

**立信会计师事务所（特殊普通合伙）**  
**关于浙江开创电气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**

信会师函字[2023]第 ZF154 号

**深圳证券交易所：**

贵所于 2021 年 12 月 10 日出具的《关于浙江开创电气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》（深圳证券交易所审核函[2021]011354 号）（以下简称“审核问询函”）收悉。根据审核问询函的要求，我们对涉及申报会计师的相关问题进行了逐项核查，有关情况回复如下：

如无特别说明，本审核问询问题的回复中简称与《浙江开创电气股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》中的简称具有相同含义。如无特殊说明，以下单位均为万元，本说明中如若明细项目金额加计之和与合计数存在尾差，系四舍五入所致。

## 第二题、“关于资产重组”

申请文件显示：

(1) 为消除同业竞争并减少关联交易，2016-2018 年开创电气与金磐机电等公司进行了资产重组。重组后，金磐机电不再从事电动工具业务，中动工具等构成同业竞争的企业分别停止了相关业务并办理注销。因历史债务问题，金磐机电无法注销，其承诺不再从事电动工具相关业务。吴宁将其持有的开创电气部分股权分别无偿转让给吴用、吴静。

(2) 2016-2018 年，开创电气与金磐机电资产重组过程中，双方电动工具业务均受吴宁控制；招股说明书披露，吴明芳控制金磐机电并担任执行董事兼经理。开创电气与金磐机电资产重组构成同一控制下的业务合并。2017 年金磐机电电动工具业务资产营业收入为 3,360.02 万元，利润总额为 132.73 万元。

(3) 2016 年 8 月，金磐机电将专利、商标等无偿转让给开创电气，并将部分资产以 912.36 万元的价格转让给开创电气。2018 年 2 月 6 日，开创电气与金磐机电完成设备转让款的支付及设备交割。截至 2018 年 5 月 7 日，开创电气实缴资本为 0 元。

现场检查发现：

(1) 发行人于 2018 年 1 月与金磐机电签订协议购买金磐机电厂房、土地，签订协议后预付给金磐机电 6000 万元。2018 年 6 月，金磐机电以东区厂房、土地出资设立开承电气，2018 年 12 月，发行人向金磐机电收购开承电气 100% 股权。发行人与金磐机电交易方式变化后，未及时收回已支付的资产收购款。

(2) 发行人对于金磐机电重组的房产入账价值与金磐机电转出该房产账面价值不一致。收购开承电气 100% 股权时，发行人财务系统生成的所有者权益报表数据与开承电气经税务局认定的年度财务报表所有者权益列示数据不一致。

请发行人：

(1) 说明金磐机电基本情况，包括但不限于注册及实缴资本、股东的基本情况、控股股东及实际控制人变化情况、主要业务及其演变情况、对外债务金额、形成过程及偿还情况等；金磐机电不再从事电动工具相关业务后，其对外债务的偿债资金来源，实际控制人吴宁是否面临代偿风险。

(2) 结合发行人与金磐机电实际控制人变化情况，说明发行人认为与金磐机电进行重组构成同一控制下企业合并的具体依据，资产重组是否符合《证券期货法律适用意见 3 号》的相关要求，金磐机电 2018 年 1-12 月电动工具业务相关资产产生的相应收入、利润情况，是否计入非经常性损益及原因。

(3) 说明 2017 年金磐机电电动工具业务资产收入较高但利润总额较低的原因及合理性，相关影响金磐机电电动工具利润率的因素在报告期内变动及对发行人盈利能力影响情况。

(4) 说明开创电气实缴资本为 0 元的情况下，其 2018 年 2 月 6 日支付的

设备转让款的资金来源，本次设备转让的交易真实性，是否为无偿转让；金磐机电将其持有的商标、专利无偿转让给开创电气的原因，相关商标及专利在开创电气经营中的作用，是否构成主要商标或核心专利。

(5) 说明开承电气的基本情况，包括出资金额及方式、作价依据、主要业务开展情况、主要资产、是否开展业务、注销原因等；结合评估方法、评估假设、关键评估参数等逐一说明发行人重组过程中收购资产价格公允性；是否真实支付转让价款、资金来源等；开承电气持有的房屋建筑物、土地使用权产权是否清晰，是否存在抵质押等事项，是否存在纠纷或潜在纠纷；金磐机电将其主要资产，含生产设备、房屋建筑物及土地等，分多次转让给开创电气的原因、合理性。

(6) 结合上述情况及吴明芳、金磐机电的对外债务形成时间、资产转让价格是否公允等因素，说明上述商标、专利、设备、开承电气相关资产的转让行为是否可能被债权人行使撤销权、是否存在潜在纠纷、对开创电气经营的影响。

(7) 说明中动工具、中动电器、联鑫电器等公司的基本历史沿革，包括出资、控股股东、实际控制人及其变化情况、非实际控制人股东的背景情况、主要业务及产品、主要业务与发行人业务之间的关系等，上述公司注销前是否存在对外债务或纠纷、偿还情况、是否为开创电气所承继；金磐机电、联鑫电器将相关资产转让给开创电气，吴宁将其持有的开创电气部分股权无偿转让给吴用、吴静，是否构成吴用及吴静以商标、专利或设备等资产出资，各方之间是否存在以资产出资的相关协议，是否应适用《公司法》关于资产出资的相关规定；业务重组后吴宁将其持有的开创电气部分股权分别无偿转让给吴用、吴静，而未转让股份给金磐机电、中动工具、中动电器、联鑫电器的其他小股东的原因，重组过程中金磐机电、中动工具、中动电器、联鑫电器的各股东是否对重组方案存在争议或纠纷。

(8) 说明资产重组后金磐机电的资产、人员、业务情况，是否仍存在与发行人可能构成同业竞争、影响发行人独立性的情形。

(9) 说明与金磐机电交易方式变化原因，转换交易方式后未及时收回已支付的资产收购款及未计提和披露应收利息的原因及合理性，相关事项是否构成金磐机电对发行人的资金占用及原因；发行人就前述事项的信息披露是否真实、准确、完整。

(10) 说明发行人对于金磐机电重组的房产入账价值与金磐机电转出该房产账面价值不一致的具体原因，发行人财务系统生成的所有者权益报表数据与开承电气经税务局认定的年度财务报表所有者权益列示数据不一致的具体原因，前述事项对发行人账务处理准确性、财务报表列报、信息披露是否存在影响。

请保荐人发表明确意见，请申报会计师对问题（2）、（3）、问题（5）中的收购价格公允性及问题（9）-（10）发表明确意见，请发行人律师对问题（1）-（2）及问题（4）-（8）表明明确意见。

## 一、发行人回复

(一) 结合发行人与金磐机电实际控制人变化情况，说明发行人认为与金磐机电进行重组构成同一控制下企业合并的具体依据，资产重组是否符合《证券期货法律适用意见 3 号》的相关要求，金磐机电 2018 年 1-12 月电动工具业务相关资产产生的相应收入、利润情况，是否计入非经常性损益及原因

1、结合发行人与金磐机电实际控制人变化情况，说明发行人认为与金磐机电进行重组构成同一控制下企业合并的具体依据。

发行人与金磐机电之间的资产重组构成业务合并具体依据如下：

1、参与合并的企业在合并前后均受同一方最终控制且该控制并非暂时性的  
根据《企业会计准则第 20 号-企业合并》第五条规定：“参与合并的企业在合并前后均受同一方或相同的多方最终控制且该控制并非暂时性的，为同一控制下合并。”

本次合并日为 2018 年 12 月 26 日，即 2017 年 12 月 26 日至 2019 年 12 月 26 日期间，吴宁控制的企业兴业投资一直为金磐机电的控股股东。金磐机电和开创有限的实际控制人均为吴宁，期间吴宁对金磐机电控制关系未发生变化。因此，本次重组前后，开创电气与金磐电气电工工具业务均受同一方最终控制且该控制并非暂时性的。

2、被收购资产构成业务

根据《企业会计准则应用指南》（2015 年版）对业务合并的说明：业务是指企业内部某些生产经营活动或资产的组合，该组合一般具有投入、加工处理过程和产出能力，能够独立计算其成本费用或所产生的收入，但不构成独立法人资格的部分。

开创电气收购的金磐机电电动工具业务相关资产、人员、专利技术和业务资源等，虽然不具有独立法人资格，但具有投入、加工处理过程和产出能力，能够独立计算其成本费用或所产生的收入，因此本次重组构成业务。

综上，开创电气与金磐机电进行重组前后，被收购方和发行人均受吴宁控制，且该控制并非是暂时的，且被收购资产构成一项业务，因此认定发行人与金磐机电进行重组属于同一控制下业务合并，参照同一控制下企业合并进行会计处理，符合《企业会计准则》的相关规定。

## 2、资产重组是否符合《证券期货法律适用意见 3 号》的相关要求。

### (1) 发行人主营业务未发生重大变化

根据《证券期货法律适用意见第 3 号》第二条规定，发行人报告期内存在对同一公司控制权人下相同、类似或相关业务进行重组情况的，如同时符合下列条件，视为主营业务没有发生重大变化：1) 被重组方应当自报告期期初起即与发行人受同一公司控制权人控制，如果被重组方是在报告期内新设立的，应当自成立之日即与发行人受同一公司控制权人控制；2) 被重组进入发行人的业务与发行人重组前的业务具有相关性（相同、类似行业或同一产业链的上下游）。

金磐机电自报告期期初起即与开创电气同受吴宁控制，开创电气重组金磐机电电动工具业务的资产重组交易属于同一公司控制权人下的业务重组。

发行人重组资产为金磐机电电动工具业务主要经营资产，重组前发行人主要产品为手持式电动工具。因此，被重组进入发行人的业务与发行人重组前的业务为相同行业，具有相关性。

根据《证券期货法律适用意见第 3 号》的规定计算的重组比例如下（相关数据均为 2017 年数据）：

单位：万元

项目	资产总额	营业收入	利润总额
金磐机电电动工具业务资产	3,325.45	3,360.02	132.73
公司	14,814.78	41,769.71	5,232.57
比例	22.45%	8.04%	2.54%

本次重组交易前，金磐机电电动工具业务的资产总额、营业收入、利润总额占开创电气相应项目的比例均小于 50%；因此，本次重组交易前后，开创电气主营业务没有发生重大变化。

### 2、开创电气申报财务报表包含重组完成后的最近一期资产负债表的要求

根据《证券期货法律适用意见第 3 号》第三条规定，“发行人报告期内存在对同一公司控制权人下相同、类似或相关业务进行重组的，应关注重组对发行人资产总额、营业收入或利润总额的影响情况。发行人应根据影响情况按照以下要求执行：被重组方重组前一个会计年度末的资产总额或前一个会计年度的营业收入或利润总额达到或超过重组前发行人相应项目 20%的，申报财务报表至少须包含重组完成后的最近一期资产负债表。”

本次重组于 2018 年 12 月 26 日完成，本次申报财务报表已包含重组完成后的最近一期资产负债表，符合《证券期货法律适用意见第 3 号》相关规定。

**3、金磐机电 2018 年 1-12 月电动工具业务相关资产产生的相应收入、利润情况，是否计入非经常性损益及原因。**

根据《证券期货法律适用意见第 3 号》的规定，重组属于《企业会计准则第 20 号-企业合并》中同一控制下的企业合并事项的，被重组方合并前的净损益应计入非经常性损益。

金磐机电 2018 年 1-12 月电动工具业务相关资产产生的相应收入主要为厂房租金；全年营业收入为 319.21 万元，净利润为 116.73 万元。参照同一控制下企业合并事项的相关规定，上述合并前的净损益应计入非经常性损益，在“非经常性损益明细表之其他符合非经常性损益定义的损益项目”进行列示，具体如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
同一控制下业务合并产生的净损益		-	-	-	116.73

综上，发行人已将金磐机电 2018 年 1-12 月电动工具业务相关资产产生的利润计入非经常性损益，符合《证券期货法律适用意见第 3 号》相关规定。

**(二) 说明 2017 年金磐机电电动工具业务资产收入较高但利润总额较低的原因及合理性，相关影响金磐机电电动工具利润率的因素在报告期内变动及对发行人盈利能力影响情况。**

**1、说明 2017 年金磐机电电动工具业务资产收入较高但利润总额较低的原因及合理性。**

2017 年，金磐机电电动工具业务资产的营业收入、成本、费用、利润总额情况如下：

金磐机电报表项目	金额（万元）
营业收入	3,360.02
营业成本	2,666.05
税金及附加	109.41
费用	451.82
利润总额	132.73
毛利率	20.65%

金磐机电报表项目	金额（万元）
费用率	13.45%
利润总额/营业收入	3.95%

金磐机电电动工具业务毛利率以及费用率与开创电气（母公司，以自产销售为主）对比情况如下：

项目	金磐机电	开创电气（母公司）			
	2017年	2020年	2019年	2018年	
毛利率	20.65%	27.90%	29.67%	27.28%	
费用率	13.45%	9.15%	12.17%	12.22%*	

\*：计算费用率时已剔除 2018 年股份支付相关因素影响。

由上表可见，与开创电气相比金磐机电利润总额较低主要系其毛利率水平较低导致；金磐机电费用率较开创电气略高主要系该业务 2017 年销售规模较小，规模效益较低所致。

2017 年，金磐机电仅从事电动工具生产业务，全部产品均向开创电气销售，再通过开创电气销售给客户，其实质为开创电气的 OEM 厂商，因此毛利率相对较低。

2017 年开创电气向金磐机电外购整机销售的毛利率与报告期内外购其他厂商整机销售的毛利率不存在显著差异，具体情况如下：

项目	外购金磐机电产品销售毛利率	开创电气外购其他厂商整机销售毛利率			
	2017年	2021年	2020年	2019年	2018年
毛利率	15.46%	11.16%	14.28%	15.27%	14.40%

注：受人民币汇率上升及原材料价格上涨等因素影响，2021 年开创电气外购其他厂商整机销售毛利率相对较低。

综上，2017 年，金磐机电为开创电气提供电动工具加工业务，收入较高但利润总额较低，其与开创电气之间的业务具有商业合理性，定价公允。

## 2、相关影响金磐机电电动工具利润率的因素在报告期内变动及对发行人盈利能力影响情况。

如上所述，影响金磐机电 2017 年电动工具利润率的主要因素系其业务模式。2017 年，金磐机电电动工具产品通过开创电气间接销售，利润率较低。金磐机电与开创电气之间的业务重组完成后，开创电气业务模式与金磐机电 2017 年业

务模式不同，其影响因素已消除。

影响开创电气利润率的主要因素包括人民币汇率、原材料采购价格、公司产品及业务结构、期间费用等，公司已在招股说明书中对此进行充分披露。

(三) 结合评估方法、评估假设、关键评估参数等逐一说明发行人重组过程中收购资产价格公允性。

### 1、重组过程中收购资产情况

2018年2月、2018年12月金磐机电分别向开创电气转让了机器设备和开承电气100%股权，转让价格分别为912.36万元、6,630.00万元，合计7,542.36万元。

### 2、评估方法的选取

#### 1、机器设备价值评估

根据《资产评估执业准则——机器设备》第十九条的规定：执行机器设备评估业务，应当根据评估目的、评估对象、价值类型、资料收集等情况，分析成本法、市场法和收益法三种资产评估基本方法的适用性，选择评估方法。

#### 2、开承电气100%股权价值评估

根据《资产评估执业准则-企业价值》第十七条规定，执行企业价值评估业务，应当根据评估目的、评估对象、价值类型、资料收集等情况，分析市场法、收益法和资产基础法三种资产评估基本方法的适用性，选择评估方法。

序号	被收购资产	评估方法	评估方法的选择原因
1	机器设备	成本法	(1) 被评估对象为单项资产，不具备独立获利能力，不宜采用收益法； (2) 公开市场上难以获得与被评估单项资产类似的资产交易案例，不宜采用市场法； (3) 产权持有人具有完备的财务资料和资产管理资料，资产取得成本的有关数据和信息来源较广，故采用成本法。
2	开承电气100%股权	资产基础法	(1) 被评估单位未进行生产经营活动，尚无明确的生产经营规划，未来经营较难预测，不宜采用收益法； (2) 股权市场及证券市场难以找到与被评估单位相同或类似交易案例，不宜采用市场法； (3) 由于被评估单位有完备的财务资料和资产管理资料，资产取得成本的有关数据和信息来源较广，因此采用资产基础法。



综上，开创电气收购金磐机电上述资产的评估方法选择合理，符合《资产评估执业准则-企业价值》相关要求。

### 3、评估假设的合理性

上述两项资产评估的主要评估假设如下：

(1) 资产持续使用假设：假设在评估目的经济行为实现后，评估对象及其所涉及的资产将按其在评估基准日的用途与使用方式持续使用。

(2) 宏观经济环境假设：国家现行的经济政策方针无重大变化；产权人所在地区的社会经济环境无重大变化。

(3) 评估对象于评估基准日状态假设：除评估师所知范围之外，假设 1) 评估对象及其所涉及资产的购置、取得或开发过程均符合国家有关法律法规规定。2) 评估对象及其所涉及资产均无附带影响其价值的权利瑕疵、负债和限制，涉及价款、税费、各种应付款项均已付清。3) 评估对象及其所涉及设备等有形资产无影响其持续使用的重大技术故障，该等资产中不存在对其价值有不利影响的有害物质，该等资产所在地无危险物及其他有害环境条件对该等资产价值产生不利影响。

(4) 限制性假设：1) 假设由委托人提供的法律文件、技术资料等评估相关资料均真实、可信。2) 假设通过可见实体外表对评估范围内有形资产视察的现场调查结果，与其实际经济使用寿命基本相符。

评估机构对评估所设定的评估假设前提和限制条件按照国家有关法律、法规和规范性文件的规定执行，遵循了市场通用的惯例或准则，其假设符合评估对象的实际情况，评估假设前提具有合理性。

### 4、评估选取的参数的合理性

#### (1) 机器设备评估参数的合理性

机器设备评估采用成本法，其基本计算公式为：

评估价值=重置价值×综合成新率

其中，重置价值按现行市场价确定设备购置价格后，根据设备的具体情况考虑其他必要合理的费用后确定；重要设备成新率的确定以年限法为基础，按照现场勘察的设备技术状态，对其运行状况、环境条件、工作负荷大小、生产班次、生产效率、产品质量稳定性、维护保养水平以及技术改造、大修等因素确定各调整系数，综合评定设备的成新率；普通设备成新率的确定以年限法为主，对更新换代速度、价格变化快、功能性贬值大的电子设备，根据使用年限及产品的技术

更新速度等因素预估设备的尚可使用年限计算确定成新率；该次被评估的主要设备的成新率为 63%~88%。

基于上述评估方法、评估假设和关键评估参数，前述评估报告作出评估结论：在评估基准日 2017 年 12 月 31 日，评估对象的评估价值为 993.19 万元。2018 年 2 月，金磐机电与开创有限完成上述经评估机器设备的交易，交易价格参考上述评估价值，剔除交割时部分已报废或转让设备后，确定交易价格为 912.36 万元。

本次评估中评估参数的确定方法可以较好的反映设备资产价值，参数设定及确定过程合理。

## (2) 开承电气 100%股权评估参数的合理性

评估对象为开承电气截至评估基准日 2018 年 12 月 25 日的股东全部权益价值，主要为房屋建筑物和土地使用权价值。

### A. 固定资产—房屋建筑物的评估

房屋建筑物采用成本法评估，基本计算公式为：

评估价值=重置价值×成新率

#### a. 重置价值

重置价值一般由建安工程造价、前期费用、建筑规费、资金成本和开发利润组成。其中开发利润率根据《企业绩效评价标准值》房地产成本费用利润率计取。

本次评估与房屋建筑物重置价值相关的主要参数设置如下：

计算项目	取费标准
待估建筑物建安单价	857.00 元/平
勘察设计费	3.20%
工程监理费	2.35%
建设单位管理费	1.70%
资金成本（贷款利率）	4.35%
建设工期	0.5
开发利润	2.40%

#### b. 成新率

对于主要房屋建筑物分别按年限法、完损等级打分法确定的成新率，经加权平均，确定综合成新率。其中年限法权重为 40%、完损等级打分法权重为 60%，

综合计算后成新率为 70%-71%。

经评估，该等房产的评估价值如下：

单位：元

房屋名称	建成年月	建筑面积	评估原值	成新率	评估净值
厂区 8 幢	2005 年 12 月	5,990.53 m <sup>2</sup>	7,095,300.00	70%	4,966,700.00
厂区 6 幢	2005 年 12 月	4,868.61 m <sup>2</sup>	5,766,500.00	70%	4,036,600.00
厂区 2 幢	2005 年 12 月	76.25 m <sup>2</sup>	72,400.00	71%	51,400.00
厂区 7 幢	2005 年 12 月	42,593.91 m <sup>2</sup>	40,554,500.00	71%	28,793,700.00
<b>合计</b>		<b>53,529.30 m<sup>2</sup></b>	<b>53,488,700.00</b>		<b>37,848,400.00</b>

#### B. 无形资产—国有土地使用权的评估

被评估土地为工业用地，分别以市场法和成本逼近法进行评估，并采用加权平均法确定土地使用权评估价值。

用市场法测得宗地单价为 309 元/m<sup>2</sup>，成本逼近法测得宗地单价为 291 元/m<sup>2</sup>。取市场法结果的 60%与成本逼近法结果的 40%，作为评估单价，结果如下：

评估单价=市场法评估单价×60%+基准地价修正法评估单价×40%

=309×60%+291×40%

=302 元/平方米

评估价值=评估单价×土地面积

=302×94,412.00

=28,512,400.00 元（精确到百位）

综上，评估机构对评估所设定的评估参数遵循了市场通用的惯例或准则，符合评估对象的实际情况，具有合理性。

### 5、评估价值及交易价格公允性分析

#### (1) 机器设备和开承电气 100%股权评估结果

单位：万元

被评估对象	基准日	账面净值(A)	评估值(B)	增减额 (C=B-A)	增减率% (D=C/A)
机器设备	2017.12.31	888.26	993.19	104.93	11.81
开承电气 100%股权	2018.12.25	6,630	6,636.08	6.08	0.09

## (2) 交易价格公允性分析

单位：万元

收购标的	评估价格(A)	交易价格(B)	差异率(B/A-100%)
机器设备	993.19	912.36*	-8.14%
开承电气 100%股权	6,636.08	6,630	-0.1%

\*注：因交割时部分设备已报废或转让，实际收购的机器设备为 233 项，评估价值和交易价格均为 912.36 万元。

交易各方经市场化协商谈判确定最终交易价格，且上述标的的最终交易价格与对应标的的评估基准日可辨认净资产公允价值不存在重大差异，定价公允。

(四) 说明与金磐机电交易方式变化原因，转换交易方式后未及时收回已支付的资产收购款及未计提和披露应收利息的原因及合理性，相关事项是否构成金磐机电对发行人的资金占用及原因；发行人就前述事项的信息披露是否真实、准确、完整。

1、说明与金磐机电交易方式变化原因，转换交易方式后未及时收回已支付的资产收购款及未计提和披露应收利息的原因及合理性，相关事项是否构成金磐机电对发行人的资金占用及原因

### 1、交易方式变化的原因

2018 年金磐机电与开创电气进行资产重组期间，两者均受同一实际控制人控制。根据《关于继续实施企业改制重组有关土地增值税政策的通知》(财税〔2018〕57 号)、《关于继续支持企业、事业单位改制重组有关契税政策的通知》(财税〔2018〕17 号)有关规定，金磐机电以土地、房产出资设立开承电气以及开创电气吸收合并开承电气获得土地、房产行为均可暂免征收土地增值税和契税。

基于上述税收筹划考虑，2018 年 6 月 30 日金磐机电董事会决议以东区厂房、土地出资设立开承电气。相关土地、房产交易将变更为收购开承电气 100%股权交易。

### 2、未及时收回款项及未计提及披露利息的原因及合理性

#### (1) 未及时收回款项的原因及合理性

2018 年 5 月开创电气根据其其与金磐机电签署的《土地、房产转让合同书》约定支付了部分资产购买款 3,000 万元。

2018 年 6 月 30 日，金磐机电董事会决议以东区厂房、土地出资设立开承电

气，拟变更资产交易方式。因股权交易方案尚未得到当地税务部门的认可，直至2018年10月25日开承电气才正式设立。

鉴于2018年6月30日至10月25日期间变更交易方案存在不确定性，开创电气决定继续履行《土地、房产转让合同书》约定，于2018年7月向金磐机电另行支付资产购买款3,000万元，合计支付6,000万元。

2018年12月5日，开创电气股东会决议同意与金磐机电签署《股权转让协议》，股权转让价格参考开承电气设立时的资产评估报告预估，预估值为6,630万元。2018年12月14日，金磐机电向开创电气归还已收到的预付资产购买款6,000万元；同日，开创电气向金磐机电预付6,630万元股权转让价款。

公司向金磐机电支付资产收购款基于房产、土地交易事实，因交易方案变更及方案执行的复杂性，在开承电气成立前公司无法确定变更后的交易方案是否能够执行，因此未撤销其与金磐机电签署的《土地、房产转让合同书》，未及时收回相关款项。

## (2) 未计提及披露利息的原因及合理性

### A. 上述资金往来有真实的交易背景

开创电气向金磐机电预付资产购买款基于公司向金磐机电购买土地厂房这一事实，且2018年12月公司通过受让开承电气100%股权方式完成了交易。因此，该资金往来有真实的交易背景，不以资金占用为目的。

### B. 支付资金已履行必要的决策程序

2018年1月，开创电气股东会决议通过向金磐机电购买土地厂房的议案，双方签署了《土地、房产转让合同书》。开创电气向金磐机电支付6,000万元已经过必要的决策程序，系根据协议约定支付的资产购买款项。

### C. 资金往来未损害开创电气股东利益

由于金磐机电出于税收筹划考虑变更交易方案，导致开创电气支付的资产购买款项客观上在金磐机电账上形成了资金沉淀。变更交易方案及执行过程较为复杂，经历较长时间，期间开创电气不得不租赁金磐机电土地厂房并向其支付租金。为维护公司利益，开创电气与金磐机电协商在计算土地厂房租金时考虑沉淀资金成本。经测算，上述资金成本约为175万元（按资金实际沉淀天数参照同期金磐银行借款利率按年化6%计算），以租金折让相应减少租金175万元的方式对开创电气予以补偿。因此，该资金往来未损害开创电气股东利益，公司未计提相应

资金利息。

### 3、相关事项是否构成金磐机电对发行人的资金占用及原因

开创电气向金磐机电支付资产购买款基于其向金磐机电购买土地厂房这一事实而非以金磐机电资金占用为目的，资金支付已通过公司内部决策程序，且最终交易已完成；由于金磐机电出于税收筹划考虑变更交易方案，导致开创电气支付的资产购买款项客观上在金磐机电账上形成了资金沉淀，金磐机电通过厂房租金折让的方式给予了开创电气相应补偿；上述行为未损害开创电气及其股东利益。

综上，保荐机构及发行人律师认为相关事项不构成金磐机电对发行人的资金占用。

## 2、发行人就前述事项的信息披露是否真实、准确、完整

为真实、准确、完整反映该项资金往来及资金沉淀的事实，说明未计提和披露应收利息的原因及合理性，公司在招股说明书“第七节、公司治理与独立性 之十、（三）偶发性关联交易”中进行了披露。

（五）说明发行人对于金磐机电重组的房产入账价值与金磐机电转出该房产账面价值不一致的具体原因，发行人财务系统生成的所有者权益报表数据与开承电气经税务局认定的年度财务报表所有者权益列示数据不一致的具体原因，前述事项对发行人账务处理准确性、财务报表列报、信息披露是否存在影响。

1、说明发行人对于金磐机电重组的房产入账价值与金磐机电转出该房产账面价值不一致的具体原因，对发行人账务处理准确性、财务报表列报、信息披露是否存在影响。

报告期内，发行人与金磐机电进行资产重组。重组所涉及房产、土地于 2018 年 12 月 26 日完成权属变更登记，上述业务构成同一控制下业务合并。上述房产在金磐机电的账面原值为 27,570,237.60 元，金华中勤评字[2018]157 号评估报告评定的上述资产公允价值即评估价值为 38,128,900.00 元。

发行人根据《企业会计准则第 20 号——企业合并》的相关规定对同一控制下业务合并转入的房产按金磐机电账面原值 27,570,237.60 确认资产账面原值，对于合并中取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值之间的差额，调整资本公积，资本公积不足冲减的，调整未分配利润。

发行人对于金磐机电重组的房产入账价值与金磐机电转出该房产账面价值不一致系由于：金磐机电财务人员以金华中勤评字[2018]157 号评估报告评定的

上述资产公允价值即评估价值 38,128,900.00 元作为重组所涉的房产账面原值转出金额，存在核算差错。

综上，发行人对于金磐机电重组的房产入账价值与金磐机电转出账面价值存在差异系金磐机电账务处理错误导致。发行人会计处理符合《企业会计准则第 20 号——企业合并》第六条的规定，发行人财务报表列报及信息披露准确、合理。

**2、发行人财务系统生成的所有者权益报表数据与开承电气经税务局认定的年度财务报表所有者权益列示数据不一致的具体原因，对发行人账务处理准确性、财务报表列报、信息披露是否存在影响。**

金磐机电以房产、土地出资设立开承电气，上述房产、土地公允价值为 6,630 万元。2018 年 12 月 26 日，开创电气完成对开承电气 100% 股权的收购，开承电气成为开创电气全资子公司。根据《企业会计准则第 20 号——企业合并》的相关规定，开承电气财务系统生成报表应将相关的资产按原账面价值进行确认，考虑资产对应增值税进项税额和递延所得税资产后，开承电气所有者权益应为 3,330 万元，公司按照原账面价值将相关资产列报在财务系统生成报表中。

金华市婺城区税务局认定开承电气取得金磐机电实物出资的资产应以评估值作为计税基础，公司财务人员出于申报纳税便捷考虑，按照相关资产计税基础编制了税务申报报表，因此税务申报报表上显示的开承电气所有者权益为 6,630 万元。

开承电气账务处理符合《企业会计准则第 20 号——企业合并》相关规定，财务报表列报及信息披露准确；同时上述差异事项及其差异原因在申报文件《注册会计师对差异情况出具的意见》中进行了披露。

## **二、申报会计师核查情况**

### **1、申报会计师核查程序**

针对以上事项，申报会计师实施的主要核查程序包括（但不限于）：

(1) 查阅发行人与金磐机电资产重组涉及的交易协议、价款支付凭证，取得被重组子公司开承电气的工商档案，核查相关交易基本情况，并分析是否满足同一控制下业务合并的条件；查阅重组双方的财务报表，核查重组前一会计年度相应项目的占比情况，并复核金磐机电合并前的净损益列示为非经常性损益是否符合

合《证券期货法律适用意见 3 号》相关规定；

(2) 获取金磐机电 2017 年财务报表及收入、成本、费用主要构成明细，对 2017 年金磐机电电动工具业务报表进行了复核；访谈其财务负责人及原业务人员，对其业务模式及利润率较低的影响因素进行了解；

(3) 查阅发行人受让开承电气 100%股权及金磐资产相应评估报告，复核评估机构所采用评估方法、评估关键假设及评估参数的适当性和合理性；

(4) 查阅重组涉及的交易协议、租赁协议及相应决策程序，访谈相关决策负责人以及查阅资金往来记录，测算了计提利息与租金减让金额的匹配性，了解金磐机电转换交易方式及未计提利息的原因及合理性；

(5) 查阅金磐机电 2017 年、2018 年有关的财务数据，复核了金磐机电重组涉及资产账面价值的准确性；访谈发行人管理层，了解开承电气财务报表编制、税务报表申报过程等事项。

## 2、申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为：

(1) 发行人收购金磐机电电动工具业务前后，被收购方和发行人均受吴宁控制，且该控制并非暂时的，相关交易属于同一控制下业务合并。本次重组交易前，金磐机电电动工具业务相关的资产总额占发行人资产总额的比例超过 20%，但未超过 100%，申报财务报表包含重组完成后的最近一期资产负债表，符合《证券期货法律适用意见 3 号》相关规定。发行人将金磐机电重组前净损益计入非经常性损益核算，符合《证券期货法律适用意见 3 号》相关规定。

(2) 2017 年金磐机电电动工具业务资产收入较高但利润总额较低系由于金磐机电为开创电气提供电动工具加工业务，不直接对外销售导致毛利率较低所致。

(3) 发行人重组过程中收购资产交易系各方经市场化协商谈判确定最终交易价格，且标的最终交易价格与对应标的的评估基准日可辨认净资产公允价值不存在重大差异，定价公允。

(4) 发行人向金磐机电预付资产购买款基于其向金磐机电购买土地厂房的交



易事实；款项支付经过必要的决策程序并根据协议约定支付；发行人就该事项的信息披露符合实际情况。

（5）发行人根据《企业会计准则第 20 号——企业合并》的相关规定对同一控制下业务合并转入的房产、土地按账面价值计量而非公允价值计量符合《企业会计准则》的相关规定，相应报表科目列报准确、合理，未对财务报表列报及信息披露产生影响；税务申报报表数据与财务系统生成报表数据存在差异，但未导致公司纳税义务发生变化，也未对财务报表列报及信息披露产生影响。

#### 第四题、“关于股东出资”

申请文件显示：

(1) 开创有限公司 2018 年 3 月增资，其中外部战略咨询顾问王莹以货币出资 300 万元，外部战略咨询顾问林浙南以货币出资 180 万元，增资价格为 1 元/股；同期开创有限股权公允价值为 3.33 元/股。上述出资均构成股份支付。其中，2018 年引进外部战略咨询顾问王莹、林浙南确认股份支付金额 1,120.00 万元。

(2) 2018 年 5 月 11 日，开创有限减少注册资本 1,737 万元，其中吴宁减少出资额 1,437 万元，胡慧芳减少出资额 300 万元，本次减资后公司注册资本变更为 6,000 万元。

(3) 2018 年 5 月，吴宁、吴用及吴静缴纳开创有限注册资本，资金来源均为吴明芳及其配偶或金磐机电提供的借款。

(4) 先河投资为发行人员工持股平台。2018 年、2019 年发行人确认股份支付金额 2,653.00 万元、167.76 万元。先河投资部分合伙人存在向吴宁借款用于出资情形。

(5) 鉴于 2018 年 12 月吴宁因金磐机电资金周转需要向罗相春借款，并将其持有的开创电气部分股份质押给罗相春。2020 年 9 月，罗相春、王莹、林浙南以 11.67 元/股的价格分别从吴宁、吴用、吴静处受让股份。

(6) 2019 年 1 月，黄嘉眉作为外部投资人，以 3.33 元/股的价格入股。

请发行人：

(1) 说明吴宁等人向吴明芳等人的借款金额，是否已偿还完毕；结合借款情况、吴明芳在发行人生产经营中的作用等因素说明吴明芳及其配偶是否为发行人的共同实际控制人，申请文件中关于发行人实际控制人的认定是否准确；结合吴明芳、金磐机电在 2018 年存在大额对外债务的情形下，其向吴宁等人提供借款的合理性、资金来源，是否为故意转移资产以规避相关债务，是否存在被相关债权人主张撤销权的风险或其他潜在纠纷，对发行人股权稳定性及经营可持续性的影响。

(2) 列表说明先河投资部分合伙人向吴宁借款用于出资的具体情况，包括但不限于借款人、借款金额、借款时间、是否偿还、偿还时间、偿还资金来源，是否存在股份代持等；结合前述借款情形、涉及借款的合伙人持有的份额占比情况、先河投资的决策机制、吴宁及吴用等人在先河投资中的份额占比等情况，说明先河投资是否为吴宁控制，或构成吴宁的一致行动人，申请文件中关于先河投资股份锁定的相关承诺是否合规。

(3) 说明员工持股平台的人员确定标准、管理模式、决策程序、存续期及期满后所持股份的处置办法和损益分配方法、离职后的股份处理、变更和终止的情形等内容，是否设置了服务期条款或者上市前离职限制条款等，结合先河投资报告期内股权变动情况、服务期安排、对应发行人 P/E、P/B 等情况说明发

行人股份支付确认是否准确、完整。

(4) 说明王莹、林浙南、先河投资及黄嘉眉入股时，发行人公允价值为 3.33 元/股的确定依据；黄嘉眉入股是否应适用股份支付的相关规定，本次入股是否存在发行人向黄嘉眉换取商业服务或机会的情形；王莹、林浙南担任“外部战略咨询顾问”的主要含义、在公司生产经营中发挥的主要作用及表现，进行股份支付处理的合理性；王莹、林浙南及黄嘉眉等人入股发行人是否真实出资、资金来源，是否为发行人的客户或供应商，与发行人、实际控制人之间是否存在业务或资金往来，是否与发行人或实际控制人之间存在对赌协议、代持协议、委托持股或其他利益安排。

(5) 说明吴宁、胡慧芳减资的原因，是否履行《公司法》规定的减资程序，是否存在潜在纠纷。

(6) 说明吴宁将其持有的开创电气股份质押给罗相春的基本情况，包括借款金额、利率约定、质押股份数量、借款偿还情况、解质押情况、是否存在潜在纠纷；吴宁是否还存在其他未披露的股份质押情况；结合开创电气向罗相春等人借款的过往情况、入股协议的具体条款等，说明罗相春、王莹、林浙南持有发行人股份是否构成名股实债，是否存在潜在纠纷。

(7) 补充说明罗相春、王莹、林浙南等人的基本情况，三人之间、三人与其他股东及董监高之间是否存在关联关系，是否构成一致行动人。

请保荐人、发行人律师发表明确意见，请申报会计师对问题（3）-（4）发表明确意见。

## 一、发行人回复

（一）说明员工持股平台的人员确定标准、管理模式、决策程序、存续期及期满后所持股份的处置办法和损益分配方法、离职后的股份处理、变更和终止的情形等内容，是否设置了服务期条款或者上市前离职限制条款等，结合先河投资报告期内股权变动情况、服务期安排、对应发行人 P/E、P/B 等情况说明发行人股份支付确认是否准确、完整。

1、说明员工持股平台的人员确定标准、管理模式、决策程序、存续期及期满后所持股份的处置办法和损益分配方法、离职后的股份处理、变更和终止的情形等内容，是否设置了服务期条款或者上市前离职限制条款等。

### 1、员工持股平台人员确定标准

发行人主要以员工职级、工作职位及工作内容、服务年限、业绩贡献等因素为标准，综合考量确定激励对象范围，并结合符合激励条件对象的自主认购意愿及承受能力，确定最终的激励对象。

先河投资合伙人主要为发行人及子公司的中高层管理级人员、各部门核心骨干人员及其他在职时间较长的人员。截至本回复出具日，先河投资合伙人的具体身份情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人身份
1	吴宁	发行人实际控制人、董事长
2	张垚嗣	发行人董事、副总经理、董事会秘书
3	胡斌	发行人董事、副总经理、财务总监
4	吴加勇	发行人金工车间主任
5	李丽娜	发行人销售部员工
6	黄丽	发行人董事、销售部经理
7	张曙光	发行人董事、总经理
8	吴文进	发行人财务经理
9	严剑锋	发行人副总经理、子公司星河科技经理
10	张威	子公司星河科技副经理、二级子公司盖力世商贸的执行董事兼经理
11	王寿江	发行人副总经理
12	胡志春	发行人企业研究院副经理
13	唐和勇	发行人监事会主席
14	刘光源	发行人监事、企业研究院经理
15	祝渭军	发行人生产部经理
16	申长江	二级子公司丁宇商务的执行董事兼经理、杉谷贸易监事、盖力世商贸监事

## 2、员工持股平台的管理模式、决策程序

先河投资由普通合伙人张垚嗣担任执行事务合伙人，按照《金华先河投资合伙企业（有限合伙）合伙协议》（以下简称《先河投资合伙协议》）的约定管理和执行合伙事务。先河投资的决策程序具体如下：

事项内容	决策程序
1、改变合伙企业的名称	执行事务合伙人同意
2、改变合伙企业的经营范围、主要经营场所的地点	
3、处分合伙企业的不动产	
4、转让或者处分合伙企业的知识产权和其他财产权利，合伙企业对外投资管理收入及其他收入向全体合伙人的分配及有限合伙人退伙时的财产分配	
5、以合伙企业名义为他人提供担保	
6、聘任合伙人以外的人担任合伙企业的经营管理人员	

事项内容	决策程序
7、有限合伙人入伙或者退伙事宜	全体合伙人一致同意
8、主持企业的经营管理工作，决定企业的经营计划和投资方案	
9、以上事项的变更需要修改合伙协议的相关内容，修改或补充合伙协议	
10、决定解散合伙企业	
11、除名合伙人	
12、普通合伙人转变为有限合伙人，或者有限合伙人转变为普通合伙人	
13、企业清算结束后，确认清算人编制的清算报告	

### 3、员工持股平台存续期及期满后所持股份的处置办法和损益分配方法

根据先河投资的营业执照及《先河投资合伙协议》，先河投资的存续期限为长期（无固定期限）。

《员工持股协议》第八条规定：开创电气上市后，在不违反锁定期禁售限制及《员工持股协议》的情况下，员工可以将其在有限合伙的出资份额转让给有限合伙的其他合伙人，并经执行事务合伙人同意及有限合伙备案登记。开创电气未能上市或终止上市的，合伙企业员工在合伙企业的出资份额全部无条件转让给合伙企业出资份额最多的有限合伙人。

根据《合伙协议》，先河投资的利润及亏损由合伙人按照实缴出资比例分配与分担。

### 4、员工持股平台员工离职后的股份处理

根据《员工持股协议》及其补充协议，先河投资员工离职后的股份处理要求如下：

若员工在开创电气上市前退出的，其合伙份额仅可转让给先河投资出资份额最多的有限合伙人，转让价格参考届时的市场价格自行商定。

若员工因触犯法律、严重违反职业道德、泄露公司机密、严重失职或渎职等行为严重损害公司利益或声誉而导致其被公司辞退，其持有的出资份额按照原出资金额无条件转让给出资份额最多的有限合伙人，员工因持有出资份额而获得的收益部分（包括但不限于现金分红、开创电气上市实现的激励股份收益、转让份额所得等），全部退还给合伙企业。

开创电气上市后，员工持有的出资份额归员工所有，员工必须统一由合伙企业按照证监会规定进行出售，在遵守证监会有关规定基础上也可转让给合伙企业

内的其它股东，价格自行商定。

综上所述，开创电气上市前员工离职，应将其所持有的财产份额转让给先河投资出资份额最多的有限合伙人。若员工离职系因其过错所致，则转让价格为财产份额原始取得价格，若员工离职不是因其过错所致，则转让价格参照财产份额转让时的市场价格自行商定。开创电气上市后，员工持有的出资份额归员工所有，不受离职限制。

#### 5、员工持股平台变更和终止的情形

先河投资的变更事项主要包括经营事项变更及人员变动：若涉及改变先河投资名称、经营范围、主要经营场所、处置财产及财产性权利、聘任经营管理人员等事项，由执行事务合伙人决策同意，无需取得全体合伙人一致同意；关于先河投资人员变动中：若涉及新合伙人入伙、现有合伙人被除名或退伙、有限合伙人与普通合伙人身份性质变动，应当经全体合伙人一致同意。但有限合伙人入伙、退伙，根据《合伙协议》的授权，可由执行事务合伙人决定。

根据《先河投资合伙协议》第三十三条之约定，先河投资终止情形主要包括：（一）合伙期限届满，合伙人决定不再经营；（二）合伙协议约定的解散事由出现；（三）全体合伙人决定解散；（四）合伙人已不具备法定人数满三十天；（五）合伙协议约定的合伙目的已经实现或者无法实现；（六）依法被吊销营业执照、责令关闭或者被撤销；（七）法律、行政法规规定的其他原因。

#### 6、是否设置了服务期条款或者上市前离职限制条款

根据《员工持股协议》及其补充协议，先河投资员工离职后的股份处理要求“若员工在开创电气上市前退出的，其合伙份额仅可转让给先河投资出资份额最多的有限合伙人，转让价格参考届时的市场价格自行商定”，员工上市前离职的股份处置可按照市场公允价格转让，不存在按原价或低价收回情形，因此公司的《先河投资合伙协议》及《员工持股协议》及其补充协议未设置服务期条款或者上市前离职限制条款，符合《监管规则适用指引——发行类第5号》关于股份支付费用一次性计入发生当期并作为偶发事项计入非经常性损益的相关要求。

## 2、结合先河投资报告期内股权变动情况、服务期安排、对应发行人 P/E、P/B 等情况说明发行人股份支付确认是否准确、完整。

### 1、先河投资报告期内股权变动情况及服务期安排

### (1) 2018年4月，先河投资设立

2018年4月，吴宁、张垚嗣等15名自然人共同出资设立的有限合伙企业，为开创电气的员工持股平台，发行人的现任董事兼董事会秘书张垚嗣担任先河投资的普通合伙人暨执行事务合伙人。先河投资设立时出资结构如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资额（万元）	出资比例（%）
1	张垚嗣	普通合伙人	48.00	3.82
2	吴宁	有限合伙人	600.00	47.73
3	胡斌	有限合伙人	90.00	7.16
4	吴加勇	有限合伙人	90.00	7.16
5	李丽娜	有限合伙人	60.00	4.77
6	黄丽	有限合伙人	60.00	4.77
7	张曙光	有限合伙人	48.00	3.82
8	吴文进	有限合伙人	48.00	3.82
9	严剑锋	有限合伙人	36.00	2.86
10	王寿江	有限合伙人	30.00	2.39
11	胡志春	有限合伙人	30.00	2.39
12	唐和勇	有限合伙人	30.00	2.39
13	刘光源	有限合伙人	30.00	2.39
14	祝渭军	有限合伙人	30.00	2.39
15	申长江	有限合伙人	27.00	2.15
合计			1,257.00	100.00

### (2) 2019年7月，先河投资第一次财产份额转让

2019年7月20日，先河投资召开合伙人会议并作出变更决定，同意吴宁将其持有的33万元出资份额转让给张威，其他合伙人放弃购买权。2019年9月，先河投资就上述合伙人变动情况完成了工商变更登记手续，合伙人增至16人。

### (3) 服务期安排

根据《先河投资合伙协议》及《员工持股协议》及其补充协议，公司未对上述员工股东作出服务期限约定，相应股份支付费用一次性计入当期损益。

## 2、发行人 P/E、P/B 等情况及发行人股份支付确认是否准确、完整

### (1) 两次股权激励时公允价值确定参考依据

2018年、2019年两次股权激励时 P/E、P/B 情况及授予股份的公允价值参考依据如下：

股权激励授予日	发行人公允价值①	定价基础②	P/E ③=①/②
2018年	2亿元	2018年预期净利润	6.7倍
2019年	4.97亿元	2018年审计扣非净利润	10.1倍
股权激励授予日	发行人公允价值①	上一年度净资产②	P/B ③=①/②
2018年	2亿元	8,920.11	2.24
2019年	4.97亿元	13,840.57	3.59

2018年股权激励公允价值参考同时期外部投资者黄佳眉入股时公司估值2亿元确定。

2019年7月，张威入股时参考2018年公司经审计每股收益的10倍PE确定为8.2838元/股作为本次股权转让涉及股份的公允价值。

两次入股时的市净率高于同行业同期上市公司市净率，具体如下：

市净率	巨星科技	锐奇股份	康平科技
2018年12月31日	1.55	1.49	-
2019年12月31日	1.56	1.86	-

根据《监管规则适用指引——发行类第5号》关于股份支付相关要求，公司在确定公允价值时综合考虑如下因素：①入股时间阶段、业绩基础与变动预期、市场环境变化；②行业特点、同行业并购重组市盈率水平；③股份支付实施或发生当年市盈率、市净率等指标因素的影响。公司首次股份支付系根据按公平原则自愿交易的双方最近达成的入股价格确定公允价值，第二次股份支付公允价值系按2018年公司经审计每股收益的10倍PE确定，股份支付公允价值的确定合理，符合《监管规则适用指引——发行类第5号》的规定。

## （2）股份支付确认情况

发行人具体股份支付确定依据、股份支付费用计提情况如下：

项目	计算方式	2019年	2018年
股份授予对象	-	张威	除实际控制人吴宁外14名员工
先河投资持有发行人股份数量（万股）	A	1,257.00	1,257.00
股权激励人员持有先河投资合伙份额比例	B	2.63%	52.27%
股份授予数量（万股）	C=A*B	33.00	657.00



项目	计算方式	2019 年	2018 年
当期行权的权益工具总额（万股）	D=C	33.00	657.00
授权日权益工具的公允价值	E	参考 2018 年审计扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润 10 倍 PE 确定，最终估值 4.97 亿	参考同期外部投资者增资入股价格，估值 2 亿
授权日发行人股份数量（万股）	F	6,000.00	6,000.00
授权日发行人每股公允价值（元/股）	G=E/F	8.2838	3.3333
授予股份支付权益工具公允价值（万元）	H=D*G	273.37	2,190.00
实际出资额（万元）	I	105.60	657.00
<b>股份支付费用总额（万元）</b>	<b>J=H-I</b>	<b>167.77</b>	<b>1,533.00</b>

综上，公司员工持股平台相关的股份支付公允价值确定合理、股份支付金额确认准确、完整。

（二）说明王莹、林浙南、先河投资及黄嘉眉入股时，发行人公允价值为 3.33 元/股的确定依据；黄嘉眉入股是否应适用股份支付的相关规定，本次入股是否存在发行人向黄嘉眉换取商业服务或机会的情形；王莹、林浙南担任“外部战略咨询顾问”的主要含义、在公司生产经营中发挥的主要作用及表现，进行股份支付处理的合理性；王莹、林浙南及黄嘉眉等人入股发行人是否真实出资、资金来源，是否为发行人的客户或供应商，与发行人、实际控制人之间是否存在业务或资金往来，是否与发行人或实际控制人之间存在对赌协议、代持协议、委托持股或其他利益安排。

1、说明王莹、林浙南、先河投资及黄嘉眉入股时，发行人公允价值为 3.33 元/股的确定依据。

（1）黄嘉眉入股时，发行人公允价值为 3.33 元/股的确定依据

黄嘉眉入股价格系交易双方按公平原则自愿达成交易。考虑到人民币兑美元汇率升值、中美贸易摩擦加剧等外部环境因素，以及发行人预期订单数量下滑、实际控制人吴宁因资金需求需尽快转让股权等自身因素，双方以发行人 2018 年预计净利润 3,000 万元的 6.7 倍 PE 为定价基础，最终协商确定公司估值为 2 亿元。

2018年3月，黄嘉眉与吴宁沟通入股时，公司所处的外部经济环境以及自身财务情况如下：

①中美贸易摩擦对公司出口业务造成不利影响

2017年，公司在美国市场销售收入占比为66.15%。2018年，中美两国贸易摩擦加剧。2018年3月以来，美国针对中国发起了多轮贸易战，美国政府陆续出台一系列严苛的贸易政策，并对中国出口美国的部分商品征收高额关税，公司2018年一季度接收订单数量持续下滑。

②人民币对美元持续升值，预期公司盈利能力减弱

公司海外销售占比较高且主要以美元进行结算，汇率波动直接影响公司经营业绩。2018年上半年美元对人民币汇率中间价在6.3上下波动，对公司经营业绩产生不利影响。

公司2017年一季度与2018年一季度财务报表数据如下：

单位：万元

项目	2017年1-3月	2018年1-3月	变动比例
营业收入	8,275.11	6,994.68	-15.47%
减：营业成本	6,474.23	5,214.15	-19.46%
营业税金及附加	1.99	38.77	1846.52%
销售费用	112.17	121.53	8.34%
管理费用	448.95	579.71	29.13%
财务费用	54.39	184.94	240.06%
营业利润	1,183.39	855.58	-27.70%

注：以上数据未经审计。

公司2018年一季度营业收入下降15.47%，营业利润下降27.70%，公司预计2018年净利润在3,000万元左右。当时公司尚未有明确的上市计划，投资风险较大，双方协商确定按2018年净利润3,000万元的6.7倍PE进行估值，公司价值为2亿元。

综上，黄嘉眉入股价格系双方基于公司基本面与投资风险等客观因素协商定价，具有合理性。

(2)王莹、林浙南及先河投资入股时，发行人公允价值为3.33元/股的确定依据

为建立健全公司长效激励机制，充分调动公司员工的积极性和创造性，同时为回报其对公司做出的贡献，2018年5月公司对骨干员工进行了股权激励，员工通过先河投资持股平台间接持有公司股份。同时为加强公司经营发展的战略规划，公司引进了外部战略咨询顾问王莹、林浙南，给予其员工股权激励的增资价格，即每1元注册资本的价格为1元。

公司参考最近6个月内独立外部投资者增资入股价格，即黄嘉眉入股价为每1元注册资本的价格为3.33元，作为本次股份支付的公允价值。

综上，王莹、林浙南及先河投资增资入股，适用股份支付的相关规定，参考同期独立外部投资者增资入股价格作为公允价值，符合《监管规则适用指引——发行类第5号》相关规定。黄嘉眉入股价格系交易双方按公平原则自愿协商达成，交易价格合理，具有参考性。

## **2、黄嘉眉入股是否应适用股份支付的相关规定，本次入股是否存在发行人向黄嘉眉换取商业服务或机会的情形。**

根据中国证监会《监管规则适用指引——发行类第5号》，发行人报告期内为获取职工和其他方提供服务而授予股份的交易，在编制申报会计报表时，应按照《企业会计准则第11号——股份支付》相关规定进行处理。

黄嘉眉系独立外部投资者，具有十余年的投资经验；其持有芜湖博荃逸飞股权投资合伙企业（有限合伙）89.98%的份额、持有上海泽弘投资管理中心（有限合伙）99%股权，上述公司均为从事股权投资的专业机构。

黄嘉眉入股发行人系其与公司股东基于平等合作的原则下进行的市场化投资行为，未附带任何商业服务及机会、资源介绍等约定。

综上，黄嘉眉为独立外部投资者，吴宁向其转让股权不涉及为获取其为发行人提供服务或机会的情形；发行人也未获得黄嘉眉提供的任何商业服务或机会，因此黄嘉眉本次入股不适用股份支付相关规定。

## **3、王莹、林浙南担任“外部战略咨询顾问”的主要含义、在公司生产经营中发挥的主要作用及表现，进行股份支付处理的合理性。**

### **1、王莹、林浙南具有相关的专业咨询经验**

#### **（1）王莹履历**

王莹，女，1976 年出生，同济大学技术经济及管理专业博士研究生学历。曾任国泰基金管理有限公司研究员、国泰君安证券董事总经理，现任上海苗乙投资管理有限公司、长贤股权投资管理(上海)有限公司法定代表人及执行董事、深圳三代人科技有限公司董事、上海艾托邦人工智能科技有限公司监事。

王莹女士从事金融行业 20 余年，具有丰富的管理专业经验；2018 年 5 月，公司聘请其作为公司战略咨询顾问，为公司在资本运作、企业管理方面提供咨询意见及建议。

## （2）林浙南履历

林浙南，男，1972 年出生，西北轻工业学院机械设计及制造专业学士学历。曾任杭州轻工机械设计研究所设计员、杭州邦吉文体用品制造有限公司总经理、桐庐有凤文具有限公司外贸经理。现任深圳派特纳投资管理企业（有限合伙）执行事务合伙人。

林浙南先生在品牌策划、外贸业务及跨境电商方面具有较为丰富的经验；2018 年 5 月，公司聘请其作为公司战略咨询顾问，为公司在销售业务发展战略、电商业务拓展、品牌策划方面提供咨询意见及建议。

## 2、担任发行人顾问期间发挥的主要作用

王莹在担任顾问期间发挥的主要作用如下：

（1）对公司组织架构设计、母子公司职能定位及公司治理机制完善提出专业建议；具体包括：

- 1) 为子公司杉谷贸易、象谷科技注册设立及股权结构设计提供咨询；
- 2) 为开创电气与星河科技、丁宇商务、杉谷贸易、象谷科技等子公司之间的职能划分、业务定位提供建议；
- 3) 对公司独立董事的选聘及任职资格提出合理建议。

（2）为发行人整体经营战略提供建议，包括自主品牌发展路径、电商业务合规风险等；报告期内，王莹在分析同行业公司及国外知名电动工具品牌厂商发展历史基础上，建议公司加快自主品牌发展，抓住跨境电商快速发展的有利时机积极拓展跨境电商业务，利用第三方互联网平台迅速做大公司自有品牌业务，并建议公司系统化学习跨境电商规范经营要求。

（3）为发行人提供了资本市场动态分析、上市相关政策梳理、上市路径选择以及中介服务机构选择等专业咨询服务。报告期内，王莹为公司管理层持续提供

同行业公司季度财务数据、重大经营变化、市值变化等信息；以及同行业相似公司资本运作情况、监管部门上市政策分析；此外，王莹还在公司上市板块选择、中介机构委任等问题上为公司提供专业咨询。

林浙南在担任顾问期间发挥的主要作用如下：

(1) 为发行人销售战略提供咨询建议，包括自主品牌发展路径、跨境电商业务团队选择等；林浙南早年从事淘宝国际站电商业务，具有较丰富的跨境电商业务经验；报告期内林浙南向公司推荐了电商人才的选聘渠道，多次参加了子公司电商业务发展定位讨论并提供了咨询建议。

(2) 为发行人销售部门提供专业指导和经验分享，包括品牌定位及策划、贸易政策预判及分析等；林浙南在品牌运营上具有较丰富经验，其拥有多个文具类商标；报告期内，林浙南多次为公司品牌策划提供专业意见。此外，林浙南还结合自身多年从事贸易的经验，帮助公司分析中美贸易战对公司的影响，并对公司的应对措施提供建议。

(3) 协助发行人梳理销售业务体系，对相关制度的优化提供建议。

公司发展初期规模较小，管理、战略规划人才相对缺乏，上述顾问通过自身拥有的专业知识和行业经验为发行人提供咨询、策划、管理建议等专业技术服务，为公司资本运作、销售业务发展规划、电商业务健康发展做出了重要贡献。

综上，发行人基于王莹、林浙南为公司提供咨询服务的实际情况，将其纳入激励对象范围，属于企业为获取其他方提供服务而授予权益工具的情形，属于股份支付对象，相关股份支付的处理合理，符合《监管规则适用指引——发行类第5号》等相关规定。

**4、王莹、林浙南及黄嘉眉等人入股发行人是否真实出资、资金来源，是否为发行人的客户或供应商，与发行人、实际控制人之间是否存在业务或资金往来，是否与发行人或实际控制人之间存在对赌协议、代持协议、委托持股或其他利益安排。**

王莹、林浙南及黄嘉眉首次入股发行人出资情况如下：

姓名	股权款	出资时间	资金来源	是否真实出资
王莹	300 万元	2018/5/9	家庭自有资金	是

姓名	股权款	出资时间	资金来源	是否真实出资
林浙南	180 万元	2018/5/9	自有资金	是
黄嘉眉	600 万元	2018/12/14	自筹资金	是

根据王莹、林浙南提供的出资凭证、其出资前后三个月的银行流水，以及中介机构对王莹、林浙南的访谈结果，其向发行人的出资真实，资金来源为个人或家庭自有资金，不存在来源于发行人的客户或供应商的情况，亦不存在与发行人或实际控制人之间存在对赌协议、代持协议、委托持股或其他利益安排。除实缴注册资本，享有分红收益，以及林浙南向吴宁购买玉苑别墅而向金磐机电支付购房款外，王莹、林浙南与发行人或实际控制人不存在其他大额资金往来，亦不存在业务往来。

根据黄嘉眉提供的出资凭证，黄嘉眉与罗相春的相关借还款支付凭证，借款方借款前三个月及还款方还款前三个月的资金流水，以及中介机构对罗相春、黄嘉眉的访谈结果，黄嘉眉的出资情况真实，资金来源为其个人向罗相春的借款且已全额归还，不存在来源于发行人的客户或供应商的情况。根据中介机构对黄嘉眉、罗相春的访谈结果，双方对该借款事宜不存在争议或纠纷，对黄嘉眉真实持有发行人股份的状况不存在异议，双方不存在一致行动关系，黄嘉眉亦不存在与发行人或实际控制人之间存在对赌协议、代持协议、委托持股或其他利益安排。

## 二、申报会计师核查情况

### 1、申报会计师核查程序

针对以上事项，申报会计师实施的主要核查程序包括（但不限于）：

（1）查阅先河投资的营业执照、全套工商登记资料、合伙协议、员工持股协议、补充协议，了解员工持股平台的人员构成及确定标准、人员任职情况、变动情况、管理模式、决策程序、存续期及期满后所持有股份的处置办法和损益分配办法、离职后的股份处理、变更和终止的情形；确认是否存在与股权所有权或收益权相关限制性条件，访谈相关人员，了解是否存在服务期；

（2）核查发行人报告期股份支付的确认条件、授予日及其确认依据、股份支付费用的公允价值及确认方法等，并对股份支付计算过程进行了复核，确认股

份支付计量的准确性，相关会计处理是否符合《企业会计准则第 11 号—股份支付》及其他相关规定。

(3) 查阅了黄嘉眉、王莹、林浙南入股协议及出资前后三个月的银行流水，获取了王莹、林浙南简历并了解了其向发行人提供的战略咨询服务主要内容；在全国企业信用信息公示系统以及企查查、天眼查等第三方工商信息查询网站对发行人股东基本情况进行检索查询；访谈黄嘉眉、王莹、林浙南了解了其出资来源、与发行人及实际控制人的关联关系、是否存在对赌等特殊安排。

## 2、申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为：

(1) 发行人的员工股权激励未设置服务期条款及上市前离职限制条款，发行人报告期股份支付会计处理符合《企业会计准则》的规定，股份支付确认准确、完整。

(2) 黄嘉眉入股价格系交易的双方按公平原则自愿达成的公允价格。王莹、林浙南及先河投资股份支付的公允价值系根据按公平原则自愿交易的各方最近达成的入股价格确定，公允价值的确定依据合理。黄嘉眉入股不存在发行人向其换取商业服务或机会的情形，不适用股份支付的相关规定，发行人会计处理符合企业会计准则规定。王莹和林浙南担任战略顾问，通过其拥有的专业知识和行业经验为发行人提供咨询服务，属于股份支付对象，进行股份支付处理合理。王莹、林浙南及黄嘉眉等人均以自有或自筹资金入股发行人，非发行人的客户或供应商，与发行人、实际控制人之间不存在业务或资金往来，与发行人或实际控制人之间不存在对赌协议、代持协议、委托持股或其他利益安排。

## 第六题、“关于营业收入”

申请文件显示：

(1) 发行人销售的产品来源分为自产与外购，报告期内外购产品销售金额分别为 6,225.73 万元、10,145.94 万元、20,919.47 万元和 13,081.68 万元，占主营业务收入比重由 15.08% 提升至 35.64%，发行人未披露外购产品具体情况。发行人外购产品通过线上和线下方式进行销售。

(2) 报告期各期发行人其他业务收入金额为 560.15 万元、470.94 万元、2,611.01 万元和 381.52 万元，主要为口罩贸易、废料和模具销售收入。口罩贸易业务 2020 年增长较多，2021 年上半年停止。

(3) 2020 年发行人切割工具收入上升较多，主要原因系客户对中高端产品需求增加及公司推出新产品价格较高等。2019 年、2020 年打磨工具收入增加，主要系大客户对新产品需求增加及新产品价格较高所致。

(4) 发行人钻孔工具主要为销售外购产品，自产产品销量 2018-2020 年间较为稳定。2019 年、2020 年发行人钻孔工具销售收入增加原因主要为 2019 年加强新款冲击钻产品开发和销售推广力度，报告期内公司持续开发和推广直流电动工具、2020 年直流钻孔紧固工具销量显著增长所致。

(5) 发行人配件及其他工具中，因锂电工具销售持续增长、电池包销量随之增长，2020 年起因市场需求变化原因其他工具销售金额大幅增长。

(6) 2018-2020 年，发行人第四季度销售收入占比分别为 31.18%、26.87% 和 31.30%，2018 年和 2020 年第四季度收入占比较高。发行人境外收入占比较高，报告期内欧洲地区销售占比持续提升。

(7) 发行人披露了内外销各种模式下收入确认时点，但未说明确认收入的具体依据。对于网络直营销售，发行人于商品发出且客户签收时确认收入。

请发行人：

(1) 说明报告期各期外购产品具体类型、销售数量、单价、毛利率、主要客户等情况，如前述因素存在较大变化，请进一步解释变化原因及合理性。

(2) 说明其他业务收入各类型的销售金额，结合报告期内产量情况、废料产生情况、废料销售价格变动等分析废料销售与产量匹配关系；口罩贸易业务报告期内贡献毛利情况，是否计入经常性损益及依据。

(3) 说明 2020 年对切割工具需求增加较大及中高端产品需求增加的客户及对应销售情况，结合下游客户及市场对切割工具需求变化原因、发行人供应份额变化等说明 2020 年切割工具销售金额增加较大的原因，与下游市场需求是否匹配。

(4) 说明发行人不同类型产品的新产品研发时间、研发周期、报告期内量产时间及销售情况；量化分析报告期内切割工具中高端产品销量变化、新产品销量变化对切割工具、打磨工具等产品价格的影响情况。



(5) 说明钻孔工具较多为外购产品销售的原因，发行人自产产品与外购产品在型号、功能等方面的差异；按照自产、外购说明报告期内钻孔工具销量及销售金额增加来源，如主要源于外购产品，请进一步说明发行人推广相关产品的原因、具体推广方式和推广效果，相关产品毛利情况。

(6) 说明报告期内电池包销量与锂电池工具的匹配关系，因下游客户需求影响吸尘器、空压机、清洗机等其他家用工具热销的原因、相关产品的主要客户情况，其他家用工具增长是否具有可持续性及其原因。

(7) 说明报告期内第四季度销售收入占比较高且第四季度销售占比存在较大波动的具体原因及合理性，发行人收入确认时点是否准确。

(8) 说明报告期内欧洲地区销售占比持续提升的原因、对应客户情况、销售内容；发行人其他外销地区贸易政策情况，是否存在贸易摩擦或关税上升风险。

(9) 结合产品运输、验收、结算、退换货等程序及典型合同条款，分线上线下不同销售模式说明发行人确认收入的具体时点及依据的单据，与同行业可比公司是否一致。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对报告期各期发行人收入的核查程序，包括但不限于发函和回函情况、函证样本的选择方法、收入的截止性测试核查方法、核查证据及核查结论。

## 一、发行人回复

(一) 说明报告期各期外购产品具体类型、销售数量、单价、毛利率、主要客户等情况，如前述因素存在较大变化，请进一步解释变化原因及合理性。

### 1、外购产品具体类型、销售数量、单价、毛利率情况

报告期各期，发行人外购产品具体情况如下：

项目		2022 年度	2021 年度	2020 年度
		金额/数量	金额/数量	金额/数量
外购切割 工具	销售额（万元）	4,871.21	6,467.32	5,092.26
	销量（万台）	31.17	42.59	38.60
	平均售价（元/台）	156.28	151.84	131.93
	毛利率	25.97%	20.69%	19.38%
外购打磨 工具	销售额（万元）	6,134.43	6,104.25	5,664.20
	销量（万台）	44.88	49.30	45.77
	平均售价（元/台）	136.69	123.83	123.74
	毛利率	13.78%	12.36%	12.22%
外购钻孔紧固工具	销售额（万元）	5,072.53	7,308.20	5,851.40

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度	
	金额/数量	金额/数量	金额/数量	
销量（万台）	33.00	54.46	44.38	
平均售价（元/台）	153.70	134.20	131.85	
毛利率	20.65%	15.92%	21.41%	
外购其他	销售额（万元）	5,481.80	7,239.70	4,311.61
工具及配件	销量（万台）	39.74	45.92	36.84
	平均售价（元/台）	137.93	157.67	117.02
	毛利率	25.07%	15.09%	28.20%

报告期内，发行人通过外购整机方式丰富产品布局，各类外购产品变动情况如下：

①外购切割工具中，交流迷你锯、曲线锯以及各类有刷锯类产品销量在 2021 年上升，带动外购切割工具销量增长。上述产品结构优化提升了外购切割工具平均单价，并带动 2021 年外购切割工具毛利率增长。2022 年度，外购切割工具销售额为 4,871.21 万元，较 2021 年度有所下降，主要系定制外购类切割工具销量下降所致。外购切割工具毛利率上升 5.28%，主要系毛利率较高的线上产品销售占比提高所致。

②外购打磨工具中，多个定制外购的角向磨光机项目自 2018 年起逐步量产供货，提升了外购打磨工具销量；另外 2020 年发行人新增一款砂带机的贸易销售产品，该产品的单价高、销量大，因此当年打磨工具销量显著增加，平均单价也有所增长。2020 年，毛利率较低的贸易外购打磨工具销量增长，导致外购打磨工具毛利率由 14.77% 下降至 12.22%。2022 年度，主要受汇率影响，外购打磨工具单价上升，带动外购打磨工具销售额同比增长。

③外购钻孔紧固工具中，2021 年外购钻孔紧固工具销量增长约 10 万台，主要来自交流工具增长，产品结构变化以及美元汇率变动导致 2021 年毛利率有所下滑。2022 年度，外购钻孔紧固工具销售额 5,072.53 万元。产品销量降至 33 万台，主要系定制及贸易外购的冲击钻及电钻产品下降。受美元兑人民币升值影响，外购钻孔紧固工具毛利率回升至 20.65%。

④外购其他工具及配件自 2020 年开始贸易销售大幅增长，售价较高的清洗机等产品销量占比提升带动了平均单价上涨。2021 年，外购其他工具及配件毛利率自 2020 年开始呈下滑趋势，主要是由于外购的清洗机、空压机和吸尘器等贸易产品收入占比提升，上述产品毛利率较低所致。2022 年，外购其他工具及配件销售额降至 5,481.80 万元，主要系公司对 Varo 销售的高压清洗机等贸易外购产品下降幅度较大。受美元兑人民币升值影响，外购其他工具及配件毛利率回升至 25.07%。

## 2、外购产品主要客户情况

报告期各期，发行人及子公司外购产品主要客户情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度		
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	
1、线上销售	4,205.70	19.51%	4,249.23	15.67%	3,799.68	18.16%	
2、线下销售	Harbor Freight Tools	8,246.00	38.25%	8,155.84	30.07%	8,477.75	40.53%
	Varo-Vic.Van	2,703.81	12.54%	7,323.47	27.00%	3,721.47	17.79%
	Rompuy nv	60.23	0.28%	908.59	3.35%	1,227.91	5.87%
	深圳傲科海科技有限公司	6,344.23	29.43%	6,482.35	23.90%	3,692.66	17.65%
其他客户							
合计	21,559.97	100.00%	27,119.47	100.00%	20,919.47	100.00%	

报告期内，发行人外购产品销售通过线上和线下两种模式进行。其中，线上模式主要是通过亚马逊平台销售给消费者。报告期内，外购产品的线下客户主要包括 Harbor Freight Tools、Varo-Vic.Van Rompuy nv 和深圳傲科海，发行人对上述三家客户的外购产品销售合计占比在 50% 以上。外购产品的其他线下客户数量较多，主要包括百得、汉斯安海和 Richpower 等品牌商客户和少量贸易商客户。2022 年，因深圳傲科海科技有限公司亚马逊业务受限，公司外购产品对其销售额大幅下降；公司与其他重要客户合作关系良好，业务持续性良好。

(二) 说明其他业务收入各类型的销售金额，结合报告期内产量情况、废料产生情况、废料销售价格变动等分析废料销售与产量匹配关系；口罩贸易业务报告期内贡献毛利情况，是否计入经常性损益及依据。

### 1、其他业务收入各类型的销售金额

报告期各期，发行人其他业务收入各类型的销售金额情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
废料收入	432.20	825.66	412.15
其中：硅钢片废料收入	328.29	642.59	356.67
其他废料收入	103.91	183.08	55.48
口罩贸易收入	-	-	2,132.98
模具收入	379.62	-	64.61
其他	-	-	1.27
合计	811.82	825.66	2,611.01

公司其他业务收入主要包括口罩贸易、废料和模具销售收入。

### 2、结合报告期内产量情况、废料产生情况、废料销售价格变动等分析废料销售与产量匹配关系

#### 1、废料产生、销售情况

公司产品在生产过程中主要废料包含硅钢片废料、漆包线废料等。其中硅钢片废料主要系硅钢片冲压形成定子铁芯和转子铁芯的生产过程中产生。公司废料销售主要为废硅钢，报告期内，废钢销售具体情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
废钢销售额（万元）（不含税）	328.29	642.59	356.67
销售废钢重量（吨）	1,285.61	2,352.34	1,757.64
平均单价（元/吨）	2,553.58	2,731.69	2,029.28

发行人的废钢销售价格主要参考“上海有色金属网”上的公开报价。2021年和2022年，发行人废钢销售平均单价2,731.69元/吨和2,553.58元/吨，相比2020年价格增长较大，主要系废钢市场价格波动所致。

#### 2、废钢销售与产量匹配关系

报告期各期，发行人废钢销售重量与产量匹配关系如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
废钢销售重量（吨）（A）	1,285.61	2,352.34	1,757.64
总产量（万台）（B）	211.75	419.47	332.38
匹配关系（千克/台）（A/B/10）	0.61	0.56	0.53

报告期内，废钢销售重量与产品产量的比例基本保持稳定，两者存在匹配关系。

2020 年，废钢销售重量与产品产量比例为 0.53 千克/台，相比其他各期稍低，主要是因为当年公司调整废料结算模式。2020 年 1-5 月，公司废钢在产生当月即完成销售，2020 年 6 月，公司更换废料收购商，当月废料由废料收购商下月统一装车、过磅、回收处理，下月确认废料销售收入。因此 2020 年 6 月当月没有实现废料收入，2020 年全年确认 11 个月废钢收入，相比其他年度少 1 个月，导致 2020 年废钢销售量没有随产量上升而增加。以 2020 年 1-11 月的产品产量 303.05 万台进行计算，2020 年每台电动工具对应的废钢销售重量约  $1,757.64 \div 303.05 \div 10 = 0.58$  千克/台，与报告期其他各期基本一致。2022 年度，废钢销售重量与产品产量比例较高，主要系公司 2021 年 12 月产生的废钢在 2022 年 1 月结算。如采用 2022 年 1-12 月产生的废钢重量和产量相比较，则 2022 年每台电动工具对应的废钢销售重量约  $1,175.88 \div 211.75 \div 10 = 0.56$  千克/台，与报告期其他各期基本一致。

### 3、口罩贸易业务报告期内贡献毛利情况，是否计入经常性损益及依据

报告期各期，口罩贸易业务收入、成本与毛利情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
口罩贸易收入	-	-	2,132.98
口罩贸易成本	-	-	1,757.65
口罩贸易毛利	-	-	375.33

2020 年全世界都对口罩有大量的需求，公司开展了口罩贸易出口业务。公司口罩销售利用电动工具业务的原有销售渠道，根据客户需求从境内采购口罩，经过海关报关审核通过后向境外出口。2020 年度公司口罩业务收入 2,132.98 万元，成本 1,757.65 万元，贡献毛利 375.33 万元。

发行人口罩贸易业务通过全资子公司星河科技开展。星河科技的主营业务之一是电动工具贸易业务，星河科技的电动工具贸易客户存在口罩需求，故开展相关业务；同时公司在营业执照营业范围中包含了口罩销售。因此，发行人新增口罩贸易业务系发行人根据市场需求情况拓展的正常经营业务，与主营业务相关，属于经常性损益。

通过查询其他上市公司的公开披露信息，将新增口罩业务收入认定为经常性损益的部分上市公司情况列举如下：

公司名称	新增口罩业务情况	所属行业	是否将口罩业务收入认定为经常性损益
彩虹集团 (003023)	招股说明书披露：公司积极响应成都市政府部门的号召，拓展了口罩业务，取得较好的市场效益。2020年1-6月份实现口罩业务收入2,683.23万元。	电气机械和器材制造业	是
格林精密 (300968)	年报披露：2020年一季度公司管理层积极响应政府号召，引入口罩生产业务。	计算机、通信和其他电子设备制造业	是
元琛科技 (688659)	招股说明书披露：公司利用自身在过滤材料上的生产技术优势，设备购置、改造、安装和调试，形成“熔喷布生产线+纳米级PTFE覆膜材料生产线+口罩/防护服生产线”的批量生产。2020年1-6月实现收入7,740.05万元，2020年度预计收入为9,300-9,900万元。	专用设备制造业	是
万事利 (301066)	招股说明书披露：2020年度，公司响应政府号召，积极转产口罩业务并实现收入17,525.24万元，口罩业务产生的营业收入与净利润占公司当期营业收入与净利润的比重分别为23.82%和27.89%。	纺织服装、服饰业	是

(三) 说明 2020 年对切割工具需求增加较大及中高端产品需求增加的客户及对应销售情况，结合下游客户及市场对切割工具需求变化原因、发行人供应份额变化等说明 2020 年切割工具销售金额增加较大的原因，与下游市场需求是否匹配。

**1、2020 年对切割工具需求增加较大及中高端产品需求增加的客户及对应销售情况**

1、2020 年对切割工具需求增加较大的客户及对应销售情况

2020 年，对切割工具需求增加较大的客户及对应销售情况如下：

客户	2020 年度		2019 年度		销售产品
	销售额 (万元)	销量 (万台)	销售额 (万元)	销量 (万台)	
BOSCH	5,703.18	34.31	2,490.11	13.82	切割工具：电圆锯、云石机
ADEO	3,356.81	31.80	329.11	3.11	切割工具：电圆锯、曲线锯、往复锯
合计	9,060.00	66.11	2,819.22	16.92	

2020 年，发行人向 BOSCH 和 ADEO 共计销售切割工具 66.11 万台，相比 2019 年增加 49.19 万台。

2、2020 年对中高端产品需求增加的客户及对应销售情况

2020 年，销量增长较多的主要 5 款中高端品牌切割工具销售情况如下：

单位：万台

产品名称	2020 年销量	2019 年销量	客户	品牌
电圆锯 76333	18.19	9.03	BOSCH	Bosch
电圆锯 76326L	12.40	7.41	Harbor Freight Tools	Chicago
往复锯 77208	11.18	6.97	Black Decker	CRAFTSMAN
电圆锯 76323	8.53	3.53	BOSCH	SKIL
电圆锯 76332	8.29	2.48	ADEO	DEXTER

**2、结合下游客户及市场对切割工具需求变化原因、发行人供应份额变化等说明 2020 年切割工具销售金额增加较大的原因，与下游市场需求是否匹配**

1、产品认可度不断提升，优质客户粘性较强

发行人在与世界知名品牌商和连锁商超长期合作过程中，能够及时获取相关产品换代升级、消费者偏好变化等市场信息，凭借自身较强研发设计和生产能力，及时开发出适应市场的新产品，从而带来订单量不断增长；新产品投入市场并取得终端消费者认可后，品牌商和连锁商超为保证产品品质稳定性，根据下游客户需求会持续向公司进行采购，带来公司订单量持续增长；公司研发设计能力、生产工艺水平、售后服务等不断提高，能够为客户研发设计出更多品类符合品牌客户要求的产品，从而与客户实现合作共赢、增强客户粘性，带来公司订单量的增长。

以博世的电圆锯 76333 产品为例，发行人于 2017 年对博世电圆锯 76333 产品项目研发立项，2018 年 5 月开始量产出货，发行人为博世该款电圆锯产品的独家供应商。电圆锯 76333 产品为博世主推的手持式电圆锯产品之一，外观精致小巧，性能高效，性价比高。在 2018 年博世推出该产品后，受到消费者好评，口碑不断提升，产品销售区域逐步拓展至全球。随着终端消费者对该款产品的需求量不断提升，公司电圆锯 76333 产品对博世的出货量也保持增长，2020 年销量增长至 18.19 万台，相比 2019 年增长 101.46%。

发行人与欧洲著名连锁商超安达屋（Groupe Adeo）于 2018 年开始进行项目开发，包括电圆锯、曲线锯和往复锯等多个型号项目，发行人为上述项目的独家供应商。2019 年底，发行人开始批量供货，客户认可度较高，2020 年出货量增长较多。

## 2、发行人海外市场需求变动的影响

2020 年 3 月，欧美地区经历较长时间的居家生活，人们热衷于从家居建材用品零售商购买半成品及工具，在家自己组装的 DIY 生活方式，居家隔离使居民做更多手工和维修。同时，在居家期间，欧美地区提供房屋翻修、汽车修配服务的专业工匠人数减少，人工成本进一步提高，发达国家的居民尽量避免聘请收费较高的专业工匠和专业修理修配公司，欧美家庭倾向于做更多手工和维修，增加了对家庭住宅维修维护的家用工具类产品购置需求。

根据博世 2020 年年报：“2020 年，消费者行为发生改变，因此电动工具业务需求显著增长。”2020 年，博世电动工具业务在欧洲地区销售增长 13%，在拉丁美洲地区销售增长 31%，在北美地区销售增长 10%。

（<https://www.bosch-presse.de/pressportal/de/en/high-demand-meets-a-strong-brand-bosch-power-tools-achieves-sales-record-225984.html>）



发行人主要生产销售 DIY 型家用级电动工具，并以切割类为主打产品，因此消费者行为发生改变提升了海外市场对发行人的电圆锯、往复锯和曲线锯等各种家用切割工具。

综上，发行人产品认可度不断提升，优质客户粘性较强，为发行人带来订单量增长，同时 2020 年海外消费者行为发生改变提升了发行人海外市场需求，因此 2020 年切割工具销售增长较大。

**（四）说明发行人不同类型产品的新产品研发时间、研发周期、报告期内量产时间及销售情况；量化分析报告期内切割工具中高端产品销量变化、新产品销量变化对切割工具、打磨工具等产品价格的影响情况。**

**1、不同类型产品的新产品研发时间、研发周期、报告期内量产时间及销售情况**

报告期内，公司开发各类型号的新产品数量较多，下表列举部分新产品的研发时间、研发周期、量产时间和销量情况：

产品类别	产品名称	研发立项时间	研发周期（月）	开发完成时间	量产时间	销售额（万元）		
						2022年	2021年	2020年
切割工具	往复锯 77211	2018年1月	12	2018年12月	2019年3月	1,475.57	973.85	1,050.62
	电圆锯 76209	2018年10月	6	2019年3月	2019年3月	131.79	174.60	205.65
	往复锯 77209	2018年2月	12	2019年1月	2019年3月	142.03	192.60	167.32
	曲线锯 78206	2019年3月	6	2019年8月	2019年9月	606.82	445.71	899.05
	迷你锯 76603	2018年3月	6	2018年8月	2018年9月	27.72	308.81	128.30
打磨工具	抛光机 67110	2018年1月	12	2018年12月	2019年5月	1,071.80	777.35	771.32
	抛光机 67111	2018年4月	12	2019年3月	2020年6月	1,136.54	1,590.70	362.23
钻孔紧固	电扳手 56504	2018年6月	12	2018年5月	2019年7月	109.32	99.17	136.55
工具	无刷双速冲击钻 95701	2018年11月	9	2019年7月	2019年12月	91.34	99.62	50.07

发行人各类电动工具产品的研发周期一般在半年至一年左右，在开发完成并接到客户订单后量产。

## 2、切割工具产品价格变动分析

报告期各期，切割工具销量和单价变化情况如下：

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额/数量	增幅	金额/数量	增幅	金额/数量
销售额（万元）	33,757.26	-25.58%	45,360.18	15.21%	39,370.61
销量（万台）	202.90	-34.79%	311.17	12.63%	276.27
平均售价（元/台）	166.37	14.13%	145.77	2.29%	142.51

切割工具 2020 年平均售价为 142.51 元/台，较上年上升 7.09%，主要系产品结构优化所致，包括多款中高端品牌切割工具销量增长较多，以及不断推出新款切割工具。2022 年，切割工具平均售价上升至 166.37 元/台，主要由于单价较高的新款和中高端切割工具销售占比提高所致。

### 1、中高端产品销量变化对切割工具单价影响

发行人切割工具的中高端型号较多，以下列举报告期内主要的 10 种中高端产品，销量和单价情况如下：

单位：万台、元

产品名称	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	销量	占切割工具销量比重	单价	销量	占切割工具销量比重	单价	销量	占切割工具销量比重	单价
电圆锯 76333	20.01	9.86%	203.41	29.20	9.38%	191.71	18.19	6.58%	185.56
电圆锯 76326L	5.95	2.93%	161.97	7.28	2.34%	150.33	12.40	4.49%	156.07
往复锯 77208	7.02	3.46%	182.76	8.28	2.66%	166.95	11.18	4.05%	170.64
电圆锯 76323	3.47	1.71%	179.15	8.04	2.58%	172.51	8.53	3.09%	167.82
电圆锯 76301	3.94	1.94%	198.68	5.06	1.63%	189.35	6.04	2.18%	181.25
电圆锯 766H	3.63	1.79%	206.59	3.75	1.20%	193.78	4.64	1.68%	194.24
电圆锯 76332	8.19	4.04%	159.85	10.19	3.28%	147.92	8.29	3.00%	146.21
往复锯 77202	5.07	2.50%	167.89	5.29	1.70%	158.29	4.97	1.80%	160.38
往复锯 77207	6.03	2.97%	151.55	7.12	2.29%	141.71	5.25	1.90%	146.83
电圆锯 76334	0.98	0.48%	206.18	1.05	0.34%	204.62	2.87	1.04%	187.47
合计	64.30	31.69%	182.73	85.27	27.40%	172.59	82.35	29.81%	169.55

2020年，上述中高端产品的平均单价约为170元，显著高于切割工具整体平均单价。2021年，上述中高端切割工具销量较2020年增长较少，2021年切割工具整体平均单价较2020年提升2.29%。2022年，中高端切割工具单价上涨，销售占比上升至31.69%，提升了切割工具的平均单价。

## 2、新产品销量变化对切割工具单价影响

发行人报告期内推出的新款切割工具产品型号众多，以下列举报告期内主要的10种新款切割工具，销量和单价情况如下：

单位：万台、元

产品名称	2022年度			2021年度			2020年度		
	销量	占切割工具销量比重	单价	销量	占切割工具销量比重	单价	销量	占切割工具销量比重	单价
往复锯 77211	7.87	3.88%	187.39	5.55	1.78%	175.46	5.90	2.14%	178.12
曲线锯 78206	5.24	2.58%	115.79	4.08	1.31%	109.18	8.61	3.12%	104.44
电圆锯 76335	0.05	0.02%	228.65	2.05	0.66%	220.83	1.44	0.52%	218.11
20V 有刷往复锯 97705	0.54	0.27%	349.09	0.55	0.18%	356.64	0.46	0.17%	402.62
往复锯 77209	0.70	0.34%	202.96	1.03	0.33%	186.59	0.86	0.31%	193.92
20V 有刷迷你电圆锯 97630	0.55	0.27%	426.93	0.51	0.17%	421.13	0.37	0.13%	453.43
电圆锯 766VL	0.04	0.02%	181.42	0.46	0.15%	182.75	0.75	0.27%	214.90
电圆锯 76321L	0.32	0.16%	289.42	0.59	0.19%	312.76	0.49	0.18%	300.72
直流迷你锯 97629	1.71	0.84%	192.80	2.62	0.84%	183.96	0.70	0.25%	181.95
电圆锯 76209	0.86	0.42%	153.53	1.20	0.39%	145.59	1.38	0.50%	149.53
合计	17.88	8.81%	180.15	18.65	5.99%	182.50	20.94	7.58%	163.39

由上表可知，上述10款新切割工具在2020年陆续开始销售，2020年销量20.94万台，销量占比为7.58%。2020年，上述新产品的平均单价约为163元，高于切割工具整体平均单价。2021年，上述新切割工具销量较2020年略有下降，对当年切割工具单价变动影响不大。2022年，上述10款新切割工具销售占比上升至8.81%，提升了切割工具的总体平均单价。

### 3、打磨工具产品价格变动分析

报告期各期，打磨工具销量和单价变化情况如下：

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额/数量	增幅	金额/数量	增幅	金额/数量
销售额（万元）	12,310.35	-25.45%	16,512.08	17.49%	14,054.31
销量（万台）	100.44	-41.70%	172.27	24.92%	137.91
平均售价（元/台）	122.56	27.87%	95.85	-5.95%	101.91

打磨工具 2020 年平均售价为 101.91 元/台，较上年上升 10.18%，主要是由于多个型号的新款角磨机、砂带机等打磨工具产品在 2020 年获得客户采购订单量增加。2021 年，促销款低端型号的角磨机销售占比提升，其售价相对较低，且当年美元兑人民币平均汇率相比上年有所下降，导致 2021 年打磨工具平均售价有所下滑。2022 年，打磨工具平均售价为 122.56 元/台，相比 2021 年上升 27.87%，主要系汇率波动和新款打磨工具销售占比提升所致。

报告期内，打磨工具主要的 5 款新产品销量和单价变化情况如下：

单位：万台、元

产品名称	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	销量	占打磨工具销量比重	单价	销量	占打磨工具销量比重	单价	销量	占打磨工具销量比重	单价
抛光机 67110	7.88	7.76%	135.95	6.18	3.59%	125.78	5.80	4.20%	133.01
角磨 66231	7.26	7.14%	138.40	5.00	2.90%	125.48	5.92	4.29%	129.70
角磨 66223A	12.19	12.00%	100.59	9.84	5.71%	93.21	7.62	5.53%	93.59
砂带机 67108	1.33	1.30%	300.00	2.41	1.40%	275.48	2.23	1.62%	284.21
砂带机 S1T-SW26-76	5.12	5.04%	123.01	6.44	3.74%	117.76	11.33	8.22%	122.78
合计	33.78	33.25%	128.19	29.87	17.34%	125.34	32.90	23.86%	130.01

由上表可知，上述 5 款打磨工具新产品在 2020 年陆续量产销售，2020 年销量 32.90 万台，销量占比 23.86%。2020 年，上述新产品平均单价约为 130 元，显著高于打磨工具整体平均单价，对当年打磨工具单价有提升作用。2021 年，上述新产品销量略有下降，对当年打磨工具整体销售单价影响较小。2022 年，上述新产品销售占比上升至 33.25%，提升了打磨工具的平均单价。

(五) 说明钻孔工具较多为外购产品销售的原因，发行人自产产品与外购产品在型号、功能等方面的差异；按照自产、外购说明报告期内钻孔工具销量及销售金额增加来源，如主要源于外购产品，请进一步说明发行人推广相关产品的原因、具体推广方式和推广效果，相关产品毛利情况。

**1、说明钻孔工具较多为外购产品销售的原因，发行人自产产品与外购产品在型号、功能等方面的差异**

发行人电动工具产品以切割工具、打磨工具为主，电圆锯、往复锯、曲线锯等为其主打优势产品；同时为丰富产品线满足客户需求，发行人逐步布局并拓展了钻孔紧固工具业务。

对于钻孔紧固工具，发行人自产产品以高端直流无刷产品为主，自产产品中仅有 1 款交流产品，为 Harbor Freight Tools 专供电扳手；而交流以及中低端直流钻孔类工具的市场竞争激烈，产品附加值低，因此发行人不生产而是对外采购整机。

发行人自产产品与外购产品在型号、功能等方面的差异如下：

分类	直流	交流
自产	高端直流无刷产品	交流电扳手（仅一个 Harbor Freight Tools 专款型号）
外购	中低端直流产品	多种型号交流产品

**2、按照自产、外购说明报告期内钻孔工具销量及销售金额增加来源，如主要源于外购产品，请进一步说明发行人推广相关产品的原因、具体推广方式和推广效果，相关产品毛利情况**

**1、钻孔工具销量及销售金额增加来源**

报告期各期，钻孔紧固工具按自产与外购，并区分直流、交流，销售情况如下：

单位：万元、万台

钻孔紧固工具		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		销售额	销量	销售额	销量	销售额	销量
自产	直流	597.15	1.98	938.70	3.83	448.59	1.59
	交流	634.33	4.39	645.48	4.64	419.79	2.67
外购	直流	1,498.48	6.91	1,894.97	8.84	1,703.56	8.90
	交流	3,574.05	26.10	5,413.23	45.62	4,147.84	35.48
合计		6,304.01	39.37	8,892.38	62.92	6,719.79	48.64

2021年，钻孔紧固工具的销售增长主要来源于外购产品。外购产品中，直流与交流类钻孔紧固工具的销售额都呈现上升趋势。

2、推广外购钻孔类产品的原因、具体推广方式和推广效果，相关产品毛利情况

公司的外购产品可分为定制模式以及贸易模式。其中，定制模式系公司自主研发设计，委托其他OEM厂商进行生产；贸易模式系公司不参与产品研发设计，向供应商采购整机并转售，进行贸易业务。公司的外购钻孔紧固类产品主要为定制模式。

(1) 推广外购钻孔紧固类工具的原因

① 开拓客户的重要途径

钻孔紧固工具是电动工具系列里不可或缺的产品，终端消费者需求大，电动工具厂商通常会选择通过钻类工具产品来引流客户资源。发行人以切割和打磨工具为主打优势产品，对于钻孔类产品不具备明显竞争优势，因此，发行人通过外购的方式来丰富产品布局，满足客户对相关产品的需求。

② 依托电池包平台增强客户粘性、推广直流系列产品

此外，发行人着力于研发推广直流电动工具，而钻类工具是基础电动工具，受众范围较广，发行人选择通过钻类工具打开直流产品市场，并增加客户粘性。目前，发行人已开发打造了12V和20V等多个电池包平台，鉴于同一平台上单个电池包可以支持多款设备，消费者在购买公司产品后，可实现电池包在不同产品之间的互通互用，消费者使用成本显著降低，客户粘性和复购可能性得以大幅增强。因此，发行人通过开发多个电池包平台，并以直流钻类工具为切入点，推广直流工具系列产品。

(2) 推广方式和推广效果

对于线上客户，发行人通过市场调研，获取线上用户需求的产品类别、功能、关键参数等，再从整机供应商体系中选取适应要求的产品，在亚马逊平台销售。对于线下客户，发行人通过沟通了解客户产品线规划变化，抓取客户产品系列完善需求或产品迭代需求，积极推荐新品给客户。

(3) 外购钻孔类工具毛利率情况

报告期各期，外购钻孔紧固工具毛利率分别为21.41%、15.92%和20.65%。随着钻类产品推广力度加大、直流系列占比提升，2020年外购钻孔紧固类工具毛利率呈上升趋势，2021年受产品结构变化以及美元汇率变动影响，毛利率下滑。2022年，受美元兑人民币升值影响，外购钻孔紧固工具毛利率回升。

(六) 说明报告期内电池包销量与锂电池工具的匹配关系，因下游客户需求变化影响吸尘器、空压机、清洗机等其他家用工具热销的原因、相关产品的主要客户情况，其他家用工具增长是否具有可持续性及其原因。

### 1、电池包销量与锂电池工具的匹配关系

报告期内，公司电池包和锂电工具销量情况如下：

单位：万元、万台

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	销售额	销量	销售额	销量	销售额	销量
电池包	1,059.85	9.55	1,117.87	12.51	1,111.18	10.22
锂电工具	6,115.27	23.46	6,307.18	27.12	4,525.57	19.82

报告期内，发行人大力开拓直流电动工具业务，2021 年度电池包与锂电工具销量都处于增长趋势。2022 年度，电池包与锂电工具销量小幅下降。

电池包销量与锂电池工具不存在明确的匹配关系。主要系：

(1) 从锂电工具角度分析，①部分客户有特定的电池包采购平台，仅向发行人采购不含电池包的锂电工具；②发行人锂电工具电池包为通用款，存在 2 台机器配置 1 个电池包或 1 台机器配置 2 个电池包的情形，电池包销量和锂电池工具不存在明确的匹配关系。

(2) 从电池包角度分析，发行人存在较多单独销售电池包的情形，如：①部分客户单独购买电池包搭配其自身锂电产品系列；②消费者有更换电池的需求，客户备货相应电池包用于售后；③发行人直接在线上平台单独销售电池包。

综上，电池包销量与锂电池工具不存在明确的匹配关系，但整体销量变动趋势一致。

### 2、因下游客户需求变化影响吸尘器、空压机、清洗机等其他家用工具热销的原因、相关产品的主要客户情况，其他家用工具增长是否具有可持续性及其原因

#### 1、其他家用工具热销的原因

由于海外消费者居家时间有所增加，DIY 生活需求显著增加。在居家期间，欧美地区提供房屋翻修、汽车汽配服务的专业工匠人数减少，人工成本进一步提



高。发达国家的居民尽量避免聘请收费较高的专业工匠和专业修理汽配公司，欧美家庭倾向于做更多手工和维修，增加了对家庭住宅维修维护的家用工具类产品购置需求，如购买吸尘器用于室内清洁，购买清洗机用于洗车和庭院清洗等，购买空压机用于家庭装修。

## 2、其他家用工具主要客户情况

报告期内，Varo-Vic. Van Rompuy nv 为发行人其他工具的主要客户，具体销售情况如下：

单位：万元

项目		2022 年度	2021 年度	2020 年度
向 Varo 销售	高压清洗机	622.88	2,442.42	372.74
	打磨机	302.05	621.02	230.58
	空压机	266.11	531.26	276.66
	电镐	-	295.91	-
	吸尘器	188.07	166.96	535.31
	搅拌器	121.81	185.80	99.30
	其他	144.98	290.44	66.12
小计		1,645.91	4,533.81	1,580.71
发行人其他家用工具总计		3,569.33	5,824.18	2,300.52
占比		46.11%	77.84%	68.71%

自 2020 年开始，发行人向 Varo-Vic. Van Rompuy nv 销售高压清洗机、打磨机、空压机、电镐和吸尘器等其他工具产品，2020 年、2021 年和 2022 年销售金额分别为 1,580.71 万元、4,533.81 万元和 1,645.91 元。2022 年，公司向 Varo-Vic. Van Rompuy nv 销售的高压清洗机等贸易外购产品销售收入下降。

## 3、其他家用工具增长的可持续性

欧美等发达国家和地区人均收入较高，消费能力较强，经过多年的发展已经形成清洗机、空压机、吸尘器等家用工具成熟市场，产品普及率较高。以中国为代表的新兴市场，随着经济的快速发展，人民生活水平的日益提高，城镇化的进一步推进和消费观念的转变，人们对居住环境和生活品质要求不断提高，对上述产品的需求将会不断增加，后续发展空间广阔。

2020 年公司开始通过贸易方式加大其他家用工具业务的推广销售力度，丰富了自身工具产品布局。为应对市场需求放缓，公司通过线上销售积极拓宽其他

家用工具销售渠道，其他家用工具线上销售收入取得增长，销售占比提升，具体如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
其他家用工具-线上收入	1,464.20	818.47	370.14
销售占比	41.02%	14.05%	16.09%

(七) 说明报告期内第四季度销售收入占比较高且第四季度销售占比存在较大波动的具体原因及合理性，发行人收入确认时点是否准确。

### 1、第四季度销售收入占比较高且存在波动的原因及合理性

报告期内，发行人分季度销售收入的具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	16,487.72	27.95%	15,132.00	18.98%	9,200.13	14.01%
第二季度	13,662.04	23.16%	21,572.42	27.05%	17,097.12	26.04%
第三季度	14,571.02	24.70%	19,329.87	24.24%	18,802.03	28.64%
第四季度	14,261.29	24.18%	23,704.49	29.73%	20,550.63	31.30%
主营业务收入合计	58,982.07	100.00%	79,738.77	100.00%	65,649.91	100.00%

公司的产品销售呈现上半年略低、下半年略高的特征。这是由于公司的核心销售区域在美洲和欧洲，在传统大型节假日如感恩节、圣诞节，该等地区打折力度较大、居民消费额较高、市场需求较为旺盛，因此通常第四季度为境外客户的销售旺季。由于货物海上运输时间较长，境外客户会提前备货，从而使得公司通常下半年销售额高于上半年。

2022 年第二季度，公司销售收入较低，主要系 2022 年 4-5 月因行业供应链中断影响公司生产停工近 1 个月所致。2022 年三季度和四季度受市场需求放缓影响，公司主营业务收入较 2020 年和 2021 年同期有所下滑，但仍高于 2022 年二季度水平。

### 2、收入确认时点是否准确

报告期内发行人各销售模式收入确认时点如下：

销售模式		收入确认时点及依据
线下销售	国外销售（FOB 结算）	货物配送至装运港，将产品出口报关装船，取得提单。公司根据提单日期确认收入。
	国外销售（FCA 结算）	货交承运人，并完成报关手续，取得报关单，公司根据报关单日期确认收入。
	国内销售	①进仓模式：货物配送至客户指定港口仓库，取得进仓单，公司根据进仓单日期确认收入；②拖柜模式：将装有货物的集装箱配送至客户指定港口，公司根据双方确认的对账单中的收货日期确认收入。
线上销售	B2C 平台不入仓模式 （天猫、淘宝、京东等）	商品发出且客户签收时确认收入；线上平台客户签收明细
	B2C 平台入仓模式 （亚马逊）	商品发出且客户签收时确认收入；亚马逊结算单

报告期内发行人各销售模式的收入确认依据充分、收入确认时点准确。

（八）说明报告期内欧洲地区销售占比持续提升的原因、对应客户情况、销售内容；发行人其他外销地区贸易政策情况，是否存在贸易摩擦或关税上升风险。

### 1、欧洲地区销售占比持续提升的原因、对应客户情况、销售内容

报告期各期，发行人及子公司主要欧洲客户的销售情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度	销售内容	
1、线上销售---亚马逊欧洲	2,754.74	2,656.66	2,488.78	各类电动工具	
2、线下销售	BOSCH	5,086.20	7,906.61	5,752.29	主要为电圆锯、云石机
	Varo	3,100.91	7,906.97	3,901.82	各类电动工具
	ADEO	3,961.26	3,915.30	3,361.91	主要为电圆锯、曲线锯、往复锯
	□□□□	5,640.50	6,346.19	4,182.45	
合计	20,543.61	28,731.74	19,687.24		

2021 年，报告期内发行人欧洲销售收入持续增长，主要系（1）发行人通过亚马逊英国、德国、西班牙等站点在欧洲推广销售自有品牌电动工具，线上销售

收入持续增长。（2）发行人在欧洲线下销售的主要客户包括 BOSCH、Varo 和 ADEO，报告期内发行人产品认可度不断提升，优质客户粘性较强，ODM 订单量持续增长。（3）居家办公背景下，终端消费者对各类家用电动工具的需求有所增长。

2022 年，公司欧洲销售收入下降，主要系受境外市场需求放缓和客户去库存影响，欧洲线下销售主要客户 BOSCH 和 Varo 的销售收入下降。

## 2、发行人其他外销地区贸易政策情况，是否存在贸易摩擦或关税上升风险

报告期内，除美国对公司部分产品加征关税外，其他国家对于进口发行人产品并未在贸易政策上采取加征关税、配额或其他限制性的政策，但不排除以后可能会面临某些国家或地区贸易政策的调整，可能影响对该国或地区的销售，甚至暂时性地退出该市场，从而给公司盈利带来一定的不确定性。

（九）结合产品运输、验收、结算、退换货等程序及典型合同条款，分线上线不同销售模式说明发行人确认收入的具体时点及依据的单据，与同行业可比公司是否一致。

1、结合产品运输、验收、结算、退换货等程序及典型合同条款，分线上线不同销售模式说明发行人确认收入的具体时点及依据的单据。

### 1、线下销售模式下收入确认的具体时点及依据

销售模式	典型合同条款	约定的风险报酬或控制权转移时点	收入确认具体时点及依据
国外销售 (FOB 结算)	①运输：货物运输至港口并办理出口报关程序；②验收：货物在出厂前需经客户或客户指定的第三方检测机构实施验货，在获得“合格”的检验报告前不得发货；③结算：提单日期后 30-90 天内电汇付款；④退换货：如果在最终客户最初购买后的三年内，卖方交付的任何产品的现场失败率超过一定比例，买方有权决定是否由卖方更换该不合格产品，或向直接向买方进行补偿。	对以 FOB 方式进行线下交易的客户，以在合同规定的装运港将货物装箱上船并船只越过船舷时的时间为收入确认时点。	货物配送至装运港，将产品出口报关装船，取得提单，公司根据提单日期确认收入。
国外销售 (FCA 结算)	①运输：货交承运人，卖方在其所在地或其他指定地点将货物交给买方指定的承运人或其他人，卖方承担出口报关责任及费用；②验收：货物在出厂前需经客户或客	对以 FCA 方式进行的线下交易客户，根据合同约定将货物在指定	货交承运人，并完成报关手续，取得报关单，公司根据报关单日期确认收

销售模式	典型合同条款	约定的风险报酬或控制权转移时点	收入确认具体时点及依据
	户指定的第三方检测机构实施验货，在获得“合格”的检验报告前不得发货；③结算：提单日期后 90 天内电汇付款；④退换货：拒收产品的数量（回流）超过每种基本类型产品销售量的 1%，卖方应向买方支付超过拒收产品成本（超过 1%部分）的所有费用。	的地点交给买方指定的承运人并完成报关手续时确认收入。	入。
国内销售	①运输：货物运输至客户指定地点；②验收：货物在出厂前需经客户或客户指定的第三方检测机构实施验货，在获得“合格”的检验报告前不得发货；③结算：货物签收后 45-120 天内付款；④退换货：供方承担因质量问题、知识产权问题造成的客户索赔及相关损失，接受自出运之日起 2-3 年内因质量问题的退货及相应赔偿。	按转移商品所有权凭证或交付实物的时间为收入确认时点。	①进仓模式：货物配送至客户指定港口仓库，取得进仓单，公司根据进仓单日期确认收入；②拖柜模式：将装有货物的集装箱配送至客户指定港口，公司根据双方确认的对账单中的收货日期确认收入。

公司线下客户的主要销售合同中均约定验货条款，货物在经客户验收合格且收到客户下发的发货通知后，方可出库，报告期内公司线下销售基本无退换货情形。

## 2、线上销售模式下收入确认的具体时点及依据。

销售模式	合作模式简介	典型合同条款	约定的风险报酬或控制权转移时点	收入确认主要依据
B2C 平台不入仓模式	线上直销模式下，公司主要通过第三方 B2C 平台（天猫商城、淘宝、京东等）开设直销店铺，直接面向终端消费者进行销售	①运输：由公司负责产品配送；②结算：通过第三方支付机构回款；③退换货：7 天无理由退货期	商品发出且	线上平台客户签收明细
B2C 平台入仓模式	境外电商平台模式下，公司与亚马逊平台进行对接，由亚马逊平台与消费者进行对接，公司不直接面对消费者	①运输：由亚马逊平台负责产品配送；②结算：通过第三方支付机构回款；③退换货：30 天无理由退货期	客户签收时确认收入	亚马逊结算单

公司线上销售以亚马逊（B2C 平台入仓模式）为主。公司在商品发出并经电商平台客户签收后确认收入，同时，由于亚马逊平台无理由退货期为 30 天，公司根据期后 30 天内实际的退货金额于报告期末确认预计负债。

## 2、收入确认与同行业可比公司是否一致。

公司名称	收入确认政策
康平科技 (300907)	<p>内销：公司已根据合同或订单将产品交付给购货方，且产品销售收入金额已确定，已经取得了客户验收单（合同约定需要验收的）、签收单或收款凭证，产品相关的成本能够可靠地计量时确认收入。</p> <p>外销：公司已根据合同或订单约定将产品办妥报关手续或离港并取得提单。对于直接出口销售中涉及海运、空运的，公司在取得报关单、货运提单后确认收入；对于保税物流园区出口销售的，公司在取得货物出口报关单并完成产品交付时确认收入。</p>
巨星科技 (002444)	<p>本集团对于销售和贸易的工业贸易品产生的收入是在商品的控制权转移至客户时确认的。集团的商品销售具体分为内销和外销两类，根据销售合同约定，具体收入确认时点如下：</p> <p>对于内销商品，一般在对方确认收到货物时确认收入。</p> <p>对于外销商品，通常以货物装船出海、船舷离港时点或以客户签收日期为收入确认时点。</p>
安克创新 (300866)	<p>本集团的商品销售类型主要为直接销售。</p> <p>对于线上销售，本集团销售的产品无需安装，客户通过线上销售平台下单，销售平台负责将货物配送给客户或者公司委托物流公司配送交货给客户，在客户取得相关商品的控制权时确认收入。</p> <p>对于线下销售，客户与本集团签订合同后直接向本集团下订单，合同中仅包含产品销售一项履约义务。本集团以合同约定的交货方式向客户发货，根据合同的约定及国际贸易规则在客户收货时完成履约义务，将相关商品的控制权转移给客户，于此时确认收入。</p>
欧圣电气 (301187)	<p>出口销售业务：公司出口业务主要采用 FOB/FCA 及 DDP 等贸易方式。</p> <p>①FOB/FCA 贸易方式下外销在满足以下条件时确认收入：根据与客户签订的出口合同或订单，完成相关产品生产，向海关报关出口，取得报关单，并取得提单（运单）；产品出口收入货款金额已确定，款项已收讫或预计可以收回；出口产品的成本能够合理计算。</p> <p>②DDP 贸易方式下外销在满足以下条件时确认收入：根据客户的订单安排，完成相关产品生产，向海关报关出口，取得报关单、提单（运单）；同时，货交付至客户指定地点；产品出口收入货款金额已确定，款项已收讫或预计可以收回；出口产品的成本能够可靠地计量。</p> <p>网络销售业务：产品交付客户或运送至客户指定地点并得到买方确认后确认销售收入。</p> <p>线下销售业务：产品交付客户时确认销售收入。</p>

综上所述，报告期内，发行人销售模式及收入确认方式符合企业实际业务模式和行业惯例，与多数同行业可比公司收入确认政策一致，不存在差异。

## 二、申报会计师核查情况

### 1、申报会计师核查程序

1、对于上述问题，申报会计师实施的主要核查程序包括（但不限于）：

（1）取得发行人报告期各期的销售明细，分析外购产品的销量、单价、毛利率和客户的变动情况；

（2）取得发行人报告期内其他业务收入明细账，抽查发行人废料结算单、废料销售发票、收款银行回单等资料，分析发行人废料销售数量与产品产量的匹配性；

（3）访谈发行人销售负责人、主要客户相关业务负责人，查询发行人主要客户或同行业公司的定期报告、招股说明书、研究报告等公开资料，了解发行人产品应用情况、产品供应份额、产品需求变化原因；

（4）访谈发行人研发部门负责人，核查发行人报告期内各类型新产品清单，查阅新产品研发相关资料，并与销售明细比对核查销售情况；

（5）核查发行人报告期各期的销售明细，量化分析中高端产品销量和新产品销量对于切割、打磨工具价格的影响情况；

（6）访谈发行人销售、研发负责人，了解外购钻孔工具的原因、自产与外购产品的差异情况，了解外购钻孔工具的推广情况；

（7）核查发行人报告期各期锂电工具和电池包的销售明细，访谈发行人销售负责人，了解其他工具销售增长的原因；

（8）查阅发行人报告期内各季度报表、各季度销售明细，分析发行人各季度销售波动的合理性；

（9）访谈发行人销售负责人，了解欧洲销售收入增长原因，查阅发行人主要欧洲客户的订单、销售合同，查询发行人在欧洲等地区的贸易政策情况；

（10）检查主要客户合同或订单相关条款，查询同行业可比公司收入确认政策，评价发行人收入确认是否符合会计准则的要求及行业惯例。

2、对于报告期收入确认，申报会计师实施的主要核查程序包括（但不限于）：

(1) 了解与收入确认相关的关键内部控制，评价内部控制流程设计的有效性，通过抽样测试核查内部控制流程是否得到执行，并测试相关控制执行的有效性；

(2) 执行分析性复核程序，分析发行人销售收入和毛利率变动的原因及合理性；

(3) 对主要客户进行实地走访或视频访谈，主要了解发行人与客户之间开始合作的方式、主要合作内容、结算方式、报告期内的交易情况、是否有关联关系、是否有法律纠纷等情况，对客户访谈情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
访谈客户收入金额	44,998.57	65,698.53	55,345.74
营业收入	59,793.89	80,564.44	68,260.92
访谈客户收入占比	75.26%	81.55%	81.08%

(4) 对报告期内主要客户实施函证程序。中介机构在选取函证样本时，既对收入金额较高的客户执行函证程序，同时采用系统随机抽样的方式进行补充函证样本选取，报告期各期实际选取样本核查的收入占营业收入比例均超过了 70%，对于未回函的客户，通过检查销售合同或订单、发运记录、对账单、销售发票、进仓单、报关单、货运提单、回款凭证等执行替代测试。

报告期各期，收入的函证情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
发函收入	44,379.68	66,282.73	56,633.11
营业收入	59,793.89	80,564.44	68,260.92
发函比例	74.22%	82.27%	82.97%
回函金额（差异经核对后可确认）	43,065.10	65,149.48	56,132.08
回函金额占营业收入比例	72.02%	80.87%	82.23%

(5) 执行收入细节测试，检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、订单、发运记录、对账单、销售发票、进仓单、报关单、货运提单、回款凭证等；



(6) 对收入执行截止测试。获取报告期内各资产负债表日前后一定期间的发货记录进行检查，核查发运记录、进仓单、报关单、货运提单、对账单等相关支持性凭证，以评价收入是否在恰当的期间确认。

## 2、申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为：

(1) 报告期各期发行人外购产品的类型、销售数量、单价、毛利率、主要客户等变化符合发行人业务实际，具有合理性。

(2) 报告期各期发行人废料销售与产量基本匹配，口罩业务收入计入经常性损益符合公司实际经营情况及会计准则要求。

(3) 发行人产品认可度提升以及海外市场需求增长导致 2020 年切割工具销售规模增加较大，与发行人业务模式、客户需求相匹配，具有合理性。

(4) 发行人报告期内切割工具和打磨工具单价变动具有合理性。

(5) 报告期发行人钻孔工具多为外购符合其实际经营情况，推广外购钻孔类产品符合公司产品布局及经营方针，具有合理性。

(6) 报告期内发行人电池包与锂电池工具呈不断增长趋势，两者不存在明确匹配关系。吸尘器、空压机、清洗机等其他家用工具销量增长符合海外市场需求变化，增长具有可持续性。

(7) 报告期内发行人第四季度销售收入占比较高具有合理性，第四季度销售占比存在波动主要受到客户需求波动影响，具有合理性。发行人收入确认时点符合行业惯例及准则要求。

(8) 报告期内欧洲地区销售占比持续提升主要系业务模式变动及市场需求增长导致，具有合理性。

(9) 发行人线上线下销售模式收入确认时点符合《企业会计准则》规定，与主要销售合同条款及实际执行情况一致，与同行业可比公司不存在差异、符合行业惯例。

(10) 发行人收入确认依据充分、收入确认时点恰当，不存在提前确认收入的情况，收入确认符合《企业会计准则》的相关规定。

## 第七题、“关于销售模式”

申请文件显示，发行人线上销售采用在第三方 B2C 电商平台开店直销模式，其中与亚马逊合作采用 B2C 平台入仓模式。2020 年以来，发行人线上销售收入增长较快。

请发行人：

(1) 说明各类线上销售模式下在产品类别、定价方式、销售价格、毛利率、产品仓储、配送、运费承担、结算、收入确认相关的会计核算过程、相关内部控制的关键环节。

(2) 说明发行人在亚马逊平台开立店铺名称、时间、数量、销售金额，如存在多个店铺，请说明不同店铺的定位、销售产品差异情况；相关店铺开立是否符合亚马逊平台规则，是否存在店铺被封号、违反平台规定被处罚等情形。

(3) 说明平台入仓模式下发行人与亚马逊的主要合作条款，包括产品验收、结算、退换货、质保期、信用期等安排；2020 年以来发行人向亚马逊销售金额大幅增长的原因及合理性，发行人通过亚马逊销售金额较高但亚马逊非发行人前五大客户的原因及合理性。

(4) 说明亚马逊平台入仓模式下发行人是否可以掌握终端销售客户的相关信息，如是，请说明相关模式下各平台下终端客户的数量、交易次数、平均单次交易金额、人均消费金额，是否存在异常情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明发行人海关出口数据、出口退税金额、境外客户应收账款函证情况与发行人境外销售收入是否匹配，通过走访境外客户、向境外客户函证、访谈境外客户境内办事处等核查手段及核查结果，对发行人线上销售核查手段、核查过程及核查结论。

### 一、发行人回复

(一) 说明各类线上销售模式下在产品类别、定价方式、销售价格、毛利率、产品仓储、配送、运费承担、结算、收入确认相关的会计核算过程、相关内部控制的关键环节。

#### 1、各类线上销售模式下在产品类别、定价方式、销售价格、毛利率、产品仓储、配送、运费承担、结算说明

线上销售模式	B2C 电商平台开店直销	
	B2C 平台入仓模式（亚马逊等）	B2C 平台不入仓模式（天猫、京东等）
2020 年至 2022 年线上销售占比	98.79%、98.27% 和 96.11%	1.21%、1.73% 和 3.81%
线上销售产品类别	切割工具、打磨工具、钻孔紧固类工具、热风机、胶枪、电池包以及配件	
定价方式	参考产品的终端销售价格及平台销售费用、毛利空间等综合因素后协商定价	

线上销售模式	B2C 电商平台开店直销	
	B2C 平台入仓模式（亚马逊等）	B2C 平台不入仓模式（天猫、京东等）
销售价格	直营店铺公示的商品价格	
2020年至2022年毛利率	61.53%、59.09%、57.46%	42.47%、42.19%、39.43%
产品仓储地	亚马逊等平台仓库	公司仓库
配送	亚马逊等入仓平台配送至客户	公司委托物流公司直接配送至客户
运费承担	发货至平台仓库运费以及平台配送至客户费用均由公司承担	根据产品是否包邮，包邮的由公司承担；不包邮由客户承担
结算方式	货款由 B2C 平台收取，公司与平台采取定期结算机制，一般结算周期为 15 天，平台将该周期内的销售额扣除相关费用后通过第三方支付平台转账给公司	消费者签收后，电商平台按合同约定与公司结算货款

## 2、收入确认相关的会计核算过程

业务模式	会计核算过程
B2C 平台不入仓模式	<p>1、公司根据客户订单发货时，会计处理为：</p> <p>借：发出商品     贷：库存商品</p> <p>2、消费者主动确认收货或被动确认收货时，确认收入以及结转成本，会计处理为：</p> <p>借：应收账款     贷：主营业务收入、应交税费</p> <p>借：主营业务成本     贷：发出商品</p> <p>3、收到货款时，会计处理为：</p> <p>借：银行存款/其他货币资金，     贷：应收账款</p>
B2C 平台入仓模式	<p>1、公司根据客户订单发货时，会计处理为：</p> <p>借：发出商品     贷：库存商品</p> <p>2、公司在商品发出并经电商平台客户签收后，确认收入以及结转成本，会计处理为：</p> <p>借：应收账款     贷：主营业务收入</p> <p>借：主营业务成本     贷：发出商品</p>

业务模式	会计核算过程
	<p>3、收到货款时，会计处理为：</p> <p>借：银行存款/其他货币资金， 贷：应收账款</p> <p>4、预估退货的会计处理：</p> <p>借：主营业务收入 贷：预计负债</p> <p>借：其他流动资产 贷：主营业务成本</p>

### 3、线上销售模式下相关内部控制的关键环节

#### 1、B2C 平台不入仓模式

关键环节	内部控制措施	相关单据
合同签订	由公司电商部门主动寻找市场上符合公司产品销售的平台，指定负责人，由负责人在网上搜寻该平台的入驻条件，根据条件在平台网站申请开店，平台会向公司发送电子入驻协议（合同），平台负责人根据要求进行线上/线下签署	入驻协议（合同）
订单生成	终端消费者在电商平台下单	销售订单
发货及出库	电商发货组在系统中根据销售订单，核对出库数量及产品规格型号等信息，核对无误后生成发货单，仓库接收到发货指令后根据发货单生成并打印电子快递单、拣货单，仓库根据拣货单配货，配货完成后交予快递公司并在系统做出库处理	发货单、出库单、 快递单、记账凭证
确认收入	对于公司可获取终端消费者确认收货时间的，消费者收货后在电商平台点击“确认收货”或电商平台自动确认收货后公司确认收入	电子签收记录、电 商平台流水账单、 记账凭证
收款	终端消费者在平台确认收货或系统默认收货，根据双方确定的对账单，平台定期转入公司开立的第三方收款账户，公司财务定期将第三方收款账户资金转入银行账户	电商平台流水账 单、银行收款回单、 记账凭证

#### 2、B2C 平台入仓模式

关键环节	内部控制措施	相关单据
合同签订	由公司电商部门主动寻找市场上符合公司产品销售的平台，指定负责人，由负责人在网上搜寻该平台的合作条件，经洽谈达成一致合作意向后，平台会向公司发送电子合同，平台负责人根据要	销售合同/框架合同

关键环节	内部控制措施	相关单据
	求进行线上/线下签署	
订单生成	终端消费者在电商平台下单	销售订单
发货及出库	由 B2C 平台仓库直接分拣出货	亚马逊结算单等
确认收入	公司在商品发出并经电商平台客户签收后确认收入	亚马逊结算单等
收款	货款由 B2C 平台收取，公司与 B2C 平台采取定期结算机制，一般结算周期为 15 天，公司定期向平台收取款项	银行收款回单、支付平台账单、记账凭证

(二) 说明发行人在亚马逊平台开立店铺名称、时间、数量、销售金额，如存在多个店铺，请说明不同店铺的定位、销售产品差异情况；相关店铺开立是否符合亚马逊平台规则，是否存在店铺被封号、违反平台规定被处罚等情形。

1、说明发行人在亚马逊平台开立店铺名称、时间、数量、销售金额，如存在多个店铺，请说明不同店铺的定位、销售产品差异情况。

1、发行人在亚马逊平台开立店铺名称、时间、数量、销售金额

单位：万元

序号	开立主体	店铺名称[注]	开立时间	开立数量	销售收入		
					2022 年度	2021 年度	2020 年度
1	金华星河科技有限公司	GALAXPRO	2018/06/15	1	1,552.15	3,373.22	4,311.07
2	金华丁宇电子商务有限公司	DY-USA	2019/05/18	1	2,072.96	2,090.46	1,398.85
3	金华盖力世商贸有限公司	JACKPOWER	2020/08/24	1	968.87	238.71	-
4	深圳杉谷贸易有限公司	EnventorDirect	2021/03/17	1	1,202.86	133.82	-
5	杭州象谷科技有限公司	LITELEPH US	2021/11/1	1	86.95		
合计				5	5,883.79	5,836.21	5,709.92

注：同一法人实体原则上只能注册一个店铺卖家账户，一个店铺卖家账户可在各国分别设立单一销售站点；截止报告期末，金华星河、丁宇商务、金华盖力世、深圳杉谷与杭州象谷在各国已分别设立了 7 个、8 个、14 个、14 个及 13 个销售站点。

2、不同店铺的定位、销售产品差异情况

序号	开立主体	店铺名称	店铺定位/品牌	销售产品差异情况
1	金华星河科技有限公司	GALAXPRO	主打家用 DIY 电动工具，工业风外观，面向注重产品性价比的客户，以 GALAXIA PRO 为主要销售品牌	主要产品为切割工具、打磨工具、钻孔紧固工具、配件及其他工具
2	金华丁宇电子商务有限公司	DY-USA		
3	金华盖力世商贸有限公司	JACKPOWER	主打居家用品及周边，定位高品质	主要产品有家用工具类、激光
4	深圳杉谷贸易有限公司	EnventorDirect	需求客户，主要销售 ENVENTOR	类、健身用品类、小家电类、

序号	开立主体	店铺名称	店铺定位/品牌	销售产品差异情况
			与 JACKPOWER 两个自有品牌，其中 ENVENTOR 为主打品牌	花园用品类工具
5	杭州象谷科技有限公司	LITELEPH US	主打家居用品、户外用品、医疗用品类	主要产品有健康家居类、运动户外休闲类、医疗车类产品

报告期内，公司在亚马逊平台共开设了 5 家店铺，其中金华星河与丁宇商务主营家用 DIY 电动工具，金华盖力世与深圳杉谷主营居家用品及周边产品。杭州象谷主营家具用品、户外用品和医疗用品类。公司采取开立多个店铺主打服务一个品牌的模式，主要系增加公司产品在平台的曝光度，提升公司品牌知名度，提高产品竞争优势；同时通过独立开店方式鼓励并培养公司内部团队之间的竞争与合作，提升公司发展活力。

## 2、相关店铺开立是否符合亚马逊平台规则，是否存在店铺被封号、违反平台规定被处罚等情形。

### 1、相关店铺开立是否符合亚马逊平台规则

根据亚马逊平台“开店须知”列示的店铺开立相关事项，公司在亚马逊平台开立店铺须遵循以下强制性规则及禁止性规则：

项目	主要内容
强制性规则	提供企业（或个人）的合法名称、地址、电话号码和电子邮件地址
	提供有效的用于付款和结算的信用卡及银行账户信息
	制定有效、合理的配送和退货政策，其中退货政策对买家的有利程度不得低于亚马逊退货政策
	介绍卖家提供的任何礼品赠言和礼品包装服务，上传徽标至卖家账户
	输入的公司信息应仅与卖家管理亚马逊上业务的方式有关
禁止性规则	在商品上传数据、企业名称或其他公司信息中附带网站 URL，指引买家访问第三方网站
	同一法人主体或个人注册多个卖家账户

报告期内，公司已开立的所有店铺，均严格遵守亚马逊平台关于店铺开立的相关规则，履行了如实向平台上传公司相关信息、制定有效合理的配送和退货政策等义务，并坚决杜绝违规注册账户、附带第三方网站链接等平台所禁止的行为，

各店铺运营至今尚未发生过因开立违规导致被处罚的情况。综上，公司相关店铺开立符合亚马逊平台规则。

## 2、是否存在店铺被封号、违反平台规定被处罚等情形

经公开资料报道，自 2021 年开始，亚马逊陆续对中国部分跨境电商企业实施“封店”措施。亚马逊对商家的惩罚措施一般为：（1）终止销售权限（即店铺账号被封）；（2）永久扣留销售款项；（3）暂停商品链接，临时限制销售权限（即商品下架）；（4）其他惩罚情形等。商家一旦被投诉，无论其是否存在相应责任，亚马逊通常先暂停其商品链接，导致商品暂时无法销售。但该等处罚并不意味商家一定存在违规情形，被处罚的商家可进行申诉：若申诉成功，亚马逊则会恢复商品链接，重新上架；当情况严重或申诉失败，则会终止其销售权限即封店封号或永久扣留销售款项。

结合亚马逊平台对商家已有的封店处罚整治案例，针对以下（但不限于）的违规操作，亚马逊平台将可能采取店铺封号的惩罚措施：

事项	具体行为
非公平竞争	操纵销售排名虚拟订单，如恶意刷单
	人为增加网络流量，如使用机器人或付费购买点击量
	操纵关键词，或通过激励手段影响买家搜索行为以此抬高搜索排名
评分、反馈与评论	主动要求对方给予我们的商品以评论信息，如通过小卡片随货进而索取评论
	利益性的诱引用户进行评论
	恶意评论竞争对手的商品
销售流程	绕过亚马逊销售流程，如在页面上或商品中显示非亚马逊销售平台链接，或将亚马逊买家引流至其他网站

上表列举了亚马逊平台可能予以店铺封号处罚的可能情形，平台对于非公平竞争、操纵评价及绕过销售流程等违规行为容忍度低，处罚手段也较严重。公司秉持合规经营的理念，为防范违规风险采取了一系列措施，如加强员工培训、制定平台操作守则、及时更新并组织学习平台各类政策等。

报告期内公司除少数产品因订单差评率偏高、商品不满足销售地相关政策等原因被暂时停止商品链接，无其他违规行为。公司不存在店铺账号被封或永久

扣留销售款项等严重惩罚情形。

报告期内，公司在平台的商品链接被下架的情况如下：

(1) 按产品归类如下：

下架产品大类	下架型号数量（款）
钻孔紧固工具	5
切割工具	10
打磨工具	8
配件及其他工具	18
小计	41

(2) 按原因归类列示如下：

下架原因	下架型号数量（款）	下架数量占比
订单差评率偏高[注 1]	17	41.46%
商品不满足销售地相关政策[注 2]	12	29.27%
商品描述不符合平台规定	8	19.51%
质保问题	1	2.44%
其他[注 3]	3	7.32%
小计	41	100.00%

注 1：订单差评率主要系公司销售的热风枪、部分冲击钻系列存在设计缺陷导致终端客户投诉较多，公司采取了移除库存、商品全面质检、更新链接等措施恢复商品销售。

注 2：此类链接主要是部分商品缺少对应站点国家相关认证证书导致下架，公司采取了申请证书、移除库存、更新链接等措施恢复商品销售。

注 3：其他系亚马逊系统错误下架，公司申诉后即恢复上架。

(3) 商品下架后申诉结果

项目	型号数量（款）	占比
经申诉恢复上架	35	85.37%
仍在申诉未恢复上架	6	14.63%
合计	41	100.00%

综上，报告期内，公司被下架产品数量较少。除少数商品因订单差评率偏高、商品不满足销售地相关政策等原因被暂停商品链接而下架，公司无其他被亚马逊惩罚的情况。报告期内，发行人商品下架后重新恢复销售的比例较高，未对公司经营状况造成实质性影响。



(三) 说明平台入仓模式下发行人与亚马逊的主要合作条款，包括产品验收、结算、退换货、质保期、信用期等安排；2020 年以来发行人向亚马逊销售金额大幅增长的原因及合理性，发行人通过亚马逊销售金额较高但亚马逊非发行人前五大客户的原因及合理性。

1、说明平台入仓模式下发行人与亚马逊的主要合作条款，包括产品验收、结算、退换货、质保期、信用期等安排。

公司与亚马逊的主要合作条款如下：

产品验收	结算条款	退换货政策	质保期	信用政策
<p>货件抵达亚马逊运营中心后由运营中心员工将商品扫描录入库存系统</p>	<p>货款由亚马逊收取，公司与亚马逊采取定期结算机制</p>	<p>针对平台下单的消费者提供 30 天无理由退换货政策</p>	<p>针对终端消费者提供 24 个月的售后质保</p>	<p>货款由亚马逊收取，公司与亚马逊采取定期结算机制，一般结算周期为 15 天</p>

2、2020 年以来发行人向亚马逊销售金额大幅增长的原因及合理性。

2020 年以来公司向亚马逊销售金额大幅增长的原因如下：

1、积极开拓销售区域，增加平台站点及可售产品品类及数量

公司根据市场情况适时布局了新的销售区域，如新设了日本、加拿大、墨西哥、瑞典等站点；同时从 2020 年初开始，公司向各个国家站点增加可售产品的数量，并于 2020 年 4 月达到历史高峰。可售产品的增加，直接扩大了各地区销售市场面向的消费者群体，终端客户订单量因此大幅增加。2020 年 5 月订单数量近 3 万单，达到历史最高峰。

2、居家办公带来的线上业务机遇促进了企业向电商业务以及自主品牌企业转型，业绩大幅提升

虽然 2020 年全球产业链受供应链中断影响较大，但我国通过有力的措施使得国内产能迅速恢复；而国外供应链稳定性较差。国内外形势变化进一步强化中国供应链优势，国内制造企业海外市场竞争力进一步增强。

另一方面，海外市场消费者线上消费习惯加速养成，各国企业加快数字化转型步伐。根据美国商务部数据，美国零售电商渗透率由 2019 年末的 16% 上升至 2020 年的 21.3%；亚马逊发布的《2021 年电子商务发展报告》称，85% 的受

访美国企业受居家办公影响增加了线上采购，超九成表示将继续增加线上采购。消费者线上消费需求的增加进一步促进了公司亚马逊业务的快速增长。

### 3、公司线上销售业务由导入期步入增长期，营业收入处于快速增长阶段

自 2018 年以来，在 ODM/OEM 等传统经营模式基础上，公司逐步加大自有品牌开发和推广力度，逐渐向 OBM 模式转变，扩大自主品牌在终端零售市场影响力。随着互联网技术和数字化技术创新的不断推进，全球电子商务经济在互联网电商平台助推下增长迅速。公司积极抓住跨境电商发展的新机遇，培育专业人才队伍，大力发展电商模式，导入期公司制定了各项营销策略如加强平台推广、提高可售产品数量等，为线上销售业务快速增长奠定基础。

此外，公司电商运营团队基于平台历史销售数据，精准了解市场需求和消费者偏好，及时获取产品的市场评价，根据消费端反馈实现产品结构优化，将热销产品快速投放市场以及时响应消费者需求，实现产品的精准营销和品牌价值创造，享受更高的终端溢价。

### 3、发行人通过亚马逊销售金额较高但亚马逊非发行人前五大客户的原因及合理性。

报告期内，公司通过亚马逊平台开立店铺，直接面向终端消费者进行线上销售。公司亚马逊线上销售收入均来源于终端客户，亚马逊仅为发行人自营电商所使用的第三方平台，其仅为发行人提供仓储、配送等电商平台服务，故其不作为公司客户披露。

**（四）说明亚马逊平台入仓模式下发行人是否可以掌握终端销售客户的相关信息，如是，请说明相关模式下各平台下终端客户的数量、交易次数、平均单次交易金额、人均消费金额，是否存在异常情形。**

报告期内，公司在亚马逊采取平台入仓模式下获取的订单，可在平台导出相应的终端客户账户信息和订单信息，可基于账户信息对终端客户的数量、交易次数、平均单次交易金额、人均消费金额等进行统计分析。

报告期内，公司在亚马逊平台采取入仓模式下的订单相关数据如下：

年份	客户数量 (万人)	订单金额(万 元) [注 1]	订单数量 (万单)	平均订单金 额 (元/单)	人均消费金 额(元)	人均均消 费频次
2022 年	21.25	6,266.70	22.12	283.30	294.90	1.04
2021 年	21.37	5,803.89	22.09	262.73	271.61	1.03
2020 年	22.53	6,161.42	23.17	265.95	273.52	1.03

注 1: 上表内订单金额及订单数量系根据各年度配送订单进行统计, 未考虑退换货及期末未签收等事宜, 故订单金额与当年实际确认收入金额存在差异。

从平均订单金额及人均消费金额来看, 报告期内变动幅度不大。

按客户统计购买频次来看, 报告期内公司在亚马逊平台入仓模式订单中终端客户仅下过 1 次订单的用户占比在 96%以上, 对应销售金额占比在 78%以上。

综上所述, 发行人亚马逊平台入仓模式下终端客户的数量、交易次数、平均单次交易金额、人均消费金额不存在明显异常情况。

## 二、申报会计师核查情况

### 1、申报会计师核查程序

针对以上事项, 申报会计师实施的主要核查程序包括 (但不限于):

#### (1) 海关出口数据、出口退税金额、境外客户应收账款函证情况与境外销售收入匹配情况

##### ① 海关出口数据与境外销售收入匹配情况

报告期内, 发行人境外销售收入与海关出口数据的匹配情况如下:

单位: 万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
①海关电子口岸出口金额	49,518.04	64,534.56	55,489.02
加: 本期 FCA 模式收入确认与海关报关的时间差异	28.87	-	281.32
减: 上期 FCA 出口模式导致的差异	-	281.32	-
加: 跨境电商的影响 (报关金额与境外电商最终确认收入的差异)	3,722.27	2,516.16	1,639.36
②在海关电子口岸出口金额基础上调整后的外销收入金额	53,269.18	66,769.41	57,409.97
③外销收入金额 <sup>注</sup>	53,282.23	66,773.70	57,429.25
④差异额 (④=②-③)	-13.06	-4.29	-19.56
⑤差异占比 (⑤=④/③)	-0.02%	-0.01%	-0.03%

注：2020 年外销收入包括其他业务收入中的口罩出口业务；发行人出口数据包含子公司出口金额。

经过上述调整，报告期各期公司外销收入金额与海关数据基本一致。

### ②出口退税与境外销售收入匹配情况

报告期内，发行人境外销售收入与出口退税数据的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
出口退税申报收入金额(A)	46,414.59	59,474.99	53,716.67
本期出口尚未申报退税销售额(B)	14,212.68	11,078.30	6,324.40
前期出口本期申报退税销售额(C)	11,078.30	6,324.40	4,273.67
跨境电商的影响（报关出口与最终确认收入金额不一致）(D)	3,722.27	2,531.80	1,639.36
在出口退税申报收入金额基础上调整后的外销收入金额(E=A+B-C+D)	53,271.25	66,760.69	57,406.76
外销收入金额 (F)	53,282.23	66,773.70	57,429.25
差异 (G=E-F)	-10.99	-13.01	-22.50
差异占比 (G/F)	-0.02%	-0.02%	-0.05%

出口企业申报的出口退税通常在单证齐备后方可获得相应的退税，上年出口销售免抵退申报截止日为次年 4 月。公司各期年末出口销售额申报通常在次年 1 月-4 月初完成，从而导致公司当期销售金额（即上表数据 F）和当期申报免抵退销售额（即上表 A）不一致。但在出口退税申报收入金额基础上调整后的外销收入金额（即上表 E）与外销收入金额（F）差异较小。

### ③境外客户应收账款和销售收入函证情况

#### 1) 境外客户应收账款函证情况

发行人境外客户各期末应收账款函证的情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
发函金额	7,703.70	5,970.33	7,280.56
境外客户应收账款账面余额	8,615.44	6,336.38	7,535.15
发函比例	89.42%	94.22%	96.62%
回函金额（差异经核对后可确认）	7,538.39	5,891.08	7,250.85
回函金额占境外客户应收账款账面余额比例	87.50%	92.97%	96.23%

## 2) 境外客户销售收入函证情况

发行人境外客户报告期内销售收入函证的情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
发函金额	41,263.24	56,343.13	48,346.31
外销收入	53,282.23	66,773.70	55,835.30
发函比例	77.44%	84.38%	86.59%
回函金额（差异经核对后可确认）	39,948.65	55,261.16	47,845.28
回函金额占外销收入比例	74.98%	82.76%	85.69%

### (2) 访谈境外客户境内办事处情况

受跨国出行障碍的影响，申报会计师对于发行人主要境外客户进行了视频访谈，对于在国内设立有办事处的主要境外客户，申报会计师对于其国内办事处进行了现场走访。经访谈或走访的发行人境外客户对应的销售收入占各期发行人外销收入的比例情况如下：

单位：万元

项目		2022 年度	2021 年度	2020 年度
实地走访境外客户在国内办事处	客户数量	8	7	7
	访谈收入	33,274.59	41,197.51	39,961.13
视频访谈	客户数量	15	13	11
	访谈收入	8,463.28	14,313.32	8,413.64
访谈境外客户收入合计		41,737.87	55,510.83	48,374.77
外销收入		53,282.23	66,773.70	55,835.30
访谈境外客户收入占比		78.33%	83.13%	86.64%

### (3) 线上销售核查手段、核查过程及核查结论

针对以上事项，申报会计师实施的主要核查程序包括（但不限于）：

(1) 了解、评价和测试与线上销售模式收入确认相关的业务流程、关键内部控制的设计和运行有效性，访谈发行人财务总监，了解发行人线上销售的收入确认方式和核算方法；

(2) 根据《首发业务若干问题解答》“问题 53”对发行人线上收入执行 IT 审计，对公司核心系统的一般控制与应用控制进行评估，并对亚马逊电商业务数据执行了数据验证和分析程序；

(3) 了解亚马逊平台 FBA 服务的内容、运作机制，了解亚马逊平台的反刷

单机制以及发行人是否存在因违反亚马逊平台防范刷单规则而受处罚的情况；

(4) 登陆亚马逊平台系统查看其运行流程、存货数据及销售清单，确认系统的独立性和完备性；

(5) 见证亚马逊系统销售清单的导出，将亚马逊平台的销售记录与公司线上销售收入的明细进行核对；

(6) 对亚马逊线上销售运营数据进行分析性复核，分析订单金额分布是否符合商业逻辑，是否存在大额异常购买行为；

(7) 获取线上销售支付数据，将支付数据与订单数据进行对比分析，核实公司线上销售数据的真实、准确和完整性；

(8) 获取发行人报告期内海关出口数据及出口退税数据，对发行人主要产品出口销售收入同上述出口销售及退税数据进行比较。

## 2、申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为：

(1) 发行人线上销售模式的业务流程合理，收入确认相关的会计核算过程符合《企业会计准则》规定，相关内部控制的关键环节设计合理并得到有效执行。

(2) 发行人在亚马逊平台开立的各店铺的销售定位符合公司目前的发展战略和要求，且符合亚马逊平台规定，不存在店铺封号、被处罚的情形。

(3) 发行人与亚马逊平台签署的合作条款无异常情况，符合商业惯例。发行人亚马逊平台销售收入大幅增长系业务渠道拓宽、市场需求增加、主动优化产品结构等驱动因素所致，收入增长具有合理性。

(4) 发行人亚马逊平台入仓模式下终端客户的数量、交易次数、平均单次交易金额、人均消费金额不存在明显异常情况。发行人线上销售收入的账面记录与亚马逊平台系统匹配，收入具有真实性、准确性、完整性。

## 第九题、“关于采购与供应商”

申请文件及公开信息显示：

(1) 发行人主要原材料细分种类众多，招股说明书中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采购数量和采购价格进行分析，但未说明报告期内原材料具体构成、采购金额、占比及变动情况。

(2) 发行人主要采购能源为电力，2019 年公司安装了独立电表独自承担基础电费导致当年度电费单价有所上升；2020 年下半年公司部分金加工工序不再委外，金加工工序耗电量较大，当期用电量快速增加；2021 年 1-6 月电费单价有所下降主要系当地直购电退补政策减免了发行人当期部分电费导致。2021 年 9 月以来，全国多地出台了能源使用的“双限”政策。

(3) 2021 年 1-6 月，发行人原材料采购单价上升较快，其中钢材均价上升 54.62%，漆包线均价上升 30.52%。发行人在招股说明书中披露了“原材料价格上涨风险”，但未进行量化分析。

(4) 报告期内发行人前五大供应商存在较大变化，其中圆力工具（东帆工具）、绿田机械为报告期内开始合作。发行人钢材主要供应商浙江飞月进出口有限公司存在诉讼及失信记录。

(5) 发行人自产产品主营业务成本以直接材料为主，2021 年 1-6 月占比有所提升，2020 年制造费用金额及占比均较 2019 年下降。

请发行人：

(1) 说明报告期内发行人采购主要原材料类型、金额及占比，招股说明书中已披露的原材料占同类原材料采购比例，已披露的原材料情况是否具有代表性、是否充分。

(2) 结合报告期内产品结构变化、不同产品对应耗用原材料情况、外购产品销售及贸易业务开展情况等，说明报告期内各主要原材料、整机及零配件采购占比变化原因及合理性。

(3) 结合发行人采购主要原材料具体种类、牌号等，说明报告期内主要原材料采购均价与市场公开报价（如有）比价情况及差异原因；结合同型号不同供应商采购价格比较情况，说明发行人采购主要原材料价格公允性。

(4) 说明发行人报告期各期外购产品采购类别、采购金额及单价情况，并分析变化原因。

(5) 说明不同能源在生产中的具体应用环节及各类产品产量与能源耗用匹配关系；2019 年前电表不独立的原因，电表未独立时电费分摊方式、是否公允，当地直购电退补政策具体情况、近期发行人购电成本变化情况，结合当地“双限”具体政策说明对发行人能源使用成本、生产经营的具体影响。

(6) 说明供应商选择、更换标准，发行人与部分供应商自报告期内开始合作的原因，是否发生供应商大规模变更及原因；结合发行人报告期内新增、终止合作供应商数量、对应采购金额等情况，说明发行人与供应商合作是否具有稳定性，相关供应商更换是否影响发行人生产经营、产品质量、客户关系等。

(7) 说明各类型主要原材料、外购整机及零部件报告期内采购的主要供应商基本情况（包括注册资本、成立时间、合作时间、经营规模、实际控制人、是否为贸易商）、采购金额及占比；结合前述供应商的经营规模、经营地区、报告期内发行人向其采购金额占比等说明供应商变化的合理性、发行人采购金额与供应商经营规模是否匹配，如存在成立或开始合作当年或次年即成为发行人主要供应商，请说明具体情形及合理性。

(8) 说明浙江飞月进出口有限公司是否存在被列为失信被执行人等情况、偿债能力情况，发行人向其采购钢材的信用政策，钢材采购是否具有稳定性、是否存在供应风险。

(9) 结合 2021 年年初以来主要原材料及外购整机、零部件的市场价格、采购价格变化情况、发行人原材料储备情况等量化分析近期原材料上涨对发行人经营业绩影响情况，并量化完善“原材料价格上涨风险”的风险提示。

(10) 说明不同类型自产产品的主营业务成本构成并分析变动原因，发行人主营业务成本构成占比与同行业可比公司是否一致，2020 年产量增加但制造费用金额及占比下降的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对发行人主要供应商及采购情况的核查措施、核查比例及核查结果。

## 一、发行人回复

(一) 说明报告期内发行人采购主要原材料类型、金额及占比，招股说明书中已披露的原材料占同类原材料采购比例，已披露的原材料情况是否具有代表性、是否充分。

发行人生产所需主要原材料为钢材、漆包线、塑料粒子、电缆线、轴承、开关、换向器等。报告期内，主要原材料相关细分材料具体情况如下：

主要原材料	主要涵盖细分原材料
钢材	主要包括 50WW600、50WW800 两种规格
漆包线	不同耐温等级、规格的漆包线（线径、漆料不同造成差异）
塑料粒子	包括 PA6-GF30、PP 两类
电缆线	不同直径、长度、规格的电缆线
轴承	不同直径大小、规格型号的轴承（精度等级不同造成差异）



主要原材料	主要涵盖细分原材料
开关	不同形状、体积的开关（铜、银含量、芯片规格等不同造成差异）
换向器	不同规格的换向器（铜、银含量以及胶木用料等不同导致差异）

报告期各期，发行人主要原材料采购金额及其占比情况如下：

原材料	项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
钢材	采购金额（万元）	1,217.85	3,545.28	1,904.89
	数量（吨）	2,290.84	4,905.59	3,907.93
	占原材料采购总额比例	6.41%	9.30%	7.27%
	均价（元/吨）	5,316.19	7,227.02	4,874.42
	均价变动率	-26.44%	48.26%	3.19%
漆包线	采购金额（万元）	2,186.63	4,379.97	2,695.04
	数量（吨）	346.89	685.79	564.31
	占原材料采购总额比例	11.52%	11.49%	10.28%
	均价（元/吨）	63,034.73	63,867.27	47,758.52
	均价变动率	-1.30%	33.73%	4.93%
塑料 粒子	采购金额（万元）	1,287.41	2,670.89	1,807.61
	数量（吨）	944.40	1,994.20	1,599.99
	占原材料采购总额比例	6.78%	7.01%	6.90%
	均价（元/吨）	13,631.98	13,393.31	11,297.64
	均价变动率	1.78%	18.55%	-7.79%
电缆线	采购金额（万元）	1,096.78	2,194.32	1,474.88
	数量（万件）	200.30	397.78	330.31
	占原材料采购总额比例	5.78%	5.76%	5.63%
	均价（元/件）	5.48	5.52	4.47
	均价变动率	-0.72%	23.49%	9.29%
轴承	采购金额（万元）	844.79	1,759.02	1,512.52
	数量（万件）	863.67	1,873.95	1,614.94
	占原材料采购总额比例	4.45%	4.62%	5.77%
	均价（元/件）	0.98	0.94	0.94
	均价变动率	4.26%	0.00%	16.05%
开关	采购金额（万元）	796.32	1,714.80	1,307.49
	数量（万件）	206.74	498.86	405.48
	占原材料采购总额比例	4.19%	4.50%	4.99%

原材料	项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
	均价（元/件）	3.85	3.44	3.22
	均价变动率	11.92%	6.83%	6.98%
换向器	采购金额（万元）	698.01	1,610.30	1,087.91
	数量（万件）	185.22	422.95	323.34
	占原材料采购总额比例	3.68%	4.23%	4.15%
	均价（元/件）	3.77	3.81	3.36
	均价变动率	-1.05%	13.39%	10.16%
合计占比		42.81%	46.91%	44.99%

由上表，2020 年至 2022 年，上述主要原材料采购金额占原材料采购总额比例分别为 44.99%、46.91%和 42.81%，占比均达到 40%以上。由于发行人生产用原材料种类众多，各类别原材料采购金额占比较小。上述几类原材料金额占比相对较大且为发行人生产用的主要原材料，能够充分反映发行人报告期各期原材料的采购情况。

（二）结合报告期内产品结构变化、不同产品对应耗用原材料情况、外购产品销售及贸易业务开展情况等，说明报告期内各主要原材料、整机及零配件采购占比变化原因及合理性。

报告期内，公司对外采购主要包括自产产品原材料采购、外购整机及配件采购、委外加工；2020 年度因客户口罩需求大增，客户口罩需求大增，公司对外采购了口罩。具体情况如下：

单位：万元

类别	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	18,985.86	52.58%	38,106.37	61.01%	26,203.87	57.11%
外购整机及配件	16,437.47	45.53%	23,145.82	37.06%	17,166.27	37.42%
委外加工	682.05	1.89%	1,206.32	1.93%	751.01	1.64%
口罩	-	-	-	-	1,759.19	3.83%
合计	36,105.38	100.00%	62,458.51	100.00%	45,880.34	100.00%

### 1、主要原材料采购占比变化原因及合理性

2020 年公司原材料采购占比下降主要系外购整机及配件逐年上升所致；公司原材料采购额变动与自产整机数量变动趋势基本一致，具体情况如下：

类别	2022 年		2021 年		2020 年
	金额	变动	金额	变动	金额
自产整机（万台）	211.75	-49.52%	419.47	26.20%	332.38
原材料采购额（万元）	18,985.86	-50.18%	38,106.37	45.42%	26,203.87

2021 年原材料采购额变动率高于自产整机变动率主要系 2020 年下半年以来主要原材料如漆包线、钢材等大宗商品价格上涨较快、公司为预防原材料价格持续上涨风险，备货数量有所增加所致。

#### （1）产品结构变化与不同产品对应耗用原材料情况

报告期内公司自产产品主要以交流电动工具为主，直流电动工具产量逐年上升；公司直流电动工具与交流电动工具生产对钢材、漆包线、塑料粒子等原材消耗差异较小。

报告期内，发行人主要原材料单位消耗量变化情况如下：

原材料类型	2022 年	2021 年	2020 年
钢材	1.111kg/台	1.157kg/台	1.207 kg/台
漆包线	0.175kg/台	0.178kg/台	0.179 kg/台
塑料粒子	0.526kg/台	0.453 kg/台	0.491 kg/台
电缆线*	0.955 根/台	1.007 根/台	1.011 根/台

\*受无需电缆线的直流工具产量上升影响，电缆线单耗逐年下降。

钢材主要用于制造电机用铁芯（硅钢片），角磨、多功能锯、直流类工具等产品体积较小，配套使用的为小型号的铁芯，单位钢材耗用量相对要少；塑料粒子主要用于制造整机外壳，不同规格、型号的产品对应的塑料耗用量不尽相同，一般而言，小型号产品耗用的塑料量也相对较少。

2021 年上述小型产品产量占比略有上升，其中角磨增加约 2.40%，多功能锯增加约 1.30%，直流类工具增加约 1.06%，小型产品产量占比上升导致钢材、塑料粒子的单位消耗量较上年有所降低。

2022 年，塑料粒子单位消耗量有所上升主要与自产产品结构有关，其中电圆锯、往复锯等产品体积较大，占比提高，合计达到 50%以上；钢材单耗略有下降主要系直接外购了部分铁芯用于直流产品生产。

电缆线主要用于交流类产品上，直流类产品无需使用电缆线，2021年和2022年单位消耗量同比有小幅下降主要系直流类产品数量有较快增长所致。

总体上看，2021年、2022年钢材、塑料粒子及电缆线单位消耗量同比有所变动主要系产品结构变化导致，属于正常变动，符合发行人生产实际情况。

## (2) 主要原材料采购及变动情况

公司生产所需原材料种类较广，规格型号较多，其中主要原材料为硅钢、铝件、漆包线、塑料粒子、电缆线、轴承、开关、换向器等，主要能源为电力。本行业上游行业竞争充分，上述主要原材料均为通用产品，价格相对透明。公司与供应商建立了稳定的供应关系，能够保证原材料稳定供应。

由于主要原材料细分种类众多，形态差异较大，计量单位多样，因此本处选取主要原材料采购数量和采购价格进行分析；选取原材料占公司报告期各期原材料采购总额比例分别为44.99%、46.91%和42.81%。报告期内，公司主要原材料采购情况具体如下：

原材料	项目	2022年度		2021年度		2020年度
		金额	变动	金额	变动	金额
钢材	采购金额(万元)	1,217.85	-65.65%	3,545.28	86.11%	1,904.89
	数量(吨)	2,290.84	-53.30%	4,905.59	25.53%	3,907.93
	均价(元/吨)	5,316.19	-26.44%	7,227.02	48.26%	4,874.42
漆包线	采购金额(万元)	2,186.63	-50.08%	4,379.97	62.52%	2,695.04
	数量(吨)	346.89	-49.42%	685.79	21.53%	564.31
	均价(元/吨)	63,034.73	-1.30%	63,867.27	33.73%	47,758.52
塑料粒子	采购金额(万元)	1,287.41	-51.80%	2,670.89	47.76%	1,807.61
	数量(吨)	944.40	-52.64%	1,994.20	24.64%	1,599.99
	均价(元/吨)	13,631.98	1.78%	13,393.31	18.55%	11,297.64
电缆线	采购金额(万元)	1,096.78	-50.02%	2,194.32	48.78%	1,474.88
	数量(万件)	200.30	-49.65%	397.78	20.43%	330.31
	均价(元/件)	5.48	-0.72%	5.52	23.49%	4.47
轴承	采购金额(万元)	844.79	-51.97%	1,759.02	16.30%	1,512.52
	数量(万件)	863.67	-53.91%	1,873.95	16.04%	1,614.94
	均价(元/件)	0.98	4.26%	0.94	0.00%	0.94

原材料	项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
		金额	变动	金额	变动	金额
开关	采购金额（万元）	796.32	-53.56%	1,714.80	31.15%	1,307.49
	数量（万件）	206.74	-58.56%	498.86	23.03%	405.48
	均价（元/件）	3.85	11.92%	3.44	6.83%	3.22
换向器	采购金额（万元）	698.01	-56.65%	1,610.30	48.02%	1,087.91
	数量（万件）	185.22	-56.21%	422.95	30.81%	323.34
	均价（元/件）	3.77	-1.05%	3.81	13.39%	3.36
主要原材料采购额小计		8,127.79		17,874.58		11,790.34
占原材料采购总额比例		42.81%		46.91%		44.99%

由上表可见，公司主要原材料在报告期内的采购均价呈现一定幅度的波动，主要系原材料相关大宗商品价格变化及采购材料结构变动所致。其中，2021 年由于原材料相关大宗商品价格上涨幅度较大，导致公司主要原材料采购均价变动较为明显，特别是钢材、漆包线、电缆线等原材料采购均价相比以往年度有较大幅度的上涨。2022 年上述主要原材料除钢材外，其余价格变动幅度均较小。

## 2、整机及零配件采购占比变化原因及合理性

发行人除采购生产用原材料外，同时采购整机及售后维修用配件并对外销售。公司对外采购的整机主要为冲击钻、曲线锯等。报告期内，公司对外采购整机及配件具体情况如下：

类别	2022 年	2021 年	2020 年
整机采购数量（万台）	117.44	173.29	142.71
采购价格（元/台）	129.30	126.24	106.82
整机及配件采购金额（万元）	16,437.47	23,145.82	17,166.27
占采购总额比例	45.53%	37.06%	37.42%

报告期内，为丰富公司产品种类，公司与主要客户新产品开发数量不断增加，前期开发的新产品逐步获得市场认可，客户订单不断增加；新开发产品的交付一部分通过自产满足，另一部分因成本因素考量通过外购整机的形式向客户交付。随着新开发产品中外购型号整机销售订单的增加，使得外购整机销售相应逐年增加，整机及配件采购金额呈上升趋势；外购产品变动趋势与外购整机的线下销售变动趋势基本一致；因居家办公原因线上销售大幅增长，进一步加大了公司整机

外购需求。

报告期内公司整机及配件外购与外购整机销售情况如下：

单位：万元

项目		2022 年度		2021 年度		2020 年度
		金额	变动率	金额	变动率	金额
外购整机及	线下	17,354.27	-24.12%	22,870.24	33.59%	17,119.79
配件销售	线上	4,205.70	-1.02%	4,249.23	11.83%	3,799.68
外购整机及配件采购		16,437.47	-28.98%	23,145.82	34.83%	17,166.27

（三）结合发行人采购主要原材料具体种类、牌号等，说明报告期内主要原材料采购均价与市场公开报价（如有）比价情况及差异原因；结合同型号不同供应商采购价格比较情况，说明发行人采购主要原材料价格公允性。

1、结合发行人采购主要原材料具体种类、牌号等，说明报告期内主要原材料采购均价与市场公开报价（如有）比价情况及差异原因

报告期内，发行人采购的主要原材料包括钢材、漆包线、塑料粒子、电缆线、轴承、开关以及换向器，各类主要原材料采购均价及与市场公开报价对比情况如下：

1、钢材

报告期各期，钢材采购单价（不含税）变动情况如下：

原材料	项目	2022 年	2021 年度	2020 年度
钢材	采购金额（万元）	1,217.85	3,545.28	1,904.89
	数量（吨）	2,290.84	4,905.59	3,907.93
	均价（元/吨）	5,316.19	7,227.02	4,874.42
	均价变动率	-26.44%	48.26%	3.19%

注：2020 年至 2022 年钢材含税均价分别为 5,550.46 元/吨、8,166.53 元/吨和 6,007.29 元/吨。

报告期内，发行人采购的钢材主要包括 50WW600、50WW800 两种规格，钢材采购价格（含税）变动与公开市场上武钢 50WW800:0.5\*1200\*C、武钢 50WW600:0.5\*1200\*C 两种材料价格波动情况比较如下：

单位：元/吨

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
50WW800:0.5*1200*C 市场价格均值	5,984.58	8,247.40	5,376.15
发行人钢材均价（50ww.800）	5,974.01	8,338.46	5,480.94
50WW600:0.5*1200*C 市场价格均值	6,177.14	8,531.60	5,398.86
发行人钢材均价（50ww.600）	6,152.84	8,226.67	5,697.94

注：数据来源于 wind

2020 年 4 季度至 2021 年末期间，由于钢材市场价格波动幅度较大，导致发行人钢材采购价格与市场公开价之间存在一定差异，但差异不大。2022 年 1-5 月，钢材市场价格走势较为平稳，5 月份后价格有较大幅度回落，后保持在较低位运行。总体上看，报告期各期发行人钢材采购价格变动趋势与市场价格变动趋势基本一致。

## 2、漆包线

报告期各期，漆包线采购单价（不含税）变动情况如下：

原材料	项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
漆包线	采购金额（万元）	2,186.63	4,379.97	2,695.04
	数量（吨）	346.89	685.79	564.31
	均价（元/吨）	63,034.73	63,867.27	47,758.52
	均价变动率	-1.30%	33.73%	4.93%

由于耐温等级、漆料不同，发行人采购的漆包线包括多种不同规格、型号，但主要材料为铜，其采购价格变动与公开市场上漆包线（QZ0.1-3.0mm）价格变动情况对比如下：

单位：元/吨

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
漆包线（QZ0.1-3.0mm）市场价格均值	72,703.22	73,860.25	54,098.00
公司采购均价（含税）	71,229.24	72,170.02	52,764.86

注：数据来源于 wind

公司漆包线采购价格变动趋势与市场公开价格变动趋势一致，差异系型号规格不同所致。

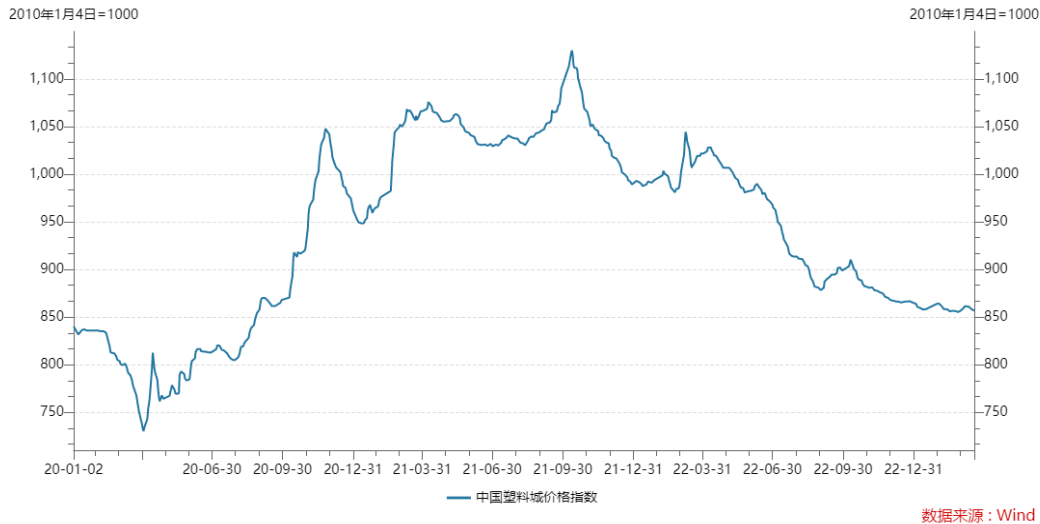
### 3、塑料粒子

报告期各期，塑料粒子采购单价（不含税）变动情况如下：

原材料	项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
塑料粒子	采购金额（万元）	1,287.41	2,670.89	1,807.61
	数量（吨）	944.40	1,994.20	1,599.99
	均价（元/吨）	13,631.98	13,393.31	11,297.64
	均价变动率	1.78%	18.55%	-7.79%

公司塑料粒子主要包括 PA6-GF30、PP 两类，塑料粒子采购价格变动与公开市场上中国塑料价格指数变动情况进行比较，具体如下：

2020 年初，中国塑料城价格指数呈现出震荡下行趋势，在下跌至 2020 年 4 月的 755.67 点，之后回升至 12 月的 1,021.75 点；2021 年上半年中国塑料价格指数继续呈现震荡上行趋势，从 1 月的 964.84 点上升至 7 月的 1,043.09 点，2021 年 10 月中旬上升至高点 1,129.97 点，2021 年 12 月末回落至 990.37 点，2021 年全年均值为 1,038.49 点；2022 年中国塑料城价格指数小幅震荡上升直至 3 月上旬，最高点为 1,044.41 点，随即指数开始下跌，到 2022 年末为 864.45 点，具体如下图所示：

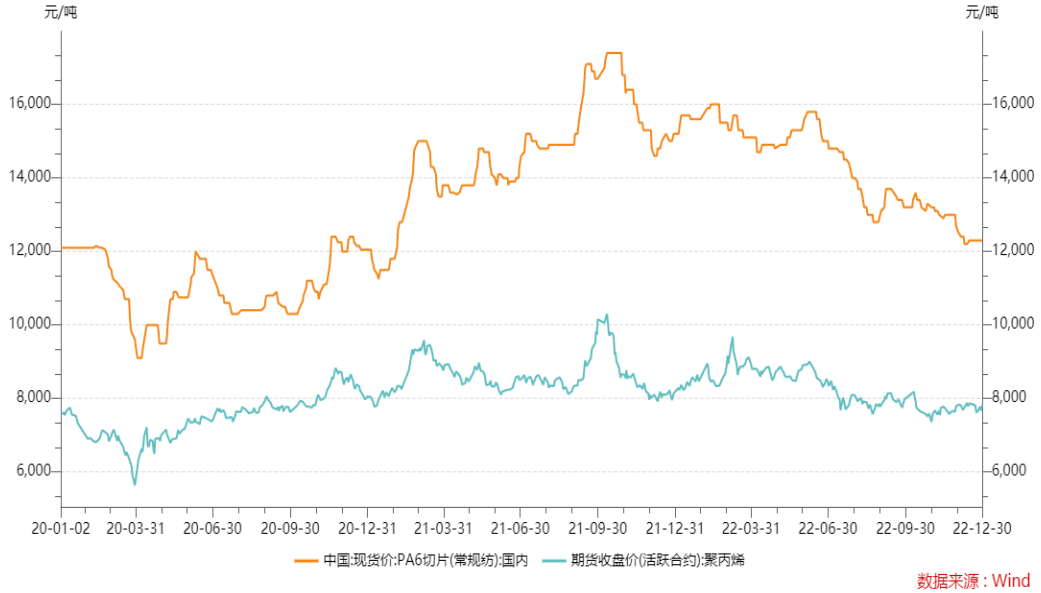


报告期内，塑料价格指数的均值分别为 882.16 点、1,038.49 点和 944.76 点，公司塑料粒子平均采购价格分别为 11,297.64 元/吨、13,393.31 元/吨和 13,631.98 元/吨。2020 年至 2021 年，公司塑料粒子采购价格变动趋势与市场价格变动趋势基本一致；2022 年，塑料粒子中 PA6-GF30 占比较高，由于 PA6-GF30 价格相对



较高，因此采购均价无明显下降。

2020年至2022年国内PA6切片和聚丙烯（简称PP）市场价格走势如下图：



总体上来看，报告期内公司 PA6-GF30、PP 等塑料粒子采购价格与市场价之间无明显差异。

#### 4、电缆线

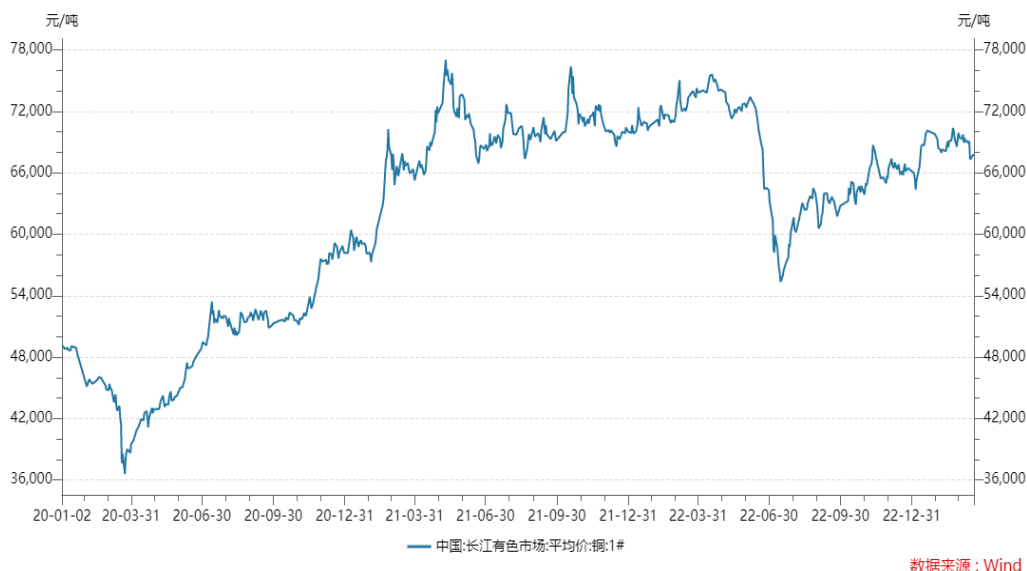
报告期各期，电缆线采购单价（不含税）变动情况如下：

原材料	项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
电缆线	采购金额（万元）	1,096.78	2,194.32	1,474.88
	数量（万件）	200.30	397.78	330.31
	均价（元/件）	5.48	5.52	4.47
	均价变动率	-0.72%	23.49%	9.29%

电缆线因为直径、长度不同分为多种规格、型号，但主要材料为铜，因此将其采购价格变动与公开市场上铜现货价格波动情况进行比较。

根据 wind 数据显示，2020 年至 2021 年 6 月 1#铜价格变动较为剧烈，2020 年初铜现货价格为 49,140 元/吨，继而开始一路下跌，至 2020 年 3 月末为 39,510 元/吨，继而转头开始上涨，到 2020 年末上涨至 58,010 元/吨；2021 年 1-6 月铜现货价格继续上行，上涨至 2021 年 5 月中旬最高点 77,050 元/吨继而开始回落，

截至2021年12月末1#铜价格为70,010元/吨。2022年4月中旬，1#铜价格达到75,770元/吨，随后开始回落，至6月末价格为64,290元/吨，7月后开始有所企稳回升，至2022年末价格为66,160元/吨，具体情况如下图所示：



2020年至2022年，发行人电缆线均价分别为4.47元/件、5.52元/件和5.48元/件。总体上看，报告期各期发行人电缆线采购均价变动趋势与公开市场价格变动趋势相一致。

## 5、轴承

报告期各期，轴承采购单价（不含税）变动情况如下：

原材料	项目	2022年度	2021年度	2020年度
轴承	采购金额（万元）	844.79	1,759.02	1,512.52
	数量（万件）	863.67	1,873.95	1,614.94
	均价（元/件）	0.98	0.94	0.94
	均价变动率	4.26%	0.00%	16.05%

报告期各期，发行人轴承采购均价分别为0.94元/件、0.94元/件和0.98元/件，轴承的主材为锰钢，加工费基本没有变动，其采购价格变动趋势与钢材市场价格变动趋势一致。2021年轴承均价与2020年度基本没有变化，主要原因如下：

（1）内部产品结构变化，低价轴承采购较多；（2）轴承行业为充分竞争行业，原材料价格上涨向客户传导难度较大，2021年发行人给予供应商的提价幅度仅为3%左右。2022年轴承均价有所上升，主要系内部产品结构变化导致。

## 6、开关

报告期各期，开关采购单价（不含税）变动情况如下：

原材料	项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
开关	采购金额（万元）	796.32	1,714.80	1,307.49
	数量（万件）	206.74	498.86	405.48
	均价（元/件）	3.85	3.44	3.22
	均价变动率	11.92%	6.83%	6.98%

开关因为含铜、银量不同、芯片规格不同，分为多种品类，但主要材料为铜、银、塑料。2020 年至 2022 年，发行人开关均价分别为 3.22 元/件、3.44 元/件和 3.85 元/件，发行人开关采购价格变动趋势与铜现货市场价格变动趋势及塑料粒子采购价格变动趋势基本一致。2022 年开关均价有所上升主要与芯片价格变动有关。

## 7、换向器

报告期各期，换向器采购单价（不含税）变动情况如下：

原材料	项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
换向器	采购金额（万元）	698.01	1,610.30	1,087.91
	数量（万件）	185.22	422.95	323.34
	均价（元/件）	3.77	3.81	3.36
	均价变动率	-1.05%	13.39%	10.16%

换向器因为含铜、银量不同、胶木用料差异，分为多种品类，主要材料为铜。2020 年至 2022 年，发行人换向器均价分别为 3.36 元/件、3.81 元/件和 3.77 元/件，采购价格变动趋势与铜现货市场价格变动趋势基本一致。

综上所述，报告期内，发行人主要原材料的采购均价与市场公开价变动趋势基本一致，两者差异较小，采购价格公允。

### 2、结合型号不同供应商采购价格比较情况，说明发行人采购主要原材料价格公允性

报告期内，发行人采购原材料均严格按照采购制度执行，采购价格公允，发行人向主要供应商采购主要原材料的价格对比情况如下：

#### 1、钢材

报告期内，发行人主要采购 50WW600、50WW800 两种规格型号的钢材，

通过浙江飞月进出口有限公司采购钢材，该型号没有其他供应商。2021 年下半年，因新产品开发需要，发行人向诸暨市暨台工贸有限公司、永康市中宏金属材料有限公司等公司采购了少量华菱涟钢 800、冷卷钢带等其他规格型号的钢材，同型号材料不同供应商采购价格无明显差异。报告期内，公司钢材采购价格与钢材公开市场价格基本一致，价格公允。

## 2、漆包线

发行人采购的漆包线因为耐温等级不同、加工费差异，包括多种不同的规格、型号。报告期内，不存在金额 50 万元以上同型号、规格的材料向不同供应商采购的情况。

## 3、塑料粒子

发行人采购的塑料粒子因为配方、客户要求不同，包括多种不同规格，报告期内同型号向不同供应商采购的情况较少，金额在 50 万元以上且存在向不同供应商采购的塑料粒子具体情况如下：

单位：万元

项目	型号	供应商	单价（元/吨）	金额	差异备注
2020 年度	PA6-GF30,A2H242, 877C 银灰色	横店集团得邦工程 塑料有限公司	11,589.26	104.94	因采购时间点 不同导致供应 商采购价格存 在差异
		永康市昱华塑料制 品有限公司	10,973.45	43.73	
	PA6-GF30, RAL5017 蓝色	横店集团得邦工程 塑料有限公司	12,193.21	40.91	
		永康市巨航贸易有 限公司	10,132.46	38.59	
		永康市昱华塑料制 品有限公司	10,176.99	6.36	
	PA6-GF30, 1797C 红 色	永康市巨航贸易有 限公司	10,060.05	39.58	
永康市锦协工贸有 限公司		11,175.94	13.19		
2021 年度	PA6-GF30,A2H242, 877C 银灰色	横店集团得邦工程 塑料有限公司	13,783.30	193.63	差异金额较小， 价格公允

项目	型号	供应商	单价 (元/吨)	金额	差异备注
		永康市昱华塑料制品有限公司	13,879.42	11.10	
	PA6-GF30, RAL5017 蓝色	永康市巨航贸易有限公司	12,715.73	95.57	因采购时间点不同导致供应商采购价格存在差异
		永康市昱华塑料制品有限公司	13,986.62	5.73	
2022 年度	PA6-GF30, A2H242, 877C 银灰色	永康市昱华塑料制品有限公司	15,752.21	31.15	因采购时间点不同导致供应商采购价格存在差异
		横店集团得邦工程塑料有限公司	13,639.36	61.61	
	PA6-GF30, RAL5017 蓝色	永康市巨航贸易有限公司	13,375.47	93.00	因采购时间点不同导致供应商采购价格存在差异
		永康市昱华塑料制品有限公司	14,159.29	7.29	

#### 4、电缆线

发行人采购的电缆线规格型号较多，同种型号向不同供应商采购的情况较少。报告期内，发行人主要通过盛达电线、博旭电子采购电缆线，金额在 50 万元以上且存在向不同供应商采购的电缆线具体情况如下：

单位：万元

项目	型号	供应商	单价 (元/件)	金额	差异备注
2020 年度	电缆线**有极 18AWG×1.95M-55mm	盛达电线	3.68	187.77	差异金额较小，价格公允
		博旭电子	3.62	2.36	
	电缆线 **16A×2.03M-100mm	盛达电线	4.96	50.89	
		博旭电子	4.73	3.74	
2022 年度	UL 插头（有极） 16AWG2×2.2 米	上海创奇电缆有限公司	7.40	17.43	差异金额较小，价格公允
		盛达电线	8.19	36.06	

注：2021 年不存在金额 50 万元以上且向不同供应商采购同种型号电缆线的情况。

#### 5、轴承

发行人采购的轴承规格、型号较多，报告期内，不存在同一型号向不同供应

商采购的情形。发行人轴承采购价格变动趋势与钢材市场价格变动趋势基本一致，采购价格公允。

#### 6、开关

发行人采购的开关类型众多，报告期内，同种型号开关主要向同一供应商采购，同种型号向不同供应商采购的情况较少且对应金额较小，采购单价不存在明显的差异。

#### 7、换向器

报告各期，发行人采购的换向器中，金额大于 50 万元的同种型号向不同供应商采购的具体情况如下：

单位：万元

项目	型号	供应商	单价（元/件）	金额	差异备注
2020 年度	C030 带钩， 25.1×11×14×24 钩	金华市汇丰电器有限公司	2.49	70.86	报告期内，金华市汇丰电器有限公司提供的换向器价格相对较高，主要系其所采用的胶木材料更好，价格相对更高。
		温州市智头换向器有限公司	2.06	2.34	
2022 年度	φ 22× φ 10×24 钩 ×15.5 铜高×银 8	温州市智头换向器有限公司	2.24	48.48	差异金额较小，价格公允
		瑞安市铭鑫电器有限公司	2.51	5.38	

注：2021 年不存在金额 50 万元以上同种型号换向器向不同供应商采购的情况。

#### （四）说明发行人报告期各期外购产品采购类别、采购金额及单价情况，并分析变化原因。

报告期内，公司主要外购产品采购类别、采购金额变动情况如下：

单位：万元

外购整机产品类别	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	采购额	变动	采购额	变动	采购额
钻孔紧固工具	4,056.97	-39.19%	6,672.04	32.41%	5,038.93
打磨工具	6,277.69	0.67%	6,235.72	18.84%	5,247.23
切割工具	2,910.30	-39.91%	4,842.93	23.29%	3,928.18
其他工具	1,939.15	-49.80%	3,862.69	274.85%	1,030.46
合计	15,184.12	-29.75%	21,613.39	41.78%	15,244.79

报告期内，公司整机外购增速较高，大量外购上述产品在丰富公司产品品类同时也满足公司对客户需求的更全面响应。公司外购切割工具以迷你锯和曲线锯为主，相应供应商在成本控制以及产品定位较公司类似产品更具优势。2020 年家庭 DIY 需求增加，家用清洗机、空压机等产品热销，因应客户需求公司其他工具类产品中对上述产品采购量快速增长。2022 年因外部环境变化影响导致公司销售额有所下降，从而减少对外整机采购。

报告期内公司主要外购产品采购类别、采购单价变动情况如下：

外购产品类别	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	采购单价/元	变动	采购单价/元	变动	采购单价/元
钻孔紧固工具	126.08	9.62%	115.02	8.45%	106.06
打磨工具	121.96	6.45%	114.57	5.75%	108.34
切割工具	119.04	2.58%	116.05	12.56%	103.10
其他工具	207.68	-1.78%	211.44	77.84%	118.89
合计	129.30	2.42%	126.24	18.18%	106.82

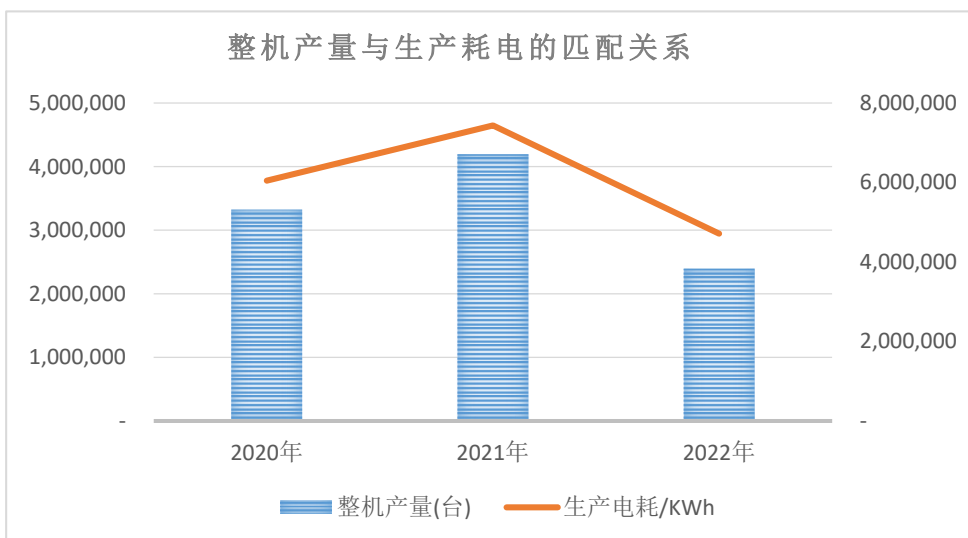
2021 年采购均价较 2020 年增长 18.18%，主要系其他工具中单价较高的清洗机、空压机等产品采购大幅增加所致；同时因原材料价格上涨，公司因供应商提价需求部分外购产品采购单价有一定程度上涨。2022 年采购均价较 2021 年提高 2.42%，主要系产品结构变化及供应商提价所致。”

（五）说明不同能源在生产中的具体应用环节及各类产品产量与能源耗用匹配关系；2019 年前电表不独立的原因，电表未独立时电费分摊方式、是否公允，当地直购电退补政策具体情况、近期发行人购电成本变化情况，结合当地“双限”具体政策说明对发行人能源使用成本、生产经营的具体影响。

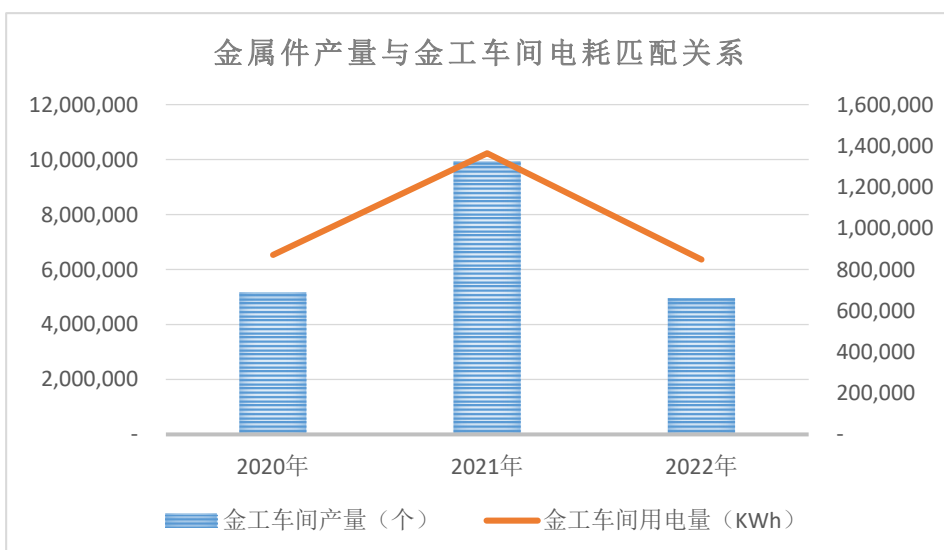
### 1、说明不同能源在生产中的具体应用环节及各类产品产量与能源耗用匹配关系

电动工具整机制造由电机制造、金属加工、注塑成型以及零部件装配等生产环节构成，公司负责各环节的生产车间分别为电机车间、金工车间、注塑车间以及装配车间，其中金工车间主要负责将钢、铁、铝等金属材料加工成转子轴、齿轮、铝件等各种金属零部件；电机车间主要负责定子、转子等电机核心部件的生产制造；注塑车间主要生产加工电动工具机壳等注塑件；装配车间主要负责将电动工具各零件和部件组装成整机。

公司经营所需的主要能源是电力；报告期各期公司整机产量与生产耗电的匹配关系如下图所示：



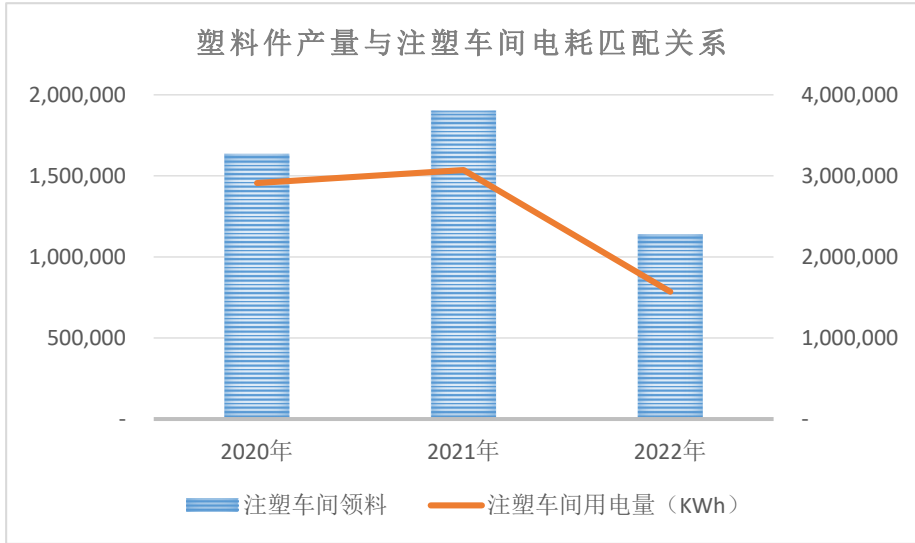
由上图可见，报告期各期公司整机产量变动与生产电耗波动基本匹配。报告期各期公司金工车间金属件产量与电耗的匹配关系如下图所示：



2020年下半年，金工车间新增75KW空压机设备导致耗电量快速增加；2022年因产量下滑，部分设备长期不停机，导致规模效益下降，单位产量耗电随之增加。除上述原因外，各期金属件产量变动与金工车间电耗变动基本匹配，不存在异常情况。

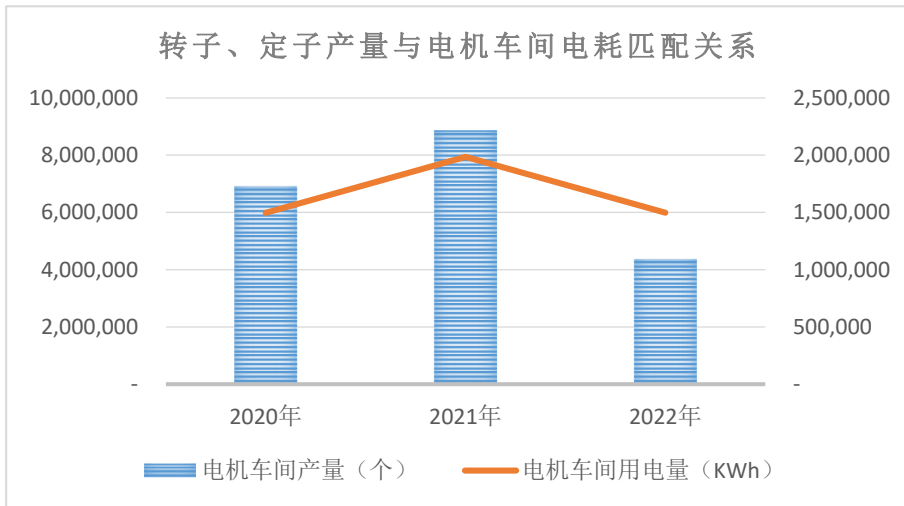
报告期各期公司注塑车间塑料件产量与电耗的匹配关系如下图所示：





由上图可见，注塑车间塑料件产量波动与该车间用电量波动基本匹配，不存在异常情形。

报告期各期公司电机车间定子、转子产量与电耗的匹配关系如下图所示：



由上图可见，除 2022 年因产量下滑，导致规模效益下降，单位产量耗电随之增加原因外，电机车间定子、转子产量波动与该车间用电量波动基本匹配，不存在异常情形。

## 2、2019 年前电表不独立的原因，电表未独立时电费分摊方式、是否公允

### 1、电表不独立的原因

报告期初，因发行人的主要经营场所系向金磐机电租用，未独立开设水、电账户，因此通过金磐机电代缴水电费。

## 2、电费分摊方式及公允性

开创电气电费由金磐机电代缴期间，开创电气在租赁厂区的不同车间均安装有独立的计费电表，双方工作人员按月抄表并逐月核算费用；费用计算方式如下：

$$\begin{aligned} \text{应缴电费} &= \text{抄表数} \times \text{租户端电价} \\ &= \text{抄表数} \times (\text{电网电价} \times \text{金磐机电总表电网抄表数} + \text{固定损耗费用}) / \text{金磐机电总表电网抄表数} \end{aligned}$$

两者电费结算方式与金磐机电和第三方租户电费结算方式一致，价格公允。

## 3、当地直购电退补政策具体情况、近期发行人购电成本变化情况，结合当地“双限”具体政策说明对发行人能源使用成本、生产经营的具体影响

### 1、直购电退补政策情况及对公司用电成本的影响

为积极应对电力供需矛盾，引导优化用户用电负荷，全力保障电力迎峰度夏（冬）平稳有序，浙江省发改委发布了《省能源局关于开展 2020 年度电力需求响应工作的通知》（浙发改能源〔2020〕221 号）。

电力用户如根据通知要求对自身用电行为进行用电削峰、填谷优化，对其日前削峰响应按照单次响应的出清价格和响应电量进行补贴。补贴标准如下：

响应类型	补贴机制	补贴形式	电量补贴	容量补贴建议
日前削峰	基于响应电量的阶梯补贴	电量	竞价出清价格，4 元/千瓦时封顶	无
小时级	两部制补贴	容量、电量考核	年度固定单价，4 元/千瓦时	旺季：0.25 元/千瓦·月 淡季：0
分钟级	两部制补贴	容量、电量考核	年度固定单价，4 元/千瓦时	旺季：1 元/千瓦·月 淡季：0
秒级	两部制补贴	容量、电量考核	年度固定单价，4 元/千瓦时	旺季：0.1 元/千瓦·月 淡季：0
填谷	基于负荷	容量	年度	5 元/(千瓦·日)

注：旺季为 1 月、6 月、7 月、8 月、9 月和 12 月，其余为淡季。

2021 年，公司因响应削峰、填谷需求合计收到退补电费 5.16 万元，占当期电费总额比例为 1.01%。

### 2、“双限”具体政策及对公司用电成本及生产经营的影响

#### (1) 金华市“双限”具体政策

2021年10月9日浙江能源局发布了《关于启动有序用电方案的通知》，金华市婺城区能耗“双控”攻坚工作专班根据全省有序用电暂停要求，对辖区内企业实施每月用电方案暂停（即开四停三、开五停二等此类用电方案）。

根据《婺城区轮停方案》，公司于10月13日至10月底实施“开五停二”（即每周生产五天停工两天）、11月实施“开六停一”。

(2) 对用电成本及生产经营的影响

2021年10月至11月执行“双限”政策期间，公司产品月产量同比变动情况如下：

期间	2021年10月		2021年11月	
	产量	变动率	产量	变动率
整机产量（万台）	32.72	-4.71%	38.67	6.98%

2021年10月、11月公司产量分别较上年同期下降4.71%和上升6.98%；2021年11月产量较同期上升主要系2021年订单任务较重，产能利用率进一步提升；同时11月较10月停工减少1天，产能进一步增加所致。

“双限”政策对公司2021年10月、11月的生产经营产生了一定影响，但总体影响较小。2021年11月之后，“双限”政策已取消，不再对公司生产经营造成不利影响。

(六) 说明供应商选择、更换标准，发行人与部分供应商自报告期内开始合作的原因，是否发生供应商大规模变更及原因；结合发行人报告期内新增、终止合作供应商数量、对应采购金额等情况，说明发行人与供应商合作是否具有稳定性，相关供应商更换是否影响发行人生产经营、产品质量、客户关系等。

1、说明供应商选择、更换标准，发行人与部分供应商自报告期内开始合作的原因，是否发生供应商大规模变更及原因

1、供应商选择、更换标准

发行人依据《供应商管理程序书》等规章制度对供应商进行筛选，主要选择标准包括：

(1) 经过国家工商部门批准注册，具有相应生产或经营资质、质量认证的企业；

(2) 具有较强的供货能力，能够保证产品供应的稳定性，产品质量符合公司质量标准，供货响应速度符合公司要求、配合度高；

(3) 提供的产品品质优良，退货率低，具备良好的售后服务；

在上述基础上，若客户已指定相关品牌物料，则按照客户要求确定最终供货方；若未指定品牌物料的，按照供应商名录范围进行询价、比价，以最优供货条件和性价比确定最终的供货方。

发行人通常与主要供应商保持着稳定良好的长期合作关系，根据供应商名录中的合格供应商，通过询价、比价方式，综合遴选最匹配公司需求的供应商。发行人每年度根据供应商产品及服务的价格、交货期、质量管理水平、配合度等方面对其进行综合评价，如评分较低，则会先行对其进行辅导并再次确认实施效果，如仍达不到公司要求则会终止与其合作。

2、发行人与部分供应商自报告期内开始合作的原因，是否发生供应商大规模变更及原因

发行人供应商中包括原材料采购供应商和整机及配件采购供应商。

报告期内，发行人前五大原材料供应商中，不存在自报告期内开始合作的情况；发行人前五大整机及配件采购供应商中，除绿田机械股份有限公司外，其余整机供应商均自报告期外就已开展合作。公司与绿田机械股份有限公司自报告期内开始合作，与圆力工具、中硕工具、戈博机电自 2018 年开始合作的原因如下：

1、与绿田机械自报告期内合作的原因

发行人客户 Varo-Vic. Van Rompuy nv 有清洗机的采购需求，发行人自身并不生产该产品，为满足客户多品种工具一站式采购需求，发行人充分利用自身客户渠道优势，向绿田机械采购清洗机销售给 Varo-Vic. Van Rompuy nv。

发行人于 2019 年与绿田机械开始业务接洽，2020 年正式开始合作，主要向其采购清洗机等产品，2020 年采购金额 361.23 万元，2021 年采购金额 2,475.77 万元，进入公司前五大供应商。

绿田机械基本情况如下：

公司名称	绿田机械股份有限公司
法定代表人	罗昌国
统一社会信用代码	91331000740539650L
成立时间	2002年6月7日
注册地址	台州市路桥区横街镇绿田大道一号
注册资本	8,800万元
股东构成及控制情况	罗昌国持股 53.51%；邵雨田持股 10.50%，实际控制人为罗昌国
经营范围	农业机械、内燃机、发电机及发电机组、清洗设备、园林设备、水泵、植保机械、建筑机械制造、销售，货物与技术的进出口
主要采购内容	清洗机

## (2) 与圆力工具、中硕工具、戈博机电自 2018 年合作的原因

①发行人以自主生产为主，部分产品采用“自主研发设计+外协定制生产”的模式，即根据下游客户的订单需求，充分利用自身在产品企划、研发设计及品质控制上的竞争优势，将部分不具有比较优势的产品委托其他 OEM 厂商进行生产。由于外购定制产品单一品类销售量较小，为降低单一品类产品的模具投入成本，一个品类产品一般只交由唯一供应商生产。这使得公司需要开拓多个整机定制供应商。

②定制整机供应商需快速响应公司需求，公司倾向于就近选择供应商。中硕工具位于浙江省宁波市、圆力工具和戈博机电位于浙江省金华市，离公司较近，便于相互协作，保障产品供应。

③公司开展外协定制业务存在外协厂商直接和下游客户合作的风险，因此，公司选择外协定制厂商信任度和可靠性要求较高。中硕工具实际控制人邵建明为公司供应商宁波冈田科技有限公司等公司实际控制人，与公司实际控制人吴宁系多年商业合作伙伴；圆力工具实际控制人朱建光多年从事电动工具用吹塑盒生产加工业务，与公司控制人吴宁系多年合作伙伴；戈博机电高管吴世强系公司实际控制人吴宁堂兄弟。该等供应商与公司之间信任度较高，能保证公司供应链稳定和安全。

报告期内，发行人主要供应商基本保持稳定，未发生大规模变更的情况。新增供应商主要系公司不断完善供应链、拓展电动工具各产品系列的发展规划结果使然，具有商业合理性。

**2、结合发行人报告期内新增、终止合作供应商数量、对应采购金额等情况，说明发行人与供应商合作是否具有稳定性，相关供应商更换是否影响发行人生产经营、产品质量、客户关系等**

1、发行人报告期内新增、终止合作供应商数量、对应采购金额等情况

发行人生产用原材料种类众多，报告期内存在合作关系的供应商数量较多。报告期内，发行人采购金额 10 万元以上的供应商合计采购额占总采购金额比例在 95%以上，其中报告期内新增、终止合作供应商（10 万以上）数量、对应采购金额及占比情况如下：

项目	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	数量 (家)	金额 (万元)	占比	数量 (家)	金额 (万元)	占比	数量 (家)	金额 (万元)	占比
新增合作供应商	14	568.13	1.57%	23	1,494.05	2.39%	33	2,531.97	5.52%
终止合作供应商	9	478.73	0.77%	6	470.26	1.02%	3	134.58	0.42%

注：终止合作供应商对应的金额为终止当期上年度向该供应商的采购金额。新增合作供应商对应的金额为新增当期采购金额；供应商中不包含口罩供应商。

#### （1）新增供应商情况

报告期内，发行人原材料和整机供应商新增情况如下：

项目	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	数量 (家)	金额 (万元)	占比	数量 (家)	金额 (万元)	占比	数量 (家)	金额 (万元)	占比
原材料供应商	4	178.56	0.49%	16	705.57	1.13%	24	1,195.27	2.61%
整机供应商	10	389.57	1.08%	7	788.48	1.26%	9	1,336.70	2.91%

由上表可见，报告期内，新增供应商中，原材料供应商基本比较稳定，对应采购金额较小；整机供应商有所变化，主要系星河科技开展整机采购业务新增的整机供应商，规模较小。

#### （2）终止供应商情况

报告期内，公司终止合作供应商数量和采购金额均较少。

2、说明发行人与供应商合作是否具有稳定性，相关供应商更换是否影响发行人生产经营、产品质量、客户关系等

#### （1）与供应商合作是否具有稳定性

报告期内，公司新增整机供应商较多、涉及采购额占比较高，系公司丰富产品线及发展自主品牌业务需要；公司自主生产业务供应链稳定。

报告期内，扣除口罩业务因素，公司终止供应商家数分别为 3 家、6 家和 9 家，终止数量以及采购金额比例均较低；公司新增原材料供应商家数较少，涉及

采购额占当期采购总额比例均较低。

报告期内，公司供应商未发生大规模变动，少部分相关供应商更换有利于进一步保证生产进度、提升产品质量和控制生产成本，对生产经营、产品质量和客户关系不会产生不利影响。

综上，报告期内公司未发生大规模供应商变更的情况，发行人与主要供应商的合作具有稳定性。

## (2) 供应商更换是否影响发行人生产经营、产品质量、客户关系

报告期内，公司与相关供应商终止合作或更换新供应商，均依据公司制定的供应商选择和考核相关制度。相关变动均为保证公司产品的质量和性能，综合考虑供应商的资质、质量管控能力、价格水平、交货周期和服务等因素，结合供应商配合程度将其纳入或剔除合格供应商名录。

供应商更换不会对发行人生产经营、产品质量、客户关系产生不利影响。

(七) 说明各类型主要原材料、外购整机及零部件报告期内采购的主要供应商基本情况（包括注册资本、成立时间、合作时间、经营规模、实际控制人、是否为贸易商）、采购金额及占比；结合前述供应商的经营规模、经营地区、报告期内发行人向其采购金额占比等说明供应商变化的合理性、发行人采购金额与供应商经营规模是否匹配，如存在成立或开始合作当年或次年即成为发行人主要供应商，请说明具体情形及合理性。

## 1、报告期内前五大原材料供应商及其变动分析

### 1、报告期内向前五大原材料供应商采购情况

报告期内，公司向前五大原材料供应商采购情况如下：

排名	供应商	采购金额（万元）	原材料采购占比	采购内容
2022年				
1	铜陵精达电子	1,277.24	6.73%	漆包线
2	飞月进出口	1,140.43	6.01%	钢材
3	永康盛达电线	1,044.01	5.50%	电缆线
4	长城电工	901.77	4.75%	漆包线
5	永康市汉诺森工具	758.09	3.99%	底板、活动罩等
2021年				
1	飞月进出口	3,207.29	8.42%	钢材
2	长城电工	2,281.92	5.99%	漆包线

排名	供应商	采购金额（万元）	原材料采购占比	采购内容
3	永康盛达电线	2,086.14	5.47%	电缆线
4	铜陵精达电子	2,078.02	5.45%	漆包线
5	永康汉诺森工具	1,621.89	4.32%	底板、活动罩等
2020 年				
1	长城电工	2,064.17	7.87%	漆包线
2	飞月进出口	1,904.89	7.26%	钢材
3	永康盛达电线	1,392.31	5.31%	电缆线
4	辰创金属	1,085.31	4.14%	铝毛坯等
5	永康汉诺森工具	981.80	3.74%	底板、活动罩等

## 2、前五大原材料供应商各期采购变动及其变动原因

报告期各期向前五大原材料供应商采购金额及供应商营业规模情况如下：

单位：万元

供应商	营业规模	2022 年	2021 年	2020 年
长城电工	62.73 亿元	901.77	2,281.92	2,064.17
飞月进出口	4.15 亿元	1,140.43	3,207.29	1,904.89
永康汉诺森	2,010 万元	758.09	1,621.89	981.80
辰创金属	约 1,500 万元	657.28	1,125.00	1,085.31
永康盛达电线	约 1.6 亿元	1,044.01	2,086.14	1,392.31
铜陵精达电子	3.26 亿元	1,277.24	2,078.02	603.03

注：主要供应商营业规模数据来源于问卷调查或 2020 年度上市公司公告；发行人采购金额与供应商经营规模基本匹配。

钢材、漆包线、电缆线等大宗材料供应商飞月进出口、长城电工和铜陵精达电子、永康盛达电线营业规模较大，公司与其合作关系稳定，为公司重要供应商。铝毛坯件及底板、活动罩等原材料供应商分散，规模普遍较小，为控制成本并就近采购，公司主要向辰创金属和永康汉诺森采购，因此公司占其营收规模比例较高。

2018 年公司为了增强对大宗材料漆包线采购议价能力，开始与铜陵精达电子合作，2021 年铜陵精达电子成为公司前五大原材料供应商，2022 年为公司前五大供应商。。

## 3、成立或开始合作当年或次年即成为发行人主要供应商



公司主要原材料供应商基本情况及其与公司合作过程情况如下：

序号	供应商	地区	注册资本	成立时间	合作时间	实控人	贸易商
1	长城电工	湖州市	1.78 亿	2007.8	2007 年开始与金磐机电合作，后与公司继续合作	顾林祥	否
2	飞月进出口	永康市	600 万	1997.7	2006 年开始与金磐机电合作，后与公司继续合作	吴华刚	是
3	永康汉诺森（南苑机械）	永康市	50 万元	2013.8	2014 年其前身南苑机械开始与金磐机电合作，后与公司继续合作	徐徐	否
4	辰创金属	金华市	80 万元	2017.4	2017 年开始	胡美巧	否
5	永康盛达电线	永康市	4,000 万	1999.6	2005 年开始与金磐机电合作，后与公司继续合作	李加进	否
6	铜陵精达电子	铜陵市	7,000 万	2007.6	2018 年开始	李光荣	是

如上表所述，公司与主要供应商自报告期期初已有合作，合作历史较长；公司向铜陵精达电子采购额快速上升，2021 年其成为公司原材料第五大供应商。

综上，上述原材料供应商中不存在成立或开始合作当年或次年即成为发行人主要供应商的情形。

## 2、报告期内前五大整机及零部件供应商及其变动情况

### 1、报告期内向前五大整机及零件供应商采购情况

报告期内，公司向前五大整机及零部件供应商采购情况如下：

排名	供应商	采购金额（万元）	整机采购占比	采购内容
2022 年				
1	精创工具	3,333.82	20.28%	角磨机等
2	旋风工具	1,867.12	11.36%	砂带机、电刨等
3	宁波百雷仕	1,627.93	9.90%	曲线锯等
4	武义亚太电器	1,093.23	6.65%	冲击钻、电钻等
5	中硕工具	1,082.35	6.58%	直流电圆锯、冲击钻等
2021 年				
1	旋风工具	2,644.89	11.43%	砂带机、电刨等
2	绿田机械	2,475.77	10.70%	清洗机等
3	精创工具	2,067.09	8.93%	角磨机等

排名	供应商	采购金额（万元）	整机采购占比	采购内容
4	圆力工具（东帆工具）	1,888.49	8.16%	迷你锯、往复锯等
5	戈博机电	1,754.56	7.58%	冲击钻、电钻等
2020年				
1	旋风工具	2,531.21	14.75%	砂带机、电刨等
2	精创工具	1,910.66	11.13%	角磨机
3	圆力工具	1,776.11	10.35%	迷你锯、往复锯等
4	中硕工具	1,708.17	9.95%	直流电圆锯等
5	宁波百雷仕	1,457.87	8.49%	曲线锯等

## 2、前五大整机及零配件供应商各期采购变动及其变动原因

单位：万元

供应商	营业规模	2022年	2021年	2020年
绿田机械	12.25 亿元	627.71	2,475.77	361.23
圆力工具	2,067 万元	903.01	1,888.49	1,776.12
旋风工具	1.6 亿元	1,867.12	2,644.89	2,531.21
宁波百雷仕	约 2,500 万元	1,627.93	1,552.89	1,457.87
精创工具	约 3 亿元	3,333.82	2,067.09	1,910.66
武义亚太电器	1.54 亿元	1,093.23	1,643.42	1,246.62
戈博机电	约 1,400 万元	1,042.93	1,754.56	1,272.45
中硕工具	约 3,000 万元	1,082.35	1,544.65	1,708.17

注：主要供应商营业规模数据来源于问卷调查或 2020 年度上市公司公告；发行人采购金额与供应商经营规模基本匹配。

报告期内，公司外购整机规模逐年增加，公司向主要整机供应商采购金额逐年上升或保持较大规模。

受居家办公影响，家居用品如清洗机、空压机、吸尘器等产品需求大幅增加，2020 年至 2021 年公司向清洗机专业生产商绿田机械采购额快速增加。

## 3、成立或开始合作当年或次年即成为发行人主要供应商

公司主要整机及零配件供应商基本情况及其与公司合作过程情况如下：

序号	供应商	地区	注册资本	成立时间	合作时间	实控人	贸易商
1	绿田机械	台州市	6,600 万元	2002.6	2019 年	罗昌国	否
2	圆力工具	金华市	200 万元	2018.3	2018 年	朱建光	否
3	旋风工具	永康市	3,680 万元	2000.10	2016 年	朱叶红	否
4	宁波百雷仕	宁波市	200 万元	2002.12	2005 年与金磐机电合作，后与公司继续合作	童东升	否
5	精创工具	永康市	500 万元	1998.11	2017 年	池鹏飞	否
6	武义亚太电器	武义县	1,000 万元	2001.12	2016 年	杨学良	否
7	戈博机电	永康市	50 万元	2015.6	2018 年	俞志波	否
8	中硕工具	宁波市	500 万元	2018.5	2018 年	邵建明	否

如上表所述，除中硕工具、圆力工具外，公司其他主要整机及零配件供应商成立时间较早。其中绿田机械、中硕工具、戈博机电与公司合作当年或次年成为公司前五大供应商。

绿田机械、中硕工具、戈博机电合作当年或次年即成为公司主要整机供应商主要原因参见本题回复之“第九题之一、发行人回复之（六）说明供应商选择、更换标准，发行人与部分供应商自报告期内开始合作的原因，是否发生供应商大规模变更及原因；结合发行人报告期内新增、终止合作供应商数量、对应采购金额等情况，说明发行人与供应商合作是否具有稳定性，相关供应商更换是否影响发行人生产经营、产品质量、客户关系等”中关于“发行人与部分供应商自报告期内开始合作的原因”相关说明。

**（八）说明浙江飞月进出口有限公司是否存在被列为失信被执行人等情况、偿债能力情况，发行人向其采购钢材的信用政策，钢材采购是否具有稳定性、是否存在供应风险。**

**1、说明浙江飞月进出口有限公司是否存在被列为失信被执行人等情况、偿债能力情况**

1、浙江飞月进出口有限公司是否存在被列为失信被执行人等情况

（1）案件背景

浙江飞月进出口有限公司（以下简称“浙江飞月”）曾于 2016 年 9 月被列为失信被执行人，主要系浙江飞月涉及金华银行股份有限公司永康支行与浙江卓亮铝业有限公司、浙江省永康市宏达实业有限公司、浙江宏涛房地产开发有限公

司等关于金融借款合同纠纷一案。因主债务人卓亮铝业逾期未按约定还本付息，浙江省永康市人民法院于 2016 年 7 月作出了编号为（2016）浙 0784 民初 04064 的《民事判决书》，判定作为保证人之一的浙江飞月对上述债务及诉讼费用承担连带责任。因浙江飞月未履行上述《民事判决书》确定的义务，浙江省永康市人民法院对浙江飞月作出了案号为（2016）浙 0784 执 3643 的执行裁定，浙江飞月于 2016 年 9 月被列为失信被执行人。

## （2）案件现状

经查询浙江省永康市人民法院案件基本信息系统，并通过对浙江飞月相关人员的访谈确认，截至 2021 年 12 月 24 日，编号为（2016）浙 0784 民初 04064 的案件状态为已归档结案，作为担保人之一的浙江宏涛房地产开发有限公司已承担上述债务及诉讼费用，被执行人浙江飞月已不再被列为失信被执行人。

## 2、浙江飞月的偿债能力情况

报告期内，浙江飞月的财务数据及财务指标如下：

单位：万元

项目	2021 年 9 月 30 日/2021 年 1-9 月	2020 年 12 月 31 日 /2020 年度	2019 年 12 月 31 日 /2019 年度
资产总额	20,375.87	18,991.24	18,908.50
营业收入	39,997.04	41,496.37	24,427.29

数据来源：浙江飞月提供的财务报表，未经审计。

截至 2021 年 9 月 30 日，浙江飞月资产总额 2.04 亿元，营业收入 4.0 亿，其经营规模较大，具备一定的盈利能力和较强的偿债能力。

综上，当前浙江飞月不存在被列为失信被执行人等情况，浙江飞月资产规模及经营规模较大，经营情况正常，不会影响其向发行人钢材供应的稳定性。

## 2、发行人向其采购钢材的信用政策，钢材采购是否具有稳定性、是否存在供应风险

### 1、发行人向其采购钢材的信用政策

发行人向浙江飞月进出口采购钢材的信用政策为：按照现货市场规则进行交易，参考上海大宗商品信息中心“我的钢铁”网的钢材价格，付款信用期为月结 15 天。2020 年末，发行人基于公司订单数量增长及大宗材料价格持续上涨预期，

通过预付款形式，预付浙江飞月货款以锁定钢材价格。

## 2、钢材采购是否具有稳定性、是否存在供应风险

报告期内，发行人向浙江飞月采购钢材规模较为稳定、未出现重大变化，采购金额分别为 1,904.89 万元、3,207.29 万元和 1,140.43 万元。同时，2021 年发行人向其钢材采购金额占其销售额的 5.14%，占比较小；浙江飞月有能力向公司持续稳定供货。且浙江飞月已不存在被列为失信被执行人情况，其生产经营正常，能够保障公司的钢材供应。

此外，钢材属于大宗商品，备选的供应商较多，市场供给充足，如浙江飞月因自身偿债能力影响不能向公司供货，公司可快速切换供应商，保障公司钢材采购不受影响。

综上，发行人的钢材采购稳定性良好，不存在供应风险。

**（九）结合 2021 年年初以来主要原材料及外购整机、零部件的市场价格、采购价格变化情况、发行人原材料储备情况等量化分析近期原材料上涨对发行人经营业绩影响情况，并量化完善“原材料价格上涨风险”的风险提示。**

### 1、结合 2021 年年初以来主要原材料及外购整机、零部件的市场价格、采购价格变化情况、发行人原材料储备情况等量化分析近期原材料上涨对发行人经营业绩影响情况

#### 1、2021 年主要原材料价格和零部件采购价格变动情况及对经营业绩的影响

2020 年下半年以来，受大宗商品价格不断上涨影响，公司主要原材料采购价格均出现大幅上涨，具体如下：

原材料	2022 年	2021 年	2020 年度
钢材	-26.44%	48.26%	3.19%
漆包线	-1.30%	33.73%	4.93%
塑料粒子	1.78%	18.55%	-7.79%
电缆线	-0.72%	23.49%	9.29%
轴承	4.26%	0.00%	16.05%
开关	11.92%	6.83%	6.98%
换向器	-1.05%	13.39%	10.16%

如上表所示，2021 年钢材、漆包线、塑料粒子、电缆线等采购均价出现了较大涨幅，钢材和漆包线涨幅达到 48.26%和 33.73%；主要原材料涨价导致自产切割工具和自产打磨工具的单位成本分别上升 16.41%和 9.30%，进而导致上述

产品 2021 年的毛利率有所下滑。

受原材料价格上涨及汇率影响,2021 年自产产品毛利率由 2020 年的 34.59% 下降至 23.99%。

2022 年以来上述因素对公司经营业绩的影响趋于缓和,并不断向有利方向发展。钢材、塑料粒子、漆包线等价格出现一定程度回落,特别是 2022 年 5 月之后,上述材料价格出现较大幅度下降。2022 年开关采购价格同比有所上涨,主要与芯片价格变动有关。

## 2、外购整机采购价格变动情况及对经营业绩的影响

类别	2022 年	2021 年	2020 年
采购价格(元/台)	129.30	126.24	106.82

2021 年采购均价较 2020 年增长 18.18%,主要系 2021 年单价较高的清洗机、空压机等产品采购大幅增加所致;同时因原材料价格上涨,公司因供应商提价需求部分外购产品采购单价有一定程度上涨。

2021 年,受上述因素及汇率影响,外购产品毛利率由 2020 年的 19.83% 下降至 16.03%。

## 3、原材料储备情况及对经营业绩的影响

公司 ODM/OEM 类业务主要实行“按销售订单采购”的采购模式;自主品牌类业务,则根据销售预测和目标库存采用“备货采购”模式。针对硅钢、塑料粒子、漆包线等基础物料,由于其市场价格波动较大且较频繁,为控制采购成本,公司会根据生产经营实际情况预估采购量,结合期货市场价格走势和行业经验,在预判价格低点适当提前增加采购量。

2020 年末,漆包线、钢材等大宗商品价格上涨较快,为预防原材料价格持续上涨风险,公司大宗原材料采购备货量有所增长,2021 年及 2020 年末原材料余额较上年末分别增长 993.09 万元、975.81 万元。但公司原材料备货数量不能完全满足生产需要,无法通过提前备货方式对冲主要原材料价格上升带来的经营风险。

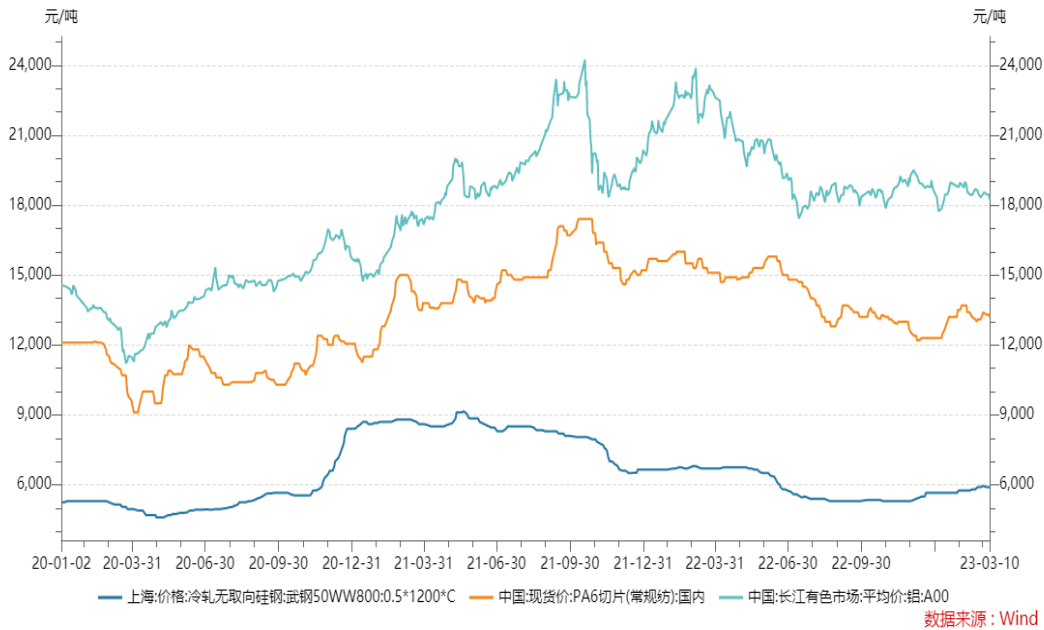
## 4、原材料价格上涨对发行人经营业绩的影响

公司与主要客户均约定了价格调整机制,原材料价格持续大幅上涨之后公司可以要求客户调高销售价格,但销售价格调整一般滞后于原材料价格上涨;加之人民币升值因素影响 2021 年公司主营业务毛利率出现较大幅度下降。

2020年下半年以来，为应对原材料价格持续上涨，公司陆续和主要客户协商了调价机制，并取得了客户的认同，一定程度抵消原材料价格上涨对公司经营造成的不利影响。

## 2、量化完善“原材料价格上涨风险”的风险提示

2020年3月以来，硅钢、铝件、塑料粒子等原材料价格持续上涨，由于公司产品销售价格调整与原材料采购价格波动难以保持完全同步，如果主要原材料价格短期内大幅上涨，将降低公司产品的毛利率，进而对公司盈利能力产生较大不利影响。2022年以来，主要原材料价格从高位回落，部分原材料降幅明显。



假设其他影响因素不变，公司原材料采购价格变动 1%对毛利率变动的敏感性分析如下：

项目	2022 年	2021 年	2020 年
主营业务毛利率（%）	25.50	21.28	29.89
直接材料占主营业务成本的比重（%）	82.12	85.61	84.41
原材料采购价格波动 1%时毛利变动金额（万元）	360.85	537.36	388.52
原材料采购价格波动 1%对毛利率影响	0.61%	0.67%	0.59%

2020年、2021年及2022年，假设公司主要产品原材料采购价格均上涨 1%，将分别使毛利率下降 0.59%、0.67%、0.61%。按照公司 2021 年主要原材料加权平均上涨幅度 25.35%测算，公司毛利率将下降 7.17%。

(十) 说明不同类型自产产品的主营业务成本构成并分析变动原因，发行人主营业务成本构成占比与同行业可比公司是否一致，2020 年产量增加但制造费用金额及占比下降的原因及合理性。

### 1、自产产品的主营业务成本构成

报告期各期，公司不同类型自产产品的主营业务成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度		
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	
切割工具	直接材料	16,592.49	81.22%	24,643.34	85.00%	18,554.47	84.18%
	直接人工	2,422.87	11.86%	3,081.34	10.63%	2,301.89	10.44%
	制造费用	1,414.16	6.92%	1,268.73	4.38%	1,184.60	5.37%
	合计	20,429.52	100.00%	28,993.42	100.00%	22,040.96	100.00%
打磨工具	直接材料	3,768.30	82.43%	7,220.35	85.64%	4,788.69	82.86%
	直接人工	516.81	11.31%	878.06	10.42%	661.98	11.46%
	制造费用	286.36	6.26%	332.21	3.94%	328.24	5.68%
	合计	4,571.47	100.00%	8,430.61	100.00%	5,778.91	100.00%
钻孔紧固工具	直接材料	822.08	82.70%	1,017.73	83.92%	471.64	84.75%
	直接人工	109.23	10.99%	144.87	11.95%	59.30	10.66%
	制造费用	62.74	6.31%	50.11	4.13%	25.54	4.59%
	合计	994.05	100.00%	1,212.72	100.00%	556.48	100.00%

发行人切割、打磨和钻孔紧固三大类产品均属于电动工具，以材料成本为主，报告期内直接材料占比都在 80%以上。总体来说，报告期内各组成部分占营业成本的比例较为稳定，无显著变化，占比略有波动主要是受产品结构和原材料价格影响。

2021 年，切割和打磨工具的直接材料占比较 2020 年均有所上升，主要系当期主要原材料价格上涨所致。2022 年，公司主要产品的制造费用占比均有所上升，主要系受下游需求变化影响主要产品产量下降，单位产品制造费用分摊增加。

发行人主营业务成本构成占比与同行业可比公司对比情况如下：

公司	2022 年度	2021 年度	2020 年度	
格力博	直接材料	78.18%	79.87%	83.69%
	直接人工	6.44%	6.66%	7.27%



公司		2022 年度	2021 年度	2020 年度
康平科技	制造费用	15.38%	13.47%	9.04%
	直接材料	未披露	未披露	未披露
	直接人工	未披露	未披露	未披露
	制造费用	未披露	未披露	未披露
欧圣电气	直接材料	未披露	86.63%	87.20%
	直接人工	未披露	7.41%	7.29%
	制造费用	未披露	4.92%	4.62%
	其他	未披露	1.04%	0.89%
大叶股份	直接材料	未披露	77.49%	86.02%
	直接人工	未披露	9.84%	8.67%
	制造费用	未披露	12.67%	5.30%
	其他	未披露	-	0.01%
发行人	直接材料	82.12%	85.61%	84.41%
	直接人工	11.33%	10.26%	10.33%
	制造费用	6.55%	4.13%	5.26%

注：主要同行业可比公司巨星科技、锐奇股份和创科实业未披露成本构成情况，无法从公开渠道获取相关数据，故采用其他同行业可比公司。格力博和大叶股份主要从事园林类工具业务，欧圣电气主要产品为小型空压机和干湿两用吸尘器。欧圣电气仅披露了 2021 年 1-6 月的相关数据。截至本招股说明书签署日，格力博披露了 2022 年 1-6 月的相关数据，其他同行业公司未披露 2022 年营业成本构成。

发行人与其他可比公司的成本构成基本一致，直接材料占比均在 80%左右。

## 2、2020 年产量增加但制造费用金额及占比下降的原因及合理性

报告期内，公司生产成本中制造费用明细情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
折旧摊销	679.23	40.35%	593.32	31.26%	504.27	31.83%	469.29	26.17%
水电费	376.34	22.36%	496.83	26.18%	389.38	24.58%	342.84	19.12%
模具费	400.41	23.79%	372.07	19.60%	333.17	21.03%	716.78	39.97%
低值易耗品	131.30	7.80%	262.02	13.81%	212.78	13.43%	182.36	10.17%
其他	96.03	5.70%	173.63	9.15%	144.84	9.14%	82.24	4.59%
合计	1,683.31	100.00%	1,897.87	100.00%	1,584.44	100.00%	1,793.51	100.00%

注：公司上述制造费用明细统计口径系各期生产成本中的制造费用金额，并非营业成本中的制造费用，具体原因如下：在日常财务核算中，公司归集制造费用，并依据工时在完工产品之间进行分配，与直接材料、直接人工一并结转至当期入库完工产品；由于发行人产品种类丰富，生产批次多，且当期完工产品并非完全对外实现销售，因此参照生产成本制造费用各成本要素结构进行分析。

报告期各期，生产成本制造费用金额分别为 1,584.44 万元、1,897.87 万元和 1,683.31 万元，主要包括折旧摊销、水电费、模具费以及低值易耗品。2020 年制造费用中折旧摊销、水电费和低值易耗品等各项明细均有所增长，模具费减少是当年制造费用下降的主要原因。模具费用于产品实际投产时一次性摊销，即在领用时一次性计入制造费用。2020 年，发行人投产的新产品数量相比以前年度有所减少，因此模具费用有所下降，导致当年制造费用下降。2021 年，公司制造费用随产量增加提高至 1,897.87 万元。

## 二、申报会计师核查情况

### 1、申报会计师核查程序

1、对发行人主要供应商及采购情况，申报会计师实施的主要核查程序包括（但不限于）：

（1）查阅了发行人各期主要供应商的工商资料，了解主要供应商的基本情况，访谈发行人采购经理，了解主要供应商与发行人的合作背景；

（2）对发行人主要供应商执行采购细节测试，获取与供应商交易的合同、入库单据、采购发票、付款凭证等，确认采购的真实性；

（3）走访发行人主要供应商，了解主要供应商的基本情况、经营状况、交易情况等；对发行人主要供应商执行函证程序，对报告期各期交易金额及往来款余额进行确认。

对供应商函证及走访的具体核查比例情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
采购额	36,105.38	62,458.51	45,880.34
发函金额	26,976.60	52,345.94	38,699.60
发函比例	74.72%	83.81%	84.35%

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
回函金额（差异经核对后可确认）	26,705.35	49,677.31	36,730.94
回函金额占采购额比例	73.97%	79.54%	80.06%
走访比例	73.00%	74.49%	74.52%

经核查，报告期内，发行人与主要供应商合作交易内容真实，主要供应商变动合理。

2、针对其他问题，申报会计师实施的主要核查程序包括（但不限于）：

（1）获取发行人报告期各期采购明细表，统计分析各类原材料采购金额、占比等情况；

（2）对发行人报告期内主要原材料、整机及零配件占比进行统计，并结合产品结构、自产整机主要原材料的采购、耗用情况对原材料采购占比波动合理性进行分析；获取了发行人整机销售明细，了解其中自产整机及外购整机的构成，分析外购产品销售及贸易业务对外购整机变动的影响；

（3）通过公开市场渠道查询发行人所使用的主要原材料，分析发行人采购价格与市场公开价格变动趋势是否一致；获取发行人报告期各期采购明细表，对同型号不同供应商采购价格进行对比分析；

（4）获取报告期外购整机明细，按不同产品类别分析报告期外购整机采购变动情况及其原因；

（5）获取了报告期内公司不同生产环节产量及耗电量信息，分析各环节产量与能耗的匹配关系；访谈了公司生产主管，了解电表开户相关情况以及电费分摊原则及计量方式，判断价格是否公允；查阅了当地直购电退补政策、“双限”政策并分析了其对公司生产经营的影响；

（6）获取发行人《供应商管理程序书》文件，访谈发行人采购业务负责人，了解发行人采购模式、供应商选择、更换的标准；获取发行人报告期内的供应商明细表，统计供应商增减变动数量、对应采购金额等情况并分析变动原因；

（7）根据报告期各期采购明细统计主要原材料、外购整机主要供应商，分析主要供应商变动情况；访谈发行人及主要供应商了解主要供应商基本情况及与发行人合作情况、采购变动原因；

（8）查询中国执行信息公开网及浙江飞月进出口有限公司工商信息，访谈浙江飞月进出口有限公司相关人员了解合同纠纷案件及进展；查阅发行人与其交易情况及资金往来记录，访谈发行人采购人员了解相关案件对其供货的影响；

（9）检索 2021 年以来主要原材料市场价格信息，获取发行人原材料、整机采购明细分析采购价格变动；量化分析原材料价格波动对产品毛利率的影响；

(10) 获取发行人报告期内自产产品的成本料工费明细表，了解成本结构变动的的原因，对比分析发行人及可比公司的成本结构等情况。获取公司报告期内的制造费用明细表，了解各细分项目变动的的原因。

## 2、申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为：

(1) 发行人已披露报告期主要原材料金额、占比等情况，已披露的原材料具有代表性，能够充分反映报告期内发行人原材料情况。

(2) 报告期内，自产整机主要原材料单位消耗量基本保持稳定，主要原材料采购量变动与公司整机产量变动基本一致；整机及配件外购变动趋势与外购整机及配件的线下销售变动趋势基本一致，采购占比变动合理。

(3) 报告期内，发行人主要原材料采购均价与市场公开报价波动趋势基本一致；发行人相同型号不同供应商的原材料采购价格不存在重大差异，主要原材料采购价格公允。

(4) 发行人报告期各期外购产品采购类别、采购金额及单价变化具有合理性。

(5) 公司各生产环节电耗变动与产量变动基本匹配，不存在异常情况；公司与金磐电费结算方式与金磐机电和第三方租户电费结算方式一致，价格公允；直购电退补及“双限”政策对公司生产经营影响较小。

(6) 发行人与部分供应商自报告期内开始合作的原因主要系为了降低单一供应渠道风险、满足下游客户一站式采购需求等，符合发行人业务发展需要，具有商业合理性；报告期内，发行人供应商未发生大规模变更；发行人报告期内新增、终止合作供应商对应的采购金额占比较低，发行人与主要供应商的合作具有稳定性，相关供应商更换未对发行人生产经营、产品质量、客户关系产生重大影响。

(7) 公司原材料主要供应商与公司、或曾经与关联方金磐机电合作时间较长，合作稳定变动较小，不存在合作当年即成为主要供应商情形；部分外购整机供应商合作当年或次年成为主要供应商主要系在“自主研发设计+外协定制生产”模式下考虑经济成本及供应链稳定性和安全性等因素导致，具有合理的商业理由；公司不存在向供应商采购金额与对方营业规模不匹配情形。

(8) 飞月进出口被列为失信被执行人的状态已经解除，发行人的钢材采购不存在供应风险。

(9) 报告期各期，发行人自产产品成本的料、工、费比例波动具备合理原因，成本结构与可比公司基本一致。2020年模具费减少造成制造费用金额及占比下降，与公司实际经营状况相符，变动具有合理性。

## 第十题、“关于外协加工”

申请文件显示：

(1) 发行人将部分非关键工序通过外协方式委托外部单位进行加工处理，委外加工的工序主要包括硅钢片冲压、铝件金加工、铝件和塑料件表面喷涂等。

(2) 2021年1-6月，发行人外协加工中电机控制器组装占比提升，向深圳拓邦股份有限公司采购电机控制器组装26.08万元。

请发行人：

(1) 说明主要外协供应商的基本情况，包括合作时间、注册资本、股权结构、实际控制人、发行人占其采购比例等情况等，主要外协供应商生产经营能力是否与其向发行人提供的加工服务是否相匹配。

(2) 说明2021年1-6月电机控制器组装占比提升的原因，发行人向深圳拓邦股份有限公司采购外协组装服务的原因，发行人主要外协加工厂商地区分布是否与发行人生产经营活动相匹配。

(3) 分外协加工类型说明各类型外协加工费用公允性，外协加工数量与产品产量匹配关系。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

### 一、发行人回复

(一) 说明主要外协供应商的基本情况，包括合作时间、注册资本、股权结构、实际控制人、发行人占其采购比例等情况等，主要外协供应商生产经营能力是否与其向发行人提供的加工服务是否相匹配。

报告期内，公司与前五大委外加工厂商交易情况如下：

期间	排名	外协厂商名称	交易金额 (万元)	占采购总 额比例	加工内容
2022年	1	金华市宏硕工具有限公司	202.23	0.56%	铝件、塑料件喷涂
	2	永康市启磐冲压件有限公司	151.61	0.42%	硅钢片冲压
	3	金华赛利科智能科技有限公司	69.59	0.19%	电机控制器组装
	4	浙江筑之科技有限公司	41.06	0.11%	电机控制器组装
	5	宁波莱冠电子科技有限公司	38.84	0.10%	PCB 板组装
			合计	503.33	1.39%
2021年	1	金华市宏硕工具有限公司	455.80	0.73%	铝件、塑料件喷涂
	2	永康市启磐冲压件有限公司	324.37	0.52%	硅钢片冲压
	3	金华赛利科智能科技有限公司	121.68	0.19%	电机控制器组装

期间	排名	外协厂商名称	交易金额 (万元)	占采购总 额比例	加工内容
	4	宁波莱冠电子科技有限公司	67.83	0.11%	PCB 板组装
	5	永康市川木电器有限公司	49.20	0.08%	充电器、PCB 板组装
	合计		1,018.89	1.63%	-
2020 年	1	金华市宏硕工具有限公司	282.03	0.61%	铝件、塑料件喷涂
	2	永康市启磐冲压件有限公司	280.40	0.61%	硅钢片冲压
	3	永康市川木电器有限公司	55.01	0.12%	充电器、PCB 板组装
	4	金华市合力特开关有限公司	22.79	0.05%	调速器组装加工
	5	金华市辰创金属制品有限公司	20.69	0.04%	铝毛坯件金加工
	合计		660.92	1.44%	-

报告期各期，发行人前五大外协厂商的基本情况如下：

供应商名称	注册资本	股权结构	实际控制人	合作时间	发行人 采购占比
金华市宏硕工具有限公司	50 万元	张能洪持股 80%；许志球持股 20%	张能洪	2016 年开始	8%-15%
永康市启磐冲压件有限公司	10 万元	王美玲持股 100%	王美玲	2017 年开始	80%-90%
金华市辰创金属制品有限公司	80 万元	胡美巧持股 100%	胡美巧、陈明道夫妻	2017 年开始	70%以上
宁波莱冠电子科技有限公司	100 万元	胡彩凤持股 52%；韩儒持股 20%；李伟持股 20%；徐仲强持股 8%	胡彩凤	2020 年开始	1%-3%
金华赛利科智能科技有限公司	200 万元	范从岭持股 90%；陈佳男持股 10%	范从岭	2020 年开始	10%-20%
永康市川木电器有限公司	100 万元	范文永持股 70%；舒笑英持股 30%	范文永	2016 年开始	2%-5%
金华市合力特开关有限公司	30 万元	张小燕持股 100%	张小燕	2016 年开始	10%-20%
浙江筑之科技有限公司	500 万元	王鸿捷持股 60%，王英鸽持股 40%	王鸿捷	2021 年开始	40%-50%

目前合作的外协供应商中，除永康启磐外，发行人采购量占外协方业务量的比例较低，外协方有足够的生产经营能力为公司提供加工服务。报告期各期，发行人向永康市启磐冲压件有限公司采购委外加工服务金额分别为 280.40 万元、324.37 万元和 151.61 万元，占其业务比重约为 80%-90%。发行人向永康市启磐

冲压件有限公司采购委外加工服务金额占发行人采购总额的比例分别为 0.61%、0.52%和 0.42%，占比较小，且逐年下降。永康市启磐冲压件有限公司主要从事硅钢片冲压业务，工艺简单，附加值较低，通常与一到两家客户保持稳定、长期的合作关系，系行业常见现象，永康市启磐冲压件有限公司能够满足发行人硅钢片冲压的外协采购需求。

**（二）说明 2021 年 1-6 月电机控制器组装占比提升的原因，发行人向深圳拓邦股份有限公司采购外协组装服务的原因，发行人主要外协加工厂商地区分布是否与发行人生产经营活动相匹配。**

#### 1、电机控制器组装占比提升的原因

PCB 板组装、电机控制器组装等电机配件组装加工服务与直流电动工具业务相关，报告期内，电机配件组装加工服务采购情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
电机配件组装加工	208.43	284.01	92.70
其中：电机控制器组装加工	128.90	152.49	11.11

2020 年和 2021 年电机控制器组装加工采购金额增长主要系直流电动工具业务持续增长，相应增加对电机控制器组装加工服务的采购需求。2022 年由于直流电动工具业务总量减少从而减少了对电机控制器组装加工服务的采购。

#### 2、向深圳拓邦股份采购的原因

发行人向深圳拓邦股份有限公司采购外协组装加工服务的原因系该外协厂商为发行人客户 Harbor Freight Tools 指定的组装加工厂。除此之外，发行人其他大部分外协供应商为浙江地区企业居多，且大多数在金华地区，位于发行人周边区域，与发行人生产经营活动匹配，具有商业合理性。

**（三）分外协加工类型说明各类型外协加工费用公允性，外协加工数量与产品产量匹配关系。**

#### 1、外协加工费用公允性

公司外协加工类型主要包括硅钢片冲压、铝件金加工、铝件和塑料件表面喷涂以及电机配件组装加工。其中，电机配件组装加工服务金额较小，且与具体的产品开发项目相配套，具有定制开发的特殊性，不同开发项目对技术、工艺、材

料要求不同，不同外协厂商之间交易价格差异较大，交易价格可比性较弱。发行人硅钢片冲压、铝件金加工和铝件和塑料件表面喷涂等外协加工具体情况说明如下：

### 1、外协加工定价依据

公司与外协加工厂商之间的定价方式为：根据市场定价原则，结合外协加工内容的特点，协商定价。公司与外协加工厂商之间的定价依据具体情况如下：

项目	具体工艺/内容	定价依据
硅钢片冲压	将带状钢料通过高速冲压成型工艺制成定子铁芯、电枢冲片。	按重量协商定价
铝件金加工	根据图纸或工艺文件要求将铝毛坯件加工成符合要求尺寸、形状、精度的合格件。	按套或件协商定价
铝件和塑料件表面喷涂	根据客户要求对铝件、塑料件外表面喷涂塑粉或油漆。	按套或件协商定价

### 2、外协加工交易价格的公允性

#### (1) 硅钢片冲压

报告期内，公司主要委托永康启磐制作定子铁芯、电枢铁芯等电机主要配件，由公司提供模具及产品图纸。铁芯冲压定价主要根据材料加工难易特性、单模产出效率、材料利用率等确定；电动工具电机铁芯冲压行业竞争激烈，加工价较为透明，以神力股份（603819.SH）披露的其 2018 年、2019 年定转子冲压业务毛利率 15.08%、12.94%以及硅钢原材料价格测算，铁芯冲压加工费的市场价格在 700 元/吨至 900 元/吨。

2020 年至 2022 年发行人与永康市启磐冲压件有限公司外协加工交易情况如下：

项目	2022 年	2021 年	2020 年
冲压加工费（万元）	151.61	324.37	280.40
硅钢加工量（吨）	2,279.46	4,842.56	3,848.02
加工费单价（元/吨）	665.00	669.83	728.69

2020 年，上述交易价格与第三方市场价格差异不大，2021 年，永康市启磐冲压件有限公司由小规模纳税人变更为一般纳税人，加工费税率由 3% 变更为 13%，加工费不含税单价有所下降。

#### (2) 铝件金加工

2019 年至 2020 年，发行人将箱体、头壳等铝毛坯件的金加工工序委托给金华市辰创金属制品有限公司承做；2020 年 6 月起，为了更好控制产品质量，金加工工序由发行人自行完成。



2019年至2020年，发行人与金华市辰创金属制品有限公司委外加工单价与自行金加工成本比较情况如下：

金加工	公司金加工车间 (2021年度)	辰创金属外协金加工	
		2020年	2019年
加工金额(万元)	436.33	20.69	60.86
加工件数量(万件)	455.43	30.49	113.28
加工单价(元/件)	0.96	0.68 <sup>注</sup>	0.54

注：公司与金华市辰创金属制品有限公司金加工定价未发生显著变化，2020年加工单价较上年上升主要系当期加工的主要物料规格型号与上期存在差异导致。

由上表可见，发行人金加工成本高于金华市辰创金属制品有限公司，主要是以下原因导致：①发行人金加工车间新购设备单价高相应折旧较高；②用工成本相较小规模企业更高。

### (3) 铝件和塑料件表面喷涂

报告期内，提供铝件和塑料件表面喷涂的外协厂商包括金华市宏硕工具有限公司、金华豪达工具有限公司。报告期内，发行人与上述两家公司交易情况如下：

单位：万元

外协供应商	2022年度	2021年度	2020年度
金华市宏硕工具有限公司	202.23	455.80	282.03
金华豪达工具有限公司	0.08	2.37	0.60

需要喷涂的铝件和塑料件包括多种不同类型，其中主要为固定罩、机壳、后罩、机壳扣件、箱体、活动罩、装饰罩等部件，金额占比达到80%以上。报告期内，发行人主要由金华市宏硕工具有限公司提供铝件和塑料件表面喷涂加工服务，金华豪达工具有限公司提供的喷涂加工服务金额较小，且加工部件类型有所不同，两者外协加工单价不具可比性。

报告期内，金华市宏硕工具有限公司提供的铝件、塑料件加工单价具体情况如下：

单位：万元、万件、元/件

物料名称	项目	2022年度	2021年度	2020年度
固定罩	金额	88.96	189.23	119.41
	数量	57.89	129.14	86.65
	单价	1.53	1.47	1.38

物料名称	项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
机壳	金额	11.15	40.66	20.23
	数量	16.44	59.50	30.78
	单价	0.68	0.68	0.66
后罩	金额	8.79	32.07	16.11
	数量	16.10	58.94	30.85
	单价	0.55	0.54	0.52
机壳扣件	金额	5.94	17.38	10.21
	数量	21.05	63.93	37.26
	单价	0.28	0.27	0.27
箱体	金额	16.98	43.38	29.57
	数量	26.20	58.68	39.80
	单价	0.65	0.74	0.74
活动罩	金额	22.62	48.09	28.97
	数量	20.89	45.57	28.47
	单价	1.08	1.06	1.02
装饰套	金额	2.77	5.19	4.28
	数量	10.42	19.32	16.34
	单价	0.27	0.27	0.26
金额合计		157.21	376.00	228.78

从上表可见，固定罩、箱体、活动罩等部件金额占比相对较高，报告期油漆成本上涨对其单价提升作用相对明显。总体上看，发行人报告期喷涂外协加工平均单价总体上保持稳定。

## 2、外协加工数量与产品产量匹配关系

报告期内，公司硅钢片冲压、铝件金加工、铝件和塑料件喷涂等外协加工数量与公司各期产量情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
硅钢加工量（吨）	2,279.46	4,842.56	3,848.02
铝件金加工（万件）	-	-	30.49
铝件和塑料件表面喷涂（万件）	249.36	581.58	370.55
整机产量（万台）	211.75	419.47	332.38

报告期各期，发行人硅钢片冲压外协加工数量与发行人产品产量变动趋势一致，具有匹配性。2020 年度和 2021 年，铝件和塑料件表面喷涂加工数量增长较

快，主要系 2020 年度和 2021 年电圆锯产量增加较快，2020 年至 2021 年，各类型电圆锯合计产量分别为 107.55 万台、141.60 万台，而电圆锯是需要表面喷涂的主要机型之一，因此导致喷涂加工数量增加明显。总体上看，产量变动趋势与喷涂的外协加工数量基本匹配。

铝件金加工外协加工数量与产量无严格的对应关系，是否需要委托金加工取决于原材料类型、产品工艺需求以及自身产能设备情况等因素，如某款机型外壳材料为塑料件，则不需要通过金加工工艺。

报告期初，发行人委托辰创金属进行铝件金加工。2020 年下半年，部分曾委托辰创金属完成的金加工工序改由公司金工车间自行完成导致公司与辰创金属委托加工费进一步降低。2021 年，公司仅向辰创金属采购铝压铸件，未发生委托金加工业务。

2022 年，公司自产整机数量下降，上述外协加工数量相应减少。

综上，发行人外协加工数量与产品产量基本匹配。

## 二、申报会计师核查情况

### 1、申报会计师核查程序

针对以上事项，申报会计师实施的主要核查程序包括（但不限于）：

（1）获取并查阅主要外协供应商营业执照、经营资质等相关资料；通过企业信用信息公示系统、企查查等网站查询主要外协供应商相关信息；通过访谈发行人采购业务负责人了解主要外协供应商的基本情况、经营状况、与发行人的合作背景和交易情况等；实地走访永康市启磐冲压件有限公司，对其生产设施、厂房、员工等情况进行了解，评价永康市启磐冲压件有限公司是否具备为发行人提供原材料或外协服务的能力；

（2）获取报告期内发行人外协采购明细，分析电机控制器组装加工外协采购金额的变化情况及原因；核查报告期内发行人向深圳拓邦股份有限公司采购外协加工服务的金额及原因；核查发行人主要外协厂商经营地址情况，分析与发行人生产经营活动的匹配性；

（3）获取报告期发行人外协采购明细，分析各类主要外协采购业务的供应商情况、采购价格；分析报告各期外协采购单价变动情况以及与同行业上市公司相同工序价格对比情况，复核外协采购价格的合理性。

### 2、申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为：

（1）报告期内，发行人外协采购金额占比较小，主要外协供应商生产经营

能力能够满足发行人外协采购需求；

(2) 发行人电机控制器组装占比提升的系由于直流电动工具业务持续增长，对电机控制器组装加工服务的采购需求逐步增加。发行人向深圳拓邦股份有限公司采购外协组装加工服务系该外协厂商为发行人客户 Harbor Freight Tools 指定的组装加工厂。除此之外，发行人其他大部分外协供应商为浙江地区企业居多，且大多数在金华地区，与发行人生产经营活动匹配，具有商业合理性；

(3) 发行人外协加工费用主要根据加工的复杂程度与外协厂商协商确定，定价公允，与同行业公司定价依据不存在显著差异；报告期内，发行人外协加工数量与发行人产品产量变动关系合理。

## 十一题、“关于产能与固定资产”

申请文件显示：

(1) 发行人产品的产能主要由电机车间转子生产线中轴铁芯一次成型工序的产能决定。报告期内发行人产能不断提升，各年度产能利用率均超过 100%。

(2) 2019 年末，发行人固定资产原值较上年增长 557.63 万元，主要系发行人本期购置电池包组装线、加工中心等生产设备所致。2020 年末，发行人固定资产较上年增长 984.23 万元，主要系发行人为提升产能，在四季度购置多台数控机床及注塑机所致。

请发行人：

(1) 结合机器设备账面原值变化情况、生产线自动化水平、生产人员数量变化及工时情况等，说明报告期内产能不断提升、产能利用率均超过 100% 的原因。

(2) 说明发行人单位机器设备原值产生的营业收入情况，与同行业可比公司是否存在较大差异及具体原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

### 一、发行人回复

(一) 结合机器设备账面原值变化情况、生产线自动化水平、生产人员数量变化及工时情况等，说明报告期内产能不断提升、产能利用率均超过 100% 的原因。

报告期各期机器设备变化情况具体如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
	/2022 年度	/2021 年度	/2020 年度
固定资产-机器设备期末原值	6,707.02	6,681.36	5,512.04
本期增加的机器设备原值	25.66	1,169.32	885.31
机器设备增长率 (%)	0.38%	21.21%	19.13%
产能 (万台)	385	385	310
产能增长率 (%)	-	24.19%	4.03%

2020 年度、2021 年度和 2022 年，机器设备原值增长率为 19.13%、21.21% 和 0.38%，其中 2020 年度新增设备主要于当年下半年购进，产能在 2021 年得到释放，因此导致 2020 年产能增长率与机器设备增长率两者之间增长趋势存在不一致，2022 年机器设备、产能同比上年基本无变动；从总体上看，报告期各期产能增长率与设备增长率基本匹配

2020 年至 2022 年，发行人生产工人人数及工时情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
生产人员数量（人）	376	576	521
生产工时（万小时）	90.54	163.09	120.69
产量（万台）	211.75	419.47	332.38
单位工时产量	2.34 <sup>注</sup>	2.57	2.75

注：2020 年 6 月后，委托辰创金属完成的金加工工序改由公司金工车间自行完成，该工序导致工时增加但产量并未同步增长，为了统一计算口径，2021 年、2022 年计算生产工时未包括该工序的新增工时。

由上表可见，2021 年单位工时产量有所下降与产品结构有关，较为耗时的产品产量增加导致。2022 年单位工时产量有一定幅度下降，主要系上半年因供应链中断影响，部分时间处于停产状态但仍正常计算工资工时，同时全年产量减少也对工作效率有所影响。总体上看，发行人产品产量与生产工时变动趋势一致，具有合理性。

报告期各期，公司产能计算过程如下表所示：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
转子生产线数量（条）	9	9	8
额定生产能力（台/小时）	1,234	1,234	994
理论每天工作小时	12	12	12
理论年工作天数	260	260	260
产能（万台）	385	385	310
产量（万台）	211.75	419.47	332.38
产能利用率	59.99%	108.95%	107.22%

报告期内，公司转子生产线数量有所增加，2020 年至 2022 年，发行人转子生产线数量分别为 8 条、9 条和 9 条。报告期内，公司产能变动主要受生产设备变动的影响，生产线自动化水平导致生产效率提升对产能也有一定影响，新增的机器设备与产能增加具有匹配关系。

2020 年至 2021 年，外部客户订单持续增长，使得发行人生产部门基本处于超负荷状态运行。发行人按照 12 小时/天、260 天/年作为理论运行时间测算产能，而为了确保能够按时交货，全年实际工作时间往往超过 260 天，导致报告期各期产能利用率均超过 100%；2022 年，因停工及外部市场需求变化的影响，产能利用率有所下降。

（二）说明发行人单位机器设备原值产生的营业收入情况，与同行业可比公司是否存在较大差异及具体原因。

报告期内，发行人机器设备原值与当期自产产品营业收入的匹配情况如下：

项目	2022 年度/2022.12.31	2021 年度/2021.12.31	2020 年度/2020.12.31
自产产品销售收入（万元）	37,422.10	52,619.30	44,730.44
机器设备原值（万元）	6,707.02	6,681.36	5,512.04
单位机器设备产值	5.58	7.88	8.12

注：单位机器设备产值=自产产品销售收入/期末机器设备原值。发行人生产模式以自主生产为主，部分采用“自主研发设计+外协定制生产”的模式，另外存在外购成品直接销售的情况，因此以自产产品销售收入作为营业收入测算口径。

由上表可见，2020 年、2021 年发行人单位机器设备产值整体保持稳定，2022 年单位产值有所下降主要系停工及外部市场需求变化影响所致。

2020 年至 2022 年，发行人同行业可比公司单位机器设备产值的情况如下：

公司名称	2022 年度/2022.12.31	2021 年度/2021.12.31	2020 年度/2020.12.31
康平科技	3.80	4.24	3.88
锐奇股份	3.44	5.13	3.53
巨星科技	7.86	7.12	7.83
普莱得	7.55	9.67	7.45
平均值	5.66	6.54	5.67
发行人	5.58	7.88	8.12

注：由于部分可比上市公司尚未披露 2022 年报相关数据，此处以 2022 年 1-6 月相关数据进行年化处理，即半年度单位设备产值\*2，下同。

由上表可见，2020 年至 2021 年，发行人单位机器设备产值整体高于平均水平，与巨星科技、普莱得差异较小，与康平科技、锐奇股份差异较大，主要原因如下：

康平科技主要从事电动工具用电机和电动工具整机研发、生产和销售，其中电动工具整机业务占比约 15%左右，主要是电机业务，相比于整机生产商，零部件厂商的单位产值相对要低，因此可比公司中康平科技的单位产值要低于平均值；锐奇股份主要从事高等级专业电动工具研发、生产和销售，自 2018 年以来营业收入呈下滑趋势，2019 年、2020 年营业收入同比下降 21.28%、6.52%，导致单位产值偏低，低于平均值，而 2013-2014 年其业绩较好期间，单位产值分别达到 6.96 和 6.90，和发行人差异较小。

2022 年由于公司停工及外部市场需求变化导致单位机器设备产值低于同行业公司平均水平。

此外，宁波大叶园林设备股份有限公司和格力博（江苏）股份有限公司与发行人在业务模式、产品类别、客户群体等方面具有一定相似性，其单位产值与发行人比较情况如下：

公司名称	2022 年度/2022.12.31	2021 年度/2021.12.31	2020 年度/2020.12.31
大叶股份	10.02	9.01	7.51

公司名称	2022 年度/2022.12.31	2021 年度/2021.12.31	2020 年度/2020.12.31
格力博	13.64	11.47	12.00
发行人	5.58	7.88	8.12

由上表可见，大叶股份、格力博单位产值高于发行人，首先上述两家公司主要生产园林工具产品，大叶股份主要生产割草机，格力博主要生产割草机、打草机等，园林类产品单价相对较高，同时上述两家公司均拥有自己成熟的自主品牌，产品具有一定的附加值，因此单位产值相对要高。

报告期内，2020 年及 2021 年发行人单位产值较高的原因主要有以下方面：

- 1、发行人订单任务重，产能利用率较高；
- 2、发行人生产的整机由众多零部件组成，部分零部件通过供应商直接采购，设备投入成本相对较低。

综上，发行人机器设备原值与产能、产量及经营规模具有匹配性，与同行业可比公司对比具有合理性。

## 二、申报会计师核查情况

### 1、申报会计师核查程序

针对以上事项，申报会计师实施的主要核查程序包括（但不限于）：

- （1）获取并复核报告期内发行人机器设备明细，分析机器设备原值与产能、业务量或经营规模匹配性；
- （2）访谈发行人生产部门负责人及相关生产业务人员，了解发行人产能瓶颈以及产能利用率情况，复核报告期内发行人产能计算表；
- （3）实地查看发行人生产线的生产运行情况，了解其生产工艺、主要生产设备情况；
- （4）查阅发行人生产车间人员工资表、考勤记录表，复核生产人员数量以及工作时长情况；
- （5）查阅同行业上市公司公开资料，分析对比发行人与同行业公司单位产值差异情况及差异原因。

### 2、申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为：

- （1）报告期，发行人产能变动主要受生产机器设备变动的的影响，新增机器设备与产能增加具有匹配关系；
- （2）发行人单位产值与同行业可比公司没有重大差异。



## 第十二题、“关于毛利率”

申请文件显示：

(1) 2018-2020 年，发行人各类自产产品毛利率上升，2021 年 1-6 月自产产品毛利率下降，自产产品毛利率变化主要受新产品及中高端品牌产品销量变化、汇率变化、原材料采购价格变化所致。

(2) 发行人外购产品分为线上及线下销售，其中线上销售毛利率较高、报告期内逐渐下降，线下销售毛利率较低、2020 年及 2021 年 1-6 月因贸易模式占比提升毛利率下降。

请发行人：

(1) 说明较多将外购产品进行线上销售的原因、是否符合商业逻辑，发行人自产产品线上销售金额及毛利率情况，结合发行人自有品牌知名度、在亚马逊平台上的排名情况、同行业可比公司在亚马逊平台业务的毛利率情况等，说明外购产品线上销售毛利率较高的原因及合理性。

(2) 区分贸易业务及非贸易业务，说明外购产品线下销售毛利率情况及变动原因。

(3) 说明外购产品线上销售毛利率逐年下降的具体原因，未来是否存在持续下降趋势。

(4) 说明其他业务毛利率具体情况，报告期内存在较大变动的进一步分析原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

### 一、发行人回复

(一) 说明较多将外购产品进行线上销售的原因、是否符合商业逻辑，发行人自产产品线上销售金额及毛利率情况，结合发行人自有品牌知名度、在亚马逊平台上的排名情况、同行业可比公司在亚马逊平台业务的毛利率情况等，说明外购产品线上销售毛利率较高的原因及合理性。

#### 1、自产产品线上销售金额及毛利率情况

报告期各期，发行人自产与外购产品的线上销售金额与毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率
线上销售-自产	1,916.44	64.96%	1,689.76	69.11%	1,979.94	69.46%
线上销售-外购	4,205.70	53.04%	4,249.23	54.70%	3,799.68	57.05%
线上合计	6,122.14	56.77%	5,938.99	58.80%	5,779.62	61.31%

报告期内，发行人自产产品的线上销售额分别为 1,979.94 万元、1,689.76 万元和 1,916.44 万元，毛利率分别为 69.46%、69.11%和 64.96%，毛利率高于外购产品。

## 2、较多将外购产品进行线上销售的原因

对于线上销售，发行人根据市场调研，获取线上用户需求的产品类别、功能、关键参数等，来确定线上销售的产品种类。线上业务需根据消费热点布局相关产品，相较自产直接外购投入更少、更能抓住线上业务机遇。线上销售产品更新周期快，自产产品不能完全满足线上业务需求，且公司线下业务订单较为饱和，业务模式成熟，以外购产品加快线上业务发展，成本及风险相对更低，能够使得公司经济利益最大化。

2020 年起，发行人线上业务快速发展，发行人亚马逊主推产品包括 20V 和 12V 直流有刷工具、直流有刷组合套装、热风枪、胶枪和电磨等其他工具，以及上述产品的相关配件。直流电动工具分为有刷和无刷两类，公司自主研发并自行生产无刷直流工具，而有刷工具相对低端，市场竞争激烈，附加值低，因此公司主要选择向供应商采购整机。此外，热风枪、胶枪和电磨等其他工具不在公司的自产产品范围内，公司也向供应商采购成品。

报告期内，公司为满足线上消费者的需求，并结合自身产品策略，将外购产品进行线上销售，符合商业逻辑。

## 3、外购产品线上销售毛利率较高的原因及合理性

发行人与可比公司的亚马逊平台业务毛利率对比情况如下：

公司	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2019 年度
欧圣电气	未披露	74.32%	74.94%	72.60%
傲基科技	未披露	未披露	未披露	59.25%
发行人	57.46%	59.09%	61.53%	64.93%

注：主要同行业可比公司巨星科技、锐奇股份、创科实业和康平科技未从事或者未披露其亚马逊业务毛利率情况，因此选取其他可比公司。傲基科技仅披露了 2019 年 1-3 月毛利率。欧圣电气 2021 年仅披露了 1-6 月的相关数据。2022 年可比公司未披露相关数据。

傲基科技主要从事自主品牌科技消费品的研发、设计和销售，拥有电动工具品牌 Tacklife，欧圣电气主营业务为空气动力设备和清洁设备的研发、生产和销售，主要产品为小型空压机和干湿两用吸尘器。傲基科技和欧圣电气均拥有工具大类产品，和发行人具有一定可比性。

发行人亚马逊平台业务毛利率与上述可比公司存在一定差异的原因主要是产品有所不同，但亚马逊业务毛利率都显著高于传统线下销售模式，基本一致。

相比传统线下销售模式，亚马逊线上销售模式还需要承担将产品运至境外亚马逊仓库的运费、仓储费以及亚马逊平台服务费用等，因此呈现“高毛利率、高费用率”的情形。此外，公司在亚马逊平台销售的产品为自主品牌，公司的冲击钻、电圆锯、多功能锯等多款产品长时间位列亚马逊对应市场品类“Best Seller”榜单，已拥有一定品牌知名度。发行人自主品牌产品通过线上销售直接面对终端消费者，减少了中间流通环节，毛利率相对较高。

因此，发行人线上销售毛利率较高具备合理性。

## （二）区分贸易业务及非贸易业务，说明外购产品线下销售毛利率情况及变动原因。

报告期各期，定制外购产品（非贸易）与贸易外购产品的线下销售收入及毛利率情况如下：

单位：万元、%

线下销售	2022 年度			2021 年度			2021 年度		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
定制外购产品 (非贸易)	12,411.91	71.52	15.58	14,184.14	62.02	12.54	12,618.07	73.70	14.42
贸易外购产品	4,942.36	28.48	7.44	8,686.11	37.98	2.82	4,501.72	26.30	3.57
合计	17,354.27	100.00	13.26	22,870.24	100.00	8.85	17,119.79	100.00	11.56

报告期各期，外购产品线下销售毛利率分别为 11.56%、8.85%和 13.26%，2021 年，外购产品线下销售毛利率呈下滑趋势，2022 年毛利率回升。2021 年，高压清洗机等贸易外购产品收入增长，同时受美元贬值和采购成本增加的影响，定制外购与贸易外购产品毛利率均有所下滑，造成外购产品线下销售毛利率下滑至 8.85%。2022 年，受美元兑人民币汇率回升影响，定制外购和贸易外购产品毛利率均有所回升，外购产品线下销售毛利率回升至 13.26%。

## （三）说明外购产品线上销售毛利率逐年下降的具体原因，未来是否存在持续下降趋势。

报告期各期，外购产品线上销售收入与毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
外购产品线上销售	4,205.70	53.04%	4,249.23	54.70%	3,799.68	57.05%

报告期内，发行人主要通过亚马逊美国和欧洲开立店铺的方式开展线上 B2C 销售业务。2020 年，发行人根据线上消费者需求，打造 20V 和 12V 等多个锂电动力平台，大力推广直流电动工具，外购的 20V 和 12V 系列有刷电动工具销量显著增长。此外，2020 年发行人的直流工具组合套装（包括两个直流工具裸机、一个充电器和电池包）在亚马逊平台销售增长迅速，上述套装产品主要为外购。

2021 年，外购产品线上销售毛利率为 54.70%，相比 2020 年略有下降，主要原因是美元兑人民币汇率贬值。2022 年，外购产品线上销售毛利率为 53.04%，较 2021 年小幅下降主要系产品结构变动所致。

综上所述，报告期内外购产品线上销售毛利率下滑主要系发行人适应线上消费者需求、推广直流系列工具，主动调整亚马逊平台的产品结构所致。经过多年的推广，发行人自主品牌在亚马逊平台已积累一定的销量和口碑，逐渐取得线上消费者的认可，多款产品长时间位列亚马逊对应市场品类“Best Seller”榜单，销售额快速增长，展现出良好的发展态势。未来，发行人将根据市场供需情况以及自身经营情况，积极调整和部署跨境电商业务的经营策略，维持和稳定外购产品线上销售毛利率。

#### （四）说明其他业务毛利率具体情况，报告期内存在较大变动的进一步分析原因。

报告期各期，发行人其他业务毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
废料	432.20	-	100.00%	825.66	-	100.00%	412.15	-	100.00%
口罩	-	-	-	-	-	-	2,132.98	1,757.65	17.60%
模具	379.62	191.49	49.56%	-	-	-	64.61	22.12	65.76%
其他	-	-	-	-	-	-	1.27	0.11	91.72%
合计	811.82	191.49	76.41%	825.66	-	100.00%	2,611.01	1,779.88	31.83%

发行人废料主要系定子铁芯和转子铁芯的冲压过程中产生的废钢边角料。废料为产品生产加工过程中产生，其材料成本在成本核算时根据原材料领用情况

计入生产成本并结转至营业成本，故公司未在其他业务成本中单独核算边角废料的成本。

公司口罩销售利用电动工具业务的原有销售渠道，根据客户需求从境内采购口罩，经过海关报关审核通过后向境外出口。2020 年度公司口罩业务收入 2,132.98 万元，成本 1,757.65 万元，毛利率 17.60%。

模具收入主要为发行人应客户要求为指定产品开模产生的收入。根据行业惯例和与客户的实际合作情况，发行人部分客户会承担与产品生产相关的模具费用。指定产品的模具具有高度定制化的特点，不同产品型号的模具制作难度不同，发行人模具定价也并非按照成本加成，而是与客户协商确定模具销售价格。因此，报告期内模具收入的毛利率波动相对较大。

## 二、申报会计师核查情况

### 1、申报会计师核查程序

针对以上事项，申报会计师实施的主要核查程序包括（但不限于）：

（1）访谈发行人销售负责人，了解外购产品进行线上销售的原因及亚马逊平台自有品牌销售情况；

（2）获取发行人报告期内收入成本明细表，分析外购产品线上销售金额及毛利情况；

（3）获取报告期内同行业可比公司招股说明书、定期报告等资料，了解报告期内同行业可比公司亚马逊平台业务的毛利率，进一步分析外购产品线上销售毛利率较高的原因及合理性；

（4）结合发行人报告期内收入成本明细表，区分外购产品贸易与非贸易销售模式，分析不同模式产品毛利率的差异原因及变动合理性；

（5）结合发行人报告期内收入成本明细表，分析外购产品线上销售毛利率下降的原因；

（6）结合发行人收入成本明细表，访谈发行人管理层，了解其他业务收入的明细构成、毛利情况等，并分析报告期内其他业务毛利率存在较大变动原因。

### 2、申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为：

（1）发行人外购产品进行线上销售符合商业逻辑，外购产品销售毛利较高与亚马逊特有“高毛利率、高费用率”情况相符，具有合理性。

(2) 外购产品线下销售毛利率自 2019 年起呈逐年下降趋势，主要系由于贸易业务占比提升。

(3) 外购产品线上销售毛利率逐年下降，主要系发行人为开拓线上销售市场而调整产品结构调整以及汇率波动所致。目前发行人线上业务发展态势良好，线上销售额迅速增长，品牌知名度不断提升，预计未来亚马逊业务毛利率持续下降的可能性较低。

(4) 报告期内，其他业务主要包括废料、口罩和模具，毛利率波动具备合理性。

### 第十三题、“关于期间费用”

申请文件显示：

(1) 发行人电商服务费报告期各期金额为 4.90 万元、824.88 万元、2,884.40 万元和 1,579.38 万元，主要由销售佣金、广告服务费、配送费、仓储费等费用构成。电商服务费部分计入销售费用、部分计入营业成本。

(2) 发行人运输及出口费用部分计入营业成本，部分计入销售费用，其中计入销售费用的主要为跨境电商业务所产生的将货物运送至海外仓库并办理清关手续的费用，报告期内随着亚马逊平台业务增长而增长。

(3) 2020 年发行人研发费用中直接投入金额减少、产品设计费逐年减少，报告期内研发费用中人员成本占比逐年上升。

请发行人：

(1) 说明各类电商服务费具体金额，计入销售费用/营业成本的具体依据，发行人各类电商平台销售佣金、广告服务费率、仓储费率情况，销售佣金、广告服务费、仓储费与各平台线上销售金额匹配性，线上发货配送费与发货数量、销售收入的匹配关系。

(2) 说明各类运输及出口费用对应的销售数量、单位运费及报告期内变动情况，如单位运费存在较大变动，请进一步分析原因；结合新收入准则相关规定，说明将海运及出口费用计入销售费用的原因及合理性。

(3) 说明报告期各期线上、线下、贸易等不同业务下销售人员数量、人员构成、平均工资，分析销售人员数量、工资与收入规模的匹配性，以及销售人员工资与管理人员平均薪酬、行业平均薪酬对比情况及公允性。

(4) 说明报告期内研发费用中直接投入、产品设计费与人员成本变化趋势不一致的原因，结合研发人员数量、薪酬变化情况等说明研发费用中人员成本占比逐渐增加的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

#### 一、发行人回复

(一) 说明各类电商服务费具体金额，计入销售费用/营业成本的具体依据，发行人各类电商平台销售佣金、广告服务费率、仓储费率情况，销售佣金、广告服务费、仓储费与各平台线上销售金额匹配性，线上发货配送费与发货数量、销售收入的匹配关系。

报告期内，公司线上销售业务规模取得快速增长，线上平台收取的电商服务费用随之逐年上升。

报告期内，公司各电商平台实现销售情况如下：

单位：万元

项目		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
境外线上	亚马逊	5,883.79	96.11%	5,836.21	98.27%	5,709.92	98.79%
	其他平台	61.81	1.01%	10.86	0.18%	-	-
境内线上	淘宝、天猫	130.47	2.13%	82.03	1.38%	59.29	1.03%
	其他平台	46.07	0.75%	9.90	0.17%	10.41	0.18%
线上收入合计		6,122.14	100.00%	5,938.99	100.00%	5,779.62	100.00%

由上表可见，公司线上业务以在亚马逊平台进行跨境电商业务为主，亚马逊平台收入占线上销售的比例分别达到 98.79%、98.27%和 96.11%。因此，报告期内公司电商服务费主要系亚马逊平台销售发生的相关费用。

### 1、亚马逊电商服务费用政策

亚马逊电商服务费主要由平台销售佣金、广告服务费、FBA 配送费、仓储费等费用构成。亚马逊平台电商服务费计费标准如下：

电商服务费类型	计费标准
销售佣金	销售佣金为公司产品在电商平台交易成功后，电商平台收取平台使用费用。公司在亚马逊各国站点的平台使用费率分为 12%（2021 年 6 月 8 日调整为 13%）和 15%两档，其中基础设备工具为 12%（13%）、其他工具为 15%。此外，亚马逊还设有最低平台使用费，即 0.3 美元（欧元）/件。
亚马逊广告费	亚马逊广告费为发行人根据产品市场推广需要而自行投入的费用，亚马逊平台按广告点击量*每次点击成本收费，每次点击成本受竞价、投入等因素影响会动态调整。
FBA 配送费	FBA 配送费用取决于商品包装后的重量和尺寸，商品分类包括标准尺寸（小号标准；大号标准）及超尺寸，有系统的配送费计算标准。 报告期内，公司产品主要在北美和欧洲亚马逊平台销售，以美国、德国和英国站点为例： 美国：3 磅-20 磅，7.17 美元+0.32 美元（超出首重 3 磅的部分）； 德国：900g-3,900g，4.11 欧元-6.55 欧元； 英国：900g-3,900g，3.15 英镑-5.68 英镑。
仓储费用	仓储费用按照库存商品在亚马逊仓库所占体积收费，由于每年最后三个月有黑色星期五等促销活动，仓储费用上涨。 以美国亚马逊为例： 每年 1 月-9 月：标准尺寸为每立方英尺 0.87 美元/月，大件为每立方英尺 0.56 美元/月；每年 10 月-12 月：标准尺寸为每立方英尺 2.40 美元/月，大件为每立方英尺 1.40 美元/月。



## 2、电商服务费计入销售费用/营业成本的具体依据

实行新收入准则以来，发行人重分类电商服务费计入营业成本的金额明细如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
FBA 配送费	1,071.76	992.20	982.78
销售佣金	853.87	804.56	773.05
重分类入营业成本	1,925.63	1,796.76	1,755.83

根据新收入准则，公司 2020 年开始将 FBA 配送费及销售佣金重分类至营业成本。线上销售模式收入确认时点在商品发出且客户签收时，平台的配送费用不构成一项单独的履约义务，而是公司为履行商品销售合同约定而从事的一项必要活动，相关成本应当作为商品销售合同的履约成本。平台收取的销售佣金系平台使用费用，与当前合同直接相关，公司为履行商品销售合同约定而从事的一项必要活动，相关成本应当作为商品销售合同的履约成本。

平台发生的仓储费及广告费，与销售合同中承诺的其他商品不具有高度关联性，不属于公司为履行合同而发生的必要活动，仍计入销售费用进行核算。因此，公司 2020 年度执行新收入准则后，将原计入销售费用的亚马逊配送费及销售佣金调整至营业成本列示，符合新收入准则的要求。

## 3、电商服务费明细及与收入的匹配性

报告期内，公司电商服务费明细及费用率情况如下：

单位：万元

平台名称	项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率
亚马逊	FBA 配送费	1,071.76	17.51%	992.20	16.71%	982.78	17.00%
	销售佣金	853.87	13.95%	804.56	13.55%	773.05	13.38%
	广告费	631.58	10.32%	664.11	11.18%	819.00	14.17%
	仓储费	187.30	3.06%	260.57	4.39%	260.67	4.51%
	其他费用	121.68	1.99%	55.09	0.93%	31.59	0.55%
小计		2,866.19	46.82%	2,776.52	47.49%	2,867.09	49.61%
其他电商平台	平台费用	79.94	1.31%	88.19	1.55%	17.31	0.30%
合计		2,946.12	48.12%	2,864.71	48.30%	2,884.40	49.91%

2018 年年底，发行人亚马逊电商业务正式起步。随着在电商平台销量逐年

升高，销售业务趋于稳定，报告期内公司电商服务费用率呈下降趋势。

#### 1、FBA 配送费用率变动分析

报告期内，FBA 配送费用率分别为 17.00%、16.71%和 17.51%。FBA 配送费与亚马逊线上发货单数匹配关系如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
FBA 配送费（万元）	1,071.76	992.20	982.78
配送件数（万件）	24.03	23.57	24.17
单位配送价格（元/件）	44.60	42.09	40.67

报告期内，亚马逊配送单数总体呈增长趋势，单位配送价格分别为 40.67 元/件、42.09 元/件和 44.60 元/件。2022 年，单位配送价格小幅上涨，主要系亚马逊上调配送费用计费标准所致。

#### 2、销售佣金费用率变动分析

报告期内，公司亚马逊销售佣金费用率分别为 13.38%、13.55%和 13.95%。2020 年-2022 年，销售佣金费用率基本保持稳定，处于 12%-15%的合理区间以内。

#### 3、广告费用率变动分析

报告期内，公司亚马逊平台广告费逐年增加，与产品平台销售量增长趋势一致，广告费用率分别为 14.17%、11.18%和 10.32%。2020 年，公司增加亚马逊的广告投入，广告费用金额同比增加 495.07 万元，亚马逊广告费率有所下降，主要系亚马逊平台销售收入大幅增长。2021 年及 2022 年，随着电商业务逐渐成熟，公司广告费用投入金额降低，广告费用率相应下降。

#### 4、仓储费用率变动分析

报告期内，公司亚马逊业务仓储费用率分别为 4.51%、4.39%和 3.06%，仓储费用率基本保持稳定。2022 年仓储费用率有所下降，主要系本期公司较多使用海外仓进行货品存放。

综上所述，报告期内发行人各类电商服务费与线上销售收入、线上发货配送费与发货数量具有匹配关系，销售费用率具有合理性，不存在异常情况。

**（二）说明各类运输及出口费用对应的销售数量、单位运费及报告期内变动情况，如单位运费存在较大变动，请进一步分析原因；结合新收入准则相关规定，说明将海运及出口费用计入销售费用的原因及合理性。**

#### 1、运输费明细情况

报告期内，公司运输及出口费用分别为 951.50 万元、1,319.51 万元和 998.30 万元，主要包括陆运、海运及相关出口费用。

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
运输及出口费用合计	998.30	1,319.51	951.50
其中：陆运及出口费用	389.54 <sup>注</sup>	515.75 <sup>注</sup>	529.06 <sup>注</sup>
海运及出口费用	608.76	803.76	422.44

注：根据新收入准则，公司将 2020 年度、2021 年和 2022 年 FOB 业务模式下陆运费及出口费 529.06 万元、515.75 万元和 389.54 万元重分类至主营业务成本。

## 2、报告期内，不同销售模式下运输费的承担方式

费用类型	销售模式	运输费用的承担方式
陆运及出口费用	境内销售	公司境内销售客户主要为贸易商客户，公司一般承担将货物运送至港口或客户指定仓库的费用，指定仓库一般在码头附近，因此公司境内销售主要承担货物运送至码头或附近仓库的拖车费、卸车费、港口进提费等。
	OEM/ODM 销售	FOB 贸易模式：公司承担将货物运送至码头、办理报关手续及完成装货的全部费用，包括报关费、拖箱费、码头操作费、预提箱费等； FCA 贸易模式：2020 年起，公司与博世贸易由 FOB 模式调整为 FCA 模式，博世公司指派运输公司从公司厂内提货，原本运输至港口的拖车费不再由开创承担，公司仅承担报关费。
海运及出口费用	跨境电商销售	主要系货物转移至境外亚马逊仓库的相关费用，公司主要承担费用包括海运费、清关税费、海外仓库费用等。货物运送至亚马逊仓库后，亚马逊通过自营配送服务体系将货品配送到终端消费者，相关 FBA 配送费由公司承担。

## 3、陆运及出口费用变动分析

报告期内，公司陆运及出口费用分别为 529.06 万元、515.75 万元和 389.54 万元。

根据行业惯例，将货物运送至码头的相关费用主要由生产厂商承担。公司自产产品的陆运费用主要由公司承担，外购产品的陆运费用主要由公司供应商承担。此外，配件销售由于数量繁多且配件销售金额较小，与运输费用无直接对应关系。因此，主要分析陆运及出口费用变动与自产整机销售数量的匹配关系，具体如下：

单位：万元、万台

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
陆运及出口费用	389.54	515.75	529.06
其中：口罩相关运费	-	-	58.39
剔除后陆运及出口费用 <sup>注1</sup>	389.54	515.75	470.67
自产整机销售数量	233.67	400.02	333.73
其中：博世整机销售数量	25.09	44.03	34.31
剔除后自产整机销售数量 <sup>注2</sup>	208.58	355.99	299.42
单位陆运及出口费用（元/台）	1.87	1.45	1.57

注 1：2020 年度，公司开展了少量口罩贸易业务，上述业务的陆运及出口费用主要由公司承担，与整机销量无对应关系，因此在分析时剔除上述影响。

注 2：2020 年开始，公司与博世结算方式由 FOB 变更为 FCA，原本运输至港口的费用不再由开创承担，因此在分析时剔除上述影响。

报告期内，公司单位陆运及出口费用分别为 1.57 元/台、1.45 元/台和 1.87 元/台，整体波动较小，2021 年单位陆运及出口费用略有下降，2022 年增幅较大。变动原因主要如下：

1、报告期内，公司外销货物主要在宁波、上海港口完成出口报关，内销货物主要运送至港口或附近仓库，陆运价格基本保持稳定；

2、2020 年下半年开始，由于受到国外下游客户需求的影响，国内出口需求增长迅猛，全国各港口普遍出现空箱箱源紧缺的现象。为保障正常出货，公司在支付正常报关费用的基础上，通常还需另外支付一笔预提箱费，即在正常提箱日期前先提箱，以便提前填写舱单或其他资料的费用，从而提高了单位陆运及出口费用。

3、2021 年，由于公司整机出货量上升，公司更多采用整柜拉货的方式进行出货，整柜出货单位价格低于散货运输，因此单位整机的单位陆运及出口费用小幅下降。

4、2022 年，单位整机运输费用上升至 1.87 元/台，主要系公司自产整机中，体积较大、单位运费分摊较高的切割工具类产品销售占比提高，加之公路运输价格因油价上升而上涨，因此自产整机平均单位运费升高。

#### 4、海运及出口费用变动分析

报告期内，公司海运及出口费用主要由海运费、清关税费和海外仓费及挪仓费等构成，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
海运费	262.11	445.74	342.18
清关税费	53.26	39.55	71.22
海外仓费及挪仓费等	293.39	318.47	9.04

清关税费与货物价值、各国关税政策相关，由货代公司代缴。公司海运货物主要发往美国和欧洲，由于欧洲对公司所有产品按照统一税率征税，美国对锯类产品免税，欧洲整体税费较高。2021 年清关税费较低，主要由于公司发出产品货值较低，并且发向美国的免税产品较多。

2021 年、2022 年海外仓及其他挪仓费用较 2020 年有较大幅度提高，系由于：

1、公司于 2020 年下半年开始使用海外仓服务，2020 年发往海外仓的商品仓龄较短，邮政等海外仓服务商对应仓租费率优惠；2、随着公司在亚马逊平台销售站点和业务量不断增长，公司海外仓向亚马逊 FBA 仓库的补货次数及数量增多，2021 年及 2022 年产生了较高的挪仓转运费及附属的包装、换标费用。

公司海运货物主要以散货形式发出，海运费按照发货体积结算，与发货体积存在匹配关系。具体分析如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
海运费	262.11	445.74	342.18
货物体积 (m <sup>3</sup> )	1,487.57	1,882.98	2,339.54
单位海运费 (万元/m <sup>3</sup> )	0.18	0.24	0.15

2021 年上半年国际海运价格大幅上涨，公司单位海运费上升至 0.24 万元/m<sup>3</sup>。2022 年，海运价格较上年有所回落，单位海运费降至 0.18 万元/m<sup>3</sup>。

#### 5、将海运及出口费用计入销售费用的原因及合理性

根据《企业会计准则第 14 号——收入》第十条规定，商品与合同中承诺的其他商品具有高度关联性时，通常表明企业向客户转让该商品的承诺与合同中其他承诺不可单独区分。不属于其他企业会计准则规范范围且同时满足下列条件的，应当作为合同履约成本确认为一项资产：1、该成本与一份当前或预期取得的合

同直接相关；2、该成本增加了企业未来用于履行（包括持续履行）履约义务的资源；3、该成本预期能够收回。

公司发生的海运及出口费用系将商品发运至亚马逊 FBA 仓库或海外仓发生的相关成本，是为将来销售而产生，没有与当前或预期直接相关的合同，与合同中承诺的其他商品不具有高度关联性，因而不属于为履行合同发生的成本。因此，公司将海运及出口费用计入销售费用核算具有合理性。

（三）说明报告期各期线上、线下、贸易等不同业务下销售人员数量、人员构成、平均工资，分析销售人员数量、工资与收入规模的匹配性，以及销售人员工资与管理人员平均薪酬、行业平均薪酬对比情况及公允性。

报告期内，公司销售费用职工薪酬情况如下：

单位：人、万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
职工薪酬总额	1,018.30	931.14	604.17
平均人数	82	62	47
平均薪酬	12.36	15.06	12.92

注：平均人数=各期每月计提薪酬总人次/各期月份，表格中平均人数与下表各类业务平均人数合计数加总存在差异，系由于四舍五入产生的尾差造成。

报告期内，公司销售人员薪酬总额分别为 604.17 万元、931.14 万元和 1,018.30 万元，销售年人均薪酬分别为 12.92 万元、15.06 万元和 12.36 万元。

### 1、不同业务下销售人员数量、人员构成、平均薪酬及对应收入规模情况

报告期各期，不同业务下销售人员数量、人员构成、平均薪酬及对应收入规模情况如下表所示：

单位：人、万元

项目	2022 年度			2021 年度			2020 年度			
	平均人数	薪酬总额	平均薪酬	平均人数	薪酬总额	平均薪酬	平均人数	薪酬总额	平均薪酬	
线上销售业务	销售管理岗	4	125.30	31.32	3	129.20	39.75	1	39.82	39.82
	销售岗	24	239.21	10.07	18	188.23	10.76	10	76.19	7.62
	辅助岗	11	88.05	7.88	8	72.62	9.37	7	60.98	9.15
合计	39	452.56	11.63	29	390.05	13.69	18	176.99	10.02	

项目	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	平均人 数	薪酬总 额	平均薪 酬	平均人 数	薪酬总 额	平均薪 酬	平均人 数	薪酬总 额	平均薪 酬
收入	6,122.14			5,938.99			5,779.62		
线下销售 业务									
销售管理岗	3	147.07	46.44	3	154.36	51.45	3	147.66	53.69
销售岗	16	226.77	13.81	16	254.43	16.07	13	188.99	14.35
辅助岗	24	191.90	8.02	15	132.29	8.82	13	90.53	6.88
合计	44	565.74	13.01	34	541.09	14.94	29	427.18	14.69
收入	52,859.93			73,799.78			59,870.29		

注：平均人数=各期每月计提薪酬总人次数/各期月份，表格中部分合计数与单个数据加总存在差异，系由于四舍五入产生的尾差造成。

公司销售人员按照业务类型职能划分，可分为线上销售业务和线下销售业务相关岗位。公司贸易业务主要由线下销售人员对接，销售人员根据客户划分组别，根据客户需求，同时对接自产产品、定制类外购、贸易类外购产品，因此无法直接划分贸易业务相关人员。

报告期内，随着公司各类业务收入规模的逐年增长，销售管理岗、销售岗的平均人数、薪酬总额和平均薪酬均有所增长。其中，由于销售管理岗主要从事管理职能、基本工资较高，其平均薪酬显著高于其他岗位。

### 1、线下业务销售人员

线下销售业务岗位中，销售管理岗为分管销售的副总经理及销售总监。其中，销售岗为销售经理，辅助岗为跟单员、单证员等。线下销售业务中，由于销售经理根据对应销售项目享有业绩提成，平均薪酬高于其他销售岗及辅助岗。2021年，销售岗平均薪酬增长较快，主要系当年销售增长及回款情况较好，业绩提成金额较高所致；辅助岗平均薪酬上升，主要由于员工基本工资提高。2022年，线下销售管理岗及销售岗薪酬下降，主要系相关人员业绩提成下降所致。线下销售辅助岗人员增加，主要系公司为扩充销售岗人员增加了人才储备。

### 2、线上业务销售人员

线上销售业务岗位中，销售管理岗为销售总监，销售岗为电商业务专员，辅助岗为供应链专员、美工、单证员等。2020年度，辅助岗员工平均薪酬高于销售岗，主要由于线上销售岗的职能为线上店铺运营，不按照销售金额计算提成，而美工等辅助岗人员工资水平较高。2021年，销售岗人员增长较多，平均薪酬

上升,主要系新增深圳子公司杉谷贸易,其销售人员平均薪酬相对较高所致。2022年,线上销售管理岗薪酬下降,主要系相关人员业绩提成下降所致。线上销售人员持续增长,主要系随着子公司象谷科技业务开展,销售人员增加所致。

## 2、销售人员工资与管理人员平均薪酬、行业平均薪酬对比情况

### 1、公司管理人员平均薪酬情况

报告期内,管理人员平均薪酬情况如下:

单位:万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
管理人员	9.83	10.89	9.33
其中:			
董监高人员	28.22	35.94	37.29
职能部门人员	11.17	11.85	10.09
基层后勤人员	7.13	8.32	6.48

公司管理费用中人员包括董监高人员、职能部门人员、基层后勤人员等,各层级人员平均薪酬存在较大差异。职能部门人员主要包括财务部、质量部、采购部、总经办等管理职能部门员工,基层后勤人员主要包括仓管员、驾驶员、保安、清洁工等岗位人员。

2021 年,随着员工薪酬水平提高,管理人员的平均薪酬呈上升趋势。由于董监高人数占比较低,管理人员平均薪酬主要受到职能部门人员和基层后勤人员影响。2022 年,管理费用中董监高人员薪酬下降,主要系未达考核目标,相关人员绩效薪酬下降。

### 2、销售人员与管理人员薪酬、行业平均薪酬对比

报告期各期,公司销售人员与管理人员平均薪酬、行业平均薪酬对比情况如下表所示:

单位:万元

同行业可比上市公司	母公司注册地	平均薪酬					
		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		销售人员	管理人员	销售人员	管理人员	销售人员	管理人员
锐奇股份	上海市	-	-	16.66	18.93	13.71	17.81
巨星科技	浙江省杭州市	-	-	32.86	34.14	24.82	23.77
康平科技	江苏省苏州市	-	-	13.75	19.24	15.03	17.20



同行业可比上市公司	母公司注册地	平均薪酬					
		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		销售 人员	管理 人员	销售 人员	管理 人员	销售 人员	管理 人员
宏昌科技	浙江省金华市	-	-	18.20	9.15	14.25	7.44
普莱得	浙江省金华市	11.02	11.13	9.91	10.62	-	-
发行人	浙江省金华市	12.36	9.83	15.06	10.89	12.92	9.33

注 1: 同行业可比上市公司人员平均薪酬=上市公司年度报告披露的薪酬总额/期初和期末平均人数;

注 2: 2020 年至 2022 年, 普莱得平均薪酬来源于招股说明书等公开信息披露;

注 3: 可比上市公司未披露 2022 年度员工人数分类数据, 因此未进行列示。

2021 年, 公司管理、销售人员平均薪酬有所增长, 由于部分销售员工享有业绩提成, 销售人员的平均薪酬高于管理人员。

报告期内, 公司销售人员、管理人员平均薪酬低于同行业可比上市公司锐奇股份、巨星科技、康平科技, 主要原因分析如下:

1、报告期内, 公司销售人员中线上销售岗、辅助岗人员数量增长较快, 平均薪酬相对较低, 从而拉低了销售人员的平均薪酬; 公司管理人员中平均薪酬较高的董监高人员占比较低, 并且基层后勤人员工资水平相对较低, 因此拉低了管理人员平均薪酬;

2、可比上市公司锐奇股份、巨星科技、康平科技分别位于长三角经济相对发达地区, 当地薪酬水高于公司所在的金华市。公司平均薪酬水平高于或接近同地区的上市公司宏昌科技及创业板在审企业普莱得。

(四) 说明报告期内研发费用中直接投入、产品设计费与人员成本变化趋势不一致的原因, 结合研发人员数量、薪酬变化情况等说明研发费用中人员成本占比逐渐增加的原因及合理性。

报告期内, 公司研发费用主要明细情况如下:

单位: 万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直接投入	833.77	42.67%	1,059.45	43.69%	832.24	45.81%
人员成本	1,041.42	53.29%	1,171.69	48.31%	772.38	42.51%

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
产品设计费	19.53	1.00%	121.20	5.00%	178.29	9.81%
其他	59.42	3.04%	72.86	3.00%	33.95	1.87%
合计	1,954.13	100.00%	2,425.20	100.00%	1,816.85	100.00%

公司研发费用主要由直接投入、人员成本、产品设计费等构成。

公司研发费用中直接投入包括材料投入、检测费及模具仪器费等费用。公司研发费用直接投入各年度金额存在波动变化。

公司研发费用中产品设计费呈下降趋势。2021 年，公司持续增强自主设计能力，新增部分研发设计人员，并购置 35 万元设计开发软件。

2022 年上半年，公司由于厂区封闭近一个月，在此期间公司研发人员大多处于集中居家状态，研发项目的正常推进受到了一定影响，因此直接投入相对较低。

报告期内，公司研发人员数量、薪酬变化情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
研发费用薪酬总额	1,041.42	1,171.69	772.38
平均人数（人）	91	100	66
平均薪酬	11.50	11.70	11.64

2021 年，公司适应电动工具行业发展趋势，加大自主品牌研发投入，持续扩大研发团队，研发人员数量有较大增长。2022 年，公司研发人员平均薪酬略有下降，主要系受到行业供应链问题导致厂区停工的影响。

## 二、申报会计师核查情况

### 1、申报会计师核查程序

针对以上事项，申报会计师实施的主要核查程序包括（但不限于）：

（1）访谈发行人电商运营部及财务中心人员，了解并获取发行人与线上销售主要电商平台签署的相关协议，查阅关于电商平台服务使用及平台服务费用约定的具体条款；通过公开渠道查阅主要电商平台公开披露的商家经营商品类目对应的平台服务费率规则；

（2）获取发行人报告期内各电商平台费用账单明细，与账面实际入账情况进行核对分析；获取发行人报告期内收入成本明细表，结合与平台方签署的平台

服务相关协议，测算期间平台服务费率，并与财务口径的平台服务费率进行比较分析；

(3) 获取并查阅发行人报告期内各类运输及出口费用明细，复核各类运输及出口费用会计凭证，包括费用服务合同、结算单、海运提单等，结合报告期内销售数量对不同运输模式下的销售数量、体积进行测算，核查运输费用的合理性；

(4) 获取并查阅发行人报告期各期的人员花名册及薪酬发放记录，核实各业务模式下销售人员工资与收入规模的匹配性；访谈公司销售部门、人力部门负责人，了解报告期内公司人员薪酬的变动情况；人力将销售人员工资与管理人员平均薪酬、行业平均薪酬、公司所在地企业平均薪酬进行对比分析；

(5) 访谈发行人研发部门人员，了解发行人研发费用结构变动的原因，并对报告期内研发费用进行比例分析、波动分析等，判断报告期各期研发费用变动的合理性。

## 2、申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为：

(1) 报告期内，发行人向主要线上销售平台支付的平台服务费与在该平台销售额的比例与相关平台规定的平台服务费率合理匹配，线上发货配送费与发货数量合理匹配。

(2) 报告期内，不同运输模式下的单位运费变动符合行业实际，未发现重大异常情况，单位运费变动合理；根据新收入准则规定，将海运及出口费用计入销售费用具有合理性。

(3) 报告期内，发行人各业务模式下的销售人员数量、工资与收入规模匹配；销售人员工资与管理人员平均薪酬低于同行业上市公司，但接近或高于同地区企业，符合发行人经营地区的薪酬水平，具有公允性。

(4) 报告期内，发行人研发费用结构变动与公司实际研发情况相适应，研发费用中直接投入、产品设计费的相关变动，研发费用中人员成本占比逐渐增加具有合理性。

#### 第十四题、“关于应收账款”

申请文件显示：

(1) 报告期各期末发行人应收账款净额分别为 7,677.33 万元、7,638.25 万元、10,410.97 万元和 11,199.55 万元，主要为账龄 1 年以内的应收账款。

(2) 发行人对深圳傲科海科技有限公司的 908.95 万元应收账款超过约定信用期，2021 年 9 月 15 日、10 月 15 日深圳傲科海科技有限公司已根据其与公司达成的延期付款协议按期支付了 150 万元，241 万元两笔欠款。

请发行人：

(1) 说明报告期内对主要客户信用期情况，是否存在较大变化及原因；发行人是否存在质保金约定，如有，请说明相关金额及会计处理情况。

(2) 说明报告期内应收账款逾期情况，包括逾期客户、金额、比例、原因、期后回款情况，发行人坏账准备计提是否充分。截至目前深圳傲科海科技有限公司回款情况，逾期应收账款的回款是否存在第三方回款情形及原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

#### 一、发行人回复

(一) 说明报告期内对主要客户信用期情况，是否存在较大变化及原因；发行人是否存在质保金约定，如有，请说明相关金额及会计处理情况。

##### 1、说明报告期内对主要客户信用期情况，是否存在较大变化及原因

报告期前五大客户主要信用期情况如下：

年度	排名	客户名称	信用期情况
2022 年	1	Harbor Freight Tools	提单日期后 90 天内电汇付款
	2	博世集团	提单日期后 120 天内电汇付款
	3	安达屋 (Groupe Adeo)	提单日期后 90 天内电汇付款
	4	Varo - Vic. Van Rompuy nv	根据订单不同，提单日期后 30 天/90 天内电汇付款
	5	史丹利百得	提单日期后 105 天内电汇付款
2021 年	1	Harbor Freight Tools	提单日期后 30 天内电汇付款
	2	博世集团	提单日期后 60 天内电汇付款
	3	Varo-Vic.VanRompuynv	根据订单不同，提单日期后 30 天/90 天内电汇付款
	4	安达屋 (Groupe Adeo)	提单日期后 90 天内电汇付款
	5	重庆市汉斯·安海酉阳进出口有限公司	装船后 40 天内付款
2020 年	1	Harbor Freight Tools	提单日期后 30 天内电汇付款

年度	排名	客户名称	信用期情况
	2	博世集团	提单日期后 60 天内电汇付款
	3	Varo-Vic.VanRompuynv	根据订单不同, 提单日期后 30 天/90 天内电汇付款
	4	安达屋 (Groupe Adeo)	提单日期后 90 天内电汇付款
	5	史丹利百得	提单日期后 90 天内电汇付款

公司前五大客户信用期主要在 30-120 天, 主要客户的信用期系公司根据财务政策、客户及业务的具体情况与客户协商确定, 符合商业逻辑与惯例。

2022 年, 公司前五大客户中 Harbor Freight Tools 的信用期由 30 天调整为 90 天, 博世集团的信用期由提单日后 90 天调整为提单日后 120 天, 史丹利百得的信用期由提单后 90 天调整为提单日后 105 天, 上述变化系客户基于物流时间加长及自身结算政策作出的统一安排。

除上述情况外, 报告期内公司主要客户的信用期未发生重大变化, 不存在放松信用政策增加收入的情况。

**2、发行人是否存在质保金约定, 如有, 请说明相关金额及会计处理情况**  
公司销售合同中不存在质保金相关约定。

(二) 说明报告期内应收账款逾期情况, 包括逾期客户、金额、比例、原因、期后回款情况, 发行人坏账准备计提是否充分。截至目前深圳傲科海科技有限公司回款情况, 逾期应收账款的回款是否存在第三方回款情形及原因。

**1、说明报告期内应收账款逾期情况, 包括逾期客户、金额、比例、原因、期后回款情况, 发行人坏账准备计提是否充分。**

公司将客户欠款超出正常信用账期的部分定义为逾期账款。报告期各期末应收账款逾期情况及期后回款情况如下:

单位: 万元

项目	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
应收账款余额	10,106.60	9,304.82	10,958.28
逾期金额	399.30	366.35	1,786.09
逾期金额占应收账款余额比例	3.95%	3.94%	16.30%
已收回金额	385.22	365.75	1,784.39
截至报告出具日已收回金额占逾期金额比例	96.47%	99.84%	99.90%

2020 年应收账款逾期金额较大, 主要系因个别外销客户因圣诞节付款流程延迟或外汇到账滞后等原因发生逾期, 但逾期时间较短, 一般逾期 1-2 周内即收

到回款。

## 2、主要逾期客户及逾期回款情况

2022 年 12 月末，主要逾期客户及回款情况如下：

单位：万元

主要逾期客户	逾期 金额	占逾期应收账 款比例	逾期 账龄	逾期坏账减 值准备计提 比例	逾期后 15 天 内回款金额	逾期后 3 个月 内回款金额	回款 占比
Varo - Vic. Van Rompuy nv	154.61	38.72%	1 年以内	5%		153.88	99.53%
Narex s.r.o.	42.22	10.57%	1 年以内	5%		42.22	100.00%
金华东帆电动工具有限公司	35.22	8.82%	1 年以内	5%		35.22	100.00%
重庆市汉斯·安海酉阳进出口 有限公司	31.08	7.78%	1 年以内	5%	31.07	0.01	100.00%
TOO TSSP Distribution	24.31	6.09%	1 年以内	5%		24.31	100.00%
宁波力普进出口有限公司	20.38	5.11%	1 年以内	5%	10.65	9.73	100.00%
TOOLS WORLD LTD	17.47	4.37%	1 年以内	5%		17.47	100.00%
格力博（江苏）股份有限公司	16.58	4.15%	1 年以内	5%	16.58		100.00%
博世集团	11.33	2.84%	1 年以内	5%		11.33	100.00%
ES INDUSTRY	10.52	2.64%	1 年以内	5%	10.52		100.00%
宁波捷美进出口有限公司	8.88	2.22%	1 年以内	5%	8.88		100.00%
合计	372.60	93.31%			77.70	294.16	99.80%

2021 年 12 月末，主要逾期客户及回款情况如下：

单位：万元

主要逾期客户	逾期金额	占逾期应 收账款 比例	逾期账龄	逾期坏账减 值准备计提 比例	逾期后 15 天内回款 金额	逾期后 3 个 月内回款 金额	回款占比
重庆市汉斯 安海酉阳进出口 有限公司	136.98	37.39%	1 年以内	5%	88.18	48.8	100.00%
RICHPOWER INDUSTRIES INC	51.79	14.14%	1 年以内	5%		51.79	100.00%
Varo - Vic. Van Rompuy nv	35.91	9.80%	1 年以内	5%	35.91		100.00%
DVIZE BV	34.31	9.36%	1 年以内	5%		34.31	100.00%

主要逾期客户	逾期金额	占逾期应 收账款 比例	逾期账龄	逾期坏账减 值准备计提 比例	逾期后 15 天内回款 金额	逾期后 3 个 月内回款 金额	回款占比
SKIL EUROPE B.V	34.42	9.40%	1年以内	5%	34.42		100.00%
FERM.B.V.	28.37	7.74%	1年以内	5%	28.37		100.00%
Stanley Black&Decker	27.15	7.41%	1年以内	5%	27.15		100.00%
合计	348.93	95.24%			214.04	134.89	100.00%

2020 年 12 月末，主要逾期客户及回款情况如下：

单位：万元

主要逾期客户	逾期 金额	占逾期应收 账款比例	逾期 账龄	逾期坏账减 值准备计提 比例	逾期后 15 天 内回款金额	逾期后 3 个 月内回款 金额	回款占比
Varo - Vic. Van Rompuy nv	949.43	53.16%	1年以内	5%	949.43		100.00%
重庆市汉斯·安海酉阳进出口有限公司	233.19	13.06%	1年以内	5%		233.19	100.00%
HARBOR FREIGHT TOOLS	229.99	12.88%	1年以内	5%	229.99		100.00%
OUTILLAGES KING CANADA	70.97	3.97%	1年以内	5%	70.97		100.00%
永康西锐工具有限公司	39.32	2.20%	1年以内	5%		39.32	100.00%
江苏汇鸿鸣骏进出口有限公司	35.78	2.00%	1年以内	5%		35.78	100.00%
格力博（江苏）股份有限公司	31.69	1.77%	1年以内	5%	31.69		100.00%
新疆隆博实业股份有限公司	27.50	1.54%	1年以内	5%	27.50		100.00%
永康市戈博机电有限公司	26.20	1.47%	1年以内	5%		26.20	100.00%
合计	1,644.07	92.05%			1,309.58	334.49	100.00%

通过统计报告期客户逾期情况可以看出，公司各期末应收账款逾期金额占应收账款余额整体较低，且逾期天数较短。公司外销客户主要为国外大型超市和知名电动工具制造商，整体规模较大且信誉较好，受到客户付款流程延迟及外汇到账滞后的影响，一般逾期 1-2 周内即可回款。内销客户中部分客户受到对账、开票滞后等影响，导致部分零星货款逾期时间较长，整体金额较小，且报告期内均

已回款。

综上，公司不存在客户经营情况或回款能力明显变差导致应收账款长期逾期的情形，公司应收账款坏账准备计提充分。

### 3、说明截至目前深圳傲科海科技有限公司回款情况，逾期应收账款的回款是否存在第三方回款情形及原因。

截至目前，深圳傲科海科技有限公司回款情况：

单位：万元

项目	2022.12.31	2021.12.31	2020-12-31
报告期期末应收账款余额	-	305.10	838.35
截至本回复出具日回款	-	305.10	838.35
回款比例		100.00%	100.00%

公司自 2017 年起与深圳傲科海科技有限公司开展合作，双方合作关系良好，产品交付及款项回收情况均无异常。2021 年因深圳傲科海科技有限公司运营情况发生变动，与发行人及子公司星河科技部分货款超过约定信用期，涉及逾期款项金额约 908.95 万元，2021 年 9 月，公司及子公司星河科技与其达成了《延期付款协议》。2021 年 12 月，深圳傲科海科技有限公司已支付上述 908.95 万元逾期货款。截至 2022 年末，公司对深圳傲科海科技有限公司应收账款已全部收回。

报告期内，深圳傲科海期后回款均由其公司直接回款，不存在第三方回款情形。

## 二、申报会计师核查情况

### 1、申报会计师核查程序

针对以上事项，申报会计师实施的主要核查程序包括（但不限于）：

（1）取得并检查发行人报告期内主要客户的销售合同、核查结算政策、信用期及其报告期内的变动情况；

（2）检查报告期内主要销售合同条款，核实是否存在质保金相关约定；

（3）取得发行人报告期各期末应收账款账龄明细表、逾期明细表、销售明细表、回款明细表，对应收账款余额、相关坏账计提情况以及回款情况进行检查；

（4）核查深圳傲科海科技有限公司回款情况，包括回款时间、回款账户名称等，核实是否存在第三方回款情形。

### 2、申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为：



(1) 发行人报告期内除博世集团外，其他主要客户的信用期未发生变化；发行人报告期内主要客户销售合同未约定质保金条款。

(2) 发行人报告期各期末应收账款及逾期应收账款期后回款正常，坏账计提具备充分性。深圳傲科海科技有限公司 2021 年逾期货款已全部回款，截止 2022 年末无应收账款。报告期内，深圳傲科海期后回款均由其公司直接回款，不存在第三方回款情形。

## 第十五题、“关于存货”

申请文件显示：

(1) 报告期各期末，发行人存货余额为 6,637.87 万元、8,925.10 万元、10,584.00 万元和 14,333.46 万元，增长较快。

(2) 报告期各期，发行人存货周转率分别为 5.30、4.32、5.13 和 4.82。2019 年，发行人存货周转率较 2018 年有所下降，主要系发行人 2019 年电商业务增长较快，该业务模式下备货量增加所致。

(3) 发行人库龄 1 年以上存货余额分别为 33.60 万元、150.13 万元、261.27 万元和 500.64 万元，占比为 0.51%、1.68%、2.47%和 3.49%。

(4) 报告期各期末，发行人发出商品余额分别为 541.65 万元、1,247.32 万元、696.37 万元和 1,989.26 万元。

请发行人：

(1) 分不同业务模式（如自产、外购、贸易等）说明各类型业务的采购、备货策略，各业务模式下存货周转率情况，与该业务模式产供销特点是否匹配。

(2) 说明库存商品中自产产品、外购产品的金额及比例，结合原材料及外购成品采购周期、自产产品生产周期、线上产品与线下产品的安全库存水平、发货周期、物流速度等因素说明发行人库存水平的合理性及变动的的原因。

(3) 结合电商业务备货情况，量化分析开展电商业务对存货各项构成及存货周转率影响情况；说明发行人对电商业务的备货策略是否有效、是否存在大量滞销库存商品的风险。

(4) 说明发行人 1 年以上库龄存货余额和占比逐渐提升的原因，相关存货跌价准备计提是否充分。

(5) 说明报告期各期发出商品期后结转情况、结转周期，是否存在长期未结转的发出商品。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对存货的核查过程、核查比例和核查结论。

### 一、发行人回复

(一) 分不同业务模式（如自产、外购、贸易等）说明各类型业务的采购、备货策略，各业务模式下存货周转率情况，与该业务模式产供销特点是否匹配。

#### 1、不同业务模式下各类型业务的采购、备货策略。

发行人业务模式主要分为自产和外购，自产业务以 ODM/OEM 业务为主，外购模式下细分为定制外购和贸易模式，定制外购和贸易模式备货政策及存货周转率无较大区别，故将发行人业务模式分为自产和外购两种模式进行分析。

同时，发行人自产和外购产品均通过线上和线下渠道进行销售，考虑到发行人备货策略及周转率受到线上及线下销售因素影响明显，故进一步细分不同业务模式下线上及线下销售类型。

#### 1、自产模式-线下、外购模式-线下

该业务模式下的采购、备货策略以实际客户订单为基础，主要采取以销定产、以产定采的采购模式。发行人接到客户订单后，结合客户要求的交付期限，安排生产时间或寻找合适的供应商发起采购申请，根据订单需求确定需要采购的数量，不存在备货情况。

#### 2、自产模式-线上、外购模式-线上

该业务模式下的采购、备货策略根据对市场需求的预测，主要采取按需定采的采购模式，结合库存情况、发货周期等情况进行库存备货。

### 2、各业务模式下存货周转率情况，与该业务模式产供销特点是否匹配

截至报告期各期末，公司不同业务模式下存货周转情况如下：

项目	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
1、周转率			
（1）自产			
其中：线上	0.80	0.55	0.83
线下	2.67	4.15	4.04
（2）外购			
其中：线上	1.23	1.06	1.25
线下	11.20	20.21	24.26
2、周转天数			
（1）自产			
其中：线上	452.01	654.04	431.31
线下	134.65	86.67	89.18
（2）外购			
其中：线上	293.01	340.31	288.63
线下	32.14	17.81	14.84

从上表可知，发行人不同类型业务的存货周转率情况与该业务模式产供销特点基本匹配。2022 年度，公司因行业供应链中断影响公司生产停工近 1 个月所致，存货的生产领用、发出和销售均受到一定影响，导致存货周转率有所下降，

周转天数增加。

具体分析如下：

#### 1、自产业务与存货周转率匹配性

发行人依据客户订单或销售部门销售计划提前进行原材料采购及生产计划安排。发行人一般提前 3 个月进行备货，包括：材料采购（15 天-45 天）、存货生产（10 天-15 天）及到港运输（15 天-30 天），与发行人该业务模式下存货周转天数基本吻合。发行人自产模式下线上销售，在此基础上还需考虑亚马逊海运及仓储调拨时间，公司通常会预留 6 个月至 8 个月的海运及亚马逊进仓时间，具体包括：海运（45 天-60 天）、海外仓中转（90 天-150 天）、亚马逊进仓（15 天-30 天），故自产模式下线上业务的存货周转天数较高，基本在 1 年以上。

#### 2、外购业务与存货周转率匹配性

线下模式下，发行人通常与供应商约定将货物送达指定地点交货，不存在备货库存，此模式下存货的周转较快，与存货周转天数基本吻合。线上模式下，与自产业务中线上模式接近，由于亚马逊海运及进仓时间较长，再结合供应商交货周期及国内运输到港周期，公司通常备货周期在 7 个月至 9 个月之间，周转天数与该模式下供销特点、备货政策匹配。

综上，发行人自产和外购业务的备货策略、存货周转率与该模式产供销特点匹配，无明显异常。

**（二）说明库存商品中自产产品、外购产品的金额及比例，结合原材料及外购成品采购周期、自产产品生产周期、线上产品与线下产品的安全库存水平、发货周期、物流速度等因素说明发行人库存水平的合理性及变动的原因。**

报告期内，公司库存商品按照自产和外购分类情况如下：

单位：万元

库存商品	2022.12.31		2021.12.31		2020.12.31	
	余额	比例	余额	比例	余额	比例
自产	3,203.23	62.37%	4,778.00	64.39%	2,530.77	55.74%
外购	1,932.87	37.63%	2,641.99	35.61%	2,009.75	44.26%
合计	5,136.10	100.00%	7,420.00	100.00%	4,540.52	100.00%

2021 年末，随着业务规模的不断扩大，公司库存商品余额逐年增长，分别为 4,540.52 万元和 7,420.00 万元。2022 年 12 月末，库存商品余额较上年期末下

降 2,283.90 万元，主要系自产库存商品减少。

### 1、自产库存商品变动情况分析

公司自产库存商品主要系 ODM/OEM 业务产生，在该模式下公司采取按订单生产的模式，不存在库存商品备货的情况。报告期内，公司主要原材料的采购周期及库存商品的生产周期基本保持稳定，未发生重大变化。库存商品生产完毕后，公司根据客户的订舱情况安排发货，一般发货周期为两周左右。

报告期内，公司自产库存商品余额分别为 2,530.77 万元、4,778.00 万元和 3,203.23 万元。2021 年末，公司自产库存商品余额较上年末增加 2,247.24 万元，一方面由于公司订单增长，业务规模扩大，产成品库存增加；另一方面，由于 2021 年末集装箱较为紧张，客户订舱所需时间增长，从而导致公司库存商品的发货周期加长。2022 年 12 月末，随着海运压力减缓，本期末自产库存商品余额较上年末减少 1,574.77 万元。

### 2、外购库存商品变动情况分析

公司外购库存商品主要与定制外购业务及贸易业务相关，通过线上和线下渠道进行销售。线上销售模式下，由于供应商采购及生产存在一定周期，为防止断货风险，公司会根据产品销售情况保持一定安全库存。外购产品线下销售主要为公司在接到客户订单后，直接向生产供应商下单采购，不存在备货。

报告期内，公司外购库存商品余额分别为 2,009.75 万元、2,641.99 万元和 1,932.87 万元，2020 年末至 2021 年末公司外购库存商品余额逐年增长。2021 年，公司外购库存商品期末余额增长 632.25 万元，主要系线下销售模式下外购产品订单量增长所致。2022 年，公司外购库存商品期末余额下降 709.12 万元，主要系线上外购库存商品余额下降。

**（三）结合电商业务备货情况，量化分析开展电商业务对存货各项构成及存货周转率影响情况；说明发行人对电商业务的备货策略是否有效、是否存在大量滞销库存商品的风险。**

### 1、线上业务对存货构成的影响

报告期内，公司线上业务存货构成情况如下：

单位：万元

线上存货余额	2022.12.31		2021.12.31		2020.12.31	
	余额	占存货余额比例	余额	占存货余额比例	余额	占存货余额比例
库存商品	1,734.13	15.48%	2,872.03	17.93%	2,346.38	22.17%
其他存货	158.44	1.41%	136.75	0.85%	175.17	1.66%
合计	1,892.58	16.89%	3,008.78	18.79%	2,521.55	23.82%

报告期各期末，公司线上业务存货余额分别为 2,521.55 万元、3,008.78 万元和 1,892.58 万元，占存货余额的比例分别为 23.82%、18.79%和 16.89%。线上业务相关存货主要为库存商品，发出商品、原材料等其他存货占期末存货余额的比例较低。2020 年末至 2021 年末，公司线上业务存货余额逐年增长，主要系公司跨境电商业务规模增长，整机备货量增加所致。2021 年末，公司线上业务存货占存货余额比例下降，主要系线下业务存货增长幅度较大。2022 年度，公司加强线上业务库存商品管理，期末公司线上业务存货余额有所下降。

## 2、线上业务周转率及库龄情况

公司线上业务存货对存货周转率的影响如下：

存货周转率	2022 年度	2021 年度	2020 年度
线上业务	1.08	0.88	1.10
线下业务	3.70	5.73	5.67
合计	3.41	4.89	5.13

注：为保持一致性，2020 年、2021 年、2022 年存货周转率计算中成本金额不含电商服务费、运输费重分类入成本金额。

2020 年度至 2022 年度，公司存货周转率分别为 5.13、4.89 和 3.41。由于公司线上业务模式存在安全库存，线上业务存货周转率低于线下业务。2022 年，公司加强线上业务库存商品管理，线上业务存货周转速度加快。线下业务受需求放缓的影响，周转速度有所下降。

线上业务存货库龄及期后销售情况如下：

单位：万元

项目	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
线上业务存货	1,892.58	3,008.78	2,521.55

项目	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
其中：1年以内	1,315.42	2,735.53	2,521.55
1年以上	577.15	273.25	-
1年以上存货期后6个月结转金额	115.71	108.21	-
结转比例	20.05%	39.60%	-

注：2022年末1年以上存货期后结转统计金额截至2023年2月末。

2020年开始，公司跨境电商业务规模增长较快，同时受到海运周期拉长、亚马逊平台限制FBA仓库容量等因素影响，线上业务存货的周转时间增长，导致2021年末、2022年末线上业务存货存在库龄1年以上的库存商品余额为273.25万元和577.15万元。截至2023年2月末，公司2022年末线上业务1年以上存货已结转115.71万元，结转比例为20.05%。

### 3、线上销售业务备货策略

由于线上销售业务备货周期较长，为预防断货风险，公司根据产品的过往销售情况和发货计划预估安全库存，提前进行备货。

具体备货策略如下：

#### 1、已形成相对稳定销量的产品

对于已形成相对稳定销量的产品，公司根据产品上一年月度销售数据，去除最高值后取得平均销量，作为未来预计年销量的基础。根据未来预计年销量，按月分解为生产合同进行采购。每一季度末，公司根据修正的销售数据，对采购合同数量进行调整。如在销售过程中，因产品质量或其他问题导致销售严重下滑，则公司会在季中对采购合同的交期进行修正。

#### 2、新上架的产品

对于新上架的产品，如有同类产品销售数据可供参考，公司按历史数据50%的销量数据进行备货。如无历史数据支撑，为预防产品断货或采购数量过剩，对于定价低于店铺客单价的产品，隔月进行采购备货。对于定价高于店铺客单价的产品，公司会待产品上架销售一段时间，积累一定的历史数据后进行采购备货。并根据销售数据进行采购合同的调整。

报告期内，公司严格按照备货策略调整安全库存水平，并按照销售情况制定了备货计划的调整机制，预防产品断货或滞销的风险。

(四) 说明发行人 1 年以上库龄存货余额和占比逐渐提升的原因，相关存货跌价准备计提是否充分。

#### 1、发行人 1 年以上库龄存货余额和占比逐渐提升的原因

报告期各期末库龄超过 1 年的原材料或库存商品金额列示如下：

单位：万元

存货类别	2022.12.31		2021.12.31		2020.12.31	
	账面余额	占存货余额比例	账面余额	占存货余额比例	账面余额	占存货余额比例
原材料	524.72	4.68%	115.71	0.71%	193.12	1.82%
库存商品	1,168.50	10.43%	335.62	2.07%	34.75	0.33%
其中：亚马逊	468.49	4.18%	273.25	1.69%	-	-
非亚马逊	700.01	6.25%	62.37	0.38%	34.75	0.33%
半成品	93.15	0.83%	0.02	0.00%	33.4	0.32%
合计	1,786.37	15.95%	451.35	2.78%	261.27	2.47%

报告期各期末，库龄在 1 年以上的原材料、半成品及库存商品金额占比较低。存在库龄较长的存货且长库龄存货占比逐渐提升原因与公司的生产销售模式以及市场环境相关，具体分析如下：

#### 1、库龄超过 1 年以上原材料及半成品余额和占比逐渐提升的原因

公司库龄超过 1 年的原材料主要为塑料粒子、漆包线、电缆线等材料。公司材料采购模式主要系“按销售订单采购”。公司经营多年，存在由于产品更新换代和定制化程度高的意向订单因客户需求发生变动等原因取消或推迟，导致部分原材料及半成品期末库龄超过一年。

报告期内，公司长库龄原材料金额增长，占比逐渐提升，但占存货余额的比例较低。上述原材料部分为通用性材料，后续可继续使用，公司已加强存货管理并积极消耗以前年度库存，控制长库龄原材料及半成品的规模。2021 年末，1 年以上原材料及半成品经领用，余额逐步减少。2022 年，因市场环境影响及下游需求放缓，部分客户订单推迟执行，导致 1 年以上库龄存货增多。

#### 2、库龄超过 1 年以上库存商品余额和占比逐渐提升的原因

2021 年长库龄库存商品增加明显主要受公司经营战略影响。2019 年，行业内随着电商销售模式的兴起，公司及时跟进行业变化趋势，积极拓展电商销售渠道。2020 年起，公司跨境电商业务规模增长较快，同时考虑到海运周期进一步



拉长，公司境外亚马逊电商整机备货量增加，导致 2021 年末存在 1 年以上库龄的库存商品 273.25 万元。2022 年，因市场环境及下游需求放缓，1 年以上自主品牌库存商品金额增长。

公司 1 年以上存货形成原因分类如下：

单位：万元

库龄 1 年以上存货形成原因	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
取消或推迟订单	785.84	125.39	119.64
其中：原材料及半成品	373.92	63.02	84.89
库存商品	411.92	62.37	34.75
其他原因	423.38	52.71	141.63
其中：自主品牌	236.74	4.51	

注：上表库龄 1 年以上存货未包含线上业务存货金额。

库龄 1 年以上存货的形成原因除因客户需求发生变动取消或推迟订单外，其他原因主要系：①公司因议价等原因批量集中采购原材料后结余；②产品 bom 更新后部分材料剩余。公司在 2021 年加强存货管理并积极消耗以前年度库存，长库龄原材料及半成品的规模呈下降趋势。2022 年，1 年以上库龄存货增多，主要系市场环境及下游需求放缓影响，部分订单取消或推迟执行以及自有品牌线下部分产品周转较慢所致。

### 3、相关存货跌价准备计提是否充分

#### (1) 公司存货跌价准备计提政策

公司对原材料、库存商品、半成品、发出商品等各类存货进行减值测试，存货按照成本与可变现净值孰低计量，可变现净值低于成本部分计提跌价准备。

对于 ODM/OEM 类业务，对应存货系执行销售合同而持有的存货，公司以订单价格作为可变现净值的计量基础；对于自主品牌业务，公司主要采取备货生产模式，以期后销售价格（市场价格）作为期末可变现净值。

整体上，由于公司主要按“接单生产”的模式进行生产，原材料、半成品、及库存商品库龄一年以上部分占比较低，且主要根据订单进行采购及生产，公司存货减值风险较小，公司已按照谨慎性原则相应计提了跌价准备。

#### (2) 报告期各期末 1 年以上库龄存货计提跌价准备情况

单位：万元

1 年以上库龄存货	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
原材料	341.95	81.00	135.18
库存商品	355.38	68.87	24.33
其中：亚马逊	46.85	25.21	-
非亚马逊	308.52	43.66	24.33
半成品	50.44	0.02	23.38
跌价准备合计金额	747.77	149.88	182.89
库龄 1 年以上存货余额	1,786.37	451.35	261.27
跌价准备计提比例	41.86%	33.21%	70.00%

ODM/OEM 类业务模式下库龄一年以上存货，主要系由于产品更新换代和定制化程度高的意向订单因客户需求发生变动等原因取消或推迟产生。考虑到 ODM/OEM 类业务模式产品多为定制化产品，二次销售可能性较小，公司根据历史经验，出于谨慎性原则，按成本的 30% 作为材料的可变现净值，据此计提存货跌价。

自主品牌业务模式下，库龄一年以上存货主要系公司为扩大自有品牌产品市场发展，整机备货量大幅增加所致。此类业务模式下，存货周转周期较长与实际业务情况相符，以期后销售价格作为存货期末可变现净值，据此计提存货跌价。

2021 年末公司库龄 1 年以上存货跌价准备计提比例降低至 33.21% 主要系①一年以上存货总额增加，系亚马逊库存商品增加所致，该业务模式下存货周转周期较长与实际业务情况相符，存货不存在明显跌价风险，以期后销售价格作为存货期末可变现净值，据此计提存货跌价；②1 年以上库龄原材料经仓储管理，逐步领用消耗后减少，计提存货跌价准备相应减少。2022 年末公司库龄 1 年以上存货跌价准备计提比例增至 41.86%，主要系市场环境及下游需求放缓，部分客户订单推迟执行，1 年以上库龄存货增多，公司按照存货跌价的计提政策相应计提跌价准备所致。

综上，发行人 1 年以上库龄存货余额和占比逐渐提升与公司的生产销售模式以及市场环境相符，公司已按照存货跌价计提政策计提跌价准备。

(五) 说明报告期各期发出商品期后结转情况、结转周期，是否存在长期未结转的发出商品。

发行人发出商品期后结转情况如下：

单位：万元

项目	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
发出商品	1,199.56	1,759.22	696.37
期后 1-6 个月内结转	1,172.90	1,755.96	695.62
期后 7-12 个月内结转		0.57	0.27
合计	1,172.90	1,756.54	695.90
3 个月内结转比例	97.78%	98.91%	93.06%
6 个月内结转比例	-	99.81%	99.89%
1 年以内结转比例	-	99.85%	99.93%

注：发出商品期后结转情况统计截至 2023 年 2 月末。

从上表可知，报告期各期发出商品期后结转情况良好。期后 6 个月以上未结转发出商品金额较小，发行人不存在长期未结转的发出商品。

## 二、申报会计师核查情况

### 1、申报会计师核查程序

1、针对上述事项，申报会计师实施的主要核查程序包括（但不限于）：

(1) 访谈发行人生产、采购和销售主要负责人，了解发行人生产模式、生产周期、采购和备货模式、销售模式等，计算不同业务模式存货周转天数与业务模式特点进行比较；

(2) 分析报告期各期末存货自产和外购结存情况，结合发行人备货策略、物流运输周期等分析发行人库存水平的合理性；

(3) 获取电商业务对应存货构成明细，计算对应存货周转率，与电商业务备货策略进行比较；获取电商对应存货库龄表及期后销售情况，分析是否存在滞销库存商品的风险；

(4) 获取发行人报告期各期末存货库龄情况，了解发行人存货跌价准备计提政策，检查存货跌价准备计提所依据的资料、假设和方法，分析发行人存货跌价计提方法的合理性；

(5) 查验发出商品对应的销售合同，分析交易实质，查验发出商品对应期后销售实现情况；

- 2、针对报告期存货，申报会计师实施的主要核查程序包括（但不限于）：
- （1）了解、评估与发行人采购、付款、生产、仓储等环节相关的内部控制，并测试关键内部控制执行的有效性；
  - （2）获取发行人存货明细表，分析发行人存货结构、存货库龄、存货周转速度、产品销售订单情况，分析存货结构是否合理；
  - （3）执行实质性分析程序，如：分析库存商品各月单位成本的变动趋势；比较前后各期库存商品周转率和库存商品账龄等，评价其合理性并对异常波动作出解释等；
  - （4）对存货采购执行细节测试，抽取大额合同、采购订单、入库单据、采购发票和付款凭证等相关单据进行查验；
  - （5）对报告期内主要原材料、库存商品等进行计价测试，检查成本结转金额是否准确；
  - （6）检查发出商品有关的合同、协议和凭证，分析交易实质，检查期后销售实现情况，检查其会计处理是否正确；
  - （7）对发行人报告期各期末存货实施了监盘程序，检查存货是否真实存在，关注是否存在滞销、毁损、闲置、无法使用的存货；对无法执行监盘程序的存货执行替代程序，包括：①导出发行人报告期期末亚马逊存货数据与账面存货数据核对；②对发行人2020年末、2021年末及2022年末海外仓的存货执行函证程序；③对发行人发出商品执行期后转销查验，通过上述程序，对发行人期末存货核查比例分别为88.21%、89.32%及88.67%；
  - （8）了解发行人存货跌价准备计提政策，检查存货跌价准备计提所依据的资料、假设和方法，分析发行人存货跌价计提方法的合理性。

## 2、申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为：

- （1）不同业务模式采购、备货策略与各业务模式下存货周转率情况一致，与该业务模式产供销特点匹配
- （2）发行人期末库存水平与材料及外购成品采购周期、自产产品生产周期、线上产品与线下产品的安全库存水平、发货周期、物流速度等匹配，变动合理；
- （3）发行人电商业务备货策略有效，不存在大量滞销库存商品风险；
- （4）报告期内，发行人存在由于亚马逊业务量增加、客户因需求变动取消订单对应存货累计等原因导致长库龄存货增加，发行人已对其进行了妥善处理并按《企业会计准则》的要求计提了存货跌价准备，存货跌价准备计提充分；
- （5）报告期内，发行人发出商品期后基本均已结转，结转情况良好，不存在长期未结转的发出商品。

## 第十八题、“关于其他事项”

申请文件显示：

(1)2019年至2021年1-6月，发行人现金分红金额为2,880.00万元、1,920.00万元和2,880.00万元。2021年11月9日，公司股东大会审议通过了2021年半年度利润分配方案的议案，拟以总股本6,000.00万股为基数，向全体股东每10股派发现金股利1.60元（含税）。

(2)报告期各期末，发行人员工人数为720人、707人、843人和974人。

(3)发行人拥有的高新技术企业证书于2021年11月29日到期，截至目前高新技术企业复审工作正在进行中，预计通过审核不存在实质性障碍，故公司2021年1-6月企业所得税适用税率为15%。

(4)发行人数名独立董事为高校教师，并担任学院院长、党委书记等职务。

现场检查发现：

(1)报告期内发行人少缴纳社会保险费、住房公积金，未计提工会经费、少计提教育经费。

(2)发行人全资子公司星河科技个别原始凭证与账面记录不一致，存在明细账户串户的情形（涉及客户JBM CAMPLLONG SL）。

(3)关于内部控制，发行人存在未经审批即签订合同并付款验收、个别在建工程招投标规定执行不到位、未签订合同提前支付股权转让款、供应商管理制度存在缺陷、合同管理不严格等情形。

请发行人：

(1)说明截至目前发行人2021年半年度利润分配是否已经完成；结合报告期各期末的货币资金余额情况说明报告期内大额现金分红对发行人业务经营的影响，主要股东收取现金分红后的资金使用情况，是否存在资金体外循环的情况，现金分红是否符合发行人《公司章程》《公司法》的规定。

(2)说明报告期各期员工人数存在波动的原因，与发行人生产经营情况是否匹配。

(3)说明发行人高新技术企业复审情况、预计能够取得高新技术企业资格的依据，报告期内暂按15%税率计算企业所得税对发行人业绩影响情况；2021年是否存在按照优惠税率预提预缴的情形，如是，请说明预提预缴是否取得税务部门同意并充分提示相关风险。

(4)说明相关独立董事的任职是否符合中组部《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职（任职）问题的意见》、中共教育部《关于进一步加强直属高校党员领导干部兼职管理的通知》及教育部办公厅《关于开展党政领导干部在企业兼职情况专项检查的通知》等相关法律法规和规范性文件的任职资格规定。

(5) 说明少缴纳社会保险费、住房公积金，未计提工会经费、少计提教育经费的原因；涉及的具体金额，如足额缴纳或计提对公司经营业绩、持续经营的影响，是否违反社保、公积金管理相关法律法规的规定，是否存在受到行政处罚的风险，是否构成重大违法违规行为。

(6) 说明星河科技部分原始凭证与账面记录不一致、存在明细账户串户的具体原因，是否影响发行人财务报表列报、财务数据真实性，发行人整改措施，发行人的会计基础工作是否规范。

(7) 说明存在上述内部控制制度执行不到位的具体原因，是否影响发行人销售收入确认时点的准确性、在建工程采购交易公允性、原材料采购交易公允性等；发行人对相关内部控制不规范情形的整改情况，是否符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》关于内部控制有效性的规定。

请保荐人、申报会计师对问题（1）-（3）及问题（6）-（7）发表明确意见，请保荐人、发行人律师对问题（4）-（5）发表明确意见。

## 一、发行人回复

（一）说明截至目前发行人 2021 年半年度利润分配是否已经完成；结合报告期各期末的货币资金余额情况说明报告期内大额现金分红对发行人业务经营的影响，主要股东收取现金分红后的资金使用情况，是否存在资金体外循环的情况，现金分红是否符合发行人《公司章程》《公司法》的规定。

1、说明截至目前发行人 2021 年半年度利润分配是否已经完成；结合报告期各期末的货币资金余额情况说明报告期内大额现金分红对发行人业务经营的影响

2021 年 11 月 15 日，公司完成向在册股东派发 2021 年半年度现金股利合计 920 万元。报告期各期公司向股东分红金额、期末货币资金余额及速动比率情况如下：

项目	2020 年/2020.12.31	2021 年/2021.12.31 <sup>注</sup>	2022 年/2022.12.31	
分红金额（万元）	1,920	3,840	1,200	
期末银行存款余额（万元）	10,622.18	7,760.06	15,155.32	
速动比率	创科实业	0.76	0.63	0.55
	巨星科技	1.90	1.29	1.46
	康平科技	1.50	0.94	0.96
	锐奇股份	0.73	0.92	1.35
	平均	1.22	0.94	1.10
	公司	1.41	1.10	2.01

注：上表同行业可比公司巨星科技、康平科技、锐奇股份未披露 2022 年报

数据，选用 2022 年半年报相关数据进行比较分析。

由上表可见，报告期各期末，公司现金分红后货币资金余额仍然较高；公司速动比率与上市公司不存在显著差异，流动资金足够覆盖公司日常开支及供应商货款支付需求，未对公司业务运营产生重大不利影响。

## 2、主要股东收取现金分红后的资金使用情况，是否存在资金体外循环的情况，现金分红是否符合发行人《公司章程》《公司法》的规定

### 1、分红及分红资金使用情况

报告期内，公司主要股东吴宁、吴用及其亲属吴静收到分红款后使用情况如下表所示：

历次分红	分红时间	股东	分红款/ 万元	用途
2018 年度 分红 960 万元	2019.7	吴宁	333.70	其中 185 万元用于装修、医疗等生活开支；90 万元用于偿还个人借款本息；30 万元借予亲友
		先河投资- 吴宁	76.80	14.8 万信用卡还款，69 万用于偿还借款本息
		吴用	157.44	用于归还宁波银行贷款 170 万及利息
		吴静	31.49	用于归还宁波银行贷款 170 万及利息
2019 年半年度 分红 1,920 万元	2019.10	吴宁	667.39	其中 722.54 万用于金磐流动资金补充及还款；45 万用于偿还个人借款本息
		先河投资- 吴宁	145.15	
		吴用	314.88	303.75 万用于归还个人借款本息
		吴静	62.98	用于金磐流动资金补充
2019 年度 分红 1,920 万元	2020.6	吴宁	667.39	其中 353 万借给姑父用于证券投资；200 万转妻子陈娟，其中 30 万用于百路佳清算款、借给朋友 75 万，56.5 万用于生活开支；125 万用于偿还个人借款本息；100 万用于理财
		先河投资- 吴宁	145.15	
		吴用	314.88	用于金磐机电还款及流动资金补充
		吴静	62.98	投资及存款
2020 年度 分红 2,880 万元	2021.3	吴宁	897.41	其中 800 万用于金磐机电归还贷款；100 万用于理财；65 万用于购买家具等；生活消费 110 万；偿还个人借款利息 20 万
		先河投资- 吴宁	217.73	
		吴用	424.32	归还章寅 2021 年 1 月借款本息 383 万元，购买礼

历次分红	分红时间	股东	分红款/ 万元	用途
				品 36 万元
		吴静	84.86	用于还房贷及生活开支
2021 年半年度分 红 960 万元	2021.11	吴宁	299.14	用于理财 100 万，还借款 120、其余用于日常消 费及存款备用
		先河投资- 吴宁	72.58	
		吴用	141.44	转吴明芳夫妇合计 45 万用于生活开支、转金磐机 电 95 万用于归还广发银行贷款及付息
		吴静	28.29	用于生活开支
2021 年年度 分红 1,200 万元	2022.04	吴宁	373.92	偿还个人借款 300 万；家庭存款 100 万
		先河投资- 吴宁	90.72	
		吴用	176.80	100 万元用于偿还金磐机电债务；其余用于亲属 生活开支及存款
		吴静	35.36	投资及存款

经核查，公司上述股东不存在与公司客户、供应商及其主要人员和业务人员资金往来，上述股东承诺未以任何方式为发行人输送不正当利益，不存在与发行人进行体外资金循环情形。

## 2、《公司法》《公司章程》的相关规定

根据《中华人民共和国公司法（2018 年修订）》第一百六十六条，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。有限责任公司依照《公司法》第三十四条的规定分配。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。

根据发行人于分红时适用的《公司章程》的规定，公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10% 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 50% 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，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

### 3、公司现金分红的审议情况

历次分红决议及股东会、股东大会审议情况如下：

序号	分红议案	股东会或股东大会审议情况
1	《关于公司 2018 年度利润分配方案》	2018 年度股东会
2	《关于浙江开创电气股份有限公司 2019 年上半年利润分配的议案》	2019 年第一次临时股东大会
3	《关于公司 2019 年度利润分配方案》	2019 年度股东大会
4	《关于公司 2020 年度利润分配方案的议案》	2021 年第一次临时股东大会
5	《关于公司 2021 年半年度利润分配方案的议案》	2021 年第二次临时股东大会
6	《关于公司 2021 年度利润分配方案的议案》	2021 年度股东大会

综上，公司已经根据当时适用的《公司法》及《公司章程》召开股东大会审议通过现金分红议案，报告期内，公司在历次分红时不存在亏损，公司关于现金分红的内部审议程序符合《公司法》及《公司章程》的相关规定。

**（二）说明报告期各期员工人数存在波动的原因，与发行人生产经营情况是否匹配。**

#### 1、报告期各期员工人数存在波动的原因

报告期各期末，公司员工总数及变化情况如下：

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
员工人数	713	922	843

2020 年至 2021 年，随着经营规模的扩大，当年年末发行人员工人数持续增长；2022 年由于外部环境影响，发行人经营规模有所缩减，相应员工人数有所下降。

#### 2、报告期各期员工人数存在波动的原因及其与发行人生产经营情况的匹配性分析

报告期内发行人员工人数变动以及生产经营变动情况如下：

项目	2022 年度/2022 年 12 月 31 日	2021 年度/2021 年 12 月 31 日	2020 年度/2020 年 12 月 31 日
员工人数（人）	713	922	843
主营业务收入（万元）	59,793.89	79,738.77	65,649.91
其中：外购整机配件销售	21,559.97	27,119.47	20,919.47
自产整机销售	37,422.10	52,619.30	44,730.44
人均主营业务收入（万元/人）	83.86	86.48	77.87
自产整机人均收入（万元/人）	52.49	57.07	53.06

报告期内，公司外购整机销售收入增长较快；但该业务对员工数量依赖较低，其收入变动与人员数量变动关联性较低。

电动工具的生产属于劳动密集型行业，公司自产整机的数量及对应的收入与员工人数变动密切相关；2020 年至 2022 年公司自产整机人均收入相对稳定，员工人数变化与自产整机销售收入变动基本匹配。

**（三）说明发行人高新技术企业复审情况、预计能够取得高新技术企业资格的依据，报告期内暂按 15% 税率计算企业所得税对发行人业绩影响情况；2021 年是否存在按照优惠税率预提预缴的情形，如是，请说明预提预缴是否取得税务部门同意并充分提示相关风险。**

**1、说明发行人高新技术企业复审情况、预计能够取得高新技术企业资格的依据**

发行人已于 2021 年 12 月 16 取得了编号为 GR202133009229 的《高新技术企业证书》，2021 年至 2023 年可按 15% 的税率缴纳企业所得税。

**2、报告期内暂按 15% 税率计算企业所得税对发行人业绩影响情况；2021 年是否存在按照优惠税率预提预缴的情形，如是，请说明预提预缴是否取得税务部门同意并充分提示相关风险**

公司根据全国高新技术企业认定管理工作领导小组《关于浙江省 2018 年高新技术企业备案的复函》及浙江省科学技术厅、浙江省财政厅、国家税务总局浙江省税务局颁发的编号为 GR201833002796 的《高新技术企业证书》，自 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日可减按 15% 缴纳企业所得税。

2017 年 6 月 19 日国家税务总局发布《关于实施高新技术企业所得税优惠政策有关问题的公告》（国家税务总局公告 2017 年第 24 号）规定：企业的高新技

术企业资格期满当年，在通过重新认定前，其企业所得税暂按 15%的税率预缴，在年底前仍未取得高新技术企业资格的，应按规定补缴相应期间的税款。公司《高新技术企业证书》2021 年 11 月 30 日到期，已于 2021 年 12 月 16 重新取得了编号为 GR202133009229 的《高新技术企业证书》，2021 年 1-6 月公司按照优惠税率预提预缴所得税符合税务主管部门规定。

**（四）说明星河科技部分原始凭证与账面记录不一致、存在明细账户串户的具体原因，是否影响发行人财务报表列报、财务数据真实性，发行人整改措施，发行人的会计基础工作是否规范。**

**1、星河科技部分原始凭证与账面记录不一致、存在明细账户串户的具体原因，是否影响发行人财务报表列报、财务数据真实性。**

1、星河科技原始凭证与账面记录不一致

星河科技原始凭证与账面记录不一致，系在星河科技结账完毕后，财务人员在编制丁字商务凭证时因错误选择了账套，误将丁字商务账套结转成本凭证录入星河科技账套内所致。

财务人员发现后，撤销凭证录入操作，在丁字商务账套内重新编写结转成本凭证。由于系统原因，星河科技该笔凭证未全部删除，导致原始凭证与账面记录不一致，但上述操作系在星河科技 2020 年 11 月结账完毕后发生，误操作凭证未经审核，财务软件将其标识为无效数据，该数据不会作为系统报出报表的依据，因此该事项未影响最终财务报表列报及财务数据真实性。

2、星河科技存在明细账户串户

星河科技财务核算时误将其他客户收款 6.53 万美元计入 JBM 客户的预收款项，导致预收账款明细客户余额出现错误。由于其他客户的款项亦为预收款项，因此未影响公司申报报表披露的预收款项金额，未影响最终财务报表列报及财务数据真实性。

**2、发行人整改措施，发行人的会计基础工作是否规范。**

公司针对以上情况高度重视，积极整改，具体整改情况如下：

针对上述账务凭证记录出现问题，发行人财务部门进行了深刻内部讨论、检讨。发行人财务总监及财务经理将加强财务记录的定期核对工作，发现问题及时

纠正并对责任人员进行相应处罚。发行人内审部每季度至少对公司账务记录的准确性进行一次抽查，发现问题及时汇报公司并对财务部负责人追究相关责任。

针对明细账户串户的问题，公司财务部门已重新检查与 JBM 等相关客户的销货合同、期后仓库发货记录、货运单据和收款单，并与相关客户执行对账程序，确定预收账款明细客户期末余额的正确性；同时开展自查，核实是否存在类似情况。经自查，公司主要客户的应收账款和预收账款、供应商应付账款和预付款项数据不存在类似情况。

发行人将进一步加强对子公司的管控，提升会计信息准确性。针对明细账户串户的问题，公司财务部将进一步完善客户、供应商核算相关制度，规范子公司财务管理流程，形成统一的财务监管体系，切实遵照制度严格执行相关流程，明确审批人员职责，提升会计信息的准确性。

公司财务部与内审部将努力提高专业能力，加强配合，在今后的工作中更加谨慎细致。发行人将建立健全财务信息复核机制，完善财务信息多级复核流程，以保证财务信息披露的准确性。发行人将认真持续提升规范运作能力，加强会计基础，强化内部控制监督检查，进一步完善和提高财务核算水平和信息披露质量。

经过整改，发行人已进一步完善和提高财务核算水平和信息披露质量，截至本回复出具日，发行人建立了规范的财务会计核算体系和完善的财务核算制度，财务岗位设置完整，公司会计基础工作规范，符合《注册管理办法》第十一条关于“会计基础工作规范”的发行条件要求。

**（五）说明存在上述内部控制制度执行不到位的具体原因，是否影响发行人销售收入确认时点的准确性、在建工程采购交易公允性、原材料采购交易公允性等；发行人对相关内部控制不规范情形的整改情况，是否符合《首次公开发行股票注册管理办法》关于内部控制有效性的规定。**

**1、说明存在上述内部控制制度执行不到位的具体原因，是否影响发行人销售收入确认时点的准确性、在建工程采购交易公允性、原材料采购交易公允性。**

1、报告期内公司存在内部控制制度执行不到位的情形及发生原因

（1）存在未经审批即签订合同并付款验收的情形

①公司购入数控铣齿机审批日期晚于合同签订日期，主要系审批人员出差，采购人员通过电话口头申请方式履行审批程序，获批后予以执行，相关审批单据

系事后补签所致。

②公司采购高速穿孔机的申请日期、审批日期晚于合同签订时期、付款日期，主要系设备科在整理 2018 年上半年审批单据时，发现该笔订单请购单丢失，重新补写请购单据，将补填日期确定为申请和审批日期。

(2) 个别在建工程招投标规定执行不到位

公司在报告期内新建工程项目“厂房 6 新建工程”，该工程的施工环节已通过公开招标程序，在 6 家具备必要资质的投标单位中择优录用了浙江万都建设有限公司；该工程的其他环节，包括勘察、设计、监理、造价咨询等事项未开展公开招标程序，仅由职能部门根据实际情况择优选取了相关单位提供服务，不符合公司《招投标管理制度》的规定。

(3) 存在未签订合同提前支付股权转让款项情形

2018 年 12 月 5 日，开创电气召开股东会，同意与金磐机电签署《股权转让协议》，股权转让价格参考开承电气设立时的资产评估报告预估，预估值为 6,630 万元。

2018 年 12 月 14 日，开创电气向金磐机电预付 6,630 万元股权转让价款。

2018 年 12 月 26 日，开创电气召开股东会，再次确认同意以 6,630 万元的价格收购开承电气 100%的股权。同日，双方签署《股权转让协议书》，股权转让价格为 6,630 万元。

经自查，开创电气向金磐机电支付股权转让款时虽然尚未签订《股权转让协议书》，但上述行为已经公司 2018 年 12 月 5 日召开的股东会审议通过。由于公司拟收购的土地房产已为金磐机电银行借款设定抵押，无法办理权属变更，进而导致开承电气股权无法交割。为保证交易正常进行，公司采取提前支付股权转让款的方式，帮助金磐机电解除上述土地房产抵押，从而实现收购公司生产所需土地房产的目的。

金磐机电收到上述预付款项后归还了银行借款，解除了土地房产抵押，并于 2018 年 12 月 25 日将相应土地、房产过户至开承电气名下。

2018 年 12 月 26 日，银信资产评估有限公司出具资产评估报告，开承电气 100%股权评估价值为 6,636.08 万元；同日，双方签署《股权转让协议书》。

2018 年 12 月 26 日，开承电气就上述股权转让事项完成工商变更登记，股权转让后，开承电气成为开创有限的全资子公司。

#### （4）供应商管理制度存在缺陷

经自查，公司的《供应商管理程序》对新供应商开发的申请和审查流程作出了详细规定，包括前期开发（资料收集）、资格审查、实地审查、品质评分、动态分级等，但未明确规定新供应商准入的基本条件。公司供应商戈博机电存在超范围经营情况。

#### （5）合同管理不严格

截止 2020 年 12 月 31 日，公司及子公司星河科技存在金额 5,844.62 万元订单超过交货日期未交货。经自查，上述交货逾期主要因：（1）2020 年受国际航运紧张，客户因船期预定难、货运费上涨快等因素邮件或电话通知公司延期发货；（2）年末公司订单密集，生产周期延长或开发周期未达预期等原因，公司向客户提出延期交货导致。

上述订单交货期超过签订订单时预计的交货期限，但双方后期根据实际情况进行协商，通过邮件、电话等方式对订单约定的交货期限进行了变更，公司业务部门未完整登记变更过程。

经核查，上述订单期后均正常履行，客户未追究公司延期交货的责任，双方亦未因此产生法律纠纷。截至本回复出具日，公司与该等客户仍保持良好的合作关系，未因公司延期交货影响业务合作。

### 2、上述事项是否影响发行人销售收入确认时点的准确性、在建工程采购交易公允性、原材料采购交易公允性

①公司对 FOB 方式进行线下交易的客户，以在合同规定的装运港将货物装箱上船并船只越过船舷时的时间为收入确认时点；对以 FCA 方式进行的线下交易客户，根据合同约定将货物在指定的地点交给买方指定的承运人并完成报关手续时确认收入；对于网络直营销售，于商品发出且客户签收时确认收入。公司存在超过交货期未交货的情形，但期后通过各种方式协商后对交货期进行了变更，且未发生因合同违约导致的纠纷，故以上事项不影响公司销售收入确认时点的准确性。

②公司 2020 年“厂房 6 新建工程”工程项目监理、勘察、设计、造价咨询业务未进行招标，但公司对供应商进行了资质审查，在上述业务采购过程中执行了询价和比价程序，相关报价与市场价格不存在显著差异，且金额较小，合计约 47.33 万元，同时供应商与公司也不存在关联关系，故以上事项不影响公司在建

工程采购交易公允性。

③公司关联方永康市戈博机电有限公司（以下简称戈博机电）存在超范围经营的情况，未对供应商准入资质进行评估，但公司向戈博机电采购的整机与其他外购整机供应商对外销售毛利无显著差异，故以上事项不影响公司原材料采购交易公允性。

## **2、发行人对相关内部控制不规范情形的整改情况，是否符合《首次公开发行股票注册管理办法》关于内部控制有效性的规定。**

公司对内部控制不规范的情形高度重视，积极整改，具体整改情况如下：

### **1、重新梳理采购业务流程，完善审批流程和审批权限管理**

公司已结合实际情况，全面梳理采购业务流程，完善采购业务相关管理制度，统筹安排采购计划，明确请购、审批、购买、验收、付款、采购后评估等环节的职责和审批权限，按照规定的审批权限和程序办理采购业务，定期检查和评价采购过程中的薄弱环节，采取有效控制措施。

针对审批人员口头审批情况，公司要求后期均通过钉钉程序留痕替代，杜绝无据可查情形；针对请购单丢失情况，后期加强对单据保管人员工作绩效考核，避免责任不清，奖惩不明。

### **2、定期开展内部自查，制定招投标相关的管理制度，加强相关人员培训**

（1）公司内审部开展自查工作，对“厂房 6 新建工程”项目勘察、设计、监理、造价咨询等各环节的服务单位进行了复核审查，确认相关合同的签署均经过有效审批，相关流程不存在舞弊行为，相关合同的履行不存在损害公司利益的情形。

（2）结合公司在生产经营所在地开展建设工程项目的实际情况，公司修订了《招投标管理制度》，经总经理行政办公会议决议签发，对公司所有工程项目的勘察、设计、施工、监理、造价咨询等环节的招标工作进行了梳理和规整，重新规定了不同规模、不同类型和不同环节项目的招投标/比价/直接委托的工作流程，对于工程总价在 1000 万元以上的项目要求应选择 3 家以上单位参与招标，未超过 1000 万元的零星项目，选择 2 家以上合格单位参与比价；勘察、设计、监理、造价咨询单位的选择参照上述标准执行。

（3）在修订制度的基础上，公司对行政人事部、内审部、工程部、总经办和财务部的相关人员进行了集中专项培训，要求相关岗位的员工严格履行制度要求，杜绝不符合公司内控制度的办事流程发生。

(4) 公司内审部将工程招投标事宜纳入 2021 年四季度及未来内审工作计划，定期开展自查以督促各部门严格执行《招投标管理制度》。

3、建立健全公司内控制度，加强对外投资管理，建立内部审计制度，确保内部控制制度有效运行

(1) 2018 年公司尚未建立健全公司内控制度，主要管理人员规范运作意识相对不足。2019 年 7 月股份公司成立后，公司制定了《授权管理制度》，该制度对公司购买或出售资产、对外投资、提供财务资助、提供担保等多个事项的授权管理进行了规定。公司监事会负责监督制度的实施。

(2) 2019 年 7 月股份公司设立后，公司设立内审部并制定了《内部审计制度》、《内部控制评价制度》。

2020 年 2 月 25 日，公司监事会第一届三次会议审议通过了《关于委任内审部负责人的议案》，内审部正式开始运行。内审部负责对公司内部控制和风险管理的有效性、财务信息的真实性和完整性以及经营活动的效率和效果等开展评价，监督检查董事、高级管理人员、公司各部门及各控股子公司、分公司的财务收支、经济活动。

4、重新修订供应商准入标准相关制度，复查主要供应商资质

(1) 公司体系专员会同内审部、物控部、子公司相关人员，对《供应商管理程序》进行了修订，并制订《新供应商准入评价标准》作为程序附件，加强对供应商准入的管理。《新供应商准入评价标准》在引入新供应商审核过程中关于合法持有证照、守法经营状态、经营物资明细和检验检测报告等方面提出了明确的要求，细化规定了准入条件，提升了制度的可操作性。

(2) 基于新修订的《供应商管理程序》和《新供应商准入评价标准》，公司已组织采购部、销售部、物控部的相关岗位人员学习，要求在日常工作中宣贯落实制度要求，严格执行新供应商准入制度。

(3) 戈博机电已办理变更经营范围的工商登记。公司对目前的主要供应商进行了资质资格的复查，未发现同类问题。

5、根据企业内部控制应用指引要求强化合同管理，提高信息化管理能力，指派专人进行合同登记管理工作

(1) 组织公司各业务部门加强对《企业内部控制应用指引》的学习，增强合规意识。



(2) 公司已根据《企业内部控制应用指引第 16 号—合同管理》的要求加强合同管理,充分利用信息化手段定期对合同进展进行细致跟踪统计,重点对合同的订立、审批、履行和变更等情况全程记录。

(3)各部门内指派专人维护合同登记管理工作,对合同实施全过程封闭管理;公司内审部每年至少进行一次对合同履行的总体情况检查并评价合同管理中的薄弱环节,督促相关部门采取相应控制措施。公司对合同订立、履行过程中出现的违规行为追究相关人员责任,切实维护企业合法权益。

公司现有的内部控制严格遵循了公司章程,已覆盖了公司运营的各层面和各环节,形成了规范的管理体系,能够有效预防和及时发现、纠正公司运营过程中可能出现的重要错误和舞弊,保护公司资产的安全和完整,保证会计记录和会计信息的真实性、准确性和及时性,在完整性、合理性及有效性方面不存在重大缺陷。

因此,经过整改,公司内部控制制度健全且被有效执行,能够合理保证公司运行效率、合法合规和财务报告的可靠性,符合《首次公开发行股票注册管理办法》关于内部控制有效性的规定。

## 二、申报会计师核查情况

### 1、申报会计师核查程序

针对以上事项,申报会计师实施的主要核查程序包括(但不限于):

(1) 查阅了发行人进行利润分配时适用的《公司章程》、《公司法》等相关法律法规及政策文件,与现金分红相关的董事会、股东大会议案和决议;访谈发行人实际控制人,了解现金分红的原因;核查发行人财务报告及现金分红执行情况,检查并计算了发行人现金分红对财务指标的影响;取得并核查了发行人主要股东报告期内的银行流水及与现金分红使用的相关凭证;了解上述股东取得分红款后的主要用途,并就其取得的分红款是否直接或间接流向发行人客户、供应商及其关联方的情况进行核查;

(2) 访谈企业人事主管了解了报告期各期末发行人员工变动原因;比对分析发行人自产整机变动与员工变动的匹配关系;

(3) 核查公司相关资质证书,确认相关资质证书的有效期限;查询与高新技术企业认定相关的法律、法规、规范性文件,了解相关资质续期或复审的条件及程序;查阅发行人高新技术企业证书申请资料以及核查发行人高新技术企业复审的申请、受理及认证公告情况;查阅《招股说明书》、《审计报告》、发行人

员工花名册、专利证书、高新技术企业产品销售情况等，结合高新技术企业认定的相关规定，分析发行人是否符合高新技术企业认定的相关要求；

(4) 核查相关会计凭证、发行人子公司财务报表，财务报表数据列报是否正确；核查与 JBM 预收账款有关的销货合同、期后仓库发货记录、货运单据和收款凭证，验证 JBM 预收账款期末余额；并依据剔除串户影响后的 JBM 预收款项重新执行发函程序；访谈了相关财务人员了解了出现不一致的具体原因；

(5) 对报告期内公司所有设备的请购单、订单、验收单进行复查，检查审批流程的完整性和合规性；查阅发行人《招投标管理制度》，了解厂房 6 项目服务单位相关合同及审批流程；查阅股权支付款相关股东会决议，股权转让协议等相关文件；了解发行人供应商准入制度，查阅戈博机电工商信息；访谈发行人销售总监，了解订单超期未交货原因及后续业务合作情况；检查内部控制制度的完整性，结合内部控制制度检查程序，判断内部控制制度执行的有效性。

## 2、申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为：

(1) 报告期各期末，发行人现金分红后货币资金余额仍然较高；公司速动比率与上市公司不存在显著差异，流动资金足够覆盖公司日常开支及供应商货款支付需求，未对公司业务运营产生重大不利影响；主要股东不存在与公司客户、供应商及其主要人员和业务人员资金往来，未发现发行人输送不正当利益，未发现与发行人进行体外资金循环情形；报告期内，发行人在历次分红时不存在亏损，公司关于现金分红的内部审议程序符合《公司法》及《公司章程》的相关规定；

(2) 公司所处电动工具生产行业属于劳动密集型行业，公司自产整机的数量及对应的收入与员工人数变动密切相关；报告期内公司自产整机人均收入相对稳定，员工人数变化与自产整机销售收入变动基本匹配；

(3) 公司于 2021 年 12 月 16 取得了编号为 GR202133009229 的《高新技术企业证书》。2021 年 1-6 月公司按照优惠税率预提预缴所得税符合税务主管部门规定；

(4) 相关差异未影响最终财务报表列报及财务数据真实性；发行人已进一步完善和提高财务核算水平和信息披露质量；发行人已建立了规范的财务会计核算体系和完善的财务核算制度，财务岗位设置完整，公司会计基础工作规范，符合《首次公开发行股票注册管理办法》第十一条关于“会计基础工作规范”的发行条件要求；

(5) 发行人相关内部控制不规范情形已得到有效整改，不影响发行人销售收入确认时点的准确性、在建工程采购交易公允性、原材料采购交易公允性；发行人内部控制经整改后体系完善，内部控制运行有效，符合《首次公开发行股票注册管理办法》关于内部控制有效性的规定。

## 第十九题、“关于中介结构执业质量”

现场检查发现：

(1) 保荐人执业质量存在未在招股说明书中披露已履行完毕的合同以及开承电气注销、劳务派遣用工等事项；关于浙江旋风工具制造有限公司持股 50% 股东项世海与发行人的关系披露不准确。

(2) 申报会计师执业质量存在函证程序执行不到位、未充分关注控制测试样本差异、部分审计工作底稿编制不规范等事项。

(3) 对于浙江旋风工具制造有限公司持股 50% 股东项世海与发行人关系，发行人律师对该事项信息披露不准确。

请保荐人说明问题 (1) 所述事项的整改情况，发行人信息披露是否真实、准确、完整。

请申报会计师说明问题 (2) 所述事项发生原因，整改计划及整改情况，对财务报表相关的影响情况；执业质量是否符合《首次公开发行股票注册管理办法》第八条、《深圳证券交易所股票发行上市审核规则》第二十八条的规定。请发行人律师说明问题 (3) 所述事项发生原因。

(一) 请申报会计师说明问题 (2) 所述事项发生原因，整改计划及整改情况，对财务报表相关的影响情况；执业质量是否符合《首次公开发行股票注册管理办法》第八条、《深圳证券交易所股票发行上市审核规则》第二十八条的规定。

### 1、请申报会计师说明问题 (2) 所述事项发生原因

#### 1、部分函证程序执行不到位

##### (1) 未对所有银行存款账户进行函证

会计师对开创电气 2020 年度银行存款实施函证程序时，未对招商银行（账号：579901157910105）、中国农业银行（账号：660101040028620）及中国工商银行（账号：1208011041000007540）的三个银行账户实施函证，主要原因系：

① 招商银行（账号：579901157910105）、中国农业银行（账号：660101040028620）均系开创电气 2020 年度已注销账户。会计师通过获取上述银行对账单及销户证明文件对上述银行账户实施查验，认定不存在错误列报的情况，故未实施函证；

② 中国工商银行（账号：1208011041000007540）账户系开创电气远期结售汇业务保证金账户，仅能用于办理远期结售汇业务，由于开创电气 2020 年末无未结清的远期结售汇业务，故相关账户余额为零。会计师已通过获取上述银行对账单对上述银行账户实施查验，认定不存在错误列报的情况，故未实施函证。

## (2) 个别往来款项函证执行不到位

会计师针对开创电气子公司星河科技 2020 年度预收款项发函程序时，因公司财务核算时误将其他客户收款计入 JBM 的预收款项，导致对客户 JBM 的预收款项发函金额错误，同时，客户回函显示金额相符，导致会计师未发现预收款项入账差错。由于其他客户收款均系预收款项，上述差异系预收款项内部明细科目的重分类差异，不影响发行人申报报表中预收款项的金额。

### 2、未充分关注控制测试样本差异

会计师对开创电气 2018 年度实施固定资产和其他长期资产循环控制测试时，测试项目 2 采购穿孔机、切割机床业务，存在请购单时间晚于合同签订时点的情况。造成请购单时间晚于合同签订时点的原因系设备科发现遗失请购单后重新补充审批程序，误将补写日期填写为申请日期所致。会计师未在底稿中进行说明。

### 3、部分审计底稿编制不规范

2020 年度发行人子公司星河科技将亚马逊电商业务转移至其子公司丁宇商务，由于会计师无需对星河科技和丁宇商务单独出具审计报告，出于两期销售费用可比性的考虑，会计师在编制 2020 年销售费用底稿的时候将星河科技和丁宇商务的销售费用底稿合并编制，未分开单独编制相关底稿。

## 2、整改计划及整改情况，对财务报表相关的影响情况。

对现场检查发现申报会计师函证程序执行不到位、未充分关注控制测试样本差异、部分审计工作底稿编制不规范等事项，申报会计师已进行了全面整改，已保证获取充分、适当审计证据，经过合理判断认为，未影响发行人财务报表列表及财务数据的真实性。整改计划及整改情况如下：

(1) 已完善审计工作底稿，对未实施银行函证程序进一步说明。并对上述银行账户补充实施函证程序，函证结果与开创电气账面情况相符。

(2) 抽查与 JBM 预收账款有关的销货合同、期后仓库发货记录、货运单据和收款凭证，对 JBM 预收账款期末余额进行验证，并对 JBM 重新执行函证程序，已取得客户回函确认相符。

(3) 对上述审计证据存在不一致的情况，对差异原因向发行人进行核实。针对上述情况，扩大控制测试样本范围，补充实施固定资产和其他长期资产循环控制测试，经执行相应程序，未发现异常情况。

(4) 完善审计工作底稿。包括 2018 至 2020 年度业务保持评价工作底稿、独立性声明及独立性调查问卷、信息系统应用规范、《管理层声明书》、《与治理层沟通函》及《与管理层沟通的会议纪要》等相关工作底稿，修改《关联方和

治理层诚信度调查问卷》相关内容，并经项目合伙人复核。

(5) 重新单独编制星河科技和丁宇商务的销售费用底稿，并补充说明根据新收入准则将属于合同履行成本的事项调整至营业成本核算数据来源。

申报会计师已完成上述整改工作，并经质量控制部门对整改情况进行专项复核，并出具《立信会计师事务所(特殊普通合伙)关于对浙江开创电气股份有限公司审计问题整改报告》（信会师函字[2021]第 ZF551 号）。

**3、执业质量是否符合《首次公开发行股票注册管理办法》第八条、《深圳证券交易所股票发行上市审核规则》第二十八条的规定。**

经过整改，申报会计师对函证、控制测试等设计和实施了与之相适应的审计程序，已保证获取充分、适当审计证据，并规范编制了相关审计工作底稿。根据监管机关有关规范性文件的要求对发行人首次公开发行在创业板上市过程中履行相应义务，执业质量符合《首次公开发行股票注册管理办法》第八条、《深圳证券交易所股票发行上市审核规则》第二十八条的规定。

(本页无正文，为《立信会计师事务所（特殊普通合伙）关于浙江开创电气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》的签章页)

签字注册会计师：

  
姚丽强

  
洪诚琦





立信会计师事务所（特殊普通合伙）

2023年4月6日

