

目 录

一、关于 Seaflo Marine 销售增长及第四季度波动的合理性…	第 1—11 页
-------------------------------------	----------

关于厦门渡远户外用品股份有限公司 IPO 上市审核委员会审议意见的落实函中 有关财务事项的说明

天健函〔2023〕1260 号

深圳证券交易所：

由东兴证券股份有限公司转来的《关于上市审核委员会审议意见的落实函》（审核函〔2023〕010154 号，以下简称意见落实函）奉悉。我们已对意见落实函所提及的厦门渡远户外用品股份有限公司（以下简称渡远户外公司或公司）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 上市审核委员会审议意见的落实函中有关财务事项的说明》（天健函〔2023〕822 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、请发行人：核实向 Seaflo Marine 销售金额持续增长以及第四季度波动较大的原因及合理性。请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（一）向 Seaflo Marine 销售金额持续增长的原因及合理性

2021 年，公司主营业务收入增长 82.55%，房车游艇配套产品销售收入增长 47.41%；2022 年，公司主营业务收入下降 11.47%，房车游艇配套产品收入小幅下降 2.15%。

报告期内，公司对 Seaflo Marine 的销售额分别为 3,821.72 万元、4,831.95 万元、5,430.32 万元和 2,963.23 万元，2021 年和 2022 年增长率分别为 26.43% 和 12.38%。公司向 Seaflo Marine 主要销售房车游艇配套产品，占比超过 95%。报告期内，除 Seaflo Marine 外，公司对房车游艇配套产品的部分主要客户销售额同样保持持续增长，如：Mako International Trading Ltd（澳大利亚）增长率分别为 38.93%和 10.02%、Birgma（北欧）增长率分别为 33.06%和 9.94%。

2020 年-2022 年，公司对 Seaflo Marine 的销售金额持续增长，主要系：①美国是全球最大的房车游艇消费市场，庞大的更新换代及持续的增量需求，奠定了持续增长的市场基础；②公司凭借差异化优势，逐步对国际知名品牌同类产品构成有力竞争，不断抢占其市场份额；③公司产品于 2021 年前后正式进入美国主流房车游艇制造商供应链体系，前装市场供货量持续提升，品牌效应及口碑提升促进后装市场销量的持续增长；④新产品和原有产品迭代实现的收入持续增加，促进公司对 Seaflo Marine 销售金额的不断增长。具体分析如下：

1. 美国庞大的市场需求是支撑公司对 Seaflo Marine 的销售金额持续增长的重要基础

美国是全球最大的房车游艇消费市场和最大的制造基地，拥有庞大的消费群体，市场保有量高，稳定的更新换代和持续的增量需求是其房车游艇市场持续稳定发展的基础，进而推动了房车游艇配套产品需求的稳步增长。

(1) 房车市场

1) 后装市场：美国巨大的房车保有量为相关配套产品提供庞大、稳定的更新换代需求

根据中国汽车工业协会房车分会等编著的《2021 年中国房车产业发展报告》显示，全球房车保有量约 2,200 万辆-2,600 万辆，每年需求量约 80 万辆-100 万辆，其中美国和欧洲占据全球 90% 的消费市场。美国是使用房车最多的国家，家庭房车拥有率接近 13%，其房车生产制造、配套商、销售服务、露营旅游产业链已相当成熟。根据美国房车工业协会（RVIA）的统计数据，2021 年，美国拥有房车的家庭达到创纪录的 1,120 万户。

公司主营的房车游艇配套产品作为配套零部件，需要定期/不定期更换维修，美国市场庞大的存量更新换代需求为房车游艇配套产品带来了持续、稳定的市场需求。

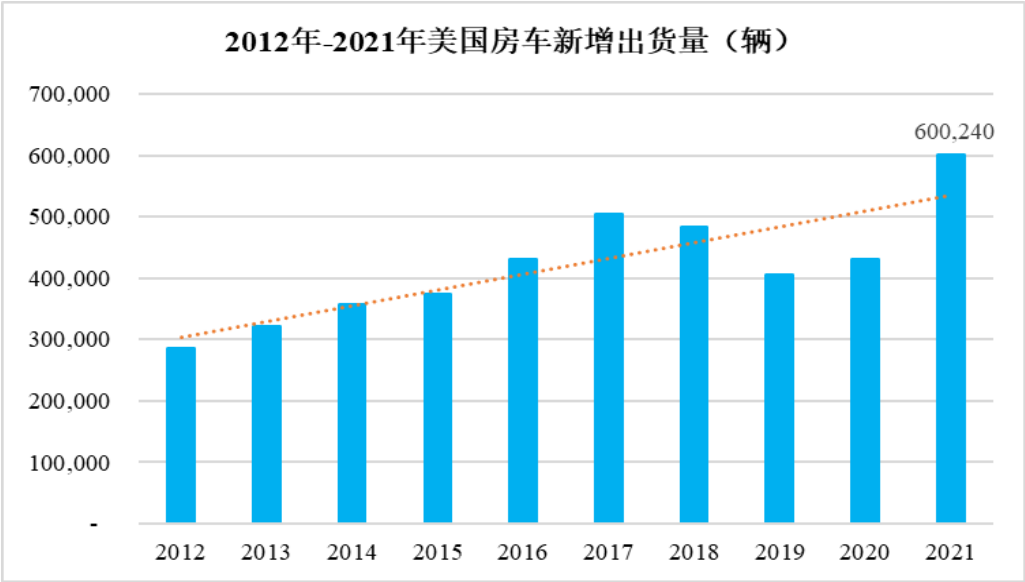
2) 新车前装市场：美国房车市场渗透率仍在不断提升，持续的增量需求，能够进一步扩展市场空间

根据美国房车工业协会（RVIA）统计数据，2012 年-2021 年美国房车年出货量整体呈上升趋势，2020 年美国房车销量为 43.04 万辆，2021 年创造历史最高销售纪录 60.02 万辆，较 2020 年增长 39.45%。

根据美国房车工业协会（RVIA）的报告，另有 960 万户家庭打算在未来 5 年

内购买房车，且年轻消费群体显著增加；相比 2021 年的 6,100 万人，2022 年有近 7,200 万美国人计划进行房车旅行。美国房车工业协会（RVIA）预计，随着美国房车用户趋于年轻化、多样化，美国房车行业将保持长期健康发展。

由此可知，美国作为成熟市场仍有持续不断的增量需求，房车市场渗透率仍在不断提升，能够进一步扩展市场空间。

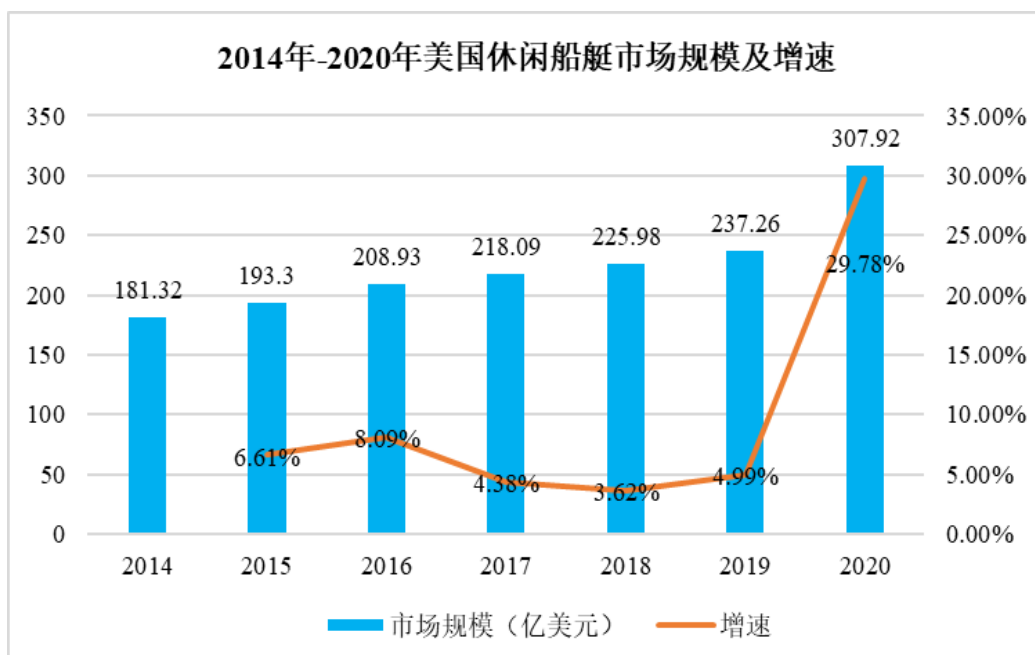


数据来源：美国房车工业协会

（2）游艇市场

游艇市场与房车市场类似，分为前装市场和后装市场，美国庞大的游艇保有量保证了对相关配套产品的需求。

根据中国交通运输协会邮轮游艇分会、全国游艇发展专家指导委员会等联合编著的《2019-2020 中国游艇产业发展报告》显示，美国是全球最大的游艇市场，也是全球最大的游艇制造基地。美国拥有约 1,300 万艘游艇，占全球游艇保有量约 45%的份额。根据美国商务部经济分析局（Bureau of Economic Analysis）的统计，美国休闲船艇市场规模从 2014 年的 181.32 亿美元增长至 2020 年的 307.92 亿美元，市场规模累计增长 69.82%，年均复合增长率达 9.22%。美国游艇市场规模的持续增长，也将推动游艇配套产品需求的不断提升。



2. 凭借差异化竞争优势，逐步对国际知名品牌产品构成有力竞争

受行业发展的区域特征影响，全球主流房车游艇配套产品的品牌和市场集中于欧美发达国家或地区，国际知名企业如赛莱默（Xylem）、滨特尔（Pentair）发展历史较久，市场认可度较高，占据了房车游艇领域微型水泵的主要市场份额。

公司作为国内较早从事房车游艇配套产品业务并在技术上具备较强竞争力的企业，主要产品微型水泵的技术指标已接近或达到国际知名企业水平，部分产品性能甚至优于同类型竞争产品。凭借快速响应、细分产品线丰富、高性价比等差异化竞争优势逐步对国际知名企业同类产品构成有力竞争，并不断抢占其市场份额。

（1）快速响应：相较于国际知名企业，公司组织结构层级精简，具备快速响应优势，能够及时满足下游客户定制化、多样化的需求；与此同时，2020 年初，公司客户 Seaflo Marine 将办公地和仓库搬至印第安纳州南本德市（SOUTH BEND），距离世界房车之都阿尔卡特郡（ELKHART）（美国 80%以上的房车均在阿尔卡特郡制造）24 公里，可及时满足客户时效性要求，快速响应客户需求。

（2）细分产品线丰富：国际知名企业的业务范围涵盖较广，公司则集中人力、财力和物力聚焦房车游艇微型水泵等细分产品的市场研究和技术突破，深挖产品性能和客户需求，形成了丰富的细分产品线，致力于提供精细化服务。

（3）高性价比：公司在细分产品领域能够与国际知名企业直接竞争，同时

借助生产成本、完善的产业链配套优势，在保证产品质量的前提下，公司产品更具性价比优势。

3. 2021 年前后正式进入美国主流房车游艇制造商的供应链体系，前装市场供货量持续上升，不断抢占国际知名品牌的市场份额；良好的品牌效力、口碑基础以及原装品牌效应，促进后装市场销量的持续增长

(1) 前装市场

经过长达 3 年（或以上）的持续沟通、检测认证，公司自有品牌 SEAFLO 小型水泵于 2021 年前后正式进入全球主流房车游艇制造商的供应链体系。

2021 年-2022 年公司产品在美国前装市场供货量持续上升，不断抢占国际知名品牌的市场份额，促进了 Seaflo Marine 对公司采购需求的增长。

(2) 后装市场

公司产品自 2011 年进入美国市场，已在行业内形成良好的品牌效力及口碑基础，产品长期位于美国亚马逊（Amazon）船用水泵的 Best Seller（最畅销产品）之列，42 款水泵为 RV Geeks 网站推荐的 5 款最好的房车水泵之一。报告期内，公司产品在后装市场销售额持续增加。

随着公司自有品牌产品对美国前装市场的不断渗透，原装品牌效应将逐步显现，终端消费者对于公司品牌的认知将不断深化，有助于公司持续撬动庞大的后装市场份额，助力公司业绩成长。

4. 持续的新品开发和更新迭代，促进公司对 Seaflo Marine 销售金额的不断增长

公司坚持以市场需求作为新品研发的导向，针对下游客户需求，公司能够快速做出反应，通过产品开发和工艺改进，推动满足客户需求的产品快速生产，将公司的创意、创新能力转化为创造能力，实现经济效益。

2020 年-2022 年，公司对 Seaflo Marine 新产品和原有产品迭代形成的收入情况如下：

收入情况	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	增加额	金额	增加额	金额
新产品及产品迭代形成的收入	1,217.49	587.31	630.18	123.09	507.08
营业收入金额	5,430.20	598.25	4,831.95	1,010.23	3,821.72

单位：万元

占营业收入的比例	22.42%	-	13.04%	-	13.27%
----------	--------	---	--------	---	--------

2020 年-2022 年，公司对 Seaflo Marine 新产品和原有产品更新迭代实现的销售金额分别为 507.08 万元、630.18 万元和 1,217.49 万元，整体呈增长趋势。新产品和原有产品迭代实现的收入持续增加，促进公司对 Seaflo Marine 销售金额的不断增长。

综上，公司向 Seaflo Marine 销售金额持续增长具有合理性。

(二) 向 Seaflo Marine 销售金额第四季度波动较大的原因及合理性

报告期内，公司对 Seaflo Marine 的销售金额分别为 3,821.72 万元、4,831.95 万元、5,430.32 万元和 2,963.23 万元，各期季度分布情况如下：

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
上半年：	2,963.23	100.00%	3,014.96	55.52%	2,641.11	54.66%	1,632.35	42.71%
第 1 季度	1,095.44	36.97%	1,817.43	33.47%	1,657.54	34.30%	765.87	20.04%
第 2 季度	1,867.79	63.03%	1,197.54	22.05%	983.57	20.36%	866.47	22.67%
下半年：	-	-	2,415.35	44.48%	2,190.84	45.34%	2,189.37	57.29%
第 3 季度	-	-	383.32	7.06%	1,557.77	32.24%	1,200.60	31.42%
第 4 季度	-	-	2,032.04	37.42%	633.07	13.10%	988.78	25.87%
合 计	2,963.23	100.00%	5,430.32	100.00%	4,831.95	100.00%	3,821.72	100.00%

2020 年-2022 年，公司对 Seaflo Marine 第四季度的收入占全年收入的比例分别为 25.87%、13.10%和 37.42%。Seaflo Marine 向公司采购商品综合考虑下游客户订单、预计未来销售规模、安全库存和海运排期等因素，导致不同月份销售金额存在一定波动。因此，公司对 Seaflo Marine 各季度的收入占比存在一定差异，但半年度的收入占比较为平稳。

1. 2020 年度

公司 2020 年第一季度受停工停产的影响，部分订单积压至第二季度或下半年交付，使得下半年收入占比相对较大，但全年各季度收入占比相对均衡。

2. 2021 年度

2021 年第四季度，收入金额及占比相对较小，主要系：2021 年国际海运市场运力极为紧张且海运价格持续上涨，海运集装箱甚至出现“一柜难求”的情况。

Seaflo Marine 在考虑安全库存的前提下，向公司采购金额减少，使得 2021 年第四季度收入占比相对较小。

3. 2022 年度

(1) 2022 年第四季度占比较大的原因

2022 年由于俄乌冲突导致欧美地区石油、天然气等大宗商品价格快速上涨，通货膨胀加剧，影响美国居民短期消费意愿，2022 年 6 月底消费者信心指数降到近年来最低，进而影响 Seaflo Marine 对市场的预期，短期内向公司下单采购相应减少。由于 Seaflo Marine 下单至实现销售存在 2 个月左右的间隔期，导致第三季度销售金额和占比相对较小。

但自 2022 年 7 月后，美国消费者物价指数（CPI）持续下降，消费者信心指数连续上升，能源价格逐步回落至俄乌冲突前，前期不利影响已消除或逐步弱化。房车游艇旅行作为户外休闲生活的重要组成部分，消费韧性较强，在经历短期波动后，消费需求逐步得到恢复。同时由于公司第三季度交货量下降，Seaflo Marine 的库存消耗较大，故其第三季度下单金额增加。因此，公司对 Seaflo Marine 第四季度的销售金额回升，有效弥补了第三季度的消费需求。

美国消费者信心指数



(2) 2022 年第四季度销售金额波动较大的合理性分析

1) 2022 年第四季度各月及期后销售情况

2022 年 10 月-12 月，公司对 Seaflo Marine 的销售额分别为 327.57 万元、1,110.66 万元和 593.81 万元，主要在 11 月底之前销售并实现收入。从上下半

年分布来看，2022 年下半年销售额占全年销售比例为 44.48%，2021 年下半年占全年销售比例为 45.34%，占比结构基本不变。

2023 年第一季度，公司对 Seaflo Marine 的销售额为 1,095.44 万元，与 2022 年下半年对 Seaflo Marine 的季度平均销售额 1,207.68 万元无明显差异。同时，公司对 Seaflo Marine 的在手订单金额自 2022 年末的 2,396.79 万元上升至 2023 年 3 月末的 2,845.66 万元，在手订单继续保持回升趋势。2023 年上半年公司对 Seaflo Marine 的销售额为 2,963.23 万元，与 2022 年下半年相比，增幅为 22.68%。

2) 各季度的订单交期不存在明显差异

2022 年，公司与 Seaflo Marine 各季度订单签订时间至收入确认的平均时间间隔（简称“订单交期”）分别为 70.40 天、59.18 天、57.79 天和 65.35 天，不同季度的订单交期不存在显著差异，第四季度订单交期亦不存在显著低于当年前三个季度的异常情形。

2022 年，公司与 Seaflo Marine 订单交期平均为 65.11 天，当年公司与美国地区客户 Lippert 的订单交期平均为 65.09 天，两者亦不存在明显差异。

3) 第四季度销售的回款情况良好，不存在放宽信用政策促进销售的情况

我们对公司与 Seaflo Marine 的信用政策及回款情况进行了核查，了解 2022 年公司对 Seaflo Marine 的信用政策以及是否发生变化，核查公司收款单上金额的准确性及回款单位的一致性，确定货款均已收回且不存在第三方回款。经核查，公司对 Seaflo Marine 的回款情况良好，不存在放宽信用政策促进销售的情况。

4) 截至 2023 年 3 月底，Seaflo Marine 2022 年第四季度向公司采购的产品已基本实现销售，不存在囤货等异常情形

我们针对 Seaflo Marine 下游销售情况进行了如下核查：

①对 Seaflo Marine 进行访谈，了解其下游客户销售情况及终端客户情况；实地查看其办公场所、仓库、订单系统、主要银行的网银流水明细和大额支票等，并现场抽取 Seaflo Marine 部分订单，查看其物流发货记录，确认 Seaflo Marine 经营活动正常。

②实地走访 Seaflo Marine 主要下游客户和部分终端客户：访谈 Seaflo Marine 主要下游客户，了解双方合作基本情况、销售金额及终端客户等情况；现场导出 Boost Doctors LLC 和 Marinenow, Inc 报告期内线上销售明细，并抽取其部分订单查看物流发货记录；实地查看 Boost Doctors LLC、Marinenow, Inc、

客户 1 等下游客户和终端客户的办公场所、仓库、生产车间，2022 年上述下游客户销售金额占 Seaflo Marine 销售额的比例超过 70%。Seaflo Marine 与主要客户的交易具有真实性。

③了解 Seaflo Marine2023 年 1-3 月的销售情况，取得主要客户销售清单（销售占比为 86.09%）以及部分交易凭证（销售订单、银行回单）；了解 2022 年第四季度主要产品在 2023 年 1-3 月期间的销售数量、对应的主要客户等情况；同时，获取并查看 Boost Doctors LLC 和 Marinenow, Inc 于 2023 年 1-3 月的线上平台销售明细。Seaflo Marine2022 年第四季度向公司采购的产品已基本实现销售。

④向 Seaflo Marine 函证 2022 年期末库存情况；2023 年 4 月，我们实地盘点 Seaflo Marine 的库存，Seaflo Marine 不存在囤货情形。

经核查，截至 2023 年 3 月底，Seaflo Marine2022 年第四季度向公司采购的产品已基本实现销售，不存在囤货等异常情形。

5) 2022 年第四季度销售不存在期后退换货情况

我们获取了公司关于 Seaflo Marine2023 年 1-4 月的退换货明细表，核实对 Seaflo Marine 2022 年第四季度的销售不存在期后退换货的情况。

综上所述，Seaflo Marine 向公司采购商品受其下游客户订单、预计未来销售规模、安全库存和海运排期等多重因素影响，导致公司对 Seaflo Marine 不同月份的销售额存在一定波动，各季度的收入占比存在一定差异，公司向 Seaflo Marine 销售额中第四季度收入占比波动较大，具有合理性。

（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. 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，并测试相关内部控制运行有效性；
2. 获取报告期内公司对 Seaflo Marine 按季度收入的分布情况，访谈公司销售负责人，查询了解海运市场、主要消费市场情况等，了解 Seaflo Marine 销售金额持续增长以及第四季度波动较大的原因；
3. 函证：对 Seaflo Marine 进行函证，确认报告期内交易金额和应收账款余额；
4. 访谈：对 Seaflo Marine 主要管理人员进行访谈，了解其下游客户销售

情况及终端客户等，实地查看其办公场所、仓库、订单系统等，并现场抽取 Seaflo Marine 部分订单查看其物流发货记录；

5. 实施收入细节测试和截止性测试程序：获取公司与 Seaflo Marine 交易的销售合同、订单、出库单、出口报关单、提单等支持性文件，核查收入的真实性，评价营业收入是否在恰当期间确认；

6. 关联关系核查：通过访谈及公开查询方式取得 Seaflo Marine 股东、主要管理人员清单，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利益的特殊关系；

7. 公司资金流水核查：获取公司实际控制人及其关系密切的家庭成员、公司持股 5%以上的股东、非独立董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员等报告期内所有账户（总计 475 个账户）资金流水记录，核查上述人员是否与 Seaflo Marine 存在异常资金往来；

8. Seaflo Marine 资金流水核查：实地查看 Seaflo Marine 主要银行的网银流水明细和大额支票，查看报告期内大额收付款方、是否与公司关联方存在资金往来；

9. 信用政策及银行回款情况核查：了解报告期内公司对 Seaflo Marine 的信用政策以及是否发生变化，核查是否存在放宽信用政策促进销售的情况；针对报告期内 Seaflo Marine 回款进行核查，核查公司收款单上金额的准确性及回款单位的一致性，佐证销售是否具有真实性；

10. 退换货情况核查：获取公司关于 Seaflo Marine 的退换货明细表，核查是否存在大额退换货情况；

11. Seaflo Marine 库存情况核查：2022 年 2 月，聘请美国本地会计师事务所 Plante Moran 对 Seaflo Marine 的期末库存进行抽盘；2023 年 4 月，中介机构实地盘点 Seaflo Marine 的库存情况；同时，向 Seaflo Marine 函证报告期各期末库存情况，核查是否存在库存不合理的情形；

12. 实地走访 Seaflo Marine 主要下游客户和部分终端客户：访谈 Seaflo Marine 主要下游客户，了解双方合作基本情况、销售金额及终端客户等情况；现场导出 Boost Doctors LLC 和 Marinenow, Inc 报告期内线上销售明细，并抽取其部分订单查看物流发货记录；实地查看 Boost Doctors LLC、Marinenow, Inc、客户 1 等下游客户和终端客户的办公场所、仓库、生产车间，对上述下游客户和

终端客户进行核查；2022 年上述下游客户销售金额占 Seaflo Marine 销售额的比例超过 70%；

13. Seaflo Marine 期后销售情况核查：了解 Seaflo Marine 2023 年 1-3 月的销售情况，并取得主要客户销售清单（销售占比为 86.09%）及部分交易凭证（销售订单、银行回单）；了解 2022 年第四季度主要产品在 2023 年 1-3 月期间的销售数量、对应的主要客户等情况；同时，获取并查看 Boost Doctors LLC 和 Marinenow, Inc 2023 年 1-3 月的线上平台销售明细；

14. 通过公开渠道查询行业信息，了解市场需求、竞争状况等。

经核查，我们认为：

1. 公司向 Seaflo Marine 的销售金额持续增长具有合理性：①美国是全球最大的房车游艇消费市场，庞大的更新换代及持续的增量需求，奠定了持续增长的市场基础；②公司凭借差异化优势，逐步对国际知名品牌同类产品构成有力竞争，不断抢占其市场份额；③公司产品于 2021 年前后正式进入美国主流房车游艇制造商供应链体系，前装市场供货量持续提升，品牌效应及口碑提升促进后装市场销量的持续增长；④新产品和原有产品迭代实现的收入持续增加，促进公司对 Seaflo Marine 销售金额的不断增长；

2. 公司向 Seaflo Marine 销售额中第四季度收入占比波动较大，具有合理性：Seaflo Marine 向公司采购商品受其下游客户订单、预计未来销售规模、安全库存和海运排期等多重因素影响，导致公司对 Seaflo Marine 不同月份的销售额存在一定波动，各季度的收入占比存在一定差异。

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：

余建耀



中国注册会计师：

彭敏



二〇二三年九月七日