



关于浙江恒威电池股份有限公司  
首次公开发行股票并在创业板上市  
审核中心意见落实函的回复

保荐机构（主承销商）



深圳市福田区福田街道福华一路 111 号

**深圳证券交易所：**

贵所于 2021 年 8 月 9 日出具的《关于浙江恒威电池股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函》（审核函〔2021〕011003 号）（以下简称“《落实函》”）已收悉。招商证券股份有限公司（以下简称“保荐人”或“保荐机构”）作为浙江恒威电池股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”或“恒威电池”）首次公开发行股票并在创业板上市的保荐机构，已会同发行人、天健会计师事务所（以下简称“申报会计师”或“天健”）、国浩（苏州）律师事务所（以下简称“发行人律师”或“国浩”），就需要发行人及各相关中介机构做出书面说明和核查的有关问题逐项落实，并对招股说明书等申请文件进行了相应的修改、补充完善。现将落实函回复如下，请予审核。

发行人、保荐机构保证回复真实、准确、完整。

如无特别说明，本落实函回复使用的简称与《浙江恒威电池股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》中的释义相同。涉及招股说明书补充披露或修改的内容已在《招股说明书》中以楷体加粗方式列示。

<b>宋体（加粗）</b>	<b>《落实函》所列问题</b>
宋体（不加粗）	对《落实函》所列问题的回复
<b>楷体（加粗）</b>	<b>涉及申请文件补充披露或修改的内容</b>
楷体（不加粗）	对招股说明书内容的引用

在本落实函回复中，合计数与各分项数值相加之和若在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

# 目录

问题 1：关于创业板定位 .....	4
问题 2：关于销售佣金及新增客户 .....	7
问题 3：关于毛利率.....	7
问题 4：关于期后业绩 .....	33

## 问题 1：关于创业板定位

请发行人结合实际业务情况，重新修改招股说明书中的创业板定位相关信息披露，体现“创新、创造、创意”中的某项特点，披露的相关情况应以客观事实为依据，避免夸大或误导性披露。

请保荐人发表明确意见。

### 【回复】

## 一、说明和补充披露

发行人已在招股说明书“第二节 概览”之“五、发行人的三创四新情况”以及“第六节 业务与技术”之“二、（六）发行人的三创四新情况”中完善披露如下：

### 1、创新特征

公司专注主营业务，形成了以提高锌锰电池放电性能、安全性能以及环保性能的配方技术为核心的技术创新体系。公司对产品配方的创新是公司创新特征的重要体现。

锌锰电池属于国际标准化产品，尺寸大小、单体形状等均具有国内外通用标准，产品的创新主要体现在产品配方的改良方面。公司通过改进正、负极材料的活性，优化电解质的配方，使用含涂层隔膜或新型隔膜、功能粘合剂、添加剂，降低密封圈高度以及采用不等厚拉伸钢壳等措施，提高碱性电池的放电容量，延长电池的放电时间，提高电池的环保及安全性能。公司自主研发的高性能碱性 Zn-MnO<sub>2</sub> 电池负极凝胶剂的产业化被列为国家火炬计划产业化示范项目。

如对于客户需求最大的 LR6 电池，公司进行一系列的配方改良，使电池的放电性能有了大幅的提高，使恒阻连续放电容量达到 2.6Ah 以上、高功率 1.5W 放电次数达到 140 次以上。公司未来的研发方向是在保持现有性能的基础上，通过配方的优化以减少正负极材料用量，降低产品材料成本，进一步提高产品的市场竞争力。近年来，公司 LR6 电池的配方创新情况如下表所示：

序号	公司主要改良措施	恒阻连续放电容量	高功率 1.5W 放电次数
1	采用****电解二氧化锰作为正极，锌粉作为负极，用****和****作为凝胶剂，电解液 KOH 含量控制在**%	1.2-1.5Ah	60 次左右
2	基于电解二氧化锰活性的改善、结合第一代高功率锌粉，以****和****作为凝胶剂，电解液 KOH 含量在**%	1.6-1.9Ah	100 次左右

序号	公司主要改良措施	恒阻连续放电容量	高功率 1.5W 放电次数
3	在之前工艺技术基础上，通过在正极中使用超高性能膨胀石墨，以及第二代高功率锌粉	2.3Ah 以上	120 次左右
4	通过研制负极材料（采用****，并加入****活性剂）和正极材料（提高电解二氧化锰****），提高了正负极活性物质利用率	2.6Ah 以上	140 次以上

放电性能指标系锌锰电池的核心技术参数，公司主要产品的电性能指标与长虹能源、野马电池等行业领先企业处于同一水平，均大幅超过相关的国家及国际标准。

在电池的安全性能以及储存性能方面，公司通过选用新型密封材料，并配合关键设备处理工艺以及新生产工艺的应用，锌锰电池的储存期从开始进入市场时的 3 年、提高到 5-7 年，再到如今的 10 年。在环保方面，通过配方优化，公司环保型碱性电池已实现无汞、无镉、无铅化生产。

综上，公司持续创新产品配方，通过改进正、负极材料的活性，优化电解质的配方等措施，提升了电池的放电容量和储存寿命，提高了电池的环保及安全性能，为公司赢得市场竞争优势和持续获取客户订单提供了基础。因此，发行人对产品配方持续创新的能力为公司实现了业务发展，是公司创新特征的重要体现。

## 2、科技创新和新旧产业融合情况

### （1）科技创新情况

公司围绕锌锰电池最新技术发展趋势，通过不断的针对性研究开发，促使企业的技术水平不断提升。

公司是高新技术企业，先后被评为市级研发中心、市级企业技术中心、省级高新技术企业研究开发中心以及浙江省企业研究院。截至本招股说明书签署日，公司已获得 28 项国家专利；另有 3 项发明专利、3 项实用新型专利正在申请中。公司自主研发的高性能碱性 Zn-MnO<sub>2</sub> 电池负极凝胶剂的产业化被列为国家火炬计划产业化示范项目。公司主导或参与了 4 项已发布的国家标准的编写。

经过二十多年的创新积累，公司掌握了“碱性 Zn-MnO<sub>2</sub> 电池负极凝胶剂技术”、“膨胀石墨粉在碱性电池中的应用技术”等 10 项核心技术。核心技术的介绍情况参见招股说明书“第六节 业务与技术”之“七、（一）核心技术情况”。公司通过对新型电池高效材料的探索和选用，产品工艺配方的持续优化，生产工艺和装备的不断改进，使产品的电性能和安全性持续提升，拓宽了产品应用领域。公司产品主要电性能超过 IEC

及国家标准 50%以上，达到业领先水平；公司生产的锌锰电池均为无汞环保型电池，同时公司已取得北欧白天鹅生态认证。

报告期各期，公司依靠核心技术产生的营业收入占比分别为 86.61%、79.60%以及 78.76%；依托公司的核心技术，公司与多家国际商业连锁企业、知名品牌运营商及大型贸易商建立起了长期稳定的合作关系，主要客户包括 Dollar Tree、Strand、Bexel、Daiso、ICA、Migros 等。同时，公司通过 Li & Fung、Kanematsu、HW-USA 等贸易商将公司产品销售给 7-Eleven、Lawson、Wegmans 等终端渠道。报告期各期，公司主营业务收入中对欧洲、北美、日韩等经济发达地区的销售占比分别为 87.91%、88.53%及 90.88%。公司顺利实现了科技创新成果的产业化。

## （2）新旧产业融合情况

为了更好地提高企业生产效率，进一步提高产品各项性能指标，提升企业产品的市场占有率，公司将现代电池的精密制造工艺与数字化智能制造技术相融合，建成了行业领先的碱性电池智能化高速生产系统，全面提升了公司产品生产线的自动化、数字化及智能化水平，对我国锌锰电池行业的发展和升级发挥了积极的推动作用。

锌锰电池制造行业经历了半自动化、自动化以及智能化生产等阶段。智能化生产方式的变革对锌锰电池制造企业提高生产效率、降低生产成本、提高产品品质以保持竞争力具有重要意义。

通过长期持续的试验、调试和研究，公司对生产线进行了持续的改进与完善，对包括隔膜纸卷纸机结构、电解液加注装置、储液桶结构等结构进行了大量的重新设计与升级改造，有效地提升了电池生产线的性能和生产效率。同时，公司与国内设备制造商合作，参与了智能化生产线的开发，对电池生产工艺流程进行优化，打造了国内领先的碱性电池智能化生产车间。

目前公司智能化碱性电池生产线具备高密度正极环制造、全自动进料及监测、多段真空吸液及控制、高精度锌膏注入、视觉监测、超灵敏称重、全自动装盘等多项功能，实现了产品参数在线监测、产线工艺状态实时调整，从而实现了产品的高速度、高精度智能化制造；同时，产品管理 MES 系统、PLC 控制系统、信息管理的 Andon 系统以及可视化 VMES 系统可为生产管理提供实时质量监控、过程控制、成本管理、数据分

析等模块，有助于公司实现数字化生产管理。

公司通过智能化生产车间的建设，提升了生产效率与产品质量。目前公司碱性电池主要产品生产线最高生产能力可达到每分钟 800 支，已处在国内领先水平。

## 二、核查意见

保荐人主要履行了以下核查程序：

1、对发行人总经理、研发经理执行访谈程序，查阅公司专利产权证书，研发项目立项、结项等资料，了解公司的生产经营情况，分析公司创新、创造、创意特征及具体体现，以及科技创新和新旧产业融合情况；

2、查询可比公司产品技术参数相关的公开资料，获取外部权威第三方机构出具的关于发行人锌锰电池产品检测报告，并与可比公司进行比较分析；

3、实地查看公司智能化生产车间运行情况，并对公司设备供应商进行实地走访，了解公司生产自动化、数字化及智能化水平；

4、查阅发行人招股说明书“第六节 业务与技术”中发行人对创新、创造、创意特征以及科技创新和新旧产业融合情况的补充披露情况。

经核查，保荐人认为：发行人对产品配方的创新是其创新特征的重要体现，发行人已完善披露发行人业务体现出的创新特征，披露的相关情况以客观事实为依据，不存在夸大式或误导式信息披露。

### 问题 2：关于销售佣金及新增客户

申报材料显示：

(1) 报告期内，发行人的主要销售佣金支付对象 DMI、RFI 均为贸易公司；

(2) 报告期内，发行人对 Li & Fung 和 Dollar Tree 等新开拓客户的销售收入快速增加。

请发行人说明：

(1) DMI、RFI 的设立背景、主营业务、合作历史等情况，DMI、RFI 与发行人是否存在共同客户或竞争关系，DMI、RFI 为发行人介绍客户的合理性，发行人报告期内向 DMI、RFI 持续支付佣金的原因，发行人与 Bexel 等客户的销售业务是否依赖于 DMI、RFI；

(2) 报告期各期 Li & Fung 和 Dollar Tree 的期后回款情况，Li & Fung 和 Dollar Tree 报告期内的信用政策和结算方式、是否发生较大变化。

请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见。

### 【回复】

一、DMI、RFI 的设立背景、主营业务、合作历史等情况，DMI、RFI 与发行人是否存在共同客户或竞争关系，DMI、RFI 为发行人介绍客户的合理性，发行人报告期内向 DMI、RFI 持续支付佣金的原因，发行人与 Bexel 等客户的销售业务是否依赖于 DMI、RFI

(一) Dai Myung International Ltd (以下简称“DMI”)

1、DMI 的设立背景、主营业务、合作历史等情况

(1) DMI 的基本信息

名称	Dai Myung International Ltd
类型	私人公司
注册资本	10,000 美元
注册地址	Room No. 1402, 102Dong, 73, Dobongro 136Ga-Gil, Dobong-Gu, Seoul, Korea
成立时间	2005 年 7 月 20 日
股权结构	Bumsik Shin 持股 100%
主营业务	贸易服务

(2) 双方合作历史

2016 年，发行人经朋友介绍认识了 DMI 实际控制人 Bumsik Shin(韩国籍)，Bumsik Shin 曾任职于 Bexel (1998—2005)，具备在韩国市场的电池销售经验。发行人当时正在拓展电池销售市场，于是提出希望 Bumsik Shin 为公司介绍韩国客户且愿意支付佣金。

因此，Bumsik Shin 向发行人介绍了韩国客户 Bexel、Go Power 并以自己控制的 DMI 与发行人签订佣金协议收取佣金。2017 年至今，发行人与 DMI 保持业务合作关系，DMI 向发行人提供的服务包括业务开发、客户维护、市场调研等。

## 2、DMI 与发行人是否存在共同客户或竞争关系

经访谈 DMI 实际控制人 Bumsik Shin 及网络核查，DMI 与发行人不存在共同客户。DMI 是一家国际贸易服务公司，不经营电池生产业务且不直接采购电池进行销售。因此，DMI 主营业务不同于发行人，与发行人业务不存在替代性、竞争性及利益冲突，与发行人不存在竞争关系。

## 3、DMI 为发行人介绍客户的合理性

DMI 实际控制人 Bumsik Shin 因在 Bexel 的工作经历，其本身在韩国积累着电池销售业务的相关经验和资源。Bumsik Shin 在 Bexel 离职后设立了 DMI，通过 DMI 提供国际贸易服务，即利用自己的文化、语言和地理位置优势帮助促成及维护韩国境外供应商与韩国本土客户的业务合作并以此收取佣金。因此，在发行人提出介绍韩国客户的请求后，向发行人介绍了 Bexel 及 Go Power，且在发行人与 Bexel、Go Power 建立业务合作后，与发行人签订佣金协议，收取佣金。DMI 为发行人介绍客户属于 DMI 主营业务范围，符合商业逻辑，具有合理性。

## 4、发行人报告期内向 DMI 持续支付佣金的原因

### (1) 报告期内，DMI 向发行人提供了服务

DMI 为韩国公司且其实际控制人 Bumsik Shin 为韩国籍。在发行人与 Bexel、Go Power 的交易过程中，Bexel、Go Power 要求供应商参与其产品优化的研讨会、及时处理韩国消费者的产品投诉等。DMI 实际控制人 Bumsik Shin 代表发行人在韩国沟通解决前述问题，为发行人与 Bexel、Go Power 的业务合作提高了沟通效率，节约了沟通成本，维护了客户关系。

因此，发行人报告期内持续向 DMI 支付佣金是对 DMI 提供的服务支付的对价。

### (2) 报告期内，发行人与 DMI 签订了佣金协议

发行人与 DMI 签订的佣金协议约定，DMI 给发行人介绍客户后，如果发行人与

DMI 介绍的客户确定了业务关系，则该业务应被视为 DMI 的工作成果并计算佣金，发行人向 DMI 支付的佣金金额以 DMI 所介绍客户当期相关产品销售收入为基础，根据实际收到货款情况，发行人需支付佣金，佣金支付比例由发行人和 DMI 协商确定。因此，报告期内，发行人向 DMI 持续支付佣金具有协议基础。

### (3) 报告期内，发行人均产生支付佣金的义务

DMI 向发行人介绍了客户 Bexel、Go Power，且 Bexel、Go Power 与发行人确定了业务关系，报告期内，发行人与 Bexel、Go Power 交易的具体情况如下：

单位：万元

年度	客户名称	销售收入	佣金金额	佣金比例	支付方式
2018 年	Bexel、Go Power	2,755.48	43.51	1.58%	现汇
2019 年		2,228.66	50.59	2.27%	现汇
2020 年		5,324.05	66.50	1.25%	现汇

如上表所述，报告期内，Bexel 和 Go Power 持续与发行人进行交易，佣金协议约定了发行人与 DMI 介绍的客户产生交易并完成收款时，发行人需支付佣金。发行人向 DMI 支付的佣金比例根据销售的不同客户、不同电池产品型号进行约定，佣金比例在 3% 以内。

因此，报告期内，发行人持续向 DMI 支付佣金为正常履行合同义务。

## 5、发行人销售业务不依赖于 DMI

2017 年至今，发行人一直直接与 Bexel、Go Power 进行交易，彼此建立了长期稳定的合作关系。Bexel、Go Power 均认可发行人的产品及服务质量，发行人是其重要的供应商。

DMI 在发行人与 Bexel、Go Power 的销售业务中主要提供客户维护服务。如前所述，DMI 主要借助自身文化、语言和地理位置优势代表发行人在韩国境内处理客户问题。DMI 作为贸易服务商，其服务具有可替代性，发行人销售业务不依赖于 DMI。

## （二）RFI (China) Co., Ltd（以下简称“RFI”）

### 1、RFI 的设立背景、主营业务、合作历史等情况

#### （1）RFI 的基本信息：

名称	RFI (China) Co., Ltd
类型	私人公司
注册资本	300,000 港币
注册地址	Flat J,13/F, Block 2, Golden Dragon Industrial Centre, Nos.162-170 Tai Lin Pai Road, Kwai Chung N.T, HK, China
设立时间	2006 年 5 月 4 日
股权结构	Wong Vun Sheng 持股 100%
主营业务	贸易及贸易服务

#### （2）双方合作历史

2004 年，发行人通过朋友介绍认识了 Wong Vun Sheng（马来西亚籍），Wong Vun Sheng 拥有相关电池销售的资源，向发行人介绍了有电池购买需求的客户 Kapa。2004 年至 2015 年，Kapa 指定金华市亚美进出口贸易有限公司（以下简称“金华亚美”）向发行人购买电池。后因金华亚美经营不善，2016 年起，Kapa 直接向发行人购买电池。由于 Wong Vun Sheng 促成发行人上述电池销售业务，在发行人与金华亚美合作之初，发行人直接向 Wong Vun Sheng 支付佣金。2013 年，出于合规性考虑发行人变更了佣金支付方式，即将相关佣金支付至 RFI，因此，2013 年至今发行人均向 RFI 支付佣金。

### 2、RFI 与发行人是否存在共同客户或竞争关系

经访谈 RFI 实际控制人 Wong Vun Sheng 及网络核查，RFI 与发行人不存在共同客户。RFI 无电池生产业务，与电池销售有关的业务仅为在韩国地区销售锂电池移动电源产品，与发行人生产的电池应用范围不同。因此，RFI 经营的业务不同于发行人，与发行人业务不存在替代性、竞争性及利益冲突，与发行人不存在竞争关系。

### 3、RFI 为发行人介绍客户的合理性

RFI 为 Wong Vun Sheng 实际控制的公司，Wong Vun Sheng 本身从事国际贸易工作，在跨境采购和销售具有丰富经验。2004 年，发行人经朋友介绍结识 Wong Vun Sheng，且 Wong Vun Sheng 知悉 Kapa 有电池采购的需求，在了解到发行人为电池生产商且愿

意为业务介绍人支付佣金后向发行人介绍了 Kapa。发行人后续直接与 Kapa 联系并建立的商业合作。

因此, Wong Vun Sheng 为发行人介绍 Kapa 系了解到发行人与 Kapa 各自存在销售、采购电池的商业需求, Wong Vun Sheng 利用自己的信息渠道向发行人介绍了 Kapa, 具有合理性。

#### 4、发行人报告期内向 RFI 持续支付佣金的原因

(1) 报告期内, RFI 向发行人提供了服务

报告期内, RFI 持续向发行人提供了服务, 包括但不限于协助发行人沟通 Kapa 提出的质量问题、市场需求等事项, RFI 利用自己的国际贸易经验、语言优势为发行人与 Kapa 的业务合作提高了沟通效率, 节约了沟通成本, 维护了客户关系。

因此, 发行人报告期内持续向 RFI 支付佣金是对 RFI 提供的服务支付的对价。

(3) 报告期内, 发行人与 RFI 签订了佣金协议

发行人与 RFI 签订的佣金协议约定, 发行人定期和 RFI 核对 Kapa 涉及的订单并支付佣金, 发行人向 RFI 支付的佣金金额以当期 Kapa 相关产品销售收入为基础, 根据实际收到货款情况, 发行人需支付佣金, 佣金支付比例由发行人和 RFI 协商确定。

(3) 报告期内, 发行人均产生支付佣金的义务

Kapa 与发行人在报告期内持续开展交易, 具体交易及支付佣金情况如下:

单位: 万元

年度	客户名称	销售收入	佣金金额	佣金比例	支付方式
2018 年	Kapa Reynolds S.A.	1,383.63	26.37	1.91%	现汇
2019 年		1,224.54	9.54	0.78%	现汇
2020 年		1,488.99	14.34	0.96%	现汇

如上表所述, 报告期内, Kapa 持续与发行人进行交易, 佣金协议约定了 Kapa 与发行人产生交易时并完成付款后, 发行人需支付佣金。报告期初, 发行人与 RFI 约定的佣金比例为 3%; 2018 年下半年开始, 发行人与 RFI 协商, 降低佣金比例至 1%。2019 年与 2020 年佣金比例低于 1%, 主要由于 Kapa 未完全支付货款, 发行人未计提相关收入对应佣金。因此, 发行人报告期内持续向 RFI 支付佣金为正常履行合同义务。

## 5、发行人销售业务不依赖于 RFI

2016 年至今,发行人一直直接与 Kapa 进行交易,彼此建立了长期稳定的合作关系。Kapa 认可发行人的产品及服务质量,发行人是其重要的供应商。

RFI 在发行人与 Kapa 的销售业务中主要提供客户维护服务。如前所述,RFI 借助自身与境外客户丰富的沟通经验协助发行人处理客户相关问题。RFI 为发行人提供的服务具有可替代性,发行人销售业务不依赖于 RFI。

## 二、报告期各期 Li & Fung 和 Dollar Tree 的期后回款情况, Li & Fung 和 Dollar Tree 报告期内的信用政策和结算方式、是否发生较大变化

### (一) 期后回款情况

报告期各期 Li & Fung (含 Li&Fung 与 Goodwest) 和 Dollar Tree 应收账款期后 1 个月和 4 个月回款情况统计情况如下:

单位: 万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
<b>Li&amp;Fung</b>			
应收账款期末余额	604.30	448.34	381.92
期后 1 个月回款金额	65.42	114.42	-
期后 4 个月回款金额	604.30	448.34	381.92
期后 1 个月回款金额占比	10.83%	25.52%	-
期后 4 个月回款金额占比	100.00%	100.00%	100.00%
<b>Goodwest</b>			
应收账款期末余额	230.48	395.65	321.49
期后 1 个月回款金额	114.36	248.66	209.34
期后 4 个月回款金额	230.48	395.65	321.49
期后 1 个月回款金额占比	49.62%	62.85%	65.11%
期后 4 个月回款金额占比	100.00%	100.00%	100.00%
<b>Dollar Tree<sup>注</sup></b>			
应收账款期末余额	927.47	-	-
期后 1 个月回款金额	573.75	-	-
期后 4 个月回款金额	927.47	-	-

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
期后 1 个月回款金额占比	61.86%	-	-
期后 4 个月回款金额占比	100.00%	-	-

注：因 Greenbrier International Inc.与 Dollar Tree Stores Canada, Inc.同受 Dollar Tree 控制且信用政策及结算方式均相同，此处以 Dollar Tree 汇总披露。

由上表可知，Li&Fung 与 Goodwest 报告期各期应收账款均在 4 个月内收回，结合 Li&Fung 与 Goodwest 信用期分别为船期后 120 天付款和船期后 60 天付款，报告期各期 Li&Fung 与 Goodwest 应收账款均在信用期内收回。

Dollar Tree 销售款项均以不可撤销即期信用证进行结算，由上表可知，Dollar Tree 2018-2019 年度销售款项均已在当年度收回，而 2020 年末存在未结算应收账款主要系 2020 年度 Dollar Tree 放量后存在单个订单对应多个港口的情况，对应即期信用证需对应的单个订单全部发货后方可提交兑付资料，且受新冠肺炎疫情影响出口货运舱位紧张，订舱困难整体拉长了出货时间所致。Dollar Tree 2020 年度分订单期末已出口未收款情况统计如下：

单位：美元

订单单号	订单总金额	2020 年末已出口未收款	期后收款日期
HW2010707	361,582.83	299,892.82	2021-2-18
HW2009637	730,014.60	244,339.76	2021-3-9
HW2009630	870,488.65	870,488.65	2021-1-8
HW2009636	6,704.32	6,704.32	2021-1-22
合 计	<b>1,968,790.40</b>	<b>1,421,425.55</b>	

由上可知，订单 HW2010707、HW2009637 于 2020 年末未收款系对应订单在 2020 年末尚未全部完成出口，已出口未收款部分需对应订单全部完成出口后方能进行即期信用证兑付流程所致；订单 HW2009630、HW2009636 期末未收款系订单 HW2009630 于 2020 年 12 月 27 日完成出口，订单 HW2009636 于 2020 年 12 月 28 日完成出口，因对应即期信用证兑付需提交资料并经银行审核，存在一定的时间差所致。Dollar Tree 2020 年末应收款均已在期后 3 个月内收回。

## （二）信用政策和结算方式

报告期各期 Li & Fung、Goodwest 和 Dollar Tree 信用政策和结算方式统计如下：

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
Li & Fung			
信用政策	船期后 120 天付款	船期后 120 天付款	船期后 120 天付款
结算方式	电汇	电汇	电汇
Goodwest			
信用政策	船期后 60 天付款	船期后 60 天付款	船期后 60 天付款
结算方式	电汇	电汇	电汇
Dollar Tree			
信用政策	即期信用证	即期信用证	即期信用证
结算方式	信用证	信用证	信用证

由上表可知，报告期各期 Li & Fung、Goodwest 和 Dollar Tree 信用政策和结算方式均保持一致，未发生变更。剔除 Dollar Tree 2020 年度实际出货时间拉长的具体因素影响，Li & Fung、Goodwest 和 Dollar Tree 相应货款均在信用期内收回，公司报告期各期不存在应收账款逾期未收回的情况且不存在通过放宽信用政策提前确认收入的情形。

### 三、核查意见

保荐人与申报会计师主要履行了以下核查程序：

1、获取报告期各期 DMI、RFI 销售佣金协议，了解公司销售佣金的计提标准和计提依据，复核佣金计提金额的准确性，同时获取公司报告期各期佣金结算明细并结合期后收款情况，核实报告期各期公司佣金结算是否均已准确入账；

2、对佣金支付对象 DMI、RFI 进行访谈，了解佣金支付对象 DMI、RFI 的设立背景、主营业务、合作历史等情况，确认其与公司是否存在共同客户或竞争关系及其为公司介绍客户的合理性；

3、向公司负责人及经办人员了解公司报告期内向 DMI、RFI 持续支付佣金的原因，确认公司与 Bexel 等客户的销售业务是否依赖于 DMI、RFI；

4、获取公司报告期各期主要客户 Li & Fung 和 Dollar Tree 的销售订单/合同或往来邮件，了解公司与 Li & Fung 和 Dollar Tree 的信用政策和结算方式并核实其在报告期内是否发生变更；

5、对 Li & Fung 和 Dollar Tree 执行回款测试程序，获取并查看公司对 Li & Fung

和 Dollar Tree 的回款凭证、银行回单、银行对账单等相关资料，确认其期后回款情况，并比对其回款是否逾期，是否按照既定的信用政策和结算方式回款；

6、获取公司报告期各期销售收入明细表，查看公司报告期主要客户 Li & Fung 和 Dollar Tree 各期末应收账款订单构成情况及对应回款日期，核实是否存在应收账款长期未收回的情况。

经核查，保荐人与申报会计师认为：

1、DMI、RFI 与公司不存在共同客户或竞争关系，其为公司介绍客户是合理的，公司报告期内向 DMI、RFI 持续支付佣金主要由于其持续为公司提供相关服务，公司与 Bexel 等客户的销售业务不依赖于 DMI、RFI；

2、公司报告期内主要客户 Li & Fung 各期末应收账款均在信用期内收回，不存在应收账款回收风险，Dollar Tree 货款结算为即期信用证，部分货款未及时收到系公司货款结算按照订单结算，订单中部分货物未完成出口或未及时办妥信用证放款手续等，订单完成出口及办妥相关手续后即收到货款，不存在应收账款回收风险；公司主要客户 Li & Fung 和 Dollar Tree 报告期内信用政策和结算方式均保持一致，未发生变更，不存在放宽信用政策对该等客户实现收入增长的情形。

### **问题 3：关于毛利率**

申报材料显示：

报告期内，发行人的毛利率高于同行业可比公司野马电池。对比野马电池的单位成本，发行人的包材成本远低于野马电池。

请发行人说明：

(1) 报告期内主要产品的包装形式以及包材耗用、结转的合理性，并分析包材变动对产品销售价格的影响；

(2) 报告期内包材的主要供应商的情况及变动原因，包材采购价格的公允性。

请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见。

## 【回复】

## 一、报告期内主要产品的包装形式以及包材耗用、结转的合理性，并分析包材变动对产品销售价格的影响

## (一) 报告期内主要产品的包装形式

报告期内，发行人锌锰电池产品成本中包含的包材成本主要包括电池标签、零售包装、展示包装（非必需）、外箱等，具体展示如下：

包装分类		图例
电池标签	PVC 彩色商标	
	PET 铝膜商标	
零售包装	热收缩装	
	插卡	

包装分类		图例
挂卡装	纸挂卡	 <p>A-Force ALKALINE AA LR6 1.5V. Features include ANTI-LEAK PROTECTION and 10 YEARS SHELF LIFE. Pack of 10x AA.</p>
	纸塑挂卡	 <p>e-CIRCUIT ALKALINE AAA 1.5V. FOR HIGH DRAIN DEVICES. Pack of 4pc. Best before 08/2025.</p>
	双泡壳	 <p>Wegmans D alkaline batteries. Pack of 4pc.</p>
	塑料翻盖盒	 <p>KAY AA LR6 1.5V. Pack of 10x AA.</p>

包装分类		图例
展示包装	展示盒	
	挂条	
外箱		

由于不同客户电池产品销售渠道有所差异，因此发行人会根据客户需求，定制化进行电池包装。因此，不同电池产品包材成本差异较大。

## （二）包装形式对销售价格的影响

### 1、包装变动对销售价格影响

发行人会根据客户要求确定包装形式与材料，包装形式与材料的变动将直接影响成本，进而影响发行人对客户的产品销售报价。针对包装复杂、成本较高的产品，发行人会相应提升销售报价。发行人不同包装形式报价对比如下：

项目	包装形式	图例	单价(美元/节)
----	------	----	----------

项目	包装形式	图例	单价(美元/节)
Strand	4 节热收缩装		****
	4 节挂卡装		****
HW-USA	40 节塑料翻盖盒装		****
	8 节挂卡装		****
Sailing Group	4 节挂卡/36 卡展示盒		****

项目	包装形式	图例	单价(美元/节)
	4 节挂卡/20 卡普通内盒		****

由上表可见,包装复杂或额外配展示盒的产品价格会高于包装简单或未配展示盒的产品。同时,热收缩装电池可使用硬卡纸内盒包装;挂卡电池通常需要使用瓦楞纸内盒包装,进一步增加了包装成本的差异。

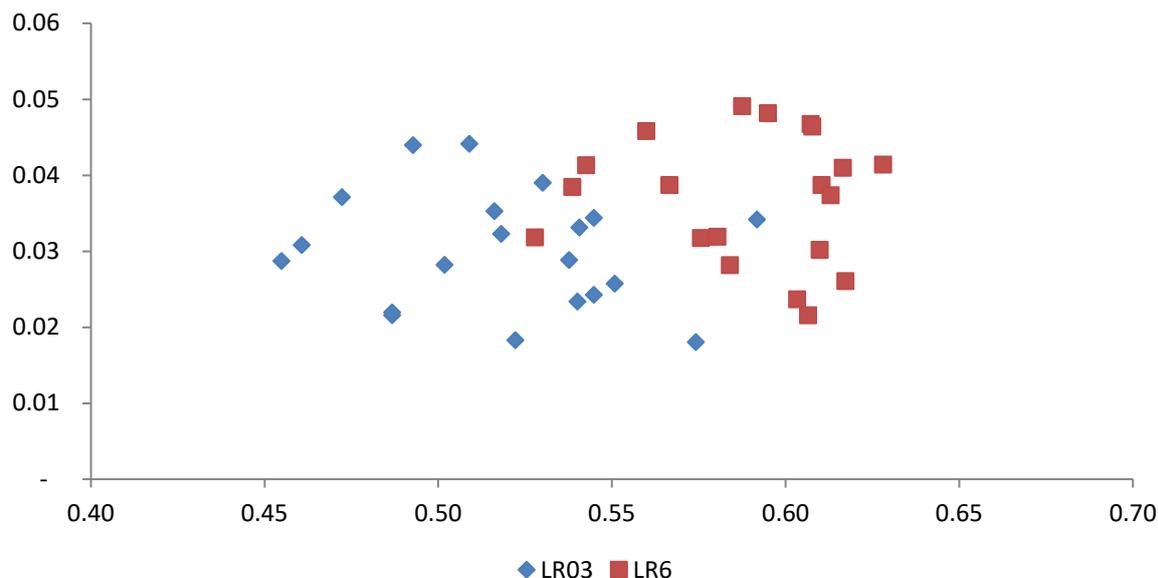
同时,相同包装模式不同包装支数对销售价格亦有一定的影响。以前述不同零售包装形式的 LR6 电池为例,2021 年发行人相同产品不同包装产品售价差异对比如下:

客户名称	包装形式	图例	单位报价(美元/节)	差异分析
Kanematsu	4 节热收缩装		****	热收缩包装增加电池产品的边际成本较低,因此不同包装形式报价相同或差异极小。
	10 节热收缩装		****	
Strand	4 节挂卡装		****	挂卡与泡罩成本相对较高,不同包装规格对单位报价影响较大。

客户名称	包装形式	图例	单位报价 (美元/节)	差异分析
	2 节挂卡装		****	
Innovent	20 节塑料翻盖盒		****	塑料翻盖盒单只电池数量较多, 平均包装成本较低。不同包装对单位电池报价影响较小。
	50 节塑料翻盖盒		****	

由前述分析可见, 发行人会根据客户对包装形式的要求, 进行差异化报价, 相关报价具有逻辑性。

但不同客户间, 相同型号不同包装的产品单价无明显关系。以发行人主要产品 LR03、LR6 为例, 2020 年度各产品前二十大客户单位包材成本与单价散点图如下:



注：纵轴为单位成本，横轴为单位售价，单位均为元/支

由上图可见，在公司整体层面上，产品售价与包装并无直接关联。这主要由于不同客户对产品的价格敏感度有所差异，相同包装成本的产品销售价格因为客户不同而产生一定的差异。

## 2、包装成本低于野马电池的合理性

如前所示，不同电池产品包装形式各异，包材成本差异较大。报告期内，发行人热收缩、塑料翻盖盒为主的简单包装产品收入与以挂卡为主的复杂包装产品收入占比如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
简单包装客户	42.94%	43.97%	50.05%
复杂包装客户	57.06%	56.03%	49.95%

根据消费习惯来看，日韩地区客户通常要求热收缩等简单包装产品，而欧美地区客户通常要求挂卡等复杂包装产品。以发行人 LR6 产品为例，相关客户与包装成本情况对应如下：

客户地区	客户名称	产品型号	图例	包装成本 (元/支)

客户地区	客户名称	产品型号	图例	包装成本 (元/支)
欧洲	Strand	Kodak 6 节挂卡 12 卡单瓦内盒*4 外箱		****
美国	HW-USA	Wegmans 8 节挂卡 24 卡 外箱		****
美国	Dollar Tree	E-Circuit 4 节挂卡 12 卡挂条*4 外箱		****
欧洲	ICA	ICA Home 4 节挂卡 20 卡 外箱		****
日本	Kanematsu	Lawson 4 节热收缩 10 卡/彩盒*20 外箱		****

客户地区	客户名称	产品型号	图例	包装成本 (元/支)
日本	Daiso	D&H 6 节热收缩 10 卡/彩盒*8 外箱		****
韩国	Bexel	Bexel 2 节热收缩 12 卡/彩盒*30 外箱		****
中国	中拉物流	Alfacell 2 节热收缩 15 卡/彩盒*24 外箱		****

由上表可见，日韩客户要求的热收缩等简单包装产品包装成本较低，而欧美客户要求的挂卡产品包装成本较高。

2017 年至 2019 年，发行人与野马电池分区域收入占比对比如下：

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	恒威电池	野马电池	恒威电池	野马电池	恒威电池	野马电池
欧洲与北美	57.38%	68.44%	53.22%	68.33%	53.25%	68.99%
日韩（恒威电池）/亚洲，不包括中国大陆及港澳台（野马电池）	31.14%	3.43%	34.68%	2.29%	34.66%	3.33%
中国大陆	8.96%	14.14%	7.56%	14.59%	7.56%	13.02%
其他地区	2.51%	13.99%	4.53%	14.79%	4.53%	14.66%
<b>总计</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

注：由于发行人与野马电池分区域收入统计口径有所差异，基于可比性考虑，将发行人的日韩地区与野马电池的亚洲（不包含中国大陆及港澳台地区）的收入占比进行对比。

由上表可见，发行人在欧洲及北美地区销售收入占比低于野马电池；发行人日韩地区收入比例远高于野马电池亚洲地区（不包含中国大陆及港澳台地区）；在中国大陆地区发行人主要客户为浙江中拉物流有限公司，其产品主要出口至巴西等拉丁美洲，以热

收缩包装为主。而野马电池在中国大陆地区主要以自有品牌销售为主，根据互联网检索野马电池自有品牌产品多以挂卡包装为主。

因此，由上表可见，野马电池销售产品主要以复杂包装为主；而发行人销售复杂包装产品比例不超过 60%，因此发行人电池产品平均包装成本低于野马电池具有合理性。

### **（三）包材耗用与结转的合理性**

#### **1、发行人包材领用及财务核算情况**

发行人包装材料分为专用包装材料和通用包装材料，其中：专用包装材料属于只能用于指定品牌和型号的包装材料，如电池商标、挂卡、塑料翻盖盒、展示盒等，上述包装材料按照相关订单对品牌及型号的要求定制；通用包装材料属于可以用于不同品牌或不同型号产品的包装材料，如绝缘圈、热收缩膜、标准纸箱等，通用包装材料根据产品订单结合库存情况进行采购。发行人包装材料以专用包装材料为主。

发行人产品包装成本包括专用包装材料成本和通用包装材料成本，其中专用包装材料根据包装事业部使用情况，按照订单进行归集并在相关产品上予以分配；通用包装材料按照使用数量采用月末一次加权平均法结转成本，在所有使用的产品上予以分配。相同包装材料的同类型产品采用月末一次加权平均法结转产品成本。

#### **2、包材耗用与结转的合理性**

发行人的专用包装材料按照订单要求进行采购和领用，通用包装材料按照生产任务单中各产品相关材料的所需数量领用。包装事业部在接到产品订单后向包材仓库领取对应订单的专用包装材料，同时，根据实际生产情况领用相关的通用包装材料，月末统计出当月包装材料的实际耗用数量。

发行人财务部根据生产事业部统计的各类包装材料耗用数与当月各类产品产量数进行核对，核对一致后将专用包装材料按照订单进行归集并在相关产品上予以分配，通用包装材料按照使用数量采用月末一次加权平均法结转成本，在所有使用的产品上予以分配。发行人包装材料的耗用数据是准确的，相关核算也是合理的。

发行人结合公司产品的生产特点，制定了专用包装材料和通用包装材料的管理和领用制度，并形成了完善的成本核算方法。专用包装材料按照订单进行采购、管理、使用

及成本结转分配,通用包装材料根据各产品实际使用情况按月末一次加权平均法结转成本,并在所有使用的产品上进行成本分配,发行人包装材料的成本结转核算是合理的,能够准确的反映发行人产品成本情况。

## 二、报告期内包材的主要供应商的情况及变动原因,包材采购价格的公允性

### (一) 报告期各期主要包材供应商采购情况

报告期各期公司前五大包材供应商采购情况统计如下:

单位:万元

项目	序号	主要供应商	主要采购内容	采购金额	采购占比(%)
2020 年度	1	浙江德伊印刷有限公司	挂卡、内盒、贴标	1,270.01	30.59
	2	南昌景辉纸制品有限公司	挂卡	462.10	11.13
	3	嘉兴创美包装有限公司	内盒、外箱	431.66	10.40
	4	嘉兴市俞氏包装材料有限公司	外箱	386.44	9.31
	5	嘉善大成塑业有限公司	透明片	193.81	4.67
	小计				<b>2,744.02</b>
2019 年度	1	浙江德伊印刷有限公司	挂卡、内盒、贴标	873.58	35.93
	2	嘉兴创美包装有限公司	内盒、外箱	298.05	12.26
	3	南昌景辉纸制品有限公司	挂卡	171.81	7.07
	4	江苏景宏新材料科技有限公司	贴标	140.07	5.76
	5	嘉兴市俞氏包装材料有限公司	外箱	115.30	4.74
	小计				<b>1,598.81</b>
2018 年度	1	浙江德伊印刷有限公司	挂卡、内盒、贴标	975.48	39.29
	2	嘉兴创美包装有限公司	内盒	262.34	10.57
	3	海宁恒鑫纸业业有限公司	外箱	163.02	6.57
	4	绍兴永能印务有限公司	贴标	124.29	5.01
	5	苏州媛媛包装有限公司	吸塑罩	117.96	4.75
	小计				<b>1,643.09</b>

公司报告期内前五大包材供应商基本情况、定价公允性、信用期及付款方式统计说明如下:

供应商名称	成立时间	注册资本	定价公允性说明	信用期	是否存在逾期付款情况	付款方式
浙江德伊印刷有限公司	2002-03-19	2,000 万元	根据市场价格商谈确定	60 天	否	电汇
南昌景辉纸制品有限公司	2017-05-03	100 万元	根据市场价格商谈确定	30 天	否	电汇
嘉兴创美包装有限公司	2015-04-10	300 万元	根据市场价格商谈确定	30 天	否	电汇
嘉兴市俞氏包装材料有限公司	2006-04-14	150 万元	根据市场价格商谈确定	60 天	否	电汇
嘉善大成塑业有限公司	2002-05-24	51 万元	根据市场价格商谈确定	60 天	否	电汇
江苏景宏新材料科技有限公司	2001-08-31	6,000 万元	根据市场价格商谈确定	60 天	否	电汇
海宁恒鑫纸业有限公司	2006-04-06	150 万元	根据市场价格商谈确定	60 天	否	电汇
绍兴永能印务有限公司	2010-12-01	368 万元	根据市场价格商谈确定	60 天	否	电汇
苏州媛媛包装有限公司	2016-01-13	100 万元	根据市场价格商谈确定	60 天	否	电汇

## （二）采购价格对比

由于公司不同客户对不同产品的包装要求不同，包装形式差别较大，导致同类产品不同包装、不同产品同种包装采购价格均存在较大差异。由于包装材料种类和规格因不同客户不同产品均有所不同。目前公司同一品种、规格包装材料价格变动基于对应纸张价格波动，包装材料并无完全公开的市场价格。公司就新增客户产品包装材料在选择供应商定价时通常会向多个供应商询价，综合考虑报价、产品质量、供货情况选定供应商，并结合采购量等情况确定采购价格。由于不同产品、不同规格包装材料差异很大，故我们选取报告期各期公司主要产品 LR03、LR6、R03 和 R6 的主要包装材料挂卡、外箱、内盒及贴标价格进行比对。

### 1、挂卡价格对比

报告期各期 LR03、LR6、R03 和 R6 的包装材料挂卡主要供应商采购平均价格对比情况如下：

单位：元/个

主要供应商	主要产品	2020 年度	2019 年度	2018 年度
浙江德伊印刷有限公司	LR6	****	****	****
	LR03	****	****	****
	R6	****	****	****
	R03	****	****	****

主要供应商	主要产品	2020 年度	2019 年度	2018 年度
南昌景辉纸制品有限公司	LR6	****	****	****
	LR03	****	****	****
	R6	****	****	****
	R03	****	****	****

由上表可知，公司挂卡主要供应商对应采购的主要产品挂卡价格差异主要系受不同品牌要求的规格不同所致，同一供应商主要产品报告期挂卡平均采购单价变动在规格不存在重大变更的情况下主要受到不同包装形式的影响。

## 2、内盒价格对比

报告期各期 LR03、LR6、R03 和 R6 的包装材料内盒主要供应商采购平均价格对比情况：

单位：元/个

主要供应商	主要产品	2020 年度	2019 年度	2018 年度
浙江德伊印刷有限公司	LR6	****	****	****
	LR03	****	****	****
	R6	****	****	****
	R03	****	****	****
嘉兴创美包装有限公司	LR6	****	****	****
	LR03	****	****	****
	R6	****	****	****
	R03	****	****	****

公司主要向浙江德伊印刷有限公司采购筒装/卡装彩盒，向嘉兴创美包装有限公司采购瓦楞内盒（区分单瓦、双瓦），两者材质不同，公司根据不同客户针对不同产品的内盒包装要求相应进行采购，因而浙江德伊印刷有限公司与嘉兴创美包装有限公司就内盒大类的平均采购价格差异较大且不具有可比性。

## 3、外箱价格对比

报告期各期 LR03、LR6、R03 和 R6 的包装材料外箱主要供应商采购平均价格对比情况：

单位：元/个

主要供应商	主要产品	2020 年度	2019 年度	2018 年度
嘉兴创美包装有限公司	LR6	****	****	****
	LR03	****	****	****
	R6	****	****	****
	R03	****	****	****
嘉兴市俞氏包装材料有限公司	LR6	****	****	****
	LR03	****	****	****
	R6	****	****	****
	R03	****	****	****
海宁恒鑫纸业有限公司	LR6	****	****	****
	LR03	****	****	****
	R6	****	****	****
	R03	****	****	****

由于公司不同客户对不同产品外箱的包装材质、尺寸、印刷要求均不相同，公司向不同供应商采购不同种类外箱，各年度不同品牌销售占比的不同导致报告期内外箱采购平均价格变动较大。

#### 4、贴标价格对比

报告期各期 LR03、LR6、R03 和 R6 的包装材料贴标主要供应商采购平均价格对比情况：

单位：元/个

主要供应商	主要产品	2020 年度	2019 年度	2018 年度
浙江德伊印刷有限公司	LR6	****	****	****
	LR03	****	****	****
	R6	****	****	****
	R03	****	****	****
江苏景宏新材料科技有限公司	LR6	****	****	****
	LR03	****	****	****
	R6	****	****	****
	R03	****	****	****
绍兴永能印务有限公司	LR6	****	****	****
	LR03	****	****	****

主要供应商	主要产品	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	R6	****	****	****
	R03	****	****	****

由上表可知，报告期内各主要供应商贴标平均采购价格总体较为稳定，不同供应商之间价格存在差异，公司主要产品 R6、R03 贴标基本向浙江德伊印刷有限公司采购。

### （三）公司主要包材供应商变动较大的原因及合理性

#### 1、2020 年度较 2019 年度

公司主要包材供应商采购额均较 2019 年有了明显的增长，主要系受公司当期销量同比增长 67.64%，相应增加了包材采购量。

（1）南昌景辉纸制品有限公司、嘉兴市俞氏包装材料有限公司采购增长明显高于其他包材供应商，主要由于其对应客户销售增长较高，相应增加了采购所致；

（2）2020 年度新增前五大包材供应商嘉善大成塑业有限公司，系公司自 2018 年下半年开始大部分吸塑罩逐渐由外购改为自制，同时因 2020 年度公司产销量上涨，公司向嘉善大成塑业有限公司采购透明片等用于生产吸塑罩，相应大幅增加了采购量；

（3）2019 年度包材前五大供应商江苏景宏新材料科技有限公司采购下降，因 2020 年度相关品牌的销售较 2019 年度合计下降 8.76%，相应降低了采购需求量，同时其他品牌销售增加，相应增加了其他供应商的采购需求，从而导致江苏景宏新材料科技有限公司采购额跌出前五。

#### 2、2019 年度较 2018 年度

（1）江苏景宏新材料科技有限公司采购增加，系对应品牌销售较 2018 年度合计增加 61.11%，相应大幅增加对江苏景宏新材料科技有限公司的贴标采购量；

（2）南昌景辉纸制品有限公司采购增加，系对应品牌销售增长较快，公司向其采购对应挂卡数量增加；

（3）嘉兴市俞氏包装材料有限公司采购增加，系公司主要向其采购外箱，因报告期对应品牌销售增长公司相应增加对其的采购量；

（4）海宁恒鑫纸业有限公司 2019 年度采购下降系其采购价格偏高且送货速度较慢，

公司减少采购量；

(5) 绍兴永能印务有限公司 2019 年度采购下降，系公司主要向绍兴永能印务有限公司和浙江德伊印刷有限公司采购 PET 铝膜贴标，由于浙江德伊印刷有限公司采购价格略便宜且品质稳定，同时送货方便且能满足公司日益增长的采购需求，公司相应减少对绍兴永能印务有限公司的采购量；

(6) 苏州媛媛包装有限公司 2019 年采购下降，系公司逐渐增加吸塑罩的自产，相应减少了对苏州媛媛包装有限公司的吸塑罩采购量。

### 三、核查意见

保荐人与申报会计师主要履行了以下核查程序：

- 1、获取报告期内发行人不同包装形式的样品，了解锌锰电池产品包装的分类情况；
- 2、了解公司包装材料成本核算方法并获取公司包装材料成本结转明细表，核对公司报告期各期包材是否已按照成本核算方法的既定标准予以合理、准确分摊；
- 3、获取公司收入成本表，对比分析相同产品不同包材价格、包材价格与产品价格等；
- 4、获取公司分产品分包装形式的包材成本明细表，核实不同包装形式下产品包材成本价格波动情况并核实其价格波动是否符合公司生产经营情况，同时核对报告期各期包材成本与账面结转包材成本是否存在差异情况；
- 5、向公司的管理层了解公司产品销售的定价策略是否考虑对应产品包装形式，并确认了解包材形式变动对于产品销售价格的影响情况；
- 6、访谈公司采购负责人及财务负责人，了解公司包材成本核算情况、包材市场供应情况、采购模式、定价模式、公司包材供应商选取的基准以及与主要包材供应商的合作情况及变动原因，了解公司对包装材料主要供应商的询价机制并获取公司与包装材料主要供应商的价格调整单等相关询价资料，同时结合对主要包材供应商浙江德伊印刷有限公司、南昌景辉纸制品有限公司、嘉兴创美包装有限公司及嘉兴市俞氏包装材料有限公司的访谈核查公司包材采购价格是否公允；

7、取得公司报告期内的包材采购明细表、仓库台账、与主要包材供应商签订的采购合同、协议，并与公司的采购订单、入库单、付款凭证等相关单据进行核对；

8、通过国家企业信用信息公示系统、天眼查等公开渠道查询主要包材供应商的工商注册等信息，了解供应商的注册地址、注册资本、股东、法定代表人、主要管理人员、经营业务等基本情况，判断公司向该等供应商采购包装材料的合理性，并将该等供应商的股东、主要管理人员等与公司关联方名单进行比对，检查其是否与该公司存在关联关系；

9、统计公司主要包材供应商期后付款情况，核实公司期后付款是否与合同、协议约定的信用期限和结算方式相符，是否存在支付异常的情况；

10、对公司主要包材供应商报告期各期采购发生额及未结算余额执行独立函证程序，并对函证结果进行分析和评价，核实报告期各期公司对主要包材供应商采购及未结算金额的准确性。

经核查，保荐人与申报会计师认为：

1、报告期内产品包装形式根据电池标签区分，包括 PVC 彩色商标与 PET 铝膜商标等；零售包装包括热收缩装、挂卡装、塑料翻盖盒装等。发行人包材耗用与结转合理，能够准确的反映发行人产品成本情况。包材种类的差异对产品价格影响各异，在公司整体层面上，产品售价与包装并无直接关联；

2、报告期内包材的主要供应商基本稳定，包材主要供应商信用期基本在 30-60 天且公司均不存在逾期支付货款的情况，包材主要供应商各期变动主要系受不同品牌电池销售变动的影 响，包材供应商采购价格均根据市场价格商谈确定，采购价格是公允的。

#### **问题 4：关于期后业绩**

申报材料显示：

发行人 2021 年上半年经审阅的营业收入为 24,134.96 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润 4,005.55 万元，分别较上年同期增长 32.14%和 8.90%。据测算，发行人 2021 年 1-9 月的营业收入较上年同期的变动幅度为 8.05%至 22.27%，扣

除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润较上年同期的变动幅度为-7.19%至7.78%。

请发行人：

(1) 结合 2021 年上半年的审阅数据以及 1 至 9 月份的业绩预计数据，说明发行人 2021 年度主营业务收入增速放缓、净利率下滑的原因及合理性，分析是否与同行业可比公司的变动趋势一致，并充分提示相关风险；

(2) 结合锌锰电池行业的市场容量、市场需求、竞争格局、进入壁垒以及发行人市场地位、核心竞争力等，说明发行人未来的成长性，以及是否存在市场份额被挤占、销量和毛利率下降等风险，并充分提示相关风险。

请保荐人发表明确意见，并请申报会计师对（1）发表明确意见。

**【回复】**

**一、结合 2021 年上半年的审阅数据以及 1 至 9 月份的业绩预计数据，说明发行人 2021 年度主营业务收入增速放缓、净利率下滑的原因及合理性，分析是否与同行业可比公司的变动趋势一致，并充分提示相关风险**

(一) 2021 年业绩情况分析

1、2021 年度主营业务收入增速放缓情况分析

(1) 2020 年主营业务收入高速增长原因

2020 年度，发行人实现主营业务收入 48,372.62 万元，较 2019 年度增长 51.52%。主要由于 Dollar Tree 与 Bexel 收入增长所致，前述客户较 2019 年收入增长 12,004.63 万元，贡献了 72.99%的收入增长。

Dollar Tree 收入增长主要由于 2018 年和 2019 年 Dollar Tree 自有品牌 E-Circuit 电池推广情况良好，Dollar Tree 在 2020 年开始全面推广 E-Circuit 电池的销售，并于 2020 年初停止了向 L'Image Home Products 采购 Sunbeam 品牌电池。发行人作为 Dollar Tree 电池产品主要供应商，相关收入高速增长。

Bexel 收入增长主要由于韩国劳动法趋严，加班时长限制增加导致 Bexel 生产成本提升，故增加了对外采购，而发行人承接了 Bexel 新增的委外产能所致。

## (2) 2021 年主营业务收入增长放缓原因

2021 年主营业务收入增长较 2020 年放缓，主要由于以下原因：

### ①2020 年上半年基数较高

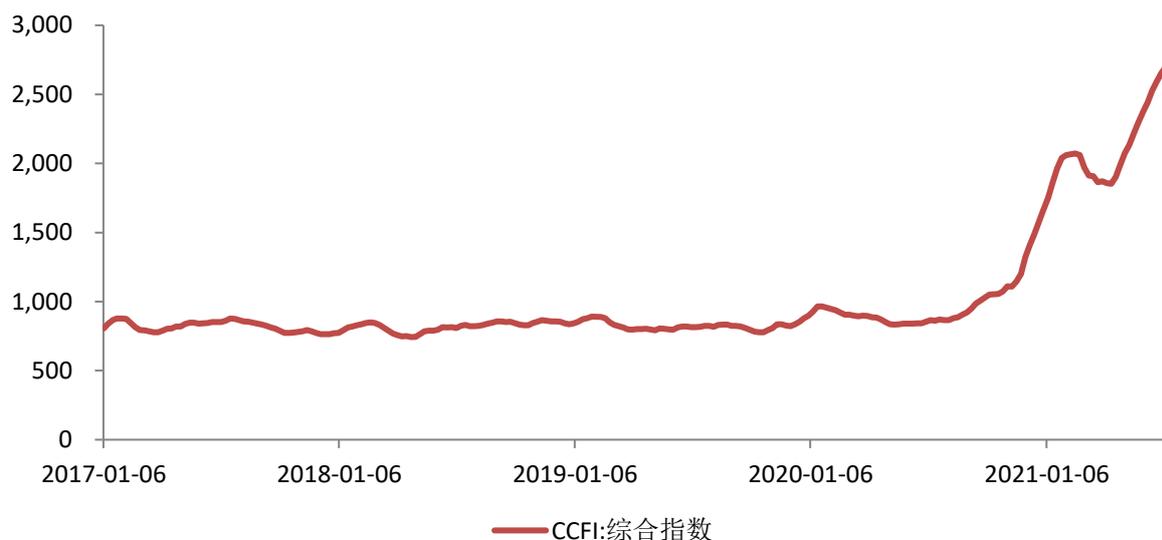
2020 年上半年发行人实现主营业务收入 18,147.78 万元，较发行人 2019 年上半年上升了 37.45%。一方面由于 Dollar Tree 电池销售策略变化导致自有品牌采购量增长；同时由于韩国劳动法趋严，Bexel 采购数量增长所致。

2021 年，发行人在 2020 年收入增长的良好基础上，进一步增加了客户的开拓。2021 年上半年营业收入较 2020 年同期增长了 32.14%。2020 年主要客户 Dollar Tree 在 2021 年上半年销售收入持续增长，且新客户浙江长虹飞狮电器工业有限公司亦贡献了部分收入增长。但存量客户业务需求有限，新增的包括 Innovent 等客户尚未开始放量采购，因此 2021 年上半年主营业务收入增幅与 2020 年上半年基本持平，但低于 2020 年全年主营业务收入增长水平。

### ②海运成本上升导致发货延迟

全球海运运力在受到 2020 年“新冠肺炎”疫情冲击后，运力增长极为有限；美欧等多个港口出现“用工荒”，营运效率大幅下降；同时，全球海员供给量超过 1/3 的印度与菲律宾疫情大幅反弹，导致多个国家拒绝载有印度、菲律宾海员的船只入港，进一步加剧了海运成本的上涨。

2021 年以来，美欧等主要经济体疫情防控能力持续提升，经济活动逐步回归正常，进口需求止跌反弹，海运市场需求不断增长。需求快速回复与供给不足导致全球海运成本持续上升。2017 年至 2021 年 6 月 30 日，中国出口集装箱运价指数（CCFI）走势如下：



报告期各期，发行人外销收入占营业收入比重分别为 91.85%、90.26%和 92.85%。发行人主要以 FOB 模式进行外销，产品运输以海运为主。在 FOB 模式下，发行人虽不承担持续上升的海运成本，但部分客户基于运输成本的考虑，要求放缓发货速度，影响了发行人营业收入的增长。因此，发行人在预测 2021 年 1-9 月业绩时，充分考虑到海运成本上升带来的延期发货问题，预计收入增长率较去年有所减缓。

## 2、2021 年度净利率下滑情况分析

发行人 2020 年度、2021 年 1-6 月、2021 年 1-9 月净利率变化情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-9 月	2021 年 1-6 月	2020 年度
营业收入	38,000~43,000	24,134.96	48,573.35
扣非归母净利润	6,200~7,200	4,005.55	9,015.09
净利率	16.32%~16.74%	16.60%	18.56%

注：2020 年度数据为经审计数据，2021 年 1-6 月数据为经审阅数据，2021 年 1-9 月数据为预测数。

由上表可见，2021 年以来发行人净利率较 2020 年出现了一定程度的下滑，主要原因如下：

### (1) 人民币兑美元走强

公司产品主要出口至欧洲、北美、日韩等国家和地区，报告期各期外销收入占营业收入比重分别为 91.85%、90.26%和 92.85%。发行人销售主要以美元等外币定价。根据

结算货币不同，报告期内公司境外销售收入情况如下：

币种	2020 年度	2019 年度	2018 年度
USD（万美元）	6,195.21	3,962.28	4,194.72
RMB（万人民币）	1,583.10	1,309.30	1,384.53
EUR（万欧元）	85.09	56.78	-

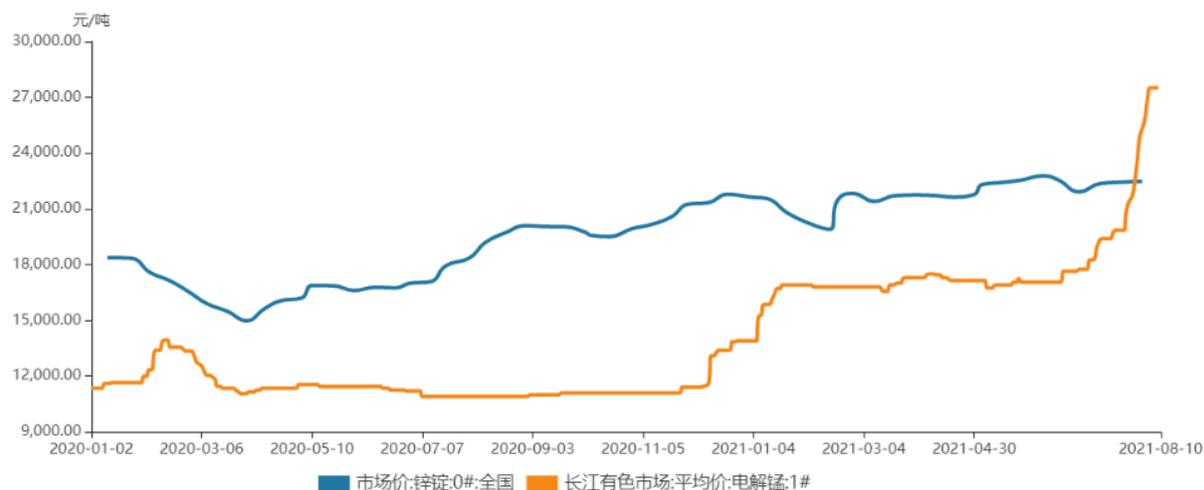
2020 年以来，美元兑人民币汇率走势如下：



由上图可见，2020 年下半年以来，人民币兑美元持续升值。2021 年人民币兑美元处在高位的情况下，发行人以外币报价与结算的销售比例较高，导致销售净利率有所下降。

## （2）原材料价格上涨

2020 年下半年以来，包括锌、电解二氧化锰在内的原材料价格持续走高。2020 年以来，相关大宗商品价格走势如下图所示：



发行人 2021 年 1-6 月主要原材料采购单价较 2020 年度变动情况如下：

项目	2021 年 1-6 月采购单价 (A)	2020 年度采购单价 (B)	变动率 (A-B) / B
锌粉 (元/吨)	23,745.90	21,343.09	11.26%
R03 锌筒 (元/万只)	546.16	494.81	10.38%
R06 锌筒 (元/万只)	802.12	729.29	9.99%
碱性电解二氧化锰 (元/吨)	8,735.55	8,776.36	-0.46%
碳性电解二氧化锰 (元/吨)	7,460.40	7,803.78	-4.40%
LR03 钢壳 (元/万只)	589.42	576.22	2.29%
LR6 钢壳 (元/万只)	743.71	736.99	0.91%
隔膜纸 (元/公斤)	84.12	96.62	-12.94%

注：电解二氧化锰价格下降主要由于 2021 上半年采购以前期锁价产品为主，2021 年新锁价订单价格已有所上涨。主要原材料采购价格变动分析请参见招股说明书之“第六节 业务与技术”之“五、公司采购情况及主要供应商”之“(二) 主要原辅材料及能源采购数量及价格变动情况”相关内容。

由前述信息可见，2020 年下半年以来主要原材料价格的持续上涨，导致发行人产品生产成本增加，毛利率有所下降，进而影响净利率水平。

## (二) 同行业可比公司 2021 年业绩变化情况

同行业可比公司 2020 年与 2021 年净利率情况如下：

公司名称	2021 年 1-3 月	2020 年度
亚锦科技	-	16.77%
力王股份	-	12.81%
野马电池	8.55%	10.76%

公司名称	2021 年 1-3 月	2020 年度
长虹能源	13.02%	12.05%

注：截至本落实函回复签署之日，可比公司均未披露 2021 年半年报，野马电池与长虹能源披露了 2021 年一季报数据。

长虹能源 2021 年 1-3 月净利率有所上升，主要由于毛利率相对较高的锂电/太阳能产品收入占比持续提升所致。而与发行人业务相似度最高的野马电池净利率在 2021 年一季度较 2020 年出现了一定程度的下降。发行人净利率从 2020 年的 18.56% 下降至 2021 年上半年的 16.60%，与野马电池变动趋势一致。

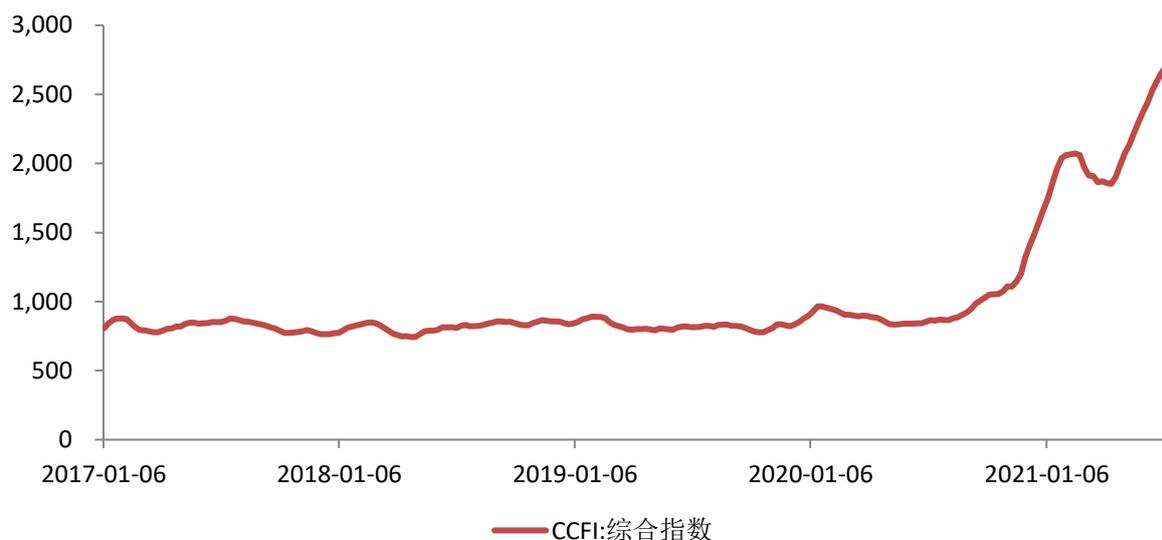
### （三）风险提示

针对前述风险，发行人已在招股说明书“重大事项提示”与“第四节 风险因素”补充披露相关风险如下：

#### （三）海运成本上升风险

全球海运运力在受到 2020 年“新冠肺炎”疫情冲击后，运力增长极为有限；美欧等多个港口出现“用工荒”，营运效率大幅下降；同时，全球海员供给量超过 1/3 的印度与菲律宾疫情大幅反弹，导致多个国家拒绝载有印度、菲律宾海员的船只入港，进一步加剧了海运成本的上涨。

2021 年以来，美欧等主要经济体疫情防控能力持续提升，经济活动逐步回归正常，进口需求止跌反弹，海运市场需求不断增长。需求快速回复与供给不足导致全球海运成本持续上升。2017 年至 2021 年 6 月 30 日，中国出口集装箱运价指数（CCFI）走势如下：



报告期各期，发行人外销收入占营业收入比重分别为 91.85%、90.26%和 92.85%。发行人主要以 FOB 模式进行外销，产品运输以海运为主。发行人虽不承担持续上升的海运成本，但部分客户基于运输成本的考虑，要求放缓发货速度。

若全球海运成本继续维持高位或进一步上涨，且发行人客户无法将运费成本向下游转嫁，将导致发行人产品需求的减少，进而影响发行人的盈利水平。

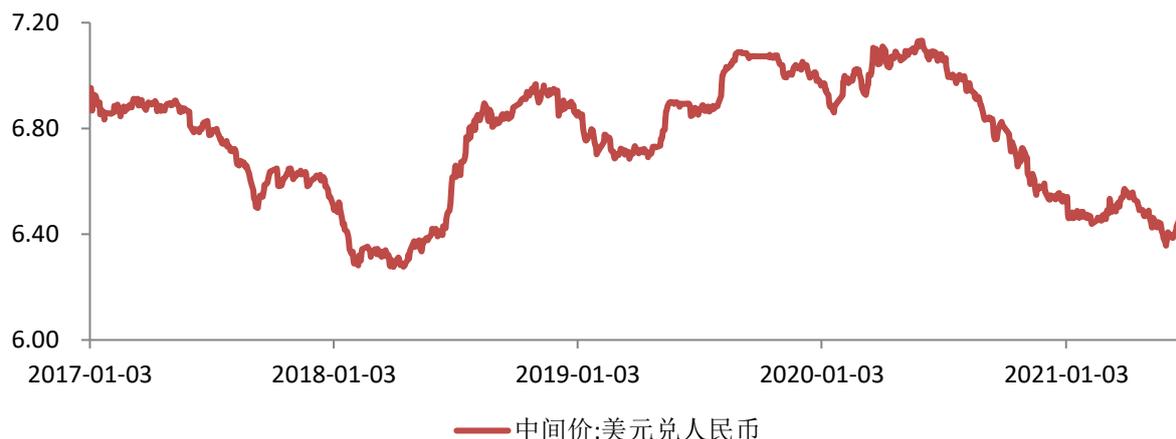
.....

#### （六）汇率波动的风险

公司产品主要出口至欧洲、北美、日韩等国家和地区，报告期各期外销收入占营业收入比重分别为 91.85%、90.26%和 92.85%。发行人销售主要以美元等外币定价。根据结算货币不同，报告期内公司境外销售收入情况如下：

币种	2020 年度	2019 年度	2018 年度
USD (万美元)	6,195.21	3,962.28	4,194.72
RMB (万人民币)	1,583.10	1,309.30	1,384.53
EUR (万欧元)	85.09	56.78	-

2017 年以来，美元兑人民币汇率走势如下：



报告期内，公司汇兑收益为 178.60 万元、93.14 万元及-929.00 万元，公司因出口业务产生的外币资产存在因汇率不利波动而发生汇兑损失的风险。同时，人民币升值也将影响公司以外币定价出口产品的市场竞争力，进而存在客户流失或订单转移至其他国家的风险。

## 二、结合锌锰电池行业的市场容量、市场需求、竞争格局、进入壁垒以及发行人市场地位、核心竞争力等，说明发行人未来的成长性，以及是否存在市场份额被挤占、销量和毛利率下降等风险，并充分提示相关风险

(一) 结合锌锰电池行业的市场容量、市场需求、竞争格局、进入壁垒以及发行人市场地位、核心竞争力等，说明发行人未来的成长性

### 1、锌锰电池行业的市场容量情况及市场需求仍将维持增长

锌锰电池的尺寸大小、单体形状等均具有国内外通用标准，是国际标准化产品。由于具备价格便宜、安全可靠、使用方便、放电时间长、储存时间长，绿色环保等优点，锌锰电池已成为消费者日常生活中不可或缺的电子易耗品，长期以来较好地保持了其传统市场。近年来，随着科技的不断进步，人们生活器具日趋电子化，用电器具逐渐无线化和便携化，这都对作为独立电源的电池产品提出了更高的性能要求，并带来了更加广阔的应用空间。

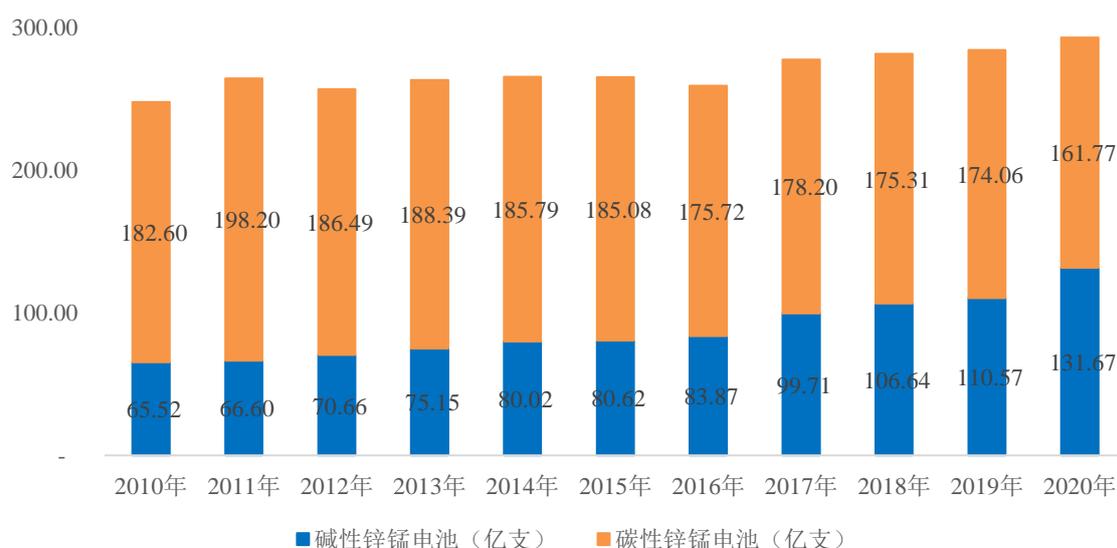
从存量市场来看，作为移动照明灯具、遥控器、钟表、传统电动玩具、收音机、剃须刀等各类小型电器的配套电源，锌锰电池下游产业聚集了大量的日常必需品，市场规

模较为稳定。因此，价格低廉、便于携带的锌锰电池具有较高的需求刚性，存量市场需求整体较为稳定。

从增量市场来看，在全球范围内，以锌锰电池为主要电源的新兴小型电子产品，如可穿戴设备、电子门锁、无线鼠标、无线键盘、无线音响、电动美容仪、电子血压计、电子额温枪等，均呈现稳健的增长态势；近年来，智能家居的发展推动了各类智能化小型家用电器的普及，为锌锰电池打开了新的市场空间；同时，物联网的快速发展带动了更多电子设备需求，尤其在远程遥控和医疗电子设备领域，锌锰电池的需求将不断增加。

根据 Fortune Business Insights 的报告，2019 年全球碱性电池市场规模为 74.8 亿美元，在未来数年能保持年均 4.8% 的增长。根据 KD Market Insights 的报告，2018 年全球碳性电池市场规模为 17.21 亿美元，并在未来数年内保持年均 1.1% 的增长。据此测算，目前全球锌锰电池市场大于 90 亿美元，且在未来保持着稳定的增长。

从我国电池出口市场来看，近年来，我国锌锰电池出口数量虽略有波动，但总体上呈上升趋势。2020 年度，我国锌锰电池出口总量为 293.44 亿支，其中碳性电池 161.77 亿支、碱性电池 131.67 亿支。随着社会生活电子化程度的不断提高，以锌锰电池为主要电源的新兴小型电子产品需求的增长，如可穿戴设备、电子门锁、无线鼠标、无线键盘、无线音响、电动美容仪、电子血压计、电子额温枪等，锌锰电池的市场需求有望进一步扩大。



资料来源：中国化学与物理电源行业协会

## 2、锌锰电池行业竞争格局稳定

我国锌锰电池行业市场竞争充分，市场化程度较高，目前已形成了一批能够满足全球市场客户需求的企业，技术落后的中小企业已被逐渐淘汰出局，我国已成为全球最大的锌锰电池出口国。近年来我国锌锰电池行业主要企业发展情况良好，包括亚锦科技、宁波中银、长虹能源、野马电池、力王股份以及发行人在内的行业主要企业近年来收入均保持稳定增长，行业企业盈利情况良好，行业未出现因竞争加剧而导致行业企业收入与利润情况恶化的情况。

## 3、锌锰电池行业存在较高的进入壁垒

锌锰电池行业对资质、技术、客户资源的要求较高，行业主要存在以下壁垒：

### （1）资质壁垒

对于国内 OEM 电池生产企业来说，国际商业连锁企业、知名品牌运营商及大型贸易商注重自身品牌和企业形象，对供应商的生产设备、工艺水平、产品质量、管理水平、生产环境乃至社会责任均具有较高要求，在选择供应商时会对其资质与产品性能进行严格考察和测试，认证过程复杂而漫长，需要花费大量人力和时间成本。新进入行业内的企业短时间内难以取得与上述客户合作的资质和认证，很难获得与其合作的机会，形成新进入的壁垒。

### （2）技术壁垒

锌锰电池生产出口须达到一定的技术标准，国际电工委员会（IEC）与国家标准化管理委员会均对锌锰电池的生产制造工艺设置了规范标准，国际标准化组织（ISO）对电池生产质量管理体系的建设提出了要求。同时，在满足普遍适用标准的前提下，锌锰电池制造企业还需要满足客户对产品电性能、环保性能、安全性、一致性、可靠性及外观设计等的特殊要求。另外，企业持续创新产品配方，如通过改进正、负极材料的活性，优化电解质的配方等，对于降低产品成本、提高产品性能以保持竞争力具有重要意义。以上诸项均对新进入市场企业的研发能力、设计能力、生产制造能力提出了较高的要求。

### （3）客户资源壁垒

海外市场是我国锌锰电池的重要市场之一，企业需要积极拓展国际营销渠道，建立

稳固的锌锰电池营销网络。客户资源是企业长期的市场竞争中逐渐积累的，企业必须长期对市场需求变化进行分析，不断的创新和投入，持续开发符合市场需求趋势的产品，提高产品质量，完善服务体系，才能不断得到客户的认同。同时，国际商业连锁企业、知名品牌运营商及大型贸易商对于产品供货能力及质量稳定性具有较高的要求，一般需要经过长时间考察认证才能形成稳定的合作关系，而一旦建立稳定信任的合作关系后，一般不会轻易变更供应商。因此，锌锰电池行业存在一定的客户资源壁垒。

#### 4、发行人市场地位增强

根据工信部数据，2020 年度，全国原电池及原电池组（非扣式）产量 408.4 亿支；同期公司锌锰电池产量为 9.02 亿支，占比为 2.21%。从出口市场来看，根据中国电池工业协会出具的证明，2019 年度公司碱性电池产量和出口量在全行业分别排名第八和第六。

根据中国物理与化学电源行业协会的数据，报告期内，公司碱性电池及碳性电池的出口占比总体上均有所提升。2020 年，公司碱性电池出口数量、出口金额占行业出口比例分别为 4.34%、4.51%；公司碳性电池出口数量、出口金额占行业出口比例分别为 1.88%、2.02%。报告期内，公司主要产品市场占比数据如下：

项目		项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
碱性电池	出口数量 (亿支)	行业	131.67	110.57	106.64
		公司	5.71	4.08	3.58
		公司占比	4.34%	3.69%	3.36%
	出口金额 (亿美元)	行业	11.91	9.91	9.87
		公司	0.54	0.37	0.33
		公司占比	4.51%	3.78%	3.38%
碳性电池	出口数量 (亿支)	行业	161.77	174.06	175.31
		公司	3.03	0.94	0.67
		公司占比	1.88%	0.54%	0.38%
	出口金额 (亿美元)	行业	7.16	8.03	8.17
		公司	0.14	0.04	0.03
		公司占比	2.02%	0.49%	0.33%

数据来源：中国物理与化学电源行业协会

注：年度出口金额（美元数）=当年度账面人民币出口金额÷当年度人民币汇率中间价最后一

个交易日报价。

## 5、发行人的核心竞争力

公司依托工艺装备优势、质量管理优势、技术研发优势以及绿色化的生产优势，持续改进工艺生产流程、降低生产成本、提高产品质量，公司产品性能远超 IEC 及国家标准，与众多国际知名商业连锁企业、大型贸易商以及品牌运营商建立起了长期稳定的合作关系是公司核心竞争力的体现。公司竞争优势的主要体现如下：

### （1）产品性能优势

公司成立至今，一直坚持质量为本、客户为先的产品生产理念，积极引进国内外先进的生产设备和研发、检测设备，执行严格的质量管理制度，不断进行新技术研发和技术积累。公司通过持续地改进生产工艺、选用新型高效材料、优化产品配方等途径，不断提高产品性能；公司产品主要电性能指标均超过 IEC 标准及国家标准 50%以上，达到国内外同行业的先进水平。

### （2）客户优势

公司产品以外销为主，主要销售区域包括欧洲、北美、日韩等发达国家与地区。经过二十多年的发展，公司凭借稳定的产品质量和优质的客户服务与众多国际知名商业连锁企业、大型贸易商以及品牌运营商建立起了长期稳定的合作关系，产品获得客户的一致认可。由于上述客户对电池产品方案设计、产品质量和售后服务有着较高的要求，对供应商的生产能力和服务水平筛选十分严格，并对供应商认证流程较为复杂、周期较长。因此客户对完成认证的供应商亦会存在一定程度的依赖。同时，与该等知名客户合作也避免产品陷入单纯价格战。因此，公司与现有客户长期稳定的合作关系，形成了公司的客户优势。

综上所述，发行人业绩增长面临有利的内外部环境。当前行业的市场容量情况及市场需求仍将维持增长，行业竞争格局稳定，行业壁垒较高，不存在潜在竞争者交易进入该行业的情况，发行人的市场地位有所增强；同时，发行人产品性能处于行业先进水平，具有丰富的客户资源，与众多国际知名商业连锁企业、大型贸易商以及品牌运营商建立起了长期稳定的合作关系。

从在手订单来看，报告期各期末以及 2021 年 6 月末，发行人碱性电池及碳性电池

在手订单情况如下：

单位：万支

产品类型	2021 年 6 月 30 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
碱性电池	14,859.70	12,426.62	6,935.30	7,536.46
碳性电池	11,334.19	10,730.90	4,205.72	2,306.37
合计	26,193.89	23,157.52	11,141.02	9,842.83

2020 年末及 2021 年 6 月末，发行人锌锰电池的在手订单数量分别为 23,157.52 万支及 26,193.89 万支。在手订单的增长为公司未来业绩增长提供了保障。总体来看，公司未来经营业绩仍具有成长性。

## （二）是否存在市场份额被挤占、销量和毛利率下降等风险，并充分提示相关风险

当前，行业竞争格局总体稳定，我国锌锰电池行业主要企业发展情况良好，包括亚锦科技、宁波中银、长虹能源、野马电池、力王股份以及发行人在内的行业主要企业近年来收入均保持稳定增长，发行人不存在市场份额被挤占以及销量下降的情况。报告期各期，同行业可比公司的营业收入情况如下：

单位：万元

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
长虹能源	195,197.72	141,681.62	107,073.04
力王股份	40,227.33	33,172.19	28,642.81
亚锦科技	337,404.37	284,794.31	276,003.19
野马电池	109,877.90	99,062.45	105,198.09
恒威电池	48,573.35	32,201.39	31,635.49

虽然当前行业竞争格局相对稳定，但仍不排除行业竞争进一步加剧导致公司市场份额被挤占、销量以及毛利率下降的风险。发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、（四）市场竞争加剧的风险”中补充完善如下：

## （四）市场竞争加剧的风险

目前国内锌锰电池行业整体较为分散，行业企业众多，市场竞争已由价格及质量竞争上升至研发能力、管理能力、资金实力的全方位竞争，行业竞争日趋激烈。面对激烈的市场竞争，如果未来存在市场需求不及预期、行业竞争格局恶化、行业壁垒减弱、公司竞争优势及行业地位下降等，公司可能存在新市场开拓难度增加、原有市场份额被

竞争对手挤占的风险；同时，可能使公司面临产品单价、销量以及毛利率下降的风险。上述情况将对公司经营发展产生不利影响。

### 三、核查意见

保荐人和申报会计师履行了以下核查程序：

1、访谈公司管理层，了解公司主营业务收入增速放缓、净利率下滑的原因以及公司应对主营业务收入增速放缓、净利率下滑的措施及未来经营计划；

2、查阅公司 2021 年 1-6 月财务报表、2018-2019 年度及 2020 年 1-6 月财务报表，比对 2021 年 1-6 月营业收入、净利润等主要经营指标与同期的变动情况并分析其变动原因；

3、获取公司 2021 年 1-9 月和 2020 年 1-9 月营业收入、净利润等主要经营数据，了解公司报告期后业绩情况，核实是否存在影响公司持续经营能力的情形；

4、获取 2020 年度、2021 年 1-6 月公司销售收入明细表，结合公司主要客户销售变动情况，分析 2021 年度主营业务收入增速放缓的原因及合理性；

5、查看 2020 年度、2021 年 1-6 月美元兑人民币汇率变动及原材料价格波动情况，分析 2021 年度净利率下滑的原因及合理性；

6、查阅同行业可比公司招股说明书、定期报告，结合同行业可比公司营业收入及净利率变动情况，比较分析公司营业收入及净利率的变动趋势与同行业可比公司变动趋势是否一致。

经核查，保荐人认为：

1、发行人 2021 年主营业务收入增速放缓系 2020 年同期收入基数较高，且海运成本增加导致发货延迟，收入确认减少所致；2021 年净利率下滑主要由于人民币升值以及主要原材料价格上涨，产品成本上升所致。相关情况具有合理性，与同行业可比公司野马电池趋势一致；

2、综合考虑锌锰电池行业的市场容量、市场需求、竞争格局、进入壁垒以及发行人市场地位、核心竞争力等情况，发行人未来仍具有成长性；发行人已在招股说明书“第

四节 风险因素”之“二、（四）市场竞争加剧的风险”中充分披露公司所面临的市场份额被挤占、销量和毛利率下降等风险。

经核查，申报会计师认为：发行人 2021 年主营业务收入增速放缓系 2020 年同期收入基数较高，且海运成本增加导致发货延迟，收入确认减少所致；2021 年净利率下滑主要由于人民币升值以及主要原材料价格上涨，产品成本上升所致。相关情况具有合理性，与同行业可比公司野马电池趋势一致。

（此页无正文，为《关于浙江恒威电池股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市审核中心意见落实函的回复》之盖章页）



浙江恒威电池股份有限公司

2021年8月17日

## 发行人董事长声明

本人已认真阅读关于浙江恒威电池股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市审核中心意见落实函的回复报告的全部内容，确认落实函的回复报告内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

董事长（签名） 汪剑平  
汪剑平



浙江恒威电池股份有限公司

2021年 8 月 17 日

（此页无正文，为招商证券股份有限公司《关于浙江恒威电池股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市审核中心意见落实函的回复》之签字盖章页）

保荐代表人：

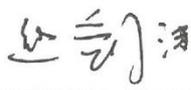


王森鹤



谭国泰

保荐机构总经理：



熊剑涛



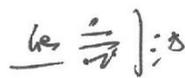
招商证券股份有限公司

2021年 8月17日

## 审核中心意见落实函回复报告声明

本人已认真阅读浙江恒威电池股份有限公司本次落实函回复报告的全部内容，了解回复报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本次落实函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

保荐机构总经理（签名）：\_\_\_\_\_



熊剑涛



招商证券股份有限公司

2021年8月17日