

关于久祺股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市发行注册环节 反馈意见落实函中有关财务事项的说明

天健函〔2021〕795号

中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所：

由东兴证券股份有限公司转来的《发行注册环节反馈意见落实函》（审核函〔2021〕010488号，以下简称反馈意见落实函）已收悉。我们已对反馈意见落实函所提及的久祺股份有限公司（以下简称久祺股份或公司）财务事项进行了审慎核查，现汇报如下。

一、关于境外销售

据招股说明书披露，发行人主要从事自行车整车及其零部件和相关衍生产品的设计、研发、生产和销售，主要产品包括整车、配件和其他三大类别，其中整车类细分为童车、成人车、助力电动自行车和摩托车，配件类主要为自行车零件、助力电动自行车零件以及摩托车零件，其他类主要为骑行装备、农机、儿童玩具等。报告期内，主营业务收入分别为 181,980.72 万元、179,324.66 万元、228,421.73 万元，占营业收入的 99%以上。发行人说明报告期内，公司海外客户以当地的自行车品牌商为主，包括专业自行车批发商、自行车制造商、自行车零售商（包括自行车商店、超市卖场）、电商平台等。发行人按客户类型划分的外销收入情况具体如下表：

单位：家、万元

客户类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	销售金额	数量	销售金额	数量	销售金额

自行车批发商	191	85,015.18	166	63,127.16	186	86,293.89
自行车制造商	96	88,834.54	91	71,346.00	102	66,031.23
自行车零售商	61	25,885.74	77	28,682.96	81	25,142.54
电商平台	9	17,488.43	6	4,621.69	1	694.34
其他	-	6,137.35	-	8,854.75	-	2.74
外销收入合计	357	223,361.25	340	176,632.56	370	178,164.73

注：客户类型为“其他”的系发行人在展会等零星销售等情况，其中2019年度、2020年度的“其他”销售金额较大系包括了A客户所致。

请发行人：

(1) 按终端销售品牌进一步细分说明报告期外销收入情况，包括按客户类型划分的对应终端销售品牌及销售数量、销售金额、销售占比、平均毛利率，对应的主要客户的终端销售品牌情况，包括客户名称及对应客户的销售数量、销售金额、销售占比等。

(2) 说明按销售模式划分的对应终端销售品牌及销售数量、销售金额、销售占比、平均毛利率，以及报告期各期 ODM、OBM 模式下主要客户的终端销售品牌情况，包括客户名称及对应客户的销售品牌、销售数量、销售金额、销售占比。

(3) 说明电商平台用户交易的 IP、MAC 地址穿透核查情况，是否存在单个 IP 或 MAC 地址的异常大额或重复购买等异常交易情形，是否存在刷单、刷机等形式，电商平台销售收入是否真实、准确。

请保荐机构及会计师对发行人主要客户的终端销售情况、电商平台销售情况进行核查并说明履行的具体核查程序。

(一) 按终端销售品牌进一步细分说明报告期外销收入情况，包括按客户类型划分的对应终端销售品牌及销售数量、销售金额、销售占比、平均毛利率，对应的主要客户的终端销售品牌情况，包括客户名称及对应客户的销售数量、销售金额、销售占比等

报告期内，公司各类客户对应的主要终端销售品牌、销售数量、销售金额、销售占比、平均毛利率具体情况如下：

1. 2020年度主要终端品牌情况

客户类型	品牌	客户名称	产品类别	销售数量 (万辆)	销售金额(万元)	占同类客户 收入比例	平均毛利率
自行车批发商	GW/FLIP/LOGAN	HA BICICLETAS SA	整车	20.43	5,845.66	6.88%	9.66%
			配件	-	10,743.95	12.64%	11.29%
			其他	-	2,196.94	2.58%	14.10%
			小计	20.43	18,786.55	22.10%	11.11%
	ZUBR/MUSTANG/VIPER/MCN/AZIMUT	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO., LTD.	整车	18.15	8,842.64	10.40%	19.66%
			配件	-	890.98	1.05%	13.36%
			其他	-	5,291.81	6.22%	14.44%
			小计	18.15	15,025.43	17.67%	17.44%
	ABSOLUTE/LOGAN	ISAPA IMPORTACAO E COMERCIO LTDA	配件	-	7,338.41	8.63%	10.01%
			其他	-	643.13	0.76%	7.87%
			小计	-	7,981.55	9.39%	9.83%
	RALI	CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA 及其关联方	整车	8.47	5,147.80	6.06%	21.76%
			配件	-	901.22	1.06%	21.29%
			其他	-	1,612.65	1.90%	16.08%
			小计	8.47	7,661.67	9.01%	20.51%
	Hyper/Cyclops/sullivan	Hyper Extension Ltd	整车	13.55	3,296.12	3.88%	17.55%
配件			-	0.33	0.00%	2.24%	
小计			13.55	3,296.46	3.88%	17.54%	
合计				60.59	52,751.66	62.05%	14.49%
自行车制造商	PANTHER/T ELEFUNKEN /MINERC/M INERVA/ZU NDAPP/BBF /LEADER	LIDER-96 EOOD	整车	10.57	12,100.44	13.62%	16.57%
			配件	-	323.57	0.36%	28.10%
			其他	-	54.54	0.06%	17.81%
			小计	10.57	12,478.55	14.05%	16.87%
	UMIT/ALTEC/MOSSO/LOGAN	UMIT BISIKLET SANAYI VE TICARET A. S.	整车	4.51	1,960.82	2.21%	9.88%
			配件	-	7,389.29	8.32%	11.56%
			其他	-	123.49	0.14%	9.30%
			小计	4.51	9,473.60	10.66%	11.18%
	BENOTTO	DISTRIBUIDORA DE BICICLETAS BENOTTO SA DE CV	整车	25.03	6,058.44	6.82%	14.15%
			配件	-	461.56	0.52%	13.54%
			其他	-	6.86	0.01%	12.03%
			小计	25.03	6,526.86	7.35%	14.10%
	FAMily/ma	P. T. INDONESIA	整车	32.21	5,283.78	5.95%	12.49%

客户类型	品牌	客户名称	产品类别	销售数量(万辆)	销售金额(万元)	占同类客户收入比例	平均毛利率	
	ximo/inferno/kutarides/toyotomi	TUNGGAL CITRA及其关联方	配件	-	294.36	0.33%	10.31%	
			其他	-	123.36	0.14%	11.42%	
			小计	32.21	5,701.50	6.42%	12.36%	
	SLP	BICI PERETTI S. A.	整车	14.98	4,854.54	5.46%	13.18%	
			配件	-	274.28	0.31%	13.17%	
			其他	-	129.59	0.15%	12.13%	
			小计	14.98	5,258.41	5.92%	13.15%	
	合计				87.30	39,438.93	44.40%	13.90%
	自行车零售商	Infinity	Action Traders Ltd.	整车	7.40	3,844.69	14.85%	11.25%
				小计	7.40	3,844.69	14.85%	11.25%
JEEP/FRATTA/SCOOP/BARBIE/HOTWHEEL/SUPERMAN/BATMAN		FALABELLA RETAIL S. A.	整车	7.67	3,635.77	14.05%	22.40%	
			小计	7.67	3,635.77	14.05%	23.22%	
TOTEM		Gonser AG	整车	1.97	2,101.99	8.12%	18.29%	
			配件	-	49.03	0.19%	18.77%	
			其他	-	838.89	3.24%	22.77%	
			小计	1.97	2,989.91	11.55%	19.56%	
MOMAS		Kajakk Og Fritid As	整车	0.49	2,199.48	8.50%	15.46%	
			配件	-	88.37	0.34%	19.91%	
			小计	0.49	2,287.85	8.84%	15.64%	
GXMOTOR		INDIVIDUALNIY PREDPRINIMATEL MR KUCHERENKO VLADISLAV VIKTOROVICH	配件	-	764.88	2.95%	7.36%	
			其他	-	421.22	1.63%	7.29%	
			小计	-	1,186.10	4.58%	7.34%	
合计				17.52	13,944.33	53.87%	16.54%	

注1: 配件类、其他类产品种类繁多,且计量单位不统一,未统计销售数量

注2: 上表统计的终端销售品牌主要为整车的品牌,配件类及其他类产品一般无终端销售品牌

2. 2019年度主要终端品牌情况

客户类型	品牌	客户名称	产品类别	销售数量(万辆)	销售金额(万元)	占同类客户收入比例	平均毛利率
自行车批发商	GW/FLIP/LOGAN	HA BICICLETAS SA	整车	22.63	6,331.03	10.03%	12.72%
			配件	-	7,867.30	12.46%	10.93%
			其他	-	1,912.69	3.03%	14.51%

客户类型	品牌	客户名称	产品类别	销售数量 (万辆)	销售金额(万元)	占同类客户收入比例	平均毛利率
			小计	22.63	16,111.02	25.52%	12.06%
	ZUBR/MUSTANG/VIPER/MCN	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO., LTD.	整车	9.61	4,008.32	6.35%	13.17%
			配件	-	1,214.48	1.92%	13.29%
			其他	-	5,602.71	8.88%	9.58%
			小计	9.61	10,825.51	17.15%	11.32%
	ABSOLUTE/LOGAN	ISAPA IMPORTACAO E COMERCIO LTDA	配件	-	3,334.75	5.28%	9.49%
			其他	-	472.64	0.75%	10.28%
			小计	-	3,807.39	6.03%	9.59%
	RALI/upland	CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA 及其关联方	整车	9.14	3,233.07	5.12%	12.61%
			配件	-	166.80	0.26%	23.04%
			其他	-	28.46	0.05%	18.70%
			小计	9.14	3,428.32	5.43%	13.16%
	Hyper/Cyclops/sullivan	Hyper Extension Ltd	整车	12.93	3,027.94	4.80%	13.27%
合计				54.32	37,200.18	58.93%	11.79%
自行车制造商	PANTHER/T ELEFUNKEN/MINERC/MINERVA/ZUNDAPP/BBF/LEADER	LIDER-96 EOOD	整车	3.49	10,660.51	14.94%	15.01%
			配件	-	504.82	0.71%	15.80%
			小计	3.49	11,165.32	15.65%	15.04%
	BENOTTO	DISTRIBUIDORA DE BICICLETAS BENOTTO SA DE CV	整车	24.42	5,918.95	8.30%	14.91%
			配件	-	497.17	0.70%	11.28%
			小计	24.42	6,416.12	8.99%	14.63%
	FOXX/MIKADO/STINGER/NOVATRACK	MEGAN, LLC 及其关联方	整车	17.66	5,670.50	7.95%	10.30%
			配件	-	478.05	0.67%	6.71%
			小计	17.66	6,148.34	8.62%	9.74%
	UMIT/ALTEC/MOSSO/CARRERA/BABYHOPE/LOGAN	UMIT BIKIKLET SANAYI VE TICARET A. S.	整车	1.12	478.05	0.67%	6.71%
			配件	-	5,237.44	7.34%	9.92%
			其他	-	294.34	0.41%	12.18%
			小计	1.12	6,009.83	8.42%	9.77%
	SLP	BICI PERETTI S. A.	整车	12.04	4,286.29	6.01%	14.33%
			配件	-	123.01	0.17%	10.69%
			其他	-	21.89	0.03%	10.56%

客户类型	品牌	客户名称	产品类别	销售数量 (万辆)	销售金额(万元)	占同类客户收入比例	平均毛利率	
			小计	12.04	4,431.19	6.21%	14.21%	
合计				58.73	34,170.81	47.89%	12.98%	
自行车零售商	JEEP/FRATTA/SCOOP/ BARBIE/HO TWHEEL/SUPERMAN/BATMAN	FALABELLA RETAIL S.A.	整车	8.68	4,508.10	15.72%	24.41%	
			配件	-	21.42	0.07%	25.04%	
			小计	8.68	4,529.52	15.79%	24.41%	
	TOTEM	Gonser AG	整车	2.61	3,326.89	11.60%	16.56%	
			配件	-	117.64	0.41%	17.35%	
			其他	-	0.96	0.00%	16.49%	
			小计	2.61	3,445.49	12.01%	16.58%	
	Infinity	Action Traders Ltd.	整车	5.19	2,637.83	9.20%	11.51%	
			小计	5.19	2,637.83	9.20%	11.51%	
	MOMAS	Kajakk Og Fritid As	整车	0.50	2,436.74	8.50%	12.34%	
			配件	-	55.33	0.19%	19.53%	
			小计	0.50	2,492.07	8.69%	12.50%	
	AVALANCHE	CENCOSUD RETAIL S.A.	整车	5.57	1,698.12	5.92%	27.33%	
			配件	-	0.31	0.00%	23.00%	
			小计	5.57	1,698.43	5.92%	27.33%	
	合计				22.56	14,803.34	51.61%	18.62%

注1: 配件类、其他类产品种类繁多,且计量单位不统一,未统计销售数量

注2: 上表统计的终端销售品牌主要为整车的品牌,配件类及其他类产品一般无终端销售品牌

3. 2018年度主要终端品牌情况

客户类型	品牌	客户名称	产品类别	销售数量 (万辆)	销售金额 (万元)	占同类客户收入比例	平均毛利率
自行车批发商	GW/FLIP/GX MOTOR/LOGAN	HA BICICLETAS SA	整车	25.21	6,425.71	7.45%	13.46%
			配件	-	9,687.67	11.23%	9.67%
			其他	-	1,027.36	1.19%	10.86%
			小计	25.21	17,140.74	19.86%	11.16%
	GXMOTOR/ZUBR/MUSTANG/VIPER	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO., LTD.	整车	11.12	3,407.47	3.95%	10.48%
			配件	-	1,005.78	1.17%	12.50%
			其他	-	9,762.25	11.31%	8.30%
			小计	11.12	14,175.50	16.43%	9.12%
	FAMily/maximo/infern	P. T. INDONESIA TUNGGAL	整车	19.14	4,693.00	5.44%	16.31%
			配件	-	259.66	0.30%	13.81%

客户类型	品牌	客户名称	产品类别	销售数量 (万辆)	销售金额 (万元)	占同类客户 收入比例	平均毛 利率	
	o/kuta-rides/toyotomi/TOTEM	CITRA 及其关联方	其他	-	1,553.41	1.80%	12.36%	
			小计	19.14	6,506.06	7.54%	15.26%	
	RALI	CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA 及其关联方	其他	-	3,111.07	3.61%	14.26%	
			整车	7.43	1,688.24	1.96%	21.42%	
			配件	-	352.53	0.41%	22.77%	
			小计	7.43	5,151.84	5.97%	17.19%	
	Hyper/Cyclops/sullivan	Hyper Extension Ltd	整车	14.05	3,113.13	3.61%	8.23%	
			小计	14.05	3,113.13	3.61%	8.23%	
	合计				76.94	46,087.27	53.41%	11.59%
	自行车制造商	PANTHER/TELEFUNKEN/MINERC/MINERVA/ZUNDAPP/BBF/LEADER	LIDER-96 EOOD	整车	2.73	6,795.87	10.29%	15.02%
配件				-	1,393.56	2.11%	15.75%	
小计				2.73	8,189.43	12.40%	15.15%	
BENOTTO		DISTRIBUIDOR A DE BICICLETAS BENOTTO SA DE CV	整车	22.76	6,083.89	9.21%	14.64%	
			配件	-	568.06	0.86%	11.87%	
			小计	22.76	6,651.95	10.07%	14.41%	
FOXX/MIKADO/STINGER/NOVATRACK		MEGAN, LLC 及其关联方	整车	22.63	5,680.42	8.60%	10.46%	
			配件	-	571.93	0.87%	15.41%	
			其他	-	10.85	0.02%	6.16%	
			小计	22.63	6,263.20	9.49%	10.90%	
UMIT/ALTEC/MOSSO/CARRERA/BABYHOPE		UMIT BISIKLET SANAYI VE TICARET A. S.	整车	2.48	958.94	1.45%	10.11%	
			配件	-	4,365.45	6.61%	10.15%	
			其他	-	200.28	0.30%	10.51%	
			小计	2.48	5,524.67	8.37%	10.15%	
SLP		BICI PERETTI S. A.	整车	10.76	4,570.04	6.92%	14.63%	
			配件	-	110.18	0.17%	16.52%	
			小计	10.76	4,680.22	7.09%	14.68%	
合计				61.36	31,309.47	47.42%	13.19%	
自行车零售商		JEEP/FRATTA/SCOOP/BARBIE/HOTWHEEL/SUPERMAN/BATMAN	FALABELLA RETAIL S. A.	整车	8.28	4,124.07	16.40%	23.09%
				小计	8.28	4,124.07	16.40%	20.24%
	Infinity	Action Traders Ltd.	整车	5.79	2,796.55	11.12%	9.70%	
			配件	-	1.25	0.00%	22.67%	
			其他	-	5.66	0.02%	26.58%	
			小计	5.79	2,803.45	11.15%	9.74%	
	GONSER/TOTEM	Gonser AG	整车	1.48	1,772.04	7.05%	16.31%	
			配件类	-	57.82	0.23%	23.14%	

客户类型	品牌	客户名称	产品类别	销售数量 (万辆)	销售金额 (万元)	占同类客户 收入比例	平均毛 利率
			小计	1.48	1,829.86	7.28%	16.53%
	AVALANCHE	CENCOSUD RETAIL S. A.	整车	6.20	1,761.49	7.01%	26.01%
			配件	-	0.08	0.00%	16.24%
			小计	6.20	1,761.57	7.01%	26.01%
	IRONMAX	Ironmax Bikes&Toys Co Ltd	整车	4.93	1,499.51	5.96%	16.51%
			配件	-	58.93	0.23%	9.25%
			其他	-	3.09	0.01%	13.83%
			小计	4.93	1,561.53	6.21%	16.23%
合计				26.68	12,080.48	48.05%	17.57%

注1：配件类、其他类产品种类繁多，且计量单位不统一，未统计销售数量

注2：上表统计的终端销售品牌主要为整车的品牌，配件类及其他类产品一般无终端销售品牌

报告期内，公司的客户类型包括自行车批发商、制造商和零售商等，并通过电商平台主要销售自主品牌。公司主要采取 ODM 模式贴客户的品牌向其销售，公司销售客户广泛，且客户多品牌经营，因此终端品牌众多；其中，自行车批发商的主要终端销售品牌包括 ZUBR/MUSTANG/VIPER/MCN/AZIMUT、GW/FLIP/LOGAN、ABSOLUTE、RALI、Hyper/Cyclops/sullivan 等；自行车制造商的主要终端销售品牌包括 BENOTTO、UMIT/ALTEC/MOSSO/LOGAN、SLP、PANTHER/TELEFUNKEN/MINERC/MINERVA/ZUNDAPP/BBF/LEADER 等；自行车零售商的主要终端销售品牌包括 Infinity、GONSER/TOTEM、IRONMAX、JEEP/FRATTA/SCOOP/BARBARIE/HOTWHEEL/SUPERMAN/BATMAN 等。

(二) 说明按销售模式划分的对应终端销售品牌及销售数量、销售金额、销售占比、平均毛利率，以及报告期各期 ODM、OBM 模式下主要客户的终端销售品牌情况，包括客户名称及对应客户的销售品牌、销售数量、销售金额、销售占比

报告期内，公司各销售模式对应的主要终端销售品牌、销售数量、销售金额、销售占比、平均毛利率具体情况如下：

1. 2020年度主要终端品牌情况

销售模式	品牌	客户名称	产品类别	销售数量 (万辆)	销售金额 (万元)	占同类模式 收入比例	平均毛 利率
ODM 模式	PANTHER/ TELEFUNK EN/MINER C/MINERVA/ ZUNDAPP/ BBF/LE	LIDER-96 EOOD	整车	10.57	12,100.44	9.49%	16.57%
			配件	-	322.88	0.25%	28.11%
			小计	10.57	12,423.32	9.74%	16.87%

销售模式	品牌	客户名称	产品类别	销售数量 (万辆)	销售金额 (万元)	占同类模式 收入比例	平均毛利率	
	ADER							
	AZIMUT/M USTANG/V IPER	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO.,LTD.	整车	16.97	6,845.07	5.37%	21.02%	
			配件	-	1.15	0.00%	17.59%	
			小计	16.97	6,846.22	5.37%	21.02%	
	GW/FLIP	HA BICICLETAS SA	整车	19.36	5,745.21	4.50%	9.53%	
			配件	-	435.28	0.34%	16.71%	
			小计	19.36	6,180.49	4.85%	10.03%	
	BENOTTO	DISTRIBUIDORA DE BICICLETAS BENOTTO SA DE CV	整车	25.03	6,058.44	4.75%	14.15%	
			配件	-	27.89	0.02%	11.98%	
			小计	25.03	6,086.34	4.77%	14.14%	
	FAMily/m aximo/in ferno/ku ta-rides /toyotom i	P. T. INDONESIA TUNGGAL CITRA 及其 关联方	整车	24.37	4,973.30	3.90%	13.67%	
	合计				96.29	36,509.66	28.62%	15.60%
	OBM 模 式	ZUBR	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO.,LTD.	整车	0.15	391.79	1.16%	15.01%
其他				-	4,952.21	14.66%	14.18%	
小计				0.15	5,344.00	15.82%	14.24%	
LOGAN		HA BICICLETAS SA	配件	-	4,660.95	13.79%	10.09%	
LOGAN		SOCIETE EURO CYCLES SA	配件	-	1,057.92	3.13%	17.34%	
LOGAN		DENVER SRL	配件	-	679.23	2.01%	17.36%	
GXMOTOR		INDIVIDUALNIY PREDPRINIMATEL MR KUCHERENKO VLADISLAV VIKTOROVICH	配件	-	381.12	1.13%	8.67%	
			其他	-	250.55	0.74%	8.00%	
			小计	-	631.66	1.87%	8.40%	
合计				0.15	12,373.76	36.62%	12.82%	
OEM 模 式	GW	HA BICICLETAS SA	其他	-	1,320.33	93.24%	15.45%	
	DAAFU	ARPAG DAYANIKLI TUKETIM MALLARI TICARET VE PAZARLAMA LTD. STI	配件	-	26.90	1.90%	7.08%	
	AIST	MotoVeloZavod, Ltd.	配件	-	16.68	1.18%	7.53%	
	Raleigh	DAL SANTO I. C. S. A.	其他	-	14.59	1.03%	8.67%	
	KANDS/LA ZARO	TYLEC ROMAN FIRMA HANDLOWO-USLUGOWO -PRODUKCYJNA TRANS-ROWER	配件	-	11.15	0.79%	14.16%	
合计				-	1,389.65	98.13%	15.11%	

销售模式	品牌	客户名称	产品类别	销售数量 (万辆)	销售金额 (万元)	占同类模式 收入比例	平均毛利率
贸易模式	无终端销售品牌	HA BICICLETAS SA	整车	1.07	100.45	0.17%	17.26%
			配件	-	5,647.73	9.32%	11.86%
			其他	-	876.61	1.45%	12.06%
			小计	1.07	6,624.78	10.93%	11.96%
	无终端销售品牌	A 客户	玩具	-	6,066.73	10.01%	48.74%
	无终端销售品牌	UMIT BISIKLET SANAYI VE TICARET A. S.	整车	0.18	94.21	0.16%	9.54%
			配件	-	5,287.37	8.73%	10.76%
			其他	-	123.49	0.20%	9.30%
			小计	0.18	5,505.07	9.08%	10.70%
	无终端销售品牌	ISAPA IMPORTACAO E COMERCIO LTDA	配件	-	4,231.92	6.98%	9.57%
			其他	-	643.13	1.06%	7.87%
			小计	-	4,875.06	8.05%	9.35%
	RALI/无终端销售品牌	CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA 及其关联方	整车	0.33	1,814.10	2.99%	23.61%
			配件	-	689.47	1.14%	20.68%
			其他	-	1,612.65	2.66%	16.08%
			小计	0.33	4,116.22	6.79%	20.17%
合计				1.58	27,187.86	44.87%	20.69%

注 1: 配件类、其他类产品种类繁多, 且计量单位不统一, 未统计销售数量

注 2: 上表统计的终端销售品牌主要为整车的品牌, 配件类及其他类产品一般无终端销售品牌

2. 2019年度主要终端品牌情况

销售模式	品牌	客户名称	产品类别	销售数量 (万辆)	销售金额 (万元)	占同类模式 收入比例	平均毛利率
ODM 模式	PANTHER/ TELEFUNK EN/MINER C/MINERV A/ZUNDAP P/BBF/LE ADER	LIDER-96 EOOD	整车	3.49	10,660.51	9.18%	15.01%
			配件	-	374.71	0.32%	15.32%
			小计	3.49	11,035.22	9.50%	15.02%
	GW/FLIP	HA BICICLETAS SA	整车	22.63	6,331.03	5.45%	12.72%
			配件	-	1,652.93	1.42%	15.22%
			其他	-	0.27	0.00%	13.10%
			小计	22.63	7,984.23	6.87%	13.24%
	BENOTTO	DISTRIBUIDORA DE BICICLETAS BENOTTO SA DE CV	整车	24.42	5,918.95	5.09%	14.90%
			小计	24.42	5,918.95	5.09%	14.90%
	FOXX/MIK ADO/STIN GER/NOVA	MEGAN, LLC 及其关联方	整车	14.54	4,301.29	3.70%	6.89%
			小计	14.54	4,301.29	3.70%	6.89%

销售模式	品牌	客户名称	产品类别	销售数量 (万辆)	销售金额 (万元)	占同类模式收入比例	平均毛利率
	TRACK						
	SLP	BICI PERETTI S. A.	整车	12.04	4,286.29	3.69%	14.33%
			配件	-	0.92	0.00%	16.06%
			小计	12.04	4,287.21	3.69%	14.33%
合计				77.12	33,526.90	28.86%	13.44%
OBM模式	ZUBR	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO., LTD.	农机等	-	5,572.81	30.27%	9.53%
	LOGAN	HA BICICLETAS SA	配件	-	3,857.82	20.96%	8.02%
	LOGAN	SOCIETE EURO CYCLES SA	配件	-	923.33	5.02%	16.89%
	LOGAN	DENVER SRL	配件	-	841.27	4.57%	15.80%
	LOGAN	ISAPA IMPORTACAO E COMERCIO LTDA	配件	-	544.11	2.96%	6.38%
合计				-	11,739.34	63.77%	9.91%
OEM模式	GW	HA BICICLETAS SA	其他	-	723.05	57.72%	20.44%
			配件	-	169.61	13.54%	14.14%
			小计	-	892.66	71.25%	19.24%
	DISNEY	LAHSEN HERMANOS SPA	整车	1.42	268.20	21.41%	9.49%
	UNITED	UNITED SALES AGENCY	整车	0.17	54.84	4.38%	12.55%
	Raleigh	DAL SANTO I. C. S. A.	其他	-	37.07	2.96%	7.32%
合计				1.59	1,252.77	100.00%	16.51%
贸易模式	无终端销售品牌	A 客户	玩具	-	8,847.39	21.69%	48.85%
	无终端销售品牌	HA BICICLETAS SA	配件	-	2,186.93	5.36%	12.56%
			其他	-	1,189.37	2.92%	10.91%
			小计	-	3,376.30	8.28%	11.98%
	ZUBR/VIPER/无终端销售品牌	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO., LTD.	整车	0.40	1,275.30	3.13%	15.14%
			配件	-	1,201.52	2.95%	13.24%
			其他	-	29.89	0.07%	18.49%
			小计	0.40	2,506.71	6.15%	14.26%
	无终端销售品牌	UMIT BISIKLET SANAYI VE TICARET A. S.	配件	-	2,453.29	6.02%	9.61%
	无终端销售品牌	DAL SANTO I. C. S. A.	配件	-	2,137.15	5.24%	9.93%
			其他	-	76.04	0.19%	8.43%
小计			-	2,213.19	5.43%	9.88%	
合计				0.40	19,396.88	47.56%	28.56%

注 1: 配件类、其他类产品种类繁多, 且计量单位不统一, 未统计销售数量

注 2: 上表统计的终端销售品牌主要为整车的品牌, 配件类及其他类产品一般无终端销售品牌

3. 2018年度主要终端品牌情况

销售模式	品牌	客户名称	产品类别	销售数量 (万辆)	销售金额 (万元)	占同类模式 收入比例	平均毛利率
ODM 模式	GW/FLIP	HA BICICLETAS SA	整车	25.21	6,425.71	5.21%	13.46%
			配件	-	3,247.52	2.64%	11.10%
			其他	-	0.40	0.00%	17.29%
			小计	25.21	9,673.63	7.85%	12.67%
	PANTHER/ TELEFUNK EN/MINER C/MINERVA/ ZUNDAPP/ BBF/LEADER	LIDER-96 EOOD	整车	2.73	6,795.87	5.51%	15.02%
			配件	-	931.75	0.76%	15.76%
			小计	2.73	7,727.62	6.27%	15.11%
	BENOTTO	DISTRIBUIDORA DE BICICLETAS BENOTTO SA DE CV	整车	22.76	6,093.42	4.94%	14.58%
			小计	22.76	6,093.42	4.94%	14.58%
	FOXX/MIK ADO/STINGER/ NOVA TRACK	MEGAN, LLC 及其关联方	整车	22.63	5,693.26	4.61%	10.42%
			小计	22.63	5,693.26	4.62%	10.42%
	FAMily/T OTEM	P. T. INDONESIA TUNGGAL CITRA 及其关联方	整车	19.14	4,693.00	3.81%	16.31%
			配件	-	72.02	0.06%	17.34%
			小计	19.14	4,765.02	3.87%	16.32%
	合计				92.47	33,952.95	27.55%
OBM 模式	GXMOTOR/ ZUBR	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO., LTD.	农机等	-	9,888.74	61.98%	9.50%
	GXMOTOR/ LOGAN	HA BICICLETAS SA	配件	-	2,110.33	13.23%	11.22%
	LOGAN	ISAPA IMPORTACAO E COMERCIO LTDA	配件	-	755.91	4.74%	9.02%
	LOGAN	SOCIETE EURO CYCLES SA	配件	-	575.96	3.61%	12.73%
	LOGAN	DENVER SRL	配件	-	454.00	2.85%	16.48%
合计				-	13,784.94	86.41%	10.10%
OEM 模式	GW	HA BICICLETAS SA	其他	-	476.46	30.39%	9.87%
	DISNEY	LAHSEN HERMANOS SPA	整车	2.19	447.71	28.56%	17.82%
	UNITED	UNITED SALES AGENCY	整车	0.90	250.21	15.96%	10.37%
	MONARK	MONARK PERU SA	整车	0.88	229.29	14.63%	24.66%
	W	WALDEMAR	整车	0.24	58.46	3.73%	11.97%
合计				4.21	1,462.13	93.27%	14.79%

销售模式	品牌	客户名称	产品类别	销售数量 (万辆)	销售金额 (万元)	占同类模式 收入比例	平均毛 利率	
贸易模式	GW/FLIP	HA BICICLETAS SA	配件	-	4,329.82	11.58%	7.83%	
			其他	-	550.51	1.47%	11.71%	
			小计	-	4,880.33	13.05%	8.27%	
	RALI	CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA 及其关联方	轮胎等	-	3,111.07	8.32%	14.26%	
			配件	-	352.53	0.94%	22.77%	
			小计	-	3,463.60	9.26%	15.12%	
	无终端销售品牌	UMIT BISIKLET SANAYI VE TICARET A. S.	配件	-	2,249.31	6.01%	10.25%	
	EVOL	LEN IMPORTACIONES SAS	配件	-	1,930.66	5.16%	10.13%	
			其他	-	125.09	0.33%	10.48%	
			小计	-	2,055.74	5.50%	10.15%	
	无终端销售品牌	DAL SANTO I. C. S. A.	配件	-	1,864.77	4.99%	10.95%	
			其他	-	56.75	0.15%	13.61%	
			小计	-	1,921.52	5.14%	11.03%	
	合计				-	14,570.50	38.96%	10.83%

注1：配件类、其他类产品种类繁多，且计量单位不统一，未统计销售数量

注2：上表统计的终端销售品牌主要为整车的品牌，配件类及其他类产品一般无终端销售品牌

报告期内，公司以 ODM 模式为主，终端销售主要品牌包括 PANTHER/TELEFUNKEN/MINERC/MINERVA/ZUNDAPP/BBF/LEADER、AZIMUT/MUSTANG/VIPER、GW/FLIP、BENOTTO、FAMILY/TOTEM、FOXX/MIKADO/STINGER/NOVATRACK 等；公司 OBM 模式线下销售主要以配件等产品为主，终端销售主要品牌包括 LOGAN、ZUBR/VIPER、GXMOTOR 等；报告期内，公司 OEM 模式销售金额较小，终端销售主要品牌包括 GW、DISNEY 等；贸易模式下，公司主要销售自行车配件、玩具等，系直接向供应商购买后向客户进行销售，因此，无相应的终端销售品牌。

(三)说明电商平台用户交易的 IP、MAC 地址穿透核查情况，是否存在单个 IP 或 MAC 地址的异常大额或重复购买等异常交易情形，是否存在刷单、刷机等形式，电商平台销售收入是否真实、准确

报告期内，公司通过电商平台的线上销售收入金额及占比如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
----	---------	---------	---------

电商收入	17,821.71	4,734.79	845.66
主营业务收入	228,421.73	179,324.66	181,980.72
电商收入占比	7.80%	2.64%	0.46%

报告期内，公司通过电商平台的线上销售收入金额分别为 845.66 万元、4,734.79 万元和 17,821.71 万元，占同期主营业务收入的比例分别为 0.46%、2.64% 和 7.80%，其中 2018 年金额及占比较低；2020 年受新冠疫情的影响，终端用户线上购买增加，使得公司 2020 年通过亚马逊等电商平台实现的收入增长较快。

公司电商平台主要涉及亚马逊与天猫，上述平台对商户开放了包括用户账号名称、下单时间、商品名称、购买价格、联系方式以及用户送货地址等商户经营所需的业务数据，由于 IP 与 MAC 地址非商户经营必须的业务数据，且该部分数据存储于亚马逊和天猫平台的数据库内，数据所有权属于电商平台，未开放接口供商家进行查询，公司与中介机构无法获取电商平台用户交易的 IP 与 MAC 地址。

鉴于无法获取 IP、MAC 地址，我们实施了用户集中度分析、产品集中度分析、收货地址集中度分析以及下单时间点集中度分析等程序对电商收入相关的业务数据进行了核查，核查结果如下：

1. 用户交易集中度分析

根据与收入相关的销售订单数据，分下单账号统计 2019 年至 2020 年的交易金额集中情况，统计结果如下：

(1) 亚马逊平台

1) 2020 年度

数量单位：笔；金额单位：美元

下单账号	交易笔数	交易金额	平均每笔交易金额
61pkgwm0nx4n6xf@marketplace.amazon.co.uk	131	15,409.85	117.63
dhr6qtfvlyrnqt4@marketplace.amazon.com	6	10,469.20	1,744.87
ndx4pk9y535klzy@marketplace.amazon.co.uk	106	10,048.62	94.80
q97zq77bvtpk752@marketplace.amazon.com	146	9,023.82	61.81
4v5ds827swyc8tg@marketplace.amazon.com	1	7,699.30	7,699.30
jq7rfm6fz4w7nwn@marketplace.amazon.com	9	5,809.81	645.53
n341p0d617ky87g@marketplace.amazon.co.uk	56	4,730.43	84.47
jh100qcr617b4lx@marketplace.amazon.com	2	4,499.75	2,249.88

下单账号	交易笔数	交易金额	平均每笔交易金额
lck24rs6sbbw555@marketplace. amazon. co. uk	43	4,321.15	100.49
rmc1s8hcwjygb6@marketplace. amazon. com	1	3,678.74	3,678.74
0p2gx53rbz19lc5@marketplace. amazon. de	30	3,459.07	115.30
9rfq8ylr34rxkmw@marketplace. amazon. de	29	3,284.88	113.27
5gpp4s6l2wk3cm6@marketplace. amazon. com	5	3,059.88	611.98
vh5b3mfpkq791zg@marketplace. amazon. com	5	2,629.93	525.99
mgzrcjjq500t9pr@marketplace. amazon. com	2	2,619.91	1,309.96
gkd0sz0rx66z17n@marketplace. amazon. com	1	2,559.92	2,559.92
d0vzbghd24p21q@marketplace. amazon. com	1	2,399.94	2,399.94
xr5mwh4762j9g2z@marketplace. amazon. com	5	2,239.94	447.99
sjhy3h0xwrbf177@marketplace. amazon. com	7	2,056.93	293.85
yfbvkl1t0xdtzbg@marketplace. amazon. com	4	2,039.94	509.99
前 20 用户	590	102,041.01	172.95
前 100 用户	814	202,130.45	248.32
前 1000 用户	2,237	860,384.87	384.62
2020 年所有用户	252,290	24,490,344.12	97.07

2) 2019 年度

数量单位：笔；金额单位：美元

下单账号	交易笔数	交易金额	平均每笔交易金额
djlt312tbwbcxqy@marketplace. amazon. com	8	4,269.60	533.70
lqczl619s089thc@marketplace. amazon. com	1	4,049.78	4,049.78
2ftlqrnzqlddr9@marketplace. amazon. com	1	2,239.60	2,239.60
rlb35gzynzjv28c@marketplace. amazon. com	1	1,799.85	1,799.85
q97zq77bvtpk752@marketplace. amazon. com	54	1,664.46	30.82
b5htsmp9102vjlz@marketplace. amazon. com	1	1,409.88	1,409.88
9xldwpczrmz3z1b@marketplace. amazon. com	1	1,319.88	1,319.88
x12g3gy73d68722@marketplace. amazon. com	1	1,269.88	1,269.88
rxt7mgdkcjc51m@marketplace. amazon. com	3	1,119.80	373.27
clfwbs8q689b06c@marketplace. amazon. com	2	999.91	499.96
mfz9rgh0flvy2b2@marketplace. amazon. com	1	989.91	989.91
7wbgbn2jbrq7xvt@marketplace. amazon. com	2	959.94	479.97
v1r4lvzv32zym8f@marketplace. amazon. com	1	959.92	959.92
8nz8nwtzq7gqxq@marketplace. amazon. com	3	939.94	313.31
7rqgdg57g9hjwkl@marketplace. amazon. com	2	879.92	439.96

下单账号	交易笔数	交易金额	平均每笔交易金额
1nh8j60dv5zczc3@marketplace.amazon.com	1	839.94	839.94
jhdml1j8n933j9k@marketplace.amazon.com	1	839.91	839.91
95hw67hjk40z3q4@marketplace.amazon.com	2	809.93	404.97
41t98gfzzyjytg9@marketplace.amazon.com	2	779.94	389.97
kw1903xywjsm0yq@marketplace.amazon.com	1	749.94	749.94
前 20 用户	89	28,891.93	324.63
前 100 用户	248	72,522.77	292.43
前 1000 用户	1,485	346,911.16	233.61
2019 年所有用户	99,697	6,689,974.08	67.10

报告期内，公司亚马逊平台前 20 大客户中，2019 年和 2020 年 q97zq77bvtpk752@marketplace.amazon.com 存在集中购买的情况，购买次数较多，经查询订单明细，主要系购买零配件，交易总金额较小，无异常。2020 年 61pkgwm0nx4n6xf@marketplace.amazon.co.uk 、 ndx4pk9y535klzy@marketplace.amazon.co.uk 存在集中购买的情况，购买次数较多，经查询订单明细，主要系亚马逊的批发商类型的客户，交易总金额较小，无异常。除此之外，前 20 名无下单次数集中的用户。

公司在亚马逊平台主要销售儿童自行车、成人自行车及配件等，2019 年和 2020 年，公司亚马逊平台前 20 大客户中，存在单笔交易金额较大的情形，经查询订单明细，主要系单笔订单购买的数量较多所致，经核查销售单价不存在异常情形。具体如下：

年度	下单账号	交易笔数	交易金额	平均每笔交易金额	产品类别	交易数量 (辆)	销售单价 (美元)
2020 年度	dhr6qtfvlyrnqt4@marketplace.amazon.com	6	10,469.20	1,744.87	儿童自行车	73	109.99-139.99
	4v5ds827swyc8tg@marketplace.amazon.com	1	7,699.30	7,699.30	儿童自行车	70	109.99
	jh100qcr617b41x@marketplace.amazon.com	2	4,499.75	2,249.88	儿童自行车	25	179.99
	rmcls8hcwavygb6@marketplace.amazon.com	1	3,678.74	3,678.74	儿童自行车	26	139.99-142.99
	mgzrcjjq500t9pr@marketplace.amazon.com	2	2,619.91	1,309.96	成人自行车	9	179.99-339.99
	gkd0sz0rx66z17n@marketplace.amazon.com	1	2,559.92	2,559.92	成人自行车	8	319.99
	d0vzbghd24p21q@marketplace.amazon.com	1	2,399.94	2,399.94	成人自行车	6	399.99
2019 年度	lqc1619s089thc@marketplace.amazon.com	1	4,049.78	4,049.78	成人自行车	22	169.99-199.99

年度	下单账号	交易笔数	交易金额	平均每笔交易金额	产品类别	交易数量(辆)	销售单价(美元)
	2ftlqrnzzqlddr9@marke tplace.amazon.com	1	2,239.60	2,239.60	儿童自行车	40	55.99
	rlb35gzynzjv28c@marke tplace.amazon.com	1	1,799.85	1,799.85	儿童自行车	15	119.99
	b5htsmp9102vjz@marke tplace.amazon.com	1	1,409.88	1,409.88	儿童自行车	12	109.99-119.99
	9x1dwcprzmz3z1b@marke tplace.amazon.com	1	1,319.88	1,319.88	儿童自行车	12	109.99
	x12g3gy73d68722@marke tplace.amazon.com	1	1,269.88	1,269.88	儿童自行车	12	99.99-109.99

(2) 天猫平台

1) 2020 年度

数量单位：笔；金额单位：元

下单账号	交易笔数	交易金额	平均每笔交易金额
五月花开 3	17	9,735.00	572.65
郑茂生 62575796	2	7,844.00	3,922.00
hantuo	6	2,794.00	465.67
tb886179449	4	1,850.00	462.50
孤影自怜矣	3	1,802.00	600.67
吕梁文鸿网络 5678	4	1,756.12	439.03
hh070303	3	1,608.90	536.30
waiting_jian	2	1,497.00	748.50
limomo20150113	3	1,439.20	479.73
xitiantang1	3	1,437.00	479.00
steel_蛋黄	3	1,437.00	479.00
达腾装饰工程有限公司	3	1,427.00	475.67
coco 小姐 1128	2	1,417.00	708.50
coolcoolpackage	2	1,367.00	683.50
maniyaahl	2	1,367.00	683.50
抖音鲁班	3	1,359.10	453.03
王忠坚	3	1,319.00	439.67
小磊不是石头 622	3	1,287.00	429.00
manu34414	3	1,227.00	409.00
qiancahngyou123	3	1,217.91	405.97
前 20 用户	74	45,188.23	610.65
前 100 用户	228	124,955.34	548.05
前 1000 用户	1,403	645,643.92	460.19

下单账号	交易笔数	交易金额	平均每笔交易金额
2020 年所有用户	9,775	3,284,914.54	336.05

2) 2019 年度

数量单位：笔；金额单位：元

下单账号	交易笔数	交易金额	平均每笔交易金额
五月花开 3	92	12,412.00	134.91
猎猎捕风 2017	3	1,815.00	605.00
tao_1314yan	1	1,651.00	1,651.00
高丹娜 0935	1	1,617.00	1,617.00
pch234230	1	1,497.00	1,497.00
小愁子 75	4	1,487.00	371.75
zhangxiaona930	1	1,178.00	1,178.00
蓝诺格格	2	1,129.00	564.50
kk9072mm9026	2	1,118.00	559.00
carmenlee64	1	1,108.00	1,108.00
tb_3194213	2	1,099.00	549.50
灵芝草 7310	2	1,086.00	543.00
静伊爱之美	2	1,078.00	539.00
可可爱美丽 2009	1	1,069.00	1,069.00
吕梁文鸿网络 5678	2	1,068.00	534.00
熊宝贝儿 2007	3	1,053.00	351.00
纳兰 mimi	2	1,048.00	524.00
tb960847898	2	1,048.00	524.00
李游 1988	1	1,028.00	1,028.00
xiaozhunick	2	1,019.00	509.50
前 20 用户	127	35,608.00	280.38
前 100 用户	240	94,016.16	391.73
前 1000 用户	1,235	562,699.29	455.63
2019 年所有用户	3,194	1,012,490.22	317.00

2019 年度单个客户购买 92 次，主要系批发商李巧荣（天猫账户名：五月花开 3）购买零配件，交易金额较小。除此之外，2019 年至 2020 年公司天猫平台年交易金额前 20 名未见异常集中的大额用户。

公司天猫旗舰店主要销售儿童自行车、成人自行车及配件等，2019 年和 2020 年，公司天猫平台前 20 大客户中，存在单笔交易金额较大的情形，经查询订单

明细，主要系单笔订单购买的数量较多所致，经核查销售单价不存在异常情形。

具体如下：

年度	下单账号	交易笔数	交易金额	平均每笔交易金额	产品类别	交易数量(辆)	销售单价(元)
2020年度	郑茂生 62575796	2	7,844.00	3,922.00	儿童自行车	16	465.67~505.00
2019年度	tao_1314yan	1	1,651.00	1,651.00	儿童自行车	3	550.33
	高丹娜 0935	1	1,617.00	1,617.00	儿童自行车	3	530.15~556.7
	pch234230	1	1,497.00	1,497.00	儿童自行车	3	499.00
	zhangxiaona930	1	1,178.00	1,178.00	儿童自行车	2	544.26~633.74
	carmenlee64	1	1,108.00	1,108.00	儿童自行车	2	554.00
	可可爱美丽 2009	1	1,069.00	1,069.00	儿童自行车	2	534.50
	李游 1988	1	1,028.00	1,028.00	儿童自行车	2	514.00

2. 收货地域分布分析

根据销售订单收货人的收货地址所在州进行收货地域分布分析。统计结果如下：

(1) 亚马逊平台

1) 2020年度

数量单位：个、笔；金额单位：美元

州名	下单账号数	交易笔数	交易金额	金额占比
加利福尼亚州	36,189	38,669	4,532,275.19	18.51%
得克萨斯州	14,176	14,985	1,595,722.86	6.52%
佛罗里达州	12,341	13,074	1,488,757.81	6.08%
纽约州	11,860	12,593	1,440,150.62	5.88%
新泽西州	7,407	7,854	903,091.90	3.69%
宾夕法尼亚州	7,190	7,586	808,238.96	3.30%
华盛顿州	6,481	6,823	756,590.61	3.09%
伊利诺伊州	7,109	7,556	755,508.55	3.08%
弗吉尼亚州	5,854	6,206	706,609.69	2.89%
马里兰州	4,741	5,031	597,800.05	2.44%
北卡罗来纳州	5,209	5,494	587,591.50	2.40%
密歇根州	5,418	5,712	545,520.96	2.23%
马萨诸塞州	4,806	5,071	533,972.16	2.18%
俄亥俄州	5,458	5,734	526,899.04	2.15%
乔治亚州	4,468	4,692	503,463.32	2.06%

州名	下单账号数	交易笔数	交易金额	金额占比
阿利桑那州	4,293	4,535	494,348.54	2.02%
科罗拉多州	3,921	4,121	397,461.11	1.62%
俄勒冈州	3,093	3,248	349,900.97	1.43%
犹他州	3,051	3,218	302,467.70	1.24%
田纳西州	2,760	2,921	292,242.19	1.19%
其他	77,914	82,520	6,371,730.39	26.02%
合计		247,643	24,490,344.12	100.00%

注：由于亚马逊平台包含美国、加拿大、日本、英国、德国以及墨西哥，上表只列式交易金额排名前20的州/省。未列式的州/省包含在其他中

2) 2019 年度

数量单位：个、笔；金额单位：美元

州名	下单账号数	交易笔数	交易金额	金额占比
加利福尼亚州	14,369	14,995	1,151,979.21	17.22%
得克萨斯州	6,147	6,348	445,531.00	6.66%
佛罗里达州	5,808	6,015	423,423.83	6.33%
纽约州	5,201	5,403	404,447.13	6.05%
华盛顿州	2,794	2,882	209,111.97	3.13%
宾夕法尼亚州	2,842	2,924	201,550.60	3.01%
伊利诺伊州	2,708	2,797	199,072.80	2.98%
新泽西州	2,942	3,050	198,757.92	2.97%
弗吉尼亚州	2,444	2,542	185,363.78	2.77%
北卡罗来纳州	2,330	2,412	169,563.79	2.53%
俄亥俄州	2,465	2,556	165,520.27	2.47%
乔治亚州	2,122	2,211	158,228.59	2.37%
马里兰州	2,163	2,249	149,970.41	2.24%
阿利桑那州	2,044	2,093	147,710.49	2.21%
马萨诸塞州	1,857	1,932	147,494.53	2.20%
密歇根州	2,213	2,279	139,986.23	2.09%
犹他州	1,777	1,845	123,133.74	1.84%
科罗拉多州	1,814	1,868	119,313.00	1.78%
俄勒冈州	1,496	1,549	110,299.00	1.65%
印第安纳州	1,377	1,412	91,114.05	1.36%
其他	30,245	30,229	1,748,401.75	26.13%
合计		99,591	6,689,974.08	100.00%

注：由于亚马逊平台包含美国、加拿大、日本、英国、德国以及墨西哥，上表只列式交易金额排名前20的州/省。未列式的州/省包含在其他中

2019年至2020年收货地域较为分散，各年主要地域未有明显波动，未见明显异常。

(2) 天猫平台

1) 2020年度

数量单位：个、笔；金额单位：元

省份	下单账号数	交易笔数	交易金额	金额占比
浙江省	1,979	2,143	698,973.26	21.28%
江苏省	1,139	1,270	432,143.99	13.16%
广东省	741	849	279,722.84	8.52%
山东省	469	507	172,632.65	5.26%
湖南省	450	496	164,612.90	5.01%
安徽省	380	409	134,179.10	4.08%
河南省	334	370	129,714.71	3.95%
北京	430	473	121,740.06	3.71%
河北省	307	336	118,184.89	3.60%
湖北省	279	301	108,831.26	3.31%
上海	352	399	108,295.49	3.30%
辽宁省	274	293	104,023.78	3.17%
福建省	267	282	101,348.18	3.09%
四川省	194	209	79,216.37	2.41%
陕西省	166	175	63,734.59	1.94%
天津	159	163	61,647.75	1.88%
江西省	149	160	57,813.75	1.76%
黑龙江省	120	128	50,004.57	1.52%
云南省	117	132	45,848.83	1.40%
广西壮族自治区	116	125	42,673.84	1.30%
山西省	91	100	36,961.10	1.13%
重庆	91	97	35,261.53	1.07%
内蒙古自治区	78	82	34,629.90	1.05%
吉林省	88	94	33,196.34	1.01%
贵州省	64	68	27,061.66	0.82%
甘肃省	36	36	13,494.39	0.41%
海南省	34	35	13,175.89	0.40%
宁夏回族自治区	15	15	6,127.22	0.19%

省 份	下单账号数	交易笔数	交易金额	金额占比
新疆维吾尔自治区	14	16	5,124.13	0.16%
青海省	8	8	3,249.77	0.10%
香港特别行政区	2	2	704.00	0.02%
西藏自治区	1	2	585.80	0.02%
合 计		9,775	3,284,914.54	100.00%

2) 2019 年度

数量单位：个、笔；金额单位：元

省 份	下单账号数	交易笔数	交易金额	金额占比
浙江省	647	698	205,625.24	20.31%
江苏省	375	413	131,597.61	13.00%
广东省	241	269	86,435.02	8.54%
安徽省	149	159	54,728.57	5.41%
湖南省	163	172	53,040.61	5.24%
北京	160	168	51,089.28	5.05%
山东省	113	120	43,756.53	4.32%
上海	140	156	42,322.04	4.18%
河北省	96	100	33,264.08	3.29%
河南省	92	99	32,593.18	3.22%
湖北省	83	94	32,293.65	3.19%
辽宁省	76	83	31,675.24	3.13%
四川省	75	82	30,246.87	2.99%
福建省	85	93	28,741.88	2.84%
重庆	34	110	23,932.69	2.36%
陕西省	47	52	17,257.92	1.70%
广西壮族自治区	51	54	16,800.81	1.66%
云南省	42	46	16,366.81	1.62%
江西省	42	46	15,908.01	1.57%
天津	36	39	15,251.91	1.51%
山西省	34	36	14,092.19	1.39%
黑龙江省	25	25	8,278.84	0.82%
吉林省	28	28	8,100.86	0.80%
内蒙古自治区	14	15	6,322.07	0.62%
海南省	13	14	3,976.80	0.39%
贵州省	8	9	3,589.51	0.35%

省份	下单账号数	交易笔数	交易金额	金额占比
甘肃省	8	9	2,977.00	0.29%
青海省	2	2	1,177.00	0.12%
新疆维吾尔自治区	2	2	609.00	0.06%
香港特别行政区	1	1	439.00	0.04%
合计		3,194	1,012,490.22	100.00%

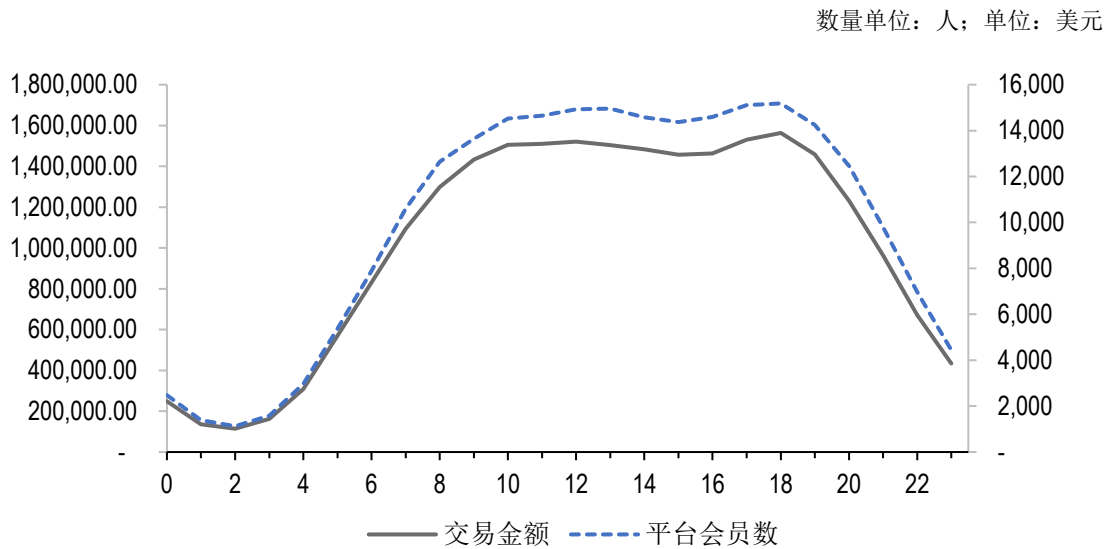
2019年至2020年收货地域较为分散，各年主要地域未有明显波动，未见明显异常。

3. 交易时间点分析

根据销售订单中的准确交易时间（由于亚马逊订单系统中采用的是格林尼治时间，在分析前将亚马逊系统中的订单时间转换成了各国当地的时区时间），按照24小时制统计公司各时间段的交易金额分布情况，并绘制了24小时销售数据分布图。结果如下：

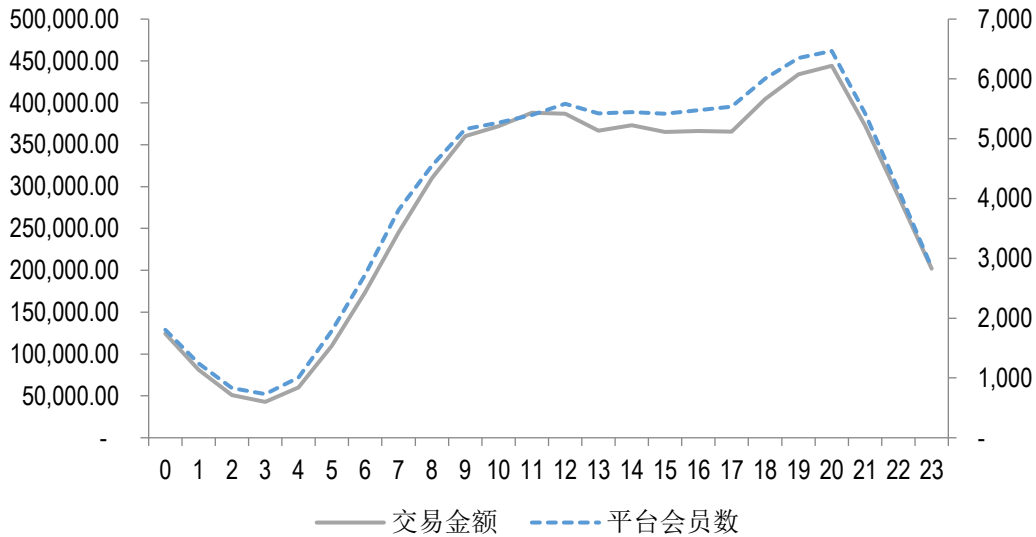
(1) 亚马逊

1) 2020 年度



2) 2019 年度

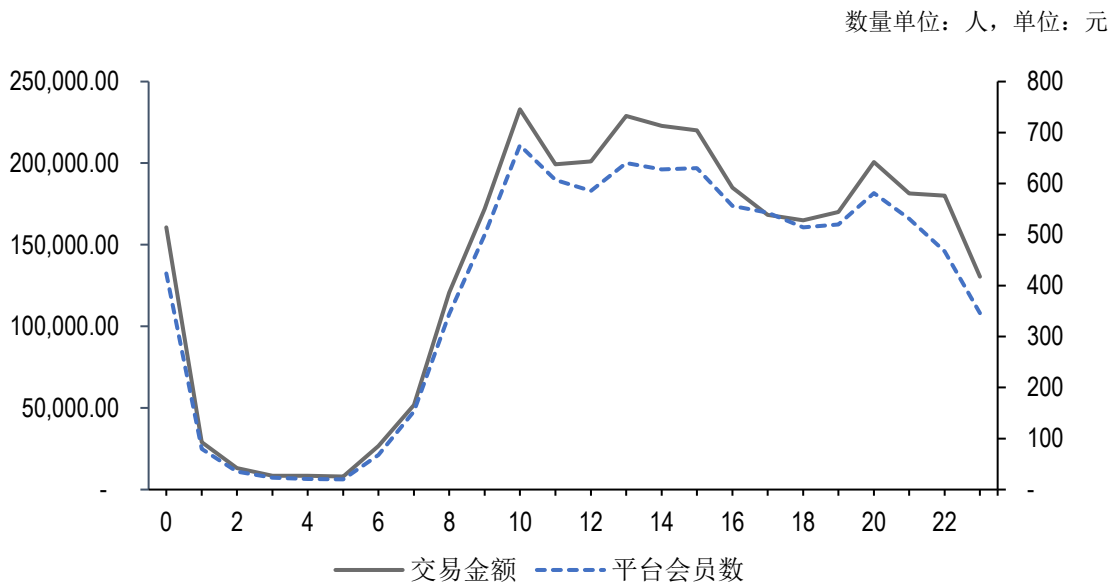
数量单位：人；单位：美元



从上图可以看出，2020 年交易时间与交易金额折线图的峰值出现在 8 时-20 时，2019 年度最高峰主要出现在 18-20 时；一般地，客户在下班后购物属于常见的购买习惯；2020 年交易高峰值与 2019 年有所不同，主要系 2020 年受国外疫情持续时间较长影响，客户采取居家办公的形式，使得 2020 年下班后购物的情形不再集中。且 2019 年和 2020 年的 2 时至 5 时交易金额均较低，与用户日常作息规律基本一致，未见明显异常。

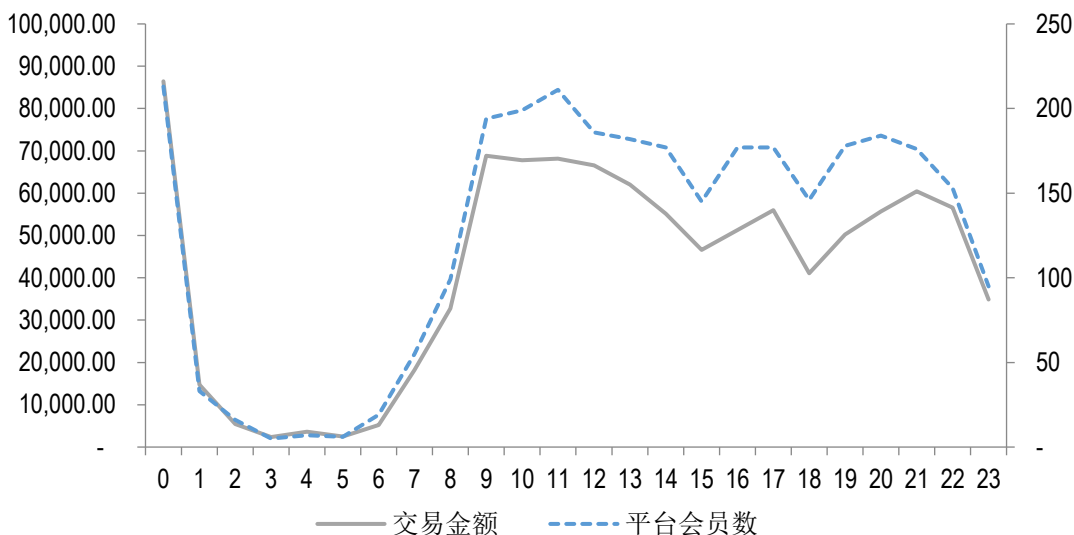
(2) 天猫平台

1) 2020 年度



2) 2019 年度

数量单位：人，单位：元



从上图可以看出，交易时间与交易金额折线图的峰值出现在 9 时与 22 时左右，2 时至 5 时交易金额较低，与客户日常作息规律基本一致。未见明显异常。

4. 商品销售集中度分析

根据销售订单统计公司各商品销售集中情况，统计结果按照商品交易金额降序排列，列示交易金额前 20 名商品成交情况。统计结果如下：

(1) 亚马逊平台

经统计，2019 年至 2020 年，公司每年销售商品根据商品名称区分分别涉及 613 种和 1,395 种。

1) 2020 年度

数量单位：笔、件；金额单位：美元

商品编号	交易笔数	销售数量	交易金额	平均单价
BIKE016-14	1,650	1,661	214,116.49	128.91
HIFR2002bk	1,054	1,065	210,339.35	197.50
BIKE011pk-16	1,324	1,342	190,448.38	141.91
BIKE008-16	1,362	1,390	186,079.92	133.87
BIKE050-16	1,325	1,338	185,292.06	138.48
BIKE017pk-16	1,294	1,309	175,473.75	134.05
BIKE017pk-14	1,342	1,352	170,753.60	126.30
BIKE011bg-16	1,189	1,222	169,471.03	138.68
BIKE050-14	1,239	1,249	161,078.87	128.97

商品编号	交易笔数	销售数量	交易金额	平均单价
BIKE040-16	1,152	1,161	161,067.26	138.73
HIFR2002wh	809	812	158,723.88	195.47
BIKE017pl-14	1,214	1,219	153,300.45	125.76
HIS008bk-26	463	472	151,335.28	320.63
BIKE011bg-14	1,145	1,158	150,616.22	130.07
BIKE016pk-16	1,080	1,100	150,408.49	136.73
HI008wh	449	457	147,995.43	323.84
BIKE040-14	1,135	1,142	147,918.39	129.53
BIKE005-14	1,040	1,054	144,988.43	137.56
BIKE017pk-12	1,196	1,202	138,730.69	115.42
HITW7024bk-M	345	349	135,309.71	387.71
销售额前 20 名商品交易金额				3,303,447.70
2020 年所有商品交易金额				24,490,344.12
前 20 名占有所有商品比例				13.49%

2) 2019 年度

数量单位：笔、件；金额单位：美元

商品编号	交易笔数	销售数量	交易金额	平均单价
BIKE005	1,507	1,532	168,916.68	110.26
BIKE005-14	1,325	1,344	157,206.56	116.97
BIKE016-14	1,256	1,271	140,561.29	110.59
BIKE016	1,100	1,110	133,652.90	120.41
Bike025pk	2,287	2,336	131,187.28	56.16
BIKE011pk	1,083	1,095	129,545.05	118.31
BIKE017pl-14	1,047	1,056	119,693.44	113.35
BIKE011-1	1,000	1,024	118,397.76	115.62
BIKE008-16	837	866	104,501.34	120.67
BIKE006-14	935	954	101,091.26	105.97
BIKE008	873	878	97,065.22	110.55
Bike025bl	1,629	1,657	93,129.43	56.20
BIKE040-16	750	756	93,108.44	123.16
BIKE050-14	757	768	88,028.32	114.62
BIKE055gr	1,504	1,548	87,989.08	56.84

商品编号	交易笔数	销售数量	交易金额	平均单价
BIKE021-16-6	715	721	86,510.39	119.99
BIKE040-14	746	753	85,468.47	113.50
BIKE007	846	851	85,067.49	99.96
BIKE055pk	1,410	1,436	80,106.47	55.78
BIKE017p1-1	772	777	79,612.23	102.46
销售额前 20 名商品交易金额				2,180,839.10
2019 年所有商品交易金额				6,689,974.08
前 20 名占有所有商品比例				32.60%

2019 年和 2020 年前 20 种商品交易金额占比分别为 32.60%以及 13.49%，2019 年与 2020 年公司亚马逊销售金额增长较快，公司在多个国家的亚马逊开设店铺，产品种类增加，从而导致前 20 商品销售额占比下降，未见其他明显异常；销售平均单价与公司产品销售定价相匹配，不存在大额、异常的消费情形。

(2) 天猫平台

经统计，2019 年至 2020 年每年销售商品根据商品名称区分分别涉及 71 种和 56 种。

1) 2020 年度

数量单位：笔、件；金额单位：元

商品编号	交易笔数	销售数量	交易金额	平均单价
祺娃娃儿童自行车男孩女孩 2-3-6 岁宝宝 14/16 寸脚踏车幼童单车梦奇	3,045	3,088	1,340,836.72	434.21
祺娃娃儿童自行车男孩女童宝宝幼童 3 岁 4 岁 6 岁复古单车森林公主款	777	794	358,244.76	451.19
stitch 祺娃娃儿童自行车男孩女童宝宝幼童 3 岁 6 岁 14 寸 16 寸 18 寸炫酷	763	772	352,880.57	457.10
祺娃娃儿童自行车男孩女童幼童 3 岁 4 岁 6 岁 14 寸 16 寸 18 寸马卡龙官网	531	536	240,897.77	449.44
祺娃娃儿童自行车 14/12 寸女孩宝宝单车 2-3-6-8 岁复古车森林公主款	473	477	217,032.18	454.99
祺娃娃儿童自行车男孩女孩宝宝幼童 3 岁 6 岁 14/16/18 寸彩色马卡龙	326	329	150,938.87	458.78
祺娃娃儿童自行车女孩幼童 3-8 岁公主款 12/14/16 寸粉色单车哥雅兔	299	300	126,238.37	420.79
祺娃娃儿童自行车女男孩女孩宝宝单车 3-4-5-6 岁童车脚踏车新野马	204	208	93,690.78	450.44
祺娃娃儿童自行车幼童男女宝宝自行	199	201	83,748.27	416.66

商品编号	交易笔数	销售数量	交易金额	平均单价
车 2 岁 3 岁 4 岁 5 岁童车甲壳虫				
祺娃娃儿童自行车女孩幼童 3 岁 6 岁公主款幼童 12/14/16/18 寸英国风	79	80	36,283.02	453.54
祺娃娃儿童自行车男孩女孩 2-3-6 岁宝宝 14/16 寸幼童单车安妮宝贝	73	81	28,912.52	356.94
stitch 祺娃娃儿童自行车男女宝宝单车 12/14/16 寸 3-4 岁带车筐童车	66	68	23,250.57	341.92
祺娃娃儿童自行车娃娃座椅	470	962	20,440.89	21.25
祺娃娃儿童自行车童车配件脚撑脚架 12/14/16/18 寸	1,005	1,031	19,969.21	19.37
祺娃娃儿童头盔儿童护具轮滑鞋滑板平衡车防摔保护安全帽骑行护具	236	261	16,987.65	65.09
stitch 祺娃娃儿童自行车女孩脚踏车 2-3-5-6 岁复古单车森林公主款	37	37	16,828.07	454.81
儿童自行车祺娃娃韩版童车 12/14/16 寸 3-8 岁男女宝宝童车	37	37	13,762.45	371.96
祺娃娃儿童自行车公主款女孩单车脚踏车带篮子 12/14/16 寸粉色樱花	29	29	12,422.96	428.38
stitch 祺娃娃儿童自行车男孩女孩宝宝幼童 3 岁 6 岁 14/16/18 寸马卡龙	25	25	10,975.85	439.03
祺娃娃儿童自行车变速山地自行车男孩 20 寸单车童车 8/10/12/14 岁	14	14	10,257.52	732.68
销售额前 20 名商品交易金额			3,174,599.00	
2020 年所有商品交易金额			3,284,914.54	
前 20 名占所有商品比例				96.64%

2) 2019 年度

数量单位：笔、件；金额单位：元

商品编号	交易笔数	销售数量	交易金额	平均单价
儿童自行车祺娃娃 12/14/16/18 寸 3-10 岁日系森林公主童车复古单车	441	446	207,284.00	464.76
儿童自行车祺娃娃新品彩色童车 12/14/16/18 寸 3-8 岁男女宝宝童车	429	430	205,955.62	478.97
儿童自行车祺娃娃童车 12/14/16 寸女孩公主款 3-8 岁女童车哥雅兔	265	265	115,431.82	435.59
儿童自行车祺娃娃 3 岁宝宝脚踏车 2 到 6 岁男女孩 12-18 寸童车新野马	164	166	78,297.54	471.67
儿童自行车祺娃娃 12/14/16/18 寸 3-10 岁日系森林公主童车月光白	161	161	73,598.58	457.13
儿童自行车祺娃娃 12/14/16/18 寸 3-10 岁日系森林公主童车复古单车	110	110	53,447.69	485.89
儿童自行车祺娃娃童车品牌原创英国女孩英伦风女孩童车 12 到 18 寸	85	85	41,801.08	491.78

商品编号	交易笔数	销售数量	交易金额	平均单价
儿童自行车祺娃娃韩版童车 12/14/16寸3-8岁男女宝宝童车	66	66	27,986.57	424.04
祺娃娃儿童自行车女男孩单车小孩 宝宝3-4-5-6岁童车脚踏车新野马	53	54	23,387.76	433.11
儿童自行车祺娃娃披头士童车 12/14/16寸3-8岁男女宝宝童车	40	40	19,467.48	486.69
祺娃娃儿童自行车12寸男孩女孩童 车梦奇薄荷绿新款	32	32	17,007.28	531.48
祺娃娃儿童自行车宝宝脚踏车 14/16/18寸小学生自行车男孩女孩 童车	38	38	16,671.64	438.73
祺娃娃儿童自行车娃娃座椅	221	753	15,880.15	21.09
儿童自行车辅助轮童车轮胎内胎外 胎14到20寸防滑脚踏打气筒把手套	302	405	10,290.14	25.41
儿童自行车祺娃娃童车12/14/16/18 寸3-10岁男女宝宝炫酷时尚童车	15	15	8,241.07	549.40
祺娃娃儿童自行车童车配件脚撑脚 架12/14/16/18寸	403	411	8,200.09	19.95
儿童自行车祺娃娃推杆车10寸12寸 宝宝车手推车礼物礼盒装	19	19	8,090.04	425.79
儿童自行车祺娃娃3到10岁12寸14 寸16寸18寸日系森女风公主女童车	14	14	6,660.12	475.72
儿童自行车祺娃娃玩具女孩公主款 女童单车脚踏车12/14/16/18寸	12	12	5,387.17	448.93
stitch 祺娃娃 DECH 系列 12-16 寸儿 童自行车一体轮男童自行车	14	14	4,699.85	335.70
销售额前 20 名商品交易金额	947,785.69			
2019 年所有商品交易金额	1,012,490.22			
前 20 名占有所有商品比例	93.61%			

2019 年至 2020 年天猫平台前 20 种商品交易金额占比分别为 93.61%和 96.64%，前 20 商品销售额占比较高，销售量较为集中，未见明显异常；销售平均单价与公司产品销售定价相匹配，不存在大额、异常的消费情形。

通过对亚马逊、天猫旗舰店订单进行用户集中度分析，未出现同一对象异常大额采购情况；通过收货地域分布集中度分析，主要集中在美国各州，与亚马逊站点销售规模相匹配；通过下单时间点集中度分析，与客户的作息时点一致；通过电商平台销售产品集中度分析，销售平均单价与公司产品销售定价相匹配，不存在大额、异常的消费情形。

综合上述，公司电商平台销售不存在异常大额或重复购买等异常交易情形，

不存在刷单、刷机等形式，电商平台销售收入真实、准确。

（四）主要客户的终端销售核查程序及核查结论

1. 核查程序

针对主要客户的终端销售情况，我们主要实施了如下核查程序：

（1）对主要客户进行视频访谈，了解主要客户向终端客户的销售情况，了解公司产品的最终去向；

（2）由主要客户拍摄其库存及部分终端客户的视频或照片，了解库存情况是否正常，是否存在大量积压的情形；

（3）获取主要客户的部分对外销售单据，了解其终端销售去向；

（4）对前五大客户的销售单据进行核查，抽查其各年第一季度和第四季度的销售单据，分析是否存在突击销售的情形；

（5）由主要客户填写其对外销售情况的确认函（主要包括报告期主要终端客户名称、报告期各期采购金额、报告期各期末库存数量、库存金额）等，了解其各期末库存水平；

（6）获取主要客户出具的《无关联关系承诺函》及中信保出具的资信报告，核查主要客户是否与公司的实际控制人、持股 5%以上股东、董事、监事、高级管理人员等存在关联关系；

（7）对主要客户的应收账款期末余额进行分析，核查是否存在超过信用期的长账龄款项，并对期后回款进行测试。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

公司主要客户终端销售情况良好，不存在大量积压的情形，主要客户采购公司的产品实现了最终销售。

（五）电商平台核查程序及核查结论

1. 核查程序

针对电商平台的销售情况，我们主要实施了如下核查程序：

（1）了解公司电商销售相关的内部控制，评价内部控制的设计，确定其是否

得到执行，并通过控制测试验证相关内部控制设计和运行的有效性；

(2)对处理公司电商业务的财务人员进行访谈，并检查会计凭证及原始凭证，复核公司电商平台下销售收入核算准确性；

(3)通过获取亚马逊平台订单与天猫平台订单明细进行数据统计分析，通过用户集中度、产品集中度、收货地址集中度以及下单时间点集中度等分析程序对电商收入相关的业务数据进行了核查；

(4)将获取的订单数据分别与亚马逊账单与支付宝账单进行核对，对平台相关银行账户、第三方支付工具的月度收款总额、付款总额和账面记录进行核对。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

公司电商平台销售不存在异常大额或重复购买等异常交易情形，不存在刷单、刷机等形式，电商平台销售收入真实、准确。

二、关于 2019 年新增 A 客户

据招股说明书及历次问询回复，发行人 2019 年获得 A 客户玩具订单 2.13 亿元，主要采用 DDP 结算，A 客户为 2019 年度新增前五大的客户。其中，2019 年，发行人对 A 客户销售金额 8,847.39 万元，运输费用 1,420.37 万元，销售占比 4.93%，毛利率 48.85%，致使 2019 年其他类产品的毛利率大幅增加，扣除相关费用及税费后该笔业务对净利润的贡献约 1,900 万元。该订单委托第三方（B 公司）付款 8,847.39 万元，B 公司 2018 年 10 月成立，注册资本和实际缴纳资本均为 10 万，位于北京。发行人申请对 A 客户、B 公司进行豁免披露。2020 年发行人与 A 客户之间尚未执行玩具订单，未实现销售，根据二次问询回复，发行人于 2020 年下半年将已预收款项对应的玩具陆续发货给 A 客户。

同期，发行人实际控制人控制的子公司浙江久祺进出口有限公司（久祺进出口）于 2019 年向 A 客户出售配方奶粉、金枪鱼罐头等 22,351.22 万元，主要采用 DDP 结算，运输主要委托嘉兴外轮代理有限公司执行，运输费用金额

3,393.27 万元，毛利率 30.51%，发行人称该笔食品订单已于 2019 年执行完毕。

2020 年度，久祺进出口向 A 客户出售黑芸豆 486.80 万元，毛利率 19.73%；挖掘机 315.17 万元，毛利率 20.54%；冰箱 232.69 万元，毛利率 9%。

请发行人：

(1) 说明发行人及久祺进出口获取 A 客户订单的背景、订单获取的合法合规性、是否属于同一合同下的订单，在发行人主要从事自行车整车及其零部件情况下由其承接大额玩具订单而不是由久祺进出口直接承接全部 A 客户订单的原因和合理性。

(2) 说明发行人及久祺进出口分别销售给 A 客户玩具及食品的订单具体构成和执行情况，列表说明各订单对应的采购对象、采购价格、采购数量、采购金额、销售价格、销售数量、销售金额、毛利率、销售定价依据及预付款金额、具体回款方、回款金额及回款方式，说明玩具订单及食品的毛利率是否存在显著差异，若是，进一步说明毛利率存在差异的原因和合理性。

请保荐机构及会计师核查并发表明确意见。

(一) 说明发行人及久祺进出口获取 A 客户订单的背景、订单获取的合法合规性、是否属于同一合同下的订单，在发行人主要从事自行车整车及其零部件情况下由其承接大额玩具订单而不是由久祺进出口直接承接全部 A 客户订单的原因和合理性

1. 说明发行人及久祺进出口获取A客户订单的背景、订单获取的合法合规性是否属于同一合同下的订单

A 客户所在 C 国的经济结构相对单一，部分轻工业及民生物资（包括食品、药品、轻工产品等）需要进口，A 客户系 C 国政府实际控制的国有企业。在上述背景下，C 国通过 A 客户向公司采购大量玩具，用于向其国内低收入家庭的青少年及儿童发放节日礼物。同时，C 国通过 A 客户向久祺进出口采购食品等。

2019 年 7 月，A 客户就玩具订单邀请了几家企业投标，其中包括久祺股份。在综合考虑质量、价格的基础上，A 客户确定久祺股份为中标企业，公司该笔订单的获取方式、销售流程合法合规。久祺进出口系通过竞争性谈判获取 A 客户的

订单，不存在违反 C 国相关法律法规的情形，订单获取合法合规。

根据 A 客户出具的确认函，公司与 A 客户的合同签署时间为 2019 年 8 月，久祺进出口与 A 客户的合同签署时间为 2019 年 3 月，公司、久祺进出口与 A 客户均是独立签署合同、履行合同，并分别由 C 国家 Vice president office 和 Ministry of food 两个政府部门独立对采购物品的价格、数量、金额进行招投标/商务谈判，且公司的玩具订单通过 B 公司回款；久祺进出口的食品订单通过 D 公司回款。

综上所述，公司及久祺进出口与 A 客户的合同签署及履行时间，采购物品、价格及数量的招投标/谈判部门，以及货款的回款单位均不相同，不属于同一合同下的订单。

2. 在发行人主要从事自行车整车及其零部件情况下由其承接大额玩具订单而不是由久祺进出口直接承接全部 A 客户订单的原因和合理性

早在 2006 年，公司已在 C 国开展了自行车及相关产品的销售，多年来的业务经营使得公司在 C 国市场有较高的市场信誉，A 客户玩具类订单的实际使用人群是 C 国内低收入家庭的青少年及儿童（年龄范围约 2-12 岁），一方面公司的童车业务与玩具类订单的直接使用人群均为青少年及儿童，重叠度较高；另一方面 A 客户玩具类订单一部分为儿童玩具车、儿童滑板车，产品性质与童车相似，考虑到玩具类订单与公司的童车业务具有较强的关联性，且公司从事玩具类产品相关业务多年，2017 年-2020 年，公司儿童玩具类产品销售收入分别为 3,504.23 万元、309.54 万元、9,312.29 万元和 7,481.94 万元。因此，包括 A 客户在内的玩具类订单业务一直由公司承接，并避免了由久祺进出口全部承接 A 客户订单产生同业竞争的情形，具有合理性。

（二）说明发行人及久祺进出口分别销售给 A 客户玩具及食品的订单具体构成和执行情况，列表说明各订单对应的采购对象、采购价格、采购数量、采购金额、销售价格、销售数量、销售金额、毛利率、销售定价依据及预付款金额、具体回款方、回款金额及回款方式，说明玩具订单及食品的毛利率是否存在显著差异，若是，进一步说明毛利率存在差异的原因和合理性

1. 发行人销售给 A 客户玩具订单的具体情况

根据公司与 A 客户签署的合同，双方的主要交易内容如下：A 客户向公司采购 700 万个玩具，总金额为人民币 21,327.38 万元，平均单价约 30.47 元/个，交货条件为 DDP。2019 年、2020 年，公司分别向 A 客户销售玩具订单 8,847.39 万元、6,066.73 万元。截至本回复出具日，公司与 A 客户之间的 2.13 亿元玩具订单尚有 0.64 亿元未执行完毕，该订单后续是否继续执行及具体执行情况将视 A 客户的后续付款情况及双方协商情况而定。

公司与 A 客户之间玩具订单的采购情况如下：

采购对象（供应商名称）	采购单价 （元/个）	采购数量 （万个）	采购金额 （万元）
2019 年度			
汕头市澄海区艳阳春贸易有限公司	12.61	156.50	1,972.94
汕头市赢盛进出口贸易有限公司	13.51	77.52	1,047.00
汕头市宇泰进出口贸易有限公司	11.76	53.41	628.04
汕头市艺丰贸易发展有限公司	11.95	48.32	577.31
杭州健博运动用品有限公司	10.19	21.50	218.98
其他供应商	26.98	3.00	80.93
合 计	12.56	360.25	4,525.19
2020 年度			
汕头市澄海区艳阳春贸易有限公司	16.68	76.37	1,273.94
汕头市艺丰贸易发展有限公司	14.59	60.82	887.20
汕头市赢盛进出口贸易有限公司	15.26	53.00	808.87
其他供应商	14.61	9.58	139.97
合 计	15.57	199.77	3,109.98

公司与 A 客户之间玩具订单的销售情况如下：

销售对象（客户名称）	销售单价 （元/个）	销售数量 （万个）	销售金额 （万元）
2019 年度			
A 客户	24.56	360.25	8,847.39
2019 年度公司与 A 客户之间玩具订单的毛利率为 48.85%，销售定价依据为根据招投标情况签订的合同而定。2019 年 9 月，A 客户通过 B 公司以银行转账的方式向久祺股份预付 14,466.81 万元货款。			
2020 年度			
A 客户	30.37	199.77	6,066.73

2020年度公司与A客户之间玩具订单的毛利率为48.74%，销售定价依据为根据招投标情况签订的合同而定。2020年，公司与A客户之间主要是将2019年末剩余的玩具订单预收款6000多万元予以执行，当年度A客户不存在预付及回款情形。

公司向A客户销售的玩具品种众多，涵盖0-12岁不同年龄段的各类玩具，包括塑料类玩具（如拼图、公仔、积木、模型、摇铃等）、电动类玩具（如遥控车等）以及智力类玩具等，价格差异较大，从4.96元至96.12元不等；因此，上表销售价格系公司各类玩具产品的总体平均单价。

2. 2019年久祺进出口销售给A客户食品订单的具体情况

2019年3月，久祺进出口与A客户签订合同，A客户向久祺进出口采购一批食品，合同金额22,351.22万元，交货条件为DDP。2019年4月，通过D公司第三方回款的形式，久祺进出口全额预收了该食品订单的合同款项。

久祺进出口与A客户之间食品订单的采购情况如下：

采购对象（供应商名称）	采购物品	采购单价	采购数量	采购金额（万元）
圣元营养食品有限公司	配方奶粉	15.27	599.99	9,159.20
宁波兰洋水产食品有限公司	金枪鱼罐头	3.87	611.52	2,364.90
浙江融创食品工业有限公司	金枪鱼罐头	3.65	559.00	2,038.92
天润禾农业科技（大连）有限公司	黑芸豆	6.09	187.50	1,141.85
佛山市顺德区海鼎水产食品有限公司	金枪鱼罐头	3.62	228.00	826.42
合计				15,531.29

注：配方奶粉采购数量、采购单价的单位分别为万千克、元/千克，金枪鱼罐头采购数量、采购单价的单位分别为万罐、元/罐，黑芸豆采购数量、采购单价的单位分别为万千克、元/千克

该食品订单已于2019年执行完毕，具体销售情况如下：

销售对象（客户名称）	销售物品	销售单价	销售数量	销售金额（万元）
A客户	配方奶粉	22.44	599.99	13,463.24
	金枪鱼罐头	5.12	1,398.52	7,159.66
	黑芸豆	9.22	187.50	1,728.33
合计				22,351.22

2019年度久祺进出口与A客户之间食品订单的毛利率为30.51%，销售定价依据为根据谈判结果签订的合同而定。2019年4月，D公司以银行转账的方式向久祺进出口预付包括A客户在内的32,692.28万元货款。其中A客户的货款为23,479.18万元，包括2019年的22,351.22万元和2020年的1,127.96万元。

注：配方奶粉销售数量、销售单价的单位分别为万千克、元/千克，金枪鱼罐头销售数量、销售单价的单位分别为万罐、元/罐，黑芸豆销售数量、销售单价的单位分别为万千克、元/千克

3. 2020年久祺进出口销售给A客户相关订单的具体情况

2020年2月，久祺进出口与A客户签订合同，A客户向久祺进出口采购一批食品、挖掘机、冰箱及建材产品，合同金额1,127.96万元，交货条件为FOB/CFR。

久祺进出口与A客户之间上述订单的采购情况如下：

采购对象（供应商名称）	采购物品	采购单价	采购数量	采购金额（万元）
天润禾农业科技（大连）有限公司	黑芸豆	6.25	62.52	390.75
浙江成峰实业有限公司	挖掘机	125.22	2	250.44
广东美的电器股份有限公司	冰箱	0.18	854	151.48
合肥华凌股份有限公司	冰箱	0.09	684	60.27
佛山市环领科技有限公司	PE给水直管	-	-	42.58
河北巨人金属制品科技有限公司	护栏	-	-	19.87
合 计				915.39

注：黑芸豆采购数量、采购单价的单位分别为万千克、元/千克，挖掘机采购数量、采购单价的单位分别为台、万元/台，冰箱采购数量、采购单价的单位分别为台、万元/台

上述订单已于2020年执行完毕，具体销售情况如下：

销售对象（客户名称）	销售物品	销售单价	销售数量	销售金额（万元）
A 客户	黑芸豆	7.79	62.52	486.80
	挖掘机	157.58	2	315.17
	冰箱	0.15	1,538	232.69
	PE给水直管	-	-	61.61
	护栏	-	-	31.68
合 计				1,127.96

2020年度久祺进出口向A客户销售的毛利率为18.85%，销售定价依据为根据谈判结果签订的合同而定。2020年，久祺进出口将A客户2019年末剩余的预收款1,127.96万元予以执行，当年度A客户不存在预付及回款情形。

注：黑芸豆销售数量、销售单价的单位分别为万千克、元/千克，挖掘机销售数量、销售单价的单位分别为台、万元/台，冰箱销售数量、销售单价的单位分别为台、万元/台

4. 发行人向A客户销售及久祺进出口向A客户销售的毛利率差异及原因

2019年度、2020年度公司与A客户之间玩具类订单的毛利率分别为48.85%、48.74%，2019年度久祺进出口向A客户销售食品订单的毛利率为30.51%，两者存在一定差异，主要原因系久祺进出口向A客户销售的食品配方奶粉、金枪鱼罐头及黑芸豆为单一标准化产品，且具有较强的大宗商品属性，价格相对透明，因此销售毛利率相对较低，符合市场实际经营情况。

2019年度、2020年度公司与A客户之间玩具类订单的毛利率分别为48.85%、48.74%，2020年度久祺进出口向A客户销售黑芸豆、冰箱等的综合毛利率为18.85%，两者存在较大差异，主要原因系2020年久祺进出口向A客户的销售贸易方式主要为FOB/CFR模式，主要的陆运费、海运费及保险费由供应商或A客户承担，以致销售金额较DDP模式低，且黑芸豆、冰箱等产品的市场价格较为透明，因此销售毛利率较低，符合其实际经营情况。

公司向A客户销售的玩具采取DDP模式，公司需要承担货物从国内港口运输至目的国港口及从目的国港口运至A客户指定的多个分散地点的海运费、仓储费用、装卸费用、陆运费、保险费用、清关费等全部费用，并承担交货前的全部货损风险。扣除相应海运费等费用后，公司2019年和2020年对A客户的玩具订单毛利率分别为28.70%和29.26%，与孩子王（创业板已过会项目，主要从事母婴童商品零售及增值服务，立足于为准妈妈及0-14岁婴童提供一站式购物及全方位成长服务）及爱婴室（603214.SH，主要为孕前至6岁婴幼儿家庭提供优质母婴用品和相关服务的专业连锁零售商，经营产品涵盖婴幼儿乳制品、纸制品、喂哺用品、洗护用品、棉纺品、玩具、车床等品类）销售的玩具类产品毛利率对比如下：

公司名称	2020年度	2019年度
孩子王（创业板已过会）	23.80%	26.50%
爱婴室（603214.SH）	25.56%	29.74%
平均值	24.68%	28.12%
发行人	29.26%	28.70%

A客户给予公司的玩具类订单交货周期较短，且交货量较大、品类较多，对供应链的执行要求较高，且涉及海外远洋贸易，因此存在一定溢价；同时，公司充分发挥自身供应链的整合优势，通过批量集中采购的方式将玩具采购价格进行有效管控，因此毛利率较上述公司销售的玩具类产品略高，但毛利率不存在显著差异。

此外，2019年度、2020年度，A客户的玩具订单业务占公司营业收入的比例分别为4.93%和2.65%，对当年净利润的贡献分别约为1,900.00万元和

1,300.00 万元，占当年净利润的比例分别约为 18.63%和 8.29%，对公司营业收入、净利润的整体贡献占比相对较低，未对公司的整体盈利能力构成重大影响。

（三）核查程序及核查结论

1. 核查程序

我们就上述问题进行了核查，实施的核查程序如下：

（1）查阅了 2019 年、2020 年公司与 A 客户之间签署的销售合同、销售明细表以及对应采购明细表、采购合同、采购发票、出口提单、收货确认单、A 客户通过 B 公司向公司支付货款的银行流水；

（2）核查了公司向 A 客户销售所对应供应商的工商注册情况及向供应商付款的银行流水；

（3）查阅了 2019 年、2020 年久祺进出口与 A 客户之间签署的销售合同、销售明细表以及对应采购明细表、采购合同、采购发票、出口提单、收货确认单、A 客户通过 D 公司向公司支付货款的银行流水；

（4）核查了久祺进出口向 A 客户销售所对应供应商的工商注册情况向供应商付款的银行流水；

（5）访谈公司实际控制人，了解公司、久祺进出口与 A 客户之间销售的基本情况以及毛利率差异原因，并对玩具销售的毛利率与同行业进行对比分析；

（6）获取了 A 客户与公司及久祺进出口订单有关情况的确认函。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

（1）公司及久祺进出口获取 A 客户订单的背景合理，订单获取的方式合法、合规。公司、久祺进出口与 A 客户均是独立签署并履行合同，不属于同一合同下的订单；

（2）玩具订单与公司的童车业务因实际使用群体均为青少年及儿童，重叠度较高，且部分玩具产品与童车在产品性质、形态方面具有相似性，两者具有较强的关联性，因此玩具订单业务一直由公司承接，具有合理性；

（3）公司已说明其及久祺进出口分别销售给 A 客户玩具及食品的订单具体构成和执行情况，并已列表说明各订单对应的采购对象、采购价格、采购数量、采

购金额、销售价格、销售数量、销售金额、毛利率、销售定价依据及预付款金额、具体回款方、回款金额及回款方式；

(4) 玩具订单及食品订单的毛利率水平存在一定差异，主要系产品类别、产品特点、贸易方式差异较大所致，与实际情况相符，具有合理性。

(5) 根据公司和 A 客户签订的协议约定，公司向 A 客户销售的玩具订单，由供应商在工厂向公司交货，由公司验收后负责将货物从供应商的工厂直接运送至 A 客户所在国家的各个仓库，税费和运费全部由公司承担；因此，公司承担向 A 客户转让商品的主要责任，采购产品之后向 A 客户销售商品之前承担了该商品的存货风险，且公司有权自主决定向 A 客户销售的价格。公司在向 A 客户转让商品前拥有对该商品的控制权。综上所述，公司与 A 客户的交易身份是主要责任人，而非代理人角色，因此按总额法确认相应收入。

三、关于子公司生产经营

发行人有自主生产和外包生产两种模式。自主生产以儿童自行车为主、成人自行车为辅，由全资子公司德清久胜完成，其余自行车整车、自行车零部件及相关产品等，由发行人开发设计后通过外包生产的方式进行。报告期内，发行人自行生产整车类产能、产量、销量情况如下：

单位：万辆

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
产能	120	120	120	120
产量	99.35	85.36	98.80	100.17
销量	96.07	86.28	96.18	99.63
产能利用率	82.79%	71.14%	82.33%	83.47%
产销率	96.70%	101.07%	97.35%	99.46%

注 1：上述表格中的产能系根据德清久胜实际设备生产能力、组装线及生产周期等因素计算得出

注 2：上表整车类产品销量包括 SKD 形式和 CKD 形式产品销售

根据招股说明书披露，2016 年 3 月，德清久胜生产车间发生静电起火，事故造成部分生产车间及部分设备及存货毁损，火灾后，德清久胜通过重建部分厂房和更换相应设备逐步恢复生产，但由于新建生产线及新增工艺需要一定的

磨合期，德清久胜产量较火灾前有所下降。德清久胜受损固定资产、存货情况如下：

单位：万元

项目	固定资产原值	累计折旧	账面价值
房屋	988.53	439.56	548.97
办公设备	97.45	59.37	38.08
其他	2.03	1.01	1.03
生产设备	1,261.67	748.41	513.26
固定资产小计	2,349.68	1,248.34	1,101.34
存货	-	-	299.27
合计	2,349.68	1,248.34	1,400.61

请发行人说明：因火灾影响及生产管理的重建调整，报告期内，德清久胜整体生产经营状况是否保持稳定，按月列表说明德清久胜 2016 年至 2018 年的产能、产量、销量，说明火灾前后德清久胜的相应整体产量、销量及营业收入相应保持基本稳定的原因及合理性，说明维持相关产能的具体生产线情况。

请保荐机构及会计师核查并发表明确意见。

（一）因火灾影响及生产管理的重建调整，报告期内，德清久胜整体生产经营状况是否保持稳定

子公司德清久胜成立于 2003 年 7 月，自成立以来主要从事童车的研发设计、生产及销售业务。2016 年 3 月 22 日，德清久胜 1# 厂房内涂装车间喷漆 C 线面漆工段高压静电设备发生故障，遇油漆引发火灾，事故烧损 1# 厂房局部钢结构及其内涂装设备线、涂装烘烤等设备及若干成品、半成品，无人员伤亡。火灾后，德清久胜通过保险理赔对部分存货、固定资产损失进行了追偿，并通过第三方拆建公司对剩余固定资产进行了拆除。

根据泛华保险公估股份有限公司浙江分公司于 2017 年 2 月 27 日出具的《保险公估终期报告》（财产综合险），火灾最终理算（赔偿）金额为 1,360 万元，除此之外，针对剩余固定资产残值，德清久胜、中国太平洋财产保险股份有限公司德清支公司委托杭州剑清土建拆房工程有限公司对德清久胜固定资产进行拆除处理，各方确认所拆除的材料残值估值为 18 万元，抵减拆除费用后，德清久胜最终收回 10.1 万元。总体来看，德清久胜因火灾导致存货、固定资产毁损账

面价值 1,400.61 万元，扣除保险理赔 1,360.00 万元、残值变现 10.1 万元，德清久胜因火灾发生的净损失为 30.51 万元，金额较小。

德清久胜 2016 年 3 月发生火灾，报告期内，德清久胜生产经营状况总体保持稳定，营业收入呈逐年稳定增长的态势，具体如下：

单位：万元

年度	营业收入
2020 年度	25,408.94
2019 年度	22,251.09
2018 年度	22,044.81
2017 年度	20,197.22

(二) 按月列表说明德清久胜 2016 年至 2018 年的产能、产量、销量

单位：万辆

年月	产能	产量	销量	产能利用率	产销率
2016 年 1 月	10	9.97	7.91	99.70%	79.34%
2016 年 2 月	10	4.26	8.16	42.60%	191.55%
2016 年 3 月	10	10.49	10.16	104.90%	96.85%
2016 年 4 月	10	6.58	8.11	65.80%	123.25%
2016 年 5 月	10	11.85	8.37	118.50%	70.63%
2016 年 6 月	10	10.05	7.01	100.50%	69.75%
2016 年 7 月	10	11.19	9.96	111.90%	89.01%
2016 年 8 月	10	7.86	13.04	78.60%	165.90%
2016 年 9 月	10	6.47	6.36	64.70%	98.30%
2016 年 10 月	10	12.32	10.27	123.20%	83.36%
2016 年 11 月	10	10.39	10.69	103.90%	102.89%
2016 年 12 月	10	6.7	9.55	67.00%	142.54%
小计	120	108.13	109.59	90.11%	101.35%
2017 年 1 月	10	7.19	4.49	71.90%	62.45%
2017 年 2 月	10	5.45	3.95	54.50%	72.48%
2017 年 3 月	10	10.3	10.42	103.00%	101.17%
2017 年 4 月	10	7.81	8.77	78.10%	112.29%
2017 年 5 月	10	7.29	8.56	72.90%	117.42%
2017 年 6 月	10	11.14	6.34	111.40%	56.91%
2017 年 7 月	10	4.65	8.67	46.50%	186.45%
2017 年 8 月	10	9.1	10.18	91.00%	111.87%
2017 年 9 月	10	8.03	8.56	80.30%	106.60%
2017 年 10 月	10	8.17	9.02	81.70%	110.40%
2017 年 11 月	10	12.45	9.04	124.50%	72.61%
2017 年 12 月	10	8.59	11.63	85.90%	135.39%
小计	120	100.17	99.63	83.48%	99.46%
2018 年 1 月	10	7.21	8.29	72.10%	114.98%
2018 年 2 月	10	3.76	4.92	37.60%	130.85%
2018 年 3 月	10	5.35	7.33	53.50%	137.01%
2018 年 4 月	10	8.75	8.06	87.50%	92.11%

年月	产能	产量	销量	产能利用率	产销率
2018年5月	10	5.72	5.48	57.20%	95.80%
2018年6月	10	8.6	6.43	86.00%	74.77%
2018年7月	10	8.14	7.82	81.40%	96.07%
2018年8月	10	10.82	9.37	108.20%	86.60%
2018年9月	10	9.48	11.74	94.80%	123.84%
2018年10月	10	11.81	9.07	118.10%	76.80%
2018年11月	10	10.01	11.36	100.10%	113.49%
2018年12月	10	9.15	6.31	91.50%	68.96%
小计	120	98.8	96.18	82.33%	97.35%

(三)说明火灾前后德清久胜的相应整体产量、销量及营业收入相应保持基本稳定的原因及合理性

2016年3月,公司子公司德清久胜涂装车间发生火灾,涂装设备受损后,德清久胜向昆山资福机电工程有限公司购买涂装设备等重建生产,车间重建期间,德清久胜向浦江西利工贸有限公司租赁车架油漆喷涂设备、组装设备及相关厂房,以恢复产能及生产,并委托天台禾丰橡胶有限公司喷涂车架等自行车零部件。因此,公司在购置新涂装设备更新改造公司自有生产线的期间,通过租赁厂房及生产线以及外协加工的方式恢复生产,以维持产能的基本稳定,进而使得火灾前后德清久胜的整体产量、销量及营业收入相应保持基本稳定。

涂装车间火灾后重建恢复产能的过程如下:

时间	主要事项
2016年3月	公司涂装车间高压静电设备故障遇油漆溶剂引发火灾。
2016年3月	公司立即启动生产自救,向浦江西利工贸有限公司租赁两条车架油漆喷涂设备生产线、组装设备及相关厂房,德清久胜涂装车间原150名员工整体分流至租赁厂房处,进而基本恢复火灾前的生产能力。
2016年4月	公司向太平洋保险公司申请理赔。
2016年5月	公司委托浙江天辰建筑设计有限公司启动涂装车间等厂房的设计与勘测。
2016年10月	为扩大生产,公司委托天台禾丰橡胶有限公司喷涂自行车车架及零部件,确保喷漆产量的完成。
2016年10月	公司与浙江德清荣业建设有限公司签订建筑合同,开始涂装等车间的建筑施工。
2016年11月	在新建厂房的同时,向昆山资福机电工程有限公司购买涂装设备等。
2017年6月	涂装等车间竣工验收。
2017年5月	涂装等车间竣工验收后,新购置的设备进厂安装、调试,并试生产。
2017年7月	在外租赁厂房生产的员工逐步回厂,参与工厂新设备的调试和试生产,并逐步过渡至正常生产。

(四)说明维持相关产能的具体生产线情况

德清久胜的产能主要依据总装车间的生产线设置,制约公司产能的主要因素

为德清久胜总装车间的流水线数量。火灾前后，德清久胜厂区自有总装生产线 3 条，受涂装车间火灾影响公司车架等零部件的喷涂工艺后，2017 年公司重新购置了水性油漆涂装设备，将喷漆的工艺由传统的溶剂油漆转化为更加环保、安全的水性油漆，重新改造的喷漆工艺及设备，与对应组装工序的总装生产线恢复自有生产线。

（五）核查程序及核查结论

1. 核查程序

我们就上述问题进行了核查，实施的核查程序如下：

（1）统计 2016 年至 2018 年德清久胜产能、产量、销量，获取德清久胜财务报表，并对德清久胜财务及生产负责人进行了访谈，了解火灾后德清久胜重新购置生产线的具体情况、产能及生产恢复情况等；

（2）取得德清久胜火灾保险公估报告，取得与昆山资福购买机器设备的采购合同，及向浦江西利工贸有限公司、天台禾丰橡胶有限公司租赁厂房及生产线的合同、发票、付款单等。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

（1）因火灾影响及生产管理重建调整，报告期内德清久胜整体生产经营状况保持稳定；

（2）火灾发生后，公司通过购置新的涂装设备更新改造公司喷涂生产线的期间，通过租赁车架油漆喷涂设备、组装设备和相关厂房以及通过涂装工序外协等以维持产能的基本稳定；因此，火灾前后德清久胜的整体产量、销量及营业收入相应保持基本稳定。

四、关于主要供应商

报告期内，发行人向前五名供应商的采购金额分别为 63,858.99 万元、64,092.92 万元和 67,301.80 万元，占当年采购总额的比例分别为 46.85%、48.59% 和 40.33%，向第一大供应商金轮体系内企业采购占比分别为 35.48%、38.54% 和 28.31%，金轮体系内企业天津市摩德吉泰运动器材有限公司为发行人曾经持有

50%股权的企业，发行人实际控制人曾在金轮体系杨玉峰家族控制下的天津中轮小额贷款有限公司任职，经查询，发行人实际控制人之一卢志勇目前仍持有天津中轮小额贷款有限公司 10%股份。报告期内，发行人存在客户与供应商重叠的情形，系发行人向金轮体系内企业采购与销售商品，具体情况如下：

时间	重叠客户与供应商名称	项目	金额（万元）	占金轮体系内企业/发行人营业收入比例	商品内容
2020 年度	金轮体系内企业	采购	47,321.83	38.97%	自行车整车及零部件、电动自行车整车及零部件、摩托车零件
		销售	771.26	0.34%	童车及自行车零件
2019 年度	金轮体系内企业	采购	50,930.63	41.02%	自行车整车及零部件、电动自行车整车及零部件
		销售	358.02	0.18%	童车及自行车零件
2018 年度	金轮体系内企业	采购	48,461.06	41.66%	自行车整车及零部件、电动自行车整车及零部件
		销售	331.96	0.17%	童车及自行车零件

请发行人：

补充说明与第一大供应商金轮体系内企业的合作历史，按终端销售产品分类列示并说明报告期内发行人向金轮体系内企业采购整车及主要零部件的采购内容、定价机制、采购价格、采购返利或折扣等，以及销售整车及主要零部件的销售内容、定价机制、销售价格、销售返利或折扣等，与金轮体系内企业向其他客户销售的同类产品价格存在差异的原因和合理性，具体说明发行人向金轮体系内企业采购相关原材料价格的公允性，进一步说明向同一客户既销售又采购的必要性及合理性、定价的依据及公允性。请保荐机构、会计师核查并发表明确意见；

（一）补充说明与第一大供应商金轮体系内企业的合作历史，按终端销售产品分类列示并说明报告期内发行人向金轮体系内企业采购整车及主要零部件的采购内容、定价机制、采购价格、采购返利或折扣等，以及销售整车及主要零部件的销售内容、定价机制、销售价格、销售返利或折扣等，与金轮体系内企业向其他客户销售的同类产品价格存在差异的原因和合理性，具体说明发行人向金轮体系内企业采购相关原材料价格的公允性，进一步说明向同一客户既销售又采购的必要性及合理性、定价的依据及公允性。请保荐机构、会计师核查并发表明确意见

1. 与第一大供应商金轮体系内企业的合作历史

公司与天津金轮于 2000 年在行业展会相识，天津金轮成立于 1987 年，其体系内企业众多，形成了完备的自行车整车及零配件的生产制造体系，产能规模较大，产品符合公司经营需求，产品价格合理且质量稳定，此后双方保持良好合作关系至今。

2. 报告期内向金轮体系内企业采购整车及主要零部件的采购内容、定价机制、采购价格、采购返利或折扣

报告期内，公司向金轮体系内企业主要采购内容按终端销售产品分类列示如下：

商品名称	计量单位	采购数量	采购金额(万元)	采购单价 (元/辆、元/个)	
2020 年度					
整车	童车	万辆	3.44	1,278.67	371.20
	成人车	万辆	48.41	21,001.23	433.81
	电动自行车	万辆	1.19	3,883.11	3,256.82
自行车零件	架叉	万套	17.95	1,910.04	106.38
	车架	万个	43.59	5,133.65	117.78
	鞍座	万个	65.29	762.56	11.68
2019 年度					
整车	童车	万辆	5.23	1,634.96	312.36
	成人车	万辆	51.50	21,489.54	417.31
	电动自行车	万辆	1.41	4,678.95	3,320.05
自行车零件	架叉	万套	45.66	4,200.96	92.01
	车架	万个	24.96	2,376.01	95.21
	鞍座	万个	74.30	783.63	10.55
2018 年度					
整车	童车	万辆	6.73	2,181.58	324.17
	成人车	万辆	55.68	23,232.92	417.24
	电动自行车	万辆	0.84	2,254.49	2,691.92
自行车零件	架叉	万套	61.56	6,162.14	100.11
	车架	万个	19.92	2,287.47	114.84
	鞍座	万个	93.85	1,045.03	11.13

注：零配件种类繁多，以上比较了向金轮采购的主要零配件

公司向金轮体系内企业采购商品主要为自行车整车及零配件、助力电动自行车

车整车及零部件，产品定价依据金轮体系内企业的生产成本和合理利润，双方协商确定价格，合作过程中不涉及采购返利或折扣等情形。

3. 报告期内向金轮体系内企业销售整车及主要零部件的销售内容、定价机制、销售价格、采购返利或折扣

报告期内，公司向金轮体系内企业销售主要内容按终端销售产品分类列示如下：

商品名称		计量单位	销售数量	销售金额(万元)	销售单价(元/辆、元/个)
2020 年度					
整车	童车	万辆	1.49	323.97	217.54
自行车零件	车架	万个	4.52	396.95	87.78
2019 年度					
整车	童车	万辆	1.45	313.30	216.55
自行车零件	前叉	万个	1.02	39.69	38.91
2018 年度					
整车	童车	万辆	1.39	283.63	203.39
自行车零件	链罩	万个	1.81	33.08	18.29

注：零配件种类繁多，以上比较了向金轮采购的主要零配件

公司向金轮体系内企业销售产品主要为童车及自行车零件，童车及相应零部件的定价机制为在公司生产成本加合理利润的基础上，双方协商确定价格；此外，因公司下游客户指定的少量零部件，公司按照采购成本平价向金轮方销售；合作过程中不涉及销售返利或折扣等情形。

4. 与金轮体系内企业向其他客户销售的同类产品价格存在差异的原因和合理性

报告期内，公司向金轮体系内企业采购整车及主要零部件平均价格与金轮体系内企业向其他客户销售的同类产品价格对比情况如下：

商品名称	计量单位	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
		公司向金轮采购价格	金轮向其他客户销售价格	差异率	公司向金轮采购价格	金轮向其他客户销售价格	差异率	公司向金轮采购价格	金轮向其他客户销售价格	差异率
童车	元/辆	371.20	324.83	14.28%	312.36	289.19	8.01%	324.17	350.74	-7.58%
成人车	元/辆	433.81	432.10	0.40%	417.31	393.02	6.18%	417.24	419.46	-0.53%
电动自行车	元/辆	3,256.82	3,199.40	1.79%	3,320.05	3,327.65	-0.23%	2,691.92	2,993.03	-10.06%
架叉	元/套	106.38	108.30	-1.77%	92.01	92.23	-0.24%	100.11	122.84	-18.50%
车架	元/个	117.78	117.24	0.46%	95.21	96.55	-1.39%	114.84	115.1	-0.23%
鞍座	元/个	11.68	10.30	13.40%	10.55	10.67	-1.12%	11.13	11.27	-1.24%

公司自行车整车系根据客户对于产品的结构与外观、工艺与材质、功能与定位等需求进行开发和设计，主要以 ODM 形式定制化生产与采购，整车由众多零部件灵活配置组装而成，而各个自行车零部件又有品牌、材质、结构和工艺复杂程度之分，因此公司外包生产商向公司及其他客户销售的产品基本上无完全一致的产品。

报告期内，公司向金轮体系内企业采购整车及主要零部件平均价格与金轮体系内企业向其他客户销售的同类产品价格有一定差异，主要系产品配置不同所致。其中价格差异较大（差异率超过 10%）的分析如下：

2018 年，公司向金轮采购的电动自行车价格低于金轮向其他客户销售的价格，主要系由于金轮向其他客户销售的部分电动自行车包括韩国三星品牌的锂电池，价格较高，拉高了金轮向其他客户销售的平均单价。

2018 年，公司向金轮采购的架叉价格低于金轮向其他客户销售的价格，主要系由于金轮向其他客户销售的异形架叉单价偏高所致，经对比公司向天津市聚友自行车有限公司采购的同类产品，价格为 122.15 元，与金轮向其他客户销售的价格差异较小。

2020 年度，公司向金轮采购的童车价格高于金轮向其他客户销售的价格，主要系公司采购的部分订单出口欧洲地区，整体配置要求较高，因此公司向金轮采购的价格略高。

2020 年度，公司向金轮采购的鞍座价格高于金轮向其他客户销售的价格，

主要系公司向金轮采购的鞍座部分订单销往欧洲地区，对鞍座梁强度与表面材质要求较高，平均价格略高。

综上，公司向金轮体系内企业采购整车及主要零部件平均价格与金轮体系内企业向其他客户销售的同类产品价格存在一定差异，符合公司实际经营情况和市场情况，具有合理性。

5. 公司向金轮体系内企业采购相关原材料价格的公允性

(1) 整车采购单价对比

报告期内，公司向金轮体系内企业采购的相同材质和相同尺寸的同类整车与公司平均采购单价对比如下：

1) 2020 年度

单位：元/辆

大类	尺寸	材质	向金轮采购价格	公司平均采购价格	差异率
童车	16	铝合金	373.80	477.32	-21.69%
	20	铝合金	470.22	560.78	-16.15%
成车	24	钢	308.91	306.24	0.87%
		铝合金	503.19	501.61	0.31%
	26	钢	326.18	333.12	-2.08%
		铝合金	509.37	494.01	3.11%
	28	钢	335.10	341.18	-1.78%
		铝合金	535.75	531.22	0.85%
	29	钢	373.98	367.99	1.63%
		铝合金	590.64	552.01	7.00%
助力电动自行车	28	铝合金	3,152.08	3,137.68	0.46%

2) 2019 年度

单位：元/辆

大类	尺寸	材质	向金轮采购价格	公司平均采购价格	差异率
童车	16	铝合金	335.32	309.22	8.44%
	20	铝合金	420.26	413.12	1.73%
成车	24	钢	294.62	289.40	1.80%
		铝合金	477.76	476.95	0.17%

	26	钢	324.52	321.43	0.96%
		铝合金	492.05	486.00	1.24%
	28	钢	331.30	351.03	-5.62%
		铝合金	555.18	548.62	1.20%
	29	钢	392.96	384.37	2.23%
		铝合金	639.80	575.95	11.09%
助力电动自行车	28	铝合金	3,087.54	3,087.10	0.01%

3) 2018 年度

单位：元/辆

大类	尺寸	材质	向金轮采购价格	公司平均采购价格	差异率
童车	16	铝合金	266.42	285.91	-6.82%
	20	铝合金	404.87	405.50	-0.16%
成车	24	钢	302.13	300.78	0.45%
		铝合金	469.64	472.45	-0.59%
	26	钢	326.37	316.71	3.05%
		铝合金	534.52	515.89	3.61%
	28	钢	353.64	356.67	-0.85%
		铝合金	582.13	584.08	-0.33%
	29	钢	394.26	392.33	0.49%
		铝合金	679.78	624.78	8.80%
助力电动自行车	28	铝合金	2,588.84	2,589.50	-0.03%

从上表可见，报告期内，公司向金轮采购的相同材质和相同尺寸的同类整车与公司平均采购单价整体不存在较大差异。由于公司下游客户订单产品具有定制化特征，整车除了车架以外，还由众多不同档次和价格的零部件按照客户销售市场对产品整体档次和目标成本的要求以及各供应商不同的零配件采购体系灵活配置组装而成，因此整车产品的采购价格存在一定的差异，符合行业经营特点及公司的实际经营状况。报告期各期，个别采购价格差异较大（差异率超过 10%）的具体原因分析如下：

2019 年，公司向金轮体系内企业采购的 29 寸铝合金成车配备了进口的喜玛诺变速系统、刹车系统零部件以及台资厂商的牙盘曲柄等，因此整体采购成本较高，而向其他供应商采购的此类车型定位为经济型车款，配置主要为国产零配件，

如天津福盛达运动器材有限公司的采购均价为 453.27 元/辆，因此向金轮体系内企业采购的此类产品价格高于公司平均采购单价。

2020 年度，公司向金轮体系内企业采购的 16 寸、20 寸铝合金材质童车低于公司平均采购单价，主要系公司向天津市捷创自行车有限公司采购了部分配置为折叠式铝车架、折叠式铝车把和把立、后 7 或后 8 档变速的高端童车，拉高了该等童车的平均采购价格所致。

(2) 主要零件采购单价对比

报告期内，公司采购的零件及其供应商众多，材质、品牌、细分品种等差异较大，为增强可比性，以下对公司向金轮采购的主要零件与向其他供应商采购的同类产品单价对比如下：

1) 2020 年度

商品名称	单位	向金轮采购价格	可比供应商名称	可比供应商采购价格	差异率
架叉	元/套	106.38	斯博特（天津）自行车有限公司	101.68	4.42%
车架	元/个	117.78	天津友鹏永悦工贸有限公司	118.20	-0.36%
鞍座	元/个	11.68	天津柏克森科技有限公司	11.60	0.68%

2) 2019 年度

商品名称	单位	向金轮采购价格	可比供应商名称	可比供应商采购价格	差异率
架叉	元/套	92.01	天津聚盛运动器材有限公司/天津盛方泰科技有限公司/天津市聚友自行车有限公司	96.75	-4.90%
车架	元/个	95.21	天津市聚友自行车有限公司	97.72	-2.57%
鞍座	元/个	10.55	天津华冠自行车配件有限公司	9.87	6.89%

3) 2018 年度

商品名称	单位	向金轮采购价格	可比供应商名称	可比供应商采购价格	差异率
架叉	元/套	100.11	天津盛方泰科技有限公司/天津市聚友自行车有限公司	105.42	-5.04%
车架	元/个	114.84	天津市聚友自行车有限公司	118.94	-3.45%
鞍座	元/个	11.13	天津华冠自行车配件有限公司	11.52	-3.39%

从上表可见，报告期内，公司向金轮采购的主要零件与向其他可比供应商采

购的同类产品单价不存在较大差异。

报告期内，公司向金轮体系内企业的采购均按照市场化定价，相同材质、相同尺寸、类似配置的同类整车与公司平均采购单价不存在较大差异，公司向金轮采购的主要零件与向其他可比供应商采购的同类产品单价不存在较大差异，公司向金轮体系内企业采购商品的价格公允。

6. 向同一客户既销售又采购的必要性及合理性、定价的依据及公允性

(1) 必要性及合理性

公司向金轮体系内企业采购商品主要为成人自行车整车及零配件、助力电动自行车整车及零部件，向其少量销售童车及自行车零件。金轮体系内的企业以生产和组装 20 寸及 20 寸以上的中高档成人自行车和大尺寸（16 寸~20 寸）童车为主，公司以生产和组装 20 寸以下的童车为主，两者在各自的主营业务产品上具有成本和生产周期上的比较优势。

公司客户遍布全球，客户根据其所在区域特点具有个性化的产品需求，针对发行人下游客户的小批量定制化订单，部分零部件生产需要特殊模具，且部分客户指定零部件，金轮体系内公司作为公司外包生产商，公司向金轮提供部分零部件能够节省成本与生产时间；同时，金轮体系内企业基于自身经营需求亦向公司采购少量差异化的童车产品。

因此，公司向金轮体系内企业大量采购整车及零配件的同时向其少量销售童车及自行车零件具有必要性及合理性。

(2) 定价依据及公允性

1) 定价依据

公司与金轮体系内企业采购与销售定价依据如下：

项目		定价依据
公司向金轮体系内企业采购		在生产成本加合理利润的基础上，双方协商确定价格。
公司向金轮体系内企业销售	下游客户指定零部件	按照公司采购成本平价向金轮方销售。
	童车及其零部件	在生产成本加合理利润的基础上，双方协商确定价格。

2) 定价公允性

公司向金轮体系内企业主要产品采购价格的公允性详见本回复本题之“(一) 5. 发行人向金轮体系内企业采购相关原材料价格的公允性”相关分析。

公司向金轮体系内企业主要产品销售价格的对比分析如下：

项目	计量单位	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
		向金轮销售价格	公司平均销售价格	价格差异率	向金轮销售价格	公司平均销售价格	价格差异率	向金轮销售价格	公司平均销售价格	价格差异率
童车	元/辆	217.54	238.46	-8.77%	216.55	217.51	-0.44%	203.39	216.19	-5.92%
车架	元/个	87.78	92.50	-5.10%	-	-	-	-	-	-

从上表可以看出，公司向金轮体系内企业销售的童车及车架价格略低于公司整体平均销售价格，主要系由于公司童车电商销售价格较高，拉高了公司整体童车的销售价格；此外，车架材质的差异，使得价格存在小幅差异，但与公司整体销售单价不存在明显差异，销售定价具有公允性。

(二) 核查程序及核查结论

1. 核查程序

我们就上述问题进行了核查，实施的核查程序如下：

(1) 访谈了金轮体系内企业实际控制人，了解双方合作历史；

(2) 获取公司向金轮体系内企业的采购明细和销售明细，统计公司向金轮体系内企业采购平均价格并将其与公司平均采购价格、金轮体系内企业向其他客户销售价格进行对比，分析采购价格和销售价格公允性；

(3) 访谈公司高管，了解向金轮体系内企业既销售又采购的必要性，并通过双方交易情况判断其合理性。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 公司与金轮方于 2000 年在行业展会相识，此后双方保持良好合作关系至今；

(2) 公司向金轮体系内企业采购商品主要为自行车整车及零配件、助力电

动自行车整车及零部件，产品定价依据金轮体系内企业的生产成本和合理利润，双方协商确定价格；公司向金轮体系内企业销售产品主要为童车及自行车零件，童车及相应零部件的定价机制为在公司生产成本加合理利润的基础上，双方协商确定价格；因公司下游客户指定的零部件，公司按照采购成本平价向金轮方销售，合作过程中不涉及销售/采购返利或折扣等情形；

(3) 报告期内，公司向金轮体系内企业采购的相同材质、相同尺寸和类似配置的同类整车与公司平均采购单价不存在较大差异，公司向金轮采购的主要零件与向其他可比供应商采购的同类产品单价不存在较大差异，公司向金轮体系内企业采购商品价格公允；公司向金轮体系内企业既销售又采购具有必要性及合理性，定价依据合理，采购与销售价格具有公允性。

专此说明，请予察核。

天健会计师事务所（特殊普通合伙）



中国注册会计师：



中国注册会计师：



二〇二一年五月十日



营业执照

(副本)

统一社会信用代码
913300005793421213 (1/3)

扫描二维码登录“国家企业信用信息公示系统”了解更多登记、备案、许可、监管信息



名称	天健会计师事务所(特殊普通合伙)	成立日期	2011年07月18日
类型	特殊普通合伙企业	合伙期限	2011年07月18日至长期
执行事务合伙人	胡少先	主要经营场所	浙江省杭州市西湖区西溪路128号6楼

经营范围
审计企业会计报表、出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具有关报告；基本建设年度决算审计；代理记账；会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训；信息系统审计；法律、法规规定的其他业务。（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）

登记机关

2021年03月08日

市场主体应当于每年1月1日至6月30日通过国家信用公示系统报送公示年度报告。

国家企业信用信息公示系统网址：<http://www.gsxt.gov.cn>

国家市场监督管理总局监制



仅为久祺股份注册环节反馈意见落实函回复之目的而提供文件的复印件，仅用于说明天健会计师事务所（特殊普通合伙）合法经营未经本所书面同意，不得用作任何其他用途，亦不得向第三方传递或披露。



证书序号：000390

会计师事务所 证券、期货相关业务许可证

经财政部、中国证券监督管理委员会审查，批准
天健会计师事务所（特殊普通合伙） 执行证券、期货相关业务。

首席合伙人：胡少先

证书号：44

发证时间：二〇一一年十一月八日
证书有效期至：二〇一一年十一月八日



仅为久祺股份注册环节反馈意见落实函回复之目的而提供文件的复印件，仅用于说明天健会计师事务所（特殊普通合伙）具有证券期货相关业务执业资质未经本所书面同意，此文件不得用作任何其他用途，亦不得向第三方传送或披露。



会计师事务所 执业证书

名称：天健会计师事务所（特殊普通合伙）

首席合伙人：胡少先

主任会计师：

经营场所：浙江省杭州市西溪路128号6楼

组织形式：特殊普通合伙

执业证书编号：330000001

批准执业文号：浙财会（2011）25号

批准执业日期：1998年11月21日设立，2011年6月28日转制



仅为久祺股份注册环节反馈意见落实函回复之目的而提供文件的复印件，仅用于说明天健会计师事务所（特殊普通合伙）具有执业资质，经本所书面同意，此文件不得用作任何其他用途，亦不得向第三方传递或披露。

证书序号：0007666

说明

- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。

发证机关：浙江省财政厅
2019年12月25日

中华人民共和国财政部制



仅为久祺股份注册环节反馈意见落实函回复之目的而提供文件的复印件，仅用于说明陈中江是中国注册会计师，未经本人书面同意，此文件不得用作任何其他用途，亦不得向第三方传送或披露。



姓名 陈中江
 Full name _____
 性别 男
 Sex _____
 出生日期 1978-12-25
 Date of birth 天健会计师事务所(特殊普通合伙)
 Working unit 33068219781225095X
 身份证号码
 Identity card No. _____

证书编号: 330000011893
 N.º. of Certificate
 批准注册协会: 浙江省注册会计师协会
 Authorized Institute of CPAs
 发证日期: 2003 年 07 月 21 日
 Date of Issuance



年度检验登记
 Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
 This certificate is valid for another year after this renewal.



年 /y
 月 /m
 日 /d

391



仅为久祺股份注册环节反馈意见落实函回复之目的而提供文件的复印件，仅用于说明叶怀敏是中国注册会计师，未经本人书面同意，此文件不得用作任何其他用途，亦不得向第三方传递或披露

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.

姓名 叶怀敏
Full name
性别 男
Sex
出生日期 1982-02-23
Date of birth
工作单位 天健会计师事务所(特殊普通合伙)
Working unit
身份证号码 330327198202236011
Identity card No.



证书编号: 330000011803
No. of Certificate
批准注册协会: 浙江省注册会计师协会
Authorized Institute of CPA
发证日期: 2009 年 09 月 21 日
Date of Issuance



年 月 日
y m d