

创业板投资风险提示

本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有创新投入大、新旧产业融合成功与否存在不确定性、尚处于成长期、经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

东莞市净诺环境科技股份有限公司

Dongguan Jingnuo Environment Science and Technology Inc.

（东莞市凤岗镇竹塘村浸校塘利民路2号）

JNÜO 净诺

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

（申报稿）

声明：本公司的发行申请尚需经深圳证券交易所和中国证监会履行相应程序。本招股说明书不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书作为投资决策的依据。

保荐机构（主承销商）



东兴证券股份有限公司
DONGXING SECURITIES CO., LTD.

（北京市西城区金融大街5号（新盛大厦）12、15层）

重要声明

中国证监会、交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、完整。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人控股股东、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	发行股数不低于 1,042.00 万股，占发行后总股本的比例不低于 25%，均为新股发行，公司股东不进行公开发售
每股面值	1.00 元
每股发行价格	【】 元
预计发行日期	【】 年 【】 月 【】 日
拟上市的证券交易所和板块	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	不低于 4,166.54 万股
保荐人（主承销商）	东兴证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】 年 【】 月 【】 日

重大事项提示

公司提醒投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书全部内容，并特别关注以下重大事项提示：

一、本次发行的相关重要承诺事项

公司提示投资者认真阅读本公司、股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐机构及证券服务机构等作出的重要承诺以及未能履行承诺的约束措施，具体承诺事项请参见本招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“六、与本次发行上市相关的承诺事项”。

二、发行前滚存利润分配及上市后利润分配政策

（一）发行前滚存利润分配

经公司 2021 年第二次临时股东大会决议，首次公开发行股票前的滚存利润由发行后的新老股东按照发行后的股份比例共享。

（二）上市后的股利分配政策

关于本次发行上市后的股利分配政策，请参见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“二、发行后的股利分配政策和决策程序及本次发行前后股利分配政策的差异情况”之“（一）本次发行上市后的股利分配政策和决策程序”的具体内容。

三、特别提醒投资者关注“风险因素”中的下列风险

（一）创新风险

公司产品的外观及功能设计需紧密契合消费者的实际需求及应用场景，不断进行创新，以满足客户的设计要求和功能需求。随着物联网及智能化时代的到来，用户体验需求的提升及操作的智能化对制造商的创新要求不断提高，企业需紧跟

行业发展趋势，根据客户及自身判断不断调整产品研发和技术创新，将研发和创新成果转换为成熟产品推向市场，才能使自身的产品贴合市场需求，持续保持市场竞争力。

公司目前的产品开发方向及研发技术储备系根据对客户及市场需求进行充分调研基础上，结合行业经验确定。若发行人未来无法准确把握行业技术发展趋势，及时开发新产品及推动产品更新换代，将无法满足不同变化的市场需求，造成发行人产品的竞争力落后于同行业公司，对发行人业务的持续发展和市场竞争力产生不利影响。

（二）技术风险

产品研发设计能力是衡量健康环境电器生产制造商核心竞争力的关键指标。公司的产品研发通常以品牌方的需求为导向，研发技术具有较强的针对性。同时，从产品研发到最终可以实现量产通常需要 6-9 个月，研发周期较长。如果发行人的技术水平出现滞后，不能解决产品研发的关键技术，或由于某个或某些技术指标、标准达不到预期或者达到预期标准的成本过高，或产品不能成功进行量产，则可能造成产品研发进度滞后，甚至研发失败的风险。

（三）客户集中的风险

报告期内，发行人对 Guardian 的销售收入分别为 16,662.97 万元、18,651.39 万元、35,532.08 万元，占公司主营业务收入比例分别为 57.46%、48.71%、54.77%，发行人对 Guardian 的销售收入占比较高。Guardian 深耕美国空气净化器市场多年，在美国空气净化器市场具有较高的品牌知名度及市场地位。公司自成立之日起开始与 Guardian 建立合作关系，十余年来保持着长期稳定的合作关系。

2020 年 12 月，Guardian 被 Lasko 收购，控股股东发生变更。Lasko 成立于 1906 年，是美国市场领先的家庭环境电器品牌厂商，主营风扇、加热器、空气净化器、加湿器等环境电器产品，具有较高的市场知名度。收购 Guardian 是 Lasko 对其空气净化器领域及线上销售渠道的战略提升措施。控股股东发生变更后，Lasko 亦较为重视与发行人之间的合作，2021 年度，Guardian 和发行人的业务规

模预计会进一步提升。

若未来 Guardian 的采购政策发生变化而不再向公司采购，或者 Guardian 自身经营情况出现波动，都将对公司经营业绩带来重大不利影响，可能导致公司业绩下滑甚至出现亏损的风险。

（四）中美贸易摩擦的风险

发行人以境外销售为主，美国市场是公司的主要销售市场。报告期内，公司对美国市场的营业收入分别为 23,895.34 万元、26,732.86 万元及 46,390.97 万元，占发行人营业收入比例分别为 82.38%、69.79%、71.48%，美国市场占发行人收入比例较高。

公司主要产品为空气净化器，报告期内，关于空气净化器的美国进口关税政策具体如下：

时间	美国关税政策
2018.7.6 之前	不征收关税
2018.7.6-2019.5.14	对原产于中国的空气净化器征收 25%的关税
2019.5.14	空气净化器进入正式执行的 340 亿美元排除清单，免征关税，并追溯至 2018 年 7 月 6 日，退还期间征收的关税
2019.5.14-2020.12.31	排除征收关税政策延长至 2020 年 12 月 31 日
2021.1.1 之后	恢复征收 25%的关税

在 2018 年至 2020 年期间，经过一系列调整后，美国对空气净化器的关税政策最终结果为不征收关税，未对发行人的业务造成重大不利影响。

报告期内，发行人对 Guardian 的销售收入占主营业务收入比例分别为 57.46%、48.71%、54.77%，发行人对 Guardian 的销售收入占比较高。

2021 年 1 月 1 日开始，美国对空气净化器征收 25%的关税。在此关税政策持续实施的情况下，品牌方的采购成本将有所提升。加收关税后，公司下调对客户 Guardian 的部分产品价格，下调幅度 1%-6%不等，整体下调约 3%，价格下调未设置限额或限期，在美国征收 25%的进口关税期间将持续存在，导致发行人对其销售毛利率有所下降，2021 年上半年，调价后公司对 Guardian 的销售毛利

率下降 2.67%。

在美国征收 25%的进口关税期间该调价政策将持续执行，若因中美贸易摩擦加剧而导致发行人产品的关税税率维持在较高水平或关税政策发生进一步不利变化，美国客户可能因采购成本提高而减少向发行人采购或从其他国家进口，则发行人对美国的出口业务可能受到重大不利影响，导致发行人业绩下滑甚至出现亏损。

（五）原材料价格波动的风险

报告期内，公司原材料成本占营业成本比例分别为 84.35%、86.67%、85.27%，原材料成本占比较高。

发行人生产经营过程中主要采购的原材料包括过滤材料、电子电器、五金零件及包装材料等。若未来上述原材料价格大幅上涨，将可能造成发行人产品利润空间不断降低，从而对发行人盈利能力产生重大不利影响。

（六）空气净化器市场波动风险

报告期内，发行人收入及利润主要来源于空气净化器的销售，空气净化器产品占主营业务收入的比例分别为 82.47%、80.62%及 81.76%，占主营业务毛利的比例为 78.56%、74.88%、76.99%，空气净化产品的销售收入及毛利占比较高。

目前公司正在不断拓展除空气净化器以外的其他产品，如新风机、暖被机等。尽管如此，由于新产品的研发及推广需要一定时间，短期内发行人的主要收入及利润来源仍为空气净化器。若未来空气净化器市场竞争加剧或者市场环境发生剧烈波动，发行人未能及时适应行业变化，将对发行人经营情况产生重大不利影响。

（七）市场竞争加剧风险

公司主要收入来源于为国内外知名品牌客户提供空气净化器等健康环境电器产品。发行人面临的竞争主要来源于两个方面：一方面，发行人作为 ODM 产品供应商，面临其他 ODM 企业的竞争；另一方面，公司下游品牌客户在空气净化器市场同样面临激烈的市场竞争，众多家电品牌及跨境电商陆续进入空气净化

器行业，加剧了行业竞争。

面对市场竞争的加剧，若发行人在产品研发、成本控制等方面不能适应市场变化，无法准确把握市场和消费者需求，持续保持产品质量和技术优势，将削弱发行人产品的竞争力，公司将可能面临市场份额和盈利能力下滑的风险。

（八）汇率波动的风险

公司业务以外销为主，主要以美元结算，人民币对美元的汇率波动会对公司的业绩产生重大影响。报告期内，公司汇兑损失分别为-1.94 万元、-2.36 万元、1,733.55 万元，占当期利润总额的比例分别为-0.14%、-0.04%、18.92%，汇率波动对发行人业绩产生较大影响。尽管发行人已采取了必要的外汇管理措施，减少汇率波动对业绩的影响，但不排除未来汇率的大幅波动将会继续对公司业绩产生较大影响。

（九）经营业绩下滑的风险

报告期内，公司营业收入分别为 29,007.70 万元、38,303.28 万元和 64,903.68 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 2,611.75 万元、4,066.71 万元和 7,363.89 万元。

虽然报告期内公司营业收入及业绩持续上升，但未来能否持续保持增长仍受到多种因素影响，如：原材料价格上涨、中美贸易摩擦加剧、新冠疫情发生反复和主要客户的合作关系变化或者主要客户的经营状况发生变化、主要产品的市场需求变动、人民币汇率波动、行业竞争格局变动等诸多因素影响，上述因素都可能导致公司经营业绩出现增长放缓、业绩下滑，甚至亏损。提醒投资者关注公司经营业绩波动的风险。

目录

重要声明	1
发行概况	2
重大事项提示	3
一、本次发行的相关重要承诺事项	3
二、发行前滚存利润分配及上市后利润分配政策	3
三、特别提醒投资者关注“风险因素”中的下列风险	3
目录	8
第一节 释义	13
一、普通术语	13
二、专业术语	15
第二节 概览	17
一、发行人及本次发行的中介机构基本情况	17
二、本次发行概况	17
三、发行人报告期的主要财务数据和财务指标	18
四、主营业务情况	19
五、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和 新旧产业融合情况	20
六、发行人选择的具体上市标准	22
七、发行人公司治理特殊安排等重要事项	22
八、募集资金用途	22
第三节 本次发行概况	24
一、本次发行基本情况	24
二、本次发行的有关机构	25
三、发行人与本次发行相关机构的关系	27
四、本次发行上市的重要日期	27
第四节 风险因素	28
一、创新风险	28

二、技术风险	28
三、经营风险	29
四、内控风险	32
五、财务风险	33
六、法律风险	34
七、发行失败风险	34
八、募集资金投资项目风险	34
九、不可抗力风险	35
第五节 发行人基本情况	36
一、发行人基本情况	36
二、发行人的改制及设立情况	36
三、报告期内，发行人股本和股东变化情况	38
四、发行人重大资产重组情况	42
五、发行人在其他证券市场的上市或挂牌情况	54
六、发行人的股权结构及组织结构	55
七、发行人对外投资基本情况	57
八、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人基本情况	63
九、发行人的股本情况	68
十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况	78
十一、发行人已制定或实施的股权激励及相关安排的执行情况	88
十二、公司员工情况	93
第六节 业务与技术	97
一、发行人主营业务、主要产品及变化情况	97
二、发行人所处行业的基本情况	108
三、销售情况和主要客户	133
四、采购情况和主要供应商	155
五、主要固定资产及无形资产情况	158
六、特许经营权情况	172
七、技术与研发情况	172
八、境外经营及境外拥有资产情况	184

九、国际贸易的相关情况	185
第七节 公司治理与独立性	189
一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况	189
二、特别表决权股份或类似安排	192
三、协议控制架构	192
四、内控自我评价及注册会计师鉴证意见	192
五、报告期内违法违规行	194
六、资金占用和对外担保情况	195
七、发行人在资产、人员、财务、机构、业务方面的独立性情况	195
八、同业竞争情况	198
九、关联方及关联关系	198
十、关联交易	201
十一、关联交易对公司财务状况与经营成果的影响	206
十二、报告期内发行人关联交易履行的程序及独立董事意见	206
第八节 财务会计信息与管理层分析	208
一、财务报表	208
二、注册会计师意见	212
三、与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准	212
四、影响发行人收入、成本、费用和利润的主要因素，以及对其具有核心意义或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标	213
五、合并财务报表的编制基础	216
六、合并财务报表的合并范围	216
七、报告期主要会计政策和会计估计	217
八、分部信息及同行业公司选择	264
九、经注册会计师核验的非经常性损益明细表	265
十、主要税种、税率及享受的税收优惠政策	265
十一、主要财务指标	267
十二、经营成果分析	269
十三、资产质量分析	352

十四、偿债能力、流动性与持续经营能力分析	382
十五、报告期内重大投资、资本性支出、重大资产业务重组或股权收购合并事项	395
十六、审计截止日后的主要经营状况	396
十七、资产负债表日后事项、或有事项、其他重要事项以及重大担保诉讼情况	396
第九节 募集资金运用与未来发展规划	397
一、本次募集资金运用情况	397
二、募集资金投资项目具体情况	399
三、募集资金运用对公司财务状况及经营成果的影响	405
四、公司未来发展与规划	406
第十节 投资者保护	409
一、投资者关系的主要安排	409
二、发行后的股利分配政策和决策程序及本次发行前后股利分配政策的差异情况	410
三、本次发行前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序	414
四、股东投票机制	414
第十一节 其他重要事项	415
一、重要合同	415
二、对外担保情况	417
三、重大诉讼或仲裁事项	417
四、发行人董事、监事及高级管理人员报告期内重大违法行为	417
五、发行人控股股东、实际控制人报告期内重大违法行为	417
六、与本次发行上市相关的承诺事项	417
第十二节 相关声明	441
发行人全体董事、监事、高级管理人员声明	441
发行人控股股东、实际控制人声明	442
保荐机构（主承销商）声明	443
保荐机构（主承销商）董事长声明	444
保荐机构（主承销商）总经理声明	445

发行人律师声明	446
发行人审计机构声明	447
资产评估机构声明	448
关于原签字资产评估师离职的说明	449
中水致远资产评估有限公司关于吸收合并 北京京都中新资产评估有限公司的 说明	450
发行人验资机构声明	451
关于原签字会计师离职的说明	452
发行人验资复核机构声明	453
第十三节 附件	454
一、备查文件	454
二、查阅时间和地点	454

第一节 释义

在本招股说明书中，除非文义另有所指，下列简称具有如下特定含义：

一、普通术语

发行人、公司、净诺科技	指	东莞市净诺环境科技股份有限公司
控股股东、实际控制人	指	吴天文、苏琛夫妇
沃泰电器	指	东莞市沃泰家用电器有限公司、为发行人前身
安泰德	指	深圳市安泰德投资合伙企业（有限合伙），发行人股东
横琴京实	指	横琴京实新创投资企业（有限合伙），发行人股东
横琴一雨	指	横琴一雨投资企业（有限合伙），发行人股东
横琴佳创	指	横琴佳创投资企业（有限合伙），发行人股东
横琴联时	指	横琴联时投资企业（有限合伙），发行人股东
宁波骁锐	指	宁波骁锐科创投资合伙企业（有限合伙），发行人股东
德州水龙	指	德州水龙雅风科技合伙企业（有限合伙）
天津金米	指	天津金米投资合伙企业（有限合伙），发行人股东
武汉顺赢	指	武汉顺赢股权投资合伙企业（有限合伙），发行人股东
武汉顺宏	指	武汉顺宏投资合伙企业（有限合伙），发行人股东
天津金星	指	天津金星创业投资有限公司
拉萨顺为	指	拉萨经济技术开发区顺为资本投资咨询有限公司
武汉顺承	指	武汉顺承股权投资合伙企业（有限合伙）
武汉顺创	指	武汉顺创股权投资管理有限责任公司
小米科技	指	小米科技有限责任公司
净享环境	指	东莞市净享环境科技有限公司，发行人子公司
净胜模具	指	东莞市净胜精密塑胶模具科技有限公司，发行人子公司
深圳安德迈	指	深圳市安德迈科技有限公司，发行人子公司
香港安德迈	指	香港安德迈科技有限公司，发行人子公司
沃泰实业	指	沃泰实业（香港）有限公司，发行人子公司
北京秒新、山西彩云归	指	北京秒新科技有限公司，原名为山西彩云归科技有限公司，发行人子公司
北京彩云归	指	北京彩云归科技有限公司，发行人子公司
新加坡泰美	指	泰美科技（新加坡）有限公司，发行人子公司
越南泰美	指	泰美科技（越南）有限公司，发行人子公司
传递者	指	深圳市传递者智能科技有限公司，发行人子公司
三乡环境	指	三乡环境科技（北京）有限公司，发行人参股公司

净源科技	指	东莞市净源科技有限公司，曾为发行人子公司，于 2019 年 1 月 17 日注销
创思成	指	深圳市创思成科技有限公司，实际控制人控制企业
创欣模具	指	东莞市创欣塑料模具有限公司
Guardian	指	Guardian Technologies,LLC
Lasko	指	Lasko Products,LLC
Newell	指	Newell brands Inc.为纳斯达克上市公司（上市代码 NWL.O），2020 年 Fortune 财富 500 强企业
Blueair	指	Blueair.AB，联合利华旗下家用电器品牌企业
Bedjet	指	BedJet,LLC
Tion	指	JSC Tion Smart Microclimate
柒贰零	指	柒贰零（北京）健康科技有限公司
七十迈	指	上海七十迈数字科技有限公司
神州数码	指	北京神州数码科捷技术服务有限公司
Columbus	指	Columbus Industries, Inc
携创电机	指	广东携创电机有限公司
佛山阿波罗	指	佛山市顺德区阿波罗环保器材有限公司
玉佳塑胶	指	深圳市玉佳塑胶有限公司
中山洁鼎	指	中山市洁鼎过滤制品有限公司
广东维尔	指	广东维尔科技股份有限公司
东莞宝晟	指	东莞市宝晟塑胶制品有限公司
上品健康	指	上品健康科技(广东)有限公司
东莞润荣	指	东莞市润荣精密五金塑胶有限公司
深圳富恒	指	深圳市富恒新材料股份有限公司
东莞润星	指	东莞市润星塑料制品有限公司
广明源	指	广明源光科技股份有限公司
东莞羌川	指	东莞市羌川电子科技有限公司
东莞嘉振	指	东莞市嘉振精密塑胶电子有限公司
深圳金其美	指	深圳市金其美科技有限公司
嘉澜高	指	东莞嘉澜高电子科技有限公司
东莞立振	指	东莞市立振五金有限公司
东莞骅煦	指	东莞市骅煦塑胶实业有限公司
恒荣茂	指	深圳市恒荣茂电子科技有限公司
中怡康	指	北京中怡康时代市场研究有限公司
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所、交易所	指	深圳证券交易所
股转公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
保荐人、保荐机构、主承销商	指	东兴证券股份有限公司

律师	指	北京德恒律师事务所
会计师、致同所	指	致同会计师事务所（特殊普通合伙）
资产评估机构	指	中水致远资产评估有限公司
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
股东大会	指	东莞市净诺环境科技股份有限公司股东大会
董事会	指	东莞市净诺环境科技股份有限公司董事会
监事会	指	东莞市净诺环境科技股份有限公司监事会
招股说明书	指	东莞市净诺环境科技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
《审计报告》	指	《东莞市净诺环境科技股份有限公司 2018 年度、2019 年度、2020 年度审计报告》（致同审字（2021）第 441A018412 号）
《公司章程》	指	本招股说明书签署之日有效的《东莞市净诺环境科技股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	经公司 2021 年第二次临时股东大会审议通过的《东莞市净诺环境科技股份有限公司章程（草案）》
本次发行	指	发行人本次首次公开发行并在深圳证券交易所创业板上市的行为
最近三年、报告期	指	2018 年、2019 年、2020 年
元、万元	指	人民币元、人民币万元

二、专业术语

CCC 认证	指	China Compulsory Certification 中国强制性产品认证，由中国国家认证认可监督管理委员会颁发的认证，是中国政府为保护消费者人身安全和国家安全、加强产品质量管理，依照法律法规实施的一种产品合格评定制度
ETL 认证、cETL 认证	指	适用于美国、加拿大市场，主要针对电气、机械或机电产品进行安全规范检测和认证，属非强制性认证
CE 认证	指	欧洲统一（CONFORMITE EUROPEENNE），CE 认证表明产品符合有关欧洲指令规定的主要要求
PSE 认证	指	日本强制性安全认证，用以证明电机电子产品已通过日本电气和原料安全法（DENAN Law）或国际 IEC 标准的安全标准测试
PMC	指	Production material control，是指对生产计划与生产进度的控制，以及对物料的计划、跟踪、收发、存储、使用等各方面的监督与管理与呆滞料的预防处理工作
OEM	指	Original Equipment Manufacturer，原始设备制造，即品牌商提供产品外观设计、图纸等产品方案，企业负责开发和生产等环节，根据品牌商订单代工生产，最终由品牌商销售

ODM	指	Own Design Manufacturer，自主设计制造，是一种业务模式，即企业根据品牌商的产品规划进行产品设计和开发，然后按品牌商的订单进行生产，产品生产完成后销售给品牌商
OBM	指	Own Brand Manufacturer，自主品牌制造，即企业自主进行商品生产，并建设销售渠道和开拓市场，经营自主品牌产品。
FOB	指	由买方负责派船接运货物，卖方应在合同规定的装运港和规定的期限内将货物装上买方指定的船只，并及时通知买方，货物在装船时越过船舷，风险即由卖方转移至买方
ISO	指	International Organization for Standardization 国际标准化组织
HEPA	指	High Efficiency Particulate Air Filter，高效空气过滤器，是烟雾、灰尘以及细菌等污染物有效的过滤媒介
CADR	指	Clean Air Delivery Rate，洁净空气量，衡量空气净化器针对目标污染物（颗粒物和气态污染物）净化能力的参数，以每小时立方米为单位，本招股说明书所指 CADR 如无特殊说明均为颗粒物 CADR 值
CCM	指	Cumulate Clean Mass，累积净化量，表示空气净化器的洁净空气量衰减到初始值的 50%时，累积净化处理的目标污染物总质量
净化能效	指	衡量空气净化器在额定状态下单位功耗所产生的洁净空气量，以立方米每瓦特小时（ $\text{m}^3/(\text{W}\cdot\text{h})$ ）为单位
CFD	指	Computational Fluid Dynamics，即计算流体动力学

特别说明：本招股说明书中所列数据可能因四舍五入原因，与根据相关单项数据直接相加之和在尾数上略有差异。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文作扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况

(一) 发行人基本情况			
发行人名称	东莞市净诺环境科技股份有限公司	成立日期	有限公司 2011 年 5 月 4 日 股份公司 2016 年 11 月 2 日
注册资本	31,245,435.00 元	法定代表人	吴天文
注册地址	东莞市凤岗镇竹塘村浸校塘利民路 2 号	主要经营地址	东莞市凤岗镇竹塘村浸校塘利民路 2 号
控股股东	吴天文、苏琛	实际控制人	吴天文、苏琛
行业分类	C38 电气机械和器材制造业	在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况	2017 年 4 月 19 日起在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让；2018 年 2 月 23 日起终止挂牌
(二) 本次发行的有关中介机构			
保荐人	东兴证券股份有限公司	主承销商	东兴证券股份有限公司
发行人律师	北京德恒律师事务所	其他承销机构	无
审计机构	致同会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	中水致远资产评估有限公司

二、本次发行概况

(一) 本次发行的基本情况			
股票种类	人民币普通股（A 股）		
每股面值	人民币 1.00 元		
发行股数	不低于 1,042.00 万股	占发行后总股本比例	不低于 25.00%
其中：发行新股数量	不低于 1,042.00 万股	占发行后总股本比例	不低于 25.00%
股东公开发售股票数量	-	占发行后总股本比例	-
发行后总股本	不低于 4,166.54 万股		
每股发行价格	【】 元		
发行市盈率	【】 倍		
发行前每股净资产	【】 元	发行前每股收益	【】 元
发行后每股净资产	【】 元	发行后每股收益	【】 元
发行市净率	【】 倍（以公司发行后每股净资产值计算）		

发行方式	网下向询价对象配售发行与网上资金申购定价发行相结合，或中国证监会认可的其他方式
发行对象	符合国家法律法规和监管机构规定条件的询价对象和已开立深圳证券交易所股票交易账户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销
拟公开发售股份股东名称	不适用（原股东不公开发售股份）
发行费用的分摊原则	不适用（原股东不公开发售股份）
募集资金总额	【】万元
募集资金净额	【】万元
募集资金投资项目	智能家居电器建设项目
	研发中心建设项目
	补充流动资金
发行费用概算	【】
（二）本次发行上市的重要日期	
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

三、发行人报告期的主要财务数据和财务指标

致同所已对公司最近三年的财务报告出具了“致同审字（2021）第441A018412号”标准无保留意见的审计报告，主要财务数据如下：

项目	2020 年度/ 2020 年 12 月 31 日	2019 年度/ 2019 年 12 月 31 日	2018 年度/ 2018 年 12 月 31 日
资产总额（万元）	63,596.94	30,270.79	23,251.43
归属于母公司所有者权益（万元）	32,556.26	16,987.17	11,573.86
资产负债率（合并）	47.35%	41.60%	50.22%
资产负债率（母公司）	47.61%	43.65%	53.71%
营业收入（万元）	64,903.68	38,303.28	29,007.70
净利润（万元）	7,836.01	4,729.07	1,328.03
归属于母公司所有者的净利润（万元）	7,898.51	4,719.92	1,328.03
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万	7,363.89	4,066.71	2,611.75

项目	2020 年度/ 2020 年 12 月 31 日	2019 年度/ 2019 年 12 月 31 日	2018 年度/ 2018 年 12 月 31 日
元)			
基本每股收益（元/股）	2.83	1.75	0.49
稀释每股收益（元/股）	2.83	1.75	0.49
加权平均净资产收益率	35.48%	33.05%	12.55%
经营活动产生的现金流量净额（万元）	8,316.46	5,423.84	2,751.99
现金分红（万元）	567.00	-	-
研发投入占营业收入的比例	3.57%	3.48%	4.26%

四、主营业务情况

公司致力于满足人们对舒适、健康的室内环境的追求，主要从事健康环境电器的设计、研发、生产及销售，主要产品包括空气净化器、新风机、暖被机等。公司的业务以面向美国市场的 ODM 业务为主，近年来，公司亦积极开拓境内市场及自主品牌业务。

公司是空气净化器设计及制造领域的领先企业。依托于我国在家电制造领域的产业集群优势，公司深耕空气净化器行业十余年，积累了丰富的行业经验，凭借着细分领域优势、技术优势、生产工艺优势、生产规模优势及客户优势，公司已成为空气净化器领域最具竞争力的生产制造商之一，与 Guardian、Newell、Blueair 等众多国际知名环境电器品牌商建立了长期稳定的合作关系。根据中国海关总署的统计数据，2019 年，公司的空气净化器出口数量占中国总出口数量的份额约为 6%，出口规模行业领先。

随着国内生活水平的提升以及受雾霾天气、突发疫情的影响，国内消费者对室内空气质量的关注度不断上升，健康环境电器的国内市场规模快速增长。公司积极拓展国内市场，已与华为智选、荣耀亲选、小米生态链的企业建立了良好的合作关系。此外，公司积极打造“净诺”、“秒新 AIRMX”、“安德迈 Admair”等自主品牌，自主品牌产品荣获包括红点设计奖、iF 设计奖、南山奖等多个国内外奖项，获得了行业厂商的普遍认可。

五、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

（一）公司业务创新、创造、创意特征

公司一直以技术创新、应用创新作为企业发展的核心驱动力，具有较强的创新、创造、创意特征。

随着产业发展不断成熟，空气净化器等小家电产品的产业分工不断细化，上游品牌厂商的业务重心逐步聚焦于产品定义、品牌运营、销售渠道建设及售后服务等环节，将产品设计及生产制造环节委托专业的 ODM 厂商进行。

公司是空气净化器设计及制造领域的领先企业。我国是全球重要的家电生产制造基地，依托于我国在家电制造领域的产业集群优势，通过规模化运营，公司可以较高效率实现研发、生产的全过程，并通过标准化的检测环节有效保障产品质量，最终形成显著的成本优势，实现产业效率的提升。随着项目经验的累积，公司逐步掌握了环境电器产品生产环节的核心技术及工艺，并结合细分领域的产品特点进行技术创新，形成了细分领域的核心技术优势。

通过多年来持续的自主研发和创新，公司积累了多项应用于主营业务产品的核心技术，形成了包括提高能效的空气净化技术、提升用户体验的消音降噪技术及智能控制平台技术在内的三大技术体系，包含提高净化能力的流体力学技术、高效除菌技术、物理降噪技术、主动降噪技术、室内环境智能监测及空气净化智能控制技术、远程智能控制平台技术等多项核心技术。上述核心技术均来源于发行人的自主研发，可以有效提升空气净化器产品的净化效率、用户体验及智能水平，均具有较强的技术含量。

依托于珠三角地区的家电产业集群，发行人深入钻研细分领域的核心技术及工艺，通过十五年以上的项目实施经验，结合不同领域持续出现的新技术，不断对核心技术进行改进及提升，具有较强的创新、创造、创意特征。

（二）科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

1、通用科学技术和空气净化器行业技术的创新性结合

公司的核心技术包含了提高能效的空气净化技术、提升用户体验的消音降噪技术及智能控制平台技术在内的三大技术体系，体现了流体力学、除菌技术、降噪技术及智能技术等空气净化器领域的创新应用，是通用科学技术和空气净化器产业的创新性结合。

如：对于提高净化能力的流体力学技术，采用过滤网对物理污染物进行吸附及采用活性炭等介质对化学污染物进行吸附属于较为常见的通用科学技术，但对空气净化器产品而言，由于产品体积有限，是否能在有限的空间范围内，尽可能高效的提升空气过滤效果，成为衡量制造厂商核心技术水平的关键指标之一。

公司目前所拥有的提高净化能力的流体力学技术，是在多年的产品研发设计及生产经验中总结而来：公司通过研究空气净化系统的进出风面积、风速、过滤器滤材的面速之间的数据关系，充分考虑设计工作点参数、基本的流体方程、经验函数等因素，综合考虑电机及各类滤材的选配，自主对叶轮及风道系统进行设计及改进。形成初步方案后，通过设计工具导出三维模型，再通过参数化设计、网格生成、CFD 仿真模拟等技术，进行样机成型验证，最终可以使公司空气净化器产品在同等体积及成本的条件下达到更高的净化效率，实现更好的能效比。

综上，发行人的核心技术是在总结多年生产经验的基础上，将行业通用技术与空气净化器产品相结合，并持续进行技术改进，具有科技创新性。

2、积极打造生产制造环节的自动化、信息化及智能化

为提升行业核心竞争力，公司根据空气净化器行业的业务特点，加快进行信息化和工业化的生产线建设，在精益生产方面持续进行设备自动化和工艺优化，引进了自动螺丝机导入、自动焊接机、自动点胶机、自动压网机等多项自动化设备，有效提高了生产效率和产品质量。

在信息化建设方面，公司实施 ERP 系统、SRM（供应链管理关系）系统、PLM（产品生命周期管理）系统、MES 系统、WMS 仓储管理系统、物料条码数

字化管理系统、HUB 仓库管理系统联动的生产模式，实现对生产全程系统控制。同时，公司使用了 MES 系统，可实现对现场作业关键节点的控制，并采集相关数据，自动与测试工具对接，实时上传测试数据，实现产品生产制造全程的正反向追溯，且可通过后台 Browser/Server 模式进行实时查询和监控。上述系统的使用，不仅可以有效保障产品质量，也为研发团队提供了大量的基础数据用于分析，使得公司生产过程实现信息化、智能化管理。

六、发行人选择的具体上市标准

根据致同所出具的《审计报告》，公司 2019 年度、2020 年度归属于母公司所有者的净利润（扣除非经常性损益前后孰低）为 4,066.71 万元、7,363.89 万元，累计净利润为 11,430.60 万元。

发行人选择适用《深圳证券交易所创业板股票上市规则》2.1.2 条款的第一项上市标准，即“最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于 5,000 万元”。

七、发行人公司治理特殊安排等重要事项

截至本招股说明书签署之日，发行人不存在公司治理特殊安排等重要事项。

八、募集资金用途

根据公司第二届董事会第八次会议及 2021 年第二次临时股东大会审议，公司本次募集资金运用均围绕主营业务进行，募集资金将投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资金额	拟投入募集资金金额
1	智能家居电器建设项目	50,056.98	50,056.98
2	研发中心建设项目	5,028.45	5,028.45
3	补充流动资金	5,000.00	5,000.00
合计		60,085.43	60,085.43

若实际募集资金不能满足上述项目投资需要，资金缺口通过公司自筹解决。若因经营需要或市场竞争等因素导致上述募集资金投向中的全部或部分项目在本次公开发行募集资金到位前必须进行先期投入的，公司拟以自筹资金先期进行

投入，待本次公开发行募集资金到位后，公司可选择以募集资金置换先期自筹资金投入。

若实际募集资金低于项目投资金额，资金不足部分由公司自筹解决；若实际募集资金超过项目投资金额，则多余的募集资金将用于补充公司与主营业务相关的营运资金。

第三节 本次发行概况

一、本次发行基本情况

（一）股票种类：人民币普通股（A股）

（二）每股面值：人民币 1.00 元

（三）发行股数，占发行后总股本的比例：发行股数不低于 1,042.00 万股，占发行后总股本的比例不低于 25.00%，均为新股发行，公司股东不进行公开发售

（四）每股发行价格：【】元

（五）发行人高级管理人员、员工拟参与战略配售情况：【】

（六）保荐机构相关子公司拟参与战略配售情况：【】

（七）发行市盈率：【】倍（按每股发行价格除以发行后每股收益计算）

（八）发行后每股收益：【】元/股

（九）发行前每股净资产：【】元（按【】年【】月【】日经审计的净资产与发行前股本计算）

（十）发行后每股净资产：【】元（按【】年【】月【】日经审计的净资产和实际募集资金合计额与发行后股本计算）

（十一）市净率：【】倍（以公司发行后每股净资产值计算）

（十二）发行方式：网下向询价对象配售发行与网上资金申购定价发行相结合，或中国证监会认可的其他方式

（十三）发行对象：符合国家法律法规和监管机构规定条件的询价对象和已开立深圳证券交易所股票交易账户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）

（十四）承销方式：余额包销

（十五）发行费用概算：

- 1、承销费【】万元
- 2、保荐费【】万元
- 3、审计费【】万元
- 4、律师费【】万元
- 5、发行手续费及其他【】万元

二、本次发行的有关机构

（一）保荐机构（主承销商）：东兴证券股份有限公司

法定代表人：魏庆华

注册地址：北京市西城区金融大街5号（新盛大厦）12、15层

电话：010-66555383

传真：010-66555103

保荐代表人：陈澎、黄磊

项目协办人：付书博

其他经办人：袁科、李靖宇

（二）发行人律师：北京德恒律师事务所

负责人：王丽

注册地址：北京西城区金融大街19号富凯大厦B座12层

电话：010-52682888

传真：010-52682999

经办律师：李忠轩、李亚、黄四平

（三）会计师事务所：致同会计师事务所（特殊普通合伙）

负责人：李惠琦

注册地址：北京市朝阳区建国门外大街 22 号赛特广场 5 层

电话：010-85665588

传真：010-85665120

经办会计师：桑涛、徐凌

（四）资产评估机构：中水致远资产评估有限公司

注册地址：北京市海淀区上园村 3 号知行大厦七层 737 室

法定代表人：肖力

电话：010-62169669

传真：010-62196466

经办资产评估师：李辉、李巨林

（五）股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

住所：广东省深圳市福田区深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 22-28 楼

电话：0755-21899999

传真：0755-21899000

（六）收款银行：中国银行金融中心支行

户名：东兴证券股份有限公司

账号：322056023692

（七）申请上市证券交易所：深圳证券交易所

住所：广东省深圳市福田区深南大道 2012 号

电话：0755-88668888

传真：0755-82083164

三、发行人与本次发行相关机构的关系

截至本招股说明书签署之日，发行人与本次发行有关的保荐机构、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在任何直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、本次发行上市的重要日期

工作安排	日期
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

第四节 风险因素

投资者在评价发行人本次公开发行股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述风险是根据重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素依次发生。

一、创新风险

公司产品的外观及功能设计需紧密契合消费者的实际需求及应用场景，不断进行创新，以满足客户的设计要求和功能需求。随着物联网及智能化时代的到来，用户体验需求的提升及操作智能化对制造商的创新要求不断提高，企业需紧跟行业发展趋势，根据客户及自身判断不断调整产品研发和技术创新，将研发和创新成果转换为成熟产品推向市场，才能使自身的产品贴合市场需求，持续保持市场竞争力。

公司目前的产品开发方向及研发技术储备系根据对客户及市场需求进行充分调研基础上，结合行业经验确定。若发行人未来无法准确把握行业技术发展趋势，及时开发新产品及推动产品更新换代，将无法满足不同变化的市场需求，造成发行人产品的竞争力落后于同行业公司，对发行人业务的持续发展和市场竞争力产生不利影响。

二、技术风险

产品研发设计能力是衡量环境电器生产制造商核心竞争力的关键指标。公司的产品研发通常以品牌方的需求为导向，研发技术具有较强的针对性。同时，从产品研发到最终可以实现量产通常需要 6-9 个月，研发周期较长。如果发行人的技术水平出现滞后，不能解决产品研发的关键技术，或由于某个或某些技术指标、标准达不到预期或者达到预期标准的成本过高，或产品不能成功进行量产，则可能造成产品研发进度滞后，甚至研发失败的风险。

三、经营风险

（一）宏观经济波动风险

发行人主营业务为空气净化器、新风机、暖被机等健康环境电器的设计、研发、生产及销售，主要产品属于消费升级类产品，居民对其接受程度与宏观经济良好发展和可支配收入稳步上升紧密相关。若未来宏观经济环境发生不利变化或出现周期性波动，将可能导致市场需求下滑，对发行人盈利能力产生重大不利影响，甚至导致发行人出现业绩亏损。

（二）客户集中的风险

报告期内，发行人对 Guardian 的销售收入分别为 16,662.97 万元、18,651.39 万元、35,532.08 万元，占公司主营业务收入比例分别为 57.46%、48.71%、54.77%，发行人对 Guardian 的销售收入占比较高。Guardian 深耕美国空气净化器市场多年，在美国空气净化器市场具有较高的品牌知名度及市场地位。公司自成立之日起开始与 Guardian 建立合作关系，十余年来保持着长期稳定的合作关系。

2020 年 12 月，Guardian 被 Lasko 收购，控股股东发生变更。Lasko 成立于 1906 年，是美国市场领先的家庭环境电器品牌厂商，主营风扇、加热器、空气净化器、加湿器等环境电器产品，具有较高的市场知名度。收购 Guardian 是 Lasko 对其空气净化器领域及线上销售渠道的战略提升措施。控股股东发生变更后，Lasko 亦较为重视与发行人之间的合作，2021 年度，Guardian 和发行人的业务规模预计会进一步提升。

若未来 Guardian 的采购政策发生变化而不再向公司采购，或者 Guardian 自身经营情况出现波动，都将对公司经营业绩带来重大不利影响，可能导致公司业绩下滑甚至出现亏损的风险。

（三）中美贸易摩擦的风险

发行人以境外销售为主，美国市场是公司的主要销售市场。报告期内，公司对美国市场的营业收入分别为 23,895.34 万元、26,732.86 万元及 46,390.97 万元，

占发行人营业收入比例分别为 82.38%、69.79%、71.48%，美国市场占发行人收入比例较高。

公司主要产品为空气净化器，报告期内，关于空气净化器的美国进口关税政策具体如下：

时间	美国关税政策
2018.7.6 之前	不征收关税
2018.7.6-2019.5.14	对原产于中国的空气净化器征收 25%的关税
2019.5.14	空气净化器进入正式执行的 340 亿美元排除清单，免征关税，并追溯至 2018 年 7 月 6 日，退还期间征收的关税
2019.5.14-2020.12.31	排除征收关税政策延长至 2020 年 12 月 31 日
2021.1.1 之后	恢复征收 25%的关税

在 2018 年至 2020 年期间，经过一系列调整后，美国对空气净化器的关税政策最终结果为不征收关税，未对发行人的业务造成重大不利影响。

报告期内，发行人对 Guardian 的销售收入占主营业务收入比例分别为 57.46%、48.71%、54.77%，发行人对 Guardian 的销售收入占比较高。

2021 年 1 月 1 日开始，美国对空气净化器征收 25%的关税。在此关税政策持续实施的情况下，品牌方的采购成本将有所提升。加收关税后，公司下调对客户 Guardian 的部分产品价格，下调幅度 1%-6%不等，整体下调约 3%，价格下调未设置限额或限期，在美国征收 25%的进口关税期间将持续存在，导致发行人对其销售毛利率有所下降，2021 年上半年，调价后公司对 Guardian 的销售毛利率下降 2.67%。

在美国征收 25%的进口关税期间该调价政策将持续执行，若因中美贸易摩擦加剧而导致发行人产品的关税税率维持在较高水平或关税政策发生进一步不利变化，美国客户可能因采购成本提高而减少向发行人采购或从其他国家进口，则发行人对美国的出口业务可能受到重大不利影响，导致发行人业绩下滑甚至出现亏损。

（四）原材料价格波动的风险

报告期内，公司原材料成本占营业成本比例分别为 84.35%、86.67%、85.27%，原材料成本占比较高。

发行人生产经营过程中主要采购的原材料包括过滤材料、电子电器、五金零件及包装材料等。若未来上述原材料价格大幅上涨，将可能造成发行人产品利润空间不断降低，从而对发行人盈利能力产生重大不利影响。

（五）空气净化器市场波动风险

报告期内，发行人收入及利润主要来源于空气净化器的销售，空气净化器产品占主营业务收入的比例分别为 82.47%、80.62%及 81.76%，占主营业务毛利的比例为 78.56%、74.88%、76.99%，空气净化产品的销售收入及毛利占比较高。

目前公司正在不断拓展除空气净化器以外的其他产品，如新风机、暖被机等。尽管如此，由于新产品的研发及推广需要一定时间，短期内发行人的主要收入及利润来源仍为空气净化器。若未来空气净化器市场竞争加剧或者市场环境发生剧烈波动，发行人未能及时适应行业变化，将对发行人经营情况产生重大不利影响。

（六）市场竞争加剧的风险

公司主要收入来源于为国内外知名品牌客户提供空气净化器等健康环境电器产品。发行人面临的竞争主要来源于两个方面：一方面，发行人作为 ODM 产品供应商，面临其他 ODM 企业的竞争；另一方面，公司下游品牌客户在空气净化器市场同样面临激烈的市场竞争，众多家电品牌及跨境电商陆续进入空气净化器行业，加剧了行业竞争。

面对市场竞争的加剧，若发行人在产品研发、成本控制等方面不能适应市场变化，无法准确把握市场和消费者需求，持续保持产品质量和技术优势，将削弱发行人产品的竞争力，公司将可能面临市场份额和盈利能力下滑的风险。

（七）业绩下滑的风险

报告期内，公司营业收入分别为 29,007.70 万元、38,303.28 万元和 64,903.68

万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 2,611.75 万元、4,066.71 万元和 7,363.89 万元。

虽然报告期内公司营业收入及业绩持续上升，但未来能否持续保持增长仍受到多种因素影响，如：原材料价格上涨、中美贸易摩擦加剧、新冠疫情发生反复和主要客户的合作关系变化或者主要客户的经营状况发生变化、主要产品的市场需求变动、人民币汇率波动、行业竞争格局变动等诸多因素影响，上述因素都可能导致公司经营业绩出现增长放缓、业绩下滑，甚至亏损。提醒投资者关注公司经营业绩波动的风险。

（八）线上销售对电商平台的依赖风险

报告期内，公司线上销售主要依托亚马逊、天猫及京东平台开展，对上述平台具有一定的依赖性。若未来相关平台变更店铺运营政策或提高平台服务费率，将可能导致公司运营成本增加，从而对公司线上销售的经营业绩产生不利影响。

四、内控风险

（一）实际控制人控制不当的风险

截至本招股说明书签署之日，发行人控股股东、实际控制人吴天文、苏琛夫妇合计控制公司 86.42%的股份，处于绝对控股地位。虽然发行人设计多种制度安排以避免实际控制人不当控制行为的发生，但实际控制人未来仍可能通过公司董事会或通过股东表决权等方式对公司的发展战略、生产经营、利润分配等决策产生影响，可能影响公司及公司其他股东的利益。

（二）管理风险

公司经过多年的持续发展，已建立了较为稳定的经营管理体系。但随着公司规模不断壮大，特别是本次发行募集资金到位以及募集资金投资项目实施后，公司的资产、业务、人员规模均将大幅增大，对公司组织机构、内部控制、运营管理、财务管理等提出更高的要求。如果公司不能在经营规模扩大的同时继续完善

内部管理体系和内部控制制度，可能导致公司实际管理能力与经营规模不相匹配，进而对公司的持续发展造成不利影响。

五、财务风险

（一）产品毛利率下滑的风险

报告期内，发行人的主营业务毛利率分别为24.06%、23.56%和25.74%，较为平稳，未出现毛利率大幅下滑的情形。

公司主营业务毛利率受产品供求关系、市场竞争、原材料价格、人员成本及汇率等因素影响，若未来出现市场竞争加剧导致产品价格下滑、原材料价格大幅波动、人员薪酬持续上涨或汇率不利波动等情形，可能会导致公司面临毛利率下降的风险，进而对公司业绩带来不利影响。

（二）汇率波动的风险

公司业务以外销为主，主要以美元结算，人民币对美元的汇率波动会对公司的业绩产生重大影响。报告期内，公司汇兑损失分别为-1.94 万元、-2.36 万元、1,733.55 万元，占当期利润总额的比例分别为-0.14%、-0.04%、18.92%，汇率波动对发行人业绩产生较大影响。尽管发行人已采取了必要的外汇管理措施，减少汇率波动对业绩的影响，但不排除未来汇率的大幅波动将会继续对公司业绩产生较大影响。

（三）出口退税政策变化的风险

报告期内，发行人主营业务收入中境外销售占比分别为 92.18%、78.56%、78.77%，境外销售占比较高。报告期内，发行人主要产品根据国内销售环节增值税率执行 13%的全额出口退税率。若未来国家降低相关出口环节的退税率，或发行人的产品出口不适用出口退税政策，发行人的盈利能力将受到重大不利影响。

（四）税收优惠政策变动的风险

发行人及子公司北京彩云归均为高新技术企业，按 15%税率缴纳企业所得税。若有关高新技术企业的税收优惠政策发生变化，或发行人未来不符合高新技术企

业税收优惠的申请条件，可能导致公司不再享受上述优惠税率，将对公司的盈利能力带来不利影响。

六、法律风险

（一）房屋租赁风险

截至本招股说明书签署之日，发行人所使用的经营场所均为租赁获得，公司正在执行的房屋租赁合同 24 项，其中 21 项未办理房屋租赁备案，8 项无房屋所有权证；根据《最高人民法院关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件适用法律若干问题的解释》的规定，发行人与出租方签订的合同存在被认定无效的风险。

因此，上述房屋租赁存在法律风险。尽管公司的生产经营对场地要求较低，若上述房屋无法继续使用或到期后无法续租，将会对公司经营造成一定不利影响。

（二）社会保险、住房公积金存在被追缴的风险

报告期内，公司存在未为员工足额缴纳社会保险及住房公积金的情况。虽然公司已进行规范整改，且相关部门已出具公司报告期内不存在相关违法违规情况的证明，但公司仍面临社保公积金补缴和被相关部门处罚的风险。

七、发行失败风险

公司本次发行结果将受到证券市场整体情况、发行人经营业绩、投资者对本次发行方案的认可程度等内外部多重因素的影响。若出现投资者认购不足或其他影响发行的不利情形，则本次发行存在发行失败的风险。

八、募集资金投资项目风险

（一）募集资金投资项目实施风险

发行人本次股票发行所募集资金将主要投向智能家居电器建设项目、研发中心建设项目及补充流动资金，项目建成投产后，将对公司发展战略的实现、经营规模的扩大和业绩水平的提高产生重要影响。虽然本次募集资金投资项目经过了充分的可行性论证，但本次项目的建设计划是否能按时完成、项目的实施过程和

实施效果等均存在不确定性。同时，募投项目的预期收益基于当前市场环境、行业发展趋势及公司经营情况制定，若项目实施或经营过程中，未来市场容量增速低于预期，或未来市场环境发生不利变化，可能导致项目新增产能不能得到有效消化及项目盈利水平低于预期，对公司经营情况造成不利影响，提醒投资者关注发行人募投项目实施风险。

（二）募投项目尚未取得土地及环评批复的风险

截至本招股说明书签署之日，发行人本次募集资金投资项目智能家居电器建设项目的尚未取得土地及环评批复文件。若发行人无法取得土地，或无法及时办理环评批复，可能导致项目无法实施、无法办理环评，进而影响后续项目的盈利水平，提醒投资者关注相关风险。

九、不可抗力风险

不可抗力事件是指不能预见、不能避免和不能克服的客观事件，主要包括疫情在内的重大公共卫生安全事件、自然灾害（如地震、台风、洪水、海啸等）、政府行为（如征收、征用等）、社会异常事件等。未来可能发生的不可抗力事件可能直接或间接对公司的生产经营活动造成严重影响，从而对公司业务发展以及公司整体经营业绩和财务状况造成不利影响。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称	东莞市净诺环境科技股份有限公司
英文名称	Dongguan Jingnuo Environment Science and Technology Inc.
注册资本	31,245,435.00 元
法定代表人	吴天文
成立日期	2011 年 5 月 4 日
股份公司设立日期	2016 年 11 月 2 日
注册地	东莞市凤岗镇竹塘村浸校塘利民路 2 号
邮政编码	523681
公司电话	0769-81900628
公司传真	0769-81900628
互联网网址	http://www.jingnuoair.com/
电子信箱	Leo.Wang@jingnuoair.com
信息披露和投资者关系部门	董事会办公室
信息披露和投资者关系负责人	王野行
联系电话	0769-81900628

二、发行人的改制及设立情况

(一) 有限责任公司设立情况

发行人前身沃泰电器系 2011 年 5 月 4 日由自然人吴天文、苏琛夫妇共同出资设立的有限责任公司。沃泰电器设立时注册资本为 150.00 万元，由吴天文、苏琛夫妇分别出资 75.00 万元，各持股 50.00%。

2011 年 4 月 19 日，大信会计师事务所有限公司广东分所出具了大信粤会验字[2011]B09064 号《验资报告》，验证截至 2011 年 4 月 18 日，沃泰电器已收到股东以货币形式缴纳的注册资本 150.00 万元。

2011 年 5 月 4 日，沃泰电器完成工商设立登记手续，取得东莞市工商行政管理局核发的注册号为“441900001054908”的《企业法人营业执照》。

沃泰电器设立时的出资情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	吴天文	75.00	50.00%
2	苏琛	75.00	50.00%
合计		150.00	100.00%

（二）股份公司设立情况

公司系由东莞市沃泰家用电器有限公司整体变更设立。

2016年10月13日，瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）出具《东莞市沃泰家用电器有限公司审计报告》（瑞华专审字[2016]48090013号），确认截至2016年6月30日，沃泰电器账面净资产为人民币1,963.67万元。2016年10月14日，北京京都中新资产评估有限公司出具《东莞市沃泰家用电器有限公司拟整体改制为股份公司所涉及的公司账面净资产价值评估报告》（京都中新评报字（2016）第0207号），确认截至2016年6月30日，沃泰电器净资产评估值为2,195.45万元。

2016年10月14日，沃泰电器召开股东会，同意以2016年6月30日经审计的净资产为基数，折合为每股面值为人民币1元的普通股共1,900万股，超出股本部分净资产63.67万元计入资本公积，整体变更为股份公司，同意股份公司名称拟变更为“东莞市净诺环境科技股份有限公司”。

2016年10月18日，瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）出具了“瑞华验字[2016]48090203号”验资报告，对本次注册资本的实收情况进行了审验。

2016年11月2日，公司取得了东莞市工商行政管理局核发的统一社会信用代码为914419005744989447的《企业法人营业执照》，股份公司名称为“东莞市净诺环境科技股份有限公司”。

变更后，各股东持股情况如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
1	吴天文	950.00	50.00%
2	苏琛	950.00	50.00%
合计		1,900.00	100.00%

三、报告期内，发行人股本和股东变化情况

报告期期初，发行人的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
1	吴天文	1,147.50	42.50%
2	苏琛	1,147.50	42.50%
3	安泰德	405.00	15.00%
合计		2,700.00	100.00%

报告期内，公司的股本和股东变化情况如下：

（一）2020 年 9 月，报告期内第一次增资

2020 年 8 月 15 日，公司召开股东大会，决议通过公司副总经理、董事会秘书王野行以 6.64 元/股的价格向公司增资 125.50 万元，取得公司增发的 18.90 万股股份。2020 年 8 月 17 日，王野行与公司签署增资协议。

2020 年 9 月 1 日，致同会计师事务所(特殊普通合伙)出具了致同验字(2020)第 441ZC00323 号验资报告，对此次增资的实收情况进行了确认。

2020 年 9 月 8 日，公司已就上述增加注册资本完成工商变更登记手续。

本次变更完成后，净诺科技的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
1	吴天文	1,147.50	42.20%
2	苏琛	1,147.50	42.20%
3	安泰德	405.00	14.90%
4	王野行	18.90	0.70%
合计		2,718.90	100.00%

（二）2020 年 9 月，报告期内第二次增资

2020 年 9 月 1 日，公司召开股东大会，决议通过横琴佳创、谢毅书、魏立军、宁波骁锐、横琴京实、横琴一雨、张斌、横琴联时及张小有等 9 名股东以 14.81 元/股的价格分别认购公司股份 89.99 万股、27.00 万股、27.00 万股、13.88 万股、11.01 万股、9.93 万股、6.75 万股、6.32 万股及 5.66 万股，合计认购公司增发的 197.55 万股股份，增资款合计 2,926.66 万元。同日，公司与各方签署增

资协议。

2020年9月27日，公司就上述增加注册资本完成工商变更登记手续。

2020年9月29日，致同会计师事务所(特殊普通合伙)出具了致同验字(2020)第441ZC00367号验资报告，对此次增资的实收情况进行了确认。

本次变更完成后，净诺科技的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量(万股)	持股比例
1	吴天文	1,147.50	39.35%
2	苏琛	1,147.50	39.35%
3	安泰德	405.00	13.89%
4	王野行	18.90	0.65%
5	横琴佳创	89.99	3.09%
6	谢毅书	27.00	0.93%
7	魏立军	27.00	0.93%
8	宁波骁锐	13.88	0.48%
9	横琴京实	11.01	0.38%
10	横琴一雨	9.93	0.34%
11	张斌	6.75	0.23%
12	横琴联时	6.32	0.22%
13	张小有	5.66	0.19%
合计		2,916.45	100.00%

(三) 2020年10月，报告期内第三次增资

2020年9月30日，公司召开股东大会，决议通过天津金米、武汉顺赢和武汉顺宏以24.00元/股的价格分别认购公司股份104.05万股、93.74万股、10.31万股，合计认购208.09万股股份，增资金额合计4,994.64万元。同日，公司与天津金米、武汉顺赢和武汉顺宏签署增资协议。

2020年10月19日，公司就上述增加注册资本完成工商变更登记手续。

2020年10月23日，致同会计师事务所(特殊普通合伙)出具了致同验字(2020)第441ZC00395号验资报告，对此次增资的实收情况进行了确认。

本次变更完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量(万股)	持股比例
1	吴天文	1,147.50	36.73%
2	苏琛	1,147.50	36.73%
3	安泰德	405.00	12.96%
4	横琴佳创	89.99	2.88%
5	谢毅书	27.00	0.86%
6	魏立军	27.00	0.86%
7	王野行	18.90	0.60%
8	宁波骁锐	13.88	0.44%
9	横琴京实	11.01	0.35%
10	横琴一雨	9.93	0.32%
11	张斌	6.75	0.22%
12	横琴联时	6.32	0.20%
13	张小有	5.66	0.18%
14	天津金米	104.05	3.33%
15	武汉顺赢	93.74	3.00%
16	武汉顺宏	10.31	0.33%
合计		3,124.54	100.00%

(四) 历次入股价格的公允性及合理性

1、2020年9月27日的增资以2019年业绩作为参考的原因

2020年9月27日,横琴佳创、宁波骁锐、横琴京实、横琴一雨、横琴联时、张小有、谢毅书、魏立军及张斌9名股东以14.81元/股的价格合计认购公司增发的197.55万股股份。

新增股东中,横琴佳创、宁波骁锐、横琴京实、横琴一雨、横琴联时及张小有为北京秒新原股东,其对发行人增资系发行人收购北京秒新方案的一部分;谢毅书、魏立军及张斌均系实际控制人的朋友,因其自身具有投资需求,并看好环境电器行业及公司未来发展而对发行人进行增资,其入股价格亦参考发行人收购北京秒新时的估值。

本次增资,公司估值以2019年预计全年业绩的8倍PE为基础,主要由公司收购北京秒新的进程所决定:本次增资的核心商业条款在2019年12月即已经协商确定。尽管由于疫情因素影响,实际工商变更登记时间有所滞后。但是各方本着诚信原则以及良好的商业信誉,按既定的谈判结果及估值方式完成了

本次交易。

综上,本次增资以 2019 年业绩作为参考具有合理性,增资定价公允、合理,不存在低价入股、损害其他股东利益的情况。

2、2020 年 10 月 19 日的增资以 2020 年预计业绩为参考的原因,以 24.00 元/股确认公允价值的合理性

2020 年 10 月 19 日,天津金米、武汉顺赢、武汉顺宏 3 名股东以 24.00 元/股的价格合计认购公司增发的 208.09 万股股份。本次增资,公司估值以 2020 年全年预计业绩的 8 倍 PE 为基础。

2020 年 9 月,天津金米、武汉顺赢、武汉顺宏与净诺科技进行投前磋商并开展尽调工作。鉴于发行人主要客户一般提前 2-3 个月下达订单,此时发行人已经可以根据在手订单及未来订单交付安排情况,合理并较为准确地预计 2020 年度业绩。因此,本次增资以 2020 年全年预计业绩为估值基础具有合理性。

天津金米、武汉顺赢、武汉顺宏均为小米集团负责投资业务的关联方主体,为专业的产业投资者。本次增资系其市场化的投资行为,投资价格系各方谈判的最终结果,定价过程合理,增资价格具有公允性。

综上,本次增资以 2020 年预计业绩作为参考具有合理性,以 24.00 元/股确认公允价值具有合理性。

3、以 8 倍市盈率为估值基础的合理性

公司以 8 倍市盈率作为估值基础的原因如下:

(1) 北京秒新、天津金米等股东对公司的增资均为市场化商业谈判的最终结果。谈判各方之间无关联关系,均以自身最大利益为出发点进行考虑,不存在调整增资价格让渡利益的动机,定价过程合理,价格具有公允性。

(2) 公司所处行业为家电制造行业,行业发展成熟;公司主要产品包括空气净化器、新风机、暖被机等,主要产品为成熟产品;公司以面向美国市场的 ODM 业务为主,业务模式成熟。以 8 倍 PE 的估值对公司增资符合投资者及公司管理层对公司价值的预期水平。

(3) 在家电行业,以 8 倍 PE 为基础对公司进行估值的市场案例常见,符合行业特点,与市场同类增资或并购不存在明显差异,部分市场案例情况如下:

公司名称	主营业务	估值情况
奥海科技	充电器、移动电源等智能终端充储电产品的研发、设计、生产与销售	2017 年 2 月,公司对员工进行股权激励,以当年及次年平均净利润的 8 倍市盈率作为确认公允价值的依据
富佳实业	吸尘器、扫地机器人及无刷电机等零部件的研发、设计、生产与销售	2019 年 12 月,王懿明以 8 倍市盈率估值受让公司股份;同时,公司对员工进行股权激励,以 8 倍市盈率作为确认公允价值的依据
康冠科技	商用领域的智能交互显示产品、家用领域的智能电视的研发、生产以及销售	2020 年 12 月,公司对员工进行股权激励,以当年净利润的 8 倍市盈率作为确认公允价值的依据
芬尼科技	热水器等产品研发、生产、销售及服务	2017 年 1 月,公司对员工进行股权激励,以 2016 年度净利润的 8 倍市盈率作为确认公允价值的依据
倍轻松	智能便携按摩器的设计、研发、生产、销售及服务	2017 年 5 月,公司对员工进行股权激励,以 2017 年预计净利润 2,000.00 万元和不低于 8 倍市盈率作为确认公允价值的依据

综上,公司以 8 倍市盈率为估值基础具有合理性,估值水平符合公司的发展阶段,与市场同类增资或并购不存在明显差异。

4、2019 年、2020 年预计业绩金额(是否扣非)与实际业绩的差异情况及原因

公司 2020 年 9 月 27 日、2020 年 10 月 19 日的增资分别以 2019 年、2020 年预计业绩为参考,以 8 倍市盈率为估值基础,经双方协商后最终确定。公司 2019 年度、2020 年度的预计业绩、实际业绩的差异情况如下:

单位:万元

项目	预计情况	实际情况	差异率
2019 年归属于母公司所有者的净利润	5,000.00	4,719.92	-5.60%
2020 年归属于母公司所有者的净利润	8,750.00	7,898.51	-9.73%

综上,公司上述两次增资时 2019 年度、2020 年度的预计业绩与实际业绩差异较小,具有合理性。

四、发行人重大资产重组情况

报告期内,公司不存在重大资产重组。公司发生的资产重组情况如下:

(一) 2019 年 11 月，收购净胜模具 51.00%的股权

1、收购原因

净胜模具主营业务为开模及注塑。对净胜模具的收购系公司对上游产业链的整合，有利于公司业务拓展至产业链上游的开模、注塑环节，保障产品模具、塑胶结构件等原材料质量，提升对客户订单的响应速度和效率，提升公司对客户的综合一体化服务能力。

2、收购过程

2018 年 12 月 14 日，净诺科技召开第一届董事会第十一次会议，审议通过《关于公司与东莞市创欣塑料模具有限公司合作的议案》，同意发行人与创欣模具共同从事模具和注塑的研发、生产及销售，签署《合作框架协议》。

2018 年 12 月 18 日，净诺科技与创欣模具签署《合作框架协议》，约定：由创欣模具以设备、存货等资产出资设立净胜模具。净胜模具设立后，公司对净胜模具进行增资及受让创欣模具持有的净胜模具股权，最终持有净胜模具 51%的股权。设立后，净胜模具整体估值以评估机构评估值为准，若评估值在 1,280 万元正负 15%范围内，则双方同意以 1,280 万元作为净胜模具的估值进行后续交易。

2019 年 1 月 9 日，创欣模具出资设立净胜模具。创欣模具用于出资的主要资产情况如下：

序号	类别	具体内容	数量
1	机器设备	吸料机、除湿干燥机、高精度手摇钻床、高温烤箱、磨刀机、火花机、机械手、螺杆式空压机、集中型粉碎机、普通铣床、水式模温机、注塑机等	214 项
2	电子设备	温度测试仪、温控器、立式空调、办公电脑及办公家私	320 项
3	产品	包括库存产品 223 项、已发出产品 79 项	302 项

2019 年 5 月 29 日，东莞市正和土地房地产资产评估有限公司出具《东莞市净胜精密塑胶模具科技有限公司因“投资入股”而涉及的一批机器设备、电子设备、库存产品的市场价值资产评估报告》（正评字[2019]第 065 号），确认：截至评估基准日 2019 年 4 月 30 日，创欣模具非货币资产出资的机器设备、电子设备及产品的市场价值总额为 634.83 万元。

2019年5月25日,东莞市正和土地房地产资产评估有限公司出具《东莞市净胜精密塑胶模具科技有限公司拟股权转让而涉及的股东全部权益价值资产评估报告书》(正评字[2019]第062号),确认截至评估基准日2019年4月30日,净胜模具股东全部权益价值为1,354.53万元。

出资时,创新模具的机器设备、电子设备及产品评估值为634.83万元;收购时,创新模具持有的净胜模具51%股权的评估值为1,354.53万元。上述两次评估差异情况及原因为:出资时,评估标的为机器设备、电子设备及产品等,采用成本法评估结果;收购时,评估标的为净胜模具51%股权,采用收益法评估结果。相比于成本法,收益法评估结果评估值更高,因为收益法是从企业的未来获利能力角度出发,反映了企业各项资产的综合获利能力,包括未在资产负债表中反映的企业实际拥有或控制的资源及优势,例如生产经验、技术及工艺、研发团队、管理团队等。因此,上述两次评估因评估标的不同,所采用的评估方法亦不同,导致评估值有所差异,具有合理性,不存在损害发行人利益的情形。

2019年9月19日,净胜模具召开股东会,同意创欣模具将其持有的净胜模具51.00%的股权以652.80万元转让给净诺科技。

2019年9月30日,净诺科技、创欣模具及净胜模具签订《东莞市净诺环境科技股份有限公司与东莞市创欣塑料模具有限公司及东莞市净胜精密塑胶模具科技有限公司的股权转让及增资框架协议》,约定净胜模具整体估值为1,280万元,创欣模具将其持有的净胜模具51.00%股权作价652.80万元转让给净诺科技。在股权转让完成后,净诺科技及创欣模具分别向净胜模具以货币出资方式增资459万元、441万元。股权转让及增资完成后,净诺科技持有净胜模具51.00%的股权。

2019年11月18日,净胜模具完成股权转让的工商变更登记。

2019年11月21日,净胜模具召开股东会,同意新增注册资本900万元,注册资本增至1,530万元,其中净诺科技、创欣模具按增资前持股比例51%、49%以货币方式出资459万元、441万元,全部计入注册资本。

2020年6月10日,净胜模具于完成增资的工商变更登记。

本次交易完成前，净胜模具的股权结构情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	创欣模具	630.00	100.00%
合计		630.00	100.00%

本次交易完成后，净胜模具的股权结构情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	净诺科技	780.30	51.00%
2	创欣模具	749.70	49.00%
合计		1,530.00	100.00%

3、收购净胜模具对发行人的影响

2019年11月，发行人收购净胜模具对发行人主营业务影响情况如下：

单位：万元

项目	2020年度/2020.12.31			2019年度/2019.12.31		
	净胜模具	净诺科技 (合并口径)	占比	净胜模具	净诺科技 (合并口径)	占比
总资产	5,973.42	63,596.94	9.39%	2,994.70	30,270.79	9.89%
净资产	1,776.26	33,484.94	5.30%	1,415.70	17,679.31	8.01%
营业收入	5,562.51	64,903.68	8.57%	655.24	38,303.28	1.71%
净利润	360.56	7,836.01	4.60%	21.83	4,729.07	0.46%

（二）2020年9月，收购北京秒新50.50%的股权

1、收购原因

北京秒新主营业务为新风机、加湿器等健康环境电器的研发、销售及品牌运营。对北京秒新的收购系公司对下游产业链的整合，有利于公司进一步拓展自主品牌业务，完善品牌布局，扩大自主品牌业务收入占比，逐步形成ODM业务与自主品牌业务协同发展的业务格局。

2、北京秒新的历史沿革

（1）2014年12月，北京秒新设立

北京秒新前身为山西彩云归，山西彩云归前身为岢岚县赐金商贸有限公司。2014年12月23日，田俊才出资设立北京秒新，设立时注册资本10万元。

2014年12月23日,北京秒新完成工商设立登记手续,取得岢岚县市场和质量监督管理局核发的注册号为“9114009293171445559”的营业执照。

北京秒新设立时的出资情况如下:

序号	股东名称	出资额(万元)	出资比例
1	田俊才	10.00	100.00%
合计		10.00	100.00%

(2) 2017年4月,第一次股权转让

2017年4月13日,北京秒新召开股东会,决议通过田俊才将其持有的北京秒新100.00%股权(出资额未实缴)全部无偿转让给岳贵生。同日,田俊才与岳贵生签署股权转让协议。

2017年4月13日,公司就上述股权转让事宜完成工商变更登记。

本次股权转让完成后,股权结构变更为:

序号	股东名称	出资额(万元)	出资比例
1	岳贵生	10.00	100.00%
合计		10.00	100.00%

(3) 2017年5月,第二次股权转让

2017年5月2日,北京秒新召开股东会,决议通过岳贵生将其持有的公司全部股权以1.00万元的对价转让给王锋、李哲,王锋、李哲分别持有公司50.00%的股权。同日,岳贵生与王锋、李哲签署股权转让协议,约定由王锋、李哲分别承担50.00%股权对应出资等股东义务。

2017年5月16日,公司就上述股权转让事宜完成工商变更登记。

本次股权转让完成后,股权结构变更为:

序号	股东名称	出资额(万元)	出资比例
1	王锋	5.00	50.00%
2	李哲	5.00	50.00%
合计		10.00	100.00%

(4) 2017年7月,第一次增资

2017年7月20日,北京秒新召开股东会,决议通过公司注册资本由10.00万元增至200.00万元,新增出资由王锋、李哲按出资比例增资。

2017年7月31日,公司就上述增资事项完成工商变更登记。

本次增资完成后,股权结构变更为:

序号	股东名称	出资额(万元)	出资比例
1	王锋	100.00	50.00%
2	李哲	100.00	50.00%
合计		200.00	100.00%

(5) 2018年4月,第二次增资

2018年4月16日,北京秒新召开股东会,决议通过公司注册资本由200.00万元增加至300.00万元。其中,原股东王锋、李哲出资额均变更为102.00万元,分别持有北京秒新34.00%的股权;新增股东横琴京实、横琴一雨、横琴联时、庄建琼分别出资51.00万元、27.00万元、15万元、3万元,并分别持有北京秒新17.00%、9.00%、5.00%、1.00%的股权。2018年4月27日,公司就上述增资事项完成工商变更登记。

本次增资完成后,股权结构变更为:

序号	股东名称	出资额(万元)	出资比例
1	王锋	102.00	34.00%
2	李哲	102.00	34.00%
3	横琴京实	51.00	17.00%
4	横琴一雨	27.00	9.00%
5	横琴联时	15.00	5.00%
6	庄建琼	3.00	1.00%
合计		300.00	100.00%

(6) 2019年1月,第三次股权转让及第三次增资

2018年12月3日,北京秒新召开股东会,决议通过吸收新股东横琴佳创、宁波骁锐,原股东王锋以5.56万元将其持有的1.85%股权、李哲以5.56万元将其持有1.85%的股权、庄建琼无偿将其持有1.00%股权(庄建琼未实缴出资)、横琴京实无偿将其持有4.10%股权(横琴京实未实缴出资)转让给横琴佳创,横

琴京实无偿将其持有 0.80%、1.24%的股权(横琴京实未实缴出资)分别转让给横琴一雨、横琴联时;

同时,决议通过公司注册资本由 300.00 万元增加到 315.79 万元,宁波骁锐以 350.00 万元向公司增资,其中 15.79 万元计入注册资本,剩余投资款 334.21 万元计入公司资本公积金。其他股东同意放弃优先购买权。同日,以上各方就股权转让事宜签署股权转让协议。

2019 年 1 月 30 日,公司就上述股权转让及增资事项完成工商变更登记。

本次股权转让及增资完成后,股权结构变更为:

序号	股东名称	出资额(万元)	出资比例
1	王锋	96.44	30.54%
2	李哲	96.44	30.54%
3	横琴京实	32.58	10.32%
4	横琴一雨	29.40	9.31%
5	横琴联时	18.71	5.92%
6	横琴佳创	26.43	8.37%
7	宁波骁锐	15.79	5.00%
合计		315.79	100.00%

(7) 2020 年 9 月,第四次股权转让

2020 年 9 月 2 日,北京秒新召开股东会,决议通过王锋将其持有的 96.44 万元出资、李哲将其持有的 26.79 万元出资转让给德州水龙;李哲将其持有的 69.65 万元出资、横琴京实将其持有的 15.81 万元出资、横琴一雨将其持有的 14.26 万元出资、横琴联时将其持有的 9.08 万元出资、宁波骁锐将其持有的 1.87 万元出资转让给横琴佳创。同日,王锋、李哲分别与德州水龙签署股权转让协议;李哲、横琴京实、横琴一雨、横琴联时、宁波骁锐分别与横琴佳创签署股权转让协议。

2020 年 9 月 10 日,公司就上述股权转让事项完成了工商变更登记。

本次股权转让完成后,股权结构变更为:

序号	股东名称	出资额(万元)	出资比例
1	横琴佳创	137.10	43.42%

序号	股东名称	出资额(万元)	出资比例
2	德州水龙	123.23	39.02%
3	横琴京实	16.78	5.31%
4	横琴一雨	15.14	4.79%
5	宁波骁锐	13.92	4.41%
6	横琴联时	9.63	3.05%
合计		315.79	100.00%

(8) 2020年9月,第五次股权转让及第四次增资

2020年9月15日,北京秒新召开股东会,决议通过吸收新股东净诺科技,并决议通过宁波骁锐将其持有的13.92万元出资、德州水龙将其持有的123.23万元出资转让给净诺科技。同意增加注册资本45.11万元,新增出资由净诺科技认缴;同日,宁波骁锐、德州水龙分别与净诺科技签署股权转让协议。

2020年9月25日,公司就本次股权转让及增资事项完成工商登记变更。

本次增资及股权转让完成后,股权结构变更为:

序号	股东名称	出资额(万元)	出资比例
1	净诺科技	182.26	50.50%
2	横琴佳创	137.10	37.99%
3	横琴京实	16.78	4.65%
4	横琴一雨	15.14	4.19%
5	横琴联时	9.63	2.67%
合计		360.90	100.00%

3、收购过程、方式、审计及评估情况

2019年12月12日,净诺科技与北京秒新及其控股股东王锋、李哲签署《投资合作意向协议》,约定净诺科技拟投资取得北京秒新控制权,北京秒新股东王锋、李哲投资净诺科技,取得净诺科技部分股权。北京秒新投前估值不超过4,800万元;净诺科技的投前估值为4亿元;

北京秒新投前估值不超过4,800万元,发行人在综合考虑其品牌价值、销售渠道建设及技术储备等因素的基础上,对北京秒新的估值以2019年预计全年销售额的5倍PS为基础,经双方协商得出;净诺科技投前估值为4亿元,公司估值以2019年预计全年利润的8倍PE为基础,经双方协商得出。上述估值为

双方商业谈判的结果，具有公允性。

2020年3月8日，净诺科技召开第二届董事会第二次会议，审议通过《关于投资取得山西彩云归科技有限公司控股权的议案》，同意净诺科技以40,000万元人民币的估值对价向北京秒新(原名山西彩云归)增资并与北京秒新股东换股，增资及换股后公司取得北京秒新50.50%股权，其中北京秒新估值，将参考聘请的审计、评估机构对其审计、评估确定的公允价值确定。

2020年8月17日，净诺科技召开第二届董事会第五次会议，审议通过《关于投资取得北京秒新科技有限公司控股权的议案》，同意净诺科技以增资及受让股权的方式，取得北京秒新50.50%的股权。根据评估机构出具的初步评估结果，北京秒新投前估值为4,666.67万元。

2020年9月1日，中水致远资产评估有限公司出具《东莞市净诺环境科技股份有限公司拟进行投资涉及的北京秒新科技有限公司股东全部权益价值资产评估报告》(中水致远评报字[2020]第090058号)，确认截至评估基准日2020年6月30日，北京秒新股东全部权益价值为4,686.00万元。

2020年9月1日，净诺科技召开2020年第三次临时股东大会，审议通过《关于投资取得北京秒新科技有限公司控股权的议案》。

2020年9月1日，公司与横琴京实、横琴一雨、横琴联时、横琴佳创、宁波骁锐、德州水龙、张小有及北京秒新、王锋、李哲、樊昕宇、郝亮、裴佳兴等多方签订《投资合作框架协议》，约定北京秒新投前估值4,666.67万元，公司以现金方式向北京秒新增资666.67万元，取得其增资完成后12.50%的股权。增资完成后，德州水龙、宁波骁锐分别以1,821.00万元、205.67万元的价格(对应北京秒新估值5,333.34万元)将其持有的北京秒新34.14%、3.86%的股权转让给公司。股权转让完成后，净诺科技持有北京秒新50.50%股权。**同时，股权转让方取得的股权转让款将根据协议约定全部用于投资发行人。**

2020年9月1日，公司与北京秒新签订了《关于北京秒新科技有限公司的增资协议》。2020年9月15日，公司与德州水龙、宁波骁锐分别签订了《关于北京秒新科技有限公司的股权转让协议》。

2020年9月25日，北京秒新完成工商变更登记。

本次交易完成前，北京秒新的股权结构情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	横琴佳创	137.10	43.41%
2	德州水龙	123.23	39.02%
3	横琴京实	16.78	5.31%
4	横琴一雨	15.14	4.79%
5	宁波骁锐	13.92	4.41%
6	横琴联时	9.63	3.05%
合计		315.79	100.00%

本次交易完成后，北京秒新的股权结构情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	净诺科技	182.26	50.50%
2	横琴佳创	137.10	37.99%
3	横琴京实	16.78	4.65%
4	横琴一雨	15.14	4.19%
5	横琴联时	9.63	2.67%
合计		360.90	100.00%

4、收购涉及的其他安排

根据2020年9月1日公司与各方签订的《投资合作框架协议》，公司向北京秒新增资后，横琴佳创、宁波骁锐、横琴京实、横琴一雨、横琴联时及张小有以14.81元/股的价格分别认购公司股份89.99万股、13.88万股、11.01万股、9.93万股、6.32万股及5.66万股，合计认购公司增发的136.80万股股份，增资款合计2,026.67万元。

本次增资完成后，横琴佳创、宁波骁锐、横琴京实、横琴一雨、横琴联时及张小有分别持有发行人3.09%、0.48%、0.38%、0.34%、0.22%及0.19%的股份。

5、收购涉及的业绩承诺、超额业绩奖励及其他相关安排

2020年9月1日，公司与北京秒新管理团队王锋、李哲、樊昕宇、郝亮、裴佳兴签订《投资合作框架协议》，王锋、李哲、樊昕宇、郝亮、裴佳兴承诺：北京秒新2021年至2023年经具有证券从业资格的会计师事务所审计的净利润分

别不低于 400 万元、1,000 万元及 1,500 万元，净利润以北京秒新经审计的扣除非经常性损益前后的净利润孰低计算。若北京秒新 2021 年至 2023 年三年累计扣非净利润之和低于 2,900 万元，则王锋、李哲、樊昕宇、郝亮、裴佳兴应分别按照 43.97%、43.97%、4.02%、4.02%及 4.02%的比例乘以净利润差额部分以现金方式向公司进行补偿，且补偿款应于公司 2023 年度审计报告出具之日 30 日内完成，逾期按照年化 15.40%的利率计算违约金。

协议同时约定：若北京秒新 2021 年至 2023 年三年累计扣非净利润之和超过 2,900 万元，超额部分的 25%将用于奖励王锋、李哲、樊昕宇、郝亮、裴佳兴及北京秒新管理团队（具体人员及奖金比例由上述五人事先集体决策），但超额业绩奖励总额不超过 405 万元。

协议同时约定：王锋、李哲、樊昕宇、郝亮、裴佳兴无条件且不可撤销、共同且连带承诺，其应全职在北京秒新任职不少于四年，且未经公司书面豁免，在公司直接或间接持有北京秒新股权期间，上述 4 人在北京秒新任职、直接或间接持有北京秒新股权期间（以较晚者为准）以及该等期间结束后 24 个月内，不得从事与北京秒新主营业务相竞争的业务，亦不得以任何方式（包括设立公司、持有权益、参与管理或提供咨询服务等）直接或间接从事与北京秒新主营业务相竞争的业务、招揽北京秒新的客户和员工等。

6、收购北京秒新对发行人的影响

北京秒新主营业务为新风机、加湿器等健康环境电器的研发、销售及品牌运营，其与发行人在主要客户、市场区域、产品、产品定位等方面对比如下：

项目	净诺科技	北京秒新
主要客户	品牌商为主	终端消费者
客户区域	美国、中国、俄罗斯等	中国
销售渠道	线下销售为主	线上销售为主
主要产品	空气净化器、暖被机、新风机	新风机、加湿器
产品定位	中端及较高性价比产品为主	中高端市场

发行人与北京秒新的新风机产品存在重叠，但在销售区域及销售渠道方面具有明显差异：发行人的新风机产品主要线下面向俄罗斯市场销售；北京秒新的新风机产品主要以线上方式面向国内终端用户销售。综上，北京秒新与发行

人主要客户、市场区域、销售渠道、产品、产品定位等均存在差异，双方的业务具有显著的互补性。

2020年9月，发行人收购北京秒新对发行人主营业务影响情况如下：

单位：万元

项目	2020年度/2020.12.31		
	北京秒新	净诺科技（合并口径）	占比
总资产	1,273.09	63,596.94	2.00%
净资产	-553.31	33,484.94	-1.65%
营业收入	1,528.52	64,903.68	2.36%
净利润	-230.13	7,836.01	-2.94%

（三）资产重组对发行人业务、管理层、实际控制人及经营业绩的影响

报告期内，公司收购净胜模具、北京秒新的相关财务指标如下：

单位：万元

公司	2019年度/2019年12月31日			
	资产总额	资产净额	营业收入	利润总额
净胜模具	2,994.70	1,415.70	1,697.96	-129.88
北京秒新	786.46	-404.03	1,120.18	-987.64
合计	3,781.16	1,011.67	2,818.14	-1,117.52
净诺科技	30,270.79	17,679.31	38,303.28	5,316.94
占比	12.49%	5.72%	7.36%	-21.02%

注：净胜模具成立于2019年1月9日，发行人于2019年完成对其收购，无收购前一年财务数据，因此以2019年度数据为参考。

上述收购规模占发行人资产总额、资产净额、营业收入和利润总额的比例较低，不构成重大资产重组。

上述收购属于发行人对上下游产业链的整合，有利于提升发行人综合一体化服务能力，提升自主品牌业务战略布局，对发行人具有较为重要的意义。

上述资产重组前后，发行人主营业务、管理层及实际控制人未发生重大变化。

五、发行人在其他证券市场的上市或挂牌情况

(一) 公司在新三板挂牌和摘牌的情况

公司于 2016 年 11 月 3 日召开第一届董事会第二次会议,于 2016 年 11 月 18 日召开 2016 年第二次临时股东大会会议,审议通过了《关于东莞市净诺环境科技股份有限公司申请公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并以协议方式公开转让的议案》,公司拟申请在全国中小企业股份系统挂牌。

2017 年 3 月 24 日,股转公司出具《关于同意东莞市净诺环境科技股份有限公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》(股转系统函[2017]1699 号),同意公司在全国中小企业股份转让系统挂牌。2017 年 4 月 19 日,公司正式在全国中小企业股份转让系统挂牌,证券简称为“净诺科技”,证券代码为“871328”,转让方式为“协议转让”。

因后续经营发展战略调整,公司申请在全国中小企业股份转让系统终止挂牌。公司于 2017 年 12 月 29 日召开第一届董事会第七次会议和 2018 年 1 月 18 日召开 2018 年第一次临时股东大会,审议通过了《关于拟申请公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌的议案》,同意公司申请终止挂牌。

2018 年 1 月 31 日,公司向股转公司报送终止挂牌的申请材料。根据股转公司出具的《关于同意东莞市净诺环境科技股份有限公司股票终止在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》(股转系统函[2018]654 号),公司股票自 2018 年 2 月 23 日起终止在全国中小企业股份转让系统挂牌。新三板挂牌期间,公司股权结构未发生变更。

(二) 挂牌期间合法合规情况

公司在挂牌期间,严格遵守《全国中小企业股份转让系统业务规则》、《全国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露细则》等法律法规及相关细则的指引,不存在受到全国中小企业股份转让系统等机构处罚的情形。

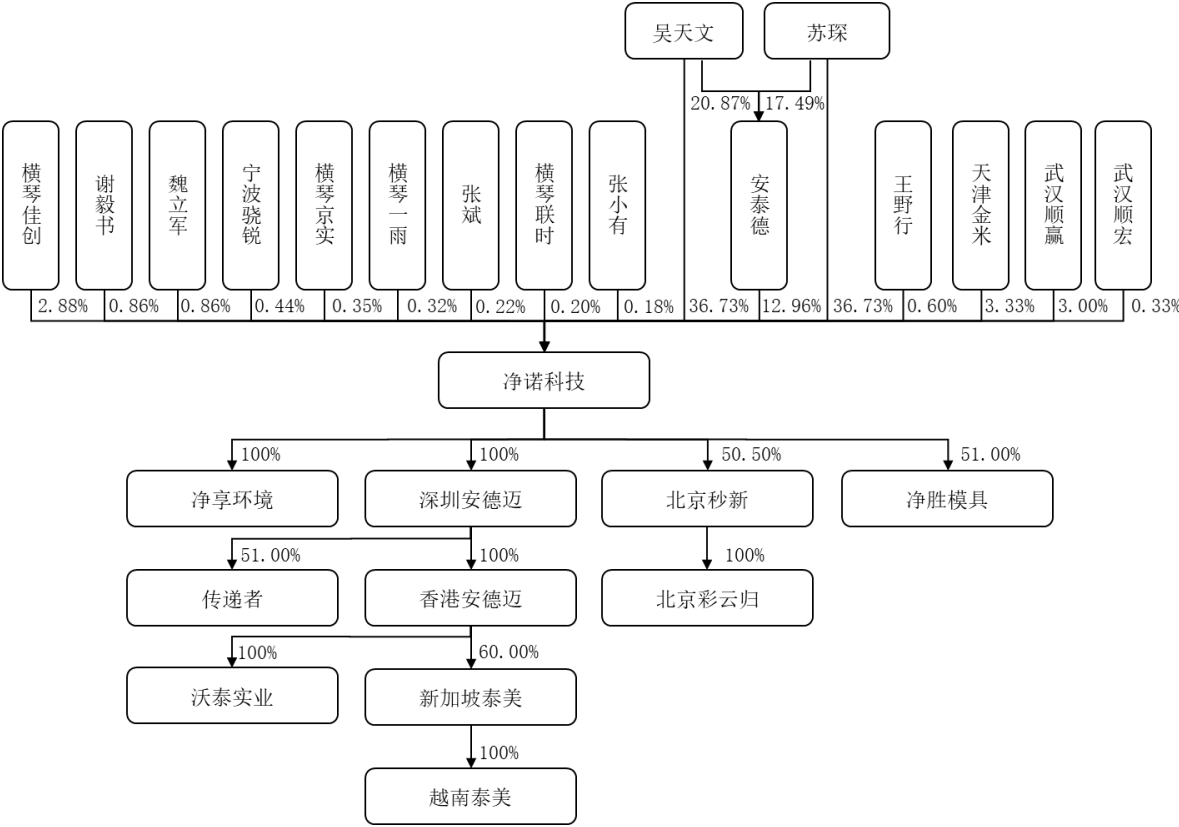
(三) 本次申报文件与挂牌期间的信息披露内容比较情况

公司在新三板挂牌期间公开披露信息与本次文件披露的内容不存在重大差

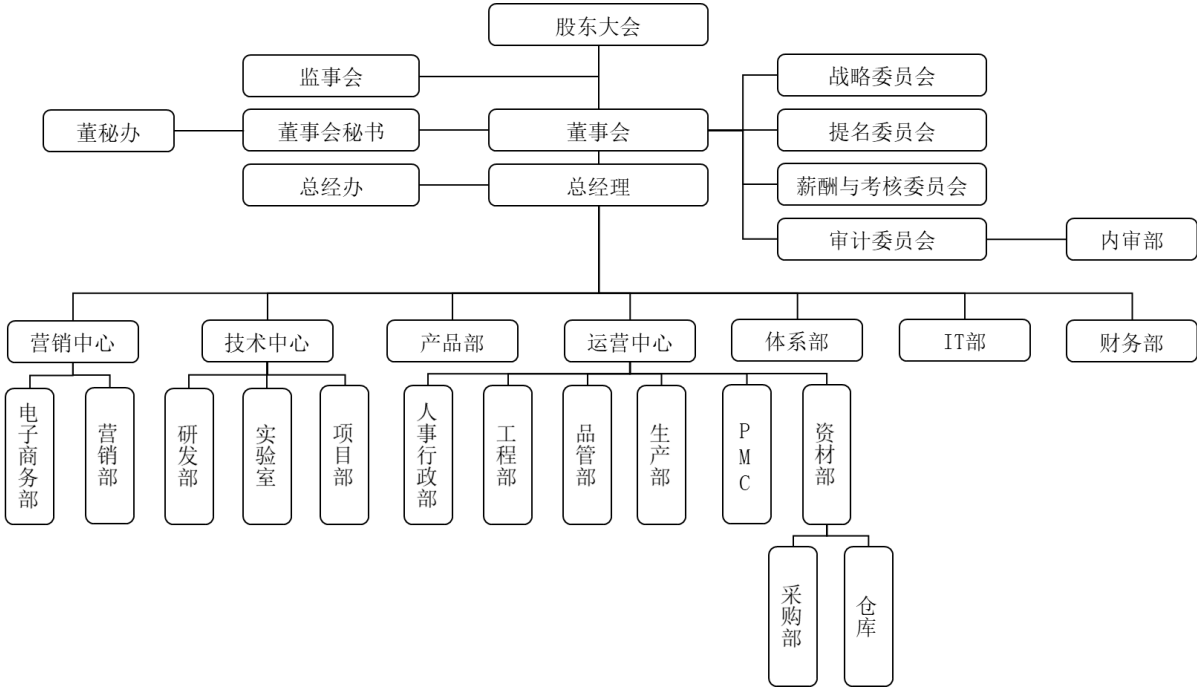
异。

六、发行人的股权结构及组织结构

(一) 本次发行前发行人的股权结构图示



（二）发行人的组织结构和各职能部门职责



公司各主要职能部门的职责如下：

部门名称	部门职责
总经办	负责公司重大决策的执行、反馈和督办；协助总经理管理公司政务、公共关系等综合事务。
董秘办	负责处理公司上市及证券相关事务；组织召开股东大会、董事会、监事会等各项会议，并负责会议记录、会议文件保管；负责公司信息披露事务；负责投资者关系管理等。
内审部	检查和评估公司内部控制制度等各项制度的执行情况；协助建立健全的反舞弊机制；监督公司财务工作；对财务收支及相关经济活动进行审计。
电子商务部	负责各大商务平台的产品规划、销售方案的制定；制定销售平台各类型活动的营销策划方案、新品上线营销方案、日常营销页面维护方案等。
营销部	负责市场开拓，营销推广策划工作；定期组织市场调研，收集市场信息，掌握市场动向；定期策划公司品牌、形象活动的营销推广方案；负责组织和协调售前、售中和售后服务工作；负责收集客户要求和反馈并传达至各相关部门。
研发部	负责产品设计和开发工作；充分识别及评审客户的相关要求，并将其纳入产品研发及新材选用的方案中；负责知识产权的调查、评估、分析、申请、获得和管理等工作。
实验室	负责公司产品检验、测试工作；管理产品认证事务；负责产品老化测试、物料的检验及测试工作；负责维护、保养及管理实验室设备。
项目部	主导项目计划的开展，组织项目实施，跟进和监控项目进度；制定适用的项目管理制度、评估方法和标准；负责在项目研发阶段与客户充分沟通，传达客户需求。
产品部	指导公司产品规划，进行市场调查并根据用户需求，形成具体产品定义；

部门名称	部门职责
	参与产品研发项目的实施，协同其他部门执行相应的产品策略。
人事行政部	组织制定全公司的规章制度，并组织检查各制度的执行情况；编制各层次的工作标准，并制定人事行政工作计划；负责薪酬体系的策划与实施、人力资源的合理调配及管理；组织和管理人员的选择、招聘、培训、离职、退休及绩效评价工作；负责筹划、维护和保养基建类和支持性服务类基础设施。
工程部	负责工艺设计和工艺管理，编制工艺方案及工艺文件；负责组织、监督、协调技术培训、资料管理；负责订单的评审和生产过程中产品故障分析；设计、制作、保养和维护生产设备、工装夹具。
品管部	负责原材料、外协件、零部件及相关产品采购的质量检验；对工序进行质量监视和测量工作，对重要过程、关键过程进行巡回监视；负责检验认证标志的使用记录、不合格品处置结果记录，并建立质量档案；管理计量器具、编制计量器具周期校准计划，保证在用计量器具备有效性。
生产部	负责执行生产计划，严格按照与生产有关的质量管理控制文件和技术文件的规定进行工作，按要求对生产过程实施控制；负责车间安全生产方面工作，建立健全车间安全生产责任制；负责组装车间、电子车间的运营管理。
PMC	组织订单的评审和管理；负责订单物料需求和生产计划的协定、协调和管理；跟进订单物料采购进度，根据到料情况调整生产计划；负责生产工作的组织、协调和管理；安排采购、仓库等部门，严格按照生产计划，为生产提供适时、适质、适量的生产用料。
采购部	主导供应商的开发、评审、筛选和日常业绩考评、合同签订等工作；负责下单与采购原材料，跟进和管理原材料采购订单的进度；提出并编制公司物资采购计划；负责物料订货的业务洽谈，检查合同的执行和落实情况。
仓库	负责公司物料的仓储管理，合理控制库存水平；负责生产物料的配送；负责良品、不合格品和呆滞物料的分区储存，及隔离、退料等管理工作；依据营销的出货计划，为产品提供适时、适质、高效的仓储服务。
体系部	负责公司各体系、流程的架构规划与构建、整合及维护；负责流程绩效管理，通过流程审计与差异分析，制定优化方案；组织编制内部审核策划文件，协调审核活动，配合审核组对纠正措施进行跟踪验证。
IT 部	负责公司信息和办公系统的架构规划与构建、整合及维护；完善、更新与维护信息和办公系统；负责公司信息系统和数据的安全管理。
财务部	负责组织各部门编制年度财务预算；综合管理全公司的固定资产资金，按规定及时处理固定资产的增减等财务事宜；正确组织与核算全公司的产品成本，财务报表的分析与编制及其他核算工作。

七、发行人对外投资基本情况

(一) 发行人控股子公司基本情况

截至本招股说明书签署之日，发行人下属直接控股子公司 4 家，间接控股子公司 6 家，具体情况如下：

1、直接控股子公司情况

(1) 净享环境

名称	东莞市净享环境科技有限公司
成立时间	2018年8月28日
注册资本	100.00万元
实收资本	100.00万元
注册地/主要生产 经营地	东莞市凤岗镇竹塘村浸校塘利民路2号
主营业务/与发行 人主营业务的关系	从事空气净化器、新风机等产品的生产制造
股权结构	净诺科技持股 100.00%
日期	2020年度/2020年12月31日
总资产(万元)	8,567.51
净资产(万元)	907.70
净利润(万元)	802.04
备注	上述财务数据已经致同所审计

(2) 深圳安德迈

名称	深圳市安德迈科技有限公司
成立时间	2005年10月18日
注册资本	2,150.00万元
实收资本	2,150.00万元
注册地/主要生产 经营地	深圳市龙岗区龙城街道黄阁坑社区京基御景时代大厦2栋1103B
主营业务/与发行 人主营业务的关系	持有自主品牌商标“安德迈 Admair”
股权结构	净诺持股 100.00%
日期	2020年度/2020年12月31日
总资产(万元)	15,961.47
净资产(万元)	2,920.87
净利润(万元)	-404.46
备注	上述财务数据已经致同所审计

(3) 北京秒新

名称	北京秒新科技有限公司
成立时间	2014年12月23日
注册资本	360.90万元

实收资本	360.90 万元
注册地/主要生产 经营地	北京市海淀区大钟寺第二食品厂西农科院北圃厂(中关村东路 118 号) 东配楼 1 层 022
主营业务/与发行 人主营业务的关系	开展自主品牌“秒新 AIRMX”的研发、销售业务
股权结构	净诺科技持股 50.50% 横琴佳创持股 37.99% 横琴京实持股 4.65% 横琴一雨持股 4.19% 横琴联时持股 2.67%
日期	2020 年度/2020 年 12 月 31 日
总资产(万元)	1,273.09
净资产(万元)	-553.31
净利润(万元)	-819.81
备注	上述财务数据已经致同所审计

(4) 净胜模具

名称	东莞市净胜精密塑胶模具科技有限公司
成立时间	2019 年 1 月 9 日
注册资本	1,530.00 万元
实收资本	1,530.00 万元
注册地/主要生产 经营地	广东省东莞市清溪镇葵清路 182 号 8 号楼 102 室
主营业务/与发行 人主营业务的关系	开展环境电器等产品的开模、注塑业务
股权结构	净诺科技持股 51.00% 创欣模具持股 49.00%
日期	2020 年度/2020 年 12 月 31 日
总资产(万元)	5,973.42
净资产(万元)	1,776.26
净利润(万元)	360.56
备注	上述财务数据已经致同所审计

2、间接控股子公司情况

(1) 北京彩云归

名称	北京彩云归科技有限公司
成立时间	2017 年 11 月 02 日
注册资本	100.00 万元
实收资本	100.00 万元

注册地/主要生产经营地	北京市海淀区大钟寺第二食品厂西农科院北圃厂(中关村东路 118 号)东配楼 1 层 020
主营业务/与发行人主营业务的关系	开展自主品牌“秒新 AIRMX”的研发、销售业务
股权结构	北京秒新持股 100%
日期	2020 年度/2020 年 12 月 31 日
总资产(万元)	239.73
净资产(万元)	-1,131.55
净利润(万元)	-476.96
备注	上述财务数据已经致同所审计

(2) 香港安德迈

名称	香港安德迈科技有限公司
成立时间	2015 年 10 月 29 日
注册资本	5,600.00 万港元
注册地/主要生产经营地	Unit 2508A 25/F Bank of America, Tower 12 Harcourt RD, Central Hong Kong
主营业务/与发行人主营业务的关系	负责发行人的境外销售及采购业务
股权结构	深圳安德迈持股 100%
日期	2020 年度/2020 年 12 月 31 日
总资产(万元)	13,719.83
净资产(万元)	446.34
净利润(万元)	-204.85
备注	上述财务数据已经致同所审计

(3) 沃泰实业

名称	沃泰实业(香港)有限公司
成立时间	2005 年 7 月 23 日
注册资本	200.00 万港元
注册地/主要生产经营地	No.120 San Hing Tsuen Lau Fau Shan Yuen Long NT
主营业务/与发行人主营业务的关系	负责发行人的境外采购及销售业务
股权结构	香港安德迈持股 100%
日期	2020 年度/2020 年 12 月 31 日
总资产(万元)	681.43
净资产(万元)	404.78
净利润(万元)	-10.10

备注	上述财务数据已经致同所审计

注：沃泰实业已于 2021 年 7 月 2 日完成注销。

(4) 新加坡泰美

名称	泰美科技（新加坡）有限公司
英文名称	Tai Mei Science and Technology (Singapore) PTE. LTD.
成立时间	2019 年 11 月 14 日
注册资本	100.00 万美元
注册地/主要生产 经营地	2 Venture Drive, 11-31 Vision Exchange, Singapore
主营业务/与发行 人主营业务的关系	负责发行人海外投资业务
股权结构	香港安德迈持股 60.00% Songder International Co., Limited 持股 40.00%
日期	2020 年度/2020 年 12 月 31 日
总资产（万元）	913.60
净资产（万元）	627.06
净利润（万元）	-74.41
备注	上述财务数据已经致同所审计

(5) 越南泰美

名称	泰美科技（越南）有限公司
英文名称	Tai Mei Science and Technology Vietnam Company Limited
成立时间	2020 年 9 月 17 日
注册资本	69.75 亿越南盾（30.00 万美元）
注册地/主要生产 经营地	Land lot No.3022, map No.77, Street DH 619, Bung Thuoc Hamlet, Long Nguyen Commune, Bau Bang District, Binh Duong Province, Vietnam
主营业务/与发行 人主营业务的关系	负责发行人海外生产制造业务
股权结构	新加坡泰美持股 100%
日期	2020 年度/2020 年 12 月 31 日
总资产（万元）	305.24
净资产（万元）	-120.96
净利润（万元）	-178.33
备注	上述财务数据已经致同所审计

(6) 传递者

名称	深圳市传递者智能科技有限公司

成立时间	2020年7月2日
注册资本	100.00万元
实收资本	100.00万元
注册地/主要生产 经营地	深圳市龙岗区龙城街道黄阁坑社区京基御景时代大厦2栋1103B
主营业务/与发行 人主营业务的关系	负责发行人自主品牌运营业务，尚未开展实际经营
股权结构	深圳安德迈持股 51.00% 谢迪持股 49.00%
日期	2020年度/2020年12月31日
总资产(万元)	99.48
净资产(万元)	98.97
净利润(万元)	-1.03
备注	上述财务数据已经致同所审计

(二) 参股公司情况

截至本招股说明书签署之日，发行人拥有参股公司1家，具体如下：

名称	三乡环境科技(北京)有限公司
成立时间	2018年9月6日
注册资本	235.00万元
注册地/主要生产 经营地	北京市昌平区回龙观东大街338号创客广场B3-51-026
主营业务	健康环境电器的研发、销售及品牌运营
股权结构	聂磊持股 35.74% 天津三三企业管理咨询合伙企业(有限合伙)持股 29.78% 净诺科技持股 12.77% 天津海思企业管理咨询合伙企业(有限合伙)持股 12.77% 于航持股 6.81% 云丁网络技术(北京)有限公司持股 2.13%
日期	2020年度/2020年12月31日
总资产(万元)	145.17
净资产(万元)	149.41
净利润(万元)	-141.12
备注	上述财务数据未经审计

(三) 发行人转让、注销子公司情况

1、转让子公司的情况

报告期内，发行人不存在转让子公司的情况。

2、注销子公司的情况

报告期内，发行人注销子公司的情况如下：

名称	东莞市净源科技有限公司
成立时间	2018 年 11 月 14 日
注册资本	2,000 万元
注册地	东莞市清溪镇青皇工业区葵青路 182 号 H 栋 102 厂房
主营业务	研发、生产及销售模具制品（未实际运营）
注销时间	2019 年 1 月 17 日
注销前股权结构	净诺科技持股 51.00% 创欣模具持股 49.00%
注销原因	最初拟作为与创欣模具的合资主体，后新设净胜模具作为合资主体，因未实际开展业务，后将其注销
在发行人体系内存续期间是否存在重大违法违规情形	否
相关资产、人员、债务的处置	未实际运营，不涉及人员及债务处理

（四）发行人收购公司的情况

报告期内，发行人收购净胜模具、北京秒新的具体情况参见本节之“四、发行人重大资产重组情况”。

八、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人基本情况

（一）控股股东、实际控制人的基本情况

截至本招股说明书签署之日，吴天文、苏琛夫妇合计直接持有发行人 73.46% 的股份，为公司控股股东。除直接持有发行人 73.46% 的股份外，上述二人分别持有安泰德 20.87%、17.49% 的份额，且吴天文先生为安泰德的普通合伙人，通过安泰德控制发行人 12.96% 的股份，吴天文、苏琛夫妇合计控制公司 86.42% 的股份。报告期内，吴天文先生担任公司董事长、总经理，苏琛女士担任公司副董事长、副总经理，对公司经营决策具有决定性影响。因此，吴天文、苏琛夫妇为公司实际控制人。

吴天文先生，1977 年生，中国国籍，无境外永久居留权，公民身份证号

3526251977*****,住址为广东省深圳市南山区,现担任公司董事长和总经理。

苏琛女士,1978年生,中国国籍,无境外永久居留权,公民身份证号3622011978*****,住址为广东省深圳市南山区,现担任公司副董事长和副总经理。

吴天文先生、苏琛女士的简历详见本节之“十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况”之“(一)董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”。

(二) 持有发行人5%以上股份的主要股东的基本情况

截至本招股说明书签署之日,持有发行人5%以上股份的主要股东除控股股东吴天文、苏琛夫妇外,安泰德持有发行人12.96%的股份;天津金米、武汉顺赢、武汉顺宏分别持有发行人3.33%、3.00%、0.33%的股份,被认定作为一致行动人三者合计持有公司6.66%的股份。上述股东的具体情况如下:

1、安泰德

名称	深圳市安泰德投资合伙企业(有限合伙)
成立时间	2015年8月15日
执行事务合伙人	吴天文
出资额(万元)	1,000.00
注册地址	深圳市前海深港合作区前湾一路1号A栋201室
主营业务	员工持股平台

截至本招股说明书签署之日,安泰德出资情况如下:

序号	股东姓名	认缴出资额(万元)	出资比例	合伙人性质
1	吴天文	208.68	20.87%	普通合伙人
2	苏琛	174.86	17.49%	有限合伙人
3	周冬冬	133.33	13.33%	有限合伙人
4	陈瑞	100.00	10.00%	有限合伙人
5	袁晓红	83.33	8.33%	有限合伙人
6	贺伦军	46.67	4.67%	有限合伙人
7	吴金生	26.67	2.67%	有限合伙人
8	李仍健	16.67	1.67%	有限合伙人
9	陈旭东	16.67	1.67%	有限合伙人
10	黄华	13.33	1.33%	有限合伙人

序号	股东姓名	认缴出资额(万元)	出资比例	合伙人性质
11	杨建平	13.33	1.33%	有限合伙人
12	贵术平	13.33	1.33%	有限合伙人
13	王文木	13.33	1.33%	有限合伙人
14	梁东华	13.33	1.33%	有限合伙人
15	李杰	13.33	1.33%	有限合伙人
16	严小兵	13.33	1.33%	有限合伙人
17	郑运芳	6.67	0.67%	有限合伙人
18	邬国牛	6.67	0.67%	有限合伙人
19	吴志琴	6.67	0.67%	有限合伙人
20	杨存名	6.67	0.67%	有限合伙人
21	王晶	6.67	0.67%	有限合伙人
22	王程龙	6.67	0.67%	有限合伙人
23	林祖锋	6.67	0.67%	有限合伙人
24	邵广民	6.67	0.67%	有限合伙人
25	魏庆忠	6.67	0.67%	有限合伙人
26	苏东许	3.33	0.33%	有限合伙人
27	刘华朋	3.33	0.33%	有限合伙人
28	刘伟平	3.33	0.33%	有限合伙人
29	黄俊惠	3.33	0.33%	有限合伙人
30	王仁平	3.33	0.33%	有限合伙人
31	周强	3.33	0.33%	有限合伙人
32	毛文龙	2.47	0.25%	有限合伙人
33	钟丽娟	1.33	0.13%	有限合伙人
34	吴祥林	1.33	0.13%	有限合伙人
35	刘院萍	1.33	0.13%	有限合伙人
36	黄由金	1.33	0.13%	有限合伙人
37	陈珍	1.33	0.13%	有限合伙人
38	左飞	1.33	0.13%	有限合伙人
39	田兴勇	1.33	0.13%	有限合伙人
40	唐柳红	1.33	0.13%	有限合伙人
41	陈晓玲	1.33	0.13%	有限合伙人
42	杨欢	1.33	0.13%	有限合伙人
43	农佳儒	1.33	0.13%	有限合伙人
44	刘艳花	1.33	0.13%	有限合伙人
45	裴进伟	1.33	0.13%	有限合伙人
合计		1,000.00	100.00%	-

2、天津金米

名称	天津金米投资合伙企业（有限合伙）
成立时间	2014年7月16日
统一社会信用代码	91120116300406563H
出资额	240,895.76 万元
住所	天津自贸试验区（空港经济区）中心大道华盈大厦 904 室
基金管理人	天津金星创业投资有限公司（登记编号：P1025269）
经营范围	以自有资金对电子、科技、互联网、移动互联网、技术服务、传媒、广告、消费品制造、消费服务、培训教育、医疗、传统制造、能源等行业投资；手机技术开发、服务；自营和代理货物及技术进出口；通讯设备（不含卫星电视广播地面接收设施）的销售；仪器仪表、办公设备维修；承办展览展示活动；会议服务；组织文化艺术交流活动（不含营业性演出）；以上相关咨询服务

天津金米已经于 2016 年 5 月 19 日在中国证券投资基金业协会完成备案手续，基金编号为“S83952”。

其合伙人情况如下所示：

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	出资比例	合伙人性质
1	天津金星创业投资有限公司	207,655.76	86.20%	普通合伙人
2	天津众米企业管理合伙企业（有限合伙）	33,240.00	13.80%	有限合伙人
合计		240,895.76	100.00%	-

3、武汉顺赢

名称	武汉顺赢股权投资合伙企业（有限合伙）
成立时间	2018 年 4 月 25 日
统一社会信用代码	91420100MA4KYD6NXH
出资额	94,025.00 万元
基金管理人	拉萨经济技术开发区顺为资本投资咨询有限公司（登记编号：P1016404）
住所	武汉市东湖新技术开发区光谷大道 77 号金融后台服务中心基地建设项目二期 2.7 期 B24 栋 1 层 101-1 室
经营范围	从事非证券类股权投资活动及相关的咨询服务业务

武汉顺赢已经于 2019 年 11 月 4 日在中国证券投资基金业协会完成备案手续，基金编号为“SJE639”。

其合伙人情况如下所示：

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	出资比例	合伙人性质

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	出资比例	合伙人性质
1	武汉顺承股权投资合伙企业（有限合伙）	100.00	0.11%	普通合伙人
2	武汉顺科股权投资合伙企业（有限合伙）	56,300.00	59.88%	有限合伙人
3	武汉光谷产业发展基金合伙企业（有限合伙）	20,025.00	21.30%	有限合伙人
4	上海科创中心一期股权投资基金合伙企业（有限合伙）	10,500.00	11.17%	有限合伙人
5	天津顺远股权投资合伙企业（有限合伙）	5,000.00	5.32%	有限合伙人
6	武汉初枫股权投资合伙企业（有限合伙）	2,100	2.23%	有限合伙人
合计		94,025.00	100.00%	-

4、武汉顺宏

名称	武汉顺宏股权投资合伙企业（有限合伙）
成立时间	2018年4月25日
统一社会信用代码	91420100MA4KYD7913
出资额	50,000.00 万元
基金管理人	拉萨经济技术开发区顺为资本投资咨询有限公司（登记编号：P1016404）
住所	武汉市东湖新技术开发区光谷大道77号金融后台服务中心基地建设项目二期2.7期B24栋1层101-5室
经营范围	从事非证券类股权投资活动及相关的咨询服务业务

武汉顺宏已经于2019年12月16日在中国证券投资基金业协会完成备案手续，基金编号为“SGQ894”。

其合伙人情况如下所示：

序号	合伙人名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人性质
1	武汉顺承股权投资合伙企业（有限合伙）	100.00	0.20%	普通合伙人
2	嘉兴顺创投资合伙企业（有限合伙）	39,900.00	79.80%	有限合伙人
3	泰康人寿保险有限责任公司	10,000.00	20.00%	有限合伙人
合计		50,000.00	100.00%	-

(三) 控股股东和实际控制人控制的除发行人及其控股子公司外的其他企业情况

截至本招股说明书签署之日，控股股东、实际控制人吴天文、苏琛控制的除发行人及其控股子公司外的其他企业包括安泰德、创思成，其具体情况如下：

1、安泰德

安泰德具体情况参见本节之“八、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人基本情况”之“(二) 持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况”之“1、安泰德”。

2、创思成

名称	深圳市创思成科技有限公司
成立时间	2014 年 8 月 11 日
注册资本	50.00 万元
住所	深圳市龙华新区大浪街道石龙路 2 号 14 栋 201
主营业务/与发行人主营业务的关系	房屋租赁，与发行人主营业务无关
股权结构	苏琛持股 100%

(四) 控股股东和实际控制人股份质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署之日，公司控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份不存在质押或其他有争议的情况。

九、发行人的股本情况

(一) 本次发行前后的股本变化情况

公司本次拟向社会公众发行不低于 1,042.00 万股人民币普通股，不低于发行后总股本的 25%，本次发行不涉及公开发售。本次发行前后，公司股本结构如下：

序号	股东	发行前		发行后	
		持股数（万股）	持股比例	持股数（万股）	持股比例
1	吴天文	1,147.50	36.73%	1,147.50	27.54%
2	苏琛	1,147.50	36.73%	1,147.50	27.54%
3	安泰德	405.00	12.96%	405.00	9.72%

序号	股东	发行前		发行后	
		持股数（万股）	持股比例	持股数（万股）	持股比例
4	天津金米	104.05	3.33%	104.05	2.50%
5	武汉顺赢	93.74	3.00%	93.74	2.25%
6	横琴佳创	89.99	2.88%	89.99	2.16%
7	谢毅书	27.00	0.86%	27.00	0.65%
8	魏立军	27.00	0.86%	27.00	0.65%
9	王野行	18.90	0.60%	18.90	0.45%
10	宁波骁锐	13.88	0.44%	13.88	0.33%
11	横琴京实	11.01	0.35%	11.01	0.26%
12	武汉顺宏	10.31	0.33%	10.31	0.25%
13	横琴一雨	9.93	0.32%	9.93	0.24%
14	张斌	6.75	0.22%	6.75	0.16%
15	横琴联时	6.32	0.20%	6.32	0.15%
16	张小有	5.66	0.18%	5.66	0.14%
社会公众投资者		-	-	1,042.00	25.01%
合计		3,124.54	100.00%	4,166.54	100.00%

（二）本次发行前的前十名股东

本次发行前，公司前十名股东持股情况参见本节之“九、发行人的股本情况”之“（一）本次发行前后的股本变化情况”。

（三）本次发行前的前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

截至本招股说明书签署之日，公司共有 7 名自然人股东，具体情况如下：

序号	股东姓名	持股数量（万股）	持股比例	任职情况
1	吴天文	1,147.50	36.73%	董事长、总经理
2	苏琛	1,147.50	36.73%	副董事长、副总经理
3	谢毅书	27.00	0.86%	-
4	魏立军	27.00	0.86%	-
5	王野行	18.90	0.60%	副总经理、董事会秘书
6	张斌	6.75	0.22%	-
7	张小有	5.66	0.18%	-
合计		2,380.31	76.18%	-

（四）发行人股本中国有股或外资股情况

截至本招股说明书签署之日，公司股东中无国有股份或外资股份。

（五）私募基金股东备案情况

发行人股东中的私募投资基金包括宁波骁锐、天津金米、武汉顺赢、武汉顺宏四家，均已按照《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关法律法规履行了登记备案程序，相关情况已纳入国家金融监管部门有效监管，符合法律法规的相关规定。

（六）最近一年发行人新增股东情况

1、最近一年新增股东的持股情况

截至本招股说明书签署之日，最近一年公司存在三次增资，新增股东股份取得情况具体如下：

序号	股东名称	取得方式	股份数（万股）	取得时间	取得价格	定价依据
1	王野行	增资入股	18.90	2020年9月	6.64元/股	参照每股净资产协商确定
2	横琴佳创	增资入股	89.99	2020年9月	14.81元/股	协商确定
	宁波骁锐	增资入股	13.88	2020年9月	14.81元/股	协商确定
	横琴京实	增资入股	11.01	2020年9月	14.81元/股	协商确定
	横琴一雨	增资入股	9.93	2020年9月	14.81元/股	协商确定
	横琴联时	增资入股	6.32	2020年9月	14.81元/股	协商确定
	谢毅书	增资入股	27.00	2020年9月	14.81元/股	协商确定
	魏立军	增资入股	27.00	2020年9月	14.81元/股	协商确定
	张斌	增资入股	6.75	2020年9月	14.81元/股	协商确定
	张小有	增资入股	5.66	2020年9月	14.81元/股	协商确定
3	天津金米	增资入股	104.05	2020年10月	24.00元/股	协商确定
	武汉顺赢	增资入股	93.74	2020年10月	24.00元/股	协商确定
	武汉顺宏	增资入股	10.31	2020年10月	24.00元/股	协商确定

上述股东增资的具体情况参见本节之“三、报告期内，发行人股本和股东变化情况”。除此之外，截至本招股说明书签署之日，最近一年发行人无其他新增股东。

①2020年9月，新增股东王野行

2020年9月，公司副总经理、董事会秘书王野行以6.64元/股对公司进行增资，该增资价格参照公司2020年6月31日每股净资产协商确定，系公司对其实施股权激励，对本次增资入股价格与公司股份公允价格的差额部分已计入管理费

用，定价具有合理性。

王野行对公司的增资款已支付完毕，增资款来源于其工资薪酬等自有资金。

②2020年9月，新增股东横琴佳创、宁波骁锐、横琴京实、横琴一雨、横琴联时、张小有、谢毅书、魏立军、张斌

2020年9月，北京秒新原直接或间接股东横琴佳创、宁波骁锐、横琴京实、横琴一雨、横琴联时、张小有以14.81元/股对公司进行增资，本次增资，公司投前估值为4.03亿元，上述增资系发行人收购北京秒新体方案的一部分，公司收购北京秒新具体情况参见本节之“四、发行人重大资产重组情况”之“（二）2020年9月，收购北京秒新50.50%的股权”。

2019年12月12日，净诺科技与北京秒新及其控股股东王锋、李哲签署《投资合作意向协议》，约定净诺科技拟投资取得北京秒新控制权，北京秒新股东王锋、李哲投资净诺科技，取得净诺科技部分股权。北京秒新投前估值不超过4,800万元；净诺科技的投前估值为4亿元。本次增资的估值主要依据《投资合作意向协议》，参考了公司2019年度的预计业绩情况，以8倍市盈率为估值基础，经各方协商确认，定价具有合理性。

新增股东谢毅书、魏立军、张斌系实际控制人的朋友，因其自身具有投资需求，并看好环境电器行业及公司未来发展，以上述股东相同的增资价格认购发行人股份，并于2020年9月与上述股东一同办理了工商变更登记。

③2020年10月，新增股东天津金米、武汉顺赢、武汉顺宏

2020年10月，天津金米、武汉顺赢、武汉顺宏以24.00元/股的价格对公司增资。本次增资，公司投前估值为7亿元，参考了公司2020年度的预计业绩情况，以8倍市盈率为估值基础，经各方协商确认，定价具有合理性。

上述股东为小米集团负责投资业务的关联方主体，对公司的投资系基于产业链投资布局、对健康环境电器行业发展前景及公司未来的成长性看好等综合因素作出。天津金米、武汉顺赢、武汉顺宏均为中国证券投资基金业协会备案的私募投资基金，其资金来源于向私募投资者募集的资金，为自有资金或自筹资金。

2、新增股东基本情况

(1) 王野行

王野行先生，1984 年生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为 5105221984*****，住址为广东省深圳市罗湖区，现任公司副总经理、董事会秘书，个人简历参见本节“十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况”之“(一) 董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”之“3、高级管理人员”部分。

(2) 横琴佳创

名称	横琴佳创投资企业（有限合伙）
成立时间	2018 年 4 月 18 日
统一社会信用代码	91440400MA51K3P97J
出资额	100.00 万元
住所	珠海市横琴新区宝华路 6 号 105 室-71419（集中办公区）
经营范围	以自有资金进行投资

其合伙人情况如下所示：

序号	合伙人名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人性质
1	王锋	47.00	47.00%	普通合伙人
2	李哲	43.16	43.16%	有限合伙人
3	樊昕宇	3.28	3.28%	有限合伙人
4	郝亮	3.28	3.28%	有限合伙人
5	裴佳兴	3.28	3.28%	有限合伙人
合计		100.00	100.00%	-

(3) 宁波骁锐

名称	宁波骁锐科创投资合伙企业（有限合伙）
成立时间	2017 年 11 月 6 日
统一社会信用代码	91330201MA2AFETUXQ
出资额	4,008.00 万元
基金管理人	上海骁锐投资管理有限公司（登记编号：P1067426）
住所	浙江省宁波市北仑区新碶进港路 406 号 2 号楼 7044-2 室
经营范围	实业投资、投资管理、投资咨询、资产管理

宁波骁锐已经于 2018 年 7 月 23 日在中国证券投资基金业协会完成备案手续，

基金编号为“SED434”。

其合伙人情况如下所示：

序号	合伙人名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人性质
1	宁波骁锐添翼企业管理合伙企业（有限合伙）	41.00	1.00%	普通合伙人
2	绵阳佳翼实业有限公司	1,000.00	24.95%	有限合伙人
3	杨慧楠	900.00	22.46%	有限合伙人
4	孙福珠	517.00	12.91%	有限合伙人
5	杨帆	250.00	6.24%	有限合伙人
6	张小有	200.00	4.99%	有限合伙人
7	苏州同源创业投资管理有限公司	200.00	4.99%	有限合伙人
8	李浩	200.00	4.99%	有限合伙人
9	谭竣文	200.00	4.99%	有限合伙人
10	宋薇	175.00	4.37%	有限合伙人
11	李俊亮	175.00	4.37%	有限合伙人
12	沈寒	150.00	3.74%	有限合伙人
合计		4,008.00	100.00%	-

（4）横琴京实

名称	横琴京实新创投资企业（有限合伙）
成立时间	2017年10月25日
统一社会信用代码	91440400MA4X8XYH3Y
出资额	100.00 万元
住所	珠海市横琴新区宝华路6号105室-38626（集中办公区）
经营范围	自有资金投资

其合伙人情况如下所示：

序号	合伙人名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人性质
1	王锋	1.00	1.00%	普通合伙人
2	史晓玲	65.11	65.11%	有限合伙人
3	王晖	16.17	16.17%	有限合伙人
4	蔡川	9.59	9.59%	有限合伙人
5	胡立善	8.12	8.12%	有限合伙人
合计		100.00	100.00%	-

（5）横琴一雨

名称	横琴一雨投资企业（有限合伙）
成立时间	2017年9月14日
统一社会信用代码	91440400MA4X4C4K83
出资额	100.00 万元
住所	珠海市横琴新区宝华路6号105室-36852（集中办公区）
经营范围	自有资金投资

其合伙人情况如下所示：

序号	合伙人名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人性质
1	史晓玲	1.00	1.00%	普通合伙人
2	侯华军	99.00	99.00%	有限合伙人
合计		100.00	100.00%	-

（6）横琴联时

名称	横琴联时投资企业（有限合伙）
成立时间	2017年11月3日
统一社会信用代码	91440400MA4XAE7Q4R
出资额	100.00 万元
住所	珠海市横琴新区宝华路6号105室-39117（集中办公区）
经营范围	自有资金投资

其合伙人情况如下所示：

序号	合伙人名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人性质
1	马卫东	1.00	1.00%	普通合伙人
2	穆翼楠	99.00	99.00%	有限合伙人
合计		100.00	100.00%	-

（7）谢毅书

谢毅书女士，1978年生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为4325021978*****，住址为上海市长宁区，未在公司担任职务。

（8）魏立军

魏立军先生，1983年生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为1504041983*****，住址为上海市徐汇区，未在公司担任职务。

（9）张斌

张斌先生，1987 年生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为 4309811987*****，住址为长沙市岳麓区，未在公司担任职务。

(10) 张小有

张小有先生，1944 年生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为 4101021944*****，住址为郑州市金水区，未在公司担任职务。

(11) 天津金米

具体情况参见本节“八、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人基本情况”之“(二) 持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况”之“2、天津金米”。

(12) 武汉顺赢

具体情况参见本节“八、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人基本情况”之“(二) 持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况”之“3、武汉顺赢”。

(13) 武汉顺宏

具体情况参见本节“八、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人基本情况”之“(二) 持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况”之“4、武汉顺宏”。

**3、新增股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员关联关系，
新股东与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员关联关系，
新增股东股份代持情况**

公司新增股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系，新增股东与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在关联关系；公司新增股东不存在股份代持情形。

4、新增股东对发行人主营业务的影响

最近一年发行人新增股东对发行人主营业务的影响情况如下：

目前, 王野行为公司副总经理、董事会秘书, 其增资未对发行人的主营业务、经营模式、销售渠道、采购渠道、收入及成本结构产生重大影响。

横琴佳创、宁波骁锐、横琴京实、横琴一雨、横琴联时及张小有 6 名股东为北京秒新原股东, 其对发行人增资系发行人收购北京秒新方案的一部分。北京秒新主营业务为开展自主品牌“秒新”的研发、销售业务, 主要销售渠道为线上渠道。发行人收购北京秒新后, 自有品牌业务规模及占比提升, 线上销售规模及占比提升; 采购渠道及成本结构未发生较大变化。随着未来其业务的不断拓展, 预计发行人自有品牌业务及线上销售规模将随之进一步提升。

谢毅书、魏立军及张斌 3 人均系实际控制人的朋友, 因其自身具有投资需求, 并看好环境电器行业及公司未来发展而对发行人进行增资, 未对发行人的主营业务、经营模式、销售渠道、采购渠道、收入及成本结构产生重大影响。

天津金米、武汉顺赢和武汉顺宏为小米集团负责投资业务的关联方主体, 对发行人的投资主要系基于其产业链投资布局, 未来存在推动发行人与小米集团或其相关方合作的可能。截至目前, 上述 3 个股东尚未为公司主营业务提供便利, 未对发行人的主营业务、经营模式、销售渠道、采购渠道、收入及成本结构产生影响, 但不排除未来发行人与相关股东可能在销售渠道、产品开发等方面建立合作关系。

(七) 本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

1、吴天文、苏琛、安泰德

公司控股股东、实际控制人吴天文先生与苏琛女士为夫妻关系; 吴天文、苏琛夫妇为安泰德的第一、第二大出资人, 且吴天文先生为安泰德的普通合伙人; 吴天文、苏琛及安泰德为一致行动人。

吴天文、苏琛各持有公司 36.73%的股份, 安泰德持有公司 12.96%的股份, 三者合计持有公司 86.42%的股份。

2、横琴京实、横琴佳创

横琴佳创、横琴京实的普通合伙人均为王锋, 横琴佳创、横琴京实为一致行动人。

横琴佳创持有公司 2.88%的股份，横琴京实持有公司 0.35%的股份，二者合计持有公司 3.23%的股份。

3、天津金米、武汉顺赢、武汉顺宏

天津金米的普通合伙人、私募基金管理人为天津金星，雷军持有天津金星唯一股东小米科技 77.80%的股权；武汉顺赢、武汉顺宏的普通合伙人均为武汉顺承，武汉顺承的普通合伙人均为武汉顺创，雷军持有武汉顺创 33%的股权；武汉顺赢、武汉顺宏的私募基金管理人均为拉萨顺为，拉萨顺为的实际控制人为雷军；此外，雷军为武汉顺赢、武汉顺宏投委会成员。

综上，天津金米、武汉顺赢、武汉顺宏为一致行动人。

天津金米、武汉顺赢、武汉顺宏分别持有公司 3.33%、3.00%、0.33%的股份，三者合计持有公司 6.66%的股份。

除上述股东间的关联关系外，其他股东之间不存在关联关系。

(八) 发行人与股东的对赌协议

2020 年 9 月 30 日，天津金米、武汉顺赢、武汉顺宏与发行人及其股东共同签署《关于东莞市净诺环境科技股份有限公司股东协议》（以下简称“《股东协议》”），约定了优先分红权、优先认购权、共同出售权、回购权、拖售权及优先清算权等特殊权利安排。

2021 年 4 月 1 日，天津金米、武汉顺赢、武汉顺宏与发行人及其股东共同签署《关于<东莞市净诺环境科技股份有限公司之股东协议>的补充协议》，约定：自净诺科技向深圳证券交易所申报首次公开发行股票并上市材料之日起，《股东协议》终止执行；各方确认，对《股东协议》已履行情况无任何异议，且不会因该协议的履行及终止引发任何争议和纠纷。

综上，发行人、实际控制人与天津金米、武汉顺赢、武汉顺宏等间的特殊权利安排已经解除，公司和实际控制人不存在现行有效的特殊权利安排，亦不存在因该等特殊权利安排而导致公司控制权发生变更的风险。

除上述情况外，发行人与其他股东不存在对赌协议。

(九) 发行人股东公开发售股份情况

本次发行不存在股东公开发售股份的情形，不会对发行人的控制权、治理结构及生产经营产生影响。

十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况

(一) 董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介

公司现有 7 名董事，3 名监事，7 名高级管理人员，无其他核心人员。其中，高级管理人员包括 1 名总经理，5 名副总经理，1 名财务总监、1 名董事会秘书。

	姓名	职务	提名人	任期
董 事 会	吴天文	董事长	董事会	2019.10.15-2022.10.14
	苏琛	副董事长	董事会	2019.10.15-2022.10.14
	周冬冬	董事	董事会	2019.10.15-2022.10.14
	蒋文	董事	董事会	2020.9.30-2022.10.14
	张桂森	独立董事	董事会	2020.9.30-2022.10.14
	黄生	独立董事	董事会	2020.9.30-2022.10.14
	游晓	独立董事	董事会	2020.9.30-2022.10.14
监 事 会	梁东华	监事会主席	监事会	2020.9.30-2022.10.14
	冯海恩	职工监事	职工代表大会	2020.9.30-2022.10.14
	郑运芳	监事	监事会	2019.10.15-2022.10.14
高 级 管 理 人 员	吴天文	总经理	董事长	2019.10.15-2022.10.14
	苏琛	副总经理	总经理	2019.10.15-2022.10.14
	周冬冬	副总经理	总经理	2019.10.15-2022.10.14
	袁晓红	副总经理	总经理	2019.10.15-2022.10.14
	陈瑞	副总经理	总经理	2019.10.15-2022.10.14
	贺伦军	财务总监	总经理	2019.10.15-2022.10.14
	王野行	副总经理 董事会秘书	总经理	2020.7.31-2022.10.14

公司董事、监事、高级管理人员的履历如下：

1、董事

(1) 吴天文先生：

董事长、总经理。1977 年 8 月出生，中国籍，无永久境外居留权，1999 年毕业于南开大学国际贸易专业，2014 年至 2016 年就读于中欧国际工商学院，获

硕士学位。1999 年至 2000 年就职于深圳市土畜产茶叶进出口有限公司，任外贸业务员；2000 年至 2002 年就职于深圳市顺章电器有限公司，任外销主管；2002 年至 2003 年就职于深圳柏萌模具有限公司，任总经理助理；2005 年起就职于深圳安德迈；2011 年至今，就职于净诺科技。

(2) 苏琛女士：

副董事长、副总经理。1978 年 12 月出生，中国籍，无永久境外居留权，2006 年毕业于江西宜春学院英语教育专业，2014 年到 2016 年就读于北京大学光华管理学院，获硕士学位。2005 年起就职于深圳安德迈；2011 年至今，就职于净诺科技。

(3) 周冬冬先生：

董事、副总经理。1975 年 11 月出生，中国籍，无永久境外居留权，1997 年毕业于广西工学院机械制造工艺及设备专业，学士学位。1997 年至 1998 年就职于广西柳州钢铁厂，任助理工程师；1999 年至 2000 年就职于广东深圳德爱（电子）有限公司，任工程师；2000 年至 2006 年就职于深圳市顺章电器有限公司，历任技术中心主任助理、研发部主管、销售部客服主管；2006 年起就职于深圳安德迈；2011 年至今，就职于净诺科技。

(4) 蒋文先生：

董事。1985 年 10 月出生，中国籍，无永久境外居留权，2011 年毕业于香港中文大学语言学专业，硕士学位。2012 年至 2014 年就职于联想集团，任战略投资部投资总监；2014 年至今就职于小米集团，任战略投资部董事总经理；2020 年 10 月至今，任公司董事。

(5) 张桂森先生：

独立董事。1969 年 9 月出生，中国籍，无永久境外居留权，2008 年毕业于中欧国际工商管理学院 EMBA，硕士学位。1996 年至 2008 年就职于联想集团，任运营部总经理；2008 年至 2010 年就职于北京英智沃华咨询有限公司任总裁兼 CEO；2010 年至 2019 年就职于北京锐思艾特咨询有限公司，任董事会执行董事；2020 年至今，就职于北京易堂悟之企业管理咨询有限公司，任董事长；2020 年

10 月至今，任公司独立董事。

(6) 黄生先生：

独立董事。1977 年 6 月出生，中国籍，无永久境外居留权，2009 年毕业于美国华盛顿大学（圣路易斯）经济学专业，博士学位。1999 年至 2002 年，任北京大学教育基金会项目官员；2009 年至 2017 年，任新加坡管理大学李光前商学院助理教授；2017 年至今，任中欧国际工商学院会计与金融系副教授；2018 年至今，任国新文化独立董事；2020 年至今，任永丰银行（中国）独立董事；2020 年 10 月至今，任公司独立董事。

(7) 游晓女士：

独立董事。1981 年 6 月出生，中国籍，无永久境外居留权，2003 年毕业于武汉大学法学专业，学士学位。2006 年就职于广东晟典律师事务所，任律师助理；2007 年至 2013 年就职于北京市中伦（深圳）律师事务所，任资本市场部律师；2013 年至 2015 年就职于北京大成（深圳）律师事务所，任公司与证券业务部合伙人；2015 年至 2020 年，就职于上海市锦天城（深圳）律师事务所，任公司与证券业务部高级合伙人；2020 年就职于北京市中伦（深圳）律师事务所任资本市场部合伙人；2020 年 10 月至今，任公司独立董事。

2、监事

(1) 梁东华先生：

监事会主席。1977 年 5 月出生，中国籍，无永久境外居留权，毕业于阳春市电视学校企业管理专业。1996 年至 1998 年就职于广东省石菡铜业公司选矿厂；1999 年至 2007 年就职于东莞市海洲家用电器厂有限公司，任货仓部长；2007 年至 2013 年就职于东莞市东海家用电器有限公司，任职人事部部长；2014 年至今就职净诺科技，现任公司人事行政部总监、监事会主席。

(2) 冯海恩先生：

职工监事。1985 年 12 月出生，中国籍，无永久境外居留权，毕业于中山大学应用化学专业，学士学位。2008 年至 2009 年就职于华西证券股份有限公司广

州营业部，任客户经理；2010年至2016年就职于东莞市国家税务局清溪税务分局，任协税员；2017年至今就职净诺科技，现任公司证券事务主管、职工代表监事。

(3) 郑运芳女士：

监事。1984年10月出生，中国籍，无永久境外居留权，毕业于华南师范大学现代企业管理专业，学士学位。2001年至2004年就职于东莞市中嘉电子有限公司，任职员；2004年至2006年就职于李成茂家具有限公司，任职员；2007年至2013年就职于东莞宏笙电子有限公司，任采购副课长；2014年就职于东莞圣纪电子有限公司，任采购副课长；2014年至今就职净诺科技，现任公司采购部经理、监事。

3、高级管理人员

(1) 吴天文先生：

总经理。个人简历参见本节“1、董事”部分介绍。

(2) 苏琛女士：

副总经理。个人简历参见本节“1、董事”部分介绍。

(3) 周冬冬先生：

副总经理。个人简历参见本节“1、董事”部分介绍。

(4) 袁晓红女士：

副总经理。1971年9月出生，中国籍，无永久境外居留权，1998年毕业于东北大学计算机及应用专业，学士学位。2003年至2010年就职于国润电器（深圳）有限公司，任副总经理；2010年至2011年就职于深圳市同瑞电子科技有限公司，任副总经理；2011年至2013年就职于国统电器科技（惠州）有限公司，任副总经理；2013年至2014年就职于深圳市联创电器实业有限公司，任部长；2014年至今就职净诺科技，现任公司副总经理。

(5) 陈瑞先生：

副总经理。1973年4月出生，中国籍，无永久境外居留权，毕业于华东理工大学机械工程系。1994年至1996年就职于福建机器厂，任技术员；1996年至2011年就职于国润电器（深圳）有限公司，任研发部经理；2011年至今就职净诺科技，现任公司副总经理。

(6) 贺伦军先生：

财务总监。1972年5月出生，中国籍，无永久境外居留权，毕业于湖南大学工业管理工程专业，学士学位。2003年至2008年就职于东莞茂森金属冲压有限公司，任财务经理；2008年至2013年就职于东莞太阳茂森精密金属有限公司，任财务经理；2013年就职于广东奥丽依内衣集团有限公司，任财务总监；2014年至2015年就职于广东铭利达科技有限公司，任财务经理；2015年至2016年就职于东莞盛雄激光设备有限公司，任财务总监；2016年起就职净诺科技，现任公司财务总监。

(7) 王野行先生：

副总经理、董事会秘书。1984年11月出生，中国籍，无永久境外居留权，毕业于西华大学经济学专业，学士学位。2007年至2011年就职于深圳瑞华信投资有限责任公司，任投资总监助理；2011年至2014年就职于茂业国际控股有限公司，任投资专员；2014年至2020年就职于深圳市长亮科技股份有限公司，任董事会办公室经理；2020年7月起至今就职净诺科技，现任公司副总经理、董事会秘书。

(二) 董事、监事、高级管理人员的兼职情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员在发行人及子公司以外的其他单位的兼职情况如下：

姓名	公司职务	兼职单位名称	兼职单位与公司的关系	职务
吴天文	董事长、总经理	安泰德	实际控制人控制的公司	执行事务合伙人
		三乡环境	发行人参股公司	董事
苏琛	副董事长、	创思成	实际控制人	执行董事

姓名	公司职务	兼职单位名称	兼职单位与公司的关系	职务
	副总经理		控制的公司	
王野行	副总经理、 董事会秘书	深圳市华西数字科技有限责任公司	无	董事
蒋文	董事	小米集团	公司股东的 关联方	战略投资 部董事总 经理
		南京小沐电子科技有限公司	无	董事
		深圳市知知品牌孵化有限公司	无	董事
		石家庄市深度动画科技有限公司	无	董事
		上海熟圣网络科技有限公司	无	董事
		北京米和花影业有限公司	无	董事
		上海汉图科技有限公司	无	董事
		北京金史密斯科技有限公司	无	董事
		北京米糖文化创意有限公司	无	董事
		深圳闪回科技有限公司	无	董事
		厦门大白科技有限公司	无	董事
		秒秒测科技（北京）有限公司	无	董事
		南京酷科电子科技有限公司	无	董事
		杭州多普商贸有限公司	无	董事
		宁波美高厨具有限公司	无	董事
		杭州聚匠星辰数字传媒有限公司	无	董事
		柒小佰（深圳）科技有限公司	无	董事
		深圳英鹏信息技术股份有限公司	无	董事
		北京石头世纪科技股份有限公司	无	董事
		杭州玺匠文化创意股份有限公司	无	董事
		上海文采实业有限公司	无	董事
		深圳魔耳智能声学科技有限公司	无	董事
		杭州铜木主义家具股份有限公司	无	董事
		捷成华视网聚（常州）文化传媒有限公司	无	董事
		珠海云麦科技有限公司	无	董事
		Ximalaya Inc.	无	董事
		Fenxiang Family Inc.	无	董事
		Liquid Networks（Cayman）Limited	无	董事
		Milian Technology Inc.	无	董事
		King Cinema Holdings Limited	无	董事
		NUWA Robotics Corp.	无	董事
张桂森	独立董事	北京易堂悟之企业管理咨询有限公司	无	董事长

姓名	公司职务	兼职单位名称	兼职单位与公司的关系	职务
		北京锐思爱特咨询股份有限公司	无	执行董事

除上述人员外，公司其他董事、监事、高级管理人员未在发行人以外的其他单位兼职。

(三) 董事、监事、高级管理人员相互之间的亲属关系

截至本招股说明书签署之日，公司董事长兼总经理吴天文先生与公司副董事长兼副总经理苏琛女士系夫妻关系。

除此上述情况之外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间不存在亲属关系。

(四) 发行人与董事、监事、高级管理人员所签订协议情况

截至本招股说明书签署之日，在本公司任职并领薪的公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均与公司签订了《劳动合同》及《保密、知识产权与竞业禁止协议》，对其职责、权利与义务等作了明确规定。截至本招股说明书签署之日，上述合同和协议履行正常，不存在违约情况。

(五) 董事、监事、高级管理人员及其近亲属持有本公司股份的情况

1、发行前直接持有发行人股份的情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属直接持有公司股份的具体情况如下：

姓名	职务/关系	持股数量（万股）	持股比例
吴天文	董事长、总经理	1,147.50	36.73%
苏琛	副董事长、副总经理	1,147.50	36.73%
王野行	副总经理、董事会秘书	18.90	0.60%

除此以外，公司董事、监事、高级管理人员及近亲属未直接持有公司股份。

2、发行前间接持有发行人股份的情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属间接持有公司股份的具体情况如下：

姓名	职务	间接持股主体	在间接持股主体的出资比例	间接持有本公司的股权比例
吴天文	董事长、总经理	安泰德	20.87%	2.70%
苏琛	副董事长、副总经理	安泰德	17.49%	2.27%
周冬冬	董事、副总经理	安泰德	13.33%	1.73%
陈瑞	副总经理	安泰德	10.00%	1.30%
袁晓红	副总经理	安泰德	8.33%	1.08%
贺伦军	财务总监	安泰德	4.67%	0.60%
梁东华	监事会主席	安泰德	1.33%	0.17%
郑运芳	监事	安泰德	0.67%	0.09%

除此以外，公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属不存在以其他方式直接或间接持有公司股份的情况。

3、所持股份的质押或冻结情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属所持股份不存在质押、冻结或其他有争议的情况。

（六）最近两年内公司董事、监事、高级管理人员变动情况及原因

1、董事变化情况

2019年10月15日，发行人召开临时股东大会，选举吴天文、苏琛、周冬冬、袁晓红、陈瑞为第二届董事会成员，同日召开的董事会选举吴天文担任董事长；

2020年9月30日，发行人召开临时股东大会，选举蒋文为董事，选举游晓、张桂森、黄生为独立董事，选举苏琛为副董事长。

2、监事变化情况

2019年10月15日，发行人召开临时股东大会，选举贵术平、郑运芳为第二届监事会成员，发行人职工代表大会推举苏招为职工代表监事。经监事会选举，贵术平担任监事会主席；

2020年9月30日，发行人召开临时股东大会，选举梁东华为监事，免去贵术平监事职务；发行人职工代表大会推举冯海恩为职工代表监事。经监事会选举，梁东华担任监事会主席。

3、高级管理人员变化情况

2018年1月9日，发行人召开董事会，同意贺伦军辞去董事会秘书职务，聘任周冬冬担任董事会秘书。

2019年10月15日，发行人召开董事会，聘任吴天文为总经理、贺伦军为财务总监、董事会秘书，同时聘任苏琛、周冬冬、袁晓红、陈瑞为副总经理。

2020年7月31日，发行人召开董事会，同意贺伦军辞去董事会秘书职务，聘任王野行担任董事会秘书。

除上述情形外，公司董事、监事、高级管理人员报告期内未发生其他变化。

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员发生的上述变化均为正常任职变更，公司不存在董事、监事、高级管理人员发生重大变动的情况。

(七) 董事、监事、高级管理人员的对外投资情况

截至本招股说明书签署之日，除对公司投资以外，公司董事、监事、高级管理人员的对外投资中不存在与发行人及其业务相关之情形，主要对外投资情况如下：

姓名	在公司职务	投资企业名称	持股比例
吴天文	董事长、总经理	安泰德	20.87%
苏琛	副董事长、副总经理	安泰德	17.49%
		创思成	100.00%
王野行	副总经理、董事会秘书	深圳市华西数字科技有限责任公司	7.50%
黄生	独立董事	苏州禾芯企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	2.75%
张桂森	独立董事	北京易堂悟之企业管理咨询有限公司	90.00%
		北京锐思爱特咨询股份有限公司	12.50%
		贵州省仁怀市波波匠酒业有限公司	5.94%
		北京成翼文化传播股份有限公司	1.60%
		北京韦伯创合品牌股份有限公司	1.00%
		北京智数信通科技有限公司	1.60%

(八) 董事、监事、高级管理人员薪酬情况

1、最近一年领取薪酬情况

公司董事、监事、高级管理人员 2020 年度薪酬情况如下：

单位：万元

序号	姓名	职务	2020 年税前薪酬
1	吴天文	董事长、总经理	49.22
2	苏琛	副董事长、副总经理	49.22
3	周冬冬	董事、副总经理	39.95
4	蒋文	董事	-
5	张桂森	独立董事	1.50
6	黄生	独立董事	1.50
7	游晓	独立董事	1.50
8	梁东华	监事会主席	6.49
9	冯海恩	职工监事	3.19
10	郑运芳	监事	18.22
11	袁晓红	副总经理	58.15
12	陈瑞	副总经理	39.36
13	贺伦军	财务总监	37.46
14	王野行	副总经理、董事会秘书	18.20
15	贵术平	原监事	8.47
16	苏招	原职工监事	3.71

注：蒋文为外部委派董事，未在公司任职其他职务，未领取薪酬；公司独立董事于 2020 年 9 月 30 日与公司签订聘任合同，约定独立董事津贴 6 万元/年，薪酬为 2020 年 10 月至 12 月薪酬；梁东华、冯海恩于 2020 年 9 月 30 日任监事，薪酬为 2020 年 10 月至 12 月薪酬；王野行于 2020 年 7 月入职，薪酬为 2020 年 8 月至 12 月薪酬；贵术平、苏招于 2020 年 1 月至 2020 年 9 月 29 日任监事，薪酬为 2020 年 1 月至 9 月薪酬。

在公司担任职务的董事、监事、高级管理人员未从公司之外的其他关联企业领取薪酬。

2、薪酬构成、确定依据及履行程序

2020 年 9 月，公司第二届董事会第六次会议审议通过了《董事会薪酬与考核委员会工作细则》，规定公司董事的薪酬计划，须报董事会同意后，提交股东大会审议通过后方可实施；公司高级管理人员的薪酬分配方案须报董事会批准。

2020 年 9 月，2020 年第四次临时股东大会审议并通过了《关于独立董事津贴的议案》，明确了公司每名独立董事每年报酬为 6 万元（税前）；

2021 年 4 月，公司 2021 年第二次临时股东大会审议并通过了《董事、监事、

高级管理人员薪酬管理办法》、《独立董事工作制度》，规定了公司董事、监事、高级管理人员薪酬标准及原则，同时规定了董事会薪酬与考核委员会对董事、高管人员进行考核并确定薪酬，独立董事对董事、高级管理人员的薪酬事项向董事会或股东大会发表独立意见。薪酬构成及确定依据具体如下：

公司对外部董事、内部董事、外部监事、内部监事不另行发放津贴。内部董事和内部监事按照其所兼任的高管人员或其他职务对应的薪酬与考核规定领取相应的薪酬。公司高级管理人员实行年薪制，其薪酬结构由基础薪酬、绩效年薪、长期激励三部分组成：①基础薪酬按照其在公司内部担任的职务，根据岗位责任等级、能力等级确定，每月发放；②绩效年薪以公司年度经营目标和个人年度绩效考核目标指标完成情况为考核基础；③公司根据经营情况和市场变化，可以针对高级管理人员采取股票期权、限制性股票、员工持股计划等长期激励措施，具体方案根据国家的相关法律、法规等另行确定。

公司董事、监事、高级管理人员的薪酬方案均按照公司治理制度履行了相应的审议程序。

3、报告期内董事、监事、高级管理人员薪酬总额占各期发行人利润总额的比例

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
薪酬总额	336.12	280.95	291.71
利润总额	9,162.49	5,316.94	1,418.66
占比	3.67%	5.28%	20.56%

十一、发行人已制定或实施的股权激励及相关安排的执行情况

为激励及稳定核心骨干员工，分享公司成长利益，公司通过员工持股平台安泰德或员工直接持股的方式对核心骨干实施股权激励。安泰德具体情况参见本节“八、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人基本情况”之“（二）持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况”。

（一）股权激励的基本内容

1、股权激励政策主要内容

根据发行人与股权激励对象签署的协议，公司股权激励政策的主要内容如下：

股权激励对象自股权授予之日起应当在发行人或其子公司继续任职满 36 个月，且 36 个月内不得转让或委托他人管理其持有的股份，不得在其上设定担保。

若股权激励对象因以下原因在 36 个月内与发行人或其子公司解除劳动合同的，则其有义务将受让的股份按照成本加 8% 的年化收益减去已获得的利润分红为对价转让给出让方：①非因可归责于发行人或其子公司的原因而辞职（不含退休或因丧失劳动能力而辞职）的；②严重违反发行人或其子公司的规章制度；③严重失职，徇私舞弊，给发行人或其子公司造成重大损害的；④泄露发行人或其子公司的商业秘密，造成重大损害的；⑤同时与其他公司建立劳动关系或投资关系，对完成发行人或其子公司的工作任务造成严重影响，或经发行人或其子公司提出后拒不改正的；⑥被依法追究刑事责任的。

激励对象非因以上原因在 36 个月内与发行人或其子公司解除劳动合同的，也应当将其受让的股份转让回出让方，转让价格以发行人上一年度经审计的每股净资产为准或由双方协商确定。

公司依据《企业会计准则》和服务期限条件，确认股份支付的摊销期为 3 年。在约定的 36 个月任职期限内离职的，其对应的股份支付金额在当期冲减。因职位调整收回部分股份的，对收回股份作加速行权处理，将剩余等待期内应确认的金额在当期全部确认，未收回股份部分处理不变，继续分期确认股份支付。

2、股权激励情况

公司历史上共实施过五次股权激励，历次股权激励的基本情况如下：

序号	时间	激励对象	占发行人股份比例	对应发行人股数（万股）	股份授予价格（元/股）	股份公允价格（元/股）	公允价格来源	股份支付金额（万元）
1	2016 年 11 月	26 名员工	7.04%	190.08	1.40	10.88	8×每股收益	1,801.96
2	2017 年 5 月	4 名员工	0.72%	19.44	2.15	10.88	8×每股收益	169.71
3	2018 年 9 月	4 名员工	0.52%	14.04	3.40	13.68	8×每股收益	144.33
4	2020 年 8 月	王野行	0.70%	18.90	6.64	24.00	同期外部投资者（天津金米等）入股价	328.10

序号	时间	激励对象	占发行人股份比例	对应发行人股数(万股)	股份授予价格(元/股)	股份公允价值(元/股)	公允价值来源	股份支付金额(万元)
5	2020年9月	18名员工	1.67%	45.28	6.64	24.00	同期外部投资者(天津金米等)入股价	786.06

注：2016年11月、2017年5月计算公允价格的每股收益为2016年全年的每股收益，为1.36元/股；2018年9月计算公允价格的每股收益为2017年全年的每股收益，为1.71元/股。

公司历次股权激励对象中，2名员工任职满3年后离职，4名员工任职不满3年后离职，公司已对收回股份对应的股份支付金额作出调整。历次股权激励对象具体情况如下：

序号	授予时间	姓名	现任职	授予的发行人股份数(万股)	股份收回情况
1	2016年12月	周冬冬	董事、副总经理	54.00	-
2	2016年12月	陈瑞	副总经理	40.50	-
3	2016年12月	袁晓红	副总经理	33.75	-
4	2016年12月	贺伦军	财务总监	10.80	-
5	2016年12月	李仍健	制造部经理	6.75	-
6	2016年12月	黄华	营销部销售经理	5.40	-
7	2016年12月	杨建平	品质组总监	5.40	-
8	2016年12月	贵术平	财务部会计	5.40	-
9	2016年12月	王文木	研发部电子工程师	5.40	-
10	2016年12月	王海岩	离职	2.70	2017年5月收回
11	2016年12月	郑运芳	采购部经理	2.70	-
12	2016年12月	邬国牛	研发部经理	2.70	-
13	2016年12月	吴志琴	营销部销售主管	2.70	-
14	2016年12月	苏东许	品质组经理	1.35	-
15	2016年12月	梁东华	人事行政部总监	1.35	-
16	2016年12月	张兴	离职	1.35	2020年6月收回
17	2016年12月	刘华朋	生产部主管	1.35	-
18	2016年12月	刘伟平	体系部体系经理	1.35	-
19	2016年12月	黄俊惠	工程部主管	1.35	-
20	2016年12月	钟丽娟	体系部验货员	0.54	-
21	2016年12月	陈锋	离职	0.54	2018年9月收回
22	2016年12月	吴祥林	研发部电子工程师	0.54	-
23	2016年12月	刘院萍	营销部销售主管	0.54	-

序号	授予时间	姓名	现任职	授予的发行人股份数(万股)	股份收回情况
24	2016 年 12 月	黄由金	采购部采购工程师	0.54	-
25	2016 年 12 月	陈珍	财务部财务主管	0.54	-
26	2016 年 12 月	杨小花	离职	0.54	2017 年 5 月收回
27	2017 年 5 月	吴金生	研发部总监	6.75	-
28	2017 年 5 月	陈旭东	研发部高级工程师	6.75	-
29	2017 年 5 月	张永胜	离职	5.40	2020 年 6 月收回
30	2017 年 5 月	左飞	研发部 ID 工程师	0.54	-
31	2018 年 9 月	李杰	研发部高级工程师	5.40	-
32	2018 年 9 月	严小兵	研发部高级工程师	5.40	-
33	2018 年 9 月	杨存名	研发部高级工程师	2.70	-
34	2018 年 9 月	田兴勇	研发部结构工程师	0.54	-
35	2020 年 8 月	王野行	副总经理 董事会秘书	18.90	-
36	2020 年 9 月	贺伦军	财务总监	8.10	-
37	2020 年 9 月	吴金生	研发部总监	4.05	-
38	2020 年 9 月	董文	资材部总监	8.64	2021 年 3 月收回
39	2020 年 9 月	梁东华	人事行政部总监	4.05	-
40	2020 年 9 月	王程龙	实验室经理	2.70	-
41	2020 年 9 月	林祖锋	研发部高级工程师	2.70	-
42	2020 年 9 月	邵广民	项目部经理	2.70	-
43	2020 年 9 月	魏庆忠	IT 部经理	2.70	-
44	2020 年 9 月	王晶	产品部产品经理	2.70	-
45	2020 年 9 月	周强	PMC 经理	1.35	-
46	2020 年 9 月	王仁平	品质组 QE 工程师	1.35	-
47	2020 年 9 月	毛文龙	实验室高级 认证工程师	1.00	-
48	2020 年 9 月	杨欢	项目部项目 管理工程师	0.54	-
49	2020 年 9 月	裴进伟	财务部经理	0.54	-
50	2020 年 9 月	农佳儒	研发部结构工程师	0.54	-
51	2020 年 9 月	陈晓玲	营销部销售代表	0.54	-
52	2020 年 9 月	唐柳红	营销部销售代表	0.54	--
53	2020 年 9 月	刘艳花	财务部主管	0.54	-

注：2017 年度、2018 年度，共有 3 名已授予股份的员工离职，因员工在股权激励方案约定服务期限内离职，持股平台收回已授予股份，在离职当期冲回累计已计入损益的股份支付金额，对当前利润影响金额分别为 4.83 万元、2.70 万元；2020 年度，共 2 名已授予股份的员工任职满 3 年后离职，因离职时已超过股权激励方案约定服务期限，在离职时未冲回已确认的股份支付金额。

公司历次股权激励分摊至每年的股份支付金额具体如下：

单位：万元

序号	时间	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	合计
1	2016 年 11 月	590.41	587.00	588.71	-	-	-	-	1,766.12
2	2017 年 5 月	37.71	56.57	56.57	18.86	-	-	-	169.71
3	2018 年 9 月	-	12.03	48.11	48.11	36.08	-	-	144.33
4	2020 年 8 月	-	-	-	36.46	109.37	109.37	72.91	328.10
5	2020 年 9 月	-	-	-	87.34	242.23	212.02	141.35	682.94
合计		628.12	655.60	693.39	190.76	387.68	321.39	214.26	3,091.21

除上述股权激励外，发行人不存在其他已制定或实施的股权激励计划。

3、股份支付公允价值的确认方式

2016 年 11 月、2017 年 5 月，公司计算公允价格的每股收益为 2016 年全年的每股收益，为 1.36 元/股；2018 年 9 月，计算公允价格的每股收益为 2017 年全年的每股收益，为 1.71 元/股。公司确认股份支付公允价值的合理性如下：

(1) 2016 年 11 月的增资以 2016 年度每股收益确定公允价值的原因

2016 年 11 月，员工持股平台安泰德对发行人增资。本次增资系公司对员工实施股权激励。

发行人主要客户一般提前 2-3 个月下达订单，2016 年 11 月，发行人已经可以根据在手订单情况及未来订单交付安排，合理并较为准确地预计 2016 年度业绩。因此，本次增资以 2016 年度每股收益确定公允价值具有合理性。

(2) 2016 年 11 月、2017 年 5 月、2018 年 9 月以 8 倍市盈率确定公允价值的合理性

公司以 8 倍 PE 确认公允价值的原因如下：

①公司所处行业为家电制造行业，行业发展成熟；公司主要产品包括空气净化器、新风机、暖被机等，主要产品为成熟产品；公司以面向美国市场的 ODM 业务为主，业务模式成熟。

自 2016 年以来，公司的所处行业、主要产品、主要业务模式均未发生重大变化，业务发展战略未发生重大调整，整体的估值逻辑未发生重大变化，一直

以 8 倍 PE 的估值方式确认公司的公允价值,符合管理层对公司价值的预期水平。

②公司后续增资引入外部投资者北京秒新原股东、天津金米等时,亦以 8 倍 PE 的估值方式确认公司的公允价值,对公司的估值逻辑保持一贯性。8 倍 PE 的估值系公司和外部投资者商业谈判的最终结果,定价方式合理,具有公允性。

③以 8 倍 PE 为估值基础确认公司公允价值的市场案例常见,符合行业特点,与市场同类增资或并购不存在明显差异。

综上,公司 2016 年 11 月、2017 年 5 月、2018 年 9 月实施股权激励以 8 倍市盈率确定公允价值具有合理性。

(二) 股权激励对公司经营状况、财务状况、控制权变化等方面的影响

通过实施股权激励,公司充分调动了核心骨干人员的工作积极性,为公司持续发展夯实了基础。为公允反映股权激励对公司财务状况的影响,公司 2017 年至 2023 年分别确认股份支付费用 628.12 万元、655.60 万元、693.39 万元、190.76 万元、387.68 万元、321.39 万元和 214.26 万元,股份支付合计金额为 3,091.21 万元。除此之外,股权激励未对公司上市前财务状况造成重大影响。

股权激励实施前后,公司控股股东、实际控制人未发生变化,股权激励未对公司的控制权造成影响。

十二、公司员工情况

(一) 员工人数

报告期各期末,公司员工人数及其变化如下:

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
员工人数	1,501	656	540

(二) 员工结构

1、专业结构

截至 2020 年 12 月 31 日,发行人及其子公司专业结构分布情况如下:

员工类别	员工人数	占比

员工类别	员工人数	占比
生产人员	1,247	83.08%
研发人员	116	7.73%
管理人员	94	6.26%
销售人员	44	2.93%
合计	1,501	100.00%

2、学历结构

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人及其子公司员工的学历结构如下：

员工类别	员工人数	占比
本科及以上学历	62	4.13%
大专	135	8.99%
高中及以下	1,304	86.88%
合计	1,501	100.00%

3、年龄结构

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人及其子公司员工的年龄分布情况如下：

员工类别	员工人数	占比
50 岁（含）及以上	38	2.53%
40 岁（含）至 50 岁	394	26.25%
30 岁（含）至 40 岁	627	41.77%
30 岁及以下	442	29.45%
合计	1,501	100.00%

（三）劳务派遣情况

报告期内，公司通过劳务派遣单位聘请劳务人员，满足生产经营非核心环节的用工需求，解决公司用工季节性缺工及流动性较大的问题，保障公司生产经营的稳定性。报告期各期末，公司劳务派遣用工的情况具体如下：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
月均劳务派遣人数 A	27	56	26
月均正式员工人数 B	1,093	666	553
月均用工总数 C=A+B	1,120	722	579
劳务派遣工占比 A/C	2.41%	7.76%	4.49%

报告期内，公司根据《劳务派遣暂行规定》等相关法规要求，劳务派遣用工

比例均未超过 10%。报告期内，公司合作的劳务派遣单位均已办理劳务派遣经营许可证，根据《劳务派遣暂行规定》等法律、法规的规定及发行人与上述派遣单位签订的劳务派遣协议约定，劳务派遣人员的社保费用由派遣单位负责缴纳。

根据东莞市人力资源和社会保障局、北京市海淀区人力资源和社会保障局出具的证明文件，报告期内，发行人及其子公司不存在人力资源违法违规而受到行政处罚的记录。

(四) 社会保险和住房公积金缴纳情况

1、社保及公积金缴纳情况

报告期内，发行人员工社会保险及住房公积金的缴纳情况如下：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
员工人数	1,501	656	540
境内员工人数	1,492	656	540
缴纳社保人数	1,466	569	536
缴纳住房公积金人数	1,456	215	217
社保缴纳比例	98.26%	86.74%	99.26%
公积金缴纳比例	97.59%	32.77%	40.19%

对社会保险缴纳，报告期内，发行人严格执行相关政策为员工缴纳社会保险，社保缴纳比例较高，社保缴纳人数与员工总数存在少量差异，主要原因如下：（1）部分员工当月新入职，在办理相关手续期间，未在当月为其购买社会保险；（2）部分员工为退休返聘，无需缴纳社保；（3）部分员工购买了新农合、新农保，不需要在当地缴纳社会保险。

对住房公积金，报告期内，发行人存在未为部分员工缴纳住房公积金的情况，主要原因如下：（1）公司为员工提供宿舍居住；（2）部分员工拥有宅基地，无意愿缴纳住房公积金。随着公司规范意识不断加强，截至本招股说明书签署之日，公司已为符合条件的全部员工缴纳住房公积金。

如为上述员工进行补缴，发行人需补缴的住房公积金金额情况如下：

年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
补缴金额（万元）	121.01	57.87	60.06
利润总额（万元）	9,162.49	5,316.94	1,418.66

年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
占比	1.32%	1.09%	4.23%

经测算，对未缴纳住房公积金补缴的金额占当年利润总额的比例分别为 4.23%、1.09%及 1.32%，对发行人报告期内的经营业绩影响较小。

2、主管部门出具的证明文件

根据东莞市人力资源和社会保障局、深圳市社会保险基金管理局及北京市海淀区人力资源和社会保障局出具的证明文件，报告期内，发行人及其子公司不存在社会保险或人力资源违法违规而受到行政处罚的记录。

根据东莞市住房公积金管理中心、深圳市住房公积金管理中心及北京市住房公积金管理中心出具的证明文件，报告期内，发行人及其子公司不存在住房公积金重大违法违规记录。

3、控股股东、实际控制人出具的承诺

就发行人存在未为部分员工缴纳社保、公积金的行为，发行人控股股东、实际控制人吴天文、苏琛已出具承诺函承诺：“若因净诺科技及其子公司未为其员工缴纳或足额缴纳社会保险、住房公积金而被政府部门要求补缴社会保险、住房公积金的，本人将无条件按主管部门核定的金额代净诺科技及其子公司补缴相关款项；若因净诺科技及其子公司未为员工缴纳或足额缴纳社会保险、住房公积金而被政府部门处以罚款或被员工要求承担经济补偿、赔偿或使净诺科技及其子公司产生其他任何费用或支出的，本人将无条件代净诺科技及其子公司支付相应的款项，且保证净诺科技及其子公司不因此遭受任何经济损失”。

第六节 业务与技术

一、发行人主营业务、主要产品及变化情况

（一）主营业务

公司致力于满足人们对舒适、健康的室内环境的追求，主要从事健康环境电器的设计、研发、生产及销售，主要产品包括空气净化器、新风机、暖被机等。公司的业务以面向美国市场的 ODM 业务为主，近年来，公司亦积极开拓境内市场及自主品牌业务。

公司是空气净化器设计及制造领域的领先企业。依托于我国在家电制造领域的产业集群优势，公司深耕空气净化器行业十余年，积累了丰富的行业经验，凭借着细分领域优势、技术优势、生产工艺优势、生产规模优势及客户优势，公司已成为空气净化器领域最具竞争力的生产制造商之一，与 Guardian、Newell、Blueair 等众多国际知名环境电器品牌商建立了长期稳定的合作关系。根据中国海关总署的统计数据，2019 年，公司的空气净化器出口数量占中国总出口数量的份额约为 6%，出口规模行业领先。

随着国内生活水平的提升以及受雾霾天气、突发疫情的影响，国内消费者对室内空气质量的关注度不断上升，健康环境电器的国内市场规模快速增长。公司积极拓展国内市场，已与华为智选、荣耀亲选、小米生态链的企业建立了良好的合作关系。此外，公司积极打造“净诺”、“秒新 AIRMX”、“安德迈 Admair”等自主品牌，自主品牌产品荣获包括红点设计奖、iF 设计奖、南山奖等多个国内外奖项，获得了行业厂商的普遍认可。

公司是空气净化器（中国）行业联盟高级会员单位、广东省室内环境卫生行业协会副会长单位，主导或参与了多项行业相关标准的制定，积极推动我国健康环境电器行业的整体发展。同时，公司还荣获广东省室内环境卫生行业协会颁发的“2020 年度抗疫先进单位”。

报告期内，公司主营业务未发生重大变化。

(二) 主要产品及用途

1、空气净化器

按照颗粒物 CADR 值不同，公司主要空气净化器产品具体情况如下：

CADR 值分类	代表性产品	
CADR≥500m³/h		
	Blueair 空气净化器	华为智选柒贰零全效空气净化器
300m³/h≤CADR<500m³/h		
	荣耀亲选净诺抗菌除醛空气净化器	韩国 SK 空气净化器
100 m³/h≤CADR<300m³/h		
	Guardian 家用空气净化器	Newell 桌面空气净化器

CADR 值分类	代表性产品	
CADR<100m³/h		
	七十迈车载空气净化器	无限极车载净化器

2、新风机

	
秒新 AIRMX Pro 新风机	Tion 3s 壁挂式新风机

3、暖被机

	
Bedjet 暖被机（二代）	Bedjet 暖被机（一代）

（三）主营业务收入构成

报告期内，发行人主营业务收入按产品分类情况如下：

单位：万元

产品类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
空气净化器	53,041.37	81.76%	30,868.40	80.62%	23,914.66	82.47%
新风机	2,321.11	3.58%	2,283.80	5.96%	1,943.63	6.70%

产品类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
暖被机	1,674.71	2.58%	1,728.16	4.51%	1,183.66	4.08%
其他产品	7,833.54	12.08%	3,407.69	8.90%	1,956.81	6.75%
合计	64,870.73	100.00%	38,288.05	100.00%	28,998.75	100.00%

(四) 主要经营模式

1、盈利模式

经过长期发展，公司形成了以 ODM 业务为主，OEM 及自主品牌业务为辅的经营模式。

报告期内，发行人主营业务收入按业务模式分类情况如下：

单位：万元

业务模式	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
ODM	61,421.77	94.68%	36,963.67	96.54%	28,472.96	98.19%
OEM	867.75	1.34%	474.88	1.24%	256.88	0.89%
自主品牌	2,581.21	3.98%	849.50	2.22%	268.91	0.93%
合计	64,870.73	100.00%	38,288.05	100.00%	28,998.75	100.00%

(1) ODM 业务

ODM 业务模式下，由电器品牌商提出产品需求，公司根据品牌商需求，提供集研发设计、生产制造于一体的综合定制化服务，最终向客户销售产品，以客户的品牌进行销售。

在业务合作中，品牌商提出的产品需求指标通常从用户体验及产品整机功能实现的角度出发，如产品使用环境、产品主要功能、产品外观等要求。产品功能实现的设计工作主要由发行人完成，具体包括产品工业设计、结构设计及模具设计、软硬件设计等方案设计及产品测试验证。在整体方案经品牌方确认后，发行人负责原材料的采购并生产，最终将整机交付品牌商销售。

(2) OEM 业务

OEM 业务模式下，产品的技术方案由品牌方提供，公司根据品牌方要求生产相应产品后，以客户的品牌进行销售。

(3) 自主品牌业务

自主品牌业务模式下,产品的研发设计、生产及销售均由发行人自主负责,并以公司的品牌进行销售。公司自主品牌包括“净诺”、“秒新 AIRMX”、“安德迈 Admair”等,涵盖空气净化器、新风机、加湿器等产品。

2、采购模式

发行人的上游主要包括过滤材料、电子电器、塑胶材料等原材料供应商,以及注塑、PCBA 加工等外协加工服务商。报告期内,发行人以原材料采购为主、外协加工采购为辅,具体情况如下:

单位:万元

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料采购	44,352.70	93.81%	24,171.48	94.84%	18,148.47	94.11%
外协加工采购	2,928.36	6.19%	1,314.00	5.16%	1,136.83	5.89%
合计	47,281.06	100.00%	25,485.48	100.00%	19,285.30	100.00%

公司上游行业产业链成熟,属于充分竞争性市场,主要原材料及外协加工服务均可得到充足供应,价格公允透明。

(1) 原材料采购

公司采购的原材料主要包括过滤材料、电子电器、塑胶材料、模具、五金零件、包装材料及辅助材料等。

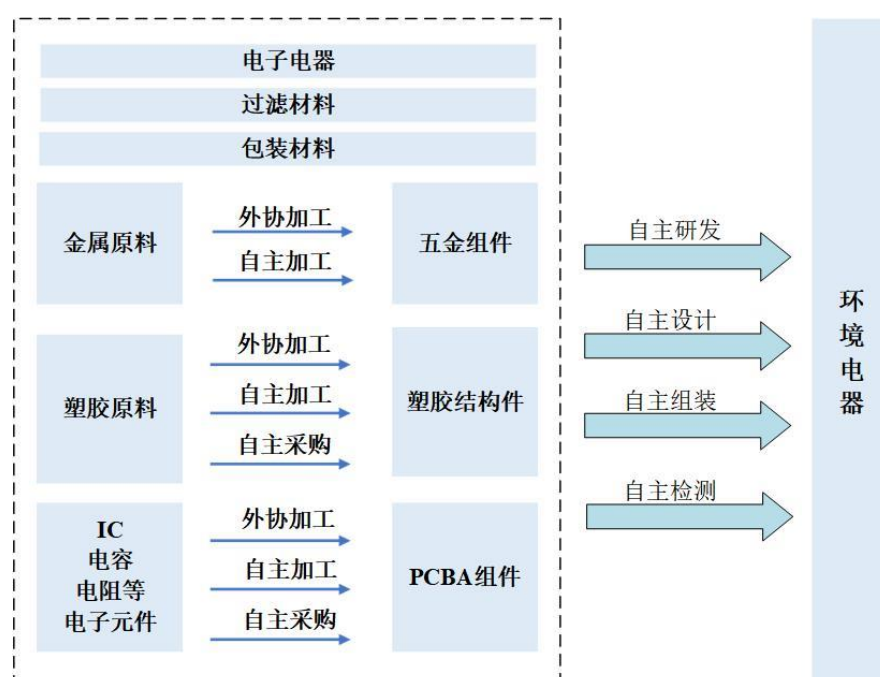
公司的采购模式主要为以销定购,综合考虑客户订单所需物料及现有库存量,向供应商按需采购。针对交期较长的物料,公司则设有一定的安全库存。同时,为降低主要物料供应短缺、市场价格波动等不利因素给公司带来的经营风险,公司还会基于历史经验、市场价格走势等多种因素,适当提前备货。此外,为保障产品质量的稳定,存在部分客户要求公司向其指定的供应商采购原材料的情形。

(2) 外协加工采购

公司在注塑、PCBA、五金件加工、电器件加工环节存在委外加工的情况。其中,注塑及 PCBA 加工为公司的主要外协加工环节,具体情况如下:

涉及外协的工序	该工序交付的产品	具体内容
注塑	塑胶结构件	用模具将塑胶颗粒注塑成结构件
PCBA 加工	PCBA	通过贴片、插件、焊接、后焊及测试生产 PCBA

发行人自有产线亦可进行注塑及 PCBA 加工环节，但受产能限制以及成本效益因素考量，发行人同时通过外协加工的方式来保障相关原材料的供应。发行人主要的生产环节均自主完成，外协加工仅用于生产产品组件，不存在将主要生产环节外包的情况，不存在品牌商指定外协厂商的情况。发行人的采购及生产加工流程如下：



对塑胶结构件、PCBA 及五金组件等，公司存在外协加工的方式。加工完成后，发行人将相关组件，继续作为生产原料入库，用于下一步生产。成品的研发、设计、组装及检测环节均全部由发行人自主完成。

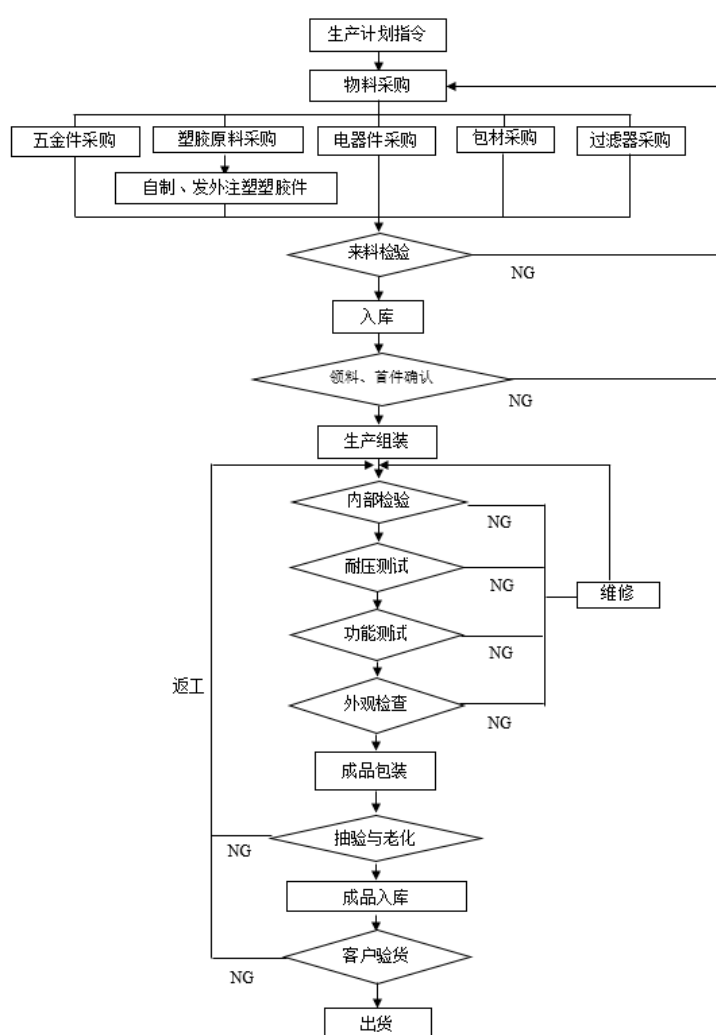
环境电器生产企业的核心技术主要在产品研发、方案设计及整机生产、检测等环节，上述环节均由公司自主完成。注塑件加工、PCBA 结构件加工及五金件加工环节均属于附加值相对较低的环节，其外协加工产业链成熟，属于充分竞争性市场，市场供应充足。公司根据生产经营的需求，将非核心环节工序进行外协加工具有合理性，不存在对外协加工厂的重大依赖。

3、生产模式

公司主要采取“以销定产”的生产模式，具体如下：

公司 PMC 每月结合近期的生产销售情况制定月度生产计划，采购部根据该计划安排原材料采购；同时，每周 PMC 根据实际销售情况将月度生产计划拆分为周生产计划，安排半成品生产；生产部再根据 PMC 提供的生产计划安排整机组装等生产工作。PMC 定期与采购部、销售部等部门召开计划协调会，对采购、生产、销售工作安排进行及时沟通调整。

生产流程具体如下：



4、销售模式

（1）销售渠道

在销售渠道上，公司销售以线下销售为主，线上销售为辅。报告期内，发行

人主营业务收入按销售渠道分类情况如下：

单位：万元

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
ODM	线下	61,421.77	94.68%	36,963.67	96.54%	28,472.96	98.19%
	小计	61,421.77	94.68%	36,963.67	96.54%	28,472.96	98.19%
OEM	线下	867.75	1.34%	474.88	1.24%	256.88	0.89%
	小计	867.75	1.34%	474.88	1.24%	256.88	0.89%
自主品牌	线下	772.45	1.19%	338.71	0.88%	—	—
	线上	1,808.76	2.79%	510.79	1.33%	268.91	0.93%
	小计	2,581.21	3.98%	849.50	2.22%	268.91	0.93%
合计		64,870.73	100.00%	38,288.05	100.00%	28,998.75	100.00%

对 ODM 及 OEM 业务，公司产品均通过线下直接销售至品牌商（或其相关方）。对自主品牌产品，公司存在通过天猫、京东、亚马逊等第三方线上平台进行销售的情况及直接销售至线下批发贸易商的情况。

（2）销售区域

①销售区域情况

在销售区域上，公司销售以境外销售为主，境内销售为辅。报告期内，发行人主营业务收入按区域分类情况如下：

单位：万元

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
ODM	美国	45,101.97	69.53%	25,857.55	67.53%	23,520.29	81.11%
	中国	11,638.49	17.94%	7,817.67	20.42%	2,227.94	7.68%
	俄罗斯	1,970.79	3.04%	2,233.72	5.83%	1,828.59	6.31%
	其他	2,710.52	4.18%	1,054.73	2.75%	896.14	3.09%
	小计	61,421.77	94.68%	36,963.67	96.54%	28,472.96	98.19%
OEM	美国	867.75	1.34%	474.88	1.24%	254.05	0.88%
	中国	—	—	—	—	2.83	0.01%
	小计	867.75	1.34%	474.88	1.24%	256.88	0.89%
自主品牌	中国	2,136.30	3.29%	390.56	1.02%	36.46	0.13%
	美国	421.25	0.65%	400.42	1.05%	121.01	0.42%
	其他	23.66	0.04%	58.51	0.15%	111.45	0.38%
	小计	2,581.21	3.98%	849.50	2.22%	268.91	0.93%

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	64,870.73	100.00%	38,288.05	100.00%	28,998.75	100.00%

②境外销售情况

对境外销售业务，在产品批量生产完成后，公司主要采用 FOB 模式销售。

报告期内，发行人境外销售收入和海关出口数据情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
外销收入 (A)	51,095.94	30,079.82	26,731.53
海关出口额 (B)	50,467.48	29,221.46	26,816.93
差异总额 (A-B)	628.46	858.36	-85.40

报告期内，发行人境外销售收入和海关出口额基本一致，略有差异系由于模具收入调整及产品价格折让所致。

③境外销售前五大客户情况

报告期内，发行人前五大外销客户情况如下：

年度	序号	公司名称	销售金额 (万元)	占外销收入 比例	占主营业务 收入比例
2020 年度	1	Guardian	35,532.08	69.54%	54.77%
	2	Newell	6,324.12	12.38%	9.75%
	3	Tion	1,970.79	3.86%	3.04%
	4	Bedjet	1,696.82	3.32%	2.62%
	5	Blueair	1,452.99	2.84%	2.24%
合计			46,976.80	91.94%	72.42%
2019 年度	1	Guardian	18,651.39	62.01%	48.71%
	2	Newell	5,091.76	16.93%	13.30%
	3	Tion	2,233.72	7.43%	5.83%
	4	Bedjet	1,764.32	5.87%	4.61%
	5	Alen Global Limited	373.11	1.24%	0.97%
合计			28,114.30	93.47%	73.43%
2018 年度	1	Guardian	16,662.97	62.33%	57.46%
	2	Newell	5,103.77	19.09%	17.60%

年度	序号	公司名称	销售金额 (万元)	占外销收入 比例	占主营业务 收入比例
	3	Tion	1,822.11	6.82%	6.28%
	4	Bedjet	1,215.51	4.55%	4.19%
	5	Synerco International Co. Ltd.	335.32	1.25%	1.16%
合计			25,139.68	94.05%	86.69%

5、公司采取目前经营模式的原因、影响经营模式的关键因素、经营模式和影响因素在报告期内的变化情况及未来变化趋势

发行人的经营模式是经过多年业务发展不断完善形成的，经过多年的市场探索和经验积累，逐渐形成了目前较为成熟的经营模式，符合公司现阶段自身发展需求及行业特点。公司目前的经营模式与行业经营模式不存在显著差异。

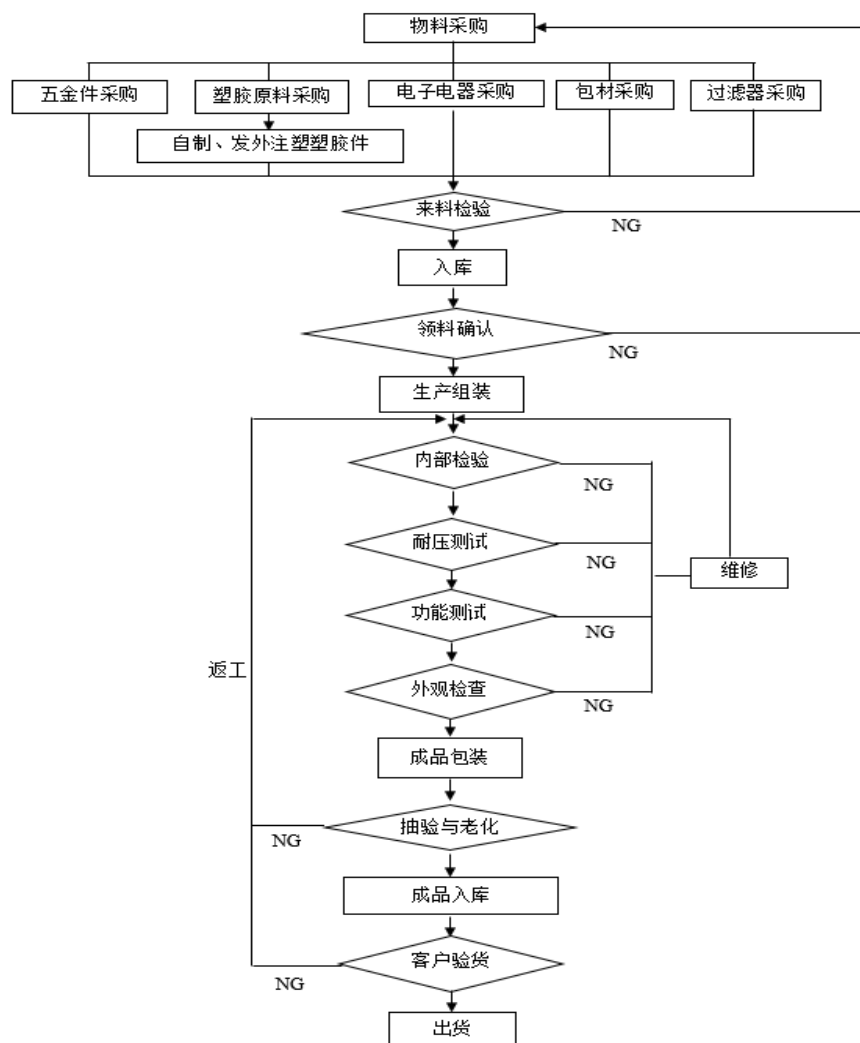
公司主要产品健康环境电器为终端消费品，宏观经济发展、行业发展状况、上下游市场供求状况、技术发展趋势、终端用户消费需求及行业竞争情况等方面均为影响公司经营模式的关键因素，影响公司经营模式选择的因素在报告期内未发生重大变化，目前也不存在可预见的导致未来重大变化的因素。

（五）设立以来主营业务、主要产品及服务、主要经营模式的演变情况

公司设立以来的主营业务、主要产品及主要经营模式均未发生重大变化。

（六）主要产品生产工艺流程图

公司主要产品为空气净化器，产品生产工艺流程图如下：



(七) 生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力

公司主营业务系专业从事健康环境电器的研发、设计、生产及销售，生产环节主要为产品组装及检测过程，经营过程中基本不产生废水、废气及固体废弃物等，对环境影响较小。

公司严格遵照执行国家环境保护相关法律法规，制定了《废弃物管理规范》等环境保护管理制度，规定了环保管理操作规程等。

根据东莞市生态环境局、东莞市生态环境局清溪分局出具的证明文件，报告期内，发行人及其子公司不存在环境重大违法违规记录。

二、发行人所处行业的基本情况

(一) 所属行业、主管部门及监管体制

1、公司所属行业及依据

公司主营业务为家用健康环境电器的设计、研发、生产及销售。根据国家统计局《国民经济行业分类》(GB/T4754-2017)，公司所属行业为制造业-电气机械和器材制造业-家用电力器具制造-家用空气调节器制造(分类代码 C3852)；根据中国证监会《上市公司行业分类指引》(2012 年修订)，公司所属行业为电气机械和器材制造业(分类代码 C38)。

2、行业主管部门、监管体制与自律组织

公司所处行业的行政主管部门为国家发展和改革委员会、工业和信息化部，行业自律管理机构包括中国家用电器协会等。

国家发展和改革委员会主要负责宏观管理，具体职责包括：根据下游产业情况研究、拟订并组织实施国民经济和社会发展战略、中长期规划和年度计划，统筹协调经济社会发展，拟订并组织实施产业政策和价格政策，推进产业结构战略性调整和升级，提出与推进国民经济重要产业发展与产业技术进步的战略和规划；制定工业行业的规划，指导行业技术法规和行业标准的拟订等事项。

工业和信息化部主要负责提出新型工业化发展战略与政策，协调解决新型工业化进程中的重大问题，承担振兴装备制造业组织协调的责任，拟订并组织实施行业规划，起草相关法律法规草案，制定规章，拟订行业技术规范和标准并组织实施，指导行业质量管理工作，提出优化产业布局、结构的政策建议，推动重大技术装备改造和技术创新，指导引进重大技术装备的创新等事项。家电行业的主管部门为工业和信息化部消费品工业司，消费品工业司的职责为承担轻工、家电等的行业管理工作。

中国家用电器协会是由国内生产家电企业及相关企事业单位组成的行业性、全国性、非营利性社会组织，是经国家民政部门核准登记注册的社会团体法人。中国家用电器协会代表本行业企业的利益，维护行业合法权益，反映会员企业诉

求,协调会员之间关系,规范会员行为,维护公平竞争与市场秩序。协会具体职责包括协助政府实施行业管理,负责企业与政府的沟通,协助编制行业发展规划和经济技术政策,参与制定与修订行业产品标准,推动行业对外交流等。

(二) 主要法律法规及规范性文件

1、法律法规

序号	法律法规	发布部门	发布时间	相关内容
1	《关于出口小家电产品实施法定检验的通知》	国家质检总局	2000 年	实施对出口小家电的产品检验。为了促进外贸发展,提高出口小家电产品的质量水平,并进一步扩大出口,充分发挥检验把关职责,将出口小家电列入法定检验范围
2	《电器电子产品有害物质限制使用管理办法》	工信部、发改委、科技部、财政部、环境保护部、商务部、海关总署、质检总局	2016 年	对电器电子产品有害物质限制使用,包括设计、生产过程中,通过改变设计方案、调整工艺流程、更换使用材料、革新制造方式等限制使用电器电子产品中的有害物质的技术措施等
3	《中华人民共和国产品质量法(2018 年修订)》	全国人民代表大会	2018 年	加强对产品质量的监督管理,提高产品质量水平,明确产品质量责任,保护消费者的合法权益,维护社会经济秩序

2、行业政策

序号	文件名称	发布部门	发布时间	主要内容
1	《国务院关于加强培育外贸竞争新优势的若干意见》	国务院	2015 年	着力推动家用电器、机械装备等行业有实力、有条件的企业加快境外产业合作
2	《空气净化器国家标准》	国家标准委、国家质检总局	2015 年	明确了影响空气净化器净化效果的四项核心指标,即 CADR(洁净空气量)、CCM(累计净化量)、净化能效及噪音标准
3	《中国制造 2025》	国务院	2015 年	对我国制造业进行全面规划,从制造大国向制造强国转变,包括完善制造业技术创新体系、强化制造基础、提升产品质量、推行绿色制造、培养具有全球竞争力的企业群体和优势产业等

序号	文件名称	发布部门	发布时间	主要内容
4	《中国家用电器工业“十三五”发展指导意见》	中国家用电器协会	2015 年	加快转变经济发展方式,要求电器工业实现产业结构调整,由“传统制造业”向“现代制造业”转变,以增强行业的竞争能力。加快转变经济发展方式,要求电器工业继续增强自主创新能力,由“技术追随者”转变“技术引领者”,谋求未来发展主动权,扶持空气净化器等健康家电及净化类产品
5	《消费品标准和质量提升规划(2016-2020 年)》	国务院	2016 年	开展家用电器产品分等分级和评价标准化工作,改善空气净化器新兴家电产品的性能和消费体验。提升多品种多品牌家电产品智能化水平,推动智能家居快速发展
6	《轻工业发展规划(2016-2020 年)》	工业和信息化部	2016 年	在家用电器行业加快新型空气和水过滤净化技术等关键核心技术的研发与产业化
7	《空气净化器能效限定值和能效等级》	国家市场监督管理总局、国家标准委	2018 年	规定了空气净化器能效限定值、能效等级、试验和计算方法

3、行业法律法规政策主要趋势以及对经营发展的影响

总体而言,国家相关法律法规及产业政策主要影响本行业向两个主要方向发展。

其一,规范化发展。2015 年,国家标准委、国家质检总局颁布实施《空气净化器国家标准》,明确了影响空气净化器净化效果的四项核心指标,即 CADR(洁净空气量)、CCM(累计净化量)、净化能效及噪音标准;2018 年,国家市场监督管理总局、国家标准委颁布实施《空气净化器能效限定值和能效等级》,规定了空气净化器能效限定值、能效等级、试验和计算方法。上述政策的颁布为本行业产品的生产制造明确了生产标准,引导行业的规范发展,同时导致了行业落后厂商的淘汰,行业产能向优势厂商集中。

其二,鼓励发展核心技术。2015 年,中国家用电器协会发布《中国家用电器工业“十三五”发展指导意见》,提出电器工业实现产业结构调整,由“传统制

造业”向“现代制造业”转变，以增强行业的竞争能力。加快转变经济发展方式要求电器工业继续增强自主创新能力，由“技术追随者”转变“技术引领者”，谋求未来发展主动权。上述政策强调了核心技术对家电行业的重要意义，体现了主管部门对电器行业发展核心技术的重视。在上述政策引导下，行业厂商不断加大对核心技术的投入，具有核心技术的企业的行业地位和市场份额均不断提升。

（三）行业基本情况

1、空气净化器行业概况

空气净化器能够吸附、分解或转化多种空气污染物，如PM2.5、花粉、粉尘、异味、甲醛等装修污染物、过敏原、细菌病毒等，有效提高空气清洁度，被广泛应用于居家、办公、医疗及工业领域。

根据污染物不同、工作原理不同，空气净化器可分类如下：

（1）按空气污染物类别分类

产品分类	污染物类别
物理污染净化类	主要包括可吸入颗粒物、重金属等污染，如花粉、PM2.5、烟雾、粉尘等
化学污染净化类	主要包括挥发性有机化合物和有害无机物引起的污染，如新家具气味挥发、室内装饰装修、户外渗入的臭氧等
生物污染净化类	主要包括细菌、真菌与病毒引起的污染

（2）按空气净化器的工作原理分类

产品分类	工作原理
被动式净化类 （滤网净化类）	用风机将空气抽入机器，通过内置的滤网过滤空气，能够起到过滤粉尘、异味、有毒气体和杀灭部分细菌的作用
主动净化类 （无滤网型）	主动式的空气净化器主动地向空气中释放净化灭菌因子，通过空气可以扩散的特点，到达室内的各个角落对空气进行无死角净化。目前市场上净化灭菌因子的技术主要有银离子技术、负离子技术、低温等离子技术、光触媒技术等

2、空气净化器行业发展历程

（1）全球市场

全球空气净化的发展主要分为三个阶段：

20 世纪 70 年代开始,市场处于启动阶段。空气净化器的市场刚刚形成,处于尚未形成消费的引导期,行业内仅存在少数几家厂商,尚未规模化;

20 世纪 80 年代进入产品规模化阶段,越来越多的消费者开始认识到空气净化产品的重要性,空气净化器销量迅速上升,大批厂商进入,形成了稳定的市场,推动了产业的规模化发展;

21 世纪开始至今,空净产品呈现多元化、智能化发展趋势,并进入产品成长期。例如,随着全球主要国家城镇化水平的提高,消费者关注“除甲醛”功能;全球新冠疫情的蔓延,消费者开始更多关注“抗病毒”功能等;物联网、智能家居概念的引入,消费者开始重视产品的智能化、可视化体验。

(2) 我国市场

与国外相比,我国空气净化器行业发展时间较短,目前仍处于成长期。最初,空气净化器进入中国市场时,主要面向特殊人群,如花粉过敏者、呼吸道疾病患者等,使用范围较低;2003 年,由于非典的影响,空气净化器开始进入大众消费者视野;2013 年,雾霾等空气污染在全国多地区爆发,推动空气净化器在国内呈现爆发式增长;2015 年至今,《空气净化器国家标准》、《空气净化器能效限定值和能效等级》等国家标准的出台,推动国内空气净化器行业规范发展。

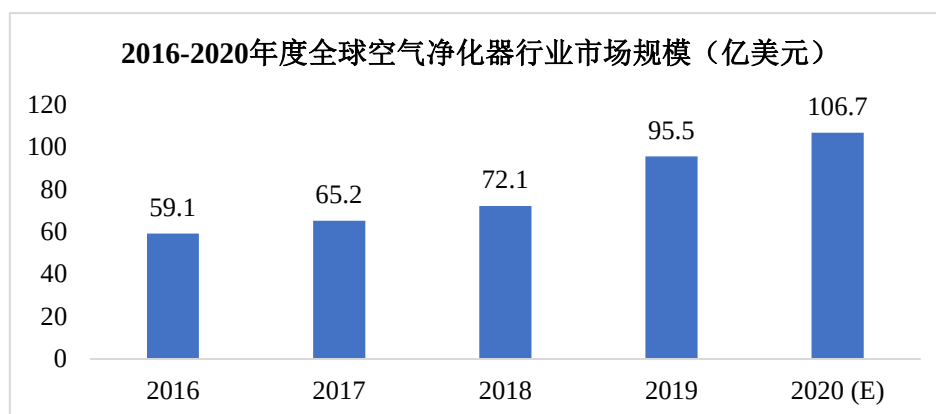
目前,在我国,空气净化器已成为受人们健康环保意识及个性化消费驱动的家电产品,市场潜力巨大。

3、空气净化器市场现状

(1) 全球市场

①市场规模

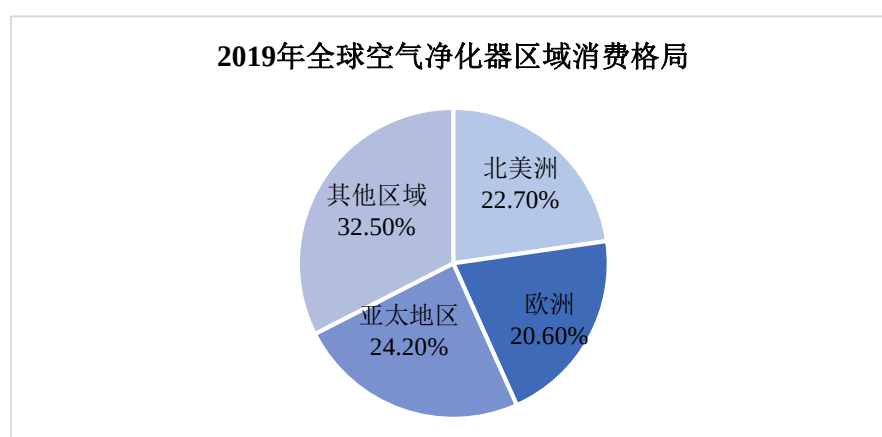
根据美国市场调研机构 Grand View Research 统计数据,全球空气净化器市场规模由 2016 年的 59.10 亿美元增长至 2020 年的 106.70 亿美元,复合年增长率为 15.92%。同时,预计 2027 年全球空气净化器行业市场规模将达到 246.20 亿美元,复合增速为 12.60%,市场规模仍将快速增长。



数据来源：Grand View Research

②市场区域分布

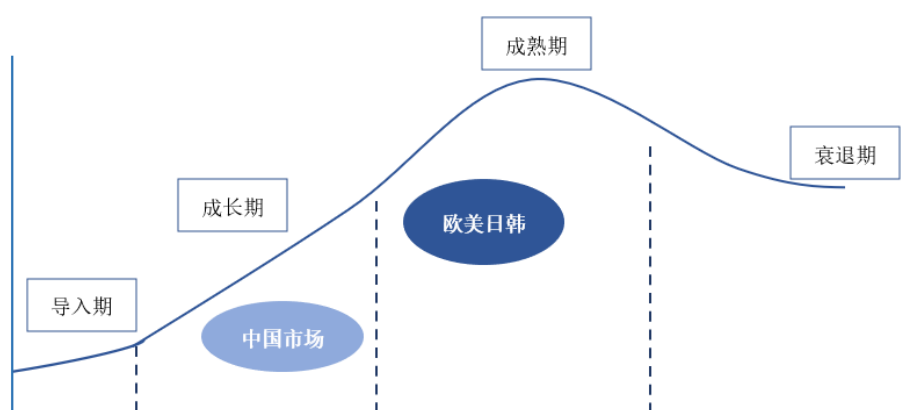
根据前瞻产业研究院的统计数据，2019 年全球空气净化器区域消费格局中，亚太地区市场份额最高，占比 24.20%，全球市场排名第二的是北美地区，占比 22.70%，具体情况如下：



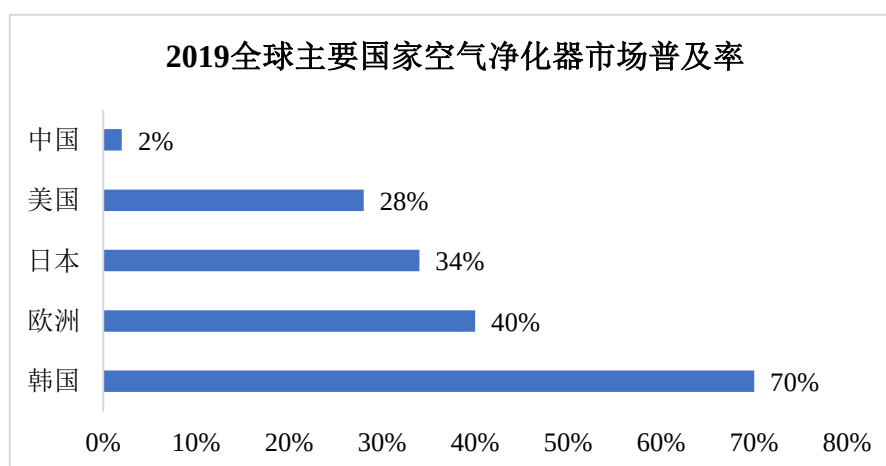
数据来源：前瞻产业研究院

③主要市场国家所处发展阶段及市场普及率

空气净化器的普及与经济发展水平、居民收入水平密切相关，相比于中国等新兴国家市场，欧美、日韩等发达国家的空气净化器市场渗透率较高，市场规模较大，市场增长主要来源于存量换机需求及平稳增长的市场扩张需求；新兴市场的市场规模快速扩张，增长较为迅速，增长主要来自于渗透率提升的新增市场需求。主要国家空气净化器行业所处发展阶段情况如下：



根据中国产业信息网的统计数据,2019年,美国空气净化器的普及率为28%;韩国、欧洲及日本的普及率分别为70%、40%及34%,与其他发达国家级地区相比,美国空气净化器市场普及率仍有较大提升空间。此外,中国空气净化器的发展处于起步阶段,空气净化器市场普及率仅为2%,远低于欧美、日韩等主要发达国家。因此,中国空气净化器市场有较大发展空间且市场潜力较大。



数据来源: 中国产业信息网

(2) 美国市场

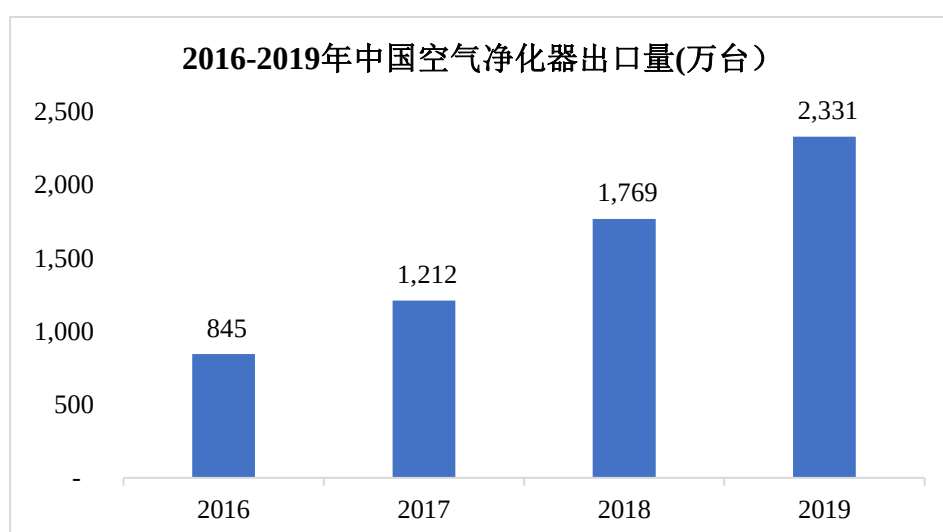
发行人空气净化器产品的主要市场为美国。美国市场对空气净化器的需求主要为过滤烟味、花粉、粉尘等物理污染源,得益于较高的经济发展水平及人均可支配收入,空气净化器在美国已成为日常必需品,市场规模较大。根据 Grand View Research 的数据,2019年美国空气净化器市场规模约为17.5亿美元,2020年将达到20.1亿美元,到2027年美国空气净化器市场规模预计将达到44.6亿美元,

2020年至2027年的复合增长率达到12.4%。

受新冠疫情影响,美国消费者对空气质量的关注度进一步提升,环境健康意识进一步增强,预计未来美国市场的空气净化器需求将会进一步提升。

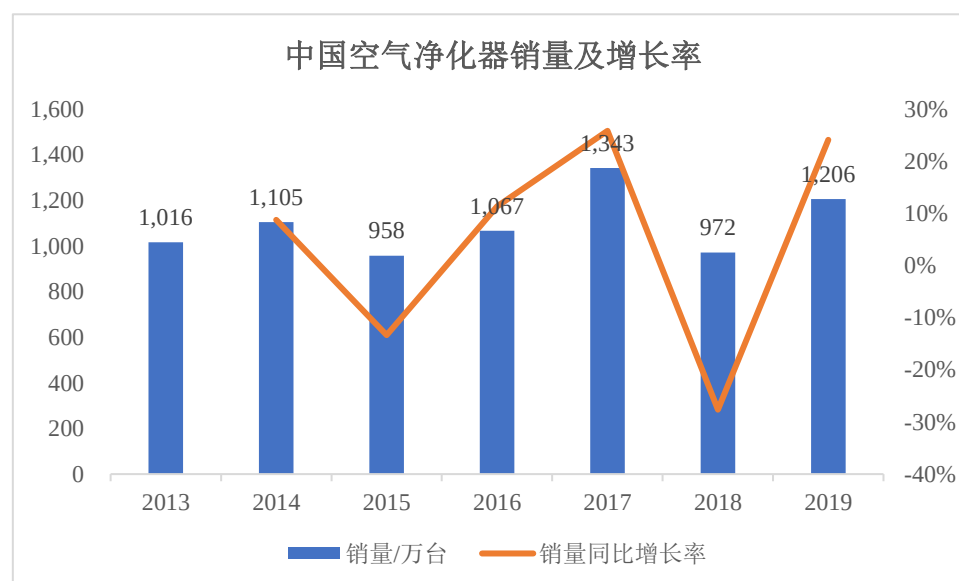
(3) 中国市场

从生产端来看,受益于中国制造业的快速发展以及环境电器产业链集群的规模效应,中国已成为全球最主要的空气净化器生产国和出口国,空气净化器出口数量、出口金额均保持快速增长。根据中国海关总署统计数据,2016-2019年我国空气净化器出口量分别为845万台、1,212万台、1,769万台及2,331万台,年复合增长率达40.25%。2016年-2019年我国空气净化器出口金额分别为3.81亿美元、5.08亿美元、6.95亿美元及7.98亿美元,年复合增长率达27.95%。



数据来源:中国海关总署

从消费端来看,根据产业在线的数据,2013年至2019年,中国空气净化器市场销售数量呈现波动上升的趋势,2013年-2019年复合增长率为2.90%。其中,2018年销量有较大幅度下滑,主要系受雾霾因素影响,2017年空气净化器销量涨幅较大,2018年,我国环境治理得到较大改善,对空气净化器除固体污染物需求有所回落;2019年,产品销量回升,较上年同比增长24.07%,主要系国内消费者逐渐由受突发环境影响引发的恐慌性消费进入理性消费时代,同时除甲醛等气态污染物的需求上升,空气净化器作为消费升级产品逐渐为普通消费者接受。



数据来源：产业在线

与欧美、日韩等发达国家相比，中国的空气净化器市场渗透率仍处于较低水平，市场处于快速成长期。随着中国经济水平的发展、人均可支配收入的提升，同时叠加突发疫情的影响，国内消费者对空气质量的关注度不断上升，预计未来健康环境电器在国内市场有望保持较快增长。

4、空气净化器行业发展特点及未来发展趋势

（1）行业发展特点

相比于传统的电视、空调等大家电行业，空气净化器行业产业分工细化的趋势更加明显，具体表现如下：

由于生活水平的提升，消费者对小家电产品的外观时尚度、使用舒适度、设计人性化提出了更高的要求，提升用户体验已成为小家电品牌厂商的首要任务。随着精品电商、互联网公司的加入，越来越多的家电品牌商将业务重心聚焦于产品定义、品牌运营、销售渠道建设及售后服务等环节，将产品设计及生产制造环节委托专业的 ODM 厂商进行，因此导致了产业分工的细化。

相比于大家电产品，小家电产品的单值较低，刚需性较弱，产品销售规模相对较低。采用研发生产及销售一体化经营，需要同时组建较大规模的研发生产及销售团队，投入较大，存在投入产出不经济的困境，面临的经营风险也相对较大。因此，越来越多的小家电行业的品牌厂商采用轻资产模式运营，将研发生产制造

环节委托 ODM 厂商进行。

在此背景下，小家电行业的生产制造环节向 ODM 厂商集中。ODM 厂商通过规模化运营，能以较高效率实现研发、生产的全过程，并通过标准化的检测环节有效保障产品质量，最终形成显著的成本优势，实现产业效率的提升。随着项目经验的累积，优秀的 ODM 厂商逐步掌握了小家电产品生产环节的核心技术及工艺，产业链地位不断提升。

(2) 未来发展趋势

①产品智能化

随着物联网、大数据的发展，智能家居产品以其人性化、操作简易化受到越来越多消费者的青睐。2016 年 6 月，国务院出台《消费品标准和质量提升规划（2016-2020 年）》，“要求适应家用电器高端化、智能化发展趋势，提升多品种、多品牌家电产品深度智能化水平，推动智能家居快速发展”。智能家居成为行业未来发展的主流。

根据《2019 年中国净化器行业白皮书》，空气净化器产品用户主要痛点包括体验感差、净化效果不可知。智能化不只是人机互联的智能化，还包括检测与显示的智能化。空气净化器的智能化有助于提升用户体验，及时呈现产品净化效果，实现空气净化器运转过程的可视化，从而更好地服务消费者。

因此，未来空气净化器将向智能化产品方向发展。

②功能多样化

随着收入水平的提升，消费者环保及健康意识不断提高，人们对舒适、健康的室内环境提出了更多要求。例如空气净化器早期主要针对物理性污染物，主要功能为除烟味、PM2.5 及花粉等物理污染源；随着全球主要国家城镇化水平的提高，消费者关注“除甲醛”功能，处理甲醛等化学性污染源成为空气净化器的又一主要功能；受全球新冠疫情影响，消费者开始更多关注杀菌、抗病毒等功能，对具有生物性污染源净化功能的空气净化器的需求明显上升。

③销售电商化

空气净化器行业销售渠道经历了多种业态的变革。对国内市场，互联网电商的兴起深刻影响了消费者的消费习惯，线上销售成为本行业主流的销售渠道。根据奥维云网统计数据，2020年，我国空气净化器线上市场销售额占比达76.8%，成为空气净化器主要的销售渠道。因此，线上渠道销售已成为空气净化器市场的“新常态”。

（四）行业技术水平、技术特点及其他特征

1、行业技术水平及技术特点

空气净化器行业的净化技术主要包括过滤器、活性炭、负离子、臭氧、光触媒、静电除尘、紫外线杀菌等，具体如下：

净化技术	净化空气方法
过滤器	主要作用为去除空气中的悬浮颗粒物，由非常细小的纤维交织而成的类似于滤纸的空气过滤网，通常为多层褶皱设计结构，目的是扩大表面积，增加对悬浮于空气中污染物微粒的捕捉效能。
活性炭	利用活性炭大表面积及多孔结构捕获气体、烟雾以及异味污染物，对气态污染物去除效果较为显著。
负离子	利用负离子本身具有的除尘降尘、灭菌解毒的特性来对室内空气进行优化，使空气中的颗粒物带电，聚结形成较大颗粒沉降达到过滤效果。
臭氧	臭氧是一种强氧化剂，有去除异味、杀菌等功能，但浓度超限时对人体有伤害。
光触媒	光触媒是一种以纳米级二氧化钛为代表的具有光催化功能的光半导体材料的总称，它涂布于基材表面，在紫外光及可见光的作用下，产生催化降解功能，能有效地降解空气中有毒有害气体及杀灭多种细菌。
静电除尘	利用高压静电场使气体电离从而使尘粒带电吸附到电极上的收尘方法，风阻小，对较大颗粒和纤维捕集效果差，易产生臭氧，形成二次污染。
紫外线杀菌	适当波长的紫外线能够通过破坏生物有机体的DNA或RNA，有效地杀灭细菌、病毒等有害物质。

目前，行业内企业一般同时将上述不同的过滤技术组合应用在空气净化器产品中，从而达到对不同形态及种类的污染源同时起到过滤效果的目的。

2、行业经营模式

空气净化器行业的主要经营模式可以分为OEM、ODM及OBM：

（1）OEM模式

OEM模式也叫贴牌生产，即品牌商不直接生产产品，而只负责产品的设计

研发,提供品牌和授权,而将生产制造环节外包给制造厂商,承担生产制造的厂商的经营模式。OEM 企业一般技术水平相对较低,面对的市场竞争较大,获取的利润也相对较低。

(2) ODM 模式

ODM 模式是指生产厂商负责产品的设计研发及生产制造环节,品牌客户则专注于品牌运营、营销渠道建设等环节。相比 OEM 模式,ODM 模式除了有生产制造外,还加入了产品的设计研发。ODM 企业一般需要拥有一定的核心技术和较为丰富的生产管理经验。

(3) OBM 模式

OBM 模式是指厂商自身除开展设计研发及生产制造外,还创立经营自主品牌,以自主品牌产品对外销售。厂商需同时兼具产品的设计、研发、生产制造及品牌运营能力,对厂商能力要求较高。

3、行业周期性、区域性和季节性

(1) 周期性

空气净化器行业主要受宏观经济环境影响,随宏观经济周期波动而具有一定波动性,与国民可支配收入水平呈正相关。总体而言,本行业周期性特征不明显。

(2) 区域性

从需求市场来看,空气净化器的市场消费与国家经济水平及国民生活水平息息相关。对全球市场,欧美、日韩等发达国家消费需求及市场份额高于新兴市场国家;对国内市场,国内一二线城市及东部沿海较发达地区的市场渗透率高于其他地区。

从供给市场来看,伴随中国空气净化器产业集群及供应链的成熟发展,中国已成为全球最主要的空气净化器生产基地,且国内产能主要集中于珠三角、长三角地区。

(3) 季节性

受主要电商平台“618”、“双十一”、“双十二”等大型电商促销活动影响，国内空气净化器线上销售呈现出一定的季节性特点；

国外空气净化器市场则不存在明显的季节性。

（五）公司所处行业与上下游行业之间的关联性

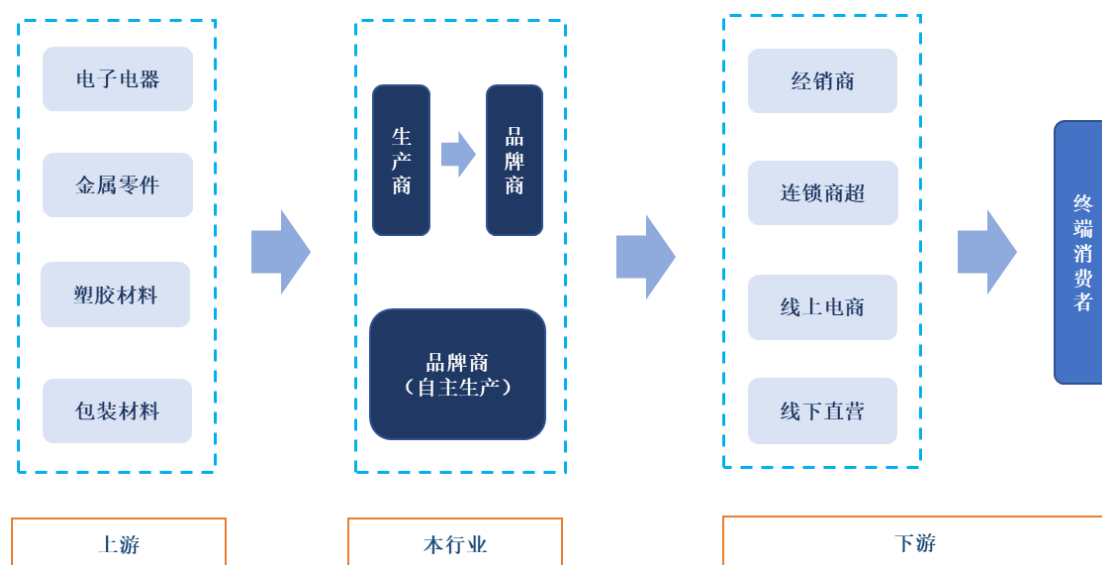
1、产业链结构

空气净化器产品的生产涉及上游塑胶材料、电子电器、五金零件及包装材料等材料的采购，上游原材料的价格变动对产品成本影响较大。

中游主要包括生产厂商及品牌商。部分品牌商进行自主生产；部分品牌厂商则聚焦品牌运营、推广及销售渠道建设等环节，将产品研发设计及生产委托专业的生产商进行。

下游销售环节包括经销商、大型连锁商超、线上电商平台、品牌直营门店等。

空气净化器行业产业链情况如下：



2、上游行业发展对本公司所处行业的影响

空气净化器上游行业主要包括塑胶材料、电子电器、五金零件及包装材料等行业。上游行业对空气净化器行业的影响主要体现在其价格波动对中游企业的毛利率及盈利能力产生较大影响，原材料价格的波动对产品成本的影响较大。

公司所处行业上游原材料供应商较为分散,产业链较为成熟,属于充分竞争性行业,主要原材料及零部件都可得到充足供应,不存在对某类原材料及单个供应商的重大依赖。

3、下游行业发展及对本行业发展的影响

公司所处行业的下游主要为线上线下各类销售渠道及终端消费者。线上渠道主要包括第三方电商平台,线下渠道主要包括经销商、连锁店、商超、品牌专卖店等。销售渠道对于产品实现销售及销售价格具有较大影响,会影响生产企业和流通企业的利益分配,对企业销售成本产生直接影响。近年来,电商业务的快速发展拓宽了行业的销售渠道,有助于避免中游企业对下游销售渠道的重大依赖。

(六) 进入本行业的主要壁垒

1、规模壁垒

空气净化器生产具有较为明显的规模效应。由于不同客户的需求不同,企业生产通常具有小批量、多品种的定制化生产特点,企业生产需要达到一定的规模才能有效降低采购成本、摊薄固定成本及期间费用,提升企业的盈利能力。规模较小的企业容易受产品价格及原材料价格波动等因素影响,自身抗风险能力较低,容易陷入经营困境。规模优势明显、成本控制优秀的企业才能立足于市场,新进入的企业因此面临规模壁垒。

2、技术及研发壁垒

空气净化器行业涉及电器制造技术、产品外观设计、电子电路设计、软件工程技术、信息处理技术、自动化技术等众多学科,还需要持续的研发投入,且对下游行业需求有较为深入的了解。此外,随着消费者对产品质量、工业设计、材料选型的要求以及政府对安全能耗的标准越来越高,新技术、新工艺及新材料越来越多地应用在空气净化器产品上,对空气净化器制造商的研发设计、生产制造能力提出了更高要求。行业内企业必须兼具较强的研发设计及生产制造能力才能获得客户认可,取得一定的市场份额,从而对行业内新进入企业形成一定的技术及研发壁垒。

3、客户资源壁垒

客户资源的积累是市场竞争至关重要的一环,获取并长期稳定维护优质的客户资源是企业生产经营的重点。与知名品牌商建立长期稳定的合作关系,一方面能够基于优质客户较强的市场开拓能力及良好信用,保障企业经营业绩的持续稳定增长;另一方面,知名客户较高的市场定位及对产品品质的高标准、高要求,亦与促进企业不断提升产品研发能力、品控能力及供应链管理的能力,两者相互促进、合作共赢,在业界树立良好口碑,从而形成良性循环,对企业开拓新市场新客户奠定基础,从而对新进入者形成客户资源壁垒。

4、认证壁垒

随着人们对环保、安全的要求逐渐提高,各主要消费国家均对空气净化器行业制定了较严格的产品认证标准,例如我国的 CCC 认证、CQC 认证,以及国际的 ETL 认证、cETL 认证、CE 认证及 PSE 认证等。新进入的企业难以保证其产品品质的一致性与稳定性,也无法在短期内通过并取得相关认证,取得产品质量认证成为进入行业的重要壁垒。同时,对于新的市场认证,对于刚成立的企业来讲,不具备经验,因而在认证中通常会遭遇阻碍,延长认证时间甚至认证失败。

5、人才壁垒

由于行业学科综合性较强,空气净化器行业对从业人员的专业能力及工程实践能力等均有较高的要求。企业对拥有足够行业技术积淀及对消费者了解研发、设计、生产团队需求较高。由于具有相关研发、设计、销售、服务经验的人才稀缺,公司人才培养的成本较高,新进入的企业因此面临人才壁垒。

(七) 行业利润水平及发展趋势

空气净化器行业的盈利水平与经营模式、产品研发能力、品牌影响力及成本管理能力等直接相关。一般而言,不具备产品自主研发能力、缺乏优质客户资源、品牌影响力较小的企业利润率较低,而具备自主研发能力、内部管理效率高、品牌知名度高、销售渠道覆盖面广的企业利润率相对较高。

随着居民生活水平的提升,健康环保意识不断增强,消费者对室内空气质量及环境健康要求日益提升,有助于行业利润水平的提高。同时,随着行业相关法规及国家标准的出台,有利于推动行业进一步规范发展,部分技术水平较低、规

模较小、运作不规范的产能有望退出市场，未来行业集中度有望提高，行业内优势企业的盈利能力有望进一步增强。

（八）行业面临的机遇和挑战

1、行业机遇

（1）生活水平提升及健康意识增强，提升对产品的需求

随着人们生活水平及人均可支配收入的提升，居民对健康保健的关注度持续提升，健康意识正逐渐增强。空气污染是导致非传染性疾病的重要影响因素之一，空气质量已逐步成为大众瞩目的焦点。根据中国环境部在 2020 年发布的《2019 年全国生态环境质量简况》，全国 337 个地级及以上城市中，环境空气质量不达标的城市占全部城市数的 53.4%。相比于欧美等发达国家，中国的空气环境依旧还有较大改善空间。

空气净化器在控制室内灰尘、细菌、颗粒污染等方面可以发挥重要作用。随着改善空气质量的意识进一步普及，消费者对生活品质要求的提升，空气净化器市场的发展空间广阔。

（2）产业政策支持为行业发展提供良好环境

空气净化器作为可以有效改善空气质量的电器产品，为消费者的健康呼吸与居家舒适度提供了保障，受到了国家政策的大力支持：

2016 年，国务院发布《消费品标准和质量提升规划（2016-2020 年）》，推动家用电器高端化、智能化发展趋势。开展家用电器产品分等分级和评价标准化工作，改善空气净化器等新兴家电产品的性能和消费体验。提升多品种多品牌家电产品智能化水平，推动智能家居快速发展。

2016 年，工业和信息化部发布《轻工业发展规划（2016-2020 年）》，提出推动家用电器等行业发展个性化定制等新型制造模式，在家用电器行业加快新型空气过滤净化技术等关键核心技术的研发与产业化。提升生产及包装设备的自动化、数字化及智能化程度。

（3）行业标准推动行业规范健康发展

2015年,国家标准委、国家质检总局颁布实施《空气净化器国家标准》,明确了影响空气净化器净化效果的四项核心指标,对评价空气净化器产品的基础技术指标与标志标注进行了明确,改善了行业部分企业资质不全、生产伪劣产品的问题,有效推动了整个行业的发展。

2018年,国家市场监督管理总局、国家标准委颁布实施《空气净化器能效限定值和能效等级》,规定了空气净化器能效限定值、能效等级,该文件要求空气净化器具有能效标识,有助于消费者更直观地进行选购,增强其消费信心。

国家及行业相关标准的实施,为行业的健康发展创造了有利的外部环境。

(4) 新产品新功能的引入促进了行业市场容量的提升

随着收入水平的提升,消费者环保及健康意识不断提高,人们对舒适、健康的室内环境提出了更多要求。例如空气净化器早期主要针对物理性污染物,主要功能为除烟味、PM2.5及花粉等物理污染源;随着全球主要国家城镇化水平的提高,消费者关注“除甲醛”功能,处理甲醛等化学性污染源成为空气净化器的又一主要功能;受全球新冠疫情影响,消费者开始更多关注杀菌、抗病毒等功能,对具有生物性污染源净化功能的空气净化器的需求明显上升。此外,随着物联网、大数据的发展,智能家居产品以其人性化、操作简易化受到越来越多消费者的青睐,智能化、网联化功能逐渐加入到空气净化器产品中,及时呈现产品净化效果,实现空气净化器运转过程的可视化,提升了用户体验。

具有新功能的新产品的不断推出,保障了本行业的持续发展,促进了行业市场容量的整体提升。

2、行业挑战

(1) 国际贸易形势复杂多变

我国是全球主要的空气净化器生产制造基地。近年来,受中美贸易紧张局势带来的不确定性影响,国际贸易受到较大冲击,经济全球化受到诸多挑战。此外,全球部分地区仍存在不同程度的贸易保护政策,全球宏观经济形势复杂多变,给我国空气净化器行业的未来发展带来一定的不确定性。

(2) 国内市场竞争规范度有待提高

随着我国法制环境的完善,以及空气净化器行业标准的逐步建立,空气净化器市场竞争处于不断规范阶段。但空气净化器进入我国市场较晚,产品市场渗透率较低,相关的产品规范、行业标准及市场竞争规范仍有待提高。此外,国内空气净化器生产企业数量众多,且中小型企业技术水平相对较低,存在一定的同质化竞争,导致行业利润率水平较低,从而限制行业技术水平及管理水平进步。

(九) 行业竞争格局

1、市场竞争格局

(1) 产品供给格局

①中国是全球最重要的家电出口国,市场份额较大

受益于制造业的快速发展,中国已成为全球最重要的家电产品制造生产基地。根据国联证券研究所数据,2018年,对美国及日本市场,中国占其小家电产品进口额的80%左右;对欧洲市场,中国占其小家电产品进口额的45%左右。在美国、日本及欧洲市场,中国制造的小家电产品占据当地市场的主要份额。

在产品供给端,中国在全球市场的市场地位为国内家电生产制造商的持续发展提供了基础保障。

②受益于在家电产业的竞争优势,我国空气净化器行业的出口规模仍处于增长态势

在全球范围内,我国家电生产制造环节具有显著的竞争优势:一方面,我国工业体系完整,具有配套完善的家电生产产业链。在珠三角、长三角地区,我国的家电生产制造具有显著的产业集群效应,主要原材料供应充足,供货响应迅速,能够充分保障家电生产制造效率;另一方面,通过多年的生产经验积累,我国在家电生产制造方面拥有领先的核心技术及生产工艺,技术体系完整,产品方案成熟,处于全球领先地位,能够充分满足客户的定制化需求。

尽管中美贸易战对我国家电行业的出口造成了负面影响,受益于在家电生产制造环节的竞争优势,近年来,我国空气净化器行业的出口规模仍处于增长

态势。根据中国海关总署统计数据,2016 年-2019 年,我国空气净化器出口金额分别为 3.81 亿美元、5.08 亿美元、6.95 亿美元及 7.98 亿美元,年复合增长率达 27.95%;2020 年,我国空气净化器出口金额为 18 亿美元,同比增长 125.6%,出口规模大幅提升。

配套完善的产业链和领先的技术体系需要长期的积累才能建立,是我国家电产业保持全球领先地位的核心竞争力所在,可以有效保障我国家电产业的持续增长。

(2) 产品需求情况

从全球市场来看,北美、欧洲、日韩等发达国家地区的空气净化器市场占据消费端主要的市场份额,市场规模较大,空气净化器存量市场的更新换代需求旺盛,长期保持稳定。根据 Grand View Research 的数据,2020 年全球空气净化器市场规模为 106.70 亿美元,预计 2027 年市场规模将达到 246.20 亿美元,复合增速为 12.60%,市场需求将继续保持较快增长。

受重大疫情及自然灾害的影响,全球消费者健康意识增强,加速了空气净化器的消费者教育进程,不仅在短期内提升了消费者对环境健康的关注度,也对空气净化器的普及率的提升具有长远的促进作用。

对美国市场,得益于较高的经济发展水平及人均可支配收入,空气净化器在美国已成为日常必需品,市场需求较大。2019 年美国空气净化器的普及率仅为 28%,与其他发达地区相比,市场普及率仍有较大提升空间。

2、行业内主要企业

序号	企业简称	企业简介
1	莱克电气 (603355.SH)	莱克电气股份有限公司成立于 1994 年,总部位于苏州,环境清洁和健康生活家电研发制造企业;经营模式为国内自主品牌销售和 ODM 出口业务;主营业务为吸尘器、空气净化器、净水机、厨房电器等小家电产品和园艺工具产品。公司 2020 年环境清洁电器(吸尘器、空气净化器)营业收入 40.49 亿,收入占比 64.47%。
2	新宝股份 (002705.SZ)	广东新宝电器股份有限公司成立于 1995 年,总部位于广东佛山,是国内较早从事设计研发、生产、销售小家电产品的企业之一。公司主要从事包括厨房、家居及个人护理的小家电。其出口业务主要以 OEM/ODM 模式展开。公司 2020 年家居电器(吸尘器、空气净

序号	企业简称	企业简介
		化器) 营业收入 18.97 亿, 收入占比为 14.38%。
3	奥佳华 (002614.SZ)	奥佳华智能健康科技集团成立于 1996 年, 总部位于厦门, 主要从事保健按摩、健康环境、家用医疗等多个板块。旗下控股子公司厦门呼博仕环境工程产业股份有限公司主要从事健康环境电器产品的研发、生产及销售, 产品包括空气净化器、新风系统、加湿器等, 奥佳华 2020 年健康环境产品营业收入 10.92 亿元, 收入占比为 15.78%。
4	康弘环保	深圳市康弘环保技术有限公司成立于 2008 年, 总部位于广东深圳。公司主要从事空气净化器、净化新风系统及相关环保材料技术研发、生产和销售。

数据来源: 如无特殊说明, 本招股说明书中同行业上市公司莱克电气、新宝股份、奥佳华相关信息及数据均来源于其定期报告等公开资料; 康弘环保相关信息来源于其公司网站。

(十) 公司竞争地位及竞争优势

1、与同行业可比公司的比较情况

(1) 同行业可比公司选取依据

发行人同行业的选择主要根据主营业务、主要产品或主要经营模式与发行人较为相似, 具有较强的可比性且可通过公开渠道获取数据。

(2) 经营情况对比

公司名称	主要产品	经营模式
莱克电气	环境清洁产品、空气净化产品、水净化及健康饮水产品、智能厨房小家电产品、个人护理产品、园林工具、电机等	自主品牌、ODM 为主; 外销为主
新宝股份	西式厨房小家电、家居护理电器、个护美容电器、水处理设备等	外销为主, ODM/OEM 为主; 内销主要为自主品牌及境外品牌代理
奥佳华	保健按摩类、健康环境类(空气净化器、新风净化机) 及家用医疗系列产品	自主品牌、ODM 为主; 外销为主
发行人	空气净化器、新风机、暖被机等	ODM 为主、外销为主

(3) 主要经营数据对比

单位: 亿元

公司名称	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
莱克电气	营业收入	40.49	37.75	40.59
	毛利率	29.42%	30.22%	27.91%
新宝股份	营业收入	18.97	11.85	11.46

公司名称	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	毛利率	21.09%	19.28%	16.10%
奥佳华	营业收入	10.92	5.64	5.84
	毛利率	28.87%	27.70%	27.71%
平均数	营业收入	23.46	18.41	19.30
	毛利率	26.46%	25.73%	23.91%
发行人	营业收入	6.49	3.83	2.90
	毛利率	25.78%	23.59%	24.09%

注：数据来源上市公司定期报告。其中：莱克电气数据为其环境清洁电器产品数据，包括吸尘器、空气净化器等产品，其中吸尘器占比较大；新宝股份数据为其家居电器产品数据，包括吸尘器、空气清新机等产品，其中吸尘器占比较大；奥佳华数据为其健康环境产品数据，包括空气净化器、新风净化机等产品。

2、公司竞争优势

（1）细分领域优势

公司自成立至今一直专注于空气净化器领域的产品设计、研发及生产，积累了超过十余年的行业经验，是空气净化器的生产制造领域最具竞争优势的企业之一。根据中国国家品牌网发布的“中国空净 2020 年度相关产品（企业）品牌评价信息发布”，在空气净化产品 ODM/OEM 领域，公司的品牌强度排名第一。

空气净化器是极具发展潜力的家电领域。在全球市场，新冠疫情、山火、沙尘暴等灾害的爆发，使全球居民对空气质量的关注度迅速提升，空气净化器的市场需求因此呈现持续增长的态势；境内市场方面，我国居民的空气净化器使用比例仍处于极低的水平，随着生活水平的提升及消费者教育的推进，空气净化器在我国市场的未来发展空间巨大。

我国是全球最重要的家电生产制造基地，具有显著的产业集群优势，为发行人的竞争优势奠定了坚实的产业基础。经过改革开放数十年的发展，全球的家电生产制造向我国聚集，形成了显著的产业集群效应。在珠三角地区，空气净化器生产制造的产业链配套完善，原材料供应充足，技术研发氛围活跃，有力提升了我国家电生产制造厂商的整体竞争实力。

发行人是我国较早从事空气净化器生产制造的企业之一，形成了细分领域的核心优势。自成立以来，公司高度重视技术研发及生产工艺提升，自主研发形成

了在空气净化器生产环节的多项核心技术，生产工艺不断提升，能够充分保障产品的质量及性能。经过十余年的发展，公司积累了超过 200 个的产品方案经验，具有良好的市场口碑及行业知名度，吸引了众多知名品牌厂商主动与发行人寻求合作。

综上，依托于行业整体的快速发展、我国家电产业的产业集群优势，发行人专注于空气净化器细分领域多年，形成了自主核心技术及行业口碑，在细分领域形成了显著的竞争优势。

（2）技术优势

公司是以 ODM 业务为主的生产制造商。在和品牌方的合作中，ODM 厂商需要根据品牌方的产品定义完成整体方案设计，ODM 厂商的核心技术水平最终决定了产品的核心性能指标。公司为高新技术企业，始终坚持自主研发为主的技术创新体系，形成了较强的技术优势。

公司的技术优势体现在整机的设计及生产环节。经过多年的经验积累，公司形成了提高空气净化能效的流体动力学技术及净化技术、提升用户体验的消音降噪集成技术、智能控制平台技术三大技术体系，涵盖了空气净化器设计、生产制造的主要关键环节，可以有效提升空气净化器的产品性能及用户体验，核心技术优势明显。

公司的核心技术优势来源于在空气净化器领域长期自主研发及大量的项目经验积累，获得了行业协会及厂商的一致认可。受行业协会委托，公司主导或参与了设计多项行业标准，包括《新风净化机颗粒物净化性能分级》、《空气净化器气态污染物净化性能分级第 1 部分甲醛》、《医用和类似用途空气消毒净化器除菌性能分级》等多项行业标准，推动了空气净化器行业的整体发展。同时，行业知名厂商大金、飞利浦等公司均和公司签署了技术开发协议，由公司为其开发设计产品，由公司解决其产品技术中的关键问题，表明了其对公司技术能力及行业地位的充分认可。

综上，发行人在空气净化器的设计生产领域拥有较强的技术优势。

（3）生产工艺优势

生产工艺是决定产品方案及核心技术的实施效果的关键环节，生产工艺水平的细微差别将可能会导致最终产品的性能迥异。经过在空气净化器领域十余年的生产经营及超过 200 个的产品方案经验积累，发行人形成了显著的生产工艺优势，具体体现在以下方面：

①定制化及柔性化生产优势

空气净化器产品具有“品类多、批量小”的行业特点，不同客户的产品呈现高度定制化的特点，单个产品订单相对较小，因此需要生产厂商拥有与之相匹配的生产能力。

针对上述生产特点，公司拥有领先的定制化、柔性化生产制造能力：通过对生产方案的合理设计分工、生产线的升级改造、自动化设备和辅助自动化设备联合应用方式的优化，公司的生产线可以高效实现快速转换生产，以灵活的产线布局来适应不同品类产品的生产需求，从而提高生产线的柔性和效率，最终实现对客户订单的快速响应。

②产品检测控制优势

产品检测控制是保障产品质量可靠稳定的核心环节，结合多年的项目实践，公司在设计及生产环节设置了超过 30 项产品检测环节，主要如下：

常规参数测试	噪音测试	CADR测试	钢球冲击测试	紫外线泄露测试
稳定性倾倒测试	摆放移位测试	脚垫污损家具测试	电源极性测试	电源线拉力测试
滤芯拆装测试	堵进风口测试	堵出风口测试	高低温测试	盐雾测试
温升测试	马达堵转测试	电容马达启动测试	低电压低温启动测试	按键寿命测试
电压波动、中断测试	不通电测试	循环测试	温湿度测试	运输测试
长期寿命测试	滤芯脏污测试	电磁兼容测试	端子插拔测试	接地电阻测试

公司组建了专业性强、经验丰富的品质控制团队，对业务全流程进行监督，持续提升产品品质保障能力。严格的品质管控使公司产品得到众多知名品牌客户

的认可，并赢得良好的行业口碑。

③体系认证优势

公司高度重视产品质量控制体系管理，建立了从客户需求响应、设计研发、生产管理、产品检测、问题分析和改进、出货管理等方面的全流程的控制体系，通过完善的质量控制体系保障产品性能的稳定。目前，公司已通过 ISO9001:2015 质量管理体系认证、ISO14001:2015 环境管理体系认证、ISO45001:2018 职业健康安全管理体系认证。

同时，根据客户及销售区域的要求，公司产品取得了多项国内外安全、环保、质量等方面的相关认证，包括中国市场的 CCC 认证、CQC 认证，北美市场的 ETL 认证、cETL 认证、欧洲市场的 CE 认证及日本市场的 PSE 认证等。

完善的质量体系及产品认证反映了发行人产品质量的可靠性，提升了发行人产品的行业认可度。

(4) 生产规模优势

目前，公司拥有年产 240 万台的空气净化器产能。根据中国海关总署的统计数据，2019 年，公司的空气净化器出口数量占中国总出口数量的份额约为 6%，出口规模行业领先，规模优势较为明显。

公司建立规范高效的生产体系，可以科学安排不同产品的生产计划，保证产能的充分利用。公司的产能及生产规模优势有效保证了客户订单的稳定供应，有利于及时响应客户对产品质量、交货周期等方面的采购需求，为公司巩固现有客户关系及开拓优质新客户提供了有力支撑。

受益于产能规模优势，公司与上游原材料及零部件供应商形成了长期稳定的合作关系，且公司对上游供应链具备一定的议价能力，在有效控制采购成本的同时，还能获得供应链资源倾斜，在上游原材料紧缺时及时、优先获得关键原材料供给。此外，较大的生产规模也有助于摊薄固定成本及期间费用，提高公司的盈利能力，从而更好地维持公司的市场竞争力。

(5) 客户资源优势

经过多年发展,公司已成为空气净化器领域具有较高行业知名度的生产制造商,与 Guardian、Newell、Blueair 等众多国际知名环境电器品牌商建立了长期稳定的合作关系。此外,近年来公司积极拓展国内市场,已与华为智选、荣耀亲选、小米生态链的企业建立了良好的合作关系,形成了客户资源优势。

公司主要的知名客户情况如下:

序号	客户名称	公司介绍
1	Guardian	成立于 2003 年,总部位于美国,主营业务为健康环境电器的品牌运营、推广及渠道建设,为北美空气净化器市场主要的参与者之一。其控股股东 Lasko 成立于 1906 年,是美国市场领先的家庭环境电器品牌厂商,主营风扇、加热器、空气净化器、加湿器等环境电器产品
2	Newell	成立于 1903 年,总部位于美国,于 1972 年在美国纳斯达克交易所上市。Newell 是全球领先的消费品公司,拥有众多知名品牌,包括知名家电品牌 Holmes、Sunbeam、Bonaire,公司产品销售至近 200 个国家,2020 年为 Fortune 财富 500 强企业
3	Blueair	成立于 1996 年,联合利华旗下家用电器品牌,专注于高效的空气过滤产品等清洁环保电器,具有较高的国际市场品牌知名度,产品销售至全球 60 多个国家
4	Tion	成立于 2010 年,总部位于俄罗斯,在全球新风和空气净化领域拥有较高品牌知名度,公司具有齐全的俄罗斯、欧洲联盟和中国的合格证和检测报告,在全球拥有 700 多家加盟商
5	柒贰零	成立于 2014 年,为华为智选合作企业,主要供应空气净化器等产品,产品和解决方案覆盖智能环境监测、空气净化及消毒、饮用水净化、消杀灭菌等多个领域
6	神州数码	成立于 2009 年,为荣耀亲选合作企业,专注于线上产品销售,为上市公司神州数码集团股份有限公司(000034)的关联方
7	七十迈	成立于 2016 年,专注于智能车载、智能出行领域产品及服务,为小米生态链企业

首先,知名品牌客户经营风险相对较小,采购需求稳定,且供应商体系完善,进入其供应体系所需认证时间较长,达成合作后,合作关系一般较为稳定,能够保障公司业务的持续稳定发展;

第二,知名品牌客户更易于利用品牌优势横向扩充品类,从而带动供应体系内企业切入到新的产品类别,扩充产品类别;

第三,知名客户拥有较高的市场定位,能够充分理解用户需求,与其长期合

作过程中,公司的产品设计研发能力、生产组织能力及品质管控能力均能得到持续打磨,进一步提升了公司的综合竞争力;

最后,优质的客户资源有助于公司在业内树立良好口碑,对拓展新客户起到了较好的带动效应,从而进一步提升公司的市场份额及盈利能力。

3、公司竞争劣势

(1) 融资渠道较为单一

公司目前处于快速成长阶段,产品研发、新增产线、日常营运等资金需求日益增长。而目前公司融资渠道较为单一,面临着融资成本较高的问题,难以满足公司业务快速发展的资金需求,在一定程度上制约了公司人才引进、项目承接、研发制造等方面的长远发展。

(2) 生产能力较难满足订单增长

随着人们对环境健康的关注提升,公司空气净化器订单数量大幅增加,且预计未来仍将保持一定水平的增长。虽然公司目前的生产能力行业领先,但现有生产场地进行产能扩充的空间依旧有限,无法满足公司订单增长带来的厂房与产能新增需求。报告期各期,公司产能利用率均处于较高水平,尽管公司已对每年产能分配进行了详尽规划,但仍难以满足下游终端客户日益增长的产品需求。产能有限已成为限制公司快速发展的重要因素。

三、销售情况和主要客户

(一) 主要产品的销售情况

1、主要产品的产能、产量与销量情况

报告期内,公司主要产品的产能、产量及销量的具体情况如下:

产品类型		2020 年度	2019 年度	2018 年度
产能(万台)		240.00	130.00	130.00
产量(万台)	空气净化器	223.46	121.75	115.65
	新风机	1.63	2.02	1.99
	暖被机	2.87	2.71	2.68
	其他产品	11.76	10.59	6.33

产品类型		2020 年度	2019 年度	2018 年度
产量合计(万台)		239.72	137.07	126.65
产能利用率		99.88%	105.44%	97.42%
销量(万台)	空气净化器	215.90	120.68	115.19
	新风机	1.79	1.91	1.76
	暖被机	2.87	3.03	2.33
	其他产品	9.94	10.44	6.77
销量合计(万台)		230.50	136.06	126.05
产销率		96.15%	99.26%	99.53%

注 1: 公司的产线为柔性产线, 通过调整可以生产多种类型的产品;

注 2: 其他产品包括加湿器、吸尘器、干鞋机、暖风机等。

报告期内, 公司产能利用率处于较高水平; 同时, 公司产品需求旺盛, 产销率均达到 96%以上, 销售情况良好。

2、主要产品的销售收入情况

报告期内, 公司主营业务收入按产品类别分类情况如下:

单位: 万元

产品类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
空气净化器	53,041.37	81.76%	30,868.40	80.62%	23,914.66	82.47%
新风机	2,321.11	3.58%	2,283.80	5.96%	1,943.63	6.70%
暖被机	1,674.71	2.58%	1,728.16	4.51%	1,183.66	4.08%
其他产品	7,833.54	12.08%	3,407.69	8.90%	1,956.81	6.75%
合计	64,870.73	100.00%	38,288.05	100.00%	28,998.75	100.00%

3、主要产品的价格变动情况

报告期内, 公司主要产品的价格变动情况如下:

单位: 元/台

产品类别	2020 年度	2019 年度	2018 年度
空气净化器	245.68	255.78	207.60
新风机	1,297.50	1,193.46	1,104.52
暖被机	583.34	569.79	507.20

(二) 主要客户的销售情况

1、前五大客户的销售情况

报告期内，发行人向前五名客户的销售情况如下：

单位：万元

年度	序号	公司名称	销售金额	收入占比	产品类别	毛利率	期末应收金额	期后回款金额
2020年度	1	Guardian	35,532.08	54.77%	空气净化器	27.28%	2,493.33	2,493.33
	2	Newell	6,324.12	9.75%	空气净化器	20.51%	2,162.35	2,162.35
	3	柒贰零	5,447.29	8.40%	空气净化器	13.86%	2,241.82	2,241.82
	4	Blueair	2,218.64	3.42%	空气净化器	23.50%	937.64	937.64
	5	Tion	1,983.08	3.06%	新风机	29.59%	299.76	299.76
	合计		51,505.21	79.40%	-	-	8,134.90	8,134.90
2019年度	1	Guardian	18,651.39	48.71%	空气净化器	24.82%	1,873.23	1,873.23
	2	柒贰零	5,944.87	15.53%	空气净化器	12.62%	1,573.29	1,573.29
	3	Newell	5,091.76	13.30%	空气净化器	21.67%	867.55	867.55
	4	Tion	2,256.16	5.89%	新风机	32.78%	443.72	443.72
	5	Bedjet	1,764.32	4.61%	暖被机	18.50%	-	-
	合计		33,708.52	88.04%	-	-	4,757.79	4,757.79
2018年度	1	Guardian	16,662.97	57.46%	空气净化器	25.65%	1,555.98	1,555.98
	2	Newell	5,103.77	17.60%	空气净化器	19.95%	856.46	856.46
	3	Tion	1,884.47	6.50%	新风机	31.14%	270.29	270.29
	4	Bedjet	1,215.51	4.19%	暖被机	21.50%	-	-
	5	柒贰零	1,192.26	4.11%	空气净化器	-4.78%	909.60	909.60
	合计		26,058.99	89.86%	-	-	3,592.33	3,592.33

注：期后回款截止日为2021年6月30日。

截至报告期末，公司前五大客户的信用期限情况如下：

序号	客户名称	信用政策
1	Guardian	每月对账后付款
2	Newell	开船日后119天付款
3	柒贰零	每月对账后开票30天付款
4	Blueair	每月对账后开票45天付款
5	Tion	发货后90日内付款
6	Bedjet	预付20%货款，其余80%货款发货后30天付款

注：每月对账日期系公司与客户约定的固定时间，对账完毕后同时开票。

公司董事、监事、高级管理人员、主要关联方或持有发行人 5%以上股份的股东及其关系密切的家庭与上述客户不存在关联关系,不存在上述客户及其控股股东、实际控制人是发行人前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

2、新增前五大客户的销售情况

报告期各期,新增前五大客户的具体情况如下:

单位:万元

年度	序号	公司名称	销售金额	收入占比	产品类别	毛利率	期末应收金额	期后回款金额
2020年度	1	Blueair	2,218.64	3.42%	空气净化器	23.50%	937.64	937.64
	2	欣旺达	839.52	1.29%	塑胶件	35.81%	239.55	239.55
	3	Super TechHealth	214.05	0.33%	空气净化器	29.63%	-	-
	4	OA Co., Ltd	212.81	0.33%	空气净化器	22.71%	-	-
	5	深圳市邻友通科技发展有限公司	163.88	0.25%	空气净化器	-19.14%	185.19	185.19
	合计		3,648.90	5.62%	-	-	1,362.38	1,362.38
2019年度	1	广州明美新能源股份有限公司	119.84	0.31%	塑胶件	64.22%	535.20	535.20
	2	神州数码	338.52	0.88%	空气净化器	11.77%	336.37	336.37
	3	深圳市润丰数码技术有限公司	289.50	0.76%	空气净化器	28.68%	-	-
	4	无限极(中国)有限公司	157.89	0.41%	产品设计及模具	74.95%	-	-
	5	北京安声科技有限公司	194.05	0.51%	新风机	26.43%	-	-
	合计		1,099.80	2.87%	-	-	871.57	871.57
2018年度	1	柒贰零	1,192.26	4.11%	空气净化器	-4.78%	909.60	909.60
	2	七十迈	108.27	0.37%	空气净化器	16.92%	63.34	63.34
	3	广东山湖集团有限公司	127.42	0.44%	空气净化器	39.17%	117.73	117.73
	4	Synerco	335.32	1.16%	空气净化器	32.14%	-	-
	5	北京秒新	232.00	0.80%	新风机	32.78%	29.20	29.20
	合计		1,995.27	6.88%	-	-	1,119.87	1,119.87

注 1: 期后回款截止日为 2021 年 6 月 30 日。

注 2: 2018 年度,公司和柒贰零合作毛利率为-4.78%,主要系公司在 2018 年开始与柒贰零合作,在业务合作前期,产品工艺处于改良阶段,生产成本较高,因此毛利率为负;2020 年度,公司和深圳市邻友通科技发展有限公司合作毛利率为-19.14%,主要系合作初期,公司对该产品的生产成本预估较低,实际生产成本较高,因此导致毛利率为负

截至报告期末,公司新增前五大客户的信用期限情况如下:

序号	客户名称	信用政策
1	Blueair	每月对账后开票 45 天付款
2	欣旺达	每月对账后开票 60 天付款
3	Super TechHealth	预付 30%货款, 其余货款交货前付清
4	OA Co., Ltd	预付 30%货款, 其余货款交货前付清
5	深圳市邻友通科技发展有限公司	月结 45 天
6	广州明美新能源股份有限公司	月结 90 天
7	神州数码	每月对账后开票 3 天付款
8	深圳市润丰数码技术有限公司	月结 30 天
9	无限极(中国)有限公司	每月对账后开票 30 天付款
10	北京安声科技有限公司	预付 30%货款, 交货前付清
11	柒贰零	每月对账后开票 30 天付款
12	七十迈	每月对账后开票 60 天付款
13	广东山湖集团有限公司	每月对账后开票 30 天付款
14	Synerco	交货后 60 天付款
15	北京秒新	交货后付款

注: 每月对账日期系公司与客户约定的固定时间, 对账完毕后同时开票。

3、与主要客户的合作历史渊源及合作模式

发行人与主要客户的合作历史渊源、合作模式情况如下:

客户名称	成立日期	是否为上市公司或其子公司	客户获取方式	合作期限	合作模式
Guardian	2003 年	否	网络途径拓展	2009 年至今	ODM 为主
Newell	1903 年	是	香港电子展	2010 年至今	ODM 为主
柒贰零	2014 年	否	北京展会	2018 年至今	ODM
Blueair	1996 年	是	上海 AWE 展会	2018 年至今	ODM
Tion	2010 年	否	香港电子展	2010 年至今	ODM
Bedjet	2014 年	否	香港贸易发展局	2014 年至今	ODM

注: 公司成立于 2011 年。2011 年以前, 公司以深圳安德迈为业务主体。深圳安德迈成立于 2005 年, 部分客户较早时间与深圳安德迈开始合作, 合作期限自其和深圳安德迈开始合作开始计算。

(1) Guardian

Guardian 成立于 2003 年, 为美国知名的空气净化器品牌, 具有较高的品牌

知名度及市场份额。公司与其合作始于 2009 年, 公司通过网络途径与客户取得联系, 至今建立了 10 余年的紧密合作关系, 为其主要的供应商, 合作模式以 ODM 为主。

(2) Newell

Newell 成立于 1903 年, 为美国纳斯达克交易所上市公司, 公司与其于 2010 年开始合作, 通过香港电子展与其建立业务往来, 至今合作 10 余年, 公司为其空气净化器业务板块最大供应商, 合作模式以 ODM 为主。公司为其旗下多个主体、多个市场供应空气净化器产品, 包括美国、加拿大、欧洲及亚洲市场, 且与其旗下多个品牌合作, 包括 Holmes、Bionaire 及 Sunbeam, 合作关系稳固。

(3) 柒贰零

柒贰零成立于 2014 年, 为华为智选合作企业, 主要通过华为智选线上渠道向终端消费者销售空气净化器产品。公司通过北京空净新风系统展览会与其于 2018 年建立业务关系, 合作模式为 ODM。报告期内业务规模快速增长, 成为公司前五大客户, 为公司主要的内销客户之一。

(4) Blueair

Blueair 成立于 1996 年, 为联合利华旗下家电品牌, 在全球空气净化行业具有较高的品牌知名度及市场份额。公司 2018 年通过上海 AWE 展会与其建立业务联系并开展前期合作, 2019 年后开始产生销售收入, 2020 年第四季度产品大规模量产后收入规模迅速增长, 公司与其合作模式为 ODM。目前与其合作主体包括国内主体及国外主体, 分别面向国内市场及全球市场的销售。

(5) Tion

Tion 成立于 2010 年, 成立之初即与公司开始合作, 为俄罗斯市场份额领先的知名新风机品牌。公司通过香港电子展与其建立业务关系, 合作模式为 ODM。公司与其旗下多个主体开展业务合作, 向其销售的产品以俄罗斯为主。

(6) Bedjet

Bedjet 成立于 2014 年, 创始人为美国航空航天局工程师, 自其成立之初便

于公司开展合作，其在美国暖被机市场享有较高的市场知名度。公司通过香港贸易发展局与其取得联系，合作模式为 ODM，公司向其销售暖被机等产品，公司对其销售规模保持较为平稳的速度增长。

4、与主要客户未来合作的稳定性

发行人和主要客户的合作具有稳定性，不存在重大不利变化的风险，具体原因如下：

（1）公司与主要客户合作时间较长，长期保持了良好的合作关系

除柒贰零、Blueair 为发行人 2018 年新开发的客户外，发行人和其他主要客户均保持了较长时间的合作。在长期的合作中，发行人和相关客户合作关系良好，未发生重大纠纷。截至目前，不存在影响各方合作的重大不利因素，因此，预计各方能长期保持合作关系。

（2）主要产品方案均为发行人研发设计，客户更换供应商具有较大风险

公司与主要客户的合作模式均为 ODM。ODM 模式下，公司负责其产品研发设计、模具开发及产品的生产制造等关键环节。由于产品方案来源于公司设计，公司能够深刻了解产品方案的各个环节，从而组织有效的产品生产，保障产品效能。

如更换供应商，新的供应商需要重新理解由公司设计的方案，重新开发相应模具，将存在较大的生产风险，不具有经济性。因此，在本行业的合作中，一旦产品完成设计研发并量产，下游品牌商通常不会轻易更换原有的生产制造商，双方的合作具有较高的黏性。

（3）公司在空气净化器领域的 ODM 业务方面形成了核心竞争力，有利于保持和相关客户的长期合作

公司是空气净化器设计及制造领域的领先企业，深耕空气净化器行业十余年，积累了丰富的行业经验，公司具有较强的技术研发实力、严格有效的品控能力以及大规模生产的规模优势，能够快速响应客户订单，向客户及时交付合格产品。根据中国国家品牌网发布的“中国空净 2020 年度相关产品（企业）品

牌评价信息发布”，公司在空气净化产品 ODM/OEM 领域，品牌强度排名第一。

因此，选择和公司合作能够高效保障相关产品的研发、设计及生产环节的可靠性。公司在空气净化器领域的 ODM 业务方面的核心竞争力是各方能够持续合作的根本所在。

(4) 2021 年 1-6 月，公司和主要客户的销售收入保持了增长

2021 年 1-6 月，公司与主要客户的销售金额情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	2021 年 1-6 月	2020 年 1-6 月	变动幅度
1	Guardian	11,683.42	8,100.33	44.23%
2	Newell	3,583.54	2,107.22	70.06%
3	Blueair	3,570.79	72.62	4,817.16%
4	Tion	1,147.48	1,038.16	10.53%
5	Bedjet	1,139.30	564.92	101.68%

注：以上数据未经审计。

2021 年 1-6 月，公司和主要客户的业务合作规模较去年同期实现了增长，各方保持了良好的合作态势。

综上，公司与主要客户的合作稳定性，不存在重大不利变化。

5、对客户品牌、技术的保护措施

发行人主要经营模式为 ODM，ODM 业务模式下，品牌商向发行人提出产品定义、外观设计、技术指标等需求，公司根据客户需求基于自身积累的技术及项目经验，提供集产品方案设计、产品研发、生产制造于一体的综合定制化服务，最终以客户品牌向其销售产品。

(1) 发行人对客户品牌、商标、名称的保护措施

对于 ODM 业务，产品涉及的品牌、商标、名称等权利，归属于 ODM 客户所有。

发行人在协议中就客户商标、品牌及名称保护与客户进行相关保护或限制性约定，如：客户拥有商品名称、商标权、品牌及设计方案等知识产权，发行人不得向第三方销售相同或易混淆商标、名称的产品。

发行人在经营过程中，严格履行与客户的相关保护及限制的约定，生产的其他产品在商标、名称等方面严格与其进行区分。

（2）发行人对技术的保护措施

ODM 业务模式下，与产品、技术及工艺相关的研发、设计由发行人负责，发行人与客户就产品研发、方案设计过程中形成的产品方案、设计、版权及相关技术等知识产权的归属进行约定，发行人与主要客户的约定具体如下：

知识产权归属	客户名称	具体内容
归属客户	Guardian	Guardian 拥有协议产品所有的知识产权，包括版权、设计、规格、图纸、专有信息等
	柒贰零	柒贰零拥有产品相关的知识产权，包括商标、技术等
	Bedjet	客户拥有协议产品所有的知识产权，包括版权、设计、规格、图纸、专有信息等
部分归属客户 部分归属发行人	Newell	Newell 对产品和包装的商业外观、视觉设计和非功能性方面的版权拥有专有权；发行人对产品设计的功能特征、产品装饰性或工业设计拥有所有权
共同拥有	Blueair	Blueair 对产品规则（即产品描述、技术细节等）或专门为客户产生的定制式工作产品拥有知识产权；其他类型的知识产权，双方共同拥有
未约定	Tion	未对知识产权归属进行约定

①针对归属客户或部分归属客户的知识产权

发行人与客户在协议中约定，客户享有产品全部或部分知识产权，发行人不得应用相同或相似技术、产品方案等知识产权向第三方销售产品。

发行人在经营过程中，严格履行与客户的相关限制条款，不对该外观设计、技术方案等知识产权申请专利。同时，主动规避相同的技术方案、外观设计，生产的其他产品在外观设计、产品方案、技术等方面严格与其进行区分。

②针对归属发行人或共同拥有的知识产权

发行人在与客户合作过程中，与客户签署保密协议或在相关协议中约定保密条款，合同双方严格履行对相关技术方案、技术参数及生产工艺的保密义务。

发行人通过以下措施对自有知识产权进行保护：

A、公司对知识产权保护进行明确规定，严格控制知识产权资料及信息，制

定相关制度规定明确相关人员的保密责任、奖惩措施；

B、与核心技术人员及关键研发人员签署《保密协议》、《保密、知识产权与竞业禁止协议》，降低技术知悉人员的泄密风险；

C、及时将相关研发成果、核心技术申请专利，受法律承认及保护。

6、不同业务模式的产品定位及对比情况

公司的 OEM 业务主要用于满足 ODM 客户的延伸性需求，并非公司重点布局的业务领域。OEM 模式下，由品牌方提供完整的产品设计方案，发行人负责生产且所生产产品仅可销售给品牌方，发行人不得采用该设计方案为第三方生产产品。OEM 业务定位和 ODM、自主品牌具有较大差异。

截至 2020 年末，公司 ODM 及自主品牌业务的产品定位及对比情况如下：

业务模式	ODM	自主品牌
主要产品	空气净化器	加湿器
其他产品	暖被机、新风机	空气净化器、新风机
主要销售区域	美国	中国

对空气净化器及新风机，ODM 业务及自主品牌业务具有一定的重叠，上述业务的对比情况如下：

(1) 空气净化器

发行人自主品牌的空气净化器销售主要分为线上销售和对神州数码的线下销售。除神州数码外，公司不存在对其他线下厂商销售自有品牌空气净化器的情况。

神州数码系荣耀亲选合作企业。发行人和荣耀公司达成合作后，由神州数码作为采购平台向发行人采购。荣耀公司在和家电生产商直接合作时，较多采用生产厂商的自主品牌，发行人向其销售自主品牌产品系根据荣耀公司的合作惯例所执行。

一方面，公司销售的自主品牌产品均为自主设计研发及生产，不存在侵犯其他公司知识产权的情况；同时，公司和客户的协议均不存在禁止公司销售自有品牌的条款，公司销售自有品牌产品不存在限制性障碍；另一方面，销售自

主品牌产品系公司进行品牌宣传的方式。截至目前，自主品牌的空气净化器业务规模较小，并非发行人的业务重点。

综上，公司自主品牌业务销售空气净化器的规模较小，以产品宣传为主要业务定位，不会对发行人 ODM 业务造成重大不利影响。

（2）新风机

公司自主品牌的新风机产品系收购北京秒新所形成，主要针对境内市场；公司 ODM 业务的新风机产品主要系对 Tion 公司的业务，主要针对俄罗斯市场。

因此，公司自主品牌的新风机及 ODM 业务模式的新风机在产品定位及销售区域方面有明显差异。

综上，基于目前的市场及公司经营情况，发行人未来仍将以 ODM 业务作为主要的销售模式；自有品牌是公司未来培育发展的方向。公司未来拓展自主品牌业务的重心主要为国内市场，拓展的产品品类主要为新风机、加湿器等产品，和 ODM 客户的业务具有较为明显的界限；OEM 业务不是公司发展的重点，主要用于满足 ODM 客户的延伸性需求。因此，公司 ODM 业务、OEM 业务及自有品牌业务在产品定位、销售区域方面有明显差异。

7、与主要客户的销售框架协议的主要内容

发行人与主要客户的销售框架协议的主要内容如下：

客户名称	销售框架协议主要内容
Guardian	1、采购订单 买方应向供方下达书面采购订单来采购产品，订单需说明订购的产品、数量及交付日期。供方接受任何采购订单均应在收到该订单后五天内及时向买方发送接受通知告知买方。 2、采购价格 （1）采购订单应视为本协议的组成部分，采购价格以 FOB 深圳为条件，包含包装费用。 （2）买方要求供方不得在一年内提价，但如将来订单数量变大，双方在诚信基础上，不论涨价或降价，经协商一致后可以确定新的价格。 （3）所有的款项均应以美元为单位。 3、交付及延期

客户名称	销售框架协议主要内容
	(1) 如产品延期交付, 针对被延期的产品, 买方有权自交付日之次日起每满一日收取相当于采购订单总额 0.5% 的违约金, 但因不可抗力造成的除外。违约金不应超过延期产品所属采购订单总额的 100%。因任何原因(不可抗力除外) 导致任一采购订单下的任何产品在交付日期后 30 日内未交付的, 买方有权书面通知供方取消该采购订单下尚未交付的产品。 (2) 如交付延期, 供方应采取一切合理措施尽量减少因延期交付给买方造成的损害和损失。如因供方原因不能按照最初预定时间交货的, 在不给买方造成额外费用的前提下, 供方应采取诸如支付材料速成费、额外运输费或加班费等加急措施, 以保证及时交货或尽量减少延误。 4、质量控制 在供方生产每批产品的期间, 供方应检测每件完工产品的规格和质量, 以符合采购订单及本协议中规定的规格。在产品生产期间, 买方有权不定时要求供方提供产品的图片以检验产品质量。 5、验货和保修 (1) 买方或其代理、客户或其他受托人有权在产品于进口港通关后四十天内对产品进行检验, 如发现产品不符合本协议的规定或产品原材料、质量或工艺有表面瑕疵的, 上述人员有权拒收。如买方在上述四十天的期限内未予以回复, 视为买方已接收该产品。 (2) 所有不符合本条规定的产品将被退还供方, 相关费用由供方承担。经买方决定, 供方应采取一切合理措施, 及时(最迟不晚于买方通知后的 30 日内) 以符合本协议规定的产品替换不符合规定的产品; 或针对不符合规定的产品所对应的相应金额, 向买方开具信用证明(即买方有权在下次付款时少付相应金额)。 (3) 买方已接受的产品, 供方仍需明确保证协议项下的产品完全符合协议的所有规定, 并保证产品适宜销售、所用原材料质量上乘、产品无瑕疵且符合规定的用途, 并保证产品在交付正常使用 2 年后仍符合设计和规格的要求。 (4) 如产品出现一定规模的质量问题, 供方同意自行承担费用协助买方解决技术问题, 并负担买方所造成的损失、责任、赔偿、费用或支出。同时, 买方可自行决定将其所库存的产品退还给供方, 供方在收到退还原料授权后将负责修理、更换和相应的运输、保险费用。买方同时有权立即通知供方终止合同, 假使买方同意向供方承担因该终止行为造成的多出的原材料损失。供方有权在买方现场检查产品的缺陷或不合格产品。 (5) 供方保证所交付的产品在正常使用过程中不应存在严重威胁人身和财产安全的产品品质缺陷, 如产品在使用过程中或经鉴定存在上述灾难性故障情形的品质缺陷, 供方应当立即对产品采取补救措施, 未销售的产品下架或召回处理, 已销售的产品进行维修、更换配件或更换整机等措施, 相应的费用由供方承担。 6、知识产权 买方拥有所有知识产权, 供方同意不会使用或以任何其他直接或间接的方式试图注册上述知识产权或任何与该知识产权相似足以导致混淆的知识产权, 或协助他人进行上述活动, 除非本协议或买方书面明确授权。 7、保险及赔偿

客户名称	销售框架协议主要内容
	供方应投保综合一般责任保险,包括违约或产品责任保险,最低保额应经买方同意。经买方要求,供方须提供书面的保险凭证以证实其已投保。
Newell	1、采购订单 产品和附加产品应使用买方标准形式的采购订单进行订购。此类采购订单应规定订购的产品数量、交付时间表和最终运输目的地。 2、采购价格 产品的价格应在本协议有效期内保持稳定。 3、质量保证 供应商认同,产品应在设计、规格、质量标准和性能方面为买方所接受。此外,产品应符合或超过新产品开发和产品启动授权政策和程序文件中规定的最低可接受质量水平。未经买方书面同意,不得偏离买方制定的设计、规格或质量标准。供应商同意制定并保存适当的测试和检验程序,以确保符合本款要求。 4、产品保证 供应商保证产品质量良好、适销,无材料和工艺缺陷(以及设计缺陷,若设计归供应商所有),严格符合协议规范和标准,并通过质量控制检验和测试。若供应商的行为构成重大过失或故意不当行为,不符合本款的要求,买方在不限其权利的情况下,可立即终止本协议,并要求赔偿因供应商所遭受的任何和所有损失。 5、赔偿 供应商应保护买方、其母公司、子公司、关联机构实体及其各自的高级管理人员、董事、股东、雇员和代理人及其客户免受任何和所有损害、处罚、损失、责任、判决、和解、裁判、费用和开支,包括但不限于因供应商履行或不履行本协议而产生的或与之相关的任何索赔、主张、要求、诉因、诉讼、法律程序或其他诉讼产生的律师费和调查费。 6、客户退货 如果费用是由制造或材料相关缺陷或供应商自身的设计错误造成的,则供应商应承担与客户退货相关的所有费用(包括但不限于分析测试、退货运费)。供应商分析和处理由供应商(与生产相关的方面或供应商自身设计错误)造成的客户退货。 7、商标和设计限制 (1) 供应商承认买方或其子公司拥有商品名称、商标权、品牌名权或模型名称权,除本协议规定外,供应商不得以任何方式使用商标名称或任何具有混淆性的相似商品名称或商标权。 (2) 买方对本协议所涵盖的产品和包装的商业外观、视觉设计和非功能性方面的版权拥有专用权。产品设计的功能特征、产品装饰性或工业设计所有权为供应商。
柒贰零	1、采购订单 采购将由客户发出的书面或电子订单启动,客户订单应写明数量、产品、可适

客户名称	销售框架协议主要内容
	用的价格、运输指示和交货期,所有采购订单均受本协议约束。如因市场变化或其他不可预测因素导致客户对产品需求发生变化,经双方协商一致后,客户可终止订单,相关善后事宜由双方另行协商确定。 2、价格、支付和税费 (1) 价格: 供应商按照在相关工作说明中约定的价格向客户提供商品,如相关工作说明中未约定,则根据双方按本协议约定的方式确定的报价单价格执行。 (2) 报价: 供应商在双方约定的或客户要求的期限内,按客户提供或同意的报价单向客户报价,经客户确认的报价单价格为确定的产品价格,直至被双方确认的新价格取代,最新确认的报价单优先适用。 (3) 税款: 除非另有明确约定,否则约定的价格为供应商将产品交付至交付地点的最终价格,已包含所需的材料、管理、人工费及相关的税费。 3、交货 (1) 交货期将采用采购订单中的规定执行,但除非经供应商事先书面同意,客户采购订单中规定的交货期不应短于相关工作说明约定的标准前置期,如供应商的交货可能延迟,供应商应立即书面通知客户,并列明延迟的原因。 (2) 未经供应商书面同意,客户不得延期提货,若提货已经延期,或根据供应商的合理判断明显会延期提货的,供应商有权根据其单方面的选择分别或同时采取下列措施而不承担任何费用和责任: ①要求客户采用最快的方式提货; ②重新提供提货计划; ③按照货物完成的时间计算付款账期,到期无论客户是否完成提货,都需支付此批货物全额货款。同时,供应商有权要求客户支付滞纳金,按每延期一天延期提货部分货值的0.1%计算。 (3) 所有权转移: 产品交付前产品所有权由供应商保留,产品灭失及损坏风险由供应商承担。产品交付后所有权由客户享有,产品灭失和损坏风险由客户承担,但所有权和风险责任转移并不免除供应商对由于供应商原因或产品固有缺陷导致的产品故障、损坏或灭失所应承担的责任。 4、质量和验收 (1) 客户可以选择在客户或其用户、第三方场所对产品进行检验和测试,在收到供应商交货后,按约定的时间、方法和标准对产品进行入场检验。客户可拒绝接受不符合测试及验收标准的产品,客户也可根据自身选择按较低标准接受供应商交付的货物,前提是供应商同意客户按符合产品实际品质等级的价格支付货款。缺陷产品的退返按规定的退返物料核准流程执行。 (2) 批量故障: 如发生批量故障,供应商应在3个工作日内提出行动计划以修正产品的缺陷,并在客户批准该行动计划后,立刻实施。若客户不接受供应商提出的行动计划,客户可要求供应商根据客户的选择对故障产品进行修理、更换或退货。双方同意尽合理的努力在客户向供应商发出批量故障的书面通知后20个工作日内完成修理或更换。 5、知识产权 (1) 授权和许可: 供应商授予客户所有必要的知识产权权利,使客户能够自行或通过第三方推广、分销、销售、使用、支持本协议及相关工作说明项下的产品和服务以及相关任何结果。

客户名称	销售框架协议主要内容
	(2) 客户技术: 双方同意, 客户拥有为其开发的技术, 供应商同意向客户转让为其开发的技术中的所有知识产权和权益。
Blueair	1、下订单、数量及预测 (1) 采购订单流程: 客户提交采购订单, 供应商 3 天时间内以书面形式拒绝订单, 否则视为自动接受该订单。供应商所能拒绝的订单仅限于超出合同文件中所列数量限制或其他参数 (包括约束性预测) 的订单, 而且供应商拒绝的内容不可以包括合同文件中所列限度或参数范围内的订单部分。如果适当地拒绝数量, 双方秉诚合作, 研究出双方同意的解决超量要求的计划。 (2) 客户可能通过通信或电子预定系统同意订购和供货的约束性数量, 约束性预测必须由双方同意, 其数量仅在清楚表达为承诺的或确定的内容时才具有约束力。 2、价格和发票 (1) 产品和服务的价格列于合同文件。除非合同文件另有注明, 所述价格应包括: ①一切运费、准备和相关包装费用; ②包括所有关税和预提税 (我方会根据相关法律扣除所需的预提税额并向你方提供证据, 证明已付给相关部门); ③不包括增值税、销售税, 或是销售或服务税的等价点。 (2) 供应商发票必须符合客户的发票要求。 3、交付 (1) 产品所有权和风险应在产品按照合同文件所列地点交付我方或我方承包商时转移至我方。 (2) 客户没有义务且通常不在产品交付时检视产品, 客户依赖供应商的质量确保过程来保证交付合规产品。在接受交付时以及接收伴随货物的文件等内容时, 并不意味着消除或减少供应商对于产品的义务或免除对于不合规供货的补救措施。 4、质量保障 (1) 质保时间由工厂出厂日后计算, 质保 18 个月。 (2) 对于质量有缺陷的产品, 供应商的免赔率为 1%, 按照一个订单的不良率计算基础。 ①不良率低于 1%时, 对于不良品, 供应商提供免费维修备件。 ②不良率大于或等于 1%时, 供应商需要赔偿等价值及其或等价金额或者免费进行维修。 5、不合规行为 供应商未履行合同文件中承诺而导致客户产生的合理费用、开支、责任和损失, 供应商必须报销全部, 包括关于不合规产品的移除、存储和销毁的费用、质量和安全评估费用、无法出售的库存费用、返还或替换不合规产品的成本, 以及浪费的进口关税和购买替代服务的额外成本。 6、知识产权 (1) 背景知识产权: 知识产权在合同开始前存在或独立于合同之外被创建的,

客户名称	销售框架协议主要内容
	其所有权不受合同影响保持不变。 (2) 新生成知识产权: 在履行合同过程中新生成的知识产权, 有单独的书面协议说明何方拥有相关供货的新生成知识产权, 则按照书面协议中所列的知识产权分配方式分配。若没有单独书面协议说明何方拥有新生成的知识产权, 则针对产品或服务规则(即产品描述、技术细节等)或专门为客户产生的定制式工作产品, 则客户拥有知识产权; 若为其他类型的新生成知识产权, 则双方共同拥有, 客户可以使用并以其他商业方式利用与产品相关的新生成知识产权。
Bedjet	1、采购订单 买方应向供方下达书面采购订单来采购产品, 订单需说明订购的产品、数量及交付日期。供方接受任何采购订单均应在收到该订单后五日内及时向买方发送接受通知告知买方。在采购订单下达后五日内, 买方可修改该订单, 无需承担相关责任。 2、采购价格 买方要求供方不得在一年内提价, 但是如将来订单数量变大, 双方在诚信基础上经协商一致可以确定新的价格, 所有的款项均以美元为单位。 3、交付及延期 如产品延期交付, 针对被延期产品, 买方有权自交付日之次日起每满一日收取相当于采购订单总额 0.5% 的违约金, 但因不可抗力造成的延迟除外。违约金不应超过延期产品所属采购订单总额的 70%。因任何原因(不可抗力除外)导致任一采购订单下的任何产品在交付日期后 30 日内仍未交付的, 买方有权书面通知供方取消该订单下尚未交付的产品。 4、质量控制 在供方生产每批产品的期间, 供方应检测每件完工产品的规格和质量, 以符合采购订单及本协议中规定的规格。在产品生产期间, 买方有权不定时要求供方提供产品的图片以检验产品质量。但这种活动在任何意义上不得被理解为取代买方收货时对产品进行检验的权利。 5、验货和保修 (1) 买方或其代理、客户或其他受托人有权在产品于进口港通关后 10 日内对产品进行检验, 如发现产品不符合本协议的规定或产品原材料、质量或工艺有表面瑕疵的, 上述人员有权拒收。如买方在上述四十天的期限内未予以回复, 视为买方已接收该产品。 (2) 所有不符合本条规定的产品将被退还供方, 相关费用由供方承担。经买方决定, 供方应采取一切合理措施, 及时(最迟不晚于买方通知后的 30 日内)以符合本协议规定的产品替换不符合规定的产品; 或针对不符合规定的产品所对应的相应金额, 向买方开具信用证明(即买方有权在下次付款时少付相应金额)。 (3) 买方已接受的产品, 供方仍需明确保证协议项下的产品完全符合协议的所有规定, 并保证产品适宜销售、所用原材料质量上乘、产品无瑕疵且符合规定的用途, 并保证产品在交付正常使用 2 年后仍符合设计和规格的要求。

客户名称	销售框架协议主要内容
	(4) 如产品出现一定规模的质量问题, 供方同意自行承担费用协助买方解决技术问题, 并负担买方所造成的损失、责任、赔偿、费用或支出。同时, 买方可自行决定将其所库存的产品退还给供方, 供方在收到退还原料授权后将负责修理、更换和相应的运输、保险费用。买方同时有权立即通知供方终止合同, 假使买方同意向供方承担因该终止行为造成的多出的原材料损失。供方有权在买方现场检查产品的缺陷或不合格产品。 (5) 供方保证所交付的产品在正常使用过程中不应存在严重威胁人身和财产安全的产品品质缺陷, 如产品在使用过程中或经鉴定存在上述灾难性故障情形的品质缺陷, 供方应当立即对产品采取补救措施, 未销售的产品下架或召回处理, 已销售的产品进行维修、更换配件或更换整机等措施, 相应的费用由供方承担。 6、知识产权 买方拥有所有知识产权, 供方同意不会使用或以任何其他直接或间接的方式试图注册上述知识产权或任何与该知识产权相似足以导致混淆的知识产权, 或协助他人进行上述活动, 除非本协议或买方书面明确授权。 7、保险及赔偿 供方同意如因供方或其雇员或代理人实际或被指控违约或疏忽而直接或间接导致买方的任何索赔(包括产品责任)、主张、费用、损害及任何形式的责任, 供方应赔偿并确保买方及其关联公司及其管理人员、董事、雇员及代理免于承担上述责任。供方应投保综合一般责任保险, 包括违约或产品责任保险, 最低保额应经买方同意。经买方要求, 供方须提供书面的保险凭证以证实其已投保。
Tion	1、合同价格和付款 (1) 合同中表述的货币单位为人民币(CNY)。 (2) 每批货物的数量、交货时间、单价以及付款条件由双方在本合同的单独规范中商定。 (3) 根据本合同规定的银行详情, 通过银行转账支付货款, 因逾期付款造成货物延迟交货的, 由客户承担责任。 (4) 客户法人实体与供方的应收账款金额不能超过 120 万美元。 2、货物的质量、验收和保证 (1) 自供应商将货物交付给客户的货代之日起 18 个月的保修期内, 货物符合客户的技术规范和技术文件(如由客户移交), 并保持了货物技术文件规定的技术特征。但是, 若货物因运输不当而不能正常操作, 则免除保修。 (2) 应按客户认可的方法对每组装好的货物进行控制检查。 (3) 货物应在装运之日前至少 10 个工作日准备好以供客户检查。 (4) 若在质量保证期内发现缺陷产品的数量超过交付批次货物总数量的 1.5%, 供应商应根据客户的书面要求, 自费将缺陷产品更换为高质量产品, 或向客户提供维修缺陷产品的所需备件, 并不向客户收取任何费用。同时, 向客户所在地运送替换货物和备件的费用由供应商承担, 交货必须在货物的下一次最晚交出时进行, 在任何情况下, 不得晚于客户请求之日起 30 天。

客户名称	销售框架协议主要内容
	3、双方责任 若由于供方过失而违反交货时间,则供方有义务应客户要求,在相应要求规定的期限内,每延迟一天向客户支付违约金,金额为延迟货物货值的 0.1%。若客户违反本合同规定的条款,应供方要求,每延迟一天,客户应支付未付款额 0.1%的违约金。 4、合同效力 本合同在双方签署之日起生效,有效期至 2021 年 12 月 31 日,有关付款和质保问题。合同效力直至双方完全履行各自的义务前不变。

8、Guardian 被 Lasko 收购对发行人的影响

2020 年 12 月, Guardian 被 Lasko 收购, 控股股东发生变更, 但预计不会
影响公司与 Guardian 的合作稳定性, 主要原因:

(1) 发行人与 Guardian 合作的持续性

①Lasko 收购 Guardian, 基于其对空气净化器领域布局的战略目的, Guardian 的供应商渠道是 Lasko 收购的重要组成部分

Guardian 成立于 2003 年, 专注于美国、加拿大北美空气净化器市场, 在北美空气净化器市场具有较高的行业品牌知名度及品牌优势; Lasko 成立于 1906 年, 是美国市场领先的家庭环境电器品牌厂商, 收购 Guardian 之前, 主营风扇、加热器、加湿器等环境电器产品, 具有较高的市场知名度;

收购 Guardian, 是 Lasko 在空气净化器领域进行的战略布局, 着力于提升 Lasko 在空气净化器领域的核心竞争力。在收购前, Lasko 在空气净化器领域的业务相对较少, 缺少成规模的空气净化器生产供应体系。收购完成后, Guardian 原有的供应商渠道对 Lasko 具有重要意义。

发行人为 Guardian 空气净化器产品的核心供应商, Guardian 的产品主要由发行人独家设计、研发并生产。发行人和 Guardian 的长期合作对 Guardian 的品牌成长和业务发展具有重要意义。因此, 收购完成后, 维持和发行人的良好合作关系对 Lasko 具有重要意义, Lasko 将继续保持和发行人之间的稳定合作。

②发行人是健康环境电器领域的领先生产制造企业, Lasko 亦有意愿与发行人进行持续合作

我国是全球重要的家用电器生产制造产业基地，公司是我国健康环境电器生产制造领域最具核心竞争力的厂商之一。根据中国国家品牌网发布的“中国空净 2020 年度相关产品（企业）品牌评价信息发布”，在空气净化产品 ODM/OEM 领域，公司的品牌强度排名第一。

基于我国在家电行业生产制造的地位以及发行人的核心竞争力，Lasko 不具有主动更换发行人的商业动机；另一方面，Lasko 以双方在空气净化器领域的合作为契机，和发行人在其他产品领域进行业务接洽。目前，双方已经就风扇、暖风机等产品进行业务探讨，预计未来能够成为发行人新的收入增长点。

③收购完成后，Guardian 与发行人之间的业务规模同比处于增长趋势

收购完成后，2021 年 1-6 月，公司对 Guardian 的收入为 11,683.42 万元，较收购前同期增长 44.23%，业务规模同比增长较大。

综上，鉴于 Lasko 收购 Guardian 系基于对空气净化器领域布局的战略目的，Guardian 的供应商渠道是 Lasko 收购的重要组成部分；同时，发行人是健康环境电器领域领先的生产制造企业，Lasko 亦有意愿与发行人进行持续合作。预计 Lasko 对 Guardian 的收购不会影响公司与其合作的稳定性。

(2) Guardian 被 Lasko 收购后原订单执行情况

2020 年 11 月底，公司对 Guardian 的在手订单金额 15,472.15 万元；截至 2021 年 6 月末，公司订单合计交付 12,853.99 万元，交付比例 83.08%。部分订单尚未执行完的主要原因为：2021 年 5-6 月，深圳盐田港发生新冠疫情，产品出口因此停滞；2021 年 2 季度，国际货运船运货柜供给紧张，运费上升明显，客户推迟了相关订单交付时间。

总体而言，Guardian 被收购后，原订单执行比例较高，情况整体良好。

(3) Guardian 被 Lasko 收购后新签订单情况

收购后，Guardian 根据产品市场需求及自身销售情况向公司下达订单，截至 2021 年 6 月 30 日，Guardian 与发行人新签订单金额为 4,923.63 万元，已执行金额为 2,638.85 万元，订单执行比例为 53.60%。受新冠疫情及运费价格上涨影响，公司目前对订单整体交付有所滞后，在原有订单尚未执行完毕的情况下，

Guardian 放缓了下单速度，具有合理性。

（4）Lasko 同类产品的原供应商情况，发行人是否存在被其他供应商替代的风险

收购 Guardian 前，Lasko 主营产品为取暖器、风扇等产品，空气净化器业务较少，缺少成规模的空气净化器生产供应体系，发行人被其他供应商替代的风险较低。

综上分析，Lasko 对 Guardian 的收购不会影响公司与其合作的稳定性，收购后原订单正常交付执行，新签订单下达正常，发行人被其他供应商替代的风险较低。

9、客户集中度情况

（1）客户集中度与同行业可比公司的对比情况

报告期内，公司与同行业可比公司前五大客户收入占比情况如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
莱克电气	42.46%	37.84%	39.75%
新宝股份	25.42%	27.37%	30.67%
奥佳华	28.43%	23.82%	27.44%
发行人	79.40%	88.04%	89.86%

注：上表数据来自上市公司年报。

与同行业可比上市公司相比，报告期内公司前五大客户收入占比较高，主要系由于发行人目前发展所处阶段导致。

发行人目前处于快速成长期，整体业务规模较小。报告期内，受产能限制，发行人在拓宽产品类别、开拓新客户方面均存在一定约束，发行人优先响应主要核心客户的订单需求，因此导致发行人整体客户集中度偏高。

公司前五大客户收入占比较高的具体分析如下：

①同行业公司业务规模均远高于发行人，产品种类更较为丰富，有利于降低客户集中度

报告期内，发行人和同行业公司收入对比情况如下：

单位：亿元

公司名称	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
莱克电气	营业收入	62.81	57.03	58.64
	其中：环境清洁电器	40.49	37.75	40.59
新宝股份	营业收入	131.91	91.25	84.44
	其中：环境清洁电器	18.97	11.85	11.46
奥佳华	营业收入	70.49	52.76	54.47
	其中：环境清洁电器	10.92	5.64	5.84
发行人	营业收入	6.49	3.83	2.90

除和发行人存在竞争的环境电器外，莱克电气还包括厨房电器、微特电机、园林工具等业务板块；新宝股份包括厨房电器、家用电器等业务板块；奥佳华包含按摩器具产品、家用医疗等业务板块。由于发行人目前业务规模相对较低，业务板块较少，因此导致了客户集中度的上升。

②和发行人业务规模相近的同行业公司，存在客户集中度较高的情况

在家电行业，和发行人类似规模的部分公司客户集中度情况如下：

单位：亿元

公司名称	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
博菱电器	营业收入	16.70	8.62	5.42
	前五大客户收入占比	84.62%	80.06%	71.37%
唯科模塑	营业收入	2.66	1.32	1.25
	前五大客户收入占比	70.85%	85.35%	88.15%
石头科技	营业收入	45.30	42.05	30.51
	前五大客户收入占比	56.19%	70.45%	78.64%
发行人	营业收入	6.49	3.83	2.90
	前五大客户收入占比	72.42%	73.43%	86.69%

注：唯科模塑为健康产品业务收入，包含空气净化器与玻璃清洁机；

在家电行业，对业务规模相对较低的公司，均存在一定的客户集中度较高的情况，具有行业普遍性。

③发行人产能利用率较高，开拓产品类别及客户受制约

由于业务发展迅速，公司的现有生产场地空间有限，业务人员和生产设备的扩张亦受到限制，制约了发行人的产能扩张。报告期各期，公司产能利用率分别为 97.42%、105.44%、99.88%，处于较高水平。在产能利用率持续较高的条

件下,公司优先选择与核心战略客户合作,因此导致客户集中度较高。

④在业务规模较小时,以 ODM 为主的业务模式容易导致客户集中度较高

从客户角度,ODM 业务以品牌商为主要客户;自有品牌业务以经销商及终端用户为主要客户。相比于经销商及终端用户,品牌商的市场集中度较高。下游客户市场集中度较高导致了 ODM 厂商的客户集中度提升。

从产品角度,ODM 业务的产品主要为定制产品,产品生产材料及生产工艺需要满足不同客户的需求,不同产品的生产过程具有明显差异。从集中采购、集中生产、集中交货等提升生产效率的角度出发,ODM 厂商通常会选择优先和规模客户合作。在产能有限的条件下,和规模客户合作规模的提升将挤压零散客户的排单及生产,最终导致客户集中度的上升。

综上,发行人以 ODM 为主要业务模式,客户集中度较高具有合理性。

(2) 发行人采取的应对措施

①新建厂房用于提升产能

产能有限是目前制约发行人业务扩张的重要因素。由于业务增长迅速,公司现在场地已经无法满足产线的扩充需求。因此,公司从 2020 年 3 季度开始筹划购买生产用地。2021 年 6 月,公司已经取得位于东莞市凤岗镇竹塘上下围工业路 9 号的工业用地,未来将有效解决公司的产能受限问题。产能扩充将有利于公司主动拓展业务,丰富产品类型,拓宽客户渠道,降低客户集中度。

②丰富产品类别

报告期内,公司主要收入来自于空气净化器产品,近年来,公司积极拓展除空气净化器以外的其他品类产品:2018 年与小米生态链企业七迈建立合作,将产品品类拓展至吸尘器。2020 年 9 月收购北京秒新,产品品类拓展至加湿器,新风机产品销售规模得到进一步提升。公司通过一系列举措丰富产品类别,推动公司业务规模的增长,降低客户集中度。

③拓展其他知名品牌客户

2018 年公司通过展会与 Blueair 建立业务往来,2019 年开始产生收入,并

于 2020 年大规模量产后业务规模快速增长,预计 2021 年业务规模将继续扩大。此外,公司积极拓展其他知名国际品牌客户,已与大金、飞利浦签订技术开发合同,寻求新的业务机会。

④拓展自主品牌业务

2020 年 9 月,公司收购北京秒新。北京秒新主要面向国内市场销售自主品牌的新风机及加湿器产品,目前已经具有一定的市场知名度。公司未来将着力于推广北京秒新相关品牌的业务,预计未来自有品牌业务将进一步提升。

综上,发行人通过新建厂房提升产能、丰富产品类别、拓展其他知名品牌客户及拓展自主品牌业务等多项措施,降低主要客户的销售集中度。

四、采购情况和主要供应商

(一) 采购情况

1、原材料采购

报告期内,公司原材料的采购情况如下:

单位:万元

分类	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
电子电器	17,506.10	39.47%	8,884.77	36.76%	6,948.96	38.29%
塑胶材料	13,383.87	30.18%	7,147.12	29.57%	5,297.48	29.19%
过滤材料	7,021.51	15.83%	4,795.45	19.84%	3,136.23	17.28%
包装材料	3,242.18	7.31%	1,731.36	7.16%	1,365.80	7.53%
五金零件	2,099.20	4.73%	945.34	3.91%	626.41	3.45%
模具	418.92	0.94%	459.12	1.90%	611.18	3.37%
其他材料	680.92	1.54%	208.31	0.86%	162.41	0.89%
合计	44,352.70	100.00%	24,171.48	100.00%	18,148.47	100.00%

公司原材料采购价格与上游化工、塑胶、金属及电子元器件的价格,以及自身产品结构等因素密切相关。公司产品种类及规格较多,采购的原材料具体型号和规格不同,导致采购价格出现波动。

2、外协加工的采购情况

报告期内，公司主要外协工序的采购情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
注塑加工	1,978.83	67.57%	1,031.77	78.52%	913.34	80.34%
PCBA 加工	672.97	22.98%	214.46	16.32%	95.00	8.36%
其他	276.56	9.44%	67.77	5.16%	128.49	11.30%
合计	2,928.36	100.00%	1,314.00	100.00%	1,136.83	100.00%

注：其他主要包括五金件、电器件等的加工。

外协加工的采购价格与外协产品的复杂程度相关。上游外协加工服务供应充足，市场价格透明，报告期内未发生重大变化。

3、能源的采购情况

公司产品生产经营所需能源主要为电力，供应充足。电价波动主要系波峰波谷用电量差异所致。具体情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
电费（万元）	363.63	120.91	68.70
用电量（万度）	496.82	157.43	92.61
电价（元/度）	0.73	0.77	0.74

（二）向前五名供应商采购情况

1、原材料采购

单位：万元

年度	序号	供应商	采购内容	采购金额	占采购总额比例
2020 年度	1	携创电机	电机	3,357.53	7.57%
	2	佛山阿波罗	过滤材料	2,441.01	5.50%
	3	中山洁鼎	过滤材料	1,658.79	3.74%
	4	玉佳塑胶	塑胶材料	1,641.09	3.70%
	5	东莞润荣	塑胶材料	1,446.78	3.26%
合计				10,545.20	23.78%
2019 年度	1	Columbus	过滤材料	2,800.18	11.58%
	2	携创电机	电机	1,779.57	7.36%
	3	广东维尔	塑胶材料	1,571.15	6.50%

年度	序号	供应商	采购内容	采购金额	占采购总额比例
	4	东莞宝晟	塑胶材料	964.59	3.99%
	5	玉佳塑胶	塑胶材料	886.63	3.67%
合计				8,002.11	33.11%
2018 年度	1	携创电机	电机	1,979.52	10.91%
	2	Columbus	过滤材料	1,561.34	8.60%
	3	上品健康	过滤材料	1,308.64	7.21%
	4	深圳富恒	塑胶材料	1,044.90	5.76%
	5	玉佳塑胶	塑胶材料	942.82	5.20%
合计				6,837.22	37.67%

发行人对原材料供应商的采购较为分散，且公司上游供应链属于成熟产业，供应充足，发行人不存在对单一或主要供应商的重大依赖。

报告期内，前五大供应商变动的主要原因如下：2020 年因国内滤网供应商产品质量提升且具有一定的成本优势，公司滤网采购逐渐由境外供应商 Columbus 切换为佛山阿波罗、中山洁鼎，导致 Columbus 采购量下滑不再为前五大供应商，佛山阿波罗、中山洁鼎成为前五大供应商；东莞宝晟因其实际控制人年龄较大，逐步退出生产经营，导致公司对其采购金额下降，不再为公司前五大原材料供应商。

公司董事、监事、高级管理人员、主要关联方或持有发行人 5%以上股份的股东及其关系密切的家庭与上述供应商不存在关联关系，不存在上述供应商及其控股股东、实际控制人为发行人前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

2、外协加工采购

单位：万元

年度	序号	外协厂商	外协内容	外协金额	占外协总额比例
2020 年度	1	东莞羌川	PCBA 加工	503.07	17.18%
	2	玉佳塑胶	注塑	393.13	13.42%
	3	东莞润星	注塑	226.56	7.74%
	4	东莞立振	五金	159.09	5.43%
	5	东莞骅煦	注塑	132.82	4.54%
合计				1,414.67	48.31%
2019 年度	1	东莞宝晟	注塑	476.83	36.29%

年度	序号	外协厂商	外协内容	外协金额	占外协总额比例
	2	玉佳塑胶	注塑	169.32	12.89%
	3	东莞羌川	PCBA 加工	129.18	9.83%
	4	恒荣茂	PCBA 加工	74.91	5.70%
	5	东莞立振	五金加工	74.28	5.65%
合计				924.52	70.36%
2018 年度	1	东莞宝晟	注塑	487.06	42.84%
	2	玉佳塑胶	注塑	123.83	10.89%
	3	东莞嘉振	注塑	118.51	10.42%
	4	深圳金其美	注塑	66.63	5.86%
	5	嘉澜高	PCBA 加工	58.14	5.11%
合计				854.18	75.14%

发行人上游外协加工服务属于成熟产业，供应充足，发行人不存在对单一或主要供应商的重大依赖。报告期内，发行人外协厂商主要为公司长期合作的供应商，无重大变化。

公司董事、监事、高级管理人员、主要关联方或持有发行人 5%以上股份的股东及其关系密切的家庭与上述供应商不存在关联关系，不存在上述供应商及其控股股东、实际控制人是发行人前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

五、主要固定资产及无形资产情况

(一) 主要固定资产情况

截至 2020 年 12 月 31 日，公司固定资产情况如下：

单位：万元

类别	原值	累计折旧	账面价值	成新率
机器设备	3,153.12	1,243.44	1,909.68	60.56%
运输器具	240.92	159.11	81.81	33.96%
其他设备	430.73	196.93	233.80	54.28%
合计	3,824.76	1,599.47	2,225.29	58.18%

1、房屋及建筑物

截至本招股说明书签署之日，公司名下无自有房产，所使用的经营场所均为租赁获得，具体情况如下：

序号	承租方	出租方	地址	租赁面积 (m ²)	主要用途	租赁期限	房屋产权证明	租赁备案
1	净诺科技	创思成	东莞市凤岗镇竹塘村浸校塘工业区利民路2号	13,500.00	厂房、办公	2021.4.1-2041.3.31	-	是
2		东莞市兴福岚实业投资有限公司	东莞市凤岗镇浸校塘工业区振塘路6号B栋一、二楼, 宿舍	4,600.00	厂房、宿舍	2020.11.1-2022.2.28	-	-
3			东莞市凤岗镇浸校塘工业区振塘路6号厂房二楼车间、办公楼、一楼铁皮房	5,243.33	厂房	2020.10.10-2021.10.9	-	-
4		深圳市博宇翔实业发展有限公司	东莞市凤岗镇浸校塘富民路46号B栋7B整层, C栋宿舍302-307	5,390.00	厂房、宿舍	2020.4.25-2022.5.30	-	-
5		东莞市裕佳电子有限公司	东莞市清溪镇清风路233号	6,600	仓库	2021.3.12-2022.1.12	-	-
6	净享环境	陈学亮	东莞市凤岗镇竹塘村浸校塘工业区振塘路18号A栋厂房1栋四层、宿舍楼二层、办公楼四层、饭堂、仓库等	6,248.00	厂房、办公、宿舍	2021.1.1-2022.6.28	-	-
7		深圳市德高实业有限公司	东莞市凤岗镇新园路5号雁田村委附楼二楼	155	办公	2021.8.5-2022.8.11	-	-
8	北京彩云归	北京鸿远茗交通设施工程有限公司	北京市海淀区中关村东路118号东配楼部分房屋及其附属设施	310.00	办公	2019.11.1-2023.5.31	-	-
9	净胜模具	东莞市新中信宝物业投资有限公司	东莞市清溪电子信息产业园H/102, H3/105, I/102、203, J/101-103、201-202、207-208、404-405、407、502-505, K/101、407-409、501-512, L/501-504, M/101、300、506, N/223、401、414-419、612-613、620-625, O/205、217、308、315-316、501-506、510	15,242.50	厂房、宿舍	2018.11.6-2023.12.31	粤房地证字第C2409637、C2409639-C2409643、C4267588-C4267589、C4267591号	-
10	深圳安德迈	深圳市生康医疗实业有限公司	深圳市龙岗区龙城街道京基御景时代大厦南区11楼03B号	-	办公	2020.10.20-2021.10.19	粤(2020)深圳市不动产权015667B号	是
11	传递者	上海蕾特纺织制品有限公司	上海市闵行区恒南路1358号2号楼203	40	-	2021.3.20-2023.3.19	闵2013068735	-
12	越南泰美	黄氏秋恒	越南平阳省宝鹏县龙源社泵托村DH619路, 地图编号	8,450.00	厂房	2021.1.6-2024.12.31	CS964968	不涉及

序号	承租方	出租方	地址	租赁面积 (m ²)	主要 用途	租赁期限	房屋产权 证明	租赁 备案
			77 地块 3022					

注：净胜模具与东莞市新中信宝物业投资有限公司共签订 13 个正在履行的房屋租赁合同，租赁期限介于 2018.11.6-2023.12.31 之间。

上述房产租赁中，1-8 项房屋未办理产权证明，公司存在租赁物业的产权瑕疵而不能继续使用租赁物业的风险；上述房产租赁中，2-9 项、11 项租赁房产未办理房屋租赁登记备案，公司存在未办理租赁登记备案而被政府部门处罚的风险。

上述租赁房产中，1-7 项房屋所在土地为集体土地，土地所有人为东莞市凤岗镇竹塘浸校塘股份经济合作社，土地性质为工业用地；上述房屋所有权人为相关出租方，房屋未办理产权证明。上述租赁土地使用权人、地上建筑物的权利人、出租人及出租人与土地所有权人不一致的情况及原因如下：

序号	地块名称	土地所有权人	土地使用权和房屋权利人	出租人	出租人与土地所有权人不一致的原因
1	东莞市凤岗镇竹塘村浸校塘工业区利民路 2 号	东莞市凤岗镇竹塘浸校塘股份经济合作社 农民集体	创思成	创思成	土地所有权人将土地使用权流转给出租人
2	东莞市凤岗镇浸校塘工业区振塘路 6 号		东莞市凤岗镇竹塘浸校塘股份经济合作社	东莞市兴福岚实业投资有限公司	房屋权利人将房屋出租给东莞市兴福岚实业投资有限公司，后由该公司转租给发行人
3	东莞市凤岗镇浸校塘富民路 46 号		东莞市凤兴投资发展有限公司	深圳市博宇翔实业发展有限公司	土地所有权人将土地使用权流转给凤兴投资，其出租给博宇翔，后转租给发行人
4	东莞市凤岗镇竹塘村浸校塘工业区振塘路 18 号		陈学亮	陈学亮	土地所有权人将土地使用权流转给出租人

发行人租赁上述瑕疵房屋不会对发行人的持续经营造成重大不利影响，具体原因如下：

(1) 土地所有权人已出具证明，确认上述房屋租赁由发行人使用，不会无故收回

根据东莞市凤岗镇竹塘村村民委员会及东莞市凤岗镇竹塘浸校塘股份经济合作社出具的《证明》：上述浸校塘房产由发行人租赁使用；在发行人租赁期间，其不会无合理理由收回土地使用权和相关房产。

(2) 主管部门已出具无违规证明

根据东莞市自然资源局、东莞市住房和城乡建设局、东莞市城市管理和综合执法局凤岗分局、东莞市凤岗镇综合行政执法办公室等主管部门出具的证明：报告期内，发行人及子公司未因违反相关法律法规规定受到有关行政处罚。

(3) 周边厂区供应充足，且发行人已取得自有土地用于建设厂房

发行人生产经营所需厂房为标准厂房，对厂房及办公场所无特殊要求，周边类似厂房的租赁市场供给充足。同时，公司搬迁成本较低，若上述瑕疵租赁物业无法继续租赁，公司可在短时间内找到合适的厂房及办公场所，不会对发行人的生产经营造成重大不利影响。

2021年6月16日，发行人已取得东莞市凤岗镇竹塘上下围工业路9号的工业用地15,512.17平方米。未来，发行人将依照法律法规要求，在自有土地上进行厂房建设。待自有厂房建设完成后，发行人将逐步减少对相关房产的租赁。

(4) 实际控制人已出具承诺

针对上述房屋租赁事项，公司控股股东、实际控制人已出具承诺：“若因公司及其子公司生产场地及厂房的产权瑕疵、承租的房屋所有权权属瑕疵、出租人权利瑕疵或未办理房屋租赁备案登记等原因而遭受损失或罚款，或导致公司被迫搬迁生产场地，本人将在相关事实发生后全额向公司及其子公司承担其因此产生罚款、搬迁费用和因生产停顿所造成的损失”。

综上，上述房屋租赁事项不会对发行人的持续经营造成重大不利影响。

2、机器设备

截至2020年12月31日，发行人及控股子公司主要的机器设备情况如下：

序号	设备名称	数量	原值(万元)	净值(万元)	成新率
1	注塑机	35	927.10	727.10	78.43%
2	实验室测试设备	138	104.20	38.32	36.77%
3	机械手	35	103.90	76.51	73.64%
4	流水线皮带	23	98.82	85.98	87.01%
5	静音房	13	63.38	40.63	64.10%
6	PCBA生产设备	23	54.20	37.96	70.05%

序号	设备名称	数量	原值(万元)	净值(万元)	成新率
7	货架	9	51.20	45.25	88.37%
8	前加工设备	67	45.66	35.89	78.59%
9	电批	297	37.27	34.30	92.05%
10	生产基础设备	52	35.03	25.68	73.32%
11	QC 测试设备	61	33.09	25.65	77.51%
12	起重机	4	30.34	26.37	86.92%
13	测量机	1	28.70	28.06	97.75%
14	模温机	51	27.36	19.40	70.88%
15	生产组装设备	40	27.07	20.80	76.83%
16	干燥机	45	20.49	14.97	73.04%
17	周转储存设备	68	19.92	15.65	78.56%
18	电动起子	146	18.46	15.33	83.04%
19	IT 设备	23	17.31	14.76	85.28%
20	螺丝机	13	12.22	10.84	88.68%
合计		1,144	1,755.72	1,339.45	76.29%

(二) 主要无形资产情况

1、土地使用权

截至本招股说明书签署之日，发行人及控股子公司的土地使用权情况如下：

权利人	位置	面积(m ²)	用途	使用期限	取得方式	权利类型
净诺科技	东莞市凤岗镇竹塘上下围工业区9号	15,512.17	工业	2020.8.1-2070.7.31	出让	集体建设用地使用权

2、商标

截至本招股说明书签署之日，发行人及控股子公司的商标情况如下：

(1) 境内商标

序号	商标图案	权利人	注册证号	注册类别	注册有效期限	取得方式
1		净诺科技	38718084	11	2020.05.14-2030.05.13	原始取得
2		净诺科技	19126774	11	2017.04.28-2027.04.27	原始取得
3		净诺科技	19292350	11	2017.04.21-2027.04.20	原始取得
4		净诺科技	14556594	11	2015.08.28-2025.08.27	受让取得

序号	商标图案	权利人	注册证号	注册类别	注册有效期限	取得方式
5		深圳安德迈	14895606	11	2016.08.14-2026.08.13	原始取得
6		深圳安德迈	12434963	11	2015.03.21-2025.03.20	原始取得
7		深圳安德迈	17698856	11	2016.12.14-2026.12.13	原始取得
8		深圳安德迈	7943746	11	2011.06.14-2021.06.13	原始取得
9	空平	北京彩云归	35226776	11	2019.09.14-2029.09.13	原始取得
10	AIRMX	北京彩云归	30338822	11	2019.02.14-2029.02.13	原始取得
11	AirMX	北京彩云归	24135542	11	2018.05.07-2028.05.06	受让取得
12	秒新	北京秒新	31946045	11	2019.04.07-2029.04.06	原始取得
13		传递者	30248056	11	2019. 02. 28-2029. 02. 27	受让取得

(2) 境外商标

序号	商标图案	权利人	注册证号	申请地	注册类别	注册有效期限	取得方式
1		净诺科技	303959425	中国香港	11	2016.11.11-2026.11.10	受让取得
2		净诺科技	303959434	中国香港	11	2016.11.11-2026.11.10	受让取得
3		净诺科技	5080937	美国	11	2016.11.15-2026.11.14	受让取得
4	LAVIEAIR	净诺科技	5486021	美国	11	2018.06.05-2028.06.04	受让取得
5		净诺科技	015264617	欧盟	5、7、11	2016.08.12-2026.08.11	受让取得
6	LAVIEAIR	净诺科技	017797151	欧盟	5、7、11	2018.05.25-2028.05.24	受让取得
7	LAVIEAIR	净诺科技	UK00003271899	英国	11	2018.02.23-2028.02.22	受让取得
8		净诺科技	5951631	日本	11	2017.06.02-2027.06.01	受让取得

序号	商标图案	权利人	注册证号	申请地	注册类别	注册有效期限	取得方式
9		净诺科技	UK00915264617	英国	5、7、11	2016.08.12-2026.08.11	受让取得
10	LAVIEAIR	净诺科技	UK00917797151	英国	5、7、11	2018.05.25-2028.05.24	受让取得

(3) 受让取得的商标情况

2021年1月29日,公司新受让取得1项商标,合计受让13项注册商标,具体情况如下:

序号	商标权人	商标图案	注册号	注册地	转让方	转让对价	支付情况
1	净诺科技		14556594	中国	苏省杰	3.8万元	已支付
2	北京彩云归	AirMX	24135542	中国	艾德曼(北京)科技有限公司	无偿	-
3	净诺科技		303959425	中国香港	吴天文	无偿	-
4	净诺科技		303959434	中国香港	吴天文	无偿	-
5	净诺科技		5080937	美国	吴天文	无偿	-
6	净诺科技		015264617	欧盟	吴天文	无偿	-
7	净诺科技		5951631	日本	吴天文	无偿	-
8	净诺科技		UK00915264617	英国	吴天文	无偿	-
9	净诺科技	LAVIEAIR	UK00003271899	英国	吴天文	无偿	-
10	净诺科技	LAVIEAIR	5486021	美国	吴天文	无偿	-
11	净诺科技	LAVIEAIR	017797151	欧盟	吴天文	无偿	-
12	净诺科技	LAVIEAIR	UK00917797151	英国	吴天文	无偿	-
13	传递者		30248056	中国	常熟市哎吆歪商贸有限公司	1.9万元	已支付

上表第1项商标系受让自苏省杰,转让对价3.8万元已支付。苏省杰和发行人无关联关系;第2项商标系北京彩云归于2018年8月无偿受让自艾德曼(北京)科技有限公司,该公司系北京彩云归当时的实际控制人王锋配偶所设一人

有限责任公司；第 13 项商标系受让自常熟市哎吆歪商贸有限公司，转让对价 1.9 万元已支付；其他 10 项商标受让自发行人实际控制人，为无偿受让。

3、专利

截至本招股说明书签署之日，发行人及控股子公司的专利情况如下：

(1) 境内专利

序号	专利名称	专利类型	专利权人	专利号	有效期限	取得方式
1	摆芯式净化节能换气机	发明专利	净诺科技	ZL201310168904.0	2013.05.08-2033.05.07	原始取得
2	一种高压集尘静电空气净化装置	实用新型	净诺科技	ZL201420329257.7	2014.06.19-2024.06.18	原始取得
3	一种具有增压降噪功能的空气净化器涡轮结构	实用新型	净诺科技	ZL201420330543.5	2014.06.19-2024.06.18	原始取得
4	一种空气净化器出风结构	实用新型	净诺科技	ZL201420329441.1	2014.06.19-2024.06.18	原始取得
5	具有杀菌功能的 UV 灯防护结构	实用新型	净诺科技	ZL201420329326.4	2014.06.19-2024.06.18	原始取得
6	一种具有杀菌及防护功能的 UV 灯	实用新型	净诺科技	ZL201420330542.0	2014.06.19-2024.06.18	原始取得
7	一种 UV 灯空气杀菌装置	实用新型	净诺科技	ZL201420330544.X	2014.06.19-2024.06.18	原始取得
8	一种新型轴流直线风道结构	实用新型	净诺科技	ZL201520123755.0	2015.03.03-2025.03.02	原始取得
9	一种具有投影功能的空气净化器	实用新型	净诺科技	ZL201621078655.1	2016.09.23-2026.09.22	原始取得
10	可节能环保的空气净化设备	实用新型	净诺科技、胡光南	ZL201621283325.6	2016.11.25-2026.11.24	原始取得 (共有)
11	一种 UV 灯易更换的 UV 灯机构	实用新型	净诺科技	ZL201720774927.X	2017.06.29-2027.06.28	原始取得
12	一种净电集尘钨丝的清洁装置	实用新型	净诺科技	ZL201720774911.9	2017.06.29-2027.06.28	原始取得
13	一种易装取的过滤器	实用新型	净诺科技	ZL201720773315.9	2017.06.29-2027.06.28	原始取得
14	一种增压降噪的风道系统	实用新型	净诺科技	ZL201720773316.3	2017.06.29-2027.06.28	原始取得
15	一种静电集尘装置	实用新型	净诺科技	ZL201721603518.X	2017.11.24-2027.11.23	原始取得
16	一种水洗过滤装置	实用新型	净诺科技	ZL201721608914.1	2017.11.24-2027.11.23	原始取得
17	一种具有杀菌及防护功	实用新型	净诺科技	ZL201720774176.1	2017.06.29-2	原始取得

序号	专利名称	专利类型	专利权人	专利号	有效期限	取得方式
	能的 UV 灯结构				027.06.28	
18	一种智能控制风扇	实用新型	净诺科技	ZL201721608934.9	2017.11.24-2027.11.23	原始取得
19	一种车载空气净化器	实用新型	净诺科技	ZL201820244502.2	2018.02.09-2028.02.08	原始取得
20	一种应用于空气净化器的新型后倾风轮	实用新型	净诺科技	ZL201820996266.X	2018.06.27-2028.06.26	受让取得
21	一种便携式家用电器的过滤器	实用新型	净诺科技	ZL201822007709.0	2018.11.30-2028.11.29	原始取得
22	一种均匀导光灯	实用新型	净诺科技	ZL201822005933.6	2018.11.30-2028.11.29	原始取得
23	一种加速精油挥发的香薰机结构	实用新型	净诺科技	ZL201822005934.0	2018.11.30-2028.11.29	原始取得
24	一种空气净化器滤芯密封结构	实用新型	净诺科技	ZL201920452451.7	2019.04.03-2029.04.02	原始取得
25	一种车载吸尘器的出风结构	实用新型	净诺科技	ZL201921667912.9	2019.09.29-2029.09.28	原始取得
26	一种新型底部开盖更换过滤器的结构	实用新型	净诺科技	ZL201921646033.8	2019.09.29-2029.09.28	原始取得
27	一种防止空气回流的离心风机	实用新型	净诺科技	ZL201922268118.3	2019.12.17-2029.12.16	原始取得
28	一种防止内部空气回流的离心风机	实用新型	净诺科技	ZL201922269597.0	2019.12.17-2029.12.16	原始取得
29	一种防止镜头污染的空气检测装置	实用新型	净诺科技	ZL201922268109.4	2019.12.17-2029.12.16	原始取得
30	一种用于加湿器的升降加水结构	实用新型	净诺科技	ZL202020847863.3	2020.05.19-2030.05.18	原始取得
31	空气净化器（9005）	外观设计	净诺科技	ZL201430083452.1	2014.04.10-2024.04.09	原始取得
32	空气净化器（9805）	外观设计	净诺科技	ZL201430111037.2	2014.04.29-2024.04.28	受让取得
33	车载空气净化器（9502）	外观设计	净诺科技	ZL201630304284.3	2016.07.05-2026.07.04	原始取得
34	空气净化器（9910）	外观设计	净诺科技	ZL201630482987.5	2016.09.26-2026.09.25	原始取得
35	空气净化器（9802）	外观设计	净诺科技	ZL201630482988.X	2016.09.26-2026.09.25	原始取得
36	空气净化器（9605）	外观设计	净诺科技	ZL201730022023.7	2017.01.19-2027.01.18	原始取得
37	空气净化器（9608）	外观设计	净诺科技	ZL201730021902.8	2017.01.19-2027.01.18	原始取得
38	空气净化器（9607）	外观设计	净诺科技	ZL201730022024.1	2017.01.19-2027.01.18	原始取得

序号	专利名称	专利类型	专利权人	专利号	有效期限	取得方式
					027.01.18	
39	空气净化器(9925)	外观设计	净诺科技	ZL201930283165.8	2019.06.03-2 029.06.02	原始取得
40	空气净化器(9926)	外观设计	净诺科技	ZL202030058151.9	2020.02.24-2 030.02.23	原始取得
41	可快速更换流道的注塑模具	实用新型	净胜模具	ZL201620574010.0	2016.06.13-2 026.06.12	受让取得
42	高精密螺纹产品的注塑模具	实用新型	净胜模具	ZL201620574012.X	2016.06.13-2 026.06.12	受让取得
43	室内空气净化装置	实用新型	北京秒新	ZL201721079109.4	2017.08.25-2 027.08.24	原始取得
44	可降噪机箱	实用新型	北京秒新	ZL201721391238.7	2017.10.25-2 027.10.24	原始取得
45	空气质量监控装置及空气过滤装置	实用新型	北京秒新	ZL201721391263.5	2017.10.26-2 027.10.25	原始取得
46	一种动态室内压力调节系统	实用新型	北京秒新	ZL201721615604.2	2017.11.28-2 027.11.27	原始取得
47	一种分体式新风机装置	实用新型	北京秒新	ZL201721617573.4	2017.11.28-2 027.11.27	原始取得
48	一种正压力无管道室内导流新风系统	实用新型	北京秒新	ZL201721617576.8	2017.11.28-2 027.11.27	原始取得
49	可调节进风量的新风系统	实用新型	北京秒新	ZL201721624973.8	2017.11.28-2 027.11.27	原始取得
50	新风机	实用新型	北京秒新	ZL201721625006.3	2017.11.28-2 027.11.27	原始取得
51	一种新风机控制面板	实用新型	北京秒新	ZL201721828795.0	2017.12.25-2 027.12.24	原始取得
52	新风机进风口	外观设计	北京秒新	ZL201730622018.X	2017.12.08-2 027.12.07	原始取得
53	新风机	外观设计	北京秒新	ZL201730622344.0	2017.12.08-2 027.12.07	原始取得
54	窗式新风机	外观设计	北京秒新	ZL201830111545.9	2018.03.23-2 028.03.22	原始取得
55	加湿器	实用新型	北京彩云归	ZL201921856744.8	2019.10.30-2 029.10.29	原始取得
56	加湿器	实用新型	北京彩云归	ZL201921856812.0	2019.10.30-2 029.10.29	原始取得
57	加湿器	实用新型	北京彩云归	ZL201921856811.6	2019.10.30-2 029.10.29	原始取得
58	加湿器的注水系统	实用新型	北京彩云归	ZL201921856743.3	2019.10.30-2 029.10.29	原始取得
59	集成加湿系统的制热设	实用新型	北京彩云归	ZL202021650274.2	2020.08.10-2	原始取得

序号	专利名称	专利类型	专利权人	专利号	有效期限	取得方式
	备				030.08.09	
60	采样用无菌设备	实用新型	段军、北京彩云归、周旋	ZL202021173605.8	2020.06.22-2030.06.21	原始取得
61	加湿器	实用新型	北京彩云归	ZL202021831364.1	2020.08.27-2030.08.26	原始取得
62	加湿器 (AirWater)	外观设计	北京彩云归	ZL201930595134.6	2019.10.30-2029.10.29	原始取得
63	加湿器 (AIRMIX)	外观设计	北京彩云归	ZL202030390097.8	2020.07.17-2030.07.16	原始取得
64	一种铰链结构	实用新型	净诺科技	ZL202020847862.9	2020.05.19-2030.05.18	原始取得
65	一种高压脉冲电场过滤杀菌消毒装置	实用新型	净诺科技	ZL202021018633.2	2020.06.05-2030.06.04	原始取得
66	一种新式上水加湿器	实用新型	净诺科技	ZL202021339507.7	2020.07.09-2030.07.08	原始取得
67	一种净化加湿装置	实用新型	净诺科技	ZL202022136115.7	2020.09.25-2030.09.24	原始取得
68	一种可均匀加湿的加湿结构及其加湿器	实用新型	净诺科技	ZL202022136140.5	2020.09.25-2030.09.24	原始取得
69	一种加湿器的水位检测装置	实用新型	净诺科技	ZL202021535763.3	2020.07.29-2030.07.28	原始取得
70	一种分流上盖及均匀淋水无声加湿蒸发装置	实用新型	净诺科技	ZL202020847269.4	2020.05.19-2030.05.18	原始取得
71	一种方便更换侧装滤芯的装置	实用新型	净诺科技	ZL202020938242.6	2020.05.28-2030.05.27	原始取得
72	一种无叶风扇的机头及无叶风扇	实用新型	净诺科技	ZL202021461490.2	2020.07.22-2030.07.21	原始取得
73	烘鞋器 (5024)	外观设计	净诺科技	ZL202030577215.6	2020.09.25-2030.09.24	原始取得
74	空气净化器 (9815)	外观设计	净诺科技	ZL202030592465.7	2020.09.30-2030.09.29	原始取得
75	净化无叶风扇	外观设计	净诺科技	ZL202030652274.5	2020.10.30-2030.10.29	原始取得
76	一种成型模具的新型冷却装置	实用新型	净胜模具	ZL202020411112.7	2020.03.26-2030.03.25	原始取得
77	一种成型模具的脱倒扣上盖结构	实用新型	净胜模具	ZL202020411078.3	2020.03.26-2030.03.25	原始取得
78	一种空气净化器塑料箱体	实用新型	净胜模具	ZL202021154602.X	2020.06.20-2030.06.19	原始取得
79	一种拆装便携的加湿器塑料盖板	实用新型	净胜模具	ZL202021154612.3	2020.06.20-2030.06.19	原始取得

序号	专利名称	专利类型	专利权人	专利号	有效期限	取得方式
80	一种带斜唧嘴的注塑模具	实用新型	净胜模具	ZL202020949045.4	2020.05.29-2030.05.28	原始取得
81	一种塑料注塑模具用顶出机构	实用新型	净胜模具	ZL202021072692.8	2020.06.11-2030.06.10	原始取得
82	一种细水口无水口板加工用模具	实用新型	净胜模具	ZL202021071738.4	2020.06.11-2030.06.10	原始取得
83	一种带前模板倒扣结构的注塑模具	实用新型	净胜模具	ZL202020951508.0	2020.05.29-2030.05.28	原始取得
84	一种注塑模具的顶针防撞结构	实用新型	净胜模具	ZL202021019028.7	2020.06.05-2030.06.04	原始取得
85	一种注塑模具侧浇口自动断水口结构	实用新型	净胜模具	ZL202021019071.3	2020.06.05-2030.06.04	原始取得
86	带夜灯的空气净化器	实用新型	净诺科技	ZL202022149060.3	2020.09.25-2030.09.24	原始取得
87	空气净化器(9818)	外观设计	净诺科技	ZL202030779629.7	2020.12.07-2030.12.06	原始取得
88	进风口开关装置及其新风机	实用新型	净诺科技	ZL202022457540.6	2020.10.29-2030.10.28	原始取得
89	一种具有风口控制结构的新风机	实用新型	净诺科技	ZL202022582609.8	2020.11.10-2030.11.09	原始取得
90	大风量新风机	实用新型	净诺科技	ZL202023288548.0	2020.12.30-2030.12.29	原始取得
91	小风阻空气净化器	实用新型	净诺科技	ZL202022984974.1	2020.12.08-2030.12.07	原始取得
92	一种电源线压线结构	实用新型	净诺科技	ZL202022743366.1	2020.11.24-2030.11.23	原始取得
93	汽车空气净化系统	实用新型	净诺科技	ZL202022151058.X	2020.09.25-2030.09.24	原始取得
94	UV灯杀菌结构及其具有其的空气净化器	实用新型	净诺科技	ZL202022998667.9	2020.12.11-2030.12.10	原始取得
95	UV灯杀菌结构及其空气净化器	实用新型	净诺科技	ZL202022998617.0	2020.12.11-2030.12.10	原始取得
96	UV灯结构及其空气净化器	实用新型	净诺科技	ZL202022986689.3	2020.12.11-2030.12.10	原始取得
97	UV灯杀菌机构及其空气净化器	实用新型	净诺科技	ZL202022996911.8	2020.12.11-2030.12.10	原始取得
98	一种带隔片的注塑模具	实用新型	净胜模具	ZL202020951526.9	2020.05.29-2030.05.28	原始取得
99	一种自动断水口注塑模具	实用新型	净胜模具	ZL202020951488.7	2020.05.29-2030.05.28	原始取得

(2) 境外专利

序号	专利名称	专利类型	专利权人	专利号	地区	申请日	取得方式
1	暖风机(6027)	外观设计	净诺科技	005509890-0001	欧盟	2018.07.21	原始取得
2	Airpurifier(9920)	外观设计	净诺科技	6100552	英国	2020.09.11	原始取得
3	AIRPURIFIER(9926)	外观设计	净诺科技	30-2020-0008527	韩国	2020.02.26	原始取得
4	Airpurifier(9925)	外观设计	净诺科技	30-2020-0001520	韩国	2020.01.13	原始取得

4、主要经营资质

截至本招股说明书签署之日,发行人及控股子公司的主要经营资质情况如下:

序号	持证人	资质名称	发证机关	发证时间	有效期
1	净诺科技	《高新技术企业证书》	广东省科学技术厅、广东省财政厅、广东省税务局	2018.11.28	3年
2	净诺科技	《对外贸易经营者备案登记表》	-	2019.5.15	-
3	净诺科技	《报关单位注册登记证书》	黄埔海关	2016.12.2	-
4	净诺科技	《消毒产品生产企业卫生许可证》	广东省卫生健康委员会	2020.8.13	4年
5	净诺科技	《AEO 认证企业证书》	中华人民共和国黄埔海关	2020.11.11	-
6	北京彩云归	《高新技术企业证书》	北京市科学技术委员会、北京市财政局、北京市税务局	2020.7.31	3年
7	深圳安德迈	《境外投资项目备案通知书》	深圳市发展和改革委员会	2019.10.12	-
8	深圳安德迈	《企业境外投资证书》	深圳市商务局	2019.4.8	-
9	净享环境	《对外贸易经营者备案登记表》	东莞市商务局	2020.10.12	-
10	净享环境	《海关进出口货物收发货人备案回执》	凤岗海关	2020.10.12	-
11	净胜模具	《海关进出口货物收发货人备案回执》	凤岗海关	2021.3.18	-
12	净胜模具	《对外贸易经营者备案登记表》	-	2021.3.17	-

5、软件著作权

截至本招股说明书签署之日,发行人及控股子公司的软件著作权情况如下:

序号	著作权人	著作权名称	登记号	登记日期	首次发表日期	取得方式
1	净诺科技	加湿器智能温度控制系统 V1.0	2018SR052144	2018.01.23	2017.11.14	原始取得
2	净诺科技	美肤加湿空气净化器温湿度智能控制系统 V1.0	2018SR051750	2018.01.23	2017.11.08	原始取得
3	净诺科技	新风机内外空气智能交换控制系统 V1.0	2018SR051739	2018.01.23	2017.10.26	原始取得
4	深圳安德迈	空气净化器风速调节控制系统 V1.0	2014SR081691	2014.06.19	2013.06.01	原始取得
5	深圳安德迈	空气净化器过滤网寿命检测提醒系统 V1.0	2014SR081693	2014.06.19	2013.08.29	原始取得

序号	著作权人	著作权名称	登记号	登记日期	首次发表日期	取得方式
6	深圳安德迈	暖风机温度智能控制系统 V1.0	2014SR081695	2014.06.19	2013.07.19	原始取得
7	深圳安德迈	空气净化器风速定时智能控制系统 V1.0	2014SR080909	2014.06.19	2013.05.06	原始取得
8	深圳安德迈	净水器臭氧量调节控制系统 V1.0	2014SR080910	2014.06.19	2013.07.08	原始取得
9	深圳安德迈	空气净化器空气质量智能控制系统 V1.0	2014SR080912	2014.06.19	2013.07.19	原始取得
10	深圳安德迈	有机污染物采样分析软件[简称: 污染物采样软件]V1.0	2015SR059419	2015.04.03	2014.02.02	原始取得
11	深圳安德迈	工业用途大型净化器节能控制系统[简称: 净化器节能控制系统]V1.0	2015SR059415	2015.04.03	2014.12.11	原始取得
12	北京彩云归	AirWater 加湿器控制软件 V1.0	2019SR1223444	2019.11.27	2019.09.11	原始取得
13	北京彩云归	AirWater 加湿器固件系统 V1.0	2019SR1223450	2019.11.27	2019.08.08	原始取得
14	北京彩云归	AIRMX 实时天气预报 app 软件 (iOS 版) V1.0	2019SR0903106	2019.08.30	-	原始取得
15	北京彩云归	高年级教学课程规划设计应用软件 V1.0	2019SR0902922	2019.08.30	-	原始取得
16	北京彩云归	AIRMX 后台数据流安全监管系统 V1.0	2019SR0905140	2019.08.30	-	原始取得
17	北京彩云归	AIRMX Pro 新风机固件加固操作系统 V1.0	2019SR0905153	2019.08.30	-	原始取得
18	北京彩云归	彩虹空气气象预报 app 软件 iOS 版 V1.0	2019SR0903200	2019.08.30	-	原始取得
19	北京彩云归	AIRMX 秒新官网运维管理系统 V1.0	2019SR0901156	2019.08.29	-	原始取得
20	北京彩云归	AIRMX 1.8.6	2019SRE001160	2019.01.08	2018.11.22	原始取得
21	北京彩云归	彩虹空气 1.0	2018SRE006447	2018.12.05	-	原始取得
22	深圳安德迈	速款通企业营运资金管理系统 (采购商) V1.0	2021SR0945277	2020.03.31	2019.06.01	受让取得
23	深圳安德迈	速款通企业营运资金管理系统 (供应商) V1.0	2021SR0945278	2020.03.31	2019.06.01	受让取得
24	深圳安德迈	速款通企业营运资金管理系统 (小程序) V1.0	2021SR0945276	2020.02.24	2019.09.01	受让取得
25	深圳安德迈	后台运营管理系统 V1.0	2021SR0945281	2021.06.24	2020.03.01	受让取得

注: 法人或者其他组织的软件著作权, 保护期为50年, 截止于软件首次发表后第50年的12月31日, 但软件自开发完成之日起50年内未发表的, 《计算机软件保护条例》不再保护。

6、域名

截至本招股说明书签署之日, 发行人及控股子公司的域名情况如下:

序号	网站域名	注册人	网站备案/许可证号	注册日期	到期日期
1	jingnuoair.com	净诺科技	粤 ICP 备 19127554 号-1	2019.08.13	2022.08.13
2	admair.com.cn	深圳安德迈	粤 ICP 备 17067977 号-1	2014.05.16	2024.05.16
3	airmx.cn	北京彩云归	京 ICP 备 17066656 号-1	2017.09.06	2021.09.06
4	gaonj.com	北京彩云归	京 ICP 备 17066656 号-3	2019.01.07	2022.01.07
5	airmx.com	北京彩云归	京 ICP 备 17066656 号-2	2014.11.22	2021.11.22
6	chuandizhe.com.cn	传递者	粤 ICP 备 2021011658 号-1	2020.12.05	2025.12.05
7	www.sktchain.com	深圳安德迈	粤 ICP 备 17067977 号-2	2019. 05. 09	2023. 05. 09

六、特许经营权情况

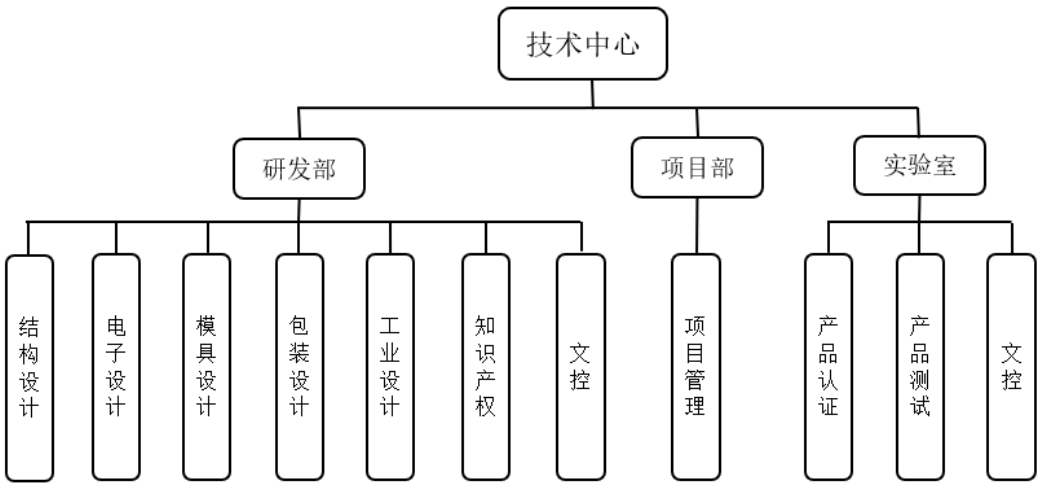
截至本招股说明书签署之日，发行人不存在特许经营权情况。

七、技术与研发情况

（一）研发机构设置情况

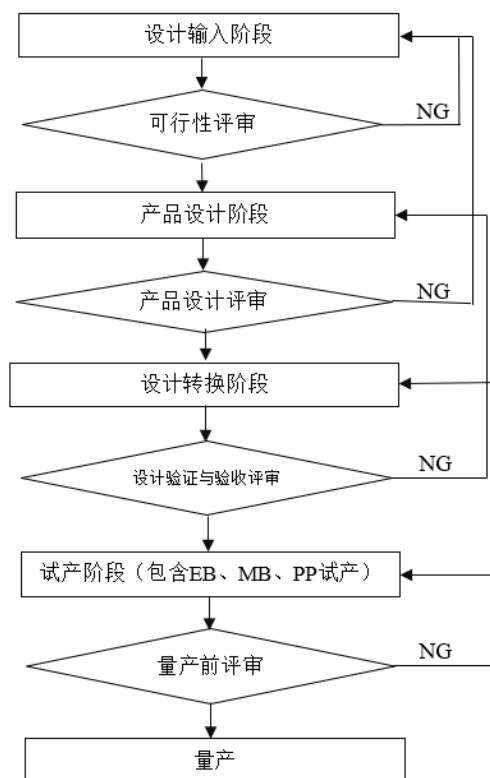
公司的研发职能由技术中心承担，技术中心下设研发部、实验室及项目部：研发部负责产品设计和开发工作，充分识别及评审客户的要求；实验室负责公司产品检验、测试，管理、认证事务；项目部主导项目计划的开展，组织项目实施，跟进和管理项目进度，在项目研发阶段与客户沟通。

公司研发机构设置具体情况如下：



（二）研发流程

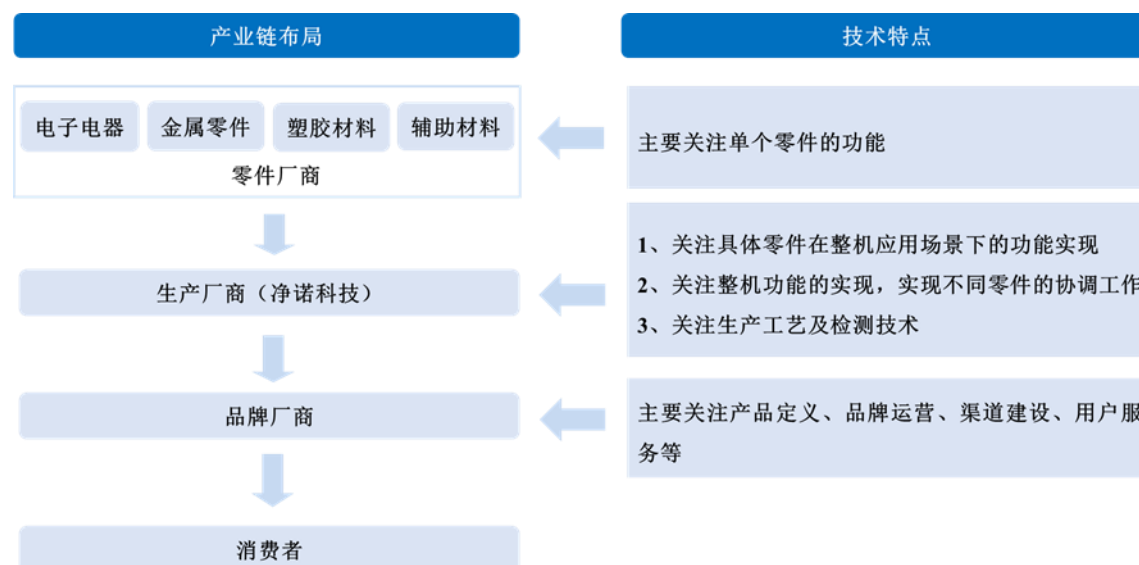
公司建立了成熟的研发流程，制定了包括《研发部规章制度》、《公司项目管理制度》等在内的一系列制度对研发工作进行规范，公司研发的具体流程情况如下：



（三）核心技术情况

1、核心技术特点

发行人所处行业为家电生产制造行业，行业发展成熟，产业分工明确。产业链上不同厂商的核心技术特点有所不同，具体情况如下：



发行人上游系核心器件供应商，包括电子电器、金属零件、塑胶材料等生产厂商。上游厂商的核心技术聚焦于单个零件的产品功能。由于核心器件供应商的产品通常会应用于多个不同领域，其难以掌握细分领域的具体应用技术；

发行人的下游系电器品牌商。对于委托 ODM 厂商生产的品牌商，其主要关注产品定义、品牌运营、渠道建设、用户服务等方面。由于不直接从事生产环节，品牌商的产品方案通常是基于用户体验角度而设计开发，关注的是最终产品功能及外观设计，通常难以全面考虑方案实施过程的诸多细节，如原材料选择、内部空间分配、生产效率、检测维修的便利性等，其产品方案需要由发行人进行调整确认。对于部分品牌商，甚至存在整机的产品方案均主要由发行人完成的情况。

因此，在品牌商采用 ODM 模式的情形下，产业链的分工细化导致了整机生产的核心技术主要由发行人类似的生产制造厂商所掌握。发行人则基于生产经验，通过长期生产经验累积及大量产品方案总结，形成了整机层面在生产环节的核心技术。

2、核心技术及来源

公司自设立以来始终重视研发工作，坚持自主研发为主的技术创新体系，核心技术均来源于自主研发。

围绕产品的技术发展趋势和下游客户的应用需求，公司形成了三大核心技术体系，具体情况如下：

技术体系	技术名称	技术先进性
提高能效的空气净化技术	提高净化能力的流体力学技术	该技术可提升空气净化器去除空气中的对物理（固体）污染物及化学（气体）污染物的效率，有效提高室内空气质量
	高效除菌技术	该技术可提升空气净化器去除空气中的细菌及病毒的效率，有效提高室内空气质量
提升用户体验的消音降噪技术	物理降噪技术	该技术可有效降低产品的噪音，让用户使用感觉更舒适
	主动降噪技术	
智能控制平台技术	室内环境智能监测及空气净化智能控制技术	该技术可智能监测环境并自动调节控制机器，智能优化室内环境的空气质量；支持用户自定义调节控制；支持加入各类智能家居系统
	远程智能控制平台	操作便捷，支持多人远程控制设备，支持远程实时查看滤芯、加湿网等核心部件的寿命并及时提醒更换

（1）提高能效的空气净化技术

空气净化器需要去除的空气污染物包括物理污染物（固体，如烟尘）、化学污染物（气体，如甲醛）及生物污染物（如细菌、病毒），针对不同污染物的特点，公司经过多年的技术积累，形成了一整套空气净化器净化系统优化的专有技术体系：

对物理污染物及化学污染物，公司通过提高净化能力的流体力学技术，提升净化效率。公司通过研究净化系统的进出风面积、风速、过滤器滤材的面速之间的数据关系，充分考虑设计工作点参数、基本的流体方程、经验函数等因素，综合考虑电机及各类滤材的选配，自主对叶轮及风道系统进行设计及改进。形成初步方案后，通过设计工具导出三维模型，再通过参数化设计、网格生成、CFD 仿真模拟等技术，进行样机成型验证，最终可以使公司空气净化器产品在同等体积及成本的条件下达达到更高的净化效率，实现更好的能效比。

对生物污染物，公司采用高效除菌技术进行处理，相关技术包括紫外光及光催化消毒除菌净化及其改进技术、高压脉冲杀菌消毒净化技术及 ESP 静电集尘消毒除菌净化及其改进技术等系列技术。通过上述技术，公司在以紫外光、高压电场等方式消除病菌时，通过延长病菌在电场中的停留时间、高压脉冲反复净化、静电吸附除菌等方式，提高对病菌的净化效率，实现更好的能效比。

（2）提升用户体验的消音降噪技术

噪音是影响空气净化器用户体验的重要因素。为了提升用户体验，公司研发形成了物理降噪技术及主动降噪技术，有效降低噪音影响，具体如下：

其一，物理降噪技术。公司从声学设计角度出发，通过选用合适材料，配合消声、减震、隔震的结构设计，通过降低风压、改善叶轮叶形、风道设计减少扰流、增加风道降噪结构等方式，并经过 CFD 流体动力学分析及实际验证，形成有效的产品方案，最终达到消音降噪的要求；

其二，主动降噪技术。公司创新性应用开放空间声场主动降噪技术，通过在机身内安装高灵敏度麦克风，以麦克风采集的噪声源，而后经专属的降噪电路分析噪声频谱特性，进而指令扬声器产生一个和噪声大小相等、相位差 180 度的声波，最终产生的声波与噪声叠加使两者相互抵消，大大降低了噪声。

通过上述降噪技术的应用，公司能有效降低噪音影响，提供给用户更加环保舒适的体验环境，形成了公司的核心技术。

(3) 智能控制平台技术

结合空气净化器的产品特点，公司的智能控制平台技术包括室内环境智能监测及空气净化智能控制技术及远程智能控制平台两部分。一方面，该平台技术支持实现智能设备的基本功能，如使用移动终端远程控制各类设备，进行开关机、调节风量、更改运行模式、升级软件、自主定时等操作；另一方面，根据空气净化器产品的特点，该平台还设计了独特的智能控制功能，如：支持在移动终端监测并获取实时环境质量信息；监测并显示滤芯的使用情况及寿命信息；在滤芯寿命即将到期时，及时提醒用户更换滤芯等。

远程智能控制平台技术是公司将智能化技术在空气净化器领域进行实践应用的成果，依托于公司在空气净化器行业的多年沉淀，形成了公司的核心竞争力。

3、核心技术在主营业务及产品或服务中的应用和贡献

公司营业收入主要来自于核心技术产品的销售，公司的空气净化器、新风机、暖被机等核心产品的设计研发及生产制造均依托于公司的核心技术。报告期内，核心技术产品的营业收入及其占比情况如下：

项目	2020年度	2019年度	2018年度
核心技术产品收入（万元）	57,037.20	34,880.36	23,914.66
营业收入（万元）	64,903.68	38,303.28	29,007.70
占营业收入的比例	87.88%	91.06%	82.44%

4、公司参与或主导制定的行业相关标准的情况

主体	角色	行业相关标准	标准发布单位	发布时间
净诺科技	主导	《新风净化机颗粒物净化性能分级》	中国质量检验协会、广东省室内环境卫生行业协会	2017/11/6
净诺科技	主导	《空气净化器气态污染物净化性能分级第1部分甲醛》	中国质量检验协会、广东省室内环境卫生行业协会	2017/12/1
净诺科技	参与	《消费类电器产品卫生健康技术要求第3部分：空气净化器》	中国消费品质量安全促进会	2020/5/26
净诺科技	参与	《消费类电器产品卫生健康技术要求第4部分：新风机》	中国消费品质量安全促进会	2020/5/26
净诺科技	主导	《空气净化器及类似功能产品除病毒性能试验方法》	上海市环境保护工业行业协会、上海市环境保护工业行业协会空气净化设备专业委员会	2020/6/10
净诺科技	主导	《医用和类似用途空气消毒净化器除菌性能分级》	广东省室内环境卫生行业协会	2020/6/30
净诺科技	参与	《“领跑者”标准评价要求—空气净化器》	中国节能协会	2020/7/8
净诺科技	参与	《品牌评价—空气净化产品原始设计/原始设备制造商》	中国室内空气净化品牌集群、广东省室内环境卫生行业协会	2020/12/25

（四）研发情况

1、在研项目情况

截至本招股说明书签署之日，公司正在从事的研发项目具体如下：

序号	项目名称	项目描述及预期效果	拟投入经费（万元）	拟投入人员	研发进展
1	智能高效除尘空气净化器的研发	一款高性价比的空气净化器，采用后倾离心风道设计，H13 高效过滤网过滤，红外粉尘传感器检测 PM2.5，可根据室内环境自动调节净化能力，具有滤网更换提醒功能	220	12 人	手板验证中

序号	项目名称	项目描述及预期效果	拟投入经费 (万元)	拟投入 人员	研发进展
2	远程控制智能无叶循环暖风扇的研发	一款高性价比无叶空气净化循环扇,采用分隔结构设计加上智能控制,可依据环境条件,智能选择空气净化功能或空气循环功能	320	12 人	模具制作中
3	智能桌面空气净化器的研发	一款高性价比的桌面空气净化器,采用后倾离心风道设计,以高效过滤网过滤并通过红外粉尘传感器检测 PM2.5,可根据室内环境自动调节净化能力,具有滤网更换提醒功能	180	12 人	试产准备中
4	高端远程智能控制挂壁式新风机的研发	一款高端智能挂壁式新风机,采用前倾离心风道设计,可实时监控室内 PM2.5、二氧化碳、TVOC 浓度及温湿度状况,并根据室内条件对室内环境做出调整	300	12 人	试产准备中
5	除尘除菌桌面空气净化器的研发	一款具有紫外线杀菌功能的空气净化器,采用后倾离心风道设计,内置 UVC 杀菌、H13 滤网,可实现高效过滤	200	12 人	模具制作中
6	智能高效除尘香薰空气净化器的研发	一款高性价比的空气净化器,采用后倾离心风道设计,H13 高效过滤网过滤,红外粉尘传感器检测 PM2.5,可根据室内环境自动调节净化能力,具有滤网更换提醒功能及香薰功能	220	12 人	试产准备中
7	除尘除菌空气净化器的研发	一款高性价比,具有紫外线杀菌功能的空气净化器,采用后倾离心风道设计,内置 UVC 灯管杀菌, TrueHEPA 过滤	250	11 人	量产准备中
8	双向流挂壁式新风机的研发	一款高性价比双向流挂壁式新风机,采用前倾离心风道设计,内有转轮结构,可根据需要自调节进风通道	280	11 人	试产准备中
9	除尘空气净化器的研发	一款高性价比具有除尘功能的空气净化器,采用前倾离心风道设计, TrueHEPA 过滤	180	11 人	试产准备中
10	高端远程智能控制除尘除菌空气净化器的研发	一款高性价比的空气净化器,采用后倾离心风道设计,UV 除菌,H13 高效过滤网过滤,激光粉尘传感器检测 PM2.5,可根据室内环境自动调节净化能力,具有滤网更换提醒功能	380	13 人	试产准备中

2、研发费用投入情况

报告期内，公司研发费用占营业收入的比例如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
研发费用（万元）	2,317.17	1,334.32	1,235.48
营业收入（万元）	64,903.68	38,303.28	29,007.70
占营业收入的比例	3.57%	3.48%	4.26%

3、正在申请的专利情况

截至本招股说明书签署之日，发行人正在申请的专利情况如下：

（1）境内正在申请的专利

序号	专利名称	专利类型	专利权人	申请号	申请日
1	可节能环保的空气净化设备	发明专利	净诺科技	201611063100.4	2016.11.25
2	一种防止镜头污染的空气检测装置及其防污染方法	发明专利	净诺科技	201911303577.9	2019.12.17
3	一种分流上盖及均匀淋水无声加湿蒸发装置	发明专利	净诺科技	202010426230.X	2020.05.19
4	一种高压脉冲电场过滤杀菌消毒装置及其杀菌消毒方法	发明专利	净诺科技	202010508073.7	2020.06.05
5	一种新式上水加湿器及其上水加湿方法	发明专利	净诺科技	202010658883.0	2020.07.09
6	一种无叶风扇的机头、无叶风扇及出风方式	发明专利	净诺科技	202010713538.2	2020.07.22
7	一种加湿器的水位检测装置及其水位检测方法	发明专利	净诺科技	202010747045.0	2020.07.29
8	一种可均匀加湿的加湿结构、加湿器及其加湿方法	发明专利	净诺科技	202011027072.7	2020.09.25
9	汽车空气净化系统及其空气净化方法	发明专利	净诺科技	202011027066.1	2020.09.25
10	一种净化加湿装置	发明专利	净诺科技	202011024816.X	2020.09.25
11	一种具有按需加水功能的加湿器	发明专利	净诺科技	202011078416.7	2020.10.10
12	一种可添加香薰的空气加湿器	发明专利	净诺科技	202011080415.6	2020.10.10
13	一种插入式滤芯结构的新型空气净化器	发明专利	净诺科技	202011076913.3	2020.10.10
14	一种双筒式耐用型油气净化器	发明专利	净诺科技	202011077539.9	2020.10.10
15	一种挂壁式双风道便于维护	发明专利	净诺科技	202011080413.7	2020.10.10

序号	专利名称	专利类型	专利权人	申请号	申请日
	的新风机				
16	一种可升降的环保型窗式新风机	发明专利	净诺科技	202011079199.3	2020.10.10
17	内置UV灯及滤芯放置结构的空气净化器	发明专利	净诺科技	202011185555.X	2020.10.29
18	一种具有风口控制结构的新风机	发明专利	净诺科技	202011247875.3	2020.11.10
19	一种带有夜灯的香薰空气净化器	发明专利	净诺科技	202011501141.3	2020.12.17
20	一种便于拆装的低辐射UV灯	实用新型	净诺科技	202022136116.1	2020.9.25
21	新风机进风口底盖	实用新型	净诺科技	202022142623.6	2020.9.25
22	UV灯杀菌装置及其空气净化器	实用新型	净诺科技	202022998594.3	2020.12.11
23	内置UV灯及滤芯放置结构的空气净化器	实用新型	净诺科技	202022457742.0	2020.10.29
24	进风口开关机构及其新风机	实用新型	净诺科技	202022457710.0	2020.10.29
25	易更换UV灯的空气净化器	实用新型	净诺科技	202022980797.X	2020.12.8
26	具有UV灯装置的空气净化器	实用新型	净诺科技	202022983840.8	2020.12.8
27	一种带有夜灯的香薰空气净化器	实用新型	净诺科技	202023061375.9	2020.12.17
28	一种具备吹风和空气净化双模式的无叶风扇	实用新型	净诺科技	202023281964.8	2020.12.30
29	香薰瓶音乐空气净化器	实用新型	净诺科技	202023205308.X	2020.12.26
30	出风网结构及应有有其的空气净化器	实用新型	净诺科技	202023204948.9	2020.12.26
31	旋转出风的空气净化器	实用新型	净诺科技	202120276343.6	2021.01.30
32	一种高效烘干灭菌的智能烘鞋机	实用新型	净诺科技	202120657020.1	2021.03.31
33	一种智能刀筷消毒架	实用新型	净诺科技	202120659171.0	2021.03.31
34	一种成型模具的新型冷却装置	发明专利	净胜模具	202010224227.X	2020.3.26
35	一种成型模具的脱倒扣上盖结构	发明专利	净胜模具	202010224200.0	2020.3.26
36	一种空气净化器塑料件的注塑成型工艺	发明专利	净胜模具	202010569743.6	2020.6.20
37	一种加湿器塑料件的注塑成型工艺	发明专利	净胜模具	202010569741.7	2020.6.20
38	室内空气净化方法和装置	发明专利	北京秒新	201710740145.9	2017.8.25
39	为风机降噪的方法和可为风机降噪的装置	发明专利	北京秒新	201711023121.8	2017.10.25
40	空气过滤装置、信息识别方法	发明专利	北京秒新	201711012679.6	2017.10.26

序号	专利名称	专利类型	专利权人	申请号	申请日
	及信息验证方法				
41	空气质量监控装置、空气过滤装置及空气质量监控方法	发明专利	北京秒新	201711017889.4	2017.10.26
42	一种分体式新风机装置	发明专利	北京秒新	201711214914.8	2017.11.28
43	一种动态室内压力调节系统	发明专利	北京秒新	201711216610.5	2017.11.28
44	检测房间密闭性的方法和新风系统	发明专利	北京秒新	201711217529.9	2017.11.28
45	一种正压力无管道室内导流新风系统	发明专利	北京秒新	201711217696.3	2017.11.28
46	用于新风系统调节风量的方法和可调节进风量的新风系统	发明专利	北京秒新	201711218823.1	2017.11.28
47	新风机和新风机的密封方法	发明专利	北京秒新	201711218825.0	2017.11.28
48	一种新风机控制面板	发明专利	北京秒新	201711417223.8	2017.12.25
49	采样用无菌设备	发明专利	北京秒新、段军	202010574855.0	2020.6.22
50	集成加湿系统的制热设备	发明专利	北京彩云归	202010794724.3	2020.08.10
51	分体式水泵及包括该分体式水泵的抽水功能设备	实用新型	北京秒新	202120189365.9	2021.01.25
52	风扇	外观专利	北京秒新	202130197079.2	2021.04.19
53	交易数据的处理方法和交易数据的处理系统	发明专利	深圳安德迈	202010619132.8	2020.07.01
54	自动居中定位底板结构及其滤芯装置及空气过滤器	实用新型	净诺科技	202121451861.3	2021.06.28
55	空气净化器用活动底板装置及其空气净化器	实用新型	净诺科技	202121452658.8	2021.06.28
56	一种净化器用的风道支架	实用新型	净胜模具	202121195698.9	2021.5.31
57	一种净化器用的后壳	实用新型	净胜模具	202121192534.0	2021.5.31
58	一种净化器用的前壳	实用新型	净胜模具	202121195662.0	2021.5.31
59	一种模内注塑成型模具	实用新型	净胜模具	202121201491.8	2021.5.31
60	一件五金件埋入注塑模具	实用新型	净胜模具	202121204195.3	2021.5.31
61	加湿器	实用新型	北京秒新	202121394102.8	2021.6.22
62	加湿器	实用新型	北京秒新	202121394081.X	2021.6.22
63	加湿器	发明专利	北京秒新	202110694031.1	2021.6.22
64	一种室内空气净化效果好的新型空气净化器	实用新型	净诺科技	202121839054.9	2021/08/06
65	一种适用于室内空气净化器的全自动空气净化器	实用新型	净诺科技	202121841962.1	2021/08/06
66	一种环保型空气净化器	实用新型	净诺科技	202121832171.2	2021/08/06
67	一种具有自动净化功能的环保型空气净化器	实用新型	净诺科技	202121830240.6	2021/08/06

(2) 境外正在申请的专利

序号	专利名称	专利类型	专利权人	地区	受理日
1	空气净化器(9925)	外观设计	净诺科技	美国	2020.01.19
2	空气净化器(9926)	外观设计	净诺科技	美国	2020.03.23
3	空气净化器(9815)	外观设计	净诺科技	美国	2021.01.26
4	空气净化器(9818)	外观设计	净诺科技	美国	2021.01.25
5	空气净化器(9926-ECF)	外观设计	净诺科技	美国	2021.02.08

(五) 核心技术人员情况

1、核心技术人员情况

截至 2020 年 12 月 31 日, 公司共有研发人员 116 人, 占公司总人数比例为 7.73%, 其中核心技术人员 2 名, 具体情况如下:

人员	行业工作及研发经验	主要成果	对公司研发的具体贡献
陈瑞	专科学历, 1994 起先后任福建机器厂技术员、国润电器(深圳)有限公司研发部工程师、课长、经理, 现任发行人研发副总经理, 拥有家电行业 25 年以上研发经验	作为发明人已申请并授权 14 项实用新型专利, 参与起草团体标准 4 项	担任公司副总经理(分管研发部、项目部、实验室), 组织研究行业最新产品的技术发展方向, 主持制定技术发展战略规划。管理公司的整体核心技术, 组织制定和实施重大技术决策和技术方案。长期从事环境及健康家电新产品技术研发工作, 是公司研发团队主要成员, 多项专利的发明人
李杰	本科学历, 2004 年起先后任东莞嘉利电器有限公司产品工程师、东莞汇勋电器制品有限公司开发工程师, 惠而浦产品研发(深圳)有限公司项目工程师、广州勒夫蔓德电器有限公司项目经理、深圳奥美仕电器有限公司技术总监, 2018 年至今任发行人高级工程师, 拥有 15 年以上家电行业研发经验	负责及主导公司多款典型产品的开发工作	担任结构设计高级工程师, 负责多个常规研发项目, 并协助新产品、新技术的研发。具备优秀的风机系统设计能力, 通过设计、仿真、验证, 不断优化各种叶轮和风道, 使多种风机组件做到体积更小、成本更低、性能更高, 并形成系列化、模块化, 提高了公司产品研发效率

报告期内, 公司核心技术人员保持稳定, 未发生重大变动。

2、对核心技术人员实施的约束激励措施

公司与核心技术人员签署了《保密协议》及《保密、知识产权与竞业禁止协议》, 此外, 公司制定的《研发部项目管理激励办法》与《知识产权激励管理制度》约定了研发成果奖及绩效考核量化机制, 对核心技术人员的科研成果予以奖励, 并将其绩效考核结果与研发工作情况相挂钩。

(六) 研发体制及技术创新机制

1、技术创新机制

为促进新产品和新技术的开发,提升公司整体技术水平和创新能力,公司通过一系列制度安排保障公司研发实力,情况如下:

(1) 建立项目创新激励机制

为充分调动公司研发技术人员参与技术创新的积极主动性,公司制定并推出了《研发部项目管理激励办法》与《知识产权激励管理制度》,对于技术创新工作中通过项目评定、提出有价值创新提案和完成专利申请评定的个人,根据项目的难易程度和工作量,给予不同的表彰和鼓励,从制度上保证员工利益,调动技术研发人员积极性,有利于公司经营目标的实现和保障公司的持续、健康发展。

(2) 完善研发人员晋升管理机制

公司历来重视人才队伍建设与储备,为加快公司研发人才的培养,提高队伍专业技能素质,树立技术骨干的表率作用,公司制定《研发人员薪酬晋级管理办法》夯实企业内部研发人才建设机制,研发人员完成有效送样、项目立项、专利申请、提案设计获得一定积分,根据评级积分设定调薪与晋升机制,充分调动研发人员的工作热情和积极性。

(3) 与优质客户协同发展机制

公司主要客户为国内外知名环境电器品牌商,在生产工艺和生产管理方面处于国内乃至世界领先水平,同时不断地变革创新以持续提升生产效率。发行人在持续服务知名客户过程中,公司内部研发人员与客户研发团队不定期展开沟通,根据客户需求进行定制化研发,并根据公司对市场趋势的前瞻性预判进行先行开发,提出从单一配件到模块化组件的整体技术解决方案,有效提升家电产品的整机生产效率、降低生产成本。与优质客户协同发展机制使得发行人研发与技术始终处于行业领先地位。

2、研发人员引进及培养机制

为了打造一支高层次的专业研发团队,公司在人才引进及培养方面形成了一

套完善的体系制度，保障了公司具备持续创新能力。

(1) 人才引进

公司通过各种方式补充相应人才以适应公司不断发展的需要，关注具有行业内有经验的专业技术人员，并与各高校合作招聘，吸收专业技术人才。

(2) 人才培养

公司高度重视人才的培养，定期对研发人员，技术人员进行内部培训；不定期组织研发人员、技术人员去培训机构进行外部培训或邀请行业内专业人员到公司对研发人员、技术人员进行培训。

未来，公司将进一步挖掘行业内的优秀专业人员，并加强培养内部研发梯队，提升研发团队配置，为公司的持续创新提供动力。

八、境外经营及境外拥有资产情况

截至本招股说明书签署之日，公司下属境外子公司 4 家，具体如下：

序号	境外子公司	注册地	股权结构	主营业务
1	香港安德迈	香港	深圳安德迈持股 100%	负责发行人销售业务，与发行人主营业务相关
2	沃泰实业	香港	香港安德迈持股 100%	负责发行人销售业务，与发行人主营业务相关
3	新加坡泰美	新加坡	香港安德迈持股 60.00% Songder International Co., Limited 持股 40.00%	负责发行人海外投资及销售业务，与发行人主营业务相关
4	越南泰美	越南	新加坡泰美持股 100%	负责发行人海外生产制造业务，与发行人主营业务相关

上述企业的基本情况、资产规模、经营管理及盈利情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人对外投资基本情况”。

发行人境外销售及采购业务均主要通过香港安德迈及沃泰实业开展，具体情况如下：

单位：万元

公司名称	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
香港安德迈	境外销售金额	51,030.20	19,950.94	-

公司名称	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	境外采购金额	1,359.93	2,138.72	-
沃泰实业	境外销售金额	-	10,084.81	26,731.53
	境外采购金额	-	661.45	1,561.34

沃泰实业为香港安德迈之全资子公司。为减少发行人对子公司的管理层级，提升发行人内部的管理效率，沃泰实业境外销售及采购的业务逐渐切换至母公司香港安德迈。沃泰实业已于 2021 年 7 月 2 日完成注销。

截至本招股说明书签署之日，公司除持有上述公司权益外，未拥有其他境外资产。

九、国际贸易的相关情况

(一) 主要进口国的关税政策、反倾销政策情况

1、关税政策

报告期内，发行人境外销售的主要市场为美国、俄罗斯，平均收入占外销收入的 95%以上，美国及俄罗斯的关税政策情况列示如下：

国家地区	主要产品	关税政策
美国	空气净化器	2018.7.6 之前，不征收关税； 2018.7.6-2019.5.14，征收 25%的关税； 2019.5.14-2020.12.31，取消 25%的关税，并追溯至 2018 年 7 月 6 日，退还期间征收的关税； 2021.1.1 之后，征收 25%的关税
	暖被机、干鞋机	征收 2.7%的进口关税
俄罗斯	新风机	征收 9%的进口关税

2、反倾销政策

报告期内，发行人主要产品销售的主要区域不涉及反倾销事项。

(二) 中美贸易摩擦对发行人境外销售业务的影响

1、发行人在美国市场的销售情况

报告期各期，发行人在美国市场的前五大客户销售情况如下：

年度	序号	客户名称	收入(万元)	销售渠道	销售品牌	主要业务模式

年度	序号	客户名称	收入(万元)	销售渠道	销售品牌	主要业务模式
2020 年度	1	Guardian	35,532.08	线下销售	Guardian	ODM
	2	Newell	6,095.27	线下销售	Holmes Sunbeam Bonaire	ODM
	3	Bedjet	1,696.82	线下销售	Bedjet	ODM
	4	Blueair	1,452.99	线下销售	Blueair	ODM
	5	Alen Global	478.85	线下销售	Alen	ODM
2019 年度	1	Guardian	18,651.39	线下销售	Guardian	ODM
	2	Newell	4,756.51	线下销售	Holmes Sunbeam Bonaire	ODM
	3	Bedjet	1,764.32	线下销售	Bedjet	ODM
	4	Alen Global	373.11	线下销售	Alen	ODM
	5	Supply Chain Sources	257.22	线上销售	Lifesmart	ODM
2018 年度	1	Guardian	16,662.97	线下销售	Guardian	ODM
	2	Newell	4,812.21	线下销售	Holmes Sunbeam Bonaire	ODM
	3	Bedjet	1,215.51	线下销售	Bedjet	ODM
	4	Synerco	335.32	线下销售	Hunter	ODM
	5	Supply Chain Sources	244.68	线下销售	Lifesmart	ODM

2、发行人美国市场价格调整情况

报告期内，美国对原产于中国的空气净化器等产品的进口关税政策及发行人美国市场价格调整情况如下：

(1) 2018年7月6日之前

对原产于中国的空气净化器等产品不征收关税。

(2) 2018年7月6日-2019年5月14日

2018年7月6日，美国对中国进口空气净化器商品征收25%的关税。

在此期间，发行人与美国客户 Guardian 协商一致，对向其销售的部分产品进行价格调整，下调幅度为3%-5%不等。在此期间，发行人通过调价方式累计对其让利264.18万元。

(3) 2019年5月14日-2020年12月31日

2019年5月14日,空气净化器产品进入排除清单,免征关税,并追溯至2018年7月6日,退还期间征收的关税。同时,排除征收关税政策实行至2020年12月31日。

在此期间,公司收到Guardian对公司之前让利部分的退款264.18万元。

(4) 2021年1月1日至今

2021年1月1日起,美国对空气净化器等产品恢复征收25%的进口关税。

经发行人与Guardian协商,2021年1月1日起,对从中国境内向其交付的部分产品进行价格调整,下调幅度1%-6%不等,整体下调约3%。同时约定:若未来美国政府退还期间征收的关税,Guardian将退还公司让利部分。

除Guardian外,报告期至今,发行人未对其他客户因关税原因进行价格调整。

3、加征关税对发行人美国区域业务的影响情况

发行人在美国区域的业务以ODM业务为主,销售渠道为线下渠道。

一方面,加征关税,导致了美国客户采购成本的提升,对发行人美国区域的业务具有一定的负面影响;

另一方面,发行人和相关客户的合作受多方面因素影响:原材料成本波动、汇率波动等因素均会对合作方的利益格局造成影响。在多种市场因素综合影响的背景下,合作各方都会在一定程度上消化相关因素对自身的影响,维护较为稳定的价格体系,从而保障各方之间的长久合作。因此,在加征关税的背景下,除对Guardian有少量的价格折让外,发行人未和其他客户进行价格调整。

综上,预计加征关税不会对公司美国市场的主要客户、销售渠道、销售品牌产生重大影响。

(三) 贸易摩擦及国际政治形势对发行人境外销售业务的影响

近年来,由于中美贸易摩擦加剧以及国际政治形势的不确定性,我国的国

际贸易受到了一定影响。贸易摩擦及国际政治形势对发行人境外销售业务的影响主要体现为：2021 年 1 月 1 日起，美国对原产于中国的包括空气净化器在内的商品加征 25% 的进口关税。加征关税导致发行人美国客户的采购成本提高，对公司美国市场的业务具有一定的负面影响。

在美国加征关税等不利因素的影响下，发行人对美国客户的收入保持增长。2021 年 1-6 月，发行人美国市场收入为 21,048.74 万元，较 2020 年同期增长 86.08%，保持了良好的增长态势。发行人能够在外部不利环境下，保持业务持续增长的主要原因为：经过多年积累，公司在空气净化器领域的 ODM 业务方面形成了较强的核心竞争力，对主要客户的产品方案均为发行人研发设计，更换相关产品的生产商对主要客户具有不经济性，发行人和主要客户的可以长期保持紧密合作，业务能够保持增长。

为应对贸易摩擦及国际政治形势的不利变化，公司亦积极布局境外产能。2020 年 9 月，公司在越南设立生产越南泰美，通过建立境外生产基地的方式应对未来可能会产生的极端不利情形。

综上，贸易摩擦、国际政治形势等因素未对公司境外销售业务产生重大不利影响。

第七节 公司治理与独立性

一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

自股份公司设立以来，公司已按照《公司法》、《证券法》等有关法律法规与规范性文件的相关要求，建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书及专业委员会等制度。公司结合实际情况制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《董事会秘书工作制度》、《独立董事工作制度》、《关联交易管理办法》《对外担保管理办法》、《重大投资决策管理办法》、《防范控股股东及其关联方资金占用制度》等一系列公司内部治理制度，形成了健全的公司治理结构，为公司的规范治理和高效发展提供了有效保障。

报告期内，公司股东大会、董事会及监事会严格按照相关法律及公司章程的规定，依法规范运行。公司法人治理结构相关制度制定以来，公司股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书依法规范运作和履行职责，公司法人治理结构的功能不断得到完善。参照公司治理相关法律法规的标准，公司管理层认为报告期内不存在重大公司治理缺陷。

（一）股东大会运作情况

报告期初至本招股说明书签署日，公司共召开了 13 次股东大会，历次会议的股东出席情况、会议的召集和召开程序、表决程序、决议内容及签署等均符合法律、法规和规范性文件及《公司章程》等规定；出席股东大会人员的资格和召集人资格均合法、有效；不存在董事、监事或高级管理人员违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。股东大会对公司董事、监事和独立董事的选举和任免、利润分配、关联交易、《公司章程》及三会议事规则等其他公司治理制度的订立和修改、首次公开发行股票并在创业板上市和募集资金投向等重大事项作出了有效决议。公司建立了完善的股东大会制度并良好运行，维护了公司和股东的合法权益。

(二) 董事会运作情况

报告期初至本招股说明书签署日, 公司共召开了 15 次董事会会议。历次会议的召集和召开程序、出席会议人员资格及表决程序、决议的内容及签署等均符合法律、法规和规范性文件及《公司章程》等规定; 所作决议合法、有效, 不存在董事、监事或高级管理人员违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。董事会对高级管理人员聘任、《公司章程》和公司重大制度建设、重大经营投资、财务预算及决算、关联交易、首次公开发行股票并在创业板上市和募集资金投向等事项作出了有效决议, 对需要股东大会审议的事项提交股东大会审议决定, 有效履行了董事会的职责。公司建立了完善的董事会制度并良好运行, 为规范公司的运作和高效的业务运营发挥了积极作用。

(三) 监事会运作情况

报告期初至本招股说明书签署日, 公司共召开了 11 次监事会会议。历次会议的召集和召开程序、出席会议人员资格及表决程序、决议的内容及签署等均符合法律、法规和规范性文件及《公司章程》等规定; 所作决议合法、有效, 不存在董事、监事或高级管理人员违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。监事会对董事、高级管理人员的履职行为、财务决算报告、内部控制制度的执行情况等进行了监督、评价。公司监事会运作规范、有效, 主要对公司董事会、高级管理人员工作、公司重大生产经营决策、重大投资等事项实施了有效监督, 切实发挥了监事会的作用。

(四) 独立董事制度的建立、健全及运行情况

公司于 2020 年 9 月 30 日召开 2020 年第四次临时股东大会, 聘任张桂森、黄生、游晓为独立董事, 占董事会人数不低于三分之一, 其中黄生为会计专业人士。

为了进一步完善公司治理结构, 促进公司的规范运作, 公司根据《公司法》、《公司章程》等相关规定制定了《独立董事工作制度》, 对独立董事的任职资格、提名、选举、更换、特别职权等做出明确规定。

独立董事自任职以来, 均严格按照相关法律法规及规范制度, 认真履行职权,

准时出席历次董事会会议,秉持丰富的专业知识和勤勉尽责的职业道德在董事会积极参与议案讨论,对公司风险管理、内部控制等重大事项和关联交易事项进行决策,有效促进了公司的规范运作和法人治理结构的完善,有效维护了中小股东的利益。截至本招股说明书签署之日,独立董事未对发行人有关事项提出异议。

(五) 董事会秘书制度的建立健全及运行情况

董事会秘书是公司高级管理人员,负责公司股东大会和董事会会议的安排、文件保管,公司股东资料的管理,及办理信息披露事务等事宜。根据《公司章程》规定,董事会设董事会秘书一名,由董事长提名,经董事会聘任或者解聘。公司制定了《董事会秘书工作制度》,对董事会秘书的权利、职责进行了明确规定,保证了公司董事会秘书能够依法行使职权。2020年7月31日,经公司第二届董事会第四次会议审议,聘任王野行担任公司董事会秘书。

公司董事会秘书自担任以来,严格按照相关规定履行职责,认真履行了各项职责,为公司治理结构和董事会的完善、股东大会的正常职权行使发挥了应有的重要作用。

(六) 董事会专门委员会的设置及运行情况

1、专门委员会的设置

为进一步完善公司治理结构,强化董事会的规范运作、科学决策能力和风险防范能力,确保董事会对管理层的有效监督,公司依据相关法律、法规和规范性文件以及《公司章程》有关规定,2020年9月15日公司第二届董事会第六次会议审议通过《董事会专门委员会工作细则》,2021年3月2日公司第二届董事会第七次会议审议通过《关于选举战略委员会委员的议案》、《关于选举审计委员会委员的议案》、《关于选举提名委员会委员的议案》、《关于选举薪酬与考核委员会委员的议案》,建立了董事会专门委员会制度,选举了各董事会专门委员会委员。

公司董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会和薪酬与考核委员会。各专门委员会成员全部由董事组成,其中审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会中独立董事占多数并担任召集人,审计委员会中至少有一名独立董事是会计专业人士。各专门委员会的人员配置具体情况如下:

委员会名称	召集人	其他成员
战略委员会	吴天文	苏琛、周冬冬
审计委员会	黄生	游晓、吴天文
提名委员会	张桂森	黄生、吴天文
薪酬与考核委员会	游晓	张桂森、吴天文

2、专门委员会的运行情况

董事会各专门委员会自设立以来运行情况良好，均依据相关法律、法规和规范性文件以及各专门委员会工作细则等规定开展工作并履行职责，在公司战略发展、募集资金投向确定、财务状况审核、关联交易审核、提名及薪酬考核方面提出了建设性意见，所发表的意见作为董事会及股东大会有关决策的重要依据，对完善公司治理结构发挥了积极的作用。

二、特别表决权股份或类似安排

截至本招股说明书签署之日，公司不存在特别表决权股份或类似安排。

三、协议控制架构

截至本招股说明书签署之日，公司不存在协议控制架构。

四、内控自我评价及注册会计师鉴证意见

（一）公司管理层对内部控制制度的自我评估意见

管理层对公司的内部控制制度进行了自查和评估后认为：根据公司财务报告内部控制重大缺陷的认定情况，于内部控制评价报告基准日，不存在财务报告内部控制重大缺陷。

董事会认为，截至 2020 年 12 月 31 日，公司已按《企业内部控制基本规范》及相关规定于在所有重大方面保持了有效合理的财务报告内部控制。公司现有内部控制制度符合相关法律法规与证券监管部门的要求，合理涵盖了内部控制的主要方面和全部过程，有效保证了公司内部控制制度的执行、反馈与完善，在企业的日常管理过程中发挥了良好的控制和防范作用。

自内部控制制度制定以来，公司有效执行了各项制度，按照既定内部控制检

查监督的计划完成工作,加强了公司的管理规范,为公司的长远健康发展起到了应有的积极作用。

(二) 注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

致同所就公司内部控制的有效性,出具了《东莞市净诺环境科技股份有限公司内部控制鉴证报告》(致同专字(2021)第 441A010969 号),意见如下:

“东莞市净诺环境科技股份有限公司于 2020 年 12 月 31 日在所有重大方面有效地保持了按照《企业内部控制基本规范》建立的与财务报表相关的内部控制。”

(三) 发行人报告期内的财务内控不规范情况及整改情况

发行人报告期内存在通过供应商获取银行受托支付贷款(以下简称“转贷”)的财务内控不规范情形,具体情况如下:

1、转贷发生的背景及原因

2020 年初,受疫情影响,公司复工复产期间向供应商采购原材料预付款增加且单笔小额支出较多,资金紧张,特向中国建设银行凤岗支行申请流动贷款。发行人为了解决流动贷款受托支付与实际流动资金支付需求错配,通过中山市洁鼎过滤制品有限公司、东莞市美昇塑胶有限公司两家供应商转贷。上述资金均用于企业生产经营活动,不存在侵犯周转银行利益情形。

2、发行人报告期内转贷的具体金额、比例及资金流向情况

2020 年 3 月,发行人通过中山洁鼎、东莞市美昇塑胶有限公司向建设银行凤岗支行申请流动贷款,存在转贷情形,情况如下:

序号	银行名称	周转方	金额 (万元)	资金流向		
				银行贷款 支付时间	供应商转付公司时间及 金额	公司偿清银 行借款时间
1	中国建设银行 凤岗支行	中山洁鼎	1,000.00	2020.3.26	2020.3.30 回款 1,000 万 元	2020.8.3
2	中国建设银行 凤岗支行	东莞市美昇塑 胶有限公司	500.00	2020.3.26	2020.3.27 回款 200 万元; 2020.3.28 回款 200 万元; 2020.3.29 回款 999,920 元,扣手续费 80 元	2020.8.3

公司将转贷资金用于支付 49 家供应商的货款,情况如下:

单位: 万元

序号	供应商名称	金额
1	佛山市顺德区诚通冠电子科技有限公司	220.11
2	广东维尔	173.73
3	深圳市海和科技股份有限公司	131.90
4	东莞市国亨塑胶科技有限公司	101.66
5	其他	872.61
合计		1,500.00

截至 2020 年 6 月 4 日, 转贷资金已使用完毕, 均用于支付供应商货款。

报告期内, 除上述事项外, 发行人不存在其他转贷行为。

3、发行人采取的整改和纠正措施

为规范银行贷款业务, 公司自 2020 年 4 月起, 已不再通过转贷形式支取银行借款资金, 上述资金周转方及相关方在资金周转过程中不存在向公司收取任何费用或获得任何利益的情形, 不存在利益输送或损害公司利益的情形。同时, 公司积极偿付转贷资金, 最后一笔通过转贷支取的银行借款已于 2020 年 8 月清偿完毕。

发行人已依照相关法律、法规, 建立健全了法人治理结构, 完善了《资金管理制度》, 以进一步加强公司在资金管理、融资管理等方面的内部控制力度与规范运作程度。目前, 发行人严格按照相关制度要求履行相关内部控制制度, 有效保证了发行人的资金管理的有效性与规范性。

2021 年 3 月 22 日, 转贷事项发生银行中国建设银行东莞支行出具了《证明》: “净诺科技与我行业务合作一切正常, 不存在任何合作纠纷与争议, 我行对净诺科技不存在任何收取罚息或采取其他惩罚性法律措施的情形”。

综上, 公司对报告期内的转贷事项进行了有效整改。

五、报告期内违法违规行

报告期内, 发行人及发行人控股子公司发生的行政处罚情况如下:

2020 年 12 月 29 日, 凤岗海关下发行政处罚决定书(凤关缉违字[2020]3120056 号), 因公司 2018 年 9 月至 2020 年 8 月期间, 未对进口的过滤网、

过滤棉原材料涉及的运输费及其他费用申报纳税,漏缴税款合计 22.41 万元,对公司处以罚款 6.50 万元。

上述行政处罚系公司首次海关处罚,且主要系公司合作的报关单位经办人员失误导致,而非公司主观故意,且公司在收到行政处罚通知后积极配合调查,及时补缴相应税款并缴纳罚款。2021 年 3 月 16 日,凤岗海关出具《行政处罚事项的说明》,确认公司上述违法行为危害后果较小,根据《中华人民共和国行政处罚法》第二十七条第一款第四项、《中华人民共和国海关行政处罚实施条例》第十五条第四项规定对公司减轻处罚。

综上,上述行政处罚不属于重大行政处罚,且处罚金额较小,不影响公司的正常经营,不会对公司本次发行上市构成实质性法律障碍。

除上述情形以外,报告期内,公司严格按照相关法律法规的规定开展经营活动,不存在其他违法违规行为,也不存在被其他相关主管机关处罚的情形。

六、资金占用和对外担保情况

报告期内,公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务或其他方式占用的情况,亦不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。此外,公司也不存在被其他关联方资金占用或对外提供担保的情况。

公司制定了《关联交易管理办法》、《对外担保管理办法》等制度,对资金占用和对外担保事项进行相关规定,进一步加强资金管理及对外担保事项,保护公司、股东及其他利益相关人的合法权益。

七、发行人在资产、人员、财务、机构、业务方面的独立性情况

公司成立以来,严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作。公司产权明晰、运作规范,在业务、资产、人员、机构和财务等方面均具有独立性。

(一) 资产完整情况

公司系由沃泰电器整体变更设立,公司设立后依法办理了相关资产权属的变

更登记手续，依法继承了沃泰电器的各项资产与权利。公司资产完整，具备独立的、完整的与经营有关的业务体系及主要相关资产，合法拥有与日常经营有关的机器设备、运输设备、电子设备及必需的经营资质及其他相关所需资产。截至本招股说明书签署之日，公司对所有资产具有完全的控制支配权，不存在以其资产、权益或信誉为股东提供担保的情况，也不存在资产、资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业和公司或其他主要股东及其控制的企业占用而损害公司利益的情形。

（二）人员独立情况

公司的董事、监事和高级管理人员均按照《公司法》等其他法律法规、规范性文件及公司章程规定的程序产生。董事、股东代表监事由股东大会选举产生，高级管理人员均依法提名并经董事会审议通过产生。不存在大股东超越公司董事会和股东大会职权做出的人事任免决定的情况。

公司人员与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业分开。公司总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书等高级管理人员均未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担任除董事、监事以外的任何职务，也未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业、与发行人业务相同或相似、或存在其他利益冲突的企业领薪。公司的财务人员均未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业兼职。

（三）财务独立情况

公司设立了独立的财务会计部门，并按照《企业会计准则》等规定配备了独立的财务人员，具有规范有效的会计核算体系、财务会计制度和对分、子公司的财务管理稽查制度，能够独立做出财务决策。公司拥有独立的银行账号，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情况。公司作为独立纳税人，依法进行纳税申报和履行纳税义务，不存在与股东共用银行账户或混合纳税的情况。

（四）机构独立情况

根据《公司法》等相关法律法规及《公司章程》等相关规定的要求，公司建

立了健全的股东大会、董事会、监事会等决策、执行、监督机构。各机构均独立于公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。该等机构依照《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》等规定规范运行。公司设有独立的职能部门，该等职能机构直接接受公司总经理或副总经理管理，与主要股东之间不存在上下级关系。公司组织机构独立，与主要股东及其控制的其他企业在办公机构和生产经营场所不存在混合经营、合署办公的情况。公司具有独立设立、调整各职能部门的权力，不存在主要股东任何形式的非法干预现象。公司拥有机构设置的主权。

(五) 业务独立情况

公司建立了完整的业务流程，具备自主知识产权，拥有独立完整的管理、采购、物流配送、销售和售后服务体系，各职能部门均拥有专职工作人员。公司具有直接面对市场独立经营的能力，业务体系完整，独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业；公司的业务与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争，以及严重影响独立性或者显失公平的关联交易。

(六) 主营业务、控制权、人员稳定情况以及股权清晰情况

公司主营业务、控制权、管理团队和核心技术人员稳定，最近 2 年内，主营业务和董事、高级管理人员及核心技术人员均未发生重大不利变化；控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰；最近 2 年内，实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

(七) 持续经营情况

截至本招股说明书签署之日，公司不存在主要资产、核心技术与商标的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

八、同业竞争情况

（一）与控股股东、实际控制人及其控制的企业不存在同业竞争

截至本招股说明书签署之日，公司控股股东和实际控制人吴天文、苏琛及其控制的企业实际经营的业务不存在从事与公司相同、相似业务的情形。公司与控股股东、实际控制人及其控制的企业不存在同业竞争。

（二）避免同业竞争的承诺

为避免与发行人之间可能出现的同业竞争，保持上市公司的独立性，维护发行人及股东的利益，公司控股股东、实际控制人吴天文、苏琛出具了《关于避免同业竞争的承诺》，具体内容参见本招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“六、与本次发行上市相关的承诺事项”之“（二）关于避免同业竞争的承诺”。

九、关联方及关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则》和《深圳证券交易所股票上市规则》的规定，截至本招股说明书签署之日，公司的关联方及关联关系如下：

（一）控股股东、实际控制人、持股 5%以上股东

序号	关联方	关联关系
1	吴天文	控股股东、实际控制人、董事长、总经理
2	苏琛	控股股东、实际控制人、副董事长、副总经理
3	安泰德	持有公司 12.96%的股份
4	天津金米、武汉顺赢、武汉顺宏	作为一致行动人合计持有公司 6.66%的股份

（二）发行人子公司

序号	关联方	关联关系
1	净胜模具	发行人子公司
2	净享环境	发行人子公司
3	深圳安德迈	发行人子公司
4	传递者	发行人子公司
5	北京秒新	发行人子公司
6	北京彩云归	发行人子公司
7	香港安德迈	发行人子公司
8	沃泰实业	发行人子公司

序号	关联方	关联关系
9	新加坡泰美	发行人子公司
10	越南泰美	发行人子公司

对净胜模具、北京秒新关联关系及关联交易的说明:

2019年11月,发行人收购净胜模具,收购前,净胜模具为发行人供应商;2020年9月,发行人收购北京秒新,收购前,北京秒新为发行人客户。具体收购过程参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人重大资产重组情况”。

尽管在收购完成前,净胜模具及北京秒新和发行人无实质关联关系。结合收购过程,将发行人与净胜模具及北京秒新的相关交易均视同关联交易披露。

(三) 控股股东及实际控制人控制的其他企业

序号	关联方	关联关系
1	创思成	控股股东、实际控制人苏琛控制的企业

(四) 其他关联自然人(发行人董事、监事与高级管理人员及其近亲属)

序号	关联方	关联关系
1	周冬冬、蒋文	公司董事
2	黄生、游晓、张桂森	公司独立董事
3	梁东华、郑运芳、冯海恩	公司监事
4	陈瑞、袁晓红	公司副总经理
5	贺伦军	财务总监
6	王野行	公司副总经理、董事会秘书
7	上述自然人关系密切的家庭成员	包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满十八周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母

(五) 公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员控制、共同控制、施加重大影响或者担任董事和高级管理人员的其他企业

序号	关联方	关联关系
1	三乡环境科技(北京)有限公司	净诺科技持股 12.77%, 董事长吴天文担任董事
2	南京小沐电子科技有限公司	董事蒋文担任董事
3	深圳市知知品牌孵化有限公司	董事蒋文担任董事

序号	关联方	关联关系
4	石家庄市深度动画科技有限公司	董事蒋文担任董事
5	上海熟圣网络科技有限公司	董事蒋文担任董事
6	北京米和花影业有限公司	董事蒋文担任董事
7	上海汉图科技有限公司	董事蒋文担任董事
8	北京金史密斯科技有限公司	董事蒋文担任董事
9	北京米糖文化创意有限公司	董事蒋文担任董事
10	深圳闪回科技有限公司	董事蒋文担任董事
11	厦门大白科技有限公司	董事蒋文担任董事
12	秒秒测科技(北京)有限公司	董事蒋文担任董事
13	南京酷科电子科技有限公司	董事蒋文担任董事
14	杭州多普商贸有限公司	董事蒋文担任董事
15	宁波美高厨具有限公司	董事蒋文担任董事
16	杭州聚匠星辰数字传媒有限公司	董事蒋文担任董事
17	柒小佰(深圳)科技有限公司	董事蒋文担任董事
18	深圳英鹏信息技术股份有限公司	董事蒋文担任董事
19	北京石头世纪科技股份有限公司	董事蒋文担任董事
20	杭州玺匠文化创意股份有限公司	董事蒋文担任董事
21	上海文采实业有限公司	董事蒋文担任董事
22	深圳魔耳智能声学科技有限公司	董事蒋文担任董事
23	杭州铜木主义家具股份有限公司	董事蒋文担任董事
24	捷成华视网聚(常州)文化传媒有限公司	董事蒋文担任董事
25	珠海云麦科技有限公司	董事蒋文担任董事
26	Ximalaya Inc.	董事蒋文担任董事
27	Fenxiang Family Inc.	董事蒋文担任董事
28	Liquid Networks (Cayman) Limited	董事蒋文担任董事
29	Milian Technology Inc.	董事蒋文担任董事
30	King Cinema Holdings Limited	董事蒋文担任董事
31	NUWA Robotics Corp.	董事蒋文担任董事
32	深圳市华西数字科技有限责任公司	公司副总经理、董事会秘书王野行担任董事
33	北京易堂悟之企业管理咨询有限公司	独立董事张桂森持股 90%, 担任董事长
34	北京锐思爱特咨询股份有限公司	独立董事张桂森担任执行董事
35	Uniwins Industrial (HK) Ltd.	副董事长苏琛之兄苏眉扬控制的企业

(六) 其他关联方

序号	关联方	关联关系
1	净源科技	发行人子公司, 已注销
2	贵术平	原监事, 于 2020 年 9 月辞去监事职位

序号	关联方	关联关系
3	苏招	原监事，于 2020 年 9 月辞去监事职位
4	创欣模具	持有发行人子公司净胜模具 49%的股权

十、关联交易

(一) 经常性关联交易

1、采购商品及劳务

报告期内，公司向关联方采购商品及劳务情况如下：

单位：万元

序号	公司名称	交易内容	定价方式	2019 年	2018 年
1	净胜模具	注塑产品、模具	市场价	236.02	-
2	创欣模具	注塑产品、模具	市场价	29.92	62.92
合计				265.94	62.92
营业成本				29,267.63	22,020.74
占当期营业成本比例				0.91%	0.29%
同类采购额（塑胶材料、模具）				7,606.24	5,908.66
占当期类采购额比例				3.50%	1.06%

2018 年，公司仅与创欣模具存在少量的交易。2018 年、2019 年，公司与净胜模具、创欣模具的关联采购金额合计为 62.92 万元、265.94 万元，占营业成本比例为 0.29%、0.91%，关联交易金额及占比较低，对发行人整体经营业绩影响较小。

发行人对净胜模具、创新模具的关联关系是由于发行人收购净胜模具后进行追认确定。净胜模具、创新模具生产注塑产品及模具，公司向其采购具有必要性及合理性；同时公司对净胜模具、创欣模具的采购价格与同类原材料供应商价格相近，交易定价公允。

2、销售商品及劳务

报告期内，公司向关联方销售商品及劳务情况如下：

单位：万元

关联方	交易内容	定价方式	2020 年	2019 年	2018 年
北京秒新	新风机、加湿器等	市场价	177.21	482.50	232.00
营业收入			64,903.68	38,303.28	29,007.70
占当期营业收入比例			0.27%	1.26%	0.80%

报告期内，公司与北京秒新的关联销售金额分别为 232.00 万元、482.50 万元、177.21 万元，占营业收入比例分别为 0.80%、1.26%、0.27%，对发行人整体经营业绩影响较低。

发行人对北京秒新的关联关系是由于发行人收购北京秒新后进行追认确定。北京秒新主要从事新风机、加湿器的品牌运营及销售。发行人为环境电器的设计研发及生产制造商，发行人向北京秒新销售产品具有合理性及必要性；收购完成前，发行人及北京秒新的交易定价遵循市场化的方式，定价具有公允性。

3、房屋租赁

报告期内，公司存在向关联方租赁房屋，具体情况如下：

单位：万元

出租方	出租方	定价方式	2020 年	2019 年	2018 年
创思成	净诺科技	市场价	231.43	231.43	231.43
营业成本			48,169.95	29,267.63	22,020.74
占当期营业成本比例			0.48%	0.79%	1.05%

2016 年 4 月 1 日，发行人与创思成签订期限为 5 年的房屋租赁合同，租赁场所为东莞市凤岗镇竹塘村浸校塘工业区利民路 2 号，租赁用地面积 13,500.00 平方米，租金为 20.25 万元/月（含税）。

上述租赁房屋系位于集体土地上的房屋，未办理产权证明。为规范发行人资产权属的合规性，发行人将该等房产转让给创思成。实际控制人苏琛成立创思成，创思成无其他业务，持有上述房产后将其租赁给发行人，上述交易具有合理性及必要性；上述房屋租赁价格系参考周边房屋租赁价格后确认，定价具有公允性。

4、关键管理人员薪酬

报告期内，发行人关键管理人员的薪酬分别为 291.71 万元、280.95 万元及 336.12 万元。

（二）偶发性关联交易

1、关联担保

报告期内，公司及控股子公司作为被担保方的关联担保情况如下：

序号	被担保方	担保方	担保金额 （万元）	担保起始日	担保到期日	担保是否 履行完毕
1	净胜模具	左甲仔、创欣模具	403.97	2019/4/30	2023/3/30	否
2	净胜模具	吴天文、苏琛、左甲仔、 净诺科技	172.74	2020/8/7	2024/7/7	否
3	净胜模具	吴天文、苏琛、左甲仔 净诺科技	38.55	2020/8/11	2024/7/11	否
4	净胜模具	吴天文、苏琛、左甲仔 净诺科技	34.34	2020/8/12	2024/7/12	否
5	净胜模具	吴天文、苏琛、左甲仔 净诺科技	24.08	2020/8/27	2024/7/27	否
6	净诺科技	吴天文、苏琛、沃泰实业	人民币 1,000 万 元与美元 100 万 元之和	2017/7/3	2020/12/21	是
7	净诺科技	吴天文、苏琛、沃泰实业、 香港安德迈	人民币 1,800 万 元和美元 70 万 元之和	2018/8/14	2020/12/21	是
8	净诺科技	吴天文、苏琛、香港安德迈	2,657	2018/8/23	2020/3/17	是
9	净诺科技	吴天文、苏琛、创思成	1,500	2020/3/13	2023/8/3	否
10	净诺科技	吴天文、苏琛、香港安德迈	4,235	2020/3/17	无	否
11	净诺科技	吴天文、苏琛	500	2020/1/15	2023/1/16	否
12	净诺科技	吴天文、苏琛	1,100	2020/7/14	2029/7/13	否
13	净诺科技	吴天文、苏琛、香港安德迈、 深圳安德迈	人民币 3,000 万 元和美元 100 万 元之和	2020/12/21	无	否

注：左甲仔为创欣模具的实际控制人。

除上述关联担保外，报告期内，公司与关联方不存在其他偶发性关联交易。

2、关联资产转让

报告期内，公司存在向关联方受让商标，具体情况如下：

序号	商标图案	转让方	受让方	注册证号	申请地	注册日	转让 对价
1	LAVIEAIR	吴天文	净诺科技	5486021	美国	2018.6.5	无

序号	商标图案	转让方	受让方	注册证号	申请地	注册日	转让对价
2	LAVIEAIR	吴天文	净诺科技	017797151	欧盟	2018.5.25	无
3	LAVIEAIR	吴天文	净诺科技	UK00003271899	英国	2018.2.23	无
4	LAVIEAIR	吴天文	净诺科技	UK00917797151	英国	2018.5.25	无

2018 年, 吴天文将所持全部境外商标以 0 元转让至发行人。转让完成后, 吴天文个人不再持有任何商标。

(三) 关联方往来款项余额

1、应收账款

报告期各期末, 公司对关联方应收账款余额情况如下:

单位: 万元

序号	关联方	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
		余额	坏账准备	余额	坏账准备	余额	坏账准备
1	创欣模具	-	-	178.61	6.48	-	-
2	北京秒新	-	-	48.23	0.24	-	-

2019 年 1 月, 创欣模具设立净胜模具, 并将其模具、注塑相关业务逐步转移至净胜模具。在转移业务的过渡期间, 部分创欣模具的原有客户仍向其继续下单。创欣模具接受到上述订单后, 将相关订单转移至净胜模具, 即由创欣模具向净胜模具采购产品后, 销售至相关客户, 因此形成应收账款。

2、其他应收款

报告期各期末, 公司对关联方其他应收款余额情况如下:

单位: 万元

序号	关联方	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
		余额	坏账准备	余额	坏账准备	余额	坏账准备
1	创思成	40.50	2.03	40.50	2.03	-	-
2	梁东华	1.94	0.10	-	-	-	-
3	北京秒新	-	-	-	-	3.87	0.19

公司对创思成的其他应收款系应收房屋租赁押金; 对监事梁东华的其他应收款系借支的员工备用金; 对北京秒新的其他应收款系公司为其代垫的运费杂费等。

3、应付账款

报告期各期末，公司对关联方应付账款余额情况如下：

单位：万元

序号	关联方	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
1	创欣模具	-	12.98	2.28

公司与创欣模具的应付账款系公司向其采购模具、注塑材料形成。

4、其他应付款

报告期各期末，公司对关联方其他应付款余额情况如下：

单位：万元

序号	关联方	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
1	创欣模具	-	177.71	-
2	郑运芳	-	-	0.30
合计		-	177.71	0.30

公司对创欣模具的其他应付款主要系净胜模具对原股东创欣模具的借款；公司对监事郑运芳的其他应付款系应付员工报销款。

5、预收款项

报告期各期末，公司对关联方预收款项情况如下：

单位：万元

序号	关联方	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
1	北京秒新	-	-	112.97

2018 年末，公司对北京秒新的预收款项为预收模具费。

6、预付款项

报告期各期末，公司对关联方预付款项情况如下：

单位：万元

序号	关联方	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
1	创欣模具	-	-	7.11

创欣模具为公司的模具及注塑件供应商，预付账款主要系模具及注塑材料的采购预付款。

十一、关联交易对公司财务状况与经营成果的影响

公司的经常性关联交易主要是收购子公司净胜模具、北京秒新前一年内的采购及销售及向创思成的房屋租赁；偶发性关联交易主要是关联方向公司及子公司的关联担保。公司与关联方发生关联交易主要基于公司业务、生产经营的需要，关联交易按照市场化原则确定交易价格和交易条件，关联交易金额及占比较低，不影响本公司经营活动和财务状况的独立性。

十二、报告期内发行人关联交易履行的程序及独立董事意见

(一) 关联交易的制度安排

为维护全体股东的利益，公司制定《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理办法》、《独立董事工作制度》等规章制度，对关联交易的范围、回避制度、决策权限、决策程序等内容作出了详细规定。目前，公司已采取一系列有效措施，保证公司在生产经营过程中规范和减少关联交易，并保持良好的独立性，确保关联交易行为不损害公司和全体股东的利益。

(二) 关联交易履行程序情况及独立董事意见

公司报告期内发生的上述关联交易已按照《公司章程》、《关联交易管理制度》等规定履行了必要的内部审批程序。公司第二届董事会第八次会议及 2021 年第二次临时股东大会，分别对公司报告期内的关联交易公允性进行确认：最近三年所产生的关联交易遵循市场经济规则，关联交易的价格公允，报告期内关联交易未损害发行人及其他股东的利益。

独立董事亦对公司报告期内关联交易发表了独立意见：公司董事会在审议报告期内的关联交易时，关联董事履行了回避表决程序，表决程序符合有关法律、法规、规范性文件和《公司章程》的相关规定；公司于 2018 年度至 2020 年度进行的关联交易均属合理、必要，符合公司实际经营状况和未来发展需要，由公司与关联方在平等自愿的基础上协商一致达成，遵循了公开、公平、公正的原则，并依据公允的交易价格，不存在损害公司及股东利益的情形。

(三) 规范和减少关联交易的措施

公司尽量避免关联交易的发生,对于无法避免的关联交易,公司将遵循公平、公正、公开的原则,严格按照相关法律法规及《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理办法》、《独立董事工作制度》等规章制度,严格执行关联交易的决策权限、决策程序、信息披露等措施,以保证公司董事会、股东大会关联交易决策对其他股东利益的公允性。

为规范和减少未来与发行人之间的关联交易,公司控股股东、实际控制人,全体董事、监事、高级管理人员出具了《关于规范并减少关联交易的承诺》,具体内容参见本招股说明书“第十一节其他重要事项”之“六、与本次发行上市相关的承诺事项”之“(一)关于规范并减少关联交易的承诺”。

第八节 财务会计信息与管理层分析

本节的财务会计数据及有关分析反映了公司报告期内经审计的财务状况、经营成果和现金流量情况。本节引用的财务数据，非经特别说明，均引自经审计的财务报告，并以合并口径反映。本公司提醒投资者，如需对本公司的财务状况、经营成果、现金流量及会计政策进行更详细的了解，请查阅《财务报告和审计报告》全文。

一、财务报表

(一) 合并资产负债表

1、合并资产负债表

单位：元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动资产：			
货币资金	306,194,294.66	62,247,311.69	89,723,831.75
交易性金融资产	2,610,032.57	89,959,362.51	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	66,179.92
衍生金融资产	-	102,335.99	-
应收账款	103,665,017.73	61,891,503.84	39,211,045.65
预付款项	13,718,293.41	7,307,687.50	8,061,858.22
其他应收款	12,364,865.25	5,533,724.19	5,295,699.86
存货	120,542,167.30	45,410,251.29	35,971,016.31
其他流动资产	7,911,113.43	2,575,582.47	42,152,767.53
流动资产合计	567,005,784.35	275,027,759.48	220,482,399.24
非流动资产：			
其他权益工具投资	3,000,000.00	3,000,000.00	-
固定资产	22,252,906.29	17,043,390.70	7,497,551.45
无形资产	4,774,052.07	1,085,725.38	855,493.54
商誉	31,271,252.40	4,009,290.64	-
长期待摊费用	1,373,305.71	464,478.68	-
递延所得税资产	1,476,323.22	1,147,526.84	3,566,194.19
其他非流动资产	4,815,801.29	929,707.31	112,614.64
非流动资产合计	68,963,640.98	27,680,119.55	12,031,853.82

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
资产合计	635,969,425.33	302,707,879.03	232,514,253.06

2、合并资产负债表(续)

单位: 元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动负债:			
短期借款	70,931,076.27	11,279,812.59	17,004,590.01
衍生金融负债	-	-	7,922,645.46
应付票据	22,939,710.92	28,265,649.18	24,029,952.18
应付账款	167,658,241.72	67,526,167.55	53,996,450.46
预收款项	-	3,203,393.42	7,197,102.26
合同负债	8,509,204.40	-	-
应付职工薪酬	13,701,334.96	6,490,587.99	4,200,439.70
应交税费	6,152,623.33	1,502,152.74	370,760.12
其他应付款	7,206,892.58	5,234,849.42	1,763,639.05
其中: 应付利息		-	40,894.20
一年内到期的非流动负债	1,329,950.29	1,538,471.87	-
流动负债合计	298,429,034.47	125,041,084.76	116,485,579.24
非流动负债:			
长期应付款	269,225.52	9,638.84	-
预计负债	1,585,086.48	864,022.93	290,077.00
递延所得税负债	836,642.89	-	-
非流动负债合计	2,690,954.89	873,661.77	290,077.00
负债合计	301,119,989.36	125,914,746.53	116,775,656.24
股本	31,245,435.00	27,000,000.00	27,000,000.00
资本公积	101,738,175.07	23,607,846.03	16,673,958.03
盈余公积	19,735,811.53	12,300,567.52	7,893,324.52
未分配利润	172,843,138.83	106,963,311.88	64,171,314.27
归属于母公司所有者权益合计	325,562,560.43	169,871,725.43	115,738,596.82
少数股东权益	9,286,875.54	6,921,407.07	-
股东权益合计	334,849,435.97	176,793,132.50	115,738,596.82
负债和股东权益合计	635,969,425.33	302,707,879.03	232,514,253.06

(二) 合并利润表

单位: 元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、营业收入	649,036,774.29	383,032,815.95	290,077,002.92
减: 营业成本	481,699,522.41	292,676,258.26	220,207,385.63

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
税金及附加	2,163,900.27	2,135,001.01	1,764,034.09
销售费用	14,639,866.32	10,447,078.85	9,166,362.74
管理费用	25,620,499.73	16,978,904.70	16,411,480.66
研发费用	23,171,700.93	13,343,220.70	12,354,763.58
财务费用	19,107,674.61	589,273.78	-298,090.94
其中：利息费用	1,735,321.34	774,372.56	396,949.91
利息收入	422,709.21	492,386.90	508,791.26
加：其他收益	6,871,023.16	449,587.30	739,671.06
投资收益（损失以“-”号填列）	-	-	-7,962,554.22
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	3,842,841.78	7,128,534.73	-7,928,670.32
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-353,071.68	-183,104.85	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-1,153,921.52	-1,106,200.85	-1,181,933.86
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	91,840,481.76	53,151,894.98	14,137,579.82
加：营业外收入	39,312.52	28,215.95	58,984.47
减：营业外支出	254,901.57	10,677.54	9,914.40
三、利润总额（亏损以“-”号填列）	91,624,892.71	53,169,433.39	14,186,649.89
减：所得税费用	13,264,781.28	5,878,722.16	906,358.37
四、净利润（亏损以“-”号填列）	78,360,111.43	47,290,711.23	13,280,291.52
（一）按经营持续性分类			
其中：持续经营净利润	78,360,111.43	47,290,711.23	13,280,291.52
终止经营净利润	-	-	-
（二）按所有权归属分类			
其中：归属于母公司股东的净利润	78,985,070.96	47,199,240.61	13,280,291.52
少数股东损益	-624,959.53	91,470.62	-
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-
六、综合收益总额	78,360,111.43	47,290,711.23	13,280,291.52
归属于母公司股东的综合收益总额	78,985,070.96	47,199,240.61	13,280,291.52
归属于少数股东的综合收益总额	-624,959.53	91,470.62	-
七、每股收益：			
（一）基本每股收益	2.83	1.75	0.49

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
(二) 稀释每股收益	2.83	1.75	0.49

(三) 合并现金流量表

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	628,251,488.25	371,834,096.02	298,024,146.37
收到的税费返还	34,592,429.75	30,221,375.25	29,087,500.13
收到其他与经营活动有关的现金	4,145,760.59	1,186,790.83	3,174,934.63
经营活动现金流入小计	666,989,678.59	403,242,262.10	330,286,581.13
购买商品、接受劳务支付的现金	469,079,094.47	271,707,151.93	234,493,867.69
支付给职工以及为职工支付的现金	78,529,139.27	47,723,048.30	47,378,098.44
支付的各项税费	13,559,035.69	7,346,528.66	8,296,961.97
支付其他与经营活动有关的现金	22,657,778.43	22,227,155.72	12,597,756.12
经营活动现金流出小计	583,825,047.86	349,003,884.61	302,766,684.22
经营活动产生的现金流量净额	83,164,630.73	54,238,377.49	27,519,896.91
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资所收到的现金	304,635,000.00	267,110,000.00	168,518,500.00
取得投资收益收到的现金	6,392,625.74	3,077,855.14	1,127,618.77
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	300.00	1,780.00	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	15,045,000.00	-
投资活动现金流入小计	311,027,925.74	285,234,635.14	169,646,118.77
购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	17,079,444.01	6,134,378.63	1,800,933.49
投资支付的现金	217,932,477.00	318,122,500.00	208,968,500.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	25,953,356.68	8,580,339.94	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	4,736,276.87	22,727,048.00
投资活动现金流出小计	260,965,277.69	337,573,495.44	233,496,481.49
投资活动产生的现金流量净额	50,062,648.05	-52,338,860.30	-63,850,362.72
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	83,780,679.44	-	-

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	3,312,548.29	-	-
取得借款收到的现金	110,224,254.20	29,213,874.64	65,717,144.18
收到其他与筹资活动有关的现金	-	582,729.06	-
筹资活动现金流入小计	194,004,933.64	29,796,603.70	65,717,144.18
偿还债务支付的现金	60,596,506.76	35,047,284.48	48,630,069.91
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	7,075,564.00	776,731.75	356,055.71
支付其他与筹资活动有关的现金	36,500,589.00	-	6,178,846.00
筹资活动现金流出小计	104,172,659.76	35,824,016.23	55,164,971.62
筹资活动产生的现金流量净额	89,832,273.88	-6,027,412.53	10,552,172.56
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-12,900,724.07	-1,018,945.62	-1,310,673.31
五、现金及现金等价物净增加额	210,158,828.59	-5,146,840.96	-27,088,966.56
加：期初现金及现金等价物余额	47,733,087.48	52,879,928.44	79,968,895.00
六、期末现金及现金等价物余额	257,891,916.07	47,733,087.48	52,879,928.44

二、注册会计师意见

本公司已聘请致同所对近三年资产负债表、利润表、现金流量表和股东权益变动表进行了审计。致同会计师事务所出具了标准无保留意见的审计报告（致同审字（2021）第 441A018412 号）。

致同所认为本公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了公司 2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日的合并及公司财务状况以及 2018 年度、2019 年度、2020 年度的合并及公司经营成果和现金流量。

三、与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准

公司在确定与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平判断标准时，结合自身所处的行业、发展阶段和经营状况，具体从性质和金额两个方面来考虑。从性质来看，主要考虑该事项在性质上是否属于日常活动、是否显著影响公司的财

务状况、经营成果和现金流量；从金额来看，因报告期内公司业务稳定且为持续盈利企业，根据三年平均税前利润总额的 5%确定财务报表的重要性水平。

四、影响发行人收入、成本、费用和利润的主要因素，以及对其具有核心意义或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标

(一) 影响发行人收入、成本、费用和利润的主要因素

1、影响收入的主要因素

(1) 与主要客户的稳定合作关系是公司营业收入的关键增长点

经过多年发展，公司积累了众多优质的客户资源，报告期内公司前五大客户包括 Guardian、Newell、Blueair、Bedjet、Tion、柒贰零等，均为全球主要环境电器市场的知名品牌或重要参与者。报告期内，公司对前五大客户的销售收入分别为 26,058.99 万元、33,708.52 万元及 51,505.21 万元，复合增长率为 40.59%，是发行人业绩增长的主要动力。

(2) 境内市场的开拓是公司营业收入的重要增长点

2018 年，公司与柒贰零开始合作，当年实现销售收入 1,192.26 万元，2019 年销售收入 5,944.87 万元，较 2018 年增长 398.62%。同时，公司与神州数码、七十迈积极开展业务，2019-2020 年度，公司对神州数码销售收入分别为 338.51 万元、555.45 万元；报告期内，七十迈销售收入分别为 108.27 万元、395.98 万元、641.74 万元。境内客户的销售收入增长导致了发行人收入的增长。

(3) 产业上下游并购是公司未来营业收入的新增长点

2019 年 11 月，公司收购净胜模具。净胜模具主要从事环境电器、消费电子产品的注塑及开模业务。收购净胜模具不仅可以进一步保障公司模具、塑胶结构件等原材料的质量，而且可以提升公司对客户订单的响应速度和效率，提升公司的综合实力。2020 年，净胜模具实现对外销售收入 2,954.00 万元，促进了公司的收入增长。

2020年9月，公司收购北京秒新。北京秒新主要从事自主品牌“秒新”的新风机与加湿器的研发及销售。收购北京秒新是公司完善品牌布局的重要举措，2020年10-12月秒新实现销售收入1,528.52万元，促进了公司自主品牌业务收入规模的增长。

2、影响成本的主要因素

报告期内，原材料成本占主营业务成本的比例分别为84.35%、86.67%、85.27%，原材料价格的波动对公司营业成本的波动具有关键影响。公司主要原材料包括电子电器、塑胶材料、过滤材料等，其中过滤材料价格的波动对发行人的成本波动具有重要影响，具体如下：

报告期内，发行人向Columbus采购的金额分别为1,561.34万元、2,800.18万元及1,359.93万元。Columbus是位于北美的过滤材料生产商。2017年底开始，公司客户Guardian进行产品升级，提升对滤网的性能及工艺要求。由于国内厂商的产品无法满足其要求，2018年开始，Guardian指定公司向Columbus采购滤网；2020年，由于国内过滤材料产品工艺及功能提升，且Columbus的产能不足，因此Guardian不再指定公司向Columbus采购，发行人加大了国内厂商过滤材料的采购，减少了对Columbus的采购规模。

相比于国内厂商，Columbus的产品价格较高，对Columbus采购规模的波动导致了发行人采购成本的波动及毛利率的波动。

3、影响费用的主要因素

报告期内，公司期间费用包括销售费用、管理费用、研发费用和财务费用，期间费用合计分别为3,763.45万元、4,135.85万元及8,253.97万元，占营业收入的比例分别为12.98%、10.79%和12.72%，占比总体保持平稳。

影响公司费用波动的主要因素包括职工薪酬及汇率波动两方面：

职工薪酬是影响公司期间费用的主要因素。报告期内，公司计入期间费用的职工薪酬（含股份支付）分别为2,172.09万元、2,324.90万元、3,180.66万元，占期间费用合计比例分别为57.72%、56.21%及38.53%。随公司收入规模的增长，公司的人员规模及职工薪酬均快速增长。

2020 年, 汇率波动对发行人的费用波动具有较大影响。2020 年, 因人民币对美元升值, 发行人计入财务费用的汇兑损失为 1,733.55 万元, 导致了发行人 2020 年费用的规模上升。

4、影响利润的主要因素

公司的主要利润来源于营业利润。报告期内, 公司的毛利率水平及费用率水平较为平稳, 影响公司利润的主要因素为公司的营业收入。报告期内, 公司营业收入快速增长, 导致了利润规模的快速增长。

公司产品的不同量产阶段及业务规模对产品的毛利率水平有一定影响。一般情况下, 在产品量产前期, 由于生产工艺需要进行持续改进, 原材料及人员的投入均相对较大, 产品的毛利率水平相对较低; 随着生产工艺的提升, 产品的毛利率水平将逐步恢复到合理水平; 进一步, 产品销售规模的继续提升将导致生产的规模经济效应, 随着人员投入及制造效率的提升, 毛利率水平将进一步提升。

(二)对发行人具有核心意义或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标

1、主营业务收入影响公司业绩变动的主要财务指标

2018 年-2020 年, 公司主营业务收入分别为 28,998.75 万元、38,288.05 万元、64,870.73 万元, 主营业务收入的年均复合增长率达 49.57%, 保持快速增长的趋势。同时, 作为环境清洁电器的设计及生产商, 报告期内, 公司主营业务毛利率分别为 24.06%、23.56%、25.74%, 毛利率水平保持平稳。公司的盈利水平主要由收入水平决定。

2、产品销量是影响公司业绩变动的主要非财务指标

报告期内, 公司产品的平均单价未发生重大变动, 产品销量的波动和发行人营业收入及利润水平有明显的正相关性。报告期内, 公司空气净化器产品销量分别为 115.19 万台、120.68 万台、215.90 万台, 复合增长率 36.90%。公司主营业务收入的年均复合增长率达 49.57%。随着产品销量的增长以及高端产品占比的提升, 发行人的主营业务收入不断增长。

五、合并财务报表的编制基础

(一) 财务报表的编制基础

本公司财务报表以持续经营为编制基础。

(二) 持续经营能力评价

本公司不存在导致对报告期末起 12 个月内的持续经营能力产生重大疑虑的事项或情况。

六、合并财务报表的合并范围

(一) 合并财务报表范围

本公司将控制的所有子公司纳入合并财务报表的合并范围。报告期内，公司合并报表范围基本情况如下表：

公司名称	是否纳入合并报表范围		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度
东莞市净享环境科技有限公司	是	是	是
东莞市净胜精密塑胶模具科技有限公司	是	是	否
深圳市安德迈科技有限公司	是	是	是
香港安德迈科技有限公司	是	是	是
沃泰实业（香港）有限公司	是	是	是
泰美科技（新加坡）有限公司	是	是	否
泰美科技（越南）有限公司	是	否	否
深圳市传递者智能科技有限公司	是	否	否
北京秒新科技有限公司	是	否	否
北京彩云归科技有限公司	是	否	否
东莞市净源科技有限公司	否	否	是

(二) 报告期内合并报表范围变更情况

1、非同一控制下企业合并

报告期内，公司通过非同一控制下合并新增了 3 家子公司，具体情况如下：

序号	公司名称	合并时间
1	北京秒新	2020.09

序号	公司名称	合并时间
2	北京彩云归	2020.09
3	净胜模具	2019.11

2、设立或投资子公司

报告期内，公司通过设立或投资方式取得了 4 家子公司，具体情况如下：

序号	公司名称	设立或投资时间
1	净享环境	2018.08
2	新加坡泰美	2019.11
3	深圳传递者	2020.07
4	越南泰美	2020.09

3、注销子公司

报告期内，公司注销了 1 家子公司，具体情况如下：

序号	公司名称	注销时间
1	净源科技	2019.01

七、报告期主要会计政策和会计估计

(一) 会计期间

会计年度自公历 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。本财务报表所载财务信息的会计期间为 2018 年 1 月 1 日起至 2020 年 12 月 31 日止。

(二) 营业周期

本公司的营业周期为 12 个月。

(三) 合并财务报表的编制方法

1、合并范围

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定。控制，是指本公司拥有对被投资单位的权力，通过参与被投资单位的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资单位的权力影响其回报金额。子公司，是指被本公司控制的主体（含企业、被投资单位中可分割的部分、结构化主体等）。

2、合并财务报表的编制方法

合并财务报表以本公司和子公司的财务报表为基础,根据其他有关资料,由本公司编制。在编制合并财务报表时,本公司和子公司的会计政策和会计期间要求保持一致,公司间的重大交易和往来余额予以抵销。

在报告期内因同一控制下企业合并增加的子公司以及业务,视同该子公司以及业务自同受最终控制方控制之日起纳入本公司的合并范围,将其自同受最终控制方控制之日起的经营成果、现金流量分别纳入合并利润表、合并现金流量表中。

在报告期内因非同一控制下企业合并增加的子公司以及业务,将该子公司以及业务自购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表,将其现金流量纳入合并现金流量表。

子公司的股东权益中不属于本公司所拥有的部分,作为少数股东权益在合并资产负债表中股东权益项下单独列示;子公司当期净损益中属于少数股东权益的份额,在合并利润表中净利润项目下以“少数股东损益”项目列示。少数股东分担的子公司的亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有的份额,其余额仍冲减少数股东权益。

3、购买子公司少数股东股权

因购买少数股权新取得的长期股权投资成本与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额,以及在不丧失控制权的情况下因部分处置对子公司的股权投资而取得的处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额,均调整合并资产负债表中的资本公积,资本公积不足冲减的,调整留存收益。

4、丧失子公司控制权的处理

因处置部分股权投资或其他原因丧失了对原有子公司控制权的,剩余股权按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量;处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和,减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日开始持续计算

的净资产账面价值的份额与商誉之和,形成的差额计入丧失控制权当期的投资收益。

与原有子公司的股权投资相关的其他综合收益等,在丧失控制权时转入当期损益,由于被投资方重新计量设定收益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

(四) 现金及现金等价物的确定标准

列示于现金流量表中的现金是指库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金等价物是指企业持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

(五) 外币业务和外币财务报表折算

1、外币业务

本公司发生外币业务,按交易发生日的即期汇率折算为记账本位币金额。

资产负债表日,对外币货币性项目,采用资产负债表日即期汇率折算。因资产负债表日即期汇率与初始确认时或者前一资产负债表日即期汇率不同而产生的汇兑差额,计入当期损益;对以历史成本计量的外币非货币性项目,仍采用交易发生日的即期汇率折算;对以公允价值计量的外币非货币性项目,采用公允价值确定日的即期汇率折算,折算后的记账本位币金额与原记账本位币金额的差额,计入当期损益。

2、外币财务报表的折算

资产负债表日,对境外子公司外币财务报表进行折算时,资产负债表中的资产和负债项目,采用资产负债表日的即期汇率折算,股东权益项目除“未分配利润”外,其他项目采用发生日的即期汇率折算。

利润表中的收入和费用项目,采用交易发生日的即期汇率折算。

现金流量表所有项目均按照现金流量发生日的即期汇率折算。汇率变动对现金的影响额作为调节项目,在现金流量表中单独列示“汇率变动对现金及现金等价物的影响”项目反映。

由于财务报表折算而产生的差额,在资产负债表股东权益项目下的“其他综合收益”项目反映。

处置境外经营并丧失控制权时,将资产负债表中股东权益项目下列示的、与该境外经营相关的外币报表折算差额,全部或按处置该境外经营的比例转入处置当期损益。

(六) 金融工具

金融工具,是指形成一方的金融资产,并形成其他方的金融负债或权益工具的合同。

1、金融工具的确认和终止确认

本公司于成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。

金融资产满足下列条件之一的,终止确认:

- (1) 收取该金融资产现金流量的合同权利终止;
- (2) 该金融资产已转移,且符合下述金融资产转移的终止确认条件。

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的,终止确认该金融负债或其一部分。本公司(债务人)与债权人之间签订协议,以承担新金融负债方式替换现存金融负债,且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的,终止确认现存金融负债,并同时确认新金融负债。

以常规方式买卖金融资产,按交易日进行会计确认和终止确认。

2、金融资产分类和计量

(1) 2019年1月1日以前适用的会计政策

本公司的金融资产于初始确认时分为以下四类:以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、持有至到期投资、应收款项、可供出售金融资产。金融资产在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产,相关交易费用直接计入当期损益,其他类别的金融资产相关交易费用计入其初始确认金额。

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产,包括交易性金融资产和初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。对于此类金融资产,采用公允价值进行后续计量,公允价值变动形成的利得或损失以及与该等金融资产相关的股利和利息收入计入当期损益。

符合以下条件之一,金融资产或金融负债可在初始计量时指定为以公允价值计量且变动计入损益的金融资产或金融负债:

A、该项指定可以消除或明显减少由于金融资产或金融负债的计量基础不同所导致的相关利得或损失在确认或计量方面不一致的情况。

B、风险管理或投资策略的正式书面文件已载明,该金融资产组合、该金融负债组合、或该金融资产和金融负债组合,以公允价值为基础进行管理、评价并向关键管理人员报告。

C、该金融资产或金融负债包含需单独分拆的嵌入衍生工具。

②持有至到期投资

持有至到期投资,是指到期日固定、回收金额固定或可确定,且本公司有明确意图和能力持有至到期的非衍生金融资产。持有至到期投资采用实际利率法,按照摊余成本进行后续计量,其终止确认、发生减值或摊销产生的利得或损失,均计入当期损益。

③应收款项

应收款项,是指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产,包括应收票据、应收账款和其他应收款等。应收款项采用实际利率法,按摊余成本进行后续计量,在终止确认、发生减值或摊销时产生的利得或损失,计入当期损益。

④可供出售金融资产

可供出售金融资产,是指初始确认时即指定为可供出售的非衍生金融资产,以及除上述金融资产类别以外的金融资产。可供出售金融资产采用公允价值进行

后续计量,其折溢价采用实际利率法摊销并确认为利息收入。除减值损失及外币货币性金融资产的汇兑差额确认为当期损益外,可供出售金融资产的公允价值变动确认为其他综合收益,在该金融资产终止确认时转出,计入当期损益。与可供出售金融资产相关的股利或利息收入,计入当期损益。

对于在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资,以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产,按成本计量。

(2) 2019年1月1日以后适用的会计政策

本公司在初始确认时根据管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征,将金融资产分为以下三类:以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

①以摊余成本计量的金融资产

本公司将同时符合下列条件且未被指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产,分类为以摊余成本计量的金融资产:

本公司管理该金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标;

该金融资产的合同条款规定,在特定日期产生的现金流量,仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

初始确认后,对于该类金融资产采用实际利率法以摊余成本计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融资产所产生的利得或损失,在终止确认、按照实际利率法摊销或确认减值时,计入当期损益。

②以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产

本公司将同时符合下列条件且未被指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产,分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产:

本公司管理该金融资产的业务模式既以收取合同现金流量为目标又以出售该金融资产为目标;

该金融资产的合同条款规定,在特定日期产生的现金流量,仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

初始确认后,对于该类金融资产以公允价值进行后续计量。采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得及汇兑损益计入当期损益,其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时,将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出,计入当期损益。

③以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

除上述以摊余成本计量和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产外,本公司将其余所有的金融资产分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。在初始确认时,为消除或显著减少会计错配,本公司将部分本应以摊余成本计量或以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

初始确认后,对于该类金融资产以公允价值进行后续计量,产生的利得或损失(包括利息和股利收入)计入当期损益,除非该金融资产属于套期关系的一部分。

但是,对于非交易性权益工具投资,本公司在初始确认时将其不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。该指定在单项投资的基础上作出,且相关投资从发行方的角度符合权益工具的定义。

初始确认后,对于该类金融资产以公允价值进行后续计量。满足条件的股利收入计入损益,其他利得或损失及公允价值变动计入其他综合收益。终止确认时,将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出,计入留存收益。

管理金融资产的业务模式,是指本公司如何管理金融资产以产生现金流量。业务模式决定本公司所管理金融资产现金流量的来源是收取合同现金流量、出售金融资产还是两者兼有。本公司以客观事实为依据、以关键管理人员决定的对金融资产进行管理的特定业务目标为基础,确定管理金融资产的业务模式。

本公司对金融资产的合同现金流量特征进行评估,以确定相关金融资产在特

定日期产生的合同现金流量是否仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。其中，本金是指金融资产在初始确认时的公允价值；利息包括对货币时间价值、与特定时期未偿付本金金额相关的信用风险、以及其他基本借贷风险、成本和利润的对价。此外，本公司对可能导致金融资产合同现金流量的时间分布或金额发生变更的合同条款进行评估，以确定其是否满足上述合同现金流量特征的要求。

仅在本公司改变管理金融资产的业务模式时，所有受影响的相关金融资产在业务模式发生变更后的首个报告期间的第一天进行重分类，否则金融资产在初始确认后不得进行重分类。

金融资产在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产，相关交易费用计入初始确认金额。因销售产品或提供劳务而产生的、未包含或不考虑重大融资成分的应收账款，公司按照预期有权收取的对价金额作为初始确认金额。

3、金融负债分类和计量

(1) 2019年1月1日以前适用的会计政策

公司的金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债、其他金融负债。对于未划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的，相关交易费用计入其初始确认金额。

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债和初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。对于此类金融负债，按照公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失以及与该等金融负债相关的股利和利息支出计入当期损益。

②其他金融负债

与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过

交付该权益工具结算的衍生金融负债,按照成本进行后续计量。其他金融负债采用实际利率法,按摊余成本进行后续计量,终止确认或摊销产生的利得或损失计入当期损益。

(2) 2019年1月1日以后适用的会计政策

公司的金融负债于初始确认时分类为:以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债、以摊余成本计量的金融负债。对于未划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的,相关交易费用计入其初始确认金额。

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债,包括交易性金融负债和初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。对于此类金融负债,按照公允价值进行后续计量,公允价值变动形成的利得或损失以及与该等金融负债相关的股利和利息支出计入当期损益。

②以摊余成本计量的金融负债

其他金融负债采用实际利率法,按摊余成本进行后续计量,终止确认或摊销产生的利得或损失计入当期损益。

③金融负债与权益工具的区分

金融负债,是指符合下列条件之一的负债:向其他方交付现金或其他金融资产的合同义务;在潜在不利条件下,与其他方交换金融资产或金融负债的合同义务;将来须用或可用企业自身权益工具进行结算的非衍生工具合同,且企业根据该合同将交付可变数量的自身权益工具;将来须用或可用企业自身权益工具进行结算的衍生工具合同,但以固定数量的自身权益工具交换固定金额的现金或其他金融资产的衍生工具合同除外。

权益工具,是指能证明拥有某个企业在扣除所有负债后的资产中剩余权益的合同。

如果本公司不能无条件地避免以交付现金或其他金融资产来履行一项合同义务,则该合同义务符合金融负债的定义。

如果一项金融工具须用或可用本公司自身权益工具进行结算,需要考虑用于结算该工具的本公司自身权益工具,是作为现金或其他金融资产的替代品,还是为了使该工具持有方享有在发行方扣除所有负债后的资产中的剩余权益。如果是前者,该工具是本公司的金融负债;如果是后者,该工具是本公司的权益工具。

4、衍生金融工具及嵌入衍生工具

本公司衍生金融工具包括远期外汇合约、外汇期权合同等。初始以衍生交易合同签订当日的公允价值进行计量,并以其公允价值进行后续计量。公允价值为正数的衍生金融工具确认为一项资产,公允价值为负数的确认为一项负债。因公允价值变动而产生的任何不符合套期会计规定的利得或损失,直接计入当期损益。

(1) 2019年1月1日以前适用的会计政策

对包含嵌入衍生工具的混合工具,如未指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债,嵌入衍生工具与该主合同在经济特征及风险方面不存在紧密关系,且与嵌入衍生工具条件相同,单独存在的工具符合衍生工具定义的,嵌入衍生工具从混合工具中分拆,作为单独的衍生金融工具处理。如果无法在取得时或后续的资产负债表日对嵌入衍生工具进行单独计量,则将混合工具整体指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债。

(2) 2019年1月1日以后适用的会计政策

对包含嵌入衍生工具的混合工具,如主合同为金融资产的,混合工具作为一个整体适用金融资产分类的相关规定。如主合同并非金融资产,且该混合工具不是以公允价值计量且其变动计入当期损益进行会计处理,嵌入衍生工具与该主合同在经济特征及风险方面不存在紧密关系,且与嵌入衍生工具条件相同,单独存在的工具符合衍生工具定义的,嵌入衍生工具从混合工具中分拆,作为单独的衍生金融工具处理。如果无法在取得时或后续的资产负债表日对嵌入衍生工具进行单独计量,则将混合工具整体指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债。

5、金融工具的公允价值

公允价值是指市场参与者在计量日发生的有序交易中,出售一项资产所能收

到或者转移一项负债所需支付的价格。

公司以公允价值计量相关资产或负债,假定出售资产或者转移负债的有序交易在相关资产或负债的主要市场进行;不存在主要市场的,公司假定该交易在相关资产或负债的最有利市场进行。主要市场(或最有利市场)是公司在计量日能够进入的交易市场。公司采用市场参与者在对该资产或负债定价时为实现其经济利益最大化所使用的假设。存在活跃市场的金融资产或金融负债,本公司采用活跃市场中的报价确定其公允价值。金融工具不存在活跃市场的,本公司采用估值技术确定其公允价值。

以公允价值计量非金融资产的,考虑市场参与者将该资产用于最佳用途产生经济利益的能力,或者将该资产出售给能够用于最佳用途的其他市场参与者产生经济利益的能力。公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术,优先使用相关可观察输入值,只有在可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下,才使用不可观察输入值。

在财务报表中以公允价值计量或披露的资产和负债,根据对公允价值计量整体而言具有重要意义的最低层次输入值,确定所属的公允价值层次:第一层次输入值,是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价;第二层次输入值,是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值;第三层次输入值,是相关资产或负债的不可观察输入值。每个资产负债表日,公司对在财务报表中确认的持续以公允价值计量的资产和负债进行重新评估,以确定是否在公允价值计量层次之间发生转换。

6、金融资产减值

(1) 2019年1月1日以前适用的会计政策

除了以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外,公司于资产负债表日对其他金融资产的账面价值进行检查,有客观证据表明该金融资产发生减值的,计提减值准备。表明金融资产发生减值的客观证据,是指金融资产初始确认后实际发生的、对该金融资产的预计未来现金流量有影响,且企业能够对该影响进行可靠计量的事项。

金融资产发生减值的客观证据，包括下列可观察到的情形：

- ①发行方或债务人发生严重财务困难；
 - ②债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期等；
 - ③本公司出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；
 - ④债务人很可能倒闭或者进行其他财务重组；
 - ⑤因发行方发生重大财务困难，导致金融资产无法在活跃市场继续交易；
 - ⑥无法辨认一组金融资产中的某项资产的现金流量是否已经减少，但根据公开的数据对其进行总体评价后发现，该组金融资产自初始确认以来的预计未来现金流量确已减少且可计量，包括：该组金融资产的债务人支付能力逐步恶化；债务人所在国家或地区经济出现了可能导致该组金融资产无法支付的状况；
 - ⑦债务人经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化，使权益工具投资人可能无法收回投资成本；
 - ⑧权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌，如权益工具投资于资产负债表日的公允价值低于其初始投资成本超过 50%（含 50%）或低于其初始投资成本持续时间超过 12 个月（含 12 个月）。
- 低于其初始投资成本持续时间超过 12 个月（含 12 个月）是指，权益工具投资公允价值月度均值连续 12 个月均低于其初始投资成本。

⑨其他表明金融资产发生减值的客观证据。

A、以摊余成本计量的金融资产

如果有客观证据表明该金融资产发生减值，则将该金融资产的账面价值减记至预计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损失）现值，减记金额计入当期损益。预计未来现金流量现值，按照该金融资产原实际利率折现确定，并考虑相关担保物的价值。

对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生

减值, 确认减值损失, 计入当期损益; 对单项金额不重大的金融资产, 单独进行减值测试或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。

单独测试未发生减值的金融资产(包括单项金额重大和不重大的金融资产), 包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试; 已单项确认减值损失的金融资产, 不包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。

本公司对以摊余成本计量的金融资产确认减值损失后, 如有客观证据表明该金融资产价值已恢复, 且客观上与确认该损失后发生的事项有关, 原确认的减值损失予以转回, 计入当期损益。但是, 该转回后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。

B、可供出售金融资产

如果有客观证据表明该金融资产发生减值, 原直接计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失, 予以转出, 计入当期损益。该转出的累计损失, 为可供出售金融资产的初始取得成本扣除已收回本金和已摊销金额、当前公允价值和原已计入损益的减值损失后的余额。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具, 在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失确认后发生的事项有关的, 原确认的减值损失予以转回, 计入当期损益。可供出售权益工具投资发生的减值损失, 不通过损益转回。

C、以成本计量的金融资产

在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资, 或与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产发生减值时, 将该金融资产的账面价值, 与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额, 确认为减值损失, 计入当期损益。发生的减值损失一经确认, 不得转回。

(2) 2019 年 1 月 1 日以后适用的会计政策

本公司以预期信用损失为基础, 对下列项目进行减值会计处理并确认损失准

备：以摊余成本计量的金融资产，以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的应收款项和债权投资，《企业会计准则第 14 号——收入》定义的合同资产（2020 年 1 月 1 日以后），租赁应收款，财务担保合同（以公允价值计量且其变动计入当期损益、金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的除外）。

①预期信用损失的计量

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指本公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。

本公司考虑有关过去事项、当前状况以及对未来经济状况的预测等合理且有依据的信息，以发生违约的风险为权重，计算合同应收的现金流量与预期能收到的现金流量之间差额的现值的概率加权金额，确认预期信用损失。

本公司对于处于不同阶段的金融工具的预期信用损失分别进行计量。金融工具自初始确认后信用风险未显著增加的，处于第一阶段，本公司按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后信用风险已显著增加但尚未发生信用减值的，处于第二阶段，本公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后已经发生信用减值的，处于第三阶段，本公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

对于在资产负债表日具有较低信用风险的金融工具，本公司假设其信用风险自初始确认后并未显著增加，按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备。

整个存续期预期信用损失，是指因金融工具整个预计存续期内所有可能发生的违约事件而导致的预期信用损失。未来 12 个月内预期信用损失，是指因资产负债表日后 12 个月内（若金融工具的预计存续期少于 12 个月，则为预计存续期）可能发生的金融工具违约事件而导致的预期信用损失，是整个存续期预期信用损失的一部分。

在计量预期信用损失时，本公司需考虑的最长期间为企业面临信用风险的最长合同期限（包括考虑续约选择权）。

本公司对于处于第一阶段和第二阶段、以及较低信用风险的金融工具，按照其未扣除减值准备的账面余额和实际利率计算利息收入。对于处于第三阶段的金融工具，按照其账面余额减已计提减值准备后的摊余成本和实际利率计算利息收入。

对于应收票据、应收账款和合同资产（2020年1月1日以后），无论是否存在重大融资成分，本公司始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，本公司依据信用风险特征对应收票据和应收账款划分组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据如下：

A、应收票据

应收票据组合 1：银行承兑汇票

应收票据组合 2：商业承兑汇票

B、应收账款

应收账款组合 1：应收国内企业客户

应收账款组合 2：应收国外企业客户

应收账款组合 3：应收合并范围内单位款项

对于划分为组合的应收票据，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

对于划分为组合的应收账款，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄/逾期天数与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

②其他应收款

当单项其他应收款无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，本公司依据

信用风险特征将其他应收款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据如下：

其他应收款组合 1：应收出口退税

其他应收款组合 2：应收保证金、押金

其他应收款组合 3：应收合并范围内单位款项

其他应收款组合 4：应收其他款项

对划分为组合的其他应收款，本公司通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

③债权投资、其他债权投资

对于债权投资和其他债权投资，本公司按照投资的性质，根据交易对手和风险敞口的各种类型，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

④信用风险显著增加的评估

本公司通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具预计存续期内发生违约风险的相对变化，以评估金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。

在确定信用风险自初始确认后是否显著增加时，本公司考虑无须付出不必要的额外成本或努力即可获得的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息。本公司考虑的信息包括：债务人未能按合同到期日支付本金和利息的情况；已发生的或预期的金融工具的外部或内部信用评级（如有）的严重恶化；已发生的或预期的债务人经营成果的严重恶化；现存的或预期的技术、市场、经济或法律环境变化，并将对债务人对本公司的还款能力产生重大不利影响。

根据金融工具的性质，本公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估信用风险是否显著增加。以金融工具组合为基础进行评估时，本公司可基于共同信用风险特征对金融工具进行分类，例如逾期信息和信用风险评级。

如果逾期超过 30 日，本公司确定金融工具的信用风险已经显著增加。

⑤已发生信用减值的金融资产

本公司在资产负债表日评估以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资是否已发生信用减值。当对金融资产预期未来现金流量具有不利影响的一项或多项事件发生时，该金融资产成为已发生信用减值的金融资产。金融资产已发生信用减值的证据包括下列可观察信息：发行方或债务人发生重大财务困难；债务人违反合同，如偿付利息或本金违约或逾期等；本公司出于与债务人财务困难有关的经济或合同考虑，给予债务人在任何其他情况下都不会做出的让步；债务人很可能破产或进行其他财务重组；发行方或债务人财务困难导致该金融资产的活跃市场消失。

⑥预期信用损失准备的列报

为反映金融工具的信用风险自初始确认后的变化，本公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，应当作为减值损失或利得计入当期损益。对于以摊余成本计量的金融资产，损失准备抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值；对于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资，本公司在其他综合收益中确认其损失准备，不抵减该金融资产的账面价值。

⑦核销

如果本公司不再合理预期金融资产合同现金流量能够全部或部分收回，则直接减记该金融资产的账面余额。这种减记构成相关金融资产的终止确认。这种情况通常发生在本公司确定债务人没有资产或收入来源可产生足够的现金流量以偿还将被减记的金额。但是，按照本公司收回到期款项的程序，被减记的金融资产仍可能受到执行活动的影响。已减记的金融资产以后又收回的，作为减值损失的转回计入收回当期的损益。

7、金融资产转移

金融资产转移，是指将金融资产让与或交付给该金融资产发行方以外的另一方（转入方）。

本公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的,终止确认该金融资产;保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的,不终止确认该金融资产。

本公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的,分别下列情况处理:放弃了对该金融资产控制的,终止确认该金融资产并确认产生的资产和负债;未放弃对该金融资产控制的,按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产,并相应确认有关负债。

8、金融资产和金融负债的抵销

当本公司具有抵销已确认金融资产和金融负债的法定权利,且目前可执行该种法定权利,同时本公司计划以净额结算或同时变现该金融资产和清偿该金融负债时,金融资产和金融负债以相互抵销后的金额在资产负债表内列示。除此以外,金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示,不予相互抵销。

(七) 公允价值计量

公允价值是指市场参与者在计量日发生的有序交易中,出售一项资产所能收到或者转移一项负债所需支付的价格。

本公司以公允价值计量相关资产或负债,假定出售资产或者转移负债的有序交易在相关资产或负债的主要市场进行;不存在主要市场的,本公司假定该交易在相关资产或负债的最有利市场进行。主要市场(或最有利市场)是本公司在计量日能够进入的交易市场。本公司采用市场参与者在对该资产或负债定价时为实现其经济利益最大化所使用的假设。

存在活跃市场的金融资产或金融负债,本公司采用活跃市场中的报价确定其公允价值。金融工具不存在活跃市场的,本公司采用估值技术确定其公允价值。

以公允价值计量非金融资产的,考虑市场参与者将该资产用于最佳用途产生经济利益的能力,或者将该资产出售给能够用于最佳用途的其他市场参与者产生经济利益的能力。

本公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术,优先使用相关可观察输入值,只有在可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下,才使用不可观察输入值。

在财务报表中以公允价值计量或披露的资产和负债,根据对公允价值计量整体而言具有重要意义的最低层次输入值,确定所属的公允价值层次:第一层次输入值,是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价;第二层次输入值,是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值;第三层次输入值,是相关资产或负债的不可观察输入值。

每个资产负债表日,本公司对在财务报表中确认的持续以公允价值计量的资产和负债进行重新评估,以确定是否在公允价值计量层次之间发生转换。

(八) 应收款项

应收款项包括应收票据、应收账款、其他应收款等。

1、2019 年 1 月 1 日以前适用的会计政策

(1) 单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准:期末余额达到 100 万元(含 100 万元)以上的应收款项为单项金额重大的应收款项。

单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法:对于单项金额重大的应收款项单独进行减值测试,有客观证据表明发生了减值,根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

单项金额重大经单独测试未发生减值的应收款项,再按组合计提坏账准备。

(2) 按组合计提坏账准备应收款项

对于单项金额不重大的应收款项,与经单独测试后未减值的单项金额重大的应收款项一起按以下信用风险特征组合计提坏账准备:

组合类型	确定组合的依据	按组合计提坏账准备的计提方法
账龄组合	账龄状态	账龄分析法
出口退税	不存在回收风险	个别计提法

保证金、押金	回收风险较低	个别计提法
应收合并范围内单位款项	不存在回收风险	个别计提法

A、对账龄组合，采用账龄分析法计提坏账准备的比例如下：

a、应收账款

账龄	应收账款计提比例
3个月以内（含3个月）	0.5%
3-6个月	1%
6-12个月	5%
12-18个月	10%
18-24个月	20%
2-3年	50%
3年以上	100%

b、其他应收款

账龄	其他应收款计提比例
1年以内（含1年）	5%
1-2年	20%
2-3年	50%
3年以上	100%

B、组合中，对应收出口退税、保证金押金、合并范围内关联方款项坏账准备的计提方法：对应收款项单独进行减值测试，有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。

2、2019年1月1日以后适用的会计政策

详见本节“（六）金融工具”之“6、金融资产减值”之“（2）2019年1月1日以后适用的会计政策”。

（九）存货

1、存货的分类

本公司存货分为原材料、在产品、库存商品、发出商品、委托加工物资等。

2、发出存货的计价方法

本公司存货取得时按实际成本计价。原材料、库存商品等发出时采用加权平均法计价。

3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

存货可变现净值是按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响。

资产负债表日，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备。本公司通常按照单个存货项目计提存货跌价准备，资产负债表日，以前减记存货价值的影响因素已经消失的，存货跌价准备在原已计提的金额内转回。

4、存货的盘存制度

本公司存货盘存制度采用永续盘存制。

(十) 长期股权投资

长期股权投资包括对子公司、合营企业和联营企业的权益性投资。本公司能够对被投资单位施加重大影响的，为本公司的联营企业。

1、初始投资成本确定

形成企业合并的长期股权投资：同一控制下企业合并取得的长期股权投资，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值份额作为投资成本；非同一控制下企业合并取得的长期股权投资，按照合并成本作为长期股权投资的投资成本。

对于其他方式取得的长期股权投资：支付现金取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本；发行权益性证券取得的长期股权投资，以发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

2、后续计量及损益确认方法

对子公司的投资，采用成本法核算，除非投资符合持有待售的条件；对联营企业和合营企业的投资，采用权益法核算。

采用成本法核算的长期股权投资,除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外,被投资单位宣告分派的现金股利或利润,确认为投资收益计入当期损益。

采用权益法核算的长期股权投资,初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的,不调整长期股权投资的投资成本;初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的,对长期股权投资的账面价值进行调整,差额计入投资当期的损益。

采用权益法核算时,按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额,分别确认投资收益和其他综合收益,同时调整长期股权投资的账面价值;按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分,相应减少长期股权投资的账面价值;被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动,调整长期股权投资的账面价值并计入资本公积(其他资本公积)。在确认应享有被投资单位净损益的份额时,以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础,并按照本公司的会计政策及会计期间,对被投资单位的净利润进行调整后确认。

因追加投资等原因能够对被投资单位施加重大影响或实施共同控制但不构成控制的,在转换日,按照原股权的公允价值加上新增投资成本之和,作为改按权益法核算的初始投资成本。原股权于转换日的公允价值与账面价值之间的差额,以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动转入改按权益法核算的当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的,处置后的剩余股权在丧失共同控制或重大影响之日改按《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》进行会计处理,公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益,在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理;原股权投资相关的其他所有者权益变动转入当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的控制的,处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的,改按权益法核算,并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整;处置后的剩余股权不能对被

投资单位实施共同控制或施加重大影响的, 改按《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》的有关规定进行会计处理, 其在丧失控制之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。

因其他投资方增资而导致本公司持股比例下降、从而丧失控制权但能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的, 按照新的持股比例确认本公司应享有的被投资单位因增资扩股而增加净资产的份额, 与应结转持股比例下降部分所对应的长期股权投资原账面价值之间的差额计入当期损益; 然后, 按照新的持股比例视同自取得投资时即采用权益法核算进行调整。

本公司与联营企业及合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照持股比例计算归属于本公司的部分, 在抵销基础上确认投资损益。但本公司与被投资单位发生的未实现内部交易损失, 属于所转让资产减值损失的, 不予以抵销。

3、确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

共同控制, 是指按照相关约定对某项安排所共有的控制, 并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。在判断是否存在共同控制时, 首先判断是否由所有参与方或参与方组合集体控制该安排, 其次再判断该安排相关活动的决策是否必须经过这些集体控制该安排的参与方一致同意。如果所有参与方或一组参与方必须一致行动才能决定某项安排的相关活动, 则认为所有参与方或一组参与方集体控制该安排; 如果存在两个或两个以上的参与方组合能够集体控制某项安排的, 不构成共同控制。判断是否存在共同控制时, 不考虑享有的保护性权利。

重大影响, 是指投资方对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力, 但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。在确定能否对被投资单位施加重大影响时, 考虑投资方直接或间接持有被投资单位的表决权股份以及投资方及其他方持有的当期可执行潜在表决权在假定转换为对被投资方单位的股权后产生的影响, 包括被投资单位发行的当期可转换的认股权证、股份期权及可转换公司债券等的影响。

当本公司直接或通过子公司间接拥有被投资单位 20%（含 20%）以上但低于 50%的表决权股份时，一般认为对被投资单位具有重大影响，除非有明确证据表明该种情况下不能参与被投资单位的生产经营决策，不形成重大影响；本公司拥有被投资单位 20%（不含）以下的表决权股份时，一般不认为对被投资单位具有重大影响，除非有明确证据表明该种情况下能够参与被投资单位的生产经营决策，形成重大影响。

4、减值测试方法及减值准备计提方法

对子公司、联营企业及合营企业的投资，计提资产减值的方法见“（十五）资产减值”。

（十一）固定资产

1、固定资产确认条件

本公司固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。

与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业，并且该固定资产的成本能够可靠地计量时，固定资产才能予以确认。

本公司固定资产按照取得时的实际成本进行初始计量。

2、各类固定资产的折旧方法

本公司采用年限平均法计提折旧。固定资产自达到预定可使用状态时开始计提折旧，终止确认时或划分为持有待售非流动资产时停止计提折旧。在不考虑减值准备的情况下，按固定资产类别、预计使用寿命和预计残值，本公司确定各类固定资产的年折旧率如下：

类别	使用年限（年）	残值率%	年折旧率%
房屋及建筑物	20	10	4.5
机器设备	3-10	5~10	31.67~9.00
电子设备	5	10	18.00
运输设备	3-5	5	31.67~19.00
其他	3	5	31.67

其中，已计提减值准备的固定资产，还应扣除已计提的固定资产减值准备累计金额计算确定折旧率。

3、固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法

固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法参见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“七、报告期主要会计政策和会计估计”之“(十五) 资产减值”

4、融资租入固定资产的认定依据、计价方法和折旧方法

当本公司租入的固定资产符合下列一项或数项标准时，确认为融资租入固定资产：

(1) 在租赁期届满时，租赁资产的所有权转移给本公司。

(2) 本公司有购买租赁资产的选择权，所订立的购买价款预计将远低于行使选择权时租赁资产的公允价值，因而在租赁开始日就可以合理确定本公司将会行使这种选择权。

(3) 即使资产的所有权不转移，但租赁期占租赁资产使用寿命的大部分。

(4) 本公司在租赁开始日的最低租赁付款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁资产公允价值。

(5) 租赁资产性质特殊，如果不作较大改造，只有本公司才能使用。

融资租赁租入的固定资产，按租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额的现值两者中较低者，作为入账价值。最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认融资费用。在租赁谈判和签订租赁合同过程中发生的，可归属于租赁项目的手续费、律师费、差旅费、印花税等初始直接费用，计入租入资产价值。未确认融资费用在租赁期内各个期间采用实际利率法进行分摊。

融资租入的固定资产采用与自有固定资产一致的政策计提租赁资产折旧。能够合理确定租赁期届满时将会取得租赁资产所有权的，在租赁资产尚可使用年限内计提折旧；无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产尚可使用年限两者中较短的期间内计提折旧。

5、每年年度终了，本公司对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核

使用寿命预计数与原先估计数有差异的，调整固定资产使用寿命；预计净残值预计数与原先估计数有差异的，调整预计净残值。

6、大修理费用

本公司对固定资产进行定期检查发生的大修理费用，有确凿证据表明符合固定资产确认条件的部分，计入固定资产成本，不符合固定资产确认条件的计入当期损益。固定资产在定期大修理间隔期间，照提折旧。

(十二) 借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

本公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。借款费用同时满足下列条件的，开始资本化：

(1) 资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；

(2) 借款费用已经发生；

(3) 为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

2、借款费用资本化期间

本公司购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用停止资本化。在符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态之后所发生的借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过 3 个月的，暂停借款费用的资本化；正常中断期间的借款费用继续资本化。

3、借款费用资本化率以及资本化金额的计算方法

专门借款当期实际发生的利息费用，减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额予以资本化；一般借款根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，确定资本化金额。资本化率根据一般借款的加权平均利率计算确定。

资本化期间内，外币专门借款的汇兑差额全部予以资本化；外币一般借款的汇兑差额计入当期损益。

（十三）无形资产

本公司无形资产包括软件使用权、专利权及软件著作权等。

无形资产按照成本进行初始计量，并于取得无形资产时分析判断其使用寿命。使用寿命为有限的，自无形资产可供使用时起，采用能反映与该资产有关的经济利益的预期实现方式的摊销方法，在预计使用年限内摊销；无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销；使用寿命不确定的无形资产，不作摊销。

使用寿命有限的无形资产摊销方法如下：

类别	使用寿命（年）	摊销方法
软件使用权	3~5	直线法
专利权及软件著作权	10	直线法

本公司于每年年度终了，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核，与以前估计不同的，调整原先估计数，并按会计估计变更处理。

资产负债表日预计某项无形资产已经不能给企业带来未来经济利益的，将该项无形资产的账面价值全部转入当期损益。

无形资产计提资产减值方法见“（十五）资产减值”。

(十四) 研究开发支出

本公司将内部研究开发项目的支出，区分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。

开发阶段的支出，同时满足下列条件的，才能予以资本化，即：完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；具有完成该无形资产并使用或出售的意图；无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。不满足上述条件的开发支出计入当期损益。

本公司研究开发项目在满足上述条件，通过技术可行性及经济可行性研究，形成项目立项后，进入开发阶段。

已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出，自该项目达到预定用途之日转为无形资产。

(十五) 资产减值

对子公司、联营企业和合营企业的长期股权投资、固定资产、在建工程、无形资产、商誉等(存货、按公允价值模式计量的投资性房地产、递延所得税资产、金融资产除外)的资产减值，按以下方法确定：

于资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，存在减值迹象的，本公司将估计其可收回金额，进行减值测试。对因企业合并所形成的商誉、使用寿命不确定的无形资产和尚未达到可使用状态的无形资产无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。

可收回金额根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。本公司以单项资产为基础估计其可收回金额；难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资

资产组的可收回金额。资产组的认定，以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。

当资产或资产组的可收回金额低于其账面价值时，本公司将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

就商誉的减值测试而言，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。相关的资产组或资产组组合，是能够从企业合并的协同效应中受益的资产组或者资产组组合，且不大于本公司确定的报告分部。

减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，首先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，确认相应的减值损失。然后对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较其账面价值与可收回金额，如可收回金额低于账面价值的，确认商誉的减值损失。

资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（十六）长期待摊费用

本公司发生的长期待摊费用按实际成本计价，并按预计受益期限平均摊销。对不能使以后会计期间受益的长期待摊费用项目，其摊余价值全部计入当期损益。

（十七）职工薪酬

1、职工薪酬的范围

职工薪酬，是指企业为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。企业提供给职工配偶、子女、受赡养人、已故员工遗属及其他受益人等的福利，也属于职工薪酬。

根据流动性，职工薪酬分别列示于资产负债表的“应付职工薪酬”项目和“长期应付职工薪酬”项目。

2、短期薪酬

本公司在职工提供服务的会计期间,将实际发生的职工工资、奖金、按规定的基准和比例为职工缴纳的医疗保险费、工伤保险费和生育保险费等社会保险费和住房公积金,确认为负债,并计入当期损益或相关资产成本。如果该负债预期在职工提供相关服务的年度报告期结束后十二个月内不能完全支付,且财务影响重大的,则该负债将以折现后的金额计量。

3、离职后福利

离职后福利计划包括设定提存计划和设定受益计划。其中,设定提存计划,是指向独立的基金缴存固定费用后,企业不再承担进一步支付义务的离职后福利计划;设定受益计划,是指除设定提存计划以外的离职后福利计划。

(1) 设定提存计划

设定提存计划包括基本养老保险、失业保险等。

在职工提供服务的会计期间,根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债,并计入当期损益或相关资产成本。

(2) 设定受益计划

对于设定受益计划,在年度资产负债表日由独立精算师进行精算估值,以预期累积福利单位法确定提供福利的成本。本公司设定受益计划导致的职工薪酬成本包括下列组成部分:

①服务成本,包括当期服务成本、过去服务成本和结算利得或损失。其中,当期服务成本,是指职工当期提供服务所导致的设定受益计划义务现值的增加额;过去服务成本,是指设定受益计划修改所导致的与以前期间职工服务相关的设定受益计划义务现值的增加或减少。

②设定受益计划净负债或净资产的利息净额,包括计划资产的利息收益、设定受益计划义务的利息费用以及资产上限影响的利息。

③重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动。

除非其他会计准则要求或允许职工福利成本计入资产成本,本公司将上述第①和②项计入当期损益;第③项计入其他综合收益且不会在后续会计期间转回至

损益,在原设定受益计划终止时在权益范围内将原计入其他综合收益的部分全部结转至未分配利润。

4、辞退福利

本公司向职工提供辞退福利的,在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债,并计入当期损益:本公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时;本公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

实行职工内部退休计划的,在正式退休日之前的经济补偿,属于辞退福利,自职工停止提供服务日至正常退休日期间,拟支付的内退职工工资和缴纳的社会保险费等一次性计入当期损益。正式退休日期之后的经济补偿(如正常养老退休金),按照离职后福利处理。

5、其他长期福利

本公司向职工提供的其他长期职工福利,符合设定提存计划条件的,按照上述关于设定提存计划的有关规定进行处理。符合设定受益计划的,按照上述关于设定受益计划的有关规定进行处理,但相关职工薪酬成本中“重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动”部分计入当期损益或相关资产成本。

(十八) 预计负债

如果与或有事项相关的义务同时符合以下条件,本公司将其确认为预计负债:该义务是本公司承担的现时义务;该义务的履行很可能导致经济利益流出本公司;该义务的金额能够可靠地计量。

预计负债按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量,并综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。货币时间价值影响重大的,通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。本公司于资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核,并对账面价值进行调整以反映当前最佳估计数。

如果清偿已确认预计负债所需支出全部或部分预期由第三方或其他方补偿,则补偿金额只能在基本确定能收到时,作为资产单独确认。确认的补偿金额不超过所确认负债的账面价值。

(十九) 股份支付及权益工具

1、股份支付的种类

本公司股份支付分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

2、权益工具公允价值的确定方法

本公司对于授予的存在活跃市场的期权等权益工具,按照活跃市场中的报价确定其公允价值。对于授予的不存在活跃市场的期权等权益工具,采用期权定价模型等确定其公允价值。选用的期权定价模型考虑以下因素:A、期权的行权价格;B、期权的有效期;C、标的股份的现行价格;D、股价预计波动率;E、股份的预计股利;F、期权有效期内的无风险利率。

3、确认可行权权益工具最佳估计的依据

等待期内每个资产负债表日,本公司根据最新取得的可行权职工人数变动等后续信息作出最佳估计,修正预计可行权的权益工具数量。在可行权日,最终预计可行权权益工具的数量应当与实际可行权数量一致。

4、实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

以权益结算的股份支付,按授予职工权益工具的公允价值计量。授予后立即可行权的,在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用,相应增加资本公积。在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的,在等待期内的每个资产负债表日,以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础,按照权益工具授予日的公允价值,将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。在可行权日之后不再对已确认的相关成本或费用和所有者权益总额进行调整。

以现金结算的股份支付,按照本公司承担的以股份或其他权益工具为基础计算确定的负债的公允价值计量。授予后立即可行权的,在授予日以本公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用,相应增加负债。在完成等待期内的服务或达

到规定业绩条件以后才可行权的以现金结算的股份支付,在等待期内的每个资产负债表日,以对可行权情况的最佳估计为基础,按照本公司承担负债的公允价值金额,将当期取得的服务计入成本或费用和相应的负债。在相关负债结算前的每个资产负债表日以及结算日,对负债的公允价值重新计量,其变动计入当期损益。

本公司对股份支付计划进行修改时,若修改增加了所授予权益工具的公允价值,按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加;若修改增加了所授予权益工具的数量,则将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加。权益工具公允价值的增加是指修改前后的权益工具在修改日的公允价值之间的差额。若修改减少了股份支付公允价值总额或采用了其他不利于职工的方式修改股份支付计划的条款和条件,则仍继续对取得的服务进行会计处理,视同该变更从未发生,除非本公司取消了部分或全部已授予的权益工具。

在等待期内,如果取消了授予的权益工具(因未满足可行权条件的非市场条件而被取消的除外),本公司对取消所授予的权益性工具作为加速行权处理,将剩余等待期内应确认的金额立即计入当期损益,同时确认资本公积。职工或其他方能够选择满足非可行权条件但在等待期内未满足的,本公司将其作为授予权益工具的取消处理。

(二十) 收入

1、2020 年 1 月 1 日以前适用的会计政策

(1) 一般原则

①销售商品

在已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方,既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权,也没有对已售商品实施有效控制,收入的金额能够可靠地计量,相关的经济利益很可能流入企业,相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时,确认商品销售收入的实现。

②提供劳务

对在提供劳务交易的结果能够可靠估计的情况下,本公司于资产负债表日按完工百分比法确认收入。

劳务交易的完工进度按已经发生的劳务成本占估计总成本的比例确定。

提供劳务交易的结果能够可靠估计是指同时满足:A、收入的金额能够可靠地计量;B、相关的经济利益很可能流入企业;C、交易的完工程度能够可靠地确定;D、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

如果提供劳务交易的结果不能够可靠估计,则按已经发生并预计能够得到补偿的劳务成本金额确认提供的劳务收入,并将已发生的劳务成本作为当期费用。已经发生的劳务成本如预计不能得到补偿的,则不确认收入。

③让渡资产使用权

与资产使用权让渡相关的经济利益能够流入及收入的金额能够可靠地计量时,本公司确认收入。

(2) 具体方法

本公司销售商品收入确认的具体方法如下:

①出口销售:海关报关完成并办妥离岸手续后确认收入的实现。

②国内销售:产品出库后,通过物流运至客户签收后或客户上门取货时确认收入的实现。

③网上平台销售:在客户下达订单后发送产品,客户确认收货、或约定的退货期过后确认收入的实现。

本公司销售模具收入确认的具体方法如下:

在模具完工后,经客户验收合格或该等模具生产的产品达到量产条件时确认收入的实现。

2、2020年1月1日以后适用的会计政策

(1) 一般原则

本公司在履行了合同中的履约义务,即在客户取得相关商品或服务的控制权时确认收入。

合同中包含两项或多项履约义务的,本公司在合同开始日,按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例,将交易价格分摊至各单项履约义务,按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

满足下列条件之一时,本公司属于在某一时段内履行履约义务;否则,属于在某一时点履行履约义务:

①客户在本公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益。

②客户能够控制本公司履约过程中在建的商品。

③本公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途,且本公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务,本公司在该段时间内按照履约进度确认收入。履约进度不能合理确定时,本公司已经发生的成本预计能够得到补偿的,按照已经发生的成本金额确认收入,直到履约进度能够合理确定为止。

对于在某一时点履行的履约义务,本公司在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品或服务控制权时,本公司会考虑下列迹象:

①本公司就该商品或服务享有现时收款权利,即客户就该商品负有现时付款义务。

②本公司已将该商品的法定所有权转移给客户,即客户已拥有该商品的法定所有权。

③本公司已将该商品的实物转移给客户,即客户已实物占有该商品。

④本公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户,即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬。

⑤客户已接受该商品或服务。

⑥其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

本公司已向客户转让商品或服务而有权收取对价的权利（且该权利取决于时间流逝之外的其他因素）作为合同资产，合同资产以预期信用损失为基础计提减值（参见本节“（十五）资产减值”）。本公司拥有的、无条件（仅取决于时间流逝）向客户收取对价的权利作为应收款项列示。本公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品或服务的义务作为合同负债。

同一合同下的合同资产和合同负债以净额列示，净额为借方余额的，根据其流动性在“合同资产”或“其他非流动资产”项目中列示；净额为贷方余额的，根据其流动性在“合同负债”或“其他非流动负债”项目中列示。

（2）具体方法

①销售商品

A、出口销售

发行人与境外客户签订的合同/订单全部采用 FOB 模式确认收入，收入确认时点为：发货完成后、在海关报关完成并办妥离岸手续后确认收入。

B、国内销售

产品出库后，通过物流运至客户签收后或客户上门取货时确认收入的实现。

报告期内，国内销售产品的情况如下：

销售模式			客户签收/验收流程	收入确认的内外部证据	收入确认 关键证据	签字 盖章
线上	商品		公司将产品出库，客户确认收货、或到约定的退货期仍未提出异议，视同客户完成签收	合同、系统出库记录、电商平台流水记录、物流送货记录、客户确认收货记录	物流送货记录 /客户确认收货记录	不适用 (注1)
线下	商品	送货	公司将产品出库，通过物流运至客户并得到签收确认	合同、系统出库记录、发货通知、签收凭证、对账单、开票申请单、发票、收款凭证	签收凭证	是
		提货	公司将产品出库，客户至公司自提并确认提货	合同、系统出库记录、提货凭证、对账单、开票申请单、发票、收款凭证	提货凭证	是
	模具		公司完成模具，与客户确认验收并交付模具清单或与客户确认模具生产的产品达到量	合同、产品检测报告、量产前审查会议、模具交付清单、模具确认单、样品确认单、开票申请单、发票、	模具交付清单、模具确认单、样品确认	是 (注2)

销售模式	客户签收/验收流程	收入确认的内外部证据	收入确认关键证据	签字盖章
	产条件	收款凭证	单	

注 1：公司线上销售面向终端用户，外部证据包括物流送货记录/客户确认收货记录，不需要签字确认；

注 2：客户在相关验收单据上签字确认、或通过邮件等形式确认模具或样品符合其要求并同意公司就该模具生产的产品进行量产，即可认为模具验收合格。

C、网上平台销售

在客户下达订单后发送产品，客户确认收货、或约定的退货期过后确认收入的实现。

发行人网上平台销售模式下存在无理由退货期，其中：国内网上平台销售为天猫旗舰店、京东旗舰店的销售，均承诺 7 天内无理由退货；出口网上平台销售主要是在亚马逊平台的销售，承诺 30 天内无理由退货。

发行人线上销售商品收入确认政策为：1、客户确认收货后确认收入；2、约定的退货期过后确认收入。

对客户确认收货的情况：客户确认收货系客户对商品销售情况无异议的主动确认行为，客户确认收货后，电商平台即可收取客户款项并支付给公司，商品的主要风险报酬及控制权均已转移给购货方，确认收入符合企业会计准则的相关规定。

对约定的退货期过后的情况：商品的销售已经完成，商品的主要风险报酬及控制权均已转移给购货方，确认收入符合企业会计准则的相关规定。

②销售模具

公司销售模具收入确认的具体方法为：在模具完工后，经客户验收合格或该等模具生产的产品达到量产条件时确认收入的实现。该等模具生产的产品达到量产条件的判断标准及依据为：客户在相关验收单据上签字确认、或通过邮件等形式确认模具或样品符合其要求，并同意公司就该模具生产的产品进行量产。一般情况下，客户确认模具达到量产条件后的一周内，发行人即会进行相关产品的生产排期。

③提供服务

公司提供服务收入确认的具体方法为：公司在提供服务的过程中确认收入。对于合同中包含两项或多项履约义务的，公司在合同开始日即按照各单项服务的单独售价的相对比例将交易价格分摊至各项服务。各项服务的单独售价依据本公司单独销售各项服务的价格得出。

(二十一) 合同成本（2020年1月1日以后）

合同成本包括为取得合同发生的增量成本及合同履约成本。

为取得合同发生的增量成本是指本公司不取得合同就不会发生的成本（如销售佣金等）。该成本预期能够收回的，本公司将其作为合同取得成本确认为一项资产。本公司为取得合同发生的、除预期能够收回的增量成本之外的其他支出于发生时计入当期损益。

为履行合同发生的成本，不属于存货等其他企业会计准则规范范围且同时满足下列条件的，本公司将其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，包括直接人工、直接材料、制造费用（或类似费用）、明确由客户承担的成本以及仅因该合同而发生的其他成本；

②该成本增加了本公司未来用于履行履约义务的资源；

③该成本预期能够收回。

合同取得成本确认的资产和合同履约成本确认的资产（以下简称“与合同成本有关的资产”）采用与该资产相关的商品或服务收入确认相同的基础进行摊销，计入当期损益。摊销期限不超过一年则在发生时计入当期损益。

当与合同成本有关的资产的账面价值高于下列两项的差额时，本公司对超出部分计提减值准备，并确认为资产减值损失：

①本公司因转让与该资产相关的商品或服务预期能够取得的剩余对价；

②为转让该相关商品或服务估计将要发生的成本。

确认为资产的合同履约成本,初始确认时摊销期限不超过一年或一个正常营业周期,在“存货”项目中列示,初始确认时摊销期限超过一年或一个正常营业周期,在“其他非流动资产”项目中列示。

确认为资产的合同取得成本,初始确认时摊销期限不超过一年或一个正常营业周期,在“其他流动资产”项目中列示,初始确认时摊销期限超过一年或一个正常营业周期,在“其他非流动资产”项目中列示。

(二十二) 政府补助

政府补助在满足政府补助所附条件并能够收到时确认。

对于货币性资产的政府补助,按照收到或应收的金额计量。对于非货币性资产的政府补助,按照公允价值计量;公允价值不能够可靠取得的,按照名义金额1元计量。

与资产相关的政府补助,是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助;除此之外,作为与收益相关的政府补助。

对于政府文件未明确规定补助对象的,能够形成长期资产的,与资产价值相对应的政府补助部分作为与资产相关的政府补助,其余部分作为与收益相关的政府补助;难以区分的,将政府补助整体作为与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助,冲减相关资产的账面价值,或者确认为递延收益在相关资产使用期限内按照合理、系统的方法分期计入损益。与收益相关的政府补助,用于补偿已发生的相关成本费用或损失的,计入当期损益或冲减相关成本;用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的,则计入递延收益,于相关成本费用或损失确认期间计入当期损益或冲减相关成本。按照名义金额计量的政府补助,直接计入当期损益。本公司对相同或类似的政府补助业务,采用一致的方法处理。

与日常活动相关的政府补助,按照经济业务实质,计入其他收益或冲减相关成本费用。与日常活动无关的政府补助,计入营业外收支。

已确认的政府补助需要返还时,初始确认时冲减相关资产账面价值的,调整资产账面价值;存在相关递延收益余额的,冲减相关递延收益账面余额,超出部分计入当期损益;属于其他情况的,直接计入当期损益。

(二十三) 递延所得税资产及递延所得税负债

所得税包括当期所得税和递延所得税。除由于企业合并产生的调整商誉,或与直接计入所有者权益的交易或者事项相关的递延所得税计入所有者权益外,均作为所得税费用计入当期损益。

本公司根据资产、负债于资产负债表日的账面价值与计税基础之间的暂时性差异,采用资产负债表债务法确认递延所得税。

各项应纳税暂时性差异均确认相关的递延所得税负债,除非该应纳税暂时性差异是在以下交易中产生的:商誉的初始确认,或者具有以下特征的交易中产生的资产或负债的初始确认:该交易不是企业合并,并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额;对于与子公司、合营企业及联营企业投资相关的应纳税暂时性差异,该暂时性差异转回的时间能够控制并且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

对于可抵扣暂时性差异、能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减,本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限,确认由此产生的递延所得税资产,除非该可抵扣暂时性差异是在以下交易中产生的:该交易不是企业合并,并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额;对于与子公司、合营企业及联营企业投资相关的可抵扣暂时性差异,同时满足下列条件的,确认相应的递延所得税资产:暂时性差异在可预见的未来很可能转回,且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

于资产负债表日,本公司对递延所得税资产和递延所得税负债,按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量,并反映资产负债表日预期收回资产或清偿负债方式的所得税影响。

于资产负债表日,本公司对递延所得税资产的账面价值进行复核。如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益,减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时,减记的金额予以转回。

(二十四) 经营租赁与融资租赁

本公司将实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁确认为融资租赁,除融资租赁之外的其他租赁确认为经营租赁。

1、本公司作为出租人

融资租赁中,在租赁期开始日本公司按最低租赁收款额与初始直接费用之和作为应收融资租赁款的入账价值,同时记录未担保余值;将最低租赁收款额、初始直接费用及未担保余值之和与其现值之和的差额确认为未实现融资收益。未实现融资收益在租赁期内各个期间采用实际利率法计算确认当期的融资收入。

经营租赁中的租金,本公司在租赁期内各个期间按照直线法确认当期损益。发生的初始直接费用,计入当期损益。

2、本公司作为承租人

融资租赁中,在租赁期开始日本公司将租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值,将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值,其差额作为未确认融资费用。初始直接费用计入租入资产价值。未确认融资费用在租赁期内各个期间采用实际利率法计算确认当期的融资费用。本公司采用与自有固定资产相一致的折旧政策计提租赁资产折旧。

经营租赁中的租金,本公司在租赁期内各个期间按照直线法计入相关资产成本或当期损益;发生的初始直接费用,计入当期损益。

(二十五) 重大会计判断和估计

本公司根据历史经验和其它因素,包括对未来事项的合理预期,对所采用的重要会计估计和关键假设进行持续的评价。

很可能导致下一会计年度资产和负债的账面价值出现重大调整风险的重要会计估计和关键假设列示如下:

1、金融资产的分类(2019年1月1日之后)

本公司在确定金融资产的分类时涉及的重大判断包括业务模式及合同现金流量特征的分析等。

本公司在金融资产组合的层次上确定管理金融资产的业务模式,考虑的因素包括评价和向关键管理人员报告金融资产业绩的方式、影响金融资产业绩的风险及其管理方式、以及相关业务管理人员获得报酬的方式等。

本公司在评估金融资产的合同现金流量是否与基本借贷安排相一致时,存在以下主要判断:本金是否可能因提前还款等原因导致在存续期内的时间分布或者金额发生变动;利息是否仅包括货币时间价值、信用风险、其他基本借贷风险以及与成本和利润的对价。例如,提前偿付的金额是否仅反映了尚未支付的本金及以未偿付本金为基础的利息,以及因提前终止合同而支付的合理补偿。

2、应收账款预期信用损失的计量(2019年1月1日之后)

本公司通过应收账款违约风险敞口和预期信用损失率计算应收账款预期信用损失,并基于违约概率和违约损失率确定预期信用损失率。在确定预期信用损失率时,本公司使用内部历史信用损失经验等数据,并结合当前状况和前瞻性信息对历史数据进行调整。在考虑前瞻性信息时,本公司使用的指标包括经济下滑的风险、外部市场环境、技术环境和客户情况的变化等。本公司定期监控并复核与预期信用损失计算相关的假设。

3、商誉减值

本公司至少每年评估商誉是否发生减值。这要求对分配了商誉的资产组的使用价值进行估计。估计使用价值时,本公司需要估计未来来自资产组的现金流量,同时选择恰当的折现率计算未来现金流量的现值。

4、递延所得税资产

在很有可能有足够的应纳税利润来抵扣亏损的限度内,应就所有未利用的税务亏损确认递延所得税资产。这需要管理层运用大量的判断来估计未来应纳税利润发生的时间和金额,结合纳税筹划策略,以决定应确认的递延所得税资产的金额。

5、未上市的权益投资的公允价值

未上市的权益投资的公允价值是根据具有类似条款和风险特征的项目当前折现率折现的预计未来现金流量。这种估价要求本公司估计预期未来现金流量和折现率,因此具有不确定性。在有限情况下,如果用以确定公允价值的信息不足,或者公允价值的可能估计金额分布范围很广,而成本代表了该范围内对公允价值的最佳估计的,该成本可代表其在该分布范围内对公允价值的恰当估计。

(二十六) 重要会计政策、会计估计变更

1、重要会计政策变更

(1) 2019 年度会计政策变更

财政部于 2019 年 4 月发布了《财政部关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》(财会[2019]6 号), 2018 年 6 月发布的《财政部关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》(财会[2018]15 号)同时废止;财政部于 2019 年 9 月发布了《财政部关于修订印发合并财务报表格式(2019 版)的通知》(财会[2019]16 号),《财政部关于修订印发 2018 年度合并财务报表格式的通知》(财会[2019]1 号)同时废止。根据财会[2019]6 号和财会[2019]16 号,本公司对财务报表格式进行了以下修订:

资产负债表,将“应收票据及应收账款”行项目拆分为“应收票据”及“应收账款”;将“应付票据及应付账款”行项目拆分为“应付票据”及“应付账款”。

本公司对可比期间的比较数据按照财会[2019]6 号文进行调整。

财务报表格式的修订对本公司的资产总额、负债总额、净利润、其他综合收益等无影响。

①新金融工具准则

财政部于2017年颁布了《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量(修订)》、《企业会计准则第23号——金融资产转移(修订)》、《企业会计准则第24号——套期会计(修订)》及《企业会计准则第37号——金融工具列报(修订)》(以下统称“新金融工具准则”),本公司于2019年9月30日召开的第一届董事会第十三次会议,批准自2019年1月1日起执行新金融工具准则,对会计政策相关内容进行了调整。变更后的会计政策参见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“七、报告期主要会计政策和会计估计”之“(六)金融工具”。

新金融工具准则要求根据管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征,将金融资产划分为以下三类:(1)以摊余成本计量的金融资产;(2)以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产;(3)以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。混合合同包含的主合同属于金融资产的,不应从该混合合同中分拆嵌入衍生工具,而应当将该混合合同作为一个整体适用金融资产分类的相关规定。

采用新金融工具准则对本公司金融负债的会计政策并无重大影响。

2019年1月1日,本公司没有将任何金融资产或金融负债指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债,也没有撤销之前的指定。

新金融工具准则以“预期信用损失法”替代了原金融工具准则规定的、根据实际已发生减值损失确认减值准备的方法。“预期信用损失法”模型要求持续评估金融资产的信用风险,因此在新金融工具准则下,本公司信用损失的确认时点早于原金融工具准则。

本公司以预期信用损失为基础,对下列项目进行减值会计处理并确认损失准备:以摊余成本计量的金融资产;以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的应收款项和债权投资;《企业会计准则第14号——收入》定义的合同资产(2020年1月1日以后);租赁应收款;财务担保合同(以公允价值计量且其变动计入当期损益、金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的除外)。

本公司按照新金融工具准则的规定,除某些特定情形外,对金融工具的分类和计量(含减值)进行追溯调整,将金融工具原账面价值和在新金融工具准则施行日(即2019年1月1日)的新账面价值之间的差额计入2019年年初留存收益或其他综合收益。同时,本公司未对比较财务报表数据进行调整。

于2019年1月1日,金融资产按照原金融工具准则和新金融工具准则的规定进行分类和计量的结果对比如下:

单位:万元

原金融工具准则			新金融工具准则		
项目	类别	账面价值	项目	类别	账面价值
其他流动资产	摊余成本	4,111.87	交易性金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	4,111.87

于2019年1月1日,执行新金融工具准则时金融工具分类和账面价值调节表如下:

单位:万元

项目	调整前账面金额	重分类	重新计量	调整后账面金额
	(2018年12月31日)			(2019年1月1日)
资产:				
交易性金融资产	-	4,111.87	-	4,111.87
其他流动资产	4,215.28	-4,111.87	-	103.41

本公司将根据原金融工具准则计量的2018年年末损失准备与根据新金融工具准则确定的2019年年初损失准备之间的调节表列示如下:

单位:万元

计量类别	调整前账面金额	重分类	重新计量	调整后账面金额
	(2018年12月31日)			(2019年1月1日)
应收账款减值准备	51.75	-	-	51.75
其他应收款减值准备	5.97	-	-	5.97

说明:本公司按照新金融工具准则的规定对2019年1月1日损失准备重新计算,与原计算计提的损失准备差异较小,故未对期初数据进行调整。

②新债务重组准则

财政部于 2019 年 5 月 16 日发布了《企业会计准则第 12 号——债务重组》(以下简称“新债务重组准则”),修改了债务重组的定义,明确了债务重组中涉及金融工具的适用《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》等准则,明确了债权人受让金融资产以外的资产初始按成本计量,明确债务人以资产清偿债务时不再区分资产处置损益与债务重组损益。

根据财会[2019]6 号文件的规定,“营业外收入”和“营业外支出”项目不再包含债务重组中因处置非流动资产产生的利得或损失。

本公司对 2019 年 1 月 1 日新发生的债务重组采用未来适用法处理,对 2019 年 1 月 1 日以前发生的债务重组不进行追溯调整。

新债务重组准则对本公司财务状况和经营成果无影响。

③新非货币性交换准则

财政部于 2019 年 5 月 16 日发布了《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》(以下简称“新非货币性交换准则”),明确了货币性资产和非货币性资产的概念和准则的适用范围,明确了非货币性资产交换的确认时点,明确了不同条件下非货币交换的价值计量基础和核算方法及同时完善了相关信息披露要求。本公司对 2019 年 1 月 1 日以后新发生的非货币性资产交换交易采用未来适用法处理,对 2019 年 1 月 1 日以前发生的非货币性资产交换交易不进行追溯调整。

新非货币性资产交换准则对本公司财务状况和经营成果无影响。

(2) 2020 年度会计政策变更

①新收入准则

财政部于 2017 年颁布了《企业会计准则第 14 号——收入(修订)》(以下简称“新收入准则”),本公司经第一届董事会第十三次会议批准自 2020 年 1 月 1 日起执行该准则,对会计政策相关内容进行了调整。

本公司在履行了合同中的履约义务,即在客户取得相关商品或服务的控制权时,确认收入。在满足一定条件时,本公司属于在某一时段内履行履约义务,否则,属于在某一时点履行履约义务。合同中包含两项或多项履约义务的,本公司

在合同开始日,按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例,将交易价格分摊至各单项履约义务,按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

本公司依据新收入准则有关特定事项或交易的具体规定调整了相关会计政策。例如:合同成本、质量保证、主要责任人和代理人的区分、附有销售退回条款的销售、预收款项等。

本公司已向客户转让商品而有权收取对价的权利,且该权利取决于时间流逝之外的其他因素作为合同资产列示。本公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品的义务作为合同负债列示。

本公司根据首次执行新收入准则的累积影响数,调整本公司 2020 年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额,未对比较财务报表数据进行调整。本公司仅对在 2020 年 1 月 1 日尚未完成的合同的累积影响数调整本公司 2020 年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额。

单位:万元

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目	影响金额
		(2020 年 1 月 1 日)
因执行新收入准则,本公司将与销售商品及提供劳务相关、不满足无条件收款权的收取对价的权利计入合同资产;将与销售商品及与提供劳务相关的预收款项重分类至合同负债。	合同负债	320.34
	预收款项	-320.34

说明:公司按照新收入准则的规定计算了 2020 年 1 月 1 日尚未完成合同的累积影响数,与原报表数差异较小,故未对年初未分配利润进行调整。

②与原收入准则相比,执行新收入准则对 2020 年度财务报表相关项目的影响如下:

单位:万元

受影响的资产负债表项目	影响金额(2020 年 12 月 31 日)
存货	20.92
合同负债	850.92
预收款项	-850.92
受影响的利润表项目	影响金额(2020 年度)
营业成本	488.70
销售费用	-509.62

所得税费用	3.14
净利润	-17.78
其中：归属于母公司股东权益	-17.78
少数股东权益	-

2、重要会计估计变更

报告期内未发生重要会计估计变更。

八、分部信息及同行业公司选择

(一) 分部报告的财务信息

报告期内，发行人主营业务收入按产品分类情况如下：

单位：万元

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
空气净化器	53,041.37	81.76%	30,868.40	80.62%	23,914.66	82.47%
暖被机	1,674.71	2.58%	1,728.16	4.51%	1,183.66	4.08%
新风机	2,321.11	3.58%	2,283.80	5.96%	1,943.63	6.70%
其他产品	7,833.54	12.08%	3,407.69	8.90%	1,956.81	6.75%
合计	64,870.73	100.00%	38,288.05	100.00%	28,998.75	100.00%

报告期内，发行人主营业务收入按区域分类情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
外销	51,095.94	78.77%	30,079.82	78.56%	26,731.53	92.18%
其中：美国	46,390.97	71.51%	26,732.86	69.82%	23,895.34	82.40%
俄罗斯	1,970.79	3.04%	2,233.72	5.83%	1,828.59	6.31%
其他地区	2,734.18	4.21%	1,113.25	2.91%	1,007.60	3.47%
内销	13,774.79	21.23%	8,208.23	21.44%	2,267.22	7.82%
合计	64,870.73	100.00%	38,288.05	100.00%	28,998.75	100.00%

(二) 同行业的选择

发行人同行业的选择主要根据主营业务、主要产品或主要经营模式与发行人较为相似，公司同行业公司选择情况具体如下：

公司名称	主要产品	经营模式
莱克电气	环境清洁产品、空气净化产品、水净化及健康饮水产品、智能厨房小家电产品、个人护理产品、园林工具、电机等	自主品牌、ODM 为主；外销为主
奥佳华	保健按摩类、健康环境类（空气净化器、新风净化机）及家用医疗系列产品	自主品牌、ODM 为主；外销为主
新宝股份	西式厨房小家电、家居护理电器、个护美容电器、水处理设备等	外销为主，ODM/OEM 为主；内销主要为自主品牌及境外品牌代理
发行人	空气净化器、新风机、暖风机等	ODM 为主、外销业务为主

九、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

报告期各期，公司非经常性损益的具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
非流动性资产处置损益	-1.44	-0.87	-
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	259.55	44.96	73.97
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债、交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益	384.28	712.85	-796.26.
处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债和可供出售金融资产、交易性金融资产、交易性金融负债和其他债权投资取得的投资收益			-792.87
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-20.12	2.62	4.91
非经常性损益总额	622.28	759.57	-1,510.25
减：非经常性损益的所得税影响数	85.53	106.36	-226.53
非经常性损益净额	536.75	653.21	-1,283.72
减：归属于少数股东的非经常性损益净影响数（税后）	2.13	-	-
归属于公司普通股股东的非经常性损益	534.62	653.21	-1,283.72
占归属于母公司股东净利润的比例	6.77%	13.84%	-96.66%

十、主要税种、税率及享受的税收优惠政策

（一）主要的税种和税率

发行人报告期内适用的主要税种及税率如下：

税种	计税依据	税率
增值税	以按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	17%、16%、13%、6%
城市维护建设税	实缴流转税税额	5%
企业所得税	应纳税所得额	15%、20%、25%等

不同税率的纳税主体企业所得税税率说明：

纳税主体	所得税税率
东莞市净诺环境科技股份有限公司	15%
东莞市净享环境科技有限公司	25%
东莞市净胜精密塑胶模具科技有限公司	20%
深圳市安德迈科技有限公司	20%
香港安德迈科技有限公司	16.5%
沃泰实业（香港）有限公司	8.25%
泰美科技（新加坡）有限公司	-
泰美科技（越南）有限公司	20%
深圳市传递者智能科技有限公司	20%
北京秒新科技有限公司	25%
北京彩云归科技有限公司	2018、2019 年为 25%，2020 年为 15%

（二）税收优惠

1、净诺科技

2018 年 11 月 28 日，净诺科技获得编号为 GR201844000177 的高新技术企业证书，有效期三年。在有效期内，根据企业所得税法及相关规定可减按 15% 税率缴纳企业所得税。

2、安德迈、传递者、净胜模具

根据《财政部税务总局关于进一步扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》（财税〔2018〕77 号）规定：自 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，符合条件的小型微利企业，其年应纳税所得额低于 100 万元的，均可以减按 50% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率计算缴纳企业所得税；

根据国家税务总局公告 2019 年第 2 号《关于实施小型微利企业普惠性所得税减免政策有关问题的公告》，自 2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 25% 计入应纳税所得额，

按 20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

根据上述政策，安德迈、传递者、净胜模具执行 20%的所得税率。

3、北京彩云归

2020 年 7 月 31 日，北京彩云归科技有限公司获得编号为 GR202011000631 的高新技术企业证书，有效期三年。在有效期内，根据企业所得税法及相关规定可减按 15%税率缴纳企业所得税。

4、沃泰实业

香港利得税两级制从 2018 年 4 月 1 日正式实施。法团及非法团业务首二百万元应评税利润的利得税分别降至 8.25%（税务条例附表 8 所指明税率的一半）及 7.5%（标准税率的一半）。法团及非法团业务其后超过二百万元的应评税利润则分别继续按 16.5%及标准税率 15%征税。

根据上述政策，沃泰实业执行 8.25%的所得税税率。

十一、主要财务指标

（一）基本财务指标

财务指标	2020.12.31/ 2020 年度	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度
流动比率（倍）	1.90	2.20	1.89
速动比率（倍）	1.50	1.84	1.58
资产负债率（合并）	47.35%	41.60%	50.22%
资产负债率（母公司）	47.61%	43.65%	53.71%
应收账款周转率（次）	7.78	7.48	6.96
存货周转率（次）	5.59	6.74	6.22
息税折旧摊销前利润（万元）	9,911.58	5,681.82	1,747.22
归属于发行人股东的净利润（万元）	7,898.51	4,719.92	1,328.03
扣除非经常性损益后归属于发行人股东的净利润（万元）	7,363.89	4,066.71	2,611.75
研发投入占营业收入的比例	3.57%	3.48%	4.26%
每股经营活动产生的现金流量（元）	2.66	2.01	1.02
每股净现金流量（元）	6.73	-0.19	-1.00

财务指标	2020.12.31/ 2020 年度	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度
归属于发行人股东的每股净资产(元)	10.42	6.29	4.29

注：上述指标的计算公式如下：

- 1、流动比率=流动资产/流动负债
- 2、速动比率=(流动资产-存货账面价值)/流动负债
- 3、资产负债率=总负债/总资产×100%
- 4、应收账款周转率=营业收入/应收账款期初期末平均余额
- 5、存货周转率=营业成本/存货期初期末平均余额
- 6、息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+折旧摊销
- 7、研发投入占营业收入的比例=研发费用/营业收入
- 8、每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末总股本
- 9、每股净现金流量=现金及现金等价物净增加(减少)额/期末总股本
- 10、归属于发行人股东的每股净资产=期末归属于公司股东的净资产/期末股本总额

(二) 净资产收益率及每股收益

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》，公司报告期各期的净资产收益率及每股收益如下：

时间	报告期利润	加权平均净资产收益率(%)	每股收益(元)	
			基本	稀释
2020 年度	归属于母公司所有者净利润	35.48	2.83	2.83
	扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	33.09	2.64	2.64
2019 年度	归属于母公司所有者净利润	33.05	1.75	1.75
	扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	28.48	1.51	1.51
2018 年度	归属于母公司所有者净利润	12.55	0.49	0.49
	扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	24.68	0.97	0.97

注：上述指标的计算方法如下：

- 1、加权平均净资产收益率的计算公式如下：

$$\text{加权平均净资产收益率} = P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$$

其中：P₀ 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E₀ 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M₀ 为报告期月份数；M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；E_k 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

- 2、基本每股收益的计算公式如下：

基本每股收益= $P0 \div S$

$S = S0 + S1 + Si \times Mi \div M0 - Sj \times Mj \div M0 - Sk$

其中：P0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 为报告期月份数；Mi 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

3、公司存在稀释性潜在普通股的，应当分别调整归属于普通股股东的报告期净利润和发行在外普通股加权平均数，并据以计算稀释每股收益。

在发行可转换债券、股份期权、认股权证等稀释性潜在普通股情况下，稀释每股收益可参照如下公式计算：

稀释每股收益= $P1 / (S0 + S1 + Si \times Mi \div M0 - Sj \times Mj \div M0 - Sk + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

十二、经营成果分析

(一) 报告期内，公司主要经营成果变化情况

报告期内，公司主要经营成果变化情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	64,903.68	38,303.28	29,007.70
营业成本	48,169.95	29,267.63	22,020.74
期间费用	8,253.97	4,135.85	3,763.45
营业利润	9,184.05	5,315.19	1,413.76
利润总额	9,162.49	5,316.94	1,418.66
净利润	7,836.01	4,729.07	1,328.03

公司是以 ODM 为主要经营模式的环境电器设计研发及生产制造商。随着生活水平的提升以及受雾霾天气、突发疫情的影响，消费者对空气质量的关注度不断上升，健康环境电器的市场规模快速增长。报告期内，依托于细分领域优势、技术优势、生产工艺优势、生产规模优势及客户优势，公司的营业收入保持了良好的增长态势。

报告期内，公司的毛利率分别为 24.09%、23.59%及 25.78%。作为 ODM 厂商，公司的毛利率水平受产品结构、原材料价格波动、汇率波动、规模经济效应等因素影响。总体而言，公司的毛利率保持平稳水平，反映了公司良好的盈利能力。

报告期内，公司的净利率水平分别为 4.58%、12.35%及 12.07%。2018 年，公司的净利率水平较低，主要系由于人民币汇率波动，公司购买远期产品的投资收益及公允价值变动收益合计损失 1,768.46 万元所致。剔除上述因素后，公司的净利率水平亦保持平稳。

综上，报告期内，公司经营业绩逐步提高，随着业务规模的不断扩大，未来公司盈利能力将会保持增长。

（二）营业收入分析

1、营业收入情况

（1）营业收入构成情况

2018-2020 年度，公司营业收入分别为 29,007.70 万元、38,303.28 万元、64,903.68 万元，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	64,870.73	99.95%	38,288.05	99.96%	28,998.75	99.97%
其他业务收入	32.95	0.05%	15.23	0.04%	8.95	0.03%
合计	64,903.68	100.00%	38,303.28	100.00%	29,007.70	100.00%

公司主营业务专注于空气净化器、暖被机、新风机等环境电器的研发、生产与销售。报告期内，公司主营业务突出，主营业务收入占营业收入的比例均超过 99%。

其他业务收入主要是处理废物废料所得收入。

（2）营业收入增长的持续性

未来，发行人有望保持收入快速增长，原因如下：

①境外市场

发行人空气净化器产品的境外市场主要为美国。美国市场的空气净化器需求主要来源于以下两方面：

A、存量空气净化器产品的更新换代需求

得益于较高的经济发展水平及人均可支配收入，空气净化器在美国已成为日常必需品。根据中国产业信息网的统计数据，2019年，美国空气净化器的普及率为28%，市场规模较大。

经过多年发展，美国市场存量产品规模庞大，产品更新换代的需求持续存在。同时，由于产品功能的多元化发展、产品的智能化水平的提升以及整机产品工业设计水平的提升等因素的影响，美国市场产品更新换代的速度得到了进一步提升。

存量产品的更新换代需求是美国空气净化器市场最主要的需求来源之一。

B、市场普及率的提升

根据中国产业信息网的统计数据，2019年，韩国、日本及欧洲空气净化器的普及率分别为70%、34%及40%，美国为28%。与其他发达国家及地区相比，美国空气净化器市场普及率仍有较大提升空间。

2020年，新冠疫情在全球范围爆发，引发了全球居民对空气环境质量的关注；同时，美国山火频发，西海岸10多个州空气污染严重。重大疫情及自然灾害严重影响了居民的生活质量，加速了空气净化器的消费者教育进程，不仅在短期内提升了消费者对环境健康的关注度，也对空气净化器的普及率的提升具有长远的促进作用。

随着居民健康环保意识的进一步增强，预计空气净化器在美国市场的普及率将得到进一步提升，从而带来持续的市场需求。

②境内市场

境内市场是发行人近年来及未来重点发展的业务领域，具有较强的业务成长性，具体原因如下：

A、有序的行业竞争促进行业整体发展

与国外相比，我国空气净化器行业发展起步较晚。2013 年，雾霾等空气污染在全国多地区爆发，推动空气净化器行业在国内的快速发展。行业发展早期，空气净化器行业存在产品质量不过关、市场竞争无序、核心技术欠缺等问题，严重制约了行业的持续发展。

2015 年，《空气净化器国家标准》出台，明确了影响空气净化器净化效果的四项核心指标；2018 年，《空气净化器能效限定值和能效等级》颁布，规定了空气净化器能效限定值、能效等级、试验和计算方法。上述政策的颁布为空气净化器产品的生产制造明确了生产标准，推动国内空气净化器行业规范发展，导致技术水平较低、规模较小、运作不规范的落后产能逐渐退出市场，空气净化器行业开始步入理性化、良性化、可持续发展阶段。

有序的行业竞争促进了国内空气净化器行业的健康发展，为发行人开拓境内业务奠定了良好的市场基础，能够保障发行人境内业务的持续成长。

B、空气净化器在国内的普及率较低，具有广阔的市场空间

根据中国产业信息网的统计数据,2019 年,中国空气净化器的普及率为 2%,远低于欧美、日韩等主要发达国家。随着中国经济水平的发展、人均可支配收入的提升，同时叠加突发疫情的影响，国内消费者对空气质量的关注度不断上升，国内具有较大的增量市场需求。

综上，国内外空气净化器市场需求稳定，具有良好的市场前景。未来，发行人有望保持收入快速增长。

(3) 其他业务收入情况

报告期内，发行人其他业务收入均为废料收入，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
废料收入	32.95	15.23	8.95
生产成本	51,748.97	29,054.71	22,357.55
废料收入/生产成本	0.06%	0.05%	0.04%

2019 年 11 月，发行人收购净胜模具。净胜模具主要从事注塑件及模具生产，

其废料情况和空气净化器等环境电器的生产具有一定差异，具体情况如下：

①净诺科技（不含净胜模具）

报告期内，净诺科技（不含净胜模具）废料情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
废料收入（万元）	10.88	13.69	8.95
废料重量（吨）	50.40	81.99	74.42
废料单价（万元/吨）	0.22	0.17	0.12
产量（万台）	239.72	137.07	126.65
生产成本（万元）	48,173.55	28,674.13	22,357.55
废料收入/生产成本	0.02%	0.05%	0.04%
废料重量/产量（吨/万台）	0.21	0.60	0.59

净诺科技的废料主要为废纸以及废塑料等。其中，废纸主要为供应商供货时提供的一次性包装箱。报告期内，废纸销售收入占废料收入比重分别为 75.94%、61.03%、81.51%。受国家环保政策影响，废纸回收价格逐年上升，公司废料收入平均单价亦逐年上升。

2018 年度，公司集中处理了部分废纸箱；2019 年度，公司集中处理了部分废旧模具，导致当年废料收入/生产成本比例及废料重量/产量比例上升；2020 年度，公司业务规模及对供应商的采购规模增大，部分供应商从使用一次性包装箱切换为使用塑胶周转箱，导致废料收入/生产成本比例及废料重量/产量比例下降。

整体而言，报告期内，净诺科技废料率较低，具有合理性。

②净胜模具

报告期内，净胜模具废料情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度
废料收入（万元）	22.06	1.53
废料重量（吨）	67.64	4.70
废料单价（万元/吨）	0.33	0.33
产量（万件）	1,865.00	196.16
生产成本（万元）	3,575.42	380.58
废料收入/生产成本	0.62%	0.40%

项目	2020 年度	2019 年度
废料重量/产量(吨/万件)	0.04	0.02

注：净胜模具于 2019 年 12 月纳入合并，故其 2019 年度废料收入较少。

净胜模具的主要产品为注塑产品，其废料主要是废塑料，废塑料收入占废料收入比重分别为 98.93%、93.87%。

报告期内，净胜模具废料单价保持稳定，废料率较低，具有合理性。

2、主营业务收入情况

(1) 按产品类别的收入分析

按产品类别，公司的收入构成情况如下：

单位：万元

产品类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
空气净化器	53,041.37	81.76%	30,868.40	80.62%	23,914.66	82.47%
新风机	2,321.11	3.58%	2,283.80	5.96%	1,943.63	6.70%
暖被机	1,674.71	2.58%	1,728.16	4.51%	1,183.66	4.08%
其他产品	7,833.54	12.08%	3,407.69	8.90%	1,956.81	6.75%
合计	64,870.73	100.00%	38,288.05	100.00%	28,998.75	100.00%

①空气净化器

2018-2020 年度，公司空气净化器产品收入分别为 23,914.66 万元、30,868.40 万元、53,041.37 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 82.47%、80.62%、81.76%，是公司最主要的产品。

A、空气净化器收入情况

报告期内，公司空气净化器产品收入逐年增长，2019 年度、2020 年度分别较上年同期增长 29.08%、71.83%，空气净化器收入增长的主要原因包括：

a、消费者健康理念提升促进美国市场需求扩大

得益于较高的经济发展水平及人均可支配收入，空气净化器在美国已成为日常必需品，市场规模较大。但相比于日韩国家，美国市场空气净化器的普及率仍有待提升。随着美国地区消费者教育的不断推进及存量产品的更新需求，美国市

场的空气净化器产品需求保持了较快的增长，市场需求旺盛。

b、疫情、山火等自然灾害进一步提升了市场需求

2020 年，新冠疫情在全球范围爆发，引发了全球居民对空气环境质量的关注。同时，美国山火频发，西海岸 10 多个州空气污染严重。重大疫情及自然灾害严重影响了居民的生活质量，加速了空气净化器的消费者教育进程，导致了全球对空气净化器需求的大幅增长。

c、公司加大国内市场开拓力度，内销收入明显提升

空气净化器在我国市场的普及率整体较低。作为改善室内环境的产品，随着国内生活水平的提升，空气净化器在国内市场的规模不断增长，具有较大的增长潜力。报告期内，公司积极开拓国内市场：2018 年，公司与华为智选合作企业柒贰零、小米生态链企业七十迈开展业务；2019 年，公司和荣耀亲选合作企业神州数码开展合作。公司与上述公司合作具体情况如下：

单位：万元

业务模式	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
柒贰零	5,447.29	8.40%	5,944.87	15.53%	1,192.26	4.11%
神州数码	555.45	0.86%	338.51	0.88%	-	-
七十迈	641.74	0.99%	395.98	1.03%	108.27	0.37%
合计	6,644.48	10.25%	6,679.36	17.45%	1,300.53	4.48%

发行人与上述客户具体的合作关系、合作渊源、合作模式情况如下：

客户类别	客户名称	开始合作时间	合作渊源	销售产品种类	合作模式	客户销售渠道	产品品牌	是否为经销
华为智选企业	柒贰零	2018 年	北京空净新风系统展会	空气净化器	ODM	华为商城、华为京东、天猫旗舰店	柒贰零、华为智选双品牌	否
荣耀亲选企业	神州数码	2019 年	客户主动联系	空气净化器	自主品牌	荣耀天猫、京东旗舰店	净诺	否
小米生态链企业	七十迈	2018 年	上海 AWE 展会	车载空气净化器、车载吸尘器	ODM	七十迈天猫、京东旗舰店	七十迈	否

公司与上述客户的合作，有利于扩大业务规模 and 市场份额，降低对境外收入占比；有利于扩大自主品牌业务，提升品牌知名度；有利于公司丰富产品品

类, 扩充产品线布局; 从而提升公司主营业务的抗风险能力。

B、空气净化器分类别收入情况

CADR 指单位时间内空气净化器可以净化空气的体积大小, 是衡量空气净化器性能的核心指标。报告期内, 空气净化器产品按 CADR 值划分的收入情况如下:

单位: 万元

CADR (立方米/小时)	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
CADR<100	6,873.68	12.96%	3,973.21	12.87%	4,359.91	18.23%
100≤CADR<300	35,266.66	66.49%	19,760.39	64.01%	18,222.62	76.20%
300≤CADR<500	3,598.81	6.78%	1,147.11	3.72%	283.79	1.19%
CADR≥500	7,302.21	13.77%	5,987.68	19.40%	1,048.34	4.38%
合计	53,041.37	100.00%	30,868.40	100.00%	23,914.66	100.00%

注: CADR<100 是指在 1 小时内, 净化空气的体积小于 100 立方米。

2019 年度, 空气净化器收入较 2018 年度增长 6,953.74 万元, 主要原因系公司与柒贰零合作, 导致 CADR≥500 的产品收入增长 4,921.11 万元所致。

2020 年度, 空气净化器收入较 2019 年增长 22,172.97 万元, 主要原因如下: 2020 年, 新冠疫情在全球范围爆发, 引发了全球居民对空气环境质量的关注; 同时, 美国山火频发, 西海岸 10 多个州空气污染严重。重大疫情及自然灾害严重影响了居民的生活质量, 加速了空气净化器的消费者教育进程, 导致了全球对空气净化器需求的大幅增长。因此, 2020 年公司美国地区客户需求不断增加, 美国地区的销售收入为 46,390.97 万元, 较 2019 年增长 19,658.11 万元, 增幅较大。

C、空气净化器分类别单价情况

报告期内, 空气净化器产品按 CADR 值的收入及单价情况如下:

单位: 元/台

CADR (立方米/小时)	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入占比	单价	收入占比	单价	收入占比	单价
CADR<100	12.96%	101.34	12.87%	106.95	18.23%	105.44

CADR (立方米/小时)	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入占比	单价	收入占比	单价	收入占比	单价
$100 \leq \text{CADR} < 300$	66.49%	272.37	64.01%	281.21	76.20%	256.04
$300 \leq \text{CADR} < 500$	6.78%	445.95	3.72%	429.63	1.19%	497.88
$\text{CADR} \geq 500$	13.77%	694.13	19.40%	565.41	4.38%	499.21
合计	100.00%	245.68	100.00%	255.79	100.00%	207.61

一般情况下，发行人主要产品的销售价格较为稳定，销售价格的波动主要受以下因素影响：

a、产品结构变动

产品结构变动是导致发行人空气净化器整体单价变动的主要原因之一。

CADR 是衡量空气净化器性能的核心指标，一般情况下，CADR 值较高的产品单价相对较高。2019 年度，由于 $\text{CADR} \geq 500$ 的产品收入占比的上升，发行人空气净化器的单价上升明显；2020 年度，由于 $\text{CADR} \geq 500$ 的产品收入占比下降，发行人的空气净化器的单价有所下降。

在相同规模 CADR 值的空气净化器产品中，由于细分产品类型的差异，销售单价也受到明显影响。报告期内， $\text{CADR} \geq 500$ 的产品单价上升明显，主要系 2019 年，公司和柒贰零合作，产品定价高于原有产品；2020 年，公司和 Blueair 合作，产品定价更高所致。

b、汇率波动

报告期内，空气净化器外销业务主要以美元结算，销售价格受到汇率波动影响。2018-2020 年度，公司美元对人民币结算的平均汇率分别为 6.62、6.90、6.88，变动幅度分别为 4.23%、-0.29%，汇率波动将对发行人的销售价格造成相应影响。

c、因原材料变动较大，重新定价

在产品生产方案不变的情况下，发行人会在一定程度内承受原材料价格波动的影响。在原材料价格变动较大的情况下，公司将和客户协商议定新的销售价格；若产品生产方案发生调整，如更换主要原材料，公司一般会与客户重新商议销售价格。

2018 年及 2019 年, 由于 Guardian 指定发行人向 Columbus 采购过滤器, 发行人采购成本上升, 发行人对应产品的销售单价略有提升, 但总体毛利率下降; 2020 年, 由于 Guardian 减少指定发行人向 Columbus 采购, 发行人采购成本下降, 发行人对应产品的销售单价略有下降, 但总体毛利率提升。

②新风机

2018-2020 年度, 新风机产品销售收入为 1,943.63 万元、2,283.80 万元、2,321.11 万元, 分别占当期主营业务收入的比例为 6.70%、5.96%、3.58%。

报告期内, 新风机产品销售情况如下所示:

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售收入(万元)		2,321.11	2,283.80	1,943.63
销售收入同比变动(万元)		37.31	340.17	-
销售收入变动幅度		1.63%	17.50%	-
价格变动	平均售价(元/台)	1,296.71	1,195.71	1,104.34
	较上期增长幅度	8.45%	8.27%	-
	平均售价变动对销售收入的影响(万元)	192.91	160.81	-
数量变动	销售数量(万台)	1.79	1.91	1.76
	较上期增长幅度	-6.28%	8.52%	-
	销售数量变动对销售收入的影响(万元)	-155.61	179.36	-

2020 年度, 公司新风机产品收入和 2019 年保持稳定。2019 年度, 新风机产品收入较 2018 年增加 17.50%, 主要系平均售价、销量分别增长 8.27%、8.52% 所致, 主要系单价较高的产品(型号 6109)在 2019 年销售数量提升所致。

③暖被机

2018-2020 年度, 公司暖被机销售收入为 1,183.66 万元、1,728.16 万元、1,674.71 万元, 分别占当期主营业务收入的比例为 4.08%、4.51%、2.58%。

报告期内, 暖被机产品销售情况如下所示:

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售收入(万元)		1,674.71	1,728.16	1,183.66
销售收入同比变动(万元)		-53.45	544.50	-
销售收入变动幅度		-3.09%	46.00%	-
价格	平均售价(元/台)	583.52	570.35	508.01

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
变动	较上期增长幅度	2.31%	12.27%	-
	平均售价变动对销售收入的影响（万元）	39.91	145.25	-
数量 变动	销售数量（万台）	2.87	3.03	2.33
	较上期增长幅度	-5.28%	30.04%	-
	销售数量变动对销售收入的影响（万元）	-93.36	399.25	-

2019 年度，暖被机收入比 2018 年增加 46.00%，主要原因为：2018 年末，公司推出第二代暖被机（产品型号 6003）；2019 年度，Bedjet 针对新产品进行了市场开拓及产品推广，新产品实现收入 1,405.23 万元，导致暖被机产品的销售收入在 2019 年得到增长。

2020 年度，暖被机收入为 1,674.71 万元，较 2019 年下降 53.45 万元，下降规模较小。公司暖被机产品销售规模较小，其销售数量受消费节奏等因素影响，在产品升级换代的过程中，销量波动具有一定的偶发性，不存在对暖被机收入具有重大影响的市场因素。

④其他产品

公司其他产品情况如下：

单位：万元

产品类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
注塑件	2,872.61	36.67%	218.25	6.40%	-	-
加湿器	1,581.71	20.19%	277.53	8.14%	69.58	3.56%
模具	659.21	8.42%	1,168.45	34.29%	497.66	25.43%
干鞋机	435.83	5.56%	799.59	23.46%	483.21	24.69%
吸尘器	487.02	6.22%	36.31	1.07%	-	-
暖风机	-	-	-	-	156.83	8.01%
配件及其他	1,797.16	22.94%	907.56	26.63%	749.52	38.30%
合计	7,833.54	100.00%	3,407.69	100.00%	1,956.81	100.00%

2019 年度，其他产品收入较 2018 年增加 1,450.89 万元，主要原因为：A、公司与 Guardian、Newell、Tion 等客户合作较多新产品项目，为新产品开发模板并开始量产，模具收入较 2018 年增加 670.79 万元；B、公司收购净胜模具，导致注塑件收入增加 218.25 万元；C、公司在亚马逊平台销售的自主品牌干鞋机产品销量增加，收入增加 201.11 万元；D、随着公司销售规模的增加，客户

保有量不断提升，公司销售的配件产品收入同步增加。

2020 年度，其他产品收入较 2019 年增加 4,425.84 万元，主要原因为：A、2019 年末，公司收购净胜模具。2020 年度，净胜模具注塑件收入增加 2,654.36 万元；B、2020 年 9 月，公司收购北京秒新，2020 年 10-12 月，北京秒新加湿器收入为 1,168.27 万元；C、2019 年末，公司新增吸尘器产品，2020 年收入较 2019 年增加 450.71 万元；D、随着公司业务的持续开展，客户保有量不断提升，公司销售的配件产品收入同步增加。

(2) 按业务模式分类的收入分析

按业务模式，公司的收入构成情况如下：

单位：万元

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
ODM	空气净化器	51,468.63	79.34%	29,879.33	78.04%	23,512.75	81.08%
	暖被机	1,674.71	2.58%	1,728.16	4.51%	1,183.66	4.08%
	新风机	1,960.85	3.02%	2,283.80	5.96%	1,943.63	6.70%
	其他	6,317.58	9.74%	3,072.37	8.02%	1,832.93	6.32%
	小计	61,421.77	94.68%	36,963.67	96.54%	28,472.96	98.19%
OEM	空气净化器	867.75	1.34%	474.88	1.24%	256.88	0.89%
	小计	867.75	1.34%	474.88	1.24%	256.88	0.89%
自主品牌	空气净化器	704.98	1.09%	514.18	1.34%	145.04	0.50%
	新风机	360.26	0.56%	-	-	-	-
	其他	1,515.97	2.34%	335.32	0.88%	123.88	0.43%
	小计	2,581.21	3.98%	849.50	2.22%	268.91	0.93%
合计		64,870.73	100.00%	38,288.05	100.00%	28,998.75	100.00%

报告期内，公司 ODM 业务收入均超过 90%，是公司的主要业务模式。OEM 业务及自主品牌业务收入及占比较低。

①ODM 业务模式

报告期内，ODM 业务模式的主要客户销售情况如下：

年度	序号	客户名称	注册地	产品销售地	销售金额 (万元)	占 ODM 业务 收入比例
2020 年度	1	Guardian	美国	美国	34,664.32	56.44%

年度	序号	客户名称	注册地	产品销售地	销售金额 (万元)	占 ODM 业务 收入比例
	2	Newell	美国	美国	6,324.12	10.30%
	3	柒贰零	中国	中国	5,447.29	8.87%
	4	Blueair	瑞典	美国、中国	2,218.64	3.61%
	5	Tion	俄罗斯	俄罗斯	1,983.08	3.23%
	合计				50,637.45	82.44%
2019 年度	1	Guardian	美国	美国	18,203.00	49.25%
	2	柒贰零	中国	中国	5,944.87	16.08%
	3	Newell	美国	美国	5,065.26	13.70%
	4	Tion	俄罗斯	俄罗斯	2,256.16	6.10%
	5	Bedjet	美国	美国	1,764.32	4.77%
	合计				33,233.61	89.91%
2018 年度	1	Guardian	美国	美国	16,423.35	57.68%
	2	Newell	美国	美国	5,089.34	17.87%
	3	Tion	俄罗斯	俄罗斯	1,884.47	6.62%
	4	Bedjet	美国	美国	1,215.51	4.27%
	5	柒贰零	中国	中国	1,192.26	4.19%
	合计				25,804.93	90.63%

②OEM 业务模式

报告期内，OEM 业务模式的主要客户销售情况如下：

年度	序号	客户名称	注册地	产品销售地	销售金额 (万元)	占 OEM 业务收 入比例
2020 年度	1	Guardian	美国	美国	867.75	100.00%
	合计				867.75	100.00%
2019 年度	1	Guardian	美国	美国	448.39	94.42%
	2	Newell	美国	美国	26.50	5.58%
	合计				474.88	100.00%
2018 年度	1	Guardian	美国	美国	239.62	93.28%
	2	Newell	美国	美国	14.43	5.62%
	3	北京恒创互联 科技有限公司	中国	中国	2.83	1.10%
	合计				256.88	100.00%

③自主品牌业务

A、主要客户销售情况

报告期内，自主品牌业务的主要客户情况如下：

年度	序号	客户名称	注册地	产品销售地	销售金额 (万元)	占自主品牌业务 收入比例
2020 年度	1	线上销售	-	中国、美国	1,808.76	70.07%
	2	神州数码	中国	中国	555.45	21.52%
	3	陕西杨柳风环境科技有限公司	中国	中国	87.67	3.40%
	4	宁波渭华暖通工程有限公司	中国	中国	16.46	0.64%
	5	晨曦环保(天津)有限公司	中国	中国	5.85	0.23%
	合计				2,474.19	95.86%
2019 年度	1	线上销售	-	美国、中国	510.79	60.13%
	2	神州数码	中国	中国	338.51	39.85%
	合计				849.30	99.98%
2018 年度	1	线上销售	-	美国、中国	268.91	100.00%
	合计				268.91	100.00%

B、分产品类型收入情况

报告期内，公司自主品牌收入情况如下：

单位：万元

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
线上	空气净化器	159.74	6.19%	175.94	20.71%	145.04	53.93%
	新风机	282.64	10.94%	-	-	-	-
	加湿器	1,028.92	39.84%	-	-	-	-
	干鞋机	316.88	12.27%	322.12	37.92%	121.01	45.00%
	其他	20.58	0.80%	12.73	1.50%	2.87	1.07%
	小计	1,808.76	70.04%	510.79	60.13%	268.91	100.00%
线下	空气净化器	545.24	21.11%	338.24	39.82%	-	-
	新风机	77.62	3.06%	-	-	-	-
	加湿器	139.35	5.40%	-	-	-	-
	其他	10.23	0.40%	0.47	0.06%	-	-
	小计	772.44	29.96%	338.71	39.87%	-	-
合计		2,581.21	100.00%	849.50	100.00%	268.91	100.00%

2019 年度，公司自主品牌收入较 2018 年增长 580.59 万元，其中：线上销售收入较 2018 年增长 241.88 万元，主要系干鞋机收入由 121.01 万元增长至

322.12 万元所致；线下销售较 2018 年增长 338.71 万元，主要系公司与神州数码开始合作，实现收入 338.51 万元。

2020 年度，公司自主品牌收入较 2019 年增长 1,731.71 万元，其中：线上销售收入较 2019 年增长 1,297.97 万元，主要系公司在 2020 年 9 月收购北京秒新，线上新风机与加湿器收入增加 1,311.56 万元；线下销售收入较 2019 年增长 433.74 万元，主要系公司对与神州数码空气净化器销量增加，收入增长 207.00 万元；因收购北京秒新，线下新风机与加湿器实现收入 216.97 万元。

综上，发行人自有品牌销售收入增长具有合理性。

(3) 按销售区域分类的收入分析

按销售区域，公司的收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
外销	51,095.94	78.77%	30,079.82	78.56%	26,731.53	92.18%
其中：美国	46,390.97	71.51%	26,732.86	69.82%	23,895.34	82.40%
俄罗斯	1,970.79	3.04%	2,233.72	5.83%	1,828.59	6.31%
其他地区	2,734.18	4.21%	1,113.25	2.91%	1,007.60	3.47%
内销	13,774.79	21.23%	8,208.23	21.44%	2,267.22	7.82%
合计	64,870.73	100.00%	38,288.05	100.00%	28,998.75	100.00%

境外系公司的主要销售区域，其中，美国是公司最大的外销市场，报告期内收入平均占比为 73.41%。

①外销

A、主要客户情况

报告期内，公司主要外销客户的销售金额及毛利率情况如下：

单位：万元

年度	序号	公司名称	销售金额	占外销比例	占主营业务收入比例	毛利率
2020 年度	1	Guardian	35,532.08	69.54%	54.77%	27.28%
	2	Newell	6,324.12	12.38%	9.75%	20.51%
	3	Tion	1,970.79	3.86%	3.04%	29.58%

年度	序号	公司名称	销售金额	占外销比例	占主营业务收入比例	毛利率
	4	Bedjet	1,696.82	3.32%	2.62%	17.70%
	5	Blueair	1,452.99	2.84%	2.24%	22.52%
合计			46,976.80	91.94%	72.42%	-
2019 年度	1	Guardian	18,651.39	62.01%	48.71%	24.82%
	2	Newell	5,091.76	16.93%	13.30%	21.67%
	3	Tion	2,233.72	7.43%	5.83%	32.80%
	4	Bedjet	1,764.32	5.87%	4.61%	18.50%
	5	Alen Global	373.11	1.24%	0.97%	36.23%
合计			28,114.30	93.47%	73.43%	-
2018 年度	1	Guardian	16,662.97	62.33%	57.46%	25.65%
	2	Newell	5,103.77	19.09%	17.60%	19.95%
	3	Tion	1,822.11	6.82%	6.28%	31.01%
	4	Bedjet	1,215.51	4.55%	4.19%	21.50%
	5	Synerco	335.32	1.25%	1.16%	32.14%
合计			25,139.68	94.05%	86.69%	-

截至报告期末，外销前五大客户合作历史、信用政策基本情况如下：

序号	客户名称	所在国家	产品销售区域	成立日期	产品种类	销售模式	合作历史	信用政策
1	Guardian	美国	美国	2003	空气净化器	直销	2009 年至今	每月对账后付款
2	Newell	美国	美国	1903	空气净化器	直销	2010 年至今	开船日后 119 天付款
3	Blueair	瑞典	美国	1996	空气净化器	直销	2018 年至今	每月对账后开票 45 天付款
4	Tion	俄罗斯	俄罗斯	2010	新风机	直销	2010 年至今	发货后 90 日内付款
5	Bedjet	美国	美国	2014	暖被机	直销	2014 年至今	预付 20% 货款，其余 80% 货款发货后 30 天付款
6	Alen Global	美国	美国	2004	空气净化器	直销	2013 年至今	款到发货
7	Synerco	美国	美国	2017	空气净化器	直销	2018-2019 年	发货后 60 日内付款

注：每月对账日期系公司与客户约定的固定时间，对账完毕后开票。

B、外销业务的销售模式

报告期内，公司外销业务销售模式分为线上与线下，线上主要以亚马逊平台为主，线下以美国市场为主，具体情况如下：

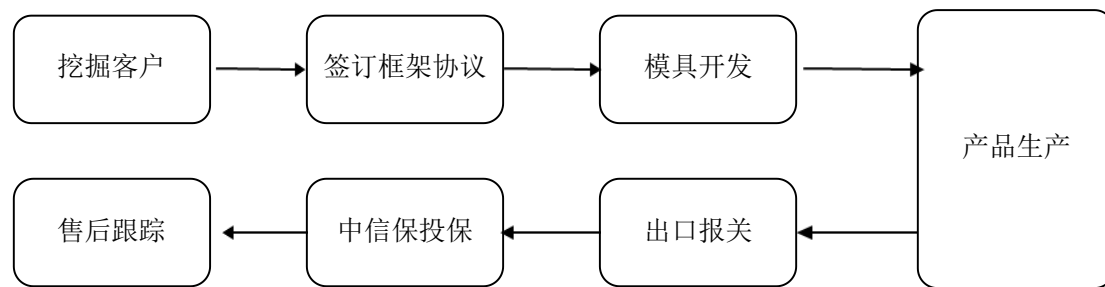
单位：万元

销售模式	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
线下	50,651.04	99.13%	29,620.89	98.47%	26,499.07	99.13%
线上	444.90	0.87%	458.93	1.52%	232.46	0.87%
合计	51,095.94	100.00%	30,079.82	100.00%	26,731.53	100.00%

公司外销业务以线下 ODM 销售为主要模式，存在少量线上自主品牌销售，具体情况如下：

a、外销业务线下销售流程

公司外销业务线下销售流程情况如下：



I、挖掘客户。公司业务人员通过直接拜访、电话拜访、参加展会等方式挖掘客户资源；

II、签订框架协议。公司与客户约定产品种类、付款周期、质量保证等事项并签订框架性合作协议；

III、模具开发。客户具体需求下达后，公司根据客户需求启动产品开发，进行周期、成本方面的评估后，制作手板送客户确认，和客户确定合作方式、产品交期、交货数量后进行模具开发；

IV、产品生产。公司根据销售订单，下达采购、生产及检测安排，同时安排客户或其相关方进行验货；

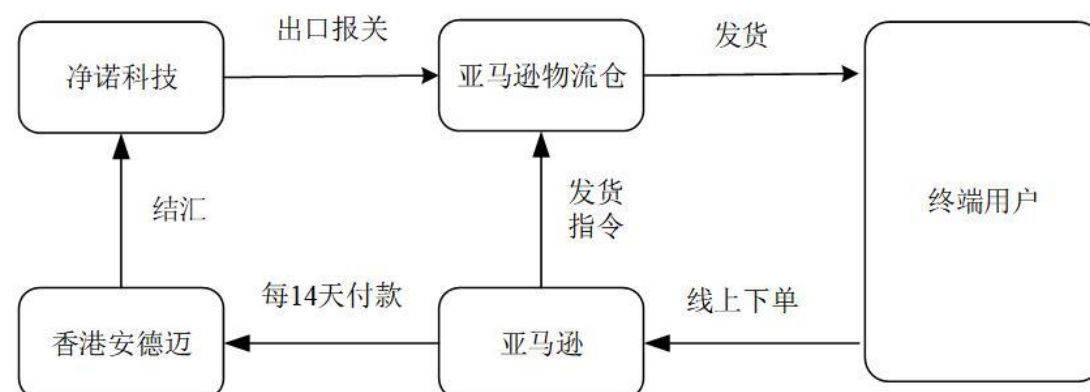
V、出口报关。生产完成及品管验货合格后，公司采用 FOB 模式出口报关及

装运，业务人员根据各类出运单据副本通知客户已出货；

VI、中信保投保。出口报关完成后，公司就客户回款事项向中信保投保；

VII、售后跟踪。客户收货后，公司听取客户对产品的评价及改进意见，为后续的产品优化提供依据。

b、外销业务线上销售流程



I、出口报关。净诺科技对出口货物办理报关手续，将货物送至亚马逊物流仓，由亚马逊对商品进行储存与管理；

II、线上下单。终端消费者在亚马逊线上销售平台对产品进行选择后下单；

III、发货指令。亚马逊收到线上用户订单后，对其物流仓下达发货指令；

IV、物流仓发货。物流仓收到发货指令后进行拣货和包装并配送至买家；

V、付款。客户付款后 14 天，亚马逊平台统一结算费用支付给香港安德迈；

VI、结汇。香港安德迈定期结汇，将人民币货款支付至净诺科技。

②内销

A、主要客户情况

报告期各期，内销前五名客户的具体情况如下：

单位：万元

年度	序号	公司名称	合作模式	销售金额	占内销收入比例	毛利率
2020 年度	1	柒贰零	ODM	5,447.29	39.55%	13.86%

年度	序号	公司名称	合作模式	销售金额	占内销收入比例	毛利率
	2	广州明美	ODM	1,422.75	10.33%	54.75%
	3	博露雅迹	ODM	765.65	5.56%	25.34%
	4	七十迈	ODM	641.74	4.66%	4.90%
	5	欣旺达	ODM	636.80	4.62%	35.49%
	合计			8,914.23	64.71%	-
2019 年度	1	柒贰零	ODM	5,944.87	72.43%	12.62%
	2	北京秒新	ODM	486.29	5.92%	34.79%
	3	七十迈	ODM	395.98	4.82%	8.10%
	4	神州数码	自主品牌	338.51	4.12%	11.77%
	5	北京安声	ODM	194.05	2.36%	26.43%
	合计			7,359.70	89.66%	-
2018 年度	1	柒贰零	ODM	1,192.26	52.59%	-4.78%
	2	北京秒新	ODM	232.00	10.23%	32.78%
	3	广东山湖	ODM	127.42	5.62%	39.17%
	4	七十迈	ODM	108.27	4.78%	15.62%
	5	傲基科技	ODM	101.63	4.48%	15.29%
	合计			1,761.58	77.70%	-

B、收入变动原因

报告期内，公司内销销售收入分别为 2,267.22 万元、8,208.23 万元、13,774.79 万元，增长原因如下：

2019 年度，公司内销收入较 2018 年增长 5,941.01 万元，主要系公司与柒贰零合作规模提升所致。2019 年度，公司对柒贰零的空气净化器销量为 10.52 万台，较上期增长 8.52 万台，收入由 954.16 万元增长至 5,875.27 万元，增长 4,921.11 万元，导致了 2019 年度内销收入大幅增长；

2020 年度，公司内销收入较 2019 年增长 5,566.56 万元，涨幅 67.82%，主要系公司收购净胜模具及北京秒新所致：2019 年 11 月，公司收购净胜模具，2020 年，净胜模具对外实现销售收入 2,954.00 万元；2020 年 9 月，公司收购北京秒新，2020 年 10-12 月秒新实现销售收入 1,528.52 万元，上述因素导致了公司内销自主品牌业务收入规模的增长。

(4) 按照销售渠道分类的收入分析

①销售渠道与业务模式的匹配情况

报告期内，发行人销售渠道与业务模式的匹配情况如下：

单位：万元

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
线上	自主品牌	1,808.76	2.79%	510.79	1.33%	268.91	0.93%
	小计	1,808.76	2.79%	510.79	1.33%	268.91	0.93%
线下	ODM	61,421.77	94.68%	36,963.67	96.54%	28,472.96	98.19%
	OEM	867.75	1.34%	474.88	1.24%	256.88	0.89%
	自主品牌	772.45	1.19%	338.71	0.88%	-	-
	小计	63,061.97	97.21%	37,777.27	98.67%	28,729.84	99.07%
合计		64,870.73	100.00%	38,288.05	100.00%	28,998.75	100.00%

公司主要通过线下渠道销售产品。公司线上渠道主要通过京东、天猫、亚马逊等线上平台销售自主品牌产品。

2020 年度，线上销售增长较快主要系公司收购北京秒新所致，北京秒新销售渠道主要为线上销售，其 2020 年 10-12 月线上销售金额为 1,321.27 万元。

②销售渠道与销售区域的匹配情况

报告期内，发行人销售渠道与销售区域的匹配情况如下：

单位：万元

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
线下	外销	50,651.04	78.08%	29,620.89	77.36%	26,499.07	91.38%
	内销	12,410.93	19.13%	8,156.38	21.30%	2,230.77	7.69%
	小计	63,061.97	97.21%	37,777.27	98.67%	28,729.84	99.07%
线上	外销	444.90	0.69%	458.93	1.20%	232.46	0.80%
	内销	1,363.85	2.10%	51.85	0.14%	36.46	0.13%
	小计	1,808.76	2.79%	510.79	1.33%	268.91	0.93%
合计		64,870.73	100.00%	38,288.05	100.00%	28,998.75	100.00%

报告期内，公司收入主要来源于线下外销，变化原因如下：2019 年，线下外销收入较 2018 年增长 3,121.82 万元，增长原因为：消费者健康理念提升促进美国空气净化器市场需求进一步扩大，公司对 Guardian 销售收入增长 1,988.42 万元；公司推出第二代暖被机产品，销售收入较 2018 年增长 544.50

万元；2020年，线下外销收入较2019年增长21,030.15万元，增长原因为：受到山火及疫情影响，美国客户Guardian、Newell向公司采购空气净化器产品数量激增，收入规模上涨。

③线上销售情况

报告期内，公司通过电商平台销售的情况如下：

单位：万元

销售渠道	2020年度		2019年度		2018年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
天猫	765.64	42.33%	35.09	6.87%	34.31	12.76%
京东	598.22	33.07%	16.76	3.28%	3.96	1.47%
亚马逊	444.90	24.60%	458.93	89.85%	230.65	85.77%
合计	1,808.76	100.00%	510.78	100.00%	268.92	100.00%

公司与京东、天猫、亚马逊的合作模式均为开设自营店，进行直营，不存在买断式经销，即：公司在电商平台开设自营店铺，消费者在店铺下单后，公司获取订单信息，由公司直接发货至最终消费者。消费者收到商品后，点击确认收货或者约定的退货期过后确认收入实现。若出现毁损或者其他约定退换货情况，公司按照各平台规定承担相应售后服务。

2020年度，公司在电商平台销售收入增加，主要系公司收购北京秒新，北京秒新主要通过线上平台销售所致。

(5) 按照季节分类的收入分析

报告期内，发行人收入按季度分布情况如下：

单位：万元

季度	2020年度		2019年度		2018年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
1季度	5,781.34	8.91%	6,512.38	17.01%	6,119.21	21.10%
2季度	11,488.52	17.71%	9,261.76	24.19%	6,293.18	21.70%
3季度	22,118.87	34.10%	10,476.30	27.36%	7,430.24	25.62%
4季度	25,482.00	39.28%	12,037.62	31.44%	9,156.12	31.57%
合计	64,870.73	100.00%	38,288.05	100.00%	28,998.75	100.00%

报告期内，发行人和可比公司按季度平均收入占比情况如下：

公司名称	1 季度	2 季度	3 季度	4 季度
莱克电气	22.65%	23.02%	25.57%	28.76%
新宝股份	18.38%	23.40%	30.37%	27.85%
奥佳华	18.56%	23.35%	27.50%	30.60%
发行人	13.93%	20.46%	30.29%	35.32%

注：季度平均收入占比=报告期该季度收入之和/报告期收入总额。

报告期内，公司 1、2 季度收入占比略低于同行业，3、4 季度收入占比略高于同行业，主要原因如下：公司生产人员存在较多外地务工人员。每年春节前后，外地务工人员返乡较多，因此导致生产、销售规模下降。相对于同行业公司，公司业务规模较小，人员流动对生产、销售影响相对较大，因此导致收入季节性和同行业之间有所差异。

由于人员流动性不同，同行业公司收入的季节性具有一定差异，同行业公司博菱电器的收入季节性情况和发行人较为类似，具体如下：

公司名称	1 季度	2 季度	3 季度	4 季度
博菱电器	13.44%	22.78%	33.90%	29.88%
发行人	13.93%	20.46%	30.29%	35.32%

如上，博菱电器的收入亦存在 1、2 季度收入占比较低，3、4 季度收入占比较高的情况，和发行人较为一致。

总体而言，发行人收入季节性分布和行业一致，具有合理性。

3、第三方回款情况

报告期内，发行人存在少量第三方回款情况，具体情况如下：

单位：万元

客户名称	付款方名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
E-liteCorporation	BIBFEIYELIMITED	-	-	2.52
	WHITEFLAGEASTT RADINGFZE	-	-	6.08
	DeiraTradingCenterL LC	-	10.75	-
RYBIXLTD	MRRYANSURGETT LEEWOODHOUSE	-	-	4.49
	RYBIXLTD	-	-	18.53
合计		-	10.75	31.63

客户名称	付款方名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售收入(万元)		64,903.68	38,303.28	29,007.70
第三方回款交易占销售收入比例		-	0.03%	0.11%

上述客户采用第三方回款原因为：客户因资金周转、外汇头寸、付款习惯问题等因素，委托专业的付款机构进行付款。相关交易金额较低，占发行人收入比例极低，对发行人业务经营不具有重要影响。

针对上述第三方回款，发行人已建立了完善的内控制度，相关货物交付记录及资金记录清晰，相关收入真实准确。

4、退换货情况

报告期内，发行人退换货情况如下：

单位：万元、台、件

产品类别	退换货原因	处理方式	2020 年度	2019 年度	2018 年度
环境电器产品	外包装破损	更换包装后再次销售	20.93	31.12	0.37
	售后处理	返工后再次销售	147.98	119.78	3.46
	质量问题	返工或报废处理	132.75	41.21	98.64
	小计		301.66	192.11	102.47
注塑产品	质量问题	返工或报废处理	81.08	16.96	-
合计			382.74	209.07	102.47
营业收入			64,903.68	38,303.28	29,007.70
退换货占营业收入比例			0.59%	0.55%	0.35%

2018 年，公司环境电器产品因质量问题退货 98.64 万元，主要系客户 Guardian 因质量问题发生退货 89.50 万元。该笔退货产品系公司供应商提供的原材料质量问题所造成，产品退回经返工后已重新销售，同时相关损失由供应商予以补偿。

2019 年、2020 年公司退换货金额增加，主要原因是：

(1) 对柒贰零销售产品退换货

柒贰零为公司 2018 年末开始合作的客户。2019 年、2020 年，柒贰零退换货金额分别为 179.99 万元、192.62 万元，占当期退换货金额的比重分别为 86.09%、50.37%。

柒贰零退换货原因主要为外包装破损及售后处理。柒贰零不从事包装业务，无处理包装破损及更换包装的能力，故其将外包装运输破损、需要售后处理的产品返回到发行人，委托发行人重新包装后再行销售。对该类退货，相关费用由柒贰零承担。

同时，由于双方合作产品为新开发产品，2019 年及 2020 年，因质量问题退货的金额分别为 33.10 万元，37.52 万元。

(2) 北京秒新销售产品的退货

2020 年 9 月，公司并购北京秒新。2020 年 10-12 月，北京秒新销售的产品因质量问题发生退货 81.77 万元。

报告期内，公司退换货率分别为 0.35%、0.55%、0.59%，占产品销售收入比例极低，具有合理性。

(三) 营业成本分析

1、主营业务成本分析

2018-2020 年度，公司营业成本分别为 22,020.74 万元、29,267.63 万元和 48,169.95 万元，均为主营业务成本。

2、主营业务成本构成分析

(1) 按产品类别的成本分析

按产品类别，公司的成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
空气净化器	40,182.78	83.42%	24,113.46	82.39%	18,432.85	83.71%
新风机	1,605.21	3.33%	1,552.66	5.31%	1,297.60	5.89%
暖被机	1,390.44	2.89%	1,431.44	4.89%	944.99	4.29%
其他产品	4,991.52	10.36%	2,170.06	7.41%	1,345.29	6.11%
合计	48,169.95	100.00%	29,267.63	100.00%	22,020.74	100.00%

2018-2020 年度，公司主营业务成本分别为 22,020.74 万元、29,267.63 万元和 48,169.95 万元，同比增长幅度分别为 32.91%、64.58%，与主营业务收入变动趋势相符。

报告期内，公司主营业务成本由空气净化器、新风机、暖被机等产品成本构成，各项产品主营业务成本的占比与其主营业务收入结构基本保持一致。

(2) 按成本要素构成的成本分析

按成本要素，公司的成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	41,073.81	85.27%	25,366.74	86.67%	18,573.48	84.35%
直接人工	3,526.05	7.32%	1,981.43	6.77%	1,597.99	7.26%
制造费用	3,570.09	7.41%	1,919.46	6.56%	1,849.27	8.40%
合计	48,169.95	100.00%	29,267.63	100.00%	22,020.74	100.00%

报告期内，公司主营业务成本结构基本稳定，直接材料成本为公司主营业务成本的主要构成部分。

①直接材料

报告期内，发行人不同类别产品的直接材料构成情况如下：

单位：万元

产品	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
空气净化器	34,812.56	84.76%	21,155.11	83.40%	15,578.93	83.88%
新风机	1,417.18	3.45%	1,373.09	5.41%	1,119.99	6.03%
暖被机	1,282.32	3.12%	1,306.65	5.15%	813.75	4.38%
其他产品	3,561.75	8.67%	1,531.89	6.04%	1,060.80	5.71%
合计	41,073.81	100.00%	25,366.74	100.00%	18,573.48	100.00%

发行人不同产品的直接材料构成具体情况如下：

A、空气净化器

报告期内，空气净化器的直接材料构成情况如下：

单位: 万元

材料名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
电子电器	13,591.53	39.04%	7,813.08	36.93%	6,005.56	38.55%
塑胶材料	10,417.68	29.93%	6,736.30	31.84%	5,127.41	32.91%
过滤材料	6,605.13	18.97%	4,439.85	20.99%	2,631.69	16.89%
包装材料	2,516.49	7.23%	1,452.97	6.87%	1,144.70	7.35%
五金零件	1,535.30	4.41%	629.43	2.98%	573.22	3.68%
其他	146.43	0.42%	83.49	0.39%	96.36	0.62%
合计	34,812.56	100.00%	21,155.11	100.00%	15,578.93	100.00%

2019 年度,空气净化器产品过滤材料占比上升;2020 年,过滤材料占比下降,波动原因主要系由于公司向 Columbus 采购变化所导致,具体如下:

由于产品升级等原因,2018 年开始,Guardian 指定公司向 Columbus 采购过滤器,公司于 2018 年上半年完成供应商的更换;2019 年全年,Guardian 指定向 Columbus 采购的过滤器金额增长。相比于国内厂商,Columbus 的产品价格较高,导致过滤器平均单价由 2018 年的 23.56 元/件上升至 34.18 元/件,导致过滤材料占比上升。

2020 年,由于国内过滤材料产品工艺及功能提升,且 Columbus 的产能不足,Guardian 逐步减少指定公司向 Columbus 采购,发行人加大了国内厂商过滤材料的采购。2020 年度,过滤材料平均单价由 2019 年的 34.18 元/件下降至 30.98 元/件,导致了过滤材料占比下降。

报告期内,客户指定公司采购过滤材料具体情况如下:

客户名称	指定供应商名称	是否指定采购过滤材料的型号	是否指定对应过滤材料应用的产品	是否指定采购价格
Guardian	Columbus	是	是	是
Newell	Columbus	是	是	是

上述客户指定公司采购金额如下:

单位: 万元

客户名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
Guardian	1,084.59	2,470.30	887.10
Newell	275.34	329.88	674.24
合计	1,359.93	2,800.18	1,561.34

Guardian、Newell 指定公司向 Columbus 采购的过滤材料主要为过滤器，其中部分型号产品的采购价格和国内供应商对比情况如下：

单位：元/件

物料名称	供应商名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
过滤器 1	Columbus	39.16	38.41	37.52
	其他供应商平均	24.77	25.91	-
过滤器 2	Columbus	52.63	51.56	50.71
	其他供应商平均	32.73	35.25	-

经对比，报告期内，公司向指定供应商 Columbus 采购的过滤器价格较高，导致了发行人采购成本的上升。

除上述因素外，空气净化器其他原材料占比基本稳定。

B、新风机

报告期内，新风机的直接材料构成情况如下：

单位：万元

材料名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
电子电器	533.14	37.62%	486.25	35.41%	407.28	36.36%
塑胶材料	435.46	30.73%	452.36	32.94%	399.97	35.71%
过滤材料	185.45	13.09%	176.41	12.85%	160.44	14.33%
包装材料	64.95	4.58%	72.92	5.31%	61.84	5.52%
五金零件	184.66	13.03%	172.32	12.55%	84.13	7.51%
其他	13.52	0.95%	12.84	0.93%	6.34	0.57%
合计	1,417.18	100.00%	1,373.09	100.00%	1,119.99	100.00%

报告期内，新风机主要原材料塑胶材料占比逐年下降，五金零件上升的原因为：新风机产品包括销售至境外客户 Tion 及北京秒新（含其相关方）等。销售至境外客户 Tion 的产品塑胶材料使用比例相对较高，对北京秒新的产品五金零件使用比例相对较高。报告期内，公司新风机对北京秒新收入销售规模的提升导致了塑胶材料占比下降，五金零件占比上升。

除上述因素外，新风机其他原材料占比基本稳定。

C、暖被机

报告期内，暖被机的直接材料构成情况如下：

单位：万元

材料名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
电子电器	817.71	63.77%	829.21	63.46%	438.85	53.93%
塑胶材料	379.87	29.62%	390.55	29.89%	305.24	37.51%
包装材料	72.72	5.67%	74.36	5.69%	61.95	7.61%
五金零件	7.89	0.62%	7.95	0.61%	2.41	0.30%
其他	4.14	0.32%	4.58	0.35%	5.30	0.65%
合计	1,282.32	100.00%	1,306.65	100.00%	813.75	100.00%

报告期内，暖被机产品中电子电器占成本比例上升、塑胶材料占比下降，主要原因为：2018 年底，公司推出第二代暖被机产品。相比于第一代产品，第二代产品的设计得到优化，机器体积更小，塑胶材料用料更少，电子电器用料占比上升，从而导致 2019 年、2020 年塑胶材料占比下降，电子电器材料占比提高。

除上述因素外，暖被机其他原材料占比基本稳定。

D、其他产品

报告期内，公司其他产品按产品类别的直接材料金额及占比情况如下：

单位：万元

产品类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
注塑件	1,048.41	29.44%	46.21	3.02%	-	-
加湿器	767.46	21.55%	103.37	6.75%	48.14	4.54%
模具	556.40	15.62%	870.96	56.86%	427.29	40.28%
干鞋机	109.89	3.09%	226.06	14.76%	195.43	18.42%
吸尘器	310.39	8.71%	14.32	0.93%	-	-
暖风机	-	-	-	-	81.06	7.64%
配件及其他	769.20	21.60%	270.98	17.69%	308.87	29.12%
合计	3,561.75	100.00%	1,531.89	100.00%	1,060.80	100.00%

报告期内，公司其他产品的直接材料占比有所波动，主要系其他产品结构的变动所致。

2019 年度及 2020 年度，注塑件直接材料占比提高，主要系公司 2019 年 11

月收购净胜模具，注塑件收入占比提升所致；2020 年度，加湿器直接材料占比提高，主要系 2020 年 9 月收购北京秒新，加湿器产品的收入占比提升所致；吸尘器直接材料占比提高，主要系公司向七十迈销售的吸尘器产品增长所致；配件及其他的直接材料金额增长，主要系公司配件收入随公司收入规模增长而增长。

综上，报告期内，公司各产品的原材料占比整体上较为稳定，原材料占比波动原因合理。

②直接人工

A、生产人员数量与人工成本、营业收入的匹配情况

报告期内，发行人生产人员数量、人工成本、营业收入情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入①	64,903.68	38,303.28	29,007.70
人工成本②	5,966.49	3,268.12	3,059.06
生产人员平均数量③	891	478	455
人均营业收入①/③	72.84	80.13	63.75
人均人工成本②/③	6.70	6.84	6.72

注 1：生产人员平均数量为日均人数。

注 2：人工成本包括营业成本中的直接人工、制造费用中相关生产人员成本以及当期未结转至营业成本中的相关人工。

2019 年度，公司营业收入增加 32.05%，但生产人员数量仅增加 5.05%，主要系公司安排集中生产，生产效率提升所致，因此导致人均营业收入上升，人均薪酬提升，人均人工成本小幅上升。

2020 年度，公司订单规模大幅增加，但受新冠肺炎疫情影响，熟练员工短缺，公司招聘了较多新员工。新员工技术相对生疏，生产效率较低，导致人均营业收入较低，人均薪酬较低，导致人均人工成本略有下降。

综上，报告期内，发行人生产人员数量、人工成本、营业收入变动具有合理性。

B、相关人员薪酬与同行业、同地区可比公司的比较情况

报告期内，公司生产人员职工薪酬和同行业、同地区可比公司对比情况如下：

单位：万元/人

项目	地区	2020 年度	2019 年度	2018 年度
莱克电气	苏州市	10.92	9.51	8.81
新宝股份	佛山市	7.43	8.58	6.35
奥佳华	厦门市	9.24	7.97	8.95
可比公司平均	-	9.20	8.69	8.04
净诺科技	东莞市	6.70	6.84	6.72
东莞市职工年平均工资	东莞市	6.99	6.37	5.87

注 1：数据来源为可比公司及定期报告等公开披露文件。

注 2：可比公司平均薪酬=（支付给职工以及为职工支付的现金+期末应付职工薪酬-期初应付职工薪酬-销售费用中职工薪酬-管理费用中职工薪酬-研发费用中职工薪酬）÷平均生产员工人数，平均人数=（期初人数+期末人数）/2。

注 3：同地区平均工资为发行人主要生产经营地东莞市职工年平均工资，下同。

报告期内，发行人生产人员平均薪酬低于莱克电气及奥佳华，主要原因为地区差异。公司位于东莞市凤岗镇竹塘村，周边经济水平相对较低，人均薪酬较低。

2018 年度，公司生产人员平均薪酬高于新宝股份，处于相似水平。2019 年度及 2020 年度公司生产人员平均薪酬低于新宝股份，主要原因为：2019 年及 2020 年，新宝股份劳务外包生产规模提升，职工薪酬总体提升；但劳务外包职工人数不计入公司生产人数，因此导致其人员规模相比下降，生产人员人均职工薪酬上升。

2018 年-2019 年，发行人生产人员平均薪酬高于东莞市职工年平均工资。2020 年，发行人生产人员平均薪酬低于东莞市职工年平均工资，主要系受新冠肺炎疫情影响，熟练员工短缺，公司招聘了较多新员工。新员工技术相对生疏，生产效率较低，导致人均营业收入较低，人均薪酬较低，导致公司整体生产人员工资下降。

综上，发行人生产人员职工薪酬符合行业合理水平。

③制造费用

A、制造费用的主要构成

报告期各期，公司制造费用的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	1,850.33	51.83%	1,040.82	54.22%	1,066.33	57.66%
场地租赁费	557.50	15.62%	396.51	20.66%	315.60	17.07%
物料消耗	465.97	13.05%	-19.84	-1.03%	102.88	5.56%
折旧摊销费	303.99	8.52%	354.83	18.49%	248.90	13.46%
水电费	277.84	7.78%	87.68	4.56%	39.76	2.15%
其他	114.45	3.20%	59.47	3.10%	75.80	4.10%
制造费用	3,570.09	100.00%	1,919.46	100.00%	1,849.27	100.00%

a、2019 年度

2019 年 11 月，公司收购净胜模具，因收购净胜模具，公司制造费用增加 117.64 万元。剔除收购净胜模具后，公司制造费用为 1,801.82 万元，较 2018 年有所降低。公司制造费用变动的具体原因如下：

I、2019 年度，公司业务规模上升，制造费用中职工薪酬略有减少，主要原因为：2019 年度，由于公司订单规模提升，生产部门内部人员职能调整，部分生产管理人员职能调整为直接生产人员，导致制造费用中职工薪酬降低；

II、场地租赁费增加 80.91 万元，增长 25.64%，主要原因为：公司 2018 年 10 月开始新增租赁两处生产场地以及收购净胜模具所致；

III、2019 年度，物料消耗为负，主要原因为：2019 年度，东莞润荣等供应商因原材料质量问题，向公司进行赔款 54.28 万元，冲减当期制造费用所致；

IV、折旧摊销费增加 105.93 万元，增长 42.56%，主要是公司及净胜模具生产设备增加所致；

V、水电费增加 47.92 万元，增长 120.52%，主要是公司增加了两处生产场地和收购净胜模具所致。

b、2020 年度

2020 年度，制造费用较 2019 年增加 1,650.63 万元，增长 85.99%，主要原

因为:公司于2019年11月收购净胜模具,2020年净胜模具的制造费用为996.70万元,较上期增加879.06万元;除净胜模具外,其他制造费用增长771.57万元,主要是业务规模扩大所致。公司制造费用变动的具体原因如下:

I、职工薪酬增加809.51万元,增长77.78%,主要原因为:公司业务规模扩大,职工人数增加所致;

II、场地租赁费增加160.99万元,增长40.60%,主要原因为:增加租赁场地及净胜模具租赁费增加所致;

III、物料消耗增加主要原因为:产品类型增加以及业务量大幅度增长以及本年净胜模具物料消耗增长所致;

IV、折旧摊销费减少50.84万元,减少14.33%,主要原因为:部分模具已到期摊销完毕;

V、水电费增加190.16万元,增长216.88%,主要原因为:公司租赁物业增加、水电费同比增长及净胜模具的水电能耗用增长所致。

(3) 按产品类别的成本要素构成分析

按产品类别及成本要素,公司的成本构成情况如下:

单位:万元

项目		2020年度		2019年度		2018年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
空气净化器	直接材料	34,812.56	86.64%	21,155.11	87.73%	15,578.93	84.52%
	直接人工	2,797.53	6.96%	1,539.20	6.38%	1,321.70	7.17%
	制造费用	2,572.69	6.40%	1,419.15	5.89%	1,532.22	8.31%
	小计	40,182.78	100.00%	24,113.46	100.00%	18,432.85	100.00%
新风机	直接材料	1,417.18	88.29%	1,373.09	88.43%	1,119.99	86.31%
	直接人工	127.07	7.92%	94.85	6.11%	78.18	6.03%
	制造费用	60.95	3.80%	84.71	5.46%	99.43	7.66%
	小计	1,605.21	100.00%	1,552.66	100.00%	1,297.60	100.00%
暖被机	直接材料	1,282.32	92.22%	1,306.65	91.28%	813.75	86.11%
	直接人工	62.55	4.50%	65.74	4.59%	64.09	6.78%
	制造费用	45.57	3.28%	59.05	4.13%	67.15	7.11%
	小计	1,390.44	100.00%	1,431.44	100.00%	944.99	100.00%
其他产品	直接材料	3,561.75	71.36%	1,531.89	70.59%	1,060.80	78.85%
	直接人工	538.89	10.80%	281.64	12.98%	134.01	9.96%

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
制造费用	890.89	17.85%	356.54	16.43%	150.48	11.19%
小计	4,991.52	100.00%	2,170.06	100.00%	1,345.29	100.00%

报告期内，各产品类别的成本要素占比基本稳定，直接材料成本在各产品项目中均占比最高。

①空气净化器

报告期内，空气净化器是营业成本的主要组成部分，其主要成本要素的波动参见本招股说明书上文分析。

②新风机

报告期内，新风机成本变动原因如下：

A、直接材料占比上升的原因

公司的新风机产品包括销售至 Tion 的产品及销售至北京秒新的产品。

对销售至 Tion 的产品，2019 年度，经与客户协商，公司更换了两款产品的部分部件，采购成本上升，导致直接材料占比上升；

对销售至北京秒新的产品，2018 年度，由于对产品销售规模预期较高，公司和主要供应商洽谈采购价格时，获得了批量采购条件下的优惠价格，采购成本较低；2019 年度，由于产品的销售规模相对较低，原材料供应商降低了价格优惠，导致该产品的主机箱、柜门等材料的单位成本上涨，直接材料占比上升；2020 年度，销售至北京秒新的产品进行工艺升级，原材料成本进一步提升，导致了直接材料占比进一步上升。

B、直接人工占比上升的原因

2019 年度，直接人工占比和 2018 年基本一致；

2020 年度，新风机的直接人工占比上升，主要原因为：2020 年度，受疫情影响，熟练生产人员的短缺，公司招聘了较多新员工。新员工技术相对生疏，

生产效率较低,导致了直接人工占比上升;2020年度,销售至北京秒新的产品进行工艺升级,生产工艺复杂程度提升,直接人工占比的上升。

C、制造费用占比下降的原因

报告期内,新风机产品制造费用占比逐年下降,主要原因为:

a、直接材料及直接人工占比上升,导致制造费用占比下降;

b、公司生产规模效应提升导致新风机制造费用下降。2018年度至2020年度,剔除净胜模具后,公司营业收入增长为31.19%及62.78%,制造费用变动为-2.57%及42.82%。在发行人业务规模大幅提升的情况下,发行人制造费用未同比例增长,系由于发行人提升了生产效率所致。同时,发行人收入增长主要来源于空气净化器的增长,新风机生产规模占比下降,导致了其分摊的制造费用下降。综上,新风机产品的单位制造费用下降,导致了制造费用的占比下降。

③暖被机

2019年及2020年,暖被机直接材料占比上升,主要系由于产品结构变动所致,具体如下:

2018年度,公司暖被机产品仅6002一个型号;2019年度,公司开始销售6003型号,6002产品逐步退出市场。相比于6002型号,6003产品使用的物料中高端材料用料较多,直接材料成本占比因此上升。随着6003规模占比的提升,暖被机2019年和2020年的直接材料成本占比有所上升。

(4) 按业务模式的成本要素构成分析

报告期内,公司ODM业务的成本构成情况如下:

单位:万元

项目	2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	39,200.94	85.48%	24,621.13	86.84%	18,245.45	84.35%
直接人工	3,297.54	7.19%	1,892.79	6.68%	1,568.37	7.25%
制造费用	3,363.45	7.33%	1,837.78	6.48%	1,817.65	8.40%
合计	45,861.93	100.00%	28,351.70	100.00%	21,631.46	100%

报告期内,公司OEM业务的成本构成情况如下:

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	629.62	82.82%	375.03	79.80%	234.29	85.34%
直接人工	69.05	9.08%	50.27	10.70%	19.84	7.23%
制造费用	61.55	8.10%	44.64	9.50%	20.41	7.43%
合计	760.22	100.00%	469.94	100.00%	274.54	100.00%

报告期内，公司自主品牌业务的成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	1,243.25	80.32%	370.57	83.09%	93.76	81.72%
直接人工	159.45	10.30%	38.38	8.61%	9.78	8.52%
制造费用	145.10	9.38%	37.03	8.30%	11.21	9.77%
合计	1,547.80	100.00%	445.98	100.00%	114.74	100.00%

报告期内，发行人 ODM、OEM 及自主品牌的主要成本均为直接材料，各业务模式的成本构成不存在重大差异。

(5) 原材料采购情况

公司上游原材料产业链成熟，属于充分竞争市场，主要原材料的市场价格公允、透明。公司建立了规范的供应商管理制度，针对同类原材料，一般引入多家合格供应商确保供应链的安全。在进行原材料采购时，公司通常向多家供应商进行询价比较，综合比较产品质量、服务、交期及价格等因素，最终确定供应商的采购份额，确保原材料采购价格的公允性。

报告期内，公司采购的直接材料主要包括过滤材料、电子电器、塑胶材料等，其中：过滤材料中的过滤器、电子电器中的电机、塑胶材料中的塑胶原料占比较大，具体情况如下：

单位：万元

材料名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
采购总额	44,352.70	100.00%	24,171.48	100.00%	18,148.47	100.00%
电子电器	17,506.10	39.47%	8,884.77	36.76%	6,948.96	38.29%
其中：电机	6,859.15	15.47%	3,841.11	15.89%	3,342.29	18.42%

材料名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
塑胶材料	13,383.87	30.18%	7,147.12	29.57%	5,297.48	29.19%
其中: 塑胶原料	6,435.19	14.51%	1,527.82	6.32%	1,576.98	8.69%
过滤材料	7,021.51	15.83%	4,795.45	19.84%	3,136.23	17.28%
其中: 过滤器	6,378.98	14.38%	4,647.66	19.23%	3,011.19	16.59%
电机、塑胶原料、过滤器合计	19,673.32	44.36%	10,016.59	41.44%	7,930.46	43.70%

电子电器中,除电机外,还包括PCBA、芯片、电容电阻、传感器、电源开关、插头插座、变压器、导线等多种材料,该部分材料型号较多,整体单价波动受多种因素影响;塑胶材料中,除塑胶原料外,还包括塑胶结构件。塑胶结构件为定制产品,其单价波动主要受不同型号的结构波动所影响;过滤材料中,除过滤器外,还包括过滤器胶框、过滤器密封圈、过滤器壳、过滤棉等材料,不同材料价格具有较大差异。

综上,选取电机、塑胶原料及过滤器作为主要原材料进行分析。报告期内,主要原材料采购单价情况如下:

原材料名称	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
电子电器 -电机	采购额(万元)	6,859.15	3,841.11	3,342.29
	采购量(万件)	242.03	131.72	123.18
	采购单价(元/件)	28.34	29.16	27.13
	较上期变动	-2.81%	7.48%	-
塑胶材料 -塑胶原料	采购额(万元)	6,435.19	1,527.82	1,576.98
	采购量(万千克)	404.65	129.05	127.20
	采购单价(元/千克)	15.90	11.84	12.40
	较上期变动	34.29%	-4.52%	-
过滤材料- 过滤器	采购额(万元)	6,378.98	4,647.66	3,011.19
	采购量(万件)	205.92	135.98	127.80
	采购单价(元/件)	30.98	34.18	23.56
	较上期变动	-9.36%	45.08%	-

①电机

报告期内,电机价格整体上较为平稳,采购单价的波动主要系细分型号采购规模的变动所致。

②塑胶原料

报告期内,公司塑胶原料价格有所波动,2020 年单价增长较快,主要系 2019 年 11 月公司收购净胜模具,净胜模具采购的塑胶原料包括用于医疗器械的原料,单价较高所致。报告期内,净胜模具采购塑胶原料的情况如下:

项目	2020 年度	2019 年度 12 月
采购金额(万元)	2,654.47	149.23
采购数量(万千克)	126.11	6.43
单价(元/千克)	21.05	23.23

剔除净胜模具采购的塑胶原料后,报告期内,发行人塑胶原料采购情况如下:

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
采购金额(万元)	3,780.72	1,378.59	1,576.98
采购数量(万千克)	278.53	122.63	127.20
单价(元/千克)	13.57	11.24	12.40

综上,剔除净胜模具后,发行人塑胶原料的采购单价波动相对较小,2019 年采购单价下降、2020 年采购单价上升系由于塑胶原料市场价格整体上升波动所致。

综上,发行人采购塑胶原料的价格波动具有合理性。

③过滤器

报告期内,公司采购过滤器单价波动较大,主要系客户 Guardian 指定公司向 Columbus 采购所致。

(6) 外协加工情况

①外协加工工序

报告期内,发行人外协加工工序则包括注塑加工、PCBA 加工及五金件加工等环节,外协生产占比情况如下:

A、注塑加工

注塑加工是根据模具将塑胶原料加工为塑胶结构件的过程。公司注塑结构件的取得方式包括直接采购、外协加工及自主加工三种方式,情况如下:

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接采购	6,948.68	49.27%	5,619.30	65.10%	3,720.49	59.74%
外协加工	5,461.47	38.72%	2,867.69	33.22%	2,507.50	40.26%
自主加工	1,694.25	12.01%	144.33	1.67%	-	-
合计	14,104.40	100.00%	8,631.32	100.00%	6,227.99	100.00%

注：上表金额为各环节原材料入库成本，下同。

在 2019 年收购净胜模具前，公司不自主进行注塑件加工。收购净胜模具后，公司逐步开展注塑件的自主加工。收购净胜模具后，发行人仍旧需要外协加工注塑件的原因：塑胶结构件的加工需要依靠对应的模具进行。对部分原有业务，切换注塑件生产厂需要重新生产模具，对于模具成本较高、模具较为复杂的业务，公司保持和原有供应商的稳定合作。

对塑胶结构件，公司部分直接采购、部分进行外协加工的原因：对采购规模较大的核心产品的塑胶结构件，公司倾向于自主采购原材料后，交由外协厂商生产，从而进一步保障产品质量的稳定性；对采购规模较低的塑胶结构件，注塑加工厂商采购相关塑胶原料时，由于其整体采购规模较大，因此可以获得比公司采购相关原材料更加优惠的价格，公司直接购买塑胶结构件的成本相对更低。

B、PCBA 加工

PCBA 加工系将芯片、电容、电阻等电子元器件加工于电路板的过程。公司 PCBA 组件的取得方式直接采购、外协加工及自主加工三种方式，情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
外购	1,742.13	24.78%	839.82	21.88%	493.81	18.77%
外协加工	2,852.65	40.58%	1,054.03	27.46%	459.81	17.48%
自主加工	2,434.54	34.63%	1,945.13	50.67%	1,677.51	63.76%
合计	7,029.32	100.00%	3,838.98	100.00%	2,631.13	100.00%

公司拥有 PCBA 组件自主生产的能力，但受限于产能限制，公司仅可以对核心产品进行 PCBA 组件的自主生产；对于自有产能不能满足生产的 PCBA 组件，

若需求规模较大,公司通常自主进行电子电器件的采购后进行外协生产,以保障产品性能的稳定性;若需求规模较小,直接采购比外协加工的成本更低,公司则进行直接采购。

C、五金件加工

五金件加工系将金属材料加工成结构件的过程,技术含量较低,公司不自主进行生产。为保障产品质量,公司对部分产品进行外协加工,具有合理性。

综上,注塑件加工及PCBA组件加工环节的工艺成熟,外协加工或直接采购的市场供应充足,公司根据业务情况自主选择自主加工、外协加工或者直接采购的方式,具有合理性,并非将主要生产环节进行外包。发行人不存在由品牌商指定外协厂商的情况。

②同行业公司比较情况

发行人同行业可比公司莱克电气、奥佳华、新宝股份未披露相关信息,选取北鼎股份、博菱电器等家电生产公司进行对比。

发行人与同行业其他公司的外协加工规模比较情况如下:

单位:万元

公司名称	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
北鼎股份	外协加工费	-	2,214.77	3,714.14
	外协加工费/采购总额	-	10.45%	12.96%
博菱电器	外协加工费	13,191.99	5,586.84	3,990.70
	外协加工费/采购总额	9.39%	8.57%	9.11%
发行人	外协加工费	2,928.36	1,314.00	1,136.83
	外协加工费/采购总额	6.19%	5.16%	5.89%

同行业公司生产模式较多为“自主生产为主,外协生产为辅”的情形。公司外协加工费占采购总额低于同行业公司,主要系发行人产品较多使用塑胶结构件,北鼎股份、博菱电器较多使用金属件。相比于塑胶件,金属件的外协加工包括电镀、抛光、冲压等,加工费用相对较高。因此,公司外协加工费占采购总额比例较低。

综上,发行人外协加工费占采购总额比例符合公司经营模式特征,具有合理性。

(四) 毛利额及毛利率分析

1、毛利额情况

报告期内，公司毛利额情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务	16,700.78	99.80%	9,020.43	99.83%	6,978.01	99.87%
其他业务	32.95	0.20%	15.23	0.17%	8.95	0.13%
合计	16,733.73	100.00%	9,035.66	100.00%	6,986.96	100.00%

2018-2020 年度，公司综合毛利分别为 6,986.96 万元、9,035.66 万元和 16,733.73 万元，呈逐年上升的趋势，与营业收入变动趋势保持一致。主营业务毛利额占比分别为 99.87%、99.83%、99.80%，为营业利润的主要来源。

2、主营业务毛利额及毛利率情况

2018-2020 年度，公司主营业务毛利额分别为 6,978.01 万元、9,020.43 万元和 16,700.78 万元，2020 年度和 2019 年度分别同比增长 85.14%、29.27%，与主营业务收入变动趋势保持一致。2018-2020 年度，公司主营业务毛利率分别为 24.06%、23.56%和 25.74%，保持平稳。

(1) 按产品类别的毛利率分析

按产品类别，公司的毛利构成及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	毛利额	毛利率	毛利占比	毛利额	毛利率	毛利占比	毛利额	毛利率	毛利占比
空气净化器	12,858.60	24.24%	76.99%	6,754.93	21.88%	74.88%	5,481.81	22.92%	78.56%
新风机	715.90	30.84%	4.29%	731.14	32.01%	8.11%	646.02	33.24%	9.26%
暖被机	284.27	16.97%	1.70%	296.72	17.17%	3.29%	238.67	20.16%	3.42%
其他产品	2,842.01	36.28%	17.02%	1,237.63	36.32%	13.72%	611.51	31.25%	8.76%
合计	16,700.78	25.74%	100.00%	9,020.42	23.56%	100.00%	6,978.01	24.06%	100.00%

①影响公司毛利率水平的因素

公司主要产品均为定制化产品，对不同客户、不同类别、不同型号的产品，由于设计方案的差异、采用材料的差异、生产规模的差异、生产工艺成熟度等方面的差异，其毛利率之间具有一定差异。影响公司毛利率水平的因素情况包括如下：

A、汇率对毛利率的影响

报告期内，公司外销业务主要以美元结算，销售价格受到汇率波动影响。2018-2020 年度，公司美元对人民币结算的平均汇率分别为 6.62、6.90、6.88，变动幅度分别为 4.23%、-0.29%。在成本不变的条件下，汇率的上升将导致以美元结算的产品的销售单价上升，毛利率上升；反之，导致毛利率的下降。

B、原材料对毛利率的价格影响

a、过滤器

2018 年开始，由于进行原材料升级，Guardian 对其采购部分空气净化器指定发行人向 Columbus 采购过滤器。在指定采购前，发行人采用国产过滤器生产上述产品，原材料价格较低，生产成本相对较低；指定采购后，原材料价格单位成本上升，对应产品销售价格的上升幅度相对较小，导致毛利率下降；2020 年开始，由于国产过滤器的性能提升，客户减少了指定对 Columbus 采购，公司加大了对国产过滤器的采购规模，因此，原材料价格单位成本上升，对应产品销售价格的下降幅度相对较小，导致毛利率上升。

b、电子电器及塑胶材料

公司主要产品的原材料包括电子电器、塑胶材料等。在 2018 年至 2019 年，电子电器及塑胶材料的整体价格较为平稳；2020 年度，由于供应紧张，电子电器及塑胶材料的价格提升明显，导致了发行人采购成本的上升，毛利率因此下降。

C、产品结构对毛利率的影响

a、生产规模

对同类产品,相对于生产规模较小的阶段,在大规模生产阶段,生产流程能够得到明显优化,生产人员的工作效率也会明显提升;同时,大规模生产阶段,可以形成批量采购,能够获得原材料供应商的价格优惠,采购成本也相对较低。因此,生产规模提升对毛利率的提升有促进作用;

b、产品成熟度

在产品推出市场前期,由于生产工艺不成熟,规模效应不明显,通常毛利率水平较低,甚至为负;随着产品的不断成熟,规模效应提升,毛利率水平会相应上升;

c、产品结构

不同产品型号销售规模的不同,对毛利率整体的波动具有显著影响。对同一型号的产品,由于在特定功能方面的差异,亦存在多个细分类别。不同细分类别的产品成本及售价均有一定差异;细分类别产品销售规模的差异亦对产品的毛利率有所影响;对同一类型产品在产品工艺方面的调整也会导致毛利率的波动。

D、业务类型

公司不同业务模式的毛利率水平情况如下:

业务模式	销售渠道	销售对象	产业分工	销售费用	产品定价	毛利率
ODM	线下	品牌商	生产制造	低	中等	中等
自有品牌	线下	贸易商	生产制造	低	低	低
	线上	终端消费者	生产制造+品牌运营	高	高	高

对自有品牌业务,如公司自主负责销售,如在线上销售,相比于 ODM 业务,该部分业务在生产成本相似的情况下,销售定价较高,毛利率水平较高;若公司销售至贸易商(如神州数码、北京秒新产品的线下贸易商),相比于 ODM 业务加贴客产品品牌销售,公司无需开展品牌运营环节即可获取对自身品牌的宣传效果,公司通常以较低的毛利率水平销售。

②按产品类别的毛利率波动情况分析

A、空气净化器产品销售情况

报告期内,空气净化器产品按 CADR 值划分的收入情况如下:

单位:万元

CADR (立方米/小时)	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率
CADR<100	6,873.68	24.94%	3,973.21	21.94%	4,359.91	21.56%
100≤CADR<300	35,266.66	26.34%	19,760.39	25.04%	18,222.62	25.15%
300≤CADR<500	3,598.81	19.96%	1,147.11	14.15%	283.79	14.38%
CADR≥500	7,302.22	15.55%	5,987.69	12.90%	1,048.34	-6.70%
合计	53,041.37	24.24%	30,868.40	21.88%	23,914.66	22.98%

a、CADR<100

报告期内, CADR<100 的主要产品型号收入及毛利率情况如下:

单位:万元

产品型号	客户名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		销售收入	毛利率	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率
产品型号 01	客户 D	1,405.24	29.88%	922.72	31.82%	957.73	31.09%
产品型号 02	客户 D	1,105.51	30.17%	91.58	25.36%	54.23	31.64%
产品型号 03	客户 D	867.75	12.40%	448.39	-0.32%	239.62	-9.31%
产品型号 04	客户 F	662.87	23.28%	463.24	23.72%	570.98	17.42%
产品型号 05	客户 F	594.28	17.52%	1,129.56	22.49%	1,152.45	22.67%
产品型号 06	客户 F	-	-	-	-	642.89	20.70%
其他		2,238.03	26.57%	917.72	20.98%	742.01	19.00%
合计		6,873.68	24.94%	3,973.21	21.94%	4,359.91	21.56%

I、整体毛利率波动情况

报告期内, CADR<100 产品的整体毛利率变动的主要原因为: 2019 年度, 由于产品型号 03 的收入占比上升, 毛利率为负, 导致该类别产品毛利率下降; 2020 年, 产品型号 03 毛利率上升, 导致该类别产品毛利率上升。

II、主要产品型号的毛利率波动情况

产品型号 03 为发行人为客户 D 进行 OEM 生产的产品, 系为满足其延伸需求所开展的业务。该产品方案系由客户提供, 在组织生产前期, 发行人生产效率较低, 毛利率为负。随着发行人生产熟练度的上升, 该产品毛利率逐步上升。

对产品型号 02, 2018 年度及 2019 年度, 该产品产量较低, 成本存在一定波动; 2020 年度, 该产品正式量产后, 毛利率基本稳定。

对产品型号 04, 2019 年度, 该产品毛利率较 2018 年上升 6.30%, 主要系公司对该产品进行工艺调整, 单位成本下降所致。

对产品型号 05, 2020 年度, 该产品毛利率较 2019 年度下降 4.97%, 主要系客户 F 减少了对该型号的采购, 产品产量降低, 导致公司生产效率较低, 单位成本较上期上升所致。

b、 $100 \leq \text{CADR} < 300$

报告期内, $100 \leq \text{CADR} < 300$ 的主要产品型号收入及毛利率情况如下:

单位: 万元

产品型号	客户名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		销售收入	毛利率	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率
产品型号 07	客户 D	15,197.53	28.46%	7,546.95	29.24%	8,343.69	27.48%
产品型号 08	客户 D	4,797.37	27.77%	4,178.30	24.47%	3,039.28	23.21%
产品型号 09	客户 D	3,755.15	28.41%	1,632.15	21.67%	944.27	25.38%
产品型号 10	客户 D	2,362.08	24.28%	1,549.34	20.25%	1,853.06	24.18%
产品型号 11	客户 F	2,281.18	20.65%	1,625.05	17.14%	751.21	11.71%
产品型号 12	客户 F	1,494.42	23.64%	1,065.45	23.84%	1,421.06	22.40%
其他		5,378.93	21.73%	2,163.15	24.00%	1,870.05	26.28%
合计		35,266.66	26.34%	19,760.39	25.04%	18,222.62	25.15%

I、整体毛利率波动情况

报告期内, $100 \leq \text{CADR} < 300$ 产品的毛利率波动原因为:

2018 年开始, 由于进行原材料升级, 客户 D 对其采购的该类别的三款产品产品型号 07、产品型号 08、产品型号 09 均指定发行人向 Columbus 采购过滤器。在指定采购前, 发行人采用国产过滤器生产上述产品, 成本相对较低; 指定采购后, 尽管相关产品的销售价格亦有所提升, 产品销售价格的上升幅度相对较小, 导致发行人采购成本上升, 毛利率下降;

2020 年, 由于减少指定向 Columbus 的采购, 公司的毛利率水平有所提升。

II、主要产品型号的毛利率波动情况

i、对产品型号 07、产品型号 08

2019 年度, 尽管产品型号 07、产品型号 08 的产品毛利率较 2018 年略有上升, 若剔除汇率上涨的因素影响, 2019 年度, 该类产品的毛利率有所下降, 主要系该部分产品向 Columbus 采购过滤材料所致。

2020 年度, 由于减少指定向 Columbus 的采购, 产品型号 08 的毛利率有所提升, 产品型号 07 的毛利率下降, 主要原因为: 尽管减少指定采购对毛利率提升具有提升作用, 对产品型号 07, 由于产品规模提升较大, 公司为响应需求提升产能, 在净享环境新增产线, 新增产线的人员生产效率较低, 导致该产品的生产成本上升, 毛利率下降。

ii、对产品型号 09, 该产品为发行人 2018 年开始生产的产品。为丰富该产品型号的细分产品, 2019 年度, 公司研发推出具有无线、蓝牙连接的产品, 形成收入 425.00 万元。在产品推出前期, 生产工艺不成熟, 导致成本上升, 毛利率较低, 仅为 12.41%, 导致了产品型号 09 整体毛利率的下降; 2020 年, 该类产品工艺成熟后, 毛利率水平提升。

iii、对产品型号 10, 2019 年度, 产品型号 10 毛利率较 2018 年度下降 3.93%, 主要系客户 D 减少了对毛利率较高的产品型号 10-31A 产品采购比重所致。

iv、对产品型号 11, 报告期内, 该产品毛利率持续提升, 主要系随着销量逐渐扩大, 规模效应显现, 单位生产成本降低所致。

c、 $300 \leq \text{CADR} < 500$

报告期内, $300 \leq \text{CADR} < 500$ 的主要产品型号收入及毛利率情况如下:

单位: 万元

产品型号	客户名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		销售收入	毛利率	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率
产品型号 13	客户 D	2,143.50	17.33%	789.73	14.80%	169.35	8.89%
产品型号 14	客户 B	545.24	15.02%	338.24	11.87%	-	-
	ODM 客户	709.14	28.56%	0.69	30.74%	-	-
其他		200.93	31.11%	18.46	27.93%	114.44	22.51%
合计		3,598.81	19.96%	1,147.11	14.15%	283.79	14.38%

1、整体毛利率波动情况

报告期内, $300 \leq \text{CADR} < 500$ 产品的毛利率波动原因为: 2019 年度, 公司向客户 B 销售自有产品, 促销活动较多, 导致毛利率水平下降; 2020 年度, 由于产品生产规模的提升, 对销售至客户 D 及其他客户的产品毛利率提升, 导致毛利率水平提升。

11、主要产品型号的毛利率波动情况

i、对产品型号 13, 该产品为 2018 年推出的产品, 随着产品生产工艺的成熟及生产规模的提升, 产品成本逐步下降, 毛利率逐年提升。

ii、对产品型号 14

该产品为公司完全自主研发形成的产品, 该产品从产品定义、原材料选配、模具开发、方案设计、生产制造的各个环节均由公司自主完成。销售至客户 B 时, 公司以自有品牌产品销售; 销售至其他客户时, 公司可以根据客户要求, 以 ODM 模式, 加贴客户品牌销售或以自主品牌销售。

对产品型号 14, 该产品面向客户 B 时毛利率较低, 对 ODM 客户销售毛利率较高, 主要原因为: 公司销售至客户 B 时, 以自有品牌在荣耀平台销售, 为扩大自有品牌的影响力, 公司以较低的毛利率销售。2019 年度, 产品进入市场前期, 公司进行了较多的促销活动, 销售价格较低, 毛利率水平较低; 2020 年度, 由于促销活动的减少, 销售价格提升, 毛利率水平提升。

d、 $\text{CADR} \geq 500$ 产品分析

报告期内, $\text{CADR} \geq 500$ 的主要产品型号收入及毛利率情况如下:

单位: 万元

产品型号	客户名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		销售收入	毛利率	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率
产品型号 15	客户 E	5,269.46	13.29%	5,875.27	12.34%	954.16	-8.64%
产品型号 16	客户 J	1,738.69	21.43%	-	-	-	-
其他		294.07	21.31%	112.41	42.34%	94.18	13.01%
合计		7,302.22	15.55%	5,987.68	12.90%	1,048.34	-6.70%

1、整体毛利率波动情况

报告期内, CAGR $\geq$ 500 产品的毛利率波动原因为: 由于业务规模的提升、产品工艺的成熟, 公司对客户 E 销售的产品毛利率提升; 2020 年, 公司对客户 J 销售产品的毛利率较高, 导致整体毛利率提升。

11、主要产品型号的毛利率波动情况

对产品型号 15, 2018 年度, 产品毛利率为-8.66%, 主要原因为: 客户 E 系公司 2018 年度开始合作的国内客户。在业务合作前期, 产品工艺处于改良阶段, 生产成本较高, 因此毛利率为负; 2019 年度, 2020 年度, 随着生产工艺的提升, 公司和客户 E 合作的产品毛利率水平有所提升。

对产品型号 16, 客户 J 系公司 2020 年新增境外品牌客户。因客户 J 的产品型号 16 定位高端市场, 工艺相对较复杂, 产品定价、成本及毛利率均较高。

B、新风机产品销售情况

2018 年至 2020 年 9 月, 发行人新风机产品均为 ODM 业务模式; 2020 年 10 月, 北京秒新纳入合并报表。北京秒新业务包括销售自主品牌的新风机, 导致发行人新风机业务模式发生变动。

发行人不同业务模式的新风机产品销售情况如下:

单位: 万元

业务模式	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率
ODM	1,960.85	29.21%	2,283.80	32.01%	1,943.63	33.24%
自主品牌	360.26	39.76%	-	-	-	-
合计	2,321.11	30.84%	2,283.80	32.01%	1,943.63	33.24%

对新风机产品, 自主品牌业务毛利率较高。对自主品牌业务, 产品销售定价较高, 因此毛利率空间相对较高, 具有合理性。

报告期内, ODM 业务模式的新风机主要型号产品收入及毛利率情况如下:

单位: 万元

产品型号	客户名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		销售收入	毛利率	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率
产品型号 17	客户 I	1,323.53	30.78%	1,451.90	33.66%	1,291.76	33.04%
产品型号 18	客户 I	484.15	27.67%	487.32	29.03%	451.74	29.87%

产品型号	客户名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		销售收入	毛利率	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率
产品型号 19	客户 C	1.38	23.24%	150.53	32.97%	155.23	41.60%
	客户 G	-	-	-	-	34.87	48.80%
	客户 H	151.78	20.46%	194.05	26.43%	-	-
	合计	153.17	20.48%	344.58	29.28%	190.10	42.92%
其他		-	-	-	-	10.03	26.37%
合计		1,960.85	29.21%	2,283.80	32.01%	1,943.63	33.24%

注：客户 G、客户 H 均为客户 C 的合作方，存在为其采购的情况。

报告期内，ODM 模式新风机毛利率下降，主要由产品型号 19 的毛利率下降所致。

a、产品型号 19

报告期内，ODM 模式下，销售至客户 C 及其合作方的产品型号 19 的毛利率波动较大，其单价及单位成本情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单价（元/台）	3,603.91	3,470.12	3,255.22
单位成本（元/台）	2,865.73	2,453.94	1,857.98
毛利率	20.48%	29.28%	42.92%

2018 年度，产品型号 19 的毛利率较高，主要原因为：产品型号 19 为 2017 年开始推出市场的产品。产品推出前期，由于对产品销售规模预期较高，公司和主要供应商洽谈采购价格时，获得了批量采购条件下的优惠价格，采购成本较低，毛利率较高；

2019 年度，由于产品型号 19 的销售规模相对较低，原材料供应商降低了价格优惠，导致该产品的主机箱、柜门等材料的单位成本上涨近 600 元/台，在此基础上，公司对客户 C 的销售价格未同等规模上涨，导致 2019 年度的毛利率水平下降；

2020 年度，产品型号 19 进行工艺升级，推出降噪版产品，成本继续上升；此时，公司和客户 C 已经洽谈收购事宜。基于新风机产品整体销售规模较低以及战略合作的考虑，公司在生产成本上升的基础上，销售单价上升幅度较低，导致 2020 年毛利率水平下降。

b、对客户 I 的销售

报告期内，公司对客户 I 销售产品的情况如下：

产品型号	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
产品型号 18	单价 (元/台)	867.80	864.81	829.04
	单位成本 (元/台)	627.72	613.75	581.37
	毛利率	27.67%	29.03%	29.87%
产品型号 17	单价 (元/台)	1,144.92	1,160.78	1,122.39
	单位成本 (元/台)	792.49	770.01	751.52
	毛利率	30.78%	33.66%	33.04%

2019 年度，产品型号 17 及产品型号 18 两个型号产品的单价及成本均有所提升，毛利率水平保持平稳，主要原因为：2019 年度，经与客户协商，公司更换了两款产品的部分部件，采购成本上升，在维持毛利率水平的条件下，公司同比例提升了销售价格；

2020 年，由于塑胶原料、电子电器的价格上升，发行人的生产成本有所上升，公司在一定幅度内承担了原材料价格上升的不利影响，未对客户提出涨价要求；基于战略合作目的，在疫情较为严重的期间，公司曾给予产品型号 17 一定的价格优惠，以构建良好的客户合作关系。因此，导致 2020 年对客户 I 销售毛利率的整体略有下降。

C、暖被机产品销售情况

报告期内，暖被机产品主要均为销售至客户 A 的产品，均主要采用人民币结算，暖被机产品收入及毛利率情况如下：

单位：万元

产品型号	客户名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		销售收入	毛利率	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率
产品型号 20	客户 A	1,625.78	16.89%	1,405.23	16.65%	-	-
产品型号 21	客户 A	48.93	19.80%	322.93	19.45%	1,183.66	20.16%
合计		1,674.71	16.97%	1,728.16	17.17%	1,183.66	20.16%

2018 年-2020 年，暖被机毛利率逐年下降主要系产品销售结构变化所导致。2018 年公司暖被机仅有产品型号 21，毛利率为 20.16%；2019 年，公司推出产品型号 20，毛利率较低，随着产品型号 20 收入占比上升，暖被机产品

的整体毛利率逐年下降。

暖被机不同型号产品的单价及单位成本情况如下

单位：元/台

产品 型号	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	单价	单位成本	毛利率	单价	单位成本	毛利率	单价	单位成本	毛利率
产品型 号 21	611.66	490.56	19.80%	519.52	418.47	19.45%	507.26	404.93	20.16%
产品型 号 20	582.53	484.14	16.89%	582.74	485.74	16.65%	-		-

2019 年度，相比于产品型号 21，产品型号 20 的单价和单位成本同等规模上升，毛利率有所下降；

2020 年度，产品型号 21 单价和单位成本均大幅提升，毛利率保持平稳，原因为：在产品型号 21 逐步退出市场的阶段，为其定制的原材料采购规模大幅下降，原材料供应商取消了大规模采购条件下基于公司的价格优惠，采购成本大幅上升。经与客户协商，公司在维持毛利率平稳的条件下，同步上涨了该产品的销售价格。

综上，报告期内，暖被机产品的毛利率波动具有合理性。

④其他产品

报告期内，其他主要产品的毛利率变动情况如下：

产品名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
注塑件	40.98%	56.34%	-
加湿器	33.61%	20.37%	-11.04%
模具	9.40%	22.75%	14.14%
干鞋机	61.89%	44.17%	39.44%
吸尘器	7.18%	3.89%	-
暖风机	-	-	12.56%
配件及其他	42.66%	48.23%	45.17%

报告期内，加湿器毛利率波动较大，主要原因如下：2018 年，公司开始研发并生产加湿器产品，业务开展初期，产品工艺需要进行持续改进，导致 2018 年度加湿器产品毛利率为负数；2019 年度，加湿器产品的工艺基本成熟，毛利

率因此提升；2020年9月，公司收购北京秒新。北京秒新面向终端销售加湿器，产品毛利率较高，导致加湿器产品整体毛利率较高。

其他主要产品的收入及利润规模较低，毛利率波动主要受产品结构变化、客户变化等因素影响，变动具有合理性。

(2) 按业务模式分类的毛利率分析

按业务模式，公司的毛利构成及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	毛利额	毛利率	毛利占比	毛利额	毛利率	毛利占比	毛利额	毛利率	毛利占比
ODM	15,559.84	25.33%	93.17%	8,611.97	23.30%	95.47%	6,841.50	24.03%	98.04%
OEM	107.53	12.39%	0.64%	4.94	1.04%	0.05%	-17.66	-6.87%	-0.25%
自主品牌	1,033.41	40.04%	6.19%	403.52	47.50%	4.47%	154.17	57.33%	2.21%
合计	16,700.78	25.74%	100.00%	9,020.43	23.56%	100.00%	6,978.01	24.06%	100.00%

①ODM

报告期内，公司 ODM 模式毛利率基本保持平稳。2019 年度，ODM 业务毛利率较 2018 年度下降 0.73%，主要系向 Columbus 采购滤网的比例较高，采购价格上升所致；2020 年度，ODM 业务毛利率较 2019 年度提升 2.03%，主要系公司加大境内滤网采购比例，导致采购成本下降，以及销售规模扩大导致生产效率提升所致。

②OEM

报告期内，采用 OEM 业务合作模式的产品主要为 CADR<100 的空气净化器产品。2018 年及 2019 年，由于项目合作前期，产品工艺处于改良阶段，生产成本较高，导致毛利率分别为-6.87%、1.04%；2020 年度，随着生产工艺的成熟及生产规模的提升，导致相关产品的毛利率提升至正常水平。

总体而言，OEM 业务的毛利率显著低于 ODM 业务，系由于 ODM 业务需要为客户提供设计研发服务，产品技术含量较高，因此毛利率水平较高。

③自主品牌

A、分产品类型的毛利率情况

报告期内，公司自主品牌主要产品的销售情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度			2018 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
空气净化器	704.98	27.31%	28.11%	514.18	60.53%	26.48%	145.04	53.93%	40.25%
干鞋机	316.88	12.28%	77.42%	322.12	37.92%	80.07%	121.01	45.00%	77.18%
加湿器	1,168.27	45.26%	35.36%	-	-	-	-	-	-
新风机	360.26	13.96%	39.76%	-	-	-	-	-	-
其他	30.82	1.19%	21.42%	13.20	1.55%	71.60%	2.87	1.07%	83.67%
合计	2,581.21	100.00%	38.99%	849.50	100.00%	47.50%	268.91	100.00%	57.33%

2019 年度，自主品牌毛利率较 2018 年度下降，主要原因为：2019 年度，公司和荣耀公司合作，在“荣耀商城”销售自主品牌产品。该部分产品由公司销售至荣耀合作方神州数码，神州数码负责品牌的运营及在荣耀平台的销售。相比于自主运营销售产品，该部分产品的推广运营由神州数码合作，公司销售至神州数码的价格低于销售至终端消费者的价格，因此毛利率水平较低。由于该部分业务整体的毛利率较低，导致了 2019 年度自主品牌业务毛利率的下降。

2020 年度，自主品牌毛利率较 2019 年度下降，主要原因为：2020 年 10 月，北京秒新纳入合并报表。北京秒新销售的自主品牌加湿器、新风机的毛利率水平相对较低，导致自主品牌业务的毛利率下降。北京秒新的自主品牌产品和发行人的干鞋机的业务模式相似，但毛利率较低，主要原因为：

对干鞋机，发行人完成了产品生产到线上销售的全部流程，利润空间包括了生产制造环节及产品运营环节两个环节的利润，毛利率水平较高。同时，该产品为小众产品，公司采取了高毛利的定价策略；

对北京秒新，为筹备十一、双十一、双十二等购物高峰期，2020 年 8-9 月，北京秒新已经开始产品的备货。2020 年 10 月-12 月，北京秒新销售的部分产品实现的利润空间仅为其品牌运营环节的利润，该部分产品生产制造环节的毛利率在合并前由净诺科技所享有。因此，2020 年 10 月-12 月，北京秒新产品的毛利率水平较低。同时，北京秒新产品推出市场时间较短，目前仍处于市场开拓阶段，促销力度较大，毛利率水平较低。

综上，发行人自主品牌销售毛利率下降具有合理性。

B、分销售渠道的毛利率情况

报告期内，公司自主品牌线上线下的毛利率情况具体如下：

单位：万元

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
线上	空气净化器	159.74	72.80%	175.94	54.56%	145.04	40.25%
	干鞋机	316.88	77.42%	322.12	80.07%	121.01	77.18%
	加湿器	1,028.92	34.96%	-	-	-	-
	新风机	282.64	40.43%	-	-	-	-
	其他	20.58	74.37%	12.73	75.03%	2.87	83.67%
	小计	1,808.76	47.05%	510.79	71.16%	268.91	57.33%
线下	空气净化器	545.24	15.02%	338.24	11.87%	-	-
	新风机	77.62	37.32%	-	-	-	-
	加湿器	139.35	38.29%	-	-	-	-
	其他	10.23	-85.12%	0.47	-21.49%	-	-
	小计	772.44	20.13%	338.71	11.82%	-	-
合计		2,581.21	38.99%	849.5	47.50%	268.91	57.33%

注 1:报告期内,线下自主品牌其他产品的毛利率为负,主要系发行人为维护客户关系,以低于成本价的方式向客户销售(包含赠送)配件所致。

注 2:报告期内,线上空气净化器毛利率上升主要系促销活动及低价处理部分产品所致。

2019 年度,发行人自主品牌线下毛利率较低,主要系公司线下向神州数码销售空气净化器毛利率较低所致。2019 年度,自主品牌线下收入为发行人面向神州数码销售空气净化器所形成。神州数码为荣耀亲选合作企业,系荣耀系列产品的运营商。神州数码采购发行人的产品后,在荣耀平台面向终端消费者直接销售。考虑到在荣耀平台销售对发行人品牌的推广作用,发行人销售至神州数码的毛利率水平较低。

2020 年,公司自主品牌增加加湿器、新风机等产品,对该部分产品,线上线下毛利率水平不存在重大差异。2020 年度,发行人自主品牌线下毛利率较低,主要系销售至神州数码产品毛利率较低所致;发行人自主品牌线上毛利率较高主要系干鞋机产品毛利率较高所致。

综上,报告期内,发行人自有品牌线上销售毛利率高于线下销售毛利率,具有合理性。

(3) 按照销售区域分类的毛利率分析

按销售区域, 公司的毛利构成及毛利率情况如下:

单位: 万元

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	毛利额	毛利率	毛利占比	毛利额	毛利率	毛利占比	毛利额	毛利率	毛利占比
外销	13,614.81	26.65%	81.52%	7,709.85	25.63%	85.47%	6,722.96	25.15%	96.35%
其中: 美国	12,219.21	26.34%	73.17%	6,629.30	24.80%	73.49%	5,844.10	24.46%	83.75%
俄罗斯	582.88	29.58%	3.49%	732.74	32.80%	8.12%	566.05	30.96%	8.11%
其他地区	812.73	29.72%	4.87%	347.81	31.24%	3.86%	312.81	31.05%	4.48%
内销	3,085.97	22.40%	18.48%	1,310.58	15.97%	14.53%	255.05	11.25%	3.65%
合计	16,700.78	25.74%	100.00%	9,020.43	23.56%	100.00%	6,978.01	24.06%	100.00%

对外销业务, 2020 年, 美国地区毛利率提升主要系发行人向国内供应商采购的滤网规模上升导致成本降低以及规模经济效益所致。整体而言, 报告期内, 发行人外销毛利率水平较为稳定。

对内销业务, 2019 年度, 毛利率较 2018 年度升高 4.72%, 主要系 2018 年公司开始与柒贰零合作, 合作前期产品工艺需要不断改进, 导致生产成本较高; 2019 年度, 公司与柒贰零合作的产品工艺成熟, 产品毛利率提升所致。但整体而言, 相比于境外客户, 境内市场的竞争更为激烈, 毛利率水平相对较低; 2020 年度, 内销毛利率较 2019 年度增长 6.43%, 主要系北京秒新的自主品牌加湿器、新风机产品、净胜模具的注塑件产品等毛利率较高的产品收入占比上升所致。

(4) 按销售渠道分类的毛利率分析

按销售渠道, 公司的毛利构成及毛利率情况如下:

单位: 万元

项目		2020 年度			2019 年度			2018 年度		
		毛利额	毛利率	毛利占比	毛利额	毛利率	毛利占比	毛利额	毛利率	毛利占比
线上	自主品牌	850.94	47.05%	5.10%	363.48	71.16%	4.03%	154.17	57.33%	2.21%
	小计	850.94	47.05%	5.10%	363.48	71.16%	4.03%	154.17	57.33%	2.21%
线下	ODM	15,559.84	25.33%	93.17%	8,611.97	23.30%	95.47%	6,841.50	24.03%	98.04%
	OEM	107.53	12.39%	0.64%	4.94	1.04%	0.05%	-17.66	-6.87%	-0.25%
	自主品牌	182.47	23.62%	1.09%	40.04	11.82%	0.44%	-	-	-
	小计	15,849.84	25.02%	94.90%	8,656.95	22.81%	95.97%	6,823.84	23.75%	97.79%
合计		16,700.78	25.74%	100.00%	9,020.43	23.56%	100.00%	6,978.01	24.06%	100.00%

报告期内，公司毛利主要由线下销售构成，线上毛利占比较低。相比于线下销售，线上毛利率较高，主要系线上均为自主品牌，定价较高，毛利率较高。

线上毛利率波动较大，主要系干鞋机占比下降所致，干鞋机的毛利率在 70% 以上，其收入占比的波动导致了线上毛利率的波动。

线下毛利额和毛利率主要由 ODM 模式主导，2019 年较低主要向 Columbus 采购滤网比例较高，采购价格上升导致毛利率下降；线下 OEM 模式报告期内毛利率波动较大，主要系 CADR<100 的空气净化器产品在 2018-2019 年处于产品改良阶段，单位生产成本较高，毛利率较低。2020 年，该产品规模化生产后，单位成本下降，毛利率上升。

3、发行人产品定价机制及毛利率情况

(1) 产品定价机制

对 ODM/OEM 业务，公司主要以成本加成的方式进行定价。即：公司产品根据不同客户对产品规格及配置、产品品质、产品设计方案、产品认证的要求，结合相关产品前期研发投入、生产工艺复杂程度及交货周期等，兼顾客户公司规模、采购总量、合作历史、发展潜力、竞争状况、信用政策、结算方式、销售区域、运输模式等因素差异，在生产成本的基础上加上合理利润与客户进行协商定价。

对自有品牌业务，公司参考市场同类产品的价格进行定价。

(2) 同类产品同一报告期对不同客户销售价格情况及毛利率情况

对 9925 型号产品，公司存在销售至不同客户的情况，具体如下：

客户名称	2020 年度			2019 年度		
	销售收入 (万元)	毛利率	销售单价 (元/台)	销售收入 (万元)	毛利率	销售单价 (元/台)
神州数码	545.24	15.02%	412.78	338.24	11.87%	380.52
ODM 客户	709.14	28.56%	454.49	0.69	30.74%	457.05

9925 型号产品为公司完全自主研发形成的产品，该产品从产品定义、原材料选配、模具开发、方案设计、生产制造的各个环节均由公司自主完成。销售

至神州数码时,公司以自有品牌产品销售;销售至其他客户时,公司可以根据客户要求,以 ODM 模式,加贴客户品牌销售或以自主品牌销售。

对 9925 型号产品,该产品面向神州数码时毛利率较低,对 ODM 客户销售毛利率较高,主要原因为:公司销售至神州数码时,以自有品牌在荣耀平台销售,为扩大自有品牌的影响力,公司以较低的毛利率销售。由于销售渠道不同,9925 型号产品销售毛利率具有差异,具有合理性。

除 9925 型号产品外,对 ODM 业务:公司的产品主要为定制化产品,每一型号的产品功能不同,不存在同一型号产品同时销售至不同客户的情况;对自有品牌业务:公司自主进行定价,根据业务开展具体情况进行价格调整,通常会基于采购量大的客户一定的价格优惠。

综上,对 9925 型号产品,公司同一报告期对不同客户销售价格及毛利率不同,具有合理性。

(3) 同一客户不同报告期同类产品销售价格情况及毛利率情况

报告期内,对同一客户的同一型号产品,公司原则上不调整销售价格。报告期内,公司产品销售价格存在较大变动的原因主要为汇率波动及原材料方案调整所致,具体情况如下:

① 汇率波动

报告期内,空气净化器外销业务主要以美元结算,销售价格受到汇率波动影响。2018-2020 年度,公司美元对人民币结算的平均汇率分别为 6.62、6.90、6.88,变动幅度分别为 4.23%、-0.29%。在成本不变的条件下,汇率的上升将导致以美元结算的产品的销售单价上升,毛利率上升;反之,则导致毛利率的下降。

② 因原材料变动较大,重新定价

在产品生产方案不变的情况下,发行人会在一定程度内承受原材料价格波动的影响;在原材料价格变动较大的情况下,公司会和客户协商议定新的

销售价格；若产品生产方案发生调整，如更换主要原材料，公司一般会与客户重新商议销售价格。

4、主营业务毛利率与同行业可比公司比较

(1) 综合毛利率对比分析

报告期各期，公司主营业务毛利率与可比公司对比情况如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
莱克电气	29.42%	30.22%	27.91%
新宝股份	21.09%	19.28%	16.10%
奥佳华	28.87%	27.70%	27.71%
平均数	26.46%	25.73%	23.91%
发行人	25.74%	23.56%	24.06%

注：数据来源上市公司定期报告。其中：莱克电气数据为其环境清洁电器产品数据，包括吸尘器、空气净化器等产品，其中吸尘器占比较大；新宝股份数据为其家居电器产品数据，包括吸尘器、空气清新机等产品，其中吸尘器占比较大；奥佳华数据为其健康环境产品数据，包括空气净化器、新风净化机等产品。

报告期各期，公司整体毛利率与同行业可比公司平均数接近。报告期内，莱克电气、奥佳华毛利率高于公司，主要系莱克电气、奥佳华自主品牌占比较大，自主品牌毛利率水平较高所致；新宝股份毛利率低于发行人，主要系新宝股份主营产品为西式厨房小家电等，产品复杂程度相对较低，因此毛利率较低。

(2) 按业务模式的毛利率对比分析

同行业公司莱克电气、新宝股份、奥佳华未披露按照业务模式分类毛利率情况。选取博菱电器、北鼎股份和维科模塑等公司进行对比，情况如下：

①ODM 业务

报告期内，公司 ODM 业务和同行业公司对比情况如下：

公司名称	2020 年	2019 年	2018 年
博菱电器	19.80%	22.99%	17.96%
北鼎股份	-	25.72%	21.61%
唯科模塑	28.45%	22.12%	26.37%
平均值	24.13%	23.61%	21.98%
净诺科技	25.33%	23.30%	24.03%

注 1：以上数据来自可比公司招股说明书，下同。

注 2：博菱电器主营业务为食品加工机、搅拌机、空气炸锅、咖啡机等家电用品。

注 3：北鼎股份主营业务为多士炉，电子水煲，电蒸锅以及电烤炉厨房小家电用品。

注 4：唯科模塑主营业务为主要从事精密注塑模具、注塑件以及健康产品的研发、设计、制造。上表数据为健康产品板块数据，主要为空气净化器、玻璃清洁机。

由于产品类型差异，公司 ODM 业务毛利率水平和同行业公司具有一定差异。总体而言，公司 ODM 模式毛利率与可比公司毛利率水平基本一致，具有合理性。

②自主品牌业务

报告期内，公司自主品牌业务和同行业公司对比情况如下：

公司名称	2020 年	2019 年	2018 年
博菱电器	41.76%	41.08%	51.42%
北鼎股份	-	65.29%	67.28%
平均值	41.76%	53.19%	59.35%
净诺科技	40.04%	47.50%	57.33%

对自主品牌业务，直销及经销的销售方式、品牌知名度、产品销售策略等不同对产品的毛利率水平具有一定影响。报告期内，公司自主品牌业务收入规模较低，受产品结构变动的的影响，毛利率具有一定波动。总体而言，发行人自主品牌毛利率水平和可比公司一致。

综上，从业务模式占比来看，公司毛利率处于行业正常水平。

(3) 按产品类型的毛利率对比分析

报告期内，公司不同产品的毛利率水平和同行业对比如下：

①空气净化器

发行人空气净化器产品的毛利率和同行业公司对比情况如下：

公司名称	2020 年	2019 年	2018 年
奥佳华	28.87%	27.70%	27.71%
唯科模塑	28.72%	26.00%	23.85%
净诺科技	24.24%	21.88%	22.92%

对空气净化器产品，报告期内，奥佳华的毛利率略高于发行人，主要系其

业务规模较大,规模经济效应较高所致;2018年度,唯科模塑和发行人毛利率水平基本一致,2019年度及2020年度,由于其产品结构变化及生产效率的提升、物料采购价格调控,其毛利率水平高于发行人。

整体而言,发行人毛利率水平和同行业之间不存在重大差异。

②新风机

发行人新风机产品的毛利率和同行业公司对比情况如下:

公司名称	2020年	2019年	2018年
绿岛风	43.15%	42.15%	38.66%
净诺科技	30.84%	32.01%	33.24%

报告期内,绿岛风新风机毛利率水平高于发行人,主要原因为:绿岛风主要从事自主品牌的新风机生产及销售,其产品用于民用住宅、市政基建、商业场所、工业厂房等,主要为商用产品。发行人的新风机产品主要为家用产品,由于应用领域差异,发行人的新风机产品和绿岛风存在差异,具有合理性。

综上,公司不同产品的毛利率处于行业合理水平。

(五)期间费用分析

报告期内,公司期间费用具体情况如下:

单位:万元

项目	2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占收入比	金额	占收入比	金额	占收入比
销售费用	1,463.99	2.26%	1,044.71	2.73%	916.64	3.16%
管理费用	2,562.05	3.95%	1,697.89	4.43%	1,641.15	5.66%
研发费用	2,317.17	3.57%	1,334.32	3.48%	1,235.48	4.26%
财务费用	1,910.77	2.94%	58.93	0.15%	-29.81	-0.10%
合计	8,253.97	12.72%	4,135.85	10.80%	3,763.45	12.97%

1、销售费用

(1)销售费用构成分析

报告期内,公司销售费用构成情况如下:

单位: 万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	401.68	27.44%	181.65	17.39%	173.69	18.95%
运输费用	42.71	2.92%	274.41	26.27%	292.74	31.94%
平台费用	257.69	17.60%	199.67	19.11%	88.07	9.61%
推广费用	496.89	33.94%	134.17	12.84%	122.76	13.39%
报关费	15.04	1.03%	17.30	1.66%	20.03	2.19%
财产保险费	49.62	3.39%	48.98	4.69%	26.01	2.84%
质保费	97.28	6.65%	57.39	5.49%	29.01	3.16%
业务招待费	8.64	0.59%	14.42	1.38%	22.54	2.46%
股份支付	0.98	0.07%	27.30	2.61%	27.30	2.98%
其他	93.47	6.38%	89.41	8.56%	114.49	12.49%
合计	1,463.99	100.00%	1,044.71	100.00%	916.64	100.00%

公司的销售费用主要由职工薪酬、运输费、平台费、推广费等构成。2018年至2020年,公司销售费用分别为916.64万元、1,044.71万元和1,463.99万元,占当期营业收入比重分别为3.16%、2.73%、2.26%,销售费用占收入比例较低,与公司的主要业务模式为ODM的业务特征相符。

①职工薪酬

A、职工薪酬变动情况

2020年,销售人员职工薪酬为401.68万元,较2019年增长220.03万元,增长较快的主要原因是:

2019年12月,净胜模具纳入合并报表。2020年度,净胜模具销售人员职工薪酬较2019年增长26.02万元;2020年10月,北京秒新纳入合并报表。北京秒新主要运营自主品牌产品,销售人员职工薪酬相对较高。2020年10-12月,北京秒新的销售人员职工薪酬为118.14万元;净胜模具和北京秒新合计导致销售人员职工薪酬上涨144.16万元。

2020年,发行人营业收入较2019年度增加69.45%,净利润增长65.70%。由于业绩增长幅度较大,发行人提升了销售人员的绩效,导致了相应人均薪酬增长。

B、与同行业比较情况

报告期内，发行人及同行业可比公司销售人员薪酬对比情况如下：

单位：万元/人

项目	注册地	2020 年度	2019 年度	2018 年度
莱克电气	苏州市	9.80	9.38	8.80
新宝股份	佛山市	37.38	29.54	17.91
奥佳华	厦门市	22.39	20.20	20.15
可比公司人均薪酬	-	23.19	19.70	15.62
发行人	东莞市	16.74	11.35	10.86
发行人当地平均工资水平	东莞市	6.99	6.37	5.87

注：同行业可比公司金额系根据其披露的销售费用-薪酬金额和期初期末管理人员平均人数计算得出（管理费用、研发费用亦采用类似方法）。

报告期内，发行人销售人员平均薪酬低于同行业可比公司平均值，高于同地区平均工资水平。

发行人销售人员人均薪酬低于同行业可比公司的原因是：发行人的经营模式主要为 ODM，ODM 客户主要是长期合作的稳定对象，相对而言，维护客户和开发业务所需要的销售人员较少；公司自有品牌收入占比较低，因而销售人员的人均工资相对较低。

②运输费用

A、境内、境外销售运输费用承担的相关约定

根据协议，发行人和客户之间关于运费承担的约定如下：

销售区域	境外	境内
运费内容	运输至港口	运输至指定地点
普遍模式	发行人承担运费	
少量模式	对 Blueair、Tion 客户承担运费	对柒贰零 客户承担运费

B、各期运输费用与运输量、收入金额匹配情况

a、运输费用整体情况

报告期内，发行人运费情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
运输费用	环境电器产品	520.32	271.66	292.74
	注塑产品	32.01	2.75	-
	合计	552.33	274.41	292.74
营业收入	环境电器产品	61,057.64	36,730.94	28,431.14
	注塑产品	2,872.61	218.25	-
	其他	973.43	1,354.09	576.56
	合计	64,903.68	38,303.28	29,007.70
运输费用/ 营业收入	环境电器产品	0.85%	0.74%	1.03%
	注塑产品	1.11%	1.26%	-

注 1：营业收入中的其他项包括模具收入、废料收入等收入，该类收入不发生运输费用；

注 2：2020 年度发行人按新收入准则的规定，将原计入销售费用中的物流运输费作为合同履行成本，在收入确认时转入主营业务成本科目中核算，为保持各期间数据口径的一致性，上表中 2020 年度运输费包括计入主营业务成本和销售费用中的运输费用、合同履行成本期末余额。

b、环境电器产品的运输费用

报告期内，发行人环境电器产品的运费情况如下：

单位：万元

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
运输费用	外销	390.30	245.98	282.37
	内销	130.02	25.68	10.37
	合计	520.32	271.66	292.74
营业收入	外销	50,345.91	29,341.18	26,579.73
	内销	10,711.73	7,389.77	1,851.41
	合计	61,057.64	36,730.95	28,431.14
运输费用/ 营业收入	外销	0.78%	0.84%	1.06%
	内销	1.21%	0.35%	0.56%
	合计	0.85%	0.74%	1.03%

1、外销运输费用

报告期内，发行人外销运费情况如下：

单位：万元、万元/柜

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
外销运费①=②+③	390.30	245.98	282.37
其中：货柜运输费②	359.87	193.62	205.33

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
其他费用③	30.43	52.36	77.04
外销货柜数量（柜数）④	1,093	585	629
货柜运输单价⑤=②/④	0.3292	0.3310	0.3264

注：其他费用主要为航空件、亚马逊平台运费等费用，该部分费用和货柜数量无关。

报告期内，发行人货柜运输单价基本平稳，和同期货柜运输市场价格相匹配，具有合理性。

发行人外销产品销量和外销货柜数量情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售数量①=②+③（万台）	207.38	119.69	120.51
其中：公司承担运费的销售数量②（万台）	204.99	117.89	118.86
客户承担运费的销售数量③（万台）	2.39	1.80	1.65
外销货柜数量④（柜）	1,093	585	629
单位货柜运输量（台/柜）	1,875	2,015	1,890

注：外销货柜数量不包括客户承担运费部分的销售数量。

2019 年度，发行人单位货柜运输量有所提升，主要原因为：2019 年，经与客户协商，对销售至 Guardian 的 9911 型号产品，提升单柜装货量，平均单柜装货量提升 100 台/柜左右，因此导致单柜运输量明显提升。

2020 年度，发行人单位货柜运输量有所下降，主要原因为：2020 年，公司和 Blueair 开始合作，合作产品体积较大，单柜运输量因此下降。

除上述因素外，产品结构变动、客户订单加急程度、发货节奏等因素均有可能对单柜运输量造成影响。

11、内销运输费用

报告期内，发行人内销运费情况如下：

单位：万元、万台、元/台

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
内销运费	130.02	25.68	10.37
其中：净诺科技	42.03	25.68	10.37
北京秒新	87.99	-	-
内销数量	23.12	15.00	5.10

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
其中：净诺科技	22.32	15.00	5.10
北京秒新	0.80	-	-
单位运费	5.62	1.71	2.03
其中：净诺科技	1.88	1.71	2.03
北京秒新	109.99	-	-

注：上表中，净诺科技相关数据均为剔除北京秒新后的数据。

2020 年度，公司内销运费提升较高，主要系收购北京秒新所致。北京秒新主要在线上平台销售自有品牌产品，其运费以向个人消费者的发货费用为主，和发行人向企业客户的批量发货不同。因此，北京秒新的单位运费明显高于发行人的单位运费。北京秒系主要产品为新风机、加湿器，产品体积较大，单位运费较高符合其产品特征。

报告期内，剔除北京秒新后，公司的内销规模较低，内销运费较低，单位运费较为平稳，具有合理性。

c、注塑产品的运输费用情况

注塑产品的运输费用主要是净胜模具的运输费用。净胜模具于 2019 年 12 月纳入合并报表范围。报告期内，注塑产品的运输费用情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度
运输费用（万元）	32.01	2.75
运输数量（万件）	2,373.99	194.11
单位运费（元/万件）	134.84	141.67

报告期内，净胜模具的单位运费基本平稳。

G、2019 年收入金额上升但运输费用金额下降的原因及合理性

2019 年度，公司主营业务收入为 38,288.05 万元，较 2018 年度增长 9,289.30 万元，其中内销收入增长 5,941.01 万元，外销收入增长 3,348.29 万元。

对内销业务，2019 年，公司对柒贰零 CADR $\geq$ 500 的产品的销售收入为 5,875.27 万元，较 2018 年增长 4,921.11 万元。根据合同约定，对柒贰零的销售运费由柒贰零承担，因此导致收入增长的同时，运费规模未同步变动。

对外销业务, 尽管 2019 年, 公司外销收入增加, 其中需要公司承担运费的产品销售数量较 2018 年略有下降。同时, 由于公司提高部分产品的单位装货规模, 2019 年单柜装货量有所提升, 因此导致 2019 年运费下降。

综上, 2019 年, 发行人收入规模上升, 但运费规模下降具有合理性。

③平台费用

A、平台费用的主要内容、支付对象

平台费用主要是在亚马逊、天猫(包括淘宝)和京东等电商平台销售货物所支付给各电商平台的相关销售费用。具体情况如下:

平台名称	分类	收费
亚马逊	平台年费	美国店铺月租费为 39.99 美元/月, 按月固定收取, 与平台销售额无关
	销售佣金	平台各品类佣金比例在 13%-15%, 根据每笔订单金额实时扣除, 与平台销售额成一定比例关系
	其他平台费用	其他平台费用包括仓储物流费用、促销费用、航运信贷、礼品包装等项目, 与销售额和销售量没有直接关系
天猫(包括淘宝)	平台年费	天猫平台年费为 3 万元/年(淘宝平台不收取年费), 按年固定收取, 与平台销售额和销售量无直接关系, 但若使用服务满整年可以根据全年交易额及折扣优惠标准给予相应折扣优惠
	销售佣金	平台各品类佣金比例为 2%-5%, 销售订单完成后天猫平台将货款支付给发行人时同步扣除, 与平台销售额成一定比例关系
	其他平台费用	其他平台费用包括技术服务费、物流仓配服务费、花呗分期服务费、运费险等项目, 与销售额和销售量没有直接关系
京东	平台年费	平台年费为 1.2 万元/年, 按年固定收取, 与平台销售额无关
	销售佣金	平台各品类佣金比例为 2%-5%, 与平台销售额成一定比例关系
	其他平台费用	其他平台费用包括物流仓配服务费、代收付服务费、运费险等项目, 与销售额和销售量没有直接关系

B、各期平台费用金额是否与线上销售金额、销量相匹配

报告期内, 发行人平台费用与线上销售情况如下:

单位: 万元、万台

平台	2020 年度				2019 年度				2018 年度			
	平台费用	销售收入	费用率	销量	平台费用	销售收入	费用率	销量	平台费用	销售收入	费用率	销量
亚马逊	148.71	444.90	33.43%	1.35	194.23	458.93	42.32%	1.36	82.90	230.65	35.94%	0.67
天猫	62.33	765.64	8.14%	0.44	3.76	35.10	10.71%	0.13	3.88	34.31	11.31%	0.23
京东	46.65	598.22	7.80%	0.39	1.68	16.76	10.02%	0.08	1.29	3.96	32.58%	0.04

平台	2020 年度				2019 年度				2018 年度			
	平台费用	销售收入	费用率	销量	平台费用	销售收入	费用率	销量	平台费用	销售收入	费用率	销量
合计	257.69	1,808.76	14.25%	2.18	199.67	510.79	39.09%	1.57	88.07	268.91	32.75%	0.94

a、亚马逊

相比于国内电商平台，亚马逊平台的费用率明显较高，主要原因为：亚马逊平台作为境外电商，一方面，其针对中国境内客户的平台佣金较高；另一方面，该平台的其他费用，如仓储费、物流费等处于较高水平。相比于国内电商平台，亚马逊的平台费用率较高符合行业特点。

2019 年，亚马逊平台的费用率较高，主要系公司当年参与较多平台促销活动，导致平台其他费用增加所致。

b、天猫及京东

2018 年及 2019 年，发行人在天猫及京东销售规模较低，平台费用亦较低；2020 年 10 月，收购北京秒新之后，发行人在天猫及京东收入大幅增长，主要系北京秒新自有品牌产品线上销售规模提升所致，具有合理性。

综上，发行人各期平台费用金额变动合理，与其线上销售金额、销量及各平台费用收费特点相匹配。

④推广费用

A、2020 年推广费用金额较大的原因

2020 年度，公司推广费较 2019 年度增加 362.72 万元，主要系发行人收购北京秒新所致。2020 年 10 月，北京秒新纳入合并范围，其 2020 年推广费用为 384.12 万元，导致了公司整体推广费用的上升。

B、推广费用的支付对象、金额及公允性

报告期各期，公司的推广费用情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
电商平台推广费	262.71	222.62%	81.43	63.45%	49.82

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
互联网推广费	216.15	-	-	-	-
线下推广费	18.03	-65.81%	52.74	-27.68%	72.94
合计	496.89	270.34%	134.17	9.29%	122.76

a、电商平台推广费

电商平台推广费主要包括亚马逊、天猫及京东三个电商平台发生的推广费用情况如下：

单位：万元、万台

平台	2020 年度				2019 年度				2018 年度			
	推广费用	销售收入	费用率	销量	推广费用	销售收入	费用率	销量	推广费用	销售收入	费用率	销量
亚马逊	72.11	444.90	16.21%	1.35	75.67	458.93	16.49%	1.36	46.61	230.65	20.21%	0.67
天猫	109.84	765.64	14.35%	0.44	-	35.10	0.00%	0.13	3.21	34.31	9.36%	0.23
京东	80.76	598.22	13.50%	0.39	5.76	16.76	34.37%	0.08	-	3.96	0.00%	0.04
合计	262.71	1,808.76	14.53%	2.18	81.43	510.79	15.94%	1.57	49.82	268.91	18.53%	0.94

电商平台推广费通常按消费者点击浏览次数或商品展示次数收费，推广费的提升对销售收入的增长具有一定促进作用。

对亚马逊平台，2018 年度由于收入规模较低，推广费费用率相对较高，随着收入规模的提升，2019 年度及 2020 年度，推广费的费用率有所下降。

对天猫及京东平台，2018 年度及 2019 年度，推广费用及销售收入都较低；2020 年 10 月，北京秒新纳入合并报表。2020 年第四季度，北京秒新参加双十一、双十二促销活动发生了较多平台推广费，导致 2020 年的平台推广费和平台销售收入增长幅度较大，具有合理性。

b、互联网推广费

互联网平台推广费全部为北京秒新所发生，包括聘请网络测评机构或人士进行产品测评，通过微博、抖音、B 站等互联网渠道进行宣传所发生的费用等，具体情况如下：

推广商	宣传渠道	金额(万元)
北京巨量引擎网络技术有限公司	在今日头条、西瓜视频、抖音等平台发布视频	55.37

推广商	宣传渠道	金额(万元)
杭州麻瓜网络科技有限公司	在搜狐、企鹅媒体平台、新浪、今日头条等平台同步推送文案	41.51
广东瑾如云海(集团)有限公司	在 ZEALER 平台投放 AirMx 定制视频、进行视频制作	37.74
上海超电文化传播有限公司	在 B 站投放视频	23.13
先看(深圳)科技有限公司	视频制作、在 B 站投放评测视频	16.98
安徽省臻匠文化传播有限公司	在 B 站发布原创视频	14.83
北京大锤文化传媒有限公司	在 B 站、腾讯、搜狐、微信、头条、小红书、微博等平台发布产品评测视频	6.93
江西省河书文化传媒有限公司	在微博、B 站投放视频,包括制作视频	5.32
其他	-	14.34
合计	-	216.15

c、线下推广费

线下推广费主要是会展费、线下广告费等,具体情况如下:

单位:万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
会展费	7.44	-69.08%	24.06	-56.03%	54.72
广告费	7.84	-57.62%	18.50	155.88%	7.23
咨询服务费	2.37	-74.87%	9.43	-2.08%	9.63
其他	0.38	-49.33%	0.75	-44.85%	1.36
合计	18.03	-65.81%	52.74	-27.69%	72.94

发行人在报告期内的线下推广费逐年减少,主要是会展费用减少所致。2018 年发行人为了获取广交会参会资格,需参加其他小型展会获得积分,因此 2018 年展会费用较大;在取得广交会的参会资格后,2019 年减少了其他展会支出,会展费用有所降低;2020 年受新冠肺炎疫情影响,发行人进一步减少参展次数,导致 2020 年的展会支出进一步降低。

C、推广费用的公允性

发行人的推广费用支付基于平台收费政策或其他等客观的收费方式,具有公允性,具体分析如下:

a、电商平台推广费用

电商平台推广费用均依据各平台统一的收费政策和标准所执行，计费方式主要依据消费者点击或浏览次数、展示次数等，通过平台软件自动计算收取，费用政策或标准对所有卖家适用，价格具有公允性。

b、互联网推广费

发行人在制定互联网推广计划后，会通过公开渠道寻找合作方。在相关平台上，一般会公开展示各内容制作者的粉丝量、播放量和互动率、合作报价等信息。发行人通常在各合作方公开报价基础上进行比价以获得合理的价格，因此相关交易价格符合市场情况，具有公允性。

c、线下推广费

线下推广费主要为展会费用及广告费用，均为发行人根据实际业务需求，根据公开渠道报价确认合作方，相关交易价格具有公允性。

（2）销售费用与同行业可比公司对比分析

公司销售费用收入占比与同行业可比上市公司对比分析如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
莱克电气	5.29%	7.24%	7.73%
新宝股份	3.30%	5.15%	3.94%
奥佳华	15.77%	19.73%	18.29%
平均数	8.12%	10.71%	9.99%
发行人	2.26%	2.73%	3.16%

2020 年度，新收入准则下，运费由销售费用调整计入营业成本，导致发行人及同行业公司的销售费用率均出现下降，具有合理性。

2019 年度，莱克电气销售费用率下降，主要系销售服务费、职工薪酬、广告费下降所致；新宝股份销售费用率上升，主要系运费、职工薪酬、广告费上升所致；奥佳华销售费用率上升主要系职工薪酬、租赁物业费及电商运营费增加所致。

报告期内，公司销售费用率持续下降主要原因是：2019 年度、2020 年度，公司收入分别较同期增长 32.05%、69.45%，增幅较大；另一方面，公司主要业务模式为 ODM 业务，客户主要是长期合作的稳定对象，收入增长亦主要来源

于原有客户的业务规模提升。因此，公司销售人员主要工作职责为销售跟单，负责跟踪订单的完成情况，在客户开发方面的支出较少，因此在收入规模提升较快的情况下，销售费用率持续下降。

同行业可比公司的业务规模相对较大，且同行业可比公司均包括自有品牌业务，销售费用规模较大，和发行人销售费用变动情况存在差异，具有合理性。

综上，报告期内发行人销售费用率下降主要系由于业务规模提升和业务模式所导致，具有合理性。

2、管理费用

(1) 管理费用构成分析

报告期内，公司管理费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	1,334.73	52.10%	833.64	49.10%	782.74	47.69%
咨询服务费	260.01	10.15%	95.22	5.61%	123.28	7.51%
折旧及摊销	109.30	4.27%	62.49	3.68%	43.70	2.66%
房租及水电费	211.78	8.27%	32.18	1.90%	31.11	1.90%
招待费	73.57	2.87%	22.93	1.35%	19.24	1.17%
办公费	83.97	3.28%	15.90	0.94%	13.57	0.83%
车辆费用	34.32	1.34%	32.03	1.89%	29.18	1.78%
差旅费	38.46	1.50%	18.91	1.11%	21.27	1.30%
物料消耗	131.07	5.12%	52.36	3.08%	57.14	3.48%
股份支付	112.69	4.40%	498.63	29.37%	496.92	30.28%
其他	172.16	6.72%	33.61	1.98%	23.00	1.40%
合计	2,562.05	100.00%	1,697.89	100.00%	1,641.15	100.00%

公司管理费用主要为职工薪酬、咨询服务费及股份支付等，2020 年合计占比约为 70%。

①职工薪酬

A、职工薪酬变动情况

报告期各期，2018 年至 2020 年管理费用职工薪酬分别为 782.74 万元、833.64

万元和 1,334.73 万元,呈显著上升趋势,职工薪酬占比均为 45%以上,其中 2020 年相比于 2019 年职工薪酬增加 501.09 万元,增长比例为 60.11%,主要人员增加及员工待遇提升所致。

B、与同行业比较情况

报告期内,发行人及同行业可比公司管理人员薪酬对比情况如下:

单位:万元/人

项目	地区	2020 年度	2019 年度	2018 年度
莱克电气	苏州市	13.96	18.28	17.50
新宝股份	佛山市	12.31	9.92	8.00
奥佳华	厦门市	8.58	9.48	9.13
可比公司人均薪酬	-	11.61	12.56	11.55
发行人	东莞市	16.68	14.37	13.73
发行人当地平均工资水平	东莞市	6.99	6.37	5.87

报告期内,发行人管理人员平均薪酬高于同行业可比公司平均水平,高于同地区平均工资水平。

报告期内,公司的管理人员人均薪酬高于同行业平均水平主要系公司的管理人员数量及人员结构存在差异,具体情况如下:

公司	管理人数占员工总数比例	高管人数占管理人员比例
莱克电气	9.14%	0.77%
新宝股份	15.62%	0.21%
奥佳华	22.86%	0.30%
发行人	8.55%	10.81%

注:上述数据为 2018 年-2020 年三年平均数据。

一方面,发行人管理人员占员工总数的比例较低,即发行人的管理人员相对较少,管理人员的管理强度较高,因此管理人员薪酬相对较高;另一方面,发行人高管人员占管理人员比例较高,高管人员工资较高,导致管理人员平均薪酬相对较高。

②咨询服务费

报告期各期,2018 年、2019 年、2020 年管理费用咨询服务费分别为 123.28 万元、95.22 万元和 260.01 万元,2020 年咨询服务费增幅较大,主要系中介机构

服务费用的增加,包括审计费、律师和券商咨询服务费等费用。

③股份支付

报告期各期,2018年、2019年、2020年管理费用股份支付分别为496.92万元、498.63万元和112.69万元,主要系授予公司高管股权激励确认相关费用所致,其中2020年股份支付数减少是2016年底实施的股权激励计划的3年摊销期届满所致。

④业务招待费

报告期内,发行人管理费用-业务招待费分别为19.24万元、22.93万元、73.57万元,占管理费用比例较低。

2020年度,管理费用-业务招待费较2019年增加50.64万元,主要系公司集中采购40.34万元的酒水所致。2020年,公司营业收入较2019年大幅增加,业务招待费增加具有合理性。

⑤物料消耗

报告期内,管理费用-物料消耗的详细情况如下:

单位:万元

项目	2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
低值易耗品	122.94	93.80%	45.14	86.21%	45.55	79.72%
领用材料和产品	8.13	6.20%	7.22	13.79%	11.59	20.28%
合计	131.07	100.00%	52.36	100.00%	57.14	100.00%

其中,低值易耗品费用主要是公司对新租赁的厂房、仓库、员工宿舍等房屋进行基础改造所使用的物料,包括五金、线缆、灯具等;领用材料和产品主要为管理部门领取自用的空气净化器等产品。

2020年,低值易耗品费用增长,主要系公司业务规模大幅提升,新增较多的租赁厂房、仓库及员工宿舍所致。因发行人新增物业的租赁期较短,且合同约定经协商可随时退租,因此公司在发生物业改造费用时直接计入当期管理费用。

综上,发行人管理费用-低值易耗品金额与实际业务量匹配。

(2) 管理费用与同行业可比公司对比分析

公司管理费用收入占比与同行业可比上市公司对比分析如下:

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
莱克电气	3.26%	4.19%	3.94%
新宝股份	5.31%	5.88%	5.35%
奥佳华	6.52%	7.05%	6.75%
平均数	5.03%	5.71%	5.35%
发行人	3.95%	4.43%	5.66%

报告期内,发行人管理费用率逐年下降,主要系发行人收入增长较快所致。

2020 年度,莱克电气、新宝股份、奥佳华均存在收入规模大幅增长的情况,管理费用率较 2019 年度均有所下降,发行人管理费用率变动和同行业一致。

2019 年度,莱克电气收入有所下降,管理费用基本平稳,导致管理费用率上升;新宝股份因计提业绩激励基金,管理费用上升,管理费用率上升;奥佳华收入有所下降,管理费用基本平稳,导致管理费用率上升。2019 年度,发行人业务增长主要系开发新客户柒贰零,导致收入增长,管理费用未发生重大变化,因此管理费用率下降具有合理性。

综上,发行人管理费用率下降主要系业务规模提升所致,变动具有合理性。

3、研发费用

(1) 研发费用构成分析

报告期内,公司研发费用构成情况如下:

单位:万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
人工费用	1,255.93	54.20%	667.41	50.02%	611.25	49.47%
材料费用	783.90	33.83%	412.95	30.95%	375.91	30.43%
折旧费用	46.86	2.02%	38.70	2.90%	64.61	5.23%
无形资产摊销	10.91	0.47%	10.06	0.75%	15.85	1.28%
试验费	24.33	1.05%	13.52	1.01%	11.54	0.93%
租赁费	19.33	0.83%	18.45	1.38%	18.45	1.49%
股份支付	74.65	3.22%	116.27	8.71%	80.19	6.49%

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
其他费用	101.26	4.37%	56.96	4.27%	57.69	4.67%
合计	2,317.17	100.00%	1,334.32	100.00%	1,235.48	100.00%

公司的研发费用主要为人工费用及材料费用，合计占比约 80%。

相比 2019 年，公司 2020 年研发费用增长 982.85 万元，主要系公司增加研发人员、提升人员待遇、增加研发项目，导致人工费用增加 588.51 万元及材料费用增加 370.95 万元所致。

(2) 研发人员薪酬与同行业、同地区可比公司的比较

报告期内，发行人及同行业可比公司研发人员薪酬对比情况如下：

单位：万元/人

项目	地区	2020 年度	2019 年度	2018 年度
莱克电气	苏州市	16.96	15.19	11.41
新宝股份	佛山市	8.02	8.08	7.38
奥佳华	厦门市	13.60	11.41	9.99
可比公司人均薪酬	-	12.86	11.56	9.59
发行人	东莞市	13.95	11.92	11.75
发行人当地平均工资水平	东莞市	6.99	6.37	5.87

由上表可见，报告期内，发行人研发人员平均薪酬和同行业可比公司平均水平基本一致，高于同地区平均工资水平。

2020 年度，发行人研发人员平均薪酬较 2019 年度增长较大，主要系公司 2020 年公司业务规模及利润较上年大幅度增长、相应人均薪酬增长。

(3) 研发费用与同行业可比公司对比分析

公司研发费用收入占比与同行业可比上市公司对比分析如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
莱克电气	4.94%	4.62%	4.17%
新宝股份	2.99%	3.66%	3.26%
奥佳华	3.81%	4.30%	3.37%
平均数	3.91%	4.19%	3.60%
发行人	3.57%	3.48%	4.26%

报告期各期，公司研发费用收入占比分别为 4.26%、3.48%和 3.57%。2018 年至 2020 年度研发费用占比与同行业可比公司较为接近，处于合理水平。

4、财务费用

(1) 财务费用构成

报告期各期，财务费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
利息费用	173.53	77.44	39.69
减：利息收入	42.27	49.24	50.88
汇兑损益	1,733.55	-2.36	-1.94
手续费及其他	45.95	33.09	-16.69
合计	1,910.77	58.93	-29.81

公司的财务费用主要包括利息费用、汇兑损益、手续费及其他。2020 年公司财务费用金额变化幅度较大，其主要原因系汇兑损益的影响。公司出口销售收入占比 80%左右，出口销售主要以美元结算，2020 年人民币对美元升值幅度较大，导致了公司汇兑损失金额较大。

(2) 汇兑损失情况

2018 年至 2020 年，发行人汇兑损失分别为-1.94 万元，-2.36 万元及 1,733.55 万元。2020 年，汇兑损失较大，主要系人民币对美元持续升值所致。

报告期内，美元对人民币汇率变动趋势如下：



2020 年上半年, 美元对人民币汇率波动呈现小幅上升; 2020 年 5 月开始, 美元对人民币汇率呈现逐月下降的趋势, 从 5 月的高峰值 7.1316 元下降至 12 月末的 6.5249 元, 汇率下降幅度为 8.51%。2020 年度, 发行人对美国市场的销售收入为 46,390.97 万元, 主要以美元计价。2020 年度, 美元汇率大幅降低导致发行人当年汇兑损失增长较大。

发行人采取了以下措施应对汇率波动风险:

①购买远期外汇、外汇期权。公司与中国银行、花旗银行、汇丰银行开展了远期外汇、外汇期权业务, 加强在业务执行中对人民币汇率的动态监控, 降低公司在经营中的外汇风险;

②配置外币负债。汇率下行时, 公司通过向银行申请美元借款来对冲人民币汇率波动的风险;

③灵活结汇。公司加强对财务人员外汇知识培训并强调汇率的常规风险, 及时跟踪汇率变化, 结合资金需求选择汇率高点结汇。

由于 2020 年美元汇率波动幅度剧烈, 尽管公司采取了上述措施, 但 2020 年度仍旧形成金额较大的汇兑损失。未来发行人在经营过程中仍将持续监控外币交易和外币资产及负债的规模, 以最大程度降低外汇风险。

(六) 利润表其他项目分析

1、其他收益

报告期各期, 公司其他收益具体情况如下:

单位: 万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
与收益相关的政府补助	259.55	44.96	73.97
社保减免	427.55	-	-
合计	687.10	44.96	73.97

(1) 与收益相关的政府补助

报告期内, 与收益相关的政府补助明细如下:

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
财政局倍增企业主营业务收入增长资助	120.00	-	-
科技创新补助资金	-	6.00	66.88
信用保险补助	42.27	-	-
商务局促进经济补助	31.52	-	-
创新驱动发展专项资金补助	19.50	5.00	-
展会补贴	-	9.49	-
就业创业补贴	18.10	-	-
两化融合补助	-	7.54	-
短期险保费扶持资金	10.05	-	-
小微企业研发费用支持资金	7.00	-	-
商务局“倍增计划”资金	-	6.00	-
出口信用保险补贴	-	6.00	6.84
清洁生产项目补助	5.00	-	-
知识产权贯标补贴	-	4.50	-
疫情防护补助	2.87	-	-
保企业、促复苏、稳增长、专项资金	2.10	-	-
疫情期间隔离补助	0.33	-	-
其他	0.80	0.43	0.24
合计	259.55	44.96	73.97

(2) 社保减免

社保减免系在 2020 年期间，因疫情原因，国家相关政策允许公司减免社保缴纳所致。根据人力资源社会保障部、财政部、税务总局发布《关于阶段性减免企业社会保险费的通知》（人社部发〔2020〕11 号）及《关于延长阶段性减免企业社会保险费政策实施期限等问题的通知》（人社部发〔2020〕49 号），公司社保减免合计 427.55 万元。

2、投资收益及公允价值变动收益

(1) 投资收益及公允价值变动情况

报告期内，公司投资收益变动情况如下：

单位：万元

项目		金融产品	2020 年度	2019 年度	2018 年度
投资收益	处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融	远期外汇合约	-	-	-976.20
		小计	-	-	-976.20

项目	金融产品	2020 年度	2019 年度	2018 年度
资产取得的投资收益				
持有至到期投资持有期间取得的投资收益	信托理财	-	-	148.84
	银行理财	-	-	30.92
	小计	-	-	179.76
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产持有期间取得的投资收益	银行理财			0.19
	小计	-	-	0.19
合计		-	-	-796.26

报告期内，公司公允价值变动收益情况如下：

单位：万元

项目	金融产品	2020 年度	2019 年度	2018 年度
公允价值变动收益	远期外汇合约	-	318.64	-792.26
	外汇期权合约	-24.63	0.19	-
	小计	-24.63	318.83	-792.26
	基金	-0.22	0.31	-0.60
	信托理财	345.60	326.82	-
	银行理财	63.53	66.89	-
	小计	408.91	394.03	-0.60
	合计	384.28	712.85	-792.87

2018 年度，远期外汇、信托理财、银行理财等金融产品持有期间的收益在交割后需由公允价值变动收益结转至投资收益核算；根据新金融工具准则，2019 年 1 月 1 日起，公司不需将相关金融产品持有期间的收益在交割后由公允价值变动收益结转至投资收益核算。上述准则变动导致了投资收益及公允价值变动收益科目的变动。

报告期内，公司投资收益主要为远期外汇合约及信托理财。2018 年 5 月开始，由于中美贸易关系紧张，人民币汇率波动较大，由于对人民币汇率波动预期判断错误，公司购买的远期外汇合约发生亏损，合计损失 1,768.46 万元；信托理财主要为公司购买的非保本浮动收益理财。

(2) 公司购买远期外汇合约、外汇期权合同等衍生金融工具交易的必要性和合理性

发行人以境外销售为主报告期内，发行人境外营业收入分别为 26,731.53

万元、30,079.82 万元、51,095.94 万元,占营业收入比例分别为 92.15%、78.53%和 78.83%,境外收入主要以外币结算为主,汇率的变动对发行人的经营产生较大的影响,因此发行人需要采取一定措施减少汇率波动带来的经营损失。为应对汇率波动对发行人业绩的影响,发行人开展了如购买外汇期权、远期结汇等银行外汇产品,配置适当外汇负债来对冲外汇风险。

因此,发行人为减少汇率波动对自身业务的影响,根据外部经济、政治环境,结合自身业务规模购买外汇产品,对冲汇率波动风险具有必要性及合理性。

3、信用减值损失

报告期内,公司信用资产减值损失金额较低,具体情况如下:

单位:万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
应收账款坏账损失	-18.43	-13.67	-
其他应收款坏账损失	-16.88	-4.64	-
合计	-35.31	-18.31	-

2019 年起,应收账款、其他应收款等坏账损失调整至信用减值损失列报。

4、资产减值损失

报告期内,公司资产减值损失金额较低,主要为存货跌价损失,情况如下:

单位:万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
坏账损失	-	-	-17.87
存货跌价损失	-115.39	-110.62	-100.32
合计	-115.39	-110.62	-118.19

2019 年起,应收账款、其他应收款的坏账损失调整至信用减值损失列报。

(七) 营业外收支

1、营业外收入

报告期各期,公司营业外收入分别为 5.90 万元、2.82 万元和 3.93 万元,主要系因原材料质量问题向供应商扣除的货款。

2、营业外支出

2018 年、2019 年和 2020 年，公司营业外支出金额分别为 0.99 万元、1.07 万元、25.49 万元，金额较低，主要为资产毁损报废损失、对外捐赠支出。2020 年营业外支出较大系疫情期间，公司对外捐助所致。

(八) 所得税费用

报告期各期，公司所得税费用具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
按税法及相关规定计算的当期所得税	1,361.73	339.81	330.06
递延所得税调整	-35.25	248.06	-239.42
所得税费用合计	1,326.48	587.87	90.64
利润总额	9,162.49	5,316.94	1,418.66
所得税与利润总额的比例	14.48%	11.06%	6.39%

报告期各期，公司会计利润与所得税费用调整过程如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
利润总额	9,162.49	5,316.94	1,418.66
按法定（或适用）税率计算的所得税费用	1,374.37	797.54	212.80
某些子公司适用不同税率的影响	105.63	-3.37	3.26
对以前期间当期所得税的调整	-8.99	-	-
不可抵扣的成本、费用和损失	19.25	2.26	19.24
利用以前年度未确认可抵扣亏损和可抵扣暂时性差异的纳税影响（以“-”填列）	-32.12	-13.21	-
未确认可抵扣亏损和可抵扣暂时性差异的纳税影响	184.56	1.75	1.45
研究开发费加成扣除的纳税影响（以“-”填列）	-313.93	-197.10	-146.12
其他	-2.30	-	-
所得税费用	1,326.48	587.87	90.64

(九) 非经常性损益影响分析

报告期各期，公司归属于母公司股东的非经常性损益净额分别为-1,283.72 万元、653.21 万元和 534.62 万元，主要为政府补助及理财产品损益，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
非流动性资产处置损益	-1.44	-0.87	-
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	259.55	44.96	73.97
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债、交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益	384.28	712.85	-796.26
处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债和可供出售金融资产、交易性金融资产、交易性金融负债和其他债权投资取得的投资收益	-	-	-792.87
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-20.12	2.62	4.91
非经常性损益总额	622.28	759.57	-1,510.25
减：非经常性损益的所得税影响数	85.53	106.36	-226.53
非经常性损益净额	536.75	653.21	-1,283.72
减：归属于少数股东的非经常性损益净影响数（税后）	2.13	0.00	-
归属于公司普通股股东的非经常性损益	534.62	653.21	-1,283.72
占归属于母公司股东净利润的比例	6.77%	13.84%	-96.66%

2018 年度，公司非经常性损益净额为-1,283.72 万元，主要系发行人购买远期外汇合约损失 1,768.46 万元所致。

（十）汇率波动影响分析

报告期内，公司外币结算收入 99%以上均以美元结算，因此美元对人民币的汇率波动对发行人的业绩具有重要影响。报告期内，美元对人民币的汇率波动对发行人毛利率水平、汇兑收益和净利润的影响具体如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
报告期内	美元结算收入金额	47,378.66	25,945.58
	汇兑损益	1,733.55	-2.36
	净利润	7,898.51	4,719.92
	毛利率	25.78%	23.59%
汇率上涨 5%	营业收入增减变动额	2,368.93	1,297.28
	毛利率增减变动额	2.61%	2.50%
	汇兑损益增减变动额	86.68	-0.12
	净利润增减变动额	2,455.61	1,297.16

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
	净利润增减变动比	31.09%	27.48%	88.79%
汇率上涨 10%	营业收入增减变动额	4,737.87	2,594.56	2,358.51
	毛利率增减变动额	5.05%	4.85%	5.71%
	汇兑损益增减变动额	173.36	-0.24	-0.19
	净利润增减变动额	4,911.22	2,594.32	2,358.32
	净利润增减变动比	62.18%	54.97%	177.58%
汇率下降 5%	营业收入增减变动额	-2,368.93	-1,297.28	-1,179.26
	毛利率增减变动额	-2.81%	-2.68%	-3.22%
	汇兑损益增减变动额	-86.68	0.12	0.10
	净利润增减变动额	-2,455.61	-1,297.16	-1,179.16
	净利润增减变动比	-31.09%	-27.48%	-88.79%
汇率下降 10%	营业收入增减变动额	-4,737.87	-2,594.56	-2,358.51
	毛利率增减变动额	-5.84%	-5.55%	-6.72%
	汇兑损益增减变动额	-173.36	0.24	0.19
	净利润增减变动额	-4,911.22	-2,594.32	-2,358.32
	净利润增减变动比	-62.18%	-54.97%	-177.58%

注 1：汇率上涨为人民币贬值，汇率下降为人民币升值。

注 2：以汇率上涨 5%为例，汇率上涨后毛利率计算如下：汇率上涨后毛利率=（（当期美元结算收入折算人民币金额×（1+5%）+当期其他营业收入）-当期营业成本）/当期营业收入。

注 3：以汇率上涨 5%为例，汇率上涨后净利润波动百分比=（当期外销美元结算收入折算人民币金额×5%+汇兑损益变动金额）/当期净利润。

2018 年至 2020 年，公司因外销收入占比较高，汇率波动会对公司经营业绩产生一定的影响。以 2020 年为例，假定汇率上涨，人民币贬值 5%、10%，对净利润影响分别为 31.09%、62.18%；若汇率下降，人民币升值，则将会对公司的经营业绩产生不利影响。

（十一）出口退税率影响分析

1、出口退税情况

报告期内，发行人出口退税与出口销售收入对比情况具体如下：

单位：万元

期间	出口销售收入	公司免抵退税申报表数据		免抵退税额占出口收入比重
		申报出口退税销售额	当期应免抵退税额	
2020 年度	50,607.03	39,862.71	5,182.15	10.24%

期间	出口销售收入	公司免抵退税申报表数据		免抵退税额占出口收入比重
		申报出口退税销售额	当期应免抵退税额	
2019 年度	29,370.31	31,568.79	4,701.42	16.01%
2018 年度	26,630.27	27,312.91	4,601.83	17.28%

注：此处出口销售收入为发行人境内主体的出口销售收入。

2017 年，发行人主营业务产品境外销售适用的出口退税率为 17%，于 2018 年下降至 16%、2019 年下降至 13%，发行人免抵退税额占外销收入比重随增值税税率下降。

报告期内，公司申报出口退税销售额与当期出口销售收入存在差异，主要原因：公司在海关报关完成并办妥离岸手续后确认收入，出口退税需在单证齐备后方可获得相应的退税，发行人收入确认时点与出口退税存在一定的时间间隔。上述差异具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
申报出口退税销售额	39,862.71	31,568.79	27,312.91
减：上年确认收入，本期申报免抵退金额	5,345.11	7,672.89	8,297.17
减：2017 年确认收入，本期申报免抵退金额	-	19.56	-
加：本期确认收入，本期尚未申报免抵退金额	15,941.35	5,345.11	7,672.89
加：本期确认收入，不符合退税条件金额	8.53	-	79.66
减：代客户垫付的保险费	24.80	26.19	7.65
加：模具收入确认时间性差异	114.73	206.46	-148.52
调整后出口销售额	50,557.41	29,401.72	26,612.12
境内主体出口销售收入	50,607.03	29,370.31	26,630.27
差异	-49.62	31.41	-18.15

注：由于中国电子口岸数据与退税系统数据未配对成功的原因，2017 年度，公司存在 19.56 万元的外销收入于 2019 年申报退税的情况。

截至 2021 年 6 月末，公司已将 2020 年底尚未申报免抵退金额中的 15,862.91 万元进行申报，占未申报金额比重 99.51%，申报所得出口退税款均已收回。

上表中，调整后出口销售额和境外销售收入差异系公司申报出口退税与账务处理时点的汇率折算差导致，总体差异较小。

综上，发行人境外销售收入与申报出口退税销售额不存在显著差异，其出口退税情况与境外销售规模相匹配。

2、出口退税率下降对发行人业绩的影响

报告期内，发行人销售商品的增值税税率和出口退税率相同，且二者保持同步变动，增值税税率和出口退税率同时变动时，不影响发行人的经营业绩。

如果未来在增值税税率不调整的情况下，仅下调出口退税率，将导致出口货物征退税率差扩大，如公司不能将增加的税收成本转移给客户，将会增加营业成本，影响公司经营业绩。

假设在商品价格、增值税税率等因素不变的情况下，出口退税率分别下降1%和3%，对公司净利润的影响如下：

单位：万元

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
净利润		7,836.01	4,729.07	1,328.03
出口退税率下降 1%	净利润影响额	-338.83	-268.33	-232.16
	变动幅度	-4.32%	-5.67%	-17.48%
出口退税率下降 3%	净利润影响额	-1,016.50	-805.00	-696.48
	变动幅度	-12.97%	-17.02%	-52.44%

注：出口退税率降低对净利润的影响额计算基数为申报出口退税销售额；上表中所得税税率按 15% 计税。

综上所述，当增值税的税率不变情况下，出口退税率下降 1%、3% 对公司 2020 年度利润总额影响幅度分别为 -4.32%、-12.97%。

如果未来出口退税率出现大幅下调或者取消，将对公司的盈利能力带来不利影响。

十三、资产质量分析

（一）资产状况分析

1、资产整体分析

报告期各期末，公司资产总额分别为 23,251.43 万元、30,270.79 万元和 63,596.94 万元，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	56,700.58	89.16%	27,502.78	90.86%	22,048.24	94.83%
非流动资产	6,896.36	10.84%	2,768.01	9.14%	1,203.19	5.17%
资产总额	63,596.94	100.00%	30,270.79	100.00%	23,251.43	100.00%

报告期各期末，公司流动资产占总资产的比例分别为 94.83%、90.86%和 89.16%，流动资产占总资产比例较高，主要系公司主要生产经营所用土地及房屋均为租赁方式获取所致。

2019 年，公司资产总额较 2018 年增长 7,019.36 万元，主要原因如下：2019 年 12 月，公司收购净胜模具，合并口径总资产增加 1,611.45 万元；2019 年，公司实现净利润 4,729.07 万元，导致总资产规模增加。

2020 年，公司资产总额较 2019 年增长 33,326.15 万元，主要原因如下：2020 年，王野行、横琴佳创、天津金米等多个股东对公司合计增资 8,046.80 万元；2020 年 9 月，公司收购北京秒新，合并口径总资产增加 1,413.99 万元；2020 年，公司营业收入大幅增长，存货、应收账款账面价值分别较 2019 年增加 7,513.19 万元，4,177.35 万元；2020 年，公司实现净利润 7,836.01 万元，导致总资产规模增加。

2、流动资产分析

报告期各期末，公司流动资产分别为 22,048.24 万元、27,502.78 万元和 56,700.58 万元，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	30,619.43	54.00%	6,224.73	22.63%	8,972.38	40.69%
交易性金融资产	261.00	0.46%	8,995.94	32.71%	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	-	6.62	0.03%
衍生金融资产	-	-	10.23	0.04%	-	-
应收账款	10,366.50	18.28%	6,189.15	22.50%	3,921.10	17.78%
预付款项	1,371.83	2.42%	730.77	2.66%	806.19	3.66%

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他应收款	1,236.49	2.18%	553.37	2.01%	529.57	2.40%
存货	12,054.22	21.26%	4,541.03	16.51%	3,597.10	16.31%
其他流动资产	791.11	1.40%	257.56	0.94%	4,215.28	19.12%
合计	56,700.58	100.00%	27,502.78	100.00%	22,048.24	100.00%

公司流动资产主要为货币资金、应收账款及存货。报告期各期末，上述资产占流动资产的比例分别为 74.79%、61.65%和 93.54%。

(1) 货币资金

报告期各期末，公司货币资金分别为 8,972.38 万元、6,224.73 万元和 30,619.43 万元，占流动资产的比例分别为 40.69%、22.63%和 54.00%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存现金	13.74	0.04%	4.16	0.07%	4.13	0.05%
银行存款	25,479.83	83.21%	4,734.76	76.06%	5,273.20	58.77%
其他货币资金	5,125.85	16.74%	1,485.81	23.87%	3,695.05	41.18%
合计	30,619.43	100.00%	6,224.73	100.00%	8,972.38	100.00%

报告期各期末，公司货币资金主要为银行存款，银行存款占货币资金比例分别为 58.77%、76.06%和 83.21%。

2020 年货币资金较 2019 年增长 24,394.70 万元，增幅为 391.90%，主要原因如下：公司接受股东增资款 8,046.80 万元，短期流动借款净增加 5,931.15 万元及 2020 年净利润为 7,836.01 万元。

报告期内，其他货币资金主要为流动资金贷款、远期外汇及应付票据等保证金，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	外币金额	人民币金额	外币金额	人民币金额	外币金额	人民币金额
人民币	-	1,553.22	-	928.03	-	3,139.13
美元	547.54	3,572.63	79.95	557.78	81.00	555.92
合计	-	5,125.85	-	1,485.81	-	3,695.05

2019 年末,其他货币资金比 2018 年下降 2,209.24 万元,主要由于公司 2019 年远期外汇合约到期交割,其保证金释放;2020 年末,其他货币资金较 2019 年末上升 3,640.04 万元,主要原因是应付票据承兑保证金和美元借款保证金增加。

(2) 交易性金融资产

报告期各期末,公司交易性金融资产分别为 0 万元、8,995.94 万元和 261.00 万元,占流动资产的比例分别为 0、32.71%和 0.46%,具体情况如下:

单位:万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
债务工具投资	254.61	97.55%	8,988.89	99.92%	-	-
权益工具投资	6.39	2.45%	7.05	0.08%	-	-
合计	261.00	100.00%	8,995.94	100.00%	-	-

2018 年,公司将债务工具投资产品计入其他流动资产,权益工具投资产品计入以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产;2019 年,按新金融工具准则规定,公司将购买相关产品余额调整至交易性金融资产核算。

若不考虑准则调整,报告期内,相关投资工具产品情况如下:

单位:万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
债务工具投资	254.61	97.55%	8,988.89	99.92%	4,111.87	99.84%
权益工具投资	6.39	2.45%	7.05	0.08%	6.62	0.16%
合计	261.00	100.00%	8,995.94	100.00%	4,118.49	100.00%

公司的债务工具投资主要为银行理财产品及信托产品;公司权益工具投资主要是基金产品,为公司在汇丰银行购买的施罗德基金,金额及占比较低。

2019 年末,债务工具投资较 2018 年增加 4,877.02 万元,主要原因为:公司为提高资金运营效率及应对外汇风险,购买信托产品较多。2020 年末,债务工具投资较 2019 年下降 8,734.28 万元,主要原因在于 2020 年年中,公司购买的信托产品基本到期,到期后公司不再购买信托理财。

(3) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

报告期各期末,公司以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产分别为 6.62 万元、0 万元、0 万元,具体情况如下:

单位:万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
交易性金融资产	-	-	6.62
其中:权益工具投资	-	-	6.62
合计	-	-	6.62

2018 年,以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产系公司对施罗德基金的权益工具投资;2019 年,按新金融工具准则规定,将购买施罗德基金余额调整至交易性金融资产核算。

(4) 衍生金融资产

报告期各期末,公司衍生金融资产分别为 0 万元、10.23 万元、0 万元,系公司购买的远期外汇期权的期末公允价值。

(5) 应收账款

①应收账款总体分析

报告期各期末,公司应收账款账面价值分别为 3,921.10 万元、6,189.15 万元和 10,366.50 万元,占当期营业收入的比例分别为 13.52%、16.16%和 15.97%,具体情况如下:

单位:万元

项目	2020.12.31/ 2020 年度	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度
应收账款余额	10,421.96	6,262.25	3,972.86
坏账准备	55.45	73.10	51.75
应收账款账面价值	10,366.50	6,189.15	3,921.10
坏账计提比例	0.53%	1.17%	1.30%
营业收入	64,903.68	38,303.28	29,007.70
应收账款账面价值占营业收入的比例	15.97%	16.16%	13.52%

2019 年、2020 年末公司应收账款账面价值较上年末分别增长 2,268.05 万元、4,177.35 万元,增幅分别为 57.84%、67.49%。应收账款账面价值增幅较大主要由于随着公司业务扩张,应收账款余额与业务规模显现出同步变动趋势。

②应收账款账龄及坏账计提情况

报告期各期末, 公司应收账款余额账龄情况如下:

单位: 万元

账龄	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
3 个月以内	9,781.85	93.86%	6,190.08	98.85%	3,930.43	98.93%
3-6 个月	636.49	6.11%	16.86	0.27%	-	-
6-12 个月	3.62	0.03%	19.04	0.30%	10.87	0.27%
1 年以上	-	-	36.27	0.58%	31.56	0.79%
合计	10,421.96	100.00%	6,262.25	100.00%	3,972.86	100.00%

报告期内, 公司主要客户的信用期为 30-90 天。2020 年末 3-6 个月账龄的应收账款余额为 636.49 万元, 较 2019 年增加 619.63 万元, 其中客户 Newell 应收账款 3-6 个月账龄余额为 593.69 万元, 占比 93.28%。Newell 于 2019 年对供应商信用政策进行调整, 经与净诺科技协商后双方约定: 自 2019 年 8 月 1 日起, 订单付款信用期从开船日 90 天付款延长至开船日 119 天付款, 由于信用政策调整, 导致 2020 年度 3-6 月账龄的应收账款占比提升, 具有合理性。

报告期各期末, 公司应收账款坏账计提的情况如下:

单位: 万元

项目	2020.12.31			2019.12.31			2018.12.31		
	账面余额	坏账准备	账面价值	账面余额	坏账准备	账面价值	账面余额	坏账准备	账面价值
按单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	36.27	36.27	0.00	31.56	31.56	0.00
按组合计提坏账准备的应收账款	10,421.96	55.45	10,366.51	6,225.98	36.83	6,189.15	3,941.30	20.20	3,921.10
合计	10,421.96	55.45	10,366.51	6,262.25	73.10	6,189.15	3,972.86	51.75	3,921.10

其中, 按组合计提坏账准备的应收账款情况如下:

单位: 万元

类别	2020.12.31			2019.12.31			2018.12.31		
	账面余额	坏账准备	预期信用损失率	账面余额	坏账准备	预期信用损失率	账面余额	坏账准备	计提比例
0-3 个月	9,781.85	48.91	0.50%	6,066.31	30.33	0.50%	3,930.43	19.65	0.50%
3-6 个月	636.49	6.36	1.00%	37.14	0.37	1.00%	-	-	-
6-12 个月	3.62	0.18	5.00%	122.53	6.13	5.00%	10.87	0.54	5.00%

类别	2020.12.31			2019.12.31			2018.12.31		
	账面余额	坏账准备	预期信用损失率	账面余额	坏账准备	预期信用损失率	账面余额	坏账准备	计提比例
合计	10,421.96	55.45	0.53%	6,225.98	36.83	0.59%	3,941.30	20.19	0.51%

③应收账款坏账计提同行业对比

2018 年度，公司采用账龄分析法计提坏账准备，根据风险组合与过往经验确定应收账款的坏账准备计提比例。2019 年度和 2020 年度，公司适用新金融工具准则，按照预期信用损失模型对应收账款计提坏账准备。

2018 年度，公司应收账款坏账准备计提政策与同行业公司对比如下：

莱克电气		新宝股份		奥佳华		公司	
账龄	计提比例	账龄	计提比例	账龄	计提比例	账龄	计提比例
6 个月内	-	1 年以内	2%	3 个月以内	-	0-3 个月	0.5%
7-12 个月	10%	1-2 年	10%	4-6 个月	5%	3-6 个月	1%
1-2 年	30%	2-3 年	20%	7-12 个月	20%	6-12 个月	5%
2-3 年	60%	3-4 年	50%	1-2 年	50%	12-18 个月	10%
3 年以上	100%	4-5 年	80%	2 年以上	100%	18-24 个月	20%
-	-	-	-	-	-	2-3 年	50%
-	-	-	-	-	-	3 年以上	100%

2019 年及 2020 年度，公司应收账款坏账准备计提政策与同行业公司对比如下：

莱克电气		新宝股份		奥佳华		净诺科技	
账龄	预期信用损失率	逾期类别	预期信用损失率	账龄	预期信用损失率	账龄	预期信用损失率
6 个月内	-	未逾期	1.5%	1 年以内	5%	0-3 个月	0.5%
7-12 个月	8%	逾期 1-6 个月	10%	1-2 年	20%	3-6 个月	1%
1-2 年	27%	逾期 6 个月-1 年	50%	2-3 年	40%	6-12 个月	5%
2-3 年	53%	逾期 1-2 年	80%	3 年以上	50%	12-18 个月	10%
3 年以上	100%	逾期 2 年以上	100%	-	-	18-24 个月	20%
						2-3 年	50%
						3 年以上	100%

由上表可知，公司应收账款坏账准备计提政策总体与同行业可比公司不存在重大差异。

④应收账款前五名情况

报告期各期末，公司应收账款前五名客户情况如下：

单位：万元

时点	序号	公司名称	应收账款余额	占应收账款期末余额的比例	坏账准备期末余额
2020.12.31	1	Guardian	2,493.33	23.92%	12.47
	2	柒贰零	2,241.82	21.51%	11.21
	3	Newell	2,162.35	20.75%	13.78
	4	Blueair	937.64	9.00%	4.69
	5	无限极(中国)有限公司	532.41	5.11%	2.66
	合计		8,367.55	80.29%	44.81
2019.12.31	1	Guardian	1,873.23	29.91%	9.37
	2	柒贰零	1,573.29	25.12%	7.87
	3	Newell	867.55	13.85%	4.34
	4	Tion	443.72	7.09%	2.22
	5	神州数码	336.37	5.37%	1.68
	合计		5,094.15	81.35%	25.47
2018.12.31	1	Guardian	1,555.98	39.17%	7.78
	2	柒贰零	909.60	22.90%	4.55
	3	Newell	856.46	21.56%	4.28
	4	Tion	270.29	6.80%	1.35
	5	广东山湖电器有限公司	117.73	2.96%	0.59
	合计		3,710.07	93.39%	18.55

发行人销售收入前五大客户和应收账款前五大客户在报告期内的销售模式、信用政策及变动情况如下：

客户名称	销售结算模式	信用政策	信用政策是否发生变化
Guardian	美元结算，银行汇款	每月对账后付款	/
Newell	美元结算，银行汇款	开船日后 119 天付款	2019 年 8 月 1 日起由开船日后 90 天付款改为 119 天
柒贰零	人民币结算，银行汇款	每月对账后开票 30 天付款	/
Tion	人民币结算，银行汇款	发货 90 天付款	2018 年 9 月前为出货前付全款、以美元结算；2018 年 9 月改为账期 60 天、以人民币结算；2019 年 1 月账期改为 90 天
Blueair	境内业务以人民币结算，境外业务以美元结算，均为银行汇款	每月对账后开票 45 天付款	/
无限极(中国)有	人民币结算，银行汇款	每月对账后开票	/

客户名称	销售结算模式	信用政策	信用政策是否发生变化
限公司		30 天付款	
神州数码	人民币结算, 银行汇款	每月对账后开票 3 天付款	/
Bedjet	人民币计价美元结算, 银行汇款	预付 20% 货款, 其 余 80% 货款在发 货后 30 天付款	2018 年 8 月前为出货前付全款, 2018 年 8 月开始改付 20% 定金, 80% 在发货 30 天内付清
广东山湖电器有 限公司	人民币结算, 银行汇款	每月对账后开票 30 天付款	/

注: 上表中信用政策里的每月对账日期系公司与各客户约定的固定日期, 通常在对完账后开票。

报告期各期末, 应收账款前五名客户的余额相对收入金额较小, 同时上述应收账款账龄主要在 1 年以内, 属正常信用账期内, 发生坏账损失的风险较小。

⑥ 应收账款逾期情况

报告期各期, 发行人逾期应收账款及回收情况如下:

单位: 万元

日期	应收账款 余额	期末逾期应 收账款余额	期末逾期应 收账款占比	逾期应收账款 的期后回款	逾期应收账款 期后回款占比
2020. 12. 31	10,421.96	95.17	0.91%	51.97	54.61%
2019. 12. 31	6,262.25	36.74	0.59%	0.48	1.30%
2018. 12. 31	3,972.86	64.03	1.61%	27.76	43.36%

注: 上表中期后回款数据的统计截止日期是 2021 年 6 月 30 日。

发行人在报告期各期末的逾期应收账款余额较小, 不存在明显增加的情况。2018 年末, 公司对北京淘氩科技有限公司应收账款 21.80 万元、天津深呼吸环境科技发展有限公司应收账款 10.83 万元, 合计 32.63 万元, 导致 2018 年末、2019 年末存在逾期未收回的款项。对该部分应收账款, 公司已全额计提坏账准备。

⑦ 应收账款期后回款情况

报告期各期末, 发行人应收账款期后回款情况如下:

单位: 万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
应收账款余额	10,421.96	6,262.25	3,972.86

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
期后收款	10,373.04	6,226.02	3,936.59
期后收款占比	99.53%	99.42%	99.09%

注：上表中期后回款数据的统计截止日期是 2021 年 6 月 30 日。

报告期内，应收账款的期后收款比率均在 99%以上，回款良好。

(6) 预付款项

报告期各期末，公司预付款项分别为 806.19 万元、730.77 万元和 1,371.83 万元，占流动资产的比例分别为 3.66%、2.66%和 2.42%，规模较小。公司预付款项主要是向供应商预付原材料、模具的货款以及其他预付费用。报告期各期末，公司预付款项账龄主要在 1 年以内，具体情况如下：

单位：万元

账龄	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	1,362.45	99.32%	690.33	94.46%	791.16	98.14%
1-2 年	5.50	0.40%	40.02	5.48%	0.80	0.10%
2-3 年	3.88	0.28%	-	-	14.23	1.76%
3 年以上	-	-	0.41	0.06%	-	-
合计	1,371.83	100.00%	730.77	100.00%	806.19	100.00%

报告期各期末，公司预付款项前五名供应商情况如下：

单位：万元

日期	供应商名称	余额	款项明细	占预付账款比例
2020.12.31	广东维尔	254.69	货款	18.57%
	东莞市燊汇五金电子制品有限公司	162.51	模具款	11.85%
	深圳市友辉塑胶电子有限公司	100.33	货款	7.31%
	郑州炜盛电子科技有限公司	77.12	货款	5.62%
	深圳宏诚科技有限公司	67.53	货款	4.92%
	合计	662.18	-	48.27%
2019.12.31	广东维尔	177.63	货款	24.31%
	郑州炜盛电子科技有限公司	143.95	货款	19.70%
	鹏诚飞科技发展(深圳)有限公司	116.47	模具款	15.94%
	深圳市永平通科技有限公司	32.59	货款	4.46%
	东莞润星	28.50	模具款、货款	3.90%
	合计	499.14	-	68.30%

日期	供应商名称	余额	款项明细	占预付账款比例
2018.12.31	深圳市鸿昌顺精密模具塑胶有限公司	133.40	模具款	16.55%
	深圳金其美	89.26	模具款	11.07%
	东莞润荣	69.28	模具款	8.59%
	东莞市清溪镇振友模具加工店	60.17	模具款	7.46%
	广东维尔	40.86	货款	5.07%
	合计	392.98	-	48.75%

(7) 其他应收款

报告期各期末,公司其他应收款分别为 529.57 万元、553.37 万元和 1,236.49 万元,具体情况如下:

单位:万元

账龄	2020.12.31			2019.12.31			2018.12.31		
	账面余额	坏账准备	账面价值	账面余额	坏账准备	账面价值	账面余额	坏账准备	账面价值
出口退税款	637.83	-	637.83	313.58	-	313.58	451.78	-	451.78
保证金押金	444.13	22.21	421.92	219.34	10.96	208.38	48.26	2.41	45.85
其他款项	186.19	9.46	176.74	33.11	1.70	31.41	35.51	3.56	31.95
合计	1,268.15	31.67	1,236.49	566.04	12.67	553.37	535.54	5.97	529.57

报告期各期末,公司其他应收款主要为出口退税款及保证金押金。2020 年公司出口退税金额同比增长较多,主要系当期公司海外订单量增加,出口业务规模增长较快;2020 年,保证金押金增幅较大主要原因由于公司租赁仓库增多,缴纳租金押金随之增长。

报告期各期末,公司其他应收款的账龄结构情况如下:

单位:万元

账龄	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	1,045.02	82.40%	517.49	91.42%	498.27	93.04%
1-2 年	187.81	14.81%	15.63	2.76%	22.89	4.27%
2-3 年	4.70	0.37%	22.32	3.94%	14.38	2.68%
3 年以上	30.62	2.41%	10.60	1.87%	-	-
小计	1,268.15	100.00%	566.04	100.00%	535.54	100.00%
减:坏账准备	31.67	-	12.67	-	5.97	-
合计	1,236.48	-	553.37	-	529.57	-

由上表可知,公司其他应收款的账龄主要集中在1年以内,公司其他应收款回款情况良好。

报告期各期末,其他应收款期末余额前五名情况如下:

单位:万元

时间	单位名称	款项性质	其他应收款余额	占其他应收款期末余额比例
2020.12.31	出口退税	出口退税款	637.83	50.30%
	LE QUOC THANG	房租押金	124.05	9.78%
	东莞市新中信宝物业投资有限公司	房租押金	88.76	7.00%
	东莞市巨阜智能科技有限公司	工程款定金	57.52	4.54%
	创思成	房租押金	40.50	3.19%
	合计		948.67	74.81%
2019.12.31	出口退税	出口退税款	313.58	55.40%
	LE QUOC THANG	房租押金	88.42	15.62%
	创思成	房租押金	40.50	7.15%
	东莞市新中信宝物业投资有限公司	房租押金	25.42	4.49%
	陈昌明	房租押金	19.28	3.41%
	合计		487.21	86.07%
2018.12.31	出口退税	出口退税款	451.78	84.36%
	陈昌明	房租押金	19.28	3.60%
	黄德明	房租押金	10.64	1.99%
	北京京东世纪贸易有限公司	平台保证金	10.00	1.87%
	东莞市致达纸制品有限公司	产品订金	4.00	0.75%
	合计		495.70	92.57%

(8) 存货

①存货基本情况

报告期各期末,公司存货账面价值分别为3,597.10万元、4,541.03万元和12,054.22万元,占流动资产的比例分别为16.31%、16.51%和21.26%,具体情况如下:

单位:万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料	4,042.21	32.71%	2,022.01	41.43%	1,389.82	36.47%
库存商品	3,179.21	25.73%	1,698.79	34.81%	770.78	20.23%

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
发出商品	2,539.69	20.55%	301.69	6.18%	1,001.57	26.28%
在产品	791.82	6.41%	660.16	13.53%	401.46	10.54%
合同履约成本	20.92	0.17%	-	-	-	-
委托加工物资	1,783.11	14.43%	197.44	4.05%	246.88	6.48%
账面余额	12,356.96	100.00%	4,880.09	100.00%	3,810.50	100.00%
减：跌价准备	302.74	-	339.07	-	213.40	-
账面价值	12,054.22	-	4,541.03	-	3,597.10	-

报告期内，发行人存货变动情况分析如下：

A、2019 年

2019 年，发行人存货较 2018 年增加 1,069.59 万元，主要是由于收购净胜模具，导致存货增加 756.55 万元以及公司加大对 Columbus 的过滤器备货，导致原材料增加 239.76 万元所致。

2019 年，发行人主要存货类别变动原因如下：

a、原材料。2019 年，原材料较上期增加 632.19 万元，主要原因为：A、收购净胜模具，导致原材料增加 254.01 万元；B、2019 年，因客户指定采购，公司加大了对 Columbus 过滤器的采购，由于 Columbus 为境外厂商，交货时间较长，公司提前备货，导致相关存货增加 239.76 万元；

b、库存商品及发出商品。2019 年，库存商品较上期增加 928.01 万元、发出商品减少 699.88 万元，其中：A、收购净胜模具，导致库存商品增加 222.25 万元；B、除净胜模具外，库存商品增加 700.72 万元，发出商品减少 699.88 万元，主要系部分订单在年末未发货或提货所致。

c、在产品。2019 年，在产品较上期增加 258.71 万元，主要是收购净胜模具，导致在产品增加 280.29 万元所致。

B、2020 年

2020 年发行人存货较 2019 年增加 7,476.87 万元，主要原因为：2020 年度，发行人营业收入较 2019 年度增加 69.45%，导致存货规模相应增加；2020 年底，发行人在判断原材料未来走势的情况下，进行电子电器、塑胶原料等

原材料的备货；2020 年底，由于疫情影响，出口货柜紧张，产品发货有所滞后。

具体原因分析如下：

a、原材料及委托加工物资

2020 年末，原材料较上期增加 2,020.20 万元，委托加工物资较上期增加 1,585.67 万元，主要原因为：

1、原材料及委托加工物资构成情况

i、原材料

报告期内，公司原材料构成情况如下：

单位：万元

类别	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
电子电器	2,273.66	56.25%	611.79	30.26%	573.44	41.26%
塑胶材料	998.35	24.70%	461.32	22.81%	241.49	17.38%
过滤材料	417.71	10.33%	705.22	34.88%	457.94	32.95%
五金零件	180.46	4.46%	138.13	6.83%	47.87	3.44%
包装材料	139.22	3.44%	92.65	4.58%	52.48	3.78%
其他材料	32.81	0.81%	12.89	0.64%	16.60	1.19%
合计	4,042.21	100.00%	2,022.01	100.00%	1,389.82	100.00%

公司的原材料主要为塑胶材料、电子电器、以及包装材料、五金零件等。2020 年，原材料的规模提升主要系由于塑胶原料及电子电器的规模提升所致。

ii、委托加工物资

报告期内，公司委托加工物资构成情况如下：

单位：万元

类别	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
塑胶材料	928.24	52.06%	146.99	74.45%	176.81	71.62%
电子电器	797.61	44.73%	36.64	18.56%	57.12	23.14%
包装材料	38.27	2.15%	0.08	0.04%	0.37	0.15%
五金零件	15.82	0.89%	10.75	5.44%	6.08	2.46%

类别	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他材料	3.17	0.18%	2.98	1.51%	6.50	2.63%
合计	1,783.11	100.00%	197.44	100.00%	246.88	100.00%

公司的委托加工物资主要为用于生产注塑产品的塑胶材料、用于生产 PCBA 板的电子电器、以及包装材料、五金零件等。2020 年，委托加工物资规模提升主要系由于塑胶原料及电子电器的规模提升所致。

11、原材料及委托加工物资大幅增长的原因及合理性

i、业务规模提升导致原材料及委托加工物资规模提升

2020 年，公司业务规模大幅提升。截至 2020 年末，公司尚有 3.22 亿元在手订单，为满足业务需求，公司加大采购规模，提升了对原材料、委托加工物资的采购规模，具有合理性。

ii、由于市场价格呈上涨趋势，公司加大对塑胶原料的备货量

报告期内，塑胶原料（ABS）的市场价格情况如下：



数据来源：Wind；单位：元/吨

在 2018 年末及 2019 年末，塑胶原料的市场价格较为平稳，供应充足，公司根据生产需求，提前 2 周左右购买塑胶原料即可以保障生产需求；2020 年末，塑胶原料价格大幅波动，呈现上涨趋势。为了锁定原材料价格，降低生产成本，公司根据在手订单及未来的生产预测情况，较大幅度提升了对塑胶原料的备货水平，为未来 2-3 月的业务储备塑胶原料，因此导致原材料及

外协加工物资规模的上涨。

iii、由于市场价格呈上涨趋势，公司加大对电子电器的备货量

2020 年末，芯片等电子电器的市场价格呈现快速上升的趋势，公司加大了对相关产品的采购及备货规模，导致了原材料及委托加工物资规模的提升。

综上，发行人原材料及委托加工物资规模提升具有合理性。

b、库存商品及发货商品

2020 年末，库存商品及发出商品合计 5,718.90 万元，较上期增加 3,718.40 万元，增加 185.88%，主要原因为：2020 年 10 月，公司收购北京秒新，导致期末增加库存商品 424.43 万元；2020 年，公司业务规模大幅提升，库存商品及发出商品规模同步上涨；2020 年底，由于疫情影响，出口货柜紧张，产品发货有所滞后，导致库存商品及发出商品增加。

综上，公司存货的变动与业务经营情况相符，存货变动合理。

②存货库龄情况

报告期各期末，公司各类库存库龄情况如下：

单位：万元

时间	项目	1 年以内		1-2 年		2-3 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
2020.12.31	原材料	3,925.73	31.77%	54.82	0.44%	61.66	0.51%
	在产品	791.82	6.41%	-	-	-	-
	库存商品	3,099.58	25.08%	64.5	0.52%	15.13	0.12%
	发出商品	2,539.69	20.55%	-	-	-	-
	委托加工材料	1,783.11	14.43%	-	-	-	-
	合同履约成本	20.92	0.17%	-	-	-	-
	合计	12,160.85	98.41%	119.32	0.97%	76.79	0.62%
2019.12.31	原材料	1,863.15	38.18%	105.41	2.16%	53.44	1.10%
	在产品	660.16	13.53%	-	-	-	-
	库存商品	1,606.32	32.92%	77.55	1.59%	14.92	0.31%
	发出商品	301.69	6.18%	-	-	-	-
	委托加工材料	197.44	4.05%	-	-	-	-
	合同履约成本	-	-	-	-	-	-

时间	项目	1年以内		1-2年		2-3年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
	合计	4,628.76	94.85%	182.96	3.75%	68.36	1.40%
2018.12.31	原材料	1,331.38	34.94%	58.44	1.53%	-	-
	在产品	401.46	10.54%	-	-	-	-
	库存商品	727.72	19.10%	43.05	1.13%	-	--
	发出商品	1,001.54	26.28%	-	-	-	-
	委托加工材料	246.88	6.48%	-	-	-	-
	合同履约成本	-	-	-	-	-	-
	合计	3,708.98	97.34%	101.49	2.66%	-	-

报告期各期末，公司存货库龄主要集中在1年以内，存货库龄结构良好。

库龄1年以上的原材料主要系公司针对旧型号产品所保留的原材料；库龄1年以上的库存商品主要为样机及少量旧型号产品。

③存货跌价准备

公司存货采用成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。报告期各期末，公司存货计提跌价准备情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
存货账面余额	12,356.96	4,880.09	3,810.50
存货跌价准备	302.74	339.07	213.40
占比	2.45%	6.95%	5.60%

报告期内，发行人库龄在1年以上的存货均为原材料及库存商品。对环境电器等库存商品，公司对库龄超过1年的库存商品100%计提存货跌价准备；对塑胶件、五金件等原材料及库存商品，该类存货可以进行回收处理，因此对该部分存货的可变现净值预测后，计提存货的跌价准备。

报告期各期末，发行人库龄在1年以上的存货跌价准备计提比例分别为96.59%、93.25%、89.34%，计提比例整体较高，存货跌价准备计提充足。

④同行业存货跌价准备的计提情况比较分析

报告期各期末，发行人及同行业可比公司存货计提跌价准备情况如下：

单位：万元

公司名称	项目	2020. 12. 31	2019. 12. 31	2018. 12. 31
莱克电气	存货账面余额	100,959.12	71,784.87	78,084.83
	存货跌价准备	9,793.59	10,306.29	8,117.03
	占比	9.70%	14.36%	10.40%
新宝股份	存货账面余额	216,855.50	149,143.59	119,965.59
	存货跌价准备	4,883.31	2,767.37	1,546.73
	占比	2.25%	1.86%	1.29%
奥佳华	存货账面余额	130,358.76	101,962.28	87,893.75
	存货跌价准备	3,712.29	1,992.12	1,789.80
	占比	2.85%	1.95%	2.04%
发行人	存货账面余额	12,356.96	4,880.09	3,810.50
	存货跌价准备	302.74	339.07	213.4
	占比	2.45%	6.95%	5.60%

报告期内，莱克电气存货跌价准备计提比例较高，主要原因为：莱克电气自有品牌业务收入较高，自有品牌业务需要储备安全库存，因此导致存货跌价准备计提比例较高。

2020 年度，发行人存货跌价准备计提比例和新宝股份、奥佳华基本一致；2018 年度及 2019 年度，发行人存货跌价准备计提比例较高，主要系发行人业务规模较低，1 年以上存货跌价准备较多所致。

综上，发行人存货跌价准备计提充分。

⑤ 存货订单覆盖情况

截至 2020 年末，公司在手订单金额为 3.22 亿元。公司对主要客户的在手订单情况如下：

客户名称	订单金额（万元）	订单占比
Guardian	14,257.14	44.23%
Newell	3,724.72	11.56%
柒贰零	2,964.01	9.20%
Blueair	3,113.05	9.66%
Bedjet	1,320.35	4.10%
Tion	863.86	2.68%
合计	26,243.13	81.42%

报告期各期末，发行人存货订单覆盖率情况如下：

单位: 万元

存货项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	账面余额	订单覆盖 金额	订单覆 盖率	账面余额	订单覆盖 金额	订单覆 盖率	账面 余额	订单覆盖 金额	订单覆 盖率
原材料	4,042.21	3,371.61	83.41%	2,022.01	1,626.01	80.42%	1,389.82	952.90	68.56%
库存商品	3,179.21	2,895.27	91.07%	1,698.79	1,528.59	89.98%	770.78	599.04	77.72%
发出商品	2,539.69	2,539.69	100.00%	301.69	301.69	100.00%	1,001.57	1,001.57	100.00%
在产品	791.82	647.40	81.76%	660.16	658.19	99.70%	401.46	283.09	70.52%
委托加工物资	1,783.11	1,783.11	100.00%	197.44	197.44	100.00%	246.88	246.88	100.00%
合同履约成本	20.92	20.92	100.00%	-	-	-	-	-	-
合计	12,356.96	11,258.00	91.11%	4,880.09	4,311.92	88.36%	3,810.51	3,083.48	80.92%

2018-2020 年末订单覆盖率分别为 80.92%、88.36%、91.11%，发出商品、委托加工物资、合同履约成本的订单覆盖率为 100%，订单覆盖率较高，与公司以销定产的经营策略相符。

原材料订单覆盖率不足 100%，主要系公司会根据对主要原材料的价格走势判断，进行提前备货所致；库存商品及在产品订单覆盖率不足 100%，主要系公司生产销售自有品牌产品时，进行适当库存备货所致。

⑥ 存货期后结转情况

报告期各期末，公司不同类别存货的期后结转情况如下：

单位: 万元

项目	2020. 12. 31			2019. 12. 31			2018. 12. 31		
	账面余额	期后结转	结转比例	账面余额	期后结转	结转比例	账面余额	期后结转	结转比例
原材料	4,042.21	3,151.20	77.96%	2,022.01	1,905.53	94.24%	1,389.81	1,328.15	95.56%
库存商品	3,179.21	2,616.56	82.30%	1,698.79	1,619.16	95.31%	770.78	755.65	98.04%
发出商品	2,539.69	2,539.69	100.00%	301.69	301.69	100.00%	1,001.57	1,001.57	100.00%
在产品	791.82	791.82	100.00%	660.16	660.16	100.00%	401.46	401.46	100.00%
合同履约成本	20.92	20.92	100.00%	-	-	-	-	-	-
委托加工物资	1,783.11	1,405.70	78.83%	197.44	197.44	100.00%	246.88	246.88	100.00%
合计	12,356.96	10,525.89	85.18%	4,880.09	4,683.98	95.98%	3,810.50	3,733.71	97.98%

注：期后结转截止日期是 2021 年 6 月 30 日。

2018 年度及 2019 年度，发行人存货结转比例较高，未结转的存货为库存商品及原材料，均已计提减值准备；

2020 年度, 发行人原材料及委托加工物资结转比例较低, 主要系公司在预计塑胶原料、电子电器原材料价格波动的基础上, 进行提前备货所致; 库存商品结转比例较低, 主要系受疫情影响, 2021 年上半年出口货柜供应紧张导致公司库存商品交货时间有所延迟所致。

报告期内, 发行人存货结转情况良好, 具有合理性。

(9) 其他流动资产

报告期各期末, 公司其他流动资产金额分别为 4,215.28 万元、257.56 万元和 791.11 万元, 占流动资产的分别比例为 19.12%、0.94%、1.40%, 具体情况如下:

单位: 万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
理财产品	-	-	-	-	4,111.87	97.55%
待抵扣或待认证进项税额	355.48	44.93%	19.07	7.40%	-	-
增值税留抵税额	233.79	29.55%	49.83	19.35%	52.68	1.25%
预缴所得税	192.12	24.28%	188.66	73.25%	50.73	1.20%
其他	9.73	1.23%	-	--	-	-
合计	791.11	100.00%	257.56	100.00%	4,215.28	100.00%

2019 年末其他流动资产较上年末下降 3,957.52 万元, 同比下降 93.89%, 主要系公司根据新金融工具准则将理财及外汇产品调整至交易性金融资产。

2020 年末其他流动资产较上年末增加 533.55 万元, 主要系由于公司业务规模增加, 待抵扣或待认证进项税额及增值税留抵税额增加所致。

3、非流动资产分析

报告期各期末, 公司非流动资产金额分别为 1,203.19 万元、2,768.01 万元、和 6,896.36 万元, 具体情况如下:

单位: 万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他权益工具投资	300.00	4.35%	300.00	10.84%	-	-
固定资产	2,225.29	32.27%	1,704.34	61.57%	749.76	62.31%
无形资产	477.41	6.92%	108.57	3.92%	85.55	7.11%

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
商誉	3,127.13	45.34%	400.93	14.48%	-	-
长期待摊费用	137.33	1.99%	46.45	1.68%	-	-
递延所得税资产	147.63	2.14%	114.75	4.15%	356.62	29.64%
其他非流动资产	481.58	6.98%	92.97	3.36%	11.26	0.94%
非流动资产合计	6,896.36	100.00%	2,768.01	100.00%	1,203.19	100.00%

公司非流动资产主要包括其他权益工具投资、固定资产、无形资产、商誉、长期待摊费用及递延所得税资产等。报告期各期末,上述资产占非流动资产的比例分别为 99.06%、96.64%和 93.02%。

(1) 其他权益工具投资

报告期各期末,公司其他权益工具投资为 0 万元、300.00 万元、300.00 万元,主要是公司 2019 年入股三乡环境的投资。

三乡环境主要业务系为长租公寓等场景提供新风系统及新风解决方案,和发行人主营业务具有较高的相关性。投资三乡环境系发行人围绕主营业务进行的产业布局,有助于发行人加深对所处行业的业务理解,拓展业务范围。

2021 年 4 月 6 日,中水致远资产评估有限公司出具的《关于三乡环境科技(北京)有限公司 12.766%股权公允价值分析报告》(中水致远评咨字[2021]第 090003 号),确认:截至 2020 年 12 月 31 日,三乡环境 12.77%股权公允价值为 300.00 万元。

由于三乡环境属于初创企业,尚未产生稳定的收入或利润,但融资活动比较频繁,因此公允价值采用市场法的参考最近融资价格法确定。该公允价值的确定符合新金融工具准则的规定。

(2) 固定资产

①基本情况

报告期各期末,公司固定资产账面价值分别为 749.76 万元、1,704.34 万元和 2,225.29 万元,占非流动资产的比例分别为 62.31%、61.57%和 32.27%,具体情况如下:

单位：万元

原值	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
机器设备	3,153.12	82.44%	2,312.02	82.54%	958.10	72.73%
运输设备	240.92	6.30%	234.89	8.39%	194.15	14.74%
其他设备	430.73	11.26%	254.13	9.07%	165.01	12.53%
合计	3,824.76	100.00%	2,801.04	100.00%	1,317.26	100.00%
累计折旧	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
机器设备	1,243.44	77.74%	834.67	76.11%	412.60	72.70%
运输设备	159.11	9.95%	118.64	10.82%	79.12	13.94%
其他设备	196.93	12.31%	143.39	13.07%	75.78	13.35%
合计	1,599.47	100.00%	1,096.70	100.00%	567.50	100.00%
账面价值	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
机器设备	1,909.68	85.82%	1,477.35	86.68%	545.50	72.76%
运输设备	81.81	3.68%	116.24	6.82%	115.03	15.34%
其他设备	233.80	10.51%	110.74	6.50%	89.23	11.90%
合计	2,225.29	100.00%	1,704.34	100.00%	749.76	100.00%

报告期各期末，公司固定资产主要为机器设备。

2019年末，公司固定资产原值较2018年增加1,483.78万元，主要系机器设备原值增加1,353.92万元所致。其中：2019年，公司收购净胜模具，新增固定资产账面原值为983.51万元；2019年，公司开始扩充产线，新增设备投资369.98万元，上述因素导致了公司固定资产的增加。

2020年末，公司固定资产较2019年净增加1,023.72万元，主要系机器设备原值增加净额841.10万元。其中，公司新增产线新购机器设备522.51万元、新增模具327.99万元。

②固定资产折旧政策

公司固定资产折旧政策与同行业上市公司对比如下：

公司名称	项目	折旧方法	折旧年限	预计净残值率（%）
莱克电气	机器设备	年限平均法	3-10年	5
	运输设备	年限平均法	4-5年	5
	其他设备	年限平均法	3-5年	5

公司名称	项目	折旧方法	折旧年限	预计净残值率(%)
新宝股份	机器设备	年限平均法	10 年	10
	运输设备	年限平均法	8-10 年	10
	其他设备	年限平均法	5 年	10
奥佳华	机器设备	年限平均法	5-10 年	5-10
	运输设备	年限平均法	5-10 年	5-10
	其他设备	年限平均法	5-10 年	5-10
公司	机器设备	年限平均法	3-10 年	5-10
	运输设备	年限平均法	3-5 年	5
	其他设备	年限平均法	3-5 年	5-10

由上表可知，公司的固定资产折旧与同行业可比公司基本一致。

③融资租赁情况

报告期内，发行人开展融资租赁的主体为净胜模具，具体情况如下：

单位：万元

供货商	租赁设备	租赁期	设备购买价款	租赁付款额		
				设备首付款	租金总额	合计
广州市新力实业有限公司	七台注塑机	2019. 04-2021. 03	373. 80	37. 38	359. 85	397. 23
	六台注塑机	2020. 08-2022. 07	160. 00	-	169. 53	169. 53
深圳市科骏精密机械有限公司	一台注塑机	2020. 08-2022. 07	35. 70	-	37. 82	37. 82
东莞市瑞铭精密机械有限公司	一台测量仪	2020. 08-2022. 07	31. 80	-	33. 69	33. 69
广东拓斯达科技股份有限公司	五台机械手	2020. 08. -2022. 07	22. 30	-	23. 62	23. 62
合计			623. 60	37. 38	624. 51	661. 89

开展上述融资租赁业务时，净胜模具指定注塑机等生产设备，由平安国际融资租赁有限公司与供货商签订购买合同并购入该设备，同时平安国际融资租赁有限公司与净胜模具签订租赁合同、将此设备租赁给净胜模具，净胜模具在租赁期内按期支付租金，在租赁期满后平安国际融资租赁有限公司将该租赁设备所有权转让给净胜模具。

④生产设备规模同行业比较

报告期内，发行人与同行业公司生产设备规模占收入规模比例情况如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
莱克电气	5.33%	5.71%	5.45%
新宝股份	5.48%	7.08%	7.70%
奥佳华	2.15%	1.95%	1.76%
发行人	2.94%	3.86%	1.88%

综上，发行人生产设备规模占收入规模比例与奥佳华较为接近，低于莱克电气、新宝股份，原因为发行人产品品类较为集中，主要产品均为环境电器，同一产线可通过调整用于生产不同型号产品，产线利用效率较高。

除环境电器外，莱克电气的业务还包括厨房电器、微特电机、园林工具等业务；新宝股份的业务还包括电热类厨房电器、电动类厨房电器等；由于同行业公司的业务板块及产品品类较多，需要针对不同的产品类别配置不同的产线，因此生产设备占收入规模比例较高。

家电行业与发行人类似规模的公司生产设备规模占收入规模比例如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
北鼎股份	3.04%	3.35%	3.33%
博菱电器	1.56%	1.60%	1.94%
发行人	2.94%	3.86%	1.88%

如上表所示，与发行人类似规模的同行业公司，生产设备规模占收入规模比例较为接近。

综上，发行人自主生产设备规模与同行业公司不存在明显差异。

(3) 无形资产

①无形资产构成情况

截至 2020 年 12 月 31 日，公司无形资产主要包括软件及专利。具体情况如下：

单位：万元

原值	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
软件	255.32	42.59%	165.18	100.00%	103.49	100.00%
专利权及软件著作权	344.14	57.41%	-	-	-	-

合计	599.46	100.00%	165.18	100.00%	103.49	100.00%
累计摊销	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
软件	112.57	92.23%	56.61	100.00%	17.94	100.00%
专利权及软件著作权	9.49	7.77%	-	-	-	-
合计	122.06	100.00%	56.61	100.00%	17.94	100.00%
账面价值	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
软件	142.75	29.90%	108.57	100.00%	85.55	100.00%
专利权及软件著作权	334.66	70.10%	-	-	-	-
合计	477.41	100.00%	108.57	100.00%	85.55	100.00%

公司的无形资产主要为软件、专利权及软件著作权。其中，软件主要为公司的 ERP 软件，专利权及软件著作权为公司收购北京秒新形成。

公司专利权及软件著作权具体情况如下：2020 年 9 月，公司收购北京秒新。2020 年 9 月 1 日，中水致远资产评估有限公司出具《东莞市净诺环境科技股份有限公司拟进行投资涉及的北京秒新科技有限公司股东全部权益价值资产评估报告》（中水致远评报字[2020]第 090058 号），识别出北京秒新拥有但在财务报表中未确认的无形资产 38 项，包括实用新型专利 13 项、外观设计专利 4 项、已申请的发明专利 11 项、软件著作权 10 项。经评估，根据评估报告，截至 2020 年 6 月 30 日，上述无形资产的评估值为 348.77 万元。截至收购日，上述专利权及软件著作权的无形资产的账面价值为 344.14 万元。

②无形资产减值情况

A、软件

报告期内，公司根据使用寿命，每年对软件进行摊销。报告期各期末，相关软件均处于正常使用中，相关软件的公开市场价格未发生重大变化，不存在减值迹象，无需进行减值测试。

B、专利及软件著作权

报告期内，公司根据使用寿命，每年对专利及软件著作权进行摊销。公司的专利及软件著作权系因收购北京秒新所形成，无公开市场价格，因此采用收

益法对其价值进行估算。

公司对专利及软件著作权等无形资产的价值采用收益法进行估算。对专利及软件著作权，收益法通常采用分成收益法来进行，关键是界定专利所产生的未来收益。分成收益法首先预测专利生产的技术产品在未来技术的经济年限内各年的销售收入，然后乘以适当的技术分成率，再用适当的折现率对每年的分成收入进行折现。

在确定公司关于专利及软件著作权技术未来收益预测年限时，综合考虑了技术的经济使用年限和法定保护年限、该行业技术的更新换代年限、市场规模和竞争及产品寿命等因素；未来收益年限内各年的销售收入的预测基于产品的历史销售情况和未来销售预测；技术分成率预测基于相关技术实施后归因于该技术在产品的销售收入中产生的价值贡献所占的百分比数；折现率为对应的权益资金成本。

公司以2020年12月31日为基准日，在合理预测未来收益年限内相关产品销售收入的基础上，采用合理的技术分成率和折现率进行价值估算，对专利及软件著作权进行减值测试。经测试，相关无形资产不存在减值。

③无形资产摊销年限同行业比较情况

公司与同行业可比公司的无形资产摊销年限情况对比如下：

公司名称	软件使用权	专利及软件著作权
奥佳华	5年	—
新宝股份	5年	5-10年
莱克电气	预计使用年限、合同规定的受益年限和法律规定的有效年限三者中最短者	
发行人	3-5年	10年

经对比，公司与同行业可比公司的无形资产摊销年限接近，不存在明显差异。

(4) 商誉

①商誉构成情况

报告期各期末，公司商誉分别为0万元、400.93万元、3,127.13万元，占非

流动资产的比例为 0、14.48%、45.34%。商誉主要系公司 2019 年收购净胜模具、2020 年收购秒新形成，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
净胜模具	400.93	400.93	-
北京秒新	2,726.20	-	-
合计	3,127.13	400.93	-

②商誉减值情况

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人对北京秒新公司投资形成商誉余额为 2,726.20 万元。根据 2021 年 4 月 6 日中水致远资产评估有限公司出具的《评估报告》（中水致远评报字[2021]第 090010 号），截至 2020 年 12 月 31 日，因收购北京秒新形成的商誉不存在减值迹象。

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人对净胜模具公司投资形成商誉余额为 400.93 万元。根据 2021 年 4 月 6 日中水致远资产评估有限公司出具的《评估报告》（中水致远评报字[2021]第 090009 号），截至 2020 年 12 月 31 日，因收购净胜模具形成的商誉不存在减值迹象。

（5）长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用分别 0 万元、46.45 万元、137.33 万元，主要为装修费用。2020 年长期待摊费用较高系公司设立越南泰美增加的装修费用。

（6）递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
资产减值准备	68.70	69.52	40.87
内部交易未实现利润	20.35	-	-
预计负债	23.78	12.96	4.35
交易性金融资产的公允价值变动	-	0.62	118.84
股份支付	34.81	31.65	192.56

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
合计	147.63	114.75	356.62

(7) 其他非流动资产

报告期各期末，发行人其他非流动资产的明细构成如下：

单位：万元

其他非流动资产	2020. 12. 31	2019. 12. 31	2018. 12. 31
预付土地及相关款项	269.82	-	-
其中：预付土地出让金	200.00	-	-
预付土地相关费用款	69.82	-	-
预付其他长期资产款	211.76	92.97	11.26
其中：预付设备款	93.15	92.97	11.26
预付装修工程款	118.61	-	-
合计	481.58	92.97	11.26

① 预付土地款的主要内容以及形成原因

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人预付土地款包括：预付土地出让金 200 万元、预付土地相关费用款 69.82 万元。

2020 年 7 月 21 日，发行人与东莞市凤岗镇竹塘上围经济合作社签订《集体建设用地使用权出让合同》，约定将位于凤岗镇竹塘上下围工业区的 441922070300307 号土地出让给公司，出让土地面积为 15,512.17 平方米，出让价格为人民币 2,404.38 万元、另需支付土地统筹费用 150.66 万元。2020 年 9 月 24 日，公司与东莞市凤岗镇竹塘上围经济合作社签订《补充协议》，需支付土地统筹费用约 329.79 万元。

2020 年 9 月 30 日，公司于支付土地款 200.00 万元以及土地相关费用款 69.82 万元。其中土地相关费用款包括土地项目立项规划、环境评估、地质勘察、土壤分析调查等费用共 32.00 万元，建设工程设计费 17.56 万元，地块图则调整费用共 20.26 万元。

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人正在办理该土地转让的审批手续，土地使用权尚未取得，因此将预付的土地出让金以及相关费用在其他非流动资产科目列示。

目前,发行人已办理完毕土地转让相关手续,于2021年6月16日取得土地使用权证。

②预付其他长期资产款的主要内容以及形成原因

预付其他长期资产款主要包括预付设备款、预付装修工程款,具体情况如下:

预付设备款主要是预付的模具、注塑机等设备款,账期均在1年以内。因该等设备尚未收到或尚未达到预定可使用状态,因此将预付款项在其他非流动资产科目列示,待收到设备达到可使用状态时再转入固定资产科目核算。

截至2020年末,预付装修工程款118.61万元,主要是发行人之子公司越南泰美2020年预付的装修工程款。越南泰美于2020年9月17日在设立,主要负责发行人海外生产制造业务。截至2020年12月31日,越南泰美尚在筹建期,装修工程尚未完工,所以支付的装修费用在其他非流动资产列示,待工程完工后转入长期待摊费用。

综上,发行人预付其他长期资产款系发行人经营业务发展需要,具有合理性。

(二) 资产周转能力分析

1、主要资产周转指标分析

报告期各期,公司主要资产周转指标如下:

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
应收账款周转率	7.78	7.48	6.96
存货周转率	5.59	6.74	6.22

报告期各期,公司应收账款周转率分别为6.96次、7.48次、7.78次,存货周转率分别为6.22次、6.74次和5.59次,应收账款及存货周转较快,管理水平良好。

2、应收账款情况

(1) 应收账款周转率

公司与同行业上市公司应收账款周转率对比如下表所示:

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
莱克电气	5.42	5.58	5.38
新宝股份	9.29	8.47	8.49
奥佳华	6.13	5.57	7.05
平均值	6.95	6.54	6.97
公司	7.78	7.48	6.96

报告期内, 公司应收账款周转率略高于行业平均水平, 不存在异常情况。

(2) 应收账款占营业收入比例

报告期各期末应收账款占营业收入比例与同行业可比公司对比情况如下:

单位: 万元

公司名称	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
莱克电气	营业收入	628,079.66	570,321.72	586,382.43
	应收账款余额	137,621.92	94,237.55	110,075.54
	应收账款余额占收入比重	21.91%	16.52%	18.77%
新宝股份	营业收入	1,319,104.79	912,453.20	844,433.30
	应收账款余额	181,565.68	102,565.47	112,965.51
	应收账款余额占收入比重	13.76%	11.24%	13.38%
奥佳华	营业收入	704,915.84	527,627.13	544,703.07
	应收账款余额	134,268.87	95,541.10	94,034.63
	应收账款余额占收入比重	19.05%	18.11%	17.26%
应收账款占收入平均比重		18.24%	15.27%	16.47%
发行人	营业收入	64,903.68	38,303.28	29,007.70
	应收账款余额	10,421.96	6,262.25	3,972.86
	应收账款余额占收入比重	16.06%	16.35%	13.70%

公司报告期各期末应收账款余额占当期营业收入的比例分别为 13.70%、16.35%和 16.06%, 略低于同行业平均水平。公司主要客户信用期较短, 付款及时, 应收账款回款情况良好, 具有合理性。

3、存货周转率分析

公司与可比公司存货周转率对比如下:

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
莱克电气	5.40	5.57	5.56
新宝股份	5.53	5.18	6.01
奥佳华	3.89	3.49	4.23
平均值	4.94	4.75	5.27
公司	5.59	6.74	6.22

报告期内，公司存货周转率略高于行业平均水平，不存在异常情况。

十四、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

(一) 负债分析

1、负债整体情况分析

报告期各期末，公司负债金额分别为 11,677.57 万元、12,591.47 万元和 30,112.00 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	29,842.90	99.11%	12,504.11	99.31%	11,648.56	99.75%
非流动负债	269.10	0.89%	87.37	0.69%	29.01	0.25%
合计	30,112.00	100.00%	12,591.47	100.00%	11,677.57	100.00%

报告期各期末，公司负债主要为流动负债，占总负债的比例分别为 99.75%、99.31%、99.11%。

2、流动负债分析

报告期各期末，公司流动负债分别为 11,648.56 万元、12,504.11 万元和 29,842.90 万元，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	7,093.11	23.77%	1,127.98	9.02%	1,700.46	14.60%
衍生金融负债	-	-	-	-	792.26	6.80%
应付票据	2,293.97	7.69%	2,826.56	22.61%	2,403.00	20.63%
应付账款	16,765.82	56.18%	6,752.62	54.00%	5,399.65	46.35%
预收款项	-	-	320.34	2.56%	719.71	6.18%

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合同负债	850.92	2.85%	-	-	-	-
应付职工薪酬	1,370.13	4.59%	649.06	5.19%	420.04	3.61%
应交税费	615.26	2.06%	150.22	1.20%	37.08	0.32%
其他应付款	720.69	2.41%	523.48	4.19%	176.36	1.51%
一年内到期的非流动负债	133.00	0.45%	153.85	1.23%	-	-
合计	29,842.90	100.00%	12,504.11	100.00%	11,648.56	100.00%

公司流动负债主要为短期借款、应付票据、应付账款、预收款项和应付职工薪酬等。报告期各期末,上述负债合计占流动负债的比例分别为 91.37%、93.38%、95.08%。

(1) 短期借款

报告期各期末,公司短期借款金额为 1,700.46 万元、1,127.98 万元、7,093.11 万元,占流动负债的比例分别为 14.60%、9.02%、23.77%,具体情况如下:

单位:万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
质押、保证借款	6,242.58	88.01%	1,127.98	100.00%	1,700.46	100.00%
保证借款	850.53	11.99%	-	-	-	-
合计	7,093.11	100.00%	1,127.98	100.00%	1,700.46	100.00%

公司 2020 年末短期借款较 2019 年末同比上涨 528.83%,主要原因为:2020 年末,人民币升值幅度较大,为减少汇兑损失,公司减少了美元资金结汇,适当保有了部分美元。因此,为补充人民币资金,公司向银行申请了人民币短期借款。

(2) 衍生金融负债

公司 2018 年末衍生金融负债金额为 792.26 万元,系购买远期外汇产品产生亏损所形成,该外汇产品 2019 年到期。到期后,2019 年、2020 年,公司不持有衍生金融负债。

(3) 应付票据

报告期各期末,公司应付票据金额为 2,403.00 万元、2,826.56 万元、2,293.97

万元，占流动负债的比例分别为 20.63%、22.61%、7.69%，全部为银行承兑汇票。

报告期内，发行人应付票据主要用于支付供应商货款。2020 年，公司采购规模加大，但受疫情及上游经营状况的影响，部分供应商资金紧张，因此公司减少了票据支付的规模。

(4) 应付账款

报告期各期末，公司的应付账款金额分别为 5,399.65 万元、6,752.62 万元和 16,765.82 万元，占流动负债的比例分别为 46.35%、54.00%和 56.18%，公司应付账款主要为货款。

①应付账款账龄情况

报告期各期末，公司应付账款的账龄情况如下：

单位：万元

账龄	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	16,691.67	99.56%	6,690.92	99.09%	5,351.72	99.11%
1-2 年	26.49	0.16%	19.19	0.28%	0.84	0.02%
2-3 年	5.76	0.03%	0.25	0.00%	29.35	0.54%
3 年以上	41.90	0.25%	42.25	0.63%	17.74	0.33%
合计	16,765.82	100.00%	6,752.62	100.00%	5,399.65	100.00%

由上表可知，报告期各期末，应付账款账龄在 1 年以内的占比分别为 99.11%、99.09%、99.56%，是应付账款的主要构成部分。

②应付账款主要供应商情况

报告期内，公司主要对外采购情况如下：

单位：万元

期间	供应商	采购内容	采购金额	占采购总额比例	应付账款期末余额	信用政策
2020 年	携创电机	电机	3,357.47	7.10%	1,369.78	月结 60 天+3 个月银行承兑汇票
	佛山阿波罗	过滤材料	2,441.01	5.16%	830.81	月结 30 天
	玉佳塑胶	塑胶材料 注塑加工	2,034.22	4.30%	364.91	月结 60 天+3 个月银行承兑汇票
	中山洁鼎	过滤材料	1,658.79	3.51%	669.42	月结 30 天+3 个月银行

期间	供应商	采购内容	采购金额	占采购总额比例	应付账款期末余额	信用政策
						承兑汇票
	东莞润荣	塑胶材料 注塑加工	1,523.97	3.22%	419.70	月结 30 天+3 个月银行 承兑汇票
	合计		11,015.46	23.29%	3,654.62	
2019 年	Columbus	过滤材料	2,800.18	10.99%	194.42	发货后 60 天
	携创电机	电机	1,779.57	6.98%	722.44	月结 60 天+3 个月银行 承兑汇票
	广东维尔	塑胶材料/ 模具	1,571.15	6.16%	332.56	月结 30 天
	东莞宝晟	塑胶材料 注塑加工	1,441.42	5.66%	380.08	月结 60 天+3 个月银行 承兑汇票
	玉佳塑胶	塑胶材料 注塑加工	1,055.95	4.14%	169.71	月结 60 天+3 个月银行 承兑汇票
	合计		8,648.27	33.93%	1,799.21	
2018 年	携创电机	电机	1,979.52	10.26%	521.63	月结 60 天+3 个月银行 承兑汇票
	Columbus	过滤材料	1,561.34	8.10%	158.13	发货后 60 天
	上品健康	塑胶材料	1,308.64	6.79%	474.02	月结 60 天+3 个月银行 承兑汇票
	东莞宝晟	塑胶材料 注塑加工	1,294.08	6.71%	403.88	月结 60 天+3 个月银行 承兑汇票
	玉佳塑胶	塑胶材料 注塑加工	1,066.65	5.53%	275.91	月结 60 天+3 个月银行 承兑汇票
	合计		7,210.23	37.39%	1,833.57	

③应付账款逐年上升的原因及与采购金额的配比情况

(5) 预收款项及合同负债

根据新收入准则，2020 年 1 月 1 日起，公司将与销售商品及与提供劳务相关的预收款项重分类至合同负债。

报告期各期末，公司预收款项及合同负债金额分别为 719.71 万元、320.34 万元、850.92 万元，占流动负债比例分别为 6.18%、2.56%和 2.85%，全部为预收货款。

报告期各期末预收账款（含合同负债）的账龄情况如下：

单位：万元

账龄	2020. 12. 31.		2019. 12. 31.		2018. 12. 31.	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	825.06	96.96%	319.40	99.71%	719.03	99.91%
1-2 年	25.86	3.04%	0.94	0.29%	0.68	0.09%
合计	850.92	100.00%	320.34	100.00%	719.71	100.00%

发行人预收账款项目主要是预收的货款及模具款，账龄在 1 年以上的款项主要是预收模具款，模具开发业务耗时相对较长，部分模具开发未达到验收或量产条件，导致账龄超过 1 年时间。

报告期内，发行人预收款项账龄结构合理。

(6) 应付职工薪酬

①基本情况

报告期各期末，公司应付职工薪酬分别为 420.04 万元、649.06 万元和 1,370.13 万元，占流动负债的比例分别为 3.61%、5.19%和 4.59%。

2020 年末公司应付职工薪酬较 2019 年同比上升 111.10%，主要原因在于：当期公司业务规模扩大，员工人数增加较多；同时，当期经营业绩较好，员工待遇提升。

②现金发放工资情况

净胜模具为公司 2019 年度收购的子公司。2020 年，净胜模具存在少量通过现金支付工资薪酬的情况，具体情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
现金支付薪酬合计（万元）	193.95	-	-
支付给职工以及为职工支付的现金（万元）	7,852.91	-	-
占支付给职工以及为职工支付的现金比例	2.47%	-	-

2020 年度现金支付薪酬的金额占支付给职工以及为职工支付的现金比例为 2.47%，占比较低，主要原因如下：受新冠疫情影响，企业在复工复产之际，招聘员工比较困难，且员工流动性较大，为了满足部分员工工资日结或现金偏好需求，为其支付现金工资；部分人员未办理工资银行卡，要求现金支付工资。

针对该事项,公司已进行规范,统一以银行转账方式支付工资。公司目前不存在现金支付工资的情况。

(7) 应交税费

报告期各期末,公司应交税费分别为 37.08 万元、150.22 万元和 615.26 万元,占流动负债的比例分别为 0.32%、1.20%和 2.06%,具体情况如下:

单位:万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
增值税	246.31	81.30	-
企业所得税	302.64	51.63	12.36
个人所得税	0.01	0.02	0.17
城市维护建设税	32.67	8.46	12.27
教育费附加	18.81	5.00	7.36
地方教育费附加	13.22	3.33	4.91
印花税	1.61	0.47	-
合计	615.26	150.22	37.08

报告期各期末,公司应交税费主要为增值税及企业所得税。

(8) 其他应付款

①其他应付款基本情况

报告期各期末,公司其他应付款具体情况如下:

单位:万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应付利息	-	-	4.09
其他应付款	720.69	523.48	172.27
其中:预提费用款	449.92	210.79	98.29
保证金、押金款项	86.79	30.79	2.87
借款	-	177.71	-
其他	148.87	55.92	63.26
设备款	35.11	48.27	7.86
合计	720.69	523.48	176.36

公司其他应付款为主要为预提费用款及保证金、押金款项等。

其他项主要为计提的残疾人保障金。2020 年,其他项金额较大主要系代扣

吴天文个人所得税税款。

②预提费用情况

报告期各期末，公司预提费用的主要内容及构成情况如下：

单位：万元

项目	2020. 12. 31.		2019. 12. 31.		2018. 12. 31.
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
个人报销款	45.70	51.02%	30.26	84.62%	16.39
运输费	115.70	211.94%	37.09	56.10%	23.76
食堂费用	63.69	-	-	-	-
中介费	83.06	322.70%	19.65	-	-
租赁费与水电费	52.75	39.37%	37.85	46.59%	25.82
维修费用	37.07	-2.34%	37.96	-	-
其他	51.95	8.27%	47.98	48.45%	32.32
预提费用	449.92	113.44%	210.79	114.45%	98.29

2019 年末，预提费用较 2018 年末增加 112.50 万元，主要是净胜模具于 2019 年纳入合并报表。2019 年末，净胜模具预提费用为 107.86 万元，是预提费用增长的主要原因。

2020 年末，预提费用较 2019 年末增加 239.13 万元、增长幅度 113.44%，增长原因是：

a、北京秒新于 2020 年纳入合并报表范围，2020 年末，北京秒新公司预提费用余额 46.56 万元；

b、2020 年 9 月开始，公司将职工食堂交由第三方承包，预提食堂费用 63.69 万元；

c、2020 年，由于业务规模提升，公司生产人员短缺。因此，公司委托劳务中介招聘工人，预提劳务中介费用提升；

d、2020 年末，预提运输费 115.70 万元，较 2019 年末增长 78.61 万元，其中北京秒新预提运输费 26.86 万元。剔除北京秒新影响后，2020 年 11 月-12 月，公司预提运费的产品数量为 53.08 万台，对应预提运费为 88.84 万元；2019

年11月-12月,公司预提运费的产品数量为21.88万台,对应预提运费为37.09万元,公司预提运费规模和出库的产品数量相匹配,具有合理性。

综上,报告期内,发行人其他应付款-预提费用款的变动具有合理性,和业务规模相匹配。

(9) 一年内到期的非流动负债

报告期各期末,公司一年内到期的非流动负债分别为0、153.85万元和133.00万元,均为应付融资租赁款,由净胜模具融资租赁形成。

3、非流动负债分析

报告期各期末,公司非流动负债金额分别为29.01万元、87.37万元、269.10万元,包括预计负债、长期应付款、递延所得税负债,具体情况如下:

单位:万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
长期应付款	26.92	0.96	-
预计负债	158.51	86.40	29.01
递延所得税负债	83.66	-	-
合计	269.10	87.37	29.01

(1) 长期应付款

报告期各期末,公司的长期应付款金额分别为0万元、0.96万元、26.92万元,数额较小,系净胜模具融资租赁形成。

(2) 预计负债

报告期各期末,公司的预计负债金额分别为29.01万元、86.40万元、158.51万元,主要是公司提取的产品质量保证金。公司根据合同约定的质量保证条款,结合历史实际情况,对因产品质量问题预计可能发生的质量保证费用采用预提方法计提质量保证金。

报告期内,公司计提质保费用及实际发生情况如下:

单位:万元

期间	计提质保费用	占营业收入比例	实际发生质保费用	预计负债期末余额
2020年度	97.28	0.15%	25.17	158.51

期间	计提质保费用	占营业收入比例	实际发生质保费用	预计负债期末余额
2019 年度	57.45	0.15%	0.06	86.40
2018 年度	29.02	0.10%	0.01	29.01

2018 年度，公司按 0.10%计提质保费用 29.02 万元；2019 年及 2020 年，考虑国内客户收入规模提升及自有品牌产品线上销售增加、退换货频率及金额增长等因素，预计后续发生质量保证支出的可能性加大，基于谨慎性原则合理估计，公司将质保费用计提比率提高至 0.15%。

（3）递延所得税负债

报告期各期末，公司的递延所得税负债为 0 万元、0 万元、83.66 万元，2020 年末，递延所得税负债系公司收购北京秒新时资产评估增值形成。

（二）偿债能力分析

1、主要偿债能力指标分析

报告期各期，公司的主要偿债能力指标如下：

指标	2020.12.31 /2020 年度	2019.12.31 /2019 年度	2018.12.31 /2018 年度
资产负债率（合并）	47.35%	41.60%	50.22%
资产负债率（母公司）	47.61%	43.65%	53.71%
流动比率（倍）	1.90	2.20	1.89
速动比率（倍）	1.50	1.84	1.58
息税折旧摊销前利润（万元）	9,911.58	5,681.82	1,747.22
利息保障倍数（倍）	53.80	69.66	36.74

报告期各期末，公司流动比率、速动比率均高于 1，资产负债率位于合理水平内，息税折旧摊销前利润规模较大，利息保障倍数较高，反映企业良好的偿债能力。

2、偿债能力的同行业比较分析

公司偿债能力与同行业上市公司的比较如下：

项目	公司名称	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动比率（倍）	莱克电气	1.74	2.04	1.93
	新宝股份	1.41	1.45	1.37

项目	公司名称	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
	奥佳华	1.88	1.26	1.65
	均值	1.67	1.58	1.65
	发行人	1.90	2.20	1.89
速动比率(倍)	莱克电气	1.47	1.73	1.52
	新宝股份	1.08	1.04	1.01
	奥佳华	1.51	0.89	1.31
	均值	1.35	1.22	1.28
	发行人	1.50	1.84	1.58
资产负债率	莱克电气	51.62%	40.50%	37.82%
	新宝股份	51.15%	46.90%	45.07%
	奥佳华	46.89%	44.29%	44.60%
	均值	49.89%	43.90%	42.50%
	发行人	47.35%	41.60%	50.22%

报告期内，公司流动比率、速动比率、资产负债率均处于同行业合理水平。

(三) 所有者权益分析

报告期内，公司的所有者权益变动情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
股本	3,124.54	2,700.00	2,700.00
资本公积	10,173.82	2,360.78	1,667.40
盈余公积	1,973.58	1,230.06	789.33
未分配利润	17,284.31	10,696.33	6,417.13
归属于母公司股东权益合计	32,556.26	16,987.17	11,573.86
少数股东权益	928.69	692.14	-
股东权益合计	33,484.94	17,679.31	11,573.86

报告期内，公司的所有者权益合计分别为 11,573.86 万元、17,679.31 万元、33,484.94 万元。一方面：由于公司营收规模逐年扩张，公司资本实力得到增强，所有者权益呈现快速上升趋势；另一方面，2020 年，王野行、横琴佳创、天津金米等对公司增资，导致公司股本及资本公积增加。

(四) 报告期内股利分配情况

公司 2020 年 3 月 29 日召开 2019 年年度股东大会通过 2019 年度利润分配方案：公司以 2019 年年末 2,700 万股本为基础，按照 0.21 元/股向股东派发股利，

共计 567.00 万元，上述分红于 2020 年 4 月实施完毕。

(五) 现金流量分析

报告期各期，公司现金流量的简要情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
经营活动产生的现金流量净额	8,316.46	5,423.84	2,751.99
投资活动产生的现金流量净额	5,006.26	-5,233.89	-6,385.04
筹资活动产生的现金流量净额	8,983.23	-602.74	1,055.22
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-1,290.07	-101.89	-131.07
现金及现金等价物净增加额	21,015.88	-514.68	-2,708.90
加：期初现金及现金等价物余额	4,773.31	5,287.99	7,996.89
期末现金及现金等价物余额	25,789.19	4,773.31	5,287.99

1、经营活动产生的现金流量分析

(1) 经营活动产生的现金流量变动情况

报告期内，公司经营活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	62,825.15	37,183.41	29,802.41
收到的税费返还	3,459.24	3,022.14	2,908.75
收到其他与经营活动有关的现金	414.58	118.68	317.49
经营活动现金流入小计	66,698.97	40,324.23	33,028.66
购买商品、接受劳务支付的现金	46,907.91	27,170.72	23,449.39
支付给职工以及为职工支付的现金	7,852.91	4,772.30	4,737.81
支付的各项税费	1,355.90	734.65	829.70
支付其他与经营活动有关的现金	2,265.78	2,222.72	1,259.78
经营活动现金流出小计	58,382.50	34,900.39	30,276.67
经营活动产生的现金流量净额	8,316.46	5,423.84	2,751.99

公司经营活动产生的现金流入主要由销售商品收到的现金构成，经营活动产生的现金支出主要用于采购原材料、支付职工薪酬及支付税费，整体情况良好，与公司业务发展相匹配。

报告期各期，公司销售商品收到的现金分别为 29,802.41 万元、37,183.41 万元和 62,825.15 万元，分别占当期营业收入的 102.74%、97.08%和 96.80%，与营

业收入基本持平，收现率较高，公司主营业务总体销售现金回笼情况良好。

(2) 经营活动产生的现金流量净额与净利润的关系

报告期内，公司经营活动现金流量与净利润的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
净利润	7,836.01	4,729.07	1,328.03
加：信用减值损失	35.31	18.31	-
资产减值损失	115.39	110.62	118.19
固定资产折旧	475.40	248.03	272.43
无形资产摊销	64.36	37.91	16.42
长期待摊费用摊销	35.80	1.50	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失 (收益以“－”号填列)	-	-	-
固定资产报废损失(收益以“－”号填列)	1.44	0.87	-
公允价值变动损失(收益以“－”号填列)	-384.28	-712.85	792.87
财务费用(收益以“－”号填列)	1,497.59	177.03	137.38
投资损失(收益以“－”号填列)	-	-	796.26
递延所得税资产减少(增加以“－”号填列)	-32.88	248.06	-239.42
递延所得税负债增加(减少以“－”号填列)	83.66	-	-
存货的减少(增加以“－”号填列)	-7,438.62	-359.39	-540.69
经营性应收项目的减少(增加以“－”号填列)	-4,654.73	-671.42	1,125.49
经营性应付项目的增加(减少以“－”号填列)	10,682.01	1,596.10	-1,054.97
其他	-	-	-
经营活动产生的现金流量净额	8,316.46	5,423.84	2,751.99
经营活动现金流量净额与净利润的比例	106.13%	114.69%	207.22%

报告期各期，公司经营性现金流量净额与净利润的比例分别为 207.22%、114.69%和 106.13%，公司经营性现金流量充足，回收账款良好。

2、投资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司投资活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
收回投资收到的现金	30,463.50	26,711.00	16,851.85
取得投资收益收到的现金	639.26	307.79	112.76
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回	0.03	0.18	-

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
的现金净额			
收到其他与投资活动有关的现金	-	1,504.50	-
投资活动现金流入小计	31,102.79	28,523.46	16,964.61
购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	1,707.94	613.44	180.09
投资支付的现金	21,793.25	31,812.25	20,896.85
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	2,595.34	858.03	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	473.63	2,272.70
投资活动现金流出小计	26,096.53	33,757.35	23,349.65
投资活动产生的现金流量净额	5,006.26	-5,233.89	-6,385.04

报告期各期，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-6,385.04 万元、-5,233.89 万元和 5,006.26 万元。其中，收回投资收到的现金、投资支付的现金为赎回、购买信托理财产品产生的现金流量。2018 年、2019 年投资活动产生的现金流量净额差异较小，投资活动现金流入与流出规模相匹配。与报告期前两年相比，2020 年公司投资活动产生的现金流量净额增幅较大，主要系减少信托理财产品的购买，增加信托理财产品的赎回。

3、筹资活动产生的现金流量

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
吸收投资收到的现金	8,378.07	-	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	331.25		
取得借款收到的现金	11,022.43	2,921.39	6,571.71
收到其他与筹资活动有关的现金	-	58.27	-
筹资活动现金流入小计	19,400.49	2,979.66	6,571.71
偿还债务支付的现金	6,059.65	3,504.73	4,863.01
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	707.56	77.67	35.61
支付其他与筹资活动有关的现金	3,650.06	-	617.88
筹资活动现金流出小计	10,417.27	3,582.40	5,516.50
筹资活动产生的现金流量净额	8,983.23	-602.74	1,055.22

报告期各期，随着公司产销规模的扩大，公司资金需求增加，公司除通过商业信用、自身积累解决生产经营管理所需资金外，还通过吸收投资、银行借款筹集所需资金。

综上,报告期内,公司经营状况良好,经营活动现金流量较为充沛,公司现金及现金等价物净增加额主要来源于经营活动产生的现金流量,总体现金流量状况良好。

(六) 未来可预见的重大资本性支出

除本次发行募集资金投资项目外,公司无其他可预见的重大资本项目支出计划,本次发行募集资金的有关投资详见本招股说明书“第九节募集资金运用与未来发展规划”的相关内容。

(七) 持续经营能力分析

1、对公司持续经营能力产生重大不利影响因素

对公司持续经营能力产生重大不利影响的危险因素具体情况详见本招股说明书“第四节 危险因素”。

2、管理层对公司持续经营能力自我评判

公司主要从事健康环境电器的设计、研发、生产及销售,主要产品包括空气净化器、新风机、暖被机等。公司的业务以面向美国市场的 ODM 业务为主,近年来,公司亦积极开拓境内市场及自主品牌业务。

管理层认为,公司目前业务稳健发展,产品品类丰富、主要客户合作紧密,未来将根据行业发展趋势,坚持以客户需求为导向,持续加大研发投入和技术创新,提升产品竞争力,增强客户黏性。综上,公司具备良好持续经营能力与持续盈利能力。

十五、报告期内重大投资、资本性支出、重大资产业务重组或股权收购合并事项

(一) 重大投资或资本性支出

报告期各期,公司购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 180.09 万元、613.44 万元和 1,707.94 万元,系购买机器设备等与主营业务密切相关的固定资产相关支出,为公司未来业务规模及盈利能力增长奠定基础。

(二) 重大资产业务重组情况及股权收购事项

具体详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人重大资产重组情况”。

十六、审计截止日后的主要经营状况

本招股说明书已披露财务报告的审计截止日为 2020 年 12 月 31 日。自审计截止日至本招股说明书签署日,公司所从事的行业未发生重大变化,公司的采购、生产、销售模式没有发生重大变化,整体经营状况正常良好。

十七、资产负债表日后事项、或有事项、其他重要事项以及重大担保诉讼情况

(一) 资产负债表日存在的重要或有事项

截至 2020 年 12 月 31 日,公司无需要披露的重要或有事项。

(二) 资产负债表日后事项

2021 年 3 月 25 日,公司与深圳市创思成科技有限公司签订《非住宅房屋租赁合同》,合同约定创思成公司将座落于东莞市凤岗镇竹塘村浸校塘工业区利民路 2 号的房屋出租给公司使用,占地面积 13,500 平方米,建筑面积 16,710 平方米。租赁期限自 2021 年 4 月 1 日起至 2041 年 3 月 31 日止;租金为 256,500 元/月,每 5 年上浮 5%。

截至招股说明书签署之日,本公司不存在其他应披露的资产负债表日后事项。

(三) 其他重要事项

截至本招股说明书签署日,公司不存在需要披露的其他事项。

第九节 募集资金运用与未来发展规划

一、本次募集资金运用情况

(一) 本次募集资金投资项目概况

公司本次发行募集资金投向经公司第二届董事会第八次会议及 2021 年第二次临时股东大会审议通过。本次募集资金扣除发行费用后，将全部用于与公司主营业务相关的投资项目及补充流动资金，具体如下：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资金额	拟投入募集资金金额
1	智能家居电器建设项目	50,056.98	50,056.98
2	研发中心建设项目	5,028.45	5,028.45
3	补充流动资金	5,000.00	5,000.00
合计		60,085.43	60,085.43

在本次募集资金到位前，公司将根据上述募集资金投资项目的实际进度，以自筹资金开展。募集资金到位后，可用于置换前期投入的自筹资金以及支付项目剩余款项。

若本次发行实际募集资金大于上述投资项目的资金需求，超过部分将根据中国证监会、深圳证券交易所的有关规定及公司《募集资金管理制度》的要求进行管理和使用；若实际募集资金不能满足上述项目的资金需求，公司将依法自筹资金予以补足。

(二) 募集资金投资项目的备案及环评情况

公司本次募集资金投资项目的立项备案、环评文件批复情况如下：

序号	项目名称	项目备案情况	环评批复/备案
1	智能家居电器建设项目	广东省企业投资项目备案证 (2105-441900-04-01-139341)	尚未取得
2	研发中心建设项目	广东省企业投资项目备案证 (2104-441900-04-05-168512)	不适用
3	补充流动资金	不适用	不适用

截至本招股说明书签署之日，公司智能家居电器建设项目、研发中心建设项

目均已取得项目备案证。

对研发中心建设项目，根据生态环境部颁布的《建设项目环境影响评价分类管理名录》（2021年1月1日开始施行），该募投项目无需办理环保影响评价。

对智能家居电器建设项目，该项目正在办理土地使用权证，尚未取得主管部门出具的环评批复。公司正在积极办理相关手续，预计取得相关批复不存在实质性障碍。

（三）募集资金使用管理制度

公司2021年第二次临时股东大会审议通过了《募集资金管理制度》，对于募集资金的存储、募集资金的使用、募集资金用途变更以及募集资金管理与监督制定了具体规定。

根据《募集资金管理制度》，公司募集资金将存放于董事会设立的专项账户集中管理，募集资金到账后一个月内与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订募集资金专户存储三方监管协议。

公司将严格按照《上市公司监管指引第2号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》等有关法律、法规以及《公司章程》、《募集资金管理制度》的规定，规范使用募集资金。

（四）募集资金投资项目对公司主营业务发展的贡献、对未来经营战略的影响、对业务创新创造创意的支持作用

公司本次募集资金投资项目均围绕主营业务展开：

智能家居电器建设项目为新建智能家居电器产品产线，扩大生产规模、提高公司生产自动化水平，提升生产工艺及产品质量，并建立集中式仓储场地、设施及自动化物流设备，提升仓储运转效率，属公司现有主营业务及主要产品的产能提升。

研发中心建设项目为公司配置先进的实验设备和检验设备，改善公司的研发环境，建立与公司发展规模相适应的技术研发平台，并招聘高端技术人才，扩充公司研发团队，进一步提升公司技术研发及创新能力。

补充流动资金项目则可满足公司日常业务发展对营运资金的需求,为主营业务发展提供重要支撑。

上述项目均充分依托公司现有业务布局及核心技术,符合行业发展趋势及公司发展规划。上述项目的建设完成,将进一步拓展公司主营产品生产产能、生产效率,提升公司技术研发及创新能力,提高产品的市场竞争力,有利于未来经营战略的实现,增强公司创新创造创意属性。

(五) 募集资金投资项目对同业竞争和独立性的影响

本次募集资金投资项目系公司现有产品产能提升及技术研发升级,不会导致公司与控股股东、实际控制人、主要股东及其关联企业之间产生同业竞争的情形,亦不会对公司的独立性产生不利影响。

二、募集资金投资项目具体情况

(一) 智能家居电器建设项目

1、项目概况

公司拟投资 50,056.98 万元用于建设智能家居电器建设项目,计划建设 7 条自动化生产线、5 条非自动化生产线、4 条 PCBA 电子线及配套测试设备,形成年产 325 万台的智能家居电器生产能力。通过本项目的实施,公司将进一步扩充智能家居电器产品的产能,强化公司的产能优势,提高公司生产自动化水平、生产工艺及产品质量,并建立集中式仓储场地、设施及自动化物流设备,提升仓储运转效率,从而巩固公司竞争优势和行业地位。

该项目建设期为 3 年,拟由净诺科技在广东省东莞市樟木头镇实施。

2、项目实施的必要性分析

(1) 扩充公司产能,满足不断增长的市场需求

近年来,随着人们收入水平及健康意识的不断提升,对生活环境的要求也相应提高,空气净化器等健康环境电器作为集消费升级、健康消费及提升生活品质于一身的产品,市场空间和需求较大。公司专注于健康环境电器的设计、研发、

生产及销售,2018年至2020年,公司营业收入分别为29,007.70万元、38,303.28万元及64,903.68万元,年复合增长率为49.58%,收入增长迅速。随着公司销售规模不断扩大,产能不足逐步显现,生产能力不足制约了公司未来的发展。

本项目拟新建厂房,引进先进的设备,通过生产线的扩充和优化,丰富产品线,扩大产能规模。本项目新增空气净化器、暖被机、新风机及加湿器等智能家居电器325万台,满足市场需求的快速增长,提高产品市场占有率,进一步增强公司在智能家居电器领域的竞争力。

(2) 有利于提升生产自动化水平,提高生产效率

公司在家居环境电器尤其是空气净化器领域经营多年,积累了丰富的生产制造经验,在技术水平、生产工艺、生产规模等方面具有一定优势。公司现有的生产线由于建设较早,部分工序的设备自动化和智能化程度较低,无法满足公司未来发展的需要。

本项目在现有生产模式的基础上,增加了自动化生产设备投入,达产后,新建成的部分组装生产线的自动化程度将得到显著提升,有利于提高公司生产效率、降低人工成本。

(3) 建立集中式仓储场地、设施及自动化物流设备,提升仓储运转效率

公司现有的仓储容量较小且较为分散,自动化程度偏低,不利于货物运转效率的提升。随着公司业务规模进一步扩大,公司现有的仓储能力将难以满足未来业务发展需要,仓储能力不足的弊端将愈发明显,公司亟需新建集中式仓储及配套设备设施。通过实施本项目,公司将建立集中式仓储场地、设施及自动化物流设备,有效提升仓储运转效率及管理水平,从而提高公司市场竞争力。

3、项目实施的可行性分析

(1) 广阔的市场前景,是项目实施坚实的市场基础

近年来,随着人们收入水平及健康意识的不断提升,对生活环境的要求也将相应提高,空气净化器等健康环境电器作为集消费升级、健康消费及提升生活品质于一身的产品,市场空间 and 市场需求较大。根据美国市场调研机构 Grand View

Research 统计数据，近年来全球空气净化器市场规模不断扩大，市场规模由 2016 年的 59.1 亿美元增长至 2020 年的 106.7 亿美元，2016-2020 年全球空气净化器市场规模复合年增长率为 15.92%，且预计 2027 年全球空气净化器行业市场规模将达到 246.2 亿美元，2020-2027 年复合增速仍将保持在 12.6% 的较快增长。此外，根据 Grand View Research 的数据，2019 年美国空气净化器市场规模约为 17.5 亿美元，预计到 2027 年市场规模将达到 44.6 亿美元，2020 年到 2027 年的复合增长率为 12.4%。行业广阔的发展前景为项目实施打下了坚实的市场基础。

（2）与优质品牌客户长期稳定的合作，是项目实施的现实基础

公司致力于满足人们对舒适、健康的室内环境的追求，主营业务为空气净化器、新风机、暖被机等健康环境电器的设计、研发、生产及销售。公司凭借多年积累的产品研发、工业设计和生产制造能力，与众多国际知名环境电器品牌商建立了长期稳定的合作关系，主要海外客户包括 Guardian、Newell、Blueair、Bedjet、Tion。近年来，公司积极拓展国内市场，逐步与华为智选、荣耀亲选、小米生态链的企业建立了良好的合作关系，客户包括柒贰零、神州数码、七十迈等。

与优质的品牌客户资源建立的长期稳定合作关系，为本项目的实施提供了必要的现实基础。

（3）丰富的行业经验及较强的技术研发实力，是本项目实施的根本前提

公司自设立以来，专注于空气净化器等健康环境电器的设计、研发、生产及销售，是一家定位于提供专业定制方案及服务，并逐步向品牌端延伸的高新技术企业。通过多年来持续的自主研发和创新，积累了多项应用于主营业务产品的核心技术。公司雄厚的技术研发实力和科技成果转化能力，可确保公司针对行业发展趋势和客户实际需求，迅速开发安全可靠、质量稳定的新型产品，满足客户需求，为本项目提供了技术支持，是本项目实施的根本前提。

4、项目投资概算

本项目总投资为 50,056.98 万元，具体投资情况如下：

序号	项目	金额（万元）	占比
1	场地投入	27,129.20	54.20%

序号	项目	金额（万元）	占比
1.1	土地购置费用	4,710.51	9.41%
1.2	建设成本	15,021.85	30.01%
1.3	装修费用	7,396.84	14.78%
2	软硬件设备投入	13,886.93	27.74%
2.1	新增设备投入	12,839.43	25.65%
2.2	新增软件投入	1,047.50	2.09%
3	工程建设其他费用	1,354.75	2.71%
4	预备费	1,803.14	3.60%
5	铺底流动资金	5,882.96	11.75%
总投资		50,056.98	100.00%

5、项目实施进度计划

本项目的实施主体为净诺科技。项目建设期为3年，具体实施进度安排如下所示：

序号	进度阶段	T1				T2				T3			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	准备工作及设计												
2	土建工程												
3	装修、水电工程												
4	设备软件购置与安装												
5	人员招聘与培训												
6	试运行与验收												

6、项目环境保护情况

本项目产生的污染物主要为生产过程中产生的少量固体废物、少量废气，以及生活污水、生活固体废物，对环境的影响较低。

截至本招股说明书签署之日，本项目尚未取得环评批复文件，公司正积极办理，预计取得相关批复不存在实质性障碍。

7、项目投资收益情况

本项目建成完全达产后，年均实现营业收入102,320.61万元，年均实现净利润12,678.17万元，本项目内部收益率为18.63%（税后），项目静态投资回收期为7.20年（税后，含建设期）。

(二) 研发中心建设项目

1、项目概况

本项目预计投资总额为 5,028.45 万元,通过配置先进的实验设备和检验设备,扩大研发中心办公面积以及招聘高端技术人才,进一步改善公司的研发环境,建立与公司发展规模相适应的技术研发平台,以全面提升公司技术研究及创新能力。

该项目建设期为 2 年,拟由净诺科技在广东省东莞市凤岗镇竹塘上围村实施。

2、项目实施的必要性分析

(1) 增强现有产品的研发能力,巩固核心竞争力

环境清洁电器行业技术发展迅速,与之相关的工业设计、新材料、人工智能、远程控制、智能家居技术及产品更新换代较快。如果公司未来不能保持持续的研发投入,用来进行产品的更新迭代、进行先进技术的研究开发,提高技术水平,则可能面临技术落后的风险。

通过本项目建设,公司将进一步构建研发场所及设施,购置先进的研发、检测设备以及软件,引进专业技术人才,加速产品的创新升级,在产品技术、能效方面更好的达到客户要求,把握行业技术发展趋势,提高公司产品的市场竞争力。

(2) 为拓宽产品类别进行技术和人才储备,挖掘新的盈利增长点

近年来,发行人持续加大研发投入,推动产品结构的优化升级,不断开发新的技术和拓展新的产品,如暖被机、新风机、加湿器等。通过本项目建设,公司新建的研发实验室及测试设施设备、引进的专业技术人才可为公司新的产品类别的研发进一步提供资源保障,挖掘公司新的盈利增长点。

3、项目实施的可行性分析

公司自设立以来,专注于空气净化器等的健康环境电器的设计、研发、生产及销售,是一家定位于提供专业定制方案及服务,并逐步向品牌端延伸的高新技术企业。通过多年的经验积累,公司在健康环境电器领域积累了雄厚的技术基础,可确保公司针对行业发展趋势和客户实际需求,迅速开发安全可靠、质量稳定的新型产品,满足客户需求,确保本项目的顺利实施。

4、项目投资概算

本项目预计投资总额为 5,028.45 万元，具体投资情况如下：

序号	项目	金额（万元）	比例
1	场地及装修投入	669.80	13.32%
2	软硬件设备投入	1,970.44	39.19%
2.1	设备投入	1,458.44	29.00%
2.2	软件投入	512.00	10.18%
3	项目实施费用	2,256.20	44.87%
4	预备费	132.01	2.63%
合计		5,028.45	100.00%

5、项目实施进度计划

本项目的实施主体为净诺科技。项目建设期为 2 年，具体实施进度安排如下所示：

项目进度安排	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
场地设计及准备												
装修、水电工程												
设备、软件购置及安装调试												
人员培训												
试运行与验收												

6、项目环境保护情况

本项目对环境影响较小，产生噪音以及部分生活污水和固体废物，在采取相应的环保措施后将满足我国环保法规所规定的排放标准。

7、项目投资收益情况

本项目属于技术研发类项目，项目实施后购建的研发场所设施及设备，以及形成的技术成果主要为公司的生产经营使用，不直接产生经济效益。本项目的建设将进一步改善公司的研发环境，建立与公司发展规模相适应的技术研发平台，以全面提升公司技术研究及创新能力，增强公司产品竞争力。

(三) 补充流动资金

1、项目概况

为满足公司业务发展对营运资金的需求,提升公司抗风险能力,公司拟将5,000.00万元募集资金用于补充公司日常生产经营所需的流动资金。

2、补充流动资金的合理性与必要性

公司主营业务为空气净化器、新风机、暖被机等健康环境电器的设计、研发、生产及销售。公司的业务经营依赖于充足的流动资产及运营资金。报告期内,公司营运资本分别为10,399.68万元、14,998.67万元及26,857.67万元,随着公司业务规模的扩大,公司生产经营对营运资金的需求不断增加。

本次募集资金补充流动资金,可在一定程度上满足公司经营发展带来的资金需求,提高公司偿债能力和市场竞争力,促进公司长期稳定发展。

3、流动资金的管理安排

公司已建立募集资金专项储备制度,将用于补充流动资金的募集资金存放于董事会决定的专户集中管理,其存放、使用、变更、管理与监督将根据公司《募集资金管理制度》进行。对于用于补充流动资金的募集资金,公司将根据实际经营活动及发展规划,合理安排使用进度和金额,确保募集资金的安全高效使用。

4、对公司财务状况及经营成果的影响

本次募集资金补充流动资金后,公司净资产将有所增加,资产负债率将会降低,有利于提高公司偿债能力和资产流动性,进而降低流动性风险,提升公司的资金实力,对公司的经营产生积极影响。同时,公司保有的充足流动资金,可根据业务发展需求适时加大技术研发、产能扩张等投入,提高公司持续盈利能力。

三、募集资金运用对公司财务状况及经营成果的影响

(一) 对公司财务状况的影响

本次发行募集资金到位后,公司的总资产、净资产规模和每股净资产预计将大幅增长,资产负债率下降,资本结构进一步得到优化。公司将拥有更充裕的营

运资金,能够增强公司的抗风险能力和可持续发展能力,从而为公司实现发展战略提供有利保障。

(二) 对公司经营成果的影响

本次募集资金投资项目中智能家居电器建设项目具有较好的盈利前景,达产后将进一步提高公司的盈利能力。研发中心建设项目可进一步提升公司技术研发及创新能力,补充流动资金项目则可满足公司业务增长对营运资金的需求。研发中心建设项目及补充流动资金项目均为主营业务发展提供重要支撑,可以间接促进公司经营业绩的提升。

四、公司未来发展规划

(一) 公司总体发展战略

公司主营业务为空气净化器、新风机、暖被机等健康环境电器的设计、研发、生产及销售。

业务模式方面,公司业务模式以 ODM 业务为主, OEM 及自主品牌业务为辅。未来,公司将依托多年积累的技术优势、生产工艺优势、客户资源优势等核心优势,强化 ODM 业务的行业竞争力,增强研发实力、生产制造能力及供应链管理能力和能力,为全球品牌客户提供专业化定制方案及服务;同时,公司将积极拓展自主品牌业务,提升品牌运营能力,提升自主品牌知名度及市场占有率,不断拓展自主品牌业务收入占比,形成 ODM 业务与自主品牌业务协同发展的业务格局。

产品品类方面,发行人收入主要来源于空气净化器产品的销售。报告期内,发行人持续加大研发投入,推动产品结构的优化升级,不断开发新的技术和拓展新的产品,如暖被机、新风机、加湿器等,未来,公司将继续加大对新的健康环境电器品类的研发投入与布局,形成多品类的产品协同发展,满足不同消费群体对不同品类产品的需求。

(二) 公司为实现战略目标已采取的措施及实施效果

1、技术研发

(1) 采取的措施

公司是空气净化器制造领域的领先企业,自设立以来深耕空气净化器行业十余年,积累了丰富的行业经验。公司为高新技术企业,始终坚持自主研发为主的技术创新体系,重视产品研发及技术创新,通过组建专业的研发团队,建立完备的产品开发体系,形成了较强的自主研发能力和优秀的工业设计能力。

公司研发团队与客户保持密切沟通,根据客户需求进行定制化研发,并根据公司对市场趋势的前瞻性预判进行先行研发,提出从单一配件到模块化组件的整体技术解决方案,有效提升产品的研发及生产效率、降低生产成本,与优质客户的协同发展机制使得公司的研发与技术不断领先。

此外,公司制定的《研发部项目管理激励办法》与《知识产权激励管理制度》约定了研发成果奖及绩效考核量化机制,对核心技术人员的科研成果予以奖励,并将其绩效考核结果与研发工作情况相挂钩。

(2) 实施效果

公司坚持技术创新,通过多年来持续自主研发,积累了多项应用于主营业务产品的核心技术,提高能效的空气净化技术、提升用户体验的消音降噪技术及智能控制平台技术在内的三大技术体系,并用于生产公司主营业务产品。

截至本招股说明书签署日,公司现有境内外专利 88 项,软件著作权 21 项。公司自主品牌产品荣获红点设计奖、iF 设计奖、南山奖等多个国内外奖项。相关专利在公司的产品工业设计、产品功能等方面得到充分应用。

2、客户拓展

(1) 采取的措施

报告期内,公司主要通过 ODM 模式为品牌客户提供专业化定制方案及服务。公司可根据客户委托需求,进行产品的设计、研究开发并及时组织生产。同时,公司结合最新的技术研究成果,向老客户提出迭代升级建议或新品推介,深度参与到客户健康环境电器产品的发展规划中,从而与客户建立长期稳定的合作关系。此外,公司凭借多年积累的产品研发、工业设计和生产制造能力,公司通过展会、互联网或客户转介绍等多种途径积极拓展国内外知名品牌客户。

(2) 实施效果

凭借丰富的行业经验、较强的研发设计能力以及优秀的品质管控能力,公司已成为空气净化器领域领先的生产制造商,与 Guardian、Newell、Blueair 等众多国际知名环境电器品牌商建立了长期稳定的合作关系,并成为其供应链中主要的供应商,形成了较高的客户粘性和相互依存关系。此外,近年来公司积极拓展国内市场,已与华为智选、荣耀亲选、小米生态链的企业建立了良好的合作关系,进一步提升公司的盈利能力及抗风险能力。

(三) 未来规划采取的措施

1、业务拓展及产能扩充计划

公司本次募集资金投资项目包含智能家居电器建设项目,通过上述生产建设项目的实施,公司将进一步扩充智能家居电器产品的产能,强化公司的产能优势,提高公司生产自动化水平、生产工艺及产品质量,并建立集中式仓储场地、设施及自动化物流设备,提升仓储运转效率,从而巩固公司竞争优势和行业地位。

2、技术研发创新计划

公司本次募集资金投资项目包含研发中心建设项目,通过本项目建设,公司将进一步构建研发场所及设施,购置先进的研发、检测设备以及软件,引进专业技术人才,加速产品的创新升级,在产品技术、能效和交期方面更好的达到客户要求,把握行业技术发展趋势,提高公司产品的市场竞争力。

3、融资计划

本次发行上市后,公司将加强募集资金管理,合理、高效地安排资金使用。同时,公司将根据业务发展需求,选择适当的时机,充分利用资本市场及各金融机构进行股权、债权等多渠道融资,以获取满足公司可持续发展业务所需要的资金,优化公司的资本结构,实现企业价值及股东利益最大化。

第十节 投资者保护

一、投资者关系的主要安排

为保障投资者尤其是中小投资者的权益，促进公司诚信自律、规范运作，公司已按照《公司法》、《证券法》、中国证监会颁布的上市公司信息披露相关规定及其他适用法律法规、规范性文件的规定，制订了上市后适用的《公司章程（草案）》、《信息披露管理制度》《投资者关系管理制度》等制度，对保障投资者依法享有获取公司信息、取得资产收益、参与重大决策、选择管理者等权利方面作出相关的规定。具体情况如下：

（一）建立健全内部信息披露制度和流程

为保障投资者依法获取公司信息的权利，公司制定了上市后适用的《信息披露管理制度》，对公司信息披露的原则、内容、程序、管理等进行了规定，并对公司管理人员在信息披露和投资者关系管理中的责任和义务进行了明确，具体内容包括：

公司上市后将遵守相关规定，保证披露信息真实、准确、完整、及时、公平，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；公司董事、监事和高级管理人员将忠实、勤勉地履行信息披露职责；建立完善的内幕信息管理制度。

公司保证使用者能够通过经济、便捷的方式获得信息，且信息的披露时间、方式、内容应当符合国家法律、法规、中国证监会和深圳证券交易所的相关规定，并会主动披露行业信息、经营风险和其他重大事项。

公司信息披露工作由董事会统一领导和管理，董事长是公司信息披露的最终负责人；董事会秘书负责组织和协调公司具体信息披露事务，领导董事会办公室完成信息的日常收集和披露工作；董事、监事、高级管理人员将积极配合信息披露相关工作。

（二）投资者沟通渠道的建立

为加强公司与投资者之间的信息沟通，完善公司治理结构，切实保护投资者

特别是社会公众投资者的合法权益,公司结合实际情况,制定了上市后适用的《投资者关系管理制度》,对投资者关系管理作出详细规定。

董事会秘书为公司投资者关系管理负责人,在全面深入了解公司运作和管理、经营状况、发展战略等情况下,负责策划、安排和组织各类投资者关系管理活动。公司设置公告、股东大会、网站、电子邮箱、电话、现场参观等多种与投资者沟通的方式,增进投资者对公司的了解和认同,提升公司治理水平。

(三) 未来开展投资者关系管理的规划

为了加强公司与投资者之间的信息沟通,完善公司治理结构,切实保护投资者特别是社会公众投资者的合法权益,公司将按照《信息披露管理制度》及相关法律法规中的规定,积极开展投资者关系管理工作。

公司负责信息披露和投资者关系的部门为董事会办公室,负责人为董事会秘书王野行先生;联系电话:0769-81900628,电子邮箱:Leo.Wang@jingnuoair.com。

二、发行后的股利分配政策和决策程序及本次发行前后股利分配政策的差异情况

(一) 本次发行上市后的股利分配政策和决策程序

根据经公司 2021 年第二次临时股东大会审议通过的上市后适用的《公司章程(草案)》、《东莞市净诺环境科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市后未来三年股东分红回报规划》,公司本次发行上市后的股利分配政策具体如下:

1、利润分配的原则

公司实施积极的利润分配政策,重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展,保持利润分配政策的一致性、合理性和稳定性,并符合法律、法规的相关规定。公司董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证过程中应当充分考虑独立董事、监事和公众投资者的意见。

2、利润分配的形式

公司可以采取现金、股票或现金与股票相结合的方式分配利润，利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。在符合现金分红的条件下，公司应当优先采取现金分红的方式进行利润分配。

3、现金分红的具体条件

公司实施现金分红时应当同时满足以下条件：

(1) 公司该年度或半年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值、且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；

(2) 公司累计可供分配利润为正值；

(3) 审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告。

4、现金分红的时间间隔和比例

在满足现金分红条件、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司原则上每年年度股东大会召开后进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

为保证利润分配的连续性和稳定性，如无重大投资计划或重大资金支出发生，并且满足现金分红条件时，公司最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%。公司在实施上述现金分配股利的同时，可以派发股票股利。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

(1) 公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

(2) 公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

(3) 公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的, 进行利润分配时, 现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%;

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的, 可以按照前项规定处理。重大投资计划或重大资金支出指以下情形之一:

(1) 公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%, 且超过 5,000.00 万元;

(2) 公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

公司应当及时行使对子公司的股东权利, 根据子公司公司章程的规定, 促成子公司向公司进行现金分红, 并确保该等分红款在公司向股东进行分红前支付给公司。

5、利润分配方案的决策程序及机制

在每个会计年度结束后, 公司管理层、董事会结合公司章程、公司盈利情况、资金需求和股东回报规划提出合理的利润分配预案, 并由董事会制订、修改并审议通过后提交股东大会批准。独立董事应对利润分配方案的制订或修改发表独立意见并公开披露。对于公司当年未分配利润, 董事会在分配预案中应当说明使用计划安排或者原则。

董事会审议现金分红具体方案时, 应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜, 并详细记录管理层建议、参会董事的发言要点、独立董事发表的明确意见、董事会投票表决等情况内容, 形成书面记录作为公司档案妥善保存。董事会审议股票股利利润分配具体方案时, 应当考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

独立董事可以征集中小股东的意见, 提出分红提案, 并直接提交董事会审议。

监事会应当对董事会制订或修改的利润分配方案进行审议, 并经过半数监事通过。若公司年度盈利但未提出现金分红方案, 监事应就相关政策、规划执行情况发表专项说明或意见。监事会应对利润分配方案和股东回报规划的执行情况进

行监督。

股东大会应根据法律法规、公司章程的规定对董事会提出的利润分配方案进行审议表决。为切实保障社会公众股股东参与股东大会的权利,董事会、独立董事和符合条件的股东可以公开征集其在股东大会上的投票权。并应当通过多种渠道(包括但不限于电话、传真、邮箱、互动平台等)主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流,充分听取中小股东的意见和诉求,并及时答复中小股东关心的问题。

6、利润分配政策的制订和修改

公司根据外部经营环境、生产经营情况、投资规划和长期发展的需要确需调整利润分配政策的,调整后的利润分配政策不得损害股东权益、不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定,有关调整利润分配政策的议案需经公司董事会审议后提交公司股东大会批准。

如需调整利润分配政策,应由公司董事会根据实际情况提出利润分配政策调整议案,有关调整利润分配政策的议案,需事先征求独立董事及监事会的意见,利润分配政策调整议案需经董事会全体成员过半数(其中包含 2/3 以上独立董事)表决通过并经半数以上监事表决通过。经董事会、监事会审议通过的利润分配政策调整方案,由董事会提交公司股东大会审议。

董事会需在股东大会提案中详细论证和说明原因,股东大会审议公司利润分配政策调整议案,需经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上审议通过。为充分听取中小股东意见,公司应通过提供网络投票等方式为社会公众股东参加股东大会提供便利,必要时独立董事可公开征集中小股东投票权。

公司保证调整后的利润分配政策不违反中国证监会和证券交易所的有关规定。

(二) 本次发行前后股利分配政策的差异情况

本次发行后的股利分配政策在原有利润分配政策的基础上,对利润分配条件和现金分红比例、股票股利发放条件、利润分配方案的决策机制等进行了更细致的规定,有利于维护公司全体股东特别是中小股东的利益。

三、本次发行前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序

本次发行前公司的滚存利润由发行后新老股东按照发行后的股份比例共享。

四、股东投票机制

为维护中小股东的利益，完善公司法人治理结构，规范发行人选举董事、监事行为，公司制定了《东莞市净诺环境科技股份有限公司累积投票制实施细则》。公司股东大会就选举董事、监事进行表决时，实行累积投票制。前述累积投票制是指股东所持的每一有效表决权股份拥有与该次股东大会应选董事、监事总人数相等的投票权，股东拥有的投票权等于该股东持有股份数与应选董事、监事总人数的乘积。股东可以集中投票选举一位候选董事、监事，也可以分散行使投票权，各候选人在得票数超过出席股东大会股东所持股份总数的 $1/2$ （含 $1/2$ ，以未累积的股份数为准）的前提下最后按得票多少依次决定当选董事、监事。

第十一节 其他重要事项

一、重要合同

截至本招股说明书签署之日，公司正在履行的重要合同如下：

(一) 销售合同

根据业务情况，公司与主要客户签订了框架合同。框架合同对产品质量、定价原则、交付方式及付款方式等条款作出具体规定，不对具体的销售金额进行约定。客户在实际采购需求发生时，向公司下达具体订单。

截至本招股说明书签署之日，公司正在履行的报告期内的前五大客户销售合同情况如下：

序号	客户名称	合同类型	合同标的	签署日期	合同有效期
1	Guardian	框架合同	空气净化器	2013.12.01	长期有效
2	Newell	框架合同	空气净化器	2010.01.01	长期有效
3	柒贰零	框架合同	空气净化器	2020.07.06	长期有效
4	Blueair	框架合同	空气净化器	2019.08.12	长期有效
5	Tion	框架合同	新风机	2021. 08. 02	2021. 08. 02-2022. 12. 31
6	Bedjet	框架合同	暖被机	2014.06.18	长期有效

(二) 采购合同

根据业务情况，公司一般与主要供应商签订框架合同。框架合同对产品质量、定价原则、交付方式及付款方式等条款作出具体规定，不对具体的采购金额进行约定。公司在实际采购需求发生时，向供应商下达具体订单。

截至本招股说明书签署之日，公司正在履行的报告期内前五大供应商采购合同情况如下：

序号	供应商名称	合同类型	合同标的	签署日期	合同有效期
1	Columbus	框架合同	过滤材料	2021.04.15	长期有效
2	携创电机	框架合同	电机	2019.09.26	长期有效
3	佛山阿波罗	框架合同	过滤材料	2020.06.29	2020.06.29-2023.06.29

序号	供应商名称	合同类型	合同标的	签署日期	合同有效期
4	玉佳塑胶	框架合同	塑胶结构件	2019.03.05	长期有效
5	中山洁鼎	框架合同	过滤材料	2019.03.22	长期有效
6	广东维尔	框架合同	塑胶结构件	2018.08.01	长期有效
7	上品健康	框架合同	过滤材料	2019.03.11	长期有效
8	东莞宝晟	框架合同	塑胶结构件	2018.07.04	长期有效
9	深圳富恒	框架合同	塑胶原料	2019.03.20	长期有效
10	东莞润荣	框架合同	塑胶结构件	2019.03.22	长期有效

（三）物业租赁合同

截至本招股说明书签署之日，公司对经营活动、财务状况或未来发展等具有重要影响的正在履行的重要租赁合同情况如下：

承租方	出租方	年租金（万元）	租赁期间
净诺科技	创思成	307.80	2021.4.1-2041.3.31

（四）土地使用权出让合同

截至本招股说明书签署之日，公司对经营活动、财务状况或未来发展等具有重要影响的正在履行的土地使用权出让合同情况如下：

受让方	出让方	出让价格（万元）	面积（m ² ）	位置
净诺科技	东莞市凤岗镇竹塘上围股份经济合作社	2,404.38	15,512.10	东莞市凤岗镇竹塘上下围工业区9号

（五）借款合同

截至本招股说明书签署之日，公司对经营活动、财务状况或未来发展等具有重要影响的借款合同（借款余额大于1,000万元）情况如下：

借款人	贷款人	合同内容	借款余额（万元）	担保措施
净诺科技	花旗银行（中国）有限公司深圳分行	协议约定授信额度为人民币3,000万元以及结算前风险额度100万美元	1,472.57	吴天文、苏琛及香港安德迈和深圳安德迈提供保证担保，发行人提供保证金质押
净诺科技	汇丰银行（中国）有限公司深圳分行	协议约定授信额度为人民币5,000万元以及财资产品额度100万美元	4,732.71	吴天文、苏琛及香港安德迈提供保证担保，发行人提供保证金质押

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署之日,除发行人对合并报表范围内的子公司担保、以及子公司对发行人的担保外,发行人不存在已经承诺或正在履行的对外担保事项。

三、重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署之日,公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生重大影响的未决诉讼或仲裁事项。公司控股股东或实际控制人、控股子公司,发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员均不存在作为一方当事人可能对公司产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

四、发行人董事、监事及高级管理人员报告期内重大违法行为

报告期内,公司董事、监事、高级管理人员不存在涉及行政处罚的情况,不存在被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况。

五、发行人控股股东、实际控制人报告期内重大违法行为

报告期内,公司控股股东、实际控制人不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪,不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

六、与本次发行上市相关的承诺事项

(一) 关于规范并减少关联交易的承诺

1、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员关于规范并减少关联交易的承诺

控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员承诺如下:

“(1)本人已按照法律法规及证监会的有关规定对关联方和关联交易的情况进行了完整、详尽的披露,除已披露的关联方、关联交易外,不存在其他按照法律法规及证监会的有关规定需要披露的关联方、关联交易事项。

(2) 在本人作为发行人实际控制人/董事/监事/高级管理人员期间, 本人及本人控制或任职的企业将尽量避免与发行人发生关联交易; 对于不可避免的关联交易, 本人及本人控制或任职的企业将严格按照《公司法》、《证券法》、《东莞市净诺环境科技股份有限公司章程》和《关联交易管理办法》等的规定, 在平等、自愿的基础上, 按照公平、公正以及等价有偿的原则进行, 并按照有关规定及时履行信息披露义务、配合办理审批程序, 保证不通过关联交易转移、输送利益, 损害发行人及其他股东的合法权益。

(3) 涉及本人及本人控制或任职的企业的关联交易事项, 本人将严格按照《东莞市净诺环境科技股份有限公司章程》及相关规范性法律文件的要求, 在相关董事会和股东大会中回避表决, 不利用本人控股股东/实际控制人/董事/监事/高级管理人员的地位, 为本人在与公司关联交易中谋取不正当利益。

(4) 本承诺同样适用于本人关系密切的家庭成员(包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母) 及其控制或任职的企业等重要关联方, 本人将在合法的权限内促成以上企业及上述人员履行承诺。

(5) 若因违反上述承诺, 给发行人及其他股东造成经济损失的, 本人将承担相应法律责任。”

2、持股 5%以上的股东关于规范并减少关联交易的承诺

公司持股 5%以上的股东安泰德以及作为一致行动人合计持股 5%以上的股东天津金米、武汉顺赢、武汉顺宏承诺如下:

“(1) 本企业已按照法律法规及证监会的有关规定对关联方和关联交易的情况进行了完整、详尽的披露, 除已披露的关联方、关联交易外, 不存在其他按照法律法规及证监会的有关规定需要披露的关联方、关联交易事项。

(2) 在本企业作为发行人的股东期间, 本企业及本企业控制的企业将尽量避免与发行人发生关联交易; 对于不可避免的关联交易, 本企业及本企业控制的企业将严格按照《公司法》、《证券法》、《东莞市净诺环境科技股份有限公司章程》和《关联交易管理办法》等的规定, 在平等、自愿的基础上, 按照公平、公正以

及等价有偿的原则进行，并按照有关规定及时履行信息披露义务、配合办理审批程序，保证不通过关联交易转移、输送利益，损害发行人及其他股东的合法权益。

（3）涉及本企业及本企业控制的企业的关联交易事项，本企业将严格按照《东莞市净诺环境科技股份有限公司章程》及相关规范性法律文件的要求，在相关董事会和股东大会中回避表决，不利用本企业作为发行人股东的地位为本企业在与公司关联交易中谋取不正当利益。

（4）若因违反上述承诺，给发行人及其他股东造成经济损失的，本人将承担相应法律责任。”

（二）关于避免同业竞争的承诺

公司控股股东及实际控制人吴天文、苏琛承诺如下：

“（1）截至承诺函签署之日，本人及直接或间接控制的除净诺科技以外的其他企业均未直接或间接从事任何与净诺科技现有业务构成竞争或可能构成竞争的业务；

（2）如净诺科技认定本人或相关企业有从事与净诺科技经营业务构成或可能构成竞争的业务，则本人或相关企业将在净诺科技提出异议后及时将相关业务终止或转让给无关联第三方。如净诺科技提出受让相关业务请求，则本人或相关企业应按经有证券期货从业资格的中介机构审计或评估后的公允价格将相关业务和资产优先转让给净诺科技或其控制的公司；

（3）自本承诺函签署之日起，本人或相关企业将不会以任何形式直接或间接地从事与净诺科技经营业务构成竞争或可能构成竞争的业务；

（4）本人或相关企业如从事新的有可能涉及与净诺科技构成竞争的业务，则有义务就该新业务通知净诺科技及其下属企业。如该新业务可能构成与净诺科技的同业竞争，在净诺科技提出异议后，本人或相关企业应及时将该业务终止或转让给无关联第三方。如净诺科技认为该新业务有利于净诺科技的发展，则本人或相关企业应优先将该业务转让给净诺科技经营；

（5）自本承诺函签署之日起，本承诺函为不可撤销且持续有效，直至本人或相关企业不再成为对净诺科技直接或间接拥有权益的主要股东为止；

(6) 如承诺函被认定为不真实或违反本承诺函, 则本人将赔偿净诺科技由此遭受的所有损失。”

(三) 关于股份锁定的承诺

1、控股股东、实际控制人股份锁定的承诺

公司控股股东及实际控制人吴天文、苏琛承诺如下:

“(1) 自净诺科技股票在深圳证券交易所上市交易之日起 36 个月内, 不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的净诺科技公开发行股票前已发行的股份, 也不由净诺科技回购该等股份。

在前述限售期满后, 本人在净诺科技担任董事、高级管理人员期间, 每年转让的股份不超过本人直接或间接持有的净诺科技股份总数的 25%, 离职后半年内, 不转让本人直接或间接所持有的净诺科技的股份。

本人所持股份在锁定期届满后 2 年内, 若本人拟减持净诺科技公开发行股票前已发行的股份, 减持价格不低于发行价(若净诺科技股票上市后出现派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息事项, 最低减持价格将相应调整); 如净诺科技上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价, 或者上市后 6 个月期末(如该日不是交易日, 则该日后第一个交易日)收盘价低于发行价, 本人持有的前述股份的锁定期自动延长 6 个月。

在公司首次公开发行股票上市之日起 6 个月内申报离职的, 自申报离职之日起 18 个月内不转让本人直接持有的公司股份; 在公司首次公开发行股票上市之日起第 7 个月至第 12 个月之间申报离职的, 自申报离职之日起 12 个月内不转让本人直接持有的公司股份。

(2) 本人不因职务变更、离职等原因而放弃履行上述减持价格和延长锁定期限的承诺。

(3) 本人将遵守中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于股份减持相关规定。如相关法律、行政法规、中国证券监督管理委员会和深圳证券交易所对本人直接或者间接持有的公司股份的转让、减持另有要求的, 则本人将按相关要求执行。

“（4）如本人未履行上述承诺出售股票的，减持所得的收益归属净诺科技所有；致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。”

2、安泰德股份锁定的承诺

安泰德承诺如下：

“（1）自净诺科技股票在深圳证券交易所上市交易之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的净诺科技公开发行股票前已发行的股份，也不由净诺科技回购该等股份。

本企业所持股份在锁定期届满后 2 年内，若本企业拟减持净诺科技公开发行股票前已发行的股份，减持价格不低于发行价（若净诺科技股票上市后出现派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息事项，最低减持价格将相应调整）；如净诺科技上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本企业持有的前述股份的锁定期自动延长 6 个月。

（2）本企业将遵守中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于股份减持相关规定。如相关法律、行政法规、中国证券监督管理委员会和深圳证券交易所对本企业直接或者间接持有的公司股份的转让、减持另有要求的，则本企业将按相关要求执行。”

3、其他股东股份锁定的承诺

公司股东天津金米、武汉顺赢、武汉顺宏、横琴佳创、横琴一雨、横琴联时、横琴京实、宁波骁锐、张小有、张斌、谢毅书、魏立军承诺如下：

“（1）本企业/本人自 2020 年取得净诺科技发行股票并办理工商变更登记之日起 36 个月内，且自净诺科技股票在深圳证券交易所上市交易之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本企业/本人直接或间接持有的净诺科技公开发行股票前已发行的股份，也不由净诺科技回购该等股份。

（2）本企业/本人将遵守中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于股份减持相关规定。如相关法律、行政法规、中国证券监督管理委员会和深圳证券交易所对本企业直接或者间接持有的公司股份的转让、减持另有要求的，则本企

业/本人将按相关要求执行。”

4、董事、监事、高级管理人员股份锁定的承诺

公司董事周冬冬、监事梁东华、郑运芳、高级管理人员袁晓红、陈瑞、贺伦军承诺如下：

“（1）本人自净诺科技股票在深圳证券交易所上市交易之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的净诺科技公开发行股票前已发行的股份，也不由净诺科技回购本人直接或间接持有的净诺科技公开发行股票前已发行的前述股份。

在前述限售期满后，本人在净诺科技担任董事、监事或高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人直接或间接持有的净诺科技股份总数的 25%，离职后半年内，不转让本人直接或间接所持有的净诺科技股份。

本人所持股份在锁定期届满后 2 年内，若本人拟减持净诺科技公开发行股票前已发行的股份，减持价格不低于发行价（若净诺科技股票上市后出现派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息事项，最低减持价格将相应调整）；如净诺科技上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本人持有的前述股份的锁定期自动延长 6 个月。本人不因职务变更、离职等原因而放弃履行上述减持价格和延长锁定期限的承诺。

在公司首次公开发行股票上市之日起 6 个月内申报离职的，自申报离职之日起 18 个月内不转让本人直接持有的公司股份；在公司首次公开发行股票上市之日起第 7 个月至第 12 个月之间申报离职的，自申报离职之日起 12 个月内不转让本人直接持有的公司股份。

（2）本人将遵守中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于股份减持相关规定。如相关法律、行政法规、中国证券监督管理委员会和深圳证券交易所对本人直接或者间接持有的公司股份的转让、减持另有要求的，则本人将按相关要求执行。”

5、股东及高级管理人员股份锁定的承诺

公司股东、高级管理人员王野行承诺如下：

“（1）本人自 2020 年取得净诺科技发行股票并办理工商变更登记之日起 36 个月内，且自净诺科技股票在深圳证券交易所上市交易之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的净诺科技公开发行股票前已发行的股份，也不由净诺科技回购该等股份。

在前述限售期满后，本人在净诺科技担任董事、监事或高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人直接或间接持有的净诺科技股份总数的 25%，离职后半年内，不转让本人直接或间接所持有的净诺科技股份。

在公司首次公开发行股票上市之日起 6 个月内申报离职的，自申报离职之日起 18 个月内不转让本人直接持有的公司股份；在公司首次公开发行股票上市之日起第 7 个月至第 12 个月之间申报离职的，自申报离职之日起 12 个月内不转让本人直接持有的公司股份。

本人所持股份在锁定期届满后 2 年内，若本人拟减持净诺科技公开发行股票前已发行的股份，减持价格不低于发行价（若净诺科技股票上市后出现派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息事项，最低减持价格将相应调整）；如净诺科技上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本人持有的前述股份的锁定期自动延长 6 个月。本人不因职务变更、离职等原因而放弃履行上述减持价格和延长锁定期限的承诺。

（2）本人将遵守中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于股份减持相关规定。如相关法律、行政法规、中国证券监督管理委员会和深圳证券交易所对本人直接或者间接持有的公司股份的转让、减持另有要求的，则本人将按相关要求执行。”

（四）关于持股意向及减持意向的承诺

1、控股股东、实际控制人持股意向及减持意向的承诺

公司控股股东及实际控制人吴天文、苏琛承诺如下：

“本人所持发行人股票锁定期满后，在符合相关法律法规、中国证监会相关规定及其他对其有约束力的规范性文件规定并同时满足下述条件的情形下，根据自身需要择机择量减持本人所持有的发行人股票：

(1)首次公开发行股票并上市锁定期满后两年内原则上不减持发行人股票。如确因改善生活需要本人所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。期间如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权、除息事项，上述发行价相应调整。

减持方式为通过证券交易所竞价交易、大宗交易或协议转让等交易所允许的方式。本人将在减持前至少 3 个交易日通知发行人并予以公告，减持价格不低于发行价，并将按《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》和其他法律、法规、其他规范性文件和证券交易所相关业务规则的要求执行。

(2)如果中国证监会和深圳证券交易所对持股及减持另有特别规定，按照中国证监会和深圳证券交易所的规定执行。”

2、持股 5%以上的股东持股意向及减持意向的承诺

公司持股 5%以上的股东安泰德以及作为一致行动人合计持股 5%以上的股东天津金米、武汉顺赢、武汉顺宏承诺如下：

“本企业所持发行人股票锁定期满后，在符合相关法律法规、中国证监会相关规定及其他对其有约束力的规范性文件规定并同时满足下述条件的情形下，根据自身需要择机择量减持本企业所持有的发行人股票：

(1)如本企业拟在锁定期满后减持股票的，将严格遵守中国证监会、深圳证券交易所等关于股东减持的相关规定，审慎制定股票减持计划，通过合法方式进行减持，按照相关规定及时、准确地履行信息披露义务。

(2)如果中国证监会和深圳证券交易所对持股及减持另有特别规定，按照中国证监会和深圳证券交易所的规定执行。”

3、董事、高级管理人员持股意向及减持意向的承诺

公司董事周冬冬以及高级管理人员袁晓红、陈瑞、贺伦军、王野行承诺如下：

“本人所持发行人股票锁定期满后，在符合相关法律法规、中国证监会相关规定及其他对其有约束力的规范性文件规定并同时满足下述条件的情形下，根据自身需要择机择量减持本企业所持有的发行人股票：

(1) 如本人拟在锁定期满后减持股票的，将严格遵守中国证监会、深圳证券交易所等关于股东减持的相关规定，审慎制定股票减持计划，通过合法方式进行减持，并通过发行人在减持前3个交易日通知公司并予以公告，按照相关规定及时、准确地履行信息披露义务。

(2) 本人所持股份在锁定期届满后2年内，若本人拟减持净诺科技公开发行股票前已发行的股份，减持价格不低于发行价（若净诺科技股票上市后出现派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息事项，最低减持价格将相应调整）；如净诺科技上市后6个月内如公司股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后6个月期末（如该日不是交易日，则该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本人持有的前述股份的锁定期自动延长6个月。

(3) 如果中国证监会和深圳证券交易所对持股及减持另有特别规定，按照中国证监会和深圳证券交易所的规定执行。”

4、监事持股意向及减持意向的承诺

公司监事梁东华、郑运芳承诺如下：

“本人所持发行人股票锁定期满后，在符合相关法律法规、中国证监会相关规定及其他对其有约束力的规范性文件规定并同时满足下述条件的情形下，根据自身需要择机择量减持本企业所持有的发行人股票：

(1) 如本人拟在锁定期满后减持股票的，将严格遵守中国证监会、深圳证券交易所等关于股东减持的相关规定，审慎制定股票减持计划，通过合法方式进行减持，并通过发行人在减持前3个交易日通知公司并予以公告，按照相关规定及时、准确地履行信息披露义务。

(2) 如果中国证监会和深圳证券交易所对持股及减持另有特别规定, 按照中国证监会和深圳证券交易所的规定执行。”

(五) 关于上市后稳定股价的预案和承诺

1、发行人关于上市后稳定股价的承诺

发行人承诺如下:

“自本公司股票在深圳证券交易所创业板上市交易之日起三年之内, 当股票收盘价连续 20 个交易日低于最近一期经审计的每股净资产时, 在公司回购股份的行为符合相关法律、法规规定且不会导致上市公司股权结构不符合上市条件的前提下, 公司将严格按照《东莞市净诺环境科技股份有限公司上市后三年内稳定股价的预案》的相关规定, 启动稳定股价措施的预案, 履行回购公司股票义务。”

2、控股股东、实际控制人关于上市后稳定股价的承诺

公司控股股东及实际控制人吴天文、苏琛承诺如下:

“(1) 自发行人股票在深圳证券交易所创业板上市交易之日起三年内, 当股票收盘价连续 20 个交易日低于最近一期经审计的每股净资产时, 在本人增持发行人股份的行为符合相关法律、法规规定, 不会迫使发行人控股股东或实际控制人履行要约收购义务且不会导致上市公司股权结构不符合上市条件的前提下, 本人将严格按照《东莞市净诺环境科技股份有限公司上市后三年内稳定股价的预案》的相关规定, 启动稳定股价措施的预案, 履行股票增持义务。

(2) 发行人股东大会对回购股份进行决议时, 本人承诺就该等事宜投赞成票。”

3、董事、高级管理人员关于上市后稳定股价的承诺

公司董事吴天文、苏琛、周冬冬、蒋文, 高级管理人员袁晓红、陈瑞、贺伦军、王野行承诺如下:

“自发行人股票在深圳证券交易所创业板上市交易之日起三年内, 当股票收盘价连续 20 个交易日低于最近一期经审计的每股净资产时, 在本人增持发行人股份的行为符合相关法律、法规规定且不会导致上市公司股权结构不符合上市条

件的前提下,本人严格将按照《东莞市净诺环境科技股份有限公司上市后三年内稳定股价的预案》的相关规定,启动稳定股价措施的预案,履行股票增持义务。”

(六) 关于切实履行填补回报措施的承诺

1、发行人关于切实履行填补回报措施的承诺

为填补发行人首次公开发行股票并上市可能导致的投资者即期回报减少,发行人承诺:本次发行及上市后将采取多方面措施提升公司的盈利能力与水平,尽量减少因本次发行及上市造成的每股收益摊薄的影响,具体措施如下:

“(1) 优化资本配置,提升资本使用的有效性及合理性

本公司为提高资本使用效率,对资本进行合理、科学、有效配置,实现公司发展最大化的资本配置,使募集资金尽快获得投资回报,降低上市后即期回报被摊薄的风险。

“(2) 进一步完善利润分配制度,强化投资者回报制度

《公司章程(草案)》明确了本公司利润分配政策等事宜,并根据《上市公司监管指引第3号—上市公司现金分红》明确了本公司利润分配的顺序、形式、决策程序、现金分红的条件及最低分红比例,强化了中小投资者权益保障机制,便于投资者形成稳定的回报预期。

为明确本公司本次发行上市后对新老股东权益分红的回报,进一步细化《公司章程(草案)》中关于利润分配政策的条款,增强利润分配决策的透明度和可操作性,公司制定了《东莞市净诺环境科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市后未来三年股东分红回报规划》。本次发行完成后,将按照法律法规的规定和《公司章程(草案)》,在符合利润分配条件的情况下,积极推动对股东的利润分配,有效维护和增加对股东的回报。

“(3) 扩大业务规模,保持适度杠杆水平,促进净资产收益率提升

本次募集资金到位后,本公司将合理安排募集资金运用,保持适度杠杆水平,扩大资产规模,加大业务投入,强化协同效应,加强风控合规能力。从而进一步提高公司净资产回报率,更好地回报广大股东。

(4) 强化募集资金管理，保证募集资金合理规范使用

为规范本公司本次发行上市后募集资金的使用与管理，确保募集资金的使用规范、安全、高效，根据《公司法》、《证券法》、《上市公司监管指引第2号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等法律、行政法规、部门规章、规范性文件，本公司制定了《首次公开发行股票募集资金运用方案及其可行性研究报告的议案》、《东莞市净诺环境科技股份有限公司募集资金管理制度》等相关议案和制度。本公司将严格完善风险防控体系、规范流程操作、提升风险专业管理水平，积极配合监管银行和保荐机构对募集资金使用的检查和监管。

(5) 提高运营效率，降低运营成本

本公司将进一步完善对于销售、研发、生产等部门的管理，通过优化人力资源配置、完善业务流程、配置先进自动化生产设备、改革绩效考核机制等手段，充分挖掘内部潜能，提升各部门的运作效率。未来公司还将合理运用各种融资工具和渠道，控制公司资金成本，节省财务费用支出。同时加强成本管理并强化预算执行监督，控制各项费用支出，全面有效地控制公司经营和管控风险，提升经营效率和营运能力。”

2、控股股东、实际控制人关于切实履行填补回报措施的承诺

公司控股股东及实际控制人吴天文、苏琛承诺如下：

“（1）本人将不会越权干预发行人经营管理活动，不侵占发行人利益。

（2）本人承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害发行人利益；

（3）本人承诺对职务消费行为进行约束；

（4）本人承诺不动用发行人资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

（5）本人承诺由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩；

（6）若发行人后续推出发行人股权激励政策，本人承诺拟公布的发行人股

权激励的行权条件与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩；

（7）自本承诺出具日至发行人本次首次公开发行股票实施完毕前，若中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。

（8）本人承诺切实履行发行人制定的有关填补回报措施以及对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若违反该等承诺并给发行人或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对发行人或者投资者的补偿责任。

前述承诺是无条件且不可撤销的。若本人前述承诺存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本人将对发行人或股东给予充分、及时而有效的补偿。本人若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意按照中国证监会和证券交易所等证券监管机构发布的有关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关管理措施。”

3、董事、高级管理人员关于切实履行填补回报措施的承诺

公司董事、高级管理人员承诺如下：

“（1）本人承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害发行人利益；

（2）本人承诺对职务消费行为进行约束；

（3）本人承诺不动用发行人资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

（4）本人承诺由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩；

（5）若发行人后续推出发行人股权激励政策，本人承诺拟公布的发行人股权激励的行权条件与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩；

（6）自本承诺出具日至发行人本次首次公开发行股票实施完毕前，若中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺；

(7) 本人承诺切实履行发行人制定的有关填补回报措施以及对此作出的任何有关填补回报措施的承诺, 若违反该等承诺并给发行人或者投资者造成损失的, 本人愿意依法承担对发行人或者投资者的补偿责任。

前述承诺是无条件且不可撤销的。若本人前述承诺存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏, 本人将对发行人或股东给予充分、及时而有效的补偿。本人若违反上述承诺或拒不履行上述承诺, 本人同意按照中国证监会和证券交易所等证券监管机构发布的有关规定、规则, 对本人作出相关处罚或采取相关管理措施。”

(七) 关于信息披露责任的承诺

1、发行人关于信息披露责任的承诺

发行人承诺如下:

“ (1) 若公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏, 对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的:

①若届时本公司首次公开发行的 A 股股票尚未上市的, 中国证监会或其他有权部门认定本公司存在上述情形后, 本公司将根据相关法律、法规规定的程序, 按照发行价并加算银行同期存款利息回购首次公开发行的全部 A 股;

②若届时本公司首次公开发行的 A 股股票已上市交易的, 中国证监会或其他有权部门认定本公司存在上述情形后, 本公司董事会将召集股东大会审议关于回购首次公开发行的全部 A 股股票的议案, 回购价格的确定将以发行价为基础并参考相关市场因素确定。

(2) 如本公司因主观原因违反上述承诺, 则本公司将依法承担相应法律责任。如公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏, 致使投资者在证券交易中遭受损失的, 公司将依法赔偿投资者损失。在该等违法事实被中国证监会或其他有权部门认定后, 公司将本着积极协商、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则, 对投资者直接遭受的、可测算的经济损失, 选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解及设立投资者赔偿基金等方式进行赔偿。

(3) 若本次公开发行股票招股说明书被中国证监会或其他有权部门认定

为有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，在公司收到相关认定文件后 2 个交易日内，相关各方应就该等事项进行公告，并在前述事项公告后及时公告相应的回购新股、购回股份、赔偿损失的方案的制定和进展情况。

（4）若公司未及时履行上述承诺，将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述回购、赔偿措施向股东和社会公众投资者道歉，并按中国证监会及其他有权部门认定的实际损失向投资者进行赔偿。”

2、控股股东、实际控制人关于信息披露责任的承诺

公司控股股东及实际控制人吴天文、苏琛承诺如下：

“（1）如公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将在中国证监会或其他有权机关就公司存在上述重大信息披露瑕疵作出有法律效力的决定或认定后及时按照届时有有效的法律、法规、规范性文件的规定及中国证监会等有权机关的要求购回已转让的原限售股份（如有），回购价格（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，按照深圳证券交易所的有关规定作复权处理）不低于首次公开发行的价格。

（2）如公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。在中国证监会或人民法院等有权部门就赔偿主体、赔偿范围、赔偿对象作出最终决定前，本人将本着积极协商、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，对投资者直接遭受的、可测算的经济损失，选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解及设立投资者赔偿基金等方式进行赔偿。

（3）若本人未及时履行上述承诺，将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述回购、赔偿措施向股东和社会公众投资者道歉；并在违反上述承诺发生之日起 5 个工作日内，停止在发行人处领取股东分红，同时持有的发行人股份将不得转让，直至按上述承诺采取相应措施并实施完毕时为止。”

3、董事、监事、高级管理人员关于信息披露责任的承诺

公司董事、监事、高级管理人员承诺如下：

“(1) 如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失，并已由有权部门作出行政处罚或人民法院作出相关判决的，将依照相关规定以及公司作出的相关承诺赔偿投资者损失，确保投资者的合法权益得到有效保护。

(2) 在司法机关等有权机关就赔偿责任主体、赔偿范围、赔偿对象作出最终决定前，本人将本着积极协商、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，对投资者直接遭受的、可测算的经济损失，选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解及设立投资者赔偿基金等方式进行赔偿。

(3) 若本人未及时履行上述承诺，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述赔偿措施向公司股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述赔偿措施发生之日起停止在公司领取薪酬（或津贴）及股东现金分红（如有），同时其持有的公司股票（如有）将不得转让，直至其按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。

(4) 本人不因职务变更、离职等原因而放弃履行上述承诺。”

(八) 关于履行承诺约束措施的承诺

1、发行人关于履行承诺约束措施的承诺

发行人承诺如下：

“(1) 公司在首次公开发行股票并上市过程中作出或披露的公开承诺构成公司的义务，若未能履行，则：

① 本公司将在股东大会、证券交易场所的网站和符合国务院证券监督管理机构规定条件的媒体上公开说明未履行承诺的具体原因以及未履行承诺时的补救及改正情况并向股东和社会公众投资者道歉；

② 本公司将及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，以尽可能保护本公司及投资者的权益，并经本公司董事会将上述补充承诺或替代性承诺提交股东大会审议。

③ 如果因本公司未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失

的，本公司将依法向投资者赔偿相关损失。

A、在证券监督管理部门或其他有权部门认定公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的，公司将按照中国证监会等有权部门的要求启动赔偿投资者损失的相关工作。

B、投资者损失根据与投资者协商确定的金额，或者依据证券监督管理部门、司法机关认定的方式或金额确定。

④本公司将对出现该等未履行承诺行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员采取调减或停发薪酬或津贴等措施（如该等人员在本公司领薪）。

（2）如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司无法控制的客观原因导致本公司承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本公司将采取以下措施：

①及时、充分披露本公司承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

②向本公司的投资者提出补充承诺或替代承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序），以尽可能保护投资者的权益。”

2、控股股东、实际控制人关于履行承诺约束措施的承诺

公司控股股东及实际控制人吴天文、苏琛承诺如下：

“（1）如本人的承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等发行人无法控制的客观原因导致的除外），本人将采取以下措施：

①通过发行人及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

②向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益；

③将上述补充承诺或替代承诺提交发行人股东大会审议；

④本人违反承诺所得收益将归属于发行人，因此给发行人或投资者造成损失的，将依法对发行人或投资者进行赔偿，并按照下述程序进行赔偿：

A、将本人应得的现金分红由发行人直接用于执行未履行的承诺或用于赔偿因未履行承诺而给发行人或投资者带来的损失；

B、若本人在未完全履行承诺或赔偿完毕前进行股份减持，则需将减持所获资金交由发行人董事会监管并专项用于履行承诺或用于赔偿，直至本人承诺履行完毕或弥补完发行人、投资者的损失为止。

(2) 如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致本人承诺未能履行、确已无法履行或者无法按期履行的，本人将采取以下措施：

①通过发行人及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

②向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人投资者的权益。”

3、董事、监事、高级管理人员关于履行承诺约束措施的承诺

董事、监事、高级管理人员承诺如下：

“（1）如本人的承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等发行人无法控制的客观原因导致的除外），本人将采取以下措施：

①通过发行人及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

②向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益；

③将上述补充承诺或替代承诺提交发行人股东大会审议；

④本人违反承诺所得收益将归属于发行人，因此给发行人或投资者造成损失的，将依法对发行人或投资者进行赔偿。如果本人从发行人处领取薪酬的，则同

意发行人停止向本人发放薪酬，并将此直接用于执行本人未履行的承诺或用于赔偿因未履行承诺而给发行人或投资者带来的损失。

（2）如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致本人承诺未能履行、确已无法履行或者无法按期履行的，本人将采取以下措施：

①通过发行人及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

②向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人投资者的权益。”

4、其他股东关于履行承诺约束措施的承诺

股东安泰德、天津金米、武汉顺赢、武汉顺宏、横琴佳创、横琴一雨、横琴联时、横琴京实、宁波骁锐、张小有、张斌、谢毅书、魏立军承诺如下：

“（1）如果本企业/本人未履行招股说明书披露的本企业作出的公开承诺事项，本企业/本人将在公司股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

（2）除不可抗力因素外，本企业/本人未履行相关承诺事项的，本企业直接或间接持有的公司股份（若有）不得转让，直至本企业/本人履行完成相关承诺事项。

（3）如果因本企业/本人未履行相关承诺事项，致使公司或投资者遭受损失的，本企业/本人将依法承担赔偿责任。”

（九）关于利润分配政策的承诺

1、发行人关于利润分配政策的承诺

发行人承诺如下：

“为维护中小投资者的利益，本公司承诺将严格遵守并执行《东莞市净诺环境科技股份有限公司章程（草案）》及《东莞市净诺环境科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市后未来三年股东分红回报规划》中规定的利润分配

政策履行公司利润分配决策程序，并实施利润分配。”

2、控股股东、实际控制人关于利润分配政策的承诺

公司控股股东及实际控制人吴天文、苏琛承诺如下：

“为维护中小投资者的利益，本人承诺将严格遵守并执行《东莞市净诺环境科技股份有限公司章程（草案）》及《东莞市净诺环境科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市后未来三年股东分红回报规划》中规定的利润分配政策履行公司利润分配决策程序，并实施利润分配。本人承诺将根据《公司章程（草案）》及《东莞市净诺环境科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市后未来三年股东分红回报规划》中规定的利润分配政策在公司相关股东大会会议进行投票表决，并督促公司根据相关决议实施利润分配。”

（十）对欺诈发行上市的股份回购和股份买回的承诺

1、发行人关于欺诈发行上市的股份回购和股份买回的承诺

发行人承诺如下：

“本公司保证本次公开发行股票并在创业板上市不存在任何欺诈发行的情形。如本公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，本公司将按照中国证监会等有权部门的要求启动股份回购程序，回购公司本次公开发行的全部新股。”

2、控股股东、实际控制人关于欺诈发行上市的股份回购和股份买回的承诺

公司控股股东及实际控制人吴天文、苏琛承诺如下：

“公司本次公开发行股票并在创业板上市不存在任何欺诈发行的情形。如公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，本人将按照中国证监会等有权部门的要求启动股份回购程序，买回公司本次公开发行的全部新股。”

（十一）关于依法承担赔偿责任或赔偿责任的承诺

1、发行人关于依法承担赔偿责任或赔偿责任的承诺

发行人承诺如下：

“发行人首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。”

2、控股股东、实际控制人关于依法承担赔偿责任或赔偿责任的承诺

公司控股股东及实际控制人吴天文、苏琛承诺如下：

“发行人首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。”

3、董事、监事、高级管理人员关于依法承担赔偿责任或赔偿责任的承诺

董事、监事、高级关联人员承诺如下：

“发行人首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。若因发行人首次公开发行并在创业板上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。”

上述承诺不因为本人职务的变更或离职等原因而改变或无效。”

（十二）对发行申请文件的真实性、准确性和完整性的承诺

1、发行人对发行申请文件的真实性、准确性和完整性的承诺

发行人承诺如下：

“本公司因本次申请公开发行股票提供的全部文件、信息，及为本次申请公开发行股票编制的全部发行申请文件，本公司承诺全部文件、信息和全部发行申

请文件真实、准确、完整，保证不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对此依法承担个别和连带的责任。”

2、控股股东、实际控制人对发行申请文件的真实性、准确性和完整性的承诺

公司控股股东及实际控制人吴天文、苏琛承诺如下：

“本人已仔细阅读了公司为本次申请公开发行股票编制的全部发行申请文件，确信发行申请文件真实、准确、完整，保证不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对此依法承担个别和连带的责任。”

3、董事、监事、高级管理人员对发行申请文件的真实性、准确性和完整性的承诺

董事、监事、高级管理人员承诺如下：

“本人已仔细阅读了公司为本次申请公开发行股票编制的全部发行申请文件，确信发行申请文件的内容真实、准确、完整，不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。”

(十三) 关于制作、出具文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

1、保荐机构承诺

“若本保荐机构为发行人公开发行股票并在创业板上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，在该等事项依法认定后，将依法赔偿投资者损失。”

2、发行人律师承诺

“本所已严格履行法定职责，按照律师行业的业务标准和执业规范，对发行人首次公开发行股票并在创业板上市所涉相关法律问题进行了核查验证，确保制作、出具的文件不存在虚假记载、严重误导性陈述或者重大遗漏。如因本所为发行人首次公开发行股票并在创业板上市制作、出具的申请文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，在该等事项依法认定后，本所将

依法赔偿投资者损失。”

3、审计机构、验资机构、验资复核机构承诺

“因本所为发行人首次公开发行股票并在创业板上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，在该等事项依法认定后，本所将依法赔偿投资者损失。”

4、评估机构承诺

“因本公司为发行人首次公开发行股票并在创业板上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，在该等事项依法认定后，本公司将依法赔偿投资者损失。”

（十四）关于股东信息披露的专项承诺

根据中国证监会于 2021 年 2 月 5 日发布《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》的相关要求，发行人承诺如下：

“1、本公司历史沿革及现有股东不存在股权代持、委托持股等情形，不存在股权争议或潜在纠纷等情形；

2、本公司股东均为具有完全民事权利能力及民事行为能力中国公民/企业，均具有相关法律、行政法规和规范性文件规定的担任股东的主体资格，不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有发行人股份的情形；

3、本公司本次发行所聘用的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有本公司股份或其他权益的情形；

4、本公司及本公司股东不存在以本公司股份进行不当利益输送的情形；

5、本公司及本公司股东已及时向本次发行的中介机构提供了真实、准确、完整的资料，积极和全面配合了本次发行的中介机构开展尽职调查，依法在本次发行的申报文件中真实、准确、完整地披露了股东信息，履行了信息披露义务；

若本公司违反上述承诺，将承担由此产生的一切法律后果。”

(十五) 其他承诺事项

1、控股股东、实际控制人关于厂房权属瑕疵的承诺

公司控股股东及实际控制人吴天文、苏琛承诺如下：

“若因公司及其子公司生产场地及厂房的产权瑕疵、承租的房屋所有权权属瑕疵、出租人权利瑕疵或未办理房屋租赁备案登记等原因而遭受损失或罚款，或导致公司被迫搬迁生产场地，本人将在相关事实发生后全额向公司及其子公司承担其因此产生罚款、搬迁费用和因生产停顿所造成的损失。”

2、控股股东、实际控制人关于社会保险、住房公积金的承诺

公司控股股东及实际控制人吴天文、苏琛承诺如下：

“若因净诺科技及其子公司未为其员工缴纳或足额缴纳社会保险、住房公积金而被政府部门要求补缴社会保险、住房公积金的，本人将无条件按主管部门核定的金额代净诺科技及其子公司补缴相关款项；若因净诺科技及其子公司未为员工缴纳或足额缴纳社会保险、住房公积金而被政府部门处以罚款或被员工要求承担经济补偿、赔偿或使净诺科技及其子公司产生其他任何费用或支出的，本人将无条件代净诺科技及其子公司支付相应的款项，且保证净诺科技及其子公司不因此遭受任何经济损失。”

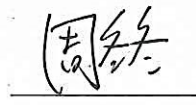
发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

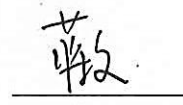
本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,按照诚信原则履行承诺,并承担相应的法律责任。

全体董事签名:

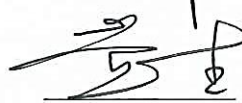

吴天文

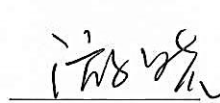

苏琛


周冬冬

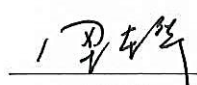

蒋文

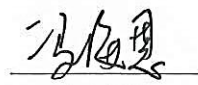

张桂森


黄生


游晓

全体监事签名:


梁东华


冯海恩

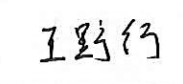

郑运芳

全体非董事高级管理人员签名:


袁晓红


陈瑞


贺伦军


王野行

东莞市净诺环境科技股份有限公司



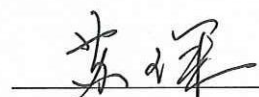
发行人控股股东、实际控制人声明

本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,按照诚信原则履行承诺,并承担相应的法律责任。

控股股东、实际控制人签名:



吴天文



苏琛

东莞市净诺环境科技股份有限公司



保荐机构(主承销商)声明

本公司已对东莞市净诺环境科技股份有限公司招股说明书进行了核查,确认招股说明书的内容真实、准确、完整,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担相应的法律责任。

项目协办人签名: 付书博
付书博

保荐代表人签名: 陈澎
陈 澎

黄磊
黄 磊

董事长、法定代表人签名: 魏庆华
魏庆华



2021年09月02日

保荐机构（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读东莞市净诺环境科技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的全部内容。确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

保荐机构董事长签名：_____

魏庆华



保荐机构（主承销商）总经理声明

本人已认真阅读东莞市净诺环境科技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的全部内容。确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

保荐机构总经理签名：_____ 
张 涛



发行人律师声明

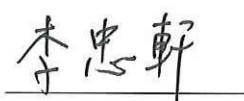
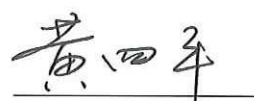
本所及承办律师已阅读招股说明书, 确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及承办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议, 确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏, 并承担相应的法律责任。

律师事务所负责人签名:



王 丽

承办律师签名:


李忠轩
李 亚
黄四平

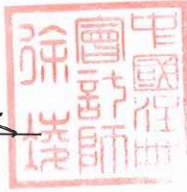
2021 年 9 月 2 日

发行人审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书,确认招股说明书与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等的的内容无异议,确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担相应的法律责任。

经办注册会计师签名:

桑涛 徐凌



会计师事务所负责人签名:

李惠琦



致同会计师事务所(特殊普通合伙)



资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书,确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议,确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担相应的法律责任。

签字资产评估师:



李 辉

(已离职)

李巨林

资产评估机构负责人:

肖 力

中水致远资产评估有限公司



2021年9月2日

关于原签字资产评估师离职的说明

本评估机构就东莞市净诺环境科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市出具资产评估报告的签字资产评估师为李辉、李巨林。目前,李巨林因工作变动已从本公司离职。本所认可李巨林在本所任职期间签字的前述资产评估报告,并承诺将继续承担东莞市净诺环境科技股份有限公司在招股说明书中引用前述资产评估报告的法律责任。

特此说明!

资产评估机构负责人:


肖 力

中水致远资产评估有限公司



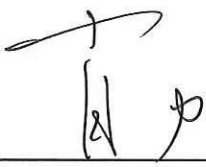
中水致远资产评估有限公司关于吸收合并

北京京都中新资产评估有限公司の説明

北京京都中新资产评估有限公司于 2016 年 10 月 14 日出具了京都中新评报字(2016)第 0207 号《东莞市沃泰家用电器有限公司拟整体改制为股份公司所涉及的公司账面净资产价值评估报告》。根据北京市财政局出具的《北京市财政局关于中水致远资产评估有限公司吸收合并事项予以备案的通知》(京财资产许可[2016]0063 号),中水致远资产评估有限公司吸收合并北京京都中新资产评估有限公司。

特此说明!

资产评估机构负责人:


肖 力

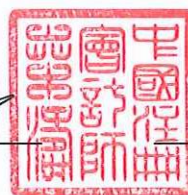
中水致远资产评估有限公司



发行人验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书,确认招股说明书与本机构出具的致同验字(2020)第 441ZC00323 号验资报告、致同验字(2020)第 441ZC00367 号验资报告、致同验字(2020)第 441ZC00395 号验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的上述验资报告的内容无异议,确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担相应的法律责任。

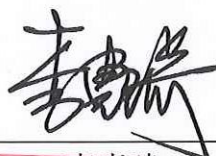
经办注册会计师签名:


桑涛

(已离职)

邓金超

会计师事务所负责人签名:



致同会计师事务所(特殊普通合伙)



2021年9月2日

关于原签字会计师离职的说明

本机构就东莞市净诺环境科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市出具的致同验字(2020)第 441ZC00323 号验资报告、致同验字(2020)第 441ZC00367 号验资报告、致同验字(2020)第 441ZC00395 号验资报告的签字会计师为桑涛、邓金超。目前,邓金超因工作变动已从本机构离职。本机构认可邓金超在本机构任职期间签字的前述验资报告,并承诺将继续承担东莞市净诺环境科技股份有限公司在招股说明书中引用前述验资报告的法律責任。

特此说明!

会计师事务所负责人签名:



致同会计师事务所(特殊普通合伙)



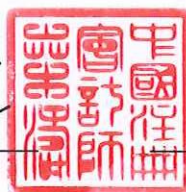
发行人验资复核机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资复核报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资复核报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

经办注册会计师签名：

桑涛

桑涛



徐凌

徐凌



会计师事务所负责人签名：

李惠琦



致同会计师事务所（特殊普通合伙）



2021年9月2日

第十三节 附件

一、备查文件

- （一）发行保荐书；
- （二）上市保荐书；
- （三）法律意见书；
- （四）财务报表及审计报告；
- （五）公司章程（草案）；
- （六）发行人及其他责任主体作出的与本次发行上市相关的承诺事项；
- （七）内部控制鉴证报告；
- （八）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- （九）其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅时间和地点

（一）查阅时间

工作日上午 9:00-11:30，下午 2:00-5:00

（二）查阅地点

1、发行人：东莞市净诺环境科技股份有限公司

地址：东莞市凤岗镇竹塘村浸校塘利民路 2 号

联系人：王野行

联系电话：0769-81900628

传真：0769-81900628

2、保荐机构：东兴证券股份有限公司

地址：北京市西城区金融大街 5 号（新盛大厦）12、15 层

联系人：陈澎

联系电话：010-66555253

传真：010-66555103