



**关于浙江亿田智能厨电股份有限公司  
申请首次公开发行股票并在创业板上市的  
审核中心意见落实函的回复**

保荐人（主承销商）



**财通证券股份有限公司**  
CAITONG SECURITIES CO.,LTD.

杭州市西湖区天目山路 198 号

**关于浙江亿田智能厨电股份有限公司  
申请首次公开发行股票并在创业板上市的  
审核中心意见落实函的回复**

深圳证券交易所：

贵所《关于浙江亿田智能厨电股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函》（审核函〔2020〕010136 号）（以下简称“落实函”）已收悉。浙江亿田智能厨电股份有限公司（以下简称“亿田股份”、“发行人”、“公司”）与财通证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”）等相关各方对落实函所列问题进行了逐项落实、核查，现回复如下，请予审核。

**说明**

本回复中的简称同《浙江亿田智能厨电股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》。

本落实函回复中的字体代表以下含义：

落实函所列问题：**黑体**

落实函所列问题的回复：宋体

对招股说明书的修改、补充：**楷体**

## 目 录

|                              |    |
|------------------------------|----|
| 问题 1：关于技术先进性 .....           | 3  |
| 问题 2：关于同业竞争 .....            | 8  |
| 问题 3：关于生产资质 .....            | 14 |
| 问题 4：关于经销商为发行人原子公司 .....     | 22 |
| 问题 5：关于线上销售 .....            | 29 |
| 问题 6：关于经销模式 .....            | 38 |
| 问题 7：关于“火凤凰”与“门店帮”线上经销 ..... | 50 |
| 问题 8：关于返利 .....              | 59 |
| 问题 9：关于采购产成品 .....           | 66 |
| 问题 10：关于供应商 .....            | 71 |
| 问题 11：关于毛利率 .....            | 73 |
| 问题 12：关于其它事项的说明 .....        | 78 |

## 问题 1：关于技术先进性

招股说明书披露，集成灶是在对传统烟灶的产品功能进行集成组合的基础上，搭配消毒柜、烤箱、蒸汽炉、洗碗机等可选功能形成的一种新型厨房产品。

请发行人补充披露：（1）集成灶相比传统烟灶的技术优势和技术劣势，集成灶与传统烟灶的核心区别，发行人对集成灶和传统烟灶的划分依据是否合理；（2）传统烟灶厂商进入集成灶行业是否存在较高壁垒，集成灶是否存在被传统烟灶升级替代的风险，相关风险的揭示是否充分。

请保荐人核查并发表明确意见。

（1）集成灶相比传统烟灶的技术优势和技术劣势，集成灶与传统烟灶的核心区别，发行人对集成灶和传统烟灶的划分依据是否合理

回复：

### 1、集成灶相比传统烟灶的技术优势和技术劣势

#### （1）技术优势

##### ①工艺结构优化

集成灶产品作为传统烟灶产品的升级产品，在工艺结构上较传统烟灶产品有较大的改进。与传统吸油烟机不同，集成灶采用侧吸下排的除油烟结构，油烟不再经过人体呼吸部位，油烟源头与吸风口之间的距离也得以大大缩短，油烟在扩散前即可被吸走，从而提高了油烟吸净率。同时，集成灶采用的油烟下排结构改变了传统吸油烟机将风机置于人体头部上方的结构设计，通过将风机系统移至机身背部偏下的位置，消除了用户头部附近的噪音源，同时结合静音技术的应用，能够减少噪音给人体带来的不适感。集成灶产品通过其特有的工艺结构，能够达到相对较强的油烟吸排能力，做到有效控制噪音，有助于改善厨房环境，提升用户的厨房体验。

##### ②模块化功能增强

作为新型厨房电器产品代表的集成灶产品，不仅具备了传统烟灶产品的基本功能，还通过对消毒柜、烤箱、蒸汽炉、洗碗机等厨房电器产品功能的融合，实

现了对传统烟灶产品的升级。消费者通过购买单一的集成灶产品，即可在传统的吸油烟机、燃气灶功能外获得如消毒柜、烤箱、蒸汽炉、洗碗机等附加功能。集成灶由于集成了多种厨房电器产品功能，并且可根据用户需求进行自由搭配，通过增强模块化功能达到更高的产品实用性水平，并且能够实现对厨房电器产品的空间整合，从而有效节约厨房空间。

### ③智能操控一体化水平提升

集成灶产品通过配备集成的智能电控板，可以同时控制各个组合部件，如烟机、灶具、消毒柜、蒸汽炉、烤箱等，从而达到智能联动的效果。传统的烟灶产品在使用时，需分别启动吸油烟机及燃气灶，而集成灶产品可以实现烟灶联动，在燃气灶启动或关闭运行时，吸油烟机也同步自动开启或关闭，在整体操作上更加便捷。此外，近年来集成灶产品已通过搭载智能触控屏幕、人工智能语音交互功能、内置智能菜单、视听娱乐功能、恒温热菜功能等技术模块，进一步满足消费者对智能化厨房电器产品的消费需求。

### （2）技术劣势

由于集成灶产品普遍采用侧吸下排的结构，排烟口位于机器的侧下方，而目前部分楼盘的烟道设计还是遵循传统油烟机上排的思路在上方预留烟道，安装集成灶产品可能会涉及对烟道进行改造，导致安装工作量的增加。目前，行业内领先的集成灶企业已具备较强的安装设计能力，能够有效提升烟道改造的效率。

## 2、集成灶与传统烟灶的核心区别

集成灶作为吸油烟机、燃气灶等传统厨房电器的升级和替代品，与传统烟灶产品的核心区别在于产品结构，传统的烟灶产品采用“分体式”模式，系两款独立且具有协同效应的厨电产品，而集成灶产品整合了烟、灶产品的基本功能，形成了一款“复合式”的独立产品。

发行人主要系依据《家用燃气灶具标准》（GB16410-2007）、《吸油烟机》（GB/T 17713-2011）、《集成灶》（CJ/T386-2012）等相关产品行业标准对集成灶和传统烟灶进行划分，根据目前集成灶行业内较为领先的企业如浙江美大、火星人厨具、帅丰电器等企业公开披露的信息，发行人对集成灶和传统烟灶的划

分与其他同行业公司一致。

针对上述情况，发行人已在招股说明书第六节之“一、（一）2、发行人主要产品”中补充披露如下：

“集成灶产品属于厨房电器产品中较为新兴的品类，它是在对吸油烟机和燃气灶等传统烟灶产品的功能进行集成组合的基础上，搭配消毒柜、烤箱、蒸汽炉、洗碗机等可选功能，从而形成的一种具有多种功能的新型厨房电器产品。**集成灶产品与传统烟灶产品的核心区别在于产品结构，发行人对集成灶产品和传统烟灶产品的划分主要系依据相关产品行业标准。**

相较于传统烟灶产品，集成灶最为核心的优势在于其优异的油烟吸、排性能，此外在降噪、美观度与实用性、操作便利性等方面均具有更明显的优势。

.....

从技术层面来说，集成灶产品相较于传统烟灶产品而言，具备更加优化的工艺结构、模块化的功能设计、智能化的操控水平等优势。同时，由于集成灶产品侧吸下排的结构，安装集成灶时可能涉及对房屋原有上排烟道进行改造，与传统烟灶产品相比安装工作量增加。”

（2）传统烟灶厂商进入集成灶行业是否存在较高壁垒，集成灶是否存在被传统烟灶升级替代的风险，相关风险的揭示是否充分

回复：

### 1、传统烟灶厂商进入集成灶行业的壁垒情况

集成灶行业作为新兴的厨电行业细分领域，随着消费者对其认知度的提升和对其性能的认可，市场规模持续扩大，行业已步入快速发展阶段。目前集成灶行业内已形成一批较为领先的企业，在行业内具有较为明显的品牌、渠道、研发等竞争优势。

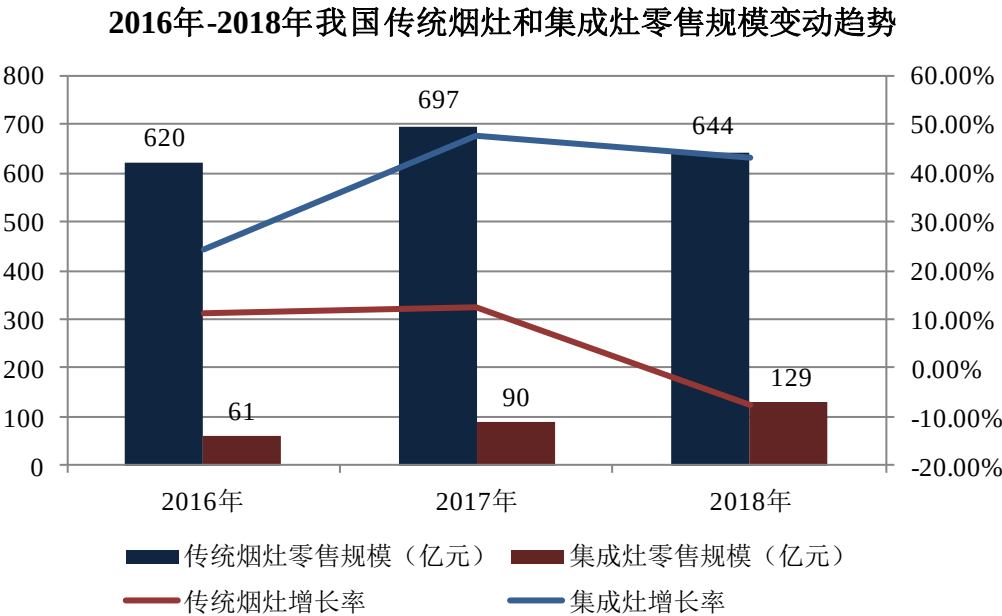
目前集成灶行业领先企业已通过不断提升研发设计水平取得了较强的先发优势，在集成灶市场内占有较高份额，传统烟灶厂商拟进入集成灶行业存在一定

的研发创新壁垒，其是否能够推出更加符合消费者需求、符合行业技术发展水平的产品，对其开拓市场具有重要意义。

行业内领先的传统烟灶厂商如果全面进入集成灶行业，凭借其强大的资金、品牌实力和完善的营销网络，虽会对集成灶专业生产厂商形成冲击，但也会提升集成灶市场认知度，同时也会对其自身传统烟灶业务产生冲击，反而会进一步加速集成灶对传统烟灶产品的替代进程，有效扩大集成灶产品的市场容量。而相对规模较小，品牌、资金、渠道等不具有竞争优势的传统烟灶厂商，进入集成灶行业会面临更高的品牌、渠道、研发等行业壁垒。

2、集成灶产品被传统烟灶产品升级替代的风险

根据中怡康时代数据，2016年至2018年我国集成灶产品零售规模同比分别增长24.49%、47.54%和43.33%，增幅均明显高于同期吸油烟机和燃气灶等传统烟灶产品的增速。从占比来看，2016年至2018年集成灶产品零售规模占传统烟灶产品的比例分别为9.84%、12.91%和20.03%，稳步提高，说明集成灶在烟灶领域的市场占有率和行业影响力逐渐提升。



根据中怡康时代数据，2019年在传统烟灶出现负增长的情况下，我国集成灶产品零售规模较2018年度增长25.58%。由于集成灶在油烟吸排、噪音降低、厨房空间利用率、产品功能多样化等方面相较于传统烟灶拥有较大优势，能够更

好地满足消费者对高品质厨房生活的需求，其市场规模有望继续保持快速增长。因此，从目前来看，集成灶产品被传统烟灶产品升级替代的风险较小。

针对上述情况，发行人已在招股说明书第六节之“二、（三）1、我国集成灶行业发展概况”中补充披露如下：

“从产品关联性看，集成灶与传统烟灶产品之间存在直接替代关系，由于集成灶在油烟吸排、噪音降低、实用性、产品结构协调性与美观度等方面拥有传统产品所无法比拟的优势，能够更好地满足消费者对高品质厨房生活的要求，其市场规模有望保持快速增长。根据中怡康时代数据，2019年我国集成灶产品零售规模已达到162亿元，较2018年度增长25.58%。**集成灶行业目前已步入快速发展阶段，行业内已形成一批较为领先的企业，该等企业在集成灶行业内具有较为明显的竞争优势，传统烟灶厂商进入集成灶行业存在一定的研发创新、品牌与渠道壁垒。从目前来看，集成灶产品被传统烟灶产品升级替代的风险较小。**”

#### **保荐机构的核查结论：**

经核查，发行人对集成灶和传统烟灶的划分依据合理；目前集成灶行业持续保持高速增长，传统烟灶厂商进入集成灶行业存在一定的壁垒，集成灶产品被传统烟灶产品升级替代的风险较小。

## 问题 2：关于同业竞争

招股说明书披露，关联方华诺电器为共同实际控制人陈月华之弟陈月富及其配偶黄冬珍全资持股的企业，其经营范围为灶具、油烟机、消毒柜等。陈月华的外甥陈铭杰及其配偶徐松英共同持有关联方嵊州市亿强智能电器有限公司（以下简称“亿强电器”）60%股权。

请发行人补充披露：（1）上述关联方的经营范围、实际经营业务、采购、销售渠道、技术特点等方面与发行人的异同或联系；（2）上述关联方的生产经营及财务状况，尚未正式开展业务的，未来的发展方向及规划安排。

请保荐人、发行人律师对上述事项进行核查，并按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》等相关要求，就上述关联方与发行人之间是否存在同业竞争，是否对发行人构成重大不利影响等发表明确意见。

回复：

针对华诺电器、亿强电器与发行人之间是否存在同业竞争，发行人已在招股说明书第七节之“九、（五）关联自然人控制、共同控制、施加重大影响或担任董事、高级管理人员的其他企业”中补充披露如下：

### “1、华诺电器

#### （1）经营范围、实际经营业务

截至本招股说明书签署日，华诺电器的经营范围为制造、销售：灶具、油烟机、消毒柜、电热水器、洗碗机、空调、暖风机、电扇。报告期内，华诺电器的实际经营业务为吸油烟机、灶具等产品的生产、销售。

截至本招股说明书签署日，发行人的经营范围为生产、销售：消毒器械（用于餐饮具消毒的消毒器械）；制造、加工、销售：集成灶、油烟机、烤箱、水槽、集成水槽、热水器、洗碗机、集成洗碗机、集成烤箱、集成蒸箱、净水器、空气净化器、浴霸、燃气用具、燃气用具配件、汽车配件、酒柜、橱柜、卫浴设施、电子产品、壁挂炉；太阳能光伏发电；销售：灯具及灯具零配件。报告期内，发行人主要从事集成灶等现代新型厨房电器产品的研发、生产和销售，集成灶是公司的核心产品，其销售收入占公司主营业务收入比例分别为 82.89%、

87.56%和 90.54%，是公司收入的主要来源。报告期内，吸油烟机和燃气灶合计收入占发行人主营业务收入比例分别为 9.56%、6.01%和 3.14%，占比较低且逐年降低，不属于发行人的主要产品。

报告期内，华诺电器与发行人从事同种类业务。

## （2）采购、销售渠道

### ①采购渠道

报告期内，华诺电器与发行人存在少部分重合供应商，主要系嵊州地区作为浙江省集成灶、传统烟灶生产集聚区之一，当地及周边地区存在较多集成灶、传统烟灶配件生产企业。考虑到交流沟通、采购运输等便利因素，发行人优先向嵊州及周边地区的配件供应商采购产品的辅料或配件，同时华诺电器也存在向嵊州及周边地区的配件供应商采购相关产品辅料或配件的情况。报告期内，华诺电器与发行人重合的供应商及具体交易情况如下：

单位：万元

| 供应商名称          | 采购方  | 2019 年度  | 2018 年度  | 2017 年度  |
|----------------|------|----------|----------|----------|
| 杭州大明万洲金属科技有限公司 | 发行人  | 4,446.75 | 4,782.32 | 4,040.99 |
|                | 华诺电器 | 54.43    | 88.33    | 113.96   |
| 浙江晶雅玻璃科技有限公司   | 发行人  | 829.20   | 296.38   | -        |
|                | 华诺电器 | -        | 10.89    | 17.99    |
| 嵊州创益厨卫光电有限公司   | 发行人  | 412.57   | 323.54   | 247.82   |
|                | 华诺电器 | 0.09     | 0.90     | -        |
| 浙江省磐安县天普橡塑厂    | 发行人  | 406.84   | 392.97   | 224.88   |
|                | 华诺电器 | 21.86    | 15.51    | -        |
| 嵊州市金丰木业有限公司    | 发行人  | 345.85   | 303.01   | 208.49   |
|                | 华诺电器 | 14.60    | 6.16     | 13.81    |
| 嵊州市叶氏模具材料有限公司  | 发行人  | 262.09   | 388.77   | 300.82   |
|                | 华诺电器 | 21.90    | -        | 9.10     |
| 嵊州市阿凡达包装有限公司   | 发行人  | 194.34   | 44.64    | 47.84    |
|                | 华诺电器 | 62.32    | 9.84     | 87.91    |
| 嵊州市华佳标准件厂      | 发行人  | 136.55   | 124.75   | 99.73    |
|                | 华诺电器 | 27.24    | 11.45    | 21.43    |

| 供应商名称           | 采购方  | 2019 年度 | 2018 年度 | 2017 年度 |
|-----------------|------|---------|---------|---------|
| 杭州创盈冷轧薄板有限公司    | 发行人  | 130.52  | 21.90   | 373.77  |
|                 | 华诺电器 | -       | -       | 21.23   |
| 嵊州市正大机电设备有限公司   | 发行人  | 74.41   | 98.53   | 71.79   |
|                 | 华诺电器 | 1.74    | -       | -       |
| 嵊州宇鹰双联塑胶有限公司    | 发行人  | 16.14   | 26.22   | 23.45   |
|                 | 华诺电器 | 5.30    | 3.94    | 17.71   |
| 嵊州市鑫泰数控机床厂      | 发行人  | 16.14   | 13.17   | 8.45    |
|                 | 华诺电器 | 3.88    | -       | -       |
| 嵊州市月英塑料制品厂      | 发行人  | 8.22    | -       | -       |
|                 | 华诺电器 | 1.62    | -       | -       |
| 嵊州市三江街道黄氏线切割加工场 | 发行人  | 6.70    | 13.14   | 7.84    |
|                 | 华诺电器 | 4.85    | -       | -       |
| 嵊州市万兴不锈钢有限公司    | 发行人  | 3.27    | 0.29    | 0.14    |
|                 | 华诺电器 | 169.31  | 149.93  | 172.69  |
| 嵊州市银宝电器有限公司     | 发行人  | 0.02    | -       | 0.59    |
|                 | 华诺电器 | 13.69   | 14.39   | 45.36   |
| 嵊州市金杰威不锈钢有限公司   | 发行人  | -       | -       | 17.45   |
|                 | 华诺电器 | 122.30  | 53.24   | 7.11    |
| 嵊州市恒光玻璃制品有限公司   | 发行人  | -       | 67.51   | 463.10  |
|                 | 华诺电器 | 27.63   | 14.01   | 24.19   |
| 嵊州市富源达包装有限公司    | 发行人  | -       | -       | 9.45    |
|                 | 华诺电器 | 22.55   | 12.20   | 145.46  |
| 嵊州市艇湖泡沫厂        | 发行人  | -       | -       | 0.15    |
|                 | 华诺电器 | 0.44    | 1.17    | 0.07    |
| 嵊州市三王热处理有限公司    | 发行人  | -       | 7.81    | 22.79   |
|                 | 华诺电器 | -       | 0.65    | 0.94    |
| 嵊州市艇湖印刷厂        | 发行人  | -       | 3.67    | 24.00   |
|                 | 华诺电器 | -       | -       | 0.07    |

报告期内，华诺电器与发行人向重合供应商采购商品的金额差异较大，价格公允，重合供应商均非发行人与华诺电器共同的主要供应商。

报告期内，华诺电器与发行人均拥有独立的采购渠道。

## ②销售渠道

报告期内，华诺电器销售模式以 OEM 代加工为主，销售产品的数量、规格型号主要系根据客户的定制订单确定。报告期内，华诺电器的主要客户为华帝股份有限公司、佛山市顺德区容桂万喜电器燃气具有限公司、青岛奥旭电器有限公司等国内客户。报告期内，华诺电器前五大客户销售收入占全年销售收入的比例分别为 88.04%、82.00%和 69.74%，客户集中度较高。

报告期内，发行人销售渠道以经销商为主，截至报告期末，发行人经销商已覆盖全国 30 个省（自治区、直辖市）。

报告期内，华诺电器与发行人的销售渠道不同，相互独立，不存在共同客户。

## （3）技术特点

报告期内，发行人以集成灶产品为核心技术拓展方向，储备了侧吸下排除油烟技术、油烟分离技术、燃烧器节能技术、风机下置技术和远程监测技术等核心技术，相关技术均为发行人独立研发，不存在与华诺电器共用生产技术或知识产权的情况。目前，发行人集成灶产品的技术相较于华诺电器的传统烟灶产品具有产品功能多元化、智能化水平增强、健康环保属性提升等技术特点。

## （4）生产经营及财务状况

报告期内，华诺电器主要财务数据（未经审计）与发行人对比如下：

单位：万元

| 项 目    | 期间      | 华诺电器 (A) | 发行人 (B)   | 比例 (A÷B) |
|--------|---------|----------|-----------|----------|
| 总资产    | 2019 年末 | 5,297.85 | 60,894.02 | 8.70%    |
|        | 2018 年末 | 3,968.84 | 51,530.95 | 7.70%    |
|        | 2017 年末 | 4,709.76 | 42,227.85 | 11.15%   |
| 净资产    | 2019 年末 | 1,133.34 | 28,597.01 | 3.96%    |
|        | 2018 年末 | 1,072.33 | 16,761.23 | 6.40%    |
|        | 2017 年末 | 1,040.07 | 14,139.01 | 7.36%    |
| 主营业务收入 | 2019 年度 | 2,617.06 | 64,563.59 | 4.05%    |
|        | 2018 年度 | 2,880.99 | 60,297.99 | 4.78%    |

|     |         |          |           |       |
|-----|---------|----------|-----------|-------|
|     | 2017 年度 | 3,900.40 | 47,179.95 | 8.27% |
| 毛利  | 2019 年度 | 567.80   | 28,238.98 | 2.01% |
|     | 2018 年度 | 612.43   | 23,404.81 | 2.62% |
|     | 2017 年度 | 851.86   | 19,375.83 | 4.40% |
| 净利润 | 2019 年度 | 24.98    | 9,833.60  | 0.25% |
|     | 2018 年度 | 35.04    | 7,622.21  | 0.46% |
|     | 2017 年度 | 71.57    | 5,045.13  | 1.42% |

报告期内，华诺电器资产及业务规模均远小于发行人，华诺电器主营业务收入或毛利占发行人主营业务收入或毛利的比例均低于 30%。

综上，虽然华诺电器存在与发行人经营同类业务的情形，但其主要产品、产品定位、销售渠道、服务客户与发行人均不相同，其经营业务不会导致发行人与华诺电器之间存在非公平竞争、利益输送，不会导致发行人与华诺电器之间相互或者单方让渡商业机会，华诺电器经营业务不会对发行人构成重大不利影响。

## 2、嵊州市亿强智能电器有限公司（以下简称“亿强电器”）

报告期内，亿强电器未实际开展经营业务，未建立采购、销售渠道，无具体产品或服务，不会导致发行人与亿强电器之间存在非公平竞争、利益输送，不会导致发行人与亿强电器之间相互或者单方让渡商业机会。

报告期内，亿强电器主要财务数据（未经审计）如下：

单位：万元

| 项 目  | 2019 年末/2019 年度 | 2018 年末/2018 年度 | 2017 年末/2017 年度 |
|------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 总资产  | 235.71          | 87.95           | 100.08          |
| 净资产  | 235.71          | 87.95           | 100.08          |
| 营业收入 | -               | -               | -               |
| 净利润  | 47.75           | -12.12          | 0.08            |

注：亿强电器 2019 年度净利润主要来源于“海内外英才计划”创业项目补贴

根据亿强电器出具的说明，该公司目前尚未开展经营业务，相关产品尚处于研发阶段；研发产品为工业智能控制系统及相关电子设备、电子元器件，相关产品均应用于机械制造业，未来的目标客户为装备制造厂家；亿强电器及亿

强电器控制的其他企业将不会以任何方式从事（包括但不限于单独或与他人合作直接或间接从事）与发行人相同、相似或在任何方面构成竞争的业务与活动，亦不会与发行人发生交易或业务往来。

综上，报告期内，亿强电器资产及业务规模均远小于发行人，未从事生产经营，与发行人不存在同业竞争。”

**保荐机构、发行人律师履行的核查程序：**

1、查阅关联方的工商资料，现场访谈该等企业的负责人，核查该等企业的经营范围及实际经营情况；

2、查阅关联方的财务报表及相关凭证，核查该等企业的生产经营及财务状况。

**保荐机构、发行人律师的核查结论：**

经核查，华诺电器存在与发行人经营同类业务的情形，但其经营业务不会导致发行人与华诺电器之间存在非公平竞争、利益输送，不会导致发行人与华诺电器之间相互或者单方让渡商业机会，华诺电器经营业务不会对发行人构成重大不利影响；亿强电器未从事生产经营，与发行人不存在同业竞争。

### 问题 3：关于生产资质

根据反馈意见回复，发行人家用燃气器具强制性产品认证仍在办理中，发行人承诺将在 2020 年 10 月 1 日前完成该项认证。

请发行人补充披露申请强制性产品认证所需的全部条件、截至目前的申请进度，以及发行人产品是否存在不能通过认证的风险，若不能通过认证对发行人生产经营、财务状况的具体影响，并进行针对性的风险提示。

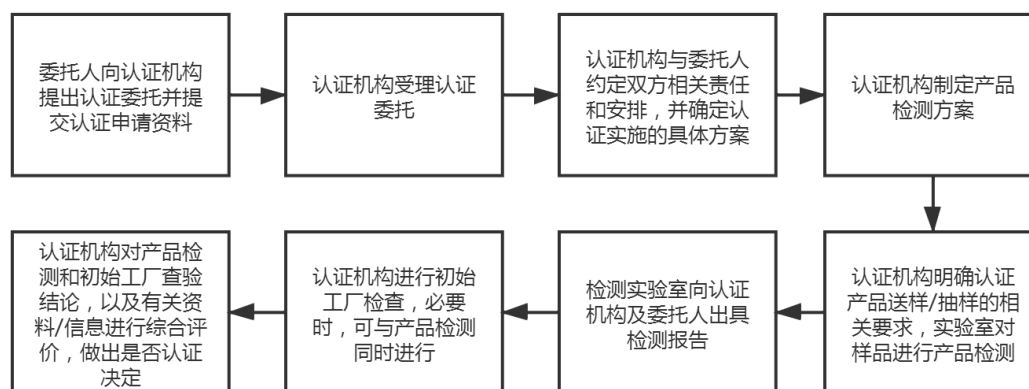
请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

#### 1、申请强制性产品认证所需的全部条件

根据《强制性产品认证实施规则家用燃气具》（CNCA-C24-01:2019）、《强制性产品认证实施细则家用燃气具》（CQC-C2401-2019）的相关规定，发行人家用燃气具产品强制性认证所需条件如下：（1）符合产品认证依据标准 GB 16410《家用燃气灶具》；（2）通过产品检测，并取得产品检测报告；（3）通过初始工厂检查。

家用燃气具产品强制性认证的流程如下：



#### 2、截至目前的申请进度，以及发行人产品是否存在不能通过认证的风险

截至本意见落实函回复出具之日，发行人已向中国质量认证中心提交 2020 年 10 月 1 日后拟销售产品的强制性认证申请，具体情况如下：

| 序号 | 委托人  | 生产者<br>(制造商) | 生产企业 | 产品名称            | 产品规格、型号                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 产品标准和技术要求    | 申请编号                     | 申请日期       | 审核进度 |
|----|------|--------------|------|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------------------|------------|------|
| 1  | 亿田股份 | 亿田股份         | 亿田股份 | 集成式燃气灶具（仅燃气灶部分） | JJZY-A3CGMH, 220V~50Hz 额定总功率 493W, JJZY-B5BGMH, JJZY-B15D, JJZY-GX91MH, JJZY-F7CGMH, 220V~50Hz 额定总功率 535W, JJZY-F93XT1MHG, JJZY-F93XT2MHG, JJZY-D2X, 220V~50Hz 额定总功率 615W, JJZDY-A3CGMHV1, JJZDY-F7CGMHV1, 220V~50Hz 额定总功率 2500W, JJZDY-F93XT1V1G, JJZDY-F93XT2V1G, 220V~50Hz 额定总功率 2615W, JJZDY-A3CGMHW1, 220V~50Hz 额定总功率 2693W | GB16410-2007 | A2020C<br>CC2401-3517453 | 2020.06.22 | 资料审核 |
| 2  | 亿田股份 | 亿田股份         | 亿田股份 | 集成式燃气灶具（仅燃气灶部分） | JJZT-A3CGMH, 220V~50Hz 额定总功率 493W, JJZT-B5BGMH, JJZT-B15D, JJZT-GX91MH, JJZT-F7CGMH, 220V~50Hz 额定总功率 535W, JJZT-F93XT1MHG, JJZT-F93XT2MHG, JJZT-D2X, 220V~50Hz 额定总功率 615W, JJZDT-A3CGMHV1, JJZDT-F7CGMHV1, 220V~50Hz 额定总功率 2500W, JJZDT-F93XT1V1G, JJZDT-F93XT2V1G, 220V~50Hz 额定总功率 2615W, JJZDT-A3CGMHW1, 220V~50Hz 额定总功率 2693W | GB16410-2007 | A2020C<br>CC2401-3517437 | 2020.06.22 | 资料审核 |
| 3  | 亿田股份 | 亿田股份         | 亿田股份 | 集成式燃气灶具（仅燃气灶部分） | JJZDR-F93XT1V1G(7R), 220V~50Hz 额定总功率 2693W                                                                                                                                                                                                                                                                                       | GB16410-2007 | A2020C<br>CC2401-3517444 | 2020.06.22 | 资料审核 |
| 4  | 亿田股份 | 亿田股份         | 亿田股份 | 集成式燃气灶具         | JJZY-A2CGWH, 220V~50Hz 额定总功率 505W,                                                                                                                                                                                                                                                                                               | GB16410-20   | A2020C                   | 2020.06.   | 资料   |

|   |      |      |      |                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |              |                          |            |      |
|---|------|------|------|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------------------|------------|------|
|   |      |      |      | 灶具（仅燃气灶部分）      | JJZY-J02D, JJZY-F2CGWH, JJZY-F6CGWH, 220V~50Hz 额定总功率 540W, JJZY-D8G, JJZY-D8, JJZY-D6G, JJZY-S3DS, JJZY-S3D, JJZY-S2S, 220V~50Hz 额定总功率 660W, JJZY-D6, 220V~50Hz 额定总功率 973W, JJZDY-F2CGWHV1, 220V~50Hz 额定总功率 2545W, JJZDY-S3DSV1, 220V~50Hz 额定总功率 2664W, JJZY-Z8G, JJZY-Z8, JJZY-S3W, JJZY-S3G, JJZY-S3E, JJZY-S3, JJZY-J03Z, JJZY-GZ92WH, 220V~50Hz 额定总功率 3181W, JJZDY-S3WV1, JJZDY-S3GV1, 220V~50Hz 额定总功率 5000W                                    | 07           | CC2401-3512717           | 17         | 审核   |
| 5 | 亿田股份 | 亿田股份 | 亿田股份 | 集成式燃气灶具（仅燃气灶部分） | JJZT-A2CGWH, 220V~50Hz 额定总功率 505W, JJZT-J02D, JJZT-F2CGWH, JJZT-F6CGWH, 220V~50Hz 额定总功率 540W, JJZT-D8G, JJZT-D8, JJZT-D6G, JJZT-S3DS, JJZT-S3D, JJZT-S2S, 220V~50Hz 额定总功率 660W, JJZT-D6, 220V~50Hz 额定总功率 973W, JJZDT-F2CGWHV1, 220V~50Hz 额定总功率 2545W, JJZDT-S3DSV1, 220V~50Hz 额定总功率 2664W, JJZT-Z8G, JJZT-Z8, JJZT-S3W, JJZT-S3G, JJZT-S3E, JJZT-S3, JJZT-J03Z, JJZT-GZ92WH, 220V~50Hz 额定总功率 3181W, JJZDT-S3WV1, JJZDT-S3GV1, 220V~50Hz 额定总功率 5000W | GB16410-2007 | A2020C<br>CC2401-3512718 | 2020.06.17 | 资料审核 |

|    |      |      |      |                 |                                                                                                                                                                                          |              |                          |            |      |
|----|------|------|------|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------------------|------------|------|
| 6  | 亿田股份 | 亿田股份 | 亿田股份 | 集成式燃气灶具（仅燃气灶部分） | JJZR-Z8G(7R), 220V~50Hz 额定总功率 3181W                                                                                                                                                      | GB16410-2007 | A2020C<br>CC2401-3512719 | 2020.06.17 | 资料审核 |
| 7  | 亿田股份 | 亿田股份 | 亿田股份 | 集成式燃气灶具（仅燃气灶部分） | JJZY-S8E, 220V~50Hz 额定总功率 3500W, JJZY-Q93ZP2HSG, JJZY-Q96ZP2HSG, JJZY-D5Z, JJZY-Q91ZT5, 220V~50Hz 额定总功率 3285W, JJZY-D2Z, JJZY-PUZ, JJZY-Q93ZT2HSG, JJZY-Q93ZT1HSG, 220V~50Hz 额定总功率 3352W | GB16410-2007 | A2020C<br>CC2401-3502534 | 2020.06.05 | 样品检测 |
| 8  | 亿田股份 | 亿田股份 | 亿田股份 | 集成式燃气灶具（仅燃气灶部分） | JJZT-S8E, 220V~50Hz 额定总功率 3500W, JJZT-Q93ZP2HSG, JJZT-Q96ZP2HSG, JJZT-D5Z, JJZT-Q91ZT5, 220V~50Hz 额定总功率 3285W, JJZT-D2Z, JJZT-PUZ, JJZT-Q93ZT2HSG, JJZT-Q93ZT1HSG, 220V~50Hz 额定总功率 3352W | GB16410-2007 | A2020C<br>CC2401-3502535 | 2020.06.05 | 样品检测 |
| 9  | 亿田股份 | 亿田股份 | 亿田股份 | 集成式燃气灶具（仅燃气灶部分） | JJZR-S8E(7R), 220V~50Hz 额定总功率 3500W                                                                                                                                                      | GB16410-2007 | A2020C<br>CC2401-3502536 | 2020.06.05 | 资料审核 |
| 10 | 亿田股份 | 亿田股份 | 亿田股份 | 集成式燃气灶具（仅燃气灶部分） | JJZY-S8G, JJZY-S8, 220V~50Hz 额定总功率 3441W, JJZY-S6, JJZY-S6F, 220V~50Hz 额定总功率 3081W, JJZY-S6S, 220V~50Hz 额定总功率 3181W, JJZDY-S6FV1, JJZDY-S6SV1, 220V~50Hz 额定总功率 5000W                     | GB16410-2007 | A2020C<br>CC2401-3502537 | 2020.06.05 | 样品检测 |
| 11 | 亿田股份 | 亿田股份 | 亿田股份 | 集成式燃气灶具（仅燃气灶部分） | JJZT-S8G, JJZT-S8, 220V~50Hz 额定总功率 3441W, JJZT-S6, JJZT-S6F, 220V~50Hz 额定总功率 3081W, JJZT-S6S, 220V~50Hz 额定总功率                                                                            | GB16410-2007 | A2020C<br>CC2401-3502538 | 2020.06.05 | 样品检测 |

|  |  |  |  |  |                                                            |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|------------------------------------------------------------|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  | 3181W, JJZDT-S6FV1, JJZDT-S6SV1, 220V~<br>50Hz 额定总功率 5000W |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|------------------------------------------------------------|--|--|--|--|

根据《强制性产品认证实施规则家用燃气具》（CNCA-C24-01:2019）对认证时限的规定，一般情况下，认证机构自受理认证委托起 90 天内向认证委托人出具认证证书。

根据发行人提交的强制性产品认证申请文件，其提交的认证产品相关参数指标符合 GB 16410《家用燃气灶具》规定的标准，申请认证的审核期限未超过《市场监管总局关于防爆电气等产品由生产许可转为强制性产品认证管理实施要求的公告》（2019 年第 34 号）等文件所规定的必须完成产品强制认证方可生产销售的截止日期（2020 年 10 月 1 日）。

根据保荐机构、发行人律师对发行人相关负责人的访谈，发行人提交认证的产品符合认证标准 GB 16410《家用燃气灶具》，截至目前，发行人相关认证产品的审核流程正常，预计审核期限内均能取得强制认证。根据中国质量认证中心检测机构浙江方圆检测集团股份有限公司出具的《确认函》，发行人提交认证的产品符合相关认证条件。

综上，截至本意见落实函回复出具之日，发行人相关认证产品的审核流程正常，不存在影响通过认证的实质性障碍。

针对发行人申请强制性产品认证所需的全部条件、截至目前的申请进度，发行人已在招股说明书第六节之“七、（二）强制性产品认证”中补充披露如下：

“根据《市场监管总局关于防爆电气等产品由生产许可转为强制性产品认证管理实施要求的公告》（2019年第34号）以及国家认监委于2019年8月发布的《强制性产品认证目录》，自2019年10月1日起，家用燃气器具（包括家用燃气灶具）纳入CCC认证管理范围。2020年10月1日前，家用燃气器具应凭有效生产许可证或CCC认证出厂、销售或在其他经营活动中使用。对于已获生产许可证的企业，若以上产品在2020年10月1日（含）后不再继续生产的，无需办理CCC认证；否则，应在2020年10月1日前获得CCC认证。

根据《强制性产品认证实施规则家用燃气具》（CNCA-C24-01:2019）、《强制性产品认证实施细则家用燃气具》（CQC-C2401-2019）的相关规定，发行人家用燃气具产品强制性认证所需条件如下：（1）符合产品认证依据标准 GB 16410

《家用燃气灶具》；（2）通过产品检测，并取得产品检测报告；（3）通过初始工厂检查。

截至本招股说明书签署日，发行人已向中国质量认证中心提交2020年10月1日后拟销售产品的强制性认证申请，发行人相关认证产品的审核流程正常，不存在影响通过认证的实质性障碍。”

3、若不能通过认证对发行人生产经营、财务状况的具体影响，并进行针对性的风险提示

就上述申请强制性认证产品无法通过认证对发行人生产经营、财务状况的具体影响，发行人已在招股说明书重大事项提示中披露如下：

**“（七）无法在规定期限内办理强制性产品认证的风险**

根据国务院2018年9月23日颁布的《国务院关于进一步压减工业产品生产许可证管理目录和简化审批程序的决定》（国发〔2018〕33号）和国家市场监督管理总局2019年7月5日颁布的《市场监管总局关于防爆电气等产品由生产许可转为强制性产品认证管理实施要求的公告》（2019年第34号），自2019年10月1日起，家用燃气器具纳入CCC认证管理范围。自2020年10月1日起，家用燃气器具未获得强制性产品认证证书和未标注强制性认证标志，不得出厂、销售、进口或在其他经营活动中使用。截至本招股说明书签署日，公司正积极推进家用燃气灶具产品CCC认证相关工作，但若无法在规定期限内完成认证，可能对公司包括集成灶产品在内的家用燃气灶具产品的销售或经营活动产生重大不利影响。”

**保荐机构、发行人律师履行的核查程序：**

1、查阅《强制性产品认证实施规则家用燃气具》（CNCA-C24-01:2019）、《强制性产品认证实施细则家用燃气具》（CQC-C2401-2019）相关规定，核查发行人申请强制性产品认证所需的条件；

2、现场访谈发行人相关认证工作负责人，查阅发行人相关产品认证申请资料，核查相关认证工作的开展进度及是否存在不能通过认证的风险。

**保荐机构、发行人律师的核查结论：**

经核查，截至本意见落实函回复出具之日，发行人已向中国质量认证中心提交 2020 年 10 月 1 日后拟销售产品的强制性认证申请，发行人需强制认证的产品审核流程正常，不存在影响通过认证的实质性障碍。

#### 问题 4：关于经销商为发行人原子公司

招股说明书披露，上海亿田原为发行人子公司，2019 年 9 月，发行人将持有的上海亿田全部股权转让给杨洁，上海亿田之后更名为上海艺恬厨房电器有限公司（以下简称上海艺恬），变更为发行人上海地区经销商；2019 年 9 月至 2019 年 12 月该公司向发行人采购集成灶等产品 119.43 万元。

请发行人：（1）补充披露报告期内是否还存在发行人将其子公司转让给发行人在职、离职员工（含董监高）或股东的情形，如是，请补充披露，并结合发行人对相关公司的销售规模、销售毛利、净利润等方面的前后对比情况，披露发行人直销团队离职成为发行人经销商的销售模式变动，是否对发行人的经营业绩造成不利影响；（2）针对报告期内发行人发生直销模式变为经销模式的销售模式变动，补充披露发行人对相关公司（直销变为经销）的收入确认政策、销售合同主要条款等具体情况、是否发生重大变化，以及结合产品定价政策、信用政策、返利政策等，补充披露发行人与相关公司的合作条款与其他经销商的对比情况、是否存在重大差异；（3）补充披露报告期内与发行人在职、离职员工（含董监高）、股东存在关联关系的全部经销商的情况，包括成立时间、实际从事的业务、实际控制人、销售发行人产品收入金额和占比、是否实现了最终销售等，以及上述经销商及其实际控制人与发行人及其实际控制人之间是否存在关联关系或其他利益安排；（4）补充披露报告期内发行人经销商是否存在使用发行人商号的情形，相关原因、是否存在利益安排；（5）补充披露发行人经销商是否存在滥用发行人商号的情形，是否会对相关客户、供应商或潜在消费者构成误解或混同，是否存在纠纷或潜在纠纷。

（1）补充披露报告期内是否还存在发行人将其子公司转让给发行人在职、离职员工（含董监高）或股东的情形，如是，请补充披露，并结合发行人对相关公司的销售规模、销售毛利、净利润等方面的前后对比情况，披露发行人直销团队离职成为发行人经销商的销售模式变动，是否对发行人的经营业绩造成不利影响

回复：

1、发行人子公司转让给发行人在职、离职员工（含董监高）或股东的情形

报告期内，发行人将子公司转让给发行人在职、离职员工（含董监高）或股东的具体情况如下：

| 序号 | 转让事项             | 交易双方 |      | 时间               | 受让方身份 |
|----|------------------|------|------|------------------|-------|
|    |                  | 转让方  | 受让方  |                  |       |
| 1  | 转让正浩资产 29.50%股权  | 亿田有限 | 亿田投资 | 2017 年 03 月 21 日 | 控股股东  |
| 2  | 转让亿田控股 80.00%股权  | 亿田有限 | 亿田投资 | 2017 年 05 月 26 日 | 控股股东  |
| 3  | 转让汇银小贷 30.00%股权  | 亿田有限 | 亿田控股 | 2017 年 07 月 18 日 | 控股股东  |
| 4  | 转让上海亿田 100.00%股权 | 亿田股份 | 杨洁   | 2019 年 09 月 30 日 | 离职员工  |

针对正浩资产、亿田控股、汇银小贷的具体转让情况，发行人已在招股说明书第七节之“十、（二）3、（1）转让股权”中进行了披露。报告期内，发行人不存在向正浩资产、亿田控股、汇银小贷销售产品的行为。

## 2、发行人直销团队离职成为发行人经销商对发行人的经营业绩的影响

发行人于 2017 年 8 月设立上海亿田，旨在通过拓展上海市场，为公司的线下直销业务积累经验。由于上海地区的店面租赁费用、市场拓展费用、人力成本较高，且上海亿田的营业收入不及预期，自开业后一直处于亏损状态。2019 年上半年，发行人调整了经营发展规划，决定退出上海地区直销渠道。2019 年 9 月，发行人与上海亿田当时的运营总监杨洁协商达成一致，由杨洁受让上海亿田全部股权，将上海亿田变更为发行人上海地区经销商。

由于上海亿田转让前处于亏损状况，发行人将其对外转让有助于发行人优化资产质量。由原上海地区直销团队接手上海地区的经销业务，对于该经销商来说，能够借力于发行人原在上海地区投入的广告宣传、消费者口碑等资源，有助于其开拓上海市场；对发行人来说，在上海地区从直销模式转变为经销模式，能够减少运营直营店的成本，以较低的成本借助经销商的经销业务拓展实现产品销售收入，有助于发行人提升利润水平，故发行人原上海地区直销团队离职成为发行人经销商不会对发行人的经营业绩造成重大不利影响。

针对上述情况，发行人已在招股说明书第七节之“十、（一）2、（2）上海艺恬厨房电器有限公司”中补充披露如下：

“……由于上海亿田转让前处于亏损状况，发行人将其对外转让有助于发

行人优化资产质量。由原上海地区直销团队接手上海地区的经销业务，对于该经销商来说，能够借力于发行人原在上海地区投入的广告宣传、消费者口碑等资源，有助于其开拓上海市场；对发行人来说，在上海地区从直销模式转变为经销模式，能够减少运营直营店的成本，以较低的成本借助经销商的经销业务拓展实现产品销售收入，有助于发行人提升利润水平，故发行人原上海地区直销团队离职成为发行人经销商不会对发行人的经营业绩造成重大不利影响。”

（2）针对报告期内发行人发生直销模式变为经销模式的销售模式变动，补充披露发行人对相关公司（直销变为经销）的收入确认政策、销售合同主要条款等具体情况、是否发生重大变化，以及结合产品定价政策、信用政策、返利政策等，补充披露发行人与相关公司的合作条款与其他经销商的对比情况、是否存在重大差异

回复：

针对上述情况，发行人已在招股说明书第七节之“十、（一）2、（2）上海艺恬厨房电器有限公司”中补充披露如下：

“发行人对上海艺恬厨房电器有限公司的收入确认政策及销售合同主要条款变化情况具体如下：

#### ①收入确认政策变化情况

转让前，发行人与子公司上海亿田的结算参考发行人统一出厂价进行结算，上海亿田对外销售在将产品交付给购货方并完成安装验收时确认收入；转让后，发行人与上海艺恬厨房电器有限公司按经销模式确认收入，将产品交付给客户指定承运人并取得适当的运输单据后，发行人依据发货及运输单据确认收入。

#### ②销售合同主要条款变化情况

转让前，发行人与子公司上海亿田未签署销售合同；转让后，发行人与上海艺恬厨房电器有限公司签署年度经销协议。2019 年度，发行人与上海艺恬厨房电器有限公司的年度经销协议合作条款与其他经销商不存在重大差异，具体对比情况如下：

| 经销商名称        | 产品定价政策                   | 信用政策                                                        | 返利政策                                                                                                                                                                 |
|--------------|--------------------------|-------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 上海艺恬厨房电器有限公司 |                          | 临时信用额度 50.00 万元, 使用期限为 2019.09.30-2019.12.30                | 年度返利: 年度采购超过签约目标 (100 万元) 的, 依据采购及回款情况计提, 返利比例为 1%; 季度返利: 季度采购超过签约采购目标的, 依据采购及回款情况计提, 返利比例为 1%                                                                       |
| 其他经销商        | 供货价格按发行人产品价格表执行, 全国统一供货价 | 公司原则上对经销商采用“款到发货”的信用政策, 对合作年限较长、信誉较好、实力较强的经销商提供一定的信用额度和信用期限 | 年度返利: 全年签约采购目标低于县级 50 万元, 地级市 80 万元, 副省级城市 100 万元, 省会城市 200 万元的, 不享受年度返利政策; 年度采购超过签约目标的, 依据采购及回款情况计提, 返利比例为 0.5%-1.5%; 季度返利: 季度采购超过签约采购目标的, 依据采购及回款情况计提, 返利比例为 1%-2% |

”

(3) 补充披露报告期内与发行人在职、离职员工 (含董监高)、股东存在关联关系的全部经销商的情况, 包括成立时间、实际从事的业务、实际控制人、销售发行人产品收入金额和占比、是否实现了最终销售等, 以及上述经销商及其实际控制人与发行人及其实际控制人之间是否存在关联关系或其他利益安排

回复:

报告期内, 与发行人在职、离职员工 (含董监高)、股东存在关联关系的全部客户为孙伟勇 (个体工商户) 和上海艺恬厨房电器有限公司, 针对该等客户的具体情况, 发行人已在招股说明书第七节之“十、(一) 2、销售商品”中补充披露如下:

“ (1) 孙伟勇 (个体工商户)

报告期内, 公司向孙伟勇 (个体工商户) 销售商品的情况如下:

单位：万元

| 关联方名称      | 交易内容         | 2019 年度 |    | 2018 年度 |    | 2017 年度 |       |
|------------|--------------|---------|----|---------|----|---------|-------|
|            |              | 金额      | 占比 | 金额      | 占比 | 金额      | 占比    |
| 孙伟勇（个体工商户） | 吸油烟机、灶具及其他产品 | -       | -  | -       | -  | 23.45   | 0.05% |

孙伟勇（个体工商户）成立于 2006 年，注册地位于浙江省义乌市，主要从事厨电产品、卫浴产品的批发与零售，实际控制人为孙伟勇，其营业收入主要来自于向发行人采购的吸油烟机、灶具等产品。孙伟勇（个体工商户）与公司经营地距离较近，设立初期，即从公司采购吸油烟机、灶具及其他产品。为规范和减少关联交易，2017 年公司终止了与孙伟勇（个体工商户）间的销售交易。孙伟勇（个体工商户）已于 2017 年 7 月注销，该客户向发行人采购的产品已实现最终销售。

## （2）上海艺恬厨房电器有限公司

报告期内，公司向上海艺恬厨房电器有限公司销售商品的情况如下：

单位：万元

| 关联方名称        | 交易内容 | 2019 年度 |       | 2018 年度 |    | 2017 年度 |    |
|--------------|------|---------|-------|---------|----|---------|----|
|              |      | 金额      | 占比    | 金额      | 占比 | 金额      | 占比 |
| 上海艺恬厨房电器有限公司 | 集成灶等 | 119.43  | 0.18% | -       | -  | -       | -  |

上海亿田原为发行人子公司，2019 年 9 月，公司将持有的上海亿田全部股权转让给杨洁，上海亿田之后更名为上海艺恬厨房电器有限公司，变更为发行人上海地区经销商。上海亿田的资产全部由上海艺恬厨房电器有限公司承继，转让前部分员工已离职或由亿田股份雇佣，其他员工继续留任。

上海艺恬厨房电器有限公司成立于 2017 年，实际从事集成灶等产品的销售业务，目前实际控制人为杨洁，其营业收入全部来自于销售发行人产品，除店面样机和合理库存外，该客户向发行人采购的产品均已实现最终销售。发行人将上海艺恬厨房电器有限公司认定为 2019 年 9 月至 2020 年 8 月与公司存在关联关系的法人，2019 年 9 月至 2019 年 12 月该公司向发行人采购集成灶等产品 119.43 万元。除此之外，上海艺恬厨房电器有限公司及其实际控制人杨洁与发行人及其实际控制人之间不存在其他关联关系或其他利益安排。”

(4) 补充披露报告期内发行人经销商是否存在使用发行人商号的情形，相关原因、是否存在利益安排；(5) 补充披露发行人经销商是否存在滥用发行人商号的情形，是否会对相关客户、供应商或潜在消费者构成误解或混同，是否存在纠纷或潜在纠纷

回复：

针对上述情况，发行人已在招股说明书第六节之“一、(二) 3、(1) 经销模式”补充披露如下：

“⑤商号管理情况

截至报告期末，发行人共有 1,311 家经销商，其中使用“亿田”商号的经销商共计 5 家，数量占比为 0.38%，该等经销商基本情况如下：

| 序号 | 经销商名称        | 成立时间             | 主要销售产品 | 合作起始时间                               |
|----|--------------|------------------|--------|--------------------------------------|
| 1  | 北京亿田兴业商贸有限公司 | 2006 年 11 月 2 日  | 亿田集成灶  | 该客户系发行人原自然人经销商吕小平控制的企业，2003 年开始合作    |
| 2  | 浦江县亿田橱柜店     | 2012 年 5 月 24 日  | 亿田集成灶  | 2015 年开始合作                           |
| 3  | 罗田县亿田集成灶经销部  | 2017 年 7 月 25 日  | 亿田集成灶  | 该客户系发行人原自然人经销商瞿丽芳控制的个体工商户，2016 年开始合作 |
| 4  | 舟山市新城亿田电器经营部 | 2018 年 10 月 15 日 | 亿田集成灶  | 2018 年开始合作                           |
| 5  | 涪水县亿田集成灶经营部  | 2017 年 9 月 14 日  | 亿田集成灶  | 2017 年开始合作                           |

上述经销商均为独立的个体工商户或企业法人，客户主要为终端消费者。发行人部分经销商使用发行人商号主要是为了便于销售发行人产品及进行市场推广，相关经销商与发行人不存在关联关系，不存在其他利益安排。

报告期内，发行人向上述使用“亿田”字样的经销商的合计销售金额分别为 694.42 万元、950.42 万元和 885.07 万元，占发行人营业收入的比例较小。发行人已与该等经销商协商不再使用“亿田”商号的相关事项，罗田县亿田集成灶经销部名称已于 2020 年 6 月 4 日变更为罗田县耀辉厨房电器经销部，涪水

县亿田集成灶经营部名称已于 2020 年 6 月 18 日变更为涪水县军鸿厨房电器经营部。

截至本招股说明书签署日，发行人未因经销商滥用发行人商号受到主管部门的处罚，亦未因经销商滥用发行人商号而受到客户、供应商或消费者的起诉，不存在经销商滥用发行人商号的情形；部分经销商使用发行人商号未对相关客户、供应商或潜在消费者构成误解或混同，不存在纠纷或潜在纠纷。”

## 问题 5：关于线上销售

招股说明书披露，2019 年，发行人线上销售的金额为 20,007.94 万元, 占营业收入的比例为 30.55%。发行人线上销售分为线上店铺模式和京东自营模式。

请发行人补充披露：（1）电商模式下向税务部门申报的收入与其营业收入是否存在差异，是否需要补缴营业收入差额所产生的增值税和企业所得税，如是，披露金额及形成差异的原因；（2）线上店铺模式和京东自营模式销售的产品型号、数量、金额、平均售价以及毛利率情况，毛利率是否存在差异，差异的原因及合理性；（3）京东自营模式的具体合作方式、主要合同条款、定价方式、信用期限、结算方式，产品实物流转及资金流转的具体过程，产品配送方式、运费承担方式，结合上述情形披露收入确认的具体方式，是否符合行业惯例、是否符合《企业会计准则》的规定；（4）线上店铺模式和京东自营模式下的退换货条款、是否存在无条件退换货的约定、退换货具体情况以及相关的会计处理。请保荐人、申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。

请保荐人、申报会计师根据《首发业务若干问题问答》等相关要求，披露对发行人线上销售收入的真实性采取的核查方法，是否对互联网开展业务的信息系统可靠性进行核查，并发表明确意见。

（1）电商模式下向税务部门申报的收入与其营业收入是否存在差异，是否需要补缴营业收入差额所产生的增值税和企业所得税，如是，披露金额及形成差异的原因；

回复：

针对上述情况，发行人已在招股说明书第八节之“十、（一）2、主营业务收入按销售模式分析”中补充披露如下：

### “③电商销售收入的纳税申报情况

报告期内，公司的电商销售收入均来自于子公司亿田电商，亿田电商向税务部门申报的增值税申报表收入金额与亿田电商报表营业收入对比情况如下：

单位：万元

| 期间      | 增值税申报表收入金额 | 报表营业收入    | 差异     |
|---------|------------|-----------|--------|
| 2019 年度 | 21,863.69  | 20,997.10 | 866.59 |
| 2018 年度 | 4,595.47   | 4,522.54  | 72.93  |
| 2017 年度 | 2,973.72   | 2,845.16  | 128.56 |

注：公司线上渠道收入金额低于亿田电商报表营业收入主要原因系由于线上经销收入与线下经销收入合并计算返利，并由亿田股份统一兑现，亿田电商报表营业收入并未分摊该部分返利。公司线上渠道销售收入已剔除该部分经销商分摊的返利金额，从而导致线上渠道营业收入低于亿田电商营业收入

报告期内，公司电商模式下增值税申报表收入金额大于报表体现的营业收入，主要原因系增值税申报表营业收入系按照当地税务要求，将产品销售出库时点确认为税务收入申报时点，公司依据客户确认收货并满足七天无理由退货或者根据结算清单确认收入，收入确认时点晚于税务申报时点。

报告期内，亿田电商向税务部门申报的所得税汇算清缴申报表收入金额与亿田电商报表营业收入对比情况如下：

单位：万元

| 期间      | 所得税申报表收入金额 | 报表营业收入    | 差异 |
|---------|------------|-----------|----|
| 2019 年度 | 20,997.10  | 20,997.10 | -  |
| 2018 年度 | 4,522.54   | 4,522.54  | -  |
| 2017 年度 | 2,845.16   | 2,845.16  | -  |

亿田电商向税务部门申报的所得税汇算清缴申报表收入金额与报表营业收入无差异。

报告期内，公司电商销售不存在需要补缴营业收入差额所形成的增值税及企业所得税的情况。”

（2）线上店铺模式和京东自营模式销售的产品型号、数量、金额、平均售价以及毛利率情况，毛利率是否存在差异，差异的原因及合理性；

回复：

针对上述情况，发行人已在招股说明书第八节之“十、（二）2、主营业务毛利率构成及变动情况总体分析”中补充披露如下：

“②线上店铺模式和京东自营模式销售毛利率对比分析

公司自 2018 年 10 月开始在京东自营渠道销售产品，2018 年度和 2019 年度京东自营模式与线上店铺模式销售情况如下：

单位：万元

| 项 目       | 2019 年度   |         | 2018 年度  |         |
|-----------|-----------|---------|----------|---------|
|           | 销售金额      | 占比      | 销售金额     | 占比      |
| 京东自营模式收入： | 3,251.66  | 16.25%  | 36.73    | 1.01%   |
| 其中：集成灶    | 3,222.88  | 16.11%  | 27.25    | 0.75%   |
| 其他        | 28.78     | 0.14%   | 9.48     | 0.26%   |
| 线上店铺模式收入： | 16,756.29 | 83.75%  | 3,603.24 | 98.99%  |
| 其中：集成灶    | 16,748.44 | 83.71%  | 3,463.36 | 95.15%  |
| 其他        | 7.85      | 0.04%   | 139.88   | 3.84%   |
| 合 计       | 20,007.95 | 100.00% | 3,639.97 | 100.00% |

2018 年度和 2019 年度，公司京东自营渠道与线上店铺渠道主要以销售集成灶为主，集成灶产品在不同渠道销售数量、金额、单价、毛利率情况如下：

| 2019 年度 |        |           |           |        |
|---------|--------|-----------|-----------|--------|
| 分类      | 数量（台）  | 单位售价（元/台） | 金额（万元）    | 毛利率    |
| 京东自营模式  | 7,106  | 4,535.43  | 3,222.88  | 48.21% |
| 线上店铺模式  | 32,611 | 5,135.83  | 16,748.44 | 47.73% |
| 2018 年度 |        |           |           |        |
| 分类      | 数量（台）  | 单位售价（元/台） | 金额（万元）    | 毛利率    |
| 京东自营模式  | 49     | 5,561.75  | 27.25     | 44.37% |
| 线上店铺模式  | 8,336  | 4,154.70  | 3,463.36  | 44.48% |

公司在 2018 年度通过京东自营渠道销售的集成灶产品收入为 27.25 万元，金额较小。

2019 年度，公司京东自营模式与线上店铺模式的集成灶产品分产品毛利率情况如下：

| 产品系列 | 京东自营模式    |            |               |            | 线上店铺模式    |            |               |            |
|------|-----------|------------|---------------|------------|-----------|------------|---------------|------------|
|      | 数量<br>(台) | 金额<br>(万元) | 单位售价<br>(元/台) | 毛利率<br>(%) | 数量<br>(台) | 金额<br>(万元) | 单位售价<br>(元/台) | 毛利率<br>(%) |
| J 系列 | 3,575     | 1,739.82   | 4,866.63      | 48.42      | 8,020     | 4,308.74   | 5,372.49      | 50.44      |
| B 系列 | 2,459     | 883.36     | 3,592.35      | 45.50      | 3,143     | 1,181.82   | 3,760.17      | 46.63      |
| S 系列 | 489       | 358.79     | 7,337.22      | 53.04      | 9,222     | 5,555.05   | 6,023.69      | 47.34      |
| D 系列 | 92        | 38.91      | 4,229.35      | 40.09      | 7,650     | 3,402.91   | 4,448.25      | 43.91      |
| Z 系列 | 39        | 20.76      | 5,323.08      | 44.56      | 2,504     | 1,431.27   | 5,715.93      | 47.69      |
| 其他系列 | 452       | 181.24     | 4,009.73      | 52.11      | 2,072     | 868.65     | 4,192.33      | 53.28      |
| 合 计  | 7,106     | 3,222.88   | 4,535.43      | 48.21      | 32,611    | 16,748.44  | 5,135.83      | 47.73      |

京东自营模式下，京东平台以扣除平台费用后的金额与公司结算，公司根据结算金额确认收入。在线上店铺模式下，公司将电商平台收取的收入佣金确认为销售费用，故同类产品京东自营模式的毛利率通常低于线上店铺模式。

京东自营模式下 J 系列销售单价低于线上店铺模式销售单价，主要系产品结构影响所致，J 系列线上销售以 J03Z、J02D 为主，京东自营模式售价较高的 J03Z 比例为 51.95%，其余为售价较低的 J02D。线上店铺模式售价较高的 J03Z 比例为 99.91%。2019 年度京东自营模式下 S 系列毛利率高于线上店铺模式，主要系 2019 年度该渠道高毛利产品 S8 销售占比达 45.88%，其他型号为 S3 系列，以线上直销为主。线上店铺模式下 S 系列以经销商线上采购为主。

其他系列主要为传统 A、F 系列集成灶，以线上直销模式为主，故其毛利率相对较高。”

(3) 京东自营模式的具体合作方式、主要合同条款、定价方式、信用期限、结算方式，产品实物流转及资金流转的具体过程，产品配送方式、运费承担方式，结合上述情形披露收入确认的具体方式，是否符合行业惯例、是否符合《企业会计准则》的规定；

回复：

针对“京东自营模式”情况，发行人已在招股说明书第八节之“十一、（一）

1、（3）应收账款”补充披露如下：

“京东自营模式具体情况如下：

| 项 目       | 具体内容                                                  |
|-----------|-------------------------------------------------------|
| 合作方式      | 采用不入仓模式，即客户在京东自营平台下单后，由公司负责安排发货、物流配送                  |
| 定价方式      | 执行公司线上零售指导价格                                          |
| 信用期限及结算政策 | 每月1日收到上上月16日至上月15日的销售确认清单，经核对无误后，公司向电商平台开具发票并于1周内结算货款 |
| 产品实物流转    | 客户下单后由公司负责安排发货、物流配送、售后服务                              |
| 资金流转      | 客户确认收货或超过一定期限系统自动确认后，货款直接支付至京东平台，公司与京东平台定期进行结算        |
| 产品配送方式    | 消费者线上下单由公司委托快递公司进行配送，经销商线上采购由经销商指定物流进行配送              |
| 运费承担方式    | 消费者线上下单运费由公司承担，经销商线上采购运费由经销商自行承担                      |

”

针对“京东自营模式收入确认方式的合理性”，发行人已在招股说明书第八节之“六、（一）2、（3）线上模式收入确认方式的合理性”进行了补充披露，具体如下：

“公司京东自营业务采用不入仓模式，客户在京东自营平台下单后，由公司负责安排发货、物流配送，客户确认收货并收到平台的销售确认清单核对无误后，产品所有权上的主要风险和报酬已转移给客户，且相关经济利益很可能流入公司，已满足收入确认条件。因此，公司收到平台销售确认清单时确认收入，符合《企业会计准则》规定。

公司京东自营模式收入确认政策与同行业公司对比如下：

| 公司名称 | 收入确认政策                             |
|------|------------------------------------|
| 火星厨具 | 对电商平台系统生成的结算单核对无误后确认结算单生成时点所属期间的收入 |
| 公司   | 收到电商平台的结算清单核对无误后确认收入               |

注：同行业公司浙江美大、老板电器、华帝股份、帅丰电器均未披露相关会计政策和会计处理

对比可以看出，公司京东自营模式的收入确认政策与火星厨具一致。综上，公司京东自营模式的收入确认政策符合《企业会计准则》规定与行业惯例。”

(4) 线上店铺模式和京东自营模式下的退换货条款、是否存在无条件退换货的约定、退换货具体情况以及相关的会计处理。请保荐人、申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。

回复：

针对上述情况，发行人已在招股说明书第八节之“六、（一）2、（3）线上模式收入确认方式的合理性”补充披露如下：

“③线上模式退换货情况

公司线上店铺模式和京东自营模式均执行“7天无理由退换货”政策，订单完成且无理由退货期结束后，对非产品质量问题或已超过产品质量责任期的，不得退换货，对其它原因引起的退换货，未经公司同意不得退货。

报告期内，公司线上模式退换货情况如下：

单位：万元

| 电商渠道名称 | 2019 年度 | 2018 年度 | 2017 年度 |
|--------|---------|---------|---------|
| 京东自营   | 6.96    | -       | -       |
| 京东商城   | 22.39   | 27.47   | 44.79   |
| 天猫商城   | 28.39   | 29.23   | 42.45   |
| 合 计    | 57.74   | 56.70   | 87.24   |

报告期内，公司线上模式退换货主要系线上消费者退换货产生，金额较小；公司自 2018 年 10 月开始在京东自营渠道销售少量产品，因此，2017 年度和 2018 年度该电商渠道无退换货金额。

④线上模式退换货会计处理

公司仓库办妥退货相关产品入库手续后，ERP 系统自动生成产品入库单，财务中心依据入库单及退换货申请进行会计处理，冲减当期销售收入及相关税额，同时冲减当期销售成本。换货重新发货时，按照公司收入确认相关政策重新确认营业收入并相应结转相应成本，符合《企业会计准则》的规定。”

保荐机构、发行人会计师的核查结论：

1、报告期内，公司电商销售不存在需要补缴营业收入增值税及企业所得税的情况；

2、报告期内，公司线上店铺模式和京东自营模式毛利率差异符合公司实际经营情况，具有合理性；

3、公司京东自营模式的收入确认政策符合《企业会计准则》规定与行业惯例；

4、报告期内，公司线上模式退换货会计处理，符合《企业会计准则》的规定。

请保荐人、申报会计师根据《首发业务若干问题问答》等相关要求，披露对发行人线上销售收入的真实性采取的核查方法，是否对互联网开展业务的信息系统可靠性进行核查，并发表明确意见。

回复：

针对上述情况，发行人已在招股说明书第八节之“六、（一）2、（3）线上模式收入确认方式的合理性”补充披露如下：

**“⑤线上销售收入真实性核查**

针对发行人线上销售收入真实性核查，保荐机构、发行人会计师履行的主要核查程序如下：

A、查阅发行人线上销售有关的业务制度，对部分客户销售订单执行穿行测试，核查公司线上销售业务制度建立与执行的有效性；

B、访谈公司销售管理中心、财务中心相关人员，详细了解公司的线上销售业务模式及会计处理方法；结合公司具体业务情况，查阅同行业上市公司收入确认具体政策，分析相应业务模式下企业会计准则的规定和相关会计处理的行业惯例；

C、获取公司与京东、天猫的合作协议，了解公司与电商平台业务合作模式，包括具体结算方法、结算周期等；

D、对发行人线上销售收入执行细节测试，采用随机抽样的方法选取部分收入进行查验，从主营业务收入明细账中抽取相应的记账凭证，与销售收入对应的销售订单、出库单、物流单、签收记录、回款流水等支持性单据进行核对；

E、对发行人线上销售收入执行截止性测试，从主营业务收入明细账中选取资产负债表日前后的记账凭证，与该笔货物的销售订单、出库单、物流单、签收记录、回款流水等支持性单据进行核对；同时，选取资产负债表日前后的销售订单、物流单等支持性单据与主营业务收入明细账进行核对，以核实发行人线上销售收入是否存在重大跨期的情形；

F、获取京东自营模式下公司与京东结算单，核查发行人相关业务收入确认是否准确；

G、获取京东及天猫等电商平台交易资金流水，与线上销售收入金额进行比对分析，核查销售收入与回款金额与是否一致；

H、查看发行线上销售信息系统，对立信会计师事务所信息系统鉴证部经审计出具的《信息系统审计报告》进行复核。

#### ⑥线上销售信息系统可靠性核查

针对发行人线上销售系统可靠性核查，立信会计师事务所信息系统鉴证部指派具有国际注册信息系统审计师资质的 IT 审计人员，于 2020 年 6 月 15 日至 2020 年 7 月 17 日对发行人报告期内的线上销售业务进行 IT 审计，通过实施检查、观察、询问、重新计算和重新执行等程序，对公司重要业务系统一般控制和应用控制进行了评估，对相关业务数据执行了数据验证与分析程序，并于 2020 年 7 月 17 日出具了《信息系统审计报告》（信会师报字[2020]第 ZA15208 号），发表如下审计意见：“在本次审计中，我们关注了公司在 IT 治理与管理、系统开发/测试和维护、信息安全、系统运维等方面的系统流程控制情况，未发现公司在 IT 系统流程控制上存在重大缺陷。我们独立获取了公司电商订单数据，通过数据核对与分析，未发现存在对财务报表有重大影响的数据差异”。

在 IT 审计过程中，信息系统审计师履行的主要核查程序如下：

#### A、一般控制测试与应用控制测试

- a、与公司管理层、信息部门、关键业务人员进行访谈；
- b、现场观察系统使用情况和业务操作记录；
- c、获取表单、书面文档、系统配置截屏等支持性文件进行核查；
- d、对信息系统一般控制和应用控制进行穿行测试，并选取一定样本量进行控制有效性测试。

#### B、数据测试

- a、与数据库管理员进行访谈，了解原始数据在数据库中的存储规则和存储逻辑；
- b、独立撰写 SQL 脚本从数据库中统计数据；
- c、根据约定内容对相关数据进行核对；
- d、确认并汇报数据测试程序结果。

保荐机构和发行人会计师对立信会计师事务所信息系统鉴证部经审计出具的信息系统审计报告以及 IT 审计人员资格证书进行复核。

保荐机构和发行人会计师经核查后认为，报告期内，公司线上销售收入真实，相关信息系统可靠，不存在对财务报表有重大影响的数据差异，公司线上销售情况符合《首发业务若干问题解答》之“问题 53”的要求。”

## 问题 6：关于经销模式

招股说明书披露，发行人销售以经销模式为主。报告期内，发行人经销商退出的数量分别为 247 家、288 家、305 家。

请发行人：（1）根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的要求，补充披露经销商模式的相关情况，补充披露中介机构对经销收入核查的核查程序、核查过程，披露是否存在异常情形；（2）补充披露报告期内退出经销商数量逐年增加的原因，并结合经销协议的相关内容，补充披露经销商退出对发行人存货和应收账款的影响，以及发行人不存在经销商因终止合作退回产品的情况是否合理。

请保荐人、申报会计师核查，说明核查程序、核查过程，并发表明确意见。

（1）根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的要求，补充披露经销商模式的相关情况，补充披露中介机构对经销收入核查的核查程序、核查过程，披露是否存在异常情形

回复：

### 1、经销商模式的相关情况

（1）经销商和发行人是否存在实质和潜在关联关系

针对上述情况，发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）3、（1）经销模式”中补充披露如下：

“③主要经销商销售情况

.....

保荐机构和发行人会计师经核查后认为，发行人及关联方在报告期内与公司主要经销商不存在大额资金往来，不存在主要经销商的最终销售客户为发行人关联方的情形，发行人经销模式下的销售真实。除经销商上海艺恬厨房电器有限公司外，其他经销商与发行人不存在实质和潜在关联关系。”

（2）发行人同行业可比上市公司采用经销商模式的情况

针对上述情况，发行人已在招股说明书第八节之“十、（二）2、（3）①同行业公司选取标准”中披露如下：

“……发行人及所选同行业公司的生产、采购、销售模式以及产品结构对比情况如下：

| 公司名称 | 细分市场 | 产品构成               | 生产模式               | 采购模式                                                                                                                                       | 销售模式               |
|------|------|--------------------|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| 浙江美大 | 厨电行业 | 主要产品为集成灶           | 自主生产               | 供应部每月根据销售公司下发的销售计划及生产部的生产计划，结合各生产部仓库库存编制采购计划                                                                                               | 经销模式为主，其他模式为辅      |
| 老板电器 | 厨电行业 | 主要产品为燃气灶、吸油烟机      | 主要采用自行生产           | 采供科每月根据营销中心下发的产销计划及各生产部的生产需求，结合各生产部仓库库存编制采购计划                                                                                              | 以代理制为主             |
| 华帝股份 | 厨电行业 | 主要产品为吸油烟机、燃气灶、热水器等 | 自主模式与 OEM 模式结合     | 公司以需求分析为依据，兼顾满足需求和库存成本控制进行采购，通过采用招标、多家供应商报价核价等方式筛选出满足条件的供应商                                                                                | 包括经销模式、线上模式和工程渠道   |
| 帅丰电器 | 厨电行业 | 主要产品为集成灶           | 以自主生产为主、外协生产为辅     | 原材料采购：采购部根据制造中心下发的生产计划，编制月度采购计划，采购人员将采购计划进行分解，形成分项采购计划，结合安全库存、进货周期确定需采购货物的品种、数量，选择原材料供应商并下达原材料采购订单。OEM采购：采购部结合近期销售和实际安全库存情况选择供应商下达OEM 采购订单 | 经销模式为主，直营模式和出口模式为辅 |
| 火星厨具 | 厨电行业 | 主要产品为集成灶           | 自主生产为主、外协生产和委外加工为辅 | 发行人遵循适时、适量、适质、适价、适地的原则实行以产定购的采购模式                                                                                                          | 经销模式为主，直营模式和其他模式为辅 |
| 公司   | 厨电行业 | 主要产品为集成灶           | 以自主生产为主、外协生产为辅     | 公司计划物控中心每月根据销售管理中心的销售订单，结合公司的销售计划、生产计划和仓库库存，编制采购计划。采购计划须经计划物控中心和采购中心分不同权限进行审批，审批完成后由计划物控中心负责具体采购事务                                         | 经销模式为主，直销模式和出口模式为辅 |

”

（3）发行人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

针对上述情况，发行人已在招股说明书第六节之“三、（一）3、主营业务收

入分销售模式构成情况”中补充披露如下：

“公司主营业务收入销售渠道主要以经销模式为主，与同行业可比公司保持一致。报告期内，同行业可比公司经销渠道销售收入占主营业务收入的比例如下：

| 年度      | 帅丰电器   | 火星人厨具  | 公司     |
|---------|--------|--------|--------|
| 2019 年度 | -      | 74.43% | 93.62% |
| 2018 年度 | 87.21% | 80.73% | 91.18% |
| 2017 年度 | 96.11% | 84.83% | 88.68% |

注：未在公开信息中查询到老板电器、华帝股份和浙江美大 2017 年度至 2019 年度以及帅丰电器 2019 年度经销渠道销售收入占主营业务收入的比例

报告期内，公司经销商模式毛利率不存在显著大于同行业可比公司的情形，同行业可比公司经销模式毛利率的具体情况如下：

| 年度      | 帅丰电器   | 火星人厨具  | 公司     |
|---------|--------|--------|--------|
| 2019 年度 | -      | 47.28% | 43.35% |
| 2018 年度 | 50.23% | 49.43% | 38.94% |
| 2017 年度 | 48.51% | 48.67% | 41.18% |

注：未在公开信息中查询到老板电器、华帝股份和浙江美大 2017 年度至 2019 年度以及帅丰电器 2019 年度经销模式毛利率”

#### （4）经销商是否专门销售发行人产品

针对上述情况，发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）3、（1）经销模式”中补充披露如下：

“……目前，公司主要以市县为单位招募经销商，采取渠道下沉管理策略对集成灶产品市场进行精耕，以实现更广泛的市场覆盖。公司已制定了较为严格的经销商选择机制，从资质、选址、团队及同业经验等主要方面对潜在经销商进行全面考察，考察合格后与经销商签署经销协议，协助经销商开展集成灶产品销售业务。发行人对经销商进行经销品牌排他性控制，不允许经销商同时销售其他同质化的竞争性品牌，否则发行人有权取消经销协议。截至报告期末，公司共有经销商 1,311 家，分布于中国大陆 30 个省（自治区、直辖市），形成了覆盖全国主要地区的经销网络。……”

#### （5）经销商的终端销售及期末存货情况

针对上述情况，发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）3、（1）经销模式”中补充披露如下：

“④经销商的终端销售及期末存货情况

公司原则上对经销商采用“款到发货”的信用政策，为减少资金占用，经销商采购系根据下游消费者客户需求合理确定，期末库存基本都存在客户订单支持，一般保有少量的畅销款集成灶安全库存，以备消费者随时可能提出的安装需求。报告期各期末，发行人前二十大经销商集成灶库存情况如下：

单位：台

| 项 目     | 期末库存数量   | 期末库存量占发行人对该等经销商同期销量的比例 |
|---------|----------|------------------------|
| 2019 年度 | 3,837.00 | 18.12%                 |
| 2018 年度 | 3,475.00 | 15.69%                 |
| 2017 年度 | 2,899.00 | 14.05%                 |

经销商结合下游客户订单情况、自身资金安排等因素向发行人采购集成灶产品，采购频率通常为每月一次或每半月一次，同时考虑到集成灶生产周期与运输周期，经销商通常保持 1.5-2 个月左右的库存备货水平。2019 年末经销商备货量增加主要系受 2020 年春节假期因素影响，公司一月份停工时间较早，因此经销商根据在手订单、历史经验以及市场预期情况进行适当备货，防止出现断货的情形，从而确保一季度正常销售经营。

综上，报告期内，发行人主要经销商库存与其销售规模较为匹配，最终销售情况良好，不存在经销商渠道压货的情形。”

（6）报告期内经销商是否存在较多新增与退出情况

针对上述情况，发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）3、（1）经销模式”中补充披露如下：

“①经销商新增、退出及存续情况

报告期内，发行人经销商新增、退出及存续情况如下：

| 期间      | 类别    | 数量（家） | 销售金额（万元）  | 占当期经销收入的比例（%） | 平均单家销售金额（万元） |
|---------|-------|-------|-----------|---------------|--------------|
| 2019 年度 | 总体    | 1,616 | 60,443.59 | 100.00        | 37.40        |
|         | 其中：新增 | 330   | 4,774.73  | 7.90          | 14.47        |
|         | 退出    | 305   | 1,702.81  | 2.82          | 5.58         |
| 2018 年度 | 总体    | 1,574 | 54,977.97 | 100.00        | 34.93        |
|         | 其中：新增 | 394   | 5,264.46  | 9.58          | 13.36        |
|         | 退出    | 288   | 1,620.99  | 2.95          | 5.63         |
| 2017 年度 | 总体    | 1,427 | 41,841.48 | 100.00        | 29.32        |
|         | 其中：新增 | 482   | 4,994.16  | 11.94         | 10.36        |
|         | 退出    | 247   | 1,106.18  | 2.64          | 4.48         |

注 1：销售金额指主营业务收入金额，下同

注 2：由于部分经销商新增当年即退出，故新增经销商和退出经销商数量及销售金额存在部分重合

发行人经销商退出的主要原因包括公司对于经营业绩不达标的经销商予以终止合作、经销商因自身原因停止经营或转行其他领域等。发行人新增的经销商主要为填补退出经销商市场区域形成的新增经销商和在空白市场区域招商形成的新增经销商。

.....

## ②持续往来经销商情况

报告期各期均与发行人发生过交易的经销商共计942家，具体销售情况如下：

| 期间      | 销售金额(万元)  | 占当期经销收入的比例（%） | 平均单家销售金额（万元） |
|---------|-----------|---------------|--------------|
| 2019 年度 | 47,308.18 | 78.27         | 50.22        |
| 2018 年度 | 48,330.03 | 87.91         | 51.31        |
| 2017 年度 | 37,707.16 | 90.12         | 40.03        |

报告期内，发行人经销收入主要来自持续合作的经销商，连续 3 年与发行人存在交易行为的经销商销售金额占发行人各期经销收入的比例平均值在 85% 左右，发行人报告期各期主要经销商相对稳定。各期新增或退出经销商由双向选择谈判确定，公司通过经销商筛选机制不断优化经销渠道，有助于提高市场占有率，符合企业经营实际需求，公司经销商变动及相应经销收入的增减变动具有合理性。”

(7) 经销商是否存在大量个人等非法人实体

针对上述情况，发行人已在招股说明书第六节之“一、(二)3、(1) 经销模式”中补充披露如下：

“……报告期内，发行人部分经销商以自然人身份与发行人签署经销协议，与行业特点及公司发展历程有关。自 2017 年起，公司逐步规范经销商管理，鼓励经销商以法人或个体工商户为合同签约主体。报告期内，发行人自然人经销商已逐步通过成立法人单位或个体工商户与发行人开展合作，自然人经销商占比呈现下降的趋势。截至报告期末，发行人主要经销商已通过法人或个体工商户形式与发行人进行交易，法人经销商和个体工商户经销商贡献的收入合计占发行人 2019 年度经销收入的比例为 46.75%。自 2020 年起，公司原则上已不再与自然人经销商签署年度经销商协议。”

(8) 经销商回款是否存在大量现金和第三方回款

针对现金回款情况，发行人已在招股说明书第八节之“十三、(四) 现金交易”中披露如下：

“报告期内，公司现金交易的具体情况如下：

单位：万元

| 项 目          | 2019 年度 | 2018 年度 | 2017 年度 |
|--------------|---------|---------|---------|
| 现金回款         | 32.26   | 295.36  | 436.69  |
| 现金回款占营业收入的比重 | 0.05%   | 0.48%   | 0.91%   |
| 现金采购         | 3.07    | 6.22    | 38.28   |
| 现金采购占采购总额的比例 | 0.01%   | 0.02%   | 0.15%   |

报告期内，公司现金交易金额及占比均较小。现金回款主要包括直营门店收取的现金、销售废料收取的现金和收取的经销货款及意向金；现金采购主要系因采购零星配件发生。直营门店收取的现金主要系上海直营门店收取的现金货款，符合零售行业特征；销售废料收取的现金主要系公司存在零星废料出售的情况，单笔发生额较小，为方便交易和结算，废料回收单位一般习惯采用现金结算方式；公司现金收取的经销货款及意向金主要系经销商参加厂购会、新品发布会、招商会时，少数经销商存在使用现金缴纳货款及意向金的情形。”

针对第三方回款情况，发行人已在招股说明书第八节之“十、（一）7、报告期内第三方回款情况”中披露如下：

“公司销售模式以经销为主，经销商主要系自然人、个体工商户性质的非法人经营单位或小型商贸公司，经营规模总体较小。为了保障购销业务的顺利进行，部分客户存在通过第三方账户付款的情形，主要包括：（1）部分客户为自然人或者个体工商户，通过亲属、员工、合作伙伴、负责人等账户进行付款；（2）部分公司制客户为了实现支付结算的便利，通过其法定代表人、股东、实际控制人及其亲属、员工的账户等进行支付；（3）部分境外客户因支付受限等原因，通过第三方支付货款。

报告期内，发行人第三方回款情况具体分类如下：

单位：万元

| 项 目                               | 2019 年度       |             | 2018 年度         |             | 2017 年度         |              |
|-----------------------------------|---------------|-------------|-----------------|-------------|-----------------|--------------|
|                                   | 金额            | 比例 (%)      | 金额              | 比例 (%)      | 金额              | 比例 (%)       |
| 客户为个体工商户或者自然人通过直系亲属或其控制的个体工商户付款   | 88.24         | 0.13        | 1,223.24        | 1.99        | 4,708.30        | 9.82         |
| 客户为自然人控制的企业，该企业法人、实际控制人代为付款       | 102.11        | 0.16        | 627.77          | 1.02        | 1,141.27        | 2.38         |
| <b>与自身经营模式相关，符合行业经营特点的第三方回款小计</b> | <b>190.35</b> | <b>0.29</b> | <b>1,851.01</b> | <b>3.01</b> | <b>5,849.57</b> | <b>12.21</b> |
| 客户为个体工商户或者自然人通过非直系亲属付款            | 0.10          | -           | 5.10            | 0.01        | 569.07          | 1.19         |
| 客户的合作伙伴代为付款                       | -             | -           | 98.51           | 0.16        | 751.48          | 1.57         |
| 国内销售其他原因第三方回款                     | 4.20          | 0.01        | 317.98          | 0.52        | 1,408.31        | 2.94         |
| 境外客户指定付款                          | 160.05        | 0.24        | 360.49          | 0.59        | 880.79          | 1.84         |
| <b>其他合理原因导致第三方回款小计</b>            | <b>164.35</b> | <b>0.25</b> | <b>782.08</b>   | <b>1.27</b> | <b>3,609.64</b> | <b>7.53</b>  |
| <b>合 计</b>                        | <b>354.71</b> | <b>0.54</b> | <b>2,633.09</b> | <b>4.29</b> | <b>9,459.21</b> | <b>19.74</b> |

报告期内，公司第三方回款均系非关联方回款，公司第三方回款占当期营业收入的比例分别为 19.74%、4.29%和 0.54%。剔除与自身经营模式相关、符合行业经营特点的第三方回款后第三方回款比例分别为 7.53%、1.27%和 0.25%。报告期内，公司第三方回款金额占比逐期明显下降，主要系因公司自 2017 年下半

年开始进一步规范收款流程，对第三方回款的行为进行了严格控制。”

综上，发行人已根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的要求，在招股说明书中补充披露了经销商模式的相关情况。

## 2、经销收入核查

针对经销收入核查，发行人已在招股说明书第八节之“六、（一）4、经销收入核查”补充披露如下：

### “3、经销收入核查

针对发行人经销收入核查，保荐机构、发行人会计师履行的主要核查程序如下：

#### （1）细节测试

获取发行人经销模式主营业务收入明细账，抽取大额收入项目执行细节测试，核查相应的入账凭证、业务合同、出库单、物流单、发票等单据，确认发行人收入确认依据是否充分。保荐机构和发行人会计师对发行人报告期内主营业务收入抽查情况如下：

单位：万元

| 期间      | 经销商收入     | 抽查金额     | 抽查比例   |
|---------|-----------|----------|--------|
| 2019 年度 | 60,443.59 | 9,878.57 | 16.34% |
| 2018 年度 | 54,977.97 | 6,619.78 | 12.04% |
| 2017 年度 | 41,841.48 | 7,170.60 | 17.14% |

#### （2）函证

采用分层抽样的方法选取经销商进行函证，核对确认发行人提供的客户联系方式是否正确，并亲自寄发询证函，要求经销商回函直接寄至中介机构的办公地址。保荐机构和发行人会计师对发行人报告期内经销收入函证汇总情况如下：

单位：万元

| 期间      | 经销商收入     | 函证比例   | 回函且相符比例 | 回函且不相符比例 |
|---------|-----------|--------|---------|----------|
| 2019 年度 | 60,443.59 | 74.11% | 65.08%  | 0.69%    |

|         |           |        |        |       |
|---------|-----------|--------|--------|-------|
| 2018 年度 | 54,977.97 | 88.74% | 75.09% | 0.08% |
| 2017 年度 | 41,841.48 | 80.97% | 68.09% | 0.34% |

报告期内，回函不符的经销收入金额分别为 140.60 万元、46.70 万元和 419.51 万元，占当期经销收入的比例分别为 0.34%、0.08%和 0.69%，主要系发行人发货或收入确认时点与经销商收货时间不同而产生的差异，通过核查及替代程序，回函不符的经销商收入经调节后相符，不影响经销收入的确认。

对于回函不符的经销商，保荐机构和发行人会计师执行了以下替代核查程序：①要求发行人提供差异情况说明，并与相关经销商进行回函差异核对，对形成差异的相关物流单等原始单据进行核查；②检查相关经销商与公司签订的业务合同以及出库单、物流单、回款流水等收入确认原始单据，对相关经销收入进行重点核查。

### (3) 实地走访

保荐机构和发行人会计师于 2017 年 10-11 月、2018 年 10-12 月和 2019 年 6-7 月，采用分层抽样的方法选取部分经销商进行实地走访，走访的经销商数量分别为 164 家、234 家和 89 家；由于受到新冠疫情影响，2020 年 3-4 月保荐机构和发行人会计师采用视频形式对 61 家经销商进行访谈。

报告期内，保荐机构和发行人会计师实地走访或视频访谈的经销商收入占同期发行人经销收入的比例分别为 73.71%、71.49%和 67.73%。

保荐机构和发行人会计师通过函证或实地走访合计确认的发行人报告期内经销收入金额如下：

单位：万元

| 期间      | 经销收入      | 回函加走访确认金额 | 确认比例   |
|---------|-----------|-----------|--------|
| 2019 年度 | 60,443.59 | 46,711.51 | 77.28% |
| 2018 年度 | 54,977.97 | 43,828.46 | 79.72% |
| 2017 年度 | 41,841.48 | 33,069.15 | 79.03% |

### (4) 截止性测试

对发行人资产负债表日前后确认的经销收入执行截止测试程序，包括核对出库单、物流单等支持性文件，确认收入是否记录在正确的会计期间。

#### (5) 内控测试

①对公司财务中心、销售管理中心、计划物控中心等部门相关人员进行访谈，了解公司内部控制设计的合理性；

②查阅公司收入相关的内部控制制度，执行穿行测试和内部控制测试，查看相关内部审批单据，确认内部控制制度及流程设计的合理性及执行有效性。

#### (6) 对经销商是否存在关联关系的核查

①取得实际控制人、董事、监事、高级管理人员、持有发行人 5%以上股份的股东出具的调查表并对其进行访谈，了解其个人基本信息、工作经历、兼职情况、关联方信息等，特别是其本人及关系密切的家庭成员报告期内的对外投资情况，核查其本人及关系密切的家庭成员与发行人报告期主要客户之间是否存在股权关系或其他关联关系；

②根据获得的主要客户工商基本信息，结合国家企业信用信息公示系统等公开渠道信息，了解主要客户股权结构、董事、监事和高级管理人员信息，将取得的主要客户实际控制人、董事、监事和高级管理人员名单与发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、股东及其关系密切的家庭成员名单进行对比，对双方是否存在关联关系进行了核查；

③实地察看主要客户经营场所，访谈业务经办人员或业务负责人，询问其股权结构、股东背景、实际控制人、主营业务、报告期内与发行人之间是否存在关联关系，是否向发行人进行利益输送，与发行人的关联方是否发生交易等；

④获取公司主要客户关于是否与公司及公司关联方存在关联关系的声明。

#### (7) 经销渠道终端客户核查

①保荐机构和发行人会计师通过实地走访或视频访谈的形式所核查的经销商销售收入占发行人同期经销收入的比例分别为 73.71%、71.49%和 67.73%。在走访过程中，中介机构人员要求有关经销商提供报告期内的终端客户销售明细，并对经销商的店面样机、仓库库存数量进行监盘，结合经销商采购情况分析其库存的合理性，核查发行人经销渠道终端销售实现情况。

②对部分终端客户进行实地走访。保荐机构和发行人会计师对报告期各期前二十大经销商分别选取5名终端客户进行实地上门拜访，了解消费者的安装、使用及售后等相关情况，核查终端销售的真实性。

③对部分终端客户回访资料进行复核。抽查公司报告期内的终端客户售后回访录音资料进行查验，对终端客户的安装、使用及售后等情况进行了解。查验的终端客户对应的集成灶销量分别为 1,542 台、2,589 台和 5,221 台，占各年度公司经销渠道集成灶出货量的 1.49%、2.08%和 4.12%。

保荐机构和发行人会计师经核查后认为，公司报告期内的经销收入真实、准确和完整，不存在异常情况。”

（2）补充披露报告期内退出经销商数量逐年增加的原因，并结合经销协议的相关内容，补充披露经销商退出对发行人存货和应收账款的影响，以及发行人不存在经销商因终止合作退回产品的情况是否合理。

回复：

报告期内，发行人经销商退出情况如下：

| 期间      | 类别 | 数量（家） | 销售金额（万元）  | 占当期经销收入的比例（%） | 平均单家销售金额（万元） |
|---------|----|-------|-----------|---------------|--------------|
| 2019 年度 | 退出 | 305   | 1,702.81  | 2.82          | 5.58         |
|         | 总体 | 1,616 | 60,443.59 | 100.00        | 37.40        |
| 2018 年度 | 退出 | 288   | 1,620.99  | 2.95          | 5.63         |
|         | 总体 | 1,574 | 54,977.97 | 100.00        | 34.93        |
| 2017 年度 | 退出 | 247   | 1,106.18  | 2.64          | 4.48         |
|         | 总体 | 1,427 | 41,841.48 | 100.00        | 29.32        |

针对上述情况，发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）3、（1）经销模式”补充披露如下：

“发行人经销商退出的主要原因包括公司对于经营业绩不达标的经销商予以终止合作、经销商因自身原因停止经营或转行其他领域等。

.....

报告期内，发行人经销商退出数量分别为 247 家、288 家和 305 家，呈逐年增加趋势主要系随着公司品牌知名度的提升，公司加快优化经销渠道布局，主动终止与部分实力较弱、销售额较低、业绩考核不合格的经销商合作，并积极寻求或开拓销售经验丰富、资金实力较强的经销商，从而导致公司报告期内经销商退出数量逐年增加。

报告期内，发行人退出的经销商因终止合作而退款以及退出经销商的应收账款坏账核销金额情况如下：

单位：万元

| 项 目                        | 2019 年度   | 2018 年度   | 2017 年度   |
|----------------------------|-----------|-----------|-----------|
| 退款金额                       | 315.71    | 171.59    | 138.94    |
| 经销商退出数量（家）                 | 305       | 288       | 247       |
| 退出经销商平均退款金额                | 1.04      | 0.60      | 0.56      |
| 当期销售商品、提供劳务收到的现金           | 70,088.66 | 72,797.56 | 61,991.85 |
| 退款金额占当期销售商品、提供劳务收到的现金比例    | 0.45%     | 0.24%     | 0.22%     |
| 退出经销商的应收账款坏账核销金额           | -         | 1.44      | -         |
| 当期利润总额                     | 11,252.75 | 8,609.55  | 6,374.14  |
| 退出经销商的应收账款坏账核销金额占当期利润总额的比例 | -         | 0.02%     | -         |

公司建立了经销商退出机制，规范了退出经销商的余留货款、库存商品处理等问题，保护经销商权益，促进经销网络良性发展。

报告期内，发行人退出的经销商因终止合作而退款以及退出经销商的应收账款坏账核销金额及占比均较小，对发行人的经营业绩影响较小。报告期内，公司不存在经销商因终止合作退回产品的情况。根据经销协议，经销商因协议期满结束或其他原因解除协议，不再经营公司产品时，针对其剩余库存中能正常销售的产品，公司协助其将产品转让给新经销商，特殊情况下，库存产品需要退回的，须经发行人同意后方可退回。发行人的经销商在退出时，库存产品主要由当地新经销商接手，个别经销商库存由其自行处理，因此公司报告期内不存在经销商因终止合作退回产品的情况，具有合理性。”

## 问题 7：关于“火凤凰”与“门店帮”线上经销

招股说明书披露，报告期内发行人线上经销销售金额分别为 261.20 万元、1,093.33 万元和 17,646.17 万元。经销商在天猫平台主要通过“火凤凰”渠道下单，在京东平台主要通过“门店帮”渠道下单。经销商线上采购金额 2019 年度出现大幅上升，主要原因系发行人引导经销商加大线上采购力度。

请发行人：（1）补充披露报告期内发行人经销商在各电商平台向发行人下单的具体渠道，以及相关渠道的基本情况；（2）补充披露 2019 年线上经销收入大幅增长的原因及合理性，2019 年进行线上采购的经销商是否均为发行人原有线下经销商，是否存在新增经销商，2019 年线上采购经销商是否为分销商，是否在线上将产品销售给最终用户；（3）结合报告期内发行人在经销商线上采购和线下采购模式下分别承担的产品运费的金额，补充披露发行人经销模式由线下采购变更为鼓励经销商进行线上采购的原因及商业合理性；（4）补充披露报告期内线上经销模式和线上直销模式下的毛利与毛利率水平，与同行业可比公司相比是否合理；（5）结合报告期内各电商平台的佣金、推广费等，补充披露报告期内线上经销模式和线上直销模式下发行人的获客成本，分析并披露其合理性。

请保荐人、申报会计师核查，说明核查程序、核查过程，并发表明确意见。

（1）补充披露报告期内发行人经销商在各电商平台向发行人下单的具体渠道，以及相关渠道的基本情况；

回复：

针对上述情况，发行人已在招股说明书第八节之“十、（一）2、主营业务收入按销售模式分析”中补充披露如下：

### “②经销商线上下单基本情况

公司通过新零售渠道的铺设，使经销商可以更好地利用公司在线上的大量资源投入，不仅降低经销商获客成本还提升了其经营利润，而公司通过经销商的线下服务能获取更多的线上订单，实现双赢。

A、从公司层面看，线上渠道是重要的销售渠道

为提升经销商及线上门店的销售，解决线上店铺与实体门店利益冲突，以及实体门店客流量少、获客成本高等问题，在京东、天猫推出“火凤凰”、“门店帮”新零售系统后，公司积极在经销商门店推广新零售系统。通过新零售系统，线上旗舰店的专款商品页面可以展示门店地址与信息，消费者通过天猫、京东平台了解商品信息，并快速在实体门店进行现场消费体验，从而达到线上线下相互引流的效果，提高经销商销量，做到线上、线下全渠道融合，有利于公司进一步拓展营销渠道。此外，通过经销商的不同方式的营销，部分消费者也更愿意在实体店进行下单。

#### B、从经销商层面看，线上渠道是重要的采购渠道和引流渠道

a、经销商只有通过向公司申请加入“火凤凰”和“门店帮”渠道，才能在线上展示产品下方显示附近门店相关信息，便于消费者快速查找到附近的实体店，进行现场体验，从而进一步提高经销商门店的客流量；

b、公司部分产品仅为线上专款，当消费者有在门店购买线上专款的需求时，经销商会从线上渠道进行采购用于线下销售；

c、为大力进行全渠道布局，公司加大线上渠道的投入力度，通过降低线上产品经销商采购单价、返利等各种促销手段鼓励经销商进行线上采购，从而提高了经销商线上采购的积极性。

#### C、经销商线上采购的基本流程

经销商主要通过天猫平台“火凤凰”渠道和京东平台“门店帮”渠道下单。经销商开通“火凤凰”渠道和“门店帮”渠道均需要向公司发起账户开通申请，公司人员在后台添加门店信息与导购员信息，并将账号与门店负责人手机号进行绑定，从而开通相应渠道下单功能。在“火凤凰”渠道下经销商通过专属二维码进行线上采购，天猫平台根据公司设置的分账比例，将款项按比例分别打入公司和经销商的账户，从而实现经销商在“火凤凰”渠道以出厂价采购的目的。在“门店帮”渠道下经销商可以直接以公司设置的出厂价进行采购。

#### D、同行业可比公司经销商线上采购情况比较

公司与同行业可比公司经销商线上采购金额占主营业务收入比例的对比情况如下：

单位：万元

| 项 目   | 2019 年度   |               | 2018 年度   |               | 2017 年度  |               |
|-------|-----------|---------------|-----------|---------------|----------|---------------|
|       | 金额        | 占主营业务收入比例 (%) | 金额        | 占主营业务收入比例 (%) | 金额       | 占主营业务收入比例 (%) |
| 帅丰电器  | -         | -             | 5,455.62  | 8.66          | -        | -             |
| 火星人厨具 | 29,679.48 | 22.62         | 20,810.00 | 22.01         | 7,937.94 | 11.46         |
| 公司    | 17,646.17 | 27.33         | 1,093.33  | 1.81          | 261.20   | 0.55          |

注：未在公开信息中查询到老板电器、华帝股份和浙江美大 2017 年-2019 年以及帅丰电器 2019 年度经销商线上采购占主营业务收入比例信息

据上表，报告期内，经销商线上采购在集成灶行业发展较为迅速。”

（2）补充披露 2019 年线上经销收入大幅增长的原因及合理性，2019 年进行线上采购的经销商是否均为发行人原有线下经销商，是否存在新增经销商，2019 年线上采购经销商是否为分销商，是否在线上将产品销售给最终用户；

回复：

针对上述情况，发行人已在招股说明书第八节之“十、（一）2、主营业务收入按销售模式分析”中补充披露如下：

“（4）公司线上销售具体情况

#### ①公司线上销售收入分析

报告期内，公司线上销售的金额分别为 2,383.60 万元、3,639.97 万元和 20,007.94 万元，公司线上销售收入金额逐年增加，主要原因系经销商线上采购金额逐年增加所致。公司线上销售收入分类如下：

单位：万元

| 模式      | 2019 年度  |        | 2018 年度  |        | 2017 年度  |        |
|---------|----------|--------|----------|--------|----------|--------|
|         | 收入金额     | 占比 (%) | 收入金额     | 占比 (%) | 收入金额     | 占比 (%) |
| 消费者线上采购 | 2,361.77 | 11.80  | 2,546.64 | 69.96  | 2,122.40 | 89.04  |

|         |           |        |          |        |          |        |
|---------|-----------|--------|----------|--------|----------|--------|
| 经销商线上采购 | 17,646.17 | 88.20  | 1,093.33 | 30.04  | 261.20   | 10.96  |
| 合 计     | 20,007.94 | 100.00 | 3,639.97 | 100.00 | 2,383.60 | 100.00 |

2019 年度，公司经销商线上采购金额为 17,646.17 万元，较 2018 年度大幅增长，主要原因如下：

#### A、推出线上专款产品

在目前的消费环境下，线上线下全渠道融合、追求协同效应已经成为集成灶行业发展的必然趋势。电商平台通过展示商品，增加产品曝光率，为线下门店进行引流。在上述背景下，为顺应市场发展需求，提升品牌知名度，扩大线上销售规模，2019 年度公司陆续推出了 J 系列、D 系列和 Z 系列线上专款系列。经销商对于线上专款只能从线上渠道进行采购用于线下销售。集成灶产品系大件厨房用品，需要专业的人员进行安装以及售后服务，部分消费者在网上浏览产品后，当地经销商可以提供更好的现场消费体验，所以部分消费者更愿意在经销商门店下单。

除上述线上专款产品外，公司也会在线上平台销售其他系列性价比较高的型号或者公司旗舰款产品，用于吸引消费者流量以及树立价格标杆。

#### B、加大营销力度

经销商在天猫平台主要通过“火凤凰”渠道下单，天猫平台以公司设置的货款分成比例，分别将货款转入公司和经销商的账户。经销商在京东平台主要通过“门店帮”渠道下单，销售价格为出厂价格。2019 年度公司在“618”、“双 11”“双 12”等网络大促节日期间通过降低线上产品经销商采购单价等营销方式对经销商进行促销，从而促进了经销商线上采购规模的扩大。

2019 年度公司通过加大线上营销力度，线上销售规模快速扩大，有效的增加了公司产品在线上的曝光率，为线下门店进行引流，从而带动公司产品的整体销量，2019 年度公司经销商线上销售额大幅增长具有合理性。

2019 年度进行线上采购的经销商均拥有线下实体店，均系公司的线下经销商。2019 年度线上采购的经销商存在当年度新增的经销商同时通过线下渠道和线上渠道向公司采购的情况，但不存在新增加的经销商只通过线上渠道采购的

情况，2019 年度新增经销商线上采购金额为 1,083.92 万元, 占经销商线上采购金额的比例较小。2019 年度线上采购的经销商不存在以分销业务为主的经销商，经销商线上采购的产品均通过线下渠道销售给最终用户。”

（3）结合报告期内发行人在经销商线上采购和线下采购模式下分别承担的产品运费的金额，补充披露发行人经销模式由线下采购变更为鼓励经销商进行线上采购的原因及商业合理性；

回复：

针对上述情况，发行人已在招股说明书第八节之“十、（三）1、期间费用及研发费用”中补充披露如下：

#### “⑥运输费分析

报告期内，公司运输费分别为 344.44 万元、306.47 万元和 500.05 万元。报告期内，公司运输费的构成情况如下：

单位：万元

| 项 目     | 2019 年度 | 2018 年度 | 2017 年度 |
|---------|---------|---------|---------|
| 线上渠道运输费 | 423.11  | 208.43  | 204.37  |
| 出口模式运输费 | 39.02   | 70.14   | 100.35  |
| 其他      | 37.92   | 27.90   | 39.72   |
| 合 计     | 500.05  | 306.47  | 344.44  |

报告期内，公司运输费主要包括线上电商平台销售产生的运输费、出口业务产品出库至港口的运输费、线下直营模式及售后部门提供售后服务产生的运输费。

#### A、线上渠道运输费

报告期内，线上渠道运输费主要系网上消费者线上采购需快递至消费者安装地址的快递费。线上渠道运输费占消费者线上采购金额的比例分别为 9.63%、8.18% 和 17.91%。2019 年线上渠道运输费占消费者线上采购金额的比例较高，主要原因系 2019 年度公司为激励经销商加大市场推广力度，对经销商线上采购的部分型号产品运输费用由公司承担，该部分金额为 211.42 万元，剔除该部分影响，

2019 年线上渠道运输费占公司**消费者线上采购**金额的比例为 **8.96%**。报告期内，公司线上运输费占公司承担运输费销售收入的比例总体保持稳定。**经销商**线下采购的产品运费均由其自行承担，报告期内公司未发生该类运输费用。

随着互联网购物的持续发展，人们消费观念发生改变，线上渠道逐渐成为集成灶行业对外销售的重要渠道之一。公司自 2019 年开始大力推广线上渠道，较竞争对手起步晚，公司通过多样的营销手段增加线上销售规模，其中由公司承担经销商线上采购产品的运输费系有效的营销手段之一，具有商业合理性。”

（4）补充披露报告期内线上经销模式和线上直销模式下的毛利与毛利率水平，与同行业可比公司相比是否合理；

回复：

针对上述情况，发行人已在招股说明书第八节之“十、（二）2、主营业务毛利率构成及变动情况总体分析”中补充披露如下：

### “（3）线上渠道毛利率分析

#### ①线上渠道毛利及毛利率分析

报告期内，公司线上渠道毛利以及毛利率情况如下：

单位：万元

| 销售模式    | 2019 年度  |        | 2018 年度  |        | 2017 年度  |        |
|---------|----------|--------|----------|--------|----------|--------|
|         | 毛利       | 毛利率    | 毛利       | 毛利率    | 毛利       | 毛利率    |
| 经销商线上采购 | 8,194.13 | 46.44% | 351.16   | 32.14% | 76.32    | 29.22% |
| 消费者线上采购 | 1,363.60 | 57.74% | 1,263.94 | 49.62% | 1,163.14 | 54.80% |
| 合 计     | 9,557.73 | 47.77% | 1,615.10 | 44.37% | 1,239.46 | 52.00% |

报告期内，公司线上直销模式下毛利率水平高于线上经销模式，主要系线上直销模式客户为终端消费者，线上经销模式线上采购价格为经销价格，两者差异体现了中间渠道的合理利润。线上直销模式毛利率波动与公司整体毛利率趋势一致，线上经销模式下毛利率逐年上升，主要系线上经销产品结构影响所

致。2017 年度和 2018 年度公司经销商线上采购产品的毛利率较低，主要原因系经销商线上采购以 B 系列高性价比产品为主。

与同行业可比公司线上渠道产品毛利率对比如下：

| 项 目   |         | 2019 年度 | 2018 年度 | 2017 年度 |
|-------|---------|---------|---------|---------|
| 帅丰电器  | 经销商线上采购 | -       | -       | -       |
|       | 消费者线上采购 | -       | 65.69%  | 67.77%  |
| 火星人厨具 | 经销商线上采购 | 48.04%  | 53.45%  | 50.12%  |
|       | 消费者线上采购 | 64.07%  | 64.78%  | 64.36%  |
| 公司    | 经销商线上采购 | 46.44%  | 32.14%  | 29.22%  |
|       | 消费者线上采购 | 57.74%  | 49.62%  | 54.80%  |

注：未在公开信息中查询到老板电器、华帝股份和浙江美大 2017 年-2019 年以及帅丰电器上表空白处销售毛利率信息

2017 年度和 2018 年度公司经销商线上采购产品的毛利率低于同行业可比公司，主要原因系经销商线上采购以 B 系列高性价比产品为主。公司消费者线上采购产品的毛利率低于同行业公司主要原因系公司整体毛利率较同行业略低且公司给予经销商较高的线上服务返利。”

（5）结合报告期内各电商平台的佣金、推广费等，补充披露报告期内线上经销模式和线上直销模式下发行人的获客成本，分析并披露其合理性。

回复：

针对上述情况，发行人已在招股说明书第八节之“十、（三）1、期间费用及研发费用”中补充披露如下：

“报告期内，公司各电商平台的佣金、推广费如下：

单位：万元

| 项 目     | 2019 年度 | 2018 年度 | 2017 年度 |
|---------|---------|---------|---------|
| 天猫平台佣金  | 135.65  | 75.51   | 38.38   |
| 京东平台佣金  | 102.41  | 70.47   | 94.95   |
| 佣金合计    | 238.06  | 145.98  | 133.33  |
| 天猫平台推广费 | 159.48  | 108.65  | 55.45   |

|         |        |        |       |
|---------|--------|--------|-------|
| 京东平台推广费 | 249.98 | 75.40  | 33.92 |
| 推广费合计   | 409.46 | 184.05 | 89.37 |

线上经销模式下获客成本主要系平台佣金，线上直销模式获客成本主要系推广费及平台佣金，报告期内线上经销模式和线上直销模式下发行人的获客成本如下：

单位：万元

| 项 目             |      | 2019 年度   | 2018 年度  | 2017 年度  |
|-----------------|------|-----------|----------|----------|
| 经销商<br>线上采<br>购 | 金额   | 17,646.17 | 1,093.33 | 261.20   |
|                 | 获客成本 | 169.67    | 61.66    | 18.71    |
|                 | 占比   | 0.96%     | 5.64%    | 7.16%    |
| 消费者<br>线上采<br>购 | 金额   | 2,361.77  | 2,546.64 | 2,122.40 |
|                 | 获客成本 | 477.85    | 268.37   | 203.99   |
|                 | 占比   | 20.23%    | 10.54%   | 9.61%    |

2017年度和2018年度获客成本占线上经销收入比例相对较高主要原因系线上佣金比例较高所致。2018年下半年公司分别加入“火凤凰”和“门店帮”等佣金率较低的新零售渠道，2019年度获客成本占线上经销收入比例大幅下降。

线上直销模式下获客成本占线上直销收入比重较高且逐年上升，主要系线上推广投入逐年提高，而线上直销收入并未随着推广投入同比例增加所致。报告期内，虽然公司线上直销收入获客成本较高，但消费者通过线上产品简介可以更好的了解产品信息，以促进线下渠道的销售。”

保荐机构、发行人会计师履行的核查程序：

1、了解和评价管理层线上收入确认相关的关键内部控制的设计和运行有效性；

2、访谈公司电商部门、财务中心相关人员，了解经销商线上下单具体流程及会计处理方法，查阅同行业可比公司线上经销收入确认具体政策，分析相应业务模式下企业会计准则的规定和相关会计处理的行业惯例；

3、将线上经销商订单与ERP系统出库单及物流单进行匹配，识别上述交易真实性；

4、对线上经销收入执行细节测试，采用随机抽样的方法选取部分销售收入进行查验，从主营业务收入明细账中抽取相应的记账凭证，与销售收入对应的销售订单、出库单、物流单、签收记录、回款流水等支持性单据进行核对；

5、对线上经销收入执行截止性测试，从主营业务收入明细账中选取资产负债表日前后的记账凭证，与该笔货物的销售订单、出库单、物流单、签收记录、回款流水等支持性单据进行核对；同时，选取资产负债表日前后的销售订单、物流单等支持性单据与主营业务收入明细账进行核对，以核实发行人电商平台直销收入是否存在重大跨期的情形；

6、获取线上经销清单，将线上交易的经销商与线下交易经销商匹配，识别线上经销是否异常；

7、分析线上经销模式和线上直销模式下的毛利与毛利率水平，与同行业可比公司比较，判断其合理性；

8、登陆发行人电商平台账号，取得流水记录，核对账面确认的佣金及其他平台推广费用是否真实完整；

9、查阅与平台签订的协议，了解线上交易费用扣款政策，依据政策匡算线上交易佣金，并与同行业可比公司比较，判断其合理性。

#### **保荐机构、发行人会计师的核查结论：**

经核查，保荐机构及发行人会计师认为，发行人 2019 年线上经销收入增长具有合理性；经销模式由线下采购变更为鼓励经销商进行线上采购具有合理的商业逻辑；线上经销模式和线上直销模式下的毛利与毛利率水平与同行业可比公司相比不存在异常；电商平台获客成本符合公司实际情况。

## 问题 8：关于返利

招股说明书披露，报告期内，发行人各项返利计提的金额分别为 2,419.84 万元、2,266.39 万元、4,100.61 万元，其中其他返利占比为 33.54%、38.72%、45.96%。根据反馈意见回复，发行人计提返利时冲减营业收入，同时将确认的返利金额计入预收账款进行返利汇总。

请补充披露：（1）其他返利中日常促销返利、2019 年一季度订货返利、入驻连锁建材家电卖场返利的计算方法，报告期各期日常促销返利的变化情况、变化原因及合理性；（2）各类返利的会计政策和会计处理，是否符合行业惯例和《企业会计准则》的规定；（3）预收账款中预收购货款和返利的金额及占比，返利形成的预收账款在后续使用过程中是否存在限制要求，结合经销商下单、预付款、发行人产品生产以及发货之间的时间周期，分析预收账款金额较大的原因以及与收入变动的匹配性。

请保荐人、申报会计师核查，说明核查程序、核查过程，并发表明确意见。

（1）其他返利中日常促销返利、2019 年一季度订货返利、入驻连锁建材家电卖场返利的计算方法，报告期各期日常促销返利的变化情况、变化原因及合理性；

回复：

针对上述情况，发行人已在招股说明书第八节之“十、（一）8、返利情况”补充披露了上述内容。

“（5）其他返利

公司其他返利由经销商依据公司下发文件及自身实际情况提出申请，公司对申请进行审核后确认。报告期内，其他返利明细如下：

单位：万元

| 项 目           | 2019 年度  | 2018 年度 | 2017 年度 |
|---------------|----------|---------|---------|
| 2019 年一季度订货返利 | 456.34   | -       | -       |
| 入驻连锁建材家电卖场返利  | 277.15   | -       | -       |
| 日常促销返利        | 1,150.95 | 877.52  | 811.53  |

|     |          |        |        |
|-----|----------|--------|--------|
| 合 计 | 1,884.45 | 877.52 | 811.53 |
|-----|----------|--------|--------|

①其他返利计算方法

| 返利类型          | 内容说明                                              | 计算方式                                                                                                                                  |
|---------------|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2019 年一季度订货返利 | 在 2018 年 12 月预收订货款的基础上，根据 2019 年 1 季度提货情况给予经销商的返利 | 根据 2018 年 12 月预收各经销商（共 546 家）订货货款金额（5-516 万元）及返利比例（2%-9%）计算各经销商最高可返金额，在不超过返利总额的前提下，依据 2019 年 1 季度经销商实际提货额乘以对应返利比例（2%-9%），计算并确认各经销商的返利 |
| 入驻连锁建材家电卖场返利  | 对经销商进驻知名连锁建材家电卖场“苏宁”、“国美”等卖场给予的返利补助               | 综合考虑经销商进驻连锁建材家电卖场的级别、租赁面积、租金单价等因素后，经公司内部审批通过后确认相关返利；2019 年共有 17 家经销商（新开门店共计 32 家）满足公司入驻知名连锁建材家电卖场返利条件，共计确认 277.15 万元返利                |
| 日常促销返利        | 主要包括经销商日常活动中给予的促销物料返利、广告支持返利及其他临时性促销活动返利          | 促销物料返利、广告支持返利系根据经销商回款金额及公司规定的可返比例计算最高可返金额；在不超过返利总额的前提下，经公司内部审批后确认相关返利；其他临时性活动返利根据具体促销活动政策确定                                           |

.....

报告期内，公司日常促销返利情况如下：

单位：万元

| 项 目       | 2019 年度  | 2018 年度 | 2017 年度 |
|-----------|----------|---------|---------|
| 新品推广返利    | 308.59   | 374.21  | 273.72  |
| 促销物料返利    | 179.09   | 177.43  | 291.18  |
| 广告支持返利    | 119.05   | 179.86  | 28.03   |
| 其他促销返利    | 230.33   | 146.02  | 218.60  |
| 电商节假日促销返利 | 205.54   | -       | -       |
| 渠道拓展返利    | 108.36   | -       | -       |
| 合 计       | 1,150.95 | 877.52  | 811.53  |

公司日常促销返利主要包括新品推广返利、促销物料返利和广告支持返利等。新品推广返利是指公司报告期内为推广新品销售，给予经销商采购 S3G、S8、D8G、B5 新款、F2 等新品一定比例的销售返利；促销物料返利是指经销商根据采购的蒸锅、炒锅等促销品，在各类促销活动中时，向公司申请一定比例的促销物料

支持返利，经公司审批后给予的返利；广告支持返利是指经销商在经销区域进行广告投放，并按照政策向公司提交返利申请，经审批后给予的广告支持返利。

报告期内，公司日常促销返利金额分别为 811.53 万元、877.52 万元和 1,150.95 万元，2017 年度和 2018 年度总体较为稳定。为提高经销商推广公司品牌的积极性，2018 年度和 2019 年度公司促销物料返利相对较少，相应提高了广告支持返利、其他返利等返利力度。

2019 年度公司日常促销返利较 2018 年度增加 273.43 万元，主要原因系：一方面，为顺应市场发展需求，提升公司品牌知名度，公司 2019 年大力开拓线上渠道，在“618”、“双 11”、“双 12”等电商平台促销活动期间，公司组织开展了多次市场推广活动，电商节假日促销返利支出新增 205.54 万元；另一方面，2019 年公司为鼓励经销商积极开拓销售渠道，对经销商在相关渠道展示的样机给予一定比例的折扣返利。”

（2）各类返利的会计政策和会计处理，是否符合行业惯例和《企业会计准则》的规定；

回复：

针对上述情况，发行人已在招股说明书第八节之“十、（一）8、返利情况”补充披露如下：

#### “（6）与返利相关会计政策和会计处理

##### ①返利确认时点

| 返利类型   | 确认时点                                           |
|--------|------------------------------------------------|
| 年度返利   | 根据经销商当年度采购及回款金额计算的当年度返利金额，经过审批后，冲减当年度营业收入      |
| 季度返利   | 根据经销商季度采购目标达成情况及季度返利比例计算当季返利金额，经过审批后，冲减当季营业收入  |
| 新店返利   | 经审批后，根据经销商有效期内回款金额*返利比例与返利标准*面积孰低原则，冲减相应期间营业收入 |
| 线上服务返利 | 产品实际安装完成后，冲减当期营业收入                             |
| 其他返利   | 活动完成后由经销商提出申请，审批完成后，根据审批完成时间确认，冲减当期营业收入        |

## ②返利相关会计处理

公司计提返利时冲减营业收入，同时将确认的返利金额计入预收账款进行返利汇总。

对于年度返利及季度返利，公司与经销商在合作协议中约定，公司根据经销商销售任务的完成情况，以销售折扣的形式给予经销商一定比例折扣返利；对于新店返利，公司根据新店返利政策，对当期应返金额，以销售折扣的形式给予经销商新店返利；对于线上服务返利，公司根据产品实际安装情况，对当期应返金额，以销售折扣的形式给予经销商返利；对于其他返利，公司根据实际审批完成时间，对当期应返金额，以销售折扣的形式给予经销商返利。

根据《企业会计准则第 14 号—收入》第七条规定，销售商品涉及商业折扣的，应当按照扣除商业折扣后的金额确定销售商品收入金额。商业折扣是企业为促进商品销售而在商品标价上给予的价格扣除，公司对于经销商给予的返利支持均系为了促进公司产品销售，故公司与经销商的销售折扣属于商业折扣。公司各类返利在实际发生时，根据应返金额冲减当期收入，同时增加预收账款，即按照销售金额扣除折扣后的金额确认收入。因此，公司返利相关的会计处理符合《企业会计准则》的规定。

公司的返利会计政策和会计处理与同行业企业对比如下：

| 公司名称  | 返利会计政策和会计处理                                                                         |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 帅丰电器  | 根据经销协议相关约定和活动政策通知，参考经销商对约定考核指标的完成情况，于资产负债表日估计并计提销售返利。销售返利在达成销售额或其他业绩条件时确认为负债，抵减营业收入 |
| 火星人厨具 | 对于计提的返利冲减营业收入，同时确认其他流动负债                                                            |
| 公司    | 计提返利时冲减营业收入，同时将确认的返利金额计入预收账款                                                        |

注：同行业企业浙江美大、老板电器、华帝股份均未披露相关会计政策和会计处理

对比可以看出，同行业企业帅丰电器、火星人厨具计提返利时均冲减营业收入，同时确认负债，公司各类返利的会计政策和会计处理与同行业企业不存在显著差异，符合行业惯例。

综上，公司返利的会计政策和会计处理符合行业惯例和《企业会计准则》的规定。”

(3) 预收账款中预收购货款和返利的金额及占比，返利形成的预收账款在后续使用过程中是否存在限制要求，结合经销商下单、预付款、发行人产品生产以及发货之间的时间周期，分析预收账款金额较大的原因以及与收入变动的匹配性。

回复：

针对上述问题，发行人已在招股说明书第八节之“十一、(三)3、预收账款”补充披露如下：

“(1) 预收账款构成情况

报告期各期末，公司预收账款余额构成情况如下：

单位：万元

| 项 目 | 2019 年末  |         | 2018 年末   |         | 2017 年末  |         |
|-----|----------|---------|-----------|---------|----------|---------|
|     | 余额       | 占比      | 余额        | 占比      | 余额       | 占比      |
| 货款  | 6,089.71 | 83.48%  | 10,080.63 | 93.25%  | 7,506.52 | 85.25%  |
| 返利  | 1,204.68 | 16.52%  | 729.96    | 6.75%   | 1,298.61 | 14.75%  |
| 合 计 | 7,294.39 | 100.00% | 10,810.58 | 100.00% | 8,805.13 | 100.00% |

报告期各期末，公司预收账款余额中返利金额分别为 1,298.61 万元、729.96 万元和 1,204.68 万元，占预收账款余额的比例分别为 14.75%、6.75%和 16.52%。2017 年末返利金额占比较高主要原因系 2017 年度集成灶行业发展较快，公司经销收入与销售回款实现较快增长，各经销商考核指标达成情况良好，公司给予经销商的年度返利金额相应较高；2019 年末返利金额占比较高，主要系 2019 年公司加大了经销商门店品牌形象提升力度，当期计提的经销商新店返利金额和入驻连锁建材家电卖场返利金额相应较高所致。

公司因计提经销商返利形成的预收账款，在后续使用过程中，公司单笔订单返还返利的金额最高不得超过订单采购金额的 30%，直至计提返利形成的预收账款全部返还完毕。

(2) 预收账款余额变动分析

单位：万元

| 项目     | 期末预收账款余额  | 年度营业收入    | 预收账款余额占营业收入比例 | 预收账款平均余额 | 预收账款周转天数 | 生产周期   | 采购周期   |
|--------|-----------|-----------|---------------|----------|----------|--------|--------|
| 2019 年 | 7,294.39  | 65,494.06 | 11.14%        | 9,052.49 | 49.75 天  | 7-20 天 | 5-20 天 |
| 2018 年 | 10,810.58 | 61,445.91 | 17.59%        | 9,807.86 | 57.46 天  |        |        |
| 2017 年 | 8,805.13  | 47,923.89 | 18.37%        | 5,870.22 | 44.10 天  |        |        |

注：预收账款周转天数=预收账款平均余额\*360/营业收入

报告期内，公司主要采取“以销定产”的生产模式，因而库存商品备货数量较少，公司原则上对经销商采用“款到发货”的信用政策，在收到客户订货款或订单信息后制定采购、生产、发货计划，故预收账款周转天数相对采购和生产周期合计天数较长，结余金额较大；另一方面，由于各经销商获取返利与预订货款挂钩，故经销商支付预订货款的积极性较高，从而使公司各期末预收账款余额总体较大。

2017 年末公司预收账款余额占营业收入比例较高，主要系 2017 年度集成灶行业发展较快，随着公司在市场中品牌知名度的提升，经销商看好集成灶的未来市场发展前景，期末预付公司订货款呈现一定增加；同时，由于公司原有产能已无法满足订单需求，部分客户订单未能及时生产或发货，从而导致公司预收账款期末结余金额较大。

2018 年末公司预收账款较上年末增加 2,005.45 万元，增幅为 22.78%，主要系 2018 年底公司推出下一年度经销商订货优惠政策，受到销售政策的积极影响，2018 年末公司收到经销商的预付货款有所增加。

综上，公司预收账款余额变动合理，且与收入变动相匹配。”

保荐机构、发行人会计师履行的核查程序：

- 1、获取公司返利相关内控制度文件，了解公司返利相关内控流程；
- 2、获取返利相关政策文件、经销商合作协议，了解公司的返利政策及计算依据；
- 3、根据返利相关文件约定的返利比例、经销商采购及回款金额复算公司计提的返利金额，核实公司返利计提的准确性及完整性；

4、对发行人的财务人员、销售人员进行访谈，了解报告期返利返还的方式，返利政策变动的原因及合理性；

5、查阅《企业会计准则》及同行业公司公开资料，确认发行人返利的会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定以及行业惯例；

6、获取报告期各期末未返返利清单，了解各期末未返返利余额变动的原因及合理性；

7、对发行人主要经销商进行实地走访及电话访谈，了解相关销售、折扣及返利情况；

8、根据预收账款周转率及存货生产、备货周期情况，分析预收账款余额的合理性及与收入变动的匹配性。

**保荐机构、发行人会计师的核查结论：**

经核查，报告期内，公司日常促销返利的变化符合公司实际经营情况，各类返利的会计政策和会计处理，符合行业惯例和《企业会计准则》的规定，预收账款余额与收入变动较为匹配，变动合理。

**问题 9：关于采购产成品**

招股说明书披露，报告期内，发行人采购产成品的金额分别为 2,588.15 万元、2,848.72 万元、1,651.32 万元，主要是吸油烟机、燃气灶和烤箱。

请发行人补充披露外购产成品的原因及合理性，外购产成品的供应商基本情况，是否与发行人存在关联关系，采购内容、单价、金额等。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

针对上述情况，发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）2、（4）外购产成品情况”补充披露如下：

**“（4）外购产成品情况**

报告期内，公司外购产成品情况如下：

| 期间         | 项 目  | 数量<br>(台、件) | 金额<br>(万元) | 单价<br>(元/台、元/件) | 占外购产成品金额比例 |
|------------|------|-------------|------------|-----------------|------------|
| 2019<br>年度 | 吸油烟机 | 14,986      | 796.87     | 531.74          | 48.26%     |
|            | 燃气灶  | 8,416       | 215.02     | 255.49          | 13.02%     |
|            | 蒸箱   | 1,312       | 124.38     | 947.99          | 7.53%      |
|            | 其他   | -           | 515.05     | -               | 31.19%     |
|            | 合 计  | -           | 1,651.32   | -               | 100.00%    |
| 2018<br>年度 | 吸油烟机 | 27,989      | 1,506.90   | 538.39          | 52.90%     |
|            | 燃气灶  | 9,352       | 251.83     | 269.28          | 8.84%      |
|            | 蒸箱   | 3,464       | 324.92     | 937.99          | 11.41%     |
|            | 其他   | -           | 765.07     | -               | 26.86%     |
|            | 合 计  | -           | 2,848.72   | -               | 100.00%    |
| 2017<br>年度 | 吸油烟机 | 26,056      | 1,369.03   | 525.42          | 52.90%     |
|            | 燃气灶  | 11,928      | 328.44     | 275.35          | 12.69%     |
|            | 蒸箱   | 3,544       | 331.05     | 934.11          | 12.79%     |
|            | 其他   | -           | 559.64     | -               | 21.62%     |
|            | 合 计  | -           | 2,588.15   | -               | 100.00%    |

注：其他外购产成品数量多，价值低，故未单独列示

**①外购产成品的原因及合理性**

公司专业从事集成灶等现代新型厨房电器产品的研发、生产和销售，集成灶是公司的核心产品。报告期内，公司吸油烟机、燃气灶的产品销售收入金额合计分别为 4,512.08 万元、3,625.95 万元和 2,030.52 万元，占公司主营业务收入的比例分别为 9.56%、6.01%和 3.14%，金额及占比相对较小，且呈逐年下降趋势。报告期内吸油烟机、燃气灶采购金额合计分别为 1,697.47 万元、1,758.73 万元和 1,011.89 万元，占比均超过 60%。报告期内，公司将主要生产资源集中于集成灶产品、生产和销售，逐步减少对吸油烟机、燃气灶等传统厨具的生产资源投入。发行人所在地嵊州作为我国厨电制造企业聚集区之一，拥有较多吸油烟机、燃气灶等产品的生产企业，为了满足客户多样化的产品订单需求，减少公司生产资源和人员的低效投入，降低产品成本，发行人直接对外采购部分吸油烟机、燃气灶等产品。

外购的其他产品主要为低值营销品如蒸锅、炒锅等，主要系经销商向公司采购的用于其销售产品的促销赠品，具有商业合理性。

## ②前五大外购产成品供应商基本情况

截至报告期末，发行人报告期各期前五大外购产成品供应商的基本情况如下：

| 序号 | 供应商名称        | 注册时间       | 注册资本<br>(万元) | 经营范围                                                               | 股权结构                | 与发行人<br>是否存在<br>关联关系 |
|----|--------------|------------|--------------|--------------------------------------------------------------------|---------------------|----------------------|
| 1  | 绍兴市威可多电器有限公司 | 2010.05.18 | 1,080.00     | 生产、销售、研发：环保智能集成灶、油烟机、燃气灶、保洁柜、橱柜、热水器、浴霸、蒸汽炉、烤箱、电水壶、电磁炉、水槽、水龙头；货物进出口 | 朱良军:75%、<br>马燕:25%  | 否                    |
| 2  | 嵊州市三泰电器有限公司  | 2010.09.25 | 50.00        | 生产、加工、销售：厨房集成灶、空调、吸油烟机、保洁柜、家用烤箱、灶具、水槽、浴霸、热水器、小家用电器、电机、五金电子产品       | 崔建伟:50%、<br>骆国军:50% | 否                    |
| 3  | 杭州乔德家居用品有限公司 | 2014.10.15 | 100.00       | 批发、零售：家居用品、厨房用品、家用电器、箱包、文化用品、体育用品、灯具、日用百货                          | 张岐：100%             | 否                    |

|   |               |              |         |                                                                                                                  |                 |   |
|---|---------------|--------------|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|---|
| 4 | 浙江金美太电器有限公司   | 2010. 04. 27 | 500. 00 | 生产、加工、销售：厨房集成灶、吸油烟机、保洁柜、家用烤箱、灶具、水槽、浴霸、热水器、小家用电器、橱柜用品、五金、电子配件                                                     | 倪永铭:60%、任七妹:40% | 否 |
| 5 | 嵊州市升鑫电器有限公司   | 2009. 07. 10 | 30. 00  | 生产、加工、销售：油烟机、集成灶、灶具、切菜机、厨房电器、小家电、不锈钢水槽、集成水槽、热水器、洗碗机、电茶壶、蒸箱、烤箱、机械设备；普通货物运输；货物进出口                                  | 陈菊明:70%、陈乐燕:30% | 否 |
| 6 | 嵊州市弗兰卡电器有限公司  | 2009. 05. 21 | 300. 00 | 生产、加工、销售：燃气灶具、壁炉、油烟机、保洁碗柜、集成环保灶、热水器、电烤箱、蒸汽炉、电风扇、取暖器、浴霸、家用小家电；货物进出口                                               | 袁利樑:55%、钱丽芳:45% | 否 |
| 7 | 宁波欧燕电器有限公司    | 2007. 07. 16 | 700. 00 | 电器、照明电器、厨房设备、橱柜、电子元件、金属制品、集成墙板、集成灶、灶具及配件的制造、加工；自营或代理货物和技术的进出口，但国家限制经营或禁止进出口的货物和技术除外。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动） | 李奎：70%、胡会玲:30%  | 否 |
| 8 | 嵊州市海贝厨卫电器有限公司 | 2012. 11. 27 | 300. 00 | 生产、销售：臭氧消毒柜、厨房电器                                                                                                 | 徐亮:52%、杜士祥:48%  | 否 |

③与前五大外购产成品供应商交易情况

| 期间         | 供应商名称        | 采购金额<br>(万元) | 主要采购<br>内容 | 产品平均采<br>购单价   | 占外购产<br>成品金额<br>的比例 |
|------------|--------------|--------------|------------|----------------|---------------------|
| 2019<br>年度 | 绍兴市威可多电器有限公司 | 563. 35      | 吸油烟机       | 534. 29<br>元/台 | 34. 12%             |
|            | 嵊州市三泰电器有限公司  | 184. 85      | 燃气灶        | 253. 25<br>元/台 | 11. 19%             |
|            | 杭州乔德家居用品有限公司 | 101. 26      | 蒸锅         | 53. 16<br>元/件  | 6. 13%              |
|            | 浙江金美太电器有限公司  | 95. 99       | 吸油烟机       | 554. 87<br>元/台 | 5. 81%              |

|            |               |          |      |               |        |
|------------|---------------|----------|------|---------------|--------|
|            | 嵊州市升鑫电器有限公司   | 89.37    | 吸油烟机 | 619.74<br>元/台 | 5.41%  |
| 合 计        |               | 1,034.82 | -    | -             | 62.67% |
| 2018<br>年度 | 绍兴市威可多电器有限公司  | 881.77   | 吸油烟机 | 539.57<br>元/台 | 30.95% |
|            | 嵊州市弗兰卡电器有限公司  | 389.56   | 吸油烟机 | 511.10<br>元/台 | 13.67% |
|            | 嵊州市三泰电器有限公司   | 216.11   | 燃气灶  | 259.18<br>元/台 | 7.59%  |
|            | 宁波欧燕电器有限公司    | 177.95   | 蒸箱   | 943.55<br>元/台 | 6.25%  |
|            | 嵊州市海贝厨卫电器有限公司 | 175.72   | 蒸箱   | 808.66<br>元/台 | 6.17%  |
| 合 计        |               | 1,841.11 | -    | -             | 64.63% |
| 2017<br>年度 | 绍兴市威可多电器有限公司  | 739.04   | 吸油烟机 | 519.57<br>元/台 | 28.55% |
|            | 嵊州市三泰电器有限公司   | 282.25   | 燃气灶  | 272.07<br>元/台 | 10.91% |
|            | 宁波欧燕电器有限公司    | 253.56   | 蒸箱   | 940.17<br>元/台 | 9.80%  |
|            | 浙江金美太电器有限公司   | 163.89   | 吸油烟机 | 584.08<br>元/台 | 6.33%  |
|            | 嵊州市海贝厨卫电器有限公司 | 149.72   | 消毒柜  | 579.87<br>元/台 | 5.78%  |
| 合 计        |               | 1,588.46 | -    | -             | 61.37% |

#### ④外购产成品主要客户销售情况

公司外购产成品以吸油烟机、燃气灶为主，主要用于海福乐、TTK PRESTIGE LIMITED 等外销客户销售，外购蒸箱产品主要用于国内经销商采购，客户较为分散。

报告期内，公司对外购产成品前五大客户销售情况如下：

单位：万元

| 期间      | 客户名称                 | 主要销售内容    | 销售金额   |
|---------|----------------------|-----------|--------|
| 2019 年度 | 海福乐                  | 吸油烟机      | 385.69 |
|         | 北京亿田兴业商贸有限公司         | 吸油烟机、燃气灶等 | 86.66  |
|         | 河南康帅电器有限公司           | 吸油烟机、燃气灶等 | 63.11  |
|         | TTK PRESTIGE LIMITED | 吸油烟机      | 43.24  |
|         | 昆明华成商贸有限公司           | 吸油烟机、燃气灶等 | 40.07  |
|         | 合 计                  | -         | 618.77 |

|         |                        |           |          |
|---------|------------------------|-----------|----------|
| 2018 年度 | 海福乐                    | 吸油烟机      | 940.13   |
|         | MT INDUSTRIAL S. A. C. | 吸油烟机      | 177.12   |
|         | 北京亿田兴业商贸有限公司           | 吸油烟机、燃气灶等 | 118.01   |
|         | TTK PRESTIGE LIMITED   | 吸油烟机      | 74.84    |
|         | 昆明华成商贸有限公司             | 吸油烟机、燃气灶等 | 60.47    |
|         | 合 计                    | -         | 1,370.57 |
| 2017 年度 | 海福乐                    | 吸油烟机      | 364.12   |
|         | TTK PRESTIGE LIMITED   | 吸油烟机      | 183.55   |
|         | 河南康帅电器有限公司             | 吸油烟机、燃气灶等 | 102.25   |
|         | 北京亿田兴业商贸有限公司           | 吸油烟机、燃气灶等 | 97.88    |
|         | 昆明市西山区成勇集成灶经营部         | 吸油烟机、燃气灶等 | 90.17    |
|         | 合 计                    | -         | 837.97   |

注：历年主要客户的销售金额按同一控制口径合并计算，客户名称系按照各年度合同名称列示”

#### 保荐机构、发行人会计师履行的核查程序：

1、取得发行人报告期外购产成品收发存明细，分析主要供应商产成品采购情况；

2、查阅外购产成品的主要供应商的工商资料，核查该等企业的基本情况以及是否与发行人存在关联关系。

#### 保荐机构、发行人会计师的核查结论：

经核查，发行人外购产成品系因公司将主要生产资源集中于集成灶产品、生产和销售，为减少生产资源和人员的低效投入，降低产品成本，发行人直接对外采购部分吸油烟机、燃气灶等非核心产品，具有商业合理性，主要外购产成品供应商与发行人不存在关联关系。

**问题 10：关于供应商**

招股说明书披露，宁波舜韵电子有限公司 2019 年成为发行人第三大供应商。

请发行人补充披露宁波舜韵电子有限公司的基本情况，包括股权结构、实际控制人、注册时间、注册资本、经营范围、合作历史、开发过程等，结合报告期内发行人向其采购的内容、数量、单价、总额及占发行人同类物料采购金额的比例、采购金额占其销售金额的比例、采购方式、定价原则、运输方式、结算方式、付款周期等情况，披露宁波舜韵电子有限公司 2019 年成为发行人第三大供应商的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

针对宁波舜韵电子有限公司的具体情况，发行人已在招股说明书第六节之“四、（二）主要供应商情况”补充披露如下：

**“3、与宁波舜韵电子有限公司的交易情况**

**（1）供应商基本情况**

截至报告期末，宁波舜韵电子有限公司的基本情况如下：

|            |                                   |
|------------|-----------------------------------|
| 公司名称       | 宁波舜韵电子有限公司                        |
| 成立时间       | 2003 年 6 月 24 日                   |
| 注册资本       | 435 万美元                           |
| 经营范围       | 电子控制器、小家电、五金工具、打印机及相关配件、耗材的制造、加工# |
| 股权结构及实际控制人 | 香港东泽集团有限公司持股 100.00%；实际控制人为姚国祥    |
| 合作历史       | 2005 年开始合作                        |
| 开发过程       | 该供应商具有较强的供应能力，由公司根据业内口碑主动开发       |

**（2）具体交易情况**

报告期内，发行人与宁波舜韵电子有限公司交易的具体情况如下：

| 期间      | 采购金额<br>(万元) | 主要原材料<br>采购内容 | 主要原材料<br>采购数量<br>(万件) | 主要原材料平<br>均采购单价<br>(元/件) | 占发行人同类<br>物料采购金额<br>的比例 | 采购金额占<br>供应商销售<br>金额的比例 |
|---------|--------------|---------------|-----------------------|--------------------------|-------------------------|-------------------------|
| 2019 年度 | 1,314.47     | 电器及配件         | 47.50                 | 27.15                    | 27.07%                  | 4.21%                   |
| 2018 年度 | 515.00       | 电器及配件         | 24.87                 | 20.52                    | 12.13%                  | 1.84%                   |
| 2017 年度 | 521.19       | 电器及配件         | 33.09                 | 15.75                    | 15.23%                  | 2.34%                   |

报告期内，发行人与宁波舜韵电子有限公司交易的具体方式如下：

| 采购方式          | 定价原则           | 运输方式                      | 结算方式   | 付款周期    |
|---------------|----------------|---------------------------|--------|---------|
| 框架协议+订单<br>采购 | 供应商报价后协<br>商定价 | 供应商送货至公<br>司，运费由供应<br>商承担 | 银行承兑汇票 | 月结 60 天 |

(3) 宁波舜韵电子有限公司 2019 年成为发行人第三大供应商的原因及合理性

发行人与供应商宁波舜韵电子有限公司自 2005 年开始合作，发行人主要向其采购电源板、开关板等电器配件，主要应用于蒸箱款、蒸烤独立款等集成灶产品。随着 2019 年相关产品销售业务的增长，发行人对宁波舜韵电子有限公司的采购金额亦快速增加，故该供应商于 2019 年上升成为发行人第三大供应商。”

保荐机构、申报会计师履行的核查程序：

1、通过国家企业信用信息公示网站查询相关供应商基本情况，核查相关供应商的注册时间、注册资本、经营范围、股权结构等基本信息；

2、查阅发行人采购明细，并访谈发行人相关采购业务负责人，核查发行人与相关供应商的具体交易情况及交易方式，了解发行人与相关供应商的合作历史及交易变动情况；

3、现场访谈相关供应商负责人，并查阅相关供应商出具的说明，核查相关供应商与发行人交易的具体情况。

保荐机构、申报会计师的核查结论：

经核查，宁波舜韵电子有限公司 2019 年成为发行人第三大供应商符合发行人实际经营情况，具有合理性。

问题 11：关于毛利率

招股说明书披露，报告期内，发行人毛利率受 S 系列产品销售占比及售价变化的影响较大；2019 年发行人推出 J、D、Z 系列且毛利率较高。

请发行人补充披露：（1）S 系列的产品型号、功能、销售模式、销售区域、主要经销商、销售数量、单价及毛利率，S 系列在各销售模式下占比、单价、毛利率及毛利率波动的原因及合理性；（2）J、D、Z 系列的产品型号、功能以及与 S 系列的差别，毛利率较高的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

（1）S 系列的产品型号、功能、销售模式、销售区域、主要经销商、销售数量、单价及毛利率，S 系列在各销售模式下占比、单价、毛利率及毛利率波动的原因及合理性；

回复：

针对上述情况，发行人已在招股说明书第八节之“十、（二）2、主营业务毛利率构成及变动情况总体分析”中补充披露如下：

“D、S 系列集成灶产品对主营业务毛利率的影响

S 系列集成灶是公司的高端产品，通过不断的技术创新以及市场营销，2019 年度 S 系列集成灶已成为公司销售占比最高的集成灶系列，对公司毛利率有着重要的影响。

a、S 系列主要产品介绍

报告期内 S 系列主要型号及功能介绍如下：

| 产品类别 | 产品型号  | 产品规格                    | 功能说明                                                     |
|------|-------|-------------------------|----------------------------------------------------------|
| S 系列 | S8 系列 | S8、S8G、S8E              | 蒸烤独立款集成灶，应用下置风道结构，搭载智能大屏，实现一键式触摸控制，具有大功率燃烧器              |
|      | S3 系列 | S3、S3W、S3G、S3E、S3D、S3DS | 大容量蒸箱款或消毒柜款集成灶，应用下置风道结构，具有大功率“笑脸”燃烧器、防干烧报警功能、带置物平台的多功能头部 |
|      | S6 系列 | S6、S6F、S6S              | 大容量蒸箱款集成灶，应用下置风道结构，具有大功率蒂芬迪进口燃烧器，电动翻盖                    |

b、S 系列分模式销售情况

报告期内 S 系列销售收入分别为 1,755.59 万元、17,033.30 万元和 22,476.12 万元。S 系列在各销售模式下占比、单价、毛利率情况如下：

单位：元/台

| 销售模式 | 2019 年度 |          |        | 2018 年度 |          |        | 2017 年度 |          |        |
|------|---------|----------|--------|---------|----------|--------|---------|----------|--------|
|      | 占比(%)   | 单价       | 毛利率(%) | 占比(%)   | 单价       | 毛利率(%) | 占比(%)   | 单价       | 毛利率(%) |
| 经销   | 98.30   | 5,721.93 | 44.93  | 97.78   | 5,409.62 | 38.86  | 99.35   | 5,874.40 | 45.16  |
| 出口   | 0.03    | 6,521.94 | 47.36  | 0.01    | 4,098.39 | 15.30  | 0.65    | 7,656.99 | 65.60  |
| 直销   | 1.67    | 6,849.16 | 56.11  | 2.21    | 7,180.50 | 53.59  | -       | -        | -      |
| 合计   | 100.00  | 5,737.95 | 45.12  | 100.00  | 5,438.99 | 39.18  | 100.00  | 5,883.36 | 45.30  |

由上表可见，S 系列销售收入主要来源于经销渠道收入。

c、S 系列经销渠道收入分析

报告期内，公司 S 系列集成灶经销渠道分区域销售情况如下：

单位：万元

| 区域   | 2019 年度   |         | 2018 年度   |         | 2017 年度  |         |
|------|-----------|---------|-----------|---------|----------|---------|
|      | 金额        | 占比      | 金额        | 占比      | 金额       | 占比      |
| 华东地区 | 8,725.89  | 39.49%  | 6,346.94  | 38.11%  | 689.10   | 39.51%  |
| 华中地区 | 4,138.79  | 18.73%  | 3,691.76  | 22.17%  | 322.78   | 18.51%  |
| 西南地区 | 2,985.57  | 13.51%  | 1,748.24  | 10.50%  | 190.39   | 10.92%  |
| 华北地区 | 2,254.90  | 10.21%  | 1,842.52  | 11.06%  | 202.13   | 11.59%  |
| 东北地区 | 1,566.64  | 7.09%   | 1,200.83  | 7.21%   | 148.10   | 8.49%   |
| 华南地区 | 1,232.28  | 5.58%   | 759.53    | 4.56%   | 81.78    | 4.69%   |
| 西北地区 | 1,189.96  | 5.39%   | 1,065.33  | 6.40%   | 109.90   | 6.30%   |
| 合 计  | 22,094.03 | 100.00% | 16,655.16 | 100.00% | 1,744.18 | 100.00% |

d、S 系列经销渠道主要客户

报告期内，S 系列经销渠道前 5 大经销商收入如下：

单位：万元

| 单位名称       | 2019 年度 | 2018 年度 | 2017 年度 |
|------------|---------|---------|---------|
| 昆明华成商贸有限公司 | 606.02  | 301.67  | 42.87   |

|              |          |          |        |
|--------------|----------|----------|--------|
| 北京亿田兴业商贸有限公司 | 372.55   | 243.90   | 18.33  |
| 长沙天麓电器销售有限公司 | 348.58   | 324.73   | 33.35  |
| 贵州诺天商贸有限公司   | 293.65   | 154.31   | 25.15  |
| 福州合聚德贸易有限公司  | 249.03   | 185.63   | 15.41  |
| 合 计          | 1,869.83 | 1,210.24 | 135.11 |

e、S 系列产品毛利分析

I、S 系列产品 2018 年度毛利率较 2017 年度下降的原因

2017 年度和 2018 年度公司集成灶主要型号产品单位售价、单位成本及毛利率情况如下：

单位：台、元/台

| 产品系列  | 2018 年度   |          |          |         | 2017 年度  |          |          |         |
|-------|-----------|----------|----------|---------|----------|----------|----------|---------|
|       | 数量        | 单位售价     | 销售占比 (%) | 毛利率 (%) | 数量       | 单位售价     | 销售占比 (%) | 毛利率 (%) |
| S3 系列 | 23,350.00 | 5,117.68 | 70.16    | 37.10   | -        | -        | -        | -       |
| S6 系列 | 6,599.00  | 6,414.52 | 24.85    | 43.58   | 1,984.00 | 6,027.65 | 68.12    | 44.34   |
| 其他    | 1,368.00  | 6,217.57 | 4.99     | 46.59   | 1,000.00 | 5,597.07 | 31.88    | 47.34   |
| 合 计   | 31,317.00 | 5,438.99 | 100.00   | 39.18   | 2,984.00 | 5,883.36 | 100.00   | 45.30   |

2018 年度 S 系列集成灶毛利率较上期下降主要原因系公司为扩大在高端市场的份额，推出了 S3 系列特价款，毛利率较低且占 2018 年度销售比例较高所致。

II、S 系列产品 2019 年度毛利率较 2018 年度上升的原因

2018 年度和 2019 年度公司集成灶主要型号产品单位售价、单位成本及毛利率情况如下：

单位：台、元/台

| 产品系列  | 2019 年度   |          |          |         | 2018 年度   |          |          |         |
|-------|-----------|----------|----------|---------|-----------|----------|----------|---------|
|       | 数量        | 单位售价     | 销售占比 (%) | 毛利率 (%) | 数量        | 单位售价     | 销售占比 (%) | 毛利率 (%) |
| S3 系列 | 29,299.00 | 5,225.82 | 68.12    | 43.52   | 23,350.00 | 5,117.68 | 70.16    | 37.10   |
| S6 系列 | 6,076.00  | 6,146.25 | 16.62    | 47.41   | 6,599.00  | 6,414.52 | 24.85    | 43.58   |
| S8 系列 | 3,278.00  | 9,425.40 | 13.75    | 49.91   | -         | -        | -        | -       |
| 其他    | 518.00    | 6,580.56 | 1.52     | 48.33   | 1,368.00  | 6,217.57 | 4.99     | 46.59   |

|     |           |          |        |       |           |          |        |       |
|-----|-----------|----------|--------|-------|-----------|----------|--------|-------|
| 合 计 | 39,171.00 | 5,737.95 | 100.00 | 45.12 | 31,317.00 | 5,438.99 | 100.00 | 39.18 |
|-----|-----------|----------|--------|-------|-----------|----------|--------|-------|

2019 年度 S 系列集成灶毛利率较上期上升主要原因一方面毛利率较高的 S8 系列集成灶新上市以及 2019 年 4 月起公司对 S3 系列中的主力型号 S3G 出厂价每台提高 200 元；另一方面，受益于主要原材料价格下跌以及单位人工成本的下降，公司集成灶各产品单位成本较上期有一定幅度的下降。2019 年度 S6 系列销售单价较 2018 年度有所下降主要原因系主力型号改款，销售单价和销售成本均有所下降所致。”

(2) J、D、Z 系列的产品型号、功能以及与 S 系列的差别，毛利率较高的原因及合理性。

回复：

针对上述情况，发行人已在招股说明书第八节之“十、（二）2、主营业务毛利率构成及变动情况总体分析”中补充披露如下：

#### “E、J、D、Z 系列集成灶产品毛利率分析

2019 年度公司陆续推出了 J、D 和 Z 线上专款系列。其中 J 系列主力销售型号为 J03Z，D 系列主力型号为 D2Z，Z 系列主力型号为 Z8 和 Z8G。2019 年度 D 系列产品毛利率与公司集成灶平均毛利率接近，J 系列和 Z 系列产品毛利率较高，主要原因系由于蒸箱款销售良好，公司根据市场需求在 S3 系列蒸箱款的基础上进行改良推出 J03Z、Z8 和 Z8G 等型号的电商渠道蒸箱款集成灶。2019 年度 J 系列、Z 系列和 S3 系列集成灶的销售单价、销售成本以及毛利率见下表所示：

单位：元/台

| 产品系列  | 2019 年度  |          |         |
|-------|----------|----------|---------|
|       | 单位售价     | 单位成本     | 毛利率 (%) |
| S3 系列 | 5,225.82 | 2,951.54 | 43.52   |
| J 系列  | 5,231.91 | 2,625.31 | 49.82   |
| Z 系列  | 5,683.52 | 2,974.54 | 47.66   |

J 系列、Z 系列均系 S3 系列的改款且毛利率高于 S3 系列，J 系列对 S3 部分配件进行改款，单位成本有所下降，售价差异较小。Z 系列改动较小，但定价高于 S3 系列。”

**保荐机构、发行人会计师履行的核查程序：**

1、获取报告期各类产品销售情况汇总表，按渠道、产品类别等多维度分析各年度毛利率，了解公司产品毛利率波动的原因；

2、获取公司成本计算表，了解成本计算过程，分析报告期各类产品主要材料耗用比是否存在异常，复核成本计算的准确性；

3、获取主要材料市场销售价格与公司采购价格进行比对分析，分析原材料采购价格合理性；

4、分析报告期直接材料、直接人工及制造费用波动的原因及合理性，将上述成本波动与销售成本波动情况进行匹配，核实销售成本波动合理性；

5、复核各年度成本结转过程，核实产品销售成本结转的准确性；

6、了解公司报告期产品价格制定过程及价格调整情况，分析各年度单价波动是否存在异常；

7、了解公司各系列产品功能、定价等信息，分析各类产品毛利率合理性；

8、与同行业其他公司同类产品单价及毛利率进行比对，分析发行人毛利率合理性。

**保荐机构、发行人会计师的核查结论：**

通过核查，保荐机构及发行人会计师认为，报告期发行人毛利率波动正常。

## 问题 12：关于其它事项的说明

### (1) 关于应付票据规模及手续费

回复：

针对上述情况，发行人已在招股说明书第八节之“十一、（三）2、应付票据及应付账款”中补充披露如下：

“报告期内，公司应付票据手续费情况如下：

| 单位：万元      |          |           |               |                  |
|------------|----------|-----------|---------------|------------------|
| 年度         | 银行名称     | 应付票据开立金额  | 保证金比例         | 敞口管理费以及<br>手续费金额 |
| 2017<br>年度 | 嵊州农村商业银行 | 1,291.89  | 50%           | 0.65             |
|            | 交通银行嵊州支行 | 7,267.29  | 50%           | 10.90            |
|            | 工商银行嵊州支行 | 5,010.42  | 40%、50%或 100% | 8.39             |
|            | 合 计      | 13,569.60 | -             | 19.94            |
| 2018<br>年度 | 交通银行嵊州支行 | 6,642.65  | 50%           | 3.19             |
|            | 工商银行嵊州支行 | 3,698.69  | 50%或 100%     | 3.84             |
|            | 中国银行嵊州支行 | 3,945.41  | 50%           | 6.20             |
|            | 宁波银行绍兴分行 | 6,630.12  | 50%           | 3.32             |
|            | 合 计      | 20,916.87 | -             | 16.55            |
| 2019<br>年度 | 交通银行嵊州支行 | 6,291.28  | 30%或 50%      | 3.16             |
|            | 工商银行嵊州支行 | 3,133.00  | 40%或 50%      | -                |
|            | 宁波银行绍兴分行 | 5,447.52  | 50%           | 2.72             |
|            | 华夏银行嵊州支行 | 2,021.75  | 30%           | 1.01             |
|            | 合 计      | 16,893.55 | -             | 6.89             |

报告期内，公司应付票据均系银行承兑汇票。公司开立银行承兑汇票前按照协议以及银行的要求缴纳一定比例的保证金。根据“银行承兑协议”的规定，公司办理承兑手续需向承兑银行支付手续费，同时针对敞口部分支付一定比例的敞口管理费，公司将上述费用均计入了“财务费用-手续费”科目。报告期内，公司银行承兑汇票的保证金比例以及敞口管理费和手续费金额总体呈现下降的趋势，主要系随着公司资金实力的逐年增强，通过商业谈判，2018 年开始部分银行减免对公司敞口管理费和手续费的收取。”

**保荐机构、发行人会计师履行的核查程序：**

- 1、对相关采购人员进行访谈，了解公司供应商结算政策；
- 2、获取主要供应商采购合同，查看合同约定的结算条款；
- 3、获取公司大额银行承兑协议，查看银行承兑汇票保证金约定比例、担保方式，了解银行承兑汇票相关费用结算方式；
- 4、复核公司开具的银行承兑汇票的保证金比例和敞口费以及手续费金额；
- 5、对报告期各期末应付票据余额实施函证程序。

**保荐机构、发行人会计师的核查结论：**

经核查，报告期内，公司应付票据规模及相关手续费金额的匹配关系，与发行人实际经营情况相符，具有合理性。

**(2) 关于 2017 年末未分配利润为负**

**回复：**

2017 年末公司未分配利润为负，主要原因如下：

**(1) 公司股份制改造对 2017 年末未分配利润的影响**

公司 2017 年 8 月 31 日股改前后合并及母公司主要报表项目金额如下：

单位：万元

| 项目    | 股改前       |           | 股改后       |           |
|-------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|       | 母公司单体报表   | 合并报表      | 母公司单体报表   | 合并报表      |
| 资产总额  | 31,469.56 | 30,792.65 | 31,469.56 | 30,792.65 |
| 负债总额  | 18,815.46 | 18,881.32 | 18,815.46 | 18,881.32 |
| 净资产总额 | 12,654.10 | 11,911.33 | 12,654.10 | 11,911.33 |
| 其中：股本 | 8,000.00  | 8,000.00  | 8,000.00  | 8,000.00  |
| 资本公积  | -         | -         | 4,654.10  | 4,654.10  |
| 盈余公积  | 452.80    | 452.80    | -         | -         |
| 未分配利润 | 4,201.30  | 3,458.53  | -         | -742.77   |

股改后合并未分配利润为负数主要系母公司未分配利润全部转为资本公积，由于子公司亿田电商未分配利润为负数，导致股改后合并未分配利润为负数。

报告期内，子公司亿田电商净利润及未分配利润情况如下：

单位：万元

| 亿田电商  | 2017年初至股改基准日/股改基准日 | 股改基准日至2017年末/2017年末 | 2018年度/2018年末 | 2019年度/2019年末 |
|-------|--------------------|---------------------|---------------|---------------|
| 净利润   | 281.87             | 158.42              | 427.81        | 750.62        |
| 未分配利润 | -699.72            | -541.30             | -113.49       | 637.13        |

注：亿田电商股改基准日未分配利润与股改后合并报表未分配利润差异系内部交易合并抵消所致

亿田电商于2014年10月设立，旨在通过线上渠道的拓展，提高公司知名度及线上业务成交量。公司线上渠道起步较晚，前期拓展需要一定的线上推广费用，且线上交易存在固定的佣金，设立初期人员工资、信息技术及设备投入等固定成本较高，导致账面亏损。随着线上交易的稳步增长，亿田电商净利润逐步增加，截至2019年末，前期亏损的未分配利润已全部弥补，对公司未来业绩无重大不利影响。

## （2）股份支付对2017年末未分配利润的影响

股改审计基准日至2017年末公司净利润及未分配利润变动情况如下：

单位：万元

| 项目             | 股改日至期末实现的净利润 |           |
|----------------|--------------|-----------|
|                | 母公司单体        | 合并报表      |
| 股改后未分配利润       | -            | -742.77   |
| 2017年度9-12月净利润 | -224.24      | -327.31   |
| 期末未分配利润        | -224.24      | -1,070.09 |

母公司及合并报表2017年度9-12月未分配利润净利润为负数，主要系2017年12月授予员工立即可行权的股份支付所致，对当期净利润及期末未分配利润影响金额为2,555万元。剔除上述股份支付影响后，当期净利润及期末未分配利润如下：

单位：万元

| 2017 年度           | 股改日至期末实现的净利润 |          |
|-------------------|--------------|----------|
|                   | 母公司单体        | 合并报表     |
| 股改后未分配利润          | -            | -742.77  |
| 2017 年度 9-12 月净利润 | 2,330.76     | 2,227.69 |
| 期末未分配利润           | 2,330.76     | 1,484.91 |

公司在有限责任公司按原账面净资产值折股整体变更为股份有限公司时不存在未弥补亏损，也不存在因会计差错更正追溯调整报表而致使整体变更时存在未弥补亏损的情况。

上述股份支付的具体情况如下：

2017 年 12 月，实际控制人陈月华与 21 位员工签订股权激励协议，陈月华将其持有嵊州市亿旺投资管理合伙企业（有限合伙）的合伙份额作为激励份额转让给员工。激励对象通过亿旺投资间接持有公司 300 万股。

2017 年 12 月，实际控制人孙伟勇与 38 位员工签订股权激励协议，孙伟勇将其持有嵊州市亿顺投资管理合伙企业（有限合伙）的合伙份额作为激励份额转让给员工。激励对象通过亿顺投资间接持有公司 260 万股。

公司股权激励授予日的公允价值依据 2017 年 8 月份外部投资者的入股价格确定为 15 元/股。

上述员工持股对应的出资成本为 58,450,000.00 元，与该部分股份公允价值 84,000,000.00 元的差异为 25,550,000.00 元。根据实际控制人与员工签订的协议，股份在授予时并无服务期限约定条款，亦无其他限制性条款，员工在授予日后立即可行权，根据《企业会计准则第 11 号-股份支付》的规定，对于授予后立即可行权的股份，于授予日一次性计入当期管理费用。

公司对于该笔股份支付费用会计处理如下：

借：管理费用-股份支付 25,550,000.00

贷：资本公积-其他资本公积 25,550,000.00

因此，公司 2017 年末未分配利润为负符合公司实际经营状况，具有合理性。

### (3) 关于公司整体变更时不存在未弥补亏损的核查

亿田有限按原账面净资产值折股整体变更为股份有限公司时不存在未弥补亏损,也不存在因会计差错更正追溯调整报表而致使整体变更时存在未弥补亏损的情况。亿田有限整体变更时经审计的资产负债情况具体如下:

单位: 万元

| 项目     | 2017 年 8 月 31 日 |           |
|--------|-----------------|-----------|
|        | 母公司单体报表         | 合并报表      |
| 资产总额   | 31,469.56       | 30,792.65 |
| 负债总额   | 18,815.46       | 18,881.32 |
| 净资产总额  | 12,654.10       | 11,911.33 |
| 其中: 股本 | 8,000.00        | 8,000.00  |
| 资本公积   | -               | -         |
| 盈余公积   | 452.80          | 452.80    |
| 未分配利润  | 4,201.30        | 3,458.53  |

#### ①发行人整体变更设立股份有限公司的程序

##### A、内部决策程序

2017 年 8 月 30 日,亿田有限股东会作出决议,同意以 2017 年 8 月 31 日为审计、评估基准日,将亿田有限整体变更为股份有限公司。

2017 年 10 月 9 日,亿田有限股东会作出决议,同意以亿田有限全体股东作为发起人,以经审计的亿田有限截至 2017 年 8 月 31 日止的账面净资产 126,541,014.80 元,按照 1:0.6322 的折股比例折合为股本 8,000 万股,剩余部分 46,541,014.80 元计入资本公积,整体变更设立股份有限公司。

2017 年 10 月 25 日,立信会计师事务所出具《验资报告》(信会师报字[2017]第 ZF50049 号)。

2017 年 10 月 25 日,亿田有限全体股东作为股份公司的发起人共同签署了《浙江亿田智能厨电股份有限公司(筹)发起人协议书》。根据发起人协议书的约定,亿田有限以截至 2017 年 8 月 31 日经审计的净资产折成 8,000 万股作为股

份公司的股本，余额计入股份公司资本公积，整体变更为股份有限公司，并明确各自在股份公司设立过程中的权利和义务。

2017 年 10 月 25 日，亿田股份召开创立大会，审议通过了《公司章程》，选举了公司第一届董事会董事、股东代表监事。同日，公司召开第一届董事会第一次会议，选举公司董事长，并聘任公司高级管理人员。

经核查，发行人整体变更设立股份有限公司已履行了必要的内部审批流程。

**B、设立审批程序**

2017 年 10 月 31 日，绍兴市市场监督管理局核准了本次工商变更登记，公司取得了统一社会信用代码为 91330683768696455K 的《营业执照》<sup>1</sup>。

经核查，发行人整体变更设立股份有限公司已完成工商登记注册和税务登记。

**②整体变更过程中会计处理方式**

根据立信会计师出具的信会师报字[2017]第 ZF50047 号《审计报告》，截至 2017 年 8 月 31 日，亿田有限实收资本为 80,000,000.00 元，盈余公积为 4,527,976.03 元，未分配利润为 42,013,038.77 元，净资产为 126,541,014.80 元。

根据整体变更时有效的《公司法》第九十五条，有限责任公司变更为股份有限公司时，折合的实收股本总额不得高于公司净资产额。在会计处理方面，在折合股本总额低于有限责任公司净资产额的情况下，超过股本的部分作为股本溢价，在资本公积科目核算。

公司在整体变更时，依照上述规则进行的会计处理如下：

|        |               |
|--------|---------------|
| 借：实收资本 | 80,000,000.00 |
| 未分配利润  | 42,013,038.77 |
| 盈余公积   | 4,527,976.03  |
| 贷：股本   | 80,000,000.00 |

<sup>1</sup> 2015 年 7 月 1 日起，浙江省开始实施营业执照、组织机构代码证、税务登记证、社会保险登记证和统计登记证“五证合一”登记制度，即由相关主管部门并联审批，向申请企业统一核发加载注册号、组织机构代码、税务登记证号（纳税人识别号）、社会保险登记证号和统计登记证号的营业执照

资本公积-资本溢价 46,541,014.80

经过上述会计处理，减少亿田有限所有者权益包括实收资本、未分配利润、盈余公积，增加公司所有者权益包括股本、资本公积-资本溢价。

③公司整体变更设立未侵害债权人合法权益、与债权人不存在纠纷

2017年8月30日，亿田有限召开股东会，全体股东一致同意以2017年8月31日为基准日，以公司经审计的净资产折股整体变更为股份有限公司，变更后的股份公司将继承亿田有限的一切债权和债务；同意自公司变更设立股份公司基准日至股份公司成立日期间，如亿田有限发生亏损，由股份公司全体发起人以现金补足亏损部分。

亿田有限在整体变更设立股份有限公司的审计基准日（2017年8月31日）母公司账面负债合计18,815.46万元，主要由短期借款、应付票据、应付账款、应付职工薪酬、应交税费以及其他应付款等经营性负债构成。整体变更设立后，公司承接了亿田有限的全部资产和负债，并已按期偿还或支付了上述整体变更设立前的相关经营性负债。

经核查，发行人整体变更设立股份有限公司过程中，发行人与债权人未发生诉讼或仲裁，不存在侵害债权人合法权益的情形，与债权人不存在纠纷。

④整体变更后的发展趋势及未来持续盈利能力

2017年以来，公司主要经营和财务指标情况如下：

| 项 目                                | 2019年12月31日<br>/2019年度 | 2018年12月31日<br>/2018年度 | 2017年12月31日<br>/2017年度 |
|------------------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| 资产总额（万元）                           | 60,894.02              | 51,530.95              | 42,227.85              |
| 归属于母公司所有者权益<br>（万元）                | 28,597.01              | 16,761.23              | 14,139.01              |
| 资产负债率（母公司）（%）                      | 52.29                  | 66.40                  | 65.00                  |
| 营业收入（万元）                           | 65,494.06              | 61,445.91              | 47,923.89              |
| 净利润（万元）                            | 9,833.60               | 7,622.21               | 5,045.13               |
| 归属于母公司所有者的净<br>利润（万元）              | 9,833.60               | 7,622.21               | 4,996.95               |
| 扣除非经常性损益后归属<br>于母公司所有者的净利润<br>（万元） | 9,714.94               | 6,792.96               | 6,852.81               |

|                       |           |           |           |
|-----------------------|-----------|-----------|-----------|
| 加权平均净资产收益率<br>(%)     | 43.36     | 43.47     | 44.90     |
| 经营活动产生的现金流量<br>净额(万元) | 10,561.28 | 13,205.19 | 15,943.52 |

整体变更后，公司主营业务发展情况良好，在集成灶行业快速发展的背景下，公司集成灶产品的销量稳步提升，未来，公司将继续深耕厨房电器行业，以集成灶产品作为产品开发的主要方向，强化产品生产能力和质量管理体系，不断加强品牌影响力和拓展全方位的渠道布局，保障公司未来持续盈利能力。

**保荐机构、发行人会计师履行的核查程序：**

- 1、访谈公司管理层，了解公司实际经营情况；
- 2、查阅公司截至 2017 年 8 月 31 日经审计的财务报表以及 2017 年 9-12 月公司的经营状况；
- 3、查看公司计算股份支付的依据，并复核公司计算过程，确认股份支付金额是否准确；
- 4、查看公司工商变更资料和公司设立时股东会决议相关资料。

**保荐机构、发行人会计师的核查结论：**

经核查，公司在有限责任公司按原账面净资产值折股整体变更为股份有限公司时不存在未弥补亏损，也不存在因会计差错更正追溯调整报表而致使整体变更时存在未弥补亏损的情形。公司 2017 年末未分配利润为负数主要系 2017 年 12 月授予员工立即可行权的股权激励产生金额较大的股份支付所致。公司 2017 年末未分配利润为负符合公司实际经营状况，具有合理性。

**保荐机构、发行人律师履行的核查程序：**

查阅发行人在工商行政管理部门登记的全套工商资料，重点查验亿田有限变更设立股份公司过程中的股东会决议、审计报告、评估报告、发起人协议、创立大会决议、验资报告、工商变更登记文件等资料。

**保荐机构、发行人律师的核查结论：**

经核查，亿田有限整体变更设立股份公司相关事项已经过亿田有限股东会、亿田股份创立大会审议通过，已完成工商和税务登记的相关程序，公司的整体变更事项符合《公司法》等相关法律、法规的规定；公司整体变更设立后，原亿田有限的债务全部由公司承继，未因相关债务产生纠纷，也不存在侵害债权人合法权益的情形；公司整体变更后盈利能力逐渐提升，公司未来持续盈利能力良好。

针对 2017 年末未分配利润为负的情况，发行人已在招股说明书第八节之“十一、（四）5、未分配利润”中补充披露如下：

#### “5、未分配利润

报告期各期末，公司未分配利润变动情况如下：

单位：万元

| 项目                | 2019 年末  | 2018 年末   | 2017 年末   |
|-------------------|----------|-----------|-----------|
| 期初未分配利润           | 824.92   | -1,070.09 | 934.27    |
| 加：本期归属于母公司所有者的净利润 | 9,833.60 | 7,622.21  | 4,996.95  |
| 减：提取法定盈余公积        | 911.92   | 727.20    | -         |
| 应付普通股股利           | -        | 5,000.00  | 2,800.00  |
| 其他                | -        | -         | 4,201.30  |
| 期末未分配利润           | 9,746.61 | 824.92    | -1,070.09 |

2017 年末，公司“未分配利润-其他”减少 4,201.30 万元，系 2017 年 10 月公司整体变更为股份有限公司，股本为 8,000 万元，其余净资产计入资本公积。

2017 年末公司未分配利润为负，主要原因如下：

#### （1）公司股份制改造对 2017 年末未分配利润的影响

公司以 2017 年 8 月 31 日作为基准日进行了股份制改造，公司 2017 年 8 月 31 日股改前后合并及母公司主要报表项目金额如下：

单位：万元

| 项目   | 股改前       |           | 股改后       |           |
|------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|      | 母公司单体报表   | 合并报表      | 母公司单体报表   | 合并报表      |
| 资产总额 | 31,469.56 | 30,792.65 | 31,469.56 | 30,792.65 |
| 负债总额 | 18,815.46 | 18,881.32 | 18,815.46 | 18,881.32 |

|       |           |           |           |           |
|-------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 净资产总额 | 12,654.10 | 11,911.33 | 12,654.10 | 11,911.33 |
| 其中：股本 | 8,000.00  | 8,000.00  | 8,000.00  | 8,000.00  |
| 资本公积  | -         | -         | 4,654.10  | 4,654.10  |
| 盈余公积  | 452.80    | 452.80    | -         | -         |
| 未分配利润 | 4,201.30  | 3,458.53  | -         | -742.77   |

股改后合并未分配利润为负数主要系母公司未分配利润全部转为资本公积，由于子公司亿田电商未分配利润为负数，导致股改后合并未分配利润为负数。

报告期内，子公司亿田电商净利润及未分配利润情况如下：

单位：万元

| 亿田电商  | 2017年初至股改基准日/股改基准日 | 股改基准日至2017年末/2017年末 | 2018年度/2018年末 | 2019年度/2019年末 |
|-------|--------------------|---------------------|---------------|---------------|
| 净利润   | 281.87             | 158.42              | 427.81        | 750.62        |
| 未分配利润 | -699.72            | -541.30             | -113.49       | 637.13        |

注：亿田电商股改基准日未分配利润与股改后合并报表未分配利润差异系内部交易合并抵消所致

亿田电商于2014年10月设立，旨在通过线上渠道的拓展，提高公司知名度及线上业务成交量。公司线上渠道起步较晚，前期拓展需要一定的线上推广费用，且线上交易存在固定的佣金，设立初期人员工资、信息技术及设备投入等固定成本较高，导致账面亏损。随着线上交易的稳步增长，亿田电商净利润逐步增加，截至2019年末，前期亏损的未分配利润已全部弥补，对公司未来业绩无重大不利影响。

## (2) 股份支付对2017年末未分配利润的影响

母公司及合并报表2017年度9-12月未分配利润净利润为负数，主要系2017年12月授予员工立即可行权的股份支付所致，对当期净利润及期末未分配利润影响金额为2,555万元。剔除上述股份支付影响后，当期净利润及期末未分配利润如下：

单位：万元

| 2017年度   | 股改日至期末实现的净利润 |         |
|----------|--------------|---------|
|          | 母公司单体        | 合并报表    |
| 股改后未分配利润 | -            | -742.77 |

|                   |            |            |
|-------------------|------------|------------|
| 2017 年度 9-12 月净利润 | 2, 330. 76 | 2, 227. 69 |
| 期末未分配利润           | 2, 330. 76 | 1, 484. 91 |

公司在有限责任公司按原账面净资产值折股整体变更为股份有限公司时不存在未弥补亏损，也不存在因会计差错更正追溯调整报表而致使整体变更时存在未弥补亏损的情形。公司整体变更设立股份有限公司，已经股东会表决通过，相关程序合法合规，改制中不存在侵害债权人合法权益情形，也不存在与债权人存在纠纷的情形。2017年10月31日，绍兴市市场监督管理局核准了本次工商变更登记和税务登记相关程序。公司整体变更设立股份有限公司相关事项符合《公司法》等法律法规规定。”

针对相关股份支付事项，发行人已在招股说明书第八节之“七、（三）2、股份支付”中补充披露如下：

“（3）股份支付实施情况

……根据实际控制人与员工签订的协议，股份在授予时并无服务期限约定条款，亦无其他限制性条款，员工在授予日后立即可行权，根据《企业会计准则第 11 号-股份支付》的规定，对于授予后立即可行权的股份，于授予日一次性计入当期管理费用。

公司对于该笔股份支付费用会计处理如下:

|             |               |
|-------------|---------------|
| 借：管理费用-股份支付 | 25,550,000.00 |
|-------------|---------------|

贷：资本公积-其他资本公积 25,550,000.00”

针对公司整体变更时不存在未弥补亏损的情况，发行人已在招股说明书第五节之“二、（二）股份公司设立情况”中补充披露如下：

## “2、关于公司整体变更时不存在未弥补亏损的核查

亿田有限按原账面净资产值折股整体变更为股份有限公司时不存在未弥补亏损，也不存在因会计差错更正追溯调整报表而致使整体变更时存在未弥补亏损的情况。亿田有限整体变更时经审计的资产负债情况具体如下：

单位：万元

| 项目    | 2017 年 8 月 31 日 |           |
|-------|-----------------|-----------|
|       | 母公司单体报表         | 合并报表      |
| 资产总额  | 31,469.56       | 30,792.65 |
| 负债总额  | 18,815.46       | 18,881.32 |
| 净资产总额 | 12,654.10       | 11,911.33 |
| 其中：股本 | 8,000.00        | 8,000.00  |
| 资本公积  | -               | -         |
| 盈余公积  | 452.80          | 452.80    |
| 未分配利润 | 4,201.30        | 3,458.53  |

### (1) 发行人整体变更设立股份有限公司的程序

#### ①内部决策程序

2017 年 8 月 30 日，亿田有限股东会作出决议，同意以 2017 年 8 月 31 日为审计、评估基准日，将亿田有限整体变更为股份有限公司。

2017 年 10 月 9 日，亿田有限股东会作出决议，同意以亿田有限全体股东作为发起人，以经审计的亿田有限截至 2017 年 8 月 31 日止的账面净资产 126,541,014.80 元，按照 1:0.6322 的折股比例折合为股本 8,000 万股，剩余部分 46,541,014.80 元计入资本公积，整体变更设立股份有限公司。

2017 年 10 月 25 日，立信会计师事务所出具《验资报告》（信会师报字[2017]第 ZF50049 号）。

2017 年 10 月 25 日，亿田有限全体股东作为股份公司的发起人共同签署了《浙江亿田智能厨电股份有限公司（筹）发起人协议书》。根据发起人协议书的约定，亿田有限以截至 2017 年 8 月 31 日经审计的净资产折成 8,000 万股作为股份公司的股本，余额计入股份公司资本公积，整体变更为股份有限公司，并明确各自在股份公司设立过程中的权利和义务。

2017 年 10 月 25 日，亿田股份召开创立大会，审议通过了《公司章程》，选举了公司第一届董事会董事、股东代表监事。同日，公司召开第一届董事会第一次会议，选举公司董事长，并聘任公司高级管理人员。

经核查，发行人整体变更设立股份有限公司已履行了必要的内部审批流程。

## ②设立审批程序

2017年10月31日，绍兴市市场监督管理局核准了本次工商变更登记，公司取得了统一社会信用代码为91330683768696455K的《营业执照》<sup>2</sup>。

经核查，发行人整体变更设立股份有限公司已完成工商登记注册和税务登记。

### (2) 整体变更过程中会计处理方式

根据立信会计师出具的信会师报字[2017]第ZF50047号《审计报告》，截至2017年8月31日，亿田有限实收资本为80,000,000.00元，盈余公积为4,527,976.03元，未分配利润为42,013,038.77元，净资产为126,541,014.80元。

根据整体变更时有效的《公司法》第九十五条，有限责任公司变更为股份有限公司时，折合的实收股本总额不得高于公司净资产额。在会计处理方面，在折合股本总额低于有限责任公司净资产额的情况下，超过股本的部分作为股本溢价，在资本公积科目核算。

公司在整体变更时，依照上述规则进行的会计处理如下：

|           |               |
|-----------|---------------|
| 借：实收资本    | 80,000,000.00 |
| 未分配利润     | 42,013,038.77 |
| 盈余公积      | 4,527,976.03  |
| 贷：股本      | 80,000,000.00 |
| 资本公积-资本溢价 | 46,541,014.80 |

经过上述会计处理，减少亿田有限所有者权益包括实收资本、未分配利润、盈余公积，增加公司所有者权益包括股本、资本公积-资本溢价。

### (3) 公司整体变更设立未侵害债权人合法权益、与债权人不存在纠纷

<sup>2</sup> 2015年7月1日起，浙江省开始实施营业执照、组织机构代码证、税务登记证、社会保险登记证和统计登记证“五证合一”登记制度，即由相关主管部门并联审批，向申请企业统一核发加载注册号、组织机构代码、税务登记证号（纳税人识别号）、社会保险登记证号和统计登记证号的营业执照

2017年8月30日，亿田有限召开股东会，全体股东一致同意以2017年8月31日为基准日，以公司经审计的净资产折股整体变更为股份有限公司，变更后的股份公司将继承亿田有限的一切债权和债务；同意自公司变更设立股份公司基准日至股份公司成立日期间，如亿田有限发生亏损，由股份公司全体发起人以现金补足亏损部分。

亿田有限在整体变更设立股份有限公司的审计基准日（2017年8月31日）母公司账面负债合计18,815.46万元，主要由短期借款、应付票据、应付账款、应付职工薪酬、应交税费以及其他应付款等经营性负债构成。整体变更设立后，公司承接了亿田有限的全部资产和负债，并已按期偿还或支付了上述整体变更设立前的相关经营性负债。

经核查，发行人整体变更设立股份有限公司过程中，发行人与债权人未发生诉讼或仲裁，不存在侵害债权人合法权益的情形，与债权人不存在纠纷。

#### （4）整体变更后的发展趋势及未来持续盈利能力

2017年以来，公司主要经营和财务指标情况如下：

| 项 目                                | 2019年12月31日<br>/2019年度 | 2018年12月31日<br>/2018年度 | 2017年12月31日<br>/2017年度 |
|------------------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| 资产总额（万元）                           | 60,894.02              | 51,530.95              | 42,227.85              |
| 归属于母公司所有者权益<br>（万元）                | 28,597.01              | 16,761.23              | 14,139.01              |
| 资产负债率（母公司）（%）                      | 52.29                  | 66.40                  | 65.00                  |
| 营业收入（万元）                           | 65,494.06              | 61,445.91              | 47,923.89              |
| 净利润（万元）                            | 9,833.60               | 7,622.21               | 5,045.13               |
| 归属于母公司所有者的净<br>利润（万元）              | 9,833.60               | 7,622.21               | 4,996.95               |
| 扣除非经常性损益后归属<br>于母公司所有者的净利润<br>（万元） | 9,714.94               | 6,792.96               | 6,852.81               |
| 加权平均净资产收益率（%）                      | 43.36                  | 43.47                  | 44.90                  |
| 经营活动产生的现金流量<br>净额（万元）              | 10,561.28              | 13,205.19              | 15,943.52              |

整体变更后，公司主营业务发展情况良好，在集成灶行业快速发展的背景下，公司集成灶产品的销量稳步提升，未来，公司将继续深耕厨房电器行业，以集成灶产品作为产品开发的主要方向，强化产品生产能力和质量管理体系，

不断加强品牌影响力和拓展全方位的渠道布局，保障公司未来持续盈利能力。

#### （5）中介机构核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为，亿田有限整体变更设立股份公司相关事项已经过亿田有限股东会、亿田股份创立大会审议通过，已完成工商和税务登记的相关程序，公司的整体变更事项符合《公司法》等相关法律、法规的规定；公司整体变更设立后，原亿田有限的债务全部由公司承继，未因相关债务产生纠纷，也不存在侵害债权人合法权益的情形；公司整体变更后盈利能力逐渐提升，公司未来持续盈利能力良好。”

（本页无正文，为浙江亿田智能厨电股份有限公司《关于浙江亿田智能厨电股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》之签章页）

浙江亿田智能厨电股份有限公司

2020年8月10日



（此页无正文，为财通证券股份有限公司《关于浙江亿田智能厨电股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》之签章页）

保荐代表人：

戚淑亮  
戚淑亮

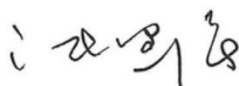
李中流  
李中流



## 保荐机构董事长声明

本人已认真阅读浙江亿田智能厨电股份有限公司本次审核中心意见落实函回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，落实函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构董事长：



陆建强

财通证券股份有限公司

2020年8月10日



## 保荐机构总经理声明

本人已认真阅读浙江亿田智能厨电股份有限公司本次审核中心意见落实函回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，落实函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：

  
阮琪

