目　　录

一、关于股权激励……第 1—9 页

二、关于关联方与关联交易…… 第 9—21 页

三、关于资金拆借与财务内控……第 21—29 页

四、关于自有品牌与 ODM 模式……第 30—42 页

五、关于营业收入……第 42—79 页

六、关于客户…… 第 79—118 页

七、关于营业成本……第 118—158 页

八、关于供应商……第 158—182 页

九、关于毛利率……第 182—197 页

十、关于期间费用……第 197—212 页

十一、关于政府补助和纳税情况……第 212—223 页

十二、关于存货……第 223—242 页

十三、关于非流动资产……第 242—249 页

十四、关于流动负债……第 249—260 页

十五、关于资金流水核查……第 260—286 页

十六、关于审计截止日后财务信息……第 286—288 页

关于厦门渡远户外用品股份有限公司

IPO 审核问询函中有关财务事项的说明

天健函〔2023〕1266 号

深圳证券交易所：

由东兴证券股份有限公司转来的《关于厦门渡远户外用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》（审核函〔2022〕010566 号，以下简称审核问询函）奉悉。我们已对审核问询函所提及的厦门渡远户外用品股份有限公司（以下简称渡远户外或公司）财务事项进行了审慎核查，并出具了《关于厦门渡远户外用品股份有限公司 IPO 审核问询函中有关财务事项的说明》（天健函〔2022〕1562 号、天健函〔2023〕371 号）。因公司补充了最近一期财务数据，我们为此作了追加核查，现汇报如下。

一、关于股权激励。根据申报材料：

（1）2019 年 9 月公司实施股权激励，谢福建通过受让林锡臻、林豫柏和林锋发持有的汇力源股权直接持股。谢福建在本次股权转让中共获得 4.6%的股权，包括无偿受让的 2.685%股权和按 8.1 元/注册资本有偿受让的 1.915%股权。上述各转让方均已就本次股权转让缴纳了相应税款。

（2）廖怀有、陈标敏、黄英兰、林乐东、林锡健通过受让林锡臻所持有连城汇力的财产份额间接持股，股权激励的作价为 8.1 元/注册资本。

（3）公司选取 62.7 元/股作为相关股份支付权益工具的公允价值。上述股权激励中，公司未对谢福建的服务年限进行约定，股份支付 909.69 万元在授予日一次性计入管理费用；通过连城汇力间接持股的激励对象的服务年限为自 2019 年 12 月起 5 年。据此，报告期各期，公司确认的股份支付费用分别为 925.77 万元、192.92 万元和 192.92 万元。

请发行人说明：

（1）实控人林锡臻向谢福建无偿转让股份是否履行相关内部决策程序，是否存在纠纷或潜在纠纷，一次性确认股份支付费用的合规性。

（2）2019 年相关股份支付权益工具公允价值的确认依据，相关 PE 倍数情况，是否与同期同行业可比公司估值存在较大差异。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，结合《企业会计准则》说明股份支付费用计算结果及分摊处理的准确性。（审核问询函问题 2）

（一）实控人林锡臻向谢福建无偿转让股份是否履行相关内部决策程序，是否存在纠纷或潜在纠纷，一次性确认股份支付费用的合规性

1. 实控人林锡臻向谢福建无偿转让股份是否履行相关内部决策程序，是否存在纠纷或潜在纠纷

在厦门汇力源进出口有限公司（以下简称汇力源）2019 年 9 月的股权激励中，谢福建通过受让林锡臻、林豫柏和林锋发持有的汇力源股权共获得 4.6%的股权，其中包括无偿受让的 2.685%股权和按 8.1 元/注册资本有偿受让的 1.915%股权。

在具体转让时：（1）林锡臻向谢福建无偿转让 2.2%的股权，谢福建无需支付股权转让价款；（2）林豫柏向谢福建转让的 1.9%股权中，0.485%股权由林锡臻代谢福建支付股权转让价款，1.415%股权由谢福建直接向林豫柏支付股权转让价款；（3）林锋发向谢福建转让的 0.5%股权由谢福建直接向林锋发支付股权转让价款。

2019 年 9 月 9 日，汇力源作出股东会决议，全体股东均同意林锡臻将所持有汇力源 2.2%的股权转让给谢福建，林豫柏将所持有汇力源 1.9%的股权转让给谢福建，林锋发将所持有汇力源 0.5%的股权转让给谢福建，并相应修改公司章程。因此实际控制人林锡臻向谢福建无偿转让汇力源股权取得了汇力源当时全体股东的同意。

根据汇力源当时的全体股东林锡臻、林豫柏、林锋发、林秋群、金棋祥、连城汇力股权投资合伙企业（有限合伙）（以下简称连城汇力）共同出具的《承诺函》，上述股东均已承诺放弃行使对谢福建所受让股权的优先购买权。

2019 年 9 月 10 日，汇力源在厦门市集美区市监局办理完毕了上述股权转让的工商变更登记手续。

2022 年 8 月 10 日，公司全体股东共同出具确认函，就实际控制人林锡臻向

谢福建无偿转让汇力源股权进行了确认，各方对此次无偿转让不存在任何争议或潜在纠纷。

因此，实际控制人林锡臻向谢福建无偿转让汇力源股权已经履行了相关内部决策程序。上述无偿转让的汇力源股权已登记在谢福建名下，根据林锡臻、谢福建出具的确认函，林锡臻与谢福建就上述无偿转让汇力源股权的事项不存在任何纠纷或潜在纠纷。

2. 一次性确认股份支付费用的合规性

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》的相关规定：“股份支付，是指企业为获取职工和其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。……以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，应当以授予职工权益工具的公允价值计量。授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，应当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”。同时根据《监管规则适用指引——发行类第 5 号》中“5-1 增资或转让股份形成的股份支付”的相关规定，“股份立即授予或转让完成且没有明确约定等待期等限制条件的，股份支付费用原则上应当一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益”。

从公司实际情况来看，实控人林锡臻向谢福建无偿转让股份的目的，主要系认可该员工的能力且其对公司贡献较大而授予其激励股权，激励股权已办理工商变更并登记至谢福建名下，根据各方签署的《股权转让协议》以及林锡臻、林豫柏、林锋发、谢福建确认，各方未就谢福建的股权激励约定服务期或业绩条件，不存在任何实质或隐含的可行权条件，属于授予后立即可行权的以权益结算的股份支付，在授予日按照权益工具的公允价值一次性计入当期损益，符合《企业会计准则》及《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的相关规定。

（二）2019 年相关股份支付权益工具公允价值的确认依据，相关 PE 倍数情况，是否与同期同行业可比公司估值存在较大差异

1. 股份支付权益工具公允价值确认的相关规定

序号	规定名称	内容
1	《企业会计准则第 11 号——股份支付》	以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，应当以授予职工权益工具的公允价值计量
2	《企业会计准则讲解（2010）》	对于授予职工的股份，其公允价值应按企业股份的市场价格计量，同时考虑授予股份所依据的条款和条件（不包括市场条件之外的可行权条件）进行调整。如果企业股份未公开交

		易，则应按估计的市场价格计量，并考虑授予股份所依据的条款和条件进行调整
3	《企业会计准则第 39 号——公允价值计量》及其应用指南	公司在确定公司股权的公允价值时，应按以下三个层次顺序参考：①公司股份价值有活跃市场的，参考活跃市场价格；②公司股份价值无活跃市场的，可参考最近一次外部投资者入股价格；③无外部投资者入股价格的，应采取合理估值方法确定
4	《监管规则适用指引——发行类第 5 号》	确定公允价值,应综合考虑以下因素:（1）入股时期,业绩基础与变动预期,市场环境变化;（2）行业特点,同行业并购重组市盈率、市净率水平;（3）股份支付实施或发生当年市盈率、市净率等指标;（4）熟悉情况并按公平原则自愿交易的各方最近达成的入股价格或股权转让价格,如近期合理的外部投资者入股价,但要避免采用难以证明公允性的外部投资者入股价;(5)采用恰当的估值技术确定公允价值,但要避免采取有争议的、结果显失公平的估值技术或公允价值确定方法,如明显增长预期下按照成本法评估的净资产或账面净资产。判断价格是否公允应考虑与某次交易价格是否一致,是否处于股权公允价值的合理区间范围内。

2. 公司 2019 年相关股份支付权益工具公允价值的确认依据、相关 PE 倍数情况

由于公司为非公众公司，不存在公开活跃的股份交易市场，无法取得活跃的股份市场价格，且在 2019 年 9 月、12 月近期无可供参考的外部投资者入股价格。因此，公司相关股份支付权益工具的公允价值考虑采取合理估值方法确定，即参考厦门嘉学资产评估房地产估价有限公司（更名自厦门市大学资产评估土地房地产估价有限责任公司）出具的《厦门汇力源进出口有限公司因股份支付涉及的其股东全部权益资产评估报告》（大学评估评字〔2020〕920044 号）（以下简称“评估报告”）。根据《评估报告》，并选取收益法评估结果作为最终评估结论：截至 2018 年 12 月 31 日公司的股东全部权益价值为 20,900.00 万元。据此，公司相关股份支付权益工具公允价值参考 2018 年归属母公司股东净利润计算的市盈率（PE）为 10.39 倍。

综上，公司 2019 年相关股份支付在无活跃市场报价、无可供参考外部投资者入股价格的情况下，采取合理估值方法确定公允价值，具有合理性，符合《监管规则适用指引——发行类第 5 号》中的要求，符合《企业会计准则第 39 号——公允价值计量》规定。

3. 是否与同期同行业可比公司估值存在较大差异

根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所处行业为“C24 文教、工美、体育和娱乐用品制造业”，以 6 个月为区间，C24 行业

以及同行业可比上市公司 2018 年 12 月-2019 年 12 月各期末的市盈率情况如下：

股票代码	公司名称	市盈率 PE（倍）		
		2018 年 12 月 31 日	2019 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日
CSRC 文教、工美、体育和娱乐用品制造业		36.16	47.38	41.63
002899	英派斯	25.37	27.79	28.79
300651	金陵体育	65.08	143.71	98.93
605299	舒华体育	2020 年 12 月上市		

注：数据来源为 wind，行业市盈率为剔除负值的计算结果

考虑到 A 股上市公司的整体规模以及股票流动性，二级市场市盈率相对较高，公司对应的市盈率低于同期同行业 A 股上市公司的市盈率具有一定的合理性。

为增强可比性，进一步扩大可比公司选取范围，选取同期未上市公司或新三板挂牌公司作为可比公司样本进行比较，并将估值对应的时间范围相应扩展，具体情况如下：

股票代码	公司名称	时间	股权变动时的挂牌情况	股权变动事项	市盈率（倍）
301287	康力源	2019 年 1 月	非公众公司	股权转让	15.84
605299	舒华体育	2016 年 11 月	新三板挂牌	定向发行	17.89
871721	润元户外	2022 年 4 月	新三板挂牌	定向发行	8.99
870749	建华中兴	2020 年 12 月	新三板挂牌	定向发行	3.44
同行业平均市盈率					11.54
公司		2019 年 9 月、12 月	非公众公司	股权转让	10.39

注 1：上述同行业公司属于 wind“休闲用品行业”之“体育及户外用品行业”

注 2：市盈率系对应前一年归属母公司股东净利润计算

如上表所示，公司 2019 年相关股份支付权益工具公允 价值对应的市盈率与同行业未上市公司或新三板挂牌公司相比处于合理区间，对应前一年归属母公司股东净利润计算的市盈率略低于舒华体育、康力源，主要系由于企业发展阶段、经营规模或股份流动性等方面存在的差异导致，具有一定的合理性。

综上所述，公司 2019 年相关股份支付权益工具的公允价值依据评估报告确认，因企业规模、流动性等因素，对应的市盈率虽低于同期同行业可比上市公司的市盈率，但与同行业未上市公司或新三板挂牌公司的市盈率相比处于合理区间，不存在明显异常，估值具有合理性。

（三）结合《企业会计准则》说明股份支付费用计算结果及分摊处理的准确

性

1. 《企业会计准则》的相关规定

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》对股份支付费用的相关规定：“授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，应当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。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，应当以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。等待期，是指可行权条件得到满足的期间。对于可行权条件为规定服务期间的股份支付，等待期为授予日至可行权日的期间；对于可行权条件为规定业绩的股份支付，应当在授予日根据最可能的业绩结果预计等待期的长度”。

2. 股份支付计算结果及分摊处理

公司在报告期内确认的两次股份支付包括：1）2019 年 9 月，公司原股东以股权转让的方式直接对员工进行股权激励；2）2019 年 12 月，公司通过连城汇力对部分员工实施股权激励。两次股份支付均参考前述估值结果 62.70 元/股作为相关股份支付权益工具的公允价值。具体股份支付费用计算过程如下：

(1) 股份授予的基本情况

两次股权支付激励对象的授予数量、授予价格、服务期限约定情况如下：

单位：万股、元/股、万元

项　目	激励对象	授予股权数量 a	授予价格 b	行权金额 c=a*b	服务期限约定
2019 年 9 月股权激励	谢福建	8.95	-	-	无服务期限约定
		6.38	8.10	51.71	
	小　计	15.33	-	51.71	-
2019年12月股权激励	陈标敏	6.00	8.10	48.60	自 2019 年 12 月起 5 年
	廖怀有	6.67	8.10	54.00	自 2019 年 12 月起 5 年
	黄英兰	1.67	8.10	13.50	自 2019 年 12 月起 5 年
	林乐东	1.67	8.10	13.50	自 2019 年 12 月起 5 年
	林锡健	1.67	8.10	13.50	自 2019 年 12 月起 5 年
	小　计	17.67	-	143.10	
合　计		33.00	-	194.81	-

(2) 股份支付费用的计算过程

单位：万元

项目	激励对象	授予股权公允价值 d	权益工具公允价值 e=a*d	股份支付费用确认金额 f=e-c	2019 年分摊	2020 年分摊	2021 年分摊	2022 年分摊	2023 年 1-6 月
2019 年 9 月股权激励	谢福建	62.70	561.17	561.17	561.17	-	-		
		62.70	400.23	348.53	348.53	-	-	-	
	小　计	62.70	961.40	909.69	909.69	-	-	-	
2019 年 12 月股权激励	陈标敏	62.70	376.20	327.60	5.46	65.52	65.52	65.52	32.76
	廖怀有	62.70	418.00	364.00	6.07	72.80	72.80	72.80	36.40
	黄英兰	62.70	104.50	91.00	1.52	18.20	18.20	18.20	9.10
	林乐东	62.70	104.50	91.00	1.52	18.20	18.20	18.20	9.10
	林锡健	62.70	104.50	91.00	1.52	18.20	18.20	18.20	9.10
	小　计	62.70	1,107.70	964.60	16.08	192.92	192.92	192.92	96.46
合　计		62.70	2,069.10	1,874.30	925.77	192.92	192.92	192.92	96.46

由上表可知，公司 2019 年 9 月股权激励，按照谢福建实际取得的股份数量 15.33 万股与所确定的股权公允价值 62.70 元/股计算对应股份的公允价值为 961.40 万元，扣除其实际支付价格 51.71 万元，确认以权益结算的股份支付金额为 909.69 万元，由于公司未对谢福建的服务年限或业绩条件进行约定，公司在 2019 年授予当期一次性计入管理费用，同时计入资本公积(股本溢价)，符合《企业会计准则》中“授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，应当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”的相关规定；公司 2019 年 12 月股权激励，按照陈标敏、廖怀有等员工实际取得的股份数量 17.67 万股与所确定的股权公允价值 62.70 元/股计算对应股份的公允价值为 1,107.70 万元，扣除其实际支付价格 143.10 万元，确认以权益结算的股份支付金额为 964.60 万元，根据股权转让协议，本次员工持股约定的服务期限为 5 年，因此股份支付金额自 2019 年 12 月起分 5 年服务期确认股份支付费用，报告期内分别确认股份支付金额 192.92 万元、192.92 万元、192.92 万元和 96.46 万元，已计入当期损益，同时计入资本公积(其他资本公积)，符合《企业会计准则》中“完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，应当以对可行

权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积”的相关规定。

综上所述，公司对员工的股权激励，授予后立即可行权的股份支付部分，按照授予数量确定，一次性确认股份支付；授予后存在等待期的股份支付，每个资产负债表日综合考虑可行权人数变动情况、实际授予的股份等确定预计可行权数量，分期确认股份支付费用，公司两次股权激励股份支付费用计算结果及分摊处理准确，符合《企业会计准则》的相关规定。

（四）核查程序及结论

针对上述事项，我们实施了如下核查程序：

1. 查阅公司股权激励相关的会议文件、工商登记文件、股权转让协议等，了解股份激励是否履行相应的决策程序；

2. 对公司股权激励相关的授予方和被激励对象进行访谈，了解股权激励原因、激励对象选择标准、股权激励是否存在服务期等限制性条件以及各方是否存在纠纷或潜在纠纷等，并取得相应的确认函；

3. 取得被激励对象谢福建的情况调查表，了解其工作履历，分析一次性确认股份支付的合规性；

4. 结合《企业会计准则》《监管规则适用指引——发行类第 5 号》等相关规定，核查授予日权益工具的公允价值及确认方法是否合理，核查股份支付计入期间是否正确、股份支付相关会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定；

5. 查阅同期同行业可比公司市盈率、股权交易估值等市场公开信息，并与公司股份支付相关权益工具公允价值进行对比分析，核查公司股份支付相关权益工具公允价值的合理性；

6. 查阅资产评估报告、股权转让协议、合伙份额转让协议等，复核股份支付费用的计算过程、结果是否准确。

经核查，我们认为：

1. 公司实际控制人林锡臻向谢福建无偿转让股份已履行相关内部决策程序，各方不存在纠纷或潜在纠纷；考虑到谢福建的个人能力以及对公司的贡献程度，未对其股权激励设置服务期限、业绩条件或隐含的可行权条件，属于授予后立即可行权的以权益结算的股份支付，在授予日按照权益工具的公允价值一次性计入当期损益，符合《企业会计准则》的相关规定；

2. 公司为非公众公司，无活跃的股份市场价格，亦无可供参考的外部投资者入股价格，其 2019 年相关股份支付权益工具公允价值参考评估报告确定，计量方法和结果具有合理性；公司 2019 年相关股份支付权益工具公允价值对应的市盈率与同行业未上市公司相比不存在明显差异，市盈率低于同期同行业可比上市公司，主要受企业规模、流动性等因素影响，具有合理性；

3. 报告期内，公司两次股权激励的股份支付费用计算结果及分摊处理准确，符合《企业会计准则》的相关规定。

二、关于关联方与关联交易。申报材料显示：

（1）报告期内，公司与乐舟科技于 2019 年存在同业竞争情形，乐舟科技当年的营业收入占公司同期主营业务收入的比例为 0.30%，不属于对公司构成重大不利影响的同业竞争。为避免和规范同业竞争，乐舟科技于 2019 年底停止营业，并于 2021 年 4 月注销。

（2）实控人林锡臻曾控制福安市爱的电气有限公司（持股比例为 97%），经营范围包括“家用电力器具专用配件、风动和电动工具、船用配套设备、电机、水泵及配件、机械化农业及园艺机具生产、电池销售”；曾控制福安市闽城电机厂（持股比例 100%），经营范围包括“电动机、发电机、发电机组、水泵、鼓风机、电风扇制造销售。”上述企业均已注销或转让。

（3）保荐工作报告显示，2019 年 3 月-5 月实控人林锡臻从发行人处拆出资金，拆出用途包括乐舟科技运营开支。

（4）龙岩亿达为持有公司 5%以上股份股东金棋祥控制的公司，龙岩亿达主要从事塑料、金属制品的生产制造业务。报告期内，公司向龙岩亿达采购主要系因前期注塑产能有限，通过向龙岩亿达采购注塑配件及少量委托加工服务以降低产能压力。同时，公司将配件类注塑产品相关物料出售给龙岩亿达。

请发行人：

（1）说明乐舟科技于 2019 年底停止营业但直至 2021 年 4 月注销的合理性，实控人从发行人处拆出资金用于乐舟科技运营开支的原因，相关资金的流向及对象，相关对象及其关联方与发行人合作情况，是否存在分担成本费用的情形。

（2）说明福安市爱的电气有限公司、福安市闽城电机厂注销的原因，资产、人员、业务和技术等方面与发行人的关系，采购及销售渠道、客户、供应商等

方面是否影响发行人的独立性，是否曾与发行人存在共同生产、共用采购、销售渠道、为发行人提供外协等情形，报告期内注销的关联方是否存在为发行人分担成本费用的情形。

（3）对比市场价格说明向龙岩亿达采购、委托加工和销售商品定价的合理性，关联交易价格的公允性。

请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见。（审核问询函问题 3）

（一）说明乐舟科技于 2019 年底停止营业但直至 2021 年 4 月注销的合理性，实控人从公司处拆出资金用于乐舟科技运营开支的原因，相关资金的流向及对象，相关对象及其关联方与公司合作情况，是否存在分担成本费用的情形

1. 乐舟科技于 2019 年底停止营业但直至 2021 年 4 月注销的合理性

乐舟科技于 2021 年 1 月开始启动注销清算程序，并于 2021 年 4 月 15 日完成注销。乐舟科技注销时间较晚主要基于以下原因：

乐舟科技于 2019 年底开始处于无实际经营状态，在实质上已不构成同业竞争情形，因此，实际控制人林锡臻对乐舟科技是否注销未予以及时关注。公司于 2020 年 12 月申请上市辅导备案前，对公司关联方情况进行核查梳理，关注到乐舟科技主体存续情况，为避免实际控制人存在同业竞争的嫌疑，决定尽快注销乐舟科技。考虑到后续尽职调查等合规需要，在取得相关部门出具的无违规证明后于 2021 年 1 月启动注销程序。后因税务注销手续、注销公告期等耗时较长，乐舟科技于 2021 年 4 月 15 日才完成注销。

2. 实际控制人从公司处拆出资金用于乐舟科技运营开支的原因

乐舟科技设立于 2016 年 9 月，主要从事水上休闲运动产品的国内销售及电商开拓业务。乐舟科技整体经营规模较小，融资能力有限，需向林锡臻拆借资金用于临时运营周转。公司发展的前期阶段需要较多的研发、运营资金投入，但由于融资渠道有限，故实际控制人林锡臻在报告期前期为公司提供了一定的经营周转资金。因此，当林锡臻出现个人资金需求，如控制的乐舟科技需要运营资金周转时，亦存在向公司拆出资金的情形。

报告期内，林锡臻通过乐舟科技法定代表人刘锦华向乐舟科技汇入资金合计 3.50 万元，均为林锡臻自有资金，用于乐舟科技支付服务费等日常营运开支。

2020 年 1 月至今，公司未再向实际控制人林锡臻拆出资金，林锡臻已于 2020 年 10 月向公司偿还全部借款并按同期银行贷款利率支付利息，上述资金拆借不

存在损害公司利益的情形。

3. 相关资金的流向及对象，相关对象及其关联方与公司合作情况，是否存在分担成本费用的情形

经查阅乐舟科技的银行流水，乐舟科技向实际控制人林锡臻拆入资金后主要用于支付货款、服务费等，具体情况如下：

单位：万元

日期	收入	支出	交易对方	交易背景/款项用途	与公司合作情况
2020 年 4 月 21 日	3.30	-	刘锦华	林锡臻通过乐舟科技法定代表人刘锦华向乐舟科技汇入运营周转资金	-
2020 年 4 月 21 日	-	3.30	厦门易尔通网络科技有限公司	向厦门易尔通网络科技有限公司支付百度服务费	报告期内与公司及其子公司无合作
2020 年 9 月 14 日	0.20	-	刘锦华	林锡臻通过乐舟科技法定代表人刘锦华向乐舟科技汇入运营周转资金，主要用于其他零星支出	-

厦门易尔通网络科技有限公司（以下简称易尔通）成立于 2005 年 4 月，注册资本 10,000.00 万元，系百度授权的地区代理商，主要提供网络营销及网站建设服务。2020 年 4 月，乐舟科技向易尔通支付 3.30 万元百度服务费，不存在分担成本费用的情形。报告期内，易尔通与公司及其子公司无合作。

（二）说明福安市爱的电气有限公司、福安市闽城电机厂注销的原因，资产、人员、业务和技术等方面与公司的关系，采购及销售渠道、客户、供应商等方面是否影响公司的独立性，是否曾与公司存在共同生产、共用采购、销售渠道、为公司提供外协等情形，报告期内注销的关联方是否存在为公司分担成本费用的情形

1. 福安市爱的电气有限公司、福安市闽城电机厂注销的原因

(1) 福安市爱的电气有限公司注销的原因

福安市爱的电气有限公司（以下简称福安爱的）系于 2008 年 1 月设立并由公司实际控制人林锡臻实际控制的公司，主营业务为水泵、风机等产品的生产和销售。2016 年，随着福建爱的厂房逐步扩建、业务规模增加，为提高管理效率，并满足未来发展的需求，公司实际控制人林锡臻计划将福安爱的与福建爱的进行业务整合，逐步将福安爱的生产经营业务转移至福建爱的。2016 年 9 月，福建爱的开始尝试并拓展水泵业务，配置相应生产条件、培训相关员工从事水泵的生

产和销售。2017 年 11 月，福安爱的与福建爱的签署《业务转让协议》，福安爱的向福建爱的转让与生产经营相关的机器设备、模具、物料、专利和商标等主要资产，福安爱的停止生产经营。本次业务整合于 2018 年 4 月完成相关资产的交付，福安爱的于 2018 年 1 月停止生产并在完成部分尾单的销售后于 2018 年 6 月停止经营业务。公司于 2020 年 12 月申请上市辅导备案前，对关联方情况进行核查梳理，关注到福安爱的主体存续情况。为避免实际控制人存在同业竞争的嫌疑，福安爱的启动注销程序并于 2021 年 4 月完成注销。

(2) 福安市闽城电机厂转让的原因

福安市闽城电机厂（以下简称闽城电机厂）系公司实际控制人林锡臻于 2010 年 4 月收购的个人独资企业。为避免同业竞争嫌疑，林锡臻于 2020 年 9 月将闽城电机厂的全部出资转让给无关联第三方。在此期间，闽城电机厂无实际生产经营，其收入来源主要为厂房的租金收入。

2. 资产、人员、业务和技术等方面与公司的关系

福安爱的、闽城电机厂在资产、人员、业务和技术方面与公司的关系如下：

(1) 福安爱的

林锡臻于 2016 年计划将福安爱的的生产经营业务转移至福建爱的。同年 9 月，福建爱的开始拓展水泵业务并进行水泵的生产和销售。2017 年，经过近一年的发展，福建爱的的水泵生产工艺、员工技术水平、厂房建设进度及销售渠道已基本满足业务整合的要求，因此福建爱的与福安爱的于 2017 年 11 月共同签署了《业务转让协议》，约定福安爱的将生产经营相关的机器设备、模具、物料、专利和商标等主要资产整体出售给福建爱的。本次业务整合于 2018 年 4 月完成相关资产的交付，福安爱的于 2018 年 1 月停止生产并在完成部分尾单的销售后于 2018 年 6 月停止经营业务，并于 2021 年 4 月注销。本次业务整合完成后，公司与福安爱的在资产、人员、业务和技术等方面各自独立，具体情况如下：

1) 资产方面

2017 年 11 月业务整合前，福安爱的与福建爱的分别于宁德市福安市、龙岩市连城县开展生产经营活动，各自独立拥有相关生产经营资产。2017 年 11 月，福安爱的将生产经营相关的机器设备、模具、物料、专利和商标等主要资产整体出售给福建爱的，其中机器设备、模具、物料等相关资产于 2018 年 4 月完成交割，原登记注册在福安爱的名下的商标专利亦逐步变更登记至福建爱的名下。上

述生产经营相关的主要资产转让至福建爱的后，福安爱的仅保留电脑、家具、空调等办公设备，福安爱的于 2018 年 1 月停止生产并在 2018 年 6 月完成部分尾单的销售后停止经营业务。2021 年 4 月福安爱的办理完毕工商注销手续。因此，公司拥有的与生产经营相关的资产均独立于福安爱的。

2）人员方面

2017 年 11 月业务整合前，福安爱的与福建爱的分别于宁德市福安市、龙岩市连城县开展生产经营活动，各自配备了相应的采购、销售和生产人员。福建爱的与福安爱的于 2017 年 11 月签署《业务转让协议》后，福安爱的生产负责人陈标敏、行政综合人员林乐东等 11 名人员于 2018 年 2 月-12 月陆续入职公司及其子公司。自 2019 年 1 月至 2021 年 4 月福安爱的注销时，除公司董事长、总经理林锡臻担任福安爱的执行董事兼经理，福建爱的行政人事部职员林乐东担任福安爱的监事外，公司人员与福安爱的人员各自独立。

3）业务和技术方面

福安爱的的主营业务为水泵、风机等产品的生产和销售，直至 2018 年 6 月停止经营。福建爱的自 2011 年 8 月设立后主要从事皮划艇的生产和销售；如上所述，福建爱的于 2016 年 9 月开始拓展水泵业务并进行水泵的生产和销售。在 2016 年 9 月至 2018 年 6 月业务整合过渡期间，福建爱的与福安爱的存在同时从事水泵生产销售的情形。

经核查，在福安爱的将相关业务整合至福建爱的前，福建爱的仅从事 21、22 款水泵的生产和销售，福安爱的从事包括 21、22 款在内的水泵的生产和销售，其中 21 款水泵由福安爱的向福建爱的采购组件并在组装后销售给单一客户 Alfred Kärcher，22 款水泵由福安爱的向福建爱的采购成品并销售给单一客户东莞威霸清洁器材有限公司（以下简称东莞威霸）。因此，除上述 Alfred Kärcher 和东莞威霸的特殊情况外，福建爱的与福安爱的所生产的水泵型号不存在重叠情形，两家公司均根据客户的实际需求进行相应水泵的生产和销售。由于水泵生产涉及的相关商标专利当时均登记在福安爱的名下，因此福建爱的生产销售 21、22 款水泵存在使用福安爱的相关商标专利的情况。

如前所述，福安爱的自 2018 年 6 月起停止经营业务，并于 2021 年 4 月注销。因此，自 2018 年 6 月起，福安爱的未实际进行生产经营，公司独立拥有各项业务技术并直接面向市场独立开展各项业务活动。

(2) 闽城电机厂

经核查，自 2010 年 4 月林锡臻实际控制闽城电机厂以来，闽城电机厂无实际生产经营，其名下的主要资产为其拥有的土地使用权和厂房，收入来源主要为厂房租金收入。2020 年 9 月，林锡臻将对闽城电机厂的全部出资转让给无关联第三方。因此，公司与闽城电机厂在资产、人员、业务和技术等方面各自独立。

3. 采购及销售渠道、客户、供应商等方面是否影响公司的独立性，是否曾与公司存在共同生产、共用采购、销售渠道、为公司提供外协等情形

(1) 福安爱的

2016 年 9 月至 2018 年 6 月业务整合过渡期间，福建爱的与福安爱的存在同时从事水泵生产销售的情形，但福安爱的已于 2018 年 6 月起停止经营，因此自 2018 年 6 月起以及报告期内，公司与福安爱的不存在共同生产、共用采购、销售渠道、为公司提供外协的情形，福安爱的在采购及销售渠道、客户、供应商等方面不存在影响公司独立性的情形。具体如下：

1) 生产及外协方面

经核查，福建爱的与福安爱的分别于龙岩市连城县、宁德市福安市的生产场所各自独立进行生产经营，不存在共同生产的情况，福安爱的不存在为公司提供外协的情形，不存在生产方面影响公司独立性的情形。

2) 采购方面

2016 年 9 月至 2018 年 6 月期间，福建爱的与福安爱的均从事水泵业务，存在部分供应商重合的情形。通过抽查相关重合供应商的采购合同或订单等文件，虽然存在部分供应商重合的情形，但福建爱的与福安爱的均系根据各自生产实际需要独立进行采购，不存在共同采购的情形。

福安爱的自 2018 年 6 月起停止经营并于 2021 年 4 月注销。因此，自 2018 年 6 月起以及报告期内，福安爱的与公司均不存在共用采购渠道的情况，在采购渠道方面不存在影响公司独立性的情形。

3) 销售方面

2016 年 9 月至 2018 年 6 月期间，福建爱的与福安爱的均从事水泵业务，存在部分客户重合的情形。通过抽查相关重合客户的销售合同或订单等文件，虽然存在部分客户重合的情况，但除上文所述 Alfred Kärcher 和东莞威霸的特殊情况外，福建爱的与福安爱的所生产的水泵型号不存在重叠情形，两家公司均根据

客户的实际需求进行相应水泵的生产和销售，不存在捆绑销售或者共用销售渠道的情形。

福安爱的自 2018 年 6 月起停止经营并于 2021 年 4 月注销。因此，自 2018 年 6 月起以及报告期内，福安爱的与公司均不存在共用销售渠道的情形，在销售方面不存在影响公司独立性的情形。

(2) 闽城电机厂

如上所述，自 2010 年 4 月林锡臻实际控制闽城电机厂起，闽城电机厂均无实际生产经营，其收入来源主要为厂房租金收入。2020 年 9 月，林锡臻将对闽城电机厂的全部出资转让给无关联第三方。因此，闽城电机厂未实际进行生产经营，公司与闽城电机厂不存在共同生产、共用采购、销售渠道、为公司提供外协的情形，闽城电机厂在采购及销售渠道、客户、供应商等方面不存在影响公司独立性的情形。

4. 报告期内注销的关联方是否存在为公司分担成本费用的情形

经查阅公司及其子公司、报告期内注销或转让的关联方乐舟科技、福安爱的、闽城电机厂以及公司董事、监事、高级管理人员的报告期内的银行流水等资料，对公司实际控制人、财务总监进行访谈，报告期内注销或转让的关联方乐舟科技、福安爱的、闽城电机厂在报告期内不存在为公司分担成本费用的情形。

（三）对比市场价格说明向龙岩亿达采购、委托加工和销售商品定价的合理性，关联交易价格的公允性

报告期内，公司与龙岩亿达的关联采购、委托加工和销售情况如下：

单位：万元

交易类型	采购商品		委托加工		销售商品	
	金额	占营业成本比例	金额	占营业成本比例	金额	占营业收入比例
2023 年 1-6 月	—	—	—	—	—	—
2022 年度	—	—	—	—	—	—
2021 年度	10.97	0.05%	13.09	0.06%	—	—
2020 年度	395.32	3.98%	9.51	0.10%	14.75	0.08%

1. 采购商品

公司从龙岩亿达采购商品的具体明细如下：

单位：万元

类 型	2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比
房车游艇配件	-	-	331.67	83.90%
其中：甲板盖	-	-	233.56	59.08%
五金件	-	-	10.14	2.56%
包装物	-	-	8.42	2.13%
橡胶	-	-	4.24	1.07%
其他	10.97	100.00%	40.85	10.33%
合 计	10.97	100.00%	395.32	100.00%

公司从龙岩亿达采购的产品种类和规格型号较多，2020 年主要采购房车游艇配件，如甲板盖、舷窗、海水过滤器等，其中甲板盖的采购金额占公司从龙岩亿达采购总额的比例接近 60%，因此下文选取甲板盖的采购价格进行分析。

针对房车游艇配件类产品，公司以自主生产为主，少量通过外购，在与龙岩亿达合作后，房车游艇配件类的主要供应商即为龙岩亿达。因此，除龙岩亿达外，公司 2019 年仅向非关联方厦门纽茂泵业有限公司(以下简称纽茂泵业)采购甲板盖，2020 年仅向龙岩亿达采购。

在同一规格型号下，公司 2019 年向龙岩亿达、纽茂泵业的采购价格对比如下：

型 号	龙岩亿达				纽茂泵业平均单价(元/PCS)	平均单价差异率
	金额(万元)	数量(PCS)	平均单价(元/PCS)	占甲板盖金额比例		
SFRE1-353-606-01	12.73	2,081	61.17	22.91%	79.73	-23.27%
SFRE1-460-510-01	9.02	1,371	65.76	16.22%	84.21	-21.91%
SFRE1-270-375-01	6.97	2,453	28.43	12.55%	34.14	-16.71%
SFRE1-315-440-01	1.97	556	35.47	3.55%	39.05	-9.17%

由上表可知，公司向龙岩亿达采购的单价低于纽茂泵业，主要原因系：一方面，龙岩亿达位于公司子公司生产基地的所在地龙岩市连城县，而纽茂泵业位于厦门市，纽茂泵业的报价中包含了相对更高的物流成本；另一方面，生产甲板盖的主要原材料为塑料粒子，如下图所示，2019 年塑料粒子价格下降较为明显，而公司向纽茂泵业采购上述产品的时间主要是 2019 年上半年，而龙岩亿达的供

货时间为 2019 年 10-12 月。公司向龙岩亿达采购，采用“成本加成”的定价模式，因龙岩亿达的原材料采购成本、物流运输成本等相对于纽茂泵业较低，故 2019 年向龙岩亿达采购的价格相对较低，具有合理性。

2020 年，公司仅向龙岩亿达采购甲板盖，无同期非关联方采购价格可供比较；同时甲板盖产品属于行业细分领域，且型号差异较大，亦未有明确的市场公允价格。为此，现将公司 2020 年向龙岩亿达采购的前五大型号甲板盖的价格与 2019 年价格进行比较，具体情况如下：

型 号	2020 年度				2019 年度				平均单价差异率
	数量(PCS)	金额(万元)	平均单价(元/PCS)	占甲板盖金额比例	数量(PCS)	金额(万元)	平均单价(元/PCS)	占甲板盖金额比例	
SFRE1-353-606-01	7,520	38.43	51.10	16.45%	2,081	12.73	61.17	22.91%	-16.47%
SFRE1-460-510-01	5,102	26.98	52.87	11.55%	1,371	9.02	65.76	16.22%	-19.60%
SFRE1-270-375-01	9,793	24.02	24.52	10.28%	2,453	6.97	28.43	12.55%	-13.75%
SFRE1-315-440-01	6,057	19.34	31.93	8.28%	556	1.97	35.47	3.55%	-9.97%
SFRE2-353-606-01	3,412	17.52	51.35	7.50%	800	4.20	52.52	7.56%	-2.23%
合 计	31,884	126.28		54.07%	7,261	34.90		62.79%	

相较于 2019 年，2020 年公司向龙岩亿达采购的主要甲板盖型号均价呈现了一定程度的下降，主要系 2020 年上半年塑料粒子价格相比 2019 年四季度处于低价运行阶段，尤其是 2020 年 3 月塑料粒子市场价格出现大幅下滑，在此背景下，经过洽谈龙岩亿达自 2020 年 4 月起整体下调向公司的销售价格。由于 2020 年，

公司向龙岩亿达的采购期间主要集中于第二、三季度，因此，2019 年和 2020 年，公司向龙岩亿达采购甲板盖的均价变化情况符合塑料粒子价格的变动趋势，不存在明显异常情况。

2021 年 2 月公司停止向龙岩亿达采购和委托加工后，龙岩亿达将其用于生产房车游艇配件的模具以 10.97 万元出售给公司，不再从事房车游艇配件的生产。前述交易按照市场原则定价，价格公允合理。

综上所述，公司向龙岩亿达的采购定价基于市场化原则，采用“成本加成”的定价模式，与行业通用的定价模式保持一致，采购定价公允合理。

2. 委托加工

公司因注塑产能有限，于 2020 年 12 月-2021 年 2 月委托龙岩亿达提供少量配件类注塑产品的加工服务以降低产能压力，但同期并无其他供应商提供同类产品的加工服务。公司与龙岩亿达委托加工的定价，系结合 2018 年委托同样位于连城的非关联方福建中塑电子科技有限公司（以下简称“中塑电子”）的加工单价并参考市场价格确定。公司委托龙岩亿达加工的主要产品加工单价与中塑电子对比如下：

物料名称	龙岩亿达				中塑电子 2018 年加工单价（元/PCS）	加工单价差异率
	2021 年加工单价（元/PCS）	2021 年占加工费比例	2020 年加工单价（元/PCS）	2020 年占加工费比例		
甲板盖 353*606 下框	3.88	0.25%	3.88	9.94%	3.86	0.52%
甲板盖 6 寸底盖 黑色	0.53	1.68%	0.53	4.63%	0.53	-
甲板盖 4 寸旋盖 黑色	0.46	0.33%	0.46	4.38%	0.46	-

甲板盖 4 寸底盖 黑色	0.46	0.82%	0.46	3.16%	0.46	-
甲板盖 6 寸旋盖 黑色	0.53	2.94%	0.53	2.50%	0.53	-
甲板盖 270*375 下盖	2.59	2.37%	2.59	2.19%	2.59	-
甲板盖 270*375 上盖	2.59	2.38%	2.59	1.66%	2.59	-
防水帽黑色	0.05	1.29%	0.05	1.56%	0.05	-
甲板盖 6 寸旋盖 白色	0.54	2.66%	0.54	1.36%	0.55	-1.82%
甲板盖 6 寸底盖 白色	0.54	2.61%	0.54	0.75%	0.53	1.89%
合 计		17.32%		32.13%		

由上表可知，公司委托龙岩亿达的加工单价与中塑电子差异较小，价格公允合理，且报告期内与龙岩亿达的委托加工交易金额很小，对公司财务状况和经营成果的影响较小。

3. 销售商品

2020 年，龙岩亿达因临时需求，从公司购买了少量塑料粒子、弹簧等物料，交易金额为 14.75 万元。

综上，公司将部分与甲板盖、舷窗等注塑配件生产相关的剩余零星物料出售给龙岩亿达，销售定价参考物料的市场价格确定，该关联交易金额较小，对公司财务状况和经营成果的影响较小。

（四）核查程序及结论

针对上述事项，我们实施了如下核查程序：

1. 查阅乐舟科技自设立起至注销的工商登记材料以及乐舟科技注销的相关资料；

2. 就乐舟科技的注销背景原因以及与乐舟科技的资金拆借具体情况对公司实际控制人林锡臻进行访谈；

3. 查阅报告期内乐舟科技采购、销售相关的合同订单、交易凭证、发票、银行流水等资料；

4. 查阅福安爱的自设立起至注销的工商登记材料以及福安爱的注销的相关资料；

5. 查阅闽城电机厂自设立起至林锡臻将其转让给无关联第三方时的工商登记材料以及相关转让协议、价款支付凭证等资料；

6. 查阅福安爱的与福建爱的签署的《业务转让协议》、转让资产明细清单、

入职公司的相关人员劳动合同、商标专利证书、价款支付凭证等资料；

7. 查阅闽城电机厂的土地房产证书；

8. 查阅福安爱的注销前的采购明细账、销售明细账、资产清单、财务报表以及闽城电机厂转让前的财务报表等资料；

9. 查阅福建爱的的工商登记材料以及福建爱的销售 21、22 款水泵的销售明细账等相关资料；

10. 查阅福建爱的与福安爱的向重合供应商采购的合同或订单、向重合客户销售的合同或订单；

11. 查阅公司及其子公司、报告期内注销或转让的关联方乐舟科技、福安爱的、闽城电机厂以及公司董事、监事、高级管理人员报告期内的银行流水等资料；

12. 就福安爱的、闽城电机厂、福建爱的的历史沿革、业务演变、注销、转让原因等事项对公司实际控制人林锡臻进行访谈；

13. 登录国家企业信用信息公示系统对福安爱的、闽城电机厂、乐舟科技等公司的工商登记信息进行查询，登录国家知识产权局对福安爱的转让给福建爱的的商标专利情况进行查询；

14. 查阅公司与龙岩亿达、纽茂泵业、中塑电子的交易明细账、交易凭证，并就相关价格进行对比，分析交易价格的公允性；

15. 就公司与龙岩亿达的交易情况、定价合理性及公允性对公司实际控制人林锡臻、财务总监谢福建进行访谈。

经核查，我们认为：

1. 由于乐舟科技停止营业后，实际控制人林锡臻对乐舟科技是否第一时间注销未予以及时关注，在本次上市辅导备案前进行关联方梳理时为避免存在同业竞争的嫌疑方才进行注销，因此乐舟科技于 2019 年底停止营业但直至 2021 年 4 月注销具有合理性；

2. 乐舟科技整体经营规模较小，融资能力有限，需向实际控制人林锡臻拆借资金用于临时运营周转；林锡臻在企业发展早期曾为公司提供一定经营周转资金，故当其出现个人资金需求，如控制的乐舟科技需要运营资金周转时，亦会向公司拆出资金；

3. 乐舟科技向实际控制人林锡臻拆入资金后主要用于向易尔通支付服务费，易尔通与公司及其子公司无合作，不存在分担成本费用的情形；

4. 福安爱的注销的原因系因业务整合而将与生产经营相关的主要资产转让给福建爱的并停止经营，同时为了避免同业竞争的嫌疑而注销；闽城电机厂转让的原因系避免同业竞争嫌疑；

5. 报告期内，公司的资产、人员、业务和技术均独立于福安爱的和闽城电机厂；公司与福安爱的、闽城电机厂不存在共同生产、共用采购、销售渠道、为公司提供外协的情形；福安爱的和闽城电机厂在采购及销售渠道、客户、供应商等方面不存在影响公司独立性的情形；报告期内注销或转让的关联方乐舟科技、福安爱的、闽城电机厂在报告期内不存在为公司分担成本费用的情形；

6. 公司向龙岩亿达采购、委托加工和销售商品均基于市场化原则定价，关联交易价格公允合理。

三、关于资金拆借与财务内控。根据申报材料：

（1）报告期内，公司与实控人林锡臻、股东林豫松、福安市亿达电器有限公司之间发生的资金拆借行为均发生在 2019 年，主要基于临时资金周转、个人投资或配合转贷需求等。

（2）报告期内发行人存在通过供应商或关联方周转贷款、向不具备资质的第三方进行票据贴现、资金拆借、通过员工代收货款、个人卡代收代付、现金支付等财务内控不规范情形。

请发行人：

（1）说明上述关联方资金拆借的具体情况，包括逐笔的借款和还款发生时间、金额、原因、用途等，是否存在为发行人代垫成本费用的情形。

（2）说明对个人卡收款的管理措施，发行人及其关联方是否存在互相代为承担成本和其他支出的情况。

（3）按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 25 的要求，说明对上述财务内控不规范行为的整改情况，相关事项是否影响发行人财务内控有效性。

（4）说明转贷事项是否符合相关法律与监管法规，是否存在被监管部门处罚的风险。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。（审核问询函问题 4）

（一）说明上述关联方资金拆借的具体情况，包括逐笔的借款和还款发生时

间、金额、原因、用途等，是否存在为公司代垫成本费用的情形

1. 关联方资金拆借的具体情况

(1) 资金拆入情况

报告期内，公司不存在从关联方处拆入资金的情况。

(2) 资金拆出情况

报告期内，公司不存在向关联方拆出资金的情况，2020 年存在收回实际控制人林锡臻于报告期外的借款。具体情况如下：

1) 林锡臻

单位：万元

序号	关联方	金额	借款时间	还款时间	计付利息	拆借原因	款项用途
1	林锡臻	50.00	2019.04.25	2020.09.22	3.12	资金周转	30 万元用于乐舟科技运营支出；剩余款项用于日常开支
2	林锡臻	500.00	2019.07.17	2020.10.27 归还 300 万元；2020.10.28 归还 200 万元	28.36	投资理财	用于购买银行、证券公司股票及证券 ETF 股票基金理财
3	林锡臻	200.00	2019.07.18	2020.10.27	11.31		
4	林锡臻	300.00	2019.12.17	2020.10.28	11.49		

2019 年，实际控制人林锡臻向公司借款 1,000.00 万元主要用于投资理财，借款 50 万元用于控制的其他企业运营开支、个人日常开支等，均具有真实、合理的交易背景，不存在为公司代垫成本费用的情形。实际控制人林锡臻已于 2020 年 9 月、10 月归还全部借款，并按照同期银行贷款利率计付利息，未损害公司及其股东利益，不存在为公司代垫成本费用的情形。

2. 是否存在为公司代垫成本费用的情形

截至 2020 年 10 月底，上述资金拆借已清理完毕，相关资金拆借均按照同期银行贷款利率 4.35%计付利息，不存在损害公司利益的情形，不存在为公司代垫成本费用的情形。

（二）说明对个人卡收款的管理措施，公司及其关联方是否存在互相代为承担成本和其他支出的情况

1. 个人卡的具体情况

报告期内，公司存在通过员工个人账户代收少量货款情形，具体金额如下：

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
员工代收货款金额（万元）	-	-	0.35	20.16

如上表所示，报告期内公司通过员工个人账户代收货款的金额整体较小，主要是少数客户（以零散客户、展会客户为主）出于支付简便等考虑，直接将货款付给发行人员工；2020 年金额相对较大，主要系控股子公司康远精密总经理谢凌峰应偶发性的客户要求代收货款 16.00 万元。

报告期内，公司通过员工个人账户收取的货款均已纳入财务核算，不存在公司与关联方互相代为承担成本和其他支出的情形。

2. 对个人卡收款的管理措施

如上所述，报告期内公司存在的员工个人账户代收款行为，主要系为满足业务经营过程中便利收付的实际需求，发生金额总体较小、发生频率较低，不会对公司财务状况和经营成果产生重大影响。公司已对相关行为采取了有效的整改管理措施，具体如下：

(1) 报告期内发生的员工个人账户代收款均已入账，涉税事项均已申报缴纳；

(2) 加强员工培训，明确禁止员工利用个人账户代收货款，强调杜绝代收货款的行为；

(3) 公司进一步建立健全《财务管理制度》《费用报销和付款管理办法》等财务管理制度，加强对账户开立、使用的监督管理，并对资金管理、费用报销及其审批、决策权限、程序作出明确规定；

(4) 对相关事项涉及的款项入账情况进行核查，保证公司财务入账真实、准确、完整。

首次申报审计截止日后，公司内部控制制度健全且被有效执行，相关不规范情形未再发生。

（三）按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 25 的要求，说明对上述财务内控不规范行为的整改情况，相关事项是否影响公司财务内控有效性

1. 财务内控不规范行为的整改情况

按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 25 的相关规定，公司在报告期内存在的财务内控不规范情形如下：

序 号	内控不规范情形	是否存在
1	为满足贷款银行受托支付要求，在无真实业务支持情况下，通过供应商等取得银行贷款或为客户提供银行贷款资金走账通道（简称“转贷”行为）	存在
2	向关联方或供应商开具无真实交易背景的商业票据，通过票据贴现后获取银行融资	不存在开具无真实交易背景的商业票据的情形，存在向不具备资质的第三方进行票据贴现的情形
3	与关联方或第三方直接进行资金拆借	存在
4	通过关联方或第三方代收货款	存在通过员工代收零星货款的情况
5	利用个人账户对外收付款项	不存在
6	出借公司账户为他人收付款项	不存在
7	违反内部资金管理规定对外支付大额款项、大额现金借支和还款、挪用资金等重大不规范情形等	不存在

公司已对上述财务内控不规范行为进行了有效整改，具体情况如下：

(1) 针对通过供应商周转贷款行为的整改情况

针对通过供应商周转银行贷款行为，公司采取了以下整改措施：

1) 公司已按照《公司法》《贷款通则》《企业内部控制基本规范》等法律法规及部门规章的要求，完善了关于银行贷款资金的使用管理，并积极按照相关内控制度要求严格履行内部控制流程，自 2020 年 2 月起，公司未再发生类似周转贷款行为；

2) 截至 2020 年 8 月底，公司已按照上述银行贷款合同约定的期限足额偿还了本金及利息，不存在逾期或其他违约的情形，未给相关贷款银行造成损失；

3) 组织董事、监事、高级管理人员及财务人员的培训教育，深入学习《贷款通则》《流动资金贷款管理暂行办法》等法律法规以及《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》等文件的相关规定；

4) 公司出具承诺，将严格按照贷款管理相关法律法规的规定取得银行贷款，不会从事或参与任何违反相关法律法规的转贷行为。

自上述整改措施实施及首次申报审计截止日后，公司未再发生通过供应商周转贷款的情形。

(2) 针对向不具备资质的第三方进行票据贴现的整改情况

针对向不具备资质的第三方进行票据贴现的行为，公司已建立健全了相关内控制度并持续有效运行，重点加强了应收票据的内控管理并加强董事、监事、高级管理人员、子公司管理人员及财务人员进行票据管理及使用事项的培训，深入

学习《票据法》《商业汇票承兑、贴现与再贴现管理暂行办法》《非法金融机构和非法金融业务活动取缔办法》等法律法规，杜绝票据不规范使用的行为。

自上述整改措施实施及首次申报审计截止日后，公司未再发生向不具备资质的第三方进行票据贴现的情形。

(3) 针对资金拆借事项的整改情况

针对与关联方或第三方直接进行资金拆借的事项，公司采取了以下整改措施：

1) 公司已于 2020 年 10 月完成关联方资金拆借的清理、于 2021 年 6 月完成第三方资金拆借的清理，2021 年 7 月以来，公司与其关联方或第三方未再发生资金拆借行为；

2) 公司已建立并执行了《关联交易决策制度》《财务管理制度》等相关制度，严格规范公司与关联方、第三方之间的资金拆借行为；

3) 针对报告期内的关联资金拆借事项，公司已召开股东大会、董事会、监事会进行了确认，关联股东及关联董事均已回避表决，独立董事亦发表独立意见，履行了相应审议程序；

4) 为避免、减少和规范与公司之间的关联交易，公司控股股东、实际控制人、持股 5%以上股东、董事、监事、高级管理人员均已出具了关于规范和减少关联交易的承诺。

自上述资金拆借清理完毕后，公司严格按照规定执行整改措施，未再发生公司与关联方或第三方之间进行资金拆借等非经营性资金占用的情形。

(4) 针对通过员工代收货款事项的整改情况

报告期内，公司员工通过个人账户代收货款的金额整体较小，主要是由于少数客户（以零散客户、展会客户为主）出于支付简便等考虑，直接将货款付给公司员工，员工再转入公司对公账户。

针对员工代收货款事项，公司通过完善相关制度条款和内部控制，禁止代收客户货款，对销售人员、财务人员进行培训并积极督促员工履行相关规定，严格规范并整改员工个人代收货款的问题。

自上述整改措施实施及首次申报审计截止日后，公司未再发生通过员工代收货款的情形。

2. 相关事项是否影响公司财务内控有效性

报告期内，公司存在部分财务内控不规范情形，但不属于主观故意或者恶意行为，不构成重大违法违规且已整改完毕，相关事项不会影响公司财务内控有效性，具体分析如下：

通过供应商周转的银行贷款均用于公司自身正常生产经营活动，不属于骗取贷款的违法行为且均已按约还本付息，未发生逾期还款或其他违约情形；向不具备资质的第三方进行票据贴现主要系出于便捷性考虑，仅发生一次，具有偶发性，所涉及的票据已通过银行正常完成承兑，未产生任何纠纷；与关联方或第三方之间的资金拆借则源于相关方的实际资金周转需求，已按照双方约定计付利息并清理完毕；通过员工代收货款主要系为满足个别客户需求或结算便利性考虑，总体交易频率较低，涉及金额较小，相关收支均已完整入账，未对公司财务状况和经营成果产生不利影响。

公司针对报告期内的财务内控不规范情形，已通过完善制度、组织培训、加强内控等方式进行积极纠正并整改，相关财务内控不规范行为均已整改完毕。经过整改，公司已建立健全相关内控制度并持续有效运行，且自相关整改完成及首次申报审计截止日后未再发生上述不规范行为。

综上所述，报告期内公司存在的上述财务内控不规范情形不属于主观故意或者恶意行为，不构成重大违法违规；上述财务内控不规范情形已经整改完毕，公司已建立健全并有效实施配套内控制度，相关事项不会对公司财务内控有效性产生重大不利影响。

（四）说明转贷事项是否符合相关法律与监管法规，是否存在被监管部门处罚的风险

1. 转贷事项是否符合银行业相关法律与监管法规

(1) 银行业相关法律与监管法规规定

中国银行业监督管理委员会《流动资金贷款管理暂行办法》第二十四条规定：“贷款人在发放贷款前应确认借款人满足合同约定的提款条件，并按照合同约定通过贷款人受托支付或借款人自主支付的方式对贷款资金的支付进行管理与控制，监督贷款资金按约定用途使用。贷款人受托支付是指贷款人根据借款人的提款申请和支付委托，将贷款通过借款人账户支付给符合合同约定用途的借款人交易对象”。

中国银行业监督管理委员会《流动资金贷款管理暂行办法》第二十七条规定：

“采用贷款人受托支付的，贷款人应根据约定的贷款用途，审核借款人提供的支付申请所列支付对象、支付金额等信息是否与相应的商务合同等证明材料相符。审核同意后，贷款人应将贷款资金通过借款人账户支付给借款人交易对象”。

中国人民银行《贷款通则》第七十一条规定：“借款人有下列情形之一，由贷款人对其部分或全部贷款加收利息；情节特别严重的，由贷款人停止支付借款人尚未使用的贷款，并提前收回部分或全部贷款：（一）不按借款合同规定用途使用贷款的；（二）用贷款进行股本权益性投资的；……”。

(2) 转贷事项是否符合银行业相关法律与监管法规

报告期内，公司子公司福建爱的通过供应商周转贷款的行为，未严格遵守与银行之间对贷款用途的约定，虽然违反《贷款通则》《流动资金贷款管理暂行办法》等相关规定，但不构成重大违法违规行为，具体分析如下：

1) 前述款项均用于福建爱的正常生产经营活动，不存在将该贷款非法据为己有的目的，也不存在用于证券投资、股权投资、房地产投资或国家禁止生产、经营的领域和用途的情形；

2) 福建爱的在申请贷款时提供相关担保、保证，有按时、足额偿还贷款本息的能力，且福建爱的通过周转贷款取得的借款均已依约还本付息，未发生逾期还款，未发生贷款银行向福建爱的加收利息或提前收回贷款的情形；

3) 2022 年 7 月 29 日、8 月 3 日，中国工商银行连城支行和中国建设银行连城支行分别出具证明，确认福建爱的自 2019 年 1 月 1 日至证明出具之日在银行办理的贷款业务均能按照相关借款合同的约定按时还本付息，均能按照相关借款合同的约定执行，不存在因违反相关规定而被提前收回或承担赔偿责任的情形，不存在任何纠纷或争议；

4) 2022 年 8 月 25 日、2023 年 2 月 1 日、2023 年 7 月 20 日，中国人民银行连城县支行分别出具证明，确认福建爱的自成立至证明出具之日不存在因违反国家征信、人民银行及外汇管理方面相关法律法规及规范性文件的规定而受到该单位行政处罚的情形。

2. 是否存在被监管部门处罚的风险

经核查，福建爱的在贷款期间均能按照借款合同的约定按时还本付息，未发生逾期还款或其他违约的情形，资金结算方面无不良记录；相关银行与福建爱的就已履行完毕的借款合同不存在任何纠纷或争议；相关银行对福建爱的不存在任

何收取罚息或采取其他惩罚性法律措施的情形。

中国人民银行连城县支行已经出具证明，确认福建爱的不存在因违反相关法律法规及规范性文件的规定而受到行政处罚的情形。

经核查，福建爱的通过供应商周转贷款的事项已经整改完毕，2020 年 2 月以来公司及其子公司未再出现任何周转贷款情况，整改后的内控制度合理、正常运行并持续有效。

基于此，福建爱的通过供应商周转贷款行为不构成重大违法违规行为；福建爱的未因此受到相关监管机构的处罚，亦不存在因违反相关法律、法规的规定而受到处罚的风险，不会对本次发行上市造成实质性法律障碍。

（五）核查程序及结论

针对上述事项，我们实施了如下核查程序：

1. 查阅报告期内公司与关联方拆借的借款协议、银行流水凭证，核查资金流向、使用情况以及是否存在为公司代垫成本费用的情形，复核拆借资金的本息偿付情况；

2. 访谈发生资金拆借的关联方，了解拆借原因、资金流向和用途、本息偿还情况等事项；

3. 查阅员工代收货款的流水凭证，复核员工代收货款事项与账务记录的一致性与完整性；

4. 查阅报告期内公司及其子公司的银行借款、担保合同以及贷款还款凭证，结合资金流水核查周转贷款的流向和使用情况；

5. 查阅周转贷款逐笔对应的贷款发放、款项周转的流水凭证，复核资金往来的实际流向和使用情况；访谈协助周转贷款的相关方，了解周转贷款的相关情况；

6. 查阅公司应收账款、应收票据、其他应收款和期间费用明细表并对其进行抽凭，了解向不具备资质的第三方票据贴现、资金拆借、员工代收货款，核查其真实、准确和完整性；

7. 访谈公司财务、销售、内审等部门负责人，了解相关内控不规范情形的发生原因、整改措施及整改后的内控运行情况；

8. 查阅公司制定的《关联交易决策制度》《财务管理制度》《内部审计制度》等制度文件，了解内部控制制度及流程设计的合理性；

9. 对公司采购与付款循环、销售与收款循环、货币资金管理执行穿行测试，检查内部控制设计是否有效以及遵照执行情况；

10. 查阅首次申报审计截止日后公司及其子公司银行流水、现金日记账、往来明细账、新增借款合同，核查是否仍存在通过相关方周转贷款、资金拆借等财务内控不规范的情况；

11. 查阅公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员以及财务经理、出纳等关键岗位人员的银行流水，关注是否有异常收付情形；

12. 查阅中国人民银行连城县支行、中国工商银行连城支行及中国建设银行连城支行出具的证明；

13. 查阅公司审议关联交易事项的决议文件；

14. 查询《流动资金贷款管理暂行办法》《贷款通则》《票据法》《商业汇票承兑、贴现与再贴现管理暂行办法》《非法金融机构和非法金融业务活动取缔办法》等相关法律法规；

15. 查阅公司实际控制人、持股 5%以上股东、董事、监事、高级管理人员出具的关于规范和减少关联交易的承诺；

16. 获取公司针对相关事项出具的确认函。

经核查，我们认为：

1. 截至 2020 年 10 月底，上述资金拆借已清理完毕，不存在为公司代垫成本费用的情形；

2. 报告期内公司存在通过员工代收货款情况，主要系为满足业务经营过程中个别客户需求或结算便利性考虑，且发生金额总体较小、发生频率较低，相关收支均已纳入财务核算，不会对公司财务状况和经营成果产生重大影响，不存在公司及其关联方互相代为承担成本和其他支出的情形；

3. 报告期内，公司存在部分财务内控不规范情形但不属于主观故意或者恶意行为，不构成重大违法违规且已整改完毕，相关事项不会影响公司财务内控有效性；

4. 福建爱的报告期内周转贷款行为不构成重大违法违规行为；福建爱的未因此受到相关监管机构的处罚，亦不存在因违反相关法律、法规的规定而受到处罚的风险，不会对本次发行上市造成实质性法律障碍。

四、关于自有品牌与 ODM 模式。根据申报材料：

（1）报告期内，公司自有品牌业务包括直销模式、经销商模式和贸易商模式。主要客户包括连锁商超、房车游艇制造商、经销商、贸易商等。

（2）在 ODM/OEM 业务类型下，公司根据客户需求，进行产品的研究开发，并根据客户订单情况组织生产，然后直接销售给客户。目前采用 ODM 模式销售的主要客户有 Lippert、Super Retail Group、Birgma 等房车游艇制造商或连锁商超。公司 OEM 模式的主要客户为 KD 和 GV Snowshoes 等品牌商。2021 年 ODM/OEM 业务的销售收入占比有所提升。

请发行人说明：

（1）ODM/OEM、自有品牌的销售渠道、销售区域、主要产品类型及档次定位等差异情况，报告期内 ODM/OEM 和自主品牌前五大客户销售金额及占比、销售内容、客户基本信息、产品销售地、毛利率等情况。

（2）对客户品牌、技术的保护措施，报告期内与客户是否存在争议纠纷。

（3）ODM/OEM 模式的定价方法及合理性，ODM 和 OEM 模式在产品类别、主要客户等方面存在的差异及原因；报告期内 ODM/OEM 模式收入占比提升的原因，对自主品牌产品的销售是否造成影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。（审核问询函问题 8）

（一）ODM/OEM、自有品牌的销售渠道、销售区域、主要产品类型及档次定位等差异情况，报告期内 ODM/OEM 和自主品牌前五大客户销售金额及占比、销售内容、客户基本信息、产品销售地、毛利率等情况

1. ODM/OEM、自有品牌的销售渠道、销售区域、主要产品类型及档次定位等差异情况

(1) ODM/OEM、自有品牌的销售渠道

报告期内，ODM/OEM、自有品牌的销售渠道情况如下：

单位：万元

业务模式	销售渠道	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自有品牌	直销	1,419.39	8.71%	4,346.52	14.09%	4,445.68	12.76%	2,847.20	14.92%
	经销商	5,092.41	31.25%	8,108.30	26.28%	8,663.91	24.86%	6,235.91	32.67%
	贸易商	3,163.48	19.41%	5,576.61	18.08%	6,331.94	18.17%	3,275.51	17.16%
ODM/	直销	6,621.98	40.63%	12,818.43	41.55%	15,403.82	44.21%	6,729.10	35.25%

OEM									
合 计		16,297.26	100.00%	30,849.86	100.00%	34,845.35	100.00%	19,087.72	100.00%

报告期内，公司自有品牌业务采用直销、经销商和贸易商销售渠道相结合的方式，利用不同销售渠道的优势开展自有品牌业务。ODM/OEM 通过直销方式进行销售，公司根据客户需求，进行产品的研究开发，并根据客户订单情况组织生产，然后直接销售给客户。

(2) ODM/OEM、自有品牌的销售区域

报告期内，自有品牌、ODM/OEM 的销售区域情况如下：

单位：万元

业务模式	销售区域	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自有品牌	境外	7,649.23	46.94%	14,514.54	47.05%	15,982.90	45.87%	10,297.92	53.95%
	境内	2,026.05	12.43%	3,516.90	11.40%	3,458.63	9.93%	2,060.71	10.80%
ODM/OEM	境外	5,465.69	33.54%	11,020.49	35.72%	12,720.30	36.51%	5,514.07	28.89%
	境内	1,156.30	7.10%	1,797.94	5.83%	2,683.52	7.70%	1,215.02	6.37%
合 计		16,297.26	100.00%	30,849.86	100.00%	34,845.35	100.00%	19,087.72	100.00%

报告期内，公司自有品牌业务、ODM/OEM 业务均主要在境外市场销售，不存在较大差异。

(3) ODM/OEM、自有品牌的主要产品类型及档次定位差异

1) 产品类型

报告期内，公司自有品牌、ODM/OEM 业务模式的主要产品类型情况如下：

单位：万元

项 目		产品类别	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自有品牌	房车游艇配套产品	小微型水泵	6,325.38	65.38%	10,733.33	59.53%	10,455.34	53.78%	7,613.21	61.60%
		便携油桶	255.54	2.64%	759.75	4.21%	594.55	3.06%	176.28	1.43%
		其他配套产品	2,157.30	22.30%	3,366.71	18.67%	3,581.27	18.42%	2,098.84	16.98%
		小 计	8,738.22	90.31%	14,859.79	82.41%	14,631.15	75.26%	9,888.33	80.01%
	水上休闲运动产品	皮划艇	524.13	5.42%	2,515.59	13.95%	3,857.43	19.84%	1,947.13	15.76%
		桨板	44.99	0.46%	87.76	0.49%	138.55	0.71%	57.65	0.47%
		其他产品	167.93	1.74%	273.08	1.51%	357.47	1.84%	170.03	1.38%
		小 计	737.05	7.62%	2,876.42	15.95%	4,353.46	22.39%	2,174.80	17.60%
	其他		200.01	2.07%	295.23	1.64%	456.93	2.35%	295.49	2.39%

	合　计		9,675.28	100.00%	18,031.44	100.00%	19,441.53	100.00%	12,358.63	100.00%
ODM/OEM	房车游艇配套产品	小微型水泵	3,093.78	46.72%	4,598.16	35.87%	5,859.08	38.04%	3,951.70	58.73%
		便携油桶	236.76	3.58%	936.46	7.31%	683.79	4.44%	630.86	9.38%
		其他配套产品	1,166.07	17.61%	1,211.19	9.45%	905.59	5.88%	507.05	7.54%
		小　计	4,496.61	67.90%	6,745.82	52.63%	7,448.47	48.35%	5,089.61	75.64%
	水上休闲运动产品	皮划艇	1,781.96	26.91%	4,779.55	37.29%	6,994.61	45.41%	1,345.70	20.00%
		桨板	58.35	0.88%	95.49	0.74%	197.67	1.28%	85.38	1.27%
		其他产品	243.01	3.67%	954.71	7.45%	589.47	3.83%	139.63	2.07%
		小 计	2,083.32	31.46%	5,829.75	45.48%	7,781.75	50.52%	1,570.71	23.34%
	其他		42.06	0.64%	242.86	1.89%	173.60	1.13%	68.77	1.02%
	合　计		6,621.98	100.00%	12,818.43	100.00%	15,403.82	100.00%	6,729.10	100.00%

报告期内，公司自有品牌业务以房车游艇配套产品和水上休闲运动产品为主，两类产品占比相对稳定，房车游艇配套产品的销售收入占自有品牌收入的比例分别为 80.01%、75.26%、82.41%和 90.31%。

报告期内，公司 ODM/OEM 业务以房车游艇配套产品和水上休闲运动产品为主。2021 年，水上休闲运动产品销售收入占该模式下收入比例从 23.34%上升至 50.52%，主要系：当年该模式下 KD 及其子公司昆山耀和向公司采购皮划艇等水上休闲运动产品金额从 66.95 万元增长至 4,540.66 万元。

综上所述，自有品牌业务、ODM/OEM 业务的主要产品类型不存在差异。

2）档次定位

报告期内，自有品牌业务和 ODM/OEM 业务销售的主要产品均为房车游艇配套产品和水上休闲运动产品。对于自有品牌业务，公司结合公司产品市场竞争情况、自有品牌发展现状、销售渠道拓展情况和生产成本等因素进行产品销售定位；对于 ODM/OEM 业务，公司综合考虑市场竞争情况、代工客户的具体需求和生产资源等因素，确定产品销售。因此，公司并不单一根据产品定位（低端/高端）、产品售价（低价/高价）选择销售自有品牌业务产品或 ODM/OEM 业务产品，自有品牌业务和 ODM/OEM 业务不存在档次定位差异。

2. 报告期内 ODM/OEM 和自主品牌前五大客户销售金额及占比、销售内容、客户基本信息、产品销售地、毛利率等情况

（1）ODM/OEM 和自有品牌前五大客户销售情况

1）自有品牌业务

报告期内，公司自有品牌业务前五大客户销售情况如下：

单位：万元

期间	序号	客户名称	主要销售产品	该模式下的销售金额	占自有品牌业务收入的比例	毛利率
2023年1-6月	1	Seaflo Marine & RV North America,LLC（以下简称 Seaflo Marine）	房车游艇配套产品	2,732.92	28.25%	/
	2	Sea River Produtos Náuticos（以下简称 Sea River）	房车游艇配套产品	648.13	6.70%	/
	3	泗洪语牧机电有限公司	房车游艇配套产品	638.04	6.59%	/
	4	SARAY DENIZ MALZEMELERI VE YATCILIK SAN.VE TIC.LTD.STI.（以下简称 Saray）	房车游艇配套产品	500.80	5.18%	/
	5	Lighteu GmbH	房车游艇配套产品	274.13	2.83%	/
	合　计			4,794.01	49.55%	-
2022年度	1	Seaflo Marine	房车游艇配套产品	4,895.17	27.15%	/
	2	Anaconda Pty Ltd（以下简称 Anaconda）	水上休闲运动产品	1,845.22	10.23%	/
	3	泗洪语牧机电有限公司	房车游艇配套产品	944.95	5.24%	/
	4	Sea River	房车游艇配套产品	747.97	4.15%	/
	5	Mako International Trading Ltd	房车游艇配套产品	696.16	3.86%	/
	合　计			9,129.47	50.63%	-
2021年度	1	Seaflo Marine	房车游艇配套产品	4,391.44	22.59%	/
	2	Anaconda	水上休闲运动产品	1,857.94	9.56%	/
	3	Sea River	房车游艇配套产品	1,081.83	5.56%	/
	4	泗洪语牧机电有限公司	房车游艇配套产品	942.87	4.85%	/
	5	Mako International Trading Ltd	房车游艇配套产品	639.82	3.29%	/
	合　计			8,913.90	45.85%	-
2020年度	1	Seaflo Marine	房车游艇配套产品	3,465.97	28.04%	/
	2	Anaconda	水上休闲运动产品	1,319.68	10.68%	/
	3	Sea River	房车游艇配套产品	585.02	4.73%	/
	4	泗洪语牧机电有限公司	房车游艇配套产品	576.49	4.66%	/
	5	Mako International Trading Ltd	房车游艇配套产品	456.65	3.70%	/

	合　计	-	6,403.81	51.82%	-

注 1：公司申报时报告期首期为 2019 年度，为保持数据的可比性，2020 年度、2021 年度计算毛利率时均不考虑运输费用的影响，2022 年度和 2023 年 1-6 月延续以前年度的分析和比较，也不考虑运输费用的影响，下同，

注 2：泗洪语牧机电有限公司包括本身及其实际控制人控制的江苏美旅户外用品有限公司

注 3：报告期内，公司自有品牌业务前五大客户毛利率已申请豁免

报告期内，公司自有品牌业务前五大客户分别实现收入的金额为 6,403.81 万元、8,913.90 万元、9,129.47 万元和 4,794.01 万元，占该模式下收入的比例分别为 51.82%、45.85%、50.63%和 49.55%。

2) ODM/OEM 业务

报告期内，公司 ODM/OEM 业务前五大客户销售情况如下：

单位：万元

期间	序号	客户名称	主要产品	该模式下的销售金额	占 ODM/OEM 业务收入的比例	毛利率
2023 年 1-6 月	1	Kayak Distribution INC.(以下简称 KD)	水上休闲运动产品	1,460.86	22.06%	/
	2	Lippert Components, INC(以下简称 Lippert)	房车游艇配套产品	558.78	8.44%	/
	3	厦门纽茂泵业有限公司	房车游艇配套产品	375.66	5.67%	/
	4	Spyra GmbH	房车游艇配套产品	258.00	3.90%	/
	5	Seaflo Marine	房车游艇配套产品	230.31	3.48%	/
	合　计			2,883.61	43.55%	-
2022 年度	1	KD	水上休闲运动产品	4,142.59	32.32%	/
	2	Birgma Asia Trading Limited(以下简称 Birgma)	房车游艇配套产品和水上休闲运动用品	653.63	5.10%	/
	3	上海力健实业有限公司	房车游艇配套产品	627.87	4.90%	/
	4	Spyra GmbH	房车游艇配套产品	514.59	4.01%	/
	5	Seaflo Marine	房车游艇配套产品	508.63	3.97%	/
	合　计			6,447.30	50.30%	-
2021 年度	1	KD	水上休闲运动产品	4,549.08	29.53%	/
	2	Lippert	房车游艇配套产品	999.17	6.49%	/
	3	Super Retail Group	水上休闲运动产品	787.79	5.11%	/
	4	Birgma	房车游艇配套产品和水上休	704.59	4.57%	/

			闲运动用品			
	5	GV Snowshoes	水上休闲运动产品	692.47	4.50%	/
	合 计		-	7,733.10	50.20%	-
2020年度	1	Lippert	房车游艇配套产品	874.67	13.00%	/
	2	Super Retail Group	水上休闲运动产品	585.43	8.70%	/
	3	Birgma	房车游艇配套产品和水上休闲运动用品	528.45	7.85%	/
	4	LILIE GmbH & Co. KG	房车游艇配套产品	360.69	5.36%	/
	5	Seaflo Marine	房车游艇配套产品	355.75	5.29%	/
	合 计		-	2,704.99	40.20%	-

注：2021 年，KD 销售金额包括本身及其子公司昆山耀和体育用品有限公司(以下简称昆山耀和)，2023 年 1-6 月，KD 销售金额包括本身及实际控制人控制的 Vibe Holdings LLC，下同；报告期内，公司 ODM/OEM 业务前五大客户毛利率已申请豁免

报告期内，公司 ODM/OEM 业务前五大客户分别实现收入的金额为 2,704.99 万元、7,733.10 万元、6,447.30 万元和 2,883.61 万元，占该模式下收入的比例分别为 40.20%、50.20%、50.30%和 43.55%。

(2) ODM/OEM 和自有品牌前五大客户销售内容、客户基本信息、产品销售地等信息

1) 自有品牌业务

报告期内，自有品牌业务前五大客户销售内容、客户基本信息及产品销售地等信息如下：

序号	客户名称	成立时间	注册地	主要股东及持股比例	经营范围	合作历史	主要产品销售地	与渡远户外及其关联方是否存在关联关系
1	Seaflo Marine	2015 年	美国	Tychon Holding LLC 持有 50%；John Z Kosowski 持有 31%；叶耀茹持有 19%	房车游艇配套产品的销售	2016 年	美国	否
2	Anaconda	2004 年	澳大利亚	Spotlight Group Holdings Pty Ltd 持有 100%	户外运动及露营用品的销售	2016 年	澳大利亚	否
3	Sea River	1990 年	巴西	Rosa Maria de Lima Simioni 持有 52%	船艇配件产品的销售	2014 年	巴西	否
4	泗洪语牧机电有限公司	2015 年	中国	李一帆持有 100%	水泵、五金船用配件等产品销售	2015 年	中国	否
5	Mako International Trading Ltd	2016 年	中国香港	Glenn Williams 持有 100%	水泵、过滤器和阀门等房车游艇相关的配件产品	2014 年	澳大利亚	否

					的销售			
6	Saray	1994 年	土耳其	Nihat Nahit Sarayonu 持有 40%;Nursen Sarayonu 持有 30%; Nurdan Sarayonu 15%;Nezih Kadri Sarayonu 15%	游艇配件及户外产品的销售	2014 年	土耳其	否
7	Lighteu GmbH	2013 年	德国	Songwu JIANG 持有 100%	小微型水泵、灯具的销售	2016 年	德国	否

注：Mako International Trading Ltd 承接该公司主要股东控制的 Marine&RV industry 与公司的合作，Marine&RV industry 成立时间为 2000 年

2）ODM/OEM 业务

报告期内，ODM/OEM 业务前五大客户销售内容、客户基本信息及产品销售地等信息如下：

序号	客户名称	成立时间	注册地	主要股东及持股比例	经营范围	合作历史	主要产品销售地	与渡远户外及其关联方是否存在关联关系
1	KD	2009 年	加拿大	Fiducie Nicolet 持有 66%	水上休闲运动产品的销售	2018 年	北美、欧洲和澳大利亚	否
2	Lippert	2014 年	美国	LCI Industries 持有 100%	房车、船舶、汽车、商用车和建筑产品的销售	2019 年	美国、加拿大、澳大利亚	否
3	Super Retail Group	1972 年	澳大利亚	Sca Ft Pty Ltd 持有 27.23%；HSBC Custody Nominees (Australia) Limited 持有 24.33%；Citicorp Nominees Pty Limited 持有 8.75%；JP Morgan Nominees Australia Pty Ltd 持有 8.67%	户外运动装备、服装、汽车相关等品牌产品的销售	2018 年	澳大利亚、新西兰	否
4	Birgma	2013 年	中国香港	Birgma Holdings(Hong Kong)Ltd 持有 100%	船舶、越野车、汽车护理、建筑和家具等产品的销售	2018 年	北欧	否
5	GV Snowshoes	1959 年	加拿大	Stephen Vincent 持有 100%	雪鞋、皮划艇等产品销售	2020 年	加拿大、美国	否
6	LILIE GmbH & Co. KG	1972 年	德国	Lilie Verwaltungs-Gmbh 持有 45.45%；Rosemann Peter 持有 40.36%	汽车零配件的零售	2014 年	德国	否
7	Seaflo Marine	2015 年	美国	Tychon Holding LLC 持有 50%；John Z Kosowski 持有 31%；叶耀茹持有 19%	房车游艇配套产品销售	2016 年	美国	否

8	上海力健实业有限公司	2003年	中国	上海美瑞实业有限公司持有100%	五金工具生产加工、包装、销售；劳防用品批发零售；货物或技术进出口；仓储服务	2018年	美国和澳大利亚	否
9	Spyra GmbH	2018年	德国	Enlight Visuals UG持有40.44%；WINGS Beteiligungsgesellschaft mbH持有14.62%	生产销售高压水枪	2020年	全球	否
10	厦门纽茂泵业有限公司	2017年	中国	肖伦彬持有100%	游艇房车上配件水泵、风机舷窗等产品生产和销售	2018年	中国、欧美、澳洲	否

（二）对客户品牌、技术的保护措施，报告期内与客户是否存在争议纠纷

ODM模式下，公司根据客户需求设计、生产，并贴牌销售。公司ODM客户对公司技术及产品质量管理高度认可，除少部分客户对技术参数等有特定要求外，通常采用公司现有产品规格型号及技术参数配置，主要系对产品的外观、包装设计等有定制化要求。ODM业务中涉及的产品品牌名称、商标等，由ODM客户提供，归属于ODM客户所有。报告期内，公司不存在未经许可向第三方销售与ODM客户相同商标、名称产品的情形。

OEM模式下，公司根据客户的工艺、设计要求生产，并贴牌销售。公司OEM客户对公司工艺及产品质量管理高度认可，通常采用客户提供的产品规格型号及技术参数配置。OEM业务中涉及的产品品牌名称、商标等，由OEM客户提供，归属于OEM客户所有。报告期内，公司不存在未经许可向第三方销售与OEM客户相同商标、名称产品的情形。

报告期内，公司对客户品牌、技术严格遵守相关约定，不存在与客户争议纠纷的情形。

（三）ODM/OEM模式的定价方法及合理性，ODM和OEM模式在产品类别、主要客户等方面存在的差异及原因；报告期内ODM/OEM模式收入占比提升的原因，对自主品牌产品的销售是否造成影响

1. ODM/OEM模式的定价方法及合理性

报告期内，公司ODM/OEM业务采用成本加成的定价方式。根据原材料采购价格、人力工时和制造费用等进行生产成本测算，并结合客户规模、采购订单情况、合作前景和客户所处市场产品需求及竞争情况等因素，加上合理的利润率，在双方商务谈判下确定最终销售价格。

因此，公司 ODM/OEM 业务遵循市场化定价方式，具有合理性。

2. ODM 和 OEM 模式在产品类别、主要客户等方面存在的差异及原因

(1) 产品类别

报告期内，公司 ODM 业务销售产品主要为房车游艇配套产品和水上休闲运动产品，OEM 业务仅销售水上休闲运动产品中的滚塑皮划艇和吸塑皮划艇，ODM、OEM 业务具体销售情况如下：

单位：万元

项　目		产品类别	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
ODM	房车游艇配套产品	小微型水泵	3,093.78	58.21%	4,598.16	48.62%	5,859.08	49.71%	3,951.70	59.00%
		便携油桶	236.76	4.45%	936.46	9.90%	683.79	5.80%	630.86	9.42%
		其他配套产品	1,166.07	21.94%	1,211.19	12.81%	905.59	7.68%	507.05	7.57%
		小计	4,496.61	84.60%	6,745.82	71.32%	7,448.47	63.19%	5,089.61	75.99%
	水上休闲运动产品	皮划艇	475.18	8.94%	1,419.16	15.00%	3,378.50	28.66%	1,313.96	19.62%
		桨板	58.35	1.10%	95.49	1.01%	197.67	1.68%	85.38	1.27%
		其他产品	243.01	4.57%	954.71	10.09%	589.47	5.00%	139.63	2.08%
		小 计	776.54	14.61%	2,469.35	26.11%	4,165.64	35.34%	1,538.97	22.98%
	其他		42.06	0.79%	242.86	2.57%	173.60	1.47%	68.77	1.03%
	合　计		5,315.20	100.00%	9,458.03	100.00%	11,787.71	100.00%	6,697.36	100.00%
OEM	水上休闲运动产品	皮划艇	1,306.78	100.00%	3,360.39	100.00%	3,616.11	100.00%	31.74	100.00%

报告期内，公司 ODM 业务销售额分别为 6,697.36 万元、11,787.71 万元、9,458.03 万元和 5,315.20 万元。2021 年，ODM 业务水上休闲运动产品销售金额从 1,538.97 万元增加至 4,165.64 万元，增幅相对较大，主要系当年 KD、GV Snowshoes 两家客户向公司采购皮划艇金额增加较多所致。

报告期内，公司 OEM 业务仅销售滚塑皮划艇和吸塑皮划艇，销售额分别为 31.74 万元、3,616.11 万元、3,360.39 万元和 1,306.78 万元。2021 年，公司 OEM 业务销售额增幅较大，主要系 KD 结合经营需要，且随着双方合作关系深化，KD 增加对公司产品品质的认可度，公司向 KD 的销售额大幅提升。

(2) 主要客户情况

报告期内，公司 ODM 业务模式下主要客户销售情况如下：

单位：万元

期间	序号	客户名称	主要销售产品	该模式下销售金额	占 ODM 业务收入的比例
2023 年 1-6 月	1	Lippert	房车游艇配套产品	558.78	10.51%
	2	厦门纽茂泵业有限公司	房车游艇配套产品	375.66	7.07%
	3	KD	水上休闲运动产品	259.42	4.88%
	4	Spyra GmbH	房车游艇配套产品	258.00	4.85%
	5	Seaflo Marine	房车游艇配套产品	230.31	4.33%
	合 计			1,682.17	31.65%
2022 年度	1	KD	水上休闲运动产品	899.13	9.51%
	2	Birgma	房车游艇配套产品和水上休闲运动产品	653.63	6.91%
	3	上海力健实业有限公司	房车游艇配套产品	627.87	6.64%
	4	Spyra GmbH	房车游艇配套产品	514.59	5.44%
	5	Seaflo Marine	房车游艇配套产品	508.63	5.38%
	合 计			3,203.84	33.87%
2021 年度	1	KD	水上休闲运动产品	1,097.36	9.31%
	2	Lippert	房车游艇配套产品	999.17	8.48%
	3	Super Retail Group	水上休闲运动产品	787.79	6.68%
	4	Birgma	房车游艇配套产品和水上休闲运动产品	704.59	5.98%
	5	GV Snowshoes	水上休闲运动产品	534.76	4.54%
	合 计		-	4,123.67	34.98%
2020 年度	1	Lippert	房车游艇配套产品	874.67	13.06%
	2	Super Retail Group	水上休闲运动产品	585.43	8.74%
	3	Birgma	房车游艇配套产品和水上休闲运动产品	528.45	7.89%
	4	LILIE GmbH & Co. KG	房车游艇配套产品	360.69	5.39%
	5	Seaflo Marine	房车游艇配套产品	355.75	5.31%
	合 计		-	2,704.99	40.39%

报告期内，公司 ODM 业务前五大客户销售金额分别为 2,704.99 万元、4,123.67 万元、3,203.84 万元和 1,682.17 万元，占比分别为 40.39%、34.98%、33.87%和 31.65%。

报告期内，公司 OEM 业务主要客户销售情况如下：

单位：万元

期间	序号	客户名称	销售金额	占 OEM 业务收入的比例
2023 年 1-6 月	1	KD	1,201.44	91.94%
	合 计		1,201.44	91.94%
2022 年度	1	KD	3,243.46	96.52%
	合 计		3,243.46	96.52%
2021 年度	1	KD	3,451.72	95.45%

	2	GV Snowshoes	157.71	4.36%
	合　计		3,609.43	99.81%
2020 年度	1	KD	31.74	100.00%

报告期内，公司 OEM 业务销售金额分别为 31.74 万元、3,616.11 万元、3,360.39 万元和 1,306.78 万元，上述主要客户占比较高。报告期内，KD 系 OEM 业务最主要客户，公司向其销售滚塑皮划艇和吸塑皮划艇。

综上所述，报告期内，公司 ODM 业务和 OEM 业务除 KD 均为主要客户外，其他主要客户分布有所不同，客户分布的差异主要系不同客户经营需求差异使得向公司购买的产品有所不同，具备商业合理性。

3. 报告期内 ODM/OEM 模式收入占比提升的原因，对自主品牌产品的销售是否造成影响

报告期内，公司自有品牌业务和 ODM/OEM 业务具体销售情况如下：

单位：万元

项　目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自有品牌业务	9,675.28	59.37%	18,031.44	58.45%	19,441.53	55.79%	12,358.63	64.75%
ODM/OEM 业务	6,621.98	40.63%	12,818.43	41.55%	15,403.82	44.21%	6,729.10	35.25%
合　计	16,297.26	100.00%	30,849.86	100.00%	34,845.35	100.00%	19,087.72	100.00%

报告期内，房车游艇配套产品和水上休闲运动产品两类主要产品不同业务模式下的销售情况如下：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
房车游艇配套产品	13,234.83	100.00%	21,605.60	100.00%	22,079.61	100.00%	14,977.94	100.00%
其中：自有品牌业务	8,738.22	66.02%	14,859.79	68.78%	14,631.15	66.27%	9,888.33	66.02%
ODM/OEM 业务	4,496.61	33.98%	6,745.82	31.22%	7,448.47	33.73%	5,089.61	33.98%
水上休闲运动产品	2,820.37	100.00%	8,706.17	100.00%	12,135.21	100.00%	3,745.51	100.00%
其中：自有品牌业务	737.05	26.13%	2,876.42	33.04%	4,353.46	35.87%	2,174.80	58.06%
ODM/OEM 业务	2,083.32	73.87%	5,829.75	66.96%	7,781.75	64.13%	1,570.71	41.94%

报告期内，房车游艇配套产品自有品牌业务占比分别为 66.02%、66.27%、68.78%和 66.02%，ODM/OEM 业务收入占比分别为 33.98%、33.73%、31.22%和 33.98%，业务结构基本保持稳定。

报告期内，水上休闲运动产品自有品牌业务占比分别为58.06%、35.87%、33.04%和26.13%，ODM/OEM业务收入占比分别为41.94%、64.13%、66.96%和73.87%。2021年，水上休闲运动产品ODM/OEM业务收入占比上升，主要系该模式下向KD的销售额从66.95万元增加至4,540.66万元。若剔除KD销售额的影响，ODM/OEM业务收入占比分别为40.88%、42.68%、37.07%和45.83%，波动较小。报告期内，自有品牌业务收入分别为2,174.80万元、4,353.46万元、2,876.42万元和737.05万元，收入规模变动与ODM/OEM业务变动趋势基本一致。

综上，报告期内，ODM/OEM业务收入占比上升对自有品牌业务销售未造成影响。公司ODM业务的主要客户包括Lippert、Super Retail Group和Birgma等知名公司，公司与国际优质客户的持续合作过程中，逐步建立起规范、高效、成熟的产品开发体系和客户服务体系。公司通过服务国际优质客户的经验，有助于公司在产品研发、品质管控、生产流程等方面建立行业优势，为自有品牌业务发展奠定良好基础。

（四）核查程序及结论

针对上述事项，我们实施了如下核查程序：

1. 访谈公司销售负责人，了解公司业务模式及其销售渠道、销售区域、主要产品类型、档次定位和定价方法以及与主要客户合作历史等情况；对客户品牌、技术的保护措施以及与ODM/OEM客户是否争议纠纷；取得公司与主要客户签订的销售框架协议，查阅公司自主品牌业务是否存在受协议限制等内容；

2. 取得公司报告期内收入成本明细表，按照业务模式、销售区域维度分析、汇总销售信息；

3. 访谈公司主要客户，了解其注册地址、成立时间、主要股东等基本信息、与公司的合作历史合作、主要产品销售地、与公司交易情况等信息；

4. 通过中国进出口信用保险公司获取境外客户资信报告和通过全国企业信息公示系统查询境内客户情况，核查成立时间、注册地址、股东信息等基本情况；

5. 访谈公司销售负责人，了解ODM/OEM业务的定价方法，分析其合理性；了解ODM业务和OEM业务主要客户和产品类型；了解2021年ODM/OEM业务收入占比提升的原因以及对自有品牌业务是否产生影响。

经核查，我们认为：

1. 报告期内，ODM/OEM 业务、自有品牌业务的销售渠道和销售区域存在差

异具有合理性；主要产品类型及档次定位不存在差异；销售渠道方面，自有品牌业务通过直销、经销商和贸易商三种渠道销售，ODM/OEM 业务采用直销渠道；销售区域方面，自有品牌业务、ODM/OEM 业务均以境外销售为主；

2. 报告期内，公司对客户品牌、技术严格遵守约定，不存在与客户争议纠纷的情形；

3. 公司 ODM/OEM 业务采用成本加成的定价方式；报告期内，公司 ODM、OEM 业务主要产品类别存在区别，主要系客户对具体产品的需求差异所致；报告期内，公司 ODM、OEM 业务主要客户分布有所不同，KD 均为主要客户之一，客户分布差异主要系不同客户经营需求差异使得向公司购买的产品有所不同；报告期内，ODM/OEM 业务收入占比提升主要系向 KD 销售水上休闲运动产品增加所致，对自主品牌业务的销售未造成影响。

五、关于营业收入。根据申报材料：

（1）报告期内，公司主营业务收入分别为 11,801.40 万元、19,087.72 万元和 34,845.35 万元，复合增长率为 71.83%，总体呈持续增长趋势。

（2）报告期内，公司主营业务收入以境外地区销售为主，实现的境外销售收入分别为 9,391.89 万元、15,811.99 万元和 28,703.20 万元，占主营业务收入的比例分别为 79.58%、82.84%和 82.37%，占比相对稳定。

（3）公司的业务模式包括 ODM、OEM 及自主品牌三种。其中，自有品牌业务分为直销模式、经销商模式和贸易商模式。

（4）报告期内，公司 ODM/OEM 模式收入分别为 4,225.96 万元、6,729.10 万元和 15,403.82 万元，占主营业务收入的比例分别为 35.81%、35.26%和 44.21%。

请发行人：

（1）结合行业发展动态、产业链地位、市场占有率等情况，详细说明报告期内收入增长的原因及合理性，收入变动与产品市场规模、需求变动的匹配性，与可比公司收入变动趋势、比例存在的差异及合理性；结合市场空间、在手订单及新签订单情况，说明业绩增长的可持续性。

（2）逐项对照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 29 的要求说明经销模式的具体情况，相关产品是否实现真实销售、最终销

售；说明既存在经销商模式又存在贸易商模式的原因，报告期内对经销商的补贴或返利情况，是否存在经销商配合发行人调节业绩的情形。

（3）补充说明报告期内按地域外销收入的分布情况，是否受贸易摩擦、国际关系形势、海外新冠疫情的影响；外销是否由中信保等保险机构承保及具体情况，主要境外客户的资信情况，海外销售数据与中信保数据的差异情况及差异原因。

（4）说明不同类型产品的接单、生产、交货、签收流程，签收前客户对产品的核验或测试情况，报告期内产品实际交货时间与合同或订单约定存在差异的具体情况及原因，发行人是否存在人为调节收入确认时点的情形。

（5）说明各类产品退换货政策、退换货的会计处理及是否符合《企业会计准则》的规定，收入确认是否考虑退换货影响及会计处理的合规性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明对收入真实性和截止性的核查方法、核查过程、核查比例、取得的核查证据及核查结论；对于经销商、贸易商模式收入和外销收入的核查是否充分、完整、有效。（审核问询函问题 9）

（一）结合行业发展动态、产业链地位、市场占有率等情况，详细说明报告期内收入增长的原因及合理性，收入变动与产品市场规模、需求变动的匹配性，与可比公司收入变动趋势、比例存在的差异及合理性；结合市场空间、在手订单及新签订单情况，说明业绩增长的可持续性

1. 行业发展动态

公司始终重视研发设计并致力于提供多系列、差异化、定制化的房车游艇配套产品和水上休闲运动产品，目前已有 70 多个产品系列，可为下游客户提供一站式采购服务，产品下游应用市场均具有良好发展势头，未来发展具有广阔的市场空间。

根据智研咨询的数据，2020 年全球房车保有量为 2,000-2,400 万辆，美国和欧洲占有全球约90%的消费市场。根据美国房车工业协会(RVIA)统计数据，2020 年美国房车销量为 43.04 万辆，2021 年美国房车销量达 60.02 万辆，较 2020 年增加 39.45%。根据德国房车工业协会(CIVD)和欧洲房车联盟公布的数据，2010-2021 年欧洲房车年注册量从 15.23 万辆增加到 26 万辆，年均复合增长率达 4.98%。截至 2020 年，欧洲房车保有量为 589.81 万辆，形成庞大的房车保有量规模。而 2020 年，国内房车市场保有量和销量达到 21.82 万辆和 6.94 万辆。

国内房车市场保有量的增速历年都维持在40%以上的高位，累计增长达938.90%，呈现高速增长的态势。总体而言，未来很长一段时间内全球房车产业仍将继续保持平稳快速的发展趋势，为房车配套产品产业的快速发展提供了更好的发展空间。

根据美国海岸警卫队和RTI International发布报告，2020年有1,450万个美国家庭拥有或共有休闲船艇。其中，有889万个家庭拥有或共有开放式动力艇、客舱动力艇、平底船或帆船。较高的船艇保有量保证了对相关配套产品的需求。同时，根据Ferretti S.p.A(HK.09638,意大利知名游艇制造商)港股招股说明书披露，游艇2020-2025年市场规模的年均复合增长率为7.3%。下游行业市场规模的不断增长，也将推动游艇配套产品需求的提升。

在国内市场,2014年,国内房车市场的保有量和销量分别为2.10万辆和0.59万辆；2021年，国内房车市场保有量和销量达到28.87万辆和9.15万辆，呈现高速增长的态势。随着新的《机动车驾驶证申领和使用规定》（公安部162号令）在2022年4月1日施行，新增的C6驾驶证（轻型牵引挂车驾驶证）能更好满足群众驾驶房车出游需求，政策上有力支持了房车大众化发展，有利于公司房车游艇配套产品在国内推广。

对于皮划艇,根据美国户外基金会历年公布的《美国户外休闲运动参与报告》的数据显示，2014年到2020年，美国皮划艇活动参与人次从2,623.6万人次增加到3,072.6万人次，年均复合增长率达2.67%。总的来看，美国皮划艇活动参与人次呈逐步上升趋势,推动了以皮划艇为代表的水上休闲运动产品市场需求的提升。根据Technavio的预测，2022年皮划艇及配件的全球市场规模为13.14亿美元，2025年将达到14.00亿美元，年均复合增长率为2.14%，2022年-2027年的年均复合增长率提升为2.51%，预计市场规模将增加1.73亿美元，相关市场仍在不断增长。在国内市场，根据天猫与咨询公司科尔尼2022年6月联合发布的《运动户外消费者运营白皮书》显示，中国的运动户外市场规模，在未来三年的复合增加率在13.7%左右。

报告期内，公司主营业务收入增长情况如下：

单位：万元

项　目	2023年1-6月	2022年度		2021年度		2020年度	2020-2022年复合增长率
	金额	金额	增速	金额	增速	金额	

房车游艇配套产品	13,234.83	21,605.60	-2.15%	22,079.61	47.41%	14,977.94	20.10%
水上休闲运动产品	2,820.37	8,706.17	-28.26%	12,135.21	223.99%	3,745.51	52.46%
其他	242.06	538.09	-14.66%	630.53	73.09%	364.27	21.54%
合　计	16,297.26	30,849.86	-11.47%	34,845.35	82.55%	19,087.72	27.13%

2020 年-2022 年，公司主营业务收入增长情况与终端消费需求趋势相同，但主营业务收入年复合增长率高于行业竞争对手 Pentair、Xylem，与 Jonhson Outdoors 基本持平，主要是因为：（1）公司产品在经历多年发展，已经陆续成功进入全球多个国家和地区的房车游艇制造商及大型商超的供应链体系，有助于公司建立进入壁垒，为公司收入稳定性和持续性提供保障；（2）公司产品线的日益丰富，产品渗透率的提升和竞争力的增强，使自身收入增长高于行业增长；（3）新拓展的滚塑皮划艇和吸塑皮划艇业务，使公司水上休闲运动产品收入在 2021 年呈爆发式增长；（4）随着房车游艇普及度的提高和使用率的增加，房车游艇配套产品相关售后市场空间更加广阔，使用频率的上升将增加下游客户更换零配件频率。根据 2019 年美国房车工业协会（RVIA）的报告，绝大多数受访的美国消费者有为房车添置、更换零配件的需求，其中，关注房车水循环系统和卫生设施的购置、升级的群体超过 40%；较高的更换需求及频率促进公司产品的销售。

2022 年受海运市场波动以及俄乌冲突、通货膨胀等短期不利因素影响，公司房车游艇配套产品及水上休闲运动产品收入有所下降，Pentair、Xylem、Jonhson Outdoors 的相关收入增幅亦明显回落，但该等企业规模较大，业务结构更为全面、丰富，整体抗风险能力相对较强。

2. 市场占有率和产业链地位

(1) 行业地位

作为国内较早从事房车游艇配套和水上休闲运动产品研发、设计、生产和销售的企业，公司秉承差异化竞争策略，以小微型水泵、皮划艇等细分产品领域为切入点，深挖下游客户需求并完成了良好的研发技术、生产经验及市场资源积累。同时，在坚持自主创新和运营优化的基础上，通过自有品牌和 ODM/OEM 协同发力，成为行业内扎根较深、品牌影响力较强的企业之一。目前，在适配房车游艇的小微型水泵、皮划艇细分市场领域，公司在国内鲜有规模相当的直接竞争对手。

公司始终坚持以市场为导向，大力投入技术研发、产品创新和工艺改进，并通过规模化生产、柔性化管理提升经营效率和成本优势，为客户提供高品质、高性价比的产品和服务。经过多年深耕与发展，公司在行业内建立了良好的市场形象和品牌知名度，主要产品销往北美洲、欧洲和澳大利亚等多个发达国家和地区，并以适配房车游艇的小微型水泵、皮划艇市场为切入点参与国际市场竞争。凭借高性价比、细分产品线丰富、快速响应等差异化竞争优势，对行业内国际知名品牌形成了有力竞争，并积累了一批行业优质客户资源，其中包括以 Anaconda、Super Retail Group、Birgma 为代表的大型连锁商超，以 Lippert、荣成康派斯、上汽大通、Beneteau 为代表的房车游艇制造商，以 Seaflo Marine、Sea River 为代表的经销商和以 Alfred Kärcher、KD、Einhell 为代表的知名品牌商。通过与优质客户群体建立长期稳定的合作关系，进一步确立并巩固了公司在行业内的竞争地位。

公司多次获得来自政府、行业等各界的认可，公司子公司福建爱的系国家高新技术企业，并获得“福建省科技小巨人企业”、“福建省‘专精特新’中小企业”、“福建省工业互联网应用标杆企业”、“福建省知识产权优势企业”、“福建省体育产业示范单位”以及“卓越配件品牌”、“2021 年中国船艇行业卓越贡献奖”、“2022 年最佳房车配件供应商”等多项荣誉。

未来，随着全球房车游艇配套和水上休闲运动产品需求的稳步释放，特别是国内消费需求的持续扩大，公司有望借助行业空间扩张的红利以及国内市场先发优势，进一步提升市场竞争力及行业地位。

(2) 市场占有率

1) 房车游艇配套产品

由于房车游艇配套产品市场范围广泛且较为细分，相关市场规模无权威数据，故以小微型水泵为例，通过现以全球市场每年的消费量推算公司在以小微型水泵为代表的房车游艇配套产品的市场占有率。

隔膜泵在房车中的年需求量计算如下：

项 目	序号	万辆	每辆车需求量/年	隔膜泵需求量(万台)/年
美国房车销量	①	60	1	60
欧洲房车销量	②	26	1	26

全球房车销量	③=(①+②)/0.9	96	1	96
全球房车保有量	④	2,400	1/3	800
年需求量	⑤=③+④			896

注 1：假设平均每辆房车需要 1 台隔膜泵，更换频率为三年一次

注 2：根据智研咨询的数据，2020 年全球房车保有量为 2,000-2,400 万辆，其中美国和欧洲占有全球约 90%的消费市场；全球房车保有量按照 2,400 万辆计算

注 3：美国房车销量系根据美国房车工业协会(RVIA)推测的美国 2021 年的销售数量；欧洲房车销量系根据德国房车工业协会(CIVD)和欧洲房车联盟公布的 2021 年房车新增注册量

注 4：全球房车销量为根据美国和欧洲占有全球约 90%的消费市场推算

隔膜泵在游艇中的年需求量计算如下：

项 目	序号	万艘	每艘游艇需求量/年	隔膜泵需求量(万台)/年
美国游艇销量	①	30	2	60
全球游艇销量	②=①*2	60	2	120
美国游艇保有量	③	889	2/3	593
全球游艇保有量	④=③*2	1,778	2/3	1,185
年需求量	⑤=②+④			1,305

注 1：美国游艇销量根据美国国家海洋制造商协会(NMMA)披露的 2020 年美国休闲动力船艇零售量

注 2：根据《欧洲休闲游艇行业脱碳路线图》披露的数据，美国游艇份额占据全球 50%左右，据此推算全球游艇销量和保有量

注 3：游艇销量和保有量只计算需要隔膜泵的游艇种类，并假设平均每艘游艇需要 2 台隔膜泵，更换频率为三年一次

潜水泵在游艇中的年需求量计算如下：

项目	序号	万辆	每艘游艇需求量/年	潜水泵需求量（万台/年）
美国游艇销量	①	30	3	90
全球游艇销量	②=①*2	60	3	180
美国游艇保有量	③	889	1.5	1,334
全球游艇保有量	④=③*2	1,778	1.5	2,667
年需求量	⑤=②+④	-	-	2,847

注：一般情况下，每艘游艇在每个隔舱均需安装舱底泵，假设平均每艘游艇需要 3 个潜水泵，更换频率为两年一次，则存量游艇平均每年需 1.5 个潜水泵

根据上述对市场容量的推算，公司隔膜泵、潜水泵所占市场份额如下：

产品类型	项 目	数 量
隔膜泵	房车年需求量(万台)	896
	游艇年需求量(万台)	1,305
	房车游艇合计需求量(万台)	2,201
	公司 2021 年隔膜泵销量(万台)	87.08
	市场份额占比	3.96%
潜水泵	游艇需求量（万台）	2,847
	公司 2021 年潜水泵销量（万台）	65.37
	市场份额占比	2.30%

如上测算，公司的隔膜泵、潜水泵在全球房车游艇配套市场占有率分别约为 3.96、2.30%。由此可见，凭借多年的技术及品牌积累，公司在以小微型水泵为代表的房车游艇配套产品市场中已拥有一定的市场地位，且未来增长空间广阔。若公司进一步提高产品市场竞争力、完善市场渠道、提升品牌形象，仍可能获取更高的市场份额。目前 SEAFLO 品牌共有多款产品位列美国亚马逊“Best Sellers in Boat Water Pressure Pumps”排行榜前 50 位。

2）水上休闲运动产品

根据 Technavio 的预测，2021 年，皮划艇及配件市场的规模约为 12.98 亿美元，到 2025 年，相关市场规模为 14.00 亿美元。皮划艇目前品牌众多，市场份额较为分散，公司所占据市场份额仍较小，未来仍有较大成长空间和潜力。

由于水上休闲运动产品种类繁多且较为细分，相关市场规模无具体权威数据，故以皮划艇为例，根据海关出口报关数量及其占比评估公司在以皮划艇为代表的水上休闲运动产品的市场占有率。

根据海关出口报关数据统计，公司出口申报的皮划艇占海关申报出口总数量的情况如下所示：

单位：万艘

期间	海关商品编码	海关商品名称	公司主要产品	海关出口数量	公司申报数量	占比
2023 年 1-6 月	89039300	娱乐或运动用其他船舶或快艇,长度不超过 7.5 米	皮划艇	8.37	2.09	24.95%
2022 年	89039300	娱乐或运动用其他船舶或快艇,长度不超过 7.5 米	皮划艇	21.53	9.85	45.75%

2021 年	89039900	未列名娱乐或运动用船舶、划艇及轻舟	皮划艇	54.74	16.53	30.19%
2020 年	89039900	未列名娱乐或运动用船舶、划艇及轻舟	皮划艇	36.43	7.09	19.47%

注：原适用于 89039900 海关商品编码的皮划艇在 2022 年 1 月 19 日细分后，更改商品编码为 89039300；原 89039900 海关商品编码在 2022 年 1 月 9 日由“未列名娱乐或运动用船舶、划艇及轻舟”更改为适用于“其他长度超过 7.5 米的娱乐或运动用船舶或快艇”商品申报

由上表所示，2020 年-2022 年，公司皮划艇申报出口数量分别为 7.09 万艘、16.53 万艘和 9.85 万艘，各期占海关出口数量的比例分别为 19.47%、30.19%和 45.75%，出口占比保持增长趋势，且拥有较强的出口优势。由于无法取得国内竞争对手出口销售数据，以 2022 年的海关出口数据推算，公司在国内皮划艇出口企业中排名第一。2023 年 1-6 月，公司皮划艇申报出口数量为 2.09 万艘，出口占比为 24.95%，出口数量及出口占比下降主要系 2023 年上半年公司主要海外客户受前期海运市场波动以及市场需求等因素影响而适时调整采购计划，使得皮划艇特别是吹塑皮划艇销量下降较多所致。未来随着市场需求的逐步回暖，凭借多年的市场基础、成熟的生产体系、完善的配套服务，公司能够及时把握市场机会，实现销量的有效提升。

相较于国内同行业企业，公司在以皮划艇为代表的水上休闲运动产品领域已具备一定的规模优势和行业地位，但从全球范围来看，目前皮划艇品牌众多，市场份额较为分散，公司所占市场份额仍较小。根据 Technavio 的预测，到 2025 年，全球皮划艇及配件相关的市场规模将达到 14.00 亿美元，公司未来仍有较大市场空间和增长潜力。

此外，目前国内市场的水上运动以水上基地、俱乐部的形式为主，水上运动行业整体仍处于发展初期，渗透率和普及度还有很大提升空间，随着国内人民生活水平的提高，国家对水域的逐步开发，水上运动基础设施的逐步完善，国内水上运动行业仍有巨大的发展空间，将持续助力公司水上休闲运动产品销量的提升。

经过多年在技术研发和生产制造等环节的积累沉淀，公司的房车游艇配套产品和水上休闲运动产品已拥有一定的知名度，具备较强的市场竞争力。公司产品销售至北美洲、欧洲和澳大利亚等多个发达国家和地区，并凭借优质的产品和服务积累一批知名的下游客户，其中包括 Anaconda、Super Retail Group、Lippert、

Alfred Kärcher、Birgma 等知名公司，并建立长期稳定的合作关系。

房车游艇市场在欧美发达国家已发展成熟，上游零配件厂商也大多集中于欧美等国家。以房车游艇中的小微型水泵为例，美国 Xylem(旗下包括 Jabsco、Flojet、Rule)、PX(旗下包括 Johnson)、Pentair (旗下包括 Shurflo)为主要生产厂商，此类企业发展时间较久，通过在研发设计和市场渠道等关键环节的长期积累，赢得较强的品牌市场效力和较大的市场份额。国内大多数企业主要提供 OEM/ODM 代工服务，未打入房车游艇制造商的供应链体系，品牌优势不突出，主要以中低端产品为主，产业附加值较低。

水上休闲运动已经在欧美市场形成较为成熟的消费市场，故全球主流的水上休闲运动产品品牌也集中于欧美发达国家，国内大多数企业主要提供 OEM/ODM 代工服务、产品溢价能力较弱。水上休闲运动用品厂商众多，目前不存在某厂商具有明显的竞争优势且占据市场主要份额的情况。

3. 与可比公司对比情况

报告期内，公司与可比公司收入变动趋势变化情况如下：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	销售额	销售额	增长率	销售额	增长率	销售额
金陵体育	17,619.69	47,443.83	-13.31%	54,728.76	21.87%	44,907.52
英派斯	39,515.48	82,469.67	-4.59%	86,439.47	-0.41%	86,798.40
舒华体育	59,263.56	135,160.56	-13.47%	156,201.19	5.25%	148,406.71
康力源	30,744.63	60,662.08	-13.61%	70,218.85	4.07%	67,473.14
公司	16,338.89	31,025.95	-11.89%	35,214.07	82.59%	19,285.90

公司与可比公司收入变动幅度及趋势存在一定差异，主要系不同公司的产品结构以及客户结构不同所致，具体情况如下：

(1) 产品结构

同行业公司中，金陵体育的产品主要为篮球架等球类器材、田径器材、场馆设施等商用产品，英派斯的健身器材以商用健身器材为主，舒华体育和康力源的健身器材以家用健身器材为主。新冠疫情的爆发，使家用健身器材需求增加，但受出行的限制，商用健身器材和室外球类等需求受到抑制，故 2020 年-2021 年舒华体育和康力源销售收入增长，英派斯收入下滑。2021 年金陵体育因开拓新的产品线及户外活动的限制放开，收入增加。公司产品主要为房车游艇配套产品

和水上休闲运动产品，与同行业公司不属于同一细分领域，相关市场需求潜力较大，公司产品具有较强的竞争力，能够取得较快增长。

(2) 客户结构

金陵体育的客户主要集中于体育赛事组织、学校和其他政府事业单位，英派斯商用健身器材最终销往境内外企业单位和连锁健身房等终端客户，舒华体育健身器材的主要客户为国内经销商和终端消费者，康力源家用型健身器材主要面向境外 ODM/OEM 客户以及终端消费者，公司主要面向境外客户。2021 年因海外疫情逐步放开，家用健身器材需求回落，康力源收入增幅降低，而公司主要产品需求增加且新增产品种类如滚塑、吸塑皮划艇，导致收入增长幅度较大。

4. 与竞争对手对比情况

报告期内，公司由于客户、产品结构与可比公司存在较大差异，公司与竞争对手收入变动对比情况如下：

(1) 房车游艇配套产品

报告期内，Pentair 和 Xylem 未披露房车游艇配套的小微型水泵的收入情况，只披露房车游艇配套产品所在业务分部的情况（房车游艇配套产品为各公司业务分部收入构成的一部分，各公司除房车游艇配套的小微型水泵外，仍存在如污水处理、工业水泵等其他与水应用相关的业务），与房车游艇配套产品相关的业务分部业绩情况如下：

单位：百万美元

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度		2021 年度		2020 年度	2020-2022 年复合增长率
	销售额	销售额	增长率	销售额	增长率	销售额	
Pentair(消费者业务部门)	608.20	2,619.50	11.85%	2,341.90	34.37%	1,742.90	22.60%
Xylem(水应用部门)	931.00	1,767.00	9.55%	1,613.00	12.48%	1,434.00	11.01%

注：Pentair2023 年半年度报告业务分类有所调整，上表 2023 年 1-6 月列示数据为水处理领域的销售额

2020 年-2022 年，公司主要竞争对手收入总体呈现上涨态势，公司房车游艇配套产品收入的年复合增长率为 20.10%，与 Pentair 相关业务的增长水平相当，公司报告期内的收入增长趋势与行业相符。

具体而言，2021 年-2022 年，公司以小微型水泵为代表的房车游艇配套产品的增长率为 47.41%和-2.15%，其中 2020 年-2021 年公司的收入增长幅度大于 Pentair 和 Xylem，主要系：1) 公司产品性能与国际产品已经不存在较大差异，市场竞争力不断增强；2) 公司规模相对于 Pentair 和 Xylem 等企业相对较小，

专注于以小微型水泵为代表的房车游艇配套产品领域，Pentair 和 Xylem 所涉及领域较广，其收入中有较大比例来源于其他领域，不完全可比。2022 年受俄乌冲突、通货膨胀等短期不利因素影响，公司房车游艇配套产品收入略有下降，Pentair、Xylem 的相关收入增幅亦明显回落，但其作为国际大型集团公司，业务结构更为全面、丰富，整体抗风险能力相对较强。

(2) 水上休闲运动产品

报告期内，Johnson Outdoors 水上休闲运动产品相关的营业收入情况如下所示：

单位：百万美元

项 目	2023 年中报	2022 财年		2021 财年		2020 财年	2020-2022 财年复合增长率
	销售额	销售额	增长率	销售额	增长率	销售额	
水上休闲运动产品销售额	22.55	67.94	2.01%	66.60	59.12%	41.86	27.40%

注：Johnson Outdoors 财务报告的会计年度为上一个自然年第四季度至本自然年第三季度末

2020 年-2022 年，Johnson Outdoors 水上休闲运动产品销售额呈现逐步增长的趋势，且在 2021 年增长幅度较大。2021 年-2022 年，公司以皮划艇为代表的水上休闲运动用品的增长率为 223.99%和-28.26%，其中 2021 年的增长趋势与 Johnson Outdoors 相同，增长幅度大于 Johnson Outdoors 主要是 2021 年公司成为 KD 主要的吹塑及滚塑皮划艇供应商以及公司产品竞争力不断增强综合导致；2022 年受俄乌冲突、通货膨胀等短期不利因素影响，公司水上休闲运动产品收入出现下滑，Johnson Outdoors 相关业务的增幅亦明显回落，欧洲地区作为公司水上休闲运动业务的重要市场之一，其销售额出现较大降幅，而 Johnson Outdoors 在欧洲市场的业务占比较低，欧洲市场波动对其造成的影响相对较小。

5. 结合市场空间、在手订单及新签订单情况，说明业绩增长的可持续性

(1) 公司所属市场空间的情况

根据推算，全球隔膜泵需求量为 1,305 万台，全球潜水泵需求量为 2,847 万台。而随着国内经济不断发展，人们对生活品质的进一步提高，户外活动参与度的提升将带动房车旅行、房车露营、游艇出游和水上休闲运动等户外休闲活动渗透率的提升，房车游艇配套产品和水上休闲运动产品具备较大的市场潜力。

在参与度方面，美国 2018 年参与户外运动的总人数达 1.52 亿人，渗透率达

50%以上；而国内每年参与总人数达 1.3 亿人，渗透率为 9%左右，仍有广阔的成长空间。根据 Technavio 的预测，2022 年皮划艇及配件的全球市场规模为 13.14 亿美元，2025 年将达到 14.00 亿美元，年均复合增长率为 2.14%，2022 年-2027 年的年均复合增长率提升为 2.51%，预计市场规模将增加 1.73 亿美元，相关市场仍在不断增长。

公司所属市场空间情况详见本问询函回复五(一)1 之说明。

(2) 公司在手订单及新签订单情况

报告期各期，公司在手订单和新签订单金额情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 6 月末/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
在手订单金额	8,476.11	7,722.08	10,400.26	7,453.35
新签订单金额	18,343.18	28,180.21	40,298.23	23,908.31

注：新签订单是指在当期新签订的订单

2020 年-2021 年，当期新签订单数量及订单金额均逐年增长，稳定增长的新增订单保证了公司各期业绩持续增长。2022 年新签订单数量及订单金额减少，主要因为：1）2021 年开始，国际海运市场运力紧张形势进一步加剧，甚至出现“一柜难求”的情况，为降低海运费持续升高风险，并保证供货的稳定性，境外客户适当增加备货，使得 2021 年接单金额上升明显，2022 年海运市场运价逐步回落，运力紧张得以缓解，客户相应适当调整采购计划，导致当年接单金额有所下降；2）受俄乌冲突等突发事件影响，导致欧美地区石油、天然气等大宗商品价格快速上涨，通货膨胀加剧，影响了欧美地区居民短期消费意愿，从而使得当期订单量有所下滑；目前，石油、天然气等大宗商品价格已显著回落，欧美等主流市场消费者信心已逐渐回升，消费市场处于回暖阶段；3）境内市场，2022 年上半年江浙沪地区物流受限、户外活动减少，对公司长三角地区销售影响较大，导致订单有所减少。

公司所处行业未来发展空间广阔，随着下游市场规模的稳步上升，公司产品需求将不断扩大；公司在目前的竞争格局中已经占据有力地位，随着宏观经济的发展，全球房车游艇和水上休闲运动的兴起以及公司自身技术和产品的持续创新，公司能在未来竞争格局中占据有力位置。

目前，海运费、原材料价格等已逐步回落，影响下游消费的短期不利因素终

将消除，全球经济步入正轨、公司所处行业未来发展空间广阔、公司长期的技术积累与持续的产品创新、公司与优质客户的持续合作和新客户的开拓等是公司未来业绩增长的驱动因素，公司业绩增长具有可持续性。

（二）逐项对照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 29 的要求说明经销模式的具体情况，相关产品是否实现真实销售、最终销售；说明既存在经销商模式又存在贸易商模式的原因，报告期内对经销商的补贴或返利情况，是否存在经销商配合公司调节业绩的情形

1. 逐项对照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 29 的要求说明经销模式的具体情况，相关产品是否实现真实销售、最终销售

(1)《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 29 的要求：公司采取经销商销售模式的，中介机构应重点关注其收入实现的真实性，详细核查经销商具体业务模式及采取经销商模式的必要性，经销商模式下收入确认是否符合企业会计准则的规定，经销商选取标准、日常管理、定价机制(包括营销、运输费用承担和补贴等)、物流(是否直接发货给终端客户)、退换货机制、销售存货信息系统等方面的内控是否健全并有效执行，经销商是否与公司存在关联关系，对经销商的信用政策是否合理等

1）经销商、贸易商模式具体业务模式

① 经销商模式具体业务模式

经销商模式是指公司与下游经销商签订经销合作协议，由经销商在双方经销合同约定的框架内，根据销售需求向公司下达订单，并将产品销售给第三方的买断式销售模式。公司通常对客户产品销售区域或销售渠道进行保护，对渠道和结算方式等进行约定，部分经销商根据经销协议约定存在销售返利或最低年采购额的情形，经销商盈亏自负，不涉及退换货机制(质量问题导致的退换货除外)。

② 贸易商模式具体业务模式

贸易商模式是指贸易型客户在未与公司建立经销合作关系的情况下，向公司采购产品并销售给第三方的买断式销售模式。公司不对客户销售区域进行保护，不对渠道等进行约定，不涉及返利、销售任务、退换货机制(质量问题导致的退换货除外)。

2）采取经销商、贸易商模式的必要性

经销商深耕当地市场，可快速响应下游客户需求，提高产品渗透率；贸易商

具备渠道整合优势，能够实现零散的订单集中销售。

3）经销商、贸易商模式下收入确认是否符合企业会计准则的规定

公司自有品牌业务经销商、贸易商模式的销售均为买断式销售，收入确认具体原则如下：

内销收入确认需满足以下条件：公司已将产品运送至合同约定的交货地点并由客户确认接受，取得客户签收单，客户已取得相关产品的控制权，已收取货款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入。外销收入确认需满足以下条件：公司已根据合同约定将产品控制权转移给购买方，将产品报关并取得提单，已收取货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入。

公司自有品牌业务经销商、贸易商模式下收入确认原则符合《企业会计准则》的规定。

4）经销商、贸易商选取标准、日常管理、定价机制(包括营销、运输费用承担和补贴等)、物流(是否直接发货给终端客户)、退换货机制、销售存货信息系统等方面的内控是否健全并有效执行

报告期内，自有品牌业务经销商模式情况如下：

项 目	内容
选取标准	重点从客户资源、行业经验、资金能力、人员配置、经营理念等方面综合考虑选择合适的经销商
日常管理	在日常的业务合作上，公司主要通过经销商协议、日常的沟通等对经销商客户进行管理，对经销商相关人员提供必要的市场销售、技术、服务等方面的培训和指导，保障最终用户获得优质的产品和服务。公司和经销商以协议的形式明确约定合作关系，对经销区域、授权产品、合作期限、结算方式、销售支持等内容进行明确约定
定价机制	采用成本加成方式自主定价，运输费用主要由贸易方式决定，营销费用由经销商客户承担、无补贴、部分客户存在返利机制
物流	公司通过合作物流公司将产品运输至经销商仓库或经销商指定地点
退换货机制	所有销售模式执行统一的退换货政策，除因产品质量问题导致的退换货外，不接受其他原因导致的退换货
销售存货信息系统	买断式销售，公司不对经销商存货进行管理

自有品牌业务贸易商模式与经销商模式存在一定区别，不涉及选取标准和日常管理，自有品牌业务贸易商模式情况如下：

项 目	内容
定价机制	采用成本加成方式自主定价，运输费用主要由贸易方式决定，营销费用由贸易商客户承担、无补贴、无返利机制
物流	公司通过合作物流公司将产品运输至贸易商仓库或贸易商指定地点

退换货机制	所有销售模式执行统一的退换货政策，除因产品质量问题导致的退换货外，不接受其他原因导致的退换货
销售存货信息系统	买断式销售，公司不对贸易商存货进行管理

公司的经销商选取标准、日常管理、定价机制、物流、退换货机制、销售存货信息系统等方面的内控健全并有效执行；公司的贸易商不涉及选取标准和日常管理，在定价机制、物流、退换货机制和销售存货信息系统等方面的内控健全并有效执行。

5）经销商、贸易商是否与公司存在关联关系

报告期内，经销商、贸易商与公司均不存在关联关系。

6）对经销商、贸易商的信用政策是否合理

对所有客户，公司综合考虑客户信用状况、合作历史、合作规模等因素，给予客户不同的信用政策，对经销商、贸易商客户亦如此。报告期内，公司与经销商、贸易商的信用政策主要包括：①款到发货；②预收 0-30%的货款、见提单或发票 0 天-60 天内付清余款。

报告期内，公司对经销商、贸易商的信用政策合理。

(2)《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 29 的要求：经销商和公司是否存在实质和潜在关联关系；公司同行业可比上市公司采用经销商模式的情况；公司通过经销商模式实现的销售比例和毛利是否显著大于同行业可比上市公司；经销商是否专门销售公司产品；经销商的终端销售及期末存货情况；报告期内经销商是否存在较多新增与退出情况；经销商是否存在大量个人等非法人实体；经销商回款是否存在大量现金和第三方回款。

1）经销商、贸易商和公司是否存在实质和潜在关联关系

报告期内，公司与经销商、贸易商不存在实质和潜在关联关系。

2）公司同行业可比上市公司采用经销商、贸易商模式的情况；公司通过经销商、贸易商模式实现的销售比例和毛利是否显著大于同行业可比上市公司

同行业可比上市公司金陵体育、舒华体育、英派斯均存在采用经销商模式进行销售。

2020 年-2022 年，公司同行业可比上市公司经销商、贸易商模式实现的销售比例和毛利率情况如下：

单位名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度

	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
金陵体育	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露
舒华体育	30.83%	37.02%	29.71%	36.32%	27.56%	37.88%
英派斯	38.12%	26.72%	33.89%	26.41%	37.25%	35.17%
康力源	13.49%	31.42%	11.98%	32.82%	12.43%	29.04%
平均数	27.48%	31.72%	25.19%	31.85%	25.75%	34.03%
本公司	44.36%	47.84%	43.04%	46.78%	49.83%	51.96%

注：数据来源为定期报告、招股说明书；同行业可比上市公司尚未披露 2023 年 1-6 月经销模式销售数据，因此未列示数据

报告期内，公司经销商、贸易商模式销售占比、毛利率与同行业上市公司存在一定差异，主要系产品销售结构、目标客户群体及市场区域有所差异所致。公司主要销售产品为房车游艇配套产品和水上休闲运动产品，主要市场为北美洲、欧洲和大洋洲等发达地区，终端消费者消费能力相对较强，价格敏感性相对较低。公司产品以境外销售为主，充分利用经销商、贸易商各自优势开展业务，提高产品市场占有率。经销商深耕当地市场，便于推广自有品牌产品，提高市场渗透率；贸易商具备渠道优势，能够实现零散的订单集中销售。因此，公司自有品牌业务经销商、贸易商模式收入占比和毛利率与同行业可比上市公司存在一定差异。

3）经销商、贸易商是否专门销售公司产品

① 经销商

报告期内，公司与经销商客户签署的协议中，并未与客户约定专门销售公司产品的条款，亦未强制要求经销商客户专门销售公司产品，仅在与独家经销商签署的经销协议中约定了独家经销商客户不能销售公司同类竞品，即公司进行生产销售的产品，独家经销商不得向其他供应商进行采购，但并未对其销售其他产品进行限制，经销商自主决定是否专门销售公司产品。

② 贸易商

报告期内，公司主要贸易商不存在专门销售公司产品的情况。

4）经销商、贸易商的终端销售及期末存货情况

针对自有品牌业务经销商、贸易商模式客户的终端销售及期末存货情况，我们主要履行的核查程序如下：

① 获取公司退货明细表，由于公司与自有品牌经销商、贸易商客户均为买

断式销售且非质量问题不得退换货，核查自有品牌经销商、贸易商退换货情况。报告期内，公司自有品牌业务经销商、贸易商客户退换货金额和占比均较小。

② 对报告期内公司主要自有品牌经销商、贸易商客户进行访谈，包括中介机构实地走访、视频访谈和通过境外会计师事务所实地走访且中介机构远程视频接入参与（境外现场），了解经销商、贸易商客户基本情况、向公司采购产品情况、下游客户情况、最终销售情况及查看客户仓库情况等，核查自有品牌业务经销商、贸易商客户终端销售及期末库存情况，是否存在期末库存积压情形。报告期各期访谈情况如下：

销售模式	访谈形式	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
自有品牌业务经销商模式	实地走访	17.88%	16.06%	13.82%	13.64%
	视频访谈	5.47%	1.99%	8.25%	5.54%
	境外现场	76.23%	81.95%	77.70%	80.32%
	合　计	99.58%	100.00%	99.77%	99.50%
自有品牌业务贸易商模式	实地走访	1.54%	1.76%	9.05%	0.66%
	视频访谈	17.40%	22.02%	20.10%	17.94%
	境外现场	18.15%	14.75%	12.69%	7.87%
	合　计	37.09%	38.52%	41.84%	26.47%
自有品牌业务经销商、贸易商模式合计		75.63%	74.95%	75.31%	74.35%

注：报告期内，自有品牌业务贸易商客户访谈比例相对较低，主要系贸易商客户相对分散，销售金额较小所致

经访谈了解，公司主要自有品牌经销商、贸易商最终销售情况良好、不存在期末库存积压的情形。

③ 公司与自有品牌业务经销商、贸易商客户之间的交易均为买断式销售，非质量问题不予退货，且公司对经销商、贸易商客户的存货情况不进行管理，不掌握存货的具体情况。对报告期内的自有品牌业务主要经销商客户、贸易商客户函证，获取部分经销商、贸易商客户报告期各期末库存数据，具体情况如下：

单位：万元

项 目		2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
自有品牌业务经销商模式	收入金额①	5,092.41	8,108.30	8,663.91	6,235.91
	取得期末库存的客户金额②	5,066.03	8,016.32	8,028.78	5,898.40

	占比③=②/①	99.48%	98.87%	92.67%	94.59%
	取得期末库存的客户期末存货④	1,659.92	1,316.92	1,206.63	707.69
	期末存货占当期收入的比例⑤=④/②	16.38%	16.43%	15.03%	12.00%
自有品牌业务贸易商模式	收入金额①	3,163.48	5,576.61	6,331.94	3,275.51
	取得期末库存的客户金额②	1,103.06	1,729.42	1,228.90	422.45
	占比③=②/①	34.87%	31.01%	19.41%	12.90%
	取得期末库存的客户期末存货④	378.81	324.93	239.11	53.29
	期末存货占当期收入的比例⑤=④/②	17.17%	18.79%	19.46%	12.62%
自有品牌业务经销商、贸易商模式合计	收入金额①	8,255.88	13,684.92	14,995.85	9,511.43
	取得期末库存的客户金额②	6,169.09	9,745.74	9,257.68	6,320.86
	占比③=②/①	74.72%	71.22%	61.73%	66.46%
	取得期末库存的客户期末存货④	2,038.73	1,641.86	1,445.74	760.98
	期末存货占当期收入的比例⑤=④/②	16.52%	16.85%	15.62%	12.04%

注：2023 年 1-6 月经销商、贸易商期末库存占当期收入的比例已年化处理，即⑤=④/（②*2）

④ 取得部分经销商、贸易商提供的报告期各期主要下游客户清单、与下游客户之间的销售合同、销售发票、物流单据、银行回单等相关资料，并选取 1-2 家主要下游客户进行访谈，确认经销商、贸易商最终销售情况、与下游客户交易的真实性、公司与下游客户是否存在关联关系等信息，具体情况如下：

单位：万元

客户类型	项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
自有品牌业务经销商模式	收入金额①	5,092.41	8,108.30	8,663.91	6,235.91
	提供下游销售清单的客户金额②	5,066.03	7,604.25	7,793.27	5,481.54
	占比③=②/①	99.48%	93.78%	89.95%	87.90%
	提供与下游客户交易凭证的客户金额④	4,962.89	7,604.25	7,235.98	5,011.19
	占比⑤=④/①	97.46%	93.78%	83.52%	80.36%
	执行下游客户访谈的客户金额⑥	4,747.11	7,481.51	7,235.98	5,011.19

	占比⑦=⑥/①	93.22%	92.27%	83.52%	80.36%
自有品牌业务贸易商模式	收入金额①	3,163.48	5,576.61	6,331.94	3,275.51
	提供下游销售清单的客户金额②	74.50	440.33	960.26	309.27
	占比③=②/①	2.36%	7.90%	15.17%	9.44%
	提供与下游客户交易凭证的客户金额④	74.50	125.53	113.70	70.86
	占比⑤=④/①	2.36%	2.25%	1.80%	2.16%
	执行下游客户访谈的客户金额⑥	-	197.61	147.82	173.37
	占比⑦=⑥/①	-	3.54%	2.33%	5.29%
自有品牌业务经销商、贸易商模式合计	收入金额①	8,255.88	13,684.92	14,995.85	9,511.43
	提供下游销售清单的客户金额②	5,140.53	8,044.58	8,753.53	5,790.81
	占比③=②/①	62.27%	58.78%	58.37%	60.88%
	提供与下游客户交易凭证的客户金额④	5,037.39	7,729.78	7,349.68	5,082.05
	占比⑤=④/①	61.02%	56.48%	49.01%	53.43%
	执行下游客户访谈的客户金额⑥	4,747.11	7,679.11	7,383.79	5,184.56
	占比⑦=⑥/①	57.50%	56.11%	49.24%	54.51%

经销商、贸易商与公司系平等的合作关系，经销商、贸易商向下游客户自行定价、供货和收款，下游客户信息属于其重要的商业机密，基于保护商业机密和客户隐私考虑，一般情况公司经销商、贸易商客户拒绝透露下游客户详细销售数据。经过与客户多次磋商，部分经销商客户提供其向主要下游客户的销售情况、沟通下游客户接受访谈。而公司自有品牌业务贸易商客户相对分散，公司对其销售区域或销售渠道并无保护，仅极少部分客户提供下游客户情况。

此外，公司对经销商、贸易商的信用政策，通常为款到发货或预收 0-30%的货款、见提单或发票后 0-60 天内付清余款，信用期相对较短。经销商、贸易商压货使得其资金压力较大，快速的资金周转效率是经营发展的必需条件。因此，经销商、贸易商不存在为配合公司完成业绩而提前铺货的动机。

综上，公司自有品牌业务主要经销商、贸易商客户最终销售情况良好，不存在期末库存积压的情形。

5）报告期内经销商、贸易商是否存在较多新增与退出情况

① 经销商

报告期内，公司自有品牌业务经销商模式客户数量变动情况如下：

期 间	期初数量	本期新增	本期退出	期末数量
2021 年度	14	-	1	13
2022 年度	13	1	5	9
2023 年 1-6 月	9	2	1	10

注：退出自有品牌经销商数量系指上年自有品牌业务经销商模式有销售，当年销售金额为 0.00 万元的经销商数量；新增自有品牌业务经销商数量系指上年自有品牌业务经销商模式销售金额为 0.00 万元，当年有销售收入的经销商数量

2021 年、2022 年和 2023 年 1-6 月，公司与新增经销商的当年销售金额分别为 0.00 万元、69.42 万元和 79.26 万元，占主营业务收入的比例分别为 0.00%、0.23%和 0.49%。2021 年、2022 年和 2023 年 1-6 月，公司与当年退出经销商的前一年销售额分别为 147.99 万元、571.26 万元和 412.07 万元，占主营业务收入的比例分别为 0.78%、1.64%和 1.34%。

总体来看，公司与主要经销商客户合作较为稳定，持续与公司有业务合作的经销商占比较高，每年新增和减少的经销商对应的销售收入占比较低。经销商退出原因主要系公司基于经销商管理考虑和考核情况等因素，未与部分客户续签经销协议，但大部分客户仍作为贸易商向公司采购商品，与公司交易仅合作模式发生变更。2022 年公司经销商退出 5 家中，其中 3 家作为贸易商继续与公司进行交易，剩余 2 家 2022 年未与公司继续进行交易的经销商，在 2021 年的平均销售额为 25.59 万元，此部分经销商退出对公司影响较小。2023 年 1-6 月，公司经销商退出 1 家，该客户作为贸易商继续与公司保持合作。

② 贸易商

报告期内，公司自有品牌贸易商模式客户数量变动情况如下表：

期 间	期初数量	本期新增	本期退出	期末数量
2021 年度	699	477	462	714
2022 年度	714	285	474	525
2023 年 1-6 月	525	191	363	353

注：退出自有品牌贸易商数量系指上年自有品牌业务贸易商模式有销售，当年销售金额为 0.00 万元的贸易商数量；新增自有品牌业务贸易商数量系指上年自有品牌业务贸易商模式销售金额为 0.00 万元，当年有销售收入的贸易商数量

2021 年、2022 年和 2023 年 1-6 月，公司向新增自有品牌贸易商客户当年销售金额分别为 2,551.72 万元、1,575.21 万元和 920.67 万元，占主营业务收入的比例分别为 7.32%、5.11%和 5.65%，新增贸易商的平均销售额分别为 5.35 万元、5.53 万元和 4.82 万元，金额较小。2021 年、2022 年和 2023 年 1-6 月，公司向当年退出自有品牌贸易商客户的前一年销售额分别为 836.72 万元、2,451.83 万元和 2,369.27 万元，占主营业务收入的比例分别为 4.38%、7.04%和 7.68%，退出贸易商的平均销售额分别为 1.81 万元、5.17 万元和 6.53 万元，金额较小。

报告期内，贸易商客户发生变动主要系公司贸易商客户数量较多，相对分散，以零星采购为主且采购金额相对较小，客户发生变动具有合理性。总体来看，报告期内，公司自有品牌贸易商客户存在一定数量的新增与退出，但变动的自有品牌贸易商客户销售收入占当年主营业务收入的比例并不重大，对公司经营业务不造成重大影响。

6) 经销商、贸易商是否存在大量个人等非法人实体；经销商、贸易商回款是否存在大量现金和第三方回款

① 经销商、贸易商是否存在大量个人等非法人主体

报告期内，经销商客户不存在非法人实体的情况。

报告期内，销售金额在 5 万元以上的自有品牌贸易商客户销售额分别为 2,737.54 万元、5,768.47 万元、5,124.81 万元和 2,831.13 万元，占各期自有品牌贸易商模式收入的比例分别为 83.58%、91.10%、91.90%和 89.49%，占比相对较高。此类贸易商中存在部分非法人实体，但其占主营业务收入的比例较小。

报告期内，自有品牌业务贸易商模式下销售金额在 5 万元以上个人等非法人主体的销售情况如下：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
数量	24	31	48	37
交易金额	363.66	502.18	760.80	542.62
占该模式收入的比例	11.50%	9.01%	12.02%	16.57%
占主营业务收入的比例	2.23%	1.63%	2.18%	2.84%

报告期内，公司主要自有品牌业务贸易商客户不存在大量个人等非法人主

体。

② 经销商、贸易商回款是否存在大量现金和第三方回款

报告期内，公司经销商、贸易商客户不存在现金回款的情况，部分经销商、贸易商存在第三方回款，具体情况如下：

单位：万元

项 目		2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
经销商	第三方回款金额	25.88	92.02	30.42	17.88
贸易商	第三方回款金额	175.18	539.72	916.49	714.72
	其中：				
	客户集团内统一结算	14.78	130.94	291.35	150.42
	客户员工、股东、实际控制人代付款	44.44	96.14	188.48	164.70
	客户指定第三方代付款	115.96	312.64	436.65	399.60

报告期内，公司经销商第三方回款金额分别为17.88万元、30.42万元、92.02万元和25.88万元，金额较小，不存在大量第三方回款情形。

报告期内，公司自有品牌贸易商客户数量众多，集中度相对较低，客户经营规模、管理水平以及所处国家均存在差异，部分贸易商因内部资金安排、商业习惯、自身经营需求、支付结算便捷性以及外汇管制、美元换汇的不便利性等因素，委托集团内其他公司、股东、实际控制人、货代等第三方向公司支付货款。报告期内，贸易商第三方回款金额分别为714.72万元、916.49万元、539.72万元和175.18万元，不存在大量第三方回款的情形。

(3)《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29的要求：出现下述情况时，公司应充分披露相关情况：公司通过经销商模式实现的销售毛利率和其他销售模式实现的毛利率的差异较大；给予经销商的信用政策显著宽松于其他销售方式，对经销商的应收账款显著增大；海外经销商毛利率与国内经销商毛利率差异较大

1) 公司通过经销商、贸易商模式实现的销售毛利率和其他销售模式实现的毛利率的差异情况

报告期内，公司自有品牌业务经销商、贸易商模式与其他销售模式的毛利率对比情况如下：

项　目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
自有品牌业务	59.37%	50.48%	58.45%	49.28%	55.79%	47.99%	64.75%	53.40%
其中：直销模式	8.71%	54.55%	14.09%	53.83%	12.76%	52.07%	14.92%	58.24%
经销商模式	31.25%	47.04%	26.28%	44.80%	24.86%	44.11%	32.67%	49.15%
贸易商模式	19.41%	54.18%	18.08%	52.25%	18.17%	50.44%	17.16%	57.30%
ODM 业务	32.61%	46.09%	30.66%	41.53%	33.83%	45.43%	35.09%	48.48%
OEM 业务	8.02%	22.08%	10.89%	17.26%	10.38%	7.72%	0.17%	2.87%
合　计	100.00%	46.77%	100.00%	43.42%	100.00%	42.95%	100.00%	51.59%

注：公司申报时报告期首期为 2019 年度，为保持数据的可比性，2020 年度、2021 年度计算毛利率时均不考虑运输费用的影响，2022 年度、2023 年 1-6 月延续以前年度的分析和比较，也不考虑运输费用的影响，下同

报告期内，自有品牌业务毛利率均高于 ODM、OEM 业务毛利率，具有一定的品牌溢价。报告期内，自有品牌业务经销商模式下毛利率低于自有品牌业务直销和贸易商模式，主要系销售量、合作稳定性以及公司对经销商让利等因素影响，具体分析详见本问询函回复九(二)3 之说明；自有品牌业务贸易商模式与自有品牌业务直销模式毛利率不存在明显差异。

2）给予经销商、贸易商的信用政策是否显著宽松于其他销售方式，对经销商、贸易商的应收账款显著增大

公司综合考虑客户信用状况、合作历史、合作规模等因素，给予客户不同的信用政策。报告期内，公司对客户的信用政策主要分为两种：款到发货；发货前预收 0-30%的货款，见提单或发票 0-180 天内付清余款。而对经销商、贸易商的信用政策也主要分为两种：款到发货；发货前预收 0-30%的货款，见提单或发票后 0-60 天内付清余款。因此，不存在经销商、贸易商的信用政策显著宽松于其他销售方式的情况。

报告期各期末，公司对经销商、贸易商的应收账款账面余额情况具体如下：

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
经销商应收账款账面余额	645.48	93.89	204.95	49.47
贸易商应收账款账面余额	107.50	80.24	98.35	40.03

小　计	752.98	174.13	303.30	89.50
应收账款账面余额	1,256.75	1,283.12	1,722.14	1,174.65

报告期内，公司对主要经销商、贸易商信用政策未发生明显变化。报告期各期末，公司对经销商、贸易商的应收账款账面余额发生变动，主要受销售规模变动、当期销售时点差异等因素影响。截至 2023 年 6 月末，公司对主要经销商、贸易商的应收账款均在信用期内，且 2023 年 7 月末已基本回款。

综上，给予经销商、贸易商的信用政策不存在显著宽松于其他销售方式，对经销商、贸易商的应收账款不存在显著增大的情况。

3）海外经销商、贸易商毛利率与国内经销商、贸易商毛利率差异情况

报告期内，公司自有品牌业务经销商、贸易商模式下不同销售区域毛利率对比情况如下：

销售模式	项 目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
自有品牌业务经销商模式	境外地区	82.12%	46.46%	83.94%	44.34%	86.18%	43.51%	86.36%	50.02%
	境内地区	17.88%	49.73%	16.06%	47.23%	13.82%	47.86%	13.64%	43.63%
	小 计	100.00%	47.04%	100.00%	44.80%	100.00%	44.11%	100.00%	49.15%
自有品牌业务贸易商模式	境外地区	92.22%	54.19%	91.06%	52.59%	93.47%	50.12%	90.76%	57.37%
	境内地区	7.78%	54.08%	8.94%	48.85%	6.53%	54.98%	9.24%	56.67%
	小 计	100.00%	54.18%	100.00%	52.25%	100.00%	50.44%	100.00%	57.30%

报告期内，公司自有品牌业务经销商、贸易商模式均以境外销售为主，占比超过 80%，其中，贸易商客户相对分散且对单一客户的销售额相对较小，而境内经销商数量和收入占比相对较低，故毛利率易受产品结构、客户结构等影响。报告期内，公司境内外经销商、贸易商毛利率不存在显著差异，存在一定的差异主要系产品结构、美元兑人民币汇率变动和销售数量等因素影响所致。

(4) 相关产品是否实现真实销售、最终销售

针对公司自有品牌业务经销商模式、贸易商模式，我们实施了如下程序：

1）了解与销售和收款相关的内部控制制度，评价其设计是否有效，并测试相关内部控制的运行有效性；

2）访谈公司管理层，了解公司对自有品牌业务经销商模式、贸易商模式客

户的管理模式、退换货机制、返利机制以及收入确认原则等；了解经销商模式、贸易商模式存在的原因和必要性；查阅《企业会计准则》，分析收入确认、退换货和返利会计处理是否符合企业会计准则的相关规定；

3）查阅同行业可比公司定期报告、招股说明书等公开披露文件，了解同行业可比公司采用经销商、贸易商模式的具体情况；

4）通过中国进出口信用保险公司获取境外客户资信报告和通过全国企业信息公示系统查询境内客户情况，了解报告期内主要经销商和贸易商的基本情况，重点核查和了解其成立时间、注册地址、股权结构、管理层构成等情况，并与公司关联方进行核对，确认客户及其主要人员与公司及其关联方是否存在关联关系；同时，取得主要经销商、贸易商客户与公司不存在关联关系或非经营性资金往来、其他利益安排的确认函；

5）对报告期内公司主要自有品牌业务经销商、贸易商客户进行访谈，包括中介机构实地走访、视频访谈和通过境外会计师事务所实地走访且中介机构远程视频接入参与（境外现场），了解客户基本情况、与公司业务合作情况、对外销售情况以及是否与公司存在关联关系，并查看客户仓库，核查是否存在囤货的情况；

6）对主要自有品牌业务经销商、贸易商实施函证程序，根据回函信息确认各期销售交易发生额及往来款余额；

7）查阅并获取公司收入成本明细表，分析不同业务模式下的毛利率差异情况，自有品牌业务经销商、贸易商模式下境内外毛利率差异情况；

8）对公司报告期各期主要经销商和贸易商客户执行细节测试，获取主要客户的订单、发票、收入确认单据等，检查经销商、贸易商收入的真实性；

9）获取公司经销商和贸易商销售收入明细表，并按照金额进行分层分析，了解公司经销商和贸易商销售金额的分布是否存在异常，关注是否存在大额新增或退出的经销商、贸易商情况；

10）获取报告期内公司退换货明细，核查经销商、贸易商客户是否存在异常退换货情况；获取报告期内主要经销商、贸易商客户的信用政策，分析对比自有品牌业务经销商、贸易商客户是否与其他业务模式客户存在较大差异，是否发生明显变化，是否存在宽松的信用政策促进销售的情况；

11）实施截止测试，评价公司对经销商和贸易商收入是否在恰当期间确认；

12）针对报告期内的经销商和贸易商回款进行核查，从银行亲自获取公司报告期内银行账户开户清单及银行对账单，核查公司收款单上金额的准确性及回款单位的一致性；

13）对经销商、贸易商终端销售的核查情况如下：

① 对报告期内的自有品牌业务主要经销商客户、贸易商客户函证，获取部分经销商、贸易商客户期末库存数据，具体情况如下；

单位：万元

项　目		2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
自有品牌业务经销商模式	收入金额①	5,092.41	8,108.30	8,663.91	6,235.91
	取得期末库存的客户金额②	5,066.03	8,016.32	8,028.78	5,898.40
	占比③=②/①	99.48%	98.87%	92.67%	94.59%
	取得期末库存的客户期末存货④	1,659.92	1,316.92	1,206.63	707.69
	期末存货占当期收入的比例⑤=④/②	16.38%	16.43%	15.03%	12.00%
自有品牌业务贸易商模式	收入金额①	3,163.48	5,576.61	6,331.94	3,275.51
	取得期末库存的客户金额②	1,103.06	1,729.42	1,228.90	422.45
	占比③=②/①	34.87%	31.01%	19.41%	12.90%
	取得期末库存的客户期末存货④	378.81	324.93	239.11	53.29
	期末存货占当期收入的比例⑤=④/②	17.17%	18.79%	19.46%	12.62%
自有品牌业务经销商、贸易商模式合计	收入金额①	8,255.88	13,684.92	14,995.85	9,511.43
	取得期末库存的客户金额②	6,169.09	9,745.74	9,257.68	6,320.86
	占比③=②/①	74.72%	71.22%	61.73%	66.46%
	取得期末库存的客户期末存货④	2,038.73	1,641.86	1,445.74	760.98
	期末存货占当期收入的比例⑤=④/②	16.52%	16.85%	15.62%	12.04%

注：2023 年 1-6 月经销商、贸易商期末库存占当期收入的比例已年化处理，即 5=④/（②*2）

② 取得部分经销商、贸易商提供的报告期各期主要下游客户清单、与下游客户之间的销售合同、销售发票、物流单据、银行回单等相关资料，并访谈 1-2 家主要下游客户，确认经销商、贸易商最终销售情况、与下游客户交易的真实性、公司与下游客户是否存在关联关系等信息，具体情况如下：

单位：万元

客户类型	项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度

自有品牌业务经销商模式	收入金额①	5,092.41	8,108.30	8,663.91	6,235.91
	提供下游销售清单的客户金额②	5,066.03	7,604.25	7,793.27	5,481.54
	占比③=②/①	99.48%	93.78%	89.95%	87.90%
	提供与下游客户交易凭证的客户金额④	4,962.89	7,604.25	7,235.98	5,011.19
	占比⑤=④/①	97.46%	93.78%	83.52%	80.36%
	执行下游客户访谈的客户金额⑥	4,747.11	7,481.51	7,235.98	5,011.19
	占比⑦=⑥/①	93.22%	92.27%	83.52%	80.36%
自有品牌业务贸易商模式	收入金额①	3,163.48	5,576.61	6,331.94	3,275.51
	提供下游销售清单的客户金额②	74.50	440.33	960.26	309.27
	占比③=②/①	2.36%	7.90%	15.17%	9.44%
	提供与下游客户交易凭证的客户金额④	74.50	125.53	113.70	70.86
	占比⑤=④/①	2.36%	2.25%	1.80%	2.16%
	执行下游客户访谈的客户金额⑥	-	197.61	147.82	173.37
	占比⑦=⑥/①	-	3.54%	2.33%	5.29%
自有品牌业务经销商、贸易商模式合计	收入金额①	8,255.88	13,684.92	14,995.85	9,511.43
	提供下游销售清单的客户金额②	5,140.53	8,044.58	8,753.53	5,790.81
	占比③=②/①	62.27%	58.78%	58.37%	60.88%
	提供与下游客户交易凭证的客户金额④	5,037.39	7,729.78	7,349.68	5,082.05
	占比⑤=④/①	61.02%	56.48%	49.01%	53.43%
	执行下游客户访谈的客户金额⑥	4,747.11	7,679.11	7,383.79	5,184.56
	占比⑦=⑥/①	57.50%	56.11%	49.24%	54.51%

③ 对于境内经销商、贸易商客户的下游客户，通过全国企业信息系统查询成立时间、股权机构、管理层信息及经营范围等基本信息，同时查看官方网站等公开资料；对于境外经销商、贸易商的下游客户，通过查看官方网站等公开资料，综合判断下游客户采购产品的合理性。

14）获取公司实际控制人及其关系密切的家庭成员、持股 5%以上的股东、非独立董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员报告期内所有账户资金流水记录，核查上述人员是否与经销商、贸易商及其股东、董事、监事、高级管理人员存在资金往来。

综上，报告期内，公司自有品牌业务经销商、贸易商模式均为买断式销售，

实现的收入具有真实性，最终销售情况良好。

2. 说明既存在经销商模式又存在贸易商模式的原因

自有品牌业务采取直销模式、经销商模式和贸易商模式相结合的方式。既存在经销商模式又存在贸易商模式的原因为：经销商深耕当地市场，可快速响应下游客户需求，提高产品渗透率；贸易商具备渠道整合优势，能够实现零散订单的集中销售。公司充分利用经销商、贸易商不同类型销售渠道的优势，推广自有品牌产品，提高产品市场渗透率。

3. 报告期内对经销商的补贴或返利情况，是否存在经销商配合公司调节业绩的情形

为鼓励经销商积极开拓市场，提高市场占有率，公司与部分经销商约定，若销售额达到约定的销售目标，将按照经销协议约定的返利比例给予返利。报告期内，公司对经销商的返利占经销商收入的比例如下：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
返利金额	198.21	166.72	168.50	87.47
自有品牌业务经销商模式的收入金额	5,092.41	8,108.30	8,663.91	6,235.91
返利比例	3.89%	2.06%	1.94%	1.40%

报告期内，公司对经销商返利占自有品牌业务经销商模式收入的比例较低，公司已根据经销协议的约定以及返利政策，按照权责发生制的原则，计提各期应确认的返利，不存在经销商配合公司调节业绩的情形。

（三）补充说明报告期内按地域外销收入的分布情况，是否受贸易摩擦、国际关系形势、海外新冠疫情的影响；外销是否由中信保等保险机构承保及具体情况，主要境外客户的资信情况，海外销售数据与中信保数据的差异情况及差异原因

1. 报告期内按地域外销收入的分布情况，是否受贸易摩擦、国际关系形势、海外新冠疫情的影响

(1) 按地域外销收入的分布情况

报告期内，公司主营业务收入中境外收入按地域分布情况如下：

单位：万元

地 区	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比

北美洲	5,492.62	41.88%	10,860.08	42.53%	12,361.26	43.07%	5,419.27	34.27%
欧洲	3,899.53	29.73%	5,936.63	23.25%	7,059.47	24.59%	4,445.39	28.11%
大洋洲	761.85	5.81%	3,843.95	15.05%	3,996.15	13.92%	2,793.36	17.67%
亚洲(不含中国大陆)	1,587.66	12.11%	3,064.34	12.00%	2,802.03	9.76%	1,682.24	10.64%
其他	1,373.26	10.47%	1,830.03	7.17%	2,484.28	8.66%	1,471.73	9.31%
合 计	13,114.91	100.00%	25,535.02	100.00%	28,703.20	100.00%	15,811.99	100.00%

报告期内，公司境外销售的主要地域为北美洲、欧洲和大洋洲等地区或国家，收入金额分别为 12,658.02 万元、23,416.89 万元、20,640.65 万元和 10,154.00 万元，占外销主营业务收入的比重分别为 80.05%、81.58%、80.83%和 77.42%。

(2) 受贸易摩擦、国际关系形势、海外新冠疫情的影响情况

1) 贸易摩擦、国际关系形势对公司外销业务的影响

报告期内，公司实现境外主营业务销售收入分别为 15,811.99 万元、28,703.20 万元、25,535.02 万元和 13,114.91 万元，占主营业务收入的比例分别为 82.84%、82.37%、82.77%和 80.47%，主要销售地区包括北美洲、欧洲和大洋洲等地区。近年来，受世界经济市场竞争加剧，贸易保护主义抬头，贸易摩擦扩大，对公司境外销售带来一定不确定性。公司销往美国的产品主要为以小微型水泵为代表的房车游艇配套产品，在美国政府加征关税商品清单之列。虽加征关税实际增加了美国客户的进口成本，从而导致终端销售价格上升或客户利润下降，对公司向美国出口业务规模造成一定影响。但美国地区作为世界主要房车游艇和水上休闲运动用品的主要消费市场，市场需求相对较大。报告期内美国地区销售额分别为 4,836.78 万元、6,724.52 万元、5,920.96 万元和 3,765.71 万元。目前公司主要客户所在地除美国外，澳大利亚、加拿大、欧洲等国家或地区均不存在特别的贸易限制措施或征收高额关税的情形。

目前贸易摩擦、国际关系形势未对公司外销业务造成重大不利影响，但未来贸易摩擦趋势、国际关系形势存在不确定性，可能对公司经营业绩造成不利影响。2022 年 2 月末，俄乌冲突这一偶然性因素导致国际环境存在较大的不确定，石油、天然气等大宗商品价格大幅上涨，面粉、小麦等生活必需品价格也纷纷上涨，欧洲地区居民购买能力和消费信心下降，一定程度上抑制房车游艇配套产品和水上休闲运动产品这类消费品的市场消费需求，可能导致公司产品在欧洲市场销量受到影响。

贸易摩擦、国际关系形势对公司的不利影响已在《招股说明书》“第二节 概

览”之“一、重大事项提示”之“（一）特别风险提示”之“4、国际贸易摩擦风险”中披露。

2）海外新冠疫情对公司外销业务的影响

2020 年初以来，全球爆发新型冠状病毒疫情。海外新冠疫情对公司产品境外销售具有双向影响。一方面，新冠疫情导致公众大型聚集性娱乐、境外旅游等活动减少，家庭娱乐、短途郊区旅游需求增加，在一定程度上增加家庭休闲娱乐的房车、休闲游艇产品需求，公司产品所在的市场需求扩大。另一方面，2020 年新冠疫情爆发后，国际航线运力较为紧张，海运费上涨，增加境外客户采购成本，削弱公司产品在境外市场的竞争优势；同时，集装箱紧缺等因素导致海运周期延长，影响境外销售，降低存货周转率，提高营运成本。除此以外，新冠疫情蔓延后，国际展会数量、商业拜访等开拓客户渠道受到影响，一定程度影响新客户的开拓效率和效果。

2. 外销是否由中信保等保险机构承保及具体情况，主要境外客户的资信情况，海外销售数据与中信保数据的差异情况及差异原因

(1) 外销是否由中信保等保险机构承保及具体情况，海外销售数据与中信保数据的差异情况及差异原因

公司制定了审慎的信用政策，对于新增外销客户一般需要在发货前付清全部货款，对于长期合作的客户，一般根据客户的资信情况、以往合作的货款回款情况、订单金额大小等多种因素给予一定的信用期。公司考虑外销客户以往年度回款情况较好，前期并未在中国出口信用保险公司等保险机构进行投保，仅 2021 年 9 月开始才对少数客户进行投保。

(2) 主要境外客户的资信情况

报告期内，公司前五大境外客户资信情况如下：

序号	客户名称	注册地	资信情况
1	Seaflo Marine	美国	成立于 2015 年底，主要向公司采购房车游艇配套产品，销售主要区域为美国，合作关系良好
2	KD	加拿大	成立于 2009 年，系一家具备设计与垂直整合销售能力的皮划艇品牌商，合作关系良好，合作以来货款支付及时
3	Anaconda	澳大利亚	成立于 2004 年，是澳大利亚最具规模的户外用品商超之一，合作关系良好
4	Sea River	巴西	成立于 1990 年，一直保持良好的合作关系，据调查无负面信息，无拖欠款项记录
5	Lippert	美国	美国上市公司 LCII 的全资子公司，LCII 成立于 1984 年，经营规模较大，合作关系良好，合作以来货款支付及时

6	Super Retail Group	澳大利亚	成立于 1972 年，澳大利亚上市公司，澳大利亚大型连锁商超之一，实力较强，合作以来货款支付及时
7	Mako International Trading Ltd	中国香港	成立于 2016 年，主要向公司采购房车游艇配套产品，主要销售区域为澳大利亚，合作关系良好
8	Saray	土耳其	成立于 1994 年，主要向公司采购房车游艇配套产品，主要销售区域为土耳其，合作关系良好

（四）说明不同类型产品的接单、生产、交货、签收流程，签收前客户对产品的核验或测试情况，报告期内产品实际交货时间与合同或订单约定存在差异的具体情况及原因，公司是否存在人为调节收入确认时点的情形

1. 不同类型产品的接单、生产、交货、签收流程

公司主要产品为房车游艇配套产品和水上休闲运动产品，其接单、生产、交货、签收流程不存在明显差异，具体情况如下：

(1) 接单

客户通过其自身的供应商管理平台、邮件等方式向公司下单，告知产品型号、数量、价格、交付期等信息，销售订单信息经公司内部审批通过后，与客户签署销售订单。

(2) 生产

公司主要销售房车游艇配套产品和水上休闲运动产品，根据客户订单情况，结合库存、数量、产品质量要求、生产能力、交付期等下达生产任务单，安排生产。

(3) 交货及签收

对于境内销售，公司将产品运送至合同约定的交货地点并由客户确认接受，取得客户签收单，客户已取得相关产品的控制权，已收取货款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入，公司在该时点确认收入。

对于境外销售，公司已根据合同约定将产品控制权转移给购买方，将产品报关并取得提单，已收取货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，公司在该时点确认收入。

2. 签收前客户对产品核验或测试情况

部分客户在确定意向采购前，先对样品进行测试。样品测试合格之后，批量性下单采购，公司安排生产，产品完工出厂前，公司会测试产品的合格情况。客户收到货物时会对产品型号、数量以及外观等进行核验。

3. 报告期内产品实际交货时间与合同或订单约定存在差异的具体情况及原

因，公司是否存在人为调节收入确认时点的情形

一般情况，公司按照产品库存情况、生产资源等综合情况排产，确保按时交货。报告期内，少部分合同或订单，公司产品实际交货时间与合同或订单约定的交期存在一定差异，主要受客户对产品到货的实际需求、物流运输情况及公司生产资源等因素的影响，公司与客户将重新约定交期。

报告期内，公司未发生因产品交付时间与客户发生纠纷的情况，不存在人为调节收入确认时点的情形。

（五）各类产品退换货政策、退换货的会计处理及是否符合《企业会计准则》的规定，收入确认是否考虑退换货影响及会计处理的合规性

1. 公司产品退换货政策

对于产品发生质量问题等情况，公司会给予客户退换货，对于货物交付后因客户保管不善等非公司原因导致的产品质量问题或货物滞销等均由客户承担，公司不予退换货。

2. 退换货的会计处理及合规性

根据《企业会计准则第 14 号——收入》的规定，对于附有销售退回条款的销售，企业应当在客户取得相关商品控制权时，按照因向客户转让商品而预期有权收取的对价金额(即，不包含预期因销售退回将退还的金额)确认收入，按照预期因销售退回将退还的金额确认负债；同时，按照预期将退回商品转让时的账面价值，扣除收回该商品预计发生的成本(包括退回商品的价值减损)后的余额，确认为一项资产，按照所转让商品转让时的账面价值，扣除上述资产成本的净额结转成本。

公司的退换货通常分为两种形式：(1)客户需将产品退回再重新发货；(2) 客户不需将产品退回直接补货。对于第一种形式，公司在收到客户退回的货物时，冲减退货当期的收入成本，相应调整应收账款和存货。重新发货时，重新确认销售收入和应收账款，并结转销售成本和存货；对于第二种形式，公司履行售后质保义务即重新补发货时，将补发产品的成本计入销售费用。

报告期内，公司退换货金额为26.10万元、109.26万元、151.47万元和218.93万元，退换货率分别为 0.14%、0.31%、0.49%和 1.34%，金额及比率均较小，根据以往经验估计退货的可能性极低，故公司在确认收入时，根据重要性原则未考虑销售退回金额，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

（六）对收入真实性和截止性的核查情况

为核实公司收入真实性和截止性，我们执行了以下核查程序：

1. 了解与销售和收款相关的内部控制制度，评价其设计是否有效，并测试相关内部控制的运行有效性；

2. 访谈公司管理层，了解公司销售业务的主要模式、交易流程等；

3. 通过检查主要的销售合同并与管理层沟通等，了解主要合同条款或条件，评价收入确认政策是否符合企业会计准则的规定；

4. 对报告期内收入分产品、分月、分客户执行实质性分析程序，检查是否存在重大异常波动，了解波动原因并判断其合理性；

5. 执行函证程序

对报告期内主要客户的销售收入进行函证。对函证过程始终保持控制，独立进行发函和接收回函，考虑回函的可靠性，并对函证结果进行核对与评价，针对回函不符的客户编制回函调节表，针对未回函的客户执行替代测试。函证情况如下：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
营业收入	16,338.89	31,025.95	35,214.07	19,285.90
回函相符金额	12,017.97	22,796.12	24,574.94	12,739.03
回函相符金额占营业收入的比例	73.55%	73.47%	69.79%	66.05%
回函不符经调节后可确认金额	480.66	926.28	1,007.40	749.97
回函相符金额和回函不符经调节后可确认金额合计	12,498.63	23,722.40	25,582.34	13,489.00
回函可确认金额占营业收入的比例	76.50%	76.46%	72.65%	69.94%

报告期各期，营业收入回函差异金额较小，主要系公司已交付货物，但是客户未及时进行账务处理形成的时间性差异。针对回函差异，了解并核实差异形成的原因及其合理性，同时取得形成差异的相关销售订单、签收单或报关单和提单等佐证性资料，检查销售的真实性，核实公司是否记录于正确的会计期间。

报告期内，针对未回函的客户执行替代程序，检查对应的销售合同、出库单、销售发票、签收单或出口报关单和货运提单以及期后银行收款凭证等资料；

6. 通过中国进出口信用保险公司获取境外客户资信报告和通过全国企业信

息公示系统查询境内客户情况；

7. 浏览主要客户官方网站等公开资料，核查客户真实性、与公司是否属于上下游关系等；

8. 执行访谈程序

对报告期内主要客户进行了实地走访、视频访谈和通过境外会计师事务所实地走访且中介机构远程视频接入参与，了解客户业务经营情况、与公司的交易情况、结算情况。获取的主要证据有访谈记录、被访谈人员身份证明文件、客户营业执照、客户相关生产经营场所的图片及视频资料等。报告期各期，访谈客户的销售收入占当期收入比例情况如下：

项　目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
访谈客户收入金额(万元)	11,483.00	22,632.84	25,590.97	13,199.17
营业收入金额(万元)	16,338.89	31,025.95	35,214.07	19,285.90
访谈比例	70.28%	72.95%	72.67%	68.44%

9. 执行细节测试程序

对于内销收入，以抽样方式检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、订单、销售发票、出库单、运输单及客户对账单等；对于出口收入，获取电子口岸信息并与账面记录核对，并以抽样方式检查销售合同、出口报关单、货运提单、销售发票等支持性文件。具体核查比例如下：

项　目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
细节测试收入金额(万元)	8,100.79	12,529.45	15,267.08	8,472.89
营业收入金额(万元)	16,338.89	31,025.95	35,214.07	19,285.90
细节测试比例	49.58%	40.38%	43.36%	43.93%

10. 执行收入截止性测试的核查程序

(1) 检查资产负债表日前后销售和发货情况，关注是否存在销售异常波动、收入跨期情况；

(2) 对于内销收入，选取资产负债表日前后出库单、客户签收单等单据，并与应收账款和收入明细账进行核对；从应收账款和收入明细账选取在资产负债表日前后的记账凭证，与出库单和客户签收单进行核对，以确定销售是否存在跨期现象。对于外销收入，导出中国电子口岸全年海关申报记录，与公司外销台账进

行对比，并取得资产负债日前后报关业务对应的报关单和提单，关注收入确认是否跨期。

（七）对经销商、贸易商模式收入的核查情况

针对经销商、贸易商模式收入的核查详见本问询函回复五(二)1 之说明。

（八）对外销收入的核查情况

针对外销收入，我们实施了以下主要核查程序：

1. 访谈公司销售负责人，了解公司境外销售业务的主要模式、主要客户的开发历史和交易背景及交易流程等；

2. 了解与收入确认相关的关键内部控制，评价相关控制的设计，并测试相关内部控制的运行有效性；

3. 检查外销收入的销售合同、订单、出库单、出口报关单、货运提单、销售发票以及期后银行收款凭证等支持性文件；

4. 对报告期内境外销售收入执行分产品、分客户及分月实质性分析程序，检查是否存在重大异常波动，了解波动原因并判断其合理性；

5. 查看境外主要客户官方网站等公开资料，了解客户的基本情况、业务及产品介绍、销售情况等，了解该等客户是否销售公司产品、分析判断该等客户的业务与公司是否存在上下游关系；

6. 通过中国进出口信用保险公司获取主要境外客户的资信报告，了解报告期内主要境外客户的基本情况，重点核查和了解其成立时间、注册资本、注册地址、经营范围、股权结构、管理层构成等情况，并与公司关联方进行核对；

7. 对报告期内的主要外销客户进行函证，函证确认的境外收入占比情况如下：

单位：万元

项　目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
境外营业收入	13,130.87	25,585.43	28,731.72	15,834.82
回函相符金额	9,938.12	19,640.70	20,170.79	10,608.75
回函相符金额占境外营业收入的比例	75.69%	76.77%	70.20%	67.00%
回函不符经调节后可确认金额	225.58	653.63	843.80	619.97
回函相符金额和回函不符经调节后可确认金额合计	10,163.70	20,294.33	21,014.59	11,228.72

回函可确认金额占境外营业收入的比例	77.40%	79.32%	73.14%	70.91%

8. 获取报告期内中国电子口岸报关数据，将公司外销收入台账与电子口岸报关数据、报关单及提单等逐一进行核对，确认外销收入的真实性；

9. 对资产负债表日前后确认的营业收入实施截止测试，评价营业收入是否在恰当期间确认；

10. 对主要外销客户进行访谈，包括中介机构实地走访（实地走访）、视频访谈和通过境外会计师事务所实地走访且中介机构远程视频接入参与（境外现场），了解报告期内主要外销客户的基本情况、与公司业务合作情况以及是否与公司存在关联关系等。报告期各期已访谈的外销客户收入金额占公司当期境外收入的比例情况如下：

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
境外现场访谈金额（万元）	4,937.04	8,093.64	7,976.02	5,622.55
境外现场访谈比例	37.60%	31.63%	27.76%	35.51%
视频访谈金额（万元）	2,917.58	5,735.93	7,725.88	4,267.48
视频访谈比例	22.22%	22.42%	26.89%	26.95%
实地走访金额（万元）	1,474.47	5,278.86	5,630.83	1,129.06
实地走访比例	11.23%	20.63%	19.60%	7.13%
访谈比例合计	71.05%	74.68%	74.25%	69.59%

11. 将公司报告期内外销收入与货运提单、出口报关单与海关报关数据、出口退税金额等匹配情况进行量化分析；

12. 获取公司实际控制人及其关系密切的家庭成员、持股 5%以上的股东、非独立董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员报告期内所有账户资金流水记录，核查上述人员是否与境外主要客户存在资金往来。

（九）核查程序及结论

针对上述事项，我们实施了如下核查程序：

1. 访谈公司主要管理人员，了解公司主要产品下游市场需求情况主要应用领域、产品核心技术；获取公司报告期内主要经营业绩数据，分析相关经营业绩的变动情况；获取公司当期新签订单、期末在手订单情况，分析公司订单的变动情况；

2. 取得公司外销收入的地域分布情况；访谈公司总经理、财务负责人，了

解贸易摩擦、国际关系形势、海外新冠疫情对公司的影响，以及营业收入及净利润上升的原因；取得报告期内向中信保的投保情况；

3. 访谈公司管理层、主要客户，查阅主要销售合同，了解产品的接单、生产、交货、签收流程，了解客户对公司产品的签收流程以及交期等信息；

4. 了解公司退换货政策及退换货情况，查阅《企业会计准则》，核查公司退换货的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

经核查，我们认为：

1. 短期来看，公司可能因成本上升、需求疲软等存在业绩下滑的风险，但从中长期来看，海运费持续处于高位、俄乌冲突和下游消费疲软等各项短期不利因素终将消除，全球经济步入正轨、公司所处行业未来发展空间广阔、公司长期的技术积累与持续的产品创新、公司与优质客户的持续合作和新客户的开拓等是公司未来业绩增长的驱动因素，公司业绩增长具有可持续性；

2. 公司采取自有品牌业务经销商、贸易商模式是必要的、具有合理性；公司自有品牌业务经销商、贸易商模式下的收入真实，最终销售情况良好，不存在经销商、贸易商配合公司调节业绩的情形；

3. 报告期内，公司境外销售的主要地域为北美洲、欧洲和大洋洲等地区；目前贸易摩擦、国际关系形势未对公司外销业务造成重大不利影响，但未来贸易摩擦趋势、国际关系形势存在不确定性，可能对公司经营业绩造成不利影响；新冠疫情对公司经营业绩具有双面影响；公司考虑外销客户以往年度回款情况较好，前期并未在中国出口信用保险公司等保险机构进行投保，仅 2021 年 9 月开始才对少数客户进行投保；

4. 报告期内，公司产品实际交货时间与合同或订单约定时间不存在重大差异；报告期内，公司未发生因产品交付时间与客户发生纠纷，不存在人为调节收入确认时点的情形；

5. 公司的退换货政策为对于产品发生质量问题等情况，给予退换货，对于货物交付后因客户保管不善等非公司原因导致的产品质量问题或货物滞销等均由客户承担，公司不予退换货；公司退换货的会计处理符合《企业会计准则》的规定；

6. 我们对公司外销收入核查充分，公司外销收入具有真实性；公司收入确认准确，不存在虚增收入与提前确认收入的情形。

六、关于客户。根据申报材料：

（1）报告期内，发行人向前五大客户合计的销售额分别为 4,257.04 万元、7,281.65 万元和 13,600.00 万元，占当期营业收入的比重分别为 35.91%、37.76%和 38.62%。

（2）公司选取 Seaflo Marine 作为 SEAFLO 品牌房车游艇配套产品在美国地区的独家经销商，并于 2016 年 8 月与 Seaflo Marine 签署独家经销协议。报告期内，Seaflo Marine 为公司第一大客户。该客户公司名称与发行人注册商标“SEAFLO”重合，实控人前妻为该公司股东的配偶，同时持有该客户股权。

（3）报告期内，公司与 KD 及其全资子公司昆山耀和开展合作，主要向其提供 OEM 代工滚塑、吸塑皮划艇业务，并提供 ODM 代工吹塑皮划艇业务。2021 年，公司已经成为 KD 吹塑、滚塑皮划艇的最大供应商。

请发行人：

（1）按产品类型和业务模式分别列示前五大客户情况，包括基本信息、合作历史、销售金额及占比、销售单价及毛利率等。

（2）说明客户集中度与可比公司对比的差异情况及差异原因；按收入金额对客户进行分层，说明各层客户数量、收入金额及占比、毛利率等情况；是否存在个人、个体工商户等非法人客户及具体销售情况。

（3）说明报告期内前五大客户的信用政策及变动情况，各期末应收账款与销售金额、信用政策的匹配性。

（4）详细说明客户 Seaflo Marine 的具体情况、发行人与其合作的背景、相关交易的具体内容、交易的真实性和公允性，相关交易模式、产品和与其他客户的差异，该客户是否与发行人存在潜在关联关系、是否存在其他利益安排。

（5）详细说明报告期内与 KD 的合作模式及变动情况，收入确认方式的准确性、合规性；向昆山耀和采购的具体内容，采购固定资产的原因及用途。

（6）报告期各期存量客户和新增客户整体销售收入金额及占比、毛利率、应收账款余额及期后累计回款情况（金额及比例），分析新老客户销售金额变动原因，毛利率差异原因及合理性。

（7）说明各类产品竞争对手的具体情况、市场占有率、与发行人相比的竞争优劣势，客户选择供应商的具体考虑因素，是否存在多个供应商同时供货的

情形，发行人是否存在被替代的风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。（审核问询函问题 10）

（一）按产品类型和业务模式分别列示前五大客户情况，包括基本信息、合作历史、销售金额及占比、销售单价及毛利率等

1. 不同产品类型下前五大客户情况

(1) 房车游艇配套产品

报告期内，公司对房车游艇配套产品前五大客户销售情况如下：

单位：万元

期间	序号	客户名称	该类产品销售金额	占房车游艇配套产品收入的比例	销售均价（元/台）	毛利率
2023年1-6月	1	Seaflo Marine	2,868.78	21.68%	87.93	/
	2	Sea River	652.71	4.93%	65.71	/
	3	泗洪语牧机电有限公司	627.60	4.74%	41.17	/
	4	Lippert	558.78	4.22%	150.32	/
	5	Saray	441.21	3.33%	83.96	/
	合　计		5,149.09	38.91%	-	-
2022年度	1	Seaflo Marine	5,304.76	24.55%	58.88	/
	2	泗洪语牧机电有限公司	935.68	4.33%	49.35	/
	3	Sea River	813.80	3.77%	85.07	/
	4	Mako International Trading Ltd	695.16	3.22%	86.86	/
	5	Birgma	549.86	2.54%	82.72	/
	合　计		8,299.27	38.41%	-	-
2021年度	1	Seaflo Marine	4,642.96	21.03%	52.12	/
	2	泗洪语牧机电有限公司	1,102.66	4.99%	50.50	/
	3	Sea River	1,024.91	4.64%	63.29	/
	4	Lippert	999.17	4.53%	140.05	/
	5	Mako International Trading Ltd	631.88	2.86%	82.54	/
	合　计		8,401.58	38.05%	-	-
2020年度	1	Seaflo Marine	3,711.17	24.78%	79.38	/
	2	Lippert	874.67	5.84%	128.50	/
	3	泗洪语牧机电有限公司	604.56	4.04%	55.60	/
	4	Sea River	576.13	3.85%	60.09	/
	5	Mako International Trading Ltd	454.83	3.04%	93.69	/
	合　计		6,221.36	41.54%	-	-

注 1：泗洪语牧机电有限公司包括本身及其实际控制人控制的江苏美旅户外用品有限公

司，下同

注 2：公司申报时报告期首期为 2019 年度，为保持数据的可比性，2020 年度、2021 年度计算毛利率时均不考虑运输费用的影响，2022 年度、2023 年 1-6 月延续以前年度的分析和比较，也不考虑运输费用的影响，下同

注 3：报告期内，公司房车游艇配套产品前五大客户毛利率已申请豁免

报告期内，房车游艇配套产品前五大客户收入金额分别为 6,221.36 万元、8,401.58 万元、8,299.27 万元和 5,149.09 万元，占房车游艇配套产品收入的比例分别为 41.54%、38.05%、38.41%和 38.91%。

由上表可知，公司向前五大客户销售产品的均价存在一定差异，主要系房车游艇配套产品细分种类众多、价格差异较大，部分客户购买的单价相对较低的房车游艇其他配套产品如甲板盖、开关等数量较多，导致平均销售单价较低。

总体而言，报告期内，房车游艇配套产品前五大客户毛利率差异较小。

上述客户基本信息及合作历史情况如下：

序号	客户名称	成立时间	注册地	主要股东及持股比例	经营范围	合作历史	与渡远户外及其关联方是否存在关联关系
1	Seaflo Marine	2015 年	美国	Tychon Holding LLC 持有 50%；John Z Kosowski 持有 31%；叶耀茹持有 19%	房车游艇配套产品的销售	2016 年	否
2	泗洪语牧机电有限公司	2015 年	中国	李一帆持有 100%	水泵、五金船用配件等产品的销售	2015 年	否
3	Sea River	1990 年	巴西	Rosa Maria de Lima Simioni 持有 52%	船艇配件产品的销售	2014 年	否
4	Lippert	2014 年	美国	LCI Industries 持有 100%	房车、船舶、汽车、商用车和建筑产品的销售	2019 年	否
5	Birgma	2013 年	中国香港	Birgma Holdings(Hong Kong)Ltd 持有 100%	船舶、越野车、汽车护理、建筑和家具等产品的销售	2018 年	否
6	Mako International Trading Ltd	2016 年	中国香港	GlennWilliams 持有 100%	水泵、过滤器和阀门等房车游艇相关的配件产品的销售	2014 年	否
7	Saray	1994 年	土耳其	Nihat Nahit Sarayonu 持有 40%;Nursen Sarayonu 持有 30%；Nurdan Sarayonu 15%;Nezih Kadri Sarayonu 15%	游艇配件及户外产品的销售	2014 年	土耳其

Seaflo Marine 成立时间为 2015 年 12 月，Seaflo Marine 的间接股东

Christopher Kapsaskis(以下简称“Christopher”)、直接股东 John Z Kosowski(以下简称“John”)分别在2010年和2014年开始从事房车游艇配套产品的销售，并陆续于 2014 年向公司采购产品进行销售。为争取获得公司在美国市场房车游艇配套产品的独家经销权，Christopher 和 John 等人决定合资成立 Seaflo Marine。因此，Seaflo Marine 设立后不久即与公司开展业务合作。

泗洪语牧成立时间为 2015 年 8 月，成立当年即与公司开展合作。泗洪语牧控股股东李一帆从事小微型水泵销售多年，最初通过网络途径了解到 SEAFLO 品牌水泵，并于 2013 年左右以个人名义与福安爱的开始合作。基于对产品品质和 SEAFLO 品牌产品市场前景的认可，泗洪语牧自成立后，开始与公司开展合作。

Mako International Trading Ltd 成立时间为 2016 年，系承接该公司主要股东控制的 Marine & RV industry 与公司的合作。Marine & RV industry 成立于 2000 年，2014 年开始与公司合作。后续基于该客户自身经营安排，Mako International Trading Ltd 承接与公司的合作。

(2) 水上休闲运动产品

报告期内，公司对水上休闲运动产品前五大客户销售情况如下：

单位：万元、元/艘

期间	序号	客户名称	该类产品销售金额	占水上休闲运动产品收入的比例	皮划艇销售单价	毛利率
2023年1-6月	1	KD	1,459.62	51.75%	1,603.32	/
	2	Anaconda	166.35	5.90%	310.77	/
	3	INA INTERNATIONAL LTD.	133.47	4.73%	927.56	/
	4	SPORTIFY SRL UNIPERSONALE	106.45	3.77%	730.62	/
	5	Seaflo Marine	61.84	2.19%	2,999.84	/
	合 计		1,927.73	68.35%	-	-
2022年度	1	KD	4,135.50	47.50%	1,662.71	/
	2	Anaconda	1,845.22	21.19%	439.24	/
	3	Super Retail Group	478.34	5.49%	247.78	/
	4	Maritime composite imports ltd.	207.49	2.38%	448.37	/
	5	上海泰树船舶技术有限公司	114.18	1.31%	1,184.85	/
	合 计		6,780.73	77.88%	-	-
2021年度	1	KD	4,540.66	37.42%	1,052.92	/
	2	Anaconda	1,857.94	15.31%	390.06	/

	3	Super Retail Group	787.79	6.49%	225.10	/
	4	GV Snowshoes	692.47	5.71%	760.49	/
	5	MACVAD LIMITED	590.47	4.87%	439.52	/
	合 计		8,469.32	69.79%	-	-
2020 年度	1	Anaconda	1,319.68	35.23%	458.53	/
	2	Super Retail Group	585.43	15.63%	258.57	/
	3	Birgma	152.57	4.07%	691.94	/
	4	Point 65° N Sweden	125.00	3.34%	420.32	/
	5	KD	66.95	1.79%	827.08	/
	合 计		2,249.64	60.06%	-	-

注 1：2020 年和 2021 年 KD 销售金额包括本身和其子公司昆山耀和，2023 年 1-6 月，KD 销售金额包括本身及实际控制人控制的 Vibe Holdings LLC，下同；MACVAD LIMITED 销售金额包含自身及子公司 MACVAD USA LIMITED 和 MACVAD UK LIMITED

注 2：水上休闲运动用品中的其他产品包括船桨、拖车架、鱼竿支架插座、救生衣等，单价相对较低且数量众多，因此上表仅列式皮划艇产品的平均价格

注 3：报告期内，公司水上休闲运动产品前五大客户毛利率已申请豁免

报告期内，水上休闲运动产品前五大客户收入金额分别为 2,249.64 万元、8,469.32 万元、6,780.73 万元和 1,927.73 万元，占比分别为 60.06%、69.79%、77.88%和 68.35%。

由上表可知，公司向前五大客户销售产品均价差异明显，主要系水上休闲运动产品不同类型皮划艇、不同型号皮划艇价格差异导致销售均价存在差异。

以上客户基本信息及合作历史情况如下：

序号	客户名称	成立时间	注册地	主要股东及持股比例	经营范围	合作历史	与渡远户外及其关联方是否存在关联关系
1	KD	2009 年	加拿大	Fiducie Nicolet 持有 66%	水上休闲运动产品的销售	2018 年	否
2	Anaconda	2004 年	澳大利亚	Spotlight Group Holdings Pty Ltd 持有 100%	户外运动及露营用品的销售	2016 年	否
3	Super Retail Group	1972 年	澳大利亚	Sca Ft Pty Ltd 持有 27.23%；HSBC Custody Nominees (Australia) Limited 持有 24.33%；Citicorp Nominees Pty Limited 持有 8.75%；JP Morgan Nominees Australia Pty Ltd 持有 8.67%	户外运动装备、服装、汽车相关等品牌产品的销售	2018 年	否
4	GV Snowshoes	1959 年	加拿大	Stephen Vincent 持有 100%	雪鞋、皮划艇等产品销售	2020 年	否

5	MACVAD LIMITED	2004 年	新西兰	Struan Kingan 持有 67%	家居家具商品，户外用品的销售	2017 年	否
6	Birgma	2013 年	中国香港	Birgma Holdings(Hong Kong)Ltd 持有 100%	船舶、越野车、汽车护理、建筑和家具等产品的销售	2018 年	否
7	Point 65° N Sweden	2003 年	瑞典	Tomas Öhman 持有 40%；Richard Ohman 持有 40%	皮划艇、户外背包、户外防水用品等的销售	2017 年	否
8	Maritime composite imports ltd.	2017 年	加拿大	Rui Ma 持有 50%；Glen Marche 持有 50%	皮划艇、船桨、玻璃缸等户外用品的销售	2019 年	否
9	上海泰树船舶技术有限公司	2008 年	中国	上海瓠德泰树投资咨询有限公司持有 100%	各类体育运动用艇的销售及提供船舶技术领域内的技术服务	2021 年	否
10	INA INTERNATIONAL LTD.	2010 年	加拿大	FGL Sports Ltd.持有 100%	体育用品、服装和鞋类的销售	2019 年	否
11	SPORTIFY SRL UNIPERSONALE	2018 年	意大利	SRL Unipersonale,Montepaschi Fiduciaria(quota DMPS)	体育用品的销售	2020 年	否
12	Seaflo Marine	2015 年	美国	Tychon Holding LLC 持有 50%；John Z Kosowski 持有 31%；叶耀茹持有 19%	房车游艇配套产品的销售	2016 年	否

2. 不同业务模式下前五大客户情况

(1) 自有品牌业务

报告期内，公司对自有品牌业务前五大客户销售情况如下：

单位：万元

期间	序号	客户名称	主要销售产品	该模式下的销售金额	占自有品牌业务收入的比例	销售单价(元/个)	毛利率
2023 年 1-6 月	1	Seaflo Marine	房车游艇配套产品	2,732.92	28.25%	84.48	/
	2	Sea River	房车游艇配套产品	648.13	6.70%	63.65	/
	3	泗洪语牧机电有限公司	房车游艇配套产品	638.04	6.59%	41.64	/
	4	Saray	房车游艇配套产品	500.80	5.18%	90.94	/
	5	Lighteu GmbH	房车游艇配套产品	274.13	2.83%	103.14	/
	合 计			4,794.01	49.55%	-	-
2022 年度	1	Seaflo Marine	房车游艇配套产品	4,895.17	27.15%	56.91	/

	2	Anaconda	水上休闲运动产品	1,845.22	10.23%	299.12	/
	3	泗洪语牧机电有限公司	房车游艇配套产品	944.95	5.24%	49.96	/
	4	Sea River	房车游艇配套产品	747.97	4.15%	79.79	/
	5	Mako International Trading Ltd	房车游艇配套产品	696.16	3.86%	86.85	/
	合 计			9,129.47	50.63%	-	-
2021年度	1	Seaflo Marine	房车游艇配套产品	4,391.44	22.59%	50.61	/
	2	Anaconda	水上休闲运动产品	1,857.94	9.56%	267.38	/
	3	Sea River	房车游艇配套产品	1,081.83	5.56%	64.43	/
	4	泗洪语牧机电有限公司	房车游艇配套产品	942.87	4.85%	47.73	/
	5	Mako International Trading Ltd	房车游艇配套产品	639.82	3.29%	83.08	/
	合 计		-	8,913.90	45.85%	-	-
2020年度	1	Seaflo Marine	房车游艇配套产品	3,465.97	28.04%	77.12	/
	2	Anaconda	水上休闲运动产品	1,319.68	10.68%	290.16	/
	3	Sea River	房车游艇配套产品	585.02	4.73%	60.65	/
	4	泗洪语牧机电有限公司	房车游艇配套产品	576.49	4.66%	58.29	/
	5	Mako International Trading Ltd	房车游艇配套产品	456.65	3.70%	93.91	/
	合 计		-	6,403.81	51.82%	-	-

注：报告期内，公司自有品牌业务前五大客户毛利率已申请豁免

报告期内，公司自有品牌业务前五大客户金额分别为 6,403.81 万元、8,913.90 万元、9,129.47 万元和 4,794.01 万元，占比分别为 51.82%、45.85%、50.63%和 49.55%。

上述客户基本信息及合作历史情况，详见本问询函回复四(一)2 之说明。

(2) ODM 业务

报告期内，公司对 ODM 业务前五大客户销售情况如下：

单位：万元

期间	序号	客户名称	主要销售产品	该模式下的销售金额	占 ODM 业务收入的比例	销售单价(元/个)	毛利率
2023年1-6月	1	Lippert	房车游艇配套产品	558.78	10.51%	150.32	/
	2	厦门纽茂泵业有限公司	房车游艇配套产品	375.66	7.07%	5.61	/

	3	KD	水上休闲运动产品	259.42	4.88%	81.19	/
	4	Spyra GmbH	房车游艇配套产品	258.00	4.85%	61.87	/
	5	Seaflo Marine	房车游艇配套产品	230.31	4.33%	165.52	/
	合 计			1,682.17	31.65%	-	-
2022年度	1	KD	水上休闲运动产品	899.13	9.51%	74.32	/
	2	Birgma	房车游艇配套产品和水上休闲运动产品	653.63	6.91%	94.71	/
	3	上海力健实业有限公司	房车游艇配套产品	627.87	6.64%	32.58	/
	4	Spyra GmbH	房车游艇配套产品	514.59	5.44%	63.05	/
	5	Seaflo Marine	房车游艇配套产品	508.63	5.38%	111.47	/
	合 计			3,203.84	33.87%	-	-
2021年度	1	KD	水上休闲运动产品	1,097.36	9.31%	61.33	/
	2	Lippert	房车游艇配套产品	999.17	8.48%	140.05	/
	3	Super Retail Group	水上休闲运动产品	787.79	6.68%	145.19	/
	4	Birgma	房车游艇配套产品和水上休闲运动用品	704.59	5.98%	81.08	/
	5	GV Snowshoes	水上休闲运动产品	534.76	4.54%	570.35	/
	合 计		-	4,123.67	34.98%	-	-
2020年度	1	Lippert	房车游艇配套产品	874.67	13.06%	128.50	/
	2	Super Retail Group	水上休闲运动产品	585.43	8.74%	218.49	/
	3	Birgma	房车游艇配套产品和水上休闲运动用品	528.45	7.89%	81.63	/
	4	LILIE GmbH & Co. KG	房车游艇配套产品	360.69	5.39%	134.44	/
	5	Seaflo Marine	房车游艇配套产品	355.75	5.31%	162.21	/
	合 计		-	2,704.99	40.39%	-	-

注：报告期内，公司 ODM 业务前五大客户毛利率已申请豁免

报告期内，公司 ODM 业务前五大客户金额分别为 2,704.99 万元、4,123.67 万元、3,203.84 万元和 1,682.17 万元，占比分别为 40.39%、34.98%、33.87%

和 31.65%。

以上客户基本信息及合作历史情况详本问询函回复四(一)2 之说明。

(3) OEM 业务

报告期内，公司对 OEM 业务前五大客户销售情况如下：

单位：万元

期间	序号	客户名称	销售金额	占 OEM 业务收入的比例	销售单价(元/艘)	毛利率
2023 年 1-6 月	1	KD	1,201.44	91.94%	1,780.18	/
	2	上海泰树船舶技术有限公司	51.45	3.94%	1,504.53	/
	3	GV Snowshoes	25.83	1.98%	1,519.15	/
	4	SPORTIFY SRL UNIPERSONALE	23.21	1.78%	2,900.76	/
	5	Balscadden online limited	1.56	0.12%	1,557.23	/
	合 计		1,303.49	99.75%	-	-
2022 年度	1	KD	3,243.46	96.52%	1,821.14	/
	2	上海泰树船舶技术有限公司	110.72	3.29%	1,190.49	/
	3	Balscadden online limited	5.43	0.16%	1,550.77	/
	4	Xtreme Beluga	0.79	0.02%	3,962.85	/
	合 计		3,360.39	100.00%	-	-
2021 年度	1	KD	3,451.72	95.45%	1,531.17	/
	2	GV Snowshoes	157.71	4.36%	1,196.56	/
	3	上海泰树船舶技术有限公司	2.87	0.08%	820.13	/
	4	Ninety Nine Inter Co.,Ltd.	2.84	0.08%	2,186.50	/
	5	谭玉琴	0.89	0.02%	2,980.82	/
	合 计		3,616.03	100.00%	-	-
2020 年度	1	KD	31.74	100.00%	1,900.61	/

注：报告期内，公司 OEM 业务前五大客户毛利率已申请豁免

报告期内，公司 OEM 业务销售额分别为 31.74 万元、3,616.11 万元、3,360.39 万元和 1,306.78 万元，主要客户为 KD。其中，公司对 KD 的销售额占 OEM 业务收入的比例分别为 100.00%、95.45%、96.52%和 91.94%。

以上客户基本信息及合作历史情况如下：

序号	客户名称	成立时间	注册地	主要股东及持股比例	经营范围	合作历史	与渡远户外及其关联方是否存在关联关系

1	KD	2009 年	加拿大	Fiducie Nicolet 持有 66%	水上休闲运动产品的销售	2018 年	否
2	GV Snowshoes	1959 年	加拿大	Stephen Vincent 持有 100%	雪鞋、皮划艇等产品销售	2020 年	否
3	上海泰树船舶技术有限公司	2008 年	中国	上海瓴德泰树投资咨询有限公司持有 100%	各类体育运动用艇的销售及提供船舶技术领域内的技术服务	2021 年	否
4	Ninety Nine Inter Co.,Ltd.	2009 年	泰国	Anan Limprasert 持有 100%	水上运动产品和设备的销售	2018 年	否
5	谭玉琴	不适用	不适用	不适用	不适用	2021 年	否
6	Balscadden online limited	2013 年	爱尔兰	Colm Cleary,100%持股	健身器材的销售	2021 年	否
7	Xtreme Beluga	2013 年	新加坡	未知	运动服装和设备的零售(包括自行车、船和保健设备)	2022 年	否
8	SPORTIFY SRL UNIPERSONALE	2018 年	意大利	SRL Unipersonale,Montepaschi Fiduciaria(quota DMPS)	体育用品的销售	2020 年	否

（二）说明客户集中度与可比公司对比的差异情况及差异原因；按收入金额对客户进行分层，说明各层客户数量、收入金额及占比、毛利率等情况；是否存在个人、个体工商户等非法人客户及具体销售情况

1. 客户集中度与可比公司对比的差异情况及差异原因

2020 年-2022 年，公司前五大客户销售收入占比与可比公司的对比情况如下：

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
金陵体育	16.86%	19.15%	18.07%
英派斯	42.77%	35.76%	43.99%
舒华体育	26.10%	22.24%	22.55%
康力源	56.79%	57.74%	58.31%
平均数	35.63%	33.72%	35.73%
公司	43.61%	38.62%	37.76%

注：数据来源于可比公司定期报告、招股说明书；同行业可比上市公司尚未披露 2023 年 1-6 月前五大客户销售收入数据，因此未列示数据

2020 年-2022 年，公司前五大客户销售收入占比分别为 37.76%、38.62%和 43.61%，同行业可比公司前五大客户销售收入占比平均值分别为 35.73%、33.72%

和 35.63%。公司客户集中度与可比公司集中度差异较小。

2. 按收入金额对客户进行分层，说明各层客户数量、收入金额及占比、毛利率等情况

报告期内，按照每年主营业务收入金额 30 万元以下、30-100 万元、100-500 万元和 500 万元以上对公司客户进行分层，不同层级的客户数量、收入金额及占比、毛利率情况如下：

单位：家、万元

期 间	分类层级	客户数量	收入金额	销售占比	毛利率
2023 年 1-6 月	500 万元以上	6	6,700.17	41.11%	41.49%
	100-500 万元	18	3,506.69	21.52%	47.73%
	30-100 万元	55	2,693.65	16.53%	50.55%
	30 万元以下	717	3,396.75	20.84%	53.20%
	合 计	796	16,297.26	100.00%	46.77%
2022 年度	500 万元以上	10	16,552.07	53.65%	38.49%
	100-500 万元	24	5,054.56	16.38%	45.18%
	30-100 万元	92	4,701.50	15.24%	50.93%
	30 万元以下	1,039	4,541.73	14.72%	51.64%
	合 计	1,165	30,849.86	100.00%	43.42%
2021 年度	500 万元以上	13	18,576.96	53.31%	38.10%
	100-500 万元	33	6,455.58	18.53%	45.07%
	30-100 万元	89	4,526.26	12.99%	48.36%
	30 万元以下	1,170	5,286.54	15.17%	52.77%
	合 计	1,305	34,845.35	100.00%	42.95%
2020 年度	500 万元以上	7	8,393.23	43.97%	51.44%
	100-500 万元	16	3,512.36	18.40%	46.34%
	30-100 万元	60	3,067.14	16.07%	51.46%
	30 万元以下	1,084	4,114.99	21.56%	56.48%
	合 计	1,167	19,087.72	100.00%	51.59%

注：公司申报时报告期首期为 2019 年度，为保持报告期内数据的可比性，2020 年度、

2021 年度计算毛利率时均不考虑运输费用的影响，2022 年度、2023 年 1-6 月延续以前年度的分析和比较，也不考虑运输费用的影响

报告期内，100 万元以上客户的收入占比分别为 62.37%、71.84%、70.04%和 62.63%；数量分别为 23 家、46 家、34 家和 24 家。由此可见，报告期内，年销售额 100 万元以上的客户构成公司的主要收入来源。2023 年 1-6 月，对客户销售金额年化处理，100 万以上的客户数量为 43 家，其中 500 万以上的客户数量为 10 家，与 2022 年相比无明显差异。

2020 年，年销售额 500 万元以上的客户毛利率相对较高，主要系 Anaconda 和 Super Retail 等客户向公司采购吹塑皮划艇为主，吹塑皮划艇产品毛利率相对较高，拉高 500 万元以上的客户毛利率水平。2021 年，年销售额 500 万元以上的客户平均毛利率下降至 38.10%，主要系公司与 KD 主要采用 OEM 代工生产滚塑皮划艇和吸塑皮划艇，毛利率较低，拉低整体毛利率水平。

2022 年，客户数量从 1,305 家下降至 1,165 家，客户数量减少 140 家，主要系 30 万元以下客户从 1,170 家下降至 1,039 家，减少 131 家。年销售额在 30 万元以下客户数量较多、相对分散，单个客户销售金额相对较小。2022 年，公司向销售额在 30 万元以下的客户平均销售额为 4.37 万元，30 万元以下的客户数量的减少对公司销售额的影响相对较小。

2023 年 1-6 月，客户数量从 1,165 家下降至 796 家，客户数量减少 369 家，主要系 30 万元以下客户从 1,039 家下降至 717 家，减少 322 家，由于仅为半年度数据，部分客户因系零星采购，每年订单较小且其下单或发货时间在下半年，故较 2022 年全年的客户数量减少较多。年销售额在 30 万元以下客户数量较多、相对分散，单个客户销售金额相对较小。2023 年 1-6 月，公司向销售额在 30 万元以下的客户平均销售额为 4.74 万元，30 万元以下客户的数量减少对公司销售额的影响相对较小。

3. 是否存在个人、个体工商户等非法人客户及具体销售情况

报告期内，销售额在 5 万元以上的客户收入金额分别为 18,191.84 万元、33,863.54 万元、29,978.52 万元和 15,670.95 万元，占各期主营业务收入的比例分别为 95.31%、97.18%、97.18%和 96.16%，占比相对较高。报告期内，公司销售额在 5 万元以上的非法人客户销售情况如下：

单位：万元

项　目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
数量	40	53	65	48
销售收入	645.54	914.76	1,254.86	785.18
非法人客户的销售收入占主营业务收入的比例	3.96%	2.97%	3.60%	4.11%

报告期内，公司对销售额 5 万元以上的非法人客户数量分别为 48 家、65 家、53 家和 40 家，对应的销售收入分别为 785.18 万元、1,254.86 万元、914.76 万元和 645.54 万元，占主营业务收入的比例分别为 4.11%、3.60%、2.97%和 3.96%，占比较低。

（三）说明报告期内前五大客户的信用政策及变动情况，各期末应收账款与销售金额、信用政策的匹配性

1. 报告期内前五大客户的信用政策及变动情况

报告期内，公司前五大客户信用政策情况如下：

客户名称	报告期内信用政策是否发生变化	信用政策
Seaflo Marine	否	预收 30%，发货后 60 天内付清尾款
KD	是	2020 年-2022 年的信用政策为预收 20%，收到提单后 30 天内付清尾款，2023 年开始调整为淡季（6 月-10 月）固定定金 15 万美金，旺季（11 月-次年 5 月）固定定金 30 万美金，每月的发货于次次月 15 日前付清
Anaconda	否	见票 30 天内付款
泗洪语牧机电有限公司	是	2020 年-2021 年的信用政策为先付款后发货，2022 年开始调整为发货次月 15 日前付款
Sea River	否	先付款后发货
Lippert	否	预收 30%，收到提单后 30 天内付清尾款
Super Retail Group	否	见票 180 天后付款

报告期内，公司主要客户信用政策基本保持稳定，其中长期合作的客户泗洪语牧机电有限公司和 KD 分别于 2022 年、2023 年基于自身商业需要向公司提出适当调整信用期的需求，公司综合考虑了其销售规模、回款情况等因素后，双方对信用期的调整达成一致。

2. 各期末应收账款与销售金额、信用政策的匹配性

报告期各期末，应收账款与销售金额、信用政策的匹配性情况如下：

单位：万元

期 间	客户名称	销售金额	应收账款账面余额	信用期内应收账款金额	逾期应收账款金额

2023 年 1-6 月	Seaflo Marine	2,963.23	446.70	446.70	
	KD	1,467.76	[注 1]	[注 1]	
	Sea River	708.06	[注 2]	[注 2]	
	泗洪语牧机电有限公司	643.45	10.32	10.32	
	Lippert	558.78			
	合 计	6,341.29	457.02	457.02	
2022 年度	Seaflo Marine	5,430.32	10.28	10.28	
	KD	4,153.32			
	Anaconda	2,131.94	147.12	147.12	
	泗洪语牧机电有限公司	974.68	42.52	42.52	
	Sea River	839.73			
	合 计	13,529.98	199.92	199.92	
2021 年度	Seaflo Marine	4,831.95	65.76	65.76	
	KD	4,556.89	17.00	17.00	
	Anaconda	2,022.09	507.54	507.54	
	泗洪语牧机电有限公司	1,107.25			
	Sea River	1,081.83	31.82		31.82
	合 计	13,600.00	622.12	590.30	31.82
2020 年度	Seaflo Marine	3,821.72	24.08	24.08	
	Anaconda	1,386.79	153.67	153.67	
	Lippert	874.67	87.69	87.69	
	泗洪语牧机电有限公司	613.04			
	Super Retail Group	585.43	472.37	472.37	
	合 计	7,281.65	737.81	737.81	

[注 1]KD 包括本身及其实际控制人控制的 Vibe Holdings LLC，公司对 KD 为预收 19.56 万元，对 Vibe Holdings LLC 为应收 89.29 万元，应收余额在信用期内

[注 2]2023 年 1-6 月福建爱的和福建渡远对 Sea River 均有销售并分别回款，其中福建爱的对 Sea River 为预收 75.10 万元，福建渡远对 Sea River 为应收 3.14 万元

由上表可知，报告期各期末公司前五大客户的应收账款基本在信用期内，与销售金额、信用政策匹配，小额逾期情况主要系客户由于其内部付款审批、资金

安排等原因导致实际付款时间比约定付款时间有短暂延迟，次月均已全部回款。

（四）详细说明客户 Seaflo Marine 的具体情况、公司与其合作的背景、相关交易的具体内容、交易的真实性和公允性，相关交易模式、产品和与其他客户的差异，该客户是否与公司存在潜在关联关系、是否存在其他利益安排

1. 客户 Seaflo Marine 的具体情况、公司与其合作的背景、相关交易的具体内容、交易的真实性和公允性

(1) 客户 Seaflo Marine 的具体情况

客户 Seaflo Marine 的具体情况如下：

公司名称	SEAFLO MARINE & RV NORTH AMERICA, LLC
成立时间	2015 年 12 月 7 日
注册号	202003311382782
注册资本	-
注册地	3602 W Sample, South Bend, IN, 46619, USA
主营业务	房车游艇配套产品的销售

其中，Seaflo Marine 股权结构如下：

序号	直接股东	直接持股比例	间接股东	穿透后持股比例
1	Tychon Holding, LLC	50.00%	Christopher Kapsaskis (美国籍)	25.50%
			Joseph Julius Cirillo(美国籍)	12.50%
			Zachary Patrick Grassi(美国籍)	12.00%
2	John Z Kosowski(美国籍)	31.00%	-	31.00%
3	叶耀茹(中国籍)	19.00%	-	19.00%
合 计		100.00%	-	100.00%

Seaflo Marine 的股东分别为 Tychon Holding, LLC、John Z Kosowski 和叶耀茹。经与 Seaflo Marine 直接和间接股东确认，该公司无实际控制人。

(2) 公司与 Seaflo Marine 合作的背景

在早期公司为快速打开美国市场，选择与众多不同的客户进行合作。随着产品销量增加及品牌知名度的提升，美国市场各客户无序竞争、售后标准不统一等情况凸显，拉低终端客户对品牌的整体印象，不利于公司产品在美国的推广。因此，公司计划筛选合适的合作伙伴作为独家经销商，解决美国市场无序竞争的问题。

Christopher Kapsaskis（以下简称“Christopher”）、John Z Kosowski（以下简称“John”）分别在2010年和2014年开始从事房车游艇配套产品的销售，并陆续于 2014 年向公司采购产品进行销售。为争取获得该独家经销权，Christopher和John等人决定合资成立Seaflo Marine，并邀请叶耀茹参股。叶耀茹为公司实际控制人林锡臻前妻，曾任职于公司前身汇力源并协助对接北美市场的销售工作，在房车游艇配套产品领域具有多年的从业经验，且熟悉国内采购、出口等方面事宜。共同成立Seaflo Marine的各股东都在房车游艇配套产品领域具有一定经验，可发挥较强的协同效应。

经过多方面权衡与考察(包括合作诚意、品牌忠诚度、下游渠道资源、专业度等)，公司最终选取Seaflo Marine作为SEAFLO品牌房车游艇配套产品在美国地区的独家经销商，并于2016年8月与Seaflo Marine签署独家经销协议。

(3) 公司与Seaflo Marine交易的具体内容

报告期内，公司向Seaflo Marine销售产品和不同产品的占比情况如下：

单位：万元

项目	产品类别	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
房车游艇配套产品	小微型水泵	2,407.48	81.25%	4,308.24	79.34%	3,836.11	79.39%	2,949.36	77.17%
	便携油桶	58.63	1.98%	-	-	16.79	0.35%	-	-
	其他配套产品	402.68	13.59%	996.52	18.35%	790.07	16.35%	761.81	19.93%
	小计	2,868.78	96.81%	5,304.76	97.69%	4,642.96	96.09%	3,711.17	97.11%
水上休闲运动产品	皮划艇	30.90	1.04%	9.21	0.17%	0.74	0.02%	8.67	0.23%
	桨板	-	-	0.72	0.01%				
	其他产品	30.94	1.04%	0.93	0.02%	0.34	0.01%	1.63	0.04%
	小计	61.84	2.09%	10.86	0.20%	1.07	0.02%	10.30	0.27%
其他		32.60	1.10%	114.70	2.11%	187.92	3.89%	100.25	2.62%
合计		2,963.23	100.00%	5,430.32	100.00%	4,831.95	100.00%	3,821.72	100.00%

报告期内，公司向Seaflo Marine主要销售房车游艇配套产品，销售金额分别为3,711.17万元、4,642.96万元、5,304.76万元和2,868.78万元，占比分别为97.11%、96.09%、97.69%和96.81%。

(4) 交易的真实性和公允性

1) 交易的真实性

针对公司与 Seaflo Marine 交易的真实性，我们实施了以下核查程序：

① 查阅公司与 Seaflo Marine 签署的独家经销协议和补充协议，访谈公司销售负责人，了解公司与 Seaflo Marine 之间的合作背景和合作模式；

② 对报告期内公司与 Seaflo Marine 发生的交易执行细节测试，抽样检查销售订单、出库单、装箱单、报关单、提单和银行回单等单据；

③ 对 Seaflo Marine 进行函证，通过客户回函确认的方式复核报告期内交易金额和往来余额；

④ 获取报告期内公司全部的银行对账单，查验 Seaflo Marine 的销售回款情况，判断销售的真实性；

⑤ 访谈 Seaflo Marine 管理人员，访谈确认双方的交易背景、合作模式、交易情况、期末形成库存的情况、主要客户类型及退换货情况，并访谈 Seaflo Marine 股东，了解从业经历和与公司合作背景等情况；

⑥ 获取报告期内公司产品退换货明细，核查 Seaflo Marine 是否存在异常退换货情形。

经核查，我们认为：公司与 Seaflo Marine 的合作系基于正常商业目的开展，交易具有真实性。

2) 交易的公允性

报告期内，公司向 Seaflo Marine 主要销售房车游艇配套产品，其中以小微型水泵为主，收入占比分别为 77.17%、79.39%、79.34%和 81.25%。不同类型小微型水泵收入占比情况如下：

单位：万元

产品类型	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
隔膜泵	1,926.02	80.00%	3,059.94	71.03%	2,898.72	75.56%	1,950.13	66.12%
潜水泵	302.98	12.58%	705.88	16.38%	557.32	14.53%	482.95	16.37%
其他泵	178.48	7.41%	542.43	12.59%	380.07	9.91%	516.28	17.50%
合　计	2,407.48	100.00%	4,308.24	100.00%	3,836.11	100.00%	2,949.36	100.00%

报告期各期，公司向 Seaflo Marine 销售的主要小微型水泵毛利率水平及与其他第三方客户对比情况如下：

产品类别	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	Seaflo Marine	其他第三方客户	Seaflo Marine	其他第三方客户	Seaflo Marine	其他第三方客户	Seaflo Marine	其他第三方客户

隔膜泵	/	/	/	/	/	/	/	/
潜水泵	/	/	/	/	/	/	/	/
其他泵	/	/	/	/	/	/	/	/

注：报告期内，毛利率对比情况已申请豁免披露

报告期内，公司向 Seaflo Marine 销售隔膜泵毛利率低于其他第三方客户，主要与销售量、产品结构以及公司针对具体产品的销售政策有关；潜水泵、其他泵毛利率与其他第三方客户相比不存在显著差异。具体分析如下：

报告期内，公司向 Seaflo Marine 销售的隔膜泵产品主要细分型号为 B 款、C 款、H 款和 D 款，合计实现的收入占各期隔膜泵收入的比例分别为 87.88%、95.33%、91.37%和 97.74%。报告期内，公司向 Seaflo Marine 销售隔膜泵产品具体型号构成情况如下：

单位：万元

2023 年 1-6 月				
产品型号	销售金额	占比	毛利率	毛利率贡献
B 款	1,487.84	77.25%	/	/
C 款	341.58	17.74%	/	/
H 款	13.39	0.69%	/	/
D 款	39.74	2.06%	/	/
合 计	1,882.55	97.74%	/	/
2022 年度				
产品型号	销售金额	占比	毛利率	毛利率贡献
B 款	1,887.55	61.69%	/	/
C 款	454.68	14.86%	/	/
H 款	296.91	9.70%	/	/
D 款	156.58	5.12%	/	/
合 计	2,795.72	91.37%	/	/
2021 年度				
产品型号	销售金额	占比	毛利率	毛利率贡献
B 款	1,948.48	67.22%	/	/
C 款	524.17	18.08%	/	/
H 款	254.73	8.79%	/	/
D 款	36.11	1.25%	/	/
合 计	2,763.48	95.33%	/	/
2020 年度				
产品型号	销售金额	占比	毛利率	毛利率贡献
B 款	1,090.85	55.94%	/	/
C 款	378.66	19.42%	/	/

H 款	141.37	7.25%	/	/
D 款	102.87	5.27%	/	/
合 计	1,713.74	87.88%	/	/

注：具体型号、料号名称以及毛利率已申请豁免披露，下同

前述产品型号的具体销售及比价情况如下：

单位：万元、元/台

2023 年 1-6 月

产品型号	Seaflo Marine			其他第三方客户		
	销售金额	平均价格	毛利率	销售金额	平均价格	毛利率
B 款	1,487.84	123.65	/	1,210.90	161.80	/
C 款	341.58	151.57	/	769.36	208.58	/
H 款	13.39	229.21	/	104.41	261.36	/
D 款	39.74	264.92	/	373.00	239.40	/
合 计	1,882.55	129.88	/	2,457.68	187.18	/

2022 年度

产品型号	Seaflo Marine			其他第三方客户		
	销售金额	平均价格	毛利率	销售金额	平均价格	毛利率
B 款	1,887.55	139.83	/	1,061.32	172.37	/
C 款	454.68	142.47	/	1,559.58	194.19	/
H 款	296.91	223.17	/	95.51	242.03	/
D 款	156.58	240.38	/	810.11	234.22	/
合 计	2,795.72	149.73	/	3,526.51	195.46	/

2021 年度

产品型号	Seaflo Marine			其他第三方客户		
	销售金额	平均价格	毛利率	销售金额	平均价格	毛利率
B 款	1,948.48	124.54	/	2,229.79	156.74	/
C 款	524.17	134.58	/	1,547.50	185.48	/
H 款	254.73	201.51	/	84.34	231.52	/
D 款	36.11	212.40	/	793.38	210.53	/
合 计	2,763.48	131.75	/	4,655.01	174.33	/

2020 年度

产品型号	Seaflo Marine			其他第三方客户		
	销售金额	平均价格	毛利率	销售金额	平均价格	毛利率
B 款	1,090.85	146.36	/	1,711.29	155.04	/
C 款	378.66	149.08	/	984.26	191.01	/
H 款	141.37	216.99	/	41.06	195.99	/
D 款	102.87	211.14	/	408.96	223.00	/
合 计	1,713.74	153.95	/	3,145.57	172.51	/

由上表可知，报告期内，公司向 Seaflo Marine 销售的主要隔膜泵产品中 B 款和 C 款毛利率、平均价格与其他第三方客户存在明显差异，主要受销售量、销

售政策及细分料号配置差异等因素影响，导致公司向 Seaflo Marine 销售的 B 款、C 款隔膜泵的平均单价、毛利率水平整体低于其他第三方客户。

① B 款

报告期内，公司向 Seaflo Marine 销售的 B 款隔膜泵中，以“B-1”、“B-2”两个料号为主，合计占 B 款隔膜泵销售比例分别为 96.37%、98.28%、96.36%和 99.23%。报告期内，上述两个料号产品销售情况如下：

单位：万元

2023 年 1-6 月				
产品料号	销售金额	占比	毛利率	毛利率贡献
B-1	1,260.61	84.73%	/	/
B-2	215.75	14.50%	/	/
合 计	1,476.37	99.23%	/	/
2022 年度				
产品料号	销售金额	占比	毛利率	毛利率贡献
B-1	1,067.60	56.56%	/	/
B-2	751.29	39.80%	/	/
合 计	1,818.89	96.36%	/	/
2021 年度				
产品料号	销售金额	占比	毛利率	毛利率贡献
B-1	1,261.86	64.76%	/	/
B-2	653.14	33.52%	/	/
合 计	1,914.99	98.28%	/	/
2020 年度				
产品料号	销售金额	占比	毛利率	毛利率贡献
B-1	558.60	51.21%	/	/
B-2	492.70	45.17%	/	/
合 计	1,051.30	96.37%	/	/

报告期内，公司向 Seaflo Marine 销售的“B-1”、“B-2”料号产品比价情况如下：

单位：万元、元/台

2023 年 1-6 月						
产品料号	Seaflo Marine			其他第三方客户		
	销售金额	平均价格	毛利率	销售金额	平均价格	毛利率
B-1	1,260.61	114.93	/	246.98	182.54	/
B-2	215.75	215.75	/	15.99	266.13	/
合 计	1,476.37	123.36	/	262.98	186.10	/

2022 年度

产品料号	Seaflo Marine			其他第三方客户		
	销售金额	平均价格	毛利率	销售金额	平均价格	毛利率
B-1	1,067.60	110.24	/	496.56	180.50	/
B-2	751.29	214.65	/	41.48	257.99	/
合　计	1,818.89	137.96	/	538.05	184.77	/

2021 年度

产品料号	Seaflo Marine			其他第三方客户		
	销售金额	平均价格	毛利率	销售金额	平均价格	毛利率
B-1	1,261.86	104.53	/	534.52	172.35	/
B-2	653.14	192.47	/	26.42	239.32	/
合　计	1,914.99	123.83	/	560.94	174.65	/

2020 年度

产品料号	Seaflo Marine			其他第三方客户		
	销售金额	平均价格	毛利率	销售金额	平均价格	毛利率
B-1	558.60	114.97	/	314.71	174.81	/
B-2	492.70	206.12	/	15.61	207.58	/
合　计	1,051.30	145.02	/	330.32	176.12	/

由上表可知，报告期各期，公司“B-1”、“B-2”隔膜泵均主要向 Seaflo Marine 销售，其他第三方客户的订单均较为零散，相应的产品均价及毛利率低于其他第三方客户具有商业合理性。其中，公司向 Seaflo Marine 销售的“B-1”料号隔膜泵平均价格和毛利率除受销量大小影响外，与公司对该客户关于“B-1”料号隔膜泵的销售政策也有关。

根据公司与 Seaflo Marine 于 2019 年 4 月签署的补充协议，对“B-1”料号普通款隔膜泵（以下简称 B 普通款）约定价格优惠和返利条款，单次下单量等满足约定条件和每年订单规模累计达到一定量后，享受优惠价格和销售返利。

公司拟通过 B 普通款隔膜泵进入美国知名房车制造商供应链体系，该等客户采购量大、稳定性强，进入该等客户的供应链体系，一方面能够有效抢占房车游艇小微型水泵的前装市场份额，另一方面，通过进入前装市场，可形成原厂品牌优势，能够有效增强终端消费者的品牌认知，显著提升公司品牌的市场影响力，

进一步打开后装市场空间。通过前装、后装市场协同发展，提高公司产品在美国市场的知名度和市场占有率。

公司选择 B 普通款隔膜泵作为让利产品，主要基于该产品工艺成熟、质量稳定、性价比较高且可规模化生产，通过该产品打入知名房车市场，公司产品给知名房车制造商留下质量好、品质佳、供货稳定的第一印象。整体而言，公司向 Seaflo Marine 销售的 B 款隔膜泵产品均价及毛利率水平低于其他第三方客户，主要受订单规模以及单款产品的销售政策影响，具有商业合理性，不存在异常。

② C 款

报告期内，公司向 Seaflo Marine 销售的 C 款隔膜泵中，以“C-1”料号为主，占比分别达到 99.90%、100.00%、98.76%和 98.90%。该隔膜泵的比价情况如下：

单位：万元、元/台

项　目	Seaflo Marine			Mako International Trading Ltd			其他第三方客户合计		
	金额	均价	毛利率	金额	均价	毛利率	金额	均价	毛利率
2023 年 1-6 月	337.84	151.31	/	167.21	166.91	/	341.14	217.68	/
2022 年度	449.02	141.84	/	416.63	157.97	/	680.07	213.21	/
2021 年度	524.17	134.58	/	385.37	149.06	/	602.10	206.06	/
2020 年度	378.29	148.99	/	255.44	154.55	/	301.61	219.50	/

如上表所示，报告期内公司“C-1”料号隔膜泵的主要客户为 Seaflo Marine 及无关联第三方客户 Mako International Trading Ltd(以下简称“Mako”)，其他第三方客户整体较为分散，单客户销售规模较小。

报告期内，公司向 Seaflo Marine 销售的“C-1”料号隔膜泵均价、毛利率与无关联第三方 Mako 相比不存在明显差异，定价公允；与其他第三方客户相比，公司向 Seaflo Marine 销售的“C-1”料号隔膜泵均价、毛利率整体偏低，主要受单款产品的销售量影响。一般而言，针对零散客户，售价、毛利率水平相对较高，符合商业逻辑，具有合理性。

综上所述，公司与 Seaflo Marine 之间的交易符合商业逻辑，价格公允。

2. 相关交易模式、产品与其他客户的差异

(1) 交易模式与其他客户不存在差异

报告期内，公司与 Seaflo Marine 的交易模式以自有品牌业务经销商模式为

主，占比分别为 90.69%、90.88%、90.15%和 92.23%，均为买断式销售；少量产品 Seaflo Marine 根据经营需要采取 ODM 业务模式合作。自有品牌业务经销商模式为买断式销售，与其他同类型客户不存在差异；ODM 业务与同类型客户亦不存在差异。

(2) 主要产品与其他房车游艇配套产品客户不存在明显差异

报告期内，公司主要向 Seaflo Marine 销售房车游艇配套产品，占各期销售额的比例分别为 97.11%、96.09%、97.69%和 96.81%，包括小微型水泵、便携油桶、游艇房车专用马桶等其他配套产品。公司向 Seaflo Marine 销售房车游艇配套产品为主，主要原因为：第一，美国作为全球主要的房车游艇市场之一，消费量和保有量的不断增长，带动房车配套产品市场需求的增加。以美国房车市场为例，根据美国房车工业协会(RVIA)统计数据，2010 年至 2017 年，美国房车销量从 24.23 万辆上升至 50.46 万辆，2018 年和 2019 年销量放缓，但 2020 年回升至 43.04 万辆，2021 年销量达 60.02 万辆，房车销量总体呈增长态势；第二，Seaflo Marine 经营团队具备多年房车游艇配套产品相关的从业经历，熟悉美国地区房车游艇市场，结合市场需求、产品竞争情况、自身未来发展及优势等因素综合考虑，以销售房车游艇配套产品为主。

综上，公司与 Seaflo Marine 之间交易产品根据 Seaflo Marine 经营需求确定，与其他房车游艇配套产品客户不存在明显差异。

3. 该客户是否与公司存在潜在关联关系、是否存在其他利益安排

经核查，Seaflo Marine 与公司不存在潜在关联关系和其他利益安排，具体情况如下：

(1) 通过查阅公司工商档案及公司主要人员签署的调查问卷，Seaflo Marine 及其直接股东、间接股东与公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等关联方不存在关联关系；

(2) 通过对 Seaflo Marine 股东访谈，确认 Seaflo Marine 及其股东与公司不存在关联关系或其他利益安排。其中，Seaflo Marine 股东之一叶耀茹（持股 19%）为公司实际控制人林锡臻前妻，双方已于 2013 年 12 月协议离婚；2015 年 6 月，叶耀茹将其持有的汇力源 30%股权转让后不再持有汇力源股权；

(3) 获取公司、公司实际控制人及其关系密切的家庭成员、持股 5%以上的股东、非独立董事、监事、高级管理人员和关键岗位人员报告期内所有账户资金

流水记录，核查上述人员是否与境外主要客户存在资金往来。除公司实际控制人林锡臻、员工柯文雅因个人事宜与 Seaflo Marine 股东叶耀茹存在资金往来外，公司、公司实际控制人关系密切的家庭成员、持股 5%以上的股东、董事、监事、高级管理人员和关键岗位人员与 Seaflo Marine 及其股东无资金往来，具体详见本问询函回复十五(二)2 之说明；

(4) 通过对比公司销售给 Seaflo Marine 的主要产品价格、毛利率与其他客户是否存在差异，对比差异存在的主要原因系销售规模、销售政策差异所致，具有商业合理性，价格公允。

（五）详细说明报告期内与 KD 的合作模式及变动情况，收入确认方式的准确性、合规性；向昆山耀和采购的具体内容，采购固定资产的原因及用途

1. 详细说明报告期内与 KD 的合作模式及变动情况

(1) 合作背景

报告期内，公司与 KD 及其全资子公司昆山耀和开展合作，主要向其提供 OEM 代工滚塑、吸塑皮划艇业务，并提供 ODM 代工吹塑皮划艇业务。2021 年，公司已经成为 KD 吹塑、滚塑皮划艇的最大供应商。

2018 年，KD 与公司通过美国展会认识接触，并通过昆山耀和向公司小规模采购并逐步开展合作，经过一年多的考察评估后，于 2020 年下半年开始与公司达成深度合作意向。公司与 KD 逐步深入合作的过程，系双方基于自身实际情况的合理商业选择，具体情况如下：

1) KD 拟关闭中国境内的生产基地，集中精力专注于产品设计及品牌拓展

随着业务规模的不断扩大，综合考虑以下因素，KD 拟关闭中国境内的生产基地(昆山耀和)，并通过在国内选择其他第三方承担其主要供应链任务：

① 昆山耀和的厂房面积较小，而皮划艇为抛货，较小的仓库面积导致其无法通过提前排产的方式平滑月度生产以满足旺季订单需求；同时，受产能及场地限制，在旺季时 KD 需另行对外采购皮划艇并连同昆山耀和生产的皮划艇拼货后统一发送至全球客户，使得其需要花费较多精力整合供应链和控制拼货产生的货损；

② 昆山耀和作为 KD 在国内的主要生产基地，主要客户为 KD，导致其淡季生产设备可能出现停工待产，整体生产效率较低，全年规模化效益不足；

③ 剥离生产环节后，KD将专注于皮划艇产品的研发设计和销售渠道的拓展，

重新定位于具有丰富开发能力、高效供应链管理能力以及广泛客户资源的综合型水上休闲运动产品品牌商，更有利于 KD 在市场竞争中取得优势地位。

2）经多方位市场考察及评估，KD 选定公司作为其吹塑及滚塑皮划艇的主要供应商

基于前述背景，KD 在市场中不断寻找合作伙伴，并陆续考察了国内主要皮划艇生产工厂。通过综合比较，KD 认为公司具备以下优势：

① 公司作为国内较早从事皮划艇生产的企业之一，在皮划艇生产制造方面具有丰富经验，具备较高的质量管理能力、成熟的供应链管理系统以及稳定高效的管理团队。

② 公司在龙岩市连城县取得 110,696.20 平方米的土地专门用于以皮划艇为代表的水上休闲运动用品的生产制造，充足的场地空间及产能配备有利于 KD 订单的承接与供应保障。

③ 公司在柔性化生产及精益化管理方面具备丰富经验，提供的一站式服务更有利于 KD 供应链系统的整合。

据此，KD 于 2020 年 8 月与公司签订合同，公司成为 KD 吹塑及滚塑皮划艇的主要供应商。

(2) 合作模式及变动情况

在签订合作协议之前，KD 主要向公司采购吹塑皮划艇。在签署合作协议之后，公司逐渐与 KD 开展深入合作。公司与 KD 在 2020 年 8 月签订了《制造与供应协议》及 2021 年 10 月签署相关的补充协议，该等协议自签订之日起 5 年内有效，该协议主要对下述内容进行了约定：

序号	主要内容
1	公司将根据 KD 的规范和要求，向 KD 供应皮划艇
2	对于滚塑皮划艇，公司有权在 KD 同意的情况下发展滚塑皮划艇代工业务的新客户，KD 有权收取公司与该新代工客户间结算价的 6%作为技术使用费，结算价为参照公司销售给 KD 的同类型同款尺寸或近似尺寸皮划艇的结算价。该款项每季度结算一次 对于 ABS 吸塑皮划艇，公司可以自主开发新的产品，并可以自主销售新开发的 ABS 吸塑皮划艇，对于公司自主新开发的 ABS 吸塑皮划艇，KD 收取公司销售额的 3%作为技术补偿费
3	若不使用 KD 的图纸或模具，公司开发的新的滚塑和吸塑皮划艇客户，公司需要分别按照与新开发客户结算价的 6%和 3%作为技术使用费支付给 KD
4	公司将是 KD 吹塑和滚塑皮划艇的独家供应商
5	公司与 KD 的价格结算方式按照成本加成计算价格，价格每年度签订一次，若协议约定的 BOM 表成本变动超过 60 元人民币/艘，将重新按照新的成本加成计算单位定价；当汇率变动超过 5%，双方应按变动后的汇率调整价格

协议签订后，双方合作未发生变化。

2. 收入确认方式的准确性、合规性

(1) 收入确认情况

报告期内，公司向 KD 及昆山耀和确认的收入情况如下所示：

单位：万元

项 目	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
皮划艇	1,295.48	88.26%	3,410.39	82.11%	4,248.64	93.24%	45.65	68.19%
其中：吹塑皮划艇	87.44	5.96%	152.94	3.68%	789.41	17.32%	13.91	20.78%
滚塑皮划艇	1,170.35	79.74%	2,683.30	64.61%	3,397.26	74.55%	31.74	47.41%
吸塑皮划艇	31.10	2.12%	560.16	13.49%	54.46	1.20%	-	-
充气皮划艇	3.40	0.23%	13.99	0.34%	7.51	0.16%	-	-
玻璃钢皮划艇	3.20	0.22%	-	-	-	-	-	-
其他产品	172.28	11.74%	742.93	17.89%	300.44	6.59%	21.30	31.81%
订单服务费	-	-	-	-	7.81	0.17%	-	-
合 计	1,467.76	100.00%	4,153.32	100.00%	4,556.89	100.00%	66.95	100.00%

注：收入金额为按照净额抵消后的金额；2023 年 1-6 月，公司对 KD 销售额包含本身及实际控制人控制的 Vibe Holdings LLC

报告期内，公司主要向 KD 及昆山耀和出售皮划艇及其他配套产品，且销售金额在 2021 年爆发性增长，主要是公司与 KD 在 2020 年 8 月签订《制造与供应协议》后，公司已经成为 KD 吹塑和滚塑皮划艇的独家供应商。

(2) 收入确认时点

报告期内，KD 主要向公司采购皮划艇及其他水上休闲运动产品。报告期内，对于向 KD 出口的产品，公司根据合同约定将产品控制权转移给 KD,将产品报关并取得提单，已收取货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入确认收入，对于向昆山耀和出售的产品，公司取得签收单，昆山耀和已取得相关产品的控制权，公司已收取货款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认收入。公司收入确认符合企业会计准则的相关规定，收入确认金额准确。

(3) 按照总额法和净额法确认收入和采购情况

2020 年 8 月，公司与 KD 签订合作协议，公司成为 KD 吹塑及滚塑皮划艇的独家供应商，同时，在合作协议签订后，公司向昆山耀和采购物料和固定资产等，具体金额及明细详见本问询函回复六(五)3 之说明。

1) 净额法核算情况

公司与 KD 的业务往来过程中，为协助 KD 出口拼柜等需要，在 KD 的指示下存在从昆山耀和采购皮划艇及配件后未经加工又直接销售给昆山耀和或其母公司 KD 的情况。在此情况下，由于公司主要按照采购价格销售，且未承担商品价格变动、滞销积压和品质瑕疵等主要的存货风险，实质上并未取得对商品的控制权，故公司仅承担代理责任，在该情况下按照净额法确认收入，抵消了 431.42 万元。

2）总额法核算情况

除前述采用净额法核算外的其他情况采用总额法核算，原因分析如下：

根据企业会计准则规定，企业应当根据其在向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权，来判断其从事交易时的身份是主要责任人还是代理人。企业在向客户转让商品前能够控制该商品的，该企业为主要责任人，应当按照已收或应收对价总额确认收入。在具体判断向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权时，企业不应仅局限于合同的法律形式，而应当综合考虑所有相关事实和情况，这些事实和情况包括：①企业承担向客户转让商品的主要责任；②企业在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险；③企业有权自主决定所交易商品的价格；④其他相关事实和情况。

结合公司销售合同相关条款，从产品生产过程、转让商品的责任和承担商品的风险等角度对在合同履行中公司属于主要责任人或代理人进行分析：

序号	判断条件	公司情况	具体分析	是否符合收入总额法规定
1	企业承担向客户转让商品的主要责任	对于大部分原材料及半成品，公司承担转让后商品的主要责任，公司有权决定原材料及半成品的用途	公司检验入库后，取得控制权，可转让或加工出售给有需要的第三方客户	是
2	企业在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险	有权在原材料及半成品入库取得控制权后，使用或处置该部分原材料。转让商品之后，公司最终对销售的原材料的质量问题承担各项产品质量责任和赔偿责任	公司在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险	是
3	企业有权自主决定所交易商品的价格	购买的原材料主要用于滚塑及吸塑皮划艇的生产，公司有权将生产的吸塑及滚塑皮划艇出售给其他客户，2021 年已向 GV Snowshoes 销售滚塑及吸塑皮划艇 157.71 万元	公司有权自主决定所交易商品的价格	是
4	其他相关事实和情况			

综上所述，公司与 KD 的交易中，除了出于拼柜等原因，存在从昆山耀和采购皮划艇及配件后未经加工又直接销售给昆山耀和或其母公司 KD 的情况，对此交易采用净额法核算外，其他为独立购销业务，按照总额法核算。公司与昆山耀和的采购为偶发性交易，预计未来不会发生。

(4) 针对收入确认方式的准确性、合规性执行的程序

我们针对收入确认准确性、合规性实施了如下核查程序：

1) 了解和评价公司收入相关内控制度的设计，确定其是否得到执行，并测试相关的内部控制运行有效性；

2) 对 KD 在国内的办事处和昆山耀和的工厂进行实地走访；了解公司与 KD 和昆山耀和的合作历史及合作模式；

3) 通过访谈及公开查询方式取得 KD 和昆山耀和的背景资料，与公司的工商资料、董监高和核心技术人员信息调查表等进行对比，核查与公司是否存在关联关系或其他可能输送不当利益的特殊关系；

4) 获取公司与 KD 和昆山耀和的框架协议、业务合同；对 KD 和昆山耀和进行函证，确认交易金额及往来余额；

5) 向公司财务人员了解双方交易的会计处理方式；取得并查阅公司收入确认的会计政策，结合公司交易模式、相关交易的合同条款，核查公司的收入确认政策是否符合实际的经营情况和《企业会计准则第 14 号—收入》的相关规定。

经核查，我们认为：公司与 KD 和昆山耀和收入确认准确，相关收入确认符合会计准则的要求。

3. 向昆山耀和采购的具体内容，采购固定资产的原因及用途

2020 年 8 月，公司与 KD 签订合约后，公司向 KD 采购物料及固定资产，并支付技术服务费，主要情况如下：

单位：万元

客户名称	交易内容	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
昆山耀和	物料采购	-	-	1,182.04	67.88
	固定资产	-	-	63.16	-
	技术服务费	-	-	15.51	-
合 计		-	-	1,260.71	67.88

注：物料采购金额为净额法抵消前的金额

(1) 物料及资产评估情况

报告期内，公司向昆山耀和采购物料及固定资产以昆山耀和账面价格为基础协商确定。根据厦门明正资产评估土地房地产估价有限公司出具明正评报字〔2022〕第 MZ105 号的评估报告，双方交易的物料和固定资产评估结果如下：

单位：万元

项 目	评估(含税)	评估对应不含税金额	交易不含税价格	增减值	增值率
物料采购	1,467.83	1,298.96	1,249.92	49.05	3.92%
固定资产	74.25	65.71	63.16	2.54	4.03%
合 计	1,542.08	1,364.67	1,313.08	51.59	3.93%

综上，双方交易价格与评估值基本一致，定价公允。

(2) 采购的物料明细

报告期内，公司向昆山耀和采购物料情况如下所示：

单位：万元

物料内容	2021 年度	2020 年度
半成品	221.52	31.86
滚塑皮划艇艇身	176.59	31.77
船桨系列	32.18	-
水上运动产品配件	8.47	-
其他	4.29	0.09
原材料	529.10	36.02
五金件	116.05	9.64
座椅、靠背及配件包等重要组件	123.08	9.17
包材	84.03	9.08
纺织件	20.96	1.47
塑料件	84.83	2.30
塑料粒子	19.62	-
橡胶件	7.93	1.07
低值易耗品	13.06	-
其他	59.53	3.30
合 计	750.62	67.88

(3) 技术服务费

报告期各期，公司向昆山耀和采购劳务主要是公司在 2020 年和 2021 年陆续采购新的滚塑、吸塑设备，昆山耀和在滚塑及吸塑制造方面具有较为丰富的经验，故昆山耀和相关技术人员为公司滚塑和吸塑提供相关的技术指导服务，公司按照指导人员相应的出差天数、职级及差旅费等，向昆山耀和支付相应的技术服务费。

(4) 采购固定资产的原因及用途

报告期内，公司向昆山耀和采购固定资产，主要是为迅速开展业务，同时由于昆山耀和未来将不再从事皮划艇的生产及制造，昆山耀和与公司协商后，将主要生产设备出售给公司。公司在充分评估相关设备对公司的价值后，购买用于公司滚塑及吸塑皮划艇的生产。相关设备情况如下所示：

设备名称	数量（台）	金额(万元)
滚塑机	2	28.32
CNC	1	11.00
吸塑机	2	15.54
其他设备	9	8.30

（六）报告期各期存量客户和新增客户整体销售收入金额及占比、毛利率、应收账款余额及期后累计回款情况(金额及比例)，分析新老客户销售金额变动原因，毛利率差异原因及合理性

报告期各期，公司存量客户和新增客户收入金额及占比、毛利率、应收账款余额及期后累计回款等情况如下：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	存量客户	新增客户	存量客户	新增客户	存量客户	新增客户	存量客户	新增客户
主营业务收入	15,061.20	1,236.07	28,765.61	2,084.25	32,314.57	2,530.78	17,250.23	1,837.49
占收入比例	92.42%	7.58%	93.24%	6.76%	92.74%	7.26%	90.37%	9.63%
毛利率	44.63%	48.14%	42.94%	49.99%	37.58%	46.58%	48.46%	50.73%
应收账款余额	1,119.60	137.15	1,182.18	100.94	1,671.80	50.35	1,032.17	142.47
占应收账款余额比例	89.09%	10.91%	92.13%	7.87%	97.08%	2.92%	87.87%	12.13%
截至 2023 年 7 月 31 日期后累计回款	803.72	46.51	1,175.53	99.20	1,671.67	49.63	1,032.11	142.47
期后回款占应收账款余额比例	71.79%	33.91%	99.44%	98.28%	99.99%	98.58%	99.99%	100.00%

注：新增客户与存量客户的划分口径为按照收入确认的会计期间，在首次确认收入的当年认定为新增客户，之后年度认定为存量客户

由上表可知，公司销售收入主要来源于存量客户。报告期内，公司存量客户和新增客户的销售收入占比较为稳定，存量客户和新增客户的应收账款期后回款比例均较高，期后回款情况良好。

1. 新老客户销售金额变动原因

一方面，公司经过多年的市场耕耘，已经树立良好的市场口碑，与主要客户保持了稳定持续的合作关系，受益于下游房车游艇和水上休闲运动行业市场需求的增加，该部分存量客户增加了对公司产品的采购。另一方面，公司不断加强与存量客户的合作，通过洞察和把握行业发展趋势，拓展产品版图，形成多品类、多系列的产品储备，挖掘存量客户新的需求点，故 2021 年，公司对存量客户的销售规模增长明显。同时，通过参与行业展览等方式，公司不断开拓新客户，对新增客户的销售规模持续增加。2022 年受通货膨胀、俄乌冲突等短期不利因素影响，全球消费者信心受挫、消费疲软，短期需求有所回落，使得存量客户和新增客户的销售收入有所下降，但公司与主要客户保持稳定合作、行业长期向好的趋势并未改变。

2. 新老客户毛利率差异原因及合理性

公司存量客户的毛利率略低于新增客户，除受产品结构影响外，主要系存量客户与公司的合作时间较长、整体采购量较大，对采购量较大的存量客户，公司对其销售价格通常会给予适当优惠，而新增客户开展合作时间较晚，初期采购量一般相对较小，且公司已形成了一定的品牌效应，故相比存量客户，公司对新增客户的议价能力相对较强。

（七）说明各类产品竞争对手的具体情况、市场占有率、与公司相比的竞争优劣势，客户选择供应商的具体考虑因素，是否存在多个供应商同时供货的情形，公司是否存在被替代的风险

1. 各类产品竞争对手的具体情况

公司主要从事房车游艇配套产品和水上休闲运动产品的研发、设计、生产和销售。房车游艇配套产品主要以小微型水泵为主，其他包括便携油桶、游艇房车专用马桶等产品；水上休闲运动产品主要包括皮划艇、桨板，其他包括船桨等配套产品。该类产品在欧美等发达国家或地区发展较为成熟，市场化程度高，公司主要竞争对手起步较早，在规模体量、技术水平、跨国运营等方面具备先发优势。公司相比于欧美厂商起步较晚，但技术水平不断提高、生产工艺和研发设计能力不断增强，已成功进入国际大型连锁商超和房车游艇制造商的供应链系统。房车游艇配套产品全球知名企业主要包括美国赛莱默(Xylem)、滨特尔集团(Pentair)，水上休闲运动产品全球知名企业主要包括加拿大派力肯(Pelican)、美国来福太(Lifetime)等企业。具体情况如下：

公司名称	成立时间	主要经营情况
美国赛莱默(Xylem)	1901 年	是一家设计、制造、装配并且提供供水系统及污水处理、应用系统的公司。其子公司 Flojet 是全球领先的小型泵、电动机和分配泵供应商，Jabsco 和 Rule 是全球领先的船舶市场产品制造商。2022 年，Xylem 在全球范围内拥有约 17,800 名员工，营收达 55.22 亿美元，其中，“水应用”部门营收达 17.67 亿美元。(根据官网及年报信息整理)
爱尔兰滨特尔集团(Pentair)	1966 年	是一家专注多元化发展的工业制造公司，提供智能、可持续的水清洁方案和产品。其子公司 SHURFLO 主要产品为房车游艇水泵系统。2022 年，Pentair 在全球范围内拥有约 11,250 名员工，销售额达 41.22 亿美元，其中“消费者业务”部门销售额为 26.20 亿美元。(根据官网及年报信息整理)
加拿大派力肯(Pelican)	1970 年	成立于 1970 年的家族企业，在北美拥有三个生产基地，1,100 多名员工，是全球领先的皮划艇、桨板等水上运动产品制造商。(根据官网及维基百科信息整理)
美国来福太(Lifetime Products, Inc.)	1986 年	是一家专注于设计和生产户外用品的公司，主要产品为篮球框、野餐桌椅、帐篷、皮划艇等。在全球范围内拥有 1,500 名员工。2011 年，来福太收购 Emotion Kayaks，这使其成为世界上最大的皮划艇制造商之一。(根据官网及维基百科信息整理)
美国约翰逊户外(Johnson Outdoors)	1970 年	是全球领先的季节性户外休闲产品的制造商和经销商，主要产品包括钓鱼设备、潜水设备、皮划艇、徒步旅行和露营装备等。2022 年，在全球范围内拥有 1,500 名员工，产品销往 80 个国家，销售额达 7.43 亿美元，其中 2022 年以皮划艇为主的水上休闲产品销售额达 6,794 万美元。（根据年报信息整理）

2. 市场占有率情况

公司产品市场占有率详见本问询函回复五(一)2 之说明。

3. 竞争优劣势

(1) 竞争优势分析

1) 产品性能优势

公司高度重视技术研发和产品创新，凭借在小微型水泵、皮划艇等细分行业多年的深耕积累，不断完善更新自身的核心技术体系，深入挖掘客户的差异化需求，并打造出高性能、多品类、市场认可度高的产品。公司的产品技术主要集中在产品开发、工艺改进、质量改善等方面，且以小微型水泵为代表的房车游艇配套产品和以皮划艇为代表的水上休闲运动产品定制化属性较强，种类繁多，不存在行业统一的标准，性能参数多为企业自行制定标准，存在较大差异。

为便于对比分析，小微型水泵选取同类产品同型号或类似型号对比主要性能指标(流量、压力、功率等) 作为比较的基础，具体情况如下：

类型	SEAFLO	Jabsco	Shurflo	Johnson Pump	Rlue	比较情况
2 腔	型号：SFDP1-015-040-2	型号: Par-Max 1	型号: 105-003	\	\	公司产品单位功率流量

隔膜泵	3 技术参数: 流量: 5.6LPM 压力: 40PSI(276 kPa) 功率: 54W 单位功率流量: 0.10LPM/W	技术参数: 流量: 3.8LPM 压力: 35PSI(241 kPa) 功率: 42W 单位功率流量: 0.09LPM/W	技术参数: 流量: 0.7LPM 压力: 30PSI(207 kPa) 功率: 60W 单位功率流量: 0.01LPM/W			与 Jabsco 相比无明显差异，高于 Shurflo
3 腔隔膜泵	型号: SFDP1-030-045-33 技术参数: 流量: 11.3LPM 压力: 45PSI(310 kPa) 功率: 80.88W 单位功率流量: 0.14LPM/W	型号: Par-Max 3 技术参数: 流量: 11LPM 压力: 40PSI(276 kPa) 功率: 62.4W 单位功率流量: 0.18LPM/W	型号: 2088 技术参数: 流量: 11.3LPM 压力: 45PSI(310 kPa) 功率: 60W 单位功率流量: 0.19LPM/W	型号: AquaJet WPS 2.9 技术参数: 流量: 11LPM 压力: 41PSI(283 kPa) 功率: 120W 单位功率流量: 0.09LPM/W	\	公司产品单位功率流量与 Jabsco 和 Shurflo 差异较小，高于 Johnson Pump
4 腔隔膜泵	型号: SFDP1-040-055-42 技术参数: 流量: 15LPM 压力: 55PSI(379 kPa) 功率: 156W 单位功率流量: 0.10LPM/W	型号: Par-Max HD4 技术参数: 流量: 15LPM 压力: 60PSI(414 kPa) 功率: 96W 单位功率流量: 0.16LPM/W	型号: 4008 技术参数: 流量: 11.4LPM 压力: 55PSI(379 kPa) 功率: 96W 单位功率流量: 0.12LPM/W	型号: AquaJet WPS 4.0 技术参数: 流量: 15 LPM 压力: 41PSI(283 kPa) 功率: 120W 单位功率流量: 0.13LPM/W	\	公司产品单位功率流量低于同类竞争产品，但总体差异较小
5 腔隔膜泵	型号: SFDP1-050-060-55 技术参数: 流量: 18.9LPM 压力: 60PSI(414 kPa) 功率: 180W 单位功率流量: 0.11LPM/W	型号: Par-Max HD5 技术参数: 流量: 19LPM 压力: 60PSI(414 kPa) 功率: 156W 单位功率流量: 0.12LPM/W	型号: 4900-0201 技术参数: 流量: 9.4LPM 压力: 30PSI(207 kPa) 功率: 180W 单位功率流量: 0.05LPM/W	型号: AquaJet WPS 5.2 技术参数: 流量: 20 LPM 压力: 41PSI(283 kPa) 功率: 180W 单位功率流量: 0.11LPM/W	\	公司产品单位功率流量和 Jabsco、Johnson Pump 不存在差异，高于 Shurflo
舱底小水泵	型号: SFBP1-G1100-13A 技术参数: 流量: 4164LPM 功率: 48W 单位功率流量: 86.75LPM/W	\	型号: 357-103-00 技术参数: 流量 4164LPM 功率: 54W 单位功率流量: 77.11LPM/W	型号: 32-1750-01 技术参数: 流量: 4731LPM 功率: 36W 单位功率流量: 131.42LPM/W	型号: 1100 27DA 技术参数: 流量: 7570LPM 功率: 44.4W 单位功率流量: 170.50LPM/W	公司产品单位功率流量低于 Rule 和 Johnson Pump，高于 Shurflo
舱底中水泵	型号: SFBP1-G2000-13A 技术参数: 流量: 7570LPM 功率: 90W 单位功率流量: 84.11LPM/W	\	型号: 358-010-00 技术参数: 流量 7570LPM 功率: 120W 单位功率流量: 63.08LPM/W	型号: 32-2200-01 技术参数: 流量: 8327LPM 功率: 90W 单位功率流量: 92.52LPM/W	型号: 2000 10 技术参数: 流量: 7570LPM 功率: 100.8W 单位功率流量: 75.10LPM/W	公司产品单位功率流量仅低于 Johnson Pump，高于 Shurflo 和 Rule
舱底大水泵	型号: SFBP1-G4700-13A 技术参数: 流量: 17790LPM 功率: 192W	\	\	型号: 32-4000-01 技术参数: 流量: 15140LPM 功率: 180W	型号: 4000 56D 技术参数: 流量: 15140LPM 功率: 186W	公司产品单位功率流量高于同类型竞争产品

	单位功率流量: 92.66LPM/W			单位功率流量: 84.11LPM/W	单位功率流量: 81.40LPM/W	
自动泵	型号: SFBP1-G1100-06 技术参数: 流量: 4164LPM 功率: 72W 单位功率流量: 57.83LPM/W	\	\	型号: 32-47260-008 技术参数: 流量: 3785LPM 功率: 38.4W 单位功率流量: 98.57LPM/W	型号: RM1100 技术参数: 流量: 4164LPM 功率: 39.6W 单位功率流量: 105.15LPM/W	公司产品单位功率流量低于同类型竞争产品
污水泵	型号: SFMP1-120-01 技术参数: 流量: 45LPM 功率: 144W 单位功率流量: 0.31LPM/W	型号: Jabsco 18590 技术参数: 流量: 38LPM 功率: 192W 单位功率流量: 0.20LPM/W	型号: 3200-000 技术参数: 流量: 49LPM 功率: 204W 单位功率流量: 0.24LPM/W	型号: TA3P10-19 技术参数: 流量: 37LPM 功率: 180W 单位功率流量: 0.21LPM/W	\	公司产品单位功率流量高于同类型竞争产品

注 1：同行业参数来源于公开信息

注 2：bar、PSI、Mpa 均为压强单位，1 bar=14.50 PSI（磅/平方英寸）=100 kPa

注 3：LPM 为流量单位，表示升每分钟

从主要性能指标来看，公司在小微型水泵领域已逐步具备与国际知名品牌同类产品竞争的能力，大多数产品的技术指标已经接近或达到国际知名品牌水平，部分产品如舱底大水泵、污水泵的性能甚至优于同类型竞争产品，对其形成有力竞争。除产品性能外，公司产品外观以橙、白、黑为主，形成有别于竞争对手的辨识度。通过更为精细的外观打磨和泵体材质的选择，使产品同时具备出色的性能表现和外观质感，满足下游消费者个性化的需求。同时，相较于国际竞争对手的综合性布局，公司专注于小微型水泵等细分领域的深度挖掘，能够为客户提供响应迅速、种类齐全、覆盖面广的一站式采购服务。

皮划艇产品并无市场公开可比的性能衡量指标，皮划艇的产品设计和产品品质等是终端消费者的重要诉求。同样功能的产品，如果赋予其多样化的型号外观、个性化的方案，则更能获得下游客户的认可。公司具有为客户提供一站式采购服务的能力，竞争对手中，Pelican 主要生产吸塑皮划艇，Lifetime 主要生产吹塑皮划艇，Jonhson Outdoors 主要生产滚塑皮划艇，杭州温妮皮划艇制造有限公司、宁波酷尔皮划艇有限公司和浙江新帆休闲用品有限公司主要生产滚塑皮划艇，各家产品线均不能完全覆盖吹塑、滚塑和吸塑产品。公司从吹塑皮划艇开始，切入水上休闲运动产品市场，并逐渐拓展至滚塑和吸塑皮划艇，使公司能够实现全品类覆盖，为下游客户提供多样化产品选择、一站式采购服务。

2）更专注于细分领域

与竞争对手相比，公司专注于以小微型水泵为代表的房车游艇配套产品和以

皮划艇为代表的水上休闲运动产品。对细分领域的专注有助于企业在相对规模弱势的情况下，取得细分领域的优势；有助于集中人力、财力和物力，将有限的资源集中于细分市场；有助于把握理解细分市场的需求，实现快速响应。

3）成本控制优势

与竞争对手相比，公司主要生产基地位于中国，上游产业链更为成熟。公司除塑料粒子外，仍存在电机、五金件、橡胶等种类规格较多的原材料，相对于国外，中国相关产业集群效应明显。公司在精益化管理和柔性化生产方面不断优化改进，使产品能够在满足客户需求的同时减少成本。相比于境外竞争对手，公司在用工成本上具有一定优势。

(2) 竞争劣势

1）融资渠道单一

同行业国外竞争对手美国赛莱默(Xylem)、滨特尔集团(Pentair)，加拿大派力肯(Pelican)、美国来福太(Lifetime)等企业，其成立时间早，经营时间长，经过长期的积累，资产及收入规模较大。长期以来，公司主要依靠自身经营积累开拓市场，与全球范围内发展较为成熟企业相比，在资产规模、融资渠道等方面还存在一定差距。同时，公司高度重视内部研发和创新实践，对于前期资金投入提出较高需求。未来，随着业务规模的不断扩张，公司需要大量资金用于拓展营销网络、人才招募、开拓新业务等必要的经营活动。但是，公司目前的自有资金相对薄弱，融资渠道比较单一，难以满足公司高速发展的大规模资金需求，制约公司发展和扩张。

2）产能不足

随着下游市场需求的不断扩张，公司业务规模稳步提升，现有的工厂规模存在产能不足的问题，限制公司业务的进一步增长。相比于国际竞争对手，公司产能规模尚存在较大差距，导致客户的订单生产时间可能延长。产能限制已经逐渐成为影响公司发展的重要问题，因此，公司亟待进一步扩充产能,从而扩大销售规模和盈利能力。

4. 客户选择供应商的具体考虑因素

公司下游客户一般具有多品种、小批量的产品需求，客户在选择供应商时，主要考量产品品牌、产品品质、快速响应能力以及研发设计能力等方面，具体情况如下：

(1) 产品品牌

目前，在房车游艇配套产品和水上休闲运动产品领域存在较多品牌。良好的品牌形象及品牌影响力，有助于提高下游经销商、贸易商和连锁商超出货速度，也有助于房车游艇制造商对产品质量一致性和稳定性的认可。

(2) 产品品质

产品品质直接决定了终端消费者的用户体验。因此，客户除重视供应商的品牌、设计研发能力外，仍注重供应商的质量控制能力、生产能力和管理能力，需要对供应商进行严格的考察和全面的认证。

(3) 快速响应能力

公司所处行业市场需求存在品类多、频次高、个性化的特点，为保证产品供应效率和产品品质的稳定性，客户会选择具备大规模生产能力和快速响应能力的制造商进行长期合作。

(4) 研发设计能力

由于下游客户对产品性能、外观、尺寸等存在不同程度的要求，公司需要满足下游客户的定制化需求，并为客户的需求提出创造性的解决方案，这需要公司在研发设计上不断创新，紧跟下游市场需求。

5. 是否存在多个供应商同时供货的情形

公司下游客户主要包括房车游艇制造商、连锁商超、品牌商、贸易商和经销商等，不同类型的客户存在不同的需求。具体而言，连锁商超、贸易商等为保证销量和销售份额，需要为下游客户提供更加多样化的选择，通常会存在多个供应商同时供货的情况；房车游艇制造商，为保证供应链的稳定，也会建立合格供应商目录，在不同产品线中选用不同供应商的情况；签订了独家经销协议的经销商，其同类产品不会选择多个供应商同时供货；品牌商，对于单一产品型号，其定制化程度较高，模具兼容性较低，出于开模成本及管理效率角度的考量，单一产品型号通常只有唯一供应商，但不同产品型号仍可能有不同供应商进行供货。

6. 是否存在被替代风险

公司被替代的风险相对较小，主要原因如下：

(1) 房车游艇配套产品和水上休闲运动产品存在品类多、频次高、个性化、产品迭代迅速的特点，对制造商的研发创新能力、生产工艺有较高要求。公司经过多年的发展和经验积累，已围绕房车游艇配套产品和水上休闲运动产品形成一

系列具有自主知识产权的核心技术体系，并在细分领域内形成了一定的技术优势。

(2) 公司客户类型中包括以 Anaconda、Super Retail Group、Birgma 为代表的大型连锁商超，以 Lippert、荣成康派斯、上汽大通、Beneteau 为代表的房车游艇制造商，以 Alfred Kärcher、KD、Einhell 为代表的知名品牌商，其对供应商有严格的考察和全面的认证，供应商切换成本较高。公司一旦进入优质客户的供应商体系，则能形成相对稳定的合作关系，具备可持续性。

(3) 随着公司产品竞争力的不断提升，产品在全球已建立良好的品牌形象，公司多款小微型水泵位列美国亚马逊（Amazon）船用水泵的 Best Seller（最畅销产品）排行榜前 50 位。良好的品牌形象及品牌影响力有助于提高经销商和贸易商的出货速度，加强合作的稳定性。

(4) 公司与国际优质客户的持续合作过程中，逐步建立起规范、高效、成熟的产品开发体系和客户服务体系。公司通过服务国际优质客户的经验，有助于公司在产品研发、品质管控、生产流程等方面建立行业优势，增强公司产品的市场竞争力。

为满足下游客户日趋多元化的需求，房车游艇配套产品和水上休闲运动产品更换迭代迅速，对公司研发创新能力、柔性生产能力、产品品质和快速响应能力提出考验。若公司未能准确把握下游市场发展趋势，洞察客户需求，导致未来创新方向或研发项目失败，将对公司经营业绩和盈利能力造成不利影响。相关风险提示详见招股说明书“一、与发行人相关的风险”之“（五）研发失败的风险”和“（六） 人才流失的风险”。

(八) 核查程序及结论

针对上述事项，我们实施了如下核查程序：

1．关于产品类型和业务模式下前五大客户，实施了如下核查程序：

(1) 访谈公司销售负责人，了解公司业务模式及其销售渠道、销售区域、主要产品类型以及与主要客户合作情况、信用政策等信息；

(2) 取得公司报告期内收入成本明细表，按照产品类型、业务模式维度分析、汇总销售情况；

(3) 通过中国进出口信用保险公司获取境外主要客户的资信报告和通过全国企业信息公示系统查询境内客户情况，核查成立时间、注册地址、股东信息等

基本情况；访谈公司的主要客户，了解其注册地址、成立时间、主要股东等基本信息、与公司的合作历史以及与公司交易情况等。

2. 获取公司收入成本明细表，分析客户集中度与同行业可比公司的差异情况；统计各层级客户的数量、收入金额及占比、毛利率等信息；统计公司非法人客户的数量和销售情况；

3. 了解公司报告期内前五大客户的信用政策及变动情况，分析各期末应收账款与销售金额、信用政策是否匹配；

4. 关于 Seaflo Marine，实施了以下核查程序：

(1) 访谈公司总经理、销售负责人，了解公司与 Seaflo Marine 的合作背景、交易的具体内容、合作模式以及该客户毛利率低于其他客户的原因；

(2) 查阅公司与 Seaflo Marine 签署的独家经销协议和补充协议；

(3) 对报告期内公司与 Seaflo Marine 发生的交易执行细节测试，抽样检查销售订单、出库单、装箱单、报关单、提单和银行回单等单据；

(4) 对 Seaflo Marine 进行函证，通过客户回函确认的方式复核报告期内交易金额和往来余额；

(5) 获取报告期内公司全部的银行对账单，查验 Seaflo Marine 的销售回款情况，判断销售的真实性；

(6) 访谈 Seaflo Marine 管理人员，访谈确认双方的交易背景、合作模式、交易情况、期末形成库存的情况、主要客户类型及退换货情况；并访谈 Seaflo Marine 直接和间接股东，了解从业经历和与公司合作背景等情况；获取 Seaflo Marine 和 Tychon Holding, LLC 的商业登记证；

(7) 查阅境外律师出具的关于 Seaflo Marine 的尽调报告，核实 Seaflo Marine 的基本情况；

(8) 取得报告期内公司产品退换货明细，核查 Seaflo Marine 是否存在异常退换货情形；

(9) 取得报告期内公司收入成本明细表，分析公司销售给 Seaflo Marine 产品情况及价格公允性。

5. 关于 KD，我们实施了如下核查程序：

(1) 了解和评价公司收入相关内控制度的设计，确定其是否得到执行，并测试相关的内部控制运行有效性；

(2) 对 KD 在国内的办事处和昆山耀和的工厂进行实地走访；了解公司与 KD 和昆山耀和的合作历史及合作模式；

(3) 通过访谈及公开查询方式取得 KD 和昆山耀和的背景资料，与公司的工商资料、董监高/核心技术人员信息调查表等进行对比，核查与公司是否存在关联关系或其他可能输送不当利益的特殊关系；核查与公司的交易模式的合理性、真实性；

(4) 获取公司与 KD 和昆山耀和的框架协议、业务合同，对 KD 和昆山耀和进行函证，确认交易金额及往来余额；

(5) 向公司财务人员了解双方交易的会计处理方式，取得并查阅公司收入确认的会计政策，结合公司交易模式、相关交易的合同条款，核查公司的收入确认政策是否符合实际的经营情况和《企业会计准则第 14 号——收入》的相关规定；

(6) 取得公司与 KD 和昆山耀和的对账单、销售明细；统计并复核公司对 KD 与昆山耀和的销售收入/采购金额及占比、毛利率等；

(7) 查阅公司购买昆山耀和物料及设备的评估协议，核查公司采购的公允性。

6. 取得公司报告期各期存量客户和新增客户清单，统计相应的销售收入金额及占比、毛利率、应收账款余额及期后累计回款情况，了解公司新老客户销售金额变动、毛利率差异的原因；

7. 关于各类产品竞争对手，我们实施了如下核查程序：

(1) 通过公开渠道查询公司各竞争对手的经营情况，分析主要竞争对手与公司相比的竞争优劣势；

(2) 访谈公司管理层、公司客户，了解公司拓展客户的具体方式，客户选择供应商的具体考虑因素，采购公司产品的原因，未来与公司延续合作关系的可能性，分析公司产品是否存在被替代风险。

经核查，我们认为：

1. 报告期内，公司不同产品、不同业务模式下主要客户收入变动具有合理性；

2. 报告期内，公司客户集中度与同行业可比公司相比不存在明显差异；报告期内，年销售额 100 万元以上的客户构成公司主要收入来源；不同客户层级毛利率存在差异具有合理性；报告期内，公司客户中存在部分非法人主体，但占主

营业务收入的比例相对较低；

3. 报告期内，公司前五大客户的信用政策无重大变化，各期末前五大客户的应收账款基本在信用期内，与销售金额、信用政策匹配；

4. 公司与 Seaflo Marine 之间的交易具有真实性和公允性；相关交易模式与同类型其他客户不存在差异；公司与 Seaflo Marine 之间交易产品根据 Seaflo Marine 经营情况的需求确定，与其他房车游艇配套产品客户不存在明显差异；Seaflo Marine 与公司不存在潜在关联关系和其他利益安排；

5. 公司与 KD 和昆山耀和收入确认准确，相关收入确认符合会计准则的要求；KD 与昆山耀和和公司、公司股东和董监高均不存在关联关系，双方的交易均基于真实的商业背景展开，双方不存在利益输送或其他利益安排的情形；公司主要向昆山耀和采购原材料及固定资产，交易真实，采购价格公允；

6. 报告期内，公司销售收入主要来源于存量客户。报告期内，公司存量客户和新增客户的销售收入占比较为稳定；存量客户和新增客户收入变动基本趋势一致；存量客户和新增客户的应收账款期后回款比例均较高，期后回款情况良好，新老客户毛利率差异原因具有合理性；

7. 相较于竞争对手，公司具备产品性能优势、更专注于细分市场和成本控制优势；劣势主要为融资渠道单一、产能不足等；总体而言，公司被替代的风险相对较小。

七、关于营业成本。根据申报材料：

（1）报告期内，公司主营业务成本分别为 6,174.03 万元、9,796.34 万元和 21,521.77 万元。主营业务成本构成以直接材料为主，占比分别为 76.97%、76.53%和 72.97%。

（2）公司主要原材料包括各类电机、塑料粒子、五金件等。报告期内，公司采购塑料粒子的金额

（3）报告期内，公司制造费用金额分别为 710.35 万元、853.62 万元和 2,159.52 万元。

请发行人：

（1）结合业务模式、业务流程等，说明不同类型产品成本归集、核算及结转的方法、过程，内部控制的关键环节，营业成本核算是否准确、完整，不同

类型产品营业成本和营业收入的匹配性。

（2）结合主要原材料的采购单价和市场报价、相同原材料不同渠道采购单价等，说明原材料采购价格公允性，如若主要原材料品类、型号差异较大的，请进行进一步细分。

（3）说明报告期各期采购电机的金额和占比较大的原因及合理性，是否存在核心零部件对外采购的情况；2021 年塑料粒子采购额大幅增加的原因，原材料中“其他”的构成和增幅较大的原因。

（4）说明各类产品的核心零部件及单产品的使用数量，主要原材料采购量、投入量及能源消耗量与产品产量的匹配关系；生产废料的主要构成和废料处理方式，废料的主要销售客户和销售额；报告期内成品的良品率以及不良品的具体处置情况。

（5）说明人工工时核算相关的内部控制制度及执行情况，相关成本费用如何划分及其准确性，发行人平均职工薪酬与同行业可比公司薪酬水平、经营所在地平均工资差异情况及差异原因。

（6）说明制造费用的明细构成及波动原因，制造费用的分配方法、分配依据及其准确性；运输费用与产品销量及运输距离的匹配性情况，2021 年运输费用大幅增加的原因及合理性。

（7）说明发行人生产模具的来源情况，报告期内模具数量与产品产量、收入的匹配性，与模具相关的会计处理方式是否符合准则规定。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。（审核问询函问题 11）

（一）结合业务模式、业务流程等，说明不同类型产品成本归集、核算及结转的方法、过程，内部控制的关键环节，营业成本核算是否准确、完整，不同类型产品营业成本和营业收入的匹配性

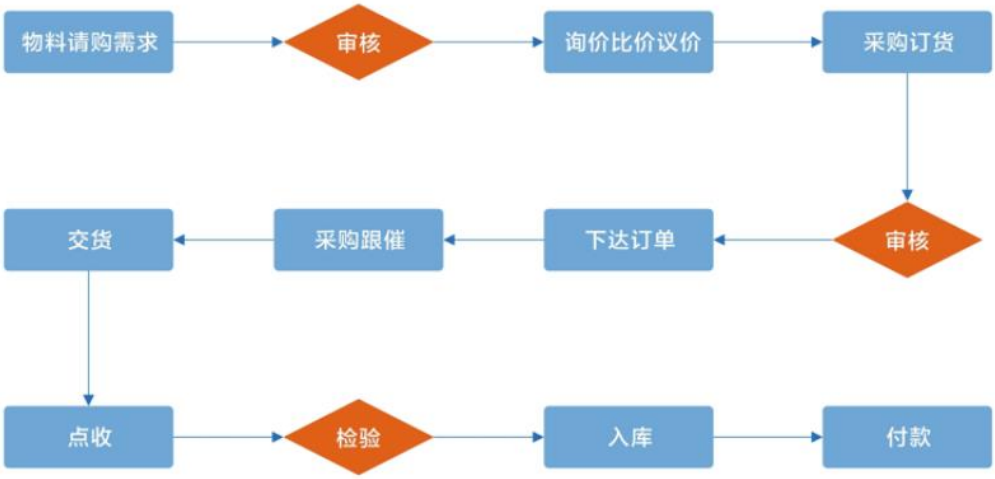
1. 公司的业务模式及业务流程

公司主要从事户外用品的研发、生产和销售，主要产品包括房车游艇配套产品和水上休闲运动产品。房车游艇配套产品和水上休闲运动产品的采购、生产业务模式、业务流程基本一致。公司各业务模式及业务流程具体如下：

(1) 采购模式

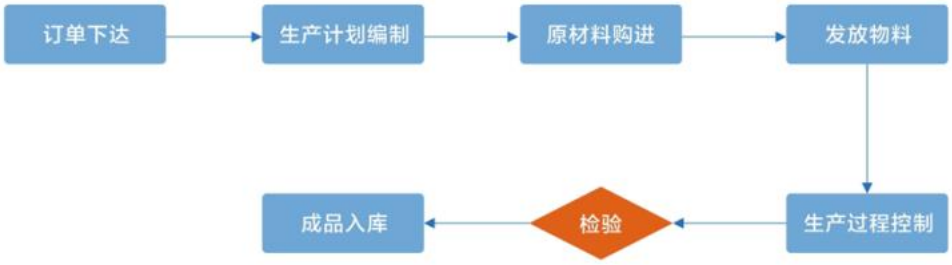
公司原材料采购主要根据客户订单需求与库存情况进行，同时根据供应商交货周期适当进行调整。公司制定严格且规范的采购管理制度，由 PMC 部、采购

部、生产部、财务部、品质部、研发部协同实施，共同优化。PMC 部负责制定生产计划，并依据物料库存情况将生产订单转化为采购物资需求，并汇同采购部形成采购申请。采购部根据形成的采购申请负责选取供应商、下达订单并持续跟进采购进展与后续情况。具体采购流程如下：



(2) 生产模式

公司主要采用“订单导向，柔性生产”的模式进行生产管理。公司已制定严格且规范的生产管理制度，并由生产部、销售部、采购部、品质部、仓储部、研发部协同执行。具体而言，销售部将所签订订单的产品型号规格、生产数量、质量要求、交付期等信息以订单排产单形式向生产部、仓储部等相关部门传递；采购人员在 ERP 系统中查询并向仓库了解原材料的库存情况，并采购生产所需的物料；仓储部依据订单排产，按公司规定配送物料以及接收成品入库；生产部根据库存、数量、产品质量要求、生产能力、交付期等向各生产班组下达生产任务单，控制生产现场进程，监督生产进度，并在必要情况下调整计划任务；品质部负责对相关工序产品进行检查，确保产品质量符合要求，并对每批产品质量、顾客投诉等进行统计，寻求产品改进。具体生产流程如下：



(3) 销售模式

报告期内，公司主营业务分为自有品牌业务和 ODM/OEM 业务。在产品生产完成后，公司按照合同约定的交付方式销售产品，并根据客户签收单或海关报关单、提单等依据确认收入。

2. 不同类型产品成本归集、核算及结转的方法、过程

公司主要产品包括房车游艇配套产品和水上休闲运动产品，其中，房车游艇配套产品主要包括小微型水泵、便携油桶等；水上休闲运动产品主要包括皮划艇、桨板等。公司不同类型的产品成本的归集、核算及结转的方法、过程不存在实质性差异。公司产品的成本主要为直接材料、直接人工、制造费用，直接材料按照实际领用情况归集至当月生产成本，直接人工及制造费用分车间归集，月末未完工产品仅保留直接材料成本，直接人工及制造费用全部由完工产品承担。具体的归集、核算及结转方法、过程如下：

直接材料：公司按照实际领料情况归集材料成本。每月末，按月末一次加权平均法计算材料出库成本，计入直接材料成本中。直接材料在每月末按照当月各生产订单的产品数量的标准材料耗用分配至具体产品(包括完工产品和未完工产品)。具体计算公式如下：

某产品当月分摊直接材料成本=当月总直接材料成本×（某产品产量×标准材料耗用÷（∑各产品产量×标准材料耗用））

直接人工：按车间归集与生产产品直接相关的人员当月发生的人员工资、奖金等人工费用，每月末按照该车间当月产品入库的标准工时分配至具体产品。具体计算公式如下：

某产品当月分摊直接人工=当月生产该产品车间归集的直接人工×（某产品产量×标准工时÷（∑各产品产量×标准工时））

制造费用：按各生产车间和公共部门归集为生产产品而发生的各项间接费用，包括间接人工、折旧与摊销、能源费用、间接物料消耗等，公共部门的制造费用根据各生产车间标准工时比例分摊至各生产车间，每月末按照当月该生产车间产品入库的标准工时分配至具体产品。具体计算公式如下：

某产品当月分摊制造费用=当月生产该产品车间归集的制造费用×（某产品产量×标准工时÷（∑各产品产量×标准工时））

成本结转：每月末公司根据分摊的直接材料、直接人工和制造费用计算产品入库成本，并根据月末一次加权平均法计算产品出库成本，根据当月确认收入的产品品种及数量对应结转产品销售成本。

3. 公司成本归集、核算及结转的关键环节，营业成本核算是否准确、完整

公司根据《企业内部控制基本规范》《企业内部控制应用指引》等相关规定，建立了与成本核算相关的内部控制管理流程，制定了《供应商管理程序》《供应商开发管理制度》《采购管理程序》《仓库管理程序》《生产过程控制程序》等规章制度，并依靠金蝶系统进行相关流程管控。公司设立了相应的成本核算岗位，明确相关岗位的职责和权限，确保不相容岗位相互分离、制约和监督，保证成本核算的规范性和准确性。

公司成本归集、核算及结转的内部控制关键环节管理和控制情况如下：

成本类型	控制程序	财务核算要求
直接材料	材料采购：采购部根据物料需求在系统中编制采购申请，经审批后向供应商发出采购订单； 材料到货：物料到货后，由仓储部负责接收货物并根据送货单内容与货物进行核对； 材料验收：品质部接收到仓储部的送检后根据进料检验程序要求进行检验；财务部在系统中结合采购合同、入库单、发票对原材料入库价格、入库数量进行复核后进行记账处理； 材料领用：生产部下达生产任务单，仓库按照生产任务单需求生成各项材料领用单，材料配备齐全后发至产线，产线接收物料进行生产；月末系统根据材料实际领用数量，采用月末一次加权平均单价核算结转材料出库成本，财务部通过直接材料进行归集。	财务部审核原材料入库价格、入库数量；财务部根据直接材料归集的材料成本，按照当月产品入库的标准材料耗用分配至具体产品
直接人工	车间组长负责统计产量报表，提供财务部进行计件工资核算；行政人事部根据考勤情况编制考勤表后交财务部，由财务部审核并结合计件工资后汇总编制生产部门工资表，经分管领导审批签字，财务部根据审批后的工资表发放薪酬并通过直接人工进行归集。	财务部复核人员薪酬，按照当月产品入库的标准工时分配至具体产品

制造费用	行政人事部编制考勤表后交财务部，由财务部审核并编制工资表，经分管领导审批签字，财务部根据审批后的工资表通过制造费用科目进行归集；财务部将每月与生产相关的固定资产折旧金额、低值易耗品费用等通过制造费用科目进行归集；财务部根据每月生产部门提供的合同发票等凭据，将与生产相关的能源费用、维修费用等其他费用通过制造费用进行归集。	财务部复核辅助生产人员薪酬、与生产相关的折旧摊销金额、生产部门其他费用金额，按照当月产品入库的标准工时分配至具体产品
成本结转	订单专员接收发货通知后在系统创建发货通知单，仓储部门依据发货通知单生成销售出库单后办理发货；月末，财务部根据当月符合确认销售收入条件的销售出库单据结转对应的营业成本，出库计价方式为月末一次加权平均计价。已发出未确认销售收入的产品由库存商品结转至发出商品。	财务部根据当月符合确认销售收入条件的销售出库单据结转营业成本

公司建立了完备的业务流程控制体系和完善的成本核算管理制度，对生产任务单下达、材料采购和入库、生产领料、生产装配、产品入库、成品发货等重要流程进行了详细的规范。报告期内，上述制度执行情况良好，公司对产品成本进行准确的划分、归集和分摊，各月末在确认产品销售收入的同时，将对应产品的成本结转至营业成本。综上所述，公司成本归集、核算及结转的相关内部控制完善并得到有效执行，公司营业成本核算准确、完整。

4. 不同类型产品营业成本和营业收入的匹配性

如前所述，报告期内，公司对成本进行准确的划分、归集和分摊。公司根据具体产品性质区分不同类别产品，保证不同类型产品的成本划分、归集和分摊的准确性。报告期内，公司不同类型产品营业成本和营业收入的匹配情况如下：

单位：万件、万元

产品类型	项目	2023 年 1-6 月		2022 年度			2021 年度			2020 年度	
		数量	金额	数量	金额	金额变动	数量	金额	金额变动	数量	金额
房车游艇配套产品	主营业务成本[注]	231.39	6,657.46	404.63	11,416.80	-2.74%	496.37	11,738.33	58.51%	287.49	7,405.24
	主营业务收入	231.39	13,234.83	404.63	21,605.60	-2.15%	496.37	22,079.61	47.41%	287.49	14,977.94
水上休闲运动产品	主营业务成本	10.62	1,895.26	33.35	5,605.04	-27.83%	51.41	7,766.03	368.75%	17.41	1,656.76
	主营业务收入	10.62	2,820.37	33.35	8,706.17	-28.26%	51.41	12,135.21	223.99%	17.41	3,745.51
其他	主营业务成本	2.63	122.40	11.44	433.55	15.19%	7.63	376.39	111.78%	9.73	177.73
	主营业务收入	2.63	242.06	11.44	538.09	-14.66%	7.63	630.53	73.09%	9.73	364.27
合 计	主营业务成本	244.64	8,675.12	449.42	17,455.39	-12.20%	555.41	19,880.74	115.17%	314.64	9,239.73
	主营业务收入	244.64	16,297.26	449.42	30,849.86	-11.47%	555.41	34,845.35	82.55%	314.64	19,087.72

[注]上述主营业务成本已剔除运输费用调整至成本科目核算的影响

由上表看，报告期内，各产品类型确认销售收入的产品数量与结转成本数量

一致，主要产品房车游艇配套产品和水上休闲运动产品的营业收入与营业成本相匹配、变动趋势基本一致。

综上所述，公司成本归集、核算及结转的方法合理，成本核算过程准确，成本相关的内部控制制度完善并得到有效执行，营业成本核算准确、完整，各类型产品营业成本和营业收入相匹配。

（二）结合主要原材料的采购单价和市场报价、相同原材料不同渠道采购单价等，说明原材料采购价格公允性，如若主要原材料品类、型号差异较大的，请进行进一步细分

公司生产所需原材料种类较广，规格型号众多，包括电机、塑料粒子、五金件、包装物、电器配件、橡胶件和其他辅助材料等。报告期内，公司通过询价、比价、竞争性谈判等方式与供应商商定采购单价，保证采购价格的公允性。报告期内，公司原材料总体采购情况如下：

单位：万元、元/个、元/公斤

类　型	2023 年 1-6 月			2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	采购金额	采购占比	平均单价	采购金额	采购占比	平均单价	采购金额	采购占比	平均单价	采购金额	采购占比	平均单价
电机	2,305.65	33.59%	28.55	3,879.49	33.21%	27.68	4,821.45	26.77%	28.62	2,915.01	36.24%	24.95
塑料粒子	1,387.02	20.21%	10.63	2,786.56	23.85%	10.53	5,163.75	28.67%	10.66	1,828.00	22.72%	8.78
五金件	950.37	13.84%	0.42	1,424.22	12.19%	0.39	2,419.59	13.43%	0.45	1,009.33	12.55%	0.34
包装物	572.71	8.34%	0.70	1,039.19	8.90%	0.82	1,483.16	8.23%	0.71	705.67	8.77%	0.60
电器配件	463.40	6.75%	2.45	634.09	5.43%	2.01	818.85	4.55%	2.13	447.47	5.56%	1.67
橡胶件	352.00	5.13%	0.33	413.11	3.54%	0.27	562.19	3.12%	0.29	337.72	4.20%	0.27
其他	833.41	12.14%	4.80	1,506.17	12.89%	5.52	2,744.75	15.24%	3.10	801.48	9.96%	1.69
合　计	6,864.56	100.00%	1.45	11,682.82	100.00%	1.58	18,013.75	100.00%	1.58	8,044.68	100.00%	1.25

[注]采购金额均为不含税采购额

报告期各期，公司采购原材料的结构稳定，随着生产规模的变动，采购规模相应有所波动。公司采购的主要原材料为电机和塑料粒子，上述两大类原材料合计占各期采购金额分别为 58.96%、55.43%、57.06%和 53.79%，占比较高。选取上述两大类主要原材料采购价格进行分析，具体分析如下：

1. 电机

报告期内，电机的平均采购单价分别为 24.95 元/个、28.62 元/个、27.68 元/个和 28.55 元/个，采购单价先小幅上升后基本保持稳定。公司采购的电机涉

及的具体规格型号众多，不同规格型号的电机，采购价格差异较大，且各期电机采购情况随产品结构变动。报告期内，公司累计采购额前十大电机的采购情况具体如下：

单位：万元、万个、元/个

序号	规格型号	2023 年 1-6 月			2022 年度			2021 年度			2020 年度		
		采购金额	采购数量	平均采购单价	采购金额	采购数量	平均采购单价	采购金额	采购数量	平均采购单价	采购金额	采购数量	平均采购单价
1	B 款 12V 1800RPM	667.96	16.34	40.88	359.43	8.51	42.25	888.41	20.80	42.71	452.40	11.64	38.87
2	D 款 12V 2500RPM	10.03	0.16	64.14	248.23	3.77	65.91	337.64	5.09	66.39	215.50	3.56	60.60
3	B 款 115V 2800RPM	83.32	1.17	71.40	264.32	3.61	73.32	234.71	3.41	68.92	156.67	2.35	66.69
4	C 款 12V 1900RPM	125.83	2.86	44.05	197.92	4.35	45.48	230.70	5.19	44.48	101.90	2.43	41.93
5	F 款 12V 5000RPM	69.89	1.71	40.78	105.94	2.46	43.08	169.44	3.96	42.76	127.56	3.23	39.48
6	E 款 12V 6800RPM	67.19	9.67	6.95	140.63	19.77	7.11	150.17	21.03	7.14	104.44	14.93	7.00
7	C 款 12V 1850RPM	49.83	1.05	47.31	107.97	2.21	48.79	146.84	3.02	48.69	76.12	1.69	44.98
8	B 款 12V 1900RPM	57.89	1.35	42.90	118.09	2.65	44.57	123.78	2.79	44.39	67.38	1.64	41.05
9	G 款 12V 8000RPM	43.72	6.26	6.98	88.00	12.22	7.20	102.79	13.92	7.39	69.97	10.01	6.99
10	A 款 6V 3300RPM	0.05	0.003	15.32	86.60	5.49	15.76	104.63	6.47	16.18	71.31	4.75	15.00

公司采购的电机定制化程度较高、品类规格较多、不同参数设置的价格差异较大，故不存在公开市场统一价格。由上表看，报告期内，前十大电机的平均采购价格总体较为稳定。2021 年度的电机采购价格有所上升，主要系 2021 年由于漆包线、铜等电机主要原材料价格上涨导致供应商生产电机成本上升，公司采购的电机价格随之调整上升；2022 年下半年主要原材料价格开始有所回落，电机总体采购价格略有下降，2023 年 1-6 月较 2022 年全年平均采购价格进一步降低。报告期内，漆包线、铜等价格变化如下所示：

数据来源：同花顺iFinD

由上图可以看出，公司电机采购价格波动情况基本与报告期内的漆包线、铜等市场价格变化趋势一致。

公司各型号电机在向供应商采购时，会根据自身产品的功能需求与供应商协商确定相关的参数、配置要求，故难以在公开市场直接查询到完全一致的产品。报告期内，公司累计采购额前十大电机的采购单价与相近产品在公开市场的查询情况如下：

单位：元/个

序号	规格型号	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	市场报价区间[注 1]
		平均单价	变动	平均单价	变动	平均单价	变动	平均单价	
1	B 款 12V 1800RPM	40.88	-3.25%	42.25	-1.07%	42.71	9.87%	38.87	44.20-52.90
2	D 款 12V 2500RPM	64.14	-2.68%	65.91	-0.72%	66.39	9.54%	60.60	57.50
3	B 款 115V 2800RPM	71.40	-2.62%	73.32	6.39%	68.92	3.34%	66.69	[注 2]
4	C 款 12V 1900RPM	44.05	-3.16%	45.48	2.25%	44.48	6.09%	41.93	53.10
5	F 款 12V 5000RPM	40.78	-5.34%	43.08	0.74%	42.76	8.32%	39.48	35.40-54.90
6	E 款 12V 6800RPM	6.95	-2.30%	7.11	-0.35%	7.14	2.03%	7.00	7.00-8.40
7	C 款 12V 1850RPM	47.31	-3.04%	48.79	0.20%	48.69	8.25%	44.98	53.10
8	B 款 12V 1900RPM	42.90	-3.75%	44.57	0.42%	44.39	8.12%	41.05	44.20
9	G 款 12V 8000RPM	6.98	-3.05%	7.20	-2.52%	7.39	5.70%	6.99	7.10-8.40
10	A 款 6V 3300RPM	15.32	-2.77%	15.76	-2.57%	16.18	7.84%	15.00	13.30-18.10

[注 1]市场价格主要系参考 1688 网站于 2023 年 8 月 16 日的查询结果

[注 2]由于该型号电机系公司特别定制，故无法找到相近产品的报价

由上表对比看，公司部分电机的采购价格处于市场价格的区间内，但部分电

机的采购价格与市场价格存在一定的差异，主要系具体的规格型号、品牌差异以及采购规模等因素所致。公司电机的采购价格总体与市场价格不存在重大差异，交易价格相对公允。

进一步选取累计采购额前十大中存在向不同供应商采购的型号进行不同供应商采购单价比较分析已申请豁免披露。

综上所述，报告期内，公司向不同供应商的电机采购单价差异较小，公司主要原材料电机的采购价格公允。

2. 塑料粒子

报告期内，塑料粒子的平均采购单价分别为 8.78 元/公斤、10.66 元/公斤、10.53 元/公斤和 10.63 元/公斤，塑料粒子属于大宗商品，塑料粒子采购价格主要随大宗商品原材料价格波动，2021 年度由于大宗原材料价格普遍上涨，公司塑料粒子的采购价格上涨较大。

报告期内，公司原材料塑料粒子的行业价格走势如下所示：

数据来源：同花顺iFinD

由上图看，塑料粒子的价格走势在 2020 年 3 月达到报告期内最低点后开始回升，在 2020 年末至 2021 年初塑料粒子价格开始大幅增长，导致 2021 年全年的塑料粒子价格基本处于高位、塑料粒子价格大幅增加，2022 年-2023 年 6 月塑料粒子价格开始逐步下降。

根据中国塑料城日价格指数计算各年度平均价格指数情况如下：

项　目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
中国塑料城价格指数	843.03	944.76	1,038.49	852.02
中国塑料城 PE 指数	707.62	803.41	816.37	685.99

中国塑料城 ABS 指数	893.97	1,028.38	1,261.24	956.94
中国塑料城 PA 指数	869.75	961.88	1,019.20	830.87
中国塑料城 PP 指数	751.89	819.63	859.12	766.28

[注]年度平均价格指数=Σ日平均价格指数/各年度交易日天数

报告期内，公司塑料粒子按塑料种类划分的采购情况具体如下：

单位：万元、万公斤、元/公斤

序号	塑料种类	2023 年 1-6 月			2022 年度			2021 年度			2020 年度		
		采购金额	采购数量	平均采购单价	采购金额	采购数量	平均采购单价	采购金额	采购数量	平均采购单价	采购金额	采购数量	平均采购单价
1	塑料粒子 PE	364.36	49.82	7.31	1,268.68	163.60	7.75	2,213.73	293.52	7.54	1,097.84	157.42	6.97
2	塑料粉末 3981/3985/S16	66.85	4.13	16.19	454.25	29.04	15.64	1,092.03	68.03	16.05	39.49	2.65	14.90
3	塑料粒子 ABS	201.79	17.66	11.43	324.02	23.94	13.53	598.58	36.46	16.42	192.65	13.52	14.25
4	塑料粒子 PA6	193.72	13.09	14.80	267.06	18.29	14.61	364.93	25.53	14.30	181.00	13.25	13.67
5	塑料粒子 PP	244.93	27.21	9.00	125.02	14.20	8.81	179.37	20.45	8.77	70.73	7.98	8.86
6	塑料粉末 S11	21.87	1.65	13.27	13.50	1.08	12.53	227.98	18.75	12.16	21.41	1.92	11.15
7	其他品类塑料	293.50	16.95	17.31	334.03	14.40	23.19	487.13	21.56	22.59	224.87	11.52	19.52
小计		1,387.02	130.51	10.63	2,786.56	264.54	10.53	5,163.75	484.29	10.66	1,828.00	208.24	8.78

由上表看，不同类型的塑料粒子采购价格有所波动，主要系受具体采购塑料牌号、性能、生产厂商等多重因素影响。报告期内，各类型塑料粒子采购价格在报告期基本呈现 2021 年大幅增长、2022 年和 2023 年 1-6 月基本稳定的趋势，2022 年度部分塑料粒子种类的采购价格波动趋势与塑料粒子的市场价格走势略有差异，主要系公司在塑料粒子价格仍较高的上半年采购较多所致。2023 年 1-6 月，塑料粉末 3981/3985/S16 和塑料粉末 S11 的采购单价与市场价格波动趋势略有差异，主要系这两款型号的塑料粉末均为进口产品，受汇率波动影响所致；塑料粒子 PP 采购单价与市场价格波动趋势略有差异，主要系单价较高的塑料粒子 PP 采购占比上升所致。

结合上述中国塑料城各类型塑料价格指数与公司塑料粒子采购价格进行对比如下：

塑料类型	公司塑料价格变动				中国塑料城指数变动				对应市场价格指数
	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度	

塑料粒子 PE	-5.69%	2.82%	8.14%	-7.97%	-11.92%	-1.59%	19.01%	-4.13%	中国塑料城 PE 指数
塑料粉末 3981/3985/S16[注]	3.49%	-2.57%	7.71%	-	-11.92%	-1.59%	19.01%	-4.13%	中国塑料城 PE 指数
塑料粒子 ABS	-15.55%	-17.58%	15.17%	16.45%	-13.07%	-18.46%	31.80%	4.94%	中国塑料城 ABS 指数
塑料粒子 PA6	1.33%	2.17%	4.61%	-19.38%	-9.58%	-5.62%	22.67%	-7.02%	中国塑料城 PA 指数
塑料粒子 PP	2.19%	0.39%	-1.02%	-8.64%	-8.26%	-4.60%	12.12%	-10.85%	中国塑料城 PP 指数
塑料粉末 S11[注]	5.96%	3.00%	9.04%	-	-11.92%	-1.59%	19.01%	-4.13%	中国塑料城 PE 指数
其他品类塑料	-25.35%	2.66%	15.71%	-8.38%		-	-	-	-
整体塑料采购价格	0.89%	-1.21%	21.47%	-4.45%	-10.77%	-9.03%	21.89%	-5.14%	中国塑料城价格指数

[注]公司采购的塑料粉末 3981/3985/S16 系高密度聚乙烯(HDPE)塑料，塑料粉末 S11 系低密度聚乙烯(LDPE)塑料，故参考 PE 指数分析

由上表看，公司各类型塑料采购价格变动与市场价格波动趋势基本一致，塑料粒子 PP 的采购价格在 2021 年度的波动与市场价格波动趋势略有差异，系公司采购的塑料粒子 PP 部分为改性塑料粒子 PP，较普通塑料粒子 PP 价格高，2021 年受公司改性塑料粒子 PP 采购占比下降的影响，塑料粒子 PP 平均采购价格略有下降。2022 年度，部分塑料类型的采购单价与市场价格波动趋势略有差异，主要系公司在塑料粒子价格仍较高的上半年采购较多所致。

2023 年 1-6 月，塑料粉末 3981/3985/S16 和塑料粉末 S11 的采购单价与市场价格波动趋势略有差异，主要系该两种型号塑料粒子均为进口泰国 SCG 集团生产的改性塑料粒子，进口塑料粒子的价格会受汇率波动、海运费、国际原油价格等波动影响，导致进口塑料粒子价格的波动与国内塑料粒子 PE 价格指数的波动存在一定的偏差。塑料粒子 PP 采购单价与市场价格波动趋势略的差异，主要系单价较高的塑料粒子 PP 采购占比上升所致。

报告期内，公司塑料粒子 PP 的具体构成如下：

单位：万公斤、元/公斤

性　质	2023 年 1-6 月			2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	采购数量	采购占比	采购单价	采购数量	采购占比	采购单价	采购数量	采购占比	采购单价	采购数量	采购占比	采购单价
普通塑料粒子 PP	22.59	83.01%	8.88	9.87	69.53%	7.95	16.24	79.41%	7.95	5.81	72.84%	7.72
改性塑料粒子 PP	4.62	16.99%	9.57	4.33	30.47%	10.76	4.21	20.59%	11.94	2.17	27.16%	11.92
小　计	27.21	100.00%	9.00	14.20	100.00%	8.81	20.45	100.00%	8.77	7.98	100.00%	8.86

由上表看，2021 年，塑料粒子 PP 类型中的改性塑料粒子 PP 占比下降，导致整体塑料粒子 PP 价格也有所下降；普通塑料粒子 PP 采购单价变动趋势与市场

价格指数变动趋势一致，具有合理性；改性塑料粒子 PP 因采购结构及采购数量变化等原因，2020 年单价和 2021 年单价基本保持一致。2022 年塑料粒子 PP 采购单价变动较小。2023 年 1-6 月塑料粒子 PP 采购单价较 2022 年上升，与市场价格波动趋势略有差异，主要系普通塑料粒子 PP 中单价较高的某型号塑料粒子采购增加所致。该型号塑料粒子主要用于生产公司新产品直排马桶，相对其他型号的普通塑料粒子 PP 性能更好，价格较高，采购占比由 2022 年的 2.51%提升至 61.91%。

由于同一塑料粒子类型中不同塑料粒子牌号、性能、生产厂商间的价格存在一定的差异，进一步选择同一塑料粒子类型中主要采购的塑料粒子型号进行不同供应商采购单价比较分析。具体如下：

(1) 塑料粒子 PE(5502S/HD5502LN，独山子石化)

报告期内，公司塑料粒子 PE 类型中主要采购由独山子石化生产的 5502S/HD5502LN 牌号塑料粒子，报告期累计采购金额达 3,821.33 万元，在塑料粒子 PE 采购中占比为 77.28%。报告期内，该型号塑料粒子不同供应商采购均价及采购占比的具体情况如下：

序号	供应商名称	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		均价	占比	均价	占比	均价	占比	均价	占比
1	甘肃龙昌石化集团有限公司	-	-	7.87	12.04%	7.25	10.28%	6.96	85.23%
2	金旸系	7.30	15.77%	7.66	56.30%	7.68	47.30%	-	-
3	厦门康德利贸易有限公司	7.30	7.28%	7.86	11.95%	7.59	13.90%	6.17	7.96%
4	深圳市精一控股有限公司	7.12	17.37%	-	-	7.31	22.38%	-	-
5	厦门市胜鑫塑化科技有限公司	7.36	59.57%	7.58	19.71%	7.97	6.14%	-	-
6	福州隆诚达塑料贸易有限公司	-	-	-	-	-	-	7.20	3.85%
7	武汉宝盈塑胶制品有限公司	-	-	-	-	-	-	7.08	2.95%
平均采购价格		7.30	100.00%	7.69	100.00%	7.55	100.00%	6.90	100.00%
国内市场平均采购价格[注]		7.40		7.71		7.64		6.89	

单位：元/公斤

[注]根据同花顺 iFinD 导出的 PE(5502):独山子石化国内市场价格计算

报告期内，经公开信息查询，独山子石化的 PE（5502）的国内市场价格走势如下所示：

数据来源：同花顺iFinD

由上表看，报告期内，各年供应商采购金额变动较大系公司结合市场价格并根据不同供应商的询价情况选择最为合适的供应商进行采购；公司塑料粒子 PE(5502S/HD5502LN，独山子石化)的采购单价在不同供应商之间的差异较小，各年度平均采购单价与国内市场平均采购价格接近且变动趋势一致，采购价格公允。

(2) 塑料粉末 3981/3985/S16

报告期内，公司塑料粉末 3981/3985/S16 类型主要系采购泰国 SCG 集团的塑料粒子，报告期该型号塑料粒子累计采购金额达 1,652.63 万元。报告期内，该型号塑料粒子不同供应商采购均价及采购占比的具体情况如下：

单位：元/公斤

序号	供应商名称	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		均价	占比	均价	占比	均价	占比	均价	占比
1	上海久诚贸易有限公司(以下简称上海久诚)	16.43	94.16%	16.36	88.03%	16.06	98.21%	14.90	100.00%
2	昆山耀和	-	-	-	-	16.02	1.55%	-	-
3	CP Powders Sdn Bhd	13.02	5.84%	11.82	11.97%	13.23	0.24%	-	-
平均采购价格		16.19	100.00%	15.64	100.00%	16.05	100.00%	14.90	100.00%

[注]无法查询到该塑料粒子型号的公开市场价格

由上表看，报告期内，该类型塑料粒子基本系向上海久诚采购，由于该型号塑料粒子系进口泰国 SCG 集团生产的改性塑料粒子，性能优于普通塑料粒子 PE，故采购价格高于普通塑料粒子 PE。2021 年平均采购价格较 2020 年上涨 7.71%，

与前述普通塑料粒子 PE 型号的涨幅接近，2022 年向价格较低的 CP Powders Sdn Bhd 采购量增加，拉低了平均采购价格，故采购价格降幅较大，采购价格公允。2023 年 1-6 月向两家供应商采购的塑料粒子均为进口产品，受美元汇率上升的影响，采购价格较 2022 年小幅上升。

(3) 塑料粒子 ABS（D180，奇美）

报告期内，公司塑料粒子 ABS 类型中主要采购由奇美化工生产的 D180 牌号塑料粒子，报告期累计采购金额达 766.19 万元，在塑料粒子 ABS 采购中占比为 58.18%。报告期内，该型号塑料粒子不同供应商采购均价及采购占比的具体情况如下：

单位：元/公斤

序号	供应商名称	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		均价	占比	均价	占比	均价	占比	均价	占比
1	厦门市胜鑫塑化科技有限公司	9.99	65.63%	12.66	61.79%	15.81	45.30%	14.24	12.10%
2	余姚市中英塑化有限公司	10.53	4.94%	11.96	12.73%	16.22	32.98%	16.64	12.12%
3	厦门永佳和塑胶有限公司	9.51	9.82%	12.67	25.48%	16.12	16.71%	12.99	37.85%
4	厦门康德利贸易有限公司	-	-	-	-	15.71	5.00%	12.81	9.33%
5	金旸系	-	-	-	-	-	-	18.05	21.91%
6	福建禾悦塑胶有限公司	-	-	-	-	-	-	11.03	6.69%
7	厦门美佳美新材料科技有限公司	10.44	19.60%	-	-	-	-	-	-
平均采购价格		10.05	100.00%	12.57	100.00%	15.99	100.00%	14.20	100.00%
国内市场平均采购价格[注]		9.03		10.46		14.38		11.44	

[注]塑料粒子 ABS（D180，奇美）无法查询到国内市场价格，故与可查询到的同生产厂商同类型塑料 ABS (PA-757K，奇美)市场价格分析

报告期内，同生产厂商同类型塑料 ABS (PA-757K，奇美)的国内市场价格走势如下所示：

由上表看，报告期内，该型号塑料粒子 ABS 的供应商基本保持稳定，不同供应商之间的采购单价差异较小，各年度平均采购单价与国内市场平均采购价格接近且变动趋势一致，采购价格公允。其中，2020 年不同供应商之间采购单价有所波动主要系受采购时间不同的影响，余姚市中英塑化有限公司和金旸系公司均系在 2020 年底采购，ABS 塑料价格处于报告期内最高位，故而导致该两家供应商当年的采购价格较高。

(4) 塑料粒子 PA6（增强 PA6-GF30）

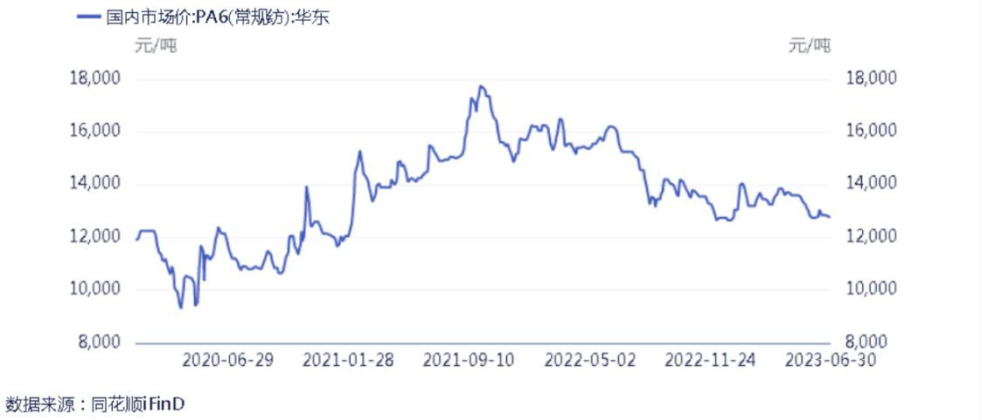
报告期内，公司塑料粒子 PA6 类型主要为各种具有耐高温、耐强度等特性的改性塑料，其中采购金额较大的塑料型号为增强型改性塑料 PA6-GF30，报告期累计采购金额为 476.58 万元，在塑料粒子 PA6 采购中占比为 47.34%。报告期内，该型号塑料粒子不同供应商采购均价及采购占比的具体情况如下：

单位：元/公斤

序号	供应商名称	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		均价	占比	均价	占比	均价	占比	均价	占比
1	金旸系	-	-	-	-	-	-	16.34	38.13%
2	厦门永晋鸿塑胶工业有限公司	13.27	100.00%	13.86	100.00%	13.63	99.91%	12.20	61.87%
3	厦门路翔新材料有限公司	-	-	-	-	14.47	0.09%	-	-
平均采购价格		13.27	100.00%	13.86	100.00%	13.63	100.00%	13.50	100.00%
国内市场平均采购价格[注]		11.80		13.03		13.13		10.09	

[注]塑料粒子 PA6（增强 PA6-GF30）无法查询到公开国内市场价格，故与可查询到的其他塑料粒子 PA6 的市场价格分析

报告期内，其他塑料粒子 PA6 的国内市场价格走势如下所示：



报告期内，该型号塑料粒子 PA6 各年度平均采购单价与国内市场平均采购价格变动趋势一致，该型号塑料为增强型改性塑料，故较常规 PA6 的价格略高。2020 年该型号塑料粒子采购量较小，公司统一向长期合作的供应商金旸系公司采购，由于采购体量较小，导致采购单价高于市场价格；但随公司采购量增加，公司陆续开拓其他供应商，采购价格逐步与市场价格趋近，采购价格公允。

(5) 塑料粒子 PP（K8003）

报告期内，公司塑料粒子 PP 类型中主要采购 K8003 牌号塑料粒子，报告期累计采购金额为 239.51 万元，在塑料粒子 PP 采购中占比为 38.63%。报告期内，该型号塑料粒子不同供应商采购均价及采购占比的具体情况如下：

单位：元/公斤

序号	供应商名称	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		均价	占比	均价	占比	均价	占比	均价	占比
1	厦门康德利贸易有限公司	-	-	8.12	45.46%	7.97	29.09%	7.64	74.59%
2	厦门市胜鑫塑化科技有限公司	7.33	100.00%	7.70	25.63%	7.92	44.02%	-	-
3	金旸系	-	-	8.05	3.66%	8.02	14.24%	8.20	18.09%
4	余姚市中英塑化有限公司	-	-	7.95	25.25%	8.48	5.85%	-	-
5	深圳市精一控股有限公司	-	-	-	-	7.65	6.80%	-	-
6	福州隆诚达塑料贸易有限公司	-	-	-	-	-	-	7.74	7.32%
平均采购价格		7.33	100.00%	7.96	100.00%	7.96	100.00%	7.74	100.00%
国内市场平均采购价格[注]		7.35		7.96		8.26		7.53	

[注]根据同花顺 iFinD 导出的 PP(K8003):独山子石化国内市场价格计算

报告期内，经市场公开信息查询，独山子石化的 PP(K8003)国内市场价格走势如下所示：

报告期内，从采购单价看，该型号塑料粒子 PP 在不同供应商之间的采购单价差异较小，各年度平均采购价格与国内市场平均采购价格接近；从变动趋势看，公司的塑料粒子 PP（K8003）在报告期内的平均采购价格与市场价格均呈现先升后降的态势，采购价格公允。

(6) 塑料粉末 S11

报告期内，公司塑料粉末 S11 类型中各型号仅存在颜色差异，故按整个类型分析，不进一步细分。报告期内，公司累计采购金额为 284.76 万元，不同供应商采购均价及采购占比的具体情况如下：

单位：元/公斤

序号	供应商名称	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		均价	占比	均价	占比	均价	占比	均价	占比
1	上海久诚	13.27	100.00%	12.53	100.00%	12.19	86.86%	11.15	100.00%
2	浙江瑞堂塑料科技股份有限公司	-	-	-	-	11.99	9.47%	-	-
3	金旸系	-	-	-	-	11.40	2.50%	-	-
4	昆山耀和	-	-	-	-	13.36	1.17%	-	-
平均采购价格		13.27	100.00%	12.53	100.00%	12.16	100.00%	11.15	100.00%

[注]无法查询到该塑料粒子型号的公开市场价格

由上表看，报告期内，塑料粉末 S11 在不同供应商之间的采购单价差异较小，2021 年平均采购价格较 2020 年上涨 9.04%，与前述塑料粒子 PE 型号的涨幅接近，采购价格公允。塑料粉末 S11 为进口泰国 SCG 集团生产的改性塑料粒子，进口塑料粒子的价格会受汇率波动、海运费、国际原油价格等波动影响。公司 2022 年和 2023 年 1-6 月均集中在一季度采购该型号塑料粉末，受美元汇率上涨影响，2023 年 1-6 月的采购价格较 2022 年小幅上涨。

综上分析，报告期内，对于同一型号的塑料粒子，公司向不同供应商的采购单价差异较小，且采购价格及变动趋势与市场价格基本一致，公司主要原材料塑料粒子的采购价格公允。

综上所述，公司主要原材料电机、塑料粒子的采购单价与市场报价接近，采购单价的变动与市场价格变动趋势基本一致，相同类型原材料向不同供应商采购的采购单价差异较小，主要原材料电机、塑料粒子的采购价格公允。

（三）说明报告期各期采购电机的金额和占比较大的原因及合理性，是否存在核心零部件对外采购的情况；2021 年塑料粒子采购额大幅增加的原因，原材料中“其他”的构成和增幅较大的原因

1. 说明报告期各期采购电机的金额和占比较大的原因及合理性，是否存在核心零部件对外采购的情况

公司采购的电机基本用于房车游艇配套产品中的小微型水泵，系小微型水泵的主要零部件，为小微型水泵直接材料成本的主要构成。报告期内，电机采购金额与公司小微型水泵主营业务成本的匹配关系如下：

单位：万元

项　目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
电机采购金额	2,305.65	3,879.49	4,821.45	2,915.01
采购金额占比	33.59%	33.21%	26.77%	36.24%
主营业务成本-小微型水泵	4,722.58	7,882.80	8,603.90	5,731.81
小微型水泵成本占比	48.82%	49.21%	56.04%	50.86%

注：上述主营业务成本不包含运输费用

由上表看，报告期各期电机采购金额占公司小微型水泵成本的比例分别为 50.86%、56.04%、49.21%和 48.82%，各期电机成本占比较高。2021 年，电机采购金额占公司小微型水泵成本的比例上升，主要是受公司电机成本占比高的产品数量比重上升以及电机采购单价上升等因素影响。2022 年电机采购金额占公司小微型水泵成本的比例下降，除受产品结构变动影响外，主要是电机采购数量下降而小微型水泵的销量并未同比下降。由于小微型水泵业务系公司主营业务之一，报告期各期小微型水泵的产销规模在公司整体业务规模中占比较高，各期小微型水泵的收入占比分别为 60.59%、46.82%、49.70%和 57.80%，故而公司报告期各期采购电机的金额和占比均较大，符合公司实际生产经营情况，具备合理性。

电机系公司小微型水泵的主要直接材料之一，是水泵的传动装置，为公司主要零部件，但非核心零部件，在报告期内均为外购，一方面系公司核心技术侧重于对房车游艇水泵在产品功能设计的合理性和可用性、安全和实用性的改进，外购电机有利于公司更好的专注于满足下游客户对水泵产品的定制化需求；另一方面，国内电机技术目前已非常成熟，且产业集中度较高，外购成本更低。公司已与电机的主要供应商建立长期稳定的合作关系，但同时也重视原材料来源的多元化，不断开拓和发展新的电机供应商，不存在对单一供应商依赖的情形。

由叶轮/隔膜片、泵盖等精密零件组成的水泵泵体（潜水泵泵体包括：叶轮、涡壳、电机轴、油封；隔膜泵泵体包括：隔膜片、驱动室（阀座）、单向阀（进出水阀）、泵壳（泵盖）、摆动支架、偏心轮），涉及公司核心技术且对小微型水泵产品性能有重要影响，是公司小微型水泵的核心零部件。为保证公司小微型水泵的性能，公司自主研发设计泵体所涉及的众多零件，并组织生产注塑零件和外购橡胶件等零件，最终经公司组装、调试后形成小微型水泵的泵体，故公司不存在核心零部件直接对外采购的情况。

综上所述，电机系公司小微型水泵的主要直接材料之一，为公司主要零部件，但非核心零部件，报告期各期采购电机的金额和占比较大，符合公司实际生产经营情况，具备合理性；报告期内公司不存在核心零部件对外采购的情况。

2. 2021 年塑料粒子采购额大幅增加的原因

公司采购的塑料粒子主要用于皮划艇艇身以及各类自制注塑件的生产制作，其中吹塑用塑料粒子 PE 应用于吹塑皮划艇产品，滚塑用塑料粒子 PE 应用于滚塑皮划艇产品，其他塑料粒子类型如塑料粒子 ABS、PP、PA 等基本应用于各类注塑件的生产，塑料粒子的采购及消耗受公司产销规模增加、生产需求的影响变动，其中主要原材料为塑料粒子的吹塑皮划艇和滚塑皮划艇产品的产销结构变动对塑料粒子的采购规模影响较大。

从皮划艇的产销规模方面看，2020 年末公司主要生产吹塑皮划艇和滚塑皮划艇产品的子公司福建渡远正式投产，2021 年公司皮划艇产品的销售规模大幅增加导致塑料粒子的采购量增加。2021 年度两类皮划艇的收入增长情况如下：

单位：万元

分　类	2021 年度			2020 年度
	销售金额	变动金额	增幅	销售金额

吹塑皮划艇	6,226.99	3,063.46	96.84%	3,163.53
滚塑皮划艇	3,577.14	3,545.40	11170.13%	31.74
小　计	9,804.13	6,608.86	206.83%	3,195.27

从公司整体生产需求方面看，2020 年-2021 年塑料粒子的采购情况与公司生产耗用需求的匹配关系如下：

单位：万元、万公斤

项　目	2021 年度		2020 年度
	金额/数量	变动幅度	金额/数量
塑料粒子采购金额	5,163.75	182.48%	1,828.00
塑料粒子采购数量	484.29	132.56%	208.24
根据 BOM 测算产成品及在产品理论耗用量[注]	449.37	145.11%	183.33

[注]根据BOM测算产成品及在产品耗用量=Σ具体规格产品产量*对应BOM原材料配比数值

由上表看，2020 年-2021 年公司塑料粒子的采购数量与公司生产耗用需求相匹配，公司塑料粒子的采购量、投入量与产品产量的具体匹配关系详见本问询函回复七(四)1 之说明。2021 年随公司整体产销规模扩大、生产需求大幅增加，当期塑料粒子的采购数量以及采购金额均大幅增长，三者增长趋势及幅度基本一致。

3. 原材料中“其他”的构成和增幅较大的原因

报告期内，公司原材料中的“其他”的具体构成情况如下：

单位：万元

类　型	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	采购金额	采购占比	采购金额	采购占比	采购金额	采购占比	采购金额	采购占比
塑料件	208.63	25.03%	387.69	25.74%	758.13	27.62%	178.19	22.23%
座椅、靠背及配件包等系列配件	173.33	20.80%	244.10	16.21%	731.26	26.64%	77.01	9.61%
色粉色母	66.32	7.96%	116.84	7.76%	276.17	10.06%	120.02	14.98%
金属材料	126.34	15.16%	159.44	10.59%	206.97	7.54%	189.73	23.67%
纺织件	66.72	8.01%	90.28	5.99%	239.64	8.73%	51.90	6.48%
其他	192.07	23.05%	507.82	33.72%	532.59	19.40%	184.64	23.04%
小　计	833.41	100.00%	1,506.17	100.00%	2,744.75	100.00%	801.48	100.00%

由上表看，报告期内，原材料中的“其他”主要由塑料件、座椅、靠背及配

件包等系列配件、色粉色母、金属材料、纺织件及其他各类低值易耗品等构成，随公司滚塑皮划艇产销量在 2021 年大幅增长，相关皮划艇使用的座椅、靠背及配件包等系列配件的采购金额大幅增加。

报告期内，各期其他材料采购与主营业务成本的变动关系如下：

单位：万元

项　目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	增长幅度[注]	金额	增长幅度	金额	增长幅度	金额
原材料-“其他”	833.41	10.67%	1,506.17	-45.13%	2,744.75	242.46%	801.48
主营业务成本[注]	8,675.12	-0.60%	17,455.39	-12.20%	19,880.74	115.17%	9,239.73

[注]主营业务成本不包含运费；2023 年 1-6 月数据已年化处理

由上表看，2021 年，原材料“其他”总体增长幅度较大，增长 242.46%，主要系受公司产销规模扩大的影响，但各年波动趋势与主营业务成本一致，主要系受各年公司产品结构变动的影响，如塑料件、座椅、靠背及配件包等系列配件、纺织件等材料主要作为配件应用于皮划艇产品中。报告期内，公司皮划艇产品收入各年分别为 3,292.83 万元、10,852.04 万元、7,295.14 万元和 2,306.09 万元，2021 年收入增长幅度较大。滚塑皮划艇配件更为丰富，各类原材料、零部件的需求较大，2021 年随着滚塑皮划艇销量增长，各类配件材料需求量大幅增加，导致2021年其他原材料采购量大幅增加。由于2021年其他原材料备货较为充足，同时皮划艇产品收入有所减少，公司 2022 年其他原材料采购量下降。

综上所述，原材料“其他”增幅较大系受公司整体产销规模扩大、产品结构变动的影响，尤其在 2021 年随公司水上休闲运动产品的产销规模大幅增加，相关其他原材料采购量大幅增加，符合公司实际经营情况。

（四）说明各类产品的核心零部件及单产品的使用数量，主要原材料采购量、投入量及能源消耗量与产品产量的匹配关系；生产废料的主要构成和废料处理方式，废料的主要销售客户和销售额；报告期内成品的良品率以及不良品的具体处置情况

1. 说明各类产品的核心零部件及单产品的使用数量，主要原材料采购量、投入量及能源消耗量与产品产量的匹配关系

(1) 各类产品的核心零部件及单产品的使用数量

公司主要产品为小微型水泵、皮划艇，其中小微型水泵的核心零部件为公司

自制的泵体，单个小微型水泵使用的泵体数量为 1；皮划艇产品的核心零部件为公司自制的艇身，单个皮划艇耗用的艇身数量为 1。

(2) 主要原材料采购量与投入量的匹配关系

公司生产小微型水泵泵体需耗用注塑件及外购零件，因不同小微型水泵耗用的注塑件及外购零件种类较多且使用量不同，与单产品不存在匹配关系，而电机为小微型水泵的主要零部件同时也是公司主要原材料之一，单个小微型水泵使用的电机数量为 1，而生产艇身耗用的是公司主要原材料之一塑料粒子，故选取电机和塑料粒子分析采购量、投入量与产品产量的匹配关系。

报告期内，公司主要原材料电机和塑料粒子的采购量、投入量的具体情况如下：

1) 电机

单位：万个、万元

项　目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
当期采购	80.75	2,305.65	140.14	3,879.49	168.49	4,821.45	116.82	2,915.01
当期投入[注]	80.36	2,367.22	142.50	3,960.86	171.51	4,843.61	114.98	2,938.93
采购耗用比(投入/采购)	99.51%	102.67%	101.69%	102.10%	101.79%	100.46%	98.43%	100.82%

[注]当期投入包括生产领用以及研发领用等其他出库

2) 塑料粒子

单位：吨、万元

项　目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
当期采购	1,305.09	1,387.02	2,645.43	2,786.56	4,842.88	5,163.75	2,082.43	1,828.00
当期投入[注]	1,257.03	1,389.39	2,712.31	2,862.43	4,596.89	4,792.41	1,993.42	1,738.25
采购耗用比(投入/采购)	96.32%	100.17%	102.53%	102.72%	94.92%	92.81%	95.73%	95.09%

[注]当期投入包括生产领用以及研发领用等其他出库

公司根据客户订单预测及生产需求安排采购相应的原材料，由上表看，报告期内，公司主要原材料采购量与投入量基本匹配。

(3) 主要原材料投入量与产品产量的匹配关系

报告期内，公司产品类别、种类众多，所涉及的原材料类别、型号也较多，不同类别或型号的产品对应的原材料构成、配比关系及具体规格存在较大差异。但可以按照 BOM 测算原材料理论耗用量与实际投入量进行对比分析，鉴于此，选取主要耗用的原材料电机和塑料粒子，根据各年度实际入库的产成品数量以及在产品情况，按照 BOM 测算原材料理论耗用量，与实际投入量进行对比分析如下：

1）电机

单位：万个

期　间	生产领用量	根据 BOM 测算产成品及在产品理论耗用量	耗用比例
2023 年 1-6 月	80.30	80.27	100.04%
2022 年度	142.38	142.25	100.09%
2021 年度	171.14	170.79	100.21%
2020 年度	113.92	113.20	100.64%

2）塑料粒子

单位：吨

期　间	生产领用量	根据 BOM 测算产成品及在产品理论耗用量	耗用比例
2023 年 1-6 月	1,230.14	1,223.26	100.56%
2022 年度	2,694.86	2,669.31	100.96%
2021 年度	4,559.92	4,493.66	101.47%
2020 年度	1,844.16	1,833.30	100.59%

[注]根据BOM测算产成品及在产品耗用量=Σ具体规格产品产量*对应BOM原材料配比数值

由上表测算结果看，报告期各期，公司主要原材料的耗用比例稳定，公司原材料的实际生产耗用量与理论耗用量的差异较小，差异原因主要系合理损耗。综上分析，报告期内，公司主要材料投入量与产品产出量相匹配。

(4) 能源消耗量与产品产量的匹配关系

报告期内，公司能源消耗的总体情况如下：

单位：万元、万度、m^3、元/度、元/m^3

类　型	2023 年 1-6 月			2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	金额	用量	单价	金额	用量	单价	金额	用量	单价	金额	用量	单价
电力	176.59	272.90	0.65	375.59	574.91	0.65	422.63	719.59	0.59	227.76	405.03	0.56
天然气	38.08	8.55	4.45	84.89	12.56	6.76	103.79	24.10	4.31	0.82	0.20	4.07

公司生产所需能源动力主要为电力和天然气，其中，公司滚塑皮划艇生产需要使用天然气，故自 2020 年末滚塑生产线试运行起，对天然气的需求增加；公司电费变动趋势与生产规模相匹配。

报告期内，能源耗用量与主要产品产量的对应关系如下：

类　型	项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
电力	耗用量(万度)	272.90	574.91	719.59	405.03
	主要产品产量(万件)[注 1]	91.06	191.67	223.05	145.69
	单位耗用量(度/件)	3.00	3.00	3.23	2.78
天然气	耗用量(万立方米)	8.55	12.56	24.10	0.20
	主要产品产量(万件)[注 2]	0.78	1.50	2.90	0.03
	单位耗用量(立方米/件)	11.00	8.40	8.32	6.22

[注 1]由于公司产品型号、种类较多，部分其他配套产品零星且耗电量较小，主要产品产量按照小微型水泵、油桶、吹塑皮划艇、桨板等四类产品进行统计

[注 2]由于天然气仅在滚塑工艺耗用，故此处主要产品产量以滚塑皮划艇产量计算

由上表看，报告期内，公司产品单位耗用量情况较为稳定，各年变动主要系受产品结构变动的影响。

公司 2021 年度电力单位耗用量较 2020 年度增长，系主要产品产量中的吹塑皮划艇及桨板产量增幅较大，主要产品中小微型水泵的电力单位耗用量较小，而吹塑皮划艇及桨板由于需使用大型机器设备，且单位产品生产时间较长，故电力单位耗用量相对较高，因此主要产品的产量变动会影响整体电力单位耗用量。报告期内，吹塑皮划艇及桨板的产量分别为 8.21 万艘、17.19 万艘、8.24 万艘和 1.90 万艘。2021 年，产量增长幅度为 109.42%，2021 年吹塑皮划艇及桨板产量的大幅增加，导致当年整体电力单位耗用量有所上升；2022 年吹塑皮划艇及桨板产量的下降，导致整体电力单位耗用量下降。

公司天然气单位耗用量在 2021 年增长，主要系 2020 年公司处于滚塑生产起步阶段，生产的滚塑皮划艇成品主要系直接耗用从昆山耀和采购的半成品艇身，由于天然气仅在生产艇身阶段耗用，故 2020 年天然气单位耗用量较低；2021 年滚塑生产工艺逐渐成熟、产量增长，公司滚塑皮划艇产品以耗用自产的半成品艇身为主，故 2021 年天然气单位耗用量增长。2023 年 1-6 月，公司开拓了滚塑皮划艇的新品类钓鱼艇，钓鱼艇的生产耗时较其他滚塑皮划艇更长，故 2023 年 1-6

月天然气单位耗用量增长。

综上所述，报告期内公司电力、天然气的单位耗用量的变化情况符合公司实际生产经营情况，能源消耗量与产品产量相匹配。

2. 生产废料的主要构成和废料处理方式，废料的主要销售客户和销售额

(1) 生产废料的主要构成和废料处理方式

公司生产废料主要系在注塑、吹塑、滚塑生产环节中产生的机头料、颗粒废料等无法回收利用的塑料，以及公司在日常生产经营过程中产生的废金属和废包装物，价值较低。

报告期内，公司对上述废料的处理方式为直接对外销售，在实际销售变卖废料给相关废料回收方后确认其他业务收入。

(2) 废料的主要销售客户和销售额

报告期内，公司废料的主要销售客户和销售额情况如下：

单位：万元

销售客户	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度	主要回收内容
林报坤	7.54	11.12	15.31	1.88	各类废纸箱、废金属、废塑料等
怀化晗升环保新材料有限责任公司	-	5.40	-	-	废塑料
福安市航春电机配件有限公司	-	-	-	21.34	废塑料
洪灵杰	1.41	-	-	3.24	废塑料
董兴龙	-	-	1.41	3.47	废纸、废纸箱
其他	5.65	3.91	5.49	2.03	
小　计	14.60	20.43	22.21	31.97	
占营业收入的比例	0.10%	0.07%	0.06%	0.17%	

由上表看，报告期内，公司主要销售的废料为生产过程中产生的少量废塑料、废金属以及废纸，主要系销售给废料回收的个人，整体废料销售金额及占营业收入的比例均较小。

3. 报告期内成品的良品率以及不良品的具体处置情况

公司单件产成品通常需要经过多个工艺环节后才能形成最终的产品。为严格控制产品质量，减少产成品报废带来的损失，公司针对各生产环节均建立较为严格的质量控制制度并贯彻执行，故公司产成品的良品率较高。报告期内，公司主

要成品的良品率情况具体如下：

产品类型	项目名称	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
泵类产品[注]	合格数量（万台）	78.18	143.60	171.51	115.73
	生产数量（万台）	78.59	144.39	172.19	115.90
	良品率	99.48%	99.45%	99.61%	99.85%
皮划艇	合格数量（万艘）	2.19	9.35	19.07	7.74
	生产数量（万艘）	2.28	9.51	19.37	7.84
	良品率	95.87%	98.32%	98.43%	98.77%

[注]泵类产品包括小微型水泵及磁力泵等其他泵类产品

由上表看，报告期内，公司执行了严格的质量控制制度，生产过程中产生的不合格产品较少，公司产品的良品率较高。2023 年 1-6 月，公司开拓了滚塑皮划艇的新品类钓鱼艇，投产初期生产工艺尚不成熟，导致皮划艇的良品率略有下降。

公司在日常生产过程中产生的不良品一般可以通过返修、回炉等方式重新生产，并经检验合格后转换成良品入库。例如，小微型水泵的不良品，公司通过测试、调整、返修等方式进行再利用；皮划艇的不良品，公司将艇身破碎回收后作为原材料重新投入生产。

（五）说明人工工时核算相关的内部控制制度及执行情况，相关成本费用如何划分及其准确性，发行人平均职工薪酬与同行业可比公司薪酬水平、经营所在地平均工资差异情况及差异原因

1. 说明人工工时核算相关的内部控制制度及执行情况，相关成本费用如何划分及其准确性

公司建立了完善的工时考核管理制度和薪酬考核制度，制定了《薪酬管理制度》《员工考勤、休假管理制度》《人事管理制度》等规章制度，对工时核算的关键环节进行了严格的管理和控制，具体内部控制流程如下：

对于非生产部门的员工，公司按照其部门、职责情况核定薪酬方案，每月结合考勤、绩效等情况计算当月工资，不存在按照工时分配薪酬的情形。非生产部门员工次月初由行政人事部编制考勤表后交财务部，由财务部审核并编制工资表，经分管领导审批签字，财务部根据审批后的工资表按照人员所在部门归集人

工费用，并发放薪酬。

对于生产部门的员工，公司根据生产排班表安排上班并进行考勤。每月末车间组长负责统计产量报表提供财务部审核并进行计件工资的核算；次月初行政人事部根据考勤情况编制考勤表后交财务部，由财务部审核并结合计件工资后汇总编制生产部门工资表，经分管领导审批签字，财务部根据审批后的工资表按照人员所在生产部门分摊归集人工成本，并发放薪酬。

报告期内，公司严格按照内部控制制度实施人员工时的记录、统计和核算，确保人工工时核算流程符合内部控制相关规定及财务核算要求。非生产部门人员工资薪酬按照员工所在部门划分员工薪酬并分别计入销售费用、管理费用和研发费用等期间费用中，生产部门人员工资薪酬按照直接生产人员、间接辅助生产人员划分并分别计入直接人工、制造费用等成本中，相关人工成本费用划分准确。

2. 公司平均职工薪酬与同行业可比公司薪酬水平、经营所在地平均工资差异情况及差异原因

(1) 公司平均薪酬水平与经营所在地平均工资的对比情况

报告期各期，公司平均薪酬水平与经营所在地平均工资的对比情况如下：

单位：万元/人

项　目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
公司平均薪酬	5.75	10.54	10.74	10.31
公司所在地城镇非私营单位职工平均工资（厦门市）	6.08	12.16	11.55	10.53
公司所在地城镇非私营单位职工平均工资（龙岩市）	4.91	9.82	9.15	7.88

[注]数据来源：福建省统计信息网；公司所在地尚未公布 2023 年城镇非私营单位职工平均工资，故 2023 年 1-6 月城镇非私营单位职工平均工资根据 2022 年数据折算

由上表看，报告期内，公司员工的平均薪酬较为稳定，与公司所在地城镇非私营单位职工平均工资不存在较大差异。由于公司总部虽设于厦门市，但生产基地及主要人员均在龙岩市连城县，故报告期内公司平均薪酬水平略低于厦门市城镇非私营单位职工平均工资，但高于龙岩市城镇非私营单位职工平均工资。

(2) 公司平均薪酬水平与同行业可比公司的对比情况

报告期内，公司人员平均薪酬与同行业可比公司人均薪酬的对比情况如下：

单位：万元/人

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度

金陵体育	10.83	10.71	8.69
舒华体育	11.03	11.80	11.01
英派斯	12.08	11.03	10.35
康力源	8.47	9.11	7.65
行业平均	10.60	10.66	9.43
本公司	10.54	10.74	10.31

[注]数据根据各公司年度报告和招股说明书公布财务数据整理；计算平均工资的人数为（年初人数+年末人数）/2；同行业可比公司均未披露 2023 年 1-6 月人均薪酬情况，故未予列示

由上表看，报告期各期，公司员工平均薪酬水平与同行业可比公司的平均水平相近，不存在较大差异。

（六）说明制造费用的明细构成及波动原因，制造费用的分配方法、分配依据及其准确性；运输费用与产品销量及运输距离的匹配性情况，2021 年运输费用大幅增加的原因及合理性

1. 说明制造费用的明细构成及波动原因

公司的制造费用为生产产品过程中发生的各项间接费用，包括辅助生产部门人员薪酬、房屋及生产设备的折旧费、水电燃料、辅助物料消耗等费用。报告期内，随着公司生产规模的变动，制造费用总额发生相应变动。

报告期内，公司主营业务成本中的制造费用明细构成情况如下：

单位：万元

费用明细	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	269.08	29.00%	621.86	31.07%	605.99	28.06%	279.88	32.79%
折旧及摊销费	280.96	30.28%	556.16	27.79%	331.35	15.34%	199.17	23.33%
能源费用	158.86	17.12%	374.27	18.70%	364.48	16.88%	154.02	18.04%
物料消耗	82.70	8.91%	166.76	8.33%	483.01	22.37%	123.30	14.44%
修理费	5.58	0.60%	58.59	2.93%	146.71	6.79%	24.52	2.87%
其他	130.81	14.10%	223.64	11.18%	227.97	10.56%	72.74	8.52%
小　计	927.99	100.00%	2,001.28	100.00%	2,159.52	100.00%	853.62	100.00%

报告期内，公司制造费用分别为 853.62 万元、2,159.52 万元、2,001.28 万

元和 927.99 万元，主要由职工薪酬、折旧及摊销费、能源费用、物料消耗等构成，合计占制造费用的比重分别为 88.61%、82.65%、85.90%和 85.30%。报告期内，各项费用明细的波动主要受公司生产规模、产量影响，具体波动分析如下：

(1) 职工薪酬

2020 年-2022 年，职工薪酬总额逐步增加，主要系随公司生产规模扩大、生产订单增加以及公司存货的增加，相应辅助生产部门人员显著增加，导致职工薪酬增长较大。2023 年 1-6 月，职工薪酬略有下降主要系受市场短期波动影响，公司水上休闲运动产品的产销量下降，辅助生产部门人员数量有所减少。

(2) 折旧及摊销费

报告期内，制造费用中的折旧及摊销费主要系房屋建筑物、机器设备的折旧费用，随公司房屋建筑物、机器设备逐步增加而增加，其中 2021 年和 2022 年的折旧费用大幅增加系：2020 年末子公司福建渡远开始投产，在 2020 年末至 2022 年房屋建筑物及机器设备陆续转固且累计转固金额较大。

(3) 能源费用

报告期内，制造费用中的能源费用包括生产耗用的电力和天然气费用，其中 2021 年大幅增长 136.65%，主要系 2021 年公司滚塑皮划艇量产，滚塑工艺主要能源耗用为天然气且耗用量高，导致 2021 年天然气耗用大幅增加，相应能源费用增幅较大。

(4) 物料消耗

报告期内，制造费用中的物料消耗主要系低值易耗品的投入，2021 年大幅增加系子公司福建渡远处于投产初期，受部分生产辅助用的低值易耗品一次性投入、新生产设备所需耗材较多等因素的影响，当期物料消耗大幅增加。

(5) 修理费

报告期内，2021 年度修理费增加系子公司福建渡远新设备投产后相关维修、调试费用大幅增加所致。

2. 制造费用的分配方法、分配依据及其准确性

公司制造费用归集为生产产品而发生的各项间接费用，包括间接人工、折旧与摊销、能源费用、间接物料消耗等，每月末按照当月产品入库的标准工时分配至具体产品，制造费用的分配方法、分配依据合理，分配金额准确。

3. 运输费用与产品销量及运输距离的匹配性情况，2021 年运输费用大幅增

加的原因及合理性

(1) 公司运输费用的具体构成

报告期内，公司产品主要向境外地区销售，且以 FOB 贸易模式为主，发生的运输费用包含货物从公司到厦门、龙岩等港口的汽运费用、代理公司进行的报关作业产生的报关港杂费等；以 CIF 贸易模式合作的客户，运输费用中还包含保险费和运送到客户指定港口发生的海运费。对于境内销售的产品，运输费用为从公司运送至客户指定地点支付给第三方物流公司的费用。

报告期内，公司主营业务相关的运输费用构成具体情况如下：

单位：万元

运费类型	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度	主要运费承担方式
境内销售发生的物流费用	35.70	58.93	64.39	34.90	公司运送至客户指定地点支付给第三方物流公司的费用
境外销售发生的物流费用	243.03	670.88	938.24	474.36	包含货物从公司到港口的汽运费用、报关港杂费等
境外销售发生的海运费及保险费	26.67	517.37	638.40	47.35	CIF 等模式下由公司承担海运费以及保险费
合　计	305.41	1,247.18	1,641.02	556.61	

由上表看，2021 年运输费用大幅增加，主要系受国际海运费大幅上涨以及当年度公司 CIF 模式下收入增加的影响。2023 年 1-6 月运输费用大幅下降，主要系国际海运费价格大幅下降以及公司 CIF 模式下收入下降所致。

(2) 公司运输费用与销售地区的匹配情况

报告期内，公司运输费用主要集中于境外销售地区，境外销售的运输距离主要是从公司生产基地到龙岩/厦门的港口，运输费用与销售地区的匹配情况如下：

单位：万元

项　目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
境内收入	3,182.35	5,314.84	6,142.15	3,275.74
境内收入运输费用	35.70	58.93	64.39	34.90
占比	1.12%	1.11%	1.05%	1.07%
境外收入	13,114.91	25,535.02	28,703.20	15,811.99
境外收入运输费用	269.71	1,188.25	1,576.63	521.71
占比	2.06%	4.65%	5.49%	3.30%
境外收入运输费用（不含运保费）	243.03	670.88	938.24	474.36

占比	1.85%	2.63%	3.27%	3.00%

由上表可以看出，报告期内，境内收入运输费用占比较为稳定，运输费用与实际销售区域相匹配。境外收入运输费用占比高于境内，系受境外销售运保费、报关港杂费的影响，2021 年度境外收入运输费用占比为 5.49%，主要系当年度 CIF 模式下对应收入增加，导致运保费大幅增加至 638.40 万元。剔除运保费影响后，各年境外收入运输费用占比分别为 3.00%、3.27%、2.63%和 1.85%，各年占比基本稳定，运输费用与销售收入匹配，2022 年和 2023 年 1-6 月占比略有下降主要系单位运输成本较低的房车游艇配套产品收入占比上升所致。

(3) 公司运输费用与产品销量的匹配情况

由于公司境内外销售产品承担的运输费用相差较大，故按照销售地区、产品类别的运输费用与产品销量分别进行匹配分析。

1) 境内收入运输费用与境内产品销量的匹配情况

报告期内，境内销售发生的物流费用与境内产品销量的关系如下：

产品类型	项　目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
房车游艇配套产品(以小微型水泵为代表)	销售数量(万台)	19.16	28.67	32.27	25.15
	对应的运输费用(万元)	24.97	39.28	41.71	31.75
	单位运费(元/台)	1.30	1.37	1.29	1.26
水上休闲运动产品(以皮划艇为代表)	销售数量(万艘)	0.21	0.74	1.49	0.29
	对应的运输费用(万元)	10.33	20.71	21.62	2.91
	单位运费(元/艘)	48.70	28.09	14.53	10.03

[注]公司产品类型中的“其他”产品主要为各类喷雾器、滑雪板、配件等零星产品，受产品体积大小、销售数量、结构变动等影响，运输费用与产品销量不具有可比性，故此处未予列示分析，下同

由上表看，公司房车游艇配套产品的境内单位运费在 2021 年有所上升，主要系 2020 年柴油价格大幅下降，同时随境内各行业生产及需求下降的影响，运输行业需求亦大幅下降，导致运输市场价格处于低位；2021 年随国内柴油价格上调、运输需求的回升，运输市场价格有所上升。2022 年国内柴油价格持续处于高位，导致 2022 年境内单位运费较 2021 年进一步上升。2023 年 1-6 月国内柴油价格回落，境内单位运费有所下降。报告期内，国内柴油价格走势如下图所示：

由上图可以看出，报告期内，公司房车游艇配套产品的境内单位运费波动情况与国内柴油价格走势一致。

水上休闲运动产品中，2021 年皮划艇单位运费上涨 44.83%，高于小微型水泵单位运费的涨幅，主要系 2021 年滚塑皮划艇销售占比增加，而滚塑皮划艇艇身大小、重量等方面都大于吹塑皮划艇，故滚塑皮划艇的运输成本也远高于吹塑皮划艇，从而导致 2021 年皮划艇单位运费大幅上涨。

2022 年皮划艇单位运费大幅上涨 93.36%，主要系：(1) 2022 年，境内销售的滚塑和吸塑皮划艇销售数量占皮划艇销售数量比例为 14.01%，销售占比提升；从艇身体积来说，滚塑和吸塑皮划艇的艇身体积一般为吹塑皮划艇的 2-3 倍，故单位滚塑和吸塑皮划艇的运费高于单位吹塑皮划艇，使得皮划艇的单位运费上升；(2) 2022 年皮划艇境内销售中客户自提比例大幅下降，导致单位皮划艇运费大幅上涨；(3) 报告期内，境内皮划艇销售量较小，单次订货量、销售距离远近等因素对单位运费存在一定影响。

2023 年 1-6 月皮划艇单位运费较 2022 年上涨 73.38%，主要系境内皮划艇销售的单次订货量、销售距离远近等因素的影响，同时艇身体积较大的滚塑和吸塑皮划艇销售数量占比由 14.01%上升至 19.71%，提高了单位运费的价格。

2) 境外收入运输费用与境外产品销量的匹配情况

报告期内，境外销售发生的物流费用与境外产品销量的关系如下：

产品类型	项　目	不含运保费				含运保费			
		2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
房车游艇配套产品	销售数量(万台)	67.52	111.77	123.78	89.12	0.40	2.22	3.86	1.15

(以小微型水泵为代表)	对应的运输费用(万元)	139.49	319.37	345.70	354.23	24.44	119.17	119.42	16.25
	单位运费(元/台)	2.07	2.86	2.79	3.97	60.65	53.79	30.97	14.19
水上休闲运动产品(以皮划艇为代表)	销售数量(万艘)	2.09	9.51	15.99	6.93	0.03	0.48	1.44	0.17
	对应的运输费用(万元)	96.55	295.23	477.50	97.82	4.58	446.89	617.27	43.05
	单位运费(元/艘)	46.14	31.03	29.85	14.12	169.57	940.43	430.01	255.01

[注]不含运保费主要包括 FOB 等出口销售模式;含运保费主要包括 CIF 等出口销售模式

报告期内，不含运保费的销售模式下单位运费变动情况如下：

① 2021 年度房车游艇配套产品的单位运费下降，主要系当期公司房车游艇配套产品的整柜出货量占比上升，同时在整柜出货方式下，以大货柜（40GP）出货的占比也大幅提升，两者占比同时提高，大大提高了公司出货效率、在充分利用货柜容量的情况下节省散货拼柜的费用等，故 2021 年度房车游艇配套产品的单位运费反而有所下降。2022 年不含运保费销售模式下的单位运费与 2021 年度相比，基本稳定。2023 年 1-6 月大货柜（40GP）出货的占比大幅提升，故不含运保费销售模式下的单位运费有所降低。报告期内，公司房车游艇配套产品的货柜租赁数量和出货方式的具体情况如下：

年　度	货柜容量				合计	出货方式[注]	
	20GP（箱）	占比	40GP（箱）	占比		整柜出货占比	散柜出货占比
2023 年 1-6 月	27.00	19.85%	109.00	80.15%	136.00	65.44%	34.56%
2022 年度	70.00	33.02%	142.00	66.98%	212.00	64.50%	35.50%
2021 年度	60.00	25.00%	180.00	75.00%	240.00	68.06%	31.94%
2020 年度	55.00	40.15%	82.00	59.85%	137.00	58.61%	41.39%

[注]散柜出货主要系由货代公司代为协助与其他公司的散货进行拼柜出口，由于货代公司按单笔订单收费，故在散货拼柜的模式下的报关港杂费用等与整柜出货差异较小

② 2021 年水上休闲运动产品的单位运费大幅上升主要系当期皮划艇产品销售结构的变化和海运集装箱紧缺造成的报关港杂费用上涨，在 2020 年，公司基本仅销售吹塑皮划艇，吹塑皮划艇收入占皮划艇销售数量的比例为 98.46%，2021 年随着滚塑皮划艇销售放量，滚塑皮划艇销售数量占境外皮划艇销售数量上升至 12.60%。从艇身体积来说，滚塑皮划艇的艇身体积一般为吹塑皮划艇的 2-3 倍，对于同体积的货柜，滚塑皮划艇的装柜数量远小于吹塑皮划艇，使得皮划艇的单位运费上升；加之 2021 年国际海运集装箱普遍紧缺，订舱费、港口操作费等报

关港杂费用同步上升，导致 2021 年水上休闲运动产品的境外销售单位运费上升明显。2022 年不含运保费销售模式下的单位运费与 2021 年度相比，基本稳定。2023 年 1-6 月不含运保费销售模式下，艇身体积更大的滚塑皮划艇销售数量占境外皮划艇销售数量的比例由 2022 年的 14.61%上升至 34.44%，导致 2023 年 1-6 月的单位运费较 2022 年有所上升。

报告期内，含运保费的销售模式下单位运费变动情况如下：

① 报告期内，受 2021 年国际海运费用普遍大幅上涨的影响，房车游艇配套产品含运保费的销售模式下的单位运费在 2021 年大幅增加，与报告期内出口海运市场价格走势一致。2022 年上半年国际海运费用持续居于高位，中国出口集装箱运价综合指数（CCFI）平均数较 2021 年增长幅度较大，2022 年下半年国际海运费虽有大幅回落，但公司下半年含运保费出口销售模式下的销售收入减少，仅占全年该出口销售模式下的销售收入的 13.09%，故 2022 年单位运费大幅增长，公司房车游艇配套产品单位运费与 CCFI 变动指数情况基本一致。2023 年 1-6 月国际海运费市场价格下降而房车游艇配套产品含运保费的销售模式下的单位运费却有所增长，主要系当期采用空运方式发货的产品销售占比大幅增加，空运费的价格相比海运费较高。报告期内，中国出口集装箱运价综合指数（CCFI）走势如下图所示：

数据来源：同花顺iFinD

② 2022 年含运保费销售模式下的水上休闲运动产品的单位运费较 2021 年涨幅为 118.70%，远高于 CCFI 指数增长幅度，一方面系 2022 年含运保费销售模式下的收入集中于国际海运费用仍居于高位的上半年，另一方面产品结构差异导

致单位运费上升。2022 年含运保费的销售模式下，艇身体积更大的滚塑皮划艇和吸塑皮划艇的销售占比大幅增加，从 2021 年销售数量占比 30.44%上升至 62.46%，从而导致含运保费销售模式下皮划艇的单位运费大幅上升。2023 年含运保费销售模式下的水上休闲运动产品的单位运费较 2022 年下降 81.97%，一方面系国际海运费持续降低，另一方面艇身体积更大的滚塑皮划艇和吸塑皮划艇的销售数量占比从 62.46%降低至 3.33%，从而导致含运保费销售模式下皮划艇的单位运费大幅降低。

因此，含运保费的销售模式下水上休闲运动产品的单位运费大幅上升具有合理性。

综上所述，报告期内，公司的运输费用与境内外销售收入、产品销量相匹配，境内收入运费主要受国内柴油价格波动和交易方式的影响，境外收入运费主要受国际航运市场价格、公司产品销售结构、公司订柜数量等的影响。2021 年公司运输费用大幅增加系受国际海运费大幅上涨以及当年度公司 CIF 模式下收入增加的影响，具有合理性。2022 年，公司单位产品运输费用因海运费持续处于高位、滚塑和吸塑皮划艇销量占比上升等因素导致价格较高，具有合理性。

（七）说明发行人生产模具的来源情况，报告期内模具数量与产品产量、收入的匹配性，与模具相关的会计处理方式是否符合准则规定

1. 公司生产模具的来源情况

公司生产模具的来源主要分为以下四种形式：

(1) 自主开发模具：公司为应对不断变化的市场需求，更好服务客户，公司加大新产品的研发力度，主动开发客户需求，在开发新产品的过程中，通常由公司自行制作模具，模具所有权归属于公司。

(2) 外购模具：除自主开发模具外，对于公司无法自制的模具（如冲压模具、橡胶模具等），公司存在对外采购模具的情况，模具所有权归属于公司。

(3) 为客户定制模具：在 ODM 模式下，存在公司根据部分客户的要求设计并制造模具的情况，制造完成后模具放置在公司生产，由公司使用该模具生产产品，相关模具的所有权归客户，公司仅具有使用权。

(4) 客户提供模具：在 OEM 模式下，存在客户提供模具生产的情况，客户将模具运至公司，由公司使用该模具生产相关产品，相关模具的所有权归客户，公司仅具有使用权。

2. 报告期内模具数量与产品产量、收入的匹配性

报告期内，公司生产用模具用于公司产品的批量生产，模具数量主要与公司产品种类、规格型号等密切相关，产品种类越多，需要的模具数量越多，而产品产量和产品收入随着公司市场需求和客户订单需求的变化而变动，与公司模具数量变动并不严密相关，但仍具有相同的变动趋势。

报告期内模具数量与产品产量的匹配关系如下：

产品类型	项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
房车游艇配套产品	期末模具数量(个)	897.00	873.00	781.00	685.00
	当期平均模具数量(个)	885.00	827.00	733.00	653.00
	产品产量-小微型水泵（万台）	78.29	141.76	171.11	115.16
	模具使用频次（万台/个）	0.09	0.17	0.23	0.18
水上休闲运动产品	期末模具数量(个)	753.00	660.00	599.00	128.00
	当期平均模具数量(个)	707.00	630.00	364.00	125.00
	产品产量-皮划艇（万艘）	2.19	9.35	19.07	7.74
	模具使用频次（万艘/个）	0.003	0.01	0.05	0.06
其他	期末模具数量(个)	109.00	88.00	88.00	57.00
	当期平均模具数量(个)	99.00	88.00	73.00	57.00
	产品产量（万件）	1.40	8.75	11.37	8.29
	模具使用频次（万件/个）	0.01	0.10	0.16	0.15

注 1：模具使用频次=产品产量/平均模具数量

注 2：小微型水泵产量包含隔膜泵、潜水泵、舱底泵和手动泵等各类产品

公司生产用模具主要用于各类自制零部件包括各类外壳、泵盖、底座等注塑件、组件，以及用于皮划艇艇身等。2021 年，随着公司产量的增长，模具使用频次有所提高，但水上休闲运动产品的模具使用频次在 2021 年下降主要系当期新拓展的滚塑和吸塑皮划艇种类较多且单位生产时间较长，导致模具数量增长较快且模具平均使用频次略有下降；2022 年房车游艇配套产品的模具使用频次有所下降，主要系 2022 年产量下降所致；水上休闲运动产品模具使用频次在 2022 年较低主要是公司 2022 年平均模具数量较高、产品种类增多且滚塑和吸塑皮划艇单位生产时间较长，同时皮划艇产量下降所致。2023 年 1-6 月，房车游艇配套产品的模具年化使用频次基本保持稳定，水上休闲运动产品的模具使用频次有

所下降主要系 2023 年 1-6 月产量下降所致。

报告期内，模具数量与产品收入的匹配关系如下：

产品类型	项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
房车游艇配套产品	平均模具数量（个）	885.00	827.00	733.00	653.00
	产品销量-小微型水泵（万台）	87.09	142.65	159.91	115.42
	销售收入（万元）	9,419.16	15,331.50	16,314.42	11,564.92
水上休闲运动产品	平均模具数量（个）	707.00	630.00	364.00	125.00
	产品销量-皮划艇（万艘）	2.33	10.73	18.92	7.39
	销售收入（万元）	2,306.09	7,295.14	10,852.04	3,292.83
其他	平均模具数量（个）	99.00	88.00	73.00	57.00
	产品销量（万件）	2.63	11.44	7.63	9.73
	销售收入（万元）	242.06	538.09	630.53	364.27

注：小微型水泵销量包含隔膜泵、潜水泵、舱底泵和手动泵等各类产品

2020 年至 2021 年，从总体趋势上看，模具数量随公司产销规模的扩大、产品类型的增加而相应增长，公司模具数量与产品的产销规模变动趋势基本一致。

3. 与模具相关的会计处理方式是否符合准则规定

公司与生产模具相关的会计处理方式如下：

(1) 公司始终重视研发设计并致力于提供多系列、差异化、定制化的房车游艇配套产品和水上休闲运动产品，公司基于对行业发展趋势、前沿技术的分析和判断，结合对客户、市场需求变化的理解，对新产品进行研发，公司为研发新产品发生的相关模具开发费用在费用发生的当期直接计入“研发费用”核算，模具在开发成功后移交生产使用。由于此类模具初始目的为研究开发和试制新产品，故根据《企业会计准则第 6 号-无形资产》的规定，将发生的模具费用在发生的当期直接计入当期损益，符合会计准则的规定；对于部分因无法继续使用而重新制作或外购的模具，公司在相关模具费用发生时直接计入“制造费用”，由于该类模具无需重新设计开发，是与生产相关的支出，根据《企业会计准则第 1 号-存货》的规定，将企业为生产产品而发生的各项间接费用在发生时一次性计入“制造费用”，符合会计准则的规定。

(2) 对于少数由公司根据客户特定需求和用途开发的模具，公司通常向客户收取开发费用，相关模具经试产合格后，公司按照客户要求，使用相关模具生产

相应的产品。相关模具按照《企业会计准则》的要求，在符合收入确认条件时确认“其他业务收入”，对应的模具成本计入“其他业务成本”。

(3) 对于客户提供模具生产的情形下，相关模具的所有权归客户，公司仅具有使用权，此类情况下公司不做会计处理，仅建立辅助台账进行管理。

综上所述，公司与模具相关的会计处理方式符合企业会计准则的相关规定。

（八）核查程序及结论

针对上述事项，我们实施了如下核查程序：

1. 了解和评价公司成本归集、核算等相关内控制度的设计，确定其是否得到执行，并测试相关的内部控制运行有效性；

2. 访谈公司采购、生产、销售等部门的相关负责人，了解公司各项业务模式和业务流程；访谈公司相关财务人员，了解公司成本核算方法，了解产品成本归集、核算及结转的方法、过程，检查成本核算方法与公司相关业务模式及业务流程是否匹配；

3. 获取公司报告期内的生产成本计算表，并复核生产成本归集、核算及结转的准确性；

4. 获取公司在报告期内的收入成本明细表，检查公司营业成本的核算与归集过程，关注与公司营业收入的匹配性；

5. 获取公司各期原材料采购入库明细表、主要原材料采购合同等，通过公开查询方式了解公司主要原材料的市场价格变化，结合相同原材料不同供应商的采购价格对比，分析公司主要原材料采购价格的公允性；

6. 分析各期原材料采购明细的构成情况，关注各期原材料采购结构的变动情况，了解并分析主要原材料各期变动的原因及合理性；

7. 获取公司产品 BOM 清单，结合相关部门访谈，了解公司各类产品的主要零部件和主要原材料及单产品的使用数量，结合获取的原材料采购明细表、原材料生产领用明细表、完工产品入库明细表等，分析主要原材料的采购量、投入量与产品产量的匹配情况；

8. 获取公司在报告期内的能源耗用明细表，与公司主要产品产量进行匹配分析，了解并核查公司产品单位能源耗用量的波动原因；

9. 访谈了解公司生产废料的主要构成、废料的处理方式，获取公司的废料销售明细表，检查废料销售的主要销售客户和销售额；访谈了解公司不良品的形

成原因和具体处置情况，获取公司主要产品的良品率情况，并分析波动原因；

10. 访谈公司行政人事部负责人，了解公司薪酬管理制度、薪酬核算方法，检查人工费用归集和分配的准确性及合理性；查阅同行业可比公司公开披露信息、当地平均工资水平，比较分析公司与同行业可比公司、经营所在地工资水平的差异情况；

11. 获取公司制造费用明细表，检查制造费用的归集和核算内容，分析报告期内制造费用具体构成的变动原因及合理性；根据人员归属、工时分配等，分析制造费用分配的合理性及准确性；

12. 获取公司运输费用明细表，分析公司运输费用与产品销量的匹配关系，关注报告期内运输费用大幅增加的原因及合理性；

13. 获取公司报告期各期生产模具清单，了解生产模具的具体来源和相关会计处理方式，并分析各期生产模具数量与相关产品产量、收入的匹配关系。

经核查，我们认为：

1. 公司成本归集、核算及结转的方法合理，成本核算过程准确，成本内部控制制度完善并得到有效执行，营业成本核算准确、完整，各类型产品营业成本和营业收入相匹配；

2. 报告期内，公司主要原材料电机、塑料粒子的采购单价与市场报价接近，采购单价的变动与市场价格变动趋势一致，相同类型原材料向不同供应商采购的采购单价差异较小，主要原材料电机、塑料粒子的采购价格公允；

3. 报告期各期，电机系公司小微型水泵的主要直接材料之一，为公司主要零部件，但非核心零部件，报告期各期采购电机的金额和占比较大，符合公司实际生产经营情况，具备合理性；报告期内公司不存在核心零部件对外采购的情况；2021 年塑料粒子采购额大幅增加系随公司产销规模增加，对塑料粒子的生产耗用需求相应增加所致；报告期内，原材料中的“其他”主要由塑料件、座椅、靠背及配件包等系列配件、色粉色母、金属材料、纺织件及其他各类低值易耗品等构成，原材料“其他”增长幅度系受公司产销规模扩大、产品结构变动的影响，符合公司实际经营情况；

4. 公司主要产品为小微型水泵、皮划艇，小微型水泵的主要零部件为电机；皮划艇产品的主要零部件为公司自制的艇身，其耗用的主要原材料为塑料粒子；报告期内，公司主要原材料采购量与投入量、产出量相互匹配；报告期内公司电

力、天然气的单位耗用量的变化情况符合公司实际生产经营情况，能源消耗量与产品产量相匹配；公司生产废料主要系在注塑、吹塑、滚塑生产环节中产生的机头料、颗粒废料等无法回收利用的塑料，以及公司在日常生产经营过程中产生的废金属和废包装物，公司对上述废料的处理方式为直接对外销售，在实际销售变卖废料给相关废料回收方后确认其他业务收入；报告期内，公司执行了严格的质量控制制度，生产过程中产生的不合格产品较少，公司产品的良品率较高，公司在日常生产过程中产生的不良品一般可以通过返修、回炉等方式进行重新生产，并经检验合格后转换成良品入库；

5. 报告期内，公司人工工时核算相关的内部控制制度设计合理，且有效执行，相关成本费用划分准确；报告期各期，公司员工平均薪酬水平与同行业可比公司薪酬水平、经营所在地平均工资均不存在较大差异；

6. 报告期内，公司的制造费用为生产产品过程中发生的各项间接费用，包括辅助生产部门人员薪酬、房屋及生产设备的折旧费、水电燃料、辅助物料消耗等费用，各项费用明细波动原因合理；制造费用在每月末按照当月产品入库的标准工时分配至具体产品，制造费用的分配方法、分配依据合理，分配金额准确；报告期内，公司的运输费用与境内外销售收入、产品销量相匹配，境内收入运费主要受国内柴油价格波动的影响，境外收入运费主要受国际航运市场价格、公司产品销售结构、公司订柜数量等的影响；2021 年公司运输费用大幅增加系受国际海运费大幅上涨以及当年度公司 CIF 模式下收入增加的影响，具有合理性；

7. 公司生产模具主要来源于自主开发模具、外购模具、为客户定制模具和客户提供模具；报告期内，模具数量与产品产量、收入具有一定的匹配性；公司与模具相关的会计处理方式符合企业会计准则的相关规定。

八、关于供应商。根据申报材料：

（1）报告期内，发行人向前五大供应商合计采购金额分别为 2,314.46 万元、4,098.55 万元和 7,166.72 万元，占当期采购总额的比重分别为 51.88%、47.84%和 37.71%。

（2）2020 年新增前五大供应商龙岩亿达，2021 年新增前五大供应商上海久诚贸易有限公司、昆山耀和和金旸系的公司。

（3）发行人主要生产基地位于福建龙岩，发行人电机主要供应商位于浙江

余姚，塑料粒子、塑料粉末主要供应商位于甘肃兰州、上海等地区。

请发行人：

（1）说明前五大供应商集中度与同行业可比公司的差异情况及差异原因；按采购金额对供应商进行分层，说明各期不同层级供应商数量及占比、采购金额及占比、平均采购金额、采购内容；报告期内是否存在向非法人供应商采购的情况，如有，请说明供应商的基本情况、采购内容、采购金额及占比。

（2）说明报告期内主要供应商及新增供应商与发行人的合作背景，是否存在合作内容与其主营业务范围不相关、经营规模与其行业地位不匹配、供应商成立时间较短或注册资本较小但发行人向其大额采购的情形，如有，请说明相关事项、原因、合理性及公司向其采购的真实性，是否存在主要供应商或新增供应商为发行人承担成本费用的情形。

（3）说明报告期内是否存在原材料涉及单一来源采购或客户向公司推荐供应商的情况，如存在，请说明产品类型、具体原材料及对应供应商、采购金额及占比、采购价格及公允性。

（4）结合合作历史、供应商选择的具体标准等因素，说明主要供应商与发行人地理距离较远的原因及商业合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。（审核问询函问题 12）

（一）说明前五大供应商集中度与同行业可比公司的差异情况及差异原因；按采购金额对供应商进行分层，说明各期不同层级供应商数量及占比、采购金额及占比、平均采购金额、采购内容；报告期内是否存在向非法人供应商采购的情况，如有，请说明供应商的基本情况、采购内容、采购金额及占比

1. 说明前五大供应商集中度与同行业可比公司的差异情况及差异原因

报告期各期，公司前五大供应商的采购情况如下：

单位：万元

期　间	序号	前五名供应商名称	主要采购内容	采购额	占当期采购额的比例
2023 年 1-6 月	1	余姚市百达电器有限公司	电机	1,726.98	24.55%
	2	浙江雷思柯户外用品有限公司	半成品、原材料	545.48	7.75%
	3	厦门市胜鑫塑化科技有限公司	塑料粒子	291.31	4.14%
	4	余姚骏达电机有限公司	电机	287.44	4.09%
	5	东莞市旭派电子科技有限公司	五金件、橡胶件	286.51	4.07%

	合 计		-	3,137.72	44.60%
2022 年度	1	余姚市百达电器有限公司	电机	2,572.62	21.28%
	2	余姚骏达电机有限公司	电机	629.17	5.21%
	3	金旸系	塑料粒子	614.63	5.08%
	4	宁波江宇电器有限公司	电机	464.94	3.85%
	5	上海久诚	塑料粉末	413.40	3.42%
	合 计		-	4,694.75	38.84%
2021 年度	1	余姚市百达电器有限公司	电机	3,332.18	17.53%
	2	上海久诚	塑料粉末	1,270.47	6.69%
	3	金旸系	塑料粒子	1,010.97	5.32%
	4	余姚骏达电机有限公司	电机	802.49	4.22%
	5	昆山耀和	半成品、原材料	750.62	3.95%
	合 计		-	7,166.72	37.71%
2020 年度	1	余姚市百达电器有限公司	电机	1,836.65	21.44%
	2	余姚骏达电机有限公司	电机	889.42	10.38%
	3	甘肃龙昌石化集团有限公司	塑料粒子	653.75	7.63%
	4	龙岩亿达	甲板盖、舷窗等游艇配件	395.32	4.61%
	5	东莞市旭派电子科技有限公司	五金件、橡胶件	323.41	3.77%
	合 计		-	4,098.55	47.84%

[注]公司向甘肃龙昌石化集团有限公司的采购额为甘肃龙昌石化集团有限公司及其子公司广州宝塑瑞航石油化工有限公司和关联公司兰州瑞和化工塑料有限公司、甘肃大合仓石化有限公司采购金额合计数；金旸系包括厦门市最有料信息科技有限公司、金旸（厦门）新材料科技有限公司和金旸集团有限公司；向龙岩亿达塑料有限公司的采购情况不包含向龙岩亿达的委托加工费，向昆山耀和的采购金额只包含物料采购，不包含固定资产及技术服务费、版权费等；余姚骏达电机有限公司包括余姚骏达电机有限公司和宁波骏迪电机有限公司

报告期内，公司前五大供应商采购金额占比分别为 47.84%、37.71%、38.84%和 44.60%，公司前五大供应商采购金额占比整体保持稳定。

经公开数据查询整理，公司与同行业可比公司前五大供应商集中度对比情况如下：

公司名称	前五大供应商采购金额占比

	2022 年度	2021 年度	2020 年度
金陵体育	14.97%	18.54%	12.92%
舒华体育	13.68%	15.30%	15.58%
英派斯	32.55%	24.91%	24.04%
康力源	34.11%	31.36%	33.14%
平均比例	23.83%	22.53%	21.42%
公司	38.84%	37.71%	47.84%

[注]数据根据各公司年度报告和招股说明书公布财务数据整理，同行业可比公司均未披露 2023 年 1-6 月前五大供应商采购金额情况，故未予列示

2020 年-2022 年，公司前五大供应商采购金额占比均高于同行业可比公司，前五大供应商相对于同行业可比公司集中度较高，主要原因系公司现阶段的采购规模较小、生产基地集中，同时主要原材料电机和塑料粒子采购品种、型号较为稳定，公司出于成本控制及管理等方面的考虑，与几家主要供应商建立了长期稳定合作，导致前五大供应商集中度相对较高，符合公司实际的经营情况。

2. 按采购金额对供应商进行分层，说明各期不同层级供应商数量及占比、采购金额及占比、平均采购金额、采购内容

报告期内，各期供应商的数量分别为 331 家、449 家、448 家和 386 家，对供应商按照年度采购金额 500 万元以上、100 万元至 500 万元、30 万元至 100 万元和 30 万元以下的分类标准进行分层，其中，公司向年度采购金额在 500 万元以上的供应商主要采购塑料粒子和电机。

报告期各期，不同层级的供应商数量及占比、采购金额及占比、平均采购金额情况如下：

年 度	项 目	供应商数量(家)	数量占比	采购金额(万元)	采购金额占比	平均采购金额(万元)
2023 年 1-6 月	500 万元以上	2	0.52%	2,272.46	32.30%	1,136.23
	100 万元至 500 万元	9	2.33%	1,764.51	25.08%	196.06
	30 万元至 100 万元	29	7.51%	1,621.43	23.05%	55.91
	30 万元以下	346	89.64%	1,377.34	19.58%	3.98
	合 计	386	100.00%	7,035.73	100.00%	18.23
2022 年度	500 万元以上	2	0.45%	3,172.31	26.24%	1,586.15
	100 万元至 500 万元	27	6.03%	5,635.60	46.62%	208.73

	30 万元至 100 万元	28	6.25%	1,428.65	11.82%	51.02
	30 万元以下	391	87.28%	1,851.03	15.31%	4.73
	合　计	448	100.00%	12,087.59	100.00%	26.98
2021 年度	500 万元以上	8	1.78%	8,188.96	43.09%	1,023.62
	100 万元至 500 万元	30	6.68%	6,284.46	33.07%	209.48
	30 万元至 100 万元	51	11.36%	2,685.29	14.13%	52.65
	30 万元以下	360	80.18%	1,844.78	9.71%	5.12
	合　计	449	100.00%	19,003.49	100.00%	42.32
2020 年度	500 万元以上	3	0.91%	3,379.82	39.45%	1,126.61
	100 万元至 500 万元	10	3.02%	1,926.62	22.49%	192.66
	30 万元至 100 万元	38	11.48%	2,038.85	23.80%	53.65
	30 万元以下	280	84.59%	1,221.94	14.26%	4.36
	合　计	331	100.00%	8,567.22	100.00%	25.88

2020 年-2021 年，随着公司业务规模的扩大、产品类型的增加，公司不断优化供应商体系，各层级供应商数量及采购金额呈现逐年增加趋势；由于 2022 年采购规模有所下降，年采购额在 30 万元以上的供应商数量及采购金额均随之减少。

总体来看，2020 年至 2021 年，公司采购规模较小（100 万元以下）的供应商数量占比较高但整体呈下降趋势，采购规模较大（100 万元以上层级）的供应商数量占比较低但整体呈上升趋势，主要系随公司采购规模扩大、与供应商合作深入，公司逐渐甄选品质优良、价格合理、供货稳定的供应商达成长期合作关系，故对采购规模较大的供应商采购占比上升，而采购规模较小的供应商占比下降。2022 年采购规模有所下降，年采购额在 30 万元以上供应商数量及采购金额均随之减少。

综上所述，报告期内，公司供应商数量与采购规模相匹配且层级分布情况较为合理，符合公司实际经营情况。

3. 报告期内是否存在向非法人供应商采购的情况，如有，请说明供应商的基本情况、采购内容、采购金额及占比

报告期内，公司存在向部分个体工商户、个人独资企业、合伙企业等非法人供应商采购物料的情况，具体情况如下：

单位：万元

年　度	名　称	具体采购内容	采购金额	采购金额占比
2023年1-6月	余姚市亚谭金属制品厂	五金件	73.57	1.05%
	余姚市汉森塑化商行	塑料米	32.52	0.46%
	东莞市东坑光大吸塑制品厂（有限合伙）	包装物	30.13	0.43%
	余姚市泗门镇恒达电子配件厂	电器配件	9.35	0.13%
	宁波市鄞州华力弹簧厂	五金件	8.46	0.12%
	其他零星单位	电器配件、五金件、包装物、橡胶件等	19.08	0.27%
	合计		173.11	2.46%
2022年度	余姚市亚谭金属制品厂	五金件	154.10	1.27%
	余姚市汉森塑化商行	塑料米	42.06	0.35%
	东莞市东坑光大吸塑制品厂（有限合伙）	包装物	34.87	0.29%
	温州市郭溪南方标准件厂	五金件	24.12	0.20%
	余姚市泗门镇恒达电子配件厂	电器配件	23.86	0.20%
	其他零星单位	电器配件、五金件、包装物、橡胶件等	59.72	0.49%
	合计		338.73	2.80%
2021年度	余姚市亚谭金属制品厂	五金件	130.98	0.69%
	余姚市泗门镇恒达电子配件厂	电器及元器件、五金件等	73.71	0.39%
	余姚市汉森塑化商行	塑料米	79.66	0.42%
	东莞市东坑光大吸塑制品厂（有限合伙）	包装物	32.37	0.17%
	温州市郭溪南方标准件厂	五金件	21.32	0.11%
	其他零星单位	电器配件、五金件、包装物、橡胶件等	86.88	0.46%
	合计		424.91	2.24%
2020年度	余姚市亚谭金属制品厂	五金件	77.01	0.90%
	余姚市泗门镇恒达电子配件厂	电器及元器件、五金件等	35.65	0.42%
	东莞市东坑光大吸塑制品厂（有限合伙）	包装物	25.78	0.30%
	余姚市汉森塑化商行	塑料米	20.21	0.24%
	温州市郭溪南方标准件厂	五金件	14.12	0.16%

	其他零星单位	电器配件、五金件、包装物、橡胶件等	23.94	0.28%
	合计		196.72	2.30%

上述报告期内主要非法人供应商的基本情况如下：

供应商名称	企业类型	成立时间	主营业务范围
余姚市亚谭金属制品厂	个体工商户	2011-08-18	金属制品、五金件、塑料制品、电器配件的制造、加工
温州市郭溪南方标准件厂	个体工商户	1998-12-04	标准件制造、加工（不含电镀）
余姚市泗门镇恒达电子配件厂	个体工商户	2003-05-15	电子元器件制造、塑料制品制造、机械电气设备制造
余姚市汉森塑化商行	个体工商户	2006-05-10	塑料原料、化工原料（除危险化学品）的批发、零售
东莞市东坑光大吸塑制品厂（有限合伙）	普通合伙企业	2006-09-06	加工、吸塑
宁波市鄞州华力弹簧厂	个人独资企业	2002-07-10	五金件、弹簧件的制造、加工

报告期内，公司主要非法人供应商成立时间较久，公司向非法人供应商采购均为公司生产环节所需的原材料，具有合理性。

报告期内，公司还存在少量向个人供应商采购物料的情况，主要系因对方需求或出于便捷的考虑，直接由公司付款至个人，具体情况如下：

单位：万元

年　度	名　称	具体采购内容	采购金额	采购金额占比
2023年1-6月	管春飞	铜接头、挡水圈	1.79	0.03%
	林报辉	泡沫塞、泡沫塞组件	0.61	0.01%
	恒圣威	模架	0.44	0.01%
	姜卫霞	透明吸盘	0.20	0.00%
	其他零星个人	接头、塑料米等	0.20	0.00%
	合　计		3.25	0.05%
2022年度	管春飞	铜接头、挡水圈	3.06	0.03%
	王丹丹	电动胶管、不锈钢喷杆、开关	1.87	0.02%
	林报辉	泡沫塞、泡沫塞组件	1.79	0.01%
	姜卫霞	透明吸盘	0.12	0.00%
	合　计		6.84	0.06%
2021年度	王丹丹	电动胶管、不锈钢喷杆、开关	5.66	0.03%
	胡文朝	铜接头、浴室泵挡水圈/叶片	2.67	0.01%

	姜卫霞	透明吸盘	0.95	0.00%
	林清风	金属材料	0.67	0.00%
	林报象	胶合板条	0.47	0.00%
	林光荣	金属材料	0.18	0.00%
	林报辉	泡沫塞、泡沫塞组件	0.13	0.00%
	其他零星个人	硬护套等	0.08	0.00%
	合　计		10.81	0.06%
2020 年度	王丹丹	电动胶管、不锈钢喷杆、开关	2.97	0.03%
	胡文朝	铜接头、浴室泵挡水圈/叶片	2.88	0.03%
	姜卫霞	透明吸盘	0.26	0.00%
	辛增贵	硬护套	0.26	0.00%
	其他零星个人	充电接头等	0.07	0.00%
	合　计		6.45	0.08%

综上，报告期各期，公司直接向非法人供应商采购金额合计占比分别为 2.37%、2.29%、2.85%和 2.51%，各期公司向非法人供应商采购占比及采购金额均较低，公司在综合考量成本、时间、效率等因素的情况下向非法人供应商采购，具有合理性。

（二）说明报告期内主要供应商及新增供应商与发行人的合作背景，是否存在合作内容与其主营业务范围不相关、经营规模与其行业地位不匹配、供应商成立时间较短或注册资本较小但发行人向其大额采购的情形，如有，请说明相关事项、原因、合理性及公司向其采购的真实性，是否存在主要供应商或新增供应商为发行人承担成本费用的情形

1. 与供应商合作的基本情况

(1) 报告期内，公司与主要供应商和新增供应商合作内容、供应商注册资本、主营业务情况、经营规模等情况

报告期内，公司新增供应商中，不同层级的供应商数量及占比、采购金额及占比、平均采购金额情况如下：

年 度	项　目	供应商数量(家)	数量占比	采购金额(万元)	采购金额占比	平均采购金额(万元)
2023 年 1-6 月	500 万元以上	1	1.75%	545.48	79.25%	545.48
	100 万元至 500 万元	-	-	-	-	-

	30 万元至 100 万元	1	1.75%	39.93	5.80%	39.93
	30 万元以下	55	96.49%	102.88	14.95%	1.87
	合　计	57	100.00%	688.29	100.00%	12.08
2022 年度	500 万元以上	-	-	-	-	-
	100 万元至 500 万元	-	-	-	-	-
	30 万元至 100 万元	1	0.88%	55.04	12.68%	55.04
	30 万元以下	112	99.12%	379.12	87.32%	3.39
	合　计	113	100.00%	434.16	100.00%	3.84
2021 年度	500 万元以上	-	-	-	-	-
	100 万元至 500 万元	-	-	-	-	-
	30 万元至 100 万元	6	3.35%	367.98	37.89%	61.33
	30 万元以下	173	96.65%	603.10	62.11%	3.49
	合　计	179	100.00%	971.08	100.00%	5.43
2020 年度	500 万元以上	-	0.00%	-	-	-
	100 万元至 500 万元	1	1.43%	119.53	16.54%	119.53
	30 万元至 100 万元	7	10.00%	338.13	46.79%	48.30
	30 万元以下	62	88.57%	264.97	36.67%	4.27
	合　计	70	100.00%	722.63	100.00%	10.32

注：新增供应商采购金额指当年新增供应商在新增当年的采购金额

报告期内，公司新增供应商在新增当年的采购金额较小。公司 2020 年新增 100 万元以上供应商为厦门永晋鸿塑胶工业有限公司，为公司塑料粒子供应商，交易金额为 119.53 万元。2023 年 1-6 月新增 100 万元以上供应商为浙江雷思柯户外用品有限公司（以下简称雷思柯），公司向其采购滚塑皮划艇相关物料；雷思柯原系公司当期新增客户 Vibe Holdings LLC（以下简称 Vibe）在国内的滚塑皮划艇生产供应商，Vibe 被 KD 实际控制人收购后，计划将生产供应链切换至公司，经商业谈判及友好协商，雷思柯将其与 Vibe 相关的生产物料一次性全部销售给公司，2023 年 1-6 月实际交易发生额为 705.97 万元，其中部分货物系从雷思柯采购后未经加工直接销售给 Vibe，按照净额法确认收入，抵消购销金额 160.49 万元后，双方交易金额为 545.48 万元。

报告期内，公司与报告期前五大主要供应商和主要新增供应商合作内容、供应商注册资本、主营业务情况、经营规模等情况如下：

序号	供应商名称	合作时间及背景	成立时间	注册资本
1	余姚市百达电器有限公司	2016 年开始合作，他人推荐	1999 年 4 月 22 日	50 万元
2	余姚骏达电机有限公司	2017 年开始合作，网络接洽	2003 年 5 月 14 日	7 万美元

序号	供应商名称	合作时间及背景	成立时间	注册资本
3	甘肃龙昌石化集团有限公司	2017 年开始合作，商务接洽	2008 年 10 月 15 日	12,000 万元
4	龙岩亿达	2019 年开始合作，商务接洽	2019 年 9 月 18 日	300 万元
5	东莞市旭派电子科技有限公司	2016 年开始合作，商务接洽	2014 年 4 月 10 日	50 万元
6	厦门康德利贸易有限公司	2019 年开始合作，商务接洽	2016 年 11 月 14 日	800 万元
7	上海久诚	2020 年经昆山耀和介绍认识	2019 年 8 月 21 日	1,000 万元
8	昆山耀和	2018 年开始合作，商务接洽	2010 年 10 月 21 日	1,778.4 万元
9	金旸集团有限公司	2016 年开始合作，商务接洽	2015 年 12 月 28 日	20,000 万元
10	厦门永晋鸿塑胶工业有限公司	2020 年开始合作，商务接洽	2001 年 12 月 24 日	1,000 万元
11	宁波江宇电器有限公司	2016 年开始合作，商务接洽	2002 年 11 月 7 日	150 万美元
12	浙江雷思柯户外用品有限公司	2023 年经客户 Vibe 介绍认识	2020 年 9 月 14 日	800 万美元
13	厦门市胜鑫塑化科技有限公司	2017 年开始合作，商务洽谈	2003 年 5 月 9 日	1,000 万元

（续）

序号	供应商名称	主营业务	经营规模[注]	主要采购内容	是否相符
1	余姚市百达电器有限公司	直流电机、直流齿轮电机、直流传动方案的生产与销售	2021 年 10,000 万元左右	电机	是
2	余姚骏达电机有限公司	微电机、五金件、塑料制品、电动工具的生产与销售	2021 年 4,000 万元左右	电机	是
3	甘肃龙昌石化集团有限公司	塑料及化工原材料销售	2021 年 1,300,000 万元左右	塑料粒子	是
4	龙岩亿达	塑料制品的生产和销售	2020 年 1,900 万元，2021 年 700 万元左右	甲板盖、舷窗等游艇配件	是
5	东莞市旭派电子科技有限公司	五金制品、橡胶制品的生产与销售	2021 年 1,300 万元左右	五金件、橡胶件	是
6	厦门康德利贸易有限公司	塑料颗粒等注塑原材料的销售	2021 年 9,000 万元左右	塑料粒子	是
7	上海久诚	塑料原料、塑料制品、塑料加工设备等销售	2021 年 12,000 万元左右	塑料粉末	是
8	昆山耀和	皮划艇的生产和销售	2020 年 4,000 万元左右	半成品、原材料	是
9	金旸集团有限公司	投资控股、化工原料贸易	规模较大，2021 年金旸新材料 60,000-80,000 万元左右	塑料粒子	是
10	厦门永晋鸿塑胶工业有限公司	改性塑料的研发、生产、销售	2021 年 50,000 万元左右	塑料粒子	是
11	宁波江宇电器有限公司	家用电器、微型电机、微特电机、全自动燃烧机	2021 年 10,000 万元左右	电机	是
12	浙江雷思柯户外用品有限公司	皮划艇的生产和销售	2022 年 6,000 万元左右	半成品、原材料	是
13	厦门市胜鑫塑化科技有限公司	塑胶原材料销售	2022 年 70,000 万元左右	塑料粒子	是

注：主营业务来源为工商信息及供应商访谈，经营规模来源为供应商访谈

报告期各期，公司与主要供应商和主要新增供应商合作内容与供应商主营业务相符，供应商的经营规模与其行业地位相匹配。

(2) 供应商成立时间较短情况

报告期内，存在龙岩亿达和上海久诚成立时间较短，但成为公司主要供应商的情况，具体采购情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	成立日期	开始采购时间	2023 年 1-6 月采购额	2022 年采购额	2021 年采购额	2020 年采购额
1	龙岩亿达	2019 年 9 月 18 日	2019 年度	-	-	24.06	404.83
2	上海久诚	2019 年 8 月 21 日	2020 年度	86.48	413.40	1,270.47	60.91

注：向龙岩亿达的采购额中包含委托加工的金额

报告期各期，龙岩亿达、上海久诚成立不久，公司即向其采购，主要原因为：

龙岩亿达为公司持股 5%以上股东金棋祥控股的公司，金棋祥具有多年注塑行业的生产经验，在龙岩亿达成立之前，曾投资经营福安市益达塑料制品厂（普通合伙）。由于公司注塑件生产存在临时性产能紧张等因素，故将部分非核心注塑件交由龙岩亿达制造。为有效减少和规范关联交易，自 2021 年 7 月起，公司与龙岩亿达已停止关联交易。

上海久诚原为昆山耀和的滚塑塑料粉末供应商，后经昆山耀和推荐，成为公司用于生产滚塑皮划艇的塑料粉末供应商。上海久诚于 2019 年成立，其股东葛巍原为泰国 SCG 集团在上海公司的总经理。2019 年，泰国 SCG 集团开始通知将不再直接在中国大陆销售产品，并注销在上海的公司，故葛巍从泰国 SCG 集团离职。葛巍作为泰国 SCG 集团在上海公司的总经理，仍具有一定的销售渠道，也和泰国 SCG 集团保持良好关系，故与朋友设立上海久诚作为泰国 SCG 集团在中国的经销商。故上海久诚成立不久，公司即向其大量采购具有合理性和真实性。

综上所述，公司向上述成立时间较短的供应商的采购具有合理性和真实性。

(3) 供应商注册资本较小的情况

报告期内，公司存在部分供应商注册资本较小（不足 100 万元）但公司向其大额采购的情况，具体如下：

单位：万元

序号	供应商名称	成立时间	注册资本	合作时间	采购期间	采购额	占当期物料采购额的比例
1	余姚市百达电器有限公	1999 年 4 月 22 日	50 万元	2016 年开始合	2023 年 1-6 月	1,726.98	24.55%

	司			作	2022 年度	2,572.62	21.28%
					2021 年度	3,332.18	17.53%
					2020 年度	1,836.65	21.44%
2	余姚骏达电机有限公司	2003 年 5 月 14 日	7 万美元	2017 年开始合作	2023 年 1-6 月	287.44	4.09%
					2022 年度	629.17	5.21%
					2021 年度	802.49	4.22%
					2020 年度	889.42	10.38%
3	东莞市旭派电子科技有限公司	2014 年 4 月 10 日	50 万元	2016 年开始合作	2023 年 1-6 月	286.51	4.07%
					2022 年度	377.02	3.12%
					2021 年度	505.64	2.66%
					2020 年度	323.41	3.77%

上述三家公司注册资本较小且公司与其存在大额采购情况，主要原因为：

1）余姚市百达电器有限公司和余姚骏达电机有限公司成立时间较早，对注册资本要求较低，且公司与之合作时间较早，初始采购额不高。在经历多年合作后，公司综合考量产品品质、价格、配合度等因素，与余姚市百达电器有限公司和余姚骏达电机有限公司形成了稳定的合作关系；

2）东莞市旭派电子科技有限公司实际控制人蔡光华（股东周荣梅之丈夫）曾在福安市工作，并与福安爱的合作，后蔡光华在东莞设立东莞市旭派电子科技有限公司。由于福建爱的需要采购定制化的五金件、橡胶件，难以通过切换供应商寻求更优的价格、性能稳定的产品，考虑到蔡光华具有多年五金件、橡胶件相关行业经验，且在与福安爱的合作过程中，响应及时且能提供质量可靠、价格合理的产品，故在 2016 年与福建爱的接洽后开始合作，公司选择东莞市旭派电子科技有限公司采购五金件、橡胶件具有商业合理性。

综上所述，公司存在向部分注册资本较小（不足 100 万元）的供应商大额采购的情况具有合理性和真实性。

2. 是否存在主要供应商或新增供应商为公司承担成本费用的情形

报告期内，公司与主要供应商或新增供应商的交易均具有真实的背景，且具有合理性，不存在主要供应商或新增供应商为公司承担成本费用的情形。

（三）说明报告期内是否存在原材料涉及单一来源采购或客户向公司推荐供应商的情况，如存在，请说明产品类型、具体原材料及对应供应商、采购金额及占比、采购价格及公允性

1. 报告期内原材料涉及单一来源采购或客户向公司推荐供应商的情况

报告期内，客户推荐供应商和单一来源采购情况如下所示：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
客户推荐供应商	765.67	670.17	2,138.24	135.99
单一来源采购	406.41	829.13	1,319.10	677.78
既是客户推荐供应商又是单一来源采购	25.84	401.93	488.20	23.12
合 计	1,197.91	1,901.23	3,945.55	836.88
采购总额	7,035.73	12,087.59	19,003.49	8,567.22
占 比	17.03%	15.73%	20.76%	9.77%

2020 年-2021 年，公司客户推荐供应商和单一来源的采购逐渐上升，主要是随着公司规模的扩大，公司采购额逐渐增加，公司向单一来源和客户推荐的供应商采购额不断增长，其中，2021 年增长较快，主要是公司向上海久诚等滚塑皮划艇原材料供应商采购额上升所致。2022 年，公司整体采购量下降，相应的客户推荐供应商和单一来源的采购量下降。2023 年 1-6 月，公司向客户推荐供应商采购金额上升较多，主要是向雷思柯采购金额较大所致，具体情况详见问询函回复八(二)1(1)之说明。

(1) 客户推荐供应商

报告期内，主要是昆山耀和、Vibe 向公司推荐供应商，公司综合比较价格、品质等因素，评估是否纳入公司合格供应商目录。客户向公司推荐供应商，公司是否选择不具有强制效力，公司会根据自身需要，自行选择确定是否采购。

(2) 单一来源采购

报告期内，公司部分产品零部件定制化程度较高、标准化程度较低，且一般涉及的采购金额较小，故单一来源采购能够降低公司采购成本。

(3) 客户推荐供应商和单一来源采购的供应商数量及采购金额情况

报告期内，客户推荐供应商的数量及采购金额情况如下：

单位：家、万元

项 目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
大于 100 万元	1	545.48	2	520.48	2	1,395.18	-	-
50-100 万元	2	140.74	-	-	4	299.15	1	60.91

50 万元以下	37	79.45	32	149.69	52	443.91	45	75.08
合 计	40	765.67	34	670.17	58	2,138.24	46	135.99

报告期内，单一来源采购涉及的供应商数量及采购金额情况如下：

单位：家、万元

项 目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
大于 100 万元	-	-	1	312.74	3	484.08	-	-
50-100 万元	2	128.69	2	145.83	2	117.67	4	271.19
50 万元以下	80	277.72	77	370.56	110	717.36	75	406.59
合 计	82	406.41	80	829.13	115	1,319.10	79	677.78

报告期内，既是客户推荐供应商又是单一来源采购涉及的供应商数量及采购金额情况如下：

单位：家、万元

项 目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
大于 100 万元	-	-	2	287.85	1	222.77	-	-
50-100 万元	-	-	1	69.02	3	202.21	-	-
50 万元以下	11	25.84	9	45.06	10	63.22	10	23.12
合 计	11	25.84	12	401.93	14	488.20	10	23.12

报告期内，采购额超过 100.00 万元的客户推荐供应商和单一来源采购供应商主要情况如下：

单位：万元

供应商名称	主要采购内容	分类	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
上海久诚	塑料粒子	客户推荐供应商	86.48	413.40	1,270.47	60.91
乐清市徽州电气科技有限公司	小电池开关	单一来源采购	73.50	312.74	278.07	82.58
浙江达尔美塑胶有限公司	吸塑板材	既是客户推荐供应商又是单一来源采购	-	176.07	93.11	—
深圳市宏玉科技有限公司	脚踏组件	既是客户推荐供应商又是单一来源采购	11.14	69.02	222.77	—
东莞市鑫顶实业有限公司	座椅、靠背	客户推荐供应商	42.82	107.08	124.72	4.26
宁德市兴越金属制品制造有限公司[注]	偏心轮	单一来源采购[注]	58.01	89.66	104.05	76.72

龙岩市新罗区闽佳兴贸易有限公司	气泡袋	单一来源采购[注]	15.02	42.67	101.95	29.16
上海颀发经贸有限公司	黏胶剂	既是客户推荐供应商又是单一来源采购	0.61	111.79	57.40	1.38
浙江雷思柯户外用品有限公司	半成品、原材料	客户推荐供应商	545.48	—	—	—
合计			833.06	1,322.43	2,252.54	255.01
占客户推荐供应商和单一来源采购比例			69.54%	69.56%	57.09%	30.47%

注：已于 2022 年 12 月更名为宁德市兴越智能设备有限公司；2023 年 1-6 月，宁德市兴越金属制品制造有限公司、龙岩市新罗区闽佳兴贸易有限公司不属于单一来源采购供应商

2. 客户推荐供应商和单一来源采购供应商采购的公允性

(1) 上海久诚贸易有限公司

1) 基本情况

上海久诚于 2019 年成立，其股东葛巍原为泰国 SCG 集团在上海公司的总经理。2019 年，泰国 SCG 集团开始通知将不再直接在中国大陆销售产品，并注销在上海的公司，故葛巍从泰国 SCG 集团离职。葛巍作为泰国 SCG 集团在上海公司的总经理，仍具有一定的销售渠道，也和泰国 SCG 集团保持良好关系，故与朋友设立上海久诚作为泰国 SCG 集团在中国的经销商。

上海久诚原为昆山耀和的供应商，2020 年，经昆山耀和介绍，公司开始与上海久诚开始合作。报告期内，上海久诚为公司滚塑皮划艇塑料粉末的主要供应商，公司滚塑皮划艇艇身基本采用上海久诚经销的 SCG 集团的塑料粉末。

2) 采购产品、金额及公允性情况

报告期内，公司向上海久诚采购的塑料粉末主要明细情况如下所示：

单位：万元、万千克、元/kg

采购类别	2023 年 1-6 月			2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	金额	数量	单价	金额	数量	单价	金额	数量	单价	金额	数量	单价
聚乙烯塑料粉末 3981/3985/S16	62.95	3.83	16.43	399.90	24.44	16.36	1,072.44	66.77	16.06	39.49	2.65	14.90
聚乙烯塑料粉末 S11	21.87	1.65	13.27	13.50	1.08	12.53	198.02	16.25	12.19	21.41	1.92	11.15
总计	84.81	5.48	15.48	413.40	25.52	16.20	1,270.47	83.02	15.30	60.91	4.57	13.33

报告期各期，公司向上海久诚采购塑料粉末分别为 60.91 万元、1,270.47 万元、413.40 万元和 86.48 万元，占公司物料采购总额的 0.71%、6.69%、3.42%和 1.23%，主要为采购聚乙烯塑料粉末用于生产滚塑皮划艇艇身。关于采购价格

的公允性详见本问询函回复七(二)2(2)之说明。

(2) 乐清市徽州电气科技有限公司

1) 基本情况

乐清市徽州电气科技有限公司于 2016 年成立，2018 年经网络途径与公司开始合作，主要为公司提供电器配件。

2) 采购产品、金额及公允性情况

报告期内，公司向乐清市徽州电气科技有限公司采购开关及开关组件。随着双方合作的逐渐深入，公司在报告期内向其采购额逐渐增加，各期采购金额分别为 82.58 万元、278.07 万元、312.74 万元和 73.50 万元，占公司物料采购总额的比例分别为 0.96%、1.46%、2.59%和 1.04%。

由于产品定制化程度较高、规格型号较多，且为单一来源，主要通过比较报告期内采购单价的变动情况对比价格。公司报告期内向其采购的主要产品单价情况如下：

单位：万元、元/个、万个

采购内容	2023 年 1-6 月			2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	采购金额	单价	数量	采购金额	单价	数量	采购金额	单价	数量	采购金额	单价	数量
保护开关	10.13	14.47	0.70	15.92	14.47	1.10	46.55	13.30	3.50	18.17	9.04	2.01
常规方形开关 32	26.64	3.38	7.87	50.17	3.40	14.74	48.46	3.30	14.69	0.30	3.36	0.09
微动开关组件 35	-	-	-	-	-	-	2.15	3.32	0.65	6.56	3.32	1.98
两档开关半成品组件	5.49	21.96	0.25	43.96	21.96	2.00	82.32	20.49	4.02	-	-	-
两档电池开关主体	-	-	-	9.60	19.05	0.50	20.21	18.22	1.11			
合 计	42.26	4.79	8.82	119.65	6.52	18.35	199.68	8.33	23.97	25.03	6.14	4.08

报告期内，公司采购的保护开关价格有所上升，主要是 2021 年保护开关所需的铜等大宗商品价格上涨幅度较大所致。

(3) 深圳市宏玉科技有限公司

1) 基本情况

深圳市宏玉科技有限公司于 2018 年成立，原来为昆山耀和提供精密脚踏组件，后在昆山耀和的介绍下，成为公司滚塑皮划艇脚踏配件的供应商，主要为公司提供五金组件。

2) 采购产品、金额及公允性情况

报告期内，公司向深圳市宏玉科技有限公司采购五金件用于滚塑皮划艇的配件。公司在 2021 年滚塑皮划艇开始量产后开始向深圳市宏玉科技有限公司采购，

采购金额为 222.77 万元，占当年物料采购总额的比例为 1.17%，主要采购铝合金轴承、螺旋桨铝杆、不锈钢轴等各类配件。

由于产品定制化程度较高，除公司向昆山耀和购买相同产品外，不存在公司向其他供应商购买同类型产品的情况，报告期内，公司向深圳市宏玉科技有限公司采购的主要配件价格与公司向昆山耀和采购价格对比情况如下：

产品名称	公司名称	2021 年度		
		采购金额（万元）	单价（元/个）	数量（万个）
铝合金轴承套	昆山耀和	5.90	15.52	0.38
	深圳市宏玉科技有限公司	18.96	15.51	1.22
铝合金轴承套（大外壳用）	昆山耀和	2.46	17.70	0.14
	深圳市宏玉科技有限公司	26.01	17.38	1.50
Mako 脚踏三角塑料片	昆山耀和	1.59	8.40	0.19
	深圳市宏玉科技有限公司	10.25	8.40	1.22
大齿轮中心不锈钢轴（外六角）	昆山耀和	7.49	90.52	0.08
	深圳市宏玉科技有限公司	42.82	74.07	0.58

注：由于公司 2021 年开始与深圳市宏玉科技有限公司合作，故只对比 2021 年采购单价情况

报告期内，除大齿轮中心不锈钢轴（外六角）外，公司向深圳市宏玉科技有限公司采购的零配件与公司向昆山耀和的配件价格基本相同。大齿轮中心不锈钢轴（外六角）采购单价较低，主要是公司初期采购价格为 90.51 元，随着采购额增长，公司凭借采购规模优势，通过与深圳市宏玉科技有限公司议价，导致 2021 年的平均采购单价降为 74.07 元。

2022 年，公司不再向昆山耀和采购，深圳市宏玉科技有限公司成为公司单一来源采购供应商，公司与其合作稳定，因原材料具有定制化的特点，公司为发挥规模采购优势，降低采购成本，暂未向其他供应商采购。2022 年、2023 年 1-6 月，公司向深圳市宏玉科技有限公司的采购金额分别为 69.02 万元、11.14 万元，占当期物料采购总额的比例分别为 0.57%、0.16%，采购价格主要基于上游原材料价格变动而变动，未出现异常波动的情况。报告期内，公司向深圳市宏玉科技有限公司采购单价公允。

(4) 东莞市鑫顶实业有限公司

1) 基本情况

东莞市鑫顶实业有限公司于 2017 年成立，原来主要为昆山耀和提供座椅、靠背等配件，后在昆山耀和的介绍下，成为公司皮划艇座椅、靠背等配件的供应

商，主要为公司提供座椅、靠背及配件包等纺织物。

2）采购产品、金额及公允性情况

公司于 2020 年向东莞市鑫顶实业有限公司试采购 4.26 万元，2021 年开始大规模采购，2021 年和 2022 年，采购金额为 124.72 万元和 107.08 万元，占公司物料采购总额的比例分别为 0.05%、0.66%和 0.89%。报告期内，公司向东莞市鑫顶实业有限公司采购的主要配件价格与公司向昆山耀和采购价格对比情况如下：

采购内容	供应商	2021 年度		
		采购金额（万元）	单价（元/个）	数量（万个）
座垫 16#（A 款）	东莞市鑫顶实业有限公司	22.59	34.26	0.66
	昆山耀和	5.19	41.15	0.13
靠垫 26#(A 款)	东莞市鑫顶实业有限公司	16.50	22.74	0.73
	昆山耀和	2.51	26.70	0.09
BD 舒适型座垫	东莞市鑫顶实业有限公司	5.79	21.84	0.27
	昆山耀和	1.49	22.86	0.07
靠垫 10#	东莞市鑫顶实业有限公司	5.61	19.01	0.30
	昆山耀和	1.45	20.98	0.07

注：公司在 2020 年向东莞市鑫顶实业有限公司采购极少，故只对比 2021 年采购单价情况

报告期内，公司向东莞市鑫顶实业有限公司采购的产品价格与公司向昆山耀和采购的价格差异较小，且略低于公司向昆山耀和采购的价格，主要是公司向东莞市鑫顶实业有限公司的采购数量金额较大，故价格相对更低。

2022 年，公司不再向昆山耀和采购，东莞市鑫顶实业有限公司成为公司单一来源采购供应商，公司与其合作稳定，因向其购买的纺织物具有定制化的特点，公司为发挥规模采购优势，降低采购成本，暂未向其他供应商采购。2022 年、2023 年 1-6 月，公司向东莞市鑫顶实业有限公司的采购金额分别为 107.08 万元、42.82 万元，占当期物料采购总额的比例分别为 0.89%、0.61%，采购价格未出现异常波动的情况。报告期内，公司向东莞市鑫顶实业有限公司采购单价公允。

(5) 宁德市兴越金属制品制造有限公司

1）基本情况

宁德市兴越金属制品制造有限公司于 2018 年成立，公司主要向其采购偏心轮。

2）采购产品、金额及公允性情况

报告期内，公司向其采购金额分别为 76.72 万元、104.05 万元、89.66 万元和 58.01 万元，占公司物料采购总额的比例分别为 0.90%、0.55%、0.74%和 0.82%。由于产品定制化程度较高、规格型号较多，且为单一来源，主要通过比较报告期内采购单价的变动情况对比价格。公司报告期内向其采购的主要产品单价情况如下：

单位：金额（万元）、单价（元/个）、数量（万个）

采购内容	2023 年 1-6 月			2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	采购金额	单价	数量	采购金额	单价	数量	采购金额	单价	数量	采购金额	单价	数量
7 号偏心轮	23.10	1.42	16.32	12.10	1.45	8.36	30.55	1.45	21.12	17.33	1.46	11.86
4 号偏心轮	11.09	1.42	7.83	26.64	1.44	18.49	22.03	1.44	15.30	20.84	1.44	14.45
2 号偏心轮	7.77	1.42	5.49	12.60	1.44	8.75	12.97	1.44	9.02	10.38	1.46	7.10
直线泵五金套筒	5.99	7.07	0.85	11.97	7.18	1.67	9.08	7.24	1.25	4.90	7.08	0.69
合 计	47.94	1.57	30.48	63.31	1.70	37.27	74.63	1.60	46.69	53.45	1.57	34.10

报告期内，公司向其购买的偏心轮价格各期差异较小，价格公允。

(6) 龙岩市新罗区闽佳兴贸易有限公司

1) 基本情况

龙岩市新罗区闽佳兴贸易有限公司于 2013 年成立，公司主要向其采购气泡袋。

2) 采购产品、金额及公允性情况

报告期内，公司向其采购金额分别为 29.16 万元、101.95 万元、42.67 万元和 15.02 万元，占公司物料采购总额的比例分别为 0.34%、0.54%、0.35%和 0.21%。由于产品定制化程度较高、规格型号较多，且为单一来源，主要通过比较报告期内采购单价的变动情况对比价格。公司报告期内向其采购的主要产品单价情况如下：

单位：金额（万元）、单价（元/个）、数量（万个）

采购内容	2023 年 1-6 月			2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	采购金额	单价	数量	采购金额	单价	数量	采购金额	单价	数量	采购金额	单价	数量
气泡袋	1.31	3.44	0.38	16.25	3.83	4.25	41.95	3.84	10.94	19.58	4.00	4.90
气泡袋/复合	9.38	12.42	0.75	18.48	12.83	1.44	37.28	12.83	2.91	0.54	12.83	0.04
SF-1007 气泡袋	-	-	-	0.71	5.66	0.13	3.30	5.66	0.58	1.86	5.66	0.33
气泡袋 2003	0.21	7.02	0.03	0.21	7.02	0.03	2.84	7.02	0.40	1.10	6.61	0.17
泡沫盒-21 款水泵用	1.13	3.10	0.36	1.33	3.10	0.43	1.81	3.10	0.58	2.51	3.10	0.81

合 计	12.02	7.86	1.53	36.98	5.90	6.27	87.17	5.66	15.41	25.58	4.10	6.24

报告期内，公司向其购买的气泡袋价格各期差异较小，价格公允。

(7) 浙江达尔美塑胶有限公司

1) 基本情况

浙江达尔美塑胶有限公司于 2006 年成立，原来为昆山耀和提供吸塑板，后在昆山耀和的介绍下，成为公司 ABS 吸塑板的供应商。

2) 采购产品、金额及公允性情况

2021 年和 2022 年，公司向其采购金额分别为 93.11 万元和 176.07 万元，占公司物料采购总额的比例分别为 0.49%和 1.46%，2023 年 1-6 月，公司未向其采购。由于主要向其采购吸塑板且为单一来源，主要通过比较报告期内采购单价的变动情况对比价格。公司报告期内向其采购的主要产品单价情况如下：

采购内容	2022 年度			2021 年度		
	采购金额（万元）	单价（元/个）	数量（万个）	采购金额（万元）	单价（元/个）	数量（万个）
吸塑板	176.07	239.19	0.74	93.11	239.91	0.39
合 计	176.07	239.19	0.74	93.11	239.91	0.39

报告期内，公司向其购买的吸塑板价格各期差异较小，价格公允。

(8) 上海颀发经贸有限公司

1）基本情况

上海颀发经贸有限公司于 2013 年成立，原来为昆山耀和提供各类塑料黏胶剂，后在昆山耀和的介绍下成为公司塑料黏胶剂的供应商。

2）采购产品、金额及公允性情况

2020 年-2022 年，公司向其采购金额分别为 1.38 万元、57.40 万元和 111.79 万元，占公司物料采购总额的比例分别为 0.02%、0.30%和 0.92%。由于主要向其采购黏胶剂且为单一来源，主要通过比较报告期内采购单价的变动情况对比价格。公司 2020 年-2022 年内向其采购的主要产品单价情况如下：

采购内容	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	采购金额（万元）	单价（元/个）	数量（万个）	采购金额（万元）	单价（元/个）	数量（万个）	采购金额（万元）	单价（元/个）	数量（万个）
ABS 胶	92.10	148.74	0.62	38.67	153.45	0.25			
ABS 胶管	7.36	11.50	0.64	1.96	11.50	0.17			
西卡胶	10.45	35.68	0.29	15.57	37.17	0.42	1.38	37.17	0.04
合 计	109.92	70.81	1.55	56.20	66.82	0.84	1.38	37.17	0.04

2023 年 1-6 月，公司向上海颀发经贸有限公司采购金额仅为 0.61 万元，以 ABS 胶为主，均价为 150.44 元，未出现异常波动情形。

报告期内，公司向其购买的各类黏胶剂各期价格差异较小，价格公允。

(9) 浙江雷思柯户外用品有限公司

1）基本情况

浙江雷思柯户外用品有限公司于 2020 年成立，原为公司客户 Vibe Holdings LLC 提供皮划艇生产代工服务。Vibe 被 KD 实际控制人收购后，计划将生产供应链切换至公司，经商业谈判及友好协商，雷思柯将与 Vibe 相关的生产物料一次性销售给公司。

2）采购产品、金额及公允性情况

2023 年 1-6 月，公司与雷思柯的实际交易发生额为 705.97 万元，其中部分货物系从雷思柯采购后未经加工直接销售给 Vibe，按照净额法确认收入，抵消购销金额 160.49 万元后，双方交易金额为 545.48 万元。

公司向雷思柯采购货物以雷思柯账面价格为基础协商确定，交易价格与福建和道资产评估土地房地产估价有限公司出具和道评估评报字[2023]资 0153 号评估报告的评估结果基本一致，定价公允。

（四）结合合作历史、供应商选择的具体标准等因素，说明主要供应商与发行人地理距离较远的原因及商业合理性

1. 报告期内，主要供应商中与公司地理距离较远的情况

报告期各期，前五大供应商的采购金额、占比及注册地址情况如下：

单位：万元

期间	序号	前五名供应商名称	主要采购内容	采购额	占当期物料采购额的比例	注册地址
2023 年 1-6 月	1	余姚市百达电器有限公司	电机	1,726.98	24.55%	宁波市
	2	浙江雷思柯户外用品有限公司	半成品、原材料	545.48	7.75%	宁波市
	3	厦门市胜鑫塑化科技有限公司	塑料粒子	291.31	4.14%	厦门市
	4	余姚骏达电机有限公司	电机	287.44	4.09%	宁波市
	5	东莞市旭派电子科技有限公司	五金件、橡胶件	286.51	4.07%	东莞市
	合 计		-	3,137.72	44.60%	-
2022 年度	1	余姚市百达电器有限公司	电机	2,572.62	21.28%	宁波市
	2	余姚骏达电机有限公司	电机	629.17	5.21%	宁波市

	3	金旸系	塑料粒子	614.63	5.08%	厦门市
	4	宁波江宇电器有限公司	电机	464.94	3.85%	宁波市
	5	上海久诚	塑料粉末	413.40	3.42%	上海市
	合 计		-	4,694.75	38.84%	-
2021年度	1	余姚市百达电器有限公司	电机	3,332.18	17.53%	宁波市
	2	上海久诚	塑料粉末	1,270.47	6.69%	上海市
	3	金旸系	塑料粒子	1,010.97	5.32%	厦门市
	4	余姚骏达电机有限公司	电机	802.49	4.22%	宁波市
	5	昆山耀和	半成品、原材料	750.62	3.95%	苏州市
	合 计		-	7,166.72	37.71%	
2020年度	1	余姚市百达电器有限公司	电机	1,836.65	21.44%	宁波市
	2	余姚骏达电机有限公司	电机	889.42	10.38%	宁波市
	3	甘肃龙昌石化集团有限公司	塑料粒子	653.75	7.63%	兰州市
	4	龙岩亿达	甲板盖、舷窗等游艇配件	395.32	4.61%	龙岩市
	5	东莞市旭派电子科技有限公司	五金件、橡胶件	323.41	3.77%	东莞市
	合 计		-	4,098.55	47.84%	

报告期内，公司主要供应商中，余姚市百达电器有限公司、余姚骏达电机有限公司、宁波江宇电器有限公司、甘肃龙昌石化集团有限公司、上海久诚、昆山耀和、雷思柯与公司地理距离较远。

2. 主要供应商与公司地理距离较远的原因及商业合理性

(1) 向余姚市的供应商采购电机的原因及商业合理性

宁波市余姚市是全国重要的电机生产基地之一，产业链完整，地方产业集群效应突出。公司采购的电机多为定制化生产，在余姚集中采购并长期合作有利于保证电机供应和产品品质的稳定性，同样，在具有产业集群效应的地方采购，也有利于降低采购成本。经过多年的合作与磨合，公司与余姚市百达电器有限公司、余姚骏达电机有限公司和宁波江宇电器有限公司已建立深度合作关系，供应商能够做到对公司要求的快速反应，在产品供货、产品设计改进、定制化需求沟通、售后服务等方面已达成较高的默契。故公司选择向余姚市百达电器有限公司、余姚骏达电机有限公司和宁波江宇电器有限公司采购电机具有商业合理性。

(2) 向甘肃龙昌石化集团有限公司采购塑料粒子的原因及商业合理性

公司原有产品主要采用独山子聚乙烯 5502 牌号的塑料粒子作为吹塑产品的主要原材料，甘肃龙昌石化集团有限公司为新疆独山子聚乙烯 5502 牌号的塑料

粒子在福建区域的主要经销商，其主要从厦门、广州、佛山等地发货，价格具有优势，故从 2017 年开始，公司向甘肃龙昌石化集团有限公司采购塑料粒子。后经过不断研发和试样，公司增加浙石化的 5502 牌号聚乙烯作为吹塑产品的主要原材料，故在 2021 年减少了对甘肃龙昌石化集团有限公司的采购。故公司选择向甘肃龙昌石化采购塑料粒子具有商业合理性。

(3) 向东莞市旭派电子科技有限公司采购五金件、橡胶件的原因及商业合理性

公司向东莞市旭派电子科技有限公司采购五金件、橡胶件的原因及商业合理性，详见本问询函回复八(二)1(3)之说明。

(4) 向昆山耀和采购原材料及半成品的原因及商业合理性

公司向昆山耀和采购原材料、固定资产情况详见本问询函回复六(五)之说明。

(5) 向上海久诚采购塑料粉末的原因及商业合理性

公司向上海久诚采购塑料粉末的原因及商业合理性，详见本问询函回复八(二)1(2)之说明。

(6) 向雷思柯采购原材料及半成品的原因及商业合理性

公司向雷思柯采购原材料及半成品的原因及商业合理性，详见本问询函回复八(二)1(2)之说明。

（五）核查程序及结论

针对上述事项，我们实施了如下核查程序：

1. 了解和评价公司采购与付款等相关的内部控制，测试相关内部控制运行有效性；访谈公司采购部门相关负责人，了解公司采购管理模式、采购流程、采购的主要原材料种类、主要供应商的基本情况及合作历史等；

2. 取得公司报告期内的采购明细表，分析并复核向供应商采购的具体内容、采购金额、采购占比等；分析各年前五大供应商的变动情况，并与同行业可比公司比较；

3. 按照采购金额对供应商分层，核查不同层级的供应商数量及占比、采购金额及占比、平均采购金额、采购内容等；关注是否存在向非法人供应商采购的情况，并了解向非法人供应商采购的基本情况和原因；

4. 通过国家企业信用信息公示系统等公开渠道查询主要供应商工商信息、

成立情况等，核查主要供应商的基本情况；访谈公司主要供应商，了解其基本情况、主营业务、经营规模以及与公司交易情况等；

5. 访谈公司总经理、财务总监、采购人员，了解主要供应商和新增供应商中注册资本小、成立时间较短但公司向其大额采购的情形及原因，了解主要供应商和新增供应商经营规模与行业地位匹配情况；了解单一来源采购或客户向公司推荐供应商的情况及原因；通过查阅资料、实地走访等方式核查原因及真实性、合理性；

6. 获取公司、公司实际控制人及其关系密切的家庭成员、公司持股 5%以上股东、非独立董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员报告期内所有账户资金流水记录，核查公司和上述人员是否与主要供应商或新增供应商存在异常资金往来，是否存在为公司承担成本费用的情形；

7. 获取主要供应商的采购合同及结算凭证、评估机构出具的评估报告，了解主要供应商的采购内容、定价方式等，核查主要供应商采购价格的公允性、采购内容的真实性；

8. 访谈公司采购部门人员，了解公司主要供应商与公司合作情况（包括合作历史、合作背景、定价方式、供应商变化情况等）等信息，了解选择距离较远的供应商的原因及合理性。

经核查，我们认为：

1. 报告期内，公司前五大供应商采购金额占比均高于同行业可比公司，系出于成本控制及管理等方面的考虑，与几家主要供应商建立了长期稳定合作，导致前五大供应商集中度较高，符合公司实际的经营情况；报告期内，公司供应商数量与采购规模相匹配且层级分布情况较为合理；报告期内，公司存在向非法人单位采购的情况，各期公司向非法人供应商采购占比及采购金额均较低，公司在综合考量成本、时间、效率等因素的情况下向非法人供应商采购，具有合理性；

2. 报告期内前五大供应商及新增主要供应商的采购金额、采购单价真实、公允；公司存在成立时间较短、注册资本较小的供应商，但相关情况真实合理，采购具有真实性和合理性；报告期内，前五大供应商及新增主要供应商向公司销售产品、合作内容不存在与其主营业务范围不相关的情形，亦不存在经营规模与其行业地位不相匹配的情形；报告期内，公司不存在主要供应商或新增供应商为公司承担成本费用的情形；

3. 报告期内，公司存在客户推荐供应商和单一来源采购供应商的情形，相关采购价格公允；

4. 报告期内，公司部分供应商与公司地理距离较远均具有商业合理性。

九、关于毛利率。根据申报材料：

（1）公司主要从事房车游艇配套产品和水上休闲运动产品的研发、设计、生产和销售。由于国内房车、游艇市场起步较晚，水上休闲运动仍属于起步阶段，国内 A 股尚无完全可比的上市公司。

（2）报告期内，公司主营业务毛利率分别为 47.68%、51.59%和 42.95%，2021 年毛利率有所下滑，但总体保持在较高水平且明显高于可比公司平均值。

（3）2021 年公司毛利率的下滑主要由于原材料价格上涨、产品结构差异和汇率波动造成。

请发行人：

（1）说明同行业可比公司的可比性、准确性，已上市企业或在审企业中是否存在与发行人产品类型相似的公司，如存在，请将其列为可比公司；如不存在，请选取国内外生产同类产品的主要竞争对手，对比分析其销售收入、毛利率及变动趋势，发行人与其存在的差异及原因。

（2）选取各类产品中主要型号产品，说明销售单价、单位成本、毛利率情况，量化分析毛利率变动原因及合理性；分析主要型号产品境内、境外毛利率差异，直销、经销商和贸易商模式下毛利率差异的原因及合理性。

（3）结合报告期内原材料价格、汇率和海运费用价格波动的波动情况，具体说明各项因素对毛利率的影响程度。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。（审核问询函问题 13）

（一）说明同行业可比公司的可比性、准确性，已上市企业或在审企业中是否存在与发行人产品类型相似的公司，如存在，请将其列为可比公司；如不存在，请选取国内外生产同类产品的主要竞争对手，对比分析其销售收入、毛利率及变动趋势，发行人与其存在的差异及原因

公司主要从事房车游艇配套产品和水上休闲运动产品的研发、设计、生产和销售。根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所处行业为“C24 文教、工美、体育和娱乐用品制造业”。根据《国民经济行业分类》

（2019 年修订）,公司所处行业为“C24 文教、工美、体育和娱乐用品制造业”中的“C244 体育用品制造”。结合公司的主要业务情况，公司皮划艇及相关产品所处细分行业为“C2442 专项运动器材及配件制造”；房车、游艇及相关产品所处细分行业为“C2449 其他体育用品制造”。由于国内房车、游艇市场起步较晚，水上休闲运动规模较小，公司所处的户外休闲运动用品细分市场在国内尚无完全可比的上市公司，故公司选取“C24 文教、工美、体育和娱乐用品制造业”中与公司类似的公司，将可比范围扩大至“文教、工美、体育和娱乐用品制造业”，并涵盖国内上市公司、拟上市公司后，公司选取了英派斯、舒华体育、金陵体育和康力源作为可比公司。在已上市企业或在审企业中，公司未找到与公司在主营产品、经营模式、发展阶段等完全可比的上市公司。

鉴于公司与同行业可比公司的主要产品不具有完全可比性，选取公司主要竞争对手的经营情况与公司进行比较。公司主要竞争对手情况如下：

公司名称	成立时间	主要经营情况
美国赛莱默（Xylem）	1901 年	是一家设计、制造、装配并且提供供水系统及污水处理、应用系统的公司。其子公司 Flojet 是全球领先的小型泵、电动机和分配泵供应商，Jabsco 和 Rule 是全球领先的船舶市场产品制造商。2022 年，Xylem 在全球范围内拥有约 17,800 名员工，营收达 55.22 亿美元，其中，“水应用”部门营收达 17.67 亿美元。（根据官网及年报信息整理）
爱尔兰滨特尔集团（Pentair）	1966 年	是一家专注多元化发展的工业制造公司，提供智能、可持续的水清洁方案和产品。其子公司 Shurflo 主要产品为房车游艇水泵系统。2022 年，Pentair 在全球范围内拥有约 11,250 名员工，销售额达 41.22 亿美元，其中“消费者业务”部门销售额为 26.20 亿美元。（根据官网及年报信息整理）
加拿大派力肯（Pelican）	1970 年	成立于 1970 年的家族企业，在北美拥有三个生产基地，1,100 多名员工，是全球领先的皮划艇、桨板等水上运动产品制造商。（根据官网及维基百科信息整理）
美国来福太（Lifetime Products, Inc.）	1986 年	是一家专注于设计和生产户外用品的公司，主要产品为篮球框、野餐桌椅、帐篷、皮划艇等。在全球范围内拥有 1,500 名员工。2011 年，来福太收购 Emotion Kayaks，这使其成为世界上最大的皮划艇制造商之一。（根据官网及维基百科信息整理）
美国约翰逊户外（Johnson Outdoors）	1970 年	是全球领先的季节性户外休闲产品的制造商和经销商，主要产品包括钓鱼设备、潜水设备、皮划艇、徒步旅行和露营装备等。2022 年，在全球范围内拥有 1,500 名员工，产品销往 80 个国家，销售额达 7.43 亿美元，其中 2022 年以皮划艇为主的水上休闲产品销售额达 6,794 万美元。（根据年报信息整理）

在竞争对手中，只有 Xylem、Pentair 和 Johnson Outdoors 为上市公司，其中 Xylem、Pentair 为综合型上市公司，未具体披露房车游艇配套产品的收入构成；Johnson Outdoors 主要经营钓鱼及潜水设备，皮划艇只占 Johnson Outdoors

收入的小部分。

1. 房车游艇配套产品

报告期内，Xylem、Pentair 房车游艇配套产品所在分部收入情况如下：

单位：百万美元

项 目	2023年1-6月	2022 年度		2021 年度		2020 年度	2020-2022 年复合增长率
	销售额	销售额	增长率	销售额	增长率	销售额	
Pentair(消费者业务部门)	608.20	2,619.50	11.85%	2,341.90	34.37%	1,742.90	22.60%
Xylem(水应用部门)	931.00	1,767.00	9.55%	1,613.00	12.48%	1,434.00	11.01%

注：Pentair2023 年半年度报告业务分类有所调整，上表 2023 年 1-6 月列示数据为水处理领域的销售额

报告期内，公司房车游艇配套产品收入的年复合增长率为 20.10%，与 Pentair 相关业务的增长水平相当，Xylem2020 年因疫情对开工率的影响，导致销售额下滑，但总体仍呈现增长态势。2020 年-2022 年，公司以小微型水泵为代表的房车游艇配套产品的增长率为 69.12%、47.41%和-2.15%，与行业整体发展相符合。2022 年受俄乌冲突、通货膨胀等短期不利因素影响，公司房车游艇配套产品收入略有下降，Pentair、Xylem 的相关收入增幅亦明显回落，但其作为国际大型集团公司，业务结构更为全面、丰富，整体抗风险能力相对较强。

Xylem、Pentair 综合毛利率与公司房车游艇配套产品毛利率比较情况如下：

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
Pentair	37.01%	33.11%	35.04%	35.05%
Xylem	37.76%	37.74%	38.02%	37.53%
公司	49.70%	47.16%	46.84%	50.56%

Xylem、Pentair 仅披露了综合毛利率，未披露与房车游艇配套产品相关的毛利率。而由于 Xylem、Pentair 产品线较多，各分部毛利率存在较大差异，因此公司毛利率与 Xylem、Pentair 有所差异。

公司毛利率较高主要是因为：

(1) 公司深耕房车游艇配套产品和水上休闲运动产品为主的细分市场，在精益化管理中，形成较高的成本管理水平；

(2) Xylem、Pentair 毛利率包含较多非房车游艇配套产品的毛利率，无法精确获取与房车游艇水泵相关的毛利率水平。

由于房车游艇配套产品所属领域较为细分，公众上市公司中未找到完全可比对象。Xylem、Pentair 等竞争对手，规模较大、涉及领域较广，不完全可比。

相比于国际竞争对手规模大、不完全可比，江南奕帆（301023）与公司都从事房车配件领域的研发、设计、生产和销售，规模相对较小，毛利率更具可比性。江南奕帆（301023）从事专业定制化微特减速电机的研发、制造和销售，主要产品包括房车减速电机。2020 年-2022 年，江南奕帆房车减速电机毛利率分别为56.29%、44.06%和 45.99%，毛利率相对较高。

报告期内，公司与江南奕帆毛利率较高，主要有以下几个因素：

(1) 产品定制化程度高

公司小微型水泵主要应用于房车游艇的供排水系统，江南奕帆微特电机主要应用于房车扩展仓扩展与闭合的滑动系统和房车四角平衡支撑系统。客户需求都存在较为明显的品类多、频次高、个性化的特征。基于产品品类多以及小批量等特点，产品售价通常会考虑批量数量、定制成本、研发费用、机台开机费用等，毛利率较高。

(2) 客户对产品可靠性要求高、价格敏感度相对较低

在房车相关市场，下游客户更关注产品的稳定性和可靠性，对产品价格的敏感性相对较低。房车虽然在欧美地区已经较为普遍，但房车露营等户外活动相对于大众徒步等仍有一定的受众门槛。公司所售小微型水泵和江南奕帆的微特电机均使用在房车产品，单品售价对于房车整体价格相对较低，不构成房车产品的主要成本，下游客户敏感度较低。

(3) 主要销售市场集中在欧美地区

公司小微型水泵与江南奕帆微特电机销售区域类似，主要集中在欧美发达国家或地区，其下游客户消费能力强，市场运行规范，对产品整体可靠性和稳定性更为关注，故可以取得相对较高的毛利率。

2. 水上休闲运动产品

报告期内，Johnson Outdoors 未公布其水上休闲运动产品分部的毛利率，其水上休闲运动产品相关的营业收入情况如下所示：

单位：百万美元

项 目	2023 年中报	2022 财年		2021 财年		2020 财年	2020-2022 财年复合增长率
	销售额	销售额	增长率	销售额	增长率	销售额	
水上休闲运动产品销售额	22.55	67.94	2.01%	66.60	59.12%	41.86	27.40%

注：Johnson Outdoors 财务报告的会计年度为上一个自然年第四季度至本自然年第三

季度末

2020 年-2022 年，Johnson Outdoors 水上休闲运动产品销售额呈现逐步增长的趋势，且在 2021 年增长幅度较大。2020 年-2022 年，公司以皮划艇为代表的水上休闲运动产品的增长率为 44.11%、223.99%和-28.26%，其中 2020-2021 年的增长趋势与 Johnson Outdoors 相同，2022 年受俄乌冲突、通货膨胀等短期不利因素影响，公司水上休闲运动产品收入出现下滑，特别是欧洲地区销售额出现较大降幅，而 Johnson Outdoors 相关业务的增幅亦明显回落，但由于其业务主要集中在美国市场，欧洲市场对其影响相对较小。

报告期内，Johnson Outdoors 综合毛利率与公司水上休闲运动产品毛利率的情况如下：

项　目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
Johnson Outdoors	36.30%	36.50%	44.45%	44.60%
公司	32.80%	35.62%	36.00%	55.77%

总体而言，Johnson Outdoors 主要专注于水上户外休闲活动细分领域，其毛利率仍处于较高水平，因产品结构与公司存在差异，故与公司毛利率存在一定差异，2022 年毛利率水平的差异较小。

综上所述，公司毛利率与可比公司相比存在一定差异，但具有合理性。

（二）选取各类产品中主要型号产品，说明销售单价、单位成本、毛利率情况，量化分析毛利率变动原因及合理性；分析主要型号产品境内、境外毛利率差异，直销、经销商和贸易商模式下毛利率差异的原因及合理性

1. 各类产品中主要型号产品销售情况及毛利率变动分析

报告期内，公司主营业务收入按产品类型分类如下：

单位：万元

项目	产品类别	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
房车游艇配套产品	小微型水泵	9,419.16	57.80%	15,331.50	49.70%	16,314.42	46.82%	11,564.92	60.59%
	便携油桶	492.30	3.02%	1,696.21	5.50%	1,278.34	3.67%	807.13	4.23%
	其他配套产品	3,323.37	20.39%	4,577.90	14.84%	4,486.86	12.88%	2,605.89	13.65%
	小计	13,234.83	81.21%	21,605.60	70.03%	22,079.61	63.36%	14,977.94	78.47%
水上休闲运动	皮划艇	2,306.09	14.15%	7,295.14	23.65%	10,852.04	31.14%	3,292.83	17.25%

产品	桨板	103.34	0.63%	183.25	0.59%	336.23	0.96%	143.03	0.75%
	其他产品	410.94	2.52%	1,227.78	3.98%	946.95	2.72%	309.65	1.62%
	小计	2,820.37	17.31%	8,706.17	28.22%	12,135.21	34.83%	3,745.51	19.62%
其他		242.06	1.49%	538.09	1.74%	630.53	1.81%	364.27	1.91%
合 计		16,297.26	100.00%	30,849.86	100.00%	34,845.35	100.00%	19,087.72	100.00%

报告期内，公司房车游艇配套产品以小微型水泵为主、水上休闲运动产品以皮划艇为主，小微型水泵和皮划艇产品实现收入占主营业务收入的比例分别为77.84%、77.96%、73.34%和 71.95%。以下选取主要产品小微型水泵和皮划艇的主要型号进行分析。

(1) 小微型水泵

报告期内，公司小微型水泵受规格参数、应用场景、功能差异等因素的影响，产品型号较多，不同型号小微型水泵单价、毛利率具有一定差异，小微型水泵主要型号产品销售及毛利率情况如下：

2023 年 1-6 月

产品型号	金额（万元）	平均单价（元/台）	占比	毛利率
33 款	2,698.74	138.28	28.65%	/
42 款	1,110.94	186.96	11.79%	/
21 款	451.38	58.17	4.79%	/
合 计	4,261.07	-	45.24%	-

2022 年度

产品型号	金额（万元）	平均单价（元/台）	占比	毛利率
33 款	2,948.87	150.02	19.23%	/
42 款	2,014.25	179.48	13.14%	/
21 款	1,028.45	58.73	6.71%	/
合 计	5,991.57	-	39.08%	-

2021 年度

产品型号	金额（万元）	平均单价（元/台）	占比	毛利率
33 款	4,178.27	139.88	25.61%	/
42 款	2,071.67	169.28	12.70%	/

21 款	1,067.33	55.82	6.54%	/
合 计	7,317.27	-	44.85%	-

2020 年度

产品型号	金额（万元）	平均单价（元/台）	占比	毛利率
33 款	2,802.14	151.54	24.23%	/
42 款	1,362.92	177.17	11.78%	/
21 款	1,284.65	54.88	11.11%	/
合 计	5,449.71	-	47.12%	-

注 1：公司申报时报告期首期为 2019 年度，为保持数据的可比性，2020 年度、2021 年度计算毛利率时均不考虑运输费用的影响，2022 年度、2023 年 1-6 月延续以前年度的分析和比较，也不考虑运输费用的影响，下同

注 2：报告期内，具体型号的毛利率信息已申请豁免披露

报告期内，33 款隔膜泵、42 款隔膜泵和 21 款隔膜泵三款产品收入金额占小微型水泵的比例分别为 47.12%、44.85%、39.08%和 45.24%，占比相对较高，故选取前述三种型号的小微型水泵分析其销售及毛利率变化，主要产品型号的平均单价、单位成本和毛利率变动分析已申请豁免披露。

(2) 皮划艇

报告期内，公司皮划艇产品规格型号较多，主要型号为 SF-1003 款吹塑皮划艇，该产品销售及毛利率情况如下：

期 间	金额（万元）	平均单价（元/艘）	占比	毛利率
2023 年 1-6 月	98.60	564.06	4.28%	/
2022 年度	1,569.33	497.71	21.51%	/
2021 年度	2,324.62	485.38	21.42%	/
2020 年度	1,235.27	511.37	37.51%	/

注：报告期内，具体型号的毛利率信息已申请豁免披露

2021 年以来 SF-1003 收入占比下降，主要系当年批量生产的滚塑皮划艇和外购的充气皮划艇销售收入增幅较大所致。报告期内，若剔除滚塑皮划艇和充气皮划艇收入的影响，SF-1003 款吹塑皮划艇销售金额占皮划艇收入的比例分别为 39.05%、37.01%、37.28%和 12.62%，占比相对较高，故选取该型号产品分析销售及毛利率情况，该产品型号的平均单价、单位成本和毛利率变动分析已申请豁

免披露。

2. 主要型号产品在境内、境外毛利率差异

报告期内，公司各类产品销售过程中以成本加成为基本原则，结合不同产品的市场竞争状况，制定基础价目表，确定初始价格。一般情况，与客户具体到每份订单进行谈判，通常为一客一议，在初始价格的基础上，结合客户采购金额、合作稳定性和前景、客户所处市场需求及竞争情况以及商务判断等因素确定最终销售价格。因此，境内外客户毛利率存在一定差异。

(1) 小微型水泵

报告期内，33 款、42 款和 21 款三款小微型水泵产品境内外地区毛利率对比情况如下：

产品类型	项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
33 款	境外地区	/	/	/	/
	境内地区	/	/	/	/
42 款	境外地区	/	/	/	/
	境内地区	/	/	/	/
21 款	境外地区	/	/	/	/
	境内地区	/	/	/	/

注：报告期内，小微型水泵主要型号产品境内外毛利率已申请豁免披露

报告期内，33 款、42 款隔膜泵境外地区毛利率均低于境内地区毛利率，而 21 款隔膜泵境外地区毛利率高于境内地区。

报告期内，33 款、42 款隔膜泵境外地区毛利率低于境内地区，主要系：境外地区主要客户整体采购额相对较大，如 33 款隔膜泵主要客户 Seaflo Marine 因销售量和销售政策影响，售价相对较低，毛利率也相对较低。而境内地区客户相对分散，且单次采购量较小，售价相对较高，毛利率也相对较高。

报告期内，21 款隔膜泵境内地区毛利率低于境外地区，主要系该款产品销售时间较长，技术相对成熟，境内市场售价相对较低，毛利率亦较低。2021 年，21 款隔膜泵境内地区毛利率增幅较大，主要系客户销售结构变化。2023 年 1-6 月，21 款隔膜泵境外地区毛利率增幅较大，主要系美元兑人民币汇率上升（2023 年 1-6 月较 2022 年平均结算汇率升值 4.48%）和产品生产成本下降，拉升了整体毛利率，除此以外，毛利率相对较高的客户收入占比提高亦产生影响。而境内

地区毛利率基本保持稳定，主要系客户销售结构变动和产品成本下降的综合作用所致。

(2) 皮划艇

报告期内，SF-1003 款吹塑皮划艇境内外地区毛利率对比情况如下：

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
境外地区	/	/	/	/
境内地区	/	/	/	/

注：报告期内，皮划艇产品境内外毛利率已申请豁免披露

报告期内，SF-1003 款吹塑皮划艇境外地区毛利率略有下降；境内地区毛利率变动相对较大。因此，不同年度境外地区毛利率与境内地区毛利率的比较情况有所不同。

报告期内，SF-1003 款吹塑皮划艇境内外地区收入构成情况如下：

单位：万元

区 域	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境外地区	95.14	96.49%	1,555.05	99.09%	2,138.65	92.00%	1,223.01	99.01%
境内地区	3.46	3.51%	14.28	0.91%	185.97	8.00%	12.26	0.99%

报告期内，SF-1003 款吹塑皮划艇境内毛利率波动较大，主要系境内地区销售额相对较小，客户销售结构变化导致。

3. 主要型号产品直销、经销商和贸易商模式下毛利率差异

(1) 小微型水泵

报告期内，公司房车游艇配套产品自有品牌业务以经销商模式为主，不同模式下销售情况如下：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自有品牌直销模式	1,112.76	12.73%	2,271.27	15.28%	2,366.50	16.17%	1,352.99	13.68%
自有品牌经销商模式	4,851.59	55.52%	7,895.40	53.13%	7,972.84	54.49%	5,895.94	59.63%
自有品牌贸易商模式	2,773.86	31.74%	4,693.11	31.58%	4,291.81	29.33%	2,639.41	26.69%
合 计	8,738.22	100.00%	14,859.79	100.00%	14,631.15	100.00%	9,888.33	100.00%

报告期内，小微型水泵主要型号自有品牌不同模式下毛利率对比情况如下：

产品型号	项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
33 款	直销模式	/	/	/	/
	经销商模式	/	/	/	/
	贸易商模式	/	/	/	/
42 款	直销模式	/	/	/	/
	经销商模式	/	/	/	/
	贸易商模式	/	/	/	/
21 款	直销模式	/	/	/	/
	经销商模式	/	/	/	/
	贸易商模式	/	/	/	/

注：报告期内，小微型水泵主要型号产品不同业务模式毛利率已申请豁免披露

报告期内，小微型水泵主要细分产品自有品牌业务经销商模式毛利率普遍低于自有品牌业务直销、贸易商模式；自有品牌业务直销模式毛利率与自有品牌贸易商模式毛利率不存在显著差异。报告期内，21 款隔膜泵直销模式下以境内地区销售为主，该款产品销售时间较长，技术相对成熟，境内市场售价相对较低，毛利率亦较低。

自有品牌业务经销商模式毛利率相对较低，主要系：第一，报告期内，房车游艇配套产品自有品牌业务经销商模式销售额占比分别为 59.63%、54.49%、53.13%和 55.52%，自有品牌经销商模式客户采购量较大，售价相对较低。同时，部分经销商达到一定采购额情况下，公司给予一定的销售返利；第二，公司与自有品牌经销商客户签署框架协议，合作稳定性相对较高，且有多年合作经历、合作情况良好；第三，公司考虑到自有品牌业务经销商模式下，经销商客户还需承担后续终端销售的市场开拓、运输成本等成本费用，在其客户资源或所在市场中推广公司自有品牌产品，增强 SEAFLO 品牌在当地市场知名度和提高 SEAFLO 品牌在当地市场渗透率，故给予经销商客户一定的让利。

综上所述，整体而言，小微型水泵主要型号产品自有品牌业务经销商模式普遍低于自有品牌直销、贸易商模式；自有品牌直销模式与自有品牌贸易商模式毛利率不存在显著差异。自有品牌经销商毛利率相对较低，主要因素包括自有品牌经销商客户采购金额较大、合作稳定性较高及公司给予该类客户一定让利。

(2) 皮划艇

报告期内，公司水上休闲运动产品自有品牌业务以直销和贸易商模式为主，经销商模式收入金额和占比均较低，不同模式销售具体情况如下：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自有品牌直销模式	272.73	37.00%	2,052.13	71.34%	2,023.07	46.47%	1,427.01	65.62%
自有品牌经销商模式	154.75	21.00%	78.31	2.72%	410.66	9.43%	204.75	9.41%
自有品牌贸易商模式	309.57	42.00%	745.99	25.93%	1,919.74	44.10%	543.04	24.97%
合 计	737.05	100.00%	2,876.42	100.00%	4,353.46	100.00%	2,174.80	100.00%

报告期内，SF-1003 款吹塑皮划艇自有品牌业务不同模式下毛利率对比情况如下：

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
直销模式	/	/	/	/
经销商模式	/	/	/	/
贸易商模式	/	/	/	/

注：报告期内，皮划艇主要型号产品不同业务模式毛利率已申请豁免披露

报告期内，水上休闲运动产品自有品牌业务经销商模式实现收入分别为 204.75 万元、410.66 万元、78.31 万元和 154.75 万元，收入占比分别为 9.41%、9.43%、2.72%和 21.00%。因水上休闲运动产品经销商采购量普遍相对较少，价格优势相对不明显，因此，自有品牌业务经销商模式毛利率未明显低于其他两种销售模式。

报告期内，SF-1003 款吹塑皮划艇自有品牌业务不同模式下毛利率不存在显著差异。2020 年，SF-1003 款吹塑皮划艇自有品牌业务贸易商模式毛利率相对较高，主要系当年收入为 90.82 万元，客户相对分散，个别新增客户毛利率较高，拉高整体毛利率。

（三）结合报告期内原材料价格、汇率和海运费用价格波动的波动情况，具体说明各项因素对毛利率的影响程度

报告期内，公司主营业务毛利率情况如下：

项 目	2023 年 1-6 月	2023 年 1-6 月较 2022 年变动	2022 年度	2022 年较 2021 年变动	2021 年度	2021 年较 2020 年变动	2020 年度
主营业务毛利率	44.90%	5.52%	39.38%	1.14%	38.24%	-10.44%	48.68%

主营业务毛利率(剔除运输费用的影响)	46.77%	3.35%	43.42%	0.47%	42.95%	-8.64%	51.59%

报告期内，原材料价格、汇率和海运费用价格波动对毛利率的影响程度具体分析如下：

1. 原材料价格波动对毛利率的影响程度

公司生产所需原材料种类较广，规格型号众多，原材料包括电机、塑料粒子、五金件、包装物、电器配件、橡胶件等，其中电机和塑料粒子的采购占比超过50%，为主要原材料。

假设其他因素不变，按照电机和塑料粒子上年度平均采购单价分别计算本期主营业务成本，电机和塑料粒子采购价格变动对毛利率的影响情况如下：

原材料	项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
电机	平均采购单价(元/台)	28.55	27.68	28.62	24.95
	平均采购单价变动率	3.14%	-3.28%	14.68%	—
	主营业务成本中电机的成本(万元)[注]	2,577.06	4,292.33	4,606.12	2,897.63
	假设按照上年度电机平均采购单价重新计算的本期主营业务成本(万元)	8,596.76	17,601.16	19,290.09	—
	重新计算后的毛利率	47.25%	42.95%	44.64%	—
	对毛利率的影响	-0.48%	0.47%	-1.69%	—
塑料粒子	平均采购单价(元/公斤)	10.63	10.53	10.66	8.78
	平均采购单价变动率	0.89%	-1.22%	21.47%	—
	主营业务成本中塑料粒子的成本(万元) [注]	1,397.82	3,946.23	4,483.42	1,679.28
	假设按照上年度塑料粒子平均采购单价重新计算的本期主营业务成本(万元)	8,662.72	17,504.11	19,090.04	—
	重新计算后的毛利率	46.85%	43.26%	45.21%	—
	对毛利率的影响	-0.08%	0.16%	-2.26%	—

[注]公司申报时报告期首期为 2019 年度，为保持数据的可比性，2020 年度、2021 年度计算毛利率时均不考虑运输费用的影响，2022 年度、2023 年 1-6 月延续以前年度的分析和比较，也不考虑运输费用的影响

由上表可知，主要原材料电机和塑料粒子价格的波动对公司毛利率存在一定的影响。

2. 汇率波动对毛利率的影响程度

报告期内，公司境外销售主要以美元结算，美元兑人民币汇率的具体变动趋势如下图所示：

假设其他因素不变，按照上年度平均汇率计算本期销售收入，美元兑人民币汇率变动对毛利率的影响情况如下：

项　目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
主营业务收入(万元)	16,297.26	30,849.86	34,845.35	19,087.72
主营业务成本(万元)[注]	8,675.12	17,455.39	19,880.74	9,239.73
毛利率①	46.77%	43.42%	42.95%	51.59%
以美元结算的收入(万元)②	12,364.04	25,134.47	28,316.83	15,432.78
以美元结算的收入(万美元)③	1,779.78	3,780.07	4,389.47	2,238.21
以美元结算的收入平均结算汇率④=②/③	6.9470	6.6492	6.4511	6.8951
假设按照上年度平均汇率重新计算的本期销售收入(万元)	15,767.33	30,100.96	36,794.50	—
重新计算后的毛利率⑤	44.98%	42.01%	45.97%	—
对毛利率的影响⑥=①-⑤	1.79%	1.41%	-3.02%	—

[注]公司申报时报告期首期为 2019 年度，为保持数据的可比性，2020 年度、2021 年度计算毛利率时均不考虑运输费用的影响，2022 年度、2023 年 1-6 月延续以前年度的分析和比较，也不考虑运输费用的影响

由上可知，报告期内，由于美元汇率的波动，导致 2021 年毛利率下降 3.02%，2022 年毛利率上升 1.41%，2023 年 1-6 月毛利率上升 1.79%。

3. 海运费用价格波动对毛利率的影响程度

报告期内，海运费用对毛利率影响如下：

项　目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
包含海运费的主营业务毛利率	44.90%	39.38%	38.24%	48.68%
剔除海运费的主营业务毛利率	45.06%	41.05%	40.07%	48.93%
海运费对毛利率的影响	-0.16%	-1.68%	-1.83%	-0.25%

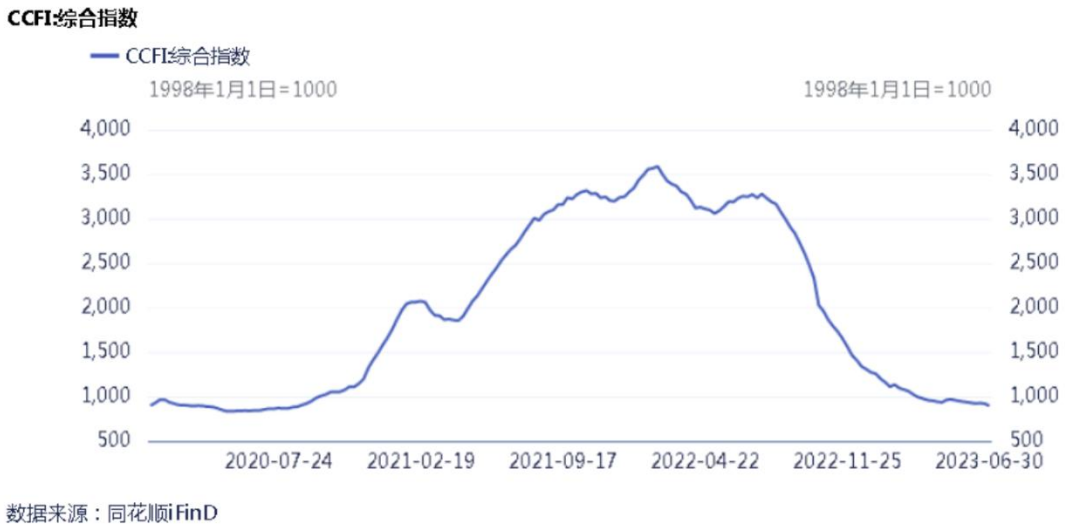
公司境外销售以 FOB 为主，在 FOB 模式下公司无需承担海运费，2020 年海运费对毛利率的影响较小，2021 年影响上升，主要系海运费价格大幅上涨，且公司采用 CIF 模式结算的收入占比有所增加所致。2022 年海运费对毛利率的影响与 2021 年基本一致。2023 年 1-6 月公司承担海运费的收入占比降低，海运费对毛利率的影响随之下降。

报告期内，公司承担海运费的收入情况如下：

单位：万元

项　目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
公司承担海运费的收入①	214.88	1,588.44	2,519.13	408.87
主营业务收入②	16,297.26	30,849.86	34,845.35	19,087.72
占比③=①/②	1.32%	5.15%	7.23%	2.14%
海运费用④	26.67	517.37	638.40	47.35
海运费用率⑤=④/①	12.41%	32.57%	25.34%	11.58%

2020 年和 2021 年海运费用率增幅较大，主要系 2020 年国际航线运力较为紧张，海运费市场价格大幅上涨，如下图所示，中国出口集装箱运价综合指数（CCFI）从 2020 年 1 月 3 日 897.53 点上升至 2021 年 12 月 31 日 3,344.24 点，上升幅度为 272.60%。2022 年 1-6 月海运费价格仍处于高位运行阶段但下半年开始持续下降，因公司承担海运费的收入主要集中在 2022 年 1-6 月，故 2022 年全年的海运费率仍较高，但下半年的海运费用率已有所下降。2023 年 1-6 月海运费价格处于低位，公司海运费率大幅下降。



数据来源：同花顺iFinD

(四) 核查程序及结论

针对上述事项，我们实施了如下核查程序：

1. 获取 A 股上市公司清单、在审企业清单，查阅其主营业务，业务模式以及经营情况，确认是否存在更为可比的可比公司；

2. 查阅境外竞争对手相关资料，获取境外竞争对手经营情况并与公司对比；

3. 取得报告期各期公司主要产品收入成本明细表和主要原材料采购明细表等，了解和分析各类产品中主要型号产品销售价格、成本及毛利率波动原因；分析各类产品中主要型号产品境内与境外，直销、经销商和贸易商模式下毛利率差异原因；

4. 访谈公司销售负责人和财务总监，了解公司产品的定价原则；了解不同类型产品平均单价、单位成本和毛利率变动的具体原因；

5. 了解报告期内美元兑人民币的汇率、海运费价格和公司主要原材料价格的波动情况，分析各项因素对毛利率的影响程度。

经核查，我们认为：

1. 公司与境外竞争对手因规模、产品结构等导致销售收入、毛利率存在差异具有合理性；

2. 报告期内，公司各类产品中主要型号产品毛利率发生变动具有合理性；且境外销售和境内销售毛利率差异、自有品牌业务直销、经销商和贸易商模式毛利率差异具有合理性，符合公司业务模式以及客户结构等实际情况；

3. 主要原材料电机和塑料粒子价格的波动对公司毛利率存在一定的影响；公司境外销售主要以美元结算，报告期内以美元结算的收入平均结算汇率逐年下

降，导致毛利率有所下降；公司境外销售以 FOB 为主，2020 年和 2023 年 1-6 月海运费价格波动对毛利率的影响较小，2021 年和 2022 年存在一定的影响，主要系 2021 年和 2022 年 1-6 月海运费价格处于高位且采用 CIF 模式结算的收入较 2020 年有所增加所致。

十、关于期间费用。根据申报材料：

（1）报告期内，公司期间费用率分别为 26.79%、19.44%和 17.62%。其中，销售费用率分别为 7.68%、3.80%和 2.93%；管理费用率分别为 14.30%、6.49%和 5.74%；研发费用率分别为 4.11%、4.78%和 3.76%；财务费用率分别为 0.71%、1.46%和 0.51%。各项费用率均呈现下降趋势，且低于同行业可比公司。

（2）报告期内，公司研发费用分别为 487.53 万元、922.73 万元和 1,324.24 万元，研发费用中以职工薪酬和物料消耗为主，合计占比为 83.74%、77.95%和 82.71%。

请发行人：

（1）充分分析销售费用率、管理费用率及财务费用率低于同行业公司且期间费用率逐年下滑的原因及合理性。

（2）说明研发费用的归集和分配方式，发行人研发、生产过程是否能够清晰准确区分，是否存在生产和研发过程中人员及设备共用的情形，研发费用与成本的划分是否准确；研发费用中物料消耗和其他的明细构成情况及波动原因；研发费用加计扣除依据及计算过程。

（3）说明报告期各期汇兑损益的计算过程，与美元结算的应收账款及汇率变动的匹配性，发行人应对汇率波动风险的具体措施及效果。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。（审核问询函问题 14）

（一）充分分析销售费用率、管理费用率及财务费用率低于同行业公司且期间费用率逐年下滑的原因及合理性

1. 销售费用率低于同行业公司平均水平的原因及合理性

报告期内，公司销售费用率与同行业可比公司对比情况如下：

单位名称	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
金陵体育	6.48%	4.48%	4.54%	3.93%

舒华体育	10.71%	8.52%	8.19%	7.32%
英派斯	7.70%	7.04%	6.96%	11.88%
康力源	11.67%	7.37%	5.16%	5.91%
平均数	9.14%	6.85%	6.21%	7.26%
公司	3.98%	3.39%	2.93%	3.80%

注：数据根据各公司定期报告或招股说明书公布财务数据计算，下同

报告期内，公司销售费用率分别低于同行业可比公司平均值 3.46%、3.28%、3.47%和 5.16%，主要系广告宣传费及综合服务费、业务招待费和差旅费等其他费用差异所致。报告期内，公司销售费用主要明细项目占营业收入的比例与同行业可比公司对比情况如下：

2023 年 1-6 月

项 目	金陵体育	舒华体育	英派斯	康力源	平均数	公司
职工薪酬	2.61%	4.15%	3.96%	1.76%	3.12%	1.79%
广告宣传费	1.86%	3.20%	1.32%	1.26%	1.91%	0.88%
市场服务费	0.05%	-	-	-	0.01%	0.63%
折旧及摊销	0.42%	0.40%	0.14%	0.17%	0.28%	0.22%
其他	1.54%	2.96%	2.29%	8.47%	3.81%	0.45%
合 计	6.48%	10.71%	7.70%	11.67%	9.14%	3.98%

2022 年度

项 目	金陵体育	舒华体育	英派斯	康力源	平均数	公司
职工薪酬	1.76%	3.54%	4.40%	1.66%	2.84%	1.90%
广告宣传费	1.31%	2.79%	0.92%	0.97%	1.50%	0.57%
市场服务费	-	-	-	-	-	0.32%
折旧及摊销	0.32%	0.34%	0.14%	0.03%	0.21%	0.17%
其他	1.10%	1.85%	1.57%	4.70%	2.31%	0.42%
合 计	4.48%	8.52%	7.04%	7.37%	6.85%	3.39%

2021 年度

项目	金陵体育	舒华体育	英派斯	康力源	平均数	公司
职工薪酬	0.99%	3.72%	3.69%	1.26%	2.42%	1.86%
广告宣传费	1.99%	2.28%	1.27%	0.95%	1.62%	0.42%

市场服务费	-	-	-	-	-	0.39%
折旧及摊销	0.29%	0.23%	0.14%	0.02%	0.17%	0.09%
其他	1.28%	1.96%	1.86%	2.93%	2.01%	0.17%
合　计	4.54%	8.19%	6.96%	5.16%	6.21%	2.93%

2020 年度

项目	金陵体育	舒华体育	英派斯	康力源	平均数	公司
职工薪酬	0.99%	3.14%	3.63%	1.16%	2.23%	2.54%
广告宣传费	1.23%	2.41%	1.12%	1.64%	1.60%	0.44%
运输费用	-	-	1.57%	-	0.39%	-
市场服务费	-	-		-		0.51%
折旧及摊销	0.37%	0.12%	0.13%	0.02%	0.16%	0.03%
其他	1.34%	1.65%	5.43%	3.08%	2.87%	0.29%
合　计	3.93%	7.32%	11.88%	5.91%	7.26%	3.80%

注：英派斯自 2021 年将合同履约成本——运费、综合服务费等调整至主营业务成本核算

报告期内，公司广告宣传费占营业收入的比例分别低于同行业可比公司平均值 1.16%、1.20%、0.93%和 1.03%，主要原因为：公司房车游艇配套产品适配于高价值的消费品，水上休闲运动产品系新型消费品，公司产品非大众消费品，推广方式以参展和线上推广为主，广告宣传费相对较低。同行业可比公司主要以健身器材、球类器材等更为大众的产品为主，广告投放渠道多样。以境外销售收入占比相对较高的康力源为例，该公司广告宣传费包括徐州机场和动车站发布的广告平台费及赞助体育相关赛事相关费用和天猫、京东等平台的线上推广费等，广告推广范畴相对较广，广告宣传费投入相对较高。

报告期内，公司业务招待费、差旅费等其他费用占营业收入的比例分别低于同行业可比公司平均值 2.58%、1.84%、1.89%和 3.36%。差异原因主要系：公司以境外销售为主，新增客户主要通过网络、展会等渠道接洽，加之 2020 年起境外客户拜访显著减少，各类国际展会暂停导致差旅费等支出减少。以舒华体育为例，其他费用中业务招待费、差旅费等均显著高于公司。此外，2023 年 1-6 月，康力源其他费用中的电商平台费用占营业收入的比例达到 6.95%，进一步拉高了同行业可比公司平均值。

综上，公司与同行业可比公司销售费用率存在差异符合公司经营特点，具有合理性。

2. 管理费用率低于同行业公司平均水平的原因及合理性

报告期内，公司的管理费用率与同行业可比公司的对比情况如下：

单位名称	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
金陵体育	17.43%	13.51%	12.94%	13.13%
舒华体育	7.64%	7.20%	6.74%	6.70%
英派斯	6.81%	6.81%	6.56%	5.53%
康力源	3.36%	3.38%	3.51%	3.07%
平均数	8.81%	7.73%	7.44%	7.11%
平均数（剔除金陵体育）	5.94%	5.80%	5.60%	5.10%
公司	5.68%	6.53%	5.74%	6.49%
公司（剔除股份支付影响）	5.37%	6.20%	5.46%	5.96%

报告期内，若不考虑股份支付影响，公司管理费用率分别低于同行业可比公司平均值 1.15%、1.86%、1.49%和 3.44%，主要系金陵体育管理费用率较高提升了可比公司平均值所致。剔除金陵体育后，公司管理费用率与同行业可比公司平均值相比，不存在显著差异。

剔除股份支付影响后，报告期内，公司管理费用主要明细项目占营业收入的比例与同行业可比公司对比情况如下：

2023 年 1-6 月

项目	金陵体育	舒华体育	英派斯	康力源	平均数	平均数 2（剔除金陵体育）	公司
职工薪酬	4.33%	3.52%	3.00%	1.92%	3.19%	2.82%	2.86%
折旧及摊销	3.47%	1.65%	0.84%	0.42%	1.60%	0.97%	0.90%
办公费	3.22%	0.26%	0.16%	0.24%	0.97%	0.22%	0.30%
业务招待费	3.03%	0.40%	0.20%	0.52%	1.04%	0.37%	0.16%
中介机构服务费	1.57%	0.45%	1.39%	0.12%	0.88%	0.65%	0.68%
其他	1.81%	1.36%	1.21%	0.14%	1.13%	0.90%	0.47%
合计	17.43%	7.64%	6.81%	3.36%	8.81%	5.94%	5.37%

2022 年度

项目	金陵体育	舒华体育	英派斯	康力源	平均数	平均数2（剔除金陵体育）	公司
职工薪酬	3.39%	3.20%	3.19%	2.07%	2.96%	2.82%	3.10%
折旧及摊销	3.39%	1.66%	0.96%	0.35%	1.59%	0.99%	0.81%
办公费	1.72%	0.18%	0.17%	0.34%	0.60%	0.23%	0.41%
业务招待费	2.09%	0.25%	0.21%	0.06%	0.65%	0.17%	0.19%
中介机构服务费	1.64%	1.05%	1.31%	0.52%	1.13%	0.96%	1.13%
其他	1.14%	0.86%	0.98%	0.05%	0.76%	0.63%	0.55%
合计	13.37%	7.20%	6.81%	3.38%	7.69%	5.80%	6.20%

2021 年度

项目	金陵体育	舒华体育	英派斯	康力源	平均数	平均数2（剔除金陵体育）	公司
职工薪酬	2.92%	3.34%	2.91%	1.91%	2.77%	2.72%	2.70%
折旧及摊销	2.90%	1.32%	0.83%	0.27%	1.33%	0.81%	0.58%
办公费	1.62%	0.27%	0.12%	0.38%	0.60%	0.26%	0.38%
业务招待费	2.65%	0.28%	0.19%	0.15%	0.82%	0.21%	0.23%
中介机构服务费	1.47%	0.46%	1.47%	0.57%	0.99%	0.83%	1.12%
其他	0.87%	1.07%	1.03%	0.22%	0.80%	0.77%	0.44%
合　计	12.44%	6.74%	6.56%	3.51%	7.31%	5.60%	5.46%

2020 年度

项目	金陵体育	舒华体育	英派斯	康力源	平均数	平均数2（剔除金陵体育）	公司
职工薪酬	2.81%	3.26%	2.51%	1.67%	2.57%	2.48%	3.04%
折旧及摊销	2.62%	1.35%	0.79%	0.25%	1.25%	0.80%	0.62%
办公费	2.02%	0.38%	0.13%	0.33%	0.72%	0.28%	0.41%
业务招待费	2.14%	0.23%	0.16%	0.11%	0.66%	0.17%	0.32%
中介机构服务费	1.56%	0.22%	0.76%	0.52%	0.76%	0.50%	0.85%

其他	1.98%	1.26%	1.18%	0.20%	1.15%	0.88%	0.73%
合　计	13.13%	6.70%	5.53%	3.07%	7.11%	5.10%	5.96%

如上表所示，剔除金陵体育后，公司与同行业可比公司在管理费用主要明细项目方面不存在显著差异，符合经营管理特点，具有合理性。

3. 财务费用率低于同行业公司平均水平的原因及合理性

报告期内，公司的财务费用率与同行业可比公司的对比情况如下：

单位名称	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
金陵体育	1.05%	0.59%	0.32%	0.99%
舒华体育	0.10%	0.23%	0.21%	0.92%
英派斯	-2.31%	-1.96%	0.05%	1.35%
康力源	-4.99%	-4.30%	2.13%	3.74%
平均数	-1.54%	-1.36%	0.68%	1.75%
公司	-0.75%	0.02%	0.51%	1.46%

报告期内，公司财务费用率与同行业可比公司平均值相比差异较小，主要系利息支出存在差异所致。公司银行借款金额相对较小，利息支出金额也相对较低，符合实际情况，与同行业可比公司存在差异，具有合理性。

4. 期间费用率逐年下滑的原因及合理性

报告期内，公司期间费用的构成情况及占营业收入比例情况如下：

单位：万元

项　目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
销售费用	649.68	3.98%	1,050.62	3.39%	1,032.52	2.93%	732.28	3.80%
管理费用	928.26	5.68%	2,024.76	6.53%	2,023.01	5.74%	1,251.37	6.49%
研发费用	702.18	4.30%	1,395.11	4.50%	1,324.24	3.76%	922.73	4.78%
财务费用	-122.02	-0.75%	5.10	0.02%	179.99	0.51%	282.34	1.46%
合　计	2,158.11	13.21%	4,475.59	14.43%	4,559.76	12.95%	3,188.72	16.53%

(1) 销售费用率波动的原因

报告期内，销售费用构成及占营业收入比例情况如下：

单位：万元

项　目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度

	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	291.81	1.79%	590.93	1.90%	654.92	1.86%	488.97	2.54%
广告宣传费	144.52	0.88%	176.74	0.57%	149.06	0.42%	84.87	0.44%
市场服务费	103.49	0.63%	100.45	0.32%	136.95	0.39%	97.68	0.51%
折旧及摊销	35.64	0.22%	53.39	0.17%	33.36	0.09%	4.90	0.03%
其他	74.23	0.45%	129.12	0.42%	58.23	0.17%	55.86	0.29%
合　计	649.68	3.98%	1,050.62	3.39%	1,032.52	2.93%	732.28	3.80%

2021 年销售费用率略有下降，主要系受下游行业需求大幅增长影响，公司营业收入大幅增加，而相应的职工薪酬等金额虽有增长，但增长比例低于营业收入的增幅。公司以境外销售为主，主要客户较为稳定，新增客户主要通过网络、展会等渠道接洽，无需通过销售人员大规模推广，销售人员以内勤工作为主且较为精简，故销售人员数量和薪酬并未大幅增加。

2022 年，销售费用率小幅上升 0.45%，主要系公司参加行业展会等宣传方式的投入增加、拜访客户增加；同时当年出口保险费投入增加。

2023 年 1-6 月，销售费用率小幅上升 0.59%，主要系市场宣传推广投入增加。

(2) 管理费用率波动的原因

报告期内，管理费用构成及占营业收入比例情况如下：

单位：万元

项　目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	467.60	2.86%	962.30	3.10%	950.74	2.70%	585.61	3.04%
股份支付	50.96	0.31%	101.92	0.33%	101.92	0.29%	101.92	0.53%
折旧及摊销	147.16	0.90%	252.62	0.81%	205.54	0.58%	119.62	0.62%
办公费	48.80	0.30%	127.88	0.41%	132.79	0.38%	79.41	0.41%
业务招待费	25.85	0.16%	58.81	0.19%	81.75	0.23%	60.93	0.32%
中介机构服务费	110.82	0.68%	351.76	1.13%	393.62	1.12%	163.50	0.85%
其他	77.08	0.47%	169.47	0.55%	156.64	0.44%	140.38	0.73%
合　计	928.26	5.68%	2,024.76	6.53%	2,023.01	5.74%	1,251.37	6.49%

2020 年-2022 年，公司管理费用率先下降后上升，主要系管理人员薪酬因人员总数和平均薪酬均增加使得薪酬总数呈上升趋势，与公司营业收入变动趋势存

在不一致。2023 年 1-6 月，公司管理费用率下降，除职工薪酬变动影响外，主要系当期中介机构服务费有所下降。

(3) 研发费用率波动的原因

报告期内，研发费用构成及占营业收入比例情况如下：

单位：万元

项　目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	318.29	1.95%	664.44	2.14%	585.05	1.66%	366.12	1.90%
物料消耗	267.19	1.64%	492.53	1.59%	510.25	1.45%	353.11	1.83%
折旧及摊销	25.68	0.16%	41.65	0.13%	32.87	0.09%	28.22	0.15%
股份支付	36.40	0.22%	72.80	0.23%	72.80	0.21%	89.48	0.46%
其他	54.62	0.33%	123.69	0.40%	123.28	0.35%	85.79	0.44%
合　计	702.18	4.30%	1,395.11	4.50%	1,324.24	3.76%	922.73	4.78%

报告期内，公司持续增加对研发活动的投入，经营规模的变动导致研发费用率波动。

(4) 财务费用率波动的原因

报告期内，财务费用构成及占营业收入比例情况如下：

单位：万元

项　目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
利息支出	0.77	0.00%	35.18	0.11%	61.90	0.18%	50.70	0.26%
利息收入	-64.41	-0.39%	-4.09	-0.01%	-6.43	-0.02%	-7.53	-0.04%
汇兑损益	-77.33	-0.47%	-55.66	-0.18%	64.69	0.18%	205.95	1.07%
其他	18.95	0.12%	29.67	0.10%	59.82	0.17%	33.22	0.17%
合　计	-122.02	-0.75%	5.10	0.02%	179.99	0.51%	282.34	1.46%

报告期内，公司财务费用主要由利息支出和汇兑损益构成。汇兑损益与美元兑人民币汇率变动情况息息相关，导致财务费用与营业收入的比例发生波动。

综上，报告期内，公司期间费用总体上随着经营规模的扩大而增长，但期间费用并未与营业收入同比例增加或减少，从而导致期间费用率有所波动，变动情况合理。

（二）研发费用的归集和分配方式，公司研发、生产过程是否能够清晰准确区分，是否存在生产和研发过程中人员及设备共用的情形，研发费用与成本的划分是否准确；研发费用中物料消耗和其他的明细构成情况及波动原因；研发费用加计扣除依据及计算过程

1. 研发费用的归集和分配方式

公司根据《企业会计准则》《高新技术企业认定管理办法》和《高新技术企业认定管理工作指引》等相关规定，制定了研发费用支出核算的范围，研发费用仅核算与研发活动相关的支出，包括职工薪酬、物料消耗、折旧与摊销、股份支付、其他费用等，各项费用具体的归集和分配方法、核算内容如下：

项　目	项目费用归集和分配方法	核算内容
职工薪酬	根据研发项目人员实际参与的研发项目工时情况归集至各研发项目	研发人员的工资、奖金、员工福利、社保和住房公积金等薪酬费用
物料消耗	根据研发领料单，按研发项目直接归集	研发活动直接消耗的材料
折旧与摊销	研发专用设备的折旧费用直接归集，研发与生产共用设备的折旧费用按照一定的比例分摊至研发费用和成本；各研发项目的折旧及摊销费用按照各研发项目的研发工时占比情况进行分配	用于研发活动的仪器、设备等折旧
其他	水电费按照各研发项目的研发工时占比情况分配至各项目；其他费用根据归属的研发项目直接归集	其他与研发活动相关的费用

2. 研发、生产过程是否能够清晰准确区分

公司研发部门与生产部门各自独立运行，产品试产合格之前进行的研发方案制订、产品结构设计、模具制作、试模、新产品试制和测试等活动属于研发活动，研发项目完成，对应产品试产合格后方可认定为进入生产阶段。

公司研发活动按项目进行管理，由研发部门编制研发项目立项书，提交至研发负责人进行审批，审批通过后予以立项并开始研发。研发活动的主要参与人为研发人员，研发人员依据研发项目立项书开展研发工作，最终完成研发项目结题或验收，并编制项目成果评价总结报告。公司生产活动系公司根据生产计划或销售订单需求进行的日常生产经营活动，公司生产活动的主要参与人为生产人员。

综上所述，公司研发过程和生产过程能够清晰准确区分。

3. 是否存在生产和研发过程中人员及设备共用的情形

因公司研发项目的最终目的为研发产品能够满足市场需求，实现产品市场化和产业化，为使研发的产品后续能够更好的适应实际生产条件，确保研发产品性

能稳定，满足客户需求，公司需借助生产部门生产线进行新产品试生产等，以验证并改进研发产品性能，故公司存在生产和研发过程中设备共用的情形，但不存在研发人员从事非研发活动以及生产人员从事研发活动的情形。

4. 研发费用与成本的划分是否准确

公司根据《企业会计准则》等相关规定，明确了研发费用的核算范围和标准，仅归集与研发活动相关的物料消耗、职工薪酬、折旧与摊销及其他费用，研发费用与成本能够准确划分，具体情况如下：

(1) 物料消耗

公司的研发领料和生产领料的申请、审批分别由研发部门和生产部门独立进行。研发部门从仓库领用材料，由研发项目组填制领料单，经研发负责人审批后，按研发项目进行领料，生产部门则根据生产车间的需求进行生产领料。ERP 系统根据不同的领料部门分别生成其他出库单和生产领料单，经财务人员审核后，生成研发领料和生产领料的记账凭证。因此，公司的研发领料和生产领料从领料申请、审批、发料以及会计处理均独立进行，能够明确区分。

(2) 职工薪酬

公司研发费用中的职工薪酬，为参与研发人员的工资、奖金、员工福利、社保和住房公积金等。公司将直接参与研发活动的员工薪酬费用按实际从事的研发活动进行归集，并根据人员实际参与的研发项目进行分配，确保研发人员薪酬和研发费用归集的准确性。

(3) 折旧与摊销

对于研发专用的设备，公司将相关设备的折旧费用直接归集至研发费用。对于借助生产部门生产线进行新产品试生产过程中的设备，公司结合设备用于研发活动的时间，将相关生产线设备对应的折旧费用按照一定的比例分摊至研发费用和成本。报告期内，上述共用设备的折旧费用计入研发费用的金额分别为 11.12 万元、11.41 万元、12.89 万元和 6.73 万元，金额较小。

综上，公司研发、生产过程能够清晰准确区分，存在生产和研发过程中设备共用的情形，研发费用与成本能够准确划分。

5. 研发费用中物料消耗和其他的明细构成情况及波动原因

(1) 研发费用中物料消耗的明细构成情况

报告期内，研发费用中物料消耗的明细构成如下：

单位：万元

材料类型	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占研发费用比例	金额	占研发费用比例	金额	占研发费用比例	金额	占研发费用比例
金属材料	158.77	22.61%	366.90	26.30%	239.07	18.05%	79.35	8.60%
塑料粒子	50.61	7.21%	21.67	1.55%	31.58	2.38%	107.51	11.65%
自制件	3.36	0.48%	30.31	2.17%	57.36	4.33%	56.34	6.11%
五金件	28.84	4.11%	22.06	1.58%	52.33	3.95%	46.78	5.07%
电器配件	0.83	0.12%	5.43	0.39%	51.04	3.85%	18.61	2.02%
电机	1.28	0.18%	4.22	0.30%	4.69	0.35%	13.95	1.51%
橡胶件	1.01	0.14%	5.43	0.39%	10.74	0.81%	10.61	1.15%
其他	22.50	3.20%	36.52	2.62%	63.43	4.79%	19.98	2.16%
合 计	267.19	38.05%	492.53	35.30%	510.25	38.53%	353.11	38.27%

研发费用中物料消耗明细主要包括金属材料、塑料粒子、自制件、五金件、电器配件、电机、橡胶件等，其中金属材料主要系为了研发新产品模具而耗用的模料、钢材、铜材及相关的加工费等。为满足客户需求、提升公司技术储备，丰富产品类别和提升产品性能，公司新品开发力度持续提升，研发项目增加，物料消耗随之波动。报告期内，公司研发费用中物料消耗占研发费用的比重较为稳定，其中部分物料的耗用存在波动，主要系研发项目不同，研发进度不同，需耗用的材料也各有不同所致。

(2) 研发费用中其他的明细构成情况

报告期内，研发费用中其他的明细构成如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占研发费用比例	金额	占研发费用比例	金额	占研发费用比例	金额	占研发费用比例
专利费	4.52	0.64%	18.49	1.33%	40.07	3.03%	22.96	2.49%
水电费	13.43	1.91%	20.19	1.45%	32.06	2.42%	23.22	2.52%
检测认证费	12.97	1.85%	41.81	3.00%	26.74	2.02%	12.81	1.39%
租赁费	3.54	0.50%	7.32	0.53%	15.01	1.13%	9.31	1.01%
其他	20.15	2.87%	35.87	2.57%	9.40	0.71%	17.49	1.90%

合 计	54.62	7.78%	123.69	8.87%	123.28	9.31%	85.79	9.30%

研发费用中其他明细主要包括研发活动相关的专利费、水电费、检测认证费和租赁费等。报告期内，研发费用其他明细占各期研发费用比例分别 9.30%、9.31%、8.87%和 7.78%，占比较低。2021 年，其他费用总额增幅较大，主要系当年度新开发产品项目较多，研发活动相关的专利费、水电费等支出增加。

6. 研发费用加计扣除依据及计算过程

(1) 研发费用加计扣除的主要依据

1) 《关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》(财税〔2015〕119 号)、《关于企业研究开发费用税前加计扣除政策有关问题的公告》(国家税务总局公告 2015 年第 97 号)、《关于研发费用税前加计扣除归集范围有关问题的公告》(国家税务总局公告 2017 年第 40 号)对研发费用的会计核算与管理、研发费用加计扣除归集范围等作出了明确规定。

2) 《关于提高研究开发费用税前加计扣除比例的通知》(财税〔2018〕99 号)和《关于进一步完善研发费用税前加计扣除政策的公告》(财政部、国家税务总局公告 2021 年第 13 号)，对研发费用税前加计扣除比例作出了明确规定。根据上述法规，2020 年度，公司研发费用在按规定据实扣除的基础上，按当期研发费用的 75%加计扣除；2021 年度和 2022 年度，研发费用在按规定据实扣除的基础上，按当期研发费用的 100%加计扣除。

(2) 公司研发费用加计扣除的计算过程

2020 年-2022 年，公司研发费用加计扣除的计算过程如下：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
研发费用金额①	1,395.11	1,324.24	922.73
不予加计扣除的研发费用金额②	81.95	90.68	132.13
内部交易抵消影响③	-58.03	30.02	57.45
差错更正影响④	-	-	-6.46
研发费用加计扣除基数⑤=①-②-③-④	1,371.19	1,203.54	739.61
加计扣除比例⑥	100%	100%	75%
加计扣除金额⑦=⑤*⑥	1,371.19	1,203.54	554.71

实际加计扣除金额	1,371.19	1,203.54	554.71
差异	-	-	-

注：2023 年尚未进行所得税汇算清缴，故未列示 2023 年 1-6 月数据

如上表，2020 年-2022 年，公司研发费用中部分未加计扣除，主要包括：不得研发加计扣除的以权益结算的股份支付费用、房屋折旧以及母公司和子公司安耐可属于批发和零售业，不适用研发加计扣除政策。

（三）报告期各期汇兑损益的计算过程，与美元结算的应收账款及汇率变动的匹配性，公司应对汇率波动风险的具体措施及效果

1. 汇兑损益的计算过程

公司汇兑损益的产生主要分为两个环节：一是进行外币交易时所产生的汇兑损益；二是持有外币货币性项目期间，在资产负债表日对相关项目进行折算，因汇率变动产生的差额计入汇兑损益。

报告期内，公司汇兑损益的计算过程如下：(1) 外币交易在初始确认发生时，采用交易日即期汇率的近似汇率折算为记账本位币金额，不产生汇兑损益；(2) 资产负债表日，采用资产负债表日即期汇率对外币货币性项目进行折算，因汇率不同而产生的汇兑差额，计入汇兑损益；(3) 实际结汇时，按照结汇当日即期汇率折算，因结汇时即期汇率与初始确认时或前一资产负债表日即期汇率不同而产生的汇兑差额，计入汇兑损益。

2. 汇兑损益与美元结算的应收账款及汇率变动的匹配性

公司外销业务的主要结算货币为美元，报告期内美元兑人民币汇率变动趋势如下：

报告期内，美元兑人民币的汇率变动呈先降后升的波动趋势，汇兑损益与汇率变动之间的匹配分析如下：

项 目	2023.06.30/ 2023 年 1-6 月	2022.12.31/ 2022 年度	2021.12.31/ 2021 年度	2020.12.31/ 2020 年度
期初汇率	6.9646	6.3757	6.5249	6.9762
期末汇率	7.2258	6.9646	6.3757	6.5249
汇率变动比例	3.75%	9.24%	-2.29%	-6.47%
期初美元应收账款（万美元）	100.87	189.29	136.94	120.77
期末美元应收账款（万美元）	133.37	100.87	189.29	136.94
美元应收账款变动比例	32.22%	-46.71%	38.23%	13.39%
财务费用-汇兑损益（万元）	-77.33	-55.65	64.69	205.95

如上表所示，2020 年上半年美元兑人民币汇率虽略有上升，但下半年汇率下降幅度相对较大，且美元应收账款余额有所上升，故 2020 年形成汇兑损失。2021 年美元兑人民币汇率仍呈略微下降的趋势，且美元应收账款余额有所上升，故 2021 年形成汇兑损失。2022 年美元兑人民币汇率上升较快，故 2022 年形成汇兑收益。2023 年 1-6 月美元兑人民币汇率整体保持上升趋势，故 2023 年 1-6 月形成汇兑收益。总体来看，公司汇兑损益金额与汇率波动变化趋势基本一致，变动具有合理性。但由于公司以美元结算的应收账款受到收入确认金额、收款时点、结汇日期等影响，因此，汇兑损益与应收账款之间并无严格匹配关系。

3. 应对汇率波动风险的具体措施及效果

公司通过自身的外汇风险管理能力，采取降低外汇风险的措施，开展外汇管理相关业务，以应对汇率变动对公司经营业绩的风险，具体措施包括：

(1) 加强对财务人员外汇知识的培训，结合汇率变动情况及人民币资金的使用需求，适时调整结汇周期，以降低汇率波动对公司的影响；

(2) 通过对外汇汇率的走势研判，合理使用远期结售汇等金融工具；

(3) 加强对信用期的管理，控制赊销规模和比例；

(4) 通过不断加强研发创新设计，提升产品品质及产品美誉度，加强工艺改进及产品成本控制，不断提升产品附加值和盈利空间，以提高自身应对汇率波动的能力。

综上，针对汇率波动可能带来的不利影响，公司通过积极采取措施进行了有

效应对，从各年实际发生的汇兑损益金额来看，外币汇率波动对公司经营业绩的影响较小。

（四）核查程序及结论

针对上述事项，我们实施了如下核查程序：

1. 了解各个期间费用的核算内容，查验大额费用发生的真实性、准确性，复核期间费用各项目归集及分类的合理性；结合公司的经营特点和同行业可比公司的情况，分析公司报告期内期间费用的合理性，并对比分析差异原因；

2. 访谈公司研发负责人和生产负责人，了解公司研发和生产过程的区别，是否存在生产和研发过程中人员及设备共用的情形；

3. 访谈公司财务负责人，了解研发费用的归集和分配方式，分析研发费用与成本的核算是否准确；

4. 分别对研发领料和生产领料的内控流程进行穿行测试，确认研发领料和生产领料是否独立进行；检查与研发人员薪酬确认相关的支持性文件，包括研发人员花名册、薪酬明细表等；

5. 取得研发费用中物料消耗和其他的明细构成情况，分析其波动原因；了解研发费用加计扣除的依据，与实际研发费用的差异情况，并取得相应的计算过程，分析其合理性；

6. 获取公司报告期各期汇兑损益的计算过程，分析与美元结算的应收账款以及汇率变动的匹配性，访谈公司主要管理人员，了解公司应对汇率波动风险的具体措施。

经核查，我们认为：

1. 公司与同行业可比公司销售费用率、管理费用率及财务费用率存在差异符合经营情况特点，具有合理性；公司期间费用率发生波动与公司经营情况直接相关，变动情况合理；

2. 报告期内，公司研发费用中物料消耗占研发费用的比重较为稳定，其中部分物料的耗用存在波动，主要系研发项目不同，研发进度不同，需耗用的材料也各有不同所致；公司研发、生产过程能够清晰准确区分，存在生产和研发过程中设备共用的情形，但不存在研发人员从事非研发活动以及生产人员从事研发活动的情形，研发费用与成本能够准确划分；研发费用加计扣除金额与实际发生的研发费用金额之间的差异原因合理；

3. 总体来看，公司汇兑损益金额与汇率波动变化趋势基本一致，变动具有合理性；针对汇率波动可能带来的不利影响，公司通过积极采取措施进行了有效应对，从各年实际发生的汇兑损益金额来看，外币汇率波动对公司经营业绩的影响较小。

十一、关于政府补助和纳税情况。根据申报材料：

（1）报告期内，公司计入当期损益的政府补助金额分别为 97.37 万元、112.61 万元和 543.42 万元。公司收到的政府补助中既存在与资产相关的政府补助，也存在与收益相关的政府补助。

（2）报告期各期末，公司递延所得税资产金额分别为 46.81 万元、48.91 万元和 457.85 万元，递延所得税资产账面价值发生变动主要由资产减值准备、递延收益及可抵扣亏损变动所形成的递延所得税资产变动所致。

请发行人：

（1）说明增值税进项税额与采购、销项税额与销售收入之间的勾稽关系，各期免抵退税和应交增值税的计算过程。

（2）说明各期所得税费用与纳税申报表中应纳税额之间的差异，并分析原因；递延所得税资产的构成明细、形成原因及计算过程，是否符合企业会计准则相关规定；可抵扣亏损的具体情况以及变动原因，确认为递延所得税资产的依据及合理性。

（3）补充说明报告期内各项政府补助资金的内容、金额、取得依据和到账时间，与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助的划分依据，相应会计处理的准确性、合规性；分析公司主要政府补助政策的持续性及对公司利润总额的影响，公司的经营成果对政府补助的依赖程度。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。（审核问询函问题 15）

（一）增值税进项税额与采购、销项税额与销售收入之间的勾稽关系，各期免抵退税和应交增值税的计算过程

1. 增值税进项税额与采购的勾稽关系

报告期各期，公司增值税进项税额与采购的勾稽关系如下所示：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度

物料采购金额①	7,035.73	12,087.59	19,003.49	8,567.22
长期资产及其他费用采购金额②	1,485.31	4,373.30	6,732.41	4,351.64
应税采购金额③=①+②	8,521.04	16,460.89	25,735.90	12,918.86
进项税额④[注]	1,017.35	2,092.66	3,186.11	1,366.87
进项税占应税采购金额比④/③	11.94%	12.71%	12.38%	10.58%
适用的主要税率	6%、9%、13%	6%、9%、13%	6%、9%、13%	5%、6%、9%、13%

[注]此处的进项税额已剔除内部商品销售产生的进项税

报告期内，进项税额占应税采购金额的比例在合理范围区间内，增值税进项税额与采购金额相匹配。

2. 增值税销项税额与销售收入的勾稽关系

报告期各期，公司增值税销项税额与销售收入的勾稽情况如下所示：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
营业收入①	16,338.89	31,025.95	35,214.07	19,285.90
享受免征增值税的外销收入②	13,039.78	25,550.49	28,272.14	15,636.99
其他应税销售额③	50.67	17.49	368.00	240.25
应税销售额④=①-②+③	3,349.78	5,492.95	7,309.92	3,889.16
销项税额⑤[注]	432.36	710.87	895.45	473.04
销项税占应税销售额比⑤/④	12.91%	12.94%	12.25%	12.16%
适用的主要税率	9%、13%	9%、13%	9%、13%	9%、13%

[注]此处的销项税额已剔除内部商品销售产生的销项税

由上表可知，报告期各期公司销项税额占应税销售额的比例均处于当期适用的增值税税率范围内，公司销项税额与各期销售收入相匹配。

3. 各期免抵退税和应交增值税的计算过程

(1) 各期免抵退税的计算过程

公司在收齐出口相关的单证后申报出口退税，各期免抵退税的计算过程如下：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
单证齐全的出口销售额	11,690.82	27,673.33	25,857.33	14,552.22

其中：生产企业申报出口销售额	8,851.63	22,966.08	25,349.10	6,550.60
外贸企业申报出口销售额	2,839.19	4,707.25	508.23	8,001.62
退税率	13%、9%	13%、9%	13%、9%	13%、9%
生产企业出口免抵退税额	1,148.24	2,980.91	3,287.40	852.82
生产企业当期免抵税额	872.82	1,746.58	1,301.60	775.23
生产企业当期应退税额	275.42	1,234.33	1,985.80	77.59

[注]根据出口企业的不同，生产型企业适用增值税“免抵退税”政策，外贸企业适用增值税“免退税”政策。母公司渡远户外为外贸企业，按货物的采购进项税额进行退税(报告期各期应退税额分别为882.76万元、89.99万元、500.88万元和304.52万元)，子公司福建爱的和福建渡远为生产型企业，适用“免抵退税”政策

(2) 各期应交增值税的计算过程

报告期内，公司应交增值税的计算过程如下：

单位：万元

项 目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
期初余额①	45.60	-543.58	-309.46	99.08
销项税②	432.36	710.87	895.45	473.04
进项税③	1,017.35	2,092.66	3,186.11	1,366.87
进项税转出④	19.67	49.90	10.70	21.58
出口退税⑤	579.94	1,735.22	2,075.79	960.35
已交税额⑥	178.48	-185.85[注]	29.95	496.63
期末余额⑦=①+②-③+④+⑤-⑥	-118.26	45.60	-543.58	-309.46
其中：其他流动资产(待抵扣增值税进项税)	-163.96	-69.86	-660.39	-407.00
应交税费(增值税)	45.70	115.46	116.81	97.54

[注]2022年度已交税额为负数系当期收到增值税留抵退税334.08万元所致

(二) 各期所得税费用与纳税申报表中应纳税额之间的差异，并分析原因；递延所得税资产的构成明细、形成原因及计算过程，是否符合企业会计准则相关规定；可抵扣亏损的具体情况以及变动原因，确认为递延所得税资产的依据及合理性

1. 当期所得税费用与纳税申报表中应纳税额之间的差异及原因

2020年-2022年，公司当期所得税费用与企业所得税年度纳税申报表中应纳税额之间的差异情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
当期所得税费用	1,087.48	1,599.95	900.95
纳税申报表中应纳税额	1,087.80	1,600.13	918.04
差异	0.32	0.17	17.09

注：2023 年尚未进行所得税汇算清缴，故未列示 2023 年 1-6 月

由上表可知，公司当期所得税费用与纳税申报表中应纳税额差异较小，差异主要系公司对 2020 年度原始财务报表进行了调整，相应调整了对应的所得税费用。

2. 递延所得税资产的构成明细、形成原因及计算过程，是否符合企业会计准则相关规定

(1) 未经抵销的递延所得税资产构成明细

报告期各期，公司未经抵销的递延所得税资产构成明细如下：

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	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	539.87	122.48	510.51	117.16	528.82	120.62	226.15	44.01
递延收益	1,996.12	472.85	1,149.11	258.90	766.26	164.94	221.45	33.22
内部交易未实现利润	44.96	11.24	7.46	1.87	60.47	15.12	4.71	1.18
可抵扣亏损	195.45	44.93	255.04	59.60	856.00	212.30	89.86	19.70
公允价值变动损失	390.52	58.58						
租赁负债	198.01	49.50	156.51	38.62	219.16	53.30		
合 计	3,364.92	759.59	2,078.64	476.15	2,430.71	566.28	542.16	98.10

(2) 递延所得税资产的形成原因及计算过程

根据《企业会计准则第 18 号——所得税》第四条规定，企业在取得资产、负债时，应当确定其计税基础。资产、负债的账面价值与其计税基础存在差异的，应当按照本准则规定确认所产生的递延所得税资产或递延所得税负债。由于可抵扣暂时性差异在未来期间转回时会减少转回期间的应纳税所得额，减少未来期间的应交所得税，在可抵扣暂时性差异产生当期，符合确认条件时，应当确认相关的递延所得税资产。

报告期内，公司递延所得税资产是由资产减值准备、递延收益、内部交易未实现利润、可抵扣亏损、公允价值变动损失和租赁负债形成的，具体形成原因如下：

项 目	形成原因
资产减值准备	根据企业所得税法及其实施条例相关规定，企业计提的资产减值准备不能税前扣除，但未来实际发生损失时准予在计算应纳税所得额时扣除。公司对应收账款、存货等计提减值准备导致应收账款、存货等账面价值低于其计税基础，形成可抵扣暂时性差异，故确认递延所得税资产。
递延收益	根据财税〔2008〕151 号规定，企业取得的各类财政性资金，除属于国家投资和资金使用后要求归还本金的以外，均应计入企业当年收入总额。按照上述规定，公司在实际收到政府补助时确认为应税收入。而会计处理上，因与资产相关的政府补助应确认为递延收益，在资产使用寿命内按照合理的方法分期计入损益，会计与税法存在时间性差异，由此产生的可抵扣暂时性差异确认为递延所得税资产。
内部交易未实现利润	公司在编制合并财务报表时，因抵销未实现内部销售损益导致合并资产负债表中资产账面价值与其在纳入合并范围的企业按照适用税法规定确定的计税基础之间产生暂时性差异，故在合并报表中确认递延所得税资产。
可抵扣亏损	根据企业所得税法及其实施条例相关规定，企业纳税年度发生的亏损，准予向以后年度结转，用以后年度的所得弥补，但结转年限最长不得超过五年。根据《企业会计准则第 18 号——所得税》第十五条规定，企业对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，应当以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。企业亏损形成的可抵扣暂时性差异，公司预计在可抵扣年限内可取得足够的应纳税所得额供抵扣，故确认递延所得税资产。
公允价值变动损失	资产负债表日，交易性金融负债因公允价值变动导致账面价值高于其计税基础，形成可抵扣暂时性差异，故确认递延所得税资产。
租赁负债	2021 年 1 月 1 日起，公司开始执行新租赁准则。根据《企业会计准则第 21 号——租赁》相关规定，在租赁期开始日，承租人应当对租赁确认使用权资产和租赁负债，因租赁负债的账面价值和计税基础不同而产生可抵扣暂时性差异，故确认递延所得税资产。

报告期内，公司递延所得税资产的计算过程如下：

单位：万元

项 目	适用税率	2023 年 6 月 30 日		2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
		可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	15%	120.13	18.02	102.00	15.30	99.95	14.99	106.49	15.97
	20%	9.47	1.89	5.41	1.08	31.70	6.34	37.66	7.53
	25%	410.27	102.57	403.10	100.78	397.16	99.29	82.00	20.50
递延收益	15%	261.79	39.27	283.74	42.56	266.26	39.94	221.45	33.22
	25%	1,734.33	433.58	865.37	216.34	500.00	125.00	-	-
内部交易未实现利润	25%	44.96	11.24	7.46	1.87	60.47	15.12	4.71	1.18
可抵扣亏	20%	78.55	15.71	83.15	16.63	33.99	6.80	55.21	11.04

损	25%	116.90	29.23	171.89	42.97	822.00	205.50	34.64	8.66
公允价值变动损失	15%	390.52	58.58	-	-	-	-	-	-
租赁负债	20%	-	-	10.08	2.02	29.73	5.95	-	-
	25%	198.01	49.50	146.43	36.61	189.43	47.36	-	-
合　计		3,364.92	759.59	2,078.63	476.15	2,430.69	566.28	542.16	98.10

报告期内，公司对合并范围内相关纳税主体，在估计未来期间能够取得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异时，对于其可抵扣暂时性差异以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的未来应纳税所得额为限，按照预期收回该资产期间的适用税率计算并确认相关递延所得税资产，递延所得税资产的核算符合企业会计准则相关规定。

3. 可抵扣亏损的具体情况以及变动原因，确认为递延所得税资产的依据及合理性

报告期内，确认递延所得税资产的可抵扣亏损具体情况如下：

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	
	母公司	康远精密	母公司	康远精密	母公司	康远精密	母公司	康远精密
可抵扣亏损	116.90	78.55	171.89	83.15	822.00	33.99	34.64	55.21
适用税率	25%	20%	25%	20%	25%	20%	25%	20%
递延所得税资产	29.22	15.71	42.97	16.63	205.50	6.80	8.66	11.04

报告期内，确认递延所得税资产的可抵扣亏损主体为母公司渡远户外和子公司康远精密。母公司 2021 年末的可抵扣亏损大幅增加，主要原因系 2020 年之前母公司承担销售职能、子公司福建爱的承担生产职能，2020 年开始母公司的销售职能逐渐转给子公司福建爱的和福建渡远，由子公司生产后直接对外销售，故母公司 2021 年销售收入大幅减少，2021 年亏损大幅增加。2021 年公司对母公司的职能再次进行了调整，2021 年 9 月开始将部分客户的销售仍由母公司承接，2022 年和 2023 年 1-6 月母公司已实现了盈利，故公司预计未来可获得足够的应纳税所得额用于抵扣亏损，确认递延所得税资产合理。

子公司康远精密于 2019 年 8 月成立，主要为公司内部提供模具生产制造服务，同时因产品尚未形成规模化效应，故成立初期处于亏损阶段，随着公司业务的拓展和收入规模的扩大，预计未来可获得足够的应纳税所得额用于抵扣亏损，

确认递延所得税资产合理。

（三）报告期内各项政府补助资金的内容、金额、取得依据和到账时间，与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助的划分依据，相应会计处理的准确性、合规性；分析公司主要政府补助政策的持续性及对公司利润总额的影响，公司的经营成果对政府补助的依赖程度

1. 报告期内各项政府补助资金的内容、金额、取得依据和到账时间，与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助的划分依据，相应会计处理的准确性、合规性

报告期内，公司各项政府补助资金的内容、金额、取得依据与到账时间、划分依据列示如下：

(1) 与资产相关的政府补助

政府补助内容	金额（万元）	到账时间	摊销列报项目	摊销计入损益金额(万元)				取得依据
				2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度	
连城工业园区基础设施建设补助	45.70	2016年6月	其他收益	1.38	2.76	2.76	2.76	连城县人民政府《关于协调连城县恒丰硅业有限公司项目改制嫁接相关工作的专题会议纪要》（〔2011〕32号）
高性能直流水泵项目	200.00	2018年3月100万元、5月100万元	其他收益	10.41	20.81	20.81	20.81	连城县招商局《投资合同书》
	60.60	2022年4月	其他收益	4.60	8.42	—	—	
污水泵生产线项目	50.00	2019年9月15万元、2019年12月5万元、2020年1月30万元	其他收益	2.77	5.54	5.54	5.54	连城县发展和改革局《关于2019年省级预算内投资分解下达的通知》（连发改投资〔2019〕8号）
福建爱的厂房建设补助	79.52	2021年1月	其他收益	2.80	5.59	5.59	—	连城县人民政府《招商引资项目建设工作专题会议纪要》（〔2019〕172号）
复合材料科技产业园建设项目	1,397.20	2021年6月500万元、2023年3月897.20万元	其他收益	6.95	—	—	—	连城县投资促进中心《投资合同书》
办公场地装修补贴	76.53	2022年6月	其他收益	10.68	12.46	—	—	厦门市集美区后溪企业发展公司《房屋租赁合同》

水上运动用品和房车游艇配套产品扩产项目	67.63	2022 年 9 月 41.24 万元、11 月 26.39 万元	其他收益	4.52	2.94	—	—	龙岩市财政局、龙岩市工业和信息化局《关于下达 2022 年度第三批促进工业发展专项资金的通知》（龙财企指〔2022〕12 号）、龙岩市财政局、龙岩市工业和信息化局《关于下达 2022 年第四批省级工业企业技改专项转移支付资金的通知》（龙财企指〔2022〕28 号）
复合材料生产项目土方平整工程建设资金	237.62	2022 年 12 月	其他收益	6.09	1.02	—	—	连城县人民政府《专题会议纪要》（〔2020〕144 号和〔2020〕225 号）

上述补助系用于工程建设、购买设备，故划分为与资产相关的政府补助。

(2) 与收益相关的政府补助

期 间	政府补助内容	列报项目	金额（万元）	到账时间	取得依据
2023 年 1-6 月	科研补助	其他收益	64.00	2023 年 3 月	福建省财政厅、福建省科学技术厅《关于下达 2022 年度科技小巨人企业研发投入奖励资金的通知》（闽财教指〔2022〕72 号）
	其他零星补助	其他收益	3.11	2023 年 1-6 月	
2022 年度	企业发展扶持资金	其他收益	427.33	2022 年 5 月、6 月	连城县招商局《投资合同书》
	企业上市扶持资金	营业外收入	300.00	2022 年 6 月	厦门市人民政府《厦门市人民政府关于印发进一步推进企业上市提高上市公司质量若干措施的通知》（厦府规〔2021〕11 号）、集美区人民政府《集美区推动企业上市实施办法》（集府〔2018〕114 号）
	推动工业互联网发展奖励	其他收益	97.13	2022 年 4 月、5 月、11 月	龙岩市工业和信息化局《关于转发第二批省级工业互联网应用标杆企业及重点项目的通知》（龙工信信息〔2021〕1 号）、连城县人民政府《关于推动工业高质量发展十九条措施的通知》（连政综〔2019〕71 号）、龙岩市财政局、龙岩市工业和信息化局《关于下达 2021 年度第二批促进工业发展专项资金的通知》（龙财企指〔2021〕7 号）、龙岩市工业和信息化局《关于印发龙岩市人民政府推动工业高质量发展二十条措施实施的通知》（龙工信政法〔2021〕11 号）、龙岩市财政局、龙岩市工业和信息化局《关于下达 2022 年度第二批促进工业发展专项资金的通知》（龙财企指〔2022〕9 号）
	省级工业互联网应用标杆企业奖励资金	其他收益	50.00	2022 年 4 月	龙岩市财政局、龙岩市工业和信息化局《关于下达 2021 年第一批省级工业企业技改专项转移支付资金的通知》（龙财企指〔2021〕14 号）
	外贸发展扶持资金	其他收益	59.12	2022 年 4 月、6 月、12 月	龙岩市财政局、龙岩市商务局《关于下达 2020 年第四季度龙岩市级外贸发展专项扶持资金的通知》（龙财外指〔2021〕3 号）、龙岩市财政局、龙岩市商务局《关于清算下达 2020 年下半年龙岩市外贸发展专项扶持资金（出口业绩扶持）的通知》（龙财外指〔2021〕16 号）、龙岩市财政局、龙岩市商

					务局《关于下达 2020 年下半年外贸企业运用外汇避险产品奖励资金的通知》（龙财外指〔2021〕28 号）、龙岩市财政局、龙岩市商务局《关于下达 2021 年第四季度市级外贸发展专项扶持资金的通知》(龙财外指〔2022〕14 号）、龙岩市财政局、龙岩市商务局《关于下达 2022 年上半年龙岩市级外贸发展专项扶持资金的通知》（龙财外指〔2022〕34 号）、连城商务局《关于核拨 2020 年度连城县外贸出口奖励扶持资金的通知》（连商务〔2021〕54 号）
	体育产业发展专项资金	其他收益	50.00	2022 年 10 月	龙岩市财政局、龙岩市体育局《关于下达 2022 年福建省体育产业发展专项资金的通知》(龙财教指〔2022〕27 号)
	科研补助	其他收益	32.20	2022 年 9 月	龙岩市科学技术局、龙岩市财政局《关于下达 2020 年度科技小巨人领军企业研发费用加计扣除奖励专项资金的通知》(龙财教指〔2020〕60 号)、龙岩市财政局、龙岩市科学技术局《关于下达 2019 年度龙岩市第二批技术项目和经费的通知》(龙财教指〔2019〕56 号)
	军民两用特种产业发展专项扶持资金	其他收益	15.00	2022 年 4 月	龙岩市财政局、龙岩市国防科技工业办公室《关于下达 2021 年第二批市级军民两用特种产业发展专项扶持资金的通知》（龙财企指〔2021〕34 号）
	“专精特新”中小企业奖励资金	其他收益	15.00	2022 年 4 月	福建省工业和信息化厅《关于公布 2020 年福建省“专精特新”中小企业名单的通知》(闽工信中小〔2020〕158 号）
	其他零星补助	其他收益	46.63	2022 年 2-12 月	
2021 年度	企业发展扶持资金	其他收益	260.62	2021 年 1 月	连城县招商局《投资合同书》
	企业上市扶持资金	营业外收入	180.00	2021 年 2 月 30 万元、5 月 150 万元	厦门市人民政府《厦门市人民政府关于推进企业上市的意见》（厦府〔2016〕362 号）、集美区人民政府《集美区推动企业上市实施办法》（集府〔2018〕114 号）
	科研补助	其他收益	55.00	2021 年 11 月	龙岩市财政局、龙岩市科学技术局《关于下达 2021 年度科技小巨人企业研发投入奖励资金的通知》(龙财教〔2021〕53 号)
	其他零星补助	其他收益	11.40	2021 年 4-12 月	
2020 年度	科研补助	其他收益	44.10	2020 年 2 月	福建省财政厅、福建省科学技术厅、国家税务总局福建省税务局《关于下达 2019 年度科技小巨人领军企业研发费用加计扣除奖励专项资金的通知》 福建省人民政府办公厅《关于印发省级高新技术企业扶持办法的通知》(闽政办〔2017〕141 号) 福建省科学技术厅、福建省财政厅、福建省统计厅《关于开展企业研发经费投入 2017 年度补助和 2018 年度预补助申报工作的通知》(闽科计〔2018〕15 号)
	外贸扶持资金	其他收益	12.20	2020 年 2 月、3 月	厦门市商务局、厦门市财政局《关于印发 2018-2019 年度中央外经贸发展专项资金(开拓国际市场项目)扶持政策的通知》(厦商务〔2018〕199 号)
	企业发展扶持资金	其他收益	10.00	2020 年 1 月	连城县工业信息化和科学技术局、连城县财政局《关于 2019 年省级县域产业发展专项资金使用办法的公示》(连工信〔2019〕57 号)

	其他零星补助	其他收益	17.20	2020 年 2-12 月	

上述补助主要用于补偿公司已发生的相关成本费用，与资产无关，故划分为与收益相关的补助。

(3) 直接取得的财政贴息

政府补助内容	金额(万元)	到账时间	列报项目	取得依据
专利权质押贷款贴息	1.69	2021 年 12 月	财务费用	龙岩市市场监督管理局《关于下达 2021 年度市企业专利权质押贷款贴息项目资金的通知》(岩市监〔2021〕222 号)
	3.30	2023 年 6 月	财务费用	福建省市场监督管理局《关于安排 2022 年度企业专利权质押贷款贴息项目的通知》闽市监知运〔2023〕133 号

(4) 会计处理的准确性、合规性

根据《企业会计准则第 16 号——政府补助》第四条规定，与资产相关的政府补助，是指企业取得的、用于构建或以其他方式形成长期资产的政府补助。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

第十条规定，对于同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，应当区分不同部分分别进行会计处理；难以区分的，应当整体归类为与收益相关的政府补助。

第十一条规定，与企业日常活动相关的政府补助，应当按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与企业日常活动无关的政府补助，应当计入营业外收支。

第十四条规定，财政将贴息资金直接拨付给企业，企业应当将对应的贴息冲减相关借款费用。

公司报告期计入递延收益的政府补助均为用于工程建设、购买设备等与长期资产相关的补助，故划分为与资产相关的政府补助，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期摊销计入其他收益。

公司报告期内直接计入其他收益与营业外收入的政府补助主要用于补偿公司已发生的相关成本费用，与资产无关，其中将与公司日常经营活动相关的政府补助计入其他收益，将与公司日常经营活动无关的政府补助计入营业外收入。公司将收到的财政贴息资金计入财务费用。

综上，公司对收到的各项政府补助资金的会计处理符合企业会计准则的规定。

2. 公司主要政府补助政策的持续性及对公司利润总额的影响，公司的经营成果对政府补助的依赖程度

报告期内，公司收到的政府补助主要是各级政府基于公司业务发展、研发创新、外贸出口等给予的相应奖励和扶持，相关政策具有一定的普遍性。同时，公司注重研发投入，持续拓展业务，未来在满足政府补助相关政策条件下，预计能够获得相应的政府补助，但存在一定的不确定性。

报告期各期，公司政府补助的金额及占比情况如下：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
计入当期损益的政府补助金额	120.61	1,151.95	543.42	112.61
利润总额	4,483.94	8,219.29	8,771.68	6,206.68
占利润总额比例	2.69%	14.02%	6.20%	1.81%

报告期内，公司政府补助对利润总额的影响金额分别为 112.61 万元、543.42 万元、1,151.95 万元和 120.61 万元，占当期利润总额的比例分别为 1.81%、6.20%、14.02%和 2.69%，除 2022 年外，各期占比较小，2022 年占比有所上升主要系收到上市申报扶持资金及企业发展贡献的奖励较多所致，公司经营成果对政府补助不存在重大依赖。

（四）核查程序及结论

针对上述事项，我们实施了如下核查程序：

1. 获取公司报告期内的主要税种纳税申报表，分析公司增值税进项税额与采购、销项税额与销售收入之间的勾稽关系，了解并复核免抵退税和应交增值税的计算过程；

2. 分析当期所得税费用与纳税申报表中应纳税额的差异原因，了解公司递延所得税资产的构成明细和各项可抵扣暂时性差异形成原因，分析确认的递延所得税资产是否符合企业会计准则的相关规定；

3. 了解公司可抵扣亏损形成的具体情况以及变动原因，分析确认为递延所得税资产是否合理、依据是否充分；

4. 获取并核查报告期内公司政府补助的相关政策性文件、银行回单等，了解公司与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助的划分依据，判断相关会计处理是否准确合规，分析公司主要政府补助政策的持续性及对公司利润总额的

影响、经营成果对政府补助是否存在重大依赖。

经核查，我们认为：

1. 公司增值税进项税额与采购、销项税额与销售收入之间的勾稽关系合理；

2. 公司当期所得税费用与纳税申报表中应纳税额之间的差异原因合理；公司对递延所得税资产的核算符合企业会计准则相关规定，可抵扣亏损确认为递延所得税资产的依据充分，具有合理性；

3. 公司将用于工程建设、购买设备等与长期资产相关的补助划分为与资产相关的政府补助，除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助，公司对政府补助的会计处理过程符合《企业会计准则》的相关规定；公司注重研发投入，持续拓展业务，未来在满足政府补助相关政策条件下，预计能够获得相应的政府补助，但存在一定的不确定性；公司政府补助占利润总额的比例较小，公司经营成果对政府补助不存在重大依赖。

十二、关于存货。根据申报材料：

（1）报告期各期末，公司存货账面价值分别为 2,395.38 万元、3,262.90 万元和 6,595.18 万元，占流动资产的比例分别为 33.69%、27.66%和 42.37%。公司存货主要由原材料、在产品、库存商品和发出商品构成。

（2）报告期各期末，公司的原材料账面价值分别为 1,094.91 万元、1,428.55 万元和 2,624.12 万元。

（3）公司按照“订单导向，柔性生产”的原则组织生产。报告期各期末，公司的库存商品账面价值分别为 660.12 万元、1,000.35 万元和 2,717.93 万元；发出商品账面价值分别为 248.41 万元、253.44 万元和 688.75 万元。

（4）报告期各期末，公司存货跌价准备金额占期末存货账面余额的比例分别为 3.99%、4.84%和 6.28%，整体占比较低，主要系公司产品毛利率相对较高，存货按照成本与可变现净值孰低计量，发生减值的金额较少。

请发行人：

（1）结合采购模式、经营模式、生产模式及生产周期、备货政策等因素，说明存货结构的合理性，与同行业可比公司的差异情况及差异原因；补充说明存货明细构成情况及变动原因。

（2）补充披露存货库龄分布情况、与同行业可比公司的差异及差异原因，

各类存货库龄超过 1 年的具体构成及原因，是否存在滞销或销售退回情形，是否与客户存在纠纷或潜在纠纷。

（3）结合存货库龄结构、期后结转情况、存货跌价测试方法和覆盖范围、可变现净值的确定依据、存货跌价准备计提比例与可比公司的差异等说明存货跌价准备计提的充分性。

（4）说明在产品、库存商品和发出商品的订单覆盖率和对应客户，与“订单导向，柔性生产”生产模式的匹配性，结合上述情况进一步分析发行人库存商品和发出商品规模的合理性。

（5）说明发行人对各类存货盘点的具体情况，盘点差异数量和金额、盘点差异原因及影响。

请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见，并说明存货监盘的具体情况，各类存货监盘方法、程序、监盘比例及实施的替代程序等，对于存货的核查是否充分、有效。（审核问询函问题 16）

（一）结合采购模式、经营模式、生产模式及生产周期、备货政策等因素，说明存货结构的合理性，与同行业可比公司的差异情况及差异原因；补充说明存货明细构成情况及变动原因

报告期各期末，公司的存货构成情况如下：

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	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	2,495.54	47.95%	2,244.12	44.40%	2,624.12	37.29%	1,428.55	41.66%
在产品	1,203.80	23.13%	814.88	16.12%	1,006.64	14.30%	746.47	21.77%
库存商品	1,179.92	22.67%	1,652.32	32.69%	2,717.93	38.62%	1,000.35	29.17%
发出商品	324.32	6.23%	339.67	6.72%	688.75	9.79%	253.44	7.39%
委托加工物资	0.62	0.01%	3.19	0.06%				
账面余额合计	5,204.19	100.00%	5,054.18	100.00%	7,037.44	100.00%	3,428.80	100.00%
减：跌价准备	477.00	-	445.25	-	442.26	-	165.90	-
账面价值合计	4,727.20	-	4,608.92	-	6,595.18	-	3,262.90	-

报告期各期末，存货账面余额较上年末变动比例分别为 105.24%、-28.18%

和 2.97%，整体来看，2021 年末存货账面余额增加，主要系公司销售规模逐年增加所致，2022 年，随着海运紧张情况有所缓解，公司发出商品和库存商品账面余额下降。

报告期内，公司主要采用“订单导向，柔性生产”的模式进行生产管理。其中，ODM/OEM 模式下主要采用以销定产的方式，自有品牌模式下主要采用以销定产并辅以安全库存的方式。ODM/OEM 模式下，定制化特征较为明显，公司按照具体销售订单进行排产，并依据物料库存情况将生产订单转化为采购物资需求，并汇同采购部形成采购申请。

不同类型原材料从下单至验收入库，确认周期存在较大不同。主要原材料平均验收入库确认周期情况如下所示：

项　目	确认周期
塑料粒子（除滚塑塑料粉末）	7 天左右
滚塑塑料粉末	60 天左右
电机	25-30 天
五金件	15-20 天
包装物	10-20 天
橡胶件	10-15 天

公司在客户下达订单后，销售部将所签订订单以订单排产单形式向生产部、仓库等相关部门传递，生产部根据现有库存数量、生产数量、产品质量要求、生产能力、交付期等向各生产班组下达生产任务单，各生产车间根据生产任务单组织完成各零部件的生产，经检测合格的零部件进入总装流水线组装为成品。不同产品由于生产工艺的区别，存在一定的生产周期差异。根据公司的历史经验，公司小微型水泵生产从下料到完工需要 10-20 天，皮划艇需要 20-30 天。

1. 原材料

报告期各期末，公司主要原材料数量及金额情况如下：

单位：万元、万个、万公斤

项　目	2023 年 6 月金额	2023 年 6 月数量	2022 年金额	2022 年数量	2021 年金额	2021 年数量	2020 年金额	2020 年数量
塑料粒子	502.04	43.45	555.39	63.94	572.93	41.57	201.59	16.97
电机	293.20	11.25	208.91	7.98	289.47	10.33	311.63	13.35
包装物	296.34	385.21	249.96	415.99	314.43	686.90	224.44	532.52

五金件	486.09	860.30	450.36	832.87	510.07	959.49	261.56	680.46
电器配件	143.74	55.42	116.98	47.40	167.19	65.12	121.53	52.47
橡胶件	121.85	217.30	76.98	195.57	97.26	320.29	92.73	376.18
其他	652.19	123.06	585.55	114.34	672.77	164.82	215.06	65.32
总 计	2,495.44	1,695.99	2,244.12	1,678.11	2,624.12	2,248.52	1,428.55	1,737.28

报告期各期末，公司原材料金额分别为 1,428.55 万元、2,624.12 万元、2,244.12 万元和 2,495.54 万元，公司原材料在 2021 年末增长较大。其中，2021 年期末存货中，塑料粒子和五金件等原材料增长较多，主要是因为 2021 年公司新增滚塑皮划艇，需要备货更多塑料粒子、五金件等原材料。

报告期各期，原材料的周转情况如下所示：

项　目	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
原材料(万元)	2,495.54	2,244.12	2,624.12	1,428.55
主营业务成本(万元)	8,980.53	18,702.57	21,521.77	9,796.34
周转天数(天)	47.50	46.85	33.90	46.37

注：周转天数=360/（主营业务成本/原材料期初期末平均数）；2023 年 1-6 月存货周转天数已折算为全年

2021 年，公司原材料金额上升，但公司原材料周转速度加快，主要系公司产能得到充分利用，材料周转速度加快；2022 年公司产销保持稳定，但原材料周转天数有所增加，主要系 2022 年期初余额较高导致原材料平均余额较大所致。2023 年 1-6 月，公司原材料周转天数基本保持稳定。

2. 在产品

报告期各期末，公司在产品金额分别为 746.47 万元、1,006.64 万元、814.88 万元和 1,203.80 万元，主要是公司生产的自制件。从生产流程来看，公司采取以销定产的生产策略，在获取订单后，根据客户订单进行排产。同时，对于部分规格较为统一的自制件，公司会提前备货，保证一定的安全库存。因此，报告期内，公司在产品发生波动与公司订单量变化相关。

3. 库存商品

报告期各期末，公司库存商品的订单覆盖率情况如下;

单位：万元

期 间	期末余额	订单覆盖金额	订单覆盖率
2023 年 6 月 30 日	1,179.92	767.32	65.03%
2022 年 12 月 31 日	1,652.32	1,237.78	74.91%
2021 年 12 月 31 日	2,717.93	2,025.21	74.51%
2020 年 12 月 31 日	1,000.35	795.18	79.49%

报告期各期末，公司库存商品订单覆盖率较高，库存商品由 2020 年末的 1,000.35 万元增加至 2021 年末的 2,717.93 万元，增加了 1,717.58 万元，余额增长较大主要系：1）公司业务规模增长，为满足下游订单及提货的需求，公司提前生产，导致期末存在订单的库存商品大幅上升，同时海运紧张，部分已完成生产的外销成品无法及时出口；2）部分通用规格产品和自有品牌产品，公司已结合生产计划进行备货。2022 年，随着海运紧张情况有所缓解，公司库存商品下降。

4. 发出商品

报告期各期末，公司发出商品金额分别为 253.44 万元、688.75 万元、339.67 万元和 324.32 万元且均有相应的订单。2021 年末发出商品增加较多，主要因为公司销售规模扩大、2021 年海运紧张，外销产品已发出但未满足收入确认条件所致。2022 年，随着海运紧张情况有所缓解，外销产品已发出但未满足收入确认条件减少，发出商品余额下降。

5. 与同行业公司相比，公司存货结构情况如下：

项 目	公司	金陵体育	舒华体育	英派斯	康力源
2023 年 6 月 30 日					
原材料	47.95%	27.50%	16.21%	24.92%	20.13%
在产品	23.13%	18.01%	2.53%	1.02%	4.46%
委托加工物资	0.01%	-	-	-	-
库存商品	22.67%	54.49%	59.03%	74.06%	66.17%
发出商品	6.23%	-	19.18%	-	9.23%
低值易耗品	-	-	0.53%	-	-
合同履约成本	-	-	2.53%	-	-
合 计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

2022 年 12 月 31 日					
原材料	44.40%	29.85%	26.44%	29.54%	19.67%
在产品	16.12%	22.21%	-	3.43%	6.83%
委托加工物资	0.06%	-	-	-	-
库存商品	32.69%	47.94%	73.56%	66.49%	64.54%
发出商品	6.72%	-	-	-	8.09%
低值易耗品	-	-	-	-	-
合同履约成本	-	-	-	0.54%	0.88%
合 计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
2021 年 12 月 31 日					
原材料	37.29%	36.10%	21.29%	22.97%	15.30%
在产品	14.30%	24.96%	-	1.52%	6.34%
委托加工物资	-	-	-	-	0.22%
库存商品	38.62%	38.95%	78.71%	75.13%	64.30%
发出商品	9.79%	-	-	-	13.54%
低值易耗品	-	-	-	-	-
合同履约成本	-	-	-	0.38%	0.30%
合 计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
2020 年 12 月 31 日					
原材料	41.66%	33.92%	33.42%	28.27%	32.24%
在产品	21.77%	22.18%	-	4.48%	10.84%
委托加工物资	-	-	-	-	3.08%
库存商品	29.17%	43.90%	66.58%	67.25%	43.12%
发出商品	7.39%	-	-	-	10.41%
低值易耗品	-	-	-	-	-
合同履约成本	-	-	-	-	0.30%
合 计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

报告期内，公司与同行业可比公司由于产品结构、细分领域和业务模式不同，导致存货结构不同，但都是以库存商品和原材料为主。金陵体育、舒华体育、英派斯和康力源主要以球类器材、田径器材、健身器材的研发、设计、生产和销售

为主，既有按照订单生产，又有根据需要合理预产部分器材，导致库存商品占比较高，而公司由于产品定制化程度更高，主要采用以销定产的方式，故库存商品占比相对较低，原材料等占比相对较高。

（二）补充披露存货库龄分布情况、与同行业可比公司的差异及差异原因，各类存货库龄超过 1 年的具体构成及原因，是否存在滞销或销售退回情形，是否与客户存在纠纷或潜在纠纷

1. 补充披露存货库龄分布情况、与同行业可比公司的差异及差异原因

(1) 存货库龄分布情况

报告期各期末，公司存货库龄分布情况如下：

单位：万元

2023 年 6 月 30 日

类 别	1 年以内		1-2 年		2-3 年		3 年以上		合 计
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	
原材料	1,614.78	64.71	719.43	28.83	132.17	5.30	29.14	1.17	2,495.54
在产品	1,000.75	83.13	157.16	13.05	41.26	3.43	4.63	0.38	1,203.80
库存商品	1,031.49	87.42	113.98	9.66	33.94	2.88	0.50	0.04	1,179.92
发出商品	324.32	100.00	-	-	-	-	-	-	324.32
委托加工物资	0.62	100.00	-	-	-	-	-	-	0.62
小 计	3,971.97	76.32	990.57	19.03	207.37	3.98	34.28	0.66	5,204.19

2022 年 12 月 31 日

类 别	1 年以内		1-2 年		2-3 年		3 年以上		合 计
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	
原材料	1,576.48	70.25	609.85	27.18	56.15	2.50	1.64	0.07	2,244.12
在产品	668.97	82.09	136.89	16.80	8.85	1.09	0.17	0.02	814.88
库存商品	1,558.38	94.32	65.66	3.97	27.90	1.69	0.37	0.02	1,652.32
发出商品	339.67	100.00	-	-	-	-	-	-	339.67
委托加工物资	3.19	100.00	-	-	-	-	-	-	3.19
小 计	4,146.69	82.05	812.40	16.07	92.90	1.84	2.18	0.04	5,054.18

2021 年 12 月 31 日

类 别	1 年以内		1-2 年		2-3 年		3 年以上		合 计
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	
原材料	2,514.20	95.81	67.87	2.59	18.38	0.70	23.67	0.90	2,624.12
在产品	987.44	98.09	12.34	1.23	3.52	0.35	3.33	0.33	1,006.64
库存商品	2,682.10	98.68	35.47	1.30	0.37	0.01	-	-	2,717.93
发出商品	688.75	100.00	-	-	-	-	-	-	688.75
小 计	6,872.49	97.66	115.67	1.64	22.27	0.32	27.01	0.38	7,037.44

2020 年 12 月 31 日

类 别	1 年以内		1-2 年		2-3 年		3 年以上		合 计
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	
原材料	1,295.56	90.69	64.72	4.53	53.44	3.74	14.82	1.04	1,428.55
在产品	712.60	95.46	18.86	2.53	12.05	1.61	2.96	0.40	746.47
库存商品	996.43	99.61	2.11	0.21	1.38	0.14	0.43	0.04	1,000.35
发出商品	253.44	100.00	-	-	-	-	-	-	253.44
小 计	3,258.03	95.02	85.69	2.50	66.86	1.95	18.21	0.53	3,428.80

公司存货库龄总体较短，库龄在 1 年以内占比较高。2022 年末存货库龄在 1 年以上占比上升，主要系公司在 2021 年出于采购的经济性、最低订购量、停机切换成本等经济型因素的考虑，原材料、在产品的备货较多，导致本期暂未消耗，总体库龄结构较为合理。

(2) 与同行业可比公司的差异及差异原因

经公开披露数据查询，2020 年-2022 年，同行业可比公司除康力源外，均未披露存货库龄分布情况；康力源披露了原材料和库存商品的库龄分布情况，与公司的库龄分布情况对比如下：

存货类别	年 度	公司名称	1 年以内占比（%）	1-2 年占比（%）	2-3 年占比（%）	3 年以上占比（%）
原材料	2022 年 12 月 31 日	康力源	75.03	17.28	5.71	1.98
		本公司	70.25	27.18	2.50	0.07
	2021 年 12 月 31 日	康力源	88.69	8.65	1.27	1.38
		本公司	95.81	2.59	0.70	0.90
	2020 年 12	康力源	94.49	2.38	1.55	1.59

	月 31 日	本公司	90.69	4.53	3.74	1.04
库存商品	2022 年 12 月 31 日	康力源	76.43	20.20	1.76	1.61
		本公司	94.32	3.97	1.69	0.02
	2021 年 12 月 31 日	康力源	95.18	2.65	1.65	0.52
		本公司	98.68	1.30	0.01	-
	2020 年 12 月 31 日	康力源	94.71	4.25	0.86	0.18
		本公司	99.61	0.21	0.14	0.04

注：截至报告出具之日，康力源尚未披露 2023 年 6 月 30 日存货情况

公司与康力源的原材料、库存商品均主要集中在 1 年以内，1 年以上的原材料、库存商品占比不存在重大差异。

2. 各类存货库龄超过 1 年的具体构成及原因，是否存在滞销或销售退回情形，是否与客户存在纠纷或潜在纠纷

报告期内，不同类别存货的库龄及其形成原因具体分析如下：

(1) 原材料库龄超过 1 年的具体构成及原因

报告期内，公司库龄超过 1 年的原材料具体构成情况如下：

单位：万元

原材料类别	2023.6.30		2022.12.31		2021.12.31		2020.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	比例
电机	21.70	2.46%	20.28	3.04%	23.42	21.30%	28.62	21.52%
塑料粒子	120.05	13.63%	160.56	24.05%	8.30	7.55%	8.34	6.27%
五金件	195.54	22.20%	156.31	23.41%	23.40	21.29%	26.08	19.62%
包装物	118.77	13.49%	103.20	15.46%	30.32	27.58%	35.53	26.72%
电器配件	15.66	1.78%	16.29	2.44%	11.61	10.56%	15.05	11.31%
橡胶件	21.12	2.40%	17.63	2.64%	4.90	4.46%	5.52	4.15%
其他	387.91	44.04%	193.37	28.96%	7.98	7.26%	13.85	10.41%
小 计	880.75	100.00%	667.64	100.00%	109.92	100.00%	132.98	100.00%

报告期各期末，库龄超过 1 年的原材料金额分别为 132.98 万元、109.92 万元、667.64 万元和 880.75 万元，占原材料的比例分别为 9.31%、4.19%、29.75%和 35.29%。公司库龄 1 年以上的原材料主要为电机、塑料粒子、五金件及包装物，四者合计金额占库龄 1 年以上原材料金额的比例分别为 74.13%、77.72%、

65.96%和 51.78%。公司综合考虑采购的经济性、最低订购量以及未来生产的需求，一次性采购的数量规模相对较大，使得原材料出现库龄超过 1 年以上的情形。

2022 年末原材料库龄超过 1 年占比上升，主要系 2021 年出于采购的经济性、最低订购量、停机切换成本等经济型因素的考虑，备货较多，本期暂未消耗所致。2023 年 6 月末库龄超过 1 年的金额和占比上升，主要系库龄在 1-2 年的其他类原材料增加，包括 ABS 吸塑板、网布、弹力绳和防水裙等皮划艇配件材料。2022 年上半年，公司结合皮划艇订单需求、原材料库存情况以及结合未来需求的预期，前述皮划艇配件产品备货较多。2022 年下半年，皮划艇受前期海运市场波动以及市场需求等因素影响，销售不及预期，前述原材料在 2022 年和 2023 年 1-6 月未完全生产领用，使得库龄在 1-2 年的原材料余额增加。前述库龄一年以上的原材料性能稳定，品质完好，不存在过期失效、过时、残次等情形。

(2) 在产品、库存商品库龄超过 1 年的具体构成及原因

报告期各期末，库龄超过 1 年的在产品金额分别为 33.87 万元、19.19 万元、145.91 万元和 203.05 万元，占在产品的比例分别为 4.54%、1.91%、17.91%和 16.87%，主要为自制注塑件、吹塑件等，由于部分注塑件和吹塑件产品为通用零部件，公司为减少频繁停机以切换产品型号所产生的原材料损耗、提高生产效率，会适当一次性集中生产部分自制半成品，用于后续产成品的生产消耗，故而形成部分库龄 1 年以上的在产品。

报告期各期末，库龄超过 1 年的库存商品金额分别为 3.92 万元、35.84 万元、93.93 万元和 148.43 万元，占库存商品的比例分别为 0.39%、1.31%、5.68%和 12.58%，主要系为应对客户临时需求并考虑生产经济性所进行的少量成品备货。

综上所述，报告期各期末，公司存在少部分存货库龄超过 1 年的情况，但总体金额及占比不大，主要系公司根据采购模式、订单需求、库存情况等提前进行备货，但不存在滞销或销售退回情形，与客户不存在纠纷或潜在纠纷。

(三) 结合存货库龄结构、期后结转情况、存货跌价测试方法和覆盖范围、可变现净值的确定依据、存货跌价准备计提比例与可比公司的差异等说明存货跌价准备计提的充分性

1. 存货库龄结构及期后结转情况

报告期各期末存货的库龄结构详见本问询函回复十二(二)1 之说明。公司存

在部分库龄较长的存货主要受原材料采购特点、自制零部件备货等因素影响。公司已结合日常领用及预计市场需求等因素，对该部分长库龄存货相应计提存货跌价准备，报告期各期末，对于库龄 1 年以上的存货分别计提存货跌价准备 82.19 万元、64.27 万元、210.07 万元和 378.17 万元，库龄 1 年以上的存货跌价计提比例分别为 48.13%、38.96%、23.15%和 30.69%，存货跌价准备计提充分。

报告期各期末存货的期后结转情况如下：

单位：万元

期　间	存货类别	期末余额	期后结转金额[注]	期后结转率
2023 年 6 月 30 日	原材料	2,495.54	604.97	24.24%
	在产品	1,203.80	331.33	27.52%
	库存商品	1,179.92	565.17	47.90%
	发出商品	324.32	199.63	61.55%
	委托加工物资	0.62	0.20	32.32%
2022 年 12 月 31 日	原材料	2,244.12	1,282.66	57.16%
	在产品	814.88	551.94	67.73%
	库存商品	1,652.32	1,384.41	83.79%
	发出商品	339.67	339.67	100.00%
	委托加工物资	3.19	3.19	100.00%
2021 年 12 月 31 日	原材料	2,624.12	1,965.10	74.89%
	在产品	1,006.64	862.21	85.65%
	库存商品	2,717.93	2,623.68	96.53%
	发出商品	688.75	688.75	100.00%
2020 年 12 月 31 日	原材料	1,428.55	1,318.62	92.30%
	在产品	746.47	727.28	97.43%
	库存商品	1,000.35	964.51	96.42%
	发出商品	253.44	253.44	100.00%

[注] 2020 年至 2021 年期末存货期后结转金额统计截至次年年末，2022 年和 2023 年 6 月末存货期后结转金额统计截至 2023 年 7 月末

由上表看，公司期后存货结转情况较好，报告期各期末的存货在期后大部分已经结转，2023 年 6 月末原材料的期后结转率相对较低主要系期后结转率统计

期间较短所致。综上所述，公司整体存货周转情况良好，不存在存货积压的情形。

2. 存货跌价测试方法和覆盖范围、可变现净值的确定依据

(1) 存货可变现净值的确定依据

报告期各期末，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。库存商品及发出商品，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；原材料及在产品，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。

(2) 存货跌价测试方法和覆盖范围

公司于报告期各期末对存货进行减值测试，减值测试的覆盖范围为期末所有结存的原材料、在产品、库存商品和发出商品。具体存货跌价测试过程如下：

1) 公司先对库存商品、发出商品进行跌价测试，该类存货的可变现净值为估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，并将其成本与可变现净值进行比较，若该存货的成本高于可变现净值按其差额计提相应的存货跌价准备；

2) 前述测试过程中发生跌价的产成品，其对应的在产品、原材料需进一步进行跌价测试，该存货的可变现净值为在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，并将其成本与可变现净值进行比较，若该存货的成本高于可变现净值按其差额计提相应的存货跌价准备；

3) 此外，公司原材料、在产品种类、数量繁多，除塑料粒子等大宗原材料外，其余多为塑料、五金等零星配件材料，且单一物料一般价值较低、也无使用寿命的限制，同时公司产品毛利率较高，盈利情况较好，1 年以内的原材料、在产品不存在减值迹象，无需计提跌价准备；但考虑到存货的价值存在随时间推移有所下降的风险，对于库龄在 1 年以上的原材料、在产品，公司出于谨慎性考虑，按照预计损失率对该类存货计提存货跌价准备。

3. 存货跌价准备计提比例与可比公司的差异

公司与同行业可比公司的存货跌价准备的计提方法对比情况如下：

公　司	存货跌价准备计提政策

金陵体育	资产负债表日，存货应当按照成本与可变现净值孰低计量。当存货成本高于其可变现净值的，应当计提存货跌价准备。可变现净值，是指在日常活动中，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。产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。 计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，转回的金额计入当期损益。
舒华体育	资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。
英派斯	期末存货按照成本与可变现净值孰低计量。 存货跌价准备按单个存货项目的成本与可变现净值计量，但如果某些存货与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量，可以合并计量成本与可变现净值；对于数量繁多、单价较低的存货，可以按照存货类别计量成本与可变现净值。产成品、商品和用于出售的材料等可直接用于出售的存货，其可变现净值按该等存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定；用于生产而持有的材料等存货，其可变现净值按所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算；企业持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为基础计算。对于存货因遭受毁损、全部或部分陈旧过时或销售价格低于成本等原因，预计其成本不可收回的部分，提取存货跌价准备。
康力源	资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照存货类别成本高于可变工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。具体执行方法：原材料以库龄为作为估计可变现净值的估计标准，因为公司原材料种类较多，存在部分专用型号的材料，故可能存放 1 年以上，公司考虑原材料主要以金属件为主，受时间影响较小，故 2 年以内的原材料基本系订单备料，使用价值基本无损，故不计提减值准备。2 年以上的原材料，公司对其全额存货跌价准备。库存商品根据货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定可变现净值。同时结合公司库存商品的库龄情况，对于 1 年以内的库存商品，公司结合最近的销售价格和具体订单的订单价作为估计售价；对 1-2 年的库存商品，用最新的市场价的 80%作为估计售价；2-3 年的库存商品，用最新的市场价的 50%作为估计售价。3 年以上的库存商品，公司考虑其相关质量等因素后按全额计提跌价准备。
公司	资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

由上表可以看出，公司建立了符合《企业会计准则》的存货跌价准备计提政策，公司存货跌价准备计提政策与同行业可比公司不存在显著差异。

报告期内，同行业可比公司存货跌价准备计提比例与公司对比情况如下：

公　司	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
金陵体育	0.96%	1.11%	1.15%	0.53%

舒华体育	4.05%	3.61%	2.78%	2.20%
英派斯	10.55%	10.11%	4.99%	3.82%
康力源	6.85%	4.47%	1.89%	1.97%
平均比例	5.60%	4.83%	2.70%	2.13%
公司	9.17%	8.81%	6.28%	4.84%

[注]数据根据各公司定期报告和招股说明书公布财务数据整理

由上表可以看出，报告期各期，公司存货跌价准备计提比例高于可比公司的平均比例，存货跌价准备计提充分、谨慎。

综上所述，公司存货库龄总体较短，主要以 1 年以内存货为主；公司存货期后结转情况较好，报告期各期末的存货在期后大部分已经结转，整体存货周转较快，不存在存货积压的情形；公司严格按照制定的存货跌价准备政策执行，且公司存货跌价准备计提比例高于同行业可比公司的平均比例，存货跌价准备计提充分。

（四）说明在产品、库存商品和发出商品的订单覆盖率和对应客户，与“订单导向，柔性生产”生产模式的匹配性，结合上述情况进一步分析发行人库存商品和发出商品规模的合理性。

报告期各期，公司在产品、库存商品和发出商品的订单覆盖率如下：

单位：万元

项　目	2023 年 6 月 30 日		
	账面余额	其中：有订单账面余额	订单覆盖率
在产品	1,203.80	1,203.80	100.00%
库存商品	1,179.92	767.32	65.03%
发出商品	324.32	324.32	100.00%
合　计	2,708.04	2,295.44	84.76%
项　目	2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	其中：有订单账面余额	订单覆盖率
在产品	814.88	814.88	100.00%
库存商品	1,652.32	1,237.78	74.91%
发出商品	339.67	339.67	100.00%
合　计	2,806.87	2,392.34	85.23%

项　目	2021 年 12 月 31 日		
	账面余额	其中：有订单账面余额	订单覆盖率
在产品	1,006.64	1,006.64	100.00%
库存商品	2,717.93	2,025.21	74.51%
发出商品	688.75	688.75	100.00%
合　计	4,413.32	3,720.60	84.30%
项　目	2020 年 12 月 31 日		
	账面余额	其中：有订单账面余额	订单覆盖率
在产品	746.47	746.47	100.00%
库存商品	1,000.35	795.18	79.49%
发出商品	253.44	253.44	100.00%
合　计	2,000.26	1,795.09	89.74%

注：在产品无法完全匹配订单，其订单覆盖率的计算方法为：截至各期期末在手订单扣除发出商品和库存商品后的订单成本（订单成本根据订单金额扣除当年毛利折算）÷各期末存货余额，报告期内，在手订单较多，折算后金额超过 100%，覆盖率取 100%

由上表可见，报告期各期末，公司在手订单金额覆盖率较高，与公司“订单导向，柔性生产”模式相符。

报告期各期，公司库存商品订单覆盖率分别为 79.49%、74.51%、74.91%和 65.03%，订单覆盖率较高，2021 年公司库存商品增长较大，主要系：1.公司业务规模增长，为满足下游订单及提货的需求，公司提前生产，导致期末存在订单的库存商品大幅上升；同时海运紧张，部分已完成生产的外销成品无法及时出口；2.部分通用规格产品和自有品牌产品，公司已结合生产计划进行备货。2022 年，随着海运紧张情况有所缓解，公司库存商品下降。报告期各期，公司库存商品所属订单客户主要为境外客户，具体情况如下：

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
境外客户	615.03	1,002.41	1,790.78	673.86
境内客户	152.29	235.37	234.43	121.32
合　计	767.32	1,237.78	2,025.21	795.18

报告期各期，公司发出商品的订单覆盖率为 100.00%。2021 年发出商品增长较大，主要是公司销售规模扩大、2021 年海运紧张，外销产品已发出但未满足

收入确认条件所致。报告期各期，发出商品所属订单客户主要为境外客户，具体情况如下：

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
境外客户	301.51	327.77	615.01	156.73
境内客户	22.81	11.90	73.74	96.71
合　计	324.32	339.67	688.75	253.44

（五）说明发行人对各类存货盘点的具体情况，盘点差异数量和金额、盘点差异原因及影响

为保障公司资产的安全性、完整性和准确性，公司建立了与存货管理和盘点相关的制度。在存货管理方面，公司严格按不同物料的性质、体积等分类保管物资，存货出入库均办理相应手续；在存货盘点方面，公司按照永续盘存制的规定，定期组织存货盘点，盘点后财务部门会同仓库管理部门梳理盘点结果，并及时处理盘点过程中发现的存货管理问题。

报告期各期末，公司具体盘点情况如下：

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
盘点地点	福建爱的、福建渡远和康远精密的仓库和生产车间	福建爱的、福建渡远和康远精密的仓库和生产车间	福建爱的、福建渡远和康远精密的仓库和生产车间	福建爱的、福建渡远和康远精密的仓库和生产车间
盘点范围	原材料、在产品、库存商品	原材料、在产品、库存商品	原材料、在产品、库存商品	原材料、在产品、库存商品
盘点人员	仓库人员、车间人员、财务人员	仓库人员、车间人员、财务人员	仓库人员、车间人员、财务人员	仓库人员、车间人员、财务人员
期末存货金额(万元)[注 1]	4,879.25	4,711.32	6,348.69	3,175.36
盘点金额(万元)	4,864.04	4,710.93	6,347.41	3,141.50
盘点比例	99.69%	99.99%	99.98%	98.93%
盘点差异数量(个、公斤)[注 2]	20.00	8.00	-12.64	-30.43
盘点差异金额(万元)	-0.00	0.01	-0.02	-0.01
差异处理	差异已正确调整入账	差异已正确调整入账	差异已正确调整入账	差异已正确调整入账
盘点结果	实物与账面记录不存在重大差异	实物与账面记录不存在重大差异	实物与账面记录不存在重大差异	实物与账面记录不存在重大差异

[注 1]期末存货金额已剔除发出商品和委托加工物资金额

[注 2]盘点差异数量正数表示盘盈，负数表示盘亏

报告期各期，公司对在公司仓库保管的存货已进行全面盘点，各年盘点比例为 98.93%、99.98%、99.99%和 99.69%。报告期各期末，公司除存在部分已发出但未满足收入确认条件的发出商品和少量委托加工物资外，不存在其他异地存放的存货。对该部分期末不在公司仓库保管的存货，公司通过核对销售出库单、取得期后签收单或报关单和提单等以检查期末账面结存数量的准确性。

报告期各期末，公司根据存货盘点制度均已实施全面盘点，盘点结果显示，公司存货账实基本相符，差异极小，除部分存货因未及时出入库导致的零星差异外，无其他重大差异，不会对财务报表产生重大影响。

（六）说明存货监盘的具体情况，各类存货监盘方法、程序、监盘比例及实施的替代程序等，对于存货的核查是否充分、有效

1. 存货监盘的具体情况

报告期各期末，中介机构对公司存货的监盘情况具体如下：

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[注]
监盘范围	合并报表范围内所有公司的所有仓库及生产车间的原材料、在产品、库存商品	合并报表范围内所有公司的所有仓库及生产车间的原材料、在产品、库存商品	合并报表范围内所有公司的所有仓库及生产车间的原材料、在产品、库存商品	合并报表范围内所有公司的所有仓库及生产车间的原材料、在产品、库存商品
监盘地点	福建爱的、福建渡远和康远精密的仓库、生产车间	福建爱的、福建渡远和康远精密的仓库、生产车间	福建爱的、福建渡远和康远精密的仓库、生产车间	福建爱的和福建渡远的仓库、生产车间
监盘人员	申报会计师项目组成员、保荐机构项目组成员	申报会计师项目组成员、保荐机构项目组成员	申报会计师项目组成员、保荐机构项目组成员	前任会计师、保荐机构项目组成员
监盘时间	2023.6.30-2023.7.1	2022.12.30-2022.12.31	2021.12.30-2021.12.31	2021.1.1-2021.1.2
存货监盘金额	3,528.07	3,469.01	4,569.32	1,693.61
函证确认金额	269.74	158.65	510.82	131.77
存货金额	5,204.19	5,054.18	7,037.44	3,428.80
监盘、函证及检查程序确认比例	72.98%	71.78%	72.19%	53.24%
监盘结论	账实相符	账实相符	账实相符	账实相符

[注]由于本所于 2021 年才承接本项目，故除了对期末发出商品进行函证以外，未能对 2020 年末的存货执行现场监盘工作

2. 各类存货监盘方法、程序及实施的替代程序等，对于存货的核查是否充

分、有效

(1) 项目组于 2021 年 12 月 30 日-12 月 31 日、2022 年 12 月 30 日-2022 年 12 月 31 日和 2023 年 6 月 30 日-2023 年 7 月 1 日分别对公司 2021 年期末、2022 年期末和 2023 年 6 月末存货实施监盘程序，具体监盘过程如下：

1) 获取公司盘点计划，复核盘点人员分工及时间安排的合理性，存货存放地点的完整性；

2) 制定监盘计划，明确监盘人员、时间、地点，确定监盘工作的重点；

3) 实施监盘，观察仓库中库存分布情况，观察公司盘点人员的盘点过程，是否按照盘点计划执行，并准确记录存货数量和状况，过程中重点关注存货数量是否存在差异、存货状态是否存在毁损破坏情况；

4) 实施抽盘，选取存货明细表中存货追查至实物，以验证存货的存在，选取现场实物与存货明细表进行核对，以验证存货的完整性；

5) 盘点数量倒轧，编制盘点倒轧表并与收发存期末数核对；

6) 对报告期各期末存货进行计价测试和截止测试。

(2) 针对 2020 年末存货，由于本所于 2021 年才承接本项目，未能对 2020 年末的存货执行现场监盘工作，已采取以下替代程序：

1) 取得公司 2020 年末存货账面明细表，与公司盘点表进行核对；

2) 取得并复核了公司各年盘点计划、盘点记录，以及前任注册会计师及保荐机构的监盘工作底稿及监盘记录，并访谈公司相关人员；

3) 根据 2021 年末的盘点情况，结合各期的收发存记录，倒轧编制 2020 年末的库存情况，与各年末存货账面明细表进行核对；

4) 对存货采购和存货销售实施双向检查，检查相关的采购合同、采购入库单、销售出库单等相关单据，结合期后结转情况，分析期末存货余额的真实性；

5) 对各年末发出商品实施函证，并结合期后收入检查情况验证其存在性；

6) 对 2020 年末存货进行计价测试和截止测试。

综上所述，项目组严格执行了上述存货的监盘程序及实施的替代程序，对存货的核查充分、有效。

(七) 核查程序及结论

针对上述事项，我们实施了如下核查程序：

1. 访谈公司仓储部、生产部及财务部负责人及相关经办人员，检查相关内

控制度，了解公司存货管理相关关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

2. 访谈公司管理层，了解公司的采购模式、生产模式和销售模式，了解公司各类原材料及库存商品的备货标准及备货情况，分析公司存货结构与经营特点的匹配性，以及存货结构变动的合理性；

3. 获得并检查公司的订单情况，取得报告期各期末存货订单支持比例的统计表，分析期末各类存货变动的原因及合理性；

4. 查阅同行业公司公开披露信息，比较公司与同行业公司存货结构差异；

5. 获取公司存货收发存明细表及库龄明细表，了解各期存货的构成情况及变动原因，了解存货库龄分布情况及期后结转情况；了解存货库龄超过 1 年的具体构成及原因，确认是否存在滞销或销售退回情形、是否与客户存在纠纷或潜在纠纷；

6. 获取并复核公司存货跌价计提表，核查公司存货跌价准备计提情况，同时结合存货库龄、在手订单情况以及存货监盘程序了解公司存货状况，分析公司计提存货跌价准备的合理性；

7. 查阅同行业可比公司的招股说明书、定期报告等公开资料，了解并分析公司与同行业可比公司存货跌价准备政策及计提比例的差异原因及合理性；

8. 检查公司存货盘点相关制度，获取公司报告期各期存货盘点表、盘点计划与盘点总结报告，访谈公司相关人员，了解公司报告期存货盘点情况，检查公司盘点差异处理情况；

9. 对公司 2021 年期末和 2022 年期末存货实施监盘程序，对 2020 年期末存货执行相关替代程序，对报告期各期末的发出商品实施相关函证程序。

经核查，我们认为：

1. 公司各期末各类存货的变动具有合理性；公司存货结构与实际生产经营状况匹配，存货结构合理，与同行业可比公司的差异情况合理；

2. 公司存货库龄总体较短，主要以 1 年以内存货为主，总体库龄结构较为合理，与同行业可比公司康力源的原材料、库存商品的库龄分布不存在较大差异；报告期各期末，公司存在少部分存货库龄超过 1 年的情况，主要系公司根据采购模式、订单需求、库存情况等提前进行的备货，不存在滞销或销售退回的情形，与客户不存在纠纷或潜在纠纷；

3. 公司存货期后结转情况较好，报告期各期末的存货在期后大部分已经结转，整体存货周转情况良好，不存在存货积压的情形；公司严格按照制定的存货跌价准备政策执行，且公司存货跌价准备计提比例均高于同行业可比公司，存货跌价准备计提充分；

4. 公司期末存货具有较高的订单覆盖率，与“订单导向，柔性生产”生产模式相匹配；报告期各期，公司库存商品和发出商品规模变动具有合理性；

5. 报告期各期末，公司根据存货盘点制度均已实施了全面盘点，盘点结果显示，公司存货账实基本相符，盘点差异极小且相关盘点差异均已处理入账，与存货相关的内部控制制度得到有效执行；

6. 对公司 2021 年末和 2022 年末存货实施监盘程序，对 2020 年末的存货执行相关替代程序，对存货的核查充分、有效。

十三、关于非流动资产。根据申报材料：

（1）报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 3,245.10 万元、5,024.62 万元和 7,191.62 万元；在建工程账面价值分别为 236.67 万元、960.11 万元和 2,413.05 万元，各期在建工程转固金额分别为 946.20 万元、1,711.87 万元和 1,241.55 万元。

（2）2021 年末，公司存在使用权资产 202.01 万元，主要为新租赁准则下确认的租入房屋及建筑物。

请发行人：

（1）列示报告期末主要生产设备基本情况，包括预计使用年限、成新率、残值率等，说明报告期内生产设备的变动情况与发行人产能产量的匹配性。

（2）说明报告期内新增在建工程的具体情况，包括初始投入时点、计划转固时点、转固标准及建设进度等，是否存在达到转固标准但未转入固定资产的情况。

（3）说明报告期内使用权资产的具体内容，发行人固定资产中房屋及建筑物占比较高且存在大额在建工程转固的情况下，仍需租入房屋及建筑物的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。（审核问询函问题 17）

（一）列示报告期末主要生产设备基本情况，包括预计使用年限、成新率、

残值率等，说明报告期内生产设备的变动情况与公司产能产量的匹配性

1. 主要生产设备基本情况

(1) 主要固定资产整体情况

公司主要固定资产为房屋及建筑物、机器设备、运输设备和其他设备。截至2023年6月30日，公司主要固定资产情况如下：

单位：万元

项　目	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值	成新率[注]
房屋及建筑物	10,256.39	1,259.35	-	8,997.04	87.72%
机器设备	3,067.16	976.60	-	2,090.56	68.16%
运输工具	327.59	196.03	-	131.57	40.16%
其他设备	871.39	427.92	-	443.47	50.89%
合　计	14,522.54	2,859.89	-	11,662.64	80.31%

[注]成新率=固定资产账面价值/固定资产账面原值

(2) 主要生产设备情况

公司主要生产设备主要通过购买取得。截至2023年6月30日，公司拥有的主要生产设备原值3,067.16万元，累计折旧976.60万元，账面净值2,090.56万元。目前，关键生产设备使用情况良好，能够保证公司的持续经营。截至2023年6月30日，公司及子公司原值10万元以上的生产设备如下：

单位：万元

设　备	资产数量	预计使用年限（年）	账面原值	累计折旧	账面价值	残值率	成新率
吹塑机	15	10	824.66	331.09	493.57	5.00%	59.85%
注塑机	36	5-10	715.42	236.95	478.47	5.00%	66.88%
滚塑机	8	10	242.37	42.09	200.27	5.00%	82.63%
变配电器	5	5	164.79	68.67	96.12	5.00%	58.33%
龙门加工中心CNC	2	10	192.61	59.54	133.07	5.00%	69.09%
数控机床	4	5-10	50.50	34.52	15.98	5.00%	31.64%
精雕机	2	10	31.03	17.50	13.52	5.00%	43.59%
起重机	2	10	24.07	4.41	19.66	5.00%	81.66%
立式加工中心CNC	1	10	22.05	13.27	8.78	5.00%	39.83%
模具雕刻机	1	5	11.00	3.31	7.69	5.00%	69.92%

吸塑机	2	10	76.55	2.38	74.17	5.00%	96.89%
发泡机	1	10	16.73	2.12	14.61	5.00%	87.33%
新森六轴机	1	10	16.81	2.00	14.82	5.00%	88.13%
自动点焊测试一体机	1	10	18.67	0.89	17.79	5.00%	95.25%
全自动绕线机	1	10	10.71	0.51	10.20	5.00%	95.25%
ABS 三机复合板生产线（挤塑机）	1	10	155.31	3.69	151.62	5.00%	97.63%
自动滴漆机	1	10	11.33	0.09	11.24	5.00%	99.21%
总 计	84	-	2,584.59	823.02	1,761.57	-	68.16%

注：残值率=固定资产残值/固定资产账面原值；成新率=固定资产账面净值/固定资产账面原值

2. 生产设备变动情况与公司产能产量的匹配性

小微型水泵生产涉及拌料、烘料、注塑、装配、测试、包装、检验等多道工序，与小微型水泵生产直接相关的机器设备主要涉及注塑机、数控机床等。皮划艇的吹塑、滚塑环节与产能、产量有直接关系，相关机器设备主要涉及吹塑机和滚塑机。

报告期内，公司主要生产设备情况与小微型水泵（小微型隔膜泵和潜水泵）、吹塑皮划艇及桨板和滚塑皮划艇的产能、产量的具体情况如下表所示：

项 目	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
水泵相关固定资产原值（万元）	954.11	920.19	912.38	631.75
水泵产能（万台）	78.24	156.48	173.28	118.32
水泵产量（万台）	75.10	134.53	162.97	109.18
水泵相关固定资产原值增长率	3.69%	0.86%	44.42%	7.57%
水泵产能增长率	-	-9.70%	46.45%	50.76%
吹塑皮划艇吹塑机原值（万元）	593.23	593.23	593.23	342.47
吹塑皮划艇及桨板产能（万艘）	6.00	12.90	17.25	9.00
吹塑皮划艇及桨板产量（万艘）	1.90	8.24	17.19	8.21
吹塑皮划艇吹塑机增长率	-	-	73.22%	—
吹塑皮划艇及桨板产能增长率	-6.98%	-25.22%	91.67%	17.65%
滚塑皮划艇滚塑机	217.06	217.06	171.66	64.07

原值（万元）				
滚塑皮划艇产能（万艘）	1.53	2.98	3.83	-
滚塑皮划艇产量（万艘）	0.78	1.50	2.90	0.03
设备原值/产能（年化）	70.93	72.84	44.82	-

水泵产能方面，2020 年与小微型水泵相关的固定资产增长率低于水泵产能增长率，主要是公司小微型水泵具有多品种、小批量的特点，产能除与机器设备规模存在相关性外，受生产工艺、人员组织能力、生产线切换频次等多方面因素的影响。并且，公司前期购买的基础设备，与产能增长不存在线性关系，可在小微型水泵生产线上通用，后续产能进一步扩张时，无需重复采购，从而导致固定资产增长率低于产能增长率。2022 年小微型水泵产能有所下降，主要是公司本年度因生产人员下降，减少了一条小微型水泵的组装生产线，导致产能下降。

吹塑皮划艇方面，2019 年 7 月购入新的吹塑机用于生产便携油桶等吹塑产品，导致原来便携油桶和皮划艇共用的中型吹塑机可更多用于生产吹塑皮划艇，吹塑皮划艇产能释放，故在未增加吹塑皮划艇吹塑机的情况下，产能增加。2022 年因便携油桶和游艇房车专用马桶生产数量增加，部分吹塑皮划艇吹塑机不再生产吹塑皮划艇，2023 年上半年产能基本与 2022 年保持一致。

滚塑皮划艇方面，公司于 2021 年开始批量生产滚塑皮划艇，2020 年 12 月购入滚塑机并调试生产，故未统计 2020 年产能。单位滚塑皮划艇产能对应的皮划艇生产线机器设备为 59.19 元/艘；2022 年单位滚塑皮划艇产能对应的皮划艇生产线机器设备上升，主要是因为 2022 年滚塑机主要生产工艺更为复杂、产能较低的平台舟所致，加之 2022 年产能利用率下降综合导致单位滚塑皮划艇产能对应的皮划艇生产线机器设备上升，2023 年上半年产能基本与 2022 年保持一致。

报告期各期，主营业务收入与机器设备原值情况如下所示：

单位：万元

项 目	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
主营业务收入	16,297.26	30,849.86	34,845.35	19,087.72
机器设备	3,067.16	2,748.22	2,465.84	1,495.28
主营业务收入/机器设备	10.63	11.23	14.13	12.77

注：2023 年 1-6 月主营业务收入/机器设备已年化处理

由上可知，公司机器设备情况与公司产能情况、主营业务收入变化情况趋势一致。2020 年-2021 年单位机器设备实现的收入逐步上升，主要是公司综合产能利用率提升，导致单位机器设备实现的收入逐步上升。2022 年、2023 年 1-6 月单位机器设备实现的收入下降，主要是因为公司产品总体产能利用率下降，导致单位机器设备实现的收入下降。

（二）报告期内新增在建工程的具体情况，包括初始投入时点、计划转固时点、转固标准及建设进度等，是否存在达到转固标准但未转入固定资产的情况

1. 报告期内新增在建工程的具体情况

(1) 连城二期厂房建设项目

报告期内，连城二期厂房建设项目各期末的账面余额和转固情况如下：

初始投入时点	计划转固时点	账面余额(万元)				转固金额(万元)			
		2023.6.30	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
2018 年 6 月	2019 年 6 月[注]	—	—	—	—	—	—	—	324.47

[注]计划转固时点根据投资项目备案中的建设起止时间(2017 年 12 月至 2019 年 6 月)填列

连城二期厂房建设项目，建设完成后主要用于房车游艇配套产品的生产，该项目包括 1-3 号厂房以及厂区道路、围墙等公共工程，于 2018 年 6 月开工建设，其中 1 号厂房于 2019 年 9 月完成建设并转固，2 号和 3 号厂房于 2019 年 11 月完成建设并转固，公共工程于 2020 年 10 月完成建设并转固。

上述项目的最终完工时间略晚于项目备案的建设完工时间，主要系公司实际取得建设用地的时间晚于计划开工时间，且相关的项目建设审批手续完成时间也晚于预期时间所致。

(2) 连城三期厂房建设项目

报告期内，连城三期厂房建设项目各期末的账面余额和转固情况如下：

初始投入时点	计划转固时点[注]	账面余额(万元)				转固金额(万元)			
		2023.6.30	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
2020 年 9 月	2022 年 12 月	—	1,180.56	2,413.05	960.11	1,770.03	3,329.80	1,241.55	1,387.40

[注]计划转固时点根据投资项目备案中的建设起止时间(2020 年 12 月至 2022 年 12 月)填列

连城三期厂房建设项目，建设完成后主要用于水上休闲运动产品的生产，规划建设厂房、仓库、办公楼及附属配套设施等，根据项目情况分批开始开工建设。

该项目所在的土地和 1-3 号厂房系公司 2020 年 9 月通过法院拍卖购入，福建渡远在此基础上进行更新改造并建设新的厂房、仓库等，其中 1 号和 2 号厂房于 2020 年 12 月完成改建并转固，3 号、4 号厂房分别于 2021 年 3 月、5 月完成建设并转固。仓库和 5 号厂房分别于 2021 年 4 月、9 月开始施工建设，仓库于 2022 年 5 月完成建设并转固，5 号厂房于 2023 年 5 月完成建设并转固。5 号厂房的最终完工时间略晚于项目备案的建设完工时间，主要是由于 2022 年上半年连城县雨水天气较多，造成施工不便，导致工程进度晚于预期。

2. 在建工程的转固标准，是否存在达到转固标准但未转入固定资产的情况

公司在建工程转固标准，系根据企业会计准则的规定判断在建工程项目是否达到预定可使用状态,在建工程项目是否达到预定可使用状态具体从以下几个方面判断：(1) 固定资产的实体建造(包括安装)工作已经全部完成或者实质上已经完成；(2) 所购建的资产与设计要求、合同规定要求相符或者基本相符，即使有极个别与设计、合同要求不相符的地方，也不影响其正常使用或者销售；(3) 继续发生在所购建的资产上的支出金额很少或者几乎不再发生。

报告期内，公司在建工程在达到预定可使用状态时，及时进行了转固，不存在达到转固标准但未转入固定资产的情况。

（三）说明报告期内使用权资产的具体内容，公司固定资产中房屋及建筑物占比较高且存在大额在建工程转固的情况下，仍需租入房屋及建筑物的原因及合理性

1. 报告期内使用权资产的具体内容

2018 年，财政部颁布了修订的《企业会计准则第 21 号——租赁》（简称“新租赁准则”），根据新租赁准则，在租赁期开始日，公司将其可在租赁期内使用租赁资产的权利和义务确认为使用权资产和租赁负债。公司自 2021 年 1 月 1 日开始按照新修订的租赁准则进行会计处理。

报告期内，公司使用权资产主要情况如下：

序号	承租方	出租方	地址	房屋用途	租赁面积（㎡）	租赁期限	使用权资产 2023 年 6 月 30 日余额（万元）	使用权资产 2022 年末余额（万元）	使用权资产 2021 年末余额（万元）

1	渡远户外	厦门市集美区后溪企业发展公司	厦门市集美区珩田路 520 号一楼 101 单位	办公	2,550.85	2021.01.19-2026.01.18	104.64	125.57	167.42
2			厦门市集美区珩田路 518 号	办公	537.12	2023.03.13-2028.03.12	77.10	/	/
3	康远精密	厦门新路嘉机器人科技有限公司	厦门火炬高新区(翔安)产业区翔岳路 43 号一层部分	生产	675.00	2019.07.12-2023.07.11	0.00	9.55	28.66
4	福建渡远	连城县工贸发展有限公司	连城县海峡光电产业园首期生活区	员工宿舍	691.68	2021.04.01-2023.03.31	/	1.95	5.92
合　计							181.74	137.07	202.01

2. 公司固定资产中房屋及建筑物占比较高且存在大额在建工程转固的情况下，仍需租入房屋及建筑物的原因及合理性

公司及子公司目前主要生产基地位于龙岩市连城县。其中，福建爱的主要负责研发、设计、生产和销售房车游艇配套产品，福建渡远主要负责研发、设计、生产和销售水上休闲运动产品。福建爱的和福建渡远均在自有房产从事生产经营。公司报告期各期的房屋建筑物及在建工程均位于龙岩市连城县。公司租赁房屋及建筑物主要原因如下：

(1) 报告期内，公司主营业务收入以外销为主，厦门人力资源丰富、对外交流方便，公司为吸引人才和开展境外销售，故租赁厦门市集美区后溪企业发展公司的办公楼作为厦门的办公及运营中心；

(2) 康远精密主要从事模具的研发、设计、生产和销售，厦门在相关人才、产业链等方面较连城更为成熟，故康远精密租赁位于厦门市翔安区的厂房用于模具的生产；

(3) 福建渡远在连城县海峡光电产业园租房用于员工宿舍。

综上所述，除福建渡远在连城县租入房屋用于员工宿舍外，公司及康远精密均因业务开展，需要在厦门办公或生产，而公司及子公司在厦门无自有房产，故仍需租入房屋及建筑物。因此，公司固定资产中房屋及建筑物占比较高且存在大额在建工程转固的情况下，仍需租入房屋及建筑物具有合理性。

（四）核查程序及结论

针对上述事项，我们实施了如下核查程序：

1. 获取公司截至 2023 年 6 月 30 日的固定资产明细表，了解主要机器设备原值、账面价值、成新率情况，分析生产设备的变动与公司产能产量的匹配性；

2. 了解公司报告期内新增在建工程的初始投入时点、工程建设进度、预计建设完工时间和转固等具体情况，实地查看主要在建工程的建设情况，分析是否存在达到转固标准但未转入固定资产的情况；

3. 获取公司租赁合同清单及主要租赁合同，了解租入房屋及建筑物的用途和原因，结合公司自有房屋及建筑物，分析公司仍需租入房屋及建筑物的合理性。

4. 获取公司使用权资产的计算明细，并对使用权资产计算过程进行复核，执行重新计算程序。

经核查，我们认为：

1. 报告期内生产设备的变动情况与公司产能产量的匹配性较好；

2. 公司在建工程在达到预定可使用状态后及时进行了转固，不存在达到转固标准但未转入固定资产的情况；

3. 公司固定资产中房屋及建筑物占比较高且存在大额在建工程转固的情况下，租入房屋及建筑物具备商业合理性。

十四、关于流动负债。根据申报材料：

（1）报告期各期末，公司短期借款余额分别为 1,682.32 万元、1,481.37 万元和 1,581.87 万元。报告期各期末，公司货币资金余额分别为 992.37 万元、5,844.00 万元和 4,560.02 万元；2021 年末，公司存在短期理财产品 1,478.25 万元。

（2）报告期各期末，公司应付票据余额分别为 423.00 万元、510.00 万元和 1,160.00 万元；应付账款余额分别为 1,364.26 万元、3,204.80 万元和 3,050.69 万元，占流动负债的比例分别为 25.28%、39.80%和 31.99%。

（3）报告期各期末，预收账款/合同负债金额分别为 916.48 万元、1,367.18 万元和 1,760.01 万元。

请发行人：

（1）说明各期末应付余额较大的原因，应付票据、应付账款与采购金额的

匹配性，各期末主要应付款单位与主要供应商名单的差异情况，报告期内前五大供应商给予发行人的信用政策和信用期及变动情况。

（2）说明各期末预收款项（合同负债）的构成情况，各类型产品的收款政策，重要收款节点及收款比例，预收款项（合同负债）与相关业务收入、存货、订单的匹配性；发行人预收客户款项后，客户修改或取消订单的处理方式，是否可能因预收款项（合同负债）无法覆盖已支出成本导致订单亏损。

（3）说明期末货币资金余额较大且存在短期理财的情况下，仍借入短期借款的原因及合理性，短期借款资金的具体用途，是否存在短债长用的情况。

（4）说明流动比率和速动比率低于同行业公司的原因及合理性，结合公司经营状况、现金流情况，进一步说明公司是否具备良好的偿债能力，是否存在流动性风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。（审核问询函问题 18）

（一）说明各期末应付余额较大的原因，应付票据、应付账款与采购金额的匹配性，各期末主要应付款单位与主要供应商名单的差异情况，报告期内前五大供应商给予公司的信用政策和信用期及变动情况

1. 各期末应付账款余额较大的原因分析

报告期各期末，公司应付账款余额情况如下：

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
货款	2,380.34	2,030.60	2,507.88	2,416.41
工程设备款	432.33	322.94	281.96	731.11
其他	43.86	27.53	260.85	57.28
合　计	2,856.53	2,381.07	3,050.69	3,204.80

报告期各期末，应付账款余额分别为 3,204.80 万元、3,050.69 万元、2,381.07 万元和 2,856.53 万元，占流动负债的比例分别为 39.80%、31.99%、36.22%和 38.77%，系流动负债的主要组成部分。公司的应付账款主要为尚未支付供应商的材料款、工程设备款。

2. 应付票据、应付账款与采购金额的匹配性

报告期内，公司应付票据和应付账款占当期采购金额比例如下：

单位：万元

项　目	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
期末应付票据	1,554.64	802.70	1,160.00	510.00
期末应付账款(货款)	2,380.34	2,030.60	2,507.88	2,416.41
当期物料采购金额	7,035.73	12,087.59	19,003.49	8,567.22
应付票据余额占采购金额比例	11.05%	6.64%	6.10%	5.95%
应付账款(货款)余额占采购金额比例	16.92%	16.80%	13.20%	28.21%
占比合计	27.96%	23.44%	19.30%	34.16%

注：2023 年 6 月应付票据余额占采购金额比例和应付账款-货款余额占采购金额比例已经年化处理

报告期内，公司物料采购情况如下：

单位：万元

类　型	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占当期采购额的比例	金额	占当期采购额的比例	金额	占当期采购额的比例	金额	占当期原材料采购额的比例
电机	2,305.65	32.77%	3,879.49	32.09%	4,821.45	25.37%	2,915.01	34.03%
塑料粒子	1,387.02	19.71%	2,786.56	23.05%	5,163.75	27.17%	1,828.00	21.34%
五金件	950.37	13.51%	1,424.22	11.78%	2,419.59	12.73%	1,009.33	11.78%
包装物	572.71	8.14%	1,039.19	8.60%	1,483.16	7.80%	705.67	8.24%
电器配件	463.40	6.59%	634.09	5.25%	818.85	4.31%	447.47	5.22%
橡胶件	352.00	5.00%	413.11	3.42%	562.19	2.96%	337.72	3.94%
充气皮划艇	133.84	1.90%	184.27	1.52%	873.88	4.60%	119.85	1.40%
桨板	0.12	0.00%	-	-	54.84	0.29%	33.81	0.39%
水上运动产品配件	32.41	0.46%	98.75	0.82%	37.89	0.20%	18.79	0.22%
房车游艇配件	1.60	0.02%	118.56	0.98%	19.23	0.10%	346.97	4.05%
其他	836.61	11.89%	1,509.37	12.49%	2,748.64	14.46%	804.61	9.40%
合　计	7,035.73	100.00%	12,087.59	100.00%	19,003.49	100.00%	8,567.22	100.00%

报告期各期末应付票据与应付账款(货款)期末余额占当期采购总额比例分别为 34.16%、19.30%、23.44%和 27.96%，2021 年末占比下降主要系塑料粒子以款到发货为主和余姚市百达电器有限公司信用期在 2021 年相对缩短综合所致，采购额的增加不影响应付账款的期末余额。

3. 各期末主要应付款单位与主要供应商名单的差异情况

报告期各期末，应付账款余额与主要供应商的匹配性如下：

单位：万元

序号	公司名称	应付账款余额	占比	采购内容	当期供应商排名
2023 年 6 月 30 日					
1	余姚市百达电器有限公司	1,278.34	44.75%	电机	物料采购排名 1
2	福建省德旺建设有限公司	366.50	12.83%	工程款	-
3	东莞市旭派电子科技有限公司	185.26	6.49%	五金件、橡胶件	物料采购排名 5
4	余姚骏达电机有限公司	170.59	5.97%	电机	物料采购排名 4
5	宁波江宇电器有限公司	72.92	2.55%	电机	物料采购排名 8
	合 计	2,073.61	72.59%		
2022 年 12 月 31 日					
1	余姚市百达电器有限公司	1,072.73	45.05%	电机	物料采购排名 1
2	福建省德旺建设有限公司	252.94	10.62%	工程款	-
3	余姚骏达电机有限公司	234.67	9.86%	电机	物料采购排名 2
4	东莞市旭派电子科技有限公司	133.21	5.59%	五金件、橡胶件	物料采购排名 6
5	乐清市徽州电气科技有限公司	64.30	2.70%	开关及开关组件	物料采购排名 9
	合 计	1,757.84	73.83%		
2021 年 12 月 31 日					
1	余姚市百达电器有限公司	1,195.13	39.18%	电机	物料采购排名 1
2	福建智镁科技有限公司	249.47	8.18%	工程款	-
3	余姚骏达电机有限公司	210.23	6.89%	电机	物料采购排名 4
4	IPO 申报中介机构	150.94	4.95%	中介机构服务费	-
5	东莞市旭派电子科技有限公司	127.46	4.18%	五金件、橡胶件	物料采购排名 8
	合 计	1,933.23	63.38%		
2020 年 12 月 31 日					
1	余姚市百达电器有限公司	1,044.95	32.61%	电机	物料采购排名 1
2	福建省德旺建设有限公司	368.17	11.49%	工程款	-

3	余姚骏达电机有限公司	297.86	9.29%	电机	物料采购排名 2
4	福建智镁科技有限公司	249.47	7.78%	工程款	-
5	东莞市旭派电子科技有限公司	139.51	4.35%	五金件、橡胶件	物料采购排名 5
	合 计	2,099.96	65.53%		

注：为与物料采购额口径一致，此处余姚骏达电机有限公司应付账款余额包括余姚骏达电机有限公司和宁波骏迪电机有限公司

2020 年，物料采购排名与应付账款排名基本一致。2021 年，物料采购排名第 2、第 3 和第 6 的均为塑料粒子供应商，采用款到发货的交易方式，故不存在应付账款，物料采购排名第 5 的供应商为昆山耀和，相关货款已经支付完毕，故不存在应付账款；2022 年，物料采购排名第 3、第 5 的均为塑料粒子供应商，采用款到发货的交易方式，故不存在应付账款，物料采购排名第 4 的供应商为宁波江宇电器有限公司，其应付账款排名为第 6。2023 年 1-6 月，物料采购排名第 2、第 3 的供应商均采用款到发货的交易方式，故不存在应付账款。

报告期各期，应付票据与主要供应商对应情况如下所示：

单位：万元

序号	公司名称	应付票据余额	占比	采购内容	当期供应商排名
2023 年 6 月 30 日					
1	余姚市百达电器有限公司	887.50	57.09%	电机	物料采购排名 1
2	余姚骏达电机有限公司	196.50	12.64%	电机	物料采购排名 4
3	东莞市旭派电子科技有限公司	141.00	9.07%	五金件、橡胶件	物料采购排名 5
4	厦门永晋鸿塑胶工业有限公司	121.25	7.80%	塑料粒子	物料采购排名 9
5	安徽世东轴承有限公司	98.16	6.31%	五金件	物料采购排名 10
6	厦门市怀荣工贸有限公司	76.41	4.92%	包装物	物料采购排名 13
7	余姚南博电机制造有限公司	33.82	2.18%	电机	物料采购排名 28
	合 计	1,554.64	100.00%		
2022 年 12 月 31 日					
1	余姚市百达电器有限公司	659.00	82.10%	电机	物料采购排名 1
2	余姚骏达电机有限公司	60.20	7.50%	电机	物料采购排名 2
3	东莞市旭派电子科技有限公司	83.50	10.40%	五金件、橡胶件	物料采购排名 6
合 计		802.70	100.00%		
2021 年 12 月 31 日					
1	余姚市百达电器有限公司	808.00	69.66%	电机	物料采购排名 1
2	余姚骏达电机有限公司	205.00	17.67%	电机	物料采购排名 4

3	东莞市旭派电子科技有限公司	110.00	9.48%	五金件、橡胶件	物料采购排名 8
4	宁波江宇电器有限公司	37.00	3.19%	电机	物料采购排名 7
	合　计	1,160.00	100.00%		
2020 年 12 月 31 日					
1	余姚市百达电器有限公司	294.00	57.65%	电机	物料采购排名 1
2	余姚骏达电机有限公司	95.00	18.63%	电机	物料采购排名 2
3	山东通佳智能装备有限公司	75.00	14.71%	设备款	-
4	东莞市旭派电子科技有限公司	46.00	9.02%	五金件、橡胶件	物料采购排名 5
	合　计	510.00	100.00%		

注：为与物料采购额口径一致，此处余姚骏达电机有限公司应付票据余额包括余姚骏达电机有限公司和宁波骏迪电机有限公司

2020 年和 2022 年，物料采购排名与应付票据排名基本一致。2021 年，物料采购排名第 2、第 3 和第 6 的均为塑料粒子供应商，采用款到发货的交易方式，故不存在应付票据，物料采购排名第 5 的供应商为昆山耀和，相关货款已经支付完毕。2023 年 1-6 月，物料采购排名第 2、第 3 的供应商均采用款到发货的交易方式，故不存在应付票据。

4. 报告期内前五大供应商给予公司的信用政策和信用期及变动情况

报告期内，公司各期主要供应商的信用政策和信用期列示如下：

前五大供应商	信用政策及信用期	报告期内是否发生变化
2023 年 1-6 月		
余姚市百达电器有限公司	每月结算本月应付余额的 25%	否
浙江雷思柯户外用品有限公司	预付 30%，提货前支付尾款 70%	否
厦门市胜鑫塑化科技有限公司	款到发货	否
余姚骏达电机有限公司	每月结算本月应付余额的 30%	否
东莞市旭派电子科技有限公司	每月结算本月应付余额的 30%	否
2022 年度		
余姚市百达电器有限公司	每月结算本月应付余额的 25%	否
余姚骏达电机有限公司	每月结算本月应付余额的 30%	是
金旸系	款到发货	否
宁波江宇电器有限公司	自 2022 年 9 月起每月结算本月应付余额的 40%，此前为月结 30 天	是
上海久诚贸易有限公司	预付 10%，到货后结清余款	否

2021 年度		
余姚市百达电器有限公司	每月结算本月应付余额的 25%	是
上海久诚	预付 10%，到货后结清余款	否
金旸系	款到发货	否
余姚骏达电机有限公司	除 21 款电机月结 30 天外，其余每月结算本月应付余额的 30%	否
昆山耀和	月结 30 天	否
2020 年度		
余姚市百达电器有限公司	每月结算上月应付余额的 25%	否
余姚骏达电机有限公司	除 21 款电机月结 30 天外，其余每月结算本月应付余额的 30%	否
甘肃龙昌石化集团有限公司	款到发货	否
龙岩亿达	开票后 60 天内付款	否
东莞市旭派电子科技有限公司	每月结算本月应付余额的 30%	否

如上表所示，除余姚市百达电器有限公司和宁波江宇电器有限公司外，公司报告期各期主要供应商给予公司的信用政策和信用期未发生变化。余姚市百达电器有限公司由 2020 年每月结算上月应付余额的 25%更改为 2021 年每月结算本月应付余额的 25%，信用期相对缩短，但不存在重大变化；宁波江宇电器有限公司自 2022 年 9 月起每月结算本月应付余额的 40%，相较于之前月结 30 天不存在重大变化。

（二）说明各期末预收款项（合同负债）的构成情况，各类型产品的收款政策，重要收款节点及收款比例，预收款项（合同负债）与相关业务收入、存货、订单的匹配性；发行人预收客户款项后，客户修改或取消订单的处理方式，是否可能因预收款项（合同负债）无法覆盖已支出成本导致订单亏损

1. 各期末预收款项(合同负债)的构成情况

报告期各期末，公司合同负债按照产品类型区分情况如下：

单位：万元

项　目	2023.06.30		2022.12.31		2021.12.31		2020.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
房车游艇配套产品	1,164.60	93.87%	1,316.05	84.99%	1,494.80	84.93%	1,006.26	73.60%
水上休闲运动产品	53.29	4.30%	204.38	13.20%	256.88	14.60%	281.92	20.62%

其他	22.78	1.84%	28.04	1.81%	8.33	0.47%	79.01	5.78%
合　计	1,240.67	100.00%	1,548.48	100.00%	1,760.01	100.00%	1,367.18	100.00%

报告期内，公司预收款项主要来源于房车游艇配套产品的订单。

2. 各类型产品的收款政策，合同重要收款节点及收款比例

报告期内，公司主要销售小微型水泵、便携油桶等房车游艇配套产品和皮划艇、桨板等水上休闲运动产品，各类型产品的收款政策、合同重要收款节点及收款比例如下：

产品类型	收款政策、合同重要收款节点及收款比例
房车游艇配套产品	一般情况为收取全部货款后发货，或者预收 30%左右的货款、收到提单或发票后的 0-60 天内付清尾款，对于少部分稳定合作的客户无预收款，给予一定期限的信用期(一般不超过 60 天)。
水上休闲运动产品	一般情况为预收 0%-30%、收到提单或发票后付清尾款，对于部分稳定合作的客户，给予一定期限的信用期(不超过 180 天)。

3. 预收款项(合同负债)与相关业务收入、存货、订单的匹配性

报告期各期，合同负债与营业收入、存货和在手订单匹配情况如下：

单位：万元

项 目	2023.06.30/ 2023 年 1-6 月	2022.12.31/ 2022 年度	2021.12.31/ 2021 年度	2020.12.31/ 2020 年度
合同负债	1,240.67	1,548.48	1,760.01	1,367.18
营业收入	16,338.89	31,025.95	35,214.07	19,285.90
存货账面余额	5,204.19	5,054.18	7,037.44	3,428.80
期末在手订单金额	8,476.11	7,722.08	10,400.26	7,453.35

报告期内，公司合同负债与营业收入、存货、期末在手订单变动趋势基本匹配。

4. 公司预收客户款项后，客户修改或取消订单的处理方式，是否可能因预收款项(合同负债)无法覆盖已支出成本导致订单亏损

(1) 修改订单的情形

公司预收客户货款后，客户修改订单的，公司与客户就修改内容协商一致后，根据修改后的产品型号重新定价。因此，客户修改订单后，一般不会导致合同负债无法覆盖已支出成本导致订单亏损的情形。报告期内，公司发生修改订单的情形均正常执行，不存在其他异常情况。

(2) 取消订单的情形

对于 ODM/OEM 业务,为保持与公司的长期合作关系，客户正式下达订单后一般不会取消订单。对于自有品牌业务,客户正式下单订单后但在产品尚未生产前，客户取消订单，公司未发生生产成本；若产品已开始生产或已完成生产，客户取消订单后，公司可直接或者简单改制后将相关产品销售给其他客户，且公司产品毛利率较高，产品改制后对外销售一般不会出现亏损的情况，故不存在因合同负债无法覆盖已支出成本导致订单亏损的情况。

（三）说明期末货币资金余额较大且存在短期理财的情况下，仍借入短期借款的原因及合理性，短期借款资金的具体用途，是否存在短债长用的情况

1. 期末货币资金余额较大且存在短期理财的情况下，仍借入短期借款的原因及合理性

报告期各期末，公司货币资金、短期理财和短期借款余额情况如下：

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
货币资金	7,675.47	8,629.35	4,756.78	5,989.33
交易性金融资产-短期理财	6,111.70	302.27	1,478.25	517.21
短期借款	-	-	1,581.87	1,481.37

2022 年末和 2023 年 6 月末，公司不存在短期借款，2020 年和 2021 年末，公司整体货币资金和短期理财余额较大，且公司仍通过银行借款进行融资，主要出于以下原因：

(1) 充裕的资金能够增强公司经营稳定性

报告期各期，公司的营业收入分别为 19,285.90 万元、35,214.07 万元、31,025.95 万元和 16,338.89 万元。2020 年-2021 年，随着经营规模的扩大，日常经营活动所需的采购支出也呈现不断增长的态势，报告期内，公司购买商品、接受劳务支付的现金分别为 9,729.47 万元、24,178.09 万元、16，982.69 万元和 7,672.83 万元，充裕的资金能够保证公司生产经营活动的持续运转。企业经营过程中，可能会遇到包括市场竞争加剧、外部贸易环境变化等各类不确定性情况，公司保留较高的货币资金余额可以提升公司生产经营的稳定性。

(2) 长期资产资金需求较大

报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金金额分别为 3,324.88 万元、5,476.95 万元、3,828.85 万元和 692.34 万元。报告期各

期末，公司固定资产、在建工程和无形资产账面价值合计分别为 7,394.73 万元、10,975.32 万元、13,868.64 万元和 14,184.17 万元，主要长期资产余额呈现增长趋势。随着公司经营规模的扩大，维持较高的货币资金水平能够满足公司未来对长期资产的潜在投资需求。

(3) 公司外部融资渠道单一

相比于上市公司，公司融资渠道较为单一，银行借款是公司获取外部资金的主要渠道，为了维持公司银行授信及后续融资需求，公司需要维持一定规模的银行借款，截至 2023 年 6 月末公司已归还所有借款。

2. 短期借款资金的具体用途，是否存在短债长用的情况

报告期内，公司短期借款合同中约定的借款用途均为“日常生产经营周转”或“采购原材料”，公司按照协议的约定将短期借款用于日常生产经营周转或采购原材料，且公司自有资金可以满足对长期资产的投资需求，公司不存在短债长用的行为。

（四）说明流动比率和速动比率低于同行业公司的原因及合理性，结合公司经营状况、现金流情况，进一步说明公司是否具备良好的偿债能力，是否存在流动性风险

1. 流动比率和速动比率低于同行业公司平均水平的原因及合理性

报告期各期末，公司与同行业可比公司的偿债能力指标对比情况如下：

财务指标	公司名称	2023 年 6 月末	2022 年末	2021 年末	2020 年末
流动比率	金陵体育	3.18	2.92	2.59	1.70
	舒华体育	2.02	2.10	2.04	1.73
	英派斯	2.64	2.70	4.28	3.81
	康力源	4.95	2.52	2.16	1.59
	平均数	3.20	2.56	2.77	2.21
	公司	2.82	2.37	1.63	1.47
速动比率	金陵体育	2.05	2.00	1.28	1.03
	舒华体育	1.45	1.40	1.14	1.22
	英派斯	2.12	2.09	3.37	3.08
	康力源	4.57	2.00	1.47	1.15

	平均数	2.55	1.87	1.82	1.62
	公司	2.05	1.57	0.84	0.97

注：数据根据各公司定期报告或招股说明书等公开信息的财务数据计算

2022 年末和 2023 年 6 月末，公司流动比率、速动比率与同行业平均水平基本保持一致。

2020 年末和 2021 年末，公司流动比率和速动比率均低于同行业平均水平，主要原因为：报告期内，公司经营规模持续扩张，为缓解产能不足的情形，公司投入自有资金购买土地、设备等扩充产能，未通过长期借款融资。同时产品销售中存在采用预收货款的形式，导致流动负债增加，进而降低流动比率和速动比率。而同行业可比上市公司英派斯、金陵体育于 2017 年上市，以权益性资金和长期债务筹资为主，舒华体育 2020 年上市后流动比率及速动比率得到有效改善。公司流动比率和速动比率与康力源相比差异相对较小，2021 年差异增加主要系当年康力源短期借款从 4,596.29 万元降低至 891.12 万元，而公司短期借款筹资金额基本保持不变。

综上所述，公司流动比率和速动比率低于同行业公司平均值具有合理性。

2. 进一步说明公司是否具备良好的偿债能力，是否存在流动性风险

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 6,912.80 万元、7,032.67 万元、10,117.89 万元和 5,468.46 万元，回款情况良好。公司与合作银行保持长期稳定关系，截至 2023 年 6 月 30 日，公司贷款授信额度合计 4,000.00 万元，已使用授信额度 935.46 万元，剩余授信额度充足，公司能够较好的获得融资。

综上所述，公司具备良好的偿债能力，流动性风险和偿债风险较低。

（五）核查程序及结论

针对上述事项，我们实施了如下核查程序：

1. 获取采购清单和主要采购合同，了解公司与主要供应商的采购内容、信用政策等信息；获取并检查公司报告期各期应付账款和应付票据的明细账及余额明细表，分析各期末公司应付账款、应付票据波动的原因；

2. 统计报告期各期主要应付款单位及对应的采购内容、采购金额和占比情况，分析账面余额与采购金额之间的匹配性及不匹配的原因；

3. 对主要供应商进行发函，确认应付账款余额和报告期内采购额的准确性；

4. 取得公司合同负债明细表和构成情况，了解公司各类型产品的收款政策，分析合同负债与收入、存货和订单的匹配性；

5. 了解公司预收客户款项后客户修改或取消订单的处理方式，分析是否存在合同负债 无法覆盖已支出成本导致订单亏损的情况；

6. 访谈公司财务负责人，了解在货币资金余额较大且存在短期理财的情况下，借入短期借款的原因和合理性、必要性；

7. 查阅同行业可比公司年度报告、招股说明书等公开披露文件，获取可比公司流动比率、速动比率等数据，并了解其经营情况。

经核查，我们认为：

1. 应付账款、应付票据波动符合公司实际经营情况及采购情况，公司各期末应付票据、应付账款余额与各期公司采购规模基本匹配，前五大应付款单位与主要供应商之间基本匹配；报告期内前五大供应商给予公司的信用政策和信用期未发生重大变化；

2. 公司预收款项与营业收入、存货和在手订单具有一定的匹配性，符合公司收款政策；公司预收客户款项后客户修改或取消订单，一般不会出现因合同负债无法覆盖已支出成本导致订单亏损的情况；

3. 公司在货币资金余额较大的情况下，借入短期借款具有合理性；公司不存在短债长用的情况；

4. 报告期内，公司流动比率和速动比率低于同行业可比公司平均水平，具有合理性；公司现金流量良好且具备良好的偿债能力，流动性不存在重大风险。

十五、关于资金流水核查。

请保荐人、申报会计师对照《首发业务若干问题解答》(2020 年 6 月修订）问题 54 的要求，逐项说明对相关法人及非法人主体资金流水核查的具体情况、核查程序、核查手段、核查范围、核查账户完整性（是否包含注销的个人卡）、核查标准及其合理性、核查结论，核查过程是否发现异常；列示大额支出、存取现情况及资金来源或流向，发行人及其实际控制人、主要股东、董监高、关键核心人员与客户（供应商）及其股东、管理层的非经营性资金往来情况、原因及合理性、核查方式及证据，并结合上述资金流水核查情况就发行人内部控制是否健全有效、是否存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形

发表明确核查意见。（审核问询函问题 19）

（一）逐项说明对相关法人及非法人主体资金流水核查的具体情况、核查程序、核查手段、核查范围、核查账户完整性（是否包含注销的个人卡）、核查标准及其合理性、核查结论，核查过程是否发现异常

1. 资金流水核查范围、核查账户完整性（是否包含注销的个人卡）、核查标准及其合理性

(1) 资金流水核查范围、核查账户完整性

1）核查范围

根据《首发业务若干问题解答》问题 54 的要求，确定公司资金流水核查的主体范围为：公司及其子公司、实际控制人控制的除公司外的其他企业；公司实际控制人及其关系密切的家庭成员；公司持股 5%以上股东；非独立董事、监事、高级管理人员及关键岗位人员；个人卡员工账户（以下简称“相关方”）。资金流水核查的账户范围为上述主体在报告期内的所有账户，包括报告期内注销的账户、零余额账户。具体情况如下：

① 公司及其子公司的银行账户

报告期内，公司及其子公司的银行账户核查情况如下：

序 号	核查主体	开户银行	账户数量
1	厦门渡远	中国工商银行股份有限公司厦门禾山支行	6
		中国建设银行股份有限公司厦门观音山支行	1
		中国农业银行股份有限公司厦门莲前支行	1
		厦门银行股份有限公司松柏支行	1
		厦门银行股份有限公司江头支行	2
		招商银行股份有限公司厦门集美支行	1
		招商银行厦门分行五缘湾支行	5
		兴业银行股份有限公司厦门集美支行	2
		小 计	19
2	福建爱的	泉州银行股份有限公司连城支行	1
		连城县农村信用合作联社城北信用社	1
		中国农业银行股份有限公司连城县支行	1

		中国工商银行股份有限公司厦门禾山支行	3
		中国工商银行股份有限公司连城县支行	3
		中国邮政储蓄银行股份有限公司连城县支行	1
		中国建设银行股份有限公司连城支行	8
		兴业银行股份有限公司集美支行	5
		支付宝及阿里巴巴等第三方支付平台	6
		小 计	29
3	福建渡远	中国建设银行股份有限公司连城支行	4
		泉州银行股份有限公司连城支行	1
		中国工商银行股份有限公司连城县支行	2
		中国工商银行股份有限公司厦门禾山支行	4
		兴业银行股份有限公司集美支行	4
		支付宝及阿里巴巴等第三方支付平台	8
		小 计	23
4	安耐可	中国工商银行股份有限公司厦门软件园支行	1
		中国工商银行股份有限公司厦门禾山支行	1
		招商银行厦门分行五缘湾支行	1
		支付宝	1
		兴业银行股份有限公司集美支行	1
		小 计	5
5	康远精密	厦门银行股份有限公司江头支行	1
合 计			77

② 实际控制人及其关系密切的家庭成员、实际控制人控制的除公司外的其他企业，公司持股 5%以上股东、非独立董事、监事、高级管理人员及关键岗位人员、个人卡员工的银行账户流水

报告期内，实际控制人及其关系密切的家庭成员、实际控制人控制的除公司外的其他企业，公司持股 5%以上股东、非独立董事、监事、高级管理人员及关键岗位人员、个人卡员工的银行账户核查的具体情况如下：

序号	与公司关系/职务	核查主体	核查账户数量

1	公司实际控制人及其关系密切的家庭成员	实际控制人：林锡臻	21
		实际控制人配偶：林诗蓓	12
		实际控制人妹妹：林春女、林秋群	28
		实际控制人堂姐夫：林乐东	21
		实际控制人远堂兄弟：林锡健	10
2	实际控制人控制的其他企业	福安爱的（已于 2021 年 4 月注销）	4
		乐舟科技（已于 2021 年 4 月注销）	2
		闽城电机厂（已于 2020 年 9 月对外转让）	2
3	公司非独立董事、监事、高管及关键岗位人员	谢福建、陈标敏、廖怀有、黄英兰、胡长斌、吴月梅、陈英妹、范日清、陈雅娟、陆灼凤、李婷婷、黄荣秀、何慧华、柯文雅、张增兴、胡孟生、郎岩、李锦华	236
4	持股 5%以上股东	连城汇力、林豫柏、金棋祥	55
5	个人卡员工	王凤	15

2）核查账户完整性

为验证核查上述主体所提供银行账户的完整性，我们执行了以下核查程序：

① 法人主体

A. 对于公司及其子公司，我们陪同企业人员前往上述法人主体银行基本户的开户行获取其《已开立银行结算账户清单》，根据《已开立银行结算账户清单》，陪同企业人员实地前往《已开立银行结算账户清单》中所列示的报告期内存续及注销的银行获取账户交易流水；对于公司实际控制人控制的其他企业、持股 5%以上的非自然人股东，由其自行查询打印《已开立银行结算账户清单》并获取账户交易流水，我们对其真实性、完整性进行复核；

B. 对公司及其子公司报告期内的各开户行进行函证，函证的内容包含开户行对应各账户下银行存款等科目期末余额、公司于该开户行报告期内注销账户等情况；通过与银行函证中确认的相关银行账户情况（包括零余额、注销账户）进行比对，复核相关银行账户的完整性；

C. 通过核对银行对账单和银行日记账，核实是否已提供账务记录中所列示的所有银行账户，同时比对银行账户期初期末余额的连续性，进一步复核相关账户银行流水的完整性；

D. 取得公司及实际控制人出具的关于提供银行账户完整性的承诺函。

② 自然人主体

A. 对于纳入核查范围内的自然人主体，我们陪同实际控制人及其配偶、非独立董事、监事、高级管理人员前往公司所在地主要银行包括中国工商银行、中国农业银行、中国银行、中国建设银行、交通银行、邮储银行、招商银行、浦发银行、平安银行、民生银行、中信银行、兴业银行、光大银行、厦门银行、福建农村信用社（厦门农商行）查询打印其在该银行开立的账户清单及交易流水（如有）；除上述人员外，核查范围内的其他自然人主体由其自行前往前述银行查询打印并获取账户交易流水，同时对查询过程进行拍照、录音，我们对其真实性、完整性进行复核；

B. 通过“云闪付”等支付平台查询方式补充确认所提供账户的完整性；

C. 对上述人员银行流水进行交叉核对，如果发现相关个人与其持有的其他账户有资金往来，且该账户未在其主动提供范围内，则要求其补充提供；

D. 取得上述人员出具的关于提供银行账户完整性的承诺函。

(2) 核查标准及其合理性

1) 核查标准

公司及其子公司、实际控制人控制的除公司外的其他企业、持股 5%以上的非自然人股东：选取单笔金额 10 万元及以上作为大额资金流水的核查标准；

自然人：选取单笔金额 5 万元及以上作为大额资金流水的核查标准。

此外，对于虽未达到上述标准，但交易频率或交易对方等与日常交易存在明显差异的，一并纳入核查范围，作为异常资金流水的标准。若存在上述情形，我们逐笔进行核查，核查其个人账户的实际归属、资金来源及其合理性。

2) 核查标准的合理性

对于公司及其子公司、实际控制人控制的除公司外的其他企业、持股 5%以上非自然人股东，我们结合其所处行业类型、经营业绩、交易习惯、主要财务数据水平及变动趋势等因素，确定相关资金流水的核查标准，核查金额可覆盖借贷方发生额的 90%以上，可以合理保证公司财务报表不存在重大错报风险。

对于实际控制人及其关系密切的家庭成员、持股 5%以上自然人股东、非独立董事、监事、高级管理人员及关键岗位人员、个人卡员工，按照上述核查标准，可以覆盖较高比例的大额流水，可以合理保证已核查的上述相关人员资金流水不会对公司财务报表产生重大错报影响。

综上，公司相关法人及非法人主体的流水核查标准具有合理性。

2. 资金流水核查的具体情况、核查程序、核查手段、核查结论，核查过程是否发现异常

(1) 公司资金管理相关内部控制制度是否存在较大缺陷

1) 核查程序、核查手段

① 获取并查阅公司的《财务管理制度》《费用报销和付款管理办法》等与资金收支、保管、审批等相关的内部管理制度；

② 核查公司财务部门岗位设置，了解资金业务中不相容岗位是否已恰当分离，相关经办人员间是否存在相互制约关系；

③ 访谈公司财务总监，进一步了解公司资金收支、保管、审批等业务流程以及相关内部控制制度的设计及执行情况；

④ 对公司报告期内资金管理相关内部控制制度设计和执行情况进行测试，分析内部控制的有效性。

2) 核查结论

经核查，我们认为：公司已根据相关法律法规和《企业内部控制基本规范》及相关指引，建立了较为严格的内部控制制度，明确了财务管理、资金活动的业务流程，相关内部控制体系执行有效，公司资金管理相关内部控制制度不存在较大缺陷。

(2) 是否存在银行账户不受公司控制或未在公司财务核算中全面反映的情况，是否存在公司银行开户数量等与业务需要不符的情况

1) 核查程序、核查手段

① 获取公司及其子公司的已开立银行账户清单，并与公司账面记录的银行账户核对，以确认账户信息的完整性；

② 根据已开立银行账户清单取得报告期内公司及其子公司全部账户的银行流水（含报告期内注销账户），对银行流水中出现的银行账户进行勾稽，核实其账户完整性、用途以及开销户的合理性，确定其所有账户的数量以及分布的合理性；

③ 对公司及其子公司报告期内所有银行账户（含报告期内注销账户）进行函证；

④ 访谈公司财务总监，了解公司银行账户的开立、注销等管控情况。

2）核查结论

经核查，我们认为：公司不存在银行账户不受公司控制或未在公司财务核算中全面反映的情况，不存在公司银行开户数量等与业务需要不符的情况。

(3) 公司大额资金往来是否存在重大异常，是否与公司经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配

1）核查程序、核查手段

① 获取公司及其子公司报告期内银行流水和银行日记账，对大额资金流水与银行日记账进行双向核对，了解实际交易背景，核查资金用途与账面记录的一致性；

② 将上述大额资金流水的交易对方与公司报告期内主要客户及供应商清单进行比对，核查销售和收款、采购和付款的真实性；

③ 抽查部分大额资金流水对应的记账凭证、合同订单、银行回单等原始凭证，核查相关交易的真实性，并分析与公司经营活动、资产购置、对外投资等是否匹配。

2）核查结论

经核查，我们认为：报告期内，除通过供应商或关联方周转银行贷款、资金拆借、利用个人账户对外收付款形成的资金往来外，公司不存在大额资金往来重大异常情形，不存在大额资金往来与公司经营活动、资产购置、对外投资等活动不相匹配的情形。

(4) 公司与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等是否存在异常大额资金往来

1）核查程序、核查手段

①获取公司及其子公司报告期内银行流水，核查与实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员等是否存在异常大额资金往来；

② 获取公司实际控制人、非独立董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员等报告期内的银行流水，核查了解与公司发生大额或频繁交易的背景原因并取得相关证明资料。

2）核查结论

经核查，我们认为：报告期内，除与实际控制人林锡臻之间的资金拆借、利用个人账户对外收付款外，公司与实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人

员等之间的资金往来主要系发放薪酬奖金、分红等，不存在异常大额资金往来。

(5) 公司是否存在大额或频繁取现的情形，是否无合理解释；公司同一账户或不同账户之间，是否存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形，是否无合理解释

1) 核查程序、核查手段

① 查阅公司及其子公司报告期内的银行流水、现金日记账，核查是否存在大额或频繁取现的情形；

② 抽取公司及其子公司各银行账户大额资金往来进行核查，核查是否存在金额、日期相近的异常大额资金收支的情形。

2) 核查结论

经核查，我们认为：报告期内，公司不存在大额或频繁取现的情形，同一账户或不同账户之间不存在金额、日期相近且无合理解释的异常大额资金进出的情形。

(6) 公司是否存在大额购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术、咨询服务等）的情形，如存在，相关交易的商业合理性是否存在疑问

1) 核查程序、核查手段

① 查阅公司无形资产清单、专利证书和商标证书等权属证明并核查其取得方式，取得相关商标、专利的转让协议，核查是否存在大额购买无实物形态资产的情形；

② 对公司及其子公司各银行账户大额资金往来进行核查，确认是否存在大额购买无实物形态资产或服务的情形；

③ 查阅公司营业成本、无形资产、费用等科目明细表，核查单笔支付金额达到 10 万元及以上的无实物形态资产购买或服务费用支出情况，了解其交易背景，抽取相关协议、发票、银行回单等原始凭证，核查购买相关资产或服务的真实性、合理性。

报告期内，公司单笔支付金额达到 10 万元及以上的购买无实物形态资产或服务的情况如下表所示：

单位：万元

序号	服务类别	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		支付笔数	金额	支付笔数	金额	支付笔数	金额	支付笔数	金额

1	上市中介服务费	2	70.89	6	461.60	4	95.00	2	30.00
2	软件购置及相关服务费	-	-	1	19.08	2	31.02	2	26.40
3	专利认证费	1	10.70	-	-	1	15.08	1	23.70
4	精益管理、检测认证等咨询服务费	1	15.78	4	68.50	1	10.87	2	36.00
5	保险费	-	-	2	25.45	-	-	-	-

2）核查结论

经核查，我们认为：报告期内，公司存在大额购买无实物形态资产或服务的情形，主要为支付上市中介服务费、软件购置及相关服务费、专利认证费、咨询服务费等，相关交易具有商业合理性。

(7) 公司实际控制人个人账户大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形

1）核查程序、核查手段

① 获取公司实际控制人报告期内银行流水和关于个人银行卡及银行流水真实、准确、完整的承诺函；

② 逐笔核查公司实际控制人单笔金额达到 5 万元及以上或单笔金额未达 5 万元但频繁交易的流水，通过取得实际控制人关于交易对手身份、往来背景、款项性质的说明及相关凭证，访谈交易对手等方式核查相关往来的真实性与合理性。

2）核查结论

经核查，我们认为：报告期内，公司实际控制人个人账户的大额资金往来主要系投资理财、资金拆借、家庭或个人日常开支、奖金分红、对外投资转让收入、朋友往来等；公司实际控制人个人账户不存在大额资金往来较多且无合理解释的情形；除春节期间取现开支以及因工资卡未及时开通网上银行业务而导致的取现外（共 49 笔，合计 45.37 万元），公司实际控制人个人账户不存在频繁大额存取现的情形，相关取现主要用于家庭或个人日常开支。

(8) 实际控制人、非独立董事、监事、高管、关键岗位人员是否从公司获得大额现金分红款、薪酬或资产转让款、转让公司股权获得大额股权转让款，主要资金流向或用途存在重大异常

1）核查程序、核查手段

① 查阅公司报告期内的现金分红明细及内部决议文件、工资明细表，梳理实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员报告期内的薪酬奖金、现金分红金额；

② 核查公司历次股本变动情况，梳理实际控制人报告期内通过转让间接持有的公司股权获得的对价金额；

③ 查阅公司及其实际控制人、非独立董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员报告期内的银行流水，核查其从公司处取得现金分红、薪酬奖金的情况以及取得现金分红、薪酬奖金、出资份额转让款后的资金流向及使用情况，判断是否存在重大异常。

2）核查结论

经核查，我们认为：公司实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员报告期内存在从公司获得大额现金分红款、薪酬的情况；实际控制人存在转让公司员工持股平台份额而获得转让款的情形；前述对应获得的资金主要用于投资理财、购置房产、家庭或个人日常开支、亲朋往来等，主要资金流向或用途不存在重大异常。

(9) 控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与公司关联方、客户、供应商是否存在异常大额资金往来

1）核查程序、核查手段

① 核查公司实际控制人及其控制的其他企业、非独立董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员的银行流水，与公司关联方以及报告期内主要客户、供应商的名称、实际控制人、股东、董监高的姓名进行交叉核对，核查公司实际控制人、董监高及关键岗位人员是否与上述各方存在异常往来，对相关流水发生原因展开访谈并取得相关证明资料；

② 对公司主要客户、供应商进行现场走访或视频访谈，进一步核实公司及其实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员是否与其存在除正常业务外的其他资金往来、关联关系或其他利益安排，并取得公司主要客户、供应商出具的书面确认文件。

2）核查结论

经核查，我们认为：除本问询函回复十五(二)2 中说明的相关私人往来外，公司实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与公司关联方、客户、供应

商不存在异常大额资金往来。

(10) 是否存在关联方代公司收取客户款项或支付供应商款项的情形

1) 核查程序、核查手段

① 核查公司实际控制人及其控制的其他企业、持股 5%以上股东、非独立董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员的银行流水，与公司报告期内主要客户、供应商的名称、实际控制人、股东、董监高的姓名进行交叉核对，核查相关单位或人员是否与公司客户、供应商之间存在异常资金往来，访谈了解相关流水发生原因并取得相关证明资料；

② 对公司主要客户、供应商进行现场走访或视频访谈，进一步核实是否存在关联方代公司收付款项的情形，并取得公司主要客户、供应商出具的书面确认文件。

2) 核查结论

经核查，我们认为：除已披露的个人卡及员工代收货款的情形外，不存在关联方代公司收取客户款项或支付供应商款项的情形。

（二）列示大额支出、存取现情况及资金来源或流向，发行人及其实际控制人、主要股东、董监高、关键核心人员与客户（供应商）及其股东、管理层的非经营性资金往来情况、原因及合理性、核查方式及证据

1. 列示大额支出、存取现情况及资金来源或流向

(1) 公司及其子公司

我们核查了报告期内公司及其子公司大额银行资金流水，除通过供应商周转银行贷款、与关联方或第三方资金拆借形成的大额往来外，其他大额支出主要用于支付供应商货款、支付员工薪酬、缴纳税费、偿还银行借款等。报告期内，公司及其子公司的银行账户不存在大额存取现情形，大额支出的主要流向与用途相符，具有合理性。

(2) 实际控制人及其关系密切的家庭成员、实际控制人控制的除公司外的其他企业

我们核查了报告期内公司实际控制人及其关系密切的家庭成员、实际控制人控制的除公司外的其他企业的大额银行资金流水，其中涉及主要大额支出、存取现情况及资金来源或流向如下：

1) 林锡臻(实际控制人、董事长、总经理)

单位：万元

期间	支出/存取现	交易笔数	金额	款项用途类型	资金来源/最终流向
2020 年	支出	4	240.00	与林乐东往来	2020 年，林锡臻存在委托林乐东为其管理日常资金的情况，具体过程为林锡臻向林乐东转入资金，林乐东统一管理并根据林锡臻授意进行使用，该 240 万元主要用于林锡臻对外借款及归还借款等朋友往来
	支出	3	120.00	夫妻往来	转与配偶林诗蓓，用于家庭内部往来及归还朋友借款
	支出	1	95.95	代付厂房拍卖税款	受连城缴纳税款支付方式影响，利用实际控制人林锡臻银行卡代为缴纳福建渡远厂房拍卖成交的税款，款项由福建渡远先行汇入
	支出	1	87.00	归还朋友借款	向朋友邱**归还 2019 年的借款 87 万元
	支出	2	55.66	归还公司借款	林锡臻归还向公司的借款，公司用于日常运营支出
	支出	1	6.00	公益捐款	交易对方为福建省慈爱之光扶老助学公益服务中心，系公益捐款支出
	支出	11	5.50	子女支出	支付子女抚养费
	取现	14	10.63	日常消费	取现 4.99 万元用于春节开支及日常消费；因个人工资卡未及时绑定网上银行服务，取现 5.64 万元用于家庭或个人日常开支
2021 年	支出	2	155.00	对外借款	借与妻弟林诗雨 140 万元用于归还银行贷款，目前已归还；借与亲属傅**15 万元用于家庭应急支出，目前尚未归还
	支出	1	40.00	班级捐款	用于支付 EMBA 班级捐款
	支出	11	13.50	子女支出	支付子女学费 8 万元、抚养费 5.5 万元
	支出	1	10.00	夫妻往来	转与配偶林诗蓓，用于家庭日常开支
2022 年	支出	2	874.30	投资理财	将分红款用于银行理财
	支出	2	170.00	亲属往来	①借与妹妹林秋群 120 万元用于购房，尚未归还；②借与妻弟林诗雨 50 万元用于临时资金周转，已归还
	支出	1	100.00	夫妻往来	转与配偶林诗蓓用于家庭开支等
	支出	11	6.00	子女支出	支付抚养费 6.00 万元
	支出	1	9.50	信用卡还款	归还个人信用卡款项
	取现	1	10.00	日常消费	用于春节期间现金开支
2023 年 1-6 月	支出	1	282.40	投资理财	将分红款用于银行理财
	支出	4	2.0	子女支出	支付抚养费 2.00 万元

注：上表列示的大额支出不包含个人账户内部互转，下同。

报告期内，林锡臻不存在大额存现情形，大额支出主要用于归还借款、对外借款、协助公司取得银行贷款、实缴连城汇力出资份额、向乐舟科技提供运营资

金、捐款，以及家庭日常消费、子女开支、投资理财等；2020 年-2021 年不存在单笔超过 5 万元的大额取现，2022 年存在 1 笔 10 万元的大额取现，相关取现主要用于春节及日常消费开支。

2）林诗蓓(实际控制人林锡臻的配偶)

单位：万元

期间	支出/存取现	交易笔数	金额	款项用途类型	资金来源/最终流向
2020 年	支出	1	65.62	购房支出	支付购房款
	支出	2	60.00	家庭内部往来	转与弟弟林诗雨用于购房
	支出	2	50.00	归还借款	向朋友林**归还购房时的临时借款
	支出	2	17.00	家庭消费	支付老家装修设计费用、瓷砖款项
	支出	1	10.00	亲属往来	借款给亲属林**
2021 年	支出	1	5.00	家庭内部往来	借款给弟弟林诗雨临时周转，已归还
2022 年	支出	2	53.00	家庭内部往来	借款给弟弟林诗雨临时周转，已归还
2023 年 1-6 月	取现	1	10.00	日常消费	用于春节期间现金开支
	支出	1	5.60	子女支出	支付子女学费

报告期内，除 2023 年 1-6 月存在 1 笔 10 万元的大额取现以外（主要用于春节期间现金开支），林诗蓓不存在其他大额存取现情形，大额支出主要用于购房购车、装修等消费支出、家庭内部往来、归还朋友借款以及亲属借款等，不存在异常大额资金往来情形。

3）林秋群(实际控制人林锡臻的妹妹，总经理助理)

单位：万元

期间	支出/存取现	交易笔数	金额	款项用途类型	资金来源/最终流向
2020 年	支出	18	30.00	投资理财	购买银行理财产品
2021 年	支出	23	92.00	投资理财	购买银行理财产品
	支出	2	15.00	夫妻往来	转与配偶林秋进用于家庭日常开支、春节开支
2022 年	支出	7	310.50	购房支出	支付购房款及相关税费
	支出	29	125.00	投资理财	购买银行理财产品
	支出	1	8.00	亲属往来	向姐姐林春女归还购房借款
	支出	1	20.00	归还贷款	归还银行贷款
	支出	1	5.00	亲属往来	转与亲属林秋送装修预付款
2023 年 1-6 月	支出	3	5.00	投资理财	购买银行理财产品

4）林春女(实际控制人林锡臻的妹妹，子公司销售经理)

单位：万元

期间	支出/存取现	交易笔数	金额	款项用途类型	资金来源/最终流向
2020 年	支出	3	19.02	投资理财	用于投资收藏外币支出
	支出	4	17.19	归还贷款	用于归还银行贷款
	支出	1	16.00	夫妻往来	转与配偶张晓峰用于投资收藏外币
	支出	1	9.74	家庭内部往来	转与妹妹林秋群，属于家庭内部往来
2021 年	支出	3	33.15	夫妻往来	转与配偶张晓峰，用于家庭理财开支等
	支出	1	10.00	投资理财	申购基金理财产品
	支出	1	8.02	归还贷款	归还银行贷款
2022 年	支出	1	11.00	投资理财	购买银行理财产品
	支出	2	30.00	夫妻往来	转与配偶张晓峰，用于家庭理财开支等
	支出	1	8.00	亲属往来	借与妹妹林秋群购房临时周转，已于借款次日归还
2023 年 1-6 月	支出	2	15.00	投资理财	购买银行理财产品
	支出	1	15.00	亲属往来	借与亲属张小印购房周转

5) 林乐东(实际控制人林锡臻的堂姐夫，子公司行政人员)

报告期内，公司实际控制人曾委托林乐东利用自身银行账户协助管理其部分日常资金，故林乐东银行账户涉及的往来除自身开支外，还包括部分实际属于林锡臻的资金往来，具体情况如下：

① 林乐东自身往来

单位：万元

期间	支出/存取现	交易笔数	金额	款项用途类型	资金来源/最终流向
2020 年	支出	1	12.00	夫妻往来	计划转与配偶林莲群理财投资未果，后转回 10 万元
	支出	3	17.39	朋友往来	借与陈标敏 10 万元用于临时资金周转，已于当日或当月归还；协助陈标敏周转银行贷款 7.39 万元
	支出	1	5.00	亲属往来	借与亲属傅**5 万元用于临时资金周转，已归还
	支出	3	21.25	归还公司款项	归还福建爱的借款(含利息)以及员工备用金
	支出	2	10.38	信用卡还款	归还个人信用卡款项
	支出	1	5.00	投资理财	用于申购薪金宝理财
2021 年	支出	1	6.50	家庭内部往来	转与母亲刘丽仙 6.5 万元用于日常开支
	支出	1	5.00	夫妻往来	转与配偶林莲群 5 万元用于日常开支
2022 年	支出	7	19.00	投资理财	用于申购薪金宝等理财
	支出	1	10.00	家庭内部往来	转与母亲刘丽仙 10 万元用于日常开支
	支出	1	7.00	朋友往来	借与朋友沈**7 万元用于临时资金周转，已归还

2023 年 1-6 月	支出	1	5.00	家庭内部往来	转与母亲刘丽仙 5 万元用于日常开支

如上表所示，报告期内，林乐东自身不存在大额存取现情况，大额支出主要用于归还公司借款及备用金、亲朋借支、支付连城汇力份额受让款项、家庭内部往来、投资理财等，不存在异常大额资金往来情形。

② 实际属于林锡臻的往来开支

单位：万元

期间	支出/存取现	交易笔数	金额	款项用途类型	资金来源/最终流向
2020 年	支出	6	1,050.71	归还公司借款	交易对方为金棋祥，系按照原借款路径，由金棋祥协助归还林锡臻向福建爱的的借款本息
	支出	12	281.50	投资理财	200 万元用于证券投资理财；81.5 万元用于申购薪金宝、朝朝盈理财等
	支出	12	280.50	朋友往来	①对外借款：借与朋友林**10 万元、沈**10.5 万元，均已归还；借与罗**130 万元，目前已归还 80 万元；借与林**20 万元、陈**15 万元、罗**5 万元，目前尚未归还； ②归还借款：归还朋友沈**借款 90 万元，该笔借款用于归还向福建爱的的借款；
	支出	2	145.05	受托名义投资	交易对方为连城县至善农业发展有限公司，系林锡臻朋友林**委托林锡臻名义投资至善农业，其中 80 万元用于实缴出资、65.05 万元为流动资金，相关款项均由林**提供，至善农业随后用于购置不动产；2021 年 6 月，相关股权已还原至林**夫妇实际持有
	支出	3	45.00	夫妻往来	交易对方为林锡臻配偶林诗蓓，用于购置房产、老家装修支出等
	支出	3	30.00	支付福安爱的股权受让款	交易对方为黄**，福安爱的前股东黄**姐姐，用于支付林锡臻回收黄**持有的福安爱的股权的尾款
	支出	1	15.00	子女支出	支付子女生活费
	支出	1	9.70	日常消费	购买茶叶支出
	支出	1	14.20	款项退回	深圳市文玉盛鼎投资管理有限公司向福建爱的的借款利息误汇入林乐东账户，将款项退回，由文玉盛鼎重新支付至福建爱的
	支出	2	10.00	与林锡臻往来	将存放于林乐东账户的资金划转至林锡臻本人账户均用于其日常开支
2021 年	支出	1	20.00	子女支出	支付子女生活费
	支出	1	10.00	朋友往来	借与朋友沈**10 万元用于临时周转，已于借款次日归还
	支出	1	10.00	投资理财	申购薪金宝理财
	取现	1	10.00	春节开支	用于春节期间现金开支

如上表所示，报告期内，林锡臻未通过林乐东银行账户进行大额存现，大额取现主要系用于春节期间的现金开支；大额支出主要用于归还借款、投资理财、家庭内部往来、朋友借支等，不存在异常大额资金往来情形。

6）林锡健(实际控制人林锡臻的远堂兄弟，子公司滚塑课课长)

单位：万元

期间	支出/存取现	交易笔数	金额	款项用途类型	资金来源/最终流向
2021 年	支出	4	10.29	归还贷款	归还银行贷款
	支出	1	5.02	信用卡还款	归还个人信用卡款项
	支出	2	3.21	归还借款	向林锡臻归还借款本息
2022 年	支出	2	12.78	归还贷款	归还银行贷款
	支出	1	6.50	信用卡还款	归还个人信用卡款项
	支出	1	5.10	夫妻往来	转与配偶王凤用于归还银行贷款

7）福安爱的(实际控制人控制的除公司外的其他企业，已于 2021 年 4 月注销)

报告期内，福安爱的不存在大额支出、存取现的情形，不存在异常大额资金往来情形。

8）乐舟科技(实际控制人控制的除公司外的其他企业，已于 2021 年 4 月注销)

报告期内，乐舟科技不存在大额支出、存取现的情形，不存在异常大额资金往来情形。

9）闽城电机厂(实际控制人控制的除公司外的其他企业，已于 2020 年 9 月对外转让)

2020 年 1 月至对外转让前，闽城电机厂不存在大额支出、存取现情形，不存在异常大额资金往来情形。

(3) 其他持股 5%以上股东

我们核查了报告期内其他持股 5%以上股东的大额银行资金流水，其中涉及主要大额支出、存取现情况及资金来源或流向如下：

1）林豫柏(外部股东，持有 17.10%的公司股份)

持股 5%以上股东林豫柏为外部投资者，报告期内，林豫柏与公司相关的大额支出、存取现情况如下：

单位：万元

期间	支出/存取现	交易笔数	金额	款项用途类型	资金来源/最终流向
2020 年	支出	2	140.00	股权投资	向哥哥林豫松支付汇力源股权款 140 万元

2) 连城汇力(公司员工持股平台，持有 10%的公司股份)

报告期内，连城汇力不存在大额存取现的情形，大额支出均系收到公司分红款后代缴个人所得税和支付合伙人分红款。

3) 金棋祥(外部股东，持有 6%的公司股份)

持股 5%以上股东金棋祥为外部投资者，报告期内，金棋祥与公司相关的大额支出、存取现情况如下：

单位：万元

期间	支出/存取现	交易笔数	金额	款项用途类型	资金来源/最终流向
2020 年	支出	6	1,170.71	其他往来	1.转与林乐东 120 万元，系协助实际控制人林锡臻周转 2019 年向福建爱的的借款 120 万元； 2.转与福建爱的 750.71 万元，系协助林锡臻归还福建爱的 700 万元借款及利息； 3.转与龙岩亿达 300 万元，系协助林锡臻归还福建爱的 300 万元借款，沿原借款路径，由龙岩亿达归还至福建爱的
	支出	1	40.00	支付绿源转让款	2019 年 12 月，林锡臻与金棋祥夫妇对外转让合计持股 100%的绿源饮料，该款项为收到受让方股权款项后，向林锡臻支付部分绿源饮料的股权转让款
2022 年	支出	1	42.00	支付绿源转让款	向林锡臻支付绿源饮料剩余的股权转让款

(4) 公司非独立董事、监事、高级管理人员及其他关键岗位人员

我们核查了报告期内公司非独立董事、监事、高级管理人员及其他关键岗位人员的大额银行资金流水，其中涉及主要大额支出、存取现情况及资金来源或流向如下：

1) 谢福建(董事、副总经理、财务总监)

单位：万元

期间	支出/存取现	交易笔数	金额	款项用途类型	资金来源/最终流向
2020 年	支出	5	76.79	归还贷款	全部用于归还银行贷款
	支出	2	40.00	朋友往来	借与朋友陈**用于临时资金周转，已归还
	支出	6	28.12	夫妻往来	转与配偶杨杏用于家庭资金归集及开支
	支出	3	12.00	亲属往来	借与堂兄弟谢**用于资金周转，已归还
	支出	1	5.00	投资理财	用于期货投资
	取现	1	5.00	春节开支	用于春节期间现金开支

2021 年	支出	2	61.39	归还贷款	用于归还银行贷款
	支出	2	51.70	投资理财	用于购买银行理财产品
	支出	2	28.59	归还借款	归还朋友许**的借款及利息
	支出	2	16.44	购车支出	用于支付购车首付款及税费
2022 年	支出	5	50.00	投资理财	用于购买银行理财产品
	支出	2	30.44	归还贷款	用于归还银行贷款
	支出	2	27.28	朋友往来	借与朋友陈**20 万元用于临时资金周转，已于当天归还； 归还朋友许**的借款及利息 7.28 万元
	支出	1	5.00	装修支出	用于老家装修支出
	取现	1	5.05	日常消费	用于春节期间现金开支
2023 年 1-6 月	支出	5	60.03	归还贷款	用于归还银行贷款，金额较大主要系滚动借还导致
	支出	4	35.00	朋友往来	朋友陈**协助周转银行贷款

2）陈标敏(董事、副总经理)

单位：万元

期间	支出/存取现	交易笔数	金额	款项用途类型	资金来源/最终流向
2020 年	支出	16	141.00	归还借款	归还朋友借款:归还肖伦彬借款 40 万元；归还陈汝印借款 30 万元；归还汪心毅借款 30 万元；归还吴**借款 21 万元；归还林乐东借款 10 万元;归还刘**借款 10 万元
	支出	7	52.80	投资理财	用于证券股票投资
	支出	6	45.00	亲属往来	借与兄弟陈标焕 25 万元；借与兄弟陈福建 10 万元；借与兄弟陈标球 10 万元，目前均已归还
	支出	5	74.99	归还贷款	归还银行贷款、支付宝还款
	支出	2	20.84	购置房产	支付购房定金及首付款
	支出	2	20.00	朋友往来	为满足银行贷款的流水规模需求，陈标敏将 20 万元汇入廖怀有账户，廖怀有于当日返还至陈标敏
	支出	1	8.60	支付连城汇力合伙份额受让款	用于支付受让连城汇力 18%合伙份额的尾款 8.6 万元
2021 年	支出	8	85.06	归还贷款	归还银行及第三方平台贷款
	支出	4	47.86	归还借款	向林锡臻归还借款本息 21.48 万元；向谢福建归还借款本息 21.38 万元；向刘**归还借款 5 万元
	支出	2	15.00	亲属往来	借与兄弟陈标坤 10 万元，目前已归还；借与侄子陈**5 万元，已归还 3 万元
2022 年	支出	11	82.75	归还贷款	归还银行及第三方平台贷款
2023 年 1-6 月	支出	1	15.00	亲属往来	借与兄弟陈标球临时周转，已于次日归还

3）廖怀有(董事)

单位：万元

期间	支出/存取现	交易笔数	金额	款项用途类型	资金来源/最终流向
2020 年	支出	1	20.00	朋友往来	协助陈标敏周转资金，款项由陈标敏先行汇入，再于当日转回陈标敏
	支出	1	6.02	归还借款	向谢福建归还借款本息 6.02 万元
2021 年	支出	2	38.00	夫妻往来	转与配偶甘甜用于家庭理财开支
	支出	2	16.11	归还借款	归还林锡臻借款本息 16.11 万元
2022 年	支出	3	63.00	夫妻往来	转与配偶甘甜用于家庭储蓄开支

4) 黄英兰(监事会主席)

单位：万元

期间	支出/存取现	交易笔数	金额	款项用途类型	资金来源/最终流向
2020 年	支出	4	7.67	缴纳土地出让金	个人购置房产办理房产证补缴土地出让金及相关税费
2022 年	取现	1	10.00	-	2022 年 1 月 29 日取现，原计划用于春节期间现金开支，后于 2022 年 2 月 17 日重新存入银行
	存现	1	10.00	-	2022 年 2 月 17 日将 2022 年 1 月 29 日取出的现金重新存入银行
2023 年 1-6 月	支出	1	10.00	投资理财	银转证，投资证券理财
	支出	1	5.00	亲属往来	借与亲属**临时周转，已于借款次月归还

5) 胡长斌(监事)

单位：万元

期间	支出/存取现	交易笔数	金额	款项用途类型	资金来源/最终流向
2020 年	支出	1	10.00	投资理财	购买银行理财产品
		1	5.00	归还贷款	归还部分住房贷款
2021 年	支出	1	6.00	归还贷款	归还部分住房贷款
2022 年	支出	3	18.30	投资理财	购买银行理财产品

6) 吴月梅(监事)

单位：万元

期间	支出/存取现	交易笔数	金额	款项用途类型	资金来源/最终流向
2021 年	支出	8	19.00	投资理财	购买基金、银行理财产品
	支出	1	5.00	夫妻往来	转与配偶吴剑斌用于家庭开支
2022 年	支出	1	15.00	投资理财	购买基金理财产品

7) 陈英妹(董事会秘书、副总经理)

单位：万元

期间	支出/存取现	交易笔数	金额	款项用途类型	资金来源/最终流向
2020 年	支出	55	1,816.59	投资理财	均用于申购理财产品、股票交易等；因

					循环申购赎回，使得交易频次及金额数量较大
2021 年	支出	30	1,754.77	投资理财	均用于申购理财产品、股票交易等；因循环申购赎回，使得交易频次及金额数量较大
	支出	3	358.00	购置房产	支付购房款
2022 年	支出	12	755.08	投资理财	均用于申购理财产品、股票交易等；因循环申购赎回，使得交易频次及金额数量较大
	支出	1	12.00	亲属往来	借与亲属林**12 万元，尚未归还
2023 年 1-6 月	支出	5	326.69	投资理财	均用于申购理财产品、股票交易等；因循环申购赎回，使得交易频次及金额数量较大
	支出	1	87.94	归还贷款	全部用于归还银行贷款

8）张增兴（母公司财务经理）

单位：万元

期间	支出/存取现	交易笔数	金额	款项用途类型	资金来源/最终流向
2020 年	支出	1	5.00	投资理财	购买银行理财产品
2021 年	支出	2	15.00	夫妻往来	转与配偶杨**用于家庭开支
	支出	3	10.00	投资理财	购买银行理财产品
2022 年	支出	2	36.17	协助周转款项	协助妹夫林**周转银行贷款
	支出	1	10.70	亲属往来	借与妹夫林**10.7 万元，已归还
2023 年 1-6 月	支出	2	24.00	投资理财	购买银行理财产品

注：张增兴于 2020 年 11 月入职渡远户外，2022 年 2 月至今担任母公司财务经理

9）范日清(曾任职母公司财务经理)

单位：万元

期间	支出/存取现	交易笔数	金额	款项用途类型	资金来源/最终流向
2019 年	支出	1	54.31	归还贷款	归还住房贷款
	支出	2	39.00	夫妻往来	转与配偶胡**账户用于支付购房款
	支出	1	35.00	投资理财	购买银行理财产品
2022 年	支出	1	16.00	归还贷款	归还住房贷款
	支出	1	5.00	投资理财	购买银行理财产品

10）陈雅娟(母公司出纳)

报告期内，陈雅娟不存在大额支出和存取现的情况。

11）陆灼凤(子公司财务经理)

单位：万元

期间	支出/存取现	交易笔数	金额	款项用途类型	资金来源/最终流向

2022 年	支出	1	13.00	家庭内部往来	转与婆婆马**，款项用于归还此前购房时筹措的借款

注：陆灼凤已于 2022 年 9 月离职

12）李婷婷(子公司财务经理)

单位：万元

期间	支出/存取现	交易笔数	金额	款项用途类型	资金来源/最终流向
2020 年	支出	2	9.00	朋友往来	转与朋友朱**，协助其周转银行贷款，款项全部来源于朱**配偶
	取现	1	6.91	补缴社保款	取现用于补缴父亲的社会保险费用
2023 年 1-6 月	支出	3	15.21	投资理财	循环申购银行理财产品

注：李婷婷于 2020 年 11 月入职福建渡远，于 2023 年 7 月离职

13）何慧华(子公司出纳)

报告期内，何慧华不存在大额支出和存取现的情况。

14）黄荣秀(子公司出纳)

黄荣秀于 2020 年 10 月入职公司，自入职以来至报告期末，黄荣秀不存在大额支出和存取现情况。

15）柯文雅(曾任职公司出纳，现任行政部经理)

单位：万元

期间	支出/存取现	交易笔数	金额	款项用途类型	资金来源/最终流向
2020 年	支出	7	65.04	朋友往来	借与朋友郭**59.04 万元用于生意资金周转，与公司无关； 向朋友杨**归还临时借款 6 万元
	支出	3	63.98	协助资金流转	协助朋友蔡**周转银行贷款 48.98 万元； 协助朋友杨**周转资金 15 万元
	支出	10	55.71	退回代收款	同上，交易对方为叶耀茹，系全额退回南极商诚电商平台的代收款
	支出	6	50.89	归还贷款	归还银行贷款、信用卡还款
	支出	3	19.18	投资理财	用于证券基金理财
	支出	3	8.90	亲属往来	向亲属叶**归还借款 7.2 万元；与亲属叶耀茹往来 1.7 万元
	支出	1	8.00	代缴学费	为亲属代缴纳学费，款项来源于亲属汇入
2021 年	支出	9	57.78	退回代收款	同上，交易对方为叶耀茹，系全额退回南极商诚电商平台的代收款
	支出	6	42.07	归还贷款	归还银行贷款、信用卡还款
	支出	1	5.00	协助资金流转	协助朋友郭**周转资金 5 万元
	存现	6	5.97	存入门店现金收款	资金来源系柯文雅配偶所经营的汽车服务门店现金收入，与公司无关
2022 年	支出	4	26.52	归还贷款	归还银行贷款

	支出	3	15.84	购车支出	支付购车款

16）王凤(个人卡)

单位：万元

期间	支出/存取现	交易笔数	金额	款项用途类型	资金来源/最终流向
2020 年	支出	1	6.23	归还贷款	归还银行贷款
2021 年	支出	1	5.02	夫妻往来	转与配偶林锡健，用于信用卡还款
2022 年	支出	1	5.14	归还贷款	归还银行贷款

17）胡孟生（监事）

单位：万元

期间	支出/存取现	交易笔数	金额	款项用途类型	资金来源/最终流向
2021 年	支出	2	16.10	投资理财	用于证券投资及购买理财产品
	支出	2	10.00	夫妻往来	转与配偶董小燕，用于购房支出

注：胡孟生于 2023 年 1 月 31 日经公司第一届职工代表大会推选为职工代表监事

18）郎岩（子公司财务经理）

郎岩于 2020 年 4 月入职公司，自入职以来至报告期末，郎岩不存在大额支出和存取现情况。

19）李锦华（子公司出纳）

李锦华于 2023 年 6 月入职公司，自入职以来至报告期末，李锦华不存在大额支出和存取现情况。

2. 公司及其实际控制人、主要股东、董监高、关键核心人员与客户（供应商）及其股东、管理层的非经营性资金往来情况、原因及合理性、核查方式及证据

(1) 非经营性资金往来情况、原因及合理性

1）公司与客户（供应商）及其股东、管理层的非经营性资金往来

报告期内，除通过供应商余姚市百达电器有限公司、余姚骏达电机有限公司周转银行贷款形成的非经营性往来外，公司与客户（供应商）及其股东、管理层的其他非经营性资金往来情况如下：

单位：万元

往来方	关系	往来情况	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
			汇入	汇出	汇入	汇出	汇入	汇出	汇入	汇出
厦门润必佳科技有	公司客户、供应商纽茂泵业之实际控制	往来金额	-	-	-	-	-	-	893.65	33.00
		往来性质	厦门润必佳科技有限公司（以下简称“润必佳”）因竞拍厂房的资金周转需求向公司合计借款 860 万元（2019 年 827 万元、2020 年 33 万							

限公司	人肖伦彬控制的其他公司		元），2020 年 9 月厦门润必佳科技有限公司归还全部款项并按照同期银行贷款利率支付利息，合计支付 893.65 万元。
		原因及合理性	肖伦彬与林锡臻系多年朋友关系，肖伦彬通过控制的润必佳参与厂房竞拍，因资金短缺向林锡臻借款，林锡臻通过公司向润必佳拆出款项；经肖伦彬访谈确认，并查阅润必佳参与拍卖的成交确认书、房产证书、还款凭证等资料，润必佳拆借资金主要用于支付厂房拍卖款及相关税费，不存在代公司承担成本费用的情形。

金棋祥	公司客户、供应商龙岩亿达之实际控制人；公司持股 5%以上股东	往来金额	-	-	-	-	-	-	750.71	-
		往来性质	2019 年林锡臻向福建爱的借款 1,000 万元用于证券投资，相关资金系通过股东金棋祥方面账户转出，具体过程为：福建爱的先汇入金棋祥 700 万元、龙岩亿达 300 万元，最终通过金棋祥账户向林乐东账户合计汇入 1,000 万元；2020 年 10 月，林锡臻通过原借出路径向福建爱的归还全部借款及利息，因此 2020 年金棋祥向福建爱的汇入 700 万元本金及 50.71 万元利息款；							
		原因及合理性	林锡臻拟向福建爱的拆借资金用于证券投资，考虑到福建爱的与实际控制人之间直接发生大额拆借可能影响银行贷款审批，故协商经股东金棋祥账户周转该 1,000 万元借款，其中 700 万元经金棋祥账户转出，剩余 300 万元通过金棋祥控制的龙岩亿达账户转出。 经金棋祥访谈确认，并查阅相关资金流转凭证，公司与金棋祥发生的非经营性往来具有一定原因及合理性，不存在代公司承担成本费用的情形。							
龙岩亿达	公司客户、供应商	往来金额	-	-	-	-	-	-	300.00	-
		往来性质	如上所述，2019 年林锡臻因证券投资需求，向福建爱的借款 1,000 万元，其中 700 万元经金棋祥账户周转至林乐东账户，300 万元经龙岩亿达账户周转；2020 年 10 月，林锡臻通过原借出路径，由龙岩亿达向福建爱的归还 300 万元款项。							
		原因及合理性	如上所述，福建爱的与龙岩亿达发生非经营性往来的背景系：实际控制人林锡臻拟通过金棋祥方面账户代为周转 1,000 万元借款资金，其中 700 万元经金棋祥个人账户周转，金棋祥考虑到龙岩亿达申请银行贷款需要一定的交易流水规模，故通过龙岩亿达账户代为周转剩余 300 万元；2020 年 10 月，通过龙岩亿达账户向福建爱的原路归还 300 万元借款。 经金棋祥访谈确认，并查阅相关资金流转凭证，公司与龙岩亿达发生的非经营性往来主要系协助实际控制人林锡臻周转借款，不存在代公司承担成本费用的情形。							

如上表所示，公司与客户及供应商相关方发生的资金往来主要系基于资金拆借，不存在代公司承担成本费用的情形。

2）实际控制人、主要股东、董监高、关键核心人员与客户（供应商）及其股东、管理层的非经营性资金往来情况

① 实际控制人林锡臻

报告期内，公司实际控制人林锡臻与公司客户及供应商相关方发生的非经营性资金往来情况、原因及合理性如下：

单位：万元

往来	关系	往来情	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度

方		况	汇入	汇出	汇入	汇出	汇入	汇出	汇入	汇出
金棋祥	公司客户供应商龙岩亿达之实际控制人	往来金额	-	-	42.00	-	-	-	160.00	1,050.71
		往来性质	①因证券投资需求，林锡臻向福建爱的借款 1,000 万元，相关款项经金棋祥、龙岩亿达账户转出，最终经金棋祥账户汇入林乐东账户；2019 年、2020 年金棋祥向林乐东账户汇入的金额分别为 880 万元、120 万元；2020 年 10 月，为归还借款，林锡臻通过林乐东账户将借款本息 1,050.71 万元转入金棋祥账户，由金棋祥本人账户、龙岩亿达账户分别向福建爱的归还 700 万元、300 万元； ②2019 年 12 月，林锡臻将持有的绿源饮料 70%股权（由金棋祥夫妇代为持有）对外转让；2020 年 1 月、2022 年 5 月，金棋祥向林锡臻转入绿源饮料股权转让款合计 82 万元。						
		原因及合理性	林锡臻与金棋祥系多年朋友关系：①考虑到福建爱的与实际控制人之间直接发生大额拆借可能影响银行贷款审批，故协商通过金棋祥及其控制的龙岩亿达账户周转 1,000 万元借款；②林锡臻持有的 70%绿源饮料股权原由金棋祥夫妇代为持有，金棋祥收到股权转让款后转与林锡臻，具有合理性。							
叶耀茹	公司客户南极商诚之实际控制人	往来金额	-	2.00	-	6.00	-	5.50	-	5.50
		往来性质	报告期内向叶耀茹支付子女抚养费，各期分别为 5.5 万元、5.5 万元、6.00 万元及 2.00 万元。							
		原因及合理性	报告期各期向叶耀茹支付子女抚养费系基于离婚协议安排，具有合理性。							
乐舟科技	公司客户	往来金额	-	-	-	-	-	-	-	3.50
		往来性质	2020 年，林锡臻通过刘锦华账户向实际控制的乐舟科技汇款 3.5 万元，乐舟科技用于支付服务费等开支。							
		原因及合理性	林锡臻向实际控制的乐舟科技汇入运营开支款项，具有合理性。							

如上表所示，实际控制人林锡臻与公司客户及供应商相关方发生的资金往来系基于资金周转、支付抚养费等合理背景下的私人往来，与公司业务无关，不存在代公司承担成本费用的情形。

② 董事陈标敏

报告期内，公司董事陈标敏与公司客户及供应商相关方发生的非经营性资金往来情况、原因及合理性如下：

单位：万元

往来方	关系	往来情况	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
			汇入	汇出	汇入	汇出	汇入	汇出	汇入	汇出
肖伦彬	公司客户、供应商纽茂泵业之实际控制人	往来金额	-	-	-	-	-	-	40.00	40.00
		往来性质	为满足申请银行贷款的流水规模需求，分别于 2020 年 3 月 27 日、4 月 8 日向肖伦彬周转 20 万元，已于 2020 年 4 月 5 日、5 月 12 日归还。							
		原因及合理性	相关往来属于朋友间临时拆借，借款时间均较短，且已结清，具有合理性							
汪心毅	公司供应商福建威灵轴承科	往来金额	-	-	-	-	-	-	20.00	30.00
		往来性质	①因购房资金需求，2019 年 5 月 24 日向汪心毅借款 10 万元，已于 2020 年 1 月 20 日归还；							

	技有限公司之实际控制人		②为满足申请银行贷款的流水规模需求，2020 年 4 月 30 日向汪心毅临时周转 20 万元，已于 2020 年 5 月 2 日归还。							
		原因及合理性	相关往来属于朋友间临时拆借，且均已结清，具有合理性。							
陈汝印	公司供应商宁德市兴越金属制品制造有限公司之实际控制人	往来金额	-	-	-	-	-	-	30.00	30.00
		往来性质	为满足申请银行贷款的流水规模需求，2020 年 4 月 29 日向陈汝印临时周转 30 万元，已于 2020 年 5 月 9 日、11 日归还。							
		原因及合理性	相关往来属于朋友间临时拆借，借款时间较短，且已结清，具有合理性。							

如上表所示，董事陈标敏与公司客户及供应商相关方发生的资金往来均系因个人资金需求与朋友之间发生的私人往来，与公司业务无关，不存在代公司承担成本费用的情形。

③ 员工柯文雅

报告期内，公司员工柯文雅与公司客户及供应商相关方发生的非经营性资金往来情况、原因及合理性如下：

单位：万元

往来方	关系	往来情况	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
			汇入	汇出	汇入	汇出	汇入	汇出	汇入	汇出
叶耀茹	公司客户南极商诚之实际控制人	往来金额	-	-	-	-	-	57.78	8.70	57.41
		往来性质	①报告期外，南极商诚曾为汇力源全资子公司，曾绑定柯文雅银行卡作为电商平台的收款账户，2017 年 12 月南极商诚转让给叶耀茹实际控制后，因更换程序较为繁琐未及时解绑；因此，柯文雅不定期收到南极商诚电商平台货款后，立即全额转回叶耀茹，与公司业务无关；自 2021 年 6 月解除绑定后，未再出现相关情形；报告期各期涉及的金额分别为 55.71 万元、57.78 万元、0 万元、0 万元； ②叶耀茹系柯文雅表姐，2020 年 5 月 10 日柯文雅汇入叶耀茹 1 万元委托海外代购；2020 年 8 月 15 日，叶耀茹汇入柯文雅 8.7 万元，委托其代缴女儿学费，柯文雅将余款 0.7 万元转回叶耀茹账户，属于亲属往来。							
		原因及合理性	基于历史原因形成的代收款项、亲属往来款项，具有合理性。							
南极商诚	公司客户，由叶耀茹实际控制	往来金额	-	-	-	-	0.14	-	0.44	-
		往来性质	如上所述，报告期外，南极商诚曾为汇力源全资子公司，曾绑定柯文雅信用卡作为电商平台的扣费账户，用于自动扣除网上店铺相关费用，因更换程序较为繁琐未及时解绑；南极商诚每月根据实际扣费金额再划转给柯文雅，与公司业务无关；自 2021 年 8 月解除绑定后，未再出现相关情形；报告期各期涉及的金额仅为 0.44 万元、0.14 万元、0 万元、0 万元。							
		原因及合理性	基于历史原因形成的代付款项，且金额很小，具有合理性。							

如上表所示，员工柯文雅与公司客户及供应商相关方发生的资金往来系基于历史原因形成的代收代付以及亲属往来，与公司业务无关，不存在代公司承担成

本费用的情形。

④ 员工林乐东

报告期内，公司员工林乐东与公司客户及供应商相关方发生的非经营性资金往来情况、原因及合理性如下：

单位：万元

往来方	关系	往来情况	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
			汇入	汇出	汇入	汇出	汇入	汇出	汇入	汇出
南极商诚	公司客户，由叶耀茹实际控制	往来金额	-	-	-	-	-	-	0.34	-
		往来性质	报告期外，南极商诚曾为汇力源全资子公司，曾绑定林乐东信用卡作为电商平台的扣费账户，用于自动扣除网上店铺相关费用，2017 年 12 月南极商诚转让给叶耀茹实际控制后，因更换程序较为繁琐未及时解绑；南极商诚每月根据实际扣费金额再划转给林乐东，与公司业务无关；自 2021 年 1 月解除绑定后，未再发生相关情形，报告期各期涉及的金额为 0.34 万元、0 万元、0 万元、0 万元。							
		原因及合理性	基于历史原因形成的代付款项，且金额很小，具有合理性。							

如上表所示，员工林乐东与南极商诚发生的资金往来系基于历史原因形成的代扣代付，与公司业务无关，不存在代公司承担成本费用的情形。

(2) 核查方式及证据

针对上述情况，我们采用如下核查方式并取得对应的核查证据：

1）梳理核查范围内相关方的银行流水明细与往来特征，根据流水核查标准针对大额或异常往来进行重点核查，了解达到核查标准资金流水的往来背景；

2）访谈相关当事人，并取得相关确认说明；查阅借款协议、证券账户交易明细、贷款记录、信用卡扣费记录、购房合同、微信聊天记录、消费记录等相关材料，核实大额或频繁交易资金流水的背景及合理性；

3）根据大额或异常银行流水中显示的交易对方的名称与公司报告期内的主要客户、供应商的名称以及主要客户和供应商的实际控制人、股东、董监高的姓名进行交叉核对，核查公司及主要关联方、公司控股股东、实际控制人、董监高及其他关键岗位人员是否与上述各方存在异常往来，重点关注与上述自然人主体之间发生资金往来的背景与合理性，判断是否存在体外资金循环，是否存在为公司垫付成本费用、虚增收入的情形；

4）访谈公司主要客户及供应商，确认是否与公司控股股东、实际控制人、主要股东及董监高等关联方存在非经营性资金往来，确认是否存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用等异常资金往来情形等。

（三）公司内部控制是否健全有效、是否存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形

经核查，我们认为：报告期内，公司存在通过供应商或关联方周转贷款、向不具备资质的第三方进行票据贴现、资金拆借、通过员工代收货款等财务内控不规范情形，但申报前已整改完毕，申报后未再发生类似财务不规范的情况；公司已完善《关联交易决策制度》《财务管理制度》《销售管理制度》等内控制度，相关制度能够得到有效运行，内部控制健全有效、不存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形。

十六、关于审计截止日后财务信息。

请发行人说明 2022 年上半年业绩情况（收入、归母净利润、扣非后归母净利润）及同比变动情况，如发行人经营业绩同比存在较大波动的，请说明波动原因、影响因素及应对措施；说明发行人 2022 年业绩是否存在下滑风险，如是，请充分揭示风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。（审核问询函问题 20）

（一）请公司说明 2022 年上半年业绩情况（收入、归母净利润、扣非后归母净利润）及同比变动情况，如公司经营业绩同比存在较大波动的，请说明波动原因、影响因素及应对措施

1. 公司 2022 年上半年业绩情况

公司 2022 年 1-6 月业绩情况及同比情况如下：

单位：万元

项　目	2022 年 1-6 月	2021 年 1-6 月	变动率
营业收入	17,959.22	16,277.58	10.33%
营业成本	11,620.63	9,978.66	16.45%
归母净利润	4,130.39	4,038.50	2.28%
扣非后归母净利润	3,288.26	3,605.98	-8.81%

公司 2022 年上半年营业收入 17,959.22 万元，较上年同期 16,277.58 万元增长 10.33%；2022 年上半年营业成本 11,620.63 万元，较上年同期 9,978.66 万元增长 16.45%；2022 年上半年归母净利润 4,130.39 万元，与上年同期 4,038.50 万元基本持平；2022 年上半年扣非后归母净利润 3,288.26 万元，较上年同期

3,605.98 万元下滑 8.81%。

2. 公司业绩变动原因

公司存在营业收入增长，归母净利润基本不变而扣非后归母净利润出现下滑的情况，主要是因为：

(1) 2022 年 1-6 月公司在营业收入增长 10.33%的情况下，营业成本因原材料价格同比上涨、产品结构变化等因素，存在较大幅度上升，毛利率由 2021 年上半年的 38.70%下降至 2022 年上半年的 35.29%，毛利由 2021 年 1-6 月的 6,298.92 万元上升至 6,338.59 万元，毛利基本保持不变；

(2) 2022 年上半年因人员增长、经营规模扩大等因素使公司期间费用较同期增长较快；同时，2022 年上半年收到的政府补助较多，其他收益和营业外收入的大幅增加使公司归母净利润在毛利基本保持不变、费用增加的情况下仍保持基本稳定，但扣非后的归母净利润有所下降。

总体而言，公司 2022 年上半年业绩良好，不存在重大不利变动。

3. 应对措施

针对原材料价格上涨及产品结构变化对经营业绩的影响，公司采取措施如下：

(1) 在销售定价中充分考虑原材料价格的波动影响，实现价格传导，公司会适时根据成本情况重新确定产品价格；

(2) 持续扩大研发投入，不断进行技术创新，扩充产品类别，为客户提供一站式采购服务；改善产品结构，提高产品毛利率；

(3) 在原材料采购方面，公司与供应商保持密切沟通，在以销定产、以产定采的前提下，结合原材料价格变动趋势，优化备货备料的安排。

(二) 说明公司 2022 年业绩是否存在下滑风险，如是，请充分揭示风险

公司在招股说明书“第二节 概览”之“一、重大事项提示”之“（一）特别风险提示”中补充披露如下：

“5、业绩下滑的风险

报告期各期，公司实现营业收入分别为 19,285.90 万元、35,214.07 万元、31,025.95 万元和 16,338.89 万元，归属于母公司股东净利润分别为 5,382.74 万元、7,554.46 万元、7,072.24 万元和 3,921.21 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润分别为 5,145.02 万元、7,013.65 万元、6,042.80 万元和

4,148.99 万元，公司经营业绩存在一定波动。特别是 2022 年，受海运市场波动、俄乌冲突、通货膨胀等短期不利因素影响，公司经营业绩存在一定的下滑。若未来海运市场持续波动、国际政治经济形势进一步恶化、通货膨胀进一步加剧，且公司未能持续保持竞争优势或有效开拓新业务及新客户，则可能面临经营业绩下滑的风险。”

（三）核查程序及结论

针对上述事项，我们实施了如下核查程序：

1. 查阅经审计的 2022 年 1-6 月财务数据，了解其 2022 年 1-6 月的业绩情况；

2. 分析 2022 年 1-6 月主要财务数据较上年同期的变动情况；

3. 访谈公司管理层，了解公司经营变化情况，以及主要财务数据的变动原因。

经核查，我们认为：

1. 2022 年上半年，公司业绩良好，不存在重大不利变动；

2. 针对原材料价格上涨和产品结构变化对公司毛利率带来的不利影响，公司拟采取的措施具有针对性和合理性；

3. 公司已在招股说明书“第二节 概览”之“一、重大事项提示”之“（一）特别风险提示”补充完善业绩下滑风险的相关信息披露。

专此说明，请予察核。

天健会计师事务所（特殊普通合伙）　　中国注册会计师：

中国·杭州　　中国注册会计师：

二〇二三年九月七日