

**关于格力博（江苏）股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件审核问询函的回复**

深圳证券交易所：

根据贵所《关于格力博（江苏）股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》（审核函〔2021〕010687号）的要求，安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”或“我们”）作为格力博（江苏）股份有限公司（以下简称“格力博”、“公司”或“发行人”）首次公开发行股票并上市的申报会计师，本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就审核问询所提问题中涉及申报会计师的相关问题逐条进行了认真讨论、核查和落实，具体回复如下文。

问题 11：关于销售模式

申报材料显示：

(1) 发行人业务按品牌划分为自有品牌、商超品牌以及 ODM 业务，自有品牌和商超品牌业务收入逐年增长，ODM 业务收入相对稳定；

(2) 发行人销售渠道分为商超、电商和经销商三类，招股书中未披露通过三类渠道销售的具体情况；

(3) 发行人对于相关销售模式的分类及合作模式披露不清晰，且未与相关客户结构、收入确认等重要信息形成完整的勾稽关系，不符合招股书格式准则的规定。

请发行人：

(1) 按照合理有效的分类口径对发行人的销售模式进行梳理分类，并充分披露对判断客户及业务结构、收入确认方式及验证收入真实性所需的重要信息；如按线上、线下渠道对应的产品品牌类型、合作模式（自有品牌产品按电商入仓销售/渠道销售、买断/代理等实际情况归类）、各类渠道的销售金额及占比、客户分布情况等；

(2) 对于电商渠道销售，披露自有品牌官网、与主要第三方平台合作销售的金额及占比情况，以及与各第三方平台的合作模式（入仓/自营、买断式/代销）的具体收入分布情况，并结合与相关电商的主要合同条款、退换货情况及物流、资金流流转过程等，进一步披露相关电商渠道收入确认的时点及依据，并说明相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；并结合相关入仓模式下电商平台各期末的库存情况，分析披露是否存在铺货的情形；

(3) 对于商超渠道销售，披露自有品牌、商超品牌的收入金额及占比情况，以及自有品牌产品与商超的合作模式（对商超买断式销售/商超代销）及占比情况，商超渠道的主要客户及对其销售情况，并结合主要合同条款、退换货情况及物流、资金流流转过程等，进一步披露相关商超渠道收入确认的时点及依据，并说明相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；此外，结合主要商超渠道自有品牌产品各期末的库存情况及对终端销售情况，分析披露是否存在大规模铺货的情形；

(4) 补充披露经销模式销售金额及占比情况，各期的主要经销商销售情况及经销商增减变动情况等，并根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 29 题的规定落实相关信息披露要求。

请保荐人、申报会计师根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 29 题的规定发表明确意见，并详细说明针对不同渠道销售收入及客户的核查方法、核查比例、取得的核查证据及核查结论，并对各渠道销售收入的真实性发表明确意见；中介机构是否对发行人实施了 IT 审计，如有请提供相关 IT 审计报告。

【回复】

【发行人说明】

一、按照合理有效的分类口径对发行人的销售模式进行梳理分类，并充分披露对判断客户及业务结构、收入确认方式及验证收入真实性所需的重要信息；如按线上、线下渠道对应的产品品牌类型、合作模式（自有品牌产品按电商入仓销售/渠道销售、买断/代理等实际情况归类）、各类渠道的销售金额及占比、客户分布情况等；

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、（四）公司经营模式”之“1、销售模式”补充披露如下：

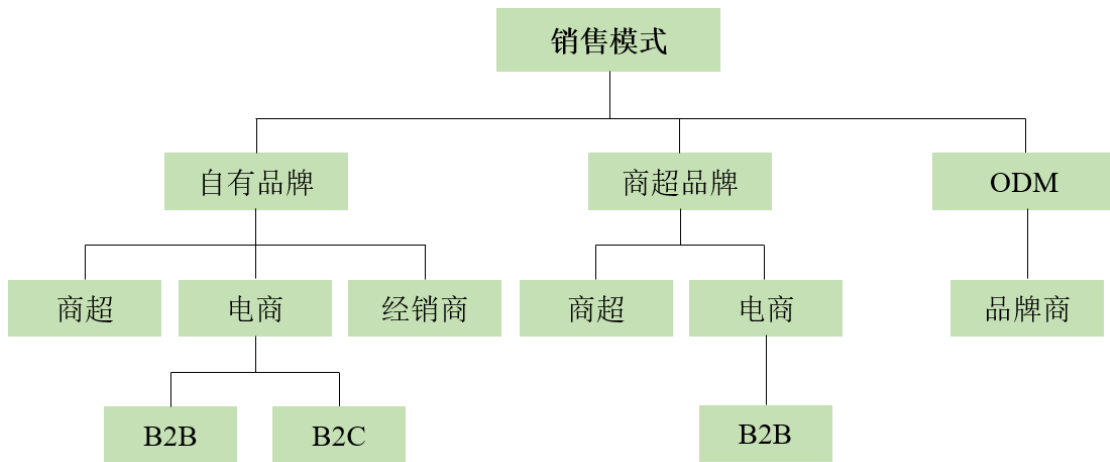
1、销售模式

.....

（3）销售模式对应关系分析

公司销售模式按照销售产品品牌可分为自有品牌、商超品牌和 ODM 产品，其中自有品牌可在商超、电商、经销商多渠道销售，商超品牌的销售渠道为对应商超客户的线下或其自建线上平台销售，ODM 产品直接向对应品牌商客户销售。自

有品牌、商超品牌和 ODM 业务在业务流程、定价方式、市场推广等方面存在较为明显的差异，是公司销售模式的主要分类口径。公司整体销售模式如下图所示：



公司的部分大型商超客户自建电商平台，因此对部分商超客户既有商超（线下）业务，也有 B2B 电商业务（线上）；公司的 B2B 电商业务主要是与 Amazon 进行，均为买断式销售；报告期内公司 B2C 电商业务销售占比较低，B2C 业务主要为公司官方网站实现的销售以及通过 Amazon、天猫等第三方平台实现的少量销售；公司的经销商业务绝大部分为买断式销售，主要针对特定地区或特定产品类别（如专业款新能源园林机械产品、零转向割草车等大型产品）与经销商开展合作。

公司产品品牌与渠道的对应关系、线上线下分类、具体合作模式等信息如下表所示：

产品品牌	销售渠道	线上/线下	合作模式	收入确认方式
自有品牌	商超渠道	线下	绝大部分买断式销售	主要通过国际贸易方式进行，根据具体贸易术语有所区别
	B2B 电商渠道（注 ¹ ）	线上	绝大部分买断式销售	主要通过国际贸易方式进行，根据具体贸易术语有所区别
	B2C 电商渠道（注 ² ）	线上	在公司自有网站或 Amazon 等网站的独立站点上向终端消费者销售	终端客户物流签收单据
	经销商渠道	线下	绝大部分买断式销售；少量为代理销售	主要通过国际贸易方式进行，根据具体贸易术语有所区别
商超品牌	商超渠道	线下	买断式销售	主要通过国际贸易方式进行，根据具体贸易术语有所区别

产品品牌	销售渠道	线上/线下	合作模式	收入确认方式
	B2B 电商渠道	线上	买断式销售	主要通过国际贸易方式进行，根据具体贸易术语有所区别
ODM	制造商	线下	买断式销售	主要通过国际贸易方式进行，根据具体贸易术语有所区别

注¹：自有品牌产品对应的 B2B 电商渠道主要指 Amazon 等购物网站，商超品牌产品对应的第三方电商渠道系线下商超开设的自有线上商城，如 Lowes.com、Homedepot.com、Walmart.com、Costco.com 等。

注²：自有品牌产品对应的 B2C 电商渠道系公司在北美/欧洲推出的自有网站，以及在 Amazon 等网站上由公司自主运营的 B2C 站点。

.....

(5) 各类渠道的销售金额及占比、客户分布情况

公司销售渠道可分为线上、线下两大类，其中线上渠道包括 B2B 电商渠道（针对自有品牌产品和商超品牌产品）和 B2C 电商渠道（针对自有品牌产品），线下渠道包括商超渠道（针对自有品牌产品和商超品牌产品）、经销商渠道（针对自有品牌产品）和制造商（针对 ODM 产品）。

报告期内，公司主营业务在各销售渠道的销售金额及占比如下：

单位：万元

线上/线下	具体销售渠道	2021 年		2020 年		2019 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
线上渠道	B2B 电商	123,667.53	24.84%	80,178.35	18.81%	36,247.12	9.74%
	B2C 电商	18,422.85	3.70%	4,650.09	1.09%	691.66	0.19%
线下渠道	商超	199,335.85	40.03%	258,118.88	60.55%	248,451.43	66.79%
	制造商	112,355.80	22.56%	51,351.82	12.05%	51,714.03	13.90%
	经销商	44,155.16	8.87%	31,999.86	7.51%	34,901.10	9.38%
合计		497,937.18	100.00%	426,298.99	100.00%	372,005.35	100.00%

报告期内，公司各销售渠道对应的主要客户如下：

线上/线下	具体销售渠道	对应产品品牌	主要客户
线上渠道	B2B 电商	自有品牌、商超品牌	Amazon、Lowe's、The Home Depot、Walmart、Costco 等
	B2C 电商	自有品牌	通过自有网站、Amazon 等网站上自主运营的 B2C 站点直接面向终端客户销售
线下渠道	商超	自有品牌、商超品牌	Lowe's、Walmart、Bauhaus、Harbor

线上/ 线下	具体销售 渠道	对应产品品牌	主要客户
			Freight Tools、MENARDS 等
	制造商	ODM	Toro、STIHL、B&S 等
	经销商	自有品牌	Handy、KJT、Mountfield、Carswell 等

注：上表中主要客户系报告期内排名进入过所属销售渠道前三的客户。

二、对于电商渠道销售，披露自有品牌官网、与主要第三方平台合作销售的金额及占比情况，以及与各第三方平台的合作模式（入仓/自营、买断式/代销）的具体收入分布情况，并结合与相关电商的主要合同条款、退换货情况及物流、资金流流转过程等，进一步披露相关电商渠道收入确认的时点及依据，并说明相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；并结合相关入仓模式下电商平台各期末的库存情况，分析披露是否存在铺货的情形；

（一）对于电商渠道销售，披露自有品牌官网、与主要第三方平台合作销售的金额及占比情况，以及与各第三方平台的合作模式（入仓/自营、买断式/代销）的具体收入分布情况

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况”之“（四）公司经营模式”之“1、销售模式”补充披露如下：

（6）电商渠道销售具体情况

报告期内，公司电商渠道销售按业务性质可以进一步分为 B2B 电商和 B2C 电商，具体情况如下：

单位：万元

具体销售 渠道	2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
B2B 电商	123,667.53	87.03%	80,178.35	94.52%	36,247.12	98.13%
B2C 电商	18,422.85	12.97%	4,650.09	5.48%	691.66	1.87%
合计	142,090.38	100.00%	84,828.44	100.00%	36,938.78	100.00%

1) B2B 电商渠道

报告期内，公司电商渠道销售主要通过 B2B 电商实现，在各期电商渠道销售金额中结构比均超过 85%，客户主要为 Amazon、Lowe's、The Home Depot、Walmart、Costco 等线上平台。

报告期内，除与俄罗斯极少量 B2B 电商客户采用委托代销的合作模式，公司与其他 B2B 电商客户的合作模式均为买断式销售，各合作电商系公司直接客户，B2B 电商渠道主要客户对应实现主营业务收入金额情况如下：

单位：万元

B2B 电商渠道客户名称	2021 年	2020 年	2019 年
Amazon	79,731.45	51,443.35	22,396.27
Lowe's	5,924.91	11,360.93	6,958.00
The Home Depot	14,191.98	811.40	-
Walmart	2,980.46	2,815.20	2,763.26
Costco	14,678.03	8,347.99	601.34
CPO	103.98	196.68	263.93
TSC	551.93	552.57	372.76
其他	5,504.78	4,650.24	2,891.56
合计	123,667.53	80,178.35	36,247.12

报告期内，公司 B2B 电商渠道客户主要为 Amazon，2020 年以来公司与 Amazon 在产品品类方面合作不断深化，2020 年及 2021 年销售金额实现大幅增长。

报告期内，公司对主要客户 Lowe's 其网上商城销售呈现先增长后下降趋势。2020 年疫情背景下北美地区消费者对网购的需求大幅增长，推动 2020 年对 Lowe's 的线上销售金额大幅增长。2020 年下半年，由于竞争对手泉峰控股与 Lowe's 合作加深，导致公司与 Lowe's 合作也产生不利调整，2021 年公司对 Lowe's 的 B2B 电商业务较上年也有所下降。

2020 年以来公司与 Costco 合作关系不断深化，2020 年及 2021 年公司对 Costco 的线上销售金额大幅增加。

2020 年下半年公司与全球最大的家居建材超市 The Home Depot 建立合作关系，公司 2020 年对 The Home Depot 形成少量销售，2021 年对 The Home Depot 销售收入大幅增加，销售产品主要为自有品牌 60V 新能源割草机。

2) B2C 电商渠道

报告期内，公司电商渠道中 B2C 类型的销售金额占比相对较低，主要系通过自有品牌官网实现的销售，少量系通过第三方平台上开设的自有电商店铺实现的销售，B2C 电商模式下公司直接客户为网购消费者。2020 年，公司积极完善自有品牌官网营销布局，2020 年及 2021 年销售金额实现高速增长，因此电商渠道销售中 B2C 类型的占比也有所提升。

报告期内，公司 B2C 电商渠道在自有品牌官网和第三方线上平台的销售金额分布情况如下：

单位：万元

B2C 电商具体类别	2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自有品牌官网	16,651.67	90.39%	4,556.26	97.98%	663.42	95.92%
第三方平台	1,771.18	9.61%	93.83	2.02%	28.24	4.08%
合计	18,422.85	100.00%	4,650.09	100.00%	691.66	100.00%

注：报告期内，公司合作的第三方 B2C 电商主要为 Amazon、Ebay、小米有品、天猫和京东等。

公司在 2019 年通过天猫、京东两个第三方平台开设的自有电商店铺实现少量 B2C 类型收入，并在 2020 年进行海外购物网站 B2C 站点（由公司运营）建设布局，公司在欧洲 Amazon 开设的 B2C 站点已逐步开展运营并在 2020 年第四季度实现 65.24 万元收入，2021 年实现 1,468.03 万元收入。

（二）结合与相关电商的主要合同条款、退换货情况及物流、资金流流转过程等，进一步披露相关电商渠道收入确认的时点及依据，并说明相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“五、新收入准则的执行和影响”补充披露如下：

（四）电商渠道收入确认政策分析

1、公司电商渠道销售收入中主要客户的合同条款、物流及资金流流转过程情况如下：

主要客户	销售单体	主要合同条款	物流流转	资金流流转
Amazon	AMAZON.COM.DEDC LLC	贸易结算方式：mDDP	常州工厂和越南工厂直接发	客户直接支付

主要客户	销售单体	主要合同条款	物流流转	资金流流转
	AMAZON.COM.DEDC LLC	贸易结算方式: FOB	货给客户	给公司
	AMAZON.COM, INC.	贸易结算方式: 海外 仓库出货销售	常州工厂和越南工厂发货给 美国子公司仓库和欧洲子公 司仓库, 美国子公司仓库和欧 洲子公司仓库发货给客户	
Lowe's	Lowe's Companies, Inc.	贸易结算方式: 海外 仓库出货销售	常州工厂和越南工厂发货给 美国子公司仓库, 美国子公司 仓库发货给客户	客户直接支付 给公司
Walmart	Wal-Mart Stores, Inc.	贸易结算方式: 海外 仓库出货销售	常州工厂和越南工厂发货给 美国子公司仓库, 美国子公司 仓库发货给客户	客户直接支付 给公司
	Walmart.com	贸易结算方式: FOB	常州工厂和越南工厂直接发 货给客户	
Costco	COSTCO CANADA	贸易结算方式: DDP	常州工厂和越南工厂直接发 货给客户	客户直接支付 给公司
	Costco.com	贸易结算方式: 海外 仓库出货销售	常州工厂和越南工厂发货给 美国子公司仓库, 美国子公司 仓库发货给客户	
The Home Depot	THE HOME DEPOT	贸易结算方式: FOB	常州工厂和越南工厂直接发 货给客户	客户直接支付 给公司
		贸易结算方式: 海外 仓库出货销售	常州工厂和越南工厂发货给 美国子公司仓库, 美国子公司 仓库发货给客户	

2、退换货情况

根据公司与电商渠道客户的约定, 如果产品存在质量问题, 客户可按约定对产品进行退换货。报告期内, 公司电商渠道销售的退换货金额情况如下:

单位: 万元

项目	2021年	2020年	2019年
退换货金额	2,998.89	882.01	1,285.01
电商渠道销售收入	142,090.38	84,828.44	36,938.78
退换货率	2.11%	1.04%	3.48%

报告期内，发行人发生的退换货情形主要系产品质量问题和运输过程中的包装破损问题；报告期各期，公司电商渠道销售的退换货金额占电商渠道销售收入比例分别为 3.48%、1.04%及 2.11%，占比较低。

报告期内，电商渠道主要客户的退换货金额情况如下：

单位：万元

客户名称	2021 年	2020 年	2019 年
Amazon	1,716.16	226.47	1,035.00
Lowe's	24.48	0.18	4.58
Walmart	21.15	30.30	1.22
Costco	492.25	547.40	130.56
The Home Depot	89.66	28.22	
合计	2,343.70	832.58	1,171.36

报告期内，Amazon 退换货金额占公司对其主营业务收入的比例为 4.62%、0.44%和 2.11%。2019 年退换货率相对较高，主要系因产品质量问题和运输过程中的包装破损问题，产品退回后进行重新维修、组装及包装，并安排后续再次出售。公司在报告期内提高包装质量，降低运输过程中的包装破损率，因此 2020 年退货率显著降低。2021 年度的退货金额增长较大，主要系特定产品的退回所致。

2020 年和 2021 年 Costco 退货金额较高，主要是因为：公司与 Costco 在 2020 年和 2021 年深化合作关系，Costco 向公司采购产品金额大幅增加，退货金额同步增长。报告期内，Costco 退货率分别为 21.53%、6.56%和 3.35%，退货率自 2020 年开始持续下降，2019 年退货率较高主要因公司与 Costco 处于业务开发阶段，少量产品在 Costco 试卖。

3、电商渠道收入确认的时点及依据

公司电商渠道销售收入确认的时点按不同贸易结算方式存在以下几种模式：

贸易结算方式	收入确认时点	收入确认依据
FOB	FOB 结算方式下，销售按货物在指定的装运港越过船舷的时点确认收入。	出口报关单和货运提单
DDP	DDP 结算方式下，公司将货物交付至客户指定地点，办理报关手续并缴清进口税费后，经客户方签收后确认销售收入。	客户签收单

贸易结算方式	收入确认时点	收入确认依据
EXW	EXW 结算方式下，公司将产品交付提货人或承运人的时点确认收入。	仓库出库单
海外仓库出货销售	公司按照销售合同或订单约定将产品运至约定交货地点或将产品移交给客户指定的承运商，完成产品交付义务后，确认产品销售收入。	货物出库交给运输公司的运单或客户签收单

4、电商渠道销售模式下收入确认符合《企业会计准则》的规定

公司自 2020 年 1 月 1 日起执行《企业会计准则第 14 号-收入》（2017 年修订）（以下简称“新收入准则”），对电商渠道客户的销售在公司履行了合同的履约义务，即客户取得相关商品控制权时确认收入。

2019 年，公司执行《企业会计准则第 14 号-收入》（2006 年）（以下简称“原收入准则”），对电商渠道客户的销售在公司实现商品所有权上的主要风险和报酬的转移时确认收入。

公司与主要电商渠道客户的销售合同或订单中均明确约定商品贸易结算方式。

（1）原收入准则

根据原收入准则相关规定：

“第四条 销售商品收入同时满足下列条件的，才能予以确认：

（一）企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；（二）企业既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；（三）收入的金额能够可靠地计量；（四）相关的经济利益很可能流入企业；（五）相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。”

1) FOB 结算方式下，参考国际贸易术语，公司产品在指定的装运港口装船并且商品越过船舷后，已将产品所有权上的主要风险和报酬转移给了客户；货物装船后，由船运公司负责管理并运送至指定目的地港口，公司不再实施和保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的产品实施有效控制；根据销售合同或订单，商品销售价格已确定、发货时相应成本可明确，收入及成本金额能可靠计量；公司与电商渠道客户签订的合同约定了付款条件及信用政策，相关

的经济利益很可能流入公司。因此在 FOB 结算方式下，公司销售按货物在指定的装运港越过船舷的时点确认收入是符合原收入准则规定的。

2) DDP 结算方式下，公司产品运输至客户指定地点交付客户，并由客户完成验货签收后，已将产品所有权上的主要风险和报酬转移给了客户；货物经客户验收后，公司已无法实施和保留通常与所有权相联系的继续管理权，也无法对已售出的产品实施有效控制；根据销售合同或订单，商品销售价格已确定、相应成本可明确，收入及成本金额能可靠计量；公司与电商渠道客户签订的合同约定了付款条件及信用政策，相关的经济利益很可能流入公司。因此在 DDP 结算方式下，公司销售按将货物交付至客户指定地点并经客户方签收后确认收入是符合原收入准则规定的。

3) EXW 结算方式下，货物出库移交给客户指定的承运人，并由客户指定的承运人完成验货签收后，已将产品所有权上的主要风险和报酬转移给了客户；货物移交给客户指定的承运人后，由承运人负责管理并运送至指定目的地，公司不再实施和保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的产品实施有效控制；根据销售合同或订单，商品销售价格已确定、发货时相应成本可明确，收入及成本金额能可靠计量；公司与电商渠道客户签订的合同约定了付款条件及信用政策，相关的经济利益很可能流入公司。因此在 EXW 结算方式下，公司销售按货物在移交给客户指定的承运人的时点确认收入是符合原收入准则规定的。

4) 海外仓库出库方式下，货物运至约定交货地点或将货物移交给客户指定的承运人，并由客户或者客户指定的承运商完成验货签收后，已将产品所有权上的主要风险和报酬转移给了客户；货物运至约定交货地点或移交给客户指定的承运人后，由客户或者客户指定的承运人负责接收商品，公司不再实施和保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的产品实施有效控制；根据销售合同或订单，商品销售价格已确定、发货时相应成本可明确，收入及成本金额能可靠计量；公司与电商渠道客户签订的合同约定了付款条件及信用政策，相关的经济利益很可能流入公司。因此在海外仓库出库方式下，公司销售按货物运至约定交货地点或将货物移交给客户指定的承运商时的时点确认收入是符合原收入准则规定的。

（2）新收入准则

根据新收入准则相关规定：

“第四条 企业应当在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。

取得相关商品控制权，是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

第五条 当企业与客户之间的合同同时满足下列条件时，企业应当在客户取得相关商品控制权时确认收入：

（一）合同各方已批准该合同并承诺将履行各自义务；（二）该合同明确了合同各方与所转让商品或提供劳务（以下简称“转让商品”）相关的权利和义务；（三）该合同有明确的与所转让商品相关的支付条款；（四）该合同具有商业实质，即履行该合同将改变企业未来现金流量的风险、时间分布或金额；（五）企业因向客户转让商品而有权取得的对价很可能收回。

在合同开始日即满足前款条件的合同，企业在后续期间无需对其进行重新评估，除非有迹象表明相关事实和情况发生重大变化。合同开始日通常是指合同生效日。

……

第十三条 对于在某一时刻履行的履约义务，企业应当在客户取得相关商品控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品控制权时，企业应当考虑下列迹象：

（一）企业就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务。（二）企业已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权。（三）企业已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品。（四）企业已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬。（五）客户已接受该商品。（六）其他表明客户已取得商品控制权的迹象。”

根据新收入准则，在不同的销售模式下，公司销售商品均属于在某一时点履行的履约义务，公司应该在客户取得相关商品控制权的时点确认收入。而根据准则所列示的对于判断客户是否已取得商品控制权的迹象分析，公司在原收入准则下判断的各个结算方式下的收入确认时点，均已满足了客户在该时点取得了商品控制权的条件。包括公司在该时点根据合同约定的付款条件及信用政策享有了现时的收款权利；公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给了客户，包括商品的法定所有权；公司已将商品实物转移给了客户或者客户指定的承运商，客户或者客户指定的承运商已经接受了该商品。

因此，公司参考原收入准则下的收入确认的时点，在新收入准则下，在 FOB 结算方式下，公司销售按货物在指定的装运港越过船舷的时点确认收入；在 DDP 结算方式下，公司销售按将货物交付至客户指定地点并经客户方签收后确认收入；在 EXW 结算方式下，公司销售按货物在移交给客户指定的承运人的时点确认收入；在海外仓库出库方式下，公司销售按货物运至约定交货地点或将货物移交给客户指定的承运商时的时点确认收入，是符合新收入准则的规定的。

综上所述，公司对电商渠道销售的收入确认符合《企业会计准则》的规定。

（三）并结合相关入仓模式下电商平台各期末的库存情况，分析披露是否存在铺货的情形

申报会计师取得了发行人与主要电商平台客户的销售合同，对发行人与主要电商平台客户的销售流程、收入确认时点和依据进行了核查；就发行人在电商平台各期末的库存情况向公司相关负责人进行了访谈，除与 Lowes' s 存在部分商超品牌销售外，与其他电商平台客户的销售均为自有品牌销售，公司无法获取客户各期末的库存情况；另外，公司与主要电商平台客户的合作不包括入仓销售的模式。

经核查，发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况”之“（四）公司经营模式”之“1、销售模式”补充披露如下：

（5）电商渠道销售具体情况

.....

3) 电商渠道期末库存情况

报告期内,公司 B2B 电商销售渠道的客户主要包括 Amazon、Lowe's 线上(Lowe's.com)、The Home Depot 线上平台(Homedepot.com)、Costco 线上平台(Costco.com)、Walmart 线上平台(Walmart.com)等,上述电商客户与公司之间均为买断销售,公司与上述电商平台的销售结算模式包括 FOB、DDP、EXW、海外仓库出库(公司按照销售合同或订单约定将产品运至约定交货地点或将产品移交给客户指定的承运商),不存在入仓销售的情形。

Amazon、Lowe's、The Home Depot、Costco、Walmart 均为全球知名上市公司及世界 500 强企业,内部控制规范,对供应商有着严格的验收标准;上述公司通过自身供应链系统向发行人下达采购订单,公司在客户供应链系统接单,并按订单要求进行生产并交货,人为调节订单可能性相对较低。

此外,公司报告期各期第四季度 B2B 电商销售金额及占比不存在异常波动、报告期内 B2B 电商平台退换货金额及比例较低、各报告期末期后回款正常。因此,发行人电商平台销售渠道不存在铺货的情形。

三、对于商超渠道销售,披露自有品牌、商超品牌的收入金额及占比情况,以及自有品牌产品与商超的合作模式(对商超买断式销售/商超代销)及占比情况,商超渠道的主要客户及其销售情况,并结合主要合同条款、退换货情况及物流、资金流流转过过程等,进一步披露相关商超渠道收入确认的时点及依据,并说明相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定;此外,结合主要商超渠道自有品牌产品各期末的库存情况及对终端销售情况,分析披露是否存在大规模铺货的情形;

(一) 对于商超渠道销售,披露自有品牌、商超品牌的收入金额及占比情况,以及自有品牌产品与商超的合作模式(对商超买断式销售/商超代销)及占比情况,商超渠道的主要客户及其销售情况

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况”之“（四）公司经营模式”之“1、销售模式”补充披露如下：

（7）商超渠道销售具体情况

报告期内，公司在商超渠道销售的产品可分为自有品牌和商超品牌两类，自有品牌产品与商超的合作模式绝大部分买断式，仅在俄罗斯与少量客户采用委托代销的合作模式，具体情况如下：

单位：万元

产品品牌	2021年		2020年		2019年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
商超品牌	97,656.17	48.99%	139,096.05	53.89%	119,175.64	47.97%
自有品牌	101,679.67	51.01%	119,022.83	46.11%	129,275.79	52.03%
其中：买断式	101,270.07	50.80%	118,854.10	46.05%	128,803.91	51.84%
委托代销	409.60	0.21%	168.73	0.07%	471.88	0.19%
商超收入合计	199,335.85	100.00%	258,118.88	100.00%	248,451.43	100.00%

公司与主要商超渠道客户的合作模式均为买断式销售，对应实现主营业务收入金额情况如下：

单位：万元

商超渠道客户名称	2021年	2020年	2019年
Lowe's	118,228.20	206,612.63	206,202.89
Harbor Freight Tools	31,758.95	24,230.63	2,597.93
Walmart	1,266.95	841.00	7,334.92
MENARDS	11,967.77	6,128.69	2,701.84
CTC	5,990.76	4,731.78	1,867.34
Bauhaus	5,685.18	4,533.73	13,288.78
Globus	323.34	2,375.03	5,718.59
Costco	9,225.59	-	5.16
其他	14,889.11	8,665.39	8,733.98
合计	199,335.85	258,118.88	248,451.43

注：商超客户除提供线下渠道外，也提供线上渠道（自有线上商城，如 Lowes.com、Walmart.com、Costco.com 等），故上表中商超客户销售金额仅包含线下商超渠道，不包含线上电商渠道部分。

(二) 结合主要合同条款、退换货情况及物流、资金流流转过程等，进一步披露相关商超渠道收入确认的时点及依据，并说明相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“五、新收入准则的执行和影响”补充披露如下：

(五) 商超渠道收入确认政策分析

1、公司商超渠道销售收入中主要客户的合同条款、物流及资金流流转过程情况如下：

主要客户	销售单体	主要合同条款	物流流转过程	资金流流转过程
Lowe's	LG Sourcing Inc.	贸易结算方式：FOB	常州工厂和越南工厂直接发货给客户	2019年，公司通过 Prime Revenue 平台办理提前融资业务(“供应链融资项目” or “Supply Chain Finance” or “SCF”)，应收账款由银行或金融机构扣除融资费用后支付给公司，Prime Revenue 指示 Lowe's 将款项支付给银行或金融机构。2020年和2021年，公司通过花旗银行办理提前融资业务，应收账款由花旗银行扣除融资费用后支付给公司，Lowe's 将款项支付给花旗银行。
	Lowe's Companies, Inc.	贸易结算方式：海外仓库出货销售	常州工厂和越南工厂发货给美国子公司仓库，美国子公司仓库发货给客户	客户直接支付给公司
Harbor Freight Tools	Harbor Freight Tools	贸易结算方式：FOB	常州工厂和越南工厂直接发货给客户	客户直接支付给公司
Walmart	Walmart Inc.	贸易结算方式：FOB	常州工厂和越南工厂直接发货给客户	客户直接支付给公司

主要客户	销售单体	主要合同条款	物流流转过程	资金流流转过程
	Wal-Mart Stores, Inc.	贸易结算方式：海外仓库出货销售	常州工厂和越南工厂发货给美国子公司仓库，美国子公司仓库发货给客户	
MENARDS	Menards Inc.	贸易结算方式：DDP	常州工厂和越南工厂直接发货给客户	客户直接支付给公司
		贸易结算方式：海外仓库出货销售	常州工厂和越南工厂发货给美国子公司仓库，美国子公司仓库发货给客户	
CTC	CANADIAN TIRE CORPORATION LTD	贸易结算方式：FOB	常州工厂和越南工厂直接发货给客户	客户直接支付给公司
Bauhaus	BAHAG Baus Handelsgesellschaft AG	贸易结算方式：DDP	常州工厂和越南工厂发货给欧洲子公司仓库，欧洲子公司仓库发货给客户	客户直接支付给公司
	TEAL GOAL	贸易结算方式：FOB	常州工厂和越南工厂直接发货给客户	

2、退换货情况

报告期内，公司商超渠道销售的退换货金额情况如下：

单位：万元

项目	2021年	2020年	2019年
退换货金额	398.01	2,655.61	770.50
商超渠道销售收入	199,335.85	258,118.88	248,451.43
退换货率	0.20%	1.03%	0.31%

报告期各期，公司商超渠道销售的退换货金额占商超渠道销售收入的比例分别为0.31%、1.03%和0.20%，占比较低。报告期各期，发行人发生的退换货情形主要系因产品质量问题和运输过程中的包装破损问题。

报告期内，商超渠道主要客户的退换货金额情况如下：

单位：万元

客户名称	2021年	2020年	2019年
Lowe's	145.94	2,289.42	394.13
Walmart	-	15.86	-
Bauhaus	1.17	254.84	283.26

客户名称	2021 年	2020 年	2019 年
合计	147.11	2,560.12	677.39

报告期内，Lowe's 的退换货率分别为 0.18%、1.05%和 0.12%，其中 2020 年退换货金额较高主要因产品质量问题和运输过程中的包装破损问题，退换货金额较高，此类原因导致的退货即时性较高，退回后重新包装，并于当年再次出售。

3、商超渠道收入确认的时点及依据

公司商超渠道销售收入确认的时点按不同贸易结算方式存在以下几种模式：

贸易结算方式	收入确认时点	收入确认依据
FOB	FOB 结算方式下，销售按报关并取得货运提单的时点确认收入。	出口报关单和货运提单
DDP	DDP 结算方式下，公司将货物交付至客户指定地点，办理报关手续并缴清进口税费后，经客户方签收后确认销售收入。	客户签收单
EXW	EXW 结算方式下，公司将产品交付提货人或承运人的时点确认收入。	仓库出库单
海外仓库出货销售	公司将产品按照销售合同或订单约定将产品运至约定交货地点或将移交给客户指定的承运商，完成产品交付义务后，确认产品销售收入。	货物出库交给运输公司的运单或客户签收单

4、商超渠道销售模式下收入确认符合《企业会计准则》的规定

根据上述商超渠道模式下的合同条款、退换货情况及物流、资金流流转过程，商超渠道收入确认的时点及依据，公司商超渠道模式下的收入确认与电商渠道模式下的收入确认相同，商超渠道销售模式下收入确认符合《企业会计准则》规定的分析参见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“五、新收入准则的执行和影响”之“（四）电商渠道收入确认政策分析”之“4、电商渠道销售模式下收入确认符合《企业会计准则》的规定”。

公司对商超渠道销售的收入确认符合《企业会计准则》的规定。

（三）结合主要商超渠道自有品牌产品各期末的库存情况及对终端销售情况，分析披露是否存在大规模铺货的情形

申报会计师取得了发行人与主要商超客户的销售合同，对发行人与主要商超客户的销售流程、收入确认时点和依据进行了核查；就发行人在商超客户各期末

的库存情况向公司相关负责人进行了访谈，由于客户系统或客户自身原因，公司无法获取商超客户在报告期各期末的库存情况以及客户的终端销售情况。

经核查，发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况”之“（四）公司经营模式”之“1、销售模式”补充披露如下：

（5）商超渠道销售具体情况

.....

报告期内，公司商超渠道主要客户包括 Lowe’s、Harbor Freight Tools、Walmart 等，与公司的交易均为买断销售；商超客户通过自身供应链系统，结合日常销售和正常备货需要向公司下达订单，公司在客户供应链系统接单，并按订单要求进行生产并交货。

公司的主要商超客户 Lowe’s、Walmart 为全球知名上市公司、世界 500 强企业，Harbor Freight Tools、MENARDS、CTC、Bauhaus、Globus 均为欧美具有较长经营历史的中型或大型商超，客户具有规范的采购控制程序。公司在报告期内的季度销售情况符合行业特征，不存在异常波动；公司在报告期各期的第四季度向商超渠道的销售金额不存在异常波动，退换货金额及比例较低，报告期各期末的期后回款正常。发行人不存在向主要商超客户进行大规模铺货的情形。

四、补充披露经销模式销售金额及占比情况，各期的主要经销商销售情况及经销商增减变动情况等，并根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 29 题的规定落实相关信息披露要求。

（一）补充披露经销模式销售金额及占比情况，各期的主要经销商销售情况及经销商增减变动情况等

发行人已在招股说明书“第六节业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况”之“（四）公司经营模式”之“1、销售模式”补充披露如下：

（8）经销模式具体分析

1) 经销商具体业务模式及采取经销商模式的必要性

公司与经销商之间合作采取的业务模式主要为买断式销售，在美国、俄罗斯与部分经销商采取委托代销合作模式。公司在北美、欧洲等主要销售区域与当地商超、电商等渠道客户建立了良好合作关系，但仍存在部分特定市场（如专业款新能源园林机械及零转向割草车等大型专业设备）或特定区域（如公司直销客户网络尚未覆盖的海外地区）由经销商负责销售业务效率更高。公司选择通过经销商途径在上述地区实现市场开拓，可以快速将产品推向更多的终端客户和应用领域，有利于扩大市场覆盖面、提高品牌宣传力度以及拓宽公司新客户开发渠道。报告期内，公司通过经销商渠道销售的产品涵盖新能源园林机械、交流电园林机械各类别自有品牌产品。

2) 经销收入及占比

报告期内，公司经销收入及占主营业务收入比例变动情况如下：

单位：万元

项目	2021年		2020年		2019年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
经销收入及占比	44,155.16	8.87%	31,999.86	7.51%	34,901.10	9.38%

报告期内，公司主要通过商超和电商方式销售，经销收入占比不超过 10%，占比较低。

3) 各期的主要经销商销售情况及经销商增减变动情况

报告期各期，公司前五大经销商销售收入及占比情况如下：

单位：万元

经销商名称	2021年		2020年		2019年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
KJT	6,226.45	14.10%	4,198.78	13.12%	2,035.82	5.83%
Mountfield	6,403.33	14.50%	4,524.20	14.14%	3,607.80	10.34%
Handy	2,543.35	5.76%	1,687.13	5.27%	2,431.93	6.97%
Hikoki	2,285.86	5.18%	1,053.30	3.29%	1,811.92	5.19%
Pace	1,104.21	2.50%	1,192.19	3.73%	2,237.64	6.41%
Carswell	3,196.85	7.24%	1,033.18	3.23%	858.87	2.46%
Zelyony	1,489.76	3.37%	1,166.31	3.64%	1,050.30	3.01%

经销商名称	2021年		2020年		2019年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
Instrument						
Steven Willand Inc	1,670.11	3.78%	23.18	0.07%	1,548.56	4.44%
其他经销商	19,235.23	43.56%	17,121.60	53.51%	19,318.26	55.35%
合计	44,155.16	100.00%	31,999.86	100.00%	34,901.10	100.00%

报告期内，公司经销商分布较为分散，对单家经销商销售金额占整体经销收入的比例较低，主要是因欧洲地区经销商的经营范围往往限定在一个或若干个欧洲国家，体量相对有限，而北美地区公司经销商覆盖的产品类别相对集中，以专业款新能源园林机械和零转向割草车等大型园林机械为主。

报告期内，公司主要经销商的简介如下：

公司名称	简介
Mountfield	成立于1991年，总部位于捷克，是捷克和斯洛伐克最大的园林器具零售商；公司销售品类涵盖园林机械、园林器具及动物粮食等，在捷克和斯洛伐克境内拥有77家实体销售中心，成立三十年以来始终致力于为210万常客提供高质量产品、高质量服务。
KJT	成立于1978年，总部位于韩国首尔清溪川，主营业为销售电动工具和园林机械；公司于1984年签约富世华（Husqvarna AB）成为其韩国代理商，进口链锯等品类园林机械并引领韩国林业机械化发展；公司销售品类覆盖推草机、打草机、链锯、扫雪机及各类大型园林机械等。
Handy	成立于1938年，总部位于英国斯温顿，是英国最大的独立园林机械批发分销商，服务于英国境内超过200家专业经销商、大型零售商客户；公司现有仓库面积约57,000平方英尺，代理博世（BOSCH）、伊莱克斯（Flymo）、卡赫（KARCHER）等来自全球各地优质制造商产品。
Pace	成立于1982年，总部位于美国密歇根州普利茅斯，是美国区域性高端户外动力设备经销商（私营）。公司经销区域覆盖美国中西部、东南部及西海岸地区（含阿拉斯加、夏威夷及圭亚那地区），在密歇根、伊利诺伊、威斯康星、佛罗里达和加利福尼亚拥有超过35万平方英尺的仓库。
Zelyony Instrument	成立于2017年，总部位于俄罗斯莫斯科，主营业务为销售木材、家装建材及清洁器具。
Hikoki	前身为Hitachi Koki，成立于1948年，总部位于日本东京，公司主营电动工具及相关配件和各类户外动力设备，旗下销售品牌包括Hikoki、Metabo、Hitman等。
Steven Willand Inc	成立于1966年，总部位于美国新泽西州奥古斯塔，是美国区域性园林机械批发分销商，旗下经销品牌包括RedMax、RYAN、Little Wonder、Mantis等。
Carswell	成立于1948年，总部位于北卡罗来纳州温斯顿塞勒姆，主要向消费者和经销商提供和分销家用加热设备以及户外动力设备如草坪和花园设备等。

报告期内，公司年交易额 100 万元以下的经销商数量较多且金额占比较小，主要原因是：公司境内和部分海外地区（如俄罗斯、法国）园林机械经销渠道较为分散，因此经销商数量较多且金额较低，故披露年交易额在 100 万元以上的主要经销商变动情况，主要经销商收入占经销总收入比例分别为 88.18%、89.37% 和 89.00%。报告期内新增与退出的主要经销商具体情况如下：

项目		2021 年	2020 年	2019 年
新增	主要经销商新增数量（个）	4.00	6.00	12.00
	新增经销商当期收入（万元）	1,301.78	1,971.01	3,195.08
	新增经销商收入占当期营业收入的比例	0.26%	0.46%	0.86%
退出	主要经销商退出数量（个）	5.00	6.00	5.00
	退出经销商上期收入（万元）	3,323.55	1,267.33	1,678.79
	退出经销商收入占上期营业收入的比例	0.77%	0.34%	0.54%
主要经销商总量（个）		53.00	44.00	44.00
主要经销商收入占经销总收入比例		89.00%	89.37%	88.18%
主要经销商收入占营业收入的比例		7.85%	6.66%	8.26%

注：“经销商新增数量”指上年无交易而本年有交易且金额超过 100 万元的经销商数量，“经销商退出数量”指上年有交易且金额超过 100 万元而本年无交易的经销商数量。

报告期内，公司新增主要经销商占当期营业收入的比例和退出主要经销商上期营业收入占上期营业收入的比例均较低，年交易额在 100 万元以上的主要经销商数量变动较小。

（二）根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 29 题的规定落实相关信息披露要求

发行人已在招股说明书“第六节业务与技术”之“一、（四）公司经营模式”之“1、销售模式”补充披露如下：

（7）经销模式具体分析

.....

4) 经销商模式下收入确认符合企业会计准则的规定

公司经销模式主要为买断式销售，相关收入确认政策与直销模式对于相关商品权利义务的约定情况保持一致，明确买卖双方相关义务，不存在其他影响权利

义务转移时点的附加条款，收入确认时点不存在差异。对于美国、俄罗斯部分采取委托代销模式合作的经销商，公司在明确取得经销商销售产品代销清单后确认收入。

5) 经销商管理的内部控制制度及执行情况

①经销商选取标准及日常管理

公司综合考虑经销商客户的公司规模、资信状况、所处地区、订单潜力等因素，选择规模较大、资金状况良好、订单潜力较大的经销商开展合作。公司制定了《内销新客户录入流程》、《国际业务部总体工作流程》、《产品和服务要求的确定和评审控制程序》等相关制度，在日常管理上，对新经销客户档案建立、销售定价、信用政策、销售合同、订单审批、销售订单台账及档案管理、发票开具、销售出库与收入确认、应收账款管理、售后管理等进行规范管理。

②定价机制及物流

公司向经销商销售产品时，根据产品成本、品牌定位、竞品价格、市场推广力度等综合因素，与经销商客户协商确定。对于境内经销商和海外子公司本土销售的经销商客户，运输费用一般由公司承担，对于跨境销售客户，运输费用承担方式由具体贸易术语确定。对于物流方式，公司一般按照客户的要求负责将货物运送至指定地点。

③退换货机制

根据公司与经销商客户的约定，如果产品存在质量问题，客户可按约定对产品进行退换货。

④销售存货信息系统

除在美国、俄罗斯与部分经销商采取委托代销合作模式外，公司向经销商的销售均为买断式，相关存货由经销商自行管理，对于委托代销方式下的存货，公司在财务系统中设置专门模块进行管理。

公司针对上述经销商选取标准、日常管理、定价机制、物流、退换货机制等方面的内部控制制度健全并得到有效执行。

6) 经销商和发行人的关联关系

报告期内，主要经销商与公司均不存在关联关系。公司实际控制人、控股股东、主要关联方与报告期内的主要经销商不存在大额非经营性资金往来，亦不存在主要经销商的最终销售客户为发行人关联方的情形。

7) 对经销商的信用政策

报告期内，公司根据与客户的历史交易记录以及回款情况给予不同的信用期。公司主要收入来自境外，经销商也以海外客户为主，信用期一般在为 60 天、90 天或 120 天。公司经销商和直销客户在信用政策方面不存在重大差异，公司对经销商的信用政策合理。

8) 同行业可比上市公司对比

① 同行业可比上市公司采用经销商模式的情况

根据同行业公司公开披露资料，园林机械行业各相关公司结合自身业务特征、销售区域及渠道等制定合适的销售模式，同行业可比公司的销售模式情况如下：

序号	可比公司	销售模式
1	大叶股份	主要为直销，与其自有品牌产品销售占比较低、产品线集中于割草机等因素关系较强
2	巨星科技	未具体披露销售模式
3	创科实业	主要为直销，自有品牌为主
4	泉峰控股	主要为直销，自有品牌为主

② 经销收入比例和毛利与同行业可比上市公司对比

报告期内，发行人通过经销商模式实现的主营业务销售金额比例分别为 9.38%、7.51%和 8.87%，实现的毛利占主营业务毛利的比例分别为 9.65%、6.04%和 7.49%。经检索公开披露信息，同行业可比公司均未披露处于发行人报告期内通过经销商模式实现的销售金额比例和毛利金额比例。

9) 经销商不存在专门销售发行人产品或大量个人等非法人实体的情形

报告期内，公司主要经销商多为园林机械行业贸易公司，除销售公司产品外也从事其他品牌厂商产品的销售业务，不存在专门销售公司产品的情形。主要经销商均为法人，不存在个人等非法人实体。

10) 经销商的终端销售及期末存货情况

发行人主要经销商均位于境外，境外经销商采购公司产品后主要销售给专业园林机械超市等客户；公司主要经销商实现最终销售的比例较高，产品终端销售情况良好。

11) 经销商回款不存在大量现金和第三方回款

报告期内，公司经销商第三方回款金额分别为 279.08 万元、210.25 万元和 486.64 万元，占比均低于 3%，占比较低，经销商收入中不存在大量第三方回款的情形。

12) 经销毛利率和其他销售模式对比

报告期内，发行人销售模式以直销为主，经销收入占比在 10%以内。公司主营业务各主要渠道类型客户主营业务收入及毛利率情况如下：

单位：万元

渠道类型	典型客户	项目	2021 年	2020 年	2019 年
商超	Lowe's、Harbor Freight Tools、Bauhaus 等	销售收入	199,335.85	258,118.88	248,451.43
		毛利率	29.54%	38.71%	35.64%
B2B 电商	Amazon、The Home Depot 等	销售收入	123,667.53	80,178.35	36,247.12
		毛利率	29.38%	32.93%	38.15%
制造商	Toro、STIHL、B&S 等	销售收入	112,355.80	51,351.82	51,714.03
		毛利率	23.77%	25.89%	25.35%
经销商	Mountfield、Handy、Carswell、Willand 等	销售收入	44,155.16	31,999.86	34,901.10
		毛利率	23.34%	28.37%	35.48%

报告期内，发行人通过商超渠道及第三方电商渠道销售的产品主要为自有品牌或商超品牌产品，对制造商客户的销售全部为 ODM 业务，ODM 业务由于定价中不包含后续营销推广环节成本等因素，毛利率相对较低，因此商超和第三方电商客户的毛利率高于制造商客户。公司对经销商客户销售的毛利率与商超客户、电商客户的差异相对较小，其变动主要受销售的产品类型以及公司的销售策略因素影响，2020 年经销商客户的毛利率下降幅度较大，主要是因为欧洲、美国地区加大促销力度，且 Cramer 自 2020 年 7 月后不再纳入合并报表范围，对毛利率也

有一定负面影响。2021 年度，受人民币升值、海运费上升、原材料上涨等多重因素影响，公司对经销商客户销售的毛利率进一步下降。

【申报会计师核查】

（一）请保荐人、申报会计师根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 29 题的规定发表明确意见，并详细说明针对不同渠道销售收入及客户的核查方法、核查比例、取得的核查证据及核查结论，并对各渠道销售收入的真实性发表明确意见，中介机构是否对发行人实施了 IT 审计，如有请提供相关 IT 审计报告。

（一）申报会计师核查过程

申报会计师主要履行了以下核查程序：

（1）对发行人高级管理人员进行访谈，了解采用经销模式的必要性、经销业务的定价机制、物流情况、退换货机制、信息系统内部控制、信用政策、经销模式与其他模式毛利率差异的具体原因等情况；

（2）核查发行人与主要经销商签订的销售合同及合同具体条款，如退换货政策、信用政策等，并分析发行人经销模式收入确认政策的合理性；

（3）获取发行人经销商名录及经销收入明细表，了解经销收入金额及占比、主要经销商的增减变动情况；

（4）查阅同行业可比公司的公开披露文件，了解同行业公司采用经销模式的具体情况；

（5）查阅经销商官方网站、中信保报告，获取主要经销客户的基本信息，了解主要经销商是否专门销售发行人产品、是否存在非法人实体；

（6）核查发行人实际控制人、董监高的调查表，结合经销商基本信息，了解主要经销商与发行人是否存在关联关系；

(7) 获取发行人销售明细、应收账款明细账、银行账户流水，核对经销商回款单位与银行回单实际收款单位是否一致，是否存在现金回款情形；

(8) 考虑到发行人商超渠道、电商渠道、经销商渠道和制造商主要客户均位于国外、主要客户不予回函的实际情况，申报会计师采取了实地或视频走访、发送函证、替代测试等收入核查程序，具体情况如下：

1) 实地或视频走访

发行人销售收入以外销为主，主要客户位于境外，受疫情因素影响保荐人、申报会计师未履行境外的现场走访核查程序；针对境外客户，保荐人、申报会计师主要通过对境外客户视频访谈以及境内办事处实地走访的形式作为替代措施，并就报告期交易实质和交易额形成了访谈记录，以证实交易发生情况，客户走访的详细情况如下：

单位：万元

客户名称	走访形式	客户销售金额（格力博账面确认的收入）		
		2021年	2020年	2019年
Lowe's	邮件访谈、境内办事处实地走访	124,153.10	217,973.56	213,160.89
Amazon	境内办事处实地走访	82,799.56	53,499.69	22,396.27
STIHL	视频访谈、境内子公司实地走访	20,912.44	14,941.45	16,499.87
Walmart	境内办事处实地走访	4,247.71	3,656.20	10,098.17
CTC	视频访谈	5,990.76	4,731.78	1,867.34
Bauhaus	视频访谈	5,685.18	4,533.73	13,288.78
Toro	视频访谈、境内办事处实地走访	53,448.05	21,988.68	9,437.59
Harbor Freight Tools	视频访谈、境内办事处实地走访	31,758.95	24,230.63	2,597.93
Costco	视频访谈	23,903.61	8,347.99	606.49
Jumbo	视频访谈	628.52	318.47	1,039.94
B&S	境内办事处实地走访	12,762.56	5,611.34	10,446.05
Mountfield	视频访谈	6,403.33	4,524.20	3,607.80
Metabo	视频访谈	6,584.89	3,498.67	3,208.73
KJT	视频访谈	6,226.45	4,198.78	2,035.82
Handy	视频访谈	2,543.35	1,687.13	2,431.93
Carswell	视频访谈	3,196.85	1,033.18	858.87
Hikoki	视频访谈	2,285.86	1,053.30	1,811.92
Berema	视频访谈	1,082.17	1,083.10	862.53

客户名称	走访形式	客户销售金额（格力博账面确认的收入）		
		2021年	2020年	2019年
Zelyony Instrument	视频访谈	1,489.76	1,166.31	1,050.30
Prochaska	视频访谈	230.30	940.87	50.70
Unikowsky	视频访谈	942.86	536.26	548.76
河南博兴电力	视频访谈	441.90	318.25	345.44
锦州中联五金	视频访谈	767.37	-	-
上海虹雨实业	视频访谈	311.86	215.81	102.39
常州助润机电	视频访谈	250.16	217.97	87.61
北京苏阳基业	视频访谈	238.97	113.04	47.38
哈尔滨佳泰五金	视频访谈	9.10	348.46	128.48
合计		399,295.63	380,768.85	318,617.97
营业收入		500,389.13	429,127.63	372,506.36
占比		79.80%	88.73%	85.53%

2) 函证

申报会计师向发行人报告期内的主要客户发函，以确认发行人收入金额的真实性，具体如下：

单位：万元

项目	2021年	2020年	2019年
发函收入	483,699.20	361,006.91	349,677.53
回函确认收入	152,804.61	58,995.61	68,849.67
营业收入	500,389.13	429,127.63	372,506.36
发函收入占比	96.66%	84.13%	93.87%
回函收入占比	30.54%	13.75%	18.48%

申报会计师选取报告期内主要客户的交易发生额进行了函证，回函占营业收入比例分别为 17.75%、12.87%和 30.54%，回函比例较低。发行人主要客户如 Lowe's、Amazon 等由于自身内控或法务要求，未予以回函，而报告期内 Lowe's 和 Amazon 销售收入合计占比分别为 63.24%、63.26%和 41.36%，导致回函收入占营业收入的比例较低。

申报会计师针对回函有差异和未回函的客户执行了替代程序，通过检查订单、发货单、出口报关单、海运提单、客户签收单、销售发票以及银行流水等资料，验证销售收入的真实性和准确性。

针对发行人报告期内主要客户未回函的情况，申报会计师采取的替代核查措施如下：

①对发行人与主要客户的交易方式进行了了解，经核查，发行人与第一大客户 Lowe' s、第二大客户 Amazon 的交易均是通过客户的交易系统完成，即由客户通过供应链系统向发行人下达订单，发行人通过系统对订单进行确认，发货后将出货相关的单证包括提单、信用证等上传至交易系统；客户可通过该系统直接向发行人进行付款。

②对发行人与 Lowe' s、Amazon 的交易系统进行了核查，且申报会计师安永 IT 部门对发行人与 Lowe' s 的交易系统网址的真实性进行了验证，确认交易系统属于 Lowe' s。由于该交易系统为交易对方所有且发行人自有网站交易金额占比极低，因此未实施 IT 审计。

经核查，发行人与 Lowe' s、Amazon 之间的业务交易系统真实。

③对发行人与 Lowe' s、Amazon 之间最近三年的交易订单进行了穿行测试核查，即取得与订单对应的报关单、提单、发票、回款等全套凭证，上述穿行测试核查的收入占发行人与 Lowe' s、Amazon 之间销售收入的比例超过 70%；通过上述核查，对发行人与 Lowe' s、Amazon 之间的交易真实性进行了验证。经核查，发行人与 Lowe' s、Amazon 之间的订单真实履行且回款匹配，销售收入真实。

④对发行人报告期内与 Lowe' s、Amazon 之间的销售收入回款情况进行了核查，其中发行人与 Lowe' s 之间的销售收入回款主要通过 Lowe' s 供应链金融项目的合作机构通过无追索权的应收账款贴现方式完成，申报会计师取得了发行人与 Lowe' s 合作机构签署的 SCF 协议，对无追索的条款进行了确认。

经核查，报告期内，发行人与 Lowe' s、Amazon 的业务回款情况正常。

⑤保荐机构与申报会计师向 Lowe' s 发送了访谈邀请，最终 Lowe' s 的全球高级副总裁对访谈记录进行了填写并亲笔签名，访谈记录以扫描件通过其工作邮箱发送邮件回复；与此同时，保荐机构与申报会计师对 Lowe' s 的上海采购中心进行了实地走访，并对 Lowe' s 上海采购中心董事总经理进行了访谈。

经核查，发行人与 Lowe's 的业务合作已具有 10 多年历史，双方合作情况良好，不存在相关纠纷。

⑥申报会计师对发行人各期末的销售收入进行了截止性测试，抽取报告期内公司资产负债表日前后营业收入明细账追查至报关单、提单、销售发票、收款流水等资料，对跨期确认收入的情况进行了核查。

经核查，发行人收入不存在跨期情形，收入核算准确。

3) 收入真实性替代测试

申报会计师对发行人主要客户 Lowe's 和 Amazon 产生的收入进行了收入真实性替代测试，对发行人与第一大客户 Lowe's 和第二大客户 Amazon 最近三年之间发生的销售业务进行了核查：从发行人客户供应链系统中导出订单明细，抽样与发行人 ERP 系统中的订单明细进行比对；对发行人 ERP 系统中导出的订单明细进行核查，从订单、出库单、报关单、提单、发票、回款等方面对业务的真实性进行核查，未发现异常。采用上述方式，申报会计师对发行人与 Lowe's 和 Amazon 之间最近三年的收入核查比例超过 70%。

经核查，发行人与 Lowe's、Amazon 之间的业务合作真实存在，订单真实履行且回款匹配。

4) 内控测试

申报会计师了解与收入确认相关的关键内部控制，每年随机抽取 1 笔销售业务进行穿行测试；对于识别的关键控制点，每年随机抽取 25 笔销售业务进行控制测试，确定内部控制制度是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效。

经核查，发行人内部控制制度执行良好，内部控制运行有效。

5) 销售回款核查

申报会计师对对发行人报告期内与 Lowe's、Amazon 之间的销售收入回款情况进行了核查，其中发行人与 Lowe's 之间的销售收入回款主要通过 Lowe's 供应链金融项目的合作机构通过无追索权的应收账款贴现方式完成，申报会计师取得了发行人与 Lowe's 合作机构签署的 SCF 协议，对无追索的条款进行了确认。

经核查，报告期内，发行人与 Lowe's、Amazon 的业务回款情况正常。

报告期内，公司因供应链融资而终止确认的应收账款情况如下：

单位：万美元

客户	供应链融资服务提供商	保理机构	2021 年	2020 年	2019 年
Lowe's	Prime Revenue	蒙特利尔银行	-	-	24,596.43
	花旗银行	花旗银行	14,450.84	25,955.37	-

6) 收入截止性测试

申报会计师对发行人报告期资产负债表日前后 7 日或前后 14 日的大额销售收入进行了截止性测试，测试期间根据公司及其各子公司实际情况而定，从报告期内发行人资产负债表日前后营业收入明细账追查至报关单、提单、销售发票、收款流水等资料。

经核查，发行人收入不存在跨期情形，收入核算准确。

7) 查询公开信息，并获取中国出口信用保险公司报告

申报会计师取得并查阅了中国出口信用保险公司出具的信用调查报告，并查询了公司主要外销客户的年度报告等公开信息披露资料、官方网站信息等资料，详细了解主要外销客户的公司背景资料。

8) 比对海关报关数据与发行人自身数据的匹配性

申报会计师取得了海关提供的公司出口数据，并与母公司账面出口收入金额进行比对。2019 年、2020 年及 2021 年，海关出口数据与账面出口数据差异分别为 415.31 万美元、124.27 万美元和-53.06 万美元，差异率分别为 0.98%、0.25% 和-0.08%，报告期合计差异为 486.52 万美元，差异率为 0.31%，差异主要来自于两者数据的时间差，具体匹配情况如下：

单位：万美元

项目	公式	2021 年	2020 年	2019 年	合计
海关出口数据	①	65,242.49	50,028.15	42,975.70	158,246.34
账面出口数据	②	65,295.55	49,903.88	42,560.39	157,759.82
差异	③=①-②	-53.06	124.27	415.31	486.52
差异率	④=③/②	-0.08%	0.25%	0.98%	0.31%

注：2020 年及 2021 年海关出口数据来自关衡系统。

9) 通过视频、网站查阅形式确认公司产品在客户处上架情况

申报会计师通过视频形式，分别确认了 Lowe's、Walmart、Harbor Freight Tools、Bauhaus、CTC、MENARDS、Globus 等境外客户门店中产品上架情况，确认公司产品在客户处上架并销售。

申报会计师不定期登录 Lowe's 网站（www.lowes.com）、Amazon 网站（www.amazon.com）、Walmart 网站（www.walmart.com）、The Home Depot 网站（Homedepot.com）、Costco 网站（www.costco.com）、CPO 网站（www.cpooutlets.com）、Tractor Supply 网站（www.tractorsupply.com）、Harbor Freight Tools 网站（www.harborfreight.com）等查看公司产品在客户网站上架及销售情况。

（二）申报会计师核查意见

基于申报会计师所执行的审计及核查程序，申报会计师认为：

（1）发行人说明的采取经销商模式的必要性具有商业合理性。

（2）发行人经销模式收入金额及占主营业务收入的较低，主要经销商构成较为稳定。

（3）发行人经销模式下的收入确认在所有重大方面符合《企业会计准则》的规定。

（4）发行人说明的经销商选取标准、日常管理、定价机制、物流、退换货机制等相关内控健全完善并能够有效执行。

（5）发行人与主要经销商不存在关联关系。

（6）发行人对主要经销商的信用政策具有合理性。

（7）发行人经销商多为园林机械行业贸易公司，除销售发行人产品外也从事其他品牌厂商产品的销售业务，主要经销商不存在专门销售发行人产品的情形。

（8）发行人的主要经销商不存在大量个人等非法人实体。

(9) 发行人经销商回款不存在大量现金的情况，第三方回款的金额和占比均较低。

(10) 发行人说明的通过经销商模式实现的销售毛利率和其他销售模式实现的毛利率的差异情况具有合理性。

(11) 发行人报告期内各渠道收入真实，对发行人各期各渠道下境外、境内客户及收入的核查方法、核查范围、核查比例、取得的相关证据足以支持核查结论。

二、申报会计师其他核查程序

针对本问题其他小问，申报会计师执行了如下审计及核查程序：

1、取得并查阅发行人收入明细表，与发行人高级管理人员及财务总监进行访谈，了解发行人销售模式具体分类情况，并复核各渠道销售金额及占比、客户销售金额及各类内部细分口径数据；

2、与发行人高级管理人员及财务总监进行访谈，了解电商、商超渠道客户的退换货情况及物流、资金流流转过程，复核发行人收入确认政策的准确性及电商、商超渠道是否存在铺货的情形；

3、获取了报告期内发行人的退货清单，访谈了销售总监和财务负责人，了解客户退货的原因；

4、取得发行人与主要电商、商超渠道客户的合同或订单，查看合同中的权利和义务预定、主要风险和报酬承担等条款，根据《企业会计准则第 14 号——收入》，分析评价发行人收入确认政策的合理性；

5、了解发行人的收入确认政策，分析并评价发行人的收入确认政策是否恰当；

6、对主要客户进行了访谈，了解合作背景、业务模式、主要合同条款等情况；

7、分析发行人对主要合同收入的确认和计量、核算和列报的重新评估是否正确、合理；

8、评价发行人新收入准则实施前后收入确认政策的合理性，确认发行人披露的适用新收入准则对财务报表的影响符合《企业会计准则》的要求。

三、申报会计师其他核查意见

基于申报会计师所执行的审计及核查程序，申报会计师认为：

1、发行人销售模式按产品品牌可分为自有品牌、商超品牌和 ODM，按渠道可分为商超渠道、B2B 电商渠道、B2C 电商渠道、制造商和经销商，其中 B2B 电商渠道、B2C 电商渠道为线上渠道，其余为线下渠道，产品品牌分类与渠道分类之间存在明确的对应关系，发行人补充披露的相关分类信息与数据具有准确性。

2、发行人电商销售渠道以 B2B 客户为主，与 B2B 电商客户的合作模式均为买断式销售，B2C 电商渠道的销售金额占比相对较低，主要系通过自有网站实现的销售，在欧洲 Amazon 开设的 B2C 站点（由发行人运营）已逐步开展运营并在 2020 年第四季度及 2021 年上半年实现销售；发行人披露的相关电商渠道收入确认的时点及依据合理准确，相关会计处理在所有重大方面符合《企业会计准则》的规定；报告期内各主要电商平台为境外知名的大型电商平台，该等电商平台内部控制规范，对供应商有标准的验收流程，且发行人与该等电商平台的合作模式为电商平台根据其销售淡旺季安排备货，不存在为公司铺货的情形。

3、发行人商超渠道销售中自有品牌、商超品牌的收入占比较为均衡，发行人与主要商超渠道客户的合作模式均为买断式；发行人披露的相关商超渠道收入确认的时点及依据合理准确，相关会计处理在所有重大方面符合《企业会计准则》的规定；报告期内各主要商超渠道为境外知名的大型商超，该等商超内部控制规范，对供应商有标准的验收流程，且发行人与该等商超的合作模式为商超根据其销售淡旺季安排备货，不存在为公司铺货的情形。

问题 12：关于客户

申报材料显示：

(1) 报告期发行人客户集中度较高，前五大客户销售收入占比分别为 73.31%、74.04%和 77.51%，其中第一大客户 Lowe's 的销售占比分别为 48.08%、57.22%和 50.79%；

(2) 发行人前五大客户之一 STIHL 为发行人关联方（STIHL 通过 ZAMA 持有发行人 24.90%股份），公司董事宋琼丽担任安德烈斯蒂尔动力工具（青岛）有限公司财务总监，且报告期发行人与 STIHL 之间存在采购、销售及代垫费用的情形；

(3) ODM 客户的最终产品与自有品牌业务存在竞争关系。

请发行人：

(1) 结合发行人下游行业的竞争格局、主要客户在相关市场的市场份额、ODM 和品牌产品在客户同类产品采购占比等情况，分析披露发行人客户集中是否符合行业特点，发行人与 Lowe's 相关交易的稳定性、可持续性、价格公允性和业务独立性，并根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 7 题的相关规定，充分揭示风险；

(2) 披露报告期对主要客户销售的各产品类型（自有品牌/商超品牌/ODM）收入及其变动情况，分析相关收入变动的原因及合理性；

(3) 补充披露发行人前五大客户之一 STIHL 持有公司股份比例较高，且公司董事宋琼丽担任安德烈斯蒂尔动力工具（青岛）有限公司财务总监的原因及商业合理性，分析报告期发行人与 STIHL 之间采购、销售交易的公允性及相关会计处理的合规性，说明 STIHL 及其股东与发行人及发行人主要人员是否存在其他关联关系、资金往来或利益安排；

(4) 补充说明内外销分别对应的前五大客户的基本情况、合作历史及订单获取方式、定价原则、结算周期、交易价格及变动趋势、毛利率、退换货情况、

向发行人采购占其同类产品采购的比例等，并结合有关因素分析披露相关交易的稳定性和持续性；

(5) 结合各期客户增减变动情况，分析披露报告期是否存在异常新增客户等情形，发行人的客户及其实际控制人或主要股东、关键经办人员与发行人是否存在关联关系或利益安排。

请保荐人、申报会计师、发行人律师对上述事项发表明确意见；请保荐人、申报会计师详细说明针对发行人各期境外、境内客户及收入的核查方法、核查范围、核查比例、取得的相关证据及结论，并对收入真实性发表明确核查意见。

【回复】

【发行人说明】

一、结合发行人下游行业的竞争格局、主要客户在相关市场的市场份额、ODM 和品牌产品在客户同类产品采购占比等情况，分析披露发行人客户集中是否符合行业特点，发行人与 Lowe's 相关交易的稳定性、可持续性、价格公允性和业务独立性，并根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 7 题的相关规定，充分揭示风险；

(一) 结合发行人下游行业的竞争格局、主要客户在相关市场的市场份额、ODM 和品牌产品在客户同类产品采购占比等情况，分析披露发行人客户集中是否符合行业特点

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人主要产品销售情况”之“(三) 主要客户情况”补充披露如下：

4、客户集中度高的情况

(1) 客户集中的原因和合理性

报告期内，发行人前五大客户销售收入占比分别为 74.04%、77.51%和 63.16%，客户集中度较高，其中第一大客户 Lowe’s 及第二大客户 Amazon 的销售收入占比合计分别为 63.24%、63.26%和 41.36%。

根据第三方咨询机构 TraQline 数据，北美地区的户外动力工具（Outdoor Power Equipment）的市场份额排名前三位的销售渠道分别为 The Home Depot、Lowe’s、Amazon 等，2020 年上述三大渠道北美市场占有率达 68%。由于北美户外动力设备第一大销售渠道 The Home Depot 主要与 TTI（创科实业）达成战略合作，公司在 The Home Depot 销售金额相对较低；而公司在第二大销售渠道 Lowe’s 和第三大销售渠道 Amazon 销售金额相对较高。公司向 Lowe’s 与 Amazon 的销售收入占比较高符合下游行业集中的特征，具有合理性。

报告期内，公司与可比公司对前五大客户销售占比情况如下：

公司名称	2021 年	2020 年	2019 年
大叶股份	未披露	66.43%	61.36%
巨星科技	未披露	45.19%	38.58%
创科实业	59.10%	58.30%	55.70%
泉峰控股	未披露	64.80%	56.80%
可比公司平均值	59.10%	58.68%	53.11%
格力博	63.16%	77.51%	74.04%

报告期内，除巨星科技外，大叶股份、创科实业和泉峰控股对前五大客户的销售占比均处于较高水平。公司对前五大客户的销售占比高于可比公司平均水平，主要是因为相比于可比公司，发行人的主要收入来自北美，北美地区的下游渠道高度集中决定公司客户集中度也处于较高水平，公司集中度较高符合行业特征，具有合理性。

（二）发行人与 Lowe’s 相关交易的稳定性、可持续性、价格公允性和业务独立性

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、（三）主要客户情况”之“4、客户集中度高的情况”补充披露如下：

4、客户集中度高的情况

.....

（2）与主要客户合作关系的稳定性、可持续性

1) 新能源园林机械行业发展前景良好，且发行人在新能源园林机械领域竞争优势明显

随着锂电池、无刷电机、智能电控等技术的快速发展以及节能环保的需要，并经过全球“碳达峰”、“碳中和”的提出与共识的形成，园林机械行业正经历从燃油动力到新能源动力的加速转变，新能源园林机械市场正在经历快速发展。2021年，全球新能源园林机械主要企业创科实业、泉峰控股营业收入均实现了高速增长；发行人在报告期内的新能源园林机械销量及销售收入也保持了持续快速增长。

发行人自2007年开始从事新能源园林机械行业，是全球新能源园林机械行业的先行者和领先企业，在市场、品牌、研发、生产制造方面均由领先竞争优势。

市场方面，公司已建立起“线上+线下”的全渠道营销体系，可充分覆盖潜在目标消费者；公司下游客户主要为全球知名商超、电商以及知名园林机械品牌商，下游客户经营良好，行业地位领先，合作历史较长且较为稳定，其中与第一大客户Lowe's具有15年以上合作历史，与第二大客户Amazon具有12年以上合作历史，客户关系较为稳定。

品牌方面，通过多年的渠道拓展、品牌推广及运营，公司自有品牌greenworks的知名度及美誉度持续提高，公司greenworks品牌产品在美国新能源园林机械市场占有率排名前三；在美国电商平台Amazon，公司greenworks品牌割草机、吹风机等多款产品常年位于“Best Seller”（最畅销产品）之列，销量及用户口碑均保持市场前列，市场竞争优势明显。

研发方面，公司在中国、美国及瑞典设立了具有高度协同能力的专业化研发中心，公司全球研发及技术人员超过1,000人，在电机控制及系统控制、电池包、电池充电器、智能及IoT等方面积累了一系列核心技术，拥有国内外专利1,241项（其中发明专利100项）。

生产制造方面，公司拥有中国和越南两个制造基地，具备新能源电池包、无刷电机、智能控制器、充电器等80%以上核心零部件的自主设计与制造能力，极

大地提高了产品质量的一致性和稳定性，制造成本大幅降低。公司致力于打造垂直化、智能化、信息化的智能制造生产体系，使公司得以形成整机设计与零部件开发的协同优势，大大缩短了新品研发周期，可以快速响应客户需求，并赢得客户良好口碑。

因此，在新能源园林机械行业快速发展的有利机遇下，公司在市场、品牌、研发、生产制造方面积累的领先优势，将使公司能够抓住市场机遇，与客户共同分享行业发展红利。

2) 通过产品生产系统及知识产权等方式增强客户粘性

自有品牌方面：公司自有品牌产品主要在商超及电商渠道销售，公司与客户的合作持续性及稳定性主要建立在公司自有品牌产品的竞争力、消费者对自有品牌的认可度和忠诚度方面。公司始终注重自有品牌产品的生态系统建设，通过建立以电池包为核心的产品生态系统，例如公司 60V 电压平台推出超过 40 款全系列园林机械产品，可基本覆盖户外园艺的各种使用场景，通过这一生态系统，消费者在购买多 greenworks 产品后，可实现电池包在不同产品之间的互通互用，使用成本显著降低，消费者粘性和复购可能性得以大幅增强；另外，公司在新能源园林机械领域具有先发优势且已占据较高的市场份额，这是公司与商超及电商客户持续合作的重要基础。

商超品牌及 ODM 业务方面：公司早期主要从事 ODM 业务，生产制造是公司的持续竞争优势，公司通过自身多年积累建立的全球协同研发、垂直一体化的先进智能制造，在行业内均具有领先竞争优势，可为商超客户及品牌商提供高效、可靠、优质并具有竞争力的研发及代工生产服务。与此同时，公司注重知识产权保护，并通过知识产权方式加大与客户的合作粘性，如为 Harbor Freight Tools 贴牌的电池包以及为 B&S 代工生产的产品核心知识产权均属于发行人，上述方式使得客户变更供应商的成本较高；在公司提供的代工服务未出现重大过失情况下，公司与客户的合作关系通常较为稳固。

(3) 与 Lowe's 合作的持续性、稳定性、公允性及业务独立性

1) 合作情况及调整原因

2019-2020年，公司对Lowe's销售收入金额呈上升趋势，但增速呈下降趋势；2020年，公司竞争对手泉峰控股与Lowe's形成战略合作，泉峰控股自有品牌“EGO”新能源园林机械入驻Lowe's门店销售，公司与Lowe's之间的业务合作因此也遭受了不利影响，2021年，发行人对Lowe's销售收入为124,153.10万元，较上年下降43.04%。

公司与Lowe's已有10多年合作历史，且合作关系良好，公司曾荣获Lowe's的“2018年度最佳供应商”称号。Lowe's选择供应商时，重点关注供应商的品牌历史销售业绩、产品定位和竞争力，以及与供应商的战略匹配程度。本次Lowe's更换选择泉峰控股作为新能源园林机械的战略供应商，主要原因包括：1) Lowe's对战略供应商通常要求产品专卖，即品牌方只能在Lowe's渠道销售，发行人此前60V产品虽然只在Lowe's销售，但发行人为了实现多渠道覆盖，也开发了24V、40V、80V等产品在Amazon、Costco等渠道销售，与Lowe's的战略要求存在分歧；2) 泉峰控股在新能源园林机械及电动工具领域均具有较强竞争力，“EGO”平台可打通电动工具及园林机械，这是相较发行人的优势。

泉峰控股的56V“EGO”牌新能源园林机械与发行人的60V“greenworks”互为竞品，在线下门店货架资源有限的情况下，由于“EGO”只能在Lowe's专卖，相应地Lowe's为支持“EGO”，最终发行人的60V平台产品停止在Lowe's销售，80V贴牌产品调整为仅在Lowe's线上平台销售；发行人的自有品牌高压清洗机为交流电产品，在北美地区竞争力及认可度较高，上述产品继续在Lowe's门店销售。

2) 合作公允性及业务独立性

发行人与Lowe's之间的业务包括自有品牌业务和商超贴牌业务。自有品牌业务定价是参照产品终端售价、市场销售情况、竞争情况等因素由公司与Lowe's协商确定；商超品牌业务主要按照成本+运营费用+合理毛利率方式由公司与Lowe's协商确定。

发行人与主要客户的业务获取均是通过市场化方式开展，发行人具备独立面向市场获取业务的能力。发行人与北美地区的主要渠道均建立了合作，包括

Lowe's、The Home Depot 的线上渠道、Amazon、Walmart、Costco、Harbor Freight Tools、CTC 等，公司具备独立开发市场及获取业务的能力。

3) 合作调整的具体影响及持续性

①具体影响

发行人与 Lowe's 的业务合作主要包括三类：一是公司为 Lowe's 贴牌（Lowe's 的自有品牌“Kobalt”）生产的 40V、80V 平台园林机械产品业务；二是公司自有品牌 greenworks 的高压清洗机产品业务；三是公司自有品牌 greenworks 的 60V 平台园林机械产品业务。2020 年 7 月，公司与 Lowe's 合作调整为：60V greenworks 产品停止销售，80V 贴牌 Kobalt 产品只在线上销售；上述调整对发行人的具体影响如下：

单位：万元

产品类别	2021 年 H2	2021 年 H1	2020 年 H2	2020 年 H1
60V greenworks 新能源	14.90	343.8	3,114.52	24,345.75
greenworks 交流电清洗机	24,020.59	30,665.23	26,240.46	35,738.88
80V 贴牌 Kobalt	4,835.16	11,151.36	6,232.91	29,493.56
40V 贴牌 Kobalt	9,039.36	32,463.74	43,766.60	28,889.64
其他	3,856.52	7,762.45	10,812.72	9,338.52
Lowe's 收入合计	41,766.51	82,386.59	90,167.20	127,806.36
主营业务收入合计	211,321.18	286,616.00	200,805.69	225,493.30
Lowe's 收入占主营业务收入比例	19.76%	28.74%	44.90%	56.68%

注¹：H1 指上半年，H2 指下半年；其他收入主要为其他电压平台产品及电池包、配件等；

注²：公司销售存在一定季节性，通常三季度为销售淡季，以半年度为时间单位，上半年销售通常高于下半年。

②影响的持续性分析

关于 60V greenworks 新能源产品业务，该系列产品自 2020 年下半年停止在 Lowe's 销售，因此产品收入自 2020 年下半年即大幅下降；2021 年仅剩少量电池包销售，相关不利影响已完全体现。公司通过积极调整渠道布局，与 TSC、Toro、Echo 等客户的新增或加深合作，公司 60V 平台产品收入在 2021 年依然取得较大增长，公司与上述客户合作关系稳定，短期内预计不存在重大不利变化，预计 2022 年销售仍将取得进一步增长，对 Lowe's 60V 平台产品停止销售的不利影响已消除。

关于 80V 贴牌业务，该系列产品在 2020 年下半年调整为仅在线上销售，因此该产品对 Lowe's 的销售收入持续下降。虽然泉峰控股产品系列不包含 80V 平台产品，但 Lowe's 的 80V “Kobalt” 产品与泉峰控股的 56V “EGO” 产品存在一定竞争关系，因此发行人对 Lowe's 的 80V “Kobalt” 贴牌业务收入未来可能进一步下降。2021 年，公司 80V 平台产品业务收入在受 Lowe's 不利调整后仍实现小幅增长，已大幅消化 Lowe's 对该产品调整的不利影响。

关于 40V 贴牌产品业务，Lowe's 的 40V 贴牌 Kobalt 产品原本由公司单独提供，2021 年下半年开始调整为由泉峰控股主要提供；公司该项业务收入在 2021 年 7-12 月已大幅下降，占发行人收入比例不足 5%，对公司的经营影响较低。

交流电清洗机方面，公司交流电清洗机仍在 Lowe's 线下门店正常销售，未被泉峰控股替代；虽然公司对 Lowe's 的收入有所下降，但由于公司交流电清洗机在技术、产品力、品牌方面具有较强的竞争优势，公司自有品牌交流电清洗机在北美地区销售保持领先；同时，公司凭借技术、生产制造优势，加大与品牌商的 ODM 业务合作力度。2021 年，公司交流电清洗机总收入（自有品牌&贴牌）仍保持了较好增长。

4) 发行人的应对措施

发行人通过以下积极措施应对 Lowe's 的不利影响：

①积极开发新客户：公司原本在 Lowe's 专卖的 60V 自有品牌产品 2020 年下半年开始在 The Home Depot 销售；公司积极开发北美地区其他主流渠道并寻求战略合作，如 TSC 于 2022 年 1 月官方宣布与格力博达成全面战略合作，格力博成为 TSC 核心新能源园林机械供应商，greenworks 60V 产品将逐步全面进入 TSC 美国超过 2,000 家门店进行销售。

②加大电商渠道推广投入，提高公司自有品牌直接面向终端消费者的比例，降低对渠道依赖：2020 年因疫情影响，加速了园林机械等大型工具类产品的线上购物比例，公司积极拥抱电商机遇，持续加大在 Amazon 以及公司自有网站的电商投入，电商收入持续快速增长；2021 年，电商收入为 142,090.38 万元，较上年增长 67.50%。

③深化与现有客户的合作程度：公司与现有客户 Costco 在 80V 平台产品方面形成了战略合作，公司为 Costco 提供 80V 平台全系列产品；公司与 Harbor Freight Tools、Menards 等客户积极推进及扩大商超贴牌业务；上述措施未来将为公司营业收入增长提供重要支撑。

④多元化客户类型，提高市场份额：公司深耕新能源园林机械行业多年，在高效研发、先进智能制造方面积累了领先的竞争优势，使得公司有能力和全球知名品牌商提供具有竞争力的 ODM 业务，从而间接进入与公司互补的客户渠道，提高公司市场份额；例如，公司通过为 Toro 提供 ODM 业务，其产品最终通过 The Home Depot 门店销售，上述商超渠道与公司具有互补性。

⑤加大研发投入，持续创新：发行人前瞻性地在新能源园林机械领域布局 ZTR（零转向割草车）及 IoT 等产品和技术，在 2021 年全球“碳达峰”、“碳中和”的提出和共识下，新能源园林机械对燃油产品的替代进一步加速；搭配 IoT 的新能源割草车产品对燃油割草车的替代也将开启并加速进行，新能源割草车产品将为公司未来几年收入增长提供重要贡献。

得益于新能源园林机械行业的景气，以及公司采取的有效措施，2021 年，发行人在对 Lowe's 销售收入下降 43.04%的情况下，仍实现了 500,389.13 万元收入，较 2020 年增长 16.61%。发行人与 Lowe's 合作产品领域存在一定调整，但双方合作仍在持续进行；对 Lowe's 的销售收入未来仍存在不利影响，但随着发行人新客户、新项目、新产品的逐步兑现，预计 Lowe's 的不利影响将被有效对冲，不会对发行人产生重大不利影响。

（三）根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 7 题的相关规定，充分揭示风险

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“三、经营风险”补充披露如下：

（一）Lowe's 销售收入进一步下降的风险

2020 年下半年，公司与 Lowe's 业务合作发生不利调整，具体包括：（1）greenworks 60V 产品停止在 Lowe's 销售；（2）40V 贴牌 Kobalt 产品由公司独

家生产调整为主要由泉峰控股生产,未来可能被完全替代; (3) 80V 贴牌 Kobalt 产品调整为仅在 Lowe's 线上平台销售。受此影响,2021 年发行人对 Lowe's 销售收入同比下降 43.04%,Lowe's 销售收入占比由 2020 年 51.13%下降至 2021 年 24.93%。

2021 年,发行人与 Lowe's 合作业务包括 greenworks 交流电清洗机、40V 及 80V 贴牌 Kobalt 产品。其中,greenworks 交流电清洗机在北美地区竞争力及认可度较高,上述产品仍在 Lowe's 门店正常销售,短期内被进一步替代的风险较低;40V Kobalt 贴牌业务实现收入 4.2 亿元,但该业务 2022 年可能被完全替代;80V Kobalt 贴牌产品已调整至 Lowe's 线上平台销售,2021 年 80V 贴牌 Kobalt 产品销售收入下降至 1.60 亿元,由于竞争对手泉峰控股无对应产品,短期被替代可能性较低。受 Lowe's 销售收入大幅下滑影响,发行人 2021 年销售收入增长率为 16.61%,低于竞争对手创科实业、泉峰控股(2021 年两家公司锂电 OPE 业务增速均在 40%以上)同类业务增速。

2022 年一季度,发行人对 Lowe's 销售收入及占比进一步下降,仅为 10.09%,主要为交流电清洗机及 80V Kobalt 贴牌产品;受 40V Kobalt 贴牌业务被进一步替代,预计 2022 年全年发行人对 Lowe's 的销售收入较 2021 年仍将进一步下降。

(二) 客户集中度较高的风险

公司的主要客户为 Lowe's、Amazon、Costco、The Home Depot、Walmart、Harbor Freight Tools、CTC、Bauhaus 等大型商超、电商以及 Toro、STIHL、B&S 等行业内知名品牌商。报告期各期,公司前五大客户的销售占比分别为 74.04%、77.51%和 63.16%,其中第一大客户 Lowe's 的销售占比分别为 57.22%、50.79%和 24.81%,占比较高。随着公司与 Lowe's 业务合作的调整,公司对 Lowe's 销售收入不断下降,预计未来 Lowe's 销售收入占比将进一步降低,客户集中度也会相应下降。公司如因产品竞争力下降或遭遇市场竞争对公司与主要客户合作关系的稳定性和紧密性造成不利影响,则对公司的收入、利润等经营业绩会产生较大影响。

二、披露报告期对主要客户销售的各产品类型(自有品牌/商超品牌/ODM)收入及其变动情况,分析相关收入变动的原因及合理性;

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人主要产品销售情况”之“（三）主要客户情况”补充披露如下：

2、前五大客户按销售模式分类销售情况

.....

报告期内，公司向前五大客户按销售模式分类销售收入及变动情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售模式	销售收入		
			2021年	2020年	2019年
1	Lowe's	自有品牌	59,248.11	100,733.81	93,585.16
		商超品牌	64,905.00	117,239.75	119,575.72
		小计	124,153.10	217,973.56	213,160.89
2	Amazon	自有品牌	81,199.48	51,443.35	22,396.27
		其他业务收入	1,600.08	2,056.33	-
		小计	82,799.56	53,499.69	22,396.27
3	Toro	ODM	53,448.05	21,988.68	9,437.59
4	Harbor Freight Tools	商超品牌	31,738.42	24,230.63	2,597.93
5	Costco	自有品牌	23,903.61	8,347.99	606.49
6	STIHL	ODM	20,912.44	14,941.45	16,499.87
7	Bauhaus	自有品牌	5,685.18	4,533.73	13,288.78
8	B&S	ODM	12,762.56	5,285.15	10,378.20
		其他业务收入	-	326.19	67.84
		小计	12,762.56	5,611.34	10,446.05
合计			355,423.47	351,127.07	288,433.86
占营业收入的比重			71.03%	81.82%	77.43%

注：上述前五大客户按同一控制下合并口径披露。

1) Lowe's 销售收入变动分析

公司与 Lowe's 已具有 10 多年合作历史，对 Lowe's 主要销售自有品牌的 60V 平台产品、交流电清洗机产品，以及为 Lowe's 贴牌生产 40V 及 80V“Kobalt”产品。Lowe's 作为北美园林机械第二大渠道商，是公司长期合作的重要战略客户，2019 年-2020 年，公司对 Lowe's 的收入占比超过 40%。2020 年下半年，公司与 Lowe's 之间的合作发生重大不利调整，Lowe's 与公司竞争对手泉峰控

股达成战略合作，公司与 Lowe's 之间的新能源园林机械业务被泉峰控股持续替代，相关收入也持续下降。

自 2020 年与 Lowe's 业务调整以来，公司对 Lowe's 的 60V 自有品牌产品已无销售，80V 贴牌业务收入持续下降，40V 贴牌业务被持续替代，因此，公司对 Lowe's 的收入也开始持续下降；预计 2022 年对 Lowe's 的收入仍将进一步下降。

公司自与 Lowe's 合作调整后，及时采取了有效应对措施，截至目前，公司 60V 自有品牌产品已与北美最大的割草车零售商 TSC 形成全面战略合作，80V 自有品牌产品全面入驻 Costco 所有门店，与 Toro、Echo 建立 ODM 合作关系并开始大规模供货。公司上述措施，预计可消除 Lowe's 的不利影响，实现 2022 年收入继续增长的经营目标。但由于新能源园林机械市场快速增长，虽然公司可以实现收入增长，公司市场份额仍存在下降的风险。

2) Amazon 销售收入变动分析

报告期内，公司向 Amazon 主要销售 24V、40V 平台自有品牌产品，为消费者提供户内（电动工具）、户外（园林机械）超过 100 种产品，通过电池包为核心的经营策略，提高复购率，实现单个消费者品牌购买金额持续上升的经营目标。

2020 年及 2021 年，公司向 Amazon 的销售金额大幅上升，主要是因为：一方面公司加大了对电商渠道的投入，同时下游新能源园林机械需求持续增长；另一方面，海外疫情促使 Amazon 等电商购物需求增加，公司通过 Amazon 销售的收入上升较快。

公司仍在持续加大对电商渠道的投入力度，2022 年，预计公司对 Amazon 的销售收入仍将继续增长。

3) Toro 销售收入变动分析

公司与 Toro 已具有多年合作关系，Toro 为全球燃油园林机械的领先企业，公司为 Toro 代工生产新能源园林机械，但在 2019 年及以前，公司主要为 Toro 提供 18V 和 24V 平台系列产品，销售收入相对较低。2019 年以来，Toro 与全球最大家居建材超市 The Home Depot 进一步深化合作，公司开始为其提供 60V 平

台产品，销售收入也有较大幅度增长。

2020年，公司与Lowe's的60V平台自有品牌产品停止销售，公司立即调整经营策略，加大了与Toro的60V平台产品ODM业务合作力度，为其代工60V平台全系列产品。因此，2020年及2021年，公司对Toro的销售收入继续大幅增长。

公司作为全球最早从事新能源园林机械的厂商之一，经过10多年发展已在生产制造、研发方面积累了领先的竞争优势，公司从事ODM业务具有研发优势、质量优势、成本优势、大批量稳定供货优势。公司正在与Toro洽谈长期战略合作，通过为Toro代工生产60V平台产品，实现公司生产产品进入The Home Depot渠道，巩固市场份额。

4) Harbor Freight Tools 销售收入变动分析

报告期内，公司与Harbor Freight Tools的销售均为商超品牌业务。2020年以来，公司向Harbor Freight Tools的销售收入大幅增长，主要原因系Harbor Freight Tools业务增长较快，并加深与公司合作关系，给公司下发大额采购订单。一方面，公司向Harbor Freight Tools提供的产品系列较2019年更加丰富，新增电池包、链锯和割草机等新能源园林机械产品的大额销售；另一方面，受疫情影响，北美地区人员居家办公，且为减少接触，专业公司服务相对减少，居家办公后亲自打理庭院的需求上升，公司向Harbor Freight Tools提供的交流电清洗机销售金额较2019年大幅增长。

5) Costco 销售收入变动分析

报告期内，公司向Costco销售自有品牌产品，销售收入呈逐年上升趋势。公司与Costco已有多年的合作历史，随着双方合作深入以及新能源园林机械市场的快速发展，Costco也持续加大园林机械的线下渠道布局，上述背景下公司实现80V greenworks全系列产品全面入驻Costco门店，成为Costco线下门店在新能源园林机械领域的核心供应商。2021年公司对Costco的80V平台产品销售收入较2020年大幅增长149.39%。

6) STIHL 销售收入变动分析

STIHL 为全球领先的燃油园林机械企业，是“油锯”的发明者，已有近百年经营历史，在全球经销商渠道拥有丰富的资源。公司向 STIHL 提供新能源及交流电园林机械 ODM 业务，间接进入公司未直接参与的经销商渠道。

2020 年，公司为 STIHL 提供 ODM 产品的销售金额下降，主要原因系 STIHL 陆续将其部分产品转移至其美国工厂生产，减少了向公司 ODM 的业务采购金额。2021 年，由于下游新能源园林机械市场需求快速增长带动了 STIHL 自身采购需求的增加，公司为 STIHL 提供的 ODM 业务亦同步增长。

7) Bauhaus 销售收入变动分析

报告期内，公司向 Bauhaus 销售自有品牌产品。2019 年，公司向 Bauhaus 的销售金额较高，主要原因系公司与 Bauhaus 推出新的产品平台 POWERWORKS 24/48V 双压和 60V 全系列园林机械产品进店开始销售；2020 年，受春季疫情关店影响，公司向 Bauhaus 的销售金额有所下降；2021 年，随着 Bauhaus 门店陆续恢复营业，公司向 Bauhaus 的销售金额亦呈回升态势。

8) B&S 销售收入变动分析

报告期内，公司向 B&S 提供 ODM 业务。2019 年，公司向 B&S 的销售金额较高，主要原因系公司为其提供全系列园林机械的开发；2020 年，公司向 B&S 的销售金额下降较多，主要系 B&S 于 2020 年 7 月进入破产重整程序，对公司与 B&S 的业务产生暂时性不利影响，但 B&S 在 2020 年 9 月完成破产重组，公司与其业务合作逐步恢复常态，2020 年对 B&S 的销售收入期后均已回款；2021 年，公司向 B&S 的销售金额持续回升，其中交流电清洗机销量提升幅度较大。

三、补充披露发行人前五大客户之一 STIHL 持有公司股份比例较高，且公司董事宋琼丽担任安德烈斯蒂尔动力工具（青岛）有限公司财务总监的原因及商业合理性，分析报告期发行人与 STIHL 之间采购、销售交易的公允性及相关会计处理的合规性，说明 STIHL 及其股东与发行人及发行人主要人员是否存在其他关联关系、资金往来或利益安排；

（一）发行人前五大客户之一 STIHL 持有公司股份比例较高，且公司董事宋琼丽担任安德烈斯蒂尔动力工具（青岛）有限公司财务总监的原因及商业合理性

发行人已在招股说明书“第五节发行人基本情况”之“七、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的简要情况”之“（一）董事会成员”补充披露如下：

4、宋琼丽女士，1980 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历。2002 年 6 月至 2005 年 8 月，任海尔集团公司物流事业部会计主管；2005 年 8 月至 2006 年 3 月，任青岛中达燕宝汽车销售有限公司会计主管；2006 年 3 月至今，任安德烈斯蒂尔动力工具（青岛）有限公司财务总监；2020 年 4 月至今，任格力博董事。

公司董事宋琼丽女士自 2006 年开始即担任安德烈斯蒂尔动力工具（青岛）有限公司财务总监。2020 年 4 月，STIHL 作为 GHHK 的股东，通过向格力博委派宋琼丽女士担任格力博董事并参与公司治理。2020 年 9 月，STIHL 退出对公司控股股东 GHHK 的持股，其全资子公司 ZAMA 对公司增资进而直接持股格力博，宋琼丽女士受 ZAMA 委托，继续担任公司董事并参与公司治理。

（二）分析报告期发行人与 STIHL 之间采购、销售交易的公允性及相关会计处理的合规性

1、发行人与 STIHL 之间采购、销售交易的公允性

发行人与 STIHL 之间采购、销售交易的公允性分析参见本问询函回复“问题 2：关于关联方和关联交易”之“一、结合报告期内发行人向非关联 ODM 客户销售同类产品毛利率水平、信用期等，补充披露发行人向 STIHL 销售产品的价格公允性，定价机制是否有别于非关联 ODM 客户，双方是否存在利益安排”和“二、结合报告期内发行人向 STIHL 采购指定园林机械零部件的商业合理性以及发行人向非关联方采购同类零部件的价格等，补充披露发行人向 STIHL 采购商品的价格公允性，双方是否存在代垫成本费用等利益安排”之回复。

2、相关会计处理的合规性

公司向 STIHL 采购商品的业务模式为公司对部分原材料按照 STIHL 要求指定采购，全部用于公司为 STIHL 的 ODM 产品生产。根据交易实质，公司在转让商品前能够控制该商品，是交易的主要责任人，因此根据《企业会计准则》相关规定采用总额法确认收入，具体如下：

(1) 公司自 STIHL 取得原材料控制权后，经过加工生产为成品再转让给 STIHL，根据公司与 STIHL 的约定，公司向 STIHL 采购原材料经验收入库后取得原材料控制权；

(2) 公司除指定的原材料外，生产加工所需要的其他原材料由公司自行采购，然后对取得的原材料进行生产加工、制造出园林机械产品，中间涉及复杂的加工过程，公司控制了整个生产过程，并承担生产加工中原材料的保管和灭失、价格波动等风险；在将产品转让给 STIHL 前，公司对产品具有控制权；

(3) 公司将生产加工后的产品向 STIHL 销售时，采用实际发生的生产等成本加成方式进行定价，因此公司具备产品的完整销售定价权，也承担了销售应收款项的信用风险。

(三) 说明 STIHL 及其股东与发行人及发行人主要人员是否存在其他关联关系、资金往来或利益安排

除上述关联关系和经常性关联交易外，公司还与 STIHL 存在部分偶发性关联交易，具体情况如下：

单位：万元

交易类型	交易对方	2021 年	2020 年	2019 年
关联方租赁	STIHL Incorporated	-	-	369.38
公司给关联方代垫款项	Andreas STIHL	-	-	565.63
关联方公司代垫款项	Andreas STIHL	12.58	-	-

2019 年，公司因业务发展需要，向 STIHL Incorporated 租赁房屋用作临时仓库，租赁价格由交易双方协商确定。

2019年，发行人为 Andreas STIHL 代垫费用 565.63 万元，主要原因系：2017 年 7 月至 2018 年 11 月，发行人与 Andreas STIHL 共同开发 STIHL 的 ODM 新产品项目，Andreas STIHL 委派 3 名高级技术人员进厂提供技术支持，期间上述技术人员的工资由 STIHL 发放支付。为满足 Andreas STIHL 德国国内税务要求，STIHL 与发行人补充签署了派遣协议，名义上由公司向 STIHL 支付了上述 3 名外派人员在中国工作期间的工资薪酬合计 565.63 万元；2020 年 3 月，Andreas STIHL 已将相关代垫款返还给发行人。

2021 年，Andreas STIHL 为公司代垫费用 12.58 万元，主要系 Andreas STIHL 代公司支付合作研发项目产生的税务咨询费用。

四、补充说明内外销分别对应的前五大客户的基本情况、合作历史及订单获取方式、定价原则、结算周期、交易价格及变动趋势、毛利率、退换货情况、向发行人采购占其同类产品采购的比例等，并结合有关因素分析披露相关交易的稳定性和持续性；

(一) 外销前五大客户的基本情况、合作历史及订单获取方式、定价原则、结算周期、交易价格及变动趋势、毛利率、退换货情况、向发行人采购占其同类产品采购的比例

1、与外销前五大客户的交易情况

报告期内，公司向境外前五大客户的销售情况如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售收入	占营业收入比例	毛利率	向公司采购占其同类产品采购的比例
2021 年	1	Lowe's	124,153.10	24.81%	32.56%	未取得
	2	Amazon	82,799.56	16.55%	30.87%	未取得
	3	Toro	53,448.05	10.68%	28.49%	未取得
	4	Harbor Freight Tools	31,758.95	6.35%	22.02%	未取得
	5	Costco	23,903.61	4.78%	14.03%	未取得
			合计	316,063.28	63.16%	\
2020 年	1	Lowe's	217,973.56	50.79%	39.66%	12.40%
	2	Amazon	53,499.69	12.47%	30.90%	4.15%

年度	序号	客户名称	销售收入	占营业收入比例	毛利率	向公司采购占其同类产品采购的比例
	3	Harbor Freight Tools	24,230.63	5.65%	31.29%	未取得
	4	Toro	21,988.68	5.12%	28.20%	未取得
	5	STIHL	14,941.45	3.48%	23.56%	未取得
	合计		332,634.01	77.51%	\	\
2019年	1	Lowe's	213,160.89	57.22%	36.19%	18.57%
	2	Amazon	22,396.27	6.01%	35.36%	2.48%
	3	STIHL	16,499.87	4.43%	22.19%	未取得
	4	Bauhaus	13,288.78	3.57%	31.13%	未取得
	5	B&S	10,446.05	2.80%	31.89%	未取得
	合计		275,791.85	74.04%	\	\

注：Lowe's、Amazon、Walmart 向公司采购占其同类产品采购的比例数据系根据 OPEI、TraQline 等研究机构市场调研数据和上市公司公开财务报表相关数据合理推算得到。

报告期内，公司主营业务收入主要来自境外，外销占比超过 98%，公司前五大境外客户即为公司前五大客户。

报告期内，公司与境外前五大客户的交易价格及变动趋势如下：

单位：元/件

客户名称	2021年	2020年	2019年
Lowe's	548.51	711.80	639.27
Amazon	514.05	502.55	396.31
Toro	399.49	314.58	306.32
Harbor Freight Tools	370.38	396.80	262.14
Costco	1,209.43	1,596.08	1,050.02
STIHL	117.34	137.02	188.95
Bauhaus	541.12	655.25	591.00
B&S	637.69	414.22	504.15

报告期内，公司向境外前五大客户销售产品的均价存在一定变动，主要原因系公司销售的细分产品型号、规格众多，各期公司向客户的销售数量结构存在一定变动。此外，市场情况、合作关系日益稳定、原材料价格波动、结算汇率波动等因素变化，也使得销售均价在报告期各期存在一定波动。

2、与外销前五大客户的合作情况

报告期内，公司与境外前五大客户的合作情况如下：

客户名称	开始合作时间	订单获取方式	定价原则
Lowe' s	2005 年	商业谈判等	自有品牌：协商定价； 商超品牌：成本+运营费用+合理毛利率
Amazon	2008 年	行业展会等	协商定价
The Home Depot	2020 年	商务谈判等	协商定价
Toro	2009 年	询比价、商业谈判等	成本+合理毛利率
Costco	2016 年	商务谈判等	协商定价
STIHL	2016 年	商务谈判等	成本+合理毛利率
Bauhaus	2017 年	行业展会、商务谈判等	协商定价
B&S	2016 年	行业展会、询比价等	成本+合理毛利率

注：结算周期参见“问题 18：关于应收账款和应收款项融资”之“一、披露报告期主要客户信用期情况及在报告期内是否发生变化，并说明是否存在放松信用期以刺激销售的情形”之回复。

报告期内，公司与境外前五大客户的退换货情况如下：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
Lowe' s	170.42	2,289.60	398.71
Amazon	1,716.16	226.47	1,035.00
Costco	492.25	547.40	130.56
Bauhaus	1.17	254.84	122.10
退换货金额合计	2,380.00	3,318.31	1,686.37
当期营业收入	500,389.13	429,127.63	372,506.36
退换货金额占当期营业收入比重	0.48%	0.77%	0.45%

报告期内，公司境外前五大客户的批量退换货金额合计为 1,686.37 万元、3,318.31 万元和 2,380.00 万元，占当期营业收入的比重分别为 0.45%、0.77% 和 0.48%，占比较低。上述退换货原因主要系因产品质量问题和运输过程中的包装破损问题，且经双方友好协商后妥善处理，不影响公司与客户的合作关系，未对公司的实际生产经营产生重大不利影响。

公司收到直接客户的退货后根据货物的实际性能情况、经济价值、维修可行性等因素综合考虑进行相应后续处理。其中，85%以上退换货产品经维修、包装更新后重新发货售出，少量产品则进行报废处理，会计处理方面冲减当期收入，上述会计处理符合相关准则的规定。

3、外销前五大客户的基本情况

外销前五大客户的基本情况参见本问询函回复“问题 4：关于行业和业务”之“四、补充披露发行人主要客户是否存在经营不善、财务困难、破产重整等情形，主要客户是否自行生产或委托生产新能源园林机械，是否对发行人产品具有较强的替代作用，发行人与主要客户的合作是否稳定、可持续”之“（一）发行人主要客户是否存在经营不善、财务困难、破产重整等情形”之回复。

（二）内销前五大客户的基本情况、合作历史及订单获取方式、定价原则、结算周期、交易价格及变动趋势、毛利率、退换货情况、向发行人采购占其同类产品采购的比例

1、与内销前五大客户的交易情况

报告期内，公司向境内前五大客户的销售情况如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售收入	占营业收入比例	毛利率	向公司采购占其同类产品采购的比例
2021 年	1	锦州中联五金交电化工有限公司	767.37	0.15%	7.15%	12%
	2	河南博兴电力器材有限公司	441.90	0.09%	16.52%	8.5%
	3	上海虹雨实业有限公司	311.86	0.06%	21.35%	26%
	4	常州市助润机电有限公司	250.16	0.05%	24.65%	23%
	5	北京苏阳基业农林机械有限公司	238.97	0.05%	19.36%	17%
		合计	2,010.25	0.40%	\	\
2020 年	1	哈尔滨市佳泰五金工具有限责任公司	348.46	0.18%	17.10%	19%
	2	河南博兴电力器材有限公司	318.25	0.08%	29.42%	18%
	3	重庆环松科技工业有限公司	228.03	0.07%	-2.52%	0.15%
	4	常州市助润机电有限公司	217.97	0.05%	16.38%	35%
	5	上海虹雨实业有限公司	215.81	0.05%	29.42%	13%
		合计	1,328.51	0.44%	\	\
2019 年	1	宁海县宜宜园林工具有限公司	2,139.29	0.57%	22.45%	未取得
	2	牧田（中国）有限公司	346.54	0.09%	24.61%	未取得
	3	河南博兴电力器材有限公司	345.44	0.09%	15.03%	22%
	4	哈尔滨市佳泰五金工具有限责任公司	128.48	0.06%	6.11%	11%
	5	上海虹雨实业有限公司	102.39	0.05%	22.47%	10%

年度	序号	客户名称	销售收入	占营业收入比例	毛利率	向公司采购占其同类产品采购的比例
		合计	3,062.13	0.87%	\	\

报告期内，公司境内销售占比极低，交易规模普遍较小。公司与各期境内前五大客户的交易主要系自有品牌产品的销售或者为客户提供少量 ODM 产品、配件等，销售产品的具体型号也较为有限，未构成公司主要客户。其中，2019 年，公司向哈尔滨市佳泰五金工具有限责任公司销售的毛利率水平较低，主要系公司特价处理部分库存产品；2020 年，公司向重庆环松科技工业有限公司主要销售全地形车(UTV)电机、电控以及电池包等配件，用于指定生产公司全地形车(UTV)产品，定价仅考虑了相关原材料和人工费用，因此毛利率水平较低；2021 年，公司向锦州中联五金交电化工有限公司销售的毛利率水平较低，主要原因系公司主要向其销售新能源链锯产品，而东北地区链锯市场竞争较激烈，公司为扩大市场份额，定价较低。

报告期内，公司与境内前五大客户的交易价格及变动趋势如下：

单位：元/件

客户名称	2021 年	2020 年	2019 年
河南博兴电力器材有限公司	258.82	271.82	342.12
锦州中联五金交电化工有限公司	241.17	-	-
上海虹雨实业有限公司	314.12	444.14	403.91
常州市助润机电有限公司	343.67	325.72	191.29
北京苏阳基业农林机械有限公司	329.98	330.82	329.45
哈尔滨市佳泰五金工具有限责任公司	229.17	246.44	233.43
重庆环松科技工业有限公司	4,572.02	2,648.38	1,275.28
宁海县宜宜园林工具有限公司	-	-	253.34
牧田（中国）有限公司	-	-	180.66

报告期内，公司向前五大客户销售产品均价存在一定差异，主要系产品类别差异。其中，公司向重庆环松科技工业有限公司主要销售全地形车（UTV）专用的电机、电控以及电池包等配件，其销售价格远高于其他一般品类的园林机械产品。2020 年以来公司向重庆环松科技工业有限公司新增 UTV 专用电池包的销售且占比逐渐提高，因此平均销售价格呈上升趋势。

报告期内，公司向各期境内前五大客户的销售均价呈现一定波动，主要系公司每年向境内客户交易规模较小，销售数量结构的变化会产生放大效应。此外，冲量促销、库存产品的特价处理等因素也使得销售均价在报告期各期存在一定波动。

2、与内销前五大客户的合作情况

报告期内，公司境内前五大客户的合作情况如下：

客户名称	开始合作时间	订单获取方式	定价原则	结算周期
河南博兴电力器材有限公司	2016年	商务谈判	协商定价	开票后30天
锦州中联五金交电化工有限公司	2021年	商务谈判	协商定价	款到发货
上海虹雨实业有限公司	2016年	商务谈判	协商定价	开票后30天
常州市助润机电有限公司	2017年	商务谈判	协商定价	开票后30天
北京苏阳基业农林机械有限公司	2014年	商务谈判	协商定价	开票后30天
哈尔滨市佳泰五金工具有限责任公司	2019年	商务谈判	协商定价	开票后30天
重庆环松科技工业有限公司	2019年	商务谈判	协商定价	开票后60天
宁海县宜宜园林工具有限公司	2019年	商务谈判	成本+合理毛利率	开票后60天
牧田（中国）有限公司	2013年	商务谈判	成本+合理毛利率	开票后60天

报告期内，公司与境内前五大客户的退换货情况如下：

单位：万元

项目	2021年	2020年	2019年
河南博兴电力器材有限公司	5.45	-	0.09
上海虹雨实业有限公司	0.71	-	-
宁海县宜宜园林工具有限公司	-	-	0.37
退换货金额合计	6.16	-	0.46
当期营业收入	500,389.13	429,127.63	372,506.36
退换货金额占当期营业收入比重	0.00%	0.00%	0.00%

报告期内，公司境内前五大客户的退换货金额合计为0.46万元、0.00万元和6.16万元，占当期营业收入的比重极小，未对公司的实际生产经营产生影响。

3、内销前五大客户的基本情况

报告期内，公司境内前五大客户的具体情况如下：

序号	客户名称	主要情况
----	------	------

序号	客户名称	主要情况
1	河南博兴电力器材有限公司	成立于 2008 年，注册资本 3,100 万，股东为胡国喜（60%）和胡国士（40%），是一家立足河南，辐射全国电力行业，引进和销售电力施工设备、仪器仪表与带电安全防护用具等电力器材的国家性企业，拥有众多国际知名品牌的国内代理权，销售及 服务网络遍及全国各个省市。
2	锦州中联五金交电化工有限公司	成立于 2003 年，注册资本 1,000 万元，股东为佟卉森（50%）和常雨菲（50%），是一家主营电动机电产品、电机减速机，小型设备等类别，集批发零售为一体的公司。
3	上海虹雨实业有限公司	成立于 2004 年，注册资本 550 万元，股东为王健（100%），是家集园林机械、喷灌设备、草籽贸易、草坪喷灌设计及施工、草坪养护和技术服务于一体园艺用品企业。
4	常州市助润机电有限公司	成立于 2017 年，注册资本 88 万元，股东为蒋明明（100%），主要从事机电设备、工具、机械设备及配件的销售及维修。
5	北京苏阳基业农林机械有限公司	成立于 2013 年，注册资本 200 万元，股东为仲其浩（50%）和仲其立（50%），是一家专业为绿化行业提供园林机械，园艺工具，喷灌，草种花种，园林养护用品，肥料以及冬季防寒用品的公司。
6	哈尔滨市佳泰五金工具有限责任公司	成立于 2001 年，注册资本 1,000 万元，股东为刘欣佳（70%）和于哈莉（30%），是德国博世 BOSCH 电动工具黑龙江省总代理及售后服务中心、美国史丹利 STANLEY 手动工具和日本日立 HITACHI 电动工具黑龙江省特约经销商，公司销售网络覆盖黑龙江省周边地区。
7	重庆环松科技工业有限公司	成立于 2004 年，注册资本为 17,700 万元，股东为重庆环松工业（集团）有限公司（88.7006%）和李辉（11.2994%），主要从事全地形车（UTV）的研发、生产和销售。
8	宁海县宜宜园林工具有限公司	成立于 2017 年，注册资本 100 万元，股东为邬景日（70%）和陈雪娇（30%），是一家专业园林机械制造商，专业生产吹叶机、电链锯、割枝机、小型割草机等产品，已与众多欧美客户建立了长期稳定合作。
9	牧田（中国）有限公司	成立于 1993 年，注册资本 11,350 万美元，股东为 牧田有限公司（100%），主要从事电动工具，木工机械，气动工具，家用及园艺用机器等的制造和销售。

（三）相关交易的稳定性和持续性

报告期内，公司境内销售占比极低，主营业务收入主要来自境外，外销占比超过 98%，公司前五大境外客户即为公司前五大客户。

1、新能源园林机械行业发展前景良好，且发行人在新能源园林机械领域竞争优势明显

随着锂电池、无刷电机、智能电控等技术的快速发展以及节能环保的需要，并经过全球“碳达峰”、“碳中和”的提出与共识的形成，园林机械行业正经历从燃油动力到新能源动力的加速转变，新能源园林机械市场正在经历快速发展。

2021 年，全球新能源园林机械主要企业创科实业、泉峰控股营业收入均实现了高速增长；发行人在报告期内的新能源园林机械销量及销售收入也保持了持续快速增长。

发行人自 2007 年开始从事新能源园林机械行业，是全球新能源园林机械行业的先行者和领先企业，在市场、品牌、研发、生产制造方面均由领先竞争优势。

市场方面，公司已建立起“线上+线下”的全渠道营销体系，可充分覆盖潜在目标消费者；公司下游客户主要为全球知名商超、电商以及知名园林机械品牌商，下游客户经营良好，行业地位领先，合作历史较长且较为稳定，其中与第一大客户 Lowe's 具有 15 年以上合作历史，与第二大客户 Amazon 具有 12 年以上合作历史，客户关系较为稳定。

品牌方面，通过多年的渠道拓展、品牌推广及运营，公司自有品牌 greenworks 的知名度及美誉度持续提高，公司 greenworks 品牌产品在美国新能源园林机械市场占有率排名前三；在美国电商平台 Amazon，公司 greenworks 品牌割草机、吹风机等多款产品常年位于“Best Seller”（最畅销产品）之列，销量及用户口碑均保持市场前列，市场竞争优势明显。

研发方面，公司在中国、美国及瑞典设立了具有高度协同能力的专业化研发中心，公司全球研发及技术人员超过 1,000 人，在电机控制及系统控制、电池包、电池充电器、智能及 IoT 等方面积累了一系列核心技术，拥有国内外专利 1,241 项（其中发明专利 100 项）。

生产制造方面，公司拥有中国和越南两个制造基地，具备新能源电池包、无刷电机、智能控制器、充电器等 80%以上核心零部件的自主设计与制造能力，极大地提高了产品质量的一致性和稳定性，制造成本大幅降低。公司致力于打造垂直化、智能化、信息化的智能制造生产体系，使公司得以形成整机设计与零部件开发的协同优势，大大缩短了新品研发周期，可以快速响应客户需求，并赢得客户良好口碑。

因此，在新能源园林机械行业快速发展的有利机遇下，公司在市场、品牌、研发、生产制造方面积累的领先优势，将使公司能够抓住市场机遇，与客户共同

分享行业发展红利。

2、通过产品生产系统及知识产权等方式增强客户粘性

自有品牌方面：公司自有品牌产品主要在商超及电商渠道销售，公司与客户的合作持续性及稳定性主要建立在公司自有品牌产品的竞争力、消费者对自有品牌的认可度和忠诚度方面。公司始终注重自有品牌产品的生态系统建设，通过建立以电池包为核心的产品生态系统，例如公司 60V 电压平台推出超过 40 款全系列园林机械产品，可基本覆盖户外园艺的各种使用场景，通过这一生态系统，消费者在购买多款 greenworks 产品后，可实现电池包在不同产品之间的互通互用，使用成本显著降低，消费者粘性和复购可能性得以大幅增强；另外，公司在新能源园林机械领域具有先发优势且已占据较高的市场份额，这是公司与商超及电商客户持续合作的重要基础。

商超品牌及 ODM 业务方面：公司早期主要从事 ODM 业务，生产制造是公司的持续竞争优势，公司通过自身多年积累建立的全球协同研发、垂直一体化的先进智能制造，在行业内均具有领先竞争优势，可为商超客户及品牌商提供高效、可靠、优质并具有竞争力的研发及代工生产服务。与此同时，公司注重知识产权保护，并通过知识产权方式加大与客户的合作粘性，如为 Harbor Freight Tools 贴牌的电池包以及为 B&S 代工生产的产品核心知识产权均属于发行人，上述方式使得客户变更供应商的成本较高；在公司提供的代工服务未出现重大过失情况下，公司与客户的合作关系通常较为稳固。

3、报告期内与主要客户合作变动情况及原因

报告期内，公司向前五大客户销售收入及变动情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	2021 年	2020 年	2019 年
1	Lowe's	124,153.10	217,973.56	213,160.89
2	Amazon	82,799.56	53,499.69	22,396.27
3	Toro	53,448.05	21,988.68	9,437.59
4	Harbor Freight Tools	31,758.95	24,230.63	2,597.93
5	Costco	23,903.61	8,347.99	606.49
6	STIHL	20,912.44	14,941.45	16,499.87
7	Bauhaus	5,685.18	4,533.73	13,288.78
8	B&S	12,762.56	5,611.34	10,446.05

序号	客户名称	2021 年	2020 年	2019 年
	合计	355,423.47	351,127.07	288,433.86
	占营业收入的比重	71.03%	81.82%	77.43%

注：上述前五大客户按同一控制下合并口径披露。

报告期内，发行人前五大客户销售收入呈持续上升趋势，部分客户销售收入存在一定波动，具体变动情况如下：

（1）关于 Lowe’ s 销售收入变动情况

1) 合作情况及调整原因

2019-2020 年，公司对 Lowe’ s 销售收入金额呈上升趋势，但增速呈下降趋势；2020 年，公司竞争对手泉峰控股与 Lowe’ s 形成战略合作，泉峰控股自有品牌“EGO”新能源园林机械入驻 Lowe’ s 门店销售，公司与 Lowe’ s 之间的业务合作因此也遭受了不利影响，2021 年，发行人对 Lowe’ s 销售收入为 124,153.10 万元，较上年下降 43.04%。

公司与 Lowe’ s 已有 10 多年合作历史，且合作关系良好，公司曾荣获 Lowe’ s 的“2018 年度最佳供应商”称号。Lowe’ s 选择供应商时，重点关注供应商的品牌历史销售业绩、产品定位和竞争力，以及与供应商的战略匹配程度。本次 Lowe’ s 更换选择泉峰控股作为新能源园林机械的战略供应商，主要原因包括：1) Lowe’ s 对战略供应商通常要求产品专卖，即品牌方只能在 Lowe’ s 渠道销售，发行人此前 60V 产品虽然只在 Lowe’ s 销售，但发行人为了实现多渠道覆盖，也开发了 24V、40V、80V 等产品在 Amazon、Costco 等渠道销售，与 Lowe’ s 的战略要求存在分歧；2) 泉峰控股在新能源园林机械及电动工具领域均具有较强竞争力，“EGO”平台可打通电动工具及园林机械，这是相较发行人的优势。

泉峰控股的 56V“EGO”牌新能源园林机械与发行人的 60V“greenworks”互为竞品，在线下门店货架资源有限的情况下，由于“EGO”只能在 Lowe’ s 专卖，相应地 Lowe’ s 为支持“EGO”，最终发行人的 60V 平台产品停止在 Lowe’ s 销售，80V 贴牌产品调整为仅在 Lowe’ s 线上平台销售；发行人的自有品牌高压清洗机为交流电产品，在北美地区竞争力及认可度较高，上述产品继续在 Lowe’ s 门店销售。

2) 合作公允性及业务独立性

发行人与 Lowe's 之间的业务包括自有品牌业务和商超贴牌业务。自有品牌业务定价是参照产品终端售价、市场销售情况、竞争情况等因素由公司与 Lowe's 协商确定；商超品牌业务主要按照成本+运营费用+合理毛利率方式由公司与 Lowe's 协商确定。

发行人与主要客户的业务获取均是通过市场化方式开展，发行人具备独立面向市场获取业务的能力。发行人与北美地区的主要渠道均建立了合作，包括 Lowe's、The Home Depot 的线上渠道、Amazon、Walmart、Costco、Harbor Freight Tools、CTC 等，公司具备独立开发市场及获取业务的能力。

3) 合作调整的具体影响及持续性

①具体影响

发行人与 Lowe's 的业务合作主要包括三类：一是公司为 Lowe's 贴牌（Lowe's 的自有品牌“Kobalt”）生产的 40V、80V 平台园林机械产品业务；二是公司自有品牌 greenworks 的高压清洗机产品业务；三是公司自有品牌 greenworks 的 60V 平台园林机械产品业务。2020 年 7 月，公司与 Lowe's 合作调整为：60V greenworks 产品停止销售，80V 贴牌 Kobalt 产品只在线上销售；上述调整对发行人的具体影响如下：

单位：万元

产品类别	2021 年 H2	2021 年 H1	2020 年 H2	2020 年 H1
60V greenworks 新能源	14.90	343.8	3,114.52	24,345.75
greenworks 交流电清洗机	24,020.59	30,665.23	26,240.46	35,738.88
80V 贴牌 Kobalt	4,835.16	11,151.36	6,232.91	29,493.56
40V 贴牌 Kobalt	9,039.36	32,463.74	43,766.60	28,889.64
其他	3,856.52	7,762.45	10,812.72	9,338.52
Lowe's 收入合计	41,766.51	82,386.59	90,167.20	127,806.36
主营业务收入合计	211,321.18	286,616.00	200,805.69	225,493.30
Lowe's 收入占主营业务收入比例	19.76%	28.74%	44.90%	56.68%

注¹：H1 指上半年，H2 指下半年；其他收入主要为其他电压平台产品及电池包、配件等；

注²：公司销售存在一定季节性，通常三季度为销售淡季，以半年度为时间单位，上半年销售通常高于下半年。

②影响的持续性分析

关于 60V greenworks 新能源产品业务，该系列产品自 2020 年下半年停止在 Lowe' s 销售，因此产品收入自 2020 年下半年即大幅下降；2021 年仅剩少量电池包销售，相关不利影响已完全体现。公司通过积极调整渠道布局，与 TSC、Toro、Echo 等客户的新增或加深合作，公司 60V 平台产品收入在 2021 年依然取得较大增长，公司与上述客户合作关系稳定，短期内预计不存在重大不利变化，预计 2022 年销售仍将取得进一步增长，对 Lowe' s 60V 平台产品停止销售的不利影响已消除。

关于 80V 贴牌业务，该系列产品在 2020 年下半年调整为仅在线上销售，因此该产品对 Lowe' s 的销售收入持续下降。虽然泉峰控股产品系列不包含 80V 平台产品，但 Lowe' s 的 80V “Kobalt” 产品与泉峰控股的 56V “EGO” 产品存在一定竞争关系，因此发行人对 Lowe' s 的 80V “Kobalt” 贴牌业务收入未来可能进一步下降。2021 年，公司 80V 平台产品业务收入在受 Lowe' s 不利调整后仍实现小幅增长，已大幅消化 Lowe' s 对该产品调整的不利影响。

关于 40V 贴牌产品业务，Lowe' s 的 40V 贴牌 Kobalt 产品原本由公司单独提供，2021 年下半年开始调整为由泉峰控股主要提供；公司该项业务收入在 2021 年 7-12 月已大幅下降，占发行人收入比例不足 5%，对公司的经营影响较低。

交流电清洗机方面，公司交流电清洗机仍在 Lowe' s 线下门店正常销售，未被泉峰控股替代；虽然公司对 Lowe' s 的收入有所下降，但由于公司交流电清洗机在技术、产品力、品牌方面具有较强的竞争优势，公司自有品牌交流电清洗机在北美地区销售保持领先；同时，公司凭借技术、生产制造优势，加大与品牌商的 ODM 业务合作力度。2021 年，公司交流电清洗机总收入（自有品牌&贴牌）仍保持了较好增长。

4) 发行人的应对措施

发行人通过以下积极措施应对 Lowe' s 的不利影响：

①积极开发新客户：公司原本在 Lowe' s 专卖的 60V 自有品牌产品 2020 年下半年开始在 The Home Depot 销售，2021 年该部分收入为 13,808.27 万元；公

司积极开发北美地区其他主流渠道并寻求战略合作，如 TSC 于 2022 年 1 月官方宣布与格力博达成全面战略合作，格力博成为 TSC 核心新能源园林机械供应商，greenworks 60V 产品将逐步全面进入 TSC 美国超过 2,000 家门店进行销售。

②加大电商渠道推广投入，提高公司自有品牌直接面向终端消费者的比例，降低对渠道依赖：2020 年因疫情影响，加速了园林机械等大型工具类产品的线上购物比例，公司积极拥抱电商机遇，持续加大在 Amazon 以及公司自有网站的电商投入，电商收入持续快速增长；2021 年，电商收入为 142,090.38 万元，较上年增长 67.50%。

③深化与现有客户的合作程度：公司与现有客户 Costco 在 80V 平台产品方面形成了战略合作，公司为 Costco 提供 80V 平台全系列产品；公司与 Harbor Freight Tools、Menards 等客户积极推进及扩大商超贴牌业务；上述措施未来将为公司营业收入增长提供重要支撑。

④多元化客户类型，提高市场份额：公司深耕新能源园林机械行业多年，在高效研发、先进智能制造方面积累了领先的竞争优势，使得公司有能力和全球知名品牌商提供具有竞争力的 ODM 业务，从而间接进入与公司互补的客户渠道，提高公司市场份额；例如，公司通过为 TORO 提供 ODM 业务，其产品最终通过 The Home Depot 门店销售，上述商超渠道与公司具有互补性。

⑤加大研发投入，持续创新：发行人前瞻性地在新能源园林机械领域布局 ZTR（零转向割草车）及 IoT 等产品和技术，在 2021 年全球“碳达峰”、“碳中和”的提出和共识下，新能源园林机械对燃油产品的替代进一步加速；搭配 IoT 的新能源割草车产品对燃油割草车的替代也将开启并加速进行，新能源割草车产品将为公司未来几年收入增长提供重要贡献。

得益于新能源园林机械行业的景气，以及公司采取的有效措施，2021 年，发行人在对 Lowe's 销售收入下降 43.04%的情况下，仍实现了 500,389.13 万元收入，较 2020 年增长 16.61%。发行人与 Lowe's 合作产品领域存在一定调整，但双方合作仍在持续进行；对 Lowe's 的销售收入未来仍存在不利影响，但随着发行人新客户、新项目、新产品的逐步兑现，预计 Lowe's 的不利影响将被有效对冲，不会对发行人产生重大不利影响。

（2）关于 Amazon 销售收入变动情况

报告期内，发行人对 Amazon 销售收入总体呈上升趋势，2020 年及 2021 年，发行人向 Amazon 的销售金额大幅上升，主要是因为：一方面发行人加大了对电商渠道的投入，将更多的产品品类投放到 Amazon 网站，并加大促销力度；另一方面，海外疫情加速培养海外用户网上购物习惯，促进 Amazon 等电商购物需求增加，公司通过 Amazon 销售的收入也快速上升。

（3）关于 Toro 销售收入变动情况

报告期内，发行人对 Toro 销售收入逐年快速上升，主要是因为 Toro 与全球最大家居建材超市 The Home Depot 进一步深化合作，2019 年开始双方新增 60V 平台系列产品项目，使得公司向 Toro 提供的产品平台更加丰富；同时，相对于公司之前与 Toro 的合作仅限于货值相对较低的 18V 和 24V 平台系列产品，新增的 60V 平台系列产品货值也相对更高。

（4）关于 Harbor Freight Tools 销售收入变动情况

2020 年以来，公司向 Harbor Freight Tools 的销售收入大幅增长，主要原因系 Harbor Freight Tools 业务增长较快，并加深与公司合作关系，给公司下发大额采购订单。一方面，公司向 Harbor Freight Tools 提供的产品系列较 2019 年更加丰富，新增电池包、链锯和割草机等新能源园林机械产品的大额销售；另一方面，受疫情影响，北美地区人员居家办公，花费更多的时间打理庭院，使得公司交流电清洗机的销量大幅上升。

（5）关于 Costco 销售收入变动情况

报告期内，公司向 Costco 销售收入呈逐年上升趋势。公司与 Costco 已有多年的合作历史，随着双方合作深入以及新能源园林机械市场的快速发展，Costco 也持续加大园林机械的线下渠道布局，上述背景下公司实现 80V greenworks 全系列产品全面入驻 Costco 门店，成为 Costco 线下门店在新能源园林机械领域的核心供应商。2021 年公司对 Costco 的 80V 平台产品销售收入较 2020 年大幅增长 149.39%。

（6）关于 STIHL 销售收入变动情况

2020年，公司为STIHL提供ODM产品的销售金额下降，主要原因系STIHL陆续将其部分产品转移至其美国工厂生产，减少了向公司ODM的业务采购金额。2021年，由于下游新能源园林机械市场需求快速增长带动了STIHL自身采购需求的增加，公司为STIHL提供的ODM业务亦同步增长。

（7）关于Bauhaus销售收入变动情况

2019年，公司向Bauhaus的销售金额增长幅度较大，主要原因系公司与Bauhaus推出新的产品平台POWERWORKS 24/48V双压和60V全系列园林机械产品进店开始销售；2020年，受春季疫情关店影响，公司向Bauhaus的销售金额有所下降；2021年，随着Bauhaus门店陆续恢复营业，公司向Bauhaus的销售金额亦呈回升态势。

（8）关于B&S销售收入变动情况

2019年，公司向B&S的销售金额较高，主要原因系公司为其提供全系列园林机械的开发；2020年，公司向B&S的销售金额下降较多，主要系B&S于2020年7月进入破产重整程序，导致公司与B&S的业务订单量受到暂时性的负面影响，但自2020年9月B&S重组成功以来，公司与其业务合作逐步恢复常态；2021年，公司向B&S的销售金额持续回升，其中交流电清洗机销量提升幅度较大。

综上所述，受益于新能源园林机械行业未来发展前景良好，发行人在新能源园林机械领域明显竞争优势，主要客户实力雄厚且与发行人具有长久合作历史，以锂电池包为核心的生态系统可以增强客户粘性和提升竞争壁垒，尽管报告期内部分客户销售收入存在一定波动，但总体而言，报告期内发行人销售收入呈持续增长趋势，发行人与主要客户交易具有稳定性和可持续性。

五、结合各期客户增减变动情况，分析披露报告期是否存在异常新增客户等情形，发行人的客户及其实际控制人或主要股东、关键经办人员与发行人是否存在关联关系或利益安排。

（一）各期客户增减变动情况，报告期是否存在异常新增客户等情形

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人主要产品销售情况”之“（三）主要客户情况”补充披露如下：

9、客户变动情况

报告期内，公司在客户数量上存在较多零散且小额交易的客户，主要为与新客户之间的试销活动或者客户临时性采购等情形，因此选取规模以上的客户（即销售金额超过 100 万元）进行分析。

报告期各期，公司规模以上客户数量变动情况如下：

项 目	2021 年	2020 年	2019 年
规模以上客户数量（个）	116	99	92
规模以上客户销售金额（万元）	471,715.84	414,543.04	360,179.55
规模以上客户销售金额占主营业务收入的比重	94.73%	97.24%	96.82%
新增规模以上客户数量（个）	19	15	20
新增规模以上客户销售金额（万元）	13,640.97	4,713.76	7,048.02
新增规模以上客户销售金额占主营业务收入的比重	2.74%	1.11%	1.89%
减少规模以上客户数量（个）	11	10	9
减少规模以上客户上年度销售金额（万元）	2,723.84	4,067.89	2,518.58
减少规模以上客户上年度销售金额占上年度主营业务收入的比重	0.64%	1.09%	0.81%

注¹：客户数量按同一控制下合并口径统计；

注²：当年“新增规模以上客户”统计口径为上年度无交易，本年度有交易且本年度销售金额在 100 万元以上的客户；当年“减少规模以上客户”统计口径为上年度有交易，本年度无交易且上年度销售金额在 100 万元以上的客户。

报告期各期，公司当年新增规模以上客户主要有 Mountfield、Steven Willand Inc、Carswell、BEREMA 等经销商，以及 Leroy Merlin、The Home Depot、JARDILAND、INVIVO RETAIL 等商超。报告期各期，公司新增规模以上客户销售金额占主营业务收入的比重分别为 1.89%、1.11%和 2.77%，占比较小；除 2020 年新增客户 The Home Depot 和 2021 年新增客户 Echo 系公司 2021 年前十大客户外，不存在其他重大新增客户的情形。

报告期各期，公司当年减少规模以上客户主要有 Eldorado、KBS Trading、INTERSKOL、SHAKIR 等经销商，以及 Massimo、ADEO 等制造商。报告期各期，公司当年减少规模以上客户上年度销售金额占上年度主营业务收入的比重分别为 0.81%、1.09%和 0.75%，占比较小，不存在重大减少客户等情形。

（二）发行人的客户及其实际控制人或主要股东、关键经办人员与发行人是否存在关联关系或利益安排

发行人的客户及其实际控制人或主要股东、关键经办人员情况与发行人是否存在关联关系或利益安排的分析参见本问询函回复“问题 4：关于行业和业务”之“四、补充披露发行人主要客户是否存在经营不善、财务困难、破产重整等情形，主要客户是否自行生产或委托生产新能源园林机械，是否对发行人产品具有较强的替代作用，发行人与主要客户的合作是否稳定、可持续”之“（一）发行人主要客户是否存在经营不善、财务困难、破产重整等情形”之回复。

【申报会计师核查】

（一）请保荐人、申报会计师详细说明针对发行人各期境外、境内客户及收入的核查方法、核查范围、核查比例、取得的相关证据及结论，并对收入真实性发表明确核查意见

（一）申报会计师核查过程

申报会计师针对发行人各期境外、境内客户及收入的核查程序参见“问题 11：关于销售模式”之“五、中介机构核查意见”之“（一）请保荐人、申报会计师根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 29 题的规定发表明确意见，并详细说明针对不同渠道销售收入及客户的核查方法、核查比例、取得的核查证据及核查结论，并对各渠道销售收入的真实性发表明确意见”之回复。

（二）申报会计师核查意见

基于申报会计师所执行的审计及核查程序，申报会计师认为：

对发行人销售收入的核查方法、执行的核查程序以及取得的核查证据、数据及结果充分、有效，未取得回函的相关客户替代不存在异常情况，发行人报告期各期应收账款期后回款情况真实、准确，发行人销售收入真实、准确、完整。

二、申报会计师其他核查程序

针对本问题其他小问，申报会计师执行了如下审计及核查程序：

1、查阅同行业可比上市公司的年度报告和招股说明书、行业研究报告，针对发行人主要客户集中的原因及合理性、主要客户交易的稳定性、可持续性、价格公允性和业务独立性等事项访谈了公司相关管理人员；

2、取得并查阅发行人收入明细表，与发行人销售部门进行访谈，了解发行人向主要客户销售收入变动的原因及合理性；

3、访谈发行人管理层，了解 STIHL 持股背景以及宋琼丽担任发行人董事的原因及商业合理性；

4、取得并查阅报告期内发行人与 STIHL 的关联交易合同，了解关联交易背景、商业合理性、定价公允性；

5、对发行人销售相关责任人和财务人员进行了访谈，了解报告期各期内外销前五大客户的基本情况、合作历史、订单获取方式、结算周期、信用政策、退换货情况等信息；

6、取得发行人收入明细表，比对报告期各期客户增减变动情况。

三、申报会计师其他核查意见

基于申报会计师所执行的审计及核查程序，申报会计师认为：

1、发行人前五大客户销售收入占比较高符合下游行业集中的特征，具有合理性，且与同行业可比公司不存在显著差异；除发行人与 Lowe' s 业务存在一定调整外，发行人与主要客户之间的业务合作的具有稳定性和可持续性。

2、发行人披露的报告期对主要客户销售的各产品类型（自有品牌/商超品牌/ODM）收入及其变动情况具有合理性。

3、发行人披露的发行人前五大客户之一 STIHL 持有公司股份比例较高的原因以及发行人董事宋琼丽担任安德烈斯蒂尔动力工具（青岛）有限公司财务总监的原因具备商业合理性；发行人与 STIHL 采购、销售交易价格具备公允性，相关

会计处理在所有重大方面符合《企业会计准则》的规定；STIHL 及其股东与发行人及发行人主要人员之间不存在其他关联关系、资金往来或利益安排。

4、发行人境内销售占比极低，主营业务收入主要来自境外，外销占比超过 98%；除发行人与 Lowe' s 业务存在一定调整外，发行人与外销前五大客户的相关交易具有稳定性和持续性，与内销前五大客户的相关交易规模较小，存在一定变动。

5、报告期不存在异常新增客户等情形；公司的主要客户为境外大型商超、电商以及行业内知名品牌商，且较多为上市公司。报告期内，除 STIHL 为公司关联方外，其他前五大客户与公司不存在关联关系。

问题 13：关于收入

申报材料显示：

(1) 发行人主营业务收入主要为新能源园林机械、交流电园林机械等产品的销售收入，其他业务收入主要为研发服务收入、废料收入及代理清关等业务收入。报告期发行人收入增长较快，2018-2020 年主营业务收入分别为 310,135.47 万元、372,005.35 万元和 426,298.99 万元；

(2) 报告期内，发行人超过 98%主营业务收入来自于境外，主要集中于北美及欧洲地区。

请发行人：

(1) 结合报告期各期在手订单及执行情况、下游需求情况等，进一步披露报告期各期主要产品销售数量及收入增长的原因及合理性；

(2) 补充披露报告期内在进出口方面有无重大违法违规情形，报关数据与发行人自身数据是否匹配，出口退税情况是否与发行人境外销售规模相匹配，相关数据差异产生的原因及合理性；

(3) 补充披露相关境外销售对应的主要国家销售分布情况，并分析欧洲地区最近一年销售额下降的原因；

(4) 结合报告期汇率变动、产品结构差异等因素，分析披露发行人境内、境外产品价格变动及差异的原因；

(5) 结合发行人对各地区客户销售的产品属于海外国家和地区贸易摩擦加征关税和反倾销政策的具体类型和报告期内收入占比、加征关税和反倾销后对海外销售的实际影响，有关税收承担机制的最新进展等情况，分析披露是否存在影响发行人经营业绩的重大国际贸易风险，相关风险是否充分揭示；

(6) 补充说明报告期内其他业务收入的主要内容、客户构成、收费标准变化、成本结算方式等，并分析其他业务收入与其他业务成本的会计处理是否符合《企业会计准则》规定、最近一年其他业务毛利率大幅下降的原因以及是否存在其他利益安排。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

【发行人说明】

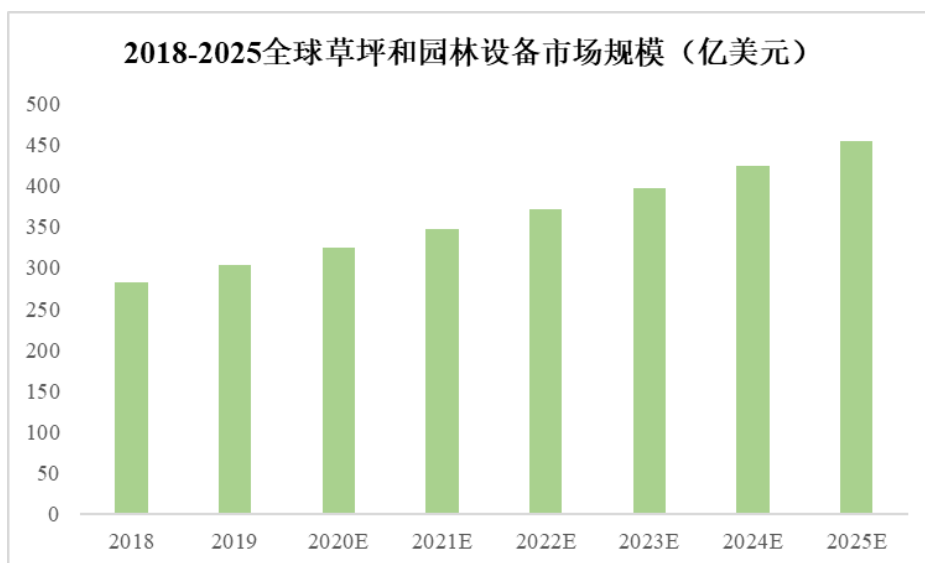
一、结合报告期各期在手订单及执行情况、下游需求情况等，进一步披露报告期各期主要产品销售数量及收入增长的原因及合理性；

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“九、（一）营业收入分析”之“3、主营业务收入变动分析”补充披露如下：

报告期内，发行人新能源园林机械产品及交流电园林机械产品销售收入均保持持续稳定增长，主要原因如下：

（1）全球园林机械市场需求持续增长

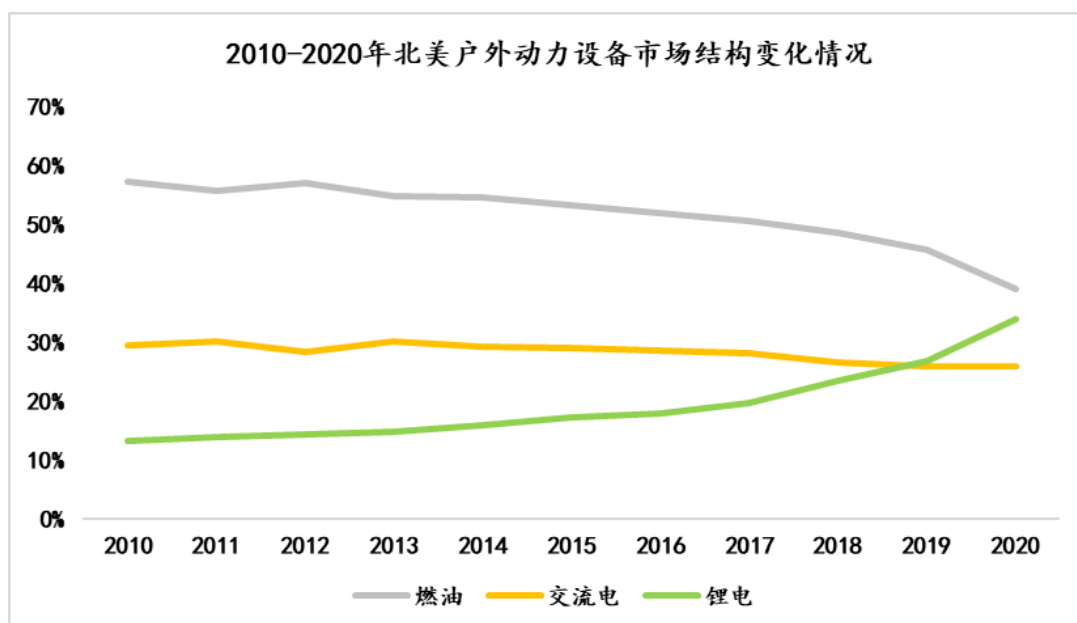
受世界经济发展、园艺文化普及、新产品推广等因素驱动，全球园林机械产品市场规模持续增长。根据 Global Market Insights 的统计数据，2018 年全球草坪和园林设备市场规模为 283 亿美元，预计至 2025 年将超过 450 亿美元，年均复合增长率接近 7.0%，市场空间广阔。此外，Global Market Insights 预测，到 2025 年，随着园林机械产品的效率和技术提高，电动园林机械产品市场规模的年均复合增长率将达到 8%。全球园林机械市场需求的持续增长，带动了公司业绩增长。



数据来源：Global Market Insights

（2）园林机械锂电化趋势进一步提高公司产品市场需求

公司所处的园林机械行业正经历从燃油动力到新能源动力的革命性转变，相较于传统燃油动力园林机械产品，基于锂电动力的新能源园林机械产品具有清洁环保、噪声小、振动小、维护简单、运行成本低等优良产品特性；随着锂电池技术不断取得进展，电池续航和制造成本限制逐渐被突破，新能源园林机械产品开始普及市场并取得各类终端用户认可，其市场占有率也在产业技术升级趋势引领下逐年递增。根据 TraQline 统计数据，在北美地区的户外动力设备（OPE, Outdoor Power Equipment）领域，燃油动力园林机械市场份额已由 2010 年的 57% 下滑至 2020 年的 39%，而新能源园林机械市场份额则由 13% 快速增长至 34%，园林机械锂电化趋势进一步提高了公司产品市场需求。



数据来源：TraQline

(3) 品牌建设、客户基础、市场拓展和研发创新为公司业绩增长提供了保障

公司作为具有先发优势的行业领先厂商，通过在品牌建设、市场拓展、研发创新等方面的多年投入，不断对新能源产品迭代升级，推出性能及配置更高、使用体验更好的新产品，产品性能及品牌在北美市场具有领先性。

公司与全球主要市场北美及欧洲地区的主要渠道客户 Lowe's、Amazon、The Home Depot、Costco、Walmart、CTC、Harbor Freight Tools、Menards、Bauhaus 等均建立了良好的业务合作，优质的客户资源为公司业绩增长提供了保障。

2020年，公司营业收入同比增长5.66亿元，主要系Amazon和Toro营业收入增长较快影响：1)2020年公司向Amazon的销售金额同比增长3.11亿元，一方面是公司加大了对电商渠道的投入，同时下游新能源园林机械需求持续增长；另一方面，2020年海外疫情促进电商购物需求增加，公司对Amazon销售收入大幅上升。2)2020年公司向Toro的销售金额同比增长1.26亿元，主要是因Toro与全球最大家居建材超市The Home Depot进一步深化合作，2019年开始双方新增60V平台系列产品项目，使得公司向Toro提供的产品平台更加丰富；同时，相对于公司之前与Toro的合作仅限于货值相对较低的18V和

24V 平台系列产品，新增的 60V 平台系列产品货值也相对更高。

2021 年，公司营业收入同比增长 7.13 亿元，主要系 Amazon、Toro 和 The Home Depot 营业收入增长较快影响：1) 2021 年公司向 Amazon 的销售金额同比增长 2.93 亿元，一方面是公司进一步加大了对电商渠道的投入，同时下游新能源园林机械需求持续增长；另一方面，2021 年海外疫情形势持续严峻，进一步促进了电商购物需求增加，公司对 Amazon 销售收入大幅上升；2) 2021 年公司向 Toro 的销售金额同比增长 3.15 亿元，主要是系 Toro 与全球最大家居建材超市 The Home Depot 进一步深化合作，其在 The Home Depot 市场份额提高，带动公司与其 ODM 业务同步增长；3) 2021 年，公司向 The Home Depot 的销售金额同比增长 1.34 亿元，主要系 2020 年公司与 The Home Depot 处于业务开发阶段，销售产品品种单一且销量较低，而 2021 年公司与其业务合作关系深化，主要向其提供 greenworks 品牌的 60V 平台产品。

(4) 报告期内公司营业收入的增长有对应项目及订单支撑

报告期内，公司新能源园林机械和交流电园林机械在手订单及其执行情况如下：

单位：万件

产品类别	项目	2021 年	2020 年	2019 年
新能源园林机械	期初在手订单数量	178.29	79.22	55.96
	本期新增订单数量	519.00	518.93	401.39
	本期产品销量	543.69	395.00	345.85
交流电园林机械	期初在手订单数量	83.42	19.68	30.19
	本期新增订单数量	209.19	261.78	162.34
	本期产品销量	220.14	204.28	173.07

注：由于订单执行与实现销售之间存在一定时间差、部分订单因客户要求发生变更等因素，期初在手订单数量、本期新增订单数量、本期产品销量与下一期期初在手订单数量之间不存在严格勾稽关系，其中差异主要是由客户对订单的变更或取消造成的。

报告期内，公司新能源园林机械、交流电园林机械期初在手订单及当年新增订单合计呈现逐年上升趋势，期初在手订单及当年新增订单根据生产、交货及验收周期，大部分在当年确认收入，从而保障了营业收入的持续增长。

(5) 公司及同行业可比公司均处于业绩增长趋势

报告期内，公司及可比公司营业收入同比增速具体情况如下：

公司名称	2021 年	2020 年	2019 年
大叶股份	N/A	1.36%	26.16%
巨星科技	N/A	28.96%	11.64%
创科实业	34.56%	27.98%	9.19%
泉峰控股	46.37%	42.36%	22.13%
可比公司营业收入平均增速	40.47%	25.17%	17.28%
格力博	16.61%	15.20%	19.70%

注：截至本问询回复出具日，大叶股份、巨星科技未披露 2021 年营业收入情况，以 N/A 列示。

受益于全球园林机械市场需求持续增长、园林机械锂电化趋势日益显著，公司及同行业可比公司均处于业绩增长趋势，公司主要产品销售数量及收入增长具有合理性。

综上所述，受益于全球园林机械市场需求持续增长、园林机械锂电化趋势日益显著，以及公司品牌、渠道、研发等竞争优势，报告期内公司主要产品销售数量及收入增长有相应的项目和订单支撑，公司及同行业可比公司均处于业绩增长趋势，公司收入增长具有合理性。

二、补充披露报告期内在进出口方面有无重大违法违规情形，报关数据与发行人自身数据是否匹配，出口退税情况是否与发行人境外销售规模相匹配，相关数据差异产生的原因及合理性；

（一）补充披露报告期内在进出口方面有无重大违法违规情形

报告期内，发行人及其子公司在进出口方面受到的行政处罚情况如下：

（1）根据 2019 年 9 月 5 日中华人民共和国上海浦江海关对格力博有限出具行政处罚，格力博有限被处罚款 0.06 万元。

发行人上述违法行为显著轻微且罚款数额较小；上述行政处罚不属于重大违法违规行为。

（2）根据 2020 年 4 月 8 日中华人民共和国友谊关海关出具的编号为“友关违字〔2020〕0044 号”的《行政处罚决定书》，对格力博有限处警告行政处罚。

发行人上述违法行为显著轻微且未被处以罚款；上述行政处罚不属于重大违法违规行为。

(3) 根据 2020 年 7 月 3 日中华人民共和国常州海关出具的编号为“常关缉简违字〔2020〕0009 号”的《行政处罚决定书》，因 2017 年 5 月至 2019 年 4 月，公司以一般贸易方式出口货物时涉嫌商品申报不实，影响出口退税管理，对格力博有限处罚款 1 万元。

鉴于：《海关行政处罚实施条例》第十五条第（五）项的规定，本次罚款金额是以申报价格的较低处罚比例核定，且本次处罚不属于《海关行政处罚实施条例》第五十三条规定应当从重处罚的情形。

因此，发行人上述行政处罚不属于重大违法违规行为，亦不会对本次发行造成实质障碍。

发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“五、报告期内存在的违法违规行为及受到处罚的情况”之“（一）发行人及其境内子公司受到的行政处罚情况”补充披露如下：

2、海关

.....

除上述披露的行政处罚外，公司报告期内在进出口方面不存在其他行政处罚或重大违法违规情形。

（二）报关数据与发行人自身数据是否匹配，出口退税情况是否与发行人境外销售规模相匹配，相关数据差异产生的原因及合理性

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、（一）营业收入分析”之“2、境外业务收入情况”补充披露如下：

（3）与海关报关数据、增值税退税金额的匹配情况

.....

1) 报关数据与发行人自身数据的匹配情况

报告期内，海关提供的公司出口数据与母公司出口收入金额相匹配，具体情况如下：

单位：万美元

项目	公式	2021年	2020年	2019年	合计
海关出口数据	①	65,242.49	50,028.15	42,975.70	158,246.34
账面出口数据	②	65,295.55	49,903.88	42,560.39	157,759.82
差异	③=①-②	-53.06	124.27	415.31	486.52
差异率	④=③/②	-0.08%	0.25%	0.98%	0.31%

注：2020年及2021年海关出口数据来自关衡系统。

2019年、2020年及2021年海关出口数据与账面出口数据差异分别为415.31万美元、124.27万美元和-53.06万美元，差异率分别为0.98%、0.25%和-0.08%，报告期合计差异为486.52万美元，合计差异率为0.31%，差异主要来自于两者数据的时间差。海关统计数据口径为海关结关日期，即国际航行船舶已离港出航、海关结束所有流程的日期，而发行人确认收入的日期为货物装船日期，公司对主要客户贸易条款为FOB，货物在装船时越过船舷，风险即由卖方转移至买方，早于海关结关日期，上述两种日期存在短暂时间差。

2) 出口退税情况与境外销售规模的匹配情况

根据《财政部、国家税务总局关于进一步推进出口货物实行免抵退税办法的通知》(财税〔2002〕7号)规定，格力博母公司出口产品增值税实行免、抵、退的管理办法。

报告期内，格力博母公司出口产品退税率为适用税率，格力博母公司出口收入与格力博母公司免抵退税申报表匹配情况如下：

单位：万元

项目	公式	2021年	2020年	2019年
免抵退税申报表	①	401,479.49	344,092.65	300,173.34
出口销售收入	②	425,685.07	348,242.43	292,467.05
加：申报时间差异	③	-24,205.58	-8,324.94	5,754.11
加：对外投资申报免抵退	④	-	3,064.86	1,952.18
调整后出口销售收入	⑤=②+③+④	401,479.49	344,092.65	300,173.34
差异	①-⑤	-	-	-

注：上表中的出口销售收入仅指货物销售收入。

报告期内，母公司出口销售收入与免抵退申报出口货物销售额总额存在差异，主要差异原因为：

申报时间差异（③）：该差异系境外销售收入确认时间与出口退税申报时间差异所致；

对外投资申报免抵退（④）：2019年及2020年，格力博母公司以实物向越南子公司出资，按照对外投资申报出口退税；

报告期内，公司出口退税计算表如下：

单位：万元

项目	公式	2021年	2020年	2019年
免抵退出口货物销售额	①	401,479.49	343,899.46	300,007.17
免抵退税计税金额*退税率	②	51,956.04	47,622.16	42,887.13
免抵退税抵减额	③	7,452.62	10,727.79	8,797.15
免抵退税额	④=②-③	44,503.41	36,894.37	34,089.97
当期应退税额	⑤	44,082.05	30,381.16	24,919.53
当期免抵税额	⑥=④-⑤	421.36	6,513.21	9,170.44
退税率	⑦=②/①	12.94%	13.85%	14.30%
根据税法公司可享受的退税率	-	9%、13%	13%、16%	13%、16%

单位：万元

退税率	2021年		2020年		2019年	
	退税收入	免抵退税	退税收入	免抵退税	退税收入	免抵退税
0%	-	-	-1.93	-	1.93	-
5%	-	-	-	-	-11.74	1.12
9%	5,907.52	531.68	5,527.16	394.23	1,051.40	2.74
10%	-	-	41.17	45.78	1,881.70	223.87
11%	-	-	-	-	-28.82	0.46
13%	395,571.97	51,424.36	338,233.25	46,931.85	129,123.63	732.22
15%	-	-	-	-	16.46	200.08
16%	-	-	99.82	250.30	167,252.13	41,281.87
17%	-	-	-	-	720.48	444.76
合计	401,479.49	51,956.04	343,899.46	47,622.16	300,007.17	42,887.13

公司接收到当地主管税务机关的出口免抵退审批表并于实际收到退税款时记录当月出口退税金额。报告期内，公司各年度外销收入与免抵退出口货物销售额不完全匹配，主要原因系统计口径差异，例如税务部门仅对已回款的出口销售收入办理退税，此外，报告期内公司退税率变动系相关税收征管部门规定的出口退税率发生变化所致。

三、补充披露相关境外销售对应的主要国家销售分布情况，并分析欧洲地区最近一年销售额下降的原因；

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“2、境外业务收入情况”补充披露如下：

（9）主营业务境外收入按主要国家及地区分析

报告期内，公司主营业务境外收入按主要国家或地区分布的情况如下：

单位：万元

国家或地区	2021年		2020年		2019年	
	销售金额	占比	销售金额	占比	销售金额	占比
北美洲	396,940.60	80.70%	354,392.52	83.92%	287,165.30	78.33%
其中：美国	377,726.99	76.79%	332,101.43	78.64%	277,983.69	75.82%
加拿大	19,164.12	3.90%	22,227.90	5.26%	9,121.01	2.49%
欧洲	78,045.41	16.05%	61,613.27	14.59%	75,058.12	20.47%
其中：奥地利	20,953.41	4.43%	16,132.19	3.82%	17,366.31	4.74%
德国	12,998.02	2.65%	14,734.30	3.49%	27,241.85	7.43%
法国	8,509.09	1.73%	4,991.17	1.18%	3,004.34	0.82%
俄罗斯	11,428.14	2.32%	6,432.52	1.52%	5,917.58	1.61%
意大利	4,318.48	0.88%	2,977.21	0.71%	4,878.23	1.33%
其他	16,013.70	3.26%	6,292.09	1.49%	4,404.52	1.20%
合计	490,999.71	100.00%	422,297.87	100.00%	366,627.93	100.00%

2020年，公司在欧洲地区的销售金额下降，主要原因是：1）受疫情影响，欧洲地区大客户 Bauhaus、Globus 等在多地的线下门店无法正常营业，其向公司采购产品的需求也相应降低；2）公司于2020年6月将 Cramer 股权转让，交易完成后不再持有 Cramer 股权，因此2020年下半年 Cramer 在德国本土产生的销售收入未体现在合并报表中，此因素影响约为2,000万元；3）公司向 STIHL 销

售收入下降，STIHL 作为全球知名的燃油园林机械企业，合作初期，公司主要向 STIHL 提供新能源园林机械领域 ODM 服务；随着 STIHL 自身工厂新能源园林机械生产能力的提高，2019 和 2020 年 STIHL 陆续将其 18V 新能源打草机等产品转移至其美国工厂生产，STIHL 对公司 ODM 产品的采购需求降低，因此公司对其欧洲地区主体的销售金额相比 2019 年降低约 1,500 万元。

2021 年公司在欧洲地区的销售金额为 78,045.41 万元，同比增长 26.67%，公司在欧洲地区的销售金额增长较快，主要原因是全球园林机械市场快速增长，园林机械锂电化趋势加快，新能源园林机械产品市场需求增大；此外，欧洲地区疫情有所缓解，Bauhaus、Leroy Merlin 等线下门店陆续恢复营业，公司欧洲地区主要客户销售收入均有所上升，进而带动对公司的采购需求相应增长。2021 年公司在亚洲的销售金额增长较快，公司主营业务境外收入中亚洲国家/地区实现收入 14,248.29 万元，较 2020 年收入增长 8,858.22 万元，主要系公司 2021 年在香港地区销售增长较快所致。2021 年，公司德国客户 Bauhaus 出于结算便利性，通过其香港子公司 TEAL GOAL 向格力博香港进行采购，使得 2021 年香港地区贡献主营业务收入 5,477.50 万元，较 2020 年增长 5,471.42 万元。

四、结合报告期汇率变动、产品结构差异等因素，分析披露发行人境内、境外产品价格变动及差异的原因；

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“2、境外业务收入情况”补充披露如下：

（4）境内外产品价格对比

报告期内，发行人境内外产品价格对比情况如下：

单位：元/件

类别	区域	2021 年	2020 年	2019 年
新能源园林机械	境内	302.53	354.56	400.80
	境外	639.04	753.17	769.43
交流电园林机械	境内	281.69	279.24	252.89
	境外	522.10	522.96	466.72

报告期内，公司境内外产品销售均价及变动情况存在一定差异，汇率影响方面，2019年人民币贬值幅度较大，2020年上半年汇率相对稳定，2020年下半年开始人民币持续升值且在2021年始终维持在较高水平，对境外销售产品均价造成影响；除汇率因素影响外，主要是因境内外产品的具体型号、销售渠道不同。公司境内业务规模较小，销售产品的具体型号较为有限，主要面向境内中小客户销售，因此价格与境外存在差异，具备合理性。

1) 新能源园林机械境内外价格差异分析

报告期内，新能源园林机械境内外销售的具体情况对比如下：

销售区域	项目	2021年	2020年	2019年
境内	销售均价（元/件）	302.53	354.56	400.80
	销量（万件）	14.52	7.79	8.30
	销售金额（万元）	4,392.36	2,763.71	3,328.07
境外	销售均价（元/件）	639.04	753.17	769.43
	销量（万件）	529.17	387.20	337.54
	销售金额（万元）	338,165.52	291,630.14	259,715.11

报告期内，境内销售的新能源园林机械产品构成相对单一，以新能源电池包、新能源链锯和新能源充电器为主，具体情况如下：

单位：元/件

产品类别	2021年		2020年		2019年	
	均价	销量占比	均价	销量占比	均价	销量占比
新能源园林机械	302.53	100.00%	354.56	100.00%	400.80	100.00%
其中：新能源电池包	352.71	40.08%	466.97	38.96%	586.53	44.93%
新能源链锯	425.60	21.91%	400.37	20.16%	424.49	12.02%
新能源充电器	87.00	28.87%	100.61	29.81%	113.90	34.75%

由于境内销售业务规模较小，客户需求较为分散，不同年度之间销售的产品型号差异较大，会造成同类别产品的销售均价波动相对较大。

2020年，境内销售的新能源园林机械产品均价相比2019年有所下降，主要原因是：①产品结构方面，均价较低的链锯产品销量占比上升而均价较高的电池包产品销量占比下降；②具体产品方面，链锯和充电器均价变动相对平稳，电池包因型号结构转变为40V为主，60V产品未形成销售，销售均价有所降低。

2021年，境内销售的新能源园林机械产品均价相比2020年有所下降，主要受新能源电池包价格下降的影响，境内新能源电池包价格下降主要原因是：①产品结构方面，均价较低的4AH新能源电池包销量占比上升而均价较高的5AH和6AH新能源电池包销量占比下降；②产品价格方面，2021年公司为加快境内园林机械业务规模发展，对下游销售渠道客户销售价格有所降低。

公司境外销售的新能源园林机械产品构成更为丰富，主要为新能源割草机、新能源吹风机、新能源链锯、新能源打草机、新能源电池包和新能源园林机械套装，具体情况如下：

单位：元/件

产品类别	2021年		2020年		2019年	
	均价	销量占比	均价	销量占比	均价	销量占比
新能源园林机械	639.04	100.00%	753.17	100.00%	769.43	100.00%
其中：新能源割草机	1,424.85	11.13%	1,544.52	15.77%	1,564.71	15.55%
新能源吹风机	594.95	13.53%	647.37	15.41%	649.49	16.34%
新能源链锯	705.84	10.09%	775.64	11.50%	740.96	9.13%
新能源打草机	474.52	17.04%	566.96	15.12%	602.85	21.80%
新能源电池包	449.77	21.43%	470.83	16.28%	472.08	15.15%
新能源园林机械套装	1,051.10	4.07%	1,132.09	4.82%	1,070.14	5.12%

由于境外销售产品中存在割草机、套装产品等高单价产品，因此新能源园林机械的境外地区销售均价相比境内更高，由于客户、产品结构相对稳定，因此境外地区销售均价的波动也较低。

新能源链锯方面，2019年、2020年及2021年境外销售均价显著高于境内，主要是因境外高性能新品销售占比较高；新能源电池包方面，2019年境内销售均价显著高于境外，主要是因境内销售的以高电压、高安时的专业款电池包为主，而境外销售的电池包在电压、安时数方面相对较低。

2) 交流电园林机械境内外价格差异分析

报告期内，交流电园林机械境内外销售的具体情况对比如下：

销售区域	项目	2021年	2020年	2019年
境内	销售均价（元/件）	281.69	279.24	252.89

销售区域	项目	2021年	2020年	2019年
	销量(万件)	0.07	0.16	1.82
	销售金额(万元)	18.39	43.79	459.98
境外	销售均价(元/件)	522.10	522.96	466.72
	销量(万件)	220.08	204.13	171.25
	销售金额(万元)	114,901.53	106,750.44	79,924.35

报告期内，境内销售的交流电园林机械产品构成变动较大，2019年主要为交流电吹风机和交流电清洗机，2020年及2021年均为交流电清洗机，具体情况如下：

单位：元/件

产品类别	2021年		2020年		2019年	
	均价	销量占比	均价	销量占比	均价	销量占比
交流电园林机械	281.69	100.00%	279.24	100.00%	252.89	100.00%
其中：交流电清洗机	281.69	100.00%	279.24	100.00%	299.79	22.06%
交流电吹风机	-	-	-	-	249.85	73.92%

相比之下，公司境外销售的交流电园林机械产品构成较为稳定，主要为交流电清洗机和交流电割草机，两类产品占报告期各期境外销售交流电园林机械产品销量的比例平均在65%以上，此外，售价较低的交流电打草机产品销量占比也相对较高，具体情况如下：

单位：元/件

产品类别	2021年		2020年		2019年	
	均价	销量占比	均价	销量占比	均价	销量占比
交流电园林机械	522.10	100.00%	522.96	100.00%	466.72	100.00%
其中：交流电清洗机	655.65	60.21%	640.11	62.70%	594.60	58.63%
交流电割草机	497.97	12.82%	542.87	9.07%	521.23	9.15%
交流电打草机	187.23	9.69%	197.52	9.51%	155.17	15.75%

由于境外销售产品中交流电清洗机高端型号为主（境内2019年、2020年及2021年主要为低于1800PSI的型号，而境外主要为1800PSI及以上型号），且交流电割草机等高单价产品的销售占比也较高，因此交流电园林机械的境外地区销售均价相比境内更高。

五、结合发行人对各地区客户销售的产品属于海外国家和地区贸易摩擦加征关税和反倾销政策的具体类型和报告期内收入占比、加征关税和反倾销后对

海外销售的实际影响，有关税收承担机制的最新进展等情况，分析披露是否存在影响发行人经营业绩的重大国际贸易风险，相关风险是否充分揭示；

（一）发行人对各地区客户销售的产品属于海外国家和地区贸易摩擦加征关税和反倾销政策的具体类型和报告期内收入占比、加征关税和反倾销后对海外销售的实际影响，有关税收承担机制的最新进展等情况

发行人对各地区客户销售的产品属于海外国家和地区贸易摩擦加征关税和反倾销政策的具体类型和报告期内收入占比、加征关税和反倾销后对海外销售的实际影响，有关税收承担机制的最新进展等情况参见本问询函回复“问题 10：关于国际贸易摩擦”之回复。

（二）分析披露是否存在影响发行人经营业绩的重大国际贸易风险，相关风险是否充分揭示

发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“一、特别风险提示”之“（三）国际贸易摩擦风险”补充披露如下：

近年来，美国贸易保护主义政策倾向逐渐增大。2018 年 7 月至 2019 年 5 月，美国已陆续对约 2,500 亿美元的中国进口商品加征 25% 的关税；2019 年 9 月起，美国分两批对其余的约 3,000 亿美元的中国进口商品加征 15% 的关税；随着中美第一阶段经贸协议的签署，2020 年 2 月起，美国对 3,000 亿美元 A 清单商品（2019 年 9 月起加征）加征的关税从 15% 降至 7.5%，3,000 亿美元内的其余部分商品不再加征关税。公司采取与客户协商共同分担关税，以及在越南设立制造中心等方式，降低加征关税对公司业务的不利影响。报告期内，公司海外经营业务未因其他贸易摩擦事件遭受重大不利影响。

若未来中美贸易摩擦进一步加剧，美国取消对公司部分产品免税或者进一步加征公司部分产品关税，公司无法及时将额外关税成本向客户转移，或客户对关税承担方式及产品价格提出调整，或发生其他贸易摩擦事件，将对公司业绩产生不利影响。

六、补充说明报告期内其他业务收入的主要内容、客户构成、收费标准变化、成本结算方式等，并分析其他业务收入与其他业务成本的会计处理是否符合

合《企业会计准则》规定、最近一年其他业务毛利率大幅下降的原因以及是否存在其他利益安排。

（一）其他业务收入的主要内容、客户构成、收费标准变化、成本结算方式等

报告期内，公司其他业务收入主要来自于代理清关服务，研发服务收入和废料收入等，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2021年		2020年		2019年	
	收入	成本	收入	成本	收入	成本
研发服务	-	-	326.19	205.50	67.84	46.00
代理清关服务	1,600.08	1,600.08	2,056.33	2,056.33	-	-
废料收入	808.49	808.49	362.13	362.13	303.28	303.28
其他	43.38	11.78	83.99	-	129.89	-
合计	2,451.95	2,420.35	2,828.64	2,623.96	501.01	349.28

1、代理清关服务收入

报告期内，发行人代理清关服务收入的客户构成情况如下：

单位：万元

客户	2021年		2020年		2019年	
	收入	成本	收入	成本	收入	成本
Amazon	1,600.08	1,600.08	2,056.33	2,056.33	-	-

代理清关服务收入：发行人根据与客户签订的销售合同或订单约定，委托代理商为客户办理进口地产品的清关手续，收入确认时点为代理商办理完成进口地通关并通知客户指定承运商。

依据 2020 年 1 月 1 日起施行的新收入准则指南的规定，存货发出后，在控制权转移给客户之前发生的运输费用，不构成单项履约义务，而是公司为履行合同发生的成本；在控制权转移给客户之后发生的运输，且公司是运输服务的主要责任人，则该运输服务构成单项履约义务，应当按照分摊至该运输服务的交易价格确认收入。

根据发行人 2019 年底与 Amazon 约定的新型合作方式，常州工厂出货的部分相关交易的贸易术语修改为 mDDP (modified Delivered Duties Paid)，根据

该贸易术语的解释，货物的所有权和风险于货物在装运港越过船舷时转移，但发行人需承担货物在进口国的清关义务。上述内容包含了两项单独的履约义务，第一，向 Amazon 转移销售订单项下的商品；第二，为销售订单下的商品办理进口地的清关手续。

依据新收入准则，发行人按照以上两项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务，由于发行人直接委托第三方货代办理清关活动，未从该活动中直接受益，因此按照办理清关义务实际发生的成本分摊该项履约义务的交易对价，并确认其他业务收入。代理清关服务发生的成本按照实际发生的清关成本核算至其他业务成本科目。

2020 年和 2021 年，累计发生的代理清关成本约人民币 2,056.33 万元和 1,600.08 万元，确认代理清关服务收入约为人民币 2,056.33 万元和 1,600.08 万元。

2、研发服务收入

报告期内，发行人研发服务收入的客户构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年			2020 年			2019 年		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
B&S	-	-	-	326.19	205.50	37.00%	67.84	46.00	32.20%
合计	-	-	-	326.19	205.50	37.00%	67.84	46.00	32.20%

研发服务收入主要系公司研发符合客户设计要求的產品而获取的收入，其中主要客户为 B&S，其他为对零星客户提供研发模具相关的修理费开支。

公司与 ODM 客户 B&S 签订合作开发协议，约定双方合作开发模具，公司根据 B&S 公司的产品需求细化研发模具并进行生产。

在实际业务操作中，公司根据协议约定，定期和 B&S 讨论研发进度，收入确认时点为 B&S 确认验收子项目研发模具，同时移交模具控制权。公司根据双方确认的结算金额确认收入，同时根据子项目研发进度分摊对应的料工费结算成本。

在研发过程中，只有公司将研发项目全部完成直至达到量产状态时，研发产品方可投入生产，B&S 才可取得并消耗公司履行研发服务所带来的经济利益；公

司为 B&S 提供的研发服务均在公司厂内进行，B&S 无法控制正在进行中的研发服务；根据公司与 B&S 的协议约定，公司如果因单方面原因研究失败，无法就已经发生的成本获得补偿并获取合理利润。

综上所述，公司与 B&S 的合作开发项目不属于在某一时段内履行的履约义务，应当在研发成果得到 B&S 确认时点完成履约义务，不再保留与所有权相关的继续管理权或实施有效控制，因此该收入确认时点符合新收入准则，无需调整。

3、废料收入

废料收入为公司向当地废品收购站出售生产过程中产生的废料形成的收入，通常根据当月废料的市场价格和实际称重的磅单数量确定金额，公司以收购废料方验收废料为收入确认时点，根据双方确认的结算金额确认收入，并结转相应成本。

4、其他

其他业务收入其他主要为电芯转销收入、水电费代垫服务费收入等杂项收入，其中电芯转销收入为转售索尼电芯收入，以电芯转移时点确认收入，成本为电芯采购成本，企业未保留电芯所有权相关的继续管理权或实施有效控制，因此该收入确认时点符合新收入准则；水电费代垫收入为公司代缴水电费服务费，公司每次于代缴完成后通知对方，对方确认后，公司确认收入，该确认收入时点符合新收入准则。

(二) 最近一年其他业务毛利率大幅下降的原因以及是否存在其他利益安排

报告期内，发行人其他业务毛利率具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年			2020 年			2019 年		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
研发服务	-	-	-	326.19	205.5	37.00%	67.84	46.00	32.20%
代理清关服务	1,600.08	1,600.08	0.00%	2,056.33	2,056.33	0.00%	-	-	-
废料收入	808.49	808.49	0.00%	362.13	362.13	0.00%	303.28	303.28	0.00%
其他	43.38	11.78	72.85%	83.99	-	100.00%	129.89	-	100.00%
合计	2,451.95	2,420.35	1.29%	2,828.64	2,623.96	7.24%	501.01	349.28	30.29%

根据上表，2020 年其他业务毛利率较 2019 年大幅下降，主要系 2020 年代理清关服务收入增加，该项业务毛利率为 0.00%，导致其他业务总体毛利率大幅下降。

2021 年，其他业务毛利率较 2020 年进一步下降，主要系 2020 年下半年 B&S 公司破产重组，公司终止与其合作研发项目，毛利率较高的研发服务收入为零，而代理清关服务和废料收入毛利率均为零。

2019 年、2020 年和 2021 年的研发服务收入毛利率分别为 32.20%、37.00% 和 0.00%。2020 年公司与 B&S 合作研发项目数量增加，因此毛利率略高于 2019 年，2021 年公司终止与其合作研发项目，因此 2021 年毛利率为零。

综上，公司其他业务收入毛利率大幅下降原因合理，在报告期内不存在其他利益安排。

【申报会计师核查】

一、申报会计师核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了如下审计及核查程序：

1、取得并核查发行人销售明细表、订单台账，查阅相关行业研究报告，了解新能源园林机械、交流电园林机械等相关产品的下游市场需求，并对发行人高级管理人员、销售业务相关负责人进行访谈，了解发行人产品销售数量及增长的具体原因及合理性；

2、取得并核查发行人就报告期内进出口方面违法违规情况的说明及有权部门出具的非重大证明；

3、取得发行人关务系统中的报关数据，与发行人自身销售数据进行对比，复核相关数据的勾稽关系，并从中抽查记录与海关系统内的报关数据核对；

4、取得并核查发行人出口退税明细，并复核出口退税金额与境外销售金额之间的勾稽关系；

5、取得并核查发行人销售明细表，并复核境外销售主要国家的金额分布情况，就欧洲地区 2020 年及 2021 年销售金额的具体原因与发行人高级管理人员、销售业务相关负责人进行访谈；

6、取得并核查发行人销售明细表，并复核境内外产品销售结构分布、销售均价变动情况，并就相关事项对发行人高级管理人员、销售业务相关负责人进行访谈；

7、网络检索美国对中国产品加征关税政策涉及产品具体目录，取得并核查发行人销售明细表，复核涉及产品的销售金额，对发行人高级管理人员、销售业务相关负责人进行访谈，了解是否存在其他产品销售受到海外国家和地区贸易摩擦加征关税和反倾销政策的影响、加征关税和反倾销后对海外销售的实际影响，有关税收承担机制的最新进展等情况。

二、申报会计师核查意见

基于申报会计师所执行的审计及核查程序，申报会计师认为：

1、发行人披露的报告期各期产品销售数量及收入增长的原因具有合理性。

2、发行人报告期内在进出口方面不存在重大违法违规情形，出口报关数据与发行人自身数据之间存在合理勾稽关系，出口退税与发行人境外销售规模匹配，具有合理性。

3、发行人报告期内境外销售主要分布于美国、加拿大、奥地利、德国、法国、俄罗斯、意大利等国家，发行人分析的欧洲地区 2020 年销售额下降的原因具有合理性。

4、发行人披露的境内、境外产品价格变动及差异的原因具有合理性。

5、报告期内，除美国加征关税政策外，发行人海外国家和地区产品销售未受到其他贸易摩擦加征关税或反倾销政策的影响，美国加征关税政策主要影响发行人新能源割草机、新能源打草机、新能源吹风机、新能源电池包、交流电清洗机、交流电割草机、空压机等产品，相关销售金额已进行补充披露；发行人已与主要客户就关税承担达成协商，相关政策对发行人海外销售未产生重大不利影响。

6、发行人报告期内其他业务收入主要为研发服务、代理清关服务和废料销售，发行人已说明相关客户构成、收费标准变化、成本结算方式等情况；发行人说明的最近一年其他业务毛利率大幅下降的原因具有合理性；发行人对于其他业务收入与其他业务成本的会计处理在所有重大方面符合《企业会计准则》的规定。

问题 14：关于收入确认

申报材料显示：

(1) 发行人收入确认方式按国内销售、国外销售和海外仓库出货销售三类，未披露其与较复杂的业务模式的对应关系；

(2) 发行人部分销售中存在销售返利及预提销售折扣的情形，未披露其具体情况；

(3) 招股书未披露不同类型质保义务的具体情况。

请发行人：

(1) 结合发行人各类销售模式下的商业实质和收入实现过程，如相关合同约定、相关产品的流转和控制权转移时点、退换货条款及实际发生情况、具体确认依据等，进一步分析披露各销售模式下收入确认的合规性；

(2) 补充披露报告期发行人销售返利和折扣的具体政策、对应客户情况、各期计提与实际使用情况等，并说明相关会计处理是否符合会计准则的规定；

(3) 结合报告期内与主要客户的质保条款、售后服务费的计提方法与实际发生金额等，分析说明预计负债计提的充分性；并说明发行人是否存在构成单项履约义务的质量保证，如有披露具体情况；

(4) 说明是否存在质保金，相关质保金的列报是否符合新收入准则的规定。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

【发行人说明】

一、结合发行人各类销售模式下的商业实质和收入实现过程，如相关合同约定、相关产品的流转和控制权转移时点、退换货条款及实际发生情况、具体确认依据等，进一步分析披露各销售模式下收入确认的合规性；

公司销售模式按照销售产品品牌可分为自有品牌、商超品牌和 ODM 产品，其中自有品牌可在商超、电商、经销商多渠道销售，商超品牌的销售渠道为对应商超客户的线下或其自建线上平台销售，ODM 产品直接向对应制造商客户销售，制造商客户自由选择渠道进行销售。自有品牌、商超品牌和 ODM 业务在业务流程、定价方式、市场推广等方面存在较为明显的差异，是公司销售模式的主要分类口径。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“四、（十九）收入”之“1、销售商品收入”补充披露如下：

公司各类销售模式下的合同约定、产品流转、控制权转移时点、退换货条款和收入确认依据如下：

产品品牌	销售模式	合同约定	实物流	控制权转移时点	退换货条款	收入确认依据
自有品牌	商超渠道	贸易结算方式： 1、FOB； 2、DDP； 3、EXW； 4、海外仓库出货销售。	1、常州工厂和越南工厂直接发货给商超和电商； 2、常州工厂和越南工厂发货给美国仓库和欧洲仓库，美国仓库和欧洲仓库发货给客户。	根据销售合同或订单约定的贸易结算方式有以下几种收入确认时点： 1、FOB：货物装船时； 2、DDP：到达指定目的地并经客户验收时； 3、EXW：仓库交货时； 4、海外仓库出货销售。	产品存在质量问题时，客户可按照约定进行退换货。	根据不同的贸易结算方式，有以下几种收入确认依据： 1、FOB：货运提单和报关单； 2、DDP：客户签收单； 3、EXW：货物出库单； 4、海外仓库出货销售：货物出库交给运输公司的运单或客户签收单。
	B2B 电商渠道					
	经销商渠道					
商超品牌	商超渠道	贸易结算方式： 1、FOB； 2、DDP； 3、EXW； 4、海外仓库出货销售。	1、常州工厂和越南工厂直接发货给美国仓库和欧洲仓库，美国仓库和欧洲仓库发货给客户。	根据销售合同或订单约定的贸易结算方式有以下几种收入确认时点： 1、FOB：货物装船时； 2、DDP：到达指定目的地并经客户验收时； 3、EXW：仓库交货时； 4、海外仓库出货销售。	产品存在质量问题时，客户可按照约定进行退换货。	根据不同的贸易结算方式，有以下几种收入确认依据： 1、FOB：货运提单和报关单； 2、DDP：客户签收单； 3、EXW：货物出库单； 4、海外仓库出货销售：货物出库交给运输公司的运单或客户签收单。
	B2B 电商渠道					
ODM	制造商	贸易结算方式： 1、FOB；	1、常州工厂和越南工厂直接	根据销售合同或订单约定的贸易结算方式有以下几种收入确认时点： 1、FOB：货物装船时； 2、DDP：到达指定目的地并经客户验收时； 3、EXW：仓库交货时； 4、海外仓库出货销售。	产品存在质量问题时，客户	根据不同的贸易结算方式，有以下几种收入确认依据： 1、FOB：货运提单和报关单； 2、DDP：客户签收单； 3、EXW：货物出库单； 4、海外仓库出货销售：货物出库交给运输公司的运单或客户签收单。

产品品牌	销售模式	合同约定	实物流	控制权转移时点	退换货条款	收入确认依据
		2、EXW； 3、海外仓库 出货销售。	发货给 ODM 客户； 2、常州工 厂发货给 美国仓库 和欧洲仓 库，美国 仓库和欧 洲仓库发 货给客 户。	几种收入确认时 点： 1、FOB：货物装船 时； 2、EXW：仓库交货 时； 3、海外仓库出货 销售。	可按照约 定进行退 换货。	依据： 1、FOB：货运提单 和报关单； 2、EXW：货物出 库单； 3、海外仓库出货 销售：货物出库 交给运输公司的 运单或客户签收 单。
自有品 牌	B2C 电商 渠道	贸易结算方 式：海外仓 库出货销售	常州工厂 和越南工 厂发货给 美国仓库 和欧洲仓 库，美国 仓库和欧 洲仓库发 货给终端 消费者。	产品交付给终端 消费者并经终端 消费者签收。	1、自有网 站：30 天 无理由退 换货； 2、电商平 台 B2C 站 点遵循对 应平台官 网公布的 用户协 议。	终端客户签收单

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”补充披露如下：

4、退换货情况

报告期内，公司各类销售模式下的退换货实际情况具体如下：

单位：万元

产品品牌	销售渠道	2021 年		2020 年		2019 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
自有品牌、 商超品牌	B2B 电商 渠道	2,385.90	67.75%	880.43	22.56%	1,279.59	43.54%
自有品牌	B2C 电商 渠道	612.99	17.41%	1.58	0.04%	5.42	0.18%
自有品牌、	商 超 渠	398.01	11.30%	2,655.61	71.05%	770.50	26.12%

产品品牌	销售渠道	2021 年		2020 年		2019 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
商超品牌	道						
ODM	制造商	1.19	0.03%	1.27	0.03%	0.37	0.01%
自有品牌	经销商渠道	123.48	3.51%	250.33	6.31%	885.96	30.14%
退换货合计		3,521.58	100.00%	3,789.22	100.00%	2,941.84	100.00%
主营业务收入		497,937.18	-	426,298.99	-	372,005.35	-
占比		0.71%	-	0.89%	-	0.79%	-

报告期各期，公司实际的退换货金额占营业收入比例分别为 0.79%、0.89% 和 0.71%，占比较低。发生退换货的主要原因系因产品质量问题和运输过程中的包装破损问题。

二、补充披露报告期发行人销售返利和折扣的具体政策、对应客户情况、各期计提与实际使用情况等，并说明相关会计处理是否符合会计准则的规定；

（一）补充披露

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”补充披露如下：

5、销售返利和折扣情况

（1）主要客户的销售返利和折扣比例情况

报告期内，公司与部分客户约定了一定比例的销售返利和折扣，按照销售额计算，主要客户的销售返利和折扣比例如下：

客户名称	销售单体	期间	主要返利和折扣比例	
			固定比例	浮动比例
Lowe's	LG Sourcing Inc.	2019.1-2020.12	按销售收入 1.75% 计提	0.73%~3.24%
		2021.1-2021.12	按销售收入 3.75% 计提	
Amazon	AMAZON.COM.DEDC LLC	2019.1-2021.12	无固定比例	18.45%~21.04%
	AMAZON.COM, INC.	2019.1-2021.12	无固定比例	19.57%~29.27%
Harbor Freight Tools	Harbor Freight Tools	2019.1-2021.12	无返利和折扣	不适用
Toro	THE TORO COMPANY	2019.1-2021.12	无返利和折扣	不适用

客户名称	销售单体	期间	主要返利和折扣比例	
			固定比例	浮动比例
STIHL	STIHL Tirol GmbH	2019.1-2021.12	无返利和折扣	不适用
Bauhaus	TEAL GOAL	2019.1-2021.12	无返利和折扣	不适用
	Bahag Baus Handelsgesellschaft AG	2019.1-2020.12	按销售收入 11.65%计提	0.00%~2.04%
		2021.1-2021.12	按销售收入 12.85%计提	
	Bauhaus & Co KB	2019.1-2020.12	按销售收入 11.65%计提	0.23%~10.63%
		2021.1-2021.12	按销售收入 12.85%计提	
	Bauhaus Fachcentren AG	2019.1-2020.12	按销售收入 11.65%计提	0.00%~0.81%
2021.1-2021.12		按销售收入 12.85%计提		
B& S	Briggs & Stratton (US)	2019.1-2021.12	无返利和折扣	不适用
Walmart	Wal-Mart Stores, Inc.	2019.1-2021.12	按销售收入 6.00%计提	17.60%~20.95%
	WMCA	2019.1-2021.12	按销售收入 5.00%计提	1.84%~12.18%
	Wal-Mart USA	2019.1-2019.12	无固定比例	6.21%
	Walmart	2019.1-2019.12	按销售收入 6.00%计提	5.76%
	Walmart.com	2021.1-2021.12	按销售收入 5.00%计提	0.00%
Costco	Costco.com	2020.1-2021.12	无固定比例	16.82%~28.93%
	COSTCO WHOLESALE	2020.1-2021.12	无固定比例	13.68%~27.87%
	COSTCO CANADA	2020.1-2021.12	无固定比例	18.73%~27.87%
The Home Depot	The Home Depot	2021.1-2021.12	按销售收入 3%计提	14.91%

注：浮动比例根据实际的返利和折扣金额和发行人估计金额确定。

(2) 销售返利和折扣的实际发生金额

报告期内，公司应付销售返利和折扣的变动情况如下：

单位：万元

报告期	年初余额	本年增加	本年支付	年末余额
2021年	13,898.74	47,609.35	47,059.03	14,449.06
2020年	17,062.78	29,023.38	32,187.42	13,898.74
2019年	5,194.31	25,686.50	13,818.03	17,062.78

报告期各期，销售返利和折扣计提金额与主营业务收入的匹配性如下表所示：

单位：万元

报告期	返利计提金额	主营业务收入	返利占比
2021年	47,609.35	497,937.18	9.56%
2020年	29,023.38	426,298.99	6.81%
2019年	25,686.50	372,005.35	6.90%

报告期内，公司销售返利政策未出现较大变化，销售返利和折扣金额占主营业务收入的比重较为稳定。2021年返利占比较2020年增加2.75个百分点，主要是因为公司给予Lowe's的固定返利从1.75%提高至3.75%；公司加强与Amazon合作，在Amazon电商平台大力开展促销广告活动，公司给予Amazon的平均销售返利比例从2020年的21.25%上升至2021年的22.74%；此外，公司给予Costco的平均销售返利比例从2020年的17.04%上升至2021年的28.32%。

（二）说明相关会计处理是否符合会计准则的规定

根据与客户签订的协议，发行人会给予客户一定比例的销售返利和折扣，具体金额根据每月客户采购金额的一定比例计算，返利结算方式主要有如下两种类型：

a. 在后续与客户结算时，客户将需要结算的折扣返利金额抵销应付货款后，向公司支付净额。这部分销售在确认收入时，即需要确认相应的折扣返利金额，会计处理如下：

借：主营业务收入

贷：其他流动负债

b. 与客户约定，销售返利用于抵销后续订单的价款，并体现在后续订单的价格抵减中。这部分销售在确认收入时，即需要确认相应的折扣返利金额，会计处理如下：

2020年1月1日前：

借：主营业务收入

贷：其他流动负债

2020年1月1日及之后：

借：主营业务收入

贷：合同负债

报告期内，发行人于2020年1月1日起适用《企业会计准则第14号——收入（财会[2017]22号）》（“新收入准则”）。针对上述两种处理方式，结合新收入准则适用前后的准则规定，分析如下：

1、2020年1月1日前

根据《企业会计准则第14号——收入（2006）》第二章第七条，“销售商品涉及商业折扣的，应当按照扣除商业折扣后的金额确定销售商品收入金额。商业折扣，是指企业为促进商品销售而在商品标价上给予的价格扣除。”发行人与客户约定的返利，目的是为了促进销售，因此符合准则所描述的商业折扣的性质，应当按照扣除商业折扣后的金额确定销售商品收入金额。发行人会计处理方式与准则要求一致。

2、2020年1月1日及之后

根据新收入准则的规定：

“第十五条 企业应当根据合同条款，并结合其以往的习惯做法确定交易价格。在确定交易价格时，企业应当考虑可变对价、合同中存在的重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等因素的影响。

第十六条 合同中存在可变对价的，企业应当按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，应当不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。企业在评估累计已确认收入是否极可能不会发生重大转回时，应当同时考虑收入转回的可能性及其比重。”

公司给予商超的折扣返利均属于可变对价，除了该以返利形式提供给商超的价格折扣和折让以外，客户在向发行人下单采购时，公司产品的销售价格都是固定的，不存在其他可变对价部分。发行人给到客户的折扣返利是针对客户销售本身的，并非给第三方，也并非用于购买其他独立于现有销售协议之外的可明确区分的客户提供的商品或服务，且该返利款项与发行人过去已实现的客户销售收入相关。公司在确认相关收入的同时，将上述折扣返利冲减当期收入，会计处理方式与准则要求一致。

公司与部分客户约定，销售折扣返利用于抵销后续订单的价款，并体现在后续订单的价格抵减中。根据新收入准则第四十一条，合同负债，是指企业已收或应收客户对价而应向客户转让商品的义务，如企业在转让承诺的商品之前

已收取的款项。对于这部分折扣返利款，由于公司与客户需要通过未来的销售订单的价格扣减来实现折扣返利的结算，即公司在确认相关收入时已承诺承担未来向客户转让商品的义务，因此公司在确认这部分折扣返利时的会计分录贷项为合同负债。

对于另一部分客户，公司与其结算时，客户将需要结算的折扣返利金额抵销应付货款后，直接向公司支付净额。公司在确认这部分折扣返利时的会计分录贷项为其他流动负债。

三、结合报告期内与主要客户的质保条款、售后服务费的计提方法与实际发生金额等，分析说明预计负债计提的充分性；并说明发行人是否存在构成单项履约义务的质量保证，如有披露具体情况；

(一) 公司结合终端消费者所在地的法律法规，对不同产品提供不同的免费保修年限，报告期内主要质保年限如下：

国家/地区	产品/品牌	产品类型	
		整机	电池包
欧洲	Greenworks	3 年	2 年
	Powerworks	3 年	2 年
	Robotic	3 年	2 年
	Cramer 家用	3 年	2 年
	Cramer 商用	1 年	1 年
北美	Lowe' s Kobalt	5 年	3 年
	Lowe' s Greenworks	3 年	
	Greenworks Pro (HD)	4 年	
	Greenworks X-range (HD)	4 年	
	Greenworks commercial	2 年	
	Greenworks ZTR 家用	电子器件及电机 2 年、骨架及外壳 4 年、电池 8 年/500 小时	
	Greenworks ZTR 商用	5 年/2,000 小时	
Greenworks UTV	无质保, 1%额度的免费配件		
中国	清洗机	3 个月	
	其他产品	1 年	
日本	Greenworks	3 年	2 年
	Haige	1 年	
韩国	Greenworks	2 年	1 年
东南亚	Greenworks	2 年	1 年

国家/地区	产品/品牌	产品类型	
		整机	电池包
澳大利亚	Greenworks	4 年	2 年
新西兰	Greenworks	2 年	1 年

公司在与主要客户签署的销售合同中，约定公司需要对销售的商品，在商品随附的保修卡所列示的质保年限内，向客户承担质保责任。

（二）售后服务费的计提方法与实际发生金额

报告期内，公司应付产品售后质保费的变动情况如下：

单位：万元

报告期	年初余额	本年增加	本年支付	外币报表折算	年末余额
2021 年	6,402.07	8,358.98	-5,638.37	-231.86	8,890.82
2020 年	5,970.46	6,095.78	-5,370.40	-293.77	6,402.07
2019 年	5,107.22	4,335.09	-3,544.55	72.70	5,970.46

公司报告期内的产品售后质保费的计提方法如下：

（1）自主品牌/商超品牌销售

如上述质保条款所述，公司自主品牌和商超品牌商品，均给予了客户不同时限的质保期限，在 3 个月至 5 年之间。公司考虑销售产品的质保期限，并根据历史期间实际发生的维修费用与收入的比例确认维修费率，同时考虑产品销售后不同年度发生维修费的概率，计算未来应承担的质保义务，并确认为预计负债。在考虑不同年度发生维修概率时，假设每个产品在售后质保期内发生维修的概率是均匀分布的。根据客户所在地区以及提供保修期长短的不同，公司按照地区和提供的质保期限分组，根据过去 2-5 年实际发生的质保支出占销售收入的比重计算每年末计提质保费用的比例。

（2）ODM 客户销售

针对 ODM 客户包括 Toro、STIHL、B&S、Echo、Stiga、Metabo、Bosch 等，格力博不负责售后服务，客户通常在向公司下达销售订单时搭配采购所需要的维修配件，ODM 客户在向终端消费者销售产品后发生质量问题由 ODM 客户自己的网店或工厂直接负责售后维修。

报告期内，公司质保费金额分别 5,075.65 万元、6,370.74 万和 8,646.19 万元，质保费金额变动主要系收入增长所致，每年度计提质保费比例未出现明显变动。发行人已经根据与客户的商业条款以及销售所在国家和地区的法律，充分计提了产品售后质量保证金。

（三）公司是否存在构成单项履约义务的质量保证

根据财政部于 2017 年颁布的经修订的《企业会计准则第 14 号——收入》（简称“新收入准则”）第三十三条规定：“对于附有质量保证条款的销售，企业应当评估该质量保证是否在向客户保证所销售商品符合既定标准之外提供了一项单独的服务。企业提供额外服务的，应当作为单项履约义务，按照本准则规定进行会计处理；否则，质量保证责任应当按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》规定进行会计处理。在评估质量保证是否在向客户保证所销售商品符合既定标准之外提供了一项单独的服务时，企业应当考虑该质量保证是否为法定要求、质量保证期限以及企业承诺履行任务的性质等因素。客户能够选择单独购买质量保证金的，该质量保证构成单项履约义务。”

财政部会计司编写组在《企业会计准则第 14 号——收入》应用指南 2018 中对企业在评估一项质量保证是否在向客户保证所销售的商品符合既定标准之外提供了一项单独的服务时应当考虑的因素做了进一步说明：

“该质量保证是否为法定要求：当法律要求企业提供质量保证时，该法律规定通常表明企业承诺提供的质量保证不是单项履约义务，这是因为，这些法律规定通常是为了保护客户，以免其购买瑕疵或缺陷商品，而并非为客户提供一项单独的服务。”

公司在产品随附保修卡中列示的质保条款，均是在各地法律法规下提供的产品质量保证，所列示的质保范围、质保期限均与各地法律要求基本相同。除此以外，公司与商超、经销商客户的销售合同中并未约定其他的质量保证条款，因此公司不存在构成单项履约义务的质量保证。

四、说明是否存在质保金，相关质保金的列报是否符合新收入准则的规定。

质保金，是由合同双方约定从应付合同价款中预留的，当标的物出现质量问

题时，用于支付修理费用的资金。公司与主要客户签订的合同未约定质保金，按照合同约定，每笔订单的总价款均需在合同约定的信用期限内全额结算，不存在因质量保证预留而延迟结算的款项。公司虽然无质保金，但是存在根据质保条款而计提的质保费用，相关约定和会计处理详见本问题第三问回复。

【申报会计师核查】

一、申报会计师核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了如下审计及核查程序：

- 1、核查发行人的业务模式和业务流程，并对发行人收入实现过程进行核查；
- 2、了解并评价发行人与收入确认相关的内部控制，并测试了关键内控制度的设计和运行有效性；
- 3、了解发行人的收入确认政策，检查主要客户的合同相关条款，分析并评价公司的收入确认政策是否恰当；
- 4、核查收入真实性，包括抽样检查销售合同、销售订单、报关单、海运提单、销售发票、客户签收单、银行水单等原始单据，检查收入确认是否真实；
- 5、针对资产负债表日前后记录的收入交易，选取样本核对至收入确认的关键支持性文件，评价收入是否确认在恰当的会计期间；
- 6、获取了报告期内发行人的退换货清单，访谈了销售总监和财务负责人，了解客户退换货的原因；
- 7、向管理层获取 2019 年至 2021 年的销售明细和返利折扣明细并且核对其分类及合计数是否与在年度财务报表中做出的披露一致；
- 8、询问管理层，了解公司对于销售返利和折扣计提的相关政策自上年末是否发生重大变化，如有，取得相关协议安排或者返利备查账簿，核查返利是否完整入账；

9、与管理层讨论相关返利和折扣处理及确认时点是否符合企业会计准则的规定；

10、询问管理层，对于计提的销售返利和折扣是否有相应支持性文件，检查相关支持性文件并确认返利和折扣计提的合理性；

11、询问管理层公司与客户之间有无附加协议，如有，检查是否已正确计量和披露；

12、向管理层获取 2019 年至 2021 年按产品划分的毛利率分析表，分析其毛利，并与以前年度的数据进行比较。询问并获取管理层对于毛利率变化异常的解释和说明，并核对是否与在年度财务报表中做出的披露一致；

13、取得了主要客户的质量问题退回年度统计数据，核对当年度该客户实际发生的质量退货比例未超过公司计提的产品质量缺陷退货金额；

14、复核了质保费计算表，并核对销售收入和实际发生质保费金额至账面数一致，核对质保费率无误；

15、取得了实际发生质保费的明细，并抽取样本核对实际付款的发票/贷项通知单及付款水单/客户扣款通知单，金额一致；

16、复核了主要客户的销售协议中关于质保期的条款约定，核对管理层编制的质保计算表中使用的质保年限、质保产品范围与合同条款约定一致；

17、复核了各年度实际发生的质保费明细，并与以前年度计提的金额合计数进行对比分析，无重大差异。

二、申报会计师核查意见

基于申报会计师所执行的审计及核查程序，申报会计师认为：

1、发行人各销售模式下的收入确认在所有重大方面符合《企业会计准则》的规定。

2、发行人销售返利和折扣的会计处理在所有重大方面符合《企业会计准则》的规定。

3、发行人对于售后服务费的会计处理在所有重大方面符合《企业会计准则》的规定，不存在单项履约义务的质量保证。

4、发行人报告期内不存在质保金的情况。

问题 15：关于营业成本和供应商

申报材料显示：

(1) 报告期公司主营业务成本主要由直接材料成本构成，占比在 80%以上，各期成本结构存在一定变动；

(2) 发行人供应商索唯斯、常州兆军为公司前员工唐兆军与其兄弟唐兆根实际控制的公司。索唯斯主要为公司提供劳务派遣、员工食堂承包等服务；常州兆军主要为公司提供劳务派遣用工服务，2018 年-2020 年，公司劳务派遣业务主要是向索唯斯、常州兆军采购，且索唯斯、常州兆军主要向公司提供服务。报告期发行人与索唯斯、常州兆军累计交易金额分别为 9,425.47 万元、8,797.21 万元和 2,365.66 万元；

(3) 报告期存在部分劳务外包及外协加工的情形。

请发行人：

(1) 结合各期产品结构及影响料、工、费的相关因素，进一步量化分析并披露各期成本结构变动的原因及合理性，并量化分析披露产品结构、原材料价格变动对单位成本的影响；

(2) 比较分析各期主要原材料的采购价格与市场价格是否存在重大差异、各期各原材料采购价格是否存在重大差异，如有披露其原因及合理性，并披露报告期内主要原材料采购量、耗用量与产量的匹配关系；

(3) 补充披露越南工厂的成本结构与常州工厂的差异及合理性，并结合越南工厂 2019 年及 2020 年员工人数及劳务派遣、劳务外包情况，分析用工情况是否与越南工厂的产量相匹配，人均产出是否与常州基地存在重大差异，人均薪酬是否和当地市场水平匹配；

(4) 结合发行人报告期各期的生产人员人数、工时、人均产出等情况，分析报告期人工费用的合理性及与收入的匹配关系；比较发行人与同行业公司生产人员工资的差异情况，并分析披露发行人生产人员工资水平的合理性；

(5) 进一步详细披露制造费用各细分项目构成及变动原因，包括结合各期相关固定资产及其变动情况匡算相关制造费用-折旧费金额的合理性、准确性，结合各期的产销情况匡算相关燃料动力、物料消耗、间接人工等发生额是否处于合理区间；

(6) 补充说明报告期内发行人各类材料对应的主要供应商的基本情况和合作情况，包括主营业务、股权结构、实际控制人、注册资本、行业地位、经营规模、采购内容、平均采购单价、发行人向供应商的采购额及占该产品采购额的比例、发行人采购额占供应商该类产品的销售额比例、开始合作时间等，并说明相关供应商及其关联方与发行人是否存在关联关系或其他利益安排；

(7) 分析披露发行人向索唯斯、常州兆军采购相关劳务派遣和食堂承包等服务的具体内容构成，向其采购较多的原因及合理性，相关服务的收费标准及公允性，并说明索唯斯、常州兆军及其实际控制人与发行人及发行人主要人员之间有无除提供相关服务外的其他关系，是否存在替发行人代垫成本费用或其他利益安排；

(8) 补充披露报告期内外协加工涉及的产品、工序、加工费及占成本的比例、主要外协厂商的基本情况以及是否与发行人存在关联关系及其他利益约定等情况，是否存在员工或前员工设立的外协厂商的情形；外协价格确定的依据、变动情况及是否具有公允性；发行人采购占主要外协厂商提供同类产品或服务的占比；

(9) 根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 30 题的相关规定，分析说明发行人劳务外包的具体情况以及外包交易的真实性、合规性和公允性，包括劳务外包公司经营的合规性以及是否存在重大风险、劳务公司是否专门或主要为发行人服务及是否存在关联关系、劳务数量及费用变动是否与发行人经营业绩相匹配、劳务费用定价是否公允等。

请保荐人和申报会计师发表明确意见，并说明对供应商的核查方法、核查比例及对采购真实性、成本完整性及准确性的核查结论。

【回复】

【发行人说明】

一、结合各期产品结构及影响料、工、费的相关因素，进一步量化分析并披露各期成本结构变动的原因及合理性，并量化分析披露产品结构、原材料价格变动对单位成本的影响；

(一) 结合各期产品结构及影响料、工、费的相关因素，进一步量化分析并披露各期成本结构变动的原因及合理性

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“(二) 营业成本分析”之“2、主营业务成本按性质构成情况”补充披露如下：

2、主营业务成本按性质构成情况

公司主营业务成本主要由直接材料、直接人工和制造费用构成。2020年，根据新收入准则相关要求，公司将原计入销售费用科目核算的运输费调整为计入成本科目核算。报告期内，公司主营业务成本按性质构成情况如下：

单位：万元

项目	2021年		2020年		2019年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	278,110.30	77.18%	221,992.44	80.47%	204,293.31	83.84%
直接人工	23,189.29	6.44%	19,282.53	6.99%	19,557.30	8.03%
制造费用	46,893.84	13.01%	23,968.06	8.69%	19,819.50	8.13%
运输费	12,156.22	3.37%	10,643.58	3.86%	-	-
合计	360,349.64	100.00%	275,886.61	100.00%	243,670.11	100.00%

如剔除2020年由于新收入准则导致的运输费调整至成本科目核算的影响，主营业务成本中直接材料、直接人工和制造费用的构成情况如下：

单位：万元

项目	2021年		2020年		2019年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	278,110.30	79.87%	221,992.44	83.69%	204,293.31	83.84%

项目	2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接人工	23,189.29	6.66%	19,282.53	7.27%	19,557.30	8.03%
制造费用	46,893.84	13.47%	23,968.06	9.04%	19,819.50	8.13%
合计	348,193.43	100.00%	265,243.03	100.00%	243,670.11	100.00%

报告期内，2019 年和 2020 年公司成本结构变动较小，2021 年成本结构存在一定变动，直接材料占比有所下降，制造费用占比大幅上升，主要系 2021 年单位关税和海运费上涨幅度较大，导致制造费用金额同比上升较多，进而制造费用占比上升、直接材料占比下降。公司 2020 年和 2021 年单位成本构成情况如下：

单位：元/件

项目	2021 年	2020 年
单位成本	312.19	278.85
其中：单位材料	240.94	224.39
单位人工	20.09	19.49
单位制造费用-物料消耗	20.91	18.04
单位制造费用-海运费	13.07	4.60
单位制造费用-关税	6.64	1.58
单位外部运费	10.53	10.76

制造费用-海运费方面，发行人海运费增长主要源于两方面因素，一是随着发行人与 Lowe's 业务合作发生调整，发行人 FOB 贸易条款占比下降，而海外仓发货和 DDP 贸易条款占比上升，其收入占比由 2020 年 21.56% 上升至 2021 年 27.81%，该贸易条款下海运费由发行人承担；二是新冠疫情导致国际航运紧张，海运费市场价格大幅上涨。公司采购的集装箱单位运价从 2020 年上半年的 4,212.21 美元上升至 2021 年下半年的 16,941.31 美元，上升幅度为 302.19%。

制造费用-关税方面，单位关税金额上升幅度较大，一方面系不同贸易条款收入占比的变化：公司对 Lowe's 销售主要采用 FOB 贸易条款，由于 2021 年 Lowe's 销售收入下降，而其他主要客户如 Costco 等主要采用 DDP 等贸易条款，导致公司 2021 年 DDP 贸易条款收入占比上升，DDP 贸易条款下由发行人承担关税，导致关税金额上升；另一方面，Amazon、Costco 等客户收入增长较快，上述客户采用海外仓发货的比例较高，且单位货值更高，导致关税金额进一步上升。

假设 2021 年单位关税、单位海运费与 2020 年保持一致，则模拟的主营业务成本中直接材料、直接人工和制造费用的构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年（模拟后）		2020 年		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	278,110.30	83.62%	221,992.44	83.69%	204,293.31	83.84%
直接人工	23,189.29	6.97%	19,282.53	7.27%	19,557.30	8.03%
制造费用	31,276.56	9.40%	23,968.06	9.04%	19,819.50	8.13%
合计	332,576.14	100.00%	265,243.03	100.00%	243,670.11	100.00%

根据上表，模拟后的 2021 年成本结构与 2020 年相比不存在较大差异。2021 年模拟后的制造费用占比较 2020 年仍有小幅上升、直接材料和直接人工占比均小幅下降，主要系：1) 制造费用方面：公司越南工厂 2021 年为扩大产能新投入机器设备而相关产能尚未完全释放，导致相关产线折旧计入制造费用的金额增长幅度大于直接材料、直接人工增长幅度，最终使得模拟后的制造费用占比仍有小幅上升。2) 直接材料方面：公司 2021 年结转成本的直接材料主要来自于 2020 年及 2021 年上半年生产的存货，2021 年公司存货周转率为 1.99，2021 年存货的平均周转时间约为 6 个月，因此 2021 年下半年公司采购的价格上涨的部分原材料尚未实现销售结转成本，对主营业务成本-直接材料的影响较小。此外，公司 2021 年采购的原材料中，部分原材料价格也存在一定下降，如通过更多采购国内电芯替代进口电芯，锂电池电芯 2021 年的平均采购价格同比下降 8.20%。3) 直接人工方面：越南工厂的直接人工占公司直接人工金额比例持续上升，由 2020 年的 11.39% 上升至 2021 年的 15.37%，而越南单位人工成本相对较低，导致直接人工占比相对下降。

(1) 直接材料

报告期内，公司直接材料占比分别为 83.84%、83.69% 和 79.87%，直接材料占比总体较为稳定，2021 年直接材料占比下降主要系制造费用占比提升所致。

报告期内，公司分产品类型的直接材料占比及主营业务成本占比情况如下：

产品类别	项目	2021 年	2020 年	2019 年
新能源园林机械	直接材料占比	77.84%	82.04%	83.19%
	占主营成本比例	51.38%	54.88%	57.42%

产品类别	项目	2021年	2020年	2019年
交流电园林机械	直接材料占比	84.22%	87.44%	85.74%
	占主营成本比例	20.75%	23.21%	19.86%
其他	占主营成本比例	7.74%	5.60%	6.56%
直接材料占主营成本比例合计		79.87%	83.69%	83.84%

1) 新能源园林机械

2020年，新能源园林机械直接材料占比较2019年下降1.15个百分点，主要是因为：①公司推动原材料锂电池电芯国产替代，国产电芯采购比例数量占比从2019年的28.23%提升至2020年的49.16%，而国产电芯均价较进口电芯均价便宜约40%，上述因素使得2020年的电芯采购均价较2019年大幅下降19.97%；②其他原材料如塑料粒子(PP)采购均价下降12.32%，电工钢采购均价下降4.38%。

2021年，直接材料占比相比2020年下降4.2个百分点，主要是由于制造费用占比提升所致。制造费用占比大幅上升，主要系2021年单位关税和海运费上涨幅度较大，导致制造费用金额同比上升较多，进而制造费用占比上升，直接材料占比相应有所下降。

2) 交流电园林机械

交流电园林机械的直接材料占比2020年相比2019年小幅上升，2021年小幅下降，主要系交流电园林机械中单位材料成本较高的交流电清洗机销量占比变动所致。报告期内，公司交流电清洗机的销量占交流电园林机械比例分别为58.25%、62.72%、60.22%，占比在2020年上升但2021年小幅下降，导致交流电园林机械的直接材料占比在报告期内先升后降。

(2) 直接人工

报告期内，公司直接人工包括自有员工及劳务用工。公司由于生产存在明显淡旺季，因此通过使用劳务派遣/劳务外包方式解决了公司淡旺季的不同用工需求。2019年，公司因中美贸易摩擦在越南设立工厂，2020年开始越南工厂的产能逐渐增加，一定程度上也降低了公司的人工成本。

1) 直接人工占比变动分析

报告期内，公司直接人工占比分别为 8.03%、7.27%、6.66%。

2020 年与 2019 年相比下降 0.76 个百分点，主要系公司越南工厂于 2019 年下半年开始逐步投入生产，越南当地劳工成本较低，是推动整体成本结构中直接人工占比下降的主要原因。2021 年与 2020 年相比下降 0.61 个百分点，一方面是由于越南工厂的直接人工占公司直接人工金额比例持续上升，由 2020 年的 11.39% 上升至 2021 年的 15.37%，另外一方面是由于生产环节较为简单（即人工成本占比较低）的电池包的销量占比由 2020 年的 6.68% 上升至 2021 年的 10.33%，因此导致 2021 年直接人工占比下降。

2) 劳务用工成本分析

报告期内，劳务用工金额及占当期主营业务成本-直接人工的比例具体如下：

单位：万元

项目	2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
劳务用工金额	10,239.58	44.16%	10,379.45	53.83%	10,832.79	55.39%

报告期内主要劳务公司员工（一线员工）时薪与正式员工（一线员工）时薪对比情况如下：

单位：元/小时

用工性质	用工单位	2021 年	2020 年	2019 年
劳务派遣用工	常州兆军	-	19.83	20.30
	博锐捷	-	22.32	21.68
	常州国仁	-	21.46	21.37
	常州科曼	-	21.93	21.33
	好帮	-	25.42	21.44
	富岗	-	-	19.28
劳务外包用工	挈尔吉	24.91	24.70	-
	工立方	24.84	24.91	-
	赛同	25.82	25.65	-
	聚恒	22.86	23.80	-
	华晟源	25.15	-	-
	昶旭	24.49	-	-
	新邦	24.21	-	-
	海扬	24.14	-	-
淼诚	24.18	-	-	

用工性质	用工单位	2021年	2020年	2019年
	臣达	25.24	-	-
正式员工	格力博	23.19	21.58	19.82

公司劳务用工价格通过同区域多家劳务公司询价方式确定参考价格，在此基础上与供应商协商确定；由上表可见，公司的劳务用工成本与公司正式员工成本不存在显著性差异，定价公允，未对公司的经营业绩与财务状况产生重大影响。

(3) 制造费用

报告期内，公司制造费用占比分别为 8.13%、9.04%和 13.47%，2020 年、2021 年制造费用占比保持上升趋势，主要系公司内部运费（如越南工厂向常州工厂采购运费以及公司工厂向美国等公司海外仓库运输的海运费）上升所致。

(二) 量化分析披露产品结构、原材料价格变动对单位成本的影响

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“3、单位成本变动情况”补充披露如下：

3、单位成本变动情况

报告期内，公司主要产品大类的单位成本变动情况如下：

单位：元/件

产品类别	2021年	2020年	2019年
新能源园林机械	439.80	469.78	486.30
其中：直接材料	329.07	368.55	404.54
直接人工	30.69	35.86	40.14
制造费用	63.00	44.79	41.62
运费	17.04	20.57	-
交流电园林机械	400.17	354.59	326.14
其中：直接材料	328.16	301.30	279.61
直接人工	18.40	18.78	23.40
制造费用	43.10	24.48	23.12
运费	10.51	10.02	-

(1) 新能源园林机械

报告期内，新能源园林机械单位成本变动的具体情况如下：

单位：元/件

项目	2021年	2020年	2019年
单位成本	439.80	469.78	486.30
其中：单位材料	329.07	368.55	404.54
单位材料（剔除原材料价格变动）	305.51	378.18	419.96
单位人工	30.69	35.86	40.14
单位制造费用	63.00	44.79	41.62
单位运费	17.04	20.57	-

注：“单位材料（剔除原材料价格变动）”计算方法系根据本年销售的各产品按规格型号对上年材料成本进行匹配，若为新规格型号则保留本年数值，下同。

报告期内，新能源园林机械的单位成本持续下降，主要是直接材料成本持续下降所致，具体分析如下：

1) 直接材料

报告期内，新能源园林机械的直接材料成本及剔除价格变动的具体情况如下：

单位：元/件

项目	2021年	2020年	2019年
单位成本	439.80	469.78	486.30
其中：单位材料	329.07	368.55	404.54
单位材料（剔除原材料价格变动）	305.51	378.18	419.96

2020年，单位材料成本较2019年下降35.99元/件，剔除原材料价格下降影响后，单位材料成本依然下降26.36元/件，主要是因下游客户需求变动导致销售结构中单位材料成本相对较低的40V产品销量占比有所增加所致。

2021年，单位材料成本较2020年下降39.48元/件，剔除原材料价格上涨影响后，单位材料成本较2020年下降63.04元/件，主要是因为单位材料成本较高的割草机产品销量在新能源园林机械销量中的占比由2020年的15.48%下降至2021年的10.85%，单位材料成本较低的打草机、电池包产品销量占比分别由2020年的14.87%、16.73%上升至2021年的16.63%、21.93%，且吹风机中单位材料成本偏低的ODM业务销量占比由2020年的12.40%上升至2021年的30.68%。

报告期内，公司新能源园林机械产品按类别的单位材料成本及销量占比情况如下：

单位：元/件

项目	2021 年		2020 年		2019 年	
	单位材料成本	销量占比	单位材料成本	销量占比	单位材料成本	销量占比
割草机	751.42	10.85%	782.57	15.48%	862.14	15.21%
打草机	250.21	16.63%	272.06	14.87%	334.10	21.31%
吹风机	299.87	13.23%	315.83	15.18%	330.49	16.00%
链锯	357.51	10.40%	371.81	11.68%	377.63	9.20%
电池包	238.54	21.93%	258.92	16.73%	265.20	15.87%
套装产品	524.14	3.96%	496.23	4.72%	523.56	5.00%
其他	243.36	22.99%	228.92	21.34%	266.29	17.43%
合计	329.07	100.00%	368.55	100.00%	404.54	100.00%

2) 直接人工

报告期内，新能源园林机械的单位人工成本的具体情况如下：

单位：元/件

项目	2021 年	2020 年	2019 年
单位成本	439.80	469.78	486.30
其中：单位人工	30.69	35.86	40.14

2020 年与 2019 年相比下降 4.28 元/件，主要系公司越南工厂于 2019 年下半年开始逐步投入生产，越南当地劳工成本较低，是推动整体成本结构中直接人工占比下降的主要原因。2021 年与 2020 年相比下降 5.17 元/件，一方面是由于越南工厂的直接人工占公司直接人工金额比例持续上升，由 2020 年的 11.39% 上升至 2021 年的 15.37%，另一方面是由于生产环节较为简单（即人工成本占比较低）的电池包的销量占比由 2020 年的 6.68% 上升至 2021 年的 10.33%，因此导致 2020 年及 2021 年直接人工占比下降。

3) 制造费用

报告期内，新能源园林机械的单位制造费用的具体情况如下：

单位：元/件

项目	2021 年	2020 年	2019 年
单位成本	439.80	469.78	486.30
其中：单位制造费用	63.00	44.79	41.62

2020 年单位制造费用相比 2019 年上升 3.17 元/件，主要系公司产能逐渐向越南工厂转移，越南工厂需向国内采购，导致公司内部运费上升。

新能源园林机械 2021 年和 2020 年的单位制造费用具体情况如下：

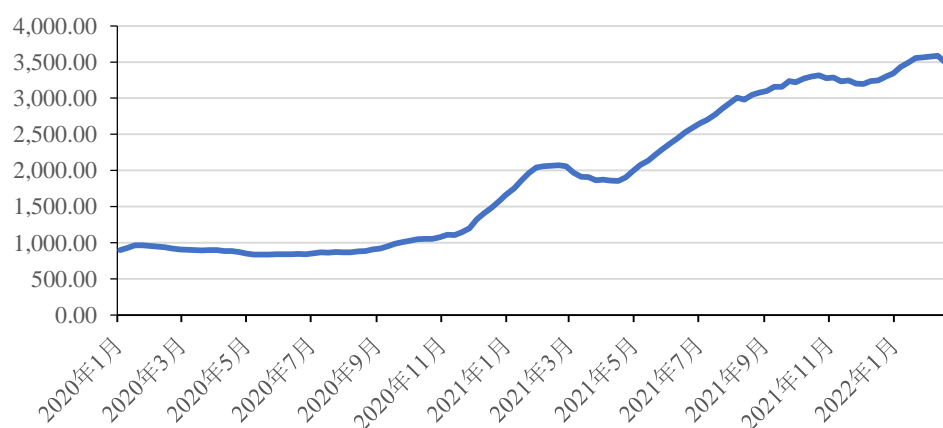
单位：元/件

项目	2021 年	2020 年	变动幅度
单位制造费用	63.00	44.79	40.66%
其中：单位物料消耗	29.03	32.09	-9.54%
单位关税及海运费	33.97	12.70	167.48%

2021 年，单位制造费用为 63 元/件，较 2020 年上升 40.66%，其中单位物料消耗下降 9.54%，主要系公司加强机物料消耗的精细化管理，同时对主要的机物料的供应商进行采购招标降低价格，2021 年单位关税及海运费较 2020 年上升 167.48%，主要系 2021 年国际集装箱海运成本上升导致公司工厂向美国等海外仓库运输的海运费上升。根据上海航运交易所发布的数据，中国出口集装箱运价指数 2021 年平均值为 2626.41 点，2020 年平均值为 984.42 点，上涨幅度为 166.80%。公司采购的集装箱单位运价由 2020 年的 4,878.37 美元增长至 2021 年的 11,592.24 美元，上涨幅度为 137.63%，海运费单价上涨幅度较大。

2020 年 1 月至今，中国出口集装箱运价指数走势图如下：

中国出口集装箱运价指数



数据来源：上海航运交易所

4) 运费

报告期内，新能源园林机械单位运费成本的具体情况如下：

单位：元/件

项目	2021年	2020年	2019年
单位成本	439.80	469.78	486.30
其中：单位运费	17.04	20.57	-

2020年开始，根据企业会计准则，公司将原计入销售费用的运费计入成本，2020年、2021年单位运费分别为20.57元/件、17.04元/件，运费主要为公司向客户销售货物承担的运输费用，2021年与2020年相比下降主要系单位运费较低的打草机、链锯、电池包的销量占比提升所致。

(2) 交流电园林机械

报告期内，交流电园林机械单位成本变动的具体情况如下：

单位：元/件

项目	2021年	2020年	2019年
单位成本	400.17	354.59	326.14
其中：单位材料	328.16	301.30	279.61
单位材料（剔除原材料价格变动）	297.89	302.35	283.25
单位人工	18.40	18.78	23.40
单位制造费用	43.10	24.48	23.12
单位运费	10.51	10.02	-

注：“单位材料成本（剔除原材料价格变动）”计算方法系根据本年销售的各产品按规格型号对上年材料成本进行匹配，若为新规格型号则保留本年数值，下同。

1) 直接材料

2020年，交流电园林机械单位材料成本相比2019年增加21.69元/件，剔除原材料价格变动和运费的影响后，主要是因交流电清洗机高价位2700 PSI型号产品销量占比增加且低价位1700 PSI型号产品销量占比减少。

2021年，剔除价格变动后的单位材料成本与2020年相比变动较小。

2) 直接人工

2020年和2021年逐渐下降，主要系公司越南工厂于2019年下半年开始逐步投入生产，越南当地劳工成本较低，是推动整体成本结构中直接人工占比下降的主要原因。

3) 制造费用和运费

2020 年单位制造费用上升，主要系公司产能逐渐向越南工厂转移，越南工厂需向国内采购，导致公司内部运费上升。2021 年单位制造费用较 2020 年上升 18.62 元/件，单位制造费用上升主要系计入制造费用的关税及公司内部运费（如公司工厂向美国等公司海外仓库运输的海运费）上升，2021 年国际集装箱海运成本上升导致公司工厂向美国等海外仓库运输的海运费上升。根据上海航运交易所发布的数据，中国出口集装箱运价指数 2021 年平均值为 2626.41 点，2020 年平均值为 984.42 点，上涨幅度为 166.80%。公司采购的集装箱单位运价由 2020 年的 4,878.37 美元增长至 2021 年的 11,592.24 美元，上涨幅度为 137.63%，海运费单价上涨幅度较大。

2020 年开始，根据企业会计准则，公司将原计入销售费用的运费计入成本，2021 年单位运费较 2020 年相比变动较小。

二、比较分析各期主要原材料的采购价格与市场价格是否存在重大差异、各期各原材料采购价格是否存在重大差异，如有披露其原因及合理性，并披露报告期内主要原材料采购量、耗用量与产量的匹配关系；

（一）比较分析各期主要原材料的采购价格与市场价格是否存在重大差异、各期各原材料采购价格是否存在重大差异，如有披露其原因及合理性

1、情况说明

公司生产所需的主要原材料包括锂电池电芯、电子电气件、五金件、电机组件、塑料粒子、塑胶件、铸件、金属材料 and 包装材料等。由于公司采购主要原材料细分种类众多，形态差异较大，计量单位多样，且除部分大宗物料外无公开市场价格，因此本处选取其中年度间具有可比性的相同型号、相同规格的细分原材料的采购价格，并与市场价格进行对比分析。

报告期各期，公司各类别主要型号细分原材料的采购价格及其变动情况如下：

分类	品名	规格	单位	原材料采购单价		
				2021 年	2020 年	2019 年
锂电池电芯	锂电池电芯	1.5Ah、2Ah、2.5Ah、3Ah、4Ah、4.1Ah、304AH	元/个	7.58	8.25	10.31
电子电气件	电源线组件	14 号线-两芯	元/个	63.47	58.48	58.87

分类	品名	规格	单位	原材料采购单价		
				2021年	2020年	2019年
	保护器	自动保护器	元/个	21.70	21.80	21.92
	贴片 IC	MCU/16BIT/flash32k/SS0	元/个	2.51	2.65	2.69
五金件	金属枪柄组件	金属枪柄/锁扣浅灰色/扳机绿色 376C	元/个	20.92	20.45	21.55
	枪杆	组件	元/套	9.00	8.70	8.86
塑料粒子	ABS	757	元/kg	13.40	9.76	9.78
	PP	NC803	元/kg	8.55	8.13	9.27
电机组件	漆包线	\	元/kg	60.05	45.61	44.77
包装材料	集草袋	黑色	元/个	14.97	15.05	15.48
	彩盒	555*395*320mm/五层 AB	元/个	11.29	12.12	12.97
塑胶件	高压管	2500psi/7.6m/2XM22-14/橡胶/蓝色	元/根	45.18	46.64	46.67
	高压管	13.8MPa/6m/2XM22-14/PVC/烟灰色/带扎带	元/套	14.04	13.37	13.56
压铸件	油缸（新）	ADC12	元/个	7.65	7.55	7.72
	泵体	A360	元/个	10.17	9.54	9.62
金属材料	电工钢	\	元/kg	7.24	4.54	4.75

2019-2020年，发行人较多原材料价格整体呈下降趋势，主要原因系公司每年设置了降本目标，根据供应商的用料结构、工艺工序以及市场行情进行原材料成本分析，与供应商进行价格的协商谈判或者更换报价更低的供应商；公司生产经营规模的持续扩大带来的规模化采购也有利于公司在原材料采购时的价格谈判。2021年以来，受市场行情影响，发行人主要原材料平均采购价格整体呈上升趋势。根据主要原材料供应商的确认，公司采购价格与供应商向其他客户销售的同类产品价格相比不存在显著差异，具备市场公允性。

发行人主要原材料平均采购价格变动的具体原因以及与市场价格的对比情况如下：

(1) 锂电池电芯

报告期内，发行人锂电池电芯的平均采购价格变动情况如下：

单位：元/个

品名	2021 年		2020 年		2019 年
	均价	变动	均价	变动	均价
锂电池电芯	7.58	-8.20%	8.25	-19.97%	10.31

锂电池电芯价格变化主要原因分析如下：

1) 电芯采购结构影响

报告期内，发行人按规格分类锂电池电芯的采购均价及采购数量占比如下：

单位：元/个

类别	2021 年		2020 年		2019 年	
	均价	占比	均价	占比	均价	占比
1.5AH	5.35	-0.01%	4.88	0.25%	6.11	0.05%
2AH	6.30	67.09%	6.65	61.25%	7.72	37.54%
2.5AH/2.6AH	9.10	27.81%	10.03	30.95%	10.95	45.50%
3AH	13.10	2.37%	13.77	6.84%	14.24	16.38%
4AH/4.1AH	18.04	2.75%	17.36	0.70%	18.46	0.53%
304AH	688.50	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
合计	7.58	100.00%	8.25	100.00%	10.31	100.00%

注：2021 年 1.5AH 电芯存在退货。

公司采购的锂电池电芯按规格可分为 1.5AH、2AH、2.5AH、2.6AH、3AH、4AH、4.1AH 及 304AH 电芯，安时越高，相应单价也越高。2019 年，公司锂电池电芯的采购结构相较于 2018 年更偏高安时数值，因此电芯采购均价有所上升；2020 年及 2021 年，公司增加了对单价较低的 2AH 电芯的采购量，推动电芯采购均价下降。

2) “国产替代”趋势影响

报告期内，发行人按国产和进口分类锂电池电芯的采购均价及采购数量占比如下：

单位：元/个

类别	2021 年		2020 年		2019 年	
	均价	占比	均价	占比	均价	占比
国产	6.84	84.05%	6.18	49.16%	7.07	28.23%
进口	11.44	15.95%	10.26	50.84%	11.59	71.77%
合计	7.58	100.00%	8.25	100.00%	10.31	100.00%

随着国内锂电池供应商技术实力增强及产能扩大，国产锂电池在产品性能上逐步接近甚至赶超进口产品。由于国产锂电池的价格相较进口产品优势明显，随着经营规模的扩大，发行人逐步加大了对国产锂电池电芯的采购，国产锂电池电芯的采购占比逐年大幅增长，“国产替代”对公司锂电池电芯的采购均价下降起到了重要作用。发行人的国产锂电池电芯供应商主要为亿纬锂能，自 2018 年开始逐年减少向三星 SDI、LG 化学、村田等境外供应商的电芯采购量。

3) 汇率波动影响

报告期内，发行人锂电池电芯采购主要以美元直接结算，但随着发行人扩大国产电芯的采购量，以美元结算的采购量占比逐年下降；发行人按币种结算分类锂电池电芯的采购量及其占比情况如下：

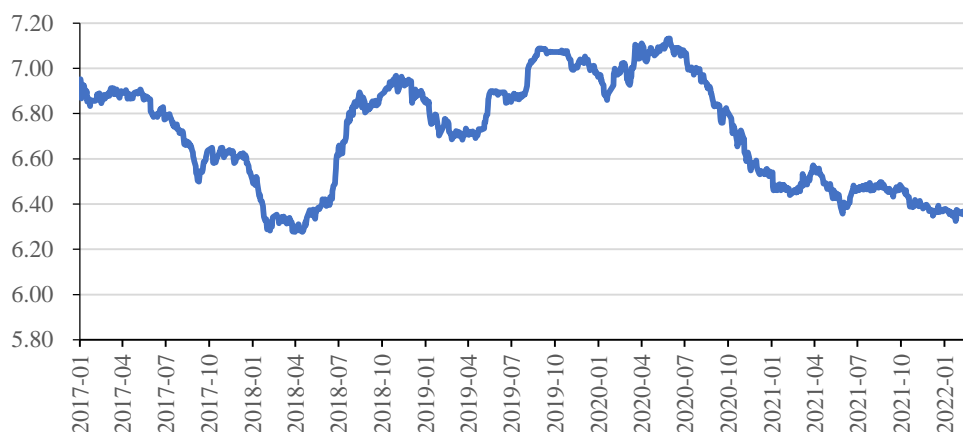
单位：万个

类别	2021 年		2020 年		2019 年	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比
人民币结算	7,227.50	86.51%	2,727.28	47.97%	662.03	15.35%
美元结算	1,126.69	13.49%	2,958.41	52.03%	3,650.59	84.65%
合计	8,354.19	100.00%	5,685.70	100.00%	4,312.62	100.00%

2019 年，以美元结算的电芯采购量占比高达 84.65%，同时美元兑人民币汇率较高，导致 2019 年以人民币计量的电芯平均采购价格较高。2020 年，虽然美元兑人民币汇率在前三季度仍保持较高水平，但受“国产替代”因素影响，以美元结算的电芯采购量占比下降至 52.03%，电芯平均采购价格受汇率因素影响大幅下降。2021 年，美元汇率持续走低，进一步降低了以美元结算的电芯价格。

美元兑人民币汇率走势情况如下：

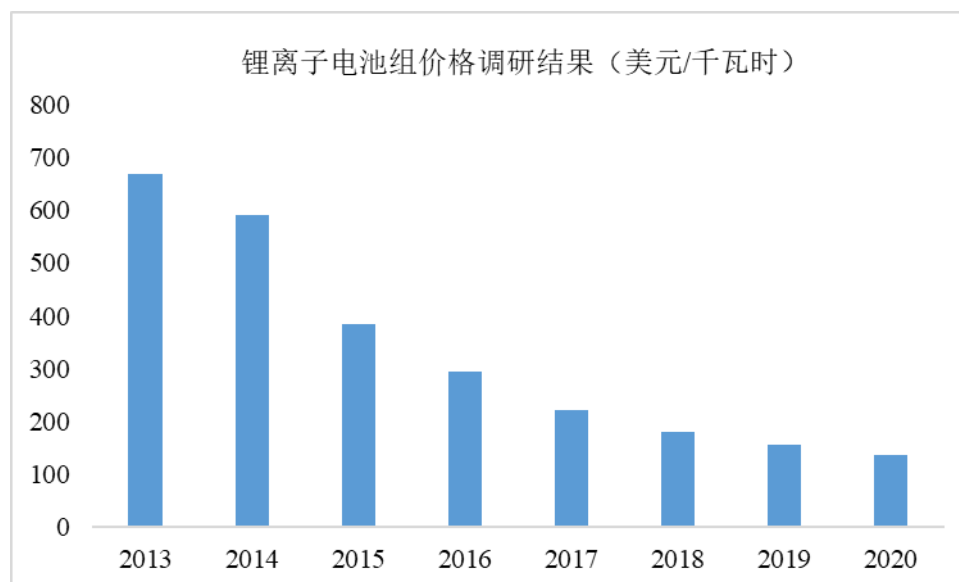
中间价:美元对人民币



数据来源: wind

4) 锂电池市场价格变动影响

随着技术进步及锂电池市场需求增长带来的规模化效应,锂电池及上游原材料的市场价格均在持续下降。彭博新能源财经(BNEF)发布的锂离子电池组价格调研报告显示,2013年到2020年间,全球锂离子电池组平均价格从668美元/千瓦时降至137美元/千瓦时,降幅达79.49%。根据最新预测,到2023年,锂离子电池组平均价格将接近100美元/千瓦时。



数据来源: 彭博新能源财经(BNEF)

(2) 塑料粒子

报告期内,发行人主要型号塑料粒子的平均采购价格变动情况如下:

单位：元/kg

品名	规格	2021 年		2020 年		2019 年
		均价	变动	均价	变动	均价
ABS	757	13.40	37.27%	9.76	-0.21%	9.78
PP	NC803	8.55	5.14%	8.13	-12.32%	9.27

塑料粒子价格波动主要受大宗物料市场行情及上游原油价格波动影响，具体情况如下：

1) 大宗物料市场行情波动影响

报告期内，塑料粒子 ABS 和 PP 的市场行情如下：

项目	2021 年		2020 年		2019 年
	平均值	变动	平均值	变动	平均值
中国塑料城 ABS 指数	1,261.24	31.80%	956.94	4.94%	911.89
中国塑料城 PP 指数	859.12	12.11%	766.28	-10.85%	859.54

数据来源：wind 资讯

报告期内，发行人 ABS（757）的平均采购价格持续下降，变动比例依次为 -0.21%和 37.27%；PP（NC803）的平均采购价格持续下降，变动比例依次为 -12.32%和 5.14%。塑料粒子属于大宗商品，其价格整体变动趋势与公开市场的大宗商品价格走势基本一致；其中，发行人 2020 年 ABS（757）的平均采购单价与中国塑料城 ABS 指数变动方向存在差异，主要原因系：1）ABS 价格于 2020 年前三季度较 2019 年呈下降趋势，公司前三季度采购量之和高于第四季度采购量；2）公司对 ABS（757）的采购主要以美元结算，2020 年第四季度 ABS 提价时，美元兑人民币汇率持续下跌。

2) 上游原油价格波动影响

公司采购的塑料粒子主要包括 PP、ABS 等，均属于石油衍生品，与国际原油价格呈正相关关系。受 2019 年末原油价格开始持续下跌的影响，塑料粒子的平均采购单价也出现持续下降趋势；随着 2020 年末以来原油价格的回升，塑料粒子的平均采购单价也不断上升。



数据来源：wind 资讯

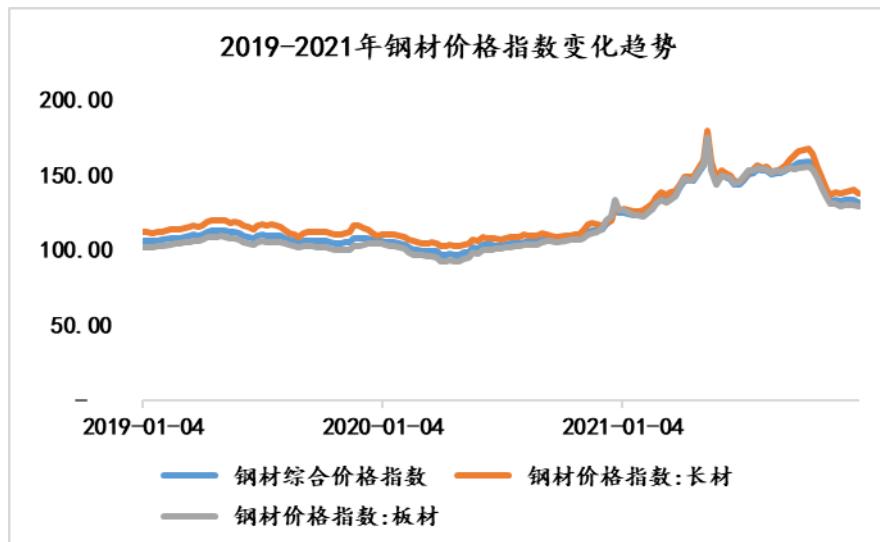
(3) 电工钢

报告期内，发行人电工钢的平均采购价格变动情况如下：

单位：元/kg

品名	2021 年		2020 年		2019 年
	均价	变动	均价	变动	均价
电工钢	7.24	59.44%	4.54	-4.38%	4.75

报告期内，钢材的市场行情如下：



数据来源：wind 资讯

2019-2020年，发行人电工钢的平均采购价格呈持续下降趋势；2021年，发行人电工钢的平均采购价格大幅上升。电工钢属于大宗商品，其价格整体变动趋势与公开市场的大宗商品价格走势基本一致。

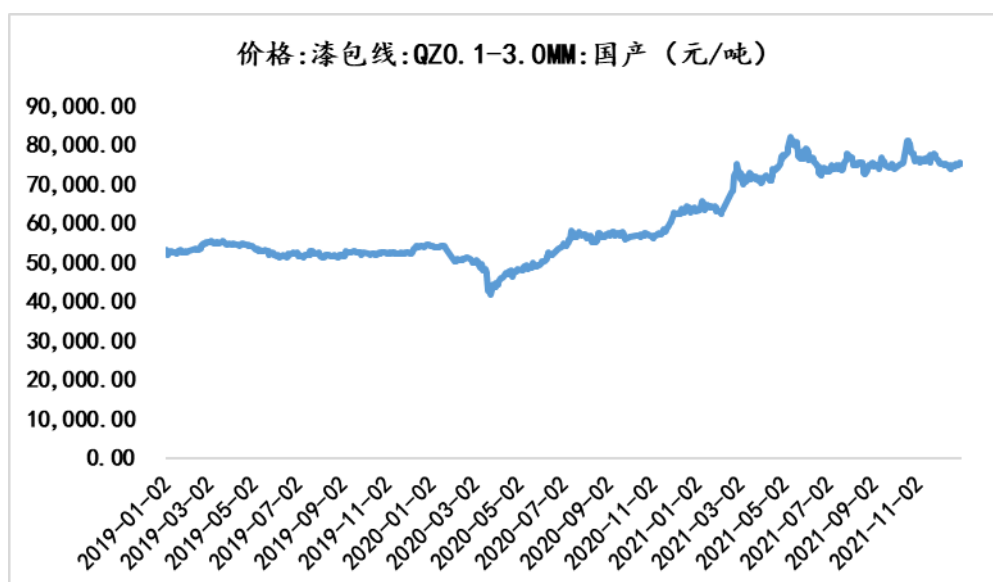
(4) 漆包线

报告期内，发行人漆包线的平均采购价格变动情况如下：

单位：元/kg

品名	2021年		2020年		2019年
	均价	变动	均价	变动	均价
漆包线	60.05	31.66%	45.61	1.89%	44.77

报告期内，漆包线（QZ0.1-3.0MM，国产）的市场行情如下：



数据来源：wind 资讯

2019-2020年，发行人漆包线的平均采购价格变动幅度较小；2021年，发行人漆包线的平均采购价格大幅上升。发行人采购的漆包线价格整体变动趋势与公开市场的大宗商品价格走势基本一致。

2、补充披露

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购与主要供应商情况”之“（一）原材料采购情况”之“2、主要原材料价格变动情况”补充披露如下：

2019-2020年，发行人较多原材料价格整体呈下降趋势，主要原因系公司每年设置了降本目标，根据供应商的用料结构、工艺工序以及市场行情进行原材料成本分析，与供应商进行价格的协商谈判或者更换报价更低的供应商；公司生产经营规模的持续扩大带来的规模化采购也有利于公司在原材料采购时的价格谈判。2021年以来，受市场行情影响，发行人主要原材料平均采购价格整体呈上升趋势。根据主要原材料供应商的确认，公司采购价格与供应商向其他客户销售的同类产品价格相比不存在显著差异，具备市场公允性。

（二）披露报告期内主要原材料采购量、耗用量与产量的匹配关系

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”补充披露如下：

4、主要原材料采购量、耗用量与产量的匹配关系分析

报告期内，发行人产品及原材料涉及的类别、型号众多，不同型号产品对应的原材料配比及具体规格存在较大差异。此外，为不断推出符合下游消费者需求的新产品并保持竞争力，公司一直主导各类产品设计升级及材料降本工作，产品迭代速度较快，报告期内公司采购的各类原材料细分规格及构成也存在较大变动。

基于上述背景，公司选取锂电池电芯、塑料粒子、电子电气件、电机组件和五金件五类主要原材料的主要规格型号，就相关采购量、耗用量和产量的匹配关系进行分析。

（1）采购量与耗用量分析

报告期内，公司主要原材料采购量与耗用量对比情况如下：

期间	原材料类别	计量单位	期初数量	采购入库数量	本期领用数量	期末数量
2021年	锂电池电芯	万个	633.97	8,589.69	8,547.50	676.15
	电机组件（磁瓦）	万个	86.38	2,630.51	2,592.15	124.74
	五金件（枪柄）	万个	16.42	143.49	148.57	11.34
	塑料粒子	万kg	375.12	1,859.27	1,937.79	296.59
	电子电气件（电源线）	万个	20.89	443.89	428.62	36.16
2020年	锂电池电芯	万个	897.01	5,655.01	5,918.05	633.97
	电机组件（磁瓦）	万个	14.83	1,746.83	1,675.28	86.38
	五金件（枪柄）	万个	1.55	161.80	146.92	16.42

期间	原材料类别	计量单位	期初数量	采购入库数量	本期领用数量	期末数量
	塑料粒子	万 kg	141.82	1,804.46	1,571.15	375.12
	电子电气件（电源线）	万个	3.18	416.85	399.14	20.89
2019 年	锂电池电芯	万个	1,372.44	4,367.91	4,843.34	897.01
	电机组件（磁瓦）	万个	7.17	1,372.79	1,365.13	14.83
	五金件（枪柄）	万个	0.11	93.22	91.79	1.55
	塑料粒子	万 kg	155.00	1,239.17	1,252.35	141.82
	电子电气件（电源线）	万个	4.87	276.06	277.76	3.18

注¹：上表中采购量为实际入库数量，不包含在途物资部分；

注²：上表中塑料粒子不包含色母、色粉等辅助性材料，电机组件、五金件和电子电气件因内部构成料件较多，各选取了其中主要的一类物件，分别为磁瓦、枪柄和电源线。

报告期各期，公司主要原材料根据客户订单规模、生产需求、海外物料运输周期等因素安排采购计划，各期主要原材料采购量与耗用量整体具备匹配性。磁瓦、枪柄和电源线各期初、期末库存数量均较低，锂电池电芯和塑料粒子由于部分供应商位于海外，公司备货数量相应较多。部分期间，公司结合大宗产品市场行情适度增加备货，故相应材料的采购量大于领用数量。

（2）耗用量与产量分析

1) 锂电池电芯

单位：万个

期间	总领用量	非生产领用量	生产领用量①	根据 BOM 测算的终端产成品耗用量	根据 BOM 测算的零部件及在产品变动影响	合计理论耗用量②	耗用比率（①/②）
2021 年	8,547.50	6.43	8,541.08	8,087.68	-43.59	8,044.08	106.18%
2020 年	5,918.05	4.99	5,913.07	5,610.30	59.49	5,669.80	104.29%
2019 年	4,843.34	9.84	4,833.50	4,565.43	2.15	4,567.58	105.82%

注¹：根据 BOM 测算的终端产成品耗用量=∑具体规格终端产品产量*对应 BOM 原材料配比数值，下同；

注²：根据 BOM 测算的零部件及在产品变动影响=∑（具体规格零部件或在产品期末数量-期初数量）*对应 BOM 原材料配比数值，下同；

注³：合计理论耗用量=根据 BOM 测算的终端产成品耗用量+根据 BOM 测算的零部件及在产品变动影响，下同；

注⁴：非生产领用量来自研发领用等，下同。

2) 电机组件（磁瓦）

单位：万个

期间	总领用量	非生产领用量	生产领用量①	根据 BOM 测算的终端产成品耗用量	根据 BOM 测算的零部件及在产品变动影响	合计理论耗用量②	耗用比率 (①/②)
2021 年	2,592.15	4.19	2,587.96	2,486.75	-21.38	2,465.37	104.97%
2020 年	1,675.28	1.11	1,674.17	1,577.57	103.27	1,680.85	99.60%
2019 年	1,365.13	1.57	1,363.57	1,294.86	8.34	1,303.19	104.63%

3) 五金件 (枪柄)

单位: 万个

期间	总领用量	非生产领用量	生产领用量①	根据 BOM 测算的终端产成品耗用量	根据 BOM 测算的零部件及在产品变动影响	合计理论耗用量②	耗用比率 (①/②)
2021 年	148.57	0.30	148.28	145.18	-1.77	143.41	103.39%
2020 年	146.92	0.18	146.74	149.39	0.64	150.03	97.81%
2019 年	91.79	0.25	91.54	87.84	-0.00	87.84	104.21%

4) 塑料粒子

单位: 万 kg

期间	总领用量	非生产领用量	生产领用量①	根据 BOM 测算的终端产成品耗用量	根据 BOM 测算的零部件及在产品变动影响	合计理论耗用量②	耗用比率 (①/②)
2021 年	1,937.79	44.25	1,893.55	1,727.42	-6.93	1,720.50	110.06%
2020 年	1,571.15	61.62	1,509.54	1,551.87	35.80	1,587.67	95.08%
2019 年	1,252.35	33.89	1,218.46	1,270.69	-8.82	1,261.87	96.56%

5) 电子电气件 (电源线)

单位: 万个

期间	总领用量	非生产领用量	生产领用量①	根据 BOM 测算的终端产成品耗用量	根据 BOM 测算的零部件及在产品变动影响	合计理论耗用量②	耗用比率 (①/②)
2021 年	428.62	0.64	427.98	432.13	-8.35	423.78	100.99%
2020 年	399.14	0.31	398.83	390.63	8.04	398.67	100.04%
2019 年	277.76	0.27	277.49	280.84	-0.23	280.61	98.89%

综上所述, 报告期内, 公司各类主要材料投入量与产出量基本保持匹配。

三、补充披露越南工厂的成本结构与常州工厂的差异及合理性, 并结合越南工厂 2019 年及 2020 年员工人数及劳务派遣、劳务外包情况, 分析用工情况是否与越南工厂的产量相匹配, 人均产出是否与常州基地存在重大差异, 人均薪酬是否和当地市场水平匹配;

(一) 补充披露越南工厂的成本结构与常州工厂的差异及合理性

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”补充披露如下：

5、越南工厂的成本结构与常州工厂的差异及合理性

发行人越南工厂于 2019 年投入使用并产生销售，2019 年、2020 年和 2021 年，发行人主营业务收入中越南工厂产品与常州工厂产品的成本结构情况如下：

单位：万元

项目	2021 年			
	越南工厂		常州工厂	
	金额	占比	金额	占比
直接材料	76,535.15	82.37%	201,575.14	75.37%
直接人工	3,564.93	3.84%	19,624.36	7.34%
制造费用	10,180.28	10.96%	36,713.56	13.73%
运输费	2,631.97	2.83%	9,524.25	3.56%
合计	92,912.33	100.00%	267,437.31	100.00%

（续上表）

项目	2020 年				2019 年			
	越南工厂		常州工厂		越南工厂		常州工厂	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	41,001.23	85.34%	180,120.00	79.41%	14,053.97	88.02%	188,364.89	83.54%
直接人工	2,187.96	4.55%	17,018.90	7.50%	580.89	3.64%	18,797.47	8.34%
制造费用	3,506.93	7.30%	20,391.07	8.99%	1,332.16	8.34%	18,304.08	8.12%
运输费	1,350.74	2.81%	9,292.84	4.10%	-	-	-	-
合计	48,046.85	100.00%	226,822.81	100.00%	15,967.02	100.00%	225,466.44	100.00%

如剔除 2020 年由于新收入准则导致的运输费调整至成本科目核算的影响，越南工厂和常州工厂产品主营业务成本中直接材料、直接人工和制造费用的构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年			
	越南工厂		常州工厂	
	金额	占比	金额	占比
直接材料	76,535.15	84.77%	201,575.14	78.16%
直接人工	3,564.93	3.95%	19,624.36	7.61%
制造费用	10,180.28	11.28%	36,713.56	14.23%
合计	90,280.36	100.00%	257,913.07	100.00%

(续上表)

项目	2020年				2019年			
	越南工厂		常州工厂		越南工厂		常州工厂	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	41,001.23	87.80%	180,120.00	82.80%	14,053.97	88.02%	188,364.89	83.54%
直接人工	2,187.96	4.69%	17,018.90	7.82%	580.89	3.64%	18,797.47	8.34%
制造费用	3,506.93	7.51%	20,391.07	9.37%	1,332.16	8.34%	18,304.08	8.12%
合计	46,696.11	100.00%	217,529.97	100.00%	15,967.02	100.00%	225,466.44	100.00%

常州工厂与越南工厂的成本结构差异原因如下：

(1) 由于越南工人工资约为常州工厂的 1/3，即使考虑到两地工人的工作效率存在差异，但总体而言越南工厂的人工成本仍然大幅低于常州，因此越南工厂的成本结构中直接人工占比较低；

(2) 越南工厂的原材料占比较高，一方面是因为越南当地因产业链不如国内完整，越南本土采购材料的成本稍高于国内，另一方面是因为越南工厂的直接人工占比较低，也会导致直接材料成本占比略高；

(3) 制造费用方面，2019年由于越南工厂投入运营时间较短，生产效率处于爬坡阶段，因此制造费用占比相对常州工厂较高，随着越南工厂生产规模的增加和管理水平的成熟，2020年、2021年成本结构中制造费用的占比越南工厂低于常州工厂。

(二) 结合越南工厂 2019 年及 2020 年员工人数及劳务派遣、劳务外包情况，说明用工情况是否与越南工厂的产量相匹配，人均产出是否与常州基地存在重大差异，人均薪酬是否和当地市场水平匹配。

1、用工情况是否与越南工厂的产量相匹配，人均产出是否与常州基地存在重大差异

报告期内，格力博越南工厂与常州基地的用工情况、产量情况对比如下：

区域	项目	2021年	2020年	2019年
越南	产量（万件）	218.51	159.37	43.35
	一线员工人数（人）	503	346	259
	月度人均产量（件/人）	361.81	384.30	243.60
常州	产量（万件）	461.36	423.06	399.39

区域	项目	2021 年	2020 年	2019 年
	一线员工人数（人）	1,348	1,193	1,212
	月度人均产量（件/人）	285.26	295.49	274.51

注¹：产量统计口径为发行人园林机械整机产品产量；

注²：一线员工人数统计口径为当年每月度整机组装直接人工人数的平均值。

报告期内，越南工厂月度人均产量整体保持稳定，其中，2019 年月度人均产量低于 2020 年和 2021 年，主要原因系越南工厂于 2019 年 8-9 月开始处于试产、投产阶段，生产效率相对较低。

报告期内，越南工厂月度人均产量均高于常州基地，主要原因如下：

第一，两地生产的产品品类存在差异。常州基地主要生产推草机、松土机、空压机等轮式产品和打草机、链锯、修枝机等手持式产品，越南工厂则主要生产清洗机等轮式产品和吹风机、Kobalt 系列打草机等手持式产品，越南工厂产品的生产工序相对简单，单位产品的耗时较短。

以常州生产的轮式推草机与越南生产的轮式清洗机对比，Kobalt 系列 40V 自走推草机的小时产能为 50 台，投入人数 61 人，人均小时产能 0.82 台；而 Kobalt 系列 1700PSI 清洗机的小时产能为 85 台，投入人数 25 人，人均小时产能 3.4 台。以常州生产的手持式链锯与越南生产的手持式吹风机对比，Kobalt 系列 40V 链锯的小时产能为 52 台，投入人数 22 人，人均小时产能 2.36 台；而越南生产的吹风机的小时产能 72 台，投入人数 20 人，人均小时产能 3.6 台。

第二，两地一线组装人员承担职责存在差异。越南工厂清洗机等产品的部分零部件（如泵体及油缸等）由常州基地组装成组件后发运越南，越南工厂组装一线员工无需同时负担该部分零部件的组装工作，因此会显著减少越南工厂的人员投入，提升越南工厂的人均产出。

第三，两地整机组装生产线的切换频率存在差异。越南工厂产品品类相对较少，其清洗机等产品的组装生产线相对固定，无需多次切换至组装其他类别产品，因此生产效率相比常州基地更高。

综上所述，越南工厂的用工情况与产量相匹配，人均产出与常州基地不存在异常差异。

2、人均薪酬是否和当地市场水平匹配

报告期内，公司越南工厂人均薪酬与越南当地平均薪酬情况对比如下：

单位：千越南盾/月

项目	2021年	2020年	2019年
格力博越南工厂人均薪酬	9,383.35	8,373.15	7,009.44
越南平均薪酬	未取得	6,678.03	6,714.45

注：越南工厂人均薪酬统计口径为全部正式员工；
数据来源：越南国家统计局。

公司越南工厂位于海防，属越南经济较发达地区。报告期内，格力博越南工厂的人均薪酬分别为7,009.44千越南盾/月、8,373.15千越南盾/月和9,383.35千越南盾/月，高于越南平均薪酬，与当地市场水平不存在异常差异。

四、结合发行人报告期各期的生产人员人数、工时、人均产出等情况，分析报告期人工费用的合理性及与收入的匹配关系；比较发行人与同行业公司生产人员工资的差异情况，并分析披露发行人生产人员工资水平的合理性；

（一）结合发行人报告期各期的生产人员人数、工时、人均产出等情况，分析报告期人工费用的合理性及与收入的匹配关系

报告期各期，公司生产人员人数、工时、人均产出以及人工费用与收入的匹配情况如下：

项目	2021年	2020年	2019年
总产量（万件）	679.86	582.42	442.75
生产人员人数（人）	4,485	3,710	3,321
其中：整机组装人员人数（人）	1,851	1,539	1,320
总工时（万小时）	1,263.02	1,000.84	872.41
人均工时（小时/月）	234.67	224.82	218.91
人均产出（件/月）	306.08	315.44	279.46
单位工时人工成本（元）	23.39	22.89	22.99
生产成本——直接人工	29,547.80	22,911.31	20,057.46
主营业务成本——直接人工	23,189.29	19,282.53	19,557.30
主营业务收入	497,937.18	426,298.99	372,005.35
主营业务成本——直接人工占主营业务收入的比例	4.66%	4.52%	5.26%

注¹：产量统计口径为发行人园林机械整机产品产量；

注²：生产人员人数系当年每月度直接人工人数的平均值，整机组装人员人数系当年每月度整机组装直接人工人数的平均值；

注³：人均产出=总产量/整机组装人员人数/12，公司人均产出变动情况分析参见本题第三问之回复；

注⁴：单位工时人工成本=生产成本——直接人工/总工时。

报告期内，公司生产成本中的直接人工呈逐年增长趋势，由 2019 年的 20,057.46 万元增至 2021 年的 29,547.80 万元，增幅为 47.32%，主要原因系基于业务规模扩大的需要，公司不断增加生产人员数量，由 2019 年的 3,321 人增至 2021 年的 4,485 人，总工时亦由 2019 年的 872.41 万小时增至 2021 年的 1,263.02 万小时，因而人工费用随之逐年增加。

报告期内，公司单位工时人工成本变动比较平稳，分别为 22.99 元、22.89 元和 23.39 元。2020 年公司单位工时人工成本略有下降，主要原因系公司越南工厂 2019 年开始投产，2020 年以来生产能力和规模又进一步提升，而越南劳动力成本显著低于常州生产基地。2021 年公司单位工时人工成本有所上升，主要系用工市场人力紧张导致工资水平上升、疫情社保减免结束以及员工餐补上涨等因素所致。

2020 年，生产成本中直接人工较 2019 年增加，而主营业务成本中直接人工则有所降低，一方面系 2020 年末，公司在手订单规模较大，公司根据订单需求加大了生产，但因海运关系使得发货周期有所延长，产销量降低，主营业务成本结转相应有所减少。2021 年，生产成本中直接人工大幅超过主营业务成本中直接人工，主要原因系受疫情下出口运力紧张、海外仓库备货量增加、在手订单规模较大等因素影响，公司 2021 年末存货较多，主营业务成本结转相应减少。

报告期内，公司主营业务成本中直接人工占主营业务收入的比例分别为 5.26%、4.52%和 4.69%，其波动主要是受汇率变动、用工市场供求、规模化及精益化生产等方面因素影响。

综上所述，报告期内公司人工费用具备合理性，与主营业务收入相匹配。

（二）比较发行人与同行业公司生产人员工资的差异情况，并分析披露发行人生产人员工资水平的合理性

根据公开信息渠道，同行业可比公司未披露各年度生产人员工资相关情况。

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”补充披露如下：

6、生产人员工资水平分析

报告期各期，公司生产人员工资与常州、越南当地平均工资对比情况如下：

项目	2021年	2020年	2019年
常州基地生产人员人均薪酬（元/月）	6,131.10	5,482.86	5,037.96
江苏省城镇私营单位就业人员月平均工资（制造业）（元/月）	未取得	5,390.92	4,943.08
越南工厂生产人员人均薪酬（千越南盾/月）	8,911.42	7,989.97	6,820.68
越南人均薪酬（千越南盾/月）	未取得	6,678.03	6,714.45

注：常州基地和越南工厂人均薪酬统计口径为全部正式生产人员（直接人工+间接人工）。数据来源：江苏省统计局、越南国家统计局。

报告期内，公司常州生产基地正式生产人员的人均薪酬分别为 5,037.96 元/月、5,482.86 元/月和 6,131.10 元/月，与江苏省城镇私营单位就业人员月平均工资（制造业）相比不存在显著差异，与当地市场水平匹配。

越南工厂位于海防，属越南经济较发达地区。报告期内，格力博越南工厂正式生产人员的人均薪酬分别为 6,820.68 千越南盾/月、7,989.97 千越南盾/月和 8,911.42 千越南盾/月，高于越南平均薪酬，不存在异常差异，与当地市场水平匹配。

五、进一步详细披露制造费用各细分项目构成及变动原因，包括结合各期相关固定资产及其变动情况匡算相关制造费用-折旧费金额的合理性、准确性，结合各期的产销情况匡算相关燃料动力、物料消耗、间接人工等发生额是否处于合理区间；

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“2、主营业务成本按性质构成情况”补充披露如下：

2、主营业务成本按性质构成情况

.....

（2）制造费用分析

报告期内，公司制造费用明细构成情况如下：

单位：万元

项目	2021年		2020年		2019年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
折旧摊销	6,751.83	12.95%	4,427.29	16.27%	3,807.91	22.79%
其中：折旧费	4,119.69	7.90%	3,768.21	13.85%	3,279.76	19.63%
间接人工	7,632.98	14.64%	5,639.94	20.72%	5,078.46	30.39%
物料消耗	28,797.17	55.24%	11,708.70	43.02%	3,884.70	23.25%
燃料动力	2,470.62	4.74%	2,089.02	7.68%	2,027.32	12.13%
其他	6,477.51	12.43%	3,350.70	12.31%	1,911.72	11.44%
合计	52,130.11	100.00%	27,215.66	100.00%	16,710.11	100.00%

注¹：为与后文相关费用合理性、金额匡算等内容衔接，上述制造费用明细系生产成本口径；

注²：物料消耗中包含关税及海运费，由于2021年海运费上涨幅度较大导致物料消耗金额较大。

报告期内，公司制造费用主要由折旧摊销、间接人工、物料消耗和燃料动力构成，各明细构成的变动分析具体如下：

1) 折旧费

报告期内，公司境内生产用固定资产变动与制造费用—折旧费金额的匡算过程如下：

单位：万元

项目	房屋及建筑物	机器设备	机器设备-模具	计算机及电子设备	家具工具	运输工具	合计
折旧期限（月）	240	120	36	36	60	48	-
残值率	10%	10%	10%	10%	10%	10%	-
2021年							
期初原值	1,278.19	30,312.51	-	3,558.77	932.50	390.32	36,472.30
本期增加	-	4,066.73	-	529.98	523.22	102.77	5,222.70
本期减少	-	-5,982.13	-	-285.75	-70.23	-	-6,338.11
匡算折旧金额	57.52	2,220.24	-	995.16	163.06	89.75	3,525.71
2020年							
期初原值	1,278.19	26,128.71	-	3,595.40	1,134.30	405.80	32,542.40
本期增加	-	4,444.35	-	423.78	117.38	21.46	5,006.97
本期减少	-	-260.54	-	-460.40	-319.18	-36.95	-1,077.07
匡算折旧金额	57.52	2,361.47	-	951.09	148.48	83.39	3,601.96
2019年							

项目	房屋及建筑物	机器设备	机器设备-模具	计算机及电子设备	家具工具	运输工具	合计
期初原值	1,278.19	26,136.87	-	3,850.50	1,128.30	373.17	32,767.02
本期增加	-	4,261.74	-	303.01	16.01	32.63	4,613.39
本期减少	-	-4,269.90	-	-558.10	-10.01	-	-4,838.01
匡算折旧金额	57.52	1,999.99	-	995.29	201.53	84.57	3,338.91

注¹：本期减少金额以负号表示；

注²：匡算折旧金额=（期初原值+本期减少）*（1-残值率）/折旧期限*折旧月数+本期增加*（1-残值率）/折旧期限*平均折旧期限，年折旧月数为12个月，新增固定资产集中于年底安装到位，因此平均折旧期限取1个月。

报告期内，公司越南生产用固定资产变动与制造费用—折旧费金额的匡算过程如下：

单位：万元

项目	房屋及建筑物	机器设备	机器设备-模具	计算机及电子设备	家具工具	运输工具	合计
折旧期限（月）	240	120	36	36	60	72	-
残值率	0%	0%	0%	0%	0%	0%	-
2021年							
期初原值	-	1,961.49	-	131.07	1,364.20	226.50	3,683.27
本期增加	-	9,365.74	-	144.10	447.22	707.34	10,664.40
本期减少	-	-10.07	-	-	-	-	-10.07
匡算折旧金额	-	274.20	-	47.69	280.29	47.57	649.76
2020年							
期初原值	-	859.71	-	43.99	302.72	120.14	1,326.55
本期增加	-	1,101.79	-	87.09	1,061.48	106.36	2,356.72
本期减少	-	-	-	-	-	-	-
匡算折旧金额	-	95.15	-	17.08	78.23	21.50	211.97
2019年							
期初原值	-	-	-	-	-	-	-
本期增加	-	859.71	-	43.99	302.72	120.14	1,326.55
本期减少	-	-	-	-	-	-	-
匡算折旧金额	-	7.16	-	1.22	5.05	1.67	15.10

注¹：本期减少金额以负号表示；

注²：匡算折旧金额=（期初原值+本期减少）*（1-残值率）/折旧期限*折旧月数+本期增加*（1-残值率）/折旧期限*平均折旧期限，年折旧月数为12个月，新增固定资产集中于年底安装到位，因此平均折旧期限取1个月。

上述匡算结果与制造费用—折旧费实际发生额的对比情况如下：

单位：万元

项目	2021年	2020年	2019年
常州匡算折旧金额	3,525.71	3,601.96	3,338.91
越南匡算折旧金额	649.76	211.97	15.10
合计	4,175.47	3,813.93	3,354.01
制造费用-折旧费	4,119.69	3,768.21	3,279.76
差异率	1.35%	1.21%	2.26%

注：制造费用-折旧费系生产成本口径

报告期内，公司制造费用-折旧费根据相关固定资产变动匡算的金额与实际发生额差异较小，制造费用-折旧费的金额合理、准确。

2) 间接人工、物料消耗、燃料动力

报告期内，公司制造费用中间接人工、物料消耗、燃料动力等与产销数据的对比情况如下：

单位：万元、万件

项目	2021年		2020年		2019年
	数值	变动率	数值	变动率	数值
制造费用-间接人工	7,632.98	35.34%	5,639.94	11.06%	5,078.46
制造费用-物料消耗	28,797.17	145.95%	11,708.70	201.41%	3,884.70
制造费用-物料消耗 (剔除关税运费及 材料价格差异影响)	9,462.45	40.22%	6,748.23	17.21%	5,757.16
制造费用-燃料动力	2,470.62	18.27%	2,089.02	3.04%	2,027.32
整机产品产量	679.86	16.73%	582.42	31.55%	442.75
非整机产品产量	732.44	39.49%	525.10	45.20%	361.63
整机产品销量	647.26	23.97%	522.11	11.76%	467.18
非整机产品销量	506.61	8.42%	467.27	-5.10%	492.36

注¹：制造费用明细系生产成本口径；

注²：非整机产品系电池包、充电器、配件和电机等；

注³：从物料消耗金额中剔除的关税运费指境内主体与境外主体之间发送货物产生的相关费用，材料价格差异系公司采用实际成本法核算材料成本时将实际入账与估价之间的差异在制造费用中分摊的部分。

制造费用-间接人工方面：2020年制造费用-间接人工金额变动幅度低于整机产品产量和非整机产品产量的变动幅度，主要系：一方面，公司及境内子公司在疫情背景下享受社保减免；另一方面，越南工厂产量大幅增加且人工成本较低，降低了整体层面间接人工金额。2021年制造费用-间接人工金额变动幅度高于整机产品产量的变动幅度，主要系2021年公司工资水平存在一定程度上升。

制造费用-物料消耗方面：2020年，剔除关税运费及材料价格差异影响后的物料消耗金额相比2019年增加约17%，低于整机产品和非整机产品产量增加幅度，主要是因公司推动机物料辅料精益取用、同类更具性价比辅材降本替代等工作。2021年，剔除关税运费及材料价格差异影响后的物料消耗金额同比增长率为40.22%，与非整机产品产量变动幅度较为一致。未剔除关税运费及材料价格差异影响的制造费用-物料消耗2021年金额较2020年增长145.95%，主要系2021年关税及海运费金额较大所致，2021年关税及海运费金额为17,582.42万元，较2020年的5,736.29万元上升206.51%。

制造费用-燃料动力方面：2020年制造费用-燃料动力金额增长幅度较低，主要是因疫情背景下常州工厂享受电费价格优惠政策，且越南工厂电价较低，其生产规模增加后有利于合并层面燃料动力的成本降低。2021年制造费用-燃料动力金额增长幅度与整机产品产量变动幅度较为一致。

六、补充说明报告期内发行人各类材料对应的主要供应商的基本情况和合作情况，包括主营业务、股权结构、实际控制人、注册资本、行业地位、经营规模、采购内容、平均采购单价、发行人向供应商的采购额及占该产品采购额的比例、发行人采购额占供应商该类产品的销售额比例、开始合作时间等，并说明相关供应商及其关联方与发行人是否存在关联关系或其他利益安排；

（一）补充说明报告期内发行人各类材料对应的主要供应商的基本情况和合作情况，包括主营业务、股权结构、实际控制人、注册资本、行业地位、经营规模、采购内容、平均采购单价、发行人向供应商的采购额及占该产品采购额的比例、发行人采购额占供应商该类产品的销售额比例、开始合作时间等

报告期内，公司主要原材料类别为锂电池电芯、电子电气件、五金件、电机组件、塑料粒子、塑胶件、铸件、金属材料 and 包装材料等，报告期各期公司上述各类别原材料对应的主要供应商的基本情况和合作情况如下：

1、锂电池电芯

报告期内，公司锂电池电芯前三名供应商的采购金额及占同类材料采购总额的比例、公司采购额占供应商该类产品的销售额比例如下：

单位：万元

年份	序号	供应商名称	原材料采购金额	其中：锂电池电芯采购金额	同类采购占比	采购额占供应商该类产品的销售额比例
2021年	1	亿纬锂能	39,704.00	39,704.00	62.47%	未取得
	2	村田	9,193.31	9,193.31	14.46%	未取得
	3	力神电池(苏州)有限公司	8,465.75	8,465.75	13.32%	3.00%
2020年	1	亿纬锂能	18,857.82	18,857.82	38.88%	2.31%
	2	Samsung SDI	13,954.11	13,954.11	28.77%	0.27%
	3	村田	10,344.50	10,344.50	21.33%	未取得
2019年	1	Samsung SDI	16,071.43	16,071.43	34.45%	0.35%
	2	村田	10,552.27	10,552.27	22.62%	未取得
	3	亿纬锂能	9,772.72	9,772.68	20.95%	1.52%

注¹：1) 亿纬锂能含惠州亿纬锂能股份有限公司及其子公司亿纬亚洲有限公司；2) 村田含 Murata Manufacturing Company, Ltd 的子公司 Murata Company Limited 和村田电子贸易(上海)有限公司。

注²：亿纬锂能、村田及 Samsung SDI 为上市公司，“采购额占供应商该类产品的销售额比例”系根据电芯供应商当年对应分部营业收入计算得到，其中村田因财报年度不同无法计算，亿纬锂能和村田尚未披露 2021 年年度报告。

注³：同大类下原材料采购价格在不同供应商之间以及在不同年度之间的差异主要为原材料细分种类规格差异、采购时点差异等因素所致，下同。

报告期内，公司向前三名锂电池电芯供应商采购的电芯均价如下：

供应商	品名	单位	平均采购单价		
			2021年	2020年	2019年
亿纬锂能	锂电池电芯	元/个	7.02	6.18	7.07
Samsung SDI	锂电池电芯	元/个	10.05	9.60	10.94
村田	锂电池电芯	元/个	12.53	11.63	13.86
力神电池(苏州)有限公司	锂电池电芯	元/个	6.12	-	-

公司各期前三名锂电池电芯供应商的主营业务、股权结构、实际控制人、注册资本、行业地位、经营规模和开始合作时间等情况如下：

序号	供应商名称	注册资本	主营业务	股权结构/实控人	行业地位和经营规模	开始合作时间
1	惠州亿纬锂能股份有限公司	188,886.5429 万人民币	生产销售消费电池和动力电池	系上市公司(300014.SZ)，第一大股东为西藏亿纬控股有限公司，实控人为刘金成	锂原电池产销规模多年来稳居国内第一，动力电池装机量同样排名前列，是中国锂电池行业的核心供应企业，2020年营业收	2018年

序号	供应商名称	注册资本	主营业务	股权结构/实控人	行业地位和经营规模	开始合作时间
					入为 81.62 亿元。	
2	Samsung SDI Co., Ltd	3,567 亿韩元	生产销售可充电电池、屏幕基材等	系上市公司（006400.KS），第一大股东为 Samsung Electronics Co Ltd	全球锂离子电池行业中的龙头企业之一，2020 年营业收入为 112,948 亿韩元。	2017 年
3	Murata Manufacturing Company, Ltd (村田)	694.44 亿日元	生产销售电容、压电组件、通讯模块、电池等	系上市公司（6981:TYO），第一大股东为 The Master Trust Bank of Japan, Ltd.（日本マスタートラスト信託銀行株式会社）	全球动力电池领域的行业龙头之一，2020 财年营业收入为 16,301.93 亿日元。	2017 年
4	力神电池（苏州）有限公司	65,646 万元人民币	锂离子电池研发与制造	天津力神电池股份有限公司（100%），实控人为国资委	力神电池拥有 24 年锂离子电池研发与制造经验，已具有 15G 瓦时锂离子蓄电池的年生产能力，国际高端市场占有率位居全球锂电行业前列。	2021 年

2、电子电气件

报告期内，公司电子电气件前三名供应商的采购金额及占同类材料采购总额的比例、公司采购额占供应商该类产品的销售额比例如下：

单位：万元

年份	序号	供应商名称	原材料采购金额	其中：电子电气件采购金额	同类采购占比	采购额占供应商该类产品的销售额比例
2021 年	1	苏州益而益电器制造有限公司	4,738.85	4,738.85	6.08%	7.00%
	2	深圳市港晟电子有限公司	2,899.17	2,899.17	3.72%	9.20%
	3	康伯斯	2,749.22	2,749.22	3.53%	10.00%
2020 年	1	苏州益而益电器制造有限公司	4,705.81	4,705.81	8.00%	6.55%
	2	康伯斯	3,100.11	3,100.11	5.27%	11.00%
	3	深圳市港晟电子有限公司	1,872.96	1,872.96	3.18%	9.20%
2019 年	1	苏州益而益电器制造有限公司	2,276.43	2,276.43	5.07%	3.99%
	2	绍兴菲迪克电子有限公司	2,108.40	2,108.40	4.70%	未取得
	3	康伯斯	1,733.58	1,733.58	3.86%	11.00%

注¹：康伯斯含宁波康伯斯电器有限公司和余姚市精益电子有限公司。

注²：“采购额占供应商该类产品的销售额比例”系供应商提供。

报告期内，公司向前三名电子电气件供应商采购的主要物料均价如下：

供应商	品名	单位	平均采购单价		
			2021年	2020年	2019年
苏州益而益电器制造有限公司	漏电保护器	元/个	27.27	23.00	22.70
	电源线组件	元/个	60.29	56.69	60.44
康伯斯	电源线、导线等	元/个	9.32	8.18	6.21
浙江锦婷线缆有限公司	电源线、导线等	元/个	6.37	5.38	-
深圳市港晟电子有限公司	场效应管、MOS管等	元/个	2.06	1.76	2.08
绍兴菲迪克电子有限公司	电源线、开关导线等	元/个	1.24	3.56	4.02

公司各期前三名电子电气件供应商的主营业务、股权结构、实际控制人、注册资本、行业地位、经营规模和开始合作时间等情况如下：

序号	供应商名称	注册资本	主营业务	股权结构/实控人	行业地位和经营规模	开始合作时间
1	苏州益而益电器制造有限公司	9,063.714265万元人民币	研发、生产、销售漏电保护系列产品	益而益（集团）有限公司（45%）、章龙（37.4%，实控人）、尚文治（17.6%）	电路保护设备领域领先生产制造企业，2020年营业收入为6.87亿元。	2012年
2	宁波康伯斯电器有限公司	310万美元	生产销售电源线、插头等	香港康伯斯（国际）有限公司（100%）；实控人为秦如堂、王玲娣夫妇	专业生产世界各国橡胶电源线、聚氯乙烯电线和各国认证插头插座的厂家，2020年营业收入为2.7亿元。	2008年
	余姚市精益电子有限公司	350万元人民币	生产销售电源线、插头等	秦如堂（70%）、何斯雯（30%）；实控人为秦如堂、王玲娣夫妇		
3	浙江锦婷线缆有限公司	1,000万人民币	生产销售电线、插头、汽车电器接插件等	施建平（60%，实控人）、崔苏君（40%）	世界各国标准电线、插头、汽车电器接插件的专业制造商，2020年营业收入为0.61亿元。	2020年
4	深圳市港晟电子有限公司	1,000万人民币	电源配套解决方案	王丹（实控人，60%）、王继华（40%）	在半导体产品代理分销业务领域服务的客户遍布于华中、华东、华南以及台湾地区，2020年营业收入为3.50亿元。	2017年
5	绍兴菲迪克电子有限公司	100万美元	生产销售电源线、插头等	施婷婷（实控人，100%）	未取得	2013年

3、五金件

报告期内，公司五金件前三名供应商的采购金额及占同类材料采购总额的比例、公司采购额占供应商该类产品的销售额比例如下：

单位：万元

年份	序号	供应商名称	原材料采购金额	其中：五金件采购金额	同类采购占比	采购额占供应商该类产品的销售额比例
2021年	1	常州市精奥耘机械配件厂	2,267.55	2,216.39	4.56%	75.00%
	2	宁波达尔机械科技有限公司	1,906.50	1,906.50	3.92%	2.92%
	3	海门宝宏机械有限公司	1,888.33	1,888.33	3.88%	30.00%
2020年	1	浙江富鸿科技有限公司	3,806.63	1,909.78	4.62%	24.80%
	2	宁波达尔机械科技有限公司	1,856.60	1,856.60	4.50%	2.60%
	3	常州市精奥耘机械配件厂	1,694.64	1,682.10	4.07%	75.00%
2019年	1	常州博佳电机电器制造有限公司	1,939.75	1,923.71	6.83%	87.00%
	2	常州市精奥耘机械配件厂	1,312.59	1,306.19	4.64%	65.00%
	3	宁波达尔机械科技有限公司	1,276.96	1,276.96	4.54%	2.32%

注：“采购额占供应商该类产品的销售额比例”系供应商提供。

报告期内，公司向前三名五金件供应商采购的主要物料均价如下：

供应商	品名	单位	平均采购单价		
			2021年	2020年	2019年
浙江富鸿科技有限公司	枪柄组件、枪杆组件等	元/个	12.86	11.69	12.21
宁波达尔机械科技有限公司	轴承	元/个	1.32	1.27	1.28
常州市精奥耘机械配件厂	支架毛坯、铁夹管等	元/个	3.25	3.36	3.58
常州博佳电机电器制造有限公司	支架、轮轴等	元/个	3.81	3.88	4.08
海门宝宏机械有限公司	储气罐毛坯	元/个	176.57	107.73	88.32

公司各期前三名五金件供应商的主营业务、股权结构、实际控制人、注册资本、行业地位、经营规模和开始合作时间等情况如下：

序号	供应商名称	注册资本	主营业务	股权结构/实控人	行业地位和经营规模	开始合作时间
1	浙江富鸿科技有限公司	1,000万人民币	生产销售高压清洗机附件	徐德龙（实控人、90%）、吴玉姿（10%）	高压清洗机附件领先企业，年均生产高压清洗机附件1800余万套，	2010年

序号	供应商名称	注册资本	主营业务	股权结构/实控人	行业地位和经营规模	开始合作时间
					2020 年营业收入为 1.5 亿元。	
2	宁波达尔机械科技有限公司	4,000 万人民币	生产销售轴承	陈伟庆（实控人，51%）、田建军（49%）	在精密轴承行业中排名领先，2020 年营业收入为 6.62 亿元。	2008 年
3	常州市精奥耘机械配件厂	40 万人民币	柴油机配件等零部件制造	裴忠良（实控人，100%）	2020 年营业收入为 0.19 亿元。	2009 年
4	常州博佳电机电器制造有限公司	50 万人民币	生产销售电机、电器等零配件	吕文博（实控人，75%）、高慧娟（25%）	2020 年营业收入为 0.19 亿元。	2006 年
5	海门宝宏机械有限公司	500 万人民币	生产销售储气罐	王仁（实控人，60%）、应飞（40%）	2021 年营业收入为 0.5 亿元。	2008 年

4、电机组件

报告期内，公司电机组件前三名供应商的采购金额及占同类材料采购总额的比例、公司采购额占供应商该类产品的销售额比例如下：

单位：万元

年份	序号	供应商名称	原材料采购金额	其中：电机组件采购金额	同类采购占比	采购额占供应商该类产品的销售额比例
2021 年	1	包头市金蒙汇磁材料有限责任公司	4,987.71	4,987.71	15.03%	8.94%
	2	铜陵精达里亚特种漆包线有限公司	3,015.06	3,015.06	9.08%	0.25%
	3	江阴市创佳电器有限公司	2,999.92	2,999.92	9.04%	20.00%
2020 年	1	铜陵精达里亚特种漆包线有限公司	2,720.67	2,720.67	10.63%	0.86%
	2	苏州凯航电机有限公司	2,477.58	2,477.58	9.68%	10.29%
	3	包头市金蒙汇磁材料有限责任公司	2,349.04	2,349.04	9.18%	8.32%
2019 年	1	铜陵精达里亚特种漆包线有限公司	1,778.49	1,778.49	10.69%	0.66%
	2	包头市金蒙汇磁材料有限责任公司	1,618.97	1,618.97	9.73%	6.65%
	3	安徽省瀚海新材料股份有限公司	1,235.77	1,235.77	7.43%	9.37%

注：苏州凯航电机有限公司的“采购额占供应商该类产品的销售额比例”系根据科沃斯（603486.SH）年度报告显示的其营业收入计算得到，其他系供应商提供。

报告期内，公司向前三名电机组件供应商采购的主要物料均价如下：

供应商	品名	单位	平均采购单价		
			2021 年	2020 年	2019 年
包头市金蒙汇磁材料有限责任公司	磁铁、磁瓦等	元/个	3.91	2.99	3.03

供应商	品名	单位	平均采购单价		
			2021年	2020年	2019年
江阴市创佳电器有限公司	定子铁芯、转子铁芯等	元/个	10.32	7.40	6.22
铜陵精达里亚特种漆包线有限公司	漆包线	元/kg	66.72	49.59	48.38
苏州凯航电机有限公司	碳刷组件	元/套	2.05	2.00	2.04
	电机	元/个	90.50	78.67	79.91
	聚风罩	元/个	-	-	2.09
安徽省瀚海新材料股份有限公司	磁铁、磁瓦等	元/个	3.88	3.14	2.77

公司各期前三名电机组件供应商的主营业务、股权结构、实际控制人、注册资本、行业地位、经营规模和开始合作时间等情况如下：

序号	供应商名称	注册资本	主营业务	股权结构/实控人	行业地位和经营规模	开始合作时间
1	包头市金蒙汇磁材料有限责任公司	6,300万人民币	生产高性能烧结钕铁硼磁性材	孙喜平（实控人，79.2403%）、李海全（12.5873%）、林凯（4.7619%）、全明（2.2200%）、郭丽敏（1.1905%）	2020年营业收入为2.75亿元。	2018年
2	江阴市创佳电器有限公司	888万人民币	生产销售冲压铁芯	丁秋萍（实控人，52.8435%）、徐君康（47.1565%）	2021年营业收入为1.50亿元。	2018年
3	铜陵精达里亚特种漆包线有限公司	2,695.25万美元	生产销售漆包线	铜陵精达特种电磁线股份有限公司（70%）、里亚电磁线有限公司（30%）；实控人为李光荣	国内规模最大的特种电磁线制造企业精达股份（600577.SH）与全球最大特种电磁线制造企业美国里亚（ReaMagnetWireCompany Inc.）设立的中美合资企业，年产能为60,000吨，2020年营业收入为31.03亿元。	2014年
4	苏州凯航电机有限公司	1,281.77万人民币	生产销售电机产品及零配件	科沃斯机器人股份有限公司（90%）、王云彬（10%）；实控人为钱东奇	科沃斯（603486.SH）控股子公司，全球超过4,000万家庭用户和商业用户的清洁设备装配了凯航生产的电机，2020年营业收入为2.80亿元。	2017年
5	安徽省瀚海新材料股份有限公司	5555.5556万人民币	生产高性能烧结钕铁硼磁性材	深圳市瀚海投资有限公司（45.90%）、刘竞成（26.86%）、深圳市尚德启慧投资管	国内稀土钕铁硼永磁材料领先生产制造企业，2020年营业收入为2.08亿元。	2006年

序号	供应商名称	注册资本	主营业务	股权结构/实控人	行业地位和经营规模	开始合作时间
				理中心（有限合伙）（17.10%）、深圳市臻格投资管理有限公司（9.00%）、武崇利（1.00%）、合肥优资资产管理有限公司（0.04%）、中联纵横（北京）管理顾问有限公司（0.04%）、许萍珍（0.01%）、谢水香（0.01%）、曹其伟（0.01%）；实控人为刘尚平		

5、塑料粒子

报告期内，公司塑料粒子前三名供应商的采购金额及占同类材料采购总额的比例、公司采购额占供应商该类产品的销售额比例如下：

单位：万元

年份	序号	供应商名称	原材料采购金额	其中：塑料粒子采购金额	同类采购占比	采购额占供应商该类产品的销售额比例
2021年	1	金发科技	16,268.92	16,268.92	55.37%	未取得
	2	万华化学	4,426.22	4,426.22	15.06%	未取得
	3	SABIC	4,235.53	4,235.53	14.42%	未取得
2020年	1	金发科技	14,699.76	14,694.30	64.09%	0.46%
	2	SABIC	2,785.12	2,785.12	12.15%	0.01%
	3	万华化学	2,338.89	2,338.89	10.20%	0.03%
2019年	1	金发科技	11,457.04	11,457.04	65.06%	0.39%
	2	SABIC	2,421.21	2,421.21	13.75%	0.05%
	3	LG化学	10,959.33	1,717.20	9.75%	0.02%

注¹：1) 金发科技含金发科技股份有限公司及其子公司江苏金发科技发展新材料有限公司和香港金发发展有限公司；2) SABIC 含 Saudi Basic Industries Corporation 的子公司 SABIC ASIA PACIFIC PTE LTD 和沙特基础工业（中国）投资有限公司；3) 万华化学含万华化学集团股份有限公司的子公司万华化学（烟台）销售有限公司和万华化学（新加坡）有限公司；4) LG 化学含 LG Chem , Ltd 及其子公司宁波乐金甬兴化工有限公司；

注²：上述塑料粒子供应商均为上市公司，“采购额占供应商该类产品的销售额比例”系根据塑料粒子供应商当年对应分部营业收入计算得到；上述公司尚未披露 2021 年年度报告。

报告期内，公司向前三名塑料粒子供应商采购的塑料粒子均价如下：

供应商	品名	单位	平均采购单价		
			2021年	2020年	2019年
金发科技	塑料粒子	元/kg	13.96	12.67	13.51
SABIC	塑料粒子	元/kg	12.67	9.70	9.59
万华化学	塑料粒子	元/kg	23.98	15.75	14.95
LG化学	塑料粒子	元/kg	15.80	-	16.03

公司各期前三名塑料粒子供应商的主营业务、股权结构、实际控制人、注册资本、行业地位、经营规模和开始合作时间等情况如下：

序号	供应商名称	注册资本	主营业务	股权结构/实控人	行业地位和经营规模	开始合作时间
1	金发科技股份有限公司	257,362.2343万人民币	生产销售改性塑料、完全生物降解塑料、特种工程塑料等新材料	系上市公司(600143.SH); 第一大股东为袁志敏(19.83%); 实控人为袁志敏	全球化工新材料行业产品种类最为齐全的企业之一, 亚太地区规模最大、产品种类最为齐全的改性塑料生产企业, 2020年营业收入为350.6亿元。	2002年
2	Saudi Basic Industries Corporation	300亿沙特里亚尔	生产销售石油化工产品、高分子材料、化学肥料、钢铁等	系上市公司(2010.SR), 第一大股东为Saudi Aramco(沙特阿拉伯国家石油公司)	全球最大的石化产品制造商之一, 业务运营遍布全球50多个国家, 2020年总产能已达6,080万吨, 2020年营业收入为1,169.50亿沙特里亚尔。	2018年
3	万华化学集团股份有限公司	313,974.6626万人民币	生产销售聚氨酯、石化、精细化学品等化工新材料	系上市公司(600309.SH); 第一大股东为烟台国丰投资控股集团有限公司; 实控人为烟台市人民政府国有资产监督管理委员会	极具竞争优势的聚氨酯、石化、精细化学品及新材料供应商, 全球领先的MDI供应和服务商, 全球TDI、ADI、聚醚、TPU等产品主流供应商, 2020年营业收入为734.3亿元。	2019年
4	LG Chem Ltd	3,914.06亿韩元	生产销售基础化工原料、电池、屏幕基材、激素、注射药物等	系上市公司(051910.KS), 第一大股东为LG Corp.	全球石油化学生产的龙头企业之一, 2020年营业收入为300,765.10亿韩元。	2015年

6、塑胶件

报告期内, 公司塑胶件前三名供应商的采购金额及占同类材料采购总额的比例、公司采购额占供应商该类产品的销售额比例如下:

单位：万元

年份	序号	供应商名称	原材料采购金额	其中：塑胶件采购金额	同类采购占比	采购额占供应商该类产品的销售额比例
2021年	1	常州金沙宝科技有限公司	3,142.30	2,666.02	14.02%	95.00%
	2	SCHIEFFER CO. INTERNATIONAL L. C.	2,481.99	2,481.99	13.05%	13.00%
	3	浙江富鸿科技有限公司	3,412.78	1,177.48	6.19%	20.00%
2020年	1	SCHIEFFER CO. INTERNATIONAL L. C.	2,493.03	2,493.03	13.76%	16.00%
	2	常州金沙宝科技有限公司	2,847.44	2,225.41	12.29%	45.00%
	3	CÔNG TY TNHH ZHILIANG VIỆT NAM	1,901.82	1,901.82	10.50%	20.00%
2019年	1	SCHIEFFER CO. INTERNATIONAL L. C.	1,605.18	1,605.18	15.97%	23.00%
	2	常州金沙宝科技有限公司	1,232.83	877.61	8.73%	38.00%
	3	常州市恒创塑胶制品有限公司	1,272.45	847.88	8.44%	38.00%

注：“采购额占供应商该类产品的销售额比例”系供应商提供。

报告期内，公司向前三名塑胶件供应商采购的主要物料均价如下：

供应商	品名	单位	平均采购单价		
			2021年	2020年	2019年
常州金沙宝科技有限公司	皂液盒、轮子组件等	元/个	3.13	2.65	2.04
SCHIEFFER CO. INTERNATIONAL L. C.	高压管	元/根	45.50	46.64	46.19
浙江富鸿科技有限公司	塑料枪柄、清洁壶等	元/个	5.61	5.49	4.66
CÔNG TY TNHH ZHILIANG VIỆT NAM	机壳、吹管等	元/个	7.40	6.74	6.82
常州市恒创塑胶制品有限公司	插片座、机壳等	元/个	1.52	1.45	1.52

公司各期前三名塑胶件供应商的主营业务、股权结构、实际控制人、注册资本、行业地位、经营规模和开始合作时间等情况如下：

序号	供应商名称	注册资本	主营业务	股权结构/实控人	行业地位和经营规模	开始合作时间
1	常州金沙宝科技有限公司	20万美元	注塑生产加工	常州市康星车辆配件有限公司（55%）、金沙宝实业有限公司（45%）；实控人为杨明	2020年营业收入为0.53亿元。	2009年
2	SCHIEFFER CO. INTERNATIONAL L. C.	N/A	生产销售高压橡胶软管	Schieffer GmbH & Co. KG	全球领先高压塑胶管件生产制造企业，2020年营业收入为20.50百万美元。	2016年

序号	供应商名称	注册资本	主营业务	股权结构/实控人	行业地位和经营规模	开始合作时间
3	浙江富鸿科技有限公司	1,000万人民币	生产销售高压清洗机附件	徐德龙（实控人，90%）、吴玉姿（10%）	高压清洗机附件领先企业，年均生产高压清洗机附件 1800 余万套，2020 年营业收入为 1.5 亿元。	2010 年
4	CÔNG TY TNHH ZHILIANG VIỆT NAM	350 万美元	组装、模具、注塑及加工配套	刘汉良（100%）	2020 年营业收入为 3,284.41 亿越南盾。	2019 年
5	常州市恒创塑胶制品有限公司	200 万人民币	生产销售塑料制品、胶木制品、照明器材	李念栋（实控人，50%）、唐菊芬（25%）、李雄（25%）	2020 年营业收入为 0.35 亿元。	2003 年

7、压铸件

报告期内，公司压铸件前三名供应商的采购金额及占同类材料采购总额的比例、公司采购额占供应商该类产品的销售额比例如下：

单位：万元

年份	序号	供应商名称	原材料采购金额	其中：压铸件采购金额	同类采购占比	采购额占供应商该类产品的销售额比例
2021 年	1	常州市夏桑机电股份有限公司	3,402.00	3,393.43	27.74%	11.00%
	2	常州市蓝皓力宇电器有限公司	1,827.40	1,629.40	13.32%	60.00%
	3	南通固威机电有限公司	1,634.77	1,634.77	13.36%	43.18%
2020 年	1	常州市夏桑机电股份有限公司	2,810.86	2,804.90	28.07%	12.83%
	2	常州市蓝皓力宇电器有限公司	1,397.22	1,276.00	12.77%	51.50%
	3	无锡杰宇车辆配件制造有限公司	1,087.03	839.14	8.40%	59.00%
2019 年	1	常州市夏桑机电股份有限公司	1,882.50	1,878.77	30.04%	14.40%
	2	常州市蓝皓力宇电器有限公司	1,120.30	1,022.14	16.35%	50.10%
	3	常州华晨铸造有限公司	483.17	463.48	7.41%	8.00%

注：“采购额占供应商该类产品的销售额比例”系供应商提供。

报告期内，公司向前三名压铸件供应商采购的主要物料均价如下：

供应商	品名	单位	平均采购单价		
			2021 年	2020 年	2019 年
常州市夏桑机电股份有限公司	油缸、泵体等	元/个	6.77	5.14	5.09
常州市蓝皓力宇电器有限公司	泵体毛坯、端盖等	元/个	4.49	3.98	4.29
南通固威机电有限公司	泵盖泵体组件等	元/个	123.24	79.13	132.74
无锡杰宇车辆配件制造有限公司	油缸、铝夹管等	元/个	5.19	5.46	5.21

供应商	品名	单位	平均采购单价		
			2021年	2020年	2019年
常州华晨铸造有限公司	机壳、端盖等	元/个	10.16	10.92	13.16

公司各期前五名压铸件供应商的主营业务、股权结构、实际控制人、注册资本、行业地位、经营规模和开始合作时间等情况如下：

序号	供应商名称	注册资本	主营业务	股权结构/实控人	市场地位和经营规模	开始合作时间
1	常州市夏桑机电股份有限公司	3,500万人民币	生产销售电机、机械零部件	孙琳蓉（实控人，42.8571%）、孙金（42.8571%）、朱梦亮（10.0000%）、吴智达（4.2857%）	2020年营业收入为1.93亿元。	2011年
2	常州市蓝皓力宇电器有限公司	500万人民币	生产销售铝铸件、机械零部件、塑料工业配件等	唐伟琦（实控人，60%）、张倩（40%）	2020年营业收入为0.28亿元。	2008年
3	南通固威机电有限公司	1,000万人民币	生产销售高压水泵、泵体泵盖及相关配件	王旭东（实控人，70%）、李春雷（15%）、胡伟明（15%）	2021年营业收入为0.32亿元。	2008年
4	无锡杰宇车辆配件制造有限公司	500万人民币	生产销售机械零配件、非标金属结构件、冲压件等	郑兰（实控人，99.50%）、华银飞（0.50%）	2020年营业收入为0.17亿元。	2016年
5	常州华晨铸造有限公司	980万人民币	生产销售合金铸件、机械零部件等	陈晨（实控人，50%）、黄霞丽（40%）、陈新华（10%）	2020年营业收入为0.91亿元。	2018年

8、金属材料

报告期内，公司金属材料前三名供应商的采购金额及占同类材料采购总额的比例、公司采购额占供应商该类产品的销售额比例如下：

单位：万元

年份	序号	供应商名称	原材料采购金额	其中：金属材料采购金额	同类采购占比	采购额占供应商该类产品的销售额比例
2021年	1	常州双康金属材料有限公司	1,265.05	1,265.05	12.54%	20.00%
	2	上海雨荣实业有限公司	966.62	966.62	9.59%	20.00%
	3	秦领实业（上海）有限公司	955.11	955.11	9.47%	30.00%
2020年	1	上海雨荣实业有限公司	1,476.50	1,476.50	17.53%	20.00%
	2	常州双康金属材料有限公司	1,111.68	1,111.68	13.20%	35.00%
	3	江苏川通金属科技有限公司	801.90	801.90	9.52%	21.00%

年份	序号	供应商名称	原材料采购金额	其中：金属材料采购金额	同类采购占比	采购额占供应商该类产品的销售额比例
2019年	1	常州双明金属材料有限公司	1,203.15	1,203.15	21.69%	40.00%
	2	上海雨荣实业有限公司	790.94	790.94	14.26%	20.00%
	3	江苏川通金属科技有限公司	756.70	756.70	13.64%	30.00%

注：“采购额占供应商该类产品的销售额比例”系供应商提供。

报告期内，公司向前三名金属材料供应商采购的主要物料均价如下：

供应商	品名	单位	平均采购单价		
			2021年	2020年	2019年
常州双康金属材料有限公司	黑管、光亮管等	元/kg	6.54	5.14	-
上海雨荣实业有限公司	冷板、酸洗板等	元/kg	6.05	4.78	4.75
秦领实业（上海）有限公司	电工钢	元/kg	6.86	-	5.00
江苏川通金属科技有限公司	冷板	元/kg	5.56	4.65	4.78
常州双明金属材料有限公司	黑管、光亮管等	元/kg	-	-	5.16

公司各期前五名金属材料供应商的主营业务、股权结构、实际控制人、注册资本、行业地位、经营规模和开始合作时间等情况如下：

序号	供应商名称	注册资本	主营业务	股权结构/实控人	行业地位和经营规模	开始合作时间
1	常州双康金属材料有限公司	100万人民币	销售金属材料、金属制品、建筑材料、塑料制品等	徐志林（实控人，90%）、陈月萍（10%）	2020年营业收入约为0.6亿元。	2020年
2	秦领实业（上海）有限公司	1,000万人民币	批发销售金属及金属矿、建材及化工产品等	张弟林（实控人，70%）、张弟林（30%）	2021年营业收入为0.40亿元。	2019年
3	上海雨荣实业有限公司	800万人民币	销售金属材料、冶金辅料、钢材等	何建（实控人，60%）、何献荣（40%）	2020年营业收入为0.90亿元。	2016年
4	江苏川通金属科技有限公司	1,000万人民币	销售金属材料及制品、化工产品等	陆奇峰（实控人，100%）	2020年营业收入为0.37亿元。	2017年
5	常州双明金属材料有限公司	80.8万人民币	销售金属材料、建筑材料、五金件、电器配件、车辆配件、塑料粒子	徐志荣（实控人，62.8713%）、徐兴新（37.1287%）	未取得	2017年

9、包装材料

报告期内，公司包装材料前三名供应商的采购金额及占同类材料采购总额的比例、公司采购额占供应商该类产品的销售额比例如下：

单位：万元

年份	序号	供应商名称	原材料采购金额	其中：包装材料采购金额	同类采购占比	采购额占供应商该类产品的销售额比例
2021年	1	常州市天方印刷有限公司	3,109.97	3,109.97	18.07%	24.40%
	2	常州宏业包装材料有限公司	1,740.72	1,740.72	10.11%	6.00%
	3	扬州中博园林器材厂	1,799.94	1,582.40	9.19%	未提供
2020年	1	常州市天方印刷有限公司	2,423.24	2,423.24	17.12%	21.00%
	2	扬州中博园林器材厂	1,484.95	1,340.05	9.47%	55.00%
	3	张家港精工包装彩印有限公司	1,264.04	1,264.04	8.93%	14.37%
2019年	1	常州市天方印刷有限公司	2,351.95	2,351.95	21.78%	22.00%
	2	裕同科技	1,136.91	1,136.91	10.53%	0.12%
	3	扬州中博园林器材厂	1,192.96	1,091.90	10.11%	60.00%

注¹：裕同科技含深圳市裕同包装科技股份有限公司的子公司苏州裕同印刷有限公司和越南裕同印刷包装有限公司。

注²：裕同科技为上市公司，“采购额占供应商该类产品的销售额比例”系根据其当年对应分部营业收入计算得到，其他系供应商提供。

报告期内，公司向前三名包装材料供应商采购的主要物料均价如下：

供应商	品名	单位	平均采购单价		
			2021年	2020年	2019年
常州市天方印刷有限公司	彩盒、白盒等	元/个	11.57	11.55	10.03
裕同科技	彩盒、彩箱等	元/个	9.56	8.28	11.42
	衬板	元/个	0.53	0.55	0.61
	隔板	元/个	-	3.34	3.39
	牛皮纸	元/个	0.03	-	-
常州宏业包装材料有限公司	彩盒、衬板等	元/个	2.00	2.16	2.45
扬州中博园林器材厂	集草袋、布袋等	元/个	15.34	14.42	15.21
张家港精工包装彩印有限公司	彩盒、白盒等	元/个	10.97	11.10	11.01

公司各期前三名包装材料供应商的主营业务、股权结构、实际控制人、注册资本、行业地位、经营规模和开始合作时间等情况如下：

序号	供应商名称	注册资本	主营业务	股权结构/实控人	市场地位和经营规模	开始合作时间
1	常州市天方印刷有限公司	1,000万人民币	包装装潢印刷品排版、制版、印刷、装订	丁鉴（实控人，95%）、朱萍（5%）	2020年营业收入为1.08亿元。	2015年

序号	供应商名称	注册资本	主营业务	股权结构/实控人	市场地位和经营规模	开始合作时间
2	深圳市裕同包装科技股份有限公司	87,709.8616 万人民币	销售纸箱、彩盒、包装盒、布袋、产业用纺织制成品、PU 包装成品、塑胶制品	系上市公司（002831.SZ），第一大股东及实控人为吴兰兰	国内领先的包装整体解决方案服务商，2020 年营业收入为 117.9 亿元。	2018 年
3	常州宏业包装材料有限公司	5,000 万元人民币	包装装潢印刷品排版、制版、印刷	陆波（实控人，100%）	2020 年营业收入为 1.85 亿元。	2010 年
4	扬州中博园林器材厂	15 万人民币	生产销售园林机械配件、五金工具、纺织制成品、集草袋、塑料制品	于忠华（实控人，100%）	2020 年营业收入为 0.36 亿元。	2008 年
5	张家港精工包装彩印有限公司	700 万人民币	包装装潢印刷品印刷	张家港市文峰彩印包装有限公司（100%）；实控人为张文明	2020 年营业收入为 1.01 亿元。	2019 年

（二）说明相关供应商及其关联方与发行人是否存在关联关系或其他利益安排

报告期内，公司向部分供应商的采购额占供应商该类产品销售额的比例较高，主要系该等供应商生产规模较小、产能有限，而公司的原材料需求量相对较大，同时双方合作多年且关系稳定，故选择主要向公司供应原材料，具备合理性。

根据公开渠道查询结果以及上述各类原材料对应的主要供应商的确认，除正常购销业务以外，上述主要供应商及其股东、实际控制人、董监高人员、相关业务关键经办人员及上述人员关系密切的家庭成员、关联企业及发行人及其股东、董监高人员不存在关联关系或其他利益安排。

七、分析披露发行人向索唯斯、常州兆军采购相关劳务派遣和食堂承包等服务的具体内容构成，向其采购较多的原因及合理性，相关服务的收费标准及公允性，并说明索唯斯、常州兆军及其实际控制人与发行人及发行人主要人员之间有无除提供相关服务外的其他关系，是否存在替发行人代垫成本费用或其他利益安排；

（一）发行人向索唯斯、常州兆军采购相关劳务派遣和食堂承包等服务的
具体内容构成，向其采购较多的原因及合理性，相关服务的收费标准及公允性

发行人已在招股说明书“第七节公司治理与独立性”之“十、关联交易”之“（四）其他利益相关方的交易”补充披露如下：

1、交易的基本情况

报告期内，发行人与其他利益相关方交易情况如下：

单位：万元

企业名称	2021年	2020年	2019年
索唯斯	3,169.91	2,201.68	2,887.71
其中：后勤服务	3,169.91	2,201.68	2,887.71
常州兆军	3.29	163.98	5,909.50
其中：劳务派遣服务	-	163.98	5,909.50
后勤服务	3.29	-	-
合计	3,173.19	2,365.66	8,797.21

公司的供应商索唯斯、常州兆军为公司前员工唐兆军与其兄弟唐兆根实际控制的公司。报告期内，索唯斯主要为公司提供员工食堂承包等服务；常州兆军主要为公司提供劳务派遣用工服务。

鉴于报告期内，公司后勤服务、劳务派遣业务主要是向索唯斯、常州兆军采购，且索唯斯、常州兆军主要向公司提供服务，与此同时索唯斯和常州兆军系公司前员工唐兆军与其兄弟唐兆根实际控制的公司，基于谨慎性考虑，将索唯斯及常州兆军与公司之间的交易比照关联交易的要求进行披露。报告期内，公司与索唯斯、常州兆军累计交易金额分别为 8,797.21 万元、2,365.66 万元和 3,173.19 万元。

截至报告期末，公司已对劳务派遣用工的相关情形进行了规范，通过正式用工与劳务外包相结合的方式解决整体用工问题。

2、采购的具体内容

报告期内，索唯斯、常州兆军主要向公司提供的服务具体内容构成如下：

服务类别	具体内容	
劳务派遣服务	提供符合发行人用人条件的生产员工，负责辅助性生产工作	
后勤服务	食堂	负责为发行人员工提供餐饮服务
	安保	负责发行人员工宿舍及食堂等生活区的安保工作
	保洁	负责发行人员工宿舍及食堂等生活区的保洁工作

自 2020 年开始，为规范和降低关联交易和类关联交易，公司开始逐步降低对索唯斯及常州兆军的采购规模，规范劳务派遣业务，由多家非关联劳务供应商共同提供服务。

3、交易原因和合理性

2004 年至 2011 年期间，唐兆军在公司担任行政部经理，主要负责员工食堂、宿舍及公司车队的管理，唐兆军离职后先后创立索唯斯、常州兆军，主要从事劳务派遣、餐饮管理等服务。2010 年期间，发行人为了降低管理难度，考虑将员工住宿、食堂进行外包。此外，公司生产具有明显的季节性，生产旺季存在较大的用工需求，需要通过劳务派遣用工方式解决旺季用工需求。鉴于唐兆军在公司任职期间一直负责上述相关事项并且表现出色，因此公司陆续将食堂、宿舍承包以及劳务用工委托给索唯斯、常州兆军经营。

4、定价依据及公允性

报告期内，索唯斯主要为公司提供员工食堂承包等服务；常州兆军主要为公司提供劳务派遣用工服务。劳务派遣业务方面，定价主要参考同区域其他劳务公司报价水平协商确定；食堂承包业务方面，主要由索唯斯以“成本+合理利润”报价，发行人参照同地区其他公司食堂价格水平协商确定。

(1) 劳务派遣业务定价分析

报告期内，发行人与常州兆军劳务派遣业务的定价与发行人正式员工以及其他劳务派遣公司相比不存在显著性差异，定价公允。具体对比情况如下：

单位：元/小时

用工性质	用工单位	2021 年	2020 年	2019 年
劳务用工	常州兆军	-	19.83	20.30
	博锐捷	-	22.32	21.68
	常州国仁	-	21.46	21.37
	常州科曼	-	21.93	21.33
	好帮	-	25.42	21.44
	富岗	-	-	19.28
正式员工	格力博	23.19	21.58	19.82

2020年，公司向常州兆军采购相关劳务派遣服务的用工成本与其他劳务公司相比略低，主要系公司为减少关联交易和类关联交易逐渐降低向常州兆军的劳务采购，而受疫情影响劳务用工市场供应紧张，公司向其他劳务公司采购了部分可立即到岗的、工时工资标准较高的短期工派遣服务。

综上，发行人向常州兆军采购相关劳务派遣服务的用工成本与其他劳务公司及公司正式生产人员用工成本不存在显著差异，定价公允，未对公司的经营业绩与财务状况产生重大影响。

（2）后勤服务定价分析

1) 食堂承包服务

发行人支付给索唯斯的食堂承包服务费用包括两部分，一是50,000元/月的固定服务费；二是员工的用餐费用。

公司结合食堂人员配置、食堂工作量以及同地区其他公司食堂承包价格水平等因素，与索唯斯协商约定食堂承包固定服务费为50,000元/月。同时，基于统一管理和结算方便的需要，公司每月根据员工就餐公司每月根据员工用餐刷卡记录与索唯斯就实际餐费金额进行结算，其中公司补贴餐标范围内的消费金额由公司承担（餐费补贴标准：2019-2020年，全体员工为12元/人/天；2021年，一线员工为16元/人/天，科室员工为22元/人/天），超过餐标部分消费金额由员工承担，并于每月发放薪资时扣除。索唯斯用餐价格在综合考虑常州市当地物价水平、员工消费能力的基础上，结合食材价格、加工费以及合理利润而定。因此，公司向索唯斯采购的食堂承包劳务外包费用定价具有合理性。

2) 安保、保洁服务

公司安保、保洁服务采购价格系参考市场定价，与索唯斯协商确定。根据合同约定，公司向索唯斯采购后勤服务的收费标准如下：

服务内容	期间	收费标准
安	2019年1月-2020	保安薪资5,408.48元/月，福利费1,267元/人，按以上工资标准和实际出勤人数结算

服务内容	期间	收费标准
保	年 3 月	
	2020 年 4 月-2021 年 12 月	保安服务费 5,000 元/月，按以上工资标准和实际出勤人数结算。
保 洁	2019 年 1 月-2020 年 3 月	保洁薪资 2,931.6 元/月，保洁工具费用 19,000 元/月，按以上工资标准和实际出勤人数结算
	2020 年 4 月-2021 年 12 月	保洁服务费 3,200 元/月，按以上工资标准和实际出勤人数结算。

报告期内，江苏省常州市的最低工资标准情况如下：

单位：元/月

区域	2019 年 1 月-2021 年 7 月	2021 年 8 月-2021 年 12 月
武进区、新北区、天宁区、钟楼区	省定一类标准 2,020 元/月	省定一类标准 2280 元/月
溧阳市、金坛区	省定二类标准 1,830 元/月	省定一类标准 2280 元/月

数据来源：常州市人力资源和社会保障局

由上表可见，报告期内索唯斯劳务外包人员的月均薪资均高于常州市的最低薪酬水平，公司向索唯斯采购的后勤服务劳务外包费用定价具有合理性。

5、其他交易

除索唯斯、常州兆军实际控制人唐兆军为公司前员工外，发行人主要合作的劳务派遣公司与发行人及其控股股东、实际控制人、主要股东、董事、监事、高级管理人员、主要客户及供应商等不存在关联关系、委托持股、其他资金业务往来、代垫成本费用等利益安排。

（二）索唯斯、常州兆军及其实际控制人与发行人及发行人主要人员之间有无除提供相关服务外的其他关系，是否存在替发行人代垫成本费用或其他利益安排

经核查，除唐兆军系发行人前员工外，索唯斯、常州兆军及其实际控制人唐兆军、唐兆根与发行人及发行人主要人员之间不存在提供相关服务外的其他关系。报告期内，常州兆军提供的劳务用工价格系参考当地劳务用工价格双方协商确定，

与其他劳务公司及公司正式生产人员用工成本不存在显著差异，索维斯提供的后勤服务价格亦参考市场价格协商确定，交易定价合理、公允，不存在替发行人代垫成本费用或其他利益安排，未对公司的经营业绩与财务状况产生重大影响。

八、补充披露报告期内外协加工涉及的产品、工序、加工费及占成本的比例、主要外协厂商的基本情况以及是否与发行人存在关联关系及其他利益约定等情况，是否存在员工或前员工设立的外协厂商的情形；外协价格确定的依据、变动情况及是否具有公允性；发行人采购占主要外协厂商提供同类产品或服务的占比；

发行人已在招股说明书“第六节业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况”之“（四）公司经营模式”之“1、采购模式”补充披露如下：

（2）外协采购

受公司目前产能的限制，为合理排产、优化生产流程，最大化利用产能资源，提高生产效率，同时兼顾加工的经济性原则，公司将市场化程度高、技术含量和附加值较低的非核心工序交由外协厂商完成。

公司外协采购的流程一般为：公司提供原材料、图纸、验收准则、技术规格等相关资料，对其提供的样品进行符合性检测，并在技术参数、测试项目、测试标准和条件达成一致后，由其生产并进行制程控制，产成后发行人直接采购用于后续的自主生产工序，并向其支付加工费。

1) 外协采购情况

报告期内，公司外协采购情况如下：

单位：万元

项目	2021年	2020年	2019年
外协采购金额	21,317.80	16,966.46	10,907.42
营业成本	362,769.99	278,510.57	244,019.39
占营业成本的比例	5.88%	6.09%	4.47%

报告期内，公司外协采购的金额分别为 10,907.42 万元、16,966.46 万元和 21,317.80 万元，占当期营业成本的比例分别为 4.47%、6.09%和 5.88%，占比较小。

公司外协采购涉及的工序主要包括注塑加工、PCBA 加工、整机组装、配件组装以及表面处理等环节。

报告期内，公司按外协内容分类的采购金额及其占营业成本的比例如下：

单位：万元

外协内容	2021 年		2020 年		2019 年	
	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
注塑加工	5,848.87	1.61%	5,076.33	1.82%	3,886.43	1.59%
PCBA 加工	4,922.63	1.36%	6,162.89	2.21%	3,628.21	1.49%
整机组装	7,367.61	2.03%	3,459.79	1.24%	1,775.22	0.73%
配件组装	2,454.81	0.68%	1,694.35	0.61%	1,243.21	0.51%
表面处理	723.88	0.20%	573.09	0.21%	374.35	0.15%
合计	21,317.80	5.88%	16,966.46	6.09%	10,907.42	4.47%

公司采取外协模式的工序不涉及公司的核心技术，公司不存在对外协厂商依赖的情况，外协采购对公司业务完整性、独立性不构成影响。

2) 前五大外协厂商采购情况

报告期内，公司向前五大外协厂商的采购具体情况如下：

单位：万元

年度	序号	外协加工商名称	外协内容	外协采购金额	占外协采购总额比例	占外协厂商提供同类服务金额比例
2021 年	1	江苏凯源电子科技股份有限公司	PCBA 加工	4,192.48	19.67%	25.55%
	2	常州合力电器有限公司	整机组装	3,761.35	17.64%	9.60%
	3	常州广福塑料制品厂	注塑加工	1,481.36	6.95%	58.85%
	4	永康市奇磨电动工具有限公司	整机组装	1,117.20	5.24%	10.00%
	5	宁波创跃园林工具有限公司	整机组装	1,091.07	5.12%	4.00%
			合计	\	11,643.45	54.62%
2020 年	1	江苏凯源电子科技股份有限公司	PCBA 加工	4,216.21	24.85%	24.50%
	2	常州金沙宝科技有限公司	注塑加工	1,499.35	8.84%	96.00%
	3	常州合力电器有限公司	整机组装	1,136.34	6.70%	5.82%
	4	常州广福塑料制品厂	注塑加工	1,021.28	6.02%	90.00%

年度	序号	外协加工商名称	外协内容	外协采购金额	占外协采购总额比例	占外协厂商提供同类服务金额比例
	5	惠州市蓝微电子有限公司	PCBA 加工	920.03	5.42%	0.20%
	合计		\	8,793.21	51.83%	\
2019 年	1	江苏凯源电子科技股份有限公司	PCBA 加工	1,420.77	13.03%	17.60%
	2	常州金沙宝科技有限公司	注塑加工	1,349.27	12.37%	95.00%
	3	惠州市蓝微电子有限公司	PCBA 加工	1,141.70	10.47%	1.00%
	4	常州合力电器有限公司	整机组装	770.66	7.07%	3.58%
	5	常州广福塑料制品厂	注塑加工	367.87	3.37%	85.00%
		常州昊昌塑业有限公司	注塑加工	367.57	3.37%	
	合计		\	5,417.83	49.67%	\

注：占外协厂商提供同类服务金额比例=公司外协采购金额/供应商同类外协服务销售收入（不含原材料销售收入），系供应商提供。

报告期内，公司前五大外协厂商主要提供注塑加工、PCBA 加工以及整机组装等服务。其中，公司向注塑外协厂商的外协采购金额占其提供同类服务金额比例均处于较高水平，主要原因系注塑加工工序简单，常州及周边地区从事的厂商众多且普遍生产规模较小，而公司作为知名新能源园林机械生产厂商，存在较大的注塑加工服务需求，因此成为了区域内注塑外协厂商的重要服务对象，并与其建立了良好、稳定的长期业务合作关系。

3) 主要外协厂商的基本情况

①江苏凯源电子科技股份有限公司

名称	江苏凯源电子科技股份有限公司
成立日期	2015-07-01
注册资本	2,000 万元人民币
法定代表人	孙春风
住所	江阴市华士镇向阳村向阳路 1-8 号
股东情况	孙春风（84.15%）、李凡（11.75%）、周凤玉（4.10%）
经营范围	输配电及控制设备、照明器具、电子元器件、家用电器、计算机软硬件的研发、制造和销售；自营和代理各类商品及技术的进出口业务。
开始合作时间	2019 年

② 常州合力电器有限公司

名称	常州合力电器有限公司
成立日期	1999-12-16
注册资本	1,200 万元人民币

法定代表人	焦福成
住所	戚墅堰五一路1号
股东情况	葛树兴（55%）、焦福成（32%）、张惠国（13%）
经营范围	日用电器及配件、电动工具及配件、通用零部件、电机、塑料制品、五金件、电动轮椅、健身器械、办公用品制造；金属制品加工及销售；经营本企业自产机电产品、成套设备及相关技术进出口业务；经营本企业生产、科研所需原辅材料、机械设备、仪器仪表、备品备件、零配件及相关技术进出口业务；承办中外合资经营、合作生产及开展“三来一补”业务。
开始合作时间	2007年

③ 常州广福塑料制品厂、常州昊昌塑业有限公司

名称	常州广福塑料制品厂	常州昊昌塑业有限公司
成立日期	2003-12-18	2012-10-09
注册资本	800万元人民币	100万元人民币
法定代表人	陈初丹（投资人）	陆晔
住所	常州市钟楼区松涛路55号	钟楼区迎宾路58-8号
股东情况	陈初丹（100%）	陆剑（40%）、陆晔（40%）、徐爱华（20%）
经营范围	塑料制品、机械零部件、模具制造及加工。	塑料制品、机械零部件、模具制造及加工。（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）许可项目：道路货物运输（不含危险货物）。
开始合作时间	2012年	

注：陆晔与陈初丹系夫妻关系，陆剑与陆晔系父子关系，徐爱华与陆晔系母子关系，共同经营常州广福塑料制品厂和常州昊昌塑业有限公司，故予以合并统计。

④ 永康市奇磨电动工具有限公司

名称	永康市奇磨电动工具有限公司
成立日期	1999-05-06
注册资本	200万元人民币
法定代表人	王圣喆
住所	浙江省金华市永康市东城田宅村
股东情况	王学杰（65%）、周青（35%）
经营范围	电动工具、五金工具制造、销售；货物和技术进出口业务（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）
开始合作时间	2019年

⑤ 常州金沙宝科技有限公司

名称	常州金沙宝科技有限公司
成立日期	2001-06-12

注册资本	20 万美元
法定代表人	杨焕康
住所	常州市武进遥观镇长虹路 306 号
股东情况	常州市康星车辆配件有限公司（55%）、金沙宝实业有限公司（45%）
经营范围	自行车、自行车零配件、汽车配件、塑料制品（除医用）的研发，制造；销售自产产品。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）许可项目：道路货物运输（不含危险货物）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）
开始合作时间	2009 年

⑥ 惠州市蓝微电子有限公司

名称	惠州市蓝微电子有限公司
成立日期	2002-10-22
注册资本	28,000 万人民币
法定代表人	丁春平
住所	惠州市仲恺高新区和畅五路西 101 号
股东情况	深圳市德赛电池科技股份有限公司（100%）
经营范围	新型电子元器件、电芯、锂电池、电池及电源管理系统、短距离无线通讯产品（蓝牙）、充电器、电源及电池配件、电池与电源管理系统测试设备、控制模组及智能控制系统（电机、机器、智能家居产品）、物联网相关产品的开发、生产、测试、技术服务及销售，集成电路、芯片模组及其系统软硬件产品设计、开发、生产、销售及技术转让，计算机软硬件的设计、开发、生产、销售、技术转让及提供相关技术咨询及技术服务，第二类医疗器械、电子仪器设备的设计、开发、生产、销售、技术咨询、技术转让、技术服务，并提供系统集成及全面解决方案，通信信息网络系统技术研发、工程集成与销售、通信设备工程安装和维修、通信和信息网络工程施工、通信用户管线建设，进料加工业务，国内贸易、货物进出口业务。
开始合作时间	2010 年

⑦ 宁波创跃园林工具有限公司

名称	宁波创跃园林工具有限公司
成立日期	2010-12-22
注册资本	500 万元人民币
法定代表人	程蓓
住所	浙江省宁波市奉化区西坞街道尚桥路 20 号
股东情况	程蓓（84%）、孙蒙莉（15%）、程瀚龙（1%）
经营范围	园林工具、电动工具、气动工具、手动工具、家用电器、模具的设计、制造、加工；塑料制品、电机、冲压件、五金件、电器元器件、汽车配件、摩托车配件、数控机床的制造、加工。自营和代理各类商品和

	技术的进出口业务，但国家限定公司经营或禁止出口的商品和技术除外。
开始合作时间	2017年

综上，公司主要外协供应商与公司不存在关联关系及其他利益约定等情况，不存在公司员工或前员工设立的外协厂商的情形。

4) 外协定价原则及公允性

公司外协加工费的定价原则为成本加成法，主要考虑外协加工品种要求，根据各产品规格、型号测算外协供应商提供材料的耗用量，并考虑合理的损耗率及合理的利润等情形，双方确认一致后确定定价水平。发行人外协加工费用定价公允，具有合理性。

九、根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 30 题的相关规定，分析说明发行人劳务外包的具体情况及外包交易的真实性、合规性和公允性，包括劳务外包公司经营的合规性及是否存在重大风险、劳务公司是否专门或主要为发行人服务及是否存在关联关系、劳务数量及费用变动是否与发行人经营业绩相匹配、劳务费用定价是否公允等。

(一) 劳务外包公司经营的合规性及是否存在重大风险

1、是否为独立经营的实体

报告期内，发行人合作的主要劳务外包单位基本情况如下：

序号	公司名称	成立时间	注册资本	股东构成	服务内容
1	江苏索唯斯企业管理服务有限公司	2011-08-17	1,000 万	唐兆军、窦仙仙	食堂、安保、保洁外包
2	江苏鑫誉物业服务服务有限公司	2019-04-10	1,000 万	侯小玉、吴建妹	安保、保洁外包
3	江苏掣尔吉企业管理服务有限公司	2018-06-04	1,000 万	刘正林、顾晓岚	生产线外包
4	河南工立方人力资源有限公司	2017-06-20	200 万	史卫东、陈振国	
5	常州赛同企业管理服务有限公司	2009-03-04	200 万	孙董董	
6	江苏聚恒企业管理服务有限公司	2018-05-07	1,000 万	邓伟、桑铭凯、汪帅	
7	江苏掣尔吉企业管理服务有限公司	2018-06-04	1,000 万	刘正林、顾晓岚	

序号	公司名称	成立时间	注册资本	股东构成	服务内容
8	江苏华晟源企业管理服务有限公司	2019-06-13	1,000 万	杨涛	
9	常州新邦劳务外包有限公司	2017-11-01	200 万	孙琴芳、徐和平	
10	江苏海扬人力资源有限公司	2020-08-07	1,000 万	南通海扬人力资源有限公司	
11	江苏淼诚人力资源服务有限公司	2020-08-11	1,008 万	邹慧	
12	安徽臣达人力资源有限公司	2019-06-28	600 万	郭晓燕、徐克东	
13	常州市晓辉人力资源有限公司	2016-11-04	200 万	杜招、张悦	

经查询全国企业信用信息公示系统、裁判文书网、中国执行信息公开网，以及上述外包方所在地政府网站及主要劳务外包公司确认，报告期内发行人主要劳务外包公司不存在重大违法行为，不存在违反市场监督管理、税务、劳动保障等相关法律法规被相关主管机关予以重大行政处罚的情况，发行人上述劳务外包方均属于独立经营主体。

2、是否具备必要的专业资质，业务实施及人员管理是否符合相关法律法规规定

（1）具备必要的专业资质

报告期内，发行人将后勤工作（食堂、安保、保洁）及一线生产工作中部分工作内容简单重复、工作量大、替代性较强的产线（包括整机装配、电机装配、电子件组装、冲压等）工作外包给劳务外包单位完成。除索唯斯和鑫誉物业以外的其他劳务外包单位仅提供一线生产工作外包服务，无需具备特殊资质。就索唯斯和鑫誉物业提供的劳务服务及其所涉及的资质情况如下：

1) 索唯斯为发行人提供食堂外包服务，其已取得《食品经营许可证》（编号：330404000201702240014）。

2) 索唯斯和鑫誉物业为发行人提供保安服务

根据发行人与鑫誉物业和其关联公司龙卫保安签署的补充协议并经鑫誉物业和龙卫保安说明，报告期内鑫誉物业通过其关联公司龙卫保安向发行人派驻保安人员，龙卫保安已取得《保安服务许可证》（编号：苏公保服 20200008 号）。

索唯斯主要为发行人提供宿舍、食堂保安服务，经核查，其未根据《保安服务管理条例》的相关规定取得《保安服务许可证》。

综上，为发行人提供保安服务的劳务外包单位在资质上存在上述不合规的情况，但鉴于《保安服务管理条例》仅对未经许可从事保安服务的保安从业单位规定了相应的罚则，因此该情形不会对发行人的经营产生重大影响。后续发行人亦对上述不合规的情形进行了整改，约定相关劳务外包单位通过具有保安服务资质的企业向发行人派驻保安人员。

(2) 业务实施及人员管理符合相关法律法规规定

报告期内，在劳务外包合同履行过程中，发行人有权要求劳务外包公司严格遵守包括发行人外务外包供应商章程、安全生产、劳动卫生等在内的各项指导原则，有权对其服务人员的劳动纪律、工作质量、产量、出勤、工艺纪律等进行监督、检查和审核，并有权向主要劳务外包公司提出整改要求；劳务外包公司需要根据合同要求完成发行人安排的生产任务，并且全面履行作为用人单位的一切责任义务，包括但不限于签订正式书面劳动合同、按月支付劳动报酬、按规定投缴社会保险、公积金及支付其它国家规定的相关费用等。

劳务外包公司为发行人及其子公司提供劳务外包服务的依据为其与发行人及其子公司根据《中华人民共和国合同法》订立的民事合同，双方之间的劳务外包关系受相关合同条款的约束，报告期内劳务外包公司与发行人合作过程中，在业务实施及人员管理方面不存在违反相关法律法规的情形。

3、发行人与其发生业务交易的背景及是否存在重大风险

公司生产经营具有明显的季节性，并且公司生产中经常遇到临时性大额订单采购要求，因此公司存在短期用工需求，报告期内公司主要采用劳务派遣用工形式来缓解用工压力。为了规范报告期内劳务派遣用工占比超过 10%的情形，发行人根据实际业务需要并结合相关法律法规的要求积极制定了整改方案。鉴于劳务派遣人员分布的岗位系临时性、辅助性或可替代性的工作岗位且人员流动性大、可替代性强、劳动技能要求较低等特征，并结合用工的特点和实际业务需求，发行人积极探索，自 2020 年开始逐步实施劳务外包的方式。

除上述生产线外包服务以外，为方便管理，报告期内发行人还将食堂、安保及保洁等非核心的与业务无关的日常后勤职能工作发包给专业服务公司，由专业服务公司按照发行人的要求完成相应工作，这既可提升生产效率，又可在一定程度上降低生产成本。

发行人与劳务外包服务人员不存在劳动关系，发行人不承担劳务外包服务过程中的用工风险，发行人与劳务外包公司之间发生业务交易不存在重大风险。

（二）劳务公司是否专门或主要为发行人服务及是否存在关联关系

报告期内，劳务外包公司向发行人提供劳务外包业务收入占其营业收入的比重情况如下：

序号	劳务外包公司名称	为公司提供劳务外包业务收入占其营业收入比例			是否存在关联关系
		2021年	2020年	2019年	
1	江苏索唯斯企业管理服务有限公司	88.00%	100.00%	100.00%	其他利益相关方
2	江苏鑫誉物业服务有限公司	47.50%	35.00%	41.00%	否
3	江苏掣尔吉企业管理有限公司	63.00%	33.00%	-	否
4	河南工立方人力资源有限公司	6.00%	20.00%	-	否
5	常州赛同企业管理有限公司	20.00%	15.00%	-	否
6	江苏聚恒企业管理有限公司	10.00%	5.60%	-	否
7	江苏华晟源企业管理服务有限公司	95.00%	-	-	否
8	常州昶旭人力资源有限公司	46.00%	-	-	否
9	常州新邦劳务外包有限公司	6.42%	-	-	否
10	江苏海扬人力资源有限公司	0.04%	0.05%	-	否
11	江苏淼诚人力资源服务有限公司	52.68%	-	-	否
12	安徽臣达人力资源有限公司	0.97%	-	-	否
13	常州市晓辉人力资源有限公司	10/00%	-	-	否

注：上述占比按合并口径计算。

除江苏索唯斯企业管理服务有限公司为发行人其他利益相关方外，其他劳务外包公司与发行人不存在关联关系，发行人关于与上述劳务外包公司关联关系的披露真实、准确、完整。

（三）劳务数量及费用变动是否与发行人经营业绩相匹配、劳务费用定价是否公允，是否存在跨期核算情形

1、劳务数量及费用变动是否与发行人经营业绩相匹配、劳务费用定价是否公允

(1) 后勤服务

1) 劳务数量、费用变动及与发行人经营业绩的匹配情况

报告期内，公司后勤服务数量及费用情况如下：

项目	2021 年	2020 年	2019 年
劳务外包人数（人）	202	152	121
劳务外包费用（万元）	541.13	550.29	576.42
营业成本（万元）	362,769.99	278,510.57	244,019.39
劳务外包费用占营业成本的比例	0.15%	0.20%	0.24%

注：上述劳务外包人数为年末“时点数”，劳务外包费用系实际支付金额（其中，食堂外包费用不含餐费金额）。

报告期内，公司后勤外包服务采购内容主要为食堂、安保以及保洁等，劳务费用金额分别为 576.42 万元、550.29 万元和 541.13 万元，占营业成本的比重分别为 0.24%、0.20%和 0.15%，占比较小，对发行人财务数据影响较小。

2) 劳务费用定价的公允性

1) 食堂承包服务

发行人支付给索唯斯的食堂承包服务费用包括两部分，一是 50,000 元/月的固定服务费；二是员工的用餐费用。

公司结合食堂人员配置、食堂工作量以及同地区其他公司食堂承包价格水平等因素，与索唯斯协商约定食堂承包固定服务费为 50,000 元/月。同时，基于统一管理和结算方便的需要，公司每月根据员工就餐公司每月根据员工用餐刷卡记录与索唯斯就实际餐费金额进行结算，其中公司补贴餐标范围内的消费金额由公司承担（餐费补贴标准：2019-2020 年，全体员工为 12 元/人/天；2021 年，一线员工为 16 元/人/天，科室员工为 22 元/人/天），超过餐标部分消费金额由员工承担，并于每月发放薪资时扣除。索唯斯用餐价格在综合考虑常州市当地物价水平、员工消费能力的基础上，结合食材价格、加工费以及合理利润而定。因此，公司向索唯斯采购的食堂承包劳务外包费用定价具有合理性。

2) 安保、保洁服务

发行人安保、保洁服务采购价格系参考市场定价，与劳务公司充分协商确定。

根据合同约定，公司向劳务公司采购后勤服务的收费标准如下：

公司名称	服务内容	期间	收费标准
索唯斯	安保	2019年1月-2020年3月	保安薪资 5,408.48 元/月，福利费 1,267 元/人，按以上工资标准和实际出勤人数结算
		2020年4月-2021年12月	保安服务费 5,000 元/月，按以上工资标准和实际出勤人数结算。
	保洁	2019年1月-2020年3月	保洁薪资 2,931.6 元/月，保洁工具费用 19,000 元/月，按以上工资标准和实际出勤人数结算
		2020年4月-2021年12月	保洁服务费 3,200 元/月，按以上工资标准和实际出勤人数结算。
江苏鑫誉物业服务 有限公司	安保	2019年6月-2021年6月	保安服务费 5,000.00 元/月，按以上工资标准和实际出勤人数结算
		2021年7月-2021年12月	保安服务费 4,160 元/月，按以上工资标准和实际出勤人数结算
	保洁	2019年6月-2021年6月	保洁服务费 3,200.00 元/月，按以上工资标准和实际出勤人数结算
		2021年7月-2021年12月	保洁服务费 2,980 元/月，按以上工资标准和实际出勤人数结算

报告期内，江苏省常州市的最低工资标准情况如下：

单位：元/月

区域	2019年1月-2021年7月	2021年8月-2021年12月
武进区、新北区、天宁区、钟楼区	省定一类标准 2,020 元/月	省定一类标准 2280 元/月
溧阳市、金坛区	省定二类标准 1,830 元/月	省定一类标准 2280 元/月

数据来源：常州市人力资源和社会保障局

公司报告期内的劳务外包人员的月均薪资均高于常州市的最低薪酬水平，后勤服务劳务外包费用定价公允。

(2) 生产线服务

1) 劳务数量及费用变动情况

报告期内，公司生产线服务数量及费用情况如下：

项目	2021年	2020年	2019年
劳务外包人数（人）	2,309	3,104	-
劳务外包费用（万元）	12,224.21	5,718.62	-
营业成本（万元）	362,769.99	278,510.57	244,019.39
劳务外包费用占营业成本的比例	3.39%	2.05%	-

注：上述劳务外包人数为年末“时点数”，劳务外包费用系实际支付金额。

2020年及2021年，发行人较前两年新增生产线劳务外包采购，相应劳务外包费用金额为5,718.62万元和12,224.21万元，占营业成本的比重为2.05%和3.37%，主要系发行人为规范报告期内的劳务派遣用工情形，逐步实施劳务外包的用工方式来缓解短期用工需求压力。

2) 与发行人经营业绩的匹配情况

报告期内，公司采购的生产线服务与经营业绩的匹配情况如下：

项目	2021年	2020年	2019年
总产量（万件）	461.36	423.06	399.39
总工时（万小时）	1,307.60	1,115.85	1,090.66
其中：正式员工总工时（万小时）	825.91	667.71	670.83
劳务外包和劳务派遣总工时（万小时）	481.69	448.15	419.82
单位工时产量（件/小时）	0.35	0.38	0.37

注¹：产量统计口径为发行人常州生产基地园林机械整机产品产量；

注²：工时统计口径为发行人常州生产基地生产人员（直接人工+间接人工）总工时。

报告期内，为了缓解公司生产经营的季节性特征带来的短期用工需求，公司除招聘自有正式员工外，还采用劳务用工形式（报告期前期为劳务派遣，2020年8月开始采用劳务外包）。为提高数据可比性，在加总公司常州生产基地正式人员、劳务派遣人员及劳务外包人员的总工时时，报告期内公司常州生产基地单位工时产量分别为0.37件/小时、0.38件/小时和0.35件/小时，公司采购的生产线服务与经营业绩相匹配。

3) 劳务费用定价的公允性

发行人劳务用工价格主要通过同区域多家劳务公司询价方式确定参考价格，在此基础上与供应商协商确定。报告期内，劳务外包公司生产人员时薪与公司正式生产人员时薪对比情况如下：

单位：元/小时

用工性质	2021年	2020年	2019年
劳务外包用工	24.93	24.93	-
劳务派遣用工	-	22.41	20.63
正式员工	23.19	21.58	19.82

由上表可见，发行人向劳务外包公司采购相关劳务服务的用工成本较公司正式员工和劳务派遣用工成本略高，主要原因系发行人自 2020 年 8 月开始采用劳务外包的用工形式，而该期间覆盖了生产经营旺季，用工需求量大且紧张，用工成本较高。因此，生产用工劳务外包费用定价公允，不存在显著性差异。

2、劳务费用是否存在跨期核算情形

报告期内，公司每月由人事部根据当月劳务外包业务量及劳务外包单价计算当月劳务外包费，财务部据此计提当月劳务外包成本和费用，并进行成本和费用归集和分配。报告期内，公司建立了完善的成本和费用归集核算体系，成本和费用在各期间准确分配，劳务费用不存在跨期核算的情形。

【申报会计师核查】

（一）请保荐人和申报会计师发表明确意见，并说明对供应商的核查方法、核查比例及对采购真实性、成本完整性及准确性的核查结论

（一）申报会计师核查过程

针对上述事项，申报会计师执行了如下审计及核查程序：

（1）访谈了发行人采购负责人，了解采购部门设置、采购模式及整体采购情况，查阅发行人采购相关的管理制度，了解与采购管理相关的关键内部控制，评价这些控制的设计；

（2）对发行人的采购与付款内部控制循环进行了解并执行穿行测试，并对重要的控制点执行了控制测试；

（3）对报告期内主要供应商的合同、记账凭证、入库单据、发票以及付款记录进行真实性查验，对报告期各期末的采购进行了截止性查验；

(4) 获取报告期发行人原材料及外协采购明细表，复核主要供应商的采购情况及主要原材料的采购价格变动情况，与发行人采购人员沟通了解采购价格变化原因和合理性，并对部分原材料价格与市场价格进行比较；

(5) 通过网络查询主要供应商的工商信息，了解其注册地、主要经营范围、注册资本、成立时间和股东构成等信息，核查与发行人及其关联方是否存在关联关系；

(6) 对主要供应商进行访谈及发出询证信息确认函，并就报告期交易实质和交易额形成了访谈记录，以证实交易发生情况；累计走访主要供应商 99 家（同一控制下合并计算），按照各期采购金额（含原材料及外协）计算，2019 年、2020 年和 2021 年主要供应商的走访比例分别为 69.49%、65.14%和 66.61%；

(7) 对发行人与主要供应商的期末应付账款余额、交易金额进行函证。报告期内应付账款余额发函占比、回函应付账款余额占比、采购额发函占比、回函采购额占比情况如下表所示：

项目	2021 年	2020 年	2019 年
应付账款余额发函占比	63.50%	70.97%	53.90%
回函应付账款余额占发函应付账款余额的比例	94.93%	91.40%	100.00%
采购金额发函占比	71.43%	70.50%	88.64%
回函采购金额占发函采购金额的比例	90.87%	91.99%	99.12%

(8) 获取发行人、发行人控股股东等关联方的资金流水，核查是否存在异常交易和资金往来，是否存在替发行人承担成本费用的情形，是否存在与发行人及发行人供应商存在利益输送；

(9) 了解发行人成本核算过程，结合生产特点和成本管理的要求等，判断企业的成本核算方法是否符合《企业会计准则》及其应用指南的有关规定和企业的实际情况。

(二) 申报会计师核查意见

基于申报会计师所执行的审计及核查程序，申报会计师认为：

发行人报告期内采购真实，对供应商的核查方法、核查过程、核查比例足以支持核查结论，成本核算在所有重大方面符合《企业会计准则》的相关规定。

二、申报会计师其他核查程序

针对本问题其他小问，申报会计师执行了如下审计及核查程序：

- (1)取得并查阅发行人销售收入及成本明细表，复核产品成本结构中料、工、费变动的具体影响因素，以及单位成本波动的具体原因；
- (2)对生产成本进行分析性复核，检查并分析报告期各期产品成本波动情况；
- (3)与发行人高级管理人员进行访谈，了解主要产品对应的原材料、各期原材料耗用量和产品产量等；选取主要规格型号的原材料，对比分析产品产量、原材料耗用量、原材料采购量是否匹配；
- (4)获取发行人生产人员工资表，查询常州、越南的平均工资水平信息并与发行人生产人员平均工资进行对比，分析差异原因及合理性；
- (5)获取发行人产量统计表、生产人员花名册和工时工资表，结合生产人员人数、工时、产量及收入数据，分析报告期人工费用的合理性及与收入的匹配关系；
- (6)获取发行人报告期各期制造费用明细表，分析其变动情况及原因；
- (7)取得发行人报告期内与劳务供应商签署的协议，对协议的主要条款进行了核查；
- (8)对主要劳务供应商进行了访谈，取得了营业执照复印件，了解主要劳务外包公司的经营规模、业务范围、与发行人的业务背景和合作等情况；
- (9)通过访谈及公开渠道查询方式（包括国家企业信用信息公示系统、信用中国、中国裁判文书网以及劳务外包机构所在地政府主管部门网站检索等网站查询）对劳务供应商的经营合法合规性进行了核查，对与发行人是否存在关联关系进行核查；

(10) 获取并核查劳务外包员工花名册及工资发放明细，抽查了劳务外包员工的考勤记录、工资支出、记账凭证；

(11) 对发行人与劳务供应商之间的采购价格进行了对比，将与各劳务供应商的采购价格与发行人相同/相近岗位的正式员工成本进行对比。

三、申报会计师其他核查意见

基于申报会计师所执行的审计及核查程序，申报会计师认为：

(1) 发行人披露的报告期各期成本结构变动的原因具有合理性。

(2) 发行人说明的各期主要原材料采购价格变动具有合理性，与市场价格不存在重大差异；发行人披露的报告期内主要原材料采购量、耗用量与产量相匹配。

(3) 发行人披露的报告期内越南工厂和常州工厂的成本结构的差异原因具有合理性；发行人的越南工厂用工情况与产量相匹配，人均产出与常州基地不存在重大差异，人均薪酬与当地市场水平不存在显著差异。

(4) 发行人报告期内人工费用与收入相匹配，生产人员工资水平与当地市场水平不存在显著差异。

(5) 发行人披露的制造费用各细分项目构成的变动原因具有合理性。

(6) 发行人已披露了报告期内各类材料对应的主要供应商的基本情况、合作情况，除正常购销业务以外，发行人与主要供应商不存在关联关系或其他利益安排的情况。

(7) 发行人报告期内向索唯斯、常州兆军采购相关劳务派遣和食堂承包等服务，发行人说明的向其采购较多的原因具有合理性，相关服务的收费标准具有公允性；除此之外，发行人与索唯斯、常州兆军及其实际控制人不存在其他关联关系，不存在替发行人代垫成本费用或其他利益安排的情况。

(8) 发行人已披露了报告期内外协加工涉及的产品、工序、加工费及占成本的比例、发行人采购占主要外协厂商提供同类产品或服务的占比、主要外协厂商

的基本情况，发行人与主要外协厂商不存在关联关系及其他利益约定，主要外协厂商中不存在由发行人员工或前员工设立的情况；发行人的外协价格具有公允性。

(9)发行人已根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 30 题的相关规定披露了与劳务外包相关的情况，发行人披露的外包交易真实存在，定价具有公允性。

问题 16：关于毛利率

申报材料显示：

(1) 报告期发行人主营业务毛利率分别为 30.32%、34.50%和 35.28%，逐年上升；

(2) 2020 年其他业务毛利率大幅下降，主要由于新收入准则下为 Amazon 提供代理清关服务被划分为单项履约义务，该项业务的毛利率为零；

(3) 报告期自有品牌产品的毛利率低于商超贴牌产品的毛利率；

(4) 发行人综合毛利率水平整体高于同行业平均水平，高于大叶股份、巨星科技，低于创科实业。

请发行人：

(1) 结合定价机制、市场情况、汇率情况及业务/产品结构等价格影响因素分析披露报告期内各产品单价变动原因，并结合相关产品的细分产品结构、主要原材料价格变动及其他相关因素分析披露单位成本变动原因，逐一量化分析披露各产品报告期毛利率变化的原因及合理性；

(2) 结合有关因素进一步分析披露自有品牌产品毛利率低于商超品牌产品毛利率的原因及合理性；

(3) 补充说明其他业务各具体项目的毛利率构成情况，并分析其变动的原因及合理性，以及为 Amazon 相关清关代理服务的具体内容、商业背景及毛利率为零的合理性；

(4) 结合各类产品的技术水平、市场竞争情况、主要细分产品品牌及渠道分布差异等情况，进一步分析各产品毛利率及相对差异的合理性；

(5) 补充披露发行人与可比公司在可比细分业务的毛利率比较情况，并结合发行人与可比公司在产品、业务模式、客户、主要原材料以及其他影响毛利率的主要因素，进一步分析并披露发行人与同行业各可比公司及可比产品毛利率存在差异的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师说明对上述事项核查的方法、范围、过程、依据及结论，并发表明确意见。

【回复】

【发行人说明】

一、结合定价机制、市场情况、汇率情况及业务/产品结构等价格影响因素分析披露报告期内各产品单价变动原因，并结合相关产品的细分产品结构、主要原材料价格变动及其他相关因素分析披露单位成本变动原因，逐一量化分析披露各产品报告期毛利率变化的原因及合理性；

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（三）毛利及毛利率分析”补充披露如下：

报告期内，公司按产品类别的主营业务毛利率情况如下：

项目	2021年	2020年	2019年
新能源园林机械	30.20%	36.97%	36.06%
其中：割草机	28.39%	37.01%	34.94%
打草机	28.60%	35.75%	32.12%
吹风机	33.30%	37.91%	36.93%
链锯	28.96%	35.54%	36.99%
电池包	35.54%	36.00%	38.94%
套装产品	30.57%	42.06%	39.78%
交流电园林机械	23.34%	32.17%	29.78%
其中：清洗机	23.76%	33.23%	30.78%
割草机	24.55%	26.71%	28.34%
主营业务毛利率	27.63%	35.28%	34.50%

报告期内，公司主要产品类别的毛利率变动及其原因分析如下：

（1）新能源园林机械

2019年、2020年和2021年，公司新能源园林机械的毛利率分别为36.06%、

36.97%和 30.20%，2021 年公司新能源园林机械的毛利率较 2020 年下降 6.77 个百分点。

报告期内，新能源园林机械毛利率及变动情况，销售均价、单位成本及对毛利率变动影响情况如下：

单位：元/件

项目	2021 年		2020 年		2019 年
	数值	毛利率变动贡献/幅度	数值	毛利率变动贡献/幅度	数值
毛利率	30.20%	-6.77%	36.97%	0.91%	36.06%
销售均价	630.06	-11.53%	745.31	-1.31%	760.58
单位成本	439.80	4.76%	469.78	2.22%	486.30
其中：单位材料	329.07	6.27%	368.55	4.83%	404.54
单位人工	30.69	0.82%	35.86	0.57%	40.14
单位制造费用	63.00	-2.89%	44.79	-0.43%	41.62
单位运输费	17.04	0.56%	20.57	-2.76%	0.00

注：上表中各数据变动影响计算公式如下：

销售均价的影响=(本期销售均价-上期单位成本)/本期销售均价×100%-上期毛利率；

单位成本变动的贡献=(上期单位成本-本期单位成本)/本期销售均价×100%；

毛利率变动幅度=本期毛利率-上期毛利率=单价的影响+单位成本的影响，下同。

2020 年，新能源园林机械毛利率相比 2019 年上升 0.91 个百分点，其中销售均价下降贡献-1.31 个百分点，销售均价下降主要受产品销售结构变动影响；单位成本下降贡献 2.22 个百分点，单位成本下降主要受原材料价格下降及产品销售结构的影响。

2021 年，新能源园林机械毛利率相比 2020 年下降 6.77 个百分点，其中：销售均价下降贡献-11.53 个百分点，销售均价下降主要受人民币兑美元汇率升值影响及销售结构变动影响；单位成本下降贡献 4.76 个百分点，单位成本下降主要受销售结构、越南工厂规模投产后单位人工下降因素影响。

报告期内，新能源园林机械的销售均价及单位成本的具体变动分析如下：

1) 销售均价变动分析

报告期内，新能源园林机械销售均价受汇率影响的具体情况如下：

单位：元/件

项目	2021 年	2020 年	2019 年
销售均价	630.06	745.31	760.58
平均汇率（美元兑人民币）	6.45	6.89	6.89
以上年度平均汇率换算的销售均价	673.04	745.31	NA

注：公司主要面向海外市场销售，收款货币绝大部分为美元，除美元外也存在少量收款货币为人民币、欧元、卢布等但影响较小，故上表中使用美元汇率进行模拟分析，下同。

报告期内，发行人新能源园林机械销售均价受产品销售结构影响的具体情况如下：

单位：元/件

项目	2021 年		2020 年		2019 年	
	销售均价	销量占比	销售均价	销量占比	销售均价	销量占比
割草机	1,520.62	10.86%	1,544.02	15.48%	1,563.76	15.21%
打草机	506.84	16.63%	566.64	14.87%	602.58	21.31%
吹风机	634.66	13.23%	646.84	15.18%	649.16	16.00%
链锯	737.15	10.41%	762.85	11.68%	731.04	9.20%
电池包	475.39	21.94%	470.65	16.73%	479.86	15.87%
套装产品	1,122.80	3.96%	1,132.09	4.72%	1,070.14	5.00%
其他	496.92	22.98%	480.67	21.34%	537.62	17.43%
合计	673.04	100.00%	745.31	100.00%	760.58	100.00%

注：2020 年及 2021 的销售均价为以上年度平均汇率换算的销售均价；其他类产品主要为销量较小的修枝机、松土机、充电器等多类产品，下同。

2020 年，剔除汇率变动影响，新能源园林机械的销售均价较 2019 年下降 15.27 元/件，主要是因为各电压平台产品内部细分产品结构发生一定变动，销售均价较低的低电压平台的销售占比提升。

2021 年，剔除汇率变动影响，新能源园林机械的销售均价较 2020 年仍有小幅下降，主要是因为销售均价较高的割草机、链锯、套装产品销量占比较 2020 年均有所下降，销售均价较低的打草机、电池包及其他产品销量占比较 2020 年有所上升，且吹风机中销售均价较低的 ODM 业务销量占比由 2020 年的 12.40% 上升至 2021 年的 30.68%，另外打草机中销售均价较低的 ODM 业务销量占比由 2020 年的 24.34% 上升至 2021 年的 41.91% 导致打草机销售均价有所下降。

2) 单位成本变动分析

报告期内，新能源园林机械单位成本变动的具体情况如下：

单位：元/件

项目	2021年	2020年	2019年
单位成本	439.80	469.78	486.30
其中：单位材料	329.07	368.55	404.54
单位材料（剔除原材料价格变动）	305.51	378.18	419.96
单位人工	30.69	35.86	40.14
单位制造费用	63.00	44.79	41.62
单位运费	17.04	20.57	-

注：“单位材料（剔除原材料价格变动）”计算方法系根据本年销售的各产品按规格型号对上年材料成本进行匹配，若为新规格型号则保留本年数值，下同。

报告期内，新能源园林机械的单位成本持续下降，主要是直接材料成本持续下降所致，具体分析如下：

①直接材料

报告期内，新能源园林机械的直接材料成本及剔除价格变动的具体情况如下：

单位：元/件

项目	2021年	2020年	2019年
单位成本	439.80	469.78	486.30
其中：单位材料	329.07	368.55	404.54
单位材料（剔除原材料价格变动）	305.51	378.18	419.96

2020年，单位材料成本较2019年下降35.99元/件，剔除原材料价格下降影响后，单位材料成本依然下降26.36元/件，主要是因下游客户需求变动导致销售结构中单位材料成本相对较低的40V产品销量占比有所增加所致。

2021年，单位材料成本较2020年下降39.49元/件，剔除原材料价格上涨影响后，单位材料成本较2020年下降63.04元/件，主要是因为单位材料成本较高的割草机产品销量在新能源园林机械销量中的占比由2020年的15.48%下降至2021年的10.85%，单位材料成本较低的打草机、电池包产品销量占比分别由2020年的14.87%、16.73%上升至2021年的16.63%、21.93%，且吹风机中单位材料成本偏低的ODM业务销量占比由2020年的12.40%上升至2021年的30.68%。

报告期内，公司新能源园林机械产品按类别的单位材料成本及销量占比情况如下：

单位：元/件

项目	2021 年		2020 年		2019 年	
	单位材料成本	销量占比	单位材料成本	销量占比	单位材料成本	销量占比
割草机	751.42	10.85%	782.57	15.48%	862.14	15.21%
打草机	250.21	16.63%	272.06	14.87%	334.10	21.31%
吹风机	299.87	13.23%	315.83	15.18%	330.49	16.00%
链锯	357.51	10.40%	371.81	11.68%	377.63	9.20%
电池包	238.54	21.93%	258.92	16.73%	265.20	15.87%
套装产品	524.14	3.96%	496.23	4.72%	523.56	5.00%
其他	243.36	22.99%	228.92	21.34%	266.29	17.43%
合计	329.07	100.00%	368.55	100.00%	404.54	100.00%

②直接人工

报告期内，新能源园林机械的单位人工成本的具体情况如下：

单位：元/件

项目	2021 年	2020 年	2019 年
单位成本	439.80	469.78	486.30
其中：单位人工	30.69	35.86	40.14

2020 年与 2019 年相比下降 4.28 元/件，主要系公司越南工厂于 2019 年下半年开始逐步投入生产，越南当地劳工成本较低，是推动整体成本结构中直接人工占比下降的主要原因。2021 年与 2020 年相比下降 5.17 元/件，一方面是由于越南工厂的直接人工占公司直接人工金额比例持续上升，由 2020 年的 11.39% 上升至 2021 年的 15.37%，另一方面是由于生产环节较为简单（即人工成本占比较低）的电池包的销量占比由 2020 年的 6.68% 上升至 2021 年的 10.33%，因此导致 2020 年及 2021 年直接人工占比下降。

③制造费用

报告期内，新能源园林机械的单位制造费用的具体情况如下：

单位：元/件

项目	2021 年	2020 年	2019 年
单位成本	439.80	469.78	486.30
其中：单位制造费用	63.00	44.79	41.62

2020 年单位制造费用相比 2019 年上升 3.17 元/件，主要系公司产能逐渐向越南工厂转移，越南工厂需向国内采购，导致公司内部运费上升。

新能源园林机械 2021 年和 2020 年的单位制造费用具体情况如下：

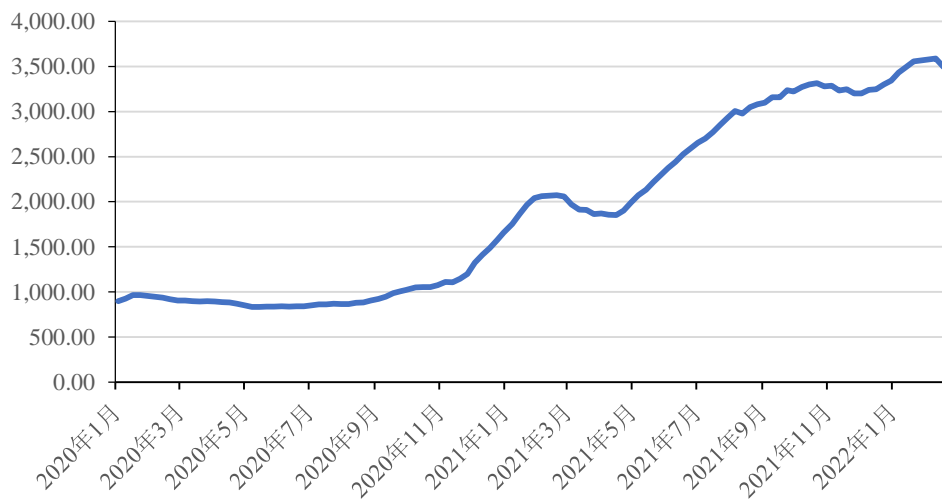
单位：元/件

项目	2021 年	2020 年	变动幅度
单位制造费用	63.00	44.79	40.66%
其中：单位物料消耗	29.03	32.09	-9.54%
单位关税及海运费	33.97	12.70	167.48%

2021 年，单位制造费用为 63 元/件，较 2020 年上升 40.66%，其中单位物料消耗下降 9.54%，主要系公司加强机物料消耗的精细化管理，同时对主要的机物料的供应商进行采购招标降低价格，2021 年单位关税及海运费较 2020 年上升 167.48%，主要系 2021 年国际集装箱海运成本上升导致公司工厂向美国等海外仓库运输的海运费上升。根据上海航运交易所发布的数据，中国出口集装箱运价指数 2021 年平均值为 2,626.41 点，2020 年平均值为 984.42 点，上涨幅度为 166.80%。公司采购的集装箱单位运价由 2020 年的 4,878.37 美元增长至 2021 年的 11,592.24 美元，上涨幅度为 137.63%，海运费单价上涨幅度较大。

2020 年 1 月至今，中国出口集装箱运价指数走势图如下：

中国出口集装箱运价指数



数据来源：上海航运交易所

④运费

报告期内，新能源园林机械单位运费成本的具体情况如下：

单位：元/件

项目	2021年	2020年	2019年
单位成本	439.80	469.78	486.30
其中：单位运费	17.04	20.57	-

2020年开始，根据企业会计准则，公司将原计入销售费用的运费计入成本，2020年、2021年单位运费分别为20.57元/件、17.04元/件，运费主要为公司向客户销售货物承担的运输费用，2021年与2020年相比下降主要系单位运费较低的打草机、链锯、电池包的销量占比提升所致。

（2）交流电园林机械

报告期内，公司交流电园林机械的毛利率分别为29.78%、32.17%和**23.34%**。

报告期内，交流电园林机械销售均价、单位成本和毛利率变动的具体情况如下：

单位：元/件

项目	2021年		2020年		2019年
	数值	毛利率变动贡献/幅度	数值	毛利率变动贡献/幅度	数值
毛利率	23.34%	-8.83%	32.17%	2.39%	29.78%
销售均价	522.03	-0.10%	522.77	7.83%	464.47
单位成本	400.17	-8.73%	354.59	-5.44%	326.14
其中：单位材料	328.16	-5.14%	301.30	-4.15%	279.61
单位人工	18.40	0.07%	18.78	0.88%	23.40
单位制造费用	43.10	-3.57%	24.48	-0.26%	23.12
单位运输费	10.51	-0.09%	10.02	-1.92%	-

注：上表中各数据变动影响计算公式如下：

销售均价的影响=(本期销售均价-上期单位成本)/本期销售均价×100%-上期毛利率；

单位成本变动的贡献=(上期单位成本-本期单位成本)/本期销售均价×100%；

毛利率变动幅度=本期毛利率-上期毛利率=单价的影响+单位成本的影响，下同。

2020年，交流电园林机械毛利率相比2019年上升2.39个百分点，其中销售均价上涨贡献7.83个百分点，销售均价上涨主要受产品销售结构变动影响；单位成本上升贡献-5.44个百分点，单位成本上升主要受产品销售结构及以及运输费按照新收入准则计入转入成本核算影响。

2021年，交流电园林机械毛利率相比2020年下降8.83个百分点，其中：

销售均价下降贡献-0.10个百分点，销售均价下降主要受人民币兑美元汇率升值影响；单位成本上升贡献-8.73个百分点，单位成本上升主要受单位材料、单位制造费用上升影响。

报告期内，交流电园林机械的销售均价及单位成本的具体变动分析如下：

1) 销售均价变动分析

报告期内，交流电园林机械销售均价及受汇率影响的具体情况如下：

单位：元/件

项目	2021年	2020年	2019年
销售均价	522.03	522.77	464.47
平均汇率（美元兑人民币）	6.45	6.89	6.89
以上年度平均汇率换算的销售均价	557.64	522.77	446.94

注：公司主要面向海外市场销售，收款货币绝大部分为美元，除美元外也存在少量收款货币为人民币、欧元、卢布等但影响较小，故上表中使用美元汇率进行模拟分析，下同。

2020年，交流电园林机械销售均价相比2019年增加58.30元/件，主要是交流电清洗机的高端无刷电机版本销售金额占比持续提升，清洗机产品中的低价位1700PSI型号销量占比下降约8个百分点且高价位2700PSI型号销量占比增加约2个百分点；此外，普通电机版本也推出新款，售价有所提升，以上因素使得清洗机产品销售均价较2019年提高44.48元/件，进而推高交流电园林机械销售均价的上升。

2021年，交流电园林机械销售均价相比2020年小幅下降，主要是人民币兑美元汇率在2020年持续升值并在2021年维持在升值高位水平，使得换算人民币的价格下降；剔除汇率因素后，2021年销售均价与2020年相比存在小幅上升。

2) 单位成本变动分析

报告期内，交流电园林机械单位成本变动的具体情况如下：

单位：元/件

项目	2021年	2020年	2019年
单位成本	400.17	354.59	326.14
其中：单位材料	328.16	301.30	279.61
单位材料（剔除原材料价格变动）	297.89	302.35	283.25

项目	2021 年	2020 年	2019 年
单位人工	18.40	18.78	23.40
单位制造费用	43.10	24.48	23.12
单位运费	10.51	10.02	-

注：“单位材料成本（剔除原材料价格变动）”计算方法系根据本年销售的各产品按规格型号对上年材料成本进行匹配，若为新规格型号则保留本年数值，下同。

①直接材料

2020 年，交流电园林机械单位材料成本相比 2019 年增加 21.69 元/件，剔除原材料价格变动和运费的影响后，主要是因交流电清洗机高价位 2700 PSI 型号产品销量占比增加且低价位 1700 PSI 型号产品销量占比减少。

2021 年，剔除价格变动后的单位材料成本与 2020 年相比变动较小。

②直接人工

2020 年和 2021 年逐渐下降，主要系公司越南工厂于 2019 年下半年开始逐步投入生产，越南当地劳工成本较低，是推动整体成本结构中直接人工占比下降的主要原因。

③制造费用和运费

2020 年单位制造费用上升，主要系公司产能逐渐向越南工厂转移，越南工厂需向国内采购，导致公司内部运费上升。2021 年单位制造费用较 2020 年上升 18.62 元/件，单位制造费用上升主要系计入制造费用的关税及关公司内部运费（如公司工厂向美国等公司海外仓库运输的海运费）上升，2021 年国际集装箱海运成本上升导致公司工厂向美国等海外仓库运输的海运费上升。根据上海航运交易所发布的数据，中国出口集装箱运价指数 2021 年平均值为 2626.41 点，2020 年平均值为 984.42 点，上涨幅度为 166.80%。公司采购的集装箱单位运价由 2020 年的 4,878.37 美元增长至 2021 年的 11,592.24 美元，上涨幅度为 137.63%，海运费单价上涨幅度较大。

2020 年开始，根据企业会计准则，公司将原计入销售费用的运费计入成本，2021 年单位运费较 2020 年相比变动较小。

二、结合有关因素进一步分析披露自有品牌产品毛利率低于商超品牌产品毛利率的原因及合理性；

报告期内，公司按销售品牌分类的主营业务毛利率及销售收入占比如下：

项目	2021年		2020年		2019年	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
自有品牌	27.69%	56.97%	34.81%	54.05%	34.91%	53.13%
商超品牌	31.74%	20.46%	39.37%	33.90%	38.11%	33.26%
ODM	23.77%	22.56%	25.89%	12.05%	24.09%	13.61%
合计	27.63%	100.00%	35.28%	100.00%	34.50%	100.00%

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（三）毛利及毛利率分析”之“4、按销售模式分析”补充披露如下：

报告期内，公司自有品牌毛利率低于商超品牌，主要包括以下两方面原因：

（1）产品结构差异

报告期内，公司自有品牌中交流电园林机械销售占比较高，商超品牌中则以新能源园林机械为主，新能源园林机械业务的毛利率显著高于交流电园林机械；自有品牌与商超品牌按产品类别的收入构成及毛利率情况如下：

品牌类别	产品类别	2021年		2020年		2019年	
		毛利率	销售金额占比	毛利率	销售金额占比	毛利率	销售金额占比
自有品牌	新能源园林机械	28.63%	66.29%	35.30%	59.65%	36.73%	59.10%
	交流电园林机械	25.24%	31.02%	33.49%	36.74%	30.86%	34.26%
商超品牌	新能源园林机械	35.19%	78.71%	40.53%	87.04%	37.79%	93.05%
	交流电园林机械	23.56%	10.34%	33.33%	8.19%	30.76%	4.58%

由上表可见，报告期内，公司自有品牌中的交流电园林机械产品销售占比在1/3左右，商超品牌中的交流电园林机械销售占比相应较低，上述因素使得自有品牌毛利率较商超品牌更低。

(2) 品牌定位差异

报告期内，公司自有品牌中的新能源园林机械毛利率也低于商超品牌，主要受公司自有品牌发展阶段及市场策略影响。

一方面，公司发展自有品牌相对商超品牌虽然投入更大，但大力发展自有品牌业务是公司长期战略，商超品牌业务对客户的依赖度相对更高，如公司为 Lowe's 贴牌生产的“Kobalt”园林机械产品只能在 Lowe's 销售；但公司自有品牌产品可自由选择多渠道进行销售，发展自有品牌对公司做大做强是必经之路。另一方面，公司自有品牌尚处于品牌塑造期和推广期，为应对较为激烈的市场竞争，公司自有品牌产品选择采用高性价比销售策略，在相同配置的产品较商超品牌定价更低，或相同定价的产品较商超品牌配置更高，因此导致自有品牌业务毛利率低于商超品牌业务。

公司自有品牌与商超品牌产品配置、价格对比情况：

1) 40V 新能源割草机

项目	自有品牌	商超品牌
产品图片		
主要销售地区及渠道	美国地区，主要通过 Amazon 销售，greenworks 品牌	美国地区，系 Lowe's 商超品牌 Kobalt 产品
性能参数	40V 电压平台，20' 切割尺寸，带 2AH 和 4AH 电池，运行时间 40 分钟	40V 电压平台，20' 切割尺寸，带 5AH 电池，运行时间 37 分钟
终端零售价	399 美元	399 美元
对比说明	以上两款产品的终端售价相同，但自有品牌产品配置了更高安时的电池包，运行时间更长，具有更高的性价比。	

2) 80V 新能源链锯

项目	自有品牌	商超品牌
----	------	------

产品图片		
主要销售地区及渠道	美国地区，主要通过 Amazon 销售，greenworks 品牌	美国地区，系 Lowe's 商超品牌 Kobalt 产品
性能参数	80V 电压平台，18 寸，150 Cuts, 30Min 运行时间，无刷电机，无绳链锯，带 2AH 电池包和充电器	80V 电压平台，18 寸，150 Cuts, 无刷电机，无绳链锯，裸机
终端零售价	139 美元	189 美元
对比说明	以上自有品牌产品比商超品牌产品多配置了 2AH 电池包和充电器，但终端售价更低，具有更高的性价比。	

三、补充说明其他业务各具体项目的毛利率构成情况，并分析其变动的原
因及合理性，以及为 Amazon 相关清关代理服务的具体内容、商业背景及毛利率
为零的合理性；

(一) 补充说明其他业务各具体项目的毛利率构成情况，并分析其变动的
原因及合理性

报告期内，发行人其他业务毛利率具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年			2020 年		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
研发服务	-	-	-	326.19	205.5	37.00%
代理清关服务	1,600.08	1,600.08	0.00%	2,056.33	2,056.33	0.00%
废料收入	808.49	808.49	0.00%	362.13	362.13	0.00%
其他	43.38	11.78	72.85%	83.99	-	100.00%
合计	2,451.95	2,420.35	1.29%	2,828.64	2,623.96	7.24%

(续表)

项目	2019 年		
	收入	成本	毛利率
研发服务	67.84	46.00	32.20%
代理清关服务	-	-	-
废料收入	303.28	303.28	0.00%
其他	129.89	-	100.00%

项目	2019 年		
	收入	成本	毛利率
合计	501.01	349.28	30.29%

2020 年其他业务毛利率较 2019 年大幅下降，主要系 2020 年代理清关服务收入增加，该项业务毛利率为 0.00%，导致其他业务总体毛利率大幅下降。

2021 年，其他业务毛利率较 2020 年进一步下降，主要系 2020 年下半年 B&S 公司破产重组，公司终止与其合作研发项目，毛利率较高的研发服务收入为零，而代理清关服务和废料收入毛利率均为零。

2019 年、2020 年和 2021 年的研发服务收入毛利率分别为 32.20%、37.00% 和 0.00%。2020 年公司与 B&S 合作研发项目数量增加，因此毛利率略高于 2019 年，2021 年公司终止与其合作研发项目，因此 2021 年毛利率为零。

综上，公司其他业务收入毛利率大幅下降原因合理，在报告期内不存在其他利益安排。

(二) 为 Amazon 相关清关代理服务的具体内容、商业背景及毛利率为零的合理性

1、服务具体内容与商业背景

自 2019 年末起，根据 Amazon 与公司的协商安排，双方约定将常州工厂出货的部分相关交易的贸易术语修改为 mDDP (modified Delivered Duties Paid)，根据该贸易术语的解释，货物的所有权和风险于货物在装运港越过船舷时转移，与 FOB 贸易术语一致，但是公司需承担货物在进口国的清关义务。

2、该项业务毛利率为零的合理性

在新收入准则下，格力博与 Amazon 签订的销售合同包含了两项单独的履约义务，第一，向 Amazon 转移销售订单项下的商品；第二，为销售订单下的商品办理进口地的清关手续。第二项完成清关手续的履约义务于进口地代理商完成申请完成通关并在 CDS 平台录入确认状态时完成。根据新收入准则相关要求，公司将上述两项单独履约义务分别列入主营业务收入和其他业务收入核算，对于代理清关服务，由于发行人直接委托第三方货代办理清关活动，未从该活动中直接受

益，因此按照办理清关义务实际发生的成本分摊该项履约义务的交易对价，故毛利率为零，上述会计处理符合相关会计准则的要求。

四、结合各类产品的技术水平、市场竞争情况、主要细分产品品牌及渠道分布差异等情况，进一步分析各产品毛利率及相对差异的合理性；

报告期内，公司主要类别产品毛利率及其变动情况如下：

项目	2021年	2020年	2019年
新能源园林机械	30.20%	36.97%	36.06%
其中：割草机	28.39%	37.01%	34.94%
打草机	28.60%	35.75%	32.12%
吹风机	33.30%	37.91%	36.93%
链锯	28.96%	35.54%	36.99%
电池包	35.54%	36.00%	38.94%
套装产品	30.57%	42.06%	39.78%
交流电园林机械	23.34%	32.17%	29.78%
其中：清洗机	23.76%	33.23%	30.78%
割草机	24.55%	26.71%	28.34%
主营业务毛利率	27.63%	35.28%	34.50%

以新能源割草机、新能源打草机和交流电清洗机为例，以下就不同类别产品的毛利率差异具体原因进行说明：

整体而言，公司新能源园林机械产品毛利率高于交流电园林机械产品，新能源产品内部各整机产品的毛利率差异相对较低，电池包毛利率较高主要是由市场行情决定。不同类别产品毛利率的差异主要是因设计与功能、市场竞争情况、品牌与渠道分布等方面存在一定差异，具体如下：

（一）设计与功能差异

从设计与功能层面来看，新能源产品涉及电池包、电机、电控系统等关键部件的设计整合与功能实现，设计、生产流程链条较长，产品复杂度与集成度相对交流电产品也较高，尤其是割草机等大型新能源产品融合了自行走、灯光等多项功能，相对交流电产品能为用户提供更为良好的使用体验，满足了终端客户使用更先进、环保产品的心理需求，毛利率更高具备合理性。以新能源割草机、新能源打草机和交流电清洗机为例，三种产品在设计与功能方面的差异具体如下：

项目	新能源割草机	新能源打草机	交流电清洗机
产品图示			
使用场景	主要用于较大面积家用/商用草坪修剪，一次充电可割草约 2,000 平方米	主要用于小面积的家用户子/商用草坪打理，以及地形不规则和崎岖地面，可以进行修边处理，具有割灌刀片二合一功能，可以切割清理灌木丛等，用途灵活，一次充电可割草约 250 平方米	主要用于家庭和商用的各种车辆清洗、庭院路面墙面清洗以及适合高压水清洗的多种环境
产品材质	推杆为航空铝合金，操作把手为高强度尼龙，底壳为高强度拉伸钢板，采用无刷电机，电池包使用锂离子电池，外壳采用阻燃合金塑料	手柄和辅助手柄为高强度合金塑料，机壳为镁合金铸造，杆子为铝合金，打草头主体为高强度高韧性尼龙塑料+局部金属，使用无刷电机，电池包使用锂离子电池，外壳采用阻燃合金塑料	产品扶手为金属材质，外壳为高强度塑料制品，使用无刷电机，精密铸造铝合金泵头及高压金属喷枪
主要结构及部件	开关盒控制操作系统、推杆折叠系统、底盘及调高系统、动力头电机电控系统、电池包、充电器	后手柄+电池包腔系统、电控 PCB、辅助手柄、杆子、夹管、机壳组件+电机、打草头+尼龙线组件	支架、机壳、电机、泵头、脚轮、喷枪、皂液壶、高压管、喷头、进水管
生产工序	1、基本组件：电机，PCB 控制器，电充组件； 2、零件生产：底盘，杆子，罩壳等零件生产； 3、整机的部件组装：开关盒，推杆，动力头； 4、整机组装：底盘零部件组装-刀片组装-推杆组装-开关盒装配-整机测试。	1、PCB 电控组件装配； 2、电机组件装配； 3、电充组件装配； 4、绕线头组件装配； 5、后手柄组件+杆子+机壳组件装配； 6、整机测试。	1、泵体组装； 2、开关盒组件装配； 3、清洗枪组件装配； 4、支架+整机装配； 5、整机测试。
功能特色	1、采用高强度钢底盘； 2、割草电机为高性能高效率无刷电机，配置无感正弦波控制器； 3、部分机型配置自走驱动	1、采用高性能锂离子动力电池包； 2、产品配置高低档调速功能，操作使用简单； 3、导入无刷智能电机+无	1、交流电驱动，产品环保无污染； 2、产品配置关枪停机功能，产品操作使用简单； 3、导入大功率无刷智能电

项目	新能源割草机	新能源打草机	交流电清洗机
	系统； 4、采用高性能锂离子动力电池，双电池腔，增长机器续航时间； 5、使用双腔快速充电器，电池包可以循环使用； 6、铝合金推杆，推杆快速调节及折叠储存功能； 7、人机工学的开关盒控制系统，智能的草况感应装置，角度位置安全传感器等。	感正弦波控制器； 4、使用双腔快速充电器，电池包可以循环使用； 5、铝合金推杆，折叠包装； 6、与汽油机相同的敲击放线打草头，机器标称切割尺寸 18 寸，3 尼龙线； 7、配割灌刀片，实现二合一功能。	机和高压力泵，机器标称压力做到 3000 PSI，可以取代部分汽油清洗机，实现电动清洗机替代汽油清洗机目标。

注：上表中使用场景、产品材质、主要结构及部件、功能特色等细节系代表性型号的相关信息。

（二）市场竞争情况

从市场竞争情况来看，北美市场由于渠道相对集中，新能源、交流电产品市场的主要竞争者都具备较大规模，市场格局相对稳定，竞争较为有序。而在欧洲市场，由于渠道分散、消费水平存在相对明显的地区差异，部分中小型厂商在中低端产品领域占据一定市场份额，价格竞争更为激烈。公司结合具体市场的竞争情况进行定价，对相应产品的毛利率会造成一定影响。

（三）品牌及渠道分布差异

公司新能源园林机械产品和交流电园林机械产品均在各类品牌、各类渠道进行了完善的产品布局，但具体分布上存在一定差异。

销售品牌方面，新能源产品整体以自有品牌和商超品牌为主，两类占比较为接近，ODM 产品较少。交流电产品中，由于主力产品自有品牌交流电清洗机的品牌知名度较高，销售表现较为突出，因此品牌结构中自有品牌的占比较高。相对而言，更高的自有品牌、商超品牌占比有助于提升产品的毛利率。

销售渠道方面，公司产品主要在商超、电商等渠道销售，且电商销售渠道客户主要系第三方 B2B 电商，采用买断式销售方式，近年来公司自有品牌新能源园林机械产品在电商渠道销售的比例相对较高，为提升竞争力，该部分产品定价相对商超品牌产品略低，对毛利率会造成一定影响。

五、补充披露发行人与可比公司在可比细分业务的毛利率比较情况，并结合发行人与可比公司在产品、业务模式、客户、主要原材料以及其他影响毛利率的主要因素，进一步分析并披露发行人与同行业各可比公司及可比产品毛利率存在差异的原因及合理性。

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（三）毛利及毛利率分析”之“5、与同行业公司的对比分析”补充披露如下：

5、与同行业公司的对比分析

报告期内，公司与同行业公司综合毛利率比较情况如下：

公司名称	2021年	2020年	2019年
大叶股份	尚未披露	19.31%	22.49%
巨星科技	尚未披露	30.64%	32.59%
创科实业	38.79%	38.25%	37.73%
泉峰控股	28.10%	30.70%	30.26%
可比公司平均值	33.45%	29.73%	30.77%
格力博	27.50%	35.10%	34.49%

数据来源：同行业公司公开披露的招股说明书或定期报告或业绩公布，创科实业使用香港会计准则编财务报表。

（1）与大叶股份对比

报告期内，发行人毛利率水平显著高于大叶股份，主要是因为发行人与大叶股份在产品类型及业务模式方面存在显著差异。

发行人产品以新能源园林机械和交流电园林机械为主，业务模式以自有品牌及商超品牌为主，ODM业务收入占比整体相对较低，发行人的自有品牌及商超品牌业务毛利率要显著高于ODM业务。

大叶股份以割草机产品为主，且燃油类占比较高；另一方面，相比于发行人以自有品牌和商超品牌业务为主，大叶股份业务收入中ODM业务占比较高，如2019年ODM业务收入占比为88.28%。

报告期内，发行人与大叶股份的同类产品毛利率及主营业务收入占比对比情况如下：

公司名称	项目	2021 年		2020 年		2019 年	
		毛利率	占比	毛利率	占比	毛利率	占比
大叶股份	割草机	尚未披露	尚未披露	17.78%	80.85%	21.04%	78.67%
	其中：燃油	-	-	-	-	20.28%	62.57%
	锂电	-	-	-	-	25.61%	11.34%
	交流电	-	-	-	-	20.01%	4.76%
格力博	割草机	27.84%	19.69%	36.02%	24.51%	34.34%	24.30%
	其中：锂电	28.39%	16.87%	37.01%	22.15%	34.94%	22.11%
	交流电	24.55%	2.82%	26.71%	2.36%	28.34%	2.19%

由上表可见，大叶股份收入主要来自于割草机，其中汽油割草机销售占比最高，且汽油割草机的毛利率显著低于锂电割草机；交流电割草机毛利率低于锂电割草机，这与发行人产品毛利率的特征一致。相比之下，发行人产品类别较多，割草机收入占比为 20%左右；发行人割草机产品以锂电类为主，且锂电类割草机的毛利率显著高于大叶股份，主要是因为大叶股份 ODM 业务占比较高所致。

由于大叶股份燃油产品占比较高，因此选取大叶股份的锂电割草机、锂电打草机/割灌机与发行人进行比较，但考虑到大叶股份的业务以 ODM 为主（占比接近 90%），因此选取发行人锂电类产品的 ODM 业务进行比较，具体情况如下：

公司名称	产品类型	2021 年	2020 年	2019 年
大叶股份	锂电割草机	-	-	25.61%
	锂电打草机/割灌机	-	-	29.68%
格力博	锂电产品 ODM 业务	28.77%	29.92%	27.18%

由上表可见，格力博的锂电产品 ODM 业务毛利率与大叶股份的锂电类产品毛利率基本可比，无显著差异。

（2）与创科实业对比

报告期内，发行人毛利率水平低于创科实业，主要是因为发行人与创科实业在市场地位、品牌定位、产品结构、业务模式方面存在一定差异。

创科实业是全球电动工具龙头，2019 年、2020 年和 2021 年，创科实业的营业收入分别为 535.58 亿元、640.95 亿元和 841.79 亿元，电动工具销售规模全球第一；创科实业产品包括电动工具、户外园艺工具、手动工具、地板护理和器具，动力方式主要为新能源，产品使用场景涵盖室内、户外两大领域；创科实业

拥有 Milwaukee、Ryobi、Homelite 等多个知名自有品牌，品牌定位高端且以自有品牌销售为主。

发行人产品主要为园林机械，产品主要包括新能源和交流电两种类型，业务模式包括自有品牌、商超品牌和 ODM，以商超和电商渠道为主；创科实业产品主要为锂电电动工具，交流电产品占比较低，且主要为自有品牌，以商超渠道为主，双方在产品结构、业务模式、销售渠道等方面均存在差异；此外，相比于创科实业，发行人自有品牌仍处于拓展期，同样价格的产品，发行人在配置方面会更高，因此也会使得毛利率低于创科实业。

2020 年，通过公开渠道查询创科实业园林机械的自有品牌 Ryobi 与发行人自有品牌 greenworks 的同类产品售价及相关配置信息，对比情况如下：

1) 新能源割草机

产品图片		
品牌	greenworks pro	Ryobi
终端零售价格	299 美元	299 美元
电压	24-volt	18-volt
电池容量	172Wh	144Wh
Motor Type	Brushless	Brushed
对比说明	上述两款产品的终端售价一致，但公司自有品牌产品的电池容量更大，电机为更先进的无刷电机，配置更高	

2) 新能源打草机

产品图片		
品牌	greenworks pro	Ryobi
终端零售价格	129 美元	129 美元
电压	20-volt	18-volt
电池容量	86Wh	72Wh

Motor Type	Brushed - GR	Brushless
Line Diameter	0.080 "	0.080 "
对比说明	上述两款产品的终端售价一致，但公司自有品牌产品的电压更高、电池容量更大	

3) 新能源链锯

产品图片		
品牌	greenworks	Ryobi
终端零售价格	129 美元	129 美元
电压	24-Volt	24-Volt
电池容量	48 Wh	27 Wh
Motor Type	Gear Reduced	Gear Reduced
Bar Size	10 "	10 "
对比说明	上述两款产品的终端售价一致，但公司自有品牌产品的电池容量更大	

根据上表列示的产品信息，在类似产品定价相同的情况下，发行人产品配置较创科实业更高，产品更高的性价比导致发行人毛利率略低于创科实业。

(3) 与巨星科技对比

报告期内，发行人毛利率均略高于巨星科技，主要是因为发行人与巨星科技的产品类型差异所致。

巨星科技产品包括手工具、激光测量仪器、存储箱柜三大类，主要用于家庭住宅维护、建筑工程、车辆维修养护、机器人及自动化、地图测量测绘、个人防护等领域，不涉及园林机械领域。巨星科技手工具收入占比约 70%，手工具主要原材料为塑料、铝、钢等，与电动园林机械差异较大。业务模式方面，巨星科技以自有品牌和客户品牌为主，主要出口销售；客户方面，巨星科技主要客户为 The Home Depot Inc.、Wal-Mart Inc.、LG Sourcing Inc.、Stanleyworks Co., Ltd 等，业务模式与客户结构与发行人具有较高可比性。

手工具相较于电动园林机械，其生产工序、技术复杂程度相对简单，因此毛利率略低具有合理性。

(4) 与泉峰控股对比

发行人 2019 年和 2020 年毛利率高于泉峰控股，主要是由于泉峰控股的 ODM 业务收入占比较高所致。根据泉峰控股发布的业绩公告，2021 年泉峰控股毛利率下降，主要受原材料成本上涨、人民币升值及国际运输成本上涨的影响。

【申报会计师核查】

一、申报会计师核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了如下审计及核查程序：

1、取得并核查发行人销售收入及成本明细表，复核各产品内部细分结构销售均价、单位成本计算结果，取得并核查发行人计算的分类别产品原材料价格变动表，访谈发行人高级管理人员及财务总监，了解各产品销售均价、单位成本变动的具体原因；

2、取得并核查发行人销售收入及成本明细表，复核自有品牌与商超品牌产品毛利率的差异，复核相关产品的具体构成数据，并就自有品牌产品毛利率低于商超品牌产品毛利率的原因访谈发行人高级管理人员及财务总监；

3、取得并查阅发行人其他业务收入及成本明细表，就其他业务收入具体项目毛利率变动的原因访谈发行人高级管理人员及财务总监，取得并查阅发行人与 Amazon 之间就代理清关业务沟通的资料，复核相关收入、成本会计处理的合理性，并就相关商业背景、会计处理事项对发行人高级管理人员及财务总监进行访谈；

4、取得并查阅发行人销售收入及成本明细表，复核各类别产品毛利率具体变动情况，对发行人高级管理人员及财务总监进行访谈，了解各产品毛利率差异的具体原因；

5、取得并查阅可比公司公开披露文件，对发行人与可比公司整体层面及细分业务毛利率差异进行复核，结合可比公司公开披露文件的相关表述，对发行人高级管理人员及财务总监进行访谈，了解相关毛利率差异的具体原因。

二、申报会计师核查意见

基于申报会计师所执行的审计及核查程序，申报会计师认为：

1、发行人披露的报告期各类产品单价、单位成本和各产品毛利率的变动原因具有合理性。

2、发行人披露的自有品牌产品毛利率低于商超品牌产品毛利率的原因具有合理性。

3、发行人其他业务主要系代理清关服务、研发服务和废料销售，各项业务毛利率变动具有合理性；发行人为 Amazon 提供代理清关服务具有合理的商业背景，毛利率为零的原因具有合理性，相关收入、成本的会计处理在所有重大方面符合《企业会计准则》的规定。

4、发行人披露的报告期内各产品毛利率相对差异的原因具有合理性。

5、发行人与可比公司在整体层面及细分业务层面毛利率存在差异，主要是因产品构成、原材料、产品动力方式、业务模式、客户群体、销售规模等方面存在差异，差异原因具有合理性。

问题 17：关于期间费用

申报材料显示：

报告期发行人的期间费用分别为 97,654.91 万元、95,321.61 万元、和 95,483.97 万元，合计占营业收入的比例分别为 31.38%、25.59%和 22.25%；公司销售费用率、管理费用率高于大叶股份、巨星科技，低于创科实业；公司财务费用较高，主要为汇兑损益和利息支出。

请发行人：

(1) 补充披露销售人员、管理人员、研发人员的平均工资与当地和同行业平均工资水平的比较情况，是否存在其他主体为发行人员工支付费用的情形，并结合销售人员、管理人员、研发人员人数以及平均工资的变动情况进一步分析各项费用中职工薪酬变动的合理性；

(2) 结合报告期各期运输量、单位运输费用、收入的区域分布、运输距离的变化等情况，分析披露运费占收入比例及单位运费变动的原因及合理性；

(3) 进一步分析披露报告期各期销售费用率、管理费用率变动的原因及合理性；

(4) 结合有关因素进一步量化分析报告期各期发行人与各可比公司管理、销售、研发费用率差异的原因，并论证合理性；

(5) 结合各期外币类项目的发生额、余额及汇率波动等情况，量化分析各期汇兑损益的构成及发生额的合理性，并进一步揭示相关汇率波动对净利润的影响并提示相关风险；结合相关债权债务的具体情况匡算各期利息收入、支出发生额的合理性。

请保荐人和申报会计师说明对上述事项核查的方法、范围、过程、依据及结论，并发表明确意见。

【回复】

【发行人说明】

一、补充披露销售人员、管理人员、研发人员的平均工资与当地和同行业平均工资水平的比较情况，是否存在其他主体为发行人员工支付费用的情形，并结合销售人员、管理人员、研发人员人数以及平均工资的变动情况进一步分析各项费用中职工薪酬变动的合理性；

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（四）期间费用分析”中补充披露如下：

1、销售费用

（1）销售费用构成与变动分析

.....

1) 工资薪酬

报告期内，销售费用-工资薪酬金额分别为 11,118.75 万元、12,147.36 万元和 12,103.07 万元，占营业收入比例分别为 2.98%、2.83%和 2.42%，金额 2020 年较 2019 年呈增加趋势，2021 年较 2020 年变动不大，报告期占营业收入的比例因公司收入规模增长较快有所降低。

报告期内，公司销售人员数量及销售人员平均薪酬如下：

单位：人、万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
薪酬总额	12,103.07	12,147.36	11,118.75
年平均人数	205	176	197
年平均薪酬	59.04	69.02	56.44

注¹：年平均人数=（期初人员人数+期末人员人数）/2；

注²：年平均薪酬=薪酬总额/年平均人数。

2020 年，公司经营利润大幅增长，销售费用-职工薪酬也较 2019 年有所增长；与此同时，公司销售人员数量下降较多，主要原因系受疫情影响，公司美国商超现场促销人员减少，该等销售人员系基层员工，薪酬水平偏低，因而该等销售人员的减少推高了整体销售人员平均薪酬。2021 年，公司为进一步开展在欧美地区的广告促销和线上网站运营，在欧美地区新招聘了零售促销人员和线上电

子商务人员，并在加拿大售后中心新招聘电话服务人员以支持北美地区的售后服务，该等销售人员薪酬水平偏低，因而降低了 2021 年销售人员的年平均薪酬。

报告期内，公司分地区销售人员平均薪酬与当地薪酬水平对比情况如下：

单位：人、万元

地区	项目	2021 年	2020 年	2019 年
境内	平均薪酬	19.08	17.37	15.34
	当地薪酬水平	N/A	6.47	5.93
欧美	平均薪酬	80.44	90.35	68.78
	当地薪酬水平	N/A	33.90	33.74

注：境内当地薪酬水平系江苏省城镇私营单位就业人员年平均工资（制造业），数据来源为江苏省统计局；欧美当地薪酬水平系主要发达国家平均薪酬，数据来源为 OECD Employment and Labour Market Statistics (www.oecd.org)；其中 2021 年数据未公布，以 N/A 列示。

报告期内，公司境内销售人员平均薪酬总体呈上升趋势，主要系公司业务增长，员工工资相应增加所致。2020 年，随着公司业务增长，欧美销售人员的奖金增加以及美国商超现场促销人员的减少，2020 年欧美销售人员平均薪酬得到大幅提升。2021 年，公司为进一步开展在欧美地区的广告促销和线上网站运营，在欧美地区新招聘了零售促销人员和线上电子商务人员，并在加拿大售后中心新招聘电话服务人员以支持北美地区的售后服务，该等销售人员薪酬水平偏低，因而降低了 2021 年欧美销售人员的年平均薪酬。公司在境内、欧美销售人员平均薪酬均明显高于当地薪酬水平，主要系岗位性质导致相应销售人员薪酬水平较高。

公司销售人员平均薪酬与同行业可比上市公司对比情况如下所示：

单位：万元

可比公司	2021 年	2020 年	2019 年
大叶股份	N/A	30.77	29.86
巨星科技	N/A	31.75	21.38
创科实业	N/A	N/A	N/A
泉峰控股	N/A	N/A	N/A
可比公司平均	N/A	31.26	25.62
格力博	59.04	69.02	56.44

注：可比公司数据是根据公开披露的年度报告计算得出，对于同行业可比上市公司年度报告中未披露的相关明细，在上表以 N/A 列示。

报告期各期，公司销售人员平均薪酬高于可比公司平均水平，主要原因系公司为了及时掌握市场需求、与客户保持密切沟通并为之提供高效服务，在境外主

要市场北美及欧洲地区建立了专业化的销售团队，且境外销售人员超过 95%均为欧美本地员工，因此使得公司销售人员的平均薪酬较高。

.....

2、管理费用

(1) 管理费用构成与变动分析

.....

1) 工资薪酬

报告期内，管理费用-工资薪酬金额分别为 18,240.85 万元、19,351.06 万元和 22,109.16 万元，占营业收入的比例分别为 4.90%、4.51%和 4.42%，金额整体呈增加趋势，占营业收入的比例因公司收入规模增长较快而有所降低。

报告期内，公司计入管理费用-工资薪酬的员工数量及平均薪酬如下：

项目	2021 年	2020 年	2019 年
薪酬总额	22,109.16	19,351.06	18,240.85
年平均人数	1,205	996	835
年平均薪酬	18.36	19.43	21.85

注¹：年平均人数=（期初人员人数+期末人员人数）/2；

注²：年平均薪酬=薪酬总额/年平均人数；

注³：此处管理人员包括管理人员、财务人员、行政人员、采购人员等工资薪酬计入管理费用的人员，下同。

报告期内，公司管理人员数量逐年增加。2020 年和 2021 年，因越南工厂投产及公司生产经营规模快速增长原因，计入管理费用-工资薪酬的相关员工数量也快速增加，而越南当地工资水平相对国内显著较低，因而使得 2020 年及 2021 年的平均薪酬持续小幅下降。

报告期内，公司分地区管理人员平均薪酬与当地薪酬水平对比情况如下：

单位：人、万元

地区	项目	2021 年	2020 年	2019 年
境内	平均薪酬	15.15	16.08	16.64
	当地薪酬水平	N/A	6.47	5.93
欧美	平均薪酬	65.75	63.99	83.97
	当地薪酬水平	N/A	33.90	33.74

地区	项目	2021 年	2020 年	2019 年
越南	平均薪酬	8.70	5.01	5.02
	当地薪酬水平	N/A	2.38	2.39

注：境内当地薪酬水平系江苏省城镇私营单位就业人员年平均工资（制造业）数据来源为江苏省统计局；欧美当地薪酬水平系主要发达国家平均薪酬，数据来源为 OECD Employment and Labour Market Statistics（www.oecd.org）；越南当地薪酬水平系越南平均薪酬，数据来源为越南国家统计局；其中 2021 年数据未公布，以 N/A 列示。

报告期内，公司境内管理人员平均薪酬总体呈下降趋势，2021 年下降幅度较大主要系公司结合 2021 年度经营情况调整高管绩效奖金所致；公司欧美管理人员平均薪酬总体呈下降趋势，主要系随着欧美业务逐渐成熟，欧美管理结构逐渐优化；越南管理人员平均薪酬呈上升趋势，其中 2021 年增幅较大，主要系越南 2021 年为了深化运营管理的完善，在中国调拨了一批有经验的中国员工到越南任职，这部分员工薪资较高，因此导致 2021 年越南管理人员平均薪酬上涨。公司在境内、欧美和越南的管理人员平均薪酬均明显高于当地薪酬水平，主要系岗位性质导致相应管理人员薪酬水平较高。

公司管理人员平均薪酬与同行业可比上市公司对比情况如下：

单位：万元

可比公司	2021 年	2020 年	2019 年
大叶股份	N/A	15.40	17.80
巨星科技	N/A	35.53	21.53
创科实业	N/A	N/A	N/A
泉峰控股	N/A	N/A	N/A
可比公司平均	N/A	25.46	19.67
格力博	18.36	19.43	21.85

注：可比公司数据是根据公开披露的年度报告计算得出，对于同行业可比上市公司年度和半年度报告中未披露的相关明细，在上表以 N/A 列示。

2019 年，公司管理人员平均薪酬高于可比公司平均水平，主要原因是：公司生产经营涉及市场推广、品牌建设、外观与核心零部件设计研发、生产、推广等诸多管理环节，全球生产、管理、研发布局较为完善，管理层级和部门设置相对复杂，且海外子公司管理人员的薪酬水平相对较高，故管理人员平均薪酬较高。2020 年，公司管理人员平均薪酬整体低于可比公司平均水平，主要原因系巨星科技 2020 年业绩增长较多，使得管理人员平均薪酬涨幅较高。

3、研发费用

(1) 研发费用构成与变动分析

.....

报告期内，研发费用-工资薪酬金额分别为 8,228.03 万元、9,271.70 万元和 10,913.19 万元，占营业收入的比例分别为 2.21%、2.16%和 2.18%，金额整体呈增加趋势，占营业收入的比例因公司收入规模增长较快而有所降低。

报告期内，公司研发人员数量及研发人员平均薪酬如下：

单位：人、万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
薪酬总额	10,913.19	9,271.70	8,228.03
年平均人数	371	317	312
年平均薪酬	29.42	29.29	26.41

注¹：年平均人数=（期初人员人数+期末人员人数）/2；

注²：年平均薪酬=薪酬总额/年平均人数；

注³：此处研发人员不包含主要从事部分协助管理工作的辅助研发人员（相应工资薪酬计入管理费用）。

报告期内，公司研发人员数量相对稳定，研发人员平均薪酬逐年增长；公司分地区研发人员平均薪酬与当地薪酬水平对比情况如下：

单位：人、万元

地区	项目	2021 年	2020 年	2019 年
境内	平均薪酬	20.93	19.78	16.55
	当地薪酬水平	N/A	6.47	5.93
欧美	平均薪酬	83.28	82.74	85.63
	当地薪酬水平	N/A	33.90	33.74

注：境内当地薪酬水平系江苏省城镇私营单位就业人员年平均工资（制造业）数据来源为江苏省统计局；欧美当地薪酬水平系主要发达国家平均薪酬，数据来源为 OECD Employment and Labour Market Statistics（www.oecd.org）；其中 2021 年数据未公布，以 N/A 列示。

报告期内，公司境内研发人员平均薪酬总体呈上升趋势，主要系公司业务增长，员工工资也相应增加；报告期内，欧美研发人员平均薪酬较为稳定。公司在境内和欧美的研发人员平均薪酬均明显高于当地薪酬水平。

公司研发人员平均薪酬与同行业可比上市公司对比情况如下：

单位：万元

可比公司	2021 年	2020 年	2019 年
大叶股份	N/A	11.17	13.12

可比公司	2021 年	2020 年	2019 年
巨星科技	N/A	19.39	16.43
创科实业	N/A	N/A	N/A
泉峰控股	N/A	N/A	N/A
可比公司平均	N/A	15.28	14.77
格力博	29.42	29.29	26.41

注：可比公司数据是根据公开披露的年度报告计算得出，对于同行业可比上市公司年度报告中未披露的相关明细，在上表以 N/A 列示。

报告期各期，公司研发人员平均薪酬高于可比公司平均水平，主要原因系公司始终致力于打造自有品牌，在研发和设计能力方面持续投入大量资源，在中国、美国及瑞典设立了具有高度协同能力的专业化研发中心，而研发活动涉及新能源园林机械产品较多技术领域，因此对研发人员要求相对较高，相应给予较高待遇，且部分研发人员位于欧美地区，薪酬水平较高。

二、结合报告期各期运输量、单位运输费用、收入的区域分布、运输距离的变化等情况，分析披露运费占收入比例及单位运费变动的原因及合理性；

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（四）期间费用分析”之“1、销售费用”补充披露如下：

2) 运输费

①关于贸易条款与运费承担方式

报告期内发行人与客户的贸易条款主要为 FOB，还有少量 DDP。关于不同贸易条款下产品运输及运费承担方式具体情况如下：

项目	境内运费	境外运费
FOB	公司	客户
DDP	公司	公司
境外销售（境外子公司当地销售）	公司	公司
境内销售	公司	不适用

②运输费用与销售数量的匹配关系

报告期内，公司运输费用与销售数量的匹配关系如下：

单位：万元、万件

项目	2021 年	2020 年	2019 年
运输费	14,237.17	10,643.58	8,707.68

项目	2021年	2020年	2019年
新能源园林机械整机销量	363.74	286.13	264.60
交流电园林机械整机销量	220.14	204.28	173.07
其他整机产品销量	63.38	31.56	29.09
整机销量合计	647.26	522.11	467.18
单位运费（元/件）	22.00	20.39	18.65

注：上述销量系整机产品统计口径；单位运费=运输费/销售数量，运费不包含计入“制造费用”的海运费（公司内部运费，即公司工厂向美国等公司海外仓库运输的海运费）

报告期内，公司单位运费金额呈逐年上升趋势。

2020年单位运费较2019年上升9.33%，主要原因系：A. 2020年境内公路运费较2019年小幅上升，同时2020年下半年国际集装箱海运运力供不应求，海运成本大幅上升；B. 2020年受疫情影响美国子公司电商业务大幅增长，而相关运费由公司承担，导致美国子公司运费增长较多；C. 2020年公司对Menards的销售收入增长较快，该客户贸易条款为DDP，相关海运费由公司承担。

2021年单位运费较2020年上升7.89%，主要原因系：2021年公司贸易条款为DDP的销量占比上升，该部分销量由公司承担相关海运费。

③运输费用与主营业务收入的匹配关系

报告期内，公司运输费用与主营业务收入的匹配关系如下：

单位：万元

项目	2021年	2020年	2019年
运输费	14,237.17	10,643.58	8,707.68
主营业务收入	497,937.18	426,298.99	372,005.35
占比	2.86%	2.50%	2.34%

报告期内，发行人运输费用占主营业务收入的比重整体较为稳定。

2020年，运输费用占主营业务收入比例较2019年增长0.16个百分点，主要原因系：A. 2020年境内公路运费较2019年小幅上升，同时2020年下半年国际集装箱海运运力供不应求，海运成本大幅上升；B. 2020年受疫情影响美国子公司电商业务大幅增长，而相关运费由公司承担，导致美国子公司运费增长较多；C. HKSR对主要客户Menards的销售收入增长近3倍，该客户贸易术语为DDP，运费由HKSR承担，因此香港子公司的运输费用增长幅度较大。

2021年，运输费用占主营业务收入比例较2020年增长0.36个百分点，主要原因系：2021年公司贸易条款为DDP的销量占比上升，该部分运费由香港子公司和瑞典子公司承担，因此香港子公司及瑞典子公司的运输费用增长幅度较大。

④销售收入区域分布及运输距离变化情况

报告期内，公司超过98%主营业务收入来自于境外，主要集中于北美及欧洲地区，具体情况如下：

单位：万元

地区	2021年		2020年		2019年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
境外	490,999.71	98.61%	422,297.87	99.06%	366,627.93	98.55%
其中：北美洲	396,940.60	79.72%	354,392.52	83.13%	287,165.30	77.19%
欧洲	78,045.41	15.67%	61,613.27	14.45%	75,058.12	20.18%
其他	16,013.70	3.22%	6,292.09	1.48%	4,404.52	1.18%
境内	6,937.47	1.39%	4,001.12	0.94%	5,377.42	1.45%
合计	497,937.18	100.00%	426,298.99	100.00%	372,005.35	100.00%

注：上表中“境内”指中国大陆地区，不包括中国香港、中国澳门和中国台湾。

报告期内，发行人各地区销售收入及占比整体较为稳定。总体而言，公司运输半径未发生重大变化。

三、进一步分析披露报告期各期销售费用率、管理费用率变动的原因及合理性；

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（四）期间费用分析”补充披露如下：

1、销售费用

（1）销售费用构成与变动分析

.....

公司销售费用主要由运输费、工资薪酬、广告宣传及市场推广费、质保费和仓储及租赁费用等构成。2019年、2020年和2021年，公司销售费用分别为37,979.87万元、32,362.37万元和44,222.44万元，占当期营业收入比重分别为10.20%、7.54%和8.84%，公司销售费用率在2020年呈下降趋势，主要与公司

销售收入增长较快且加强预算管理、运输费用会计处理变动有关。公司 2021 年销售费用率呈上升趋势，主要系广告宣传及市场推广费及仓储租赁费占比上升所致。

2020 年，公司销售费用率与 2019 年相比降低了 2.66 个百分点，影响销售费用率变动的主要因素是：1) 根据实际经营需要，公司在欧洲地区退租部分运营效率较低的仓库，且美国地区原第三方仓库费用的影响在本期均不再体现，使得相关仓储及租赁费用占营业收入的比例下降 0.27 个百分点；2) 根据新收入准则相关要求，2020 年运输费用纳入成本科目核算，该部分使得销售费用率下降 2.34 个百分点。

2021 年，公司销售费用率较 2020 年增长了 1.30 个百分点，主要系：1) 为提升自有品牌产品收入占比，公司加大北美地区社交媒体以及电视广告的投入，同时增加对线上网站的建设支出，以提高品牌知名度及消费者购物体验，从而导致公司广告宣传及市场推广费相比 2020 年上升 0.78 个百分点；2) 公司加拿大地区业务规模扩大，更换了租赁面积更大的仓库，导致仓储租赁费上升，使得销售费用率上升 0.54 个百分点。

2、管理费用

(1) 管理费用构成与变动分析

.....

公司管理费用主要由工资薪酬、咨询服务费、差旅费、租赁费和折旧及摊销等构成。2019 年、2020 年和 2021 年，公司管理费用分别为 33,925.13 万元、36,645.19 万元和 41,369.68 万元，占收入比重分别为 9.11%和 8.54%和 8.27%。管理费用金额呈增加趋势，但管理费用率受近年销售收入大幅增长的影响而逐年降低。

2020 年，公司管理费用率相比 2019 年下降 0.57 个百分点，影响管理费用率变动的主要因素是：1) 受疫情影响公司员工差旅活动减少，差旅费有所降低；2) 由于营业收入增长较快，管理费用中的工资薪酬、租赁费、折旧与摊销等金额占营业收入的比例有所降低。

2021年，公司管理费用率相比2020年下降0.27个百分点，影响管理费用率变动的主要因素是：1) 2021年公司收入增长16.61%，保持较高增速，持续摊薄管理费用率，管理费用中工资薪酬、折旧摊销及租赁费等项目占营业收入的比例有所降低；2) 2021年公司法务事宜相比2020年有所减少，2021年相应咨询服务费有所下降。

四、结合有关因素进一步量化分析报告期各期发行人与各可比公司管理、销售、研发费用率差异的原因，并论证合理性；

(一) 销售费用率比较分析

报告期内，公司与同行业可比公司销售费用率的比较情况如下：

公司简称	2021年	2020年	2019年
大叶股份	N/A	3.56%	4.58%
巨星科技	N/A	5.36%	8.86%
创科实业	16.40%	16.03%	15.59%
泉峰控股	11.12%	14.94%	15.18%
平均值	13.76%	9.97%	11.05%
公司	8.84%	7.54%	10.20%

公司销售费用率显著高于大叶股份，同时高于巨星科技，显著低于创科实业、泉峰控股，具体分析如下：

1、与大叶股份、巨星科技对比

项目	格力博			大叶股份			巨星科技		
	2021年	2020年	2019年	2021年	2020年	2019年	2021年	2020年	2019年
职工薪酬	2.42%	2.83%	2.98%	N/A	1.68%	1.38%	N/A	2.71%	2.73%
运输费	-	-	2.34%	N/A	-	1.83%	N/A	-	2.96%
广告宣传费	2.36%	1.59%	1.69%	N/A	0.27%	0.32%	N/A	1.85%	2.20%
仓储/租赁费	1.34%	0.80%	1.07%	N/A	0.30%	0.00%	N/A	0.02%	0.05%
质保费/售后服务费	1.73%	1.48%	1.36%	N/A	0.51%	0.31%	N/A	-	-
其他	0.99%	0.84%	0.76%	N/A	0.80%	0.75%	N/A	0.78%	0.92%
合计	8.84%	7.54%	10.20%	N/A	3.56%	4.58%	N/A	5.36%	8.86%

注：上述数据来源于大叶股份、巨星科技的公开披露资料；巨星科技销售费用明细中未单列质保费/售后服务费，对于同行业可比上市公司尚未披露年度报告的，在上表以N/A列示。

（1）职工薪酬

发行人销售费用-职工薪酬占营业收入比例较高，主要是因为发行人约 70% 的市场人员是在北美及欧洲当地雇用，北美及欧洲地区的市场人员薪酬水平远高于国内。大叶股份主要从事 ODM 业务，与发行人相比海外雇员需求和数量较低，因此职工薪酬支出费率较低。巨星科技的产品主要销往欧洲和北美等海外市场，客户以欧美大型终端商为主，与格力博在销售费用-职工薪酬费率方面较为接近。

（2）运输费

公司运输费占营业收入比例与巨星科技较为接近，略高于大叶股份。大叶股份以 ODM 业务为主，该类业务通常只需承担国内工厂发货至港口的运费；相比之下，一方面公司与部分商超客户存在 DDP 贸易方式，需要另行承担海运费；另一方面，公司在北美及欧洲设有成品仓库以满足客户临时性补货需求以及公司的电商业务需求，因此公司的运输费率较大叶股份更高。

（3）广告宣传费

公司广告宣传费占营业收入比例显著高于大叶股份，与巨星科技总体可比。大叶股份 ODM 业务占比较高，自有品牌业务占比极低，主要客户为园林机械品牌商，因此大叶股份在品牌推广、终端销售渠道促销方面的支出较低。公司与巨星科技在各年度的广告支出费率略有差异，主要是与两者市场营销策略有关，报告期的广告宣传费支出费率总体可比。

（4）仓储/租赁费

公司主要销售市场在北美和欧洲地区，由于公司主要客户为商超和电商渠道，为满足客户的临时性补货需求以及电商业务及时发货需求，公司在北美及欧洲租赁仓库，因此仓储/租赁费率较高。

大叶股份主要为园林机械品牌商代工生产，产品直接由工厂发出即可，海外仓库需求较弱；根据公开资料，大叶股份于 2020 年才开始建立海外物流体系并开始租赁海外仓库，因此 2019 年无租赁费用，2020 年仓储/租赁费占比较低。

（5）质保/售后服务费

公司质保费占营业收入比例显著高于大叶股份、巨星科技。

与大叶股份相比，公司主要客户为商超及电商等终端渠道，公司对商超及电商渠道销售的产品，质保服务最终由公司提供，质保期内发生的维修、退换货等支出最终均由公司承担；且公司在北美、欧洲均设置了维修售后服务中心，专门提供相应地区的售后服务。大叶股份业务以 ODM 为主，其主要客户为园林机械品牌商，产品的质保费用主要由其客户承担。因此，公司的质保费支出费率显著高于大叶股份。

与巨星科技相比，质保费差异主要系两者产品结构差异所致，巨星科技主要产品为五金工具，发生质保维修概率低，因此其质保费支出费率较低。

2、与创科实业、泉峰控股对比

2019 年、2020 年和 2021 年，创科实业销售费用率分别为 15.59%、16.03% 和 16.40%，大幅高于发行人；由于创科实业为香港上市公司，未在定期报告中披露销售费用的构成，无法具体对比分析明细科目的差异。但根据创科实业年度报告可知：1) 创科实业以自有品牌业务为主，因此在品牌宣传、市场推广以及售后服务方面投入会更高；2) 创科实业销售人员主要分布在北美，且由于创科实业在线下商超门店均会有销售员工，其销售人员数量远高于发行人，因此其销售工资薪酬支出也会大幅高于公司。报告期内，公司销售费用率低于泉峰控股主要系泉峰控股近年来大力扩展锂电 OPE 产品线，营销支出较高所致。

(二) 管理费用率比较分析

报告期内，公司与同行业可比公司管理费用率的比较情况如下：

公司简称	2021 年	2020 年	2019 年
大叶股份	N/A	3.92%	2.82%
巨星科技	N/A	5.86%	7.21%
创科实业	10.24%	10.26%	10.50%
泉峰控股	5.89%	6.90%	5.80%
平均值	8.07%	6.73%	6.58%
公司	8.27%	8.54%	9.11%

注：上述数据来源于大叶股份、巨星科技、创科实业的公开披露资料；对于同行业可比上市公司尚未披露年度报告的，在上表以 N/A 列示；其中创科实业 2021 年的数据来源于业绩公布。

公司管理费用率显著高于大叶股份，同时高于巨星科技和泉峰控股，略低于创科实业，具体分析如下：

1、与大叶股份、巨星科技对比

项目	格力博			大叶股份			巨星科技		
	2021年	2020年	2019年	2021年	2020年	2019年	2021年	2020年	2019年
工资薪酬	4.42%	4.51%	4.90%	N/A	1.48%	1.20%	N/A	3.72%	4.47%
咨询服务费	0.78%	1.05%	0.67%	N/A	0.63%	0.35%	N/A	0.60%	0.69%
折旧摊销及租赁费	0.90%	1.02%	1.38%	N/A	0.74%	0.66%	N/A	0.56%	0.50%
差旅、办公及业务招待费	0.77%	0.75%	0.84%	N/A	0.63%	0.35%	N/A	0.76%	1.29%
其他	1.40%	1.21%	1.32%	N/A	0.45%	0.26%	N/A	0.22%	0.25%
合计	8.27%	8.54%	9.11%	N/A	3.92%	2.82%	N/A	5.86%	7.21%

注：上述数据来源于大叶股份、巨星科技的公开披露资料；对于同行业可比上市公司尚未披露年度报告的，在上表以 N/A 列示。

(1) 工资薪酬

报告期内，公司管理费用-职工薪酬费占营业收入比例显著高于大叶股份，略高于巨星科技。

相比于大叶股份，公司业务包含自有品牌、商超品牌和 ODM 业务，业务复杂程度较大叶股份更高，管理难度和需求更大；另外，公司采取全球化经营战略，在美国、加拿大、德国、瑞典、俄罗斯、英国等地建立起超过 250 人的本土化运营团队，从事市场开发、供应链管理、售后服务、产品研发等多项业务，管理组织架构更加全球化，管理人员平均薪酬水平也大幅高于大叶股份。因此，公司管理费用率显著高于大叶股份。

相比于巨星科技，公司与巨星科技在业务模式、客户渠道、市场区域等方面高度相似，但一方面巨星科技销售收入规模更大（约为发行人 2 倍），规模效应相对更强；另一方面发行人相较巨星科技在海外团队方面投入更大，工资薪酬费用更高，综合因素使得公司的管理费用率略高于巨星科技。

(2) 咨询服务费

报告期内，公司咨询服务费占营业收入比例略高于大叶股份，与巨星科技

总体可比。

报告期内，公司咨询服务费主要为审计费、法律服务费、IT服务费。一方面，公司因商标、专利诉讼事项导致法律服务费支出较高；另一方面，公司在境外设立的子公司数量较多，各个国家和地区的市场、行业、劳工等方面监管规则均有所差异，因此公司在公司运营管理中支付的咨询费也较多。2020年，公司咨询服务费金额及占比上涨较多，主要是因为美国子公司因劳工纠纷导致法律服务费支出显著增加。此外，公司2020年在美国CPSC（消费品安全委员会）方面新增投入较多导致法律服务费支出有所增长。

大叶股份主要业务为ODM，自有品牌业务占比极低，境外子公司数量较少，遭遇商标、专利诉讼的可能性较低，相关咨询服务费支出金额和占比也较低。

报告期内，公司咨询服务费金额分别为2,497.40万元、4,518.66万元和3,916.15万元，巨星科技2019年度和2020年度咨询费用分别为4,560.55万元、5,127.40万元，支出金额低于巨星科技，但由于巨星科技销售规模更大，因此咨询服务费率较发行人总体可比。

（3）折旧摊销及租赁费

发行人折旧摊销及租赁支出分别为5,140.53万元、4,358.58万元和4,511.18万元，占营业收入比重分别为1.38%、1.02%和0.90%；巨星科技2019年度和2020年度折旧及摊销金额分别为3,336.60万元、4,796.17万元，占营业收入比重分别为0.50%、0.56%。公司折旧及摊销占营业收入比重略高于巨星科技，同时差异逐渐缩小，主要系公司报告期内逐渐扩大销售规模，支持业务扩张需要前置投入，随着收入的增长，相应费用占比逐年降低。

2、与创科实业对比

报告期内，发行人管理费用率略低于创科实业。创科实业产品覆盖了电动工具、户外园艺工具、手动工具、地板护理和器具，拥有Milwaukee、Ryobi、Homelite等多个知名自有品牌，业务复杂程度较发行人更高，管理难度和需求更大。因创科实业适用的财务报表编制基础与公司有所差异，且未在定期报告中披露管理费用的构成，本处无法具体比较管理费用率差异的来源。

3、与泉峰控股对比

报告期内，发行人管理费用率略高于泉峰控股。公司与泉峰控股在业务模式、客户渠道、市场区域等方面高度相似，但一方面泉峰控股销售收入规模更大，规模效应相对更强；另一方面发行人相较泉峰控股在海外团队方面投入更大，工资薪酬费用更高，综合因素使得公司的管理费用率略高于泉峰控股。

（三）研发费用率比较分析

报告期内，公司与同行业可比公司研发费用率的比较情况如下：

公司简称	2021年	2020年	2019年
大叶股份	N/A	4.73%	4.38%
巨星科技	N/A	2.87%	3.08%
创科实业	3.22%	3.23%	3.00%
泉峰控股	2.85%	3.24%	3.72%
平均值	3.04%	3.52%	3.54%
公司	4.16%	4.35%	4.58%

注：上述数据来源于大叶股份、巨星科技、创科实业的公开披露资料；对于同行业可比上市公司尚未披露年度报告的，在上表以 N/A 列示；其中创科实业 2021 年的数据来源于业绩公布。

报告期内，公司研发费用率高于巨星科技、创科实业和泉峰控股，与大叶股份较为接近具体分析如下：

1、与大叶股份、巨星科技对比

项目	格力博			大叶股份			巨星科技		
	2021年	2020年	2019年	2021年	2020年	2019年	2021年	2020年	2019年
工资薪酬	2.18%	2.16%	2.21%	N/A	1.85%	1.80%	N/A	1.51%	1.67%
试制及材料费	1.38%	1.63%	1.80%	N/A	1.81%	1.54%	N/A	1.03%	1.06%
其他	0.60%	0.56%	0.57%	N/A	1.07%	1.04%	N/A	0.33%	0.34%
合计	4.16%	4.35%	4.58%	N/A	4.73%	4.38%	N/A	2.87%	3.08%

注：上述数据来源于大叶股份、巨星科技的公开披露资料；对于同行业可比上市公司尚未披露年度报告的，在上表以 N/A 列示。

报告期内，公司研发费用主要构成为工资薪酬、试制及材料费，与大叶股份、巨星科技相同。

公司的研发费用率与大叶股份基本可比，工资薪酬支出费率高于大叶股份，

主要是因为公司在欧洲设立了研发中心，研发薪酬支出相对较高。

公司的研发费用率显著高于巨星科技，主要是因为公司与巨星科技的产品类型差异所致。巨星科技主要产品为手工具，手工具的产品结构较电动园林机械产品更为简单；另外，手工具作为成熟的工具产品，产品研发方面的更新迭代频率相对低，且巨星科技作为手工具的龙头企业，销售规模较大因而使得研发的规模效应更高，因此巨星科技的研发费用率较低。

2、与创科实业、泉峰控股对比

公司研发费用率高于创科实业，主要是因为创科实业作为全球电动工具、园艺工具、地板护理工具等领域的龙头企业，其研发支出的规模效应更高。因创科实业适用的财务报表编制基础与公司有所差异，且未在定期报告中披露研发费用的构成，本处无法进一步比较研发费用具体差异。报告期内，公司研发费用率高于泉峰控股，主要系公司产品种类更多，研发所需的试制及材料费占比较高所致。

五、结合各期外币类项目的发生额、余额及汇率波动等情况，量化分析各期汇兑损益的构成及发生额的合理性，并进一步揭示相关汇率波动对净利润的影响并提示相关风险；结合相关债权债务的具体情况匡算各期利息收入、支出发生额的合理性。

（一）汇兑损益分析

根据汇兑损益的产生原因，公司报告期各期汇兑损益的构成分类如下：

单位：万元

项目	2021年	2020年	2019年
外币货币余额产生的期末汇率折算损益	42.29	-1,134.26	579.83
外币往来款余额产生的期末汇率折算损益	3,852.20	4,645.62	-1,022.65
外币借款及应付利息产生的期末汇率折算损益	-793.08	83.48	-260.18
结购汇产生的汇兑损益	192.49	294.34	108.73
合计	3,293.90	3,889.18	-594.27

注：汇兑损失以正数列示，汇兑收益以负数列示。

报告期内，公司汇兑损益主要为外币货币资金、往来科目余额、外币借款产生的期末汇率折算损益和结购汇产生的汇兑损益。

2019年，公司实现汇兑收益594.27万元，主要系美元对人民币汇率从年初

的 6.8632 上升至 6.9762 导致母公司以美元计价的应收账款产生汇兑收益。

2020 年，公司实现汇兑损失 3,889.18 万元，主要原因是：2020 年，美元汇率持续下降，导致母公司美元计价的应收账款产生大额汇兑损失 2,228.63 万元；另一方面，本年俄罗斯卢布持续贬值，导致俄罗斯子公司应付母公司的美元采购应付款产生汇兑损失 1,600.00 万元。

2021 年，公司实现汇兑损失 3,293.90 万元，主要系欧元对人民币汇率从年初的 8.0250 下降至 7.2197，美元对人民币汇率从年初的 6.5249 下降至 6.3757，导致母公司以欧元和美元计价的应收账款产生汇兑损失。

综上，报告期内公司汇兑损益主要是由汇率及外币资产负债余额变动和结汇形成，不存在异常情形。报告期各期末，在所有其他变量保持不变的假设下，外币汇率发生合理、可能的变动时，将对资产负债表外币项目金额和汇兑损益造成影响，进而对财务报表净损益的税后净额产生的影响如下：

1、2021 年

单位：万元

项目	美元汇率变动	净损益变动	其他综合收益的税后净额变动	股东权益合计变动
人民币对美元升值	1%	-956.81	2,087.97	1,131.16
人民币对美元贬值	-1%	956.81	-2,087.97	-1,131.16
欧元对美元升值	1%	36.45	-	36.45
欧元对美元贬值	-1%	-36.45	-	-36.45
卢布对美元升值	1%	143.66	-	143.66
卢布对美元贬值	-1%	-143.66	-	-143.66

2、2020 年

单位：万元

项目	美元汇率变动	净损益变动	其他综合收益的税后净额变动	股东权益合计变动
人民币对美元升值	1%	846.66	3,410.51	4,257.17
人民币对美元贬值	-1%	-846.66	-3,410.51	-4,257.17
欧元对美元升值	1%	183.16	-	183.16
欧元对美元贬值	-1%	-183.16	-	-183.16
卢布对美元升值	1%	37.81	-	37.81
卢布对美元贬值	-1%	-37.81	-	-37.81

3、2019 年

单位：万元

项目	美元汇率变动	净损益变动	股东权益合计变动
人民币对美元升值	1%	3,374.83	3,374.83
人民币对美元贬值	-1%	-3,374.83	-3,374.83
欧元对美元升值	1%	234.72	234.72
欧元对美元贬值	-1%	-234.72	-234.72
卢布对美元升值	1%	66.46	66.46
卢布对美元贬值	-1%	-66.46	-66.46

（二）汇率波动相关风险提示

发行人已在招股说明书“第四节风险因素”之“五、财务风险”之“（一）汇率变动风险”补充披露如下：

报告期内，公司产品主要销往海外市场，境外销售收入占比超过 98%，销售收入主要以美元结算，汇率波动将影响公司产品的定价及市场竞争力，以及公司的经营业绩。近年来，受全球经济形势影响，人民币与美元、人民币与欧元间的汇率波动性较大；公司报告期内主要通过购买外汇远期、外汇期权等方式规避汇率波动的影响，但如人民币长期持续升值，则将削弱公司产品的价格竞争力或对公司毛利率、净利润等财务数据或指标产生负面影响，进而影响公司的经营业绩。

（三）利息支出、利息收入分析

报告期内，公司利息支出和利息收入如下：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
财务费用-利息支出	2,329.38	4,250.31	7,236.42
财务费用-利息收入	1,655.59	837.58	756.38

1、利息收入概况

2020 年，公司利息收入较 2019 年增加 81.20 万元，主要系 2020 年公司银行存款及保本理财产品平均余额较上年增长 49.86%，已到期的外汇保证金、银行承兑汇票保证金利息收入增长 30.70 万元，提前向供应商支付货款的现金折扣利息收入增长 36.28 万元。

2021 年，公司利息收入大幅增长，主要系 2021 年公司银行存款及保本理财

产品平均余额较上年增长 70.92%，越南子公司本期新增 21,280.00 万元定期存款，平均利息收益率为 4.97%，较上年新增利息收入 811.71 万元。

报告期内，公司境内外利息收入情况如下：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
境内利息收入	517.72	481.83	697.82
境外利息收入	1,137.87	355.75	58.56
利息收入合计	1,655.59	837.58	756.38

2、利息收入测算过程

报告期内，公司货币资金利息收入测算情况如下：

(1) 2021 年

单位：万元

项目	期末余额	账面利息收入金额	测算利息收入金额	差异金额	测算索引
银行存款：					
其中：境内人民币	13,618.12	517.72	494.20	23.52	详见 1)
境内美元	7,627.80				详见 2)
境外存款	30,879.11	1,137.87	1,101.73	36.14	详见 3)
小计	52,125.03	1,655.59	1,595.93	59.66	
其他货币资金	9,569.38	-	-	-	注
合计	61,694.41	1,655.59	1,595.93	59.66	

注²：期末其他货币资金余额为未到期的远期外汇合约和外汇期权合约保证金、银行信用证保证金、承兑汇票保证金等，保证金在受限时不产生利息。

(2) 2020 年

单位：万元

项目	期末余额	账面利息收入金额	测算利息收入金额	差异金额	测算索引
银行存款：					
其中：境内人民币	8,059.75	481.83	444.00	37.83	详见 1)
境内美元	881.47				详见 2)
境内欧元	45.24				注 ¹
境外存款	19,433.21	355.75	353.46	2.29	详见 3)

项目	期末余额	账面利息收入金额	测算利息收入金额	差异金额	测算索引
小计	28,419.67	837.58	797.46	40.12	
其他货币资金	9,891.15	-	-	-	注 ²
合计	38,310.82	837.58	797.46	40.12	

注¹：公司境内的除美元以外的外币存款由于本金较小，利息较低，不列示利息测算；

注²：期末其他货币资金余额为未到期的远期外汇合约和外汇期权合约保证金、银行信用证保证金、承兑汇票保证金等，保证金在受限时不产生利息。

(3) 2019 年

单位：万元

项目	期末余额	账面利息收入金额	测算利息收入金额	差异金额	测算索引
银行存款：					
其中：境内人民币	9,525.14	697.82	632.67	65.14	详见 1)
境内美元	603.41				详见 2)
境外存款	3,753.02	58.56	58.66	-0.10	详见 3)
小计	13,881.57	756.38	691.33	65.04	
其他货币资金	6,318.64	-	-	-	注
合计	20,200.21	756.38	691.33	65.04	

注：期末其他货币资金余额为未到期的远期外汇合约和外汇期权合约保证金、银行信用证保证金、承兑汇票保证金等，保证金在受限时不产生利息。

(4) 境内、境外存款利息测算过程

1) 境内人民币存款利息收入测算

境内人民币存款利息收入测算方法如下：获取每个银行账户期初期末余额，每年利息收入等于期初余额与期末余额平均数乘以年利息率，若期初与期末余额相差较大则需将大额发生额单独测算。

经测算，2019 年、2020 年和 2021 年，公司境内人民币存款利息收入分别为 632.50 万元、444.00 万元和 494.20 万元。

2) 境内美元存款利息收入测算

经测算，2019 年、2020 年和 2021 年公司境内美元存款利息收入分别为折合人民币 0.17 万元、0.00 万元和 2.04 万元，利息收入金额较小。

3) 境外存款利息收入测算

2019年、2020年及2021年，发行人境外利息收入分别为58.56万元、355.75万元及1,137.87万元；其中2020年及2021年，境外利息收入主要来自于越南子公司，具体分析如下：

①2021年

单位：万元

项目	期末银行存款余额	账面利息收入	测算利息收入	差异	测算索引
境外存款：					
香港子公司（HKSR）	1,047.11	7.05	1.74	-5.31	注 ¹
越南子公司	26,917.86	1,125.52	1,099.99	-25.53	测算1
瑞典子公司	1,365.52	-	-	-	注 ¹
其他境外子公司	1,548.62	5.30	-	-5.30	注 ²
合计：	30,879.11	1,137.87	1,101.73	-36.14	

注¹：账面利息收入较小，不再列示测算过程；

注²：其他境外子公司银行存款余额规模较小，不再进行利息收入的测算。

2021年，越南子公司越南盾账户余额主要为定期存款，年均收益率为4.97%。利息测算结果折合人民币1,099.99万元，与账面金额1,125.52万元相差25.53万元，主要是因测算时使用的人民币对越南盾汇率为年度平均汇率，故与实际结算存在一定差异。

单位：万元

期间	计息平均天数	平均日收益率	测算的等值美金	测算的美元利息收入	折合人民币
2021年	230	4.97%	5,441.97	170.61	1,099.99

②2020年

单位：万元

项目	期末银行存款余额	账面利息收入	测算利息收入	差异	测算索引
境外存款：					
香港子公司（HKSR）	2,462.61	6.19	1.17	-5.02	注 ¹
越南子公司	14,841.43	313.81	350.41	36.60	测算1
瑞典子公司	1,742.91	35.75	1.89	-33.87	注 ¹

项目	期末银行存款余额	账面利息收入	测算利息收入	差异	测算索引
其他境外子公司	386.26	-	-	-	注 ²
合计:	19,433.21	355.75	353.46	-2.29	

注¹: 账面利息收入较小, 不再列示测算过程;

注²: 其他境外子公司银行存款余额规模较小, 不再进行利息收入的测算。

2020 年末, 越南子公司越南盾账户余额主要为定期存款, 年均收益率为 4.85%。利息测算结果折合人民币 350.41 万元, 与账面金额 313.81 万元相差 36.60 万元, 主要是因测算时使用的人民币对越南盾汇率为年度平均汇率, 故与实际结算存在一定差异。因越南子公司于 2018 年设立, 因此 2018 年无银行存款及利息收入, 2019 年利息收入为 0.05 万元。

单位: 万元

期间	计息平均天数	平均日收益率	测算的等值美金	测算的美元利息收入	折合人民币
2020 年	138	4.85%	2,928.67	53.70	350.41

3、利息支出概况

报告期内, 公司利息支出金额分别为 7,236.42 万元、4,250.31 万元、2,329.38 万元。

2020 年, 公司利息支出较 2019 年减少 2,986.11 万元, 主要原因为: 公司于 2020 年偿还母公司 GHK 借款 9,640.00 万元, 且控股股东 GHK 对子公司 HKSR 债转股 44,303.03 万元, 因此本年度关联方借款利息支出减少 1,415.68 万元; 由于受国内行情以及 LIBOR 下跌的影响, 本年公司借入的美元借款利率较低, 而 2019 年借款以人民币借款为主, 导致本年银行借款利息减少 1,756.03 万元。

2021 年, 公司利息支出较 2020 年减少 1,920.93 万元, 主要原因为: 竞争对手泉峰控股进驻 Lowe's 供应商体系, 公司 2021 年对 Lowe's 销售占比大幅下降, 对应形成的应收款项融资大幅下降, 公司申请供应链融资的利息支出较上年减少 822.95 万元; 本期公司借入的借款绝大多数为美元借款, 受 LIBOR 下跌的影响利率较低, 导致本期银行借款利息减少 136.15 万元; 本期公司对控股股东 GHK 借款已偿清, 导致本期关联方借款利息支出减少 693.47 万元。

4、利息支出测算过程

报告期内，公司利息支出测算如下：

单位：万元

项目		2021年	2020年	2019年	备注
短期借款	平均余额	30,764.34	37,092.14	50,060.11	
	平均年利率	1.00%	2.53%	3.99%	
	测算利息	306.11	938.43	1,997.40	
长期借款	平均余额	48,194.60	16,441.55	11,187.15	
	平均年利率	2.15%	2.62%	3.56%	
	测算利息	1,036.18	430.77	398.26	
一年内到期的长期借款	平均余额	12,910.82	12,155.32	149.09	
	平均年利率	1.58%	3.20%	3.66%	
	测算利息	204.31	388.97	5.46	
测算利息合计		1,546.60	1,758.17	2,401.12	注 ¹
加：关联方利息		174.35	867.82	2,285.90	注 ²
加：现金折扣利息支出		1.22	409.65	320.86	
加：融资租赁利息支出		283.46	143.39	15.28	
加：票据贴现利息支出		357.38	1,180.33	2,199.18	
利息合计		2,363.01	4,359.36	7,222.34	
财务费用利息支出		2,329.38	4,250.31	7,236.42	
测算差异		33.63	109.05	14.08	
测算差异比例		1.44%	2.57%	-0.19%	

注¹：利息测算按照银行借款期限分类计算，借款平均余额为每一类别借款期初期末余额的加权平均数，借款平均年利率为每一期间最高借款利率和最低借款利率的加权平均数；

注²：关联方利息主要系公司向母公司 GHHK 借款产生，相关交易信息已在已在招股说明书“第七节公司治理与独立性”之“十、关联交易”之“（三）偶发性关联交易”之“4、关联方拆入资金”部分中披露。

【申报会计师核查】

一、申报会计师核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了如下审计及核查程序：

- 1、了解发行人薪酬政策、相关内控制度的建立和执行情况；
- 2、了解发行人的工资核算方法，根据花名册员工岗位性质复核应付职工薪酬的计提及计入成本费用核算划分方法是否准确，关注报告期内是否发生重大调整；

3、获取发行人员工工资表、花名册及个人所得税申报表，检查员工工资与人数是否与财务记录一致；

4、分析发行人支付给职工的现金以及为职工支付的现金流量与应付职工薪酬、期间费用和成本的勾稽关系和归集情况，检查公司职工薪酬总额变动、构成结构变动、薪酬金额变动、人员人数变动和人均薪酬变动情况，结合公司业务开展情况分析相关变动的原因及合理性；

5、执行关联方账户核查，检查发行人及其实际控制人、董事、监事、高管、财务经理及出纳的银行流水，关注是否存在账外发放员工薪酬的情况；

6、获取发行人同行业可比公司的平均工资水平信息并与发行人平均工资进行对比，分析差异原因及合理性；

7、查询发行人所在地的平均工资水平信息并与发行人平均工资进行对比，分析差异原因及合理性；

8、了解发行人运费结算方式，获取主要的运输服务合同，检查主要的合同条款，确认公司结算方式与合同约定一致；

9、获取发行人运费明细，抽查样本检查运费结算单、发票与账面记录运费一致，并检查是否存在运费跨期；

10、分析比较运费、运输量、单位运输费用、收入的区域分布等情况，确认运费占收入比重及各期运费变动的合理性；

11、了解发行人销售费用、管理费用的具体归集及核算办法，确认是否符合企业会计准则的相关规定；

12、获取销售费用、管理费用、研发费用明细，核对至总账科目，确认分类金额完整、准确；

13、分析各项明细费用的波动情况，对金额重大或者波动较大项目进行重点关注，分析相关费用支出的合理性及波动原因；

14、对费用执行细节测试程序：获取科目明细，随机抽取多笔记录，查看对应的文件资料，如会计凭证、合同、发票、银行回单等；获取发行人付款水单，查找是否存在异常的大额付款；

15、检查资产负债表日后大额费用凭证，确认不存在费用跨期问题；

16、了解发行人销售费用、管理费用、研发的具体归集及核算办法，确认是否符合企业会计准则的相关规定；

17、分析各项明细费用的波动情况，对金额重大或者波动较大项目进行重点关注，分析相关费用支出的合理性及波动原因；

18、比较分析报告期内发行人各项明细费用占收入比重与可比公司同期数据的差异，结合发行人业务特征分析差异的合理性；

19、获取所有银行账户明细账，对各类存款进行分析，对存款利息进行重新计算，复核利息收入的真实性、完整性和准确性；

20、获取所有期末银行对账单，核对银行存款、银行借款等金额与账面记录一致，并执行函证程序；

21、获取借款台账和借款合同，核对台账信息与合同一致，并按照借款台账对利息支出进行测算，复核利息支出的真实性、完整性和准确性；

22、获取外币货币性项目每期末余额，结合汇率变动情况对汇兑损益进行合理性分析；

23、核对报告披露信息与账面一致，确认相关信息披露的完整性和准确性。

二、申报会计师核查意见

基于申报会计师所执行的审计及核查程序，申报会计师认为：

1、发行人披露的销售人员、管理人员、研发人员平均工资高于当地和同行业平均工资水平的情况具有合理性；不存在其他主体为发行人员工支付费用的情形；发行人说明的各项费用中职工薪酬的变动原因具有合理性。

2、发行人披露的运费占收入比例及单位运费的变动原因具有合理性。

3、发行人披露的报告期内销售费用率、管理费用率的变动原因具有合理性。

4、发行人披露的报告期内销售费用率、管理费用率、研发费用率与可比公司的差异情况具有合理性。

5、发行人披露的各期汇兑损益的构成及发生额数据具有准确性，变动原因具有合理性；发行人揭示的相关汇率波动对净利润的影响具有合理性；发行人披露的各期利息收入、支出发生额的匡算过程和结果具有合理性。

问题 18：关于应收账款和应收款项融资

申报材料显示：

(1) 公司应收账款和应收款项融资余额分别为 69,240.99 万元、87,076.10 万元和 86,132.83 万元，占当期营业收入的比例分别为 22.25%、23.38%和 20.07%；

(2) 报告期发行人部分应收账款通过无追索保理向银行交单办理融资，各期通过供应链融资形式进行三方回款金额占当期营业收入比例分别为 32.76%、45.22%和 41.90%；

(3) 报告期发行人还存在同一集团内公司付款及其他第三方回款的情形。

请发行人：

(1) 披露报告期主要客户信用期情况及在报告期内是否发生变化，并说明是否存在放松信用期以刺激销售的情形；

(2) 补充分析并披露各期末应收账款及应收款项融资余额及占收入比变动的的原因及合理性，并结合发行人在信用政策、销售模式等方面与同行业公司的差异情况，分析并披露发行人应收周转率与同行业公司差异的原因；

(3) 披露各期应收账款计提政策与同行业公司的应收账款坏账计提政策的差异情况，并说明相关计提依据是否充分、与同行业公司是否存在重大差异；

(4) 补充披露报告期内应收账款及应收款项融资的逾期情况，包括逾期客户、金额、比例、原因、期后回款情况，并结合各期末相关应收款项账龄变化情况、逾期情况、期后回款情况、坏账实际核销情况等补充分析公司应收账款坏账准备计提是否充分；

(5) 补充披露发行人划分应收款项融资的依据，以及各期应收账款因保理/供应链融资而终止确认的金额及对应客户、保理机构情况，并结合发行人相关保理/供应链融资业务的重要合同条款，如是否存在追索权、商业纠纷的范畴界定是否合理、相关融资费率及公允性、融资费用的承担方等，分析说明相关应收款项是否符合终止确认条件，以及发行人关于应收账款保理的相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；

(6) 补充披露发行人各类型第三方回款的金额及占比情况，并根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 26 题的规定，分析披露发行人各类第三方回款是否能合理区分，相关第三方回款的必要性、合理性，以及相关第三方回款是否与相关销售收入勾稽一致，具有可验证性，不影响销售循环内部控制有效性的认定等；

(7) 补充披露各期质保金的计提比例以及各期末属于质保金的应收款项变动情况，结合业务情况分析披露质保金发生额、期末余额与业务的匹配关系；

请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见，详细说明对发行人应收账款的函证情况，包括发函率、回函率、回函金额占各期应收账款余额比例、各期函证选取的标准等，说明相关核查是否支持核查结论；对于第三方回款的核查按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 26 题的规定发表明确意见。

【回复】

【发行人说明】

一、披露报告期主要客户信用期情况及在报告期内是否发生变化，并说明是否存在放松信用期以刺激销售的情形；

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十、（一）流动资产构成及变化分析”之“4、应收账款和应收款项融资”补充披露如下：

(6) 主要客户信用期情况

报告期内发行人前五大客户信用政策如下：

客户名称	销售单体	期间	信用政策
Lowe' s	LG Sourcing Inc.	2019 年	出货后 165 天或 90 天
		2020 年-2021 年	出货后 170 天或 120 天
Amazon	AMAZON.COM.DEDC LLC	2019 年-2021 年	发票发出后 90 天

客户名称	销售单体	期间	信用政策
Harbor Freight Tools	Harbor Freight Tools	2019年-2021年	发票发出后 22 天
Toro	THE TORO COMPANY	2019年-2021年	发票发出后 60 天
STIHL	STIHL Tirol GmbH	2019年-2021年	出货后 45 天
Bauhaus	TEAL GOAL Limited	2019年-2021年	见提单付款
	Bahag Baus Handelsgesellschaft AG	2019年	30天付款, 5%折扣
		2020年	30天付款 5%折扣或 FOB 贸易方式下报关即付款
		2021年	30天付款, 5%折扣
	Bauhaus & Co KB	2019年	30天付款, 5%折扣
		2020年	30天付款 5%折扣或 FOB 贸易方式下报关即付款
		2021年	30天付款, 5%折扣
	Bauhaus Fachcentren AG	2019年	30天付款, 5%折扣
		2020年	30天付款 5%折扣或 FOB 贸易方式下报关即付款
2021年		30天付款, 5%折扣	
B&S	Briggs & Stratton (US)	2019年-2021年	出货后 60 天
Costco	Costco (in store)	2019年-2021年	发票发出后 60 天
	Costco.com (ecom)	2019年-2021年	发票发出后 60 天
	COSTCO CA-DI	2020年-2021年	收货后 30 天
	COSTCO (US)	2020年-2021年	收货后 60 天

注：2019年，境内子公司（通过 HKSR）和越南子公司（通过 AEGIS）销售给 Lowe's 信用期分别为 165 天和 90 天；2020 年以来，境内子公司和越南子公司销售给 Lowe's 信用期分别为 170 天和 120 天。

报告期内，公司前五大销售客户中，除 Lowe's 信用期存在调整外，其他客户销售收款信用期未发生重大变化。

2020 年 1 月，Lowe's 对其供应商提出调整信用期的需求，公司鉴于与其合作范围和交易规模持续扩大，同意境内子公司对其信用期限由 165 天调整为 170 天。2019 年下半年，越南子公司投产，考虑到越南子公司的筹建、运营成本，2019 年越南子公司对 Lowe's 信用期为 90 天，2020 年调整为 120 天。报告期内虽然公司对 Lowe's 信用期较长，但可以通过 Lowe's 提供的供应链融资安排提前回款，回款周期在 30 天左右。

报告期内，公司对 Lowe's 的销售金额分别为 213,160.89 万元、217,973.56 万元和 124,153.10 万元，占营业收入比例分别为 57.22%、50.79%和 24.81%，公司对 Lowe's 的应收账款和应收款项融资余额合计分别为 57,677.75 万元、38,836.20 万元和 21,297.89 万元，占应收款项账面余额比例分别为 66.24%、45.09%和 19.39%。2019 年末，公司对 Lowe's 应收账款和应收款项融资余额较高主要原因系公司 2019 年在越南新建工厂后，第四季度通过子公司 AEGIS 向 Lowe's 实现销售 23,542.04 万元，由于截至 2019 年末 AEGIS 尚未开通应收款项融资账户，而 AEGIS 给予 Lowe's 的信用期为 90 天，故 2019 年末应收账款和应收款项融资余额较高。由于竞争对手泉峰控股与 Lowe's 合作关系不断加深，泉峰控股产品进入 Lowe's 销售，导致 2021 年公司对 Lowe's 销售额以及应收款项融资余额较上年有所下降。

报告期内，公司对 Lowe's 的应收款项周转率基本维持 4.5 至 6 的范围内，变动原因主要系公司根据自身资金使用需求安排通过 Lowe's 的供应链融资平台进行应收账款融资事项。因此，公司与 Lowe's 不存在放松信用期以刺激销售的情形。

二、补充分析并披露各期末应收账款及应收款项融资余额及占收入比变动的原因及合理性，并结合发行人在信用政策、销售模式等方面与同行业公司的差异情况，分析并披露发行人应收周转率与同行业公司差异的原因；

（一）补充分析并披露各期末应收账款及应收款项融资余额及占收入比变动的原因及合理性，

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“4、应收账款和应收款项融资”披露如下：

（1）应收账款和应收款项融资余额与营业收入对比分析

1) 变动趋势分析

报告期各期末，公司应收账款和应收款项融资余额的变动趋势如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年末/2021 年	2020 年末/2020 年	2019 年末/2019 年

项目	2021 年末/2021 年	2020 年末/2020 年	2019 年末/2019 年
应收账款和应收款项融资余额	109,833.98	86,132.83	87,076.10
应收账款和应收款项融资余额同比增幅	27.52%	-1.08%	25.76%
营业收入	500,389.13	429,127.63	372,506.36
应收账款和应收款项融资余额占营业收入比例	21.95%	20.07%	23.38%

公司主要客户为大型商超、电商等，该等客户对合同履行和货款支付管理严格且规范，信用周期一般为 30 天至 90 天，第一大客户 Lowe's 信用周期为 180 天左右，但可通过客户提供的供应链融资安排提升回款速度。

2019 年末、2020 年末和 2021 年末，公司应收账款和应收款项融资余额分别为 87,076.10 万元、86,132.83 万元和 109,833.98 万元，占当期营业收入的比例分别为 23.38%、20.07%和 21.95%。

2019 年末，公司应收账款和应收款项融资余额同比增幅为 25.76%，同期营业收入增幅 19.70%，应收账款和应收款项融资余额与同期营业收入增长趋势保持一致。应收款项融资余额增长较快的原因是第四季度越南工厂通过 AEGIS 形成 2 亿余元销售，但 AEGIS 截至 2019 年末尚未办妥应收款保理融资账户，故期末应收款项融资余额较高。

2020 年末，应收账款和应收款项融资余额占当期营业收入的占比较 2019 年末下降 3.31 个百分点，主要原因是：一方面，2020 年公司与 Harbor Freight Tools 深化合作，交易金额较高，公司与 Harbor Freight Tools 约定的信用期为 30 天，回款速度较快；另一方面，AEGIS 应收账款保理融资账户办妥后及时办理相应业务，与 2019 年末相比形成的应收账款余额也相应较低。

2021 年末，公司应收账款和应收款项融资余额占当期营业收入的占比较 2020 年末上升 1.88 个百分点，主要原因是：Lowe's 可通过无追索保理办理融资回款，周转较快，本年随着 Lowe's 的销售额减少，原向 Lowe's 销售的产品分散至亚马逊、Toro 等多个客户，按照约定信用期回款的客户销售额增幅较高，公司与亚马逊和 Toro 约定的信用期分别为发票发出后 90 天和发票发出后 60 天，回款速度相对较慢，因此形成的 2021 年末应收账款余额相应较高。

(二) 结合发行人在信用政策、销售模式等方面与同行业公司的差异情况，分析并披露发行人应收周转率与同行业公司差异的原因

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十一、偿债能力、流动性及持续经营能力分析”之“(六)资产运营能力分析”之“2、公司资产运营效率指标与同行业公司的比较”补充披露如下：

(1) 同行业应收账款周转率对比

公司名称	2021 年	2020 年	2019 年	信用政策
大叶股份	N/A	3.70	3.81	30-120 天
巨星科技	N/A	5.71	5.32	60-120 天
创科实业	8.19	7.68	6.56	30-120 天
泉峰控股	6.36	6.16	6.43	30-90 天
平均值	7.28	5.81	5.53	-
格力博	5.11	4.96	4.77	30-180 天

注：上述数据来源于大叶股份、巨星科技、创科实业、泉峰控股的公开披露资料；对于同行业可比上市公司尚未披露年度报告的，在上表以 N/A 列示；其中泉峰控股 2021 年的数据来源于业绩公布。

2019 年至 2020 年期间，公司应收账款周转率略低于巨星科技、创科实业和泉峰控股，略高于大叶股份，略低于同行业可比公司应收账款周转率平均值。

2021 年，公司应收账款周转率略低于创科实业和泉峰控股。

根据大叶股份的招股说明书，大叶股份主要采用直销模式，2019 年其 ODM 模式下营业收入占比为 88.28%，2020 年度报告未披露；公司的 ODM 产品销售金额占主营业务收入比为 12.05%。由于相较于商超、电商客户，ODM 客户回款较慢，故大叶股份的应收账款周转率与公司相比较低。巨星科技、创科实业和泉峰控股的主要客户为 Lowe's、The Home Depot 等世界知名建材、百货连锁超市，而公司的客户类型主要为大型商超和电商，以及园林机械行业品牌商，巨星科技、创科实业商超销售占比高于公司，而商超客户实际回款周期较快，故其应收账款周转率略高于公司。

三、披露各期应收账款计提政策与同行业公司的应收账款坏账计提政策的差异情况，并说明相关计提依据是否充分、与同行业公司是否存在重大差异；

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“（一）流动资产构成及变化分析”之“4、应收账款和应收款项融资”补充披露如下：

（3）应收账款坏账准备计提情况

1) 应收账款坏账计提政策对比

项目	单项金额重大并单项计提坏账准备	按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项	单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收款项
大叶股份	金额 200 万元以上（含）且占应收款项账面余额 10%以上的款项。单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款和应收商业承兑汇票账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。	应收款项的未来现金流量现值与以账龄为信用风险特征的应收款项组合的未来现金流量现值存在显著差异。单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。
巨星科技	应收款项账面余额 10%以上的款项，单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备；经单独测试未发生减值的，以账龄为信用风险特征根据账龄分析法计提坏账准备。	始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量应收账款的减值准备，并以应收款项确认日天数与预期信用损失率对照表为基础计算其预期信用损失。	单项金额不重大且账龄 3 年以上的应收款项，根据信用风险特征组合确定的计提方法同单项金额重大的应收账款。
格力博	公司将余额大于人民币 500 万元的应收款项确认为单项金额重大的应收款项。单独进行减值测试，单独测试未发现减值的金融资产，包括在具有类似信用风险特征的金融资产组中进行减值测试。单项测试已确认减值损失的应收款项，不再包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中进行减值测试。	对于划分为信用风险特征组合的应收账款，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。	对单项金额不重大的应收款项单独进行减值测试，单独测试未发现减值的金融资产，包括在具有类似信用风险特征的金融资产组中进行减值测试。单项测试已确认减值损失的应收款项，不再包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中进行减值测试。

注：可比公司信息来源公开披露文件；创科实业、泉峰控股为香港上市公司，准则要求及列报方式存在较大差异，故未作比较，下同。

2) 应收账款坏账计提比例对比

公司自 2019 年 1 月 1 日起执行财政部 2017 年发布的《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》（以下简称“新金融工具准则”），采用预期信用损失模型，按照相当于整个存续期内预期损失的金额计量应收账款的损失准备。

①原准则下可比公司应收账款的坏账准备

公司针对 2019 年 1 月 1 日前所执行的应收账款坏账准备计提政策与可比公司同期政策比较如下：

公司名称	账龄组合计提比例					
	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
大叶股份	3.00%	10.00%	20.00%	30.00%	50.00%	100.00%
巨星科技	5.00%	10.00%	20.00%	30.00%	50.00%	100.00%
格力博	3.00%	10.00%	20.00%	30.00%	50.00%	100.00%

数据来源：同行业公司公开披露的招股说明书或定期报告

公司采取了较为稳健的坏账准备计提政策，与同行业公司相比不存在重大差异。

②新金融工具准则下，公司应收账款预期信用损失率与可比公司比较情况如下：

公司名称	2019 年预期信用损失率					
	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
大叶股份	3.00%	10.00%	20.00%	30.00%	50.00%	100.00%
巨星科技	5.00%	10.00%	20.00%	30.00%	50.00%	100.00%
格力博	3.07%	10.98%	23.80%	42.02%	56.48%	100.00%
公司名称	2020 年预期信用损失率					
	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
大叶股份	3.00%	10.00%	20.00%	30.00%	50.00%	100.00%
巨星科技	5.00%	10.00%	20.00%	30.00%	50.00%	100.00%
格力博	3.12%	12.98%	20.10%	34.08%	61.93%	100.00%
公司名称	2021 年预期信用损失率					
	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
大叶股份	3.00%	10.00%	20.00%	30.00%	50.00%	100.00%
巨星科技	5.00%	10.00%	20.00%	30.00%	50.00%	100.00%
格力博	2.97%	10.32%	20.66%	31.82%	-	100.00%

注：上述数据来源于大叶股份、巨星科技的公开披露资料；其中，同行业可比公司未披露 2021 年度报告，其 2021 年预期损失信用率系 2021 年半年报披露数据。

公司预期信用损失率的确认是基于迁徙率模型所测算出的历史损失率，综合考虑以往各账龄段最终转换为坏账的历史比例、宏观经济环境和市场环境对应收账款回收产生的影响，并结合前瞻性因子确定各信用风险特征组合的预期信用损失率。与同行业公司相比，公司各信用风险特征组合的预期信用损失率不存在重大差异。

四、补充披露报告期内应收账款及应收款项融资的逾期情况，包括逾期客户、金额、比例、原因、期后回款情况，并结合各期末相关应收款项账龄变化情况、逾期情况、期后回款情况、坏账实际核销情况等补充分析公司应收账款坏账准备计提是否充分；

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“4、应收账款和应收款项融资”补充披露如下：

(7) 应收账款及应收款项融资逾期情况

1) 报告期各期末逾期客户情况

公司根据每个客户的信用政策，判断期末应收账款是否逾期。报告期内，公司的应收款项融资无逾期情况；应收账款的逾期金额分别为 11,056.35 万元、8,362.04 万元和 17,189.57 万元，逾期金额占应收账款余额的比例分别为 31.63%、14.64%和 17.89%；应收账款的逾期账龄主要在 3 个月以内，主要由于客户货款结算、支付习惯以及付款审批流程不同所致。

报告期各期末，公司应收账款及合同资产逾期前五大客户的名称、逾期金额、逾期比例、逾期原因、期后回款情况如下：

①2021 年

单位：万元

序号	客户	逾期金额合计	逾期金额占比	逾期原因	期后回款
1	The TORO Company	4,642.60	27.01%	主要系变更收款账号，对方更新供应商资料审批流程较长导致付款延后	4,311.56
2	Mountfield DIY Chain	1,696.26	9.87%	主要系对方上新系统问题，延迟对账付款进度	726.13
3	STIHL Tirol GmbH	1,461.28	8.50%	主要系双方结算与对账的时间差	1,376.59

序号	客户	逾期金额合计	逾期金额占比	逾期原因	期后回款
4	Lowe's Companies, Inc.	943.51	5.49%	主要系双方结算与对账的时间差	498.14
5	COSTCO (IN STORE)	718.64	4.18%	主要系双方结算与对账的时间差	661.99
合计		9,462.29	55.05%	-	7,574.41

注：期后回款统计截止日为 2022 年 2 月 28 日，下同。

②2020 年末

单位：万元

序号	客户	逾期金额合计	逾期金额占比	逾期原因	期后回款
1	STIHL Tirol GmbH	984.50	11.77%	主要系双方结算与对账的时间差	984.50
2	Lowe's Companies, Inc.	862.74	10.32%	主要系双方结算与对账的时间差	740.91
3	AMAZON EU SARL NIEDERLASSUNG	575.40	6.88%	主要系双方结算与对账的时间差	575.40
4	Metabowerke GmbH	456.42	5.46%	主要系双方结算与对账的时间差	456.42
5	Prochaska Handels GmbH	403.15	4.82%	主要系双方结算与对账的时间差	403.15
合计		3,282.21	39.25%	-	3,160.38

③2019 年末

单位：万元

序号	客户	逾期金额合计	逾期金额占比	逾期原因	期后回款
1	Mountfield DIY Chain	905.03	8.37%	主要系双方结算与对账的时间差	905.03
2	Jumbo DOIT. DECO. GARDEN	473.07	4.37%	主要系双方结算与对账的时间差	473.07
3	BAHAG Baus Handelsgesellschaft AG	468.52	4.33%	主要逾期账龄较短，系双方结算与对账的时间差	468.52
4	Lowe's Companies, Inc.	460.29	4.26%	主要系双方结算与对账的时间差	460.29
5	Interskol JSC	418.94	3.87%	该客户财务困难，并于期后破产重组，公司已于报告期内单项全额计提坏账准备	-
合计		2,725.85	25.20%	-	2,306.91

对于上述逾期的应收账款，公司已积极催收，并按照既定会计政策计提坏账准备。

2) 期后回款情况

报告期内公司逾期应收款项期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年末	2019 年末
应收账款余额	96,086.96	57,117.10	34,956.16
逾期余额	17,189.57	8,362.04	11,056.35
逾期 1 年以内	16,117.97	7,363.95	9,499.90
逾期 1-2 年	393.64	318.52	1,270.41
逾期 2-3 年	99.70	648.74	75.52
逾期 3 年以上	578.26	30.83	210.53
期后回款金额	12,617.16	7,785.82	11,029.23
期后回款比例	73.40%	93.11%	99.75%

注：以上期后回款统计截止日为 2022 年 2 月 28 日。

报告期各期末，公司应收账款逾期金额占期末账面余额比例分别为 31.63%、14.64%和 17.89%，2019 年末逾期金额占比较多主要系 2019 年在越南新建工厂，于 2019 年第四季度通过子公司 AEGIS 对 Lowe's 销售吹风机和清洗机两大类产产品，实现销售应收款 25,075 万元，由于截至 2019 年末 AEGIS 尚未开通应收款项融资账户，而 AEGIS 给予 Lowe's 的信用期为 90 天，故 2019 年末逾期金额有所增加，但是逾期账龄基本在 3 个月内。

公司各期末逾期金额中，主要是逾期一年以内应收账款，占逾期金额比例维持在 85%至 90%范围内，主要逾期原因系双方结算时间差，截至 2022 年 2 月 28 日，各期末逾期应收款项期后回款金额分别为 11,029.23 万元、7,785.82 万元和 12,617.16 万元，期后回款比例分别为 99.75%、93.11%和 73.40%。

3) 应收账款期末余额账龄分布情况：

单位：万元

项目	2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	95,247.48	99.13%	56,056.60	98.14%	33,327.66	95.34%
1-2 年	157.86	0.16%	379.10	0.66%	1,321.51	3.78%
2-3 年	102.17	0.11%	645.37	1.13%	74.87	0.21%

项目	2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
3-4 年	570.56	0.59%	15.19	0.03%	34.22	0.10%
4-5 年	-	0.00%	2.93	0.01%	37.01	0.11%
5 年以上	8.89	0.01%	17.91	0.03%	160.90	0.46%
合计	96,086.96	100.00%	57,117.10	100.00%	34,956.17	100.00%

报告期各期末，公司应收账款期末余额结构较为稳定，账龄 1 年以内应收账款占比 95%以上，应收账款结构良好。

4) 报告期内应收账款核销情况：

单位：万元

项目	核销金额	占比
2021 年	551.60	0.57%
2020 年	357.45	0.63%
2019 年	205.93	0.59%

公司对经实际核查确实不能收回的应收账款进行核销，报告期内，每期核销的应收账款占期末应收账款余额比例不超过 1%，占比较小。

综上，公司报告期各期末应收账款逾期账龄基本在一年以内，且期后回款情况良好，各期末应收账款余额结构较为稳定，账龄变化不大。公司已根据《企业会计准则》和公司应收账款坏账计提政策计提坏账，对实际发生的坏账，及时进行账务处理，故公司应收账款坏账计提充分。

五、补充披露发行人划分应收款项融资的依据，以及各期应收账款因保理/供应链融资而终止确认的金额及对应客户、保理机构情况，并结合发行人相关保理/供应链融资业务的重要合同条款，如是否存在追索权、商业纠纷的范畴界定是否合理、相关融资费率及公允性、融资费用的承担方等，分析说明相关应收款项是否符合终止确认条件，以及发行人关于应收账款保理的相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；

(一) 补充披露发行人划分应收款项融资的依据，以及各期应收账款因保理/供应链融资而终止确认的金额及对应客户、保理机构情况

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“4、应收账款和应收款项融资”补充披露如下：

2) 发行人划分应收款项融资的依据

根据《企业会计准则第 22 号——金融工具的确认和计量》相关规定：

“第十八条金融资产同时符合下列条件的，应当分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产：

（一）企业管理该金融资产的业务模式既以收取合同现金流量为目标又以出售该金融资产为目标。

（二）该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。”

根据《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》相关规定：

“第七条企业已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，应当终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，不应当终止确认该金融资产。”

公司对 Lowe' s 销售形成的应收账款，既存在公司持有至给予的信用期到期后收回应收账款款项的情况，也存在公司通过 Lowe' s 的供应链融资项目将应收账款转让给银行的情况，并且公司在通过供应链融资项目向银行转让应收账款时，已将应收账款所有权上几乎所有的风险和报酬转移给银行，可以终止确认应收账款。因此公司在管理对 Lowe' s 的应收账款的业务模式，是既以收取合同现金流量为目标又以出售该金融资产为目标。同时，该应收账款在特定日期产生的现金流量，仅为对应收账款本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。因此，公司对 Lowe' s 的应收账款应当分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，在资产负债表中列报在“应收款项融资”项目中。

各期应收账款因保理/供应链融资而终止确认的金额及对应客户、保理机构情况：

报告期内，Lowe' s 向其供应商提供供应链融资服务。2019 年，公司参与 Lowe' s 发起的以 Prime Revenue 作为融资平台的供应链融资项目（“Supply Chain Finance”或“SCF”），Prime Revenue 作为融资平台在 2019 年邀请加拿

大蒙特利尔银行为参与 Lowe's 的供应链融资项目的供应商提供融资服务。2019 年末, Lowe's 通知各供应商, 自 2020 年 1 月 1 日起将供应链融资服务提供商从 Prime Revenue 变更为花旗银行, 根据公司与花旗银行签订的协议, 2020 年 1 月开始, 公司参与花旗银行的供应链融资项目。公司与 Prime Revenue 和花旗银行的具体合作流程如下:

①公司与供应链融资平台 (Prime Revenue 和花旗银行) 签订合作协议;

②公司接到 Lowe's 的系统 OA 订单发货后, 准备商业发票、装箱单、海运提单、验货证书、收货证明、押汇申请书等资料;

③OA 订单船开出货 10 天内, 公司把相关文件审查后寄送至承兑银行;

④承兑银行收到相关交单后进行审核, 审核完成传至 Lowe's 系统, 由 Lowe's 再次确认后上传至供应链融资平台, 公司可以在融资平台查看交单的订单是否已经在平台显示, 一般审核无误的单据会在 10 至 15 天内显示在融资平台;

⑤公司根据资金需求, 在融资平台选择进行融资的订单, 融资费用由公司承担; 公司提交融资申请后, 第二个工作日即可得到融资平台批复, 款项于第三个工作日入账。

报告期内, 公司因供应链融资而终止确认的应收账款情况如下:

单位: 万美元

客户	供应链融资服务提供商	保理机构	2021 年	2020 年	2019 年
Lowe's	Prime Revenue	蒙特利尔银行	-	-	24,596.43
	花旗银行	花旗银行	14,450.84	25,955.37	-

(二) 结合发行人相关保理/供应链融资业务的重要合同条款, 如是否存在追索权、商业纠纷的范畴界定是否合理、相关融资费率及公允性、融资费用的承担方等, 分析说明相关应收款项是否符合终止确认条件, 以及发行人关于应收账款保理的相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

根据公司与 Prime Revenue 和花旗银行签订的协议, 主要条款列示如下:

项目	Prime Revenue	花旗银行
追索权	在公司与 Lowe's 之间的交易真实、合法的情况下, 如果由于 Lowe's 财	本协议项下进行的每笔应收款项的买卖应构成真正的销售, 且已经转让了

项目	Prime Revenue	花旗银行
	务状况问题不能如期付款，公司无需对银行或金融机构承担任何赔偿责任；故银行或金融机构对公司无追索权。	有关的应收款项的全部现有和未来权利、所有权和利益，且应收款项的出售是在不向公司追索的情况下进行的，除非公司违反与任何应收款项有关的任何资产陈述。
商业纠纷	公司将进一步为 Prime Revenue 受偿方辩护并赔偿(并使其不受损害)因以下原因而被判或由 Prime Revenue 受偿方产生的任何索赔、责任、损害、成本和费用(包括合理的律师费)。因公司与金融机构和/或客户或其预定关联方之间的任何争议而产生的或与之相关的，另一方面，包括(i)与(A)付款义务及相关应收账款的总金额或认证金额有关的争议，(B)Prime Revenue 对信贷备忘录的处理，或(E)与公司向客户或预定联属公司提供货物和服务有关的任何索赔，包括与装运、交付、损坏、缺陷、性能、未能满足规格或未能满足明示或默示保证有关的索赔；(ii)该等客户或预定联属公司向 PrimeRevenue 系统提交的任何会员内容或其他信息的不准确性，包括关于任何付款义务的总额、信用备忘录、信用金额或到期日的不准确性；或(iii)公司对 Prime Revenue 系统的使用。	公司应为花旗银行及其附属机构、员工、董事、高级管理人员和代理(每一方均为“不受损害方”)的所有损失进行辩护、赔偿并使其免受损害，这些损失包括但不限于因(i)违反公司在本协议项下的义务而产生的或以任何方式与之相关的损失。包括第4条项下不真实或不准确的任何陈述，(i)花旗银行对公司使用系统发送或声称将发送的任何信息的依赖，(ii)与商业交易有关的任何索赔或任何其他争议导致任何应收账款，或(iv)关于公司传输或上传至系统的任何信息或其他材料侵犯或挪用任何第三方知识产权的任何索赔，但该等损失是由该受赔偿方的重大过失或故意不当行为造成的除外。
融资费率	LIBOR+Spread	LIBOR+Spread
其中： LIBOR	2018.10至2019.12为加拿大蒙特利尔银行，LIBOR为6M	2020.1-2020.12，LIBOR为2M、3M、6M 2021.1-2021.12，LIBOR为1M、6M
Spread	2018.10至2019.12为加拿大蒙特利尔银行，Spread为0.9%	2019.1.1至2020.6.15为0.9%； 2020.6.16至2021.12.31为1.3%
融资费率的公允性	金融机构向公司收取融资费率的计算方式以及使用的利率与同期市场利率无重大差异	
融资费用承担方	公司	公司

根据《企业会计准则第23号——金融资产转移》相关规定：

“第七条企业已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，应当终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，不应当终止确认该金融资产。

第八条企业在判断是否已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给了转入方时，应当比较转移前后该金融资产未来现金流量净现值及时间分布的波动使其面临的风险。

企业面临的风险因金融资产转移发生实质性改变的，表明该企业已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给了转入方，如不附任何保证条款的金融资产出售等。

企业面临的风险没有因金融资产转移发生实质性改变的，表明该企业仍保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，如将贷款整体转移并对该贷款可能发生的信用损失进行全额补偿等。”

根据上述公司签订的协议以及《企业会计准则》的相关规定，公司将对 Lowe’ s 的销售应收款转让给供应链融资服务商后，由 Lowe’ s 向服务商直接偿还，服务商即享有相关销售应收款下的所有风险和报酬，即使 Lowe’ s 无法向服务商偿还，服务商也无权向公司追偿，故公司终止确认相关应收账款，账务处理符合《企业会计准则》的相关规定。

六、补充披露发行人各类型第三方回款的金额及占比情况，并根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 26 题的规定，分析披露发行人各类第三方回款是否能合理区分，相关第三方回款的必要性、合理性，以及相关第三方回款是否与相关销售收入勾稽一致，具有可验证性，不影响销售循环内部控制有效性的认定等；

（一）第三方回款总体情况

报告期内，公司的第三方回款情况如下：

单位：万元

项目	2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第三方回款	100,549.12	100.00%	204,362.7	100.00%	179,830.10	100.00%

项目	2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
			7			
其中：供应链融资	98,458.46	97.92%	173,727.05	85.01%	160,665.40	89.34%
同一集团代收代付	1,405.60	1.40%	27,907.53	13.66%	13,582.70	7.55%
外汇管制	-	0.00%	2,255.52	1.10%	5,347.38	2.97%
其他	685.06	0.68%	472.67	0.23%	234.61	0.13%
营业收入	500,389.13		429,127.63		372,506.36	
第三方回款占营业收入的比例	20.09%		47.62%		48.28%	

公司涉及第三方回款的交易均系公司真实业务，公司根据合同约定向客户提供服务，据此收取相应的货款。公司各类第三方回款能够合理区分，第三方回款主要系供应链融资、客户同一集团代收代付以及外汇管制，具有必要性和商业合理性，符合公司自身经营模式及行业经营特点，第三方回款情形与相关销售收入勾稽一致，具有可验证性，不存在影响销售循环内部控制有效性的认定，不存在通过第三方回款达到虚构交易或者调节账龄的情形。

（二）逐项对照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》（以下简称“审核问答”）问题 26，分析公司第三方回款情况

经与《审核问答》问题 26 关于第三方回款的条件逐项核对，发行人正常经营活动中存在的第三方回款，符合《审核问答》中相关条件：

审核问答要求	公司情况	具体说明
1、与自身经营模式相关，符合行业经营特点，具有必要性和合理性	是	公司的主要客户为 Lowe's、Amazon、The Home Depot、Walmart、Harbor Freight Tools、CTC、Bauhaus 等大型商超、电商以及 Toro、STIHL、B&S 等行业内知名品牌商，公司第三方回款主要系供应链融资、客户同一集团代收代付以及外汇管制，具有必要性和商业合理性，符合公司自身经营模式及行业经营特点。
①客户为个体工商户或自然人，其通过家庭约定由直系亲属代为支付货款，经中介机构核查无异常的	不存在	不适用
②客户为自然人控制的企业，该企业的法定代表人、实际控制人	存在	公司存在少数客户回款由其法定代表人或客户业务员代为支付的情形，金额较小，经核

审核问答要求	公司情况	具体说明
代为支付货款，经中介机构核查无异常的		查无异常。
③客户所属集团通过集团财务公司或指定相关公司代客户统一对外付款，经中介机构核查无异常的	存在	报告期内，公司存在集团内代付情况，主要系大型商超客户集团内资金管理要求所致，属于正常生产经营所产生的第三方回款，符合行业惯例，经核查无异常。
④政府采购项目指定财政部门或专门部门统一付款，经中介机构核查无异常的	不存在	不适用
⑤通过应收账款保理、供应链物流等合规方式或渠道完成付款，经中介机构核查无异常的	存在	公司将其对 Lowe' s 的销售应收款以不附追索权的形式转让给 Prime Revenue 和花旗银行，并由金融机构按照约定的比例支付款项，由于 Lowe' s 为公司第一大客户，故供应链融资形式回款占比较高，经核查无异常。
⑥境外客户指定付款，经中介机构核查无异常的	不存在	不适用
2、第三方回款的付款方不是发行人的关联方	否	报告期内，公司第三方回款的付款方主要系供应链融资金融机构、客户关联方等，不存在付款方为公司关联方的情形。
3、第三方回款与相关销售收入勾稽一致，具有可验证性，不影响销售循环内部控制有效性的认定，申报会计师已对第三方回款及销售确认相关内部控制有效性发表明确核查意见	是	第三方回款与相关销售收入勾稽一致，具有真实交易背景，具有可验证性。申报会计师认为：公司第三方回款及销售确认相关内部控制具有有效性。
4、能够合理区分不同类别的第三方回款，相关金额及比例处于合理可控范围	是	公司能够合理区分不同类型的第三方回款，报告期内公司第三方回款占营业收入比例分别为 48.28%、47.62%和 20.09%，主要系公司针对第一大客户 Lowe' s 的应收账款采用供应链融资，相关金额及比例处于合理可控范围。

除上述情况外，报告期内公司存在业务员代收客户货款的情况，主要原因是：公司业务员基于便捷性考虑，对极少部分新合作的经销商由业务员代收货款，报告期内因业务员代收货款形成的第三方回款金额分别为 14.01 万元、33.01 万元和 0.00 万元，占营业收入的比例分别为 0.004%、0.008%和 0.000%，占比极低，对公司经营和财务状况不构成重大影响；截至报告期期末，公司已对上述行为进行了规范。

申报会计师根据《审核问答》问题 26 的要求，对第三方回款核查结论如下：

序号	核查要求	核查意见
1	第三方回款的真实性，是否存在虚构交易或调节账龄情形	发行人第三方回款真实，不存在虚构交易或调节账龄情形
2	第三方回款形成收入占营业收入的比例	报告期内，发行人第三方回款占营业收入比例分别为 48.28%、47.62%和 20.09%
3	第三方回款的原因、必要性及商业合理性	发行人第三方回款主要系供应链融资、客户同一集团代收代付以及外汇管制，第三方回款具有必要性和商业合理性
4	发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方是否存在关联关系或其他利益安排	发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排
5	境外销售涉及境外第三方的，其代付行为的商业合理性或合法合规性	公司境外销售涉及第三方回款，主要系供应链融资、客户同一集团代收代付以及外汇管制，第三方回款具有必要性和商业合理性
6	报告期内是否存在因第三方回款导致的货款归属纠纷	报告期内发行人不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷
7	如签订合同时已明确约定由其他第三方代购买方付款，该交易安排是否具有合理原因	发行人不存在签订合同时已明确约定由其他第三方代购买方付款的情况
8	资金流、实物流与合同约定及商业实质是否一致	发行人资金流、实物流与合同约定及商业实质一致

(三) 补充披露

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“4、应收账款和应收款项融资”补充披露如下：

(5) 第三方回款情况

报告期内，公司的第三方回款情况如下：

单位：万元

项目	2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第三方回款	100,549.12	100.00%	204,362.77	100.00%	179,830.10	100.00%
其中：供应链融资	98,458.46	97.92%	173,727.05	85.01%	160,665.40	89.34%
同一集团代收代付	1,405.60	1.40%	27,907.53	13.66%	13,582.70	7.55%
外汇管制	-	0.00%	2,255.52	1.10%	5,347.38	2.97%
其他	685.06	0.68%	472.67	0.23%	234.61	0.13%
营业收入	500,389.13		429,127.63		372,506.36	
第三方回款占营业收入的比例	20.09%		47.62%		48.28%	

报告期内，发行人第三方回款具体情况主要系：

1) 供应链融资：报告期内，因供应链融资产生的第三方回款均系在 Lowe' s 的提前融资业务下产生。2019 年，公司通过 Prime Revenue 平台办理提前融资业务（“供应链融资项目”或“Supply Chain Finance”或“SCF”），应收账款由银行或金融机构扣除融资费用后支付给公司，Prime Revenue 指示 Lowe' s 将款项支付给银行或金融机构。2020 年至 2021 年，公司通过花旗银行办理提前融资业务，应收账款由花旗银行扣除融资费用后支付给公司，Lowe' s 将款项支付给花旗银行。上述安排即商业保理，目的是为了在维系主要客户的同时缩短回款账期，具有商业合理性。

2) 同一集团代收代付：2019 年，因同一集团代收代付产生的第三方回款主要系发行人客户 Bauhaus 产生。Bauhaus 其结算主要由同一集团下的财务公司 Interbauhaus Finance AG 进行统一付款。2020 年，该项下第三方回款主要系发行人客户 Harbor Freight Tools 产生，其通过子公司 Harbor Freight Tools USA Inc 进行回款。2021 年，该项下第三方回款主要系公司客户 Bauhaus（通过同一集团下的财务公司 Interbauhaus Finance AG 回款）及 BTI（通过母公司 AOB PRODUCTS COMPANY 回款）产生。上述第三方回款产生系发行人客户基于内部管理和资金统筹安排下形成，具有商业合理性。

3) 外汇管制：报告期内，因客户外汇管制产生的第三方回款均系与 Globus 业务合作下产生，Globus 因受制于外汇管制委托代付款机构 MARKANT TRADING ORGANISATION 进行付款，除发行人外，Globus 与天元宠物等结算亦通过该代付款机构进行，具有商业合理性。

4) 其他：报告期内，发行人其他第三方回款情形主要系部分经销商基于结算便利性，通过其员工账户向公司回款，具有商业合理性，该部分第三方回款占各期营业收入占比均低于 1%，占比较低。

公司涉及第三方回款的交易均系公司真实业务，公司根据合同约定向客户提供服务，据此收取相应的货款。公司各类第三方回款能够合理区分，第三方回款主要系供应链融资、客户同一集团代收代付以及外汇管制，具有必要性和商业合理性，符合公司自身经营模式及行业经营特点，第三方回款情形与相关

销售收入勾稽一致，具有可验证性，不存在影响销售循环内部控制有效性的认定，不存在通过第三方回款达到虚构交易或者调节账龄的情形。

（四）核查过程及核查意见

1、核查过程

针对发行人报告期内的第三方回款情况，申报会计师履行了以下核查程序：

（1）抽样选取第三方回款的银行流水单，追查至相关业务合同、销售订单、出库单、出口报关单、客户签收单和销售发票；

（2）针对付款方与合同签订方不一致的情形，通过国家信用信息公示系统、客户网站等在线工具，查询付款人与合同签订方、发行人及其实际控制人、董监高或其他发行人关联方的关联关系；

（3）访谈发行人及负责相关业务的销售人员，了解第三方回款发生的原因；

（4）访谈发行人律师，并通过中国裁判文书网、企查查等在线工具，检索第三方回款导致的法律诉讼，并取得境外法律意见书。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

（1）报告期内发行人第三方回款真实、完整，报告期内发行人第三方回款对应的营业收入真实，不存在虚构交易或调节账龄的情形。

（2）报告期内，发行人披露的第三方回款情况与实际情况一致，发行人第三方回款具有合理的原因，具有必要性和商业合理性。

（3）发行人第三方回款与相关销售收入勾稽一致，具有可验证性，不影响销售循环内部控制有效性的认定。

（4）发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排。

（5）发行人不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷。

(6) 报告期内发行人销售业务实物流与合同约定及商业实质一致。

七、补充披露各期质保金的计提比例以及各期末属于质保金的应收款项变动情况，结合业务情况分析披露质保金发生额、期末余额与业务的匹配关系；

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（四）期间费用分析”之“1、销售费用”中补充披露如下：

(1) 销售费用构成与变动分析

4) 质保费

.....

质保金是由合同双方约定从应付合同价款中预留的、当标的物出现质量问题时用于支付修理费用的资金。公司与主要客户签订的合同未约定质保金，按照合同约定，每笔订单的总价款均需在合同约定的信用期限内全额结算，不存在因质量保证预留而延迟结算的款项。

公司虽然无质保金，但是存在根据质保条款而计提的质保费用，相关约定和会计处理详见问题 14 第三问回复。

八、详细说明对发行人应收账款的函证情况，包括发函率、回函率、回函金额占各期应收账款余额比例、各期函证选取的标准等，说明相关核查是否支持核查结论；对于第三方回款的核查按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 26 题的规定发表明确意见

1、对发行人应收账款的函证情况

应收账款的函证情况列示如下：

单位：万元

项目	2021 年末	2020 年末	2019 年末
应收账款和应收款项融资期末余额	109,833.98	86,132.83	87,076.10
发函金额	101,494.90	79,494.17	74,322.99
发函比例	92.41%	92.29%	85.35%
回函金额	36,469.11	16,487.69	11,952.51
回函比例	33.20%	20.74%	16.08%

申报会计师选取发行人销售额 80%以上客户作为样本寄发询证函，以验证应收账款的存在性和准确性。对于回函存在差异的客户，进一步追查差异形成原因并获取相关支持单据。

针对未回函的客户，执行替代程序，包括检查收入确认入账凭证是否与销售订单、销售出库单、物流单、出口报关单、海运提单、销售银行回单等原始单据信息一致，替代核查措施具体如下：

①对发行人与主要客户的交易方式进行了了解，经核查，发行人与第一大客户 Lowe' s、第二大客户 Amazon 的交易均是通过客户的交易系统完成，即由客户通过供应链系统向发行人下达订单，发行人通过系统对订单进行确认，发货后将出货相关的单证包括提单、信用证等上传至交易系统；客户可通过该系统直接向发行人进行付款。

②对发行人与 Lowe' s、Amazon 的交易系统进行了核查，且申报会计师安永 IT 部门对发行人与 Lowe' s 的交易系统网址的真实性进行了验证，确认交易系统属于 Lowe' s 和 Amazon。由于该交易系统系交易对方所有且发行人自有网站交易金额比例极低，因此未实施 IT 审计。经核查，发行人与 Lowe' s、Amazon 之间的业务交易系统真实。

③对发行人与 Lowe' s、Amazon 之间最近三年的交易订单进行了穿行测试核查，即取得与订单对应的报关单、提单、发票、回款等全套凭证，上述穿行测试核查的收入占发行人与 Lowe' s、Amazon 之间销售收入的比例超过 70%；通过上述核查，对发行人与 Lowe' s、Amazon 之间的交易真实性进行了验证。经核查，发行人与 Lowe' s、Amazon 之间的订单真实履行且回款匹配，销售收入真实。

上述核查程序可以验证应收账款期末余额的存在性和准确性，支持核查结论。

2、对于第三方回款的核查按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 26 题的规定发表明确意见

针对报告期内的第三方回款情况，申报会计师履行了以下核查程序：

(1) 抽样选取第三方回款的银行流水单，追查至相关业务合同、销售订单、出库单、出口报关单、客户签收单和销售发票；

(2)针对付款方与合同签订方不一致的情形,通过国家信用信息公示系统、客户网站等在线工具,查询付款人与合同签订方、发行人及其实际控制人、董监高或其他发行人关联方的关联关系;

(3)访谈发行人及负责相关业务的销售人员,了解第三方回款发生的原因;

(4)访谈发行人律师,并通过中国裁判文书网、企查查等在线工具,检索第三方回款导致的法律诉讼,并取得境外法律意见书。

经核查,申报会计师认为:

(1)报告期内发行人第三方回款真实、完整,报告期内发行人第三方回款对应的营业收入真实,不存在虚构交易或调节账龄的情形。

(2)报告期内,发行人披露的第三方回款情况与实际情况一致,发行人第三方回款具有合理的原因,具有必要性和商业合理性。

(3)发行人第三方回款与相关销售收入勾稽一致,具有可验证性,不影响销售循环内部控制有效性的认定。

(4)发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排。

(5)发行人不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷。

(6)报告期内发行人销售业务实物流与合同约定及商业实质一致。

【申报会计师核查】

一、申报会计师其他核查程序

针对本题其他小问,申报会计师执行了如下审计及核查程序:

1、获取发行人与报告期内前五大客户签署的合同,核查合同中约定的信用政策等条款;访谈发行人相关客户的负责人,了解相关客户变更信用期的商业背景;

2、了解发行人销售与收款循环的内部控制制度，并执行穿行测试，对相关内控执行情况进行控制测试；

3、取得报告期各期应收账款和应收款项融资明细表，了解发行人不同销售模式的信用政策，对比同行业可比公司的应收账款周转率，分析发行人披露的应收账款周转率与同行业公司差异的原因是否合理；

4、了解报告期发行人的坏账计提政策并取得应收账款坏账实际计提比例，与同行业可比公司予以比对分析；

5、取得并复核报告期发行人的应收账款明细（含账龄），与科目余额表和资产负债表核对并进行账龄测试；复核并重新测算报告期内发行人在原准则下计算的坏账准备；

6、了解逾期款项的逾期原因，检查主要逾期款项的期后收回记录，评估各期末逾期款项的坏账计提是否充分；

7、访谈发行人管理层和供应链融资负责人，获取发行人与供应链融资服务提供商签订的相关协议，并查阅相关条款；查阅历史期间发行人办理供应链融资业务的回款明细，并查看历史期间是否存在银行及金融机构向公司追索融资款项的情况；

8、核查报告期内发行人的客户回款明细表、会计凭证、银行收款单据，检查第三方回款客户及付款方的基本信息，检查其是否与发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方存在关联关系；

9、访谈发行人管理层，了解第三方回款的原因，获取第三方的背景资料并分析其回款的必要性及商业合理性。

二、申报会计师其他核查意见

基于申报会计师所执行的审计及核查程序，申报会计师认为：

1、除 Lowe's 信用期发生调整外，报告期内发行人主要客户信用期未发生重大变化，不存在放松信用期以刺激销售的情形。

2、发行人披露的报告期内应收账款和应收款项融资余额占收入比变动的原因具有合理性；发行人披露的应收周转率与同行业公司差异的原因具有合理性。

3、报告期内发行人应收账款坏账计提在所有重大方面符合《企业会计准则》的规定；发行人的应收账款坏账计提政策与同行业公司不存在重大差异，相关计提依据充分。

4、发行人已披露了报告期内应收账款的逾期情况、期后回款情况以及坏账实际核销情况，发行人应收账款坏账准备计提充分。

5、发行人相关应收款项的终止确认在所有重大方面符合《企业会计准则》的规定，发行人补充披露的划分应收款项融资的依据在所有重大方面符合《企业会计准则》的规定。

6、发行人报告期内第三方回款具有合理的原因，具有必要性和商业合理性，发行人第三方回款与相关销售收入勾稽一致，具有可验证性，不影响销售循环内部控制有效性的认定。

7、发行人报告期内不存在质保金相关业务。

问题 19：关于存货

申报材料显示：

(1) 报告期各期末发行人存货账面价值分别为 90,265.52 万元、88,927.55 万元和 135,894.00 万元，其中原材料和库存商品合计占比在 90%左右，最近一年存货余额增长较快；(2) 报告期各期末，存货跌价计提比例分别为 6.01%、5.53%和 3.33%，呈下降趋势。

请发行人：

(1) 补充披露发行人各期存货的订单支持情况，分析其匹配关系；

(2) 结合发行人的订单情况、生产模式、产品生产周期、销售模式等，说明公司确定各类存货备货量的方法、存货中属于备货的金额及占比，并分析披露各期末各类存货余额的合理性，以及报告期各期末各类存货余额变动的原因及合理性；

(3) 补充披露发行人各期末库存商品期后结转成本情况；

(4) 补充说明各期末各类存货（特别是库存商品和原材料）的库龄、状态及存放地点等情况，并说明计提存货跌价准备的具体方式，各类存货可变现净值的具体确认方法，结合库龄、产品价格等分析各类存货各期末跌价准备计提是否充分；

(5) 说明各期末存货的盘点情况，包括各存货所在地对相关存货的管理、盘点方式，并披露相关存货管理的内部控制建立情况，是否有效并得到执行；

(6) 结合公司与同行业可比公司在存货备货、生产、销售周期等方面的差异，分析披露公司存货周转率与同行业存在差异的原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对报告期存货实施的监盘程序、监盘范围、各类存货的监盘比例及监盘结果，是否存在异常情形。

【回复】

【发行人说明】

一、补充披露发行人各期存货的订单支持情况，分析其匹配关系

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“（一）流动资产构成及变化分析”之“7、存货”补充披露如下：

（2）存货订单支持情况

公司生产计划部门根据销售订单、客户提供的市场需求预测数据以及安全备货需要，结合公司库存情况，制定生产计划和组织实施生产，提升生产计划与销售订单及市场需求的匹配程度。公司采购部门根据生产需求、原材料采购周期、原材料价格波动等因素确定原材料采购计划和备货量。

报告期各期末，公司存货有订单支持的金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
订单存货	82,544.03	36.71%	79,610.28	56.63%	33,130.41	35.19%
备货存货	140,564.55	62.51%	58,810.98	41.84%	59,522.85	63.23%
其他	1,744.48	0.78%	2,152.38	1.53%	1,482.00	1.57%
存货账面余额合计	224,853.06	100.00%	140,573.64	100.00%	94,135.27	100.00%

注：其他主要系少量长库龄存货。

公司存货主要为原材料和库存商品，由于生产周期（原材料领料至成品入库）较短，公司在产品和半成品金额较小。报告期各期末，公司备货存货的金额相对稳定，该部分订单主要为海外仓库用于应对补货需求和电商业务需求的库存商品和额外备货的原材料等。

库存商品方面，其存放地包含国内仓库和海外仓库。国内仓库的库存商品订单支持率较高；海外仓库的库存商品主要用于满足客户的临时性补货需求以及电商业务需求，由于公司产品品类较多，公司无法准确预测每一类产品的偶发性需求，且对发货的及时性要求较高，公司临时在国内工厂生产至发货到海外仓库周

期较长（2-3 个月），因此海外仓库的库存商品备货量通常较大，周转相对国内更低。

原材料方面，公司采购备货除了订单需求外，主要结合采购周期、价格波动等因素确定。例如芯片等电子件在缺货时采购周期可能长达 3 个月，该类原材料公司一次性备货也相应较多；或者电芯供货紧张价格上涨压力较大，公司也会可能会加大备货。

因此，公司各期末除了有订单支持的存货外，也有较高比例的备货存货无在手订单支持。园林机械的终端销售旺季自每年 2 月份开始，公司自生产至发货到海外仓库或客户周期通常需要 2-3 个月，公司的实际生产高峰期集中在每年 10 月至次年 1 月，因此各年末的原材料和库存商品备货金额也通常较高。

二、结合发行人的订单情况、生产模式、产品生产周期、销售模式等，说明公司确定各类存货备货量的方法、存货中属于备货的金额及占比，并分析披露各期末各类存货余额的合理性，以及报告期各期末各类存货余额变动的原因及合理性；

（一）结合发行人的订单情况、生产模式、产品生产周期、销售模式等，说明公司确定各类存货备货量的方法、存货中属于备货的金额及占比

报告期各期末，公司存货主要为库存商品和原材料构成，由于公司产品在车间的生产周期较短，因此在产品金额相对较小。

1、库存商品备货方法

公司期末库存商品金额主要受以下因素影响：1）在手订单金额，公司主要采取“以销定产”的生产方式；2）销售需求预测，公司主要根据客户提供的未来销售预测，以及公司结合自身市场拓展及促销计划确定的销售预测；3）产品生产及运输周期，公司新能源产品的生产周期通常为 5-7 天，交流电产品的生产周期通常为 3-6 天，但公司境外销售运输周期约 40-60 天，基于海外仓库客户临时性补货需求以及电商业务需求，公司海外仓库的库存商品备货量通常较大。

2019 年末、2020 年末和 2021 年末，发行人在手订单分别为 57,476.74 万元、148,487.56 万元和 147,848.21 万元。

2、原材料备货方法

公司主要原材料包括锂电池电芯、电子电气件、五金件、塑料粒子、压铸件等。公司原材料的备货主要考虑以下几方面因素确定：1) 生产需求，即库存商品的备货需求；2) 原材料采购周期，即公司下达订单至原材料到货入库的周期，采购周期越长，相应备货量会越大；3) 原材料价格波动及预测，如预期原材料价格未来会大幅上涨，公司会加大备货。

报告期内，公司主要原材料的采购周期及备货政策情况如下：

原材料种类	备货政策
电子电气件	按照生产耗用情况备 1-3 个月库存
锂电池电芯	按照生产耗用情况备 1-3 个月库存
五金件	按照生产耗用情况备 10 天库存
电机组件	按照生产耗用情况备 10 天库存
塑料粒子	按照生产耗用情况备 20 天库存
塑胶件	按照生产耗用情况备 5 天库存
包装材料	按照生产耗用情况备 5 天库存
压铸件	按照生产耗用情况备 10 天库存
金属材料	按照生产耗用情况备 15 天库存

3、存货的备货金额及占比

报告期各期末，存货中属于备货的金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
订单存货	82,544.03	36.71%	79,610.28	56.63%	33,130.41	35.19%
备货存货	140,564.55	62.51%	58,810.98	41.84%	59,522.85	63.23%
其他	1,744.48	0.78%	2,152.38	1.53%	1,482.00	1.57%
合计	224,853.06	100.00%	140,573.64	100.00%	94,135.27	100.00%

注：其他主要系少量长库龄存货。

报告期各期末，备货存货占存货总金额的比例为 63.23%、41.84%和 62.51%，随着 2020 年末在手订单的增加，备货存货的比重相对下降，2021 年有所上升。

(二) 分析披露各期末各类存货余额的合理性，以及报告期各期末各类存货余额变动的原因及合理性

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“7、存货”补充披露如下：

（3）存货按类别分析

1) 库存商品

报告期内，公司库存商品分类别账面余额情况如下：

单位：万元

项目	2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
订单库存商品	54,582.85	32.81%	49,012.27	54.60%	22,811.41	36.73%
备货库存商品	110,629.42	66.50%	39,073.62	43.52%	38,270.81	61.63%
其中：海外仓	92,083.50	55.35%	22,655.67	25.24%	28,167.23	45.36%
本地仓	18,545.92	11.15%	16,417.94	18.29%	10,103.58	16.27%
其他	1,142.77	0.69%	1,687.50	1.88%	1,015.33	1.64%
库存商品账面余额合计	166,355.04	100.00%	89,773.39	100.00%	62,097.55	100.00%

注¹：海外仓主要用于满足美国、欧洲等地区客户的临时性补货需求以及电商业务需求，本地仓指公司生产基地备货存货，包括常州生产基地和越南生产基地；

注²：其他主要系少量长库龄库存商品。

报告期各期末，发行人库存商品余额分别为 62,097.55 万元、89,773.39 万元和 166,355.04 万元；库存商品备货主要为海外仓备货，本地仓的库存商品备货数量相对较低。海外仓库的库存商品主要用于满足客户的临时性补货需求以及电商业务需求，由于公司产品品类较多，公司无法准确预测每一类产品的偶发性需求，且对发货的及时性要求较高，公司临时在国内工厂生产至发货到海外仓库周期较长（约 3 个月），因此海外仓库的库存商品备货量通常较大，周转相对国内更低。

2020 年末，公司订单库存商品大幅增加，主要是因为：受境外疫情影响，中国出口贸易需求大幅增长，使得中国出口境外的海上运力紧张，公司期末发货也受到相应影响，部分订单库存商品无法发出，导致订单库存商品金额较大；海外仓备货库存商品同比减少，主要因 2020 年末 Cramer 不再纳入合并范围内，Cramer 海外仓存货未计入公司存货余额，导致海外仓备货库存商品金额下降；本地仓库存商品的增加主要系业务规模增长所致。

2021 年末公司库存商品账面余额较 2020 年末增加 76,581.65 万元，主要系公司海外仓备货库存商品增加所致。公司海外仓备货库存商品大幅增加，主要系：1) 因疫情下出口运力紧张导致公司货物到达公司海外仓库的时间延长；2) 因公司从海外仓库发货至客户的情况增多导致公司的海外仓库备货量增多，具体来看：公司大力发展海外地区电商业务，电商业务对发货及时性要求较高，因此公司增加在海外地区的备货库存商品；Costco 等客户收入增长较快，上述客户采用海外仓发货的比例较高，公司相应调增海外仓备货库存商品；3) 公司采用海外仓发货和 DDP 贸易条款的销售收入占比由 2020 年 21.56% 上升至 2021 年的 27.81%，因此公司备货金额增加，且海外仓发货和 DDP 贸易条款下公司确认收入时点晚于 FOB，导致存货结转时间较晚，导致存货账面价值同比增加；4) 公司 2022 年销售收入预计将由 2021 年的约 50 亿元增长至 60 亿元，为应对销售收入的增长，公司提前进行备货。

2) 原材料

报告期内，公司原材料分类别账面余额情况如下：

单位：万元

项目	2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
订单原材料	27,961.19	67.30%	30,598.01	76.63%	10,319.00	43.95%
备货原材料	13,053.69	31.42%	8,865.10	22.20%	12,946.63	55.14%
其他	532.89	1.28%	464.81	1.16%	213.96	0.91%
原材料账面余额合计	41,547.77	100.00%	39,927.92	100.00%	23,479.59	100.00%

注：其他主要系少量长库龄原材料。

报告期各期末，发行人原材料余额分别为 23,479.59 万元、39,927.92 万元和 41,547.77 万元。

公司主要原材料包括锂电池电芯、电子电气件、五金件、塑料粒子、压铸件等。公司原材料的备货主要考虑以下几方面因素确定：1) 生产需求，即库存商品的备货需求；2) 原材料采购周期，即公司下达订单至原材料到货入库的周期，采购周期越长，相应备货量会越大；3) 原材料价格波动及预测，如预期原材料价格未来会大幅上涨，公司会加大备货。

2020年末，发行人原材料余额相比2019年大幅增加，主要系公司在手订单大幅增长所致。2021年公司备货原材料有所增加，主要系生产规模扩大，公司相应增加了原材料备货库存。

3) 公司安全库存与营业收入的匹配关系

报告期内，公司安全库存占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2021年末	2020年末	2019年末
安全库存	31,599.61	25,283.04	23,050.21
营业收入	500,389.13	429,127.63	372,506.36
安全库存占营业收入的比例	6.32%	5.89%	6.19%

注：安全库存主要为本地仓的备货仓库存商品、备货原材料；

为防止未来物资供应或需求的不确定性因素，公司存货设置了一定的安全库存，安全库存的设置主要取决于公司业务规模、客户提供的未来销售预测以及自身市场拓展及促销计划等因素，报告期内，公司安全库存存货占营业收入的比例分别为6.19%、5.89%和6.32%，占比较为稳定；报告期内，公司期末存货在次年的销售去化情况良好。

三、补充披露发行人各期末库存商品期后结转成本情况

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“（一）流动资产构成及变化分析”之“7、存货”补充披露如下：

（1）存货构成及变动分析

.....

报告期内，公司各期末库存商品期后结转成本情况如下：

单位：万元

项目	库存商品余额	期后结转成本金额	期后结转成本比例	期后一年内结转成本金额	期后一年内结转成本比例
2021年末	166,355.04	24,495.52	14.72%	24,495.52	14.72%
2020年末	89,773.39	89,002.40	99.14%	82,338.78	91.72%
2019年末	62,097.55	59,832.63	96.35%	56,310.75	90.68%

注：报告期各期末库存商品期后结转成本统计截止日为2022年2月28日。

报告期各期末，公司库存商品期后符合收入确认条件并已经结转成本的金额占比分别为 96.35%、99.14%和 14.72%。报告期各期，公司库存商品的期后结转情况良好。

四、补充说明各期末各类存货（特别是库存商品和原材料）的库龄、状态及存放地点等情况，并说明计提存货跌价准备的具体方式，各类存货可变现净值的具体确认方法，结合库龄、产品价格等分析各类存货各期末跌价准备计提是否充分；

（一）报告期各期末公司各类存货的库龄、状态及存放地点等情况

1、报告期各期末公司各类存货的库龄情况

（1）2021 年末

单位：万元

项目	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计
原材料	43,450.55	835.59	277.62	532.89	45,096.65
库存商品	158,920.43	4,883.73	1,408.11	1,142.77	166,355.04
其他	13,191.07	57.19	84.29	68.82	13,401.37
合计	215,562.05	5,776.51	1,770.02	1,744.48	224,853.06
占比	95.86%	2.57%	0.79%	0.78%	100.00%

注：分账龄的原材料金额包含在途物资，委托加工物资及原材料类别，下同。

（2）2020 年末

单位：万元

项目	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计
原材料	39,872.18	688.65	989.09	464.81	42,014.73
库存商品	83,986.59	2,982.65	1,116.65	1,687.50	89,773.39
其他	8,656.43	91.18	37.84	0.07	8,785.52
合计	132,515.20	3,762.48	2,143.58	2,152.38	140,573.64
占比	94.27%	2.68%	1.52%	1.53%	100.00%

（3）2019 年末

单位：万元

项目	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计
原材料	23,368.65	1,487.49	653.47	213.96	25,723.57
库存商品	52,280.09	5,174.66	3,627.47	1,015.33	62,097.55
其他	5,920.78	89.49	156.29	147.59	6,314.15

项目	1年以内	1-2年	2-3年	3年以上	合计
合计	81,569.52	6,751.64	4,437.23	1,376.88	94,135.27
占比	86.65%	7.17%	4.71%	1.46%	100.00%

报告期各期末，公司各类存货主要分布在1年以内，库龄在1年以内存货占存货余额比重分别为86.65%、94.27%和95.86%，呈逐年上升趋势。库龄1年以上的存货主要为库存商品，绝大部分在下一年度完成销售，一年以上库龄的库存商品金额逐年下降。

2、报告期各期末公司存货状态、存放地点情况

公司境内仓库以租赁为主，境外欧洲地区仓库以租赁为主，美国仓库在2018年下半年自有仓库投入运营前以租赁为主，越南仓库以租赁为主。报告期各期末，公司存货存放信息及存货状态如下：

单位：万元

地区	整体状态	存货余额					
		2021年末	占比	2020年末	占比	2019年末	占比
常州仓库	正常	68,683.91	30.55%	65,844.73	46.84%	44,440.30	47.21%
美国仓库	正常	29,883.30	13.29%	13,361.90	9.51%	16,514.38	17.54%
法国仓库	正常	17,459.78	7.77%	8,573.10	6.10%	13,319.04	14.15%
越南仓库	正常	37,911.03	16.86%	24,151.60	17.18%	5,624.69	5.98%
俄罗斯仓库	正常	6,347.87	2.82%	1,327.43	0.94%	2,564.57	2.73%
加拿大仓库	正常	12,417.28	5.52%	2,075.81	1.48%	1,385.86	1.47%
在途物资	正常	36,512.10	16.24%	13,623.11	9.69%	7,741.17	8.22%
发出商品	正常	15,637.79	6.95%	11,615.96	8.26%	2,545.26	2.70%
合计		224,853.06	100.00%	140,573.64	100.00%	94,135.27	100.00%

(二) 公司计提存货跌价准备的具体方式，各类存货可变现净值的具体确认方法，结合库龄、产品价格等分析各类存货各期末跌价准备计提是否充分

1、报告期内公司计提存货跌价准备的具体方式

公司依据《企业会计准则》的规定，对资产负债表日的存货按照成本与可变现净值孰低计量，对成本高于可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。如果以前计提存货跌价准备的影响因素已经消失，使得存货的可变现净值高于其

账面价值，则在原已计提的存货跌价准备金额内，将以前减记的金额予以恢复，转回的金额计入当期损益。

报告期内，公司的存货跌价计提政策保持不变。公司在各期末对原材料、产成品等各类存货进行减值测试，即在资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。

报告期内，公司主营业务毛利率为 34.50%、35.28%和 27.63%，销售费用率分别为 10.20%、7.54%和 8.84%，公司仅对少部分长库龄存货进行降价销售，存在减值风险。因此，对于库龄为 6 个月以内的存货，公司合理预计以原价销售产品，不存在减值风险，存货跌价计提比例为零，对于库龄超过 6 个月的存货，公司根据历史数据确认不同库龄期间的存货跌价计提比例。具体如下：

库龄	存货跌价计提比例
6 个月以内	0%
6 个月-1 年	5%
1-2 年	20%
2-3 年	40%
3 年以上	100%

除以上按照库龄计提存货跌价准备以外，公司针对已经无法使用和确认呆滞的残次原材料、半成品和产成品全额计提存货跌价准备。

2、报告期内公司各项存货可变现净值的确认方法

项目	可变现净值的确认方法
原材料	在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。
库存商品	在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。为执行销售合同而持有的存货，以合同价格作为其可变现净值的计量基础。
其他	其他主要为配件，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值。

3、结合库龄、产品价格等分析各类存货各期末跌价准备计提是否充分

报告期各期末，公司存货跌价准备的计提情况具体如下：

单位：万元

类别	2021 年末	2020 年末
----	---------	---------

	余额	跌价准备	计提比例	余额	跌价准备	计提比例
在途物资	1,683.75	-	-	1,187.56	-	-
原材料	41,547.77	733.45	1.77%	39,927.92	701.29	1.76%
在产品	5,209.89	-	-	3,876.42	-	-
半成品	5,215.95	16.52	0.32%	2,545.41	7.65	0.30%
库存商品	166,355.04	4,300.03	2.58%	89,773.39	3,703.29	4.13%
周转材料	2,975.53	146.77	4.93%	2,363.69	267.41	11.31%
委托加工物资	1,865.13	-	-	899.25	-	-
合计	224,853.06	5,196.77	2.31%	140,573.64	4,679.64	3.33%

(续表)

类别	2019 年末		
	余额	跌价准备	计提比例
在途物资	1,786.12	-	-
原材料	23,479.59	620.57	2.64%
在产品	1,911.30	-	-
半成品	1,531.63	5.88	0.38%
库存商品	62,097.55	4,324.79	6.96%
周转材料	2,871.21	256.48	8.93%
委托加工物资	457.86	-	-
合计	94,135.27	5,207.72	5.53%

报告期各期末，公司所计提的存货跌价准备主要来源于产成品，系公司在海外欧美仓库适当备货以快速响应客户的补单或临时需求，公司产品销售如未及市场预测，则可能导致出现长库龄库存商品。公司已针对库龄超过 6 个月的存货按照相应比例计提存货跌价准备，具体计提比例如下：

库龄	存货跌价计提比例
6 个月以内	0%
6 个月-1 年	5%
1-2 年	20%
2-3 年	40%
3 年以上	100%

报告期各期末，公司库龄超过 1 年的原材料、库存商品及其呆滞部分的余额情况如下：

单位：万元

类别	2021 年	2020 年末	2019 年末
原材料	1,646.10	2,142.55	2,354.92
其中：呆滞部分	-	-	32.39
库存商品	7,434.61	5,786.80	9,817.46

类别	2021 年	2020 年末	2019 年末
其中：呆滞部分	-	-	129.60

报告期各期末，公司超过一年以上库龄存货中包含的呆滞存货金额分别为 161.99 万元、0 万元和 0 万元。公司已针对该部分存货计提全额跌价准备。

报告期内，公司按产品类别的主营业务毛利率及销售收入占比情况如下：

项目	2021 年		2020 年		2019 年	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
新能源园林机械	30.20%	68.80%	36.97%	69.06%	36.06%	70.71%
交流电园林机械	23.34%	23.08%	32.17%	25.05%	29.78%	21.61%
其他	18.09%	8.12%	28.77%	5.89%	33.37%	7.68%
合计	27.63%	100.00%	35.28%	100.00%	34.50%	100.00%

报告期内，公司主要产品新能源园林机械和交流电园林机械的毛利率在约 23%至约 37%之间，2019 至 2020 年呈逐年上升趋势，2021 年，受汇率波动、产品结构调整、运费价格上涨等因素的影响，毛利率下降 8 个百分点左右，在对存货项目成本与可变现净值进行对比时，未发现存在产品销售价格和原材料价格变动致使存货跌价的情形。

报告期各期末，同行业可比上市公司计提的存货跌价准备比例情况如下：

类别	2021 年末	2020 年末	2019 年末
大叶股份	N/A	0.87%	0.91%
巨星科技	N/A	2.28%	3.19%
创科实业	N/A	N/A	N/A
泉峰控股	N/A	1.92%	1.79%
平均值	N/A	1.69%	1.96%
格力博	2.31%	3.33%	5.53%

注：上述数据来源于大叶股份、巨星科技、创科实业、泉峰控股的公开披露资料；对于同行业可比上市公司尚未披露年度报告的，在上表以 N/A 列示。

报告期内，公司存货跌价准备计提比例均高于同行业可比上市公司平均值水平，公司存货跌价准备计提充分。

五、说明各期末存货的盘点情况，包括各存货所在地对相关存货的管理、盘点方式，并披露相关存货管理的内部控制建立情况，是否有效并得到执行；

（一）情况说明

公司建立了完善的存货管理制度，严格按仓储物资所要求的条件保管，存货出入库均办理相应手续。公司采用永续盘存制进行存货核算，并建立了完善的存货盘点制度。各期末盘点完成后，公司财务部门会同仓库管理部门梳理盘点结果，在盘点过程中如发现摆放及其他存货管理问题，公司及时进行处理。

报告期各期末，公司根据存货盘点制度均已实施了盘点，盘点严格按制度执行，盘点后均形成盘点报告。根据盘点报告，公司存货账实基本相符，存货相关内部控制健全有效。

报告期各期末，公司存货盘点具体情况如下：

项目	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
盘点范围	除在途物资和发出商品	除在途物资和发出商品	除在途物资和发出商品
盘点时间	2021年12月13日-2022年1月5日	2020年12月30日-2021年1月8日	2019年11月-2020年1月4日
盘点地点	常州仓库，越南仓库，美国仓库，欧洲仓库	常州仓库，越南仓库，美国仓库，欧洲仓库	常州仓库，越南仓库，美国仓库，欧洲仓库
盘点人员			
盘点方法	永续盘存法	永续盘存法	永续盘存法

报告期各期末，公司根据存货盘点制度实施了全面盘点，盘点结果显示公司存货账实基本相符，差异较小。公司建立了《成品出货管理规范》《标识和可追溯性管理规范》《产品防护管理规定》《仓库库位编码规则》《呆滞料管理规定》等存货管理制度，上述与存货相关的内部控制制度得到有效执行。

（二）补充披露

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“（一）流动资产构成及变化分析”之“7、存货”补充披露如下：

7、存货

.....

（6）存货管理的内部控制及执行

公司建立了完善的存货管理制度，严格按仓储物资所要求的条件保管，存货出入库均办理相应手续。公司采用永续盘存制进行存货核算，并建立了完善的存

货盘点制度。各期末盘点完成后，公司财务部门会同仓库管理部门梳理盘点结果，在盘点过程中如发现摆放及其他存货管理问题，公司及时进行处理。

报告期各期末，公司根据存货盘点制度实施了全面盘点，盘点结果显示公司存货账实基本相符，差异较小。公司建立了《成品出货管理规范》《标识和可追溯性管理规范》《产品防护管理规定》《仓库库位编码规则》《呆滞料管理规定》等存货管理制度，上述与存货相关的内部控制制度得到有效执行。

六、结合公司与同行业可比公司在存货备货、生产、销售周期等方面的差异，分析披露公司存货周转率与同行业存在差异的原因。

申报会计师查阅了可比公司的年度报告，可比公司未在年度报告中披露存货备货、生产、销售周期相关信息。申报会计师结合发行人的原材料采购周期、生产周期、销售周期对发行人存货的主要类别原材料、在产品及半成品、库存商品进行了分析。

经核查，发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十一、偿债能力、流动性及持续经营能力分析”之“（六）资产运营能力分析”之“2、公司资产运营效率指标与同行业公司的比较”补充披露如下：

（2）存货周转率

报告期内，公司存货周转率与同行业可比公司比较情况如下：

项目		2021年	2020年	2019年
存货周转率 (次)	大叶股份	N/A	1.65	1.84
	巨星科技	N/A	4.47	4.00
	创科实业	2.00	2.27	2.46
	泉峰控股	2.87	2.84	2.30
	平均值	2.44	2.81	2.65
	格力博	1.99	2.37	2.57

注：上述数据来源于大叶股份、巨星科技、创科实业、泉峰控股的公开披露资料；对于同行业可比上市公司尚未披露年度报告的，在上表以 N/A 列示；其中泉峰控股 2021 年的数据来源于业绩公布。

2019 年、2020 年和 2021 年，公司存货周转率分别为 2.57、2.37 和 1.99。2019 年、2020 年及 2021 年，随着前期库存的消化及存货管理效率的提升，公司存货周转率与同行业公司较为接近。

2019年、2020年和2021年，公司存货周转率与创科实业较为接近，主要系发行人与创科实业在产品结构、业务模式、客户渠道等方面具有相似性，在原材料的采购周期、生产周期、销售周期方面相对可比。报告期内，公司存货周转率低于巨星科技，主要是因为产品结构差异，巨星科技产品以手工工具为主，原材料采购、生产周期相对较短；另外，公司以自主生产为主，巨星科技主要采用“自制+外协”的模式使得其存货周转较快。

2021年，公司存货周转率降低，主要系年末根据2022年较为乐观的春季业绩预测增加原材料及产成品备货量，同时受到海运船期紧张的影响，考虑到港口运输的问题，延长备货周期，因此本年末存货余额增加，存货周转较慢。

七、报告期存货监盘情况

【申报会计师核查】

一、说明对报告期存货实施的监盘程序、监盘范围、各类存货的监盘比例及监盘结果，是否存在异常情形

（一）实施的监盘程序

1、现场监盘

（1）了解公司的存货管理制度，访谈公司仓库管理部门和财务管理部相关人员，了解公司的存货内容、性质、各存货项目的重要程度、存放场所及日常存货盘点的具体安排和实际执行情况；

（2）监盘前，获取公司盘点计划，复核盘点工作安排的合理性，核查盘点清单及存货存放地点的完整性，核查多个存放地点的仓库是否同时展开盘点；实地观察主要仓库的存货是否摆放整齐、是否有明显标识、是否已停止流动；

（3）编制存货监盘和抽盘计划，合理安排监盘工作，明确监盘工作重点；

（4）监盘中，观察公司盘点人员是否按照盘点计划执行盘点工作；

（5）特别关注存货的状况，观察公司是否已经恰当区分所有毁损、陈旧及残次的存货；关注所有应盘点的存货是否均已盘点；

(6) 要求仓库管理人员、财务人员、保荐人和申报会计师在盘点表上签字，同时拍摄盘点时的照片和仓库库位的照片；

(7) 存货盘点结束前，再次观察盘点现场，确定所有应纳入盘点范围的存货均已盘点，督促并检查公司收集完整的纸质盘点单和电子汇总记录；

(8) 盘点结束后，确认公司进行账面和实物盘点的核对工作，监盘小组编制存货监盘总结；

(9) 针对盘点日至资产负债表日之间的存货变动执行存货前推或后推程序，获取盘点日至报告日的变动明细，查验相关文件包括出入库单、领料单等评估存货变动记录的准确性。

2、视频监盘

因美国疫情影响，2020 年末及 2021 年末，申报会计师在会计师境外团队成员的协助下对公司位于美国仓库的存货执行了实时视频监盘和实地盘点结合的监盘程序。

在盘点前，监盘人员与公司及仓库管理人员讨论了盘点计划，并要求盘点时仓库处于静止状态，并获取了仓库平面图及其具体的地址信息。在视频监盘开始前，监盘人员要求盘点人通过谷歌地图进行现场定位并向监盘人员展示，并要求盘点人拍摄仓库的镜头与获取的地图信息进行对比。

盘点过程中，监盘人员要求盘点人展示装、卸货区，确保无遗漏的存货以及盘点当天存货确实处于静止状态。

盘点结束时，监盘人员现场核对盘点结果，并与获取的存货清单进行比对，关注是否存在盘点差异及原因。对于视频盘点，盘点结束时，监盘人员要求盘点人员再次进行 GPS 定位并截屏发送给监盘人员。

监盘人员对发行人境外存货执行了上述监盘程序。监盘过程及盘点结果不存在异常情况。

(二) 监盘范围

申报会计师对存货的监盘主要为原材料、库存商品等。

（三）监盘比例及监盘结果

单位：万元

项目	存货地点	监盘时间	监盘方式	所涉存货监盘余额	存货余额	监盘比例
2021年	常州仓库	2021年12月30日、 2021年12月31日	现场监盘	44,653.29	68,683.91	65%
	越南仓库	当地时间2022年1月1日-2022年1月2日	现场监盘	31,131.20	37,911.03	82%
	美国仓库	当地时间2021年12月29日-2021年12月30日	现场监盘， 配合远程视频监控	21,715.21	29,883.30	73%
	欧洲仓库	当地时间2021年12月13日-2021年12月14日； 当地时间2022年1月3日-2022年1月5日；	现场监盘	11,124.97	17,459.78	64%
2020年	常州仓库	2020年12月31日、 2021年1月1日	现场监盘	44,258.78	65,844.73	67%
	越南仓库	当地时间2021年1月1日	现场监盘	20,179.53	24,151.60	84%
	美国仓库	当地时间2020年12月30日	远程视频监控	10,442.36	13,361.90	78%
	欧洲仓库	当地时间2021年1月4日-2021年1月8日	现场监盘	7,403.13	8,573.10	86%
2019年	常州仓库	2020年1月1日	现场监盘	26,618.60	44,440.30	60%
	越南仓库	2020年1月1日	现场监盘	3,354.97	5,624.69	60%
	美国仓库	2020年1月4日	现场监盘	9,317.34	16,514.38	56%
	欧洲仓库	2019年11月，2019年12月	现场监盘	10,167.51	13,319.04	76%

注¹：受疫情影响，申报会计师2020年末及2021年末在会计师境外团队成员的协助下对公司位于美国仓库的存货执行了视频监盘程序；

注²：受疫情影响，申报会计师2020年末及2021年对欧洲仓库及越南仓库的盘点由当地分所人员实地完成，2020年末对美国仓库的盘点由当地分所人员配合国内项目组通过实时视频方式完成，2021年末对美国仓库的盘点主要由当地分所人员实时视频监控和实地盘点相结合的方式完成盘点；

报告期各期末，发行人各仓库存货盘点及监盘结果与账面无重大差异。

（四）核查意见

经核查，申报会计师认为发行人主要仓库情况与盘点表中存货存放地点相匹配；申报会计师对报告期各期末存货执行了监盘程序，监盘结果与发行人账面无重大差异。

【申报会计师核查】

一、申报会计师其他核查程序

针对本题其他小问，申报会计师执行了如下审计及核查程序：

1、查阅公司存货管理制度，对公司存货管理相关内部控制的设计和运行有效性进行了评估和测试；

2、访谈公司财务负责人、采购负责人、生产负责人、销售负责人，了解各类存货的采购周期、生产周期、销售周期以及备货标准；

3、获取各期末在手订单资料，抽查库存商品期后实现销售情况；

4、复核库存商品期后结转成本情况；

5、获取公司各类存货库龄明细表，选取样本检查管理层编制的存货库龄表的准确性，关注长库龄存货形成的原因及存货跌价准备计提情况；

6、了解并评价公司关于存货跌价准备计提的会计政策，并检查这些会计政策是否于各会计期间得到一贯执行；

7、计算发行人存货周转率，并将其与同行业相比较，分析发行人存货周转情况差异原因；

8、对公司年末/期末存货盘点实施监盘程序，关注滞销、陈旧或者损毁的存货项目，并在存在此类存货项目时，将相关存货清单与管理层编制的存货跌价准备计算表进行比较核对。

二、申报会计师其他核查意见

基于申报会计师所执行的审计及核查程序，申报会计师认为：

- 1、发行人报告期内各期末存货金额和在手订单金额相匹配，具有商业合理性。
- 2、发行人报告期内各期末原材料、库存商品余额与公司备货政策相匹配，具有商业合理性；发行人说明的报告期末各期末各类存货余额及其变动原因具有合理性。
- 3、发行人报告期内各期末库存商品的期后结转成本情况良好。
- 4、存货跌价准备的计提在所有重大方面符合《企业会计准则》的规定。
- 5、发行人在报告期内各期末按照《存货管理制度》实施存货的盘点，盘点差异经查明原因后按照相关审批制度审批后进行账务调整；发行人的各类存货管理的内部控制流程有效并得到一贯执行。
- 6、发行人披露的存货周转率与同行业可比公司的差异原因具有合理性。
- 7、经过对发行人报告期各期末存货实施监盘等程序，发行人存货账实相符，各类存货不存在异常情形。

问题 20：关于金融衍生工具

申报材料显示：

报告期发行人购买外汇远期合同对冲汇率波动。报告期内因外汇衍生工具确认的投资收益、公允价值变动收益-3,834.83 万元、-14,769.42 万元和 12,094.98 万元。

请发行人：

(1) 补充说明各期末外汇远期合约、外汇期权等衍生金融工具的持仓、标的金额情况及报告期内的购买、处置等变动情况，说明其与各期金融资产/负债、其他货币资金等资产科目，投资收益、公允价值变动损益等利润表科目及现金流量表相应科目的勾稽关系；

(2) 结合报告期内美元对人民币的汇率走势、发行人的销售季节性、回款周期、外汇头寸的管理策略等，披露报告期外汇衍生工具操作出现大额投资损益、公允价值变动的合理性；

(3) 补充披露与公司各类金融衍生工具交易有关的具体会计政策、公允价值的确认方式，说明是否适用套期会计准则，相关会计处理方式是否符合企业会计准则的要求；

(4) 披露公司持有外汇远期合约等衍生工具的规模与发行人相应的境外收入规模的匹配情况及使用相关衍生工具与否对经营业绩的影响，是否有效实现了平滑汇率波动对经营的影响；

(5) 披露公司金融衍生品交易的内部控制情况及风险敞口的范围，并进一步说明除规避汇率给公司业绩带来的风险外，公司是否从事相关投资、投机活动；

(6) 说明公司相应业务产生的非经常性损益是否已按照相关规定列报。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

【发行人说明】

一、补充说明各期末外汇远期合约、外汇期权等衍生金融工具的持仓、标的金额情况及报告期内的购买、处置等变动情况，说明其与各期金融资产/负债、其他货币资金等资产科目，投资收益、公允价值变动损益等利润表科目及现金流量表相应科目的勾稽关系；

(一) 补充说明各期末外汇远期合约、外汇期权等衍生金融工具的持仓、标的金额情况及报告期内的购买、处置等变动情况

1、报告期各期末，公司外汇远期合约、外汇期权等衍生金融工具的持仓、标的金额情况汇总如下：

类别	2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	持仓合约数量	名义金额	持仓合约数量	名义金额	持仓合约数量	名义金额
远期外汇合约 (笔、万美元)	70	39,500.00	112	80,105.40	70	42,600.00
远期外汇合约 (笔、万欧元)	12	600.00	-	-	-	-
外汇期权合约 (笔、万美元)	25	7,352.00	24	5,750.00	48	16,550.00
利率互换合约 (笔、万美元)	1	856.80	1	856.80	1	856.80
合计	108	48,308.80	137	86,712.20	119	60,006.80

2、报告期内外汇远期合约、外汇期权等衍生金融工具的购买、处置等变动情况如下：

单位：万美元

年度	类别	期初持仓	购买	交割/平仓	期末持仓
2021年	远期外汇合约	80,105.40	3,900.00	44,505.40	39,500.00
	远期外汇合约 [注]	-	600.00	-	600.00
	外汇期权合约	5,750.00	6,152.00	4,550.00	7,352.00
	利率互换合约	856.80	-	-	856.80
	合计	86,712.20	10,652.00	49,055.40	48,308.80
2020年	远期外汇合约	42,600.00	70,161.80	32,656.40	80,105.40

	外汇期权合约	16,550.00	7,000.00	17,800.00	5,750.00
	利率互换合约	856.80	-	-	856.80
	合计	60,006.80	77,161.80	50,456.40	86,712.20
2019年	远期外汇合约	7,000.00	66,400.00	30,800.00	42,600.00
	外汇期权合约	700.00	24,550.00	8,700.00	16,550.00
	利率互换合约	-	856.80	-	856.80
	合计	7,700.00	91,806.80	39,500.00	60,006.80

注：该合约为欧元

(二)说明其与各期金融资产/负债、其他货币资金等资产科目，投资收益、公允价值变动损益等利润表科目及现金流量表相应科目的勾稽关系

资产负债表日，公司根据活跃市场报价调整衍生金融资产/负债余额，并按流动性分别计入衍生金融资产/负债和其他非流动金融资产/其他流动负债科目中，评估结果如下：

单位：万元

类型	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
远期外汇合约	17,839.21	13,556.89	-10,089.73
外汇期权合约	-48.94	-101.17	-1,056.70
利率互换合约	-160.86	-460.04	-16.37
合计	17,629.41	12,995.68	-11,162.80

对应报表科目如下：

报表科目	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
衍生金融资产	10,590.43	8,046.02	87.89
其他非流动金融资产	7,325.35	5,510.87	-
衍生金融负债	239.67	494.32	9,318.67
其他非流动负债-衍生金融负债	46.70	66.89	1,932.01
衍生金融资产	17,629.41	12,995.68	-
衍生金融负债	-	-	11,162.79

2019年末、2020年末及2021年末，其他货币资金中远期外汇合约和外汇期权合约保证金合计余额分别为5,125.09万元、4,409.34万元和457.93万元。

对于不适用套期会计准则的商品、汇率及利率衍生金融工具，由于其属于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产/负债，按照《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》应用指南2018的解释，对于以公允价值进行后

续计量的金融资产，其公允价值变动形成的利得或损失，除与套期会计有关外，应当按照下列规定处理：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产的利得或损失，应当计入当期损益。其相关会计科目勾稽关系如下：

期初衍生金融资产/负债余额	会计分录	勾稽关系：A+B=C
加：本期公允价值变动 （含本期新增的衍生金融工具的公允价值变动）	借：衍生金融资产/负债（A） 贷：公允价值变动损益（C） （根据每月末活跃市场报价或月末评估的公允价值调整衍生金融资产/负债余额）	A：非套期衍生金融资产/负债变动余额 B：非套期衍生金融工具交割形成的银行存款 C：非套期衍生金融工具相关的公允价值变动损益+投资收益
减：本期交割的衍生金融工具公允价值	借：银行存款（B） 公允价值变动损益（C） 贷：投资收益（C） 衍生金融资产/负债（A） （终止确认衍生金融资产/负债，按照最终交割损益确认投资收益）	
期末衍生金融资产/负债余额	-	

公司对于不适用的套期会计准则的衍生金融工具交割形成的净收益/损失计入投资活动有关的现金流量，2019年及2020年，外汇衍生工具交割导致的现金净流出分别为4,776.30万元及5,857.28万元，均计入现金流量表的“支付其他与投资活动有关的现金”项目中。2021年，外汇衍生工具交割导致的现金净流入为8,491.62万元，计入现金流量表的“收到其他与投资活动有关的现金”项目中。

对于适用套期会计准则的商品、汇率及利率衍生金融工具，按照《企业会计准则第24号——套期会计》的规定：

“第二十四条 现金流量套期满足运用套期会计方法条件的，应当按照下列规定处理：

（一）套期工具产生的利得或损失中属于套期有效的部分，作为现金流量套期储备，应当计入其他综合收益。现金流量套期储备的金额，应当按照下列两项的绝对额中较低者确定：

1、套期工具自套期开始的累计利得或损失；2、被套期项目自套期开始的预计未来现金流量现值的累计变动额。

每期计入其他综合收益的现金流量套期储备的金额应当为当期现金流量套期储备的变动额。

(二) 套期工具产生的利得或损失中属于套期无效的部分(即扣除计入其他综合收益后的其他利得或损失), 应当计入当期损益。

第二十五条 现金流量套期储备的金额, 应当按照下列规定处理:

(一) 被套期项目为预期交易, 且该预期交易使企业随后确认一项非金融资产或非金融负债的, 或者非金融资产或非金融负债的预期交易形成一项适用于公允价值套期会计的确定承诺时, 企业应当将原在其他综合收益中确认的现金流量套期储备金额转出, 计入该资产或负债的初始确认金额。

(二) 对于不属于本条(一)涉及的现金流量套期, 企业应当在被套期的预期现金流量影响损益的相同期间, 将原在其他综合收益中确认的现金流量套期储备金额转出, 计入当期损益。

(三) 如果在其他综合收益中确认的现金流量套期储备金额是一项损失, 且该损失全部或部分预计在未来会计期间不能弥补的, 企业应当在预计不能弥补时, 将预计不能弥补的部分从其他综合收益中转出, 计入当期损益。”

公司将套期有效部分的套期工具的公允价值变动计入其他综合收益——现金流量套期储备。公司指定的被套期项目为预期交易。其相关会计科目勾稽关系如下:

期初衍生金融资产/负债余额	会计分录	勾稽关系: A+E=B+C+D
加: 本期公允价值变动(含本期新增的衍生金融工具的公允价值变动)	借: 衍生金融资产/负债 (A) 贷: 其他综合收益-现金流量套期储备 (将套期工具及被套期项目的公允价值变动差异计入其他综合收益)	A: 非套期衍生金融资产/负债变动余额 B: 被套期项目在套期关系开始至预期交易实现期间, 计入主营业务收入的套期工具的公允价值变动, 现金流量套期部分
	借: 其他综合收益-现金流量套期储备 贷: 主营业务收入 (B) (实现销售交易时, 将套期工具累计的公允价值变动从其他综合收益转出, 计入主营业务收入)	C: 预期交易实现后, 被套期项目为预期外币收款, 套
	借: 衍生金融资产/负债 (A) 应收账款等被套期项目 (E) 贷: 财务费用 (C) (实现销售后, 被套期项目为预期收款的汇率风	

期初衍生金融资产/负债余额	会计分录	勾稽关系： A+E=B+C+D
	险，套期工具产生的公允价值变动计入财务费用（汇兑损益）	期工具的公允价值变动和被套期项目的汇兑损益
减：本期交割的衍生金融工具公允价值	借：财务费用（C） 银行存款（D） 贷：应收账款等被套期项目（E） 衍生金融资产/负债（A） （终止确认衍生金融资产/负债，按照最终交割损益确认财务费用）	D：实际收到销售回款金额 E：外币应收账款等被套期外币资产的公允价值变动
期末衍生金融资产/负债余额	-	

2021 年末，公司持有的名义合约金额为 38,500 万美元和 600 万欧元的远期外汇合约满足套期会计条件，期末公允价值人民币 12,009.19 万元计入其他综合收益现金流量套期储备中，计入投资收益的套期无效部分人民币 602.51 万元，套期工具对应的被套期项目计入主营业务收入人民币 4,363.44 万元。

2020 年末，公司持有的名义合约金额为 58,200 万美元的远期外汇合约满足套期会计条件，期末公允价值人民币 6,751.83 万元计入其他综合收益现金流量套期储备中，套期工具对应的被套期项目预期收入尚未实现，2020 年无转出的现金流量套期储备。

2019 年末均无满足套期会计条件的远期外汇合约。公司对于适用的套期会计准则的衍生金融工具交割形成的净收益/损失，套期有效部分的计入经营活动现金流量，套期无效的计入投资活动有关的现金流量。

二、结合报告期内美元对人民币的汇率走势、发行人的销售季节性、回款周期、外汇头寸的管理策略等，披露报告期外汇衍生工具操作出现大额投资损益、公允价值变动的合理性；

发行人已招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（五）其他科目分析”之“3、公允价值变动收益”补充披露如下：

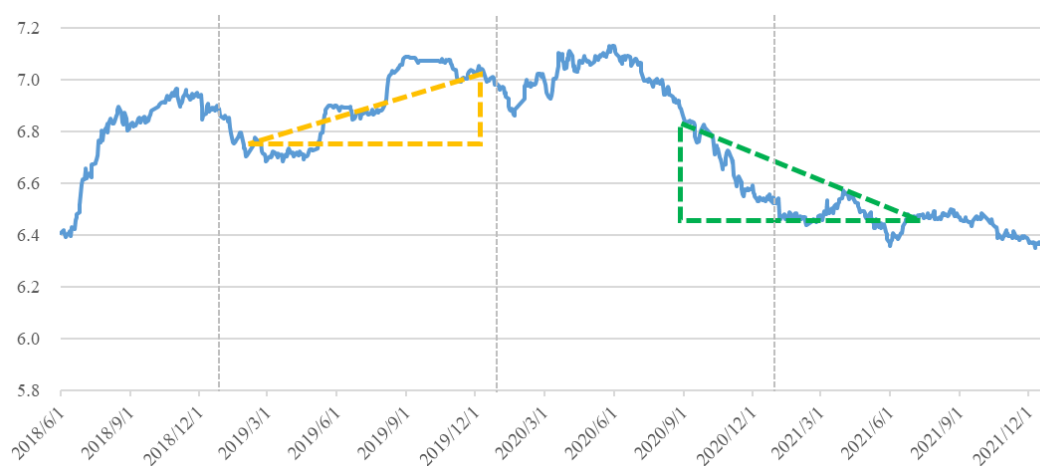
（1）外汇衍生工具操作出现大额投资损益、公允价值变动的合理性

发行人超过 98% 的营业收入来自境外客户，境外客户主要分布于北美、欧洲等地，主要交易货币为美元。为规避汇率波动对经营业绩的影响，公司有必要通过外汇远期、外汇期权等衍生产品锁定目标汇率。

园林机械的使用场景在春、夏季较为集中，故终端消费者购买旺季在第一季度、第二季度，考虑到生产、海运周期，公司的生产及销售旺季在上一年度的第四季度及当年的第一季度，下游大型商超、电商等直接客户一般在每年六、七月向品牌商下达意向订单（覆盖大约次年采购规模的 60%-70%需求），在第三季度末形成实际订单；对于部分电商客户，其供应链管理系统中会滚动显示未来十二个月的预测需求。公司接到实际订单后的生产周期较短，从完成生产到装船海运，直至收回货款，大约需要经历 2-4 个月（不考虑供应链融资，若存在供应链融资安排则回款周期一般在 1 个月左右）。因此，公司从获取意向订单到收款经历的周期相对较长，由于客户会提供需求预测，公司对于较长期限的外币收入规模可以获得相对完善的预测信息。

综合考虑以上因素，并结合衍生品市场实际可提供的产品种类，公司一般购买一年或更长期限后的外汇远期，覆盖约 60%-80%的预测收入。对于衍生品的交割汇率，公司一般参考向客户报价时使用的预算汇率并根据市场行情决定。公司衍生品交易的总体原则是根据预算汇率测算的预期盈利水平受到实际汇率波动的影响程度尽可能降低，尤其是在人民币升值的不利情形发生时。

2018 年 6 月-2021 年 12 月，美元兑人民币汇率走势如下：



报告期外汇衍生工具操作出现大额投资损益、公允价值变动均系非套期会计情形下产生，具体分析如下：

结合 2018 年-2021 年美元兑人民币汇率走势来看，人民币整体处于贬值通道，因此 2018 年下半年购买的大部分衍生产品约定交割汇率低于交割执行时的实时

汇率（如图中橙色虚线三角形所示），形成了投资损失，而 2019 年购买的大部分衍生产品在当年年末尚未交割，会因相同理由形成公允价值变动损失。

2020 年下半年及 2021 年，人民币相对美元升值幅度较大，以前年度购入衍生品时的约定交割汇率大幅高于交割执行时的实时汇率（如图中绿色虚线三角形所示），从而形成较大金额投资收益，期末尚未交割的衍生品因同样理由形成较大金额公允价值变动收益。

三、补充披露与公司各类金融衍生工具交易有关的具体会计政策、公允价值的确认方式，说明是否适用套期会计准则，相关会计处理方式是否符合企业会计准则的要求；

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“（一）流动资产构成及变化分析”之“3、衍生金融资产”补充披露如下：

（1）公司各类金融衍生工具交易有关的具体会计政策

1) 新金融工具准则

自 2019 年起，公司适用新金融工具准则，根据企业会计准则第 22 号《金融工具确认和计量》（财会[2017]7 号）：

“第十七条 金融资产同时符合下列条件的，应当分类为以摊余成本计量的金融资产：

（一）企业管理该金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标。

（二）该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

第十八条 金融资产同时符合下列条件的，应当分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产：

（一）企业管理该金融资产的业务模式既以收取合同现金流量为目标又以出售该金融资产为目标。

(二) 该金融资产的合同条款规定, 在特定日期产生的现金流量, 仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

第十九条 按照本准则第十七条分类为以摊余成本计量的金融资产和按照本准则第十八条分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产之外的金融资产, 企业应当将其分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。”

报告期内, 公司的远期外汇结汇合约和外汇期权合约等衍生工具均不满足上述以摊余成本计量的金融资产以及以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产的确认条件, 因此公司将其分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产, 财务报表列示为衍生金融资产/负债以及其他非流动金融资产/其他非流动负债(非流动部分)。相应会计处理如下所示:

项目	会计处理
初始确认	远期/期权/利率掉期合约开仓时不做会计处理;
后续计量	根据每月末评估的合约公允价值调整衍生金融资产/负债余额, 并确认公允价值变动损益。 会计分录为: 借: 衍生金融资产/负债 贷: 公允价值变动损益
终止确认	交割时终止确认衍生金融资产/负债, 并确认投资收益。 会计分录为: 借: 银行存款 公允价值变动损益 贷: 投资收益 衍生金融资产/负债

2) 新金融工具准则——现金流量套期

根据《企业会计准则第 24 号——套期会计》(财会〔2017〕9 号):

“第十五条 公允价值套期、现金流量套期或境外经营净投资套期同时满足下列条件的, 才能运用本准则规定的套期会计方法进行处理:

①套期关系仅由符合条件的套期工具和被套期项目组成。

②在套期开始时, 企业正式指定了套期工具和被套期项目, 并准备了关于套期关系和企业从事套期的风险管理策略和风险管理目标的书面文件。该文件至少

载明了套期工具、被套期项目、被套期风险的性质以及套期有效性评估方法（包括套期无效部分产生的原因分析以及套期比率确定方法）等内容。

③套期关系符合套期有效性要求。

套期有效性，是指套期工具的公允价值或现金流量变动能够抵销被套期风险引起的被套期项目公允价值或现金流量变动的程度。套期工具的公允价值或现金流量变动大于或小于被套期项目的公允价值或现金流量变动的部分为套期无效部分。

第十六条 套期同时满足下列条件的，企业应当认定套期关系符合套期有效性要求：

①被套期项目和套期工具之间存在经济关系。该经济关系使得套期工具和被套期项目的价值因面临相同的被套期风险而发生方向相反的变动。

②被套期项目和套期工具经济关系产生的价值变动中，信用风险的影响不占主导地位。

③套期关系的套期比率，应当等于企业实际套期的被套期项目数量与对其进行套期的套期工具实际数量之比，但不应当反映被套期项目和套期工具相对权重的失衡，这种失衡会导致套期无效，并可能产生与套期会计目标不一致的会计结果。例如，企业确定拟采用的套期比率是为了避免确认现金流量套期的套期无效部分，或是为了创造更多的被套期项目进行公允价值调整以达到增加使用公允价值会计的目的，可能会产生与套期会计目标不一致的会计结果。”

自公司开始使用外汇衍生金融产品锁定美元销售到期收款汇率起，公司管理层逐步完善外汇产品内部管理流程、风险管理策略和风险管理目标，并在制定的外汇风险策略下加强业务部门、资金部门等的沟通，以逐步提高外汇工具与外币销售回款的配比关系，并完善了对套期有效性的持续评估。

自 2020 年 10 月 1 日起，公司管理层基于上述内控和套期有效性持续评估的建立，开始对满足条件的远期外汇合约执行套期会计准则。公司管理层将远期外汇合约及外汇期权指定为套期工具，将极可能发生的外币销售回款指定为被套期项目，套期策略及目的是为了应对未来的销售订单的外币回款的汇率风险。

公司准备了关于套期关系和企业从事套期的风险管理策略和风险管理目标的书面文件，文件内容包含评估被套期项目和套期工具的经济关联及评估信用风险影响，确认被套期项目与套期工具之间存在套期有效性并按照套期会计的方法进行后续的会计处理。

公司资金部每月月末复核外汇风险的套期有效性，包括：1) 评估被套期项目和套期工具之间的经济关联，是否使得套期工具和被套期项目的价值因面临相同的被套期风险而发生方向相反的变动；2) 对于上述经济关联产生的价值变动中，评估关联银行和交易对手的信用风险，判断其信用风险对价值变动的影响是否占主导地位；3) 套期关系的套期比率是否还等于企业实际套期的被套期项目数量与对其进行套期的套期工具实际数量之比，评估是否存在套期比率的失衡导致的套期无效。公司的被套期项目主要为美元收款，套期工具为出售美元的远期/期权合约，公司会定期根据预测美元收款金额购买美元远期/期权合约。当公司与客户由于其他商业原因导致订单安排发生变化，公司会评估更新后的未来收款预测与套期工具的比率，对于超出未来收款预测金额的套期工具，公司会将其划分为无效套期部分。

由于公司将极可能发生的外币销售作为被套期项目，属于对现金流量变动风险进行的套期，即很可能发生的预期交易有关汇率风险进行套期，因此公司在报告期内执行的套期保值均属于现金流量套期。

符合现金流量套期的，套期工具利得或损失中属于套期有效的部分，直接确认为其他综合收益，属于套期无效的部分，计入当期损益。现金流量套期在被套期的预期现金流量影响损益的相同期间，如预期销售发生时，将其他综合收益中确认的现金流量套期储备转出，计入当期损益。

公司对现金流量套期终止运用套期会计时，如果被套期的未来现金流量预期仍然会发生的，则以前计入其他综合收益的金额不转出，直至预期交易实际发生或确定承诺履行；如果被套期的未来现金流量预期不再发生的，则累计现金流量套期储备的金额应当从其他综合收益中转出，计入当期损益。

(2) 公允价值确认方式

公司对远期外汇合约和外汇期权合约等衍生金融产品按照《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》分类为公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。每月末公司根据银行提供的月金融衍生工具的市值报告中市值作为公允价值，确认为衍生金融资产/负债的入账价值。

(3) 关于公司是否适用套期会计的相关分析

公司部分远期外汇合约、外汇期权合约在合约开始时，公司将其与极可能发生的外币销售指定了套期关系，并准备了关于套期关系、风险管理目标和套期策略的正式书面文件，载明了套期工具、被套期项目、被套期风险的性质以及套期有效性评价方法等内容。公司的套期工具及被套期项目，均受汇率波动风险影响，且呈现出相反的变动方向，被套期项目和套期工具之间存在经济关系。公司外汇套期业务，由于交易客户主要为全球知名商超、电商，此类客户信用状况良好，极少出现违约记录，套期工具交易对手为评级为AAA级且在存续期内无降级趋势的国有银行或者全国性股份制商业银行浙商银行，因此被套期项目和套期工具经济关系产生的价值变动中，信用风险的影响不占主导地位。套期关系持续期内，公司对其套期有效性进行持续评价，确保其套期关系高度有效。对于该部分远期外汇合约、外汇期权合约，公司认为适用套期会计，相关会计处理方式是否符合企业会计准则的要求。

四、披露公司持有外汇远期合约等衍生工具的规模与发行人相应的境外收入规模的匹配情况及使用相关衍生工具与否对经营业绩的影响，是否有效实现了平滑汇率波动对经营的影响；

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“（一）流动资产构成及变化分析”之“3、衍生金融资产”补充披露如下：

(4) 公司交割、持有外汇衍生产品与相应境外收入规模的匹配情况

公司销售收款的主要货币为美元，报告期内外汇衍生品交易币种绝大部分也为美元，公司根据美元收款预计规模、衍生品市场情况等因素购买相关外汇衍生品并在到期后按以下方式交易：

1) 执行远期或期权合同，用美元头寸交割（对于期权，是否交割由到期时的具体汇率决定）；2) 对于交割日当天实际头寸短缺的，公司也可选择平仓即净额交割，与交易对手结算净收益或损失；3) 对于部分带展期条款的产品，可根据实际情况展期；4) 对于期权产品，拖到期后由于即期汇率变动造成期权内在价值小于零，则期权失效不实际执行。

报告期内，公司美元兑人民币外汇远期及期权的交割、平仓、展期、失效期权金额和美元收款金额的对比情况汇总如下：

项目	2021 年	2020 年	2019 年
交割金额（万美元）	44,449.00	27,628.67	27,382.93
平仓金额（万美元）	-	3,621.33	7,817.07
展期金额（万美元）	-	9,200.00	2,800.00
失效期权金额（万美元）	4,550.00	9,500.00	1,500.00
合计（万美元）	48,999.00	49,950.00	39,500.00
美元收款金额（万美元） [注 ¹]	74,640.01	54,028.29	51,528.81
收款覆盖率[注 ²]	59.55%	57.84%	68.31%
合并口径境外收入金额 （人民币，万元）	490,999.71	422,297.87	366,627.93

注¹：上表中“美元收款金额”系母公司和购买外汇衍生产品的子公司 HKSR 美元收款金额合计值，并扣除了母公司、HKSR 之间美元款项往来的影响；

注²：收款覆盖率=（交割金额+平仓金额）/美元收款金额。

公司购买外汇衍生产品的目的是平滑汇率波动对海外销售业务的影响，从报告期内实际到期交易情况来看，外汇衍生产品的交易规模与公司美元收款金额及境外收入金额较为匹配，未出现超出正常经营需求外的外汇衍生产品交易。

截至 2021 年 12 月底，公司已购买但尚未交割的美元兑人民币外汇远期、外汇期权名义金额分别为 38,500 万美元、7,352 万美元，上述外汇远期产品的到期日分布情况如下：

单位：万美元

类别	2022 年	2023 年	合计
外汇远期名义金额	22,500	16,000	38,500
外汇期权名义金额	3,600	3,752	7,352
合计	26,100	19,752	45,852

公司 2021 年主营业务外销收入规模已超过 45 亿元人民币，收入主要来自境外客户，对平滑汇率波动影响的相关金融产品需求较高。公司结合对未来收入规模的预计、衍生产品市场走势等因素合理确定外汇衍生产品的购买规模，2021 年 12 月底持有的外汇衍生产品主要于 2022 年到期，也有部分于 2023 年到期，相关金额与公司未来外币收入规模较为匹配，不存在重大异常。

(5) 使用相关衍生工具对经营业绩的影响

报告期各期，美元兑人民币平均汇率、公司购买外汇远期和外汇期权的名义金额、相关公允价值变动损益、投资收益和其他综合收益的变动情况如下：

项目	2021 年	2020 年	2019 年
购买外汇远期的名义金额	0.45 亿美元	7.02 亿美元	6.64 亿美元
购买外汇期权的名义金额	0.62 亿美元	0.70 亿美元	2.46 亿美元
公允价值变动损益（万元）	336.25	8,737.85	-11,146.42
投资收益（万元）	2,635.57	3,357.13	-3,623.00
其他综合收益（万元）	8,880.56	5,739.06	-

注：2020 年及 2021 年，公司部分外汇衍生产品核算使用套期会计准则，其公允价值变动差异计入其他综合收益，不影响损益类科目。

对于公司而言，购买外汇衍生品的意义在于锁定汇率水平，以提高对境外客户报价时采用预算汇率的可行性，从而实现对成本、盈利的合理预期。尤其在人民币相对美元升值时，公司可通过购买外汇衍生产品尽量降低汇率方面损失的影响程度。整体来看，在人民币贬值趋势较为明显的 2019 年，外汇衍生产品产生的公允价值变动损益和投资收益为负值，而在人民币升值趋势较为明显的 2020 年及 2021 年，外汇衍生产品产生的公允价值变动损益和投资收益为正值，相关影响与美元兑人民币金额的直接影响方向相反，公司通过购买远期外汇和外汇期权有效实现了平滑汇率波动对经营的影响。

五、披露公司金融衍生品交易的内部控制情况及风险敞口的范围，并进一步说明除规避汇率给公司业绩带来的风险外，公司是否从事相关投资、投机活动；

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“（一）流动资产构成及变化分析”之“3、衍生金融资产”补充披露如下：

(6) 公司金融衍生品交易的内部控制情况及风险敞口的范围，公司是否从事相关投资、投机活动

对于外汇远期和外汇期权，公司均系满足境外销售业务产生的外汇收款需求而购入，购入时根据具体市场情况确定品种、金额等要素，到期后按照约定进行交割。公司开展外汇衍生品交易业务其主要交易对手为中国银行、工商银行、浙商银行、大华银行等资信情况优良的银行类金融机构，绝大多数衍生品外币币种为卖出美元兑换人民币（公司根据实际业务需求，发生极少量卖出美元兑换加元或瑞典克朗的业务），与公司实际业务的收款币种一致，交易外汇衍生品实际产生的投资收益或亏损由约定的交割汇率和交割时的记账汇率决定。公司所开展外汇衍生品交易严格遵循锁定汇率原则，杜绝投机性、套利性衍生品交易操作。

为了规范远期外汇交易，坚决杜绝外汇投资行为，公司制定了《外汇套期保值业务管理制度》，进一步加强了远期外汇业务的各内部控制环节，严格履行远期外汇交易审批程序，完善了远期业务的组织机构和风险管理机制。尽管制定了相关制度及内部控制流程，外汇衍生品交易操作仍存在以下风险敞口：

1) 市场风险。对于不适用套期会计下的情形，外汇衍生品交易合约汇率与到期日实际汇率的差异将产生交易损益；在外汇衍生品的存续期内，每一会计期间将产生重估损益，至到期日重估损益的累计值等于交易损益。若在汇率波动较大的市场环境中开展外汇衍生品交易业务则可能会导致较大公允价值波动；若市场即期汇率优于合约锁定汇率则将造成相应汇兑风险。对于适用套期会计下的情形，外汇衍生品未到期前的估值差异不影响当期损益，而是在其他综合收益中体现，能使公司报表更直观地反映经营业务的盈利水平。

2) 信用风险：公司所开展外汇衍生品交易对手均为资信情况优良且与公司已建立长期业务往来的银行类金融机构，履约风险较小。

3) 流动性风险：公司所开展外汇衍生品交易业务以公司外汇资产、负债为依据并与实际外汇收支相匹配，未实质占用可用资金。公司确保在外汇衍生品交割时拥有足额外币资金供清算，以减少到期日现金流需求，故流动性风险较小。

4) 违约风险：若海外客户应收账款发生逾期，相关贷款无法在预期回收期限内收回，则可能造成外汇合约延期交割导致公司损失。公司海外销售渠道主要与大型零售商及大型电商平台合作搭建，合作历史上尚未出现大额贷款拖欠等重大风险事项，故违约风险较小。

5) 其他风险：若开展外汇衍生品交易业务时合同条款不明确，则可能会面临法律风险；由于外汇衍生品交易专业性较强，若在开展交易时操作人员未按照既定程序进行交易操作则可能导致操作风险。

六、说明公司相应业务产生的非经常性损益是否已按照相关规定列报。

根据《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益（2008）》（中国证券监督管理委员会公告〔2008〕43 号）相关规定，除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益通常应该认定为非经常性损益。

报告期内，公司衍生金融工具业务相关的投资收益、公允价值变动损益相关科目均已在非经常损益项目“除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益”中披露，各科目勾稽关系如下：

单位：万元

项目	具体科目	2021 年	2020 年	2019 年
利润表项目	投资收益中衍生金融工具投资收益	2,635.57	3,357.13	-3,623.00
利润表项目	加：投资收益中处置可供出售金融资产取得的投资收益	-	-5.93	-
利润表项目	加：投资收益中处置交易性金融资产取得的投资收益	518.44	926.08	327.53
利润表项目	加：公允价值变动收益中理财产品收益	-35.10	315.28	-
利润表项目	加：公允价值变动收益中衍生金融工具损益	628.15	8,267.96	-11,162.60
利润表项目	加：公允价值变动收益中其他项目	-	-	125.83
利润表项目	小计	3,747.06	12,860.52	-14,332.24

项目	具体科目	2021年	2020年	2019年
非经常性损益项目	除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	3,747.06	12,860.52	-14,332.24

套期有效部分与公司经营业务相关，计入经常性损益。2019年和2020年，套期工具对应的被套期项目预期收入尚未实现，仍在其他综合收益中，2021年，计入投资收益的套期无效部分人民币602.51万元。

因此，公司因远期外汇合约等衍生金融产品交易产生的公允价值变动损益、投资收益符合非经常性损益的认定标准。

【申报会计师核查】

一、申报会计师核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了如下审计及核查程序：

1、取得并查阅发行人外汇衍生产品台账，复核相关购买、处置等变动情况与资产负债表、利润表相关科目的勾稽关系；

2、查询美元兑人民币汇率走势，取得并查阅发行人销售明细表以了解销售季节性信息，与发行人财务总监进行访谈，了解发行人的外汇头寸管理策略、销售回款周期等信息，复核报告期外汇衍生工具操作出现大额投资损益、公允价值变动的合理性；

3、复核发行人各类金融衍生工具交易有关的具体会计政策、公允价值的确认方式，复核是否适用套期会计准则；

4、取得并查阅发行人外汇衍生产品台账，复核发行人持有外汇衍生产品的规模与收入、回款数据是否匹配，是否有效实现了平滑汇率波动对经营的影响，并就上述事项与发行人财务总监进行访谈；

5、取得并查阅发行人外汇衍生品相关管理制度，并就金融衍生品交易的内部控制情况及风险敞口的范围访谈发行人财务总监，复核发行人是否存在相关投资、投机活动；

6、取得并查阅发行人非经常损益明细，复核外汇衍生产品交易产生的损益是否准确列报。

二、申报会计师核查意见

基于申报会计师所执行的审计及核查程序，申报会计师认为：

1、发行人报告期内各期末金融资产/负债、其他货币资金等资产科目，与投资收益、公允价值变动损益等利润表科目及现金流量表相应科目可以勾稽。

2、发行人披露的报告期内大额投资损益、公允价值变动具有合理性。

3、发行人披露的与公司各类金融衍生工具交易有关的具体会计政策、公允价值的确认方式，以及适用套期会计准则部分的金融衍生工具相关的会计处理方式，在所有重大方面符合《企业会计准则》的规定。

4、发行人披露的公司持有外汇远期合约等衍生工具的规模与发行人相应的境外收入规模较为匹配；发行人使用相关衍生工具可以平滑汇率波动，减少对经营业绩的影响。

5、发行人的金融衍生品交易的内部控制流程有效并得到一贯执行；除规避汇率给公司业绩带来的风险外，发行人未从事相关投资、投机活动，发行人已充分披露相关风险。

6、发行人相应业务产生的非经常性损益已按照《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益》（证监会公告【2008】43 号）的相关规定列报。

问题 21：关于非流动资产

申报材料显示：

报告期各期末发行人固定资产账面价值分别为 43,469.63 万元、40,403.55 万元和 41,218.50 万元，主要为房屋及建筑物和机器设备等；无形资产账面价值分别为 3,869.66 万元、3,857.98 万元和 4,134.40 万元，主要为土地使用权和软件。

请发行人：

(1) 披露相关固定资产、无形资产的折旧/摊销政策，分析披露其是否谨慎、合理，是否与同行业可比公司一致，各期折旧/摊销计提是否准确；结合用于生产、管理的固定资产的具体情况及其变动情况，分析各期相关成本、费用计提、分摊的合理性；

(2) 补充说明报告期内对主要非流动资产进行减值测试的具体方法及结果，并说明公司减值准备计提是否充分，并请中介机构结合相关资产持有目的、用途、使用状况等，核查发行人长期资产可收回金额的确定方法是否恰当、资产减值相关会计处理是否谨慎。

请保荐人、申报会计师说明对上述事项核查的方法、范围、过程、依据及结论，并发表明确意见。

【回复】

【发行人说明】

一、披露相关固定资产、无形资产的折旧/摊销政策，分析披露其是否谨慎、合理，是否与同行业可比公司一致，各期折旧/摊销计提是否准确；结合用于生产、管理的固定资产的具体情况及其变动情况，分析各期相关成本、费用计提、分摊的合理性；

(一) 披露相关固定资产、无形资产的折旧/摊销政策，分析披露其是否谨慎、合理，是否与同行业可比公司一致，各期折旧/摊销计提是否准确

1、固定资产

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“(二) 非流动资产构成及变化分析”之“1、固定资产”补充披露如下：

(2) 固定资产折旧政策及同行业公司对比

报告期内，公司主要类别固定资产折旧政策与同行业可比公司对比如下：

单位：年

公司名称	项目	房屋及建筑物	机器设备	运输工具	计算机及电子设备	家具工具
	折旧方法	年限平均法				
大叶股份	折旧年限	10-20	5-10	4-10	3-5	
	残值率	5%	5%	5%	5%	
巨星科技	折旧年限	20-25	3-15	4-10	-	
	残值率	0%、5%	0%、10%	5%、10%	-	
格力博	折旧年限	20-40	3-10	3-5	3-5	3-5
	残值率	0%-10%	4%-10%	10%	0%-12%	10%-12%

数据来源：各可比公司公开披露文件等；因可比公司 2021 年报尚未披露，上表中列示可比公司 2021 年 1-6 月各类别固定资产折旧年限；

注：创科实业、泉峰控股使用香港会计准则编财务报表，准则要求及列报方式存在较大差异，故上表中不做比较。

报告期内，公司固定资产折旧方法与同行业公司一致，均为年限平均法，各类固定资产折旧年限、残值率与同行业公司相比不存在重大差异，房屋及建筑物按 40 年折旧的系美国子公司相关固定资产，公司对固定资产实行台账管理，按照既定的残值率、折旧年限计提折旧，相关金额计提准确。

2、无形资产

发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“(二) 非流动资产构成及变化分析”之“2、无形资产”补充披露如下：

(1) 无形资产摊销政策及同行业公司对比情况

报告期内，公司主要类别无形资产摊销政策与同行业可比公司对比如下：

单位：年

项目	土地使用权	软件
摊销方法	直线法	
大叶股份	34-50	3
巨星科技	30、50	3-10
格力博	50	3-10

数据来源：各可比公司公开披露文件等；

注：创科实业、泉峰控股使用香港会计准则编财务报表，准则要求及列报方式存在较大差异，故上表中不做比较。

报告期内，公司无形资产摊销方法与同行业公司一致，均为直线法，各类无形资产摊销年限与同行业公司相比不存在重大差异，公司对无形资产实行台账管理，按照既定的摊销年限计提摊销，相关金额计提准确。

（二）结合用于生产、管理的固定资产的具体情况及其变动情况，分析各期相关成本、费用计提、分摊的合理性

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“（二）非流动资产构成及变化分析”之“1、固定资产”补充披露如下：

（4）用于生产、管理的固定资产的具体情况及其变动情况，相关成本、费用计提、分摊的合理性

报告期内，公司生产、非生产用固定资产的具体情况及其变动情况如下：

单位：万元

类别	具体构成	项目	2021年	2020年	2019年
生产用固定资产	房屋及建筑物、 机器设备、运输 工具、计算机及 电子设备、家具 工具	期初原值	40,155.57	33,868.95	32,767.02
		购置	10,343.47	7,363.69	2,560.33
		处置或报废	-804.54	-1,077.07	-1,458.40
		处置子公司	-	-	-
		外币报表折算	-	-	-
		年末余额	49,694.49	40,155.57	33,868.95
非生产用固定资产	房屋及建筑物、 机器设备、运输 工具、计算机及	期初原值	27,803.15	28,847.46	28,314.47
		会计政策变更	-711.65	-	-
		购置	3,885.39	1,211.85	770.60

类别	具体构成	项目	2021年	2020年	2019年
	电子设备、家具 工具	处置或报废	-352.43	-503.06	-383.88
		处置子公司	-	-751.06	-
		外币报表折算	-869.72	-1,002.05	146.27
		年末余额	29,754.75	27,803.15	28,847.46

注：会计政策变更系根据新租赁准则，融资租赁运输工具记入使用权资产。

报告期内，生产用固定资产、管理用固定资产折旧计提金额计入相关成本、费用的具体情况如下：

单位：万元

类别	折旧金额分摊计入科目	2021年		2020年		2019年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
生产用固定资产	制造费用	4,119.69	64.84%	3,768.21	61.10%	3,279.76	55.25%
管理用固定资产	销售费用	208.31	3.28%	209.84	3.40%	153.10	2.58%
	管理费用	1,771.79	27.89%	1,986.50	32.21%	2,302.90	38.79%
	研发费用	253.67	3.99%	203.07	3.29%	200.47	3.38%
合计		6,353.45	100.00%	6,167.61	100.00%	5,936.23	100.00%

针对生产用固定资产，公司对相关折旧金额进行了匡算，匡算结果与发生额基本一致，不存在重大偏差，折旧金额的分摊合理、准确，详细情况参见招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“2、主营业务成本按性质构成情况”之“（3）制造费用”之“1）折旧费”。

报告期内，计入制造费用的折旧费金额和占比也持续上升，主要是因公司生产经营规模扩大，生产用的固定资产规模也相应持续增加。2021年计入管理费用的折旧费金额和占比相比2020年均有所下降，主要系新租赁准则下，部分融资租赁固定资产计入使用权资产，对应折旧金额计入使用权资产折旧。2020年，计入管理费用的折旧费金额和占比相比2019年均有所下降，主要是因境内报废较多固定资产，而欧洲、美国等子公司较多固定资产已过折旧期限。除上述情况外，报告期内各项明细科目折旧费用金额在总金额中的占比波动较小，折旧费用的分配较为合理。

二、补充说明报告期内对主要非流动资产进行减值测试的具体方法及结果，并说明公司减值准备计提是否充分，并请中介机构结合相关资产持有目的、用

途、使用状况等，核查发行人长期资产可收回金额的确定方法是否恰当、资产减值相关会计处理是否谨慎。

公司报告期各期末主要的非流动资产有：其他非流动金融资产、固定资产、无形资产、商誉、长期待摊费用、递延所得税资产、其他非流动资产等。其中其他非流动金融资产为发行人持有的远期外汇合约，按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的要求，确认为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产；商誉为收购 Cramer 形成，相关减值分析在本问询函回复“问题 22：关于收购 Cramer 公司及商誉减值”中陈述；递延所得税资产主要为发行人按照《企业会计准则第 18 号——所得税》，对各项可抵扣暂时性差异、预计可抵扣亏损按照未来适用率确认的递延所得税资产。除其他流动金融资产、商誉、递延所得税资产以外，其余长期资产的减值测试方法与结果说明如下：

（一）减值测试方法、可收回金额的确定方法

报告期内，公司建立健全了内部控制管理制度，并根据《企业会计准则》的相关要求，制定了《固定资产管理制度》。公司根据制定的《固定资产管理制度》对公司的固定资产进行管理。

根据《固定资产管理制度》的要求，公司于资产负债表日判断固定资产、无形资产、长期待摊费用、其他非流动资产等是否存在可能发生减值的迹象，存在减值迹象的，公司将估计其可收回金额，进行减值测试。可收回金额根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。公司以单项资产为基础估计其可收回金额，难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的收回金额。资产组的认定，以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。当资产或资产组的可收回金额低于其账面价值时，公司将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

此外，根据《固定资产管理制度》的要求，公司每年末对固定资产进行盘点，针对长期闲置、且在可预见的未来不会再使用的固定资产，计提减值准备。

（二）相关资产持有目的、用途、使用状况，减值测试结果及减值准备计提是否充分

（1）固定资产

公司账面固定资产主要为生产用的房屋建筑物和机器设备，报告期内，公司全年平均产能利用率超过 80%，生产经营旺季产线满负荷运转，各固定资产均处于正常使用状态，相关产品的毛利率一直保持在较高水平且逐年上升，固定资产相关资产组的未来现金流量良好，未发现存在减值迹象。此外，公司于 2019 年末通过固定资产定期盘点，识别少量长期闲置、且在可预见的未来不会再使用的固定资产，计提减值准备 204.50 万元；于 2020 年末未识别新的长期闲置固定资产，2019 年末已计提资产减值且尚未处置的部分，账面资产减值准备余额 179.01 万元；于 2021 年末未识别新的长期闲置固定资产，2019 年末已计提资产减值且尚未处置的部分，账面资产减值准备余额 172.49 万元。报告期内，于各资产负债表日，公司已经恰当识别存在减值迹象的固定资产，并足额计提减值准备，不存在应计提减值准备未足额计提的情况。

（2）无形资产

公司账面无形资产主要为土地使用权和软件。其中土地使用权主要是为建设厂房取得的工业用地，软件主要是财务、人事管理、生产管理等软件信息系统。报告期内，无形资产于资产负债表日均不存在减值迹象，未计提减值准备，不存在应计提减值准备未足额计提的情况。

（3）长期待摊费用

公司账面长期待摊费用主要为厂房和办公室的装修、网络服务费，报告期内，长期待摊费用使用状况良好，不存在减值迹象，未计提减值准备，不存在应计提减值准备未足额计提的情况。

（4）其他非流动资产

公司账面其他非流动资产主要为预付的工程设备款、土地款。报告期内，预付设备款、土地款对应的工程项目均稳步推进中，不存在减值迹象，未计提减值准备，不存在应计提减值准备未足额计提的情况。

【申报会计师核查】

一、申报会计师核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了如下审计及核查程序：

1、取得并查阅发行人相关固定资产、无形资产的折旧摊销政策，查阅同行业可比公司的相关政策，取得并查阅发行人相关资产的折旧摊销计算表，分析发行人折旧摊销政策是否谨慎、准确；

2、结合生产情况，分析发行人报告期各期长期资产折旧计入制造费用、管理费用、销售费用的合理性；对发行人主要长期资产折旧金额重新测算，确认折旧计提的准确性；

3、根据发行人报告期内的产能利用率、经营情况等判断发行人长期资产是否存在减值迹象，是否符合《企业会计准则第8号——资产减值》的有关规定；

4、了解发行人固定资产管理内部流程，确认发行人是否建立健全了完善的固定资产管理、资产盘点、资产减值迹象分析、资产减值测试等内部控制；

5、执行资产盘点程序，查看是否存在资产闲置情况，确认发行人相关控制流程的有效性；

6、对发行人识别出的闲置固定资产，了解资产闲置原因，检查账面是否足额计提减值准备。

二、申报会计师核查意见

基于申报会计师所执行的审计及核查程序，申报会计师认为：

1、发行人相关固定资产、无形资产的折旧/摊销政策谨慎、合理，与同行业可比公司相比不存在重大差异，各期折旧/摊销计提准确；发行人各期相关成本、费用计提、分摊具有合理性，与用于生产、管理的固定资产的具体情况及其变动情况相匹配。

2、发行人长期资产可收回金额的确定方法以及资产减值相关会计处理在所有重大方面符合《企业会计准则》的规定。

问题 22：关于收购 Cramer 公司及商誉减值

申报材料显示：

公司于 2017 年 8 月收购了 Cramer 70% 股权，形成商誉人民币 4,070.43 万元，2018 年末，公司对 Cramer 资产组进行了商誉减值测试，鉴于 Cramer 的经营业绩受外部环境的影响低于预期，公司 2018 年末对商誉全额计提减值准备。2020 年 7 月 1 日，公司处置了 Cramer 70% 股权，自当日起公司不再将 Cramer 纳入合并范围。

请发行人：

(1) 补充披露发行人收购 Cramer 公司的商业背景，Cramer 公司的基本情况、主要业务及经营情况，相关交易对手方与发行人或发行人实际控制人之间是否存在其他利益安排；

(2) 补充说明商誉形成的过程及确认是否符合企业会计准则的规定；

(3) 补充说明相关可收回金额的确定依据，Cramer 公司收购前后的经营情况，收购一年后经营不及预期且商誉全额计提减值的原因和商业合理性；

(4) 补充说明 Cramer 公司处置的会计处理情况以及是否符合会计准则的规定。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

【发行人说明】

一、补充披露发行人收购 Cramer 公司的商业背景，Cramer 公司的基本情况、主要业务及经营情况，相关交易对手方与发行人或发行人实际控制人之间是否存在其他利益安排；

发行人已在招股说明书“第五节发行人基本情况”之“四、发行人子公司、分公司及参股公司简要情况”之“(三)报告期内注销或转让子公司情况”之“2、Cramer”补充披露如下：

(2) 股权转让背景及定价依据

Cramer 是一家总部位于德国的园林机械制造商，销售渠道以传统经销商为主，Cramer 是德国具有一定知名度的专业工具品牌。2017 年发行人为拓展欧洲市场，收购一家在欧洲本土具有品牌影响力、拥有独立销售渠道的园林机械企业，有助于公司迅速占领欧洲市场。Cramer 成为公司意向收购标的，经过多轮谈判，发行人正式决定收购 Cramer。

Cramer 公司被收购前的基本情况如下：

公司名称	Cramer GmbH (现名“Remarc GmbH”)	
公司编号	HRB110877	
成立日期	1999 年 1 月 15 日	
总股本	1,020,000.00 欧元	
公司住所	Reimersstraße36, 26789Leer, Lower Saxony, Germany	
股东构成	股东	持股比例
	Andreas Bruns	50.00%
	Hans-Joachim Peters	50.00%
	合计	100.00%

Cramer2016 年的主要财务数据如下：

主要财务数据 (万欧元)	项目	2016 年 12 月 31 日/ 2016 年
	总资产	411.59
	净资产	286.26
	净利润	47.48
	审计情况	上述财务数据未经审计

2017 年 8 月 30 日，HKSR 与 Andreas Bruns、Hans-Joachim Peters 签署了《股权转让协议》，由 HKSR 出资 280 万欧元购买 Andreas Bruns 持有的 Cramer35% 的股权，出资 280 万欧元购买 Hans-Joachim Peters 持有的 Cramer35% 的股权。本次股权转让后，HKSR 持有 Cramer70% 的股权，Andreas Bruns、Hans-Joachim Peters 分别持有 Cramer15% 的股权。

Cramer 自被 HKSR 收购后，经营情况及业务协同效应未达到 HKSR 的预期，2020 年经 HKSR 管理层讨论决定，拟出售其持有的 Cramer 70% 的股权。就 Cramer 70% 股权的出售，HKSR 聘请了财务顾问就 Cramer 股权出售事项在市场上进行了询价，但由于当时正值欧洲疫情期间，未得到有效报价；经沟通，Andreas Bruns、Hans-Joachim Peters 有回购意向，经过谈判，Andreas Bruns、Hans-Joachim Peters 与 HKSR 达成一揽子协议，以 100 万欧元的价格回购 HKSR 持有的 Cramer 70% 的股权，并由 Cramer 以 100 欧元向 HKSR 出售其持有的 Cramer 注册于欧洲、美国、南非、加拿大等地区的商标。

HKSR 向 Andreas Bruns、Hans-Joachim Peters 出售 Cramer 股权以及 Cramer 向 HKSR 转让商标系一揽子交易安排，交易价格由双方综合考虑公司价值及商标价值后结合市场公允价值协商确认。发行人本次出售 Cramer 股权并购买 Cramer 商标，定价具有合理性和公允性。

（3）受让方基本情况

Andreas Bruns，德国国籍，出生于 1974 年，系 Cramer 创始人，自工作以来一直在 Cramer 任职。

Hans-Joachim Peters，德国国籍，出生于 1955 年，系 Cramer 创始人。

发行人与 Andreas Bruns、Hans-Joachim Peters 不存在关联关系、不存在股权代持等利益安排，Cramer 股权转让真实有效，不存在纠纷和潜在纠纷。

（4）转让真实性及关联交易

报告期内发行人存在向 Cramer 采购维修服务、向 Cramer 销售发行人生产的新能源园林机械产品及配件的交易的情形。

报告期内 Cramer 曾系发行人的控股子公司，发行人基于内部关于相关业务市场布局的需要，安排由子公司 Cramer 销售部分发行人生产的产品及配件并提供后续维修相关服务。发行人剥离 Cramer 股权后，前述销售及采购维修相关服务的交易未立即终止，仍持续存在少量销售及采购维修服务，关联交易系通过双方协商的市场价格确定，价格公允。发行人预计未来仅与 Cramer 零星发生销售配件的关联交易。

HKSR 转让 Cramer 行为真实、有效，不存在关联交易非关联化的情形。

二、补充说明商誉形成的过程及确认是否符合企业会计准则的规定；

（一）商誉形成的过程及确认依据

2017 年 8 月 30 日，HKSR（现为发行人全资子公司）与 Mr. Andreas Bruns 及 Mr. Hans-Joachim Peters（以下简称“卖方”）签订股权转让协议，协议约定 HKSR 以现金欧元 560.00 万元（折合人民币 4,432.01 万元）取得 Cramer 70% 股权。同时 HKSR 与卖方签订股东协议，赋予 HKSR 收购卖方持有的 Cramer 剩余 30% 股权的看涨期权，同时赋予卖方向 HKSR 转让其持有的 Cramer 剩余 30% 股权的看跌期权，行权日期为 2020 年 9 月之后，行权对价为 2017 至 2019 年三个年度 Cramer 息税折旧及摊销前利润的平均值按照 30% 股权比例计算结果的十倍。

根据协议约定，就剩余 30% 的股权发行人子公司 HKSR 及卖方拥有同等的行权权利，行权价格为依据 2017 至 2019 年 Cramer 实际经营结果确定的固定价格，标的为 HKSR 未持有的 Cramer 剩余 30% 的全部股权，该安排实际属于远期合同，可视同 HKSR 在购买日已经拥有了对剩余 30% 股权的现时权利。因此，HKSR 于 2017 年 8 月按照取得了 Cramer 100% 的股权做会计处理，将 30% 股权的行权价格作为企业合并转移对价的一部分，按照购买日的公允价值计入企业合并成本，并按照公允价值进行后续计量，相关公允价值变动计入当期损益。

公司商誉形成的具体过程、依据及计算过程具体如下：

单位：万元

合并成本	币种	
	欧元	人民币
Cramer 70% 股权——现金对价	560.00	4,432.01
Cramer 30% 股权——期权公允价值	258.96	2,049.48
合并成本合计 ^①	818.96	6,481.49
减：取得的可辨认净资产公允价值份额 ^②	300.98	2,382.05
商誉/合并成本大于取得的可辨认净资产公允价值份额的金额^{①-②}	517.98	4,099.44

注¹：Cramer 30% 股权的行权价格的公允价值——根据 Cramer 管理层对未来五年的盈利预测情况，Cramer 于 2017 至 2019 年度息税前利润预测结果分别为 66.11 万欧元、109.19 万欧元和 126.62 万欧元，据此计算的 2017 至 2019 年三个完整会计年度的平均息税前利润为 100.64 万欧元，经折现后该行权价格的公允价值为人民币 2,049.48 万元。

注²：可辨认净资产的公允价值——公司聘请了根据上海申威资产评估有限公司出具的【沪申威咨报字（2020）第1003号】号追溯评估报告，评估了基于2017年8月31日Cramer全部资产及负债市场价值。由于目标公司Cramer历史期间盈利能力较弱，并且发行人表示收购时主要考虑到Cramer产品可以丰富公司自有产品组合，公司较高生产研发水平可以帮助Cramer改善生产流程、降低生产成本以产生协同效应，因此评估专家未识别出其他可辨认无形资产（不包括商誉）。公司管理层认为，在不存在其他可辨认无形资产的情况下，Cramer账面固定资产及无形资产评估增值及账面净资产价值合计作为Cramer的可辨认净资产的公允价值，金额为欧元300.98万元，折合人民币2,382.05万元。

（二）企业会计准则的相关准则规定

依据《企业会计准则第20号——企业合并》，在非同一控制下企业合并中取得的被购买方可辨认资产、负债及或有负债在收购日以公允价值计量。合并成本为公司在购买日为取得对被购买方的控制权而支付的现金或非现金资产、发行或承担的负债、发行的权益性证券等的公允价值以及在企业合并中发生的各项直接相关费用之和。购买方合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉。因此，商誉的形成及确认依据符合会计准则的规定。

三、补充说明相关可收回金额的确定依据，Cramer公司收购前后的经营情况，收购一年后经营不及预期且商誉全额计提减值的原因和商业合理性；

（一）相关可收回金额的确定依据

根据《企业会计准则第8号——资产减值》，对资产组或资产组组合的可收回金额的估计，应根据其公允价值减去处置费用后的净额与预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

根据《企业会计准则第8号——资产减值》第八条规定：在不存在销售协议和资产活跃市场的情况下，应当以可获取的最佳信息为基础，估计资产的公允价值减去处置费用后的净额，该净额可以参考同行业类似资产的最近交易价格或者结果进行估计。企业按照上述规定仍然无法可靠估计资产的公允价值减去处置费用后的净额的，应当以该资产预计未来现金流量的现值作为其可收回金额。

考虑到Cramer的股权不存在销售协议和资产活跃市场，且收购日前后一段时间内没有第三方投资者入股，无法可靠估计相关资产组的公允价值减去处置费用后的净额。因此，公司将收购Cramer产生的商誉分摊至Cramer资产组进行减

值测试时，以 Cramer 预计资产组未来现金净流量的现值确定商誉相关资产组的可收回金额，并进而与包括商誉在内的资产组的账面价值进行比较，以判断商誉是否存在减值。

（二）Cramer 公司收购前后的经营情况

购买日前后年度，Cramer 的财务数据情况如下：

单位：万欧元

项目	收购前	收购后		
	2016 年末 /2016 年	2017 年末 /2017 年	2018 年末 /2018 年	2019 年末 /2019 年
总资产	411.59	440.92	678.30	600.70
总负债	125.33	183.59	356.69	267.11
总收入	830.77	734.54	654.88	685.45
净利润	47.48	51.44	4.59	11.98
EBITDA	71.66	106.20	38.25	29.62

根据购买日前后的数据，Cramer 在实际经营中并未如预期一样带来正面的协同效应，Cramer 于 2016 至 2019 年期间实际产生的营业收入整体下降，由 830.77 万欧元下降至 685.45 万欧元。收购一年后，2018 年及 2019 年 EBITDA 分别为 38.25 万欧元和 29.62 万欧元，较 Cramer 公司管理层于 2017 年 12 月 31 日编制的未来期间的盈利预测有明显下降。

（三）收购一年后经营不及预期且商誉全额计提减值的原因和商业合理性

公司管理层在和 Cramer 原股东沟通收购事宜时，双方期望通过收购对双方业务带来协同效应，主要包括：1、降低欧洲市场运输成本；2、公司设立在欧洲瑞典的研发中心可以与 Cramer 的产品线拓展形成协同效应，Cramer 部分现有产品可以进行电动化，应对未来市场对新能源园林机械需求扩大的需求；3、利用公司精益化生产工艺帮助 Cramer 改善生产流程，降低生产成本。基于双方对收购带来的正面影响的预期，编制了 Cramer 未来五年的盈利预测并计算了收益法下 Cramer 的企业价值，并得到了公司管理层的认可，双方以此作为本次股权转让的对价的定价基础。2017 年 8 月完成收购后，于 2017 年 12 月 31 日，公司管理层未发现明显不符合预期的情况，基于 2017 年 12 月 31 日公司管理层执行的商誉减值测试结果，公司收购 Cramer 形成的商誉未发生减值。

2018年,Cramer在实际经营中并未如预期一样带来正面的协同效应,Cramer于2018年实际产生的营业收入、息税折旧及摊销前利润和净利润分别为654.88万欧元、38.25万欧元和4.59万欧元,较2017年末编制的2018年盈利预测有明显下降,公司管理层于2018年12月31日,编制未来五年的盈利预测时,根据实际经营情况下调了盈利预期,据此确认Cramer资产组于2018年12月31日的可回收金额为78万欧元,低于其账面价值600万欧元,因此公司管理层相应全额确认了商誉减值准备欧元522.00万欧元(折合人民币4,075.00万元)。

2019年,Cramer实际产生的营业收入、息税折旧摊销前利润和净利润分别为685.45万欧元、29.62万欧元和11.59万欧元,未发生明显改善,与公司管理层于2018年末编制的盈利预测的估计基本一致。

四、补充说明Cramer公司处置的会计处理情况以及是否符合会计准则的规定

(一) 说明Cramer公司处置的会计处理情况

2020年6月,HKSR与Mr. Andreas Bruns及Mr. Hans-Joachim Peters签订股权转让协议,以100万欧元(折合人民币790.45万元)出售HKSR持有的Cramer的70%股权,处置日为2020年6月30日。

该股权转让协议终止了HKSR与Mr. Andreas Bruns及Mr. Hans-Joachim Peters于2017年8月签订的股东协议条款,解除各方在原协议项下收购及转让Cramer30%股权的期权的权利和义务,因此公司终止确认了持有的Cramer的剩余30%股权,并以协议约定的剩余30%股权行权价格的价值人民币999.64万元作为处置对价。公司管理层以处置股权取得的对价减去Cramer处置日净资产之间的差额,与原有子公司股权投资相关的其他综合收益,均转入当期投资收益。

截至处置日,Cramer账面净资产明细及转让当期投资损益的金额列示如下:

单位:万元

项目	处置日净资产账面价值
流动资产	5,119.58
非流动资产	544.18
流动负债	2,169.61
非流动负债	635.49

项目	处置日净资产账面价值
处置日净资产	2,877.28
其他综合收益	31.87
处置损失	-1,100.45
处置对价	1,790.09
其中：现金对价	790.45
30%股权的行权价格	999.64

处置 Cramer 对现金流量表的影响如下：

单位：万元

项目	2020 年
处置子公司及其他营业单位支付的现金和现金等价物	790.45
减：处置子公司及其他营业单位持有的现金和现金等价物	54.47
处置子公司及其他营业单位支付的现金净额	735.99

(二) 处置子公司相关会计准则的规定

根据《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》，企业因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资方的控制权的，在编制合并财务报表时，对于剩余股权，应当按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，应当在丧失控制权时转为当期投资收益。

在报告期内，如果母公司处置子公司或业务，失去对子公司或业务的控制，被投资方从处置日开始不再是母公司的子公司，不应继续将其纳入合并财务报表的合并范围，在编制合并资产负债表时，不应调整合并资产负债表的期初数；在编制合并利润表时，应当将该子公司或业务自当期期初至处置日的收入、费用、利润纳入合并利润表；在编制合并现金流量表时，应将该子公司或业务自当期期初至处置日的现金流量纳入合并现金流量表。

综上所述，公司管理层处置 Cramer 的会计处理情况符合相关会计准则规定。

【申报会计师核查】

一、申报会计师核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了如下审计及核查程序：

1、访谈公司管理层和 Cramer 股东，查阅收购 Cramer 的相关文件，了解 Cramer 主营业务、经营情况以及收购背景，核查 Cramer 股东与公司实际控制人之间是否存在关联关系或其他利益安排；

2、获取并复核上海申威资产评估有限公司对收购日 Cramer 的全部资产及负债市场价值追溯咨询评估报告；复核发行人管理层确定购买日的商誉计算的过程及准确性，是否符合会计准则规定；复核发行人管理层对于收购 Cramer 相关的账务处理是否符合会计准则规定；

3、分析 Cramer 实际收入与预测收入差异的原因，以及公司是否存在商誉减值风险；

4、获取并复核管理层商誉减值测试模型和评估机构出具的商誉所在资产组可回收价值资产评估报告，评估模型使用的方法的合理性和一贯性；评估发行人管理层在预测未来现金流量时采用的关键假设及判断的合理性；复核商誉减值测试模型的计算准确性；

5、获取发行人与 Mr. Andreas Bruns 及 Mr. Hans-Joachim Peters 签订的《股权转让协议》，核查股权转让价格及付款条件等合同主要条款，了解股权转让的定价方式及合理性；

6、根据《企业会计准则第 33 号-合并财务报表》相关准则，复核发行人处置股权的会计处理及确认的利得或损失金额是否符合准则规定。

二、申报会计师核查意见

基于申报会计师所执行的审计及核查程序，申报会计师认为：

1、发行人已披露了收购 Cramer 公司的商业背景, Cramer 公司的基本情况、主要业务及经营情况, 相关交易对手方与发行人或发行人实际控制人之间不存在其他利益安排。

2、发行人商誉形成的过程及确认在所有重大方面符合《企业会计准则》的规定。

3、发行人关于 Cramer 公司可收回金额的确定依据在所有重大方面符合《企业会计准则》的规定; 发行人说明的收购一年后经营不及预期且商誉全额计提减值的原因具有商业合理性。

4、发行人 Cramer 公司处置的会计处理情况在所有重大方面符合《企业会计准则》的规定。

问题 23：关于财务内控规范性

申报材料显示：

报告期发行人向控股股东向 GHHK 累计借款金额为 55,844.02 万元，截至 2020 年 12 月 31 日，公司向 GHHK 的借款余额为 19,634.80 万元。招股书未披露发行人是否存在其他内控不规范的情形及整改情况。

请发行人对照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 25 题的规定，逐一披露发行人报告期内是否存在相关内控不规范的情形，以及相关事项的整改情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

【发行人说明】

一、请发行人对照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 25 题的规定，逐一披露发行人报告期内是否存在相关内控不规范的情形，以及相关事项的整改情况。

发行人已在招股说明书“第七节公司治理与独立性”之“四、发行人内部控制制度情况”中补充披露如下：

（三）内控不规范情形及整改情况

1、发行人存在的财务内控不规范情况

报告期内，发行人存在的财务内控不规范情况说明如下：

序号	财务内控不规范情形	说明情况
----	-----------	------

序号	财务内控不规范情形	说明情况
1	为满足贷款银行受托支付要求，在无真实业务支持情况下，通过供应商等取得银行贷款或为客户提供银行贷款资金走账通道（简称“转贷”行为）	公司不存在该情况
2	向关联方或供应商开具无真实交易背景的商业票据，通过票据贴现后获取银行融资	公司不存在该情况
3	与关联方或第三方直接进行资金拆借	公司存在关联方进行资金拆借的情形
4	通过关联方或第三方代收货款	公司不存在该情况
5	利用个人账户对外收付款项	公司存在利用个人账户对外收付款项
6	出借公司账户为他人收付款项	公司不存在该情况
7	违反内部资金管理规定对外支付大额款项、大额现金借支和还款、挪用资金等重大不规范情形等	公司不存在该情况

2、关于财务内控不规范情形具体说明及整改措施

(1) 与关联方或第三方直接进行资金拆借

1) 具体情况

①报告期内，公司向关联方的借款情况如下：

单位：万元

关联方名称	2021年	2020年	2019年
GHHK	-	17,307.64	27,922.32
合计	-	17,307.64	27,922.32

报告期内，公司向 GHHK 累计借款金额为 45,229.96 万元，主要系 2020 年 9 月资产重组前，GHHK 以借款方式向 HKSR 等子公司提供流动资金；公司累计还款金额为 78,380.71 万元；截至报告期末，公司已全部清偿对 GHHK 借款。公司上述借款均履行了审批程序，并参照拆借期间的银行贷款基准利率计提了利息。报告期各期，公司向 GHHK 的借款利息计提金额分别为 2,285.90 万元、867.82 万元和 174.35 万元。

②报告期内，公司向关联方拆出资金情况如下：

单位：万元

关联方名称	2021年	2020年	2019年
陈寅	-	-	250.00
合计	-	-	250.00

注：2019年7月，季正华因个人资金需求向公司借款20万元，约定按月分5年还清，季正华借款时尚未担任董事会秘书；2020年12月，季正华已将上述借款提前还清。季正华的上述借款履行了公司的审批程序，并参照同期银行贷款利率计提了利息。

报告期内，陈寅因个人资金周转需要累计向公司借款250.00万元；截至报告期末，陈寅已归还完毕对公司的借款，不存在占用公司资金的情况。报告期内，陈寅向公司的上述借款均履行了审批程序，并参照银行同期借款利率计提了利息；2019年，公司对陈寅的借款计提的利息金额为5.35万元。

2) 整改措施

针对关联方资金拆借行为，公司采取了以下整改措施：①及时清理关联方资金往来，关联方资金占用按同期银行贷款利率支付或收取利息；②对实际控制人、董监高加强关于关联方资金往来的培训，进一步规范关联方资金管理；③加强资金管理、提高资金使用效率，采取多种融资渠道满足资金临时周转需要；④制定并通过了《关联交易管理制度》《独立董事工作制度》等制度，对资金管理、关联交易及审批、决策权限、履行程序作出了明确规定，并建立了关联股东或利益冲突的董事回避表决机制，为防范控股股东及关联方利用关联交易损害公司利益提供了制度保障；⑤为避免、减少和规范与公司之间的关联交易，公司控股股东和实际控制人、董事、监事、高级管理人员分别出具了《关于减少和规范关联交易的承诺》，承诺将尽量避免和减少与发行人发生关联交易，对于无法避免或者有合理原因而发生的关联交易，应确保关联交易价格公允，保证不通过关联交易损害发行人利益及其他股东的合法权益。

(2) 利用个人账户对外收付款项

1) 公司通过员工账户给高管及骨干员工支付工资

2019年1月至今，公司不存在通过个人卡给公司员工支付工资的情形。

2) 高管账户代付中介费用

2019年11月，公司董事会秘书季正华从公司借支21万元，并代公司支付财务尽调费用10万元、资产评估费用11万元。主要原因系立信会计师事务所（特殊普通合伙）、上海申威资产评估有限公司均为首次给公司提供服务，由于当时两家机构尚未列入公司合格供应商名录，按照公司供应商管理制度，新建供应商

并发起付款流程较慢。基于公司对上述财务及评估尽调的时间要求，以及上述中介机构的付款时间要求，出于便利考虑，最终由公司高管暂代公司支付财务尽调、资产评估费用，此后公司高管将上述费用进行报销。

3) 员工账户代收货款

报告期内公司存在业务员代收客户货款的情况，主要原因是：公司业务员基于便捷性考虑，对极少部分新合作的经销商由业务员代收货款，报告期内因业务员代收货款形成的第三方回款金额分别为 14.01 万元、33.01 万元和 0.00 万元，占营业收入的比例分别为 0.004%、0.008%和 0.000%，占比极低，对公司经营和财务状况不构成重大影响。

公司针对上述情形进行了整改和规范，健全了资金管理制度，通过制度安排和相关内控设计安排等坚决禁止利用个人账户转付公司成本费用的情形。截至报告期末，已不存在利用个人账户对外收付款项的情形。

【申报会计师核查】

一、申报会计师核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了如下审计及核查程序：

1、确认发行人《企业会计准则》《上市公司信息披露管理办法》和《深圳证券交易所股票上市规则》等规定对关联方进行了准确认定；

2、访谈公司管理层，了解发行人报告期内是否存在转贷、无真实背景的商业票据、与关联方或第三方直接进行资金拆借等情况；

3、查询银行存款、短期借款、应付账款科目明细账，获取资金结算相关内控管理制度，访谈公司财务负责人是否发生转贷行为及内控制度建立情况；

4、获取公司银行承兑汇票台账，核查被背书方是否为公司供应商、是否具有真实的采购交易背景；

5、查阅与关联交易相关的三会文件、关联交易管理制度、独立董事工作细则等相关文件，核查发行人关联交易是否符合关联交易制度的要求、是否符合《上市公司信息披露管理办法》和《深圳证券交易所股票上市规则》的相关规定；

6、测试并评价发行人与资金管理相关的内部控制设计及执行的有效性；

7、获取发行人银行账户开立信息证明，函证发行人及其下属子公司全部开立账户的银行，对资金流水进行双向测试，查明与业务不相关的大额资金流动原因，以确定是否存在转出大额资金的情况，以及是否属于关联方资金占用；

8、取得发行人控股股东、实际控制人、董监高及配偶、其他关键岗位人员的银行流水，核查其与公司主要客户或供应商及其实际控制人或主要股东是否存在资金往来；

9、核查发行人相关关联方资金拆借的董事会和股东大会决议；

10、了解关联方资金拆借的背景，核查关联方资金拆借合同，拆借金额及拆借利息及还款资金来源。

二、申报会计师核查意见

基于申报会计师所执行的审计及核查程序，申报会计师认为：

1、报告期内发行人存在关联方资金拆借的情形，关联方资金拆借已进行了清理，并制定了完善的整改措施；报告期内发行人存在利用个人账户对外收付款项的情形，发行人已纠正了不规范行为，补缴相关个人所得税。除此之外，发行人不存在转贷、向关联方或供应商开具无真实交易背景的商业票据并通过票据贴现后获取银行融资、通过关联方或第三方代收货款、出借公司账户为他人收付款项、违反内部资金管理规定对外支付大额款项、大额现金借支和还款、挪用资金等情形。

2、于 2021 年 12 月 31 日，发行人与财务报表相关的内部控制所有重大方面，有效地保持了按照《企业内部控制基本规范》（财会[2008]7号）建立的与财务报表相关内部控制。

问题 24：关于资金流水核查

申报材料显示，报告期发行人控股股东及发行人的主要人员与发行人存在一定的资金往来、债权债务关系及费用代垫等情况。

请保荐人和申报会计师根据《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》“问题 54、资金流水核查”的规定，逐项详细说明相关事项的核查落实情况，并发表明确意见。

【回复】

【申报会计师核查】

一、核查情况

（一）资金流水的核查范围、完整性

保荐人和会计师已充分评估发行人所处经营环境、行业类型、业务流程、规范运作水平、主要财务数据及变动趋势等因素，对发行人、控股股东及关联方、关键管理人员等相关银行流水进行核查。

根据《首发业务若干问题问答（2020 年 6 月修订）》问题 54 的要求，确定发行人资金流水核查主体范围为：发行人及境内外子公司；发行人控股股东和实际控制人及其控制的关联公司；发行人内部董事、监事、高级管理人员及其配偶；关键岗位人员（包括主要销售人员及采购人员、财务经理、出纳、人事等人员）。资金流水核查主体的范围在报告期内的所有账户，含开立在本人名下、以及虽未开立在本人名下但由本人实际控制的账户，包括报告期内注销的账户、零余额账户。具体情况如下：

序号	姓名/名称	与发行人的关系	银行账户数量
1	格力博	发行人	131
2	HKSR 等 8 家子公司及 8 家孙公司	控股子公司	135
3	GHHK	控股股东	5
4	陈寅	实际控制人、董事长、总经理、	9（含联名账户）

序号	姓名/名称	与发行人的关系	银行账户数量
		核心技术人员	
5	苏擎	陈寅之配偶	5（含联名账户）
6	陈淑君	陈寅之母亲	3
7	GreenworksHoldings	实际控制人控制公司	5
8	常州格林沃克投资有限公司	实际控制人控制公司	1
9	和百瑞日用品有限公司	实际控制人控制公司	1
10	宁波慧好企业管理合伙企业（有限合伙）	实际控制人控制公司	1
11	宁波广茂企业管理合伙企业（有限合伙）	实际控制人控制公司	1
12	宁波广予企业管理合伙企业（有限合伙）	实际控制人控制公司	1
13	常州双立电子技术有限公司	实际控制人控制公司	1
14	LAWRENCELEE	董事	5
15	崔鹏	董事、财务总监	10
16	高乃新	监事会主席	4
17	吴林冲	监事	4
18	沈晓燕	职工代表监事	7
19	庄建清	副总经理	10
20	季正华	董事会秘书	4
21	李志远	核心技术人员、前监事	8
22	霍晓辉	核心技术人员、前监事	8
23	庄宪	核心技术人员	6
24	吕复义	采购负责人、前监事	7
25	杭军	采购部长	4
26	常亮	采购高级经理	6
27	郭军	采购高级经理	2
28	乐桂芬	采购高级工程师	5
29	薛虹	销售部长	3
30	胡晶晶	销售副部长	3
31	吕爱华	销售副部长	9
32	姚勇	销售经理	6
33	赵力	资金高级经理	7
34	郑燕	出纳	4
35	张玉艳	出纳	5
36	倪婷	出纳	8
37	应元元	煦升园林总经理	9
38	吴陈丽	人事经理	3

申报会计师已通过与发行人上述人员共同前往银行实地查询、通过支付宝等 APP 查询方式确认上述人员是否在工商银行、农业银行、中国银行、建设银行、中国邮政储蓄银行、交通银行、招商银行、中信银行、光大银行、民生银行、兴业银行、浦发银行、平安银行、广发银行、浙商银行、上海银行、南京银行、华夏银行等上述 18 家银行开户及提供账户的完整性。此外，保荐人、申报会计师获取了上述人员出具的关于个人银行卡完整性的承诺函，交叉复核上述人员银行流水的交易对方，核查相关人员所有银行账户之间交易的完整性。

（二）重要性水平及确定依据

保荐人及申报会计师结合发行人销售收入规模、采购规模以及当前常州地区的收入水平、员工收入等情况，确定银行流水核查重要性标准，具体情况如下：

1、针对发行人银行账户资金流水的核查：（1）重点核查了 500 万元以上与客户、供应商的商业资金往来，并了解交易原因及合理性；（2）重点核查了与发行人关联方及曾经的关联方的往来。

2、针对控股股东、实际控制人控制的其他主体银行账户资金流水的核查：（1）50 万元以上的流水重点核查，了解并核查相关交易的背景及合理性；（2）与发行人及发行人关联自然人的流水重点核查，了解并核查相关交易的背景及合理性。

3、针对发行人关联自然人及其配偶的银行账户资金流水的核查：（1）报告期内单笔金额在 3 万元以上的资金流水进行核查，了解并核查相关交易的背景及合理性；（2）与发行人之间除正常的工资、奖金发放以外的其他收支往来进行核查，了解并核查相关交易的背景及合理性。

二、重点核查事项

保荐人、申报会计师在资金流水核查中，结合重要性原则和支持核查结论需要，重点核查了报告期内发生的以下事项：

（一）发行人资金管理相关内部控制制度是否存在较大缺陷

申报会计师获取了发行人资金管理相关内部控制制度；查阅了发行人报告期内银行日记账和现金日记账；对发行人货币资金收支执行了穿行测试，以了解报告期内发行人资金管理相关内部控制措施执行情况；执行了内部控制有效性测试。

申报会计师出具的《格力博（江苏）股份有限公司内部控制审核报告》（编号：安永华明（2022）专字第 61457418_B02 号），对格力博与财务报表相关的内部控制的有效性发表意见如下：我们认为于 2021 年 12 月 31 日，公司在内部控制评价报告中所述与财务报表相关的内部控制所有重大方面，有效地保持了按照《企业内部控制基本规范》（财会[2008]7 号）建立的与财务报表相关内部控制。

经核查，申报会计师认为，报告期内发行人资金管理相关内部控制制度在所有重大方面有效地保持了按照《企业内部控制基本规范》（财会[2008]7 号）建立的与财务报表相关内部控制。

（二）是否存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，是否存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况

申报会计师取得发行人已开立银行账户清单，对上述银行账户进行函证。申报会计师将获取的已开立账户清单与发行人账面的银行账户进行核对，并对报告期内 500 万元以上的银行流水与发行人财务明细账进行双向核对，核查资金流水是否均已入账。

经核查，申报会计师认为，报告期内不存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，亦不存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况。

（三）发行人大额资金往来是否存在重大异常，是否与公司经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配

申报会计师抽取发行人报告期内 500 万元以上的银行流水，分析是否存在重大异常，是否与公司经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配。

经核查，申报会计师认为，报告期内，发行人大额资金流入主要来源于向客户收取的款项，资金流出主要用于支付供应商采购款项、税费等，发行人大额资

金往来与其经营活动相匹配；报告期内，发行人大额资产购置资金流出主要为机器设备等购置支出，发行人大额资产购置资金往来与其资产购置相匹配；报告期内，发行人大额投资活动资金往来主要为理财产品的购买和赎回，发行人大额投资活动资金往来与其对外投资活动相匹配。

（四）发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等是否存在异常大额资金往来

报告期内，发行人与控股股东、实际控制人等资金往来情况如下：

1、公司从控股股东拆入资金

报告期内，公司向控股股东的借款情况如下：

单位：万元

公司名称	2021 年	2020 年	2019 年
GHHK	-	17,307.64	27,922.32
合计	-	17,307.64	27,922.32

报告期内，公司向 GHHK 累计借款金额为 45,229.96 万元，主要系 2020 年 9 月资产重组前，GHHK 以借款方式向 HKSR 等子公司提供流动资金。截至报告期末，公司已全部清偿对 GHHK 借款。

经核查，申报会计师认为，发行人说明的报告期内与控股股东之间的大额资金往来情况与整改情况与我们了解的情况一致。

2、控股股东与公司之间的代垫款项

（1）控股股东给公司代垫款项

报告期内，控股股东给公司代垫款项情况如下：

单位：万元

关联方名称	2021 年	2020 年	2019 年
GHHK	-	258.33	119.24
合计	-	258.33	119.24

报告期内，GHHK 为公司代垫费用分别为 119.24 万元、258.33 万元和 0 万元，系代公司垫付部分高管及骨干员工工资。资产重组前，GHHK 为集团管理总部，格力博为境内生产基地和研发中心，公司部分高管及骨干员工同时从 GHHK 和格

力博领取薪酬。资产重组完成后，格力博成为拟上市主体，公司高管及骨干员工停止从 GHHK 领薪，仅从格力博领取薪酬。基于谨慎性原则，对于报告期内部分高管及骨干员工从 GHHK 领取薪酬计提为代垫款项，相关个人所得税已按规定缴纳。

经核查，申报会计师认为：报告期内控股股东给发行人代垫款项具有商业合理性，并已在申报前进行了规范。

（2）公司给控股股东代垫款项

报告期内，公司为控股股东代垫款项情况如下：

单位：万元

关联方名称	2021 年	2020 年	2019 年
GHHK	-	1.70	-
合计	-	1.70	-

2020 年公司为 GHHK 代垫费用 1.70 万元，系 2020 年公司为 GHHK 代垫其支付给香港代理公司 HKBSSLIMITED 的年审费及服务费，相关款项已于 2020 年 9 月结清。

经核查，申报会计师认为：报告期内发行人给控股股东代垫款项金额较小，且已进行了规范。

3、实际控制人、董秘向发行人借款情况

报告期内，公司向实际控制人、董秘提供借款情况如下：

单位：万元

关联方名称	2021 年	2020 年	2019 年
陈寅	-	-	250.00
合计	-	-	250.00

注：2019 年 7 月，季正华因个人资金需求向公司借款 20 万元，约定按月分 5 年还清，季正华借款时尚未担任董事会秘书；2020 年 12 月，季正华已将上述借款提前还清。季正华的上述借款履行了公司的审批程序，并参照同期银行贷款利率计提了利息。

报告期内，陈寅因个人资金周转需要累计向公司借款 250.00 万元。截至 2020 年 12 月 31 日，陈寅已归还完毕对公司的借款，不存在占用公司资金的情况。

经核查，申报会计师认为：上述资金往来系当事人因资金周转需要向发行人借款，履行了审批程序，参照银行同期借款利率计提利息，并已进行了规范。

4、核查情况与核查意见

针对上述发行人与控股股东、实际控制人、高管大额资金往来，保荐人、申报会计师查阅了发行人其他往来明细账中与控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员的大额资金往来；查阅发行人控股股东、实际控制人、内部董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员的银行流水，核查其与发行人之间除正常工资、奖金发放外的其他大额收支往来，同时获取员工花名册及工资明细表，对上述文件进行交叉复核；访谈相关当事人，了解大额资金往来发生的原因及合理性。

经核查，申报会计师认为：报告期内，除工资奖金发放、日常费用报销等，以及上述发行人与控股股东、实际控制人、高管发生的资金拆借、代垫款项等资金往来外，发行人与控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员、关键岗位人员不存在异常大额资金往来。

（五）发行人是否存在大额或频繁取现的情形，是否无合理解释；发行人同一账户或不同账户之间，是否存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形，是否无合理解释

保荐人、申报会计师查阅发行人报告期内现金日记账，并结合对发行人银行流水的核查，核查是否存在大额或频繁取现的情形；并抽取发行人各银行账户大额资金往来进行核查，核查是否存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形。

经核查，申报会计师认为：发行人报告期内不存在大额或频繁取现的情形，亦不存在同一账户或不同账户之间金额、日期相近的异常大额资金进出的情形。

（六）发行人是否存在大额购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术、咨询服务等）的情形，如存在，相关交易的商业合理性是否存在疑问

保荐人、申报会计师抽取发行人银行账户大额资金往来进行逐笔核查，关注大额资金往来的背景及合理性，核查是否存在大额购买商标、专利技术、咨询服务等无实物形态资产或服务情形。

经核查，申报会计师认为：报告期内发行人大额购买无实物形态资产或服务的情形具有商业合理性。

（七）发行人实际控制人个人账户大额资金往来较多且无合理解释，或频繁出现大额存现、取现情形

保荐人、申报会计师查阅发行人实际控制人的个人账户资金流水，对报告期内单笔金额在 3 万元以上的流水，与发行人之间除了正常工资奖金发放以外的其他收支往来全部逐笔核查。对款项性质、交易对手的合理性进行分析，获取资金实际用途证明资料等，核查实际控制人个人账户大额资金往来的合理性。

经核查，申报会计师认为：报告期内，发行人实际控制人个人账户大额资金往来在具有合理性，不存在大额存现、取现的情形。

（八）控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员是否从发行人获得大额现金分红、薪酬或资产转让款、转让发行人股权获得大额股权转让款，主要资金流向或用途存在重大异常

1、现金分红

保荐人、申报会计师查阅持有发行人股份的控股股东银行流水，核查其报告期内是否从发行人处取得现金分红。

报告期内发行人存在现金分红：2020 年 1 月 18 日，公司控股股东 GHHK 作出股东决定，公司向控股股东 GHHK 支付现金红利 2,390 万美元，折合人民币 16,461.84 万元；该笔现金分红扣除相关税费后，全部用于支付 GHHK 回购 STIHL 股份款项。

经核查，申报会计师认为，报告期内发行人现金分红的资金流向或用途不存在重大异常。

2、薪酬发放情况

保荐人、申报会计师查阅发行人控股股东、实际控制人、内部董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员报告期内的银行流水，核查其从发行人领取的薪酬情况及其资金流向。

经核查，申报会计师认为：报告期内，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员不存在从发行人领取大额异常薪酬的情况，其正常领取的薪酬主要用于家庭日常消费、投资理财、购房等用途，不存在重大异常。

3、资产转让款情况

保荐人及申报会计师查阅发行人控股股东、实际控制人、内部董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员报告期内的银行流水，核查其从发行人获得资产转让款的情况。

经核查，申报会计师认为：报告期内，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员不存在从发行人获得大额资产转让款的情形。

4、转让发行人股权情形

保荐人、申报会计师查阅控股股东、实际控制人报告期内的银行流水，查阅发行人及子公司工商档案，并对实际控制人进行访谈，核查其报告期内因转让发行人股权产生的资金流水问题。2020年8月31日，发行人与控股股东 GHHK 签订《股权转让协议》，约定 GHHK 将其持有的 HKSR100%股权、AEGIS100%股权、格腾汽车 100%股权、维卡塑业 100%股权转让给发行人，股权转让价格分别为 1 美元、6,489,385.19 美元、2,200,020.12 美元和 310,593.69 美元。2020年9月1日，发行人与陈寅、苏擎签署《股权转让协议》，约定陈寅、苏擎分别将其持有的煦升园林 50%股权转让给发行人，转让价格合计为 20 万元人民币。

经核查，申报会计师认为：上述大额股权转让款扣除相关税费后，全部用于支付 GHHK 回购 STIHL 股份款项，不存在重大异常。

综上，申报会计师认为：报告期内，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员不存在从发行人领取大额异常薪酬、获得大额资产转让款的情况；存在控股股东从发行人处获得现金分红和转让发行人股权获得股权转让款的情形，主要资金流向或用途不存在重大异常。

(九) 控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商是否存在异常大额资金往来

保荐人、申报会计师查阅发行人实际控制人、内部董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员报告期内的银行流水，对报告期内单笔金额在 3 万元以上的流水、与发行人之间除了正常工资奖金发放以外的其他收支往来进行核查，对款项性质、交易对手方的合理性进行分析。同时，取得发行人控股股东、实际控制人、内部董事、监事、高级管理人员出具的与发行人主要客户、供应商不存在资金往来或其他利益安排的承诺函。

经核查，申报会计师认为：报告期内，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商之间不存在异常大额资金往来的情况。

（十）是否存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形

保荐人、申报会计师取得了报告期内发行人内部董事、监事、高级管理人员、主要销售人员、财务主管和出纳等主要人员的银行流水，并对其报告期内单笔金额 3 万元以上的资金流入和流出进行核查，对往来款项的性质、交易对方、交易背景的合理性进行分析，核查发行人关联方与发行人客户、供应商之间是否存在异常大额资金往来或其他利益安排；对报告期内主要客户、供应商进行访谈，确认其与发行人关联方不存在异常大额资金往来或其他利益安排。

经核查，申报会计师认为：报告期内，发行人不存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。

（十一）发行人内部控制是否健全有效、是否存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形

经核查，申报会计师认为：报告期内发行人内部控制健全有效，不存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形。

三、核查程序

（一）对发行人及其子公司银行流水的核查

1、比对银行资金流水和银行日记账的发生额，检查资金进出是否存在异常，核查资金流水真实流向与日记账是否一致；从银行资金流水、对账单出发与银行日记账核对，获取大额资金原始凭证，核查大额资金进出是否存在异常；从银行

日记账、原始凭证出发与外调银行流水、银行对账单核对，核查大额资金进出是否存在异常；

2、核查发行人是否频繁发生与业务不相关或交易金额明显异常、资金反向流动的大额资金流动；发行人与主要客户之间的资金流转与销售收入及应收账款是否匹配；

3、核查发行人与主要供应商之间的资金流转与采购及应付账款是否匹配，是否存在明显的反向资金流动；

4、核查发行人与关联方之间的资金流转情况；是否存在不合理的报销、工资发放、未披露的关联方资金占用、未披露的关联交易等情况；

5、结合银行流水核查、固定资产构建支出、管理费用支出、销售费用支出等，核查发行人是否存在无真实交易的资金流出、是否存在资金流出高于实际支出等情况；

6、结合发行人银行流水、贷款合同等，核查发行人是否存在转贷、受托支付等不规范情况；核查发行人是否频繁发生与业务不相关或交易金额明显异常、资金反向流动的大额资金流动；

7、获取资金管理相关内部控制制度，执行穿行测试、实质性测试等审计程序，以验证发行人资金管理内部控制设计是否合理并得到有效执行；

8、实地获取发行人银行对账单、开户清单，核查申报期内发行人开户银行的数量及分布与发行人财务核算及和发行人实际经营的需要是否一致；

9、检查发行人在报告期内资金是否存在大额或频繁取现等情况，是否符合《现金管理暂行条例》的规定，对于银行账户间的大额转账业务进行必要检查，了解相关事项的原因及合理性，针对异常情况进行追溯核查；

10、针对发行人报告期内大额购买非实物性资产或服务的情形，了解是否存在合理商业理由，相关资产或服务是否存在，查阅合同、发票等资料，结合银行流水核查该交易事项的合理性，核查是否存在异常状况；

11、对发行人报告期内的银行账户进行函证，并对函证收发过程进行控制；检查银行回函是否已全部回函，所列信息是否相符、印章是否符合要求。

(二) 对关联方的银行流水的核查

1、对所取得的资金流水资料，将单笔超出重要性标准的资金流水进行逐笔核查，并重点关注是否存在可识别为供应商及其关联方、客户及其关联方、或银行流水摘要明显异常资金流水的情形；

2、根据资金流水，与发行人的客户、供应商、客户/供应商的法定代表人、实际控制人、股东、高管、发行人及其关联方、发行人关联方的其他主要股东及员工、发行人员工清单进行比对，核查其与发行人关联方在报告期内的账户是否存在资金往来；

3、核查上述账户资金流水的往来情况及发生原因，并取得关联方大额流水发生的证据，核查是否存在异常；

4、重点关注大额、频繁资金往来的情况，关注是否具有商业合理性，是否形成虚增发行人的销售、代垫成本费用、是否存在代持等利益输送情况。

(三) 对控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员及上述人员配偶的银行流水核查

1、获取控股股东、实际控制人、董监高、关键管理人员及上述人员配偶的征信信息、银行流水和账户完整性声明及承诺，关注提供的银行流水是否连续、是否加盖了银行公章及格式是否异常；通过公司的银行账户与上述自然人个人账户之间的资金往来，以及上述自然人账户之间的资金往来核对提供的银行账户是否齐备，确保交叉账户均已核查到位并补充取得；

2、对于超出单笔重要性指标的大额资金，逐笔录入，并就对方户名、账号、摘要等信息进行核对，对于异常事项进行追踪，了解资金流向，核查是否存在体外循环或者是资金占用等现象；

3、对于发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等资金往来进行核查，了解往来情况及发生原因，并取得上述关键管理人员的银行账户流水等资料，检查是否存在异常；

4、获取发行人实际控制人所有个人账户流水，检查是否存在大额资金往来或者频繁出现大额存现、取现情形，并进行追溯检查，了解资金流向；

5、获取控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员等人员的银行账户，核查报告期内是否存在大额分红、股权转让等事项，检查是否存在未经提供的银行账户，就异常事项进行核查；

6、对实际控制人、董监高、关键岗位人员及上述人员的配偶就资金流水事项进行访谈。

四、申报会计师核查意见

基于申报会计师所执行的审计及核查程序，申报会计师认为：

1、报告期内发行人资金管理相关内部控制制度在所有重大方面有效地保持了按照《企业内部控制基本规范》（财会[2008]7号）建立的与财务报表相关内部控制。

2、发行人不存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，不存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况。

3、发行人大额资金往来不存在重大异常，与公司经营活动、资产购置、对外投资等相匹配。

4、发行人与控股股东、董事、监事、高管、关键岗位人员等大额资金往来具有合理性。

5、发行人不存在大额或频繁取现无合理解释的情形；发行人同一账户或不同账户之间，不存在金额、日期相近的异常大额资金进出无合理解释的情形。

6、发行人报告期内购买无实物形态资产或服务均具有商业合理性。

7、发行人实际控制人个人账户不存在大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形。

8、发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员从发行人获得大额现金分红款、薪酬或资产转让款、转让发行人股权获得大额股权转让款，主要资金流向或用途不存在重大异常。

9、控股股东、董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商不存在异常大额资金往来。

10、不存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。

综上，发行人内部控制健全有效，不存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形。

问题 25：关于累计未弥补亏损

申报材料显示：

截至 2020 年末，公司合并报表累计未弥补亏损为 18,195.29 万元，母公司报表未分配利润为 38,542.53 万元；2020 年 1 月 18 日，格力博有限股东 GHHK 作出股东决定，格力博有限向全体股东按出资比例支付现金红利 2,390 万美元。

请发行人：

(1) 说明 2020 年初格力博有限的资产状况（是否存在累计亏损）、向股东分红的原因，并说明相关现金分红是否符合相关法律法规的规定；

(2) 按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 32 题的规定落实相关信息披露及风险提示要求，并补充相关承诺，请保荐人、申报会计师依照上述规定发表明确意见。

【回复】

【发行人说明】

一、说明 2020 年初格力博有限的资产状况（是否存在累计亏损）、向股东分红的原因，并说明相关现金分红是否符合相关法律法规的规定；

(一) 2020 年初格力博有限的资产状况（是否存在累计亏损）

2020 年 1 月 1 日，格力博有限合并报表财务状况如下：

单位：万元

项目	2020 年
资产总计	267,756.23
负债合计	267,555.92
股本/所有者权益合计	200.31
未弥补亏损	-38,378.45

2020 年 1 月 1 日，格力博有限母公司财务状况如下：

单位：万元

项目	2020 年
资产总计	181,055.04
负债合计	128,792.79
所有者权益合计	52,262.25
未分配利润	24,502.94

综上，2020 年初格力博有限合并报表存在累计未弥补亏损，母公司报表不存在累计未弥补亏损。

（二）向股东分红的原因，并说明相关现金分红是否符合相关法律法规的规定

1、向股东分红的原因

2020 年 1 月 18 日，格力博有限股东 GHHK 作出股东决定，格力博有限向全体股东按出资比例支付现金红利 2,390 万美元。

格力博有限向股东进行上述分红的原因是股东 GHHK 因回购 STIHL 股份存在资金需求，在考虑公司货币资金周转情况下，公司依据当时有效的《公司章程》的规定向股东进行利润分配。

2、相关现金分红符合相关法律法规的规定

根据《公司法》的规定，公司分配当年税后利润时，应当提取利润的百分之十列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的百分之五十以上的，可以不再提取。公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东会或者股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，有限责任公司依照《公司法》第三十四条的规定分配；股份有限公司按照股东持有的股份比例分配，但股份有限公司章程规定不按持股比例分配的除外。股东会、股东大会或者董事会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

根据发行人于 2020 年初分红时适用的公司章程的规定，公司从缴纳所得税后的利润中提取储备基金、企业发展基金和职工奖励及福利基金。提取比例由董事会按照国家有关法律法规确定。公司依法缴纳所得税和提取各项基金后的利润，按照股东的决定确定分配方案。公司每年分配利润一次，每个会计年度后三个月内公布利润分配方案及应分的利润额。公司上一个会计年度亏损未弥补亏损前不得分配利润。上一个会计年度未分配的利润，可并入本会计年度利润分配。

经核查：

1、格力博有限母公司报告期内持续盈利，不存在亏损，2019 年净利润为 6,095.79 万元，已计提 2,558.86 万元列入法定公积金；

2、2020 年初进行利润分配时，发行人母公司累计未分配利润为 24,502.94 万元，发行人向股东进行现金分红 2,390 万美元（折合人民币 16,461.84 万元）未超过发行人母公司当时可分配利润总额。

3、发行人已根据《公司法》及当时适用的公司章程相关由股东 GHK 作出现金分红的决议，程序合法合规。

4、发行人股东 GHK 已就该等现金分红事项向税务机关办理了纳税申报，并取得了税收缴纳凭证。

综上，发行人 2020 年初现金分红符合相关法律法规的规定。

二、按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 32 题的规定落实相关信息披露及风险提示要求，并补充相关承诺，请保荐人、申报会计师依照上述规定发表明确意见。

根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 32 题的规定，发行人最近一期存在累计未弥补亏损的情形，信息披露要求包括原因分析、影响分析、趋势分析、风险因素、投资者保护措施及承诺。

1、累计未弥补亏损产生的原因

报告期各期末，公司未分配利润具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
上期期末未分配利润	-18,195.29	23,527.29	18,514.46
会计政策变更	-	-	11.14
同一控制下企业合并	-	-61,905.74	-72,097.05
本期期初未弥补亏损	-18,195.29	-38,378.45	-53,571.45
加：本期归属于母公司股东/所有者的净利润	27,974.46	56,768.42	15,448.88
减：提取法定盈余公积	1,845.08	5,062.49	255.89
股份制改制	-	15,060.94	-
对所有者的分配	-	16,461.84	-
期末未弥补亏损	7,934.09	-18,195.29	-38,378.45

截至 2020 年末，公司合并报表累计未弥补亏损为 18,195.29 万元，母公司报表未分配利润为 38,542.53 万元。

报告期初，公司合并报表口径存在较大亏损的主要原因是：公司自 2016 年开始加大自有品牌推广力度，同时为抢占新能源园林机械市场份额，公司在 2018 年通过低价优质的性价比定价策略，产品在北美地区的销量快速增长，但由于产品报价较低进而影响了公司的毛利率水平；此外，公司在市场营销、品牌推广、研发投入、海外仓储体系搭建等方面也加大了投入，使得 2018 年的销售费用、管理费用支出较大，上述综合原因导致报告期初存在较大亏损。

2019 年-2021 年，由于前期的市场拓展及品牌建设投入为公司业务增长奠定了良好基础，公司销售收入持续较快增长；此外，随着公司自有品牌知名度及认可度的提升，公司自有品牌产品的销售金额占比由 2019 年的 53.13% 提升至 2021 年的 56.97%；与此同时，公司多年的研发投入积累使得公司能够持续推出更具竞争力的新产品，新产品的附加值也更高，从而不断改善公司的毛利率水平。2019-2020 年，公司受上述有利因素影响以及部分年份汇率的有利变动，综合毛利率逐年提升，分别为 34.49% 和 35.10%；2021 年受汇率不利变动、原材料及海运费涨价等不利因素影响，毛利率有所下降。在费用方面，公司加强了费用预算管理考核，费用支出更为有效，在营业收入快速增长的同时，期间费用相对稳定，期间费用率稳步下降。

截至 2021 年 12 月 31 日，公司合并报表未分配利润为 7,934.09 万元，母公司报表未分配利润为 55,148.22 万元，合并报表和母公司报表均不存在累计未弥

补亏损。

2、影响分析

(1) 对公司业务拓展的影响

公司积累了良好的整机及零部件自主研发能力，同时拥有新能源电池包、无刷电机、智能控制器、充电器等核心零部件的自主设计制造能力。公司建立了全面的销售体系，与北美、欧洲的主要销售渠道建立了较为稳定的合作关系，包括 Lowe's、Amazon、The Home Depot、Walmart、Bauhaus、Costco 等大型商超、电商及经销商。公司已在海外主要市场形成较为稳定的忠实用户群体，成为支持公司各产品品类不断拓展、产品销量持续稳定增长的基础。因此，公司 2020 年末存在未弥补亏损不会对业务拓展产生重大不利影响。

(2) 对人才吸引和团队稳定性的影响

报告期内，公司核心技术人员和核心管理团队未发生重大变化，随着技术研发、品牌建设、市场拓展等方面的多年投入，公司营业收入持续快速增长，毛利率水平不断改善，盈利能力显著增强；公司对管理团队、技术研发人员、业务骨干等超过 400 名员工实施了股票期权激励，有助于公司中长期发展与员工个人利益相结合，提高对人才的吸引力，保障了团队稳定性。

(3) 对研发投入和战略性投入的影响

作为国家高新技术企业，公司始终将自主研发设计能力作为核心竞争力，将技术研发投入纳入战略规划之中。报告期内，公司研发费用金额分别为 17,042.43 万元、18,680.97 万元和 20,825.06 万元，研发投入稳定。截至报告期末，公司拥有已授权境内外专利 1,241 项，其中发明专利 100 项，高新技术产品认定 17 件，主导或参与了 9 项行业标准的制定，在技术研发及创新等方面形成了行业领先的优势。公司搭建了全球化的研发组织网络，公司在中国、北美、欧洲均设有研发中心，技术研发团队人数超过 1,000 人，公司形成了研发技术人才培养机制，保障了持续的研发投入和战略性投入。

(4) 对生产经营可持续性的影响

公司与下游渠道保持良好的合作关系，紧紧抓住市场发展趋势不断推出新产品，保持产品的市场竞争力。公司生产的新能源园林机械产品在北美地区具备领先的市场份额，新能源园林机械相较传统燃油式产品具备清洁环保、轻便友好、低噪音、无尾气异味等优点，日益受到消费者青睐。报告期内，公司的营业收入分别为 372,506.36 万元、429,127.63 万元和 500,389.13 万元，呈逐年快速增长。因此，公司 2020 年末存在累计未弥补亏损不会对生产经营可持续性产生重大不利影响。

综上，公司 2020 年末存在累计未弥补亏损的情况，对公司现金流、业务拓展、人才吸引、团队稳定性、研发投入、战略性投入、生产经营可持续性等方面，均不存在重大不利影响。

3、趋势分析

随着锂电池技术的不断发展，新能源园林机械产品将逐步替代传统燃油园林机械产品，成为产业发展方向。随着多年持续研发投入，公司技术水平不断提升，公司经营规模效应显现，公司销售收入不断增长，期间费用率稳步下降，公司经营情况、财务状况良好。截至 2021 年 12 月 31 日，公司合并报表未分配利润为 7,934.09 万元，母公司报表未分配利润为 55,148.22 万元，合并报表和母公司报表均不存在累计未弥补亏损。

4、风险因素

截至 2021 年 12 月 31 日，公司合并报表未分配利润为 7,934.09 万元，母公司报表未分配利润为 55,148.22 万元，合并报表和母公司报表均不存在累计未弥补亏损，无需按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 32 题的规定落实风险提示要求。

5、投资者保护措施及承诺

2021 年 5 月 10 日，经公司 2021 年第三次临时股东大会审议通过的《关于公司首次公开发行股票前滚存利润分配方案的议案》，公司首次公开发行股票前实现的滚存未分配利润或累计未弥补亏损，由发行后的新老股东按照持股比例共享或承担。

发行人报告期内实现的归属于母公司所有者的净利润分别为 15,448.88 万元、56,768.42 万元和 27,974.46 万元，扣非后净利润分别为 17,052.74 万元、40,450.05 万元和 23,639.24 万元。因此，发行人不属于尚未盈利企业，无需按照尚未盈利企业要求作出关于减持股份的特殊安排或承诺。

【申报会计师核查】

一、申报会计师核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了如下审计及核查程序：

1、各子公司的报表；

2、访谈发行人财务总监，了解发行人 2020 年初现金分红的原因及具体情况、累计未弥补亏损产生的原因及后续经营情况；

3、核查发行人及各子公司主营业务情况，并结合行业、市场情况，分析发行人未来发展趋势情况；

4、查阅发行人 2020 年初现金分红相关的股东决定、2020 年第三次临时股东大会资料；

5、取得发行人股东现金分红相关的完税凭证；

6、查阅发行人关于投资者保护的措施及其他相关承诺。

二、申报会计师核查意见

基于申报会计师所执行的审计及核查程序，申报会计师认为：

发行人对于 2020 年末合并报表层面存在累计未弥补亏损的情况，已按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 32 题的规定落实相关信息披露及风险提示要求，发行人 2020 年末存在未弥补亏损预计不会对发行人持续经营能力产生重大不利影响。

问题 26：关于股份支付

申报材料显示，发行人在本次公开发行申报前制定了拟在上市后实施的期权激励计划。

请发行人：

(1) 进一步披露期权计划的相关必要内容和信息及会计处理情况，对照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 23 题的相关规定逐一说明相关期权激励计划的制定和执行情况是否符合相关规则关于激励对象、相关内容及行权安排、授予价格和数量等方面的相关规定；

(2) 说明相关期权公允价值的确定依据，并论证股份支付相关权益工具公允价值的计量方法及结果是否合理，会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定。

请保荐人、申报会计师对照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 23 题的相关规定，对相关事项发表明确意见。

【回复】

【发行人说明】

一、进一步披露期权计划的相关必要内容和信息及会计处理情况，对照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 23 题的相关规定逐一说明相关期权激励计划的制定和执行情况是否符合相关规则关于激励对象、相关内容及行权安排、授予价格和数量等方面的相关规定；

(一) 进一步披露期权计划的相关必要内容和信息及会计处理情况

发行人已在招股说明书“第五节发行人基本情况”之“十二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况”之“(二)股权激励情况”中补充披露如下：

1、发行人期权激励计划基本内容、制定计划履行的决策程序及目前的执行情况

2020年11月25日，公司董事会审议通过了《格力博（江苏）股份有限公司股票期权激励计划（草案）》等议案。2020年12月10日，公司召开2020年第四次临时股东大会，审议通过《格力博（江苏）股份有限公司股票期权激励计划（草案）》，就期权激励计划的具体安排如下：

（1）概述

本期权激励计划拟向激励对象授予不超过 2,550.8127 万份股票期权，激励对象每份股票期权行权将获得公司向激励对象定向发行的 1 股公司股票，涉及的标的股票种类为人民币普通股，全部行权所获公司股票不超过股东大会审议本计划时公司股本总额 36,462.1968 万股的 7%。

本期权激励计划拟向不超过 497 名激励对象授予股票期权，包括公司或其境内、境外控股子公司的董事、高级管理人员、核心技术人员、核心业务人员以及公司认为需要激励的相关人员（不包括公司独立董事、监事）。本期权激励计划分两批进行，第一批向不超过 461 名激励对象授予股票期权，第二批向不超过 36 名激励对象授予股票期权。

（2）授予日、等待期及行权日

本激励计划的有效期为 8 年，自股东大会批准本计划并确定授予之日起计算。

满足本激励计划所规定的行权条件的情况下，第一批激励对象授予期权行权期及各期行权时间安排如下表所示：

行权期	行权时间	行权比例
授予期权 第一个行权期	自授予日起 12 个月后的公司股票首个公开交易日起至授予日起 24 个月内的最后一个交易日当日止	20%
授予期权 第二个行权期	自授予日起 24 个月后的公司股票首个公开交易日起至授予日起 36 个月内的最后一个交易日当日止	20%
授予期权 第三个行权期	自授予日起 36 个月后的公司股票首个公开交易日起至授予日起 48 个月内的最后一个交易日当日止	20%

行权期	行权时间	行权比例
授予期权 第四个行权期	自授予日起 48 个月后的公司股票首个公开交易日起至授予日起 60 个月内的最后一个交易日当日止	20%
授予期权 第五个行权期	自授予日起 60 个月后的公司股票首个公开交易日起至授予日起 72 个月内的最后一个交易日当日止	20%

满足本激励计划所规定的行权条件的情况下，第二批激励对象授予期权行权期及各期行权时间安排如下表所示：

行权期	行权时间	行权比例
授予期权 第一个行权期	自授予日起 12 个月后的公司股票首个公开交易日起至授予日起 24 个月内的最后一个交易日当日止	18%
授予期权 第二个行权期	自授予日起 24 个月后的公司股票首个公开交易日起至授予日起 36 个月内的最后一个交易日当日止	18%
授予期权 第三个行权期	自授予日起 36 个月后的公司股票首个公开交易日起至授予日起 48 个月内的最后一个交易日当日止	18%
授予期权 第四个行权期	自授予日起 48 个月后的公司股票首个公开交易日起至授予日起 60 个月内的最后一个交易日当日止	18%
授予期权 第五个行权期	自授予日起 60 个月后的公司股票首个公开交易日起至授予日起 72 个月内的最后一个交易日当日止	18%
授予期权 第六个行权期	自授予日起 72 个月后的公司股票首个公开交易日起至授予日起 84 个月内的最后一个交易日当日止	10%

在行权期内，若达到行权条件，激励对象可对相应比例的股票期权行权。符合行权条件但未在上述行权期内全部行权的，则未行权的该部分期权由公司注销。如行权期内的任一年度公司业绩条件未达到行权条件的，对应行权期所获授的股票期权由公司注销。

（3）考核指标

本激励计划授予的股票期权第一批激励对象分五期行权，第二批激励对象分六期行权，公司将对激励对象分期进行绩效考核，以达到绩效考核目标作为激励对象的行权条件之一。考核指标具体如下：

1) 公司层面业绩考核要求

第一批激励对象本激励计划授予股票期权各年度公司层面的业绩考核指标为：

行权期	业绩考核目标
第一个行权期	2020 年公司净利润不低于 3.5 亿元
第二个行权期	2020 年及 2021 年两年公司累计净利润不低于 7.35 亿元
第三个行权期	2020 年、2021 年及 2022 年三年公司累计净利润不低于 11.60 亿元
第四个行权期	2020 年、2021 年、2022 年及 2023 年四年公司累计净利润不低于 16.25 亿元
第五个行权期	2020 年、2021 年、2022 年、2023 年及 2024 年五年公司累计净利润不低于 21.37 亿元

第二批激励对象本激励计划授予股票期权各年度公司层面的业绩考核指标为：

行权期	业绩考核目标
第一个行权期	2020 年公司净利润不低于 3.5 亿元
第二个行权期	2020 年及 2021 年两年公司累计净利润不低于 7.35 亿元
第三个行权期	2020 年、2021 年及 2022 年三年公司累计净利润不低于 11.60 亿元
第四个行权期	2020 年、2021 年、2022 年及 2023 年四年公司累计净利润不低于 16.25 亿元
第五个行权期	2020 年、2021 年、2022 年、2023 年及 2024 年五年公司累计净利润不低于 21.37 亿元
第六个行权期	2020 年、2021 年、2022 年、2023 年、2024 年及 2025 年六年公司累计净利润不低于 27.00 亿元

2) 个人层面绩效考核要求

激励对象个人考核应满足公司审议通过的《股票期权激励计划实施考核管理办法》的相关规定, 董事会将对激励对象每个考核年度的综合考评进行打分, 并依照激励对象的业绩完成率确定其可行权的比例, 若公司层面各年度业绩考核达标, 则激励对象个人当期实际行权额度=个人层面标准系数×个人当期计划行权额度。

激励对象的绩效评价结果划分为优秀(A)、良好(B)、合格(C)、不合格(D)

四个档次，考核评价表适用于考核对象。届时根据下表确定激励对象行权的比例，激励对象可按照本计划规定的比例确定各期可行权比例，非可行权部分作废或注销：

评价标准	优秀（A）	良好（B）	合格（C）	不合格（D）
标准系数	100%	100%	80%	60%

（4）禁售期

激励对象在发行人上市后行权认购的股票，应承诺自行权日起三年内不减持。上述禁售期限届满后，激励对象减持按照法律法规、中国证监会及深圳证券交易所相关规则的规定执行。

（5）行权价格

本激励计划授予的股票期权的行权价格为 9 元/股。

上述行权价格综合考虑公司经营财务情况、发挥激励作用、增强公司凝聚力、维护公司长期稳定发展等因素，由董事会、股东大会审议确定，行权价格高于最近一年经审计的每股净资产。

2、期权激励计划对公司经营状况、财务状况、控制权变化等方面的影响

本期权激励计划的制定，有助于充分激发被激励对象的工作积极性，实现股东目标、公司目标及员工目标的统一，整体而言有利于公司的良性经营与发展。

本次股票期权激励计划授予时间为 2020 年 12 月，本次股票期权激励的公允价值为 5,826.21 万元，其中发行人在 2020 年确认的股份支付费用为 160.51 万元，在 2021 年确认的股份支付费用为 1,696.63 万元，对 2020 年及 2021 年净利润影响较小。

本次股票期权激励计划如果全部行权，不考虑本次 IPO 新发行的股份数量，不超过公司股份总数的 7%。根据本期权激励计划的授予股票期权总量，发行人不会因期权行权而导致公司实际控制人发生变化，不会对公司控制权造成重大不利影响。

综上所述，本激励计划不会对公司的经营状况、财务状况、控制权产生重大不利影响。

3、期权计划的会计处理情况

(1) 股份支付相关权益工具公允价值的计量方法及结果

根据《企业会计准则第 11 号-股份支付》应用指南规定：对于授予的存在活跃市场的期权等权益工具，应当按照活跃市场中的报价确定其公允价值。对于授予的不存在活跃市场的期权等权益工具，应当采用期权定价模型等确定其公允价值，选用的期权定价模型至少应当考虑以下因素：1) 期权的行权价格；2) 期权的有效期；3) 标的股份的现行价格；4) 股价预计波动率；5) 股份的预计股利；6) 期权有效期内的无风险利率。

定价模型中各项参数的具体数据及合理性说明如下：

参数	参数值	取值说明						
期权行权价格	9.00 元/股	根据《格力博（江苏）股份有限公司股票期权激励计划（草案）》，行权价格为 9.00 元/股						
期权期限	<table border="1"> <thead> <tr> <th>批次</th> <th>到期年限</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>第一批员工期权</td> <td>20%的到期年限为 2 年； 20%的到期年限为 3 年； 20%的到期年限为 4 年； 20%的到期年限为 5 年； 20%的到期年限为 6 年。</td> </tr> <tr> <td>第二批员工期权</td> <td>18%的到期年限为 2 年； 18%的到期年限为 3 年； 18%的到期年限为 4 年； 18%的到期年限为 5 年； 18%的到期年限为 6 年； 10%的到期年限为 7 年。</td> </tr> </tbody> </table>	批次	到期年限	第一批员工期权	20%的到期年限为 2 年； 20%的到期年限为 3 年； 20%的到期年限为 4 年； 20%的到期年限为 5 年； 20%的到期年限为 6 年。	第二批员工期权	18%的到期年限为 2 年； 18%的到期年限为 3 年； 18%的到期年限为 4 年； 18%的到期年限为 5 年； 18%的到期年限为 6 年； 10%的到期年限为 7 年。	根据《格力博（江苏）股份有限公司股票期权激励计划（草案）》，第 1/2/3/4/5/6 个可行权期的行权时间均为自授予日起 12/24/36/48/60/72 个月后的公司股票首个公开交易日起至授予日起 24/36/48/60/72/84 个月内的最后一个交易日当日止
批次	到期年限							
第一批员工期权	20%的到期年限为 2 年； 20%的到期年限为 3 年； 20%的到期年限为 4 年； 20%的到期年限为 5 年； 20%的到期年限为 6 年。							
第二批员工期权	18%的到期年限为 2 年； 18%的到期年限为 3 年； 18%的到期年限为 4 年； 18%的到期年限为 5 年； 18%的到期年限为 6 年； 10%的到期年限为 7 年。							
普通股股价	10.97 元/股[注]	采用收益法评估的基于 2020 年 9 月 30 日的股权价值评估结果，即 10.97 元/股。此外，发行人确认从 2020 年 9 月 30 日至授予日 2020 年 12 月 10 日，经营、资产及负债情况及市场情况均无显著变化，因此股权价值未发生变化						
预计波动	第 1 个行权期 48.14%	根据沪深 300 指数中“电气						

参数	参数值	取值说明		
率	第 2 个行权期 47.52% 第 3 个行权期 47.52% 第 4 个行权期 48.27% 第 5 个行权期 52.79% 第 6 个行权期 52.48%	部件与设备行业”的 201 家 A 股上市公司的历史数据，分别计算与股票期权预期期限相当的波动率的中位值		
流动性折扣	等待期	行权后锁定期	流动性折扣	根据等待期及行权后锁定期考虑了相应期限结构的远期参数（包含远期波动率、远期无风险利率），对不同的等待期下的员工股份期权采用了相应缺乏流动性折扣
	1.0 年	3 年	26.61%	
	2.0 年	3 年	31.73%	
	3.0 年	3 年	31.76%	
	4.0 年	3 年	31.05%	
	5.0 年	3 年	25.67%	
6.0 年	3 年	24.65%		
无风险利率	第 1 个行权期 2.92% 第 2 个行权期 2.98% 第 3 个行权期 3.03% 第 4 个行权期 3.08% 第 5 个行权期 3.18% 第 6 个行权期 3.29%	采用评估基准日的与到期年限相匹配的中国政府债券收益率作为无风险利率		
离职率	5%	评估基准日的预期等待期后离职率为 5%		

注：发行人采用收益法评估的基于 2020 年 9 月 30 日的每股价格为 10.97 元/股，对应全部股权评估值为 40 亿元，依据 2020 年度扣除非经常性损益后归母净利润计算的 PE 倍数为 9.89 倍。

发行人聘请上海申威资产评估有限公司采用二项式模型，结合授予股份期权的条款和条件，对授予的股票期权于授予日的公允价值进行评估，并出具了沪申威评报字（2020）第 1098 号评估报告，评估确定的股份期权的公允价值为人民币 5,826.21 万元，具体各授予日的期权公允价值如下：

行权时间	期权公允价值（元/份）
2021/12/10	1.78
2022/12/10	1.86
2023/12/10	2.14
2024/12/10	2.44
2025/12/10	3.18
2026/12/10	3.35

（2）股份支付费用计算及会计处理

本次股票期权激励计划将在 2020 年-2026 年期间确认股份支付费用，股份支付费用合计 5,826.21 万元，根据每年度预计可行权的股票期权数量，在考虑了截至 2021 年 12 月 31 日的激励对象实际离职情况之后，在等待期内分摊的预计应确认的股份支付费用如下：

单位：万元

2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年	总额
160.51	1,696.63	1,645.68	864.17	545.41	268.51	4.41	5,185.32

(二) 对照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第23题的相关规定逐一说明相关期权激励计划的制定和执行情况是否符合相关规则关于激励对象、相关内容及行权安排、授予价格和数量等方面的相关规定

1、激励对象应当符合《上市规则》相关规定

根据《格力博（江苏）股份有限公司股票期权激励计划（草案）》（以下简称“《激励计划（草案）》”），发行人本次激励计划对象包括格力博或其境内、境外控股子公司的董事、高级管理人员、核心技术人员、核心业务人员以及公司认为需要激励的相关人员（不包括独立董事、监事），符合《深圳证券交易所创业板股票上市规则》相关规定。

2、激励计划的必备内容与基本要求，激励工具的定义与权利限制，行权安排，回购或终止行权，实施程序等内容，应参考《上市公司股权激励管理办法》的相关规定予以执行

根据《激励计划（草案）》，其内容与基本要求，激励工具的定义与权利限制，行权安排，回购或终止行权，实施程序等内容均参考了《上市公司股权激励管理办法》的相关规定予以制定，具体内容如下：

1) 内容与基本要求

《激励计划（草案）》已参照《上市公司股权激励管理办法》规定了期权激励对象、行权价格、授予股票期权总量、激励计划的时间安排、股票期权的授予与行权条件等相关内容（详见本题第一问之回复），内容与基本要求均系参考《上市公司股权激励管理办法》的相关规定予以制定。

2) 激励工具

股票期权激励计划下发放之期权股票来源为公司向激励对象定向发行公司人民币普通股。

《上市公司股权激励管理办法》第十四条规定，非经股东大会特别决议批准，任何一名激励对象通过全部在有效期内的股权激励计划获授的本公司股票，累计不得超过公司股本总额的 1%。

《激励计划（草案）》规定，任何一名激励对象通过全部有效的股权激励计划获授的本公司股票均未超过本计划提交股东大会时公司股本总额的 1%。

因此，股票期权激励计划的激励工具符合《上市公司股权激励管理办法》第十四条的要求。

3) 权利限制

《上市公司股权激励管理办法》第二十八条规定，激励对象获授的股票期权不得转让、用于担保或偿还债务。

《激励计划（草案）》规定，激励对象获授的股票期权不得转让或用于担保或偿还债务。

因此，股份期权计划的权利限制符合《上市公司股权激励管理办法》第二十八条的要求。

4) 行权安排

《上市公司股权激励管理办法》第三十条、三十一条规定，股票期权授权日与获授股票期权首次可行权日之间的间隔不得少于 12 个月；在股票期权有效期内，上市公司应当规定激励对象分期行权，每期时限不得少于 12 个月，后一行权期的起算日不得早于前一行权期的届满日。每期可行权的股票期权比例不得超过激励对象获授股票期权总额的 50%。

《激励计划（草案）》规定，股票期权授予日与获授股票期权首次可行权日之间的间隔不得少于 12 个月。

满足激励计划所规定的行权条件的情况下，第一批激励对象授予期权行权期及各期行权时间安排如下表所示：

行权期	行权时间	行权比例
授予期权	自授予日起 12 个月后的公司股票首个公开交易日起至授	20%

行权期	行权时间	行权比例
第一个行权期	予日起 24 个月内的最后一个交易日当日止	
授予期权 第二个行权期	自授予日起 24 个月后的公司股票首个公开交易日起至授予日起内的最后一个交易日当日止	20%
授予期权 第三个行权期	自授予日起 36 个月后的公司股票首个公开交易日起至授予日起 48 个月内的最后一个交易日当日止	20%
授予期权 第四个行权期	自授予日起 48 个月后的公司股票首个公开交易日起至授予日起 60 个月内的最后一个交易日当日止	20%
授予期权 第五个行权期	自授予日起 60 个月后的公司股票首个公开交易日起至授予日起 72 个月内的最后一个交易日当日止	20%

满足激励计划所规定的行权条件的情况下，第二批激励对象授予期权行权期及各期行权时间安排如下表所示：

行权期	行权时间	行权比例
授予期权 第一个行权期	自授予日起 12 个月后的公司股票首个公开交易日起至授予日起 24 个月内的最后一个交易日当日止	18%
授予期权 第二个行权期	自授予日起 24 个月后的公司股票首个公开交易日起至授予日起 36 个月内的最后一个交易日当日止	18%
授予期权 第三个行权期	自授予日起 36 个月后的公司股票首个公开交易日起至授予日起 48 个月内的最后一个交易日当日止	18%
授予期权 第四个行权期	自授予日起 48 个月后的公司股票首个公开交易日起至授予日起 60 个月内的最后一个交易日当日止	18%
授予期权 第五个行权期	自授予日起 60 个月后的公司股票首个公开交易日起至授予日起 72 个月内的最后一个交易日当日止	18%
授予期权 第六个行权期	自授予日起 72 个月后的公司股票首个公开交易日起至授予日起 84 个月内的最后一个交易日当日止	10%

因此，股票期权激励计划的行权安排符合《上市公司股权激励管理办法》第三十条、三十一条的要求。

5) 回购或终止行权

《上市公司股权激励管理办法》第十八条规定，上市公司发生本办法第七条规定的情形之一的，应当终止实施股权激励计划，不得向激励对象继续授予新的权益，激励对象根据股权激励计划已获授但尚未行使的权益应当终止行使。在股

权激励计划实施过程中，出现本办法第八条规定的不得成为激励对象情形的，上市公司不得继续授予其权益，其已获授但尚未行使的权益应当终止行使。

《激励计划（草案）》规定，如发生《上市公司股权激励管理办法》第七条所述情形的，应终止实施本激励计划，激励对象根据激励计划已获授的尚未行使的股票期权应当终止行使，公司不对激励对象承担任何赔偿责任；如发生《上市公司股权激励管理办法》第八条第二款第一项至第六项所述情形的，在情况发生之日，对激励对象已获准行权但尚未行使的股票期权终止行权，其未获准行权的期权作废。因此，股票期权激励计划的回购或终止行权符合《上市公司股权激励管理办法》第十八条的要求。

6) 实施程序

《上市公司股权激励管理办法》第五章规定了上市公司股权激励计划的实施、变更、终止程序，包括但不限于薪酬与考核委员会、董事会、独立董事、股东大会的职权。

《激励计划（草案）》已根据《上市公司股权激励管理办法》的规定，制定了激励计划生效、终止和变更程序。发行人也已参照《上市公司股权激励管理办法》的规定，履行了董事会、监事会及股东大会等审议程序及内部公示程序，并由独立董事出具独立意见。

因此，股份期权计划的实施程序符合《上市公司股权激励管理办法》第五章的要求。

综上所述，发行人本次股票期权激励计划已参考《上市公司股权激励管理办法》的相关规定执行。

3、期权的行权价格由股东自行商定确定，但原则上不应低于最近一年经审计的净资产或评估值

发行人本次股票期权激励的行权价格为 9 元/股，确定原则为不低于最近一次投资者增资的交易价格；本次期权计划行权价格高于最近一年末发行人经审计的每股净资产，符合规定。

4、发行人全部在有效期内的期权激励计划所对应股票数量占上市前总股本的比例原则上不得超过 15%，且不得设置预留权益

发行人本次股票期权激励计划拟向激励对象授予不超过 2,550.8127 万份股票期权，激励对象每份股票期权行权将获得公司向激励对象定向发行的 1 股公司股票，涉及的标的股票种类为人民币普通股，全部行权所得公司股票不超过公司上市前总股本的 7%，且未设置预留权益。除本次股票期权激励计划外，发行人不存在其他在有效期内的期权激励计划。

因此，发行人全部在有效期内的期权激励计划所对应股票数量占公司上市前总股本的比例未超过 15%，且未设置预留权益，符合规定。

5、在审期间，发行人不应新增期权激励计划，相关激励对象不得行权；最近一期末资产负债表日后行权的，申报前须增加一期审计

根据《激励计划（草案）》，自股票期权授予日起的 12 个月为等待期，在等待期内，激励对象根据本计划获授的股票期权不得行权。同时，发行人承诺，除本激励计划外，在上市审核期间，发行人不会新增其他期权激励计划。

发行人不存在最近一期末资产负债表日后行权的情形，符合规定。

6、在制定期权激励计划时应充分考虑实际控制人稳定，避免上市后期权行权导致实际控制人发生变化

根据《激励计划（草案）》，本次股票期权激励计划向激励对象授予股票期权约占本激励计划草案公布时公司股本总额的 7%。本次发行完成后（不考虑行使超额配售选择权），实际控制人陈寅直接和间接持股比例为 56.33%；若本次股票期权激励计划的激励对象全部行权，陈寅直接和间接持有上市公司股权比例为 53.52%。

因此，发行人在制定本次期权激励计划时，已充分考虑实际控制人的稳定，发行人不会因上市后期权行权而导致实际控制人发生变化，符合规定。

7、激励对象在发行人上市后行权认购的股票，应承诺自行权日起三年内不减持，同时承诺上述期限届满后比照董事、监事及高级管理人员的相关减持规定执行

本次股票期权激励计划的激励对象承诺：自行权日起三年内不减持；上述禁售期限届满后，激励对象减持按照法律法规、中国证监会及证券交易所相关规则的规定执行，符合规定。

二、说明相关期权公允价值的确定依据，并论证股份支付相关权益工具公允价值的计量方法及结果是否合理，会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定。

（一）期权公允价值的确定依据

鉴于发行人股票不存在活跃市场报价，且授予股权激励计划最近 12 个月不存在外部股权融资，故发行人管理层按收益法评估了截至 2020 年 9 月 30 日的股权价值，利用二项式期权定价模型计算确定员工股份期权的公允价值，并聘请上海申威资产评估有限公司采出具了沪申威评报字（2020）第 1098 号评估报告。

（二）论证股份支付相关权益工具公允价值的计量方法及结果是否合理，会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定

1、股份支付相关权益工具公允价值的计量方法及结果

根据《企业会计准则第 11 号-股份支付》应用指南规定：对于授予的存在活跃市场的期权等权益工具，应当按照活跃市场中的报价确定其公允价值。对于授予的不存在活跃市场的期权等权益工具，应当采用期权定价模型等确定其公允价值，选用的期权定价模型至少应当考虑以下因素：（1）期权的行权价格；（2）期权的有效期；（3）标的股份的现行价格；（4）股价预计波动率；（5）股份的预计股利；（6）期权有效期内的无风险利率。

发行人聘请上海申威资产评估有限公司采用二项式模型，结合授予股份期权的条款和条件，对授予的股票期权于授予日的公允价值进行评估，并出具了沪申威评报字（2020）第 1098 号评估报告，评估确定的股份期权的公允价值为人民币 5,826.21 万元。

本次采用二项期权定价模型，具体公式如下：

$$\text{期权价值} = [p \times \text{Optionup} + (1-p) \times \text{Optiondown}] \times \exp(-r \times \Delta t)$$

$$\text{或者 } C_{t-\Delta t,i} = e^{-r\Delta t}(pC_{t,i+1} + (1-p)C_{t,i-1})$$

其中：

$C_{t,i}$ 是第 i^{th} 个节点在时间 t 的价值；

$p = \frac{e^{(r-q)\Delta t}-d}{u-d}$ 是标的资产价格向上运动的概率；

$$u = e^{\delta\sqrt{t}}$$

$$d = \frac{1}{u}$$

r =无风险利率；

q =标的资产在期权到期前的股息收益率；

δ =标的资产价格的波动率。

本次授予期权为美式期权。对于美式期权，等待期（锁定期）后至到期日前均可行权，所以在每个节点上，期权价值为 Max （二项树价值，行权价值），为确定行权时间点，引入预计行权倍数 M 变量。在美式认购期权中预计行权倍数 M 描述为：在可行权期内标的资产价格 $S_n > KM$ 时立即行权，则认购期权： $\text{Max}[(S_n - K), 0]$ 。

主要模型中各项参数的具体数据及合理性说明如下：

参数	参数值	取值说明						
期权行权价格	9.00 元/股	根据《格力博（江苏）股份有限公司股票期权激励计划（草案）》，行权价格为 9.00 元/股						
期权期限	<table border="1"> <thead> <tr> <th>批次</th> <th>到期年限</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>第一批员工期权</td> <td>20%的到期年限为 2 年； 20%的到期年限为 3 年； 20%的到期年限为 4 年； 20%的到期年限为 5 年； 20%的到期年限为 6 年。</td> </tr> <tr> <td>第二批员工期权</td> <td>18%的到期年限为 2 年； 18%的到期年限为 3 年； 18%的到期年限为 4 年； 18%的到期年限为 5 年； 18%的到期年限为 6 年； 10%的到期年限为 7 年。</td> </tr> </tbody> </table>	批次	到期年限	第一批员工期权	20%的到期年限为 2 年； 20%的到期年限为 3 年； 20%的到期年限为 4 年； 20%的到期年限为 5 年； 20%的到期年限为 6 年。	第二批员工期权	18%的到期年限为 2 年； 18%的到期年限为 3 年； 18%的到期年限为 4 年； 18%的到期年限为 5 年； 18%的到期年限为 6 年； 10%的到期年限为 7 年。	根据《格力博（江苏）股份有限公司股票期权激励计划（草案）》，第 1/2/3/4/5/6 个可行权期的行权时间均为自授予日起 12/24/36/48/60/72 个月后的公司股票首个公开交易日起至授予日起 24/36/48/60/72/84 个月内的最后一个交易日当日止
批次	到期年限							
第一批员工期权	20%的到期年限为 2 年； 20%的到期年限为 3 年； 20%的到期年限为 4 年； 20%的到期年限为 5 年； 20%的到期年限为 6 年。							
第二批员工期权	18%的到期年限为 2 年； 18%的到期年限为 3 年； 18%的到期年限为 4 年； 18%的到期年限为 5 年； 18%的到期年限为 6 年； 10%的到期年限为 7 年。							

参数	参数值	取值说明		
普通股股价	10.97 元/股[注]	采用收益法评估的基于 2020 年 9 月 30 日的股权价值评估结果, 即 10.97 元/股。此外, 发行人确认从 2020 年 9 月 30 日至授予日 2020 年 12 月 10 日, 经营、资产及负债情况及市场情况均无显著变化, 因此股权价值未发生变化		
预计波动率	第 1 个行权期 48.14% 第 2 个行权期 47.52% 第 3 个行权期 47.52% 第 4 个行权期 48.27% 第 5 个行权期 52.79% 第 6 个行权期 52.48%	根据沪深 300 指数中“电气部件与设备行业”的 201 家 A 股上市公司的历史数据, 分别计算与股票期权预期期限相当的波动率的中位值		
流动性折扣	等待期	行权后锁定期	流动性折扣	根据等待期及行权后锁定期考虑了相应期限结构的远期参数(包含远期波动率、远期无风险利率), 对不同的等待期下的员工股份期权采用了相应缺乏流动性折扣
	1.0 年	3 年	26.61%	
	2.0 年	3 年	31.73%	
	3.0 年	3 年	31.76%	
	4.0 年	3 年	31.05%	
	5.0 年	3 年	25.67%	
6.0 年	3 年	24.65%		
无风险利率	第 1 个行权期 2.92% 第 2 个行权期 2.98% 第 3 个行权期 3.03% 第 4 个行权期 3.08% 第 5 个行权期 3.18% 第 6 个行权期 3.29%	采用评估基准日的与到期年限相匹配的中国政府债券收益率作为无风险利率		
离职率	5%	评估基准日的预期等待期后离职率为 5%		

注: 发行人采用收益法评估的基于 2020 年 9 月 30 日的每股价格为 10.97 元/股, 对应全部股权评估值为 40 亿元, 依据 2020 年度扣除非经常性损益后归母净利润计算的 PE 倍数为 9.89 倍。

根据上述计算过程授予日期权的公允价值如下:

行权时间	期权公允价值(元/份)
2021/12/10	1.78
2022/12/10	1.86
2023/12/10	2.14
2024/12/10	2.44
2025/12/10	3.18
2026/12/10	3.35

2、股份支付费用计算及会计处理

本次股票期权激励计划将在 2020 年-2026 年期间确认股份支付费用, 股份支付费用合计 5,826.21 万元, 根据每年度预计可行权的股票期权的数量, 在考

虑了截至 2021 年 12 月 31 日的激励对象实际离职情况之后，在等待期内分摊的预计应确认的股份支付费用如下：

单位：万元

2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	总额
160.51	1,696.63	1,645.68	864.17	545.41	268.51	4.41	5,185.32

3、股份支付费用相关会计准则的规定

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》第二章第六条的规定：完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，应当以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。在资产负债表日，后续信息表明可行权权益工具的数量与以前估计不同的，应当进行调整，并在可行权日调整至实际可行权的权益工具数量。

于授予日，由于授予日股票期权尚不能行权，因此无需进行相关会计处理。在等待期内的每个资产负债日，以可行权股份期权数量的最佳估算为基础，按照股份期权在授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关资产成本或当期费用，同时计入资本公积中的其他资本公积。发行人对该股份期权的会计处理符合《企业会计准则第 11 号——股份支付》的规定。

【申报会计师核查】

一、申报会计师核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了如下审计及核查程序：

1、查阅了《格力博（江苏）股份有限公司股票期权激励计划（草案）》以及相应的董事会决议、股东大会决议等会议文件；

2、查阅了发行人与激励对象签署的《股票期权激励协议书》，就发行人计算股份支付费用采用信息与协议中原始信息进行核对，包括授予日期、激励对象、授予数量、行权价格等；

3、了解股份支付的相关会计政策，评估其是否符合企业会计准则估与股份支付费用的确认和计量相关的内部控制；

4、检查董事会决议及批准的股权激励计划和期权激励计划，根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 23 题相关规定，检查期权计划中关于激励对象、相关内容及行权安排、授予价格和数量等方面是否符合相关规则；

5、了解发行人股权激励计划授予时点股权变动前后的估值情况，复核股权激励计划授予时点权益工具公允价值的确定方法；

6、获取第三方估值机构出具的评估报告，评价发行人聘请的评估机构的胜任能力、专业素质和客观性；在内部评估专家的协助下，评估了第三方估值机构使用的估值方法、评估过程、估值模型以及关键参数的合理性，包括：结合公司的历史实际研发进展以及未来研发及经营计划，评估估值模型中所采用的关键参数的合理性；

7、复核激励计划相关股份支付费用的计算准确性，检查激励对象的授予协议，核对管理层计算股份支付费用采用的相关参数与授予协议信息是否一致，已在服务期内进行恰当的分摊，并计入恰当的员工服务成本或费用。

二、申报会计师核查意见

基于申报会计师所执行的审计及核查程序，申报会计师认为：

1、发行人期权激励计划的制定和执行情况符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 23 题的相关要求。

2、发行人已在招股说明书中披露了期权激励计划的有关信息。

3、股份支付相关权益工具的公允价值的计量方法及结果具有合理性。

4、报告期内，发行人股份支付相关的会计处理在所有重大方面符合《企业会计准则》的相关规定。

(本页无正文，为安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）《关于格力博（江苏）股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件审核问询函的回复》之签署页。)



中国注册会计师： 鲍小刚



中国注册会计师： 唐蓓瑶

中国 北京

2022年 4 月 6 日