

关于

张小泉股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市的

补充法律意见书（三）

 浙江天册律师事务所

浙江杭州市杭大路1号黄龙世纪广场A座8、11楼 310007

电话：0571 8790 1111 传真：0571 8790 1500

<http://www.tclawfirm.com>

浙江天册律师事务所

关于张小泉股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市的

补充法律意见书（三）

编号：TCYJS2020H2427 号

张小泉股份有限公司：

浙江天册律师事务所（以下简称“本所”）依据与张小泉股份有限公司签署的专项《法律事务委托合同》，担任张小泉股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的专项法律顾问，本所律师根据《中华人民共和国证券法》《中华人民共和国公司法》《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》等有关法律、行政法规和中国证券监督管理委员会的有关规定，按照中国证券监督管理委员会《公开发行证券公司信息披露的编报规则第 12 号——公开发行证券的法律意见书和律师工作报告》《律师事务所从事证券法律业务管理办法》《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》的要求，并按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，就发行人本次发行上市出具了 TCLG2020H0348 号《浙江天册律师事务所关于张小泉股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的律师工作报告》（以下简称“《律师工作报告》”）、TCYJS2020H0295 号《浙江天册律师事务所关于张小泉股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的法律意见书》（以下简称“《法律意见书》”）、TCYJS2020H1862 号《浙江天册律师事务所关于张小泉股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书（一）》（以下简称“《补充法律意见书一》”）TCYJS2020H2046 号《浙江天册律师事务所关于张小泉股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书（二）》（以下简称“《补充法律意见书二》”）（以上文件统称为“《原法律意见》”）。

现本所律师根据深圳证券交易所于 2020 年 12 月 13 日发出的〔2020〕010939 号《关于张小泉股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函》（以下简称“《第三轮审核问询函》”）及发行人董事变化情况，出具本《补充法律意见书》。

为出具本《补充法律意见书》，本所声明如下：

- 1、 本所及经办律师依据《中华人民共和国证券法》《律师事务所从事证券法律业务管理办法》和《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》等规定及本《补充法律意见书》出具日以前已经发生或者存在的事实，严格履行了法定职责，遵循了勤勉尽责和诚实信用原则，进行了充分的核查验证，补充了律师工作底稿，保证本《补充法律意见书》所认定的事实真实、准确、完整，所发表的结论性意见合法、准确，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并承担相应法律责任。
- 2、 本所律师在工作过程中，已得到发行人的保证：即发行人已经向本所提供了本所律师为出具本《补充法律意见书》及其他相关文件所必需的、真实的、准确的、完整的原始书面材料、副本材料或书面的确认函、说明函，一切足以影响本所出具本《补充法律意见书》及其他相关文件任何有关结论的事实与文件均已向本所披露，并无遗漏、隐瞒、虚假或误导之处。同时保证向本所提供的所有副本材料或复印件均与正本或原件相一致，有关材料上的签字和 / 或印章均是真实的。
- 3、 本《补充法律意见书》是对《原法律意见》的补充并构成《原法律意见》不可分割的一部分，除本《补充法律意见书》就有关问题所作的修改或补充外，《原法律意见》的内容仍然有效。
- 4、 除非文义另有所指，《原法律意见》中的声明、简称与释义适用于本《补充法律意见书》。
- 5、 本《补充法律意见书》仅供发行人为本次发行上市之目的而使用，不得用作任何其他目的。

- 6、 本《补充法律意见书》中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上存在差异，这些差异系由于四舍五入造成的。

基于上述，本所律师根据有关法律法规、深圳证券交易所和中国证监会有关规定的要求，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽职精神，出具补充法律意见如下：

第一部分 《第三轮审核问询函》问题回复

1、 《第三轮审核问询函》问题 7 关于关联方代付

审核问询回复显示，报告期张小泉集团、张国标为发行人代付工资、社保费、水电费等分别为 1,542.79 万元、166.64 万元、0.82 万元和 0.38 万元；2017 年度张小泉集团承担高管人员津贴 27.13 万元，计入发行人资本公积；张国标在春节期间通过微信给发行人总经理发放过年红包，后续为了规范管理，将该部分红包收益计入发行人工资成本。

请发行人补充披露：

- (1) 关联方为发行人代付工资、社保费、水电费，承担高管人员津贴是否影响发行人的独立性，是否存在通过关联交易调节发行人成本费用、对发行人利益输送的情形；发行人未来与控股股东、实际控制人保持资产、人员、业务、技术、财务等独立性的具体措施。
- (2) 张小泉集团、张国标为发行人高管发放红包、津贴的具体会计处理过程、相关高管人员是否依法及时缴纳个人所得税款，费用计提期间，是否存在费用跨期确认情形，如是，请披露对发行人报告期净利润的影响金额及比例。

请保荐人、申报会计师和发行人律师发表明确意见。

回复：

- (1) 关联方为发行人代付工资、社保费、水电费，承担高管人员津贴是否影响发行人的独立性，是否存在通过关联交易调节发行人成本费用、对发行人利益输送的情形；发行人未来与控股股东、实际控制人保持资产、人员、业务、技术、财务等独立性的具体措施

1.1 关联方为发行人代付工资、社保费、水电费，承担高管人员津贴是否影响发行人的独立性，是否存在通过关联交易调节发行人成本费用、对发行人利益输送的情形

报告期内，张小泉集团、张国标为发行人代付工资、社保费、水电费，承担高管人员津贴的具体情况如下：

单位：万元

项 目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
工资社保	0.38	0.82	37.3	1,027.89
水电费	-	-	129.34	514.91
高管津贴	-	-	-	27.13
合 计	0.38	0.82	166.64	1,569.93

1.1.1 张小泉集团、张国标为发行人代付工资、社保费的原因及具体情况

报告期内，张小泉集团、张国标为发行人代付工资、社保费主要包括三种情况：

单位：万元

项 目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
尚未转移劳动关系的员工工资、社保	-	-	31.48	1,022.07
改制企业老员工特殊退休津贴	0.38	0.82	0.82	0.82
高管奖金	-	-	5.00	5.00
合 计	0.38	0.82	37.30	1,027.89

1.1.1.1 尚未转移劳动关系的员工工资、社保

张小泉集团存在为张小泉有限部分员工代付工资、社保费的情况，主要系由于张小泉有限自2012年起即承担与刀剪生产、制造及销售业务相关的人员的薪酬（包括该部分人员的社保费用），但部分员工劳动合同仍与张小泉集团签订，在2017年7月才与张小泉集团解除劳动合同并重新与张小泉有限签订劳动合同，完成人员转移的相关手续（剩余三人于2018年4月前完成转移）。

因此，在该部分人员转移前，由张小泉有限向张小泉集团支付前述员工的工资、社保后，再由张小泉集团发放给员工并向社保部门缴纳社保。随着该部分人员劳动关系转移至张小泉有限，张小泉集团不再为该部分员工代收代付工资和缴纳社保。

1.1.1.2 改制企业退休老员工特殊退休津贴

报告期内，张小泉集团为发行人代付改制企业退休老员工的特殊退休津贴，主要系由于该部分改制企业老员工退休时虽然为张小泉有限工作并由张小泉有限承担其薪酬，但因其退休前劳动合同与张小泉集团签署，故张小泉集团代发行人支付该等员工的特殊退休津贴后，再向发行人收取。截至本《补充法律意见书》出具之日，由张小泉集团代为发放特殊退休津贴的改制企业老员工11人，每月津贴金额合计为361.10元，每人每年中秋节慰问金100元、重阳节慰问金100元、春节慰问金150元，合计每年8,183.20元。发行人与张小泉集团已签署《协议》，约定前述11名退休人员的特殊退休津贴自2021年1月起由发行人直接支付，不再通过张小泉集团转支付。

1.1.1.3 高管奖金

董事长张国标在春节期间通过微信给发行人总经理发放过年红包，后续为了规范管理，将该部分红包收益亦计入发行人工资成本。自2019年起，董事长不再对发行人总经理发送过年红包。除前述情况外，不存在张国标为发行人代付薪酬或其他费用的情形。

1.1.2 张小泉集团为发行人代付水电费的原因及具体情况

2017年初，张小泉有限租赁张小泉集团房产和土地用于生产经营，其发生的水电费由张小泉集团每月先行向水电公司支付后再向张小泉有限收取。2017年11月张小泉有限收购张小泉集团经营性资产后，即办理水表和电表的过户，由于当地自来水公司和供电公司办理过户需要一定的周期，故在2018年4月前仍由张小泉集团为张小泉有限代付相关水电费用。

2018年4月水电表过户至张小泉有限名下，2018年4月后，张小泉有限自行向供水供电部门缴纳水电费，不再存在张小泉集团为发行人代付水电费的情况。

张小泉有限承继张小泉集团与刀剪有关的业务后，自行承担生产成本所涉及的水电费用，张小泉集团代付水电费后，按原价向张小泉有限收取，未附加其他费用。

因此，在张小泉有限收购张小泉集团经营性资产前及收购后的过渡期限内张小泉集团为发行人代付水电费具备必要性及合理性。

1.1.3 张小泉集团承担高管人员津贴的原因及具体情况

2017年1月至11月，发行人总经理在张小泉集团每月领取津贴，共计271,330.00元。自2017年12月开始，发行人已完成整改，张小泉集团不再向发行人总经理发放津贴，前述已发放的津贴计入发行人管理费用。

1.1.4 关联方为发行人代付工资、社保费、水电费，承担高管人员津贴是否影响发行人的独立性，是否存在通过关联交易调节发行人成本费用、对发行人利益输送的情形

发行人已与所有员工签订劳动合同，发行人拥有独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的研发、销售、管理团队及其他员工，并在有关的社会保障、工薪报酬等方面分账独立管理。发行人的劳动、人事及工资管理完全独立于控股股东。

虽然张小泉集团、张国标报告期内存在为发行人代付工资、社保费、水电费、承担高管人员津贴的行为，但前述费用实际由发行人承担，不存在通过关联交易调节发行人成本费用、对发行人利益输送的情形，且均已完成整改，不影响发行人的独立性。

1.2 发行人未来与控股股东、实际控制人保持资产、人员、业务、技术、财务等独立性的具体措施

1.2.1 资产独立性方面措施

截至本《补充法律意见书》出具之日，发行人具备与生产经营有关的生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的土地使用权、厂房、机器设备以及商标、专利等知识产权，上述经营性资产的权属归属于发行人，不存在与控股股东共有的情况。根据发行人的承诺，未来发行人将继续遵守《防范控股股东及关联方资金占用管理办法》及其他内部规章制度，独立采购、维持、使用和处置资产，保证对所有资产拥有完全的控制和支配权，不以资产为控股股东、实际控制人及其他关联方提供担保，防范资产、资金被控股股东、实际控制人及其他关联方违规占用而损害发行人利益。

1.2.2 人员独立性方面措施

发行人董事、监事及高级管理人员严格按照《公司法》、发行人《公司章程》等规定的程序推选与任免，不存在超越发行人董事会和股东大会的人事任免决定。截至本《补充法律意见书》出具之日，发行人已与全体在册员工签署劳动合同，已建立独立的劳动人事管理制度，发行人劳动、人事及工资管理完全独立于控股股东。根据发行人的承诺，未来发行人将继续独立招聘和建设研发、销售、管理团队及其他员工，在所有员工的社会保障、工薪报酬等方面继续分账独立管理。

1.2.3 财务独立性方面措施

发行人已建立独立的财务核算体系，设有独立的财务会计部门，配备了专职的财务会计人员，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对分子公司的财务管理制度。发行人已依法独立开立银行账户，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情况。发行人依法办理税务登记，独立纳税。根据发行人的承诺，发行人将继续独立开展财务工作和进行财务决策，在所有重大方面继续按照企业会计准则规定，继续保持在经营管理过程中规范的财务行为和财务运作。

1.2.4 技术独立性方面措施

发行人已拥有独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的研发团队，独立拥有与生产经营有关的知识产权及非专利技术工艺等，并且建立了充分的技术保护机制。根据发行人的承诺，发行人将继续完善技术保护机制，将研发过程中产生的技术成果及时转化为专利。同时，发行人控股股东、实际控制人已出具承诺函，承诺将不以任何方式试图说服或促使发行人的研发团队接受其/其控制的企业的雇佣，或为其/其控制的企业提供任何服务，或离开发行人，将不以任何方式使用发行人研发的专利和其他非专利技术。

1.2.5 业务独立性方面措施

发行人业务独立于其控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。发行人与其控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争，以及严重影响发行人独立性或者显失公允的关联交易。根据发行人的承诺，发行人将继续严格遵守《关联交易管理制度》，发生关联交易时履行必要的审批程序，并遵守价格公允原则。发行人控股股东和实际控制人已出具《关于减少及规范关联交易的承诺函》《关于避免同业竞争和利益冲突的承诺函》，承诺将尽量减少与张小泉股份发生关联交易，如发生关联交易按照公平合理和正常的商业交易条件进行，严格履行法定审批程序并进行充分信息披露，并承诺将不以任何方式直接或间接从事、参与与发行人及其下属企业经营业务构成潜在的直接或间接竞争的业务或活动。

(2) 张小泉集团、张国标为发行人高管发放红包、津贴的具体会计处理过程、相关高管人员是否依法及时缴纳个人所得税款，费用计提期间，是否存在费用跨期确认情形，如是，请披露对发行人报告期净利润的影响金额及比例

2017年1月至11月，发行人总经理在张小泉集团每月领取部分津贴，合计27.13万元，自2017年12月开始，张小泉集团不再向发行人总经

理发放津贴，前述已发放的津贴已于 2017 年计入发行人管理费用，并将上述费用视作股东捐赠，计入资本公积；张国标向发行人总经理支付红包，合计 10 万元，作为张国标代付的奖金，计入发行人当期管理费用，并由发行人归还张国标。发行人总经理已申报补缴上述津贴、红包对应的个人所得税。

上述红包、津贴对应费用已经计入费用所属期间，不存在费用跨期确认的情形。

(3) 核查与结论

3.1 核查过程与依据

3.1.1 本所律师访谈了发行人总经理、财务总监，了解报告期内关联方为发行人代付工资、社保费、水电费、承担高管人员津贴等的背景、原因及具体情况，了解发行人未来与控股股东、实际控制人保持资产、人员、业务、技术、财务等独立性的具体措施；

3.1.2 本所律师查阅发行人《审计报告》、会计账簿、凭证及发票等资料；

3.1.3 本所律师查阅了报告期内关联方为发行人代付工资、社保费、水电费、承担高管人员津贴的相关银行流水；

3.1.4 本所律师核查了张小泉集团、张国标为发行人高管发放红包、津贴的会计处理过程，查阅了相应个人所得税交款凭证；

3.1.5 本所律师审阅了发行人及其控股股东、实际控制人出具的承诺函。

3.2 结论

经核查，本所律师认为，关联方报告期内存在为发行人代付工资、社保费、水电费，承担高管人员津贴的行为，但前述费用实际全部由发行人承担，不存在通过关联交易调节发行人成本费用、对发行人利益输送的情形，且均已完成整改，不影响发行人的独立性；发行人将采取有效措施，保证未来与控股股东、实际控制人保持资产、人员、业务、技术、

财务等独立；张小泉集团、张国标为发行人高管发放红包、津贴已计入发行人当期管理费用，张小泉集团为发行人高管发放的津贴已计入资本公积，张国标为发行人高管发放的红包已由发行人归还张国标，高管人员已申报补缴对应的个人所得税；相应费用已经确认在所属当期，不存在费用跨期的情形。

2、《第三轮审核问询函》问题 8 关于主要知识产权对外授权许可

申报文件显示，发行人存在允许他人使用自己所拥有的知识产权、非专利技术等资产的情况。2020 年 4 月，张小泉股份授权安徽创诚开发厨房杂件类的定制产品；2017 年 7 月，张小泉有限授权杭州恋家实业有限公司开发锅具类产品；2018 年 5 月，发行人授权义乌市笃志电子商务有限公司开发保温杯类定制产品；2020 年 3 月，张小泉股份授权杭州金太阳数码科技有限公司开发炖锅盅、养身壶、榨汁机类的定制产品。上述主体允许授权方在定制产品及包装上贴牌使用“张小泉”注册商标标识。

请发行人补充披露发行人授权他人使用自己所拥有的知识产权、非专利技术对发行人开发同类产品的影响，授权许可协议中是否对被授权方经营范围、授权期限作出明确约定，是否存在违约条款；如是，请详细披露具体情况，以及对发行人未来业务开发、商标使用等方面的具体影响。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

- (1) 请发行人补充披露发行人授权他人使用自己所拥有的知识产权、非专利技术对发行人开发同类产品的影响

1.1 授权他人使用自己所拥有的商标的背景和原因

发行人近年来拓宽、丰富除刀、剪以外的其他生活家居用品类目，但产能有限，且拓展新品类的经营风险较大，因此采取将商标授权给经过慎重选择、在拟进入细分行业内已经有一定运营经验的第三方的方式，授权第三方在一定周期、一定范围内开发、销售特定类目的“张小泉”产品（杯具、锅具、厨房杂件等等），并在第三方运营这些产品过程中，持续了解、观察“张小泉”品牌在这些细分产品领域的市场表现，如果被授权期内市场表现好，发行人将考虑自行开发经营这些类目的产品。

1.2 授权他人使用自己所拥有的商标对发行人开发同类产品不存在不利影响
发行人在授权协议中授权被授权方在特定产品上使用“张小泉”注册商标标识的授权时间、授权产品数量、销售渠道等约定如下：

被授权方	授权时间	授权产品数量	销售渠道	其他约定
安徽省创诚物流有限公司（以下简称“创诚”）	2020.1.1-2020.12.31	厨房杂件类产品中的6个SKU ^{注1}	批发、零售等线下传统流通渠道（不含天猫、淘宝、京东、唯品会、一号店等平台以及所有有实体门店的零售终端）	经发行人授权贴牌的产品不得随意更改（包括产品包装）。 发行人承诺不向相同渠道第三方授权生产授权协议约定的定制产品，保证被授权方在授权期间享有独家经销定制产品的权利。
杭州恋家实业有限公司（以下简称“恋家”）	2020.7.26-2023.7.25	锅具类产品中的15个SKU ^{注1}	团购、礼品渠道（不含天猫、淘宝、京东、唯品会、一号店等平台以及所有有实体门店的零售终端）	
义乌市笃志电子商务有限公司（以下简称“义乌笃志”）	2018.6.1-2023.5.31	首年为保温杯类产品中的20个SKU ^{注1} ，由被授权方在限定范围内使用，逐年递增	团购、积分换购、批发、零售等渠道。除线下经销业务外，被授权方任一线上（或电子商务业务）经营渠道的开拓均应取得发行人的相应授权后方可开展。	
杭州金太阳数码科技有限公司（以下简称“金太阳”）	2020.4.1-2022.4.1	首年为炖锅盅、养身壶、榨汁机类产品中的3个SKU ^{注2} ，由被授权方在限定范围内使用	团购、积分换购、批发、零售等渠道。除线下经销业务外，被授权方任一线上（或电子商务业务）经营渠道的开拓均应取得发行人的相应授权后方可开展。	

注1：SKU系指一款产品，一款产品如出现不同颜色、不同包装或者是不同尺寸，则相应的SKU也不同。

注2：SKU系指一款产品，一款产品如出现不同包装或者是不同尺寸，则相应的SKU也不同。对仅有产品颜色上的不同，而其他产品元素、规格、品名等都相同的产品，可以视为同一个SKU。

综上，发行人授权他人使用自己所拥有的商标的授权时间、授权产品数量和销售渠道等均有严格限制，被授权方仅在上述授权范围内有权使用发行人的商标。发行人承诺不向相同渠道第三方授权生产授权协议约定的定制产品，保证被授权方在授权期间享有独家经销定制产品的权利，但是定制产品的数量范围及销售渠道有限，且授权协议并没有约定发行人不得自行开发同类产品，亦未约定对同类产品中商标的独家许可授权，因此发行人授权他人使用自己所拥有的商标对发行人开发同类产品不存在重大不利影响。

截至本《补充法律意见书》出具之日，除授权他人使用自己所拥有的商标生产、销售厨房杂件、锅具、保温杯、炖锅盅、养生壶和榨汁机等产品外，发行人亦已自行开发杂件、锅具等产品。

(2) 授权许可协议中是否对被授权方经营范围、授权期限作出明确约定，是否存在违约条款；如是，请详细披露具体情况，以及对发行人未来业务开发、商标使用等方面的具体影响

2.1 授权许可协议未对被授权方经营范围作出明确约定，但就授权产品数量、销售渠道、授权期限等进行了明确规定，并约定了违约条款，其中均包括如被授权方随意更改被授权产品则发行人有权立即取消授权并解除授权许可协议。授权产品数量、销售渠道、授权期限等详见本《补充法律意见书》正文第一部分《**第三轮审核问询函**》**问题回复第2题问题8第1.2条**回复。被授权方《营业执照》登记的经营范围及授权许可协议约定的违约条款如下：

被授权方	经营范围	违约条款 ^注
创诚	联运信息服务、；橡塑制品、家电、玻璃陶瓷制品、电子产品、酒店用品、不锈钢制品、家庭厨房用具销售。	1.发行人授权创诚以批发、零售等线下传统流通渠道销售上述定制产品（不含天猫、淘宝、京东、唯品会、一号店等平台以及所有有实体门店的零售终端）。如创诚违反本条款约定，擅自在其他渠道销售，视为创诚严重违约，创诚应向发行人支付违约金伍拾万元，发行人实际损失超过违约金的，则按发行人实际损失赔偿。

		<p>2.经发行人授权贴牌的产品不得随意更改（包括产品包装），否则发行人可立即取消授权并解除本合同，并没收品牌保证金，情况严重的，发行人保留有向创诚追究其他损失补偿的权利。</p> <p>3.本协议生效后，未经发行人书面同意，创诚单方面中止、终止协议的，均属严重违约行为。创诚均应向发行人支付违约金贰拾万元。发行人实际损失超过违约金的，则按实际损失赔偿。</p> <p>4.创诚超过授权期限委托生产上述定制产品或超过清库期继续销售上述定制产品的，均属严重违约行为，创诚应向发行人支付违约金伍拾万元，发行人实际损失超过违约金的，则按发行人实际损失赔偿。</p>
<p>恋家</p>	<p>实业投资（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）；销售：家纺产品、针纺织品、床上用品、家居用品、服装、厨具、办公用品、日用百货、化妆品、不锈钢制品、家用电器、玻璃制品、五金、陶瓷制品、工艺品。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）</p>	<p>1.发行人授权恋家以团购、礼品渠道销售上述定制产品（不含天猫、淘宝、京东、唯品会、一号店等平台以及所有有实体门店的零售终端）。如恋家违反本条款约定，擅自在其他渠道销售，视为恋家严重违约，恋家应向发行人支付违约金伍拾万元，发行人实际损失超过违约金的，则按发行人实际损失赔偿。</p> <p>2.经发行人授权贴牌的产品不得随意更改（包括产品包装），否则发行人可立即取消授权并解除本合同，并没收品牌保证金，情况严重的，发行人保留有向恋家追究其他损失补偿的权利。</p> <p>3.本协议生效后，未经发行人书面同意，恋家单方面中止、终止协议的，均属严重违约行为。恋家均应向发行人支付违约金贰拾万元。发行人实际损失超过违约金的，则按实际损失赔偿。</p> <p>4.恋家超过授权期限委托生产上述定制产品或超过清库期继续销售上述定制产品的，均属严重违约行为，恋家应向发行人支付违约金伍拾万元，发行人实际损失超过违约金的，则按发行人实际损失赔偿。</p>
<p>义乌笃志</p>	<p>网上销售、实物现场批发：饰品及饰品配件、婚庆日用品、工艺品、家居日用品、日用品、纸制品（不含出版物）、灯具、塑料制品、杯具、陶瓷制品、玻璃制品、化妆品（不含危险化学品）、皮革制品、小五金、宠物日用品、智能</p>	<p>1.经发行人授权贴牌的产品不得随意更改（包括但不限于产品包装、外观造型、颜色、图案等，已报备发行人并取得发行人许可的除外），否则发行人可立即取消授权并解除本合同，并没收品牌保证金，情况严重的，发</p>

	<p>家居设备、汽车配件、汽车日用品、数码产品、电子产品（以上两项不含电子出版物）、手机配件、母婴日用品、珠宝首饰、服装、鞋、帽、袜子、内衣、针纺织品。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）</p>	<p>行人保留有向义乌笃志追究其他损失补偿的权利。</p> <p>2.本协议生效后，未经发行人书面同意，义乌笃志单方面中止、终止协议的，均属严重违约行为。义乌笃志均应向发行人支付违约金叁拾万元。发行人实际损失超过违约金的，则按实际损失赔偿。</p> <p>3.义乌笃志超过授权期限委托生产上述定制产品或超过清库期继续销售上述定制产品的，均属严重违约行为，义乌笃志应向发行人支付违约金伍拾万元，发行人实际损失超过违约金的，则按发行人实际损失赔偿。</p>
金太阳	<p>一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；计算机软硬件及辅助设备批发；计算机软硬件及辅助设备零售；工业控制计算机及系统制造；信息系统集成服务；工业控制计算机及系统销售；软件销售；可穿戴智能设备销售；数字视频监控系统销售；网络设备销售；电子产品销售；智能车载设备销售；智能家庭网关制造；工业自动控制系统装置销售；信息安全设备销售；智能无人飞行器销售；物联网设备销售；智能家庭消费设备销售；第二类医疗器械销售；专用化学产品销售（不含危险化学品）；微特电机及组件制造；集成电路销售；计算器设备销售；计算机系统服务；集成电路制造；电子元器件批发；软件开发；人工智能应用软件开发；信息技术咨询服务；信息系统运行维护服务；国内贸易代理；专用化学产品制造（不含危险化学品）；微特电机及组件销售；计算器设备制造；电子元器件零售；信息安全设备制造；家用电器销售；家用电器安装服务；家用电器零配件销售；家用电器研发；家用电器制造；家用视听设备销售；搪瓷制品制造；搪瓷制品销售；日用电器修理；日用家电零售；教育教学检测和评价活动；教育咨询服务（不含涉许可审批的教育培训活动）；智能机器人的研发；人工智能理论与算法软件开发；人工智能公共数据平台；人工智能基础软件开发；人工智能基础资源与技术平台；人工智能通用应用系统；人工智能硬件销售；人工智能行业应用系统集成服务；人工智能双创服务平台；互联网数据服务；物联网技术研发；物联网应用服务；物联网技术服务；物联网设备制造；通</p>	<p>1.经发行人授权贴牌的产品不得随意更改（包括但不限于产品包装、外观造型、颜色、图案等，已报备发行人并取得发行人许可的除外），否则发行人可立即取消授权并解除本合同，并没收品牌保证金，情况严重的，发行人保留有向金太阳追究其他损失补偿的权利。</p> <p>2.本协议生效后，未经发行人书面同意，金太阳单方面中止、终止协议的，均属严重违约行为。金太阳均应向发行人支付违约金叁拾万元。发行人实际损失超过违约金的，则按实际损失赔偿。</p> <p>3.金太阳超过授权期限委托生产上述定制产品的，属严重违约行为，金太阳应向发行人支付违约金伍拾万元，发行人实际损失超过违约金的，则按发行人实际损失赔偿。</p>

	<p>信设备制造；网络设备制造；电子（气）物理设备及其他电子设备制造；计算机软硬件及外围设备制造；数据处理和存储支持服务；销售代理；通讯设备修理；通讯设备销售；移动终端设备制造；音响设备制造；数字文化创意技术装备销售；智能输配电及控制设备销售；通信设备销售；社会经济咨询服务；电子元器件制造；电子元器件与机电组件设备销售；电子元器件与机电组件设备制造；电力电子元器件制造；电力电子元器件销售；电子专用设备销售；电子专用设备制造；电气机械设备销售；机械电气设备制造；金属链条及其他金属制品销售；金属链条及其他金属制品制造；专用设备制造（不含许可类专业设备制造）；电子测量仪器制造；电子测量仪器销售；仪器仪表制造；仪器仪表修理；劳动保护用品销售；风机、风扇制造；风机、风扇销售；其他电子器件制造；音响设备销售。许可项目：技术进出口；进出口代理；货物进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。</p>	
--	---	--

注：授权许可协议规定的违约条款较多，此处仅摘录与授权产品数量、销售渠道、授权期限等有关的违约条款。

综上，发行人在授权许可协议中明确约定了授权范围及数量即明确产品SKU数量、销售渠道、授权期限等，同时授权的品项信息和封样样品发行人处均已备案。如果违反授权范围或授权期限，被授权方需承担相应的违约责任。发行人在授权许可协议中承诺不向相同渠道第三方授权生产协议约定的定制产品，保证被授权方在授权期间享有独家经销定制产品的权利。但是授权许可协议并没有约定发行人不得自行开发同类产品，亦未约定对同类产品中商标的独家许可授权，因此对发行人未来业务开发、商标使用等方面不存在重大不利影响。

（3） 核查与结论

3.1 核查过程与依据

- 3.1.1** 本所律师对被授权方、发行人总经理和相关业务负责人进行了访谈，了解发行人授权他人使用自己所拥有的商标的背景和原因；
- 3.1.2** 本所律师审阅了被授权方的营业执照；
- 3.1.3** 本所律师审阅了被授权方与发行人签订的《产品贴牌定制及销售合同》。

3.2 结论

经核查，本所律师认为，发行人授权他人使用自己所拥有的商标对发行人开发同类产品不存在重大不利影响；授权许可协议中未对被授权方经营范围作出明确约定，但就授权产品数量、销售渠道、授权期限等进行了明确规定，并约定了违约条款，对发行人未来业务开发、商标使用等方面不存在重大不利影响。

3、《第三轮审核问询函》问题 9 关于增资程序完备性

申报文件显示，2016年6月，杭实集团以持有的“张小泉”商标及关联附属商标对张小泉集团进行增资，相关商标资产增资未经验资确认。

请发行人补充说明杭实集团以“张小泉”商标及关联附属商标对张小泉集团进行增资未履行验资程序，是否存在法律瑕疵，对张小泉集团的工商变更登记是否存在影响。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

- (1) 杭实集团以“张小泉”商标及关联附属商标对张小泉集团进行增资未履行验资程序，是否存在法律瑕疵，对张小泉集团的工商变更登记是否存在影响。

1.1 增资过程

根据 2001 年改制时杭二轻控（2000）196 号《关于杭州张小泉集团公司改制为有限责任公司的批复》，“张小泉”系列商标属于国有资产，未计入杭州张小泉集团公司和杭州张小泉剪刀厂改制资产范围，但无偿提供给张小泉集团使用。张小泉集团改制后，“张小泉”系列商标虽未注入，但实际一直登记注册在张小泉集团名下。根据杭实集团的说明，为解决“张小泉”商标及关联附属商标历史遗留问题，完善国资监管，促进中华老字号品牌的健康可持续发展，2016 年杭实集团决定将商标以增资方式注入张小泉集团。

2016 年 4 月 13 日，市国资委出具公文处理简复单（市国资委简复[2016]第 21 号），同意以 2015 年 7 月 31 日为基准日，对“张小泉”商标及关联附属商标和张小泉集团进行资产评估，并以评估价值为参考依据，允许杭实集团以持有的“张小泉”商标及关联附属商标对张小泉集团进行增资。

2016 年 4 月 21 日，银信资产评估有限公司浙江分公司受杭实集团委托作出银信评报字（2016）浙第 005 号《杭州市实业投资集团有限公司拟增资涉及的商标权价值评估项目评估报告》，以 2015 年 7 月 31 日为评估基准日，列入评估范围的“张小泉”系列注册商标的商标所有权市场价值评估值为 2,860 万元。同日，银信资产评估有限公司浙江分公司受杭实集团委托作出银信评报字（2016）浙第 006 号《杭州市实业投资集团有限公司拟增资扩股涉及的杭州张小泉集团有限公司股东全部权益价值评估项目评估报告》，以 2015 年 7 月 31 日为评估基准日，张小泉集团股东全部权益的市场价值评估值为 17,292.94 万元。

根据前述《评估报告》，张小泉集团每元注册资本对应的评估净资产为 11.98 元，“张小泉”系列注册商标的商标所有权评估值对应的张小泉集团的出资额为 238.7312 万元。

2016 年 6 月 7 日，张小泉集团召开股东会，作出如下决议：1）同意本次增资的认缴总额为 238.7312 万元；2）杭实集团追加认缴投资 238.7312 万元，追加投资方式为“张小泉”系列商标所有权。

2016年6月7日，张小泉集团完成本次增资的工商变更登记。

1.2 杭实集团以“张小泉”商标及关联附属商标对张小泉集团进行增资未履行验资程序，是否存在法律瑕疵，对张小泉集团的工商变更登记是否存在影响

《中华人民共和国公司法》于2013年12月28日修订，修订后版本于2014年3月1日起正式生效。该版本删除了《中华人民共和国公司法》2005年版本关于“股东缴纳出资后，必须经依法设立的验资机构验资并出具证明”的内容，同时第二十八条规定：“……以非货币财产出资的，应当依法办理其财产权的转移手续。……”

《中华人民共和国公司登记管理条例（2016修订）》（2016年2月6日修订，同日起正式生效）中除规定“以募集方式设立股份有限公司的，还应当提交创立大会的会议记录以及依法设立的验资机构出具的验资证明”外，对于有限责任公司的增资并没有关于必须履行验资程序的要求。

由于张小泉集团改制后，“张小泉”系列商标虽未注入，但本次增资所涉及的“张小泉”商标及关联附属商标已登记注册在张小泉集团名下，因此，本次增资不涉及财产权转移手续，且验资非有限责任公司增资必须履行的法定程序，因此未再进行验资确认。2016年6月7日，张小泉集团完成本次增资的工商变更登记，不存在影响张小泉集团工商变更登记的情况。

(2) 核查与结论

2.1 核查过程与依据

2.1.1 本所律师审阅了张小泉集团设立至今的全部工商资料；

2.1.2 本所律师审阅了本次增资所涉及的评估报告、决策文件、杭实集团的说明文件；

2.1.3 本所律师审阅了“张小泉”系列商标的注册文件及其他相关文件；

2.1.4 本所律师审阅了杭州市人民政府出具的关于张小泉集团“改制及历次股权变更符合当时法律法规及政策的规定，不存在损害国有、集体及企业职工权益的情形，改制程序及结果合法、有效”的杭政〔2020〕8号文。

2.2 结论

经核查，本所律师认为，杭实集团以“张小泉”商标及关联附属商标对张小泉集团进行增资未履行验资程序，不存在法律瑕疵，对张小泉集团的工商变更登记不存在影响。

4、 《第三轮审核问询》问题 10 关于创业板定位

申报文件显示：

- (1) 发行人主要产品包括剪具、刀具、套刀剪组合及其他生活家居用品等。发行人所处行业为金属制品业。
- (2) 发行人掌握了行业内较为领先的核心技术及工艺，包括剪刀里口缝道技术、刀剪热处理技术、刀剪连续冲压技术、刀剪清洁防锈一体化技术、剪刀多片开刃技术、刀剪注塑机械臂自动生产技术、服装剪淬火技术、刀具辊锻技术、刀具深冷处理技术等。

请发行人：

- (1) 结合产业政策和行业标准、发行人产品特点、技术水平、下游市场情况、核心技术及知识产权等情况，列表披露发行人主营业务与传统金属制造业的区别和联系、发行人产品的创新优势，包括在工艺和技术路线、业务模式、核心技术、研发投入、市场竞争力等方面的对比情况，以及与同行业可比公司的对比情况，分析发行人是否符合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》的要求。
- (2) 结合行业技术水平及迭代情况、主要产品生命周期及所处阶段、新产品研发周期、市场容量及变化趋势等，进一步披露发行人的核心技术竞争

优势、主要细分产品竞争优势、新产品研发优势等情况，并据此说明发行人具备主营业务成长性的测算标准和依据。

请保荐人、发行人律师发表明确意见，在招股说明书中简要披露关于发行人是否符合创业板定位的核查意见及依据，并说明发行人是否符合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》的要求。

回复：

- (1) 结合产业政策和行业标准、发行人产品特点、技术水平、下游市场情况、核心技术及知识产权等情况，列表披露发行人主营业务与传统金属制造业的区别和联系、发行人产品的创新优势，包括在工艺和技术路线、业务模式、核心技术、研发投入、市场竞争力等方面的对比情况，以及与同行业可比公司的对比情况，分析发行人是否符合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》的要求

- 1.1 结合产业政策和行业标准、发行人产品特点、技术水平、下游市场情况、核心技术及知识产权等情况，列表披露发行人主营业务与传统金属制造业的区别和联系、发行人产品的创新优势，包括在工艺和技术路线、业务模式、核心技术、研发投入、市场竞争力等方面的对比情况，以及与同行业可比公司的对比情况

发行人是一家集设计、研发、生产、销售和服务于一体的现代生活五金用品制造企业，属于刀剪制造行业企业，发行人与传统金属制造业企业存在一定区别。

工艺路线及技术路线方面，发行人持续推出新产品，在传承并革新原有工艺的基础上开创新技术，根据市场需求的变化开发新材料的应用，同时推进生产管理体系的自动化、信息化、精益化改造，打造智能工厂；业务模式方面，相较于传统行业企业的直销、经销模式，发行人在新零售时代的背景下，采用电商销售模式，在主流电商平台上建立店铺，在微信、微博、抖音、小红书等社交平台进行推广宣传，通过会员体系建设、门店体验等线上线下融合方式提升客户消费体验，已逐步构建相对

完整的新零售体系；核心技术方面，发行人拥有行业内的主要核心技术（包括热处理技术、表面处理技术以及磨削抛光工艺等），并已通过申请专利实现核心技术的有效保护；研发投入方面，发行人逐步提高研发费用的投入，增加研发人员，提高产品性能、优化生产工艺，筹建阳江智能制造基地，实现智能工厂的优化升级；市场竞争力方面，发行人在刀剪行业领域具有较强竞争力，报告期内，发行人电商平台店铺在淘宝天猫平台店铺中排名靠前，剪具一直位居第一名，刀具基本位列前三。相关具体情况如下：

1.1.1 工艺路线及技术路线

相较于传统金属制造行业企业，发行人在产品的深度及广度、工艺的实践、材料的应用、生产线的自动化程度等方面具有一定创新优势，具体情况如下：

项目	传统金属制造行业情况	发行人的创新优势
产品的深度及广度	受本身产品的工艺路线及生产规模等因素影响，行业内企业的复合生产的能力普遍较弱，大多只能生产几款产品，比如五金工具领域，扳手和套管工具看似雷同，实则需要完全不同的生产线的部署，这些都导致单一企业很难同时提供多品类产品	新产品： <ol style="list-style-type: none"> 1. 推出电动剪刀、气动剪刀等新产品系列； 2. 厨房产品线较长，覆盖各种刀具、各种剪具、各类厨房小工具以及厨房杂件； 3. 不断开拓伴手礼、个人护理等生活家居新产品
工艺的实践	行业内企业大多存在规模小、历史短、自主工艺研究能力弱等特点，未形成长期的工艺及技术积累，也缺乏足够实力做工艺实践的大额投入	新技术： <ol style="list-style-type: none"> 1. 在长期实践过程中积累了丰富的工艺经验以及独特的技术手段； 2. 在原有传统工艺的基础上进行持续创新，革新剪刀里口缝道技术、热处理技术等，并在此基础上开创深冷处理技术、刀剪注塑机械臂自动生产技术等核心技术

项目	传统金属制造行业情况	发行人的创新优势
材料的应用	传统金属制造业对金属材料的应用不尽相同。刀剪制造业来看，近年来，行业内企业应用的主要金属材料整体由碳钢转型成为不锈钢材料。受经营规模等因素影响，行业内企业对不锈钢材料应用的技术成熟度不尽相同	新技术： 1. 在金属原材料的性能及应用领域的优势：在3铬、4铬、5铬、复合钢以及大马士革钢材等多种型材的冲压成型、热处理参数积累、磨削时长、磨轮选型等多个领域形成自身的技术特色和优势，并不断革新提升； 2. 在注塑、装配环节人为技术干预修正方面，通过长期的大样本加工，已形成一套成熟的技术方案
		新材料： 1. 与原材料供应商合作，尝试使用含氮、含硅等元素的钢材； 2. 在产品材料方面尝试研发抗菌类产品、陶瓷类产品、激光熔覆材料产品等
生产线的自动化程度	整体来看，传统金属制造行业内企业生产线的自动化程度相对较低。龙头企业引进智能制造自动化工程，用于智能工厂改造，加大现代化厂房和智能化设备投入，自动化率有所提升	新业态： 1. 推进生产管理体系的自动化、信息化、精益化改造，打造智能工厂。推行机器换人，在传统生产线引入焊接、水磨、开刃等多套机器人装备，提升生产环节的自动化水平，在刀剪领域率先积累了大量的自动化刀剪作业数据及经验； 2. 上线MES系统，集成企业ERP、OMS、WMS、CRM系统及试制车间现场生产设备，导入车间管理小程序，形成一站式生产制造协同平台

1.1.2 业务模式

传统金属制造业企业的销售模式主要以直销、经销渠道为主并基于上述渠道开展相应的营销活动。相比传统金属制造业企业的销售模式，发行人还开展电商销售模式，在主流电商平台上建立店铺，报告期内，发行人的线上销售收入占比不断提升：

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
线上销售收入占比	50.77%	39.29%	35.54%	34.02%
线下销售收入占比	49.23%	60.71%	64.46%	65.98%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

与此同时，发行人在微信、微博、抖音、小红书等社交平台进行推广宣传，通过会员体系建设、门店体验等线上线下融合方式提升客户消费体验，已逐步构建相对完整的新零售体系。具体情况如下：

项目	传统金属制造行业情况	发行人的创新优势
销售模式	传统金属制造业企业的销售模式主要以直销、经销渠道为主。小部分企业涉足电商，但份额相对较低	新模式： 1、布局连锁超市、门店、电商等多种终端业态，构建了全方位、立体化的销售体系。针对不同的目标市场和销售渠道，形成差异化的产品策略以及销售策略； 2、发展电商平台，电商渠道已包括淘宝、天猫、京东、唯品会等主流平台，线上渠道销售收入占比稳步提升。
营销模式	传统金属制造业企业主要通过线下直销、经销渠道开展宣传、营销活动。小部分企业开始尝试直播、抖音等营销模式，但未形成体系，无法带来规模收益	新模式： 1、新零售时代下，建立自身的融媒体平台，通过微信、微博、抖音、小红书等社交平台进行推广宣传，与知名网红直播平台合作，并计划地开设线下门店，多渠道构建公司销售平台的流量入口； 2、建立电子化会员体系，推出线上线下融合的门店体验，完善消费者的消费体验，提升客户的满意度及忠诚度。

1.1.3 核心技术

刀剪制造行业内的核心技术主要包括热处理技术、表面处理技术以及磨削抛光工艺等。发行人拥有上述核心技术，并已通过申请专利实现核心技术的有效保护，具体情况如下：

序号	技术名称	行业内企业技术水平	发行人的创新优势
1	剪刀里口缝道技术	市面上的剪刀剪切强度往往较小，而且在剪切较硬物体时，不仅费力，而且刀片容易出现扭曲或者起卷。剪刀在剪切过程中是点接触，要想保证剪刀的剪切强度则接触点要尽可能小。而现有剪刀的里口形成的面一般为直面，其在进行剪切时，不可避免会发生磨损，不仅使用寿命短，而且剪切性能也有待于提高。	在刀剪生产过程中，通过冲压成缝、磨削成缝、装配成缝 3 种不同阶段的工艺，对最终的成品剪刀的里口面加工形成“缝道”——里口形成的面为具有一定弧度的曲面，沿剪根至剪头方向，所述曲面的弧度变化逐渐增大。通过该技术生产的剪刀里口面为一个较为复杂的曲面，使剪刀在剪切过程中，形成点接触，不仅提高了剪刀的剪切性能，而且减少了摩擦力，降低了自身磨损，延长了使用寿命。
2	刀剪热处理技术	热处理技术在五金刀具生产上是一个关键的工艺，热处理加工水平不足容易产生变形、开裂和硬度不足等问题。国内产	该刀剪热处理技术涵盖不同材料和不同热处理工艺。通过该刀剪热处理技术生产的刀剪产品，不但具有良好的硬度，也兼具韧性，不易发生断裂

序号	技术名称	行业内企业技术水平	发行人的创新优势
		品剪刀两片硬度差值较大，即一片硬度高，一片硬度低，使得剪刀耐用度降低。	和崩口。
3	刀剪连续冲压技术	刀剪行业内，冲压工序普遍存在材料浪费率大、生产成本过高以及品质不稳定等问题。	通过自主设计改造设备、研究设计复合模具、合理排料等手段，实现对厚度大于 2mm 的不锈钢材料的自动冲裁。该技术不仅降低了员工的工作强度，提高了生产效率。而且在材料的利用率上和孔位的准确性上亦有明显的提升。
4	刀剪清洁防锈一体化技术	传统刀、剪的防锈封存，大多采用油布手工操作，费时费工，上油的质量不稳定，容易引起擦拭不到位而生锈的问题。	设计组建的自动化清洁防锈生产自动线有效解决传统刀、剪的防锈封存手工操作产生的质量隐患，具有以下特点：生产线采用 IGBT 控制方式，代替了单槽超声波加热、手工清洗工艺，能彻底清除掉厚重、结块的抛光膏；具有超声功率连续可调；具有扫频功能，特别是针对工件上极强顽固性的污物时，扫频功能会集中发力，可轻松击落油污。
5	剪刀多片开刃技术	行业内，剪刀的开刃，采用单片在砂轮上进行，其铲锋角度靠操作者的手部动作进行控制。该做法不但效率低，而且角度无法统一。	自主设计的铲锋夹具不但角度固定，而且一次可以生产 10 余片，劳动效率提高，品质得到保障。针对不同的剪刀，设计不同的开刃夹具，将剪刀按一定角度，固定在有一定弧度的夹具中，选择适宜的砂轮和磨削速度，一次将夹具上的多片剪刀铲锋。铲出的剪刀，刃口的角度一致，光洁度和粗糙度一致，利于剪刀的装配和剪切性能的提升。
6	刀剪注塑机械臂自动生产技术	刀剪注塑工序，一般采用人工装工件至塑模形腔中，然后关闭操作门，机器自动工作。待注塑完成，手动拉开操作门，手动将工件取下。不但劳动强度大，而且安全系数低。	引进机械臂自动生产传输技术，采用自动化操作。利用继电器控制电机正转\反转和停止，本机械手的执行机构由多台电机组成，分别控制机械臂的 X 轴伸缩、Z 轴升降，底盘、腕回转等功能。动作模式有两种：自动和手动。
7	服装剪淬火技术	行业内，服装剪淬火采用高频淬火工艺，淬火介质是油剂，操作工序多，生产效率低，劳动强度大，加工成本高，而且在淬火过程中会产生烟雾，影响员工身体和环境。	通过研究，将油剂介质改用水剂介质，改良淬火工艺，减少员工劳动强度，减少工序。淬火介质改为水剂淬火介质后，可杜绝烟雾产生，改善工作环境，保障员工身体健康，而且可提升产量及良品率，提高生产效率。
8	刀具辊锻技术	行业内，传统刀具材料锻造是经手工锻打加工而成，劳动强度大，效率低；或钢板冲压落料成型，内部金相组织不能更好有效提升。	自主开发的刀具辊锻技术通过逆向的挤出运动、正向自动拉入动作，可以实现连续多次辊锻。该技术操作简单，通过设计开发的专业辊锻装置，一端薄一端厚的轧块有利于刀具辊锻，并且形成刀具所需要的斜面；送

序号	技术名称	行业内企业技术水平	发行人的创新优势
			料机构中弹簧的设置，可以在辊锻过程中给工件一个相对的力，有利于刀具的加工。
9	刀具深冷处理技术	钢材在热处理之后虽然硬度及机械性能提高，但热处理后依然存在以下问题：残余奥氏体不稳定，当受到外力作用或环境温度改变时易转变为马氏体，造成材料的不规则膨胀，降低工件的尺寸精度；组织晶粒粗大，材料碳化物固溶过饱和；热处理后的残余内应力将降低材料的疲劳强度以及其他机械性能在应力释放过程中且易导致工件的变形。	在传统钢材热处理工艺基础上，研发出刀具深冷处理技术，设计制作了刀具深冷处理设备，技术优点如下：使硬度较低的残余奥氏体转变为较硬的、更稳定的、耐磨性和抗热性更高的马氏体；材料经深冷处理后内部热应力和机械应力大为降低，且能有效地减少刀具产生变形、开裂的可能性。
10	剪刀寿命检测技术	行业内，剪刀产品在使用寿命检测基本采用人工测算的方式，测试的结果缺乏科学依据。	研制开发了一种自动剪刀寿命测试机，对剪刀进行使用寿命的检测，该测试设备操作简单，安全，通过电子记数和变速马达，测试时间、自动输送剪切介质。测试时间、测试次数和测试速度可自由设定，测试完成后自动断电报警，可有效提高工作效率。

注：由于传统金属制造业的核心技术较为广泛，上表主要列示了刀剪行业企业技术水平以及相关技术对应的发行人创新优势。

报告期内，发行人核心技术涉及的产品收入占营业收入的比例较高，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
核心技术产品收入	20,500.24	40,072.66	35,312.05	29,873.66
营业收入	25,072.85	48,401.49	41,009.42	34,132.06
核心技术产品收入占营业收入比例	82.39%	83.56%	87.59%	89.03%

为有效保护核心技术，发行人在研发过程中及时将技术成果转化为专利技术。截至本《补充法律意见书》出具之日，发行人已获得专利 128 项，其中发明专利 2 项，实用新型专利 38 项，外观设计专利 88 项。

此外，发行人已通过国家高新技术企业资格的实质审核并于 2020 年 12 月 1 日作为“浙江省 2020 年第一批拟认定高新技术企业名单”在“高新

技术企业认定管理工作网”上进行为期 10 个工作日的公示。根据《高新技术企业认定管理办法（2016 修订）》第十二条规定：“·····认定企业由领导小组办公室在‘高新技术企业认定管理工作网’公示 10 个工作日，无异议的，予以备案，并在‘高新技术企业认定管理工作网’公告，由认定机构向企业颁发统一印制的‘高新技术企业证书’；有异议的，由认定机构进行核实处理。”截至本《补充法律意见书》出具之日，发行人未收到关于其拟被认定为高新技术企业的异议，发行人尚待备案后取得《高新技术企业证书》。

1.1.4 研发投入

发行人坚持“继往开来、承老传新”的研发理念，一方面积极注重对于古法锻制、传统抛磨技术的继承和完善，并在这个过程中不断提炼对于一般共性工艺的改造和集成，使之脱旧入新，用自行改装的设备、自行编订的标准来赋能老工艺，使老工艺、老技法适应现代市场的竞争需要；另一方面，发行人针对新市场环境及新消费者的消费需求的变化进行研发，使产品在兼具实用性和性价比的同时，美化造型、优化结构、增加功能，积极研究国际国内流行趋势的变化，适时推出“网红款”产品，布局“流行色”产品。

报告期内，发行人逐步提高研发投入，增加研发人员，提高产品性能、优化生产工艺，提升研发能力及水平。2017 年至 2019 年，发行人研发投入分别为 521.46 万元、878.97 万元及 1,677.82 万元，占营业收入的比重分别为 1.53%、2.14%及 3.47%；研发人员数量亦不断增加，截至 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日及 2020 年 6 月 30 日，发行人研发人员数量分别为 43 人、65 人、83 人及 97 人。

此外，基于不断增量的市场和自身产能的配置，发行人筹建阳江智能制造基地，摸索刀剪生产的自动化产线，进一步提高产品的标准化程度。

1.1.5 市场竞争力

发行人系专业生产各类刀剪及现代生活五金用具的工业企业，是目前国内生产规模较大、生产技术较为先进、产品质量较高、品牌影响力较强的刀剪行业企业之一。“张小泉”是国家商务部认定的第一批中华老字号，其产品标识被国家工商总局认定为我国刀剪行业驰名商标。

整体来看，发行人在刀剪行业具有较强的市场竞争力。报告期内，淘宝天猫平台开设的店铺中，发行人天猫旗舰店在剪具类店铺排名中一直位居第一名；刀具类店铺排名中发行人天猫旗舰店及相关专卖店一直处于前列，基本处于前三的位置。

发行人天猫旗舰店及相关专卖店在淘宝产品分类中“烹饪用具”下“全套厨房刀具”类目（以下简称“套装刀具”）的排名以及排名优于发行人天猫旗舰店及相关专卖店的店铺名单如下：

（1） 2017 年度

2017 年 10 月至 12 月，淘宝天猫平台套装刀具类店铺排名优于发行人的名单如下表所示：

月份	刀具排名	排名第 1 名店铺	排名第 2 名店铺	排名第 3 名店铺	排名第 4 名店铺
10 月	2	天猫超市	/	/	/
11 月	5	双立人官方旗舰店	双立人美滔美淘专卖店	十八子作官方旗舰店	双立人飞鱼秀专卖店
12 月	2	双立人官方旗舰店	/	/	/

注：2017 年 10 月前店铺排名数无法取得，因此此处列示 2017 年 10 月至 12 月数据。

（2） 2018 年度

2018 年，淘宝天猫平台套装刀具类店铺排名优于发行人的名单如下表所示：

月份	刀具排名	排名第 1 名店铺	排名第 2 名店铺	排名第 3 名店铺
1 月	2	双立人官方旗舰店	/	/
2 月	4	天猫超市	双立人官方旗舰店	双立人

月份	刀具排名	排名第 1 名店铺	排名第 2 名店铺	排名第 3 名店铺
				美滔美淘专卖店
3月	2	双立人官方旗舰店	/	
4月	1	/	/	/
5月	1	/	/	/
6月	3	双立人官方旗舰店	双立人 美滔美淘专卖店	/
7月	1	/	/	/
8月	1	/	/	/
9月	2	双立人官方旗舰店	/	/
10月	2	bayco 拜格旗舰店	/	/
11月	4	双立人官方旗舰店	双立人 美滔美淘专卖店	双立人飞鱼秀专卖店
12月	2	双立人官方旗舰店	/	/

（3） 2019 年度

2019 年，淘宝天猫平台套装刀具类店铺排名优于发行人的名单如下表所示：

月份	刀具排名	排名第 1 名店铺	排名第 2 名店铺
1月	2	双立人官方旗舰店	/
2月	3	双立人官方旗舰店	苏泊尔汇田专卖店
3月	3	双立人官方旗舰店	苏泊尔汇田专卖店
4月	2	双立人官方旗舰店	/
5月	3	双立人官方旗舰店	苏泊尔汇田专卖店
6月	3	双立人官方旗舰店	十八子作官方旗舰店
7月	1	/	/
8月	2	oko 家居旗舰店	/
9月	1	/	/
10月	3	双立人官方旗舰店	bayco 拜格旗舰店
11月	2	双立人官方旗舰店	/
12月	2	双立人官方旗舰店	/

（4） 2020 年 1-6 月

2020年1-6月，淘宝天猫平台套装刀具类店铺排名优于发行人的名单如下表所示：

月份	刀具排名	排名第1名店铺	排名第2名店铺	排名第3名店铺
1月	2	双立人官方旗舰店	/	/
2月	4	双立人官方旗舰店	didinika 居家日用旗舰店	oou 居家日用旗舰店
3月	2	双立人官方旗舰店	/	/
4月	3	oko 家居旗舰店	双立人官方旗舰店	/
5月	1	/	/	/
6月	2	双立人官方旗舰店	/	/

1.2 分析发行人是否符合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》的要求

发行人属于《上市公司行业分类指引（2012年修订）》中的金属制品业，不在《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第四条规定的“原则上不支持其申报在创业板发行上市的行业”中。此外，发行人在生产经营过程中，秉持百年老字号二次创业的心态，本着创新驱动发展战略，顺应创新、创造、创意的大趋势，推行“管理采取新手段、生产采用新装备、营销引进新模式、研发导入新思路”的“四新”策略，属于传统的刀剪产业与新技术、新业态和新模式的深度融合，符合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》的相关要求。

1.2.1 发行人核心技术涉及的产品占营业收入比例

发行人的核心技术具有创新、创造和创意性。报告期内，发行人核心技术涉及的产品收入占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
核心技术产品收入	20,500.24	40,072.66	35,312.05	29,873.66
营业收入	25,072.85	48,401.49	41,009.42	34,132.06

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
核心技术产品收入占营业收入比例	82.39%	83.56%	87.59%	89.03%

报告期内，发行人核心技术涉及的产品收入占营业收入的比重分别为89.03%、87.59%、83.56%及82.39%，占比较高。

1.2.2 发行人与新技术、新业态和新模式的融合情况

1.2.2.1 与新技术的融合

发行人重视对新技术及工艺研发、新产品的研发工作，实现了发行人产品与新技术的融合，并且具有创新、创造和创意性。具体如下：

（1）新技术及工艺研发

发行人重视技术、工艺研发，并在研发创新过程中掌握了行业内较为领先的核心技术及工艺。此外，发行人注重原材料性能及使用工艺的研究创新，已形成了一套成熟的技术应用方案，具有创新性。对于金属原材料，发行人在多种型材的冲压成型、热处理参数积累、磨削时长、磨轮选型等多个领域具备自身的技术特色和优势，具有创造性；截至本《补充法律意见书》出具之日，发行人已获得专利128项，其中发明专利2项，实用新型专利38项，外观设计专利88项。

（2）新产品研发

发行人不断研发新产品，拓宽现有产品矩阵。新产品沿着高端化、个性化和场景化进行开发：

高端化方面：随着下游消费市场的持续升级，发行人对标国际知名品牌，推出淳木系列刀具、力厨厨房剪等高端系列产品并取得优异的业绩表现，2017年度至2019年度，单价超过300元的产品占当期销售额的比重分别为5.19%、5.53%及5.82%，占比逐年提升。

个性化方面：为增强刀剪产品的便利、便捷性，发行人推出斩切两用刀等产品；为满足园林、医药市场等细分市场需求，发行人推出电动剪刀、气动剪刀等产品，具有创新性；为提升产品性能，生产适应不同生产及生活场景的产品，发行人在产品材料方面尝试研发抗菌类产品、陶瓷类产品、激光熔覆材料产品等，具有创造性；

场景化方面：受疫情等因素影响，居家料理烹饪更加流行，厨房用品全场景的产品需求提升，发行人的“大厨房”消费场景的相关产品具有创意性，销量不断提升。

报告期内，新推出的产品实现了较好的销售业绩。2018年至2020年1-6月，发行人当年新增产品的销售金额分别为828.92万元、6,816.98万元以及7,102.36万元，占当期销售额比重分别为2.06%、14.22%以及28.55%，占比逐年提升。

1.2.2.2 与新业态的融合

在制造及管理环节，发行人推进与新业态的融合，推动生产管理体系的自动化、信息化、精益化改造，打造智能工厂。

发行人推行机器换人，在传统生产线引入焊接、水磨、开刃等多套机器人装备，提升生产环节的自动化水平。例如，发行人与珞石机器人合作，通过AutoGen智能视觉规划系统，自动规划机器人打磨路径及力度，确保开刃后刃口成形的一致性，且系统可兼容多种型号的打磨开刃，换产时操作简单，大幅降低操作人员的技术门槛，提高生产效率及产品良品率。

此外，发行人上线MES系统，集成企业ERP、OMS、WMS、CRM系统及试制车间现场生产设备，导入车间管理小程序，形成一站式生产制造协同平台，为车间的自动化管理打造平台基石；发行人亦基于华为云边缘计算网关平台、华为云IOT通用PaaS以及华为工业云PaaS等平台进行大数据分析，进行数据集成，有效提升决策及管理效率。

2019年，发行人的信息化改造张小泉智能工厂物联网项目获得由浙江省企业联合会和浙江省企业家协会联合颁发的浙江省企业管理现代化创新成果一等奖，成为杭州市工厂物联网、工业互联网示范试点企业，为传统五金刀剪行业的革故取新建立创新典范。

1.2.2.3 与新模式的融合

在电商普及化、直播平台兴起、线上线下融合的大背景下，发行人在巩固原有销售渠道的基础上，尝试销售新模式及新业态，并构建新的销售体系。

发行人建立自身的融媒体平台，通过微信、微博、抖音、小红书等社交平台进行推广宣传，与知名网红直播平台合作，并计划地开设线下门店，多渠道构建发行人销售平台的流量入口；此外，发行人亦建立了电子化会员体系，推出线上线下融合的门店体验，完善消费者的消费体验，提升客户的满意度及忠诚度；发行人亦加大电商平台建设，不断提升线上渠道的销售能力，经过发行人多年努力，发行人的电商渠道已包括淘宝、天猫、京东、唯品会等主流平台。

(2) 结合行业技术水平及迭代情况、主要产品生命周期及所处阶段、新产品研发周期、市场容量及变化趋势等，进一步披露发行人的核心技术竞争优势、主要细分产品竞争优势、新产品研发优势等情况，并据此说明发行人具备主营业务成长性的测算标准和依据

2.1 结合行业技术水平及迭代情况、主要产品生命周期及所处阶段、新产品研发周期、市场容量及变化趋势等，进一步披露发行人的核心技术竞争优势、主要细分产品竞争优势、新产品研发优势等情况

2.1.1 突出的核心技术优势

发行人参与制定了浙江省品字标产品标准《不锈钢家用剪刀》（T/ZZB 0051-2016）等刀剪行业相关标准，还制定了多项企业标准以指导公司生产工作，其中服装剪、花齿剪、不锈钢系列剪、修脚刀、宠物剪、陶

瓷刀等多项企业标准得到行业的认可。发行人针对原材料的检测制定了自主的企业标准,包括《30Cr13 钢带(或卷带)的采购质量标准》《40Cr13 钢带(或卷带)的采购质量标准》《高合金不锈钢原材料的采购质量标准》《65Mn 原材料的采购质量标准》《大马士革钢带的采购质量标准》等。

刀剪行业的技术迭代主要体现在原材料及工艺迭代。2000 年左右,刀剪主体材料从碳钢材料向马氏体不锈钢材料发展,从而使刀具、剪具从原来具有容易生锈的特点变成具有不易生锈的特质,金属表面相较过去更加干净卫生。材料的更迭同步伴随着工艺的提升,原有的碳钢锻打工艺演变为不锈钢板材冲压工艺,提高了生产效率;热处理工艺由原来的碳钢热处理工艺转为不锈钢气氛保护热处理工艺,减少热处理后表面氧化的现象,便于后道工序加工;磨削工艺则从原来的手工磨削逐渐改进为机械磨削及数控磨削,精度更高。另外,厨房家居用品行业的市场空间巨大,根据 Passport 数据库数据显示,中国厨房家居类用品的市场规模为 1,718.86 亿元,未来市场空间将稳步增长。

发行人在刀剪行业的核心技术方面具备较强的竞争优势。刀剪行业的主要技术包括热处理技术、表面处理技术以及磨削抛光工艺等。相比行业内其他企业,发行人拥有专业、成熟的刀剪核心技术。发行人拥有成熟的热处理技术,相比同行业公司,生产的产品具备更好的硬度、韧性,不易发生断裂和崩口;发行人具有成熟的凹势磨削工艺,通过剪刀里口面的凹面设计减少剪刀剪切时的摩擦、提升剪切性能并延长产品使用寿命;发行人的剪刀多片开刃技术使得铲出的剪刀,刃口的角度一致,光洁度和粗糙度一致,保证了产品质量的稳定性。

为进一步保护核心技术,发行人及时将技术研发成果转化为专利技术。截至本《补充法律意见书》出具之日,发行人已获得专利 128 项,其中发明专利 2 项,实用新型专利 38 项,外观设计专利 88 项。

智能化生产模式亦为发行人核心技术的应用创造了条件。发行人推进生产管理体系的自动化、信息化、精益化改造，打造智能工厂。发行人推行机器换人，在传统生产线引入焊接、水磨、开刃等多套机器人装备，提升生产环节的自动化水平；发行人上线 MES 系统，集成企业 ERP、OMS、WMS、CRM 系统及试制车间现场生产设备，导入车间管理小程序，形成一站式生产制造协同平台；发行人亦基于华为云边缘计算网关平台、华为云 IOT 通用 PaaS 以及华为工业云 PaaS 等平台进行大数据分析，进行数据集成，有效提升决策及管理效率。

2019 年，发行人的信息化改造张小泉智能工厂物联网项目获得由浙江省企业联合会和浙江省企业家协会联合颁发的浙江省企业管理现代化创新成果一等奖，成为杭州市工厂物联网、工业互联网示范试点企业，为传统五金刀剪行业的革故取新建立创新典范。

2.1.2 产品竞争优势

不同于快速消费品、电子产品等，作为耐耗消费品，发行人主要产品的完整生命周期较长，产品更新换代的速度相对较慢。部分产品品类例如家用剪等产品已进入成熟期，而随着市场的变化，新的细分产品品类例如厨房剪、家用料理器、竹木制品等亦在不断推陈出新。为更好地进行发行人产品生命周期管理，一方面，诸多具有较好的市场认可度、产品质量优异的产品品类持续多年稳定贡献收入；另一方面，发行人持续推出引领行业前沿、符合市场发展趋势的产品。

2.1.2.1 细分产品竞争优势

发行人主要细分产品从原料、核心技术、质量控制等方面均具备较强的竞争优势。原料端，发行人使用的原材料较同行业其他公司的同类产品相对高端；生产端，发行人全面运用核心技术、通过自动化生产线进行快速、精准生产，高效实现产品的最终交付；质量控制端，通过采购、生产及最终销售前各阶段的严格质检，发行人保证生产产品的品质，维护发行人良好的品牌形象。

主要产品类目下，发行人细分产品的竞争优势情况如下：

类别 (一级)	类别 (二级)	代表性产品	产品竞争优势
剪具	厨房剪	强力剪	应用刀剪热处理及剪刀里口缝道核心技术，具有剪切力强，耐用度高等特点
	服装剪	CC 服装剪	应用服装剪淬火及剪刀里口缝道核心技术，具有剪切布料厚度大，耐磨性高，使用寿命长等特点
	家用剪	HBS-198 家用剪	应用刀剪热处理及剪刀里口缝道核心技术，具有剪切手感轻松，剪切力强等特点
刀具	片刀	山水切片刀 180	应用刀剪热处理及刀具磨削、刀具开刃核心技术，具有锋利度高，耐用度好等特点
	斩切刀	黑金刚斩切刀 190	应用刀剪热处理及刀具磨削、刀具开刃核心技术，具有前切后斩功能，锋利度高等特点
	斩骨刀	ZG-175 斩骨刀	应用刀剪热处理及刀具磨削、刀具开刃核心技术，具有斩切力大，不崩口，耐用度好等特点
套刀剪组合	套装刀剪	N5490 套装刀具	应用刀剪热处理及刀具磨削、刀具开刃、剪刀里口缝道核心技术，具有刀具锋利度高，耐用度好，剪具剪切力强等特点
	刀具组合	黑金刚刀具二件套	应用刀剪热处理及刀具磨削、刀具开刃核心技术，具有专刀专用，锋利度高，耐用度好等特点

注：剪具组合销量占比较小，因此未进行列示；水果刀对切削工艺的要求相对较低，发行人产品不具备明显优势。

2.1.2.2 新产品研发优势

为满足更新迭代的市场需求，发行人在拥有业内核心技术的基础上，研发新产品，拓宽现有产品矩阵。发行人积极运用大数据，设置了试制车间，对于五金刀剪实验室的不断投入。具体情况如下：

(1) 高端化

随着下游消费市场的持续升级，发行人对标国际知名品牌，推出淳木系列刀具、力厨厨房剪等高端系列产品并取得优异的业绩表现，2017年至2019年，单价超过300元的产品占当期销售额的比重分别为5.19%、5.53%及5.82%，占比逐年提升。

（2）个性化

为满足年轻人对刀剪产品便利、便捷的需求，发行人推出斩切两用刀等产品；为满足园林、医药市场等细分市场的需求，发行人推出电动剪刀、气动剪刀等产品；为提升产品性能，生产适应不同生产及生活场景的产品，发行人在产品材料方面尝试研发抗菌类产品、陶瓷类产品、激光熔覆材料产品等。

（3）场景化

受全球疫情以及贸易争端等因素影响，外出用餐人数有所减少，居家料理烹饪的人数相应增加，对相应的厨房用品需求提升，发行人布局的“大厨房”消费场景的相关产品销量随之提升。

报告期内，新推出产品实现了较好的销售业绩。2018年至2020年1-6月，发行人当年新增产品的销售金额分别为828.92万元、6,816.98万元以及7,102.36万元，占当期销售额比重分别为2.06%、14.22%以及28.55%，占比逐年提升。

2.1.3 研发机制优势

发行人将研发工作及研发团队建设放在公司发展的重要位置，不断加大研发投入、推动持续创新。

发行人的研发工作主要涉及产品研发部、工艺部、销售各部门、采购部、试制车间、品管部等部门，各部门相互配合，实现产品研发工作的有效推进。报告期内，发行人的研发投入逐年提升，2017年至2019年分别为521.46万元、878.97万元及1,677.82万元，占营业收入的比重分别

为 1.53%、2.14%及 3.47%；研发人员数量亦不断增加，截至 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日及 2020 年 6 月 30 日分别为 43 人、65 人、83 人及 97 人。

为确保新产品能够满足下游客户的需求，发行人建立了完善的新产品研发机制。发行人新产品研发需经历严密的过程，根据产品实现的难易程度，一般需要 3-5 个月的时间周期。具体研发程序及时间周期如下：

序号	新产品研发程序	天数（天）
1	新品开发立项	1-2
2	项目签批	1-2
3	产品策划及方案设计	15
4	手板模型制作	7
5	设计方案评审	1-2
6	结构及工艺设计	10
7	模具工装设计及制作	30-45
8	产品批试	45-60
9	批试产品验证	1-2
10	新产品鉴定	1-2
11	新品入库	1-2

为促进发行人新产品的研发能力进一步提升，发行人在广东省阳江市筹建刀剪智能制造中心，研发方向包括材料及产品研发、生产工艺升级改造和检测中心建设。该项目亦为本次首发上市的募投项目之一。发行人通过该项目，将加大技术研发投入，提升发行人的产品设计研发能力，探索智能工厂的优化升级，构筑发行人在行业内的技术护城河。

2.2 说明发行人具备主营业务成长性的测算标准和依据

2.2.1 核心技术及工艺的传承及创新为未来产品的开发及销售奠定技术及品牌基础

在长期实践过程中，发行人积累了丰富的工艺经验以及独特的技术手段。这些刀剪传统技艺通过与现代生产工具的融合得到传承与延续，开刃技

术以及剪刀的凹势磨削技术等仍然在发行人的产品中得到广泛应用。发行人在技术及工艺领域不断创新，根据市场变化开创新技术，拓展新工艺，应用新材料。发行人在原有传统工艺改进、材料的应用领域不断创新。

2.2.2 发行人新产品的持续研发将为发行人创造新的盈利增长点

为顺应市场的发展趋势、满足消费者不断变化的需求，发行人持续研发新产品，创造新的盈利增长点。2018年至2020年1-6月，发行人当期研发新产品的数量、金额以及占当期销售金额的情况如下：

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度
新增产品数量（件）	172	200	90
销售金额（万元）	7,102.36	6,816.98	828.92
占销售额比重（%）	28.55	14.22	2.06

由上表可见，发行人报告期内的新增产品数量逐年增加，新产品的对外销售金额亦随之增加，占当期销售额的比重亦逐步提升。

随着下游消费市场的需求高端化、多样化以及场景化，发行人将依托持续创新能力不断研发新产品，为发行人创造新的盈利增长点。

2.2.3 销售网络的拓展与丰富将为发行人创造新的市场空间

在电商普及化、直播平台兴起、线上线下融合的大背景下，发行人在巩固原有销售渠道的基础上，尝试销售新模式及新业态，构建新的销售体系。

发行人在产品销售方面布局连锁超市、门店、电商等多种终端业态，构建了全方位立体化的销售体系。目前，发行人的电商渠道已包括淘宝、天猫、京东、唯品会等主流平台，报告期内发行人线上销售占比亦逐年升高。2017年至2020年1-6月，公司线上销售金额占比分别为34.02%、35.54%、39.29%以及50.77%。

通过销售渠道布局，发行人销售区域由原来的主要集中于浙江省、江苏省、山东省等区域逐步扩展至全国各地，部分相对成熟的产品通过渠道下沉及拓展，在新的区域市场焕发新的生机，为发行人主营业务的持续发展创造了新的市场空间。

（3） 核查与结论

3.1 核查过程与依据

3.1.1 本所律师访谈了发行人总经理以及研发、生产、质量、销售等相关负责人，了解发行人主营业务与传统金属制造业的区别和联系、发行人产品的创新优势，包括在工艺和技术路线、业务模式、核心技术、研发投入、市场竞争力等方面的情况，与同行业可比公司的对比情况等；

3.1.2 本所律师审阅了发行人的专利相关情况，包括专利证书等；

3.1.3 本所律师审阅了发行人电商平台店铺开设相关资料、发行人电商平台店铺在同类淘宝天猫平台店铺中排名情况；

3.1.4 本所律师抽查了发行人会计账簿、销售台账；

3.1.5 本所律师审阅了发行人筹建阳江智能制造基地相关资料；

3.1.6 本所律师审阅了发行人参与制定的浙江省品字标产品标准《不锈钢家用剪刀》（T/ZZB 0051-2016）等刀剪行业相关标准以及发行人自行制定的企业标准；

3.1.7 本所律师审阅了发行人申请高新技术企业的申报材料并登陆高新技术企业认定管理工作网确认公示情况；

3.1.8 本所律师访谈了发行人总经理以及研发、生产、质量、销售等负责人，查阅了相关网站及资料，了解行业技术水平及迭代情况、主要产品生命周期及所处阶段、新产品研发周期、市场容量及变化趋势等。

3.2 结论

经核查，本所律师认为，发行人系刀剪制造行业企业，系传统金属制造业的重要组成部分。发行人已于招股说明书中披露发行人主营业务与传统金属制造业的区别和联系、发行人产品的创新优势，包括在工艺和技术路线、业务模式、核心技术、研发投入、市场竞争力等方面的对比情况，以及与同行业可比公司的对比情况；发行人符合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》的要求；发行人已于招股说明书补充披露发行人的核心技术竞争优势、主要细分产品竞争优势、新产品研发优势等情况，发行人具备主营业务成长性的测算标准和依据较为合理。

第二部分 董事变化及关联方更新

一、 董事变化情况

1.1 发行人现任董事

2020年12月，董事白涛因个人原因辞去董事职务。2020年12月18日，发行人召开2020年第三次临时股东大会，选举姚宇为发行人董事。截至本《补充法律意见书》出具之日，发行人现任董事情况如下：

	序号	姓名	职务
董事	1	张国标	董事长
	2	张樟生	董事
	3	夏乾良	董事
	4	张新程	董事
	5	汪永建	董事
	6	姚宇	董事
	7	陈英骅	独立董事
	8	余景选	独立董事
	9	李元旭	独立董事

根据发行人股东大会、董事会决议和会议记录及董事承诺，并经本所律师核查，本所律师认为：发行人现任董事的任职资格、任职程序及职权范围符合法律、法规和规范性文件以及发行人《公司章程》的规定。

1.2 发行人董事最近两年的变化

1.2.1 2018年1月1日至2018年5月19日，张樟生担任张小泉有限的执行董事。

1.2.2 2018年5月20日，发行人召开创立大会暨首次股东大会，选举张国标、张樟生、夏乾良、张新夏、汪永建、白涛、陈英骅、余景选、李元旭为

董事，组成发行人第一届董事会。同日，第一届董事会第一次会议选举张国标为第一届董事会董事长。

1.2.3 2019年12月2日，董事张新夏因个人原因，辞去董事职务。2019年12月21日，发行人召开2019年第五次临时股东大会，选举张新程为发行人董事。

1.2.4 2020年12月15日，董事白涛因个人原因辞去董事职务。2020年12月18日，发行人召开2020年第三次临时股东大会，选举姚宇为发行人董事。

经核查，本所律师认为：

- 1、 发行人现任董事的任职资格、职权范围符合法律、法规和规范性文件以及《公司章程》的规定。
- 2、 发行人董事最近两年的变化符合有关规定，并已履行了必要的法律程序。发行人最近两年内董事未发生重大变化。

二、 关联方变化情况

2020年12月，董事白涛因个人原因辞去董事职务，由股东大会选举姚宇作为新任董事。基于上述情况，发行人的主要关联方变化如下：

2.1 发行人的主要关联自然人变化情况

2.1.1 发行人董事、监事、高级管理人员变化情况

2020年12月15日，白涛因个人原因辞去董事职务。2020年12月18日，发行人召开2020年第三次临时股东大会，选举姚宇为发行人董事。

2.1.2 其他关联自然人变化情况

由于姚宇成为发行人董事，其关系密切的家庭成员，包括配偶、父母、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶，配偶的父母、兄弟姐妹，子女配偶的父母等，均为发行人的关联自然人。

2.2 发行人的主要关联法人变化情况

由于姚宇成为发行人董事，截至本《补充法律意见书》出具之日，姚宇及其关系密切的家庭成员在外担任董事、高级管理人员的除发行人及其控股子公司以外的主要法人或其他组织如下：

姓名	身份	任职单位	任职职务
姚宇	发行人董事	内蒙古草原宏宝食品股份有限公司	董事
		复星开心购（海南）科技有限公司	总经理
		复星心选科技（中山）有限公司	董事长、经理
		广州淘通科技股份有限公司	董事
		上海云视科技股份有限公司	董事

根据姚宇填写的访谈问卷，截至本《补充法律意见书》出具之日，姚宇及其关系密切的家庭成员不存在对外控制的企业。

本《补充法律意见书》出具日期为2020年12月22日。

本《补充法律意见书》正本五份，无副本。

（以下为签署页）

（本页无正文，为《浙江天册律师事务所关于张小泉股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书（三）》（TCYJS2020H2427号）的签署页）



负责人：章靖忠

签署：

经办律师：虞文燕

签署：

经办律师：谭敏

签署：