

国金证券股份有限公司
关于湖北香江电器股份有限公司
首次公开发行股票并在主板上市
之
上市保荐书

保荐人（主承销商）



（四川省成都市青羊区东城根上街 95 号）

二零二三年九月

声明

本保荐机构及其保荐代表人已根据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》等法律法规和中国证监会及深圳证券交易所的有关规定，诚实守信，勤勉尽责，严格按照依法制定的业务规则和行业自律规范出具本上市保荐书，并保证所出具文件真实、准确、完整。

目 录

声明.....	1
目 录.....	2
释 义.....	3
第一节 发行人基本情况	4
一、发行人概况.....	4
二、发行人主营业务.....	4
三、发行人主要经营和财务数据及指标.....	6
四、发行人存在的主要风险.....	7
五、发行人本次发行的基本情况.....	15
第二节 本次发行的保荐情况	17
一、保荐机构项目人员情况.....	17
二、保荐机构与发行人之间的关联关系.....	18
三、保荐机构承诺事项.....	18
第三节 对本次发行的推荐意见	20
一、发行人关于本次证券发行的决策程序.....	20
二、关于发行人符合主板定位及国家产业政策.....	20
三、发行人本次证券发行符合《股票上市规则》规定的上市条件.....	51
四、发行人证券上市后持续督导工作的具体安排.....	56
五、保荐机构的结论意见.....	57

释 义

本上市保荐书中，除非文义另有所指，下列简称和术语具有如下含义：

发行人、公司、香江电器	指	湖北香江电器股份有限公司
国金证券、本保荐机构	指	国金证券股份有限公司
承销保荐分公司	指	国金证券股份有限公司上海证券承销保荐分公司
律师、发行人律师、中伦	指	北京市中伦律师事务所
会计师、申报会计师、立信	指	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
《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》
《注册管理办法》	指	《首次公开发行股票注册管理办法》
《保荐管理办法》	指	《证券发行上市保荐业务管理办法》
《股票上市规则》	指	《深圳证券交易所股票上市规则》
《股票发行上市审核规则》	指	《深圳证券交易所股票发行上市审核规则》
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
本次发行	指	本次向社会公众公开发行人民币普通股的行为
募投项目	指	募集资金投资项目
最近三年及一期、报告期	指	2020年、2021年、2022年及 2023年1-6月
各报告期末	指	2020年12月31日、2021年12月31日、2022年12月31日及 2023年6月30日
元	指	人民币元

其他简称和术语如无特别说明，均与招股说明书一致。

第一节 发行人基本情况

一、发行人概况

中文名称	湖北香江电器股份有限公司
英文名称	X.J. ELECTRICS (HU BEI) CO.,LTD
注册资本	20,465.9509 万元
法定代表人	潘允
成立日期	2012 年 7 月 23 日
住所	湖北省蕲春县李时珍工业园凯迪大道旁
统一社会信用代码	91421100050021838J
邮政编码	435300
电话号码	0755-25261329
传真号码	0755-25261649
互联网网址	http://www.xjgroup.cn
电子信箱	pyun@xjgrouppltd.com
信息披露和投资者关系部门	董事会办公室
信息披露和投资者关系负责人	胡彦
信息披露和投资者关系电话号码	0755-25261329

二、发行人主营业务

发行人自成立以来一直专注于品质生活家居用品的研发、设计、生产与销售，主营产品涵盖电器类家居用品和非电器类家居用品两大类。其中，电器类家居用品主要包括电热类、电动类、电子类等多系列小家电产品；非电器类家居用品主要包括花园水管及其他。发行人业务模式包括 ODM/OEM 业务和“ Weighmax 威麦丝 ”、“ Accuteck ”、“ Aigoli 艾格丽 ” 自主品牌业务，ODM/OEM 业务为发行人主要收入来源。发行人始终秉持着“客户至上，质量第一，创新求实，独树一帜”的经营方针，积极为全球知名品牌商开发高品质的家居用品。

经过多年行业积累，发行人已成长为国内规模较大的品质生活家居用品出口制造商之一。发行人凭借可靠的产品质量、较强的研发设计能力、快速的响应与交付能力、齐全的产品系列，与沃尔玛、飞利浦、SEB、Telebrands、Hamilton Beach、亚马逊、Newell、麦德龙、家乐福、Spectrum、欧尚等全球知

名品牌商建立了稳定的合作关系，积累了良好的市场声誉。

发行人建立起了国际化业务体系，在黄冈市、深圳市、江阴市、惠州市等地建有生产基地，并已在中国香港、美国、**印尼**等地区设立子公司。发行人依托高效的销售服务能力、完善的质量管理体系，建立了以线下销售为主、线上销售（通过亚马逊、天猫、京东、拼多多等电商平台）为辅的营销体系。发行人产品远销北美洲、欧洲、大洋洲、亚洲、南美洲、非洲，覆盖全球 70 多个国家和地区。目前，发行人生产的搅拌系列产品、电炉电锅系列产品、电水壶系列产品、电子秤系列产品、花园水管系列产品等受到客户的认可，特别是在出口至欧美的市场占据了一定的市场份额。其中，根据中国机电产品进出口商会出具的《证明》，发行人报告期内的电水壶系列产品的出口数量占全国同类产品出口总量的 2%-4%，在同类产品出口企业中名列前茅（前十名内）。发行人生产的部分搅拌系列产品、电炉电锅系列产品、电水壶系列产品、“Weighmax 威麦丝”“Accuteck”电子秤系列产品、花园水管产品销量位于亚马逊 Best Sellers 排行榜同类产品前列，其中邮政秤部分型号产品最近一年以来稳定在亚马逊 Best Sellers 榜单的前五名，花园水管产品最近一年以来稳定在亚马逊 Best Sellers 榜单的前 50 名且平均排名第 10 名以及最近 3 个月月平均排名稳定在前 5 名，在全球市场特别是欧洲、美洲市场较为畅销。

发行人是国家高新技术企业，立足于消费者需求和产品创新，持续进行技术创新和技术升级，掌握了集电磁感应自动检测控速技术、弹性自动伸缩技术、电子控制及快速破壁技术、旋切倒圆带自动停止装置技术、电子控温技术等为一体的核心技术体系，并设有 6 个研发实验室。

发行人是中国家用电器协会会员、中国机电产品进出口商会会员、深圳市进出口商会副会长单位，历年来荣获了“**2022 年十大厨房小家电出口企业**”“中国外贸出口先导指数样本企业”“湖北省单项冠军产品”“中国国际投资促进会年度绿色创新企业”“出口工业产品一类企业证书”“黄冈市优秀企业金鹰奖”“黄冈市工业企业百强企业”“蕲春县首届十佳创新创业企业”“飞利浦 SSP 项目优秀奖”等奖项。

发行人自设立以来，一直从事电器类家居用品和非电器类家居用品的研发、设计、生产与销售，发行人的主营业务未发生变化。

三、发行人主要经营和财务数据及指标

（一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2023年6月30日	2022年12月31日	2021年12月31日	2020年12月31日
资产合计	135,881.55	122,250.01	123,901.77	121,031.62
负债合计	62,238.08	55,851.61	66,731.80	71,267.22
所有者权益合计	73,643.47	66,398.40	57,169.97	49,764.40
归属于母公司所有者权益合计	73,643.47	66,398.40	57,169.97	49,764.40

（二）合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
营业收入	55,965.45	110,273.58	148,865.33	147,780.50
营业利润	8,483.07	9,545.02	8,363.98	11,394.56
利润总额	8,463.58	10,260.71	8,290.93	11,160.69
归属于母公司所有者的净利润	7,171.08	9,079.06	7,190.31	8,867.72
扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润	6,728.96	8,265.98	6,449.42	7,920.57

（三）合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
经营活动现金流量净额	10,658.07	24,452.93	1,780.51	16,292.85
投资活动现金流量净额	-6,380.11	-13,802.41	-4,758.29	-7,355.04
筹资活动现金流量净额	3,715.27	-10,220.80	2,135.55	1,062.65
汇率变动对现金及现金等价物的影响	127.05	1,007.76	-367.68	-1,324.86
现金及现金等价物净增加额	8,120.28	1,437.47	-1,209.90	8,675.61

（四）主要财务指标

财务指标	2023年6月30日/2023年1-6月	2022年12月31日/2022年度	2021年12月31日/2021年度	2020年12月31日/2020年度
流动比率（倍）	1.81	1.71	1.39	1.27
速动比率（倍）	1.44	1.28	1.00	0.93
资产负债率（母公司）	40.79%	22.57%	20.74%	17.05%
利息保障倍数（倍）	13.68	8.04	6.70	10.88

财务指标	2023年6月 30日/2023 年1-6月	2022年12 月31日 /2022年度	2021年12 月31日 /2021年度	2020年12 月31日 /2020年度
应收账款周转率（次）	3.67	6.21	7.07	8.33
存货周转率（次）	2.53	4.17	5.14	6.14
息税折旧摊销前利润（万元）	12,457.57	18,877.49	17,310.51	17,948.22
归属于母公司股东的净利润（万元）	7,171.08	9,079.06	7,190.31	8,867.72
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润（万元）	6,728.96	8,265.98	6,449.42	7,920.57
研发投入占营业收入的比例	2.70%	2.90%	2.42%	2.23%
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	0.52	1.19	0.09	0.80
每股净现金流量（元/股）	0.40	0.07	-0.06	0.42
归属于母公司股东的每股净资产（元/股）	3.60	3.24	2.79	2.43
基本每股收益（归属于普通股股东净利润，元/股）	0.35	0.44	0.35	0.43
基本每股收益（扣除非经常性损益后归属于普通股股东净利润，元/股）	0.33	0.40	0.32	0.39
加权平均净资产收益率（归属于普通股股东净利润）	10.24%	14.70%	13.47%	19.52%
加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益后归属于普通股股东净利润）	9.61%	13.38%	12.08%	17.44%

四、发行人存在的主要风险

（一）与发行人相关的风险

1、营业收入下滑的风险

报告期内，发行人营业收入分别为 147,780.50 万元、148,865.33 万元、110,273.58 万元和 **55,965.45 万元**，2022 年营业收入较 2021 年下降 38,591.75 万元，幅度为 25.92%，**2023 年 1-6 月营业收入较上年同期下降 2,602.72 万元，幅度为 4.44%**，营业收入下滑主要是由于发行人产品销售的区域以美国和欧洲地区为主，而 2022 年以来欧美地区受通货膨胀影响，其消费市场的整体购买力和市场需求下降，从而导致发行人的下游客户采购需求下降所致。若未来欧美地区通货膨胀进一步提升，导致其消费市场的整体购买力和市场需求进一步下降，则发行人营业收入将存在进一步下滑的风险。

2、财务风险

（1）毛利率波动的风险

发行人主营业务毛利率主要受市场环境、竞争状况、产品售价、原材料价格、人工成本、汇率波动等因素影响。报告期内，发行人的主营业务毛利率分别为 21.70%、18.94%、22.43%和 **28.09%**，主营业务毛利率的波动，主要是由于产品销售结构、生产产品所需的主要原材料市场价格波动以及人民币兑换美元的汇率波动等因素所致，若未来主要原材料的市场价格大幅上涨、人民币兑换美元的汇率朝不利方向大幅波动或影响毛利率相关的其他内外部因素出现较大不利变化，而发行人无法将前述不利因素向下游客户传导或采取有效的措施降低成本等，则发行人主营业务毛利率可能存在下降的风险，进而可能对发行人的经营业绩产生不利影响。

（2）存货跌价损失的风险

报告期各期末，发行人存货账面价值分别为 22,894.95 万元、24,034.50 万元、16,950.71 万元和 **14,807.25 万元**，占流动资产的比例分别为 25.34%、26.28%、22.11%和 **17.37%**。发行人建立了较为完善的存货管理体系，采用“以销定产”和“安全库存”相结合的存货管理模式，合理控制了存货。但如果未来客户取消订单或者市场环境发生重大不利变化，发行人存货可能会出现积压、滞销等情况，使得存货面临较大的跌价损失风险，从而对发行人的财务状况和经营业绩带来不利影响。

（3）税收政策变化风险

报告期内，发行人营业收入主要由外销收入构成，外销收入占营业收入的比例达到 90.00%以上，占比较高。发行人出口货物实行“免、抵、退”办法申报增值税退税，报告期内，发行人产品执行的出口退税率为 13.00%，若未来国家下调相关产品的出口退税率且发行人短时间内无法将相应的税收成本向下游转移，则会对发行人的经营业绩产生一定影响。

发行人于 2019 年 11 月取得了高新技术企业资格，高新技术企业证书编号为 GR201942003025，有效期三年，有效期届满后，发行人于 2022 年 6 月再次申请，并于 2022 年 10 月取得了高新技术企业资格，高新技术企业证书编号为 GR202242000143，有效期三年。按照《中华人民共和国企业所得税法》等相关税收法律、法规规定，高新技术企业享受 15.00%的企业所得税优惠税率。如发行人未来不能通过高新技术企业的重新认定，则在税收优惠结束后不再享受

15.00%的优惠税率而执行 25.00%的所得税税率，从而对发行人未来的税后净利润产生一定影响。

3、客户集中风险

报告期内，发行人来自前五大客户的销售收入占发行人营业收入的比重分别为 66.04%、62.08%、62.08%和 **71.96%**，客户集中度相对较高。发行人专注于品质生活家居用品多年，与主要客户建立了长期稳定的业务合作关系，且主要客户多为信誉良好的优质客户，但若未来发行人与主要客户的业务合作关系发生重大不利变化或者主要客户因自身原因、市场竞争环境、外部政策环境等发生重大不利变化而导致其对发行人产品的采购需求下降较大，则将会对发行人的经营业绩产生较大不利影响。

4、社会保险和住房公积金补缴风险

报告期内，发行人及下属子公司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，报告期内发行人应缴未缴社会保险和住房公积金金额分别为 701.21 万元、231.59 万元、168.37 万元和 **84.83 万元**，占发行人当期利润总额的比例分别为 6.28%、2.79%、1.64%和 **1.00%**，对经营业绩的影响较小。发行人已通过积极宣传、教育的方式向员工普及社保与住房公积金的益处，鼓励员工配合发行人为其缴纳社会保险和住房公积金，发行人应缴未缴社会保险和住房公积金的员工数量显著下降。同时，发行人实际控制人已对相关事项作出承诺。但若发行人需补缴报告期内的社会保险和住房公积金，则将对发行人经营业绩产生不利影响。

5、生产经营场所搬迁风险

报告期内，发行人及下属子公司益诺威部分房产因不符合规划要求，无法办理报建手续而未能取得产权证书，但已取得国有土地使用权，上述未取得产证的房产面积约 2,595 平方米，占发行人及下属子公司主要生产经营场所比例约 1.14%，主要用于辅助性生产、食堂、仓储等，不涉及发行人生产经营的核心工艺和环节，账面原值 287.97 万元，截至 **2023 年 6 月 30 日**的净值为 **155.04 万元**，占发行人及下属子公司固定资产原值和账面价值的比重分别为 **0.51%**和 **0.84%**，所占比重较低。

报告期内，发行人子公司爱思杰租赁位于深圳市龙岗区横岗街道四联社区排榜山塘工业区的房产，面积合计 32,300 平方米，实际用途与规划用途不符，该房产由出租方建设在先，于 2005 年被划入深圳市基本生态控制线内。另外，发行人子公司爱思杰租赁的上述房产以及远特信和宏诺威租赁的位于深圳市的房产面积合计 63,423 平方米因历史遗留问题无产权证明，无法根据产权证书确定租赁物业产权权属，存在因租赁物业权属不清无法继续使用租赁物业的风险。上述租赁瑕疵房产面积合计 63,423 平方米，占发行人及下属子公司主要生产经营场所比例约 27.81%。

如若上述自有房产和租赁房产被要求拆除、改变用途等导致发行人生产经营场所搬迁，经测算上述生产经营场所搬迁当年搬迁费用对发行人的影响金额约为 353.20 万元，占发行人 2022 年扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润 8,266.34 万元的比例为 4.27%，将对发行人生产经营产生一定不利影响。

6、产品研发设计风险

随着人民生活水平的不断提高，消费者对产品的智能便捷、节能高效、外观设计、安全健康等方面的要求越来越高。虽然发行人成立至今一直非常重视产品的研发设计工作，并能及时把握消费者的需求，但如果发行人未来对目标消费者的研究不足、研发资金的投入不足、人才和技术储备不足、研发机制不能适应发行人的发展等，从而导致发行人未能及时研发设计出适销的产品，将对发行人未来的市场竞争力产生不利影响。

7、管理风险

（1）经营管理风险

发行人的生产基地分布于湖北省黄冈市、广东省深圳市、广东省惠州市、江苏省江阴市等地，本次募集资金投资项目完成后，发行人的经营规模将进一步扩大，在市场开拓、人员安排、资源调配、研究开发等方面对发行人的经营管理水平提出了更高的要求。虽然发行人在经营过程中，已经积累了较为丰富的经营管理经验，并形成了科学的决策机制、有效的内部控制及完善的经营管理体系，但如果发行人经营管理水平不能适应未来经营规模扩张的管理需求，管理制度不能及时根据发行人规模进行调整，则发行人将面临较大的经营管理风险。

（2）实际控制人不当控制的风险

发行人实际控制人为潘允和 GUANGSHE PAN，潘允和 GUANGSHE PAN 为父子关系，为发行人共同的实际控制人。本次发行前，潘允直接及通过蕲春华钰、蕲春恒兴间接合计持有发行人总股本的 80.75%，GUANGSHE PAN 通过蕲春华钰间接持有发行人总股本的 7.82%，本次发行完成后潘允和 GUANGSHE PAN 仍为发行人共同的实际控制人。

为避免由于股权过度集中导致发行人实际控制人利用其实际控制人的地位损害发行人利益或其他股东利益，发行人建立了科学、合理的治理结构和内部控制制度，力求防范实际控制人损害发行人或其他股东利益。但实际控制人个人利益与发行人或者其他股东利益发生冲突，则其可能利用其实际控制人地位对发行人经营和财务决策、重大人事任免和利润分配等方面实施不利于发行人或者其他股东利益的决策，损害发行人或其他股东的利益，从而导致发行人可能存在实际控制人不当控制的风险。

（3）人才流失风险

发行人是一家集研发、设计、生产及销售于一体的品质生活家居用品企业，发行人业务经营的开拓和发展在很大程度上依赖于技术人员的研发能力、管理人员的行业经验、以及销售人员的市场开拓能力。若发行人未能制定科学、合理的人力资源规划，未能在行业内保持有竞争力的薪酬、其他福利待遇水平或未来出现其他不可预计的因素等，可能导致发行人的人才流失，将对发行人未来的持续发展造成不利影响，进而影响发行人未来的经营业绩。

（4）员工流动性风险

报告期内，发行人员工的离职率较高，离职率分别为 45.39%、53.14%、44.41%和 27.32%。发行人员工离职情况与所属行业的行业属性密切相关，离职员工主要为低职级员工或生产人员，员工离职情况暂时未对发行人生产经营及业务开展产生重大不利影响。但若发行人未来员工离职率大幅提升，或员工大量流失且不能得到及时补充，将可能对发行人的生产经营、财务状况产生一定影响。

8、募集资金投资项目风险

（1）募投项目的实施效果未达预期的风险

发行人本次发行募集资金投资项目围绕现有的主营业务进行，拟投资“香江电器-品质生活家居用品建设项目”、“香江电器-研发中心建设项目”及补充流动资金，本次募集资金投资项目的市场前景良好，通过募集资金投资项目的实施，将进一步强化发行人的竞争力和盈利能力，为发行人稳定、持续的发展奠定了基础。虽然发行人在确定募集资金投资项目之前经过了充分市场调研及论证，且与发行人的技术储备、现有主营业务及发展战略规划相匹配，但如果募投项目实施过程中市场环境、项目建设、人员招聘、技术变革、相关政策等方面出现重大不利影响，则募集资金投资项目的实施可能存在不能达到预期效果的风险。

（2）折旧摊销大幅增加影响发行人盈利能力的风险

根据募集资金运用计划，本次募集资金投资项目建成后，发行人将新增大量固定资产，相应的固定资产折旧摊销额也将大幅增加。虽然发行人在对项目进行可行性研究时，已经充分考虑了折旧摊销的因素，但若募集资金投资项目不能很快产生效益以弥补新增固定资产投资发生的折旧摊销，将在一定程度上影响发行人的经营业绩，发行人将面临固定资产折旧摊销额增加而影响发行人盈利能力的风险。

（3）即期回报被摊薄的风险

首次公开发行股票并在主板上市后，发行人的净资产将会大幅增加，但募集资金投资项目的建设和达产需要一定的时间周期，难以在短期内对发行人盈利产生显著的贡献，因此发行人存在发行当年即期回报被摊薄（基本每股收益、净资产收益率下降）的风险。

（二）与行业相关的风险

1、国际贸易政策变动风险

报告期内，发行人外销收入分别为 141,926.31 万元、146,627.41 万元、108,828.36 万元和 **55,429.84 万元**，占发行人营业收入的比例分别为 96.04%、98.50%、98.69%和 **99.04%**，发行人外销收入的主要销售区域为北美洲和欧洲地区。其中，报告期内向美国销售的收入分别为 107,893.28 万元、104,131.78 万元、75,514.18 万元和 **45,248.86 万元**，占发行人营业收入的比例分别为 73.01%、69.95%、68.48%和 **80.85%**。

当前全球经济形势复杂多变，国际贸易政策不确定性因素越来越多，各种贸易保护措施盛行，对我国的外销业务产生不利影响。以中美贸易摩擦为例，2018年初以来，中美爆发贸易摩擦，美国相继对向中国进口的涉及航空航天、信息和通信技术、机器人行业、机械领域、化学品、纺织品、食品、服饰及手袋、电子产品、金属制品和汽配产品等行业的商品实施了一系列加征关税的贸易保护措施。虽然对出口至美国的产品加征关税是由美国客户承担，不会给发行人带来额外的直接成本，但若中美贸易摩擦继续升级，美国扩大加征关税的范围或者提高关税税率，将可能影响美国客户的采购需求或者客户要求发行人承担相应的关税成本等，进而对发行人的经营业绩造成不利影响。

2、汇率波动的风险

近年来，随着我国汇率制度改革不断深化，人民币汇率波动日趋市场化，汇率弹性不断增加，汇率的波动将影响外销产品的价格水平及汇兑损益等，进而影响以外销为主的发行人经营业绩。报告期内，发行人营业收入主要由外销收入构成（外销收入占营业收入的比例达到 90.00%以上），外销货款主要以美元结算，发行人受汇率的影响相对明显，若未来人民币汇率大幅波动将对发行人的经营业绩产生较大影响，因此，发行人面临汇率波动的风险。

3、原材料价格波动的风险

发行人生产产品所需的主要原材料包括五金配件、塑胶原料、电子元器件、包装材料、金属原料等。报告期内，发行人产品的直接材料占主营业务成本的比重相对较高（65.00%以上），主要原材料市场价格的波动对发行人产品的生产成本以及毛利率产生较大的影响。

近年来，各类原材料市场价格受宏观经济、市场需求等因素的影响存在一定波动，原材料市场价格的波动给发行人的生产经营带来了一定难度，将导致发行人产品的生产成本以及毛利率存在一定的波动。若未来生产产品所需的主要原材料市场价格出现大幅上涨，而发行人不能将原材料价格大幅上涨的因素有效地向下游客户转移或通过技术、工艺创新等方式进行抵消，则将会对发行人的盈利能力产生不利影响。

4、市场竞争风险

发行人主营产品涵盖电器和非电器两大类品质生活家居用品，且主要销往海外市场，而对于海外市场，由于各个区域的经济水平、消费结构等存在较大差异，发行人需要根据各个区域的差异情况，制定差异化的策略，针对不同区域的不同需求推出不同产品，逐渐将产品远销至北美洲、欧洲、大洋洲、亚洲、南美洲、非洲等多个区域。若发行人不能及时把握各个区域的市场动态情况，开展有针对性的产品，并积极开拓和维护销售渠道等，则发行人可能会失去目前的行业地位，从而面临市场竞争风险。

5、经营季节性风险

发行人经营的品质生活家居用品在使用方面不受季节性因素影响，但由于全球各区域市场文化差异、国民习俗不同等因素造成消费者在购买产品时存在一定的季节性差异，从而使生产企业的生产经营呈现淡旺季差异。其中，北美洲、欧洲的主要节日相对集中在下半年，因此行业中以外销为主的生产企业的销售旺季通常出现在下半年，如感恩节、圣诞节销售期等。内销市场方面，行业企业会受春节假期以及诸如“双十一”式网络购物节等因素的影响，形成销售小高峰，导致下半年市场销售通常大于上半年。因此，就整体而言，发行人产品销售存在一定的季节性波动风险。

6、劳动力成本上升的风险

近年来随着我国社会经济水平的不断发展以及社会保障制度的逐步健全，社会劳动力成本总体呈现上升趋势，发行人面临劳动力成本上升的压力越来越大。虽然发行人通过持续加强精细化管理以降低劳动力成本以及加大自动化设备的投入以降低对劳动力的依赖程度，但随着发行人业务的不断增长，若发行人无法通过精细化管理降低劳动力成本或无法通过自动化设备的投入降低对劳动力的依赖程度，则可能对发行人的生产经营及盈利能力造成一定不利影响。

7、产品质量的风险

发行人作为专业的品质生活家居用品出口制造商，已通过 ISO9001:2015 质量管理体系和 ISO14001:2015 环境管理体系认证，产品符合不同国家和地区的安规、化学及食品级认证等标准。同时，发行人高度重视产品质量检测工作，已建立了完善的质量控制制度，可有效地保证产品质量。若未来发行人的

产品出现重大质量问题，将可能导致发行人的客户流失、声誉受损、经营困难等不利影响。

（三）其他风险

1、发行失败的风险

如果发行人本次首次公开发行股票顺利通过审核并取得批复文件，发行人将按照规定启动发行工作，由于股票公开发行是市场化的经济行为，发行结果将受到资本市场整体情况、发行人经营业绩、投资者对发行人的认可程度等多种内外部因素的影响。若本次首次公开发行过程中，发行人的投资价值无法获得投资者的认可，导致投资者认购不足，则发行人可能存在发行失败的风险。

2、股票价格波动的风险

发行人首次公开发行股票并在主板上市后，股票价格的波动不仅取决于发行人的盈利能力和财务状况，还将受到国内外宏观经济周期、宏观经济政策调整、利率、资金供求关系、股票市场的交易行为、发行人所处的行业状况、投资者的心理预期以及国际、国内政治经济形势和各类重大突发事件等诸多方面因素的影响。因此，前述各类因素的变化将使发行人的股票价格存在波动的风险，从而可能给投资者带来一定投资风险。

五、发行人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 6,821.9837 万股	占发行后总股本比例	不低于发行后公司总股本的 25.00%
其中：发行新股数量	不超过 6,821.9837 万股	占发行后总股本比例	不低于发行后公司总股本的 25.00%
股东公开发售股份数量	不涉及	占发行后总股本比例	不涉及
发行后总股本	不超过 27,287.9346 万股		
发行方式	采用网下向符合条件的投资者询价配售和网上向持有深圳市场非限售 A 股股份和非限售存托凭证市值的社会公众投资者定价发行相结合的方式进行		
发行对象	符合国家法律法规和监管机构规定条件的询价对象和已开立深圳证券交易所股票交易账户的自然人、法人等投资者（国家法律、法规、规范性文件禁止的购买者除外）		
承销方式	余额包销		

募集资金投资项目	香江电器-品质生活家居用品建设项目，项目投资总额 43,286.51 万元
	香江电器-研发中心建设项目，项目投资总额 5,907.32 万元
	补充流动资金，项目投资总额 9,700.00 万元

第二节 本次发行的保荐情况

一、保荐机构项目人员情况

(一) 本保荐机构指定保荐代表人情况

姓名	保荐业务执业情况、联系地址、电话和其他通讯方式
朱忠正	1、保荐业务执行情况：现任国金证券股份有限公司高级经理，保荐代表人，注册会计师资格，具有丰富的投资银行工作经验。曾任职于立信会计师事务所，从 2015 年开始从事投资银行工作，曾负责或参与的 IPO 项目包括：蒙泰高新（证券代码：300876）、大地海洋（证券代码：301068）、通达创智（证券代码：001368）等。 2、联系地址：深圳市福田区金田路 2028 号（2 号楼）皇岗商务中心 2106 3、联系电话：0755-8280 5991 4、邮箱：zhuzhongzheng@gjzq.com.cn
彭瑶	1、保荐业务执行情况：现任国金证券股份有限公司高级经理，保荐代表人，注册会计师资格，法律职业资格，会计硕士研究生。从 2015 年开始从事投资银行工作；曾负责或参与的 IPO 项目包括：飞荣达（证券代码：300602）、欧陆通（证券代码：300870）；曾负责或参与的新三板挂牌项目包括：能迪能源（证券代码：834601）、凯金能源（证券代码：836862）等。 2、联系地址：深圳市福田区金田路 2028 号（2 号楼）皇岗商务中心 2106 3、联系电话：0755-8280 5991 4、邮箱：pengyao@gjzq.com.cn

(二) 本次证券发行上市项目协办人及项目组其他成员

1、项目协办人

姓名	保荐业务执业情况、联系地址、电话和其他通讯方式
尹荟雅	1、保荐业务执行情况：现任国金证券股份有限公司高级经理。曾任职于 FC Australia Holdings Pty Ltd 董事，国信证券股份有限公司项目经理；曾参与 20 海安债、18 仁怀水投债、19 钟停债项目等。 2、联系地址：深圳市福田区金田路 2028 号（2 号楼）皇岗商务中心 2106 3、联系电话：0755-8280 5991 4、邮箱：yinhuia@gjzq.com.cn

2、项目组其他成员

姓名	保荐业务执业情况、联系地址、电话和其他通讯方式
谢丰峰	1、保荐业务执行情况：现任国金证券股份有限公司执行总经理，保荐代表人，注册会计师资格，法律职业资格等。曾在会计师事务所工作，具有丰富的 IPO、上市公司年审、上市公司重大资产重组等项目的审计工作经验；从 2015 年开始从事投资银行工作，曾负责或参与的 IPO 项目包括：紫建电子（证券代码：301121）、唯特偶（证券代码：301319）、奥海科技（证券代码：002993）、飞荣达（证券代码：300602）等项目；曾负责或参与的再融资项目包括：奥海科技（证券代码：002993）非公开发行、聚飞光电（证券代码：300303）公开发行可转债等项目；曾负责或参与的新三板挂牌项目包括：格兰博（证券代码：837322）、能迪能源（证券代码：834601）等项目。

姓名	保荐业务执业情况、联系地址、电话和其他通讯方式
	2、联系地址：深圳市福田区金田路 2028 号（2 号楼）皇岗商务中心 2106 3、联系电话：0755-8280 5991 4、邮箱：xieff@gjzq.com.cn
蔡维楠	1、保荐业务执行情况：现任国金证券股份有限公司项目经理，注册会计师资格、法律职业资格、税务师资格等。曾在会计师事务所工作，具有丰富的审计工作经验；从 2020 年开始从事投资银行工作，曾参与的项目包括：唯特偶（证券代码：301319）IPO 项目、绿能慧充（证券代码：600212）非公开发行等项目。 2、联系地址：深圳市福田区金田路 2028 号（2 号楼）皇岗商务中心 2106 3、联系电话：0755-8280 5991 4、邮箱：caiweinan@gjzq.com.cn
林敏依	1、保荐业务执行情况：现任国金证券股份有限公司项目经理，注册会计师资格、金融学硕士研究生。从 2020 年开始从事投资银行工作，曾参与的项目包括：唯特偶（证券代码：301319）IPO 项目、绿能慧充（证券代码：600212）非公开发行等项目。 2、联系地址深圳市福田区金田路 2028 号（2 号楼）皇岗商务中心 2106 3、联系电话：0755-8280 5991 4、邮箱：linminyi@gjzq.com.cn

二、保荐机构与发行人之间的关联关系

（一）本保荐机构或本保荐机构控股股东、实际控制人、重要关联方不存在持有或者通过参与本次发行战略配售持有发行人或者其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况。

（二）发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方不存在持有本保荐机构或本保荐机构控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况。

（三）本保荐机构的保荐代表人及其配偶，本保荐机构的董事、监事、高级管理人员均不存在持有发行人或者其控股股东、实际控制人及重要关联方股份，以及不存在在发行人或者其控股股东、实际控制人及重要关联方任职的情况；

（四）本保荐机构的控股股东、实际控制人、重要关联方与发行人的控股股东、实际控制人、重要关联方不存在相互提供担保或者融资等情况

（五）除上述说明外，本保荐机构与发行人不存在其他需要说明的关联关系。

三、保荐机构承诺事项

本保荐机构承诺：已按照法律法规和中国证监会及深圳证券交易所的相关规定，对发行人及其控股股东、实际控制人进行了尽职调查、审慎核查，充分

了解发行人经营状况及其面临的风险和问题，履行了相应的内部审核程序，并自愿接受深圳证券交易所的自律监管。

第三节 对本次发行的推荐意见

一、发行人关于本次证券发行的决策程序

本次发行经发行人第四届董事会第六次会议、2022 年第二次临时股东大会审议通过，发行人已就本次证券发行履行了《公司法》、《证券法》和中国证监会及深圳证券交易所规定的决策程序。

二、关于发行人符合主板定位及国家产业政策

（一）发行人符合主板定位

根据《注册管理办法》《股票发行上市审核规则》第三条的规定：“主板突出‘大盘蓝筹’特色，重点支持业务模式成熟、经营业绩稳定、规模较大、具有行业代表性的优质企业。”发行人符合《注册管理办法》《股票发行上市审核规则》第三条的规定，具体分析如下：

1、发行人属于业务模式成熟的企业

（1）发行人的业务模式以 ODM/OEM 为主，属于行业中业务模式成熟的企业之一

发行人所处的品质生活家居用品行业主流且成熟的业务模式主要为以 ODM/OEM 业务模式为主和以 OBM（自有品牌）业务模式为主两种业务模式。其中，以 ODM/OEM 业务模式为主的企业主要负责产品的研发设计、供应链管理、生产制造等环节，行业代表性企业包括新宝股份、比依股份、闽灿坤 B、大叶工业、香江电器等；以 OBM（自有品牌）业务模式为主的企业除了产品的研发设计、供应链管理、生产制造等环节之外，还需集中更多资源和精力在自有品牌的运营、终端客户渠道的建设和营销等方面，行业代表性企业包括小熊电器、北鼎股份等。此外，行业内还存在着少部分以品牌运营为主的企业，其主要负责品牌运营环节，将研发设计环节、生产制造环节委托给其他生产企业。前述三种模式的对比情况如下：

对比内容	以 ODM/OEM 业务模式为主	以 OBM（自有品牌）业务模式为主	以品牌运营为主
研发设计	注重自主研发、技术积累，通过研发设计能力为客户实现概念到产品的落地	重视研发设计能力的培育，通过创意创新设计等提升品牌价值	通常会参与创意性或概念性的设计环节，具体的研发设计一般交由生产商执行
生产制造	主要以自主生产为主，存在部分零部件进行外协生产；通过建设规模化、专业化的生产基地，根据客户的订单要求进行批量化生产	通过建设一定规模的生产基地进行自主生产，同时存在将产品通过外包贴牌生产的方式委托给其他生产商生产	一般无生产基地，不进行生产制造环节，而是将生产制造委托给生产商完成
销售模式	通过巩固现有客户、参与行业展会、客户推荐的方式获取新订单	主要通过线上商城、连锁商超等渠道进行销售	主要通过线上商城、连锁商超等渠道进行销售
下游客户	主要以品牌商等为主	主要以终端销售者、经销商等为主	主要以终端消费、经销商等为主

发行人深耕品质生活家居用品行业三十余年，已成长为国内规模较大的品质生活家居用品出口制造商之一，销售收入主要来源于 ODM/OEM 业务模式，该模式是品质生活家居用品行业主流且成熟的业务模式之一，因此发行人属于业务模式成熟的企业。发行人与同行业可比公司的业务模式对比如下：

业务模式	公司简称	基本情况	收入构成
以 ODM/OEM 业务模式为主	新宝股份（002705）	成立于 1995 年，注册地位于广东省佛山市，于 2014 年在深圳证券交易所上市。新宝股份是国内较早从事设计研发、生产、销售小家电产品的企业之一，也是国内最大的小家电产品 ODM/OEM 制造商之一，主要产品包括电热类厨房电器、电动类厨房电器、家居电器以及个人护理电器，其中电热类厨房电器、电动类厨房电器是其主要的收入来源	ODM/OEM 收入占比超过 80%
	闽灿坤 B（200512）	成立于 1988 年，注册地位于福建省厦门市，于 1993 年在深圳证券交易所上市，从事家用电器、电子产品、机电设备、办公用品、厨卫用具、预包装食品的批发、零售（限分支机构）、进出口及相关配套业务，并提供售后服务，以 ODM/OEM 为主，主要产品包括家居帮手（加湿器、空气净化器、空气循环扇等）、美食烹调（电饭煲、牛排机、料理机等电热类）、茗茶/咖啡等系列小家电等	主要从事 ODM/OEM 业务，其小家电制造业务占比超过 90%
	比依股份（603215）	成立于 2001 年，注册地位于浙江省余姚市，于 2022 年在上海证券交易所上市，是一家以空气炸锅、空气烤箱、油炸锅、煎烤器等加热类厨房小家电产品的设计、制造和销售为核心业务的高新技术企业，主营业务主要包括 ODM/OEM 业务和“BIYI 比依”自主品牌业务，主要产品为空气炸锅、空气烤箱、油炸锅	ODM/OEM 业务占比超过 90%
	大叶工业	宁波大叶园林工业股份有限公司(以下简称为“大叶工业”)成立于 2001 年，注册地位于浙江省余姚市，从事农林园艺灌溉及喷洒工具的研发、生产和销售，产	ODM/OEM 收入占比超过 90%

业务模式	公司简称	基本情况	收入构成
		品主要通过国外家居商超、百货超市以及各类品牌商、贸易商销往全球 50 多个国家和地区，产品分为 4 个大类，包括喷洒系列、水管系列、连接件系列、其他产品。 大叶工业 于 2022 年 12 月 5 日在上海证券交易所主板提交首发申请， 于 2023 年 8 月 4 日终止审核	
	发行人	成立于 2012 年，注册地位于湖北省黄冈市，自成立一直专注于品质生活家居用品的研发、设计、生产与销售，主营产品涵盖电器类家居用品和非电器类家居用品两大类。其中，电器类家居用品主要包括电热类、电动类、电子类等多系列小家电产品；非电器类家居用品主要包括花园水管及其他	ODM/OEM 收入占比超过 90%
以 OBM（自主品牌）业务模式为主	小熊电器（002959）	成立于 2006 年，注册地位于广东省佛山市，于 2019 年在上海证券交易所上市，是一家以自主品牌“小熊”为核心，运用互联网大数据进行创意小家电研发、设计、生产和销售的“创意小家电+互联网”企业，主要产品包括厨房小家电、生活小家电及其他小家电，目前有超过 60 个产品品类、500 多款产品型号对外销售，产品包括养生壶、煮蛋器、电热饭盒、酸奶机、电烤炉、吐司机、多士炉、打蛋器、电煮锅，产品使用对象涵盖幼儿、青年、中老年人群及其生活与工作的不同场景	主要从事自主品牌业务
	北鼎股份（300824）	成立于 2003 年，注册地位于广东省深圳市，于 2020 年在深圳证券交易所上市。北鼎股份主要从事“BUYDEEM 北鼎”自主品牌业务和 OEM/ODM 业务，主要产品为养身壶、电热水壶、多士炉、烤箱、饮水机、蒸锅等厨房小家电产品，以及围绕养生壶、烤箱等配套推出的养生食材、周边产品等	自主品牌业务占比超过 70%
对比结论		发行人采取的 ODM/OEM 业务模式是品质生活家居用品行业主流且成熟的业务模式之一，因此发行人具备成熟的业务模式	

说明：上述资料来源于同行业上市公司年度报告、招股说明书等公开信息。

（2）发行人以 ODM 业务为主，在 ODM/OEM 生产企业中具有较强的核心竞争力

①发行人 ODM 业务占主营业务收入比重稳定在 80%左右且呈逐年增长趋势

OEM 模式下，生产企业主要根据品牌商提供的样品、模具、3D 图纸等进行简单且重复的加工生产及组装，赚取生产端的加工费，其主要依附于品牌商的订单存活，在整体利润分配中只占到极小部分，且普遍存在着竞争激烈、技术含量低、话语权低、可替代性强的特性。ODM 模式下，生产企业通常进行自主设计研发或根据客户初步意向进行设计研发，由客户确认研发样品之后再进行订单生产，在此模式下，生产企业在与客户谈判中具有一定的议价能力，

除加工、组装产品的利润外，还能获取设计和研发环节的利润。相比于以 OEM 业务为主的传统生产企业，以 ODM 业务为主的企业在国际贸易中相对具有更强的议价能力，对国际品牌商的依赖性相对较低，同时具备更强的技术竞争实力，拥有更为丰富的产品线，并能为客户提供多样化的合作品类和合作空间，整体来看具备更强的抗风险能力、持续经营能力。

经过多年发展，发行人在前期 OEM 加工过程中积累的技术经验的基础之上不断进行技术攻克和技术升级，具备较强的设计研发能力，掌握了多项核心技术，并能充分发挥技术研发优势、自主优化产品设计，成功转型为以 ODM 为主的生产制造企业，为众多国际品牌商提供长期且稳定的 ODM 加工服务，形成了较强的核心竞争优势。报告期内，发行人 ODM 业务占主营业务收入比重稳定在 80%左右且呈现逐年增长趋势，发行人 ODM 业务占比情况具体如下：

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
ODM 占比	87.58%	85.56%	85.50%	79.90%
OEM 占比	7.09%	8.85%	8.16%	13.91%
OBM 占比	5.33%	5.59%	6.35%	6.19%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

②发行人在 ODM/OEM 加工业务方面的核心竞争力

经过多年发展，发行人在 ODM/OEM 加工业务方面已建立起了成熟的业务和管理体系，并形成了较强的核心竞争力，与多个全球知名客户建立了长期且稳定的业务合作关系，形成了较强的客户粘性。发行人在 ODM/OEM 加工业务方面的核心竞争力主要体现在以下几个方面：

A、具备稳定的工艺控制

发行人为保证生产工艺稳定、生产流程顺畅，采取了模块化生产管理，从原来的“串联式”长流水生产线模式改为组成部件的“并联式”模块化生产线模式，有效避免了因产品个别组成部件的生产环节故障而延误整体生产进度的情形，保证了生产工艺的稳定性和延续性，同时也能减少内部人力资源浪费、节约人力成本。发行人也加强了精细化管理，注重生产工艺的细节化管控，及时跟踪全生产流程的进度以及调配人力资源，保证生产流程的顺利进行。

此外，发行人还积极布局了自动化先进生产线如串激马达自动生产线、多

士炉生产线、华夫机生产线、电水壶生产线等以及自动检测线，有效保证了产品的工艺稳定，提高了产品一致性和合格率。报告期内发行人退换货金额占主营业务收入比重分别为 0.11%、0.10%、0.14%和 **0.24%**，发行人的退换货金额占比非常小，表明发行人的工艺控制稳定，能够较好的满足客户需求，实现产品的及时交付。因此，稳定的工艺控制是发行人能够长期与客户合作，实现多产品大批量交付的保障。

B、具有较强的成本控制能力

发行人实行集中式采购模式，设立了专门的采购中心，由采购中心负责集团主要原辅材料的采购，并根据各个工厂的实际采购需求统一调配物料。集中式采购使得发行人能够较好进行采购管理，在与供应商谈判时具备较强的议价能力，能够较好的控制材料成本。

发行人建立了较为完善的产业链，拥有模具车间、压铸电木车间、电机车间、五金制品车间、炸网车间、喷涂车间、装配车间等，能够实现产品从模具制作、注塑/压铸成型、精密五金加工、自动喷涂到高效装配等各个主要生产环节的生产，亦能从源头把握住产品的供应质量，进而使得发行人在部分组成部件市场供应短缺或成本上涨剧烈的情况下能够自给自足，实现生产供应稳定，保证产品交期。

C、具有较强的规模效应

发行人经过多年发展，已形成了较大的经营规模体量、较为稳定的盈利水平，报告期内营业收入规模体量均保持在 10 亿元以上，综合毛利率亦稳定在 20%左右，是发行人规模效应的体现。发行人在多项资源的利用上产生了规模效应，从采购端来看，集中式采购模式使得发行人在较大经营体量的基础上能够强化对上游供应商的议价能力，并实现优先供应保障；从生产端来看，发行人生产布局广泛，产业链较为完备，具有规模化和专业化的生产能力，能够保证产品供应；从销售端来看，发行人的快速响应和交付能力使得发行人能够及时满足客户的规模采购需求，提升客户服务能力及客户粘性，进而为发行人争取更多的规模生产订单。

D、具有较强的研发设计能力

小家电产品层出不穷、更新迭代较快，而研发设计能力较弱的企业则无法

准确地为客户实现从产品设计概念到产品落地的过程，难以在激烈的市场竞争中生存，因此，研发设计能力是 ODM/OEM 生产企业保持核心竞争力、与客户建立长期且稳定的合作关系的重要抓手之一。

发行人注重技术创新和技术升级，掌握了集电磁感应自动检测控速技术、弹性自动伸缩技术、电子控制及快速破壁技术、旋切倒圆带自动停止装置技术、电子控温技术等为一体的核心技术体系，并形成了多项核心知识产权。截至本上市保荐书之日，发行人拥有授权专利 **415** 项，其中发明专利 13 项，发行人专利数量处于同行业可比公司的中间水平。同时，发行人密切关注行业前沿技术动态、跟踪市场发展动向，通过持续并加大资金和资源的投入（报告期内发行人研发投入占营业收入比重分别 2.23%、2.42%、2.90%和 **2.70%**，呈现上升趋势），使得发行人能够保持研发活力，具有持续创新和研发能力，能够适应多变的市场需求。

（3）发行人具备成熟完善的管理体系、稳定的核心团队，保障了发行人经营的平稳运行

经过长期积累与沉淀，发行人从实际经营和管理当中总结经验，建立健全了与发行人生产经营特征相适应的组织架构，形成了一套从上至下行之有效的管理体系，能够高效合理地配置资源，并对采购流程、生产流程、销售服务、研发设计、财务管理、质量控制、人力资源等各个业务活动进行了严格规范，建立了《生产管理》《采购管理》《研发项目管理》《订单管理》《售后及投诉管理》《质量管理程序》等一系列内控制度，能够保证日常经营的平稳运行。同时，发行人高管团队决策高效且非常稳定，总经理、副总经理、财务总监等核心高级管理人员均为创始团队。发行人视员工为资本，重视人才培养和人才梯队建设，通过长期激励政策如股权激励以充分调动优秀人才的积极性，核心研发团队、主要销售骨干均较为稳定。健全的组织架构、规范化的运营体系、稳定的核心团队是发行人维持业绩稳定、保证生产经营平稳运行的有力保障。

（4）发行人符合产业政策和国家经济发展战略

近年来，国家连续出台《推进家居产业高质量发展行动方案》《商务部等 13 部门关于促进绿色智能家电消费若干措施的通知》《关于进一步释放消费潜

力促进消费持续恢复的意见》《中国家电工业“十四五”发展指导意见》《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》等系列政策或规划鼓励支持家居、家电行业发展。此外，商务部于 2023 年 3 月 2 日举行发布会，明确家电作为消费领域的“四大金刚”之一，是提振消费的重点领域。国务院总理李强也于 2023 年 6 月 29 日主持召开国务院常务会议，审议通过了《关于促进家居消费的若干措施》，指出家居消费涉及领域多、上下游链条长、规模体量大，采取针对性措施加以提振，有利于带动居民消费增长和经济恢复。

发行人主营电器类家居用品和非电器类家居用品，符合当前的产业政策和国家经济发展战略。且公司作为国内规模较大且业务模式成熟的品质生活家居用品出口制造商之一，有望在国家鼓励支持家居、家电行业发展的背景下受益。

综上所述，发行人收入主要来源于 ODM/OEM 业务模式，该模式是品质生活家居用品行业主流且成熟的业务模式之一。发行人 ODM/OEM 业务发展多年，逐步以 ODM 业务为主，报告期内 ODM 业务占主营业务收入比重稳定在 80%左右且呈逐年增长趋势，使得发行人在工艺控制、成本控制、规模效应、研发设计等方面具有较强的核心竞争力。发行人具备成熟完善的管理体系、稳定的核心团队，能够保障发行人经营的平稳运行，且发行人符合产业政策和国家经济发展战略。由此可见，发行人属于业务模式成熟的企业。

2、发行人属于经营业绩较为稳定、国内规模较大的家居用品出口制造商之一

(1) 发行人的经营规模处于“家用电力器具制造”规模以上私营工业企业的前列

发行人报告期内电器类家居用品收入占比均超过 60.00%，属于《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017）中的“电气机械和器材制造业（C38）”之“家用电力器具制造（C385）”行业。根据 2020 年、2021 年中国工业统计年鉴数据（尚未公布 2022 年数据），发行人的资产总额、营业收入、净利润水平处于“家用电力器具制造”规模以上私营工业企业的前列，具体情况如下：

发行人与“家用电力器具制造”规模以上私营工业企业的主要指标对比				
年份	项目	资产总计（亿元）	营业收入（亿元）	利润总额（亿元）
2021年	行业合计①	6,566.96	8,299.23	626.81
	家数②	2,951.00	2,951.00	2,951.00
	行业平均值③=①/②	2.23	2.81	0.21
	发行人④	12.39	14.89	0.83
	倍数⑤=④/③	5.57	5.29	3.90
2020年	行业合计①	5,468.15	6,249.86	537.62
	家数②	2,508.00	2,508.00	2,508.00
	行业平均值③=①/②	2.18	2.49	0.21
	发行人④	12.10	14.78	1.12
	倍数⑤=④/③	5.55	5.93	5.21

通过上表可知，“家用电力器具制造”规模以上私营工业企业约 3 千家，发行人的资产总额是行业平均值的 5 倍左右，营业收入是行业平均值的 5-6 倍，利润总额是行业平均值的 4-5 倍。由此可见，发行人的经营规模处于“家用电力器具制造”规模以上私营工业企业的前列。

因此，发行人的经营规模体量较大且较为稳定，属于“家用电力器具制造”行业中规模较大的出口制造商之一。

（2）发行人营业收入规模保持在 10 亿元以上，经营体量较大且较为稳定

家居用品行业尤其是小家电行业的市场需求非常旺盛，行业拥有可观的利润空间，行业竞争相对激烈且参与者众多，而业务布局较早、综合实力较强的企业则能凭借先发优势形成规模效应，逐步发展壮大并占据有利的市场地位。发行人自成立以来一直专注于品质生活家居用品的研发、设计、生产与销售，深耕行业三十余年，以客户需求及市场趋势为导向，并通过持续的技术创新，为客户提供稳定、优质的产品，使得发行人在激烈的行业竞争中取得优势，实现了较大的经营规模体量，且能持续盈利。报告期内发行人的营业收入分别为 14.78 亿元、14.89 亿元、11.03 亿元和 5.60 亿元，年度营业收入均保持在 10 亿元以上。

此外，根据中国机电产品进出口商会出具的《证明》：“据我会统计，我会小家电会员企业共计 700 余家。湖北香江电器股份有限公司 2020 年、2021

年、2022 年出口额在热水壶等小家电产品 ODM/OEM 出口生产企业中处于行业领先地位。”

因此，整体来看，发行人经营规模体量较大且较为稳定。

(3) 发行人与主要品牌商客户的合作不会轻易被更换，业务具有稳定性和持续性

基于 ODM/OEM 行业的特性，生产企业需要经过长期积累才能获得海外客户的认可并建立稳定持续的业务合作关系。海外知名客户的供应商认证往往非常严格，会对生产企业的经营资质、生产能力、质量管理、人权、反恐与工厂安全、环境保护等方面进行深入考察。一般来说，从客户接洽、客户考察、客户验厂、样品试制、小批量试产、大批量订单等通常需要经历 2-3 年时间，特别是对于全球知名大客户的供应商认证，其耗费时间往往更长。一旦生产企业通过合格供应商认证并开始建立合作，大客户出于转换成本考虑不会轻易更换供应商。因此，行业新进入企业难以在较短的时间内开拓大客户。以发行人报告期内前五大品牌商为例，其对供应商的认证条件、认证周期等情况如下：

序号	客户名称	进入该客户的供应商体系需具备的条件	开发周期	合作时间	合作过的品类数量
1	Telebrands	需考察产能、价格、交期、研发能力、工厂规模等因素	从开始接洽到实现第一个产品的量产订单，耗费了约 1 年	从发行人成立开始合作，至今合作超过十年	合作过包括水管、锅具、拖把、夜视镜、坐垫、净化器、电脑桌、磨刀器、镭射灯、皂液瓶等在内的多款型号产品，近五年累计销售数量超过 5 千万
2	沃尔玛	需考察人权、品质、反恐、产能等因素，且必须有指定产品保险	从开始接洽到实现第一个产品的量产订单，耗费了约 5 年	从发行人成立开始合作，至今合作超过十年	已合作过 10 余种型号，近五年累计销售数量超过 6 千万台
3	Sensio	需通过其终端客户如沃尔玛的指定验厂流程，且必须有指定产品保险	从开始接洽到实现第一个产品的量产订单，耗费了约 3 年	从发行人成立开始合作，至今合作超过十年	已合作过的型号超过 40 种，近五年累计销售数量超过 3 千万台
4	Hamilton Beach	需通过其终端客户如沃尔玛、Target 等的指定验厂流程，且必须有指定产品保险	从开始接洽到实现第一个产品的量产订单，耗费了约 5 年	2013 年开始合作，至今合作超过十年	已合作过的产品型号超过 30 种，近五年累计销售数量超过 2 千万台

序号	客户名称	进入该客户的供应商体系需具备的条件	开发周期	合作时间	合作过的品类数量
5	SEB	需通过自身验厂以及终端客户如 Costco 等的指定验厂流程，需对人权、品质、反恐等方面进行综合考察	从开始接洽到实现第一个产品的量产订单，耗费了约 2 年	从发行人成立开始合作，至今合作超过十年	已合作过的产品型号超过 30 种，近五年累计销售数量超过 500 万台

由上表可知，发行人报告期内前五大品牌商客户的认证流程较为繁琐，新供应商进入并实现批量供货耗费的时间较长，具有一定的难度，品牌商客户替换现有供应商的成本较高。一方面，前述品牌商客户除了对其供应商自身条件设置较为严格标准之外，往往还需通过较长时间的反复接洽与论证才能筛选出整体配合度较高的供应商，品牌商客户较难在短时间内寻找到多方面配合度较高的供应商，另一方面，由于发行人与上述品牌商客户的合作时间均超过十年，业务配合度已经过长时间的验证，合作关系较为稳固，客户对发行人的认可度较高，合作期间亦未发生重大质量纠纷或供应中断，因此发行人不会被前述品牌商客户轻易替换。

（4）发行人具备规模化的生产及营销布局，是发行人维持并壮大经营规模的有利因素

发行人在黄冈市、深圳市、江阴市、惠州市等地分别建有 6 个生产基地，累计占用面积近 23 万平方米，此外，发行人“香江电器-品质生活家居用品建设项目”（实施主体：香江智能）正在建设中，占用面积近 14 万平方米。发行人建立了完备的配套产业链体系，拥有模具车间、压铸电木车间、电机车间、五金制品车间、炸网车间、喷涂车间、装配车间等，能够对产品从模具制作、注塑/压铸成型、精密五金加工、自动喷涂到高效装配等生产节点进行精准把控，具有较大的生产规模，形成了较强的规模制造能力。报告期内，发行人固定资产账面原值分别为 54,299.44 万元、56,438.78 万元、57,920.27 万元和 56,661.17 万元，固定资产账面价值分别为 22,178.56 万元、20,902.33 万元、18,418.26 万元和 15,747.96 万元。

为进一步完善营销网络布局、提升经营管理效率，发行人已相继在中国香港、美国等地区设立子公司作为国际业务销售平台。发行人依托高效的销售服务能力、完善的质量管理体系，建立了以线下销售为主、线上销售（通过亚马逊、天猫、京东、拼多多等电商平台）为辅的营销体系，产品远销北美洲、欧

洲、大洋洲、亚洲、南美洲、非洲，覆盖全球 70 多个国家和地区，具有较大的销售网络布局。生产基地以及营销区域的广泛布局是发行人经营规模体量较大的直接体现，为发行人维持现有经营规模并持续发展奠定了基础。

综上所述，发行人经营规模处于“家用电力器具制造”规模以上私营工业企业的前列，营业收入规模体量均保持在 10 亿元以上，发行人与主要品牌商客户合作具有稳定性及持续性，并具有规模化的生产基地及广泛的营销网络布局，因此，发行人属于经营业绩较为稳定、国内规模较大的家居用品出口制造商之一。

3、发行人属于具有行业代表性的优质企业之一

（1）发行人的经营规模处于以 ODM/OEM 业务模式为主的厨房小家电出口代表性企业的中间水平

发行人经营规模处于以 ODM/OEM 业务模式为主的厨房小家电出口代表性企业的中间水平，属于具有代表性的优质企业之一，于 2023 年 9 月荣获中国机电产品进出口商会授予的“2022 年十大厨房小家电出口企业”。

中国机电产品进出口商会成立于 1988 年，是服务于中国机电产品生产和进出口贸易、中国对外投资合作及相关活动的全国性社会组织，现有会员企业 1 万余家，涵盖产业领域广泛，产业链供应链完整，具有较强的行业代表性，现设 21 个行业分会、1 个专家委员会和 6 个专门委员会，曾被民政部评为中国最高等级 5A 级社会组织、两次被民政部授予“全国先进社会组织”称号，是对外经贸领域具有代表性的组织之一，其发布的中国十大厨房小家电出口企业榜单具有一定的权威性和代表性。

发行人选取以 ODM/OEM 业务模式为主的厨房小家电出口代表性企业进行对比，选取的具体标准如下：（1）属于以 ODM/OEM 业务模式为主的 2020 年“十三五”中国十大厨房小家电出口企业（排名来源于中国机电产品进出口商会于 2020 年 12 月、2023 年 9 月发布的中国十大厨房小家电出口企业；2021 年、2022 年中国机电产品进出口商会并未发布中国十大厨房小家电出口企业榜单，故此处选取 2020 年 12 月、2023 年 9 月公布的中国十大厨房小家电出口企业榜单进行对比分析）；（2）已申报 IPO 或北交所/拟申报 IPO 或北交所的 ODM/OEM 厨房小家电出口企业。

针对上述标准，发行人选取了 8 家以 ODM/OEM 业务模式为主的厨房小家电出口代表性企业，并与他们在注册资本、资产总额、营业收入、利润总额方面进行对比，具体情况如下：

(1) 注册资本对比

序号	企业名称	注册资本	备注
1	德豪润达（002005.SZ）	175,242.4858 万元人民币	2020 年度中国十大厨房小家电出口企业之一
2	新宝股份（002705.SZ）	82,672.778 万元人民币	2020 年度、2022 年度中国十大厨房小家电出口企业之一
3	博菱电器（已于 2022 年 11 月 4 日通过创业板上市委会议）	36,480 万元人民币	2020 年度、2022 年度中国十大厨房小家电出口企业之一
4	比依股份（603215.SH）	18,666 万元人民币	2020 年度、2022 年度中国十大厨房小家电出口企业之一
5	宁波嘉乐智能科技股份有限公司	12,191.6593 万元人民币	2020 年度、2022 年度中国十大厨房小家电出口企业之一
6	宁波凯波集团有限公司	10,800 万元人民币	2020 年度、2022 年度中国十大厨房小家电出口企业之一
7	鸿智科技（870726.BJ）	3,130.4347 万元人民币	-
8	卓力电器集团有限公司	10,800 万元人民币	2022 年度中国十大厨房小家电出口企业之一
9	发行人	20,465.9509 万元人民币	2022 年度中国十大厨房小家电出口企业之一

说明：上表中除了鸿智科技之外，其他公司均获得“中国十大厨房小家电出口企业”荣誉。以上排名不分先后。

从注册资本来看，发行人的注册资本高于比依股份、鸿智科技、宁波嘉乐智能科技股份有限公司、宁波凯波集团有限公司、卓力电器集团有限公司，因此发行人注册资本处于中间水平。

(2) 资产总额对比

单位：亿元

序号	企业名称	2023 年 6 月 30 日	2022 年末	2021 年末	2020 年末
1	新宝股份（002705.SZ）	132.89	128.65	126.27	124.95
2	德豪润达（002005.SZ）	25.22	26.79	34.30	40.63
3	博菱电器（已于 2022 年 11 月 4 日通过创业板上市委会议）	12.81	12.34	12.31	11.62
4	比依股份（603215.SH）	16.44	15.19	11.73	8.44
5	鸿智科技（870726.BJ）	2.20	2.14	2.26	2.21
6	宁波嘉乐智能科技股份有限公司	/（注 1）	/（注 1）	/（注 1）	/（注 1）
7	宁波凯波集团有限公司	/（注 1）	/（注 1）	/（注 1）	/（注 1）

序号	企业名称	2023 年 6 月 30 日	2022 年末	2021 年末	2020 年末
8	卓力电器集团有限公司	/（注 1）	/（注 1）	/（注 1）	/（注 1）
9	发行人	13.59	12.22	12.39	12.10

注 1：非公众公司并未公开披露该等数据。

说明：上表中除了鸿智科技之外，其他公司均**获得**“中国十大厨房小家电出口企业”荣誉。以上排名不分先后。

从资产总额来看，2020 年末、2021 年末发行人的资产总额均高于博菱电器、比依股份、鸿智科技；2022 年末发行人的资产总额高于鸿智科技，并与博菱电器、比依股份接近。2023 年 6 月末发行人的资产总额高于博菱电器、鸿智科技，并与比依股份接近。因此，发行人资产总额报告期内整体处于中间水平。

（3）营业收入对比

单位：亿元

序号	企业名称	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
1	新宝股份（002705.SZ）	63.55	136.96	149.12	131.91
2	德豪润达（002005.SZ）	3.81	11.85	20.78	22.16
3	博菱电器（已于 2022 年 11 月 4 日通过创业板上市委会议）	6.44	14.30	19.73	16.96
4	比依股份（603215.SH）	8.51	14.99	16.34	11.63
5	鸿智科技（870726.BJ）	1.83	4.42	4.26	3.80
6	宁波嘉乐智能科技股份有限公司	/（注 1）	/（注 1）	/（注 1）	/（注 1）
7	宁波凯波集团有限公司	/（注 1）	/（注 1）	/（注 1）	/（注 1）
8	卓力电器集团有限公司	/（注 1）	/（注 1）	/（注 1）	/（注 1）
9	发行人	5.60	11.03	14.89	14.78

注 1：非公众公司并未公开披露该等数据。

说明：上表中除了鸿智科技之外，其他公司均**获得**“中国十大厨房小家电出口企业”荣誉。以上排名不分先后。

从营业收入来看，2020 年发行人营业收入高于比依股份、鸿智科技，并与博菱电器接近；2021 年发行人的营业收入高于鸿智科技，并与比依股份接近；2022 年发行人的营业收入高于鸿智科技，并与比依股份、德豪润达、博菱电器接近，2023 年 1-6 月发行人的营业收入高于德豪润达、鸿智科技，并与博菱电器、比依股份接近。因此，发行人营业收入报告期内整体处于中间水平。

(4) 利润总额对比

单位：亿元

序号	企业名称	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
1	新宝股份（002705.SZ）	5.33	12.57	9.86	13.74
2	比依股份（603215.SH）	1.44	1.96	1.32	1.20
3	博菱电器（已于 2022 年 11 月 4 日通过创业板上市委会议）	0.29	1.21	0.80	1.28
4	鸿智科技（870726.BJ）	0.19	0.39	0.22	0.25
5	德豪润达（002005.SZ）	-1.34	-3.70	-5.32	-5.84
6	宁波嘉乐智能科技股份有限公司	/（注 1）	/（注 1）	/（注 1）	/（注 1）
7	宁波凯波集团有限公司	/（注 1）	/（注 1）	/（注 1）	/（注 1）
8	卓力电器集团有限公司	/（注 1）	/（注 1）	/（注 1）	/（注 1）
9	发行人	0.85	1.03	0.83	1.12

注 1：非公众公司并未公开披露该等数据。

说明：上表中除了鸿智科技之外，其他公司均**获得或曾经获得**“中国十大厨房小家电出口企业”荣誉。以上排名不分先后。

从利润总额来看，2020 年发行人利润总额与博菱电器、比依股份接近，并且高于德豪润达、鸿智科技；2021 年发行人利润总额高于博菱电器、德豪润达、鸿智科技；2022 年发行人利润总额高于德豪润达、鸿智科技，**并与博菱电器接近**。2023 年 1-6 月发行人利润总额高于博菱电器、德豪润达、鸿智科技。因此，发行人利润总额报告期内整体处于中间水平。

通过上述分析整体来看，发行人的注册资本、资产总额、营业收入、利润总额处于上述以 ODM/OEM 业务模式为主的厨房小家电出口代表性企业的中间水平，特别是在部分年份的部分指标方面还优于博菱电器、比依股份、德豪润达等中国十大厨房小家电出口企业，且发行人亦于 2023 年 9 月荣获“2022 年十大厨房小家电出口企业”，表明发行人是以 ODM/OEM 业务模式为主的厨房小家电出口企业的代表性企业之一。

(2) 发行人与众多知名客户建立了稳定的业务合作关系，是发行人作为代表性优质企业之一的直接体现

①发行人与一大批全球知名品牌商建立了稳定的业务合作关系

发行人长期专注于品质生活家居用品的研发、设计、生产与销售，多年来发行人始终以目标消费者需求为导向，不断打磨自身产品，丰富产品体系，形

成了覆盖面广、性能优越的全系列品质生活家居用品结构，凭借较强的综合实力成功与一大批全球知名品牌商如沃尔玛、飞利浦、SEB、Telebrands、Hamilton Beach、亚马逊、Newell、麦德龙、家乐福、Spectrum、欧尚等建立了稳定的业务合作关系。上述客户的基本情况以及发行人与他们的合作历史如下：

序号	客户名称	客户简介	合作历史	客户类型
1	沃尔玛	沃尔玛成立于 1969 年，注册地位于美国，主要从事零售商超业务，包括沃尔玛商超系统与山姆会员店等，是世界性连锁企业，位于 2022 年世界 500 强排行榜第 1 位，是纽约证券交易所的上市公司（股票代码：WMT.N），2022 年营业收入约 6,113 亿美元	从发行人成立开始合作，至今合作超过十年	前五大客户之一
2	飞利浦	飞利浦成立于 1891 年，注册地位于荷兰，1987 年在美国纽约证券交易所上市（代码：PHG），主要生产和经营照明、家用电器、医疗系统方面的产品，其在全球 28 个国家有生产基地，在 150 个国家设有销售机构，拥有 8 万项专利，位于 2022 年世界品牌 500 排行榜第 59 位，2022 年其营业收入为 178 亿欧元。据 Euromonitor 数据统计，2022 年其小家电业务的销售量（包含 Philips、Senseo、Povos 等）在全球排名第 2，市场份额为 4.9%	2020 年开始合作	主要客户之一
3	SEB	Group SEB 成立于法国，拥有超过 160 年的历史，是一家法国的大型小家电和炊具制造商，是巴黎交易所的上市公司（股票代码：SK.PA），2022 年实现营业收入 79.60 亿欧元。根据 Euromonitor 数据统计，2022 年其小家电业务的销售量(包含 Supor、Tefal、Moulinex、Rowenta 等品牌)在全球排名第 3，市场份额为 3.8%	从发行人成立开始合作，至今合作超过十年	前五大客户之一
4	Telebrands	Telebrands 成立于 1983 年，注册地位于美国，主要从事消费品营销、推广业务，是一家领先的电视营销公司，是“As Seen On TV”标志和贸易类别的原创者，其营销渠道包括线上商城、电视购物、线下零售等，2021 年实现营业收入约 2.5 亿美元	从发行人成立开始合作，至今合作超过十年	前五大客户之一
5	Hamilton Beach	Hamilton Beach 成立于 1910 年，注册地位于美国，拥有超过 100 年的历史，是世界知名的小家电品牌，是纽约证券交易所的上市公司（股票代码：HBB.N），2022 年实现营业收入 6.41 亿美元。根据 Euromonitor 数据统计，2022 年其小家电业务的销售量(包含 Hamilton Beach、Proctor Silex 品牌)在全球排名第 12，市场份额为 1.5%	2013 年开始合作，至今合作超过十年	前五大客户之一
6	亚马逊	亚马逊成立于 1994 年，注册地位于美国，主要通过其在线商店和实体商店为消费者提供服务，是一家世界闻名的网络电子商务公司，位于 2022 年世界 500 强第 2 位，是纳斯达克上市公	2016 年开始合作，至今合作超过五年	主要客户之一

序号	客户名称	客户简介	合作历史	客户类型
		司（股票代码 AMZN.O）2022 年实现营业收入 5,139.83 亿美元		
7	Newell	Newell Brands Inc 成立于 1903 年，注册地位于美国，拥有超过 100 年的历史，是一家全球消费品公司，主营电器和炊具、食品和商业等业务，其家电类业务运营的品牌包括 Calphalon、Crockpot、Mr.Coffee、Oster、Sunbeam 等，是纳斯达克上市公司（股票代码 NWL.O），2022 年实现营业收入 94.59 亿美元。根据 Euromonitor 数据统计，2022 年其小家电业务的销售量(包含 Oster、Sunbeam、Holmes、Mr Coffee 等品牌)在全球排名第 7，市场份额为 2.4%	从发行人成立开始合作，至今合作超过十年	主要客户之一
8	麦德龙	麦德龙（Metro AG）成立于 1964 年，注册地位于德国，是德国最大、欧洲第二、世界第三的零售批发超市集团，是德国股票指数 DAX 的成分公司，分店遍布全球 30 多个国家或地区，位于 2022 年世界 500 强第 482 位，是法兰克福证券交易所上市公司（股票代码：B4B.F），2022 年实现营业收入 297.54 亿欧元	从发行人成立开始合作，至今合作超过十年	主要客户之一
9	家乐福	家乐福（Carrefour S.A.）成立于 1959 年，注册地位于法国，是全球领先的零售商集团，在全球 30 多个国家或地区拥有超过 1.4 万家门店，位于 2022 年世界 500 强第 119 位，是巴黎交易所的上市公司（股票代码：CA.PA），2022 年实现营业收入 908 亿欧元	从发行人成立开始合作，至今合作超过十年	主要客户之一
10	Spectrum	Spectrum Brands Holdings Inc，成立于 2005 年，注册地位于美国，主营家庭和个人护理、宠物护理、家居和花园等产品的制造、运营，是纽约证券交易所的上市公司（股票代码 SPB.N），2022 年度实现营业收入 31.33 亿美元。根据 Euromonitor 数据统计，2022 年其小家电业务的销售量(包含 Black+Decker、Remington、George Foreman 等品牌)在全球排名第 4，市场份额为 3.3%	从发行人成立开始合作，至今合作超过十年	主要客户之一
11	欧尚	欧尚集团成立于 1961 年，注册地位于法国，是法国第二大以经营零售业为主的商业集团，全球十大零售商之一，旗下包括 Auchan Retail、Immochan 和 Oney 业务，位于 2022 年世界 500 强第 371 位，2022 年营业收入为 334.85 亿欧元	2015 年开始合作，合作至今接近十年	主要客户之一

说明：上表主要客户列示母公司或上市主体，以上资料来源于其官方网站、年度报告等公开资料以及访谈问卷、中国出口信用保险公司出具的《海外资信报告》等。

因此，发行人凭借自身的综合实力与上述全球代表性的知名客户合作多年（报告期内，发行人向上述全球代表性的知名客户的销售占比合计分别为 67.55%、63.41%、62.63%和 74.13%），是发行人作为行业代表性企业之一的实力体现。

②发行人是部分知名客户的重要供应商之一，在该等客户的小家电产品的供应份额中排名前列

经过三十余年的沉淀与积累，发行人与一大批全球知名品牌商建立稳定的业务合作关系，并成为了部分知名客户的重要供应商之一。以沃尔玛、Hamilton Beach、Sensio、StoreBound 等客户为例，根据客户访谈邮件，发行人占该等客户的小家电产品的供货份额排名如下：

客户名称	公司简介	发行人在该客户的小家电产品的供应份额排名表述
沃尔玛	沃尔玛成立于 1969 年，注册地位于美国，主要从事零售商超业务，包括沃尔玛商超系统与山姆会员店等，是世界性连锁企业，位于 2022 年世界 500 强排行榜第 1 位，是纽约证券交易所的上市公司（股票代码：WMT.N），2022 年营业收入约 6,113 亿美元	发行人 2020 年至 2022 年在该客户的小家电自主品牌（Mainstays、Faberware，主要面向美国市场）中均位列前 3 名
Hamilton Beach	Hamilton Beach 成立于 1910 年，注册地位于美国，拥有超过 100 年的历史，是世界知名的小家电品牌，是纽约证券交易所的上市公司（股票代码：HBB.N），2022 年实现营业收入 6.41 亿美元。根据 Euromonitor 数据统计，2022 年其小家电业务的销售量(包含 Hamilton Beach、Proctor Silex 品牌)在全球排名第 12，市场份额为 1.5%	发行人 2022 年在该客户的小家电供货份额中位列前 9 名
Sensio	Sensio 成立于 2003 年，注册地位于美国，主要从事厨房家电业务，目前拥有 Bella、Crux 等品牌，产品主要面向北美市场销售，年度营业收入约 2.1 亿-2.4 亿美元	2022 年发行人位列该客户小家电产品供货份额第 2 名
StoreBound	Store Bound LLC 成立于 2010 年，注册地位于美国，旗下拥有知名品牌 Dash 等，2020 年被 Group SEB 收购，成为其子公司。Group SEB 成立于法国，拥有超过 160 年的历史，是一家法国的大型小家电和炊具制造商，是巴黎交易所的上市公司（股票代码：SK.PA），2022 年实现营业收入 79.60 亿欧元，根据 Euromonitor 数据统计，2022 年 Group SEB 小家电业务的销售量(包含 Supor、Tefal、Moulinex、Rowenta 等品牌)在全球排名第 3，市场份额为 3.8%	目前发行人位列该客户小家电产品供货份额的前 5 名

综上所述，发行人与众多行业代表性知名客户合作多年，尤其是与报告期内前五大客户的合作年限均超过十年，且成为了部分知名客户的重要供应商之一。优质且稳定的客户资源是发行人作为代表性优质企业之一的直接体现。

（3）发行人主力产品所处的细分市场竞争力凸显

发行人积极迎合消费者品质生活需要，凭借长期的研发创新，在产品安全、可靠性等基础上，不断拓展产品品类、提升产品品质。多年来，发行人综

合竞争力逐步凸显，已开发并批量生产超过 100 种电器类、非电器类产品，成功进入了品质生活家居用品行业多个国际知名客户供应链体系，尤其是在行业细分市场如搅拌系列产品、电炉电锅系列产品、电水壶系列产品、电子秤系列产品、花园水管领域等获得了客户的高度认可。

①搅拌系列产品、电炉电锅系列产品、电水壶系列产品

根据中国机电产品进出口商会出具的《证明》，发行人报告期内的电水壶系列产品的出口数量占全国同类产品出口总量的 2%-4%，在同类产品出口企业中名列前茅（前十名内）。截至目前，发行人电水壶相关专利共有 39 项（包含发明专利 1 项、实用新型专利 8 项、外观设计专利 30 项）。根据中国海关数据测算，报告期内发行人搅拌系列产品、电炉电锅系列产品、电水壶系列产品的出口数量占中国对相应国家出口数量的比例如下：

海关商品名称及编码	出口国	2023 年度 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
食品研磨机及搅拌器 (85094090) (注 1)	美国	6.08%	5.42%	5.25%	5.67%
	澳大利亚	1.59%	1.96%	3.18%	4.23%
	荷兰	0.22%	7.27%	1.43%	3.16%
	瑞士	0.48%	1.06%	2.02%	3.58%
其他电炉；电锅、电热板、加热环、烧烤炉等 (85166090) (注 2)	美国	5.04%	4.23%	3.49%	3.98%
	德国	1.92%	1.76%	2.47%	4.36%
	法国	2.82%	4.37%	4.08%	4.68%
	英国	0.91%	1.47%	2.55%	3.37%
	瑞士	4.30%	6.31%	9.00%	6.99%
其他电热咖啡机和茶壶 (85167190) (注 3)	美国	14.26%	13.02%	12.54%	20.93%
	加拿大	35.96%	20.92%	35.05%	52.09%
	德国	-	10.97%	10.45%	0.11%
	法国	3.94%	3.86%	6.47%	6.11%
	瑞典	9.26%	1.57%	3.68%	4.08%

注 1：“食品研磨机及搅拌器”项下对应的发行人产品包括电动搅拌机、电动切肉刀、冰淇淋搅拌机、电动咖啡搅拌器等电动类产品。

注 2：“其他电炉；电锅、电热板、加热环、烧烤炉等（85166090）”项下对应的发行人产品包括电烤炉、电炸锅、电蒸锅、空气炸锅、干果机、慢炖锅、橄榄球烤炉、华夫机等电热类产品。

注 3：“其他电热咖啡机和茶壶（85167190）”项下对应的发行人产品为电水壶。

说明：上述占比=Σ发行人申报该海关编码项下所有产品的数量/该海关编码项下中国对某国家的出口数量*100%。

目前，发行人向 Sensio、Hamilton Beach、Storebound（SEB 的子公司）等客户销售的部分型号搅拌系列产品、电炉电锅系列产品、电水壶系列产品等在亚马逊 Best Sellers 排行榜内分别位于前 30 名，评级为 4.5 星（满星为 5 星），属于同类产品中的代表性产品之一。具体如下：

客户	产品	型号	客户品牌	排名所属类别	目前在 Best Sellers 榜单的排名	终端消费者评级（满星为 5 星）	上架至今累计评价数量
Sensio	电烤盘	22859A1	BELLA	“厨房和餐厅”之“厨房电器”之“电动厨具”	前 20 名	4.5 星	超过 1 万条
	电蒸锅	10102A1	BELLA	“厨房和餐厅”之“厨房电器”之“电蒸锅”	前 20 名	4.5 星	超过 1 万条
Hamilton Beach	电热水壶	12833	Hamilton Beach	“厨房和餐厅”之“厨房电器”之“咖啡、茶和意式浓缩咖啡器具”	前 30 名	4.5 星	约 2 万条
	干果机	13703	Hamilton Beach	“厨房和餐厅”之“厨房电器”之“特殊配件”之“干燥机”	前 30 名	4.5 星	超过 6 千条
	电蒸锅	6K203	Hamilton Beach	“厨房和餐厅”之“厨房电器”之“电蒸锅”	前 20 名	4.5 星	超过 6 千条
Storebound（SEB 的子公司）	卧式打蛋器	13406	DASH	“厨房和餐厅”之“厨房电器”之“搅拌器”之“立式搅拌器”	前 20 名	4.5 星	超过 2 万条
	迷你电饭煲	10113	DASH	“厨房和餐厅”之“厨房电器”之“电饭煲”	前 20 名	4.5 星	约 4 万条

②电子秤系列产品

发行人电子秤为自主品牌（拥有发明专利 1 项、实用新型专利 2 项、外观设计专利 29 项），主要在亚马逊平台售卖。根据中国海关数据测算，报告期内发行人电子秤系列产品（海关 HS 编码 84231000）对美国出口数量占中国对美国出口的比重分别为 7.54%、8.00%、4.81%和 4.73%，具体测算过程如下：

单位：万个

海关商品名称及编码：体重计,包括婴儿秤、家用秤（84231000）			
发行人产品	电子秤系列（邮政秤、厨房秤、人体秤等）		
市场份额测算	2023 年 1-6 月	中国对美出口数量	1,298.16
		发行人对美出口数量	61.36
		占比	4.73%
	2022 年度	中国对美出口数量	2,600.32
		发行人对美出口数量	125.04

海关商品名称及编码：体重计,包括婴儿秤、家用秤（84231000）			
发行人产品	电子秤系列（邮政秤、厨房秤、人体秤等）		
	2021 年度	占比	4.81%
		中国对美出口数量	3,863.96
		发行人对美出口数量	309.28
		占比	8.00%
	2020 年度	中国对美出口数量	3,551.05
		发行人对美出口数量	267.71
		占比	7.54%

根据亚马逊 Best Sellers 榜单，发行人几款热门邮政秤如“Accuteck”Shippro 型号、“Weighmax 威麦丝”W-2809 型号的排名最近一年以来稳定在亚马逊 Best Sellers 榜单的前 10 名（邮政秤拥有实用新型专利 1 项、外观设计专利 11 项），其中“Accuteck”Shippro 型号上架以来，累计获得 1 万余条评价，评级为 4.5 星（满星为 5 星）；“Weighmax”型号 W-2809 自上架以来，累计获得 1 万余条评价，评级为 5 星（满星），是邮政秤类别中的代表性产品之一。此外，“Accuteck”的其他多款邮政秤亦稳定在亚马逊 Best Sellers 榜单的前 20 名。

③花园水管系列产品

花园水管系列产品（拥有发明专利 1 项、实用新型专利 7 项、外观设计专利 4 项）在耐高温、抗冻、耐压、耐爆、使用寿命等方面受到了国际市场特别是欧美市场的广泛认同，亦占据了较高的市场份额，是“湖北省单项冠军产品”，最近一年以来稳定在亚马逊 Best Sellers 榜单的前 50 名且平均排名第 8 名以及最近 3 个月月平均排名稳定在前 5 名。花园水管自上架以来，累计获得 6000 余条评价，评级为 4 星（满星为 5 星），在市场上较为畅销，是花园水管类别中的代表性产品之一。花园水管最近一年的月度平均排名情况如下：

2022 年	月平均排名（注）	2023 年	月平均排名（注）
8 月	10	1 月	14
9 月	16	2 月	10
10 月	17	3 月	6
11 月	12	4 月	3
12 月	12	5 月	2

2022 年	月平均排名（注）	2023 年	月平均排名（注）
-	-	6 月	2
-	-	7 月	2
-	-	8 月	4

注：月平均排名=Σ 每月各个样本日的排名/样本量，按照四舍五入取值。

根据中国海关数据测算，报告期内公司花园水管系列产品（海关 HS 编码 39173900、**40091200**）对美国出口金额占中国对美国出口的比重分别为 **13.87%、12.91%、6.70%和 11.48%**，具体测算过程如下：

单位：万元

海关商品名称及编码：未列名塑料管（39173900）、未经加强或未与其他材料合制但装有附件的管子（40091200）（注）			
公司产品		花园水管系列（铝头水管、棱纹蹦极水管、乳胶水管等）	
市场份额 测算	2023 年 1-6 月	中国对美出口金额	140,411.27
		公司对美出口金额	16,122.73
		占比	11.48%
	2022 年度	中国对美出口金额	262,796.76
		公司对美出口金额	17,599.90
		占比	6.70%
	2021 年度	中国对美出口金额	230,367.61
		公司对美出口金额	29,736.50
		占比	12.91%
	2020 年度	中国对美出口金额	182,152.65
		公司对美出口金额	25,272.53
		占比	13.87%

说明：由于海关统计数据在线查询平台关于中国对美国出口的“未列名塑料管（39173900）、未经加强或未与其他材料合制但装有附件的管子（40091200）”的数量单位为“千克”，而发行人对美国出口的花园水管数量单位为“件”，数量单位不一致，因此上表中采用金额单位（万元）来计算发行人对美国出口的花园水管市场份额。

注：2020 年、2021 年发行人销售第三代 TPE 材质水管（全部通过“未列名塑料管（39173900）”进行报关，自 2022 年 11 月起发行人销售的新款第四代水管内管为乳胶材质，根据报关要求该材质需通过“未经加强或未与其他材料合制但装有附件的管子（40091200）”进行申报。

综上所述，发行人的搅拌系列产品、电炉电锅系列产品、电水壶系列产品、电子秤系列产品、花园水管产品等获得了客户的高度认可，特别是在出口至欧美的市场占据了相对有利的市场份额，且部分型号产品稳居同类产品的亚马逊 Best Sellers 榜单前列，畅销度较高并获得了终端客户的好评。整体来

看，发行人搅拌系列产品、电炉电锅系列产品、电水壶系列产品、电子秤系列产品、花园水管产品在市场上的竞争力凸显，属于同类产品当中的代表性产品之一，是发行人作为代表性优质企业之一的直接体现。

（4）自身的先发优势使得发行人得以在激烈的竞争中生存并持续发展壮大，成为小家电 ODM/OEM 加工行业的代表性企业之一

对于 ODM/OEM 行业而言，境外客户在选择供应商时除了考察人权、环保、反恐、产能等基本要素之外，还会重点关注生产企业内在的资质水平，比如前端的模具开发能力，中端的核心部件如马达、PCBA 组件的研发设计能力以及生产能力、后端的响应服务能力等。其中，模具是影响产品性能的关键因素之一，模具的设计、工艺、精度等会直接影响到产品的成形，因此模具的开发和把控能力也是客户在筛选供应商时较为关注的要点之一；电动类以及部分电热类如空气炸锅、冰淇淋机、爆米花机、干果机需使用到马达，所有电子式电器类产品需使用到 PCBA 组件，马达、PCBA 组件作为其核心的关键零部件之一，直接影响到产品的一致性和稳定性，影响到消费者体验，因此马达、PCBA 组件在产品组成部件中的关键作用和重要地位使得其成为客户筛选供应商的主要考量要素之一；此外，生产企业接单和发货之后的反馈机制、响应速度、服务水平等，是客户评判供应商业务配合融洽度的重要衡量标准之一，亦是直接影响后续合作的关键所在。

发行人作为专业的 ODM/OEM 生产企业，具有广泛的生产基地布局，并配备了较为齐全的产业链，具备多品类的生产能力，聚焦于开发和深耕多品类经营的全球知名品牌商客户。经过多年沉淀，发行人凭借较强的模具开发和把控能力、较强的核心部件如马达和 PCBA 组件的研发设计和生产能力、快速响应与交付能力等核心先发优势，成功通过单一产品进入了多个全球知名品牌的供应商体系，并在满足客户多样化需求的过程中通过将单一产品成功的经验不断地复制和改进，获得了客户的充分认可，与不同客户之间实现了从单一品类到多品类的合作，逐步拓宽了产品线，至今已拥有超过 100 种产品品类，进而使得发行人能够在竞争激烈的 ODM/OEM 加工行业持续生存并逐步跑马圈地，经营规模得以不断发展壮大，成为具有行业代表性的小家电 ODM/OEM 加工企业之一。发行人的模具开发和把控能力、较强的核心部件

如马达的研发设计和生产能力、快速响应与交付能力等能够满足客户关于质量、交期的核心诉求，是发行人不断拓展产品品类、发展壮大的基础，具体如下：

①模具开发和把控能力

发行人为了把控模具的开发进度、模具的生产质量，在子公司远特信专门配置了五金模具和塑胶模具相关的 CNC 加工中心 36 台、中走丝线切割机 24 台、慢走丝线切割机 5 台、电火花加工机床 15 台等，配备了超过 40 名工作经验在十年左右的技术操作人员，能够将模具开发时间控制在 15 天左右以满足客户快速交付的需求，亦能保证模具的开发质量。发行人较强的开模能力是开发不同产品品类的重要基础。

②马达类、PCBA 的研发设计和生产能力

A、马达类部件应用广泛，涉及到搅拌机、粉碎机、电动刀、开罐器等电动类产品以及部分电热类如空气炸锅、冰淇淋机、爆米花机、干果机等。发行人在马达类部件的研发方面具有较强的技术优势，掌握了电磁感应自动检测控速技术、电子控制及快速破壁技术、马达定子和转子自动生产技术等多项核心技术，并形成了 49 项与马达相关的专利（专利技术方案中需要运用马达或马达相关技术所对应的专利）。发行人及子公司爱思杰共配备了 4 条自动生产线，拥有 8 名工作经验在十年左右的技术工程师。发行人主要采取自主生产马达类部件的方式以强化产品质量管理，保证产品性能。报告期内，发行人马达类部件自制和外购的金额及占比如下：

单位：万元

类型	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自制	2,970.66	93.87%	5,615.96	71.70%	10,676.58	96.35%	10,387.52	98.45%
外购	194.01	6.13%	2,216.08	28.30%	404.31	3.65%	163.94	1.55%
合计	3,164.67	100.00%	7,832.04	100.00%	11,080.89	100.00%	10,551.45	100.00%

通过上表可知，发行人马达类部件主要为自主生产，报告期内发行人自制的马达类部件占比分别为 98.45%、96.35%、71.70%和 93.87%。2022 年发行人自制的马达类部件占比相对较低主要是由于 2022 年发行人临时性产能不足，外购了部分生产工艺相对简单的马达。

B、PCBA 组件应用广泛，涉及到所有电子式电器类产品。发行人在 PCBA 方面掌握了电子控制及快速破壁技术、电子控温技术、电子线路板自动贴片插件技术等多项核心技术，并形成了 55 项与 PCBA 相关的专利（专利技术方案中需要运用 PCBA 或 PCBA 相关技术所对应的专利）。发行人在子公司宏诺威配置了贴片机 7 台、插件机 4 台、回流焊设备 3 台、波峰焊设备 3 台、AOI 视觉检测设备 2 台等，拥有 10 名以上工作经验丰富的技术操作人员。报告期内，发行人 PCBA 自制和外协的金额及占比如下：

单位：万元

类型	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自制	959.09	95.09%	2,790.27	88.85%	4,269.55	82.84%	2,850.17	57.56%
外协（注）	49.55	4.91%	350.16	11.15%	884.47	17.16%	2,101.70	42.44%
合计	1,008.64	100.00%	3,140.43	100.00%	5,154.02	100.00%	4,951.87	100.00%

注：为了便于统计自制和外协的占比，此处的“外协”金额包含了外协加工费、原材料金额。

报告期内，发行人 PCBA 组件均为自主研发设计，同时，为了进一步强化产品质量管理，保证产品性能，发行人逐步将 PCBA 组件的外协加工部分转为自制，使得发行人自制的 PCBA 组件占比由 2020 年的 57.56%提升至 2023 年 1-6 月的 95.09%。

综上所述，发行人在马达、PCBA 方面的研发设计和生产能力是产品性能稳定的重要保障，亦是沃尔玛、飞利浦、Sensio 等客户选择发行人作为重要供应商的主要原因之一。

③快速响应与交付能力

发行人的快速响应与交付能力体现在规范化的管理体系、高效决策的高管团队、稳定的研发和销售骨干、并行的多生产基地以及较为完善的产业链布局等，以上因素使得发行人能够及时反馈客户需求并快速响应，凭借研发设计能力、规模生产能力等满足客户多样化的需求，为客户实现从概念到产品的快速转化，并能够保证产品交期，快速交付客户的量产订单。产品发货后，发行人亦会及时跟踪船运进度，处理客户售后需求。快速响应与交付能力使得发行人与客户之间形成了较高的业务配合度，助力发行人持续争取客户新订单。

整体来看，发行人多年来凭借自身的模具开发能力、核心零部件如马达类

和 PCBA 组件的研发设计和生产能力、快速响应与交付能力等核心竞争力，获得了众多客户的认可，并争取到多品类的合作订单，进而使得发行人能够在激烈的行业竞争中生存并持续发展壮大，成为了具有行业代表性的小家电 ODM/OEM 加工企业之一。未来，发行人将继续巩固上述核心优势并对其不断改进和丰富，努力满足客户需求，为客户开发更多品类的产品。

（5）发行人的技术实力和研发创新能力处于同行业可比公司中间水平

发行人是国家高新技术企业，立足于消费者需求和产品创新，持续进行技术创新和技术升级，掌握了集电磁感应自动检测控速技术、弹性自动伸缩技术、电子控制及快速破壁技术、旋切倒圆带自动停止装置技术、电子控温技术等为一体的核心技术体系，并设有 6 个研发实验室。截至本上市保荐书出具之日，发行人拥有授权专利 415 项，其中发明专利 13 项，发行人专利数量处于同行业可比公司的中间水平。由此可见，发行人技术实力和研发创新能力位于同行业可比公司中间水平，是行业内代表性的优质企业之一。同行业可比公司获得的授权专利情况如下：

公司名称	专利情况
新宝股份	截至 2023 年 4 月 28 日，拥有授权专利 4,708 项，其中发明专利 262 项、实用新型专利 2,209 项、外观设计专利 2,237 项
闽灿坤 B	截至 2023 年 4 月 28 日，拥有授权 266 项专利，其中发明专利 91 项、实用新型专利 97 项、外观设计专利 78 项
比依股份	截至 2021 年 7 月 31 日，拥有授权专利 118 项，其中发明专利 8 项、实用新型专利 19 项、外观设计专利 91 项
北鼎股份	截至 2023 年 6 月 30 日，拥有授权专利 218 项，其中发明专利 92 项、实用新型专利 45 项、外观设计专利 81 项
小熊电器	截至 2023 年 4 月 28 日，拥有授权专利 2,592 项，其中发明专利 53 项、实用新型专利 1,750 项、外观设计专利 789 项
大叶工业	截至 2023 年 6 月 26 日，拥有授权专利 226 项，其中发明专利 60 项、实用新型专利 98 项、外观设计专利 68 项
发行人	截至本上市保荐书之日，拥有授权专利 415 项，其中发明专利 13 项、实用新型专利 123 项、外观设计专利 279 项

说明：北鼎股份来源于 2023 年半年度报告，新宝股份、闽灿坤 B、小熊电器信息来源于天眼查、企查查等公开途径，大叶工业的专利信息来源于《关于宁波大叶园林工业股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件审核问询函的回复》，比依股份的专利信息来源于招股说明书。

（6）发行人作为代表性企业荣获多项荣誉资质

发行人是中国家用电器协会会员、中国机电产品进出口商会会员、深圳市进出口商会副会长单位，作为国内规模较大、综合实力较强的家居用品出口制

造商之一，历年来荣获了“**2022 年十大厨房小家电出口企业**”“中国外贸出口先导指数样本企业”“湖北省单项冠军产品”“中国国际投资促进会年度绿色创新企业”“出口工业产品一类企业证书”“黄冈市优秀企业金鹰奖”“黄冈市工业企业百强企业”“蕲春县首届十佳创新创业企业”“飞利浦 SSP 项目优秀奖”等多项荣誉资质，是发行人作为行业、地区代表性企业的直接体现。

上述荣誉中“**2022 年十大厨房小家电出口企业**”“中国外贸出口先导指数样本企业”“湖北省单项冠军产品”“黄冈市工业企业百强企业”“飞利浦 SSP 项目（供应商可持续发展与能力晋升项目）优秀奖”系发行人在报告期内获得的，该等荣誉资质的评选单位、获得条件、权威性和公信力以及同行业公司或国内知名上市公司获得情况如下：

序号	公司名称	所得荣誉	获得时间	评选单位及介绍	获得条件	是否具有权威性	是否具有公信力	同行业获评情况	其他 A 股知名上市公司获得情况
1	香江电器	中国外贸出口先导指数样本企业	2022 年	中华人民共和国海关总署：是国务院直属机构，为正部级单位	由海关总署统计分析司按照稳定性、持续性、代表性以及随机性兼顾的原则，采用分群分层不等比例随机抽样方法，在 2019-2021 年有连续出口记录且 2021 年出口额超过 3800 万元的出口企业中抽取共 3118 家，海关每 2 至 3 年进行一次样本轮换	由政府正部级单位授予，具有权威性	由政府正部级单位授予，具有公信力	博菱电器（已于 2022 年 11 月 4 日通过创业板上市委员会）曾获得该奖项	三一重工、建发股份、昆药集团、汉钟精机、中光防雷等多个上市公司曾获得该奖项
2	香江电器	2022 年湖北省制造业单项冠军产品	2023 年（注）	湖北省经济和信息化厅：为正厅级单位	1、湖北省制造业单项冠军产品是指长期专注于制造业细分产品市场，生产技术或工艺国内领先，单项产品市场占有率位居全国(全省)前列的产品。 2、在相关细分产品市场中，拥有强大的市场地位和很高的市场份额，单项产品市场占有率位居全国前 3 位或省内前 2 位，（或以出口为主的产品，市场占有率位居全球前 10 位）。 3、生产技术、工艺国内领先，产品质量精良，相关关键性能指标处于国内同类产品的领先水平。企业持续创新能力强，拥有核心自主知识产权，主导或参与制定相关业务领域技术标准的优先考虑	由政府正厅级单位授予，具有权威性	由政府正厅级单位授予，具有公信力	同行业公司公开资料未显示获得该奖项	中广核技、锐科激光、航天南湖、科兴制造、芯源微等多个上市公司曾获得省级制造业单项冠军产品

序号	公司名称	所得荣誉	获得时间	评选单位及介绍	获得条件	是否具有权威性	是否具有公信力	同行业获评情况	其他 A 股知名上市公司获得情况
3	香江电器	黄冈工业企业 100 强	2020 年	1、黄冈市企业联合会：成立于 2004 年，是黄冈市经济和信息化局指导下的以全市规模以上工业企业和其它行业重点企业和企业家组成的地域性行业性社会组织； 2、黄冈市企业家协会：成立于 1990 年 6 月 8 日，是黄冈市成立年份最早、会员规模最大、社会影响最强、持续时间最久的经济类社团组织之一	以 2019 年营业收入为主要指标（权重为 70%），以是否为高新技术企业为参数量（30%），选取全市综合排名为前 100 名的企业	黄冈市企业联合会协会和黄冈市企业家协会在行业内具有较高的知名度及影响，因此其授权的奖项具有一定的权威性	黄冈市企业联合会协会和黄冈市企业家协会在行业内具有较高的知名度及影响，因此其授权的奖项具有一定的公信力	同行业公司公开资料未显示获得该奖项	稳健医疗、广济药业、宏源药业等多个上市公司曾获得该奖项
4	爱思杰	飞利浦 SSP 项目优秀奖	2020 年	飞利浦：于 1891 年在荷兰成立，1987 年在美国纽约证券交易所上市（代码：PHG），主要生产和经营照明、家用电器、医疗系统方面的产品，其在全球 28 个国家有生产基地，在 150 个国家设有销售机构，拥有 8 万项专利。2022 年其营业收	飞利浦可持续发展部门经过对发行人的多次审厂，认为在质量、环境保护、健康安全、道德、劳工等方面符合其要求，向爱思杰授予飞利浦可持续发展银奖	飞利浦为行业内知名客户，具有较强的市场影响力，因此其授权的奖项具有一定的权威性	飞利浦为行业内知名客户，具有较强的市场影响力，因此其授权的奖项具有一定的公信力	同行业公司公开资料未显示获得该奖项	公开资料未查询到相关公司获奖情况

序号	公司名称	所得荣誉	获得时间	评选单位及介绍	获得条件	是否具有权威性	是否具有公信力	同行业获评情况	其他 A 股知名上市公司获得情况
				入为 178 亿欧元，位于 2022 年世界品牌 500 排行榜第 59 位。飞利浦家电业务代表型产品包括空气炸锅、咖啡机、空气净化器、吸尘器等					
5	香江电器	2022 年十大厨房小家电出口企业	2023 年	中国机电产品进出口商会：成立于 1988 年，是服务于中国机电产品生产和进出口贸易、中国对外投资合作及相关活动的全国性社会组织，现有会员企业 1 万余家，涵盖产业领域广泛，产业链供应链完整，具有较强的行业代表性，现设 21 个行业分会、1 个专家委员会和 6 个专门委员会	按照行业与产品细分，并根据出口额、贸易方式、销售规模等因素评选	中国机电产品进出口商会为对外经贸领域具有代表性的组织之一，曾被民政部评为中国最高等级 5A 级社会组织、两次被民政部授予“全国先进社会组织”称号，具有一定的权威性	中国机电产品进出口商会为对外经贸领域的组织之一，曾被民政部评为中国最高等级 5A 级社会组织、两次被民政部授予“全国先进社会组织”称号，具有一定的公信力	新宝股份、比依股份、美的集团、苏泊尔、广东格兰仕微波生活电器有限公司、博菱电器（已于 2022 年 11 月 4 日通过创业板上市委会议）、宁波嘉乐科技股份有限公司等均获得该奖项	新宝股份、比依股份、美的集团、苏泊尔均获得该项

注：湖北省经济和信息化厅于 2022 年 11 月 23 日公示 2022 年湖北省制造业单项冠军企业（产品）名单，发行人的花园水管在“单项冠军产品”公示名单之列，于 2023 年 1 月 9 日正式荣获“单项冠军产品”。

(7) 众多国家或地区的认证是发行人综合实力的表征

发行人积极瞄准海外广阔市场，产品远销北美洲、欧洲、大洋洲、亚洲、南美洲、非洲等，覆盖全球 70 多个国家和地区，获得了多个国家和地区认证，如美国、加拿大所需的 ETL、UL 等安规认证以及 FDA 食品级认证，欧洲所需的 CE、GS、UKCA 等安规认证，德国 LFGB、法国 DGCCRF、意大利 DM 等食品级认证，澳洲所需的 SAA 等安规认证，亚太地区所需的 PSE、CB 等安规认证，能够满足不同国家标准要求。

由此可见，发行人经营规模处于以 ODM/OEM 业务模式为主的厨房小家电出口代表性企业的中间水平，与众多全球代表性知名客户建立了稳定的业务合作关系，主力产品如搅拌系列产品、电炉电锅系列产品、电水壶系列产品、电子秤系列产品、花园水管产品等所处的细分市场竞争力凸显、属于市场同类产品中的代表性产品之一，加之发行人具备明显的先发优势，具备较强的技术实力和研发创新能力，亦荣获了多项荣誉资质，且销售区域覆盖全球 70 多个国家和地区、通过多个国家和地区认证，表明发行人属于具有行业代表性的优质企业之一。

综上所述，发行人业务模式成熟，经营业绩较为稳定且规模较大，是行业代表性的优质企业之一，符合主板定位的要求。

(二) 发行人符合国家产业政策

发行人主营产品涵盖电器类家居用品和非电器类家居用品两大类。其中，电器类家居用品主要包括电热类、电动类、电子类等多系列小家电产品；非电器类家居用品主要包括花园水管及其他，发行人所处行业不属于《产业结构调整指导目录（2019 年本）》的限制类和淘汰类项目。

近年来，国家连续出台《推进家居产业高质量发展行动方案》《商务部等 13 部门关于促进绿色智能家电消费若干措施的通知》《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》《中国家电工业“十四五”发展指导意见》《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》等系列政策或规划鼓励支持家居、家电行业发展。此外，商务部于 2023 年 3 月 2 日举行发布会，明确家电作为消费领域的“四大金刚”之一，是提振消费的重点领域。国务院总理李强也于 2023 年 6 月 29 日主持召开国务院常务会议，审

议通过了《关于促进家居消费的若干措施》，指出家居消费涉及领域多、上下游链条长、规模体量大，采取针对性措施加以提振，有利于带动居民消费增长和经济恢复。发行人作为国内规模较大的品质生活家居用品出口制造商之一，有望因此受益。

综上所述，发行人主营产品不属于《产业结构调整指导目录（2019 年本）》的限制类和淘汰类项目，且国家相关政策或规划鼓励支持家居、家电行业发展，因此发行人符合国家产业政策。

（三）保荐机构的核查内容、核查过程和核查结论

1、核查内容和过程

（1）访谈了发行人高级管理人员，了解发行人的业务模式，经营管理情况，获得的资质荣誉及其评选单位、获得条件等，获得的产品认证情况，行业竞争情况，竞争优劣势，产业政策等；

（2）访谈了发行人销售负责人、生产负责人、采购负责人、研发负责人等主要业务部门负责人，了解发行人的业务模式、业务流程、采购和销售渠道或途径、主要客户或供应商合作情况、销售区域分布情况、技术水平、研发进度、专利授权、生产设施等；

（3）查询了同行业上市公司的招股说明书、年度报告、半年度报告、审核问询函回复以及国家信用信息系统、天眼查、企查查等公开信息，了解同行业上市公司的业务模式、收入构成、专利信息等；

（4）获取并审阅了发行人报告期内按 ODM、OEM、OBM 业务模式区分销售明细，客户清单，专利清单，荣誉资质，产品认证证书，内控制度，退换货明细，固定资产明细，马达类部件的自制和外购明细，PCBA 组件的自制和外协明细等；

（5）查询了发行人主要客户的官网、年度报告以及中国出口信用保险公司出具的《海外资信报告》等资料，了解主要客户的基本情况、成立时间、注册资本/股本、注册地、经营规模等信息；

（6）对发行人主要客户进行访谈，了解其市场地位、与发行人的合作背景、向发行人采购的金额占其业务规模比例等，并获取客户关于发行人在该客户小家电产品的供应份额排名的答复邮件等；

(7) 获取了中国机电产品进出口商会于 2020 年 12 月、**2023 年 9 月**发布的中国十大厨房小家电出口企业榜单，并选取该榜单中以 ODM/OEM 业务模式为主的企业进行对比分析；

(8) 获取了 2020 年、2021 年中国工业统计年鉴，查询“电气机械和器材制造业（C38）”之“家用电力器具制造（C385）”规模以上私营工业企业的资产、营业收入、利润总额合计数以及企业家数；

(9) 获取了中国机电产品进出口商会出具的《证明》；

(10) 通过中国海关总署查询了中国对美国出口的海关编码 39173900（名称：未列明塑料管）、**40091200（名称：未经加强或未与其他材料合制但装有附件的管子）**，85094090（名称：食品研磨机及搅拌器），85166090（名称：其他电炉；电锅、电热板、加热环、烧烤炉等），85167190（名称：其他电热咖啡机和茶壶）的数据，测算发行人花园水管业务的市场份额等；

(11) 查询了亚马逊平台 Best Seller 排行榜，了解发行人搅拌系列、电炉电锅系列、电水壶系列、花园水管、电子秤系列等的排名情况等；

(12) 查阅与发行人相关的产业政策或规划，并分析发行人是否符合国家产业政策或规划。

2、核查结论

经本保荐机构充分核查和综合判断，认为发行人符合主板定位及国家产业政策。

三、发行人本次证券发行符合《股票上市规则》规定的上市条件

（一）发行人本次证券发行符合《证券法》、中国证监会规定的发行条件。

1、发行人本次拟发行的股票为每股面值 1 元的境内上市的人民币普通股（A 股），每股的发行条件和价格相同，每一股份具有同等权利，符合《公司法》第一百二十六条的规定。

2、发行人股东大会已就本次发行股票的种类、数额、价格、发行对象等作出决议，符合《公司法》第一百三十三条的规定。

3、发行人已聘请具有保荐资格的国金证券担任本次发行上市的保荐机构，符合《证券法》第十条第一款的规定。

4、发行人已按照《公司法》《证券法》等法律、法规和规范性文件的要求，逐步完善由股东大会、董事会、监事会、独立董事和经营管理层组成的治理架构，逐步建立健全了《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事制度》等公司治理的基本制度，发行人董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会四个专门委员会，建立了符合股份公司要求的健全合理且运行规范的法人治理结构。

根据本保荐机构的核查以及发行人的说明、立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的信会师报字[2023]第 **ZI10636** 号《内部控制鉴证报告》、北京市中伦律师事务所出具的法律意见书及相应的补充法律意见书和相关的律师工作报告等，发行人股东大会、董事会、监事会能够依法召开，规范运作；股东大会、董事会、监事会决议能够得到有效执行；重大决策制度的制定和变更符合法定程序。

因此，发行人具有健全且运行良好的组织机构，符合《证券法》第十二条第一款第（一）项的规定。

5、根据立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的信会师报字[2023]第 **ZI10635** 号《审计报告》，发行人主营业务为品质生活家居用品的研发、设计、生产与销售，2020年、2021年、2022年和 **2023年1-6月** 发行人营业收入分别为 147,780.50 万元、148,865.33 万元、110,273.58 万元和 **55,965.45 万元**，利润总额分别为 11,160.69 万元、8,290.93 万元、10,260.71 万元和 **8,463.58 万元**，归属于母公司股东的净利润（净利润以扣除非经常性损益前后较低者为计算依据）分别为 7,920.57 万元、**6,449.42 万元**、**8,265.98 万元**和 **6,728.96 万元**，发行人具有良好的盈利能力。发行人具有良好的偿债能力，截至 **2023年6月30日**，发行人资产负债率（母公司）为 **40.79%**，流动比率 **1.81**，速动比率 **1.44**。

因此，发行人具有持续经营能力，符合《证券法》第十二条第一款第（二）项的规定。

6、根据立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的信会师报字[2023]第 **ZI10635** 号《审计报告》、信会师报字[2023]第 **ZI10636** 号《内部控制鉴证报告》，发行人最近三年财务会计报告被出具无保留意见审计报告，符合《证券法》第十二条第一款第（三）项的规定。

7、根据发行人及其控股股东、实际控制人出具的《声明》，主管部门出具的《证明》及本保荐机构的核查，发行人及其控股股东、实际控制人最近三年不存在贪污、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情况，符合《证券法》第十二条第一款第（四）项的规定。

8、本保荐机构获取并审阅了发行人的工商登记文件、《发起人协议》、发行人历次股东大会、历次董事会会议决议、历次监事会会议决议、发行人现行的《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事制度》《董事会秘书工作细则》、组织架构图、立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《审计报告》和《内部控制鉴证报告》、北京市中伦律师事务所出具的《法律意见书》及相应的补充法律意见书和律师工作报告等资料。发行人为依法设立且合法存续的股份有限公司，成立于 2012 年 7 月 23 日，至今已持续经营 3 年以上。发行人已依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度，制定了《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事制度》《董事会秘书工作细则》等公司治理的基本制度，发行人具备健全且运行良好的组织机构，相关机构和人员能够依法履行职责。因此，发行人符合《注册管理办法》第十条的规定。

9、根据立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的无保留结论的《审计报告》《内部控制鉴证报告》以及发行人的书面确认，发行人会计基础工作规范，财务报表的编制和披露符合企业会计准则和相关信息披露规则的规定，在所有重大方面公允地反映了公司的财务状况、经营成果和现金流量。因此，发行人符合《注册管理办法》第十一条第一款的规定。

10、根据立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的无保留结论的《内部控制鉴证报告》并经发行人的书面确认，发行人内部控制制度健全且被有效执行，能够合理保证发行人运行效率、合法合规和财务报告的可靠性。因此，发行人符合《注册管理办法》第十一条第二款的规定。

11、本保荐机构获取并审阅了发行人的工商登记文件、发起人协议、历次股权转让协议、公司章程、历次董事会决议、历次监事会决议、独立董事意见、历次股东大会决议、《企业信用报告》、立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《审计报告》和《内部控制鉴证报告》、北京市中伦律师事务所出具

的《法律意见书》及相应的补充法律意见书和律师工作报告等资料，访谈了发行人的实际控制人、控股股东、董事、监事和高级管理人员等人员，获取发行人的书面确认及本保荐机构的其他相应核查等程序后认为：

（1）发行人资产完整，业务及人员、财务、机构独立，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争，不存在严重影响独立性或者显失公平的关联交易；

（2）发行人主营业务、控制权和管理团队稳定，最近三年内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；发行人的股份权属清晰，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷，最近三年实际控制人没有发生变更；

（3）发行人不存在涉及主要资产、核心技术、商标等的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，经营环境已经或者将要发生重大变化等对持续经营有重大不利影响的事项。

因此，发行人业务完整，具有直接面向市场独立持续经营的能力符合《注册管理办法》第十二条的规定。

12、根据本保荐机构对发行人主营业务的调查，发行人设立以来，一直从事品质生活家居用品的研发、设计、生产与销售，发行人生产经营活动符合法律、行政法规的规定，符合国家产业政策。因此，发行人符合《注册管理办法》第十三条第一款的规定。

13、根据发行人及其控股股东、实际控制人出具的《声明》，政府主管部门出具的《证明》及本保荐机构的核查，最近三年内，发行人及其控股股东、实际控制人不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪情况，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。因此，发行人符合《注册管理办法》第十三条第二款的规定。

14、根据发行人的董事、监事和高级管理人员出具的《声明》，政府主管部门出具的《证明》及本保荐机构的核查，发行人的董事、监事和高级管理人员不存在最近三年内受到中国证监会行政处罚，或者因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规正在被中国证监会立案调查且尚未有明确结论意见等情形。因此，发行人符合《注册管理办法》第十三条第三款的规定。

综上所述，发行人本次证券发行符合《公司法》《证券法》《注册管理办

法》规定的公开发行股票的条件，因此，符合《股票上市规则》第 3.1.1 条第一款第（一）项的规定。

（二）本次证券发行后股本总额不低于 5,000 万元

发行人发行前的股本总额为 20,465.9509 万股，本次发行不超过 6,821.9837 万股，发行后股本总额不超过 27,287.9346 万股（每股面值 1 元），因此，发行人发行后股本总额不低于 5,000.00 万元，符合《股票上市规则》第 3.1.1 条第一款第（二）项的规定。

（三）本次公开发行的股份达到发行人股份总数的 25%以上

发行人本次公开发行股票不超过 6,821.9837 万股，占发行后股本总额 27,287.9346 万股的 25.00%，发行人公开发行的股份达到发行人股份总数的 25.00%以上。因此，符合《股票上市规则》第 3.1.1 条第一款第（三）项的规定。

（四）市值及财务指标符合《股票上市规则》规定的标准

发行人选择适用《股票上市规则》第 3.1.2 条第一款第（一）项规定的上市标准：“最近三年净利润均为正，且最近三年净利润累计不低于 1.5 亿元，最近一年净利润不低于 6,000 万元，最近三年经营活动产生的现金流量净额累计不低于 1 亿元或者营业收入累计不低于 10 亿元”。

根据立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的信会师报字[2023]第 Z110635 号《审计报告》，发行人最近三年归属于母公司股东的净利润（净利润以扣除非经常性损益前后较低者为计算依据）均为正，分别为 7,920.57 万元、6,449.42 万元和 8,265.98 万元，累计为 2.26 亿元，不低于 1.50 亿元，且最近一年不低于 6,000 万元；根据立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的信会师报字[2023]第 Z110635 号《审计报告》，发行人最近三年经营活动产生的现金流量净额分别为 16,292.85 万元、1,780.51 万元和 24,452.93 万元，累计为 4.25 亿元，不低于 1.00 亿元，发行人最近三年营业收入分别为 147,780.50 万元、148,865.33 万元和 110,273.58 万元，累计为 40.69 亿元，不低于 10.00 亿元。

因此，发行人符合《股票上市规则》第 3.1.1 条第一款第（四）项及第 3.1.2 条第一款第（一）项的规定。

综上所述，发行人本次证券发行符合《股票上市规则》规定的首次公开发行股票并在主板上市的实质条件。

四、发行人证券上市后持续督导工作的具体安排

发行人股票发行上市后，本保荐机构将对发行人进行持续督导，持续督导期间为发行人股票上市当年剩余时间以及其后两个完整会计年度。持续督导期届满，如发行人在信息披露、规范运作、公司治理、内部控制等方面存在重大缺陷或者违规行为，或者实际控制人、董事会、管理层发生重大变化等风险较大的，本保荐机构将就尚未完结的保荐工作继续履行持续督导职责。

本保荐机构对发行人证券上市后持续督导工作的具体安排如下：

督导事项	工作安排
督促上市公司建立健全相关制度并规范运作	督促上市公司建立健全并有效执行公司治理、内部控制和信息披露等制度，督促上市公司规范运作。
督导相关主体履行信息披露等义务，并履行其作出的承诺	督导上市公司及其董事、监事、高级管理人员、控股股东和实际控制人，以及其他信息披露义务人按照《股票上市规则》的规定履行信息披露等义务，并履行其作出的承诺。
督导上市公司募集资金使用情况、限售股票及其衍生品种解除限售	1、对上市公司募集资金使用情况、限售股票及其衍生品种解除限售进行核查并发表专项意见； 2、按照深圳证券交易所有关规定的要求对上市公司及相关信息披露义务人的相关披露事项进行核查并发表专项意见。
对上市公司进行定期核查	按照深圳证券交易所有关规定的要求对上市公司的相关事项进行定期现场检查。
关注上市公司是否存在控股股东、实际控制人及其关联人资金占用、违规担保，以及资金往来、现金流重大异常等情况	重点关注上市公司是否存在控股股东、实际控制人及其关联人资金占用、违规担保，以及资金往来、现金流重大异常等情况。发现异常情况，及时督促公司核实并披露，同时按规定及时进行专项现场检查。公司未及时披露的，及时向深圳证券交易所报告。
对上市公司及相关信息披露义务人向深圳证券交易所报送信息披露文件及其他文件进行审阅	1、上市公司及相关信息披露义务人向深圳证券交易所报送信息披露文件及其他文件之前，或者履行信息披露义务后五个交易日内，对有关文件的审阅工作，对存在问题的信息披露文件及时督促发行人更正或者补充，并向深圳证券交易所报告； 2、履行保荐职责发表的意见及时告知上市公司，同时在保荐工作底稿中保存； 3、要求上市公司按照中国证监会及深圳证券交易所相关规定，积极配合保荐机构、保荐代表人履行持续督导职责。上市公司不配合保荐机构、保荐代表人持续督导工作的，督促改正，并及时向深圳证券交易所报告。
督导上市公司遵守深圳证券交易所相关规定	1、履行保荐职责期间有充分理由确信上市公司可能存在违反深圳证券交易所有关规定的，督促上市公司作出说明并限期纠正；情节严重的，向深圳证券交易所报告； 2、按照有关规定对上市公司违法违规事项公开发表声明，并于披露前向深圳证券交易所报告。

督导事项	工作安排
其他持续督导职责的履行	1、有充分理由确信其他中介机构及其签名人员按规定出具的专业意见可能存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏等违法违规情形或者其他不当情形的，及时发表意见；情节严重的，应当向深圳证券交易所报告； 2、需要更换保荐代表人的，通知上市公司及时披露保荐代表人变更事宜； 3、持续督导工作结束后，在上市公司公告年度报告之日起十个工作日内向中国证监会、证券交易所报送保荐总结报告书，并通知上市公司及时披露。

五、保荐机构的结论意见

本保荐机构认为：发行人符合首次公开发行股票并在主板上市的主体资格及条件。国金证券愿意向中国证监会和深圳证券交易所推荐湖北香江电器股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市项目，并承担保荐机构的相应责任。

（本页无正文，为《国金证券股份有限公司关于湖北香江电器股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市之上市保荐书》之签署页）

项目协办人：

尹荟雅
尹荟雅

2023年 9 月 26 日

保荐代表人：

朱忠正
朱忠正

2023年 9 月 26 日

彭瑶
彭瑶

2023年 9 月 26 日

内核负责人：

郑榕萍
郑榕萍

2023年 9 月 26 日

保荐业务负责人：

廖卫平
廖卫平

2023年 9 月 26 日

保荐机构法定代表人：

冉云
冉云

2023年 9 月 26 日

保荐机构（公章）：

国金证券股份有限公司

2023年 9 月 26 日

