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。

广东太力科技集团股份有限公司

Guangdong Taili Technology Group Co.,Ltd.

（中山市石岐区湖滨北路 40 号之二前座）

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：本公司的发行上市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全文作为作出投资决定的依据。

保荐机构（主承销商）

民生证券股份有限公司
MINSHENG SECURITIES CO.,LTD.

（中国（上海）自由贸易试验区浦明路 8 号）

发行人声明

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。

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	本次公司公开发行新股数量不超过 2,707 万股（含 2,707 万股），不低于发行后总股本的 25%，本次发行不涉及股东公开发售股份
每股面值	人民币 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	不超过 10,828 万股
保荐人、主承销商	民生证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

重大事项提示

本公司特别提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书正文内容，并特别关注以下重要事项。

一、发行人、发行人股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺

公司提示投资者认真阅读公司及实际控制人、其他股东、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员以及本次发行的保荐人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，详见本招股说明书“第十节 投资者保护”及“第十三节 附件”之“二、相关承诺的具体内容”。

二、发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序

根据公司 2022 年第四次临时股东大会决议，本次公开发行股票前滚存的未分配利润由公开发行股票并上市后的新老股东依其所持股份比例共同享有。

三、本次发行后的股利分配政策

公司结合投资者的合理回报以及公司的未来发展规划，实施相关利润分配政策，具体情况详见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“二、发行后的股利分配政策”之“（一）发行后股利分配政策和决策程序”。

四、公司提醒投资者特别关注的风险

公司已在本招股说明书“第四节 风险因素”中充分披露公司可能存在的风险，请投资者在评价公司本次发行及作出投资决策时，仔细阅读本招股说明书“第四节 风险因素”的全部内容，慎重考虑各项风险因素。

（一）产品研发风险

公司是一家从事家居收纳用品及相关功能材料研发、生产和销售的企业。家居收纳用品作为一种日用消费品，要获得广大消费者的认可，除了需要具备基本的使用功能和质量要求之外，更重要的是在人们生活水平普遍提高的情况下，在时尚性、功能性、健康性、环保性、趣味性等方面满足消费者日益变化的需求。

因此，研发设计的水平、效率、适销性直接影响公司的经营效率和经营成果。若未来公司在研发过程中没有适时完成产品的更新迭代或者错误的预判消费者需求变化趋势，可能会导致产品不能完全满足消费者日益变化的消费需求，公司产品可能面临滞销风险，从而对经营业绩造成一定不利影响。

（二）第三方电商平台经营风险

公司线上直销主要通过天猫、京东、拼多多、唯品会、抖音、亚马逊等电商平台销售，线上第三方电商平台是公司最主要销售渠道。报告期内，公司线上直销模式实现的主营业务收入分别为 14,152.36 万元、36,128.02 万元、41,317.19 万元、22,925.04 万元，占主营业务收入的比例分别为 39.48%、66.70%、66.96%、67.49%。未来，如果该等电商平台的业务模式、经营策略或经营稳定性发生重大变化，则可能影响公司销售渠道，进而对公司的经营业绩产生不利影响。

（三）电商平台费用大幅上涨的风险

公司主要通过天猫、京东、抖音、亚马逊等电商平台开展线上销售，报告期内公司线上销售主营业务收入分别为 19,417.49 万元、42,614.18 万元、47,740.36 万元和 26,556.03 万元，占公司主营业务收入的比例分别为 54.17%、78.67%、77.37%和 78.18%，占比较高。目前，上述电商平台已逐渐发展成为成熟的开放电商平台，同时随着网购用户增量趋于稳定，互联网流量红利效应逐渐减弱，流量增速放缓，电商竞争加剧，一方面导致公司的线上销售收入增速有所放缓，另一方面电商平台商家的促销推广竞争日趋激烈，公司促销推广成本呈上升趋势。

此类电商平台对卖家在平台上销售商品会收取一定的平台服务费用，公司为扩大线上销售规模亦通过电商平台开展商品宣传、销售推广等活动，随着公司线上销售收入的不断增长，上述电商平台费用也随之增加。报告期内，公司电商平台费用占线上主营业务收入的比例分别为 25.14%、28.38%、29.11%和 28.37%。若未来电商平台所收取的费用标准发生大幅上涨，或公司在上述电商平台的经营情况不及预期，促销推广成本进一步提高，且未能及时拓展其他新兴销售渠道，将可能对公司经营业绩造成一定不利影响。

（四）资产抵押风险

截至 2022 年 6 月 30 日，公司存在固定资产和无形资产抵押情况。其中抵押

固定资产账面价值 8,049.97 万元，抵押土地使用权账面价值 870.01 万元。上述资产抵押合计账面价值 8,919.98 万元，占固定资产和无形资产账面价值合计的比例为 61.10%。上述资产抵押，系为满足运营资金需求，公司及其子公司湖北太力、太力印务、中山简居将所拥有的部分房屋建筑物、土地使用权及机器设备设置了抵押担保向银行申请借款。上述土地使用权、房屋建筑物、机器设备系公司生产经营的重要资产，若未来公司未能及时、足额偿还相关银行借款，将面临抵押权人依法行使抵押权对资产进行限制或处置的风险，从而对公司的持续经营能力产生不利影响。

（五）经营业绩大幅波动的风险

2019 年至 2022 年 1-6 月，公司营业收入分别为 35,947.86 万元、54,628.36 万元、62,297.66 万元和 34,159.30 万元；分别实现归属于母公司的净利润 3,283.72 万元、7,338.37 万元、4,284.85 万元和 4,031.58 万元。

公司 2020 年业绩快速增长，主要系 2020 年把握了电商发展趋势，利用多年积累的产品和品牌优势，实现了营业收入和净利润的大幅增长。2021 年较 2020 年业绩呈下滑趋势，主要受原材料成本上升、股份支付、公司人员扩张和产品结构战略调整所致。如果未来国民经济复苏不达预期，或行业竞争情况出现重大不利变动，公司未来不能及时提供满足市场需求的产品，将导致公司未来业绩存在大幅波动的风险。

五、财务报告审计截止日后至本招股说明书签署日经营状况

财务报告审计基准日至本招股说明书签署日之间，公司总体经营情况良好，公司主要客户、供应商、高级管理人员及其他核心人员均保持相对稳定，经营模式未发生重大变化，未出现对公司产生重大不利影响的事项，亦未出现其他可能影响投资者判断的重大事项。

目 录

发行人声明 1

本次发行概况 2

重大事项提示 3

目 录 6

第一节 释义 11

一、一般释义 11

二、专业释义 13

第二节 概览 16

一、本次发行概况 16

二、发行人及本次发行的中介机构基本情况 17

三、发行人主要财务数据及主要财务指标 17

四、发行人的主营业务经营情况 18

五、发行人创新、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 18

六、发行人选择的具体上市标准 19

七、发行人公司治理特殊安排等重要事项 19

八、募集资金用途 19

第三节 本次发行概况 21

一、本次发行基本情况 21

二、本次发行的有关机构 21

三、发行人与有关中介机构及人员关系的说明 23

四、本次发行上市的重要日期 23

第四节 风险因素 24

一、创新风险和技术风险 24

二、经营风险 25

三、内控风险 28

四、财务风险 28

五、募集资金投资项目风险 30

六、法律风险.....31
七、发行失败风险.....32
八、其他风险.....32
第五节 发行人基本情况.....33
一、发行人基本情况.....33
二、发行人设立情况.....33
三、报告期内发行人股本和股东变化情况、重大资产重组情况.....37
四、发行人在其他证券市场挂牌情况.....41
五、发行人的股权结构.....42
六、发行人控股子公司、参股公司、分公司情况.....42
七、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人情况.....57
八、发行人的股本情况.....61
九、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介.....70
十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况.....74
十一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间是否存在亲属关系.....75
十二、发行人与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员所签订的协议情况及履行情况.....75
十三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近两年变动情况.....76
十四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员对外投资情况.....77
十五、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持股情况...77
十六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬情况.....78
十七、发行人正在执行的董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、员工实行的股权激励及其他制度安排和执行情况.....80
十八、发行人员工情况.....81
第六节 业务与技术.....86
一、公司主营业务情况.....86
二、公司所处行业的基本情况和竞争情况.....109
三、发行人销售情况和主要客户.....147
四、发行人的采购情况和主要供应商.....151

五、公司的主要固定资产和无形资产.....156
六、公司技术和研发情况.....165
第七节 公司治理与独立性.....180
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.....180
二、特别表决权股份或类似安排的情况.....183
三、协议控制架构安排的情况.....183
四、公司内部控制制度情况.....183
五、公司报告期内的违法违规行为及行政处罚情况.....187
六、公司资金占用和对外担保的情况.....187
七、发行人独立运营情况.....187
八、同业竞争情况.....189
九、关联方、关联关系及关联交易.....190
十、关联交易情况.....194
十一、公司境外经营情况.....199
第八节 财务会计信息与管理层分析.....200
一、合并财务报表.....200
二、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.....204
三、审计意见及关键审计事项.....205
四、发行人盈利能力或财务状况的主要影响因素及相关财务或非财务指标分析.....207
五、财务报表的编制基础.....209
六、报告期内采用的主要会计政策和会计估计.....210
七、主要税项与缴纳情况.....244
八、非经常性损益.....247
九、报告期内的主要财务指标.....248
十、同行业可比公司的选取.....250
十一、经营成果分析.....250
十二、财务状况分析.....280
十三、偿债能力、流动性与持续经营能力分析.....296

十四、报告期内重大投资、重大业务资产重组或股权收购合并事项.....306
十五、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、诉讼等事项.....306
十六、审计基准日后主要经营状况.....306
十七、盈利预测报告.....307
第九节 募集资金运用 308
一、募集资金运用概况.....308
二、募集资金投资项目情况.....311
三、公司未来发展规划.....324
第十节 投资者保护 329
一、投资者关系的主要安排.....329
二、发行后的股利分配政策.....330
三、本次发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序.....333
四、股东投票机制的建立情况.....333
五、发行人不存在特别表决权股份、协议控制架构或类似等特殊架构的情形.....334
六、重要承诺事项.....334
第十一节 其他重要事项 335
一、重要合同.....335
二、公司对外担保情况.....338
三、重大诉讼或仲裁事项.....339
四、重大违法行为.....339
第十二节 声明 340
发行人全体董事、监事、高级管理人员声明.....340
发行人控股股东、实际控制人声明.....341
保荐人（主承销商）声明.....342
保荐机构董事长、总经理声明.....343
发行人律师声明.....345
会计师事务所声明.....346
验资及验资复核机构声明.....347

资产评估机构声明.....348
第十三节 附件 349
一、备查文件.....349
二、相关承诺的具体内容.....349
三、查阅时间及地点.....376
附表一：发行人拥有的不动产列表.....377
附表二：发行人拥有的境内注册商标列表.....378
附表三：发行人拥有的中国台湾商标列表.....386
附表四：发行人拥有的境外注册商标列表.....387
附表五：发行人拥有的境内注册专利列表.....389
附表六：发行人拥有的境外注册专利列表.....406
附表七：发行人拥有的著作权列表.....408

第一节 释义

在本招股说明书中，除非文义另有所指，下列简称和术语具有如下特定含义：

一、一般释义

简称	指	释义
发行人、公司、本公司、股份公司、太力科技、太力股份	指	广东太力科技集团股份有限公司
中山太力、太力有限	指	中山市太力家庭用品制造有限公司
湖北太力	指	湖北太力家庭用品制造有限公司
深圳太力	指	深圳市太力科技发展有限公司
中山莱圃	指	中山莱圃新材料有限公司
上海太力	指	上海太力家庭用品有限公司
中山宜尚	指	中山宜尚科技有限公司
中山简居	指	中山市简居家庭用品有限公司
中山乐舟	指	中山市乐舟贸易有限公司
杭州太力	指	杭州太力科技发展有限公司
广州太给力	指	广州太给力传媒科技有限公司
太力印务	指	湖北太力印务有限公司
深圳欣涛	指	深圳市欣涛贸易有限责任公司
简居香港	指	简居香港有限公司
武汉太力	指	武汉太力技术有限公司
美国太力	指	Taili LLC，系发行人报告期内曾经的全资子公司
美国收纳	指	StorageMate,Inc，系发行人报告期内曾经的全资子公司
超彦贸易	指	中山市超彦贸易有限公司
丹信贸易	指	中山市丹信贸易有限公司
泓太贸易	指	中山市泓太贸易有限公司
琼安贸易	指	中山市琼安贸易有限公司
守辉贸易	指	中山市守辉贸易有限公司
益进贸易	指	中山市益进贸易有限公司
婕慧贸易	指	中山市婕慧贸易有限公司
穆洁贸易	指	中山市穆洁贸易有限公司
守登贸易	指	中山市守登贸易有限公司
雁坤贸易	指	中山市雁坤贸易有限公司

中山新正	指	中山市新正股权投资管理中心（有限合伙）
中山魏力	指	中山市魏力股权投资中心（有限合伙）
海宁海睿	指	海宁海睿产业投资合伙企业（有限合伙）
常州铭德	指	常州铭德创业投资合伙企业（有限合伙）
嘉兴栈道	指	嘉兴栈道栈智股权投资合伙企业（有限合伙）
京潭布艺	指	随县京潭布艺制品厂
LEVERLOC	指	发行人旗下自有品牌
Amazon、亚马逊	指	Amazon（亚马逊）美国电子商务公司，最早开始经营电子商务的公司之一
Lazada、来赞达	指	Lazada（来赞达）成立于 2012 年，是东南亚地区最大的在线购物网站之一
Shopee、虾皮	指	Shopee（虾皮）成立于 2015 年，是主要辐射东南亚及中国台湾的电商平台
IKEA、宜家、宜家家居	指	宜家家居公司（Ikea Inc.），主要包括 IKEA Supply AG、宜家采购（上海）有限公司、宜家物流分拨（天津）有限公司、宜家分拨（上海）有限公司等
Walmart、沃尔玛	指	公司客户 Walmart Inc、Wal-Mart Stores Inc，美国世界性零售连锁企业，连续多年在美国《财富》杂志世界 500 强企业中居首位
Carrefour、家乐福	指	家乐福集团公司，法国大型零售集团
Lidl、利德尔	指	德国零售商，主要包括 LIDL ASIA PTE. LIMITED、LIDL HONG KONG LIMITED 等
Gifi、吉飞	指	法国家居用品零售品牌
Towa、日本东和	指	Towa Industry Co.,Ltd，东和工业株式会社，日本家居用品进口商
HMS	指	HMS MFG CO，美国家庭用品产品制造商
大润发	指	中国台湾大型连锁量贩店品牌企业
华润万家	指	华润集团旗下零售连锁企业集团
京东自营	指	京东 B2C 网络销售模式，由京东自主进行采购、销售和配送
Tmall、天猫	指	阿里巴巴旗下综合品牌零售平台
天猫超市	指	阿里巴巴集团旗下网上超市，实施商品统一入仓和统一打包
阿里巴巴	指	阿里巴巴旗下采购批发平台
京潭布艺	指	随县京潭布艺制品厂
证监会、中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所、交易所、证券交易所	指	深圳证券交易所
《公司章程》	指	《广东太力科技集团股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	2022 年第四次临时股东大会审议通过的《广东太力科技集团股份有限公司章程（草案）》
《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》
保荐人、保荐机构、主承销商、民生证券	指	民生证券股份有限公司
律师、发行人律师	指	北京德恒律师事务所
会计师、审计机构	指	致同会计师事务所（特殊普通合伙）
评估机构	指	上海众华资产评估有限公司
本招股说明书、招股说明书	指	《广东太力科技集团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》
本次发行	指	发行人本次公开发行不超过 2,707 万股 A 股的行为，全部为公开发行新股，不安排公司股东公开发售股份，不低于发行后总股本的 25.00%
报告期、最近三年一期	指	2019 年度、2020 年度、2021 年度、2022 年 1-6 月
最近三年	指	2019 年度、2020 年度、2021 年度
最近一年	指	2021 年度
报告期末	指	2022 年 6 月 30 日
报告期各期末	指	2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日、2022 年 6 月 30 日
元、万元	指	人民币元、人民币万元
股票或 A 股	指	每股面值 1 元的境内上市人民币普通股股票

二、专业释义

简称	指	释义
塑料	指	以单体为原料，通过加聚或缩聚反应聚合而成的高分子化合物，其抗形变能力中等，介于纤维和橡胶之间，由合成树脂及填料、增塑剂、稳定剂、润滑剂、色料等添加剂组成
筒料	指	即成卷的塑料薄膜，包括 PA/PE 复合膜等
粒料	指	即塑胶粒料，包括 HIPS、ABS、PP、PE 等
PP	指	聚丙烯，是丙烯加聚反应而成的聚合物。系白色蜡状材料，外观透明而轻，是通用塑料中最轻的一种，具有优良的化学稳定性和耐热性能
PE	指	聚乙烯，按照聚合结构不同，又可分为三大类：低密度聚乙烯（LDPE）、线型低密度聚乙烯（LLDPE）、高密度聚乙烯（HDPE），其用途十分广泛，是目前合成树脂中产量最大的品种
TPE	指	热塑性弹性体，简称 TPE 或 TPR，是 Thermoplastic rubber 的缩写。常温下具有橡胶的弹性，高温下具有可塑化成型的一类弹性体，已成为取代传统橡胶的最新材料
ABS	指	丙烯腈-丁二烯-苯乙烯，丙烯腈（A）、丁二烯（B）、苯乙烯（S）三种单体的三元共聚物，三种单体相对含量可任意变化，制成各种树脂具有优良的力学性能，冲击强度极好，可以在极低的温度下使用
RABS	指	Recycled ABS，即 ABS 再生料，一般是通过化工产品的回收再利用而产生，不会牺牲其产品的性能和特性，可促进环境保护、减少塑料废弃物

PC	指	聚碳酸酯，具有冲击强度高、尺寸稳定性好、无色透明的特点
PA	指	聚酰胺，俗称尼龙，主要用于合成纤维，具有良好的耐磨性
BOPA	指	双向拉伸尼龙薄膜，具有良好的透明性和光泽度，雾度低等优点
POM	指	聚甲醛，具有高的力学性能、优良的电绝缘性、耐溶剂性和可加工性，是五大通用工程塑料之一
HIPS	指	聚苯乙烯，具有优异的电性能，较好的热稳定性和流动性
注塑	指	将熔融的塑料利用压力注进塑料制品模具中，冷却成型得到各种成型塑料件
吹塑	指	借助于气体压力使闭合在模具中的热熔型坯吹胀形成中空制品
吹膜	指	将塑料粒子加热融化再吹成薄膜的一种塑料加工工艺
SKU	指	Stock Keeping Unit，即库存进出计量的基本单元；针对电商而言，SKU 是指一款商品
电商平台入仓	指	供应商与电商平台交易的过程中，供应商将货物经过运输、交仓等物流操作交付至电商平台仓库，再由电商平台进行对外销售
ODM	指	Original Design Manufacturing，原始设计制造，是一种特殊形式的合同安排，委托方一般具有销售渠道等核心资源，由代工企业提供从研发、设计到生产、后期维护的部分或全部服务，产品生产后冠以委托方的品牌，并由委托方负责销售
OEM	指	Original Equipment Manufacturing，原始设备制造，也叫“贴牌生产”，是一种特殊形式的合同安排，具体指委托方利用自身掌握的核心技术和资源，负责产品设计和产品开发，并掌握销售渠道。具体的产品根据委托方的标准和要求由代工企业生产，再冠以委托方的品牌进行销售
To B	指	To Business，即面向企业，为企业提供服务
To C	指	To Consumer，即直接面向终端客户，直接为消费者提供产品或服务
Euromonitor	指	Euromonitor（欧睿）信息咨询公司，知名第三方市场研究机构，在出版市场报告、商业参考资料和网上数据库方面提供市场信息解决方案
BOM	指	Bill of Material，特指物料清单
AI	指	Artificial Intelligence，人工智能，它是研究、开发用于模拟、延伸和扩展人的智能的理论、方法、技术及应用系统的一门新的技术科学
BI	指	Business Intelligence，商业智能，指用现代数据仓库技术、线上分析处理技术、数据挖掘和数据展现技术进行数据分析以实现商业价值
TMIC	指	Tmall Innovation Center，天猫新品创新中心
VGA	指	Automated Guided Vehicle，自动物流搬转运
MES	指	Manufacturing Execution System，制造执行系统，能通过信息传递对从订单下达到产品完成的整个生产过程进行优化管理
TMS	指	Transportation Management System，运输管理系统，是一种“供应链”分组下的（基于网络的）操作软件
SAP	指	德国企业管理系统，主要模块有财务控制、物流、生产和采购等
WMS	指	Warehouse Management System，仓库管理系统，专注企业仓库管理的研发，确保正确的进货和库存控制及发货，减少整体的管理费用
KOL	指	关键意见领袖，拥有更多、更准确的产品信息，且为相关群体所接受或信任，并对该群体的购买行为有较大影响力的人

NAPO 协会	指	National Association of Productivity&Organization Professionals（NAPO）的缩写，即美国收纳协会
KAPO 协会	指	Korea Association of Professional Organization 的缩写，即韩国收纳协会
HouseKeeping 协会	指	HouseKeeping 协会是日本最大的整理收纳协会，成立于 2003 年
The Freedonia Group	指	The Freedonia Group 是一家专注于为商业决策提供与行业市场研究相关的数据和分析支持的调研企业
KA	指	KeyAccount，重点客户；对于供应方企业来说 KA 卖场就是营业面积、客流量和发展潜力等三方面均有很大优势的直接销售终端平台
SKA	指	Super KeyAccount, 高级重点商家
税则号	指	税则号是指海关税则中商品的分类号
NAFTA	指	NAFTA 是指北美自由贸易区，包含美国、加拿大和墨西哥
DFM	指	Design for Manufacturing，意为可制造性设计
PCT	指	Patent Cooperation Treaty，专利合作条约。依照专利合作条约提出的专利申请被称为专利国际申请或 PCT 国际申请
巴黎公约	指	《保护工业产权巴黎公约》，基本目的是保证一成员国的工业产权在所有其他成员国都得到保护
私域流量	指	私域流量是指从公域（internet）、它域（平台、媒体渠道、合作伙伴等）引流到自己私域（官网、客户名单），以及私域本身产生的流量（访客）
PLM	指	Product Lifecycle Management，产品生命周期管理
SRM	指	Ssupplier Relationship Management，供应商关系管理
CRM	指	Customer Relationship Management，客户关系管理
FOB	指	Free on Board，中文是船上交货，亦称“离岸价”，是常用的国际贸易术语之一。当货物在指定的合同交易期内装运港越过船舷，并随即通知买方，卖方即完成交货。
FCA	指	Free Carrier，货交承运人（指定地点），是指卖方只要将货物在指定的地点交给买方指定的承运人，并办理了出口清关手续，即完成交货

特别说明：本招股说明书部分表格中单项数据加总数与表格合计数可能存在微小差异，均因计算过程中的四舍五入所形成的。

第二节 概览

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

一、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	不超过 2,707 万股	占发行后总股本的比例	不低于 25.00%
其中：发行新股数量	不超过 2,707 万股	占发行后总股本的比例	不低于 25.00%
股东公开发售股份数量	-	占发行后总股本的比例	-
发行后总股本	不超过 10,828 万股		
每股发行价格	【】元		
发行市盈率	【】倍（按每股发行价格除以发行后每股收益计算）		
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（以每股发行价格除以发行后的每股净资产计算）		
发行方式	采用向战略投资者定向配售、网下向询价对象配售和向网上资金申购的适格投资者定价发行相结合的方式或中国证监会/深交所认可的其他发行方式进行		
发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户的符合资格的创业板市场投资者（国家法律、法规、规范性文件禁止购买者除外），或中国证券监督管理委员会等监管部门另有规定的其他对象		
承销方式	余额包销		
拟公开发售股份股东名称	本次发行不涉及原股东公开发售股份		
发行费用的分摊原则	本次发行的保荐费、承销费、审计费、律师费、信息披露费、发行手续费等由公司承担		
募集资金总额	【】万元		
募集资金净额	【】万元		
募集资金投资项目	太力武汉生产及物流中心建设项目		
	研发中心建设项目		
	信息系统升级项目		
	补充流动资金		
发行费用概算	本次发行费用总额为【】万元，其中主要包括承销及保荐费【】万		

	元、审计及验资费【】万元、律师费【】万元；发行手续费及其他【】万元
（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

二、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	广东太力科技集团股份有限公司	成立日期	2003 年 4 月 24 日
注册资本	8,121 万元	法定代表人	石正兵
注册地址	中山市石岐区湖滨北路 40 号之二前座	主要生产经营地址	中山市石岐区湖滨北路 40 号之二前座
控股股东	石正兵	实际控制人	石正兵
行业分类	橡胶和塑料制品业（C29）	在其他交易场所（申请）挂牌或上市情况	不适用
（二）本次发行的有关中介机构			
保荐人	民生证券股份有限公司	主承销商	民生证券股份有限公司
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	上海众华资产评估有限公司

三、发行人主要财务数据及主要财务指标

财务指标	2022 年 6 月 30 日/2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日 /2021 年度	2020 年 12 月 31 日 /2020 年度	2019 年 12 月 31 日 /2019 年度
资产总额（万元）	58,726.64	55,202.64	39,955.29	24,907.86
归属于母公司所有者权益（万元）	27,735.02	23,192.55	14,588.94	-851.89
资产负债率（母公司）（%）	48.69	52.93	56.69	95.47
营业收入（万元）	34,159.30	62,297.66	54,628.36	35,947.86
净利润（万元）	4,034.12	4,284.68	7,344.83	3,287.43
归属于母公司所有者的净利润（万元）	4,031.58	4,284.85	7,338.37	3,283.72
扣除非经常性损益后	3,492.19	4,080.08	7,167.84	3,225.15

财务指标	2022 年 6 月 30 日/2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日 /2021 年度	2020 年 12 月 31 日 /2020 年度	2019 年 12 月 31 日 /2019 年度
归属于母公司所有者的净利润（万元）				
基本每股收益（元）	0.50	0.54	-	-
稀释每股收益（元）	0.50	0.54	-	-
加权平均净资产收益率（%）	15.83	25.02	202.61	-
经营活动产生的现金流量净额（万元）	5,617.18	9,029.23	6,017.23	2,497.40
现金分红（万元）	-	-	-	-
研发投入占营业收入的比例（%）	2.86	3.02	2.95	3.01

四、发行人的主营业务经营情况

公司是一家专注于真空收纳技术领域的高新技术企业，主营业务为真空收纳、壁挂置物、食品保鲜、家庭清洁等多品类家居收纳用品及相关功能材料的研发、生产和销售，是国内外知名的家居收纳用品制造商。

公司聚焦家居收纳领域近 20 年，秉持“创造丰富大众的美好家庭生活”的企业愿景，不断丰富产品品类，全方位满足消费者居家、旅行、户外等多场景的收纳、规划和整理应用，为全球家庭的居家、出行提供一站式的收纳整理解决方案。同时，公司作为中国航天产品研制合作企业，长期坚持用航天品质为中国航天事业提供优质产品和服务。

五、发行人创新、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）公司创新、创造、创意特征

公司作为专注于家居收纳领域的行业领先企业，在研发能力、销售渠道、品牌及产品定位、产品价值表达、数据模型、管理信息化和生产自动化等方面具有领先于行业平均水平的创新、创造及创意特征。报告期内，发行人营收增速、毛利率高于行业平均水平，属于成长型创新企业。

（二）科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

发行人作为家居收纳品牌的代表，与时俱进，大力发展开拓互联网销售，符

合创新、创造、创意的大趋势，是传统产业与新技术、新业态、新模式深度融合的良好范例。根据国家统计局发布的《新产业新业态新商业模式统计分类（2018）》（国统字〔2018〕111 号），其中“互联网零售”属于新产业、新业态、新商业模式的范畴，公司现有业务与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合。

公司的创新、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的具体情况，详见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、公司所处行业的基本情况和竞争情况”之“（四）公司的创新、创造、创意特征以及科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况”。

六、发行人选择的具体上市标准

公司根据《深圳证券交易所创业板股票上市规则》的要求，结合自身规模、经营情况、盈利情况等因素综合考量，选择的具体上市标准为：“最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于 5,000 万元”。

公司 2020 年、2021 年归属于母公司股东的净利润分别为 7,338.37 万元和 4,284.85 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 7,167.84 万元和 4,080.08 万元，扣除非经常性损益前后孰低的净利润均为正且累计不低于人民币 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日，发行人不存在公司治理特殊安排事项。

八、募集资金用途

本次发行募集资金扣除发行费用后将全部用于公司主营业务相关的项目，具体情况如下：

单位：万元

序号	募集资金投资项目	总额	拟使用募集资金金额	项目备案情况	环境影响评价程序
1	太力武汉生产及物流中心建设项目	32,023.10	32,023.10	2208-420117-04-01-161476	武环新洲审[2022]54 号
2	研发中心建设项目	7,380.80	7,380.80	2208-420117-04-01-756569	无需环评
3	信息系统升级项目	4,819.50	4,819.50	2208-442000-04-04-483887	无需环评

序号	募集资金投资项目	总额	拟使用募集资金金额	项目备案情况	环境影响评价程序
4	补充流动资金	10,000.00	10,000.00	无需备案	无需环评
合计		**54,223.40**	**54,223.40**	-	-

本次募集资金投资项目预计投资总额为 54,223.40 万元，部分项目已作先期投资或将进行先期投资，募集资金到位以后将根据实际情况置换先期投入。若本次发行的实际募集资金量少于计划使用量，公司将通过自有资金或其他途径补充解决。

第三节 本次发行概况

一、本次发行基本情况

股票种类	人民币普通股（A 股）
每股面值	人民币 1.00 元
发行股数及占发行后总股本的比例	本次公司公开发行新股数量不超过 2,707 万股（含 2,707 万股），不低于发行后总股本的 25%，本次发行不涉及股东公开发售股份
每股发行价格	【】元
发行人高级管理人员、员工拟参与战略配售情况	发行人高级管理人员、员工拟参与本次发行的战略配售。在中国证监会履行完本次发行的注册程序后，发行人将召开董事会审议相关事项，并在启动发行后根据相关法律法规的要求，将高级管理人员、核心员工参与本次战略配售的具体情形在招股说明书中进行详细披露，包括但不限于：参与战略配售的人员姓名、担任职务、认购股份数量和比例、限售期限等。
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况	保荐人相关子公司不参与战略配售
发行市盈率	【】倍（按每股发行价格除以发行后每股收益计算）
发行后每股收益	【】元/股（按本公司【】年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以发行后总股本计算）
发行前每股净资产	【】元/股（按经审计截至【】年【】月【】日归属于母公司所有者权益除以发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】元/股（按经审计截至【】年【】月【】日归属于母公司所有者权益加上本次发行预计募集资金净额除以本次发行后总股本计算）
发行市净率	【】倍（以每股发行价格除以发行后的每股净资产计算）
发行方式	采用向战略投资者定向配售、网下向询价对象配售和向网上资金申购的适格投资者定价发行相结合的方式或中国证监会/深交所认可的其他发行方式进行
发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户的符合资格的创业板市场投资者（国家法律、法规、规范性文件禁止购买者除外），或中国证券监督管理委员会等监管部门另有规定的其他对象
承销方式	余额包销
发行费用概算	本次发行费用总额为【】万元，其中主要包括承销及保荐费【】万元、审计及验资费【】万元、律师费【】万元；发行手续费及其他【】万元

二、本次发行的有关机构

（一）保荐人（主承销商）

名称	民生证券股份有限公司
法定代表人（代行）	景忠
住所	中国（上海）自由贸易试验区浦明路 8 号

联系电话	021-60453985
传真	021-60453985
保荐代表人	张勇、罗艳娟
项目协办人	余晰蒙
其他经办人员	于春宇、郭忠超、彭耀辉、邹迪亚、刘一鸣

（二）律师事务所

名称	北京德恒律师事务所
负责人	王丽
住所	北京市西城区金融街 19 号富凯大厦 B 座 12 层
联系电话	010-52682888
传真	010-52682999
经办律师	张晓明、赖元超

（三）会计师事务所

名称	致同会计师事务所（特殊普通合伙）
负责人	李惠琦
住所	北京市朝阳区建国门外大街 22 号赛特广场五层
联系电话	010-85665588
传真	010-85665050
经办会计师	黄声森、蒋晓明

（四）资产评估机构

名称	上海众华资产评估有限公司
负责人	左英浩
住所	上海市徐汇区宛平南路 381 号 1 号楼 308-309 室
联系电话	021-62893366
传真	021-62893366
经办评估师	刘新华、邓昊文

（五）验资及验资复核机构

名称	致同会计师事务所（特殊普通合伙）
负责人	李惠琦
住所	北京市朝阳区建国门外大街 22 号赛特广场五层

名称	致同会计师事务所（特殊普通合伙）
联系电话	010-85665588
传真	010-85665050
经办会计师	黄声森、蒋晓明

（六）股票登记机构

名称	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
住所	深圳市福田区莲花街道深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 25 楼
负责人	张国平
联系电话	0755-21899999
传真	0755-21899000

（七）收款银行

户名	【】
账号	【】

（八）拟申请的上市证券交易所

名称	深圳证券交易所
住所	深圳市福田区深南大道 2012 号
联系电话	0755-88668888
传真	0755-82083295

三、发行人与有关中介机构及人员关系的说明

截至本招股说明书签署日，发行人与本次发行有关的保荐人、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

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

投资者在评价公司本次发行的股票时，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。以下风险因素可能直接或间接对发行人生产经营状况、财务状况和持续盈利能力产生不利影响。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会依次发生。

第四节 风险因素

一、创新风险和技术风险

（一）产品研发风险

公司是一家从事家居收纳用品及相关功能材料研发、生产和销售的企业。家居收纳用品作为一种日用消费品，要获得广大消费者的认可，除了需要具备基本的使用功能和质量要求之外，更重要的是在人们生活水平普遍提高的情况下，在时尚性、功能性、健康性、环保性、趣味性等方面满足消费者日益变化的需求。因此，研发设计的水平、效率、适销性直接影响公司的经营效率和经营成果。若未来公司在研发过程中没有适时完成产品的更新迭代或者错误的预判消费者需求变化趋势，可能会导致产品不能完全满足消费者日益变化的消费需求，公司产品可能面临滞销风险，从而对经营业绩造成一定不利影响。

（二）核心技术可能泄密的风险

公司特有的研发设计是形成公司产品核心竞争优势和品牌溢价的重要原因。目前，公司已形成了压缩袋免抽排气技术、利用垂直空间的上墙技术等多项核心技术。报告期内，公司与主要核心技术人员均签订了保密与竞业禁止协议，但仍存在核心技术被内部员工泄露或被他人窃取的风险。若出现公司核心技术人员大量外流或者其他原因导致公司核心技术泄密，竞争对手剽窃公司的技术研发而导致公司产品被竞争对手模仿，这将会对公司生产经营造成重大不利影响。

（三）技术人才流失的风险

公司的核心技术人员是公司创新能力、技术研发能力持续提升的关键。若出现公司核心技术人才流失，这将对产品的研发创新和生产经营造成不利影响。

二、经营风险

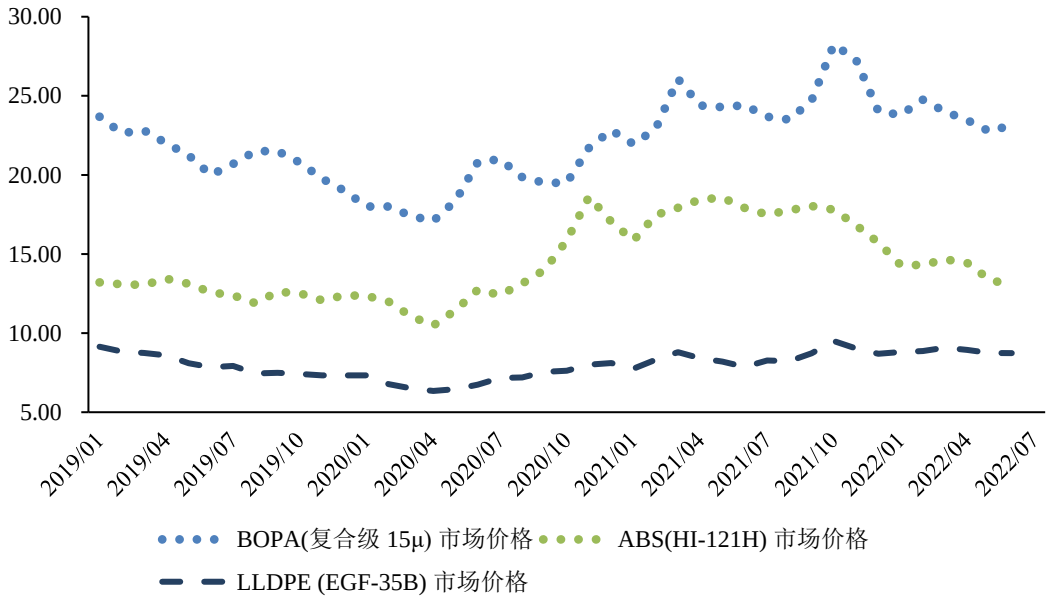
（一）原材料价格波动风险

公司的主要原材料包括 PA/PE 复合膜、BOPA 膜、PE 膜等塑料薄膜以及 ABS 料、PP 料、PE 料等塑胶粒料。上述原材料价格变动是导致公司主要产品成本变动的主要因素之一。

上述材料一般为塑料大宗商品，其价格波动在很大程度上受石油价格波动的影响。报告期内，公司最主要原材料市场价格波动走势图如下：

报告期内BOPA、PE及ABS原材料市场价格走势（单位：元/Kg）

数据来源：卓创资讯



若未来原材料价格持续大幅上涨，而公司未能通过产品提价或内部消化成本的方式消化原材料成本增加的压力，将面临经营业绩下滑的风险。

（二）资产抵押风险

截至 2022 年 6 月 30 日，公司存在固定资产和无形资产抵押情况。其中抵押固定资产账面价值 8,049.97 万元，抵押土地使用权账面价值 870.01 万元。上述资产抵押合计账面价值 8,919.98 万元，占固定资产和无形资产账面价值合计的比例为 61.10%。上述资产抵押，系为满足运营资金需求，公司及其子公司湖北太力、太力印务、中山简居将所拥有的部分房屋建筑物、土地使用权及机器设备设置了抵押担保向银行申请借款。上述土地使用权、房屋建筑物、机器设备系公司

生产经营的重要资产，若未来公司未能及时、足额偿还相关银行借款，将面临抵押权人依法行使抵押权对资产进行限制或处置的风险，从而对公司的持续经营能力产生不利影响。

（三）第三方电商平台经营风险

公司线上直销主要通过天猫、京东、拼多多、唯品会、抖音、亚马逊等电商平台销售，线上第三方电商平台是公司最主要销售渠道。报告期内，公司线上直销模式实现的主营业务收入分别为 14,152.36 万元、36,128.02 万元、41,317.19 万元、22,925.04 万元，占主营业务收入的比例分别为 39.48%、66.70%、66.96%、67.49%。未来，如果该等电商平台的业务模式、经营策略或经营稳定性发生重大变化，则可能影响公司销售渠道，进而对公司的经营业绩产生不利影响。

（四）跨境电商平台店铺关闭风险

2019 年以来公司跨境电商经营规模不断扩大，业务增速较快。在跨境电商业务培育初期，公司基于战略考虑，采用了跨境电商行业较为常见的多账号开店经营模式，以员工及其近亲属名义注册多个店铺公司并在 Amazon 平台经营多个店铺。

截至本招股说明书签署之日，上述店铺公司均已注销，对应的 Amazon 平台店铺均已关闭。但假如未来 Amazon 平台认定公司历史上存在的多账号开店经营模式不具备合理商业理由且违反了该等平台的注册及运营政策，进而对公司追责，可能对公司整体经营业绩造成不利影响。

（五）国际贸易摩擦风险

报告期内，公司产品外销地区主要包括美国、欧洲、日本等国家和地区，其中美国对公司出口产品存在征收关税情形，目前美国仅对公司在亚马逊平台销售产品加征关税，不对其他外贸客户加征关税；公司在亚马逊平台销售的大力扶手类目原关税 6.5%，2019 年 9 月 1 日起该类目关税加征 15%，2020 年 2 月 14 日起该类目关税豁免 7.5%，当前该类目关税 14%；在亚马逊平台销售的压缩袋类目原关税 3%，2018 年 9 月 21 日该类目关税第一次加征 10%，2019 年 6 月 24 日该类目关税再次加征 15%，2022 年 3 月 23 日起，对该类目关税取消加征 25%，当前该类目关税 3%。

目前全球经济仍处于周期性波动当中，国际贸易形势瞬息万变，贸易保护主义的兴起加剧了国际贸易摩擦风险，如果未来中美双方未能达成友好协商，贸易摩擦长期持续乃至进一步升级，而公司无法采取有效的应对措施，则公司产品竞争力有可能受到削弱，美国消费者对公司产品的消费需求可能减少，公司的经营业绩可能因此受到不利影响。未来，若公司其他主要海外市场的国家或地区改变了进口关税政策，或实行贸易保护主义政策，而公司未能采取有效应对措施，则会影响公司产品在该国的销售，进而对公司经营业绩产生一定的不利影响。

（六）消费者需求波动风险

公司主要产品为家居收纳类日用消费品，终端消费者主要为个人，宏观经济形势在一定程度上会影响消费者购买意愿。因此，国内及海外主要国家的经济波动将会对公司未来经营业绩产生一定影响。如果未来国内及海外主要国家宏观经济增长持续放缓、出现下滑或停滞，居民人均收入水平下降，消费者购买意愿可能减弱，从而影响公司经营业绩。

（七）市场竞争风险

公司所处的家居收纳行业是一个充分竞争的行业，行业集中度低，生产厂商众多。虽然日益规模化生产要求生产企业具备较高的技术和资金实力，具有一定行业壁垒，但是巨大的行业市场，仍吸引许多新竞争者进入该行业，加剧本行业的市场竞争，从而导致公司产品的市场占有率下降，对公司的盈利能力产生不利影响。

（八）海运运力不足及海运费持续上涨的风险

自 2020 年下半年以来，境外港口因为疫情影响集散速度降低，集装箱和船只周转速度下降。受此影响，2020 年下半年以来国际物流集装箱持续紧缺，海运运力紧张，海运价格持续上涨。报告期各期，中国出口集装箱运价指数均值分别为 823.98、984.40、2,615.54 和 3,286.03，并且上涨趋势还在持续。

公司境外销售包括境外 ODM/OEM 和跨境电商销售，一方面，受出口海运运力不足影响，境外客户无法及时、足额订舱，将影响公司产品的出口销售且公司境外 ODM/OEM 销售主要结算方式为 FOB 和 FCA，出口海运费主要由客户承担，海运费价格持续上涨将在一定程度上抑制客户的订单需求，从而对公司的经

营业绩产生影响；另一方面，报告期内公司跨境电商业务快速发展，跨境电商业务需公司自行承担出口海运费，海运运力不足，海运费价格持续上涨，将对公司跨境电商业务经营产生不利影响。

三、内控风险

（一）经营规模扩大导致的管理风险

报告期内，公司业务规模不断壮大，经营业绩提升，积累了丰富的、适应快速发展的经营管理经验，完善了公司治理结构，形成了有效的内部激励和约束机制。本次发行后，公司业务、资产及人员规模都将大幅增加，这些都将对公司经营管理提出更高的要求。如果公司管理水平不能迅速适应发行后业务、资产、人员规模扩张的需要，将对公司的未来经营和盈利产生不利影响。

（二）实际控制人不当控制的风险

截至本招股说明书签署之日，公司实际控制人石正兵先生直接及间接合计控制公司 79.11%的表决权，能够对公司决策产生重大影响并能够实际支配公司的经营决策。本次发行完成后，石正兵先生仍为公司实际控制人。自设立以来，公司通过不断完善相关内部控制制度、提高公司治理水平等措施来防范实际控制人不当控制的风险，但如果公司实际控制人利用其控制地位，通过行使表决权等方式对公司的各种经营决策进行不当控制，侵害中小股东利益，则公司仍存在实际控制人不当控制的风险。

四、财务风险

（一）电商平台费用大幅上涨的风险

公司主要通过天猫、京东、抖音、亚马逊等电商平台开展线上销售，报告期内公司线上销售主营业务收入分别为 19,417.49 万元、42,614.18 万元、47,740.36 万元和 26,556.03 万元，占公司主营业务收入的比例分别为 54.17%、78.67%、77.37%和 78.18%，占比较高。目前，上述电商平台已逐渐发展成为成熟的开放电商平台，同时随着网购用户增量趋于稳定，互联网流量红利效应逐渐减弱，流量增速放缓，电商竞争加剧，一方面导致公司的线上销售收入增速有所放缓，另一方面电商平台商家的促销推广竞争日趋激烈，公司促销推广成本呈上升趋势。

此类电商平台对卖家在平台上销售商品会收取一定的平台服务费用，公司为扩大线上销售规模亦通过电商平台开展商品宣传、销售推广等活动，随着公司线上销售收入的不断增长，上述电商平台费用也随之增加。报告期内，公司电商平台费用占线上主营业务收入的比例分别为 25.14%、28.38%、29.11%和 28.37%。若未来电商平台所收取的费用标准发生大幅上涨，或公司在上述电商平台的经营情况不及预期，促销推广成本进一步提高，且未能及时拓展其他新兴销售渠道，将可能对公司经营业绩造成一定不利影响。

（二）毛利率较高无法持续的风险

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 52.90%、58.00%、53.77%和 56.18%，主营业务毛利率较高，主要受产品品牌、销售价格、原材料价格、用工成本、产品创新以及行业环境变化等因素综合影响。

若未来行业竞争加剧导致产品销售价格下降；原材料价格上升，而公司未能有效控制产品成本；公司未能及时推出技术领先产品有效参与市场竞争等情况发生，公司毛利率将存在无法维持较高水平甚至大幅下降的风险，将对公司的经营业绩产生不利影响。

（三）经营业绩大幅波动的风险

2019 年至 2022 年 1-6 月，公司营业收入分别为 35,947.86 万元、54,628.36 万元、62,297.66 万元和 34,159.30 万元；分别实现归属于母公司的净利润 3,283.72 万元、7,338.37 万元、4,284.85 万元和 4,031.58 万元。

公司 2020 年业绩快速增长，主要系 2020 年把握了电商发展趋势，利用多年积累的产品和品牌优势，实现了营业收入和净利润的大幅增长。2021 年较 2020 年业绩呈下滑趋势，主要受原材料成本上升、股份支付、公司人员扩张和产品结构战略调整所致。如果未来国民经济复苏不达预期，或行业竞争情况出现重大不利变动，公司未来不能及时提供满足市场需求的产品，将导致公司未来业绩存在大幅波动的风险。

（四）汇率波动风险

报告期内，公司境外主营业务收入分别为 11,723.85 万元、10,311.37 万元、13,072.65 万元和 7,453.23 万元，分别占同期主营业务收入的 32.70%、19.04%、

21.18%和 21.94%。公司的外销收入主要以美元结算。人民币汇率的波动，给公司带来汇兑损益并在一定程度上影响公司经营业绩。报告期内，公司汇兑收益分别为 153.72 万元、-193.24 万元、-88.80 万元和、510.93 万元，分别占同期利润总额的 4.08%、-2.22%、-1.82%和 11.16%。公司购买的远期外汇合约等工具也受到汇率波动的影响。报告期内，公司远期外汇合约等持有期间的公允价值变动收益分别为 0.00 万元、33.46 万元、0.00 万元和-26.83 万元。

随着公司海外业务规模的快速扩张，公司外汇销售收入将进一步增加，如果人民币汇率出现较大幅度的波动，公司产品出口以及经营业绩可能受到不利影响，公司将面临汇率波动的风险。

（五）经营业绩季节性波动风险

报告期内，真空收纳袋销售收入占公司主营业务收入的比例分别为 64.12%、66.00%、54.46%和 51.69%。真空收纳袋主要应用于家居收纳领域，由于冬春换季影响，消费者衣物需进行收纳存放，导致每年 3-6 月为真空收纳袋销售旺季。此外受电子商务发展的影响，公司产品通过电商平台销售的比例逐年提高，“618”、“双十一”、“双十二”等电商大促活动会对市场销售产生一定的影响，导致公司收入及利润存在一定季节性特征，公司经营业绩存在季节性波动风险。

五、募集资金投资项目风险

（一）募集资金投资项目不能达到预期收益的风险

本次募集资金将投资于太力武汉生产及物流中心建设项目、研发中心建设项目、信息系统升级项目、补充流动资金。虽然上述各项目是公司基于对目前市场现状、发展速度、产业环境和行业未来发展趋势，以及公司现有技术水平、管理能力和预计客户未来需求缜密分析基础上，综合行业及相关应用领域的发展前景、国际贸易环境变动预期后作出的审慎决策和规划，但若未来市场需求、行业格局、产业政策或全球经济政治局势发生重大变动，可能使得募集资金投资项目无法按计划顺利实施或不能达到预期收益。

（二）募投项目新增折旧摊销影响经营业绩的风险

公司募投项目太力武汉生产及物流中心建设项目、研发中心建设项目、信息

系统升级项目均将新增较大规模的固定资产等长期资产投资，项目正常达产后每年新增折旧摊销金额较大。若未来市场环境发生重大变化，募集资金投资项目的预期收益不能实现，则公司存在因折旧摊销大量增加而导致经营业绩下降的风险。

（三）募投项目暂未取得土地使用权的风险

截至本招股说明书签署日，发行人募投项目太力武汉生产及物流中心建设项目、研发中心建设项目尚未取得土地使用权。发行人已与武汉新洲人民政府签署《太力集团新材料航天科技园项目合作书》协议，约定在符合国家土地利用和新洲区城乡规划及产业政策的前提下由武汉市新洲区人民政府为发行人的募投项目用地进行协调，发行人通过参与招拍挂手续取得募投项目用地。若未来发行人未能成功取得该土地使用权，将会对发行人募投项目实施产生不利影响。

六、法律风险

（一）社保和住房公积金补缴风险

公司及合并范围内子公司报告期内存在未为部分符合条件的员工缴纳社会保险和住房公积金的情形。按同期在册员工人数和应缴纳比例测算，报告期各期，公司未缴纳社会保险和住房公积金金额占报告期各期利润总额的比例分别为7.85%、1.76%、2.43%和 0.13%，占比呈下降趋势，公司及相关子公司已取得当地人力资源和社会保障局出具的无违规证明，且实际控制人石正兵先生已对相关事项作出承诺。但若公司及相关子公司未来被主管机关追责并要求补缴报告期内的社会保险和住房公积金，则会对公司的经营业绩产生不利影响。

（二）知识产权风险

公司拥有的著作权、专利、商标等知识产权及其他非专利技术是公司核心竞争力的重要组成部分，也是公司进一步创新和发展的基础。公司一贯重视通过知识产权保护自身研发成果，如果公司未来自有知识产权及其他非专利技术受到第三方侵权或者被第三方提出知识产权侵权指控，形成知识产权诉讼或纠纷，可能会对公司经营带来不利影响。

（三）部分房产暂未取得房产证风险

截至本招股说明书签署之日，公司共有房屋建筑物面积合计约 70,459.05 平

方米，其中 9 处房屋建筑物取得了不动产权证，面积合计为 68,988.72 平方米，其余无证房产面积合计为 1,470.33 平方米，占公司全部房屋建筑物面积的比例为 2.09%。虽然公司未取得房产证的相关房屋主要系门卫房、垃圾房等辅助性场地等，不属于重要生产经营场地，但仍存在因被主管部门要求拆除或被处罚而无法继续使用该等房屋的风险，从而对公司的生产经营造成不利影响。

七、发行失败风险

公司本次计划首次公开发行股票并在创业板上市，在取得相关审批后将根据创业板发行规则进行发行。公司经营业绩、投资者对本次发行方案的认可程度、参与询价投资者人数及申购数量、网下和网上投资者缴款认购数量受宏观经济、二级市场总体情况及投资者心理因素等多重因素的影响，公司存在发行认购不足而发行失败的风险。

八、其他风险

（一）新冠疫情风险

2020 年开始，新冠疫情在全球范围内蔓延，在较长的一段时间内国内外经济及宏观环境受到不同程度影响，从而持续影响国内企业的日常生产经营。如果未来新冠疫情在全球范围内进一步加剧，或长时间内无法得到控制，则可能给公司经营造成不利影响。

（二）股票价格波动风险

股票的价格不仅受到公司财务状况、经营业绩和发展潜力等内在因素的影响，还会受到宏观经济形势、投资者情绪、资本市场资金供求关系、区域性或全球性的经济危机、国外经济社会动荡等多种外部因素的影响。投资者应充分了解股票市场的投资风险及公司所披露的风险因素，审慎做出投资决定。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称	广东太力科技集团股份有限公司
英文名称	GuangDong Taili Technology Group Co.,Ltd.
注册资本	8,121 万元
法定代表人	石正兵
成立日期	2003 年 4 月 24 日
股份公司成立日期	2021 年 5 月 11 日
公司住所	中山市石岐区湖滨北路 40 号之二前座
邮政编码	528400
公司电话	0760-28178888
互联网网址	http://www.zs-taili.com/
电子信箱	qin.nie@hb.tailigo.com
信息披露和投资者关系负责部门	证券事务部
信息披露和投资者关系负责人	聂琴
联系电话	0760-28178888

二、发行人设立情况

（一）太力有限设立情况

2003 年 4 月 13 日，石正兵、孙明山共同签署《股东出资协议书》，约定双方共同出资设立中山市太力家庭用品制造有限公司，注册资本为 50 万元，其中石正兵出资 45 万元、孙明山出资 5 万元。太力有限设立后，公司的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	石正兵	45.00	90.00
2	孙明山	5.00	10.00
合计		**50.00**	**100.00**

根据中山市成诺会计师事务所有限公司 2003 年 4 月 16 日出具的中成会字（2003）第 304019 号《验资报告》，验证截至 2003 年 4 月 16 日，太力有限已收

到全体股东缴纳的注册资本合计 50 万元，各股东均以货币出资。

2003 年 4 月 24 日，太力有限完成本次设立的工商登记，并领取了营业执照。

（二）股份公司设立情况及整体变更方案

1、股份公司设立情况

2021 年 5 月 6 日，太力有限股东会决议以整体变更的方式设立广东太力科技集团股份有限公司，并决议以 2020 年 11 月 30 日为审计及资产评估基准日，委托致同会计师事务所（特殊普通合伙）及中水致远资产评估有限公司进行审计及资产评估。

2021 年 4 月 8 日，致同会计师事务所（特殊普通合伙）出具《中山市太力家庭用品制造有限公司截止二〇二〇年十一月三十日审计报告》（致同审字（2021）第 441A008116 号），确认截至 2020 年 11 月 30 日，公司经审计的净资产为 16,441.20 万元。2021 年 4 月 9 日，中水致远资产评估有限公司出具《中山市太力家庭用品制造有限公司资产评估报告》（中水致远评报字【2021】第 090011 号），确认截至 2020 年 11 月 30 日止，公司经评估的净资产为 23,927.62 万元。2022 年 11 月 10 日，上海众华资产评估有限公司出具《广东太力科技集团股份有限公司需确定其由有限责任公司整体改制为股份有限公司时所涉及的公司账面净资产价值追溯性资产评估报告》（沪众评报字【2022】第 0288 号），确认截至 2020 年 11 月 30 日止，公司经评估的净资产为 23,823.06 万元。

2021 年 5 月 6 日，公司股东会确认了致同审字（2021）第 441A008116 号《审计报告》、中水致远评报字【2021】第 090011 号《资产评估报告》，同意以太力有限截至 2020 年 11 月 30 日经审计的净资产值 16,441.20 万元折合成公司股本 7,901 万股（每股面值 1 元），净资产折合股本后的余额 8,540.20 万元转为资本公积，由全体发起人按出资比例共享。同日，全体发起人签署了《广东太力科技集团股份有限公司之发起人协议》。

2021 年 5 月 11 日，公司召开创立大会暨首次股东大会，审议通过以太力有限全体 14 位股东作为太力股份发起人，以经审计的账面净资产折股整体变更为股份公司；此外，股东大会还审议并通过《广东太力科技集团股份有限公司章程》等议案文件，选举了公司第一届董事会成员、第一届监事会股东监事。

2021 年 5 月 11 日，公司取得中山市市场监督管理局颁发的统一社会信用代码为 91442000749190600H 的《营业执照》，广东太力科技集团股份有限公司正式成立，公司股本结构如下：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例（%）
1	石正兵	5,743.00	72.69
2	蔡小文	394.00	4.99
3	中山魏力	388.00	4.91
4	刘健	379.00	4.80
5	中山新正	293.00	3.71
6	张结燕	200.00	2.53
7	邓志毅	180.00	2.28
8	海宁海睿	120.00	1.52
9	常州铭德	120.00	1.52
10	廖江	44.00	0.56
11	郝群	20.00	0.25
12	饶志明	11.00	0.14
13	陆中涛	6.00	0.08
14	刘晓乐	3.00	0.04
合计		**7,901.00**	**100.00**

2021 年 5 月 20 日，致同会计师事务所（特殊普通合伙）出具验资报告（致同验字（2021）第 441C000311 号），验证截至 2021 年 5 月 11 日止，太力股份已将太力有限截至 2020 年 11 月 30 日的净资产折合成公司股本 7,901 万股（每股面值 1 元），净资产折合股本后的余额转为资本公积。

（三）发行人历史上曾存在的股权代持及解除情况

发行人历史沿革中存在股份代持情形，具体情况如下：

代持事项	股权变动/代持情况	代持原因及代持演变	是否解除代持关系	是否存在纠纷或潜在纠纷
石正兵委托孙明山代持	2003 年 4 月，石正兵出资 45 万元、孙明山出资 5 万元设立太力有限	太力有限设立，根据当时有效施行的《公司法》规定有限责任公司的股东不能低于两人，为设立有限公司的需要，由孙明山（系石正兵姐夫）为石正兵代持 5 万元出资额	孙明山与石正兵代持关系解除，代	不存在

代持事项	股权变动/代持情况	代持原因及代持演变	是否解除代持关系	是否存在纠纷或潜在纠纷
事项	2003 年 8 月，石正兵增资 45 万元，孙明山增资 5 万元，公司增资至 100 万元	为扩大生产经营规模进行增资，孙明山增资款来自石正兵，至此孙明山代石正兵总计持有太力有限 10 万元出资额	持人变更为石正才	
	2005 年 9 月，石正兵增资 90 万元，孙明山增资 10 万元，公司增资至 200 万元	为扩大生产经营规模进行增资，孙明山增资款来自石正兵，石正兵基于上述考虑继续委托孙明山代持出资额，本次增资后，孙明山代石正兵总计持有太力有限 20 万元出资额		
	2005 年 12 月，孙明山转让给石正才 10%股权	因孙明山离开中山去深圳生活，将 20 万元出资额转让给石正才，石正才未实际支付股权转让对价，石正兵股份代持人变更为石正才（系石正兵哥哥），石正才为石正兵代持 20 万元出资额		
石正兵委托石正才代持事项	2006 年 1 月，石正兵增资 180 万元，石正才增资 20 万元，公司增资至 400 万元	为扩大生产经营规模进行增资，石正才增资款来自石正兵，石正兵基于上述考虑继续委托石正才代持出资额，本次增资后，石正才代石正兵总计持有太力有限 40 万元出资额	石正才与石正兵代持关系解除	不存在
	2007 年 2 月，石正兵增资 180 万元，石正才增资 20 万元，公司增资至 600 万元	为扩大生产经营规模进行增资，石正才增资款来自石正兵，石正兵基于上述考虑继续委托石正才代持出资额，本次增资后，石正才代石正兵总计持有太力有限 60 万元出资额		
	2007 年 2 月，石正才转让 10%股权给石正兵	自 2006 年 1 月 1 日起生效的《公司法》规定自然人可以成为一人有限责任公司的股东，石正兵遂决定与石正才解除委托持股关系		
石正兵委托贺天成代持事项	2007 年 12 月，石正兵转让给贺天成 10%股权	2006 年修订的《公司法》规定一人有限责任公司应当在每一会计年度终了时编制财务会计报告，并经会计师事务所审计。为避免每年需审计的要求，石正兵通过股权转让形式转让 10%股权给贺天成（系石正兵继父），贺天成为石正兵代持 60 万元出资额	贺天成与石正兵代持关系解除	不存在
	2016 年 4 月，贺天成转让给石正兵 0.87%股权	公司经营规模日益扩大，引入了外部投资者，公司已有进入资本市场的初步规划，为规范公司的股权结构，贺天成将代石正兵持有的 60 万元出资额即 0.87%股权转让给石正兵，解除委托持股关系		

孙明山、石正才、贺天成已分别出具了确认函，确认上述股权代持及双方已经解除股权代持关系的事实，其本人与石正兵、发行人之间不存在股权权属纠纷和其他法律纠纷。

（四）发行人员工持股平台曾存在的股权代持及解除情况

2012 年 9 月，发行人员工持股平台中山市新正股权投资管理中心（有限合伙）设立时，廖江代谭志勇持有中山新正 46 万元财产份额。代持原因为持股平台设立时分配给廖江 63 万元的财产份额，因廖江自有资金不足，而持股平台另一位合伙人谭志勇希望拥有更多财产份额，于是两人私下协商，由谭志勇实际出资 46 万元，廖江为其代持。

因谭志勇离职，2020 年 10 月 23 日，廖江与谭志勇签订《中山市新正股权投资管理中心（有限合伙）财产份额转让协议》，约定谭志勇将由廖江代持的人民币 46 万元的财产份额以人民币 46 万元的价格转让给廖江。2021 年 1 月 3 日，廖江通过银行转账方式向谭志勇支付 46 万元股权转让价款，双方代持关系正式解除。

谭志勇已出具了确认函，确认了上述股权代持及双方已经解除股权代持关系的事实，其本人与廖江、发行人之间不存在股权权属纠纷和其他法律纠纷。

三、报告期内发行人股本和股东变化情况、重大资产重组情况

（一）报告期内发行人股本和股东变化情况

1、报告期初发行人股本情况

报告期初，发行人的总股本为 6,870 万元，股权结构具体情况如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	石正兵	5,743.00	83.60
2	蔡小文	394.00	5.74
3	刘健	379.00	5.52
4	中山新正	293.00	4.26
5	廖江	44.00	0.64
6	饶志明	11.00	0.16
7	陆中涛	6.00	0.09
合计		**6,870.00**	**100.00**

2、2020 年 10 月，太力有限增资至 7,258 万元

2020 年 10 月 23 日，太力有限召开股东会并做出决议，同意注册资本由 6,870

万元增资至 7,258 万元，新增注册资本 388 万元由新增股东中山市魏力股权投资中心（有限合伙）以货币出资方式认缴出资人民币 1,552 万元，增资价格为 4 元/注册资本。

本次增资后，太力有限股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	石正兵	5,743.00	79.13
2	蔡小文	394.00	5.43
3	中山魏力	388.00	5.35
4	刘健	379.00	5.22
5	中山新正	293.00	4.04
6	廖江	44.00	0.61
7	饶志明	11.00	0.15
8	陆中涛	6.00	0.08
合计		**7,258.00**	**100.00**

根据致同会计师事务所（特殊普通合伙）2021 年 5 月 19 日出具的致同验字（2021）第 441C000309 号《验资报告》，验证截至 2020 年 11 月 1 日，太力有限已收到本次新增投资款 1,552 万元。

2020 年 10 月 29 日，中山市市场监督管理局核发变更后的《企业法人营业执照》，核准了太力有限本次增资。

3、2020 年 11 月，太力有限增资至 7,901 万元

2020 年 11 月 25 日，太力有限召开股东会并做出决议，同意注册资本由 7,258 万元增资至 7,901 万元，新增注册资本 643 万元由张桂明、邓志毅、海宁海睿、常州铭德、郝群、刘晓乐以货币出资方式认缴人民币 6,430 万元，增资价格 10 元/注册资本，本次增资的具体情况如下：

序号	股东名称	增资股数（万股）	增资价款（万元）
1	张桂明	200.00	2,000.00
2	邓志毅	180.00	1,800.00
3	海宁海睿	120.00	1,200.00
4	常州铭德	120.00	1,200.00

序号	股东名称	增资股数（万股）	增资价款（万元）
5	郝群	20.00	200.00
6	刘晓乐	3.00	30.00
合计		**643.00**	**6,430.00**

本次增资后，太力有限股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	石正兵	5,743.00	72.69
2	蔡小文	394.00	4.99
3	中山魏力	388.00	4.91
4	刘健	379.00	4.80
5	中山新正	293.00	3.71
6	张桂明	200.00	2.53
7	邓志毅	180.00	2.28
8	海宁海睿	120.00	1.52
9	常州铭德	120.00	1.52
10	廖江	44.00	0.56
11	郝群	20.00	0.25
12	饶志明	11.00	0.14
13	陆中涛	6.00	0.08
14	刘晓乐	3.00	0.04
合计		**7,901.00**	**100.00**

根据致同会计师事务所（特殊普通合伙）2021 年 5 月 19 日出具的致同验字（2021）第 441C000310 号《验资报告》，验证截至 2020 年 11 月 30 日，太力有限已收到本次新增投资款 6,430 万元。

2020 年 11 月 30 日，中山市市场监督管理局核发变更后的《企业法人营业执照》，核准了太力有限本次增资。

4、2021 年 5 月，太力有限股权转让

2021 年 3 月 5 日，太力有限召开股东会并做出决议，同意张桂明将其持有的太力有限 2.53%股权以 2,000 万元转让给张结燕，其他股东放弃优先购买权，转让价格为 10 元/注册资本。全体股东签署了公司章程修正案。

同日，张桂明和张结燕签署《中山市太力家庭用品制造有限公司股权转让合同》，约定了上述股权转让事项。

本次股权转让后，太力有限股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	石正兵	5,743.00	72.69
2	蔡小文	394.00	4.99
3	中山魏力	388.00	4.91
4	刘健	379.00	4.80
5	中山新正	293.00	3.71
6	张结燕	200.00	2.53
7	邓志毅	180.00	2.28
8	海宁海睿	120.00	1.52
9	常州铭德	120.00	1.52
10	廖江	44.00	0.56
11	郝群	20.00	0.25
12	饶志明	11.00	0.14
13	陆中涛	6.00	0.08
14	刘晓乐	3.00	0.04
合计		**7,901.00**	**100.00**

2021 年 5 月 6 日，中山市工商行政管理局核发《核准变更登记通知书》，核准了太力有限本次变更。

5、2021 年 5 月，太力有限整体变更为股份公司

参见“二、发行人设立情况”之“（二）股份公司设立情况及整体变更方案”。

6、2021 年 12 月，太力股份增资至 8,121 万元

2021 年 12 月 16 日，太力股份召开股东大会并做出决议，同意注册资本由 7,901 万元增资至 8,121 万元，新增注册资本 220 万元由嘉兴栈道栈智股权投资合伙企业（有限合伙）、廖江分别增资 200 万元、20 万元，增资价格 16 元/股。本次增资后太力股份的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例（%）
1	石正兵	5,743.00	70.72
2	蔡小文	394.00	4.85
3	中山魏力	388.00	4.78
4	刘健	379.00	4.67
5	中山新正	293.00	3.61
6	张结燕	200.00	2.46
7	嘉兴栈道	200.00	2.46
8	邓志毅	180.00	2.22
9	海宁海睿	120.00	1.48
10	常州铭德	120.00	1.48
11	廖江	64.00	0.79
12	郝群	20.00	0.25
13	饶志明	11.00	0.14
14	陆中涛	6.00	0.07
15	刘晓乐	3.00	0.04
合计		**8,121.00**	**100.00**

2021 年 12 月 27 日，中山市市场监督管理局核发变更后的《企业法人营业执照》，核准了太力股份本次增资。

2022 年 8 月 11 日，致同会计师事务所（特殊普通合伙）出具了致同验字（2022）第 441C000498 号《验资报告》，验证截至 2021 年 12 月 16 日止，太力科技已收到本次新增股东以货币资金方式实际缴纳投资款合计人民币 3,520 万元。

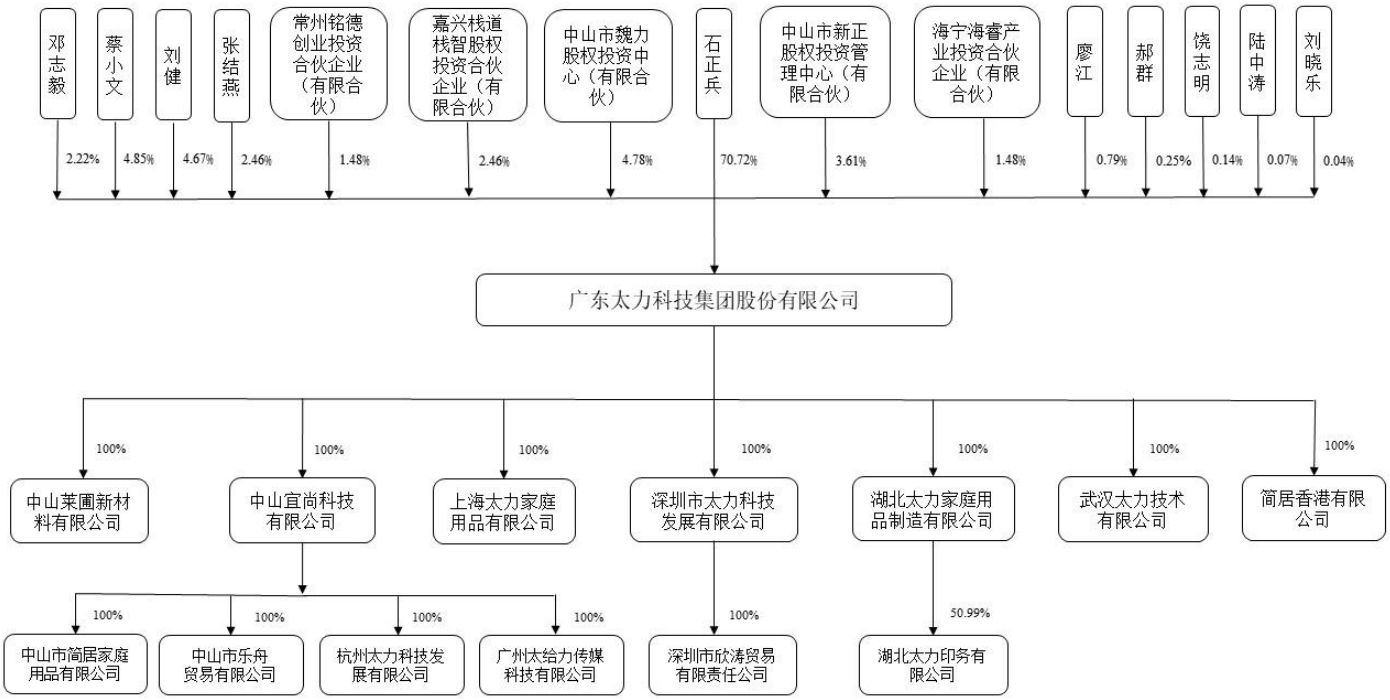
（二）报告期内发行人重大资产重组情况

发行人报告期内未发生重大资产重组。

四、发行人在其他证券市场挂牌情况

截至本招股说明书签署日，发行人未曾在其他证券市场挂牌。

五、发行人的股权结构



六、发行人控股子公司、参股公司、分公司情况

截至本招股说明书签署之日，发行人拥有 13 家子公司，其中 7 家一级子公司，6 家二级子公司，此外无参股公司与分公司，具体情况如下：

（一）全资子公司及控股子公司

1、湖北太力

公司名称	湖北太力家庭用品制造有限公司	成立时间	2008 年 9 月 18 日
注册资本	6,016 万元	实收资本	6,016 万元
注册地	京山经济开发区（太力工业园）	主要生产经营地	同注册地
经营范围	许可项目：食品用塑料包装容器工具制品生产（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：塑料制品制造；塑料制品销售；塑料包装箱及容器制造；泵及真空设备制造；泵及真空设备销售；家居用品制造；家居用品销售；厨具卫具及日用杂品批发；厨具卫具及日用杂品零售；厨具卫具及日用杂品研发；食品用塑料包装容器工具制品销售；家用电器制造；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；货物进出口；技术进出口；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）		

截至本招股说明书签署之日，湖北太力的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	太力科技	6,016.00	100.00
合计		**6,016.00**	**100.00**

湖北太力最近一年及一期经审计财务数据如下：

项目	2021 年 12 月 31 日（万元）	2022 年 6 月 30 日（万元）
总资产	8,896.98	8,751.84
净资产	4,971.28	4,712.56
项目	**2021 年度（万元）**	**2022 年 1-6 月（万元）**
净利润	-394.28	-268.18

湖北太力作为公司最重要生产基地，主要负责生产真空收纳袋、真空食品保鲜袋、真空档案袋及部分家居收纳塑胶产品，以及 B2C 的分拣发货。

2、太力印务

公司名称	湖北太力印务有限公司	成立时间	2009 年 8 月 4 日
注册资本	605 万元	实收资本	605 万元
注册地	京山经济开发区（轻机旁）	主要生产经营地	同注册地
经营范围	包装装潢印刷品印刷、其他印刷品印刷；食品药品用塑料包装、容器工具生产加工（凭许可证经营）、销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		

截至本招股说明书签署之日，太力印务的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	湖北太力	308.50	50.99
2	廖绍品	296.50	49.01
合计		**605.00**	**100.00**

太力印务最近一年及一期经审计财务数据如下：

项目	2021 年 12 月 31 日（万元）	2022 年 6 月 30 日（万元）
总资产	789.90	796.78
净资产	773.43	778.62
项目	**2021 年度（万元）**	**2022 年 1-6 月（万元）**
净利润	-0.35	5.19

太力印务主要负责压缩袋原材料所使用的塑料薄膜的复合和印刷。

3、深圳太力

公司名称	深圳市太力科技发展有限公司	成立时间	2019 年 11 月 22 日
注册资本	100 万元	实收资本	100 万元
注册地	深圳市龙岗区平湖街道禾花社区平吉大道北 159 号恒路 E 时代大厦 1309	主要生产经营地	同注册地
经营范围	一般经营项目是：工业设计；高分子材料、化工产品、纤维材料及工艺和设备的研发和销售；经营电子商务；日用百货、厨房、卫生间用具、灯具、装饰物品、家用电器、家具的设计；日用百货、五金产品、电子产品批发、销售；企业运营管理服务；信息咨询（不含限制项目）；经济信息咨询（不含限制项目）；贸易咨询；企业管理咨询（不含限制项目）；商务信息咨询；商业信息咨询；经营进出口业务（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）。		

截至本招股说明书签署之日，深圳太力的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	太力科技	100.00	100.00
合计		**100.00**	**100.00**

深圳太力最近一年及一期经审计财务数据如下：

项目	2021 年 12 月 31 日（万元）	2022 年 6 月 30 日（万元）
总资产	311.74	276.74
净资产	-171.83	-221.24
项目	**2021 年度（万元）**	**2022 年 1-6 月（万元）**
净利润	-173.53	-50.74

深圳太力主要负责跨境电商亚马逊平台销售及运营。

4、深圳欣涛

公司名称	深圳市欣涛贸易有限责任公司	成立时间	2021 年 2 月 24 日
注册资本	100 万元	实收资本	100 万元
注册地	深圳市龙岗区平湖街道禾花社区平吉大道北 159 号恒路 E 时代大厦 1712A7	主要生产经营地	同注册地
经营范围	一般经营项目是：工业设计；高分子材料，化工产品，纤维材料及工艺和设备的研发和销售；经营电子商务；日用百货、厨房、卫生间用具、灯具、装饰物品、家用电器、家具的设计；日用百货、五金产品、电子产品批发、销售；企业运营管理服务；信息咨询（不含限制项目）；经济信息咨询（不含限制项目）；贸易咨询；企业管理咨询（不含限制项目）；商务信息咨询；商业信息咨询；经营进出口业务。许可经营项目是：无		

截至本招股说明书签署之日，深圳欣涛的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	深圳太力	100.00	100.00
合计		**100.00**	**100.00**

深圳欣涛最近一年及一期经审计财务数据如下：

项目	2021 年 12 月 31 日（万元）	2022 年 6 月 30 日（万元）
总资产	223.54	266.68
净资产	85.86	92.07
项目	**2021 年度（万元）**	**2022 年 1-6 月（万元）**
净利润	-14.14	6.21

深圳欣涛主要负责跨境电商亚马逊平台销售及运营。

5、上海太力

公司名称	上海太力家庭用品有限公司	成立时间	2009 年 5 月 5 日
注册资本	50 万元	实收资本	50 万元
注册地	浦东新区航头镇鹤立西路 88 弄 66 号 9 幢	主要生产经营地	同注册地
经营范围	家居用品，日用百货的销售；塑料制品，工艺饰品，制造，加工；从事货物及技术的进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】		

截至本招股说明书签署之日，上海太力的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	太力科技	50.00	100.00
合计		**50.00**	**100.00**

上海太力最近一年一期经审计财务数据如下：

项目	2021 年 12 月 31 日（万元）	2022 年 6 月 30 日（万元）
总资产	455.51	456.52
净资产	-2,338.88	-2,246.01
项目	**2021 年度（万元）**	**2022 年 1-6 月（万元）**
净利润	117.35	92.87

上海太力主要负责商超渠道、经销商渠道销售。

6、中山宜尚

公司名称	中山宜尚科技有限公司	成立时间	2005 年 12 月 2 日
注册资本	200 万元	实收资本	200 万元
注册地	中山市石岐区湖滨北路 40 号之二后座	主要生产经营地	同注册地
经营范围	研发、销售：电子塑胶制品、家用电器；货物进出口；技术进出口；非居住房地产租赁；摄像及视频制作服务；经营性互联网信息服务；互联网销售；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		

截至本招股说明书签署之日，中山宜尚的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	太力科技	200.00	100.00
合计		**200.00**	**100.00**

中山宜尚最近一年一期经审计财务数据如下：

项目	2021 年 12 月 31 日（万元）	2022 年 6 月 30 日（万元）
总资产	2,049.76	2,503.44
净资产	-638.61	-284.16
项目	**2021 年度（万元）**	**2022 年 1-6 月（万元）**
净利润	-228.22	347.12

中山宜尚主要负责电商平台及商超渠道销售。

7、中山简居

公司名称	中山市简居家庭用品有限公司	成立时间	2014 年 7 月 15 日
注册资本	1,000 万元	实收资本	1,000 万元
注册地	中山市石岐区民盈路 1 号第一创业园 6 栋、7 栋之一（住所申报）	主要生产经营地	同注册地
经营范围	生产、销售：真空压缩袋、衣物挂钩、家庭日用百货、塑料制品；医疗器械生产；第二类、第三类医疗器械经营；货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）（以上经营范围涉及货物进出口、技术进出口）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		

截至本招股说明书签署之日，中山简居的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	中山宜尚	1,000.00	100.00

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
合计		**1,000.00**	**100.00**

中山简居最近一年一期经审计财务数据如下：

项目	2021 年 12 月 31 日（万元）	2022 年 6 月 30 日（万元）
总资产	4,633.48	5,129.11
净资产	1,156.47	1,395.21
项目	**2021 年度（万元）**	**2022 年 1-6 月（万元）**
净利润	31.44	231.06

中山简居主要负责真空收纳袋、垂直墙壁置物产品等家庭日用品的生产和销售，主要负责 ODM/OEM 业务。

8、中山乐舟

公司名称	中山市乐舟贸易有限公司	成立时间	2021 年 7 月 12 日
注册资本	100 万元	实收资本	100 万元
注册地	中山市石岐区湖滨北路 40 号之一（2 幢 203）	主要生产经营地	同注册地
经营范围	工业设计服务；化工产品销售（不含许可类化工产品）；塑料制品销售；日用百货销售；厨具卫具及日用杂品零售；五金产品批发；五金产品零售；电子产品销售；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；商务信息咨询（不含投资类咨询）；企业管理咨询；货物进出口；互联网销售（除销售需要许可的商品）；技术进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		

截至本招股说明书签署之日，中山乐舟的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	中山宜尚	100.00	100.00
合计		**100.00**	**100.00**

中山乐舟最近一年一期经审计财务数据如下：

项目	2021 年 12 月 31 日（万元）	2022 年 6 月 30 日（万元）
总资产	100.00	100.11
净资产	100.00	100.10
项目	**2021 年度（万元）**	**2022 年 1-6 月（万元）**
净利润	-0.0037	0.11

中山乐舟主要负责跨境电商亚马逊平台销售和运营。

9、杭州太力

公司名称	杭州太力科技发展有限公司	成立时间	2022 年 1 月 24 日
注册资本	100 万元	实收资本	100 万元
注册地	浙江省杭州市滨江区长河街道江虹路 333 号研祥科技大厦 A 幢 20 层 2001 室	主要生产经营地	同注册地
经营范围	一般项目：信息系统集成服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；合成材料销售；高性能纤维及复合材料销售；新型膜材料销售；塑料制品销售；日用品销售；日用品批发；日用百货销售；家居用品销售；厨具卫具及日用杂品批发；厨具卫具及日用杂品研发；摄像及视频制作服务；建筑用金属配件销售；化工产品销售（不含许可类化工产品）；互联网销售（除销售需要许可的商品）；日用化学产品销售；包装专用设备销售；农副食品加工专用设备销售；农副产品销售；泵及真空设备销售；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；个人互联网直播服务；保健食品（预包装）销售；货物进出口；技术进出口；食品销售（仅销售预包装食品）（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。许可项目：食品销售；网络文化经营（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。		

截至本招股说明书签署之日，杭州太力的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	中山宜尚	100.00	100.00
合计		**100.00**	**100.00**

杭州太力最近一期经审计财务数据如下：

项目	**2022 年 6 月 30 日（万元）**
总资产	141.49
净资产	-6.63
项目	**2022 年 1-6 月（万元）**
净利润	-106.63

杭州太力主要负责国内电商运营及服务支持。

10、广州太给力

公司名称	广州太给力传媒科技有限公司	成立时间	2022 年 3 月 11 日
注册资本	100 万元	实收资本	85 万元
注册地	广州市海珠区桥头大街 228 号之三 3011	主要生产经营地	同注册地

经营范围	个人互联网直播服务（需备案）;区块链技术相关软件和服务;数据处理服务;业务培训（不含教育培训、职业技能培训等需取得许可的培训）;互联网数据服务;工程和技术研究和试验发展;食品经营（仅销售预包装食品）;合成材料销售;高性能纤维及复合材料销售;人工智能理论与算法软件开发;新型膜材料销售;新材料技术研发;塑料制品销售;日用品销售;日用品批发;日用百货销售;家居用品销售;厨具卫具及日用杂品批发;广告制作;厨具卫具及日用杂品研发;摄像及视频制作服务;建筑用金属配件销售;信息系统集成服务;大数据服务;化工产品销售（不含许可类化工产品）;互联网销售（除销售需要许可的商品）;日用化学产品销售;包装专用设备销售;农副食品加工专用设备销售;农副产品销售;广告设计、代理;泵及真空设备销售;信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）;技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广;保健食品销售;货物进出口;技术进出口;食品销售;网络文化经营;广告发布（广播电台、电视台、报刊出版单位）;信息网络传播视听节目

截至本招股说明书签署之日，广州太给力的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	中山宜尚	100.00	100.00
合计		**100.00**	**100.00**

广州太给力最近一期经审计财务数据如下：

项目	2022 年 6 月 30 日（万元）
总资产	67.56
净资产	-0.71
项目	**2022 年 1-6 月（万元）**
净利润	-20.71

广州太给力主要负责新媒体电商平台的运作及服务支持。

11、中山莱圃

公司名称	中山莱圃新材料有限公司	成立时间	2017 年 5 月 25 日
注册资本	50 万元	实收资本	50 万元
注册地	中山市石岐区湖滨北路 40 号之一（2 幢一层 101 室）	主要生产经营地	同注册地
经营范围	生产、销售：塑料原料及制品、橡塑原料及制品、电子产品及元器件、专用化学品。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		

截至本招股说明书签署之日，中山莱圃的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	太力科技	50.00	100.00
合计		**50.00**	**100.00**

中山莱圃最近一年经审计财务数据如下：

项目	2021 年 12 月 31 日（万元）	2022 年 6 月 30 日（万元）
总资产	428.76	394.29
净资产	165.31	147.12
项目	**2021 年度（万元）**	**2022 年 1-6 月（万元）**
净利润	13.74	-18.18

中山莱圃主要负责生产制造 TPE 弹性体等家居收纳用品相关新型材料。

12、简居香港

公司名称	简居香港有限公司	成立时间	2018 年 8 月 2 日
注册资本	5,000 万港元	实收资本	63.0197 万元
注册地	香港九龙旺角弥敦道 610 号荷李活商业中心 1318-19 室	主要生产经营地	同注册地
经营范围	电子电器，日用百货产品的研发，设计，生产，销售，技术进出口		

截至本招股说明书签署之日，简居香港的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万港币）	持股比例（%）
1	太力科技	5,000.00	100.00
合计		**5,000.00**	**100.00**

简居香港最近一年及一期经审计财务数据如下：

项目	2021 年 12 月 31 日（万元）	2022 年 6 月 30 日（万元）
总资产	1,293.87	1,494.07
净资产	621.15	789.49
项目	**2021 年度（万元）**	**2022 年 1-6 月（万元）**
净利润	294.56	168.34

简居香港主要负责跨境电商亚马逊平台的销售及运营。

13、武汉太力

公司名称	武汉太力技术有限公司	成立时间	2022 年 7 月 26 日
注册资本	5,000 万元	实收资本	0 万元
注册地	湖北省武汉市新洲区双柳街道行云路国家航天产业基地双柳新城产业港 4 栋 203 号	主要生产经营地	同注册地

公司名称	武汉太力技术有限公司	成立时间	2022 年 7 月 26 日
经营范围	一般项目：新材料技术研发；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；合成材料制造（不含危险化学品）；新材料技术推广服务；新型膜材料制造；新型膜材料销售；高性能纤维及复合材料制造；高性能纤维及复合材料销售；人工智能应用软件开发；互联网数据服务；软件开发（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）		

截至本招股说明书签署之日，武汉太力的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	太力科技	5,000.00	100.00
合计		**5,000.00**	**100.00**

武汉太力 2022 年 7 月 26 日成立，主要负责本次募投项目太力武汉生产及物流中心、研发中心的建设以及后续生产、研发、运营工作。

（二）报告期内注销的子公司

1、美国太力

公司名称	美国太力有限公司（Taili LLC）	成立时间	2017 年 5 月 17 日
企业编号	6414254	注销时间	2019 年 2 月 21 日
注册地	特拉华州（Delaware Secretary of State）		

美国太力系发行人为了拓宽美国市场，应 Menards 等客户的要求在美国设立的公司。自美国太力设立后，因与 Menards 等美国客户的谈判未取得实质性进展，成立公司的预期目标未能实现，决定注销美国太力。美国太力存续期间未实际在美国开展经营活动，也未聘用任何员工，并已于 2019 年 2 月 21 日注销。

2、美国收纳

公司名称	美国收纳有限公司（StorageMate,Inc）	成立时间	2019 年 3 月 4 日
企业编号	7307179	注销时间	2021 年 2 月 22 日
注册地	特拉华州（Delaware Secretary of State）		

美国收纳系发行人为促进跨境电子商务，在亚马逊等平台注册和开设店铺而设立。自美国收纳成立后，因战略目标调整，在亚马逊平台未成立以美国收纳为所有权人的相应店铺，成立公司的预期目标未能实现，故决定注销美国收纳。美国收纳存续期间未实际在美国开展经营活动，也未聘用任何员工，并已于 2021 年 2 月 22 日注销。

根据 McCarter & English 律师事务所出具的《美国太力法律意见书》《美国收纳法律意见书》，美国太力、美国收纳未实际开展经营活动，也未聘用任何员工，成立以来按照当地法律合法经营，未受到诉讼、仲裁、索赔，其开展经营活动符合其注册地法律的规定。

（三）店铺公司

基于构建品牌矩阵及发展多品类业务的战略考虑，公司在跨境电商业务开展初期采用了多账号开店的经营模式。为适应该经营模式，公司报告期内存在 10 家以公司员工或其近亲属等第三方自然人名义开设的店铺公司（以下称“第三方店铺”）。

1、店铺公司具体信息

（1）超彦贸易

公司名称	中山市超彦贸易有限公司	成立时间	2020 年 1 月 13 日
注册资本	1 万元	注销时间	2022 年 4 月 26 日
注册地	中山市石岐区湖滨北路 40 号之一（2 幢二层 201）	主要生产经营地	同注册地
经营范围	批发业；零售业；互联网零售、批发；货物进出口；技术进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		

（2）丹信贸易

公司名称	中山市丹信贸易有限公司	成立时间	2020 年 3 月 4 日
注册资本	1 万元	注销时间	2021 年 6 月 7 日
注册地	中山市石岐区湖滨北路 40 号之一（2 幢 3 层 101）	主要生产经营地	同注册地
经营范围	批发业；零售业；互联网零售、批发；货物进出口；技术进出口。（依法须批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		

（3）泓太贸易

公司名称	中山市泓太贸易有限公司	成立时间	2018 年 12 月 21 日
注册资本	1 万元	注销时间	2022 年 6 月 16 日
注册地	中山市石岐区湖滨北路 40 号之一（前座二层）	主要生产经营地	同注册地
经营范围	销售：真空压缩袋、保温袋、食品包装袋、收纳整理（袋）箱、衣橱、置物架、晾衣架、衣物挂钩、清洁拖把、真空吸尘器、家用电器、电子产品；销售：日用百货；货物进出口；技术进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		

（4）琼安贸易

公司名称	中山市琼安贸易有限公司	成立时间	2018 年 12 月 21 日
注册资本	1 万元	注销时间	2022 年 6 月 17 日
注册地	中山市石岐区湖滨北路 40 号之一（前座一层 6 卡）	主要生产经营地	同注册地
经营范围	销售：真空压缩袋、保温袋、食品包装袋、收纳整理（袋）箱、衣橱、置物架、晾衣架、衣物挂钩、清洁拖把、真空吸尘器、家用电器、电子产品；销售：日用百货；货物进出口、技术进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		

（5）守辉贸易

公司名称	中山市守辉贸易有限公司	成立时间	2018 年 12 月 29 日
注册资本	1 万元	注销时间	2022 年 6 月 15 日
注册地	中山市石岐区湖滨北路 40 号之一（前座三层）	主要生产经营地	同注册地
经营范围	销售：真空压缩袋、保温袋、食品包装袋、收纳整理（袋）箱、衣橱、置物架、晾衣架、衣物挂钩、清洁拖把、真空吸尘器、家用电器、电子产品；销售：日用百货；货物进出口；技术进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		

（6）益进贸易

公司名称	中山市益进贸易有限公司	成立时间	2019 年 11 月 12 日
注册资本	1 万元	注销时间	2022 年 4 月 27 日
注册地	中山市石岐区民盈路 1 号（第一创业园 7 幢 201 室）	主要生产经营地	同注册地
经营范围	批发业；零售业；互联网零售、批发；货物进出口；技术进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		

（7）婕慧贸易

公司名称	中山市婕慧贸易有限公司	成立时间	2020 年 1 月 14 日
注册资本	1 万元	注销时间	2022 年 4 月 20 日
注册地	中山市石岐区湖滨北路 40 号之一（2 幢一层 103）	主要生产经营地	同注册地
经营范围	批发业；零售业；互联网零售、批发；货物进出口；技术进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		

（8）穆洁贸易

公司名称	中山市穆洁贸易有限公司	成立时间	2020 年 1 月 15 日
注册资本	1 万元	注销时间	2022 年 4 月 20 日

注册地	中山市石岐区湖滨北路 40 号之一（2 幢一层 102）	主要生产经营地	同注册地
经营范围	批发业；零售业；互联网零售、批发；货物进出口；技术进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		

（9）守登贸易

公司名称	中山市守登贸易有限公司	成立时间	2019 年 12 月 17 日
注册资本	1 万元	注销时间	2022 年 4 月 25 日
注册地	中山市石岐区湖滨北路 40 号之一（②幢三楼 308）	主要生产经营地	同注册地
经营范围	批发业；零售业；互联网零售、批发；货物进出口；技术进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		

（10）雁坤贸易

公司名称	中山市雁坤贸易有限公司	成立时间	2020 年 1 月 14 日
注册资本	1 万元	注销时间	2022 年 4 月 25 日
注册地	中山市石岐区湖滨北路 40 号之一（2 幢二层 202）	主要生产经营地	同注册地
经营范围	批发业；零售业；互联网零售、批发；货物进出口；技术进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		

2、店铺公司设立的原因及合理性

公司跨境电商业务起步于 2019 年，2020 年开始规模增长较快。上述店铺公司主要设立于 2018 年末至 2020 年一季度期间，当时公司跨境电商业务仍处于培育期向快速发展期的过渡期间，且当时跨境电商市场处于爆发阶段，公司急需扩大跨境电商业务规模，形成产品矩阵，第一时间响应市场需求，并提高产品触达终端消费者的频次，尽快抢占市场份额，因此陆续设立了上述 10 家店铺公司。大量开设店铺以促进销售规模的营销模式是跨境电商行业的普遍做法，经查阅公开披露信息，上市公司有棵树科技股份有限公司（300209.SZ）、华凯易佰科技股份有限公司（300592.SZ）及拟上市公司赛维时代科技股份有限公司、傲基科技股份有限公司等均披露其跨境电商业务存在类似模式。

因此，公司设立店铺公司主要是为了满足跨境电商业务的发展规划和经营策略，符合行业惯例，具有商业合理性和必要性。

3、店铺公司的实际运营、管理、财务处理，店铺公司与简居香港签订的协议情况

发行人子公司简居香港与店铺公司法定代表人均签署了《股权托管协议》，保证公司能够实际拥有该等店铺公司及第三方店铺的控制权、所有权和其他相关权益。《股权托管协议》中关于控制权、所有权的主要约定如下：

协议要素	主要内容
委托方	店铺公司法定代表人
受托方	简居香港
托管标的	店铺公司 100%股权
托管内容	委托方委托简居香港管理店铺公司 100%股权，简居香港行使股东权利，履行股东义务，参加股东会并行使表决权，如对托管标的的经营行为实施监督，提出建议或质询；代表委托方派出董事、监事及公司高级管理人员，收益处置权等
托管期限	自托管协议签订之日起，至托管标的被依法注销之日截止
托管费用	受托方不收取托管费用

2021 年开始，公司针对该情形进行积极整改，逐步将店铺公司业务转移至其他子公司，先后关闭上述不符合规范性要求的第三方店铺。截至 2022 年 6 月 30 日，公司已关闭全部第三方店铺并完成对所有第三方店铺公司的注销工作，公司已不存在体外开立且实际由公司运营的店铺，公司未来亦不再开立第三方店铺。

4、发行人对店铺公司控制及合并报表情况

发行人拥有对店铺公司的权力，可通过参与店铺公司的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对店铺公司的权力影响其回报金额，因此发行人通过股权托管拥有对店铺公司的控制权。

（1）对于“投资方拥有对被投资方的权力”的判断

根据股权托管协议约定，发行人行使对店铺公司的实际管理权，全面负责店铺公司的经营管理，并且享有如行使股东权利，履行股东义务，参加股东会并行使表决权，对托管标的的经营行为实施监督，提出建议或质询；代表委托方派出董事、监事及公司高级管理人员，收益处置权；标的公司重大决策事项等。因此，发行人依据股权托管协议实际拥有对店铺公司的权力。

（2）对于“通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额”的判断

根据股权托管协议约定，发行人享有自托管协议签订之日起，至托管标的被依法注销之日期间的收益处置权。有权使用委托方的相关信息开设网店及注册账号，相关信息注册、涉及的网店店铺归发行人实际所有及管理控制，发行人享有标的公司完整的经营管理权、享有信息关联所有网店的完整所有权、使用权、收益权、处分权、知识产权及其他权利，并独立承担经营成本和经营风险。因此，发行人可以通过参与店铺公司的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对店铺公司的权力影响其回报金额。

发行人通过协议能够对店铺公司实现控制，发行人有能力主导店铺公司的相关活动，享有可变回报，并且有能力运用对店铺的权力影响其回报金额。报告期内，发行人将店铺公司纳入合并报表范围，依据充分，合并报表编制符合企业会计准则相关规定。

5、设立店铺公司未违反相关法律法规、平台规则

经访谈亚马逊平台并查阅亚马逊平台相关政策，Amazon 平台规则中只针对同一主体直接拥有多个店铺的情况进行管控，并未明确限制同一主体通过其控制的其他主体从而间接控制多个账户并开设多个网络店铺的多账号开店经营行为。店铺公司并未明确违反亚马逊平台现行有效的注册及运营规定，未突破平台开店数量限制。

上述店铺公司均为公司为了拓展跨境电商业务而设立，2021 年开始公司针对跨境电商群店模式进行积极整改，截至报告期末已全部注销。根据中山市金融工作局 2022 年 8 月 25 日出具《关于广东太力科技集团股份有限公司申请协助开具无违规证明的复函》、国家税务总局中山市税务局出具的《清税证明》，该等公司存续期间在工商、税务等方面不存在违法违规行为，保荐机构、发行人律师认为上述店铺公司在存续期间合法经营，相关资产、人员、债务均在简居香港公司管理核算，无违法违规行为，发行人已在招股说明书之“第四节 风险因素”之“二、经营风险”之“（四）跨境电商平台店铺关闭风险”中披露了上述店铺公司及第三方店铺相关风险。

综上，报告期内发行人曾存在的上述店铺公司及第三方店铺经营模式，不存在违反相关法律法规、境外电商平台经营规则的情形，不构成本次发行的实质性障碍。

七、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人情况

（一）控股股东、实际控制人的基本情况

本次发行前，石正兵直接持有发行人 70.72%股份，通过中山新正、中山魏力间接控制 8.39%表决权，合计控制发行人 79.11%表决权，为发行人的控股股东、实际控制人。

石正兵，男，中国国籍，1970 年出生，无境外永久居留权，研究生学历。2003 年 4 月至 2021 年 5 月担任中山市太力家庭用品制造有限公司董事兼经理；2021 年 5 月至今担任广东太力科技集团股份有限公司董事长兼总经理；2008 年 9 月至 2022 年 7 月担任湖北太力家庭用品制造有限公司执行董事兼经理；2009 年 8 月至今担任湖北太力印务有限公司监事；2012 年 12 月至今担任中山市新正股权投资管理中心（有限合伙）执行事务合伙人；2020 年 10 月至今担任中山市魏力股权投资中心（有限合伙）执行事务合伙人；2011 年至今担任中山市十四届、十五届、十六届人大代表；2013 年至今担任中山市石岐区工商联（商会）常务副主席；2014 年至今担任广东省湖北商会常务副会长；2017 年至今担任中国人民大学广州地区校友会商会理事会会长；2020 年至今担任中山市文化产业促进会第二届理事会常务副会长等。2010 年获得“中山市十大创新企业人物”奖、2015 年入选湖北省重大人才工程“123 企业家培育计划”、2016 年荣获荆门市五一劳动奖章和荆门市劳动模范荣誉称号，2021 年获得广东省非公有制经济人士优秀中国特色社会主义事业建设者暨光彩事业贡献奖，2022 年荣获广东省五一劳动奖章并当选广东省第十四届人大代表。

（二）持有公司 5%以上股份的股东及其他主要股东

除控股股东石正兵外，不存在其他持有发行人 5%以上股份的股东。

（三）控股股东、实际控制人及其近亲属控制的其他企业情况

除发行人外，石正兵担任中山市新正股权投资管理中心（有限合伙）、中山市魏力股权投资中心（有限合伙）的执行事务合伙人，系中山新正、中山魏力的

实际控制人，中山新正、中山魏力系发行人的员工持股平台，具体情况如下：

1、中山新正

企业名称	中山市新正股权投资管理中心（有限合伙）
统一社会信用代码	91442000055342286C
住所	中山市石岐区康华路怡东街 5 号一楼
执行事务合伙人	石正兵
经营范围	法律、法规、政策允许的股权投资业务；企业管理咨询；项目投资咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
投资金额	900.00 万元人民币
企业类型	有限合伙企业
成立日期	2012 年 9 月 20 日
合伙期限	2012 年 9 月 20 日至无固定期限

截至本招股说明书签署之日，中山新正的出资结构如下：

序号	合伙人姓名	出资金额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	石正兵	296.45	32.94%	普通合伙人
2	廖江	63.00	7.00%	普通合伙人
3	方琳	60.00	6.67%	有限合伙人
4	王竑	60.00	6.67%	有限合伙人
5	聂琴	37.50	4.17%	有限合伙人
6	王振昌	36.60	4.07%	有限合伙人
7	宋耀洁	34.80	3.87%	有限合伙人
8	潘峰	30.00	3.33%	有限合伙人
9	金星	21.00	2.33%	有限合伙人
10	钦黎明	20.10	2.23%	有限合伙人
11	陆中涛	18.75	2.08%	有限合伙人
12	唐华朝	15.00	1.67%	有限合伙人
13	饶志明	15.00	1.67%	有限合伙人
14	石守亮	12.00	1.33%	有限合伙人
15	陈冬霞	9.00	1.00%	有限合伙人
16	杨敏华	9.00	1.00%	有限合伙人
17	颜克勤	9.00	1.00%	有限合伙人
18	龙光中	9.00	1.00%	有限合伙人

序号	合伙人姓名	出资金额（万元）	出资比例	合伙人类型
19	吴淑敏	7.50	0.83%	有限合伙人
20	麦静欣	7.50	0.83%	有限合伙人
21	卢善光	7.50	0.83%	有限合伙人
22	杨强辉	7.50	0.83%	有限合伙人
23	邓彦	7.50	0.83%	有限合伙人
24	佘映红	7.50	0.83%	有限合伙人
25	易恺祺	7.50	0.83%	有限合伙人
26	陈晋怀	7.50	0.83%	有限合伙人
27	赵丹凤	7.50	0.83%	有限合伙人
28	刘紫妍	7.50	0.83%	有限合伙人
29	林彩云	7.50	0.83%	有限合伙人
30	陈家裕	6.60	0.73%	有限合伙人
31	李秋霞	6.60	0.73%	有限合伙人
32	瞿舜杰	6.00	0.67%	有限合伙人
33	兰丽引	6.00	0.67%	有限合伙人
34	黄琼	6.00	0.67%	有限合伙人
35	潘嘉文	6.00	0.67%	有限合伙人
36	邓敏儿	6.00	0.67%	有限合伙人
37	梁航志	3.70	0.41%	有限合伙人
38	刘家麒	3.60	0.40%	有限合伙人
39	陈连伟	3.00	0.33%	有限合伙人
40	高晗	3.00	0.33%	有限合伙人
41	徐传勇	3.00	0.33%	有限合伙人
42	汪建辉	1.80	0.20%	有限合伙人
合计		**900.00**	**100.00%**	-

2、中山魏力

企业名称	中山市魏力股权投资中心（有限合伙）
统一社会信用代码	91442000MA55F23W93
住所	中山市石岐区湖滨北路 40 号之一（②幢三楼 306）
执行事务合伙人	石正兵
经营范围	法律、法规、政策允许的股权投资业务；企业管理咨询；项目投资咨询（不含金融投资咨询；以上项目法律、行政法规禁止经营的项目除

	外；法律、行政法规限制经营的项目取得许可后方可经营）。（已发需经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
投资金额	1,558.00 万元人民币
企业类型	有限合伙企业
成立日期	2020 年 10 月 22 日
合伙期限	2020 年 10 月 22 日 2040 年 10 月 22 日

截至本招股说明书签署之日，中山魏力的出资结构如下：

序号	合伙人姓名	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	廖江	258.00	16.56%	有限合伙人
2	王竑	120.00	7.70%	有限合伙人
3	石正兵	119.00	7.64%	普通合伙人
4	饶志明	92.00	5.91%	有限合伙人
5	刘晓乐	70.00	4.49%	有限合伙人
6	赵勇	70.00	4.49%	有限合伙人
7	金星	68.00	4.36%	有限合伙人
8	李斌	56.00	3.59%	有限合伙人
9	宋耀洁	50.00	3.21%	有限合伙人
10	谭志强	44.00	2.82%	有限合伙人
11	阎云海	40.00	2.57%	有限合伙人
12	陆中涛	40.00	2.57%	有限合伙人
13	杨宏生	40.00	2.57%	有限合伙人
14	李桃	40.00	2.57%	有限合伙人
15	梁明婉	40.00	2.57%	有限合伙人
16	吴晓璇	30.00	1.93%	有限合伙人
17	姜维	28.00	1.80%	有限合伙人
18	郑衍彤	20.00	1.28%	有限合伙人
19	周玲	20.00	1.28%	有限合伙人
20	苏秋菊	20.00	1.28%	有限合伙人
21	汪建辉	20.00	1.28%	有限合伙人
22	陈金勇	20.00	1.28%	有限合伙人
23	刘淑芬	20.00	1.28%	有限合伙人
24	罗淑雯	20.00	1.28%	有限合伙人
25	郝凌云	20.00	1.28%	有限合伙人

序号	合伙人姓名	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
26	雷建勇	12.00	0.77%	有限合伙人
27	李京根	12.00	0.77%	有限合伙人
28	王想宝	12.00	0.77%	有限合伙人
29	李文俊	12.00	0.77%	有限合伙人
30	潘倩晴	11.00	0.71%	有限合伙人
31	韩露露	10.00	0.64%	有限合伙人
32	张守贵	10.00	0.64%	有限合伙人
33	梁航志	10.00	0.64%	有限合伙人
34	汤秋萍	10.00	0.64%	有限合伙人
35	林世永	10.00	0.64%	有限合伙人
36	招泳诗	10.00	0.64%	有限合伙人
37	钦黎明	10.00	0.64%	有限合伙人
38	王晓萍	10.00	0.64%	有限合伙人
39	李宏运	8.00	0.51%	有限合伙人
40	江依玲	8.00	0.51%	有限合伙人
41	王能进	8.00	0.51%	有限合伙人
42	李明春	8.00	0.51%	有限合伙人
43	周雪	8.00	0.51%	有限合伙人
44	林春爱	8.00	0.51%	有限合伙人
45	黄梓健	6.00	0.39%	有限合伙人
合计		**1,558.00**	**100.00%**	-

八、发行人的股本情况

（一）本次发行前后公司股本情况

本次发行前公司总股本为8,121万股，本次拟发行2,707万股人民币普通股，占发行后总股本的25.00%。本次发行前后，公司股本情况如下：

序号	股东	发行前股本结构		发行后股本结构	
		持股数（万股）	比例	持股数（万股）	比例
一、	有限售条件流通股	8,121.00	100.00%	8,121.00	75.00%
1	石正兵	5,743.00	70.72%	5,743.00	53.04%
2	蔡小文	394.00	4.85%	394.00	3.64%

序号	股东	发行前股本结构		发行后股本结构	
		持股数（万股）	比例	持股数（万股）	比例
3	中山魏力	388.00	4.78%	388.00	3.58%
4	刘健	379.00	4.67%	379.00	3.50%
5	中山新正	293.00	3.61%	293.00	2.71%
6	张结燕	200.00	2.46%	200.00	1.85%
7	嘉兴栈道	200.00	2.46%	200.00	1.85%
8	邓志毅	180.00	2.22%	180.00	1.66%
9	海宁海睿	120.00	1.48%	120.00	1.11%
10	常州铭德	120.00	1.48%	120.00	1.11%
11	廖江	64.00	0.79%	64.00	0.59%
12	郝群	20.00	0.25%	20.00	0.18%
13	饶志明	11.00	0.14%	11.00	0.10%
14	陆中涛	6.00	0.07%	6.00	0.06%
15	刘晓乐	3.00	0.04%	3.00	0.03%
二、	本次发行流通股	-	-	2,707.00	25.00%
合计		**8,121.00**	**100.00%**	**10,828.00**	**100.00%**

（二）本次发行前的前十名股东持股情况

序号	股东	股份数（万股）	持股比例
1	石正兵	5,743.00	70.72%
2	蔡小文	394.00	4.85%
3	中山魏力	388.00	4.78%
4	刘健	379.00	4.67%
5	中山新正	293.00	3.61%
6	张结燕	200.00	2.46%
7	嘉兴栈道	200.00	2.46%
8	邓志毅	180.00	2.22%
9	海宁海睿	120.00	1.48%
10	常州铭德	120.00	1.48%
合计		**8,017.00**	**98.72%**

（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

序号	股东名称	股份数（万股）	持股比例	在发行人任职
1	石正兵	5,743.00	70.72%	董事长、总经理、法定代表人
2	蔡小文	394.00	4.85%	未任职
3	刘健	379.00	4.67%	未任职
4	张结燕	200.00	2.46%	未任职
5	邓志毅	180.00	2.22%	未任职
6	廖江	64.00	0.79%	副总经理
7	郝群	20.00	0.25%	未任职
8	饶志明	11.00	0.14%	董事、副总经理
9	陆中涛	6.00	0.07%	投融资部总监
10	刘晓乐	3.00	0.04%	亚太地区电商事业部总经理
合计		**7,000.00**	**86.20%**	-

（四）国有股东及外资股东情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在国有股份或外资股份。

（五）公司股东中的契约型基金、资产管理计划、信托计划的情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在契约型基金、资产管理计划、信托计划股东。

（六）最近一年发行人新增股东的情况

截至本招股说明书签署之日，公司申报前 1 年新增股东为嘉兴栈道栈智股权投资合伙企业（有限合伙），嘉兴栈道因看好公司发展前景，于 2021 年 12 月通过增资形式以 16 元/股的价格获得公司 200 万股股份，增资价格为双方协商定价。嘉兴栈道的基本情况如下：

项目	内容
名称	嘉兴栈道栈智股权投资合伙企业（有限合伙）
成立日期	2021 年 9 月 16 日
执行事务合伙人	上海栈道私募基金管理有限公司
出资额	36,000 万元
注册地址和主要生产经营地址	浙江省嘉兴市南湖区东栅街道南江路 1856 号基金小镇 1 号楼 175 室-26

项目	内容
经营范围	一般项目：股权投资及相关咨询服务（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。

嘉兴栈道栈智股权投资合伙企业（有限合伙）的各合伙人出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资额（万元）	出资比例
1	上海栈道私募基金管理有限公司	普通合伙人	100.00	0.28%
2	天津柏聿企业管理中心（有限合伙）	有限合伙人	8,000.00	22.22%
3	湖北正涵投资有限公司	有限合伙人	5,000.00	13.89%
4	芜湖市盛初投资管理咨询有限公司	有限合伙人	5,000.00	13.89%
5	高学飞	有限合伙人	3,000.00	8.33%
6	钟玉叶	有限合伙人	2,000.00	5.56%
7	丛学年	有限合伙人	2,000.00	5.56%
8	秦淼珉	有限合伙人	2,000.00	5.56%
9	史冬梅	有限合伙人	1,600.00	4.44%
10	陈先明	有限合伙人	1,500.00	4.17%
11	张明忠	有限合伙人	1,500.00	4.17%
12	厦门千杉启永投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	1,000.00	2.78%
13	汪孝平	有限合伙人	1,000.00	2.78%
14	高翔	有限合伙人	1,000.00	2.78%
15	陈星灿	有限合伙人	800.00	2.22%
16	王述荣	有限合伙人	500.00	1.39%
合计	-	-	**36,000.00**	**100.00%**

嘉兴栈道于 2021 年 11 月 11 日在中国证券投资基金业协会完成了私募投资基金备案手续，基金编号为 STA864，基金类型为股权投资基金，基金管理人为上海栈道私募基金管理有限公司，其基本情况如下：

企业名称	上海栈道私募基金管理有限公司
法定代表人	吴志伟
注册资本	1,000 万元人民币
设立日期	2014 年 10 月 23 日
基金管理人登记编号	P072393
注册地址	上海市浦东新区高桥镇季景路 9-6 号公 E2-1 幢 1 层

经营范围	一般项目：私募股权投资基金管理服务（须在中国证券投资基金业协会完成登记备案后方可从事经营活动）。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

吴志伟持有上海栈道私募基金管理有限公司 40%出资额且担任执行董事，系该公司的实际控制人。

嘉兴栈道与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系，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，嘉兴栈道不存在股份代持情形。

（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

截至本招股说明书签署之日，公司各股东之间的关联关系情况具体如下：

股东名称	持股比例	股东间关联关系
石正兵	70.72%	发行人控股股东、实际控制人石正兵是员工持股平台中山魏力、中山新正执行事务合伙人
中山魏力	4.78%	
中山新正	3.61%	
海宁海睿	1.48%	发行人股东海宁海睿、常州铭德的执行事务合伙人均为海宁海睿投资管理有限公司，实际控制人为发行人股东郝群
常州铭德	1.48%	
郝群	0.25%	

除上述股东存在关联关系以外，公司其他股东间不存在关联关系。

（八）私募基金股东备案

截至本招股说明书签署之日，发行人共有股东 15 名，其中私募基金股东 3 名，私募基金股东情况如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例	基金管理人	基金编号	备案时间	登记编号	登记时间
1	嘉兴栈道	200.00	2.46%	上海栈道私募基金管理有限公司	STA864	2021-11-11	P1072393	2021-08-27
2	海宁海睿	120.00	1.48%	海宁海睿投资管理有限公司	SX1315	2017-9-27	P1064498	2017-08-29
3	常州铭德	120.00	1.48%	海宁海睿投资管理有限公司	SLV493	2020-9-29	P1064498	2017-08-29

1、嘉兴栈道

嘉兴栈道的具体情况详见本节“（六）最近一年发行人新增股东的情况”。

2、海宁海睿

项目	内容
名称	海宁海睿产业投资合伙企业（有限合伙）
成立日期	2017 年 9 月 5 日
执行事务合伙人	海宁海睿投资管理有限公司（委派代表郭源）
出资额	50,710 万元
注册地址和主要生产经营地址	浙江省嘉兴市海宁市浙江海宁经编产业园区经都二路 2 号经编大楼 1 层 210 室
经营范围	股权投资。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

海宁海睿已于 2017 年 9 月 27 日在中国证券投资基金业协会办理完成私募投资基金备案手续，基金编号为 SX1315，基金类型为创业投资基金，基金管理人为海宁海睿投资管理有限公司。

3、常州铭德

项目	内容
名称	常州铭德创业投资合伙企业（有限合伙）
成立日期	2020 年 9 月 3 日
执行事务合伙人	海宁海睿投资管理有限公司（委派代表郝群）
出资额	10,000 万
注册地址和主要生产经营地址	常州市武进区常州西太湖科技产业园兰香路 8 号
经营范围	一般项目：创业投资（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

常州铭德于 2020 年 9 月 29 日在中国证券投资基金业协会完成了私募投资基金备案手续，基金编号为 SLV493，基金类型为创业投资基金，基金管理人为海宁海睿投资管理有限公司。

海宁海睿与常州铭德的基金管理人均为海宁海睿投资管理有限公司，其基本情况如下：

企业名称	海宁海睿投资管理有限公司
法定代表人	郭源
注册资本	2,222.2222 万元人民币
设立日期	2017 年 5 月 10 日
基金管理人登记编号	P1064498
注册地址	浙江省嘉兴市海宁市浙江海宁经编产业园区经都二路 2 号经编大楼 1 层 232 室
经营范围	投资管理，资产管理，实业投资。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

（九）发行人历史沿革中涉及的特殊利益协议及解除情况

1、相关特殊利益协议基本内容

2020 年 11 月 25 日，海宁海睿、常州铭德、郝群与石正兵签署了《增资协议之补充协议》，同日，邓志毅、张桂明分别与石正兵签署了《股权回购协议》，上述协议涉及对赌及股东特殊权利条款。

2、相关特殊利益协议的解除及补充协议约定情况

协议名称	签订主体	主要特殊条款
《增资协议之补充协议》	石正兵（甲方）与海宁海睿、常州铭德、郝群（乙方）	1、约定中山市太力家庭用品制造有限公司在 2024 年 12 月 31 日以前未能实现首次公开发行，则乙方均有权要求甲方按照其投资价格回购其所持中山市太力家庭用品制造有限公司的全部或部分股权。 2、发生以上情形，乙方决定行使回购权的，应先向甲方发出书面通知（“回购通知”），甲方应予以配合以实现回购。甲方在乙方发出回购通知后 180 日以内，完成全部回购款项的支付。 3、若甲方没有足够资金履行其回购义务（乙方之间按相对持股比例行使回购权）（相对持股比例系指行使该等权利的主体持股数量/拥有该等权利的主体的合计持股数量，以下同），本轮投资方有权要求公司通过：（1）分红或其他适用法律允许的方式募集资金以履行其回购义务；或（2）乙方向合格第三方按照市场公允价格出让股权。在甲方向乙方支付完毕全部股权回购对价之前，乙方就其未取得回购对价部分的股权仍享有中国法律和本协议项下完全的股东权利。 4、中山市太力家庭用品制造有限公司本轮及后续融资时，引入投资者的价格应等于或高于本次交易价格，除员工股权激励和历史股权问题的处理。
《股权回购协议》	石正兵（甲方）与邓志毅、张桂明（乙方）	1、若太力在 2025 年 12 月 31 日以前未能在上海证券交易所或深圳证券交易所实现首次公开发行（IPO），则乙方（邓志毅、张桂明）有权要求甲方（石正兵）回购乙方持有的太力的全部或部分股权。 2、发生以上情形，乙方决定要求甲方回购的，应先向甲方发出书面通知，甲方应在收到乙方通知后 180 日内，完成全部回购款

协议名称	签订主体	主要特殊条款
		项的支付。回购价款为：回购前乙方总投资额减乙方已分得的现金红利。 3、发生以上情形，乙方应配合甲方签署有关股权转让协议文件，办理股权变更登记。甲方应促使太力其他股东放弃优先购买权并配合签署股权变更登记必需的法律文件。 4、乙方有权（1）要求甲方通过促使太力分红或其他适用法律允许的方式筹集资金以履行其回购义务；或（2）乙方向合格第三方按照市场公允价格出让股权。 5、在甲方向乙方支付完毕全部股权回购对价之前，乙方就其未取得回购对价部分的股权仍享有中国法律和本协议项下全部的股东权利。

2021 年 3 月 5 日，张桂明与张结燕签署《股权转让协议》，将其持有的 200 万股股权转让给张结燕。

2022 年 8 月，股东经友好协商，同意终止原增资协议中约定的特殊约定条款事宜。石正兵与海宁海睿、常州铭德、郝群签署了《中山市太力家庭用品制造有限公司增资协议之补充协议（二）》，约定“各方同意解除《补充协议（一）》，各方就该协议范围内的权利义务一并自动解除，各方确认《补充协议（一）》自始无效。”

石正兵分别与邓志毅、张结燕签署了《中山市太力家庭用品制造有限公司股权回购协议之解除协议》，约定“双方同意解除《股权回购协议》，双方就该协议范围内的权利义务一并自动解除，双方确认《股权回购协议》自始无效”。同时约定“张结燕与张桂明 2021 年 3 月 5 日签订的《股权转让协议》，张桂明将其持有的中山太力（现名称为广东太力）200 万出资额转让给张结燕。因此，张结燕现为股权回购协议的承继人”。

2022 年 8 月，发行人股东均已签署《确认函》确认“本企业/本人与发行人及发行人其他股东未签订或约定任何关于发行人上市及业绩承诺、估值调整及特别表决权、反稀释权、对赌条款等股东特别权利条款。”截至本招股说明书签署之日，公司及股东之间原签署的对赌协议已经全部解除，发行人不存在正在执行的对赌协议。

经核查，保荐机构认为：上述对赌协议已清理完毕，符合《创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 13 条规定的条件，不会对发行人本次发行上市构成不利影响。发行人现有股东与发行人及发行人实际控制人之间不存在对赌协议或

类似安排。

（十）发行人股东穿透情况

中山魏力、中山新正系发行人的员工持股平台，合伙人均为发行人的员工，共计 77 人。

根据《证券法》《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》《国务院办公厅关于严厉打击非法发行股票和非法经营证券业务有关问题的通知》《非上市公众公司监管指引第4号——股东人数超过200人的未上市股份有限公司申请行政许可有关问题的审核指引》等规定，发行人股东中，3 个私募基金已完成备案，且不是专门为投资发行人而设立，认定为 3 个股东，未穿透计算股东人数；2 个以合伙制企业设立的员工持股平台，合伙人均为发行人员工，未穿透计算股东人数；其余 10 名为自然人股东；发行人股权结构中不存在契约型基金、信托计划、资产管理计划等“三类股东”，股权结构穿透后的发行人股东总数为 15 人。

序号	股东名称/姓名	股东性质	穿透情况说明	穿透后股东数量
1	中山魏力	合伙企业	依法以合伙制企业形式设立的员工持股平台，无需穿透，计为 1 人	1
2	中山新正	合伙企业	依法以合伙制企业形式设立的员工持股平台，无需穿透，计为 1 人	1
3	嘉兴栈道	私募基金	依法完成私募基金备案（编号 STA864）且不是专门为投资发行人而设立，无需穿透，计为 1 人	1
4	海宁海睿	私募基金	依法完成私募基金备案（编号 SX1315）且不是专门为投资发行人而设立，无需穿透，计为 1 人	1
5	常州铭德	私募基金	依法完成私募基金备案（编号 SLV493）且不是专门为投资发行人而设立，无需穿透，计为 1 人	1
6	石正兵等 10 名自然人股东	自然人	自然人无需穿透	10
合计				**15**

（十一）公开发售股份对发行人的控制权、治理结构及生产经营产生的影响

本次发行不涉及公司股东公开发售股份的情形。

九、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介

（一）董事

截至本招股说明书签署之日，公司董事会设董事 5 名，其中独立董事 2 名。董事每届任期三年，可连选连任，其中独立董事的连续任期不得超过 6 年。董事基本情况如下：

姓名	职务	董事任期
石正兵	董事长、总经理	2021 年 5 月 11 日至 2024 年 5 月 10 日
石维聪	董事	2021 年 5 月 11 日至 2024 年 5 月 10 日
饶志明	董事、副总经理	2021 年 5 月 11 日至 2024 年 5 月 10 日
朱娟	独立董事	2021 年 5 月 11 日至 2024 年 5 月 10 日
刘奕华	独立董事	2021 年 5 月 11 日至 2024 年 5 月 10 日

董事会现任成员的具体情况如下：

1、石正兵先生

参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人情况”之“（一）控股股东、实际控制人的基本情况”。

2、饶志明先生

饶志明，中国国籍，1975 年出生，无境外永久居留权，专科学历。2003 年 5 月至 2004 年 8 月，担任中山市广南五金塑料制品厂经理；2004 年 9 月至 2021 年 5 月，担任中山市太力家庭用品制造有限公司副总经理；2014 年 7 月至今，担任中山市简居家庭用品有限公司执行董事兼经理；2018 年 1 月至今，担任中山宜尚科技有限公司执行董事兼经理；2019 年 11 月至今，担任深圳市太力科技发展有限公司执行董事兼总经理；2021 年 5 月至今，担任广东太力科技集团股份有限公司董事兼副总经理。

3、石维聪先生

石维聪，中国国籍，1995 年出生，无境外永久居留权，研究生学历。2018 年 3 月至 2021 年 5 月，担任中山市太力家庭用品制造有限公司品牌部策划专员；2021 年 5 月至 2022 年 10 月，担任广东太力科技集团股份有限公司抖音电商部副经理；2021 年 5 月至今，担任广东太力科技集团股份有限公司董事；2022 年

10 月至今，担任杭州太力科技发展有限公司执行董事兼总经理。

4、朱娟女士

朱娟，中国国籍，1978 年出生，无境外永久居留权，研究生学历，注册会计师。2003 年 7 月至 2006 年 9 月，担任广东新华会计师事务所有限公司项目经理；2006 年 9 月至 2009 年 9 月，担任广州德诚会计师事务所项目经理；2009 年 10 月至 2011 年 6 月，担任天健正信会计师事务所有限公司广东分所高级经理；2011 年 7 月至 2019 年 10 月，担任立信会计师事务所（特殊普通合伙）广东分所合伙人；2019 年 10 月至今，担任大华会计师事务所（特殊普通合伙）广州分所合伙人；2021 年 5 月至今，担任广东太力科技集团股份有限公司独立董事。

5、刘奕华先生

刘奕华，中国国籍，1956 年出生，无境外永久居留权，研究生学历。1980 年 7 月至 1990 年 8 月，担任广州南洋电器厂研究所工程师；1990 年 9 月至 1999 年 9 月，担任广州市机电工业局科技处科长；1999 年 10 月至 2015 年 12 月，担任广州机电行业协会副秘书长、秘书长、副会长；2011 年 1 月至今，担任广东省机械工程学会常务副理事长兼秘书长；兼任中国机械工程学会、广东省自动化学会等多项职务。现任中山大洋电机股份有限公司（002249）、中国电器科学研究院股份有限公司（688128）、广东安达智能装备股份有限公司（688125）独立董事。2021 年 5 月至今，担任广东太力科技集团股份有限公司独立董事。

（二）监事

2021 年 5 月 11 日，公司股改成为股份公司，选举了公司第一届董事会成员、第一届监事会股东监事。在有限公司时期，公司未设立监事会，仅有一名监事。

截至本招股说明书签署之日，公司监事会设监事 3 名，其中职工监事 1 名，任期三年。监事基本情况如下：

姓名	职务	监事任期
王振昌	监事会主席	2021 年 5 月 11 日至 2024 年 5 月 10 日
阎云海	监事	2021 年 5 月 11 日至 2024 年 5 月 10 日
姜维	职工监事	2021 年 5 月 11 日至 2024 年 5 月 10 日

监事会现任成员具体情况如下：

1、王振昌先生

王振昌，中国国籍，1976 年出生，无境外永久居留权，大专学历。1997 年 9 月至 1999 年 12 月，担任中山保力塑料有限公司技术员；1999 年 12 月至 2006 年 3 月，担任中山市应用化学研究所工程师；2006 年 3 月至 2021 年 5 月，担任中山市太力家庭用品制造有限公司总工程师、监事；2021 年 5 月至今担任广东太力科技集团股份有限公司总工程师、监事会主席。2008 年度参与完成的“无痕真空悬挂装置”项目获市科技进步奖三等奖、2009 年获“中山市先进生产工作者”称号、2011 年度参与完成的“载人航天飞船用残留食品处理装置”项目获市科技进步奖三等奖，2016 年度完成的“纸质档案长久保存及电子化管理技术”项目获得市科技进步奖三等奖，该项目列入国家档案局 2013 年科技计划项目（项目编号：2013-B-11）。

2、阎云海先生

阎云海，中国国籍，1987 年出生，无境外永久居留权，硕士学历。2010 年 7 月至 2012 年 10 月，担任国都化工（昆山）有限公司研究员；2013 年 9 月至 2016 年 6 月，在校读研；2016 年 6 月至 2021 年 5 月担任中山市太力家庭用品制造有限公司材料工程师；2021 年 5 月至今担任广东太力科技集团股份有限公司研发中心材料研究副总工程师、监事。

3、姜维女士

姜维，中国国籍，1989 年出生，无境外永久居留权，本科学历。2011 年 12 月至 2014 年 9 月，担任中山市金领世家服饰有限公司电商推广；2014 年 10 月至 2015 年 9 月，担任中山市霞湖世家服饰有限公司电商运营；2015 年 10 月至 2021 年 5 月，担任中山市太力家庭用品制造有限公司淘系运营部总监；2021 年 5 月至今，担任广东太力科技集团股份有限公司亚太电商事业部副总经理、职工代表监事。

（三）高级管理人员

截至本招股说明书签署之日，公司共有高管 5 名，每届任期三年，可连选连任，高管基本情况如下：

姓名	职务	任期
石正兵	董事长、总经理	2021 年 5 月 11 日至 2024 年 5 月 10 日
饶志明	董事、副总经理	2021 年 5 月 11 日至 2024 年 5 月 10 日
廖江	副总经理	2021 年 5 月 11 日至 2024 年 5 月 10 日
王竑	财务总监	2021 年 5 月 11 日至 2024 年 5 月 10 日
聂琴	董事会秘书、财务副总监	2021 年 6 月 9 日至 2024 年 5 月 10 日

1、石正兵先生

详见本节之“七、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人情况”之“（一）控股股东、实际控制人的基本情况”。

2、饶志明先生

详见本节之“九、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介”之“（一）董事”。

3、廖江先生

廖江，中国国籍，1965 年出生，无境外永久居留权，本科学历。1988 年 9 月至 1993 年 12 月，就职于珠海市海大工贸公司；1994 年 1 月至 2000 年 12 月，担任珠海世华百盛日用品有限公司经理；2001 年 1 月至 2005 年 11 月，自主创业；2005 年 12 月至今，担任中山宜尚科技有限公司监事；2012 年 8 月至 2022 年 7 月，担任湖北太力家庭用品制造有限公司监事；2013 年 1 月至 2021 年 5 月，担任中山市太力家庭用品制造有限公司董事、副总经理；2017 年 5 月至今，担任中山莱圃新材料有限公司经理、执行董事；2021 年 5 月至今，担任广东太力科技集团股份有限公司副总经理；2022 年 7 月至今，担任湖北太力家庭用品制造有限公司执行董事兼经理。

4、王竑先生

王竑，中国国籍，1976 年出生，无境外永久居留权，本科学历，中级会计师。1999 年 7 月至 2000 年 1 月，就职于北京天龙控制系统有限公司；2000 年 5 月至 2002 年 7 月，就职于广东美的厨具用品制造有限公司；2002 年 7 月至 2003 年 9 月，就职于东莞爱美达制造有限公司；2003 年 10 月至 2007 年 7 月，担任佛山市美的日用家电集团有限公司成本经理；2007 年 7 月至 2008 年 3 月，担任

广东美的机电装备集团预算经理；2008 年 4 月至 2013 年 3 月，担任广东正力精密机械有限公司财务部长；2013 年 8 月至 2020 年 9 月担任江龙船艇科技股份有限公司副总经理兼财务总监；2020 年 10 月至 2021 年 5 月，担任中山市太力家庭用品制造有限公司财务总监；2021 年 5 月至今，担任广东太力科技集团股份有限公司财务总监。

5、聂琴女士

聂琴，中国国籍，1973 年出生，无境外永久居留权，本科学历，注册会计师。1996 年 1 月至 2003 年 12 月，担任京山市统计局工业科长；2004 年 1 月至 2008 年 12 月，担任湖北金恒会计师事务有限公司项目经理；2009 年 7 月至 2013 年 12 月，担任湖北金茂机械科技有限公司财务经理；2014 年 1 月至 2021 年 5 月，担任湖北太力家庭用品制造有限公司副总经理兼财务总监；2021 年 6 月至今，担任广东太力科技集团股份有限公司董事会秘书、财务副总监。

（四）核心技术人员

1、石正兵

详见本节之“七、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人情况”之“（一）控股股东、实际控制人的基本情况”。

2、王振昌

详见本节之“九、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介”之“（二）监事”。

3、阎云海

详见本节之“九、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介”之“（二）监事”。

十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员与技术核心人员的兼职情况如下：

姓名	职务	兼职情况		兼职单位与发行人关系
		单位名称	职务	
石正兵	董事长、总经理	中山新正	执行事务合伙人	发行人股东、员工持股平台
		中山魏力	执行事务合伙人	发行人股东、员工持股平台
刘奕华	独立董事	自动化网（深圳）科技有限公司	董事	无
		中山大洋电机股份有限公司（002249）	独立董事	无
		中国电器科学研究院股份有限公司（688128）	独立董事	无
		广东安达智能装备股份有限公司（688125）	独立董事	无
		佛山宝环高新科技有限公司	副董事长	无
朱娟	独立董事	大华会计师事务所广州分所（特殊普通合伙）	合伙人	无

十一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间是否存在亲属关系

除董事长、总经理石正兵与董事石维聪系父子关系外，其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间不存在亲属关系。

十二、发行人与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员所签订的协议情况及履行情况

在公司任职并领薪的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员依法与公司签订《劳动合同》，同时与公司签订了《保密协议》，合同中对知识产权及商业秘密等方面的义务进行了详细规定。

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与公司签订的上述协议履行情况正常。

公司与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员未签署对投资者作出价值判断和投资决策有重大影响的其他协议。

十三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近两年变动情况

（一）公司董事变动情况

发行人为有限公司阶段，董事会成员为石正兵、廖江、饶志明；2021 年 5 月 11 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举产生了公司董事会成员，董事会由 5 名董事组成，其中非独立董事 3 名，分别为石正兵、饶志明、石维聪；独立董事 2 名，分别为朱娟、刘奕华。董事任期为 2021 年 5 月 11 日至 2024 年 5 月 10 日。截至本招股说明书签署之日，上述董事会成员未发生变化。

最近两年，发行人董事变动情况为：（1）股份公司成立后为完善公司治理结构聘任 2 名独立董事。（2）董事变更 1 人。发行人董事的相关变动均已履行了法律、法规以及《公司章程》规定的选举聘任程序，不会对公司持续经营造成重大不利影响，不构成重大不利变动。

（二）公司监事变动情况

发行人为有限公司阶段，未设立监事会，仅设立监事一名，为王振昌。2021 年 5 月 11 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举王振昌、阎云海 2 人为非职工监事；职工代表大会选举姜维为职工代表监事。公司监事会成员共 3 人，监事任期为 2021 年 5 月 11 日至 2024 年 5 月 10 日。截至本招股说明书签署之日，上述监事会成员未发生变化。

最近两年，发行人监事变动情况为：股份公司成立后为完善公司治理而设立监事会，并选举 3 名监事会成员。发行人监事的相关变动均已履行了法律、法规以及《公司章程》规定的选举聘任程序，不会对公司持续经营造成重大不利影响，不构成重大不利变动。

（三）公司高级管理人员变动情况

发行人为有限公司阶段，公司高管为石正兵、饶志明、廖江、陈世伟。2020 年 10 月公司聘任王竑为财务总监；2021 年 5 月 11 日，公司召开第一届董事会第一次会议，聘任石正兵担任公司总经理，廖江、饶志明担任公司副总经理，王竑担任公司财务总监，陈世伟担任董事会秘书；2021 年 6 月 9 日召开第一届董

事会第二次会议，同意陈世伟辞去董事会秘书职务，聘任聂琴担任公司董事会秘书、财务副总监。截至本招股说明书签署之日，上述高级管理人员未发生变化。

最近两年，发行人高级管理人员变动情况为：原董事会秘书陈世伟因个人原因辞去董事会秘书职务，公司聘任聂琴为董事会秘书，聂琴原为湖北太力副总经理兼财务总监，熟悉公司业务及经营管理情况。发行人高级管理人员的相关变动均已履行了法律、法规以及《公司章程》规定的选举聘任程序，不会对公司持续经营造成重大不利影响，不构成重大不利变动。

（四）核心技术人员

最近两年，公司核心技术人员为石正兵、王振昌、阎云海，未发生变化。

公司董事、监事、高级管理人员的上述变动主要系公司股改后为进一步完善公司治理而选聘产生，对发行人的经营无重大不利影响。经核查，保荐机构及发行人律师认为：发行人董事、高级管理人员的变动并未对发行人造成重大不利影响，不会构成发行人本次发行上市的法律障碍。

十四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员对外投资情况

截至本招股说明书签署之日，除直接或通过员工持股平台间接持有本公司的股份以外，公司董事、监事、高级管理人员存在如下其他对外投资：

姓名	在本公司职务	所投资公司名称	投资金额（万元）	持股比例	主营业务
刘奕华	独立董事	自动化网（深圳）科技有限公司	5.00	5.00%	自动化媒体业务
		深圳市中自网络科技有限公司	5.00	5.00%	自动化媒体业务
		深圳市中亚图投资合伙企业（有限合伙）	1.00	1.00%	股权投资、投资咨询
		深圳云控网络科技有限公司	2.50	5.00%	网络商务服务、数据库服务

十五、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持股情况

本次发行前，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属存在直接持股和间接持股情形，持股情况如下：

（一）直接持股

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

序号	股东名称	职务	持股方式	持股数量（万股）	出资比例
1	石正兵	董事长、总经理	直接持股	5,743.00	70.72%
2	廖江	副总经理	直接持股	64.00	0.79%
3	饶志明	董事、副总经理	直接持股	11.00	0.14%
合计				**5,818.00**	**71.64%**

（二）间接持股

序号	姓名	职务	持股方式	持股数量
1	石正兵	董事长、总经理	间接持股	持有中山新正 32.94%的出资额，中山新正持有发行人 3.61%的股权；持有中山魏力 7.64%出资额，中山魏力持有发行人 4.78%股权
2	廖江	副总经理	间接持股	持有中山新正 7.00%的出资额，中山新正持有发行人 3.61%的股权；持有中山魏力 16.56%出资额，中山魏力持有发行人 4.78%股权
3	饶志明	董事、副总经理	间接持股	持有中山新正 1.67%的出资额，中山新正持有发行人 3.61%的股权；持有中山魏力 5.91%出资额，中山魏力持有发行人 4.78%股权
4	王竑	财务总监	间接持股	持有中山新正 6.67%的出资额，中山新正持有发行人 3.61%的股权；持有中山魏力 7.70%出资额，中山魏力持有发行人 4.78%股权
5	聂琴	董事会秘书、财务副总监	间接持股	持有中山新正 4.17%的出资额，中山新正持有发行人 3.61%的股权
6	王振昌	监事会主席	间接持股	持有中山新正 4.07%的出资额，中山新正持有发行人 3.61%的股权
7	阎云海	监事	间接持股	持有中山魏力 2.57%的出资额，中山魏力持有发行人 4.78%股权
8	姜维	监事	间接持股	持有中山魏力 1.80%的出资额，中山魏力持有发行人 4.78%股权

十六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬情况

（一）薪酬组成、确认依据及履行的程序情况

公司根据《企业内部控制基本规范》制定了《员工薪酬与绩效考核管理制度》，员工的薪酬由岗位工资、绩效工资、奖金、津贴或补贴及各种福利组成。公司独立董事每年领取固定津贴 14.00 万元（税前），每月领取一次。公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬方案均按照《公司章程》及其他相关制度履

行了必要的审议程序。

（二）薪酬总额占各期发行人利润总额的比重

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员在公司领取薪酬金额（税前）分别占公司各期利润总额的比重情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
薪酬总额（万元）	164.40	436.07	444.70	319.51
利润总额（万元）	4,578.26	4,891.18	8,716.57	3,766.13
占比	3.59%	8.92%	5.10%	8.48%

（三）最近一年从发行人及其关联企业领取收入的情况

序号	姓名	职务	2021 年薪酬（税前，万元）	其他待遇、退休金计划等
1	石正兵	董事长、总经理	73.19	无
2	饶志明	董事、副总经理	54.75	无
3	石维聪	董事	23.97	无
4	朱娟	独立董事	8.96	无
5	刘奕华	独立董事	8.96	无
6	王振昌	监事会主席	34.00	无
7	阎云海	监事	25.44	无
8	姜维	监事	20.94	无
9	廖江	副总经理	63.35	无
10	王竑	财务总监	83.94	无
11	聂琴	董事会秘书、财务副总监	24.63	无
12	陈世伟	前任董事会秘书	13.95	无
总计			**436.07**	

（四）上述人员所享受的其他待遇和退休金计划

上述相关人员除享有公司发放的工资或津贴以及社会保险金、住房公积金外，不享受其他待遇。公司除依法缴纳国家统一的职工基本养老保险外，尚未制定其他商业性退休金计划。

十七、发行人正在执行的董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、员工实行的股权激励及其他制度安排和执行情况

为增强核心员工凝聚力，推动核心员工共享公司经营成果并建立长期有效的激励机制和公司治理结构，促进公司持续健康稳定发展，公司分别于 2012 年 9 月、2020 年 10 月设立中山新正、中山魏力作为员工持股平台，并通过增资形式成为公司股东。

（一）持股平台基本情况

中山新正、中山魏力为发行人员工持股平台，关于中山新正和中山魏力的基本情况参见本节“七、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人情况”之“（三）控股股东、实际控制人及其近亲属控制的其他企业情况”。

（二）持股平台取得发行人股份的方式

1、中山新正

2012 年 9 月 20 日，中山新正设立，全部 43 名合伙人均为公司员工。2012 年 12 月，公司召开董事会、股东会，审议了《关于公司增资的议案》。中山新正以 3 元/注册资本的价格对发行人增资 293 万股。中山新正自设立以来始终作为员工持股平台，主要资产为持有的公司股份，无其他对外投资和经营性资产。截至本招股说明书签署日，中山新正持有公司 293 万股，共有合伙人 42 名，所有合伙人均为自然人，均为公司员工。

2、中山魏力

2020 年 10 月 22 日，中山魏力设立，全部 43 名合伙人均为公司员工。2020 年 10 月 29 日，中山魏力以 4 元/注册资本的价格对发行人增资 388 万股。中山魏力自设立以来始终作为公司持股平台，主要资产为持有的公司股份，无其他对外投资和经营性资产。截至本招股说明书签署日，中山魏力共有合伙人 45 名，所有合伙人均为自然人，均为公司员工。

（三）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及上市后的行权安排

报告期内上述股权激励已确认股份支付，相关费用计入相应期间损益，具体

会计处理及对公司的业绩和财务状况影响详见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“六、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”和“十一、经营成果分析”之 “（五）期间费用分析”之“2、管理费用”。

上述股权激励对公司经营状况的影响主要为有利于充分调动员工积极性、保持管理团队和人才队伍的稳定，为公司持续、稳定、快速地发展提供重要保障，不影响公司的控制权。

（四）上市后的行权安排及锁定期安排

通过实施股权激励，公司员工通过持股平台成为公司间接股东，股权激励对象不存在上市之后的行权安排。中山新正、中山魏力已经按照法律法规的要求出具了股份锁定的承诺。

经核查，保荐机构认为：发行人实施的股权激励计划履行了必要的决策程序，并已实施完毕，未对经营状况、财务状况、控制权变化等方面产生重大不利影响，股份支付费用的会计处理符合企业会计准则的相关规定。

除上述已实施完毕的股权激励外，公司不存在尚未实施完毕的股权激励，亦不存在上市后的行权安排。

十八、发行人员工情况

（一）员工人数及变化情况

报告期各期末，公司（包含全部在册子公司）员工人数分别为 850 人、1,123 人、1,098 人、935 人。

（二）员工结构

截至 2022 年 6 月 30 日，公司员工专业结构如下表：

人员类别	人数（人）	比例
研发人员	93	9.95%
管理人员	279	29.84%
市场人员	329	35.19%
生产及其他人员	234	25.03%
共计	**935**	**100.00%**

截至 2022 年 6 月 30 日，公司员工学历结构如下表：

学历	人数（人）	比例
硕士及以上	10	1.07%
本科	272	29.09%
大专	265	28.34%
大专以下	388	41.50%
合计	**935**	**100.00%**

截至 2022 年 6 月 30 日，公司员工的年龄结构情况如下：

年龄	人数（人）	比例
30 岁以下	449	48.02%
31-40 岁	294	31.44%
41-50 岁	164	17.54%
51 岁以上	28	2.99%
合计	**935**	**100.00%**

（三）公司社会保险、住房公积金缴纳情况

1、报告期内，公司社会保险和住房公积金的缴纳情况

单位：人

项目		2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
社会保险	缴纳人数	916	1,059	1,022	524
	未缴纳人数	19	39	101	326
	其中：①新入职未开户或未变更账户人员	9	27	18	0
	②第三方缴纳	9	9	12	3
	③自愿放弃	1	3	29	3
	④其他应缴未缴[1]	0	0	42	320
	合计	**935**	**1,098**	**1,123**	**850**
住房公积金	缴纳人数	922	1,065	1,023	1
	未缴纳人数	13	33	100	849
	其中：①新入职未开户或未变更账户人员	8	26	20	0
	②第三方缴纳	1	3	4	0
	③自愿放弃	4	4	34	0

项目		2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
	④其他应缴未缴	0	0	42	849
	合计	**935**	**1,098**	**1,123**	**850**

注 1：根据于田县城乡富余劳动力转移就业工作领导小组办公室《关于于田籍务工人员缴纳保险的情况说明》，为帮助于田县解决富余劳动力就业问题，湖北太力于 2019 年、2020 年与新疆籍员工签订劳动合同，无须承担其社会保险缴纳义务。其他应缴未缴人数统计包含上述新疆籍员工。

2、补缴对发行人可能造成的影响测算

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
社会保险费补缴测算金额	-	107.35	86.63	224.32
住房公积金补缴测算金额	5.88	11.55	67.14	71.33
合计补缴测算金额	5.88	118.90	153.77	295.65
利润总额	4,578.26	4,891.18	8,716.57	3,766.13
占利润总额比例	0.13%	2.43%	1.76%	7.85%

注：根据人力资源与社会保障部、财政部、税务总局《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 号规定），中小微企业三项社保费单位缴费部分免征期限延长至 2020 年底，故太力科技按照上述规定免缴了 2020 年度相应期间的养老保险、工伤保险及失业保险三项社保费用。

报告期内，公司存在部分员工未缴纳社会保险和住房公积金的情况，经模拟测算，欠缴社会保险和住房公积金的金额及占发行人利润总额的比例较低，呈下降趋势。发行人及其子公司已取得人力资源和社会保障局出具的证明，且发行人控股股东和实际控制人已出具了承诺，故该事项对发行人的持续经营能力不会构成重大不利影响。

3、主管部门出具的证明

根据发行人及其子公司所在地的人力资源和社会保障局出具的证明，报告期内，发行人及其子公司遵守国家有关劳动和社会保障、住房公积金管理的法律、法规，在劳动和社会保障、住房公积金缴存方面不存在重大违法、违规行为，没有因违反有关劳动和社会保障、住房公积金管理的法律、法规而受到处罚的记录。

4、实际控制人石正兵关于补缴社保公积金的承诺

公司实际控制人石正兵已出具相关承诺，具体情况参见本招股说明书“第十

三节 附件”之“二、相关承诺的具体内容”之“（七）其他主要承诺事项”的相关内容。因此，如果公司被要求补缴社会保险、住房公积金，实际控制人愿意承担或补偿发行人或其子公司因此遭受的全部损失以及产生的其他全部费用，且在承担或补偿相关责任后不向发行人或其子公司追偿，保证发行人或其子公司不会因此遭受任何损失。

发行人已在本招股说明书“第四节 风险因素”披露了社保和住房公积金补缴风险。

（四）劳务派遣用工情况

报告期内，发行人及其子公司湖北太力存在劳务派遣用工情况，此部分劳务派遣人员主要负责塑胶车间、制袋车间等产品在流水线上的简单装配工作，不涉及发行人主营业务的核心岗位，具体如下：

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
公司总人数（含劳务派遣工）（人）	958	1,126	1,180	1,043
劳务派遣工总人数（人）	23	28	57	193
劳务派遣工占比	2.40%	2.49%	4.83%	18.50%

发行人根据用工需求、劳务派遣公司规模、劳务派遣公司市场口碑、服务资质规范性和服务质量选择合作的劳务派遣单位，不存在其专门或主要为发行人服务的情形，且与发行人不存在关联关系。

报告期内，发行人子公司湖北太力在 2019 年末存在使用的劳务派遣员工数量超过其用工总量 10%的情形，不符合《劳务派遣暂行规定》中关于劳务派遣用工比例不得超过 10%的规定。针对该问题，公司已全面规范，2020 年末至 2022 年 6 月 30 日，劳务派遣用工比例已降至 10%以内。虽然公司曾经存在劳务派遣用工超比例的情形，由于其已主动降低劳务派遣用工比例，不存在由劳动行政部门责令限期改正而逾期不改正的情形，且发行人及其子公司均取得了当地人力资源和社会保障局出具的关于未违反劳动法律法规的证明、企业信用报告（无违法违规证明版）。故该情形不属于重大违法违规行为，不会对发行人本次发行构成障碍。此外，发行人实际控制人已就该事项作出如下承诺：“发行人及子公司如因 2019 年 1 月起以来的劳务派遣用工超过规定比例引致纠纷而承担任何赔偿责

任或受到相关主管部门的行政处罚，本人承诺无条件承担发行人及其子公司所需承担的全部罚款、损失或其他相关费用，或给予发行人及子公司同等的经济补偿，且承担后不向发行人及子公司追偿，保证发行人及子公司不因劳务派遣用工超过规定比例不合规而遭受任何损失。”

第六节 业务与技术

一、公司主营业务情况

（一）主营业务、主要产品的基本情况及主营业务收入的构成

1、主营业务情况

公司是一家专注于真空收纳技术领域的高新技术企业，主营业务为真空收纳、壁挂置物、食品保鲜、家庭清洁等多品类家居收纳用品及相关功能材料的研发、生产和销售，是国内外知名的家居收纳用品制造商。

公司聚焦家居收纳领域近 20 年，秉持“创造丰富大众的美好家庭生活”的企业愿景，不断丰富产品品类，全方位满足消费者居家、旅行、户外等多场景的收纳、规划和整理应用，为全球家庭的居家、出行提供一站式的收纳整理解决方案。同时，公司作为中国航天产品研制合作企业，长期坚持用航天品质为中国航天事业提供优质产品和服务。

在业务模式方面，公司以优质的产品研发、制造能力为基础，不断拓展和丰富销售渠道。目前，公司拥有广东、湖北两大生产基地，是国家级知识产权优势企业，广东省、中山市工程技术研究开发中心，中山市专精特新培育企业，在国内外拥有 500 余项专利，为公司产品研发、销售提供了有力保障。近年来，公司实施全渠道战略布局，由传统经销模式逐步升级为以线上销售为主、线下销售为辅，内外销并重模式。国内线上销售已覆盖天猫、京东、拼多多、抖音、唯品会等大中型平台；国外线上销售已布局 Amazon、Lazada、Shopee 等海外知名电商。线下销售方面，公司是宜家、沃尔玛、大润发、华润万家等国内外零售巨头的全球供应商。

在品牌建设方面，公司产品定位于中高端家居收纳用品，旗下拥有“太力”、“LEVERLOC”、“宜尚”等多个自有品牌。其中，“太力”品牌是“广东省著名商标”，“太力”真空压缩袋被评为“广东省名牌产品”和“广东省高新技术产品”，“太力”品牌已在家居收纳领域受到消费者广泛青睐。2020 年公司被评为“天猫国货出海十大品牌”、“天猫@Home 引领创新奖”，2021 年被评为京东“卓越售后服务奖”，公司主要产品曾入选亚马逊畅销产品（Best Seller）、

亚马逊之选（Amazon’s Choice）、新品榜第一名（#1 New Release）。

自设立以来，公司主营业务未发生重大变化。

2、主要产品情况

公司产品以自有品牌经营为主，同时为宜家、沃尔玛等国内外知名零售巨头提供 ODM/OEM 服务。

在自有品牌方面，公司旗下拥有“太力”、“LEVERLOC”、“宜尚”等多个自有品牌，具体如下：

品牌	品牌定位及介绍
TAILI太力®	**品牌释义：**太力，寓意太空之力、太阳之力、太太之力。太力期许能像太阳一样给每个家庭带来温暖，用航天级产品品质服务于广大消费者，让家居环境清爽洁净，让每个家庭尽享精致生活的美好。 **品牌定位：**高端收纳领航者。 **品牌介绍：**专注于家居收纳领域，产品全方位满足居家场景和差旅出行的收纳、规划和整理应用，让每个物品都有自己的“小家”。始终秉持着“科技太力，创意生活，航天品质”的品牌宣言，致力于成为全球家居收纳品牌中的新典范。
LEVERLOC®	**品牌释义：**LEVERLOC，寓意平衡、稳固、密封。 **品牌定位：**为全球用户提供便捷可靠的收纳用品及体验。 **品牌介绍：**LEVERLOC 是太力旗下的家居收纳出海品牌，主要应用于跨境电商垂直墙壁置物产品系列，LEVERLOC 致力于让中国本土研制的收纳用品走进全球千万家庭，为全球用户提供更美好便捷的收纳解决方案。
宜尚 YISUN	**品牌释义：**宜尚，寓意精致而时尚。 **品牌定位：**主打“时尚新潮设计，塑造宜居生活”的理念。 **品牌介绍：**宜尚是太力旗下推出的新兴家居收纳品牌，旨在助力当代年轻人创造精致而时尚的家。通过研发轻松易用、富有美感的收纳用品，成为年轻人收纳的得力助手。

在 ODM/OEM 业务方面，公司为宜家家居、沃尔玛、家乐福、利德尔、网易严选、京东京造等国内外知名客户提供真空收纳、垂直墙壁置物等各类家居收纳用品。

报告期内，公司主要产品包括真空收纳袋、垂直墙壁置物产品、真空食品及档案袋、其他家居用品等大类以及 TPE 弹性体材料。报告期内，公司形成收入的 SKU 达千余种，产品线丰富。具体产品情况如下：

产品类别	产品描述	产品小类	代表性产品图例
真空收纳袋	通过抽气工具或直接按压方式排气，快速使衣物等收纳物品体积缩小到原来的 1/4 左右。真空密闭环境可以有效防尘、防虫、防潮、防霉、防皱	平面式	
		立体式	
		吊挂式	
		真空收纳箱	
		航天收纳袋	

产品类别	产品描述	产品小类	代表性产品图例
垂直墙壁置物产品	使用 TPE 等新材料，利用材料渗透技术结合真空技术制成吸盘，双重作用，通过按压即可安装承重，免钉不损墙面，可以在凹凸不平的墙面上吸附使用，广泛适用于浴室、厨房等场景的置物和收纳	挂钩	
		置物架	
真空食品及档案袋	密闭抽气后达到负压低氧真空状态，防止微生物滋生，减少氧化程度，延长内装物品的保存时间	真空食品保鲜袋	
		真空档案袋	
其他家居用品	除真空收纳袋、垂直墙壁置物产品、真空食品及档案袋外其他日用家居用品以及配件等产品。其中，家庭清洁类产品主要包括扫拖用具、清洁工具等产品；食品收纳类主要包括食品	家庭清洁类	

产品类别	产品描述	产品小类	代表性产品图例
	封口机、杂粮罐、食品收纳盒等；其他收纳及配件主要包括抽气泵、衣架、收纳箱、防尘罩等	食品收纳类	
		其他收纳及配件类	
TPE 弹性体材料	兼有塑料和橡胶特性，在常温下显示橡胶的高弹性，高温下又能塑化成型。具有易加工，柔软度好，弹性好特性。主要用于气阀密封件、吸盘盘体的生产制造，亦有单独对外销售	-	

公司主要产品广泛应用于厨房、卧室、浴室、差旅、户外等空间和场景，具体如下：

卧室	浴室
厨房	厨房

公司主要产品真空收纳袋和垂直墙壁置物产品与市场上常见传统产品相比，具有优良的产品性能，并能很好解决用户使用痛点。具体情况如下：

产品类别	组件	图示	公司产品特点
真空收纳袋	拉链和封口夹		运用人机工程学原理，结合拉链的结构，设计了渐进式封口夹，采用加粗加宽赛钢材质（聚氧亚甲基 POM），使得封口变得轻松便捷，且密封严实。专利防爆双色拉链，采用独特的双色设计，使消费者通过颜色变化即可识别其密封是否良好。防爆设计可使拉链在袋体外轻松打开；而在进行排气时，袋体不会破损裂开

产品类别	组件	图示	公司产品特点
	气阀		公司真空收纳袋气阀采用抽排气两用设计，利用密封橡胶塞或按压旋拧盖结构，结合弹射阀芯原理，使袋体压缩时可轻松快速排气。气阀的密封橡胶塞使用公司自主研发改良的 TPE 弹性体材料，具备良好的阻隔性，排气后可自动锁住气阀，保持气阀良好的密闭性。同时，通过对气阀赋码，消费者可通过手机扫描气阀二维码，标记收纳物品信息，方便使用
垂直墙壁置物	吸盘盘体	 	吸盘结构通过模拟章鱼强力纤维丛吸附功能，研制出真空吸盘盘体；盘体材料为公司自主研发改良的 TPE 弹性体材料；适用于多种不透气平面，硬质界面以及微凹凸不平的介质。独特的盘体结构及吸盘材料结合，使垂直墙壁置物产品能够在裂缝墙面使用，具有承重大、防水、牢固持久的特点

3、主营业务收入构成

报告期内，公司实现的营业收入分别为 35,947.86 万元、54,628.36 万元、62,297.66 万元和 34,159.30 万元，其中，主营业务收入分别为 35,847.89 万元、54,166.15 万元、61,707.45 万元和 33,966.11 万元，占营业收入的比重分别为 99.72%、99.15%、99.05%和 99.43%，占比均在 99.00%以上，是公司营业收入的主要来源。

主营业务收入按产品类别划分

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
真空收纳袋	17,556.98	51.69%	33,603.31	54.46%	35,747.60	66.00%	22,986.60	64.12%
垂直墙壁置物产品	8,551.22	25.18%	16,236.39	26.31%	12,010.25	22.17%	6,287.55	17.54%
其他家居用品	6,889.04	20.28%	9,984.67	16.18%	4,839.09	8.93%	4,306.92	12.01%
真空食品及档案袋	458.19	1.35%	1,085.14	1.76%	1,027.56	1.90%	1,831.58	5.11%
弹性体材料	510.68	1.50%	797.94	1.29%	541.65	1.00%	435.24	1.21%
合计	**33,966.11**	**100.00%**	**61,707.45**	**100.00%**	**54,166.15**	**100.00%**	**35,847.89**	**100.00%**

主营业务收入按销售模式划分

单位：万元

销售模式			2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自有品牌	线上	直销	22,925.04	67.49%	41,317.19	66.96%	36,128.02	66.70%	14,152.36	39.48%
		平台入仓	3,105.50	9.14%	5,535.11	8.97%	5,103.25	9.42%	3,453.07	9.63%
		经销	525.50	1.55%	888.06	1.44%	1,382.91	2.55%	1,812.06	5.05%
		小计	**26,556.03**	**78.18%**	**47,740.36**	**77.37%**	**42,614.18**	**78.67%**	**19,417.49**	**54.17%**
	线下	直销	531.32	1.56%	1,018.34	1.65%	627.91	1.16%	465.51	1.30%
		经销	266.60	0.78%	464.34	0.75%	317.03	0.59%	368.63	1.03%
		商超卖场	409.89	1.21%	1,353.11	2.19%	1,417.13	2.62%	2,583.26	7.21%
		小计	**1,207.80**	**3.56%**	**2,835.79**	**4.60%**	**2,362.07**	**4.36%**	**3,417.40**	**9.53%**
ODM/OEM			6,202.28	18.26%	11,131.30	18.04%	9,189.90	16.97%	13,013.01	36.30%
合计			**33,966.11**	**100.00%**	**61,707.45**	**100.00%**	**54,166.15**	**100.00%**	**35,847.89**	**100.00%**

主营业务收入按地区划分

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内	26,512.88	78.06%	48,634.81	78.82%	43,854.79	80.96%	24,124.04	67.30%
境外	7,453.23	21.94%	13,072.65	21.18%	10,311.37	19.04%	11,723.85	32.70%
合计	**33,966.11**	**100.00%**	**61,707.45**	**100.00%**	**54,166.15**	**100.00%**	**35,847.89**	**100.00%**

（二）主要经营模式

1、采购模式

公司采用“以销定采+合理安全库存”的采购模式，通过市场分析，结合库存及历史销量预测未来销售情况，并制定物料采购计划。公司设有集团运营管理中心，包括供应商开发及审核、成品及原材料采购、品质工程、价格管理等部门，主要职责包括供应商开发，供应商审核和评估，成品和物料采购价格、技术质量标准、交付周期、付款条件等商业条件的确定；供应商开发程序和准入条件的确定；供应商分类和筛选原则的确定；供应商考核维度和评价应用规则的确定；物料动态市场价格行情预判等。

公司建立了严格的供应商管理体系，制定并严格执行《采购控制程序》《供应商引入管理规定》《产品技术质量标准》《产品开发管理标准》《供应商考核制度》《供应商 5GO.NOGO 质量体系符合性规定》《价格管理制度》等相关制度，对供应商的产品质量水平、技术水平、交付能力、价格水平、售后服务等方面进行绩效评价，并定期更新《合格供应商名录》，保障供应体系的及时、准确、优质、低成本，实现供应链体系双赢。

（1）材料采购

公司采购的主要原材料包括 PA/PE 复合膜、BOPA 膜、PE 膜等塑料薄膜以及 ABS 料、PP 料、PE 料等塑胶粒料。公司主要原材料为塑料大宗商品，公司参考公开市场行情等方式确定采购价格范围，通常采用询价比价、商务谈判、招标等方式确定供应商及采购单价。除原材料以外，公司采购的其他材料主要包括纸箱、彩盒、彩袋等包材以及金属挂件、配件、生产辅料等辅助材料，综合考虑价格、质量、交期、供应半径等因素进行采购。

（2）外协加工

公司通常将注塑加工、产品包装等简单工序交由外协供应商完成。公司制定了严格的外协供应商准入制度、选择与评估制度、产品质量控制制度和定期审核评价体系，并在重点供应商推行 5GO.NOGO 质量符合性体系标准，推动供应商质量自主管理，确保外协加工质量可控。对于首次合作的产品，供应商需提供首样，工程师按产品标准签样确认后方可批量加工；在加工过程中，品质工程师随

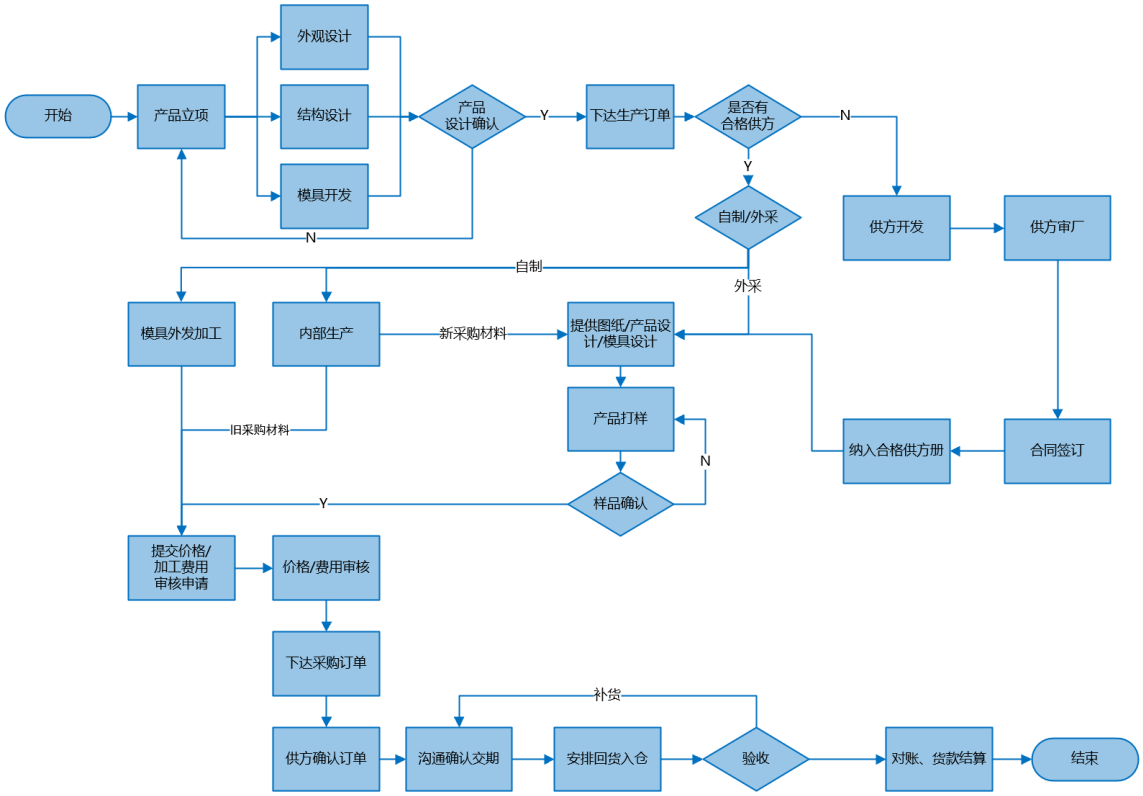
时进厂监督并抽检产品质量；供应商产品完工经自检合格并提供出货检验报告，送货到公司仓库后，由品质部进行来料检验，确保质量符合公司产品技术质量标准要求。外协加工环节不涉及公司核心业务和工序环节。

（3）半成品和成品采购

公司半成品采购主要包括吸盘背板、顶盖、连接件、挂件等注塑件以及半成品压缩袋。对于非自产家居产品，公司直接进行成品采购。成品采购主要包括两种形式：①公司自行设计，拥有自主知识产权和模具产权的产品，为公司独家销售，与供应商签署独家销售协议。②直接采购的通用类产品。

在首次合作前，公司对生产商的产品质量、生产能力、交期、售后服务实施评估，根据评估结果确定此生产商是否为合格供应商，并实行严格准入制度；同时，公司对供应商的产品质量、交付、价格、售后服务等方面持续进行绩效评价并定期更新《合格供应商名录》，保障采购产品的品质稳定。

公司采购流程图如下：

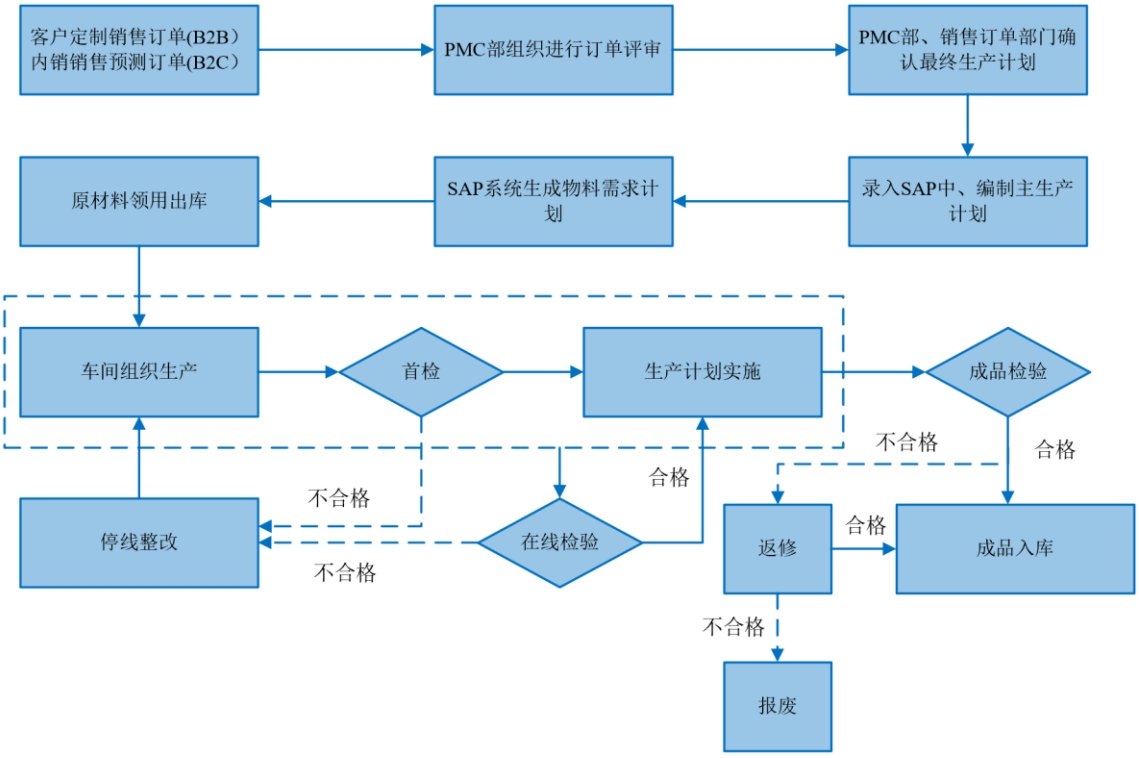


2、生产模式

公司产品生产模式分为 B2B 生产和 B2C 生产两种并行模式。对于 B2B 生产

业务，公司根据客户订单排产；对于 B2C 生产业务，公司采用“弹性生产”方式，即生产管理中心依据市场预测销售数据设定产品 3-7 天的安全库存数量，每周结合销售需求和安全库存情况，灵活制定下周的生产计划，各生产部门按照计划组织生产，从而适应公司电商平台销售的特点。公司制定了《计划管理制度》《生产管理制度》《安全生产管理制度》等内部管理制度并有效执行。

公司生产流程图如下：



3、销售模式

公司以自主品牌销售为主，主要销售区域在境内，同时正积极布局扩张境外市场。公司自有品牌销售分为线上销售、线下销售，以线上销售为主。线上销售主要通过天猫、京东、亚马逊等互联网电商平台进行销售；线下销售主要通过商超、经销商进行销售；ODM/OEM 销售主要是向国际国内大型零售商进行销售。公司具体销售模式情况如下：

销售模式				代表店铺/平台/客户
自有品牌	线上	线上直销		天猫太力家居旗舰店、京东太力官方旗舰店、抖音太力官方旗舰店、亚马逊 TAILIStore
		电商平台入仓		京东太力自营旗舰店、天猫超市
		线上经销	经销商发货	太力八度专卖店

销售模式				代表店铺/平台/客户
			经销代发货	苏宁易购、天猫供销平台
	线下	线下直销	ToB	通达创智（厦门）股份有限公司
			ToC	太力智慧家
		线下经销		深圳市哲品生活实业有限公司
		商超卖场		沃尔玛、家乐福、华润万家、大润发
ODM/OEM				宜家、沃尔玛、利德尔、网易严选、京东京造

（1）自有品牌线上销售

①线上直销

线上直销模式是指公司依托第三方电商平台开设店铺或自有网上商城运营方式，终端消费者直接通过线上下单，公司根据订单信息向消费者配送商品，消费者签收并确认完成订单后，平台将货款支付至公司店铺账户。截至本招股说明书签署之日，公司在天猫、京东以及亚马逊等多家主流电商平台开设了直营店铺，是公司线上直销的主要方式。此外，公司运营自有网上商城“太力会员中心”小程序，目前仍处于起步阶段，销售规模较小。

A.各电商平台销售金额

报告期各期，公司线上直销模式国内主要电商平台包括天猫、抖音、阿里巴巴等，跨境电商平台主要为亚马逊，上述主要电商平台的销售收入分布情况如下：

单位：万元

类别	电商平台	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
国内平台	天猫	15,887.43	69.30%	31,288.85	75.73%	28,454.66	78.76%	12,120.26	85.64%
	抖音	1,999.29	8.72%	1,354.92	3.28%	121.96	0.34%	-	0.00%
	阿里巴巴	871.60	3.80%	1,017.05	2.46%	1,073.57	2.97%	304.30	2.15%
	其他	1,211.01	5.28%	2,180.56	5.28%	2,691.66	7.45%	533.49	3.77%
	小计	**19,969.34**	**87.11%**	**35,841.37**	**86.75%**	**32,341.85**	**89.52%**	**12,958.05**	**91.56%**
跨境电商	亚马逊	2,782.57	12.14%	4,894.33	11.85%	3,475.99	9.62%	898.43	6.35%
	其他	166.67	0.73%	572.51	1.39%	310.18	0.86%	295.89	2.09%
	小计	**2,949.25**	**12.86%**	**5,466.84**	**13.23%**	**3,786.17**	**10.48%**	**1,194.32**	**8.44%**
自有网上商城		6.45	0.03%	8.98	0.02%	-	0.00%	-	0.00%

类别	电商平台	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计		22,925.04	100.00%	41,317.19	100.00%	36,128.02	100.00%	14,152.36	100.00%

公司线上直销模式下的销售收入主要集中在天猫平台，该平台占线上直销收入的比例在 70%-85%左右，占比较高，因此以天猫平台太力家居旗舰店销售情况进行分析。

B.天猫平台太力家居旗舰店销售情况

a.总体情况

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
消费金额[注]（万元）a	17,936.35	36,470.93	32,094.40	13,973.59
销售订单数量（个）b	2,684,913	5,576,190	4,887,024	2,307,633
客户数量（个）c	2,075,389	4,098,723	3,920,156	1,935,982
平均订单金额（元/个）d=a/b	66.80	65.40	65.67	60.55
人均消费金额（元/人）e=a/c	86.42	88.98	81.87	72.18
购买次数（次/人）f=b/c	1.29	1.36	1.25	1.19
购买时间间隔（天）g=365/f	282.14	268.29	292.79	306.22

注：消费金额为含税交易额，以当期确认收入的客户下单时间作为分析期间，故与公司天猫平台收入金额存在口径差异，下同。

b.客户地区分布

单位:万元

序号	省份	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		订单金额（含税）	占比	订单金额（含税）	占比	订单金额（含税）	占比	订单金额（含税）	占比
1	广东	2,848.44	15.88%	5,577.52	15.29%	4,809.21	14.98%	2,186.42	15.65%
2	江苏	1,920.68	10.71%	3,827.21	10.49%	3,239.93	10.09%	1,284.26	9.19%
3	浙江	1,738.71	9.69%	3,411.72	9.35%	2,854.44	8.89%	1,138.39	8.15%
4	上海	1,283.80	7.16%	3,219.84	8.83%	2,624.14	8.18%	873.68	6.25%
5	北京	1,036.20	5.78%	2,070.99	5.68%	1,811.41	5.64%	617.29	4.42%
6	山东	896.51	5.00%	1,951.33	5.35%	1,722.63	5.37%	768.06	5.50%
7	四川	849.78	4.74%	1,578.61	4.33%	1,486.96	4.63%	683.28	4.89%
8	福建	784.83	4.38%	1,536.71	4.21%	1,315.85	4.10%	692.07	4.95%
9	湖北	801.43	4.47%	1,440.71	3.95%	1,216.26	3.79%	557.71	3.99%

序号	省份	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		订单金额（含税）	占比	订单金额（含税）	占比	订单金额（含税）	占比	订单金额（含税）	占比
10	湖南	689.54	3.84%	1,329.37	3.65%	1,168.94	3.64%	568.77	4.07%
11	其他	5,086.43	28.36%	10,526.91	28.86%	9,844.64	30.67%	4,603.66	32.95%
合计		**17,936.35**	**100.00%**	**36,470.93**	**100.00%**	**32,094.40**	**100.00%**	**13,973.59**	**100.00%**

c.客户成交金额分层情况

Ⅰ、2022 年 1-6 月

单位:万元、万个

单笔成交金额分布	订单数量	数量占比	成交金额（含税）	成交金额占比
100 元以下	223.62	83.29%	10,241.07	57.10%
100-500 元	44.18	16.46%	7,128.62	39.74%
500 元以上	0.69	0.26%	566.66	3.16%
合计	**268.49**	**100.00%**	**17,936.35**	**100.00%**

Ⅱ、2021 年度

单位:万元、万个

单笔成交金额分布	订单数量	数量占比	成交金额（含税）	成交金额占比
100 元以下	468.35	83.99%	21,331.72	58.49%
100-500 元	87.88	15.76%	14,044.95	38.51%
500 元以上	1.39	0.25%	1,094.26	3.00%
合计	**557.62**	**100.00%**	**36,470.93**	**100.00%**

Ⅲ、2020 年度

单位:万元、万个

单笔成交金额分布	订单数量	数量占比	成交金额（含税）	成交金额占比
100 元以下	412.54	84.42%	20,158.93	62.81%
100-500 元	75.66	15.48%	11,549.39	35.99%
500 元以上	0.50	0.10%	386.08	1.20%
合计	**488.70**	**100.00%**	**32,094.40**	**100.00%**

Ⅳ、2019 年度

单位:万元、万个

单笔成交金额分布	订单数量	数量占比	成交金额（含税）	成交金额占比
100 元以下	203.06	88.00%	9,676.42	69.25%
100-500 元	27.53	11.93%	4,147.83	29.68%
500 元以上	0.17	0.07%	149.34	1.07%
合计	**230.76**	**100.00%**	**13,973.59**	**100.00%**

C.刷单情况

2019 年至 2020 年，公司存在少量刷单行为。电商平台刷单主要通过公司员工或员工亲属、朋友在平台下单购买产品后，向购买人寄送赠品，发行人将刷单资金返还给参与刷单人员。报告期内，公司刷单情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
主营业务收入（A）	33,966.11	61,707.45	54,166.15	35,847.89
线上直销收入（B）	22,925.04	41,317.19	36,128.02	14,152.36
占比（C=B/A）	67.49%	66.96%	66.70%	39.48%
刷单金额（D）	-	-	89.55	39.80
占比（E=D/A）	-	-	0.17%	0.11%

针对少量“刷单”情况，发行人已制定了禁止刷单制度，对刷单行为进行了整改和规范，自 2021 年以来发行人不存在刷单行为。发行人刷单相关业务未确认收入，刷单支付的佣金和平台费用均作为销售费用入账，不存在通过刷单虚增收入和利润的情形。报告期内，发行人线上销售真实，均实现最终销售。

D.好评返现情况

报告期内，公司存在少量“好评返现”、“晒图返现”行为，报告期各期支付的返现金额分别为 1.66 万元、8.88 万元、4.51 万元和 0.00 万元。发行人基于客户真实购买行为，通过与买家沟通后，若买家认可发行人产品与服务，愿意进行好评、晒图等产品评价，则发行人给予“好评返现”、“晒图返现”。经查询发行人天猫、京东等主要电商平台后台数据，发行人不存在因上述事项被平台处罚的情形。2022 年，发行人已停止了该等“好评返现”、“晒图返现”行为。

②电商平台入仓

电商平台入仓是指公司直接客户为电商平台，公司委托第三方物流公司将商品运送至电商平台指定的仓库，由电商平台负责商品的销售、物流配送及收款工作。终端消费者直接向电商平台下单并付款，电商平台在收到消费者款项后通过其自有物流或第三方物流向消费者直接发货。一般情况下，公司与各电商平台采取定期结算机制，以结算单形式确认结算周期内的交易额并进行相应款项的结算。目前，该模式下公司合作的主要平台包括京东自营、天猫超市等电商平台。

报告期各期，公司电商平台入仓模式在京东自营、天猫超市等平台的销售收入分布情况如下：

单位：万元

电商平台	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
京东自营	3,037.92	97.82%	5,351.43	96.68%	4,806.25	94.18%	2,905.55	84.14%
天猫超市	67.58	2.18%	183.68	3.32%	254.75	4.99%	115.18	3.34%
其他平台	-	-	-		42.25	0.83%	432.34	12.52%
合计	**3,105.50**	**100.00%**	**5,535.11**	**100.00%**	**5,103.25**	**100.00%**	**3,453.07**	**100.00%**

公司该模式下的销售收入集中在京东自营，公司在该平台的销售占比分别为84.14%、94.18%、96.68%和97.82%，占比较高。

③线上经销

线上经销模式下，公司与线上经销商约定供货价格，授权经销商在电商平台销售公司产品。线上经销模式又分为经销商发货与经销代发货两类。

A、经销商发货

经销商发货模式为公司与经销商签订购销协议并授权经销商在天猫、京东、拼多多等电商平台开设店铺，由经销商自行负责发货销售公司产品。

B、经销代发货

经销代发货模式通过苏宁易购等平台开展，授权经销商进行销售。消费者在线上经销商的网店下单，并将订单信息传递给公司，公司根据订单信息直接将商

品发送给最终消费者。经销代发货模式一般由经销商向消费者提供售前服务，公司负责退换货服务，公司依据经销商向公司开具的结算单或双方确认的销售清单确认收入。

报告期内，公司线上经销模式收入占比较低，且呈逐年下降趋势。

（2）自有品牌线下销售

①线下直销

线下直销模式又分为 ToB 和 ToC 两种模式。

ToB 模式即公司与航天、档案、银行、医院、军队等企事业单位或政府客户建立合作关系，主要销售公司的 TPE 弹性体材料、航天收纳袋、真空档案袋等产品。

ToC 模式即公司通过设立线下直营店，直接向终端消费者个人销售公司产品。公司于 2021 年 11 月设立首家线下直营店“太力智慧家”，目前销售规模较小。

②线下经销

线下经销模式下，公司与在某一特定地区或特定渠道具备良好终端分销能力的经销商签订合作协议，由经销商销售给终端消费者。公司线下经销采用买断式销售方式。

报告期内，公司线下经销模式收入占比较低，且呈逐年下降趋势。

③商超卖场

商超卖场模式下，公司与沃尔玛、家乐福、华润万家、大润发等大型商超卖场签订合作协议，利用其渠道终端向消费者销售公司产品，商超卖场根据合同约定周期与公司进行结算。

报告期内，公司商超卖场渠道销售收入占比较低，且呈逐年下降趋势。

（3）ODM/OEM 模式

ODM/OEM 模式下，主要以外销为主，公司通过客户的考核认定后，成为其合格供应商。境外主要客户为宜家、沃尔玛、家乐福、利德尔等国际大型零售巨头；境内主要客户为网易严选、京东京造等。

4、营销模式

近年来，公司紧跟时代潮流打破传统线下销售格局，大力开展线上销售模式，充分利用新媒体时代营销渠道多元化趋势建立电商运营团队和网络直播基地，积极布局直播、种草、短视频推广，主要的营销方式包括站内外引流、明星带货并打造自有主播基地、智能化技术辅助营销推广、参加各类行业展会提高品牌知名度。

（1）站内外引流

公司主要通过在天猫、京东等大型电商平台开设店铺，站内引流主要通过直通车、品销宝、超级推荐、万相台等形式进行宣传推广和引流；站外引流主要通过电梯广告以及抖音、小红书、微博、微信等新媒体平台短视频植入、体验种草、KOL 与明星带货等方式进行推广，在消费者心中树立起良好的品牌形象，增强品牌的认知度，激发消费者消费欲望，实现销售收入的快速增长。

（2）明星带货并打造自有直播基地

公司打造的自有直播基地是一个服务于直播电商，提供数字化定制场景的孵化平台。涵盖了淘宝、抖音、京东、拼多多、唯品会、快手、亚马逊、阿里巴巴国际站等全球主流直播业务，通过真人直播和智能 AI 主播形式，实现 7×24 小时不停播。公司自有直播团队由运营、自有主播、直播培训、短视频策划、商务合作、技术服务等人员共同组成，拥有 20 多个涵盖现代化家居实景、工厂、实验室、卖场等不同场景且设备齐全的独立直播间。结合实景以及绿幕技术，以直播形式有效打通“人”“货”“场”的销售路径，直播内容包含“收纳师来了”、“总裁驾到”、“探秘工厂”等多种丰富主题，让用户通过可视化窗口在线选购的同时，形成品牌心智，提升对太力品牌的信赖以及粘性。

除自播发展外，公司还与众多外部明星主播建立战略合作关系，并荣获“淘宝优秀直播合作伙伴”、“京东直播 2021 年度北极星银奖”等荣誉。在品牌曝光量、全网粉丝量、直播总时长、单场直播销售额等方面取得了优异成绩，助力公司提升了品牌知名度，实现销售额的快速增长。

（3）智能化技术辅助营销推广

公司已经在画像分析、新品开发、客户服务、订单审核等方面建立了智能化

体系，通过提升客户体验，与消费者建立全方位有效沟通，达到营销推广目标。公司线上营销主要基于用户大数据，结合用户偏好、生活习惯、用户行为等多个因素进行用户画像，围绕 A（知晓）、I（兴趣）、P（购买）、L（忠诚）开展用户运营，寻找新客，挖潜老客。为与消费者建立有效沟通，公司通过 TMIC 测款技术，在新品开发前，提前将产品虚拟投放市场，获得消费者数据反馈，提高新品投放成功率；客户服务方面，采用 AI 客服智能技术，通过建立语言数据库，建立回复模型，达到拟真回复的效果，提高服务及时性和体验感；在自动审单方面，公司自主开发智能审单工具，降低订单错漏率，有效缩短了消费者下单到发货的时间，提升消费者客户体验。通过多种智能化技术手段，增强了公司产品价值表达能力，提升最终的流量转化率，实现人、货、场的高效匹配。

（4）参加各类行业展会提高品牌知名度

公司通过积极参与中国日用百货商品交易会、中国进出口商品交易会（广交会）等行业顶级展会活动，提升自身在产业链上下游的知名度和影响力。

5、采用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

（1）发行人采用目前经营模式的原因分析

公司是一家专注于家居收纳用品及相关功能材料的研发、生产和销售企业，采用上述经营模式是结合行业发展情况、下游客户市场需求、自身经营特点与优势等综合因素，经过长期的经营积累而形成的。

（2）影响发行人经营模式的关键因素及未来变动趋势分析

国家相关法律法规、电子商务产业政策、行业标准、行业发展趋势、消费者需求变化情况、公司经营规模及自身发展战略等是影响公司经营模式的关键因素。公司的经营模式是经过多年业务发展不断完善积累形成的，符合自身发展及行业特点。公司设立之初以商超、经销销售渠道为主；近年来随着电商、家居零售等行业不断快速发展，公司实施全渠道布局战略，由传统销售模式逐步升级为以线上销售为主、线下销售为辅，内外销并重模式。

报告期内，公司经营模式和关键影响因素未发生重大变化，预计未来短期内亦不会发生重大变化。

（三）设立以来主营业务、主要产品、主要经营模式的演变情况

2003 年 4 月，石正兵创立中山市家庭用品制造有限公司，主营家庭用品的生产、研发、销售。自设立以来，公司主营业务未发生重大变化，一直专注于家居收纳产品及相关功能材料的研发、生产和销售。

公司在主要产品及经营模式上的演变主要可分为三个阶段：自创立至 2007 年的初创阶段，2007 年至 2017 年的以研发为核心驱动多渠道销售阶段，以及 2018 年至今的多渠道、多品类、全球化发展阶段。

1、初创阶段（2003 年-2007 年）

公司创始人石正兵具有丰富的家居用品生产、研发、销售经验，注重产品自主研发并强调知识产权保护。公司创立之初，以公司自产的保温袋、压缩袋作为主要产品，通过线下经销模式进行销售。2004 年，公司成立外贸销售部门，并初步建立起海外分销网络。

2007 年，公司销售模式重心由线下经销模式转为商超销售模式。这一阶段，公司开始逐步探索产品自主研发，相继开发了立体式压缩袋、真空压缩箱、静电吸膜挂钩等产品。凭借高质量产品，公司打通各个现代零售渠道，全面入驻主流连锁零售体系，成为家乐福、沃尔玛等零售巨头的供应商。

2、以研发为核心驱动多渠道销售阶段（2007 年-2017 年）

2008 年初，公司正式组建研发团队，建立产品研发实验室，并根据市场需求不断完善自主产品品类，陆续开发出电动抽气压缩袋、垂直墙壁置物系列等多品类产品。通过全面自主研发、高度自主创新及核心技术赋能，公司产品实现卖场覆盖，销售额迅速增长。此外，公司独特的真空压缩技术在航天员产品设计应用中脱颖而出，产品质量符合国家航天标准，正式成为中国航天产品研制合作企业。

2016 年，公司进一步壮大研发团队，培养并组建了一支涵盖材料研究、结构设计、工业设计、模具设计、智能控制等多环节的研发队伍，逐步搭建了一套完善的产品开发体系。在真空技术领域和垂直空间应用领域，公司相继推出的免抽气压缩袋和应用 TPE 弹性体材料的按压吸盘迅速获得市场认可，销售额实现快速增长。

海外市场方面，随着品牌知名度的上升，公司产品在国外诸多展会上亮相，并陆续与欧洲客户建立了合作关系。得益于良好的产品质量和品牌形象，公司继续推进与国际大客户深度合作，拓展海外 B2B 业务。

3、多渠道、多品类、全球化发展阶段（2018 年至今）

新的阶段，随着消费者需求的不断变化，家居收纳用品行业新兴品类层出不穷，公司进入多渠道、多品类、全球化发展阶段。公司抓住数字化经济趋势，着力在淘宝、京东、抖音等平台投入资源，打造电商直播双组合的新业态、新零售模式，依次获得天猫国货出海十大品牌、天猫@home“引领创新奖”称号，并且成功入驻阿里 CCO 五星服务俱乐部；2020 年，随着抖音等兴趣电商的兴起，公司迅速进行布局，2021 年抖音平台销售额增长 10 余倍。

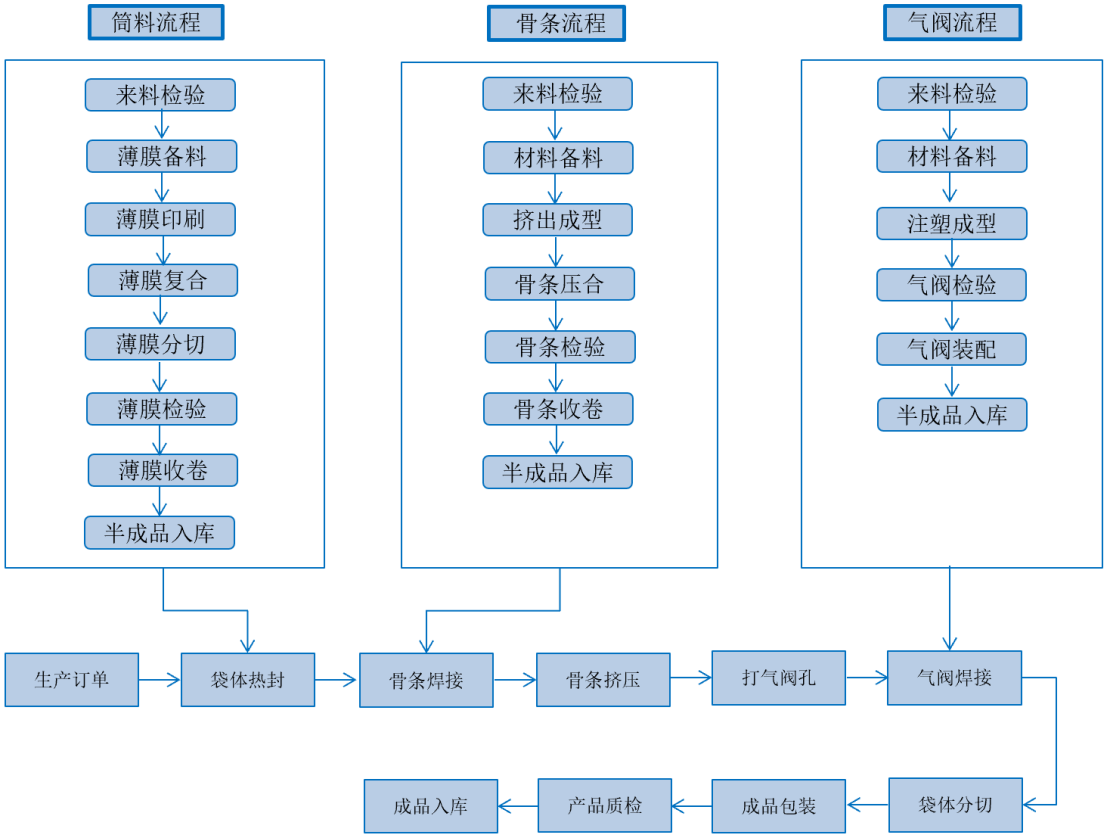
海外市场方面，2019 年起，公司大力拓展跨境电商 B2C 业务，成功把握了跨境电商跨越式增长的商业机遇，报告期内实现了跨境电商销售收入翻倍。在 B2B 业务上，公司相继成为了宜家家居、沃尔玛、利德尔等国际知名品牌的核心供应商和战略合作伙伴，向全球消费者提供品质优良的家居收纳用品。

在主要产品方面，公司结合市场需求及自身在真空收纳、功能材料研发、设计制造工艺上的优势，推出了市场首创的吊挂压缩袋、侧封口压缩袋、新材料吸盘等产品；同时，公司突出侧重对智能化技术的研发，相继对现有产品进行智能化迭代升级，如智能封口机、智能真空米桶、智能抽气泵、二维码智能收纳袋等多种智能升级产品。目前，公司产品品类已由真空收纳袋、垂直墙壁置物产品扩展到家居生活的方方面面。

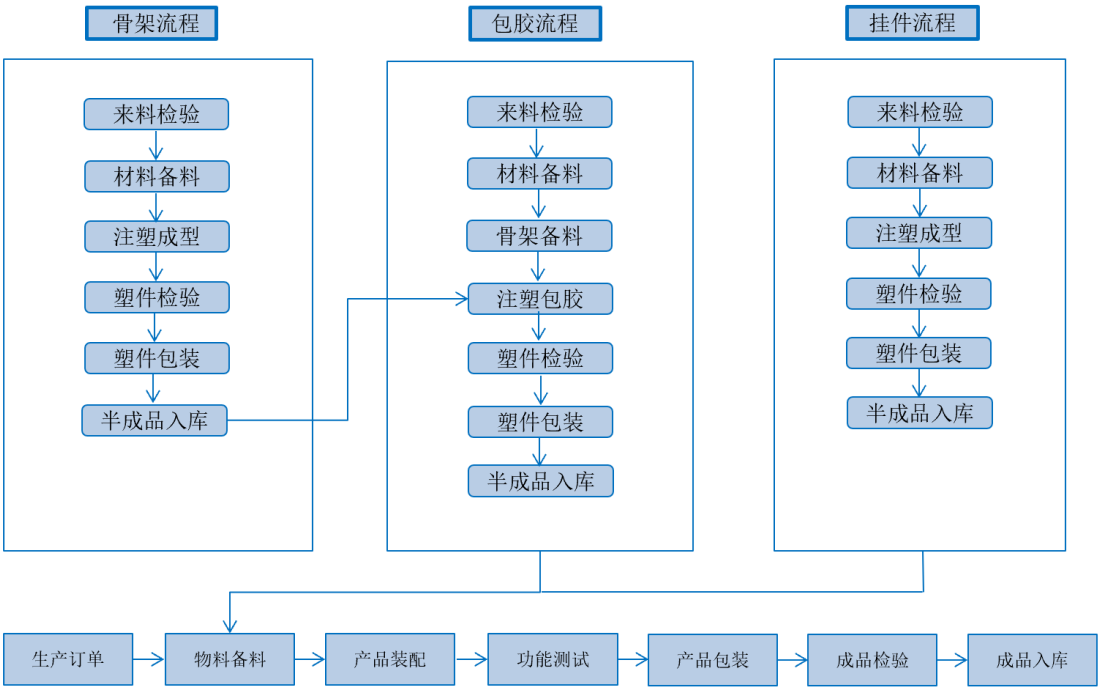
未来，公司将继续通过优质的供应链能力和高效的研发能力，拓展产品品类。持续开拓线上渠道和境外市场，将业务覆盖全品类家居收纳用品，全方位满足全球消费者家庭生活和差旅出行的收纳和整理需求。

（四）主要产品的工艺流程图

1、真空收纳袋工艺流程图



2、垂直墙壁置物产品工艺流程图



（五）环境保护与安全生产

1、环境保护基本情况

公司主营业务为真空收纳、壁挂置物、食品保鲜、家庭清洁等多品类家居收纳用品及相关功能材料的研发、生产和销售，所处行业不属于重污染行业。报告期内，公司生产经营中产生的污染物主要为废气、废水、噪声和固体废物。

2、主要环境污染物及处理措施

（1）废气

公司生产过程中产生的废气主要包括非甲烷总烃、粉尘。对于非甲烷总烃，公司通过集气罩集中收集，收集后通过活性炭吸附装置进行吸附净化，最后通过高排气筒进行高空排放；对于粉尘，公司通过通风系统进行排放。

（2）废水

废水主要来源于生活污水废水排放执行《污水综合排放标准》（GB8978-1996），废水经化粪池处理后排入城市污水管网，经城市污水处理厂处理达标后排放。

（3）噪声

噪声主要来源于生产设备运行时产生的噪音，公司通过选用低噪声设备，做好设备减振、隔声等降噪措施，确保噪声达到《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）中 3 类标准。

（4）固体废物

固体废物主要分为一般废弃物和危险废弃物。一般固体废弃物包括生产过程中产生的废料、废弃包装材料以及生活垃圾，经综合利用或送环卫部门统一处理；危险废弃物主要包括活性炭、废矿物油及其包装桶，公司集中收集后交由具有相关资质的单位进行处理。

3、安全生产情况

为实现安全生产，保障员工生命和公司财产安全，公司及下属子公司建立了完善的安全保障机制，并实施多项健康与安全措施，制定了包括《安全生产管理

规定》《相关方安全管理规定》《危险作业安全管理约定》《兼职安全员管理规范》在内的各项管理办法及相关制度来对危险源进行识别，进行风险控制，规范公司安全生产工作，保障公司的正常工作秩序，确保生产经营不存在重大安全隐患。

报告期内，公司严格遵守国家有关安全生产监督管理的法律、法规，未发生重大安全生产责任事故，不存在因违反有关安全生产监督管理等相关法律、法规及各项规范性文件规定而遭受处罚的情形。

二、公司所处行业的基本情况和竞争情况

（一）所属行业及确定所属行业的依据

公司主营业务为真空收纳、壁挂置物、食品保鲜、家庭清洁等多品类家居收纳用品及相关功能材料的研发、生产和销售。根据当时有效的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所属行业为“橡胶和塑料制品业（C29）”。根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司所属行业为“C2927 日用塑料制品制造”。

同时，公司产品主要通过互联网进行线上销售，受电子商务行业影响较大。

（二）行业主管部门、行业监管体制和行业法律法规、政策

1、行业主管部门及监管体制

公司所处的行业主要由中华人民共和国工业和信息化部作为行政主管部门进行宏观管理，由中国塑料加工工业协会对行业进行自律管理。

工业和信息化部主要负责工业行业和信息化产业的监督管理，其职责包括：提出新型工业化发展战略和政策，协调解决新型工业化进程中的重大问题；制定并组织实施工业、通信业发展战略、行业规划、计划和产业政策；监测行业运行态势；提出行业固定资产投资规模和方向；拟订并组织实施行业能源节约和资源综合利用、清洁生产促进政策、规划；拟订高技术产业中涉及新材料、信息产业等规划、政策和标准并组织实施，推动新兴产业发展等。

中国塑料加工工业协会成立于 1989 年，是中国塑料加工业的行业组织，由从事塑料加工及其相关产业生产、经营的企业、事业单位、社会团体、大专院校、科研院所等单位及个人自愿组成的全国性、非营利性、具法人地位的社会团体组

织。中国塑料加工工业协会主要负责引导行业的发展，其职责包括：编制行业发展规划，协调行业内外关系；代表会员权益，向政府反映行业的意见和要求；组织技术交流和培训，参与质量管理监督，承担技术咨询；实行行业指导，促进产业发展，维护产业安全等。

2、行业主要法律、法规与政策

改革开放以来，我国塑料工业取得了巨大的发展。日用塑料制品作为塑料工业的重要分支，与人们的生活关系最为紧密。我国政府相关职能部门制定并健全了一系列法律法规，从生产和使用等方面对日用塑料制品进行严格的规范和监管。公司顺应行业发展趋势，积极开拓线上销售市场，严格遵守本行业和电子商务行业的法律法规。

同时，作为国内轻工业中的最大产业和支柱产业，塑料工业的发展一直受到国家的高度重视。中国塑料加工业从“十一五”开始跨入世界塑料大国行列，经过“十二五”、“十三五”的结构调整和创新驱动发展取得显著成绩，在迈入“十四五”时期，政府及行业主管部门在原有基础上进一步出台了一系列产业政策，大力支持本行业的持续、稳定、健康发展。

公司所处行业的主要法律法规及政策如下：

序号	法律法规与政策	主要内容	发布单位	发布时间
1	《扩大内需战略规划纲要（2022－2035 年）》	最终消费是经济增长的持久动力。顺应消费升级趋势，提升传统消费，培育新型消费，扩大服务消费，适当增加公共消费，着力满足个性化、多样化、高品质消费需求。	中共中央、国务院	2022 年
2	《“十四五”扩大内需战略实施方案》	从持续提升传统消费、积极发展服务消费、加快培育新型消费、大力倡导绿色低碳消费四个方面，提出了支持社交电商、网络直播等多样化经营模式，鼓励发展基于知识传播、经验分享的创新平台。支持线上多样化社交、短视频平台规范有序发展。	发改委	2022 年
3	《关于推动轻工业高质量发展的指导意见》	《指导意见》提出 2025 年六项具体目标。一是行业经济稳定运行。增加值增速与全国工业增加值增速平均水平一致。二是科技创新取得新突破。规模以上企业有效发明专利数量较快增长，重点行业研发投入强度明显提高。突破一批关键技术，每年增加一批升级和创新	工信部、人社部、生态环境部、商务部、市监总局	2022 年

序号	法律法规与政策	主要内容	发布单位	发布时间
		消费品。三是产业结构持续优化。培育形成一批具有竞争力的企业和先进制造业集群。巩固提升内外联动、东西互济的产业发展优势，区域布局进一步优化。四是品牌竞争力大幅提升。培育一批消费引领能力强的轻工产品品牌。造就一批百亿元以上品牌价值企业，重点产业集群区域品牌影响力持续提升。五是产业链现代化水平不断提升。产业基础进一步巩固，数字化转型稳步推进，形成一批优势产业链。建设一批智能制造示范工厂，推广一批智能制造优秀场景。六是绿色发展取得新进步。资源利用效率大幅提高，单位工业增加值能源消耗、碳排放量、主要污染物排放量持续下降。		
4	《“十四五”数字经济发展规划》	构建新发展格局，推动高质量发展，统筹发展和安全、统筹国内和国际，以数据为关键要素，以数字技术与实体经济深度融合为主线，加强数字基础设施建设，完善数字经济治理体系，协同推进数字产业化和产业数字化，赋能传统产业转型升级，培育新产业新业态新模式，不断做强做优做大我国数字经济，为构建数字中国提供有力支撑。全国网上零售额预期从 2020 年的 11.76 万亿元，提升到 2025 年的 17 万亿元；电子商务交易规模预期从 2020 年的 37.21 万亿元，提升到 2025 年的 46 万亿元。	国务院	2022 年
5	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》	顺应居民消费升级趋势，把扩大消费同改善人民生活品质结合起来，促进消费向绿色、健康、安全发展，稳步提高居民消费水平。开展中国品牌创建行动，保护发展中华老字号，提升自主品牌影响力和竞争力，率先在化妆品、服装、家纺、电子产品等消费品领域培育一批高端品牌等。	中共中央	2021 年
6	《广东省国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》	促进传统消费提档升级，大力提升日常消费品质，加强商品品牌、品质和质量建设以及监管，培育一批具有国际影响力的消费品牌。全面营造良好消费环境。强化日用消费品、生活服务产品等领域关键标准制修订，促进与国际通用标准接轨，提高消费品质量标准，引导消费品高端化特色化发展。	广东省人民政府	2021 年
7	《中国塑料加工业“十四五”发展规划指导意见》	大力开发用于航空、航天、国防军工及汽车、高铁、家电、通讯、现代农业及日常生活及节能环保、新能源、高端装备制造业等领域所需要的具有高强、高韧、高阻隔、高透明、耐高温、阻燃、	中国塑料加工工业协会	2021 年

序号	法律法规与政策	主要内容	发布单位	发布时间
		耐磨、耐腐蚀、导电、绝缘、导热等性能的薄膜、容器、零配件、日用品、工程塑料等塑料制品。		
8	《塑料加工业“十四五”科技创新指导意见》	以创新驱动发展，加强以企业为主体，高校研究院所等创新资源集聚的科技创新平台建设，通过技术进步全面推进产业转型升级和数字化转变。	中国塑料加工工业协会	2021 年
9	《“十四五”电子商务发展规划》	坚持融合共生，协调发展。做好电子商务统筹推进工作，促进线上线下、行业产业间、国内国际市场深度融合，推动电子商务全方位、全链条赋能传统产业数字化转型，形成更高水平的供需动态平衡；坚持包容审慎监管，深化相关制度改革，破除制约电子商务融合创新发展的体制机制障碍，构建资源共享、协同发展的良好生态。	商务部、中央网信办、发改委	2021 年
10	《网络直播营销管理办法（试行）》	规范网络直播营销，维护国家安全和公共利益，保护公民、法人和其他组织的合法权益。	国家互联网信息办公室等七部门	2021 年
11	《网络交易监督管理办法》	规范网络交易活动，维护网络交易秩序，保障网络交易各方主体合法权益，促进数字经济持续健康发展，推动完善多元参与、有效协同、规范有序的网络交易市场治理体系。	市监总局	2021 年
12	《中华人民共和国个人信息保护法》	在中华人民共和国境内处理自然人个人信息的活动，适用该法。该法规定了个人信息处理规则、个人信息跨境提供的规则、个人在个人信息处理活动中的权利、个人信息处理者的义务、履行个人信息保护职责的部门、法律责任等主要内容。	人大常委会	2021 年
13	《中华人民共和国数据安全法》	在中华人民共和国境内开展数据处理活动及其安全监管，适用该法。该法主要规定了数据安全与发展要求、数据安全制度、数据安全保护义务、政务数据安全与开放、法律责任等主要内容。	全国人大	2021 年
14	《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》（2020 修订）	细化了《消费者权益保护法》规定的“七日内无理由退货”制度，明确规定各方主体的规定动作、时间节点、延误责任，并细化和强化了网络商品销售者和网络交易平台提供者履行无理由退货义务的规定。	市监总局	2020 年
15	《电子商务法》	进一步明确电子商务经营者、平台经营者、消费者以及支付、物流等第三方机构各自的权利义务，对于个人信息保护，平台监管职责、知识产权保护等内容都有了明确规定，同时对支付、进出口监管、物流、跨境电子商务、农村电子商	人大常委会	2019 年

序号	法律法规与政策	主要内容	发布单位	发布时间
		务等具体问题也作出规定，有利于进一步促进电子商务的健康发展。		
16	《轻工业发展规划（2016-2020 年）》	促进工业互联网、云计算、大数据在轻工业综合集成应用。加快食品、塑料制品、皮革、造纸、洗涤用品等行业生产轻工业综合集成应用。加快食品、塑料制品、皮革、造纸、洗涤用品等行业生产设备的智能化改造，提高精准制造、敏捷制造能力。	工信部	2016 年
17	《新材料产业发展指南》	加快推动先进基础材料工业转型升级，大力推进材料生产过程中的智能化和绿色化改造，重点突破材料性能及成分控制、生产加工及应用等工艺技术，开发生物可降解材料。	工信部、发改委、科技部、财政部	2016 年

3、行业主要法律法规及监管政策对发行人经营发展的影响

近年来，国家出台了一系列政策鼓励和支持本行业的持续健康发展，现行法律法规对产品质量、行业标准等提出了明确要求，有利于本行业的有序发展。同时，国家政策在品牌塑造、新技术、新材料等方面给予了本行业大力支持。如《国民经济和社会发展第十四个五年规划纲要》提出了“开展中国品牌创建行动，保护发展中华老字号，提升自主品牌影响力和竞争力，率先在化妆品、服装、家纺、电子产品等消费品领域培育一批高端品牌”的发展规划，该规划将为消费品生产企业创造良好的外部市场环境，有助于提升日用塑料制品行业的产业集中度与日用塑料制品行业的产业升级；《塑料加工业“十四五”科技创新指导意见》鼓励通过技术进步全面推进产业转型升级和数字化转变；《中国塑料加工业“十四五”发展规划指导意见》指出要大力开发高强、高韧、高阻隔、高透明、耐高温、阻燃、耐磨、耐腐蚀、导电、绝缘、导热等性能的日用品等。这些政策为发行人创造良好的外部市场环境、技术环境和创新环境，有助于公司进一步提升技术和研发水平、制造能力，增强竞争优势。

此外，国家出台了一系列促进电子商务行业健康发展的产业政策，对线上销售为主企业的发展起到了较大的促进作用。《电子商务“十四五”发展规划》指出“做好电子商务统筹推进工作，促进线上线下、行业产业间、国内国际市场深度融合。”公司深度把握电子商务发展趋势，开拓市场销售，家居收纳产品的线上交易量与日俱增，线上销售成为重要销售渠道。

整体而言，发行人所处行业的监管体制、法律法规、行业标准和相关政策均有利于发行人的经营发展。

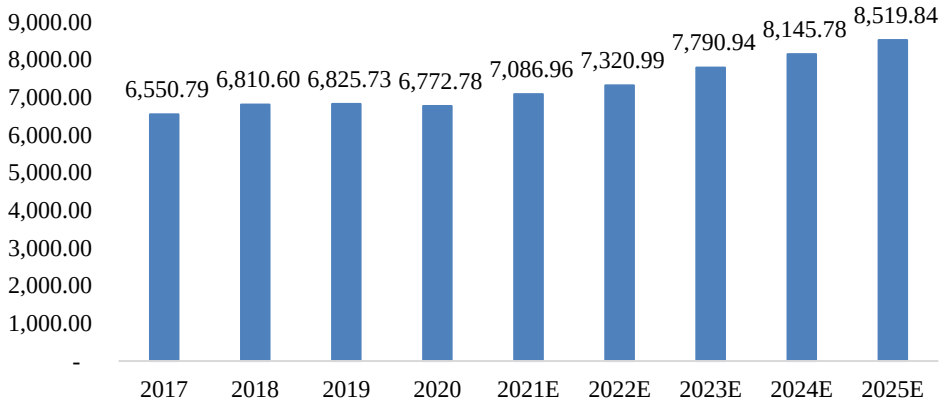
（三）行业发展现状及发展趋势

公司主营业务为家居收纳用品及相关功能材料的研发、生产和销售。广义的家居概念，指的是家庭装修、家具配置、家居收纳装饰用品、电器摆放等一系列和居室有关的活动或物品。此处家居用品范围，仅指家居收纳类、装饰类、用具类以及部分室外生活用品等产品。在功能用途方面，公司产品属于家居用品领域中的家居收纳产品；在材质方面，公司产品以塑料制品为主。

1、家居用品市场概况

根据 Euromonitor 数据，2017 年至 2020 年，全球家居用品市场规模的年复合增长率为1.12%，2020年的市场规模为6,772.78亿美元。虽然受新冠疫情影响，2020 年家居用品市场规模较 2019 年略微减小，但随着未来全球经济复苏、居民收入水平的提高以及消费频次的提升，全球家居用品的消费需求预计仍将保持稳健增长，预计 2025 年全球家居用品市场规模将达到 8,519.84 亿美元。全球家居用品市场主要集中在欧洲、美国、中国和日本等国家或地区。数据显示，欧洲为全球家居用品市场规模最大的地区，2020 年市场规模高达 2,127.65 亿美元；美国排名第二，2020 年家居用品市场规模为 1,800.54 亿美元。当前在全球范围内，家居用品行业已发展出一批以宜家为代表的极具品牌知名度和影响力的零售跨国企业。根据宜家家居年报和官网统计，截至 2021 年 3 月宜家已在全球 50 余个国家和地区累计开设了 442 家门店，2022 财年销售收入达 446 亿欧元，较上一财年增长 6.5%。

2017-2025年全球家居市场规模（单位：亿美元）



数据来源：Euromonitor

全球知名家居用品品牌企业更为专注于品牌与渠道建设，主动选择将制造环节转移至发展中国家，因此，在产业转移与技术引进等因素的共同驱动下，我国家居用品制造业得以快速发展。我国家居用品行业除在制造端具有优势外，依托居民消费升级，我国家居用品行业的消费规模和消费档次同步提升，新品推出速度加快，产品结构向高端优化，在市场端也显示出强劲增长动力，吸引跨国企业的加速布局，继续推动我国家居用品行业品质化发展。

国内家居用品市场方面，居民对居家生活品质的要求，是社会经济、政治、文化综合发展的结果，与收入情况相关。在世界经济持续发展的大背景下，居民收入水平的持续增长促进了社会群体消费意愿的不断升级，将推动居家生活水平提升，质量提高。对于家居收纳用品行业而言，社会消费能力的提升一方面有利于不断扩大消费需求，另一方面有助于行业变革，能够更好的迎合消费者对于家居用品在便捷性、安全性、时尚性、个性化等方面需求的企业将更好地脱颖而出。塑料家居用品依靠其性能和性价比，超过传统的木、钢等材质制品，成为家居市场中最为普遍的产品。根据亿欧智库数据，2018 年我国家居市场总规模占全球总量的 11.3%，新的增长点主要集中在定制家居、智能家居和绿色家居领域。不断推进的城市化进程持续为家居市场的发展提供有利条件。相较沙发、床等大件家具，塑料制品主要集中在收纳袋、收纳盒等小型家居用品领域。在这一领域，消费者对个性化、轻便化和性价比的追求高于对耐用性等传统指标的要求，塑料制品具有天然优势。此外，相比木质、钢制和大多数纸质家居用品，环境友好型的塑料制品在环保性上更具优势。

2、家居收纳用品行业概况

收纳行业起源于美国，上世纪 80 年代，美国社会经济迅速发展，技术工艺和生活水平的提高带动了美国人民的消费欲望，随着物品种类、数量的增长，人们有限的生活空间变得凌乱，家居收纳服务也因此应运而生。而真正带动收纳行业兴起的则是日本市场，上世纪 90 年代，受泡沫经济影响，日本人民的消费欲望开始萎缩，人们消费观念逐渐趋于自然简约、实用至上。同时，住房面积狭小的现状亦促使整理收纳行业在日本发展，收纳文化也逐渐成为了日本的生活文化。

目前，欧美及亚洲发达国家均已建立了收纳协会，如美国 NAPO 协会、韩国 KAPO 协会、日本 HouseKeeping 协会。根据 The Freedonia Group 数据，2018 年美国收纳用品市场规模达 105 亿美元，且预计到 2023 年，美国收纳用品市场规模将达到 127 亿美元。对比之下，收纳文化及系统性收纳需求在中国市场目前仍处于早期阶段，国内市场尚未建立收纳整理协会，未来市场空间巨大。根据新浪乐居财经发布的《2020 中国整理行业白皮书》数据，2017 年我国收纳用品市场规模约为 258.58 亿元，预计 2020 年我国收纳用品市场将达到 1,012.79 亿元，预计未来每年行业增速在 20%-30%左右。根据天猫平台生意参谋数据，天猫平台收纳整理类目（含家庭收纳用具、衣物洗晒护理用具、家庭整理用具、家庭防尘用具、旅行收纳用具、其他收纳等 6 个细分类目）2019 年至 2021 年销售额分别为 255.76 亿元、284.28 亿元和 311.21 亿元，年复合增长率 10.31%。

由此可见，国内家居收纳用品行业市场规模增长率高于国民经济平均增长水平。随着中国人均收入上涨以及家庭物品丰富带来的收纳需求增长，尤其在房价高昂的一、二线城市，对于收纳文化的认知及系统性收纳需求将在未来持续发展。

3、全球及中国家居收纳用品发展趋势

（1）电商渗透率不断提高，家居用品线上市场规模进一步提升

随着物流运输的发展、展示科技的进步，家居用品的研发生产以及仓储物流、售后服务等电商整体配套产业链不断完善，电商透明化、渠道扁平化等优势逐渐体现，电商渠道销售占比逐年提升。尤其是 2020 年以来，受新冠疫情的影响，海外消费场景逐步由线下向线上转移，加快了海外市场电商渗透率的快速上升。数据显示，2020 年家居用品电商渠道销售占比增长至 17.7%。海外市场电商渗透

率的不断提高，促使全球线上家居用品市场的需求持续增长，线上市场规模有望进一步提升。

（2）年轻群体对精致生活的不断追求催生家居收纳行业发展壮大

2020 年 4 月，阿里妈妈与淘宝极有家、微博家居联合发布行业报告《美好家居生活趋势报告》（以下简称《报告》），《报告》指出，从 2017 年到 2019 年，淘内家装家居的消费人群规模与人群体量都在逐步增长，以线上购物的消费形式进行家装家居的相关消费日益被消费者所接受。国内家居家装行业消费需求呈现四大主要趋势：空间的高效利用、数字化的智能生活、格调美观的室内格局、无菌健康的生活环境，体现了消费者对于生活品质的更高诉求，从基本生活需求向精神需求延伸。

消费者越来越关注空间的利用率，特别是卫生间、厨房和阳台等小空间。对于年轻人来说，更加追求对小而美的空间精细打造，比如咖啡角、衣帽间和卧室。年轻人注重这部分空间，与对于“精致生活”的追求有关，在忙碌的工作间隙拥有精致舒服的生活，是新一代年轻人的追求。由于对整洁生活空间的提倡，消费者的收纳偏好也逐渐显现，且需求不断精细化，在玄关、卧室、桌面、衣帽间等多种场景中，崇尚极简的生活理念，掀起一阵“收纳风”，使消费者更加注重空间规划，越发喜爱收纳。淘内消费者收纳需求从扁平到垂直，从“装进即可”逐步转变为最大化利用收纳空间。同时，消费者的生活爱好，如美妆、品酒、潮玩、潮鞋等催生出额外的收纳需求，与之相关的收纳工具应运而生。

4、塑料制品行业发展概况

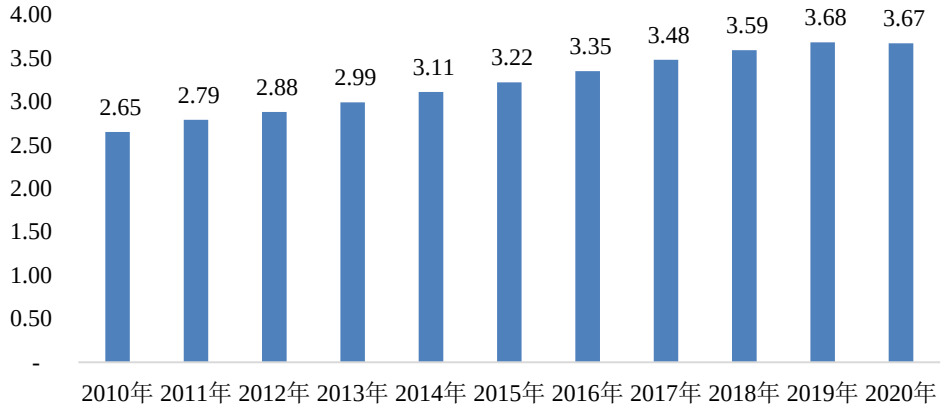
塑料工业正式诞生于 1907 年。经过一个世纪的发展，塑料已经成为与钢铁、木材、水泥并驾齐驱的重要基础材料行业。正是由于轻质、绝缘、不腐不锈、性价比高等诸多优点，塑料也成为了金属、木材等材料的绝佳替代品。

（1）全球塑料制品行业概况

近年来，全球塑料行业稳健发展，产业结构持续升级优化。受益于人们日益增强的环保意识和各国政府部门出台的限制性法规，行业内企业纷纷加快环境友好型塑料的研发与产业化应用进程。根据欧洲塑料制造商协会（PlasticsEurope）数据显示，2010 年-2019 年全球的塑料产量由 2.65 亿吨增长至 3.68 亿吨，年复

合增长率为 3.72%，增势平稳。2020 年全球塑料产量达 3.67 亿吨，由于新冠疫情对行业的影响，2020 年的产量同比下降约 0.3%。

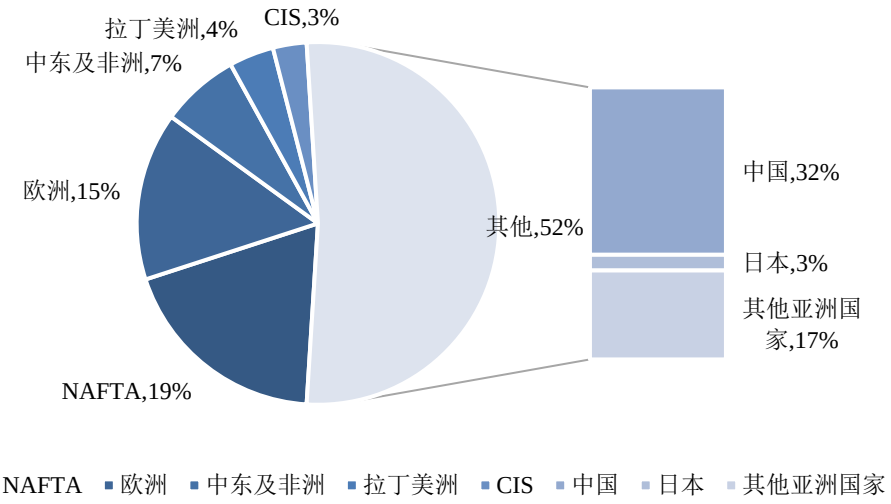
2010年-2020年全球塑料产量（单位：亿吨）



数据来源：欧洲塑料工业协会（PlasticsEurope）

从全球塑料制品产量区域分布来看，亚洲是全球塑料制品产量最大的地区。2020 年该地区塑料制品产量占全球塑料制品产量的比重为 52%，远高于全球第二塑料市场北美自由贸易区的和全球第三大塑料市场欧洲。其中在全球及亚洲塑料市场中，中国为塑料产品产量最大的国家，2020 年中国塑料产量占全球塑料市场的份额为 32%，产量年增长率均超过其他国家和地区。

2020年全球塑料制品产量分布情况（按国家/地区）



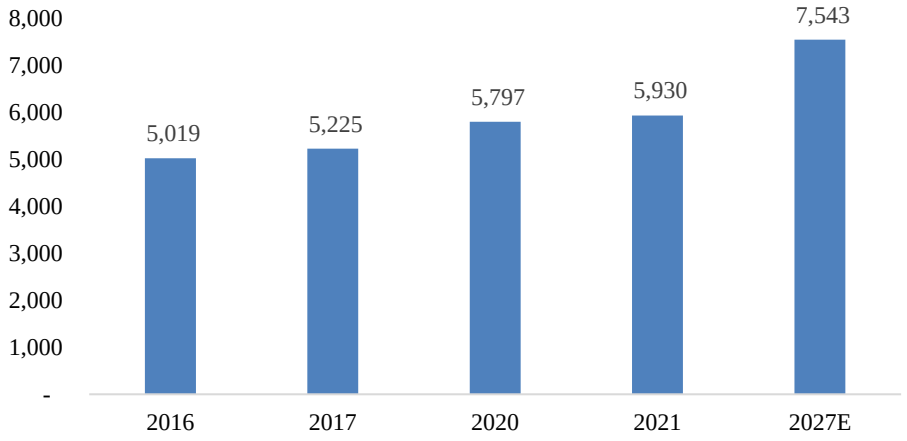
数据来源：欧洲塑料工业协会（PlasticsEurope）

注：CIS 是指独立国家联合体，现有 9 个成员，分别是阿塞拜疆、亚美尼亚、白俄罗斯、吉尔吉斯斯坦、摩尔多瓦、哈萨克斯坦、俄罗斯、乌兹别克斯坦、塔吉克斯坦；NAFTA 是指北美自由贸易区，包含美国、加拿大和墨西哥。

伴随着高分子材料技术的发展、塑料加工工艺的提升和对环保要求的提高，全球范围对优质塑料制品的需求持续上升，中国逐渐在全球范围内的塑料制品供应承担更重要的角色。未来，制造过程和产品的环境友好、产品性能的进一步提升和产品应用的多样化将成为塑料工业发展的大趋势。

随着近些年来，全球各国在建筑、汽车和电器电子领域的塑料消费量不断增加，塑料行业市场规模也随之迅速增长，根据 Grand View Research 研究报告及 statista 数据，2021 年全球塑料制品市场规模达到 5,930 亿美元，预计 2027 年全球塑料市场规模将增长至 7,543 亿美元。

2016年-2027年全球塑料市场规模（单位：亿美元）

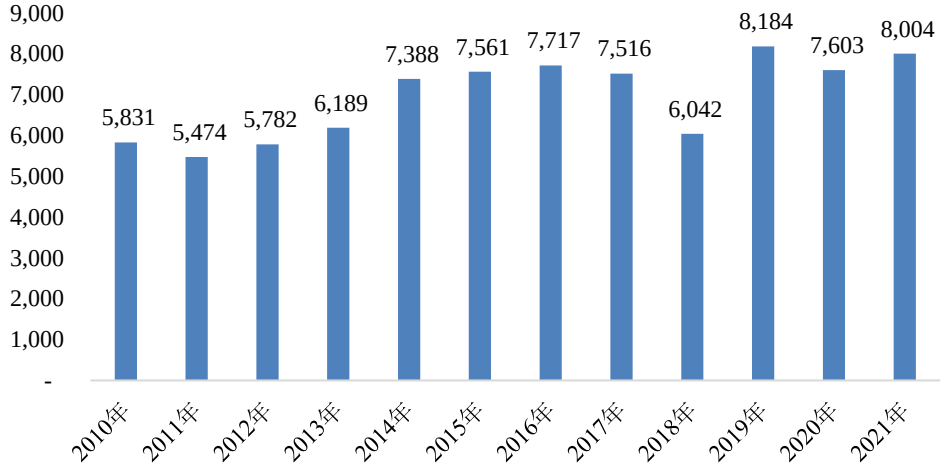


数据来源：Grand View Research、statista

（2）国内塑料行业概况

随着经济的快速发展，我国已成为塑料制品生产和消费大国。根据国家统计局数据，《2021 年规模以上工业企业主要财务指标（分行业）》中橡胶和塑料制品收入占全国工业收入的比例为 2.27%，排名 16 位，是国民经济的重点产业。2010 年至 2021 年，我国塑料制品产量由 5,831 万吨增长至 8,004 万吨，年复合增长率为 2.92%。伴随居民消费水平快速提高，我国塑料制品产量快速增长，2010 年我国已成为全球最大的塑料制品消费国和生产国。

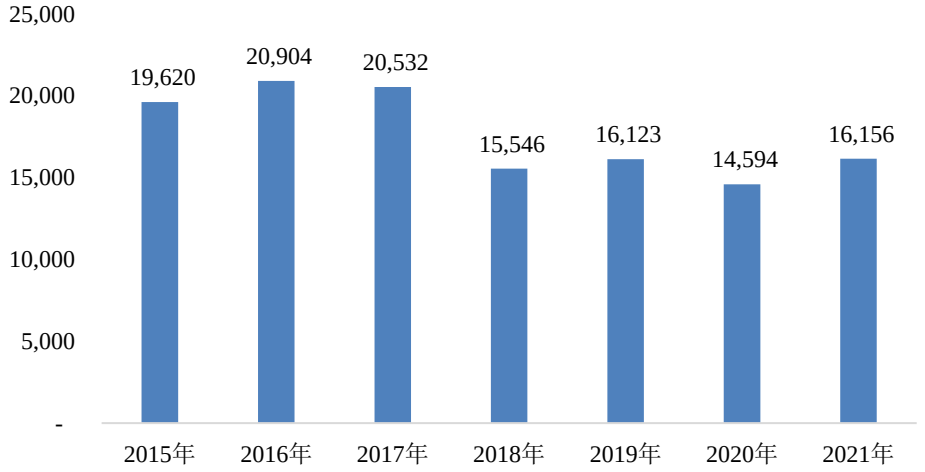
2010年-2021年中国塑料制品产量（单位：万吨）



数据来源：国家统计局

从需求量分析，我国塑料制品行业拥有广阔的市场需求，首先根据中国模具工业协会发布的《模具行业“十三五”发展规划》中指出，2015 年我国人均塑料消费量约为 64 公斤，仅为发达国家的 1/3，虽然我国已成为世界第一大塑料消费国，但与发达国家人均塑料消费量相比，仍存在巨大的市场潜力。根据智研咨询统计，2021 年中国塑料制品行业国内市场规模达到 16,156 亿元，同比增长 10.7%。

2015年-2021年中国塑料制品市场规模（单位：亿元）

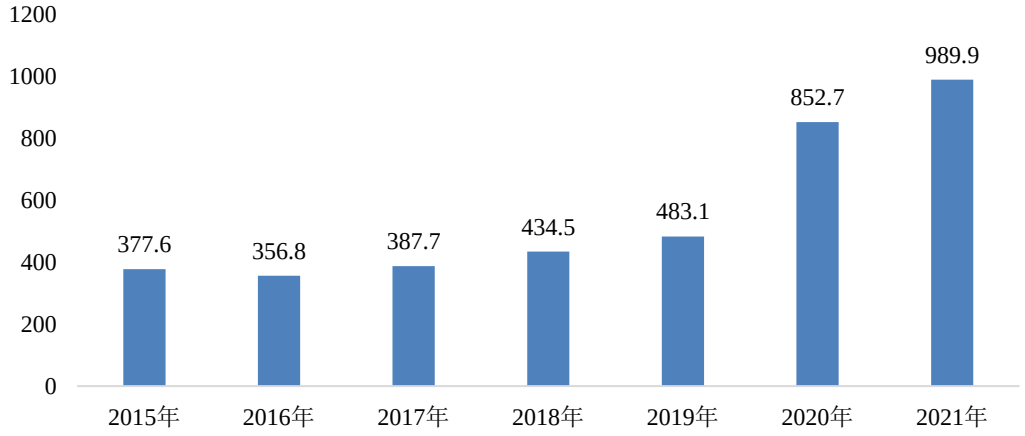


数据来源：智研咨询

目前，塑料制品的高端应用领域正在逐步强化，塑料制品业仍处于上升发展阶段，转型升级在稳步推进。未来，随着产业结构逐步转型升级，高档产品比重将逐步加大，基础配套服务功能将不断完善，市场空间仍然较大。

此外，出口是我国塑料工业的一大组成部分，塑料制品也面临广泛的出口需求。近年来，中国塑料制品功能得到有效提升，塑料制品出口量稳步增加，出口形势持续乐观。2020 年全国塑料制品商品出口额为 852.7 亿美元，较上年增加 369.6 亿美元。2021 年全国塑料制品商品出口额为 989.90 亿美元，同比增长 16.09%。行业内的头部厂商通常与知名全球连锁零售企业如宜家、沃尔玛等建立良好的合作关系，其产品的相当一部分将出口至世界各地。

2015年-2021年塑料制品商品出口额（单位：亿美元）



数据来源：国家统计局、工信部

未来，随着全球化程度的进一步加深，塑料家居用品将持续保持旺盛的出口需求。

（3）日用塑料制品领域

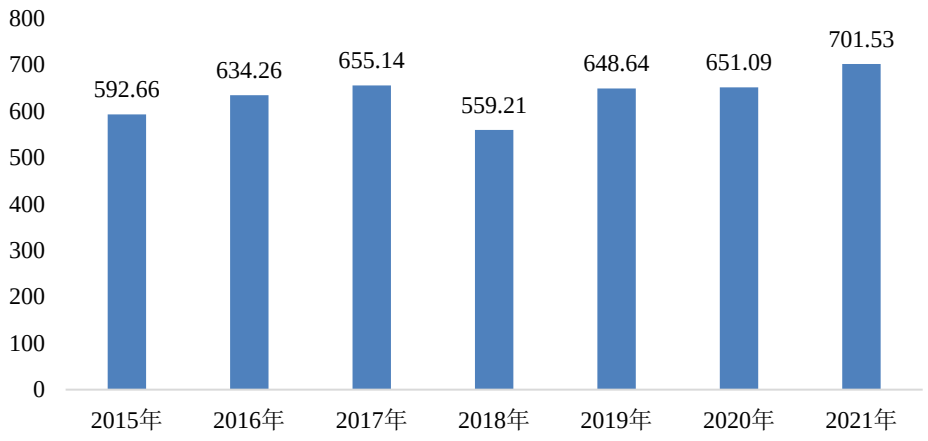
日用塑料制品行业是国民基础产业，是重要的民生产业，是有着广阔发展前景的优势产业。随着人们生活理念的改变，越来越多的人偏好轻巧、便捷的日用品，而塑料具有重量轻、可塑性强、制造成本低、功能广泛等特点，日用塑料制品愈加成为现代社会生活中不可缺少的一部分，广泛应用于家居产品。

塑料制品人均年消费量往往与所在地经济发达程度相关，发达国家如美国（170kg）、比利时（200kg）等的人均年消费量较高。由于生活习惯、消费理念的影响，发达地区消费能力较强，家中购置的物品较多，收纳产品为居家收纳提供了有效的方案；居家方面，轻便、易移动的塑料收纳产品则便于人们对物品进行快速的收纳与整理。近年来，随着中国、东南亚等国家经济的快速增长，人们的消费能力增强，生活节奏加快、消费意识逐渐改变，日用塑料制品的增长空间

将进一步扩大。

从供给端分析，2015-2017 年我国日用塑料制品产量平稳增长，于 2017 年达到 655.14 万吨。自 2018 年以来，我国产业转型升级包括“限塑令”在内的一系列法律法规对塑料工业产生了一定影响，日用塑料制品产量出现下滑，2018 年跌至最低，此后逐年递增。而在 2021 年，产量大幅上升达到 701.53 万吨，超过 2017 年峰值。从内部因素上看，严格的环保政策助力本行业的结构优化，淘汰了落后产能，提升了行业集中度；从外部因素上，快速增长的收纳市场为日用塑料制品行业带来了巨大需求，对冲了政策监管对产量带来的不利影响。

2015年-2021年中国日用塑料制品产量（单位：万吨）



数据来源：中国塑料加工工业协会

从需求端分析，我国日用塑料制品行业拥有广阔的市场需求。首先，我国经济的快速腾飞，居民稳步增长的收入水平使人们在家居生活用品方面的关注点从简单的实用性向兼顾美观与实用性延伸。消费理念的改变意味着人们愿意购买美观实用的产品去提升生活品质。而日用塑料制品质轻便美观，替换周期相对较短，与新形势下消费者消费偏好高度贴合，具有持续发展的市场潜力。其次，我国快速推进的城市化进程将加快居民的生活节奏。生活节奏的加快促使人们加大消费力度，购置更多的商品，对收家居收纳产品的需求量逐步扩大。此外，随着全球化程度的不断提升和“一带一路”新兴市场的开辟，日用塑料制品的出口规模有望进一步扩大。

从技术水平和竞争格局的角度来看，目前，我国日用塑料制品行业整体集中度较低，厂商众多，技术水平参差不齐，这种情况广泛存在于包括家居收纳在内的行业内各领域。未来，政策和居民环保意识将共同促进行业技术水平的提升，

行业产业结构的优化，落后产能将被逐步淘汰，具有领先优势的头部厂商将获得更为有利的发展环境，行业集中度将进一步得到提升。

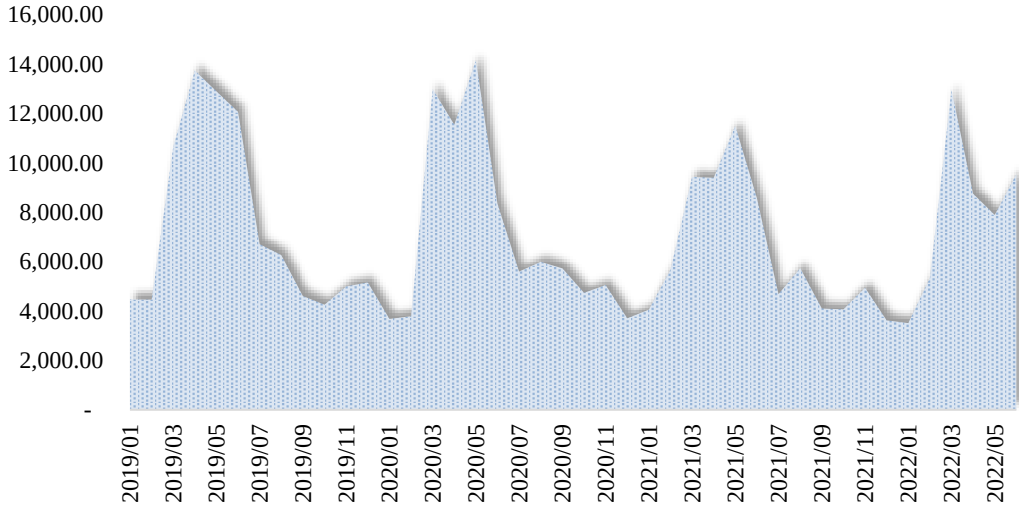
（4）真空收纳袋领域

真空收纳袋领域属于家居收纳用品行业细分领域之一。有效的节省家庭收纳空间是众多家庭所追求的目标，所以专门为节省空间而设计的真空收纳袋产品应运而生。真空收纳袋具有防潮、防霉、防蛀、防异味等特点，主要用于棉被和各种衣物收纳。

①天猫平台销售及市场情况

2019 年 1 月至 2022 年 6 月期间，根据天猫平台生意参谋真空收纳袋类目（包含被子压缩袋、衣物压缩袋、杂物压缩袋 3 个子类目）的销售数据，该领域的平均年销售金额约在 7.5 亿元至 9.0 亿元。

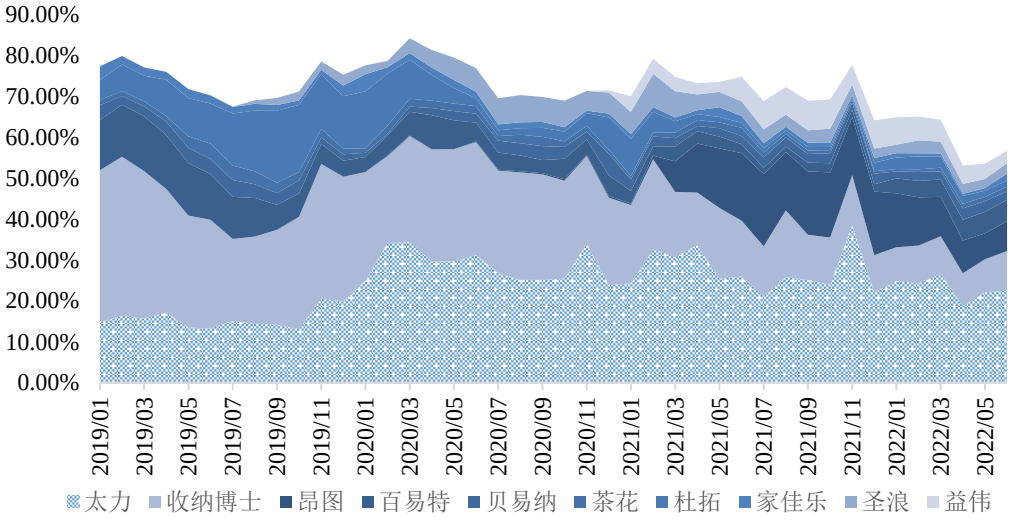
天猫平台真空收纳袋市场交易总量



注：数据来源于生意参谋，单位万元

2019 年 1 月至 2022 年 6 月期间，该领域在天猫电商平台上的直接竞争品牌共计 226 个。其中，前十大品牌的市场占有率情况如下图所示：

天猫真空收纳袋市场前十大品牌市场占有率

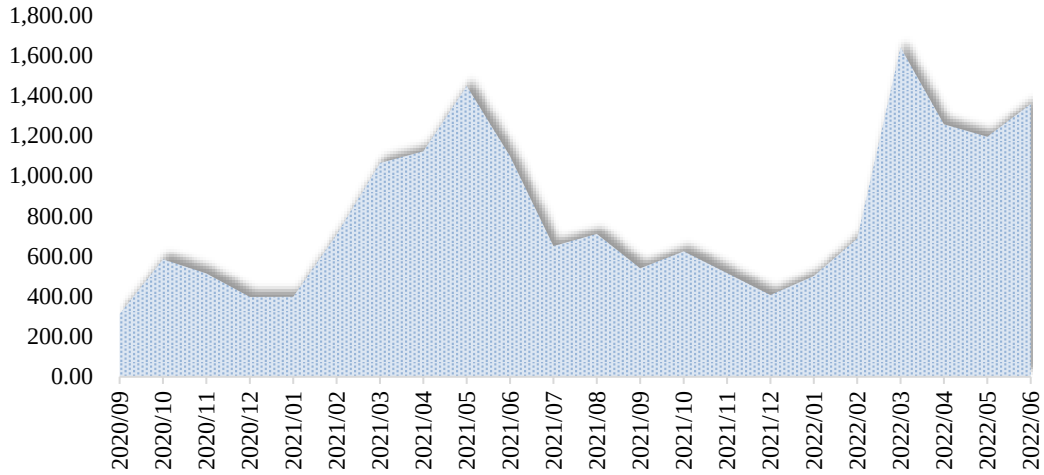


上述期间，公司“太力”品牌市场占有率排名第一，约占 20%-30%。其他主要竞争品牌包括收纳博士、昂图、百易特、茶花等。

②京东平台销售及市场情况

2020 年 9 月至 2022 年 6 月期间，根据京东平台真空收纳袋的销售数据，在该领域的平均年销售金额约在 9,000.00 万元至 1.2 亿元。

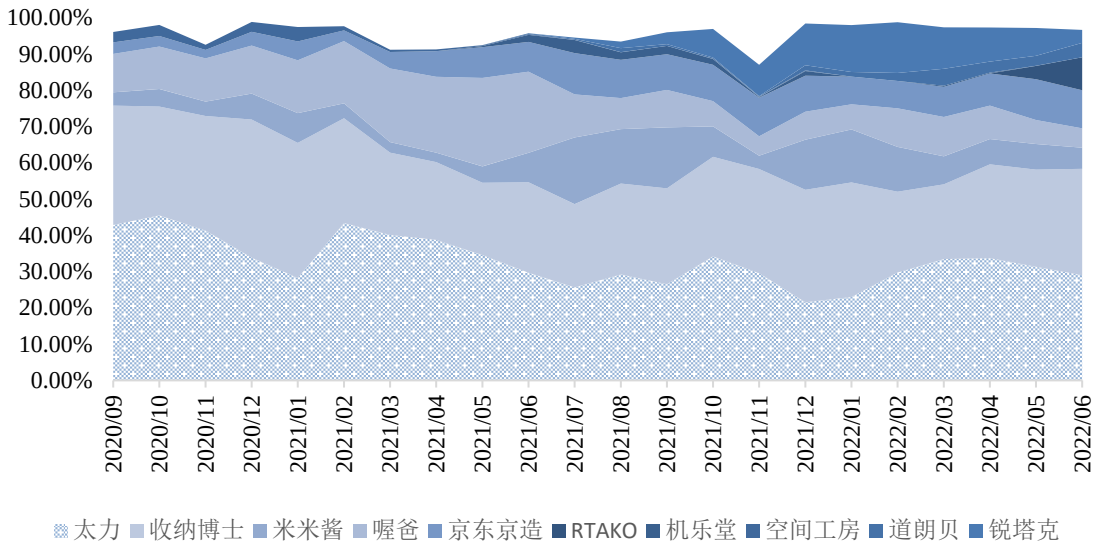
京东平台真空收纳袋市场交易总量



注：数据来源于京东商智，单位万元

2020 年 9 月至 2022 年 6 月期间，该领域在京东电商平台上的直接竞争品牌共计 97 个。其中，前十大品牌的市场占有率情况如下图所示：

京东真空收纳袋市场前十大品牌市场占有率



上述期间，公司“太力”品牌市场占有率排名第一，约占 30%-40%。其他主要竞争品牌包括收纳博士、米米酱、喔爸、京东京造等。

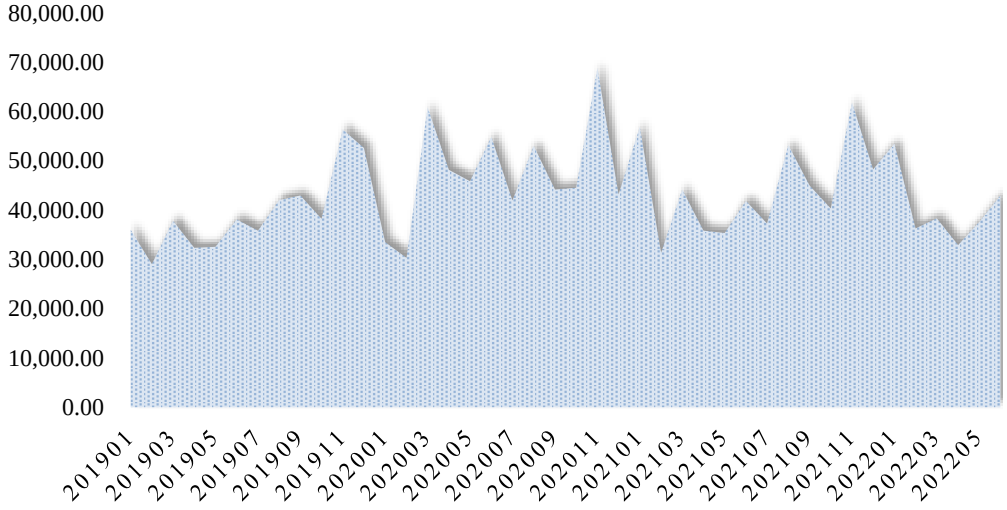
（5）垂直墙壁置物领域

垂直墙壁置物产品领域属于家居收纳用品行业细分领域之一。在日常生活中通过垂直空间利用，挂钩及置物架是一种节省空间的设计与应用。垂直墙壁置物产品以其承载力强，可重复使用，不留痕迹，不伤墙面的产品特点，广泛适用于厨房、浴室、卧室等多场景收纳。该领域市场经过了初期的尝试和探索阶段，目前正处于蓬勃快速发展时期。

①天猫平台销售及市场情况

2019 年 1 月至 2022 年 6 月期间，根据天猫平台生意参谋垂直墙壁置物领域（包含厨房置物架/角架、挂钩/粘钩、牙刷架/牙具座、浴巾架/毛巾架、浴室角架/置物架等 12 个子类目）的销售数据，该领域天猫平台的平均年销售金额约在 47.4 亿元至 56.9 亿元。

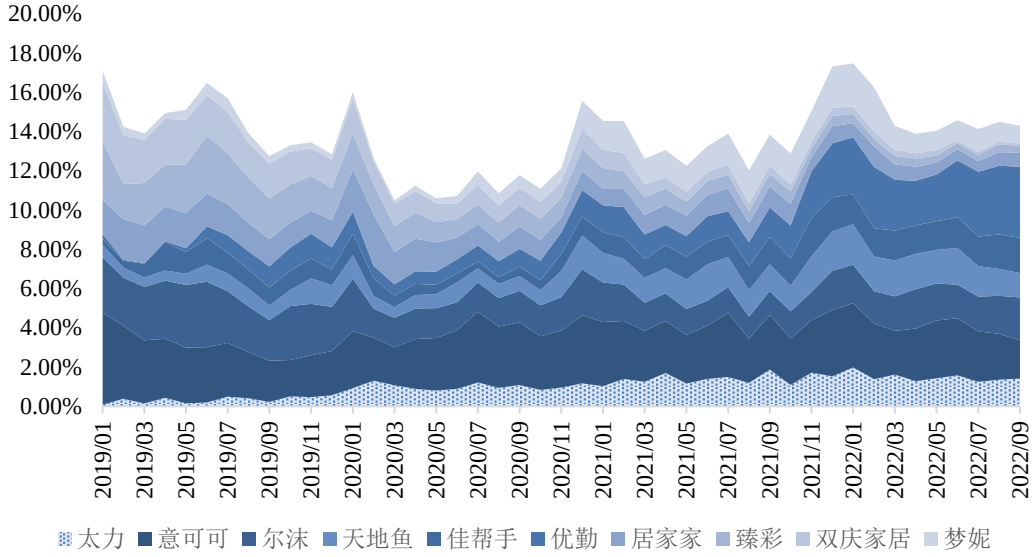
天猫平台壁挂置物产品市场交易总量



注：数据来源于生意参谋，单位万元

2019 年 1 月至 2022 年 6 月期间，垂直墙壁置物产品在天猫平台上的直接竞争品牌共计 1,542 个。其中，前十大品牌的市场占有率情况如下图所示：

天猫壁挂置物市场前十大品牌市场占有率



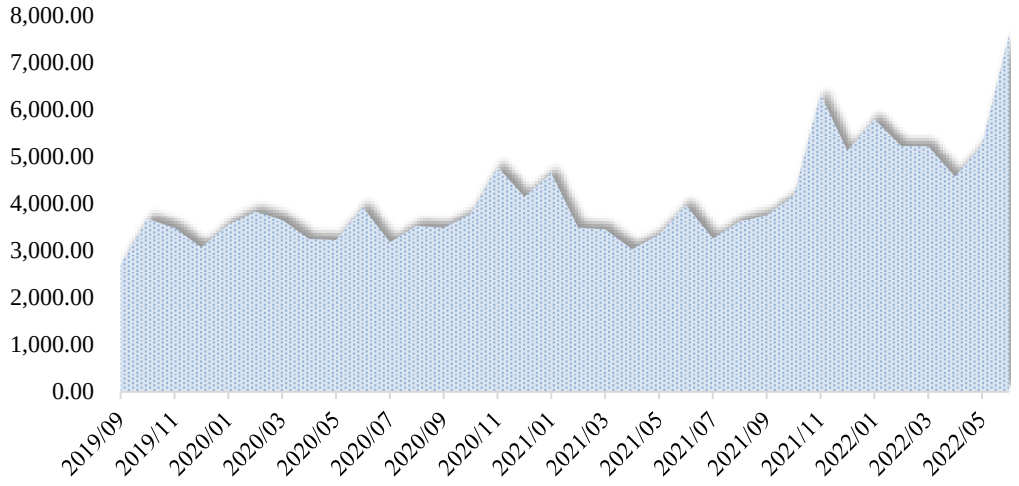
天猫平台垂直墙壁置物产品市场呈现出日用塑料制品行业整体集中度较低的特点，没有特别明显的竞争优势品牌，前十大品牌市场占有率在 15%左右，公司“太力”品牌报告期内的市场占有率约 1%-2%。

②京东平台销售及市场情况

2019 年 9 月至 2022 年 6 月期间，根据京东平台垂直墙壁置物领域的销售数

据，垂直墙壁置物产品在京东平台的平均年销售金额约在 1.30 亿元至 4.80 亿元。

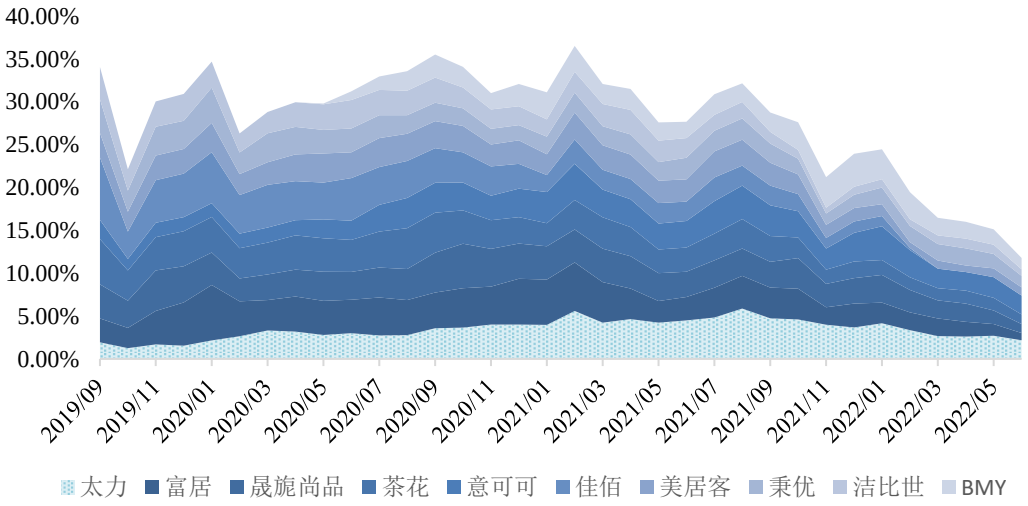
京东平台垂直墙壁置物产品市场交易总量



注：数据来源于京东商智，单位万元

2019 年 9 月至 2022 年 6 月期间，该领域在京东平台上的直接竞争品牌共计 1,265 个。其中，前十大品牌的市场占有率情况如下图所示：

京东垂直墙壁置物市场前十大品牌市场占有率



发行人“太力”品牌报告期内的市场占有率排名第二，约占 2%-6%。2022 年以前，京东平台前十大品牌市场占有率在 30%左右；2022 年开始，随着更多品牌进入京东平台这一细分产品领域，京东平台销售额增长明显，同时前十大品牌的市场占有率进一步下降至 15%左右，京东平台垂直墙壁置物产品领域亦呈现出日用塑料制品行业整体集中度较低的特点。

5、行业的发展前景

（1）市场需求持续扩大，产业集中度不断提高

随着中国经济的腾飞，电商、家居零售等行业不断快速发展，家居收纳用品具有更多元化的市场需求。同时技术的进步也将为家居收纳用品开拓更多的应用场景，创造新的适宜人群，行业市场需求将持续扩大。此外，随着“一带一路”沿线市场的开拓，本行业的出口需求也将进一步增加。

市场需求扩大的同时，行业规范化也促使着产业集中度的提高。随着环保要求趋严、产业结构升级、行业各项标准的制定和完善，低端产品将逐步退出市场，而行业内领先厂商凭借优秀的产品质量和口碑以及丰富的渠道，将进一步巩固其领导地位，行业集中度将进一步增加。未来，随着人们生活水平的全面提高，人们对产品的追求渐渐由物质层面提升到精神层面。对于家居收纳用品，除了要求实用性和功能性以外，人们将更加关注其在便捷性、健康性、环保性、时尚性、个性化等方面的特点。新的消费观念和消费趋势将进一步推动行业内企业的分化，一批技术实力不足，设计性、品牌性不强，使用体验不佳的企业将被淘汰，行业优势企业的竞争地位将进一步增强，促进产业集中度的提升。

（2）数字化、智能化水平进一步提升

在生产自动化方面，由于长期的劳动力成本优势和较低的行业集中度，本行业总体尚属于劳动密集型产业，自动化水平较低。但鉴于近年来我国劳动力红利迅速消退，熟练工薪资逐渐增长，行业内领先企业已开始着手设备升级和自动化改造，并取得一定成果。目前，以公司为代表的国内领先厂商已建立高度自动化生产线，有力保障了生产效率和产品质量。

在劳动力成本上升、产品标准监管严格、国家政策大力支持塑料工业自动化、智能化的背景下，产能落后的中小型企业或在激烈的竞争中被市场淘汰，拥有先进产能的企业将持续通过研发和引入自动化生产线、智能生产车间等方式提升其自动化与智能化水平。未来，日用塑料制品行业将继续推进信息化和工业化深度融合，大力落实“中国制造 2025”，推动智能制造，实现生产经营的数字化、自动化、智能化。

（3）环保要求趋严，环保材料制品愈发重要

随着环境污染的日益严峻和环保理念的深入人心，我国将持续建立健全相关环保法规，进一步加强对传统塑料的限制以及对塑料制品企业的要求。在短期内，行业的发展会受到一定的影响，但从长远看，这将有利于日用塑料制品行业绿色健康规范发展，有利于促进塑料行业的可持续与高质量发展。

同时，国家也将持续加大对新型环保材料研发应用的支持。在国家政策与消费观念的促进下，我国环保塑料的相关技术与产业将快速发展、应用场景将更加丰富，在塑料工业未来发展中的重要性将持续增加。

（4）智能收纳将带动收纳用品行业进一步发展

智能收纳指的是通过物联网技术将各种收纳产品（如收纳袋、收纳盒等）联系在一起，拥有物品定位、环境监测、远程控制、室内外遥控、防盗报警以及红外转发等多种功能，提升用户体验感和参与度。与普通收纳相比，智能收纳提供全方位的信息交互功能，提升收纳的安全性、便利性。智能收纳产品的兴起将创造新的需求，带动收纳用品行业进一步发展。

（5）消费观念提升，产品设计性和应用性进一步提高

塑料材质家居用品主要集中在收纳盒、收纳袋、置物架、小桌椅等小型家居用品领域。在这一领域，消费者对个性化、轻便化和性价比的追求高于对耐用性等传统指标的要求，塑料具有天然优势。此外，相比木质、钢制和大多数纸质家居用品，环境友好型的塑料制品在环保性上更具优势。未来，家居用品行业将形成性能、审美、安全与环保并重的消费理念，消费者在物质和精神层面的需求都将有所提高。作为家居用品行业的重要组分，塑料家居用品厂商也将不断提高产品的性能，满足更多场景的应用需求；不断增强设计能力，满足消费者日益提升的审美和个性化需求。

（6）品牌与体验要求提高

随着全球经济的持续发展，居民收入和生活水平不断提升，消费者对家居用品不再满足于基本的功能，更加注重产品的品牌与使用体验。为了适应消费者需求，家居用品制造商对产品设计、品牌塑造的投入持续提高，不断提升产品的美感和使用体验，提高品牌在消费者心中的认知度。同时，年轻一代消费群体逐渐

成为主流，他们代表的新生消费力量正向家居用品市场涌来。随着消费者的迭代、消费痛点变化、获取信息渠道多元化、时间碎片化，消费形态逐渐形成了新规律，这将进一步促进家居用品品牌化的发展。未来家居用品企业需更加看重品牌建设与产品设计，适应满足消费者对家居用品提出的新需求，家居用品行业将向新零售、新营销、新服务方向发展。

（四）公司创新、创造、创意特征以及科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

1、公司创新、创造、创意特征

公司于 2017 年获评高新技术企业，2019 年获评国家知识产权优势企业，2022 年获国家级知识产权管理体系认证，公司是广东省、中山市工程技术研究开发中心，中山市专精特新培育企业，子公司湖北太力是湖北省第二批支柱产业细分领域隐形冠军培育企业。截至目前，公司已在全球范围内申请并获授权专利 506 项，其中发明专利 19 项，公司专利“一种真空保鲜袋”、“一种集尘盒外置式吸尘器”获中山市专利优秀奖。公司主持和参与的“纸质档案长久保存及电子化管理技术”、“载人航天飞船用残留食品处理装置”项目获中山市科技进步奖。

公司于 2008 年受中国航天员科研训练中心邀请，与其共同研制国家航天任务专用的收集袋、压缩袋产品，承载宇航员在太空环境中的生活需求。公司研制成功的微重力环境下的压缩袋结构及材料技术使得产品具有适应太空失重环境的高阻隔、耐穿刺、耐老化等特性。公司作为国家航天专用压缩袋的独家供应商，产品已 18 次进入太空，先后获得载人航天理事单位称号，并被授予“天宫一号与神舟九号交会对接任务成功”贡献奖。公司的真空收纳袋产品运用航天技术及工艺，产品品质位居行业领先地位。

公司持续对家居收纳相关功能材料进行研发改良，先后研发改良 TPE 弹性体、拉伸可移除压敏胶、自润滑聚甲醛、动态硫化橡胶、纳米流体等材料，使其材料功能性广泛适用于家居用品。其中，公司研发改良的 TPE 弹性体作为拥有较强物理特性的新型高分子材料，应用于垂直墙壁置物产品核心部件吸盘中，其高粘弹性使得吸盘可在不同材质的墙面上维持高吸附力，高阻隔性可长期维持吸盘内腔形成的负压空间，使用 TPE 弹性体的吸盘具有高承重性、高吸附力、适

用基材广泛、可复用等特点。目前公司研发的 TPE 弹性体材料在置物产品上的应用较为独特，并被宜家指定为 TISKEN 和 OBONAS 产品线的吸盘专用材料。

公司围绕“太力”核心品牌及家居收纳“一站式解决方案”理念，组建了创意设计、产品开发、选品团队，相继推出包括免抽气、吊挂式、箱袋组合式、二维码智能压缩袋等市场首创产品。同时，公司自建营销创意团队，负责产品的图文展示及推广策划、广告宣传，利用大数据分析技术及对家居收纳领域的深入洞察，促进了消费者触达及转化，打造了多款“爆品”，实现了销售额快速增长。

公司作为专注于家居收纳领域的行业领先企业，在研发能力、销售渠道、品牌及产品定位、产品价值表达、数据模型、管理信息化和生产自动化等方面具有领先于行业平均水平的创新、创造及创意特征。报告期内，公司营收增速、毛利率高于行业平均水平，属于成长型创新型企业。

2、科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

（1）优秀的研发团队持续为公司提供创新产品

公司具有较强的研发优势，经过多年的研发投入，已在产品创新研究、材料开发等方面具有较强的技术优势，并形成了一系列自主研发的核心技术。公司建立了完善的研发体系与研发机制，形成了一支涵盖材料研究、结构设计、工业设计、模具设计、智能控制等多环节的产品研发队伍，并确立了产品研发设计“外观、功能、品质、价格、环保”的五原则，以普惠的价格为消费者提供高颜值、功能实用、使用安全、环境友好的家居用品。

公司掌握了真空收纳、垂直空间利用、真空保鲜等领域的核心技术。在真空收纳领域，公司借助在航天产品中材料及结构的相关成功研制经验，通过不断对袋体结构、材质、拉链、气阀的深入研究及产品迭代，先后成功设计开发了免抽气压缩袋、吊挂式压缩袋、四面立体压缩袋、箱袋组合压缩袋、抗菌压缩袋、二维码智能压缩袋等众多创新产品，公司的真空收纳袋被评为广东省高新技术产品，在天猫平台连续多年市场占有率排名第 1 位，并成为宜家家居国内唯一真空收纳袋供应商。其中，公司研制的“免抽气”真空收纳袋获得了阿里巴巴平台颁发的“2021 年金麦品质奖”，在天猫及京东平台市场占有率达 80%以上。在垂直空间利用方面，公司以吸盘材料研发为核心，自主研发改良了 TPE 弹性体材料，

配合真空技术，大幅提升了吸盘在不同材质墙面的吸附能力及承重受力，公司研发的新型高吸附力挂钩产品被评为广东省高新技术产品，TPE 弹性体材料也成为宜家家居指定的吸盘生产材料。此外，公司在家居用品功能性材料方面亦投入大量资源，研发改良了拉伸可移除压敏胶/泡棉压敏胶、自润滑聚甲醛、动态硫化橡胶等材料。这些创新产品及材料在市面上广受欢迎，为消费者提供了可靠的选择。

较强的研发优势能不断将独具特色的研发创新转化为研发成果，公司持续将形成的研发成果应用于产品生产，最终产品能持续满足市场需求，在消费需求多元化趋势下保持强劲的市场竞争力。报告期各期，公司应用核心技术实现的销售收入占主营业务收入的比例在 90%以上，公司已完全具备将技术成果有效转化为创新产品的能力。

（2）创新的销售模式与营销创意紧随零售消费品市场变化

公司紧跟时代潮流积极进行业务模式的转型，区别于同行业公司，公司在报告期内已形成以线上直销方式为主的多渠道互补的销售模式。公司充分利用新媒体时代营销渠道多元化趋势，建立了自有电商运营团队，覆盖了从策划、文案、美工、拍摄、直播等全链条的电商业务需求，旨在形成以网络直播基地为中心的数字化社区，建立“直播矩阵”联合带货达人合作，打通了“人”“货”“场”的销售路径，让消费者通过直播在可视化空间展厅选品、选购。在引入流量方面，公司通过抖音、快手、小红书、微博、今日头条等新兴自媒体平台及电梯媒体进行引流推广，不断提升品牌知名度，从而吸引更多潜在客户。在私域流量方面，公司设置微信社群运营和会员运营组，使客户随时触达商品信息，不断增加新老会员的数量，提升客户粘性，大幅提高复购率。

为与消费者建立有效沟通，公司运用 TMIC 测款技术，在新品开发前，提前将产品虚拟投放市场，获得消费者数据反馈，提高新品投放成功率；客户服务方面，采用 AI 客服智能技术，通过建立语言数据库，建立回复模型，达到拟真回复的效果，提高服务及时性和体验感；在自动审单方面，公司自主开发智能审单工具，降低订单错漏率，有效缩短了消费者下单到发货的时间，提升消费者客户体验。通过多种智能化技术手段，增强了公司产品价值表达能力，提升最终的流量转化率，实现人、货、场的高效匹配。

同时，公司长期以来注重数据营销（DMS），建立了大数据运营中心和专业数据分析团队，在大数据分析及模型算法方面助力营销全链路工作。大数据运营中心下设算法部，建立以消费者为中心，以业务为驱动的数据分析职能，通过运用品类洞察模型、流量投放模型、人群运营模型、销售预测模型等多种工具模型，实现在市场分析和销售分析两个方面全面支持产品营销。除此之外，公司还积极引入外部数据支持力量，通过魔镜、火奴、中研普华、京东科技、阿里妈妈等第三方工具，为公司在数据营销方面提供服务。在内外数据共同协助下，2019 年公司被阿里巴巴评选为“品类数字化舰长”。

（3）丰富的产品结构积极适应家居收纳新业态，行业前景广阔

家居收纳行业兴起于经济高度发展的现代化社会。近年来，随着我国经济高速发展，尤其是在我国经济较为发达的东南沿海大中城市圈，消费者对生活品质的要求随着物质水平逐渐丰富而水涨船高。对于该部分消费群体，科学的家居收纳方案成为了解决有限居住空间与生活物品种类、数量增长之间矛盾的有效解决方案。随着我国全面建成小康社会，家居收纳的需求会快速增长，公司产品的空间前景广阔。

公司选品围绕“一站式解决方案”及“创造丰富大众的美好家庭生活”的理念，在主打产品真空收纳袋和垂直墙壁置物产品的基础上，不断延伸开发出食品收纳、家庭清洁、户外露营、防护用品等新的产品线，通过主持或参与新产品线的设计开发工作，植入“太力”品牌基因。近年来，公司陆续设计开发了封口

机、四分格杂粮罐、净污分离拖把、无骨充气帐篷、防割防刺手套等一系列具有自主知识产权的新产品线，形成了家居日用产品的矩阵式结构，产品 SKU 达千余种。并通过线上直销方式直连消费者，解决白领人群工作时间繁忙、网购时间较短的问题，将具有强关联的商品结构通过创意推广展现给消费者，全方位实现消费者对家庭“美好生活”的憧憬。

针对都市中高端消费者的家居需求，公司有机结合品牌定位、商品结构、店铺形态、价格政策、销售服务等经营手段，为家居新业态提供专业化产品及服务，塑造该业态内长久的品牌影响力，行业市场空间前景广阔。

（4）互联网与家居收纳行业有机融合，推动产业升级

发行人作为家居收纳品牌的代表，与时俱进，大力发展开拓互联网销售，符合创新、创造、创意的大趋势，是传统产业与新技术、新业态、新模式深度融合的良好范例。近年来，随着我国经济改革不断深化以及数字技术快速进步，发展数字经济已成为国家重要发展战略，国务院于 2021 年 12 月印发《“十四五”数字经济发展规划》；全国政协 2022 年 5 月召开“推动数字经济持续健康发展”专题协商会并提出，要推动数字经济和实体经济深度融合，引导中小企业数字化转型。根据国家统计局发布的《新产业新业态新商业模式统计分类（2018）》（国统字〔2018〕111 号），其中“互联网零售”属于新产业、新业态、新商业模式的范畴，公司现有业务与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合。

自创立以来，公司坚持“科技太力、创意生活、航天品质”的品牌理念，将高科技材质应用、环保材质应用与时尚简洁的产品设计和易安装的产品结构设计相结合，从而快速扩张产品矩阵，形成真空收纳、壁挂置物、食品保鲜、家庭清洁等一系列家居用品，涵盖卧室、浴室、客厅、厨房、旅行、户外等不同场景。

公司积极顺应家居行业电商发展的新趋势，着力发展线上渠道，以高颜值、高体验、高价值的产品借助互联网流量传播赢得更多消费者认可。公司自 2018 年以来，逐步将传统线下经销、传统商超为主销售模式转变为以线上直销为主，省去零售商、经销商的中间环节，直连消费者。公司重视消费者为产品创新、营销转化、服务改善提供的重要价值，始终与消费者保持紧密连接和交流，通过电商平台、社群运营、短视频、网络直播、达人带货等渠道直接触达终端消费者，

掌握终端消费数据，洞察消费需求变化和产品使用痛点，以需求改善供给，以创新培育需求。

（五）发行人所处行业的竞争情况

1、发行人的市场地位

公司为专注于家居收纳用品的行业领先企业，主要产品为真空收纳袋、壁挂置物产品、真空食品及档案袋等多种家居收纳用品，广泛应用于卧室、卫浴、厨房、客厅、阳台、旅行、户外等家居生活场景。

公司抓住互联网数字化运营机遇，凭借良好的产品设计，快捷高效的线上销售模式，以消费者需求为出发点，集中优势积极打造爆款产品，迅速成长为国内家居收纳领域内具备竞争力与影响力的互联网品牌企业。公司主要产品真空收纳袋、垂直墙壁置物等产品位居天猫、京东等主要电商平台同品类销售额前列。2021年，公司主要产品在天猫、京东平台的排名具体如下：

平台名称	主要产品	平台所属类别	排名情况
天猫平台	真空收纳袋	收纳整理-家庭收纳工具-压缩袋	排名第 1 位
	垂直墙壁置物产品	收纳整理-家庭整理用具-挂钩/粘钩	排名第 1-3 位
京东平台	真空收纳袋	家居日用-收纳用品-收纳袋	排名第 1-5 位
	垂直墙壁置物产品	家居日用-生活用品-浴室用品	排名第 1-3 位

除了国内线上销售的迅猛发展，公司积极开拓海外市场，产品远销全球 160 多个国家和地区，是宜家、沃尔玛、家乐福等零售巨头的全球供应商，公司致力于打造成为家居收纳用品行业的世界著名品牌。其中，公司是宜家家居国内唯一真空收纳袋供应商；公司生产的 TPE 弹性体材料是宜家家居指定的原材料。此外，公司为中国航天产品研制合作企业，持续为国家的航天事业提供优质服务。公司产品还进入部队使用，为战士的被服收纳保护做出贡献。目前，公司在行业内已获得了较高认可度，并获得多项荣誉。

荣誉名称	授予机关	授予时间
中国载人航天飞船产品研制企业	中国航天员科研训练中心	2008 年
中国（家庭用品）行业龙头企业	中国产品质量监督管理中心等	2008 年
中国驰名品牌	中国产品质量监督管理中心等	2008 年

荣誉名称	授予机关	授予时间
中国航天员科研训练中心协作单位	中国航天员科研训练中心	2012 年
国家档案局科学技术研究所合作单位	国家档案局科学技术研究所	2013 年
中国人民解放军军需教学科研实习基地	中国人民解放军军事经济学院	2014 年
科技创新型企业	科学技术部、国务院国资委、中华全国总工会	2016 年
中山市科技进步奖	中山市人民政府	2017 年
广东省高新技术产品	广东省高新技术企业协会	2017 年
国家级知识产权优势企业	国家知识产权局	2019 年
知识产权管理体系认证	中规（北京）认证有限公司	2022 年
中山市专精特新培育企业	中山市促进中小企业（民营经济）发展工作领导小组	2022 年

2、技术水平及技术特点

日用塑料制品的生产通常采用注塑（吹塑）和吹膜工艺，其工艺流程基本已相对成熟稳定，不同厂商间技术水平和技术特点主要取决于生产设备的先进程度、生产线的自动化水平、原材料的选择和特有的生产工艺。这些因素决定了日用塑料制品的品质和功能，一定程度上体现了不同厂商之间生产技术水平的差异。作为行业内的领先企业，公司采用高精度的全自动化生产设备、新型材料和独特的生产工艺。

（1）生产设备

行业内厂商众多，中小企业占大多数，它们的生产设备普遍较为传统，具有成本较高和可控精度较低的特点，行业内的头部厂商则往往采用高精度的新型设备。以制作成品压缩袋为例，目前行业内中小厂商普遍采用人工手工为制袋机装卸筒料，经过制袋机制袋后，采用人工挑拣、手动折叠后，最后进行手工包装，这会导致效率低、成本高且叠袋品质的一致性较差。作为业内领先企业，公司采用高精度的全自动化生产设备，自主研发制作全自动叠袋机、全自动包装机、复合膜自动接料机、气阀自动焊接机、二维码自动赋码机、自动品质检测及剔除、自动装箱机械手、VGA 自动搬运等智能设备，实现不间断连续生产的全自动精益生产模式，同时借助 SAP、MES、WMS 信息化系统实现自动排产、自动系统出入库的智能制造模式。运用二维码信息技术，记录每件产品的生产状态，实时监控生产进度及品质状况，实现产品制造全过程可追溯。在生产工艺方面，产品

的核心部件全部自行制造，为保证压缩袋的高气密性，自主研发了既好开口又便于封口且防胀开的“高低错位防爆拉链”，同时采用 200 倍放大镜全程监控拉链生产过程中的闭合状态；制袋环节采用 CCD 视觉系统，全程管控品质过程。通过生产智能化不断创新，先后减少作业人工 200 多人，大幅提高生产效率和产品质量，极大地降低了生产成本。

（2）新型材料

就材料而言，公司积极研发运用新型材料。公司自主研发改良的 TPE 弹性体材料，是吸盘的主要核心材料，具有良好强度、阻隔性、粘性、弹性、抗老化性等特点。公司对该材料在生产工艺上进行了大量创新，满足了吸盘生产、储存、运输及使用的要求。尤其是在不同墙面的使用上，运用该材料生产的吸盘拥有出众的吸附性。公司用独特的配方体系研发了压敏胶系列材料，该材料可制作成单层或者多层，在正常使用状态下具有优异的粘性及内聚力，能够有效提高产品的承重性与持久性。同时该材料还具有拉伸失粘的特性，能在弱基材表面上使用，达到粘结牢固、移除时不损坏基材的效果，极大的扩展了应用范围并提高了消费者使用体验。此外，公司正在研发的超高浓度剪切增稠流体，属于纳米流体材料技术领域，应用该流体材料的产品吸收冲击能量的效果更佳，产品防冲击性能显著提升，未来将应用于防穿刺手套等太力防护系列产品中。

（3）生产工艺

在生产工艺方面，公司针对市场需求在产品的生产工艺方面做了大量的优化改进。

在真空收纳袋生产工艺方面，公司持续对核心部件气阀和骨条（拉链）设计工艺进行更新换代，研发最能有效解决产品使用痛点的高性能组件。如免抽气真空压缩袋的离心悬浮气阀，该技术彻底解决了普通真空压缩袋需要繁琐的抽气泵抽气压缩的痛点，仅靠外部压力便能排气；与之配套设计了防爆拉链，该工艺组件可以让压缩袋在外部轻松打开，但是不会因内部受压而张开，很好的解决了真空压缩袋在受压时常出现的爆口问题。同时，压缩袋自动接料技术的成功开发，节约了压缩袋报废成本并提高了生产效率。

在垂直墙壁置物产品生产工艺方面，公司大力升级真空吸盘生产工艺，尤其

是注塑包胶流程。针对粘性较高的新型材料，公司研发了自动下料技术，并对材料温度与出模时间进行了针对性研究，解决了下料、出模材料粘连而导致的材料残留问题，减少出模时间及材料消耗，使生产可以高效顺利完成，并有效降低产品成本。

3、行业内的主要企业

经过多年优胜劣汰的市场竞争，家居收纳用品行业大规模的产业竞争格局正在初步形成。第一梯队为以本公司、佳帮手、茶花等为代表的国内知名品牌，基本涵盖了家居生活的方方面面，成为我国家居收纳用品行业的代表品牌；第二梯队包括华丰（收纳博士）、意可可等品牌；第三梯队则为中小企业及家庭作坊式的其他厂商。总体上看，目前本行业市场较为分散，每家企业所占市场份额均十分有限。

在行业内具有一定知名度与规模，主要产品为家居收纳用品，与发行人业务有直接竞争关系的主要企业具体如下：

（1）西安佳帮手日用品有限公司

西安佳帮手日用品有限公司创立于 2012 年，总部位于陕西省西安市，是一家聚焦于百货行业集研发、生产、销售于一体的创新驱动型电商企业，主营业务涵盖家务清洁、收纳整理等日用百货类目，其核心电商业务覆盖天猫、京东等国内主流电商平台。围绕供应链，佳帮手在全国布局多座工厂，500 亩一体化产业园区正在建设中，形成以西安仓储配送中心为支撑，廊坊、台州等多个微仓联动格局。

（2）茶花现代家居用品股份有限公司

茶花现代家居用品股份有限公司成立于 1997 年，总部位于福建省福州市，2017 年于上海证券交易所上市（股票代码：603615），专注于以日用塑料制品为主的家居用品的研发、生产和销售，产品主要使用于与日常家居生活相关的收纳、清洁、饮食等各类活动，形成了 5 大体系超过 1,500 种单品的丰富产品线。2002 年，“茶花”商标被评为福建省著名商标，并于 2010 年荣获中国驰名商标。合作客户包括沃尔玛、永辉超市等大型连锁商超并于近年开拓了天猫、京东等大型电商平台的线上市场。

茶花股份 2021 年营业收入为 79,878.78 万元，2022 年上半年营业收入为 32,678.67 万元。

（3）宁波华丰包装有限公司

宁波华丰包装有限公司成立于 2003 年，位于浙江省宁波市，其厂区建筑面积约 70,000 平方米，是一家生产真空压缩袋、警示带，EVA 太阳能电池胶膜和药用塑料包装的生产企业，拥有 28 项发明专利，是浙江省“隐形冠军”培育企业，宁波市专精特新“小巨人”企业，旗下拥有“收纳博士 DR.STORAGE”品牌，是家居收纳用品知名品牌。

（4）中山市意可可生活用品有限公司（现名：中山市百物生活用品有限公司）

中山市意可可生活用品有限公司成立于 2011 年，总部位于广东省中山市，是一家集设计、研发、生产和销售于一体的创意生活用品企业，是专注于原创设计的独立产品开发商，专注于设计和生产温馨、可爱、有趣、充满奇思妙想的创意产品。主要产品包括创意洗漱用具、皂液器、挂钩等，旗下拥有“意可可”和“ecoco”中英文商标品牌，至今已申请十多项国家专利，是家居收纳用品领域较为知名的品牌。

4、发行人的竞争优势与劣势

（1）发行人的竞争优势

①研发优势

公司长期以来注重创新和研发，设立了太力研究院，拥有 3,600 多米研发场地，是广东省、中山市工程技术开发中心；公司已建立了完善的研发体系与研发机制，形成了一支涵盖材料研究、结构设计、工业设计、模具设计、智能控制等多环节的产品研发队伍，在产品设计、研发等方面具有较强的竞争实力。公司在全球已取得 500 余项专利，涵盖发明专利、实用新型专利和外观设计专利。此外，公司成功研制了航天压缩袋产品，为航天员的太空生活保驾护航，并持续提供优质的产品。

相比较于行业中大多数中小企业缺乏自主创新能力，公司在行业内具有较强

的技术优势，产品创新迭代快，且创新程度持续深入。公司研发内容已从产品的外观逐步拓展到产品结构、功能、新材料方面，形成了一体化的创新优势。区别于行业内其他企业产品，突出的技术研发优势使得公司产品获得了多个行业内首创，也是公司产品持续获得高于行业平均毛利率和顾客复购率的有效保障。公司一直以来持续重视对专利技术的研发和保护，形成了较高的技术壁垒，具备较强的可持续盈利能力。

②自动化生产低成本优势

相比较行业中大多数中小企业的手工作业，公司湖北工厂建成了自动化生产线，采用高精度的全自动化生产设备，自主研发改进全自动叠袋机、全自动包装机、复合膜自动接料机、气阀自动焊接机、二维码自动赋码机、自动品质检测及剔除、自动装箱机械手、VGA 自动搬运等智能设备，实现了热封、骨条焊接、气嘴焊接、赋码、叠袋、包装等工艺的无人化操作，可达到全自动精益生产程度。高效的自动化生产提高了产品生产效率、产品质量及成型精度，先后减少作业人工 200 多人；大批量的生产也形成了规模效应，有效降低了公司产品单位成本，产品具有更大的盈利空间。

③品牌及产品定价优势

公司凭借创新的产品研发设计、优质的产品品质、持续近二十年的品牌投入和经营，在家居收纳领域建立了较强的品牌影响力和市场地位。在产品定位方面，公司坚持高端的品牌定位，以高品质、时尚外观的产品和优秀的产品体验，为消费者提供高价值产品，满足各类场景的收纳和整理应用，为全球家庭的居家、出行提供一站式解决方案。公司的产品进入国家航天产品研发与生产行列，已累计 18 次成功进入太空，受到国家航天单位的荣誉表彰。高端的品牌定位及优秀的产品力，凸显了公司产品价值，使公司在行业内具有较强的产品定价能力和品牌溢价能力。

同时，公司通过天猫、京东、抖音、小红书、微博等平台以及与具有影响力的自媒体合作等途径，积极推广公司品牌，倡导时尚精致的生活方式。公司品牌在消费者心目中树立了较高的行业知名度和美誉度，行业地位逐步提升。未来，公司将进一步加强品牌建设，致力于成为高端家居收纳行业第一品牌，高端家居

收纳用品领导企业。

④销售渠道优势

近年来，随着国民经济持续稳定增长，人均消费水平提升，拉动家居用品的消费需求，人们对家居用品的关注点也从简单实用性，向兼顾美观、轻便、易于收纳整理转变，塑料制品以成本低廉、轻便美观、与当前消费者偏好高度吻合的特点，形成了产品持续发展的潜力。

公司经过多年的快速发展和积累沉淀，目前已形成了线上线下融合的新零售模式，稳步提升市场占有率。自 2018 年开始，公司打破传统线下销售格局，大力发展线上销售模式，充分利用新媒体时代营销渠道多元化趋势，建立了电商运营团队，打造网络直播基地和数字化社区，建设了自有电商直播基地、摄影基地，拥有自有主播团队，建立“直播矩阵”联合达人合作，打通了“人”“货”“场”的销售路径，让消费者通过直播在可视化空间展厅选品、选购。

另外，公司线上销售模式基于用户大数据，通过用户画像等维度加强选品能力，实现人、货、场的高效匹配。通过分析市场数据及需求信息，公司更清晰地了解消费者偏好特性，从而促进公司形成更具针对性的产品研发、产品定价和品牌推广策略，提高市场竞争力。

公司通过信息的高效传播、营销链条的长线铺设、线上及线下的双向配合，借助自身树立的专业品牌形象，促进被动消费转为主动，激发消费者消费欲望，实现了销售收入的快速增长。

⑤管理信息化优势

公司建立了完善的信息化管理体系，引入电商平台订单系统（OMS）、SAP 系统、WMS 系统等业务系统，全面加强公司物流、信息流、单据流、资金流等之间的融合，建立了涵盖供应链管理、生产管理、销售管理、财务管理等综合信息管理平台，有效整合了公司采购、成本库存管理、市场策略等活动；同时公司结合 SAP 及各电商平台后台数据，利用算法模型加 BI 展示的方式，自主开发经营数据过程监管工具，实时掌控经营数据，有效降低经营风险，为公司快速决策提供保障，增强了公司面对瞬息万变市场竞争的快速反应能力和科学决策能力。

（2）发行人的竞争劣势

①融资渠道较为单一

公司在长期科研创新、不断提升制造工艺水平方面投入了大量资金，但目前融资渠道相对单一，向银行融资的能力受到了一定限制。因此，公司经营面临较大的资金压力，一定程度上影响了公司发展速度。为了保持快速发展的态势，公司需要寻求资本的支持、增强资金实力，以更好地满足公司进一步市场拓展和产品开发的需要，获得更大的市场份额和影响力。

②自动分拣能力仍需提高

随着公司线上销售规模不断扩大，以及产品品类、型号不断丰富，消费者对订单配送时效提出更高的要求。目前，公司的订单分拣仍主要依赖于人工分拣，人工分拣存在效率低、差错率高等问题，对公司的服务质量和客户体验产生一定不利影响，公司现有分拣能力难以满足企业未来发展的需求。

5、行业发展态势、面临的机遇与挑战

伴随城乡居民生活水平提升，在消费需求驱动下，家居收纳逐步进入多元化、智能化、便捷化的发展阶段，美观、轻巧、便捷、环保的塑料制品成为日用塑料行业发展新趋势。从生产方面来看，生产设备、模具的精密程度进一步增强，全流程自动化生产成为业内领先企业的通用选择；从生产工艺来看，数字化、智能化水平进一步提升，自动化生产线逐渐普及；从产品品类来看，高品质、高性价比兼具美观环保的产品成为市场潮流；从销售渠道来看，线上销售、跨境电商业务正成为未来发展趋势。

（1）面临的机遇

①国家政策的鼓励和支持

近年来，国家出台了一系列政策鼓励和支持本行业的持续健康发展。《国民经济和社会发展第十四个五年规划纲要》提出了“开展中国品牌创建行动，保护发展中华老字号，提升自主品牌影响力和竞争力，率先在化妆品、服装、家纺、电子产品等消费品领域培育一批高端品牌”的发展规划，该规划将为包括日用塑料制品在内的消费品生产企业创造良好的外部市场环境，亦将有助于提升日用塑

料制品行业的产业集中度与日用塑料制品行业的产业升级。《轻工业发展规划（2016-2020 年）》在《纲要》的基础上进一步明确了“推动传统产业改造升级”的具体措施，该规划的实施将有利于大型日用塑料制品企业进一步提升制造能力、增强竞争优势。同时，工信部出台轻工业“三品”战略，指明各行业要着重“品质、品种、品牌”的建设与发展。这些政策为包括收纳用品在内的消费品生产企业创造良好的外部市场环境，有助于企业进一步提升制造能力、增强竞争优势，为行业实现产业结构升级奠定了有力政策基础。

此外，国家出台了一系列促进电子商务行业健康发展的产业政策，对线上销售为主企业的发展起到了较大的促进作用。《电子商务“十四五”发展规划》指出“做好电子商务统筹推进工作，促进线上线下、行业产业间、国内国际市场深度融合。”公司深度把握电子商务发展趋势，开拓市场销售，家居收纳产品的线上交易量与日俱增，线上销售成为重要销售渠道。

国家政策对消费的鼓励和引导以及对消费品工业的改造提升将为家居收纳用品消费创造良好的市场环境，电子商务的发展将拓宽行业的销售渠道，有利于公司进一步增强品牌影响力、发挥自身优势促进产业整合，从而引导产业持续健康发展。

②行业相关产品标准的制定有利于行业的持续健康发展

近年来，本行业相关产品的国家标准陆续发布并实施。公司作为市场领先企业也积极参与到行业标准的制定中，主持或参与起草行业标准情况列示如下：

序号	名称	完成情况	备注
1	真空压缩收纳袋行业标准	已制定，待发布	国家标准

行业标准的制定有利于规范市场，避免市场无序竞争。随着行业标准的出台和完善，真空压缩收纳袋产品质量将得到进一步保障，生产不规范和产品不符合标准的企业将被淘汰，这将有利于促进市场的有序竞争，为行业以及公司的健康持续发展奠定坚实的基础。

③居民可支配收入和购买能力的持续提高

家居收纳用品作为日常消费品，其消费规模直接受居民收入的影响。近年来，随着我国国民经济的持续快速发展、居民收入水平的稳步提高以及社会养老和医

疗保障体系的完善，居民的消费能力将得到进一步提升，公司所在行业将面临良好的发展机遇，市场需求将进一步释放，空间广阔。家居收纳用品具有轻便、价低、易于设计加工等特点，能够在满足消费者基本使用功能需求的同时满足其审美的个性化需求，相对低的成本也使其与消费者日趋加速的消费偏好变动相契合。居民收入水平增长和其引发的消费者消费意识与偏好的变化将持续为公司的发展提供有利的需求环境与广阔的市场空间。

④消费观念升级

随着人均可支配收入的不断提高，居民消费观念的转变和“80 后”、“90 后”甚至“00 后”年轻消费群体的出现，品牌消费、时尚消费成为消费的潮流。消费者在购买家居收纳用品时，除了满足基本的使用性、耐用性外，更加关注家居收纳用品在便捷性、装饰性、安全性、环保性、时尚性、个性化等方面的特点。在家庭追求美化创意环境的情况下，家居收纳用品所具备的可塑性强、色彩丰富等特点使其成为家居用品的理想选择。同时，消费者对品牌关注度的提升将为具备品牌影响力的中高端企业创造更大的市场空间与行业利润。

⑤国内领先企业的崛起正在带动产业升级

在家居收纳用品市场迅速发展的背景下，国内领先企业充分利用市场机遇，提升制造技术及研发设计水平、发展营销网络、扩大业务规模，实现了企业实力的快速壮大。更重要的是，领先企业率先投入大量资源，提高自身研发设计能力、生产技术创新能力和质量控制能力，加强自主品牌建设，并且已经取得了显著成果。这些领先企业的快速发展将有利于带动整个家居收纳用品行业的产业升级。

⑥互联网推动销售渠道升级

目前，家居收纳用品行业通过互联网电商平台销售占比尚低，但行业内企业已开始积极布局电子商务领域。通过电商平台进行销售，企业直接面对最终消费者，一方面使得企业直面消费者需求变动趋势，另一方面企业可以将资金投入到新产品的设计和研发上，不断满足消费者更多需求。与此同时，通过电子商务模式，广告的投放和宣传将更加规模化，影响力覆盖面更广，对于品牌的培养和建设都有较好的促进作用。

⑦“一带一路”沿线新市场开辟

出口在我国经济发展中占据举足轻重的地位。随着“一带一路”战略的逐步推进，我国的国际影响力不断增强，沿线新兴市场拥有巨大的发展潜力。中国塑协指出，我国塑料加工业已跳出了传统主要向欧美发达国家市场出口的模式，在“一带一路”沿线新兴市场的建设中取得丰硕成果。

未来，新兴市场的开辟将为家居收纳用品行业提供有利的出口环境和强大的出口需求，叠加行业内厂商积极提升产品质量、拓展产品品类、建设品牌力、推进产业结构升级等有利因素，家居收纳用品在出口领域拥有巨大的发展空间。

（2）面临的挑战

①中小企业众多，行业市场较为混乱

目前，家居收纳用品行业发展壁垒较高，但低端产品的进入门槛较低，除部分规模、实力突出的企业外，大多数企业规模较小，家庭作坊式的企业仍普遍存在，企业之间主要以价格竞争市场份额，对行业的发展造成了一定的不利影响。此外，由于行业集中度较低，业内企业普遍缺乏资金投入，生产设备普遍较为落后陈旧，装备自动化水平低，整体设计、研发方面投入不足，技术迭代、新品研发能力弱，多数企业的产品设计研发以模仿为主，生产出的产品粗糙、美观度不高、同质化情况严重，产品设计水平与国际领先水平存在着较大的差距，导致低端产品充斥市场，对公司的产品进入下沉市场造成了一定的影响。

②劳动力成本不断抬升

近年来，我国劳动力红利不断消退，劳动力储备问题成为困扰我国产业发展的一大主要因素。一方面，原有劳动力队伍不断老化，曾经是产业发展生力军的劳动力已逐渐老化，相当比重的劳动者选择转行或返乡，“90”后、“00”后等新进劳动者从业意愿较低，劳动力资源面临长期短缺；另一方面，现代化企业对劳动力技能水平的要求不断提高，劳动力紧缺与企业对社会责任的承担在客观上也抬高了劳动力成本。劳动力成本的增加由供给和需求两方面共同造成，且在可预计的时期内将长期存在并对本行业的发展产生不利影响，对行业内企业自动化、智能化的产业结构升级提出了更为迫切的需求。

6、上述情况在报告期内的变化及未来可预见的变化趋势

报告期内，发行人产品的市场地位、技术水平、行业内主要企业、竞争优势

与劣势、行业发展态势等情况未发生重大变化，在未来可预见的时期内，不会产生对公司持续经营构成重大不利影响的变化。

（六）发行人与同行业可比公司的比较情况

目前在同行业公司中，暂无与公司在业务结构、产品种类上完全可比的公司。公司主要考虑行业分类、产品应用以及信息能否从公开渠道获得等因素，选取同行业可比公司。

同行业中与发行人存在相似产品和业务，已上市或在审的同行业可比公司有茶花现代家居用品股份有限公司（603615.SH）、宁波家联科技股份有限公司（301193.SZ）、通达创智（厦门）股份有限公司（已过会）。

发行人与同行业可比公司的比较情况如下：

1、经营情况、市场地位、技术实力比较情况

公司名称	主营业务	市场地位	技术实力
茶花股份	以日用塑料制品为主的家居用品的研发、生产、销售。	2020 年被中国轻工业联合会和中国塑料加工工业协会评为“中国轻工业塑料行业（塑料家居）十强企业”。	茶花股份拥有专利 148 项，不存在发明专利。近三年研发投入金额分别为 1,222.82 万元、1,021.33 万元、1,010.89 万元。
家联科技	从事高端塑料制品及生物全降解制品的研发、生产与销售。主要产品包括餐饮具、耐用性家居用品等多种产品，广泛应用于家居、快消、餐饮、航空等领域。	家联科技为全球塑料餐饮具制造行业的领先企业，全国生物基全降解日用塑料制品单项冠军产品的生产企业。主要客户包括 Amazon（亚马逊）、IKEA（宜家）、Walmart（沃尔玛）、KFC（肯德基）、Starbucks（星巴克）、大润发、麦德龙、欧尚等众多国内外知名企业。	家联科技拥有 122 项专利，其中发明专利 25 项，近三年研发投入金额分别为 3,799.04 万元、3,854.69 万元、3,812.05 万元。
通达创智	从事体育户外、家居生活、健康护理等消费品的研发、生产和销售，主要产品包括体育用品、户外休闲用品、家用电动工具、室内家居用品、个人护理用品等。	国家高新技术企业，为迪卡侬、Wagner、YETI 的重点供应商，以及宜家的产品开发型供应商及潜在优先级供应商。	通达创智拥有 54 项专利，其中发明专利 1 项，2018-2020 年研发投入金额分别为 2,117.92 万元、2,591.29 万元、3,372.08 万元。
太力科技	专注于真空收纳技术领域，从事真空收纳袋、垂直墙壁置物产	国家高新技术企业，中国航天产品研制合作企业，曾被评为“广东省著名商标”、“广东省名牌产	太力科技共拥有 486 项境内专利，20 项境外专利，其中境内发

公司名称	主营业务	市场地位	技术实力
	品、真空食品及档案袋等多品类家居收纳用品及相关功能材料的研发、生产和销售，是国内外知名的家居收纳用品制造商。	品”、“天猫国货出海十大品牌”、“天猫@Home 引领创新奖”等。公司真空收纳袋 2020 年-2021 年在天猫平台排名第 1 位。	明专利 11 项，境外发明专利 8 项，近三年研发投入金额分别为 1,082.31 万元、1,609.60 万元、1,878.68 万元。

2、关键业务数据和指标

报告期内，发行人与同行业可比公司的关键业务数据和指标如下：

单位：万元

公司名称	主要指标	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
茶花股份	营业收入	32,678.67	79,878.78	68,989.24	78,666.50
	净利润	-812.53	-2,043.64	3,704.91	6,883.64
家联科技	营业收入	99,506.79	123,435.48	102,627.20	102,048.43
	净利润	8,018.96	7,119.88	11,433.70	7,484.49
通达创智	营业收入	未披露	未披露	69,258.82	58,326.98
	净利润	未披露	未披露	8,939.62	3,987.25
太力科技	营业收入	34,159.30	62,297.66	54,628.36	35,947.86
	净利润	4,034.12	4,284.68	7,344.83	3,287.43

注 1：数据来源于同行业可比公司公开披露的定期报告、招股说明书
注 2：通达创智未披露其 2021 年度数据及 2022 年半年度数据

三、发行人销售情况和主要客户

（一）主要产品产能及产量情况

报告期内，公司的主要产品为真空收纳袋、垂直墙壁置物产品，其产能、产量和销量情况如下：

产品类别	项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
真空收纳袋	产量（件）	19,320,839	43,800,968	63,686,629	53,755,391
	产能（件）	34,884,000	66,096,000	55,080,000	53,244,000
	销量（件）	24,357,295	54,216,265	59,591,208	44,356,459
	产销率	126.07%	123.78%	93.57%	82.52%
	产能利用率	55.39%	66.27%	115.63%	100.96%
垂直墙壁	产量（件）	9,317,332	14,765,447	14,831,449	9,799,098

产品类别	项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
置物产品	产能（件）	10,886,400	17,253,600	12,230,400	9,828,000
	销量（件）	8,216,528	16,357,857	14,565,865	10,837,729
	产销率	88.19%	110.78%	98.21%	110.60%
	产能利用率	85.59%	85.58%	121.27%	99.71%

注 1：产能利用率=自产产量/产能

注 2：产销率=销量/自产产量

注 3：公司垂直墙壁置物产品种类繁多，该类产品核心组件为吸盘，因此各产品均按吸盘个数折算为标准吸盘，产能、产量、销量均按标准吸盘数量折算后统计

（二）发行人主要产品及服务的销售收入情况

报告期内，公司主要产品的销售收入具体如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
真空收纳袋	17,556.98	51.69%	33,603.31	54.46%	35,747.60	66.00%	22,986.60	64.12%
垂直墙壁置物产品	8,551.22	25.18%	16,236.39	26.31%	12,010.25	22.17%	6,287.55	17.54%
其他家居用品	6,889.04	20.28%	9,984.67	16.18%	4,839.09	8.93%	4,306.92	12.01%
真空食品及档案袋	458.19	1.35%	1,085.14	1.76%	1,027.56	1.90%	1,831.58	5.11%
TPE 弹性体材料	510.68	1.50%	797.94	1.29%	541.65	1.00%	435.24	1.21%
合计	**33,966.11**	**100.00%**	**61,707.45**	**100.00%**	**54,166.15**	**100.00%**	**35,847.89**	**100.00%**

（三）销售价格的总体变动情况

单位：元/个、元/KG

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	单价	变动	单价	变动	单价	变动	单价
真空收纳袋	7.21	16.30%	6.20	3.32%	6.00	15.76%	5.18
垂直墙壁置物产品	12.53	6.61%	11.76	17.62%	10.00	42.39%	7.02
其他家居用品	3.95	-21.82%	5.05	21.47%	4.15	-8.12%	4.52
真空食品及档案袋	1.83	11.78%	1.63	-28.66%	2.29	-16.68%	2.75
TPE 弹性体材料	48.36	0.00%	48.36	0.00%	48.36	0.00%	48.36
合计	**6.63**	**1.61%**	**6.52**	**5.78%**	**6.17**	**19.69%**	**5.15**

（四）发行人报告期各期前五名客户的名称、销售金额及占营业收入的比例

1、2022 年 1-6 月

单位：万元

客户名称	销售金额	当期营业收入比例
北京京东世纪贸易有限公司及其关联方	3,110.54	9.11%
宜家	2,107.73	6.17%
HMS MFG CO	1,729.20	5.06%
通达创智（厦门）股份有限公司	510.68	1.50%
沃尔玛	494.25	1.45%
合计	**7,952.41**	**23.28%**

注 1：北京京东世纪贸易有限公司不包含线上直销 B2C 部分，下同
注 2：以上客户为同一控制下合并口径，下同

2、2021 年度

单位：万元

客户名称	销售金额	当期营业收入比例
北京京东世纪贸易有限公司及其关联方	5,543.80	8.90%
宜家	3,802.73	6.10%
HMS MFG CO	3,283.44	5.27%
沃尔玛	1,100.15	1.77%
通达创智（厦门）股份有限公司	797.94	1.28%
合计	**14,528.07**	**23.32%**

3、2020 年度

单位：万元

客户名称	销售金额	当期营业收入比例
北京京东世纪贸易有限公司及其关联方	4,856.92	8.89%
宜家	3,904.12	7.15%
HMS MFG CO	1,549.81	2.84%
沃尔玛	1,245.91	2.28%
TOWA INDUSTRY CO., LTD.	720.87	1.32%
合计	**12,277.62**	**22.47%**

4、2019 年度

单位：万元

客户名称	销售金额	当期营业收入比例
宜家	5,395.44	15.01%
HMS MFG CO	3,333.45	9.27%
沃尔玛	3,089.73	8.60%
北京京东世纪贸易有限公司及其关联方	2,905.55	8.08%
大润发	611.89	1.70%
合计	**15,336.06**	**42.66%**

报告期内，公司来自任何单一客户的销售收入都未超过同期销售收入总额的50%。报告期内，公司与前五名客户之间不存在关联关系，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员、主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东均未在前五大客户中占有权益。

6、报告期内向前五大客户销售变化情况

报告期内，发行人向前五大客户销售收入 2020 年较 2019 年呈下降趋势，主要是向沃尔玛、HMS MFG CO 销售金额下降较多，上述客户 2020 年受海外疫情影响，公司向其发货数量下降；2021 年较 2020 年上升，主要是向 HMS MFG CO 销售金额恢复，同时京东平台入仓模式销售收入增长较多所致。

7、报告期内前五大客户中新增客户情况

报告期内，发行人前五大客户中新增客户具体如下：

新增年度	客户名称	成立时间	合作历史	新增交易的原因	订单持续性
2020 年度	TOWA INDUSTRY CO.,LTD.	1948-10	2007 年合作至今	2020 年度订单增加所致	长期合作，订单具有稳定性及可持续性
2021 年度	通达创智（厦门）股份有限公司	2016-02-02	2018 年合作至今	2021 年度订单增加所致	长期合作，订单具有稳定性及可持续性

上述新增前五大客户，业务获取方式为商务洽谈。自合作至今，发行人与上述客户业务合作稳定，订单具有连续性和可持续性。

四、发行人的采购情况和主要供应商

报告期各期，公司采购主要包括材料采购、外协加工、半成品采购、成品采购。报告期各期采购总额及各类采购金额如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
材料采购	5,434.67	57.09%	13,925.69	60.52%	15,561.16	79.51%	15,233.00	91.20%
外协加工	378.14	3.97%	887.42	3.86%	566.96	2.90%	324.56	1.94%
半成品采购	682.13	7.17%	2,296.81	9.98%	1,670.49	8.54%	66.40	0.40%
成品采购	3,023.88	31.77%	5,898.82	25.64%	1,773.13	9.06%	1,078.77	6.46%
合计	**9,518.82**	**100.00%**	**23,008.74**	**100.00%**	**19,571.74**	**100.00%**	**16,702.73**	**100.00%**

（一）材料采购

公司的原材料主要包括 PA/PE 复合膜（筒料）、BOPA 膜、PE 膜等塑料薄膜，ABS 料、PP 料、PE 料等塑胶粒料。包材主要包括纸箱，彩盒、外袋等包装材料。辅助材料主要包括金属挂件、配件、生产辅料。

1、报告期内，公司材料采购额变动情况

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	3,976.82	73.18%	10,629.58	76.33%	12,460.26	80.07%	12,483.61	81.95%
其中：塑料薄膜	2,262.92	41.64%	6,073.09	43.61%	8,035.54	51.64%	8,026.78	52.69%
塑胶粒料	1,389.06	25.56%	3,090.64	22.19%	3,642.99	23.41%	3,231.42	21.21%
包材	1,148.88	21.14%	2,516.13	18.07%	2,419.32	15.55%	2,024.06	13.29%
辅助材料	308.97	5.69%	779.98	5.60%	681.58	4.38%	725.34	4.76%
材料采购合计	**5,434.67**	**100.00%**	**13,925.69**	**100.00%**	**15,561.16**	**100.00%**	**15,233.00**	**100.00%**

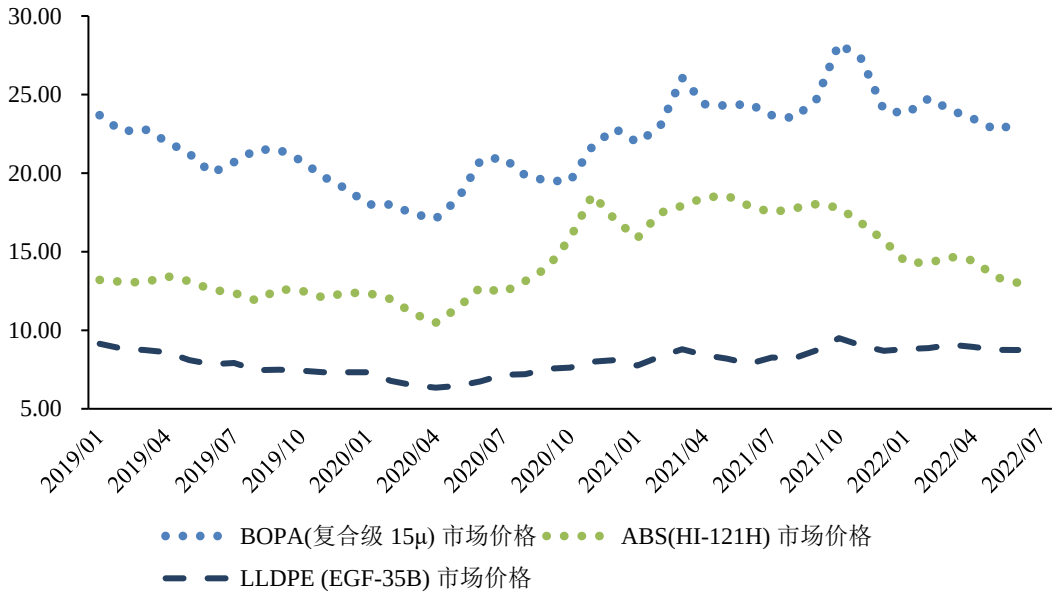
2、主要原材料价格波动分析

公司主要原材料为 PA/PE 复合膜（筒料）、PE 膜、BOPA 膜、ABS 料。PA/PE 复合膜类产品由于规格和产品配方不一致、产品品种较多，且不同供应商供应的同类型产品也会因其生产工艺、规格型号、配方等不同而有所差别，因此无统一的公开市场报价。但 PA/PE 复合膜由 BOPA 、PE 等石化产品复合而成，BOPA、

PE 作为塑料制品的间接原材料与公开市场期货的走势密切相关。报告期内，BOPA、PE、ABS 价格变化情况如下：

报告期内BOPA、PE及ABS原材料市场价格走势（单位：元/Kg）

数据来源：卓创资讯



报告期内，公司主要材料的采购单价变动情况如下：

单位：元/KG

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	单价	变动率	单价	变动率	单价	变动率	单价
塑料薄膜-筒料	19.42	1.80%	19.08	5.20%	18.14	-8.72%	19.87
塑料薄膜-PE 膜	11.06	3.61%	10.67	5.19%	10.14	-7.13%	10.92
塑料薄膜-BOPA 膜	20.83	-1.98%	21.25	34.22%	15.83	-14.95%	18.62
塑胶粒料	13.62	2.37%	13.30	17.71%	11.30	-1.98%	11.53

报告期内，公司采购主要原材料的单价及变动与上述参照的大宗商品市场价格基本一致。

（二）外协加工

公司选择优秀的外协加工商进行配件组装、产品包装等简单生产工序以及电镀等发行人不具备加工条件的工序，公司外协加工环节均不涉及公司产品的核心技术及生产的核心环节。公司制定严格的供应商管理机制，新增供应商需经过公司的送样确认、现场评审、引入审批、录入合格供方名录、小批量试制等过程通

过后方可向公司供应。报告期内，公司外协加工采购总额分别为 324.56 万元、566.96 万元、887.42 万元和 378.14 万元，占采购总额的比例分别为 1.94%、2.90%、3.86%和 3.97%，占比较小。

（三）半成品采购

公司半成品采购主要包括吸盘背板、顶盖、连接件、挂件等注塑件以及半成品压缩袋。报告期各期，半成品采购金额分别为 66.40 万元、1,670.49 万元、2,296.81 万元和 682.13 万元，占采购总额比例分别为 0.40%、8.54%、9.98%和 7.17%。2020 年，公司产品产销两旺，产能饱和，因此采购了较多半成品。

（四）成品采购

成品采购系公司实现家居收纳“一站式解决方案”整体发展战略的重要手段。公司在现有生产体系的基础上，选取家庭清洁类、食品收纳类等与主要产品互补或较强关联性的家居用品，通过成品采购的方式纳入公司采购体系，进一步完善公司产品结构。

公司评审组定期对各品类运营部门初步筛选的潜在产品进行评审，在考虑其市场需求、差异化程度、消费者痛点、与公司现有产品结构的协同效应等因素后，确定入围选品进行上架销售。产品试销过程中，公司设计及研发部门主导产品的二次开发，针对产品的概念、功能、工艺等进行优化改进，形成公司自主知识产权产品。如封口机、四分格杂粮罐等热销产品，均由公司自主研发设计并开模，将定制化模具交由供应商进行生产加工，并采购最终成品。

报告期内，公司成品采购总额分别为 1,078.77 万元、1,773.13 万元、5,898.82 万元和 3,023.88 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
食品收纳	872.54	28.86%	2,032.57	34.46%	751.66	42.39%	380.92	35.31%
家庭清洁	708.07	23.42%	964.18	16.35%	347.80	19.62%	396.39	36.74%
其他收纳及配件	1,443.27	47.73%	2,902.07	49.20%	673.67	37.99%	301.45	27.94%
合计	**3,023.88**	**100.00%**	**5,898.82**	**100.00%**	**1,773.13**	**100.00%**	**1,078.77**	**100.00%**

公司根据各年新品推广计划进行成品采购，报告期各期因市场反馈及推广侧重的变化导致各类成品采购占比有所波动。2021 年开始，公司大力推广封口机、杂粮罐、净污分离拖把等新产品，导致外采成品金额大幅上升。

（五）主要能源供应情况

公司生产所使用的能源为电力，报告期内，发行人能源价格较为稳定，采购金额及均价的具体如下：

能源类型	项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
		金额	金额	金额	金额
电	采购金额（万元）	262.89	487.71	493.43	492.96
	采购数量（万度）	324.42	694.87	756.84	686.58
	单价（元/度）	0.81	0.70	0.65	0.72

公司生产过程的能源消耗主要为电，系公司外购取得。报告期内电力采购金额占生产成本的比例较小。2020 年度电费单价相对较低，主要是根据国家发展改革委《关于阶段性降低企业用电成本支持企业复工复产的通知》（发改价格〔2020〕258 号）政策，公司享受电费补贴金额 35.10 万元。

（六）发行人向前五名供应商的采购内容、金额、占发行人当期采购额的比例情况

单位：万元

2022 年 1-6 月				
序号	供应商	采购内容	金额	占比
1	IKEA Components AB	R-ABS 材料	418.97	4.30%
2	江华恒津包装材料有限公司	PE 膜等	398.42	4.19%
3	河北智优捷新材料科技有限公司	筒料、外袋	367.42	3.86%
4	金华市多美家家居用品有限公司	收纳箱	350.44	3.68%
5	淮安国润电气有限公司	抽气泵	341.15	3.58%
合计			**1,876.39**	**19.71%**
2021 年度				
序号	供应商	采购内容	金额	占比
1	杭州顶正包材有限公司	筒料、PE 膜	559.34	2.43%
	重庆顶正包材有限公司	筒料	485.26	2.11%

2	岳阳华塑彩印包装股份有限公司	筒料、BOPA 膜、外袋	724.25	3.15%
3	IKEA Components AB	R-ABS 材料	670.61	2.91%
	宜家精密部件（中国）有限公司	PP 材料	9.03	0.04%
4	成都清洋宝柏包装有限公司	筒料	632.78	2.75%
5	金华市多美家家居用品有限公司	收纳箱	576.45	2.51%
合计			**3,657.72**	**15.90%**
2020 年度				
序号	**供应商**	**采购内容**	**金额**	**占比**
1	重庆顶正包材有限公司	筒料等	1,530.67	7.82%
	杭州顶正包材有限公司	筒料	695.14	3.55%
2	泰兴市申泰塑业有限公司	筒料、PE 膜、外袋、真空袋半成品等	784.43	4.01%
3	武汉欣联创塑化有限公司	PE 材料、PP 材料、HIPS 材料	744.90	3.81%
4	苏州优粒子塑胶有限公司	TPE 材料等	643.23	3.29%
5	成都清洋宝柏包装有限公司	筒料	560.32	2.86%
合计			**4,958.68**	**25.34%**
2019 年度				
序号	**供应商**	**采购内容**	**金额**	**占比**
1	佛山市南海南荣塑料印刷有限公司	筒料、PE 膜	1,292.90	7.74%
2	泰兴市申泰塑业有限公司	筒料、外袋等	861.35	5.16%
3	鹤山运城新材料有限公司	BOPA 膜	823.87	4.93%
4	武汉欣联创塑化有限公司	PE 材料、PP 材料、HIPS 材料	794.38	4.76%
5	苏州优粒子塑胶有限公司	TPE 材料等	661.81	3.96%
合计			**4,434.30**	**26.55%**

注：公司向 IKEA Components AB 采购并向宜家家居关联公司销售已按净额法列示

报告期内，发行人不存在单一供应商采购额超过 50%或严重依赖少数供应商的情况。发行人、发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与上述主要供应商不存在关联关系，不存在前五大供应商及其控股股东、实际控制人是发行人前关联方、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。

（七）报告期内向五大供应商采购变化情况

报告期内，发行人向前五大供应商合计采购占比 2020 年较 2019 年基本保持

稳定；2021 年较 2020 年占比下降，主要是由于 2021 年公司逐步减少了与顶正包材的合作；2022 年 1-6 月较 2021 年占比上升，主要是由于公司实施扩品战略，成品采购金额大幅增加。

（八）报告期内前五大供应商中新增供应商情况

报告期内，发行人前五大供应商中新增供应商情况如下：

新增年度	供应商名称	成立时间	首次合作时间	新增交易的原因	订单持续性
2020 年	重庆顶正包材有限公司	2002-3-29	2019 年	质量、价格、服务较好	2022 年起中止合作
2020 年	杭州顶正包材有限公司	1996-3-27	2020 年	质量、价格、服务较好	2022 年起中止合作
2020 年	成都清洋宝柏包装有限公司	2003-9-1	2019 年	质量、价格、服务较好	持续合作
2021 年	岳阳华塑彩印包装股份有限公司	2007-11-6	2019 年	价格、服务、配合度较好	持续合作
2021 年	金华市多美家家居用品有限公司	2014-7-21	2021 年	价格优势	持续合作
2021 年	IKEA Components AB	1984-5-14	2018 年	宜家指定原材料供应商	与 IKEA Components AB 持续合作
2021 年	宜家精密部件（中国）有限公司	2018-2-5	2021 年		
2022 年 1-6 月	江华恒津包装材料有限公司	2014-7-16	2020 年	质量、价格、服务较好	持续合作
2022 年 1-6 月	河北智优捷新材料科技有限公司	2017-12-13	2020 年	质量、价格、服务较好	持续合作
2022 年 1-6 月	淮安国润电气有限公司	2018-1-8	2021 年	质量、价格、服务较好	持续合作

公司采购通常采用询价比价、商务谈判、招标等方式确定供应商，上述新增前五大供应商均由公司基于业务需求新增合作。自合作至今，发行人与上述供应商业务合作稳定，订单具有连续性和可持续性。2022 年起，公司与顶正包材中止合作，主要是由于其价格和账期不再具备优势。

五、公司的主要固定资产和无形资产

（一）固定资产

1、固定资产基本情况

公司固定资产主要为房产、机器设备、运输工具等。截至 2022 年 6 月 30 日，公司的固定资产情况如下：

单位：万元

项目	原值	累计折旧	减值	账面价值	成新率
房屋及建筑物	11,627.20	2,896.77	-	8,730.43	75.09%
机器设备	4,771.09	2,410.07	77.84	2,283.18	47.85%
运输设备	539.19	337.01	-	202.18	37.50%
电子设备及其他	4,110.87	1,945.93	12.34	2,152.60	52.36%
合计	**21,048.35**	**7,589.78**	**90.18**	**13,368.39**	**63.51%**

2、房屋建筑物情况

（1）自有不动产

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人及子公司拥有的不动产权具体详见本招股说明书之“附表一：发行人拥有的不动产列表”。

（2）尚未取得权属证书的房屋情况

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人共有 7 处房产未取得证书，具体情况如下：

序号	权利人	坐落	用途	面积（m^2）
1	湖北太力	京山市经济开发区太力工业园 7 幢前方大门旁	临时门卫房	43.68
2	湖北太力	京山市经济开发区太力工业园 10 幢前方大门旁	临时门卫房	31.50
3	湖北太力	京山市经济开发区太力工业园 6 幢后侧	临时废品房	98.40
4	湖北太力	京山市经济开发区太力工业园 6 幢后侧	临时垃圾房	187.15
5	湖北太力	京山市经济开发区太力工业园 6 幢后侧	临时返包仓	813.20
6	湖北太力	京山市经济开发区太力工业园 8 幢智能车间后侧	临时返工房	120.00
7	湖北太力	京山市经济开发区太力工业园 8 幢智能车间后侧	临时维修房	176.40
合计				**1,470.33**

截至本招股说明书签署之日，公司共有房屋建筑物面积合计约 70,459.05 平方米，其中 9 处房屋建筑物取得了不动产权证，面积合计为 68,988.72 平方米，其余无证房产面积合计为 1,470.33 平方米，占公司全部房屋建筑物面积的比例为 2.09%。公司未取得房产证的相关房屋主要系门卫房、垃圾房等辅助性场地等，不属于重要生产经营场地，但仍存在因被主管部门要求拆除或被处罚而无法继续使用该等房屋的风险，从而对公司的生产经营造成不利影响。

（二）无形资产

1、基本情况

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人无形资产情况如下：

单位：万元

类别	账面原值	累计摊销	账面价值
土地使用权	1,160.01	290.00	870.01
软件	503.19	142.47	360.72
合计	**1,663.20**	**432.47**	**1,230.73**

2、土地使用权

截至本招股说明书签署之日，发行人及子公司拥有的土地使用权具体详见本招股说明书之“附表一：发行人拥有的不动产列表”。

3、商标

截至本招股说明书签署之日，发行人及子公司拥有的注册商标权具体详见本招股说明书之“附表二：发行人拥有的境内注册商标列表、附表三：发行人拥有的中国台湾商标列表、附表四：发行人拥有的境外注册商标列表”。

4、专利

截至本招股说明书签署之日，发行人及子公司拥有的专利权具体详见本招股说明书之“附表五：发行人拥有的境内注册专利列表、附表六：发行人拥有的境外注册专利列表”。

发行人及其子公司基于商业策略安排考虑曾将 47 项境内专利及 2 项境内专利申请权登记于自然人潘生明名下，3 项境外专利和 2 项境内专利登记于实际控制人石正兵名下，相关专利均为发行人及子公司实际发明创造并缴纳申请费和年费。

截至本招股说明书签署之日，原登记于潘生明名下的 47 项专利已通过继受方式恢复登记至发行人及子公司名下，剩余 2 项专利申请权已将当前权利人变更至发行人及子公司名下，专利申请尚处于在审状态；发行人实际控制人石正兵名下的 2 项境内专利已通过继受方式恢复登记至发行人及子公司名下，3 项境外专利系“一种真空包装袋”（专利号 EU2463216B1）于 2009 年 9 月 23 日在英国、

法国、德国三个国家申请所产生，因该专利年代久远，发行人已对其进行迭代并停止将该技术用于产品生产，发行人履行内部审议程序后决定放弃将石正兵名下该 3 项专利转回至发行人名下，并停止对相关专利的续费直至其于年费续费期限日终止。发行人实际控制人石正兵已在承诺中明确发行人为上述三项专利的实际权利人和受益人，石正兵不享有该专利的任何权利亦不承担义务，如放弃期间因该专利产生的收益全部归属发行人所有。

5、著作权

截至本招股说明书签署之日，发行人及子公司拥有的著作权具体详见本招股说明书之“附表七：发行人拥有的著作权列表”。

6、域名

截至本招股说明书签署之日，发行人拥有 2 项域名，具体情况如下：

序号	注册人	域名	网站备案号	注册日期	到期日
1	发行人	zs-taili.com	粤 ICP 备 15102764 号-1	2002-04-24	2024-04-24
2	发行人	tailigo.com	粤 ICP 备 15102764 号-2	2007-08-30	2031-08-30

（三）资产抵押情况

截至 2022 年 6 月 30 日，公司存在固定资产和无形资产抵押情况。其中抵押固定资产账面价值 8,049.97 万元；抵押土地使用权账面价值 870.01 万元。上述资产抵押合计账面价值 8,919.98 万元，占固定资产和无形资产账面价值合计的比例为 61.10% 。上述资产抵押，系为满足运营资金需求，公司及其子公司湖北太力、太力印务、中山简居将所拥有的部分房屋建筑物、土地使用权及机器设备设置了抵押担保向银行申请借款。

（四）拥有的特许经营权情况

截至本招股说明书签署之日，发行人尚未拥有特许经营权。

（五）房产、土地及设备租赁情况

截至本招股说明书签署之日，发行人及下属企业主要房屋租赁情况如下：

序号	承租方	出租方	所有权证书号	房屋座落	房屋用途	面积（m^2）	租赁期限	是否完成租赁备案
1	发行人	中山市石岐区公有资产投资有限公司	粤房地产证字第 C5176259 号	中山市石岐区湖滨北路40号之二	厂房	6,836.37	2018年4月1日至2028年2月28日	是
2	发行人	中山市石岐区公有资产投资有限公司	粤房地产证中府字第0112001895号	中山市石岐区民盈路1号第一创业园生活区A4幢201-213房、301-313房、401-413房、501-513房、601-613房共65间	宿舍	2,535.00	2020年5月1日至2030年4月30日	是
3	发行人	中山市石岐区公有资产投资有限公司	粤房地产证中府字第0112001895号	中山市石岐区民盈路1号第一创业园A1幢宿舍楼四至六楼共39间	宿舍	1,521.00	2021年2月5日至2031年2月4日	是
4	发行人	中山市石岐区公有资产投资有限公司	粤房地产证中府字第0112001895号	中山市石岐区民盈路1号第一创业园第4幢	厂房	5,544.00	2020年10月1日至2030年9月30日	是
5	发行人	中山市石岐区公有资产投资有限公司	粤房地产证中府字第0112001895号	中山市石岐区民盈路1号第一创业园第1幢厂房1-4楼、第2幢厂房1-4楼、第8栋厂房2-3楼、第9栋厂房1-4楼、第10栋厂房1-4楼	厂房	24,948.00	2021年2月5日至2031年2月4日	是
6	发行人	中山市石岐区张溪第三股份合作经济社	粤房地证字第2384895号	中山市石岐区康华路怡东街三号楼1幢	厂房	2,490.77	2020年10月1日至2023年9月30日	是
7	中山简居	中山市人民政府石岐区办事处物业管理办公室	粤房地产证中府字第0112001895号	中山市石岐区民盈路1号第一创业园6幢1-4层	厂房和办公	5,544.00	2017年9月1日至2027年8月31日	是
8	中山简居	中山市石岐区公有资产投资有限公司	粤房地产证中府字第0112001895号	中山市石岐区民盈路1号第一创业园七幢1-4层	厂房	5,544.00	2019年10月20日至2029年10月19日	是

序号	承租方	出租方	所有权证书号	房屋座落	房屋用途	面积（m^2）	租赁期限	是否完成租赁备案
9	深圳太力	深圳市原点创新投资有限公司	深圳不动产权第02066652号	深圳市龙岗区平湖街道禾花社区平吉大道北159号13楼1309	办公	195.00	2019年12月3日至2023年12月2日	否
10	深圳欣涛	深圳市原点创新投资有限公司	深圳不动产权第02066652号	深圳市龙岗区平湖街道禾花社区平吉大道北159号恒路E时代大厦1712A7	办公	—	2022年3月1日至2023年2月28日	否
11	广州太给力	广东乐天智谷产业运营发展有限公司	繁44281号	海珠区桥头大街228号之三3011室	办公	257.00	2022年4月1日至2023年4月30日	是
12	杭州太力	浙江研祥智能科技有限公司	浙（2017）杭州市不动产权第0128940号	杭州市滨江区长河街道江虹路333号	办公	346.79	2022年1月19日至2024年1月18日	是

1、租赁使用集体建设用地、划拨地情况

公司及子公司租赁房产中，序号6房产对应的土地系集体建设用地。公司承租该处房产业经出租方中山市石岐区张溪第三股份合作经济社的民主决策程序表决通过。根据出租方提供的房屋产权证书，出租房屋对应的土地系集体建设用地。经查阅前述土地登记资料，该土地系经批准取得该等集体建设用地使用权，中山市石岐区张溪第三股份合作经济社有权出租该等集体建设用地使用权及其上合法建造的房产。公司承租该等集体建设用地使用权及其上合法建造的房产未违反《中华人民共和国土地管理法》相关规定。公司承租该房产已办理了租赁备案手续。公司承租后未用于发行人的生产经营，仅将该处房产转租给无关联关系的其他公司经营使用，并已取得出租方的同意。上述情况不存在可能被行政处罚风险、不构成重大违法行为。

2、租赁备案情况

公司及子公司租赁房产中，序号9、10房产因所有权人不配合未办理租赁备案手续，其余租赁房产均完成租赁备案。

上述情况不符合《中华人民共和国城市房地产管理法》第五十四条规定，相

关租赁合同未办理房屋租赁备案登记手续存在法律上的瑕疵。

根据《中华人民共和国民法典》第七百零六条相关规定，当事人未依照法律、行政法规规定办理租赁合同登记备案手续的，不影响合同效力。《最高人民法院关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体应用法律若干问题的解释（2020 修正）》（法释〔2020〕17 号）第五条规定："出租人就同一房屋订立数份租赁合同，在合同均有效的情况下，承租人均主张履行合同的，人民法院按照下列顺序确定履行合同的承租人：（一）已经合法占有租赁房屋的；（二）已经办理登记备案手续的；（三）合同成立在先的"。

公司及子公司与出租方签署的房屋租赁合同均未约定以房屋租赁合同登记备案作为合同的生效要件，上述租赁合同亦不存在其他可能导致租赁合同无效的情形，公司及子公司作为承租方已经合法占用租赁房屋，不会因未办理租赁备案手续导致搬迁风险。公司未办理房屋租赁备案手续的房屋是子公司深圳太力、深圳欣涛办公用房，非生产经营的主要厂房，即使搬迁亦不会对公司的生产经营产生重大不利影响。

（六）资产许可使用情况

截至本招股说明书签署之日，公司尚未拥有资产许可使用权。

上述专利、商标、著作权等无形资产是公司开展正常经营活动的重要资源，是公司核心竞争力的重要体现，也是公司开展业务的重要保障。上述与公司业务相关的主要资产不存在权属纠纷和法律风险；公司部分固定资产、无形资产存在抵押、质押或优先权等权利瑕疵或限制，公司已在本招股说明书"第四节 风险因素"披露了上述资产抵押的风险，上述情况对公司的持续经营不存在重大不利影响。

（七）业务资质情况

截至本招股说明书签署之日，发行人及子公司取得的经营资质或许可如下：

序号	主体	资质名称	资质证书号	颁发机构	有效期限
1	太力科技	食品药品经营许可证	JY34420021008717	中山市市场监督管理局	2020/2/14-2025/2/13
2	太力科技	对外贸易经营者备案登	04902628	对外贸易经营者备案登	2021/5/19 至长期

序号	主体	资质名称	资质证书号	颁发机构	有效期限
		记表[1]		记机关	
3	太力科技	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	4420962438	中华人民共和国中山海关	2005/12/19 至长期
4	太力科技	出入境检验检疫报检企业备案表	4420601666	中华人民共和国广东出入境检验检疫局	2017/5/23 至长期
5	太力科技	海关进出口货物收发货人备案回执	海关注册编码：4420962438 检验检疫备案号：4420601666	中华人民共和国中山海关	2021.5.18 至长期
6	湖北太力	全国工业产品生产许可证	鄂 XK16-204-00746	湖北省市场监督管理局	2019/1/7-2024/1/6
7	湖北太力	食品经营许可证	JY34208210001476	京山县食品药品监督管理局	2018/4/3-2023/4/2
8	湖北太力	对外贸易经营者备案登记表	01975254	对外贸易经营者备案登记机关	2016/6/27 至长期
9	湖北太力	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	4212960523	中华人民共和国荆州海关	2015/6/24 至长期
10	湖北太力	自理报检单位备案登记证明书	4201600384	中华人民共和国荆州出入境检验检疫局	2011/7/29 至长期
11	湖北太力	排污许可证	91420821679761665700 1Q	荆门市生态环境局	2020/4/25-2023/4/24
12	中山简居	全国工业产品生产许可证	粤 XK16-204-04260	广东省市场监督管理局	2018/11/15-2023/11/14
13	中山简居	对外贸易经营者备案登记表	02503564	对外贸易经营者备案登记机关	2016/5/27 至长期
14	中山简居	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	44209641VH	中华人民共和国中山海关	2015/2/17 至长期
15	中山简居	出入境检验检疫报检企业备案表	4420608732	中华人民共和国中山海关	长期
16	中山宜尚	对外贸易经营者备案登记表	03659048	对外贸易经营者备案登记机关	2018/3/23 至长期

序号	主体	资质名称	资质证书号	颁发机构	有效期限
17	中山宜尚	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	44209649CT	中华人民共和国中山海关	2018/3/30 至长期
18	中山宜尚	出入境检验检疫报检企业备案表	4860300686	中华人民共和国中山海关	2018/3/30 至长期
19	太力印务	印刷经营许可证	（荆审批）印证字 2020054 号	荆门市行政审批局	2020/7/16-2023/7/15
20	太力印务	排污许可证	91420821691768261 9001P	荆门市生态环境局	2022/11/23-2027/11/22
21	深圳太力	对外贸易经营者备案登记表	04977347	对外贸易经营者备案登记机关	2021/4/12 至长期
22	深圳太力	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	海关注册编码：4403961H4D 检验检疫备案号：4777108617	中华人民共和国福中海关	2021/4/13 至长期
23	深圳欣涛	对外贸易经营者备案登记表	04977347	对外贸易经营者备案登记机关	2021/4/9 至长期
24	深圳欣涛	海关进出口货物收发货人备案回执	海关注册编码：4403961H2Z 检验检疫备案号：4777408133	中华人民共和国福中海关	2021/4/12 至长期
25	中山乐舟	对外贸易经营者备案登记表	04903833	对外贸易经营者备案登记机关	2021/7/30 至长期
26	中山乐舟	海关进出口货物收发货人备案回执	海关注册编码：44209683G9 检验检疫备案号：4860100890	中华人民共和国中山海关	2021/8/3 至长期
27	中山莱圃	固定污染源排污登记表[2]	91442000MA4WLG3M01001W	中山市生态环境局	2022/6/28- 2027/6/27

注 1：自 2018 年 10 月 29 日起完成注册登记的报关单位，其报关单位、报检单位登记备案证书两证合一。海关向报关单位核发《中华人民共和国海关报关单位注册登记证》，不在核发《出入境检验检疫报检企业备案表》

注 2：根据国家生态环境部发布的《固定污染源排污许可分类管理名录》（2019 年版），除年产 1 万吨及以上涉及改性的塑料零件及其他塑料制品制造 C2929 的单位实行简化管理需要取得排污许可证外，其余 C2929 单位只需要备案登记管理即可，中山莱圃已经完成备案登记并取得固定污染源排污登记表，因此无需办理排污许可证

（八）体系认证情况

截至本招股说明书签署之日，发行人取得的认证情况如下：

序号	持有人	资质名称	许可范围	证书编号	发证日期	有效期	发证部门
1	发行人	质量管理体系认证（ISO9001）	塑料制品类[真空压缩袋、收纳整理（袋）箱、晾衣架、衣物挂钩]的设计、开发和销售	02020Q1365R3M	2020.07.21	2020.07.21-2023.07.15	北京中大华远认证中心

序号	持有人	资质名称	许可范围	证书编号	发证日期	有效期	发证部门
2	发行人	知识产权管理体系认证证书	家居收纳用品（塑料制品类）的研发、生产（外包）、销售、上述过程相关采购的知识产权管理。	18122IP0592R0M	2022.10.14	2022.10.14-2025.10.13	中规（北京）认证有限公司
3	湖北太力	质量管理体系认证（ISO9001）	真空压缩袋、规划整理箱、家居塑料制品的生产需资质许可除外）	12821Q2499R1M	2022.12.06	2022.12.06-2024.12.03	中标研国联（北京）认证中心
4	湖北太力	环境管理体系认证证书（ISO14001）	真空压缩袋、箱包（规划整理箱）、家居塑料制品（气泵、真空挂钩）的生产（需资质许可除外）所涉及的相关环境管理活动	12822E2244R0M	2022.12.06	2022.12.06-2025.12.05	中标研国联（北京）认证中心
5	湖北太力	BSCI 社会责任体系	Plastic Industry: vacuum bag, plastic molding, hardware, suction cups, air pump. Nonwoven storage bag	—	2022.05.13	每年需申报一次	Amfori BSCI（全球对外贸易协会）
6	湖北太力	SCAN 供应商合规审核报告	工厂的供应链安全评估	EA-2021-01-0144	2021.01.21	2021.01.21-2023.01.21	SCAN（Supplier Compliance Audit Network）
7	湖北太力	FCCA 工厂产能和能力评估	产品品质系统及品质控制流程评估	WGSFCCA15&19-CN202104-36153922-SGS	2021.04.21	2021.04.21-2023.04.21	SGS（Société Générale de Surveillance SA）
8	中山简居	质量管理体系认证（ISO9001）	塑胶制品类（真空压缩袋、吸盘、收纳盒）的生产和销售	02020Q2494R0M	2020.11.12	2020.11.12-2023.11.11	北京中大华远认证中心
9	中山简居	环境管理体系认证（ISO14001）	塑胶制品类（真空压缩袋、吸盘、收纳盒）的生产和销售的环境管理活动	02022E1385R0M	2022.9.27	2022.09.27-2025.09.26	北京中大华远认证中心
10	中山简居	供应链安全管理体系认证（ISO28000）	真空压缩袋、衣物挂钩、家庭日用塑料类百货生产、销售	CN28-19004	2019.11.26	2022.11.14-2025.11.25	必维认证（北京）有限公司
11	中山简居	BSCI 社会责任体系	Plastic Industry: Household Plastic Products	—	2022.05.06	每年需申报一次	Amfori BSCI（全球对外贸易协会）
12	中山简居	SMETA（Sedex Members Ethical Trade Audit /Sedex 会员道德贸易审核）审核报告、CAPR 纠正行动计划报告	社会责任及职业健康安全	2022CNZAA418605855	2022.03.11	2022.03.11-2023.03.11	SGS（Société Générale de Surveillance SA）

六、公司技术和研发情况

（一）公司的核心技术情况

1、核心技术、技术来源及其应用

序号	技术名称	技术来源	技术内容及特点	应用产品或在研产品情况	专利/软著成果

序号	技术名称	技术来源	技术内容及特点	应用产品或在研产品情况	专利/软著成果
1	微重力下的收纳技术	自主研发	为宇航员提供太空空间站内微重力环境下的收纳解决方案，保持其环境持续符合要求。在空间站环境中，宇航员需要妥善处理并长期储存日常生活所产生的垃圾、排泄物等。本技术围绕此需求开发的高阻隔、耐穿刺、耐老化材质的航天压缩袋，可有效解决垃圾收集储存过程中存在的飘逸、细菌、异味问题。此外，专门用于排泄物收纳的航天压缩袋还需要具有很高的抗爆破性能，其封口密封强度，解决了在失重环境下袋口爆破问题。应用该技术的航天压缩袋具备长达 6 个月的使用验证。	应用于真空收纳袋产品；在研产品包括航天果蔬及食品保鲜袋	非专利技术
2	档案真空保护技术	自主研发	针对纸质档案长期存放需求研发的档案真空保护技术，集成了微通道技术、真空低氧保管技术、抑菌技术等，使档案长期收纳具备抗氧化、防潮、防霉、防虫等特点。本技术采用一种特殊结构的内层薄膜，薄膜表面有无数个凹凸微孔所形成的微孔通道，使袋内空气可沿微通道顺利被抽出。并在微通道与纸质表面接触部分形成缓冲，使膜与纸之间保持适合压力，避免纸张因长期压缩而产生粘黏。纳米银离子抑菌技术的运用还有效解决了在真空低氧环境下厌氧菌的繁殖问题，延长档案存放时间。	应用于真空档案袋产品	非专利技术
3	压缩袋生产换料技术	自主研发	该技术采用主副双放卷结构，一卷使用，一卷备用，并配备储料结构。通过检测系统检测判断主卷原材料是否使用完毕，待原材料使用到最后时，放料系统自动停止放料，主副卷开始实时自动接膜，并自动完成主副卷位角色互换。与此同时，制袋机借助储料机构的储存料，以保证设备连续生产。如此循环，以实现制袋机不停机连续生产。	应用于公司所有袋制品的生产	2018201222309 一种用于胶袋生产的薄膜自动换料机
4	压缩袋自动叠袋技术	自主研发	双路叠袋技术使得制袋机的速度与叠袋机的速度可以保持同步，也可以采用三路或四路等多路叠袋技术来解决同步问题，提升生产效率；自动叠袋机设备，采用皮带线同步传输方式，结合多套伺服系统并相互建立连接，通过左右两套三级折	应用于公司所有袋制品的生产	2017212760512 一种袋体折叠机

序号	技术名称	技术来源	技术内容及特点	应用产品或在研产品情况	专利/软著成果
			叠结构，实现压缩袋从对折到四折到八折的叠袋过程，完全模拟人工折叠的方法，分左右两路实施，折叠完成后集中到设备尾部交替出料，以实现压缩袋从制袋机出料后的展开状态到通过多折后匹配标准包装袋的全自动化折叠过程。叠袋机的速度可随制袋机速度的变化而变化，始终保持一致。		
5	压缩袋免抽排气技术	自主研发	该技术通过材料研究与结构设计相结合，解决了气阀排气性与密封性的矛盾点，达到了排气轻松、自动密封的效果。结构方面，设计了悬浮气塞结构，利用气塞在气阀腔内部沿导槽移动排出气体，使得气阀在排气时可以轻松打开，快速排气。排气完成时，气塞在大气压的作用下沿导槽自动回位、瞬间密封；材料方面，通过应用软硬适中并带有一定粘性的材料，使得气阀密封时产生自粘作用，增强密封性能。	应用于免抽气真空收纳袋产品	2018220804432 一种用于真空压缩袋的新型气嘴结构；2018216126291 一种排气快速且具有悬挂功能的新型真空压缩袋等
6	压缩袋结构和材料技术	自主研发	该技术利用压缩袋的结构设计以适用于不同的物品收纳，包括平面式、立体式以及吊挂式压缩袋。①平面式压缩袋采用隐藏式气阀结构，在袋体上热压出排气通道，并利用通道材料自粘性及大气压力自动密封，只需用手卷压或按压即可排气。②立体式压缩袋设计了底部与袋体周围结合的防撕裂结构，使得产品可抵抗内部向外部较大的张力。在压缩时，通过按压排气进行定向的压缩，有效避免了衣物过度压缩的情况，③吊挂式压缩袋设计了五环挂钩结构，使得衣物的悬挂由高到低排列，层次清晰，同时吊挂可避免衣物折叠，更好地保护衣物。材料方面，压缩袋袋体使用多层膜结构，最外层为保护层，起到防刺、防割、耐磨作用；内部多层为功能层，可以添加功能材料（比如抗菌剂等）；最里层为封烫层。袋体具备耐用、封烫牢、功能强特性。	应用于真空收纳袋产品	2020200669098 一种吊挂式真空压缩袋 2020200211605 一种密封结构和带有密封结构的压缩袋 2008102194326 真空袋与整理袋的组合装置 200910037769X 一种收纳箱 JP5363580B2 VACUUM PACKING BAG（真空包装袋） US8851289B2 VACUUM PACKING BAG（真空包装袋） FR2949759B3 SAC D'EMBALLAGE SOUS VIDE（真空包装袋）等
7	压缩袋封口技术	自主研发	该技术包括拉链与封口夹技术。拉链技术方面，选用具有合适硬度、弹性、润滑性材料，保证拉链可轻松扣合并具有较高的吻合性通过对	应用于真空收纳袋产品	2016106880324 一种包装袋封口机及包装袋封口方法 2020200211605

序号	技术名称	技术来源	技术内容及特点	应用产品或在研产品情况	专利/软著成果
			拉链配合面的形状进行设计，使得拉链的倒扣形成非对称形状，有效防止压缩袋压缩排气过程中爆口问题。封口夹作为闭合拉链工具，选用强度较好的赛钢材质，结合缓冲过渡闭合的结构设计，在拉合拉链时提供足够的压力，一次滑动即可完成密封。		一种密封结构和带有密封结构的压缩袋 2020200373008 一种用于收纳袋的封口结构等
8	智能收纳技术	自主研发	包含生产端与应用端两端应用：生产端通过自动化生产线流经激光喷码机时，由自动赋码系统产生唯一的二维码并进行气阀喷码。该二维码可记录产品生产线、生产时间等生产过程信息，可做到批次追溯、质量追踪，便于进行生产改善及消费者问题反馈跟踪。应用端通过智能收纳客户端程序，可对收纳物品进行时间、位置等标识，并可设置保养、晾晒等提醒功能，实现智慧收纳。该技术亦应用于真空食品袋，消费者可通过扫码选择食品分类，系统可自动赋予保质期信息，并在临保前进行智能提醒。	应用于所有带气阀的真空收纳袋、真空食品袋产品	2018202375142 带二维码的复合膜和带二维码的真空压缩袋
9	用于垂直上墙的热塑性弹性体材料改良技术	自主研发	该技术研制了一种新型合成材料，其具有良好的综合性能。该材料具有高弹性、高强度，变形性能强，可适用于多种墙面，对于凹凸不平的墙面也能完成吸附。在阻隔性方面，通过改变材料分子之间的链接结构，增加了其对气体的阻隔性，使应用了该材料的吸盘可长期保持稳定的真空状态。同时，该材料具有合适的粘性，使之与墙面贴合性及摩擦力大大增加，同时不会因为粘度过高而影响注塑出模。该新型材料具备优良性能与可加工性。	应用于适用 TPE 材料的垂直墙壁置物产品	2016107989305 一种用于吸盘的弹性胶体 2019203200277 弹性胶体及应用了该弹性胶体的真空吸盘 2016207275974 一种按压吸盘
10	利用垂直空间的上墙技术	自主研发	该技术对吸盘结构进行了创新设计了放射状骨架，每根骨架可以独立变形，以适应不同形状的墙面，尤其是粗造墙面。吸盘压板具有较好的弹性，利用压板产生的反弹力形成真空吸附，可以适合各种复杂的墙面。具有结构巧妙，操作方便，吸附能力强的特点。	用于按压式垂直墙壁置物产品	2013800604787 一种碗形骨架真空吸盘 201310405292 一种具有密封件的吸盘 2013100752812 一种平骨吸盘 2013100496816 一种吸盘 2019207529669 一种吸盘挂钩

序号	技术名称	技术来源	技术内容及特点	应用产品或在研产品情况	专利/软著成果
					AU2013347273B2 VACUUM SUCTION CUP HAVING FLAT SKELETON（平骨架真空吸盘）US9746022B2 Suction cup with flat framework（平骨架真空吸盘）US9624963B2 Vacuum suction cup having bowl-shaped framework（碗形骨架真空吸盘）等
11	裂缝墙面吸附技术	自主研发	该技术综合了材料和结构两方面的原理，利用了材料的粘性、渗透性、弹性以及结构上的抽气辅助安装原理，达到了可以在裂缝墙面吸附的效果。运用高粘性、高渗透性材料，使其可以渗入墙面的缝隙中，并且随着使用时间的延长，材料与墙面的结合力越来越强；通过设置于吸盘盘体中央的抽气结构，使得盘体获得持续压紧墙面的力，从而实现裂缝墙面吸附功能。	应用于垂直墙壁置物产品	非专利技术
12	拉伸移除压敏胶及拉伸移除泡棉胶改良技术	自主研发	压敏胶材料能够使挂钩适用多种墙面、承重性能好、使用简单。拉伸移除压敏胶需要考虑初粘力、粘结力、内聚力之间的平衡。并增加拉伸失粘的效果。在拉伸的过程中，材料模量逐步增加，粘性逐步下降，从而与被粘结物分离，实现不损坏墙面的目的。拉伸移除泡棉压敏胶是在上述基础上，通过在中间引入一层高弹闭孔泡棉，使得该泡棉压敏胶具有更好的弹性形变，在使用过程中，能够更好地与被贴物产生接触，形成更大的粘结面积，适应更加复杂的环境，高弹的泡棉会在拉伸移除的过程中产生塌陷，形成更多的拉伸空间，拆卸体验更好。	应用于可拆卸的压敏胶/泡棉胶类垂直墙壁置物产品	非专利技术
13	自润滑聚甲醛材料改良技术	自主研发	通过材料改性将聚甲醛材料的润滑性能、耐磨性能、耐候性能更进一步提升。本材料创新性地加入协同剂乙撑双硬脂酰胺及润滑剂硅油，由于乙撑双硬脂酰胺及硅油具有较好的流动性，在挤出加工过程中，	应用于在研项目旱雪产品中	非专利技术

序号	技术名称	技术来源	技术内容及特点	应用产品或在研产品情况	专利/软著成果
			乙撑双硬脂酰胺和硅油可以很好地与聚甲醛富集在材料的表面，在注塑加工过程中，乙撑双硬脂酰胺及硅油也更容易流动迁移到产品表面，材料在初始摩擦时就有很好的润滑及耐磨性能，弥补了聚四氟乙烯、高分子量聚乙烯等物质前期不能很好提供润滑、耐磨功能的缺陷。		
14	太力工作系统	自主研发	根据自身行业经验、历史数据搭建的自动化运营平台，包括境外全流程监控、视觉工厂自动派单、零售市场竞品数据分析、境内动态物流监测等核心功能	该工作系统应用于太力境内及境外的B2C零售业务中	2022SR0823035 太力工作台系统
15	B2C业务监控模型	自主研发	本模型对公司零售业务进行运营质量的监控，实时呈现公司所有零售平台的销售、数量、利润等关键数据；监控零售产品链接流量趋势、广告投放效益、利润实现等关键情况	该工作系统应用于太力境内及境外的B2C零售业务中	非专利技术

2、公司技术先进性及具体表征

序号	技术名称	行业传统技术特点	公司核心技术特点
1	微重力下的收纳技术	传统的收纳袋通常是在地面使用，不需要考虑垃圾失重的问题；同时，垃圾也会及时清理，不需要考虑对垃圾进行真空处理。垃圾的存放时间不会很长，通常也无需考虑细菌的滋生及异味问题。	该技术对失重情况下的垃圾收纳进行了自主适应性研究，使得真空压缩袋在收纳垃圾时可以自动闭合，防止垃圾逸出。袋体材料通过改性取得了很好的阻隔性和耐穿刺性。垃圾收集袋具备防水透气性，确保压缩时气体可以排出，水分保留在袋内。大便袋的材料经过改进，可以抵抗在真空环境下的膨胀爆破力。
2	档案真空保护技术	传统档案袋多为普通纸袋，无抽真空功能，在档案的保护方面不能起到防霉、防潮等作用，致使纸质档案保存期限相对较短。	该技术利用一种微通道的技术，使档案袋内层形成若干微孔及突起，进而在档案袋的内层造成很多的微通道，使档案袋具备真空功能，延长纸质档案保存期限，具有高效防潮、防霉等作用。
3	压缩袋生产换料技术	常规技术一般是采用停机后换料的方式，此情况下，设备停机造成大量的材料浪费以及工时浪费，生产效率低下，成本也相对较高。	自动接料技术采用双放卷机构，借助储料机构的储存料以保证设备连续生产，实现不停机自动接料。可有效减少停机时间，减少报废，提高效率。保证产品品质更加稳定，节省人工，从而降低生产成本。
4	压缩袋自动叠袋技术	现有的压缩袋生产过程大部分采用人工叠袋包装，既浪	自动叠袋机设备，采用皮带线同步传输方式，结合多套伺服系统并建立连

序号	技术名称	行业传统技术特点	公司核心技术特点
		费了人力资源，生产效率低，质量参差不一，不能完全达到整齐统一品质。	接，通过左右两套三级折叠技术，实现压缩袋从两折到四折到八折的叠袋过程，完全模拟人工折叠的方法，分左右两路实施，最后集中到设备尾部逐个出料的方式，以实现压缩袋从制袋机出料后的展开状态到通过多折后匹配标准包装袋的全自动化折叠过程，以上技术及设备系自主研发与制作，是全行业折叠速度最快的机型。
5	压缩袋排气技术	行业内传统排气技术存在排气不顺畅与密封性不足的缺点，致使消费者使用体验不佳。传统压缩袋必须配备电泵或手泵才能实现抽真空，产品使用便利程度不够高。	公司首创的免抽气气阀，该技术采用了利用袋体本身通过压合的方式形成一定形状的排气通道，这种特殊的排气通道具有排气快速的特点，并且不需要使用电泵或手泵，省却了抽气的麻烦，消费者使用体验大幅提高。
6	压缩袋结构和材料技术	传统压缩袋一般是平面式结构，并配有气阀。而吊挂式压缩袋所采用的挂环为一个大挂环，衣物收纳后不能按高低排列，不便于查找；立体式压缩袋没有防撕裂结构，使用时容易造成应力集中而破裂。	应用该技术的平面式压缩袋，采用隐藏式气阀，节省了袋体空间，特别适合差旅收纳。立体式压缩袋则设置了防撕裂结构，使得产品在使用时能够抵抗外部较大的张力，提升了产品的耐用性，并具有防皱效果。吊挂式压缩袋，采用五环挂钩设计，使衣物的收纳富有层次，便于查找，衣物无需折叠，得到了很好的防皱保护效果。
7	压缩袋封口技术	传统封口夹一般采用间隙配合的方式，这种方案在使用产品时必须要用力捏紧，并且易挂坏袋体，使用不便。传统拉链不具备防爆口的功能，压缩袋在装满情况下容易发生爆口。	拉链技术方面，选用具有合适硬度、弹性、润滑性材料，保证拉链可轻松扣合并具有较高的吻合性通过对拉链配合面的形状进行设计，使得拉链的倒扣形成非对称形状，有效防止压缩袋压缩排气过程中爆口问题。封口夹作为闭合拉链工具，选用强度较好的赛钢材质，结合缓冲过渡闭合的结构设计，在拉合拉链时提供足够的压力，一次滑动即可完成密封。
8	智能收纳技术	传统压缩袋不具备智能收纳功能。	通过二维码赋码，可做到生产端的批次追溯、质量追踪，便于进行生产改善及消费者问题反馈跟踪。应用端通过智能收纳客户端程序，可标记收纳物品种类、存放位置、收纳时间等信息，并能够定期提醒，实现智慧收纳。
9	用于垂直上墙的热塑性弹性体材料改良技术	传统吸盘材质往往使用PVC、TPU、硫化橡胶、聚氨酯凝胶等单一材料或者复合材料，对于PVC、TPU、硫化橡胶等这类材料一般硬度大，强度高，很难实现材料与墙面的良好贴合，从而只能适用于光滑的基材上，但因摩擦系数较小造成吸盘	该材料利用新型合成橡胶材料的综合性能，材料具有很好的弹性与粘性，可以适用于多种墙面，通过吸盘真空产生的按压力，能很好地对墙面进行填充，材料良好的粘性也提供了极大的摩擦力，可以适用于多种墙面，如凹凸不平面、使用了易清洁基础处理的表面。同时在高弹性的条件下又保证有足够的强度，在阻隔性方面也具

序号	技术名称	行业传统技术特点	公司核心技术特点
		容易下滑。聚氨酯凝胶吸盘具有良好的黏弹性，但是该材料强度弱，阻隔性很差，无法实现长时间使用。	有较好的表现，使得吸盘可以长期保持较为稳定的真空状态。
10	利用垂直空间的上墙技术	传统的吸盘技术采用的是单一的软性材料将吸盘做成一个凹形的碗状，使用时将吸盘内的气体排出形成真空达到吸附功能。该类产品存在吸附力有限，承重性能弱的缺点。	本技术的核心点在于，吸盘具有骨架、压板、连接件，吸盘的吸附腔通过内置的骨架形成较大的反弹力，吸盘的弹性体材料使得吸盘在骨架的作用下能够给予墙面较大的压力，能在凹凸的墙面上使用，具有结构巧妙，操作方便，吸附能力强的特点。
11	裂缝墙面吸附技术	传统吸盘产品通常采用真空吸附的原理，其在透气、裂缝墙面无法使用。	该技术综合了材料和结构两方面的原理，利用了材料的粘性、渗透性、弹性以及结构上的抽气辅助安装原理，达到了可以在裂缝墙面吸附的效果。
12	拉伸移除压敏胶及拉伸移除泡棉胶改良技术	传统家居挂钩类产品多使用丙烯酸类压敏胶及泡棉压敏胶，这类压敏胶具有很好的粘性，能够实现较好的承重。但是该类产品粘性基本不随条件的变化而变化，导致其安装后很难拆卸或者需要通过损坏基材来实现拆卸的目的。对于一些乳胶漆、墙纸、合成板等弱基材的墙面，上述产品无法使用。	压敏胶在平衡粘结力、初粘力、内聚力的同时，通过配方的调整，能在有限的空间内，材料发生特定变形的情况下，实现粘性的快速下降，实现较小的拉力下，与基材实现线性分离，在拆卸的时候不损坏乳胶漆、墙纸等弱基材表面，极大地扩展了压敏胶的应用。在此基础上，使用闭孔高弹泡棉作为中间层，两边复合高弹薄膜，在薄膜上贴合上述压敏胶使失粘效果进一步的提升。
13	自润滑聚甲醛材料改良技术	为进一步提高聚甲醛的润滑、耐磨性能，通常添加聚四氟乙烯、石墨、二硫化钼等材料，但是这类材料的加入往往使得刚性增强，且润滑效果需要在磨掉表面的聚甲醛之后性能才会更加突出。	本材料创新性地加入协同剂乙撑双硬脂酰胺及润滑剂硅油，由于乙撑双硬脂酰胺及硅油具有较好的流动性，在挤出加工过程中，乙撑双硬脂酰胺和硅油可以很好地与聚甲醛富集在材料的表面，在注塑加工过程中，乙撑双硬脂酰胺及硅油也更容易流动迁移到产品表面，材料在初始摩擦时就有很好的润滑及耐磨性能，弥补了聚四氟乙烯、高分子量聚乙烯等物质前期不能很好提供润滑、耐磨功能的缺陷。
14	太力工作系统	家居日用品行业多处于传统作坊模式，使用手工填单、人工操作方式，部分企业拥有 OA 平台解决行政问题，但对于规模化之后的人工误差并无解决方案。	该系统为公司根据自身需求进行的定制化解决方案，有效解决了企业在报关、物流运输和数据分析上的痛点，是公司全链路数字化中的重要环节。
15	B2C 业务监控模型	家居日用品行业并无零售业务的数据化平台，少部分企业拥有商业数据展示的平台，但多数更新效率慢，数据源分散，且对企业经营并无实质性帮助。	公司将该系统提升至公司战略发展的高度，业务负责人和分管业务的高管通过该系统进行运营管理和监控，解决了财务数据时效性滞后、数据颗粒度低问题，有效支持了公司 B2C 业务策略。

3、公司核心技术保护措施情况

公司的主要产品及技术均已成熟，核心技术均拥有自主知识产权保护，归公司所有。公司通过建立《研发管理制度》等文件对研发活动和人员进行规范。公司对核心技术采取严格的保密措施，核心技术人员均与发行人签订知识产权及保密协议、竞业禁止协议，能够有效防止核心技术流失。

4、公司核心技术的科研实力和成果情况

公司作为高新技术企业，始终坚持技术自主研发。公司通过自主研发已经取得授权境内专利 486 项，境外专利 20 项，其中境内发明专利 11 项、境外发明专利 8 项，2 项产品被认定为高新技术产品，2 项产品获得了中山市科学技术奖。公司牵头制定《真空压缩收纳袋》行业标准（待正式发布）。此外，公司还获得了国家档案局科研所对《数字化后纸质档案封存技术》的技术成果鉴定。

5、正在从事的研发项目及进展情况

截至招股说明书签署之日，公司正在从事的主要研发项目情况如下：

单位：万元

序号	研发项目	研发内容	项目进展	拟达到目标	参与人员	预算金额	与行业技术的比较
1	家居用品的智能化研发	在现有家居收纳产品的基础上，根据消费者反馈继续推进产品智能化的研发，包括对安全扶手中吸盘的真空负压进行实时监测及自动抽真空、对不同收纳物品采用与其适应的储存真空度、对收纳袋的抽放气操作实现语音控制及与家庭操作系统联动等功能	测试验证阶段	对前述需求形成解决方案及试验品，并可将相关功能应用到生产线上进行产品的迭代更新	张赶年、阎云海、王振昌、陈伟亮、伍荣华、曾富兴、温利江、王登辉、张肖	800.00	目前行业内的家居收纳用品属于满足基本功能的普通产品，并无集成智能功能的类似创新，该等智能收纳功能属于自主创新，将显著提升产品的易用性及使用体验
2	垂直空间利用技术的功能材料研发	对于有较为丰富应用场景的垂直壁挂置物产品系列中存在的一系列痛点，进行新材料的研发、改性，	方案验证阶段	前述需要改性及配方改良的相关材料形成达到预期物理性能并可应用	阎云海、赖桂萍、李明春、陈伟亮、曾富兴、温利江	520.00	目前市场上的压敏胶普遍存在残胶、墙损的问题，本项研究将通过对材料改性使得胶体完整且易剥落；目前市

序号	研发项目	研发内容	项目进展	拟达到目标	参与人员	预算金额	与行业技术的比较
		包括丙烯酸压敏胶、纳米二氧化硅分散液、热塑性硫化橡胶及热塑性弹性体等材料，提升产品性能		于公司相关产品			场上应用于厨房环境的涂层主要为电镀工艺，成本较高，本项研究将制成成本较低的液体涂层；行业中的热塑性硫化橡胶材料硬度大，强度高，很难在吸盘上使用，本项研究将使该材料具有柔软及弹性的物理特性，进而可以将之作为下一代吸盘材料
3	一种润滑、耐磨的聚甲醛材料的研发	聚甲醛是一种高结晶性的工程塑料，具有多种优秀的工业性质，本项研究旨在对聚甲醛进行改性探索，增强其润滑与机械性能，使其可以用于旱雪场地	测试验证阶段	材料的成功研制并使其具有使用所需要的工程特性	阎云海、赖桂萍、李明春、陈伟亮、伍荣华	200.00	世界范围内约有40-50 种聚甲醛产品，其中改性高端聚甲醛产品的应用量约为30%。目前，国内市场中大部分为通用型号的产品，改性高端产品很少，本项研究将填补国内市场这部分的空缺
4	果蔬保鲜技术及相关材料的研发	研究开发一种具有一定强度且具有较高透气量的材料，并用于家用保鲜袋产品，将大幅降低果蔬损耗率，减少浪费，提高果蔬生产运输效率和果蔬品质	测试验证阶段	开发的材料具有气体调节作用、延缓果蔬呼吸作用，延长保质期	阎云海、赖桂萍、李明春、陈伟亮、曾富兴、温利江	260.00	目前市面消费者大量采用的是“低温冷藏+保鲜袋”的方式保鲜，其保鲜效果一般；本项研究将制成一种通过气体成分调节来达到保鲜功能的材料，保鲜效果将显著优于现有的普通保鲜袋
5	纳米流体技术应用及产品研发	功能性纳米流体是一种受到冲击时能瞬间硬化，并高效分散冲击能量的材料，在军民两方面有着潜在的应用市场。将纳米流体与多孔介质的载体复合可制得各类防护用具如防护手套、防刺防弹服、防护垫	小样试产阶段	可广泛应用于军警民医等领域的各类防护型产品	张赶年、阎云海、王振昌、陈伟亮、伍荣华、曾富兴、张肖	500.00	符合人体工学，产品使用舒适度高；防护性能高，且质量较现有产品轻；柔韧性好，与现有的硬质防护产品相比，具有极高的柔韧性

序号	研发项目	研发内容	项目进展	拟达到目标	参与人员	预算金额	与行业技术的比较
		等，可广泛应用于军、警、医、民等各领域					
6	除湿收纳技术及相关产品研发	该除湿技术能够自动按照预先设定好的目标湿度进行除湿，当达到预定的湿度时，自动停止除湿，并转入再生状态，将除湿材料里面的水分干燥，等待进入下一个循环；材料除湿技术可解决日常物品收纳的防潮问题，将该技术结合压缩袋的结构设计，可使压缩袋具有除湿功能，使得收纳的衣物等避免发霉损坏	测试验证阶段	相关技术的实现以及与收纳产品的功能结合	王振昌、李明春、温利江、曾富兴、王登辉	600.00	除湿技术经过多年的发展，主要还是以制冷除湿技术以及利用除湿材料的被动除湿技术。低温除湿技术的缺点是能耗高，较大的温差变化容易使被收纳的物品上结露，从而导致湿度变化大结露，继而滋生细菌，不利于物品的保存。本技术无需低温即可快速除湿，能耗低，噪音小，除湿速度快
7	晾晒洗护类家居产品的开发	公司主要产品类别“其他家居产品”为公司大力推进研发的重点市场，本项目旨在结合不同生活场景进行有机应用，正在开发的产品包括电动伸缩拖把、电动伸缩晾衣架、万向花洒架等	手板测试阶段	研究开发出的成品可在现有市场竞品基础上进行升级优化，提高消费者使用体验	阎云海、赖桂萍、李明春、陈伟亮、曾富兴、温利江、王显强	340.00	本项开发基于目前公司“其他家居产品”的市场盲区进行有针对性的开发研究，涵盖的家居产品系对现有产品线的进一步扩充，新产品系基于市面上现有产品的优化提升
8	高阻隔性涂层材料的研发	研究一种可热封的功能涂层材料，在原本的单一材料上施加一层涂层，该涂层同时具有高阻隔与高透气的双重特性，确保了材料单一性的同时也使得材料更易于回收	手板测试阶段	本项技术可以用于生产带有涂层的包装材料，实现包装物的回收利用，减轻环境污染	张赶年、阎云海、王振昌、陈伟亮、伍荣华、曾富兴、温利江、王登辉、张肖	200.00	在包装行业，每年会产生大量的不可回收的包装物，给环境保护带来巨大的压力。包装材料通常为多种塑料进行复合的，这样的材料无法回收，只能进行焚烧或者填埋，将污染大气、土壤以及地下水源。应用本技术的功能涂层材料拥有高阻隔、高透气的物理特性，可以对

序号	研发项目	研发内容	项目进展	拟达到目标	参与人员	预算金额	与行业技术的比较
							包装物原本材料较好的保护作用，包装物使用完毕后，只需将涂层去除，便可实现包装物的回收利用，大大减轻对环境的污染
9	可降解及回收的新材料研发	本项目通过发明一种柔性材料，将纺织类材料与薄膜材料进行结合，达到袋体手感舒适、柔韧性增强的效果	方案验证阶段	柔性材料的合成	阎云海、赖桂萍、李明春、陈伟亮、曾富兴、温利江	50.00	目前的压缩收纳袋体以塑料复合薄膜为主，手感偏硬，使用体验较差

6、合作研发情况

报告期内，发行人不存在对生产经营产生重大影响的合作研发项目。

（二）公司研发费用投入情况

为保证研发工作的顺利进行、保持公司在技术上的领先优势，公司每年都根据需要在技术研发方面投入了大量资金和人力。报告期内，公司研发投入情况如下表所示：

研发投入情况	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
研发费用（万元）	978.27	1,878.68	1,609.60	1,082.31
营业收入（万元）	34,159.30	62,297.66	54,628.36	35,947.86
研发费用占营业收入比例	2.86%	3.02%	2.95%	3.01%

（三）公司核心技术人员及研发人员情况

1、核心技术人员及研发人员情况

截至 2022 年 6 月末，公司拥有研发人员 93 人，占公司员工总数的比例为 9.95%。公司根据行业及技术经验、对公司所做出的贡献、专业资质等标准认定核心技术人员，确认公司核心技术团队由 3 人构成，核心技术人员分别为石正兵先生、王振昌先生及阎云海先生，核心技术人员简历参见“第五节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介”。

项目	2022年6月末	2021年末	2020年末	2019年末

研发人员数量（人）	93	84	72	47
占员工总数比例	9.95%	7.65%	6.41%	5.53%
核心技术人员数量（人）	3	3	3	3
占员工总数比例	0.32%	0.27%	0.27%	0.35%

2、对核心技术人员的激励约束机制

公司通过提供优良的研发条件、丰厚的薪酬奖励，签订知识产权及保密协议、竞业禁止协议等方式对核心技术人员进行激励和约束。公司建立了良好的激励机制，鼓励科研人员发挥主观能动性，不断创新。公司通过奖金制度、核心研发人员持股制度提高研发人员积极性。公司培养了一支具有丰富行业经验、研发技术水平高的研发团队。

（四）保持技术不断创新的机制、技术储备及技术创新的安排

1、研发体系及研发模式

公司研发机构为太力创新中心，太力创新中心由材料研发部、产品研发部、项目管理部、知识产权部四个二级部门组成，二级研发部门下设不同的职能组别，具体情况如下所示：

一级研发部门	二级研发部门	三级研发部门	主要职责
太力创新中心	材料研发部	材料组	负责新材料引进、材料改进及新材料开发、测试、满足产品需求，建立标准，并进行下一代材料开发。对开发出的材料实现工业化生产。
		实验室	根据测试需求、相关测试行业标准制定与完善公司测试规范、标准、方法和相关模板。测试公司开发类产品，并按照测试阶段时间提交测试报告。收集、分析测试数据，提出产品改进建议。配合市场、品质等部门或人员开展项目相关工作。
	产品研发部	模具组	根据公司研发需求进行实验模的制造及修改，负责公司模具的价格估算、DFM 评审，外购模具图纸评审、模具设计、模具加工、试模打样以及制定相关的加工工艺，并对加工所需工具配件进行申购；对生产模具异常进行处理和修改以及公司所需的工装夹具的制作；对公司成品模具进行管理。
		工业设计组	负责产品前期开发市场调研分析、产品概念提出及评审、产品方案及外观设计开发
		结构组	根据工业设计输出文件，进行结构设计，手板制作验证，评估结构测试可行性，进行模具任务书整理，3D 图 2D 图与开模标准，发模具工程开模，产品确认以及产品验证，标准制定，作业指导书编写，相

一级研发部门	二级研发部门	三级研发部门	主要职责
			关装配要求培训。跟进试产与量产，确保正常量产出货。
	项目管理部	项目组	负责新产品开发项目启动、评审，制定项目计划，协调整合、执行监控项目过程进度、质量、成本等范围，确保项目按计划完成。
		资料组	负责新产品的立项工程资料建立（主数据、BOM、工艺路线、相关图纸输出），工程变更相关工程资料的修改执行。
	知识产权部	专利组	负责专利的撰写、申请
		情报组	根据项目需求，搜集市场上现有产品的信息并进行分析，为产品开发提供参考与建议。

公司成立了职能明确的研发中心，设立了以创新中心总经理统一领导，研发总工程师负责，各部门负责人具体执行的部门架构。公司每一款新产品的推出，都要经历市场调研、研发立项、产品设计、试产实施等主要阶段，且各主要阶段下还合理设计了子阶段，每个阶段均由专人负责跟进，分工明确，责任清晰。同时，生产部门、业务部门和研发部门相互协调，形成了良好的联动效应。

2、技术储备模式和技术创新安排

（1）完善的研发机制

公司密切关注行业发展方向、跟踪前沿技术。公司根据行业发展动态、公司战略，制定科技创新、技术开发战略，在战略框架下制定公司年度及中长期新产品、新技术开发计划。新产品的开发战略遵循“销售一代、储备一代、研究一代”的原则，保持行业领先的研发优势。确保新技术“人无我有，人有我优，人优我新”。产品研发遵循“外观、功能、品质、价格、环保” 五原则，即外观设计要有吸引人的高颜值；功能上要能满足消费者的使用要求；安全上要保证使用安全、质量可靠；价格合理，让大众都能消费得起；材料环保，产品具备可持续发展的理念。最终让消费者体验到公司产品“好看、好用、好玩”特点。

公司制定了项目立项管理制度、新产品开发管理制度、技术创新管理制度等一系列研发相关制度，对研发项目的提出、立项、实施、验收、评价等工作作出系统规定，保证了公司研发机制的有序、可持续运转。

公司高度重视研发项目与市场需求、公司优势的结合，明确研发项目要具有市场经济效益并具有一定的前瞻性和先进性，并能够发扬公司优势，以保持公司

的专业聚焦和行业领先优势。

（2）健全的研发管理制度

公司建立了完善的研发管理制度，对新产品开发评估、设计规划、设计审查、设计验证、专利成果开发、质量控制计划、项目管理、研发绩效评价、保密控制、研发费用归集核算等方面进行了规范化、制度化，有效地整合了公司内部研发资源，提高研发项目效率和产出，提升了公司的持续创新能力。

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

报告期内，公司根据《公司法》《证券法》等有关法律法规的要求，建立了科学和规范的法人治理结构，制定和完善了相关内部控制制度，公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度和董事会各专门委员会制度逐步完善，依法规范运作，管理效率不断提高，保障了公司经营管理的有序进行。

公司董事会下设战略、审计、提名、薪酬与考核四个专门委员会，为董事会重大决策提供咨询、建议，保证董事会议事、决策的专业化、高效化。自设立至今，通过对上述制度的不断完善，公司已形成了符合上市公司规范运作要求的、能够保证中小股东充分行使权利的权责明确、运作规范、监督有效的公司治理结构。

报告期内，发行人存在部分关联交易未履行决策程序而先实施的情形，致使公司治理存在一定瑕疵。对于报告期内未履行决策程序的关联交易，公司董事会和股东大会已进行了追溯确认并通过了相关的审议程序，独立董事亦对上述事项发表了独立意见，上述瑕疵得到纠正。

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

公司股东大会为公司最高权力机构，公司依照相关法律、法规及规范性文件制定了《公司章程》，2021 年 5 月 11 日，公司召开创立大会暨首次股东大会，审议通过以太力有限全体 14 位股东作为太力股份发起人，以经审计的账面净资产整体变更为股份公司；此外，股东大会还审议并通过《广东太力科技集团股份有限公司章程》《股东大会议事规则》等议案文件，形成了健全的股东大会制度，符合中国证监会和深圳证券交易所的有关规定。《公司章程》中规定了股东大会的职责、权限及股东大会会议的基本制度；同时，《股东大会议事规则》针对股东大会的召开程序制定了详细规则。

自股份公司设立以来，公司历次股东大会的召集和召开程序、出席会议人员资格及表决程序、决议内容及签署均按照《公司法》《公司章程》《股东大会议事

规则》等有关法律法规、规范性文件及公司其他制度的要求规范运作，股东大会召开及决议内容合法有效，不存在股东违反《公司法》及其他法律规定行使职权的情况。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

董事会为公司股东大会的执行机构，在授权下负责经营决策及业务发展，制订公司的年度财务预算方案、决算方案，制定公司的利润分配方案和弥补亏损方案，行使法律、规章、公司章程规定的及股东大会授予的其他职权。2021 年 5 月 11 日，公司召开首次股东大会，选举产生了公司董事会成员，公司董事会由 5 名董事组成，其中独立董事 2 名，公司依照相关法律、法规及《公司章程》制定了《董事会议事规则》，对董事的任职资格、权利及义务，董事会职权及议事规则作了详细规定，指导董事会规范运行。同日召开的第一届董事会第一次会议，选举石正兵担任公司董事长。

自股份公司设立以来，公司历次董事会的召集和召开程序、出席会议人员资格及表决程序、决议内容及签署均按照《公司法》《公司章程》《董事会议事规则》等有关法律法规、规范性文件及公司其他制度的要求规范运作，董事会召开及决议内容合法有效，不存在董事违反《公司法》及其他规定行使职权的情况。

（三）监事会制度的运行情况

监事会为公司监督机构，对董事会编制的定期报告进行审核并提出书面审核意见，检查公司财务，行使法律、法规、规章、公司章程及股东大会授予的其他职权。公司监事会由 3 名监事组成，2021 年 4 月 5 日，公司召开职工代表大会，选举产生 1 名职工代表监事；2021 年 5 月 11 日公司召开首次股东大会，选举产生了 2 名股东代表监事。公司依照相关法律、法规及规范性文件制定了《公司章程》《监事会议事规则》，对监事的任职资格、监事会组成、监事会职权及议事规则作出了详细规定，指导监事会规范运行。同日召开的第一届监事会第一次会议，选举王振昌担任公司监事会主席。

自股份公司设立以来，公司历次监事会的召集和召开程序、出席会议人员资格及表决程序、决议内容及签署均按照《公司法》《公司章程》《监事会议事规则》等有关法律法规、规范性文件及公司其他制度的要求规范运作。

（四）独立董事制度的运行情况

2021 年 5 月 11 日，公司召开创立大会暨首次股东大会，选举产生独立董事两名，根据《公司法》、中国证监会《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》《上市公司治理准则》等有关法律、行政法规、规范性文件和《公司章程》的有关规定，公司制定了《独立董事工作制度》，对独立董事的设置、职权、运作程序等作出了具体规定。公司现有 2 名独立董事，分别是朱娟、刘奕华，达到董事会总人数的三分之一，其提名程序及任职资格均符合相关法律法规规定。其中，朱娟是会计专业人士。

公司各独立董事将依照有关法律法规、《公司章程》和《独立董事制度》，勤勉、认真、谨慎地履行其权利，承担其义务，积极出席历次董事会会议，参与公司重大经营决策，对公司的关联交易发表独立意见，为公司重大决策提供专业及建设性意见，认真监督管理层的工作。公司独立董事在切实保护股东权益尤其是中小股东权益不受侵害，以及监督公司依照法人治理结构规范运作的过程中起到了积极的作用。

（五）董事会秘书制度的运行情况

2021 年 5 月 11 日，发行人召开首次股东大会，修订了《董事会秘书工作细则》，对董事会秘书的任职资格、职责等做出了详细规定，该细则符合《公司法》等法律法规及规范性文件要求。2021 年 6 月 9 日，发行人召开第一届董事会第二次会议，聘任聂琴为董事会秘书。

自公司董事会聘任董事会秘书以来，董事会秘书严格按照相关法律法规及《董事会秘书工作细则》的规定，负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及公司股东资料的管理，并办理信息披露事务等事宜，对公司的规范运作起到重要作用。

（六）董事会专门委员会的设置及规范运行情况

2021 年 5 月 11 日，公司召开了第一届董事会第一次会议，决议设立董事会审计委员会、战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会。各专门委员会人员设置如下：

委员会名称	委员	召集人
审计委员会	朱娟、石正兵、刘奕华	朱娟
战略委员会	石正兵、饶志明、刘奕华	石正兵
提名委员会	刘奕华、石维聪、朱娟	刘奕华
薪酬与考核委员会	朱娟、刘奕华、饶志明	朱娟

公司董事会专门委员会的设立，为强化董事会决策功能、完善公司治理结构起到了积极的作用。各专门委员会自设立以来，按照《董事会战略与投资决策委员会工作细则》《董事会提名委员会工作细则》等有关规定开展工作，较好地履行了其职责，对完善公司治理结构和规范公司运作发挥了积极的作用。

二、特别表决权股份或类似安排的情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在特别表决权股份或类似安排的情形。

三、协议控制架构安排的情况

基于构建品牌矩阵及发展多品类业务的战略考虑，公司在跨境电商业务开展初期采用了多账号开店的经营模式。为适应该经营模式，公司报告期内存在 10 家以公司员工或其近亲属等第三方自然人名义开设的店铺公司，并根据《股权托管协议》将上述 10 家不具有持股关系的店铺公司纳入合并财务报表合并范围。具体情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人控股子公司、参股公司、分公司情况”之“（三）店铺公司”。

截至本招股说明书签署日，公司不存在协议控制架构安排。

四、公司内部控制制度情况

（一）公司管理层对内部控制制度的自我评估意见

公司管理层认为，公司现有的内部控制已覆盖公司运营的各层面和各环节，形成规范的管理体系，并能够预防和及时发现、纠正公司运营过程可能出现的重要错误和舞弊，保护公司资产的安全与完整，保证会计记录和会计信息的真实性、准确性和及时性，在完整性、合理性及有效性方面不存在重大缺陷。根据财政部颁布的《企业内部控制基本规范》的要求，公司于 2022 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的、有效的内部控制。

（二）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

致同会计师事务所（特殊普通合伙）出具了编号为致同专字（2022）第441A017576号的《内部控制鉴证报告》，其鉴证结论为："我们认为，太力科技公司于2022年6月30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）内部控制的缺陷及整改措施

公司不存在需要整改的内部控制缺陷。

（四）发行人财务内控规范性

报告期内，公司存在《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题25所列财务内控不规范的情形。针对财务内控不规范的情况，发行人进行了认真整改，制定并完善了相关财务内控制度，并有效执行。

1、转贷

报告期内，公司存在转贷行为情况如下：

单位：万元

序号	借款主体	周转方	借款本金	转出时间	转出金额	转回时间	转回金额
1	中山简居	京潭布艺	406.00	2019年1月	406.00	2019年1月	406.00
2	太力科技	京潭布艺	300.00	2019年1月	300.00	2019年1月	300.00
3	太力科技	京潭布艺	365.00	2019年1月	365.00	2019年1月	365.00
4	太力科技	京潭布艺	350.00	2019年1月	350.00	2019年1月	350.00
5	太力科技	京潭布艺	250.00	2019年1月	250.00	2019年1月	250.00
6	太力科技	京潭布艺	355.00	2019年2月	355.00	2019年2月	354.99
7	太力科技	京潭布艺	500.00	2019年2月	500.00	2019年2月	499.99
8	太力科技	京潭布艺	500.00	2019年10月	116.11	2019年10月	116.11
9	湖北太力	京潭布艺	990.00	2019年1月	990.00	2019年6月	990.00
10	湖北太力	太力印务	900.00	2019年10月	805.00	2019年10月	805.00
11	湖北太力	太力印务	1,000.00	2019年11月	920.00	2019年11月	917.00
12	湖北太力	太力印务	1,000.00	2021年1月	1,000.00	2021年1月	1,000.00

湖北太力已取得湖北京山农村商业银行玉丰支行出具的《情况说明》，中山简居已取得广发银行中山分行出具的《情况说明》，太力科技已取得交通银行中

山分行、中国建设银行中山市分行出具的《情况说明》，证明上述各主体贷款在存续期间，未出现逾期、欠息等情况，未损害相关银行利益，未出现其他风险事项。就贷款涉及的借款合同及其履行事宜，截至说明出具日止，相关银行均未收到相关监管机构及行政机构对上述主体的行政处罚通知。中国人民银行中山市中心支行已出具《证明》，确认发行人报告期内亦未有因违反法律、法规、规章以及规范性文件而受到中国人民银行中山市中心支行的行政处罚。

发行人报告期内虽存在转贷行为，但该等转贷行为所涉的贷款本息均已清偿，且发行人未发生转贷行为相关的行政处罚、诉讼或纠纷，发行人因前述转贷行为受到处罚的风险较小。

综上，前述转贷行为不构成重大违法行为及本次发行的法律障碍，前述转贷行为已经整改完毕，审计截止日后发行人未再发生转贷行为，发行人的相关内部控制制度健全并被有效执行。

2、资金拆借

报告期内，公司实际控制人石正兵与发行人及其子公司之间存在资金拆借行为，系因生产、经营需要产生的短期资金融通行为，具体情况如下：

单位：万元

序号	拆出方	拆入方	拆借金额	起始日	到期日
1	石正兵	中山太力	186.34	2018-12-27	2019-6-25
2	石正兵	湖北太力	80.00	2019-01-02	2019-02-02
3	石正兵	湖北太力	500.00	2019-01-23	2019-02-01
4	中山简居	石正兵	50.00	2019-10-24	2019-11-19

石正兵向中山太力、湖北太力拆出资金用于支持发行人及子公司业务和日常经营资金周转；石正兵向中山简居拆入资金系用于个人资金周转。上述资金拆借使用时间较短即归还，该行为未损害公司和中小股东的利益。截至报告期末，公司与关联方之间的资金拆借已清理完毕。公司控股股东、实际控制人已经承诺以后不与公司发生非经营性资金往来。

3、利用个人账户对外收付款项

报告期内，公司存在利用个人账户对外收付款项情形。具体包括：①利用出纳个人账户代发员工工资；②利用出纳个人账户代收废品销售款；③利用个人信

用卡账户代付亚马逊平台费用；④员工代收货款。具体情况如下：

单位：万元

事项	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
出纳个人账户代发员工工资	-	1.13	11.35	11.44
出纳个人账户代收废品销售款	-	19.17	70.45	24.33
个人信用卡账户代付亚马逊平台费用	0.13	36.04	48.68	6.18
员工代收货款	-	0.50	0.57	9.26

（1）出纳个人账户代发员工工资

2019年-2021年，湖北太力部分员工在当地银行办理工资卡开户流程审核时间较长，未能在发放工资前办理完毕，故湖北太力将上述人员工资汇入出纳个人银行账户，再由出纳以微信转账方式发放工资。上述人员工资卡开户完成后，湖北太力已通过自有银行账户转账方式发放工资。因此，上述情形由于特定原因发生，代发工资金额较小，公司已完成整改和规范。

（2）出纳个人账户代收废品销售款

报告期内，湖北太力废纸箱、报废压缩袋等废品销售业务交易对方为个人，基于废品收购个人的交易习惯，将废品销售款汇入湖北太力出纳个人账户后，再由湖北太力出纳取现后存入公司银行账户。公司废品销售核算以废品过磅单据、废品出库单为依据，废品销售收入入账金额准确、完整。针对上述以出纳个人账户代收废品销售款的不规范行为，发行人已制定了相关内控制度，审计截止日后发行人不存在上述情形。

（3）个人信用卡账户代付亚马逊平台费用

公司于2019年开始开展跨境电商业务。在业务开展初期，公司相关业务经办人员由于对亚马逊跨境电商平台规则熟悉程度不够，使用店铺主体公司法定代表人的个人信用卡支付亚马逊平台产生的仓储费、推广费等电商平台费用，再由公司为上述个人代付费用进行报销。审计截止日后，公司不存在使用个人信用卡账户代付亚马逊平台费的情形。

（4）员工代收货款

2019年至2021年，发行人存在零星员工代收货款的情形，代收金额分别为

9.26 万元、0.57 万元和 0.50 万元。公司员工代收货款主要是小额客户试样费，因金额较小，客户直接支付给公司业务人员，再由业务人员转入公司账户。公司已制定销售收款制度，并加强对业务人员培训，要求客户在提出用个人账户收款时与客户保持充分沟通，进一步减少并杜绝员工代收货款。

五、公司报告期内的违法违规行为及行政处罚情况

报告期内，发行人及其子公司不存在刑事犯罪或受到行政处罚的情形，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、公司资金占用和对外担保的情况

（一）资金占用情况

1、资金占用的具体情况

公司及其子公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的资金拆借情况参见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“四、公司内部控制制度情况”之“（四）发行人财务内控规范性”。

经核查，保荐机构、发行人律师认为：发行人控股股东、实际控制人报告期内曾存在的资金占用情况已采取有效整改措施清理完毕，上述情况不构成内控制度有效性的重大不利影响，不构成重大违法违规，不构成发行人首发的实质性法律障碍。

（二）对外担保情况

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人无对外担保情况。

七、发行人独立运营情况

公司自设立以来，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，逐步建立了完善的公司法人治理结构，在资产、业务、财务、机构、人员等方面与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业完全分开、独立运作，拥有独立的业务体系及面向市场独立经营的能力。

（一）资产完整

公司系由太力有限整体变更设立，继承了原有限公司所有的资产、负债及权益。设立时发起人出资已经足额到位，发起人和股东用作出资的资产的财产权转移手续已办理完毕，发起人和股东用作出资的资产不存在产权瑕疵，公司合法拥有与生产经营相关的资产。公司资产与股东及其他关联方的资产严格分开、独立运作，公司具备与生产经营相关的生产系统和相关配套设施，合法拥有与生产经营相关的主要土地、厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或者使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统，不存在资产、资金被控股股东、实际控制人占用而损害公司利益的情况。

（二）人员独立

公司董事、监事、高级管理人员皆严格按照《公司法》《公司章程》规定选举和任命产生。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皆在本公司专职工作并领取薪酬，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业任职或领取薪酬。公司财务人员均专职在公司工作和领取薪酬，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立

公司建立了完善的财务管理制度，设立专门的财务部门，拥有专职的财务人员。公司已建立独立的财务核算体系，具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度，能够根据生产经营需要独立作出财务决策。发行人依法独立纳税，开立了独立的银行账户，未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户，没有为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供任何形式的担保，或将以公司名义借入款项转借给控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，不存在控股股东和实际控制人干预公司资金使用的情况。

（四）机构独立

公司依照《公司法》建立了完善的公司治理机制，建立了健全的内部经营管理机构，依法设立了股东大会、董事会、监事会，设置和聘用了总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书等，制定了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《总经理工作细则》等制度。公司独立行使经营管理职权，

与控股股东和实际控制人及其控制的其他企业间不存在机构混同的情形。在内部机构设置上，公司建立了适应自身发展需要的组织机构，并制定了相应的内部管理与控制制度。各职能部门均独立履行其职能，不存在股东或其控制的企业直接干预公司经营活动的情况。

（五）业务独立

公司自主经营，建立了独立的研发、采购、销售及管理系统，完全独立于股东单位及其他关联方。公司拥有完整的经营决策权力，能够独立控制与生产经营相关的人员、资金、技术和设备，具有独立自主经营的能力。公司的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。

（六）主营业务、控制权、管理团队稳定

公司主营业务、控制权、管理团队和其他核心人员稳定，主营业务和董事、高级管理人员及其他核心人员最近 2 年内均没有发生重大不利变化；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 年实际控制人一直为石正兵，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）不存在对持续经营有重大影响的事项

截至本招股说明书签署之日，发行人不存在主要资产、核心技术、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）公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争

1、公司与控股股东、实际控制人之间不存在同业竞争

截至本招股说明书签署之日，除控股股东、实际控制人石正兵先生直接持有公司 70.72%股份外，公司无持股 5%以上的其他股东。除上述情况外，公司实际控制人不存在除发行人、员工持股平台外的其他投资。

2、公司与控股股东、实际控制人控制的其他企业之间不存在同业竞争

截至本招股说明书签署之日，公司的控股股东、实际控制人石正兵除合计控制本公司 79.11%的表决权外，还曾持有德同（天津）股权投资基金合伙企业（有限合伙）80%的股权，德同投资的主营业务为从事对未上市企业的投资，对上市公司非公开发行股票的投资及相关咨询服务（不得以任何方式公开募集和发行基金）。德同投资已于 2021 年 1 月注销，自成立至注销期间，德同投资未实际开展投资业务，与发行人不存在同业竞争关系。

除上述情况以外，本公司的控股股东、实际控制人石正兵未投资其他企业，也未从事其他与本公司相同或相近的业务。

（二）关于避免同业竞争的承诺

为避免产生同业竞争，本公司的控股股东、实际控制人石正兵出具了《避免同业竞争的承诺函》，具体内容详见“第十三节 附件”之“二、相关承诺的具体内容”之“（七）其他主要承诺事项”之“1、控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的承诺”。

九、关联方、关联关系及关联交易

（一）发行人的控股股东、实际控制人

石正兵直接持有公司 70.72%股份，同时石正兵在中山新正和中山魏力两家员工持股平台担任执行事务合伙人，合计间接控制公司 8.39%表决权，石正兵合计控制公司 79.11%表决权，是公司的控股股东、实际控制人。

（二）控股股东、实际控制人控制的其他企业

报告期内，除发行人及员工持股平台外，公司的控股股东、实际控制人石正兵控制的其他企业为德同（天津）股权投资基金合伙企业（有限合伙），已于 2021 年 1 月注销。该合伙企业具体情况如下：

项目	内容
名称	德同（天津）股权投资基金合伙企业（有限合伙）
成立日期	2011 年 6 月 14 日
注销日期	2021 年 1 月 5 日

执行事务合伙人	石正兵
注册资本	60,000 万元
注册地址	天津空港经济区西二道 82 号丽港大厦裙房二层 201-F098
经营范围	从事对未上市企业的投资，对上市公司非公开发行股票的投资及相关咨询服务（不得以任何方式公开募集和发行基金）（以上经营范围涉及行业许可的凭许可证件，在有效期限内经营，国家有专项专营规定的按规定办理）

（三）持有公司股份 5%以上的其他股东

截至本招股说明书签署日，除控股股东、实际控制人石正兵先生直接持有公司 70.72%股份外，公司无持股 5%以上的其他股东。

（四）公司控股子公司及参股公司

序号	关联方	关联关系
1	湖北太力家庭用品制造有限公司	发行人的全资子公司
2	湖北太力印务有限公司	发行人全资子公司湖北太力的控股子公司
3	深圳市太力科技发展有限公司	发行人的全资子公司
4	深圳市欣涛贸易有限责任公司	发行人全资子公司深圳太力的全资子公司
5	上海太力家庭用品有限公司	发行人的全资子公司
6	中山宜尚科技有限公司	发行人的全资子公司
7	中山市简居家庭用品有限公司	发行人全资子公司中山宜尚的全资子公司
8	中山市乐舟贸易有限公司	发行人全资子公司中山宜尚的全资子公司
9	杭州太力科技发展有限公司	发行人全资子公司中山宜尚的全资子公司
10	广州太给力传媒科技有限公司	发行人全资子公司中山宜尚的全资子公司
11	中山莱圃新材料有限公司	发行人的全资子公司
12	简居香港有限公司	发行人的全资子公司
13	武汉太力技术有限公司	发行人的全资子公司

（五）公司董事、监事、高级管理人员

序号	关联方名称	关联关系
1	石正兵、饶志明、石维聪、朱娟、刘奕华	公司董事
2	王振昌、阎云海、姜维	公司监事
3	石正兵、饶志明、廖江、王竑、聂琴	公司高管

（六）公司董事、监事、高级管理人员以及持股 5%自然人股东之关系密切的近亲属

公司董事、监事、高级管理人员及直接或间接持有公司 5%以上股份的自然人股东及其关系密切的近亲属，包括配偶、父母及配偶的父母、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。其中，公司实际控制人石正兵先生的哥哥石正才系湖北太力退休返聘人员；公司董事石维聪先生母亲丁春环系中山宜尚前员工，已于 2021 年离职；公司监事姜维的配偶肖磊系太力科技员工。报告期内，石正兵先生配偶的父亲尚积要曾担任中山简居监事，至 2021 年 5 月起不再担任。

（七）公司董事、监事、高级管理人员以及持股 5%自然人股东之关系密切的家庭成员控制或有重大影响及担任董事（除独立董事）、高级管理人员的企业

序号	关联方	关联关系
1	晋城市及时雨典当有限公司	发行人实际控制人石正兵配偶的父亲尚积要持股 20%，担任监事
2	泽州县泽盛昌小额贷款有限公司	发行人实际控制人石正兵配偶的弟弟尚巍然持股 50%，担任执行董事兼总经理、法定代表人
3	晋城市嘉睿企业管理有限公司	发行人实际控制人石正兵配偶的弟弟尚巍然持股 70%，担任执行董事兼总经理、法定代表人
4	深圳市百宜尚商贸有限公司	发行人实际控制人石正兵的姐姐石正清持股比例 100%，担任执行董事兼总经理
5	武侯区华谊诺服装店	发行人董事饶志明配偶杨安琼的弟弟杨志勇任负责人
6	新都区莎彤商贸经营部	发行人董事饶志明配偶杨安琼的弟弟杨志勇任负责人
7	竹溪县饶志荣化妆品店	发行人董事饶志明妹妹饶志荣担任经营者
8	自动化网（深圳）科技有限公司	发行人独立董事刘奕华任董事，持股 5%
9	广州玮琪科技有限公司	发行人独立董事朱娟配偶郑旭东担任总经理，持股 80%
10	南充市嘉陵区连军五金批发部	发行人监事阎云海姐姐的配偶刘连军任负责人
11	安乡县朗朗五金电动工具商行	发行人监事阎云海姐姐的配偶黄月朗任负责人

（八）报告期内曾存在的关联方

序号	关联方	关联关系
1	中山市超彦贸易有限公司	报告期内发行人曾实际控制的公司，已于 2022 年 4 月注销
2	中山市丹信贸易有限公司	报告期内发行人曾实际控制的公司，已于 2021 年 6 月注销

序号	关联方	关联关系
3	中山市泓太贸易有限公司	报告期内发行人曾实际控制的公司，已于 2022 年 6 月注销
4	中山市琼安贸易有限公司	报告期内发行人曾实际控制的公司，已于 2022 年 6 月注销
5	中山市守辉贸易有限公司	报告期内发行人曾实际控制的公司，已于 2022 年 6 月注销
6	中山市益进贸易有限公司	报告期内发行人曾实际控制的公司，已于 2022 年 4 月注销
7	中山市婕慧贸易有限公司	报告期内发行人曾实际控制的公司，已于 2022 年 4 月注销
8	中山市穆洁贸易有限公司	报告期内发行人曾实际控制的公司，已于 2022 年 4 月注销
9	中山市守登贸易有限公司	报告期内发行人曾实际控制的公司，已于 2022 年 4 月注销
10	中山市雁坤贸易有限公司	报告期内发行人曾实际控制的公司，已于 2022 年 4 月注销
11	美国太力有限公司	报告期内发行人曾实际控制的公司，已于 2019 年 2 月注销
12	美国收纳公司	报告期内发行人曾实际控制的公司，已于 2021 年 2 月注销
13	蔡小文	报告期内曾持有发行人 5%以上股份的股东
14	刘健	报告期内曾持有发行人 5%以上股份的股东
15	德同（天津）股权投资基金合伙企业（有限合伙）	公司董事长、总经理、实际控制人石正兵曾持有 80%份额的合伙企业，已于 2021 年 1 月注销
16	江龙船艇科技股份有限公司	公司财务总监王竑曾任高管的企业，已于 2020 年 9 月卸任
17	澳龙船艇科技有限公司	公司财务总监王竑曾任董事的企业，已于 2020 年 9 月卸任
18	厦门汇龙达成企业管理合伙企业（有限合伙）	公司财务总监王竑曾担任执行事务合伙人，2022 年 9 月 2 日已注销
19	中山市精致生活电子商务有限公司	公司监事王振昌配偶冯灿霞担任经理，执行董事，并持股 100%的公司，已于 2021 年 12 月注销
20	广东智投科技有限公司	刘奕华曾任董事，已于 2021 年 3 月卸任
21	佛山智教科技有限公司	刘奕华曾担任法定代表人，已于 2020 年 5 月注销
22	佛山宝环高新科技有限公司	刘奕华曾担任副董事长，已于 2020 年 6 月注销
23	日喀则锦程职业技能培训有限公司	朱娟配偶郑旭东持股 50%，曾任执行董事兼总经理，已于 2020 年 8 月注销
24	那曲地区建荣职业技能培训学校	朱娟配偶郑旭东担任负责人，已于 2020 年 9 月注销
25	中山市宝丰广场物业发展有限公司	蔡小文持股 50%，蔡小文的姐姐蔡婉婷持股 50%
26	珠海横琴华鑫融通私募基金管理有限公司（曾用名：珠海横琴华鑫融通投资管理有限公司）	刘健曾担任董事长并持股 43.5%，已于 2022 年 2 月退出
27	中山泓华股权投资管理中心（有限合伙）	刘健曾持有 38.46%份额，已于 2021 年 9 月退出
28	深圳前海汇融聚富资产管理有限公司	刘健曾担任法定代表人、执行董事、总经理，持股 100%，已于 2019 年 11 月注销
29	北京汇融金服信息咨询有限公司	刘健曾担任执行董事，经理；配偶刘丹任监事，持股 100%，已于 2021 年 3 月注销
30	武汉云康投资商务顾问有限责任公司	刘健担任法定代表人，已吊销未注销

序号	关联方	关联关系
31	上海尚实航空发动机股份有限公司（曾用名：上海尚实能源科技有限公公司）	刘健曾担任董事，已于 2020 年 10 月卸任，持股 5.02%
32	新疆绿洲影视音像制作出版发行有限公司	刘健持股 20%，已吊销未注销
33	武汉市康民卫生医疗保健品有限公司	刘健持股 37%，任执行董事兼总经理，已吊销未注销
34	武汉市星海新能源发展有限公司	刘健持股 30.02%，担任监事，已吊销未注销
35	北京汇融金控投资管理中心（有限合伙）	刘健配偶刘丹任执行事务合伙人，持股 90%
36	湖北省东方高柏科技发展有限公司	刘健配偶刘丹曾持股 20%，于 2021 年 11 月 25 日退出
37	深圳市美廷文化传播有限公司	刘健配偶刘丹担任监事，持股 80%
38	北京天一泓源科技有限公司	刘健配偶刘丹担任董事
39	深圳市美置乡墅科技有限公司	刘健配偶刘丹担任董事

除上述历史关联方外，公司历史关联方还包括上述历史关联自然人关系密切的家庭成员，以及上述历史关联方及其关系密切的家庭成员控制、共同控制、施加重大影响或担任董事、高级管理人员的其他企业，以及公司董事、监事、高级管理人员、持有公司 5%以上股份的自然人股东或该等人员关系密切的家庭成员曾经控制、共同控制、施加重大影响或担任董事、高级管理人员的其他企业。

（九）其他关联方

并非上述 1-8 项所界定的关联方，但根据实质重于形式原则，与发行人有特殊关系，可能导致发行人利益对其倾斜的自然人或企业。该等关联方的情况如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	随县京潭布艺制品厂	公司实际控制人石正兵的外甥女婿任坤持股100%的个人独资企业

报告期内，随县京潭布艺制品厂为发行人供应商，且多次为发行人转贷提供协助，依据实质重于形式原则，认定为发行人的其他关联方。

十、关联交易情况

公司具有独立、完整的经营体系，对控股股东、实际控制人及其他关联方不存在重大依赖关系。报告期内，公司的经常性关联交易主要为关联销售、关联采购、支付关键管理人员薪酬和关联薪酬，偶发性关联交易主要为向关联方资金拆

借及接受关联方担保等。报告期各期，公司关联交易的简要汇总如下：

（一）关联交易简要汇总表

单位：万元

交易性质	关联交易类型	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
经常性关联交易	关键管理人员薪酬	164.40	436.07	444.70	319.51
	关联薪酬	8.40	30.20	23.94	16.91
	关联销售	-	-	-	86.80
	关联采购	12.62	54.25	38.78	29.37
交易性质	关联交易类型	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
偶发性关联交易	关联担保	报告期内，存在石正兵为公司借款提供担保的情形，见本节“十、关联交易情况”之“（三）偶发性关联交易”之“1、关联担保”			
	关联方资金拆借	-	-	-	816.34
	关联方代付	0.007	21.31	38.91	5.65
	关联方转贷	-	-	-	3,632.11

（二）经常性关联交易

1、关键管理人员薪酬

报告期内，公司支付的关键管理人员薪酬情况如下表：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
关键管理人员薪酬	164.40	436.07	444.70	319.51

公司 2020 年度关键管理人员薪酬大幅增长，主要是公司 2020 年度经营业绩大幅提升，关键管理人员薪资水平上涨所致。

2、关联薪酬

公司实际控制人石正兵先生的哥哥石正才系湖北太力退休返聘人员；公司董事石维聪先生的母亲丁春环系中山宜尚前员工，已于 2021 年离职；公司监事姜维的配偶肖磊系太力科技员工。上述人员在公司任职期间领取薪酬的具体情况如下：

单位：万元

姓名	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度

姓名	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
石正才	1.25	3.37	3.90	3.47
丁春环	-	12.32	13.44	13.44
肖磊	7.15	14.51	6.60	-
合计	**8.40**	**30.20**	**23.94**	**16.91**

上述人员根据公司薪酬制度按岗位和职级确定薪酬标准，具有合理性，不存在损害公司利益的情形。

3、向关联方销售商品

单位：万元

关联方	关联交易内容	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
中山市精致生活电子商务有限公司	销售家居收纳用品	-	-	-	86.80

报告期内，发行人与关联方中山市精致生活电子商务有限公司（以下简称“精致生活”）存在关联销售的情况。2018 年公司开始通过电商平台销售产品，为进一步推广公司产品提升销售业绩，公司通过与经销商合作的形式开展电商业务。2018 年 4 月，发行人与精致生活签订了《经销商合作协议》，约定由精致生活在其淘宝、天猫店销售太力的真空收纳袋产品，双方的合作模式为线上买断式经销。精致生活有一定的网店运营经验，公司报告期内与精致生活合作有利于扩大公司产品的电商市场份额，关联销售的定价与第三方定价不存在显著差异，定价公允。随着公司自营电商平台销售规模快速增长，同时为减少关联交易，公司已于 2020 年停止向其销售产品。

4、向关联方采购商品

单位：万元

关联方	关联交易内容	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
随县京潭布艺制品厂	布艺产品外协加工	12.62	54.25	38.78	29.37

报告期内，发行人存在关联采购情况。京潭布艺的主营业务是布艺制品加工、销售。发行人与京潭布艺自 2015 年开始合作，京潭布艺向公司提供布艺产品外协加工。报告期内公司向京潭布艺关联采购金额较小，采购价格按市场价格定价，不会对公司经营业绩产生重大影响，对公司独立性亦不构成重大不利影响。

（三）偶发性关联交易

1、关联担保

序号	担保方	担保合同类型	被担保方	担保金额（万元）	债权确定期间	担保是否履行完毕
1	石正兵	最高额连带保证	太力科技	15,000.00	2018.10.19-2021.10.19	履行完毕
2	石正兵	最高额连带保证	太力科技	20,000.00	2021.01.01-2024.12.31	正在履行
3	石正兵	最高额连带保证	太力科技	2,000.00	2016.04.20-2026.04.19	正在履行
4	石正兵	最高额连带保证	太力科技	6,000.00	2018.02.06-2023.02.06	正在履行
5	石正兵	最高额连带保证	太力科技	2,500.00	2020.08.26-2023.08.25	正在履行
6	石正兵	最高额连带保证	太力科技	3,000.00	2021.07.29-2024.07.28	正在履行
7	石正兵	最高额连带保证	太力科技	5,000.00	2022.06.23-2025.06.22	正在履行
8	石正兵	最高额连带保证	太力科技	3,000.00	2021.09.02-2022.09.01	履行完毕
9	石正兵	最高额连带保证	湖北太力	500.00	2018.01.30-2023.01.29	正在履行
10	石正兵	最高额连带保证	湖北太力	3,100.00	2020.12.22-2021.12.21	履行完毕
11	石正兵	最高额连带保证	中山简居	1,200.00	2018.04.20-2019.04.19	履行完毕
12	石正兵	最高额连带保证	中山简居	1,200.00	2019.05.24-2020.05.23	履行完毕
13	石正兵	最高额连带保证	中山简居	1,200.00	2020.05.28-2022.05.27	履行完毕
14	石正兵	最高额连带保证	中山简居	1,000.00	2022.03.22-2024.03.21	正在履行

注：上述第 1、2、3、4、11、12、13 项系石正兵与发行人子公司共同担保。

报告期内，石正兵为公司提供担保均为无偿担保，公司未向石正兵支付费用，该关联担保系石正兵协助公司取得银行借款的行为，具有合理性，不存在损害公司利益的情形。

2、关联方资金拆借

单位：万元

拆出方	拆入方	拆借金额	起始日	到期日	利率	是否收回
石正兵	中山太力	186.34	2018-12-27	2019-06-25	-	是
石正兵	湖北太力	80.00	2019-01-02	2019-02-02	-	是
石正兵	湖北太力	500.00	2019-01-23	2019-02-01	-	是
中山简居	石正兵	50.00	2019-10-24	2019-11-19	-	是

石正兵向中山太力、湖北太力拆出资金用于支持发行人及子公司业务和日常经营资金周转；石正兵向中山简居拆入资金系用于个人资金周转。上述资金拆借使用时间较短即归还，该行为未损害公司和中小股东的利益。2020 年 1 月 1 日

以后，公司未发生关联方资金拆借。

3、关联方代付

报告期内，公司董监高及其近亲属以个人信用卡账户代付亚马逊跨境电商平台费，具体情况如下：

单位：万元

事项	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
董监高及其近亲属个人信用卡账户代付亚马逊平台费用	0.007	21.31	38.91	5.65

4、关联方转贷

报告期内，公司及子公司与关联方京潭布艺存在转贷行为，具体情况如下：

单位：万元

序号	借款主体	周转方	借款本金	转出时间	转出金额	转回时间	转回金额
1	中山简居	京潭布艺	406.00	2019 年 1 月	406.00	2019 年 1 月	406.00
2	太力科技	京潭布艺	300.00	2019 年 1 月	300.00	2019 年 1 月	300.00
3	太力科技	京潭布艺	365.00	2019 年 1 月	365.00	2019 年 1 月	365.00
4	太力科技	京潭布艺	350.00	2019 年 1 月	350.00	2019 年 1 月	350.00
5	太力科技	京潭布艺	250.00	2019 年 1 月	250.00	2019 年 1 月	250.00
6	太力科技	京潭布艺	355.00	2019 年 2 月	355.00	2019 年 2 月	354.99
7	太力科技	京潭布艺	500.00	2019 年 2 月	500.00	2019 年 2 月	499.99
8	太力科技	京潭布艺	500.00	2019 年 10 月	116.11	2019 年 10 月	116.11
9	湖北太力	京潭布艺	990.00	2019 年 1 月	990.00	2019 年 6 月	990.00

（四）关联方往来余额

1、应收项目

报告期各期末，应收关联方款项余额情况如下：

单位：万元

项目名称	关联方	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
应收账款	中山市精致生活电子商务有限公司	-	-	3.20	8.20
其他应收款	中山新正	0.001	0.001	0.001	-
其他应收款	中山魏力	-	-	0.01	-
其他应收款	饶志明	-	-	-	4.20

项目名称	关联方	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
其他应收款	石维聪	-	-	2.00	2.00

2、应付项目

报告期各期末，应付关联方款项余额情况如下：

单位：万元

项目名称	关联方	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
应付账款	随县京潭布艺制品厂	2.75	13.12	19.50	7.52
其他应付款	中山市精致生活电子商务有限公司	-	0.50	0.50	0.50

（五）关联交易履行的程序

发行人于 2022 年 10 月 12 日召开的第一届董事会第九次会议及于 2022 年 10 月 28 日召开的 2022 年第四次临时股东大会分别作出决议，确认发行人报告期内发生的关联交易真实、合法、有效，关联交易定价公允，不存在损害公司或股东的合法利益的情况。

（六）关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

公司具有完整的业务体系以及直接面向市场经营的能力。报告期内，公司与关联方等均系正常的业务往来，具有合理的商业背景。报告期内，公司关联交易占比较低，不存在对于关联方的重大依赖。

（七）独立董事对报告期内关联交易的意见

公司独立董事于 2022 年 10 月 12 日出具了独立意见，认为公司 2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月与关联方进行的关联交易真实、合法。

十一、公司境外经营情况

截至本招股说明书签署日，公司拥有的境外经营主体为简居香港。简居香港为公司香港子公司，实际作为发行人跨境电商业务的销售平台，主要负责跨境电商业务的销售和收款，并不从事生产活动。发行人曾拥有的境外子公司美国太力、美国收纳在报告期内已注销，设立后未实际经营，不存在境外经营情况。

除上述所述境外主体外，公司未在中国境外进行生产经营，也未在境外拥有其他资产。

第八节 财务会计信息与管理层分析

本节引用的财务会计数据，非经特别说明，均引自经审计的财务报告。投资者欲对公司进行更详细的了解，应当认真阅读财务报表及审计报告全文。

一、合并财务报表

（一）合并资产负债表

合并资产负债表（资产部分）

单位：元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
流动资产：				
货币资金	260,151,318.87	190,489,512.90	85,915,238.83	23,188,071.34
交易性金融资产	15,400.00	-	30,293,567.06	-
应收票据	-	-	80,000.00	-
应收账款	26,334,894.49	29,829,934.93	23,000,085.98	22,869,738.06
预付款项	3,190,308.31	2,257,591.55	2,888,150.88	1,744,928.89
其他应收款	5,817,543.16	7,388,241.90	6,396,144.61	3,808,730.60
存货	74,531,937.06	97,899,399.59	91,994,426.39	68,888,521.91
一年内到期的非流动资产	219,829.75	206,789.83	-	-
其他流动资产	1,481,757.42	1,222,375.37	1,994,351.43	1,537,494.16
流动资产合计	**371,742,989.06**	**329,293,846.07**	**242,561,965.18**	**122,037,484.96**
非流动资产：				
长期应收款	55,989.67	165,997.83	-	-
投资性房地产	1,401,129.93	1,438,172.79	1,512,258.51	1,586,344.23
固定资产	133,683,904.18	133,489,330.37	133,894,097.44	104,758,324.35
在建工程	662,491.04	458,715.60	174,173.74	950,805.03
使用权资产	56,682,990.70	63,006,051.17	-	-
无形资产	12,307,286.92	11,753,777.74	11,684,652.70	11,503,787.65
长期待摊费用	3,259,920.80	3,693,216.80	3,630,598.66	700,893.00
递延所得税资产	5,115,664.64	4,510,946.88	2,856,442.31	5,897,698.91
其他非流动资产	2,354,005.25	4,216,365.59	3,238,693.81	1,643,273.13
非流动资产合计	**215,523,383.13**	**222,732,574.77**	**156,990,917.17**	**127,041,126.30**
资产总计	**587,266,372.19**	**552,026,420.84**	**399,552,882.35**	**249,078,611.26**

合并资产负债表（负债及所有者权益部分）

单位：元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
流动负债：				
短期借款	102,890,141.72	79,073,832.61	86,572,446.35	83,308,580.20
交易性金融负债	283,670.00	-	-	-
应付票据	40,823,955.51	39,755,344.00	29,826,679.58	49,631,533.50
应付账款	74,543,979.20	106,003,742.60	110,316,588.93	94,784,037.70
预收款项	-	93,312.00	93,312.00	2,104,754.04
合同负债	2,175,793.04	1,578,185.32	2,974,744.02	-
应付职工薪酬	7,618,475.10	10,009,989.98	10,458,059.00	7,825,187.96
应交税费	8,928,662.28	4,509,808.77	1,419,494.90	2,671,545.67
其他应付款	3,018,532.38	4,747,747.64	4,864,627.67	3,990,083.27
一年内到期的非流动负债	7,909,523.90	6,507,939.12	1,814,018.34	7,015,228.68
其他流动负债	1,843,529.32	1,443,747.41	1,406,900.15	-
流动负债合计	**250,036,262.45**	**253,723,649.45**	**249,746,870.94**	**251,330,951.02**
非流动负债：				
长期借款	-	-	-	1,810,648.80
租赁负债	56,007,213.54	62,509,826.87	-	-
预计负债	-	-	-	703,381.45
递延收益	54,515.48	76,923.62	81,655.03	24,910.83
递延所得税负债	2,310.00	-	42,781.97	-
非流动负债合计	**56,064,039.02**	**62,586,750.49**	**124,437.00**	**2,538,941.08**
负债合计	**306,100,301.47**	**316,310,399.94**	**249,871,307.94**	**253,869,892.10**
股东权益：				
股本（实收资本）	81,210,000.00	81,210,000.00	79,010,000.00	68,700,000.00
资本公积	130,009,121.22	124,900,284.30	78,024,510.83	7,309,920.71
盈余公积	4,389,318.63	4,389,318.63	2,178,080.50	2,178,080.50
未分配利润	61,741,712.23	21,425,919.23	-13,323,223.05	-86,706,880.98
归属于母公司股东权益合计	277,350,152.08	231,925,522.16	145,889,368.28	-8,518,879.77
少数股东权益	3,815,918.64	3,790,498.74	3,792,206.13	3,727,598.93
股东权益合计	**281,166,070.72**	**235,716,020.90**	**149,681,574.41**	**-4,791,280.84**
负债和股东权益总计	**587,266,372.19**	**552,026,420.84**	**399,552,882.35**	**249,078,611.26**

（二）合并利润表

合并利润表

单位：元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
一、营业收入	**341,593,036.22**	**622,976,616.31**	**546,283,565.86**	**359,478,576.97**
减：营业成本	148,957,554.56	285,405,158.30	227,648,390.58	168,989,134.14
税金及附加	3,989,343.39	5,670,465.51	5,074,436.83	4,042,878.31
销售费用	102,153,411.31	188,166,215.36	157,926,052.80	99,558,390.51
管理费用	37,204,829.07	68,155,954.63	45,305,172.41	32,092,159.48
研发费用	9,782,676.97	18,786,782.11	16,096,030.11	10,823,054.48
财务费用	-2,312,845.91	8,123,173.48	6,468,538.10	4,516,436.32
其中：利息费用	3,276,101.33	7,550,550.76	4,796,566.22	5,785,783.40
利息收入	-616,848.71	-812,618.67	-526,625.08	-211,277.80
加：其他收益	5,126,195.08	1,495,816.09	2,011,918.16	580,176.00
投资收益	489,215.90	688,144.98	242,275.36	110,178.09
公允价值变动收益	-268,270.00	-	334,643.06	-
信用减值损失	310,717.50	-680,628.60	-279,206.26	70,710.33
资产减值损失	-2,662,851.54	-1,484,147.16	-2,362,140.84	-2,571,139.82
资产处置收益	345,283.05	73,649.00	25,615.03	-184,488.09
二、营业利润	**45,158,356.82**	**48,761,701.23**	**87,738,049.54**	**37,461,960.24**
加：营业外收入	793,450.45	751,742.12	479,567.85	429,671.07
减：营业外支出	169,240.23	601,651.31	1,051,952.22	230,359.19
三、利润总额	**45,782,567.04**	**48,911,792.04**	**87,165,665.17**	**37,661,272.12**
减：所得税费用	5,441,354.14	6,064,971.95	13,717,400.04	4,787,021.00
四、净利润	**40,341,212.90**	**42,846,820.09**	**73,448,265.13**	**32,874,251.12**
（一）按经营持续性分类：				
其中：持续经营净利润	40,341,212.90	42,846,820.09	73,448,265.13	32,874,251.12
终止经营净利润				
（二）按所有权归属分类：				
其中：归属于母公司所有者的净利润	40,315,793.00	42,848,527.48	73,383,657.93	32,837,184.84
少数股东损益	25,419.90	-1,707.39	64,607.20	37,066.28
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
六、综合收益总额	**40,341,212.90**	**42,846,820.09**	**73,448,265.13**	**32,874,251.12**
归属于母公司股东的综合收益总额	40,315,793.00	42,848,527.48	73,383,657.93	32,837,184.84
归属于少数股东的综合收益总额	25,419.90	-1,707.39	64,607.20	37,066.28
七、每股收益				
（一）基本每股收益	0.50	0.54	-	-
（二）稀释每股收益	0.50	0.54	-	-

（三）合并现金流量表

合并现金流量表

单位：元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 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	381,182,928.32	678,062,472.96	602,612,507.52	388,535,923.22
收到的税费返还	1,124,898.33	1,806,733.22	2,730,471.92	3,697,961.08
收到其他与经营活动有关的现金	8,685,496.13	15,603,586.02	6,394,388.44	65,009,032.20
经营活动现金流入小计	**390,993,322.78**	**695,472,792.20**	**611,737,367.88**	**457,242,916.50**
购买商品、接受劳务支付的现金	163,285,271.64	300,174,835.82	279,300,422.68	222,031,895.01
支付给职工以及为职工支付的现金	56,016,052.85	102,219,119.02	81,152,691.71	65,634,197.40
支付的各项税费	22,848,800.60	33,879,724.68	39,856,732.35	12,732,296.47
支付其他与经营活动有关的现金	92,671,364.91	168,906,787.59	151,255,192.82	131,870,560.02
经营活动现金流出小计	**334,821,490.00**	**605,180,467.11**	**551,565,039.56**	**432,268,948.90**
经营活动产生的现金流量净额	**56,171,832.78**	**90,292,325.09**	**60,172,328.32**	**24,973,967.60**
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	174,000,000.00	256,732,420.73	103,100,000.00	17,000,000.00
取得投资收益收到的现金	489,215.90	1,022,788.04	242,275.36	110,178.09
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	136,713.00	52,063.24	441,541.54	106,012.97
投资活动现金流入小计	**174,625,928.90**	**257,807,272.01**	**103,783,816.90**	**17,216,191.06**
购建固定资产、无形资	11,593,041.16	24,521,544.00	41,174,626.15	14,810,981.53

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
产和其他长期资产支付的现金				
投资支付的现金	174,000,000.00	226,773,496.73	133,058,924.00	17,000,000.00
投资活动现金流出小计	185,593,041.16	251,295,040.73	174,233,550.15	31,810,981.53
投资活动产生的现金流量净额	**-10,967,112.26**	**6,512,231.28**	**-70,449,733.25**	**-14,594,790.47**
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	35,200,000.00	79,820,000.00	-
取得借款收到的现金	61,177,542.44	112,000,000.00	103,459,808.00	127,630,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	104,406.60	122,970.00	-	-
筹资活动现金流入小计	**61,281,949.04**	**147,322,970.00**	**183,279,808.00**	**127,630,000.00**
偿还债务支付的现金	37,500,000.00	121,258,616.67	107,151,286.77	130,787,104.68
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	1,568,712.53	4,322,456.49	5,029,431.24	5,806,810.96
支付其他与筹资活动有关的现金	4,138,468.69	7,129,129.94	27,179.74	596,168.18
筹资活动现金流出小计	**43,207,181.22**	**132,710,203.10**	**112,207,897.75**	**137,190,083.82**
筹资活动产生的现金流量净额	**18,074,767.82**	**14,612,766.90**	**71,071,910.25**	**-9,560,083.82**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**5,109,308.34**	**-887,999.51**	**-1,932,387.64**	**1,537,242.79**
五、现金及现金等价物净增加额	**68,388,796.68**	**110,529,323.76**	**58,862,117.68**	**2,356,336.10**
加：期初现金及现金等价物余额	177,709,421.50	67,180,097.74	8,317,980.06	5,961,643.96
六、期末现金及现金等价物余额	**246,098,218.18**	**177,709,421.50**	**67,180,097.74**	**8,317,980.06**

二、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

公司根据所处的行业和自身发展阶段，从项目的性质和金额两方面判断财务会计信息的重要性。公司与财务会计信息相关的重要性水平的判断标准为合并口径扣除非经常性损益后净利润的 5%，或金额虽未达到前述标准，但对公司未来经营成果、财务状况、现金流量、流动性及持续经营能力造成重大影响以及可能会影响投资者投资判断的事项。

三、审计意见及关键审计事项

（一）审计意见

致同会计师事务所（特殊普通合伙）对公司最近三年及一期的财务报告进行了审计并出具了致同审字（2022）第441A025628号标准无保留意见的《审计报告》。公司的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了太力科技公司2019年12月31日、2020年12月31日、2021年12月31日和2022年6月30日的合并及公司财务状况以及2019年度、2020年度、2021年度和2022年1-6月的合并及公司经营成果和现金流量。

（二）关键审计事项

关键审计事项是申报会计师根据职业判断，认为对2019年度、2020年度、2021年度和2022年1-6月财务报表审计最为重要的事项。这些事项的应对以对财务报表整体进行审计并形成审计意见为背景，申报会计师不对这些事项单独发表意见。

1、收入确认

相关会计期间：2019年度、2020年度、2021年度和2022年1-6月。

（1）事项描述

公司2019年度、2020年度、2021年度和2022年1-6月营业收入分别为359,478,576.97元、546,283,565.86元、622,976,616.31元和341,593,036.22元，由于营业收入是公司的关键业绩指标之一，可能存在公司管理层通过不恰当的收入确认以达到特定目标或预期的固有风险，因此申报会计师将收入确认识别为关键审计事项。

（2）审计应对

2019年度、2020年度、2021年度和2022年1-6月财务报表审计中，申报会计师对收入确认主要执行了以下审计程序：

①了解和评价管理层与收入确认相关的关键内部控制的设计和运行有效性；

②了解各线上销售平台交易规则及结算方式、线下销售合同关键条款，评价

公司收入确认会计政策是否符合企业会计准则要求；

③结合销售模式、产品类别对收入及毛利率情况进行分析，判断收入金额是否出现异常波动；

④对销售收入的会计记录和出库记录中选取样本，检查与该笔销售相关的支持性文件，包括销售合同、订单、销售出库单、客户签收单、对账单、销售发票、物流运输单等，对于外销收入，还检查了相关的出口报关单和提单等原始凭证；

⑤选取主要客户结合应收账款、合同负债，对营业收入执行函证程序；

⑥由事务所的信息系统审计团队对公司信息系统执行内控测试和计算机辅助审计工作，包括对信息技术环境的了解、信息技术一般控制测试、应用控制测试和业务数据验证及分析；

⑦对临近资产负债表日的销售业务进行截止测试，检查是否存在跨期收入；

⑧选取主要客户及主要的第三方电商平台执行走访程序或远程视频访谈程序，以核实销售业务的真实性和商业实质。

2、存货跌价准备的计提

相关会计期间：2019 年度、2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-6 月。

（1）事项描述

截至 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日和 2022 年 6 月 30 日，公司合并财务报表存货余额分别为 72,161,879.15 元、95,909,160.85 元、102,705,594.89 元和 80,268,327.26 元，存货跌价准备金额分别为 3,273,357.24 元、3,914,734.46 元、4,806,195.30 元和 5,736,390.20 元，存货的可变现净值以预计售价减去至完工时估计将要发生的成本（如相关）、估计的销售费用以及相关税费后的金额确定。

由于存货账面价值较高，存货跌价准备计提是否充分对财务报表影响较大，且管理层测算存货跌价准备时需要运用重大会计估计和判断，因此，申报会计师将存货跌价准备的计提识别为关键审计事项。

（2）审计应对

2019 年度、2020 年度、2021 年度、2022 年 1-6 月财务报表审计中，申报会计师对存货跌价准备的计提实施的审计程序主要包括：

①了解和评价管理层与存货跌价政策及存货管理相关的关键内部控制的设计和运行有效性；

②对存货实施监盘，检查存货的数量及状况等；

③获取期末存货库龄表，结合存货状况，对期末存货库龄进行分析，复核存货跌价准备的计提是否合理；

④获取公司存货跌价准备计算表，执行存货跌价测试，检查是否按企业会计准则的要求进行期末计价，判断存货跌价准备计提是否充分、准确；

⑤检查存货的期后销售情况，验证存货跌价准备计提是否充分。

四、发行人盈利能力或财务状况的主要影响因素及相关财务或非财务指标分析

对公司未来盈利能力或财务状况可能产生较大影响的财务和非财务因素主要如下：

（一）影响收入的主要因素

公司主营业务为真空收纳、壁挂置物、食品保鲜、家庭清洁等多品类家居收纳用品及相关功能材料的研发、生产和销售。影响公司收入的主要因素包括终端消费者市场的接受程度、营销网络和渠道的拓展情况、新产品的研发和推广情况等。

1、终端消费者市场的接受程度

公司产品终端用户为家居用品消费者，其对公司产品的认可和购买意愿是公司收入增长的基础。公司未来的盈利能力主要取决于真空收纳袋、垂直墙壁置物产品等家居用品在同类型产品领域的普及程度，以及消费者对公司产品的认可度。

2、营销网络和渠道的拓展情况

公司建立了以线上销售为主、线下销售为辅，内外销并重的全渠道销售模式。

公司产品作为家居用品直接面向广大消费者，因此构建适用于公司自身的营销渠道，抢占市场先机、扩大市场份额是增强品牌影响力的关键。一方面，线下销售渠道能够给予消费者对于产品更直观的感受，对于促成交易和营造品牌形象具有重要的影响；另一方面，线上销售渠道不受地域、时间限制，可结合互联网大数据分析，实现贴合消费者偏好的精准营销推广，随着线上购物在我国零售业比重的进一步增大，以及线上销量和用户评价对消费者产品选择的影响进一步增强，线上销售在公司业务发展过程中发挥的作用愈加突出。因此，公司需持续加大市场开拓力度，不断拓展销售网络，丰富销售渠道，完善以线上销售为主、线上线下互补的立体营销体系，以保证盈利能力的可持续增长。

3、新产品的研发和推广

近年来，随着居民消费水平的不断增长，以及主力消费人群消费理念的转变，伴随中国经济与互联网一同成长起来的 80 后、90 后甚至 00 后将成为我国未来消费市场中的主力军，时尚消费、品牌消费也将成为未来消费的主要标签之一。这一代消费者在选择家居产品时，除了满足产品使用的基本需求外，更关注家居产品的外观设计、个性化、时尚性、便捷性以及智能性。因此，随着消费群体更新换代，消费观念升级，为满足日益增长的多样化市场需求，公司需要不断研发和推出适销的新产品，积极扩大品牌影响力，推动公司盈利能力持续增长。

4、外部市场环境的影响

报告期内，公司外销收入占各期主营业务收入比例分别为 32.70%、19.04%、21.18%和 21.94%，主要为国际知名零售企业提供 ODM/OEM 业务以及在亚马逊等平台开展自主品牌跨境电商业务。若未来我国出口政策、出口目的地国进口政策与经济状况、汇率政策发生重大变化，公司外销业务将受到影响。因此，公司需要紧跟欧美等主要境外市场政策要求，深入了解境外消费者需求，把握各国对外贸易政策的变动趋势，提高公司境外业务抗风险能力。

（二）影响成本的主要因素

公司主营业务成本主要包括材料成本、人工成本及制造费用，其中材料成本占主营业务成本的比重在 70%左右。公司主要原材料包括 ABS 料、PE 膜、BOPA 膜、筒料、包装材料等。如果上述材料的采购价格大幅上涨，可能对公司的营业

成本产生不利影响。

（三）影响期间费用的主要因素

报告期内，公司的期间费用主要由销售费用、管理费用和研发费用构成，其中营销推广费、电商费用、研发直接投入、各类人员薪酬等占期间费用的比重较高。在可预见的未来，上述费用仍将是影响公司期间费用的主要因素。因此，公司营销推广活动的频次、电商平台的销售规模和收费标准、新研发项目的开展情况、销售人员和研发人员规模等因素对公司期间费用和业绩变动有较大影响。此外，由于公司外销业务主要以美元等外币结算，近期汇率波动幅度加大亦将影响公司财务费用中的汇兑损益。

（四）影响利润的主要因素

除上述影响收入、成本和期间费用的主要因素外，影响公司利润的主要因素还包括公司主营业务毛利率和公司享受的税收优惠政策。报告期内，公司主营业务毛利率分别为 52.90%、58.00%、53.77%和 56.18%，毛利率处于较高水平。未来随着行业竞争态势的加剧，公司主营业务毛利率存在下降的可能性；另外，公司作为高新技术企业，享受所得税税收优惠，若未来国家相关税收优惠政策发生变化，或者公司在未来期间不能被认定为高新技术企业，则公司可能无法继续享受有关税收优惠政策，从而对公司利润产生不利影响。

关于影响公司盈利能力的主要因素的具体分析详见本节之“十一、经营成果分析”部分内容。

五、财务报表的编制基础

（一）财务报表的编制基础

公司财务报表以持续经营为编制基础，按照财政部发布的企业会计准则及其应用指南、解释及其他有关规定（以下合称“企业会计准则”），以及中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号—财务报告的一般规定》（2014 年修订）的披露规定编制财务报表。

（二）持续经营能力评价

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影响的事

项或情况。

（三）合并财务报表范围及变化情况

公司合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，公司纳入合并财务报表范围子公司及其变动情况具体如下：

序号	子公司名称	报告期是否纳入合并报表范围			
		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
1	湖北太力家庭用品制造有限公司	是	是	是	是
2	湖北太力印务有限公司	是	是	是	是
3	深圳市太力科技发展有限公司	是	是	是	是
4	深圳市欣涛贸易有限责任公司	是	是	否	否
5	上海太力家庭用品有限公司	是	是	是	是
6	中山宜尚科技有限公司	是	是	是	是
7	中山市简居家庭用品有限公司	是	是	是	是
8	中山市乐舟贸易有限公司	是	是	否	否
9	杭州太力科技发展有限公司	是	否	否	否
10	广州太给力传媒科技有限公司	是	否	否	否
11	中山莱圃新材料有限公司	是	是	是	是
12	简居香港有限公司	是	是	是	否
13	中山市超彦贸易有限公司	是	是	是	否
14	中山市丹信贸易有限公司	否	是	是	否
15	中山市泓太贸易有限公司	是	是	是	是
16	中山市琼安贸易有限公司	是	是	是	是
17	中山市守辉贸易有限公司	是	是	是	是
18	中山市益进贸易有限公司	是	是	是	是
19	中山市婕慧贸易有限公司	是	是	是	否
20	中山市穆洁贸易有限公司	是	是	是	否
21	中山市守登贸易有限公司	是	是	是	是
22	中山市雁坤贸易有限公司	是	是	是	否

六、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

本部分仅披露报告期内对公司财务状况和经营成果有重大影响的会计政策和会计估计。公司全部的重要会计政策和会计估计参见公司经审计的财务报表附

注。

（一）外币业务

本公司发生外币业务，采用按照系统合理的方法确定的、与交易发生日即期汇率近似的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，根据非货币性项目的性质计入当期损益或其他综合收益。

（二）金融工具

金融工具的确认和终止确认、金融资产分类和计量、金融负债分类和计量、衍生金融工具及嵌入衍生工具、金融工具公允价值、金融资产和金融负债的抵销、金融资产转移等详见公司经审计的财务报表附注。公司金融资产减值会计政策如下：

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

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限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。

2、应收票据、应收账款和合同资产

对于应收票据、应收账款和合同资产，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、应收账款和合同资产划分组合，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：应收合并范围内关联方组合

应收账款组合 2：应收商超客户组合

应收账款组合 3：应收 ODM/OEM 客户组合

应收账款组合 4：应收电商客户组合

应收账款组合 5：应收其他客户组合

C、合同资产（2020 年 1 月 1 日以后）

合同资产组合 1：产品销售组合

对于划分为组合的应收票据和合同资产，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，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

3、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：押金保证金组合

其他应收款组合 2：政府机关款项组合

其他应收款组合 3：往来款及其他组合

其他应收款组合 4：合并范围内关联方组合

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。

4、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。

（三）存货

1、存货的分类

本公司存货分为原材料、周转材料及低值易耗品、在产品、半成品、委托加工物资、库存商品、发出商品等。

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。存货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。

5、周转材料和低值易耗品的摊销方法

本公司周转材料和低值易耗品领用时采用一次转销法摊销。

（四）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。原股权分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的非交易性权益工具投资的，与其相关的原计入其他综合收益的累计公允价值变动在改按权益法核算时转入留存收益。

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、持有待售的权益性投资

对于未划分为持有待售资产的剩余权益性投资，采用权益法进行会计处理。

已划分为持有待售的对联营企业或合营企业的权益性投资，不再符合持有待售资产分类条件的，从被分类为持有待售资产之日起采用权益法进行追溯调整。

5、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“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“六、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（九）资产减值”。

（五）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。

与固定资产有关的后续支出，在与其有关的经济利益很可能流入本公司且其成本能够可靠计量时，计入固定资产成本；不符合固定资产资本化后续支出条件的固定资产日常修理费用，在发生时按照受益对象计入当期损益或计入相关资产的成本。对于被替换的部分，终止确认其账面价值。

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	20-30	5.00	4.75-3.17
机器设备	10	5.00	9.50
运输设备	5	5.00	19.00
电子设备及其他	3-5	5.00	31.67-19.00

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

计提固定资产减值的方法见本节之“（九）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（2021 年 1 月 1 日以前）

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、固定资产处置

当固定资产被处置、或者预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

（六）在建工程

本公司在建工程成本按实际工程支出确定，包括在建期间发生的各项必要工程支出、工程达到预定可使用状态前的应予资本化的借款费用以及其他相关费用等。

在建工程在达到预定可使用状态时转入固定资产。

在建工程计提资产减值方法见本节之“（九）资产减值”。

（七）无形资产

本公司无形资产包括土地使用权、软件等。

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	摊销方法
土地使用权	50 年	直线法
软件	10 年	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详见本节之“（九）资产减值”。

（八）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。

（九）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、使用权资产、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）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。

（十一）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：

1、该义务是本公司承担的现时义务；

2、该义务的履行很可能导致经济利益流出本公司；

3、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。

（十二）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。

（十三）收入

1、一般原则

（1）2020 年 1 月 1 日以前

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）2020 年 1 月 1 日以后

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。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

本公司收入确认的具体方法如下：

<table>
<tr><th colspan="4">销售模式</th><th>具体方法</th></tr>
<tr><td rowspan="8">自主品牌业务</td><td rowspan="4">线上</td><td colspan="2">直销</td><td>国内电商：收到终端客户订单后发货，买家确认收货或系统自动默认确认收货后确认收入。
跨境电商：消费者下单购买后，跨境电商平台安排送货给消费者，商品送达后，跨境电商平台出具商品交易报告，公司根据交易报告确认收入。</td></tr>
<tr><td colspan="2">平台入仓</td><td>消费者直接向电商平台下单并付款，公司根据合同约定的对账时间，平台开具结算单核对无误后确认收入。</td></tr>
<tr><td rowspan="2">经销</td><td>经销商发货</td><td>公司将产品销售给经销商，终端消费者在经销商合作的平台下单后，由经销商自行发货给消费者。经销商销售采用买断方式，经签收后确认收入。</td></tr>
<tr><td>经销代发货</td><td>终端消费者在经销商的网店下单后，订单信息转至公司并由公司直接发货给终端消费者确认收货、系统自动默认确认收货或出具结算单后确认收入。</td></tr>
<tr><td rowspan="4">线下</td><td colspan="2">商超卖场</td><td>公司按客户的要求将商品交付客户，并在约定时间双方对账，取得客户对账单后开具增值税发票并确认收入，因公司与商超签订的销售合同，商超都享有随时无条件退货的权利，公司根据历史期间的期后退货率，预估各报告期末销售退回情况，并确认预计退货。</td></tr>
<tr><td rowspan="2">直销</td><td>TO B</td><td>公司在货物已经发出并经客户签收后确认收入。</td></tr>
<tr><td>TO C</td><td>消费者支付款项，将产品交付给消费者后确认收入。</td></tr>
<tr><td colspan="2">经销</td><td>经销商销售采用买断方式，除产品质量问题外经销商不能退、换货。公司发货给经销商，经签收后确认收入。</td></tr>
<tr><td rowspan="2">ODM/OEM业务</td><td colspan="3">国内 ODM/OEM</td><td>公司一般在货物已经发出并经客户签收确认后或根据合同约定定期对账开具结算单核对无误开票后确认收入。</td></tr>
<tr><td colspan="3">国外 ODM/OEM</td><td>公司主要采用 FOB（离岸价格）、FCA（货交承运人）销售方式，采用 FOB 方式时公司完成出口报关以提单的装船日期确认收入，采用 FCA 方式时在货物交付给承运人且完成出口报关手续取得出口报关单时确认收入。</td></tr>
</table>

（十四）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。

（十五）租赁

1、2021 年 1 月 1 日以前

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。

（3）新冠肺炎疫情引发的租金减让

对于由新冠肺炎疫情直接引发的、本公司与承租人或出租人就现有租赁合同达成的租金减免、延期支付等租金减让，同时满足下列条件的，本公司对房屋及建筑物等类别租赁采用简化方法：

①减让后的租赁对价较减让前减少或基本不变，其中，租赁对价未折现或按减让前折现率折现均可；

②减让仅针对 2022 年 6 月 30 日前的应付租赁付款额；

③综合考虑定性和定量因素后认定租赁的其他条款和条件无重大变化。

本公司不评估是否发生租赁变更。

当本公司作为承租人时，对于经营租赁，本公司继续按照与减让前一致的方法将原合同租金计入相关资产成本或费用。发生租金减免的，本公司将减免的租金作为或有租金，在减免期间冲减成本或费用；延期支付租金的，本公司在原支付期间将应支付的租金确认为应付款项，在实际支付时冲减前期确认的应付款项；对于融资租赁，本公司继续按照与减让前一致的折现率将未确认融资费用确认为当期融资费用，继续按照与减让前一致的方法对融资租入资产进行计提折旧等后续计量。发生租金减免的，本公司将减免的租金作为或有租金，在达成减让协议

等解除原租金支付义务时，冲减资产成本或费用等科目，并相应调整长期应付款，按照减让前折现率折现计入当期损益的，还应调整未确认融资费用；延期支付租金的，本公司在实际支付时冲减前期确认的长期应付款。

当本公司作为出租人时，对于经营租赁，本公司继续按照与减让前一致的方法将原合同租金确认为租赁收入。发生租金减免的，本公司将减免的租金作为或有租金，在减免期间冲减租赁收入；延期收取租金的，本公司在原收取期间将应收取的租金确认为应收款项，并在实际收到时冲减前期确认的应收款项；对于融资租赁，本公司继续按照与减让前一致的租赁内含利率将未实现融资收益确认为租赁收入。发生租金减免的，本公司将减免的租金作为或有租金，在达成减让协议等放弃原租金收取权利时，冲减原确认的租赁收入，不足冲减的部分计入投资收益，同时相应调整长期应收款，按照减让前折现率折现计入当期损益的，还应调整未实现融资收益；延期收取租金的，本公司在实际收到时冲减前期确认的长期应收款。

2、2021 年 1 月 1 日以后

（1）租赁的识别

在合同开始日，本公司作为承租人或出租人评估合同中的客户是否有权获得在使用期间内因使用已识别资产所产生的几乎全部经济利益，并有权在该使用期间主导已识别资产的使用。如果合同中一方让渡了在一定期间内控制一项或多项已识别资产使用的权利以换取对价，则本公司认定合同为租赁或者包含租赁。

（2）本公司作为承租人

在租赁期开始日，本公司对所有租赁确认使用权资产和租赁负债，简化处理的短期租赁和低价值资产租赁除外。

使用权资产的会计政策见本节之“六、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（十六）使用权资产”。

租赁负债按照租赁期开始日尚未支付的租赁付款额采用租赁内含利率计算的现值进行初始计量，无法确定租赁内含利率的，采用增量借款利率作为折现率。租赁付款额包括：固定付款额及实质固定付款额，存在租赁激励的，扣除租赁激励相关金额；取决于指数或比率的可变租赁付款额；购买选择权的行权价格，前

提是承租人合理确定将行使该选择权；行使终止租赁选择权需支付的款项，前提是租赁期反映出承租人将行使终止租赁选择权；以及根据承租人提供的担保余值预计应支付的款项。后续按照固定的周期性利率计算租赁负债在租赁期内各期间的利息费用，并计入当期损益。未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益。

①短期租赁

短期租赁是指在租赁期开始日，租赁期不超过 12 个月的租赁，包含购买选择权的租赁除外。

本公司将短期租赁的租赁付款额，在租赁期内各个期间按照直线法的方法计入相关资产成本或当期损益。

对于短期租赁，本公司按照租赁资产的类别将下列资产类型中满足短期租赁条件的项目选择采用上述简化处理方法。

②低价值资产租赁

低价值资产租赁是指单项租赁资产为全新资产时价值低于 10 万元的租赁。

本公司将低价值资产租赁的租赁付款额，在租赁期内各个期间按照直线法的方法计入相关资产成本或当期损益。

对于低价值资产租赁，本公司根据每项租赁的具体情况选择采用上述简化处理方法。

③租赁变更

租赁发生变更且同时符合下列条件的，本公司将该租赁变更作为一项单独租赁进行会计处理：A、该租赁变更通过增加一项或多项租赁资产的使用权而扩大了租赁范围；B、增加的对价与租赁范围扩大部分的单独价格按该合同情况调整后的金额相当。

除新冠肺炎疫情直接引发的合同变更采用简化方法外，租赁变更未作为一项单独租赁进行会计处理的，在租赁变更生效日，本公司重新分摊变更后合同的对价，重新确定租赁期，并按照变更后租赁付款额和修订后的折现率计算的现值重新计量租赁负债。

租赁变更导致租赁范围缩小或租赁期缩短的，本公司相应调减使用权资产的账面价值，并将部分终止或完全终止租赁的相关利得或损失计入当期损益。

其他租赁变更导致租赁负债重新计量的，本公司相应调整使用权资产的账面价值。

（3）本公司作为出租人

本公司作为出租人时，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融资租赁

融资租赁中，在租赁期开始日本公司按租赁投资净额作为应收融资租赁款的入账价值，租赁投资净额为未担保余值和租赁期开始日尚未收到的租赁收款额按照租赁内含利率折现的现值之和。本公司作为出租人按照固定的周期性利率计算并确认租赁期内各个期间的利息收入。本公司作为出租人取得的未纳入租赁投资净额计量的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益。

应收融资租赁款的终止确认和减值按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》和《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》的规定进行会计处理。

②经营租赁

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。发生的与经营租赁有关的初始直接费用应当资本化，在租赁期内按照与租金收入确认相同的基础进行分摊，分期计入当期损益。取得的与经营租赁有关的未计入租赁收款额的可变租赁付款额，在实际发生时计入当期损益。

③租赁变更

除新冠肺炎疫情直接引发的合同变更采用简化方法外，经营租赁发生变更的，本公司自变更生效日起将其作为一项新租赁进行会计处理，与变更前租赁有关的预收或应收租赁收款额视为新租赁的收款额。

除新冠肺炎疫情直接引发的合同变更采用简化方法外，融资租赁发生变更且同时符合下列条件的，本公司将该变更作为一项单独租赁进行会计处理：①该变

更通过增加一项或多项租赁资产的使用权而扩大了租赁范围；②增加的对价与租赁范围扩大部分的单独价格按该合同情况调整后的金额相当。

融资租赁发生变更未作为一项单独租赁进行会计处理的，本公司分别下列情形对变更后的租赁进行处理：①假如变更在租赁开始日生效，该租赁会被分类为经营租赁的，本公司自租赁变更生效日开始将其作为一项新租赁进行会计处理，并以租赁变更生效日前的租赁投资净额作为租赁资产的账面价值；②假如变更在租赁开始日生效，该租赁会被分类为融资租赁的，本公司按照《企业会计准则第22 号——金融工具确认和计量》关于修改或重新议定合同的规定进行会计处理。

（4）转租赁

本公司作为转租出租人时，基于原租赁产生的使用权资产对转租赁进行分类。原租赁为短期租赁，且本公司对原租赁进行简化处理的，将该转租赁分类为经营租赁。

（5）售后回租

承租人和出租人按照《企业会计准则第 14 号——收入》的规定，评估确定售后租回交易中的资产转让是否属于销售。

售后租回交易中的资产转让属于销售的，承租人按原资产账面价值中与租回获得的使用权有关的部分，计量售后租回所形成的使用权资产，并仅就转让至出租人的权利确认相关利得或损失；出租人根据其他适用的企业会计准则对资产购买进行会计处理，并根据本准则对资产出租进行会计处理。

售后租回交易中的资产转让不属于销售的，承租人继续确认被转让资产，同时确认一项与转让收入等额的金融负债，并按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》对该金融负债进行会计处理；出租人不确认被转让资产，但确认一项与转让收入等额的金融资产，并按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》对该金融资产进行会计处理。

（6）新冠肺炎疫情引发的租金减让

对于由新冠肺炎疫情直接引发的、本公司与承租人或出租人就现有租赁合同达成的租金减免、延期支付等租金减让，同时满足下列条件的，本公司对房屋及

建筑物等类别租赁采用简化方法：

①减让后的租赁对价较减让前减少或基本不变，其中，租赁对价未折现或按减让前折现率折现均可；

②减让仅针对 2022 年 6 月 30 日前的应付租赁付款额；

③综合考虑定性和定量因素后认定租赁的其他条款和条件无重大变化。

本公司不评估是否发生租赁变更。

当本公司作为承租人时，本公司继续按照与减让前一致的折现率计算租赁负债的利息费用并计入当期损益，继续按照与减让前一致的方法对使用权资产进行计提折旧等后续计量。发生租金减免的，本公司将减免的租金作为可变租赁付款额，在达成减让协议等解除原租金支付义务时，按未折现或减让前折现率折现金额冲减相关资产成本或费用，同时相应调整租赁负债；延期支付租金的，本公司在实际支付时冲减前期确认的租赁负债。对于采用简化处理的短期租赁和低价值资产租赁，本公司继续按照与减让前一致的方法将原合同租金计入相关资产成本或费用。发生租金减免的，本公司将减免的租金作为可变租赁付款额，在减免期间冲减相关资产成本或费用；延期支付租金的，本公司在原支付期间将应支付的租金确认为应付款项，在实际支付时冲减前期确认的应付款项。

当本公司作为出租人时，对于经营租赁，本公司继续按照与减让前一致的方法将原合同租金确认为租赁收入。发生租金减免的，本公司将减免的租金作为可变租赁付款额，在减免期间冲减租赁收入；延期收取租金的，本公司在原收取期间将应收取的租金确认为应收款项，并在实际收到时冲减前期确认的应收款项。对于融资租赁，本公司继续按照与减让前一致的折现率计算利息并确认为租赁收入。发生租金减免的，本公司将减免的租金作为可变租赁付款额，在达成减让协议等放弃原租金收取权利时，按未折现或减让前折现率折现金额冲减原确认的租赁收入，不足冲减的部分计入投资收益，同时相应调整应收融资租赁款；延期收取租金的，本公司在实际收到时冲减前期确认的应收融资租赁款。

（十六）使用权资产

1、使用权资产确认条件

使用权资产是指本公司作为承租人可在租赁期内使用租赁资产的权利。

在租赁期开始日，使用权资产按照成本进行初始计量。该成本包括：租赁负债的初始计量金额；在租赁期开始日或之前支付的租赁付款额，存在租赁激励的，扣除已享受的租赁激励相关金额；本公司作为承租人发生的初始直接费用；本公司作为承租人为拆卸及移除租赁资产、复原租赁资产所在场地或将租赁资产恢复至租赁条款约定状态预计将发生的成本。本公司作为承租人按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》对拆除复原等成本进行确认和计量。后续就租赁负债的任何重新计量作出调整。

2、使用权资产的折旧方法

本公司采用直线法计提折旧。本公司作为承租人能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，在租赁资产剩余使用寿命内计提折旧。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剩余使用寿命两者孰短的期间内计提折旧。

3、使用权资产的减值测试方法、减值准备计提方法

使用权资产减值计提对的方法详见本节之“六、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（九）资产减值”。

（十七）重要会计政策、会计估计变更和会计差错更正

1、重要会计政策变更

（1）2020 年度会计政策变更

①新收入准则

财政部于 2017 年发布了《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、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：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相关的预收款项重分类至合同负债。将附有销售退回条款的销售，应收退货成本重分类至其他流动资产，应付退货款重分类至其他流动负债。	预收款项	-2,104,754.04
	合同负债	1,933,781.97
	其他流动资产	268,547.74
	其他流动负债	1,142,901.26
	预计负债	-703,381.45

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：元

受影响的资产负债表项目	影响金额
	2020/12/31
预收款项	-3,236,452.37
合同负债	2,974,744.02

受影响的资产负债表项目	影响金额
	2020/12/31
其他流动资产	349,705.52
其他流动负债	1,406,900.15
预计负债	-795,486.28
存货	1,334,240.89
受影响的利润表项目	**2020 年度**
营业成本	39,881,000.46
销售费用	-41,215,241.35

②企业会计准则解释第 13 号

财政部于 2019 年 12 月发布了《企业会计准则解释第 13 号》（财会〔2019〕21 号）（以下简称“解释第 13 号”）。

解释第 13 号修订了构成业务的三个要素，细化了业务的判断条件，对非同一控制下企业合并的购买方在判断取得的经营活动或资产的组合是否构成一项业务时，引入了“集中度测试”的方法。

解释第 13 号明确了企业的关联方包括企业所属企业集团的其他共同成员单位（包括母公司和子公司）的合营企业或联营企业，以及对企业实施共同控制的投资方的企业合营企业或联营企业等。

解释 13 号自 2020 年 1 月 1 日起实施，本公司采用未来适用法对上述会计政策变更进行会计处理。

采用解释第 13 号未对本公司财务状况、经营成果和关联方披露产生重大影响。

③财政部于 2020 年 6 月发布了《关于印发<新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定>的通知》（财会[2020]10 号），可对新冠肺炎疫情相关租金减让根据该会计处理规定选择采用简化方法。

本公司对于自 2020 年 1 月 1 日起发生的房屋及建筑物类别租赁的相关租金减让，采用了该会计处理规定中的简化方法，在减免期间或在达成减让协议等解除并放弃相关权利义务时，将相关租金减让计入损益。上述简化方法对本期利润的影响金额为 498,880.50 元。

本公司对 2020 年 1 月 1 日之前发生的租金减让不适用上述简化处理方法。

（2）2021 年度会计政策变更

①新租赁准则

财政部于 2018 年发布了《企业会计准则第 21 号——租赁（修订）》，要求在境内外同时上市的企业以及在境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报表的企业，自 2019 年 1 月 1 日起施行；其他执行企业会计准则的企业自 2021 年 1 月 1 日起施行。本公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，对会计政策相关内容进行了调整。

对于首次执行日前已存在的合同，本公司在首次执行日选择不重新评估其是否为租赁或者包含租赁。对首次执行日之后签订或变更的合同，本公司按照新租赁准则中租赁的定义评估合同是否为租赁或者包含租赁。

新租赁准则中租赁的定义并未对本公司满足租赁定义的合同的范围产生重大影响。

A、作为承租人

新租赁准则要求承租人对所有租赁确认使用权资产和租赁负债，简化处理的短期租赁和低价值资产租赁除外，并分别确认折旧和利息费用。

对于首次执行日前已存在的合同，本公司在首次执行日选择不重新评估其是否为租赁或者包含租赁。

新租赁准则允许承租人选择下列方法之一对租赁进行衔接会计处理：

a.按照《企业会计准则第 28 号——会计政策、会计估计变更和差错更正》的规定采用追溯调整法处理。

b.根据首次执行本准则的累积影响数，调整首次执行本准则当年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额，不调整可比期间信息。

本公司按照新租赁准则的规定，对于首次执行日新租赁准则与现行租赁准则的差异追溯调整入 2021 年年初留存收益。同时，本公司未对比较财务报表数据进行调整。

对于首次执行日之前的融资租赁，本公司按照融资租入资产和应付融资租赁款的原账面价值，分别计量使用权资产和租赁负债；对于首次执行日之前的经营租赁，本公司根据剩余租赁付款额按首次执行日的增量借款利率折现的现值计量租赁负债，并对于所有租赁按照与租赁负债相等的金额，并根据预付租金进行必要调整计量使用权资产。

在首次执行日，本公司对使用权资产进行减值测试并进行相应的会计处理。

本公司对首次执行日之前租赁资产属于低价值资产的经营租赁或将于 12 个月内完成的经营租赁，采用简化处理，未确认使用权资产和租赁负债。

本公司对于首次执行日之前的经营租赁，采用了下列简化处理：

a.计量租赁负债时，具有相似特征的租赁可采用同一折现率；使用权资产的计量可不包含初始直接费用；

b.存在续租选择权或终止租赁选择权的，本公司根据首次执行日前选择权的实际行使及其他最新情况确定租赁期；

c.作为使用权资产减值测试的替代，本公司评估包含租赁的合同在首次执行日前是否为亏损合同，并根据首次执行日前计入资产负债表的亏损准备金额调整使用权资产；

d.首次执行日前的租赁变更，本公司根据租赁变更的最终安排进行会计处理。

执行新租赁准则对 2021 年 1 月 1 日合并资产负债表项目的影响如下：

单位：元

项目	调整前账面金额（2020 年 12 月 31 日）	重分类	重新计量	调整后账面金额（2021 年 1 月 1 日）
资产：				
使用权资产	-	-	33,345,119.07	33,345,119.07
一年内到期的非流动资产	-	-	83,031.40	83,031.40
长期应收款	-	-	162,168.91	162,168.91
资产总额	**399,552,882.35**	**-**	**33,590,319.38**	**433,143,201.73**
负债和股东权益：				
一年内到期的非流动负债	1,814,018.34	-	2,956,554.37	4,770,572.71

项目	调整前账面金额（2020 年 12 月 31 日）	重分类	重新计量	调整后账面金额（2021 年 1 月 1 日）
租赁负债	-	-	32,015,329.13	32,015,329.13
其他应付款	4,864,627.67	-	-1,429,238.60	3,435,389.07
未分配利润	-13,323,223.05	-	42,907.03	-13,280,316.02
盈余公积	2,178,080.50	-	4,767.45	2,182,847.95
负债和股东权益总额	**399,552,882.35**	**-**	**33,590,319.38**	**433,143,201.73**

对于 2020 年度财务报表中披露的重大经营租赁尚未支付的最低租赁付款额，本公司按照 2021 年 1 月 1 日作为承租人的增量借款利率，将原租赁准则下披露的尚未支付的最低经营租赁付款额调整为新租赁准则下确认的租赁负债的调节表如下：

单位：元

2020 年 12 月 31 日重大经营租赁最低租赁付款额	A	46,392,951.67
减：采用简化处理的短期租赁	B	-
减：采用简化处理的低价值资产租赁	C	-
加（或减）：重新评估租赁期对最低租赁付款额的调整	D	-
加（或减）：取决于指数或比率的可变租赁付款额调节	E	-
小计	**F=A-B-C+/-D+/-E**	**46,392,951.67**
减：增值税	G	3,560,356.30
调整后的经营租赁承诺	H=F-G	42,832,595.37
2021 年 1 月 1 日经营租赁付款额现值	I	34,971,883.50
加：2020 年 12 月 31 日应付融资租赁款	J	-
2021 年 1 月 1 日租赁负债	K=I+J	34,971,883.50
其中：一年内到期的非流动负债		2,956,554.37

2021 年 1 月 1 日使用权资产的账面价值构成如下：

单位：元

项目	金额
使用权资产：	
对于首次执行日前的经营租赁确认的使用权资产	33,345,119.07
原租赁准则下确认的融资租入资产	-
合计	**33,345,119.07**

执行新租赁准则对 2021 年财务报表项目的影响如下：

单位：元

合并资产负债表项目	2021 年 12 月 31 日	假设按原租赁准则	增加/减少（-）
资产：			-
使用权资产	63,006,051.17	-	63,006,051.17
长期应收款	165,997.83	-	165,997.83
一年内到期的非流动资产	206,789.83	-	206,789.83
资产总计	**552,026,420.84**	**488,647,582.01**	**63,378,838.83**
负债和股东权益：			
一年内到期的非流动负债	6,507,939.12	-	6,507,939.12
租赁负债	62,509,826.87	-	62,509,826.87
其他应付款	4,747,747.64	9,036,334.80	-4,288,587.16
未分配利润	21,425,919.23	22,781,026.68	-1,355,107.45
盈余公积	4,389,318.63	4,384,551.18	4,767.45
负债和股东权益总计	**552,026,420.84**	**488,647,582.01**	**63,378,838.83**

单位：元

合并利润表项目	2021 年度	假设按原租赁准则	增加/减少（-）
营业成本	285,405,158.30	285,992,050.72	-586,892.42
财务费用	8,123,173.48	4,797,363.41	3,325,810.07
管理费用	68,155,954.63	69,498,774.76	-1,342,820.13
销售费用	188,166,215.36	188,166,666.45	-451.09
研发费用	18,786,782.11	18,824,582.26	-37,800.15
营业收入	622,976,616.31	623,086,556.17	-109,939.86
资产处置收益	73,649.00	3,877.34	69,771.66

B、作为出租人

根据新租赁准则，除首次执行日前划分为经营租赁且在首次执行日（即 2021 年 1 月 1 日）后仍存续的转租赁外，本公司无需对其作为出租人的租赁按照衔接规定进行调整，但需自首次执行新租赁准则之日按照新租赁准则进行会计处理。

对于首次执行日前划分为经营租赁且在首次执行日（即 2021 年 1 月 1 日）后仍存续的转租赁，本公司作为转租出租人在首次执行日基于原租赁和转租赁的剩余合同期限和条款进行重新评估，并按照新租赁准则的规定进行分类。

单位：元

会计政策变更的内容和原因	审批程序	受影响的报表项目	影响金额
因执行新租赁准则，对于本公司作为出租人的租赁，除首次执行日前划分为经营租赁且在首次执行日（即 2021 年 1 月 1 日）后仍存续的转租赁外，本公司未对其作为出租人的租赁进行调整。	自 2021 年 1 月 1 日起执行	长期应收款	162,168.91
		一年内到期的非流动资产	83,031.40
		一年内到期的非流动负债	62,495.08
		租赁负债	128,659.07
		其他应付款	6,371.68
		未分配利润	42,907.03
		盈余公积	4,767.45

②新冠肺炎疫情引发的租金减让

财政部于 2021 年 6 月发布《关于调整<新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定>适用范围的通知》（财会〔2021〕9 号），适用财会〔2020〕10 号简化方法的租金减让期间由“减让仅针对 2021 年 6 月 30 日前的应付租赁付款额，2021 年 6 月 30 日后应付租赁付款额增加不影响满足该条件，2021 年 6 月 30 日后应付租赁付款额减少不满足该条件”调整为“减让仅针对 2022 年 6 月 30 日前的应付租赁付款额，2022 年 6 月 30 日后应付租赁付款额增加不影响满足该条件，2022 年 6 月 30 日后应付租赁付款额减少不满足该条件”。

本公司自 2021 年 1 月 1 日起，对新冠肺炎疫情相关租金减让按照财会〔2021〕9 号规定的适用范围，重新评估是否符合简化处理的条件，对于简化方法的选择一致地应用于适用范围调整前后符合条件的类似租赁合同。

本公司对适用范围调整前符合条件的租赁合同选择不采用简化方法的，对适用范围调整后符合条件的类似租赁合同也不选择采用简化方法。

本公司对适用范围调整前符合条件的租赁合同已采用简化方法的，对适用范围调整后符合条件的类似租赁合同也采用简化方法。在财会〔2021〕9 号文件发布前已按照租赁变更进行会计处理的，进行追溯调整，累积影响数调整 2021 年 1 月 1 日的留存收益及其他相关的财务报表项目，不调整前期比较财务报表数据。

2、重要会计估计变更

本公司报告期未发生重要会计估计变更。

3、首次执行新收入准则和新租赁准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

①首次执行新收入准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

合并资产负债表

单位：元

项目	2019 年 12 月 31 日	2020 年 1 月 1 日	调整数
其他流动资产	1,537,494.16	1,806,041.90	268,547.74
流动资产合计	**122,037,484.96**	**122,306,032.70**	**268,547.74**
资产总计	**249,078,611.26**	**249,347,159.00**	**268,547.74**
合同负债	-	1,933,781.97	1,933,781.97
预收账款	2,104,754.04	-	-2,104,754.04
其他流动负债	-	1,142,901.26	1,142,901.26
流动负债合计	**251,330,951.02**	**252,302,880.21**	**971,929.19**
预计负债	703,381.45	-	-703,381.45
非流动负债合计	**2,538,941.08**	**1,835,559.63**	**-703,381.45**
负债合计	**253,869,892.10**	**254,138,439.84**	**268,547.74**
负债和股东权益总计	**249,078,611.26**	**249,347,159.00**	**268,547.74**

②首次执行新租赁准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

合并资产负债表

单位：元

项　目	2020 年 12 月 31 日	2021 年 1 月 1 日	调整数
流动资产：			
一年内到期的非流动资产	-	83,031.40	83,031.40
流动资产合计	**242,561,965.18**	**242,644,996.58**	**83,031.40**
非流动资产：			
长期应收款	-	162,168.91	162,168.91
使用权资产	-	33,345,119.07	33,345,119.07
非流动资产合计	**156,990,917.17**	**190,498,205.15**	**33,507,287.98**
资产总计	**399,552,882.35**	**433,143,201.73**	**33,590,319.38**
流动负债：			
其他应付款	4,864,627.67	3,435,389.07	-1,429,238.60
一年内到期的非流动负债	1,814,018.34	4,770,572.71	2,956,554.37

项　目	2020 年 12 月 31 日	2021 年 1 月 1 日	调整数
流动负债合计	**249,746,870.94**	**251,274,186.71**	**1,527,315.77**
非流动负债：			
租赁负债	-	32,015,329.13	32,015,329.13
非流动负债合计	**124,437.00**	**32,139,766.13**	**32,015,329.13**
负债合计	**249,871,307.94**	**283,413,952.84**	**33,542,644.90**
盈余公积	2,178,080.50	2,182,847.95	4,767.45
未分配利润	-13,323,223.05	-13,280,316.02	42,907.03
归属于母公司股东权益合计	**145,889,368.28**	**145,937,042.76**	**47,674.48**
股东权益合计	**149,681,574.41**	**149,729,248.89**	**47,674.48**
负债和股东权益总计	**399,552,882.35**	**433,143,201.73**	**33,590,319.38**

4、会计差错更正

2019 年度、2020 年度及 2021 年度，公司存在会计差错更正事项，主要包括账面收入跨期调整、电商平台费用与营业收入重分类、受托加工或委托加工业务销售收入按净额法调整、电商会员积分调整收入等事项。公司经第一届董事会第十次会议、第一届监事会第五次会议以及 2022 年第五次临时股东大会审议通过了《关于前期会计差错更正的议案》，本次会计差错调整更能准确地反映公司报告期内的财务状况和经营成果。

报告期各期，会计差错更正对合并财务报表影响情况如下表：

单位：万元

受影响项目	2019 年 12 月 31 日/2019 年度		
	差错更正调整前	差错更正调整后	影响数
资产合计	25,150.66	24,907.86	-242.80
负债合计	24,871.45	25,386.99	515.54
所有者权益合计	279.21	-479.13	-758.34
其中：未分配利润	-7,685.97	-8,670.69	-984.71
营业收入	35,382.86	35,947.86	565.00
净利润	3,592.08	3,287.43	-304.66
归属母公司所有者净利润	3,596.76	3,283.72	-313.04
受影响项目	2020 年 12 月 31 日/2020 年度		
	差错更正调整前	差错更正调整后	影响数

受影响项目	2019 年 12 月 31 日/2019 年度		
	差错更正调整前	差错更正调整后	影响数
资产合计	39,602.75	39,955.29	352.53
负债合计	24,083.06	24,987.13	904.07
所有者权益合计	15,519.69	14,968.16	-551.53
其中：未分配利润	-780.63	-1,332.32	-551.69
营业收入	55,392.34	54,628.36	-763.98
净利润	7,698.65	7,344.83	-353.82
归属母公司所有者净利润	7,692.67	7,338.37	-354.30
受影响项目	2021 年 12 月 31 日/2021 年度		
	差错更正调整前	差错更正调整后	影响数
资产合计	55,572.69	55,202.64	-370.04
负债合计	31,515.27	31,631.04	115.77
所有者权益合计	24,057.42	23,571.60	-485.82
其中：未分配利润	3,047.97	2,142.59	-905.38
营业收入	62,626.58	62,297.66	-328.92
净利润	4,464.66	4,284.68	-179.97
归属母公司所有者净利润	4,464.76	4,284.85	-179.91

公司不存在故意遗漏或虚构交易、事项或者其他重要信息，不存在滥用会计政策或者会计估计，不存在操纵、伪造或篡改编制财务报表所依据的会计记录等情形，差错更正符合《企业会计准则第 28 号——会计政策、会计估计变更和会计差错更正》的规定，不存在会计基础薄弱和内控缺失的情形。

七、主要税项与缴纳情况

（一）主要税项

税种	计税依据	法定税率
增值税	应税收入	16%、13%、9%、6%、3%
城市维护建设税	应纳流转税额	7%、5%
教育费附加	应纳流转税额	3%
地方教育费附加	应纳流转税额	2%、1.5%
企业所得税	应纳税所得额	25%

注：根据财政部、国家税务总局颁布的《关于调整增值税税率的通知》规定，自 2018 年 5 月 1 日起，纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 17%和 11%税率的，

税率分别调整为 16%、10%；2019 年 3 月 20 日，根据财政部、国家税务总局、海关总署颁布的《关于深化增值税改革有关政策的公告》（2019 年第 39 号）规定，自 2019 年 4 月 1 日起，纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 16%税率的，税率调整为 13%；原适用 10%税率的，税率调整为 9%。

各纳税主体适用的企业所得税税率如下：

纳税主体名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
广东太力科技集团股份有限公司	15%	15%	15%	15%
简居香港有限公司	8.25%	16.50%	16.50%	8.25%
深圳市太力科技发展有限公司	20%	20%	20%	20%
湖北太力家庭用品制造有限公司	25%	25%	25%	25%
湖北太力印务有限公司	20%	20%	20%	20%
中山宜尚科技有限公司	20%	20%	20%	20%
中山市简居家庭用品有限公司	20%	20%	20%	20%
中山莱圃新材料有限公司	20%	20%	20%	20%
上海太力家庭用品有限公司	20%	20%	20%	20%
深圳市欣涛贸易有限责任公司	20%	20%	不适用	不适用
中山市乐舟贸易有限公司	20%	20%	不适用	不适用
中山市琼安贸易有限公司	20%	20%	20%	20%
中山市守辉贸易有限公司	20%	20%	20%	20%
中山市泓太贸易有限公司	20%	20%	20%	20%
杭州太力科技发展有限公司	20%	不适用	不适用	不适用
广州太给力传媒科技有限公司	20%	不适用	不适用	不适用
中山市守登贸易有限公司	20%	20%	20%	20%
中山市益进贸易有限公司	20%	20%	20%	20%
中山市超彦贸易有限公司	20%	20%	20%	不适用
中山市雁坤贸易有限公司	20%	20%	20%	不适用
中山市婕慧贸易有限公司	20%	20%	20%	不适用
中山市穆洁贸易有限公司	20%	20%	20%	不适用
中山市丹信贸易有限公司	不适用	20%	20%	不适用

（二）税收优惠政策

1、高新技术企业税收优惠

发行人于 2017 年 12 月 11 日取得证书编号为 GR201744007804 的高新技术企业证书，税收优惠期三年；2020 年通过高新技术企业复审并取得证书编号为

GR202044004780 的高新技术企业证书。根据《企业所得税法》的规定，公司在高新技术企业认定的有效期内按 15%税率缴纳企业所得税。故公司 2019 年至 2022 年 1-6 月按 15%的税率缴纳企业所得税。

2、小型微利企业税收优惠

根据财政部、税务总局《关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13 号）的规定：自 2019 年 1 月 1 日起至 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。

根据财政部、税务总局《关于实施小微企业和个体工商户所得税优惠政策的公告》（财政部 税务总局公告 2021 年第 12 号）的规定：自 2021 年 1 月 1 日起至 2022 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，在财政部、税务总局《关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13 号）第二条规定的优惠政策基础上，再减半征收企业所得税，即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 12.5%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 25%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

根据 2022 年 1-6 月小微企业“六税两费”减免政策的公告（财政部 税务总局公告 2022 年第 10 号）规定：对增值税小规模纳税人、小型微利企业和个体工商户可以在 50%的税额幅度内减征资源税、城市维护建设税、房产税、城镇土地使用税、印花税（不含证券交易印花税）、耕地占用税和教育费附加、地方教育附加。

报告期内，本公司符合条件的子公司享受小型微利企业优惠政策。

（三）税收优惠的影响

报告期内，公司各期享受的税收优惠及其对当期利润的影响情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
税收优惠金额	532.31	844.65	885.93	125.99

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
利润总额	4,578.26	4,891.18	8,716.57	3,766.13
税收优惠占利润总额的比例	**11.63%**	**17.27%**	**10.16%**	**3.35%**

报告期各期，公司税收优惠金额分别为 125.99 万元、885.93 万元、844.65 万元和 532.31 万元，占利润总额的比例分别为 3.35%、10.16%、17.27%和 11.63%。报告期内，公司对税收优惠不存在严重依赖，不存在因税收政策的调整对公司经营产生重大不利影响的情况。

八、非经常性损益

报告期内，公司非经常性损益具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
非流动性资产处置损益	27.87	4.48	-33.13	-19.19
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）	512.48	147.68	197.41	58.02
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和其他债权投资取得的投资收益	22.09	68.81	57.69	11.02
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	69.08	17.89	-21.55	20.67
其他符合非经常性损益定义的损益项目	2.99	-	-	-
非经常性损益总额	634.52	238.87	200.42	70.52
减：非经常性损益的所得税影响数	94.87	33.81	29.76	11.96
非经常性损益净额	539.65	205.06	170.66	58.56
减：归属于少数股东的非经常性损益净影响数（税后）	0.25	0.29	0.14	-0.01
归属于公司普通股股东的非经常性损益	539.39	204.77	170.52	58.56

报告期内，公司归属于母公司股东的非经常性损益（扣除所得税）分别为 58.56 万元、170.52 万元、204.77 万元和 539.39 万元。

九、报告期内的主要财务指标

（一）报告期主要财务指标

报告期内，公司主要财务指标如下：

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	1.49	1.30	0.97	0.49
速动比率（倍）	1.19	0.91	0.60	0.21
资产负债率	52.12%	57.30%	62.54%	101.92%
归属于母公司所有者的每股净资产（元）	3.42	2.86	1.85	-0.12
项目	**2022 年 1-6 月**	**2021 年度**	**2020 年度**	**2019 年度**
应收账款周转率（次）	11.15	21.49	21.76	14.16
存货周转率（次）	1.63	2.87	2.71	2.78
息税折旧摊销前利润（万元）	5,765.39	7,227.77	10,246.72	5,231.11
归属于母公司所有者的净利润（万元）	4,031.58	4,284.85	7,338.37	3,283.72
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	3,492.19	4,080.08	7,167.84	3,225.15
研发费用占营业收入比例	2.86%	3.02%	2.95%	3.01%
每股经营活动现金流量（元）	0.69	1.11	0.76	0.36
每股净现金流量（元）	0.84	1.36	0.74	0.03

注：上述财务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）/流动负债

3、资产负债率=（负债总额/资产总额）×100%

4、归属于母公司所有者的每股净资产＝期末归属于母公司所有者的净资产／期末总股本

5、应收账款周转率＝营业收入／应收账款期初期末平均余额

6、存货周转率＝营业成本／存货期初期末平均余额

7、息税折旧摊销前利润＝净利润+所得税+利息支出+固定资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销

8、扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润=归属于母公司所有者的净利润-非经常性损益

9、研发费用占营业收入比例＝研发费用／营业收入

10、每股经营活动的现金流量＝经营活动产生的现金流量净额／期末股本

11、每股净现金流量＝现金及现金等价物净增加（或减少）额／期末股本

（二）报告期内加权平均净资产收益率及每股收益

根据《公开发行证券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》（2010 年修订），公司报告期内加权平均净资产收益率及每股收益具体情况如下：

年度	项目	加权平均净资产收益率（%）	每股收益（元/股）	
			基本每股收益	稀释每股收益
2022 年 1-6 月	归属于公司普通股股东的净利润	15.83	0.50	0.50
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	13.71	0.43	0.43
2021 年度	归属于公司普通股股东的净利润	25.02	0.54	0.54
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	23.82	0.52	0.52
2020 年度	归属于公司普通股股东的净利润	202.61	-	-
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	197.91	-	-
2019 年度	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	-	-	-

注 1：2019 年末公司净资产为负数

注 2：2019 年度、2020 年度公司股改前不适用每股收益

注 3：上述指标的计算公式如下：

1、加权平均净资产收益率

加权平均净资产收益率=P0/（E0＋NP÷2＋Ei×Mi÷M0–Ej×Mj÷M0±Ek×Mk÷M0）

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；Ei 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；Ej 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；Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；Ek 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；Mk 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

基本每股收益=P0÷S；S0＋S1＋Si×Mi÷M0–Sj×Mj÷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 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、稀释每股收益

稀释每股收益=P1/（S0＋S1＋Si×Mi÷M0–Sj×Mj÷M0–Sk+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、同行业可比公司的选取

目前在日用塑料制品行业上市公司中，暂无与公司在业务结构、产品种类上完全可比的公司。公司主要考虑行业分类、产品应用以及信息能否从公开渠道获得等因素，选取同行业可比公司。

同行业中与发行人存在相似产品和业务，已上市或在审的同行业可比公司有茶花现代家居用品股份有限公司（603615.SH）、宁波家联科技股份有限公司（301193.SZ）、通达创智（厦门）股份有限公司（已过会）。

十一、经营成果分析

（一）经营成果及变动情况

报告期内，公司收入及利润变化情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
营业收入	34,159.30	62,297.66	54,628.36	35,947.86
营业成本	14,895.76	28,540.52	22,764.84	16,898.91
期间费用	14,682.81	28,323.21	22,579.58	14,699.00
营业利润	4,515.84	4,876.17	8,773.80	3,746.20
利润总额	4,578.26	4,891.18	8,716.57	3,766.13
净利润	4,034.12	4,284.68	7,344.83	3,287.43
归属于母公司股东的净利润	4,031.58	4,284.85	7,338.37	3,283.72
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	3,492.19	4,080.08	7,167.84	3,225.15

2020年较2019年，公司净利润增长4,057.40万元，同比提高123.42%，主要原因系公司营业收入规模扩大。

2020年较2019年，公司营业收入增长18,680.50万元，同比提高51.97%，主要原因系公司前期逐步布局线上销售渠道，2020 年受到疫情的影响，电商平台等线上渠道流量明显增长，公司快速响应市场形势变化，相应调整营销策略，加大电商平台的推广投入，使得公司销售收入有所增长。

2021年较2020年，公司营业收入增长7,669.30万元，同比提高14.04%，净

利润同比降低 41.66%，主要原因为：

1、公司综合毛利率有所下降

2021 年较 2020 年，公司综合毛利率下降的主要原因为：①2021 年，受到大宗商品价格波动的影响，公司原材料采购价格上涨，产品毛利率有所下降；②2021 年，为进一步增强公司产品在家居用品领域的竞争力，进一步丰富和拓宽公司产品品类，公司提高外购成品销售占比；同时，为实现扩品的战略目标，快速抢占其他家居用品市场份额，公司此类产品定价相对较低。故使得其他家居用品收入占比上升，但该等产品毛利率相对较低。

2、公司管理费用率有所上升

2021 年较 2020 年，公司管理费用率上升的主要原因为：①2021 年，公司为保留以及引进优秀人才，增加了公司管理人员的薪酬支出，公司 2020 年及 2021 年管理人员薪酬分别为 2,388.08 万元和 3,167.47 万元，同比增长 779.40 万元；②股份支付金额增加，公司于 2020 年 10 月实施股权激励并按三年摊销，使得 2021 年股份支付金额出现较大幅度增长，公司 2020 年及 2021 年股份支付金额分别为 120.46 万元和 794.00 万元，同比增长 673.54 万元。

3、公司销售费用率有所上升

2021 年较 2020 年，公司销售费用率上升的主要原因为：2021 年，公司为保留以及引进优秀人才，增加了公司销售人员的薪酬支出，公司 2020 年及 2021 年销售人员薪酬分别为 2,798.61 万元和 3,654.65 万元，同比增长 856.04 万元。

（二）营业收入构成及变动分析

1、营业收入构成及变动

报告期内，公司的营业收入构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	33,966.11	99.43%	61,707.45	99.05%	54,166.15	99.15%	35,847.89	99.72%
其他业务收入	193.19	0.57%	590.21	0.95%	462.20	0.85%	99.96	0.28%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	**34,159.30**	**100.00%**	**62,297.66**	**100.00%**	**54,628.36**	**100.00%**	**35,947.86**	**100.00%**

公司主营业务为真空收纳、壁挂置物、食品保鲜、家庭清洁等多品类家居收纳用品及相关功能材料的研发、生产和销售。报告期内，公司主营业务收入分别为 35,847.89 万元、54,166.15 万元、61,707.45 万元和 33,966.11 万元，占营业收入比例分别为 99.72%、99.15%、99.05%和 99.43%，公司主营业务突出。

公司其他业务收入主要系天猫供销平台分销收入、废料销售收入和租赁收入等，占比相对较小。

2、主营业务收入分析

（1）按产品划分的主营业务收入构成分析

报告期内，公司主营业务收入分产品结构如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
真空收纳袋	17,556.98	51.69%	33,603.31	54.46%	35,747.60	66.00%	22,986.60	64.12%
垂直墙壁置物产品	8,551.22	25.18%	16,236.39	26.31%	12,010.25	22.17%	6,287.55	17.54%
其他家居用品	6,889.04	20.28%	9,984.67	16.18%	4,839.09	8.93%	4,306.92	12.01%
真空食品及档案袋	458.19	1.35%	1,085.14	1.76%	1,027.56	1.90%	1,831.58	5.11%
TPE 弹性体材料	510.68	1.50%	797.94	1.29%	541.65	1.00%	435.24	1.21%
合计	**33,966.11**	**100.00%**	**61,707.45**	**100.00%**	**54,166.15**	**100.00%**	**35,847.89**	**100.00%**

报告期内，公司抓住电商发展机遇，实现线上线下齐头并进，销售收入得以持续快速增长。报告期内，公司主要产品真空收纳袋和垂直墙壁置物产品构成了主营业务收入的主要组成部分，合计占主营业务收入比例分别为 81.66%、88.17%、80.77%和 76.87%；近年来，公司以主要产品为核心，逐步拓展家居用品领域的其他类别，包括家庭清洁、食品收纳等，该等产品主要为公司外采的定制成品，公司通过主导定制成品的设计和二次开发工作，形成自主知识产权或独家销售权产品。报告期内，公司其他家居用品销售额及占比逐年增长，其中自主设计研发及独家销售的产品销售额及占比亦逐年提升。

2020 年较 2019 年，公司主营业务收入增长 18,318.26 万元，同比提高 51.10%，主要原因系公司前期逐步布局线上销售渠道，2020 年受到疫情的影响，电商平台等线上渠道流量明显增长，公司快速响应市场形势变化，相应调整营销策略，加大电商平台的推广投入，使得公司销售收入有所增长。

2021 年较 2020 年，公司主营业务收入增长 7,541.30 万元，同比提高 13.92%，主要原因系公司加强垂直墙壁置物产品的推广力度，该类产品销售金额增长 4,226.14 万元；同时，公司大力拓展其他家居用品市场，其他家居用品销售金额增长 5,145.59 万元。

报告期内，公司分产品的收入、销量和单价的具体情况如下：

单位：万元、万个、万 Kg、元/个、元/KG

类别	2022 年 1-6 月			2021 年度		
	收入	销量	单价	收入	销量	单价
真空收纳袋	17,556.98	2,435.73	7.21	33,603.31	5,421.63	6.20
垂直墙壁置物产品	8,551.22	682.22	12.53	16,236.39	1,380.98	11.76
其他家居用品	6,889.04	1,745.95	3.95	9,984.67	1,978.45	5.05
真空食品及档案袋	458.19	250.73	1.83	1,085.14	663.76	1.63
TPE 弹性体材料	510.68	10.56	48.36	797.94	16.50	48.36
总计	**33,966.11**	**5,125.19**	**6.63**	**61,707.45**	**9,461.32**	**6.52**
类别	**2020 年度**			**2019 年度**		
	收入	**销量**	**单价**	**收入**	**销量**	**单价**
真空收纳袋	35,747.60	5,959.12	6.00	22,986.60	4,435.65	5.18
垂直墙壁置物产品	12,010.25	1,201.50	10.00	6,287.55	895.65	7.02
其他家居用品	4,839.09	1,164.69	4.15	4,306.92	952.44	4.52
真空食品及档案袋	1,027.56	448.38	2.29	1,831.58	665.93	2.75
TPE 弹性体材料	541.65	11.20	48.36	435.24	9.00	48.36
总计	**54,166.15**	**8,784.89**	**6.17**	**35,847.89**	**6,958.68**	**5.15**

报告期内，公司主要产品的收入、销量和单价的具体情况如下：

①真空收纳袋

单位：万元、万个、元/个

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	数值	变动	数值	变动	数值	变动	数值
收入	17,556.98	-	33,603.31	-6.00%	35,747.60	55.51%	22,986.60
销量	2,435.73	-	5,421.63	-9.02%	5,959.12	34.35%	4,435.65
单价	7.21	16.30%	6.20	3.32%	6.00	15.76%	5.18

2020 年较 2019 年，公司真空收纳袋产品的销售收入大幅上升，主要系公司该类产品的销量以及单价均有所上升。2020 年，公司加大电商平台的推广投入力度，线上直销收入大幅增长；同时，公司线上直销定价相对较高，主要是由于线上直销会产生更多的电商费用、物流费用、专业网络营销人员职工薪酬等销售费用。

2021 年较 2020 年，公司真空收纳袋产品收入略有下降，主要系市场竞争加剧，使得公司该类产品销量下降，收入有所下降。

2022 年 1-6 月，公司真空收纳袋产品单价增长幅度较大，主要系受产品材料成本上升的影响，公司调整营销活动力度，电商销售给予终端消费者的折扣力度小于往年。

②垂直墙壁置物产品

单位：万元、万个、元/个

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	数值	变动	数值	变动	数值	变动	数值
收入	8,551.22	-	16,236.39	35.19%	12,010.25	91.02%	6,287.55
数量	682.22	-	1,380.98	14.94%	1,201.50	34.15%	895.65
单价	12.53	6.61%	11.76	17.62%	10.00	42.39%	7.02

2020 年较 2019 年，垂直墙壁置物产品的销售收入大幅上升，主要系公司该类产品的销量以及单价均有所上升。2020 年，公司加大电商平台的推广投入力度，线上直销收入有所增长；同时，公司线上直销定价相对较高，主要是由于线上直销会产生更多的电商费用、物流费用、专业网络营销人员职工薪酬等销售费用等。

2021 年较 2020 年，垂直墙壁置物产品的销售收入有所上升，主要系公司该类产品的销量以及单价均有所上升。2021 年，公司加大垂直墙壁置物产品的推广力度；同时，公司于 2020 年底推出 SPACE、黑金系列等高端产品系列，使得 2021 年产品平均单价有所提高。

2022 年 1-6 月较 2021 年，垂直墙壁置物产品单价提升，主要系受产品材料成本上升的影响，公司调整营销活动力度，电商销售给予终端消费者的折扣力度小于往年。

③真空食品及档案袋

单位：万元、万个、元/个

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	数值	变动	数值	变动	数值	变动	数值
收入	458.19	-	1,085.14	5.60%	1,027.56	-43.90%	1,831.58
数量	250.73	-	663.76	48.04%	448.38	-32.67%	665.93
单价	1.83	11.78%	1.63	-28.66%	2.29	-16.68%	2.75

2020 年较 2019 年，真空食品及档案袋产品的销售收入有所下降，主要系公司该类产品的销量以及单价均有所下降。2020 年，受海外疫情影响，沃尔玛减少向公司采购微孔膜卷膜及片袋，因此销量及收入大幅下降；同时，由于微孔膜卷膜单价较高，2020 年该类产品采购量大幅减少，导致平均单价下降。

2021 年较 2020 年，真空食品及档案袋产品的销量和销售收入有所上升，主要系公司客户 HMS 采购食品袋金额增长 417.37 万元；该类产品单价下降较多，主要是由于 HMS 采购的产品为 PET 食品袋，平均单价较低。

2022 年 1-6 月较 2021 年，真空食品及档案袋产品单价有所提升，主要是单价较高的微孔膜卷膜销售占比有所提高。

④其他家居用品

单位：万元、万个（套）、元/个（套）

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	数值	变动	数值	变动	数值	变动	数值
收入	6,889.04	-	9,984.67	106.33%	4,839.09	12.36%	4,306.92
数量	1,745.95	-	1,978.45	69.87%	1,164.69	22.28%	952.44

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	数值	变动	数值	变动	数值	变动	数值
单价	3.95	-21.82%	5.05	21.47%	4.15	-8.12%	4.52

2020 年较 2019 年，其他家居用品产品的销量和销售收入有所上升，主要系 2020 年，公司加大线上推广力度，该类产品在线上直销占比提升。产品单价略有下降，主要是单价较低的硅胶保鲜盖、衣架等产品销售占比有所提高。

2021 年较 2020 年，其他家居用品产品的销售收入大幅上升，主要系公司该类产品的销量以及单价均有所上升。2021 年，公司为进一步增强公司产品在家居用品领域的竞争力，实施扩品战略，进一步丰富和拓宽公司产品品类，因此加大其他家居用品的销售力度。产品单价上升较多，主要是由于 2021 年公司主推食品收纳盒，食品收纳盒销售占比由 2020 年的 3.03%提升到 2021 年的 16.09%，食品收纳盒平均单价在 20 元以上，导致平均单价上升。

2022 年 1-6 月较 2021 年，其他家居用品平均单价有所下降，主要是由于公司向宜家销售的海绵块占比由 2021 年的 5.83%提高到 2022 年 1-6 月的 9.03%，由于海绵块平均单价不足 1 元，导致平均单价下降。

⑤TPE 弹性体材料

报告期内，公司 TPE 弹性体材料销售收入金额较少，分别为 435.24 万元、541.65 万元、797.94 万元和 510.68 万元，销售单价平稳，均为 48.36 元/KG。公司此类业务客户为通达创智（厦门）股份有限公司，其为宜家家居供应商，向公司采购 TPE 弹性体材料用于生产其向宜家家居供应的吸盘产品。

（2）按业务模式划分的主营业务收入构成分析

报告期内，公司主营业务收入分业务模式结构如下：

单位：万元

销售模式			2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自有品牌	线上	直销	22,925.04	67.49%	41,317.19	66.96%	36,128.02	66.70%	14,152.36	39.48%
		平台入仓	3,105.50	9.14%	5,535.11	8.97%	5,103.25	9.42%	3,453.07	9.63%
		经销	525.50	1.55%	888.06	1.44%	1,382.91	2.55%	1,812.06	5.05%

销售模式			2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
		小计	**26,556.03**	**78.18%**	**47,740.36**	**77.37%**	**42,614.18**	**78.67%**	**19,417.49**	**54.17%**
	线下	直销	531.32	1.56%	1,018.34	1.65%	627.91	1.16%	465.51	1.30%
		经销	266.60	0.78%	464.34	0.75%	317.03	0.59%	368.63	1.03%
		商超卖场	409.89	1.21%	1,353.11	2.19%	1,417.13	2.62%	2,583.26	7.21%
		小计	**1,207.80**	**3.56%**	**2,835.79**	**4.60%**	**2,362.07**	**4.36%**	**3,417.40**	**9.53%**
ODM/OEM			6,202.28	18.26%	11,131.30	18.04%	9,189.90	16.97%	13,013.01	36.30%
合计			**33,966.11**	**100.00%**	**61,707.45**	**100.00%**	**54,166.15**	**100.00%**	**35,847.89**	**100.00%**

报告期内，公司积极推动销售模式升级，大力开拓线上销售渠道，自 2020 年以来线上销售收入金额及占比提高。报告期各期，公司线上销售收入占主营业务收入的比例分别为 54.17%、78.67%、77.37%和 78.18%。

根据上述业务模式分类，公司主要销售模式对应销售收入的具体情况如下：

①自有品牌线上销售

A、线上直销

报告期内，公司线上直销模式的销售收入分别为 14,152.36 万元、36,128.02 万元、41,317.19 万元和 22,925.04 万元，占主营业务收入的比例分别为 39.48%、66.70%、66.96%和 67.49%，整体呈现增长趋势，主要系公司着力发展电商销售，不断加强电商运营团队建设，采用加大市场推广及站内外引流等方式，实现线上直销销售收入的快速增长。报告期内，公司线上直销平台主要包括天猫、亚马逊、拼多多、抖音等。

B、电商平台入仓

报告期内，公司电商平台入仓模式合作的主要平台包括京东自营、天猫超市等。公司电商平台入仓模式的销售收入分别为 3,453.07 万元、5,103.25 万元、5,535.11 万元和 3,105.50 万元，占主营业务收入的比例分别为 9.63%、9.42%、8.97%和 9.14%，销售金额呈现逐年增长趋势，主要系公司加强与京东自营的合作，使得电商平台入仓模式销售收入不断提高。

C、线上经销

报告期内，公司合作的线上经销商主要为公司授权经销商，并在电商平台开设店铺进行销售。公司线上经销模式的销售收入分别为 1,812.06 万元、1,382.91 万元、888.06 万元和 525.50 万元，占主营业务收入的比例分别为 5.05%、2.55%、1.44%和 1.55%，呈下降趋势，主要系公司自 2018 年下半年开始布局自营线上业务，并在 2019 年和 2020 年逐步形成了成熟的线上销售体系，由于公司自营线上业务发展迅速，与早期线上经销商的合作量明显减少，致使线上经销销售收入有所减少。

②自有品牌线下销售

报告期内，公司自有品牌线下销售收入占主营业务收入的比例分别为 9.53%、4.36%、4.60%和 3.56%，占比呈下降趋势。随着公司线上渠道销售收入的迅速增长，公司通过线下渠道实现的销售收入有所下降。

A、线下直销

报告期内，公司合作的线下直销客户主要为通达创智（厦门）股份有限公司和航天、军队、银行、医院等企事业单位及政府机构，主要销售弹性体材料、航天压缩袋以及档案袋等产品。报告期内，公司线下直销模式的销售收入分别为 465.51 万元、627.91 万元、1,018.34 万元和 531.32 万元，占主营业务收入的比例分别为 1.30%、1.16%、1.65%和 1.56%，销售金额较小。

B、线下经销

报告期内，公司合作的线下经销客户主要为特定区域内具有一定渠道资源的经销商。报告期内，公司线下经销模式的销售收入分别为 368.63 万元、317.03 万元、464.34 万元和 266.60 万元，占主营业务收入的比例分别为 1.03%、0.59%、0.75%和 0.78%，销售金额较小。

C、商超卖场

报告期内，公司合作的商超卖场客户主要为华润万家、家乐福、沃尔玛、大润发等国内大型连锁商超。报告期内，公司商超卖场模式的销售收入分别为 2,583.26 万元、1,417.13 万元、1,353.11 万元和 409.89 万元，占主营业务收入的

比例分别为 7.21%、2.62%、2.19%和 1.21%，销售金额和占比逐年下降，主要系随着电商经济的兴起，传统商超渠道流量减少，更多消费者通过线上渠道购买公司产品所致。

③ODM/OEM 模式

报告期内，公司合作的 ODM/OEM 客户主要为宜家、沃尔玛、家乐福、利德尔、吉飞等家居零售商及 HMS、TOWA 等进口制造商。报告期内，公司 ODM/OEM 模式的销售收入分别为 13,013.01 万元、9,189.90 万元、11,131.30 万元和 6,202.28 万元，占主营业务收入的比例分别为 36.30%、16.97%、18.04%和 18.26%。2020 年，公司 ODM/OEM 模式销售收入下降，主要系境外销售受新冠疫情影响，传统 ODM/OEM 产品终端销售量减少，导致客户减少相应产品采购；2021 年，随着国外新冠疫情管控逐步放开，公司 ODM/OEM 模式销售规模恢复增长。

（3）按地域划分的主营业务收入构成分析

报告期内，公司主营业务收入分地区结构如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内	26,512.88	78.06%	48,634.81	78.82%	43,854.79	80.96%	24,124.04	67.30%
境外	7,453.23	21.94%	13,072.65	21.18%	10,311.37	19.04%	11,723.85	32.70%
合计	**33,966.11**	**100.00%**	**61,707.45**	**100.00%**	**54,166.15**	**100.00%**	**35,847.89**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务收入以境内市场为主，境内销售占主营业务收入的比例分别为 67.30%、80.96%、78.82%和 78.06%，2020 年，公司境内销售收入占比有所提高，主要系境内电商平台销售收入提升所致。

（4）主营业务收入的季节性分析

报告期内，公司各季度主营业务收入情况如下：

单位：万元

季度	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	17,163.08	50.53%	14,014.92	22.71%	9,252.11	17.08%	7,635.71	21.30%
第二季度	16,803.03	49.47%	17,943.25	29.08%	19,486.89	35.98%	11,879.60	33.14%
第三季度	-	-	12,848.57	20.82%	13,224.03	24.41%	8,173.42	22.80%
第四季度	-	-	16,900.72	27.39%	12,203.12	22.53%	8,159.17	22.76%
总计	**33,966.11**	**100.00%**	**61,707.45**	**100.00%**	**54,166.15**	**100.00%**	**35,847.89**	**100.00%**

报告期内，公司主要产品真空收纳袋销售收入占主营业务收入的比例分别为 64.12%、66.00%、54.46%和 51.69%，由于冬春换季之时消费者对秋冬衣物进行整理存放的需求增加，导致 3 月至 6 月成为真空收纳袋销售旺季。随着公司不断拓展其他品类的家居用品，真空收纳袋销售占比已逐渐下降，对公司主营业务收入的季节性影响已逐步减弱。

3、第三方回款

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
第三方回款金额	212.98	114.46	411.84	528.22
其中： 1、客户通过法定代表人、实际控制人等关联人代为支付货款	-	3.97	243.43	284.77
2、集团统一支付	212.98	103.30	140.37	117.47
3、客户指定第三方代付	-	6.70	27.47	116.71
4、本公司员工收款后代付	-	0.50	0.57	9.26
主营业务收入	33,966.11	61,707.45	54,166.15	35,847.89
第三方回款金额占主营业务收入的比例	0.63%	0.19%	0.76%	1.47%

报告期内，公司存在少量客户第三方回款的情形，主要原因为：①规模较小的经销商客户综合考虑客户交易习惯、资金安排、支付便捷性等因素，主要通过其法定代表人、实际控制人及其关联人等进行付款；②公司部分客户如家乐福集团、苏宁易购等存在集团内统一支付。报告期内，公司第三方回款相关销售收入的资金流、实物流与合同约定及商业实质相符，交易具有真实性。

报告期内，公司第三方回款金额占营业收入的比例分别为 1.47%、0.76%、0.19%和 0.63%，占比较小且整体呈下降趋势。上述第三方回款不影响公司销售

收入的真实性，第三方回款方与公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其他关联方等不存在关联关系，不存在其他利益安排，公司亦未就第三方回款发生纠纷。

4、现金交易

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
现金收货款	1.54	14.47	36.04	196.81
现金工资	1.20	9.51	48.82	85.42

报告期内，公司存在少量现金收货款的情形，主要系少量客户基于个人交易习惯，通过现金形式支付样品款以及废品款；此外，公司存在少量现金发放工资的情形。报告期内，公司现金收货款以及现金发放工资的金额逐年降低。

（三）营业成本构成及变动分析

1、营业成本构成分析

报告期内，公司的营业成本构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	14,883.81	99.92%	28,527.05	99.95%	22,749.23	99.93%	16,885.96	99.92%
其他业务成本	11.94	0.08%	13.46	0.05%	15.60	0.07%	12.95	0.08%
总计	**14,895.76**	**100.00%**	**28,540.52**	**100.00%**	**22,764.84**	**100.00%**	**16,898.91**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务成本分别为 16,885.96 万元、22,749.23 万元、28,527.05 万元和 14,883.81 万元，占营业成本的比例均在 99%以上。

2、主营业务成本构成分析

报告期内，公司主营业务成本结构如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	10,108.98	67.92%	20,027.14	70.20%	15,052.52	66.17%	13,345.52	79.03%

直接人工	773.76	5.20%	1,349.92	4.73%	1,519.60	6.68%	1,703.84	10.09%
制造费用	1,295.34	8.70%	2,462.41	8.63%	2,189.10	9.62%	1,836.60	10.88%
运输费用	2,705.73	18.18%	4,687.58	16.43%	3,988.01	17.53%	-	-
合计	**14,883.81**	**100.00%**	**28,527.05**	**100.00%**	**22,749.23**	**100.00%**	**16,885.96**	**100.00%**

注：公司自 2020 年起执行新收入准则，将运输费用调整列报于主营业务成本

报告期内，公司主营业务成本主要由直接材料、直接人工、制造费用和运输费用构成，其中直接材料占主营业务成本比例较高，符合公司所处行业特征。

（四）毛利及毛利率分析

1、综合毛利及毛利率情况

报告期内，公司综合毛利及毛利率构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
主营业务	19,082.30	56.18%	33,180.40	53.77%	31,416.92	58.00%	18,961.93	52.90%
其他业务	181.25	93.82%	576.74	97.72%	446.60	96.62%	87.01	87.04%
总计	**19,263.55**	**56.39%**	**33,757.14**	**54.19%**	**31,863.52**	**58.33%**	**19,048.94**	**52.99%**

报告期内，公司毛利额主要由主营业务形成，综合毛利率变动情况主要受主营业务毛利率影响。

2、主营业务毛利分析

报告期内，公司主营业务毛利分产品结构如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
真空收纳袋	10,005.59	52.43%	18,076.02	54.48%	20,787.61	66.17%	12,601.52	66.46%
垂直墙壁置物产品	5,300.83	27.78%	10,052.26	30.30%	7,527.54	23.96%	3,696.00	19.49%
其他家居用品	3,234.93	16.95%	4,064.93	12.25%	2,328.88	7.41%	1,706.04	9.00%
真空食品及档案袋	201.24	1.05%	470.51	1.42%	561.24	1.79%	801.47	4.23%
TPE 弹性体材料	339.71	1.78%	516.69	1.56%	211.64	0.67%	156.90	0.83%
总计	**19,082.30**	**100.00%**	**33,180.40**	**100.00%**	**31,416.92**	**100.00%**	**18,961.93**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务毛利额分别为 18,961.93 万元、31,416.92 万元、33,180.40 万元和 19,082.30 万元，呈逐年上升趋势，主要由真空收纳袋和垂直墙壁置物产品构成，两者合计占主营业务毛利额的比例分别为 85.95%、90.13%、84.78%和 80.21%。报告期内，公司主营业务毛利的增加主要系公司产品销量增加或售价提高所致。

3、主营业务毛利率分析

报告期内，公司主营业务毛利率分产品构成如下：

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	毛利率	主营业务收入占比	毛利率	主营业务收入占比	毛利率	主营业务收入占比	毛利率	主营业务收入占比
真空收纳袋	56.99%	51.69%	53.79%	54.46%	58.15%	66.00%	54.82%	64.12%
垂直墙壁置物产品	61.99%	25.18%	61.91%	26.31%	62.68%	22.17%	58.78%	17.54%
其他家居用品	46.96%	20.28%	40.71%	16.18%	48.13%	8.93%	39.61%	12.01%
真空食品及档案袋	43.92%	1.35%	43.36%	1.76%	54.62%	1.90%	43.76%	5.11%
TPE 弹性体材料	66.52%	1.50%	64.75%	1.29%	39.07%	1.00%	36.05%	1.21%
总计	**56.18%**	**100.00%**	**53.77%**	**100.00%**	**58.00%**	**100.00%**	**52.90%**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务毛利率变动情况主要受主营业务收入占比较高的真空收纳袋、垂直墙壁置物产品及其他家居用品的毛利率变动影响。

公司同类产品下的各细分品种在功能、规格以及产品系列定位等方面存在差异，这对产品定价及生产成本均产生不同程度影响，由此对产品毛利率产生一定影响。

（1）真空收纳袋

报告期内，公司真空收纳袋的毛利率情况如下：

单位：元/个

项目	单位售价	单位成本	毛利率
2022 年 1-6 月	7.21	3.10	56.99%
2021 年度	6.20	2.86	53.79%
2020 年度	6.00	2.51	58.15%
2019 年度	5.18	2.34	54.82%

2020 年较 2019 年，公司真空收纳袋产品的毛利率有所上升，主要系公司前期逐步布局线上销售渠道，2020 年受到疫情的影响，电商平台等线上渠道流量明显增长，公司快速响应市场形势变化，相应调整营销策略，加大电商平台的推广投入，使得公司产品线上销售收入增长较快。一般情况下，公司线上销售模式较线下销售模式毛利率高，主要系线上销售模式是直接面对终端消费者，定价相比线下销售模式高，其毛利率亦高于线下销售模式，但通常会产生更多的电商费用、物流费用、专业网络营销人员职工薪酬等销售费用，具有高毛利率高费用率的特点。

2021 年较 2020 年，公司真空收纳袋产品的毛利率有所下降，主要是由于 2021 年大宗商品原材料价格上涨，公司真空收纳袋的主要原材料筒料、PE 膜、BOPA 膜等材料的采购价格均有所上升，使得产品单位成本上升，毛利率有所下降。

2022 年 1-6 月较 2021 年，公司真空收纳袋产品的毛利率略有回升，主要是由于 2022 年 1-6 月，公司调整营销活动力度，线上直销销售给予终端消费者的折扣力度小于往年，产品单位售价提升导致。

（2）垂直墙壁置物产品

报告期内，公司垂直墙壁置物产品的毛利率情况如下：

单位：元/个

项目	单位售价	单位成本	毛利率
2022 年 1-6 月	12.53	4.76	61.99%
2021 年度	11.76	4.48	61.91%
2020 年度	10.00	3.73	62.68%
2019 年度	7.02	2.89	58.78%

2020 年较 2019 年，公司垂直墙壁置物产品的毛利率有所上升，主要系 2020 年公司加大产品线上销售力度，由于公司线上销售直接面对终端消费者，定价相比线下销售模式较高，公司该类产品单价及毛利率有所上升。

2020 年、2021 年和 2022 年 1-6 月，公司垂直墙壁置物产品的毛利率保持相对稳定。

（3）其他家居用品

报告期内，公司其他家居用品的毛利率情况如下：

单位：元/个

项目	单位售价	单位成本	毛利率
2022 年 1-6 月	3.95	2.09	46.96%
2021 年度	5.05	2.99	40.71%
2020 年度	4.15	2.16	48.13%
2019 年度	4.52	2.73	39.61%

公司其他家居用品包括食品收纳、晾晒产品、清洁产品等多类型家居用品，该等产品主要为公司外购定制成品。

2020 年较 2019 年，公司其他家居用品的毛利率有所上升，主要系 2020 年公司加大在线上销售推广力度，其他家居用品收入中高毛利率的线上直销收入占比提升较多，使得其他家居用品的毛利率有所上升。

2021 年较 2020 年，公司其他家居用品的毛利率有所下降，主要系 2021 年公司实施扩品战略，为促进其他家居用品销售量增长，从而实现市场份额的提升，该类产品定价相对较低，导致毛利率有所下降。

2022 年 1-6 月，公司其他家居用品的毛利率有所上升，主要系公司调整其他家居用品定价所致。

（4）真空食品及档案袋

报告期内，公司真空食品及档案袋的毛利率情况如下：

单位：元/个

项目	单位售价	单位成本	毛利率
2022 年 1-6 月	1.83	1.02	43.92%
2021 年度	1.63	0.93	43.36%
2020 年度	2.29	1.04	54.62%
2019 年度	2.75	1.55	43.76%

2020 年较 2019 年，公司真空食品及档案袋的毛利率上升，主要系 2020 年受海外疫情影响，公司向沃尔玛销售的微孔膜卷膜有所减少，公司向沃尔玛销售的该等产品毛利率相对较低，在 30%-35%左右，因此，2019 年较 2020 年，真空

食品及档案袋毛利率较低。

2021 年较 2020 年，公司真空食品及档案袋的毛利率有所下降，主要系公司 2021 年向 HMS 销售较多单价及毛利率较低的 PET 食品袋，同时该类产品毛利率下降也受到 2021 年材料成本上升的影响。

2021 年和 2022 年 1-6 月，公司真空食品及档案袋的毛利率保持平稳。

（5）TPE 弹性体材料

报告期内，公司 TPE 弹性体材料的毛利率情况如下：

单位：元/kg

项目	单位售价	单位成本	毛利率
2022 年 1-6 月	48.36	16.19	66.52%
2021 年度	48.36	17.05	64.75%
2020 年度	48.36	29.47	39.07%
2019 年度	48.36	30.93	36.05%

报告期内，公司 TPE 弹性体材料的销售客户为通达创智（厦门）股份有限公司，单位售价稳定，单位成本自 2021 年开始有较大幅度下降，使得 TPE 弹性体材料的毛利率自 2021 年起有较大幅度上升。2019 年和 2020 年，公司销售的 TPE 弹性体材料主要通过委托外部供应商生产，单位成本较高。2020 年下半年，公司 TPE 弹性体生产线投产，公司 2021 年和 2022 年 1-6 月销售的 TPE 弹性体材料主要是公司自制，生产成本较低，毛利率较高。

4、与同行业可比公司的毛利率比较

报告期内，公司综合毛利率与同行业可比公司的对比情况如下：

公司	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
茶花股份	20.01%	21.61%	28.38%	29.14%
家联科技	21.19%	18.02%	26.13%	24.13%
通达创智	未披露	未披露	26.16%	25.70%
平均值	**20.60%**	**19.82%**	**26.89%**	**26.32%**
太力科技	56.39%	54.19%	58.33%	52.99%

注 1：数据来源于同行业可比公司公开披露的定期报告、招股说明书
注 2：通达创智未披露其 2021 年度数据及 2022 年半年度数据

报告期内，公司综合毛利率高于可比公司的平均水平，主要系二者销售模式、品牌效应、产品结构差异所致。

（1）销售模式差异

近年来，公司紧跟电子商务发展潮流，在天猫、京东、抖音、亚马逊等主流平台搭建了完善的线上销售体系。在线上直销模式下，公司直接面向终端消费者，减少让渡经销商的利润，但通常会产生更多的电商费用、物流费用、专业网络营销人员职工薪酬等销售费用，具有高毛利率高费用率的特点。

报告期各期，公司线上直销收入占主营业务收入的比例分别为 39.48%、66.70%、66.96%和 67.49%。公司线上直销的毛利率分别为 67.02%、62.16%、57.40%和 61.36%。同行业可比公司中，茶花股份以线下经销为主，线上直销和代销为辅，2019 年至 2021 年其电商销售占比分别为 18.85%、24.69%、25.45%。公司补充选取销售模式相类似的生活日用品上市公司张小泉、北鼎股份线上直销模式毛利率作为对比，具体情况如下：

公司名称	销售模式	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
太力科技	线上直销	61.36%	57.40%	62.16%	67.02%
张小泉	线上直销	-	-	62.69%	64.95%
北鼎股份	线上直销/线上	-	60.64%	63.90%	69.75%
公司名称	**销售模式**	**2016 年 1-6 月**	**2015 年度**	**2014 年度**	**2013 年度**
茶花股份	线上直销-天猫平台	66.64%	61.20%	59.74%	52.23%
	线上直销-唯品会	67.06%	67.61%	61.26%	58.79%
	线上直销-京东平台	65.01%	62.41%	59.97%	60.46%

注：上述数据来源于同行业公司招股说明书或定期报告，张小泉、茶花股份在其年度报告中没有披露其线上直销或具体平台的毛利率情况，故选取其招股书披露的年度数据。

生活日用品上市公司张小泉、北鼎股份以及同行业公司茶花股份线上直销毛利率与公司线上直销毛利率相近；同行业可比公司家联科技以外销为主，主要客户为境内外知名大型超市以及连锁餐饮企业，厂商与终端消费者间存在的中间环节导致其毛利率较低；通达创智以 OEM、JDM 和 ODM 模式为主，无自主品牌，厂商与终端消费者间存在的中间环节导致其毛利率较低。

（2）品牌效应差异

公司以自有品牌销售为主，产品定位中高端，“太力”品牌在家居收纳用品

领域具备较高知名度，产品受到消费者的广泛青睐。2021 年，公司真空收纳袋产品在天猫生意参谋平台的“收纳整理-家庭收纳工具-压缩袋”类目排名第 1，在京东商智平台的“家居日用-收纳用品-收纳袋”类目的热销品牌榜排名第 1-5 位；垂直墙壁置物产品在天猫生意参谋平台的“收纳整理-家庭整理用具-挂钩/粘钩”类目排名第 1-3 位，在京东商智平台的“家居日用-生活用品-浴室用品”类目排名第 1-3 位。

同行业可比公司中，茶花股份旗下“茶花”品牌、家联科技旗下“HomeLink”品牌在电商渠道影响力较小，通达创智无自主品牌。与同行业公司相比，公司品牌知名度、影响力相对较高，有助于公司获得更高的品牌溢价，因此具有较高的毛利率。

（3）产品结构差异

公司产品属于家居用品的细分领域，主要产品为真空收纳袋、垂直墙壁置物产品、真空食品及档案袋等家居收纳用品，全方位满足家庭生活和差旅出行的收纳和整理应用。

同行业可比公司中，茶花股份主要从事以日用塑料制品为主的家居用品的研发、生产和销售，主要产品为食品容器类、清洁用品类、收纳整理类。其中，收纳整理类产品主要为收纳箱、收纳篮、收纳架、粘钩、衣架等，与公司细分产品类别存在差异。

家联科技主要从事高端塑料制品及生物全降解制品的研发、生产与销售，主要产品包括餐饮具和家居用品。其中，家居用品主要为收纳箱、鞋盒、椅子面板、滤篮、浴室物品架、全降解膜袋等，与公司细分产品类别存在较大差异。

通达创智主要从事体育户外、家居生活、健康护理等消费品的研发、生产和销售，主要产品包括体育用品、户外休闲用品、家用电动工具、室内家居用品、个人护理用品等。其中，室内家居用品主要包括儿童桌椅凳、婴儿椅、餐具套件等，与公司细分产品类别存在较大差异。

综上所述，公司销售模式以线上直销为主，销售具有高毛利率高费用率特征，同时品牌、产品结构与同行业可比公司存在差异，导致毛利率高于同行业可比公司。公司毛利率水平符合实际经营特点，具有合理性。

（五）期间费用分析

报告期内，公司期间费用构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
销售费用	10,215.34	29.91%	18,816.62	30.20%	15,792.61	28.91%	9,955.84	27.70%
管理费用	3,720.48	10.89%	6,815.60	10.94%	4,530.52	8.29%	3,209.22	8.93%
研发费用	978.27	2.86%	1,878.68	3.02%	1,609.60	2.95%	1,082.31	3.01%
财务费用	-231.28	-0.68%	812.32	1.30%	646.85	1.18%	451.64	1.26%
合计	14,682.81	42.98%	28,323.21	45.46%	22,579.58	41.33%	14,699.00	40.89%

报告期内，公司期间费用总额分别为占同期营业收入的比重分别为 40.89%、41.33%、45.46%和 42.98%。公司期间费用中销售费用占比较高，主要系公司注重线上推广与销售渠道建设所致。对各期间费用的具体分析如下：

1、销售费用

（1）销售费用构成及变动分析

报告期内，公司销售费用具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
电商费用	7,534.32	73.75%	13,898.90	73.86%	12,093.70	76.58%	4,880.73	49.02%
职工薪酬	1,921.57	18.81%	3,654.65	19.42%	2,798.61	17.72%	1,654.57	16.62%
广告及样品费	367.01	3.59%	339.15	1.80%	170.26	1.08%	193.25	1.94%
商超费用	60.13	0.59%	396.77	2.11%	361.59	2.29%	603.62	6.06%
物流费用	-	-	-	-	-	-	2,246.75	22.57%
差旅招待费	46.79	0.46%	98.85	0.53%	94.43	0.60%	143.82	1.44%
办公费	127.01	1.24%	191.90	1.02%	95.89	0.61%	53.01	0.53%
其他	158.52	1.55%	236.42	1.26%	178.12	1.13%	180.10	1.81%
合计	**10,215.34**	**100.00%**	**18,816.62**	**100.00%**	**15,792.61**	**100.00%**	**9,955.84**	**100.00%**

报告期内，公司销售费用分别为 9,955.84 万元、15,792.61 万元、18,816.62 万元和 10,215.34 万元，主要由电商费用和职工薪酬等构成。

报告期内，公司销售费用中电商费用分别为 4,880.73 万元、12,093.70 万元、13,898.90 万元和 7,534.32 万元，主要包括店铺佣金、电商平台推广费、达人佣金等。报告期内，公司电商费用持续增长，主要系公司着力发展电商销售模式，不断加大电商业务推广力度所致。

报告期内，公司销售费用中职工薪酬分别为 1,654.57 万元、2,798.61 万元、3,654.65 万元和 1,921.57 万元，呈逐年增长趋势。2020 年和 2021 年，公司销售费用中职工薪酬增长较快，主要系公司积极开拓线上销售业务，增加电商业务销售人员所致。

（2）可比公司销售费用率比较

报告期内，公司销售费用率与同行业可比公司的对比情况如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
茶花股份	12.93%	14.38%	10.13%	10.40%
家联科技	4.56%	5.08%	4.67%	5.83%
通达创智	-	0.34%	0.39%	0.94%
平均值	**8.74%**	**6.60%**	**5.07%**	**5.72%**
发行人	**29.91%**	**30.20%**	**28.91%**	**27.70%**

注 1：数据来源于同行业可比公司公开披露的定期报告、招股说明书

注 2：通达创智未披露其 2021 年度数据及 2022 年半年度数据，此处通达创智 2021 年度数据系 2021 年半年度数据

报告期内，公司销售费用率高于同行业可比公司，主要原因是同行业可比公司销售模式与公司有所差异，公司线上销售模式产生推广费用较高。

同行业可比公司中，茶花股份主要采用经销商和商超直营模式，部分采用电商模式，在买断式经销商模式以及商超直营模式下，公司无需较多的推广费用，故其销售费用率较低；家联科技和通达创智主要采用线下直销模式，以 ODM、OEM 为主，该等模式下所需销售费用较少。

（3）相同销售模式公司销售费用率比较

公司销售模式以线上销售为主，电商费用占比较高，因此补充选取以线上销售为主要销售模式的上市公司进行比较，具体情况如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
科沃斯	27.22%	24.73%	21.58%	23.19%
北鼎股份	30.41%	25.55%	23.86%	22.27%
发行人	**29.91%**	**30.20%**	**28.91%**	**27.70%**

注：数据来源于上市公司公开披露的定期报告、招股说明书

以线上销售为主要销售模式的公司，需要支付电商平台佣金、推广费等电商费用，因此均呈现高销售费用率的特点。公司销售费用率较高，与电商经营模式的特征相匹配，具有合理性。

2、管理费用

（1）管理费用构成及变动分析

报告期内，公司管理费用具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	1,699.07	45.67%	3,167.47	46.47%	2,388.08	52.71%	1,825.67	56.89%
折旧与摊销费用	482.99	12.98%	892.00	13.09%	566.28	12.50%	471.56	14.69%
租赁费及水电费	338.95	9.11%	695.93	10.21%	420.46	9.28%	357.42	11.14%
中介咨询费	228.26	6.14%	392.25	5.76%	190.03	4.19%	80.04	2.49%
办公费	101.63	2.73%	151.15	2.22%	151.29	3.34%	99.68	3.11%
股份支付	510.88	13.73%	794.00	11.65%	120.46	2.66%	-	-
物料消耗	206.50	5.55%	463.18	6.80%	379.86	8.38%	125.55	3.91%
差旅招待费	44.26	1.19%	74.92	1.10%	79.27	1.75%	71.35	2.22%
维修费	44.21	1.19%	72.02	1.06%	93.35	2.06%	75.37	2.35%
其他	63.73	1.71%	112.67	1.65%	141.45	3.12%	102.57	3.20%
合计	**3,720.48**	**100.00%**	**6,815.60**	**100.00%**	**4,530.52**	**100.00%**	**3,209.22**	**100.00%**

报告期内，公司管理费用分别为 3,209.22 万元、4,530.52 万元、6,815.60 万元和 3,720.48 万元，主要由职工薪酬、股份支付、折旧与摊销费用、租赁费及水电费等构成。

报告期内，公司管理费用中职工薪酬分别为 1,825.67 万元、2,388.08 万元、3,167.47 万元和 1,699.07 万元，呈逐年增长趋势，主要系公司管理人员数量增加

所致。

报告期内，公司股份支付金额分别为 0.00 万元、120.46 万元、794.00 万元和 510.88 万元。2020 年 10 月，公司员工持股平台中山魏力以 4 元/注册资本的对价，低于公允价格增资，差额部分产生股份支付费用；2021 年至 2022 年 1-6 月，公司实际控制人石正兵以低于公允价格的对价将其所持员工持股平台中山新正以及中山魏力的份额转让于员工，差额部分产生股份支付；上述股份支付按 36 个月摊销，计入经常性损益。

报告期内，公司折旧与摊销费用分别为 471.56 万元、566.28 万元、892.00 万元和 482.99 万元。2021 年，公司折旧与摊销费用增长幅度较大，主要原因系 2021 年公司主要办公用房装修工程陆续转固开始计提折旧。

报告期内，公司租赁费及水电费分别为 357.42 万元、420.46 万元、695.93 万元和 338.95 万元。2021 年，公司租赁费及水电费增长幅度较大，主要原因系新增租用生产办公用房导致。

（2）可比公司管理费用率比较

报告期内，公司管理费用率与同行业可比公司的对比情况如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
茶花股份	8.62%	8.48%	7.97%	6.73%
家联科技	4.38%	3.72%	5.07%	4.59%
通达创智	-	4.48%	5.69%	10.85%
平均值	**6.50%**	**5.56%**	**6.24%**	**7.39%**
发行人	**10.89%**	**10.94%**	**8.29%**	**8.93%**

注 1：数据来源于同行业可比公司公开披露的定期报告、招股说明书

注 2：通达创智未披露其 2021 年度数据及 2022 年半年度数据，此处通达创智 2021 年度数据系 2021 年半年度数据

报告期内，公司管理费用率高于同行业可比公司，主要系受到股份支付的影响。剔除股份支付的影响因素后，报告期内，公司管理费用率分别为 8.93%、8.07%、9.67%和 9.40%，与茶花股份相接近。

3、研发费用

（1）研发费用构成及变动分析

报告期内，公司研发费用具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	604.96	61.84%	928.29	49.41%	626.27	38.91%	497.51	45.97%
物料消耗	186.51	19.07%	623.28	33.18%	795.89	49.45%	451.39	41.71%
折旧与摊销费用	34.76	3.55%	78.74	4.19%	42.16	2.62%	29.05	2.68%
专利费	43.22	4.42%	97.93	5.21%	40.59	2.52%	41.46	3.83%
其他	108.81	11.12%	150.43	8.01%	104.69	6.50%	62.88	5.81%
合计	**978.27**	**100.00%**	**1,878.68**	**100.00%**	**1,609.60**	**100.00%**	**1,082.31**	**100.00%**

报告期内，公司研发费用分别为 1,082.31 万元、1,609.60 万元、1,878.68 万元和 978.27 万元，主要由职工薪酬、物料消耗等构成。

报告期内，公司研发费用持续增长的主要原因系研发人员数量及平均薪酬增加导致职工薪酬增加，同时公司加大研发投入导致研发物料消耗增加。报告期内，公司不存在研发费用资本化的情况。

（2）可比公司研发费用率比较

报告期内，公司研发费用率与同行业可比公司的对比情况如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
茶花股份	1.29%	1.27%	1.48%	1.55%
家联科技	3.11%	3.09%	3.76%	3.72%
通达创智	-	4.10%	4.87%	4.44%
平均值	**2.20%**	**2.82%**	**3.37%**	**3.24%**
发行人	**2.86%**	**3.02%**	**2.95%**	**3.01%**

注 1：数据来源于同行业可比公司公开披露的定期报告、招股说明书

注 2：通达创智未披露其 2021 年度数据及 2022 年半年度数据，此处通达创智 2021 年度数据 2021 年半年度数据

报告期内，公司研发费用率与同行业可比公司平均水平相近。报告期内，公司重视研发投入，研发投入持续增加，在研产品储备丰富，形成了较强的产品迭

代能力。

4、财务费用

（1）财务费用构成及变动分析

报告期内，公司财务费用具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
利息支出	327.61	-141.65%	755.06	92.95%	479.66	74.15%	578.58	128.11%
利息收入	-61.68	26.67%	-81.26	-10.00%	-52.66	-8.14%	-21.13	-4.68%
汇兑损益	-510.93	220.91%	88.80	10.93%	193.24	29.87%	-153.72	-34.04%
手续费及其他	13.72	-5.93%	49.72	6.12%	26.62	4.12%	47.92	10.61%
合计	**-231.28**	**100.00%**	**812.32**	**100.00%**	**646.85**	**100.00%**	**451.64**	**100.00%**

报告期内，公司财务费用分别为 451.64 万元、646.85 万元、812.32 万元和 -231.28 万元，公司财务费用波动主要受利息支出和汇兑损益的影响。

报告期内，公司汇兑损益出现较大波动，主要系公司跨境电商及国外 ODM/OEM 业务主要以美元结算，而报告期内人民币对美元汇率存在较大波动。其中，公司 2020 年汇兑损失相对较高，主要系 2020 年下半年美元较人民币贬值所致；公司 2022 年 1-6 月汇兑收益相对较高，主要系 2022 年 1-6 月美元较人民币升值所致。

（2）可比公司财务费用率比较

报告期内，公司财务费用率与同行业可比公司的对比情况如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
茶花股份	-1.38%	-0.75%	-0.72%	-1.20%
家联科技	-0.75%	1.08%	1.77%	1.49%
通达创智	-	-0.07%	1.57%	0.00%
平均值	**-1.06%**	**0.09%**	**0.87%**	**0.10%**
发行人	**-0.68%**	**1.30%**	**1.18%**	**1.26%**

注 1：数据来源于同行业可比公司公开披露的定期报告、招股说明书

注 2：通达创智未披露其 2021 年度数据及 2022 年半年度数据，此处通达创智 2021 年度数据系 2021 年半年度数据

报告期内，公司财务费用率高于同行业可比公司，主要系公司融资渠道较为单一，外部融资渠道主要为银行借款，由此产生的利息支出金额较高所致。

（六）影响营业利润的其他科目分析

1、税金及附加

报告期内，公司税金及附加具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
城建税	172.82	43.32%	216.42	38.17%	211.23	41.63%	147.30	36.44%
教育费附加	74.11	18.58%	93.00	16.40%	90.52	17.84%	63.02	15.59%
地方教育费附加	49.41	12.39%	62.00	10.93%	58.19	11.47%	38.58	9.54%
房产税	52.97	13.28%	91.76	16.18%	71.75	14.14%	75.65	18.71%
土地使用税	37.16	9.32%	74.31	13.10%	49.93	9.84%	59.98	14.84%
其他	12.45	3.12%	29.56	5.21%	25.83	5.09%	19.75	4.89%
合计	**398.93**	**100.00%**	**567.05**	**100.00%**	**507.44**	**100.00%**	**404.29**	**100.00%**

报告期内，公司税金及附加分别为 404.29 万元、507.44 万元、567.05 万元和 398.93 万元，主要由城建税、教育费附加、房产税及地方教育费附加、土地使用税等构成。报告期内，随着营业收入的增加，公司应缴纳的增值税金额逐年增长，计提的税金及附加相应增加。

2、其他收益

报告期内，公司其他收益具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
与收益相关的政府补助	512.48	147.68	197.41	58.02
个税手续费返还	0.14	1.90	3.78	-
合计	**512.62**	**149.58**	**201.19**	**58.02**

报告期内，公司其他收益分别为58.02万元、201.19万元、149.58万元和512.62万元，主要由与收益相关的政府补助构成。

报告期内，公司计入其他收益的政府补助具体情况如下：

单位：万元

项目	补助类型	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
金融工作局上市补贴费用	与收益相关	408.00	92.00	-	-
中山市实施标准化战略专项资金	与收益相关	30.00	-	-	-
中山市商务局21年中山市商务发展专项资金（电子商务项目）（第一批）	与收益相关	30.00	-	-	-
京山市财政局“两化融合”奖励资金	与收益相关	20.00	-	-	-
中山市科学技术局企业创新发展专项资金	与收益相关	16.50	-	-	-
中山市科学技术局2019年度企业研发费用补助	与收益相关	-	14.23	-	-
职业技能提升行动培训补贴	与收益相关	-	13.54	-	-
中山市科学技术局2021年企业科技创新发展专项资金补助	与收益相关	-	10.00	-	-
京山财政局工业企业结构调整专项补助款	与收益相关	-	-	33.00	-
疫情防控电费补贴	与收益相关	-	-	35.10	-
2020 年度中山市知识产权专项资金	与收益相关	-	-	32.20	-
2020 年中山市商务发展专项资金（电子商务项目）	与收益相关	-	-	30.00	-
石岐区办事处2018年石岐区突出贡献奖	与收益相关	-	-	29.00	-
京山财政局一次性吸纳就业款	与收益相关	-	-	15.60	-
石岐区办事处中小企业项目扶持资金	与收益相关	-	-	12.00	-
广东省知识产权项目补贴	与收益相关	-	-	-	13.00
隐形冠军企业奖金	与收益相关	-	-	-	20.00
成长工程奖励	与收益相关	-	-	-	11.00
其他	与收益相关	7.98	17.91	10.51	14.02
合计		**512.48**	**147.68**	**197.41**	**58.02**

3、投资收益

报告期内，公司投资收益分别为 11.02 万元、24.23 万元、68.81 万元和 48.92 万元，金额较小，主要为公司购买的银行理财产品及到期交割的远期外汇合约产生的收益。

4、公允价值变动收益

报告期内，公司公允价值变动收益分别为 0.00 万元、33.46 万元、0.00 万元和-26.83 万元，主要由金融资产的公允价值变动收益构成。报告期内，公司与外销客户主要以美元结算，外汇结算金额较大，为控制外汇汇率变动风险，公司与银行签订外汇衍生品合约进行风险管理。报告期各期末，公司根据尚未交割的外汇衍生品合约的公允价值变动相应确认公允价值变动收益。

5、信用减值损失

报告期内，公司信用减值损失具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
应收账款坏账损失	22.44	-76.42	-20.98	23.98
其他应收款坏账损失	8.63	8.36	-6.94	-16.91
合计	**31.07**	**-68.06**	**-27.92**	**7.07**

报告期内，公司信用减值损失分别为 7.07 万元、-27.92 万元、-68.06 万元和 31.07 万元，主要由应收账款坏账损失和其他应收款坏账损失构成，具体详见本节之“十二、财务状况分析”之“（一）资产构成及变动分析”之“2、流动资产构成及变动分析”之“（4）应收账款”。

6、资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
存货跌价准备	-207.34	-148.41	-236.21	-257.11
固定资产减值损失	-58.94	-	-	-
合计	**-266.29**	**-148.41**	**-236.21**	**-257.11**

报告期内，公司资产减值损失分别为-257.11 万元、-236.21 万元、-148.41 万元和-266.29 万元，主要由存货跌价准备和固定资产减值损失构成，具体详见本节之“十二、财务状况分析”之“（一）资产构成及变动分析”之“2、流动资产构成及变动分析”之“(7)存货”和本节之“十二、财务状况分析”之“（一）资产构成及变动分析”之“3、非流动资产构成及变动分析”之“(1)固定资产”。

7、资产处置收益

报告期内，公司资产处置收益具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
固定资产处置利得（损失以“-”填列）	3.57	0.39	2.56	-18.45
使用权资产处置利得	30.96	6.98	-	-
合计	**34.53**	**7.36**	**2.56**	**-18.45**

报告期内，公司资产处置收益分别为-18.45 万元、2.56 万元、7.36 万元及 34.53 万元，主要由固定资产处置损益和使用权资产处置利得构成。

8、营业外收支

（1）营业外收入

报告期内，公司营业外收入具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
无需支付的往来款	40.20	8.45	43.64	25.66
赔偿款及其他	39.14	66.72	4.32	17.31
合计	**79.35**	**75.17**	**47.96**	**42.97**

报告期内，公司营业外收入分别为 42.97 万元、47.96 万元、75.17 万元和 79.35 万元，主要由供应商核销款项和赔偿款收入等构成。

（2）营业外支出

报告期内，公司营业外支出具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
非流动资产报废、损失	6.66	2.88	35.69	0.74
对外捐赠支出	2.74	48.27	64.70	19.34
其他	7.53	9.02	4.81	2.96
合计	**16.92**	**60.17**	**105.20**	**23.04**

报告期内，公司营业外支出分别为 23.04 万元、105.20 万元、60.17 万元和 16.92 万元，主要由捐赠支出、非流动资产报废、损失等构成，对公司经营业绩

影响较小。

（七）主要税费及税收政策影响分析

报告期内，公司所得税费用具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
当期所得税	604.38	776.23	1,063.34	82.64
递延所得税费用	-60.24	-169.73	308.40	396.06
合计	**544.14**	**606.50**	**1,371.74**	**478.70**

报告期内，公司所得税费用金额分别为 478.70 万元、1,371.74 万元、606.50 万元和 544.14 万元，主要由当期所得税和递延所得税费用构成。

（八）纳税情况

报告期内，公司缴纳的主要税种为增值税和企业所得税，其各期缴纳金额及期末应缴余额情况如下：

单位：万元

项目	期间	期初未缴数	本期应缴数	本期已缴数	期末未缴数
企业所得税	2022 年 1-6 月	267.25	603.93	653.11	218.07
	2021 年度	61.03	718.85	512.63	267.25
	2020 年度	33.87	1,130.44	1,103.29	61.03
	2019 年度	-	79.76	45.89	33.87
增值税	2022 年 1-6 月	112.30	1,714.33	1,327.09	499.54
	2021 年度	1.91	2,400.01	2,289.62	112.30
	2020 年度	160.43	2,221.86	2,380.38	1.91
	2019 年度	298.80	698.45	836.81	160.43

（九）对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素

截至本招股说明书签署之日，未发生对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素。

十二、财务状况分析

（一）资产构成及变动分析

1、资产构成情况

报告期各期末，公司的资产构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	37,174.30	63.30%	32,929.38	59.65%	24,256.20	60.71%	12,203.75	49.00%
非流动资产	21,552.34	36.70%	22,273.26	40.35%	15,699.09	39.29%	12,704.11	51.00%
合计	**58,726.64**	**100.00%**	**55,202.64**	**100.00%**	**39,955.29**	**100.00%**	**24,907.86**	**100.00%**

报告期各期末，公司资产总额分别为 24,907.86 万元、39,955.29 万元、55,202.64 万元和 58,726.64 万元。报告期内，在主营业务持续增长的背景下，公司各期末资产规模呈逐年增长趋势。

2、流动资产构成及变动分析

报告期各期末，公司的流动资产构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	26,015.13	69.98%	19,048.95	57.85%	8,591.52	35.42%	2,318.81	19.00%
交易性金融资产	1.54	0.00%	-	0.00%	3,029.36	12.49%	-	0.00%
应收票据	-	0.00%	-	0.00%	8.00	0.03%	-	0.00%
应收账款	2,633.49	7.08%	2,982.99	9.06%	2,300.01	9.48%	2,286.97	18.74%
预付款项	319.03	0.86%	225.76	0.69%	288.82	1.19%	174.49	1.43%
其他应收款	581.75	1.56%	738.82	2.24%	639.61	2.64%	380.87	3.12%
存货	7,453.19	20.05%	9,789.94	29.73%	9,199.44	37.93%	6,888.85	56.45%
一年内到期的非流动资产	21.98	0.06%	20.68	0.06%	-	-	-	-
其他流动资产	148.18	0.40%	122.24	0.37%	199.44	0.82%	153.75	1.26%
合计	**37,174.30**	**100.00%**	**32,929.38**	**100.00%**	**24,256.20**	**100.00%**	**12,203.75**	**100.00%**

报告期各期末，公司流动资产分别为 12,203.75 万元、24,256.20 万元、

32,929.38 万元和 37,174.30 万元。报告期内，公司流动资产主要由与生产经营活动密切相关的货币资金、存货和应收账款等构成。

报告期各期末，公司流动资产主要科目具体情况如下：

（1）货币资金

报告期各期末，公司货币资金具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存现金	5.88	0.02%	2.82	0.01%	6.52	0.08%	6.72	0.29%
银行存款	23,996.29	92.24%	17,451.39	91.61%	6,693.23	77.91%	403.84	17.42%
其他货币资金	2,012.95	7.74%	1,594.74	8.37%	1,891.77	22.02%	1,908.24	82.29%
合计	**26,015.13**	**100.00%**	**19,048.95**	**100.00%**	**8,591.52**	**100.00%**	**2,318.81**	**100.00%**

报告期各期末，公司货币资金分别为 2,318.81 万元、8,591.52 万元、19,048.95 万元和 26,015.13 万元，占流动资产的比例分别为 19.00%、35.42%、57.85%和 69.98%，主要由银行存款和其他货币资金构成。

报告期各期末，公司货币资金中银行存款余额逐年增长，主要系报告期内公司销售收入快速增长，且线上销售模式回款状况良好，公司经营活动现金流逐年改善。此外，公司于 2020 年及 2021 年进行了现金增资，亦导致公司货币资金余额大幅增长。

报告期各期末，公司其他货币资金主要包括公司为开具银行承兑汇票而存入银行的保证金以及支付宝、京东钱包等第三方支付平台账户中未提现的余额。报告期各期末，公司其他货币资金余额基本稳定。

（2）交易性金融资产

报告期各期末，公司交易性金融资产具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
理财产品及其他	-	-	3,029.36	-
远期结汇合约	1.54	-	-	-

合计	**1.54**	**-**	**3,029.36**	**-**

报告期各期末，公司交易性金融资产分别为 0.00 万元、3,029.36 万元、0.00 万元和 1.54 万元，占流动资产的比例分别为 0.00%、12.49%、0.00%和 0.00%，主要为在满足主营业务日常运营所需资金的前提下，为提高闲置资金使用效率和提高股东回报而购买的理财产品及为减少汇率波动风险期末持有的尚未到期远期结汇合约，公允价值变动确认的交易性金融资产。

公司制定了对外投资管理的相关制度并按照公司规定履行内部审批程序。上述产品期限较短或随时可赎回、风险较低、安全性高，报告期各期末不存在减值迹象，无需计提减值准备，亦不会对公司资金安排或流动性产生不利影响。

（3）应收票据

报告期各期末，公司应收票据具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
银行承兑汇票	-	-	8.00	-
合计	**-**	**-**	**8.00**	**-**

报告期各期末，公司应收票据账面价值分别为 0.00 万元、8.00 万元、0.00 万元和 0.00 万元，占流动资产的比例较低，主要系客户支付的银行承兑汇票。

（4）应收账款

①应收账款整体情况

报告期各期末，公司应收账款具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
应收账款余额	2,851.72	3,276.58	2,520.39	2,499.48
坏账准备	218.23	293.59	220.38	212.51
应收账款账面价值	**2,633.49**	**2,982.99**	**2,300.01**	**2,286.97**

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 2,286.97 万元、2,300.01 万元、2,982.99 万元和 2,633.49 万元，占流动资产的比例分别为 18.74%、9.48%、9.06%

和 7.08%。

②应收账款余额与营业收入对比分析

报告期各期末，公司应收账款余额与当期营业收入的对比情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
应收账款余额	2,851.72	3,276.58	2,520.39	2,499.48
当期营业收入	34,159.30	62,297.66	54,628.36	35,947.86
应收账款余额/当期营业收入	4.17%	5.26%	4.61%	6.95%

注：2022 年 6 月 30 日应收账款余额占当期营业收入的比例系简单年化计算所得

报告期各期末，公司应收账款余额占营业收入的比例较低。随着公司线上销售收入占比提高，公司产品销售回款情况良好，应收账款余额占营业收入比例呈下降趋势。

③应收账款账龄结构分析

报告期各期末，公司应收账款账龄分布情况具体如下：

单位：万元

账龄	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	账面余额	占应收账款余额比例	账面余额	占应收账款余额比例	账面余额	占应收账款余额比例	账面余额	占应收账款余额比例
1 年以内	2,745.54	96.28%	3,085.14	94.16%	2,332.17	92.53%	2,286.20	91.47%
1 至 2 年	29.12	1.02%	51.90	1.58%	42.75	1.70%	59.83	2.39%
2 至 3 年	4.56	0.16%	22.94	0.70%	31.00	1.23%	76.08	3.04%
3 年以上	72.50	2.54%	116.60	3.56%	114.47	4.54%	77.38	3.10%
合计	**2,851.72**	**100.00%**	**3,276.58**	**100.00%**	**2,520.39**	**100.00%**	**2,499.48**	**100.00%**

报告期各期末，公司应收账款账龄基本为 1 年以内，占应收账款余额的比例分别为 91.47%、92.53%、94.16%和 96.28%，公司应收账款余额分布合理。

④应收账款坏账准备计提比例与同行业可比公司比较

报告期各期末，公司与同行业可比公司应收账款实际坏账计提比例如下：

公司名称	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日

茶花股份	6.08%	6.16%	6.19%	5.93%
家联科技	5.97%	5.40%	5.01%	5.05%
通达创智	-	-	5.00%	5.00%
平均值	**6.03%**	**5.78%**	**5.40%**	**5.33%**
太力科技	7.65%	8.96%	8.74%	8.50%

注 1：数据来源于同行业可比公司公开披露的定期报告、招股说明书
注 2：通达创智未披露其 2021 年度数据及 2022 年半年度数据

报告期各期末，公司应收账款坏账准备实际计提比例高于同行业可比公司，公司应收账款坏账准备计提具有充分性、谨慎性。

⑤应收账款主要客户构成

报告期各期末，公司应收账款余额前五名客户具体情况如下：

单位：万元

2022 年 6 月 30 日			
序号	**单位名称**	**应收账款账面余额**	**占比**
1	宜家	843.31	29.57%
2	大润发	283.30	9.93%
3	苏宁易购	248.83	8.73%
4	沃尔玛	241.75	8.48%
5	中国人民解放军 63919 部队	117.34	4.11%
合计		**1,734.53**	**60.82%**
2021 年 12 月 31 日			
序号	**单位名称**	**应收账款账面余额**	**占比**
1	宜家	738.56	22.54%
2	大润发	347.38	10.60%
3	HMS MFG CO	275.25	8.40%
4	LIDL ASIA PTE. LIMITED	263.17	8.03%
5	苏宁易购	262.10	8.00%
合计		**1,886.46**	**57.57%**
2020 年 12 月 31 日			
序号	**单位名称**	**应收账款账面余额**	**占比**
1	LIDL HONG KONG LIMITED	502.33	19.93%
2	大润发	393.72	15.62%

3	宜家	246.81	9.79%
4	沃尔玛	245.05	9.72%
5	苏宁易购	214.84	8.52%
合计		**1,602.75**	**63.58%**
2019 年 12 月 31 日			
序号	**单位名称**	**应收账款账面余额**	**占比**
1	宜家	624.61	24.99%
2	沃尔玛	356.34	14.26%
3	LIDL HONG KONG LIMITED	302.72	12.11%
4	大润发	257.13	10.29%
5	华润万家	223.28	8.93%
合计		**1,764.09**	**70.58%**

注 1：对同一控制下的应收对象余额合并披露

注 2：利德尔自 2021 年起调整亚洲区采购业务，由 LIDL HONG KONG LIMITED 转移至 LIDL ASIA PTE. LIMITED

报告期各期末，公司应收账款前五大客户余额合计占应收账款余额的比例分别为 70.58%、63.58%、57.57%和 60.82%。上述客户主要系国内外规模较大的零售商及大型连锁超市，资产规模较大，信誉情况良好，且与公司保持稳定的业务合作关系，应收账款坏账风险较小。

（5）预付账款

报告期各期末，公司预付账款分别为 174.49 万元、288.82 万元、225.76 万元和 319.03 万元，占流动资产的比例分别为 1.43%、1.19%、0.69%和 0.86%，主要由公司预付平台的推广费用构成。

（6）其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
押金保证金	543.23	522.30	346.79	284.68
出口退税	-	-	76.38	64.70
往来款及其他	58.29	244.92	253.20	61.31
合计	**601.52**	**767.22**	**676.37**	**410.69**

减值准备	19.77	28.40	36.75	29.81
账面价值	**581.75**	**738.82**	**639.61**	**380.87**

报告期各期末，公司其他应收款账面价值分别为 380.87 万元、639.61 万元、738.82 万元和 581.75 万元，占流动资产的比例分别为 3.12%、2.64%、2.24%和 1.56%，主要由客户收取的合作保证金、开立网上店铺押金以及员工备用金等构成。

（7）存货

①存货账面余额构成及变动分析

报告期各期末，公司存货具体情况如下：

单位：万元

2022 年 6 月 30 日				
项目	**账面余额**	**占比**	**跌价准备**	**账面价值**
原材料	686.06	8.55%	58.74	627.33
周转材料及低值易耗品	15.21	0.19%	11.23	3.98
在产品	50.17	0.63%	-	50.17
半成品	3,304.24	41.16%	297.15	3,007.09
委托加工物资	81.62	1.02%	-	81.62
库存商品	2,895.79	36.08%	206.52	2,689.27
发出商品	993.74	12.38%	-	993.74
合计	**8,026.83**	**100.00%**	**573.64**	**7,453.19**
2021 年 12 月 31 日				
项目	**账面余额**	**占比**	**跌价准备**	**账面价值**
原材料	1,011.52	9.85%	28.90	982.62
周转材料及低值易耗品	16.43	0.16%	9.10	7.33
在产品	47.45	0.46%	-	47.45
半成品	4,449.18	43.32%	127.38	4,321.80
委托加工物资	292.40	2.85%	-	292.40
库存商品	3,521.72	34.29%	315.23	3,206.48
发出商品	931.86	9.07%	-	931.86
合计	**10,270.56**	**100.00%**	**480.62**	**9,789.94**
2020 年 12 月 31 日				

项目	账面余额	占比	跌价准备	账面价值
原材料	778.19	8.11%	33.04	745.14
周转材料及低值易耗品	15.15	0.16%	7.24	7.91
在产品	84.74	0.88%	-	84.74
半成品	4,646.17	48.44%	91.58	4,554.59
委托加工物资	230.36	2.40%	-	230.36
库存商品	3,187.72	33.24%	259.61	2,928.11
发出商品	648.59	6.76%	-	648.59
合计	**9,590.92**	**100.00%**	**391.47**	**9,199.44**
2019 年 12 月 31 日				
项目	**账面余额**	**占比**	**跌价准备**	**账面价值**
原材料	722.16	10.01%	42.95	679.21
周转材料及低值易耗品	11.84	0.16%	3.79	8.05
在产品	382.20	5.30%	-	382.20
半成品	3,409.06	47.24%	83.79	3,325.27
委托加工物资	46.11	0.64%	-	46.11
库存商品	2,100.77	29.11%	196.81	1,903.96
发出商品	544.06	7.54%	-	544.06
合计	**7,216.19**	**100.00%**	**327.34**	**6,888.85**

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 6,888.85 万元、9,199.44 万元、9,789.94 万元和 7,453.19 万元，主要由库存商品、半成品、原材料和发出商品等构成。

②原材料

报告期各期末，公司原材料账面价值分别为 679.21 万元、745.14 万元、982.62 万元和 627.33 万元，主要由塑料薄膜、塑胶粒料等构成，规模及占比总体保持稳定。

③在产品、半成品

报告期各期末，公司在产品和半成品合计账面价值分别为 3,707.47 万元、4,639.33 万元、4,369.25 万元和 3,057.26 万元。其中，公司在产品是投入生产之后，尚未完工入库的产品，报告期各期末，公司在产品金额较小，且较为稳定；公司半成品主要为真空袋半成品、注塑件，2021 年末，公司半成品余额略有下

降，主要系公司当年结转较多半成品至库存商品。

④库存商品

报告期各期末，公司库存商品的账面价值分别为 1,903.96 万元、2,928.11 万元、3,206.48 万元和 2,689.27 万元，主要为已完成包装入库的商品。2019 年末、2020 年末和 2021 年末，公司库存商品余额持续上升，主要系公司经营规模持续上升，相应增加备货所致。

⑤发出商品

报告期各期末，公司发出商品的账面价值分别为 544.06 万元、648.59 万元、931.86 万元和 993.74 万元，主要系电商模式销售过程中已发出但尚不符合收入确认条件的产品。

⑥存货跌价计提分析

报告期各期末，公司存货跌价准备具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
原材料	58.74	28.90	33.04	42.95
周转材料及低值易耗品	11.23	9.10	7.24	3.79
半成品	297.15	127.38	91.58	83.79
库存商品	206.52	315.23	259.61	196.81
合计	**573.64**	**480.62**	**391.47**	**327.34**

报告期各期末，公司存货跌价准备分别为 327.34 万元、391.47 万元、480.62 万元和 573.64 万元，主要由库龄较长或预计难以销售的半成品和库存商品构成。

（8）其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
待抵扣进项税	69.90	53.09	97.36	153.75
预缴企业所得税	9.29	9.73	67.11	-

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
待抵扣 VAT 税	13.04	16.05	-	-
预计退货成本	55.94	43.36	34.97	-
合计	**148.18**	**122.24**	**199.44**	**153.75**

报告期各期末，公司其他流动资产分别为 153.75 万元、199.44 万元、122.24 万元和 148.18 万元，占流动资产的比例分别为 1.26%、0.82%、0.37%和 0.40%，占比较低，主要由待抵扣进项税、预计退货成本、预缴企业所得税等构成。

3、非流动资产构成及变动分析

报告期各期末，公司的非流动资产构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
长期应收款	5.60	0.03%	16.60	0.07%	-	0.00%	-	0.00%
投资性房地产	140.11	0.65%	143.82	0.65%	151.23	0.96%	158.63	1.25%
固定资产	13,368.39	62.03%	13,348.93	59.93%	13,389.41	85.29%	10,475.83	82.46%
在建工程	66.25	0.31%	45.87	0.21%	17.42	0.11%	95.08	0.75%
使用权资产	5,668.30	26.30%	6,300.61	28.29%	-	0.00%	-	0.00%
无形资产	1,230.73	5.71%	1,175.38	5.28%	1,168.47	7.44%	1,150.38	9.06%
长期待摊费用	325.99	1.51%	369.32	1.66%	363.06	2.31%	70.09	0.55%
递延所得税资产	511.57	2.37%	451.09	2.03%	285.64	1.82%	589.77	4.64%
其他非流动资产	235.40	1.09%	421.64	1.89%	323.87	2.06%	164.33	1.29%
合计	**21,552.34**	**100.00%**	**22,273.26**	**100.00%**	**15,699.09**	**100.00%**	**12,704.11**	**100.00%**

报告期各期末，公司非流动资产分别为 12,704.11 万元、15,699.09 万元、22,273.26 万元和 21,552.34 万元，主要由固定资产、使用权资产和无形资产等构成。报告期内，公司非流动资产整体呈上升趋势，主要系随着公司经营规模持续扩大，公司为加大自有品牌业务发展，新建及购置部分厂房和机器设备所致。

（1）固定资产

①固定资产构成及变动分析

报告期各期末，公司固定资产具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
一、账面原值				
房屋建筑物	11,627.20	11,416.25	11,416.25	9,812.15
机器设备	4,771.09	4,765.14	4,086.86	3,726.52
运输设备	539.19	411.22	373.59	386.82
电子设备及其他	4,110.87	3,735.27	3,193.23	1,393.97
合计	**21,048.35**	**20,327.89**	**19,069.93**	**15,319.46**
二、累计折旧				
房屋建筑物	2,896.77	2,707.60	2,330.38	2,004.35
机器设备	2,410.07	2,315.17	2,009.10	1,775.84
运输设备	337.01	330.60	305.78	297.03
电子设备及其他	1,945.93	1,587.63	978.82	701.49
合计	**7,589.78**	**6,941.01**	**5,624.08**	**4,778.71**
三、减值准备				
房屋建筑物	-	-	-	-
机器设备	77.84	37.81	56.31	64.78
运输设备	-	-	-	-
电子设备及其他	12.34	0.13	0.13	0.13
合计	**90.18**	**37.94**	**56.45**	**64.91**
四、账面价值				
房屋建筑物	8,730.43	8,708.65	9,085.87	7,807.80
机器设备	2,283.18	2,412.16	2,021.45	1,885.90
运输设备	202.18	80.62	67.81	89.79
电子设备及其他	2,152.60	2,147.51	2,214.28	692.34
合计	**13,368.39**	**13,348.93**	**13,389.41**	**10,475.83**

报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 10,475.83 万元、13,389.41 万元、13,348.93 万元和 13,368.39 万元，占非流动资产的比例分别为 82.46%、85.29%、59.93%和 62.03%，主要由房屋建筑物、机器设备和电子设备及其他等构成，账面价值合计占固定资产的比例超过 90%。报告期内，公司房屋建筑物、机器设备、电子设备及其他的账面原值持续增长，主要系公司持续扩大生产规模，建设湖北智能车间和中山太力厂区装修改造所致。

截至报告期末，公司固定资产整体运行情况良好，公司对少数闲置固定资产进行减值处理，报告期各期末，公司固定资产减值金额占账面原值比例均低于1%，占比较低，对固定资产整体运行情况不存在重大不利影响。

②固定资产折旧政策与同行业可比公司的比较

报告期内，公司固定资产折旧方法为年限平均法，各类固定资产折旧年限和同行业可比公司的对比情况如下：

类别	公司名称	折旧方法	折旧年限	残值率	年折旧率
房屋建筑物	茶花股份	年限平均法	20 年	5%	4.75%
	家联科技	年限平均法	20 年	5%	4.75%
	通达创智	年限平均法	10 年/30 年	5%	9.50%、3.17%
	发行人	年限平均法	20 年-30 年	5%	4.75%-3.17%
机器设备	茶花股份	年限平均法	10 年	5%	9.50%
	家联科技	年限平均法	5 年-10 年	5%	19.00%-9.50%
	通达创智	年限平均法	5 年-10 年	5%	19.00%-9.50%
	发行人	年限平均法	10 年	5%	9.50%
运输设备	茶花股份	年限平均法	4 年	5%	23.75%
	家联科技	年限平均法	4 年-5 年	5%	23.75%-19.00%
	通达创智	年限平均法	-	-	-
	发行人	年限平均法	5 年	5%	19.00%
电子设备及其他	茶花股份	年限平均法	5 年	5%	19.00%
	家联科技	年限平均法	3 年-5 年	5%	31.67%-19.00%
	通达创智	年限平均法	3 年-5 年	5%	31.67%-19.00%
	发行人	年限平均法	3 年-5 年	5%	31.67%-19.00%

注：同行业可比公司数据来源为上市公司年度报告及招股说明书

公司固定资产折旧政策与同行业可比公司不存在显著差异，具有谨慎性。

（2）在建工程

报告期各期末，公司在建工程具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
零星装修工程	54.92	45.87	11.50	31.33

设备改造	11.32	-	5.91	2.75
中山太力厂区装修改造工程	-	-	-	61.00
合计	**66.25**	**45.87**	**17.42**	**95.08**

报告期各期末，公司在建工程分别为 95.08 万元、17.42 万元、45.87 万元和 66.25 万元，占非流动资产的比例分别为 0.75%、0.11%、0.21%和 0.31%，主要由公司厂区装修改造工程、零星装修工程和设备改造构成。

（3）使用权资产

报告期各期末，公司使用权资产具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
账面原值	6,809.61	7,067.83	-	-
累计折旧	1,141.31	767.23	-	-
减值准备	-	-	-	-
账面价值	**5,668.30**	**6,300.61**	**-**	**-**

注：公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，新增使用权资产科目

报告期各期末，公司使用权资产分别为 0.00 万元、0.00 万元、6,300.61 万元和 5,668.30 万元，占非流动资产的比例分别为 0.00%、0.00%、28.29%和 26.30%，主要为公司租赁的房屋及建筑物。

（4）无形资产

报告期各期末，公司无形资产具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
一、账面原值				
土地使用权	1,160.01	1,160.01	1,160.01	1,160.01
软件	503.19	409.56	339.92	268.01
合计	**1,663.20**	**1,569.57**	**1,499.93**	**1,428.02**
二、累计摊销				
土地使用权	290.00	277.92	253.75	229.59
软件	142.47	116.28	77.71	48.06

合计	**432.47**	**394.20**	**331.47**	**277.64**
三、减值准备				
土地使用权	-	-	-	-
软件	-	-	-	-
合计	-	-	-	-
四、账面价值				
土地使用权	870.01	882.09	906.26	930.42
软件	360.72	293.29	262.21	219.96
合计	**1,230.73**	**1,175.38**	**1,168.47**	**1,150.38**

报告期各期末，公司无形资产账面价值分别为 1,150.38 万元、1,168.47 万元、1,175.38 万元和 1,230.73 万元，占非流动资产比例分别为 9.06%、7.44%、5.28%和 5.71%，主要由土地使用权和软件构成。

（5）投资性房地产

报告期各期末，公司投资性房地产具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
账面原值	233.95	233.95	233.95	233.95
累计折旧和累计摊销	93.84	90.14	82.73	75.32
减值准备	-	-	-	-
账面价值	**140.11**	**143.82**	**151.23**	**158.63**

报告期各期末，公司投资性房地产账面价值分别为 158.63 万元、151.23 万元、143.82 万元和 140.11 万元，占非流动资产比例分别为 1.25%、0.96%、0.65%和 0.65%，占比较低，主要系上海太力一处房产用于对外出租形成。

（6）长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用分别为 70.09 万元、363.06 万元、369.32 万元和 325.99 万元，占非流动资产比例分别为 0.55%、2.31%、1.66%和 1.51%，主要系办公室及厂区的装修改造费用。

（7）递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产分别为 589.77 万元、285.64 万元、451.09

万元和 511.57 万元，占非流动资产比例分别为 4.64%、1.82%、2.03%和 2.37%，主要系可结转以后年度弥补的亏损、计提的存货跌价准备、各类资产减值损失、未实现内部损益等可抵扣暂时性差异形成的递延所得税资产。

（8）其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
预付工程及设备款	235.40	216.64	323.87	164.33
预付购房款	-	205.00	-	-
合计	**235.40**	**421.64**	**323.87**	**164.33**

报告期各期末，公司其他非流动资产分别为 164.33 万元、323.87 万元、421.64 万元和 235.40 万元，占非流动资产比例分别为 1.29%、2.06%、1.89%和 1.09%，主要系预付工程设备款及预付购房款。

（9）长期应收款

报告期各期末，公司长期应收款账面价值分别为 0.00 万元、0.00 万元、16.60 万元和 5.60 万元，占非流动资产的比例分别为 0.00%、0.00%、0.07%和 0.03%，占比较低，主要系公司 2021 年执行新租赁准则后，将一年以上的向承租人出租场所的融资租赁款按照市场利率折现后计入长期应收款形成。

（二）营运能力分析

1、主要营运能力指标情况

报告期内，公司主要营运能力指标如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
应收账款周转率（次）	11.15	21.49	21.76	14.16
存货周转率（次）	1.63	2.87	2.71	2.78

注：2022 年 1-6 月数据未进行年化处理

2020 年，公司应收账款周转率大幅提高主要系公司抓住电商平台发展机遇扩张业务规模，营业收入规模大幅增长，同时线上收入回款较快，应收账款余额无显著增长所致。公司存货周转率基本保持稳定，无显著波动情况。

2、与可比公司主要营运能力指标的对比分析

报告期内，公司应收账款周转率及存货周转率与同行业可比公司对比情况如下：

项目	公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
应收账款周转率（次）	茶花股份	2.49	6.35	5.80	7.04
	家联科技	3.56	7.61	6.94	7.92
	通达创智	-	6.14	4.91	5.79
	平均值	**3.02**	**6.70**	**5.88**	**6.92**
	太力科技	11.15	21.49	21.76	14.16
存货周转率（次）	茶花股份	1.24	2.71	2.69	3.55
	家联科技	2.40	3.56	3.80	4.96
	通达创智	-	6.34	5.80	6.50
	平均值	**1.82**	**4.20**	**4.10**	**5.00**
	太力科技	1.63	2.87	2.71	2.78

注 1：数据来源于同行业可比公司公开披露的定期报告、招股说明书

注 2：通达创智未披露其 2021 年度、2022 年半年度数据，其 2021 年数据由其半年报年化计算所得

（1）应收账款周转率

报告期内，公司应收账款周转率分别为 14.16 次、21.76 次、21.49 次和 11.15 次，高于同行业可比公司平均水平，主要系公司和同行业可比公司的销售模式不同，公司产品主要通过电商平台销售，线上销售比例显著高于同行业公司，而线上销售账期通常在 15 天以内，期末应收账款余额规模较小。

同行业可比公司中，茶花股份主要采用经销商和商超直营模式对外销售，家联科技、通达创智主要采用线下直销模式，其给予客户的信用期较长，期末应收账款余额规模相对较大。因此，公司的应收账款周转率相对较高，具有合理性。

（2）存货周转率

报告期内，公司存货周转率分别为 2.78 次、2.71 次、2.87 次和 1.63 次，无显著波动。公司存货周转率低于同行业可比公司平均水平，主要系公司与可比公司生产组织模式有所差异。公司线上销售模式需要为电商大促、明星直播带货等活动进行专项备货，并根据销售预测进行排产，采用弹性生产模式并留有安全库

存，期末库存商品及半成品余额较大。同行业可比公司中，茶花股份与公司的存货周转率较为接近，而家联科技、通达创智采用以销定产的生产方式，产品周转速度较快。

十三、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

（一）负债构成分析

报告期各期末，公司的负债构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	25,003.63	81.68%	25,372.36	80.21%	24,974.69	99.95%	25,133.10	99.00%
非流动负债	5,606.40	18.32%	6,258.68	19.79%	12.44	0.05%	253.89	1.00%
合计	**30,610.03**	**100.00%**	**31,631.04**	**100.00%**	**24,987.13**	**100.00%**	**25,386.99**	**100.00%**

报告期各期末，公司负债总额分别为 25,386.99 万元、24,987.13 万元、31,631.04 万元和 30,610.03 万元，主要由流动负债构成，其占负债总额的比例分别为 99.00%、99.95%、80.21%和 81.68%。2021 年，公司非流动负债增加主要系公司实行新租赁准则形成租赁负债所致。

1、流动负债

报告期各期末，公司的流动负债构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	10,289.01	41.15%	7,907.38	31.17%	8,657.24	34.66%	8,330.86	33.15%
交易性金融负债	28.37	0.11%	-	-	-	-	-	-
应付票据	4,082.40	16.33%	3,975.53	15.67%	2,982.67	11.94%	4,963.15	19.75%
应付账款	7,454.40	29.81%	10,600.37	41.78%	11,031.66	44.17%	9,478.40	37.71%
预收款项	-	-	9.33	0.04%	9.33	0.04%	210.48	0.84%
合同负债	217.58	0.87%	157.82	0.62%	297.47	1.19%	-	-
应付职工薪酬	761.85	3.05%	1,001.00	3.95%	1,045.81	4.19%	782.52	3.11%
应交税费	892.87	3.57%	450.98	1.78%	141.95	0.57%	267.15	1.06%
其他应付款	301.85	1.21%	474.77	1.87%	486.46	1.95%	399.01	1.59%

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一年内到期的非流动负债	790.95	3.16%	650.79	2.56%	181.40	0.73%	701.52	2.79%
其他流动负债	184.35	0.74%	144.37	0.57%	140.69	0.56%	-	-
合计	**25,003.63**	**100.00%**	**25,372.36**	**100.00%**	**24,974.69**	**100.00%**	**25,133.10**	**100.00%**

报告期各期末，公司流动负债分别为 25,133.10 万元、24,974.69 万元、25,372.36 万元和 25,003.63 万元，主要由短期借款、应付票据和应付账款等构成。

（1）短期借款

报告期各期末，公司短期借款具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
信用借款	-	-	-	200.29
保证借款	3,013.88	3,000.00	3,405.08	-
保证和抵押借款	7,275.14	4,907.38	5,252.17	8,130.57
合计	**10,289.01**	**7,907.38**	**8,657.24**	**8,330.86**

报告期各期末，公司短期借款分别为 8,330.86 万元、8,657.24 万元、7,907.38 万元和 10,289.01 万元，占公司流动负债的比例分别为 33.15%、34.66%、31.17% 和 41.15%，均为用以满足公司生产经营周转需求的银行借款。

（2）交易性金融负债

2022 年 6 月末，公司交易性金融负债为 28.37 万元，主要系公司确认远期结汇合约产生的交易性金融负债。

（3）应付票据

报告期各期末，公司应付票据具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
商业承兑汇票	-	-	-	-
银行承兑汇票	4,082.40	3,975.53	2,982.67	4,963.15
合计	**4,082.40**	**3,975.53**	**2,982.67**	**4,963.15**

报告期各期末，公司应付票据分别为 4,963.15 万元、2,982.67 万元、3,975.53 万元和 4,082.40 万元，占公司流动负债的比例分别为 19.75%、11.94%、15.67%和 16.33%，均为应付银行承兑汇票，主要用于向供应商支付采购款。报告期各期末，公司应付票据余额增长，主要系公司采购金额随经营规模扩大而增加所致。

（4）应付账款

报告期各期末，公司应付账款具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
货款	5,629.39	9,051.17	9,398.55	8,665.31
服务费及其他	1,629.29	1,121.62	653.13	699.93
设备款及工程款	195.72	427.58	979.98	113.17
合计	**7,454.40**	**10,600.37**	**11,031.66**	**9,478.40**

报告期各期末，公司应付账款金额分别为 9,478.40 万元、11,031.66 万元、10,600.37 万元和 7,454.40 万元，占流动负债的比例分别为 37.71%、44.17%、41.78%和 29.81%，主要为应付供应商的材料采购款、物流费及外协加工费等。

（5）合同负债

报告期各期末，公司合同负债分别为 0.00 万元、297.47 万元、157.82 万元及 217.58 万元，占流动负债总额的比例分别为 0.00%、1.19%、0.62%和 0.87%，占比较小，主要系公司自 2020 年起执行新收入准则，将根据合同收取的预收货款调整列报于合同负债。

（6）应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬分别为 782.52 万元、1,045.81 万元、1,001.00 万元和 761.85 万元，占流动负债总额的比例分别为 3.11%、4.19%、3.95%和 3.05%，主要为已计提尚未发放的职工工资及奖金等。

（7）其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款分别为 399.01 万元、486.46 万元、474.77 万元和 301.85 万元，占流动负债的比例分别为 1.59%、1.95%、1.87%和 1.21%，主要由押金、保证金及预提水电费和物流费等构成。

（8）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 701.52 万元、181.40 万元、650.79 万元和 790.95 万元，占流动负债的比例分别为 2.79%、0.73%、2.56% 和 3.16%，主要由一年内到期的长期借款和一年内到期的租赁负债构成。

2、非流动负债

报告期各期末，公司非流动负债具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
长期借款	-	-	-	-	-	-	181.06	71.32%
租赁负债	5,600.72	99.90%	6,250.98	99.88%	-	-	-	-
预计负债	-	-	-	-	-	-	70.34	27.70%
递延收益	5.45	0.10%	7.69	0.12%	8.17	65.62%	2.49	0.98%
递延所得税负债	0.23	0.00%	-	-	4.28	34.38%	-	-
合计	**5,606.40**	**100.00%**	**6,258.68**	**100.00%**	**12.44**	**100.00%**	**253.89**	**100.00%**

报告期各期末，公司非流动负债分别为 253.89 万元、12.44 万元、6,258.68 万元和 5,606.40 万元，占负债总额的比重较低，主要由租赁负债、长期借款、预计负债等构成。

（1）长期借款

2019 年末，公司长期借款为 181.06 万元，主要系用以满足公司生产经营周转需求的长期借款。

（2）租赁负债

公司自 2021 年起执行新租赁准则，确认相应的使用权资产和租赁负债。报告期各期末，公司租赁负债分别为 0.00 万元、0.00 万元、6,250.98 万元和 5,600.72 万元，主要系公司为生产经营租入的房屋建筑物确认的租赁负债。

（3）预计负债

报告期各期末，公司预计负债分别为 70.34 万元、0.00 万元、0.00 万元和 0.00 万元，主要系公司商超卖场模式下根据以往销售经验合理估计退货可能性所确认

的相关负债。公司自 2020 年起执行新收入准则，将附有销售退回条款的销售行为所产生的应收退货成本调整列报于其他流动资产，应付退货款调整列报于其他流动负债。

（二）偿债能力分析

1、公司偿债能力指标情况

报告期内，公司主要偿债能力指标如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月/2022 年 6 月 30 日	2021 年度/2021 年 12 月 31 日	2020 年度/2020 年 12 月 31 日	2019 年度/2019 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	1.49	1.30	0.97	0.49
速动比率（倍）	1.19	0.91	0.60	0.21
资产负债率	52.12%	57.30%	62.54%	101.92%
息税折旧摊销前利润	5,765.39	7,227.77	10,246.72	5,231.11
利息保障倍数（倍）	14.97	7.48	19.17	7.51
经营活动产生的现金流量净额	5,617.18	9,029.23	6,017.23	2,497.40

报告期各期末，公司流动比率分别为 0.49、0.97、1.30 和 1.49，速动比率分别为 0.21、0.60、0.91 和 1.19。随着经营规模的不断扩大，公司现金流持续好转，流动比率、速动比率指标逐年上升，资产负债率逐年下降。

2、与可比公司主要偿债能力指标对比情况

报告期各期末，公司与同行业可比公司的流动比率、速动比率、资产负债率等偿债能力指标的对比情况如下：

项目	公司名称	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	茶花股份	6.78	5.06	4.58	5.22
	家联科技	1.77	2.30	0.85	0.75
	通达创智	-	1.59	1.91	1.58
	平均值	**4.27**	**2.98**	**2.45**	**2.52**
	太力科技	1.49	1.30	0.97	0.49
速动比率	茶花股份	5.03	3.25	3.34	4.40
	家联科技	1.29	1.75	0.45	0.40

（倍）	通达创智	-	1.11	1.42	1.23
	平均值	**3.16**	**2.04**	**1.74**	**2.01**
	太力科技	1.19	0.91	0.60	0.21
资产负债率	茶花股份	10.16%	12.23%	12.61%	11.72%
	家联科技	36.56%	34.24%	59.30%	60.87%
	通达创智	-	34.35%	30.25%	33.33%
	平均值	**23.36%**	**26.94%**	**34.05%**	**35.31%**
	太力科技	52.12%	57.30%	62.54%	101.92%

注 1：数据来源于同行业可比公司公开披露的定期报告、招股说明书

注 2：通达创智未披露其 2021 年度数据及 2022 年半年度数据，2021 年度数据为其半年度数据

报告期各期末，公司资产负债率高于同行业可比公司平均值，流动比率和速动比率低于同行业可比公司平均水平，主要原因系报告期内，公司经营规模较小，融资渠道单一，银行借款规模较大所致。

报告期内，公司完成了自传统销售模式向互联网零售模式的转型，经营状况良好，营业收入规模扩大，盈利能力增强，销售商品收到的现金远大于购买商品、接受劳务支付的现金，公司经营活动产生的现金流量呈现持续净流入状态，充沛的经营活动现金流进一步充实了公司资金实力，增强了公司的偿债能力；此外，公司报告期内引进外部投资者，优化股权结构，改善资产结构，为公司持续经营发展提供了保障。

公司资产负债水平和现有业务规模较为匹配，符合公司业务发展和实际生产经营情况。随着公司业务规模持续扩大和盈利水平逐步提升，公司日常经营积累不断增加，报告期各期末公司资产负债率持续下降，流动比率、速动比率逐步改善，公司短期和长期偿债能力增强。

综上所述，公司报告期内发展势头良好，负债结构合理，资金周转情况正常，日常经营获取现金的能力较强，货币资金充足，银行授信额度保持在较高水平，公司可灵活安排偿债期限，发生偿债风险的可能性较低。

3、最近一期末银行借款、关联方借款、合同承诺债务、或有负债等主要债项的金额、期限、利率及利息费用等情况

截至 2022 年 6 月 30 日，公司不存在关联方借款、合同承诺债务、或有负债

情形，尚需偿还的银行借款为 10,289.01 万元。

4、未来需偿还的负债及利息与偿债能力分析

截至 2022 年 6 月 30 日，公司未来 12 个月内尚需偿还的负债主要为短期借款、应付票据、应付账款等日常经营活动中形成的商业信用负债，公司总体现金流较为充裕，不存在预计无法偿还负债的风险。

（三）股利分配的具体实施情况

报告期内，公司未进行利润分配。

（四）现金流量分析

报告期内，公司现金流量简要数据如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经营活动产生的现金流量净额	5,617.18	9,029.23	6,017.23	2,497.40
投资活动产生的现金流量净额	-1,096.71	651.22	-7,044.97	-1,459.48
筹资活动产生的现金流量净额	1,807.48	1,461.28	7,107.19	-956.01
汇率变动对现金及现金等价物的影响	510.93	-88.80	-193.24	153.72
现金及现金等价物净增加额	6,838.88	11,052.93	5,886.21	235.63

1、经营活动现金流量分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流量具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	38,118.29	67,806.25	60,261.25	38,853.59
收到的税费返还	112.49	180.67	273.05	369.80
收到其他与经营活动有关的现金	868.55	1,560.36	639.44	6,500.90
经营活动现金流入小计	**39,099.33**	**69,547.28**	**61,173.74**	**45,724.29**
购买商品、接受劳务支付的现金	16,328.53	30,017.48	27,930.04	22,203.19
支付给职工以及为职工支付的现金	5,601.61	10,221.91	8,115.27	6,563.42
支付的各项税费	2,284.88	3,387.97	3,985.67	1,273.23
支付其他与经营活动有关	9,267.14	16,890.68	15,125.52	13,187.06

的现金				
经营活动现金流出小计	**33,482.15**	**60,518.05**	**55,156.50**	**43,226.89**
经营活动产生的现金流量净额	**5,617.18**	**9,029.23**	**6,017.23**	**2,497.40**

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 2,497.40 万元、6,017.23 万元、9,029.23 万元和 5,617.18 万元，经营活动现金流呈净流入状态，公司盈利质量较好。

报告期内，公司各期净利润调节为经营活动现金流量净额的过程如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
净利润	4,034.12	4,284.68	7,344.83	3,287.43
加：资产减值损失	266.29	148.41	236.21	257.11
信用减值损失	-31.07	68.06	27.92	-7.07
固定资产折旧、投资性房地产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	752.30	1,393.95	964.79	809.31
使用权资产折旧	410.14	772.59	-	-
无形资产摊销	38.28	62.73	53.82	50.97
长期待摊费用摊销	72.65	132.27	39.30	26.13
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）	-34.53	-7.36	-2.56	18.45
固定资产报废损失（收益以“－”号填列）	6.66	2.88	35.69	0.74
公允价值变动损失（收益以“－”号填列）	26.83	-	-33.46	-
财务费用（收益以“－”号填列）	-183.32	848.23	693.25	424.85
投资损失（收益以“－”号填列）	-48.92	-68.81	-24.23	-11.02
递延所得税资产减少（增加以“－”号填列）	-60.47	-165.45	304.13	396.06
递延所得税负债增加（减少以“－”号填列）	0.23	-4.28	4.28	-
存货的减少（增加以“－”号填列）	2,129.40	-738.91	-2,546.80	-2,418.70
经营性应收项目的减少（增加以“－”号填列）	417.69	-703.31	-467.70	-213.95
经营性应付项目的增加（减少以“－”号填列）	-2,562.68	1,614.05	-346.17	-396.20
其他	383.58	1,389.50	-266.05	273.28
经营活动产生的现金流量净额	**5,617.18**	**9,029.23**	**6,017.23**	**2,497.40**

2019 年，公司经营活动产生的现金流量净额低于净利润 790.03 万元，主要系公司为生产经营需要相应增加存货所致。

2020 年，公司经营活动产生的现金流量净额低于净利润 1,327.59 万元，主要系公司为生产经营需要相应增加存货所致。

2021 年，公司经营活动产生的现金流量净额高于净利润 4,744.55 万元，主要系随着公司生产经营规模的扩大，固定资产折旧和使用权资产折旧增加，应付供应商的材料采购款和服务费余额增加等因素共同所致。

2022 年 1-6 月，公司经营活动产生的现金流量净额高于净利润 1,583.06 万元，主要系公司存货余额减少资金占用所致。

报告期内，随着公司生产经营规模的扩大，经营活动现金流量净额持续增长，公司销售回款情况良好，营收变现能力较强，净利润质量较高。

2、投资活动的现金流量分析

报告期内，公司投资活动产生的现金流量具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
收回投资收到的现金	17,400.00	25,673.24	10,310.00	1,700.00
取得投资收益收到的现金	48.92	102.28	24.23	11.02
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	13.67	5.21	44.15	10.60
投资活动现金流入小计	**17,462.59**	**25,780.73**	**10,378.38**	**1,721.62**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	1,159.30	2,452.15	4,117.46	1,481.10
投资支付的现金	17,400.00	22,677.35	13,305.89	1,700.00
投资活动现金流出小计	**18,559.30**	**25,129.50**	**17,423.36**	**3,181.10**
投资活动产生的现金流量净额	**-1,096.71**	**651.22**	**-7,044.97**	**-1,459.48**

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-1,459.48 万元、-7,044.97 万元、651.22 万元和-1,096.71 万元，其中投资活动现金流入主要为赎回理财产品所收到的现金，投资活动现金流出主要为购买理财产品以及购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金。

3、筹资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
吸收投资收到的现金	-	3,520.00	7,982.00	-
取得借款收到的现金	6,117.75	11,200.00	10,345.98	12,763.00
收到其他与筹资活动有关的现金	10.44	12.30	-	-
筹资活动现金流入小计	**6,128.19**	**14,732.30**	**18,327.98**	**12,763.00**
偿还债务支付的现金	3,750.00	12,125.86	10,715.13	13,078.71
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	156.87	432.25	502.94	580.68
支付其他与筹资活动有关的现金	413.85	712.91	2.72	59.62
筹资活动现金流出小计	**4,320.72**	**13,271.02**	**11,220.79**	**13,719.01**
筹资活动产生的现金流量净额	**1,807.48**	**1,461.28**	**7,107.19**	**-956.01**

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-956.01 万元、7,107.19 万元、1,461.28 万元和 1,807.48 万元，其中筹资活动现金流入主要为公司取得股东增资款和银行借款，筹资活动现金流出主要为公司归还借款以及偿还利息。

（五）重大资本性支出分析

1、报告期内的资本性支出情况

报告期内，随着公司生产经营规模的扩张，固定资产、无形资产和在建工程等项目投入持续增加，构成公司资本性支出的主要组成部分，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 1,481.10 万元、4,117.46 万元、2,452.15 万元和 1,159.30 万元。

2、未来可预见的重大资本性支出情况

截至本招股说明书签署日，公司未来可预见的重大资本性支出计划主要为与本次发行股票募集资金投资项目有关的投入支出，具体情况详见本招股说明书“第九节 募集资金运用”部分。

（六）流动性风险分析

报告期各期末，公司的流动性相关指标如下：

项目	2022 年 1-6 月/2022 年 6 月 30 日	2021 年度/2021 年 12 月 31 日	2020 年度/2020 年 12 月 31 日	2019 年度/2019 年 12 月 31 日
流动负债占负债总额的占比	81.68%	80.21%	99.95%	99.00%
经营活动产生的现金流量净额（万元）	5,617.18	9,029.23	6,017.23	2,497.40

报告期各期末，公司负债以流动负债为主，流动负债占负债总额的比例分别为 99.00%、99.95%、80.21%和 81.68%。公司整体负债结构稳定，短期流动负债主要系公司经营过程中形成的经营性负债。报告期内，公司营业收入稳定增长，良好的销售货款回笼能力为公司正常生产经营活动和资本性活动提供了良好的资金基础，公司不存在较大的流动性风险。

（七）持续经营能力分析

公司是一家专注于真空收纳技术领域的高新技术企业，主营业务为真空收纳、壁挂置物、食品保鲜、家庭清洁等多品类家居收纳用品及相关功能材料的研发、生产和销售，是国内外知名的家居收纳用品制造商。报告期内，公司抓住行业发展机遇，紧扣市场需求，不断拓展家居收纳市场，继续增强公司的市场竞争力，巩固行业地位，增强盈利能力，公司持续经营能力方面不存在重大不利变化。

十四、报告期内重大投资、重大业务资产重组或股权收购合并事项

报告期内，公司无重大投资、重大业务资产重组或股权收购合并事项。

十五、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、诉讼等事项

资产负债表日至本招股说明书签署日，公司不存在应披露而未披露的资产负债表日后事项、或有事项、其他重要事项，亦不存在重大担保、诉讼等事项。

十六、审计基准日后主要经营状况

财务报告审计基准日至本招股说明书签署日，除受新冠疫情影响外，公司所处经营环境、经营模式、税收政策、主要客户及供应商均未发生重大变化，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员未发生重大变更，未发生其他可能影

响投资者判断的重大事项。

十七、盈利预测报告

公司未编制盈利预测报告。

第九节 募集资金运用

一、募集资金运用概况

（一）募集资金投资方向、使用安排

本次发行募集资金扣除发行费用后投资于以下项目：

序号	项目	建设期（年）	投资金额（万元）	使用募集资金规模（万元）
1	太力武汉生产及物流中心建设项目	3	32,023.10	32,023.10
2	研发中心建设项目	3	7,380.80	7,380.80
3	信息系统升级项目	3	4,819.50	4,819.50
4	补充流动资金	-	10,000.00	10,000.00
合计			**54,223.40**	**54,223.40**

募集资金到位前，公司将根据项目的实际进度，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后续投入。若本次发行实际募集金额与项目需要的投资总额之间仍存在资金缺口，将由公司自筹或通过银行借款予以解决；若实际募集资金超过项目所需资金，超出部分将全部用于公司主营业务相关的项目及补充主营业务发展所需的营运资金。

（二）募集资金投资项目涉及履行的审批、核准或备案程序情况

序号	项目	备案情况	环评批复
1	太力武汉生产及物流中心建设项目	2208-420117-04-01-161476	武环新洲审[2022]54 号
2	研发中心建设项目	2208-420117-04-01-756569	无需环评
3	信息系统升级项目	2208-442000-04-04-483887	无需环评
4	补充流动资金	无需备案	无需环评

公司募集资金投资项目均已按照相关规定履行了审批、核准或备案程序。

（三）募集资金投资项目实施后对公司同业竞争和独立性的影响

公司本次募集资金投资均用于公司主营业务。本次募集资金投资项目的实施不会导致公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业产生同业竞争，亦不会对公司的独立性产生不利影响。

（四）募集资金管理制度安排

公司董事会已根据相关法律法规制定了《募集资金管理制度》，该制度对募集资金存储、使用与管理、投资项目的变更、闲置募集资金管理安排等内容进行了明确规定，自发行人首次公开发行股票并在创业板上市之日起实施，发行人将严格按照规定进行募集资金的使用和管理。

1、专户存储安排

根据公司《募集资金管理制度》规定，募集资金应当存放于董事会决定的专项账户集中管理。公司上市后将在一个月内与保荐机构及募集资金存管银行签订《三方监管协议》。

2、募集资金使用

公司将严格按照募集资金投入计划使用募集资金，募集资金不得用于质押、委托贷款或其他变相改变募集资金用途的投资，防止募集资金被控股股东、实际控制人等关联方占用或挪用。公司将采取有效措施避免关联方利用募集资金投资项目获取不正当利益。公司董事会将根据相关规定，每半年全面核查公司募集资金投资项目的进展情况，出具募集资金存放与使用情况专项报告，并聘请会计师事务所对年度募集资金存放与使用情况出具鉴证报告。

3、闲置募集资金管理安排

根据公司《募集资金管理制度》规定，公司暂时闲置的募集资金可进行现金管理，其投资的产品须符合以下条件：（1）安全性高，满足保本要求，产品发行主体能够提供保本承诺；（2）流动性好，不得影响募集资金投资计划正常进行。投资产品不得质押，产品专用结算账户（如适用）不得存放非募集资金或用作其他用途，开立或注销产品专用结算账户的，公司应当及时报送深圳证券交易所备案并公告。

公司闲置募集资金暂时用于补充流动资金的，应当经董事会审议通过，独立董事、监事会、保荐机构发表明确同意意见并披露，且应当符合以下条件：（1）不得变相改变募集资金用途或者影响募集资金投资计划的正常进行；（2）已归还前次用于暂时补充流动资金的募集资金（如适用）；（3）单次补充流动资金时间不得超过十二个月。限制募集资金用于补充流动资金时，仅限于与主营业务相关

的生产经营使用，不得直接或者间接安排用于新股配售、申购或者用于股票及其衍生品种、可转债等的交易。

公司使用闲置募集资金投资产品、暂时用于补充流动资金，应当经公司董事会审议通过，并经独立董事、保荐机构、监事会发表明确同意意见，公司应当在董事会会议后 2 个交易日内报告证券交易所并公告。

4、改变募集资金用途的程序

公司改变募集资金用途，应当经董事会、股东大会审议通过，且经独立董事、保荐人、监事会发表明确同意意见后方可变更募集资金投向。公司拟变更募集资金投向的，应当在提交董事会审议后二个交易日内报告深圳证券交易所并公告以下内容：（1）原项目基本情况及变更的具体原因；（2）新项目的基本情况、可行性分析、经济效益分析和风险提示；（3）新项目的投资计划；（4）新项目已经取得或尚待有关部门审批的说明（如适用）；（5）独立董事、监事会、保荐机构对变更募集资金投资用途的意见；（6）变更募投项目尚需提交股东大会审议的说明；（7）深圳证券交易所要求的其他内容。新项目涉及关联交易、购买资产、对外投资的，还应当比照相关规则的规定进行披露。

（五）募集资金对发行人主营业务发展的贡献、对发行人未来经营战略的影响、对发行人业务创新创造创意性的支持作用

1、对发行人主营业务发展的贡献

公司本次募集资金投资项目将围绕为顾客提供舒适的真空收纳解决方案为目标，通过太力武汉生产及物流中心建设项目、研发中心建设项目、信息系统升级项目，深化发展公司在细分领域的业务能力，全方面促进公司未来的可持续发展能力；通过太力武汉生产及物流中心建设项目，建成自动化、智能化、数字化的高科技智能制造生产基地，全方位实现智能化升级，实现“无人工厂”的目标；通过研发中心建设项目，提升公司的研发能力，实现公司研发成果的不断积累与行业应用；通过信息系统升级项目，提升公司信息传递的及时性、有效性，优化公司资源配置，提升公司管理水平。通过以上募投项目，满足公司主营业务规模的快速增长需要，进一步巩固公司在家居收纳行业领导者地位。

2、对发行人未来经营战略的影响

随着我国居民消费水平的不断提高和年轻消费群体对生活品味的不断提升，持续拉动了家居用品的需求，人们对家居用品的关注点也从简单实用性向兼顾美观、轻便、易于收纳整理转变。公司计划通过太力武汉生产及物流中心建设项目、研发中心建设项目，持续加强产品研发设计，进一步提升产品品质，以高品质、时尚外观的产品和优秀的产品体验，满足各类场景的收纳和整理应用，为全球家庭的居家、出行提供一站式解决方案。本次募集资金投资项目的具体内容和建设目标均符合公司的未来经营战略，有利于公司中长期战略目标的实现。

3、对发行人业务创新创造创意性的支持作用

公司业务创新创造创意性基于新材料、大数据等技术开展，致力于将先进技术与家居收纳整理产品深度融合。公司需要持续不断进行研发投入，根据行业技术发展趋势持续保持技术创新，才能扩大业务规模、保持优势地位、为客户提供适合其使用需求的家居收纳解决方案。本次募投项目通过扩充公司家居收纳领域相关新材料应用、新产品开发，全面提升公司研发能力，保证公司引领行业前沿技术更新迭代，为公司充分发挥业务创新创造创意性奠定了技术基础。

二、募集资金投资项目情况

（一）太力武汉生产及物流中心建设项目

1、项目可行性

（1）公司拥有行业领先的产品研发技术实力

公司在行业内深耕多年，一直将技术研发作为企业运营的重点，在十余年的研发经历中，已经形成了一套严格、规范的研发流程，取得了多项国际、国内领先的研发技术，在真空收纳、家居用品应用材料等领域的设计研发技术等方面已经实现国内领先。因此，公司本身拥有的技术研发能力与研发经验能够有效服务并支撑产品的不断更新与拓展，为募投项目实施提供技术支持。

（2）公司拥有良好的渠道销售能力与品牌影响力

家居用品行业对于产品大规模生产前的草案设计、模具制造、样品试生产环节的精细化要求较高。高端客户对产品供应商的选择较为谨慎，要考虑产品的开

发能力、产品设计的严谨度、生产环节的质量控制、售后服务的质量等。高端客户一旦选定供应商后，极少进行更换，客户资源对于家居用品企业的发展至关重要。

公司经过近二十年的经营发展，产品拥有坚实的市场基础，目前覆盖国内4,000多家KA商超，产品出口160多个国家和地区。销售渠道覆盖国内外主流电商平台，是天猫、京东等主流电商平台的头部合作商家（SKA）。因此，公司拥有良好的渠道销售能力与广泛的品牌影响力，为产能消化提供有力保障，项目实施具有可行性。

（3）完善的质量管理体系与生产体系为项目实施保驾护航

公司具有完善的质量管理体系。公司坚持核心环节自主控制，构建重度垂直的业务模式，通过供应商准入、入库严格质检、仓储库存自主管理等措施实现对产品质量的把控。公司建立了系统的品质控制体系，获得质量管理体系认证（ISO9001），从质量管理网络、人员配置、产品检测、测试能力建设等多个方面来规范质量控制工作，对每一件产品均严把质量关，全过程考虑产品的可靠性、安全性及环境适应性。

从制度建设来看，公司在生产管理的各个环节均进行严格的把控，建立了《计划控制程序》《订单评审规定》《生产和服务控制程序》《过程质量控制程序》《工艺过程控制程序》《仓储管理控制程序》《入库/在库/出库作业管理规定》等控制程序，在生产计划、生产设备、生产制程、物料管理等方面都进行了有效的管理。因此，公司在生产方面的体系及制度建设能够为本项目的顺利实施提供保障。

（4）公司拥有丰富的管理经验和优质的员工团队

公司管理层具备丰富的管理经验和前瞻性的视野，对市场需求和消费者心理有着深刻理解，带领公司不断实现产品及模式创新，奠定了公司成功的重要基础。公司拥有一支业务扎实、充满活力的员工团队，成为了公司保持行业竞争优势及发展动力的重要因素。此外，公司通过内外部培训等机制挖掘员工潜力、因材施教进行人才培养，针对入职新人与在职员工分别制定“雏鹰计划”、“启鹰计划”等培养方案，打造了一批与公司文化高度契合、具有较高忠诚度且业务技能扎实的员工团队。因此，公司拥有的管理经验与优质的员工团队能够为本项目实施提

供切实的支撑。

2、与现有主要业务、核心技术之间的关系

公司主营业务为家居收纳用品及相关应用材料的研发、生产和销售。本募投项目拟生产产品为真空收纳袋、垂直墙壁置物产品及 TPE 弹性体材料，与公司现有主营业务目标市场一致。公司可以充分利用现有的销售网络和销售团队，依据客户要求，积极开展各系列真空收纳产品的生产，通过增加产品生产能力，切实满足下游客户对不同系列不同分区的使用需求。同时，公司研发团队经过多年探索和积极实践，已掌握了本行业成熟先进的生产工艺技术，依托公司既有成熟技术，本项目的技术风险大大降低。综上，本项目与现有主营业务及核心技术具有较高关联度。

3、项目建设内容

本项目从公司长期发展规划部署角度考虑，将建设真空收纳袋、垂直墙壁置物产品、TPE 弹性体材料生产线，最终形成依托于高速低延迟 5G 网络，以 MES 为核心，搭配 TMS、WMS 等系统共同协作的智能化工厂，将生产工艺路线、生产计划、质量管理、看板管理、人员管理、设备管理、异常管理进行全程互联化、数据化、可视化管控，全方位实现生产及物流智能化升级。

4、项目概况

（1）投资概算情况

本项目总投资 32,023.10 万元，具体投资明细如下：

项目总投资估算表

序号	投资明细	投资额（万元）	投资比例
1	工程费用	26,415.00	82.49%
1.1	其中：建筑工程费	13,000.00	40.60%
1.2	设备、软件购置及安装费	13,415.00	41.89%
2	工程建设其他费用	2,744.50	8.57%
3	预备费用	583.19	1.82%
4	铺底流动资金	2,280.41	7.12%
项目总投资		**32,023.10**	**100.00%**

（2）投资项目的选址

本项目建设地址位于武汉国家航天基地，地块东至航天六路，西至航天五路，南至航天北路，北至星谷大道。项目建设地点地理位置优越，交通便利，基础设施完善。供电、供水、运输、电讯等可供利用的社会基础设施和协作条件良好，能充分满足项目建设的需要。

（3）项目的组织方式及实施进展情况

本项目实施单位为武汉太力技术有限公司。本项目结合公司以往经验，根据已经建立的项目管理制度与流程，建立项目负责制，充分调动各部门协调配合。项目计划建设期为 3 年，具体实施进度时间计划如下表：

项目	建设期第一年				建设期第二年				建设期第三年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
土建施工与装修												
设备购置与安装调试												
员工招聘与培训												
试生产运行												

（4）效益分析

本项目主要经济效益指标见下表：

1	内部收益率（税后）	%	16.66
2	静态回收期（含建设期）	年	7.38
3	净现值（税后）	万元	15,929.07

（5）项目环保情况

本项目的主要污染物为废气、废水、噪声和固体废物，具体控制治理措施如下：

①废气

本项目产品生产过程中产生的废气主要为投料粉尘、挤出成型废气、注塑废气、食堂油烟废气。投料粉尘、挤出成型废气、注塑废气通过密闭车间微负压+集气罩收集+两级活性炭吸附+15m 高排气筒有组织排放，废气排放满足 GB31572-2015《合成树脂工业污染物排放标准》中标准限值；食堂油烟废气通

过集气罩+油烟净化处理设施，废气排放符合《饮食业油烟排放标准（试行）》（GB18483-2001）表 2 中要求限值。

②废水

本项目营运期用水主要为食堂餐饮废水、生活污水、切粒冷却用水。本项目厂区布设 1 个化粪池、1 个隔油池，食堂餐饮废水和生活污水经隔油池、化粪池处理后排入武汉新港古龙产业园污水处理厂处理。切粒冷却用水通过 1 套切粒冷却用水循环系统，采用双膜法净化冷却循环水，可确保切粒冷却水水质达到循环使用要求。

③噪声

项目噪声源主要来自搅拌机、挤出机、切粒机、注塑机等生产设备产生的设备噪声，单台噪声值约为 60-75dB（A）。通过对各新增产噪单元或设备设置减振垫、安装隔声门窗等降噪措施，并考虑房屋隔声条件下，各新增噪声单元产生的噪声在传播途径上即产生衰减，厂区南侧厂界昼间噪声预测值满足《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）中 4a 类标准限值要求（昼间 70dB（A）、夜间 55 dB（A））；厂区其他侧厂界昼间噪声预测值满足《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）中 3 类标准限值要求（昼间 65dB（A）、夜间 55 dB（A））。对周围声环境影响较小，可满足环境管理要求。

④固体废物

本项目固废主要包括生活垃圾、一般工业固体废物和危险废物。生活垃圾和厨余垃圾通过分类垃圾桶收集后定期交由环卫部门清运；一般工业固体废物交由物资回收部门处理；本项目设置 20 平方米危废暂存间，危险废物经危废暂存间储存后定期由有资质单位处理。

（6）项目土地及房产情况

截至本招股说明书签署之日，本项目尚未取得建设用地。2022 年 7 月，公司与武汉市新洲区人民政府签署《太力集团新材料航天科技园项目合作书》协议，约定“在符合国家土地利用和新洲区城乡规划及产业政策的前提下，甲方（新洲区人民政府）依据乙方（太力科技）项目建设规划方案，协调新洲区自然资源和规划局以当期工业用地的市场价格通过“招拍挂”的方式一次性出让净用地土

地约 100 亩（具体的用地规模、方位及四至范围以新洲区自然资源和规划局依法批准的图件为准），由乙方新公司（武汉太力）参加摘牌。”

本项目用地无法取得的风险较小。公司已在招股说明书“第四节 风险因素”之“五、募集资金投资项目风险”之“（三）募投项目暂未取得土地使用权的风险”进行了风险提示。

（二）研发中心建设项目

1、项目可行性

（1）项目符合国家及地方政策

为了提高我国企业的自主创新能力，各级政府陆续出台了相关鼓励政策。中共中央、国务院《关于深化科技体制改革加快国家创新体系建设的意见》（中发〔2012〕6 号）等一系列文件提出，建立企业主导产业技术研发创新的体制机制；加快建立企业为主体、市场为导向、产学研用紧密结合的技术创新体系；充分发挥企业在技术创新决策、研发投入、科研组织和成果转化中的主体作用。

2020 年 12 月 4 日，湖北省科学技术厅印发《关于深入推进创新型产业集群发展若干措施的通知》，到 2025 年，力争在全省创建 10 个左右全国有影响的创新型产业集群、培育 20 个左右全省有引领作用的创新型产业集群，逐步在全省形成一批攻克产业链关键核心技术、产学研协同创新、大中小企业融通发展、在国际国内价值链分工中承担枢纽作用的创新型产业集群，促进省内产业基础高级化、产业链现代化，加速推动省内产业向价值链中高端迈进。

良好的政策环境，为本项目的顺利实施提供了良好的政策基础。

（2）公司深厚的研发积累为项目奠定良好的技术基础

公司自成立以来，一直从事家居收纳产品及相关应用材料的研发、生产和销售，产品技术在行业中处于领先地位。经过多年的技术积淀，公司已拥有一支经验丰富、创新力强、高素质的研发团队，为公司积累了深厚的研发基础。在技术储备方面，公司拥有专利 500 余项，拥有自主研发的多项核心技术，多项技术已达到国内领先水平；在人员储备方面，公司始终将技术型人才视为公司生存发展的动力源泉，报告期末公司研发团队共 93 人，占员工总数的 9.95%。

此外，公司在研发创新领域获得了诸多荣誉，具备良好的研发基础。公司研发的载人航天飞船残留食品处理装置、数字化后纸质档案封存技术先后获得中山市科技进步奖三等奖；公司研发的一种集尘盒外置式吸尘器、真空保鲜袋获得中山市专利优秀奖。同时，公司是中国航天产品研制合作企业，牵头制定《真空压缩收纳袋》行业标准，产品创新力得到同行、客户广泛认可。

公司深厚的研发积累将与本募投项目实施形成良好的协同作用，为项目顺利实施奠定良好的技术基础。

（3）完善的研发和管理体系为项目实施保驾护航

公司自成立以来一直注重研发和管理体系的建设和完善工作，公司设立太力创新中心开展研发活动，该中心由材料研发部、产品研发部、项目管理部、知识产权部四个二级部门组成。太力创新中心负责进行市场调研，梳理行业发展情况及市场主流产品，进行基础的材料测试，统筹规划研发项目的整体运行，研究成果应用，产品设计，并维护产品的质量标准。各二级部门共同协调，高效合作，有序完成公司的研发项目。

此外，为加强公司研发和技术创新能力，促进科技成果转化，公司制定了《产品设计开发管理办法》《项目激励管理办法》《研发基层绩效管理办法》等多项研发管理制度并有效执行。公司完善的研发和管理体系使公司在技术、设计、新产品开发、生产及服务等各方面均具备较强的竞争力。因此，公司完善的研发和管理体系为本募投项目的顺利开展奠定了坚实的基础。

2、与现有主要业务、核心技术之间的关系

公司专注于家居收纳产品相关技术及应用材料的研发，将研发成果不断转化为新产品，应用到为客户提供的家居收纳解决方案中，满足客户的需求，不断提升公司的竞争力和核心价值。经过多年快速发展，公司已发展成为高端家居收纳知名企业。本次研发中心建设项目，依托于公司现有核心技术与研发管理体制，将进一步研究开发包括材料自清洁技术、功能涂层材料技术、压力感应变色技术、果蔬保鲜技术等多种行业前沿技术，是基于现有产品功能的进一步提升，是进一步加强公司核心技术优势的有力保障。

3、项目建设内容

本项目建设内容主要包括研发场地建设、研发软硬件购置、重点项目研发。

4、项目概况

（1）投资概算情况

本项目总投资 7,380.80 万元，具体投资明细如下：

项目总投资估算表

序号	投资明细	投资额（万元）	投资比例
1	工程费用	3,922.00	53.14%
1.1	其中：建筑工程费	2,750.00	37.26%
1.2	设备购置安装费	1,172.00	15.88%
2	工程建设其他费用	114.00	1.54%
3	预备费用	201.80	2.73%
4	研发费用	3,143.00	42.58%
项目总投资		**7,380.80**	**100.00%**

（2）投资项目的选址

本项目建设地址位于武汉国家航天基地，东至航天六路，西至航天五路，南至航天北路，北至星谷大道。项目建设地点地理位置优越，交通便利，基础设施完善。供电、供水、运输、电讯等可供利用的社会基础设施和协作条件良好，能充分满足项目建设的需要。

（3）项目的组织方式及实施进展情况

本项目实施单位为武汉太力技术有限公司。根据本项目的建设规模、实施条件以及项目建设的外部条件等各种因素，并综合公司总体发展目标，确定建设期为 3 年，包括：研发场地、研发及办公软硬件购置、项目研发及人才招聘与培训。具体实施进度时间计划如下表：

项目	建设期第一年				建设期第二年				建设期第三年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
研发场地工程建设												

设备购置及安装												
项目研发												
人才招募与培训												

（4）效益分析

本项目不直接产生经济效益。本项目将广泛采用国内外先进的设备和仪器，引进高水平的科技和研发人才，注重产学研结合，充分利用社会资源，有助于持续培育相关产品产业化能力，保持技术领先。将全面提高公司产品的创意性、功能性、美观度、适销性、实用性，从而推动公司经营规模持续快速发展。

（5）项目环保情况

根据武汉市生态环境局新洲区分局出具的《区环境生态分局关于对武汉太力技术有限公司研发中心建设项目环境影响评价办理咨询函的复函》，本项目为研发中心建设项目，不涉及生产，依据《中华人民共和国环境影响评价法》《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021 年版）》相关规定，本项目不纳入建设项目环境影响评价管理，不须开展项目环境影响评价。

（6）项目土地及房产情况

截至本招股说明书签署之日，本项目尚未取得建设用地。2022 年 7 月，公司与武汉市新洲区人民政府签署《太力集团新材料航天科技园项目合作书》协议，约定“在符合国家土地利用和新洲区城乡规划及产业政策的前提下，甲方（新洲区人民政府）依据乙方（太力科技）项目建设规划方案，协调新洲区自然资源和规划局以当期工业用地的市场价格通过“招拍挂”的方式一次性出让净用地土地约 100 亩（具体的用地规模、方位及四至范围以新洲区自然资源和规划局依法批准的图件为准），由乙方新公司（武汉太力）参加摘牌。”

本项目用地无法取得的风险较小。公司已在招股说明书“第四节 风险因素”之“五、募集资金投资项目风险”之“（三）募投项目暂未取得土地使用权的风险”进行了风险提示。

（三）信息系统升级项目

1、项目可行性

（1）国家政策大力支持企业信息化

信息化是当今世界发展的大趋势，是推动经济社会变革的重要力量。2016年，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《国家信息化发展战略纲要》，提出在全球信息化发展的大背景下，要加快信息技术与制造技术、产品、装备融合创新，推广智能工厂和智能制造模式，全面提升企业研发、生产、管理和服务的智能化水平。国家政策的大力支持为本项目实施提供了坚实保障。

（2）公司积累了丰富的信息化建设经验

公司从2005年开始搭建信息化体系，在信息化建设方面投入了大量资源和资金，已经初步实现了信息化体系建设。公司目前运行的SAP管理系统实现了生产计划管理、物料管理、销售分销管理与财务管理的互联互通，同时部署了致远OA系统、管易订单系统、易仓跨境订单系统、朗新HR系统、PLM、WMS、SRM、赤兔客服管理、小满CRM、品质追溯管理系统等各系统，形成了独立的各业务板块，信息化建设已取得初步成效。

本项目建成后，公司可以沿用现有的技术和管理平台，继续完善信息化体系，打通各业务系统间的信息壁垒。公司长期以来积累的信息技术基础和信息化建设经验将为本项目的顺利进行提供有力的支持。

（3）公司具备信息化系统建设的人才保障

公司目前专门设有信息管理部，培养了一批在信息化建设实施、运营管理方面具备丰富经验的信息化人才队伍。团队拥有扎实的IT技术能力，能够保障顺利实施信息化升级工作；同时该团队熟悉公司内部经营管理需求与现状，掌握公司产品生产和经营的特性，能够有效推动信息化升级项目。

公司多年来积累的信息化经验及拥有的专业人才，将在系统选型、规划、技术方案、项目管理等方面为本项目实施提供有力人才支持。

2、与现有主要业务、核心技术之间的关系

公司主营业务为家居收纳用品及相关应用材料的研发、生产和销售。近年来，

公司主要销售模式已从传统线下经销、商超模式逐步转变为电商平台线上直销为主。电商平台销售模式对公司打通技术研发、新产品开发、柔性生产、营销活动、客户服务、用户分析等全链条提出了更高要求，各环节信息化、自动化、数字化程度是公司未来业务发展的关键支撑。因此，信息系统升级项目与公司主营业务发展直接相关，有助于公司精准把握消费趋势，快速响应，提高研发成果转化率，提升公司整体运营能力和管理效率，增强核心竞争力，使公司的主营业务进一步得到稳固和拓展，并推动现有业务向更高层次发展。

3、项目建设内容

本项目将在公司现有的信息管理系统建设条件基础上，根据公司未来发展需要，结合各部门应用和业务需求，对现有信息系统进行升级，完善各部门的信息系统应用。具体建设内容包括数据中心建设、网络安全升级、业务数字化升级。

4、项目概况

（1）投资概算情况

本项目总投资 4,819.50 万元，具体投资明细如下：

项目总投资估算表

序号	投资明细	投资额（万元）	投资比例
1	工程费用	4,590.00	95.24%
1.1	其中：设备购置及安装费	1,490.00	30.92%
1.2	软件购置及实施费	3,100.00	64.32%
2	预备费用	229.50	4.76%
项目总投资		**4,819.50**	**100.00%**

（2）投资项目的选址

项目建设地点主要为公司现有场地。地理位置优越，交通便利，基础设施完善。供电、供水、运输、电讯等可供利用的社会基础设施和协作条件良好，能充分满足项目建设的需要。

（3）项目的组织方式及实施进展情况

本项目实施单位为广东太力科技集团股份有限公司。根据本项目的建设规模、

实施条件以及项目建设的外部条件等各种因素，并综合公司总体发展目标，确定建设期为 3 年。项目计划分以下阶段实施完成，包括：设备购置与安装调试、员工招聘与培训和系统运行维护，具体实施进度时间计划如下表：

项目	建设期第一年				建设期第二年				建设期第三年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
设备购置与安装调试												
员工招聘与培训												
系统运行维护												

（4）效益分析

本项目不会产生直接经济效益。合理高效的信息系统将为公司未来发展提供先进的管理工具和平台，经过一段时间运行与积累，未来将通过市场的拓展、管理流程的顺畅、管理效率和运营效率的提升等方式展现，从而提升公司核心竞争力。

（5）项目环保情况

本项目的建设内容为信息系统升级，项目建设过程中及运行后不会对周边环境造成污染和破坏，本项目不涉及环境影响评价。

（6）项目土地及房产情况

本项目的实施地点主要为公司现有场地，无需新取得土地或房产。

（四）补充流动资金

1、项目概况

公司计划使用募集资金 10,000.00 万元补充流动资金。该部分资金将全部用于公司的主营业务。该募投项目的实施，将有助于公司业务提升，并在一定程度上降低公司的流动资金压力，提高公司的偿债能力，增强公司的盈利能力。

2、补充流动资金的必要性

（1）数据资产积累与数据营销应用的需求

2020 年 4 月 10 日，《中共中央国务院关于构建更加完善的要素市场化配置体制机制的意见》正式发布，明确提出数据成为五大生产要素之一。长期以来，

公司十分重视数据积累储存、挖掘分析以及应用。互联网+数据，需要通过数据积累、清洗、加工、处理后才能沉淀为知识与智慧，从而指导企业经营，最终提高生产率，转化为有形价值。公司在电商销售过程中，积累的如人群数据、客户购买行为数据、客户反馈及评价等数据等，可以有效对商品改善、产品开发，客户服务改善提供重要依据；AI 智能话术的积累，能够更好的提供人工智能服务；各销售平台的行业及竞品数据资产，可以为公司快速开发商品以及精准推广起到很好的作用。

因此，公司需要投入资金应用于数据资产积累及数据营销应用，通过全渠道、多维度、立体式数字化广告投放及全网交易数据，广泛积累人群数据以及交易信息数据，以及通过不断升级数据储存设备及 AI 数据分析工具，提升公司对数据的挖掘及应用能力。

（2）增强资金实力，满足公司快速发展期的资金需求

报告期内，公司营业收入保持快速增长，预计未来公司经营规模将继续保持较快的增长。随着公司生产经营规模的持续增长以及本次发行完成后募投项目的实施，公司采购、生产、销售以及研发等经营活动对营运资金的需求亦将不断增加。一方面，公司所处行业为家居收纳用品行业，本行业为完全竞争市场，市场需求变化较快，市场竞争状况瞬息万变。公司为进一步巩固市场地位，并持续扩大市场份额，将持续在研发创意、市场开拓、营销策划等方面加大投入。另一方面，营运资金规模、经营稳健性也是宜家等国际国内商业零售巨头对供应商考察的重要因素。

因此，公司需要补充流动资金，不仅能够满足公司销售规模持续快速增长的需求；而且，募集资金到位后，将有效缓解公司在市场开拓等方面的资金压力，全面提高公司盈利能力。

（3）优化资产结构，提高抗风险能力

一方面，公司资产负债率相较同行业可比公司仍处于较高水平，且长期以来公司主要以银行贷款来获得企业日常营运资金，公司迫切需要拓展融资渠道，增强资金实力，降低资产负债率，改善财务结构，增强资本结构的稳健性；另一方面，在新型冠状病毒疫情等外部环境的变化下，对各行业的影响和冲击较大。具

体到消费品行业，对企业面对消费需求波动、全球经济周期变化、业务的抗风险能力以及社会责任等提出了更高要求。

因此，公司拟以募集资金 10,000 万元用于补充主营业务相关的营运资金，为公司长期持续发展提供保障。

3、补充流动资金对公司财务状况、经营业绩和核心竞争力的影响

补充流动资金将有助于缓解公司日常经营活动的资金压力，降低公司通过外部融资的成本，改善公司的财务结构，进而增强抗风险能力，并提高公司市场扩展能力。同时，补充流动资金有助于公司开展研发、营销等活动，增强公司核心竞争力同时进一步扩大市场占有率。

三、公司未来发展规划

（一）发展战略

公司抓住消费升级和互联网电商行业的发展机遇，将继续致力于为客户提供家居整理一站式解决方案，为全球亿万家庭服务。公司将充分发挥在管理、人才、技术、品牌等方面积累的优势，不断完善公司的技术、材料、产品、服务，强化公司面向客户需求提供精准服务的能力，形成持续的竞争优势。

公司发展战略将集中在如下三个方面：

1、以科技创新为依托，致力于发展成为行业领导者

报告期内，公司在真空收纳、垂直空间收纳、食品收纳等领域范围内深入研究，开创性的为消费者提供市场首创的免抽气系列压缩袋、挂式系列压缩袋、专利真空壁挂置物产品等，受到消费者的高度好评。

未来公司将致力于差异化创新，结合细分市场的最新需求，持续为消费者创造高品质、高颜值、高实用性的产品和服务。在材料创新方面，公司持续研究开发家居收纳领域应用材料，已纳入公司新材料研究范畴的研发项目包括防穿刺材料技术、压感变色材料技术、可热封的功能涂层材料技术、拉伸失粘材料技术等，公司未来将以新材料研究为核心持续引领行业材料应用；在产品创新方面，公司将以“家庭”为核心，将产品从家居收纳不断拓展到家庭生活的方方面面，持续发挥公司优秀的产品创新能力，满足消费者更多使用场景，发挥太力产品“好看、

好用、好玩”的创意特征，发展成为国际领先的行业领导者。

2、培育价值链，打造家居收纳领域生态系统

公司将不断完善公司治理结构，明确集团对各业务运营中的分权、授权和监管机制，保证各业务中心既能充分的自主经营，又不偏离公司的整体战略和运作规则，通过建立合理的评价考核和激励机制，促使各运营中心进行有效扩张，保证公司有效增长。

推动国内国外客户价值链提升，深入推进全球经营步伐，立足国内、拓展全球，实现国际国内双循环。一方面精耕细作国内市场，贯彻建设全国统一大市场目标；另一方面全力拓展海外市场，着眼于全球经营。通过信息化系统实现物流、资金流、信息流在公司各业务环节间的实时交换与共享，提升公司管理水平，建立科学决策体系，对客户资源进行整合、优势互补，实现互利共存，进一步深化太力品牌影响力。

在产品体系方面，公司将立足于家居收纳用品和真空技术，不断增强新产品开拓能力和新材料研发能力，进一步丰富“太力”品牌产品生态布局，构建包括太力收纳、太力保鲜、太力户外、太力防护等产品线，形成太力产品矩阵。在太力收纳产品线，持续保持公司在真空收纳技术领域的市场领先地位，以 TPE 材料和吸盘结构技术、真空收纳袋气阀和袋体结构技术等为核心，进一步提高产品市场占有率；在太力保鲜产品线，结合真空保鲜技术，开发气调保鲜、生物基可降解功能性果蔬保鲜复合材料等核心技术；在太力户外产品线，公司正在积极开

发帐篷等户外用品，并已逐步向市场推出充气无骨帐篷等创新产品，抢占户外用品市场；在太力防护产品线，公司正在研发纳米流体材料等创新功能材料，未来将推出智能安全扶手、防穿刺手套等新品，积极开发 B 端市场，成为公司未来发展的新动力和新引擎。

3、持续强化内控管理水平，不断提升公司运营效率和盈利能力

随着市场竞争的日益激烈，公司的内部管理能力对利润率影响将越来越大。一方面，公司将通过持续优化内部运营系统的精细化水平，运用程序化、标准化、数字化和信息化的手段，使公司内部各组织单元能够精确、高效、协同运行，不断提升公司运营效率；另一方面，公司将持续完善内部控制体系，加大费用管控和成本控制措施的执行力度，不断提升管理水平、优化业务流程、加强风险管控，确保公司长期健康的发展。

（二）发展目标

未来三年，公司将依托自身的成熟产品及研发优势，有效整合行业细分领域资源，根据公司自身的情况和优势，结合我国经济的发展现状、消费者趋势变化情况、家居收纳行业的发展趋势等外部因素，重点针对卧室收纳、浴室厨房垂直空间利用、食品真空保鲜、户外用品等几个领域进行新产品和新材料的开发，并不断拓展新产品到家庭生活的方方面面。从技术路线、管理内容、应用目标上进行全面的专业化开发和升级，持续提升公司的核心竞争力，为全球亿万家庭服务。

（三）报告期内已采取的措施及实施效果

1、持续加强研发投入

报告期内，公司研发投入不断扩大，研发人员数量不断增长，截至 2022 年 6 月末，公司研发人员占员工总数比例达 9.95%。报告期内，公司的研发项目覆盖了新材料研究应用、新产品开发等主要业务领域，为各细分领域业务持续发展提供了技术动力，使公司服务能够充分满足客户不断变化的业务需求，增强了公司业务开拓能力和核心竞争力。

2、积极开拓市场，不断积累客户资源

公司基于在国内的业务积淀，不断积极开拓全球其他地区业务。报告期内，

境外地区业务增长明显。同时，公司在为客户提供服务过程中，持续跟踪并随时发现客户的潜在需求，打造了一系列标杆性产品并积累了宜家家居、沃尔玛、利德尔、日本东和等丰富的境外客户资源。

（四）未来规划拟采取的措施

1、产品开发与业务创新计划

公司将通过发行上市筹集的资金及自筹资金，购置产品研发必要的软硬件设备，提升产品研发环境，引进一流的人才，不断加大对新产品的研发、推广力度。在未来三年的发展过程中，公司将继续在研发方面保持高投入，不断在细分领域形成标准化解决方案，保持公司主营业务的可持续发展。

公司未来三年预计重点深入开发的领域包括：太力收纳、太力保鲜、太力户外、太力防护等，细分领域的深入开发将有助于保证公司产品持续精准符合市场需求，提升公司业务竞争力。

公司还将在现有研发体系基础上不断优化，全面提升公司产品开发能力，促使公司的相关技术成果产品化，支持公司技术和业务的持续发展。

2、营销拓展规划

公司将坚持以客户为中心，通过以点带面的方式，不断开拓市场，提升公司销售规模。在业务合作方面，公司将积极通过组织行业交流活动，采用共建行业联盟、成立行业协会等方式，不断提升公司的行业地位和品牌影响力；在营销活动策划方面，公司将在自媒体 KOL 种草、自播与明星带货基础上，进一步拓展丰富活动形式；在数字营销方面，公司将致力于构建太力家居生活产品生态圈，逐步将营销活动重心由销售环节拓展到商业生态圈协作，通过生态圈企业间策略导流，实现产品的个性化定制、广告的定向投放、线上线下渠道的融合和消费者需求的精准锁定。

3、人力资源规划

随着公司业务发展，公司将有计划、有重点地引进和培养高素质的技术与管理人才，充实公司的技术研发、产品开发、市场营销、电商运营、信息化建设人才队伍；加大专业人才引进力度，积极稳妥地提升公司人力资源水平。

公司将进一步加强员工有关公司文化和业务技术的培训。通过不断完善公司培训体系，持续提升员工的业务能力和技术水平；将继续强化公司文化建设，以企业文化带动公司组织能力的长远发展。

公司将进一步完善员工奖惩、任用机制，为优秀员工提供多通道的发展空间，提升公司的组织凝聚力。公司已经推行了股权激励计划，对稳定公司的核心技术人员、骨干业务人员、高级管理人员团队有积极作用，未来公司将适时扩大激励范围，实现公司与员工利益共享。

4、投融资规划

本次公开发行将拓宽公司的融资渠道，提升公司的资本实力。同时，随着公司的知名度和品牌价值的不断提升，公司在依靠内部积累发展壮大的同时，将利用股权融资、债权融资、并购重组等各种资本运作工具积极拓展公司业务规模，参与行业兼并整合，增强技术和人才储备，不断巩固和提升行业地位，提升竞争力。

第十节 投资者保护

一、投资者关系的主要安排

（一）信息披露制度和流程

公司已按照法律、法规、部门规章及规范性文件制定《信息披露管理制度》，明确上市后信息披露的基本原则、一般要求、内容、信息传递、审核及披露程序、信息事务管理职责、信息保密、财务管理和会计核算的内部控制及监督机制、实际控制人、控股股东和持股 5%以上的股东相关重大信息的范围和通报流程、与投资者、证券服务机构、媒体等信息沟通与制度、公司部门及分公司、控股子公司的信息披露事务管理和报告制度、收到证券监管部门相关文件的报告制度以及责任与处罚等相关内容，明确了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。该制度有助于加强公司与投资者之间的信息沟通，提升规范运作和公司治理水平，切实保护投资者的合法权益。

（二）投资者沟通渠道的建立情况

为了进一步加强公司与投资者之间的沟通，促进投资者对公司的了解，进一步完善公司法人治理结构，公司制定了《投资者关系管理制度》作为公司投资者关系管理的基本制度，该制度自公司上市之日起生效，主要内容为：

1、投资者关系管理的基本原则为：合规性原则、主动性原则、平等性原则、诚实守信原则；

2、投资者关系管理中公司与投资者沟通的主要内容包括：法定信息披露及其说明、公司发展战略、公司经营管理信息、公司发生《中华人民共和国证券法》规定的重大事件、公司的环境保护、社会责任和公司治理信息、公司文化建设、股东权利行使的方式、途径和程序等、投资者诉求信息及其他相关信息；

3、公司充分重视网络沟通平台建设，在公司网站开设投资者关系专栏，通过公司官方网站、深圳证券交易所网站和深圳证券交易所投资者关系互动平台、新媒体平台、电话、传真、邮箱、投资者教育基地等方式，采取股东大会、投资者说明会、路演、投资者调研、证券分析师调研等形式，建立与投资者的重大事件沟通机制。公司设立专门的投资者咨询电话并建立健全相关规章制度规定的投

资者沟通渠道以确保充分保障投资者的合法权益。

（三）未来开展投资者关系管理的规划

公司证券事务部是投资者关系管理的日常职能部门，由公司董事会秘书领导。未来，公司将通过证监会及深圳证券交易所规定的信息披露渠道，积极做好信息披露工作，加强与投资者沟通工作，实现与投资者的良好沟通。公司本次发行上市后，将按照公平、公开、公正的原则开展投资者关系管理工作，平等对待所有投资者，并遵循相关法律、法规及中国证监会和深交所的相关规定，保障所有投资者的知情权和合法权益，并尽可能通过多种方式与投资者进行及时、深入和广泛的沟通。

二、发行后的股利分配政策

（一）发行后股利分配政策和决策程序

本次发行上市后，本公司将继续重视对投资者的投资回报并兼顾公司的可持续发展，实行持续、稳定的利润分配政策。根据《公司法》等法律法规、本公司《公司章程（草案）》等，本次发行上市后，公司的主要股利分配政策如下：

1、分配政策

（1）公司利润分配原则

公司重视对投资者的合理投资回报，执行持续、稳定的利润分配政策。在公司盈利以及公司正常经营和长期发展的前提下，公司实行积极、持续稳定的利润分配政策。

（2）公司利润分配的形式

公司可以采取现金、股票或二者相结合的方式分配股利。在公司盈利以及公司正常经营和长期发展的前提下，公司将积极采取现金方式分配股利。

（3）公司当年实现的净利润，在足额预留法定公积金、盈余公积金以后，公司的利润分配顺序、比例及条件为：

①利润分配顺序

A、公司分配当年利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金；公司

法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。

B、公司法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金以前，应当先用当年利润弥补亏损；

C、公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金；

D、公司弥补亏损和提取公积金所余税后利润以后，按照股东持有的股份比例分配。

②现金分红的条件及比例

除特殊情况外，公司在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，公司在足额提取法定公积金、任意公积金以后，优先采取现金方式分配股利。

③现金分红比例和期间间隔

公司应保持利润分配政策的连续性与稳定性，在符合现金分红的条件下，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 10%；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%。

（4）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。

2、决策机制

（1）公司的利润分配方案由管理层拟定后提交公司董事会、监事会审议。

董事会就利润分配方案的合理性进行充分讨论，形成专项议案后提交股东大会审议。公司在上一会计年度实现盈利，但董事会不进行现金分红或者按低于公司章程规定的现金分红比例进行利润分配时，独立董事应发表独立意见，公司应提供网络投票方式以方便社会公众股东参与股东大会表决；

（2）公司在制定现金分红具体方案时，董事会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，独立董事应当发表独立意见。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；

（3）股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道与股东（特别是中小股东）进行沟通和交流（包括但不限于电话、传真、邮箱、实地接待等），充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题；

（4）公司因前述规定的特殊情况而不进行现金分红时，董事会就不进行现金分红的具体原因、公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审议，并在公司指定媒体上予以披露。

3、公司就利润分配政策的承诺

根据《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》（中国证券监督管理委员会公告〔2022〕3 号）、《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（中国证券监督管理委员会 2012 年 5 月 9 日）、《上市公司章程指引（2022 年修订）》（中国证券监督管理委员会公告〔2022〕2 号）等法律、法规及文件的规定，本公司制定并由 2022 年第四次股东大会审议通过了本次公开发行后生效的《广东太力科技集团股份有限公司章程（草案）》。

为维护中小投资者的利益，本公司承诺上市后将严格按照《广东太力科技集团股份有限公司章程（草案）》及《广东太力科技集团股份有限公司上市后前三年（含上市当年）股东分红回报规划》规定和确定的利润分配政策，履行利润分配决策程序，并实施利润分配。

（二）发行前后股利分配政策的差异

报告期内，公司未进行利润分配。本次发行前公司的股利分配政策未对利润分配的原则、形式、期间、现金分红的条件和比例、差异化现金分红政策及股票

股利分红条件等作出具体规定；发行后的股利分配政策对上述相关事项进行了详细规定，以期更加全面的保障投资者的合法权益。

三、本次发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序

公司于2022年10月28日经2022年第四次临时股东大会决议审议通过了《关于公司首次公开发行股票并上市前滚存利润分配方案的议案》。公司本次公开发行人民币普通股（A股）股票并上市后，公司首次公开发行股票前的滚存未分配利润由股票发行后的新老股东按持股比例共享。

四、股东投票机制的建立情况

公司建立了完善的中小投资者单独计票机制、网络投票制、累积投票制选举董事等股东投票机制，保障投资者尤其是中小投资者参与公司重大决策等事项的权利。

（一）中小投资者单独计票机制

股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。

（二）网络投票制

公司股东大会将设置会场，以现场会议形式召开。公司应当以网络投票的方式为股东参加股东大会提供便利。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。

（三）征集投票权

公司董事会、独立董事和持有1%以上有表决权股份的股东可或者依照法律、行政法规或者中国证监会的规定设立的投资者保护机构可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。除法定条件外，公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

（四）累积投票制选举董事、监事

股东大会选举董事、监事时，实行累积投票制。

累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一有表决权的股份享有与

应选董事或者监事人数相同的表决权，股东可以自由地在董事、监事候选人之间分配其表决权，即可分散投于多人，也可集中投于一人，按照董事、监事候选人得票多少的顺序，由得票较多者当选。

五、发行人不存在特别表决权股份、协议控制架构或类似等特殊架构的情形

截至本招股说明书签署之日，发行人不存在特别表决权股份、协议控制架构或类似等特殊架构的情形。

六、重要承诺事项

发行人及其实际控制人、其他股东、董事、监事、高级管理人员、本次发行的中介机构等相关责任主体已就本次发行作出相关承诺，具体见本招股说明书“第十三节 附件”之“二 、相关承诺的具体内容”。

第十一节 其他重要事项

一、重要合同

（一）销售合同

报告期内，公司已履行或正在履行的重大销售合同具体情况如下：

序号	客户名称	合同内容	合同形式	合同期限	实际履行情况
1	IKEA of Sweden AB	采购一般条款	框架协议	2015/2/13 签署，无固定期限	履行完毕
2	宜家贸易（中国）有限公司	采购一般条款	框架协议	2020/3/20 签署，无固定期限	履行完毕
3		采购一般条款	框架协议	2021/5/27 签署，无固定期限	正在履行
4	IKEA Supply AG	采购一般条款	框架协议	2020/3/20 签署，无固定期限	履行完毕
5		采购一般条款	框架协议	2021/5/27 签署，无固定期限	正在履行
6	HMS MFG CO	国际供应商一般条款	框架协议	2019/10/8 签署，无固定期限	履行完毕
7		国际供应商一般条款	框架协议	2020/8/29 签署，无固定期限	履行完毕
8		2021-2022 年度协议	框架协议	2021/10/7 签署，无固定期限	正在履行
9	沃尔玛（中国）投资有限公司	供应商整体行为准则及一般供货条款	框架协议	自 2018/12/1 起生效，有效期一年。如果公司与供应商均未通知不愿续展，则自动展期 1 年，可连续多次续展	正在履行
10	Wal-Mart Stores Inc	供应商整体行为准则及一般供货条款	框架协议	2016/1/5 至长期	履行完毕
11		供应商整体行为准则及一般供货条款	框架协议	2018/2/7 至长期	履行完毕
12	Walmart Inc	供应商整体行为准则及一般供货条款	框架协议	2020/1/13 至长期	履行完毕
13		供应商整体行为准则及一般供货条款	框架协议	2021/10/18 至长期	正在履行

（二）采购合同

报告期内，公司已履行或正在履行的重大采购合同具体情况如下：

序号	供应商名称	合同内容	合同形式	合同期限	实际履行情况
1	IKEA Components AB	原材料采购	框架协议	2018/4/6 签署，无固定期限	正在履行
2	宜家精密部件（中国）有限公司	原材料采购	框架协议	2021/8/25 签署，无固定期限	正在履行
3	江华恒津包装材料有限公司	原材料采购	框架协议	2022/1/1-2022/12/31	正在履行
4	河北智优捷新材料科技有限公司	原材料采购	框架协议	2022/1/1-2022/12/31	正在履行
5	金华市多美家家居用品有限公司	成品采购	框架协议	2021/10/13-2022/12/31	正在履行
6	淮安国润电气有限公司	成品采购	框架协议	2021/4/25-2022/4/25	履行完毕
7		成品采购	框架协议	2022/4/26-2023/4/26	正在履行
8	泰兴市申泰塑业有限公司	原材料采购	框架协议	2019/5/1-2020/12/31	履行完毕
9	佛山市南海南荣塑料印刷有限公司	原材料采购	框架协议	2019/1/1-2019/12/31	履行完毕
10		原材料采购	框架协议	2020/1/1-2020/12/31	履行完毕
11	鹤山运城新材料有限公司	原材料采购	销售合同	2019/3/7 至双方结算完毕	履行完毕
12		原材料采购	框架协议	2020/1/13-2021/1/13	履行完毕
13	重庆顶正包材有限公司	原材料采购	框架协议	2020/1/1-2020/12/31	履行完毕

（三）借款及担保合同

1、借款合同

报告期初至本招股说明书签署之日，公司正在履行的金额在 800 万元及以上借款合同如下：

序号	借款方	借款银行	合同名称	合同金额（万元）	借款期限	实际履行情况
1	太力科技	中国建设银行股份有限公司中山市分行	HTZ440780000LDZJ2022N02Y号	1,000	2022/4/30-2023/4/30	正在履行
2	太力科技	中国建设银行股份有限公司中山市分行	HTZ440780000LDZJ2022N02X号	1,000	2022/6/22-2023/6/21	正在履行
3	太力科技	交通银行股份有限公司中山分行	中交银贷字第02201016号	800	2022/3/31-2023/3/31	正在履行

2、担保合同

报告期初至本招股说明书签署之日，公司与前述重大借款合同对应的担保合同的具体情况如下：

序号	担保方	债权人	债务人[1]	合同名称	担保形式	合同金额（万元）	保证方式	债权确定期间	实际履行情况
1	中山简居	建设银行中山分行	太力科技	HTC440780000ZGDB202000055	最高额抵押	4,000	/	2019/10/1-2029/12/31	正在履行
2	湖北太力	交通银行中山分行	太力科技	中交银抵字第22101036号	最高额抵押	20,000	/	2021/1/1-2030/12/31	正在履行
3	石正兵	建设银行中山分行	太力科技	2016年保字48号	最高额保证	2,000	连带责任保证	2016/4/20-2026/4/19	正在履行
4	湖北太力	建设银行中山分行	太力科技	2016年保字49号	最高额保证	2,000	连带责任保证	2016/4/20-2026/4/19	正在履行
5	湖北太力	交通银行中山分行	太力科技	中交银保字第32101029号	最高额保证	20,000	连带责任保证	2021/1/1-2024/12/31	正在履行
6	上海太力	交通银行中山分行	太力科技	中交银保字第32101030号	最高额保证	20,000	连带责任保证	2021/1/1-2024/12/31	正在履行
7	石正兵	交通银行中山分行	太力科技	中交银保字第32101031号	最高额保证	20,000	连带责任保证	2021/1/1-2024/12/31	正在履行

注1：鉴于发行人股改晚于上述合同签订日，发行人作为债务人的统一以发行人股改后简称表示

（四）其他重大合同

报告期内，公司重大电商平台服务协议如下：

序号	平台	合同主体	公司主体[1]	合同名称	合同主要内容	更新日期/签署日期	合同期限
1	天猫	浙江天猫技术有限公司、浙江天猫网络有限公司	太力科技	天猫商户服务协议	发行人通过天猫平台店铺直接向消费者销售商品，天猫收取相关技术服务费用	2018/10/18	自服务实际开通日起至2019/12/31，满足条件到期自动续展至次年12月31日，依此类推
2						2019/10/18	自服务实际开通日起至2020/12/31，满足条件到期自动续展至次年12月31日，依此类推
3						2020/11/19	自服务实际开通日起至2021/12/31，满足条件到期自动续展至次年12月31日，依此类推
4		浙江天猫技术有限公司、浙江天猫网络有限公司、阿里巴巴（海南）有限公司	太力科技			2021/11/19	自服务实际开通日起至2022/12/31，满足条件到期自动续展至次年12月31日，依此类推
5	京东	北京京东世纪贸易有限	太力科技	产品购销协议	发行人通过京东平台店	2019/1/1	2019/1/1-2019/12/31
6						2020/1/1	2020/1/1-2020/12/31

序号	平台	合同主体	公司主体[1]	合同名称	合同主要内容	更新日期/签署日期	合同期限
7		公司			铺直接向消费者销售商品，京东收取平台使用费等费用	2021/1/1	2021/1/1-2021/12/31
8			太力科技[2]			2022/1/1	2022/1/1-2022/12/31
9						2022/1/1	2022/1/1-2022/12/31
10	亚马逊	Amazon.com Services LLC	太力科技、中山宜尚、深圳太力、深圳欣涛、中山乐舟	商业解决方案协议	发行人在平台入驻后可进行的商业活动类型以及亚马逊提供的各类服务，亚马逊收取平台服务费用	自完成服务使用注册之日开始	长期有效除非合同签订双方按照合同约定情形终止协议
11		Amazon Japan G.K	太力科技、中山宜尚、深圳太力、深圳欣涛	商业解决方案协议		自完成开店服务使用注册之日开始	
12		Amazon Payments Europe s.c.a	太力科技	商业解决方案协议		自完成销售服务使用注册之日开始	
13		Amazon Payments UK Limited	太力科技	商业解决方案协议		自完成销售服务使用注册之日开始	
14	抖音	北京空间变换科技有限公司	太力科技	电子商务开放平台店铺服务协议	北京空间变换科技有限公司向发行人相关子公司提供平台上相应的网络空间及其相应的技术服务、系统升级，以使发行人相关子公司开设店铺，发行人相关子公司按约定支付技术服务费等相关费用	2020/4/11	长期有效除非合同签订双方按照合同约定情形终止协议
15						2021/4/25	长期有效除非合同签订双方按照合同约定情形终止协议
16			太力科技			2022/1/1	长期有效除非合同签订双方按照合同约定情形终止协议

注 1：鉴于发行人股改晚于上述合同签订日，因此发行人简称统一以股改后简称表示
注 2：太力科技 2022 年与京东平台根据厨具品类和家居日用品类分别签订了平台协议

二、公司对外担保情况

截至本招股说明书签署之日，公司不存在对外担保事项。

三、重大诉讼或仲裁事项

报告期内，公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

报告期内，公司的控股股东或实际控制人、控股子公司以及公司的董事、监事、高级管理人员不存在刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

截至本招股说明书签署日，发行人董事、监事及高级管理人员最近三年不涉及行政处罚、被司法机关立案调查、被中国证监会立案调查的情况。

四、重大违法行为

控股股东、实际控制人报告期内不存在贪污、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。

第十二节 声明

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：

石正兵　　石维聪　　饶志明

朱　娟　　刘奕华

全体监事签名：

王振昌　　阎云海　　姜　维

全体非董事高级管理人员签名：

廖　江　　王　竑　　聂　琴

广东太力科技集团股份有限公司

2022年12月29日

发行人控股股东、实际控制人声明

本人承诺本招股说明书内容真实、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：

石正兵

广东太力科技集团股份有限公司

2022年12月24日

保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认本招股说明书内容真实、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：余晰蒙

余晰蒙

保荐代表人：张勇　　罗艳娟

张　勇　　罗艳娟

保荐人法定代表人：景忠

（代行）　　景　忠

民生证券股份有限公司

2022年12月24日

保荐机构董事长声明

本人已认真阅读广东太力科技集团股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构董事长：景忠

（代行） 景 忠

民生证券股份有限公司

2022 年 12 月 24 日

保荐机构总经理声明

本人已认真阅读广东太力科技集团股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：

（代行） 熊雷鸣

民生证券股份有限公司

2022年12月24日

发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书内容与本所出具的法律意见书不存在矛盾。本所及经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，确认招股说明书不因引用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：

王　丽

经办律师：

张晓明　　赖元超

北京德恒律师事务所

2022年12月24日

会计师事务所声明

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。

会计师事务所负责人：李惠琦

中国注册会计师 李惠琦 110000150172

签字注册会计师：黄声森 蒋晓明

致同会计师事务所（特殊普通合伙）

2022年12月23日

验资及验资复核机构声明

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验资报告及验资复核报告等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告及验资复核报告等的内容无异议，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。

会计师事务所负责人：李惠琦

中国注册会计师 李惠琦 110000150172

李惠琦

签字注册会计师：黄声森 蒋晓明

致同会计师事务所（特殊普通合伙）

2022年12月23日

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。

评估机构负责人：_____

左英浩

经办资产评估师：_____ _____

刘新华 邓昊文

上海众华资产评估有限公司

2023年12月24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）财务报告及审计报告；

（五）公司章程（草案）；

（六）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的承诺事项；

（七）发行人审计报告基准日至招股说明书签署日之间的相关财务报表及审阅报告（如有）

（八）内部控制鉴证报告；

（九）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；

（十）中国证监会同意发行人本次公开发行注册的文件；

（十一）其他与本次发行有关的重要文件。

二、相关承诺的具体内容

（一）关于股份限售、减持安排及股份自愿锁定的承诺函

1、控股股东、实际控制人石正兵承诺

本人目前持有公司的股份不存在委托持股、信托持股或其他可能导致本人所持股份公司的股份权属不清晰或存在潜在纠纷的情形；不存在任何质押、冻结、查封等权利受到限制的情形。

自公司股票在证券交易所上市之日起 36 个月内，本人不转让或委托他人管理在上市前直接或间接持有的公司股份，也不提议由公司回购该部分股份。

若本人所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格应不低于发行价；公司上市后 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 个月期末的收盘价低于发行价，本人持有公司股票的锁定期限将自动延长 6 个月。在延长锁定期内，本人不转让或者委托他人管理本人本次发行前持有的发行人股份，也不由发行人回购本人持有的股份。若公司上市后发生派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息行为的，上述发行价为除权除息后的价格。

本人如作为发行人董事、监事、高级管理人员期间，在上述锁定期满后，在任职期间每年转让的股份不超过本人所持有的公司股份总数的百分之二十五；在本人离职后半年内不转让持有的公司股份。本人在任期届满前辞职的，在本人就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，仍适用《公司法》对董监高股份转让的规定。

若相关监管机构对本人锁定期有更严格的要求，本人将按照相关监管部门要求对锁定期进行进一步承诺。

锁定期满后股东持股意向和减持意向：

（1）减持前提

若在锁定期限（包括延长的锁定期限）届满后，本人拟减持股票的，将认真遵守中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于股东减持的相关规定，结合公司稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持。

（2）减持方式

本人将根据需要通过集中竞价、大宗交易、协议转让或其他合法方式进行。但不会因转让发行人股票影响本人的控股股东地位。

（3）减持程序

如本人减持公司股份，将遵守中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所有关法律法规的相关规定进行，包括但不限于提前将减持意向即拟减持数量等信息通知公司，由公司及时予以公告，自公告之日起三个交易日后方可减持股份。

（4）减持价格

锁定期届满后两年内减持股份公司股票的，减持价格不低于股份公司首次公开发行股票的发行价（如股份公司发生分红、派息、送股、资本公积金转增股本

等除权除息事项，发行价格应相应调整）。锁定期届满后减持依据中国证券监督管理委员会、深圳证券交易相关规则进行减持。

（5）约束措施

本人将严格按照法律法规、中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于上市公司股东减持相关规定进行减持，如相关法律法规、规范性文件或中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于股东减持有新规定的，本人将认真遵守相关新规定。如违反上述承诺，违规操作收益将归发行人所有。如本人未将违规操作收益上交发行人，则发行人有权扣留应付本人现金分红中与应上交发行人的违规操作收益金额相等的部分直至本人履行上述承诺。

2、董事饶志明承诺

本人目前持有公司的股份不存在委托持股、信托持股或其他可能导致本人所持公司的股份权属不清晰或存在潜在纠纷的情形；不存在任何质押、冻结、查封等权利受到限制的情形。

自公司股票在证券交易所上市之日起 12 个月内，本人不转让或委托他人管理在上市前直接持有的公司股份，也不提议由公司回购该部分股份。

自公司股票在证券交易所上市之日起 36 个月内，本人不转让或委托他人管理在上市前间接持有的公司股份，也不提议由公司回购该部分股份。

公司上市后 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 个月期末的收盘价低于发行价，本人持有公司股票的锁定期限将自动延长 6 个月。在延长或另行锁定期内，本人不转让或者委托他人管理本人本次发行前持有的发行人股份，也不由发行人回购本公司持有的股份。若公司上市后发生派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息行为的，上述发行价为除权除息后的价格。

股份锁定期满后，本人如担任公司董事、监事、高级管理人员的，任职期间每年转让的股份不超过本人直接或间接持有的公司股份总数的 25%；在离职后半年内，不转让所持有的本公司股份。若相关监管机构对本公司锁定期有更严格的要求，本人将按照相关监管部门要求对锁定期进行进一步承诺。

本人将严格按照法律法规、中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于上市公司股东减持相关规定进行减持，如相关法律法规、规范性文件或中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于股东减持有新规定的，本人将认真遵守相关新规定。

本人持有的公司股份在锁定期满后两年内减持的，其减持价格（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，须按照中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所的有关规定作相应调整）不低于公司首次公开发行股票时的发行价。

本人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，若不履行本承诺所赋予的义务和责任，本人将承担公司、公司其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失，违规减持公司股票的收益将归公司所有。若本人离职或职务变更的，不影响本承诺的效力，本人仍将继续履行上述承诺。

3、高管廖江承诺

本人目前持有公司的股份不存在委托持股、信托持股或其他可能导致本人所持公司的股份权属不清晰或存在潜在纠纷的情形；不存在任何质押、冻结、查封等权利受到限制的情形。

自公司股票在证券交易所上市之日起 12 个月内，本人不转让或委托他人管理在上市前直接持有的公司股份，也不提议由公司回购该部分股份。

本人在股份公司提交首次公开发行股票申请前 12 个月内通过增资扩股方式取得的新增股份，本人承诺所持新增股份自取得之日起 36 个月内不得转让。

自公司股票在证券交易所上市之日起 36 个月内，本人不转让或委托他人管理在上市前间接持有的公司股份，也不提议由公司回购该部分股份。

公司上市后 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 个月期末的收盘价低于发行价，本人持有公司股票的锁定期限将自动延长 6 个月。在延长或另行锁定期内，本人不转让或者委托他人管理本人本次发行前持有的发行人股份，也不由发行人回购本公司持有的股份。若公司上市后发生派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息行为的，上述发行价为除权除息后的价格。

前述锁定期满后，本人在公司担任董事、高级管理人员期间，每年转让的公司股份数量不超过本人持有的公司股份总数的 25%；离职后半年内，不转让本人持有的发行人股份。若本人在任期届满前离职的，在就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，每年转让的股份不得超过本人所持有的公司股份总数的 25%。

若相关监管机构对本公司锁定期有更严格的要求，本人将按照相关监管部门要求对锁定期进行进一步承诺。

本人持有的公司股份在锁定期满后两年内减持的，其减持价格（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，须按照中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所的有关规定作相应调整）不低于公司首次公开发行股票时的发行价。

本人将严格按照法律法规、中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于上市公司股东减持相关规定进行减持，如相关法律法规、规范性文件或中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于股东减持有新规定的，本人将认真遵守相关新规定。

本人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，若不履行本承诺所赋予的义务和责任，本人将承担公司、公司其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失，违规减持公司股票的收益将归公司所有。若本人离职或职务变更的，不影响本承诺的效力，本人仍将继续履行上述承诺。

4、高管王竑、聂琴承诺

本人目前持有公司的股份不存在委托持股、信托持股或其他可能导致本人所持公司的股份权属不清晰或存在潜在纠纷的情形；不存在任何质押、冻结、查封等权利受到限制的情形。

自公司股票在证券交易所上市之日起 36 个月内，本人不转让或委托他人管理在上市前间接持有的公司股份，也不提议由公司回购该部分股份。

公司上市后 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 个月期末的收盘价低于发行价，本人持有公司股票的锁定期限将自动延长 6 个月。在延长或另行锁定期内，本人不转让或者委托他人管理本人本次发行前持有的发行人股份，也不由发行人回购本公司持有的股份。若公司上市后

发生派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息行为的，上述发行价为除权除息后的价格。

自公司股票在证券交易所上市之日起 36 个月内，本人不转让或委托他人管理在上市前间接持有的公司股份，也不提议由公司回购该部分股份。

股份锁定期满后，本人如担任公司董事、监事、高级管理人员的，任职期间每年转让的股份不超过本人直接或间接持有的公司股份总数的 25%；在离职后半年内，不转让所持有的本公司股份。若相关监管机构对本公司锁定期有更严格的要求，本人将按照相关监管部门要求对锁定期进行进一步承诺。

本人将严格按照法律法规、中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于上市公司股东减持相关规定进行减持，如相关法律法规、规范性文件或中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于股东减持有新规定的，本人将认真遵守相关新规定。

本人持有的公司股份在锁定期满后两年内减持的，其减持价格（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，须按照中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所的有关规定作相应调整）不低于公司首次公开发行股票时的发行价。

本人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，若不履行本承诺所赋予的义务和责任，本人将承担公司、公司其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失，违规减持公司股票的收益将归公司所有。若本人离职或职务变更的，不影响本承诺的效力，本人仍将继续履行上述承诺。

5、监事王振昌、阎云海、姜维承诺

本人目前持有公司的股份不存在委托持股、信托持股或其他可能导致本人所持公司的股份权属不清晰或存在潜在纠纷的情形；不存在任何质押、冻结、查封等权利受到限制的情形。

自公司股票在证券交易所上市之日起 36 个月内，本人不转让或委托他人管理在上市前间接持有的公司股份，也不提议由公司回购该部分股份。

前述锁定期满后，本人在公司担任监事期间，每年转让的公司股份数量不超

过本人持有的公司股份总数的 25%；离职后半年内，不转让本人持有的发行人股份。若本人在任期届满前离职的，在就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，每年转让的股份不得超过本人所持有的公司股份总数的 25%。

若相关监管机构对本人锁定期有更严格的要求，本人将按照相关监管部门要求对锁定期进行进一步承诺。

本人将严格按照法律法规、中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于上市公司股东减持相关规定进行减持，如相关法律法规、规范性文件或中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于股东减持有新规定的，本人将认真遵守相关新规定。

本人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，若不履行本承诺所赋予的义务和责任，本人将承担公司、公司其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失，违规减持公司股票的收益将归公司所有。若本人离职或职务变更的，不影响本承诺的效力，本人仍将继续履行上述承诺。

6、股东陆中涛、刘晓乐承诺

本人目前持有公司的股份不存在委托持股、信托持股或其他可能导致本人所持公司的股份权属不清晰或存在潜在纠纷的情形；不存在任何质押、冻结、查封等权利受到限制的情形。

自公司股票在证券交易所上市之日起 12 个月内，本人不转让或者委托他人管理在上市前持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

自公司股票在证券交易所上市之日起 36 个月内，本人不转让或委托他人管理在上市前间接持有的公司股份，也不提议由公司回购该部分股份。

若相关监管机构对本人锁定期有更严格的要求，本人将按照相关监管部门要求对锁定期进行进一步承诺。

本人将严格按照法律法规、中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于上市公司股东减持相关规定进行减持，如相关法律法规、规范性文件或中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于股东减持有新规定的，本人将认真遵守相关新规定。

本人将积极履行上述承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。本人如违反上述承诺，违规操作收益将归发行人所有。如本人未将违规操作收益上交发行人，则发行人有权扣留应付本人现金分红中与应上交发行人的违规操作收益金额相等的部分直至本人履行上述承诺。

7、股东常州铭德、海宁海睿承诺

本企业目前持有公司的股份不存在委托持股、信托持股或其他可能导致本企业所持公司的股份权属不清晰或存在潜在纠纷的情形；不存在任何质押、冻结、查封等权利受到限制的情形。

自公司股票在证券交易所上市之日起 12 个月内，本企业不转让或者委托他人管理在上市前持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

若相关监管机构对本企业锁定期有更严格的要求，本企业将按照相关监管部门要求对锁定期进行进一步承诺。

本企业如违反上述承诺，违规操作收益将归发行人所有。如本企业未将违规操作收益上交发行人，则发行人有权扣留应付本企业现金分红中与应上交发行人的违规操作收益金额相等的部分直至本企业履行上述承诺。

8、股东刘健、邓志毅、张结燕、郝群承诺

本人目前持有公司的股份不存在委托持股、信托持股或其他可能导致本人所持公司的股份权属不清晰或存在潜在纠纷的情形；不存在任何质押、冻结、查封等权利受到限制的情形。

自公司股票在证券交易所上市之日起 12 个月内，本人不转让或者委托他人管理在上市前持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

若相关监管机构对本人锁定期有更严格的要求，本人将按照相关监管部门要求对锁定期进行进一步承诺。

本人将严格按照法律法规、中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于上市公司股东减持相关规定进行减持，如相关法律法规、规范性文件或中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于股东减持有新规定的，本人将认真遵守相关新规定。

本人将积极履行上述承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。本人如违反上述承诺，违规操作收益将归发行人所有。如本人未将违规操作收益上交发行人，则发行人有权扣留应付本人现金分红中与应上交发行人的违规操作收益金额相等的部分直至本人履行上述承诺。

9、股东蔡小文承诺

本人目前持有公司的股份不存在委托持股、信托持股或其他可能导致本人所持公司的股份权属不清晰或存在潜在纠纷的情形；不存在任何质押、冻结、查封等权利受到限制的情形。

自公司股票在证券交易所上市之日起 12 个月内，本人不转让或者委托他人管理在上市前持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

若相关监管机构对本人锁定期有更严格的要求，本人将按照相关监管部门要求对锁定期进行进一步承诺。

本人将严格按照法律法规、中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于上市公司股东减持相关规定进行减持，如相关法律法规、规范性文件或中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于股东减持有新规定的，本人将认真遵守相关新规定。

本人将积极履行上述承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。

10、股东嘉兴栈道承诺

本企业目前持有公司的股份不存在委托持股、信托持股或其他可能导致本人所持公司的股份权属不清晰或存在潜在纠纷的情形；不存在任何质押、冻结、查封等权利受到限制的情形。

本企业在股份公司提交首次公开发行股票申请前 12 个月内通过增资扩股方式取得的新增股份，本人承诺所持新增股份自取得之日起 36 个月内不得转让。

若相关监管机构对本企业锁定期有更严格的要求，本企业将按照相关监管部门要求对锁定期进行进一步承诺。

本企业如违反上述承诺，违规操作收益将归发行人所有。如本企业未将违规

操作收益上交发行人，则发行人有权扣留应付本企业现金分红中与应上交发行人的违规操作收益金额相等的部分直至本企业履行上述承诺。

11、股东中山新正、中山魏力承诺

自公司股票在证券交易所上市之日起 36 个月内，本企业不转让或委托他人管理在上市前直接或间接持有的公司股份，也不提议由公司回购该部分股份。

公司上市后 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 个月期末的收盘价低于发行价，本企业持有公司股票的锁定期限将自动延长 6 个月。若公司上市后发生派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息行为的，上述发行价为除权除息后的价格。

本企业将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，若不履行本承诺所赋予的义务和责任，本企业将承担公司、公司其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失，违规减持公司股票的收益将归公司所有。

12、中山新正、中山魏力的合伙人（公司董监高及直接股东除外）承诺

本人目前持有公司的股份不存在委托持股、信托持股或其他可能导致本人所持公司的股份权属不清晰或存在潜在纠纷的情形；不存在任何质押、冻结、查封等权利受到限制的情形。

自公司股票在证券交易所上市之日起 36 个月内，本人不转让或委托他人管理在上市前间接持有的公司股份，也不提议由公司回购该部分股份。

公司上市后 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 个月期末的收盘价低于发行价，本人持有公司股票的锁定期限将自动延长 6 个月。若公司上市后发生派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息行为的，上述发行价为除权除息后的价格。

本人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，若不履行本承诺所赋予的义务和责任，本人将承担公司、公司其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失，违规减持公司股票的收益将归公司所有。若本人离职或职务变更的，不影响本承诺的效力，本人仍将继续履行上述承诺。

（二）稳定股价的措施

1、启动股价稳定措施的具体条件

（1）启动条件：上市后三年内，如非因不可抗力、第三方恶意炒作之因素导致出现公司股票连续 20 个交易日的收盘价低于最近一期经审计的每股净资产时（最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股、送股、缩股、股份拆分等除权除息情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整），应当开始实施相关稳定股价的方案，并应提前公告具体实施方案；

（2）停止条件：① 在下述第 2 项稳定股价具体方案的实施期间内或是实施前，如公司股票连续 20 个交易日收盘价高于最近一期经审计的每股净资产时，将停止实施股价稳定措施；②继续实施股价稳定措施将导致股权分布不符合上市条件；③各相关主体在连续 12 个月内购买股份的数量或用于购买股份的数量的金额已达到上限；④继续回购或增持公司股份将导致触发控股股东、实际控制人等的要约收购义务（符合免于发生要约情形的除外）。

上述稳定股价具体方案实施完毕或停止实施后，如再次发生上述第 1 项的启动条件，则再次启动稳定股价措施。

2、稳定股价的具体措施

当上述启动股价稳定措施的条件达成时，将依次开展公司自愿回购、控股股东、公司董事（不含独立董事）、高级管理人员增持等工作以稳定公司股价，增持或回购价格不超过公司最近一期经审计的每股净资产。控股股东、公司董事（不含独立董事）、高级管理人员在公司出现需稳定股价的情形时，必须履行所承诺的增持义务，在履行完强制增持义务后，可选择自愿增持。如该等方案、措施需要提交董事会、股东大会审议的，则控股股东以及其他担任董事、高级管理人员的股东应予以支持。

（1）由公司回购股票

如公司出现连续 20 个交易日的收盘价低于最近一期经审计的每股净资产时，则公司可自愿采取回购股票的措施以稳定公司股价。

① 公司为稳定股价之目的回购股份，应符合当时有效的法律、法规的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件；

② 公司股东大会对回购股份做出决议，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过；

③ 公司用于股份回购的资金来源为公司自有资金，回购股份数量不超过公司股份总数的 2%，回购后公司的股权分布应当符合上市条件。

（2）控股股东增持

在公司 12 个月内回购股份数量达到最大限额（即公司股本总额的 2%）后，如出现连续 20 个交易日的收盘价仍低于最近一期经审计的每股净资产时，则启动公司控股股东增持股票：

①公司控股股东应在符合当时有效的法律、法规的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持；

②控股股东增持股份的金额不超过上一年度获得的公司分红税后金额的 50%；

（3）公司董事（不含独立董事）、高级管理人员增持

在公司控股股东 12 个月内用于增持公司股份的总金额达到其上一年度从公司取得的分红税后金额 50%以后，如出现连续 20 个交易日的收盘价低于最近一期经审计的每股净资产时，则启动公司董事、高级管理人员增持：

①公司董事（不含独立董事）、高级管理人员应在公司符合当时有效的法律、法规的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持；

②有增持义务的公司董事（不含独立董事）、高级管理人员承诺，其用于增持公司股份的货币资金不低于该董事、高级管理人员上年度税后薪酬总和的 30%。

③公司将要求新聘任的董事、高级管理人员履行本公司上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺。

（4）稳定股价措施的启动程序

①公司回购

A、如公司出现连续 20 个交易日的收盘价低于最近一期经审计的每股净资产时，则公司可自愿采取回购股票的措施以稳定公司股价；

B、公司董事会应当在做出是否回购股份决议后的 2 个工作日内公告董事会决议，如不回购需公告理由，如回购还需公告回购股份预案，并发布召开股东大会的通知；

C、公司回购应在公司股东大会决议做出之日起次一交易日开始启动回购，并应在履行相关法定手续后，30 个交易日内实施完毕；

D、公司回购方案实施完毕后，应在 2 个工作日内公告公司股份变动报告，并在 10 日内依法注销所回购的股份，办理工商变更登记手续。

②控股股东及董事、高级管理人员增持

A、公司董事会应在控股股东及董事、高级管理人员增持启动条件触发之日起 2 个交易日内做出增持公告；

B、控股股东及董事、高级管理人员应在增持公告做出之日起次一交易日开始启动增持，并应在履行相关法定手续后的 30 个交易日内实施完毕。

（5）约束性措施

①在公司董事会制订的稳定股价方案涉及公司回购公司股票的情况下，如公司未能履行稳定股价的承诺并实际实施回购计划的，公司将：A 在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；B 向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益；C 将上述补充承诺或替代承诺提交公司股东大会审议；以及 D 因违反承诺给投资者造成损失的，将依法对投资者进行赔偿。

②在公司董事会制订的稳定股价方案涉及公司控股股东增持公司股票的情况下，如公司控股股东未能履行稳定股价的承诺并实际实施增持计划的，则公司将责令控股股东：A 在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；B 向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益；C 将上述补充承诺或替代承诺提交公司股东大会审议；以及 D 因违反承诺给投资者造成损失的，将依法对投资者进行赔偿。

③在公司董事会制订的稳定股价方案涉及公司董事（不含独立董事）、高级管理人员增持公司股票的情况下，如董事（不含独立董事）、高级管理人员未能履行稳定股价的承诺并实际实施增持计划的，则公司将责令相关董事（不含独立董事）、高级管理人员：A 在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；B 向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益；C 将上述补充承诺或替代承诺提交公司股东大会审议；以及 D 因违反承诺给投资者造成损失的，将依法对投资者进行赔偿。

（6）若法律、法规、规范性文件及中国证监会或深圳证券交易所对启动股价稳定措施的具体条件、采取的具体措施等有不同规定，或者对公司、控股股东、董事（不含独立董事）、高级管理人员因违反上述措施而应承担的相关责任及后果有不同规定的，公司将自愿无条件地遵从并将督促控股股东、董事（不含独立董事）、高级管理人员自愿无条件地遵从该等规定。

（三）对欺诈发行上市的股份购回承诺

1、发行人对欺诈发行上市的股份购回承诺

本公司符合发行上市条件，不存在以欺骗手段骗取发行注册的情形。若存在以欺骗手段骗取发行注册的情形，本公司将自中国证监会确认相关事实之日起十个交易日内从投资者手中回购本次公开发行的股票。

若上述回购承诺未得到及时履行，本公司将及时进行公告，并且公司将在定期报告中披露公司承诺的履行情况以及未履行承诺时的补救及改正情况。

2、控股股东、实际控制人石正兵对欺诈发行上市的股份购回承诺

公司符合发行上市条件，不存在以欺骗手段骗取发行注册的情形。若存在以欺骗手段骗取发行注册的情形，本人将自中国证监会确认相关事实之日起十个交易日内依法购回本次公开发行的全部股票。

若上述购回承诺未得到及时履行，本人将及时告知公司，由公司进行公告，如果本人未能履行上述承诺，将停止在公司处领取股东分红，同时本人直接/间接持有的公司股份将不得转让，若转让的，转让所得归公司所有，直至本人按上述承诺采取相应的购回措施并实施完毕时为止。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或深圳证券交易所对本人因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果

有不同规定，本人自愿无条件地遵从该等规定。

（四）关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

1、关于填补被摊薄即期回报的措施

（1）大力开拓市场、扩大业务规模，提高公司竞争力和持续盈利能力

本公司将利用本次公开发行股票上市的契机，将继续加大技术研发能力，提升核心技术，优化产品结构；强化与客户的良好合作关系；创新优化工厂生产管理模式，对供应链体系进行进一步完善；加大人才引进和培养，组建专业化的研发、生产和管理人才梯队，公司也将不断加强内部管理，实现公司的可持续快速发展，为股东创造更大的价值。

（2）提高募集资金使用效率

本次募投项目均围绕公司主营业务展开，其实施有利于提升公司竞争力和盈利能力。本次发行募集资金到位后，本公司将加快推进募投项目实施，以使募投项目早日实现预期收益。同时，本公司将根据《广东太力科技集团股份有限公司章程》、《广东太力科技集团股份有限公司募集资金管理制度》及相关法律法规的要求，加强募集资金管理，规范使用募集资金，以保证募集资金按照既定用途实现预期收益。

（3）完善内部控制，提升管理水平

本公司将按照有关法律法规和有关部门的要求，进一步健全内部控制，提升管理水平，保证公司生产经营活动的正常运作，降低管理风险，加大成本控制力度，提升经营效率和盈利能力。同时，公司将努力提升人力资源管理水平，完善和改进公司的薪酬制度和员工培训体系，保持公司的持续创新能力，为公司的快速发展夯实基础。

（4）完善利润分配政策，强化投资者回报

为了进一步规范公司利润分配政策，公司按照《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》的要求，并结合公司实际情况，经公司股东大会审议通过了公司上市后适用的《广东太力科技集团股份有限公司公司章程（草案）》和《公司上市后前三年（含上

市当年）股东分红回报规划》。本公司的利润分配政策和未来利润分配规划重视对投资者的合理、稳定投资回报，公司将严格按照其要求进行利润分配。本公司首次公开发行股票并上市完成后，公司将广泛听取独立董事、投资者尤其是中小股东的意见和建议，不断完善公司利润分配政策，强化对投资者的回报。

公司承诺将保证或尽最大的努力促使上述措施的有效实施，努力降低本次发行对即期回报的影响，保护公司股东的权益。如公司未能实施上述措施且无正当、合理的理由，公司及相关责任人将公开说明原因、向股东致歉。

2、关于填补被摊薄即期回报的承诺

（1）控股股东、实际控制人石正兵关于保证公司填补被摊薄即期回报措施切实履行的承诺

①不越权干预公司经营管理活动，切实履行对发行人填补摊薄即期回报的相关措施。

②不侵占公司利益；

本承诺出具日后至发行人本次发行实施完毕前，若中国证监会作出关于填补被摊薄即期回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且本人上述承诺不能满足中国证券监督管理委员会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证券监督管理委员会的最新规定出具补充承诺。

本人承诺严格履行所作出的上述承诺事项，确保公司填补回报措施能够得到切实履行。如果本人违反所作出的承诺或拒不履行承诺，本人将按照《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（证监会公告[2015]31 号）等相关规定履行解释、道歉等相应义务，并同意中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所和中国上市公司协会依法作出的监管措施或自律监管措施；给公司或者股东造成损失的，本人愿意依法承担相应补偿责任。

（2）董事、高级管理人员关于保证公司填补被摊薄即期回报措施切实履行的承诺

① 忠实、勤勉地履行职责，维护公司和全体股东的合法利益。

②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

害公司利益。

③对本人的职务消费行为进行约束。

④承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动。

⑤承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

⑥承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

本承诺函出具日后至公司本次发行实施完毕前，若中国证券监督管理委员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，且本人上述承诺不能满足中国证券监督管理委员会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证券监督管理委员会的最新规定出具补充承诺。

本人承诺严格履行所作出的上述承诺事项，确保公司填补回报措施能够得到切实履行。如果本人违反所作出的承诺或拒不履行承诺，本人将按照《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（证监会公告[2015]31 号）等相关规定履行解释、道歉等相应义务，并同意中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所和中国上市公司协会依法作出的监管措施或自律监管措施；给公司或者股东造成损失的，本人愿意依法承担相应补偿责任。

（五）利润分配的政策安排及承诺

发行后利润分配政策的安排及承诺详见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“二、发行后的股利分配政策”之“（一）发行后股利分配政策和决策程序”。

（六）依法承担赔偿责任的承诺

1、发行人关于依法承担赔偿或赔偿责任的承诺

（1）本公司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，本公司对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

（2）若本公司首次公开发行股票并在创业板上市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，公司将依法回购首次公开发行的全部新股。

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、实质影响的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏后 10 个交易日内，公司将根据相关法律、法规、规章及公司章程的规定召开董事会，并提议召开股东大会，启动股份回购措施，回购价格为公司首次公开发行股票时的发行价（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，须按照中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所的有关规定作相应调整）。

（3）本公司首次公开发行股票并在创业板上市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。

①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后 10 个交易日内，公司将启动赔偿投资者损失的相关工作。

②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。

如果本公司未能履行上述承诺，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并按证券监督管理部门及司法机关认定的实际损失向投资者依法进行赔偿。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或深圳证券交易所对公司因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，公司自愿无条件地遵从该等规定。

2、控股股东、实际控制人关于依法承担赔偿或赔偿责任的承诺

（1）本公司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，本公司对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

（2）若本公司首次公开发行股票并在创业板上市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，公司将依法回购首次公开发行的全部新股。

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、实质影响的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏后 10 个交易日内，本人将根据相关法律、法规、规章及规范性文件的规定启动股份购回措施，购回价格为公司首次公开发行股票时的发行价。

（3）本公司首次公开发行股票并在创业板上市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。

①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后 10 个交易日内，公司将启动赔偿投资者损失的相关工作。

②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。

如果本人未能履行上述承诺，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并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，停止在公司处领取薪酬、津贴及股东分红，同时本人直接或间接所持有的公司股份将不得转让，直至本人按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或深圳证券交易所对本人因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，本人自愿无条件地遵从该等规定。

3、董事、监事、高级管理人员关于依法承担赔偿或赔偿责任的承诺

（1）公司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，本人对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

（2）公司首次公开发行股票并在创业板上市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。

①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后 10 个交易日内，本人将启动赔偿投资者损失的相关

工作。

②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。

如果本人未能履行上述承诺，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向公司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，停止在公司处领取薪酬、津贴及股东分红，同时本人直接或间接所持有的公司股份将不得转让，直至本人按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或深圳证券交易所对本人因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，本人自愿无条件地遵从该等规定。

4、中介机构承诺

民生证券股份有限公司作为保荐机构、主承销商承诺：因民生证券为发行人首次公开发行股票事宜制作、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。

北京德恒律师事务所作为发行人律师承诺：因北京德恒律师事务所为发行人首次公开发行股票制作、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。

致同会计师事务所（特殊普通合伙）作为申报会计师承诺：因致同会计师事务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，将依法赔偿投资者损失。

上海众华资产评估有限公司作为评估机构承诺：因众华资产评估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，将依法承担法律责任。

（七）其他主要承诺事项

1、控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的承诺

控股股东、实际控制人石正兵，就避免与太力科技及其控制的企业发生同业竞争，特此承诺如下：

（1）本人目前没有在中国境内任何地方或中国境外，直接或间接发展、经营或协助经营或参与与公司及其子公司业务存在竞争的任何活动，亦没有在任何与公司及其子公司业务有直接或间接竞争的公司或企业拥有任何权益。

（2）本人保证及承诺不会直接或间接发展、经营或协助经营或参与或从事与公司及其子公司业务相竞争的任何活动。

（3）本人如拟出售与公司及其子公司生产、经营相关的任何其它资产、业务或权益，公司均有优先购买的权利；本人将尽最大努力使有关交易的价格公平合理，且该等交易价格按与独立第三方进行正常商业交易的交易价格为基础确定。

（4）本人将依法律、法规及公司的规定向公司及有关机构或部门及时披露与公司及其子公司业务构成竞争或可能构成竞争的任何业务或权益的详情。

（5）自本承诺函签署之日起，若公司及其子公司未来开拓新的业务领域而导致本人及本人所控制的其他公司及企业所从事的业务与公司及其子公司构成竞争，本人将终止从事该业务，或由公司在同等条件下优先收购该业务所涉资产或股权，或遵循公平、公正的原则将该业务所涉资产或股权转让给无关联关系的第三方。

（6）本人将不会利用公司控股股东的身份进行损害公司及其子公司或其它股东利益的经营活动。

（7）如实际执行过程中，本人违反首次公开发行时已作出的承诺，将采取以下措施：①及时、充分披露承诺未得到执行、无法执行或无法按期执行的原因；②向公司及其投资者提出补充或替代承诺，以保护公司及其投资者的权益；③将上述补充承诺或替代承诺提交股东大会审议；④给投资者造成直接损失的，依法赔偿损失；⑤有违法所得的，按相关法律法规处理；⑥其他根据届时规定可以采取的其他措施。

本承诺函在本人作为公司控股股东期间有效。

2、关于减少和规范关联交易的承诺

（1）控股股东、实际控制人承诺

本人承诺并促使本人控制的其他企业、与本人关系密切的家庭成员（“关系

密切的家庭成员”指配偶、父母及配偶的父母、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）不利用本人地位及控制性影响谋求发行人及其控制的其他企业在业务合作等方面优于市场第三方的权利；

本人承诺并促使本人控制的其他企业、与本人关系密切的家庭成员不利用本人地位及控制性影响谋求与发行人及其控制的其他企业达成交易的优先条件；

本人承诺并促使本人控制的其他企业、与本人关系密切的家庭成员不以低于或高于市场价格的条件与发行人及其控制的企业进行交易，不会利用关联交易转移、输送利润，亦不利用关联交易从事任何损害发行人及其控制的企业利益的行为；

本人承诺并促使本人控制的其他企业、与本人关系密切的家庭成员将尽量避免或减少与发行人及其控制的企业之间发生关联交易；对于确有必要且无法避免的关联交易，均按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格按市场公认的合理价格确定，并按相关法律、法规以及规范性文件的规定履行交易审批程序及信息披露义务，切实保护公司及全体股东利益；

本人承诺本人及本人所控制的其他企业、与本人关系密切的家庭成员将不以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用发行人及其下属子公司的资金，且将严格遵守中国证监会关于上市公司法人治理的有关规定，避免与发行人及其下属子公司发生除正常业务外的一切资金往来。

本人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，本人若违反本承诺约定的义务与责任，而给发行人及其控制的企业或其他股东造成损失，本人将承担连带赔偿责任；

本承诺函一经签署，即构成本人不可撤销的法律义务。本承诺函自本人签署之日起生效，其效力至本人不再是公司的控股股东/实际控制人或公司董事、监事、高级管理人员之日终止。

（2）董事、监事、高级管理人员分别承诺

本人承诺并促使本人控制的其他企业、与本人关系密切的家庭成员（“关系密切的家庭成员”指配偶、父母及配偶的父母、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）不利用本人地位及控制性影响谋求发行人及其控制的其他企业在业务合作等方面优于市场第三方的权利；

本人承诺并促使本人控制的其他企业、与本人关系密切的家庭成员不利用本人地位及控制性影响谋求与发行人及其控制的其他企业达成交易的优先条件；

本人承诺并促使本人控制的其他企业、与本人关系密切的家庭成员不以低于或高于市场价格的条件与发行人及其控制的企业进行交易，不会利用关联交易转移、输送利润，亦不利用关联交易从事任何损害发行人及其控制的企业利益的行为；

本人承诺并促使本人控制的其他企业、与本人关系密切的家庭成员将尽量避免或减少与发行人及其控制的企业之间发生关联交易；对于确有必要且无法避免的关联交易，均按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格按市场公认的合理价格确定，并按相关法律、法规以及规范性文件的规定履行交易审批程序及信息披露义务，切实保护公司及全体股东利益；

本人承诺本人及本人所控制的其他企业、与本人关系密切的家庭成员将不以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用发行人及其下属子公司的资金，且将严格遵守中国证监会关于上市公司法人治理的有关规定，避免与发行人及其下属子公司发生除正常业务外的一切资金往来。

本人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，本人若违反本承诺约定的义务与责任，而给发行人及其控制的企业或其他股东造成损失，本人将承担连带赔偿责任；

本承诺函一经签署，即构成本人不可撤销的法律义务。本承诺函自本人签署之日起生效，其效力至本人不再是公司的控股股东/实际控制人或公司董事、监事、高级管理人员之日终止。

3、社会保险及住房公积金的承诺

控股股东、实际控制人石正兵关于社会保险及住房公积金承诺如下：

如发生政府主管部门或其他有权机构因发行人或其子公司在报告期内（2019

年 1 月 1 日至 2022 年 6 月 30 日）未为全体员工缴纳、未足额缴纳、未及时缴纳五险一金或通过第三方代理机构为员工异地缴纳五险一金对其予以追缴、补缴、收取滞纳金或处罚；或发生发行人或其子公司员工因报告期内发行人未为其缴纳、未足额缴纳、未及时缴纳五险一金或通过第三方代理机构异地缴纳五险一金向发行人或其子公司要求补缴、追索相关费用、要求有权机关追究发行人或其子公司的行政责任或就此提起诉讼、仲裁等情形，本人愿意承担或补偿发行人或其子公司因此遭受的全部损失以及产生的其他全部费用，且在承担或补偿相关责任后不向发行人或其子公司追偿，保证发行人或其子公司不会因此遭受任何损失。

本人将促使发行人及其子公司全面执行法律、行政法规及规范性文件所规定的社会保障制度和住房公积金制度，为全体在册员工建立社会保险和住房公积金账户，缴存社会保险和住房公积金。

如违反上述承诺，发行人将有权暂扣本人持有的发行人股份对应之应付而未付的现金分红，直至违反上述承诺的事项消除，发行人有权在暂扣现金分红的范围内取得该等补偿。

4、关于劳务派遣用工及劳务外包的承诺

控股股东、实际控制人石正兵关于劳务派遣用工及劳务外包事项承诺如下：

发行人 2019 年以来曾存在劳务派遣用工及劳务外包事项，发行人不存在通过劳务外包方式承接原劳务派遣人员所承担工作情形，不存在通过劳务外包代垫成本费用的情况；发行人子公司湖北太力家庭用品制造有限公司 2019 年曾存在劳务派遣用工超过规定比例的情形。

发行人及子公司如因 2019 年 1 月起以来的劳务派遣用工超过规定比例引致纠纷而承担任何赔偿责任或受到相关主管部门的行政处罚，本人承诺无条件承担发行人及其子公司所需承担的全部罚款、损失或其他相关费用，或给予发行人及子公司同等的经济补偿，且承担后不向发行人及子公司追偿，保证发行人及子公司不因劳务派遣用工超过规定比例不合规而遭受任何损失。

5、关于资金占用和对外担保的承诺

（1）发行人关于不存在资金占用、违规担保承诺如下：

截至本声明出具之日，本公司及下属企业不存在资金被占用的情形。

本公司的控股股东、实际控制人向本公司作出书面承诺，保证不会通过向本公司及下属企业借款，由本公司及下属企业提供担保、代偿债务、代垫款项等各种方式侵占本公司的资金，亦不控制或占用本公司及下属企业的资产。

本公司在本声明中所述情况均客观真实，不存在虚假记载、误导性陈述和重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担法律责任。

（2）控股股东、实际控制人关于不存在资金占用承诺如下：

截至本承诺函出具之日，本人及本人控制的其他企业不存在占用发行人及其子公司资金的情况；

本人承诺，本人、本人控制的企业及其他经济组织将不以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用发行人及其子公司之资金，且将严格遵守中国证监会关于上市公司法人治理的有关规定，自本承诺签署之日起，避免本人、本人控制的企业及其他经济组织与发行人发生除正常业务外的一切资金往来。如若发生，本人及相关责任人愿意承担相应的法律责任；

如果发行人及子公司因历史上存在的与本人及本人控制的企业及其他经济组织的资金往来行为而受到处罚或遭受经济损失的，由本人承担赔偿责任；

如违反以上承诺，本人愿意承担由此产生的全部责任，充分赔偿或补偿由此给发行人及发行人其他股东造成的所有直接或间接损失。发行人将有权暂扣本人持有的发行人股份对应之应付而未付的现金分红，直至违反本承诺的事项消除。如本人或本人控制的其他企业未能及时赔偿发行人因此而发生的损失或开支，发行人有权在暂扣现金分红的范围内取得该等赔偿。

6、股东信息披露专项承诺

发行人拟申请首次公开发行 A 股股票并在创业板上市，根据《监管规则适用指引—关于申请首发上市企业股东信息披露》之要求，公司承诺不存在如下情形：

一、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；

二、本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员直接或间接

持有发行人股份；

三、以发行人股权进行不当利益输送。

7、控股股东、实际控制人关于放弃境外专利事项的承诺

控股股东、实际控制人石正兵，就放弃境外专利事项特此承诺如下：

本人名下有三项专利，专利名称为“一种真空包装袋”（专利号EU2463216B1），于2009年9月23日分别在英国、法国、德国申请。这三项专利为发行人实际发明创造并缴纳申请费和年费，仅因商业考虑登记在本人名下。因该专利年代久远，发行人已对其进行迭代并停止将该技术用于产品生产，发行人履行内部审议程序后决定放弃将本人名下的上述专利转回至发行人名下，并停止对相关专利的续费直至其于年费续费期限日终止。

本人确认，发行人为上述三项专利的实际权利人和受益人，本人不享有该专利的任何权利亦不承担义务，如放弃期间因该专利产生的收益全部归属发行人所有。

（八）未履行承诺的约束措施

1、发行人关于未履行公开承诺的约束措施

发行人关于未履行公开承诺的约束措施如下：

如本公司所做出的承诺未能履行、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无法控制的客观原因导致的除外），本公司自愿承担相应的法律后果和民事赔偿责任，并采取或接受以下措施：

（1）如本公司未履行相关承诺事项，公司应当及时、充分披露未履行承诺的具体情况、原因并向股东和社会公众投资者道歉。

（2）本公司将在有关监管机关要求的期限内予以纠正或及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺。

（3）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承担赔偿责任。

（4）对未履行其已作出承诺、或因该等人士的自身原因导致公司未履行已

作出承诺的公司股东、董事、监事、高级管理人员，本公司将立即停止对其的所有分红，并停发分红，并停发其应在公司领取的薪酬、津贴，直至该等人士履行相关承诺。

2、控股股东、实际控制人关于未履行公开承诺的约束措施

控股股东、实际控制人关于未履行公开承诺的约束措施如下：

如本人所做出的承诺未能履行、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无法控制的客观原因导致的除外），本人自愿承担相应的法律后果和民事赔偿责任，并采取或接受以下措施：

（1）如本人未履行相关承诺事项，本人应当及时、充分披露未履行承诺的具体情况、原因并向公司的股东和社会公众投资者道歉。

（2）本人将在有关监管机关要求的期限内予以纠正或及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺。

（3）如因本人未履行相关承诺事项，致使公司或者其投资者遭受损失的，本人将向公司或者其投资者依法承担赔偿责任。

（4）如本人未承担前述赔偿责任，公司有权立即停止对本人的所有分红，直至本人履行相关承诺，公司有权扣减本人从公司所获分配的现金分红用于承担前述赔偿责任，如当年度现金利润分配已经完成，则从下一年度应向本人分配现金分红中扣减。

（5）如本人因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益全部归公司所有。

3、董事、监事、高级管理人员关于未履行公开承诺的约束措施

董事、监事、高级管理人员关于未履行公开承诺的约束措施如下：

如本人所做出的承诺未能履行、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无法控制的客观原因导致的除外），本人自愿承担相应的法律后果和民事赔偿责任，并采取或接受以下措施：

（1）如本人未履行相关承诺事项，本人应当及时、充分披露未履行承诺的具体情况、原因并向公司的股东和社会公众投资者道歉。

（2）在有关监管机关要求的期限内予以纠正或及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺。

（3）如本人未能履行相关承诺事项，致使公司或投资者遭受损失的，本人将向公司或者投资者依法承担赔偿责任。

（4）如本人未承担前述赔偿责任，公司有权立即停发本人应在公司领取的薪酬、津贴，直至本人履行相关承诺；对于持有公司股份的董事、高级管理人员，公司有权立即停止对本人的所有分红，直至本人履行相关承诺，公司有权扣减本人从公司所获分配的现金分红用于承担前述赔偿责任，如当年度现金利润分配已经完成，则从下一年度应向本人分配的现金分红中扣减。

（5）如本人因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有。

三、查阅时间及地点

（一）查阅时间

周一至周五：上午 8：30—11：30 下午 1：30—4：30

（二）查阅地点

1、发行人：广东太力科技集团股份有限公司

地址：中山市石岐区湖滨北路 40 号之二前座

电话：0760-28178888

联系人：聂琴

2、保荐人（主承销商）：民生证券股份有限公司

地址：中国（上海）自由贸易试验区浦明路 8 号

电话：021-60453962

传真：021-60876732

联系人：张勇、罗艳娟

附表一：发行人拥有的不动产列表

序号	权利人	证号	坐落	土地及房屋用途	面积（m^2）	使用期限	权利性质	他项权利
1	发行人	粤（2021）中山市不动产权第 0179584 号	中山市石岐区湖滨北路 40 号之一	工业用地/工业	土地：6,970.80 房屋：11,550.01	2004.12.27-2054.12.26	出让/市场化商品房	已抵押
2	湖北太力	鄂（2022）京山市不动产权证第 0008999 号	温泉景观大道东侧 98 栋	城镇住宅用地/住宅	土地：275.25 房屋：317.68	2011.08.13-2081.08.13	出让/市场化商品房	无
3	湖北太力	鄂（2021）京山市不动产第 0085595 号	京山市经济开发区太力工业园 1、2 幢	工业用地/工业	土地：15,997.20 房屋：8,102.70	2008.11.17-2058.11.17	出让/其它	已抵押
4	湖北太力	鄂（2021）京山市不动产第 0085591 号	京山市经济开发区（太力工业园）（3、4、5、7 幢）	工业用地/工业	土地：18,819.98 房屋：16,211.24	2008.11.17-2058.11.17	出让/其它	已抵押
5	湖北太力	鄂（2021）京山市不动产第 0085593 号	京山市经济开发区太力工业园 6 幢	工业用地/工业	土地：17,460.29 房屋：5,284.18	2008.11.17-2058.11.17	出让/其它	已抵押
6	湖北太力	鄂（2021）京山市不动产第 0085594 号	京山市经济开发区太力工业园 8 幢	工业用地/工业	土地：21,671.55 房屋：12,912.05	2008.11.17-2058.11.17	出让/其它	已抵押
7	湖北太力	鄂（2021）京山市不动产第 0085472 号	京山市经济开发区太力工业园 8、9、10、11 幢	工业用地/工业	土地：58,670.96 房屋：6,370.00	2008.12.29-2058.12.29	出让/其它	已抵押
8	湖北太力	鄂（2021）京山市不动产权证第 0089828 号	京山经济开发区工业园新阳三路 1 幢	工业用地/集体宿舍	土地：46,439.45 房屋：6,907.68	2010.01.12-2060.01.12	出让/其它	已抵押
9	上海太力	沪房地南字（2009）第 029142 号	航头镇鹤立西路 88 弄 66 号 4 幢	工业用地/厂房	土地：1,968.20 房屋：1,333.18	2009.09.03-2053.06.09	出让/买卖	无

附表二：发行人拥有的境内注册商标列表

序号	所有权人	商标名称（图形）	注册号	类别	有效期限	取得方式	他项权利
1	发行人	TAILI太力	1933399	21	2022.09.28-2032.09.27	继受取得	无
2	发行人	TAILI太力	7066921	26	2020.09.07-2030.09.06	原始取得	无
3	发行人	TAILI太力	7066922	24	2020.09.07-2030.09.06	原始取得	无
4	发行人	TAILI太力	7066923	22	2020.09.07-2030.09.06	原始取得	无
5	发行人	TAILI太力	7066924	21	2020.10.28-2030.10.27	原始取得	无
6	发行人	TAILI太力	7066925	20	2020.06.28-2030.06.27	原始取得	无
7	发行人	TAILI太力	7066926	18	2020.09.14-2030.09.13	原始取得	无
8	发行人	TAILI太力	7066931	17	2020.07.07-2030.07.06	原始取得	无
9	发行人	TAILI太力	7066932	16	2020.07.07-2030.07.06	原始取得	无
10	发行人	TAILI太力	7066933	11	2020.10.07-2030.10.06	原始取得	无
11	发行人	TAILI太力	7066934	9	2020.10.07-2030.10.06	原始取得	无
12	发行人	TAILI太力	7066935	8	2020.10.07-2030.10.06	原始取得	无
13	发行人	TAILI太力	7066936	6	2020.07.07-2030.07.06	原始取得	无
14	发行人	TAILI太力	7181877	16	2020.08.21-2030.08.20	原始取得	无
15	发行人	TAILI太力	7182070	18	2020.09.28-2030.09.27	原始取得	无

序号	所有权人	商标名称（图形）	注册号	类别	有效期限	取得方式	他项权利
16	发行人	TAILI太力	10118855	20	2022.12.21-2032.12.20	原始取得	无
17	发行人	TAILI	10118686	16	2023.03.07-2033.03.06	原始取得	无
18	发行人	TAILI	10118784	18	2023.06.21-2033.06.20	原始取得	无
19	发行人	简居	12356697	16	2014.09.14-2024.09.13	原始取得	无
20	发行人	简居	12357079	22	2014.09.07-2024.09.06	原始取得	无
21	发行人	双艺	12400464	16	2014.09.21-2024.09.20	原始取得	无
22	发行人	双艺	12400886	22	2014.09.21-2024.09.20	原始取得	无
23	发行人	TAILI太力	12454570	18	2014.09.28-2024.09.27	原始取得	无
24	发行人	TAILI太力	12454733	20	2014.09.28-2024.09.27	原始取得	无
25	发行人	TAILI太力	12454739	16	2014.09.28-2024.09.27	原始取得	无
26	发行人	TAILI太力	12454909	21	2015.02.14-2025.02.13	原始取得	无
27	发行人	TAILI太力	12455071	22	2015.03.21-2025.03.20	原始取得	无
28	发行人	TAILI太力	27070368	7	2019.05.28-2029.05.27	原始取得	无
29	发行人	TAILI太力	37687900	24	2020.01.07-2030.01.06	原始取得	无
30	发行人	TAILI太力	52785574	11	2021.10.21-2031.10.20	原始取得	无
31	发行人	TAILI太力	56595083A	3	2022.03.07-2032.03.06	原始取得	无

序号	所有权人	商标名称（图形）	注册号	类别	有效期限	取得方式	他项权利
32	发行人	TAILI太力	56610454	30	2022.02.14-2032.02.13	原始取得	无
33	发行人	TAILI太力	58033927	21	2022.04.28-2032.04.27	原始取得	无
34	发行人	TAILI太力	59128221A	9	2022.04.21-2032.04.20	原始取得	无
35	发行人	TAILI太力	60005717	37	2022.08.14-2032.08.13	原始取得	无
36	发行人	TAILI太力	60012138A	19	2022.07.14-2032.07.13	原始取得	无
37	发行人	TAILI太力	60012977	29	2022.07.07-2032.07.06	原始取得	无
38	发行人	TAILI太力	60012977	34	2022.07.07-2032.07.06	原始取得	无
39	发行人	TAILI太力	60015971	26	2022.07.07-2032.07.06	原始取得	无
40	发行人	TAILI太力	60020643	6	2022.07.07-2032.07.06	原始取得	无
41	发行人	TAILI太力	60020643	28	2022.07.07-2032.07.06	原始取得	无
42	发行人	TAILI太力	60020643	12	2022.07.07-2032.07.06	原始取得	无
43	发行人	TAILI太力	60020643	8	2022.07.07-2032.07.06	原始取得	无
44	发行人	TAILI太力	60027608	39	2022.07.07-2032.07.06	原始取得	无
45	发行人	TAILI太力	60027608	43	2022.07.07-2032.07.06	原始取得	无
46	发行人	TAILI太力	60027608	40	2022.07.07-2032.07.06	原始取得	无
47	发行人	TAILI太力	60031475	1	2022.07.07-2032.07.06	原始取得	无

序号	所有权人	商标名称（图形）	注册号	类别	有效期限	取得方式	他项权利
48	发行人	TAILI太力	60031475	2	2022.07.07-2032.07.06	原始取得	无
49	发行人	TAILI太力	4849790	21	2019.03.21-2029.03.20	原始取得	无
50	发行人	宜尚 YISUN	6234353	16	2020.03.28-2030.03.27	原始取得	无
51	发行人	太力TILY	6234379	24	2020.03.28-2030.03.27	原始取得	无
52	发行人	太力	6234734	16	2020.02.21-2030.02.20	原始取得	无
53	发行人	OK	12455769	20	2014.09.28-2024.09.27	原始取得	无
54	发行人	LEVERLOC	16192371	6	2016.9.28-2026.9.27	原始取得	无
55	发行人	LEVERLOC	16192503	20	2016.10.7-2026.10.06	原始取得	无
56	发行人	LEVERLOC	37697189	24	2020.03.28-2030.03.27	原始取得	无
57	发行人	太力云 TailiCloud	17576362	35	2016.11.21-2026.11.20	原始取得	无
58	发行人	太力云 TailiCloud	17576580	39	2016.11.21-2026.11.20	原始取得	无
59	发行人	太力云 TailiCloud	17576718	41	2016.09.28-2026.09.27	原始取得	无
60	发行人	TAILISTAR 太力星	27077474	35	2018.10.07-2028.10.06	原始取得	无
61	发行人	Betanal	36296231	10	2019.10.28-2029.10.27	原始取得	无
62	发行人	Betanal	36298606	5	2019.11.07-2029.11.06	原始取得	无
63	发行人	Betanal	36300526	20	2019.10.07-2029.10.06	原始取得	无

序号	所有权人	商标名称（图形）	注册号	类别	有效期限	取得方式	他项权利
64	发行人	Betanal	36300833	16	2019.10.07-2029.10.06	原始取得	无
65	发行人	贝塔纳拉	36296726	20	2019.09.28-2029.09.27	原始取得	无
66	发行人	贝塔纳拉	36297385	5	2019.09.28-2029.09.27	原始取得	无
67	发行人	贝塔纳拉	36299850	16	2019.09.28-2029.09.27	原始取得	无
68	发行人	贝塔纳拉	36300497	10	2019.10.07-2029.10.06	原始取得	无
69	发行人	吸倍伦	41049662	1	2020.07.14-2030.07.13	原始取得	无
70	发行人	吸倍伦	41049662	21	2020.07.14-2030.07.13	原始取得	无
71	发行人	吸倍伦	41049662	6	2020.07.14-2030.07.13	原始取得	无
72	发行人	吸倍伦	41049662	20	2020.07.14-2030.07.13	原始取得	无
73	发行人	吸倍伦	41049662	2	2020.07.14-2030.07.13	原始取得	无
74	发行人	Sorbren	41062831	21	2020.07.14-2030.07.13	原始取得	无
75	发行人	Sorbren	41062831	6	2020.07.14-2030.07.13	原始取得	无
76	发行人	Sorbren	41062831	2	2020.07.14-2030.07.13	原始取得	无
77	发行人	Sorbren	41062831	1	2020.07.14-2030.07.13	原始取得	无
78	发行人	Sorbren	41062831	20	2020.07.14-2030.07.13	原始取得	无
79	发行人	Sorbren	61241221	3	2022.06.07-2032.06.06	原始取得	无

序号	所有权人	商标名称（图形）	注册号	类别	有效期限	取得方式	他项权利
80	发行人	Sorbren	61241221	7	2022.06.07-2032.06.06	原始取得	无
81	发行人	Sorbren	61241221	9	2022.06.07-2032.06.06	原始取得	无
82	发行人	章鱼	41317216	6	2020.10.28-2030.10.27	原始取得	无
83	发行人	炫风气阀	41325995	16	2020.08.14-2030.08.13	原始取得	无
84	发行人	炫风	41328996	16	2020.07.21-2030.07.20	原始取得	无
85	发行人	太力炫风	41328999	16	2020.07.21-2030.07.20	原始取得	无
86	发行人	迅风	41501626A	16	2020.09.21-2030.09.20	原始取得	无
87	发行人		42045121	20	2020.11.28-2030.11.27	原始取得	无
88	发行人		42045121	1	2020.11.28-2030.11.27	原始取得	无
89	发行人		42045121	21	2020.11.28-2030.11.27	原始取得	无
90	发行人	宜居	46717909	16	2021.07.07-2031.07.06	原始取得	无
91	发行人	宜居	46717909	22	2021.07.07-2031.07.06	原始取得	无
92	发行人	TEEN BEAUTY	56650900	3	2021.12.28-2031.12.27	原始取得	无
93	发行人	TEEN BEAUTY	56650900	32	2021.12.28-2031.12.27	原始取得	无
94	发行人	TEEN BEAUTY	56650900	5	2021.12.28-2031.12.27	原始取得	无
95	发行人	TEEN BEAUTY	56650900	35	2021.12.28-2031.12.27	原始取得	无

序号	所有权人	商标名称（图形）	注册号	类别	有效期限	取得方式	他项权利
96	发行人	TEEN BEAUTY	56650900	30	2021.12.28-2031.12.27	原始取得	无
97	发行人	TEEN BEAUTY	58041867	21	2022.02.14-2032.02.13	原始取得	无
98	发行人	TEEN BEAUTY	61236742	9	2022.06.14-2032.06.13	原始取得	无
99	发行人	TEEN BEAUTY	61236742	7	2022.06.14-2032.06.13	原始取得	无
100	发行人	太力美	56656019A	32	2022.03.07-2032.03.06	原始取得	无
101	发行人	太力美	56656019A	30	2022.03.07-2032.03.06	原始取得	无
102	发行人	太力美	56656019A	35	2022.03.07-2032.03.06	原始取得	无
103	发行人	太力美	56656019A	5	2022.03.07-2032.03.06	原始取得	无
104	发行人	太力美	58054644	21	2022.02.14-2032.02.13	原始取得	无
105	发行人	太力美	61242746	7	2022.08.14-2032.08.13	原始取得	无
106	发行人	太力美	61242746	9	2022.08.14-2032.08.13	原始取得	无
107	发行人	TAILI	59113040A	9	2022.04.21-2032.04.20	原始取得	无
108	发行人	TAILI	59146423	5	2022.06.21-2032.06.20	原始取得	无
109	发行人	TAILI	59160102	21	2022.03.14-2032.03.13	原始取得	无
110	发行人	太力元	62446835	9	2022.07.21-2032.07.20	原始取得	无
111	发行人	TAILIVERSE	62459118	9	2022.09.28-2032.09.27	原始取得	无

序号	所有权人	商标名称（图形）	注册号	类别	有效期限	取得方式	他项权利
112	发行人	TAILIARVR	62452935	9	2022.10.21-2032.10.20	原始取得	无
113	发行人	太力元家居	62456622	9	2022.10.14-2032.10.13	原始取得	无
114	发行人	TAILIMETA	62459178	9	2022.07.28-2032.07.27	原始取得	无
115	发行人	太力元创	62460399	9	2022.07.21-2032.07.20	原始取得	无

附表三：发行人拥有的中国台湾商标列表

序号	商标权人	商标名称	商标标面	国际注册号	注册号	商标类别	申请日	核准注册日	有效期	取得方式
1	发行人	TAILI	TAILI	-	02078492	18	2018.08.08	2020.08.16	2030.08.15	原始取得

附表四：发行人拥有的境外注册商标列表

序号	所有权人	商标名称（图形）	国际注册号	注册号	类别	国家或地区	申请途径	申请日	核准注册日	有效期限至	取得方式	他项权利
1	发行人	LEVERLOC	1466640	5911388	6、20	美国	马德里	2018.12.31	2019.11.19	2028.12.31	原始取得	无
2	发行人	TAILI	016959439	016959439	16、18、20、21 22	欧盟	欧盟	2017.07.06	2017.10.20	2027.07.06	原始取得	无
3	发行人	TAILI	016959439	UK00916959439	16、18、20、21、22	英国	欧盟注册转英国注册	2017.07.06	2017.10.20	2027.07.06	原始取得	无
4	发行人	LEVERLOC	-	UK00003479825	20	英国	单独国家申请	2020.04.07	2020.08.10	2030.04.07	原始取得	无
5	中山宜尚	SWAMTIK	-	6406611	20	美国	单独国家申请	2020.04.28	2021.07.06	2030.04.28	原始取得	无
6	湖北太力	VELMADE	-	6210995	22	美国	单独国家申请	2020.05.14	2020.12.01	2030.05.14	原始取得	无
7	发行人	TAILINK	-	6221723	22	美国	单独国家申请	2020.05.26	2020.12.15	2030.05.26	原始取得	无
8	中山宜尚	HALOLOK	-	6376123	20	美国	单独国家申请	2020.05.20	2021.06.08	2030.05.20	原始取得	无
9	中山宜尚	CLEVHOM	-	6318814	22	美国	单独国家申请	2020.07.20	2021.04.13	2030.07.20	原始取得	无
10	发行人	LEVERLOC	1290219	UK00801290219	6、20	英国	马德里转换英国商标	2015.12.10	2017.01.10	2025.12.10	原始取得	无
11	发行人	LEVERLOC	018473655	018473655	20	欧盟	欧盟	2021.05.18	2021.09.04	2031.05.18	原始取得	无
12	发行人	TAILI	1454211	M0020191454211	16、18 20、21	印尼	马德里	2019.01.04	2019.04.28	2029.01.04	原始取得	无
13				M11454211		菲律宾		2019.01.04	2019.04.28	2029.01.04	原始取得	无
14	发行人	TAILI太力	1004937	1004937	16、18、20、21	德国	马德里	2009.04.21	2010.01.06	2029.04.21	原始取得	无
15				1004937		法国	马德里	2009.04.21	2009.04.21	2029.04.21	原始取得	无
16				1004937		日本	马德里	2009.04.21	2010.01.06	2029.04.21	原始取得	无
17				4020100069410		韩国	马德里	2009.04.21	2011.03.09	2029.04.21	原始取得	无
18				79279417		美国	马德里	2019.04.21	2020.01.22	2029.04.21	原始取得	无
19	发行人	LEVERLOC	1290219	1290219	6、20	俄罗斯	马德里	2015.12.10	2017.01.16	2025.12.10	原始取得	无
20	发行人			1290219		欧盟	马德里	2015.12.10	2017.01.09	2025.12.10	原始取得	无
21	发行人			1756489		澳大利亚	马德里	2015.12.10	2017.11.01	2025.12.10	原始取得	无

序号	所有权人	商标名称（图形）	国际注册号	注册号	类别	国家或地区	申请途径	申请日	核准注册日	有效期限至	取得方式	他项权利
22	发行人	TAILI	-	2018070797	18	马来西亚	单独国家申请	2018.10.08	2021.01.12	2028.10.08	原始取得	无
23	发行人	TAILI	1346276	1346276	18、20、21、22	俄罗斯	马德里	2016.08.06	2018.04.09	2026.08.06	原始取得	无

附表五：发行人拥有的境内注册专利列表

序号	权利人	专利名称	专利号	专利类别	申请日	有效期	取得方式	他项权利
1	发行人	一种吸盘压板	2016108057312	发明授权	2016.09.06	2016.09.06-2036.09.06	原始取得	无
2	发行人	一种用于吸盘的弹性胶体	2016107989305	发明授权	2016.08.31	2016.08.31-2036.08.31	原始取得	无
3	发行人	一种包装袋封口机及包装袋封口方法	2016106880324	发明授权	2016.08.18	2016.08.18-2036.08.18	原始取得	无
4	发行人	一种吸盘	2015101906732	发明授权	2015.04.21	2015.04.21-2035.04.21	原始取得	无
5	发行人	一种碗形骨架真空吸盘	2013800604787	发明授权	2013.11.19	2013.11.19-2033.11.19	原始取得	优先权
6	发行人	一种具有密封件的吸盘	2013104052922	发明授权	2013.09.06	2013.09.06-2033.09.06	原始取得	优先权
7	发行人	一种平骨吸盘	2013100752812	发明授权	2013.03.08	2013.03.08-2033.03.08	原始取得	无
8	发行人	一种吸盘	2013100496816	发明授权	2013.02.07	2013.02.07-2033.02.07	原始取得	无
9	发行人	一种收纳箱	200910037769X	发明授权	2009.03.06	2009.03.06-2029.03.06	继受取得	无
10	发行人	一种真空封口机的过滤器	2022219722067	实用新型	2022.07.27	2022.07.27-2032.07.27	原始取得	无
11	发行人	一种衣物收纳袋	2022215305341	实用新型	2022.06.17	2022.06.17-2032.06.17	原始取得	无
12	发行人	一种衣物收纳袋的吊挂组件	2022215367140	实用新型	2022.06.17	2022.06.17-2032.06.17	原始取得	无
13	发行人	一种吊挂式真空压缩袋	2022215308585	实用新型	2022.06.17	2022.06.17-2032.06.17	原始取得	无
14	发行人	一种具有挂钩组件的衣物收纳袋	2022215307597	实用新型	2022.06.17	2022.06.17-2032.06.17	原始取得	无
15	发行人	一种可挂式衣物收纳袋	2022215372007	实用新型	2022.06.17	2022.06.17-2032.06.17	原始取得	无
16	发行人	一种带挂钩的衣物收纳袋	2022215381754	实用新型	2022.06.17	2022.06.17-2032.06.17	原始取得	无
17	发行人	一种带有除湿气阀的真空容器	2022215087065	实用新型	2022.06.16	2022.06.16-2032.06.16	原始取得	无
18	发行人	一种气阀	202221508986X	实用新型	2022.06.16	2022.06.16-2032.06.16	原始取得	无
19	发行人	一种用于密封袋的便捷封口装置	2022214108469	实用新型	2022.06.07	2022.06.07-2032.06.07	原始取得	无
20	发行人	一种用于密封拉链的滑块	2022213271139	实用新型	2022.05.30	2022.05.30-2032.05.30	原始取得	无
21	发行人	一种吸盘装置	2022211309470	实用新型	2022.05.11	2022.05.11-2032.05.11	原始取得	无
22	发行人	一种便于排气的收纳袋	2022206840544	实用新型	2022.03.25	2022.03.25-2032.03.25	原始取得	无
23	发行人	多层挂物装置及挂物件	2022205772376	实用新型	2022.03.16	2022.03.16-2032.03.16	原始取得	无
24	发行人	一种悬挂式纸巾盒	2022205639098	实用新型	2022.03.15	2022.03.15-2032.03.15	原始取得	无
25	发行人	一种防水纸巾盒	2022205091064	实用新型	2022.03.08	2022.03.08-2032.03.08	原始取得	无
26	发行人	挂物架	2022205091079	实用新型	2022.03.08	2022.03.08-2032.03.08	原始取得	无
27	发行人	一种电动伸缩拖把	2022204291078	实用新型	2022.02.28	2022.02.28-2032.02.28	原始取得	无

序号	权利人	专利名称	专利号	专利类别	申请日	有效期	取得方式	他项权利
28	发行人	一种折叠式拖鞋架	2022204151161	实用新型	2022.02.23	2022.02.23-2032.02.23	原始取得	无
29	发行人	一种真空保鲜盒伞阀结构	2022204518452	实用新型	2022.02.23	2022.02.23-2032.02.23	原始取得	无
30	发行人	浴帘杆	202220363247X	实用新型	2022.02.22	2022.02.22-2032.02.22	原始取得	无
31	发行人	一种吸附装置及挂篮	2022203163354	实用新型	2022.02.16	2022.02.16-2032.02.16	原始取得	无
32	发行人	吸附挂物装置	2022203163566	实用新型	2022.02.16	2022.02.16-2032.02.16	原始取得	无
33	发行人	一种粘胶组件	2022201591070	实用新型	2022.01.20	2022.01.20-2032.01.20	原始取得	无
34	发行人	滑雪支撑件及滑雪装置	2021234553094	实用新型	2021.12.31	2021.12.31-2031.12.31	原始取得	无
35	发行人	一种支撑件及旱地滑雪装置	2021234550965	实用新型	2021.12.31	2021.12.31-2031.12.31	原始取得	无
36	发行人	一种智能真空米桶	2021234465290	实用新型	2021.12.30	2021.12.30-2031.12.30	原始取得	无
37	发行人	折叠收纳箱	2021227770922	实用新型	2021.11.12	2021.11.12-2031.11.12	原始取得	无
38	发行人	一种容器	2021227777796	实用新型	2021.11.12	2021.11.12-2031.11.12	原始取得	无
39	发行人	一种浴室镜	202122607067X	实用新型	2021.10.28	2021.10.28-2031.10.28	原始取得	无
40	发行人	一种吸附扶手	2021226070684	实用新型	2021.10.28	2021.10.28-2031.10.28	原始取得	无
41	发行人	带扶手的吸盘	2021225896610	实用新型	2021.10.26	2021.10.26-2031.10.26	原始取得	无
42	发行人	一种可装配挂件的吸盘装置	2021225221367	实用新型	2021.10.19	2021.10.19-2031.10.19	原始取得	无
43	发行人	一种转角置物架	2021224505253	实用新型	2021.10.11	2021.10.11-2031.10.11	原始取得	无
44	发行人	一种电动吸附扶手	2021224462578	实用新型	2021.10.11	2021.10.11-2031.10.11	原始取得	无
45	发行人	一种硬质阀芯排气阀	2021222834472	实用新型	2021.09.18	2021.09.18-2031.09.18	原始取得	无
46	发行人	一种排气阀	2021222834241	实用新型	2021.09.18	2021.09.18-2031.09.18	原始取得	无
47	发行人	气阀及真空压缩袋	2021222391991	实用新型	2021.09.15	2021.09.15-2031.09.15	原始取得	无
48	发行人	气阀、阀体组件及压缩袋	202122204928X	实用新型	2021.09.13	2021.09.13-2031.09.13	继受取得	无
49	发行人	一种收纳袋	2021222012923	实用新型	2021.09.10	2021.09.10-2031.09.10	原始取得	无
50	发行人	一种抽拉式收纳盒	202122181602X	实用新型	2021.09.09	2021.09.09-2031.09.09	继受取得	无
51	发行人	一种易干燥的筷子盒	2021218647280	实用新型	2021.08.10	2021.08.10-2031.08.10	原始取得	无
52	发行人	一种档案册	2021218129188	实用新型	2021.08.04	2021.08.04-2031.08.04	原始取得	无
53	发行人	一种带握柄的防风衣架	2021217988428	实用新型	2021.08.03	2021.08.03-2031.08.03	原始取得	无
54	发行人	分体式挂物装置	2021217725121	实用新型	2021.07.30	2021.07.30-2031.07.30	原始取得	无
55	发行人	吸盘连接件、挂物装置及吸盘装置	2021217725278	实用新型	2021.07.30	2021.07.30-2031.07.30	原始取得	无
56	发行人	洞洞板挂钩	2021217583737	实用新型	2021.07.30	2021.07.30-2031.07.30	继受取得	无
57	发行人	一种顶角收折的吊挂真空压缩袋	2021217440860	实用新型	2021.07.28	2021.07.28-2031.07.28	原始取得	无

序号	权利人	专利名称	专利号	专利类别	申请日	有效期	取得方式	他项权利
58	发行人	一种保鲜收纳盒	2021217441187	实用新型	2021.07.28	2021.07.28-2031.07.28	原始取得	无
59	发行人	一种前开口吊挂真空压缩袋	2021216815972	实用新型	2021.07.22	2021.07.22-2031.07.22	原始取得	无
60	发行人	一种电缆线接头密封装置	2021215779894	实用新型	2021.07.12	2021.07.12-2031.07.12	继受取得	无
61	发行人	一种电动刮痧器	202121318053X	实用新型	2021.06.11	2021.06.11-2031.06.11	原始取得	无
62	发行人	一种双面粘贴挂钩	2021213161666	实用新型	2021.06.11	2021.06.11-2031.06.11	原始取得	无
63	发行人	一种万向花洒架	2021213161011	实用新型	2021.06.11	2021.06.11-2031.06.11	原始取得	无
64	发行人	一种吸盘	2021212293795	实用新型	2021.06.02	2021.06.02-2031.06.02	原始取得	无
65	发行人	一种吸盘挂杆装置	2021212637798	实用新型	2021.06.02	2021.06.02-2031.06.02	原始取得	无
66	发行人	一种高吸附力的吸附层及挂钩	2021212140982	实用新型	2021.06.01	2021.06.01-2031.06.01	原始取得	无
67	发行人	一种分体式挂钩	2021208682841	实用新型	2021.04.25	2021.04.25-2031.04.25	原始取得	无
68	发行人	一种挂钩	2021208691304	实用新型	2021.04.25	2021.04.25-2031.04.25	原始取得	无
69	发行人	一种自立袋	2021205275966	实用新型	2021.03.12	2021.03.12-2031.03.12	原始取得	无
70	发行人	一种智能语音抽真空装置	2021204621923	实用新型	2021.03.02	2021.03.02-2031.03.02	原始取得	无
71	发行人	一种塑形吊挂袋	2021200184782	实用新型	2021.01.04	2021.01.04-2031.01.04	原始取得	无
72	发行人	置物框及置物架	2020228998965	实用新型	2020.12.04	2020.12.04-2030.12.04	原始取得	无
73	发行人	物品悬挂装置	2020227199556	实用新型	2020.11.20	2020.11.20-2030.11.20	原始取得	无
74	发行人	一种安装盘及挂钩	202022615677X	实用新型	2020.11.12	2020.11.12-2030.11.12	原始取得	无
75	发行人	一种用于真空压缩袋的气阀	2020224810548	实用新型	2020.10.30	2020.10.30-2030.10.30	原始取得	无
76	发行人	一种立体真空压缩袋	202022477909X	实用新型	2020.10.30	2020.10.30-2030.10.30	继受取得	无
77	发行人	一种衣挂组件及衣物收纳袋	2020218852558	实用新型	2020.09.01	2020.09.01-2030.09.01	原始取得	无
78	发行人	一种浴帘杆	2020218636385	实用新型	2020.08.31	2020.08.31-2030.08.31	原始取得	无
79	发行人	一种带提示功能的气阀组件及真空压缩袋	2020216753346	实用新型	2020.08.12	2020.08.12-2030.08.12	原始取得	无
80	发行人	封口夹组件及密封袋	2020215853192	实用新型	2020.08.03	2020.08.03-2030.08.03	原始取得	无
81	发行人	可调安装组件及相框挂钩	2020214984435	实用新型	2020.07.23	2020.07.23-2030.07.23	原始取得	无
82	发行人	单向阀及真空收纳袋	2020214499181	实用新型	2020.07.21	2020.07.21-2030.07.21	原始取得	无
83	发行人	一种纸巾盒	2020211860498	实用新型	2020.06.23	2020.06.23-2030.06.23	原始取得	无
84	发行人	密封袋排气阀及密封袋	2020211861128	实用新型	2020.06.23	2020.06.23-2030.06.23	原始取得	无
85	发行人	一种真空压缩袋的隔挡件防撕裂结构	2020207176903	实用新型	2020.04.30	2020.04.30-2030.04.30	原始取得	无
86	发行人	一种真空压缩袋	2020206602814	实用新型	2020.04.26	2020.04.26-2030.04.26	原始取得	无

序号	权利人	专利名称	专利号	专利类别	申请日	有效期	取得方式	他项权利
87	发行人	一种吸盘挂钩	2020206603304	实用新型	2020.04.26	2020.04.26-2030.04.26	原始取得	无
88	发行人	一种手提式真空袋	202020620045X	实用新型	2020.04.22	2020.04.22-2030.04.22	原始取得	无
89	发行人	一种储物支架	202020497511X	实用新型	2020.04.07	2020.04.07-2030.04.07	原始取得	无
90	发行人	一种卷纸架	2020204972501	实用新型	2020.04.07	2020.04.07-2030.04.07	原始取得	无
91	发行人	一种置物篮挂架	2020204385907	实用新型	2020.03.30	2020.03.30-2030.03.30	原始取得	无
92	发行人	一种单向收纳装置	2020201460573	实用新型	2020.01.22	2020.01.22-2030.01.22	原始取得	无
93	发行人	一种可自动收紧袋口的收纳袋及真空压缩袋	2020201460569	实用新型	2020.01.22	2020.01.22-2030.01.22	原始取得	无
94	发行人	一种吸盘组件	2020201460588	实用新型	2020.01.22	2020.01.22-2030.01.22	原始取得	无
95	发行人	一种吸盘及吸盘挂钩	2020200803788	实用新型	2020.01.14	2020.01.14-2030.01.14	原始取得	无
96	发行人	一种吊挂式真空压缩袋	2020200669098	实用新型	2020.01.13	2020.01.13-2030.01.13	原始取得	无
97	发行人	一种衣物收纳袋	2020200688845	实用新型	2020.01.13	2020.01.13-2030.01.13	原始取得	无
98	发行人	一种垃圾收集袋	2020200459668	实用新型	2020.01.09	2020.01.09-2030.01.09	原始取得	无
99	发行人	气阀及应用了该气阀的真空压缩袋	2020200459672	实用新型	2020.01.09	2020.01.09-2030.01.09	原始取得	无
100	发行人	一种用于收纳袋的封口结构	2020200373008	实用新型	2020.01.08	2020.01.08-2030.01.08	原始取得	无
101	发行人	一种密封结构和带有密封结构的压缩袋	2020200211605	实用新型	2020.01.06	2020.01.06-2030.01.06	原始取得	无
102	发行人	一种花洒座	2019224213879	实用新型	2019.12.26	2019.12.26-2029.12.26	原始取得	无
103	发行人	分离式真空压缩袋	2019220622918	实用新型	2019.11.25	2019.11.25-2029.11.25	原始取得	无
104	发行人	一种拖把悬挂器	2019217918451	实用新型	2019.10.23	2019.10.23-2029.10.23	原始取得	无
105	发行人	一种密封袋	201921791856X	实用新型	2019.10.23	2019.10.23-2029.10.23	原始取得	无
106	发行人	粘合带及应用了该粘合带的物品悬挂装置	2019217501693	实用新型	2019.10.17	2019.10.17-2029.10.17	原始取得	无
107	发行人	拉伸剥离的粘合带及应用了该粘合带的物品悬挂装置	2019217502037	实用新型	2019.10.17	2019.10.17-2029.10.17	原始取得	无
108	发行人	一种真空压缩袋卷装	2019216919669	实用新型	2019.10.10	2019.10.10-2029.10.10	原始取得	无
109	发行人	胶棉拖把	2019216902371	实用新型	2019.10.08	2019.10.08-2029.10.08	原始取得	无
110	发行人	一种衣架	2019216825040	实用新型	2019.10.08	2019.10.08-2029.10.08	原始取得	无
111	发行人	一种可拆离式物品悬挂装置	2019216467498	实用新型	2019.09.29	2019.09.29-2029.09.29	原始取得	无
112	发行人	一种除尘掸	2019216126671	实用新型	2019.09.25	2019.09.25-2029.09.25	原始取得	无
113	发行人	便携式洗衣袋	2019216017373	实用新型	2019.09.24	2019.09.24-2029.09.24	原始取得	无
114	发行人	快速风干晾衣篮	2019216016455	实用新型	2019.09.24	2019.09.24-2029.09.24	原始取得	无
115	发行人[1]	一种用于压缩袋的阀	2019215302534	实用新型	2019.09.12	2019.09.12-2029.09.12	原始取得	无

序号	权利人	专利名称	专利号	专利类别	申请日	有效期	取得方式	他项权利
		装置						
116	发行人	一种方便使用的吸盘	2019213046374	实用新型	2019.08.12	2019.08.12-2029.08.12	原始取得	无
117	发行人	一种可悬挂收纳装置的基板及应用了该基板的置物组件	201921148700X	实用新型	2019.07.19	2019.07.19-2029.07.19	原始取得	无
118	发行人	一种易封口的真空压缩袋	2019211090160	实用新型	2019.07.13	2019.07.13-2029.07.13	原始取得	无
119	发行人	一种具备支撑脚的毛巾杆	2019210242397	实用新型	2019.07.02	2019.07.02-2029.07.02	原始取得	无
120	发行人	一种吸盘挂钩	2019207529669	实用新型	2019.05.23	2019.05.23-2029.05.23	原始取得	无
121	发行人	粘合带及应用了该粘合带的制品支撑装置	2019205725960	实用新型	2019.04.23	2019.04.23-2029.04.23	原始取得	无
122	发行人	一种毛巾杆	2019203695617	实用新型	2019.03.21	2019.03.21-2029.03.21	原始取得	无
123	发行人	弹性胶体及应用了该弹性胶体的真空吸盘	2019203200277	实用新型	2019.03.13	2019.03.13-2029.03.13	原始取得	无
124	发行人	一种新型滚筒除尘器	2019202937483	实用新型	2019.03.07	2019.03.07-2029.03.07	原始取得	无
125	发行人	一种用于真空压缩袋的新型气嘴结构	2018220804432	实用新型	2018.12.11	2018.12.11-2028.12.11	原始取得	无
126	发行人	一种用于收纳袋封口的封口夹	2018220772094	实用新型	2018.12.10	2018.12.10-2028.12.10	原始取得	无
127	发行人	一种可一次性使用的真空压缩袋	2018220679589	实用新型	2018.12.08	2018.12.08-2028.12.08	原始取得	无
128	发行人	一种真空压缩袋结构	2018219291229	实用新型	2018.11.21	2018.11.21-2028.11.21	原始取得	无
129	发行人	一种用于真空压缩袋上的新型单向排气通道	2018219291233	实用新型	2018.11.21	2018.11.21-2028.11.21	原始取得	无
130	发行人	一种排气均匀的真空压缩袋	2018216126272	实用新型	2018.09.30	2018.09.30-2028.09.30	原始取得	无
131	发行人	一种排气快速且具有悬挂功能的新型真空压缩袋	2018216126291	实用新型	2018.09.30	2018.09.30-2028.09.30	原始取得	无
132	发行人	一种具有悬挂功能的新型真空压缩袋	2018216126304	实用新型	2018.09.30	2018.09.30-2028.09.30	原始取得	无
133	发行人	一种瓶塞油嘴装置	2018214518378	实用新型	2018.09.05	2018.09.05-2028.09.05	原始取得	无
134	发行人	一种瓶塞装置	2018214543825	实用新型	2018.09.05	2018.09.05-2028.09.05	原始取得	优先权
135	发行人	一种瓶塞结构	201821454383X	实用新型	2018.09.05	2018.09.05-2028.09.05	原始取得	优先权
136	发行人	一种瓶塞油嘴结构	2018214543844	实用新型	2018.09.05	2018.09.05-2028.09.05	原始取得	无
137	发行人	一种放置平稳的新型真空压缩袋	2018213463058	实用新型	2018.08.18	2018.08.18-2028.08.18	原始取得	无
138	发行人	一种用于真空袋气阀的气塞	201821367837X	实用新型	2018.08.18	2018.08.18-2028.08.18	原始取得	无
139	发行人	一种真空袋的封口结构	2018213678365	实用新型	2018.08.18	2018.08.18-2028.08.18	原始取得	无
140	发行人	一种压缩袋的防撕裂结构	2018213462553	实用新型	2018.08.18	2018.08.18-2028.08.18	原始取得	无
141	发行人	一种放置平稳的新式真空压缩袋	201821346220X	实用新型	2018.08.18	2018.08.18-2028.08.18	原始取得	无

序号	权利人	专利名称	专利号	专利类别	申请日	有效期	取得方式	他项权利
142	发行人	一种排气快速的真空压缩袋	2018213463039	实用新型	2018.08.18	2018.08.18-2028.08.18	原始取得	无
143	发行人	一种连接气嘴与吸尘器吸嘴的连接装置	2018208175332	实用新型	2018.05.29	2018.05.29-2028.05.29	原始取得	无
144	发行人	一种气嘴结构	2018208175347	实用新型	2018.05.29	2018.05.29-2028.05.29	原始取得	无
145	发行人	一种真空压缩袋	2018208063515	实用新型	2018.05.28	2018.05.28-2028.05.28	原始取得	无
146	发行人	一种注塑机的自动下料装置	2018206229361	实用新型	2018.04.27	2018.04.27-2028.04.27	原始取得	无
147	发行人	一种带有二维码标签的卷压式真空压缩袋	2018202489567	实用新型	2018.02.10	2018.02.10-2028.02.10	原始取得	无
148	发行人	带二维码的复合膜和带二维码的真空压缩袋	2018202375142	实用新型	2018.02.10	2018.02.10-2028.02.10	原始取得	无
149	发行人	一种新型吸盘	2018202295773	实用新型	2018.02.08	2018.02.08-2028.02.08	原始取得	无
150	发行人	一种吸盘按压盖的连接结构	2018202015240	实用新型	2018.02.05	2018.02.05-2028.02.05	原始取得	无
151	发行人	一种用于胶袋生产的薄膜自动换料机	2018201222309	实用新型	2018.01.24	2018.01.24-2028.01.24	原始取得	无
152	发行人	一种袋体折叠机	2017212760512	实用新型	2017.09.29	2017.09.29-2027.09.29	原始取得	无
153	发行人	一种排气顺畅的压缩袋	2017202449476	实用新型	2017.03.14	2017.03.14-2027.03.14	原始取得	无
154	发行人	一种用于真空袋封口的封口夹	2017201652641	实用新型	2017.02.23	2017.02.23-2027.02.23	原始取得	无
155	发行人	一种具有提醒功能的吸盘	2017201341267	实用新型	2017.02.14	2017.02.14-2027.02.14	原始取得	优先权
156	发行人	一种排气顺畅的真空袋气嘴	201720026790X	实用新型	2017.01.10	2017.01.10-2027.01.10	原始取得	无
157	发行人	一种抽排两用真空袋气嘴	2017200268029	实用新型	2017.01.10	2017.01.10-2027.01.10	原始取得	无
158	发行人	一种真空包装袋气嘴	2017200268014	实用新型	2017.01.10	2017.01.10-2027.01.10	原始取得	无
159	发行人	一种具有提醒功能的新型吸盘	2016213906061	实用新型	2016.12.16	2016.12.16-2026.12.16	原始取得	无
160	发行人	一种吸盘压板	201621040298X	实用新型	2016.09.06	2016.09.06-2026.09.06	原始取得	无
161	发行人	一种包装袋封口机	2016209035759	实用新型	2016.08.18	2016.08.18-2026.08.18	原始取得	无
162	发行人	一种包装袋封口机	201620903573X	实用新型	2016.08.18	2016.08.18-2026.08.18	原始取得	无
163	发行人	一种易拆卸的吸盘	201620870251X	实用新型	2016.08.11	2016.08.11-2026.08.11	原始取得	优先权
164	发行人	一种连接紧密的挂钩	2016208463699	实用新型	2016.08.04	2016.08.04-2026.08.04	原始取得	无
165	发行人	一种按压吸盘	2016207275974	实用新型	2016.07.11	2016.07.11-2026.07.11	原始取得	无
166	发行人	一种吸盘	2016206197094	实用新型	2016.06.20	2016.06.20-2026.06.20	原始取得	无
167	发行人	一种便于组装的挂钩	2016201631496	实用新型	2016.03.03	2016.03.03-2026.03.03	原始取得	无
168	发行人	一种真空吸盘	2016201365110	实用新型	2016.02.05	2016.02.05-2026.02.05	原始取得	无
169	发行人	一种用于真空抽气装置的夹持机构	2016201021175	实用新型	2016.02.01	2016.02.01-2026.02.01	原始取得	无

序号	权利人	专利名称	专利号	专利类别	申请日	有效期	取得方式	他项权利
170	发行人	一种吸盘	2015207940249	实用新型	2015.10.14	2015.10.14-2025.10.14	原始取得	无
171	发行人	一种自动点胶机	2015206270663	实用新型	2015.08.18	2015.08.18-2025.08.18	原始取得	无
172	发行人	一种吸盘体点胶夹具	2015206270678	实用新型	2015.08.18	2015.08.18-2025.08.18	原始取得	无
173	发行人	一种吸盘	2015205366495	实用新型	2015.07.22	2015.07.22-2025.07.22	原始取得	无
174	发行人	一种吸附效果好的吸盘	2015205326962	实用新型	2015.07.22	2015.07.22-2025.07.22	原始取得	无
175	发行人	一种吸附力强的吸盘	2015205326996	实用新型	2015.07.22	2015.07.22-2025.07.22	原始取得	无
176	发行人	一种新型吸盘	2015205330703	实用新型	2015.07.22	2015.07.22-2025.07.22	继受取得	无
177	发行人	一种便于获取袋体内存放物品信息的真空收纳袋	2015205180392	实用新型	2015.07.16	2015.07.16-2025.07.16	原始取得	无
178	发行人	一种新型吸盘式挂钩	2015205059514	实用新型	2015.07.14	2015.07.14-2025.07.14	继受取得	无
179	发行人	一种真空收纳袋	2015204610425	实用新型	2015.06.29	2015.06.29-2025.06.29	原始取得	无
180	发行人	一种新型吸盘	2015204533700	实用新型	2015.06.29	2015.06.29-2025.06.29	继受取得	无
181	发行人	一种带指示功能的真空压缩袋气嘴	2015201859544	实用新型	2015.03.30	2015.03.30-2025.03.30	原始取得	无
182	发行人	一种吸盘	2015201840872	实用新型	2015.03.30	2015.03.30-2025.03.30	原始取得	无
183	发行人	一种具有阻隔层的新型吸盘	2015201699348	实用新型	2015.03.24	2015.03.24-2025.03.24	原始取得	无
184	发行人	一种吸盘	2015201626525	实用新型	2015.03.20	2015.03.20-2025.03.20	原始取得	无
185	发行人	一种新型吸盘	2015201627180	实用新型	2015.03.20	2015.03.20-2025.03.20	原始取得	无
186	发行人	一种便于打开的真空包装袋	2015200251705	实用新型	2015.01.14	2015.01.14-2025.01.14	原始取得	无
187	发行人	一种多面立体真空压缩袋	2014205453431	实用新型	2014.09.22	2014.09.22-2024.09.22	原始取得	无
188	发行人	一种用于真空压缩袋的抽真空装置	2014201911572	实用新型	2014.04.18	2014.04.18-2024.04.18	原始取得	无
189	发行人	一种用于真空压缩袋的抽气装置	2014201911587	实用新型	2014.04.18	2014.04.18-2024.04.18	原始取得	无
190	发行人	百变自由组合置物架	2013206244710	实用新型	2013.10.10	2013.10.10-2023.10.10	原始取得	无
191	发行人	一种吸盘罩及吸盘	2013205548526	实用新型	2013.09.06	2013.09.06-2023.09.06	原始取得	无
192	发行人	一种带凸筋的吸盘罩及吸盘	2013205559906	实用新型	2013.09.06	2013.09.06-2023.09.06	原始取得	无
193	发行人	一种双吸盘挂件	2013201093409	实用新型	2013.03.11	2013.03.11-2023.03.11	原始取得	无
194	发行人	一种三吸盘挂件	2013201094204	实用新型	2013.03.11	2013.03.11-2023.03.11	原始取得	无
195	发行人	一种新型吸盘	2013201072968	实用新型	2013.03.08	2013.03.08-2023.03.08	原始取得	无
196	发行人	一种新型平骨吸盘	2013201074380	实用新型	2013.03.08	2013.03.08-2023.03.08	原始取得	无
197	发行人	一种真空包装袋气嘴	2013200838166	实用新型	2013.02.22	2013.02.22-2023.02.22	原始取得	无
198	发行人	一种抽真空密封装置及配合抽真空密封装	2013200838664	实用新型	2013.02.22	2013.02.22-2023.02.22	原始取得	无

序号	权利人	专利名称	专利号	专利类别	申请日	有效期	取得方式	他项权利
		置使用的真空袋						
199	发行人	一种便携式吸盘衣架	2013200708938	实用新型	2013.02.07	2013.02.07-2023.02.07	原始取得	无
200	发行人	带电子标签的档案收藏袋	2013200472569	实用新型	2013.01.28	2013.01.28-2023.01.28	原始取得	无
201	发行人	一种可以分类真空储存的便携手提箱	2013200243752	实用新型	2013.01.17	2013.01.17-2023.01.17	原始取得	无
202	发行人	一种可以分类真空储存的便携手袋	2013200244399	实用新型	2013.01.17	2013.01.17-2023.01.17	原始取得	无
203	发行人	除湿收纳盒	2022305370782	外观设计	2022.08.17	2022.08.17-2037.08.17	原始取得	无
204	发行人	浴室镜（002）	2022305370886	外观设计	2022.08.17	2022.08.17-2037.08.17	原始取得	无
205	发行人	裤子收纳架	2022305370405	外观设计	2022.08.17	2022.08.17-2037.08.17	原始取得	无
206	发行人	充气凳	2022305160939	外观设计	2022.08.09	2022.08.09-2037.08.09	原始取得	无
207	发行人	充气沙发	2022305161575	外观设计	2022.08.09	2022.08.09-2037.08.09	原始取得	无
208	发行人	充气桌子	2022305160892	外观设计	2022.08.09	2022.08.09-2037.08.09	原始取得	无
209	发行人	食品袋收纳盒	2022304982353	外观设计	2022.08.02	2022.08.02-2037.08.02	原始取得	无
210	发行人	封口夹	202230497937X	外观设计	2022.08.02	2022.08.02-2037.08.02	原始取得	无
211	发行人	气阀盖	2022304982368	外观设计	2022.08.02	2022.08.02-2037.08.02	原始取得	无
212	发行人	帐篷（3）	2022304200182	外观设计	2022.07.05	2022.07.05-2037.07.05	原始取得	无
213	发行人	帐篷（2）	2022304200197	外观设计	2022.07.05	2022.07.05-2037.07.05	原始取得	无
214	发行人	帐篷（1）	2022304200341	外观设计	2022.07.05	2022.07.05-2037.07.05	原始取得	无
215	发行人	挂钩（猫）	202230396103X	外观设计	2022.06.27	2022.06.27-2037.06.27	原始取得	无
216	发行人	挂钩（仙人掌）	2022303961133	外观设计	2022.06.27	2022.06.27-2037.06.27	原始取得	无
217	发行人	纸卷架（立式）	2022303961148	外观设计	2022.06.27	2022.06.27-2037.06.27	原始取得	无
218	发行人	风筒架	2022303889338	外观设计	2022.06.23	2022.06.23-2037.06.23	原始取得	无
219	发行人	旋转置物架	2022303845128	外观设计	2022.06.22	2022.06.22-2037.06.22	原始取得	无
220	发行人	刀架	2022303845819	外观设计	2022.06.22	2022.06.22-2037.06.22	原始取得	无
221	发行人	厨房置物架	2022303850766	外观设计	2022.06.22	2022.06.22-2037.06.22	原始取得	无
222	发行人	调料瓶架	2022303852795	外观设计	2022.06.22	2022.06.22-2037.06.22	原始取得	无
223	发行人	马桶刷架	202230382536X	外观设计	2022.06.21	2022.06.21-2037.06.21	原始取得	无
224	发行人	纸巾架	2022303832217	外观设计	2022.06.21	2022.06.21-2037.06.21	原始取得	无
225	发行人	洞洞板（四叶草）	2022303584166	外观设计	2022.06.13	2022.06.13-2037.06.13	原始取得	无
226	发行人	洞洞板（拼图）	2022303584240	外观设计	2022.06.13	2022.06.13-2037.06.13	原始取得	无
227	发行人	杯子	2022303272639	外观设计	2022.05.31	2022.05.31-2037.05.31	原始取得	无

序号	权利人	专利名称	专利号	专利类别	申请日	有效期	取得方式	他项权利
228	发行人	挤牙膏器	2022303271782	外观设计	2022.05.31	2022.05.31-2037.05.31	原始取得	无
229	发行人	洗脸巾盒	202230327247X	外观设计	2022.05.31	2022.05.31-2037.05.31	原始取得	无
230	发行人	牙刷架（NicePlus）	2022303272484	外观设计	2022.05.31	2022.05.31-2037.05.31	原始取得	无
231	发行人	牙刷杯架（1）	202230323806X	外观设计	2022.05.30	2022.05.30-2037.05.30	原始取得	无
232	发行人	挂架	2022302850487	外观设计	2022.05.16	2022.05.16-2037.05.16	原始取得	无
233	发行人	置物架（双层）	2022302850665	外观设计	2022.05.16	2022.05.16-2037.05.16	原始取得	无
234	发行人	封口机	2022302715127	外观设计	2022.05.10	2022.05.10-2037.05.10	原始取得	无
235	发行人	排钩	2022302640690	外观设计	2022.05.07	2022.05.07-2037.05.07	原始取得	无
236	发行人	牙刷杯架（1）	2022302585138	外观设计	2022.05.05	2022.05.05-2037.05.05	原始取得	无
237	发行人	牙刷杯架（2）	2022302588988	外观设计	2022.05.05	2022.05.05-2037.05.05	原始取得	无
238	发行人	抽气泵	2022302585316	外观设计	2022.05.05	2022.05.05-2037.05.05	原始取得	无
239	发行人	墙角置物架（跨境款）	2022302516119	外观设计	2022.04.29	2022.04.29-2037.04.29	原始取得	无
240	发行人	挂钩（L 型）	2022302112350	外观设计	2022.04.15	2022.04.15-2037.04.15	原始取得	无
241	发行人	墙角置物架（1）	2022301560542	外观设计	2022.03.24	2022.03.24-2037.03.24	原始取得	无
242	发行人	牙刷筒	2022301560398	外观设计	2022.03.24	2022.03.24-2037.03.24	原始取得	无
243	发行人	风筒架	2022301560415	外观设计	2022.03.24	2022.03.24-2037.03.24	原始取得	无
244	发行人	牙刷架	2022301524442	外观设计	2022.03.23	2022.03.23-2037.03.23	原始取得	无
245	发行人	置物篮	2022301423691	外观设计	2022.03.18	2022.03.18-2037.03.18	原始取得	无
246	发行人	毛巾架	2022301424868	外观设计	2022.03.18	2022.03.18-2037.03.18	原始取得	无
247	发行人	毛巾杆	2022301424745	外观设计	2022.03.18	2022.03.18-2037.03.18	原始取得	无
248	发行人	浴帘杆	2022300840616	外观设计	2022.02.22	2022.02.22-2037.02.22	原始取得	无
249	发行人	晾晒架	2022300764561	外观设计	2022.02.17	2022.02.17-2037.02.17	原始取得	无
250	发行人	拖把架	2022300765757	外观设计	2022.02.17	2022.02.17-2037.02.17	原始取得	无
251	发行人	双层纸巾盒	2022300765780	外观设计	2022.02.17	2022.02.17-2037.02.17	原始取得	无
252	发行人	纸巾架（单层）	2022300765742	外观设计	2022.02.17	2022.02.17-2037.02.17	原始取得	无
253	发行人	墙角置物架	2022300725849	外观设计	2022.02.15	2022.02.15-2037.02.15	原始取得	无
254	发行人	牙刷杯架	2022300723928	外观设计	2022.02.15	2022.02.15-2037.02.15	原始取得	无
255	发行人	方形置物篮	2022300725868	外观设计	2022.02.15	2022.02.15-2037.02.15	原始取得	无
256	发行人	钩子	2022300725815	外观设计	2022.02.15	2022.02.15-2032.02.15	原始取得	无
257	发行人	风筒架	2022300707728	外观设计	2022.02.14	2022.02.14-2037.02.14	原始取得	无
258	发行人	纸巾盒	2022300638395	外观设计	2022.02.07	2022.02.07-2037.02.07	原始取得	无

序号	权利人	专利名称	专利号	专利类别	申请日	有效期	取得方式	他项权利
259	发行人	纸卷架	2022300638465	外观设计	2022.02.07	2022.02.07-2037.02.07	原始取得	无
260	发行人	拖鞋架	2022300379352	外观设计	2022.01.20	2022.01.20-2037.01.20	原始取得	无
261	发行人	肥皂架	2022300379297	外观设计	2022.01.20	2022.01.20-2037.01.20	原始取得	无
262	发行人	吸盘挂钩	2022300233651	外观设计	2022.01.14	2022.01.14-2037.01.14	原始取得	无
263	发行人	肥皂盒	2022300233793	外观设计	2022.01.14	2022.01.14-2037.01.14	原始取得	无
264	发行人	纸巾架	2022300233878	外观设计	2022.01.14	2022.01.14-2037.01.14	原始取得	无
265	发行人	置物架	2022300233647	外观设计	2022.01.14	2022.01.14-2037.01.14	原始取得	无
266	发行人	置物架（三角）	2022300092066	外观设计	2022.01.07	2022.01.07-2037.01.07	原始取得	无
267	发行人	置物架（方形）	202230009216X	外观设计	2022.01.07	2022.01.07-2037.01.07	原始取得	无
268	发行人	挂钩	2022300090272	外观设计	2022.01.07	2022.01.07-2037.01.07	原始取得	无
269	发行人	肥皂盒	202230009209X	外观设计	2022.01.07	2022.01.07-2037.01.07	原始取得	无
270	发行人	药盒	202130796328X	外观设计	2021.12.02	2021.12.02-2036.12.02	原始取得	无
271	发行人	收纳架（双层）	2021307690189	外观设计	2021.11.23	2021.11.23-2036.11.23	原始取得	无
272	发行人	收纳架（单层）	2021307690278	外观设计	2021.11.23	2021.11.23-2036.11.23	原始取得	无
273	发行人	纸巾筒	2021307269503	外观设计	2021.11.05	2021.11.05-2036.11.05	原始取得	无
274	发行人	抽气泵（航天员）	2021307238365	外观设计	2021.11.04	2021.11.04-2036.11.04	原始取得	无
275	发行人	密封奶粉罐	2021307130806	外观设计	2021.10.30	2021.10.30-2036.10.30	原始取得	无
276	发行人	浴室镜（防雾）	2021306754569	外观设计	2021.10.14	2021.10.14-2036.10.14	原始取得	无
277	发行人	旋转挂钩	2021306302862	外观设计	2021.09.23	2021.09.23-2036.09.23	原始取得	无
278	发行人	置物篮（果蔬篮）	2021306304660	外观设计	2021.09.23	2021.09.23-2036.09.23	原始取得	无
279	发行人	抽气电泵	2021306195593	外观设计	2021.09.17	2021.09.17-2036.09.17	原始取得	无
280	发行人	纸巾筒	2021306191395	外观设计	2021.09.17	2021.09.17-2036.09.17	原始取得	无
281	发行人	抽拉式收纳盒	2021305964752	外观设计	2021.09.09	2021.09.09-2036.09.09	继受取得	无
282	发行人	滤水架	2021305928845	外观设计	2021.09.08	2021.09.08-2036.09.08	原始取得	无
283	发行人	调料架	2021305928703	外观设计	2021.09.08	2021.09.08-2036.09.08	原始取得	无
284	发行人	排钩	2021305928879	外观设计	2021.09.08	2021.09.08-2036.09.08	原始取得	无
285	发行人	肥皂盒（双层）	2021305928065	外观设计	2021.09.08	2021.09.08-2036.09.08	原始取得	无
286	发行人	锅盖架	2021305927984	外观设计	2021.09.08	2021.09.08-2036.09.08	原始取得	无
287	发行人	刀架	2021305929068	外观设计	2021.09.08	2021.09.08-2036.09.08	原始取得	无
288	发行人	悬挂架（吸盘式）	2021305929087	外观设计	2021.09.08	2021.09.08-2036.09.08	原始取得	无
289	发行人	抽气电泵	202130592807X	外观设计	2021.09.08	2021.09.08-2036.09.08	原始取得	无

序号	权利人	专利名称	专利号	专利类别	申请日	有效期	取得方式	他项权利
290	发行人	纸卷架	2021305927490	外观设计	2021.09.08	2021.09.08-2036.09.08	原始取得	无
291	发行人	无障碍扶手	2021305360057	外观设计	2021.08.18	2021.08.18-2036.08.18	原始取得	无
292	发行人	卷发风筒架	2021305360273	外观设计	2021.08.18	2021.08.18-2036.08.18	原始取得	无
293	发行人	扶手（2）	2021305360165	外观设计	2021.08.18	2021.08.18-2036.08.18	原始取得	无
294	发行人	扶手（吸盘式）	2021305360004	外观设计	2021.08.18	2021.08.18-2036.08.18	原始取得	无
295	发行人	扶手（1）	2021305360305	外观设计	2021.08.18	2021.08.18-2036.08.18	原始取得	无
296	发行人	调味盒置物架	2021305359990	外观设计	2021.08.18	2021.08.18-2036.08.18	原始取得	无
297	发行人	筷子筒	2021305148519	外观设计	2021.08.10	2021.08.10-2036.08.10	原始取得	无
298	发行人	置物架（2）	2021304886633	外观设计	2021.07.30	2021.07.30-2036.07.30	原始取得	无
299	发行人	置物架（1）	2021304886648	外观设计	2021.07.30	2021.07.30-2036.07.30	原始取得	无
300	发行人	挂钩	2021304887087	外观设计	2021.07.30	2021.07.30-2036.07.30	原始取得	无
301	发行人	洞洞钩	2021304887049	外观设计	2021.07.30	2021.07.30-2036.07.30	继受取得	无
302	发行人	保鲜收纳盒	2021304823831	外观设计	2021.07.28	2021.07.28-2036.07.28	原始取得	无
303	发行人	备菜篮	2021304591783	外观设计	2021.07.20	2021.07.20-2036.07.20	原始取得	无
304	发行人	防风衣架（带握柄）	2021303828715	外观设计	2021.06.21	2021.06.21-2036.06.21	原始取得	无
305	发行人	吊挂衣架	2021303829258	外观设计	2021.06.21	2021.06.21-2036.06.21	原始取得	无
306	发行人	抽充两用气阀	2021303829366	外观设计	2021.06.21	2021.06.21-2036.06.21	原始取得	无
307	发行人	衣架（带握环）	2021303829239	外观设计	2021.06.21	2021.06.21-2036.06.21	原始取得	无
308	发行人	风筒架	2021303767961	外观设计	2021.06.18	2021.06.18-2036.06.18	原始取得	无
309	发行人	调味架	202130376782X	外观设计	2021.06.18	2021.06.18-2036.06.18	原始取得	无
310	发行人	锅盖架	2021303767800	外观设计	2021.06.18	2021.06.18-2036.06.18	原始取得	无
311	发行人	刀架	2021303767868	外观设计	2021.06.18	2021.06.18-2036.06.18	原始取得	无
312	发行人	万向花洒架部件	2021303749499	外观设计	2021.06.17	2021.06.17-2036.06.17	原始取得	无
313	发行人	电动刮痧器	2021303637455	外观设计	2021.06.11	2021.06.11-2036.06.11	原始取得	无
314	发行人	衣架（带握柄）	202130363866X	外观设计	2021.06.11	2021.06.11-2036.06.11	原始取得	无
315	发行人	双面粘贴挂钩	2021303637417	外观设计	2021.06.11	2021.06.11-2036.06.11	原始取得	无
316	发行人	置物架（墙角架）	2021303638299	外观设计	2021.06.11	2021.06.11-2036.06.11	原始取得	无
317	发行人	置物篮	2021303639747	外观设计	2021.06.11	2021.06.11-2036.06.11	原始取得	无
318	发行人	挂钩（双钩）	2021303639588	外观设计	2021.06.11	2021.06.11-2036.06.11	原始取得	无
319	发行人	香皂盒	2021303639751	外观设计	2021.06.11	2021.06.11-2036.06.11	原始取得	无
320	发行人	气阀	202130359205X	外观设计	2021.06.10	2021.06.10-2036.06.10	原始取得	无

序号	权利人	专利名称	专利号	专利类别	申请日	有效期	取得方式	他项权利
321	发行人	透明吸盘挂钩	2021303475249	外观设计	2021.06.07	2021.06.07-2036.06.07	继受取得	无
322	发行人	挂钩（无痕极简）	2021303408263	外观设计	2021.06.03	2021.06.03-2036.06.03	原始取得	无
323	发行人	毛巾架	2021302425914	外观设计	2021.04.26	2021.04.26-2031.04.26	原始取得	无
324	发行人	毛巾杆	2021302426387	外观设计	2021.04.26	2021.04.26-2031.04.26	原始取得	无
325	发行人	置物架（方型）	2021302425933	外观设计	2021.04.26	2021.04.26-2031.04.26	原始取得	无
326	发行人	墙角架	2021302426194	外观设计	2021.04.26	2021.04.26-2031.04.26	原始取得	无
327	发行人	相框挂钩	202130242008X	外观设计	2021.04.25	2021.04.25-2031.04.25	原始取得	无
328	发行人	扶手	2021301007649	外观设计	2021.02.22	2021.02.22-2031.02.22	原始取得	无
329	发行人	带扶手的吸盘	2021301007672	外观设计	2021.02.22	2021.02.22-2031.02.22	原始取得	无
330	发行人	收纳盒	2020306406617	外观设计	2020.10.27	2020.10.27-2030.10.27	原始取得	无
331	发行人	收纳架	2020306403657	外观设计	2020.10.27	2020.10.27-2030.10.27	原始取得	无
332	发行人	牙刷架	2020306406458	外观设计	2020.10.27	2020.10.27-2030.10.27	原始取得	无
333	发行人	气阀配件	2020305918853	外观设计	2020.09.30	2020.09.30-2030.09.30	原始取得	无
334	发行人	扇叶	2020305897842	外观设计	2020.09.30	2020.09.30-2030.09.30	原始取得	无
335	发行人	顶盖	2020305897965	外观设计	2020.09.30	2020.09.30-2030.09.30	原始取得	无
336	发行人	墙角篮	2020304872886	外观设计	2020.08.24	2020.08.24-2030.08.24	原始取得	无
337	发行人	挂钩	2020304873037	外观设计	2020.08.24	2020.08.24-2030.08.24	原始取得	无
338	发行人	排钩挂杆	2020304872956	外观设计	2020.08.24	2020.08.24-2030.08.24	原始取得	无
339	发行人	置物篮	2020304876726	外观设计	2020.08.24	2020.08.24-2030.08.24	原始取得	无
340	发行人	挂杆	202030458447X	外观设计	2020.08.12	2020.08.12-2030.08.12	原始取得	无
341	发行人	气阀	2020304572129	外观设计	2020.08.12	2020.08.12-2030.08.12	原始取得	无
342	发行人	封口夹（带拉环）	2020303992221	外观设计	2020.07.21	2020.07.21-2030.07.21	原始取得	无
343	发行人	马桶刷架	202030398039X	外观设计	2020.07.21	2020.07.21-2030.07.21	原始取得	无
344	发行人	相框挂钩	2020303906688	外观设计	2020.07.17	2020.07.17-2030.07.17	原始取得	无
345	发行人	蚊帐挂钩	2020302722615	外观设计	2020.06.03	2020.06.03-2030.06.03	原始取得	无
346	发行人	纸巾盒（NICE 新）	2020302657546	外观设计	2020.06.01	2020.06.01-2030.06.01	原始取得	无
347	发行人	气阀（食品拉链袋）	2020302657550	外观设计	2020.06.01	2020.06.01-2030.06.01	原始取得	无
348	发行人	衣架挂钩（带把手）	2020301706352	外观设计	2020.04.23	2020.04.23-2030.04.23	原始取得	无
349	发行人	电动抽气泵（01）	2020301418001	外观设计	2020.04.11	2020.04.11-2030.04.11	原始取得	无
350	发行人	电动抽气泵（02）	2020301418177	外观设计	2020.04.11	2020.04.11-2030.04.11	原始取得	无
351	发行人	气阀	2020300755578	外观设计	2020.03.09	2020.03.09-2030.03.09	原始取得	无

序号	权利人	专利名称	专利号	专利类别	申请日	有效期	取得方式	他项权利
352	发行人	拖鞋架	2020300378238	外观设计	2020.01.19	2020.01.19-2030.01.19	原始取得	无
353	发行人	调味架	2020300389444	外观设计	2020.01.19	2020.01.19-2030.01.19	原始取得	无
354	发行人	纸卷架	2019307461854	外观设计	2019.12.31	2019.12.31-2029.12.31	原始取得	无
355	发行人	花洒座	201930730690X	外观设计	2019.12.26	2019.12.26-2029.12.26	原始取得	无
356	发行人	吸盘（挂钩吸盘）	2019306277134	外观设计	2019.11.14	2019.11.14-2029.11.14	原始取得	无
357	发行人	按压挂钩	2019306155601	外观设计	2019.11.08	2019.11.08-2029.11.08	原始取得	无
358	发行人	粘合带	201930564977X	外观设计	2019.10.17	2019.10.17-2029.10.17	原始取得	无
359	发行人	吸盘（设计 1-设计 4）	2019305372042	外观设计	2019.09.29	2019.09.29-2029.09.29	原始取得	无
360	发行人	吸盘	2019305372057	外观设计	2019.09.29	2019.09.29-2029.09.29	原始取得	无
361	发行人	挂钩	2019305093805	外观设计	2019.09.17	2019.09.17-2029.09.17	原始取得	无
362	发行人	滑片（T 型）	201930509293X	外观设计	2019.09.17	2019.09.17-2029.09.17	原始取得	无
363	发行人	胶塞	2019304959815	外观设计	2019.09.10	2019.09.10-2029.09.10	继受取得	无
364	发行人	吸盘	2019303272980	外观设计	2019.06.24	2019.06.24-2029.06.24	原始取得	无
365	发行人	夹子座	2019303272995	外观设计	2019.06.24	2019.06.24-2029.06.24	原始取得	无
366	发行人	夹子	2019303273004	外观设计	2019.06.24	2019.06.24-2029.06.24	原始取得	无
367	发行人	卷纸架	2019303272872	外观设计	2019.06.24	2019.06.24-2029.06.24	原始取得	无
368	发行人	排钩	2019303272923	外观设计	2019.06.24	2019.06.24-2029.06.24	原始取得	无
369	发行人	挂杆	2019303272938	外观设计	2019.06.24	2019.06.24-2029.06.24	原始取得	无
370	发行人	垃圾桶	2019303272868	外观设计	2019.06.24	2019.06.24-2029.06.24	原始取得	无
371	发行人	吸盘（图钉乐）	2019303108789	外观设计	2019.06.17	2019.06.17-2029.06.17	原始取得	无
372	发行人	挂钩配件（2）	2019302567744	外观设计	2019.05.23	2019.05.23-2029.05.23	原始取得	无
373	发行人	吸盘挂钩	2019302567918	外观设计	2019.05.23	2019.05.23-2029.05.23	原始取得	无
374	发行人	电动抽气泵（迷你）	201930137970X	外观设计	2019.03.29	2019.03.29-2029.03.29	原始取得	无
375	发行人	抽拉气阀	2019301379818	外观设计	2019.03.29	2019.03.29-2029.03.29	原始取得	无
376	发行人	纸巾架	2019300404390	外观设计	2019.01.24	2019.01.24-2029.01.24	原始取得	无
377	发行人	肥皂架	2019300404579	外观设计	2019.01.24	2019.01.24-2029.01.24	原始取得	无
378	发行人	风筒架	2019300408616	外观设计	2019.01.24	2019.01.24-2029.01.24	原始取得	无
379	发行人	脸盆架	2019300404403	外观设计	2019.01.24	2019.01.24-2029.01.24	原始取得	无
380	发行人	真空袋抽气嘴（4）	2019300299394	外观设计	2019.01.21	2019.01.21-2029.01.21	原始取得	无
381	发行人	滑片（拇指）	2018305687550	外观设计	2018.10.12	2018.10.12-2028.10.12	原始取得	无
382	发行人	排钩	2018305540448	外观设计	2018.09.30	2018.09.30-2028.09.30	原始取得	无

序号	权利人	专利名称	专利号	专利类别	申请日	有效期	取得方式	他项权利
383	发行人	电动抽气泵	2018305556501	外观设计	2018.09.30	2018.09.30-2028.09.30	原始取得	无
384	发行人	立体包装袋（2）	201830459301X	外观设计	2018.08.18	2018.08.18-2028.08.18	原始取得	无
385	发行人	气阀座	2018302838243	外观设计	2018.06.07	2018.06.07-2028.06.07	原始取得	无
386	发行人	油嘴	2018301666413	外观设计	2018.04.20	2018.04.20-2028.04.20	原始取得	无
387	发行人	吸盘按压盘	201830040375X	外观设计	2018.01.29	2018.01.29-2028.01.29	原始取得	无
388	发行人	抽气泵	2018300338125	外观设计	2018.01.24	2018.01.24-2028.01.24	原始取得	无
389	发行人	毛巾架	2017306328207	外观设计	2017.12.13	2017.12.13-2027.12.13	原始取得	无
390	发行人	牙刷架	2017306328194	外观设计	2017.12.13	2017.12.13-2027.12.13	原始取得	无
391	发行人	墙角置物篮	2017306253681	外观设计	2017.12.11	2017.12.11-2027.12.11	原始取得	无
392	发行人	置物篮	2017306252941	外观设计	2017.12.11	2017.12.11-2027.12.11	原始取得	无
393	发行人	挂钩配件	2017306253111	外观设计	2017.12.11	2017.12.11-2027.12.11	原始取得	无
394	发行人	纸巾架	2017306252903	外观设计	2017.12.11	2017.12.11-2027.12.11	原始取得	无
395	发行人	吸盘（002）	2017306175875	外观设计	2017.12.07	2017.12.07-2027.12.07	原始取得	无
396	发行人	吸盘（001）	201730618461X	外观设计	2017.12.07	2017.12.07-2027.12.07	原始取得	无
397	发行人	气阀盖	2017301102308	外观设计	2017.04.06	2017.04.06-2027.04.06	原始取得	无
398	发行人	气嘴	2016306122731	外观设计	2016.12.13	2016.12.13-2026.12.13	继受取得	无
399	发行人	墙角架	2016305313229	外观设计	2016.10.27	2016.10.27-2026.10.27	原始取得	无
400	发行人	置物篮架	2016305313252	外观设计	2016.10.27	2016.10.27-2026.10.27	原始取得	无
401	发行人	口杯架	2016305384718	外观设计	2016.10.27	2016.10.27-2026.10.27	原始取得	无
402	发行人	吸盘（2）	2016304180056	外观设计	2016.08.24	2016.08.24-2026.08.24	原始取得	无
403	发行人	吸盘（1）	2016304180319	外观设计	2016.08.24	2016.08.24-2026.08.24	原始取得	无
404	发行人	吸盘连接件	2016304183069	外观设计	2016.08.24	2016.08.24-2026.08.24	原始取得	无
405	发行人	吸盘（易拆卸）	2016304101656	外观设计	2016.08.22	2016.08.22-2026.08.22	原始取得	无
406	发行人	抽气吸盘（3）	2016303999582	外观设计	2016.08.18	2016.08.18-2026.08.18	继受取得	无
407	发行人	真空袋抽气嘴（3）	2016303841850	外观设计	2016.08.12	2016.08.12-2026.08.12	原始取得	无
408	发行人	真空袋抽气嘴（2）	2016303841969	外观设计	2016.08.12	2016.08.12-2026.08.12	原始取得	无
409	发行人	真空袋抽气嘴（1）	2016303841988	外观设计	2016.08.12	2016.08.12-2026.08.12	原始取得	无
410	发行人	包装袋封口机	2016303736750	外观设计	2016.08.08	2016.08.08-2026.08.08	原始取得	无
411	发行人	吸盘（2）	2016300429093	外观设计	2016.02.05	2016.02.05-2026.02.05	原始取得	无
412	发行人	吸盘（1）	2016300494266	外观设计	2016.02.05	2016.02.05-2026.02.05	原始取得	无
413	发行人	杠杆式吸盘	2015303529099	外观设计	2015.09.14	2015.09.14-2025.09.14	原始取得	无

序号	权利人	专利名称	专利号	专利类别	申请日	有效期	取得方式	他项权利
414	发行人	吸盘	2015303529633	外观设计	2015.09.14	2015.09.14-2025.09.14	原始取得	无
415	发行人	双层置物架	2015303251488	外观设计	2015.08.27	2015.08.27-2025.08.27	继受取得	无
416	发行人	单层置物架	2015303248659	外观设计	2015.08.27	2015.08.27-2025.08.27	继受取得	无
417	发行人	洗漱杯	2015303248790	外观设计	2015.08.27	2015.08.27-2025.08.27	继受取得	无
418	发行人	置物盒	2015303248521	外观设计	2015.08.27	2015.08.27-2025.08.27	继受取得	无
419	发行人	洗漱架	2015303251492	外观设计	2015.08.27	2015.08.27-2025.08.27	继受取得	无
420	发行人	镜子架	2015303164009	外观设计	2015.08.21	2015.08.21-2025.08.21	继受取得	无
421	发行人	毛巾架	201530316399X	外观设计	2015.08.21	2015.08.21-2025.08.21	继受取得	无
422	发行人	风筒架	2015303163735	外观设计	2015.08.21	2015.08.21-2025.08.21	继受取得	无
423	发行人	纸巾架	2015303164460	外观设计	2015.08.21	2015.08.21-2025.08.21	继受取得	无
424	发行人	肥皂架	2015303166080	外观设计	2015.08.21	2015.08.21-2025.08.21	继受取得	无
425	发行人	吸盘骨架（1）	2015302646926	外观设计	2015.07.22	2015.07.22-2025.07.22	原始取得	无
426	发行人	吸盘骨架（2）	2015302646907	外观设计	2015.07.22	2015.07.22-2025.07.22	原始取得	无
427	发行人	吸盘骨架（3）	2015302646894	外观设计	2015.07.22	2015.07.22-2025.07.22	继受取得	无
428	发行人	吸盘骨架（4）	201530264688X	外观设计	2015.07.22	2015.07.22-2025.07.22	继受取得	无
429	发行人	肥皂盒	201530237305X	外观设计	2015.07.06	2015.07.06-2025.07.06	原始取得	无
430	发行人	挂钩	2015302372199	外观设计	2015.07.06	2015.07.06-2025.07.06	原始取得	无
431	发行人	吸盘（单环）	2015302294325	外观设计	2015.07.01	2015.07.01-2025.07.01	原始取得	无
432	发行人	吸盘（双环）	2015302294664	外观设计	2015.07.01	2015.07.01-2025.07.01	原始取得	无
433	发行人	吸盘（双环拱形）	2015302291261	外观设计	2015.07.01	2015.07.01-2025.07.01	原始取得	无
434	发行人	吸盘式挂钩（水晶滴胶）	2015301478209	外观设计	2015.05.18	2015.05.18-2025.05.18	原始取得	无
435	发行人	挂钩（04）	2015301138461	外观设计	2015.04.24	2015.04.24-2025.04.24	原始取得	无
436	发行人	挂钩（02）	2015301145925	外观设计	2015.04.24	2015.04.24-2025.04.24	原始取得	无
437	发行人	旋钮	2015300906219	外观设计	2015.04.09	2015.04.09-2025.04.09	原始取得	无
438	发行人	螺纹吸盘	2015300906011	外观设计	2015.04.09	2015.04.09-2025.04.09	原始取得	无
439	发行人	带钩的螺纹吸盘	2015300906204	外观设计	2015.04.09	2015.04.09-2025.04.09	原始取得	无
440	发行人	吸盘（26）	2015300483750	外观设计	2015.02.17	2015.02.17-2025.02.17	原始取得	无
441	发行人	吸盘（25）	2015300483746	外观设计	2015.02.17	2015.02.17-2025.02.17	原始取得	无
442	发行人	吸盘式挂钩	2015300038396	外观设计	2015.01.07	2015.01.07-2025.01.07	原始取得	无
443	发行人	吸盘式挂钩（心形）	2015300038057	外观设计	2015.01.07	2015.01.07-2025.01.07	原始取得	无
444	发行人	吸盘式挂钩（花朵状）	2015300039045	外观设计	2015.01.07	2015.01.07-2025.01.07	原始取得	无

序号	权利人	专利名称	专利号	专利类别	申请日	有效期	取得方式	他项权利
445	发行人	吸盘式挂物盒（01）	2014304473039	外观设计	2014.11.14	2014.11.14-2024.11.14	原始取得	无
446	发行人	吸盘式挂物盒（02）	2014304474281	外观设计	2014.11.14	2014.11.14-2024.11.14	原始取得	无
447	发行人	吸盘（22）	2014304299579	外观设计	2014.11.04	2014.11.04-2024.11.04	原始取得	无
448	发行人	置物架（1）	2014304299808	外观设计	2014.11.04	2014.11.04-2024.11.04	原始取得	无
449	发行人	带指示的真空袋气嘴	2014302594039	外观设计	2014.07.28	2014.07.28-2024.07.28	原始取得	无
450	发行人	吸盘（09）	2014302543855	外观设计	2014.07.24	2014.07.24-2024.07.24	原始取得	无
451	发行人	吸盘（10）	2014302532386	外观设计	2014.07.24	2014.07.24-2024.07.24	原始取得	无
452	发行人	吸盘（03）	2014302534292	外观设计	2014.07.24	2014.07.24-2024.07.24	原始取得	无
453	发行人	吸盘（07）	2014302541116	外观设计	2014.07.24	2014.07.24-2024.07.24	原始取得	无
454	发行人	吸盘（08）	201430254114X	外观设计	2014.07.24	2014.07.24-2024.07.24	原始取得	无
455	发行人	吸盘（01）	2014302542354	外观设计	2014.07.24	2014.07.24-2024.07.24	原始取得	无
456	发行人	吸盘（02）	2014302543747	外观设计	2014.07.24	2014.07.24-2024.07.24	原始取得	无
457	发行人	吸盘（06）	2014302533143	外观设计	2014.07.24	2014.07.24-2024.07.24	原始取得	无
458	发行人	吸盘（04）	2014302541120	外观设计	2014.07.24	2014.07.24-2024.07.24	原始取得	无
459	发行人	抽真空装置(直流电驱动）	2014301003192	外观设计	2014.04.23	2014.04.23-2024.04.23	原始取得	无
460	发行人	抽真空装置(交流电驱动）	2014301003544	外观设计	2014.04.23	2014.04.23-2024.04.23	原始取得	无
461	发行人	滑片	2013302755604	外观设计	2013.06.24	2013.06.24-2023.06.24	原始取得	无
462	中山简居	一种能连接吸尘器的气阀	2022217792807	实用新型	2022.07.12	2022.07.12-2032.07.12	继受取得	无
463	中山简居	一种置物装置	202220069975X	实用新型	2022.01.12	2022.01.12-2032.01.12	继受取得	无
464	中山简居	除湿装置	2021229996533	实用新型	2021.12.01	2021.12.01-2031.12.01	继受取得	无
465	中山简居	一种用于真空袋的气嘴	2019208577871	实用新型	2019.06.05	2019.06.05-2029.06.05	继受取得	无
466	中山简居	挂钩	2022303088664	外观设计	2022.05.24	2022.05.24-2037.05.24	继受取得	无
467	中山简居	牙刷杯架	2022302546082	外观设计	2022.04.29	2022.04.29-2037.04.29	继受取得	无
468	中山简居	牙刷架	2022302535872	外观设计	2022.04.29	2022.04.29-2037.04.29	继受取得	无
469	中山简居	吸盘配件	2022302545840	外观设计	2022.04.29	2022.04.29-2037.04.29	继受取得	无
470	中山简居	挂钩配件	2022302545910	外观设计	2022.04.29	2022.04.29-2037.04.29	继受取得	无
471	中山简居	吸盘挂钩	2022302545925	外观设计	2022.04.29	2022.04.29-2037.04.29	继受取得	无
472	中山简居	置物盒	2022302535887	外观设计	2022.04.29	2022.04.29-2037.04.29	继受取得	无
473	中山简居	挂钩	2022300300092	外观设计	2022.01.17	2022.01.17-2032-01.17	继受取得	无
474	中山简居	牙刷杯	2022300170489	外观设计	2022.01.12	2022.01.12-2032-01.12	继受取得	无

序号	权利人	专利名称	专利号	专利类别	申请日	有效期	取得方式	他项权利
475	中山简居	吸盘式厨房收纳架	2020305915639	外观设计	2020.09.30	2020.09.30-2030.09.30	继受取得	无
476	中山简居	吸盘式三角置物篮	2020305938842	外观设计	2020.09.30	2020.09.30-2030.09.30	继受取得	无
477	中山简居	吸盘式单钩	2020305915662	外观设计	2020.09.30	2020.09.30-2030.09.30	继受取得	无
478	中山简居	吸盘式肥皂盒	2020305915499	外观设计	2020.09.30	2020.09.30-2030.09.30	继受取得	无
479	中山简居	吸盘式置物篮	2020305915395	外观设计	2020.09.30	2020.09.30-2030.09.30	继受取得	无
480	中山简居	吸盘式毛巾杆	2020305915484	外观设计	2020.09.30	2020.09.30-2030.09.30	继受取得	无
481	中山简居	吸盘式纸巾架	2020305915516	外观设计	2020.09.30	2020.09.30-2030.09.30	继受取得	无
482	中山简居	气阀片	2019302668980	外观设计	2019.05.28	2019.05.28-2029.05.28	继受取得	无
483	湖北太力	一种平骨架真空吸盘	2013800604772	发明授权	2013.11.19	2013.11.19-2033.11.19	继受取得	优先权
484	湖北太力	真空袋与整理袋的组合装置	2008102194326	发明授权	2008.11.21	2008.11.21-2028.11.21	继受取得	无
485	中山莱圃	一种旱地滑雪单元	202120688605X	实用新型	2021.04.02	2021.04.02-2031.04.02	原始取得	无
486	中山莱圃	一种旱地滑雪装置	2021206886223	实用新型	2021.04.02	2021.04.02-2031.04.02	原始取得	无

注 1：第 115 号专利为发行人与东和产业株式会社共有的专利。

注 2：上表第 9 号、484 号专利系以石正兵名义申请后转让给发行人，第 483 号专利系发行人转让给子公司，其余继受取得专利均系潘生明转让。

附表六：发行人拥有的境外注册专利列表

序号	权利人	专利名称	专利号/公告号	专利类别	国家/地区	取得方式	申请日	公告日	有效期	优先权
1	发行人	VACUUM PACKING BAG（真空包装袋）	JP5363580B2	发明	日本	PCT 进入	2010-01-11	2012-02-09	有效	CN200920194800.6 CN200920194816.7
2		VACUUM PACKING BAG（真空包装袋）	US8851289B2	发明	美国	PCT 进入	2010-01-11	2014-10-07	有效	CN200920194800.6 CN200920194816.7
3		SAC D'EMBALLAGE SOUS VIDE（真空包装袋）	FR2949759B3	发明	法国	巴黎公约进入	2010-01-22	2011-09-09	有效	CN200920194800.6 CN200920194816.7
4	发行人	VACUUM SUCTION CUP HAVING FLAT SKELETON（平骨架真空吸盘）	AU2013347273B2	发明	澳大利亚	PCT 进入	2013-11-19	2015-10-29	有效	CN201220613987.0 CN201310075268.7 CN201310404114.8 CN201310404140.0 CN201310405292.2 CN201320107297.2 CN201320107438.0 CN201320108046.6 CN201320554911.x
5	发行人	SUCTION CUP WITH FLAT FRAME（平骨架真空吸盘）	RU2587568C2	发明	俄罗斯	PCT 进入	2013-11-19	2016-06-20	有效	
6	发行人	Suction cup with flat framework（平骨架真空吸盘）	US9746022B2	发明	美国	PCT 进入	2013-11-19	2017-08-29	有效	
7	发行人	VACUUM SUCTION CUP HAVING BOWL-SHAPED SKELETON（碗形骨架真空吸盘）	RU2592770C2	发明	俄罗斯	PCT 进入	2013-11-19	2016-07-27	有效	CN201220613987.0 CN201310404140.0 CN201310405292.2 CN201320107296.8 CN201320107297.2 CN201320108046.6 CN201320554911.x
8	发行人	Vacuum suction cup having bowl-shaped framework（碗形骨架真空吸盘）	US9624963B2	发明	美国	PCT 进入	2013-11-09	2017-04-18	有效	
9	发行人	Saugnapf mit einer hohen Ansaugkraft（吸附力强的吸盘）	DE212015000315U	实用新型	德国	PCT 进入	2015-09-28	2018-01-31	有效	CN201510435393.3
10	发行人	Suction fixtures 抽吸装置	002910299-0001	外观设计	欧盟	巴黎公约	2015-12-15	2015-12-15	有效	CN201530362649.3
11		Suction fixtures 抽吸装置	002910299-0002				2015-12-15	2015-12-15		
12		Suction cups 吸盘	003696517-0001	外观设计	欧盟	巴黎公约	2017-1-23	2017-1-23	有效	CN201630591118.6

序号	权利人	专利名称	专利号/公告号	专利类别	国家/地区	取得方式	申请日	公告日	有效期	优先权
13	发行人	Caps （fastening devices） 盖（紧固装置）	003844661-0001	外观设计	欧盟	巴黎公约	2017-4-6	2017-4-6	有效	无
14		Caps （fastening devices） 盖（紧固装置）	003844661-0002				2017-4-6	2017-4-6		
15		Caps （fastening devices） 盖（紧固装置）	003844661-0003				2017-4-6	2017-4-6		
16	发行人	Suction cups 吸盘	004539054-0001	外观设计	欧盟	巴黎公约	2017-12-7	2017-12-7	有效	无
17		Suction cups （part of -） 吸盘（部件-）	005257318-0001	外观设计	欧盟	巴黎公约	2018-5-4	2018-5-4	有效	CN201730618461.X
18		Suction cups （part of -） 吸盘（部件-）	005257318-0002				2018-5-4	2018-5-4		
19	发行人	Pourers for containers 容器浇注器	005258092-0001	外观设计	欧盟	巴黎公约	2018-5-4	2018-5-4	有效	CN201830166641.3
20		Sliders for resealable closures 用于重新封口的滑块	007715149-0001	外观设计	欧盟	巴黎公约	2020-2-24	2020-2-24	有效	CN201930509293.X

附表七：发行人拥有的著作权列表

序号	权利人	作品类别	名称	创作完成时间	是否公开发表	登记日期	登记号
1	发行人	软件著作权	太力工作台系统	2022.05.10	未发表	2022.06.22	2022SR0823035
2	发行人	F 美术	家居猫 2	2016.11.22	已发表	2017.05.11	国作登字-2017-F-00458106
3	发行人	F 美术	家居猫 1	2016.11.22	已发表	2017.05.11	国作登字-2017-F-00458107
4	发行人	F 美术	太力狗	2017.09.15	已发表	2017.07.04	国作登字-2018-F-00573109
5	发行人	F 美术	卡通狗 2	2017.09.15	已发表	2018.09.21	国作登字-2018-F-00622830
6	发行人	F 美术	卡通狗 1	2017.09.15	已发表	2018.09.21	国作登字-2018-F-00622831
7	发行人	F 美术	吸倍伦图案	2019.08.11	已发表	2020.01.09	国作登字-2020-F-00972083
8	发行人	F 美术	波点图	2021.06.05	已发表	2021.08.25	国作登字-2021-F-00195235
9	发行人	F 美术	云鹤图（海洋）	2021.05.27	已发表	2021.08.25	国作登字-2021-F-00195236
10	发行人	F 美术	云鹤图（高山）	2021.05.27	已发表	2021.08.25	国作登字-2021-F-00195237
11	发行人	F 美术	马卡龙色系图及压缩袋	2021.06.23	已发表	2021.09.18	国作登字-2021-F-00218220
12	发行人	F 美术	宇航员形象	2021.11.04	已发表	2022.07.28	国作登字-2022-F-10154681
13	发行人	F 美术	艺术家花色图	2021.08.19	已发表	2022.08.30	国作登字-2022-F-10178926
14	发行人	F 美术	西瓜	2018.02.14	已发表	2020.06.09	粤作登字-2020-F-00013199
15	发行人	F 美术	气阀	2019.09.17	已发表	2020.06.22	粤作登字-2020-F-00015522
16	发行人	F 美术	向日葵	2018.04.29	已发表	2020.06.22	粤作登字-2020-F-00015525
17	发行人	F 美术	墨点	2019.06.03	已发表	2020.06.22	粤作登字-2020-F-00015526
18	发行人	G 摄影	维纳斯卖点展示系列图	2019.10.16	已发表	2020.06.24	粤作登字-2020-G-00004518
19	发行人	G 摄影	二维码收纳袋	2020.10.11	已发表	2020.06.24	粤作登字-2020-G-00004519
20	发行人	G 摄影	母婴袋	2020.03.13	已发表	2020.06.24	粤作登字-2020-G-00004520
21	发行人	G 摄影	箱袋	2020.03.12	已发表	2020.06.24	粤作登字-2020-G-00004521
22	发行人	G 摄影	食品保鲜袋	2020.03.03	已发表	2020.06.24	粤作登字-2020-G-00004522
23	发行人	G 摄影	太力真空吸盘的结构性剖析系列图	2019.10.16	已发表	2020.06.22	粤作登字-2020-G-00004523
24	发行人	G 摄影	花草世界	2019.05.19	已发表	2020.06.22	粤作登字-2020-G-00004527
25	发行人	G 摄影	吸盘	2019.10.16	已发表	2020.07.01	粤作登字-2020-G-00004655
26	发行人	G 摄影	74 系列纸巾架	2019.10.23	已发表	2020.07.01	粤作登字-2020-G-00004656
27	发行人	G 摄影	EX 系列纸巾架	2019.10.23	已发表	2020.07.01	粤作登字-2020-G-00004657

序号	权利人	作品类别	名称	创作完成时间	是否公开发表	登记日期	登记号
28	发行人	G 摄影	蓝色经典压缩袋	2019.12.25	已发表	2020.07.01	粤作登字-2020-G-00004658
29	发行人	G 摄影	LEVERLOC 置物架	2019.09.09	已发表	2020.08.07	粤作登字-2020-G-00006758
30	发行人	J 工程设计图、产品设计图	图片	2020.02.14	已发表	2020.07.23	粤作登字-2020-J-00000546
31	发行人	F 美术	蓝色星星图及压缩袋	2022.06.06	未发表	2022.11.02	粤作登字-2020-F-10223824