创业板投资风险提示

本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有创新投入大、新旧产业融合成功与否存在不确定性、尚处于成长期、经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

浙江嘉益保温科技股份有限公司

Zhejiang Cayi Vacuum Container Co., Ltd.

（浙江省金华市武义县经济开发区白洋工业区）

CAYI
嘉益股份

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

（上会稿）

声明：本公司的发行申请尚需经深圳证券交易所和中国证监会履行相应程序。本招股说明书（申报稿）不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书作为投资决定的依据。

保荐机构（主承销商）

浙商证券股份有限公司
ZHESHANG SECURITIES CO., LTD.

（浙江省杭州市江干区五星路 201 号）

声明

中国证监会、交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、完整。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人的控股股东、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	公司首次公开发行股票数量不超过 2,500 万股，全部为新股发行，本次新股发行数量占发行后公司总股本的比例不低于 25%（本次发行不涉及老股东公开发售其所持有的公司股份）
每股面值	1.00 元
每股发行价格	【】元/股
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市证券交易所和板块	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	不超过 10,000 万股
保荐机构（主承销商）	浙商证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

重大事项提示

本公司特别提请投资者关注以下重大事项提示，在作出投资决策前，务必认真阅读本招股说明书的正文内容，并特别关注以下重要事项及风险：

一、特别风险提示

本公司提醒投资者特别注意“第四节 风险因素”中的下列事项：

（一）海外贸易政策不利变化的相关风险

公司产品以外销为主，主要客户所在国家和地区贸易政策的不确定性会对公司出口销售产生不利影响。近年来，国际贸易保护主义势头上升，部分国家和地区采取反倾销、反补贴、加征关税等手段加大对当地产业的保护力度。

公司营业收入中外销占比较高，主要外销市场集中于美国。**2018 年以来，中美贸易摩擦不断升级，多项中国出口产品被美国政府加征关税。公司主要产品不锈钢真空保温器皿出口原属于拟在 2019 年 12 月 15 日实施的第二批 3,000 亿美元清单商品，后因美国政府取消原加征计划，公司产品报告期内未被加征关税。但不排除后期中美贸易形势变化，公司产品存在被加征关税的风险。**如果包括美国在内的各国贸易政策持续发生不利变化，导致公司与外销客户的业务合作条件恶化或无法继续维持，将对公司的销售及利润水平产生不利影响。

（二）大客户合作风险

报告期内，公司向前五大客户合计销售金额分别为 32,137.85 万元、34,383.88 万元、33,222.37 万元和 6,095.00 万元，占当期营业收入的比例分别为 94.51%、91.35%、82.05%和 83.44%。公司报告期各期的前五大客户主要为国际知名不锈钢真空保温器皿品牌商。未来，若公司与现有海外大客户的合作关系发生重大不利变化，导致公司无法获取大量 OEM、ODM 订单，将致使公司外销收入增速放缓，对公司收入及利润水平造成不利影响。

（三）市场竞争风险

国际市场不锈钢真空保温器皿产品更新换代速度较快，国内市场随着国内经济的快速发展和居民生活水平的不断提高，消费者对不锈钢真空保温器皿产品的

内在品质和外观设计的要求也越来越高。如果未来公司在产品研发设计、定制服务、智慧制造、品牌营销、渠道建设等方面没有及时地进行足够的投入，导致产品不能充分适应国际国内市场的需求，将对公司经营业绩的增长带来不利影响。

（四）经营业绩波动风险

2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-3 月，公司营业收入分别为 34,007.16 万元、37,644.88 万元、40,496.11 万元和 7,304.62 万元，公司扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 4,231.92 万元、7,552.46 万元、6,112.33 万元和 1,262.19 万元。公司主要收入来源于对海外客户的饮品、食品容器，尤其是不锈钢真空保温器皿销售。

近年来，人民币兑美元汇率波动较为剧烈，2017 年至今曾先后出现过大幅升值和贬值，从而对发行人的产品定价、销售和结算产生一定影响；报告期内发行人客户结构和产品结构均发生一定程度变化，反映出产品更新周期短，潮流化特点日趋明显；公司外销产品的主要出口地区为美国，若美国的政治、经济以及对华贸易政策发生重大变化，可能会影响美国对华进口商品的关税税率及人民币汇率，从而对发行人未来的产品销售产生不确定影响。若无法有效应对海外市场需求变化、汇率波动、市场波动及美国政治、经济、贸易政策变化的影响，公司将面临经营业绩增长放缓甚至下降的风险。

（五）新冠肺炎疫情对公司经营造成不利影响的风险

2020 年 1 月，新型冠状病毒肺炎疫情爆发，目前国内新冠疫情已得到有效控制，在疫情防控不放松的前提下,正在全力复工复产、恢复经济，但美国等海外等国家和地区疫情发展尚未得到有效遏制。公司于 2020 年 2 月 12 日正式复工，较正常开工时间延迟 12 天，至 2 月底员工基本全部到位，各项生产工作正常推进。截至本招股说明书签署之日，公司的生产经营已恢复正常，境内疫情影响基本消除，公司销售收入受到新冠疫情的影响较为有限，对公司持续经营能力不构成重大不利影响。公司主要以 OEM/ODM 方式实现销售，境外销售是公司主营业务收入的主要来源，公司主要销售目的地为美国市场，以及韩国、挪威、荷兰、日本、加拿大等欧美及东亚市场。上述境外销售地区均不同程度受到了新冠疫情的影响，其中新冠疫情在美国爆发以来，确诊人数和死亡人数不断攀升，疫情发

展趋势尚未缓解，疫情尚未得到有效控制，美国推出了一系列经济刺激措施，但经济仍面临较大的下行风险；日本、韩国及欧洲主要国家通过一系列的防控措施，疫情得到了有效控制，经济活动逐渐恢复，但仍有第二波疫情反弹的风险。如海外国家和地区新冠疫情无法得到有效控制，将可能导致公司产品销售目标国家或地区经济及消费受到较大影响，公司产品的终端需求将受到影响，进而可能导致发行人客户取消或延迟订单，导致发行人生产经营与财务状况受到重大影响，2020 年度业绩将存在下滑的风险。

（六）毛利率波动或下滑风险

报告期内，公司综合毛利率分别为 25.89%、34.98%、34.99%和 33.43%。公司毛利率水平受行业发展状况、客户结构、产品结构、原材料价格、员工薪酬水平等多种因素的影响。如果上述因素发生不利变化，将导致公司毛利率波动或下降，对公司盈利状况造成不利影响。

（七）存货规模较大的风险

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 6,376.51 万元、5,902.19 万元、6,690.16 万元和 6,046.23 万元，占流动资产的比例分别为 38.06%、27.41%、26.74%和 24.27%。随着公司经营规模的扩大，存货规模可能进一步增长。较大的存货余额可能会影响到公司的资金周转速度和经营活动的现金流量，降低资金运营效率，也会增大存货发生跌价损失的风险，从而影响公司的生产经营及财务状况。

（八）新技术和新产品开发风险

随着消费者消费水平及消费理念的不断提高，不锈钢真空保温器皿在原有保温性能好、安全便携、健康卫生等特点基础上，被逐步赋予了外观时尚、功能丰富、科技智能、节能环保等特色，消费者对不锈钢真空保温器皿的美观度、时尚性和产品质量的要求不断提高；同时行业的竞争对手也在不断提升自身产品设计水平和工艺流程。如果公司不能及时跟进或引领消费者审美品位的转变、产品制造工艺的进步，快速、及时推出满足客户及市场需求的新产品，将对公司的市场竞争地位和盈利能力产生不利影响。

（九）汇率波动风险

报告期内，公司出口收入占主营业务收入的比重分别为 84.00%、83.25%、

85.94%和 86.35%，发生的汇兑损益分别为 386.03 万元、-367.36 万元、69.35 万元和-87.98 万元，因汇率波动导致的公司外汇衍生品交易的相关损益分别为-1,257.83 万元、-265.54 万元、-468.69 万元和-40.76 万元。公司各期汇兑损益占公司利润总额的比例分别为 12.37%、3.93%、0.83%和 5.96%，汇率波动而导致的损益对发行人整体业绩影响较小。公司主要出口地为欧美、日韩等发达国家和地区，主要结算货币为美元。报告期内美元兑人民币的汇率波动较大。若未来美元等结算货币的汇率出现大幅波动，或是公司在执行外汇衍生品合约时未严格执行相关内控制度，可能导致公司的大额损失，从而影响公司的盈利能力。

二、本次发行相关的重要承诺

与本次发行相关的重要承诺，包括股份流通限制、自愿锁定的承诺，公开发行前股东的持股意向及减持意向的承诺，稳定股价的措施和承诺、对欺诈发行上市的股份购回承诺等。具体内容详见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“六、重要承诺”。

三、关于发行后股利分配政策及发行前滚存利润的分配

根据公司 2019 年年度股东大会决议，公司首次公开发行股票前形成的滚存未分配利润由公司公开发行股票并上市后的新老股东按持股比例共享。

关于发行后股利分配政策，详见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“二、股利分配及发行前滚存利润安排”。

四、财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营情况

（一）会计师事务所的审阅意见

公司财务报告审计截止日为 2020 年 3 月 31 日，根据《关于首次公开发行股票并上市公司招股说明书财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况信息披露指引》,天健所对公司 2020 年 9 月 30 日的合并及母公司资产负债表,2020 年 7-9 月和 2020 年 1-9 月的合并及母公司利润表,2020 年 1-9 月的合并及母公司现金流量表，以及财务报表附注进行了审阅，并出具了《审阅报告》（天健审〔2020〕10103 号），发表了如下意见：

“根据我们的审阅，我们没有注意到任何事项使我们相信浙江嘉益公司2020年第3季度财务报表没有按照企业会计准则的规定编制，未能在所有重大方面公允反映浙江嘉益公司合并及母公司的财务状况、经营成果和现金流量。”

（二）发行人的专项说明

公司及其董事、高级管理人员已对公司2020年1-9月期间未经审计的财务报表进行了认真审阅并出具专项声明，保证该等财务报表所载资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担相应的法律责任。

公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人已对公司2020年1-9月期间未经审计的财务报表进行了认真审阅并出具专项声明，保证该等财务报表的真实、准确、完整。

（三）审计截止日后主要财务信息

截至2020年9月30日，公司资产总额为40,908.35万元、负债总额为4,601.02万元、股东权益为36,307.33万元，较2019年末的变动幅度分别为-0.11%、-46.27%、12.09%。2020年1-9月，公司营业收入为22,734.28万元，同比下降18.74%;归属于母公司股东的净利润为4,008.88万元,同比下降9.47%;扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润为3,325.28万元，同比下降26.32%。2020年1-9月，公司经营活动产生的现金流量净额为3,511.55万元，同比下降7.05%。上述财务信息已经天健所审阅，但未经审计。

具体信息参见本招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十六、财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营情况”。

（四）财务报告审计截止日后的主要经营情况

公司财务报告审计截止日至本招说明书签署日，公司经营情况良好，行业产业政策、税收政策、行业市场环境、主要出产品的生产和销售、主要客户和供应商、公司经营模式未发生重大变化。公司审计报告截至日后未新增对未来经营可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项，重大合同条款或实际执行情况未发生重大变化，未发生重大安全事故以及其他可能影响投资者判断的重大事项。

（五）2020 年全年业绩预计情况

结合公司实际经营情况，经初步预测，公司预计 2020 年全年主要经营业绩情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	同比变动比例
营业收入	35,316.49	40,496.11	-12.79%
归属于母公司所有者的净利润	6,328.58	7,190.02	-11.78%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	5,584.51	6,112.33	-8.64%

2020 年 1-9 月，受新冠疫情影响，公司经营业绩较上年同期相比有所下滑。2020 年第四季度，随着国外疫情防控的常态化，以及圣诞节等促销季的到来，客户需求持续复苏且积极备货，公司目前在手订单充足。结合目前在手订单情况，公司预计经营业绩将较去年同期实现增长，公司营业收入和扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润降幅较 2020 年 1-9 月有所收窄。

2020 年度，公司归属于母公司所有者的净利润较 2019 年度同期下滑不大，主要系前期受疫情影响而被限制的消费需求释放以及公司产品结构调整使得高毛利客户和产品占比有所增加所致，公司营业收入和营业毛利四季度恢复至去年同期水平，带动全年经营业绩有所回升，同比下降幅度进一步收窄。

前述 2020 年业绩测算情况仅为公司初步预计数据，未经会计师审计或审阅，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

目 录

声明.....1
本次发行概况.....2
重大事项提示.....3
一、特别风险提示.....3
二、本次发行相关的重要承诺.....6
三、关于发行后股利分配政策及发行前滚存利润的分配.....6
四、财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营情况.....6
目 录.....9
第一节 释 义.....13
一、普通术语.....13
二、专业术语.....15
第二节 概 览.....16
一、发行人及本次发行的中介机构基本情况.....16
二、本次发行概况.....16
三、发行人报告期的主要财务数据和财务指标.....17
四、发行人主营业务经营情况.....18
五、发行人的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况.....20
六、发行人选择的具体上市标准.....21
七、发行人公司治理特殊安排等重要事项.....22
八、募集资金用途.....22
第三节 本次发行概况.....23
一、本次发行的基本情况.....23
二、本次发行的有关当事人.....24
三、发行人与中介机构关系的说明.....26
四、有关本次发行的重要时间安排.....26
第四节 风险因素.....27
一、技术及创新风险.....27

二、经营风险.....27
三、内控风险.....30
四、财务风险.....31
五、本次发行失败的风险.....34
六、募集资金投资项目引致的风险.....34
第五节 发行人基本情况.....35
一、发行人基本情况.....35
二、发行人设立情况.....35
三、发行人报告期内的股本和股东变化情况.....37
四、发行人报告期内的重大资产重组情况.....40
五、发行人在其他证券市场上市或挂牌情况.....54
六、发行人股权关系及组织结构.....54
七、发行人的控股子公司、参股公司、分公司情况.....55
八、发行人的控股股东、实际控制人及持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况.....66
九、发行人股本情况.....71
十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员.....72
十一、股权激励及其他制度安排和执行情况.....81
十二、员工及其社会保障情况.....89
第六节 业务与技术.....94
一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况.....94
二、发行人所处行业的基本情况.....107
三、发行人在行业中的主要竞争情况.....138
四、发行人的销售情况和主要客户.....148
五、发行人的采购情况和主要供应商.....163
六、发行人与业务相关的主要固定资产及无形资产.....194
七、发行人核心技术及研发情况.....207
八、发行人境外经营情况.....218
第七节 公司治理与独立性.....219
一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度及董事会专门

委员会的建立健全及运行情况.....219
二、发行人特别表决权股份情况.....224
三、发行人协议控制架构情况.....224
四、公司内部控制制度情况.....224
五、发行人报告期内违法违规行为情况.....225
六、发行人报告期内资金占用和对外担保的情况.....225
七、发行人在资产、人员、财务、机构、业务等方面的独立性.....225
八、同业竞争.....227
九、关联交易情况.....240
十、关联交易程序、独立董事对关联交易的意见.....256
第八节 财务会计信息与管理层分析 261
一、财务报表.....261
二、审计意见类型、关键审计事项及重要性水平.....266
三、影响发行人业绩的主要因素以及财务或非财务指标.....269
四、财务报表的编制基础及合并财务报表范围及变化情况.....271
五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计.....271
六、分部信息.....297
七、发行人适用的税率及享受的主要财政税收优惠政策.....298
八、经发行人会计师核验的非经常性损益明细表.....300
九、发行人主要财务指标.....301
十、经营成果分析.....303
十一、财务状况分析.....377
十二、偿债能力、流动性及持续经营能力分析.....418
十三、重大投资、资本性支出、重大资产业务重组或股权收购合并事项.426
十四、或有事项、期后事项及其他重要事项.....427
十五、盈利预测报告.....430
十六、财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营情况.....430
第九节 募集资金运用与未来发展规划 435
一、本次发行募集资金运用概述.....435
二、募集资金投资项目的基本情况.....437

三、未来发展战略规划.....452
第十节 投资者保护 455
一、投资者关系的主要安排.....455
二、股利分配及发行前滚存利润安排.....456
三、发行人报告期内的股利分配情况.....458
四、发行人股东投票机制的建立情况.....458
五、特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排.....460
六、重要承诺.....460
第十一节 其他重要事项 477
一、重大合同.....477
二、发行人对外担保情况.....479
三、重大诉讼或仲裁事项.....479
四、发行人控股股东、实际控制人报告期内重大违法行为情况.....480
第十二节 声明 481
一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明.....481
一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明.....482
二、发行人控股股东、实际控制人声明.....483
三、保荐人（主承销商）声明.....484
四、发行人律师声明.....487
五、审计机构声明.....488
六、验资机构声明.....489
七、资产评估机构声明.....490
第十三节 备查文件 491
一、备查文件.....491
二、备查文件查阅地点、时间.....491

第一节 释 义

本招股说明书中，除文义另有所指，下列词语或简称具有如下含义：

一、普通术语

公司、股份公司、本公司、发行人、嘉益股份	指	浙江嘉益保温科技股份有限公司
嘉益有限	指	浙江嘉益保温容器有限公司，系本公司前身
嘉韶云华	指	浙江嘉韶云华投资管理有限公司
嘉金投资	指	武义嘉金投资管理合伙企业（有限合伙）
饮水科技	指	Drink Tech Inc.
镁歌贸易	指	杭州镁歌贸易有限公司
秦歌贸易	指	杭州秦歌贸易有限公司
汉歌贸易	指	杭州汉歌贸易有限公司
镁悦贸易	指	杭州镁悦贸易有限公司
汉悦贸易	指	杭州汉悦贸易有限公司
吻吻鱼	指	杭州吻吻鱼科技有限公司
元众新能源	指	浙江元众新能源有限公司
加哥网络	指	上海加哥网络科技有限公司
武义东达	指	武义东达塑料制品有限公司
中萍模具加工厂	指	金华市婺城区中萍模具加工厂
奔迈国际	指	奔迈（上海）国际贸易有限公司
PMI	指	Pacific Market International, LLC 及下属公司，或品牌名称
Takeya	指	Takeya Chemical Industry Co., LTD.，或品牌名称
ETS	指	ETS Express, INC，或品牌名称
S’well 公司	指	Can’t Live Without it, LLC，或品牌名称
Jordane	指	Jordane Enterprises, LLC，或品牌名称
上海朵麦	指	上海朵麦文化发展有限公司
麦腾国际	指	麦腾国际贸易（上海）有限公司
GCDC	指	GCDC Marketing,Inc，或品牌名称
膳魔师（THERMOS）	指	日本膳魔师株式会社旗下品牌
虎牌（TIGER）	指	日本虎牌热水瓶株式会社旗下品牌
象印（ZOJIRUSHI）	指	日本象印暖瓶株式会社旗下品牌

miGo	指	原系PMI旗下不锈钢真空保温器皿等食品容器品牌，公司2019年通过并购方式取得该品牌亚太地区商标、专利等相关知识产权，该品牌成为公司亚太地区自有品牌
ONE2GO	指	公司旗下不锈钢真空保温器皿等食品容器自有品牌
淘宝	指	阿里巴巴集团下属综合性C2C（Consumer-to-Consumer）网上购物平台（www.taobao.com）
京东、京东商城	指	JD.COM.INC.,系美国上市公司，其拥有综合性B2C网上购物平台京东商城（www.jd.com）
天猫、天猫商城	指	阿里巴巴集团下属综合性B2C（Business-to-Consumer）网上购物平台（www.tmall.com）
唯品会	指	VIPSHOP INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED，系美国上市公司，其用于综合性B2C网上购物平台唯品会（www.vip.com）
哈尔斯	指	浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司
新宝股份	指	广东新宝电器股份有限公司
山东华鹏	指	山东华鹏玻璃股份有限公司
德力股份	指	安徽德力日用玻璃股份有限公司
爱仕达	指	浙江爱仕达电器股份有限公司
苏泊尔	指	浙江苏泊尔股份有限公司
PMC部	指	生产计划管理部
PIE科	指	工艺工程科
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所、交易所	指	深圳证券交易所
发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
国家质检总局	指	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局，2018年政府机构改革后其职能划入国家市场监督管理总局
国家税务总局	指	中华人民共和国国家税务总局
科技部	指	中华人民共和国科学技术部
商务部	指	中华人民共和国商务部
财政部	指	中华人民共和国财政部
生态环境部	指	中华人民共和国生态环境部，原中华人民共和国环境保护部
股东大会	指	浙江嘉益保温科技股份有限公司股东大会
董事会	指	浙江嘉益保温科技股份有限公司董事会
监事会	指	浙江嘉益保温科技股份有限公司监事会
《预案》	指	《浙江嘉益保温科技股份有限公司上市三年内稳定股价的预案》
《公司章程》	指	《浙江嘉益保温科技股份有限公司章程》
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》

《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
保荐人、保荐机构、主承销商、浙商证券	指	浙商证券股份有限公司
发行人律师、金杜所	指	北京市金杜律师事务所
发行人会计师、天健所	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
报告期	指	2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-3 月
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元

二、专业术语

OEM	指	Original Equipment Manufacture，即原始设备制造商，由品牌商提出产品的结构、外观、工艺要求，生产商按要求进行生产，产品由品牌商销售
ODM	指	Original Design Manufacture，即原始设计制造商，生产商自行设计开发产品，由品牌商选择后下订单进行生产，产品由品牌商销售
智能杯	指	在传统杯子的基础上，集成新一代信息技术模块，使杯子具有定位、通讯、检测、人机交互等智能化功能，满足用户多样性、个性化需求的产品
T/T	指	Telegraphic Transfer，简称电汇，为国际贸易一种付款方式。即客户以外汇现金方式结算，客户将款项汇至收款方指定的外汇银行账号内。
Tritan	指	新一代共聚酯材料，通过了美国食品药品管理局 FDA 认证，是欧美地区婴幼儿用品指定材质。不含双酚 A.安全无毒，具有纯净通透、轻巧耐摔、无异味等特性
PP	指	聚丙烯，是一种性能优良的热塑性合成树脂，为无色半透明的热塑性轻质通用塑料
AS	指	苯乙烯-丙烯腈共聚物，是无色透明的热塑性树脂，具有耐高温性、出色的光泽度和耐化学介质性，还有优良的硬度、刚性、尺寸稳定性和较高的承载能力
红点奖	指	工业设计大奖，是世界上知名设计竞赛中最大最有影响的奖项之一
浙江制造	指	由浙江省人民政府推动实施、国内外知名认证机构共同参与的一种品牌认证方式。代表浙江制造业先进性的区域品牌形象标识，是浙江制造业的“标杆”和“领导者”，是高品质高水平的“代名词”
S316L	指	以钼为基础的不锈钢材料，具有更好的抗一般腐蚀及点腐蚀、裂隙腐蚀性
PDM	指	Product Data Management，即产品数据管理，是一门用来管理所有与产品相关信息和所有与产品相关过程的技术

注：本招股说明书中合计数与各单项加总不符均由四舍五入所致。

第二节 概 览

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

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况

（一）发行人基本情况			
中文名称	浙江嘉益保温科技股份有限公司	有限公司成立日期	2004 年 5 月 12 日
英文名称	Zhejiang Cayi Vacuum Container Co., Ltd.	股份公司成立日期	2017 年 11 月 20 日
注册资本	7,500 万元	法定代表人	戚兴华
注册地址	浙江省金华市武义县经济开发区白洋工业区	主要生产经营地址	浙江省金华市武义县经济开发区白洋工业区
控股股东	浙江嘉韶云华投资管理有限公司	实际控制人	戚兴华、陈曙光
行业分类	C33 金属制品业	在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况	无
（二）本次发行的有关中介机构			
保荐人	浙商证券股份有限公司	主承销商	浙商证券股份有限公司
发行人律师	北京市金杜律师事务所	其他承销机构	无
审计机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	坤元资产评估有限公司

二、本次发行概况

（一）本次发行的基本情况			
股票种类	人民币普通股（A 股）		
每股面值	人民币 1.00 元		
发行股数	2,500 万股	占发行后总股本比例	25%
其中：发行新股数量	2,500 万股	占发行后总股本比例	25%
股东公开发售股份数量	-	占发行后总股本比例	-
发行后总股本	10,000 万股		
每股发行价格	【】元/股		
发行市盈率	【】倍		
发行前每股净资产	【】元	发行前每股收益	【】元
发行后每股净资产	【】元	发行后每股收益	【】元
发行市净率	【】倍		

发行方式	本次发行将采取网下向询价对象询价配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式，或中国证监会及深圳证券交易所认可的其他方式
发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所人民币普通股（A 股）证券账户上开通创业板股票交易权限的符合资格的自然人、法人、证券投资基金及符合法律法规规定的其他投资者（法律法规及发行人必须遵守的其他监管要求所禁止购买者除外），中国证监会或深圳证券交易所另有规定的，按照其规定处理
承销方式	余额包销
拟公开发售股份股东名称	不适用
发行费用的分摊原则	不适用
募集资金总额	【】万元
募集资金净额	【】万元
募集资金投资项目	年产 1,000 万只不锈钢真空保温杯生产基地建设项目
	研发检测中心项目
	补充流动资金
发行费用概算	本次发行费用包括：保荐承销费用、审计及验资费用、律师费用、发行手续费用和信息披露及其他费用，发行费用总金额为【】万元（发行费用均为不含税金额）
其中：保荐承销费用	【】万元
审计及验资费用	【】万元
律师费用	【】万元
发行手续费用	【】万元
信息披露及其他费用	【】万元
（二）本次发行上市的重要日期	
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

三、发行人报告期的主要财务数据和财务指标

公司报告期内的财务数据已经天健所审计，主要财务数据及财务指标简要情况如下：

项目	2020 年 3 月 31 日/2020 年 1-3 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年度	2018 年 12 月 31 日/2018 年度	2017 年 12 月 31 日/2017 年度
资产总额（万元）	40,615.91	40,954.61	33,419.51	27,306.63

项目	2020 年 3 月 31 日/ 2020 年 1-3 月	2019 年 12 月 31 日/ 2019 年度	2018 年 12 月 31 日/ 2018 年度	2017 年 12 月 31 日/ 2017 年度
归属于母公司所有者权益（万元）	33,619.15	32,238.75	24,976.61	16,854.19
资产负债率（母公司）（%）	15.68	19.35	25.26	38.28
营业收入（万元）	7,304.62	40,496.11	37,644.88	34,007.16
净利润（万元）	1,338.15	7,132.50	8,122.42	2,582.21
归属于母公司所有者的净利润（万元）	1,360.86	7,190.02	8,122.42	2,582.21
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	1,262.19	6,112.33	7,552.46	4,231.92
基本每股收益（元）	0.18	0.96	1.08	0.34
稀释每股收益（元）	0.18	0.96	1.08	0.34
加权平均净资产收益率（%）	4.13	25.13	38.83	27.40
经营活动产生的现金流量净额（万元）	2,164.99	7,377.29	13,178.96	6,098.83
现金分红（万元）	-	-	-	-
研发投入占营业收入的比例（%）	5.12	4.94	4.82	3.62

四、发行人主营业务经营情况

公司的主营业务为各种不同材质的饮品、食品容器的研发设计、生产与销售，主要产品包括不锈钢真空保温器皿（保温杯、保温瓶、焖烧罐、保温壶、智能杯等）、不锈钢器皿、塑料器皿（PP、AS、Tritan 等材质）、玻璃器皿以及其他新材料的日用饮品、食品容器。

经过多年发展，公司产品已形成不锈钢真空保温器皿和非真空器皿两大系列产品，形成了较为丰富的产品线，涵盖保温杯、保温壶、焖烧罐、保温瓶、汽车杯、塑料杯、玻璃杯等多种类型产品，具备保温性能好、安全便携、节能环保、外观时尚、功能丰富等优势。

公司主要产品如下所示：

<table>
<tr><td colspan="4">不锈钢真空保温器皿</td></tr>
<tr><td>保温杯</td><td>保温瓶</td><td>焖烧罐</td><td>保温壶</td></tr>
<tr><td>  </td><td>  </td><td>  </td><td>  </td></tr>
<tr><td>轻量系列</td><td>智能系列</td><td>降温系列</td><td>抗菌系列</td></tr>
<tr><td>  </td><td>  </td><td>  </td><td>  </td></tr>
<tr><td colspan="4">不锈钢器皿</td></tr>
<tr><td colspan="2">  </td><td colspan="2">  </td></tr>
<tr><td colspan="4">塑料器皿</td></tr>
<tr><td>  </td><td>  </td><td>  </td><td>  </td></tr>
<tr><td colspan="4">玻璃器皿</td></tr>
<tr><td>  </td><td>  </td><td>  </td><td>  </td></tr>
</table>

公司以 OEM、ODM 业务为主，经过多年国际市场的拓展，公司拥有较为稳定的客户群体，主要包括美国 PMI、ETS、S'well 公司、日本 Takeya 等国际知名

不锈钢真空保温器皿品牌商。公司 OEM、ODM 业务实施大客户战略，客户集中度相对较高，主要系公司将有限产能和资源优先配置给优质客户和优质订单，确保客户响应速度、产品质量和服务水平，进而确保公司产品毛利率和盈利能力。

在拓展国际市场业务的基础上，公司通过自主培养和外部收购结合的方式，加大自主品牌的拓展力度，形成覆盖多目标群体、多应用场景的系列产品，进一步巩固和提升公司的整体竞争力。目前，公司拥有 miGo、ONE2GO 等多个自主品牌，在扩大公司产品市场覆盖面的同时产生良好的品牌协同效应，有效提升公司产品的市场影响力，2019 年自有品牌销售金额及占比大幅提升。公司已成为行业内较有影响力的专业不锈钢真空保温器皿制造商。

公司是国家高新技术企业，拥有经验丰富的研发设计和生产管理团队，可满足客户日益提高的产品品质要求，也有利于公司紧跟市场潮流和流行趋势。经过不断地开拓进取和探索创新，公司生产和技术人员对各类产品的工艺参数把握精准，形成了超薄不锈钢焊接圆管合金密封液压成形技术、真空气染印技术、轻量旋薄技术、不锈钢保温杯新型表面处理技术、不锈钢螺纹的精密成型加工技术等诸多不锈钢真空保温器皿的核心制造技术。截至本招股说明书签署日，公司已拥有专利 126 项，其中发明专利 3 项、实用新型专利 58 项、外观设计专利 65 项。同时，公司设立上海创新中心（上海分公司），与国内外优秀设计师交流碰撞，不断提升公司产品的设计感和时尚感。

五、发行人的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

（一）发行人的创新、创造、创意特征

公司是国家高新技术企业，发展多年以来一直致力于不锈钢真空保温器皿及相关产品的创新，其创新特征主要体现在技术创新、产品创新、材料应用创新。

公司始终坚持贴近市场流行趋势和个性化、专业化产品的开发、设计理念，着力提升各主题和功能系列产品的市场影响力，其创造特征主要体现在拥有较强的开发、设计能力。

公司为符合行业消费升级需求，实现从制造到智造的行业升级趋势，在上海设立创新中心，招收专业、前沿的产品设计师，设计了一系列外观时尚新颖、功

能实用性强的保温恒温、智能化产品，其创意特征主要体现在设计时尚感与功能实用性的结合。

（二）发行人科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

公司具有较强的技术创新能力，组建了国内先进的科研实验室，拥有国内前沿的研究和分析检测实验设备，储备了一批经验较为丰富的专业技术人才，形成了一支稳定、高效的管理团队，具有较强的技术开发和成果转化能力。公司主要的科技创新成果包括轻量杯、智能保温杯、降温杯等不锈钢真空保温器皿。

公司的模式创新包括产品研发模式创新和销售模式创新。公司在产品研发过程中，通过对开发模式、评审流程、研发创新工具使用、技术水平、技术手段、技术团队等环节的改进与创新，有效降低了研发成本，缩短了研发周期，研发效率和智能研发水平明显提升，加速公司智能研发进程；同时为更好地适应消费者的需求，扩大公司自主品牌的影响力和市场竞争力，公司充分利用直播平台等新媒体销售渠道，通过互联网创新销售模式为自主品牌提供更多大数据，实现精准营销。

为促进生产型制造向服务型制造转变，加快制造与服务的协同发展，推进生产过程智能化，培育新型生产方式，全面提升企业研发、生产、管理和服务的智能化水平，公司积极推行工厂“机器换人”的自动化生产线技术改造和设备更新，提升生产效率和产品质量，把智能制造作为公司业态创新的主攻方向。

为实现产业融合，加快传统制造业转型升级，公司一方面将智能电脑芯片融入不锈钢保温器皿，研发一系列具有智能娱乐功能的新产品，加快传统制造业与数字经济的深度融合，催生行业发展新模式；另一方面公司积极搭建电子商务销售渠道，通过“互联网+制造业”的产业融合模式大力拓展公司自主品牌的推广，实现精准营销，为企业发展注入新动力，显著提升了企业的品牌影响力和市场竞争力。

六、发行人选择的具体上市标准

根据天健所出具的《审计报告》（天健审[2020]9268 号），公司 2018 年度、2019 年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司的净利润分别为 7,552.46 万元和 6,112.33 万元，累计金额为 13,664.79 万元。因此，公司本次发

行上市申请适用《深圳证券交易所创业板股票上市规则》第 2.1.2 条第（一）项的规定，即最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于 5,000 万元。

七、发行人公司治理特殊安排等重要事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在有关公司治理特殊安排的重要事项。

八、募集资金用途

公司募集资金扣除发行费用后，计划将按轻重缓急顺序投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	实施主体	投资总额	拟用募集资金投入金额
1	年产 1,000 万只不锈钢真空保温杯生产基地建设项目	公司	30,854.70	30,854.70
2	研发检测中心项目	公司	5,876.96	5,876.96
3	补充流动资金	公司	5,000.00	5,000.00
合计			**41,731.66**	**41,731.66**

若公司公开发行新股实际募集资金净额不能满足以上募集资金投资项目的资金需求，则不足部分将由公司通过自筹方式解决。募集资金将根据公司《募集资金使用管理制度》的规定使用。

本次公司公开发行新股募集资金到位前，根据项目进度情况，公司可以自筹资金对募集资金投资项目进行先期投入，待募集资金到位后再以募集资金置换先期投入的自筹资金。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类	人民币普通股（A 股）		
每股面值	人民币 1.00 元		
发行股数	2,500 万股	占发行后总股本比例	25%
其中：发行新股数量	2,500 万股	占发行后总股本比例	25%
股东公开发售股份数量	-	占发行后总股本比例	-
发行后总股本	10,000 万股		
每股发行价格	【】元		
发行人高管、员工拟参与战略配售情况（如有）	【】		
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况（如有）	【】		
发行市盈率	【】倍（按照每股发行价格除以发行后每股收益计算，每股收益按照发行前一会计年度经审计的扣除非经常性损益后孰低的归属于母公司所有者净利润除以本次发行后总股本计算）		
发行前每股净资产	【】元（以发行前一年末经审计的净资产和发行前总股本计算）		
发行后每股净资产	【】元（以发行前一年末经审计的净资产加上募集资金净额和发行后总股本计算）		
发行后每股收益	【】元（按发行前一会计年度经审计、扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司的净利润除以发行后总股本计算）		
发行市净率	【】倍（按照每股发行价格除以发行后每股净资产计算）		
发行方式	本次发行将采取网下向询价对象询价配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式，或中国证监会及深圳证券交易所认可的其他方式		
发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所人民币普通股（A 股）证券账户上开通创业板股票交易权限的符合资格的自然人、法人、证券投资基金及符合法律法规规定的其他投资者（法律法规及发行人必须遵守的其他监管要求所禁止购买者除外），中国证监会或深圳证券交易所另有规定的，按照其规定处理		
承销方式	余额包销		
拟公开发售股份股东名称	无		
发行费用的分摊原则	不适用		
募集资金总额	【】万元		
募集资金净额	【】万元		
募集资金投资项目	年产 1,000 万只不锈钢真空保温杯生产基地建设项目		
	研发检测中心项目		
	补充流动资金		

发行费用概算	本次发行费用包括：保荐承销费用、审计及验资费用、律师费用、发行手续费用和用信息披露及其他费用，发行费用总金额为【】万元（发行费用均为不含税金额）
其中：保荐承销费用	【】万元
审计及验资费用	【】万元
律师费用	【】万元
发行手续费用	【】万元
信息披露及其他费用	【】万元

二、本次发行的有关当事人

（一）发行人

名称	浙江嘉益保温科技股份有限公司
法定代表人	戚兴华
住所	浙江省金华市武义县经济开发区白洋工业区
电话	0579-8907 5611
传真	0579-8795 0708
负责人	金学军
负责人联系电话	0579-8907 5611

（二）保荐机构（主承销商）

名称	浙商证券股份有限公司
法定代表人	吴承根
住所	浙江省杭州市江干区五星路 201 号
电话	0571-8790 2576
传真	0571-8790 1974
保荐代表人	罗军、杨悦阳
项目协办人	谢浩晖
项目组成员	范光华、潘洵、蔡锐、屠珏、孙书利

（三）律师事务所

名称	北京市金杜律师事务所
负责人	王玲
住所	北京市朝阳区东三环中路 1 号环球金融中心办公楼东楼 18 层
电话	010-5878 5588
传真	010-5878 5566

经办律师	叶国俊、陈伟

（四）会计师事务所

名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
负责人	王越豪
住所	浙江省杭州市钱江路 1366 号华润大厦 B 座
电话	0571-8972 2611
传真	0571-8972 2980
经办注册会计师	赵丽、李迎亚、柯宗地

（五）资产评估机构

名称	坤元资产评估有限公司
法定代表人	俞华开
住所	杭州市西溪路 128 号 901 室
电话	0571-8821 6941
传真	0571-8717 8826
经办资产评估师	应丽云、白植亮

（六）股票登记机构

名称	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
住所	深圳市福田区深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 22-28 楼
电话	0755-2189 9999
传真	0755-2189 9000

（七）收款银行

户名	浙商证券股份有限公司
开户行	中国建设银行杭州市庆春支行
账号	33001617835059666666

（八）拟上市的证券交易所

名称	深圳证券交易所
住所	深圳市福田区深南大道 2012 号
电话	0755-8866 8888
传真	0755-8208 8295

三、发行人与中介机构关系的说明

本公司与本次发行有关的保荐机构、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、有关本次发行的重要时间安排

刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

第四节 风险因素

一、技术及创新风险

（一）新技术和新产品开发风险

随着消费者消费水平及消费理念的不断提高，不锈钢真空保温器皿在原有保温性能好、安全便携、健康卫生等特点基础上，被逐步赋予了外观时尚、功能丰富、科技智能、节能环保等特色，消费者对不锈钢真空保温器皿的美观度、时尚性和产品质量的要求不断提高；同时行业的竞争对手也在不断提升自身产品设计水平和工艺流程。如果公司不能及时跟进或引领消费者审美品位的转变、产品制造工艺的进步，快速、及时推出满足客户及市场需求的新产品，将对公司的市场竞争地位和盈利能力产生不利影响。

（二）研发风险

报告期内，公司研发费用支出分别为 1,229.84 万元、1,816.07 万元、2,000.87 万元和 373.84 万元，占营业收入的比例分别为 3.62%、4.82%、4.94%和 5.12%。若公司未来研发投入不足、技术人才储备不足或创新机制不灵活，研发相关知识成果无法得到有效保护或形成产品，公司研发不能及时跟进市场消费者需求变化，将可能导致公司在市场竞争中处于落后地位，进而将对公司市场份额和盈利水平产生不利影响。

二、经营风险

（一）经营业绩波动甚至下降的风险

2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-3 月，公司营业收入分别为 34,007.16 万元、37,644.88 万元、40,496.11 万元和 7,304.62 万元，公司扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 4,231.92 万元、7,552.46 万元、6,112.33 万元和 1,262.19 万元。公司主要收入来源于对海外客户的饮品、食品容器，尤其是不锈钢真空保温器皿的销售。

近年来，人民币兑美元汇率波动较为剧烈，2017 年至今曾先后出现过大幅升值和贬值，从而对发行人的产品定价、销售和结算产生一定影响；报告期内发

行人客户结构和产品结构均发生一定程度变化，产品更新周期短，潮流化特点日趋明显；公司外销产品的主要出口地区为美国，目前中美贸易摩擦存在不确定性，若美国的政治、经济以及对华贸易政策发生重大变化，可能会影响美国对华进口商品的关税税率及人民币汇率，从而对发行人未来的产品销售产生不确定影响，发行人存在出口收入下降的风险。若无法有效应对海外市场需求变化、汇率波动、市场波动及美国政治、经济、贸易政策变化的影响，公司将面临经营业绩增长放缓甚至下降的风险。

（二）委外生产风险

公司生产采取自行生产为主，委托加工为辅的生产模式。出于规模经济等因素考虑，公司将电解、电镀、不锈钢拉管等非核心工序委托外部专业加工厂商代为完成。如果委外加工厂商未能及时保质保量完成加工任务，拖延交货期或出现产品质量问题，将对公司的生产经营造成一定影响。

（三）自有品牌业务拓展风险

公司在继续发展 OEM/ODM 业务的同时，大力拓展“miGo”、“ONE2GO”等自有品牌业务。报告期内，公司自主品牌业务的销售收入分别为 60.45 万元、362.25 万元、2,799.83 万元和 382.75 万元，占主营业务收入的比例分别为 0.18%、0.97%、7.05%和 5.28%。2017 年度-2019 年度增速较快，但占比仍较小。自有品牌的建立和拓展需要公司持续投入相应资源，品牌培育周期较长。未来公司将稳步有序地加大品牌推广、市场调研、研发设计等方面的投入，努力提高消费者对公司自有品牌的认知度和美誉度，扩大自有品牌产品的市场份额，但如果未来公司自有品牌业务的拓展无法达到预计目标，将会对公司经营业绩产生不利影响。

（四）新冠肺炎疫情对公司经营造成不利影响的风险

2020 年 1 月，新型冠状病毒肺炎疫情爆发，目前国内新冠疫情已得到有效控制，在疫情防控不放松的前提下,正在全力复工复产、恢复经济，但美国等海外国家和地区疫情发展尚未得到有效控制。公司于 2020 年 2 月 12 日正式复工，较正常开工时间延迟 12 天，至 2 月底员工基本全部到位，各项生产工作正常推进。截至本招股说明书签署之日，公司的生产经营已恢复正常，境内疫情影响基本消除，公司销售收入受到新冠疫情的影响较为有限，对公司持续经营能力不构

成重大不利影响。公司主要以 OEM/ODM 方式实现销售，境外销售是公司主营业务收入的主要来源，公司主要销售目的地为美国市场，以及韩国、挪威、荷兰、日本、加拿大等欧美及东亚市场。上述境外销售地区均不同程度受到了新冠疫情的影响，其中新冠疫情在美国爆发以来，确诊人数和死亡人数不断攀升，疫情发展趋势尚未缓解，经济复苏难度增大；日本、韩国及欧洲主要国家通过一系列的防控措施，疫情得到了有效控制，经济活动逐渐恢复，但仍有第二波疫情反弹的风险。如海外国家和地区新冠疫情无法得到有效控制，将可能导致公司产品销售目标国家或地区经济及消费受到较大影响，公司产品的终端需求将受到影响，进而可能导致发行人客户取消或延迟订单，导致发行人生产经营与财务状况受到重大影响，2020 年度业绩将存在下滑的风险。

（五）海外贸易政策不利变化的相关风险

公司产品以外销为主，主要客户所在国家和地区贸易政策的不确定性会对公司出口销售产生不利影响。近年来，国际贸易保护主义势头上升，部分国家和地区采取反倾销、反补贴、加征关税等手段加大对当地产业的保护力度。

公司营业收入中外销占比较高，主要外销市场集中于美国。**2018 年以来，中美贸易摩擦不断升级，多项中国出口产品被美国政府加征关税。公司主要产品不锈钢真空保温器皿出口原属于拟在 2019 年 12 月 15 日实施的第二批 3,000 亿美元清单商品，后因美国政府取消原加征计划，公司产品报告期内未被加征关税。但不排除后期中美贸易形势变化，公司产品存在被加征关税的风险。**如果包括美国在内的各国贸易政策持续发生不利变化，导致公司与外销客户的业务合作条件恶化或无法继续维持，将对公司的销售及利润水平产生不利影响。

（六）大客户合作风险

报告期内，公司向前五大客户合计销售金额分别为 32,137.85 万元、34,383.88 万元、33,222.37 万元和 6,095.00 万元，占当期营业收入的比例分别为 94.51%、91.35%、82.05%和 83.44%。公司报告期各期的前五大客户主要为国际知名不锈钢真空保温器皿品牌商。未来，若公司与现有海外大客户的合作关系发生重大不利变化，导致公司无法获取大量 OEM、ODM 订单，将致使公司外销收入增速放缓，对公司收入及利润水平造成不利影响。

（七）市场竞争风险

国际市场不锈钢真空保温器皿产品更新换代速度较快，国内市场随着国内经济的快速发展和居民生活水平的不断提高，消费者对不锈钢真空保温器皿产品的内在品质和外观设计的要求也越来越高。如果未来公司在产品研发设计、定制服务、智慧制造、品牌营销、渠道建设等方面没有及时地进行足够的投入，导致产品不能充分适应国际国内市场的需求，将对公司经营业绩的增长带来不利影响。

（八）进一步拓展线上销售引起的与参股公司之间的业务竞争风险

2018 年度、2019 年度与 2020 年 1-3 月，公司与参股公司吻吻鱼均存在通过电商渠道销售食品、饮品容器的情形。随着公司大力拓展“miGo”、“ONE2GO”等自有品牌业务，未来公司电商渠道销售规模将进一步扩大，公司与参股公司吻吻鱼存在业务竞争的风险，可能导致公司产品竞争力与盈利能力下降。

三、内控风险

（一）实际控制人控制引致的风险

本次发行前，戚兴华、陈曙光夫妇合计控制公司 100%的表决权，系公司实际控制人。按本次发行新股 2,500 万股计算，发行后戚兴华、陈曙光夫妇直接与间接控制公司表决权的比例为 75%，仍为公司共同实际控制人。戚兴华、陈曙光夫妇可以利用其对公司的控制地位，通过选举董事、在股东大会行使表决权等方式对公司管理和决策实施重大影响并控制公司业务，如果控制不当将可能会给公司及中小股东带来一定的风险。

（二）用工管理风险

公司所从事的业务具有劳动密集特点，需要大批一线作业工人。公司生产基地位于浙江省金华市，制造业较为发达，用工需求量较大。报告期内，由于公司的生产具有一定的不均衡，在订单相对集中时所需一线生产工人数量将增加。车间员工流动性相对较高，对公司人员招聘、用工管理等都带来一定难度。因此，公司对生产员工招聘、用工管理的不当可能对公司生产经营造成不利影响。

（三）社会保险费、住房公积金缴纳的风险

公司具有生产员工数量众多且流动性较大的特点。报告期内，公司为员工缴纳社保、住房公积金的人数逐年增加。但截至 2020 年 3 月 31 日，仍有部分员工

放弃缴纳社保、住房公积金。公司可能面临因未足额缴纳社保、住房公积金而受到处罚的风险。

（四）公司规模扩张引发的管理风险

报告期内，公司经营规模不断扩大，在稳步发展 OEM/ODM 业务的同时大力推动自有品牌的建设，对管理人才、研发设计人才和销售人才需求加大。本次公开发行上市后，公司的资产、业务和人员规模将大幅增加，新产品开发、市场开拓、内部管理的压力将明显加大，对公司经营管理层的综合能力也提出了更高要求。如果公司在经营管理能力、组织管理体系和人才引进机制等方面不能满足业务规模扩张的需求，将会削弱公司的市场竞争力。

四、财务风险

（一）毛利率波动或下滑风险

报告期内，公司综合毛利率分别为 25.89%、34.98%、34.99%和 33.43%。公司毛利率水平受行业发展状况、客户结构、产品结构、原材料价格、员工薪酬水平等多种因素的影响。如果上述因素发生不利变化，将导致公司毛利率波动或下降，对公司盈利状况造成不利影响。

（二）原材料价格波动风险

公司原材料主要是不锈钢、塑料粒子、五金零配件、橡胶零配件等，报告期内，受上游原材料价格波动及供需关系影响，公司主要原材料的价格也出现不同程度的波动，其中不锈钢卷料及不锈钢管 2018 年的采购均价相比 2017 年下降 3.02%，2019 年的采购均价相比 2018 年上涨 13.46%，2020 年 1-3 月的采购均价相比 2019 年度下降 4.0%；塑料粒子 2018 年的采购均价相比 2017 年上涨 32.57%，2019 年的采购均价相比 2018 年下降 17.84%，2020 年 1-3 月的采购均价相比 2019 年度上涨 4.23%。

由于不锈钢、塑料粒子均有公开、实时的市场报价，若其价格大幅下跌或形成明显的下跌趋势，虽可降低公司的生产成本，但下游客户可能由此采用较保守的采购或付款策略，或要求公司降低产品价格，这将影响到公司的产品销售和货款回收，从而增加公司的财务风险。相反，在原材料价格上涨的情况下，若公司无法及时将成本上涨传导至下游客户，将导致公司毛利率下降。

（三）应收账款回收风险

报告期内，公司应收账款账面价值较高，报告期各期末，应收账款账面价值分别为 4,038.73 万元、4,199.89 万元、4,933.41 万元和 3,787.99 万元，分别占当期营业收入的 11.88%、11.16%、12.18%和 53.54%。随着公司业务规模的进一步扩大，应收账款规模可能还将相应扩大，如果发生大额应收账款未能及时收回的情况，将会给公司带来不利影响。

（四）存货规模较大的风险

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 6,376.51 万元、5,902.19 万元、6,690.16 万元和 6,046.23 万元，占流动资产的比例分别为 38.06%、27.41%、26.74%和 24.27%。随着公司经营规模的扩大，存货规模可能进一步增长。较大的存货余额可能会影响到公司的资金周转速度和经营活动的现金流量，降低资金运营效率，也会增大存货发生跌价损失的风险，从而影响公司的生产经营及财务状况。

（五）现金交易风险

报告期内，公司存在少量现金收款。公司部分客户为废料回收商，基于其经营特点与付款习惯，存在以现金结算的情况。此外，2019 年以前公司未建立公司微信及支付宝等快捷收款方式，少量线下零售个人客户在购买公司产品时，以现金快速结账。报告期内公司现金收款结算方式占收入的比例分别为 0.09%、0.17%、0.21%与 0.08%，占比较低。

报告期内，公司存在少量现金支出。支出内容包括现金采购、员工报销、工资发放。公司的少量原料及辅料主要由采购人员前往当地五金配件市场进行采购，当地五金配件市场中大多为个人供应商，以现金方式支付的比例较高。在报告期初，因为公司员工流动性较高，电子支付尚未普及，且公司距离武义县城较远，公司通过现金发放员工工资。报告期内公司现金支出占当期营业成本及期间费用合计的比例分别为 4.53%、0.14%、0.11%与 0.14%，报告期内整体呈下降趋势，且占比较低。

截至报告期末，公司已制定相关现金交易的内控制度，虽然现金交易规模较小，但如果未来公司相关资金管理内控制度不能严格有效执行，因现金交易相对银行转账安全性较差，存在现金保管不善，造成资金损失的风险。

（六）税收优惠政策变动风险

公司系高新技术企业，报告期内，公司减按 15%的税率征收企业所得税。未来若公司无法持续取得高新技术企业认定，或者国家调整高新技术企业税收优惠政策，将可能对公司未来经营状况和净利润水平产生一定影响。

（七）出口退税政策发生变化导致利润波动风险

公司外销收入占比较高，公司主要执行“免、抵、退”的增值税退税政策。报告期内，国家数次调整出口退税政策：2017 年 1 月至 2018 年 10 月，公司外销产品增值税退税率为 16%、13%、9%；2018 年 11 月至 2019 年 3 月，公司外销产品增值税退税率为 16%、13%；自 2019 年 4 月起，公司外销产品增值税退税率为 13%。出口退税是国际上较为通行的政策，对于提升本国企业在国际市场上的竞争力、促进出口贸易有重要作用。2017 年度、2018 年度和 2019 年度，公司当期收到的退税金额分别为 1,892.94 万元、864.27 万元及 1,282.01 万元。如果未来国家下调公司产品出口退税率，将会增加公司成本导致毛利率下降。因此公司存在因出口退税率下降而影响经营业绩的风险。

（八）汇率波动风险

报告期内，公司出口收入占主营业务收入的比重分别为 84.00%、83.25%、85.94%和 86.35%，发生的汇兑损益分别为 386.03 万元、-367.36 万元、69.35 万元和-87.98 万元，因汇率波动导致的公司外汇衍生品交易的相关损益分别为-1,257.83 万元、-265.54 万元、-468.69 万元和-40.76 万元。公司主要出口地为欧美、日韩等发达国家和地区，主要结算货币为美元。**公司各期汇兑损益占公司利润总额的比例分别为 12.37%、3.93%、0.83%和 5.96%，汇率波动而导致的损益对发行人整体业绩影响较小。**报告期内美元兑人民币的汇率波动较大。若未来美元等结算货币的汇率出现大幅波动，或是公司在执行外汇衍生品合约时未严格执行相关内控制度，可能导致公司的大额损失，从而影响公司的盈利能力。

（九）本次公开发行摊薄即期回报的风险

本次发行完成后，随着募集资金的到位，公司总股本将有所增加，由于募集资金投资项目存在一定的建设期，在项目全部建成后才能逐步达到预期的收益水平，因此公司净利润较难立即实现同步增长，故短期内存在每股收益被摊薄的风

险。

五、本次发行失败的风险

公司本次发行受到市场环境、投资者偏好、价值判断、市场供需等多方面因素的影响。根据《证券发行与承销管理办法》，若公司不满足其在招股说明书中明确选择的上市标准，或发行人投资价值无法获得投资者的认可，导致发行认购不足，则发行人可能存在发行失败的风险。

六、募集资金投资项目引致的风险

（一）募投项目产能消化带来的风险

本次募集资金投资项目之一为“年产 1,000 万只不锈钢真空保温杯生产基地建设项目”。公司对本次发行募集资金投资项目的可行性研究是在目前客户需求、市场环境和公司技术能力等基础上进行的，在项目实施过程中，可能存在因实施进度、投资成本发生变化等引致的风险；同时，竞争对手的发展、人工成本的变动、市场容量、国际贸易政策的变化、宏观经济形势的变动等因素也会对项目的投资回报及可行性产生影响。若上述因素发生重大不利变化，则公司有可能无法按原计划顺利实施该等募集资金投资项目，或该等项目的新增产能无法有效消化。

（二）发行后净资产收益率下降的风险

报告期内，公司扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率分别为 44.90%、36.11%、21.37%和 3.83%。本次发行后，公司净资产规模增加，各类支出可能将迅速增加，会导致折旧或摊销费用上升，而投资项目的收益存在滞后性，因此公司净资产收益率短期内将有一定程度下降。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

公司名称	浙江嘉益保温科技股份有限公司
英文名称	Zhejiang Cayi Vacuum Container Co., Ltd.
注册资本	7,500 万元
法定代表人	戚兴华
有限公司成立日期	2004 年 5 月 12 日
股份公司成立日期	2017 年 11 月 20 日
公司住所	浙江省金华市武义县经济开发区白洋工业区
邮政编码	321200
联系电话	0579-8907 5611
传真	0579-8795 0708
电子邮箱	cayi@cayigroup.com
公司网址	http://www.cayigroup.com
负责信息披露和投资者关系的部门	证券事务部
信息披露负责人	金学军
信息披露负责人电话	0579-8907 5611

二、发行人设立情况

（一）嘉益有限的设立情况

嘉益股份前身为嘉益有限。嘉益有限设立于 2004 年 5 月 12 日，设立时公司名称为“浙江嘉益日用制品有限公司”，由戚兴华与陈曙光共同出资设立，其中，戚兴华以货币资金出资 208 万元，出资比例为 52%；陈曙光以货币资金出资 192 万元，出资比例为 48%。戚兴华与陈曙光为夫妻关系。

金华金正大联合会计师事务所出具《验资报告》（金正大会验字[2004]第 093 号），经审验，公司已收到戚兴华、陈曙光的出资金额 400 万元。

2004 年 5 月 12 日，嘉益有限领取了 3307232002562 号《企业法人营业执照》。

嘉益有限设立时股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（万元）	出资比例（%）
1	戚兴华	208.00	52.00
2	陈曙光	192.00	48.00
	合计	**400.00**	**100.00**

（二）股份有限公司的设立方式

2017 年 7 月 30 日，经嘉益有限股东会审议通过，决定以 2017 年 7 月 31 日为审计及评估基准日，以公司经审计净资产折股整体变更设立为股份有限公司。

2017 年 9 月 22 日，天健所出具《审计报告》（天健审[2017]8257 号），确认截至 2017 年 7 月 31 日嘉益有限账面净资产值为 125,278,474.75 元。

2017 年 9 月 22 日，坤元资产评估有限公司出具了《资产评估报告》（坤元评报[2017]600 号），确认截至 2017 年 7 月 31 日，嘉益有限评估净资产值为 164,786,903.50 元。

2017 年 10 月 9 日，经嘉益有限股东会审议通过，将根据天健所出具的《审计报告》（天健审[2017]8257 号），发起人以嘉益有限截至 2017 年 7 月 31 日经审计的净资产 125,278,474.75 元为折股基数，按照 1:0.5238 的比例折为 65,625,000 股，每股面值 1 元，作为变更后的股份有限公司的注册资本，剩余 59,653,474.75 元计入资本公积。

天健所对本次变更设立的注册资本情况进行了审验，于 2017 年 11 月 6 日出具了《验资报告》（天健验[2017]443 号）。根据该验资报告，截至 2017 年 10 月 26 日，嘉益股份已收到全体发起人所拥有的截至 2017 年 7 月 31 日嘉益有限经审计的净资产 125,278,474.75 元，并已按照公司折股方案折合实收资本 65,625,000 元，资本公积 59,653,474.75 元。

2017 年 11 月 8 日，嘉益股份召开创立大会，全体发起人出席并一致审议通过了《关于浙江嘉益保温科技股份有限公司筹办情况的报告的议案》、《关于制定<浙江嘉益保温科技股份有限公司章程>的议案》等议案，并选举产生嘉益股份第一届董事会、监事会成员。

2017 年 11 月 20 日，嘉益股份取得了金华市市场监督管理局核发的统一社会信用代码为 91330723762512117A 的《营业执照》，公司名称变更为“浙江嘉

益保温科技股份有限公司”。

嘉益股份设立后的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	嘉韶云华	49,218,750	75.00
2	戚兴华	8,531,250	13.00
3	陈曙光	7,875,000	12.00
	合计	**65,625,000**	**100.00**

三、发行人报告期内的股本和股东变化情况

（一）报告期期初发行人股权结构情况

报告期期初，发行人前身嘉益有限注册资本 1,000 万元，其中，戚兴华出资 520 万元，占比 52%，陈曙光出资 480 万元，占比 48%，嘉益有限股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（万元）	出资比例（%）
1	戚兴华	520.00	52.00
2	陈曙光	480.00	48.00
	合计	**1,000.00**	**100.00**

（二）2017 年 5 月增资

2017 年 5 月 10 日，嘉韶云华与戚兴华、陈曙光签订《协议》，约定由嘉韶云华以货币方式对嘉益有限增资。同日，经嘉益有限 2017 年第一次股东会审议通过，同意增加嘉韶云华为公司新股东，本次增资 3,000 万元由新股东嘉韶云华出资。

2017 年 7 月 30 日，天健会计师事务所（特殊普通合伙）出具《验资报告》（天健验[2017]第 386 号），经审验，截至 2017 年 5 月 12 日，公司已收到嘉韶云华缴纳的新增注册资本（实收资本）3,000 万元。

2017 年 5 月 17 日，嘉益有限取得了武义县市场监督管理局核发的《营业执照》，公司注册资本变更为 4,000 万元。

本次增资后，嘉益有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（万元）	出资比例（%）
1	嘉韶云华	3,000.00	75.00

序号	股东名称	出资金额（万元）	出资比例（%）
2	戚兴华	520.00	13.00
3	陈曙光	480.00	12.00
	合计	**4,000.00**	**100.00**

（三）2017 年 7 月增资

2017 年 7 月 20 日，嘉益有限 2017 年第二次股东会作出决议，同意公司注册资本由 4,000 万元变更为 6,562.50 万元，由原股东同比例增资，本次增资后公司股权结构为：嘉韶云华以货币出资 4,921.8750 万元，戚兴华以货币出资 853.1250 万元，陈曙光以货币出资 787.50 万元。

2017 年 7 月 30 日，天健所出具《验资报告》（天健验[2017]第 387 号），经审验，截至 2017 年 7 月 20 日，公司已收到嘉韶云华、戚兴华、陈曙光缴纳的新增注册资本（实收资本）合计 2,562.50 万元。

2017 年 7 月 24 日，嘉益有限取得了武义县市场监督管理局核发的《营业执照》，公司注册资本变更为 6,562.50 万元。

本次增资完成后，嘉益有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（万元）	出资比例（%）
1	嘉韶云华	4,921.88	75.00
2	戚兴华	853.13	13.00
3	陈曙光	787.50	12.00
	合计	**6,562.50**	**100.00**

（四）2017 年 11 月整体变更为股份有限公司

2017 年 7 月 30 日，经嘉益有限股东会审议通过，决定以 2017 年 7 月 31 日为审计及评估基准日，以公司经审计净资产折股整体变更设立为股份有限公司。2017 年 10 月 9 日，经嘉益有限股东会审议通过，根据天健所出具的《审计报告》（天健审[2017]8257 号），发起人以嘉益有限截至 2017 年 7 月 31 日经审计的公司净资产 125,278,474.75 元为折股基数，按照 1：0.5238 的比例折为 65,625,000 股，每股面值 1 元，作为变更后的股份有限公司的注册资本，剩余 59,653,474.75 元计入资本公积。

天健所对本次变更设立的注册资本情况进行了审验，于 2017 年 11 月 6 日出

具了《验资报告》（天健验[2017]443 号）。根据该验资报告，截至 2017 年 10 月 26 日，嘉益股份已收到全体出资者所拥有的截至 2017 年 7 月 31 日嘉益有限经审计的净资产 125,278,474.75 元，并已按照公司折股方案折合实收资本 65,625,000 元，资本公积 59,653,474.75 元。

2017 年 11 月 8 日，嘉益股份召开创立大会，全体发起人出席并一致审议通过了《关于浙江嘉益保温科技股份有限公司筹办情况的报告的议案》、《关于制定<浙江嘉益保温科技股份有限公司章程>的议案》等议案，并选举产生嘉益股份第一届董事会、监事会成员。

2017 年 11 月 20 日，嘉益股份取得了金华市市场监督管理局核发的统一社会信用代码为 91330723762512117A 的《营业执照》，公司名称变更为“浙江嘉益保温科技股份有限公司”。

嘉益股份设立后的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	嘉韶云华	49,218,750	75.00
2	戚兴华	8,531,250	13.00
3	陈曙光	7,875,000	12.00
	合计	**65,625,000**	**100.00**

（五）2017 年 12 月增资

2017 年 12 月 8 日，嘉益股份召开股东大会并作出决议，同意公司注册资本增加 937.50 万元，增资后注册资本 7,500 万元。本次增资的价格为 2.6667 元/股，由武义嘉金投资管理合伙企业（有限合伙）以现金全额认购，认缴出资额为 2,500 万元，认缴出资额超过注册资本的部分计入嘉益股份的资本公积。

2017 年 12 月 22 日，天健所出具《验资报告》（天健验[2017]554 号），经审验，截至 2017 年 12 月 18 日，公司已收到嘉金投资缴纳的新增注册资本（实收资本）937.50 万元，计入资本公积 1,562.50 万元，合计出资 2,500 万元。

2017 年 12 月 21 日，嘉益股份取得了金华市市场监督管理局核发的《营业执照》，公司注册资本变更为 7,500 万元。

本次增资完成后，嘉益股份的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	嘉韶云华	49,218,750	65.63
2	嘉金投资	9,375,000	12.50
3	戚兴华	8,531,250	11.38
4	陈曙光	7,875,000	10.50
	合计	**75,000,000**	**100.00**

四、发行人报告期内的重大资产重组情况

报告期内，发行人不存在重大资产重组情况。

2019 年，发行人向 PMI、奔迈国际收购 miGo 品牌相关资产、负债，具体情况如下：

（一）交易前 miGo 品牌的基本情况及 PMI、奔迈国际转让该品牌的背景原因及商业合理性

1、miGo 品牌在奔迈国际和 PMI 产品中的定位、主要客户、市场占有率和年销售额、利润贡献及毛利率水平

miGo 品牌原为 PMI 在中国市场的主打品牌，商标注册在美国、中国和其他亚太地区，品牌定位于都市中高端人群，追求风格独特性，产品主要在中国大陆地区销售，交易前在中国市场占有率较低，主要客户为大型商超、经销商及线上销售渠道。

发行人收购 miGo 品牌前，根据奔迈国际统计，2016-2018 年该品牌销售额分别为人民币 9,082.58 万元、6,774.07 万元和 5,949.54 万元，利润贡献金额分别为 980 万元、280 万元和 22.80 万元，平均毛利率约为 24%。

2、奔迈国际和 PMI 向发行人转让该品牌的背景原因和商业合理性

PMI 成立于 1983 年，为全球知名的杯壶类产品品牌商，拥有 STANLEY、aladdin 等知名品牌并在全球销售。PMI 为美国著名咖啡连锁企业星巴克（Starbucks）的长期合作伙伴，自 2020 年开始拥有星巴克北美门店杯壶产品的开发管理的 7 年经营权，在亚洲和太平洋地区是星巴克主要杯壶类产品的供应商。2018 年底，PMI 进行内部业务调整，决定专注于星巴克业务以及 STANLEY、aladdin 两大自有品牌，计划收缩并对外处置 miGo 品牌相关业务。

公司自 2012 年开始与 PMI、奔迈国际合作，作为主要供应商之一为奔迈国际生产 miGo 品牌的悦享系列等不锈钢真空保温器皿、玻璃器皿和塑料器皿产品。经过多年合作，公司对 miGo 产品在国内市场的品牌文化、销售规模及市场需求变化有较为深入的了解。为抓住国内市场快速发展机遇，充分利用公司的研发设计、生产制造、质量控制等优势，公司拟大力拓展自有品牌业务，以增强持续盈利水平及抗风险能力。自有品牌的创立及发展需要长期的投入和培育，公司需要一个相对成熟、有知名度的品牌来快速做大国内市场份额。因此，2019 年初 PMI 向其主要供应商发出出售 miGo 品牌意向时，公司立即与 PMI 进行沟通并表示了购买意向，开展尽职调查和评估工作。PMI 及奔迈国际对尽职调查及评估工作予以支持和配合，双方共同推进本次收购的顺利进行。

综上，本次交易符合双方发展战略的需求，具有商业合理性。

（二）资产重组协议的主要条款

2019 年 4 月 3 日，PMI 与公司签署《资产收购协议》；奔迈国际与镁歌贸易、公司签署《资产收购协议》，协议主要条款如下：

序号	项目	条款内容
1	交易标的	PMI 向发行人出售 miGo 品牌以及与该品牌相关的无形资产；奔迈国际向发行人和镁歌贸易出售 miGo 品牌及相关业务在中国境内的特定资产和债务，包括但不限于专利、商标、社交帐号、电商平台上的账号、与业务相关的商誉、客户和供应商名单、库存货物、模具、客户订单、应收账款及应付账款。卖方对资产享有合法、良好、有效且可转让的所有权，该资产应不涉及任何担保权益，并且对向买方转让的资产享有合法、良好和可转让的所有权，该资产应不涉及任何担保权益。
2	转让知识产权范围	卖方将向买方转让在亚洲和太平洋地区（不包括新西兰和澳大利亚）与 MIGO 相关的所有现存有效的知识产权。
3	定价依据及购买价格	根据资产净值、无形资产价值和未来现金流量等综合估值，PMI 向发行人出售的资产价格为美元 US$400,000；奔迈国际向发行人和镁歌贸易出售的资产价格为人民币 RMB22,533,105。
4	付款时间	发行人应尽快且不得超过《资产收购协议》签署后三十（30）个工作日内向 PMI 支付购买价格；《资产收购协议》签署后且在 2019 年 4 月 12 日之前，镁歌贸易向奔迈国际支付购买价格的百分之一百（100%）。
5	税费承担	购买价格未包含交易在中国境内可能需要缴纳的全部增值税和代扣代缴的所得税。除交易在中国境内涉及的全部增值税和代扣代缴所得税由买方承担外，其他因交易产生或与之有关的任何税费均应由买方和卖方根据相关国家地区的适用法律各自承担。

序号	项目	条款内容
6	知识产权转让过程中对买方的授权	如本协议所列的任一知识产权未能完成转让，买方未能根据中国法律规定被登记为该等知识产权的合法所有人的，在此期间，买方有权要求卖方就该项商标授予买方一项独占的、永久的、不可撤销的许可（如该等知识产权属于商标）；就该项专利授予买方一项排他的、永久的、不可撤销的许可（如该等知识产权属于专利），直至买方登记为该等知识产权的合法所有人。

（三）此次收购采用的评估方法、关键假设参数及依据、对应各项资产的评估增值情况

根据《资产收购协议》，此次收购在确认各项资产的具体对价时，应收账款、应付账款、存货、其他应收款等分别依据账面价值协商定价，无形资产部分则依据坤元所出具的坤元评报〔2019〕250 号《浙江嘉益保温科技股份有限公司拟收购的无形资产组合价值评估项目资产评估报告》（以下简称“《miGo 评估报告》”）的评估价值定价。经评估，miGo 品牌无形资产组合的评估价值为 9,144,500 元。评估方法、关键假设参数及依据情况如下：

1、评估方法

根据评估对象、价值类型、资料收集情况等相关条件，本次采用收益法进行评估。

收益法是指通过估算待估无形资产在未来的预期正常收益，选用适当的折现率将其折成现值后累加，以此估算待估无形资产评估价值的方法。计算公式为：

$$V=\sum_{i=1}^{n}\frac{A_i}{(1+r)^i}$$

式中 V：待估无形资产价值

Ai：第 i 年无形资产纯收益

r：折现率

n：收益年限

根据本次评估目的、评估对象的具体情况，评估专业人员选用收入分成法来确定无形资产贡献进而确定评估对象的评估价值。收入分成法系基于无形资产对利润的贡献率，以收入为基数采用适当的分成比率确定被评估资产的未来预期收益的方法。本次评估通过对无形资产的经济性能进行分析，结合该无形

资产的法定年限和其他因素，确定收益年限；采用风险累加法进行分析确定折现率。

2、关键假设、参数和依据

本次评估的计算及分析过程如下：

评估人员查阅了相关的商标注册证、专利证书及续展证明等，了解了上述无形资产目前使用情况，未发现与企业申报不符的情况。

评估人员通过对企业的调查、对企业管理人员的访谈，并经过评估人员的分析，认为待估无形资产的收益主要是在企业的部分产品的收益中得到体现的。由于待估无形资产是共同发挥效用的，因此决定对待估无形资产作为一个无形资产组合一并进行评估。经分析判断，待估商标对保护企业产品使其可取得超额利润方面有较强的作用，而待估专利均为外观设计专利，和企业收益能力的关联性较弱，因此此次评估主要以商标为主对无形资产组合在相关产品的收益进行评估测算，同时兼顾考虑其余专利的效用。

本次评估涉及的无形资产权属归奔迈贸易公司和 PMI 公司所有。由于奔迈贸易公司为 PMI 公司的在华全资子公司，且 PMI 公司主体并未在中国大陆展开与待估无形资产相关产品的经营活动，待估无形资产的收益均体现在奔迈贸易公司中，因此本次不单独将待估无形资产进行分割，而一并在最终的评估值中体现。

本次分析及计算过程如下：

（1）收益年限的确定

本次评估收益期的预测综合商标保护年限和公司经营期限两方面的因素来确定商标的收益期。由于公司的产品为日常生活必需产品，可以认定公司销售产品的周期为永续期；同时基于商标到期可以续展，综合上述两方面的因素，分析确定公司商标的收益期按永续期确定。

（2）收入的确定

本次评估分析了近年宏观政策、行业状况、市场竞争态势、市场份额的变化、产品销售状况，并实地考察了产权持有人的基本情况、生产规模、布局、生产能力、在手订单，了解了产权持有人对于无形资产及对应服务与产品的相关规划、技术开发水平、优劣势、营销模式、保护措施，并结合产品及服务生

命周期、产品知名度、品牌竞争能力分析等，预测未来各类产品销售收入。

（3）分成率确定

通过行业收入净利润率及利润分成率测算无形资产的收入分成率，计算公式为：

收入分成率＝销售净利率×利润分成率

①销售净利率的确定

通过分析相关行业上市公司财务数据，并结合待估无形资产实际情况，分析后确定销售净利率为 7.00%。

②利润分成率的确定

利润分成率是将资产组合中无形资产对利润的贡献分割出来。本次评估利润分成率通过综合评价法确定，主要是通过对分成率的取得有影响的各个因素，即行业特征、商标认可程度、行业利润分析、行业中地位、法律保护状况等诸多因素进行评测，确定各因素对分成率取值的影响度，最终确定利润分成率。具体如下表：

经济指标	指标权重	指标评价	评分	得分
行业特征	30%	行业技术水平一般，属劳动、资金密集型，行业中商标品牌影响较大	80	24.00
商标认可程度	20%	在行业内品牌认知度较好	70	14.00
行业利润分析	15%	行业利润率一般	60	9.00
行业中地位	15%	该品牌在国内同行业品牌中处于中等位置，具有一定知名度	70	10.50
法律保护状况	20%	均申请了商标注册证并按期续展，保护程度较好	80	16.00
打分合计				**73.50**

根据一般国际惯例，分成率的上限一般取 30%，故取利润分成率为：

利润分成率＝73.50/100×30%

＝22%（取整）

③销售收入分成率的确定

销售收入分成率按行业销售净利率与利润分成率的乘积确定。公式为：

收入分成率＝行业销售净利率×利润分成率

＝7.00%×22%

＝1.54%

④其他调整

上述收入分成率为商标对应分成率，兼顾考虑其余专利的效用，通过层次分析法（AHP 法）计算待估专利的分成率为 0.71%，同时由于委估专利均为外观设计，随着日新月异的大众审美及层出不穷的外观设计，其对应的超额收益将逐渐减少，本次评估对专利分成率考虑每年一定程度的递减。

综上，未来各年收入分成率如下：

项目	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年及以后
收入分成率	2.25%	2.04%	1.82%	1.61%	1.54%	1.54%

（4）分成收益的确定

分成收益＝营业收入×收入分成率

（5）折现率的确定

折现率是将未来收益折算为现值的比率，根据本次评估特点和收集资料的情况，本次评估采用风险累加法确定折现率。计算公式为：

折现率＝无风险报酬率＋风险报酬率

①无风险报酬率的确定

本次评估用评估基准日中长期国债的到期收益率作为无风险报酬率。

无风险报酬率取值为 3.97%。

②风险报酬率的确定

风险报酬率的确定主要运用综合评价法，即由市场风险、财务风险、管理风险、政策风险等风险因素之和确定。根据对评估对象的分析及目前评估惯例，各个风险系数的取值范围在 0%-5%之间，总风险系数在 0%-20%之间，具体分析如下（各栏数值满分均为 100）：

风险	权重	考虑因素	数值	得分	说明	风险系数
市场风险	0.3	市场容量风险(A)	30	9.00	市场容量较大，且处于增长期	3.625
	0.5	市场现有竞争风险(B)	95	47.50	目前该行业内同规模的竞争企业较多，竞争风险较大	
	0.2	市场潜在竞争风险(C)	80	16.00	行业的准入门槛一般，存在一定潜在竞争风险	

风险	权重	考虑因素	数值	得分	说明	风险系数
财务风险	0.4	融资风险(C)	50	20.00	企业资产负债率较低	2.800
	0.3	投资风险	70	21.00	对应产品业务投资风险较高	
	0.3	流动性风险(D)	50	15.00	现金流压力一般	
管理风险	0.5	营销网络维护风险(E)	95	47.50	公司主要线下经销商，直营大卖场市场萎缩，需开拓电商市场，维护风险高	3.625
	0.3	存货管理风险(F)	50	15.00	公司存货管理体系一般，管理风险一般	
	0.2	内部物流管理风险(G)	50	10.00	内部物流管理一般，管理风险一般	
政策风险	0.5	宏观政策导向风险(H)	50	25.00	属于传统行业，政策导向较为稳定	2.000
	0.5	环保政策风险(I)	30	15.00	公司产品的生产过程中的污染较小	
合计						**12.05**

得出风险报酬率为 12.05%。

则折现率＝无风险报酬率＋风险报酬率

＝3.97%＋12.05%

＝16.02%

（6）无形资产组合评估值的确定

在上述评估假设基础上，本次评估标的的无形资产组合的评估价值为 9,144,500.00 元。

3、对应各项资产的评估增值情况

奔迈国际和 PMI 公司未提供无形资产组的账面价值。

（四）各项资产的实际转让交付情况、产权变更登记情况

镁歌贸易已于 2019 年 4 月向奔迈国际付款 22,533,105 元，嘉益股份已分别于 2019 年 5 月和 7 月付款 400,000 美元（约合人民币 2,693,760 元）和人民币 317,265.06 元，交易款项已结清。

截至本招股说明书签署日，公司和镁歌贸易根据《资产收购协议》收购的 miGo 品牌各项相关资产的实际转让交付情况和产权变更登记情况如下：

1、专利变更登记情况

根据《资产收购协议》，奔迈国际应向镁歌贸易转让 29 项专利，实际办理变更登记过程中，7 项专利因未及时缴纳专利年费而失效，因此未完成变更登记，剩余 22 项专利已变更登记至镁歌贸易名下。

根据国家知识产权局出具的《手续合格通知书》，《资产收购协议》约定的以下专利的专利权人已经变更为镁歌贸易：

序号	专利名称	专利号	专利类型
1	杯子套件	201730480060.2	外观设计
2	水杯	201730280461.3	外观设计
3	杯子	201730411684.9	外观设计
4	杯子	201730113032.7	外观设计
5	杯子	201630514905.0	外观设计
6	杯子	201630155138.9	外观设计
7	杯子	201630133495.5	外观设计
8	水杯（具有固体盛放功能）	201530343564.0	外观设计
9	水杯（具有固体盛放功能）	201530344104.X	外观设计
10	储物罐	201530191462.1	外观设计
11	食品容器	201430447831.4	外观设计
12	食物容器（随行 1）	201430261057.8	外观设计
13	水瓶	201430260962.1	外观设计
14	旅行壶	201430065030.1	外观设计
15	儿童旅行壶	201430064561.9	外观设计
16	保温水杯	201330642550.X	外观设计
17	保温水瓶	201330642554.8	外观设计
18	水杯（随行）	201330642809.0	外观设计
19	儿童水瓶	201330642552.9	外观设计
20	瓶塞	201330642551.4	外观设计
21	水瓶	201330541234.3	外观设计
22	密封圈	201330349116.2	外观设计

2020 年 3 月，奔迈国际发现另有 15 项 miGo 品牌相关专利未在《资产收购协议》中约定并及时转让给镁歌贸易，鉴于本次交易的“一揽子交易”性质，奔迈国际立即通知嘉益股份和镁歌贸易，将该 15 项专利以零对价转让给镁歌贸

易，该 15 项专利已于 2020 年 6 月完成过户，具体情况如下：

序号	专利名称	专利号	专利类型
1	一种杯盖及杯子	201720363438.5	实用新型
2	一种杯盖及水杯	201620907740.8	实用新型
3	一种液体容器的盖体及液体容器	201520690959.2	实用新型
4	一种储藏容器及其组成部件	201520403883.0	实用新型
5	一种储物盒及其盒体、盒盖和锁扣	201510243217.X	发明专利
6	带储藏盒的水瓶	201420492436.2	实用新型
7	具有隐藏式拎绳的瓶盖	201420122053.6	实用新型
8	用于吸管杯的杯盖	201320837319.0	实用新型
9	翻盖式运动瓶盖	201320464593.8	实用新型
10	用于水杯的茶隔密封圈	201320461640.3	实用新型
11	旅行壶	201330190540.7	外观设计
12	运动水壶	201330190620.2	外观设计
13	旅行壶	201330191171.3	外观设计
14	保温杯	201330018753.1	外观设计
15	玻璃水瓶	201330007595.X	外观设计

2、商标变更登记情况

根据《资产收购协议》，PMI 和奔迈国际应向嘉益股份和镁歌贸易转让 4 项境内商标及 15 项境外商标，截至本招股说明书签署日，4 项境内商标均已完成变更登记，15 项境外商标中的 12 项已经完成变更登记，尚有 3 项境外商标未完成变更登记。具体情况如下：

①境内商标

截至本招股说明书签署日，以下商标已变更至镁歌贸易名下：

序号	商标注册人	商标号	商标图形	核定使用商品	有效期至
1	镁歌贸易	14431908	miGo	21	2025.06.20
2	镁歌贸易	9945446	美歌	21	2022.11.13
3	镁歌贸易	1934440	miGo	21	2022.11.20
4	镁歌贸易	1560951	MIGO	21	2021.04.27

②境外商标

截至本招股说明书签署日，已有 12 项境外商标过户至嘉益股份名下，尚有

3 项境外商标未完成过户，具体情况如下：

序号	商标注册人	注册证号	商标图形	注册国家或地区	类别	有效期至	转让状态
1	公司	302686447	MIGO	中国香港	21	2023.12.4	已完成
2	公司	200010723	MIGO	中国香港	21	2026.8.7	已完成
3	公司	IR1176932	MIGO	印度、菲律宾	21	2023.8.29	已完成
4	公司	4441994	ＭＩＧＯ	日本	21	2020.12.22	已完成
5	公司	IR 859858	MIGO	日本、韩国、澳大利亚、欧盟、新西兰	21	2025.6.22	已完成
6	公司	477310	MIGO	韩国	21	2020.9.21	已完成
7	公司	943818	MIGO	中国台湾	21	2021.5.31	已完成
8	公司	1645998	MIGO	中国台湾	21	2024.5.31	已完成
9	公司	T1306085J	MIGO	新加坡	-	2023.4.17	已完成
10	公司	44799	MIGO	文莱	-	2023.11.08	已完成
11	公司	IDM000488895	MIGO	印度尼西亚	21	2023.4.30	已完成
12	公司	171101734	MIGO	泰国	21	2023.8.20	已完成
13	公司	N/77926	MIGO	中国澳门	21	2021.2.28	正在转让
14	公司	2013058441	MIGO	马来西亚	21	2023.8.16	正在转让
15	公司	Kor128105	MIGO	泰国	21	2020.2.11	正在转让

上述第 13 项中国澳门注册商标待补充转让双方经公证的转让协议后提交申请；第 14-15 项马来西亚、泰国注册商标已通过代理向有关机构提交续展及转让申请，目前仍在审核过程中。

3、存货和模具

本次收购涉及的 miGo 品牌相关存货均已运输至公司指定的仓库，相关模具根据品牌未来生产需要，已按照公司的要求转移至公司生产场所内或由 miGo 品牌的供应商继续保留。由 miGo 品牌的供应商继续保留的，奔迈国际已经书面通知供应商该等模具所有权已转让给嘉益股份。

4、社交媒体和网店账户

miGo 品牌的社交媒体包括微信和微博账户，均已移交镁歌贸易。

miGo 品牌的天猫旗舰店已经过户至镁歌贸易名下，并由镁歌贸易实际运营。

5、客户和供应商名单

PMI、奔迈国际在签署《资产收购协议》时，已经提供 miGo 在亚太地区（除

澳大利亚、新西兰外）的全部客户名单，并且奔迈国际已经将本次资产收购事宜通知 miGo 品牌的客户和供应商。

6、应收账款和其他应收

应收账款账面原值为 1,846.69 万元，经公司尽职调查后，结合可回收情况，经双方协商一致，收购作价为 1,015.69 万元。截至 2020 年 3 月 31 日，公司回收货款 301.66 万元。此外，公司对 miGo 原有销售渠道进行清理，回收原部分经销商经销权限，经协商，公司与有关债务人签订《退货协议》，同意部分经销商以 miGo 品牌产品抵顶应收账款 917.20 万元，抵顶部分存货已入库，期末盘点记录与账务记录不存在重大差异。相关退货协议均已经双方签字确认，根据协议内容，双方已就收购应收款余额达成一致。

7、负债

负债主要为货到票未到的 miGo 品牌应付款 186.40 万元（其中应付嘉益股份的应收账款为 177.04 万元）和应付模具保证金 66.86 万元（其中应付嘉益股份 56.87 万元），主要负债权属确认不存在争议。

综上，截至本招股说明书签署日，除 3 项境外商标外，PMI 和奔迈国际已将 miGo 品牌在亚太地区（除澳大利亚和新西兰）全部资产过户或交付给公司及镁歌贸易。PMI 正在配合公司办理 3 项境外商标的过户。

（五）交易对手 PMI、奔迈国际的基本情况及交易前后的变化情况

1、PMI 的基本情况

项目	基本情况
名称	PACIFIC MARKET INTERNATIONAL, LLC
成立时间	1983 年
注册地址	2401 Elliott Ave Fl 4 Seattle, WA 98121
主要生产经营地	美国华盛顿州
股东构成	经确认，PMI 公司股东均为美国主体，无中国股东
经营规模	2017 年、2018 年和 2019 年的营业收入约为 2.75 亿美元、3.10 亿美元和 3.20 亿美元
收购前后主营业务变化情况	收购前后主营业务均为杯具、水具的销售。收购后不再经营 miGo 品牌，专注于星巴克及 STANLEY、aladdin 等自有品牌业务
收购前后的供应商变化情况	PMI 未提供相关信息

项目	基本情况
收购前后的客户变化情况	PMI 未提供相关信息

2、奔迈国际的基本情况

项目	基本情况
名称	奔迈（上海）国际贸易有限公司
成立时间	2003 年 1 月 31 日
法定代表人	Harris Jr Robert Mowe
企业类型	有限责任公司(外国法人独资)
注册资本	20 万美元
注册地址	中国(上海)自由贸易试验区西里路 55 号 9 层 914B 室
主要生产经营地	上海
股东构成	PMI 持股 100%
经营范围	国际贸易、转口贸易，区内企业间的贸易及贸易代理，家用电器、日用百货及相关配件的批发、进出口、网上零售（大宗商品除外）、佣金代理（拍卖除外）及其他相关配套业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
收购前后主营业务变化情况	主营杯壶类产品的开发、设计和销售，交易前后未发生变化
收购前后的供应商变化情况	主要供应商包括：嘉益股份、珠海经济特区特艺塑料容器厂有限公司、河北明亮玻璃制品有限公司、永康市飞洋杯业有限公司、哈尔斯等，交易前后未发生重大变化
收购前后的客户变化情况	交易前主要客户包括：星巴克、沃尔玛、上海神手电子商务有限公司、康成投资（中国）有限公司（大润发）、重庆龙丰商贸有限公司等；交易后主要客户包括：星巴克、上海丽人丽妆化妆品股份有限公司、悦村商贸（上海）有限公司等

发行人收购 miGo 品牌前，miGo 品牌产品的主要采购、销售主体为奔迈国际，主要销售区域为中国境内。根据奔迈国际统计数据，miGo 品牌产品销售在 PMI 公司整体收入规模中占比较小。本次交易后，PMI 不再销售 miGo 品牌产品，以星巴克业务及 STANLEY、aladdin 等自有品牌业务为主，主要供应商和客户、主要财务数据均未发生较大变化。

（六）发行人购买专利的具体情况、占该品牌拥有专利的比例及重要程度，对该品牌后续运营及发展的具体影响

根据 PMI、奔迈国际相关人员确认，本次交易前，奔迈国际共计拥有 44 项 miGo 品牌相关专利，但其中 7 项由于未及时缴纳年费于 2019 年 3 月失效。截至本招股说明书签署日，镁歌贸易已受让 miGo 品牌相关专利 37 项，其中发明专

利 1 项、实用新型 9 项，外观设计 27 项。PMI、奔迈国际已完全履行了《资产收购协议》所约定的义务，将交易标的的全部 miGo 品牌相关专利转让给了镁歌贸易。

公司作为本次交易前 miGo 品牌的主要供应商，拥有使用上述专利进行生产的能力和制造经验。同时，本次收购的专利主要涉及产品的外形和结构，随着消费者审美和潮流的变化，其重要性程度逐渐降低，上述专利对该品牌后续运营及发展影响较小。

（七）失效专利情况

1、7项失效专利基本情况及无法过户对公司的影响

在公司及镁歌贸易收购的 miGo 品牌相关专利中，有 7 项已于 2019 年 3 月失效，具体情况如下：

序号	专利号	专利名称	专利类别	专利内容（用途）	申请日	对应生产工序或产品部件
1	2013303491088	瓶盖(运动型)	外观设计	产品用途：用于瓶子的密封和开启； 产品设计要点：产品的形状。	2013.07.24	运动瓶盖系列保温杯及真空杯杯盖
2	2013303491124	瓶盖(享悦系列)	外观设计	产品用途：用于瓶子的密封和开启； 产品设计要点：产品的形状	2013.07.24	享悦系列玻璃杯杯盖
3	2014302608224	食物容器(随行 2)	外观设计	产品用途：用于盛装食物的容器； 产品设计要点：产品的形状。	2014.07.29	报告期内无生产销售
4	2014303312646	水壶用拎环	外观设计	产品用途：用于放置水壶的拎带； 产品设计要点：产品的形状。	2014.09.09	报告期内无生产销售
5	2014303310937	水壶用拎带	外观设计	产品用途：用于提拎水壶。 产品设计要点：产品的形状。	2014.09.09	报告期内无生产销售
6	2014304475636	水瓶	外观设计	产品用途：用于盛装液体的容器； 产品设计要点：产品的形状。	2014.11.14	真空杯及玻璃杯
7	2014304479336	食物储藏盒	外观设计	产品用途：用于储藏食物的容器； 产品设计要点：产品的形状。	2014.11.14	报告期内无生产销售

上述 7 项已失效专利均为申请日期在 2013、2014 年的外观设计专利，申请时间较早。不锈钢真空保温器皿市场的产品外观更新较快，相关外观专利的生命周期较短。2019 年 5-12 月和 2020 年 1-3 月，失效专利对应产品的销售金额分别为 234.49 万元和 35.11 万元，金额较小。目前公司未继续使用上述失效专利生产产品，收购完成后相应型号产品的销售收入均为库存产品消化形成。公司后续不会再生产上述失效专利所对应产品。

截至本招股说明书签署日，7 项失效专利由于未缴纳专利年费而失效，无法过户至镁歌贸易名下，PMI、奔迈国际亦不享有上述 7 项失效专利的专利权。公司继续销售相关产品未侵犯他人专利权，公司亦不存在专利权相关的诉讼、仲裁案件及其他纠纷。上述专利权的失效对公司资产完整性和生产经营不存在影响。

2、是否因7项专利失效调整收购价格

根据《miGo 评估报告》，本次收购评估的评估目的是为嘉益股份拟收购奔迈国际和 PMI 的无形资产组合提供参考依据。评估对象和评估范围为涉及上述经济行为的奔迈国际和 PMI 拥有的无形资产组合，具体为奔迈国际和 PMI 申报的 20 项商标专用权及 29 项专利所有权。评估时将 miGo 品牌涉及的商标和专利作为一个整体进行评估，未对单个专利的价值进行专门评估。以上失效专利不影响发行人继续运营 miGo 品牌，对 miGo 品牌未来发展及盈利不构成重大影响。

因此，以上失效的 7 项外观专利和奔迈国际后续补充转让给发行人的 15 项专利均未单独定价，双方也未因此调整资产收购对价，双方对该事项均无异议。

（八）发行人完整、独立拥有 miGo 品牌

根据《资产收购协议》及 PMI、奔迈国际相关人员的确认，截至本招股说明书签署日，PMI、奔迈国际已完全履行了《资产收购协议》所约定的义务，将交易标的内的全部 miGo 品牌相关资产、业务资源转让给了镁歌贸易。交易完成后，PMI、奔迈国际未在亚洲和太平洋地区（不含澳大利亚和新西兰）使用 miGo 品牌。将来除非得到嘉益股份或镁歌贸易的授权，否则 PMI、奔迈国际不会在《资产收购协议》约定的已转让的范围内使用 miGo 品牌。

除资产收购协议外，公司未与 PMI、奔迈国际签订其他竞业禁止和保密协议。本次收购完成后，公司完整拥有了 miGo 品牌在亚洲和太平洋地区（不含澳

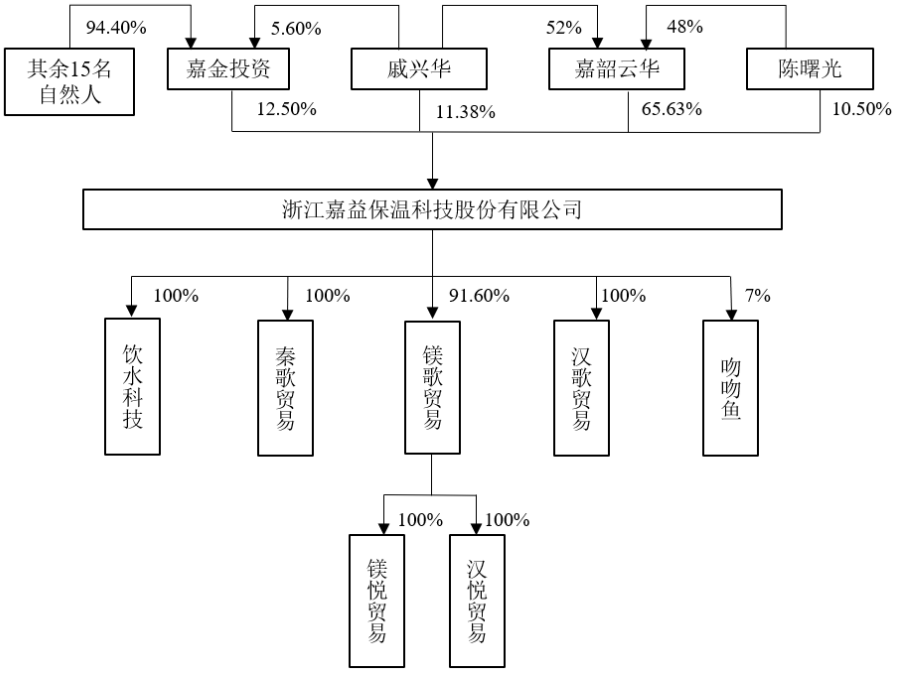
大利亚和新西兰）的全部商标、专利及其他资产，可以独立地在该地区范围内生产和销售 miGo 品牌产品。

五、发行人在其他证券市场上市或挂牌情况

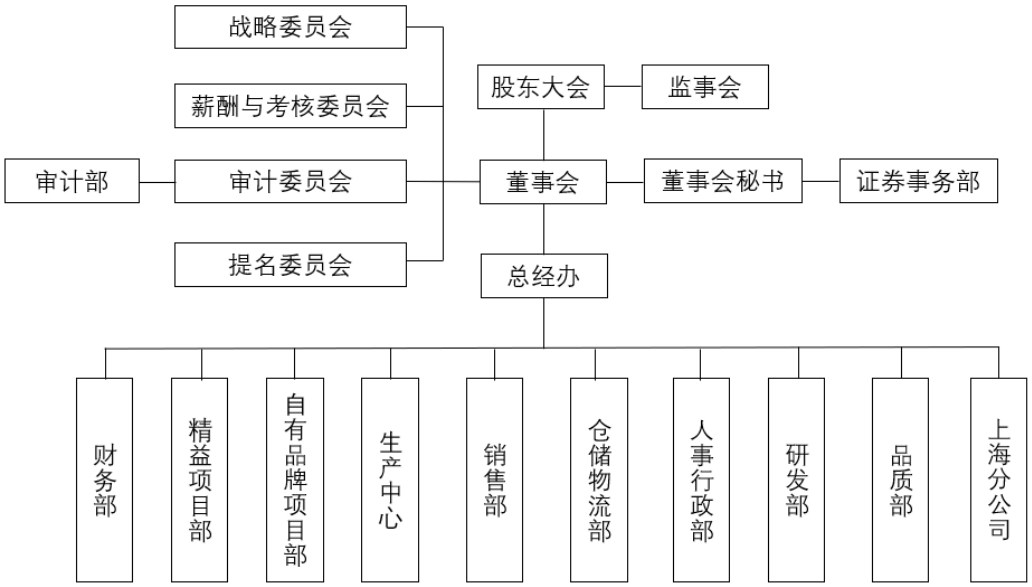
发行人未曾在其他证券市场上市或挂牌。

六、发行人股权关系及组织结构

（一）发行人股权结构图



（二）发行人内部组织结构图



七、发行人的控股子公司、参股公司、分公司情况

（一）发行人的子公司

截至本招股说明书签署日，发行人拥有 3 家全资子公司：饮水科技、秦歌贸易、汉歌贸易，1 家控股子公司镁歌贸易；镁歌贸易拥有 2 家全资子公司：镁悦贸易和汉悦贸易。报告期内，公司不存在注销子公司的情形。

1、Drink Tech Inc.饮水科技有限公司

项目	基本情况
名称	Drink Tech Inc.饮水科技有限公司
成立时间	2018 年 7 月 23 日
投资金额	200 万美元
注册地址	4168 Prado De La Puma, Calabasas, California 91302
主要生产经营地	美国加利福尼亚州
股东构成	嘉益股份持股 100%
经营范围	饮水科技的公司章程对其经营范围未设置任何限制

注：嘉益股份于 2019 年 1 月 22 日和 2020 年 3 月 4 日分别向饮水科技出资 100 万美元，截至本招股说明书签署日，合计出资 200 万美元。

为提升客户服务及响应水平，开展产品研发和销售，未来在北美市场发展自有品牌，公司在美国加利福尼亚州设立饮水科技。截至本招股说明书签署日，饮水科技尚未实际开展生产经营。

饮水科技最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 3 月 31 日/2020 年 1-3 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	1,300.33	588.52
净资产	1,300.33	588.52
营业收入	-	-
净利润	-5.84	-107.20

以上财务数据经天健所审计。

公司对外投资设立饮水科技所履行的审批、备案程序如下：

（1）2018 年 7 月 30 日，公司第一届董事会第四次会议审议通过《关于在境外设立全资子公司的议案》，同意公司以自有资金出资 200 万美元，在美国加

利福尼亚州洛杉矶市投资设立全资子公司 Drink Tech, Inc.。

（2）2018 年 8 月，公司取得浙江省商务厅核发的《企业境外投资证书》（境外投资证第 N3300201800466 号），同意公司在美国新设子公司，投资总额 200 万美元。

（3）2019 年 1 月，公司通过中国工商银行向饮水科技汇出 100 万美元投资款。

（4）2019 年 7 月，公司取得武义县发展和改革局《关于境外投资项目备案通知书》。

（5）2020 年 3 月，公司通过中国工商银行向饮水科技汇出 100 万美元投资款。

（6）饮水科技按照美国当地法律制定了公司章程，并取得了美国加利福尼亚州的公司注册证，开立了公司账户，符合美国加利福尼亚州法律对公司设立的要求。

因此饮水科技的设立已经履行了必要的审批、登记程序。

根据美国 KLR Law, LLP 出具的相关法律意见，饮水科技合法有效存续。根据美国注册会计师 THONG, YU, WONG & LEE, LLP 出具的确认文件，该公司在 2019 年度报税状态正常，不存在欠缴税款情形。

报告期内，公司在美国市场的销售收入分别为 24,657.72 万元、25,002.68 万元、25,883.88 万元和 5,282.30 万元，基本保持稳定。公司目前境内销售人员（包含负责就产品细节与外销客户沟通人员）在服务质量、响应速度等方面已经可以满足现有客户需求，同时，受公司现阶段产能限制以及新冠疫情影响，经慎重考虑，公司决定饮水科技暂不开展经营，后续将根据市场变化和客户需求进行调整。

2、镁歌贸易

项目	基本情况
名称	杭州镁歌贸易有限公司
成立时间	2019 年 4 月 2 日
注册资本	2,500 万元
实缴资本	2,500 万元

项目	基本情况
注册地址	浙江省杭州市下城区沈家路 132 号 1 幢 320 室
主要生产经营地	浙江省杭州市
股东构成	嘉益股份持股 91.60% 武义嘉尚商务信息咨询合伙企业（有限合伙）持股 8.40%
经营范围	批发、零售、网上销售：厨卫用品，工艺美术品，化妆品（除分装），日用百货，体育用品，电子产品，针纺织品，皮革制品，橡胶制品，文具，宠物用品，办公设备，卫生洁具，五金交电，仪器仪表，通讯设备，摄影器材，金属材料，建筑材料，装饰材料，机械设备，服装，鞋帽，珠宝首饰，计算机软硬件；服务：计算机软硬件、计算机网络技术的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让，计算机系统集成，计算机网络工程，第二类增值电信业务，动漫设计，企业营销策划，会务服务，设计、制作、代理、发布国内广告（除网络广告发布）。（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）

镁歌贸易系公司自有品牌 miGo 的销售子公司，主要通过互联网及线下从事 miGo 品牌相关饮品、食品容器等产品的推广和销售。

镁歌贸易最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 3 月 31 日/2020 年 1-3 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	2,211.06	3,169.14
净资产	1,544.79	1,815.23
营业收入	568.45	2,248.84
净利润	-270.44	-684.77

以上财务数据经天健所审计。

截至 2020 年 3 月 31 日，镁歌贸易共有员工 40 人，其中 7 人为管理人员、33 人为销售人员。

截至本招股说明书签署日，镁歌贸易作为销售子公司销售 miGo 品牌产品，拥有杭州市下城区市场监督管理局核发的企业法人营业执照，拥有 4 项 miGo 品牌中国境内商标和 37 项专利权等无形资产，详情请见本招股说明“第六节 业务与技术”之“六、（二）主要无形资产”，镁歌贸易拥有销售 miGo 品牌食品、饮品容器所需的经营资质。

3、秦歌贸易

项目	基本情况
名称	杭州秦歌贸易有限公司

项目	基本情况
成立时间	2019 年 7 月 3 日
注册资本	500 万元
实缴资本	无
注册地址	浙江省杭州市下城区沈家路 132 号 1 幢 416 室
主要生产经营地	浙江省杭州市
股东构成	嘉益股份持股 100%
经营范围	批发、零售、网上销售：厨卫用品，工艺美术品，化妆品(除分装)，日用百货，体育用品，电子产品，针纺织品，皮革制品，橡胶制品，文具，宠物用品，办公设备，卫生洁具，五金交电，仪器仪表，通讯设备，摄影器材，金属材料，建筑材料，装饰材料，机械设备，服装，鞋帽，珠宝首饰，计算机软硬件；服务：计算机软硬件、计算机网络技术的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让，计算机系统集成，计算机网络工程，第二类增值电信业务，动漫设计，企业营销策划，会务服务,设计、制作、代理、发布国内广告(除网络广告发布)。(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)

公司拟将秦歌贸易作为其自有品牌 miGo、ONE2GO 的销售子公司，目前尚未开展经营。

4、汉歌贸易

项目	基本情况
名称	杭州汉歌贸易有限公司
成立时间	2019 年 7 月 3 日
注册资本	500 万元
实缴资本	无
注册地址	浙江省杭州市下城区沈家路 132 号 1 幢 417 室
主要生产经营地	浙江省杭州市
股东构成	嘉益股份持股 100%
经营范围	批发、零售、网上销售：厨卫用品，工艺美术品，化妆品，日用百货，体育用品，电子产品，针纺织品，皮革制品，橡胶制品，文具，宠物用品，办公设备，卫生洁具，五金交电，仪器仪表，通讯设备，摄影器材，金属材料，建筑材料，装饰材料，机械设备，服装，鞋帽，珠宝首饰，计算机软硬件；服务：计算机软硬件、计算机网络技术的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让，计算机系统集成，计算机网络工程，第二类增值电信业务，动漫设计，企业营销策划，会务服务，设计、制作、代理、发布国内广告(除网络广告发布)。(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)

公司拟将汉歌贸易作为其自有品牌 miGo、ONE2GO 的销售子公司，目前尚未开展经营。

5、镁悦贸易

项目	基本情况
名称	杭州镁悦贸易有限公司
成立时间	2019 年 7 月 3 日
注册资本	500 万元
实缴资本	无
注册地址	浙江省杭州市下城区沈家路 132 号 1 幢 418 室
主要生产经营地	浙江省杭州市
股东构成	镁歌贸易持股 100%
经营范围	批发、零售(含网上销售)：厨卫用品，工艺美术品，化妆品，日用百货，体育用品，电子产品，针纺织品，皮革制品，橡胶制品，文具，宠物用品，办公设备，卫生洁具，五金交电，仪器仪表，通讯设备，摄影器材，金属材料，建筑材料，装饰材料，机械设备，服装，鞋帽，珠宝首饰，计算机软硬件；服务：计算机软硬件、计算机网络技术的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让，计算机系统集成，计算机网络工程，第二类增值电信业务，动漫设计，企业营销策划，会务服务，设计、制作、代理、发布国内广告(除网络广告发布)。(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)

公司拟将镁悦贸易作为其自有品牌 miGo 的销售子公司，目前尚未开展经营。

6、汉悦贸易

项目	基本情况
名称	杭州汉悦贸易有限公司
成立时间	2019 年 7 月 3 日
注册资本	500 万元
实缴资本	无
注册地址	浙江省杭州市下城区沈家路 132 号 1 幢 419 室
主要生产经营地	浙江省杭州市
股东构成	镁歌贸易持股 100%
经营范围	批发、零售：化妆品(除分装)，日用百货，体育用品，电子产品，针纺织品，皮革制品，橡胶制品，文具，宠物用品，办公设备，卫生洁具，五金交电，仪器仪表，通讯设备，摄影器材，金属材料，建筑材料，装饰材料，机械设备，服装，鞋帽，珠宝首饰，计算机软硬件；服务：计算机软硬件、计算机网络技术的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让，计算机系统集成，计算机网络工程，第二类增值电信业务，动漫设计，企业营销策划，会务服务，设计、制作、代理、发布国内广告(除网络广告发布)。(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)

公司拟将汉悦贸易作为其自有品牌 miGo 的销售子公司，目前尚未开展经营。

为加大 miGo 等自有品牌市场拓展力度，公司设立了秦歌贸易、汉歌贸易、镁悦贸易和汉悦贸易等四家子公司，拟在电商平台进行 miGo 等品牌产品线上销售。

7、各家子公司定位、业务区域、业务合作与分工的安排情况、对应电商销售渠道情况

截至本招股说明书签署日，公司仅镁歌贸易一家子公司作为公司自主品牌 miGo 的销售子公司开展经营，通过天猫、京东等电商平台开展销售业务。公司尚未对汉歌贸易、镁悦贸易、秦歌贸易、汉悦贸易等 4 家子公司实缴出资，4 家子公司尚未开展经营，尚未确定 4 家子公司对应的电商渠道。饮水科技为公司在美国加利福尼亚州设立的境外子公司，拟从事产品设计和客户沟通业务，目前无实际经营。

8、公司设立多家子公司从事产品销售的原因及商业合理性

（1）镁歌贸易的设立背景

2019 年，经公司第一届董事会第五次会议审议通过，公司决定收购 miGo 品牌相关资产，加大自有品牌发展力度；同时公司决定设立子公司镁歌贸易，作为后续 miGo 品牌的专业经营主体。

（2）汉歌贸易、镁悦贸易、秦歌贸易、汉悦贸易的设立背景

公司收购 miGo 品牌后，对 miGo 品牌线上、线下销售渠道进行了梳理整合。同时，为加大 miGo 等自有品牌市场拓展力度，公司设立了秦歌贸易、汉歌贸易、镁悦贸易和汉悦贸易等四家子公司，拟在电商平台进行 miGo 等品牌产品线上销售。根据当时天猫、京东等电商平台的开店规则，开设旗舰店的主体应满足公司成立时间一年以上的条件，且只能开设一个网店销售同品牌或同类产品。例如，根据《天猫入住标准》第十六条，同一主体开多家天猫店铺限制：（一）店铺间经营的品牌及/或商品不得重复；（二）一个经营大类下专营店只能申请一家。为尽早满足上述开店条件，增加自有品牌的市场曝光率和占有率，公司在 2019 年 7 月设立了子公司秦歌贸易和汉歌贸易，镁歌贸易设立了子公司镁悦贸易和汉悦贸易，注册资本均为 500 万元，截至本招股说明书签署日，公司尚未对以上子公司实缴出资，4 家子公司尚未开展经营。

（3）公司设立境外子公司饮水科技的背景和商业合理性

公司以 OEM、ODM 业务为主，报告期内主要客户包括美国 PMI、ETS、S'well 公司、Jordane 等知名不锈钢真空保温器皿品牌商。为开拓新的优质客户，提升现有客户服务水平及响应速度，开展产品研发和销售，未来在北美市场发展自有品牌。2018 年 7 月 30 日，经公司第一届董事会第四次会议审议通过，公司决定投资 200 万美元，在美国加利福尼亚州设立饮水科技。该公司设立后，曾聘用少量美国员工从事市场调研、客户沟通等工作。

受公司现阶段生产产能受限以及新冠疫情影响，公司决定饮水科技暂不开展经营，后续将在新的不锈钢真空保温器皿生产线建成投产后，根据市场变化和客户需求进行调整。自 2020 年 3 月至今，饮水科技无实际经营，无聘用员工。

（二）发行人的参股公司

截至本招股说明书签署日，发行人参股吻吻鱼一家公司，具体情况如下：

项目	基本情况
名称	杭州吻吻鱼科技有限公司
成立时间	2014 年 9 月 12 日
注册资本	107.53 万元人民币
法定代表人	倪裕伟
注册地址	浙江省杭州市余杭区良渚街道莫干山路 2988 号 3 号楼 2-27
股东构成	倪裕伟持股 51%，周洪杰持股 28%，潘策荣持股 14%，嘉益股份持股 7%
嘉益股份入股时间	2018 年 3 月 23 日
经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；日用百货批发；计算机软硬件及辅助设备批发；厨具卫具及日用杂品批发；五金产品批发；塑料制品批发；橡胶制品批发；日用品零售；箱包零售；计算机软硬件及辅助设备零售；母婴用品零售；日用家电零售；计算机软硬件及外围设备制造；箱包制造；软木制品制造；日用木制品制造；竹制品制造；木制容器制造；金属制日用品制造；日用陶瓷制品制造；橡胶制品制造；日用玻璃制品制造；纸制品制造；塑料制品制造；日用化学产品制造；日用口罩（非医用）生产；日用口罩（非医用）销售；集成电路设计；广告设计、代理；工业设计服务；平面设计；专业设计服务(除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)。许可项目：货物进出口；食品用塑料包装容器工具制品生产；食品经营（销售预包装食品）；食品用纸包装、容器制品生产(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准)。
与发行人主营业务的关系	从事保温杯及智能保温杯等产品的设计、开发和销售，系本公司客户

吻吻鱼最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 3 月 31 日/2020 年 1-3 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	1,016.46	625.99
净资产	-49.85	-47.98
营业收入	237.34	1,304.14
净利润	-1.87	32.82

以上财务数据未经审计。

（三）发行人的分公司

截至本招股说明书签署日，发行人拥有上海分公司一家分公司，具体情况如下：

项目	基本情况
名称	浙江嘉益保温科技股份有限公司上海分公司
成立时间	2019 年 9 月 20 日
注册地址	上海市静安区灵石路 718 号 D6 幢 411 室
经营范围	保温容器、不锈钢制品、日用塑料制品、家用电器、金属工艺品（象牙及其制品除外）、日用玻璃制品、日用陶瓷制品、办公用品、金属制日用品的销售，电子商务（不得从事增值电信、金融业务），从事货物及技术的进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
与发行人主营业务的关系	上海分公司为嘉益股份设于上海的研发设计机构，负责公司产品的设计开发工作

（四）发行人子公司的少数股东

1、武义嘉尚基本情况

镁歌贸易少数股东武义嘉尚商务信息咨询合伙企业（有限合伙）（以下简称“武义嘉尚”）的基本情况如下：

项目	基本情况
名称	武义嘉尚商务信息咨询合伙企业（有限合伙）
成立时间	2019 年 4 月 2 日
认缴出资额	210 万元
实缴出资额	210 万元
注册地址	浙江省金华市武义县白洋街道永利金都 1 幢 S150 铺(自主申报)

项目	基本情况
经营范围	商务信息咨询（未经金融等行业监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）；企业管理咨询；企业营销策划；文化创意服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务与嘉益股份关系	除持有镁歌贸易 8.40%股权外，无其他对外投资，不经营其他业务。

2、武义嘉尚历史沿革

2019 年 4 月，公司收购了 miGo 品牌相关资产，设立了镁歌贸易作为品牌运营主体，需要组建新的营销、设计团队来促进该品牌的发展。自然人陆晓飞和武毅分别在食品、饮品容器设计和销售行业具有丰富的经验，公司将其作为优秀人才引进。为促进镁歌贸易和 miGo 品牌的发展，将员工利益与公司发展相结合，公司决定吸收陆晓飞和武毅作为镁歌贸易小股东。

2019 年 4 月，陆晓飞、武毅共同出资 210 万元设立武义嘉尚，其中，陆晓飞出资 125 万元，出资比例为 59.52%，武毅出资 85 万元，出资比例为 40.48%。武义嘉尚成立后，出资 210 万元认购镁歌贸易 210 万元注册资本。武义嘉尚自设立后未发生过注册资本和股权结构变化。

3、合伙人情况

截至本招股说明书签署日，武义嘉尚的合伙人出资情况如下：

序号	合伙人	合伙人性质	出资金额（万元）	出资比例	在公司的任职情况
1	陆晓飞	普通合伙人	125	59.52%	上海分公司（创新中心）负责人
2	武毅	有限合伙人	85	40.48%	镁歌贸易销售总监
	合计		**210**	**100.00%**	

武义嘉尚两名合伙人简历如下：

（1）陆晓飞，1980 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科学历。2002 年 7 月至 2003 年 12 月任上海方宇工业设计有限公司设计师；2003 年 12 月至 2004 年 12 月任东陶（中国）有限公司设计主管；2005 年 3 月至 2011 年 4 月任奔迈（上海）国际贸易有限公司设计主管；2011 年 4 月至 2013 年 2 月任上海乾仁贸易有限公司市场及产品总监；2013 年 2 月至 2017 年 2 月任上海麦扑艺术设计咨询有限公司设计总监；2017 年 2 月至 2019 年 6 月任上海朵麦文化发展有

限公司设计总监；2019 年 6 月至今任嘉益股份上海创新中心负责人。

（2）武毅，1979 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历。2002 年至 2019 年于纳爱斯集团有限公司先后担任总经理助理、客户渠道经理、分公司总经理和大区总经理；2019 年 7 月至今任镁歌贸易销售总监。

截至本招股说明书签署日，陆晓飞对外投资情况如下：

序号	企业名称	从事业务	注册资本（万元）	持股比例	投资起始时间
1	株式会社百麦（日本）	MOMO 品牌食品、饮品容器在日本的销售，市场开拓业务	500 万日元	80%	2017 年 9 月
2	上海诺百蓝贸易有限公司	电器开关等产品的销售，MOMO 品牌产品的电商销售	100	45%	2019 年 5 月
3	诺橘森（上海）国际贸易有限公司	礼赠品进出口及进出口服务业务	100	45%	2019 年 3 月
4	上海麦扑艺术设计咨询有限公司	已停止营业	100	60%	2013 年 2 月
5	上海诺甲艺术设计中心（个人独资企业）	产品设计及相关知识产权转让业务	-	100%	2019 年 2 月

截至本招股说明书签署日，武毅除持有武义嘉尚 40.48%出资额外，无其他对外投资。

4、武义嘉尚及其合伙人与发行人客户或供应商的关系、是否与发行人存在关联关系或其他未披露的利益安排

（1）陆晓飞曾于 2017 年 2 月至 2019 年 6 月任上海朵麦设计总监，2016 年 6 月入股麦腾国际，持股比例为 40%；于 2017 年入股上海朵麦，持股比例为 40%。2018 年 9 月和 2019 年 1 月，陆晓飞将所持有的麦腾国际和上海朵麦股权转让给该两家公司的实际控制人卢敏强之配偶朱一鸣。

麦腾国际及上海朵麦为自然人卢敏强控制的企业，陆晓飞作为其合作伙伴曾参股这两家公司，主要从事产品设计工作，至 2019 年 1 月，陆晓飞退出这两家公司。陆晓飞在出资设立武义嘉尚、入职发行人之前，已经不再持有麦腾国际和上海朵麦股权。

（2）2017 年 9 月，陆晓飞与卢敏强、王冰沁以及日籍自然人须田三千代共同出资在日本设立了株式会社百麦（以下简称“百麦公司”），注册资本为 500 万日元，其中，卢敏强出资 250 万日元，占比 50%，陆晓飞出资 150 万日元，占

比 30%，王冰沁出资 95 万日元，占比 19%，日籍自然人须田三千代出资 5 万日元，占比 1%。

2018 年 7 月，卢敏强将其持有的百麦公司 50%股权转让给陆晓飞。

截至本招股说明书签署日，百麦公司的基本情况如下：

项目	基本情况
名称	株式会社百麦
成立时间	2017 年 9 月 26 日
注册资本	500 万日元
注册地址	东京都港区南青山 2 丁目 2 番 15 号
主要生产经营地	日本东京
主营业务	MOMO 品牌不锈钢真空保温器皿及其他材质的食品、饮品容器的销售
高管人员	代表董事：须田三千代、陆晓飞
股权结构	陆晓飞持股 80% 王冰沁持股 19% 须田三千代持股 1%

由于陆晓飞、王冰沁长期在中国工作、居住，日籍股东须田三千代负责百麦公司的推广、销售、采购、管理等工作，陆晓飞主要负责 MOMO 品牌产品的外观设计工作。报告期内，公司对百麦公司的销售情况如下：

单位：万元

产品	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
不锈钢真空保温器皿	72.74	268.42	16.45	-
其他	0.14	0.83	0.02	-
合计	**72.88**	**269.25**	**16.47**	**-**

2018 年、2019 年和 2020 年 1-3 月，公司向百麦公司的销售金额占主营业务收入的比例分别为 0.04%、0.68%和 1.01%，占比较小。

（3）2018 年 8 月，陆晓飞父亲陆明程设立朔铂励(上海)贸易有限公司。截至本招股说明书签署日，朔铂励(上海)贸易有限公司的基本情况如下：

项目	基本情况
名称	朔铂励(上海)贸易有限公司
成立时间	2018 年 8 月 3 日
注册资本	200 万元

项目	基本情况
注册地址	上海市金山区海丰路 65 号 7959 室
主要生产经营地	上海
主营业务	食品、饮品容器（包括 MOMO 品牌产品）在中国境内的销售
高管人员	执行董事：陆明程 监事：潘敏君
股权结构	陆明程持股 100%

报告期内，公司对朔铂励(上海)贸易有限公司的销售情况如下：

单位：万元

产品	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
不锈钢真空保温器皿	2.65	79.17	-	-
其他	-	0.15	-	-
合计	**2.65**	**79.32**	**-**	**-**

截至本招股说明书签署日，武义嘉尚合伙人陆晓飞持有公司客户百麦公司 80%股权，其父亲持有公司客户朔铂励(上海)贸易有限公司 100%股权。除上述情况外，武义嘉尚及其合伙人与公司的客户或供应商无关联关系，与公司不存在关联关系或其他未披露的利益安排。

八、发行人的控股股东、实际控制人及持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况

（一）控股股东及实际控制人

1、控股股东

本次发行前，嘉韶云华持有发行人 65.63%的股份，为公司控股股东。截至本招股说明书签署日，嘉韶云华基本情况如下：

项目	基本情况
名称	浙江嘉韶云华投资管理有限公司
成立时间	2017 年 4 月 12 日
注册资本	3,000 万元人民币
实收资本	3,000 万元人民币
法定代表人	戚兴华
注册地址	浙江省金华市武义县永利金都 7 幢 187 铺

项目	基本情况
股东构成	戚兴华持股 52%，陈曙光持股 48%
经营范围	投资管理、资产管理、商务咨询（未经金融等行业监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务	除持有公司 65.63%股份外，未开展其他业务
与发行人主营业务关系	无

嘉韶云华最近一年及一期合并报表的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 3 月 31 日/2020 年 1-3 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	40,787.06	41,154.70
净资产	31,420.54	30,094.96
营业收入	7,304.62	40,496.11
净利润	1,240.56	6,980.00

以上 2019 年度财务数据经杭州钱塘会计师事务所有限公司审计，2020 年一季度数据未经审计。

2、实际控制人

戚兴华、陈曙光夫妇合计控制公司 100%的表决权，系公司实际控制人，其中：戚兴华、陈曙光夫妇通过嘉韶云华间接持有公司 65.63%的股份；戚兴华直接持有公司 11.38%的股份，通过嘉金投资间接控制公司 12.50%的股份；陈曙光直接持有公司 10.50%的股份。

戚兴华，男，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码：3307211980********，现任公司董事长。陈曙光，女，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码：3307221977********，现任公司董事。戚兴华和陈曙光简历详见本节之“十、（一）董事会成员”。

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人所持股份不存在被质押或其他有争议的情况。

（二）其他持有发行人 5%以上股份的主要股东

截至本招股说明书签署日，持有公司 5%以上股份的其他股东为嘉金投资，

其基本情况如下：

项目	基本情况
名称	武义嘉金投资管理合伙企业（有限合伙）
成立时间	2017 年 12 月 8 日
合伙期限	长期
认缴和实际出资额	500 万元人民币
执行事务合伙人	戚兴华
注册地址	浙江省金华市武义县白洋街道永利金都 7 幢 2103 号
经营范围	投资管理(不含证券、期货等金融业务，未经金融等行业监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务)、企业管理咨询、商务信息咨询（不含股权投资、金融、证券、期货、认证认可、职业中介、自费出国留学咨询）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务	除持有嘉益股份 12.50%股份外，未开展其他业务
与发行人主营业务关系	无

嘉金投资最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 3 月 31 日/2020 年 1-3 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	2,500.48	2,500.60
净资产	275.44	300.60
营业收入	-	-
净利润	-24.62	-98.14

以上财务数据未经审计。

截至本招股说明书签署日，嘉金投资合伙人共 16 人，其中戚兴华为普通合伙人、执行事务合伙人，其余均为有限合伙人。嘉金投资合伙人构成、出资情况及其在公司现任职务情况如下：

序号	合伙人	出资金额（万元）	出资比例	在嘉益股份的任职情况
1	戚兴华	28	5.60%	董事长
2	朱中萍	160	32.00%	董事、总经理
3	金学军	80	16.00%	董事、董事会秘书
4	顾代华	72	14.40%	董事、副总经理
5	胡灵慧	40	8.00%	财务总监
6	崔广文	26	5.20%	生产 C 部经理

序号	合伙人	出资金额（万元）	出资比例	在嘉益股份的任职情况
7	戚小君	16	3.20%	仓储科员工
8	戚爱君	16	3.20%	已离职，原为公司采购员工
9	戚爱华	16	3.20%	已离职，原为公司仓储科员工
10	陈跃存	8	1.60%	监事、PMC 部采购科长
11	李小强	10	2.00%	董事、研发部经理、自有品牌项目部经理
12	王炯	8	1.60%	监事会主席、总经理助理
13	曾涛	8	1.60%	监事、仓储物流部经理
14	唐明电	4	0.80%	生产 A 部车间主任
15	张海	4	0.80%	销售部高级营运经理
16	鲁绍群	4	0.80%	品质部经理
	合计	**500**	**100.00%**	

（三）控股股东、实际控制人控制的其他企业的情况

1、控股股东嘉韶云华所控制的企业情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东嘉韶云华除持有公司 65.63%股份外，无其他对外投资。

2、实际控制人戚兴华、陈曙光控制的其他企业基本情况

截至本招股说明书签署日，实际控制人戚兴华、陈曙光夫妇控制的除公司及其控制的子公司以外的其他企业为嘉韶云华、嘉金投资和加哥网络、元众新能源。嘉韶云华、嘉金投资的具体情况请参见本节“八、（一）控股股东及实际控制人、（二）其他持有发行人 5%以上股份的主要股东”。加哥网络及元众新能源情况如下：

（1）上海加哥网络科技有限公司

项目	基本情况
名称	上海加哥网络科技有限公司
成立时间	2016 年 11 月 10 日
注册资本	50 万元人民币
法定代表人	陈曙光
注册地址	上海市闵行区闵北路 88 弄 1-30 号第 22 幢 CV128 室
股东构成	陈曙光持股 100%

项目	基本情况
经营范围	从事网络科技、电子科技领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让，包装材料、服装服饰及辅料、鞋帽、箱包、针纺织品、化妆品、珠宝首饰、工艺礼品、玩具、家用电器、办公用品及设备、医疗器械、汽摩配件、电子产品、五金交电、建材、花卉苗木、食用农产品的销售，旅游咨询，商务咨询，文化艺术交流策划，市场营销策划，展览展示服务，图文设计制作，房屋租赁，房地产信息咨询。【依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动】
主营业务	无实际经营
与发行人主营业务的关系	无

加哥网络最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 3 月 31 日/2020 年 1-3 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	1,269.65	1,279.99
净资产	-46.99	-36.55
营业收入	5.82	23.28
净利润	-10.44	-36.55

以上财务数据未经审计。

（2）浙江元众新能源有限公司

项目	基本情况
名称	浙江元众新能源有限公司
成立时间	2010 年 8 月 11 日
注册资本	3,000 万元人民币
法定代表人	戚兴华
注册地址	浙江龙游工业园区金星大道 92 号
股东构成	戚兴华持股 51%，陈曙光持股 49%
经营范围	太阳能电池片、光伏组件发电系统、太阳能发电和加热一体化系统制造、销售；货物进出口。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)
主营业务	闲置厂房出租，无实际业务经营
与发行人主营业务的关系	无

元众新能源最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 3 月 31 日/2020 年 1-3 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	2,749.18	2,768.48

项目	2020 年 3 月 31 日/2020 年 1-3 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
净资产	-1,496.32	-1,461.34
营业收入	10.62	77.63
净利润	0.87	-216.64

以上财务数据未经审计。

九、发行人股本情况

（一）本次发行前后股本情况

本次公开发行新股不超过 2,500 万股，占发行后股本比例不低于 25.00%。本次发行不涉及股东公开发售股份。假设公司本次公开发行人民币普通股 2,500 万股且不涉及老股转让，本次公开发行前后持股变化情况如下：

单位：万股

股东名称	本次发行前		本次发行后	
	持股数量	持股比例	持股数量	持股比例
嘉韶云华	4,921.88	65.63%	4,921.88	49.22%
嘉金投资	937.50	12.50%	937.50	9.38%
戚兴华	853.13	11.38%	853.13	8.53%
陈曙光	787.50	10.50%	787.50	7.88%
本次发行股份	-	-	2,500.00	25.00%
合计	**7,500.00**	**100.00%**	**10,000.00**	**100.00%**

（二）本次发行前的前十名股东

本次发行前，发行人前十名股东持股情况如下：

单位：万股

序号	股东名称	持股数量	持股比例
1	嘉韶云华	4,921.88	65.63%
2	嘉金投资	937.50	12.50%
3	戚兴华	853.13	11.38%
4	陈曙光	787.50	10.50%
合计		**7,500.00**	**100.00%**

（三）发行人本次发行前的自然人股东及其在发行人处担任的职务

本次发行前，发行人的自然人股东及其在发行人处担任的职务情况如下：

单位：万股

序号	股东名称	持股数量	直接持股比例	在发行人处担任的职务
1	戚兴华	853.13	11.38%	董事长
2	陈曙光	787.50	10.50%	董事、销售总监助理

（四）国有股东或外资股东持股情况

截至本招股说明书签署日，公司的股东中无国有股东或外资股东。

（五）最近一年发行人新增股东的持股数量及变化情况

最近一年，公司无新增股东。

（六）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东各自持股比例

本次发行前，公司股东戚兴华、陈曙光为夫妻关系，分别直接持有公司 11.38%和 10.50%的股份，嘉韶云华为戚兴华、陈曙光共同控制的企业，持有公司 65.63%的股份，嘉金投资为戚兴华控制的有限合伙，持有公司 12.50%的股份。

十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员

（一）董事会成员

截至本招股说明书签署日，公司董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 3 人。公司董事名单及简历如下：

序号	姓名	职务	提名人	任职期间
1	戚兴华	董事长	全体发起人	2017.11-2020.11
2	朱中萍	董事、总经理	全体发起人	2017.11-2020.11
3	陈曙光	董事	全体发起人	2017.11-2020.11
4	金学军	董事、董事会秘书	全体发起人	2017.11-2020.11
5	顾代华	董事、副总经理	全体发起人	2017.11-2020.11
6	李小强	董事	董事会	2017.12-2020.11
7	于雳	独立董事	董事会	2017.12-2020.11
8	李有星	独立董事	董事会	2017.12-2020.11
9	熊伟	独立董事	董事会	2018.4-2020.11

1、戚兴华先生，1980 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，EMBA（在读）。2000 年 10 月至 2002 年 2 月任浙江保康日用制品有限公司销售员；2002 年 5 月至 2004 年 5 月任永康市加益日用制品有限公司总经理；2004 年 5 月至 2017

年 11 月任嘉益有限执行董事；2017 年 11 月至今任公司董事长。

2、朱中萍先生，1970 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，工程师。1988 年 3 月至 1996 年 6 月任金华面砖一厂车间主任；1996 年 6 月至 2002 年 4 月任金华尖峰陶瓷有限责任公司行政部经理；2002 年 5 月至 2004 年 5 月任永康市加益日用制品有限公司经理；2004 年 5 月至 2017 年 11 月任嘉益有限总经理；2017 年 11 月至今任公司董事、总经理。

3、陈曙光女士，1977 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，中专学历。1996 年 10 月至 1998 年 12 月任浙江永康力士达铝业有限公司销售会计；1999 年 10 月至 2002 年 2 月任浙江保康日用制品有限公司会计；2002 年 5 月至 2004 年 5 月任永康市加益日用制品有限公司监事；2004 年 5 月至 2017 年 11 月任嘉益有限监事、采购员；2017 年 11 月至今任嘉益股份董事；现任公司董事、销售总监助理。

4、金学军先生，1980 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。2008 年 9 月至 2014 年 5 月任毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）审计师、助理经理；2014 年 5 月至 2017 年 3 月任天信博润（北京）投资管理有限公司高级投资经理、副总裁；2017 年 3 月至 2017 年 11 月任嘉益有限董事会秘书；2017 年 11 月至今任公司董事、董事会秘书。

5、顾代华先生，1979 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2001 年 9 月至 2004 年 7 月任浙江林炎集团有限公司业务员；2004 年 7 月至 2017 年 11 月任嘉益有限销售总监；2017 年 11 月至 2018 年 5 月任嘉益股份董事、销售总监；2018 年 5 月至今任公司董事、副总经理。

6、李小强先生，1984 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，工程师。2002 年 7 月至 2005 年 12 月任旺达集团有限公司技术员；2006 年 10 月至 2017 年 11 月任嘉益有限研发部经理；2017 年 12 月至今任嘉益股份董事、研发部经理；现任公司董事、研发部经理、自有品牌项目部经理。

7、于雳女士，1971 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士研究生学历，注册会计师、高级会计师。2001 年至今先后在五洲联合会计师事务所、更名后的中审华会计师事务所担任部门经理、合伙人，现任中审华会计师事务所（特

殊普通合伙）风控合伙人；现任公司独立董事。

8、李有星先生，1962 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，教授，博士研究生学历。1984 年 7 月至 1996 年 6 月任浙江工商大学法学院副教授；1996 年 6 月至今任浙江大学法学院教授、博士生导师；现任公司独立董事。

9、熊伟先生，1963 年出生，中国国籍，拥有日本永久居留权，教授，博士研究生学历。1987 年 9 月至 1991 年 6 月任江苏科技大学教师；1996 年 4 月至 1999 年 2 月任株式会社 MITSUBA 主任工程师；1999 年 3 月至 2003 年 12 月任 SHINANOKENSHI 株式会社研究员；2003 年 12 月至今任浙江大学管理学院教授、博士生导师，浙江大学质量管理研究中心主任；现任公司独立董事。

（二）监事会成员

截至本招股说明书签署日，公司监事会由 3 名成员组成。公司监事名单及简历如下：

序号	姓名	职务	提名人	任职期间
1	王炯	监事会主席	全体发起人	2017.11-2020.11
2	曾涛	监事	全体发起人	2017.11-2020.11
3	陈跃存	职工监事	-	2017.11-2020.11

注：公司职工监事由职工代表大会选举产生。

1、王炯先生，1973 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。1998 年 3 月至 2004 年 4 月任长营电器（深圳）有限公司工程师；2004 年 5 月至 2006 年 1 月任中山市坚仕达电器有限公司工程主管；2006 年 2 月至 2011 年 3 月任新宝电器股份有限公司产品工程经理；2011 年 3 月至 2014 年 4 月任浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司研发总监；2015 年 3 月至 2017 年 11 月任嘉益有限总经理助理；2017 年 11 月至今任公司监事会主席、总经理助理。

2、曾涛先生，1982 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科学历。2004 年 7 月至 2006 年 9 月任浙江保康日用制品有限公司研发工程师；2007 年 8 月至 2019 年 5 月任嘉益有限、嘉益股份 PMC 部经理；2017 年 11 月至今任嘉益股份监事；现任公司监事、仓储物流部经理。

3、陈跃存先生，1980 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2009 年 11 月至 2012 年 12 月任浙江海纳汽车租赁有限公司市场部经理；2013 年

1 月至 2017 年 2 月任元众新能源副总经理；2017 年 3 月至 2017 年 11 月任嘉益有限 PMC 部采购科长，2017 年 11 月至今任公司职工监事、PMC 部采购科长。

（三）高级管理人员

截至本招股说明书签署日，公司高级管理人员名单及简历如下：

序号	姓名	职务	任职期间
1	朱中萍	总经理	2017.11-2020.11
2	金学军	董事会秘书	2017.11-2020.11
3	顾代华	副总经理	2018.04-2020.11
4	胡灵慧	财务总监	2017.11-2020.11

1、朱中萍先生，现任公司总经理，详见本节之“十、（一）董事会成员”。

2、金学军先生，现任公司董事会秘书，详见本节之“十、（一）董事会成员”。

3、顾代华先生，现任公司副总经理，详见本节之“十、（一）董事会成员”。

4、胡灵慧女士，1974 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，中级会计师。2001 年 10 月至 2004 年 2 月任永康市城建五金工具有限公司主办会计；2004 年 2 月至 2017 年 11 月任嘉益有限财务经理、财务总监；2017 年 11 月至今任公司财务总监。

（四）其他核心人员

截至本招股说明书签署日，公司共有 4 名其他核心人员，其简历如下：

1、朱中萍先生，简历详见本节之“十、（一）董事会成员”。

2、王炯先生，简历详见本节之“十、（二）监事会成员”。

3、李小强先生，简历详见本节之“十、（一）董事会成员”。

4、吕帅先生，1987 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历、工程师。2009 年 7 月至 2012 年 3 月任浙江业盛新型材料有限公司工程师；2012 年 5 月至 2013 年 3 月任浙江圣雪休闲用品有限公司工程师；2014 年 3 月至今任嘉益有限、嘉益股份研发部项目工程师。

（五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员兼职情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人

员兼职情况如下：

姓名	本公司职位	兼职单位	兼职职位	兼职单位和发行人关系
戚兴华	董事长	镁歌贸易	执行董事兼总经理	子公司
		秦歌贸易	执行董事兼总经理	子公司
		汉歌贸易	执行董事兼总经理	子公司
		镁悦贸易	执行董事兼总经理	孙公司
		汉悦贸易	执行董事兼总经理	孙公司
		元众新能源	执行董事兼总经理	同一控制下关联企业
		嘉韶云华	执行董事兼总经理	发行人股东
		嘉金投资	执行事务合伙人	发行人股东
		浙江泰越进出口有限公司	监事	无
		吻吻鱼	董事	参股公司
陈曙光	董事	元众新能源	监事	同一控制下关联企业
		嘉韶云华	监事	发行人股东
		加哥网络	执行董事	同一控制下关联企业
朱中萍	董事、总经理	镁歌贸易	监事	子公司
		秦歌贸易	监事	子公司
		汉歌贸易	监事	子公司
		镁悦贸易	监事	孙公司
		汉悦贸易	监事	孙公司
于雳	独立董事	中审华会计师事务所（特殊普通合伙）	合伙人	无
		北京养元智汇饮品股份有限公司	独立董事	无
		新疆蓝山屯河化工股份有限公司	独立董事	无
李有星	独立董事	浙江大学法学院	教授	无
		四川浪莎控股股份有限公司	独立董事	无
		起步股份有限公司	独立董事	无
		博尼国际控股有限公司	独立董事	无
		浙江金晟环保股份有限公司	独立董事	无
		杭州万事利丝绸文化股份有限公司	独立董事	无
		金华银行股份有限公司	独立董事	无
		杭州联汇科技股份有限公司	独立董事	无
		杭州网银互联科技股份有限公司	独立董事	无

姓名	本公司职位	兼职单位	兼职职位	兼职单位和发行人关系
		浙江千禧龙纤特种纤维股份有限公司	独立董事	无
		河北中瓷电子科技股份有限公司	独立董事	无
		浙江新光饰品股份有限公司	独立董事	无
		杭州龙井野趣旅游开发有限公司	董事	无
		杭州龙井山园茶文化村旅游开发有限公司	监事	无
熊伟	独立董事	浙江大学管理学院	教授	无
		浙江东亚药业股份有限公司	独立董事	无
		杭州哲捷优企业管理咨询有限公司	监事	无
		杭州浙达企业管理咨询有限公司	监事	无
		杭州科友企业管理咨询有限公司	监事	无
陈跃存	职工监事	江西中汇汽车集团有限公司	董事	无

本公司上述董事、监事、高管人员及其他核心人员兼职情况均符合《公司法》相关规定，除上述人员外，公司其他董事、监事、高管及其他核心人员均未在股东单位、股东单位控制的企业以及同行业其他法人单位兼任职务。

除上述情况外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员无其他兼职情况。

（六）董事、监事、高级管理人员、其他核心人员的亲属关系情况

截至本招股说明书签署日，公司董事长戚兴华与董事陈曙光系夫妻关系，总经理朱中萍系董事长戚兴华姐姐之配偶。

除上述情形外，本公司现任董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间不存在其他亲属关系。

（七）公司与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与公司签署的协议情况

截至本招股说明书签署日，本公司与上述在公司专职工作的董事、监事、高级管理人员、其他核心人员签订了《劳动合同》。除劳动合同外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员未与公司签订其他协议。

（八）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近两年的变动情况

1、最近两年公司董事变动情况

截至 2018 年 1 月 1 日，公司董事会由戚兴华、陈曙光、朱中萍、金学军、顾代华、李小强、于雳、李有星、杨俊等 9 人组成。

2018 年 4 月 25 日，原独立董事杨俊因个人原因辞职，公司 2018 年第一次临时股东大会补选熊伟为公司独立董事，任期自 2018 年 4 月 25 日至 2020 年 11 月 7 日。

2、最近两年公司监事变动情况

最近两年，公司监事未发生变动。

3、最近两年公司高级管理人员变动情况

截至 2018 年 1 月 1 日，公司高级管理人员为总经理朱中萍、董事会秘书金学军和财务总监胡灵慧。

2018 年 4 月 10 日，公司召开第一届董事会第三次会议，聘任顾代华为公司副总经理。

4、最近两年公司其他核心人员变动情况

最近两年，公司其他核心人员未发生变化。

综上，最近两年公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员均未发生重大变化，相关人员的变动均已履行相应内部决策程序，符合《公司法》、《公司章程》的相关规定，不会对发行人生产经营产生重大不利影响。

（九）公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的对外投资情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的其他主要对外投资情况如下：

姓名	现任职务	其他主要对外投资公司	出资金额（万元）	持股比例
戚兴华	董事长	嘉韶云华	1,560	52%
		嘉金投资	28	5.60%
		元众新能源	1,530	51%
		浙江泰越进出口有限公司	2,400[注 1]	40%

姓名	现任职务	其他主要对外投资公司	出资金额（万元）	持股比例
		南京花无缺投资合伙企业(有限合伙)	20	3.33%
陈曙光	董事、销售总监助理	嘉韶云华	1,440	48%
		元众新能源	1,470	49%
		加哥网络	50	100%
于雳	独立董事	中审华会计师事务所（特殊普通合伙）	20	2%
李有星	独立董事	杭州艾孚投资咨询服务有限公司	1.80	15%
		杭州艾孚群创投资合伙企业(有限合伙)	6	12%
		杭州龙井野趣旅游开发有限公司	400	2%
熊伟	独立董事	杭州哲捷优企业管理咨询有限公司	30	30%
		杭州浙达企业管理咨询有限公司	2	20%
		杭州科友企业管理咨询有限公司	6	60%
王炯	监事会主席	佛山优德美电器有限公司	5	1%
陈跃存	职工监事	江西中汇汽车集团有限公司	2,990[注 2]	13%

注 1：戚兴华对浙江泰越进出口有限公司认缴出资额为 2,400 万元，但截至本招股说明书签署日，戚兴华未对该公司实缴出资。

注 2：陈跃存对江西中汇汽车集团有限公司认缴出资额为 2,990 万元，但截至本招股说明书签署日，陈跃存未对该公司实缴出资。

上述董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的对外投资与本公司不存在利益冲突。

（十）董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持股情况

1、直接持股情况

截至本招股说明书签署日，董事长戚兴华直接持有公司 8,531,250 股，占公司总股本的 11.38%，董事陈曙光直接持有公司 7,875,000 股，公司总股本的 10.50%。

2、间接持股情况

（1）通过嘉韶云华间接持有公司股份

截至本招股说明书签署日，董事戚兴华、陈曙光通过嘉韶云华间接持有公司 49,218,750 股，占公司总股本的 65.63%。嘉韶云华的股权结构参见本节“八、（一）控股股东及实际控制人”。

（2）通过嘉金投资间接持有公司股份

截至本招股说明书签署日，部分公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属通过嘉金投资间接持有公司 12.20%的股份，具体情况如下：

序号	合伙人	出资比例	通过嘉金投资间接持有公司权益比例	职务/人员性质	亲属关系
1	戚兴华	5.60%	0.70%	董事长	-
2	朱中萍	32.00%	4.00%	董事、总经理、其他核心人员	董事长戚兴华姐姐戚爱君之配偶
3	金学军	16.00%	2.00%	董事、董事会秘书	无
4	顾代华	14.40%	1.80%	董事、副总经理	无
5	胡灵慧	8.00%	1.00%	财务总监	无
6	崔广文	5.20%	0.65%	生产 C 部经理	董事长戚兴华姐姐戚爱华之配偶
7	戚小君	3.20%	0.40%	仓储科员工	董事长戚兴华的姐姐
8	戚爱君	3.20%	0.40%	已离职	董事长戚兴华的姐姐
9	戚爱华	3.20%	0.40%	已离职	董事长戚兴华的姐姐
10	李小强	2.00%	0.25%	董事、研发部经理、自有品牌项目部经理、其他核心人员	无
11	陈跃存	1.60%	0.20%	职工监事、PMC 部采购科长	无
12	王炯	1.60%	0.20%	监事会主席、总经理助理、其他核心人员	无
13	曾涛	1.60%	0.20%	监事、仓储物流部经理	无
	合计	**97.60%**	**12.20%**		

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接和间接持有公司股份不存在质押和冻结情况。

（十一）公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况

公司独立董事领取固定数额的独立董事津贴，津贴金额由公司参照资本市场中独立董事津贴的一般水平予以确定。

对其他董事、监事、高级管理人员、其他技术人员，公司未单独发放津贴，由公司根据其任职岗位、承担的职责、经营业绩考核结果确定年度薪酬总额，由

月工资和年终奖组成，除此之外不享有其他待遇和退休金计划。月工资按月度发放，年终奖年度结束后发放，年终奖根据公司年度经营业绩考核结果确定。

2017 年、2018 年和 2019 年，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬总额分别为 209.62 万元、273.35 万元、307.52 万元，占各期公司利润总额比重分别为 6.72%、2.92%、3.69%。

本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员 2019 年薪酬情况如下表所示：

序号	姓名	职务	2019 年度薪酬/津贴（税前收入，万元）
1	戚兴华	董事长	40.48
2	朱中萍	董事、总经理	40.69
3	陈曙光	董事、销售总监助理	12.12
4	金学军	董事、董事会秘书	36.74
5	顾代华	董事、副总经理	31.10
6	李小强	董事、研发部经理、自有品牌项目部经理	23.01
7	于雳	独立董事	10.00
8	李有星	独立董事	10.00
9	熊伟	独立董事	10.00
10	王炯	监事会主席、总经理助理	21.60
11	曾涛	监事、仓储物流部经理	16.22
12	陈跃存	职工监事、PMC 部采购科长	12.02
13	胡灵慧	财务总监	27.54
14	吕帅	研发部项目工程师	16.00

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员未在公司享受除社会保险、住房公积金外其他待遇和退休金计划，未在公司关联企业领取薪酬。

十一、股权激励及其他制度安排和执行情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在已制定拟实施或正在实施的股权激励（如员工持股计划、限制性股票、股票期权）及其他制度安排和执行情况。已经完成的股权激励情况如下：

为肯定公司创始团队长期以来对公司发展所作贡献，激励当时的管理团队核心人员，将核心员工个人利益与公司长期发展相结合，2017 年 12 月，戚兴华与其他 14 名自然人共同出资设立嘉金投资，合伙人中包含公司中、高层管理人员及实际控制人戚兴华、陈曙光的近亲属，并于 2019 年吸收员工鲁绍群入伙。截至本招股说明书签署日，嘉金投资持有公司 937.50 万股，占公司总股本的 12.50%。嘉金投资基本情况详见本节之“八、（二）其他持有发行人 5%以上股份的主要股东”。嘉金投资就本次发行前所持发行人股份的锁定事宜详见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“六、（一）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺”。嘉金投资不属于私募投资基金，无需办理私募投资基金备案手续。

截至本招股说明书签署日，公司已完成股权激励，没有待行权的股权激励安排。相关股权激励安排履行了必要的审议程序。报告期内涉及股份支付金额为 2017 年度 893.75 万元、2019 年度 61.23 万元，均一次性计入当期费用，会计处理符合企业会计准则的要求。股权激励未对发行人经营状况、财务状况或控制权造成重大不利影响。

（一）员工持股平台嘉金投资的持股人员确定标准、设立以来人员变动情况

为肯定公司创始团队长期以来对公司发展所作贡献，激励当时的管理团队核心人员，将员工个人利益与公司长期发展相结合，公司2017年开始筹划员工持股及股权激励事项。

经与创始团队成员及管理团队核心人员协商，最终确定由实际控制人戚兴华及其他14名自然人共同投资设立持股平台嘉金投资，并通过该平台投资入股嘉益股份。2017年底嘉金投资设立时，持股人员戚爱华已于2016年从公司离职，其余持股人员均系公司在职员工。

嘉金投资成立时，合伙人及合伙份额、公司所任职务及相互亲属关系情况如下：

序号	合伙人	出资金额（万元）	出资比例（%）	公司所任职务或亲属关系
1	戚兴华（普通合伙人）	32	6.40	董事长、实际控制人
2	朱中萍	160	32.00	董事、总经理、董事长戚兴华姐姐戚爱君之配偶
3	金学军	80	16.00	董事、董事会秘书

序号	合伙人	出资金额（万元）	出资比例（%）	公司所任职务或亲属关系
4	顾代华	72	14.40	董事、副总经理
5	胡灵慧	40	8.00	财务总监
6	崔广文	26	5.20	生产 C 部经理、董事长戚兴华姐姐戚爱华之配偶
7	戚小君	16	3.20	仓储科员工、董事长戚兴华的姐姐
8	戚爱君	16	3.20	公司采购员工、董事长戚兴华的姐姐
9	戚爱华	16	3.20	原公司仓储科员工、董事长戚兴华的姐姐
10	陈跃存	8	1.60	监事、PMC 部采购科长
11	李小强	10	2.00	董事、研发部经理、自有品牌项目部经理
12	王炯	8	1.60	监事会主席、总经理助理
13	曾涛	8	1.60	监事、仓储物流部经理
14	唐明电	4	0.80	生产 A 部车间主任
15	张海	4	0.80	销售部高级营运经理
	合计	**500**	**100.00**	

品质部经理鲁绍群于2006年入职公司，系管理团队核心人员。2017年嘉金投资成立时，鲁绍群休假在家，未能参与嘉金投资的设立及其对嘉益股份的增资。2019年鲁绍群休假结束后，经嘉金投资全体合伙人同意，通过受让戚兴华持有的部分合伙企业份额入伙。

根据戚兴华与鲁绍群于2019年3月28日签订的《合伙企业财产份额转让协议》，戚兴华将其持有的嘉金投资0.8%的财产份额（对应发行人股份7.50万股）以4万元的价格转让给鲁绍群。同时鲁绍群作为嘉金投资合伙人应承担嘉金投资向陈曙光借款16万元，全部转让对价合计20万元。2019年5月10日，鲁绍群向戚兴华支付了对价。2019年6月18日，嘉金投资在武义县市场监督管理局办理完成了本次变更登记手续。

2019年6月至今，嘉金投资合伙人成员未发生变化。

（二）嘉金投资的管理模式、决策程序、存续期及期满后所持有股份的处置办法和损益分配方法、变更和终止的情形等内容

《武义嘉金投资管理合伙企业（有限合伙）合伙协议》约定了嘉金投资的管理模式、决策程序、存续期及期满后所持有股份的处置办法和损益分配方法、变更和终止的情形等内容，具体约定如下：

序号	事项	合伙协议条款约定
1	合伙存续期	第九条 合伙企业自营业执照签发之日起成立，合伙期限为长期。
2	管理模式	第十八条 执行事务合伙人的权限。 普通合伙人作为本合伙企业的执行事务合伙人，拥有按本合伙协议之规定全权负责本合伙企业及投资管理业务以及其他合伙事务之管理、运营、控制、决策的全部职权，该等职权由执行事务合伙人直接行使或通过其委派的代表行使。执行事务合伙的职权包括但不限于： （一）全面负责合伙企业的各项投资管理业务及其他业务的管理及决策，包括但不限于： 1、就投资管理项目的条件是否符合合伙企业的整体利益以及最终是否进行经营做出决策； 2、就转让和处分合伙企业的资产做出决定； 3、决定其他与合伙企业投资管理业务相关的事项；。 执行事务合伙人及其管理团队应本着追求合伙企业及有限合伙人良好投资管理回报的原则积极寻求、开发有价值的项目，负责对项目进行审慎的调查和评估、聘任专业顾问提供外部咨询服务、组织投资管理条款的谈判，准备有关投资管理的文件，实施投资管理，取得投资管理回报等； （二）代表本合伙企业对外签署、交付和履行协议、合同及其他文件； （三）代表本合伙企业对各类业务项目进行管理，包括但不限于负责本合伙企业的业务项目的筛选、调查及项目管理等事务； （四）采取一切必要行动以维持本合伙企业合法存续、以合伙企业身份开展经营活动； （五）为本合伙企业的利益提起诉讼、仲裁或应诉，与争议对方进行协商或和解等，以解决本合伙企业与第三方的争议；采取所有可能的行动以保障本合伙企业的财产安企，减少因本合伙企业的业务活动而对本合伙企业、合伙人及其财产可能带来的风险； （六）除根据本协议规定需全体合伙人一致同意的合伙企业其他事务的决策和管理； （七）法律或本协议授予的其他职权。 第二十条 全体合伙人在此特别同意并授权执行事务合伙人可以对下列事项有独立决定权： （一）改变合伙企业的名称； （二）改变合伙企业的经营范围、主要经营场所的地点； （三）处分合伙企业的不动产； （四）转让或处分合伙企业的知识产权和其他财产权利，合伙企业对外投资管理收入及其他收入向全体合伙人的分配及有限合伙人退伙时的财产分配； （五）以合伙企业名义为他人提供担保； （六）聘任合伙人以外的人担任合伙企业的经营管理人员； （七）有限合伙人入伙、退伙。 （八）以上事项的变更需要修改合伙协议的相关内容，作出修改合伙协议的决议。 上述事项变更时涉及需签署《变更决定书》《修改合伙协议的决议》和《入伙协议》时，《变更决定书》《修改合伙协议的决议》可由执行事务合伙人单独签署、《入伙协议》由执行事务合伙人与新入伙合伙人共同签署。
3	决策程序	第二十二条 合伙人对合伙企业有关事项作出决议，实行合伙人一人一票表决权；除法律、法规、规章和本协议另有规定以外，决议应经全体合伙人一致通过，涉及合伙企业变更登记事项时，由执行事务合伙人签署变更决定书并办理交更登记手续。
4	有限合伙人权限	第二十三条 有限合伙人不执行合伙事务，不得对外代表合伙企业，有《合伙企业法》第六十八条规定的行为，不视为执行合伙事务。

序号	事项	合伙协议条款约定
5	合伙企业解散的情形	第二十五条 合伙企业有下列情形之一的，应当解散： （一）合伙期限届满，合伙人决定不再经营； （二）合伙协议约定的解散事由出现； （三）全体合伙人决定解散； （四）合伙人已不具备法定人数满三十天； （五）合伙协议约定的合伙目的已经实现或者无法实现； （六）依法被吊销营业执照、责令关闭或者被撤销； （七）法律、行政法规规定的其他原因。
6	对合伙协议的修改程序	第三十八条 除本协议另有规定外，修改或者补充合伙协议，应当经全体合伙人一致同意。若全体合伙人均以书面形式表示同意，可以不召开合伙人会议，直接作出决定，全体合伙人作出决定后，执行事务合伙人有权代表合伙企业及全体合伙人签署修改合伙协议的决议。
7	合伙企业清算时剩余财产的分配	第三十四条 合伙企业清算办法应当按《合伙企业法》的规定进行清算。 清算期间，合伙企业存续，不得开展与清算无关的经营活动。 合伙企业财产在支付清算费用和职工工资、社会保险费用、法定补偿金以及缴纳所欠税款、清偿债务后的剩余财产，依照合伙人实缴出资比例进行分配。

（三）嘉金投资是否存在外部股东，是否存在发行人或第三方为员工参加持股计划提供奖励、资助、补贴等安排

1、嘉金投资存在外部股东

截至本招股说明书签署日，嘉金投资合伙人构成、在公司任职情况、出资资金来源情况如下：

序号	合伙人	出资金额（万元）	出资比例	在公司任职情况	出资资金来源
1	戚兴华	28	5.60%	董事长	个人工资薪金、投资所得和家庭积累
2	朱中萍	160	32.00%	董事、总经理	44 万元为个人工资薪金和家庭积累；116 万元为向陈曙光借款，于 2019 年 7 月归还
3	金学军	80	16.00%	董事、董事会秘书	个人工资薪金和家庭积累
4	顾代华	72	14.40%	董事、副总经理	个人工资薪金和家庭积累
5	胡灵慧	40	8.00%	财务总监	个人工资薪金和家庭积累
6	崔广文	26	5.20%	生产 C 部经理	个人工资薪金和家庭积累
7	戚小君	16	3.20%	仓储科员工	个人工资薪金和家庭积累
8	戚爱君	16	3.20%	已离职，原为公司采购员工	个人工资薪金和家庭积累
9	戚爱华	16	3.20%	已离职，原为公司仓储科员工	个人工资薪金和家庭积累
10	陈跃存	8	1.60%	监事、PMC 部采购科长	个人工资薪金和家庭积累
11	李小强	10	2.00%	董事、研发部经理、自有品牌项目部经理	个人工资薪金和家庭积累

序号	合伙人	出资金额（万元）	出资比例	在公司任职情况	出资资金来源
12	王炯	8	1.60%	监事会主席、总经理助理	个人工资薪金和家庭积累
13	曾涛	8	1.60%	监事、仓储物流部经理	个人工资薪金和家庭积累
14	唐明电	4	0.80%	生产 A 部车间主任	个人工资薪金和家庭积累
15	张海	4	0.80%	销售部高级营运经理	个人工资薪金和家庭积累
16	鲁绍群	4	0.80%	品质部经理	个人工资薪金和家庭积累
	合计	**500**	**100.00%**		

其中，实际控制人之一戚兴华的姐姐戚爱华、戚爱君均为公司创始团队成员，原为嘉益有限员工，分别于2016年和2018年离职，嘉金投资的其余合伙人均为嘉益股份现任在职员工，不存在其他外部股东。

2、是否存在发行人或第三方为员工参加持股计划提供奖励、资助、补贴等安排

因嘉金投资合伙人个人资金不足，有限合伙人朱中萍和嘉金投资分别向实际控制人之一陈曙光借款用于对嘉益股份的出资，具体情况如下：

①2017年12月，戚兴华等15名自然人共同出资设立嘉金投资过程中，朱中萍拟出资160万元，占合伙份额的32%。朱中萍本次出资的资金来源为：以自有资金出资44万元，向实际控制人戚兴华、陈曙光夫妇借款116万元，合计160万元。2017年9月，朱中萍与陈曙光签订《借款协议》，约定：朱中萍向陈曙光借款116万元，全额用于认购嘉金投资合伙份额，借款按年化4.35%的利率计算利息。2019年7月，朱中萍已向陈曙光归还全部上述借款。

②2017年12月嘉金投资以2,500万元货币资金向嘉益股份增资过程中，因合伙人个人出资存在困难，经嘉金投资全体合伙人协商确定，由嘉金投资向陈曙光借款2,000万元，与合伙人自筹的500万元一起合计2,500万元，用于向嘉益股份的增资。双方于2017年12月11日签订了《借款协议》，约定：嘉金投资（乙方）向陈曙光（甲方）借款2,000万元，全额用于向嘉益股份增资，乙方在以下期限内偿还借款本金：嘉益股份上市后五年内归还全部本金及利息，乙方可选择提前还款。甲方向乙方提供的借款，按银行同期借款基准利率计算利息，在偿还本金时一并偿还利息。截至目前，嘉金投资尚未向陈曙光归还借款。

上述实际控制人为嘉金投资合伙人出资提供借款行为系双方真实意思表示，

相关借款已归还或明确约定了借款利息和还款时间安排。不存在其他公司或第三方为员工参加持股计划提供奖励、资助、补贴等安排的情形。

（四）发行人股份支付公允价值的确定依据及计算过程

1、2017年12月8日，经嘉益股份2017年第一次临时股东大会审议通过，同意由嘉金投资以现金2,500万元认购公司新增股份937.50万股，增资后注册资本7,500万元。本次股权激励中，公司股份的公允价值的计算依据为公司2016年度实现净利润2,716.25万元，增资后每股收益为0.36元，以10倍市盈率计算，每股公允价值为3.62元。

2、2019年6月15日，嘉金投资召开合伙人会议，同意鲁绍群入伙。本次股权激励中，公司股份的公允价值的计算依据为公司2018年度实现净利润8,122.42万元，对应每股收益为1.08元，以10倍市盈率计算，每股公允价值为10.83元。

（五）公司两次股权激励的入股时间、价格及定价依据、评估情况、对应市盈率情况

入股/入伙时间	定价依据	增资/转让价格	对应增资/转让上年市盈率（倍）	对应增资/转让当年市盈率（倍）	对应增资/转让上年末市净率（倍）	评估情况
2017 年 12 月	结合 2017 年 7 月 31 日股改基准日公司每股净资产 1.88 元、2016 年实际业绩及 2017 年预期业绩情况综合确定	2.667 元/股	7.36	4.73	0.47	未进行评估
2019 年 6 月	结合 2018 年末每股净资产 3.33 元、2018 年实际经营业绩及 2019 年预期业绩情况，并参考 2017 年增资价格等因素综合确定	2.667 元/股	2.46	3.27	0.80	未进行评估

（六）两次股权激励时间所对应公司的业绩基础及变动预期、评估情况

公司两次股权激励分别发生于2017年的12月和2019年6月。2017年至2019年，公司财务数据及其变化情况如下：

项目	2019 年 12 月 31 日/2019 年度	2018 年 12 月 31 日/2018 年度	2017 年 12 月 31 日/2017 年度
营业收入（万元）	40,496.11	37,644.88	34,007.16

项目	2019 年 12 月 31 日/2019 年度	2018 年 12 月 31 日/2018 年度	2017 年 12 月 31 日/2017 年度
归属于母公司所有者的净利润（万元）	7,190.02	8,122.42	2,582.21
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	6,112.33	7,552.46	4,231.92
基本每股收益（元）	0.96	1.08	0.34

上述期间内，公司产能、产量未有明显变化，营业收入规模保持稳定增长态势，受到客户结构、产品结构调整等因素影响，盈利能力有所提高，因此，对公司的估值水平保持平稳，两次股份支付均以10倍市盈率确认公允价值。

2017年初，公司拟改制为股份有限公司并启动上市计划，同时筹划实施股权激励，员工持股平台于2017年末完成增资入股。在此次股权激励的筹划阶段，2017年的业绩数据尚未确定，故以2016年度经营业绩为基础确定公允价值，具有合理性。2019年3月，员工鲁绍群与戚兴华签署《合伙企业财产份额转让协议书》，就嘉金投资合伙份额的转让事项达成一致，鲁绍群于2019年5月将转让价款支付给戚兴华，于2019年6月完成工商变更登记。鲁绍群受让嘉金投资合伙份额时，公司2019年的业绩数据尚未确定，因此以2018年度经营业绩为基础确定公允价值，具有合理性。

（七）同行业并购重组市盈率及同期可比公司市盈率情况

1、同行业并购重组市盈率情况

同行业上市公司爱仕达（002403）于2016年11月增资6,500万元认购从事不锈钢真空保温器皿生产销售的平湖美嘉保温容器工业有限公司（后更名为浙江嘉特保温科技股份有限公司，以下简称“浙江嘉特”）20%股权，于2020年6月以3,258.5万元的价格转让其持有的浙江嘉特7%股权，两次交易对应估值情况如下：

公司名称	交易日期	交易标的	标的主营业务	交易概况	市盈率（倍）
爱仕达	2016 年 11 月	浙江嘉特	保温容器	增资	7.83
	2020 年 6 月	浙江嘉特	保温容器	转让	10.09
平均					**8.96**

公司以10倍市盈率确认股份支付公允价值，与同行业可比上市公司爱仕达收购、转让从事相同业务的标的公司浙江嘉特的同期市盈率相比不存在显著差异。公司股份支付公允价值的确定依据合理。

2、同期可比上市公司市盈率情况

分别选取 2017 年 12 月和 2019 年 6 月时点，同行业可比上市公司市盈率情况如下：

单位：倍

公司名称	2017-12-29	2019-6-28
哈尔斯	26.07	21.72
爱仕达	27.05	19.10
苏泊尔	27.30	34.74
新宝股份	23.14	14.72
平均值	25.89	22.57

数据来源：Wind 资讯

注 1：可比公司市盈率指标分别取 2017 年 12 月、2018 年 6 月相应公司 PE(TTM)的平均值。

注 2：同行业可比上市公司中，山东华鹏、德力股份的市盈率数据较为异常，不具有参考意义，故不计算在内。

公司两次股权激励对应公司估值与可比公司同期估值数据相比存在差异，但考虑到尚未上市的流动性限制影响，公司认为上述股份支付公允价值的确定依据具备合理性。

十二、员工及其社会保障情况

（一）报告期员工人数变化情况

报告期各期末，公司在册员工人数具体情况如下：

项目	2020 年 3 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
在册员工人数（人）	1,219	1,155	1,245	930
劳务派遣人数（人）	-	1	-	-
合计	**1,219**	**1,156**	**1,245**	**930**

截至 2019 年 12 月 31 日，镁歌贸易从劳务派遣单位上海康肯市场营销有限公司（以下简称“上海康肯”）聘用 1 名员工临时从事区域销售工作。上海康肯取得了《劳务派遣经营许可证》，拥有劳务派遣资质。镁歌贸易与上海康肯签订了《人才派遣服务合同》，约定镁歌贸易向其支付的劳务报酬中包括了派遣员工的社会保险费用和住房公积金费用，派遣单位应为派遣员工及时办理并缴纳社会保险和住房公积金。截至本招股说明书签署日，镁歌贸易已与该名员工签订劳动

合同，公司及其子公司不存在其他劳务派遣用工情况。

（二）员工专业结构、受教育程度及年龄分布

1、专业结构

截至 2020 年 3 月 31 日，公司员工专业结构如下：

专业结构	员工人数（人）	比例
生产人员	1,007	82.61%
销售人员	56	4.59%
管理人员	45	3.69%
研发技术人员	111	9.11%
合计	**1,219**	**100.00%**

2、受教育程度

截至 2020 年 3 月 31 日，公司员工受教育程度如下：

学历	员工人数（人）	比例
本科及以上	62	5.09%
大专	86	7.05%
其他	1,071	87.86%
合计	**1,219**	**100.00%**

3、年龄分布

截至 2020 年 3 月 31 日，公司员工年龄分布情况如下：

年龄分布	员工人数（人）	比例
30 岁以下（含 30 岁）	527	43.23%
31 岁-40 岁（含 40 岁）	341	27.97%
41 岁-50 岁（含 50 岁）	254	20.84%
51 岁以上	97	7.96%
合计	**1,219**	**100.00%**

（三）员工社会保障等情况

1、公司缴纳社保和住房公积金的起始日期

发行人各子公司、分公司缴纳社保、住房公积金的起始日期如下：

公司名称	设立时间	社保缴纳起始日	住房公积金缴纳起始日
嘉益股份	2004 年 5 月	2005 年 3 月	2017 年 9 月
镁歌贸易	2019 年 4 月	2019 年 5 月	2019 年 6 月
上海分公司	2019 年 9 月	2019 年 11 月	2019 年 11 月

注 1：发行人于 2018 年 4 月在杭州设立营销中心，于 2018 年 6 月在上海设立创新中心，设立之初，由于在杭州、上海员工人数较少，且公司未在当地设立分支机构，公司与北京德元通远人力资源管理有限公司上海分公司（以下简称“北京德元”）签订《人事外包服务合同》，由北京德元代为办理社保、住房公积金的申报、缴纳等事项。镁歌贸易和上海分公司分别成立并自行办理社保、公积金登记手续后，上述代理事项已经终止。

注 2：2019 年 6 月镁歌贸易与上海康肯市场营销有限公司签订《服务合同》，由上海康肯市场营销有限公司为镁歌贸易驻外地销售人员向当地社保、住房公积金管理部门代为申报并缴纳社保及住房公积金。

2、报告期内，公司各项社会保险、住房公积金缴纳人数情况

报告期内，公司及各子公司、分公司均与员工签订劳动合同，除退休返聘、员工自愿放弃、在其他单位缴纳等特殊情况外，及时为员工缴纳社保和住房公积金。

（1）社会保险缴纳情况

报告期各期末，发行人为在册员工缴纳的各项社会保险的情况统计如下：

项目	2020 年 3 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
在册人数	1,219	1,153	1,245	930
缴纳人数	876	1,034	819	563
未交人数	343	119	426	367
缴纳比例	71.86%	89.68%	65.78%	60.54%

注 1：截至 2019 年末，饮水科技聘用两名美国员工，公司已按照美国相关法律为其缴纳社会保险。上述在册人数系中国员工人数，未包含劳务派遣人员和美国员工。

注 2：嘉益股份（本级）缴纳工伤保险人数多于其余四项社会保险人数。上表中的未交人数实际为未缴纳养老、医疗、生育、失业四项社会保险的人数。

自 2017 年开始，发行人加强对员工参加社会保险的宣传和教育工作，努力提高参保比例。2017 年末、2018 年末和 2019 年末，公司社会保险的缴纳比例分别为 60.54%、65.78%和 89.68%，已经有了明显提升。2020 年 3 月末，受疫情影响，发行人新入职员工较多，且未能及时办理社保公积金手续，导致期末未缴纳人数增加，缴纳比例为 71.86%。

截至 2020 年 3 月末，发行人在册中国员工合计 1,219 人，参保养老、医疗、生育、工伤、失业五项社会保险员工合计 976 人，343 人未参保，具体未参保原

因包括：

序号	未缴纳原因	人数
1	退休或超龄人员	42
2	自愿放弃缴纳	166
3	在其他单位缴纳	3
4	新员工入职当月手续未完成	129
5	因系统原因下月开始缴纳	3
	合计	**343**

（2）住房公积金缴纳情况

报告期各期末，发行人为在册员工缴纳的住房公积金情况统计如下：

内容	2020 年 3 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
在册人数	1,219	1,153	1,245	930
缴纳人数	859	946	594	549
未交人数	360	207	651	381
缴纳比例	70.47%	82.05%	47.71%	59.03%

截至 2020 年 3 月末，发行人为合计 859 名员工缴纳住房公积金，360 人未缴纳，具体未缴纳原因包括：

序号	未缴纳原因	人数
1	退休或超龄人员	42
2	自愿放弃缴纳	181
3	在其他单位缴纳	1
4	新员工入职当月手续未完成	129
5	因系统原因下月开始缴纳	7
	合计	**360**

公司处于劳动密集型行业，员工结构中生产人员占比较高，流动性较强。嘉益股份武义总部的 1,157 名员工中，有 91%以上为非浙江户籍员工。公司部分员工为农村户口，已在户籍地办理新型农村社会养老保险和新型农村医疗保险。这部分员工在武义长期定居并置业的意愿不强，不愿意在武义缴纳社保和公积金，因此向公司提出放弃缴纳社保和公积金，并且出具了声明文件。公司为部分员工缴纳了补充商业保险，并为愿意住宿的员工免费提供宿舍，客观上解决了部分员工住房问题。

3、关于员工社会保障制度执行情况的合法合规性

根据武义县人力资源和社会保障局于 2020 年 5 月 14 日出具的《证明》，报告期内，发行人已为员工依法办理社会保险，符合相关法律且缴费正常，不存在因违反劳动保障方面的法律、法规而受到行政处罚的情况。

根据金华市住房公积金管理中心武义分中心于 2020 年 5 月 13 日出具的《证明》，发行人已在该中心办理了住房公积金缴存登记，报告期内，发行人不存在受到公积金中心行政处罚的情形。

根据杭州市下城区人力资源和社会保障局于 2020 年 5 月 11 日出具的《征信意见书》，报告期内，未发现镁歌贸易有严重违反劳动保障法律法规的行为。

根据杭州市住房公积金管理中心于 2020 年 5 月 11 日出具《证明》，截至 2020 年 5 月 11 日，镁歌贸易无住房公积金行政处罚记录。

根据上海市社会保险事业管理中心 2020 年 4 月 8 日出具的《单位参加城镇社会保险基本情况》，截至 2020 年 3 月，上海分公司缴费状态正常。

根据上海市公积金管理中心于 2020 年 5 月 12 日出具的《上海市单位住房公积金缴存情况证明》，截至该证明出具日，上海分公司住房公积金处于正常缴存状态，无该中心行政处罚记录。

报告期内，公司及其控股子公司未就社会保险和住房公积金缴纳情况发生劳动争议纠纷或仲裁、诉讼案件，亦未因违反相关的法律法规而受到住房公积金管理机构的行政处罚，因此，上述事项未对发行人本次发行造成重大实质性影响。

发行人控股股东嘉韶云华，实际控制人戚兴华、陈曙光承诺：如应有权部门要求或决定，公司需要为员工补缴社会保险和住房公积金，以及公司因此而须承担任何罚款、赔偿责任或损失，嘉韶云华、戚兴华和陈曙光将足额补偿公司因此发生的支出或所受损失，且毋需公司支付任何对价，避免给公司带来任何损失或不利影响。

第六节 业务与技术

一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况

（一）公司主营业务、主要产品或服务

1、发行人的主营业务

公司的主营业务为各种不同材质的饮品、食品容器的研发设计、生产与销售，主要产品包括不锈钢真空保温器皿（保温杯、保温瓶、焖烧罐、保温壶、智能杯等）、不锈钢器皿、塑料器皿（PP、AS、Tritan 等材质）、玻璃器皿以及其他新材料的日用饮品、食品容器。

公司经过多年发展，已成为行业内较有影响力的专业不锈钢真空保温器皿制造商，与国内同行业企业相比具有品质精良、自动化程度较高、研发设计能力强、产品线丰富等特点。在核心技术方面，在不锈钢真空保温器皿的生产过程中，水胀模具是决定产品质量和成本的关键点。公司拥有多项水胀模具技术，在提高产品质量稳定性的同时可节约不锈钢材料。在轻量旋薄技术方面，公司与设备厂家共同开发的旋薄设备可将 0.4mm 不锈钢材料杯体旋薄至 0.07mm，在行业内具有技术优势和成本优势，为公司近年来获取优质订单、实现快速发展奠定了坚实的基础。在不锈钢真空保温器皿的表面处理工序中，公司的水性有机硅表面喷涂技术可实现不锈钢器皿的内部易清洗和抗腐蚀性能；自主开发的真空气染印技术可提高杯体表面印花图案的渗透性，使印花图案更耐磨、精美、色彩绚丽，同时减少生产过程中的固废污染，达到节能环保的目的。公司在产品表面处理上的以上技术形成了成熟的工艺流程和稳定的质量控制方法，吸引了很多高端客户群体，创造了较高的经济价值，提升了公司整体的盈利能力。在智能化及健康化潮流背景下，公司也大力发展智能化产品及具有健康饮水概念的产品，除已实现量产的即刻显示水温保温杯产品外，公司还积极创新开发智能娱乐保温杯和具有抗菌、抑菌功能的不锈钢真空保温器皿，实现保温容器与智能领域的结合，满足消费者对饮水容器的智能、安全、环保需求。

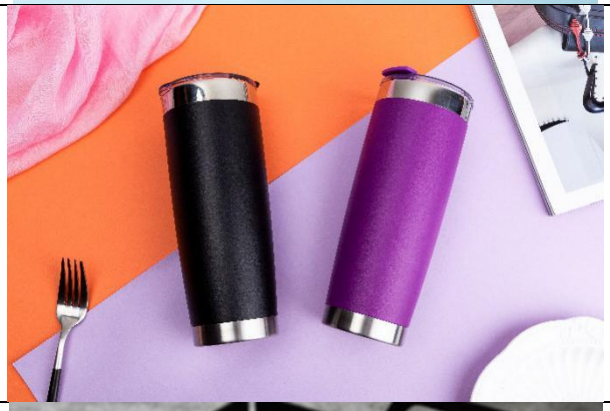
上述研究、开发技术和创新能力是公司稳步发展的基石，是公司不断开发创新的动力，公司本着引领行业发展趋势的理念，不断为不锈钢真空保温器皿行业

注入更多新技术、新工艺、新产品。

2、发行人主要产品

经过多年发展，公司产品已形成不锈钢真空保温器皿和非真空器皿两大系列。基于不锈钢真空保温器皿形成了较为丰富的产品线，涵盖保温杯、保温壶、焖烧罐、保温瓶等多种类型产品，具备保温性能好、安全便携、节能环保、外观时尚、功能丰富等优势。非真空器皿主要包括汽车杯、塑料杯、玻璃杯等。

系列	类别	产品图示
不锈钢真空保温器皿	不锈钢真空保温杯	
	不锈钢真空保温壶	
	不锈钢真空焖烧罐	

系列	类别	产品图示
	不锈钢真空保温瓶	
非真空器皿	汽车杯	
	不锈钢杯	
	塑料杯	

系列	类别	产品图示
	玻璃杯	

3、发行人主要品牌

随着社会的不断进步和人民生活水平的不断提高，不锈钢真空保温器皿在功能上已从基本的饮水器具发展成为适用不同生活场景、展现消费者个性化需求、满足健康品质、时尚潮流等健康生活器具，从设计上日趋多样化、人性化、智能化，产品外型设计日趋柔性化、精细化，产品款式设计日趋时尚和精美。

为了抓住市场变化带来的发展机遇，公司采用 OEM、ODM 业务模式与国际知名品牌商进行合作，在拓展国际市场业务的基础上，通过自创和收购的方式，加强自主品牌的开发和宣传力度，形成覆盖多目标群体、多应用场景的系列产品，进一步巩固和提升公司的整体竞争力。

目前，公司已拥有 miGo、ONE2GO 等多个自主品牌，在扩大公司产品市场覆盖面的同时产生良好的品牌协同效应，有效提升公司产品的市场影响力。

（1）miGo 品牌

miGo 品牌系 2019 年公司从 PMI 收购而来，目前由子公司镁歌贸易独立运营，该品牌专注于不锈钢真空保温器皿等食品和饮料容器，致力于创造一种以健康、安全和可持续发展为导向的生活方式。品牌的理念为打破一切是非定义，自在随心，活出感性。miGo 品牌运用多彩化的设计，为都市快节奏时尚人群创造全新的生活美学方案。miGo 品牌在国内市场具有一定影响力，2016 年尚悦系列获得 A’Design 设计奖，2017 年品悦系列获得红点奖。

（2）ONE2GO 品牌

ONE2GO 品牌创始于 2008 年，是一个传递活力、健康和快乐的饮食容器品

牌，不论是在设计还是作品中都能给人直观而强烈的感受。ONE2GO 品牌定位以中高端人群为主，用充满设计感的高品质产品，让用户感受到生命活力。ONE2GO 品牌使命是革新人类的饮水容器，让人们能够更加健康、舒适地生活。该品牌崇尚健康生活、有活力、环保的、有温度的设计，激发用户内在自我的发现，传达充满活力的生活方式。

4、报告期公司主营业务收入构成情况

报告期内，公司的收入主要来源于主营业务，公司主营业务收入按照业务类别构成如下：

单位：万元

产品	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
不锈钢真空保温器皿	6,814.02	94.00	34,401.98	86.59	31,692.56	85.03	28,492.08	84.43
不锈钢器皿	170.80	2.36	2,535.91	6.38	2,696.86	7.24	1,799.92	5.33
塑料器皿	151.57	2.09	1,845.71	4.65	1,676.57	4.50	2,241.90	6.64
玻璃器皿	74.62	1.03	600.38	1.51	843.66	2.26	1,090.03	3.23
其他	38.09	0.53	345.57	0.87	360.78	0.97	122.89	0.36
合计	**7,249.11**	**100.00**	**39,729.55**	**100.00**	**37,270.42**	**100.00**	**33,746.81**	**100.00**

（二）发行人主要业务模式

1、盈利模式

公司主要通过各种不同材质的饮品、食品容器的研发设计、生产与销售，为下游客户提供真空保温杯、保温瓶、焖烧罐、玻璃杯、塑料杯、智能杯等日用饮品、食品容器，从而获得收入和现金流并实现盈利，盈利主要来自于日用饮品、食品容器等产品的销售收入与成本费用之间的差额。

公司通过不断的研发设计，能够快速响应市场的变化和下游客户的需求，为客户提供品质精良、自动化程度较高、产品线丰富的产品，使公司在行业竞争中取得一定的竞争优势。

2、采购模式

公司产品的主要原材料为不锈钢、塑料粒子（包括 PP、AS、Tritan）等，公

司采用集中采购的模式，以直接向厂家采购的方式降低中间环节的采购风险和采购成本，并构建了逐层授权、逐步审批、层层风险监管的内部管控方式，降低各部门采购成本，提高采购效率。

公司制定了《供应商管理办法》、《采购部采购员操作指引》等一系列采购制度，与供应商签订《供应商行为守则》、《质量保证协议》等文件，履行严格的程序和标准选择供应商，建立了合格供方名录，每项主要原料的采购都实行货比三家的原则，目前已形成了稳定可靠的原材料供应渠道，为公司生产经营运作提供可靠的物资供应保证。公司与主要原材料供应商签订采购框架协议，以确保原料供应的品质合格、货源稳定，控制原材料的采购成本。

3、生产模式

公司境外销售产品的生产模式为以销定产，根据客户订单情况统一安排生产；境内销售产品在每年年初根据对市场的预测结合公司生产的实际情况制定销售计划，并相应安排生产计划，具体执行过程中根据市场实际情况调整生产计划。

（1）公司与品牌商在产品设计及生产中的权利与义务

公司与品牌商对产品设计及生产中的权利及义务的主要约定情况如下：

①品牌商授权公司按技术资料及双方确认的图纸或样品生产各类产品；

②对需要公司参与设计的产品，品牌商提供产品概念或产品外观图给公司，公司根据品牌商要求设计加工图纸和模具，并提交品牌商检验；

③品牌商向公司提供商标品牌权利委托书及相关技术资料，公司对品牌商所提供的技术资料负有保密责任，只能用于生产向品牌商或其客户供应的产品；

④公司向品牌商供应的产品，公司必须按要求通过品牌商质量验收程序；

⑤公司按品牌商订单要求的交货时间、数量和产品类型安排生产并向品牌商交付产品；品牌商在公司产品交付完成后，按订单约定付款。

（2）产品专利技术的使用及授权情况以及产品在终端销售过程中品牌及商标使用情况

主要品牌商与公司在采购业务发生前一般签有保密协议，协议禁止公司将品牌商的专利技术等机密信息泄露给除获得授权之外的任何第三方。保密协议签订

后，公司在生产过程中严格注意对保密协议的执行，避免违背相关约定或侵犯知识产权的措施包括：①严格禁止设计人员违反相关保密条款或侵犯客户知识产权，以确保在新产品投产后不会发生侵权行为；②公司自有品牌产品主要针对内销产品，由子公司镁歌贸易运营。公司内外销产品面向的市场完全独立，公司有自己独立的设计团队；③公司对于 OEM、ODM 客户提供的资料妥善保管。

对于品牌商的品牌及商标，公司已采取措施避免发生品牌或商标侵权现象：①公司在与客户签订合同之前，对客户贴牌品牌及商标的权属状况进行查询确认；②取得客户授权公司使用贴牌品牌或商标的证明文件；③无商标侵权风险得到海关确认。依据《中华人民共和国知识产权海关保护条例》及其实施条例规定，海关依法对出口货物进行监管，并对其货物是否涉嫌侵犯在海关总署备案的知识产权进行核查。在公司货物完成出口报关后，海关已经完成对其是否涉嫌侵犯在海关总署备案的知识产权的核查，公司可能发生的商标侵权风险因此得到有效的降低；④根据授权许可，使用客户授权的品牌或商标生产的产品均供应给授权品牌商，未在自有品牌销售渠道或其他非经授权渠道销售使用品牌商品牌或商标的产品。

报告期内，公司未发生因专利技术或品牌商标侵权相关诉讼，不存在被海关认定为商标侵权等事项。

（3）产品质量责任约定情况

公司与主要客户 PMI 签订有框架协议，根据该协议，公司根据协议销售的任何产品，或由公司、公司雇员、代理人、分供商或其他分包商的产品、服务以及疏忽、故意不当行为，或违反合同而导致的索赔、损失、责任、损害和费用等均由公司承担。公司与其余未签订协议的客户之间一般约定：客户提供图纸或制作标准，公司负责生产过程中的设备管理和质量控制。报告期内，公司不存在因产品质量问题被起诉或要求赔偿损失等情形。

（4）产品质保期、质保对象约定情况

公司与主要客户 PMI 签订了框架协议，根据协议中关于产品质量责任约定，公司对产品质量予以保证，对于不合格产品，公司承担赔偿义务或采用维修、更换、调价、退款补救措施等。质保期为 PMI 向其客户销售产品（或包含产品的

货物）之前或之后的任何时间。公司与其余未签订协议的客户之间若出现相关质量问题由双方协商处理，公司不直接对客户之用户承担质保责任，但对客户提出的有质量问题的产品均提供质保服务。

各期因质保产生的退换货金额、质保费用对公司经营的具体影响如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
退换货金额	20.21	151.15	8.72	44.17
占营业收入的比例	0.28%	0.37%	0.02%	0.13%
退换货减少毛利	5.47	40.52	0.89	5.66
质保费用	5.87	69.28	84.45	8.26
影响营业利润合计	11.35	109.81	85.34	13.92
占营业利润的比例	0.77%	1.31%	0.91%	0.42%

各期承担质保责任对公司营业利润的影响均较小，承担质保责任对公司经营业绩无重大影响。

公司报告期内存在委托加工情形，主要因为公司自身不从事电镀、电解工序的生产，而将电镀、电解加工工序委托给专业的电镀、电解企业进行加工。此外，报告期内还曾存在部分不锈钢卷料拉管、抽真空工序的委托加工情形。上述委托加工涉及的销售和采购占公司整体销售和采购金额的比例较小，不会对公司收入及成本造成重大影响。

4、销售模式

公司销售分为外销和内销两个部分，其中外销的销售模式主要为 OEM 和 ODM，客户主要为国际不锈钢真空器皿知名品牌商；内销主要为自主品牌销售，目标客户为终端消费者。

（1）OEM、ODM

在欧美、日韩等发达国家和地区，不锈钢真空保温器皿市场发展较为成熟和稳定，国际不锈钢真空器皿知名品牌商已树立起了较为牢固的品牌形象和市场渠道，产品售价和市场集中度较高。公司自主品牌产品进入欧美、日韩等发达国家和地区的推广营销成本和风险相对较高，因此，公司采取为国际不锈钢真空保温器皿知名品牌商 OEM、ODM 代工生产的销售模式。

公司为国际不锈钢真空保温器皿知名品牌商进行订单生产，以直销模式为主，公司与其签订合同或订单，并向客户直接发货。公司客户大部分为国际知名品牌商，如美国 PMI、S'well 公司、ETS，日本 Takeya 等。公司通过与海外客户合作，了解到相关产品的设计理念、研发方向和品牌培育措施，积累了丰富的设计和营销经验，从而不断提升自身产品的制造技术以及研发设计能力，强化对国外品牌商的影响，逐步提高外销市场份额的同时为自有品牌在国内的拓展建立基础。

（2）自主品牌

公司自主品牌产品的销售为经销和直销结合的业务模式，其中经销模式主要为买断式销售。

公司自主品牌产品以国内销售为主，主要销售渠道包括电子商务渠道、商超渠道和新渠道等。

① 直销渠道

直销渠道系公司直接销售给终端用户，包括电子商务渠道、线下团购渠道以及部分新销售渠道。其中：电子商务渠道是指公司通过互联网发布产品信息、消费者通过互联网进行查看、下单和支付，最终实现产品的销售，公司电子商务渠道包括天猫、淘宝、京东等电子商务平台。新渠道是指公司根据潮流、市场需求建立的有别于商超、电子商务的销售渠道，如直播平台等新媒体销售渠道。

② 经销渠道

经销渠道系公司将产品销售给线下和线上的经销商客户，由经销商通过其线下实体销售渠道或其线上电商渠道销售给终端用户。报告期内，公司线上和线下经销商与公司之间主要为买断式销售。

5、发行人经营模式的形成原因、影响因素以及未来变化趋势

经过多年发展，国际知名不锈钢真空保温器皿品牌商以其优良的产品品质、独特新颖的款式设计、较快的新产品开发速度和严格的供应商管理体系，树立了较为牢固的中高端品牌形象，产品附加值较高、市场竞争力较强。随着我国不锈钢真空保温器皿行业的制造、管理、研发水平的不断提高，国际不锈钢真空保温器皿的制造中心逐步向我国转移。为抓住行业发展机遇，公司主要采取为国际不

锈钢真空保温器皿知名品牌商 OEM、ODM 生产的经营模式，近年来凭借客户的积累和丰富的技术储备大力拓展自主品牌，以提升公司品牌影响力，经营模式及其变化情况符合行业发展特征和自身发展需求。

作为一家专注于各种不同材质的饮品、食品容器，尤其是不锈钢真空保温器皿的研发设计、生产与销售的企业，公司根据国家相关法规制度、国际贸易环境、行业特点、客户需求、核心技术、管理水平，结合多年来业务经验，形成了目前较为成熟的经营模式。报告期内，公司经营模式未发生重大变化，预计未来较长时期内公司的经营模式也不会发生重大变化。

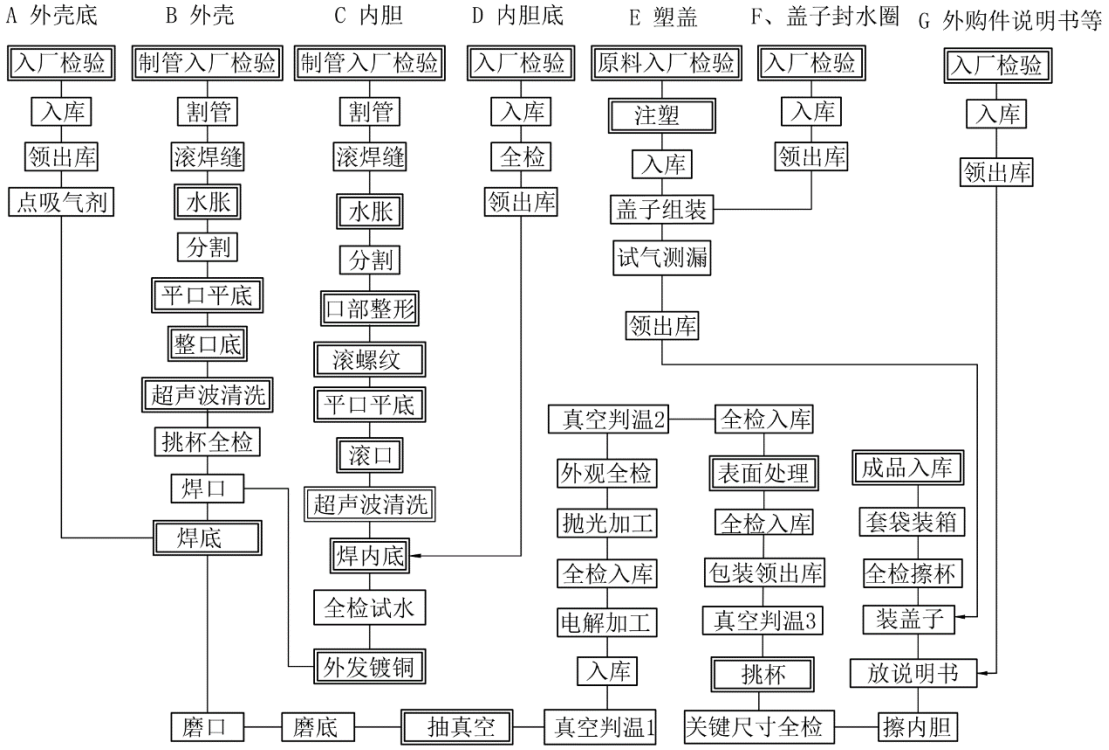
（三）发行人设立以来主营业务、主要产品或服务、主要经营模式的演变情况

公司自设立以来主营业务一直为各种不同材质的饮品、食品容器的研发设计、生产与销售，主要产品包括保温杯、保温瓶、保温壶、焖烧罐等不锈钢真空保温器皿，以及汽车杯、塑料杯、玻璃杯等非真空器皿。

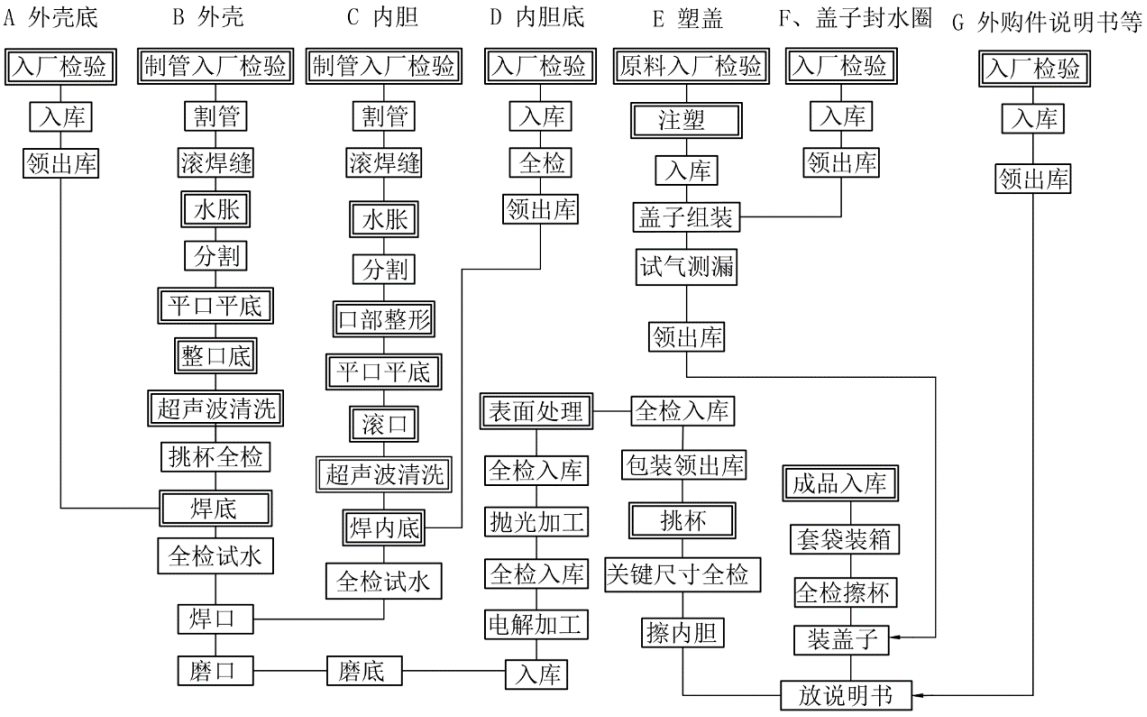
公司以 OEM、ODM 业务为主，经过多年国际市场的拓展，公司拥有以国际知名不锈钢真空器皿品牌商为主的较为稳定的客户群体。在拓展国际市场业务的基础上，公司通过自主培养和外部收购结合的方式发展自主品牌，有效提升公司产品的市场影响力和持续竞争力。

（四）发行人主要产品的工艺流程图或服务的流程图

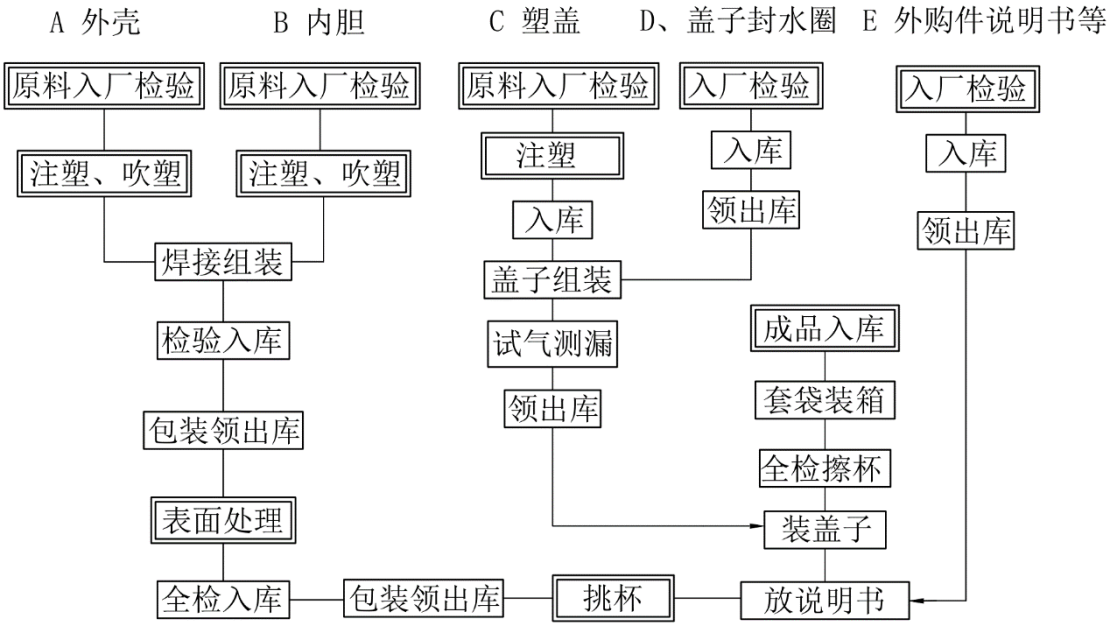
1、不锈钢真空保温器皿生产工艺流程图



2、不锈钢器皿生产工艺流程图



3、塑料杯生产工艺流程图



（五）发行人生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力

1、环境保护工作基本情况

公司主要从事不锈钢真空保温器皿的研发、生产和销售，不属于重污染行业，整个生产过程中废水、废气、固体废弃物和噪音的排放较少，不存在重大污染源，符合国家关于环境保护的要求。

公司一向重视环境保护工作，生产过程严格按照《大气污染物综合排放标准》（GB16297）、《污水综合排放标准》（GB8979）、《工业企业厂界噪声标准》（GB12348）等国家有关环境保护法律法规执行，并通过了 ISO14001 环境管理体系认证，取得了环境管理体系认证证书和污染物排放许可证。

报告期内，公司认真执行现行的环境保护法律、行政法规，各种污染物的排放均能达到国家规定的排放标准，各项指标均符合标准，报告期内不存在因违反国家环境保护方面法律、法规等相关规范性文件而受到行政处罚的情形。

2、主要环境污染物及治理措施

（1）废水污染及防治措施

废水主要包括：水胀废水、超声波清洗工段清洗废水、水帘喷漆废水等。其中水胀废水、超声波清洗废水主要污染物为 CODcr、石油类；水帘喷漆废水为

间歇性排水，水量和水质波动较大，主要污染物为 CODcr、石油类、漆渣及树脂胶体。

废水先通过加药沉淀预处理后进入调节池，在调节池混合均质后，废水由提升泵提升进入反应沉淀槽，先通过投加硫酸调节 pH 至 7-9，再通过混凝反应去除油污、CODcr 等污染物，后经沉淀池沉淀后进入排放池通过标准排污口达标排放。沉淀池污泥通过压滤机脱水后安全处理，滤清液回流至调节池重新处理。废水经过相关处理工艺处理后，可达到《污水综合排放标准》（GB8979-1996）中三级标准。

（2）废气污染及防治措施

废气主要包括：抛光粉尘、喷塑粉尘、喷涂废气以及注塑过程中产生的有机废气等。

抛光粉尘经收集后通过除尘设施处理引至高空排放，其排放速率及排放浓度严格按照《大气污染物综合排放标准》（GB16297）中二级排放标准的限值要求。喷塑粉尘经滤筒式喷塑粉尘回收设施及布袋除尘器处理后排放。喷涂废气经风机抽吸，经水喷淋后去除废气中的颗粒物，再经滤棉过滤，将去除了水分的废气光催化净化，及活性炭过滤棉吸附过滤处理后引至高空排放。注塑过程产生的有机废气经活性炭吸附装置处理后排放，其排放速率和排放浓度需符合《合成树脂工业污染物排放标准》（GB31572-2015）中相应的标准限值。

（3）固废污染及防治措施

固废主要包括：生产过程中的废包装材料、漆渣、金属边角料、废塑粉等以及日常办公产生的生活垃圾。

一般工业固废收集后作为再生资源综合利用，生活垃圾送垃圾填埋场卫生填埋；危险废物委托有资质单位安全处置。

（4）噪声污染及防治措施

噪声主要为生产过程中设备运行产生的噪声。

公司采取的主要防噪措施包括：在满足生产需要的前提下，尽量选用低噪声设备；对高噪声设备安装采用减震垫并设置隔声罩；减少高噪声厂房的门窗面积、

设置隔声门、隔声窗；加强设备的维护与保养，保持设备正常运行；厂界设置乔、灌、草立体绿化隔离带。

3、环保设施投入及运行情况

报告期内，公司环保投入和相关费用支出金额分别为 80.20 万元、90.24 万元、80.01 万元和 4.88 万元。公司环保设备投入主要是进行了三废环保设施购置、改进和完善，以配合公司发展，满足厂区污染物达标排放的治理要求；公司环保费用支出主要为环保治理运行费用、固废处置费等，公司根据当地环保部门的排污核定要求，按期足额缴纳排污费和环保税。

报告期内，公司的环保设备投入情况和环保费用支出情况与生产经营所产生的污染相匹配，环保设备投入和环保费用支出与公司的整体产量对比基本保持稳定。

根据公司日常监测报告、环保台帐及每年由第三方出具的检测报告等，报告期内公司环保设施完备，主要环保设施与主体生产设施同步运转，各项环保设施运行状态较好。

二、发行人所处行业的基本情况

根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订版），公司主营业务所属行业为“C33 金属制品业”。根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司主营业务所属行业为“C3389 其他金属制日用品制造”。

（一）行业管理体制及主要法律法规、政策

1、行业主管部门和自律组织

工信部为公司所处行业的行政管理部门，主要负责制定产业政策和标准，研究行业发展规划，指导行业结构调整、技术进步及技术改造等工作。

国家市场监督管理总局和海关总署为公司产品质量监督、出入境检验检疫的主管部门，主管质量、计量、出入境商品检验、出入境卫生检疫、标准化等工作。

中国日用杂品工业协会杯壶分会为公司所处行业的全国性行业自律组织，该协会作为政府与企事业单位之间的桥梁与纽带，通过信息咨询、技术经验交流等各种形式传达国家产业政策，为企业提供服务，反映会员的正当要求，维护会员

的合法权益。

2、行业主要法律法规和政策

《国民经济和社会发展第十三个五年（2016-2020 年）规划纲要》中指出，要“增强消费能力，改善大众消费预期，挖掘农村消费潜力，着力扩大居民消费”，“以扩大服务消费为重点带动消费结构升级，支持信息、绿色、时尚、品质等新型消费”，“推动线上线下融合等消费新模式发展”，“坚持节约资源和保护环境的基本国策”，“加快建设资源节约型、环境友好型社会”，“实施全民节水行动计划”。

《中国制造 2025》中明确指出，要加强节能环保技术、工艺、装备推广应用，全面推行清洁生产；发展循环经济，提高资源回收利用效率，构建绿色制造体系，走生态文明的发展道路；在传统制造业、战略性新兴产业、现代服务业等重点领域开展创新设计示范，全面推广应用以绿色、智能、协同为特征的先进设计技术。

《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》中表示，要强化需求侧政策引导，加快推进新产品、新服务的应用示范，将潜在需求转化为现实供给，以消费升级带动产业升级；营造公平竞争的市场环境，激发市场活力。

《轻工业发展规划（2016-2020 年）》中要求，要细分市场需求，在产品设计开发、外形包装、市场营销等方面处处体现人性化和精细化，通过设计、研发和生产“微创新”，深度挖掘用户的需求盲点，不断增加花色品种、提升产品功能。

《国务院办公厅关于开展消费品工业“三品”专项行动营造良好市场环境的若干意见》中提出：发展消费品工业的指导思想为“以市场为导向，以创新为动力，以企业为主体，以实施增品种、提品质、创品牌的‘三品’战略为抓手，改善营商环境，从供给侧和需求侧两端发力，着力提高消费品有效供给能力和水平，更好满足人民群众消费升级的需要，实现消费品工业更加稳定、更有效益、更可持续的发展”，主要目标为“到 2020 年，消费品工业传统优势得到巩固提升，新兴产业不断壮大，市场环境进一步优化，‘三品’专项行动取得积极进展，品种丰富度、品质满意度、品牌认可度明显提升，产品和服务对消费升级的适应能力显著增强”。

2019年金华市人民政府办公室《关于促进制造业重点细分行业发展的意见》中指出：加强优势产业与重点行业集群培育，促进制造业细分行业首批培育的保温杯（壶）等八大重点行业发展。金华市制造业重点细分行业培育工作领导小组办公室《金华市保温杯（壶）产业培育方案》中指出：金华市计划通过三年时间，建成全球中高端保温杯（壶）生产基地，围绕品牌、规模、技术多维度培育打造行业龙头骨干企业，提升金华保温杯（壶）制造业在国内乃至全球影响力。

受上述行业政策及法律法规的积极影响，公司主要产品所在的不锈钢真空保温器皿行业近年来快速发展，消费升级逐步实现。上述政策的深入实施将为不锈钢真空保温器皿行业的发展起到重要的促进作用，提供良好的发展机遇。

（二）行业发展状况和竞争格局

1、不锈钢真空保温器皿的特点及应用领域

不锈钢真空保温器皿由内外双层不锈钢制造而成，利用焊接技术把内胆和外壳结合在一起，再用抽真空技术把内胆与外壳的夹层中的空气抽出以达到真空保温的效果。该技术将不锈钢材料应用于真空保温器皿的制造，根据真空绝热原理，利用器皿内外双层不锈钢壁中形成的真空来阻断容器内外热传递，因此能够长时间保持容器内的温度。

与传统的玻璃、陶瓷等保温容器相比，不锈钢真空保温器皿具有保温性能好、安全便携、健康卫生等特点。随着社会的不断进步和人民生活水平的不断提高，不锈钢真空保温器皿在原有保温功能的基础上，被逐步赋予了外观时尚、功能丰富、科技智能、节能环保等时代特色。随着消费者审美品位的不断转变和产品制造工艺的不断进步，不锈钢真空保温器皿制造商将各种时尚元素融入到产品的外观设计中，产品功能设计日趋多样化、人性化、智能化，产品外型设计日趋柔性化、精细化，产品款式设计日趋时尚和精美，满足了广大日用品消费者对时尚的需求。

不锈钢真空保温器皿产品类别丰富多样，主要包括保温杯、保温瓶、保温壶、焖烧罐等多种类别，广泛应用于家居、办公、户外、旅行、餐饮、礼品等众多领域以及不同消费人群。

2、全球不锈钢真空保温器皿行业发展状况

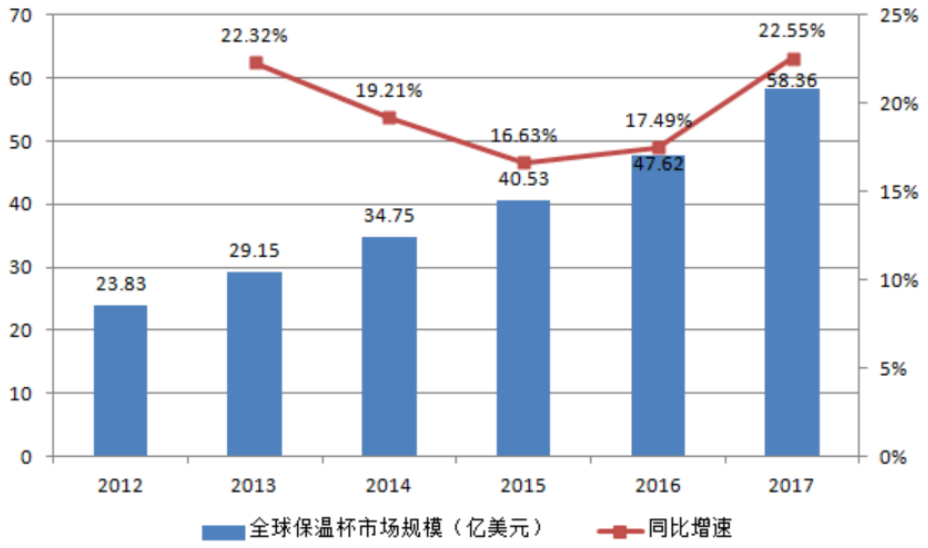
（1）全球不锈钢真空保温器皿行业发展基本情况

在欧美、日韩等发达国家和地区，不锈钢真空保温器皿伴随着普通民众的日常生活，是人们普遍使用的日用消费品。居民在家居、办公、户外、学校、育儿等场合会分别使用不同的不锈钢真空保温器皿，不同性别以及年龄段的消费者也会根据各自的生活习惯及喜好来选择不同的不锈钢真空保温器皿。

随着人民生活水平的提高，人们已不满足于不锈钢真空保温器皿单一的保温、保鲜、便携等功能，而在审美、智能、节能环保等方面有更多追求，因此不锈钢真空保温器皿的市场容量仍然十分巨大。此外，在发达国家和地区，不锈钢真空保温器皿在一定程度上具有快速消费品的特征，产品消费更换频率较高，市场需求旺盛。

近年来，全球不锈钢真空保温器皿市场平稳发展，消费总体呈持续上升趋势。统计数据显示，全球不锈钢真空保温杯市场规模 2012 年为 23.83 亿美元，2017 年增加至 58.36 亿美元，年复合增长率为 19.62%。

2012-2017 年全球不锈钢保温杯市场规模及增速

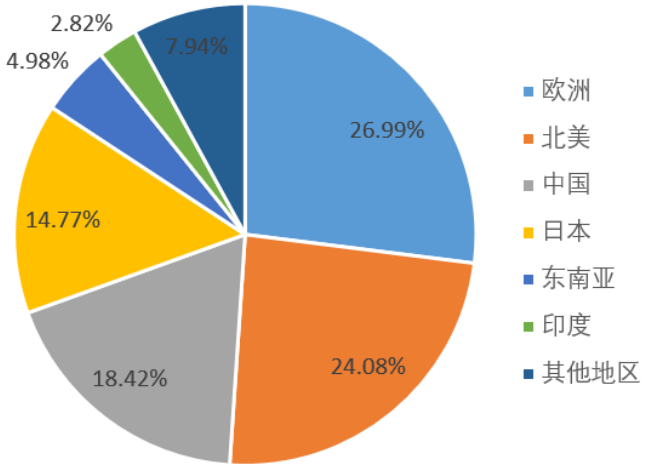


资料来源：中国日用杂品工业协会杯壶分会。

（2）全球不锈钢真空保温器皿份额占比

从销售情况来看，欧洲、北美、中国、日本四大市场一直是全球不锈钢真空保温器皿的消费主力，上述四者合计的消费市场份额已超过 84%。

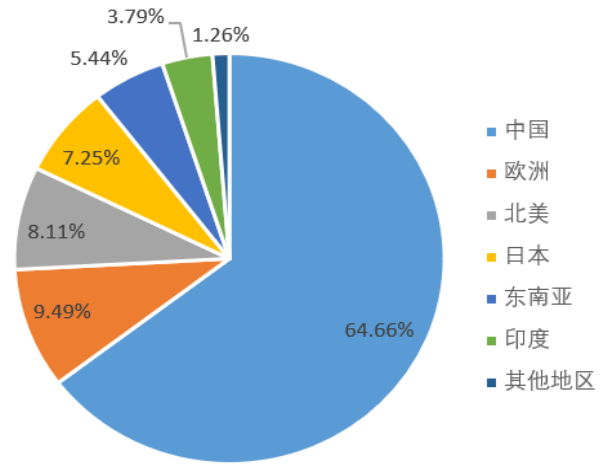
2018 年全球主要地区不锈钢真空保温器皿消费量市场份额



资料来源：《2019-2025 年全球及中国不锈钢保温杯行业发展现状调研及投资前景分析报告》，恒州博智（QYResearch），2019 年 7 月。

从生产情况来看，全球不锈钢真空保温器皿最大的生产国为中国，占比超过 64%，北美、欧洲、日本三地基本并驾齐驱。不锈钢真空保温器皿行业是具有一定技术含量的日用消费品制造行业，考虑到劳动力、土地等成本因素，欧美、日韩等发达国家和地区的不锈钢真空保温器皿生产已逐步转移到以中国为代表的发展中国家，中国已成为全球不锈钢真空保温器皿的制造中心。

2018 年全球主要地区不锈钢真空保温器皿产量市场份额



资料来源：《2019-2025 年全球及中国不锈钢保温杯行业发展现状调研及投资前景分析报告》，恒州博智（QYResearch），2019 年 7 月。

3、我国不锈钢真空保温器皿行业发展状况

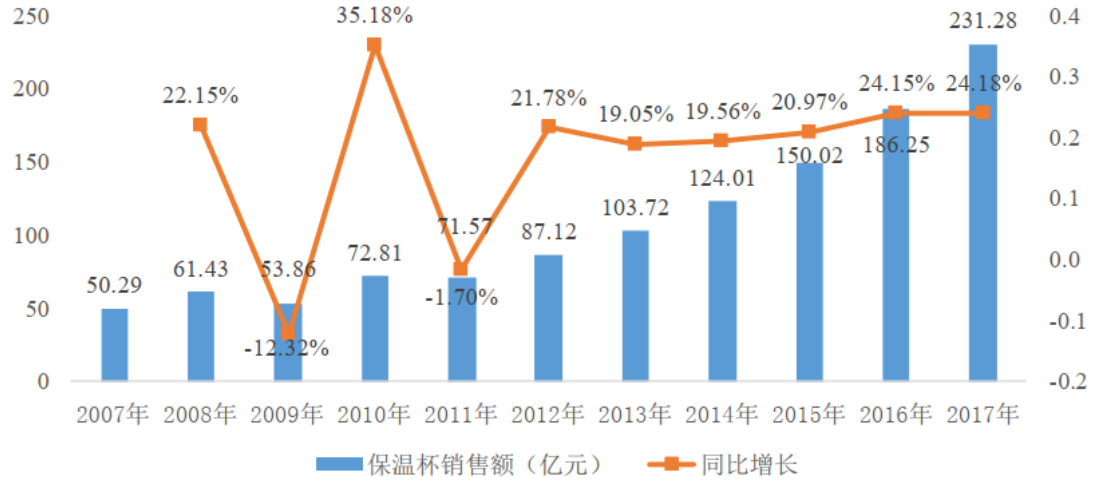
（1）我国不锈钢真空保温器皿行业发展基本情况

我国不锈钢真空保温器皿行业始于 20 世纪 80 年代，经过三十多年的快速发

展，已经成为世界上不锈钢真空保温器皿的生产大国和出口大国。随着不锈钢真空保温器皿的国际制造中心逐步向我国转移，近年来，我国不锈钢真空保温器皿行业不断发展壮大。

随着我国居民人均收入提高、消费者消费偏好改变、大众环保意识和健康饮水意识增强，我国保温杯市场销售额从 2007 年的 50.29 亿元增长至 2017 年的 231.28 亿元，年复合增长率达到 16.48%。

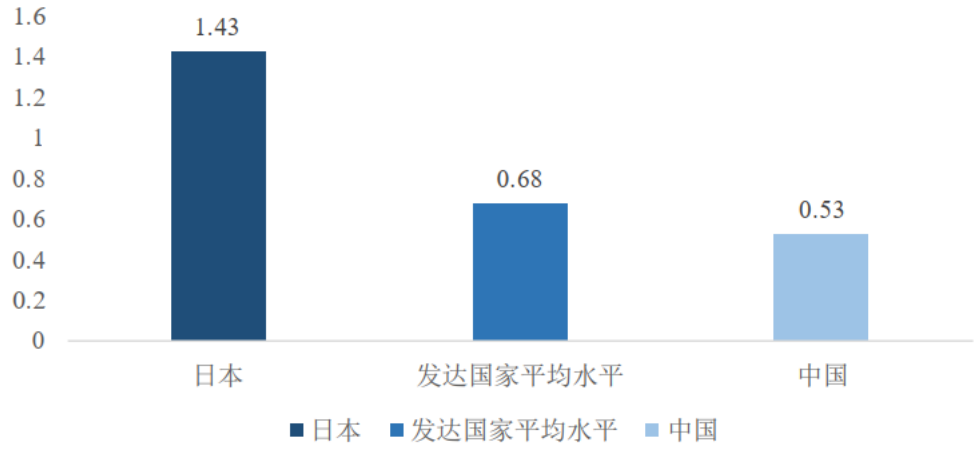
中国保温杯行业销售额及同比增长情况



资料来源：《2018-2023 年中国保温杯行业全景调研与投资前景预测报告》，北京欧立信研究中心，2018 年。

从人均保有量水平来看，欧美、日韩等发达国家和地区消费市场容量大且更新换代速度较快。截至 2017 年末，发达国家不锈钢真空保温器皿人均保有量已经达到了 0.68 只，其数量还在稳步上涨；而日本人均保有量已高达 1.43 只。截至 2017 年末，我国不锈钢真空保温器皿人均保有量仅为 0.53 只，与欧美、日韩等发达国家仍存在一定的距离。随着人均收入水平的提升和城镇化的不断推进，及 2020 年我国全面建成小康社会战略的完成，我国人民消费水平与消费意愿将进一步提高，我国保温杯市场未来增长空间仍然较大。2017 年末发达国家与我国不锈钢真空保温器皿人均保有量比较如下：

2017 年末发达国家与我国不锈钢真空保温器皿人均保有量比较



资料来源：《2018-2023 年中国保温杯行业全景调研与投资前景预测报告》，北京欧立信研究中心，2018 年。

（2）我国不锈钢真空保温器皿行业仍以外销为主

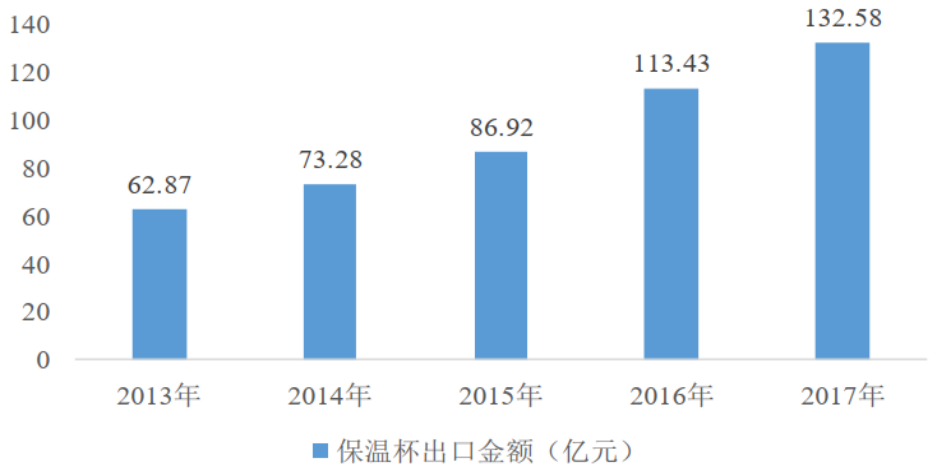
我国不锈钢真空保温器皿行业早期以 OEM 模式的加工出口为主，国内消费市场尚有较大空间。近年来，随着我国不锈钢真空保温器皿行业产品制造技术、自动化程度、研发设计水平的不断提高，国际主要不锈钢真空保温器皿品牌商的 OEM 及 ODM 加工已全面向我国转移。同时，随着我国居民收入和消费水平的不断提高，国内不锈钢真空保温器皿的市场快速成长，不锈钢真空保温器皿行业面向国内市场的自主品牌销售已初具规模，由此形成了目前我国不锈钢真空保温器皿行业以 OEM 及 ODM 方式的外销为主，以自主品牌的内销为辅的销售格局。

我国不锈钢真空保温器皿行业目前仍以外销为主，但近年来内销比例已在不断增加的过程中，内销比例已由 2010 年的 29.71%[1]提升至 2018 年的 37.24%，外销比例则由 2010 年的 70.29%下降至 2018 年的 62.76%。

2017 年度，美国是我国不锈钢真空保温器皿的第一大出口市场，日本是我国不锈钢真空保温器皿的第二大出口市场，我国不锈钢真空保温器皿出口金额也在稳步增长。2013 年至 2017 年中国保温杯行业出口金额情况如下：

[1] 《2010 年日用不锈钢真空器皿行业运行快讯》，中国日用杂品工业协会，《轻工标准与质量》2011 年第 1 期。

2013 年至 2017 年中国保温杯行业出口金额情况



资料来源：《2018-2023 年中国保温杯行业全景调研与投资前景预测报告》，北京欧立信研究中心，2018 年。

（3）产品品质和设计能力将是未来发展的趋势

不锈钢真空保温器皿属于日用消费品，近年来随着消费者消费档次的不断提升及审美品位的不断转变，对于不锈钢真空保温器皿产品的精细化制造品质及外观设计的要求越来越高，产品制造技术的不断改进也为不锈钢真空保温器皿产品在品质、设计上的提升创造了客观条件。制作精良、款式时尚、功能丰富、智能化程度高的不锈钢真空保温器皿产品往往受到广大消费者的喜爱，产品品质和设计能力的提升将是行业未来发展的趋势。

近年来，国内不锈钢真空保温器皿行业在参与国际市场分工的过程中，产品自主研发及创新能力不断提升，部分国内企业的产品制造技术与研发设计水平已达到或接近国际水平。在业内领先企业的带动下，我国不锈钢真空保温器皿行业将逐步实现经营模式的优化和升级，从世界制造中心逐步向研发设计中心发展，由简单的销售规模的扩大逐步向提升产品精细化制造、研发设计、品牌影响力以提高产品附加值的方向发展。

（4）智能化为不锈钢真空保温器皿带来更广阔的发展空间

随着科技的进步和人们对于便捷生活需求的日益提高，不锈钢真空保温器皿也出现更智能化、更多样化、更人性化、更个性化的发展趋势，智能保温器皿将能实现营养成分的检测、智能饮水提醒、智能水质监测、制定个性化健康饮水计划、社交功能、移动通讯和智能定位等功能，可以满足户外运动、老人、儿童、

孕妇等特殊群体对健康饮水的需求。

以智能保温杯为例，与普通的保温杯相比，作为新型科技产品的智能保温杯的杯身、杯盖、杯底设有存储和分析数据的芯片，杯体上装有智能控制系统，真正做到集多项功能于一体。智能保温杯可以感知杯内水温，杯子表面的颜色或屏幕会显示出其温度，提醒人们在水温最合适的时候饮用；会在每天喝水的最佳时间语音提醒用户饮水，并予以每日喝水状况的实时监督；通过传感器和精准算法，能够有效检测出水里所含的可溶性有害物质，并给予用户“不要饮用”的提示，对于水质要求较高的人群，例如孕妇、老人、孩童，检测水质这一功能将极大提高生活品质，增加饮水安全系数。除此之外，智能保温杯还能兼具收音机、小音箱的功能。随着智能家电的不断发展，智能保温杯也逐渐开始与其他智能产品诸如运动手环、体重秤等设备相关联，形成数据共享。

不锈钢真空保温器皿的智能化是行业未来发展的大趋势，将为不锈钢真空保温器皿带来更广阔的发展空间。

4、行业需求情况

（1）全球不锈钢真空保温器皿市场平稳发展

欧美、日韩等发达国家和地区不锈钢真空保温器皿消费市场发展已较为成熟，市场容量大且增长持续稳定。此外，随着发展中国家和地区经济实力的增强，其居民消费水平得以快速提升，不锈钢真空保温器皿在该等国家和地区拥有着较大的市场潜力，消费增长迅速，民众将实现“从无到有”到“从有到优”的转变。

（2）我国不锈钢真空保温器皿市场发展较快

近年来，随着居民收入的提升和消费升级，健康环保意识的不断增强，以及时尚和个性化需求的不断提升，我国不锈钢真空保温器皿消费市场保持平稳较快增长态势，保温杯行业市场规模由 2007 年的 50.29 亿元稳步增长至 2017 年的 231.28 亿元[2]，十年间平均增长率高达 16.48%，我国已成为全球重要的不锈钢真空保温器皿消费市场。

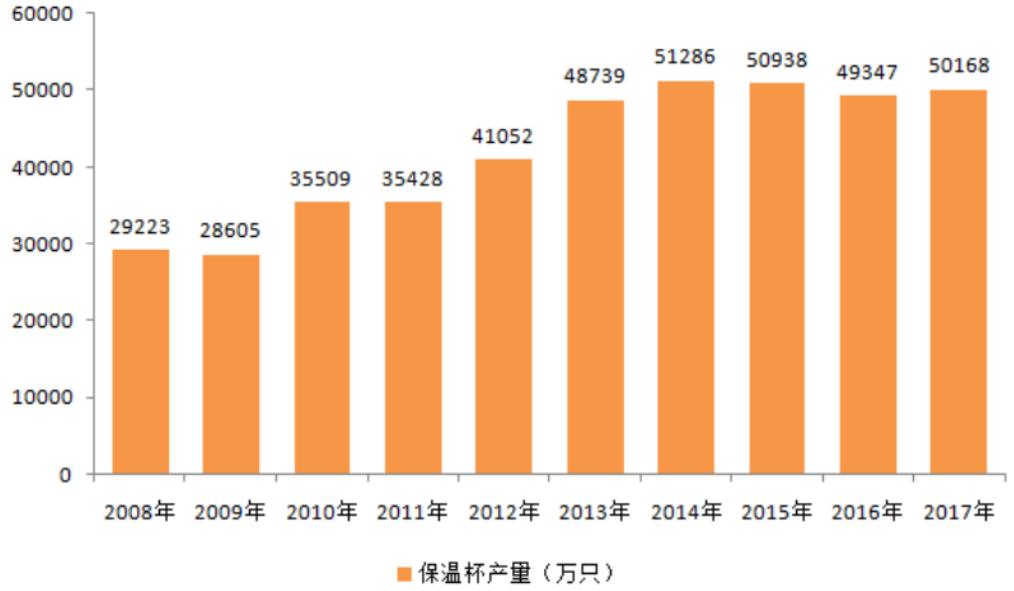
2 《2019-2025 年全球及中国不锈钢保温杯行业发展现状调研及投资前景分析报告》，恒州博智（QYResearch），2019 年 7 月。

5、行业供给情况

我国已成为全球不锈钢真空保温器皿行业的重要生产集中地，其中浙江和广东两个地区的企业数量以及产量规模均远大于其他地区。浙江省不锈钢真空保温器皿生产企业主要集中于金华市的永康市及发行人所在的武义县。

2008 年至 2017 年，我国不锈钢真空保温器皿的产量由 2.92 亿只增加至 5.02 亿只，显示出良好的发展态势。

2008 年至 2017 年我国不锈钢保温杯产量情况



资料来源：中国日用杂品工业协会杯壶分会。

6、行业发展前景

欧美、日韩等发达国家和地区均处北半球，冬夏两季温差较大，夏季天气炎热气温较高，冬季寒冷气温偏低，消费者对不锈钢真空保温器皿的需求较大。在经济发达国家和地区，不锈钢真空保温器皿已基本取代玻璃镀银材质的保温器皿。就生活习惯而言，欧美、日韩等国家和地区的人民普遍存在喝热（冰）咖啡、热茶、冰水及冰碳酸饮料的生活习惯，上述地区面向家庭、办公、餐饮的保温咖啡壶、茶壶的消费需求较大；同时，在上述经济发达地区，家庭户外运动及旅游较为频繁，作为国外户外活动必备用品的不锈钢真空保温杯的消费需求也较大。在经济发达国家和地区，家庭汽车保有量较高，不锈钢保温杯车载需求较大，随着经济的不断发展，预计发展中国家需求也会越来越高。

就我国的消费水平而言，到 2020 年，我国城镇化率将从 2015 年的 56.1%提

升至 60%，届时将有超过 8 亿的城镇人口；到 2022 年，将有 75%的城镇家庭成为中产阶级。随着就业机会大幅提升和收入的增加，他们将变成新的消费主力军；同时，其生活方式将朝着更高质量、更高品质的方向转变，这将进一步推动高端消费需求。

在行业发展政策方面，为消除白色污染，减少一次性塑料制品使用，2020 年 1 月 16 日，国家发改委、生态环境部发布了《关于进一步加强塑料污染治理的意见》，该意见明确指出 2020 年率先在部分地区和领域禁止、限制生产销售和使用部分塑料制品；2022 年一次性塑料制品消费量明显减少，替代产品得到推广；2025 年，塑料制品生产、流通、消费和回收处置等环节管理制度基本建立，多元共治体系基本形成，塑料污染得到有效控制。严格限制使用一次性塑料纸杯、一次性塑料餐具等一次性塑料制品将直接影响或转变国内居民的生活习惯和生活方式，为环保节能的不锈钢真空保温器皿及其他材质的食品、饮品容器产品提供了更广阔的应用领域和市场空间。

2020 年初，新冠疫情在全球范围内爆发。新冠疫情在对人民群众身体健康及全球经济造成冲击的同时，也改变了部分消费者的卫生和消费习惯。在一些会议、差旅、办公、学校等不同消费场景下，为避免食品、饮品容器受到污染或消费者对容器消毒杀菌彻底性的担心，部分消费者选择使用自带的保温杯、玻璃杯、保温饭盒等不锈钢、玻璃食品和饮品容器，替代一次性纸杯、餐具用品或对方提供的餐具、水杯等用品。新冠疫情对部分消费者日常消费习惯的改变，也为公司所在行业的发展带来良好的发展机遇。

7、不锈钢真空保温器皿品牌商的 OEM 及 ODM 加工产业向其他国家产业转移的风险及发行人拟采取的应对措施

（1）劳动力、租金、技术、原材料价格等生产要素水平的价格变化情况

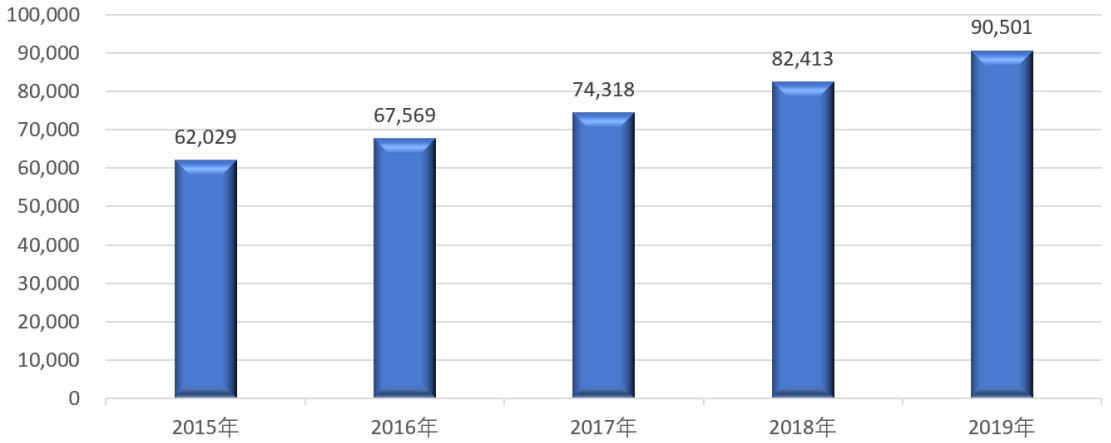
近年来，我国劳动力成本、土地使用成本、办公租金等生产要素的价格总体呈现上涨趋势，从而一定程度上导致技术价格的提升。而原材料价格受供需关系等因素影响出现不同程度的波动。具体情况如下：

①劳动力成本价格变动情况

国家统计局统计数据显示，2015 年至 2019 年的五年间，我国员工年平均工资由 62,029 元逐年增加至 90,501 元，年复合增长率为 9.90%。

2015 年至 2019 年我国员工年平均工资

单位：元

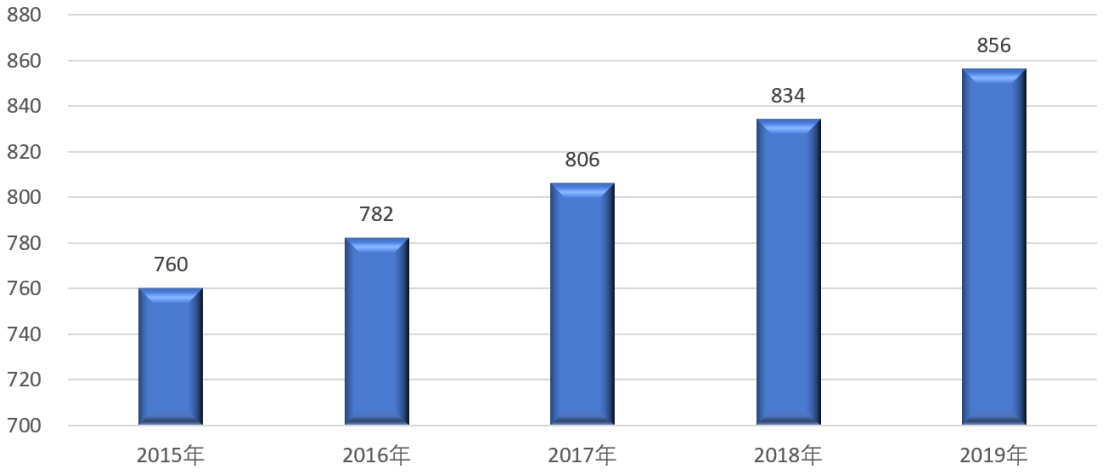


②土地使用成本价格变动情况

国土资源部统计数据显示，2015 年至 2019 年的五年间，我国工业用地平均地价由 760 元/平方米逐年增加至 856 元/平方米，年复合增长率为 3.02%。

2015 年至 2019 年工业用地平均地价

单位：元/平方米

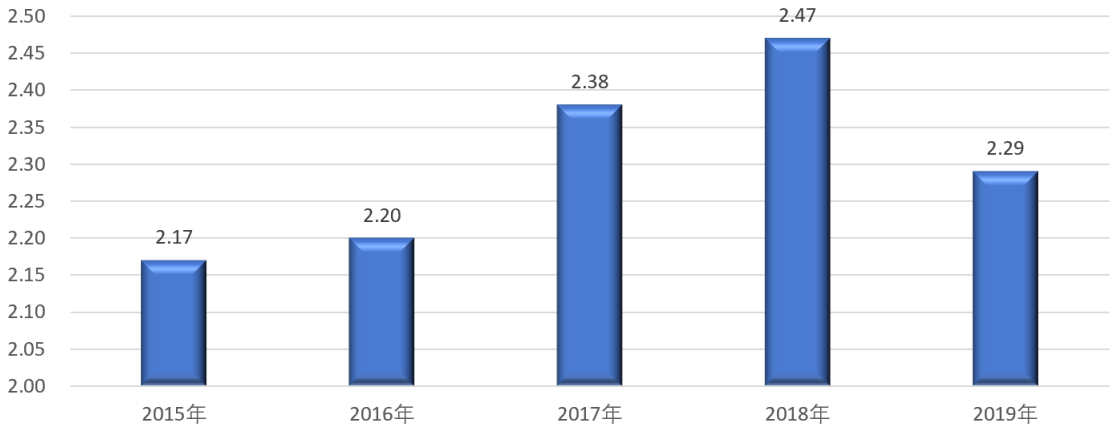


③办公租金价格变动情况

受经济发展水平差异影响，我国各地区办公租金差异较大，以发行人所在地浙江省的省会城市杭州市为例，Wind 统计数据显示，2015 年至 2019 年的五年间，杭州市办公平均租金由 2.17 元/日•平方米增加至 2.29 元/日•平方米，除 2019 年有所下滑外，其余年度均保持上涨趋势。

2015 年至 2019 年杭州市办公平均租金

单位：元/日•平方米

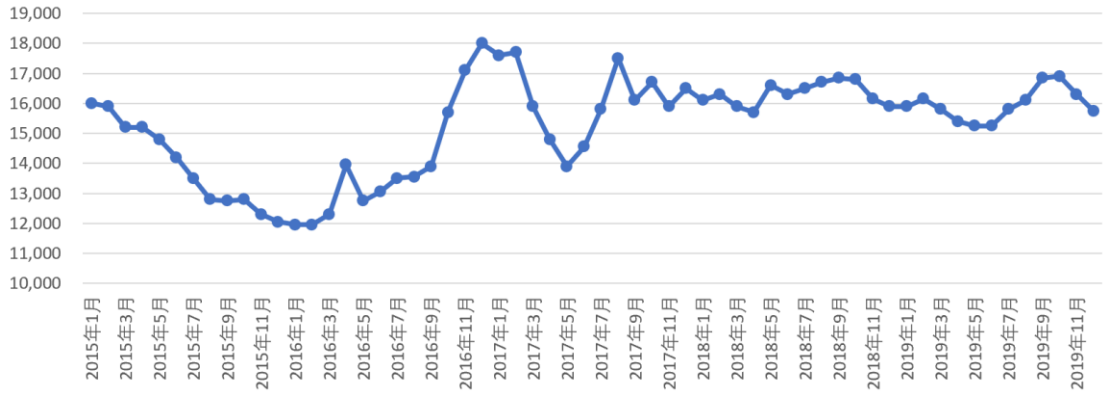


④原材料价格变动情况

不锈钢真空保温器皿产品的主要原材料为不锈钢。2015 年至 2019 年，我国不锈钢市场价格经历了下滑、大幅攀升、冲高回落再到逐渐企稳的过程，行业内企业采取了较为合理的应对措施，有效降低了行业的受影响程度。

2015 年至 2019 年我国不锈钢价格走势

单位：元/吨



资料来源：Wind 资讯，上海宝新304/2B冷轧不锈钢卷:1.0mm。

（2）不锈钢真空保温器皿品牌商的 OEM 及 ODM 加工产业未来向其他国家产业转移的风险较小

①全球不锈钢真空保温器皿行业供应端现状

随着不锈钢真空保温器皿行业全球市场规模的不断扩大，我国不锈钢真空保温器皿行业的制造工艺、技术、装备以及研发设计水平的提高，加之人口红利、土地成本、环境成本等相对优势，不锈钢真空保温器皿行业的国际制造中心和采

购中心已逐步完成由欧美、日韩等发达国家向中国的转移。

我国已成为全球不锈钢真空保温器皿行业的重要生产集中地，其中浙江和广东两个地区的企业数量以及产量规模均远大于其他地区。浙江省不锈钢真空保温器皿生产企业主要集中在金华市的永康、武义等地区。

②加工产业向其他国家产业转移的风险

产业转移是指通过降低生产成本和扩大销售市场达到追求更高利润的目的。从产业转移的含义来看，不锈钢真空保温器皿品牌商的 OEM 及 ODM 加工产业转移方向主要为向生产制造成本更低的国家或向终端消费地市场的国家转移。

A.向生产制造成本更低的国家转移的风险

随着中国劳动力成本、土地成本等生产要素价格的提高，一些欧美日韩的跨国制造企业开始将一部分劳动密集型制造工厂从中国搬离，落户东南亚国家，尤其是越南承接了大量的跨国制造业工厂。以下以东南亚国家的典型——越南为例阐述加工产业向生产制造成本更低的国家转移的风险。

据统计，越南 2019 年月平均工资为 780 万越南盾（约 2,340 元人民币，折合年工资 28,080 元人民币），低于国家统计局公布的国内制造业企业月人均工资水平。越南人口数量超过 9,600 万人，65 岁以上人口比重远低于中国。

即便越南目前拥有较低的工资水平和丰富的用工数量，但其仍存在以下不确定因素：

a.劳动力素质有待提高

就越南的用工成本而言，越南的低工资虽然有一定优势，但劳动力素质仍有待提高。世界银行认为越南缺乏熟练劳动力和高级技术人员，若以十分制评分标准评估，越南人力质量仅 3.79 分，在参与世界银行排名的 12 个亚洲国家中排名第 11 位[3]。因此，越南的劳动效率在亚太地区各国中相对较低，在一定程度上抵消了低工资优势。此外，用工成本逐年提高、劳动力老龄化、劳工罢工等也是不可忽视的风险。

[3] 《对越投资机遇与风险并存，中企要保持冷静头脑》，海外网，2019 年 8 月 22 日。

b.产业链配套不够完备

越南配套产业的发达程度、工业体系的完善程度与中国存在较大差距。随着新冠疫情对全球影响的不断加深，越南产业链不完善、供应链不足的缺陷也逐渐暴露，使得当前越南的制造业生产、投资大幅放缓，不利于其经济稳步发展。

c.基础设施建设有待完善

越南经济虽然高速增长，但基础建设水平仍远远落后于中国，其国内物流只能提供基础服务，无法满足现代国家市场一体化的生产协作和消费需求。

d.工业互联网和人工智能技术兴起

未来 5G 所引领的工业互联网和人工智能技术将使工厂摆脱对于生产工人的依赖。业内预计未来 5-10 年内，全球制造业绝大多数将步入工业互联网时代，劳动力将离开生产车间，无人工厂将成为可能。把现代化的无人工厂建设在离市场最近的、拥有最完整基础配套设施和完整产业格局的国家，将仍然是跨国企业的首选。5G 所引领的工业互联网仍然将以大国制造为中心，中国仍将是世界制造的中心地带。

综上，不锈钢真空保温器皿品牌商的 OEM 及 ODM 加工产业向生产制造成本更低国家转移的风险较小。

B.向终端消费地市场的国家转移的风险

从销售情况来看，欧洲、北美、中国、日本四大市场一直是全球不锈钢真空保温器皿的消费主力，除中国外的其他发达国家消费市场份额达 65%。

据报导，欧洲发达国家中，德国全体国民月平均工资为 2,882 欧元（约 23,718 元人民币，折合年工资约 28 万元人民币），法国全体国民月平均工资为 2,567 欧元（约 21,125 元人民币，折合年工资约 25 万元人民币），英国全体国民月平均工资为 2,800 欧元（约 23,043 元人民币，折合年工资约 28 万元人民币）。

根据美国劳工统计局统计的数据，全美在职工作人员约 1.3 亿人，平均年工资为 43,460 美元（折合约 30 万元人民币）。

日本国税厅的《民间工资实际情况统计调查》显示，日本上班族的平均收入是 432 万日元/年（折合约 28 万元人民币）。

上述发达国家的平均工资均远高于我国员工目前的工资水平（2019 年员工年平均工资约为 9 万元），再考虑到土地使用成本、办公租金、技术等生产要素的价格水平，不锈钢真空保温器皿品牌商的 OEM 及 ODM 加工产业向上述发达国家转移不具有经济性，向其转移的风险较小。

综上所述，不锈钢真空保温器皿品牌商的 OEM 及 ODM 加工产业未来向其他国家产业转移的风险较小，不会对发行人未来生产经营产生重大不利影响。

（3）对发行人未来生产经营的影响及发行人拟采取的应对措施

考虑到不锈钢真空保温器皿品牌商的 OEM 及 ODM 加工产业未来向其他国家产业转移存在的可能风险，发行人拟采取以下应对措施：

①积极利用产业政策支持

发行人所在的金华市被中国轻工业联合会授予“中国口杯之都”称号。保温杯（壶）产业为金华市培育的八大重点行业之一，受到金华市、武义县政府及主管部门重点政策支持。根据 2019 年金华市人民政府办公室印发的《关于促进制造业重点细分行业发展的意见》及金华市制造业重点细分行业培育工作领导小组办公室印发的《金华市保温杯（壶）产业培育方案》、《金华市保温杯（壶）产业发展规划（2019-2023）》，金华市计划通过三年时间，提升“中国口杯之都”地位，建成全球中高端保温杯（壶）生产基地，其中重点区域为永康市及武义县，发行人为重点发展企业。

发行人将以政府支持政策为契机，以自主品牌培育、新产品开发、新技术应用、新工艺优化为重点发展方向，早日实现政府“提升‘中国口杯之都’地位，建成全球中高端保温杯（壶）生产基地，巩固全球最大的保温杯生产基地地位”的目标。

②继续提高自身效率

发行人将加强技术创新，增大设计研发投入力度，开展关键技术的设计研发攻关和技术改造，深入开展“两化”融合、“机器换人”的实施和推广，积极提升技术创新能力和智能制造水平，开发新类别、新外观、新功能的不锈钢真空保温器皿产品，开拓新市场。

③适时关注外部机会

发行人始终关注外部机会，2019 年收购国际不锈钢真空器皿知名品牌商 PMI 在亚太地区的 miGo 品牌，实现内销市场的跨越式发展。

在今后的发展过程中，发行人将继续关注外部优质资源和商业机会，积极参与“一带一路”等国家发展战略，加强与“一带一路”沿线国家的产能、资本、技术合作，根据考察情况适时考虑建立境外生产加工基地，推动产品、技术向境外拓展。

8、进入行业的主要障碍

不锈钢真空保温器皿行业属于日用消费品行业，进入本行业的主要障碍包括以下几个方面：

（1）制造技术壁垒

不锈钢真空保温器皿特有的真空保温功能给产品制造增加了难度，使得保温性能较好的不锈钢真空产品在焊接、抽真空、真空检测、判温、表面处理等方面形成了一定的技术门槛。

此外，不锈钢真空保温器皿作为日用消费品，随着科学技术的发展，新工艺、新设备、新技术不断在生产中应用，国内外客户及消费者对产品材质、功能、款式、智能化等方面也不断提出新的要求，只有真正掌握相关技术的企业，才能拥有核心竞争力。

（2）研发设计壁垒

不锈钢真空保温器皿除了需要具备基本的保温功能外，很大程度上需要取得消费者在产品款式、外观、功能设计等方面的高度认可，针对不同消费群体的消费需求、审美观念、消费习惯，需要设计出不同款式和功能的产品。建设研发设计团队、培养专业设计人才、获得研发设计经验、把握国内外市场需求，需要经历较长的积累过程，企业只有拥有涵盖研发、设计、生产、管理等全方位的技术人员，持续推动产品开发，才能保证不被客户及市场淘汰。对潜在进入者而言，研发设计能力成为一个重要障碍。

（3）营销渠道壁垒

对于日用消费品行业而言，营销渠道的建设至关重要。构建适合自身的营销渠道，是抢占市场先机、扩大市场份额、获取竞争优势的重要手段，是建立品牌影响力的关键，同时也是让消费者便捷地了解并购买其产品的重要保障。构建和完善营销网络需要较大的资金和时间的投入，形成了行业进入的一个重要壁垒，新进入企业既需要投入大量的资源铺设营销渠道，也需要时间积累形成规模，因此，新进入企业很难在短期内打破营销渠道的壁垒。

（4）资金壁垒

相较于传统的制造业，转型升级后的不锈钢真空保温器皿行业更倾向于技术密集型、资金密集型行业，对原材料、生产设备、生产技术等要求越来越高。生产不锈钢真空保温器皿需要自动化程度较高的生产设备以提高生产效率、减少产品瑕疵和质量问题，成品又需满足外观和性能方面严苛的指标要求，因此其研发、生产、检测环节均需要高精度、高性能、高自动化的设备支持，生产设备投资对资金需求较大。此外，下游行业日益变化的需求，需要企业保持强大的技术研发能力，投入大量的研发资金进行持续开发创新。材料、设备购置以及持续研发所需的大量资金也对行业的新进入者构成壁垒。

（5）高端市场品牌壁垒

不锈钢真空保温器皿高端消费者对品牌的依赖程度较高，品牌集中体现了产品质量、档次和市场地位，是行业竞争的重要因素。国际知名品牌如“膳魔师”、“虎牌”、“象印”、“STANLEY”等品牌产品长期占据着高端市场份额。品牌是企业发展过程中逐步积累形成的，新进入企业很难在短时间内树立良好的品牌效应，因此高端品牌知名度成为制约新企业进入行业的壁垒之一。

9、行业的周期性、季节性和区域性特征

（1）行业的周期性

作为日用消费品，不锈钢真空保温器皿产品的消费不具有明显的周期性，但宏观经济周期性波动会对不锈钢真空保温器皿产品的市场消费产生一定的影响。

（2）行业的季节性

不锈钢真空保温器皿兼具保热和保冷功能，消费需求方面国内市场以保热为主、国外市场以保冷为主，季节变换会对不锈钢真空保温器皿产品的消费产生一定影响。随着不锈钢真空保温器皿应用越来越广泛，其消费的季节特征也越来越不明显。

（3）行业的区域性

①生产的区域性

我国不锈钢真空保温器皿行业在地域上呈现出较为明显的产业集群特征，现有不锈钢真空保温器皿生产企业主要集中在浙江的永康、武义和广东的潮安、揭阳、新会等地，浙江和广东两个地区的企业数量以及产量规模均远大于其他地区，成为全球不锈钢真空保温器皿行业的重要生产集中地。

②销售的区域性

我国不锈钢真空保温器皿消费市场在地域上主要集中在经济发达地区，呈现出较为明显的区域性特征，北京、上海、广东及浙江等地区的年零售量相对较大。

（三）影响本行业发展的有利和不利因素

1、影响行业发展的有利因素

（1）国家产业政策的支持

国家“十三五”规划明确指出，要增强消费能力，改善大众消费预期，挖掘农村消费潜力，着力扩大居民消费；以扩大服务消费为重点带动消费结构升级，支持信息、绿色、时尚、品质等新型消费；推动线上线下融合等消费新模式发展；坚持节约资源和保护环境的基本国策；加快建设资源节约型、环境友好型社会；实施全民节水行动计划。《中国制造 2025》、《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》、《轻工业发展规划（2016-2020 年）》等行业政策及法律法规也积极促进我国不锈钢真空保温器皿行业的健康发展，并提供良好的发展机遇。不锈钢真空保温器皿是健康、环保、节能的日用消费品，其广泛使用能够有效减少白色污染、水资源浪费及能源消耗，其提倡的自带水的生活方式能够有效改善人们的生活质量，符合国家产业政策支持的发展方向。

（2）公司所在地产业政策支持

公司所在的浙江省金华市被中国轻工业联合会授予“中国口杯之都”称号。保温杯（壶）产业为金华市培育的八大重点行业之一，受到金华市及武义县政府及主管部门重点政策支持。当地政府主要支持领域包括包括企业发展、工业设计发展、品牌打造及提升、企业市场开拓、企业金融服务、人才职业资格认定等。根据 2019 年金华市人民政府办公室印发的《关于促进制造业重点细分行业发展的意见》及金华市制造业重点细分行业培育工作领导小组办公室印发的《金华市保温杯（壶）产业培育方案》，金华市计划通过三年时间，提升“中国口杯之都”地位，建成全球中高端保温杯（壶）生产基地，其中重点区域为永康市及武义县。具体措施包括规范行业经营次序，加强品牌及市场培育，推进产业集聚发展，强化产品创新设计，大力培育龙头骨干，加快智能化改造升级等。

（3）市场空间广阔

不锈钢真空保温器皿属于健康、环保的中高档饮食容器，在欧美、日韩等经济发达国家及地区已广泛使用。随着全球居民消费水平的不断提高，不锈钢真空保温器皿的消费需求将继续保持增长态势。

近年来，我国国民经济持续较快发展，城乡居民收入水平呈增长趋势，为不锈钢真空保温器皿行业提供了良好的外部环境和广阔的市场空间。随着经济实力的增强和人民生活水平的提高，预计我国对不锈钢真空保温器皿产品的需求增长率将高于全球平均水平。

（4）人民消费观念的转变

随着社会的不断进步和人民生活水平的不断提高，消费者对不锈钢真空保温器皿的关注点由原来的保温功能转变到更加注重便捷、安全、健康、时尚和个性化特性，同时在日常消费时越来越多地考虑到节能环保和智能等因素。不锈钢真空保温器皿行业所倡导的健康、时尚、环保、智能的生活方式与社会环境的发展趋势保持了高度一致，顺应了当今的消费潮流和时代特色。

（5）产品附加值提高

在不锈钢真空保温器皿市场持续健康发展的大背景下，我国不锈钢真空保温器皿行业充分利用市场机遇，提升制造技术及研发设计水平，发展营销网络，扩

大业务规模，实现了企业实力的发展壮大；并通过投入大量资源，提高自身研发设计能力、生产技术创新能力和质量控制能力，加强自主品牌建设，有力推动整个不锈钢真空保温器皿行业的产业升级。未来，我国不锈钢真空保温器皿行业将逐步实现经营模式的优化和升级，从世界制造中心逐步向研发设计中心发展，由简单的销售规模的扩大逐步向提升产品精细化制造、研发设计、品牌影响力以提高产品附加值的方向发展。

2、影响行业发展的不利因素

（1）行业集中度不高

国际不锈钢真空保温器皿品牌商规模较大，整体实力较强。国内不锈钢真空保温器皿行业的整体行业集中度不高，企业数量较多且大部分企业规模较小，行业整体在技术创新、研发设计、品牌建设等方面起步较晚，整个行业的产业升级尚待进一步完成。

（2）创新能力不足

目前国内不锈钢真空保温器皿制造商大多在产品研发设计、技术创新、智能化等方面的自主创新动力不足。由于国内企业整体规模较小和资金投入较少等原因，使得国内不锈钢真空保温器皿制造商在研发人才和先进设备的投入方面与国外先进水平相比还存在一定差距。在此背景下，亟需领先企业率先成长，加强技术革新、研发设计，不断创新以带动行业发展。

（3）劳动力成本不断上升

目前，国内不锈钢真空保温器皿行业整体尚未完成自动化转型升级，整个生产过程需要大量的生产工人。近年来，随着我国人口红利的逐渐消失，劳动力市场正在经历较大的结构性转变，企业用工成本逐步上升。劳动力价格的不断上升对行业整体利润水平产生了一定的不利影响。

（4）贸易摩擦和贸易保护主义

近年来，国际贸易保护主义抬头，部分国家和地区采取反倾销、反补贴、加征关税等手段加大对国内产业的保护力度。

2018 年以来，美国数次对中国产品加征关税，虽然最终未实际对公司出口

产品加征关税，但如果未来中美贸易摩擦升级，可能会对中国出口美国的不锈钢真空保温器皿等产品产生较为不利的影响。

此外，中国不锈钢真空保温器皿自主品牌外销市场还集中在巴西、印度、尼日利亚等发展中国家。中国产品的大量出口可能在一定程度上威胁到当地国家相关行业的发展，如果上述国家未来与中国出现贸易摩擦，其针对中国不锈钢真空保温器皿产品实施贸易保护措施，可能制约中国不锈钢真空保温器皿行业自主品牌外销市场的发展。

（四）行业特征和技术特点

1、行业现有特征

（1）销售仍以 OEM 和 ODM 为主

国际知名品牌诸如“膳魔师（THERMOS）”、“虎牌（TIGER）”、“象印（ZOJIRUSHI）”、PMI 公司旗下的“阿拉丁（aladdin）”和“斯坦利（STANLEY）”等市场认可度较高，产品附加值较大，而国内不锈钢真空保温器皿的推广使用尚有不足，尚未形成具有国际影响力的自主品牌，在高端产品市场上国内生产企业尚未与国际知名品牌商形成直接的竞争，因此销售主要仍以 OEM 和 ODM 的业务合作方式体现。

（2）具有明显的产业集群特征

国内的不锈钢真空保温器皿生产企业主要集中在浙江的永康、武义和广东的潮安、揭阳、新会等地，上述地区的上下游配套生产企业较多，政府支持政策完善，拥有较为完整的配套产业链，相关企业研发技术水平、品质管理水平较高，企业数量以及产量规模均远大于其他地区，成为全球不锈钢真空保温器皿行业的重要生产集中地。

（3）国际知名品牌商市场竞争力较强

国内大多数小规模企业不具有品牌培育能力，生产设备投资较少，自动化程度较低，生产较多依赖人工，导致次品率较高，制造产品品质一般；且不具备较高的研发设计及自主创新能力，设计上较多依赖模仿，产品同质化现象严重。而部分国际知名品牌商凭借多年的客户积累，强大的研发设计实力和品质管理能力，

稳定的优质供应商体系，所设计或生产的产品品质精良、款式时尚，产品附加值较高，市场竞争力较强。

2、技术特点

不锈钢真空保温器皿产品的生产过程包括制管、水胀、焊接、抽真空、抛光、喷涂等多个环节，各环节技术水平均会影响到产品的保温效能、使用功能、表面质量等品质指标。不锈钢真空保温器皿生产的关键在于加强产品性能的稳定性、提升产品精细化程度和提高生产效率。

以发行人为代表的国内企业在制造技术水平、研发设计能力、自主创新能力方面处于国内同行业前列，其生产设备较为先进，自动化程度较高，制作工艺较为精良，产品研发设计体系管理卓有成效。

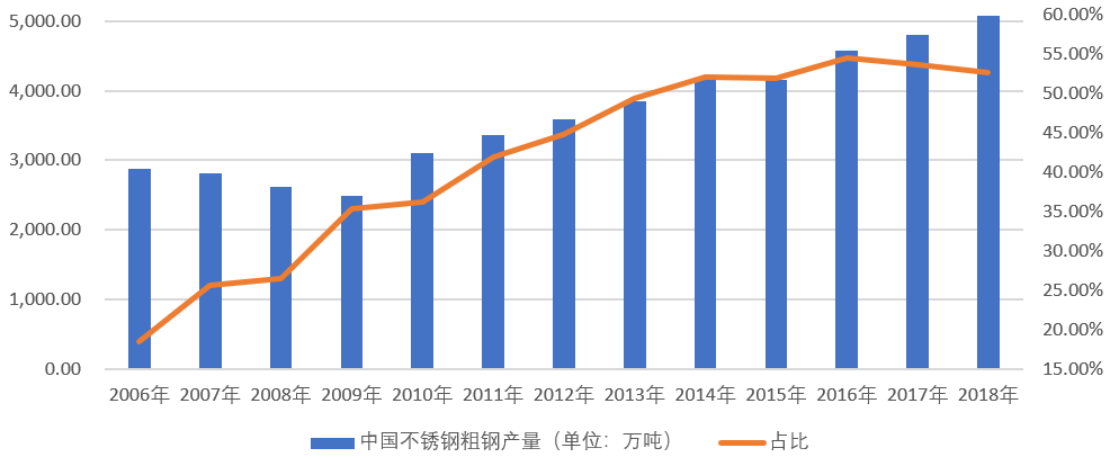
（五）上下游行业的关联性及对本行业的影响

1、上游行业的关联性及影响

不锈钢真空保温器皿产品的主要原材料为不锈钢。不锈钢的稳定充足供应成为本行业持续发展的重要保障，其价格波动也直接影响到本行业的盈利水平。

自 2006 年开始，我国已成为全球最大的不锈钢生产国，且在全球不锈钢产量中的比重也逐步上升，2014 年以来产量占比始终维持在 50%以上。我国拥有数量较多、规模较大的不锈钢生产企业，国内不锈钢原材料供应充足。据 Wind 资讯统计，我国 2018 年不锈钢粗钢产量已达 5,072.90 万吨，较 2017 年增加 5.51%，在全球不锈钢产量中的比重为 52.64%。

2006 年至 2018 年我国不锈钢粗钢产量及占全球不锈钢产量的比重



资料来源：Wind 资讯。

由于不锈钢占总成本的比重较大，故不锈钢价格的波动对本行业的总体盈利水平会带来一定影响。2016 年至今，我国不锈钢市场价格经历了大幅攀升、冲高回落到逐渐企稳的过程，行业内企业采取了较为合理的应对措施，有效降低了行业的受影响程度。

2016 年至 2019 年我国不锈钢价格走势

单位：元/吨



资料来源：上海宝新 304/2B 冷轧不锈钢卷:1.0mm，Wind 资讯。

2、下游行业的关联性及影响

国内不锈钢真空保温器皿行业的外销大多为承接 OEM、ODM 订单，所制造的不锈钢真空保温器皿产品不是直接进入市场，而是销售给国外品牌商，通过国外品牌商进入国际消费市场。近年来，随着国内部分领先企业的制造技术、研发设计水平不断提升，我国不锈钢真空保温器皿行业外销市场规模呈不断扩大趋势。

国内不锈钢真空保温器皿行业的内销主要为自主品牌产品的销售，其下游为经销商、零售终端等各级销售渠道，以及产品的最终消费者。经销商、零售终端等销售渠道的发展状况对国内市场需求产生一定影响。

无论是外销还是内销，影响市场需求的最终环节都是消费者的需求。近年来，随着居民收入的提升和消费升级，健康环保意识的不断增强，以及时尚和个性化需求的不断提升，不锈钢真空保温器皿消费市场稳步发展。作为不锈钢真空保温器皿制造商，只有不断提升自身制造技术水平，加强研发设计能力，同时积极开拓自主品牌，才能更好的适应消费者的需求变化，从而在行业内处于领先地位。

（六）发行人的创新、创造、创意特征

1、创新特征

公司是国家高新技术企业，发展多年以来一直致力于不锈钢真空保温器皿及相关产品的创新，其创新特征主要体现在以下方面：

（1）技术创新

公司致力于技术创新和核心技术的突破，通过不断自主开发，加强公司的技术实力，建立了强大的技术创新资源。公司目前已掌握了超薄不锈钢焊接圆管合金密封液压成形技术、轻量旋薄技术、真空气染印技术、不锈钢保温杯新型表面处理技术、不锈钢保温杯轧花技术、不锈钢螺纹的精密成型加工技术等多项不锈钢真空保温器皿核心技术，涉及不锈钢真空保温器皿的结构设计、表面处理、生产工序等众多方面，在行业内具有较为雄厚的技术创新能力。

（2）产品创新

公司以现有的产品为基础，向行业纵深发展，高度重视新颖产品的开发研制，注重拓展现有产品的应用范围，增加现有产品市场的适应性，扩大现有产品的市场应用，逐步向智能化、轻量化的产品结构转变。公司目前开发的智能温显保温壶，突破了行业内无法在按压出水的保温壶上设计制造温显的难点；公司将智能电脑芯片融入保温器皿，创新研发了带有智能娱乐系统的保温杯，可以实现语音互动、播报水温和天气，收听广播和音乐等功能，使公司产品实现了更多创新性。公司还开发了抗菌、抑菌、杀菌的系列产品，将新材料抗菌、紫外线杀菌等技术应用于不锈钢真空保温器皿，满足消费者日益提高的健康、安全、环保需求。

（3）材料应用创新

公司在现有保温杯产品中增加了不锈钢 S316L 材料、玻璃载银离子抗菌剂等新材料的应用，提升了产品的耐腐蚀性及抗菌性，未来公司还将引入竹木、木材、秸秆等更多天然材料与真空产品相结合，使保温杯饮用和容纳部位更具安全性和环保性，提升公司产品的健康安全水平。

2、创造特征

公司始终坚持贴近市场流行趋势和个性化、专业化产品的开发、设计理念，

着力提升各主题和功能系列产品的市场影响力，其创造特征主要体现在拥有较强的开发、设计能力。

在设计数量方面，报告期内公司共完成设计并投入量产的产品（系列、批次）共 235 个，其中 ODM/OEM 产品 204 个，自有品牌产品 31 个；在产品设计方面，公司设计了多款真空和家电结合的产品，例如真空迷你电饭煲、真空电火锅、真空炖盅以及同咖啡机配套的真空保温壶、户外使用的高保温旅游壶等，能够根据市场、客户需求的变化趋势快速设计新产品；在产品开发方面，公司已有三个系列的智能温显保温杯产品投入生产，未来将进一步研究开发可显示水温、水质等特性，或为有特殊需求的人群设定提示，确保健康饮水的智能类产品，使公司在智能保温杯领域引领行业发展。

3、创意特征

为符合新的行业消费升级需求，实现从制造到智造的行业升级趋势，公司在上海设立创新中心，在国际设计之都、创意之都上海招收专业、前沿的产品设计师，有助于激发产品设计灵感，推动新产品开发，紧跟市场变化趋势，适应消费者的需求变化。

上海创新中心从最初的仅提供设计服务，升级到提供全方位产品解决方案的智造团队，已为公司设计出一系列外观时尚新颖、功能实用性强的保温恒温、智能化产品，使公司产品线更为丰富，更具时尚感和创意性，提升消费者的产品体验感，充分体现了公司将设计时尚感与功能实用性相结合的创意特征。

（七）发行人科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

1、科技创新

公司是国家级高新技术企业、金华市企业技术中心、金华市嘉益不锈钢保温杯高新技术研究开发中心、金华市高新技术企业。公司及公司产品曾先后获得“浙江名牌产品证书”、“浙江出口名牌”、“浙江五金名品”、“浙江制造”认证证书、“金华市人民政府质量奖”等多项荣誉和奖项，公司具有较为突出的行业地位和研究开发、技术创新能力，引领不锈钢真空保温器皿行业的发展方向。

公司具有较强的技术创新能力，组建了国内先进的科研实验室，拥有国内前沿的不锈钢真空保温器皿研究和分析检测实验设备，储备了一批经验较为丰富的

专业技术人才，形成了一支稳定、高效的管理团队，具有较强的技术开发和成果转化能力。公司主要的科技创新成果包括：

（1）轻量杯：公司采用轻量旋薄技术，打破传统工艺的壁厚要求，选用 S316L 材料成型，壁厚由 0.4mm 旋薄至 0.07mm，使产品更加轻便，内胆不锈钢材料可节省约 2/3；

（2）智能保温杯：公司研发的智能温显保温杯，解决了消费者饮用前无法判断内部水温的弊端，做到触摸屏幕即可显示温度，确保消费者饮用时的安全性；

（3）降温杯：公司研发的可迅速降温的杯盖结构，有效解决了保温杯内水温过高而无法立即饮用的问题；

（4）行业标准起草：2019 年由公司主导起草的《T/ZZB 0994-2019 户外用金属双层口杯》、《T/ZZB 0995-2019 户外用塑料双层口杯》经浙江省品牌建设联合会批准成为“浙江制造”标准。

此外，公司通过自主研发、合作开发、委托开发、外部购买等方式，掌握了公司核心产品的关键性技术，技术水平在行业内处于较为领先的地位，取得了多项核心专利。截至本招股书签署之日，公司累计获得发明专利 3 项、实用新型专利 58 项、外观专利 65 项，涉及产品外观、产品功能、生产工艺、模具设计和加工等方面，充分展现了公司在不锈钢真空保温器皿领域的研发创新能力。

2、模式创新

（1）产品研发模式创新

公司在产品研发过程中，通过对开发模式、评审流程、研发创新工具使用、技术水平、技术手段、技术团队等环节的改进与创新，有效降低了研发成本，缩短了研发周期，研发效率和智能研发水平明显提升，加速公司智能研发进程，公司产品研发过程改进前后的对比如下：

内容	传统研发模式	公司创新研发模式
开发模式	传统开发	增加针对客户“点对点”开发模式，OEM、ODM 独立开发
评审流程及管理	方案评审——样品确认，确认全面分析生产可行性、工艺稳定情况、生产效率等，没有形成详细的书面记录	按照新产品开发流程评审——样品试制——样品验证——样品评审确认（全面分析新样品的工艺稳定情况、生产可行性、生产效率、小批

内容	传统研发模式	公司创新研发模式
		量生产测试）； 评审结果按质量管理体系的要求记录，如《设计开发输入评审表》、《设计开发输出评审表》、《新产品风险评估报告》等
知识管理研发创新工具使用	无标准件库;没有新产品设计标准和模具设计标准	建立完善的产品编码规则，真空杯、汽车杯、运动瓶、玻璃杯等； 完善研发数据库，使用标准件库； 新产品设计标准、模具设计标准
技术水平	以满足客户设计要求为唯一目标	与客户协同设计，同步开发； 为客户提供专业的故障诊断服务，并提供极具价值的改善性的措施，提升产品竞争力
技术手段	缺少专业设计、分析软件系统	引进文件管理系统 PDM(Product Data Management)
研发团队	产品研发以工艺研发为主要方向，团队人员整体素质较低	引进高素质研发人员，带动整体研发水平提升明显； 成立以项目为核心的研发团队，人员分工明确，研发效率明显提升

（2）销售模式创新

公司凭借多年的 OEM/ODM 客户积累和丰富的技术储备，通过自主培养和外部收购结合的方式发展自主品牌，目前公司已拥有“ONE2GO”、“miGo”等多个自有品牌，形成了 OEM/ODM 业务和自有品牌业务“双轮驱动”的新销售模式。

同时，随着线上零售业态的井喷式发展，在稳步发展 OEM/ODM 的同时大力开展自有品牌建设和推广，更好地适应消费者的需求，扩大公司自主品牌的影响力和市场竞争力，公司积极尝试直播平台等新媒体销售渠道，通过“直播带货”的新销售模式为自主品牌提供更多大数据，实现精准营销。通过对市场数据及需求信息的分析，公司得以更清晰地了解消费者偏好特性，实现更具针对性的产品研发、产品定价和品牌推广，不断增强需求转化的效果和消费者的品牌忠诚度。

3、业态创新

为促进生产型制造向服务型制造转变，加快制造与服务的协同发展，推进生产过程智能化，培育新型生产方式，全面提升企业研发、生产、管理和服务的智能化水平，公司积极推行工厂“机器换人”的自动化生产线技术改造和设备更新，提升生产效率和产品质量，把智能制造作为公司业态创新的主攻方向。

公司现有流线型金工生产线、机器人金工线、智能旋薄机和多工位激光焊接机，可以快速完成从金工到焊接环节的生产工序；两室双炉无尾真空机为不锈钢真空保温器皿的真空质量提供了有力保障；自动圆盘式多工位智能抛光机能够保证产品抛光处理的质量和外观一致性；全自动喷涂流水线、自动内喷线、自动喷塑线、自动水转印流水线和 3D 打印设备等提高了产品表面处理能力；采用先进的注塑机设备，提高塑胶配件生产效率，确保订单能够准时交付。未来公司将逐步通过与设备工厂的联合研发，实现生产装备的自动化和高度精密化，推动公司生产方式由“制造”向“智造”转变。

4、新旧产业融合情况

产业融合作为一种扩散性的技术创新，其作用是通过原有的产业边界，降低传统行业间的进入壁垒，为企业提供扩大规模、开发新产品和新服务的巨大商机，有利于产生新的产业发展模式、行业规则、管理体制。

为实现产业融合，加快传统制造业转型升级，公司一方面将智能电脑芯片融入不锈钢保温器皿，研发一系列具有智能娱乐功能的新产品，加快传统制造业与数字经济的深度融合，催生行业发展新模式；另一方面公司积极搭建电子商务销售渠道，通过“互联网+制造业”的产业融合模式大力拓展公司自主品牌的推广，实现精准营销，为企业发展注入新动力，显著提升了企业的品牌影响力和市场竞争力。

（八）进口政策、贸易摩擦对产品出口的影响

1、中美贸易摩擦基本情况

公司产品以外销为主，与欧美、日韩等发达国家和地区的客户保持长期稳定合作关系，但各国贸易政策的不确定性会对公司出口销售产生不利影响。近年来，国际贸易保护主义势头上升，部分国家和地区采取反倾销、反补贴、加征关税等手段加大对当地产业的保护力度。

2018 年以来，中美贸易摩擦反复变化。2019 年 5 月 13 日，美国宣布对从中国进口的 3,000 亿美元清单商品加征 25%的关税，第一批加征关税商品于 2019 年 9 月 1 日开始实施，第二批于 2019 年 12 月 15 日开始实施。随着中美签署第一阶段经贸协议，美国贸易办公室（USTR）于 2019 年 12 月 18 日发布公告，取

消原定 2019 年 12 月 15 日对 3,000 亿美元清单的中国进口商品加征关税计划。

公司主要产品不锈钢真空保温器皿出口原属于在 2019 年 12 月 15 日实施的第二批 3,000 亿美元清单商品。公司产品暂不在被加征关税的范围内，但不排除后期中美贸易形势的变化，公司产品存在被加征关税的风险。

2、公司就中美贸易摩擦拟采取的应对措施

若未来中美贸易关系发生新变化，公司出口产品被加征高额关税，公司对美出口业务会受到一定负面影响，公司拟采取以下应对措施：

（1）密切关注政策变化情况

公司将密切关注中美贸易摩擦变化情况，积极与客户进行协商，做好相关应对工作。

（2）提高生产效率

公司将进一步改进生产方式和提高生产效率，降低生产成本，最大限度降低因关税变化对公司的影响。

（3）加大自有品牌建设

公司将进一步加大对其他国际市场客户的开发，大力发展自有品牌、拓展国内市场，降低对美国市场的出口比例。

（九）新冠疫情对发行人经营状况及财务状况的影响

2020 年 1 月，新型冠状病毒肺炎疫情爆发，各地政府采取严格的防控措施，以阻止新冠病毒进一步蔓延及扩散。2020 年上半年，受新冠疫情带来的公司及上下游厂商延迟复工的影响，公司当期营业收入较上年同期有所下滑，短期经营业绩受到一定影响。同时，发行人以境外销售为主，随着疫情在全球的蔓延，发行人部分境外客户的生产经营也受到一定冲击。

2020 年上半年，公司产能、产量、销量及与去年同期对比的情况如下：

单位：万只

项目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	同比变动
产能	800	800	-
产量	545	663	-17.80%
销量	511	616	-17.05%

根据上述统计，公司 2020 年 1-6 月产量 545 万只，较去年同期下滑 17.80%，

销量 511 万只，较去年同期下滑 17.05%。2020 年上半年产销量下滑，一方面系公司及上游供应商复工延迟，公司开工比例不足；另一方面公司下游境外客户二季度受疫情影响，出现了延迟订单履行和取消订单执行的情形，对公司销售产生了一定影响。

截至本招股说明书签署之日，发行人的生产经营已恢复正常，境内疫情影响基本消除，但由于美国等海外地区新冠疫情尚未能得到有效控制，公司部分境外客户经营受到一定影响。

结合新冠疫情目前的控制情况及公司实际经营情况，公司 2020 年 1-6 月财务数据情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	同比变动
营业收入	14,808.88	16,969.29	-12.73%
归属于公司股东的净利润	2,935.95	2,835.65	3.54%
扣除非经常性损益后归属于公司股东的净利润	2,321.64	2,242.78	3.52%

注 1：2020 年 1-6 月及 2019 年 1-6 月财务数据未经会计师审计。

注 2：上述 2020 年上半年业绩情况为公司初步测算数据，未经会计师审计或审阅，且不构成盈利预测或业绩承诺。

2020 年 1-6 月公司营业收入相对去年同期下滑 12.73%，主要原因是受新冠疫情影响，公司及上下游厂商复工复产进度影响了公司的生产和销售。

根据测算，2020 年 1-6 月公司归属于公司股东的净利润相对去年同期增长 3.54%，一方面系公司按规定享受国家关于疫情期间各项社会保险的延期及减免政策，部分社保费用进行了减免；另一方面公司根据汇率波动情况未开展远期结汇业务，同时受益于人民币汇率贬值，汇兑损失较去年同期大幅减少。

2020 年 1-6 月公司扣除非经常性损益后归属于公司股东的净利润相对去年同期增长 3.52%，其变动趋势与归属于公司股东的净利润变动趋势基本一致。

公司采用以销定产的生产模式，新冠疫情对公司的影响主要体现为复工延迟导致订单执行的延后，但对公司经营情况的整体影响较小。同时，发行人主要客户系国际知名不锈钢真空保温器皿的品牌商，具有较强抵御风险能力，与公司保持长期稳定的合作关系。截至 2020 年 8 月 31 日，公司在手储备订单 342.06 万只，合计金额 4,161.99 万元,公司销售收入受到新冠疫情的影响较为有限，对公

司持续经营能力不构成重大不利影响。但若美国等海外地区疫情长时间未得到根本控制，隔离管控措施恢复或长期持续，下游客户的开工生产受到限制，经济衰退及居民消费疲软，公司产品的终端需求将受到影响，导致公司在手订单延迟交付或取消执行，2020 年度业绩将存在下滑的风险。

三、发行人在行业中的主要竞争情况

（一）行业竞争格局

不锈钢真空保温器皿行业的国际竞争相对稳定，主要集中在少数知名品牌商之间。不锈钢真空保温器皿行业的国际知名品牌主要源于欧美、日韩等发达国家和地区，美国主要有 PMI 旗下的“阿拉丁（aladdin）”和“斯坦利（STANLEY）”等品牌；日本主要有膳魔师集团旗下的“膳魔师（THERMOS）”、虎牌热水瓶株式会社旗下的“虎牌（TIGER）”、象印暖瓶株式会社旗下的“象印（ZOJIRUSHI）”。这些品牌市场认可度较高，产品附加值较大。在发展中国家和地区，不锈钢真空保温器皿的推广使用尚有不足，尚未形成具有国际影响力的自主品牌。

我国竞争格局主要体现在国外 OEM、ODM 订单及国内消费市场的竞争。国内保温杯产品主要分高、中、低端三个层次。

高端产品面向国内中高端消费群体，价格普遍较高，市场多为国际知名品牌产品所占据，国内生产企业与上述国际知名品牌商尚未形成直接的竞争关系，主要表现为 OEM 和 ODM 模式的业务合作关系。包括发行人在内，具有制造水平和良好品质管理能力的生产企业，成为国际知名品牌商的加工企业。

中端产品性价比较高，市场主要由“富光”、“哈尔斯”等国内领先品牌所占领，主要分布于经济发达城市和地区。市场竞争主要体现在产品质量、功能、设计能力以及销售渠道、成本控制等方面。以上企业利用与国外品牌商进行 OEM、ODM 合作的机会积累了丰富的产品制造和设计经验，在此基础上，通过提高产品质量和生产自动化程度、提升产品设计水平、拓展产品功能、拓宽营销渠道、提升产品附加值等方式，逐步提高内销市场规模。

低端产品通常由业内小规模企业生产，消费市场多分布于经济欠发达地区的中小城市及农村地区。这类企业受资金和技术所限，产品品种单一、品质较低，

缺少品牌影响力和研发设计能力，市场竞争激烈，多表现为价格竞争。

（二）发行人主要竞争对手情况

我国不锈钢真空保温器皿行业中生产企业众多，多数企业规模不大，产业集中度较低，仅有少数企业拥有相对较大规模和较强竞争力，在行业中处于领先地位。随着市场的快速发展和集中，领先企业的经营规模和市场占有率拥有较大提升空间。

我国不锈钢真空保温器皿行业内与公司形成竞争关系的主要企业包括：

1、国内竞争对手

名称	简介
浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司（002615.SZ）	成立于 1996 年，于 2011 年成功登陆深交所中小板，成为中国不锈钢保温器皿行业上市第一股。该公司总部位于浙江省金华市永康市，公司始终专注于日用不锈钢真空保温器皿的研发、设计、生产与销售，历经 20 余年发展，已成为国内最具影响力的专业不锈钢真空保温器皿制造商之一。
浙江苏泊尔股份有限公司（002032.SZ）	成立于 1998 年，2004 年在深圳证券交易所中小板上市。苏泊尔主要业务包括明火炊具、厨房小家电、厨卫电器、生活家居电器等四大领域。2014 年起，该公司在立足于原有的明火炊具产品和厨房小家电产品的基础上，进一步拓展中端不锈钢真空保温杯业务条线，重点打造晶韵系列水杯等产品。近年来，该公司在不锈钢真空保温器皿产品销售方面增长显著，树立了良好的品牌形象并形成了一定的销售规模。
东莞结宝金属塑胶制品有限公司	成立于 1998 年的台资企业，是一家生产车用杯、真空瓶、保温瓶、厨房用具、卫浴设备及酒吧用品等五金塑料制品企业，产品销往欧美等国家和地区。
浙江安胜科技股份有限公司	成立于 2015 年，专注于水杯、水壶、特种不锈钢器皿的研发、生产、销售和服务，其产品主要畅销日本、韩国、美国、欧洲等几十个国家和地区。
浙江飞剑工贸有限公司	成立于 1998 年，是一家集研发、生产、销售铝制和不锈钢运动水具于一体的专业制造商，其产品远销欧美、日韩等多个国家和地区，同时也为多家国际知名品牌公司提供贴牌加工服务。
安徽省富光实业股份有限公司	成立于 1993 年，是中国玻璃杯、塑料杯和保温杯的生产企业之一。经过多年的发展，该公司已经成为全国主要的塑料杯生产企业之一，其塑料杯产品市场占有率稳居前列。近年来，该公司进一步拓展了不锈钢真空保温杯产品线，推出了定位于中高端市场的不锈钢真空保温杯产品。
上海希诺家庭用品有限公司	成立于 2003 年，主要生产不锈钢、塑料和玻璃器皿三大系列制品，产品涉及真空器皿、保温容器、密封容器、家用小电器、厨卫用品等多个领域，产品远销东南亚和欧美等二十余个国家和地区。该公司历时十余年打造的“希诺”（HEENOOR）品牌现已成为我国不锈钢真空保温器皿行业的主要品牌之一。

2、国外竞争对手

名称	简介
象印暖瓶株式会社	于 1918 年在日本大阪创立，并于 1986 年在日本大阪证券交易所上市。该公司以电饭煲、电热水瓶等小家电为主打产品，不锈钢真空保温瓶为代表产品，持续引导着日本日常生活消费的市场。在全球市场中，该公司的产品因其质量和设计赢得了消费者的广泛赞誉，在高端不锈钢真空保温器皿市场中具有强大的竞争力。2003 年，该公司在中国成立子公司上海象印家用电器有限公司用以向中国消费者推广象印品牌。
虎牌热水瓶株式会社	成立于 1923 年，自成立以来一贯致力于将先进技术应用于新产品中，其主要产品包括不锈钢真空热水瓶、电饭锅、保温锅、厨房用品、储藏用品等。该公司的产品以其优良的品质受到了日本、中国、欧美等国家和地区消费者的喜爱。1995 年，该公司在中国成立子公司上海虎生电子电器有限公司，从事不锈钢真空保温器皿、电子锅和电气热水瓶等系列产品在中国地区的生产和销售。
日本（膳魔师）株式会社	始创于 1904 年的德国，现已成为全球最大的专业真空不锈钢家庭用品产品制造和销售集团，在全球 140 多个国家和地区拥有制造及销售厂商、分公司和分销处。该集团的不锈钢真空保温产品保温效果好，外观设计简洁、时尚，产品国际市场占有率处于行业首位。1995 年，该集团在中国成立膳魔师（中国）家庭制品有限公司，从事高真空不锈钢保温杯、保温瓶、保温壶、焖烧锅等高品质保温系列产品的生产和销售。

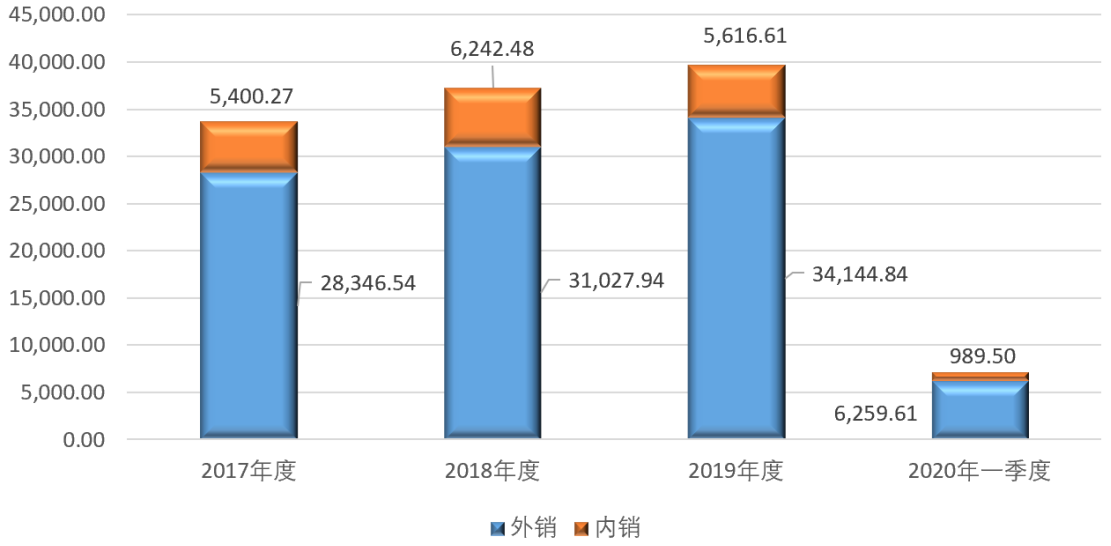
（三）公司在同行业内的地位

经过多年潜心发展，公司已成为行业内较有影响力的专业不锈钢真空保温器皿制造商。公司采用 OEM、ODM 业务模式与国际知名品牌商进行合作，凭借过硬的产品品质和较高的设计研发能力，公司与国际知名不锈钢真空保温器皿品牌商之间建立了良好且稳定的合作关系。公司 OEM、ODM 产品为下游客户的主要销售产品，也是客户面向下游或终端消费者的主打品牌，品牌影响力和品牌知名度较高，产品品质较好、定价较高，因此公司产品在同类产品中具有较强的核心竞争力和市场竞争力。此外，公司在拓展国际市场业务的基础上，通过自创和收购的方式，积极推进自主品牌的开发和宣传力度，形成覆盖多目标群体、多应用场景的系列产品。

报告期内，公司坚持自主研发与吸收先进技术相结合，持续提升产品制造技术与研发设计水平，不断为国内外客户及消费者提供各种高品质、多样化、智能化的不锈钢真空保温器皿系列产品，主要产品外销及内销规模均呈上升趋势。

报告期内公司内外销情况

单位：万元



（四）发行人的主要竞争优势

1、制造技术优势

公司始终专注于各类不锈钢真空保温器皿的研发、生产和销售，多年来经过不断地开拓进取和探索创新，公司生产和技术人员已对各工序的生产设备操作熟练，对各类产品的工艺参数把握精准，并形成了超薄不锈钢焊接圆管合金密封液压成形技术、真空气染印技术、轻量旋薄技术、智能温显技术、不锈钢保温杯新型表面处理技术、不锈钢保温杯轧花技术、不锈钢螺纹的精密成型加工技术等诸多核心制造技术。公司近年来不断投入自动化和智能化的设备，稳步提升生产效率和产品质量。公司现有全自动注塑机、智能旋薄机、智能激光分杯机和平口机、智能激光焊机、智能化自动圆盘式多工位抛光机、激光打标机等先进生产设备，以及机器人金工生产线、全自动喷涂流水线、自动喷塑线、自动机器人水转印流水线以及包装流水线等，确保了公司产品生产能力满足客户需求。

此外，公司还持续投入研发经费对现有制造技术进行优化、提高生产线的自动化程度、加强生产设备技改升级，不断完善产品生产流程中与技术和设备相关的要素，从而不断提高产品质量和生产效率，满足国内外客户的需求，提升公司自身的盈利能力、市场竞争力和可持续发展能力。

2、产品品质优势

公司管理层将产品质量视为公司赖以生存的基础，始终高度重视质量管理工

作，建立了较为完善的质量管理体系，在采购、生产和销售各环节均实施了较为完备、系统的质量检验程序。公司通过持续完善质量管理体系，强化过程控制与服务，强化监督考核，质量管理能力和控制水平得到了不断提升。

报告期内，公司先后获得武义县政府质量奖、金华市人民政府质量奖。公司已通过 ISO9001:2015 质量管理体系认证，取得了质量管理体系认证证书，其生产的户外用塑料双层口杯、户外用金属双层口杯、不锈钢真空杯获“浙江制造”认证证书，主导起草的《T/ZZB 0994-2019 户外用金属双层口杯》、《T/ZZB 0995-2019 户外用塑料双层口杯》经浙江省品牌建设联合会批准成为“浙江制造”标准。

3、研发设计优势

经过十多年的积累，公司形成了一套完善的研发设计体系，使其能在不锈钢真空保温器皿行业保持持续的竞争优势。公司拥有一支专业高素质的研发队伍，并与浙江大学、浙江科技学院等高校和外部机构紧密合作，进行新产品和新工艺的开发设计。

公司是国家级高新技术企业，除了在武义建立研发中心之外，还在上海设立创新中心，与国内外优秀设计师交流碰撞，提升了公司产品的设计感和时尚感。公司拥有多项实用新型专利和外观设计专利，具有较强的研发和设计能力，使其可以根据客户的要求迅速做出响应并进行产品开发，满足不同国家、地区客户多样化的个性需求，同时可以有效缩短产品研发、设计时间周期，提高公司的市场竞争力和产品的更新换代能力。

4、客户资源优势

国际不锈钢真空器皿知名品牌商在选择 OEM 和 ODM 代工供应商前，通常对供应商有非常严格的挑选和审定程序。其考察供应商因素不仅包括企业信誉、生产能力、产品品质、订单响应能力、产品交货速度、研发设计能力，还包括企业管理、人员素质、设备、检测、安全、环保等方面因素，只有通过严格审核的生产厂家才能正式进入其供应商名录。生产厂家进入品牌商的供应商体系后，双方会结成较为长期、稳定的战略合作关系，一般不会轻易发生改变。经过多年国际市场的拓展，公司拥有较为稳定的客户群体，主要包括美国 PMI、ETS、S’well

公司、日本 Takeya 等国际知名不锈钢真空保温器皿品牌商，为其提供 OEM 及 ODM 产品，与客户的深度合作关系有助于公司不断提升 OEM 及 ODM 代工生产业务模式的市场占有率，保证公司的利润水平。

5、自有品牌优势

公司拥有 ONE2GO、miGo 等多个自有品牌。其中，ONE2GO 品牌定位以中高端人群为主，用充满设计感的高品质产品，让用户感受到生命活力。2019 年，公司收购国际不锈钢真空器皿知名品牌商 PMI 在亚太地区的 miGo 品牌，实现内销市场的跨越式发展。miGo 品牌在国内具有一定的市场影响力，2016 年尚悦系列获得 A'Design 设计奖，2017 年品悦系列获得红点奖。

公司正在进一步加大 miGo、ONE2GO 等品牌的开发力度，进一步巩固并增强公司的整体品牌优势。

（五）发行人的主要竞争劣势

1、国内市场品牌知名度需要进一步开拓

公司经过多年发展，已成为行业内较有影响力的专业不锈钢真空保温器皿制造商，通过 OEM、ODM 业务模式与国际知名品牌商保持良好稳定的合作关系，良好的产品品质和较为出众的设计研发能力得到了国际知名品牌商的高度认可。

为抓住市场变化带来的发展机遇，公司在拓展国际市场业务的基础上，积极提高自主品牌的开发和宣传力度，但由于推广时间和营销渠道铺设时间较短，在全国范围的品牌和市场影响力方面有待进一步提高。公司在线上线下拓展业务时，与国内头部同行业公司相比，在营销渠道、市场资源、客户关系等方面尚不具备优势。

2、高端人才吸引力有待进一步提高

近年来，公司业务规模持续增长，经营进入快速发展阶段。在产品研发、营销网络、电商信息化、大规模自动化生产、公司管理方面都急需专业的高端人才。能否持续地引进和培养高素质的各方面人才，将成为未来公司面临的困难之一。高端人才吸引力不足对企业的发展形成了制约，对公司规模扩张和新产品推出也造成了一定的影响。

3、融资渠道单一

相较于传统的制造业，转型升级后的不锈钢真空保温器皿行业具有技术密集型、资金密集型特征，对原材料、生产设备、生产技术等要求越来越高，对资金的需求也越来越大。公司自开展业务以来主要依赖积累的自有资金及银行贷款来扩大生产经营。外部融资渠道主要为银行借款或股东投入。单一的融资渠道增加了公司的财务成本和流动性风险，也限制了公司的发展速度。

目前公司经营状况良好，但若想继续把公司做大做强，进一步提高盈利能力，在同类企业中脱颖而出，就必须加大资金投入。若仅靠积累的自有资本或银行借款，公司发展受到资金限制。

（六）发行人与同行业可比公司比较

公司在同行业可比上市公司中与哈尔斯（股票代码：002615SZ）的业务最为接近，公司与哈尔斯的对比情况如下：

1、主营业务毛利率对比

2017 年至 2019 年，公司与哈尔斯的主营业务毛利率情况对比如下：

公司名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
哈尔斯	29.83%	31.71%	33.03%
公司	33.86%	34.33%	25.32%

注：哈尔斯的毛利率数据来源于其披露的年度报告。

由上表可知，公司主营业务毛利率水平整体和哈尔斯较为接近，2018 年和 2019 年略高于哈尔斯。公司在不锈钢真空保温器皿行业深耕多年，具有较强的创新能力，并拥有较好的研发技术、产品质量和行业口碑，客户对公司粘性较强。同时，随着合作的不断深入，主要客户个性化、多品种、小批量或产品附加值较高的订单需求增加，因此公司保持了较高的主营业务毛利率水平。

2、研发费用及研发费用率对比

报告期内，公司与哈尔斯的研发费用及研发费用率对比如下：

单位：万元

可比公司	内容	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
哈尔斯	研发费用	1,411.61	6,747.26	6,244.96	5,230.83

可比公司	内容	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
	研发费用率	5.92%	3.76%	3.48%	3.63%
公司	研发费用	373.84	2,000.87	1,816.07	1,229.84
	研发费用率	5.12%	4.94%	4.82%	3.62%

注：哈尔斯的研发费用数据来源于其披露的年度报告。

公司长期以来注重产品技术研发及设计创新，拥有具有创新思维的设计团队和系统的研发平台，报告期内研发费用率总体高于哈尔斯。

3、生产工艺、技术水平、产品性能、产品定位、终端消费客户等对比

（1）公司与哈尔斯在生产工艺、技术水平、产品性能、产品定位、终端消费客户等方面的差异

公司与哈尔斯在生产工艺、技术水平、产品性能、产品定位、终端消费客户方面的对比如下：

项目	公司	哈尔斯
生产工艺	主要包括制管、水胀、焊接、抽真空、抛光、喷涂等多个环节，其中喷漆、丝印等核心工艺水平较高	主要包括成形、金工、焊接、抽真空、抛光、喷涂等多个环节，生产自动化程度较高
技术水平	拥有 126 项专利，其中发明专利 3 项，实用新型专利 58 项、外观设计专利 65 项	拥有 304 项专利，其中发明专利 18 项，实用新型专利 83 项，外观设计专利 203 项
产品性能	不锈钢内胆厚度由 0.4mm 旋薄至 0.07mm； 杯口螺纹高度由常规的 0.75mm 增加到 1.1mm； 采用纳米抗菌技术，在各种环境、温度下都能主动、有效发挥抗菌作用。	采用一体式不锈钢轻量内胆； 通过三轮强力旋薄，拉伸内胆壁厚变薄至0.08mm； 产品封接口含铅量≤100ppm
产品定位	主要面向中高端市场	主要面向中高端市场
终端消费客户	国内外中高端消费人群	国内外中高端消费人群

注：哈尔斯的相关数据来源于其披露的公开发行可转换债券募集说明书。

根据上表所示，公司与哈尔斯在生产工艺、技术水平、产品性能、产品定位、终端消费客户等方面存在一定的差异。

①生产制造方面，双方各有所长，公司以喷漆、丝印等表面处理技术见长，在设计开发、产品更新迭代方面有较强的优势，同时公司实施大客户战略，能够快速的响应客户的需求，服务能力较强，而哈尔斯作为一家上市公司，拥有良好的品牌优势、营销网络优势，经过多年的市场拓展，已拥有较为稳定的国内外客

户群体。

②OEM/ODM 代工业务方面

由于全球不锈钢真空保温器皿行业需求旺盛，市场容量较大，国际不锈钢真空保温器皿的品牌商众多，公司与哈尔斯的目标客户群体并不完全重叠，双方各有自己的优势客户群体。

③自有品牌定位方面

虽然公司和哈尔斯均面向中高端市场，但目前市场占有率不高，尚不能和“膳魔师”、“象印”、“星巴克”等国际知名品牌相抗衡，各自的主要竞争对手仍是国际不锈钢真空保温器皿的知名品牌商。

综上，公司与哈尔斯存在一定的替代关系，但双方各有自己的优势区域。

（2）公司相对于哈尔斯的竞争优势及保持竞争力的措施

公司相对于哈尔斯的竞争优势主要体现在一方面公司拥有较好的制造与技术经验，核心生产工艺水平突出，另一方面公司实施大客户战略，将有限产能和资源优先配置给优质客户和优质订单，能够快速响应客户需求，确保产品质量和服务水平。公司将在本次募集资金投资项目实施的基础上不断提高生产能力和产品研发能力，优化现有产品结构，拓展新的业务合作关系，承接更多优质订单，以保持持续的竞争力。

（3）公司的经营业绩变动趋势与哈尔斯不一致的原因及合理性

报告期内，公司的经营业绩变动趋势与哈尔斯不一致一方面系公司与哈尔斯在自主品牌销售收入的规模及占比方面存在较大差异；另一方面报告期内哈尔斯与海外客户 Yeti 公司开展了部分进料加工业务，并将部分配件由自产改为向第三方采购，综合毛利率有所下降，与此同时哈尔斯加大拓展线上业务、发行可转换公司债券等致使销售费用、财务费用大幅上升，净利润下降。公司的经营业绩变动趋势与哈尔斯不一致系双方的生产经营情况存在差异，具有合理性。

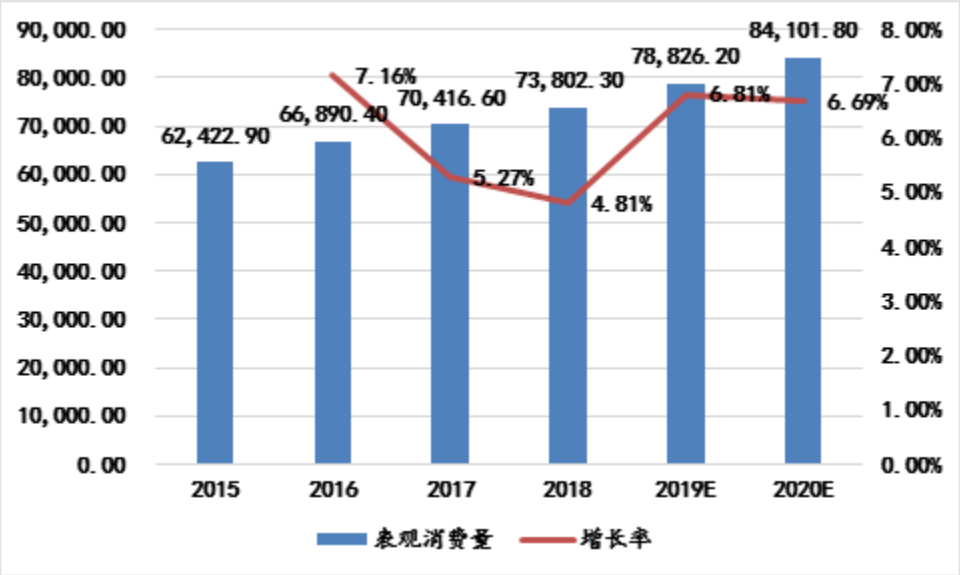
（4）公司经营业绩与行业发展的趋势对比

随着人民生活的提高以及产品更新迭代的速度加快，全球不锈钢真空保温器皿市场需求依然较大，不锈钢真空保温器皿的表观消费量随着刚性需求的释放而

增长，由 2015 年的 62,422.90 万只上升至 2019 年的 78,826.20 万只，预计 2020 年将达到 84,101.80 万只。

2015-2020 年全球不锈钢真空保温器皿表观消费量

单位：万只

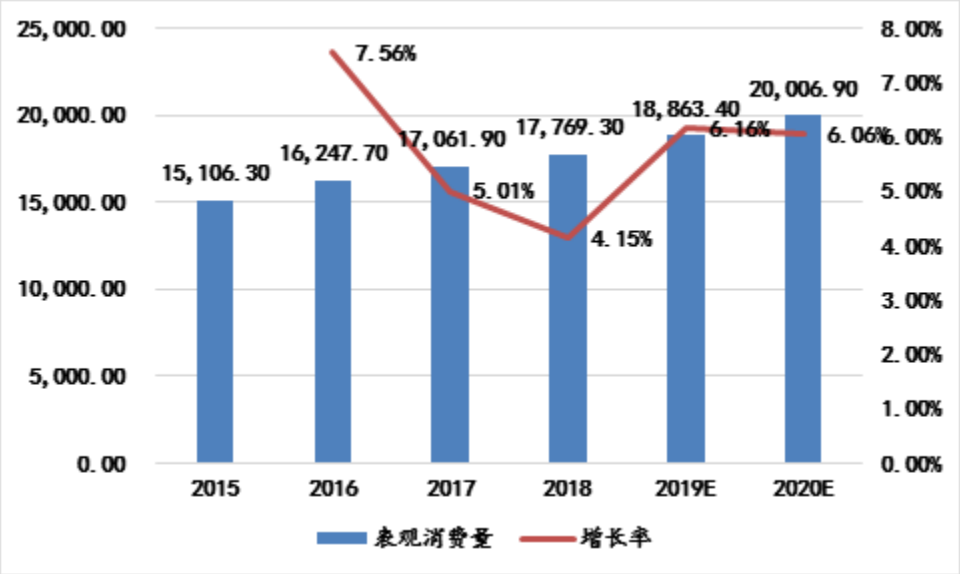


资料来源：《2019-2025 年全球及中国不锈钢保温杯行业发展现状调研及投资前景分析报告》，恒州博智（QYResearch），2019 年 7 月。

我国不锈钢真空保温器皿行业虽然起步较晚，但随着人均收入水平的快速提升和城镇化的不断推进，国民消费水平与消费意愿大幅提高，国内保温杯市场增长空间较大，不锈钢真空保温器皿的表观消费量已由 2015 年的 15,106.30 万只上升至 2019 年的 18,863.40 万只，预计 2020 年将突破 2 亿只，增长趋势明显。

2015-2020 年国内不锈钢真空保温器皿表观消费量

单位：万只



资料来源：《2019-2025 年全球及中国不锈钢保温杯行业发展现状调研及投资前景分析报告》，恒州博智（QYResearch），2019 年 7 月。

报告期内，公司经营规模不断扩张，营业收入呈现逐年上涨的趋势，主要产品不锈钢真空保温器皿的销售收入占比持续上升，经营业绩保持稳定，因此公司经营业绩变动趋势与行业发展趋势不存在较大差异。

四、发行人的销售情况和主要客户

（一）销售基本情况

1、发行人主要产品的产能与产销情况

公司主要产品为不锈钢真空保温器皿。报告期内，公司主要产品的产能、产量和销量，以及产能利用率和产销率情况如下：

（1）产能利用率

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
产能（万只）	400.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00
产量（万只）	263.30	1,521.44	1,549.82	1,637.55
产能利用率	68.83%	95.09%	96.86%	102.35%

由上表可以看出，2017 年至 2019 年，公司产品的产能利用率较高，产能不足已成为制约公司发展的主要因素。受国内元旦、春节假期等因素影响，一季度

公司产品生产和销售一般低于其他季度，故 2020 年一季度产能利用率比全年整体水平要低。

（2）产销率

产品	项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
不锈钢真空保温器皿	产量（万只）	190.73	1,130.52	1,120.18	1,182.28
	销量（万只）	235.45	1,072.15	1,085.44	1,140.70
	产销率	123.45%	94.84%	96.90%	96.48%
不锈钢器皿	产量（万只）	17.58	165.97	183.78	148.22
	销量（万只）	16.26	164.76	183.27	146.78
	产销率	92.49%	99.27%	99.72%	99.03%
塑料器皿	产量（万只）	33.05	211.16	205.23	250.49
	销量（万只）	17.53	213.35	205.35	244.75
	产销率	53.04%	101.04%	100.06%	97.71%
玻璃器皿	产量（万只）	5.81	13.79	40.63	56.56
	销量（万只）	0.48	6.95	42.09	53.61
	产销率	8.26%	50.40%	103.59%	94.78%

注 1：上表中仅列示不锈钢保温器皿、不锈钢杯器皿、塑料器皿、玻璃器皿等主要产品的产量和销量，不含杯盖、吸管等其他类别。

注 2：以上销量为公司自产产品对外销量，不包括 2019 年公司收购 miGo 品牌相关产品的对外出售。2019 年度，因公司销售收购的 miGo 品牌玻璃杯数量较大，自产产品销量有所减少。

由上表可以看出，报告期内，公司主要产品的产销率维持在较高水平。

2、销售收入情况

（1）主营业务收入按业务构成分类

报告期内，公司主营业务收入的具体情况如下：

单位：万元

产品	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
不锈钢真空保温器皿	6,814.02	94.00	34,401.98	86.59	31,692.56	85.03	28,492.08	84.43
不锈钢器皿	170.80	2.36	2,535.91	6.38	2,696.86	7.24	1,799.92	5.33
塑料器皿	151.57	2.09	1,845.71	4.65	1,676.57	4.50	2,241.90	6.64
玻璃器皿	74.62	1.03	600.38	1.51	843.66	2.26	1,090.03	3.23

产品	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
其他	38.09	0.53	345.57	0.87	360.78	0.97	122.89	0.36
合计	**7,249.11**	**100.00**	**39,729.55**	**100.00**	**37,270.42**	**100.00**	**33,746.81**	**100.00**

报告期内，公司主要产品为不锈钢真空保温器皿，其销售金额占主营业务收入的比重逐年提高。

（2）主营业务收入按销售模式分类

报告期内，公司主营业务收入按销售模式分类情况如下：

单位：万元

销售模式	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
OEM/ODM	6,853.10	94.54%	36,929.72	92.95%	36,908.17	99.03%	33,686.35	99.82%
自有品牌	396.01	5.46%	2,799.83	7.05%	362.25	0.97%	60.45	0.18%
其中：直销	197.38	2.72%	1,276.24	3.21%	127.66	0.34%	16.93	0.05%
经销	78.60	1.08%	1,523.59	3.83%	234.58	0.63%	43.53	0.13%
合计	**7,249.11**	**100.00%**	**39,729.55**	**100.00%**	**37,270.42**	**100.00%**	**33,746.81**	**100.00%**

公司主营业务收入主要以 ODM 和 OEM 模式为主，报告期内收入占比均在92%以上。2018 年以来，公司加大自有品牌建设力度，自有品牌产品收入金额及占比大幅上升。

（3）主营业务收入按销售区域分类

报告期内，公司主营业务收入按销售区域分类情况如下：

单位：万元

地区	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
境外	6,259.61	86.35%	34,141.59	85.94%	31,027.94	83.25%	28,346.54	84.00%
境内	989.50	13.65%	5,587.96	14.06%	6,242.48	16.75%	5,400.27	16.00%
合计	**7,249.11**	**100.00%**	**39,729.55**	**100.00%**	**37,270.42**	**100.00%**	**33,746.81**	**100.00%**

报告期内，公司客户主要以 OEM、ODM 海外客户为主，其中外销的区域主要包括美国、日本、韩国、加拿大等多个国家和地区。未来公司将积极稳妥地推进自主品牌及国内营销渠道的布局与提升，逐步优化公司客户结构，在与原有大

客户保持战略合作的基础上，积极拓展自主品牌业务市场。

针对国内市场，公司将逐步加大自主品牌推广力度，推动 miGo、ONE2GO 等自主品牌建设进程，扩大自主品牌国内整体销售规模。

3、销售价格的总体变动情况

（1）各类产品的价格变动情况

公司定价主要以成本加成法进行定价，公司在新接订单报价时，根据主要原材料价格、订单数量、产品工艺的复杂程度、市场竞争情况以及客户合作情况进行报价。同时，公司接订单后采购、生产至交货周期为 3-4 个月，周期相对较短，原材料价格波动风险较小。当原材料价格连续波动到达到一定比例后，公司可与客户协商对产品定价进行调整。报告期内，公司主要原材料价格未发生持续性单向大幅波动，公司未就已接订单与客户开展价格调整谈判。报告期内，公司主要产品销售价格及变动情况如下：

单位：元/只

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	平均单价	变动率	平均单价	变动率	平均单价	变动率	平均单价
不锈钢真空保温器皿	28.66	-9.19%	31.56	8.09%	29.20	16.89%	24.98
不锈钢器皿	10.50	-31.77%	15.39	4.55%	14.72	20.07%	12.26
塑料器皿	8.02	-4.86%	8.43	3.31%	8.16	-10.92%	9.16
玻璃器皿	38.09	3.70%	36.73	83.19%	20.05	-1.38%	20.33

报告期内，公司不锈钢真空保温器皿、不锈钢器皿平均单价呈上升趋势，与同行业公司同类产品价格走势保持一致；塑料器皿的平均单价略有波动。玻璃器皿的平均单价在 2019 年涨幅较大，主要系公司收购 miGo 品牌后，玻璃器皿销售模式以 OEM/ODM 转变为直接销售给终端消费者，产品售价上涨所致。

（2）各销售模式下产品价格的变动情况

①各销售模式下的定价政策

公司 ODM、OEM 的定价政策为：以成本加成法为基础，根据不同定位的客户（如零售客户，品牌客户，礼赠品客户）制定不同的报价模式，如果有大客户的特殊项目，会根据特定产品以及订单数量采用灵活的报价方法；常规产品价格

一般一年审核一次，如外部因素（汇率、原材料）波动较大，会和客户重新议价，否则价格基本不做调整。

自有品牌直销模式的定价政策为：公司根据品牌定位、产品生命周期及市场竞争格局，定期（年度及半年度）制定产品销售价格体系。线上线下同款产品终端售价保持一致。线上产品在零售价的基础上，会推出日常活动价、大促价 618/双 11 等；线下产品在零售价的基础上，给予经销商按行业或合同约定的折扣价。

②各销售模式的价格差异情况

公司的不锈钢器皿均为 OEM、ODM 模式，玻璃器皿各期收入占营业收入的比例均在 3%以下，收入规模较小，故对主要产品中不锈钢真空保温器皿和塑料器皿不同模式下的价格差异情况进行比较分析如下：

A.不锈钢真空保温器皿

单位：元/只

销售模式		2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		单价	占比	单价	占比	单价	占比	单价	占比
ODM/OEM	ODM	31.77	9.15%	32.27	10.32%	26.98	11.94%	25.88	9.98%
	OEM	27.88	80.74%	30.85	70.73%	29.53	72.18%	24.83	74.27%
自有品牌	直销	46.20	2.00%	44.77	2.18%	27.55	0.33%	31.21	0.05%
	经销	40.62	2.12%	40.68	3.36%	42.26	0.58%	60.17	0.13%

报告期内，公司 OEM、ODM 模式销售的不锈钢真空保温器皿单价一般均低于自有品牌产品，主要系自有品牌直接面向终端客户或经销商，具有品牌溢价，销售价格相对较高。

OEM、ODM 模式中，ODM 模式单价一般高于 OEM，主要系 ODM 公司除收取生产环节对价外，还收取设计环节的对价，销售单价相对较高。2018 年度，ODM 单价低于 OEM 主要系 2018 年度 ODM 客户中 ETS 销售占比相对较高，拉低了当年 ODM 产品单价，同时 OEM 客户当年开发较多新产品，整体单价水平有所上升。

自有品牌产品中，直销单价一般高于经销模式，公司对经销商定价一般以直销价格为基础给予一定折扣，作为中间渠道的利润。2017 年和 2018 年直销价格低于经销，一方面系直销和经销模式销售产品类型有所差异，公司经销商销售的

产品主要系礼盒装产品，销售价格相应较高。另一方面系公司自有品牌经营策略影响。2017 年度公司直销产品主要系试推广的少量产品，价格较低，2018 年度公司为向线上直营店铺引流，开展了一些促销活动，使得直销产品平均价格水平有所减少。受上述因素共同影响，加之自有品牌整体规模较小，个别产品的价格差异对整体的价格水平影响较大，故 2017 年度和 2018 年度自有品牌直销价格低于经销价格。

B.塑料器皿

单位：元/只

销售模式		2020 年 1-3 月		2019 年		2018 年		2017 年	
		单价	占比	单价	占比	单价	占比	单价	占比
ODM/OEM	ODM	-	-	-	-	-	-	12.76	0.28%
	OEM	8.05	1.95%	8.24	4.41%	8.16	4.50%	9.05	6.36%
自有品牌	直销	12.21	0.10%	13.47	0.13%	-	-	-	-
	经销	18.31	0.03%	17.08	0.10%	-	-	-	-

塑料器皿各期价格呈现 OEM 价格低于 ODM，OEM、ODM 价格整体低于自有品牌产品的特点。2019 年度和 2020 年 1-3 月，自有品牌产品直销价格低于经销，一方面系产品结构差异所致。2019 年度经销渠道销售的塑料器皿主要为单价较高的榨汁机产品，使得其平均单价有所提升，另一方面系公司自有线上店铺开展部分促销活动所致。2020 年一季度受疫情影响国内消费需求有所下降，为增加消费者的购买意愿和提升店铺流量水平，公司天猫旗舰店等主要线上平台开展了部分低价促销活动，使得自有品牌塑料器皿产品单价有所降低。此外，自有品牌塑料产品整体销售收入规模较小，2019 年度和 2020 年一季度分别为 92.74 万元和 9.29 万元，使得单个产品的价格差异对塑料器皿整体单价差异影响较大。综上，报告期年内塑料器皿各销售模式的价格差异符合公司定价政策和实际经营情况。

（二）报告期内发行人主要客户情况

报告期内，公司向前五名客户的销售收入情况如下：

年度	序号	客户名称	销售金额（万元）	占当期营业收入比例
2020年1-3月	1	Pacific Market International LLC	2,175.05	29.78%
	2	ETS Express, INC	1,603.12	21.95%
	3	Takeya Chemical Industry CO., LTD.	1,570.74	21.50%
	4	Can't Live Without it, LLC（S'well 公司）	400.88	5.49%
	5	Jordane Enterprises, LLC	345.21	4.73%
	合计		**6,095.00**	**83.44%**
2019年度	1	Takeya Chemical Industry CO., LTD.	11,316.90	27.95%
	2	Pacific Market International LLC	8,435.47	20.83%
	3	ETS Express, INC	7,803.14	19.27%
	4	Can't Live Without it, LLC（S'well 公司）	4,728.79	11.68%
	5	Jordane Enterprises, LLC	938.08	2.32%
	合计		**33,222.37**	**82.05%**
2018年度	1	Pacific Market International LLC	12,220.68	32.46%
	2	Can't Live Without it, LLC（S'well 公司）	8,201.31	21.79%
	3	Takeya Chemical Industry CO., LTD.	6,798.04	18.06%
	4	ETS Express, INC	5,536.42	14.71%
	5	上海朵麦文化发展有限公司	1,627.43	4.33%
	合计		**34,383.88**	**91.35%**
2017年度	1	ETS Express, INC	10,205.70	30.01%
	2	Pacific Market International LLC	8,818.60	25.94%
	3	Can't Live Without it, LLC（S'well 公司）	8,692.18	25.56%
	4	上海朵麦文化发展有限公司	2,233.08	6.57%
	5	Takeya Chemical Industry CO., LTD.	2,188.29	6.43%
	合计		**32,137.85**	**94.51%**

注 1：Pacific Market International LLC 包括 Pacific Market International LLC 及其全资子公司奔迈（上海）国际贸易有限公司、Formation Brands,LLC。

注 2：上海朵麦文化发展有限公司包括上海朵麦文化发展有限公司及受同一实际控制人控制的麦腾国际贸易（上海）有限公司。

公司前五大客户以海外客户为主，多为合作多年的国际知名不锈钢真空保温器皿品牌商，公司为其提供不锈钢真空保温器皿的 OEM、ODM 生产服务。其中美国 ETS、S'well 公司、PMI，日本 Takeya 报告期内一直为公司前五大客户，总体来看，公司报告期内前五大客户较为稳定。

1、发行人客户集中度较高的原因及合理性

（1）发行人实施大客户战略，客户集中度符合行业特性

公司客户集中度较高主要系公司所处行业特点及实施大客户战略所致。OEM/ODM 业务模式客户一方面对供应商的要求较高，另一方面客户出于市场竞争的需要，也不倾向于同时向多家供应商采购，因此客户与供应商之间形成一种较为的稳定的长期合作关系；与此同时，公司将有限产能和资源优先配置给优质客户和优质订单，确保客户响应速度、产品质量和服务水平。

2018 年度，同行业可比公司哈尔斯前五大客户销售收入占其 OEM/ODM 模式收入的比重为 81.88%，其中第一大客户占比为 51.84%，发行人前五大客户收入同口径占比为 93.16%，其中第一大客户占比为 33.11%；2019 年度哈尔斯前五大客户销售收入占其 OEM/ODM 模式收入的比重为 81.58%，其中第一大客户占比为 53.69%，发行人前五大客户收入同口径占比为 89.96%，其中第一大客户占比为 30.64%。发行人客户集中度与同行业可比公司不存在明显差异，符合行业特性。

（2）国际知名品牌商竞争力较强，下游高端市场集中度较高

在全球市场中，国际知名品牌诸如“膳魔师（THERMOS）”、“虎牌（TIGER）”、“象印（ZOJIRUSHI）”、PMI 公司旗下的“阿拉丁（aladdin）”和“斯坦利（STANLEY）”等市场认可度较高，占据了高端不锈钢真空保温器皿主要市场份额，市场竞争格局较为稳定。在国内市场中，随着自主品牌的不断推出，国内企业市场竞争力不断增强，国产品牌在国内市场中的占有率不断上升，但国内不锈钢真空保温器皿尚未形成具有国际影响力的自主品牌，高端不锈钢真空保温器皿市场依然被国际知名品牌商所垄断，国产品牌短期内难以撼动其市场地位。

发行人采用 OEM/ODM 业务模式与国际知名品牌商进行合作，加之近年来不锈钢真空保温器皿行业的国际竞争相对稳定，主要集中在少数国际知名品牌商之间，下游高端市场集中度较高，因此发行人客户集中度高具有合理性，不存在下游行业较为分散而发行人自身客户较为集中的情形。

2、发行人对主要客户不存在重大依赖，与主要客户合作的稳定性及业务持续性不存在重大不确定性风险。

发行人报告期内前五大客户占营业收入比重分别为 94.50%、91.34%、82.05%、83.45%，整体呈下降趋势，且第一大客户各年销售占比和毛利占比均未超过 50%，不存在向单一大客户销售收入或毛利占比超过 50%以上的情形，同时公司大力拓展 miGo、ONE2GO 等自有品牌业务，自有品牌销售占比上升，业务发展迅速，因此发行人对主要客户不存在重大依赖。

报告期内，公司前五大客户主要为国际不锈钢真空保温器皿的知名品牌商，其中 PMI 为星巴克重要合作伙伴，主要销售星巴克系列以及 aladdin、STANLEY 等国际知名品牌的保温容器，2020 年开始拥有星巴克北美门店杯壶产品开发、管理的 7 年经营权；ETS 为美国知名品牌商，主要从事美国礼赠品私人定制业务，是北美促销水杯供应商和设计创新领导者；Takeya 公司为日本知名品牌商，成立于 1961 年，销售区域遍及美国、日本、欧洲、澳大利亚等国家和地区。

报告期内，公司前五大客户中新增客户为 Jordane 一家，系公司 OEM/ODM 客户。其 2017 年与发行人建立业务联系，2018 年和 2019 销售金额分别为 120.64 万元和 938.08 万元，占公司营业收入的比例分别为 0.32%和 2.32%。2019 年度为公司前五大客户。新增客户 Jordane 的基本情况如下：

客户名称	成立时间	股权结构	经营地址	合作历史	经营规模
Jordane Enterprises,LLC	2016 年	Dane Ludolph 持股 100%	17729 Old Winery Way, Poway, CA 92064	2 年	400 万美元左右

除此之外，公司主要客户未发生变化，前五大客户构成较为稳定，与主要客户合作的稳定性及业务持续性不存在重大不确定性风险。

3、发行人与主要客户业务合作情况

（1）发行人主要客户基本情况

公司报告期各期前五大客户合计为 6 家，其中境外客户合计为 5 家，公司主要客户构成较为稳定。

报告期内，公司主要客户基本情况如下：

客户名称	成立时间	业务规模	主要业务	销售情况	与发行人合作历史	发行人在其采购体系中所处地位	签订合同情况
Takeya	1961 年	注册资本 3,640 万日元	不锈钢真空保温器皿及密封容器的销售	2019 年销售额超 6,000 万美元	4 年	主要供应商	双方未签订长期合作框架协议，在每笔采购时向发行人下达采购订单
PMI	1983 年	注册资本 5 万美元	销售不锈钢真空保温器皿为主，同时销售塑料杯、玻璃杯、不锈钢杯等	2019 年销售额超 3 亿美元	9 年	主要供应商	双方于 2019 年 12 月 4 日签订《MANUFACTURING AGREEMENT》，在每笔采购时向发行人下达采购订单
奔迈国际	2003 年	注册资本 20 万美元					
ETS	1985 年	注册资本 2.5 万美元	销售不锈钢真空保温器皿为主，同时销售塑料杯、玻璃杯、不锈钢杯等	2019 年销售额超 1.2 亿美元	15 年	主要供应商	双方未签订长期合作框架协议，在每笔采购时向发行人下达采购订单
S'well 公司	2010 年	注册资本 2 万美元	保温容器的批发和销售	2019 年销售额超 3,000 万美元	6 年	第一大供应商	双方未签订长期合作框架协议，在每笔采购时向发行人下达采购订单
Jordane	2016 年	注册资本 1 万美元	不锈钢真空保温器皿销售	2018 年销售额 400 万美元左右	2 年	第一大供应商	双方未签订长期合作框架协议，在每笔采购时向发行人下达采购订单
上海朵麦	2017 年	注册资本 100 万元人民币	不锈钢真空保温器皿销售	2018 年销售额约 8,000 万元人民币	3 年	主要供应商	双方未签订长期合作框架协议，在每笔采购时向发行人下达采购订单
麦腾国际	2014 年	注册资本 500 万元人民币					

注：以上数据取自中国出口信用保险公司出具的客户信用报告、主要客户访谈记录。

公司与主要客户建立了长期的合作伙伴关系，形成了良好的口碑。随着公司与主要客户合作的加深，产品种类的不断增多，客户粘性不断增强，未来交易具有持续性。公司一般按照成本加成方法计算报价，同时结合市场同类产品的竞争情况相应调整，与客户协商后确定定价，定价公允。

报告期内，公司不存在向单个客户的销售比例超过营业收入 50%的情况。公司不断加大新的优质客户开发力度，大力发展自有品牌及开拓国内市场，前五大客户的总体销售占比和客户集中度也总体呈下降趋势。上述客户均为公司的非关联方，与公司及公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系，与公司关联方不存在资金往来，公司的董事、监事、高级管理人员等核心人员和直接、间接的股东未在上述销售客户中占有权益或任职。

（2）发行人与主要客户业务合作的被替代风险较小

近年来，随着国内不锈钢真空保温器皿生产技术、研发设计水平、产品质量的不断提高，国际知名不锈钢真空保温器皿品牌商的 OEM/ODM 代工业务已主要由国内生产企业完成，市场前景广阔。虽然国内不锈钢真空保温器皿生产企业众多，但多数企业规模较小，市场集中度低，仅有少数生产企业拥有相对较大规模和较强竞争力。由于国际知名不锈钢真空保温器皿品牌商在选择 OEM/ODM 代工供应商方面对其有非常严格的审核程序，其考察的因素不仅包括产品工艺、款式、创意、品质、交货期、订单响应能力，还包括企业管理、人员素质、设备、检测、安全、环保等方面因素，只有通过审核的生产厂家才能正式进入其供应商名录，通过后一般不会轻易更换，形成了一定的竞争壁垒，使公司潜在竞争对手短期内难以进入。

公司 OEM、ODM 业务实施大客户战略，即将公司现有产能和资源优先配置给优质客户和优质订单，确保主要客户的响应速度、产品质量和服务水平。在此基础上，公司凭借较为突出的制造技术优势、品质管控优势、研发设计优势、品牌优势等竞争优势与主要客户建立了长期的合作关系，已拥有较为稳定的客户群体特别是国际知名品牌商客户群体，行业地位较为突出。

综上所述，公司与主要客户业务合作保持稳定，被替代风险较小。

（3）报告期内 Takeya 销售金额及占比大幅增长的原因

Takeya 与发行人未签署长期合作协议，通过在采购时向发行人下达采购订

单的方式与发行人进行合作。发行人与主要客户的信用政策、结算及收款方式如下：

客户名称	信用政策	结算及收款方式
Takeya	30-45 天信用期	T/T
ETS	45-90 天信用期	T/T
PMI	45-60 天信用期	T/T
S'well 公司	30-45 天信用期	T/T
Jordane	无信用期	T/T
上海朵麦	45 天信用期	T/T

Takeya 在采购时需向发行人预付一定比例的保证金，除此之外，其在信用政策、结算及收款方式方面与发行人其他主要客户不存在明显差异。

报告期内，发行人向 Takeya 销售金额及占比大幅增长，一方面是由于 Takeya 凭借产品外观及质量优势，在美国最大的连锁会员制仓储量贩店 Costco 等超市端销售增长较快，同时其作为国际知名瑜伽服装品牌露露柠檬(Lululemon)唯一保温杯供应商（该品牌保温杯由发行人独家生产），近几年自身发展势头良好，向发行人的采购需求也快速增长；另一方面，发行人与 Takeya 的合作关系逐步加深，向发行人采购产品的种类和数量随之不断增加。

报告期内，Takeya 各期销售占比和毛利占比均未超过 50%，发行人对 Takeya 不存在重大依赖。

（4）2017 年-2019 年发行人对上海朵麦和麦腾国际各期主要销售产品的具体型号、单价、数量、毛利率情况如下：

年度	生产型号	单价	数量(万只)	毛利率	收入占比
2019 年度	S4015	29.43	2.59	27.01%	61.42%
	S3007	25.43	0.89	31.32%	18.27%
	S3903	26.19	0.76	37.89%	16.16%
	小计	-	4.24	-	95.86%
2018 年度	S3016	22.00	23.53	35.46%	31.81%
	S3007	25.21	13.61	40.06%	21.08%
	S3903	24.30	12.72	43.29%	19.00%
	S3705	29.71	4.43	51.28%	8.08%

年度	生产型号	单价	数量(万只)	毛利率	收入占比
	S3804	25.84	4.23	43.42%	6.72%
	小计	-	58.52	-	86.69%
2017 年度	S333V	22.33	25.54	33.27%	25.54%
	S3903	24.01	19.49	33.66%	20.96%
	S3016	23.03	16.10	29.72%	16.60%
	S3804	26.15	14.06	41.35%	16.47%
	S3007	24.36	9.82	42.77%	10.71%
	小计	—	85.00	-	90.27%

从上表可见，报告期内发行人向上海朵麦（含麦腾国际）销售的同型号产品销售价格及毛利率在 2017 年度、2018 年度与 2019 年度基本维持稳定，不存在重大差异。

(5)报告期各期末公司对上海朵麦(含麦腾国际)应收账款余额及截至 2020 年 9 月 30 日的期后回款情况如下：

单位：万元

各报告期末	应收账款期末余额	期后回款金额	占比
2020 年 3 月 31 日	54.94	54.94	100.00%
2019 年 12 月 31 日	54.94	54.94	100.00%
2018 年 12 月 31 日	437.58	437.58	100.00%
2017 年 12 月 31 日	2,102.70	2,102.70	100.00%

报告期内上海朵麦与麦腾国际均向发行人正常回款，回款账户名称均为客户名称，无第三方回款情形。

4、发行人客户获取方式和客户认证情况

（1）客户获取方式

公司目前客户获取方式主要包括以下三种：一是通过参加国内外展会与客户达成业务合作意向，具体包括中国进出口商品交易会(广交会)、芝加哥家庭用品展览会（IHA）等；二是公司通过网络信息及其他商务信息获取客户信息，通过面谈、邮件等方式对公司业务进行推介；三是客户通过其获取的商务信息，主动与发行人沟通联系。报告期内，公司前五大客户主要通过参加国内外展会获取，重大客户业务获取方式不影响独立性。

为提升市场竞争力，发行人不断加强业务开拓能力，积极获取新的客户业务，如报告期内开发了 Jordane 等成长潜力较好的海外客户群体，同时重点拓展市场排名靠前的不锈钢真空器皿品牌商，公司 OEM/ODM 代工业务客户数量大幅增加，发行人具备独立面向市场获取业务的能力。

（2）客户认证情况

报告期内，公司部分客户为境外不锈钢真空器皿品牌商，其筛选供应商时有着较高要求，需要考察供应商的设计研发水平、制造能力、质量测试技术、响应速度、及时交货率、污染防治、员工劳动保护等众多方面，发行人与该等客户建立稳定的供应链关系的门槛较高，需要通过客户认证才能进入其合格供应商名单。

公司涉及的客户认证以验厂认证为主，根据客户或沃尔玛、Costco 等终端产品销售商的要求，委托第三方专业机构实施验厂认证。验厂认证的重要流程包括文件资料审核、现场审核、现场调查、员工访谈等，涉及供应商的生产环境、质量控制、产品设计开发、生产安全等诸多方面，逐项评分并出具相应的认证报告。该认证报告的有效期一般为 1 年，到期后根据客户要求进行复审。

报告期内，公司以验厂方式通过的客户认证情况如下：

客户名称	合作历史	考核标准	考核方式	认证方式
PMI	2012 年至今	质量验厂 +反恐验厂+社会责任验厂	委托第三方验厂	出具认证报告
Takeya	2016 年至今	质量验厂 +反恐验厂+社会责任验厂	委托第三方验厂	出具认证报告

公司自通过上述客户的客户认证后，未发生不能通过相关认证复审导致客户认证取消的情形。除上述客户外，公司其他客户主要通过实地考察、样品测试、货品抽查等方式对公司进行供应商筛选及审核。

截至本招股书签署之日，公司不存在正在进行客户认证的情形。

5、发行人主要境外销售客户情况

（1）发行人与境外主要客户的销售情况

报告期内，发行人的境外客户主要为美国、日本等地区的不锈钢真空保温器

皿品牌商，发行人主要向其销售不锈钢真空保温器皿、不锈钢器皿、玻璃器皿等产品，销售量较为稳定，境外客户与发行人保持了良好的合作关系，进出口均符合所在国家或地区的海关、税务等法律法规规定。

（2）出口国同类产品的竞争格局

发行人境外销售主要客户的产品销售区域集中于美国市场，欧洲、日韩等其他国家和地区收入占比较小。美国作为全球杯壶类产品的主要消费国之一，市场份额主要被 Contigo、Thermos、Starbucks、STANLEY、aladdin 等大型知名水杯品牌占据，市场集中度较高，加之近年来美国大型商超的自有水杯品牌发展迅速，市场竞争十分激烈。

受 2020 年开始的新冠疫情的影响，美国杯壶市场中小型企业由于生产经营困难将退出市场竞争，而具有较强资金实力、渠道优势和抗风险能力的大型企业将会进一步增加市场占有率，市场份额向大型知名品牌商集中。

（3）发行人与境内外客户在销售政策、信用政策、产品定价机制等方面的情况

发行人与境内外客户在销售政策、信用政策、产品定价机制等方面的具体情况如下：

项目	境外客户	境内客户
销售政策	销售主要以不锈钢真空保温器皿为主	
信用政策	外销客户信用政策系综合考虑不同客户的资信状况、历史回款情况以及采购订单规模情况等因素后确定，一般为 30-60 天。	OEM/ODM 模式：15-60 天 直销模式：0-60 天 经销模式：30-60 天
产品定价机制	产品定价主要系根据产品生产成本进行成本加成定价，同时结合市场同类产品的竞争情况对价格相应调整，最后与客户协商确定最终价格。	

公司境内客户及境外客户销售政策不存在差异。境外客户均为 OEM/ODM 客户，综合考虑客户情况信用期一般为 30-60 天。境内客户按照销售模式不同，信用政策有所差异，其中 OEM/ODM 客户信用期一般为 15-60 天，直销模式客户信用期不超过 60 天，经销模式客户信用期一般为 30-60 天。

公司销售政策定价机制主要系采用成本加成方式定价，基本定价公式为：售

价=原材料成本+加工成本+利润。以产品生产成本为基础，根据不同产品的市场竞争情况、产品工艺的复杂程度、客户下达订单数量、交货期要求客户合作历史以及客户的接受程度确定不同的加成比例，其中境外客户会考虑汇率波动情况。

五、发行人的采购情况和主要供应商

（一）采购基本情况

1、主要原材料采购情况

公司产品的主要原材料为不锈钢、塑料粒子等，报告期内，公司主要原材料采购情况如下：

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（万元）	占当期采购总额比例	金额（万元）	占当期采购总额比例	金额（万元）	占当期采购总额比例	金额（万元）	占当期采购总额比例
一、不锈钢卷料及不锈钢管	709.70	27.47%	3,963.15	22.89%	1,446.45	8.72%	6,636.86	37.90%
其中：不锈钢卷	-	-	621.67	3.59%	1,307.84	7.89%	6,636.86	37.90%
不锈钢管	709.70	27.47%	3,341.48	19.30%	138.61	0.84%	-	-
二、不锈钢杯体及钢件	645.49	24.98%	3,732.82	21.56%	4,826.76	29.11%	5,092.08	29.08%
三、塑料粒子	355.57	13.76%	798.65	4.61%	1,381.54	8.33%	818.31	4.67%
合计	**1,710.76**	**66.21%**	**8,494.62**	**49.06%**	**7,654.75**	**46.16%**	**12,547.25**	**71.65%**

2016 年至 2017 年初，国内不锈钢市场价格呈快速上涨趋势，供应商依据不锈钢原材料的市场价格变化情况向公司报价。以“上海宝新 304/2B 冷轧不锈钢卷:1.0mm”为参考标的，不锈钢卷料的平均价格从 2016 年 1 月的 10,228.63 元/吨上涨至 2017 年 1 月的 15,080.72 元/吨，涨幅为 47.44%。为规避后市不锈钢原材料持续上涨的风险，2017 年度公司在价格回落时采购储备了部分不锈钢卷，以降低公司平均原材料成本，使得 2017 年度公司采购数量及金额相对较高，2017 年末库存不锈钢原材料金额较大。2018 年度及 2019 年度，不锈钢卷价格走势相对平稳，公司根据生产需求采购和储备原材料，当年采购金额相对减少。

2、主要原材料价格变动情况

报告期内，公司不锈钢和塑料粒子的采购价格情况如下：

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	平均单价	变动率	平均单价	变动率	平均单价	变动率	平均单价
一、不锈钢卷料及不锈钢管（元/吨）	14,171.03	-4.0%	14,782.76	13.59%	13,014.50	-3.02%	13,419.31
其中：不锈钢卷	-	-	13,491.53	1.08%	13,346.91	-0.54%	13,419.31
不锈钢管	14,171.03	-5.85%	15,051.07	42.83%	10,538.08	——	-
二、不锈钢杯体及钢件（元/个）	1.12	15.07%	0.97	-29.71%	1.38	9.52%	1.26
其中：不锈钢杯体（元/个）	16.53	16.90%	14.14	14.03%	12.40	-10.34%	13.83
不锈钢杯体（元/千克）	45.15	-4.59%	47.32	-0.08%	47.36	-0.21%	47.46
不锈钢内胆及外壳（元/个）	3.87	-6.75%	4.15	4.27%	3.98	13.07%	3.52
不锈钢内胆及外壳（元/千克）	41.56	-1.96%	42.39	-1.92%	43.22	-0.37%	43.38
钢盖、钢底等其他钢件	0.49	16.90%	0.47	14.03%	0.50	1.02%	0.50
三、塑料粒子（元/吨）	11,113.30	4.23%	10,662.70	-17.84%	12,977.30	32.57%	9,788.98

注：2020 年 1-3 月不锈钢杯体和不锈钢内胆外壳的采购数量和金额不包含嘉益股份和镁歌贸易之间的内部交易数据。

（1）不锈钢卷料和不锈钢管

公司各期不锈钢卷料和不锈钢管的采购单价和市场年度平均价格比较情况如下：

单位：元/千克

材料	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
不锈钢卷	-	13.49	13.35	13.42
不锈钢钢管	14.17	15.05	10.54	-
不锈钢卷市场年度平均价格	13.38	14.05	14.07	13.80

注：不锈钢卷市场年度平均价格数据源自上海宝新 304/2B 冷轧不锈钢卷:1.0mm，Wind 资讯。

不锈钢管系不锈钢卷加工而成，同一时期，相同型号的公司不锈钢钢管采购价格一般高于不锈钢卷。2018 年度，公司采购不锈钢卷金额 1,307.84 万元，采购不锈钢管金额 138.61 万元。不锈钢管采购平均单价低于不锈钢卷平均采购价格，主要系采购时点差异以及该年度公司根据客户需求采购部分 201 型号钢管，单价相对较低所致。

报告期内，公司不锈钢原材料采购价格有所波动。2017 年度不锈钢卷料市场

价格经历了大幅波动，年初价格较高，然后呈先降后升的走势；公司在价格低位时增加了采购数量，全年平均采购价格为 13,419.31 元/吨，较 2016 年度的 14,634.91 元/吨有所降低。但由于不锈钢卷 2017 年年初采购价格较高，使得全年平均采购价格仍略高于 2018 年度和 2019 年度，但低于市场平均价格。2018 年度，不锈钢卷价格走势相对平缓，公司主要使用 2017 年末库存的不锈钢卷，仅选择在价格相对低点采购少量原材料，因此全年平均采购价格较低。2019 年度公司主要采购不锈钢卷料加工而成的不锈钢管，采购价格较不锈钢卷有所提升。2016 年以来，不锈钢原材料市场价格具体情况如下：

2016 年至 2019 年我国不锈钢价格走势

单位：元/吨



资料来源：上海宝新 304/2B 冷轧不锈钢卷:1.0mm，Wind 资讯。

2019 年度公司主要采购不锈钢卷料加工而成的不锈钢管，由于其价格包含加工费，故采购价格高于不锈钢卷的原料市场价格。2018 年度不锈钢管采购价格较低，主要系当年客户 ETS 采购的的外塑内钢不锈钢器皿由不锈钢外杯体和塑料内壳拼装而成，订单采用的不锈钢原料价格较 304 系列不锈钢低，钢管采购价格也相应较低。

（2）不锈钢杯体及钢件

报告期内，公司采购的不锈钢杯体及钢件数量主要包括外购杯体、外购内胆外壳以及钢盖钢底等配件，系非标准产品，无市场公开价格。报告期各期，公司外购不锈钢杯体及钢件的采购单价情况如下：

材料	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
不锈钢杯体（元/千克）	45.15	45.80	46.62	46.93
不锈钢配件（元/个）	0.49	0.47	0.50	0.50

注 1：为增加价格的可比性，对外购的不锈钢杯体价格折算成单位重量的价格进行比较。
注 2：表中不锈钢杯体的价格系杯体、内壳及外胆的加权平均单价。

其中，钢盖钢底配件单位价值较低，采购单价基本稳定。公司外购杯体采购单价除包含不锈钢原材料单价外，还包含出售方的合理利润，且利润大小与采购杯型的工艺复杂程度相关，采购单价基本稳定。

（3）塑料粒子

报告期内，公司各年塑料粒子的采购单价和市场平均价格比较情况如下：

单位：元/千克

材料	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
塑料粒子	11.11	10.66	13.16	9.79
塑料粒子（聚丙烯 PP 料）市场平均价格	7.18	8.69	9.52	8.59

数据来源：聚丙烯 PP 料的国内化工现货价格，iFinD 数据库

2017 年-2019 年，公司塑料粒子采购单价呈先升后降的趋势，与同期市场价格波动情况基本一致。2020 年 1-3 月，因公司集中采购部分单价较高的进口 AS 塑料和 Tritan 塑料，使得塑料粒子采购价格较上年有所增长。同期塑料粒子价格波动情况如下：



数据来源：聚丙烯 PP 料的国内化工现货价格，iFinD 数据库

公司各期塑料粒子采购价格高于市场价格，主要系因公司除采购塑料粒子 PP 料以外，还采购了一定数量的树脂 AS 料和进口 Tritan 料，AS 料和 Tritan 料价格均高于 PP 料的价格。其中，AS 料 2018 年、2019 年和 2020 年 1-3 月的采购价格分别为每千克 12.47 元、11.58 元和 11.03 元，Tritan 料 2018 年、2019 年和 2020 年 1-3 月的采购价格分别为 28.86 元、37.17 元和 34.51 元，而 2017 年度

上述两种材料采购数量极小，使得 2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-3 月塑料粒子的采购价格较市场平均价格偏离幅度相对较大，但波动趋势与市场价格基本一致。此外，公司处于浙江省内陆地区，原材料采购运费相较沿海地区和中心城市相对较高，也使得公司原材料采购价格有一定的增加。

综上，报告期各期，公司可比公司未公告主要原材料各期的采购价格，但与市场价格比较，除 2017 年度公司在价格低位时增加采购数量对采购价格产生一定影响外，其他原材料的主要采购价格及结转成本价格与市场价格波动趋势呈同向变动。原材料的市场价格变动将使公司营业成本也随之变动，从而对公司盈利能力形成一定影响。

3、主要原材料平均采购价格和平均结转成本价格比较

（1）不锈钢卷和不锈钢管

公司各期不锈钢卷料的采购单价、结转单价和市场年度平均价格比较情况如下：

单位：元/千克

材料	项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
不锈钢卷	采购	-	13.49	13.35	13.42
	结转	-	13.18	12.96	14.08
不锈钢钢管	采购	14.17	15.05	10.54	-
	结转	14.32	15.05	10.57	13.59
不锈钢卷市场年度平均价格		13.38	14.05	14.07	13.80

注：不锈钢卷市场年度平均价格数据源自上海宝新 304/2B 冷轧不锈钢卷:1.0mm，Wind 资讯。

公司各期不锈钢卷和不锈钢管的结转单价主要受期末存货单价和当期采购单价共同影响。受 2016 年度不锈钢单价持续上涨影响，2017 年期初不锈钢卷和不锈钢管结存单位成本较高，使得其当期结转单价也高于当期采购单价和市场单价；2018 年度结转单价相对较低，主要系 2017 年末存货单价和当期采购单价较低所致；随着前期低价不锈钢卷的逐步领用以及 2019 年度当期采购单价的上涨，2019 年度结转单价较 2018 年度有所上升，但由于使用 2017 年末结存的低价不锈钢卷影响，当期结转单价仍低于市场平均价格。不锈钢管由于结存规模较小，当期采购价格当期领用价格基本一致。

（2）不锈钢杯体及钢件

报告期内，公司采购的不锈钢杯体及钢件数量主要包括外购杯体、外购内胆外壳以及钢盖钢底等配件，系非标准产品，无市场公开价格。报告期各期，公司外购不锈钢杯体及钢件的采购单价、结转单价情况如下：

材料	项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
不锈钢杯体（元/千克）	采购	45.15	45.80	46.62	46.93
	结转	45.85	45.56	46.73	46.86
不锈钢配件（元/个）	采购	0.49	0.47	0.50	0.50
	结转	0.50	0.47	0.51	0.49

注：为增加价格的可比性，对外购的不锈钢杯体价格折算成单位重量的价格进行比较。

其中，钢盖钢底配件单位价值较低，采购单价和结转单价基本稳定。公司外购杯体采购单价和结转单价基本一致，外购杯体采购和结转单价除包含不锈钢原材料单价外，还包含出售方的合理利润，且利润大小与采购杯型的工艺复杂程度相关。

（3）塑料粒子

报告期内，公司各年塑料粒子的采购单价、结转单价和市场平均价格比较情况如下：

单位：元/千克

材料	项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
塑料粒子	采购	11.11	10.66	13.16	9.79
	结转	11.92	11.73	12.16	9.46
塑料粒子（聚丙烯 PP 料）市场平均价格		7.18	8.69	9.52	8.59

数据来源：聚丙烯 PP 料的国内化工现货价格，iFinD 数据库

报告期内，公司塑料粒子采购单价呈先升后降的趋势，与同期市场价格波动情况基本一致。公司各期塑料粒子采购价格高于市场价格，主要系因公司除采购塑料粒子 PP 料以外，还采购了一定数量的树脂 AS 料和进口 Tritan 料所致。报告期各期，公司采购单价和结转单价基本一致。

4、主要原材料耗用情况

公司的主要原材料分为不锈钢主材、不锈钢配件及塑料。不锈钢主材系不锈钢卷料、不锈钢钢管及不锈钢杯体，用于生产公司不锈钢真空保温器皿、不锈钢

器皿及部分塑料器皿的内胆、外壳或者整杯，不锈钢配件是与不锈钢内胆及外壳搭配的钢底、圆片或者钢盖，塑料构成塑料器皿的内胆或者外壳以及其他器皿的盖子、把手等配件。

（1）不锈钢卷料、不锈钢钢管及不锈钢杯体

①不锈钢主材采购量分析

不锈钢卷料、不锈钢钢管及不锈钢杯体的采购量如下：

单位：吨

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
不锈钢卷料采购量	-	460.79	979.89	4,945.75
不锈钢钢管采购量	500.81	2,220.14	131.53	-
不锈钢杯体采购量	35.42	441.14	696.43	670.28
不锈钢主材采购量小计	536.23	3,122.07	1,807.85	5,616.03

报告期内，2017 年不锈钢主材采购量较多，主要系 2017 年不锈钢价格波动较大，为了积极应对不锈钢材料的价格波动，公司在合适的价格增加了采购数量。2018 年逐步消耗不锈钢卷料的前期存量，导致 2018 年不锈钢卷料采购量大幅下滑。由于直接采购钢管具有交期短，管理便捷的优势，2019 年 4 月公司从采购不锈钢卷料委外加工成钢管的模式转变为直接采购钢管的模式，因此 2019 年公司不锈钢钢管采购量较 2018 年大幅增长而不锈钢卷料采购量大幅下降。2020 年 1-3 月公司受春节假期及疫情影响，产量较低而减少了不锈钢主材的采购量。

②不锈钢主材耗用分析

不锈钢主材耗用量情况如下：

材料	项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
不锈钢真空保温器皿	产量（万只）	190.73	1,130.52	1,120.18	1,182.28
	成品耗用量（吨）	489.64	3,037.54	3,068.56	3,891.89
	平均单耗（克/只）	256.72	268.69	273.93	329.19
不锈钢器皿	产量（万只）	17.58	165.97	183.78	148.22
	成品耗用量（吨）	19.29	215.92	239.42	290.32
	平均单耗（克/只）	109.73	130.10	130.28	195.87
含钢塑料器皿	产量（万只）	7.50	57.98	59.89	160.45
	成品耗用量（吨）	7.02	56.38	59.59	224.74

材料	项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
小计	成品耗用量（吨）	515.95	3,309.84	3,367.57	4,406.95

注：含钢塑料器皿系内胆与外壳中一层使用不锈钢主材制作，一层使用塑料制作的器皿。

A.不锈钢真空保温器皿耗用不锈钢主材分析

从上表可见，报告期内不锈钢真空保温器皿产量较为稳定，分别为 1,182.28 万只、1,120.18 万只、1,130.52 万只和 190.73 万只，而不锈钢真空保温器皿耗用的不锈钢主材重量逐年下降，原因系不锈钢真空保温器皿的单耗逐年下降，选取各年分型号产量前十的不锈钢真空保温器皿，统计其单耗重量范围分布型号个数情况如下：

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
332g 以上	-	-	-	4
300g-332g	2	2	4	-
270g-300g	3	3	3	4
200g-270g	1	4	2	2
200g 以下	4	1	1	-
前十大产量(万只)	110.13	572.47	622.72	736.08
前十大产量占不锈钢真空保温器皿总产量比例	57.74%	50.64%	55.59%	62.26%

注：表中型号对同一系列的杯型合并统计，下同

从上表可见，公司分型号前十大产量的不锈钢真空保温器皿产量合计数占比较高，因此分型号前十大产量的不锈钢真空保温器皿单耗变化可以反映不锈钢真空保温器皿整体的单耗变化。

2017 年前 10 大产量的不锈钢真空保温器皿中，有 4 种型号单耗在 332 克以上，另有 6 种型号分布在 200 克至 300 克的区间中，因此 2017 年不锈钢真空保温器皿整体单耗较高，达到了 329.19 克。2018 年分型号产量前十大的不锈钢真空保温器皿中无 332 克以上的型号，且 7 种型号单耗分布于 270 克至 332 克区间中，因此 2018 年整体单耗较 2017 年轻，为 273.93 克；2019 年度不锈钢真空保温器皿分布在 300 克至 332 克区间的型号数量较 2018 年度少 2 种，同时分布在 200 克至 270 克的型号数量多 2 种，导致 2019 年不锈钢真空保温器皿的单耗较 2018 年度略有下降，为 268.69 克；2020 年 1-3 月不锈钢真空保温器皿分布 200 克以下区间的型号数量较 2019 年度增加了 3 种，导致 2020 年 1-3 月不锈钢真空

保温器皿的整体单耗较 2019 年度略有下降，为 256.72 克。

B.不锈钢器皿耗用不锈钢主材分析

报告期内，不锈钢器皿的不锈钢主材耗用量分别为 290.32 吨、239.42 吨、215.92 吨和 19.29 吨，呈现逐年下降的趋势，原因主要系不锈钢器皿单耗逐年下降，报告期内不锈钢器皿单耗分别为 195.87 克、130.28 克、130.10 克和 109.73 克。各年不锈钢器皿分型号前五大产量的单耗分布统计如下：

范围	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
400g 以上	-	-	-	1
163g-400g	-	-	-	-
130g-163g	-	1	1	3
100g-130g	3	3	3	-
100g 以下	2	1	1	1
前五大产量(万只)	15.47	143.04	136.01	76.77
前五大产量占全部不锈钢器皿产量比例	87.99%	86.18%	74.01%	51.80%

从上表可见，公司分型号产量前五大的不锈钢器皿产量合计数占比较高，因此公司分型号产量前五大的不锈钢器皿单耗分布趋势可以代表不锈钢器皿整体单耗分布趋势。

2017 年不锈钢器皿前五大中，有 1 种型号单耗在 400 克以上，而 2018 年度和 2019 年度前五大中没有单耗在 400 克以上的不锈钢器皿，且单耗在 130 克至 163 克范围内有 3 种型号，而其余年份单耗在 130 克至 163 克范围内的型号最多仅 1 种，因此 2017 年的不锈钢器皿单耗较高，达到了 195.87 克；2019 年度及 2018 年度不锈钢器皿的单耗分布结构相同，因此其不锈钢器皿的平均单耗较为接近，均在 130 克左右；2020 年 1-3 月的前五大不锈钢器皿单耗分布均在 130 克以下，因此 2020 年 1-3 月不锈钢器皿的平均单耗较低，为 109.73 克。

综上，报告期内公司产品单耗降低主要由轻量化的产品型号增加引起，轻量化产品型号增加主要系客户产品设计向轻量化发展，轻量化型号产品订单增加所致。公司产品整体向轻量化发展，引起不锈钢真空保温器皿和不锈钢器皿单耗下降，最终导致在产量相对增长的情况下，不锈钢主材消耗量呈现逐年下降的趋势。因此不锈钢主材的消耗量与产量相匹配，两者的波动关系具有合理性。

C.塑料器皿耗用不锈钢主材分析

报告期内，塑料器皿的不锈钢主材耗用量分别为 224.74 吨、59.59 吨、56.38 吨和 7.02 吨，耗用量较低。报告期内塑料器皿不锈钢耗用量主要受含钢塑料器皿产量的影响。报告期内含钢塑料器皿产量分别为 160.45 万只、59.89 万只、57.98 万只和 7.50 万只，其中 2017 年生产的含钢塑料器皿较多，因此其塑料器皿的不锈钢主材耗用量较高。因此塑料器皿的不锈钢主材耗用量与其产量相匹配，两者波动关系具有合理性。

③不锈钢主材采购量与产成品耗用对比分析

不锈钢卷料、不锈钢钢管及不锈钢杯体的采购量及成品消耗量对比如下：

单位：吨

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
不锈钢主材采购量小计（①）	536.23	3,122.07	1,807.85	5,616.03
委托加工物资存量影响（②）		-253.66	86.61	139.63
不锈钢卷料存量影响（③）		-449.61	-1,937.82	1,009.36
剔除不锈钢卷料及委托加工物资存量后的投入量（④=①-②-③）	536.23	3,825.34	3,659.06	4,467.04
成品消耗量（⑤）	515.95	3,309.84	3,367.57	4,406.95
报废量（⑥）	42.70	463.55	254.16	152.21
实际消耗量（⑦=⑤+⑥）	558.65	3,773.39	3,621.73	4,559.16
差异⑧=④-⑦	-22.42	51.95	37.33	-92.12
差异率⑨=⑧/⑦	-4.01%	1.38%	1.03%	-2.02%

注：报废量系废杯产量扣除外购钢底后的重量；公司不锈钢主材的产品单耗为根据产品规格截取钢管的理论重量，截取的钢管在加工成杯体过程中会产生料头和刨花。因此料头和刨花的消耗量已在成品消耗量中体现，此处无需重复计入报废量。

从上表可见，采购量应考虑不锈钢卷料及委托加工物资的存量的影响，实际消耗量应考虑产成品消耗量及报废量，剔除不锈钢卷料及委托加工物资存量影响后的采购量与实际消耗量差异率较小，报告期内分别为-2.02%、1.03%、1.38%和-4.01%。

综上所述，公司产成品向轻量杯发展，不锈钢真空保温器皿及不锈钢器皿的不锈钢平均单耗下降导致产量相对稳定时，产成品不锈钢主材消耗量呈现下降趋势，因此产品产量与不锈钢主材耗用量之间的关系具有合理性；产成品不锈钢主

材消耗量的下降趋势与不锈钢主材的采购量整体呈现下降的趋势相符。因此，公司不锈钢主材的采购量和耗用量与产品产量相匹配。

（2）不锈钢配件

①不锈钢配件的采购量分析

不锈钢配件的采购量统计如下：

单位：万件

材料	项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
不锈钢配件	采购	543.58	3,615.65	3,138.39	3,883.18

不锈钢配件主要系不锈钢钢底、圆片及钢盖。钢底及圆片安装于不锈钢外壳或者内胆的底部，钢盖是部分成品杯的盖子。不锈钢配件由于体积较小，价格较低，报告期内，不锈钢配件的平均价格为 0.50 元、0.50 元、0.47 元和 0.49 元。报告期内公司不锈钢配件的采购量整体较为稳定。

②不锈钢配件的成品消耗量分析

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
不锈钢真空保温器皿产量(万只)①	190.73	1,130.52	1,120.18	1,182.28
不锈钢器皿产量(万只)②	17.58	165.97	183.78	148.22
含钢塑料器皿产量(万只)③	7.50	57.98	59.89	160.45
产量小计(万只)④=①+②+③	215.81	1,354.47	1,363.85	1,490.95
外购杯体消耗量(万只)⑤	27.11	240.91	346.65	333.63
消耗不锈钢配件的成品产量(万只)⑥=④-⑤	188.70	1,113.56	1,017.20	1,157.32
成品耗用量(万只)⑦	529.35	3,084.62	2,896.45	3,566.59
平均单耗(件/只)⑧=⑦/⑥	2.81	2.77	2.85	3.08

不锈钢钢底、圆片和不锈钢钢盖主要用于不锈钢真空保温器皿、不锈钢器皿及含钢塑料器皿。报告期内公司消耗不锈钢配件的主要器皿整体产量较为稳定，且每件器皿耗用的不锈钢配件数量也相对固定，因此不锈钢配件的成品消耗数量也相对稳定。

③不锈钢配件的采购量与成品消耗量分析

不锈钢配件的采购与成品消耗量数量统计如下：

单位：万件

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
采购量①	543.58	3,615.65	3,138.39	3,883.18
不锈钢配件存量影响②[注]	-56.57	16.86	-94.48	-254.23
剔除存量影响的投入量③=①-②	600.15	3,598.79	3,232.87	4,137.41
产成品消耗④	529.35	3,084.62	2,896.45	3,566.59
报废量⑤	59.59	484.05	323.14	540.28
实际消耗量⑥=④+⑤	588.95	3,568.67	3,219.59	4,106.87
差异⑦=③-⑥	11.20	30.12	13.28	30.54
差异率⑧=⑦/⑥	1.90%	0.84%	0.41%	0.74%

注：不锈钢配件存量影响=原材料期末余量-原材料期初余量+生产成本期末余量-生产成本期初余量

从上表可见，报告期内，采购量应考虑期末存量较期初存量的变动影响，实际消耗量应考虑成品消耗量与报废品消耗量的影响。考虑存量影响后采购量与实际消耗量的差异率分别为 0.74%、0.41%、0.84%和 1.90%，差异率较小。因此，报告期内公司不锈钢配件的采购量与不锈钢配件的消耗量整体匹配。

综上所述，公司产品产量与不锈钢配件消耗量相对稳定，剔除存量影响的采购量与考虑报废量的实际消耗量差异率较低，因此不锈钢配件的采购量、消耗量及产品产量之间的关系具有合理性。

（3）塑料

①塑料原材料的采购量分析

单位：吨

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
采购量	319.96	749.02	1,064.58	835.95

报告期内，公司塑料的采购量分别为 835.95 吨、1,064.58 吨、749.02 吨和 319.96 吨。2018 年度塑料采购量较高，主要原因系公司 2018 年度购入 Tritan 塑料 105.02 吨，购入 AS 塑料 457.18 吨而其余期间上述塑料采购量较少所致。Tritan 塑料主要为进口塑料，由于进口手续繁琐导致交期较长，且进口相关费用较高，因此 Tritan 塑料单笔订单采购数量较多，以降低采购时间成本并摊薄进口成本。由于 2018 年客户调整产品结构，增加了使用 AS 塑料的产品订单，公司预期 AS

塑料耗用量较高，因此 2018 年 AS 塑料的采购量较高。

②塑料制品耗用量分析

公司的塑料制品分为配件及塑料器皿，配件主要包括塑料盖、手柄、塑底等。塑料耗用量分析如下：

材料	项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
塑料配件	产量（万只）	230.25	1,493.34	1,431.78	1,444.81
	成品耗用量（吨）	82.97	562.92	580.38	1,490.20
	平均单耗（克/只）	36.03	37.70	40.54	103.14
塑料器皿	产量（万只）	33.05	211.16	205.23	250.49
	成品耗用量（吨）	58.29	376.61	357.23	635.57
	平均单耗（克/只）	176.37	178.35	174.06	253.73
小　计	成品耗用量（吨）	141.26	939.53	937.61	2,125.77

2017 年度，公司塑料配件及塑料器皿平均单耗均高于其他期间，主要系塑料器皿产品结构变化及产品设计轻量化，致使 2018 度开始塑料配件及塑料器皿平均单耗大幅下降。具体分析如下：

A.塑料配件耗用塑料分析

报告期内，塑料配件的产量分别为 1,444.81 万只、1,431.78 万只、1,493.34 万只及 230.25 万只，2017 年至 2019 年塑料配件的产量相对稳定，2020 年 1-3 月受疫情影响，产量相对较低。报告期内，塑料配件的塑料耗用量分别为 1,490.20 吨、580.38 吨、562.92 吨及 82.97 吨，呈现逐年下降的趋势，主要原因系塑料配件的单耗逐年下降，2017 年至 2020 年 1-3 月塑料配件单耗分别为 103.14 克、40.54 克、37.70 克及 36.03 克。

对分型号前十大产量单耗分布统计如下：

范围	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	产量(万只)	占比（%）	产量(万只)	占比（%）	产量(万只)	占比（%）	产量(万只)	占比（%）
160g 以上	-	-	-	-	-	-	237.79	32.30
50g-160g	14.79	13.37	88.32	14.63	172.69	26.64	89.91	12.21
14g-50g	67.95	61.42	368.34	61.01	385.64	59.49	153.42	20.84

范围	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	产量(万只)	占比（%）	产量(万只)	占比（%）	产量(万只)	占比（%）	产量(万只)	占比（%）
14g 以下	27.90	25.21	147.09	24.36	89.88	13.87	254.96	34.65
小计	110.64	100	603.75	100	648.21	100	736.08	100
前十大占全部配件塑料产量比例	48.05%		40.43%		45.27%		50.95%	

从上表可见，2017 年分型号前十大产量中，有 32.30%塑料配件的产量分布在 160 克以上，因此 2017 年的塑料配件单耗较高，达到了 103.14 克；2018 年度分型号产量前十大的塑料配件单耗分布在 50 克至 160 克的比例达到了 26.64%，高于 2019 年的 14.63%及 2020 年 1-3 月 13.37%，因此 2018 年度塑料配件成品平均单耗高于 2019 年及 2020 年 1-3 月，为 40.54 克；2019 年度及 2020 年 1-3 月分型号前十大塑料配件的产量分布结构较为相似，因此 2019 年度及 2020 年 1-3 月塑料配件成品平均单耗较为接近，分别为 37.70 克及 36.03 克。

2017 年部分型号塑料单耗较高原因一方面系部分单耗较高的产品，由于设计比较笨重，不符合市场轻量化趋势，客户不再下单；另一方面系由于不锈钢真空保温器皿及不锈钢器皿整体呈现轻量化趋势，公司对塑料盖、把手等塑料配件也进行了轻量化设计。因此 2017 年相较于其他期间，塑料配件的单耗较高。

由于公司分型号产量前十大的塑料配件产量合计数占比较高，因此公司分型号产量前十大的塑料配件的单耗分布趋势可以代表塑料配件单耗的整体变动趋势。在塑料配件产量整体稳定的情况下，公司塑料配件消耗的塑料重量呈现逐年下降的趋势具有合理性

B.塑料器皿耗用塑料分析

报告期内，塑料耗用量分别为 635.57 吨、357.23 吨、376.61 吨和 58.29 吨，对应的产品产量分别为 250.49 万只、205.23 万只、211.16 万只和 33.05 万只。2017 年塑料耗用量较高，一方面系 2017 年塑料器皿产量较其他期间高，另一方面系 2017 年塑料器皿单耗较其他期间高，为 253.73 克/只。主要原因系 2017 年有 50 种型号的塑料器皿以后年度不再生产，其单耗统计如下

项目	产量(万只)	塑料耗重(吨)	单耗(克/只)
仅 2017 年度有生产	187.79	528.56	281.46
2017 年及以后年度均有生产	62.70	107.01	170.66

从上表可以看出，2017 年度塑料器皿单耗较高的原因主要系公司调整产品结构引起。2018 年至 2020 年 1-3 月塑料器皿的塑料平均单耗为 174.06 克/只、178.35 克/只、176.37 克/只，剔除仅 2017 年度有生产的塑料器皿，2017 年塑料器皿中以后年度也有生产的塑料器皿单耗为 170.66 克/只，与其余期间的单耗水平趋于一致。

仅 2017 年度有生产的塑料器皿由于不符合市场轻量化的趋势，客户后续年度不再下单。

综上所述，塑料器皿的耗用量与塑料器皿的产量相匹配。

③塑料原材料的采购量与成品消耗量分析

单位：吨

项 目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
采购量①	319.96	749.02	1,064.58	835.95
塑料存量影响②[注 1]	172.06	-219.12	126.26	-1,277.33
剔除存量影响后的采购量③=①-②	147.90	968.14	938.32	2,113.28
消耗量④	141.26	939.53	937.61	2,125.77
报废量⑤	5.31	61.54	26.92	26.13
色粉投入量⑥[注 2]	3.27	29.09	21.39	18.54
实际消耗量⑦=④+⑤-⑥	143.30	971.98	943.14	2,133.36
差异量⑧=③-⑦	4.60	-3.84	-4.82	-20.08
差异率⑨=⑧/⑦	3.26%	-0.41%	-0.51%	-0.94%

注 1：塑料存量影响=原材料期末余量-原材料期初余量+生产成本期末余量-生产成本期初余量

注 2：塑料制品的单耗中包含塑料及色粉的重量，因此塑料的实际消耗量应当扣除色粉的重量。

公司塑料的采购量应考虑塑料存量的影响，公司消耗量应考虑报废的影响。报告期内，剔除存量影响后的投入量与考虑报废量以后的消耗量差异率较低，分别为-0.94%、-0.51%、-0.41%和 3.26%，因此公司的采购量与消耗量相匹配。

综上所述，公司塑料的采购量、消耗量及产量之间的关系具有合理性。

5、主要能源消耗情况

（1）耗电量与产量分析

公司生产所需能源主要是电力，由公司所处区域的电力供应商提供，能够满足公司生产用电需求。报告期内，公司所消耗的电力占生产成本的比例较小且变化不大，电力消耗金额及占主营业务成本比例如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
电力消耗	150.34	1,009.37	869.39	737.58
主营业务成本	4,933.85	26,277.26	24,473.63	25,202.26
占主营业务成本比例	3.05%	3.84%	3.55%	2.93%

报告期内，公司耗电量与产量详细情况如下：

能源	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
耗电量(万度)①	201.61	1,454.63	1,234.66	1,044.07
焊接环节产量(万只)②	182.57	1,323.31	1,127.59	1,110.02
单位耗电量③=①/②(度/只)	1.10	1.10	1.09	0.94

电量主要消耗于不锈钢真空保温器皿及不锈钢器皿的割管、水胀、焊接等环节。报告期内公司消耗电量分别为 1,044.07 万度、1,234.66 万度、1,454.63 万度和 201.61 万度，呈现明显的上升趋势。报告期内公司焊接环节单位耗电量为 0.94 度/只、1.09 度/只、1.10 度/只和 1.10 度/只，2018 年至 2020 年 1-3 月单位耗电量相对平稳，但 2017 年单位耗电量相对较低，原因系 2017 年产房面积较小，照明及空调等耗电量较低所致。因此，耗电量与产品产量之间的波动关系具有合理性，耗电量与产品产量相匹配。

（2）耗水量与产量分析

报告期内，公司水费占主营业务成本比例如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
水消耗	9.73	52.96	37.23	30.22
主营业务成本	4,933.85	26,277.26	24,473.63	25,202.26
占主营业务成本比例	0.20%	0.20%	0.15%	0.12%

报告期内，公司耗水量与产量详细情况如下：

能源	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
耗水量(万立方米)①	2.84	15.13	10.71	9.42
焊接环节产量(万只)②	182.57	1,323.31	1,127.59	1,110.02
单位耗水量③=①/②(百只/立方米)	1.56	1.14	0.95	0.85

水主要用于水胀、清洗等前端工序，因此用焊接环节产量计算单位耗水量，从上表可见，公司报告期内，每一百只产成品耗水量分别为 0.85 立方米、0.95 立方米、1.14 立方米及 1.56 立方米。呈现逐年上升的趋势，原因系：

①公司主要耗水生产线为水胀及清洗生产线。由于市场趋势逐步向小批次、多品种转变,水胀及清洗生产线单线产能下降。为适应市场需求，公司从 2018 年起逐步增加了水胀机、超声波清洗机及冷却塔等设备。为确保产品质量，水胀及清洗生产线至少每天换水一次，由于水胀及清洗生产线增加导致 2018 年及 2019 年单位耗水量逐年上涨；

②2020 年 1-3 月，受疫情及春节假期影响，公司产品产量下降，而生产基础用水量相对固定，因此 2020 年 1-3 月单位耗水量较 2019 年度略有上升。

综上，耗水量与产品产量之间的波动关系具有合理性，耗水量与产品产量相匹配。

（3）耗气量与产量分析

报告期内，公司气费占主营业务成本比例如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
气消耗	25.46	223.05	126.56	116.10
主营业务成本	4,933.85	26,277.26	24,473.63	25,202.26
占主营业务成本比例	0.52%	0.85%	0.52%	0.46%

报告期内，公司耗气量与产量详细情况如下：

能源	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
耗气量(万立方米)	8.61	69.53	42.39	37.02
产量(万只)	247.16	1,521.44	1,549.82	1,637.56
单位耗气量(立方米/百只)	3.48	4.57	2.74	2.26

天然气主要用于喷涂工序，报告期内，每一百只杯子耗用天然气量分别为2.26 立方米、2.74 立方米、4.57 立方米和 3.48 立方米，其中 2019 年耗用天然气较高，主要原因系：

①2019 年公司个性化、小批量、多品种订单增多，导致 2019 年公司产品表面处理类型增多。同一喷漆生产线一次只能生产一种表面处理类型的产品。由于喷涂生产线启动时需要预热，因此同一条生产线在更换不同表面处理类型的产品时，不会关闭生产线，导致生产线在切换产品类型的过程中天然气损耗增加；

②2019 年公司表面处理工艺升级，新增内喷涂及渐变色喷涂等需要多次喷涂成形的产品，导致喷涂次数增加，因此 2019 年单位耗气量增加。

综上，公司耗气量与产品产量之间的波动关系具有合理性，耗气量与产品产量相匹配。

6、公司委托加工情况

报告期内公司存在委托加工情况，委托加工的工序主要为不锈钢真空保温器皿生产过程中的不锈钢拉管、电解、电镀、抽真空等加工服务。2018 年度公司开始采购用于不锈钢真空保温器皿生产的不锈钢钢管后，不锈钢拉管委托加工逐步减少。公司生产的核心技术环节主要在喷漆、丝印等表面处理工序，委托加工环节的技术含量较低，且市场供给充分，非生产核心步骤，将以上环节委托加工符合公司实际情况和行业惯例。

公司与受托加工企业签订委托加工合同，公司将原材料提供给受托加工企业，受托加工企业不承担原材料价格波动的风险，公司按照合同约定的加工单价和实际加工数量与受托加工企业确认加工费。

报告期各期，公司委托加工的金额占采购总额的比例较小，委托加工的具体金额及占同期采购总额的比例情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
电解	86.28	2.79%	657.92	3.80%	493.73	2.98%	453.69	2.59%

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
抽真空	53.95	1.75%	253.34	1.46%	49.30	0.30%	149.38	0.85%
电镀	22.12	0.72%	100.01	0.58%	77.36	0.47%	160.27	0.92%
表面处理	1.37	0.04%	85.78	0.50%	185.38	1.12%	16.16	0.09%
钢管加工	-	0.00%	117.69	0.68%	290.44	1.75%	227.45	1.30%
其他	6.45	0.21%	88.87	0.51%	57.85	0.35%	23.14	0.13%
委托加工金额合计	170.17	5.51%	1,303.61	7.53%	1,154.06	6.96%	1,030.09	5.88%
不锈钢保温器皿和不锈钢器皿总产量（万只）	208.31		1,296.49		1,303.96		1,330.50	

公司委托加工业务主要用于生产不锈钢真空保温器皿和不锈钢器皿，2017 年度和 2018 年度，委托加工金额基本稳定，和相关产品产量变动趋势基本一致。2019 年度委托加工业务金额有所增长，一方面系 2019 年度受中美贸易摩擦影响，公司不锈钢真空保温器皿出口原属于美国政府在 2019 年 12 月 15 日实施的第二批 3,000 亿美元清单商品，客户订单在第三季度集中下达，使得公司产能出现暂时性缺口，抽真空工序的委托加工金额有所增加。另一方面系 2019 年度新生产线量产后，公司自产杯体数量增加，杯体报废量有所提升，报废杯体对应的电解、电镀成本也有所增加。2019 年度，由于公司订单中要求无铅抽真空的数量占比相对较高，使得抽真空工序的委托加工业务规模处于相对较高的水平。公司 2019 年度向供应商直接采购钢管业务量有所增加，使得 2019 年和 2020 年 1-3 月拉管开片等钢管加工委托加工业务规模有所减少。公司委托加工金额的变化与公司实际生产情况匹配。

（1）主要委托加工供应商基本情况

报告期内，公司前五大委托加工供应商的采购金额及占委托加工总金额的比例情况如下：

单位：万元

供应商	委托加工环节	金额	占委托加工比例
2020 年 1-3 月			
叶法云[注]	抽真空	38.41	22.57%

供应商	委托加工环节	金额	占委托加工比例
缙云县同泰金属表面处理厂	电解	34.18	20.08%
丽水雅乐杯业有限公司	电解	25.77	15.14%
浙江振金工贸有限公司	抽真空	15.54	9.13%
丽水上凌杯业有限公司	电解	13.80	8.11%
合计		**127.70**	**75.04%**
2019 年度			
丽水雅乐杯业有限公司	电解	196.32	15.06%
缙云县同泰金属表面处理厂	电解	162.05	12.43%
永康市弘翰五金制品厂	抽真空	154.41	11.84%
丽水上凌杯业有限公司	电解	113.37	8.70%
浙江国奥工贸有限公司	电解	107.76	8.27%
合计		**733.90**	**56.30%**
2018 年度			
丽水雅乐杯业有限公司	电解	220.15	19.08%
武义全进金属制品有限公司	钢管加工	207.02	17.94%
缙云县同泰金属表面处理厂	电解	107.10	9.28%
浙江浦江信得利有限公司	电解	94.37	8.18%
余舜海[注]	表面处理	73.84	6.40%
合计		**702.48**	**60.87%**
2017 年度			
丽水上凌杯业有限公司	电解	228.70	22.20%
浙江浦江信得利有限公司	电解	114.87	11.15%
武义全进金属制品有限公司	钢管加工	101.39	9.84%
永康市德众工贸有限公司	钢管加工	89.36	8.68%
丽水雅乐杯业有限公司	电解	78.22	7.59%
合计		**612.55**	**59.47%**

注：余舜海和叶法云系公司委托加工自然人供应商，余舜海承接公司不锈钢保温器皿全杯身抛亮的加工业务，叶法云承接公司不锈钢保温杯无铅抽真空的加工业务。全杯身抛亮和无铅抽真空类订单量现阶段相对较小，具有一定的偶发性，投入专用设备成本较高，为提升公司的投入产出效率和生产管理水平，经考察比较后，公司委托距离较近，技术水平较高，且业内声誉较好的余舜海和叶法云为公司提供相关委托加工服务。截至目前，余舜海和叶法云提供的加工服务产品合格率良好，及时的满足了公司客户需求。

报告期内，公司前五大委托加工供应商的构成和采购金额占比较为稳定，主要委托加工供应商的基本情况如下：

序号	供应商	加工环节	成立时间	资质	股权结构	经营规模	初次合作时间	有无关联关系
1	叶法云	抽真空	1994 年	无资质要求	无	约 800 万元	2020 年	无
2	缙云县同泰金属表面处理厂	电解	2002 年	排污许可证	俞云申持股 35%，虞益涛持股 27.60%，李建持股 18.00%，王群亮持股 15%，王智法持股 4.40%	约 2,000 万元	2016 年	无
3	丽水雅乐杯业有限公司	电解	2014 年	排污许可证	邹培孝持股 40%，陈秀华持股 30%，邹斌斌持股 30%	暂不提供	2017 年	无
4	浙江振金工贸有限公司	抽真空	2017 年	无资质要求	陆顺铖持股 100%	约 5,000 万元	2018 年	无
5	丽水上凌杯业有限公司	电解	2014 年	排污许可证	项海和持股 99%，王伟锋持股 1%	约 1,400 万元	2016 年	无
6	永康市弘翰五金制品厂	抽真空	2017 年	无资质要求	吴爱芬持股 100%	约 200 万元	2016 年	无
7	浙江国奥工贸有限公司	电解	2018 年	排污许可证	陈立持股 36.68%，陈文斌持股 26.66%，陈子平持股 26.66%，应焘持股 10%	约 600 万元	2019 年	无
8	浙江浦江信得利有限公司	电解	1996 年	排污许可证	朱建生持股 50%，张春梅持股 25%，朱耿彪持股 25%	7,000 万元 -1.2 亿元	2016 年	无
9	余舜海	表面处理	2015 年	无资质要求	无	约 200 万元	2018 年	无
10	武义全进金属制品有限公司	钢管加工	2017 年	无资质要求	陈英杰持股 100%	约 300 万元	2017 年	无
11	永康市德众工贸有限公司	钢管加工	2013 年	无资质要求	吕春花持股 50%,陆来阳持股 50%	200-300 万元	2017 年	无

（2）与委托加工商的有关产品质量控制措施、质量保证责任划分

公司与委托加工商签订有《质量保证协议》和《供应商合作合同》，对产品质量要求和质量保证责任做出了明确规定，公司在委托加工环节起主导作用。公司在样品封样检测、过程质量控制、产品设计、包装要求、产品验收、产品质量保证责任等方面制定了相关的质量标准和控制措施，并在采购合同执行过程中对委托加工商进行严格要求。

如公司对委托加工商供货初验或最终验收不合格，将及时通知委托加工商，委托加工商应在接到通知后在约定时间内进行处理，逾期仍未办理，公司有权自行处理。公司可要求委托加工商限期返工或在结算加工款项时扣款。

报告期内，公司不存在由于委托加工而导致的纠纷或潜在纠纷。

（3）与实际控制人及其关联方不存在资金往来

报告期内，公司委托加工商与实际控制人及其关联方之间不存在关联关系，亦不存在资金往来。

（4）公司对委托加工商不存在重大依赖

①委托加工规模整体较小，对公司业绩无重大影响

报告期内，委托加工业务占各期采购总额的比例分别为 5.88%、6.96%、7.53%和 5.51%，占采购总额的比例整体较小。委托加工业务的采购价格变化对公司业绩影响无重大影响。

②委托加工环节非公司核心程序

公司生产过程中的制管和金加工工序生产工艺难点较少，技术相对成熟，生产水平差异化程度较小，市场信息相对透明，公司技术优势相对较弱。随着消费者对审美、智能、节能环保等方面有更多追求，使得公司产品后道的喷漆、丝印等表面处理程序的重要性更加突出，该部分工序生产差异化程度较大，对生产企业的生产工艺要求较高。公司凭借多年的研发投入，具有丰富的生产经验和较高的工艺水平，具备较强的技术优势，故喷漆、丝印等表面处理程序系公司生产环节的核心工序。

报告期各期，公司委托加工的环节主要系电解、电镀及部分抽真空等加工服务以及 2017 年度的钢管加工服务，公司生产的核心技术环节主要在后道的表面处理、喷涂、印刷等工序，委托加工环节技术含量相对较低，且市场供给充分，非生产核心步骤。公司综合考虑生产环节的投入产出效益及业务的可持续性后，将部分工序委托给专业的企业进行加工。

③委托加工服务市场供给充分

公司所在地及附近的永康等城区系五金行业集聚地，提供相关服务的供应商较多，市场信息透明度较高，市场供给较为充分。公司通过建立合格供应商评选机制，在长期的业务实践中，与一批优秀的供应商保持了较为稳定的合作关系，口碑效应良好。

（5）委托加工服务定价依据及公允性

由于公司所处地区电解、电镀、抽真空等外协服务市场透明度较高，公司委托加工服务定价系由合格供应商报价后参照市场平均价格水平予以定价。公司委托加工环节无官方统计的公开市场价格，但经公司委托加工供应商确认，公司的交易价格与市场价格，或该供应商与其他交易对手的交易价格基本一致，不存在明显偏离。

（二）报告期内发行人主要供应商情况

报告期内，公司向前五名供应商的采购情况如下：

年度	序号	供应商名称	采购金额（万元）	占当期采购总额比例
2020 年 1-3 月	1	武义全进金属制品有限公司	359.22	12.66%
	2	永康市天卓不锈钢制品有限公司	164.65	5.80%
	3	永康市厚泽金属制品有限公司	163.39	5.76%
	4	上海塑优国际贸易有限公司	142.60	5.03%
	5	永康市瑞能不锈钢制品厂	138.46	4.88%
	合计		**968.32**	**34.13%**
2019 年度	1	武义全进金属制品有限公司	2,004.07	11.58%
	2	东莞市增元硅胶制品有限公司	1,168.75	6.75%
	3	浙江领鸿工贸有限公司	763.94	4.41%
	4	永康市瑞能不锈钢制品厂	754.90	4.36%

年度	序号	供应商名称	采购金额（万元）	占当期采购总额比例
	5	永康市黄岗五金冲件厂	745.22	4.30%
	合计		**5,436.87**	**31.41%**
2018年度	1	浙江领鸿工贸有限公司	1,212.55	7.31%
	2	浙江金海顺金属科技有限公司	1,114.14	6.72%
	3	东莞市增元硅胶制品有限公司	1,085.63	6.55%
	4	永康市瑞能不锈钢制品厂	680.39	4.10%
	5	永康市黄岗五金冲件厂	625.58	3.77%
	合计		**4,718.29**	**28.45%**
2017年度	1	宁波宝钢不锈钢加工有限公司	3,684.68	21.04%
	2	浙江金海顺金属科技有限公司	3,249.92	18.56%
	3	永康市贵尚工贸有限公司	2,204.30	12.59%
	4	东莞市增元硅胶制品有限公司	1,115.56	6.37%
	5	永康市黄岗五金冲件厂	800.29	4.57%
	合计		**11,054.75**	**63.13%**

报告期内，公司不存在向单个供应商采购比例超过各年度采购总额 50%或严重依赖少数供应商的情况。公司主要原材料市场供应较为稳定，主要供应商订单具备连续性和稳定性，主要供应商与公司及公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间不存在关联关系，公司关联方与上述供应商不存在资金往来，公司的直接、间接股东在上述供应商未拥有权益或任职。

1、新增主要供应商情况

2017 年-2020 年 3 月公司各期前五大供应商中，新增供应商为 6 家：浙江领鸿工贸有限公司、永康市瑞能不锈钢制品厂、武义全进金属制品有限公司、永康市天卓不锈钢制品有限公司、永康市厚泽金属制品有限公司与上海塑优国际贸易有限公司。

浙江领鸿工贸有限公司主要向发行人供应不锈钢器皿的粗制杯体，其实际控制人徐双杰、胡文秀同时控制永康市领鸿工贸有限公司（2012 年成立），具有丰富的不锈钢杯体制造、加工经验，在武义当地具有较好的市场口碑。2017 年及以前，受客户结构和产品结构影响，公司外购杯体精加工程度要求相对较低。2018 年开始，发行人产品结构逐步优化，高端产品占比提升，供应商的加工质量和响

应速度成为公司选择合格供应商的主要标准，浙江领鸿工贸有限公司凭借良好的产品质量优势以及对发行人订单专线生产以保证供货速度的承诺，成为发行人供应商。同时，因 2018 年度 PMI 和 Takeya 等主要客户的订单在三、四季度数量较大，交货期相对集中，公司自身产能消化短时间集中交货的订单存在一定困难，公司增加外购杯体规模，因而增加了向浙江领鸿工贸有限公司等主要外购杯体供应商的采购量。

永康市瑞能不锈钢制品厂主要向发行人供应不锈钢器皿的钢底、钢盖等配件。发行人与其保持了长久合作关系，报告期内各期采购金额基本稳定。2018 年和 2019 年成为新增前五大供应商主要系发行人 2018 年和 2019 年不锈钢卷料采购金额减少，使得其采购占比相应有所上升所致。

武义全进金属制品有限公司主要向发行人供应不锈钢管。发行人自 2017 年开始与其合作，但报告期内采购模式有所变化。2017 年度与 2018 年度主要开展不锈钢钢管委托加工业务。由于 2017 年和 2018 年不锈钢市场价格波动较大，该模式占用公司资金量较大，公司需承担较大的市场价格波动风险，因此自 2018 年开始公司逐步转变为向供应商直接采购不锈钢管。基于良好的合作历史和深入了解，公司优先向此前承接委托加工业务的供应商采购，故 2019 年开始发行人向武义全进金属制品有限公司直接采购加工完毕的不锈钢管，交易金额包含原材料价格，采购金额有所增加。

永康市天卓不锈钢制品有限公司和永康市厚泽金属制品有限公司主要向发行人供应不锈钢管。因发行人 2019 年起直接开始向供应商采购不锈钢管，发行人于 2019 年下半年度开始与其合作，故 2019 年度采购金额占比较小。2020 年一季度发行人持续稳定向其采购不锈钢管，采购金额占比增加，成为发行人新增前 5 大供应商。

上海塑优国际贸易有限公司主要向发行人供应塑料粒子。发行人与其保持了长久合作关系，2017 年至 2019 年发行人向其采购金额稳步增长。2020 年一季度发行人根据市场价格以及春节假期、新冠疫情的综合影响，提前采购了一批塑料粒子用于备货，所以 2020 年一季度采购金额占比较高，成为了发行人新增前 5 大供应商。

新增前 5 大供应商中，不锈钢管供应商增加主要系公司采购模式改变，由采购不锈钢卷后委托供应商开片加工，转变为向供应商直接采购加工好的钢管。公司向供应商直接采购不锈钢管的成本主要包括原料成本和加工费两部分，其中：原料成本较此前公司自行采购模式基本保持一致，主要受市场价格波动影响；加工费成本较此前委托加工成本基本保持一致。综上，公司采购模式的变化对采购单位成本无重大影响。

2、减少主要供应商情况

2017 年-2019 年，公司各期前五大供应商中，减少供应商为 3 家，即：宁波宝钢不锈钢加工有限公司、浙江金海顺金属科技有限公司和永康市贵尚工贸有限公司。宁波宝钢不锈钢加工有限公司和浙江金海顺金属科技有限公司主要向公司供应不锈钢钢卷，公司对其采购金额减少主要系因公司 2018 年度开始采购模式逐渐转变，由采购不锈钢卷逐渐转变为采购加工完成的不锈钢管和不锈钢杯体，不锈钢卷采购金额减少所致。

永康市贵尚工贸有限公司主要向公司提供不锈钢粗制杯体，2017 年度、2018 年度和 2019 年度，公司向其采购金额和占采购总额的比例如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
不锈钢杯体	191.76	1.11%	465.13	2.81%	2,204.30	12.59%

2017 年以后公司向其采购金额减少主要系公司对采购杯体质量和供应商响应速度的要求提升所致。2018 年开始，随着公司客户结构、产品结构的改变和生产工艺水平的提升，供应商的加工质量和响应速度成为公司选择合格供应商的主要标准。公司更倾向于工艺水平较高，且在生产调度安排上对公司的采购订单优先安排以保证公司订单及时交付的供应商，随着公司供应商选择标准的改变，向永康市贵尚工贸有限公司未能有效保证公司对交货速度和产品质量的更高标准要求，2018 年起公司对其采购有所减少，而相应增加了其他供应商的采购。

2020 年 1-3 月，公司前五大供应商中，减少的供应商为三家，即：东莞市增元硅胶制品有限公司、浙江领鸿工贸有限公司、永康市黄岗五金冲件厂，主要系 2020 年一季度春节假期和新冠疫情影响了公司正常的采购经营，导致短期内前

五大供应商波动较大。

3、主要供应商基本情况

报告期内，公司各主要供应商的基本情况如下：

供应商	注册地	成立时间	注册资本	经营规模	主营业务	股权结构	实际控制人	开始合作时间
浙江领鸿工贸有限公司	武义县	2016 年	320 万元	年销售约 5,000 多万元	日用金属制品、不锈钢制品、保温杯的制造、加工、销售	徐双杰持有 60%；胡文秀持有 40%	徐双杰、胡文秀	2016 年
武义全进金属制品有限公司	武义县	2017 年	100 万元	年销售约 3,000 万元	金属制日用品、不锈钢管的制造、加工、销售	陈英杰持有 100%	程显瑞	2017 年
浙江金海顺金属科技有限公司	永康市	2016 年	2800 万元	年销售约 9 亿元	不锈钢制品制造、加工、销售	永康市金海顺金属材料有限公司持有 51%；金轮海股份有限公司持有 49%	朱云娜、杨海攀	2016 年
永康市瑞能不锈钢制品厂	永康市	2008 年	-	年销售约 2,000 万元	不锈钢制品制造、加工	程显瑞持有 100%	程显瑞	早于 2010 年
永康市贵尚工贸有限公司	永康市	2013 年	50 万元	年销售约 2,000 万元	日用金属制品、不锈钢制品的加工、销售	姚跃贵持有 70%；陈康美持有 30%	姚跃贵、陈康美、	2016 年
永康市黄岗五金冲件厂	永康市	2013 年	100 万元	年销售约 1,000 多万元	保温杯内底、五金冲件加工	吕苏芬持有 100%	吕苏芬	2013 年
宁波宝钢不锈钢加工有限公司	宁波市	2007 年	4700 万元	年销售约 20 亿元	不锈钢钢材、金属材料加工、配送、仓储	欧冶云商有限公司持有 51%；宁波宝新不锈钢有限公司持有 49%	中国宝武集团有限公司	2015 年
东莞市增元硅胶制品有限公司	东莞市	2013 年	20 万元	年销售约 3,000 万元	硅胶制品、橡胶制品的生产、销售	吴桂平持有 70%；吴玉强持有 30%	吴桂平、吴玉强	2013 年
永康市天卓不锈钢制品有限公司	永康市	2017 年	50 万元	年销售额约 8,000 万元	不锈钢制品制造、加工	胡晶晶持有 80%；叶红杨持有 20%	胡晶晶	2019 年
永康市厚泽金属制品有限公司	永康市	2019 年	50 万元	年销售额约 3,000 万元	金属制日用品、不锈钢管的制造、加工、销售	杨海兰持有 100%	杨海兰	2019 年
上海塑优国际贸易有限公司	上海市	2013 年	100 万元	年销售约 5,800 万元	塑料粒子的销售	何友云持有 70%；陈玉祥持有 30%	何友云	2014 年

4、公司采购政策

（1）与主要供应商的交易及结算流程

公司与主要供应商建立了长期合作关系，签订采购框架协议，严格按照公司制度要求和协议约定履行相关采购程序，具体情况如下：

①采购流程

公司向主要供应商采购流程如下：采购部门与合格供应商签订框架协议。生产中心根据生产计划安排、销售订单情况和库存情况在 ERP 系统中生成采购申请单，采购部在 ERP 系统中将申请单推送成采购申请单，经采购部经理和财务部应付会计审核后向供应商下达采购订单，采购主要材料均由质检部门进行验收，验收达标后由仓库保管员复核，对其办理入库手续并在 ERP 系统中录入原料信息，确认入库。

②结算流程

发行人采购原材料按以下流程结算：主要供应商在与约定时间内与财务部门核对对账单和原料入库单，对账完成后由对账会计填制采购付款申请单，财务会计复核填制内容，再经采购人员确认，采购负责人对采购业务的真实性、准确性进行审核，报财务总监、总经理审批后，按照合同约定的期限付款，结算方式为银行对公转账。

（2）向主要供应商采购的定价依据

公司向主要供应商采购主要考虑产品的材料使用量、材料价格、生产工序、运输成本、税费以及合理利润等因素。公司根据自身生产需要向供应商发出报价要求，供应商向公司报价，公司通过对多家供应商的比价、议价，经财务和总经理审核后确定最终供应商和基准采购价格，并与供应商签订框架协议。协下达采购订单时，双方在基准采购价格的基础上协商确定最终采购价格。

5、主要采购原材料不同供应商价格比较

公司各期各类主要原材料采购金额 70%以上的供应商采购价格比较如下：

（1）不锈钢卷料

单位：万元/吨

供应商	2020 年 1-3 月	2019 年	2018 年	2017 年
浙江金海顺金属科技有限公司	-	13.44	13.15	13.00
宁波宝钢不锈钢加工有限公司	-		-	13.85

供应商	2020 年 1-3 月	2019 年	2018 年	2017 年
无锡新千意不锈钢有限公司	-	13.33	14.33	-

公司各期主要不锈钢卷供应商各期采购单价基本相近，受原材料的市场价格波动和公司具体采购时点存在差异，供应商采购价格在 2017 年度和 2018 年度存在差异。

（2）不锈钢管

单位：万元/吨

供应商	2020 年 1-3 月	2019 年	2018 年	2017 年
武义全进金属制品有限公司	14.11	15.33	-	-
永康市厚泽金属制品有限公司	14.74	15.24	-	-

公司各期各主要钢管供应商采购价格无重大差异。

（3）塑料

单位：万元/吨

供应商	2020 年 1-3 月	2019 年	2018 年	2017 年
上海塑优国际贸易有限公司	8.36	10.49	10.46	9.74
INEOS(Thailand)	11.03	-	12.57	-
宁波富朔行贸易有限公司	11.44	12.49	10.78	10.69
浙江前程石化股份有限公司	-	10.79	11.90	9.12
宁波旺优新材料有限公司	-	10.58	12.35	-

公司各主要塑料供应商的采购单价中 INEOS(Thailand)和宁波富朔行贸易有限公司主要系向其采购进口的 AS 塑料，单价高于一般的塑料 PP 料。综上，除采购原材料的型号和种类差异个别供应商略有差异外，公司各期向不同供应商采购的主要原材料单价基本一致，无重大差异。

6、向贸易商采购商品情况

报告期内，公司存在向贸易商采购原材料的情形。公司依据公司质量手册及客户具体产品设计的要求，建立《采购管理制度》等制度对物料采购过程进行规范管理，综合考虑质量、成本、交付与服务等方面对供应商进行严格筛选后，建立合作关系。公司原辅料供应商中存在部分贸易公司，主要系塑料粒子原材料的供应商，公司未直接向最终供应商进行采购主要系最终生产商销售采用授权经销模式、向贸易商采购能够有效提高公司采购效率、向贸易商采购的付款方式灵活、

贸易商货源充足具备长期、稳定、及时的供货能力等方面原因，公司报告期内各期前十大供应商中贸易商的具体情况如下：

贸易商	采购业务所属年度	股权结构	成立时间	注册资本	采购内容	最终供应商
上海塑优国际贸易有限公司	2018 年、2019 年及 2020 年 1-3 月	何友云 70%；陈玉祥 30%	2013 年 7 月	100 万元	塑料粒子	台化塑胶（宁波）有限公司/台塑工业（宁波）有限公司
浙江前程石化股份有限公司	2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-3 月	浙江前程投资股份有限公司 54.84%；浙江和美投资有限公司 36.66%；宁波知行投资咨询有限公司 8.50%	2005 年 8 月	21600 万元	塑料粒子（主要为 AS 料）	
缔展国际贸易(上海)有限公司		GREATIVE VISION CO.,LTD 100%	2002 年 7 月	30 万美元	塑料粒子（主要为 TR 料）	美国伊士曼化工有限公司

六、发行人与业务相关的主要固定资产及无形资产

（一）主要固定资产情况

公司的固定资产主要包括：房屋建筑物、通用设备、专用设备、运输工具、其他设备等。截至 2020 年 3 月 31 日，公司固定资产账面原值为 13,958.91 万元，累计折旧为 4,529.18 万元，账面价值为 9,429.73 万元，成新率为 67.55%，各项固定资产均处于完好状态，使用正常。公司固定资产具体情况如下表：

单位：万元

类别	原值	累计折旧	净值	成新率	折旧年限（年）
房屋及建筑物	5,954.66	1,062.86	4,891.81	82.15%	10-20
通用设备	437.63	247.92	189.70	43.35%	3-10
专用设备	6,496.99	2,325.31	4,171.68	64.21%	5-10
运输工具	625.91	566.99	58.92	9.41%	3-5
其他设备	443.72	326.10	117.63	26.51%	3-10
合计	**13,958.91**	**4,529.18**	**9,429.73**	**67.55%**	-

注：固定资产成新率=期末固定资产净值/期末固定资产原值

1、公司的房产权属证书情况

截至本招股说明书签署日，公司拥有的自有房屋建筑物如下：

序号	权利人	证书编号	坐落	建筑面积（平方米）	登记时间	他项权利
1	公司	浙（2020）武义县不动产权第 0007345 号	武义县白洋街道牛背金村金牛路 1 号	50,454.98	2020.06.04	已抵押
2	公司	浙（2018）武义县不动产权第 0005277 号	武义白洋工业区金牛路 3 号（牛背金）	22,980.14	2018.06.29	-

截至本招股说明书签署日，发行人一处面积为 101.61 平方米配电房及 2,457.72 平方米钢棚尚未办理房屋权属证书，面积合计为 2,559.33 平方米，占发行人自有房屋建筑面积的 3.49%。截至 2020 年 3 月 31 日，以上无证房产账面价值为 141.35 万元，占公司房屋建筑物账面价值的 2.89%。配电房房产证书正在办理中，钢棚预计无法办理权属证书。

以上无证房产与公司原“浙（2018）武义县不动产权第 0005276 号”不动产权证书（现权属证书变更为“浙（2020）武义县不动产权第 0007345 号”）登记的其他房屋建筑物，均系 2017 年发行人通过司法拍卖取得。以上无证房产坐落在发行人合法拥有土地使用权的土地之上，钢棚主要用作杂物仓储使用，非生产经营所必需的场所，且面积占比较小，发行人后续未就该等房屋办理完建设项目工程规划许可和建设项目施工许可手续，未取得该等房产的权属证书。

发行人未因使用上述无证房产受到过行政处罚，且发行人控股股东嘉韶云华、实际控制人戚兴华、陈曙光出具了承诺函，承诺如若因政府有权部门对嘉益股份使用生产的临时建筑物责令拆除或对嘉益股份进行罚款，承诺人将以连带责任方式全额补偿嘉益股份由此产生的拆除费用、因生产停滞所造成的损失、全部罚款以及与之相关的所有损失。

2、租赁的房产情况

截至本招股说明书签署日，公司租赁房产情况如下：

承租方	出租方	房屋坐落	租赁面积（平方米）	租赁期限	租金
公司	浙江研祥智能科技有限公司	杭州市滨江区长河街道江虹路 333 号杭州研祥科技大厦 A 座 8 层 806 单元	346.79	2020.03.10-2021.03.09	年租金 321,516 元
公司	上海东域投资管理有限公司	上海市静安区灵石路 718 号 A8 幢 8411 室	281.50	2018.03.15-2021.03.14	每月 35,105.40 元
		上海市静安区灵石路 718 号 A8 幢 8501 室	127.00	2020.05.05-2022.05.04	每月 15,837.96 元

3、主要生产设备情况

截至报告期末，公司主要生产设备（单类设备原值总额 100 万元以上的设备）基本情况如下：

单位：万元

设备名称	数量（台/套）	账面原值	账面净值	成新率
注塑机	50	743.24	292.48	39.35%
高真空钎焊炉	6	308.55	163.58	53.02%
连续激光焊接机配软件	11	183.64	158.83	86.49%
内胆外壳机器入自动下料设备	1	175.86	152.19	86.54%
连续激光焊接机	11	173.71	150.54	86.66%
三涂一烤生产线	1	145.30	96.99	66.75%
自动缩口机	19	139.79	91.85	65.71%
数控旋薄机	5	129.03	108.65	84.20%
不锈钢保温杯两涂一烤喷漆线	1	120.09	64.00	53.29%
超声波清洗机	4	102.21	81.53	79.77%
合计	**109**	**2,221.42**	**1,360.64**	**61.25%**

上述公司主要生产设备成新率为 61.25%，公司根据生产设备使用状态，定期进行维护，目前使用状态良好。

报告期内，公司产品产能利用率分别为 102.35%、96.86%、95.09%及 68.83%，逐年有所下降，其中不锈钢真空保温器皿产能利用率分别为 96.48%、96.90%、95.29%及 124.64%，一直处于较高水平。公司产品产能利用率下降一方面系公司优化产品结构，在保证主要产品不锈钢真空保温器皿产量稳定的基础上减少了部分毛利率较低的塑料器皿和玻璃器皿的生产；另一方面随着公司与客户的合作进一步深入，客户采购需求由单品种、少批次、大批量向多品种、多批次、小批量转变，生产调度难度增加，生产效率有所下降，同时客户对生产工艺、产品品质的要求不断提升，抛光、印刷、喷漆等表面处理更加复杂，生产废品率有所上升。公司产能利用率符合公司实际的生产经营情况，产能利用率下降具有合理性。

（二）主要无形资产情况

公司拥有的无形资产主要包括商标、专利、土地使用权等。截至 2020 年 3 月 31 日，公司无形资产原值为 5,916.17 万元，累计摊销为 396.07 万元，账面价

值为 5,520.10 万元。

1、商标

截至本招股说明书签署日，公司及其子公司在境内拥有 63 项注册商标，具体情况如下：

序号	商标注册人	商标号	商标图形	核定使用商品	有效期至	取得方式
1	公司	25044332	嘉益	21	2028.06.27	原始取得
2	公司	5811262	Coffee & Tea	21	2029.10.20	原始取得
3	公司	6325422	Seven 7 Tea	21	2030.02.27	原始取得
4	公司	6325423	Café 7 Tea	21	2030.02.27	原始取得
5	公司	6862523	ONE2GO	21	2030.04.20	原始取得
6	公司	21245090	威格龙 Vigerlom	21	2027.11.06	受让取得
7	公司	23439869	嘉云华	21	2028.03.20	原始取得
8	公司	23440493	嘉雲華	21	2028.03.27	原始取得
9	公司	25042666	CAYI	21	2028.06.27	原始取得
10	公司	25045868	CAYI	21	2028.09.13	原始取得
11	公司	25050275	CAYI HOUSEWARES	21	2028.09.13	原始取得
12	公司	27600874	DRINTEK	21	2028.10.20	原始取得
13	公司	27603467	饮用科技	21	2028.10.20	原始取得
14	公司	27614080	DRINTECH	21	2028.10.20	原始取得
15	公司	27618629	饮科	21	2028.10.20	原始取得
16	公司	27621445	饮科技	21	2028.10.27	原始取得
17	公司	28554843	ONE2GO	2	2028.12.06	原始取得
18	公司	28557942	ONE2GO	10	2028.12.06	原始取得
19	公司	28559942	ONE2GO	26	2028.12.06	原始取得
20	公司	28560376	ONE2GO	21	2028.12.06	原始取得
21	公司	28561546	ONE2GO	14	2028.12.06	原始取得
22	公司	28561567	ONE2GO	15	2028.12.06	原始取得

序号	商标注册人	商标号	商标图形	核定使用商品	有效期至	取得方式
23	公司	28562374	ONE2GO	43	2028.12.06	原始取得
24	公司	28565368	ONE2GO	17	2028.12.06	原始取得
25	公司	28566454	ONE2GO	34	2028.12.06	原始取得
26	公司	28566625	ONE2GO	22	2028.12.06	原始取得
27	公司	28567434	ONE2GO	23	2028.12.06	原始取得
28	公司	28567961	ONE2GO	37	2028.12.06	原始取得
29	公司	28569460	ONE2GO	8	2028.12.06	原始取得
30	公司	28569782	ONE2GO	18	2028.12.06	原始取得
31	公司	28569798	ONE2GO	19	20 28.12.06	原始取得
32	公司	28571294	ONE2GO	45	2028.12.06	原始取得
33	公司	28571417	ONE2GO	40	2028.12.06	原始取得
34	公司	28572073	ONE2GO	4	2028.12.06	原始取得
35	公司	28575569	ONE2GO	1	2028.12.06	原始取得
36	公司	28575618	ONE2GO	13	2028.12.06	原始取得
37	公司	28575702	ONE2GO	27	2028.12.13	原始取得
38	公司	28576006	ONE2GO	39	2028.12.13	原始取得
39	公司	28576922	ONE2GO	29	2028.12.13	原始取得
40	公司	28577204	ONE2GO	44	2028.12.13	原始取得
41	公司	29185810	魅力加	21	2029.01.06	原始取得
42	公司	29191110	美力嘉	21	2029.01.13	原始取得
43	公司	29191155	MERRICA+	21	2029.01.13	原始取得
44	公司	29711817	旺途	21	2029.02.06	原始取得
45	公司	28554606	ONE2GO	24	2029.02.13	原始取得
46	公司	28560578	ONE2GO	5	2029.02.13	原始取得
47	公司	28563157	ONE2GO	6	2029.02.13	原始取得
48	公司	28565136	ONE2GO	25	2029.02.13	原始取得
49	公司	28567783	ONE2GO	38	2029.02.13	原始取得
50	公司	28568800	ONE2GO	3	2029.02.13	原始取得
51	公司	28575714	ONE2GO	28	2029.02.13	原始取得
52	公司	28555029	ONE2GO	12	2029.02.20	原始取得
53	公司	28565341	ONE2GO	16	2029.02.27	原始取得
54	公司	28565515	ONE2GO	36	2029.02.27	原始取得
55	公司	28568923	ONE2GO	9	2029.02.27	原始取得

序号	商标注册人	商标号	商标图形	核定使用商品	有效期至	取得方式
56	公司	28565815	one2go	7	2029.03.06	原始取得
57	公司	28565882	one2go	11	2029.03.06	原始取得
58	公司	28566399	one2go	30	2029.03.06	原始取得
59	公司	28572470	one2go	41	2029.03.06	原始取得
60	镁歌贸易	14431908	miGo	21	2025.06.20	受让取得
61	镁歌贸易	9945446	美歌	21	2022.11.13	受让取得
62	镁歌贸易	1934440	miGo	21	2022.11.20	受让取得
63	镁歌贸易	1560951	MIGO	21	2031.04.27	受让取得

截至本招股说明书签署日，公司及其子公司在境外拥有 15 项注册商标，具体情况如下：

序号	商标注册人	注册证号	商标图形	注册国家或地区	类别	有效期至	取得方式
1	公司	1077812	Seven 7 Tea	美国	21	2021.5.10	原始取得
2	公司	5892748	MERRICA+	美国	21	2029.10.22	原始取得
3	公司	1379435	CAYI	日本	21	2028.10.5	原始取得
4	公司	302686447	MIGO	中国香港	21	2023.12.4	受让取得
5	公司	200010723	MIGO	中国香港	21	2026.8.7	受让取得
6	公司	IR1176932	MIGO	印度、菲律宾	21	2023.8.29	受让取得
7	公司	4441994	ＭＩＧＯ	日本	21	2020.12.22	受让取得
8	公司	IR 859858	MIGO	日本、韩国、澳大利亚、欧盟、新西兰	21	2025.6.22	受让取得
9	公司	477310	MIGO	韩国	21	2020.9.21	受让取得
10	公司	943818	MIGO	中国台湾	21	2021.5.31	受让取得
11	公司	1645998	MIGO	中国台湾	21	2024.5.31	受让取得
12	公司	T1306085J	MIGO	新加坡	-	2023.4.17	受让取得
13	公司	44799	MIGO	文莱	-	2023.11.08	受让取得
14	公司	IDM000488895	MIGO	印度尼西亚	21	2023.4.30	受让取得
15	公司	171101734	MIGO	泰国	-	2023.8.20	受让取得

此外，根据 2019 年 4 月公司、镁歌贸易与 PMI、奔迈国际签署的《资产收购协议》，公司、镁歌贸易收购 miGo 品牌相关 19 项商标。截至本招股说明书签署日，尚有 3 项境外商标未完成过户，具体情况如下：

序号	注册号	原申请人	国际分类	有效期	商标	注册地	备注
1	N/77926	PMI	21	2021.2.28	miGo	中国澳门	未完成变更
2	2013058441	PMI	21	2023.8.16	miGo	马来西亚	未完成变更
3	Kor128105	PMI	21	2020.2.11	miGo	泰国	未完成变更

上述第 1 项中国澳门注册商标待补充转让双方经公证的转让协议后提交申请；第 2-3 项马来西亚、泰国注册商标已通过代理向有关机构提交续展及转让申请，目前仍在审核过程中。

2、专利

截至本招股说明书签署日，公司共取得 126 项专利，其中 3 项为发明专利，58 项为实用新型专利、65 项为外观设计专利，具体情况如下：

序号	专利权人	专利名称	专利号	专利类型	专利申请日	取得方式
1	公司	一种杯盖高频焊接结构	201620710584.6	实用新型	2016.07.07	原始取得
2	公司	一种凸轮盖	201620710236.9	实用新型	2016.07.07	原始取得
3	公司	一种双重饮水方式的咖啡杯	201620710179.4	实用新型	2016.07.07	原始取得
4	公司	一种咖啡杯	201620709929.6	实用新型	2016.07.07	原始取得
5	公司	一种不锈钢器皿的耐高温自动喷漆夹具	201621286608.6	实用新型	2016.11.25	原始取得
6	公司	一种不锈钢器皿使用的耐高温喷漆夹具	201621278418.X	实用新型	2016.11.25	原始取得
7	公司	一种保温杯用的座式水涨硬封模具	201621278411.8	实用新型	2016.11.25	原始取得
8	公司	一种液压成型的螺纹模具	201621278281.8	实用新型	2016.11.25	原始取得
9	公司	一种保温杯用的水涨硬封模具	201621278266.3	实用新型	2016.11.25	原始取得
10	公司	一种保温杯提手固定结构	201721524438.5	实用新型	2017.11.15	原始取得
11	公司	一种杯体内壁防拉丝模具结构	201721524440.2	实用新型	2017.11.15	原始取得
12	公司	一种杯体内螺纹模具牙套后退结构	201721524516.1	实用新型	2017.11.15	原始取得
13	公司	一种杯体水胀模具的排水结构	201721522642.3	实用新型	2017.11.15	原始取得

序号	专利权人	专利名称	专利号	专利类型	专利申请日	取得方式
14	公司	一种便与携带使用的旅游壶	201721524523.1	实用新型	2017.11.15	原始取得
15	公司	一种模具滑块二次抽芯结构	201721524533.5	实用新型	2017.11.15	原始取得
16	公司	一种一键式开启运动吸嘴盖	201721522656.5	实用新型	2017.11.15	原始取得
17	公司	一种手提式真空吸管杯	201721524538.8	实用新型	2017.11.15	原始取得
18	公司	一种外封提拉式吸嘴杯盖	201721524553.2	实用新型	2017.11.15	原始取得
19	公司	一种自动抛光机中可控伸缩的夹紧夹具	201721776465.1	实用新型	2017.12.19	原始取得
20	公司	一种便于模具螺牙加工装置	201721834726.0	实用新型	2017.12.25	原始取得
21	公司	一种保温杯卷边配口焊接结构	201721834731.1	实用新型	2017.12.25	原始取得
22	公司	一种杯盖模具螺纹结构	201721835761.4	实用新型	2017.12.25	原始取得
23	公司	一种壶盖开启结构	201821026771.8	实用新型	2018.06.30	原始取得
24	公司	一种全方位出水盖弹跳结构	201821025214.4	实用新型	2018.06.30	原始取得
25	公司	一种儿童吸管杯盖及儿童吸管杯	201821026683.8	实用新型	2018.06.30	原始取得
26	公司	一种保温杯杯盖的开关锁止结构	201821026685.7	实用新型	2018.06.30	原始取得
27	公司	一种盛水容器的出水以及温显联动控制结构	201821033616.9	实用新型	2018.07.02	原始取得
28	公司	一种盛水容器的温显开关结构	201821035082.3	实用新型	2018.07.02	原始取得
29	公司	一种保温杯杯盖组件以及一种保温杯	201821035089.5	实用新型	2018.07.02	原始取得
30	公司	一种盛水容器的出水结构	201821035091.2	实用新型	2018.07.02	原始取得
31	公司	一种可拆卸清洗的弹跳杯盖	201821026722.4	实用新型	2018.06.30	原始取得
32	公司	一种防吸附密封圈以及一种带盖水杯	201821033620.5	实用新型	2018.07.02	原始取得
33	公司	一种啤酒桶与卡圈定位夹具	201920340736.1	实用新型	2019.03.18	原始取得
34	公司	一种弹跳盖	201920340778.5	实用新型	2019.03.18	原始取得
35	公司	一种带自锁功能的弹跳盖	201920340782.1	实用新型	2019.03.18	原始取得

序号	专利权人	专利名称	专利号	专利类型	专利申请日	取得方式
36	公司	一种杯身和杯柄的焊接装置	201920340811.4	实用新型	2019.03.18	原始取得
37	公司	一种杯盖压合装置	201920341630.3	实用新型	2019.03.18	原始取得
38	公司	一种杯盖	201920341666.1	实用新型	2019.03.18	原始取得
39	公司	一种啤酒桶	201920352543.8	实用新型	2019.03.18	原始取得
40	公司	一种可拆卸智能保温壶盖	201920505808.3	实用新型	2019.04.15	原始取得
41	公司	一种吸管杯的杯盖	201920505817.2	实用新型	2019.04.15	原始取得
42	公司	一种智能温显盖	201920506698.2	实用新型	2019.04.15	原始取得
43	公司	一种杯子抛光固定底座	201920641263.9	实用新型	2019.05.07	原始取得
44	公司	真空杯（CT.S313V）	201630308074.1	外观设计	2016.07.07	原始取得
45	公司	真空运动瓶（CT.S4701V）	201630308069.0	外观设计	2016.07.07	原始取得
46	公司	保温杯（带手柄2）	201630576477.4	外观设计	2016.11.26	原始取得
47	公司	保温杯（带手柄1）	201630576472.1	外观设计	2016.11.26	原始取得
48	公司	保温杯（带手柄）	201630576476.X	外观设计	2016.11.26	原始取得
49	公司	杯	201630583119.6	外观设计	2016.11.30	原始取得
50	公司	儿童杯	201630583169.4	外观设计	2016.11.30	原始取得
51	公司	不锈钢真空保温杯（2）	201630583170.7	外观设计	2016.11.30	原始取得
52	公司	不锈钢单层瓶（1）	201630583176.4	外观设计	2016.11.30	原始取得
53	公司	真空保温办公杯（1）	201630583185.3	外观设计	2016.11.30	原始取得
54	公司	双层不锈钢轧花杯（2）	201630583186.8	外观设计	2016.11.30	原始取得
55	公司	保温杯（1009）	201630583201.9	外观设计	2016.11.30	原始取得
56	公司	真空保温办公杯（2）	201630583202.3	外观设计	2016.11.30	原始取得
57	公司	旅行壶（一）	201730563513.8	外观设计	2017.11.15	原始取得
58	公司	旅行壶（二）	201730563517.6	外观设计	2017.11.15	原始取得
59	公司	旅行壶（三）	201730563518.0	外观设计	2017.11.15	原始取得

序号	专利权人	专利名称	专利号	专利类型	专利申请日	取得方式
60	公司	旅行壶（四）	201730563151.2	外观设计	2017.11.15	原始取得
61	公司	旅行壶（五）	201730562799.8	外观设计	2017.11.15	原始取得
62	公司	旅行壶（六）	201730563154.6	外观设计	2017.11.15	原始取得
63	公司	焖烧罐	201830375133.6	外观设计	2018.07.12	原始取得
64	公司	杯子（小眼睛杯）	201830375448.0	外观设计	2018.07.12	原始取得
65	公司	杯子（大号 CC 杯）	201830375472.4	外观设计	2018.07.12	原始取得
66	公司	杯子（随行杯）	201830375449.5	外观设计	2018.07.12	原始取得
67	公司	桌面杯（1）	201830375476.2	外观设计	2018.07.12	原始取得
68	公司	咖啡壶	201830375479.6	外观设计	2018.07.12	原始取得
69	公司	桌面杯（2）	201830375806.8	外观设计	2018.07.12	原始取得
70	公司	轻量杯	201830375809.1	外观设计	2018.07.12	原始取得
71	公司	杯子（子弹头）	201830375823.1	外观设计	2018.07.12	原始取得
72	公司	运动瓶（小口真空运动瓶）	201830612961.7	外观设计	2018.10.31	原始取得
73	公司	杯子（真空桌面杯）	201830612971.0	外观设计	2018.10.31	原始取得
74	公司	杯子（运动 Tritan 杯）	201830765337.0	外观设计	2018.12.28	原始取得
75	公司	杯子（双头桌面泡茶杯）	201830765344.0	外观设计	2018.12.28	原始取得
76	公司	杯子（双头泡茶拎环杯)	201830765393.4	外观设计	2018.12.28	原始取得
77	公司	杯子（速冷杯）	201930017962.1	外观设计	2019.01.14	原始取得
78	公司	杯子（健身弹跳杯）	201930017963.6	外观设计	2019.01.14	原始取得
79	公司	杯子（吸管杯）	201930018044.0	外观设计	2019.01.14	原始取得
80	公司	杯子（轻量杯）	201930018045.5	外观设计	2019.01.14	原始取得
81	公司	一种保温杯杯盖测泄漏装置及保温杯自动化生产设备	201811017886.5	发明专利	2018.09.03	受让取得
82	公司	一种保温杯旋压装置	201921770653.2	实用新型	2019.10.22	原始取得

序号	专利权人	专利名称	专利号	专利类型	专利申请日	取得方式
83	公司	一种测量杯盖密封性的装置	201921770655.1	实用新型	2019.10.22	原始取得
84	公司	一种保温杯水转印用固定装置	201921770657.0	实用新型	2019.10.22	原始取得
85	公司	一种设置有测气装置的杯子焊接生产线	201921770677.8	实用新型	2019.10.22	原始取得
86	公司	一种设置有推片盖组件的保温杯	201921886406.9	实用新型	2019.11.05	原始取得
87	公司	一种防喷溅弹跳吸管杯盖	201922157792.4	实用新型	2019.12.05	原始取得
88	公司	一种方便喝水的防倾洒水杯	201910914805.X	发明专利	2019.09.26	原始取得
89	公司	保温杯（S3106V）	202030202230.2	外观设计	2020.05.05	原始取得
90	镁歌贸易	杯子套件	201730480060.2	外观设计	2017.10.10	受让取得
91	镁歌贸易	水杯	201730280461.3	外观设计	2017.06.29	受让取得
92	镁歌贸易	杯子	201730411684.9	外观设计	2017.09.01	受让取得
93	镁歌贸易	杯子	201730113032.7	外观设计	2017.04.07	受让取得
94	镁歌贸易	一种杯盖及杯子	201720363438.5	实用新型	2017.04.07	受让取得
95	镁歌贸易	杯子	201630514905.0	外观设计	2016.10.21	受让取得
96	镁歌贸易	一种杯盖及水杯	201620907740.8	实用新型	2016.08.18	受让取得
97	镁歌贸易	杯子	201630155138.9	外观设计	2016.04.29	受让取得
98	镁歌贸易	杯子	201630133495.5	外观设计	2016.04.20	受让取得
99	镁歌贸易	水杯（具有固体盛放功能）	201530343564.0	外观设计	2015.09.08	受让取得
100	镁歌贸易	一种液体容器的盖体及液体容器	201520690959.2	实用新型	2015.09.08	受让取得
101	镁歌贸易	水杯（具有固体盛放功能）	201530344104.X	外观设计	2015.09.08	受让取得
102	镁歌贸易	储物罐	201530191462.1	外观设计	2015.06.12	受让取得
103	镁歌贸易	一种储藏容器及其组成部件	201520403883.0	实用新型	2015.06.12	受让取得
104	镁歌贸易	一种储物盒及其盒体、盒盖和锁扣	201510243217.X	发明专利	2015.05.13	受让取得
105	镁歌贸易	食品容器	201430447831.4	外观设计	2014.11.14	受让取得

序号	专利权人	专利名称	专利号	专利类型	专利申请日	取得方式
106	镁歌贸易	带储藏盒的水瓶	201420492436.2	实用新型	2014.08.29	受让取得
107	镁歌贸易	食物容器（随行1）	201430261057.8	外观设计	2014.07.29	受让取得
108	镁歌贸易	水瓶	201430260962.1	外观设计	2014.07.29	受让取得
109	镁歌贸易	旅行壶	201430065030.1	外观设计	2014.03.26	受让取得
110	镁歌贸易	儿童旅行壶	201430064561.9	外观设计	2014.03.26	受让取得
111	镁歌贸易	具有隐藏式拎绳的瓶盖	201420122053.6	实用新型	2014.03.18	受让取得
112	镁歌贸易	保温水杯	201330642550.X	外观设计	2013.12.24	受让取得
113	镁歌贸易	保温水瓶	201330642554.8	外观设计	2013.12.24	受让取得
114	镁歌贸易	水杯（随行）	201330642809.0	外观设计	2013.12.24	受让取得
115	镁歌贸易	儿童水瓶	201330642552.9	外观设计	2013.12.24	受让取得
116	镁歌贸易	瓶塞	201330642551.4	外观设计	2013.12.24	受让取得
117	镁歌贸易	用于吸管杯的杯盖	201320837319.0	实用新型	2013.12.18	受让取得
118	镁歌贸易	水瓶	201330541234.3	外观设计	2013.11.12	受让取得
119	镁歌贸易	翻盖式运动瓶盖	201320464593.8	实用新型	2013.07.31	受让取得
120	镁歌贸易	用于水杯的茶隔密封圈	201320461640.3	实用新型	2013.07.31	受让取得
121	镁歌贸易	密封圈	201330349116.2	外观设计	2013.07.24	受让取得
122	镁歌贸易	旅行壶	201330190540.7	外观设计	2013.05.20	受让取得
123	镁歌贸易	运动水壶	201330190620.2	外观设计	2013.05.20	受让取得
124	镁歌贸易	旅行壶	201330191171.3	外观设计	2013.05.20	受让取得
125	镁歌贸易	保温杯	201330018753.1	外观设计	2013.01.22	受让取得
126	镁歌贸易	玻璃水瓶	201330007595.X	外观设计	2013.01.11	受让取得

3、土地使用权

截至本招股说明书签署日，公司拥有的自有土地使用权情况如下：

序号	使用权人	证书编号	坐落	面积（平方米）	权利期限	用途	权利性质	他项权利
1	公司	浙（2020）武义县不动产权第 0007345 号	武义县白洋街道牛背金村金牛路 1 号	57,530.50	2054.01.09	工业	出让	已抵押
2	公司	浙（2018）武义县不动产权第 0005277 号	武义白洋工业区金牛路 3 号（牛背金）	21,021.40	2053.11.22	工业	出让	-
3	公司	浙（2019）武义县不动产权第 0006972 号	武义县金牛路以北原浙江兄弟铜铝管 1 号待出让地块	36,112.54	2069.08.21	工业	出让	-

（三）公司获得的相关资质、荣誉和奖项

1、公司获得的相关资质

截至本招股说明书签署日，公司拥有的主要资质如下表所示：

序号	权利人	名称	编号	核发单位	有效期/有效期至
1	公司	全国工业产品生产许可证	浙 XK16-204-02480	浙江省质量技术监督局	2022.12.24
2	公司	排污许可证	91330723762512117A002Q	金华市生态环境局	2020.04.24-2023.04.23
3	公司	城镇污水排入排水管网许可证	浙武排字第 2016579 号	武义县住房和城乡建设局	2016.11.14-2021.11.13
4	公司	高新技术企业证书	GR201733002394	浙江省科学技术厅等四部门	2020.11.12
5	公司	对外贸易经营者备案登记表	02281481	对外贸易经营者备案登记（浙江武义）	2018.07.18 起
6	公司	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	3307960730	中华人民共和国金华海关	2017.11.29 起
7	公司	出入境检验检疫报检企业备案表	3302006740	浙江出入境检验检疫局	2017.11.29 起
8	公司	食品经营许可证	JY33307230134574	武义县市场监督管理局	2022.10.26
9	公司	质量管理体系认证证书	00119Q39917R1L/3300	中国质量认证中心	2022.11.23
10	公司	环境管理体系认证证书	17320E20485R1M	北京中交远航认证有限公司	2023.10.31
11	公司	职业健康安全管理体系认证证书	17317S20196R0M	北京中交远航认证有限公司	2020.10.31
12	公司	知识产权管理体系认证证书	18119IP4926R0M	中规（北京）认证有限公司	2022.09.29

2、公司及公司产品获得的主要荣誉、奖项

截至本招股说明书签署日，公司及公司产品获得的主要荣誉及奖项如下表所示：

序号	荣誉、奖项名称	取得时间	颁发部门
1	金华市人民政府质量奖	2020.02	金华市人民政府

序号	荣誉、奖项名称	取得时间	颁发部门
2	2019 年度金华市级隐形冠军企业	2019.12	金华市经济和信息化局
3	“浙江制造”认证证书	2019.12	浙江制造国际认证联盟、杭州万泰认证有限公司
4	金华市专利示范企业	2019.11	金华市市场监督管理局
5	“浙江制造”认证证书	2018.12	浙江制造国际认证联盟、杭州万泰认证有限公司
6	2017 年度金华市诚信企业	2018.05	中共金华市委宣传部、金华市商务局、金华市人民政府国有资产监督管理委员会
7	武义县政府质量奖	2018.02	武义县人民政府
8	金华名牌产品证书	2018.01	中共金华市委宣传部、金华市商务局、金华市人民政府国有资产监督管理委员会
9	浙江五金名品	2018.01	浙江省五金制品协会
10	浙江出口名牌	2018.01	浙江省商务厅
11	浙江名牌产品证书	2017.12	浙江省质量技术监督局
12	金华市著名商标证书	2015.12	金华市市场监督管理局

（四）发行人特许经营权的情况

截至本招股说明书签署日，公司不拥有特许经营权。

七、发行人核心技术及研发情况

（一）公司核心技术情况

1、发行人的核心技术及其来源

经过多年积累，公司拥有了较为雄厚的研发设计实力，核心技术优势体现在不锈钢真空保温器皿领域中的设计制造能力。公司产品设计开发的技术以自主研发为主，拥有核心自主知识产权。除以下主要核心技术外，公司还持续对现有技术进行优化、提高生产线的自动化程度、加强生产设备技改升级，从而不断提高产品质量和生产效率，满足国内外客户的需求，提升公司自身的盈利能力、市场竞争力和可持续发展能力。

公司主要核心技术及技术说明如下：

序号	技术名称	应用	技术来源	对应的专利及非专利技术
1	超薄不锈钢焊接圆管合金密封液压成形技术	水胀工序	自主研发	201621278411.8、201621278266.3
2	真空气染印技术	产品的表面处理	自主研发	非专利技术

序号	技术名称	应用	技术来源	对应的专利及非专利技术
3	轻量旋薄技术	轻量产品	自主研发	201830375809.1、201930018045.5
4	智能温显技术	保温壶产品的盖体结构	自主研发	201821033616.9
5	不锈钢保温杯新型表面处理技术	杯子的表面处理	自主研发	非专利技术
6	不锈钢保温杯轧花技术	产品表面处理	自主研发	201630583186.8
7	不锈钢螺纹的精密成型加工技术	滚螺纹工序	自主研发	201621278281.8
8	玻璃载银离子抗菌剂在保温容器上的应用	抗菌产品	自主研发	非专利技术
9	塑胶螺纹模具精密加工技术	杯盖螺纹	自主研发	201721834726.0、201721835761.4
10	智能娱乐系统在不锈钢真空保温器皿上的应用	智能杯	自主研发	201920506698.2
11	水性有机硅表面喷涂技术	内喷涂	自主研发	非专利技术

公司上述核心技术主要应用于各类不锈钢真空保温器皿的生产。依托上述核心技术，公司已申请多项专利。公司上述核心技术均为自主研发取得，不存在从第三方受让核心技术的情况。

2、发行人核心技术的先进性及具体表征

（1）核心技术基本情况

①超薄不锈钢焊接圆管合金密封液压成形技术

独特的高密封结构设计，无牛筋密封，解决液压成型过程中凹点不良多的问题；采用自主研制的注水增压缸控制系统，解决了高压密封过程水介质的均衡供给和自动控制；采用新模具加工不锈钢杯体，可节约原材料约 10%。

②真空气染印技术

采用两次分段烘烤工艺：在杯体表面喷涂底漆并加热，杯体表面的高热将使染料产生热膨胀，底漆更好地附着于杯体表面。然后在杯体表面包覆染纸，再次蒸汽加压，使染料渗透扩散到杯体表面的内部，使之不容易脱落，增强气染印后的耐磨性。

自主开发气染法印花工艺：将包覆有图案的染纸与杯子放进高温中进行瞬间烘烤处理，包覆染纸可以碳化分解，没有纸张和染料残留，减少固废污染。

烘烤工艺的创新设计：在进行瞬间高温烘烤处理时，染料温度升高到 180℃，使印染纸上的染料所形成的花纹气化并附着于杯子的表面，所得到的杯体表面图案色彩绚丽且多元。

③轻量旋薄技术

公司与设备厂家共同开发的三轴三轮旋薄机，可将保温容器的不锈钢内胆厚度由 0.4mm 旋薄到 0.07mm，使产品更加轻便，可节省约 2/3 的内胆不锈钢材料。

内胆底部采用小圆弧激光焊接技术，与内胆平滑过渡，产品一体成型，更加美观。

在旋薄产品上采用镜面电解技术，不锈钢保温器皿内壁更加光亮，视觉更加美观，在盛装食物、饮料后易清洗，不留残污。

④智能温显技术

目前行业内有少数品牌开始涉足智能杯领域，但产品功能相对单一。公司开发了具有智能温度显示功能的按压出水保温壶，产品无需充电，具有可换电池结构，使用纽扣电池可以续航三年，开关的使用寿命达 3 万次以上。此外，公司研发设计的便携式开关结构，使用时仅需单手操作即可开盖注水。

⑤不锈钢保温杯新型表面处理技术

公司掌握了渐变混合喷涂技术，使原本单一的喷涂工艺变得更加丰富。由机器人持枪喷涂，确保喷涂位置及喷涂量的精确性，使产品表面色彩更均匀，产品质量更稳定。在第一道喷涂后，不需要高温烘烤即可进行第二次喷涂，节省了工序，增强了公司的表面处理能力，提高了市场竞争力。

⑥不锈钢保温杯轧花技术

不锈钢保温杯轧花技术可以给产品的表面图案带来立体感，表达形式更加丰富，经轧花处理的产品更防滑。同时较好地解决了经轧花的产品真空合格率降低的技术问题，公司生产的不锈钢真空轧花杯的真空合格率达到 97%以上。

⑦不锈钢螺纹的精密成型加工技术

在短行程的螺纹杯口采用不锈钢螺纹精密成型加工技术，解决螺纹咬合不充分的问题，使螺纹的起点到终点始终保持合格的尺寸。应用此技术后，不锈钢真

空保温器皿杯口螺纹高度可以从常规的 0.75mm 增加到 1.1mm，使杯体和杯盖螺纹咬合更紧密，产品品质得到有效提升。

⑧玻璃载银离子抗菌剂在保温容器上的应用

公司将玻璃载银离子抗菌剂应用于保温容器生产，使用含有抗菌效果的塑料和不锈钢原材料，或在杯体内、外壁喷涂抗菌剂，所使用的抗菌剂通过了多项食品检测要求，产品内壁和杯口全部具有抗菌作用，具有安全、长效、抑菌效果显著的优点，满足消费者日益提高的健康、安全、环保需求。

⑨塑胶螺纹模具精密加工技术

公司自主开发设计的塑胶螺纹加工装置，能有效提高螺纹模具精度，提高加工效率，便于模具维修，解决杯盖螺纹滑牙及尺寸不稳定等问题。

⑩智能娱乐系统在不锈钢真空保温器皿上的应用

该技术结合了潮流热点，在保温杯盖中置入电脑芯片，连接网络后可自报水温、天气，收听广播、音乐，按照设置的时间间隔提示及时饮水，还可以实现语音互动。该产品将智能娱乐系统缩小后与保温容器相结合，丰富了保温容器产品的应用场景，增强了娱乐功能。

⑪水性有机硅表面喷涂技术

水性有机硅材料无油性，对环境无污染，在高温烘烤后表面硬度非常高，涂层不易脱落。经水性有机硅喷涂的产品具有易清洁、抗腐蚀、绿色环保的特点，在清洗保温容器内胆时无需添加去污剂，仅需清水即可冲洗干净。使用本技术后，不锈钢杯体无需经过电解加工，可以节省工序，减少环境污染。

（2）核心技术与同行业的对比

公司核心技术和行业传统技术的对比如下：

序号	技术名称	行业传统技术特点	公司核心技术特点
1	超薄不锈钢焊接圆管合金密封液压成形技术	保温杯行业内水胀成形的模具主要采取牛筋外封或牛筋内封两种结构，是一种比较经济实用且较简单的模具结构，但产品存在凹点不良率高、长短不齐的问题。	公司研发的合金密封液压成形技术可以解决牛筋磨损导致的杯体长短不一问题和牛筋碎屑导致的凹点较多问题，达到节省材料的目的。

序号	技术名称	行业传统技术特点	公司核心技术特点
2	真空气染印技术	行业内传统的底漆喷涂工艺，用棉线缠绕杯身后进行低温短暂烘烤，使图案吸附于杯身。	1、经过自主研发创新，设置独特的底漆配方参数和烤漆参数； 2、对染印纸的涂料改性，增加图案的渗透性； 3、采用真空吸塑包覆，使图案全方位贴合杯身，减少图案皱褶、歪曲等品质问题。
3	轻量旋薄技术	行业内主要采用两轴两轮的方式旋薄，旋薄的厚度在0.1~0.15mm，并且只能用较高的圆周焊接，因旋薄后杯身太薄焊接小圆弧底时会导致杯身变形。	独特的三轴三轮的旋薄装置会让产品质量更加稳定，产品更加光洁，可调节性更强，刀具的承压力更大，可将不锈钢内胆旋薄至0.07mm；在焊接时采用小圆弧底，将内胆焊缝最小化，产品更美观。
4	智能温显技术	行业内已有温显保温杯产品，少数品牌在2019年推出了温显保温壶产品，但只能在螺纹旋转盖上实现温显功能。	公司设计生产的温显保温壶产品解决了温度显示模块的安装结构问题，能快速拆装电池，同时保留了便利的保温壶开关功能，单手操作即可取开盖体并注水。
5	不锈钢保温杯新型表面处理技术	行业内主要采用的是单色喷涂方法，少数工厂能做双色喷涂，但只能做横向的渐变双色喷涂。	通过对设备的改进和工艺改良，在喷涂工序可完成单色—双色渐变和横向—纵向的多色渐变。
6	不锈钢保温杯轧花技术	行业内主要采用滚压和涨形方式形成立体图案，但获得的图案不够立体清晰，仅限于少数形状的图案，应用范围较小。	内外模具采用4轴精雕，通过设备改良，加大油缸的增压力，使内外模具能同步启动、同步止转，达到内外图案完全嵌合，无偏差，使图案更完整，适用的图案种类更广范。
7	不锈钢螺纹的精密成型加工技术	行业内主要采用渐变螺纹加工，对螺纹深度要求较低，起牙和收尾都不饱满，导致不锈钢杯体、杯盖的咬合不够紧密。	通过5轴加工设备对螺纹模具精加工，对螺纹模具的起始点和收尾点进行旋转加工，保证螺纹的精度。改良后的模具可使产品螺纹高度增加 0.3mm 以上，提高了产品的密封性和安全性。
8	玻璃载银离子抗菌剂在保温容器上的应用	行业内多采用在杯体内添加紫外线的方式，利用紫外线达到抗菌、抑菌效果。但是紫外线对人体有一定的危害，开启和关闭均需人工操作，没有主动抗菌、抑菌效果。	公司采用纳米抗菌技术，在高温作用下使抗菌材料附着在内胆表面及塑件表面，无需人工操作，使保温食品容器在各种环境、温度下都能主动、有效发挥抗菌作用。
9	塑胶螺纹模具精密加工技术	行业内的塑胶螺纹模具是通过数控车床车加工成型，然后手工抛光处理，加工周期长、模具维修不方便，精确性不高。	公司开发的塑胶螺纹模具加工装置可数控调节模具运动轨迹，解决了在车床转动的情况下手工抛光的危险性，实现数字化精加工，方便后期维修，有效降低成本，安全性得到显著提升。

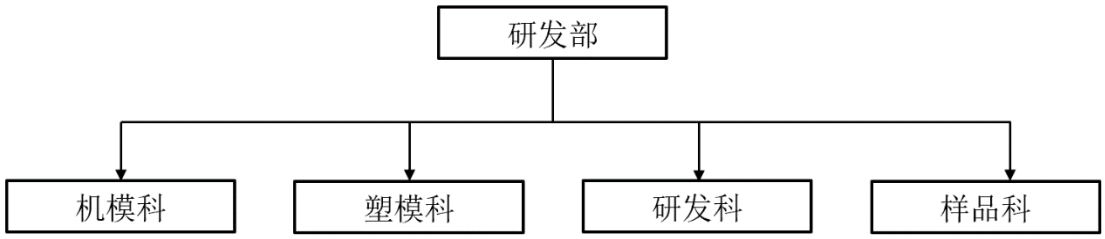
序号	技术名称	行业传统技术特点	公司核心技术特点
10	智能娱乐系统在不锈钢真空保温器皿上的应用	行业内的智能杯产品一般仅具有温度显示和蓝牙音箱功能。	公司设计开发的智能娱乐保温杯产品，兼具温度显示、智能音箱、提示饮水、语音互动及语音留言等多种功能，增加了产品的实用性和趣味性。
11	水性有机硅表面喷涂技术	行业内主要采用电解方式对内胆进行加工。部分国外品牌采用特氟龙喷涂，喷涂后的产品易清洁、抗腐蚀。	公司选择更安全、环保的水性有机硅材料对内胆进行喷涂，该喷涂材料无可燃性，与水兼容，无油性，与行业内常用的喷涂材料相比，水性有机硅材料在烘烤后更坚硬、耐磨，产品使用寿命更长，同时具有易清洗、抗腐蚀的特点。

（二）公司的研发情况

1、研发机构设置

公司为国家级高新技术企业，除了在武义建立研发中心之外，还在上海设立创新中心。此外，公司拟通过首次公开发行募集资金投资建设研发检测中心，进一步提高公司的研发能力和自主创新能力，保证公司产品技术先进性的同时不断扩充、完善公司产品线，巩固并强化公司的行业地位。

公司研发机构的具体设置情况如下：



2、研发项目投入构成及其占比情况

2017 年至 2019 年，公司的研发投入情况及其占营业收入的比例如下表所示：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
研发费用（万元）	2,000.87	1,816.07	1,229.84
营业收入（万元）	40,496.11	37,644.88	34,007.16
研发费用占营业收入的比例	4.94%	4.82%	3.62%

3、与其他单位合作研发的情况

公司积极对外开展技术交流与合作，与浙江大学、浙江科技学院等高等院校，与东莞市烨盈制模有限公司、东莞市守恒自动化设备有限公司等外部机构建立了

紧密的产学研合作。通过产、学、研合作和积极的技术交流，公司能够掌握技术前沿并及时转化为生产力。

报告期内，公司与高等院校和外部机构的合作情况如下：

序号	项目名称	签订时间	合同有效期	甲方	乙方	技术目标	实际项目成果	报告期累计投入金额	进展情况
1	研发服务——“活力”系列保温产品开发	2019.03	2019.03.28-2019.12.30	公司	东莞市烨盈制模有限公司	产品封水结构设计。	实用新型专利“一种智能温显盖”，专利号 201920506698.2	100 万元	已结束
2	研发服务——塑胶模具制造技术指导	2018.03	2018.03.08-2019.03.07	公司		完成绞牙模具的制造与标准化指定。	实用新型专利“一种保温杯杯盖的开关锁止结构”，专利号 201821026685.7	100 万元	已结束
3	间歇式圆盘智能抛光机研制	2018.07	2018.07.18-2018.12.28	公司	东莞市守恒自动化设备有限公司	完成间歇式圆盘智能抛光机的结构设计及试样试制，研究完成后能实现多工序一机作业，提高产品质量和生产效率；并高效除尘改善工作环境。	实用新型专利“一种自动抛光机”，专利号 201721776465.1 及五台间歇式圆盘智能抛光机	258 万元	已结束
4	不锈钢保温杯新型表面处理的应用研究	2017.05	2017.05.03-2018.05.02	公司	浙江大学	完成水性纳米改性防腐涂料的配方设计及合成方法，改性后提高产品硬度、附着力、低 VOC 排放、安全、环保等特性。	非专利技术	-	已结束
5	产学研合作	2015.09	2015.09.18-2017.09.17	浙江科技学院机械与汽车工程学院	公司	研发高性能、高附加值的保温容器新产品；应用新技术进一步提升产品的应用性能，提升外观工业设计水平等。	非专利技术	-	已结束
6	校企合作协议	2020.09	2020.09.10-2023.08.01	金华职业技术学院	公司	通过人才培养、科研技术、企业员工培训实现深度合作	非专利技术	-	进行中

注：浙江大学、浙江科技学院机械与汽车工程学院均出具了与公司研发合作的声明：‘虽已进行相关研究，但截至合作协议期限届满，未能形成可以用于实际生产的相关技术，双方同意不再履行该份协议，公司也不需支付研发相关的费用，本协议的终止系合同到期后的自然终止，双方互不承担违约责任。双方并没有就继续开发相关技术进行协商或达成后续协议’。

报告期内，公司与东莞市烨盈制模有限公司（以下简称“东莞烨盈”）的具体合作情况如下：

项目名称	研发时间	研发历程	合作分工及技术投入	人工投入	报告期累计金额投入
研发服务——“活力”系列保温产品开发	2019 年 3 月-2019 年 5 月	完成封水结构的设计，封水材料的选材，塑胶件的分型、进浇及模流分析，研发专利的申请	东莞烨盈派技术人员来公司指导、培训，辅导公司开发；公司投入相关的检测分析设备及仪器仪表设备，并支付研究开发经费和报酬	东莞烨盈：4 人 公司：12 人	公司投入 100 万元
	2019 年 6 月-2019 年 8 月	对封水材料选材进行测试，结构设计进行专利转化			
	2019 年 9 月-2019 年 12 月	跟进产品实验结果，产品试制和生产，东莞烨盈对公司研发人员进行封水结构设计专题培训			
	2020 年 3 月	获得实用新型专利“一种智能温显盖”（专利号：201920506698.2）			
研发服务——塑胶模具制造技术指导	2018 年 3 月-2018 年 6 月	制定模具设计标准，研发专利的申请；	东莞烨盈派技术人员来公司指导、培训，辅导公司开发；公司投入相关的检测分析设备、仪器仪表设备及办公设备，并支付研究开发经费和报酬	东莞烨盈：5 人 公司：18 人	公司投入 100 万元
	2018 年 7 月-2018 年 10 月	设计多种绞牙模具结构，东莞烨盈对公司模具技术人员进行培训			
	2018 年 11 月-2019 年 3 月	东莞烨盈指导模具制造技术要点与检测手段			
	2019 年 7 月	获得实用新型专利“一种保温杯杯盖的开关锁止结构”（专利号 201821026685.7）			

公司与东莞烨盈合作研发中形成了两项实用新型专利，包括“一种智能温显盖”（专利号：201920506698.2）及“一种保温杯杯盖的开关锁止结构”（专利号 201821026685.7）。其中“一种智能温显盖”专利技术主要由外杯盖、温度检测器、处理模块和显示屏组成，能够自动检测杯内的温度并进行显示。

公司拥有 11 项核心技术，其中“智能温显技术”对应的专利为“一种盛水容器的出水以及温显联动控制结构”（专利号：201821033616.9），由公司独立研发取得，专利主要包括盖体、上盖、电路箱体、阻水件以及操作手柄，其通过一套联动结构可同时实现盛水容器出水和温度显示两个功能。公司核心技术不存在主要依靠技术合作或委外研究形式取得的情形。

针对双方合作研发的两项专利成果，东莞烨盈出具了如下声明：

“1.实用新型专利“一种智能温显盖”和“一种保温杯杯盖的开关锁止结

构”系根据本公司在两份《技术开发（委托）合同》项下研究开发的技术成果申请的专利，对嘉益股份申请该等专利权，本公司无异议。

2.因本公司经营过程中，对该等专利无使用需求，本公司自愿放弃该等专利权，同意该等专利权由嘉益股份单独享有，且无需额外支付专利权转让费用。

3.本公司和嘉益股份在《技术开发（委托）合同》履行中不存在任何争议或纠纷。”

4、公司技术储备情况

公司时刻关注不锈钢真空保温器皿相关的新技术应用和知识更新，并顺应时代发展，积极探索人们不断发展的个性化需求和时尚潮流，促进公司持续的创新能力和设计研发能力。

公司目前正在研发的主要项目情况如下：

序号	项目名称	产品类别	开发内容	应用领域	研发阶段
1	TPS 精益生产线的研究与开发	五金制品	提升自动化	加工、生产	开发初期
2	保温杯四色喷涂技术开发	五金制品	工艺技术开发	保温杯表面处理	测试阶段
3	保温杯超疏水纳米表面处理技术研究开发	五金制品	工艺技术开发	保温杯表面处理	测试阶段
4	保温杯迅速降温杯盖的研究开发	五金制品	开发新产品	国内市场	试产阶段
5	恒温加热保温杯的研究与开发	新产品	开发新产品	国内市场	设计阶段
6	保温杯吸气剂自动焊接技术的应用与研究	不锈钢真空保温器皿	开发新产品	加工、生产	试产阶段
7	啤酒桶与啤酒杯系列的保温杯开发	不锈钢真空保温器皿	开发新产品	海外市场	试产阶段
8	竹子、木头等环保材质保温杯盖的研究与开发	不锈钢真空保温器皿	开发新产品	海外市场	试产阶段
9	保温杯内、外表面磁针抛光技术	不锈钢真空保温器皿	生产工艺	加工、生产	测试阶段
10	保温杯内胆粉末喷涂技术	新产品	工艺技术开发	保温杯表面处理	测试阶段

5、公司研发人员情况

公司拥有一支经验丰富、高素质的研发队伍。经过多年发展和培养，公司形成了由核心、高层次及普通设计、研发和技术人员等组成的金字塔型核心技术团队。截至 2020 年 3 月 31 日，公司拥有研发技术人员 111 人，占公司员工总人数的 9.11%，研发技术人员的配备能够适应公司发展的需要。

截至本招股说明书签署日，公司拥有核心研发技术人员具体情况如下：

序号	姓名	公司职务	学历背景	专业职称	入职时间	职责及取得的成果
1	朱中萍	董事、总经理	大专	中级工程师	2004 年	自公司设立开始全面负责公司日常生产经营管理并主持研究开发工作，参与公司多项核心技术的研究开发。作为主要起草人之一参与了《T/ZZB 0994-2019 户外用金属双层口杯》、《T/ZZB 0995-2019 户外用塑料双层口杯》等浙江制造团体标准的起草工作。
2	王炯	监事、总经理助理	大专	-	2015 年	协助总经理进行公司生产管理，主要负责生产设备的自动化、智能化及流水线改造，与外部合作方共同完成不锈钢真空保温器皿生产设备和生产线的改进和开发。
3	李小强	董事、研发部经理、自有品牌项目部经理	大专	中级工程师	2006 年	主要负责超薄不锈钢焊接圆管合金封液压成形、不锈钢器皿耐高温自动喷漆工艺技术、不锈钢保温杯自动化机械抛光和集尘一体化等技术和产品的研发，并获得多项专利；研发的不锈钢真空保温户外杯、全方位出水杯等荣获浙江省省级工业新产品称号。
4	吕帅	研发部项目工程师	本科	中级工程师	2014 年	主要负责超大容量薄壁真空保温杯、保温杯卷边配口焊接结构、杯体内壁防拉丝模具结构、简约高硼硅玻璃杯系列产品、保温杯圆弧旋压技术等技术和产品的研发，并获得多项专利。

为了全面提高科技创新能力，促进公司研发技术进步，公司制定了《企业研究开发组织管理制度》、《科技成果转化的组织实施与激励奖励制度》、《人才培养与提升管理制度》、《科技人员绩效考核管理制度》、《关于鼓励员工内部创业的管理办法》等一系列激励制度，充分调动技术人员的积极性和创造性，鼓励知识产权的成果转化与实施。公司对核心技术人员提供具有市场竞争力的薪酬及福利，并为核心技术人员提供多种培训机会。

最近两年公司的核心技术人员未发生重大变化。公司的核心技术人员保持稳定，有效巩固和提升了公司的持续竞争力。

6、发行人保持技术不断创新的机制、技术储备及技术创新的安排

公司深知技术创新、产品创意对企业发展的重要性，建立完善科学的技术创新、技术储备的机制安排、营造创新创意的良好环境和氛围、形成具有核心竞争力的创新体系，是提升企业核心竞争力的重要保障。

为了保持公司技术的不断创新，公司逐步探索并建立了与公司发展战略相匹配的技术创新机制、技术储备安排，具体情况如下：

（1）公司长期以来注重产品技术研发及设计创新，拥有具有创新思维的设计团队，并在上海成立了研发设计中心搭建了系统的研发平台，紧跟市场潮流，

能在客户确定新产品的研发方向方面主动给出建议，不断推出新产品，与客户形成良性互动。

（2）企业创新、创意的核心是人才，为了引进并留住创新性人才，公司对核心技术人员提供具有市场竞争力的薪酬及福利，并为核心技术人员提供多种培训机会，此外还通过核心骨干员工持股，分享企业成长的收益。公司还制定了《研究开发组织管理制度》、《科技成果转化的组织实施与激励奖励制度》等一系列激励制度，充分调动技术人员的积极性和创造性，鼓励知识产权的成果转化与实施，进一步提高了公司研发人员的积极性。

（3）公司已建立了完善的知识产权管理制度，对知识产权相关协议的签署、知识产权转让许可规则、费用支付方式、侵权行为处理、各部门权责、人员奖惩制度等方面有明确的规定。公司知识产权管理体系的制定和实施，规范了公司的知识产权管理，为公司技术创新活动、技术储备安排等奠定了良好的内部制度保障。

八、发行人境外经营情况

截至本招股说明书签署日，发行人参、控股境外公司的简要情况如下：

饮水科技成立于 2018 年 7 月 23 日，嘉益股份投资金额为 200 万美元，注册地为 4168 Prado De La Puma, Calabasas, California 91302，公司持有其 100%股权。该公司系嘉益股份为在美国建立销售网络，开展研发和销售，发展自有品牌而设立的全资子公司。截至本招股说明书签署日，饮水科技尚未实际开展实质性生产经营。

除此之外，公司未在境外设立其他子公司、分公司、办事处等机构。

第七节 公司治理与独立性

一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度及董事会专门委员会的建立健全及运行情况

（一）报告期内公司治理存在的缺陷及改进情况

公司 2017 年 11 月整体变更设立股份公司前未建立股东会、董事会、监事会等相关法人治理结构，未制订关联交易、对外担保等事项的专项管理制度。

公司整体变更为股份公司后，严格按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《企业内部控制基本规范》和中国证监会有关法律法规的要求，建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度，董事会下设审计委员会、薪酬与考核委员会、战略委员会和提名委员会四个专门委员会。

同时，公司制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《董事会秘书工作细则》等相关制度，明确了股东大会、董事会、监事会、管理层相互之间的权责范围和工作程序，规范了公司日常决策、管理和经营活动。

截至本招股说明书签署日，发行人公司治理规范，不存在重大缺陷。股东大会、董事会、监事会规范运作，独立董事和董事会秘书勤勉尽责，不存在违法违规现象，公司法人治理结构不断完善。

（二）股东大会制度的建立健全及运行情况

公司制定了《股东大会议事规则》，并经股份公司创立大会暨第一次股东大会审议通过，股东严格按照《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定行使自己的权利。股份公司设立后，公司历次股东大会运行规范，会议召开程序、决议内容等符合《公司法》和《公司章程》的有关规定。

截至本招股说明书签署日，报告期内公司股东大会召开情况如下：

序号	时间	会议名称	参会股东所持表决权比例
1	2017 年 11 月 8 日	创立大会	100%
2	2017 年 12 月 8 日	2017 年第一次临时股东大会	100%

序号	时间	会议名称	参会股东所持表决权比例
3	2017 年 12 月 20 日	2017 年第二次临时股东大会	100%
4	2017 年 12 月 26 日	2017 年第三次临时股东大会	100%
5	2018 年 4 月 25 日	2018 年第一次临时股东大会	100%
6	2018 年 5 月 17 日	2017 年年度股东大会	100%
7	2019 年 5 月 9 日	2018 年年度股东大会	100%
8	2019 年 8 月 18 日	2019 年第一次临时股东大会	100%
9	2020 年 3 月 30 日	2019 年年度股东大会	100%
10	2020 年 6 月 4 日	2020 年第一次临时股东大会	100%
11	2020 年 6 月 30 日	2020 年第二次临时股东大会	100%

（三）董事会制度的建立健全及运行情况

在有限责任公司阶段，公司未设立董事会，只设一名执行董事；股份公司设立后，公司设立了董事会，制定了《董事会议事规则》并经股份公司创立大会暨第一次股东大会审议通过。目前公司董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 3 名，董事按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使自己的权利。

股份公司设立后，董事会运行规范，历次董事会的召开程序、出席董事人数、决议内容等均符合《公司法》、《公司章程》的规定，决议内容有效。

截至本招股说明书签署日，公司董事会召开会议情况如下：

序号	召开时间	会议名称
1	2017 年 11 月 8 日	第一届董事会第一次会议
2	2017 年 11 月 24 日	第一届董事会第一次临时会议
3	2017 年 12 月 5 日	第一届董事会第二次临时会议
4	2017 年 12 月 11 日	第一届董事会第二次会议
5	2018 年 1 月 25 日	第一届董事会第三次临时会议
6	2018 年 4 月 10 日	第一届董事会第三次会议
7	2018 年 4 月 26 日	第一届董事会 2017 年年度会议
8	2018 年 7 月 30 日	第一届董事会第四次会议
9	2019 年 3 月 21 日	第一届董事会第五次会议
10	2019 年 4 月 18 日	第一届董事会 2018 年年度会议
11	2019 年 6 月 14 日	第一届董事会第六次会议
12	2019 年 8 月 3 日	第一届董事会第七次会议

序号	召开时间	会议名称
13	2020 年 1 月 15 日	第一届董事会第八次会议
14	2020 年 3 月 10 日	第一届董事会第九次会议
15	2020 年 5 月 20 日	第一届董事会第十次会议
16	2020 年 6 月 14 日	第一届董事会第十一次会议

（四）监事会制度的建立健全及运行情况

在有限责任公司阶段，公司未设立监事会，只设一名监事；股份公司设立后，公司设立了监事会，制定了《监事会议事规则》并经股份公司创立大会暨第一次股东大会审议通过。目前公司监事会由 3 名监事组成，其中职工代表担任的监事 1 名，监事严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使自己的权利。

股份公司设立后，监事会运行规范，历次监事会的召开程序、出席监事人数、决议内容等均符合《公司法》、《公司章程》的规定，决议内容有效。

截至本招股说明书签署日，监事会召开会议情况如下：

序号	时间	会议名称
1	2017 年 11 月 8 日	第一届监事会第一次会议
2	2018 年 4 月 26 日	第一届监事会 2017 年年度会议
3	2018 年 10 月 1 日	第一届监事会第二次会议
4	2019 年 4 月 18 日	第一届监事会 2018 年年度会议
5	2019 年 8 月 3 日	第一届监事会第三次会议
6	2020 年 1 月 15 日	第一届监事会第四次会议
7	2020 年 3 月 10 日	第一届监事会第五次会议
8	2020 年 5 月 20 日	第一届监事会第六次会议
9	2020 年 6 月 14 日	第一届监事会第七次会议

（五）独立董事聘任及履职情况

公司制定了《独立董事工作制度》，保障独立董事履行职责，按规定行使自己的权利。

1、独立董事聘任情况

2017 年 12 月 26 日，公司 2017 年第三次临时股东大会增选了公司第一届董事会成员，其中于雳、李有星和杨俊为独立董事，占董事会成员总数的三分之一，

任期自 2017 年 12 月 26 日至 2020 年 11 月 7 日。

2018 年 4 月 25 日，公司原独立董事杨俊因个人原因辞职，公司 2018 年第一次临时股东大会补选熊伟为公司独立董事，任期自 2018 年 4 月 25 日至 2020 年 11 月 7 日。

2、独立董事履职情况

自公司聘任独立董事以来，公司独立董事依照《公司章程》和《独立董事工作制度》勤勉尽责地履行职权，对需要独立董事审核的事项发表了意见，对完善公司治理结构和规范公司运作发挥了积极的作用，对公司风险管理、内部控制以及公司业务发展提出意见与建议。

截至本招股说明书签署日，未发生独立董事对发行人有关事项提出异议情形。

（六）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

公司设董事会秘书 1 名。2017 年 11 月 8 日，公司第一届董事会第一次会议聘任金学军为公司董事会秘书。

自董事会聘任董事会秘书以来，董事会秘书严格按照《公司章程》、《董事会秘书工作细则》的有关规定筹备董事会和股东大会，认真做好会议记录，并及时向公司股东、董事通报公司的有关信息，建立了与股东的良好关系，为公司治理结构的完善和股东大会、董事会正常行使职责发挥了重要作用。

（七）董事会专门委员会的人员构成及运行情况

2020 年 1 月 15 日，发行人召开第一届董事会第八次会议，决定成立董事会专门委员会，并选举各专门委员会委员。各委员会与组成人员如下：

委员会名称	召集人	主要成员
审计委员会	于雳	于雳、金学军、李有星
战略委员会	戚兴华	戚兴华、朱中萍、李有星
提名委员会	熊伟	熊伟、朱中萍、于雳
薪酬与考核委员会	于雳	于雳、朱中萍、熊伟

公司董事会各专门委员会的主要职责如下：

1、审计委员会的职责

公司制定了《董事会审计委员会工作制度》，规定：本委员会由三名董事组成，审计委员会中独立董事应当占半数以上并担任召集人，且召集人应当为会计专业人士。董事会审计委员会主要职责为：监督及评估外部审计工作，提议聘请或者更换外部审计机构，采取合适措施监督会计师事务所的工作，审查会计师事务所的报告；监督及评估内部审计工作，负责内部审计与外部审计的协调，监督公司内部审计制度及其实施，对内部审计部门的工作程序和工作效果进行评价；审核公司的财务信息及其披露，审核公司重大财务政策及其贯彻执行情况，监督财务运营状况，监控财务报告的真实性和管理层实施财务报告程序的有效性；监督及评估公司的内部控制，审核公司的管理规章制度及其执行情况，检查和评估公司重大经营活动的合规性和有效性；审核公司会计原则、方法或会计政策的实质性变更；法律、法规、规章、规范性文件和《公司章程》规定的以及董事会授权的其他事宜。

2、战略委员会的职责

公司制定了《董事会战略委员会工作制度》，董事会战略委员会的主要职责为：审议公司总体发展战略规划和各专项发展战略规划，并向董事会提出建议；评估公司各类业务的总体发展状况，并向董事会及时提出发展战略规划调整建议；审议公司的经营计划、投资和融资方案，并向董事会提出建议；审议年度财务预算、决算方案，并向董事会提出建议；监督、检查公司经营计划和投资方案的执行情况；评估公司的治理状况，并向董事会提出建议；法律、法规、规章、规范性文件和《公司章程》规定的以及董事会授权的其他事宜。

3、提名委员会的职责

公司制定了《董事会提名委员会工作制度》，董事会提名委员会的主要职责为：研究董事和高级管理人员的选任标准和程序并提出建议；遴选合格的董事人选和高级管理人员人选并对其进行审核并提出建议；审核董事、总经理和董事会秘书候选人；就总经理提名的其他高级管理人员的人选进行审核；拟订高级管理人员及关键后备人才的培养计划；法律、法规、规章、规范性文件和《公司章程》规定的以及董事会授权的其他事宜。

4、薪酬与考核委员会的职责

公司制定了《董事会薪酬与考核委员会工作制度》，董事会薪酬与考核委员会的主要职责为：拟订董事的履职评价办法，董事、监事的薪酬方案（其中监事的薪酬方案征询监事会意见），报经董事会同意后提交股东大会决定；组织董事的履职评价，提出对董事薪酬分配的建议，报经董事会同意后提交股东大会决定；根据监事会对监事的履职评价，提出对监事薪酬分配的建议，报经董事会同意后提交股东大会决定；拟订和审查高级管理人员的考核办法、薪酬方案，并对高级管理人员的业绩和行为进行评估，报董事会批准，涉及股东大会职权的应报股东大会批准；法律、法规、规章、规范性文件和《公司章程》规定的以及董事会授权的其他事宜。

自公司各专门委员会设立以来，严格按照《公司章程》和各专业委员会工作制度的有关规定开展工作，履行了其职责。

二、发行人特别表决权股份情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在特别表决权股份或类似安排的情况。

三、发行人协议控制架构情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在协议控制架构情况。

四、公司内部控制制度情况

（一）发行人管理层对内部控制制度的自我评价

公司已建立了较为合理且符合实际的组织结构，建立了股东大会、董事会和监事会制度及其议事规则等。公司管理层认为，公司现有内部控制制度基本能够适应公司管理的要求，能够对编制真实、公允的财务报表提供合理的保证，能够对公司各项业务活动的健康运行及国家有关法律法规和单位内部规章制度的贯彻执行提供保证。

（二）注册会计师对内部控制制度的评价

天健所出具了《关于浙江嘉益保温科技股份有限公司内部控制的鉴证报告》（天健审[2020]**9269** 号），其结论意见如下：“我们认为，浙江嘉益公司按照《企

业内部控制基本规范》及相关规定于 2020 年 3 月 31 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效性的内部控制。”

五、发行人报告期内违法违规行为情况

报告期内，公司严格按照相关法律法规开展经营，不存在违反工商、税收、住建、环保以及其他法律、行政法规而受到行政处罚的情况。

六、发行人报告期内资金占用和对外担保的情况

公司制定并严格遵守资金管理制度，截至本招股说明书签署日，不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式违规占用的情形。

公司在章程中明确规定了对外担保的审批权限和审议程序，并在实践中严格遵守相关规定。报告期内，发行人不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情形。

七、发行人在资产、人员、财务、机构、业务等方面的独立性

本公司自成立以来，严格按照《公司法》、《证券法》和《公司章程》及其他法律法规和规章制度的要求规范运作，在业务、资产、人员、财务、机构等方面均独立于公司各股东，具有独立完整的供应、生产、销售及研发系统，具有直接面向市场自主经营的能力。

（一）资产完整

公司所拥有和使用的资产主要包括土地、房产、机器设备、无形资产等与生产经营相关的资产以及其他辅助、配套设施，公司对这些资产拥有合法、完整的所有权或使用权。

公司拥有所有权或使用权的资产均在公司的控制和支配之下，不存在被控股股东或其他关联方控制和占用的情况。

（二）人员独立

公司具有独立的劳动、人事、工资等管理体系及独立的员工队伍，员工工资发放、福利支出与股东及其关联人严格分离。本公司董事、监事及高级管理人员

均严格按照《公司法》、《公司章程》规定的程序推选和任免，不存在股东超越公司股东大会和董事会做出人事任免决定的情况。公司总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；公司财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职；公司董事、高级管理人员不存在在公司兼任监事的情形。

（三）财务独立

本公司在财务上规范运作、独立运行，设立了独立的财务部门，配备了独立的财务人员，建立了独立的会计核算体系，独立进行财务决策，具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度。公司开设独立的银行账户，未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户。公司作为独立的纳税人，依法独立纳税。本公司不存在为股东担保，也不存在资产、资金被股东占用或其他损害公司利益的情况。

（四）机构独立

本公司已建立了健全的现代企业管理制度，建立了适应自身发展需要的内部组织机构，各职能机构在人员、办公场所和管理制度等各方面完全独立。公司按照《公司法》等法律法规的要求，建立健全了股东大会、董事会、监事会和经营管理层各司其职的组织结构体系，不存在股东干预本公司正常生产经营活动的情况。

（五）业务独立

公司主要从事日用不锈钢真空保温器皿的研发设计、生产与销售业务。公司业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间同业竞争或显失公平的关联交易。公司具备完整的供、产、销和研发业务环节，配备了专职人员，拥有独立的业务流程。

综上所述，本公司在业务、资产、人员、机构、财务方面与股东及其关联单位相互独立，拥有独立完整的资产结构和生产、供应、销售、研发系统，具有直接面向市场独立经营的能力。

保荐机构认为公司在资产、人员、财务、机构和业务方面的描述是真实、准

确、完整的，公司具有独立、完整的资产和业务体系，具备面向市场独立经营的能力。

（六）稳定性

公司主营业务、控制权、管理团队和核心人员稳定，最近 2 年内主营业务和董事、高级管理人员及核心人员均没有发生重大不利变化；对公司形成共同控制的股东及其控制的其他企业所持发行人的股份权属清晰，最近 2 年控制关系没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

（七）其他对持续经营有重大影响的事项

公司不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

八、同业竞争

（一）同业竞争情况说明

1、控股股东嘉韶云华与发行人不存在同业竞争

公司的主营业务为各种不同材质的饮品、食品容器的研发设计、生产与销售。公司控股股东嘉韶云华主要从事股权管理，嘉韶云华除公司外未投资其他公司，与本公司不存在同业竞争的情况。

2、实际控制人控制的其他企业同业竞争情况

本公司实际控制人戚兴华、陈曙光夫妇所直接或间接控制的其他企业具体情况如下：

序号	公司名称	主营业务	产权控制关系	备注
1	元众新能源	当前未开展实际经营业务	戚兴华、陈曙光合计持有 100%股权	存续
2	加哥网络	当前未开展实际经营业务	陈曙光持有 100%股权	存续

（1）元众新能源

①关于元众新能源的基本情况

元众新能源为嘉益股份实际控制人戚兴华、陈曙光共同出资设立的企业，截至本招股说明书签署日，元众新能源基本情况如下：

公司名称	浙江元众新能源有限公司
公司类型	有限责任公司
公司住所	浙江龙游工业园区金星大道 92 号
法定代表人	戚兴华
注册资本	3,000 万元
股权结构	戚兴华持股 51%，陈曙光持股 49%
成立日期	2010 年 8 月 11 日
经营范围	太阳能电池片、光伏组件发电系统、太阳能发电和加热一体化系统制造、销售；货物进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

报告期内，元众新能源曾于 2017 年从事过食品饮品容器的生产、销售，存在与嘉益股份经营相同业务的情形，2017 年 11 月股份公司设立后，元众新能源未再开展与发行人相同或相似业务。

元众新能源从事食品饮品容器生产、销售业务的背景、过程及目前经营状况如下：

2010 年 8 月元众新能源设立后，该公司注册地与经营地均位于浙江省衢州市龙游工业园区。元众新能源设立后主要生产太阳能电池片、光伏组件发电系统等产品。由于市场环境变化，2013 年元众新能源逐渐停止太阳能及光伏相关产品的生产并对相关设备、资产进行了处置。为解决太阳能及光伏业务停止后厂房闲置及部分员工去向问题，元众新能源 2014 年开始从事塑料杯生产，主要客户为奔迈国际。元众新能源仅有数台注塑机设备，可自行生产塑料杯杯体和塑料配件，对外采购不锈钢杯体、玻璃杯体及其他配件。

报告期内，元众新能源未从事不锈钢真空保温器皿的生产销售，2017 年 3 月及 2017 年 10 月先后停止玻璃杯和塑料杯的组装与生产。2017 年 10 月后元众新能源完全停止食品饮品容器相关业务，处置相关生产设备，实质上已不存在与发行人经营相同或相似业务的情形。

2017 年度元众新能源营业收入及营业毛利情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度
营业收入	720.45
占发行人当期主营业务收入比重	2.13%
营业毛利	196.99
占发行人当期主营业务毛利的比重	2.31%

元众新能源 2017 年度营业收入与毛利占发行人当期主营业务收入与毛利的比例较低，不构成重大不利影响。

2019 年 6 月，元众新能源将“不锈钢制保温杯、汽车杯、不锈钢制、塑料制、玻璃制饮品、食品容器制造、销售”从经营范围中删除，至此，元众新能源与嘉益股份在经营范围上亦不存在重叠。

截至报告期末，元众新能源与嘉益股份不存在同业竞争的情况。

经核查，保荐机构认为嘉益股份与元众新能源不存在构成重大不利影响的同业竞争的情形。

②元众新能源经营情况

截至本招股说明书签署日，元众新能源未开展经营活动，无客户、供应商资源，与公司不存在重叠客户、供应商的情形。

③元众新能源人员情况

截至本招股说明书签署日，元众新能源仅外聘两名兼职管理人员，兼职人员不存在于公司或曾于公司任职的情形。

④元众新能源相关生产设备的处置安排

元众新能源历史上曾从事塑料杯的生产，生产模式简单、业务规模较小，其主要生产设备包括注塑机、输配电设备、包装台、推车以及废水废气处理设备等。2017 年元众新能源停止塑料杯生产后，已向第三方返还租赁的注塑机设备；包装台等设备由于属于定制设备，再利用价值较低已经作为废旧物资对外处置；剩余输配电设备、废水及废气等处理设备处于闲置状态。

根据 2020 年 8 月《龙游县人民政府关于同意收储浙江元众新能源有限公司国有土地使用权的批复》（龙政发【2020】61 号），龙游县人民政府拟对元众新能源位于龙游经济开发区金星大道 92 号的 50,000 平方米的国有土地使用权及地上建筑物附着物进行补偿收储。2020 年 8 月 24 日，元众新能源已与龙游县国土整治和征收储备中心及浙江龙游经济开发区管委会签订国有土地使用权收储协议。2020 年 8 月，元众新能源与龙游永力钢结构有限公司签订资产转让协议，将剩余闲置输配电设备、废水废气处理设备及其他价值较低的全部闲置设备转让给该公司。龙游永力钢结构有限公司与发行人控股股东、实际控制人及其关联方不存在关联关系。

截至本招股说明书签署日，元众新能源尚未完成土地、房屋的交付。

不存在由发行人控股股东、实际控制人及其关联方承接元众新能源相关资产的情形。

（2）加哥网络

报告期内加哥网络未开展实际生产经营活动，经营范围与公司未重合，加哥网络具体情况如下：

公司名称	上海加哥网络科技有限公司
公司类型	有限责任公司
公司住所	上海市闵行区闵北路 88 弄 1-30 号第 22 幢 CV128 室
法定代表人	陈曙光
注册资本	50 万元
成立日期	2016 年 11 月 10 日
经营范围	从事网络科技、电子科技领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让，包装材料、服装服饰及辅料、鞋帽、箱包、针纺织品、化妆品、珠宝首饰、工艺礼品、玩具、家用电器、办公用品及设备、医疗器械、汽摩配件、电子产品、五金交电、建材、花卉苗木、食用农产品的销售，旅游咨询，商务咨询，文化艺术交流策划，市场营销策划，展览展示服务，图文设计制作，房屋租赁，房地产信息咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

截至本招股说明书签署日，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争情况。

3、实际控制人的近亲属控制的其他企业与发行人不存在同业竞争的说明

公司名称	武义东达塑料制品有限公司
公司类型	有限责任公司
公司住所	浙江省金华市武义县熟溪街道东南工业区（端村）
法定代表人	陈向东
注册资本	50 万元
股权结构	陈向东持股 80%，徐平持股 20%
成立日期	2017 年 3 月 24 日
经营范围	日用塑料制品、塑料零部件、不锈钢制品的制造、加工、销售；货物进出口、技术进出口（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

陈向东为公司实际控制人之一陈曙光的兄弟，报告期内，陈向东控制的企业武义东达从事塑料杯、不锈钢杯的生产、销售业务。武义东达具体情况如下：

（1）武义东达在历史沿革、资产、人员、业务、技术、财务等方面与发行人的关系

①设立背景

2015 年 2 月，武义东达塑料制品厂设立，陈向东担任武义东达塑料制品厂经营者，主要从事塑料杯的生产、销售业务。因生产经营需要，2017 年 3 月，陈向东申请注销武义东达塑料制品厂，并申请设立武义东达。武义东达承接了武义东达塑料制品厂的资产、相关业务以及债权债务。

②历史沿革及股权变动

2017 年 3 月，陈向东出资 40 万元、持股 80%，徐平出资 10 万元、持股 20%，共同设立了武义东达，从事塑料杯的生产、销售业务，法定代表人为陈向东。武义东达自设立后未发生过注册资本和股权结构变化。

③主要产品

报告期内，武义东达的主要产品为塑料杯。

④主要经营规模及财务数据（财务数据未经审计）

报告期内，武义东达的经营规模及主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日 /2019 年度	2018 年 12 月 31 日 /2018 年度	2017 年 12 月 31 日 /2017 年度
资产总额	608.16	418.20	511.90
净资产	248.61	198.11	163.93
营业收入	1,515.81	1,371.26	2,170.99
净利润	50.05	36.16	39.04

⑤报告期内主要客户与供应商情况

A.前五大客户

年度	序号	客户名称	销售含税金额（万元）
2020 年 1-3 月	1	武义启越家居用品有限公司	66.61
	2	永康市瑞科商贸有限公司	32.59
	3	武义鑫诚日用品有限公司	24.23
	4	宁波和煦进出口有限公司	21.95
	5	永康市万翔进出口有限公司	9.42
	合计		**154.81**
2019 年度	1	永康市瑞科商贸有限公司	684.44
	2	武义鑫诚日用品有限公司	367.55
	3	武义启越家居用品有限公司	291.58
	4	宁波和煦进出口有限公司	184.93
	5	永康市万翔进出口有限公司	108.14
	合计		**1,636.65**
2018 年度	1	永康市瑞科商贸有限公司	514.45
	2	武义鑫诚日用品有限公司	290.56
	3	永康市兴邦工贸有限公司	196.02
	4	武义启越家居用品有限公司	184.59
	5	宁波和煦进出口有限公司	119.32
	合计		**1,304.95**
2017 年度	1	淄博广厚国际贸易有限公司	1,057.18
	2	永康市瑞科商贸有限公司	306.36
	3	武义鑫诚日用品有限公司	273.99
	4	浙江一达通企业服务有限公司	239.86
	5	永康市万翔进出口有限公司	165.29

年度	序号	客户名称	销售含税金额（万元）
	合计		**2,042.68**

注：2017 年度的客户与供应商信息已包含 2017 年 1-3 月武义东达塑料制品厂的交易数据。

B.前五大供应商

年度	序号	供应商名称	采购含税金额（万元）
2020 年 1-3 月	1	宁波特升贸易有限公司	46.42
	2	宁波塑昌贸易有限公司	34.80
	3	武义县新兴文教用品厂	10.00
	4	苏州宇智宸新材料有限公司	8.13
	5	武义康源家居用品有限公司	6.79
	合计		**106.13**
2019 年度	1	江西震平实业有限公司	273.44
	2	江西省南洋国际实业有限公司	238.35
	3	宁波塑昌贸易有限公司	192.74
	4	金华英豪汽车有限公司	87.00
	5	江西宇茂塑胶有限公司	65.78
	合计		**857.31**
2018 年度	1	宁波塑昌贸易有限公司	261.19
	2	上海鸿网贸易有限公司	147.07
	3	江西省南洋国际实业有限公司	146.60
	4	武义鑫特五金厂	90.50
	5	东莞翌铖新材料有限公司	86.02
	合计		**731.39**
2017 年度	1	武义金腾杯业有限公司	459.01
	2	宁波塑昌贸易有限公司	419.20
	3	金华恩图日用品有限公司	216.36
	4	宁波成阳兴模具有限公司	178.97
	5	浙江美塑成塑料工贸有限责任公司	114.14
	合计		**1,387.67**

⑥资产

武义东达独立拥有与生产经营有关土地、厂房、机器设备等财产的所有权或使用权，发行人与武义东达之间不存在互相占用资产或资金的情况，公司及其子公司与武义东达保持独立。

⑦业务和技术

武义东达自设立以来仅生产、销售塑料杯和不锈钢杯，并通过外贸公司或经销商对外销售，不具备不锈钢真空保温器皿的生产能力，未形成自有品牌和专有技术。发行人经过多年积累，采用 OEM、ODM 业务模式与国际知名品牌商进行合作，在拓展国际市场业务的基础上，通过自创和收购的方式形成了自有品牌。公司拥有了较为雄厚的研发设计实力，核心技术优势体现在不锈钢真空保温器皿领域中的设计和制造能力。公司产品设计开发的技术以自主研发为主，拥有核心自主知识产权。

公司独立进行产品的技术研发、生产和销售，具有独立的知识产权。公司具有独立生产经营决策能力，与武义东达的业务和技术各自独立。

⑧生产经营场地

武义东达主要厂房位于武义县熟溪街道东南工业区，嘉益股份的厂房位于武义县白洋街道牛背金村金牛路。公司与武义东达的经营场所各自独立，不存在共用厂房、车间的情况。

⑨人员

A.人员交叉任职情况

报告期内，武义东达的人员未在公司任职或领薪，公司人员亦未在武义东达处任职或领薪。公司的董事、监事及高级管理人员均严格按照《公司法》及《公司章程》等有关规定产生，公司的总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员均专职在公司工作并领取薪酬，未在武义东达担任职务或领取薪酬；公司与武义东达均独立招聘员工，签署劳动合同，不存在相互影响人事任免及管理的情形。公司与武义东达人员保持独立。

B.武义东达核心技术来源与核心技术人员：

武义东达的主营业务为塑料杯的生产、销售，塑料杯的生产技术为行业内较为传统的注塑、吹塑两步法工艺；武义东达不具备不锈钢器皿独立生产能力，不锈钢杯为外购不锈钢杯体与自行生产的塑料杯盖进行组装。自设立以来，武义东达在生产过程中未形成专利技术与专有技术，武义东达无核心技术人员。报告期内，武义东达与公司不存在人员混同的情形。

⑩供应商和客户、采购和销售渠道与发行人的重叠情况

A.客户、销售渠道重叠情况

报告期内，公司与武义东达不存在客户重合的情形。公司主要客户为国际知名的食品、饮品容器品牌商，而武义东达主要通过外贸公司、经销商等渠道进行销售，双方主要客户及销售渠道互不相同。

武义东达的客户来源较为单一，主要为与既有客户持续合作中发现新的合作机会并促成新的交易。武义东达从未参加展会与对外推广活动，报告期内武义东达不存在与公司相互转介客户的情形。

B.供应商、采购渠道重叠情况

报告期内，因双方均生产销售塑料杯、不锈钢杯类产品，且同处武义县，周围金属制品产业链聚集、完善，武义东达供应商与公司供应商存在少数重叠情况，所采购的内容主要为塑料粒子和不锈钢配件，公司对重合供应商采购金额占当年采购总额的比重较小。公司与武义东达均独立对外开展业务，在产供销业务环节相互独立，不存在共用采购渠道的情形。

报告期内，武义东达与公司向重叠供应商采购情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
重叠供应商数量（家）	-	2	1	8
公司重叠供应商交易金额（万元）	-	15.25	1.57	755.77
重叠供应商数量占公司供应商数量比例	-	0.83%	0.34%	2.65%
重叠供应商交易金额占公司采购额比例	-	0.09%	0.01%	4.32%

2017 年-2019 年，公司与武义东达重叠供应商的数量分别为 8 家、1 家、2 家，2020 年 1-3 月无重叠供应商。公司向重叠供应商采购的金额占当期采购总额的比例分别为 4.32%、0.01%、0.09%与 0.00%，2017 年度重叠供应商采购金额较大，重叠供应商主要为武义金腾杯业有限公司，发行人向其采购不锈钢杯体 526.28 万元。2017 年度武义东达曾向武义金腾杯业有限公司采购 459.01 万元不锈钢杯体，用于不锈钢器皿的组装及销售。2018 年起，武义东达未再从事不锈钢器皿的组装与销售业务，未再向该公司进行采购。

⑪塑料杯与不锈钢杯生产与销售的相关经营数据及主要财务指标

A.资产规模

截至 2020 年 3 月 31 日，武义东达与塑料杯生产相关的固定资产规模为 87.41 万元，均为机器设备、运输工具等。

B.人员

截至 2020 年 7 月 31 日，武义东达员工数量及构成情况如下：

人员	人数
管理人员	10 人
生产人员	10 人
合计	20 人

C 技术工艺

武义东达具备完整的塑料杯生产能力，生产流程为：采购塑料粒子原材料，对上述原材料通过模具进行注塑、吹塑两步法工艺生产杯盖与杯体，形成客户要求的款型，随后将杯盖与杯体进行组装、贴标、包装后装箱入库。

武义东达不具备不锈钢杯生产能力，其不锈钢器皿业务流程为：直接采购不锈钢杯体，与自产的塑料杯盖组装，贴标、包装后装箱入库。

D.主要产品的产能与产销情况

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
产能（万只）	57.50	230.00	230.00	230.00
产量（万只）	18.50	215.00	225.00	229.25
销量（万只）	20.06	219.00	215.00	227.49

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
产能利用率	32.17%	93.48%	97.83%	99.67%

注：2020 年 1-3 月的产能按年产能的四分之一计算。

E.产品的销售收入、销售单价及毛利率

单位：元/只

项目	2020 年 1-3 月				2019 年度			
	销售单价	毛利率	收入（万元）	占比	销售单价	毛利率	收入（万元）	占比
塑料器皿	7.01	10.46%	140.60	100%	6.92	10.75%	1,515.80	100%
不锈钢器皿	-	-	-	-				
合计	**-**	**-**	**140.60**	**100%**	**-**	**-**	**1,515.80**	**100%**
项目	**2018 年度**				**2017 年度**			
	销售单价	毛利率	收入（万元）	占比	销售单价	毛利率	收入（万元）	占比
塑料器皿	6.07	3.76%	1,304.10	100%	6.38	8.11%	1,234.38	56.86%
不锈钢器皿	-	-	-	-	27.57	7.45%	936.52	43.14%
合计	**-**	**-**	**1,304.10**	**100%**	**-**	**-**	**2,170.90**	**100%**

注：2018 年度至 2020 年 3 月，武义东达未组装不锈钢器皿。

⑫武义东达与发行人是否存在业务竞争关系、非公平竞争、利益输送、相互或者单方让渡商业机会的情形

公司与武义东达在生产技术、产品定位、客户、供应商、销售区域的具体情况如下：

项目	武义东达	发行人
生产技术	塑料器皿：传统注塑、吹塑两步法成型工艺； 不锈钢器皿：基础的组装； 不具备不锈钢/不锈钢真空保温器皿的生产能力	塑料器皿：一步法成型工艺； 不锈钢器皿：具备完整的生产能力与工艺； 不锈钢真空保温器皿：掌握了不锈钢真空保温器皿生产的核心技术，具备完整的生产能力和设计制造能力
产品定位	低端消费市场	境内外中高端消费市场
客户	主要系小规模外贸公司与经销商	主要系国际知名不锈钢真空保温器皿品牌商与国内终端消费者
	报告期内，发行人与武义东达无重叠客户	
供应商	主要系提供原材料塑料粒子的贸易商	主要系不锈钢卷料、钢件及硅胶配件的生产商

项目	武义东达	发行人
	因武义东达与发行人同处于武义地区，存在少量供应商重叠的情形，发行人从重叠供应商的采购金额占各期采购总额比重分别为 4.32%、0.01%、0.09%与 0.00%，占比较低	
销售区域	境内华东地区	境内外均有覆盖
未来经营计划	武义东达将继续塑料器皿生产与销售的主营业务，并承诺不会从事不锈钢保温杯的研发、生产和销售	发行人专注于饮品、食品容器的研发设计、生产与销售。未来将继续扩大欧美市场的OEM/ODM的业务份额。同时积极开拓自主品牌的开发和宣传力度，形成覆盖多目标群体、多应用场景的系列产品，进一步巩固和提升公司的整体竞争力

综上所述，报告期内武义东达与发行人在生产技术、产品定位、客户供应商重叠度、销售区域及未来经营计划上均存在较大差异，武义东达与发行人之间不存在业务竞争关系，亦不存在发行人与武义东达之间的非公平竞争、利益输送、相互或者单方让渡商业机会的情形。

⑬武义东达作出说明与承诺，保证未来武义东达不会进入发行人市场，且不会对未来发行人开拓国内市场、开展自主品牌经营产生重大影响。说明与承诺的具体内容如下：

“自本公司设立以来，在资产、人员、业务、技术、财务等方面均与浙江嘉益保温科技股份有限公司（以下简称“嘉益股份”）保持独立，不存在人员的交叉任职及人员混同的情形；不存在相互转介客户的情形；不存在利益输送、相互或者单方让渡商业机会的情形。

本公司承诺，将继续保持以塑料杯的生产、销售为主营业务，不会从事不锈钢保温杯的研发、生产和销售。本公司将不会通过投资、持股、参股、联营、合作、技术转让或其他任何方式参与与嘉益股份有竞争关系的业务；不向业务与嘉益股份相同、类似或任何方面构成竞争的公司、企业或其他组织提供专有技术、销售渠道、客户信息等商业秘密。”

综上，报告期内，武义东达虽然与公司从事相类似业务，但不属于控股股东、实际控制人控制企业，公司与武义东达在历史沿革、资产、人员、业务、技术、财务等方面各自独立，报告期内未发生关联交易及其他资金往来，不存在武义东达为公司承担成本费用、输送利益或其他利益安排，与公司不构成同业竞争关系。

（2）发行人与陈向东控制的企业不存在关联交易、相互担保和资金往来

公司与陈向东控制的企业各自独立经营。报告期内，公司与陈向东控制的企业不存在任何关联交易、相互担保和资金往来。

（3）发行人与陈向东控制的企业不存在交叉持股和交叉任职的情形

公司与陈向东控制的企业不存在交叉持股的情况，不存在交叉任职的情形。

（二）控股股东、实际控制人作出的避免同业竞争的承诺

1、公司控股股东避免同业竞争的承诺

为避免未来可能的同业竞争，控股股东嘉韶云华向公司出具了《关于消除和避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

“1、截至本承诺函出具之日，本公司直接及间接控制的其他企业不直接或间接从事与嘉益股份及其子公司相同或相似的业务或活动；

2、在本公司作为嘉益股份的控股股东期间，本公司采取有效措施，不对任何与嘉益股份及其子公司从事相同或相近业务的其他企业进行投资或进行控制；

3、如嘉益股份及其子公司进一步拓展其业务范围，本公司及本公司控制的其他企业将不与其拓展后的业务相竞争；如确实与嘉益股份及其子公司拓展后的业务产生竞争的，本公司及本公司控制的其他企业将按照如下方式退出与嘉益股份的竞争：（1）停止与嘉益股份及其子公司构成竞争或可能构成竞争的业务；（2）将相竞争的业务转让或委托给嘉益股份继续经营；（3）将相竞争的业务转让给无关联的第三方。

4、如本公司及本公司控制的其他企业有任何商业机会可从事与嘉益股份的业务构成竞争的活动，则立即将上述商业机会通知嘉益股份，在通知中所指定的合理期间内，嘉益股份作出愿意利用该商业机会的肯定答复的，则本公司及本公司控制的其他企业将尽力将该商业机会给予嘉益股份。

5、本公司将不会利用对嘉益股份的控股地位从事任何损害公司及其他股东、特别是中小股东利益的行为。

以上承诺和保证在本公司作为公司控股股东期间持续有效且不可撤销，在上述期间内，本公司将对未履行避免同业竞争的承诺而给公司造成的直接、间接的

经济损失、索赔责任及额外的费用支出作出赔偿。”

2、公司实际控制人避免同业竞争的承诺

公司实际控制人戚兴华、陈曙光夫妇向公司出具了《关于消除和避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

“1、截至本承诺函出具之日，本人直接及间接控制的其他企业不直接或间接从事与嘉益股份及其子公司相同或相似的业务或活动。

2、在本人作为嘉益股份实际控制人期间，本人将采取有效措施，不对任何与嘉益股份及其子公司从事相同或相近业务的其他企业进行投资或进行控制。

3、如嘉益股份及其子公司进一步拓展其业务范围，本人及本人控制的其他企业将不与其拓展后的业务相竞争；如确实与嘉益股份及其子公司拓展后的业务产生竞争的，本人及本人控制的其他企业将按照如下方式退出与嘉益股份的竞争：（1）停止与嘉益股份及其子公司构成竞争或可能构成竞争的业务；（2）将相竞争的业务转让或委托给嘉益股份继续经营；（3）将相竞争的业务转让给无关联的第三方。

4、如本人及本人控制的其他企业有任何商业机会可从事与嘉益股份的业务构成竞争的活动，则立即将上述商业机会通知嘉益股份，在通知中所指定的合理期间内，嘉益股份作出愿意利用该商业机会的肯定答复的，则本人及本人控制的其他企业将尽力将该商业机会给予嘉益股份。

5、本人将不会利用对嘉益股份的控股地位从事任何损害公司及其他股东、特别是中小股东利益的行为。

以上承诺和保证在本人作为公司实际控制人期间持续有效且不可撤销，在上述期间内，本人将对未履行避免同业竞争的承诺而给公司造成的直接、间接的经济损失、索赔责任及额外的费用支出作出赔偿。”

九、关联交易情况

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则》、《上市公司信息披露管理办法》等法律、法规及规范性文件的规定，发行人的主要关联方如下：

1、公司实际控制人戚兴华、陈曙光夫妇及其控制的企业

详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、（一）控股股东及实际控制人”和“（三）控股股东、实际控制人控制的其他企业的情况”。

2、公司控股股东嘉韶云华及其控制的企业

详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、（一）控股股东及实际控制人”和“（三）控股股东、实际控制人控制的其他企业的情况”。

3、其他持有发行人 5%以上股份的股东

详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、（二）其他持有发行人 5%以上股份的主要股东”。

4、公司控股子公司与参股公司

①公司控股子公司

详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人的控股子公司、参股公司、分公司情况”。

②公司参股公司

截至本招股说明书签署日，公司参股子公司吻吻鱼的具体信息如下：

A.设立背景

吻吻鱼的设立主要由自然人倪裕伟主导。倪裕伟 2014 年度从荷兰回国创业，经过市场调研，以及受到在荷兰的留学经历及工作经验所影响，倪裕伟计划成立一家品牌研发、设计及销售各类居家产品的企业。倪裕伟、北京物格科技有限责任公司（倪裕伟控制企业）与自然人周洪杰、潘策荣于 2014 年 9 月共同设立吻吻鱼。吻吻鱼设立之初，选择以（智能）不锈钢真空保温器皿作为居家类产品的切入点，进行设计、研发及销售。

B.简要历史沿革

时间	事项	股权结构	具体变更情况
2014 年 9 月	设立	北京物格科技有限责任公司 96.00%，倪裕伟 1.15%、周洪杰 1.30%、潘策荣	北京物格科技有限责任公司、倪裕伟、周洪杰、潘策荣共同出资 100 万元设立吻吻鱼，出资额分别为 96.00 万元、1.15 万元、1.30 万元与 1.55 万元

时间	事项	股权结构	具体变更情况
		1.55%	
2015 年 4 月	第一次股权转让	倪裕伟 46.10%、周洪杰 35.90%、潘策荣 18.00%	北京物格科技有限责任公司将持有吻吻鱼 44.95%的股权转让给倪裕伟，34.60%的股权转让给周洪杰、16.45%的股权转让给潘策荣
2015 年 6 月	第二次股权转让	倪裕伟 54.84%、周洪杰 30.11%、潘策荣 15.05%	周洪杰将持有吻吻鱼 5.79%的股权转让给倪裕伟、潘策荣将持有吻吻鱼 2.95%的股权转让给倪裕伟
2015 年 10 月	第一次增资	倪裕伟 51.00%、周洪杰 28.00%、潘策荣 14.00%、北京太火红鸟科技有限公司 7.00%	注册资本增加至 107.5269 万元，北京太火红鸟科技有限公司增资 7.5269 万元
2018 年 3 月	第三次股权转让	倪裕伟 51.00%、周洪杰 28.00%、潘策荣 14.00%、嘉益股份 7.00%	北京太火红鸟科技有限公司将持有吻吻鱼 7.00%的股权转让给嘉益股份

C.主要产品

吻吻鱼的主要产品为（智能）不锈钢真空保温器皿、玻璃器皿。

D.经营规模及主要财务数据（财务数据未经审计）

单位：万元

单位：万元项目	2020 年 3 月 31 日/2020 年 1-3 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年度	2018 年 12 月 31 日/2018 年度	2017 年 12 月 31 日/2017 年度
资产总额	1,016.46	625.99	572.23	469.09
净资产	-49.85	-47.98	-80.81	-116.65
营业收入	237.34	1,304.14	1,193.02	552.23
净利润	-1.87	32.82	36.15	42.16

E.主要客户与供应商情况

a 前五大客户

年度	序号	客户名称	销售金额（万元）
2020 年 1-3 月	1	深圳洪堡科技有限公司	55.30
	2	深圳市帝奥博科技有限公司	36.68
	3	深圳市唐旗科技有限公司	24.28
	4	深圳鸿欧发展有限公司	4.50
	5	江苏卓米电子科技有限公司	3.35
	合计		**124.11**

年度	序号	客户名称	销售金额（万元）
2019年度	1	深圳市帝奥博科技有限公司	230.00
	2	上海凌致实业发展有限公司	55.00
	3	深圳市唐旗科技有限公司	53.00
	4	深圳市马甲贸易有限公司	52.59
	5	杭州青简电器有限公司	40.11
	合计		**430.70**
2018年度	1	深圳市帝奥博科技有限公司	74.60
	2	杭州青简电器有限公司	42.91
	3	吉林省程仕服饰有限公司	24.00
	4	杭州临安宇程电子科技有限公司	20.60
	5	深圳市福田区远望数码商城长欣宏通讯产品商行	10.50
	合计		**172.61**

b.前五大供应商

年度	序号	客户名称	采购金额（万元）
2020年1-3月	1	浙江飞剑工贸有限公司	183.50
	2	惠州兴诺玻璃科技有限公司	136.00
	3	嘉益股份	131.32
	4	浙江蓝硕包装科技有限公司	45.60
	5	杭州利尔达展芯科技有限公司	12.80
	合计		**509.22**
2019年度	1	嘉益股份	741.73
	2	浙江飞剑工贸有限公司	255.05
	3	勃登(上海)家居日用品有限公司	124.71
	4	宁波宏泰伟业塑胶有限公司	94.38
	5	浙江蓝硕包装科技有限公司	89.30
	合计		**1,305.17**
2018年度	1	嘉益股份	487.76
	2	浙江飞剑工贸有限公司	254.30
	3	宁波宏泰伟业塑胶有限公司	120.50
	4	勃登(上海)家居日用品有限公司	87.28
	5	杭州利尔达展芯科技有限公司	59.50

年度	序号	客户名称	采购金额（万元）
	合计		**1,009.34**

注：2017 年度吻吻鱼未与发行人发生交易。

F.吻吻鱼自然人股东基本情况

a.倪裕伟先生，1987 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。2011 年 1 月至 2011 年 9 月，任荷兰 Dorel 儿童产品公司产品设计师；2011 年 9 月至 2013 年 12 月，任荷兰 Lumi Parts B.V 品牌总监；2014 年 9 月至今，任杭州吻吻鱼科技有限公司 CEO。

b.周洪杰先生，1986 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。2011 年 6 月至 2014 年 12 月，任浙江畅志科技有限公司合伙人及研发总监。2015 年 1 月至今，任杭州吻吻鱼科技有限公司产品总监。

c.潘策荣先生，1985 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2007 年 8 月至 2010 年 8 月，任深圳凌阳利华科技有限公司资深现场技术支持工程师；2010 年 9 月至 2012 年 2 月，任杭州德施曼科技有限公司嵌入式工程师；2012 年 3 月至 2014 年 5 月，任浙江畅志科技有限公司技术总监；2014 年 9 月至今，任杭州吻吻鱼科技有限公司技术总监。

经核查，吻吻鱼股东倪裕伟、周洪杰、潘策荣等 3 名自然人与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系，与发行人客户、供应商不存在业务资金往来。吻吻鱼与发行人控股股东、实际控制人及其关联方不存在资金往来，不存在替发行人承担成本、费用的情形。

G.吻吻鱼是否与发行人存在直接竞争关系

项目	吻吻鱼	发行人
生产技术	不具备实际的生产能力	掌握了不锈钢真空保温器皿生产的核心技术，具备完整的生产能力和设计制造能力
客户是否重叠	客户无重叠（剔除直接销售给终端消费者的电商平台销售渠道）	
供应商是否重叠	存在重叠供应商，系双方同时采购智能温显模块	
产品定位	注重境内中高端消费市场，为消费者提供高性价比产品	境内外中高端消费市场
销售区域	境内销售及少量的境外销售	境内外销售

项目	吻吻鱼	发行人
经营规模	吻吻鱼最近一期的营业收入占发行人营业收入的比例 3.25%，占比较低	
当前主要产品	（智能）不锈钢真空保温器皿、玻璃器皿	不锈钢真空保温器皿、不锈钢器皿、塑料器皿、玻璃器皿
各类产品的收入结构	2020 年 1-6 月的不锈钢真空保温器皿销售收入占营业收入的比重为 62.66%、玻璃器皿的比重为 37.34%，；2018 年度与 2019 年度，吻吻鱼不锈钢真空保温器皿的销售收入占比均超过 99%	营业收入中，不锈钢真空保温器皿销售收入占比较高，最近一期比重为 94.00%
未来经营计划	吻吻鱼专注于居家产品的研发、设计与销售，自 2020 年起公司重点开拓领域由原先的智能保温杯转向食品类与装饰类玻璃器皿的设计与开发，未来将根据消费者居家生活的具体需求进一步开拓产品	发行人专注于饮品、食品容器的研发设计、生产与销售。未来将继续扩大欧美市场的 OEM/ODM 的业务份额。同时积极开拓自主品牌的开发和宣传力度，形成覆盖多目标群体、多应用场景的系列产品，进一步巩固和提升公司的整体竞争力。

综上所述，吻吻鱼与发行人均通过境内电商平台面向终端消费者销售含智能保温杯在内的不锈钢真空保温器皿，但两者在生产技术、产品定位、销售区域、经营规模、产品收入结构及未来经营计划方面存在较大差异，且不锈钢真空保温器皿市场容量较大，行业竞争者众多，吻吻鱼与发行人之间不存在对发行人具有重大不利影响的直接竞争关系。

H.报告期内发行人参股吻吻鱼的原因、商业合理性及必要性

2018 年初，吻吻鱼已形成智能保温杯的设计、开发与销售的健全体系，在智能保温杯细分行业具有一定的竞争优势。发行人有意与吻吻鱼合作，共同致力于智能保温杯产品的进一步完善与探索，并借助吻吻鱼的设计开发体系，增强智能保温杯的设计与生产能力。吻吻鱼深耕智能保温杯领域，有助于增强发行人在保温杯市场的开拓深度，完善发行人不锈钢真空保温器皿产品的种类，提升市场竞争力。发行人参股吻吻鱼后，发行人依靠其产品设计经验和生产工艺优势为吻吻鱼提供更为优化的产品解决方案，实现共赢。因此发行人参股吻吻鱼具有商业上的合理性与必要性。

I.发行人向吻吻鱼销售不锈钢真空保温器皿的必要性

为丰富发行人不锈钢真空保温器皿产品种类，增强智能保温杯的设计与生产能力，提升市场竞争力，发行人参股吻吻鱼。吻吻鱼主要从事不锈钢真空保温器皿、玻璃器皿等家居用品的设计开发、销售业务，自身不具备生产能力，产品全

部对外委托加工。作为吻吻鱼的投资方，发行人依靠其产品设计经验和生产工艺优势为吻吻鱼提供更为优化的产品解决方案，向吻吻鱼销售不锈钢真空保温器皿。综上所述，发行人向吻吻鱼销售不锈钢真空保温器皿具有其必要性，符合双方的合作逻辑。

J.交易模式

项目	吻吻鱼	发行人主要 OEM 客户
销售模式	直销	直销
定价政策	基于市场价格双方协商而定	基于市场价格双方协商而定
信用政策	报告期内为 45 天	通常为 30 天-60 天

K.交易价格公允性

2018 年度、2019 年度与 2020 年 1-3 月，发行人向吻吻鱼的销售商品的平均销售价格、毛利率情况及发行人整体不锈钢真空保温器皿平均销售价格、毛利率情况的如下：

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度	
	平均销售单价（元/只）	毛利率	平均销售单价（元/只）	毛利率	平均销售单价（元/只）	毛利率
向吻吻鱼销售的不锈钢真空保温器皿	40.24	29.45%	42.34	22.47%	51.61	15.46%
其中：普通不锈钢真空保温器皿	31.45	38.90%	31.90	39.66%	31.19	45.29%
发行人整体不锈钢真空保温器皿	28.66	32.66%	31.56	34.97%	29.20	36.24%

2018 年度、2019 年度与 2020 年 1-3 月，发行人销售给吻吻鱼的不锈钢真空保温器皿的平均单价分别为 51.61 元/只、42.34 元/只与 40.24 元/只，毛利率分别为 15.46%、22.47%与 29.45%。同期，发行人不锈钢真空保温器皿平均销售单价分别为 29.20 元、31.56 元与 28.66 元，毛利率分别为 36.24%、34.97%与 32.66%。

2018 年度、2019 年度与 2020 年 1-3 月，发行人销售给吻吻鱼的产品平均单价高于同期不锈钢真空保温器皿平均销售单价，主要原因发行人销售给吻吻鱼的不锈钢真空保温器皿包含单价较高的智能系列产品，且占比较高，具体情况如下：

单位：元/只

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度	
	平均售价	收入占比	平均售价	收入占比	平均售价	收入占比
智能不锈钢真空保温器皿	48.31	61.93%	53.47	60.61%	58.74	84.29%
普通不锈钢真空保温器皿	31.45	37.04%	31.90	38.56%	31.19	15.62%

2018 年度、2019 年度与 2020 年 1-3 月，发行人向吻吻鱼销售不锈钢真空保温器皿的平均售价有所下降，主要原因系：一是发行人向吻吻鱼销售普通不锈钢真空保温器皿比重增长；二是吻吻鱼调整了部分智能产品的采购模式，向第三方供应商采购温显模块交由发行人组装，因此调整了向发行人采购单价。

2018 年度、2019 年度与 2020 年 1-3 月，发行人销售给吻吻鱼的不锈钢真空保温器皿的毛利率呈上升态势，但低于当年度不锈钢真空保温器皿的整体毛利率，主要原因系在发行人与吻吻鱼的合作初期，开发新型智能产品的磨合成本较高，随着生产稳定性的提升，销售毛利率水平有所提升，逐渐接近发行人不锈钢真空保温器皿的毛利率平均水平。

发行人的产品具有非标定制化的特点，绝大部分销售给吻吻鱼的产品未向无关联第三方客户销售。2018 年度、2019 年度与 2020 年 1-3 月，仅于 2019 年度存在同一款智能产品销售给吻吻鱼、经销商、终端消费者的情形，因客户定位不同，交易价格存在一定差异，交易价格对比如下：

单位：元/只

产品	吻吻鱼	经销商	终端消费者
智能不锈钢真空保温器皿 A	53.47	55.52	101.69

由上表可知，该款智能保温杯销售给终端消费者的平均价格较高，而销售给吻吻鱼与经销商的平均价格不存在重大差异。

综上所述，发行人与吻吻鱼的关联交易定价符合行业惯例，具有合理的商业逻辑，不存在关联方替发行人承担成本、费用以及其他向发行人输送利益的情形。

L. 2018 年度、2019 年度与 2020 年 1-3 月吻吻鱼与发行人通过电商平台销售的智能保温杯的数量、金额及占比

公司	项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度
吻吻鱼	智能杯电商销量（万只）(a)	0.04	1.75	3.23
	智能杯电商收入（万元）(b)	3.80	189.85	357.88
	电商销售总收入（万元）(c)	20.65	405.24	474.26
	占比(d=b/c)	18.42%	46.85%	75.46%
	智能杯销售总收入（万元）(e)	121.10	727.48	382.90
	占比(f=b/e)	3.14%	26.10%	93.47%
发行人	智能杯电商销量（万只）(a)	0.03	0.19	0.01
	智能杯电商收入（万元）(b)	3.40	23.17	0.69
	电商销售总收入（万元）(c)	121.54	1,013.58	54.51
	占比(d=b/c)	2.80%	2.29%	1.27%
	智能杯销售总收入（万元）(e)	101.17	605.98	413.81
	占比(f=b/e)	3.36%	3.82%	0.17%

2018 年度、2019 年度与 2020 年 1-3 月，吻吻鱼通过电商平台销售智能不锈钢真空保温器皿的金额持续下降。2019 年度吻吻鱼通过电商平台销售的智能保温杯的金额及占比较上年度大幅下降，主要原因系吻吻鱼加大智能保温杯的线下礼赠品业务发展力度，同时线上未推出新的智能保温杯产品。

2018 年度、2019 年度与 2020 年 1-3 月，发行人通过电商平台销售智能不锈钢真空保温器皿的金额及占比较低，主要原因系发行人主要通过 OEM/ODM 业务模式销售其智能不锈钢真空保温器皿产品。

5、其他关联方

（1）董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员

公司董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员主要包括其配偶、父母、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶，配偶的父母、兄弟姐妹，子女配偶的父母。报告期内，与公司存在关联交易或往来的上述人员如下：

序号	姓名/企业名称	关联关系
1	胡美红	财务总监胡灵慧姐姐
2	陈子敬	实际控制人陈曙光哥哥

（2）关联自然人直接或者间接控制、施加重大影响的，或者关联自然人担任董事、高级管理人员的，除发行人及其控股子公司、发行人股东以外的其他法人或者组织

详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、（五）董事、监事、高级管理人员及核心人员兼职情况”。

（3）实际控制人关系密切的家庭成员直接控制或间接控制、施加重大影响的法人或者组织

序号	企业名称	关联关系
1	武义东达	实际控制人陈曙光关系密切的家庭成员陈向东控制的公司，陈向东任执行董事兼经理
2	上海技嘉模型制造有限公司	实际控制人陈曙光关系密切的家庭成员陈向东及其配偶控制的公司，陈向东任执行董事
3	上海技嘉模型科技有限公司	实际控制人陈曙光关系密切的家庭成员陈向东及其配偶控制的公司，陈向东任执行董事
4	随州市宏达教学设备有限公司	实际控制人陈曙光关系密切的家庭成员陈向东控制的公司，陈向东任执行董事兼总经理
5	上海云虫网络科技有限公司	实际控制人陈曙光母亲胡笑崔控制的公司，胡笑崔任执行董事

6、报告期内曾经的关联方

报告期内曾为发行人的关联自然人或关联法人的自然人或企业的情况如下：

序号	姓名/企业名称	关联关系
1	金华晨丰房地产开发有限公司	实际控制人戚兴华曾参股公司，并任经理，已于 2019 年 8 月注销企业法人资格
2	金华市婺城区中萍模具加工厂	发行人董事、总经理朱中萍曾控制的个体工商户，已于 2019 年 5 月注销
3	永康市沃上进出口有限公司	发行人董事、副总经理顾代华及其配偶控制的公司，顾代华已于 2018 年 1 月完成股权转让
4	杨俊	杨俊曾于 2017 年 12 月 26 日至 2018 年 4 月 25 日任发行人独立董事

（1）金华市婺城区中萍模具加工厂

①主营业务

2008 年 1 月，发行人董事、总经理朱中萍拟投资金华市浙中模具城内商铺，因此设立金华市婺城区中萍模具加工厂用于该项投资，商铺地址为浙江省金华市婺城区仙源路 855 号 A 区 2 幢 2 号 101、201。除对外出租商铺外，中萍模具加工厂从设立至注销未开展实际经营业务，无供应商与客户资源。

②主要资产

中萍模具加工厂无生产设备，曾经唯一资产为位于浙江省金华市婺城区仙源路855号浙中模具城A区2幢2号101、201商铺，房屋建筑面积237.67平方米。

③资产处置情况

2919 年上述商铺转让给第三方自然人后，中萍模具加工厂注销。资产承接方与发行人控股股东、实际控制人及其关联方不存在任何关联关系，不存在由发行人控股股东、实际控制人及其关联方承接的情形。

（2）永康市沃上进出口有限公司

①主营业务

永康市沃上进出口有限公司成立于2014年12月4日，注册资本为200万元，原由发行人董事、副总经理顾代华及其配偶所控制，其中顾代华持有 40%股权，其配偶应慧兰持有 60%股权。永康市沃上进出口公司的主营业务为外贸出口代理，为教育用品及厨房用品的小规模生产商提供代理出口服务。

②经营规模及主要财务数据（财务数据未经审计）

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日 /2019 年度	2018 年 12 月 31 日 /2018 年度	2017 年 12 月 31 日 /2017 年度
资产总额	902.04	835.19	622.38
净资产	247.64	171.81	142.12
营业收入	1,394.68	1,385.31	1,131.39
净利润	4.67	13.12	18.28

注：2019 年末沃上进出口的净资产增长，主要系该公司增资所致。

③客户与供应商情况

A.前五大客户

年度	序号	客户名称	销售金额（万元）
2020 年 1-3 月	1	OOO "Kventon"	38.88
	2	TPE WRITING INSTRUMENT	21.44
	3	PINTARRON ALFRA SA DE CV.	19.25
	4	K LIFE CO.,LTD.	19.19

年度	序号	客户名称	销售金额（万元）
	5	SAEMMI	17.79
	合计		**116.54**
2019年度	1	2X3 SPOLKA AKCY JNA	400.71
	2	SAEMMI	354.23
	3	OOO "Kventon"	254.43
	4	TPE WRITING INSTRUMENT	109.20
	5	PINTARRON ALFRA SA DE CV.	59.32
	合计		**1,177.90**
2018年度	1	SAEMMI	518.17
	2	OOO "Kventon"	246.90
	3	2X3 SPOLKA AKCY JNA	288.05
	4	PINTARRON ALFRA SA DE CV.	77.84
	5	Clip-rite Industries	47.73
	合计		**1,178.68**
2017年度	1	SAEMMI	579.14
	2	OOO "Kventon"	234.53
	3	SHIDCO	116.10
	4	PINTARRON ALFRA SA DE CV.	91.98
	5	Clip-rite Industries	66.03
	合计		**1,087.78**

B.前五大供应商

年度	序号	供应商名称	含税采购金额（万元）
2020年1-3月	1	浙江翔鹏文教用品有限公司	87.86
	2	浙江隆源工贸有限公司	19.22
	3	永康市天宇不锈钢制品有限公司	19.23
	4	-	-
	5	-	-
	合计		**126.30**
2019年度	1	浙江翔鹏文教用品有限公司	1,051.49
	2	永康市天宇不锈钢制品有限公司	226.79
	3	浙江拓路士工贸有限公司	33.37

年度	序号	供应商名称	含税采购金额（万元）
	4	永康市双禹工贸有限公司	31.13
	5	永康市双格工贸有限公司	33.29
	合计		**1,376.07**
2018年度	1	浙江翔鹏文教用品有限公司	1,013.47
	2	永康市天宇不锈钢制品有限公司	535.35
	3	浙江振金工贸有限公司	10.47
	4	-	-
	5	-	-
	合计		**1,559.29**
2017年度	1	浙江翔鹏文教用品有限公司	365.97
	2	永康市天宇不锈钢制品有限公司	482.64
	3	浙江俊革工贸有限公司	53.26
	4	武义泰祺硕杯业有限公司	29.49
	5	永康市岘峰磁材有限责任公司	16.79
	合计		**1,087.78**

④转让基本情况

2018 年 1 月，顾代华、应慧兰与第三方自然人签订股权转让协议，分别以 80 万元与 120 万元的转让价格转让永康市沃上进出口有限公司的股权。协议签订后，承接方将股权转让款通过银行转账的方式直接转至顾代华与应慧兰的个人账户。上述股权转让款系该承接方自有资金。

⑤受让方的基本情况

永康市沃上进出口有限公司受让方为第三方自然人。该资产承接方与发行人、发行人控股股东、实际控制人及其关联方不存在关联关系。

报告期内，永康沃上进出口有限公司与发行人未发生交易。

（二）关联交易

1、经常性关联交易

（1）销售商品和提供劳务

单位：万元

交易期间	关联方	交易内容	交易金额	占当期同类销售比重
2020 年 1-3 月	吻吻鱼	不锈钢真空保温器皿及其配件	131.32	1.93%
2019 年度	吻吻鱼	不锈钢真空保温器皿及其配件	741.73	2.16%
2018 年度	吻吻鱼	不锈钢真空保温器皿及其配件	487.76	1.54%

报告期内，公司向参股公司吻吻鱼关联销售金额占营业收入比重较小，占比较为稳定。2018 年公司向吻吻鱼合计销售不锈钢真空保温器皿相关产品 487.76 万元，占当期同类收入比例为 1.54%，占当年营业收入比例为 1.30%，2019 年度公司向吻吻鱼合计销售不锈钢真空保温器皿相关产品 741.73 万元，占当期同类收入比例为 2.16%，占当年营业收入比例为 1.83%，2020 年 1-3 月公司向吻吻鱼合计销售不锈钢真空保温器皿相关产品 131.32 万元，占当期同类收入比例为 1.93%，占当年营业收入比例为 1.80%。交易价格根据不锈钢真空保温器皿市场行情与公司的产品成本综合决定，关联交易价格公允。公司与吻吻鱼的销售商品关联交易预计未来会持续发生。

（2）采购商品与接受劳务

报告期内，公司不存在向关联方采购商品或接受劳务的情况。

（3）关键管理人员报酬

单位：万元

项　　目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
关键管理人员报酬	77.65	291.52	257.18	195.51

（4）其他关联交易

报告期内，公司其他关联交易情况如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
胡美红	食堂服务	3.74	50.52	38.90	24.62

2、偶发性关联交易

（1）向关联方借出资金

报告期内，公司不存在向关联方借出资金的情况。

（2）向关联方借入资金

报告期内，公司向关联方借入资金的情况如下：

单位：万元

关联方	2018 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2019 年 12 月 31 日	是否支付资金占用费
戚兴华、陈曙光夫妇	199.36	-	199.36	-	-
合计	**199.36**	**-**	**199.36**	**-**	
关联方	**2017 年 12 月 31 日**	**本期增加**	**本期减少**	**2018 年 12 月 31 日**	**是否支付资金占用费**
戚兴华、陈曙光夫妇	199.36	-	-	199.36	-
合计	**199.36**	**-**	**-**	**199.36**	
关联方	**2016 年 12 月 31 日**	**本期增加**	**本期减少**	**2017 年 12 月 31 日**	**是否支付资金占用费**
戚兴华、陈曙光夫妇	10,543.34	8,436.80	18,780.78	199.36	-
合计	**10,543.34**	**8,436.80**	**18,780.78**	**199.36**	

由于公司业务发展较快，对流动资金的需求量较大，2017 年及以前年度存在由公司实际控制人临时提供不计息资金支持情形。若以同期银行贷款基准利率为假设进行测算，模拟测算报告期内利息费用为：2017 年度 267.71 万元，2018 年度 9.47 万元，2019 年度 3.47 万元，上述利息费用对公司经营业绩不产生重要影响。2017 年，控股股东、实际控制人及其控制的嘉金投资共向发行人以现金方式增资 8,062.50 万元，截至 2019 年 12 月 31 日，公司已将向实际控制人拆借资金归还完毕，未来不再发生。

（3）关联担保情况

报告期内，公司不存在为关联方提供担保的情况，关联方为公司提供的担保情况如下：

担保方	担保金额（万元）	担保起始日	担保到期日	担保是否已经履行完毕
元众新能源	2,838.30	2014.06.26	2017.06.26	是
戚兴华、陈曙光夫妇	6,200.00	2017.03.28	2018.03.28	是
	4,700.00	2016.03.23	2017.03.23	是

3、与关联方往来款余额

（1）关联方应收款项

单位：万元

项目名称	关联方	2020 年 3 月 31 日	
		账面余额	坏账准备
应收账款	吻吻鱼	173.25	5.20
	小计	**173.25**	**5.20**
项目名称	**关联方**	**2019 年 12 月 31 日**	
		账面余额	**坏账准备**
应收账款	吻吻鱼	202.50	6.07
	小计	**202.50**	**6.07**
项目名称	**关联方**	**2018 年 12 月 31 日**	
		账面余额	**坏账准备**
应收账款	吻吻鱼	247.85	7.44
	小计	**247.85**	**7.44**
其他应收款	陈子敬	5.77	5.77
	小计	**5.77**	**5.77**
项目名称	**关联方**	**2017 年 12 月 31 日**	
		账面余额	**坏账准备**
其他应收款	陈子敬	5.77	5.77
	小计	**5.77**	**5.77**

（2）关联方应付款项

单位：万元

项目名称	关联方	2018 年 12 月 31 日
		账面余额
其他应付款	戚兴华、陈曙光夫妇	199.36
	小计	**199.36**
项目名称	**关联方**	**2017 年 12 月 31 日**
		账面余额
其他应付款	戚兴华、陈曙光夫妇	199.36
	小计	**199.36**

注：2019 年末无关联方应付款项余额。

十、关联交易程序、独立董事对关联交易的意见

（一）报告期内关联交易程序

公司在整体变更为股份公司之前，关联交易主要由总经理或管理层决定和实施。2017 年 11 月 8 日，公司召开创立大会，审议通过了公司章程、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》和《关联交易管理制度》等制度，制定了关联交易审议程序。

公司在《公司章程》和《关联交易管理制度》等内部规章制度中，规定了关联股东、关联董事对关联交易的回避制度，明确了关联交易公允决策的程序，采取必要的措施对其他股东的利益进行保护。主要包括：

1、《公司章程》中的相关规定

“第七十六条　股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。

股东大会审议关联交易事项之前，公司应当依照国家的有关法律、法规确定关联股东的范围。关联股东或其授权代表可以出席股东大会，并可以依照大会程序向到会股东阐明其观点，但在投票表决时应当回避表决。股东大会决议有关关联交易事项时，关联股东应主动回避，不参与投票表决；关联股东未主动回避表决，参加会议的其他股东有权要求关联股东回避表决。

关联股东回避后，由其他股东根据其所持表决权进行表决，并依据本章程之规定通过相应的决议；关联股东的回避和表决程序由股东大会主持人通知，并载入会议记录。

股东大会对关联交易事项做出的决议必须经出席股东大会的非关联股东所持表决权的过半数通过，方为有效。但是，该关联交易事项涉及本章程规定的需要以特别决议通过的事项时，股东大会决议必须经出席股东大会的非关联股东所持表决权的三分之二以上通过，方为有效。

若关联事项涉及的关联股东所持有的公司股份占公司股份总数的 100%的，可以豁免关联股东回避表决的义务，由全体股东对该事项进行表决。

第一百一十三条 董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，不得对有关议案进行表决，而应将该事项提交股东大会审议。

董事的回避及回避理由应当记入董事会会议记录。”

2、《关联交易管理制度》中的相关规定

“第二条 公司在确认和处理有关关联人之间关联关系与关联交易时，应遵循并贯彻以下原则：

（一）平等、自愿、等价、有偿的原则；

（二）公平、公正、公允的原则；

（三）关联方如在股东大会上享有表决权，除特殊情况外，均应对关联交易事项回避表决；

（四）与关联方有任何利害关系的董事，在董事会就该关联交易事项进行表决时，应当回避；若因特殊情况无法回避，应按本制度规定程序参与表决，但必须单独出具声明；

（五）公司董事会应当根据客观标准判断该关联交易是否对公司有利，必要时应聘请专业评估机构或独立财务顾问发表意见。公司董事会应当规定其下设的审计委员会履行公司关联交易控制和日常管理职责；

（六）独立董事应当对法律、法规、规范性文件、公司章程及本制度要求其发表意见的关联交易，明确发表独立意见。

第十四条 公司董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的非关联董事出席即可举行，董事会会议所做决议须经非关联董事过半数通过。出席董事会的非关联董事人数不足三人的，公司应当将该交易提交股东大会审议。

前款所称关联董事包括下列董事或者具有下列情形之一的董事：

（一）交易对方；

（二）在交易对方任职，或者在能直接或者间接控制该交易对方的法人或者其他组织、该交易对方直接或者间接控制的法人或者其他组织任职；

（三）拥有交易对方的直接或者间接控制权的；

（四）交易对方或者其直接或者间接控制人的关系密切的家庭成员；

（五）交易对方或者其直接或者间接控制人的董事、监事和高级管理人员的关系密切的家庭成员；

（六）中国证监会、深圳证券交易所或者公司认定的因其他原因使其独立的商业判断可能受到影响的人士。

第十五条　股东大会审议关联交易事项时，下列股东应当回避表决，并且不得代理其他股东行使表决权：

（一）交易对方；

（二）拥有交易对方直接或者间接控制权的；

（三）被交易对方直接或者间接控制的；

（四）与交易对方受同一法人或者自然人直接或者间接控制的；

（五）交易对方或者其直接或者间接控制人的关系密切的家庭成员；

（六）在交易对方任职，或者在能直接或者间接控制该交易对方的法人单位或者该交易对方直接或者间接控制的法人单位任职的（适用于股东为自然人的情形）；

（七）因与交易对方或者其关联人存在尚未履行完毕的股权转让协议或者其他协议而使其表决权受到限制或者影响的；

（八）中国证监会或者深圳证券交易所认定的可能造成公司对其利益倾斜的法人或者自然人。

第十八条　公司与公司董事、监事和高级管理人员及其配偶发生关联交易，应当在对外披露后提交公司股东大会审议。

第二十七条　公司与关联人进行日常关联交易时，应当按照下述规定进行披露并履行相应审议程序：

（一）公司可以按类别合理预计日常关联交易年度金额，履行审议程序并披露；实际执行超出预计金额，应当根据超出金额重新履行相关审议程序和披露义务；

（二）公司年度报告和半年度报告应当分类汇总披露日常关联交易。

（三）公司与关联人签订的日常关联交易协议期限超过三年的，应当每三年重新履行相关审议程序和披露义务。”

（二）关联交易执行情况

发行人第一届董事会第九次会议、第一届监事会第五次会议及 2019 年度股东大会审议通过了《关于对浙江嘉益保温科技股份有限公司 2017 年度、2018 年度、2019 年度关联交易进行确认的议案》，因前述议案涉及的关联股东所持公司股份比例占公司股份总额的 100%，根据《公司章程》的规定，豁免关联股东回避表决的义务，前述议案由全体股东进行表决。全体股东对发行人报告期内的关联交易进行了确认。

报告期内公司与关联方发生的关联交易，均已经按照规定履行了董事会、股东大会相应的审批程序，独立董事发表了独立意见。

（三）独立董事对关联交易意见

发行人全体独立董事均已对发行人报告期内的关联交易进行了审核，并发表以下意见：

“公司报告期内发生的关联交易是公司因正常经营需要而发生的，符合公司利益，公司与关联方所进行的关联交易为正常的商业往来，遵循了平等、自愿、等价、有偿的原则，交易定价公允合理，符合市场规律和公司实际，并根据法律法规和《公司章程》的规定履行了相应的关联交易决策程序，不会对公司的经营产生不利影响，不会损害公司及股东的利益，也不会构成对公司独立运行的影响。”

（四）规范和减少关联交易的措施

公司采取了以下措施规范和减少关联交易：

1、严格按照《公司法》和《公司章程》的要求，建立了独立完整的生产经

营系统，人员、财务、资产与股东严格分开；关联交易履行法定的批准程序，股东大会决策时关联股东进行回避。

2、完善独立董事制度，强化对关联交易事项的监督。

3、公司制定了《关联交易管理制度》，就关联方的认定、关联交易的定价、决策应遵循的原则等内容进行了具体规定，以保证公司关联交易的公允性，确保公司的关联交易行为不损害公司和全体股东的利益。

4、公司尽量避免或减少与关联方之间的关联交易，对于无法避免的关联交易，均签订书面协议，明确关联交易定价方式、质量标准等主要条款。

5、实际控制人戚兴华、陈曙光夫妇、公司控股股东嘉韶云华、公司持股 5%以上的股东嘉金投资已就减少和规范关联交易出具以下承诺：

（1）承诺人将充分尊重嘉益股份的独立法人地位，保障嘉益股份独立经营、自主决策，确保嘉益股份的业务独立、资产完整、人员独立、财务独立，以避免、减少不必要的关联交易。

（2）承诺人承诺不利用控股股东、实际控制人、持股 5%以上股东之地位，占用嘉益股份及其子公司的资金。承诺人及承诺人控制的其他企业将尽量减少与嘉益股份及其子公司的关联交易。对于无法回避的任何业务往来或交易均应按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格应按市场公认的合理价格确定，并按规定履行信息披露义务，保证不通过关联交易损害嘉益股份及其他股东的合法权益。

（3）承诺人及承诺人控制的其他企业保证严格遵守公司章程的规定，与其他股东一样平等地行使股东权利、履行股东义务，不利用实际控制人或控股、持股地位谋求不当利益，不损害发行人和其他股东的合法权益。

本承诺函自出具之日起具有法律效力，构成对承诺人及承诺人控制的其他企业具有法律约束力的法律文件，如有违反并给嘉益股份或其子公司以及公司其他股东造成损失的，承诺人及承诺人控制的其他企业承诺将承担相应赔偿责任。

第八节 财务会计信息与管理层分析

一、财务报表

本节中对财务报表中的重要项目进行了说明，投资者欲更详细了解本公司报告期财务状况，请阅读本招股说明书附件之审计报告和财务报告全文。

（一）合并资产负债表

合并资产负债表

单位：元

资产	2020 年 3 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
流动资产：				
货币资金	133,826,501.28	124,949,696.43	50,703,168.09	40,405,379.55
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产		-	161,216.47	-
应收账款	37,879,907.35	49,334,079.40	41,998,915.31	40,387,311.09
预付款项	2,845,484.21	2,586,202.02	2,093,885.02	2,446,179.97
其他应收款	3,780,028.28	6,245,686.58	2,474,946.89	1,477,523.22
存货	60,462,300.63	66,901,605.09	59,021,925.02	63,765,124.02
其他流动资产	10,283,780.34	199,422.00	58,871,601.87	19,042,046.45
流动资产合计	**249,078,002.09**	**250,216,691.52**	**215,325,658.67**	**167,523,564.30**
非流动资产：				
长期股权投资	1,069,200.87	1,073,132.66	1,068,580.79	-
固定资产	94,297,325.28	96,668,457.03	85,239,463.46	75,401,515.37
在建工程	375,903.54	185,833.18	5,818,165.41	84,895.97
无形资产	55,200,913.72	55,747,041.22	23,146,263.83	23,739,812.12
长期待摊费用	3,847,366.35	4,331,180.13	2,464,162.71	2,492,373.77
递延所得税资产	822,062.13	874,981.83	206,170.96	1,638,270.79
其他非流动资产	1,468,298.00	448,798.00	926,600.00	2,185,868.87
非流动资产合计	**157,081,069.89**	**159,329,424.05**	**118,869,407.16**	**105,542,736.89**
资产合计	**406,159,071.98**	**409,546,115.57**	**334,195,065.83**	**273,066,301.19**

合并资产负债表（续）

单位：元

负债和股东权益	2020 年 3 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
流动负债：				
短期借款		-	-	42,551,636.00
交易性金融负债	927,737.55	956,448.37	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的及融负债		-	-	9,672,713.11
应付账款	40,233,352.08	49,043,721.34	48,264,016.60	23,915,216.12
预收款项		2,182,928.75	2,573,319.43	4,533,383.47
合同负债	3,020,930.29	-	-	-
应付职工薪酬	12,699,331.27	21,580,903.15	19,678,036.99	13,061,238.87
应交税费	7,499,722.19	7,339,428.34	8,995,423.04	3,647,120.46
其他应付款	1,202,852.88	1,396,619.90	4,918,156.04	7,143,047.81
流动负债合计	**65,583,926.26**	**82,500,049.85**	**84,428,952.10**	**104,524,355.84**
非流动负债：				
递延收益	3,085,989.03	3,133,725.84	-	-
非流动负债合计	**3,085,989.03**	**3,133,725.84**	-	-
负债合计	**68,669,915.29**	**85,633,775.69**	**84,428,952.10**	**104,524,355.84**
所有者权益：				
股本	75,000,000.00	75,000,000.00	75,000,000.00	75,000,000.00
资本公积	82,688,721.55	82,688,721.55	82,076,471.55	82,076,471.55
其他综合收益	304,377.10	109,022.16	-	-
专项储备		-	-	-
盈余公积	17,222,777.30	17,222,777.30	9,268,964.22	1,146,547.38
未分配利润	160,975,653.87	147,367,021.69	83,420,677.96	10,318,926.42
归属于母公司股东权益合计	**336,191,529.82**	**322,387,542.70**	**249,766,113.73**	**168,541,945.35**
少数股东权益	1,297,626.87	1,524,797.18	-	-
股东权益合计	**337,489,156.69**	**323,912,339.88**	**249,766,113.73**	**168,541,945.35**
负债和股东权益总计	**406,159,071.98**	**409,546,115.57**	**334,195,065.83**	**273,066,301.19**

（二）合并利润表

单位：元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、营业收入	**73,046,170.17**	**404,961,066.32**	**376,448,838.90**	**340,071,551.40**
减：营业成本	48,623,771.83	263,245,398.33	244,774,402.38	252,038,365.41
税金及附加	112,876.72	4,138,658.92	3,878,253.32	2,731,805.62
销售费用	4,115,651.69	24,463,156.06	12,691,190.46	6,285,158.75
管理费用	3,538,814.35	18,874,641.56	12,859,633.59	22,051,334.48
研发费用	3,738,402.44	20,008,663.16	18,160,737.00	12,298,446.80
财务费用	-1,260,231.33	576,536.89	-3,344,839.47	5,722,073.18
其中：利息费用	-	87,197.05	518,966.88	1,840,705.52
利息收入	-400,092.61	-250,658.95	-228,687.33	-27,399.89
加：其他收益	1,417,736.81	14,402,079.72	8,649,925.09	5,854,633.46
投资收益（损失以“-”号填列）	625,926.61	-1,379,201.10	-12,191,413.02	-2,209,900.43
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-1,308.47	22,976.80	18,580.79	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-784,114.23	-956,448.37	9,833,929.58	-10,341,283.27
信用减值损失（损失以“-”号填列）	310,719.48	-621,612.74		
资产减值损失（损失以“-”号填列）	10,186.13	-2,124,424.74	-372,547.41	1,015,947.93
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-83,725.88	562,495.96	-17,996.16	-256,684.62
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	**15,673,613.39**	**83,536,900.13**	**93,331,359.70**	**33,007,080.23**
加：营业外收入	3,991.07	123,629.98	222,609.43	70,420.39
减：营业外支出	20,320.00	392,650.85	73,115.50	1,862,055.20
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	**15,657,284.46**	**83,267,879.26**	**93,480,853.63**	**31,215,445.42**
减：所得税费用	2,275,822.59	11,942,925.27	12,256,685.25	5,393,296.58
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	**13,381,461.87**	**71,324,953.99**	**81,224,168.38**	**25,822,148.84**

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
(一)按经营持续性分类：				
1.持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	13,381,461.87	71,324,953.99	81,224,168.38	25,822,148.84
2.终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
(二)按所有权归属分类：				
1.归属于母公司所有者的净利润（净亏损以“-”号填列）	13,608,632.18	71,900,156.81	81,224,168.38	25,822,148.84
2.少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	-227,170.31	-575,202.82	-	-
五、其他综合收益的税后净额	**195,354.94**	**109,022.16**	-	-
六、综合收益总额	**13,576,816.81**	**71,433,976.15**	**81,224,168.38**	**25,822,148.84**
归属于母公司所有者的综合收益总额	13,803,987.12	72,009,178.97	81,224,168.38	25,822,148.84
归属于少数股东的综合收益总额	-227,170.31	-575,202.82	-	-
七、每股收益：				
（一）基本每股收益	0.18	0.96	1.08	0.34
（二）稀释每股收益	0.18	0.96	1.08	0.34

（三）合并现金流量表

单位：元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	92,517,912.54	414,248,002.62	385,370,864.67	352,151,914.02
收到的税费返还	4,679,983.38	12,820,051.30	8,642,705.16	18,929,367.92
收到其他与经营活动有关的现金	2,001,481.81	29,853,804.46	12,337,791.07	8,415,212.56
经营活动现金流入小计	99,199,377.73	456,921,858.38	406,351,360.90	379,496,494.50
购买商品、接受劳务支付的现金	42,499,674.56	223,872,893.97	167,456,667.42	227,084,669.63

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
支付给职工以及为职工支付的现金	27,155,651.14	100,400,080.15	75,234,247.47	58,306,012.54
支付的各项税费	2,042,508.45	19,036,399.00	12,003,711.44	16,393,941.38
支付其他与经营活动有关的现金	5,851,613.21	39,839,568.26	19,867,086.37	16,723,589.24
经营活动现金流出小计	77,549,447.36	383,148,941.38	274,561,712.70	318,508,212.79
经营活动产生的现金流量净额	**21,649,930.37**	**73,772,917.00**	**131,789,648.20**	**60,988,281.71**
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	79,500,000.00	438,772,424.38	70,644,730.84	9,650,000.00
取得投资收益收到的现金	206,087.29	2,328,298.57	279,320.94	27,099.57
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	9,141.97	1,147,190.01	67,651.68	3,425,977.78
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	612,616.98	2,618,240.87	2,979,595.20	-
投资活动现金流入小计	80,327,846.24	444,866,153.83	73,971,298.66	13,103,077.35
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	3,841,503.92	59,643,014.20	27,394,453.55	15,915,679.55
投资支付的现金	89,500,000.00	380,172,424.38	111,394,730.84	28,500,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	437,347.83	7,131,855.54	12,551,083.55	5,216,595.20
投资活动现金流出小计	93,778,851.75	446,947,294.12	151,340,267.94	49,632,274.75
投资活动产生的现金流量净额	**-13,451,005.51**	**-2,081,140.29**	**-77,368,969.28**	**-36,529,197.40**
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金		2,100,000.00	-	80,625,000.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金		2,100,000.00	-	-
取得借款收到的现金		2,000,000.00	-	42,551,636.00
收到其他与筹资活动有关的现金		-	-	84,156,979.60
筹资活动现金流入小计		4,100,000.00	-	207,333,615.60
偿还债务支付的现金		2,000,000.00	42,551,636.00	37,360,819.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金		87,197.05	878,353.01	1,835,294.43
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润		-	-	-

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
支付其他与筹资活动有关的现金		-	-	187,065,405.70
筹资活动现金流出小计		2,087,197.05	43,429,989.01	226,261,519.13
筹资活动产生的现金流量净额		**2,012,802.95**	**-43,429,989.01**	**-18,927,903.53**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**1,289,429.14**	**-512,405.99**	**2,224,925.03**	**-2,000,630.16**
五、现金及现金等价物净增加额	**9,488,354.00**	**73,192,173.67**	**13,215,614.94**	**3,530,550.62**
加：期初现金及现金等价物余额	123,833,572.96	50,641,399.29	37,425,784.35	33,895,233.73
六、期末现金及现金等价物余额	**133,321,926.96**	**123,833,572.96**	**50,641,399.29**	**37,425,784.35**

二、审计意见类型、关键审计事项及重要性水平

（一）审计意见类型

天健所对本公司报告期内财务报表进行审计，出具了标准无保留意见的《审计报告》（天健审[2020]9268 号）。天健所认为，“我们认为，后附的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了浙江嘉益公司 2017 年 12 月 31 日的财务状况、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 3 月 31 日的合并及母公司财务状况，以及 2017 年度的经营成果和现金流量、2018 年度、2019 年度、2020 年 1－3 月的合并及母公司经营成果和现金流量”

本节引用的相关财务数据，非经特别说明均引自于经天健所审计的合并财务报表。

（二）关键审计事项

关键审计事项是根据会计师的职业判断，认为对 2017 年度、2018 年度、2019 年度、2020 年 1－3 月财务报表审计最为重要的事项。这些事项的应对以对财务报表整体进行审计并形成审计意见为背景，发行人会计师不对这些事项单独发表意见。

1、收入确认

公司营业收入主要来自于销售不锈钢真空保温器皿，2020 年-1-3 月营业收入 7,304.62 万元，其中外销收入 6,259.61 万元，占营业收入的 86.35%；2019 年度营业收入 40,496.11 万元，较 2018 年度增长 7.57%，其中外销收入 34,141.59

万元，占营业收入的 84.31%；2018 年度营业收入为 37,644.88 万元，较 2017 年度增长 10.70%，其中外销收入 31,027.94 万元，占营业收入的 82.42%；2017 年度营业收入为 34,007.16 万元，其中外销收入 28,346.54 万元，占营业收入的 83.35%。

由于营业收入是公司关键业绩指标之一，可能存在公司管理层（以下简称管理层）通过不恰当的收入确认以达到特定目标或预期的固有风险。因此，天健所将收入确认确定为关键审计事项。

针对收入确认，天健所实施的审计程序主要包括：

（1）了解与收入确认相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

（2）检查销售合同、订单及与管理层的访谈，对与产品销售收入确认有关的重大风险及报酬转移时点进行了分析评估，评价收入确认时点是否符合企业会计准则的规定；

（3）检查与收入确认相关的支持性文件，包含销售合同、订单、销售发票、出库单、物流单据、提单、结算单等；

（4）针对资产负债表日前后确认的销售收入核对至出库单、提单、报关单等支持性文件，以评估营业收入是否在恰当的期间确认；

（5）对资产负债表日后的销售回款进行测试，并检查是否存在退货情况；

（6）执行走访及函证程序，向主要客户确认交易事项及销售金额；

（7）将账面出口收入与海关统计数据及免抵退申报表数据进行核对；

（8）检查与营业收入相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报。

2、存货可变现净值

2020 年 3 月 31 日，公司存货账面余额 6,257.65 万元，存货跌价准备 211.42 万元，存货账面价值 6,046.23 万元，占资产总额的 14.89%；2019 年 12 月 31 日，公司存货账面余额 6,902.60 万元，存货跌价准备 212.44 万元，存货账面价值 6,690.16 万元，占资产总额的 16.34%；2018 年 12 月 31 日，公司存货账面余额 5,925.87 万元，存货跌价准备 23.68 万元，存货账面价值 5,902.19 万元，占资产

总额的 17.66%；2017 年 12 月 31 日，公司存货账面余额 6,376.51 万元，存货账面价值 6,376.51 万元，占资产总额的 23.35%。

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。管理层在考虑持有存货目的的基础上，根据历史售价、实际售价、合同约定售价、相同或类似产品的市场售价、未来市场趋势等确定估计售价，并按照估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定存货的可变现净值。

由于存货金额重大，且确定存货可变现净值涉及重大管理层判断，我们将存货可变现净值确定为关键审计事项。

针对存货可变现净值，天健所实施的审计程序主要包括：

（1）了解与存货可变现净值相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

（2）获取并评价了管理层对于存货跌价准备的计提方法和相关假设，并考虑了公司存货的未来售价、进一步加工成本及销售税费等因素对存货跌价准备的可能影响；

（3）取得存货的期末库龄清单，重点关注库龄较长的存货，结合销售合同执行情况，判断较长库龄的存货是否存在减值的风险；

（4）对存货实施了监盘程序，检查存货的数量及状况，并重点对存货状态进行检视，分析存货使用情况，确定存货是否存在减值迹象；

（5）检查与存货跌价准备相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报。

（三）与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准

公司根据所处环境和实际情况，考虑财务报告使用者整体共同的财务信息需求，基于业务的性质或金额大小或两者兼有而确定重要性。在性质方面，公司会评估业务是否属于经常性业务，是否会对公司报告期及未来的财务状况、经营成果和现金流量构成重大影响等因素。在评价金额大小的重要性时，公司选择的基准包括经常性业务的税前利润指标。发行人在本节披露的与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平标准为税前利润的 5%，或金额虽未达到税前利润的 5%

但公司认为较为重要的相关事项。

三、影响发行人业绩的主要因素以及财务或非财务指标

（一）影响发行人收入、成本、费用和利润的主要因素

1、影响收入的主要因素

影响公司收入的主要因素是产品价格和销量。报告期内，公司不锈钢真空保温器皿是收入的主要来源，各期占主营业务收入的比例均在 84%以上。报告期内，不锈钢真空保温器皿产品销量基本维持稳定，平均单价逐渐上升，主要系随着公司生产技术及研发能力的提升，生产工艺更加复杂的高端产品订单占比增加所致。此外，报告期内公司自有品牌产品销量及占比稳步增长，相应提升了主要产品的平均单价。

报告期内，影响公司产品销量主要因素是市场需求与保温杯产品的生命周期特征。公司外销主要集中于欧美、日韩等发达国家和地区，上述地区不锈钢真空保温器皿在一定程度上具有快速消费品的特征，产品消费更换频率较高，市场需求旺盛。由于不锈钢真空保温器皿产品款式具有典型的生命周期特征，公司客户新型产品对于市场的投放影响，也将在一定程度上影响公司销量。公司主要客户包括 PMI、Takeya、S'well 公司、ETS、Jordane 等国际知名不锈钢真空保温器皿品牌商，具有较强的资金实力、渠道优势和抗风险能力，能为公司带来较为稳定的产品需求。

本次新冠疫情对公司业务有暂时性影响，但公司凭借优质的客户资源，目前订单履行情况正常。公司与客户保持充分沟通和协作，对市场和客户需求的变化情况进行预判并作出相应决策，预计新冠疫情对公司盈利能力不会产生较大影响。

2、影响成本的主要因素

公司的营业成本主要包括原材料、人工成本和制造费用。公司生产经营所需的主要原材料是不锈钢、塑料粒子等。报告期内，原材料占主营业务成本的比例分别为 64.46%、60.88%、65.19%与 63.46%。公司主要原材料市场供应充足，原材料价格有一定波动，不存在对公司生产经营产生重大不利影响的情况。如果未来主要原材料价格大幅上升，将提高公司的主营业务成本，从而对盈利能力产生不利影响。公司与主要客户保持长期合作关系，可以一定程度上消化原材料价格

大幅上涨所带来的成本变化，但如果行业竞争加剧，有可能在产品定价上不能有效的转嫁成本，给公司经营业绩带来负面影响。

3、影响公司费用的主要因素

公司期间费用主要包括销售费用、管理费用和研发费用，对期间费用影响较大的主要是职工薪酬、产品营销推广费和运费等。不锈钢真空保温器皿产品除保温功能性外，还对时尚美观性有非常高的要求，因此除对生产技术和质量控制进行投入外，还需不断加强产品研发设计投入。随着公司经营规模的扩大与自有品牌建设的扩张，公司在薪酬福利、产品营销推广等方面的费用支出将会进一步增加。

4、影响利润的主要因素

除上述影响营业收入、成本、费用的因素外，政府补助及各项政府优惠政策等也是影响公司利润的因素。未来公司在维持现有客户的基础上，加大优质OEM/ODM客户及自有品牌开拓力度，通过持续的技术研发投入及产品设计提升、强化成本管理、积极打造品牌形象等有效途径，进一步提升产品的溢价，增强公司的盈利能力。此外，公司本次募集资金投资项目的建成投产，也将进一步增强公司的盈利能力。

（二）对发行人具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析

根据所处行业状况及自身业务特点，公司管理层认为营业收入增长率和综合毛利率等指标对分析公司收入、成本和业绩具有较为重要的意义，其变动对公司业绩变动具有较强的预示作用。

公司 2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-3 月营业收入分别为34,007.16 万元、37,644.88 万元、40,496.11 万元与 7,304.62 万元，2017 年-2019 年复合增长率为 9.12%，发展态势良好。公司营业收入的增长得益于公司业务市场的良好前景，是公司稳定发展的基础。

2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-3 月公司综合毛利率分别为25.89%、34.98%和 34.99%和 33.43%，2017 年度-2019 年度盈利能力稳步提升，具有较强的市场竞争力。

四、财务报表的编制基础及合并财务报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

本公司财务报表以持续经营为编制基础。

（二）合并财务报表范围及变化情况

1、合并范围内子公司情况

发行人拥有 3 家一级全资子公司，分别为饮水科技、汉歌贸易与秦歌贸易，1 家控股子公司镁歌贸易；拥有 2 家二级子公司镁悦贸易和汉悦贸易。关于上述子公司的具体情况，详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人控股子公司、参股公司、分公司情况”。

2、报告期内合并报表范围的变化情况

报告期内，新增子公司如下：

单位：万元

公司名称	股权取得方式	股权取得时点	注册资本	出资额	表决权比例（%）	控股公司层级
饮水科技	新设	2018 年 7 月 23 日	100 万美元	100 万美元	100.00	一级
镁歌贸易	新设	2019 年 4 月 2 日	2,500.00	2,290.00	91.60	一级
汉歌贸易	新设	2019 年 7 月 3 日	500.00	-	100.00	一级
秦歌贸易	新设	2019 年 7 月 3 日	500.00	-	100.00	一级
镁悦贸易	新设	2019 年 7 月 3 日	500.00	-	91.60	二级
汉悦贸易	新设	2019 年 7 月 3 日	500.00	-	91.60	二级

五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

（一）合并财务报表的编制方法

母公司将其控制的所有子公司纳入合并财务报表的合并范围。合并财务报表以母公司及其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由母公司按照《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》编制。

（二）外币业务和外币报表折算

1、外币业务折算

外币交易在初始确认时，采用交易发生日即期汇率的近似汇率折算为人民币

金额。资产负债表日，外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率折算，因汇率不同而产生的汇兑差额，除与购建符合资本化条件资产有关的外币专门借款本金及利息的汇兑差额外，计入当期损益；以历史成本计量的外币非货币性项目仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其人民币金额；以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，差额计入当期损益或其他综合收益。

2、外币财务报表折算

资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算；所有者权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用交易发生日的即期汇率折算；利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日即期汇率的近似汇率折算。按照上述折算产生的外币财务报表折算差额，计入其他综合收益。

（三）金融工具

1、2019 年度和 2020 年 1-3 月

（1）金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下三类：①以摊余成本计量的金融资产；②以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产；③以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下四类：①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债；②金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债；③不属于上述①或②的财务担保合同，以及不属于上述①并以低于市场利率贷款的贷款承诺；④以摊余成本计量的金融负债。

（2）金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

①金融资产和金融负债的确认依据和初始计量方法

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。但是，公司初始确

认的应收账款未包含重大融资成分或公司不考虑未超过一年的合同中的融资成分的，按照交易价格进行初始计量。

②金融资产的后续计量方法

A.以摊余成本计量的金融资产

采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融资产所产生的利得或损失，在终止确认、重分类、按照实际利率法摊销或确认减值时，计入当期损益。

B.以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资

采用公允价值进行后续计量。采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得及汇兑损益计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

C.以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的权益工具投资

采用公允价值进行后续计量。获得的股利（属于投资成本收回部分的除外）计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

D.以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

采用公允价值进行后续计量，产生的利得或损失（包括利息和股利收入)计入当期损益，除非该金融资产属于套期关系的一部分。

③金融负债的后续计量方法

A.以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

此类金融负债包括交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具)和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。对于此类金融负债以公允价值进行后续计量。因公司自身信用风险变动引起的指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的公允价值变动金额计入其他综合收益，除非该处理会造成或扩大损益中的会计错配。此类金融负债产生的其他利得或损失（包括利息费用、除因公司自身信用风险变动引起的公允价值变动)计入当期损益，除非该金融负债属于套期关系的一部分。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累

计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

B.金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债

按照《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》相关规定进行计量。

C.不属于上述 A.或 B.的财务担保合同，以及不属于上述 A.并以低于市场利率贷款的贷款承诺

在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：a.按照金融工具的减值规定确定的损失准备金额；b.初始确认金额扣除按照相关规定所确定的累计摊销额后的余额。

D.以摊余成本计量的金融负债

采用实际利率法以摊余成本计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融负债所产生的利得或损失，在终止确认、按照实际利率法摊销时计入当期损益。

④金融资产和金融负债的终止确认

A.当满足下列条件之一时，终止确认金融资产：

a.收取金融资产现金流量的合同权利已终止；

b.金融资产已转移，且该转移满足《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》关于金融资产终止确认的规定。

B.当金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除时，相应终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。

（3）金融资产转移的确认依据和计量方法

公司转移了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：①未保留对该金融资产控制的，终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的

权利和义务单独确认为资产或负债；②保留了对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：①所转移金融资产在终止确认日的账面价值；②因转移金融资产而收到的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资）之和。转移了金融资产的一部分，且该被转移部分整体满足终止确认条件的，将转移前金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和继续确认部分之间，按照转移日各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：①终止确认部分的账面价值；②终止确认部分的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资）之和。

（4）金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：

①第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；

②第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

③第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观察或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

（5）金融工具减值

①金融工具减值计量和会计处理

公司以预期信用损失为基础，对以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资、租赁应收款、分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债以外的贷款承诺、不属于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债或不属于金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债的财务担保合同进行减值处理并确认损失准备。

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。其中，对于公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

对于购买或源生的已发生信用减值的金融资产，公司在资产负债表日仅将自初始确认后整个存续期内预期信用损失的累计变动确认为损失准备。

对于不含重大融资成分或者公司不考虑不超过一年的合同中的融资成分的应收账款，公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

除上述计量方法以外的金融资产，公司在每个资产负债表日评估其信用风险自初始确认后是否已经显著增加。如果信用风险自初始确认后已显著增加，公司按照整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备；如果信用风险自初始确认后未显著增加，公司按照该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量损失准备。

公司利用可获得的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。

于资产负债表日，若公司判断金融工具只具有较低的信用风险，则假定该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估预期信用风险和计量预期信用损失。当以金融工具组合为基础时，公司以共同风险特征为依据，将金融工具划分为不同组合。

公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。对于以摊余成本计量的金融资产，损失准备抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值；对于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资，公司在其他综合收益中确认其损失准备，不抵减该金融资产的账面价值。

②按组合计量预期信用损失的应收款项和其他应收款

A.具体组合及计量预期信用损失的方法

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收账款——信用风险特征组合	账龄组合	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。
应收账款——合并范围内关联往来组合	合并范围内关联方	参考历史信用损失经验，结合当前状况及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失，该组合预期信用损失率为 0。
其他应收款——信用风险特征组合	账龄组合	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。
其他应收款——合并范围内关联往来组合	合并范围内关联方	参考历史信用损失经验，结合当前状况及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失，该组合预期信用损失率为 0。

B.应收账款——信用风险特征组合的账龄与整个存续期预期信用损失率对照表

账龄	应收账款预期信用损失率（%） 预期信用损失率(%)
1 年以内（含，下同）	3.00
1-2 年	20.00
2-3 年	80.00
3 年以上	100.00

（6）金融资产和金融负债的抵销

金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不相互抵销。但同时满足下列条件的，公司以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：①公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；②公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

不满足终止确认条件的金融资产转移，公司不对已转移的金融资产和相关负债进行抵销。

2、2017 年度和 2018 年度

（1）金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下四类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（包括交易性金融资产和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产）、持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下两类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债（包括交易性金融负债和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债）、其他金融负债。

（2）金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

公司按照公允价值对金融资产进行后续计量，且不扣除将来处置该金融资产时可能发生的交易费用，但下列情况除外：①持有至到期投资以及贷款和应收款项采用实际利率法，按摊余成本计量；②在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

公司采用实际利率法，按摊余成本对金融负债进行后续计量，但下列情况除

外：①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，按照公允价值计量，且不扣除将来结清金融负债时可能发生的交易费用；②与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本计量；③不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，或没有指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益并将以低于市场利率贷款的贷款承诺，在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：A.按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》确定的金额；B.初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号——收入》的原则确定的累积摊销额后的余额。

金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，除与套期保值有关外，按照如下方法处理：①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，计入公允价值变动收益；在资产持有期间所取得的利息或现金股利，确认为投资收益；处置时，将实际收到的金额与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动收益。②可供出售金融资产的公允价值变动计入其他综合收益；持有期间按实际利率法计算的利息，计入投资收益；可供出售权益工具投资的现金股利，于被投资单位宣告发放股利时计入投资收益；处置时，将实际收到的金额与账面价值扣除原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额之后的差额确认为投资收益。

当收取某项金融资产现金流量的合同权利已终止或该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬已转移时，终止确认该金融资产；当金融负债的现时义务全部或部分解除时，相应终止确认该金融负债或其一部分。

（3）金融资产转移的确认依据和计量方法

公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给了转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产，并将收到的对价确认为一项金融负债。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：①放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产；②未放弃对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：①所转移金融资产的账面价值；②因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额之和。金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：①终止确认部分的账面价值；②终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额之和。

（4）金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：

①第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；

②第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

③第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观察或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

（5）金融资产的减值测试和减值准备计提方法

①资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，如有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

②对于持有至到期投资、贷款和应收款，先将单项金额重大的金融资产区分开来，单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，可以单独进行减值测试，或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试；单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有

类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。测试结果表明其发生了减值的，根据其账面价值高于预计未来现金流量现值的差额确认减值损失。

③可供出售金融资产

A.表明可供出售债务工具投资发生减值的客观证据包括：

a.债务人发生严重财务困难；

b.债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期；

c.公司出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；

d.债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；

e.因债务人发生重大财务困难，该债务工具无法在活跃市场继续交易；

f.其他表明可供出售债务工具已经发生减值的情况。

B.表明可供出售权益工具投资发生减值的客观证据包括权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌，以及被投资单位经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化使公司可能无法收回投资成本。

本公司于资产负债表日对各项可供出售权益工具投资单独进行检查。对于以公允价值计量的权益工具投资，若其于资产负债表日的公允价值低于其成本超过50%（含50%）或低于其成本持续时间超过12个月（含12个月）的，则表明其发生减值；若其于资产负债表日的公允价值低于其成本超过20%（含20%）但尚未达到50%的，或低于其成本持续时间超过6个月（含6个月）但未超过12个月的，本公司会综合考虑其他相关因素，诸如价格波动率等，判断该权益工具投资是否发生减值。对于以成本计量的权益工具投资，公司综合考虑被投资单位经营所处的技术、市场、经济或法律环境等是否发生重大不利变化，判断该权益工具是否发生减值。

以公允价值计量的可供出售金融资产发生减值时，原直接计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入减值损失。对已确认减值损失的可供出售债务工具投资，在期后公允价值回升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回并计入当期损益。对已确认减值损

失的可供出售权益工具投资，期后公允价值回升直接计入其他综合收益。

以成本计量的可供出售权益工具发生减值时，将该权益工具投资的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益，发生的减值损失一经确认，不予转回。

（四）应收款项

1、2019 年度和 2020 年 1-3 月

详见本招股说明书之“第九节 财务会计信息与管理层分析”之“五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（三）金融工具”的具体内容。

2、2017 年度和 2018 年度

（1）单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	金额 100 万元以上（含）且占应收款项账面余额 10%以上的款项
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

（2）按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

①具体组合及坏账准备的计提方法

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法	
账龄组合	账龄分析法
合并范围内关联往来组合	经测试未发生减值的，不计提坏账准备

②账龄分析法

以账龄为信用风险组合的应收款项坏账准备计提方法：

账龄	应收账款 计提比例（%）	其他应收款 计提比例（%）
1 年以内（含,下同）	3	3
1-2 年	20	20
2-3 年	80	80
3 年以上	100	100

（3）单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	应收款项的未来现金流量现值与以账龄为信用风险特征的应收款项组合的未来现金流量现值存在显著差异
坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，并根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

对应收银行承兑汇票、应收利息、长期应收款等其他应收款项，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

（五）存货

1、存货的分类

存货包括在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。

2、发出存货的计价方法

发出存货采用月末一次加权平均法。

3、存货可变现净值的确定依据

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

4、存货的盘存制度

存货的盘存制度为永续盘存制。

5、低值易耗品的摊销方法

按照一次转销法进行摊销。

（六）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量时予以确认。

2、各类固定资产的折旧方法

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	10-20	5	9.50-4.75
通用设备	年限平均法	3-10	5	31.67-9.50
专用设备	年限平均法	5-10	5	19.00-9.50
运输工具	年限平均法	3-5	5	31.67-19.00
其他设备	年限平均法	3-10	5	31.67-9.50

（七）无形资产

1、无形资产包括土地使用权、专利权及非专利技术等，按成本进行初始计量。

2、使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。具体年限如下：

项目	摊销年限（年）
土地使用权	50、37.33
专利权和商标权	10
软件	3-10

3、内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能证明其有用性；（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；（5）归属于该无形资产开发

阶段的支出能够可靠地计量。

（八）部分长期资产减值

对长期股权投资、固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产等长期资产，在资产负债表日有迹象表明发生减值的，估计其可收回金额。对因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。商誉结合与其相关的资产组或者资产组组合进行减值测试。

若上述长期资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额确认资产减值准备并计入当期损益。

（九）长期待摊费用

长期待摊费用核算已经支出，摊销期限在 1 年以上（不含 1 年）的各项费用。长期待摊费用按实际发生额入账，在受益期或规定的期限内分期平均摊销。如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

（十）职工薪酬

1、职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。

2、短期薪酬的会计处理方法

在职工为公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

3、离职后福利的会计处理方法

离职后福利分为设定提存计划和设定受益计划。

（1）在职工为公司提供服务的会计期间，根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

（2）对设定受益计划的会计处理通常包括下列步骤：

①根据预期累计福利单位法，采用无偏且相互一致的精算假设对有关人口统计变量和财务变量等作出估计，计量设定受益计划所产生的义务，并确定相关义务的所属期间。同时，对设定受益计划所产生的义务予以折现，以确定设定受益

计划义务的现值和当期服务成本；

②设定受益计划存在资产的，将设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产；

③期末，将设定受益计划产生的职工薪酬成本确认为服务成本、设定受益计划净负债或净资产的利息净额以及重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动等三部分，其中服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本，重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不允许转回至损益，但可以在权益范围内转移这些在其他综合收益确认的金额。

4、辞退福利的会计处理方法

向职工提供的辞退福利，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：（1）公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；（2）公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

5、其他长期职工福利的会计处理方法

向职工提供的其他长期福利，符合设定提存计划条件的，按照设定提存计划的有关规定进行会计处理；除此之外的其他长期福利，按照设定受益计划的有关规定进行会计处理，为简化相关会计处理，将其产生的职工薪酬成本确认为服务成本、其他长期职工福利净负债或净资产的利息净额以及重新计量其他长期职工福利净负债或净资产所产生的变动等组成项目的总净额计入当期损益或相关资产成本。

（十一）股份支付

1、股份支付的种类

系以权益结算的股份支付。

2、实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

（1）以权益结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应调整资本公积。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应调整资本公积。

换取其他方服务的权益结算的股份支付，如果其他方服务的公允价值能够可靠计量的，按照其他方服务在取得日的公允价值计量；如果其他方服务的公允价值不能可靠计量，但权益工具的公允价值能够可靠计量的，按照权益工具在服务取得日的公允价值计量，计入相关成本或费用，相应增加所有者权益。

（2）修改、终止股份支付计划

如果修改增加了所授予的权益工具的公允价值，公司按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加；如果修改增加了所授予的权益工具的数量，公司将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加；如果公司按照有利于职工的方式修改可行权条件，公司在处理可行权条件时，考虑修改后的可行权条件。

如果修改减少了授予的权益工具的公允价值，公司继续以权益工具在授予日的公允价值为基础，确认取得服务的金额，而不考虑权益工具公允价值的减少；如果修改减少了授予的权益工具的数量，公司将减少部分作为已授予的权益工具的取消来进行处理；如果以不利于职工的方式修改了可行权条件，在处理可行权条件时，不考虑修改后的可行权条件。

如果公司在等待期内取消了所授予的权益工具或结算了所授予的权益工具（因未满足可行权条件而被取消的除外），则将取消或结算作为加速可行权处理，立即确认原本在剩余等待期内确认的金额。

（十二）收入

1、2020 年 1-3 月

（1）收入确认原则

于合同开始日，公司对合同进行评估，识别合同所包含的各单项履约义务，并确定各单项履约义务是在某一时段内履行，还是在某一时点履行。

满足下列条件之一时，属于在某一时段内履行履约义务，否则，属于在某一时点履行履约义务：①客户在公司履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益；②客户能够控制公司履约过程中在建商品或服务；③公司履约过程中所产出的商品或服务具有不可替代用途，且公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，公司在该段时间内按照履约进度确认收入。履约进度不能合理确定时，已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。对于在某一时点履行的履约义务，在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品控制权时，公司考虑下列迹象：①公司就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务；②公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权；③公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品；④公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬；⑤客户已接受该商品；⑥其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

（2）收入计量原则

①公司按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。交易价格是公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项以及预期将退还给客户的款项。

②合同中存在可变对价的，公司按照期望值或最可能发生金额确定确定可变对价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。

③合同中存在重大融资成分的，公司按照假定客户在取得商品或服务控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格。该交易价格与合同对价之间的差额，在合同期间内采用实际利率法摊销。

④合同中包含两项或多项履约义务的，公司于合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务。

（3）收入确认的具体方法

公司主要销售不锈钢真空保温器皿、不锈钢器皿、塑料杯和玻璃杯等产品，属于在某一时点履行履约义务。内销产品收入确认需满足以下条件：公司已根据合同约定将产品交付给客户且客户已接受该商品，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，商品的法定所有权已转移。外销产品收入确认需满足以下条件：公司已根据订单约定将产品发货、报关、离港，取得提单，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，商品的法定所有权已转移

2. 2017 年度、2018 年度和 2019 年度

（1）收入确认原则

①销售商品

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：A.将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；B.公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；C.收入的金额能够可靠地计量；D.相关的经济利益很可能流入；E.相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

②让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

（2）收入确认的具体方法

公司主要销售不锈钢真空保温器皿、不锈钢器皿、塑料器皿和玻璃器皿等产品。

①外销：公司已根据订单约定将产品发货、报关、离港，取得提单，且产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关经济利益很可能流入，产品相关成本能够可靠地计量；

②内销：

A.互联网直销：消费者将货款支付至互联网支付平台，公司发出商品，消费者收到货物，公司收到货款时确认收入；

B.经销及内销 OEM/ODM：公司在产品交付客户指定的接收方、接收方签收后或者收到销售清单后确认销售收入。

（十三）政府补助

1、政府补助在同时满足下列条件时予以确认：（1）公司能够满足政府补助所附的条件（2）公司能够收到政府补助。政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

2、与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

政府文件规定用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资产相关的政府补助。政府文件不明确的，以取得该补助必须具备的基本条件为基础进行判断，以购建或其他方式形成长期资产为基本条件的作为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助，冲减相关资产的账面价值或确认为递延收益。与资产相关的政府补助确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

3、与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。对

于同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，难以区分与资产相关或与收益相关的，整体归类为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益或冲减相关成本；用于补偿已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益或冲减相关成本。

4、与公司日常经营活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与公司日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

5、政策性优惠贷款贴息的会计处理方法

财政将贴息资金直接拨付给公司的，将对应的贴息冲减相关借款费用。

（十四）递延所得税资产、递延所得税负债

1、根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，该计税基础与其账面数之间的差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

2、确认递延所得税资产以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

3、资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，转回减记的金额。

4、公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：（1）企业合并；（2）直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

（十五）租赁

公司为承租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金计入相关资产成本

或确认为当期损益，发生的初始直接费用，直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

公司为出租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金确认为当期损益，发生的初始直接费用，除金额较大的予以资本化并分期计入损益外，均直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

（十六）分部报告

公司以内部组织结构、管理要求、内部报告制度等为依据确定经营分部。公司的经营分部是指同时满足下列条件的组成部分：

1、该组成部分能够在日常活动中产生收入、发生费用；

2、管理层能够定期评价该组成部分的经营成果，以决定向其配置资源、评价其业绩；

3、能够通过分析取得该组成部分的财务状况、经营成果和现金流量等有关会计信息。

（十七）主要会计政策和会计估计的变更

1、会计政策变更

（1）新金融工具准则影响的政策变更

本公司自2019年1月1日起执行财政部修订后的《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》《企业会计准则第 24 号——套期保值》以及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》(以下简称新金融工具准则)。根据相关新旧准则衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日执行新准则与原准则的差异追溯调整 2019 年 1 月 1 日的留存收益或其他综合收益。

新金融工具准则改变了金融资产的分类和计量方式，确定了三个主要的计量类别：摊余成本；以公允价值计量且其变动计入其他综合收益；以公允价值计量且其变动计入当期损益。公司考虑自身业务模式，以及金融资产的合同现金流特征进行上述分类。权益类投资需按公允价值计量且其变动计入当期损益，但在初始确认时可选择按公允价值计量且其变动计入其他综合收益(处置时的利得或损

失不能回转到损益，但股利收入计入当期损益)，且该选择不可撤销。

新金融工具准则要求金融资产减值计量由“已发生损失模型”改为“预期信用损失模型”，适用于以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产、租赁应收款。

①执行新金融工具准则对公司 2019 年 1 月 1 日财务报表的主要影响如下：

单位：元

项目	资产负债表		
	2018 年 12 月 31 日	新金融工具准则调整影响	2019 年 1 月 1 日
交易性金融资产		58,761,216.47	58,761,216.47
其他流动资产	58,871,601.87	-58,600,000.00	271,601.87
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	161,216.47	-161,216.47	

②2019 年 1 月 1 日，公司金融资产和金融负债按照新金融工具准则和按原金融工具准则的规定进行分类和计量结果对比如下表：

单位：元

项 目	原金融工具准则		新金融工具准则	
	计量类别	账面价值	计量类别	账面价值
货币资金	摊余成本（贷款和应收款项）	50,703,168.09	以摊余成本计量的金融资产	50,703,168.09
交易性金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益		以公允价值计量且其变动计入当期损益	58,761,216.47
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	161,216.47	以公允价值计量且其变动计入当期损益	
应收账款	摊余成本（贷款和应收款项）	41,998,915.31	以摊余成本计量的金融资产	41,998,915.31
其他应收款	摊余成本（贷款和应收款项）	2,474,946.89	以摊余成本计量的金融资产	2,474,946.89
其他流动资产	摊余成本（贷款和应收款项）	58,871,601.87	摊余成本（贷款和应收款项）	271,601.87
应付账款	摊余成本（其他金融负债）	48,264,016.60	以摊余成本计量的金融负债	48,264,016.60
其他应付款	摊余成本（其他金融负债）	4,918,156.04	以摊余成本计量的金融负债	4,918,156.04

③2019 年 1 月 1 日，公司原金融资产和金融负债账面价值调整为按照新金融工具准则的规定进行分类和计量的新金融资产和金融负债账面价值的调节表

如下：

单位：元

项　目	按原金融工具准则列示的账面价值（2018 年 12 月 31 日）	重分类	重新计量	按新金融工具准则列示的账面价值（2019 年 1 月 1 日）
A.金融资产				
a.摊余成本				
货币资金				
按原 CAS22 列示的余额和按新 CAS22 列示的余额	50,703,168.09			50,703,168.09
应收账款				
按原 CAS22 列示的余额和按新 CAS22 列示的余额	41,998,915.31			41,998,915.31
其他应收款				
按原 CAS22 列示的余额和按新 CAS22 列示的余额	2,474,946.89			2,474,946.89
其他流动资产				
按原 CAS22 列示的余额	58,871,601.87			
减：转出至以公允价值计量且其变动计入当期损益(新 CAS22)		-58,600,000.00		
按新 CAS22 列示的余额				271,601.87
以摊余成本计量的总金融资产	154,048,632.16	-58,600,000.00		95,448,632.16
b.以公允价值计量且其变动计入当期损益				
交易性金融资产				
按原CAS22 列示的余额				
加：自以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产(原 CAS22)转入		161,216.47		

项　目	按原金融工具准则列示的账面价值（2018 年 12 月 31 日）	重分类	重新计量	按新金融工具准则列示的账面价值（2019 年 1 月 1 日）
加：自其他流动资产 (原 CAS22)转入		58,600,000.00		
按新CAS22 列示的余额				58,761,216.47
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产				
按原CAS22 列示的余额	161,216.47			
减：转出至交易性金融资产(原 CAS22)		-161,216.47		
按新CAS22 列示的余额				
以公允价值计量且其变动计入当期损益的总金融资产	161,216.47	58,600,000.00		58,761,216.47
B.金融负债				
a.摊余成本				
应付账款				
按原 CAS22 列示的余额和按新 CAS22 列示的余额	48,264,016.60			48,264,016.60
其他应付款				
按原 CAS22 列示的余额和按新 CAS22 列示的余额	4,918,156.04			4,918,156.04
以摊余成本计量的总金融负债	53,182,172.64			53,182,172.64

（2）财务报表列报变更

财政部于 2018 年 6 月 15 日发布了《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2018]15 号），对一般企业财务报表格式进行了修订，归并部分资产负债表项目，拆分部分利润表项目。

财政部于 2019 年 4 月 30 日发布了《关于修订印发 2019 年度一般企业财务

报表格式的通知》（财会[2019]6 号），对 2019 年 1 月 1 日首次执行新金融工具准则调整首次执行当年年初财务报表进行了修订，同时上述通知对于 2018 年 6 月 15 日发布的《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2018]15 号）予以废止。

公司已根据新的企业财务报表格式的要求编制财务报表，财务报表的列报项目因此发生变更的，已经按照《企业会计准则第 30 号——财务报表列报》等的相关规定，对可比期间的比较数据进行调整。

2、会计估计变更

报告期内，公司主要会计估计未发生变更。

（十八）执行新收入准则对公司的预计影响

1、新收入准则实施前后发行人收入确认会计政策的主要差异以及实施新收入准则在业务模式、合同条款、收入确认等方面产生的影响

2017 年，财政部发布修订后的《企业会计准则第 14 号—收入》（财会[2017]22 号，以下简称“新收入准则”）。要求申请首发企业应当自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则。新收入准则为规范与客户之间的合同产生的收入建立了新的收入确认模型，收入确认由原先“商品所有权上的主要风险和报酬转移”变为“在客户取得相关商品控制权时确认收入”。

根据新收入准则，确认收入的方式应当反映公司向客户转让商品或提供服务的模式，收入的金额应当反映公司因向客户转让该等商品和服务而预计有权获得的对价金额。同时，新收入准则对于收入确认的每一个环节所需要进行的判断和估计也做出了规范。新收入准则对公司收入确认没有重大影响，具体情况如下：

公司的主营业务产品为不锈钢真空保温器皿、不锈钢器皿、塑料器皿等日用饮品、食品容器，现行收入确认政策为：

（1）外销收入：公司已根据订单约定将产品发货、报关、离港，取得提单，且产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关经济利益很可能流入，产品相关成本能够可靠地计量。

（2）内销收入：

①互联网直销：消费者将货款支付至互联网支付平台，公司发出商品，消费者收到货物，公司收到货款时确认收入；

②经销及内销 OEM/ODM：公司在产品交付客户指定的接收方、接收方签收后或者收到销售清单后确认销售收入。

公司销售产品通常仅包含一项履约义务，且在产品交付、客户签收或确认一致后，满足合同中的履约义务已完成、客户已取得相关商品控制权，因此新收入准则对发行人现行收入确认政策无重大影响，对公司业务模式、合同条款也无重大影响。

2、假定自申报财务报表期初开始全面执行新收入准则，对首次执行日前各年（末）营业收入、归属于公司普通股股东的净利润、资产总额、归属于公司普通股股东的净资产的影响程度

本公司执行新收入准则对报告期各期营业收入、归属于公司普通股股东的净利润、资产总额、归属于公司普通股股东的净资产数据无影响。

3、执行新收入准则对公司 2020 年 1 月 1 日财务报表的主要影响如下：

项目	资产负债表		
	2019 年 12 月 31 日	新收入准则调整影响	2020 年 1 月 1 日
预收款项	2,182,928.75	-2,182,928.75	
合同负债		2,182,928.75	2,182,928.75

六、分部信息

本公司按产品分类的主营业务收入及主营业务成本明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	成本	收入	成本	收入	成本	收入	成本
不锈钢真空保温器皿	6,814.02	4,583.44	34,401.98	22,372.08	31,692.56	20,207.23	28,492.08	20,849.02
不锈钢器皿	170.80	146.60	2,535.91	1,881.04	2,696.86	2,093.57	1,799.92	1,549.48
塑料杯	151.57	142.26	1,845.71	1,441.15	1,676.57	1,330.95	2,241.90	2,062.37
玻璃杯	74.62	45.92	600.38	320.98	843.66	615.92	1,090.03	672.37
其他	38.09	33.58	345.57	262.01	360.78	225.96	122.89	69.02
合计	**7,249.11**	**4,951.80**	**39,729.55**	**26,277.26**	**37,270.42**	**24,473.63**	**33,746.81**	**25,202.26**

七、发行人适用的税率及享受的主要财政税收优惠政策

（一）主要税种及税率

税　种	计税依据	税　率
增值税	以按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	17%、16%、13%、6%，出口货物享“免、抵、退”政策，退税率为16%、13%、9%[注 1]
房产税	从价计征的，按房产原值一次减除30%后余值的 1.2%计缴；从租计征的，按租金收入的 12%计缴	1.2%、12%
城市维护建设税	应缴流转税税额	7%、5%
教育费附加	应缴流转税税额	3%
地方教育附加	应缴流转税税额	2%
企业所得税	应纳税所得额	[注 2]

注 1：根据财政部、国家税务总局《关于调整增值税税率的通知》（财税[2018]32 号），自 2018 年 5 月 1 日起，纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 17%税率的，税率调整为 16%。

根据财政部、国家税务总局《关于调整部分产品出口退税率的通知》（财税[2018]123 号）的相关规定，自 2018 年 11 月 1 日起，公司出口的部分产品由原来的退税率 9%，提高至退税率 13%。

根据财政部、国家税务总局、海关总署《关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部税务总局海关总署公告 2019 年第 39 号）规定，自 2019 年 4 月 1 日起增值税一般纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 16%税率的，税率调整为 13%；原适用 16%税率且出口退税率为 16%的出口货物劳务，出口退税率调整为 13%。

注 2：不同税率的纳税主体企业所得税税率说明

纳税主体名称	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
本公司	15%	15%	15%	15%
饮水科技	21%	21%	21%	-
镁歌贸易	25%	25%	-	-
秦歌贸易	25%	25%	-	-
汉歌贸易	25%	25%	-	-
汉悦贸易	25%	25%	-	-
镁悦贸易	25%	25%	-	-

（二）税收优惠及批文

1、根据全国高新技术企业认定管理工作领导小组办公室 2017 年 12 月 15 日发布的《关于浙江省 2017 年第一批高新技术企业备案的复函》（国科火字〔2017〕201 号），公司取得高新技术企业认定（证书编号：GR201733002394），有效期为 3 年，企业所得税优惠期为 2017 年至 2019 年，按 15%的税率计缴企业所得税。

2、根据浙江省武义县人民政府 2017 年 5 月 21 日发布的《武义县调整城镇土地使用税政策促进土地集约节约利用工作实施方案》，公司享有工业企业城镇土地使用税及房产税一级税收优惠，城镇土地使用税减征幅度为 100%，房产税减征幅度为 75%。

（三）关于高新技术企业的认定

公司已于 2020 年 7 月提交高新技术企业认定申请书，根据《高新技术企业认定管理办法》（国科发火〔2016〕32 号）及高新技术企业认定管理工作指引（国科发火〔2016〕195 号）的相关规定，公司的高新技术企业证书续期预期不存在实质性障碍，后续能继续享受企业所得税优惠税率。

公司参照《高新技术企业认定管理办法》第十一条认定条件的满足情况具体如下：

序号	《高新技术企业认定管理办法》第十一条	嘉益股份情况[注]	是否符合
1	企业申请认定时须注册成立一年以上	公司成立于 2004 年 5 月 12 日，注册成立一年以上。	符合
2	企业通过自主研发、受让、受赠、并购等方式，获得对其主要产品（服务）在技术上发挥核心支持作用的知识产权的所有权	公司重视知识产权发展，以知识产权不断提升产品的核心竞争力，近三年已拥有 1 项发明专利、27 项实用新型专利、24 项外观设计专利，5 项发明专利、16 项实用新型专利正在申请中，公司主营产品核心技术均具有完全自主知识产权。[注]	符合
3	对企业主要产品（服务）发挥核心支持作用的技术属于《国家重点支持的高新技术领域》规定的范围	公司对主要产品发挥核心支持作用的技术属于《国家重点支持的高新技术领域》规定的“四、新材料（一）金属材料 1.精品钢材制备技术：高附加值、特殊性能钢材、合金及制品的先进制备加工技术”。	符合
4	企业从事研发和相关技术创新活动的科技人员占企业当年职工总数的比例不低于 10%	公司从事研发和相关技术创新活动的科技人员占企业当年职工总数的比例为 10.18%。	符合
5	企业近三个会计年度（实际经营期不满三年的按实际经营时间计算，下同）的研究开发费用总额占同期销售收入总额的比例符合如下要求： 1.最近一年销售收入小于 5,000 万元（含）的企业，比例不低于 5%； 2.最近一年销售收入在 5,000 万元至 2 亿元（含）的企业，比例不低于 4%； 3.最近一年销售收入在 2 亿元以上的企业，比例不低于 3%。 其中，企业在中国境内发生的研究开发费用总额占全部研究开发费用总额的比例	公司近三个会计年度的研究开发费用总额（适用标准 3）占同期销售收入总额的比例为 4.39%，公司近三个会计年度的研究开发费用均在中国境内发生。	符合

序号	《高新技术企业认定管理办法》第十一条	嘉益股份情况[注]	是否符合
	不低于 60%		
6	近一年高新技术产品（服务）收入占企业同期总收入的比例不低于 60%	公司 2019 年高新技术产品收入占同期总收入的比例为 87.91%。	符合
7	企业创新能力评价应达到相应要求	公司拥有自主研发的专利和技术，创新能力自我评价已达到相应要求。	符合
8	企业申请认定前一年内未发生重大安全、重大质量事故或严重环境违法行为	公司 2019 年未发生重大安全、重大质量事故或严重环境违法行为。	符合

注：上述数据均来源于公司《高新技术企业认定申请书》中申请认定企业自评表内容。

八、经发行人会计师核验的非经常性损益明细表

天健所对公司最近三年的非经常性损益明细表进行鉴证并出具了《关于浙江嘉益保温科技股份有限公司最近三年非经常性损益的鉴证报告》（天健审[2020]9271 号）。依据经注册会计师审核的非经常性损益明细表，公司近三年非经常性损益的具体内容、金额和扣除非经常性损益后的净利润金额以及非经常性损益对当期净利润的影响情况如下：

单位：元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-83,725.88	361,992.05	-17,996.16	-1,273,312.45
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	1,417,736.81	14,402,079.72	8,949,925.09	5,854,633.46
委托他人投资或管理资产的损益	250,690.03	2,328,298.57	279,320.94	27,099.57
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债产生的公允价值变动收益，以及处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-407,569.18	-4,686,924.84	-2,655,385.17	12,578,283.27
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-16,328.93	-68,516.96	149,493.93	-775,006.98
其他符合非经常性损益定义的损益项目		464,738.60		-8,937,500.00
小计	**1,160,802.85**	**12,801,667.14**	**6,705,358.63**	**-17,682,369.67**
减：所得税费用（所得税费用减少以“-”表示）	174,045.08	2,040,891.27	1,005,803.79	-1,185,308.29

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
少数股东损益		-16,050.27		
归属于母公司股东的非经常性损益净额	**986,757.77**	**10,776,826.14**	**5,699,554.84**	**-16,497,061.38**
归属于母公司股东的净利润	**13,608,632.18**	**71,900,156.81**	**81,224,168.38**	**25,822,148.84**
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	**12,621,874.41**	**61,123,330.67**	**75,524,613.54**	**42,319,210.22**

九、发行人主要财务指标

（一）主要财务指标

财务指标	2020 年 3 月 31 日/2020 年 1-3 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年度	2018 年 12 月 31 日/2018 年度	2017 年 12 月 31 日/2017 年度
流动比率（倍）	3.80	3.03	2.55	1.60
速动比率（倍）	2.88	2.22	1.85	0.99
资产负债率（母公司）	15.68%	19.35%	25.26%	38.28%
资产负债率（合并）	16.91%	20.91%	25.26%	38.28%
应收账款周转率（次）	6.70	8.87	9.14	8.30
存货周转率（次）	3.05	4.18	3.99	4.54
息税折旧摊销前利润（万元）	1,953.32	9,700.05	10,467.19	4,270.46
归属于母公司所有者的净利润（万元）	1,360.86	7,190.02	8,122.42	2,582.21
扣除非经常性损益后归属于母公司所有的净利润（万元）	1,262.19	6,112.33	7,552.46	4,231.92
研发投入占营业收入的比例（%）	5.12%	4.94	4.82	3.62
每股经营活动产生的现金流量（元）	0.29	0.98	1.76	0.81
每股净现金流量（元）	0.13	0.98	0.18	0.05
归属于母公司股东的每股净资产（元）	4.48	4.30	3.33	2.25

注 **1**：计算公式及说明如下：

（1）流动比率=流动资产÷流动负债

（2）速动比率=（流动资产-存货）÷流动负债

（3）资产负债率=（负债总额÷资产总额）×100%

（4）应收账款周转率=营业收入÷平均应收账款账面净值

（5）存货周转率=营业成本/存货平均账面价值

（6）息税折旧摊销前利润=利润总额＋利息支出＋折旧费用＋摊销费用

（7）研发投入占营业收入的比例＝研发费用÷营业收入

（8）每股经营活动现金流量净额=经营活动产生的现金流量净额÷期末普通股股份总数

（9）每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额÷期末普通股股份总数

（10）归属于母公司股东的每股净资产=期末归属于母公司所有者权益÷期末普通股股份总数

注 2：为增强可比性，2020 年一季度应收账款周转率与存货周转率已做年化处理。

（二）加权平均净资产收益率及每股收益

根据《公开发行证券公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露（2010 年修订）》，报告期内公司加权平均的净资产收益率、基本每股收益、稀释每股收益如下：

净利润类别	年度	加权平均净资产收益率	每股收益（元）	
			基本	稀释
归属于公司普通股股东的净利润	2020 年 1-3 月	4.13%	0.18	0.18
	2019 年度	25.13%	0.96	0.96
	2018 年度	38.83%	1.08	1.08
	2017 年度	27.40%	0.34	0.34
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2020 年 1-3 月	3.83%	0.17	0.17
	2019 年度	21.37%	0.81	0.81
	2018 年度	36.11%	1.01	1.01
	2017 年度	44.90%	0.56	0.56

注：计算公式及说明如下：

（1）加权平均净资产收益率=P/（E_0＋NP÷2＋E_i×M_i÷M_0–E_j×M_j÷M_0±E_k×M_k÷M_0）

其中：P 为归属于公司普通股股东的净利润与扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润孰低；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E_0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M_0 为报告期月份数；M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；E_k 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

报告期发生同一控制下企业合并的，计算加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从报告期期初起进行加权；计算扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从合并日的次月起进行加权。计算比较期间的加权平均净资产收益率时，被合并方的净利润、净资产均从比较期间期初起进行加权；计算比较期间扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产不予加权计算（权重为零）。

（2）基本每股收益=P÷S

S=S_0＋S_1＋S_i×M_i÷M_0–S_j×M_j÷M_0–S_k

其中：P 为归属于公司普通股股东的净利润与扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润孰低；S 为发行在外的普通股加权平均数；S_0 为期初股份总数；S_1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j 为报告期因回购等减少股份数；S_k 为报告期缩股数；M_0 报告期月份数；M_i 为增加股份下一月份起至报告期期末的月份数；M_j 为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

十、经营成果分析

（一）营业收入分析

1、营业收入构成

报告期内，公司营业收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
主营业务收入	7,249.11	99.24	39,729.55	98.11	37,270.42	99.01	33,746.81	99.23
其他业务收入	55.51	0.76	766.55	1.89	374.46	0.99	260.35	0.77
合计	**7,304.62**	**100.00**	**40,496.11**	**100.00**	**37,644.88**	**100.00**	**34,007.16**	**100.00**

报告期内公司经营规模不断扩张，2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-3 月营业收入呈现逐年上涨的趋势。报告期各期，主营业务收入占营业收入的比重均达到 98%以上，分别为 99.23%、99.01%、98.11%和 99.24%，主营业务突出。

公司的主营业务为各种不同材质的饮品、食品容器的研发设计、生产与销售，主要产品包括不锈钢真空保温器皿（保温杯、保温瓶、焖烧罐、保温壶、智能杯等）、不锈钢器皿、塑料器皿（PP、AS、Tritan 等材质）、玻璃器皿以及其他新材料的日用饮品、食品容器。

报告期内，公司主营业务收入持续增长，2018 年度、2019 年度分别同比增长 10.44%和 6.60%，主要系产品结构优化调整影响，主要产品平均销售价格逐年增长所致。

报告期各期，公司其他业务收入分别为 260.35 万元、374.46 万元、766.55 万元和 55.51 万元，主要系废料销售等收入，占公司营业收入的比例较小，对公司经营不构成重大影响。

2、主营业务收入构成分析

（1）主营业务收入产品构成分析

报告期内，主营业务收入按产品类别分类如下：

单位：万元

产品	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
不锈钢真空保温器皿	6,814.02	94.00	34,401.98	86.59	31,692.56	85.03	28,492.08	84.43
不锈钢器皿	170.80	2.36	2,535.91	6.38	2,696.86	7.24	1,799.92	5.33
塑料器皿	150.37	2.07	1,845.71	4.65	1,676.57	4.50	2,241.90	6.64
玻璃器皿	74.62	1.03	600.38	1.51	843.66	2.26	1,090.03	3.23
其他	39.30	0.54	345.57	0.87	360.78	0.97	122.89	0.36
合计	**7,249.11**	**100.00**	**39,729.55**	**100.00**	**37,270.42**	**100.00**	**33,746.81**	**100.00**

报告期内，公司紧密结合既有优势和市场发展方向，重点开发不锈钢真空保温器皿业务，借鉴 OEM/ODM 客户的国际视野和市场经验，持续进行产品设计研发投入，在产品品种、外观设计、结构设计和功能用途等方面不断更新升级，公司不锈钢真空保温器皿销售收入逐年增长，是公司主营业务收入的主要来源。报告期内，公司不锈钢真空保温器皿销售收入分别为 28,492.08 万元、31,692.56 万元、34,401.98 万元和 6,814.02 万元，占主营业务收入的比例分别为 84.43%、85.03%、86.59%和 94.00%，收入占比逐年提高。

公司主营业务收入持续增长主要原因有：

①优质的客户资源和稳定的销售渠道

经过多年的耕耘和发展，公司目前已经积累了如 PMI、ETS、S'well 公司等稳定优质的海外核心客户资源，其稳定的产品需求是营业收入增长的重要基础。与此同时，Takeya、Jordane 等市场新兴客户为公司带来部分新增营业收入，其中如 Takeya 等客户后续需求稳定增长，逐渐成长为公司的核心客户。

公司经过多年的专业化运营，在研发设计能力、生产工艺水平、质量控制、管理能力等方面不断改进、提升，产品种类齐全、质量优良、响应速度快且供货周期短，能更好地满足客户需求，在海外市场积累了良好的口碑，使得公司在稳定与深化客户合作关系方面具有一定的优势。

②产品种类丰富，产品及客户结构不断优化

经过多年发展，公司产品已形成不锈钢真空保温器皿和非真空器皿两大系列，形成了较为丰富的产品线。丰富的产品组合降低了公司市场拓展成本，提高了市

场开拓效率。报告期内，公司客户结构不断优化，工艺更加复杂的中高端产品占比增加，带动公司产品价格上涨。同时公司大力拓展自有品牌，2019 年度自有品牌收入大幅增加。

③拥有较强的设计研发能力，产品不断创新增强了公司的竞争力

随着人民生活水平的提高，不锈钢真空保温器皿在审美、智能、节能环保等方面对生产厂商提出了更高的要求。公司长期以来注重产品技术研发及设计创新，拥有具有创新思维的设计团队，并在上海成立了创新中心搭建了系统的研发平台，紧跟市场潮流，能在客户确定新产品的研发方向方面主动给出建议，不断推出新产品，与客户形成良性互动。报告期内，公司通过不断优化产品结构，提高产品附加值及议价能力，既满足了客户的产品需求和消费偏好，又带动了公司产品销售，拓展了市场。

（2）主营业务收入的地区构成

报告期内，公司主营业务收入按销售地区划分情况如下：

单位：万元

地区	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
境外	6,259.61	86.35%	34,141.59	85.94%	31,027.94	83.25%	28,346.54	84.00%
境内	989.50	13.65%	5,587.96	14.06%	6,242.48	16.75%	5,400.27	16.00%
合计	**7,249.11**	**100.00%**	**39,729.55**	**100.00%**	**37,270.42**	**100.00%**	**33,746.81**	**100.00%**

公司产品主要以 OEM/ODM 方式实现销售，2017 年度至 2019 年度，公司境外销售收入逐年增加，是公司主营业务收入的主要来源。公司外销主要集中于欧美、日韩等发达国家和地区，上述地区不锈钢真空保温器皿在一定程度上具有快速消费品的特征，产品消费更换频率较高，市场需求旺盛。公司依靠对市场的快速响应、良好的产品品质和对客户的优质服务，在上述保温杯市场建立了较好的口碑，通过与核心客户不断深化合作，扩展合作的产品种类，销售收入保持了稳定的增长。2018 年和 2019 年，公司境外销售额增长，主要是因为 Takeya、Jordane 等潜力较大的新客户业务量有所增加所致。

公司开拓境外市场的同时也在积极尝试拓展境内市场，公司境内销售业务包括境内 OEM/ODM 业务和公司自有品牌业务。2017 年和 2018 年，公司境内业务

主要为 OEM/ODM 业务，公司 2019 年度完成了对 miGo 品牌的收购，加大对自有品牌的拓展力度。为提高客户服务质量、加强自有品牌建设，确保现有产能规模下满足公司境外优质客户及自有品牌发展需要，公司减少了境内 OEM/ODM 业务，2019 年自有品牌收入有所增加，但境内销售收入略有减少。未来随着营销网络的陆续铺设，公司自有品牌影响力增强，公司自有品牌收入预计持续增长，进一步提升公司的收入规模。

①同行业可比公司外销占比情况及发行人主要境外客户情况

A.可比公司的选择依据

截至本招股说明书签署日，与公司具有较强可比性的主要产品为不锈钢真空保温器皿的同行业中上市公司仅哈尔斯一家，为进行同行业比较，按产品市场和业务模式的相似性选择了同行业可比公司。

公司简称	企业简介
哈尔斯	成立于 1996 年，2011 年在深圳证券交易所中小板上市，股票代码 002615，为中国不锈钢保温器皿行业第一家 A 股上市公司。哈尔斯主要业务为不锈钢真空保温器皿的研发设计、生产与销售，主要产品包括保温杯、保温瓶、保温壶、保温饭盒、焖烧壶、真空保温电热水壶等不锈钢真空保温器皿以及铝瓶、玻璃杯，PP、Tritan 等材质的塑料杯。
新宝股份	成立于 1995 年，2014 年在深圳证券交易所中小板上市，股票代码 002705。新宝股份是国内较早从事设计研发、生产、销售小家电产品的企业之一，产品主要包括电热水壶、电热咖啡机、面包机、打蛋机、多士炉、搅拌机等。
山东华鹏	成立于 2001 年，2015 年在上海证券交易所上市，股票代码 603021。山东华鹏主营业务为研发、生产和销售玻璃器皿产品和玻璃瓶罐，年玻璃制品产量约 40 万吨。
德力股份	成立于 2002 年，2011 年在深圳证券交易所中小板上市，股票代码 002571。德力股份主营业务为日用玻璃器皿研发、生产和销售。主要产品包括机吹杯、机压杯、压吹杯、花瓶、烟缸、密封罐、玻璃碗等各类日用玻璃器皿。
爱仕达	成立于 1993 年，2010 年在深圳证券交易所中小板上市，股票代码 002403。爱仕达主要生产厨房炊具、厨房小家电、家居用品及机器人本体、机器人应用的企业，主要以自主品牌在国内经营和为国际知名企业贴牌生产，其家居用品主要包括水壶、保温壶、水杯、厨房工具等。
苏泊尔	成立于 1998 年，2004 年在深圳证券交易所中小板上市，股票代码 002032。苏泊尔主要业务包括明火炊具、厨房小家电、厨卫电器、生活家居电器等四大领域。2014 年起，该公司在立足于原有的明火炊具产品和厨房小家电产品的基础上，进一步拓展中端不锈钢真空保温杯业务条线，重点打造晶韵系列水杯等产品。

a.公司选取哈尔斯作为可比公司，主要原因系哈尔斯为国内专业从事不锈钢真空保温器皿生产和销售的唯一一家上市公司，其主营业务、销售模式均与公司存在一定的相似性。

b.公司选取新宝股份作为可比公司，主要原因系新宝股份销售模式也以

OEM/ODM 为主，且产品市场主要系生活日用品市场，业务模式和产品市场与公司相比具有一定的相似性。

c.公司选取山东华鹏、德力股份、爱仕达和苏泊尔作为可比公司，主要原因系山东华鹏和德力股份从事部分玻璃杯生产和销售业务，爱仕达和苏泊尔从事少量保温杯生产和销售业务，且其产品市场主要系生活日用品市场，生产销售的产品和产品市场与公司相比具有一定的相似性。

B.同行业可比公司外销占比情况

报告期内，同行业可比公司外销占比情况如下：

公司名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
哈尔斯	79.45%	77.37%	65.87%
新宝股份	79.31%	84.77%	85.63%
山东华鹏	3.60%	4.27%	5.26%
德力股份	19.93%	16.06%	14.35%
爱仕达	37.94%	34.32%	34.64%
苏泊尔	25.74%	26.60%	28.02%
可比公司平均	**41.00%**	**40.56%**	**38.96%**
本公司	85.94%	83.25%	84.00%

注：可比公司 2020 年一季报未披露收入地区分部数据，故未进行比较分析。

公司主营业务为各种不同材质的饮品、食品容器的研发设计、生产与销售。截至本招股说明书签署日，与公司具有较强可比性的主要产品为不锈钢真空保温器皿的同行业中上市公司仅哈尔斯一家，其报告期各期外销收入占比与公司较为接近。公司销售收入中 OEM/ODM 模式销售占比较高，与新宝股份业务模式较为接近，外销比例也较为接近。其余可比公司中，山东华鹏和德力股份产品主要为玻璃产品，爱仕达和苏泊尔自有品牌销售收入占比较高，故其外销收入占比低于公司。公司外销业务占比与公司所处行业和业务模式的特点一致。

B.公司主要境外客户情况

报告期各期，公司前五大境外客户的基本情况及销售情况如下：

单位：万元

序列	客户名称	销售收入	占外销收入比例	占营业收入比例
2020 年 1-3 月				
1	PMI	1,782.52	28.48%	24.40%
2	ETS	1,603.12	25.61%	21.95%
3	Takeya	1,570.74	25.09%	21.50%
4	S’well 公司	400.88	6.40%	5.49%
5	Jordane	345.21	5.51%	4.73%
合计		**5,702.46**	**91.10%**	**78.07%**
2019 年度				
1	Takeya	11,316.90	33.15%	27.95%
2	ETS	7,803.14	22.86%	19.27%
3	PMI	7,368.07	21.58%	18.19%
4	S'well 公司	4,728.79	13.85%	11.68%
5	Jordane	938.08	2.75%	2.32%
合计		**32,154.98**	**94.18%**	**79.40%**
2018 年度				
1	PMI	8,876.93	23.82%	23.58%
2	S'well 公司	8,201.31	22.00%	21.79%
3	Takeya	6,798.04	18.24%	18.06%
4	ETS	5,536.42	14.85%	14.71%
5	EASYGO DRINKWARE LLC	579.04	1.55%	1.54%
合计		**29,991.73**	**80.47%**	**79.67%**
2017 年度				
1	ETS	10,205.70	30.24%	30.01%
2	S'well 公司	8,692.18	25.76%	25.56%
3	PMI	5,874.80	17.41%	17.28%
4	Takeya	2,188.29	6.48%	6.43%
5	Great Canadian Distribution	1,146.69	3.40%	3.37%
合计		**28,107.66**	**83.29%**	**82.65%**

注 1：PMI 为美国品牌商，包括 PMI 及其全资子公司 Formation Brands,LLC。PMI 旗下拥有“STANLEY”、“aladdin”等饮料容器方面的国际知名品牌。

注 2：ETS 为美国品牌商，旗下品牌“H2go”，产品主要投放于礼赠品市场。

注 3：Takeya 为日本品牌商，旗下品牌“TAKEYA”、“Thermoflask”。

注 4：S'well 公司为美国品牌商，旗下品牌“S'well”、“S'ip”。

注 5：Jordane 为美国品牌商，旗下品牌“Hydrocell”。

注 6：EASYGO DRINKWARE LLC 为美国品牌商，旗下品牌“EASYGO”。
注 7：Great Canadian Distribution 为加拿大品牌商，旗下品牌“MME”。

报告期内，公司前五大外销客户构成较为稳定，系外销收入的主要组成部分，随着公司自有品牌销售规模的逐步扩大，其占营业收入的比例逐年有所下降。

②境外销售的产品构成分析

A.境外销售的种类、销售量、销售单价、销售金额及占比

报告期内，公司境外销售的产品构成及占营业收入的比例具体情况如下：

产品类别	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
不锈钢真空保温器皿	5,911.18	80.92	29,524.64	72.91	26,477.52	70.33	24,094.57	70.85
不锈钢器皿	170.80	2.34	2,528.90	6.24	2,545.85	6.76	1,799.92	5.29
塑料器皿	142.28	1.95	1,752.97	4.33	1,676.57	4.45	2,241.90	6.59
玻璃器皿	-	-	11.49	0.03	15.51	0.04	163.13	0.48
其他	35.34	0.48	323.60	0.80	312.48	0.83	47.03	0.14
合计	**6,259.61**	**85.69**	**34,141.59**	**84.31**	**31,027.94**	**82.42**	**28,346.54**	**83.35**

公司境外销售的产品以不锈钢真空保温器皿为主，各期占营业收入的比例均在 70%以上。境外销售的主要产品的销量和价格情况如下：

产品类别	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	销量（万只）	单价（元/只）	销量（万只）	单价（元/只）	销量（万只）	单价（元/只）	销量（万只）	单价（元/只）
不锈钢真空保温器皿	214.26	27.59	965.87	30.57	897.49	29.50	961.37	25.06
不锈钢器皿	16.26	10.50	164.41	15.38	177.78	14.32	146.78	12.26
塑料器皿	18.73	7.60	212.66	8.24	205.35	8.16	244.73	9.16
玻璃器皿	-	——	0.45	25.53	0.65	23.86	6.61	24.69

公司境外销售的不锈钢真空保温器皿和不锈钢器皿各期销量基本维持稳定，2017 年销售单价较低，2018 年度和 2019 年度销售单价有所上升，主要系客户构成和产品结构变化所致。2020 年 1-3 月，受新冠疫情影响，境外市场需求有所减少，销售价格相应有所下降。塑料器皿和玻璃器皿销量整体呈下降趋势，主要系公司生产以不锈钢真空保温器皿为主，塑料器皿和玻璃器皿的产量有所减少所致。

B.境外销售模式及流程

公司境外销售客户均为 ODM、OEM 模式客户，销售流程为公司通过展会、各类网络平台等与客户建立联系，经过客户询价、公司报价后双方达成贸易意向，公司与客户通过签订框架协议或产品订单的方式开展交易；公司根据订单在 ERP 系统中开立相应的《生产任务单》，生产部门制定生产计划并执行生产，采购部门采购原材料；产品生产完成后，经质检系统检验和部分客户抽验后，按照订单约定的交货方式和地点安排物流运输，完成相应的出口报关流程后，公司确认销售收入。公司外销主要采用 FOB 和 DDU 三种贸易模式，FOB 风险转移时点为公司报关装船完毕时，公司报关完成、取得提单后确认销售收入；DDU 模式下，风险转移时点为运送至客户指定交货目的地，客户签收确认后，公司在取得客户仓管人员签字确认的提单后确认收入。

2017 年度和 2018 年度，公司主要客户系 OEM/ODM 客户，产品境内、境外销售价格和毛利率较为接近。2019 年度，公司自有品牌产品销售金额及占比上升，不锈钢真空保温器皿的内销价格和毛利率均高于境外销售。报告期各期，公司主要产品不存在境外销售价格和销售毛利明显高于境内销售的情形。

③境外主要销售地区贸易政策变化情况

公司主要外销市场集中于美国、欧洲、日韩等国家和地区，其中美国市场占比较高。公司主要产品报告期内暂未被加征关税，随着中美贸易形势等国际局势的变化，外销产品仍存在被加征关税的风险。

若美国政府维持 3,000 亿清单原定加征关税的税率，公司出口到美国的产品将被加征 15%的关税，外销客户可能因关税而减少订单或由公司承担部分关税，将会给发行人经营业绩带来不利影响。以 2019 年出口美国的收入为基础测算，关税成本的转嫁情况对公司业绩影响的分析如下：

单位：万元

营业收入(A)	40,496.11
归属于母公司所有者的净利润(B)	7,190.02
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润(C)	6,112.33
美国地区销售收入(D)	25,883.88
加征关税比例(E)	15%

加征关税金额(F=D*E)	3,882.58				
客户承担比例(G)	0%	25%	50%	75%	100%
营业收入减少金额(H=F*(1-G))	3,882.58	2,911.94	1,941.29	970.65	
销售收入减少占比(I=H/A)	9.59%	7.19%	4.79%	2.40%	
销售收入减少后净利润减少金额(J=H*(1-15%))	3,300.19	2,475.15	1,650.10	825.05	
考虑关税影响后的测算归母净利润(K=B-J)	3,889.83	4,714.87	5,539.92	6,364.97	7,190.02
考虑关税影响后的测算扣非后归母净利润(L=C-J)	2,812.14	3,637.18	4,462.23	5,287.28	6,112.33

若客户要求公司承担部分关税加征成本，对公司的净利润会形成一定不利影响，但不会影响公司的持续盈利能力。

国际不锈钢真空器皿知名品牌商在选择 OEM 和 ODM 代工供应商前，通常对供应商资质有非常严格的审定程序，只有通过审核的生产厂家才能正式进入其供应商名录。生产厂家进入品牌商的供应商体系后，双方会结成较为长期、稳定的战略合作关系，一般不会轻易发生改变。公司与主要客户建立了长期良好的合作关系，客户粘性较高。自美国开始执行关税计征政策以来，公司已与主要客户就关税事项进行了电话或邮件沟通，客户基本同意双方共同承担关税加征成本，如外销产品关税上涨，公司预计可将部分关税成本转移给下游客户，公司盈利能力受到影响相对较小。报告期内，境外销售的主要地区与发行人出口产品相关的贸易政策未发生重大不利变化。

④汇兑损益对业绩的影响情况

公司人民币汇兑损益的产生主要分为两个环节，一是进行外币交易时所产生的汇兑损益；二是在持有外币货币性资产和负债期间，在资产负债表日对相关项目进行折算，因汇率变动产生的差额记入汇兑损益。

公司发生的外币交易在初始确认时，采用交易发生日即期汇率的近似汇率折算为人民币金额。资产负债表日，对于外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，计入汇兑损益。对于以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其记账本位币金额。

报告期内，公司各期汇兑损失金额分别为 386.03 万元、-367.36 万元、69.35 万元和-87.98 万元，占公司利润总额的比例分别为 12.37%、3.93%、0.83%和 5.96%。

2017 年度，因公司利润规模较小及汇率波动导致的损失金额较高，使得汇兑损益影响相对较大，其余各期汇兑损益对业绩影响整体较小。

⑤海关报关数据情况及增值税退税流程

2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-3 月，金华海关出具的公司外销收入统计表显示公司外销收入金额分别为 4,159.17 万美元、4,559.76 万美元、4,922.82 万美元和 964.78 万美元，除去结关的时间性差异外，与公司外销收入基本一致。

公司自营出口的货物实行免、抵、退税办法。目前办理免抵退税采取网上申报办理的方式操作，具体流程如下：

A.确认出口销售收入

公司在货物报关出口，完成清关手续并取得提单时确认销售收入，同时在当期的海关报关数据中反映免、抵、退办法出口销售额；

B.出口退税申报

单证齐全后公司在出口退税申报系统中生成免抵退税申报表进行退税申报，系统自动将申报信息与海关信息进行匹配。

C.完成出口退税

税局根据公司申报的免抵退税申报表确认应退税额，经审核通过后开具收入退还书并进行退税。

报告期内，公司不存在销售至保税区产品转内销的情况，所有报关产品均已完成出口。

⑥境外客户的核查情况

根据金华海关出具的公司外销收入统计表和公司出口退税申报表，报告期各期公司外销收入与出口退税申报记录不存在明显差异，外销收入与海关统计数据差异主要系时间性差异。公司出口销售收入与海关记录、出口退税申报记录匹配性较高。

保荐机构和发行人会计师及律师对境外客户销售收入和应收账款进行了函证和走访，函证、走访核查金额与公司确认金额相符。

经核查，保荐机构认为，报告期内公司境外销售客户均为 OEM/ODM 客户，无境外经销商，公司境外销售业务系真实销售。

（3）主营业务收入销售模式构成分析

①各销售模式收入总体构成情况

报告期内，公司主营业务收入按销售模式区分情况如下：

单位：万元

销售模式	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
OEM/ODM	6,866.36	94.72%	36,929.72	92.95%	36,908.17	99.03%	33,686.35	99.82%
其中：OEM	**6,202.36**	**85.56%**	**32,827.41**	**82.63%**	**32,459.74**	**87.09%**	**30,221.32**	**89.55%**
ODM	**664.00**	**9.16%**	**4,102.31**	**10.32%**	**4,448.43**	**11.94%**	**3,465.03**	**10.27%**
自有品牌	382.75	5.28%	2,799.83	7.05%	362.25	0.97%	60.45	0.18%
其中：直销	197.38	2.72%	1,276.24	3.21%	127.66	0.34%	16.93	0.05%
经销	185.37	2.56%	1,523.59	3.83%	234.58	0.63%	43.53	0.13%
合计	**7,249.11**	**100.0%**	**39,729.55**	**100.00%**	**37,270.42**	**100.00%**	**33,746.81**	**100.00%**

公司主营业务收入主要以 OEM/ODM 模式为主，报告期内收入占比均在 92%以上。2018 年开始，公司加大自有品牌建设力度，自有品牌产品收入占比有所上升。2019 年，公司完成对 miGo 品牌的收购，借助其在境内多年经营的品牌影响力，公司着力加大研发投入和渠道建设力度，进一步提升其品牌形象，自有品牌的收入贡献有所提升。目前，公司自有品牌主要通过电商平台上的自营店铺直接对外销售，同时也利用部分经销商的销售渠道以及线上线下部分大型商超渠道进行销售。

②公司自有品牌线上、线下销售模式的收入情况

A.自有品牌线上、线下销售模式的收入占比情况

报告期内，公司自有品牌线上、线下销售模式的收入占比情况如下：

单位：万元

自主品牌	2020 年 1-3 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	收入金额	占比	收入金额	占比	收入金额	占比	收入金额	占比
线上	121.54	31.75	1,013.58	36.20%	54.51	15.05%		
线下	261.21	68.25	1,786.25	63.80%	307.74	84.95%	60.45	100.00%

自主品牌	2020 年 1-3 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	收入金额	占比	收入金额	占比	收入金额	占比	收入金额	占比
小计	**382.75**	**100.00**	**2,799.83**	**100.00%**	**362.25**	**100.00%**	**60.45**	**100.00%**

B.公司电商销售的主要产品、销售及交货结算模式如下：

公司线上销售的产品为公司生产的各类自主品牌食品、饮品容器产品，以不锈钢真空保温器皿和玻璃器皿为主。公司线上销售及交货结算方式为：公司收到消费者线上订单后安排发货，消费者点击确认收货后款项直接转入第三方支付平台账户，公司确认销售收入；公司定期从上述平台账户提款至银行账户。

C.线上线下定价政策及销售毛利情况

公司自有品牌产品采取成本加成的定价模式，根据品牌定位、产品生命周期及市场竞争格局，定期制定产品销售价格体系，按各产品型号制定相应的零售价，并保持线上线下同款产品终端零售价一致。公司线上产品在零售价的基础上，会推出日常活动价、大促价 618/双 11 等；公司线下产品在零售价的基础上，给予经销商按行业或合同约定的折扣价。

a. 线上线下销售价格比较

报告期各期，公司线上线下前五名产品销售价格比较情况如下：

单位：元/只

2020 年 1-3 月					
产品型号	线上		线下		平均单价差异
	平均单价	收入占比	平均单价	收入占比	
S3041V	50.40	2.53%	37.23	5.08%	13.17
S4508V	40.70	2.48%	31.08	3.63%	9.62
G4001W	55.06	2.18%	31.14	1.97%	23.92
G3201W	45.86	1.58%	28.19	1.07%	17.67
S2310V	41.76	1.18%	33.70	3.61%	8.06
S4109V	-	-	69.39	3.70%	
S4210V	127.96	0.55%	93.76	2.98%	34.20
小计		**10.50%**		**22.04%**	

2019 年度					
产品型号	线上		线下		平均单价差异
	平均单价	收入占比	平均单价	收入占比	
G4001W	45.57	3.62%	33.76	0.88%	11.81
S4508V	57.15	2.23%	37.02	0.55%	20.13
S3013V	41.86	2.18%	32.90	0.26%	8.96
S7022V	47.83	2.07%	50.71	0.39%	-2.88
S5022V	54.25	1.96%	41.14	1.62%	13.11
S2310V	40.43	0.68%	29.96	5.60%	10.47
S3013V-套装	70.08	0.56%	38.79	2.72%	31.29
S5051V	52.44	1.78%	61.55	3.54%	-9.11
S3041V	42.45	2.15%	42.09	3.65%	0.36
S3017V	53.05	0.46%	26.18	1.89%	26.87
小计		**17.69%**		**21.10%**	
2018 年度					
产品型号	线上		线下		平均单价差异
	平均单价	收入占比	平均单价	收入占比	
S3901V	20.78	4.24%	22.03	1.37%	-1.25
S3301V	18.59	4.13%	23.79	1.76%	-5.20
S5030V	41.43	2.80%	23.37	3.14%	18.06
S20001VH	50.58	2.07%	46.39	1.98%	4.19
S3705V	28.71	0.85%	51.09	52.14%	-22.38
S3306V	-	-	18.97	6.28%	-
S3402V	75.50	0.11%	42.12	1.80%	33.38
小计		**14.20%**		**68.47%**	

b. 线上线下销售毛利率情况

报告期各期，公司自有品牌线上线下销售收入及毛利率情况如下：

单位：万元

自主品牌	2020 年 1-3 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	收入金额	毛利率	收入金额	毛利率	收入金额	毛利率	收入金额	毛利率
线上	121.54	62.18%	1,013.58	59.20%	54.51	22.45%		
线下	261.21	35.43%	1,786.25	38.60%	307.74	50.79%	60.45	61.61%
小计	**382.75**	**43.92%**	**2,799.83**	**46.02%**	**362.25**	**47.89%**	**60.45**	**61.61%**

比较可见，一般情况下（大促销除外），根据线上线下定价原则，同类型产品线上价格高于线下价格，线上销售毛利率高于线下销售毛利率。2018 年公司线上销售平台-天猫旗舰店低价引流促销，导致线上销售大部分产品销售价格和毛利率低于线下销售。因此，同类产品电商销售和与线下销售价格差异情况与毛利率差异相匹配。

③自营电商收入变动分析

A.主要电商平台的收入变动情况

公司直销的自有品牌产品部分通过公司在天猫、京东等境内主流电商平台开设的网店进行销售。报告期内，公司电商收入及占各期主营业务收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
电商收入	121.54	1.68%	1,013.58	2.55%	54.51	0.15%	-	-

报告期内，公司电商收入占主营业务收入的比例较小，对公司整体盈利能力影响有限。

报告期各期，公司电商平台的收入主要来自自营品牌天猫旗舰店和京东 POP 旗舰店，两个平台合计销售收入占电商收入的比例报告期内均在 88%以上。公司在主要电商销售渠道的销售金额及占电商收入的比例情况如下：

单位：万元

自主品牌	电商平台	2020 年 1-3 月		2019 年		2018 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
miGo	天猫旗舰店	98.43	80.99%	864.02	85.24%	-	-
	京东 POP 店	3.67	3.02%	15.68	1.55%	-	-
	爱库存	13.60	11.19%	24.09	2.38%	-	-
	小红书	0.07	0.06%	1.13	0.11%	-	-
	小计	**115.77**	**95.25%**	**904.92**	**89.28%**	**-**	**-**
ONE2GO	天猫旗舰店	2.25	1.85%	62.65	6.18%	37.26	68.35%
	京东 POP 店	3.42	2.81%	41.75	4.12%	12.77	23.43%
	小红书	-	-	0.73	0.07%	1.96	3.60%
	阿里巴巴	0.01	0.01%	3.08	0.30%	0.78	1.43%

自主品牌	电商平台	2020 年 1-3 月		2019 年		2018 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
	其他	0.09	0.08%	0.45	0.05%	1.74	3.19%
	小计	**5.77**	**4.75%**	**108.66**	**10.72%**	**54.51**	**100.00%**
合计	天猫旗舰店	100.68	82.84%	926.67	91.43%	37.26	68.35%
	京东 POP 店	7.09	5.83%	57.43	5.67%	12.77	23.43%
	爱库存	13.60	11.19%	24.09	2.38%	-	-
	小红书	0.07	0.06%	1.86	0.18%	1.96	3.60%
	阿里巴巴	0.01	0.01%	3.08	0.30%	0.78	1.43%
	其他	0.09	0.08%	0.45	0.05%	1.74	3.19%
	合计	**121.54**	**100.00%**	**1,013.58**	**100.00%**	**54.51**	**100.00%**

2019 年度公司电商收入金额及占比大幅增长主要系在运营原有自有品牌 ONE2GO 的基础上，公司收购了 miGo 品牌,并承接其原有销售渠道，加大自有品牌推广力度，并开拓了新的电商平台。

报告期内公司主要的电商销售渠道未发生变化，以天猫旗舰店为主。2019 年和 2020 年 1-3 月，天猫旗舰店销售收入占当期电商收入的比例分别为 91.42%和 82.84%。2020 年第一季度天猫旗舰店销售占比稍有下降，主要系爱库存社交电商平台的快速增长所致。

B.主要电商平台的运营情况

公司电商平台的收入主要来自自营品牌天猫旗舰店和京东 POP 旗舰店，天猫旗舰店和京东 POP 旗舰店的运营主体和运营模式、收入金额及毛利率列示如下：

单位：万元

电商平台	运营主体	运营模式	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度	
			收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
天猫旗舰店（miGo 家居旗舰店、ONE2GO 居家日用旗舰店）	浙江天猫网络有限公司	B2C 业务：顾客下单-系统对接-订单打印-分拣-包装-快递揽收	100.68	65.60%	926.67	59.93%	37.26	21.66%
京东 POP 旗舰店（miGo 厨具旗舰店、ONE2GO 官方	北京京东世纪贸易有限公司	B2C 业务：顾客下单-系统对接-订单打印-分拣-包装-快递揽收	7.08	65.47%	57.43	56.52%	12.77	48.93%

电商平台	运营主体	运营模式	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度	
			收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
旗舰店）								

公司在不同电商平台均保持较高的毛利率。其中 2018 年天猫旗舰店毛利率较低，主要系 2018 年公司天猫旗舰店新开，采用低价促销引流所致。

C.电商平台交易明细数据

报告期内，公司各平台收入金额、交易次数、平均单次交易金额、客户数量、人均消费金额、新客户的数量、新客户带来的收入金额及交易次数、平均单次交易金额、平均新增客户人均消费金额如下：

电商平台	年度	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度
天猫 (miGo)	收入金额（万元）	98.43	864.02	
	交易次数（次）	13,503	148,872	
	平均单次交易金额（元/次）	72.90	58.04	
	客户数量（人）	12,339	128,025	
	人均消费金额（元/人）	79.77	67.49	
	新客户的数量（人）	10,831	128,025	
	新客户带来的收入金额（万元）	86.90	864.02	
	新客户带来的交易次数（次）	11,782	148,872	
	新客户平均单次交易金额（元/次）	73.76	58.04	
	平均新增客户人均消费金额（元/人）	80.23	67.49	
京东 POP 店（MIGO）	收入金额（万元）	3.67	15.68	
	交易次数（次）	506	1,779	
	平均单次交易金额（元/次）	72.52	88.13	
	客户数量（人）	480	1,683	
	人均消费金额（元/人）	76.45	93.16	
	新客户的数量（人）	463	1,683	
	新客户带来的收入金额（万元）	3.45	15.68	
	新客户带来的交易次数（次）	486	1,779	
	新客户平均单次交易金额（元/次）	71.05	88.13	
	平均新增客户人均消费金额（元/人）	74.57	93.16	
天猫（ONE2GO）	收入金额（万元）	2.25	62.65	37.26
	交易次数（次）	653	18,494	18,393

电商平台	年度	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度
	平均单次交易金额（元/次）	34.47	33.87	23.44
	客户数量（人）	641	17,911	17,673
	人均消费金额（元/人）	35.11	34.98	21.08
	新客户的数量（人）	614	17,504	17,673
	新客户带来的收入金额（万元）	2.17	61.07	43.16
	新客户带来的交易次数（次）	625	18,029	18,393
	新客户平均单次交易金额（元/次）	34.66	33.87	20.26
	平均新增客户人均消费金额（元/人）	35.28	34.89	21.08
京东 POP 店（ONE2GO）	收入金额（万元）	3.42	41.76	12.77
	交易次数（次）	245	4,658	2,015
	平均单次交易金额（元/次）	139.39	89.64	63.38
	客户数量（人）	231	4,449	1,963
	人均消费金额（元/人）	147.84	93.85	65.06
	新客户的数量（人）	227	4,415	1,963
	新客户带来的收入金额（万元）	3.37	41.45	12.77
	新客户带来的交易次数（次）	240	4,613	2,015
	新客户平均单次交易金额（元/次）	140.47	89.86	63.38
	平均新增客户人均消费金额（元/人）	148.51	93.89	65.06

注：京东 POP 店（ONE2GO）中智能温显不锈钢保温杯、容量较大的保温壶销量较好，故平均单次交易金额相对较高。

D.公司对电商平台系统业务开展过程中的关键内控环节

a. 公司电商平台业务的内控环节设置、执行情况

控制节点	控制措施	执行情况
销售订单的形成	公司发货系统与 B2C 电商后台（包括天猫旗舰店、京东 POP 店）连接，发货系统自动抓取已付款的订单，对于已付款后又撤销的订单，发货系统会同步删除（但已下单需撤单的订单，必须经店铺对应的售后客服同意撤单，已发货订单不能撤单）。系统同步订单直接下推至仓库发货。未对接平台订单需要营销中心相关人员审核后，由销售部负责人工录入（手工录入或根据发货系统模板填写后导入）。	所有销售订单数据及时、准确记录，订单信息与发货信息匹配一致
销售发货管理	订单在网店管家发货系统中生成后，下推至单据打印并预约快递单号，发货人员按照货品编号排序打印快递面单，根据快递面单上的信息分拣产品并放置对应收纳筐中。通过扫码枪将物流单号扫入发货系统，同时用扫码枪扫描产品上的条形码确认产品信息无误后发货系统变更订单状态为已发货，自动生成发货时间（不可修	所有销售订单数据及时、准确记录，订单信息与发货信息匹配一致

控制节点	控制措施	执行情况
	改）。仓库发货完成后，网店管家系统根据仓库扫码后自己回流的信息做出库处理，财务系统根据网店管家系统做出库。月末盘库核对库存，同时核对已发货收款情况	
销售订单收款管理	营销中心销售部每月核对平台销售订单、销售发货、平台对账单、回款等情况。财务部资金管理岗定期打印渠道支付平台账户交易流水，并根据账户交易流水与平台交易明细进行核对。	保证销售收款完整、收款信息与销售数据匹配
退货管理	售后服务部人员按照《电商平台售后政策》规定处理客户退货申请，对属于售后政策范围内的退换货申请，在网店管家系统中创建退换货订单并填写客户寄回的单号，仓库收到实物后登记入库；售后服务部对网店管家系统中状态为收货完成的退货申请，发起退款申请，无理由退货且未支付退回运费的，退款申请应扣除退货发生的物流费用，出纳完成退款付款后，在售后系统中确认退款完成	收到客户退货后，准确、及时处理客户退货退款；退货信息及时准确记录

b. 公司不存在通过刷空邮包、刷好评等手段提高品牌知名度的行为

线上模式下，消费者在公司线上运营的网店下单后，公司通过发货系统获取订单信息，并根据该订单信息推送至第三方物流服务商，由第三方物流服务商直接发货给最终消费者，不存在消费者下单后不发货的情况。公司销售真实发货，不存在刷空邮包、刷好评等手段提高知名度的行为。

天猫、京东等电商平台针对在其平台开设的店铺制定了严格的监管规则及实施了严格的监控措施。若店铺被识别存在违规行为，可能面临店铺屏蔽、支付违约金甚至下架所有商品的处罚，违规代价巨大。报告期内，公司未受到相关平台的处罚，公司不存在欺诈消费者，违反天猫、京东等电商平台规定的情形。

E.电商销售的收入确认时点、退换货政策

公司电商销售业务在发出商品、消费者收到货物且公司收到货款时确认收入。在满足商品完好的前提下，自物流显示签收商品的次日零时起 7 天（168 小时）内可无理由退换货。

公司收到货款后确认收入，不存在暂估确认收入的情形。

（4）收入的季节性波动分析

报告期内，公司主营业务收入分季度的情况如下：

单位：万元

季度	2020 年 1-3 月	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	7,249.11	7,047.41	17.74%	4,770.15	12.80%	6,460.70	19.14%
第二季度	——	9,567.64	24.08%	7,019.31	18.83%	10,213.18	30.26%
第三季度	——	10,800.63	27.19%	11,862.61	31.83%	8,560.89	25.37%
第四季度	——	12,313.87	30.99%	13,618.35	36.54%	8,512.04	25.22%
合计	**7,249.11**	**39,729.55**	**100.00%**	**37,270.42**	**100.00%**	**33,746.81**	**100.00%**

公司不锈钢真空保温器皿各年主营业务收入占比均在 84%以上，系公司主要销售产品。受国内元旦、春节假期等因素影响，一季度公司产品生产和销售金额一般低于其他季度。公司产品收入主要来源于美国、欧洲等海外客户，受圣诞等节假日促销影响，公司下半年销售收入一般高于上半年。不锈钢真空保温器皿兼具保热和保冷功能，随着不锈钢真空保温器皿应用越来越广泛，其消费的季节特征也越来越不明显。

2018 年第一季度收入较上年同期的减少 1,690.55 万元主要系 S'well 公司和 PMI 的销售收入同比有所减少所致。S'well 公司 2016 年度成功推出保龄球型保温杯新品，成为市场流行爆款，使得其 2017 年度一季度订单有所增加，销售收入相应增加。而随着产品推出时间的推移，其市场热度逐步回落，订单量有所减少，故 2018 年一季度销售收入同比有所减少。PMI 2017 年第一季度销售收入相对较大，主要系因其来自美国沃尔玛的采购需求增加，PMI 的订单量相应有所增加。

2018 年第二季度的收入较 2017 年同期减少 3,193.87 万元主要系来自 ETS 的销售收入同比减少 4,074.44 万元所致。ETS 客户 2017 年第二季度收入较大主要系因其 2017 年度推出的“CY-S5024V”型号的新品市场欢迎度较高，相应加大产品推广力度，订单规模增长，使得公司销售收入也同步增长。

2018 年第四季度，公司销售收入相对较高主要系对 Takeya 实现销售收入 4,060.76 万元（占其全年销售总额的 59.73%），以及 Jordane、叁琥贸易（上海）有限公司等新增客户实现销售收入 840.57 万元所致。其中，Takeya 销售收入增加，主要系其部分产品入围 costco 的当季采购名录，使得对公司产品需求有所增加所致。

公司对贴牌客户的销售主要系根据客户订单生产，2017 年-2019 年，公司不存在按客户订单生产的产品期后未能实现销售的产品滞销风险。2020 年 1-3 月，受新冠疫情影响，公司部分订单存在客户要求延迟交货或取消订单的情况。对于客户要求取消的订单，一般均需在交货期前较早的时间提出，并与公司确认是否已经备货，如公司尚未开始备货，则双方确认该笔订单取消，如公司已经开始备货，则经双方协商确定延迟交货的时间。因此，客户实际取消订单的产品公司尚未开始备货，不存在滞销和减值风险。

对于要求延迟交货的订单，公司已根据此前约定的交货期完成产品的生产，前期公司延迟交付的订单金额共计 233.91 万美元，截至 2020 年 8 月 31 日，大部分已发货并实现销售，尚未交货的订单金额为 49.44 万美元，公司产品不存在滞销风险。

（5）各主要产品的销量和价格波动分析

①不锈钢真空保温器皿

报告期各期，发行人不锈钢真空保温器皿的销售数量、单价及收入情况如下：

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	数值	数值	变动率	数值	变动率	数值
销售数量（万只）	237.72	1,090.01	0.42%	1,085.44	-4.84%	1,140.70
单价（元/只）	28.66	31.56	8.08%	29.20	16.89%	24.98
销售收入（万元）	**6,814.02**	**34,401.98**	**8.55%**	**31,692.56**	**11.23%**	**28,492.08**
销量变动对收入增长的影响	——	0.42%		-4.84%		——
单价变动对收入增长的影响	——	8.13%		16.08%		——

注 1：销量变动对收入增长的影响＝（本年度销售数量－上年度销售数量）×上年度销售价格÷上年度销售收入，下同；

注 2：单价变动对收入增长的影响＝（本年度销售单价－上年度销售单价）×本年度销售数量÷上年度销售收入，下同。

2017 年-2019 年，公司不锈钢真空保温器皿销售收入逐年增加，主要系产品销售单价上涨影响。

2018 年公司不锈钢真空保温器皿的销售收入较 2017 年增长 11.23%，主要原因系客户结构变动导致产品结构变动，生产工艺更加复杂的中高端产品订单有所增加，产品平均销售单价较 2017 年度上涨 16.89%所致。

2017 年度，公司不锈钢真空保温器皿主要客户中 ETS 和 S'well 公司销量占当期不锈钢真空保温器皿销量的比例分别为 29.58%和 31.75%。ETS 旗下“H2go”等品牌产品主要面向美国礼赠品中高端市场，其购进公司产品后会进一步印刷加工、包装后销售给终端客户，故采购产品的精加工程度与包装规格相对较低，公司对其销售单价也相应较低，相应拉低了 2017 年度不锈钢真空保温器皿当年的平均销售单价。2018 年度，公司向 ETS 和 S'well 公司销量占当期不锈钢真空保温器皿销量的比例分别下降为 12.63%和 26.08%，ETS 销售占比大幅下降，S'well 公司 2018 年向公司采购金额与上年基本持平。但由于 S'well 公司部分采购产品表面处理等工艺要求提升、高端产品订单占比增加，公司对其销售价格有所上涨。以上因素使得 2018 年度公司不锈钢真空保温器皿平均销售单价较 2017 年度有所提升。

2019 年度，公司不锈钢真空保温器皿销售收入较 2018 年增长 8.55%，主要系销售单价上涨所致。单价上涨一方面系汇率波动影响。2019 年度，公司外销不锈钢真空保温器皿的平均单价较 2018 年度基本持平，但受人民币兑美元汇率波动影响， 2019 年度折人民币后的销售单价较 2018 年度同比上涨 3.61%。另一方面系内销客户订单中新款产品订单量有所增加，以及单价较高的自有品牌产品销量增加所致。2019 年度，公司不锈钢真空保温器皿中自有品牌销量占比由 2018 年度的 0.89%增长至 4.79%，自有品牌产品因直接面向终端消费者，售价相对较高，使得 2019 年度不锈钢真空保温器皿内销单价同比有所上升，同时叁琥贸易（上海）有限公司等内销客户部分技术难度较高的新款产品订单增加也进一步提升了内销客户的平均单价。受上述两方面因素共同影响，2019 年度不锈钢真空保温器皿销售单价较上年上涨 8.08%。

2020 年 1-3 月，公司不锈钢真空保温器皿销售单价有所下降，主要原因一方面系客户结构变动影响，销售单价较低的 ETS 销售占比有所增加所致，另一方面系产品结构变化影响。因疫情影响，Takeya 产品销售渠道转变为大型商超为主，其产品结构相应转变为以单价较低的商超类产品为主；同时 PMI 新品开发有所放缓，其产品结构以此前已面市的老产品为主，使得公司对其销售单价也有所降低。

②不锈钢器皿

报告期各期，发行人不锈钢器皿的销售数量、单价及收入情况如下：

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	数值	数值	变动率	数值	变动率	数值
销售数量（万只）	16.26	164.76	-10.10%	183.27	24.86%	146.78
单价（元/只）	10.50	15.39	4.55%	14.72	20.07%	12.26
销售收入（万元）	**170.80**	**2,535.91**	**-5.97%**	**2,696.86**	**49.83%**	**1,799.92**
销量变动对收入增长的影响	——	-10.10%		24.86%		——
单价变动对收入增长的影响	——	4.13%		24.97%		——

公司不锈钢器皿的主要客户为PMI和ETS，其中PMI旗下aladdin、STANLEY等知名品牌产品主要面向欧美中高端市场，售价相对较高，向公司的采购单价也相应较高；ETS 向公司采购产品因尚需进一步印刷、包装，单价相对较低。

2018 年度，公司不锈钢器皿的销售收入较 2017 年度增长 49.83%，系销量增加及产品价格上涨所致。2018 年度，不锈钢器皿主要客户 PMI 向欧洲市场投放新产品，其对公司采购数量有所增加，致使公司不锈钢器皿销量和销售单价分别较 2017 年度增长 24.86%和 20.07%。2019 年度，ETS 采购数量减少导致公司不锈钢器皿销量较上年度减少 10.10%、销售单价增加 4.55%，致使公司不锈钢器皿的销售收入较 2018 年减少 5.97%。2020 年 1-3 月，不锈钢器皿销售收入中，ETS 占比达到 85.63%，受客户结构变动影响，不锈钢器皿的销售价格有所降低。

③塑料器皿

报告期各期，发行人塑料器皿的销售数量、单价及收入情况如下：

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	数值	数值	变动率	数值	变动率	数值
销售数量（万只）	18.76	218.92	6.61%	205.35	-16.10%	244.75
单价（元/只）	8.02	8.43	3.31%	8.16	-10.92%	9.16
销售收入（万元）	**150.37**	**1,845.71**	**10.09%**	**1,676.57**	**-25.22%**	**2,241.90**
销量变动对收入增长的影响	——	6.61%		-16.10%		——
单价变动对收入增长的影响	——	3.48%		-9.12%		——

报告期内，公司塑料器皿的主要客户构成情况如下：

单位：万元

客户	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
ETS	137.29	91.31%	1,329.89	72.05%	1,204.00	71.81%	1,322.64	59.00%
EASYGO DRINKWARE LLC	-	-	344.79	18.68%	348.08	20.76%	635.10	28.33%
AMSTERDAM PRINTING & LITHO	-	-	62.80	3.40%	22.65	1.35%	-	-
SELECT DESIGN LTD.	-	-	-	-	85.62	5.11%	96.13	4.29%
PMI	-	-	-	-	-	-	69.02	3.08%
其他	3.79	2.51%	15.49	0.84%	16.22	0.97%	119.01	5.31%
自有品牌	9.29	6.18%	92.74	5.02%	-	-	-	-
合计	150.37	100%	1,845.71	100%	1,676.57	100%	2,241.90	100%

注：公司原客户 GCDC 于 2017 年 9 月被 EASYGO DRINKWARE LLC 收购，故后者披露数据包含 GCDC 数据。

公司塑料器皿客户相对集中且总体采购规模不大，主要系向 ETS 和 EASYGO DRINKWARE LLC 销售。公司塑料器皿产能相对较小，注塑生产设备优先用于满足不锈钢真空保温器皿等的塑料配件需求，且公司人工成本相对高于其他小型企业，故公司塑料器皿市场竞争力相对较弱。为更加充分地发挥主要竞争优势，集中发展优势产品，公司相应减少了塑料器皿订单，仅接受主要客户和毛利较高的新客户塑料器皿订单，使得报告期内，塑料器皿销售收入整体呈下降趋势。

2018 年度，公司塑料器皿销售数量和销售单价分别较 2017 年度减少 16.10%和 10.92%，使得公司塑料器皿销售收入较 2017 年度减少 25.22%。公司产能利用率较为饱和，为集中相关资源生产不锈钢真空保温器皿及毛利率较高的不锈钢器皿，公司减少部分毛利率较低的塑料器皿产销量。由于塑料器皿产品结构的变化，虽然 2018 年度塑料器皿的销售价格下降，但毛利率有所增加。

2019 年度，塑料器皿销售数量和销售单价分别较上年同期增加 6.61%和 3.31%，使得公司塑料器皿销售收入较 2018 年度增长 10.09%，主要系公司自有品牌产品的销量增加以及 ETS 订单有所增加所致。

④玻璃器皿

报告期内，发行人玻璃器皿占公司主营业务收入的比例分别为 3.23%、2.26%、1.51%和 1.03%，占比较低。2017 年和 2018 年，公司玻璃器皿的主要客户为 PMI 及其中国境内子公司奔迈国际，对其玻璃器皿的销售收入占玻璃器皿总收入的比例分别为 99.08%和 97.62%。2019 年度和 2020 年 1-3 月，公司玻璃器皿销售业务主要系收购 miGo 品牌后的自有品牌产品销售，销售收入占玻璃器皿总收入的比例分别为 83.14%和 100%，。公司目前不具备独立的玻璃器皿生产能力，玻璃器皿产品主要系采购杯体后自行组装、包装后销售，成本相对较高，市场竞争优势相对较弱，故公司玻璃器皿收入规模较小。报告期前期主要系根据 PMI 及其子公司需求提供少量产品配套服务，公司着力发展自有品牌后，玻璃器皿产品也主要根据市场流行趋势开发少量新品，整体规模较小，对公司经营无重大影响。

（6）第三方回款情况

报告期内，公司存在少量第三方回款的情况，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
第三方回款金额	-	123.15	58.66	176.77
当期营业收入	7,304.62	40,496.11	37,644.88	34,007.16
占比	**-**	**0.30%**	**0.16%**	**0.52%**

报告期各期，公司收到第三方回款的金额占当期营业收入的比重较低。第三方回款的原因主要为：①客户所属集团内同一控制下关联公司或母子公司代付款；②中国出口信用保险公司代为支付的货款赔偿款。

报告期内，公司的第三方回款均为真实销售货款，具有真实交易背景，不存在虚构交易或调节账龄情况；公司及实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排；不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷。

经核查，保荐机构认为发行人第三方回款均为真实销售货款，具有真实交易背景。

（7）现金交易情况

①现金交易是否具有必要性与合理性，符合行业经营模式

报告期内公司现金销售收款明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售现金收款	5.87	86.25	63.86	30.86
占当期营业收入比重	0.08%	0.21%	0.17%	0.09%

报告期内公司销售基本以转账方式收款，公司的现金收入主要为个别废料销售收入。废弃资源的回收具有分布广、分布散、量小次多等特点，废料回收商流动性强较，需现款结算，上述交易行为符合废弃资源回收和利用的行业经营特点和经营模式。此外，2019 年以前公司未建立公司微信及支付宝等快捷收款方式，少量线下零售个人客户在购买公司产品时，以现金快速结账。对于上述两类客户，公司一般允许其使用现金支付。

报告期内公司现金支出的具体明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
工资发放	-	-	-	1,220.50
费用报销	7.68	34.97	29.66	79.22
采购	0.31	2.60	9.21	52.14
合计	**7.99**	**37.57**	**38.87**	**1,351.86**
占当期营业成本及期间费用合计比重	**0.14%**	**0.11%**	**0.14%**	**4.53%**

公司现金支出主要为生产经营过程中少量原材料、零星辅料采购与公司员工的部分费用报销。公司的少量原料及辅料采购主要由采购人员前往五金配件市场进行采购，当地五金配件市场中大多为个人供应商，现金支付比例较高，因此采购人员从公司预借现金或采购后报销领取现金用于后续采购。

股份公司成立前，公司相关内部控制制度尚未健全。2017 年 1-4 月，公司存在通过现金支付员工工资的情形。一方面由于公司属于劳动密集型行业，外地户籍员工占比较高，员工流动性较强，存在员工无法及时办理银行卡或员工离职需快速结算工资需以现金支付的情形；另一方面，报告期初，由于微信及支付宝等网络支付尚未完全普及，公司距离武义县城较远，员工银行取款不便，部分生产

线工人也倾向于直接从公司处以现金形式领取工资并进行消费。以上情形存在于报告期第一年股份公司成立前，自 2017 年 5 月起，公司已停止使用现金发放工资。

综上所述，报告期内公司的现金交易具有必要性与合理性，符合行业的经营模式。

针对发行人报告期内的现金交易，经核查，保荐机构认为：发行人报告期内的现金交易符合商业逻辑；发行人已建立了有效现金销售与现金采购内控制度，个人废料回收商、个人客户与发行人及其实际控制人、董监高、其他关联方不存在关联关系、关联交易、资金往来或其他利益安排；报告期内，发行人现金交易业务均为真实发生，不存在虚构交易的情形。

②与同行业或类似公司相比是否存在明显差异

因本招股说明书中选取的同行业可比公司未在定期报告中披露现金交易的相关数据，公司选取与“C33 金属制品业”的新上市或拟上市公司现金交易情况进行对比。

经查询公开资料，金属制品行业公司现金交易情况如下：

A.销售现金收款

公司名称	项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
张小泉股份有限公司	金额（万元）	168.29	1,251.33	1,679.80	2,147.59
	占营业收入比重	0.68%	2.61%	4.17%	6.40%
天津友发钢管集团股份有限公司	金额（万元）	-	14.49	134.08	1,175.69
	占营业收入比重	-	0.00%	0.00%	0.04%
天津锐新昌科技股份有限公司	金额（万元）	-	-	0.50	4.01
	占营业收入比重	-	-	0.00%	0.01%
发行人	金额（万元）	5.87	86.25	63.86	30.86
	占营业收入比重	0.08%	0.21%	0.17%	0.09%

注 1：截至本招股说明书签署日，张小泉股份有限公司仅披露 2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-6 月的销售现金收款金额。

注 2：截至本招股说明书签署日，天津友发钢管集团股份有限公司仅披露 2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月的销售现金收款金额，下同。

注 3：截至本招股说明书签署日，天津锐新昌科技股份有限公司披露 2017 年度、2018 年度销售现金收款金额，下同。

B.现金采购支出

公司名称	项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
天津友发钢管集团股份有限公司	金额（万元）	-	2.78	8.54	2.50
	占营业成本比重	-	0.00%	0.00%	0.00%
天津锐新昌科技股份有限公司	金额（万元）		-	35.71	86.90
	占营业成本比重		-	0.00%	0.01%
发行人	金额（万元）	0.31	2.60	9.21	52.14
	占营业成本比重	0.01%	0.01%	0.04%	0.21%

综上所述，发行人报告期内现金交易与同行业平均水平不存在重大差异。

③现金交易主要客户与供应商情况

报告期内，公司现金销售收入主要系废料销售收入。报告期各期，现金交易前 5 名客户的名称、金额及关联关系情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	交易内容	金额	比例	与发行人是否存在关联关系
2020 年 1-3 月					
1	吴某某	废纸箱、废塑料、刨花等	4.08	69.57%	否
2	龚某某	废砂带	0.91	15.43%	否
3	李某	废塑粉	0.29	4.90%	否
4	黄某某	废塑料筐	0.28	4.84%	否
5	王某	废铁等	0.16	2.73%	否
合计			**5.72**	**97.40%**	-

序号	客户名称	交易内容	金额	比例	与发行人是否存在关联关系
2019 年度					
1	吴某某	废纸箱、废塑料、刨花等	30.17	34.98%	否
2	龚某某	废砂带、废棉纶、抛光灰等	11.46	13.28%	否
3	王某	刨花、废铜线等	8.39	9.73%	否
4	黄某某	废塑料筐、废塑粉	4.96	5.75%	否
5	谢某某	废棉纶、废砂带	4.83	5.60%	否
合计			**59.81**	**69.30%**	-
2018 年度					
1	吴某某	废纸箱、废料、刨花等	25.59	40.06%	否
2	龚某某	废砂带、废棉纶、抛光灰等	8.62	13.49%	否
3	李某某	废料、废硅胶	6.88	10.78%	否
4	李某	废料	4.64	7.26%	否
5	黄某某	废塑料筐	3.10	4.85%	否
合计			**48.83**	**76.40%**	-
2017 年度					
1	吴某某	废纸箱、废塑料、刨花等	11.25	36.44%	否
2	李某	废料等	5.17	16.74%	否
3	岑某某	废砂带、废棉纶、废铁等	3.75	12.14%	否
4	李某某	废塑料	2.52	8.15%	否
5	李某某	塑料筐、废铁等	2.09	6.76%	否
合计			**24.78**	**80.20%**	-

报告期内，公司现金支出主要系员工报销与零星采购。报告期内，现金采购前 5 名供应商的名称、金额及关联关系情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	交易内容	金额	比例	与发行人是否存在关联关系
2020 年 1-3 月					
1	周某某	塑料冷却桶	0.20	64.90%	否
2	永康市景泰印刷设备有限公司	菲林胶片	0.05	17.52%	否
3	李某某	修理配件	0.05	16.22%	否

序号	供应商名称	交易内容	金额	比例	与发行人是否存在关联关系
4	深圳市龙华新区龙华千汇糖果商贸行	包装袋	0.00	1.36%	否
5	-	-	-	-	-
合计			**0.30**	**100.00%**	**-**
2019 年度					
1	永康市泽鑫塑料机械有限公司	修理配件	0.80	30.78%	否
2	永康市景泰印刷设备有限公司	菲林胶片	0.46	17.81%	否
3	胡某某	电机	0.36	13.85%	否
4	永康市芝英宝兴机械电器厂	吸气焊片机	0.14	5.46%	否
5	罗某某	机器配件	0.13	4.81%	否
合计			**1.89**	**72.72%**	**-**
2018 年度					
1	何某	涂料	1.08	11.72%	否
2	永康市景泰印刷设备有限公司	菲林胶片	0.68	7.35%	否
3	永康市东城徐丹涂装设备经营部	电磁阀	0.42	4.52%	否
4	千一五金专营店	刀片	0.39	4.23%	否
5	胡某	避雷器	0.36	3.86%	否
合计			**2.93**	**31.69%**	**-**
2017 年度					
1	王某某	发泡剂	5.00	9.59%	否
2	义乌市鑫之盾胶粘剂厂	胶水	5.00	9.59%	否
3	武义县桐琴镇宏达热处理	模具处理	5.00	9.59%	否
4	深圳市福田区聚泰金商行	高温胶带	4.59	8.80%	否
5	王某某	砂布	4.00	7.67%	否
合计			**23.59**	**45.24%**	**-**

④公司是否建立现金交易相关内控管理制度及执行有效性情况

公司制定了《资金管理制度》、《资金支付审批流程管理规定》和《销售与收款内部控制》等内部管理制度，相关制度中对现金交易作出规定如下：

A. 现金销售的内控制度

控制节点	控制措施	执行情况
销售称重/发货通知	废料销售：废料仓库仓管员先进行废料整理	现金销售产品数据

控制节点	控制措施	执行情况
	及装车，并到过磅处进行过磅，根据过磅单仓库开具出库单，废料回收商和仓管员在过磅单或出库单上签字确认； 线下零售产品：由销售部开具发货通知单交财务，含型号、数量、单价、金额。	及时、准确记录，单据之间相互验证。
销售收款	废料销售：财务根据过磅单、出库单和废料出售询价员核定的价格进行核算，收款后开具收款收据及出门证，出门证上注明出库单号并备注款已收； 线下零售产品：财务核对计算并收取货款，并开具收款收据及出门证，出门证上注明发货通知单号并备注款已收。	保证现金销售收款完整、收款信息与销售数据匹配一致。
销售出库	废料销售&线下零售产品：仓管员根据发货通知单、出库单和出门证移交仓库发货，保安凭财务开具的出门证放行；发货后仓库签字后交一联给销售，一联给财务，销售凭仓库交回的联次及客户收货回执（内贸）申请开票。	保证现金销售收款的安全和完整。
销售记账	出纳收取款项时一并登记现金日记账；总账会计依据核对一致的收款凭证、发货通知单或过磅单、出库单录入记账凭证；总账会计月末核对现金日记账与总账，对差异及时查明原因。	保证公司账务与现金收款实际情况一致。

B. 现金支出的内控制度

控制节点	控制措施	执行情况
申请	员工报销或借款时，按照规定填写付款申请单或报销单，注明款项的用途、金额等内容，并附发票、入库单、收款收据或相关证明资料等。	保证现金支出准确记录，单据完整。
审核	各级审批人员按授权批准程序对付款申请单进行审批；对不符合规定的货币资金支付申请，批准人应当拒绝批准。	保证现金支出准确性和合理性。
支付	出纳应当根据审核无误并经批准人员签字的付款申请单或报销单，办理货币资金支付手续。	保证现金支出完整、支付信息与报销单据匹配一致。
记账	出纳支付款项时一并登记现金日记账；总账会计依据核对一致的付款申请单或报销单、发票、入库单和收款收据等录入记账凭证；总账会计月末核对现金日记账与总账，对差异及时查明原因。	保证公司账务与现金支出实际情况一致。

⑤现金管理制度与业务模式匹配性

《资金管理制度》规定：公司现金收支时需及时登记现金日记账，每天清点库存现金，做到日清月结，定期核对现金日记账与总账及监盘库存现金，以保证账账相符和账实相符。

《资金支付审批流程管理》规定：公司现金支出需经多层级审批，仅允许发生零星的且合理的小额现金支付，严格杜绝大额现金采购的行为。

公司目前现金收支主要个别废料销售、零星辅料采购及员工的费用报销，总体金额较小，公司严格按照《资金管理制度》、《资金支付审批流程管理规定》和《销售与收款内部控制》规定执行，并根据实际情况不断完善公司现金管理制度。

⑥报告期现金收支业务是否账款一致，相关收入确认及成本核算的原则与依据，是否符合《企业会计准则》的相关要求；

A.现金收支业务账款一致

现金销售的账面记录与出库单、过磅单、出门证和收款收据的内容、金额和时间一致，不存在矛盾之处；现金支出的账面记录与报销单、入库单、采购发票及付款单据等单据之间相互匹配；现金发放薪酬的账面记录与薪酬明细表一致；公司报告期现金收支业务账款一致。

B.收入确认原则与依据

现金交易相关收入确认核算的原则为权责发生制，在公司将废料已交付且收取现款后，公司依据核对一致的出库单、过磅单、出门证和收款收据确认收入。

C.成本核算原则与依据

现金交易成本核算原则为权责发生制，针对零星采购支出，公司依据核对一致的报销单、入库单、采购发票及付款单据，在相关采购入库时确认采购成本；针对现金发放员工薪酬，公司根据员工工资表计提相应的成本和费用。

⑦现金支付工资的基本情况

2017 年度公司以现金领取工资期间的员工月均人数为 989 人，其中主要人员构成如下：

人员级别	人数
高层	2
中层	11
基层	976
合计	**989**

注：其中，高层人员为嘉益有限时任执行董事戚兴华和总经理朱中萍；中层为部门经理以上人员；其他为基层员工。

股份公司成立前，公司相关内部控制制度尚未健全，自 2004 年设立至 2017 年 4 月以现金形式支付员工工资。2017 年 1-4 月与 2015 年、2016 年同期，公司现金发放工资的具体金额如下：

项目	2017 年 1-4 月	2016 年 1-4 月	2015 年 1-4 月
发放金额（万元）	1,220.50	612.06	418.33
员工人数（人）	989	511	454
发放工资所属期间	3 个月	3 个月	4 个月
按月人均工资额（万元/人）	0.41	0.40	0.30

注：员工人数为加权平均人数。

由上表可知 2017 年 1-4 月与 2015 年度、2016 年度同期的工资发放金额存在一定差异，但主要原因系员工人数变动及发放工资所属期间不同所致。2017 年 1-4 月与 2015 年度、2016 年度同期的按月人均工资金额存在差异的原因主要系工整体薪酬的逐步提高，不存在重大差异，不存在刻意改变 2017 年 1-4 月工资发放方式的情形。同时报告期内公司每个月于个人所得税扣缴系统中如实申报扣缴信息，在实际支付现金工资时已经代扣代缴了个人所得税，不构成税务违法违规行为，亦不存在被税务机关处罚的风险。

⑧公司为减少现金交易所采取的改进措施如下：

A.现金销售方面，公司多次与废料回收商协商以银行转账、支付宝和微信的方式收款，减少现金交易比例；

B.现金采购方面，公司规定单人报销金额超过 2,000 元以上原则上不支付现金，以尽量减少现金支付；

C.工资支付方面，公司要求每位新入职员工开立工资卡，统一以银行转账方式支付工资。

报告期内，公司现金交易总额和占比较低，且已经建立健全内控制度并有效执行，不存在重大风险，公司已在招股说明书中披露上述情况及风险。

（8）报告期各期退换货情况

①公司报告期各期退换货情况

A.退换货总体情况：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
退货金额	17.14	119.68	2.59	22.37
营业收入	7,304.62	40,496.11	37,644.88	34,007.16
退货比率(%)	0.23	0.30	0.01	0.07
换货金额	3.07	31.47	6.13	21.80
营业收入	7,304.62	40,496.11	37,644.88	34,007.16
换货比率(%)	0.04	0.08	0.02	0.06

B.退货情况

公司报告期客户退货的具体情况如下：

退货期间	客户名称	退货内容	退货数量（万只）	退货金额（万元）	退货原因
2020 年 1-3 月	miGo 家居旗舰店（天猫平台店铺）	不锈钢真空保温器皿、玻璃器皿、塑料器皿、其他	0.16	10.50	电商平台 7 天无理由退货
	重庆欣满辰贸易商行	不锈钢真空保温器皿	0.10	5.09	产品细节瑕疵
	其他客户	不锈钢真空保温器皿、玻璃器皿、塑料器皿、其他	0.04	1.55	电商平台 7 天无理由退货及产品细节瑕疵
	小计		**0.31**	**17.14**	
2019 年度	广州金跃电子商务有限公司	不锈钢真空保温器皿、玻璃器皿、塑料器皿、其他	1.75	53.39	客户主体切换退货等
	miGo 家居旗舰店（天猫平台店铺）	不锈钢真空保温器皿、玻璃器皿、塑料器皿、其他	0.88	41.84	电商平台 7 天无理由退货
	Takeya Chemical Industry Co., LTD.	不锈钢真空保温器皿	0.44	19.49	产品细节瑕疵
	其他客户	不锈钢真空保温器皿、玻璃器皿、塑料器皿、其他	0.74	4.95	产品细节瑕疵及电商平台 7 天无理由退货
	小计		**3.81**	**119.68**	
2018 年度	浙江云虫商贸有限公司	不锈钢真空保温器皿	0.04	1.53	产品细节瑕疵
	其他客户	不锈钢真空保温器皿、玻璃器皿	0.03	1.06	电商平台 7 天无理由退货及产

退货期间	客户名称	退货内容	退货数量（万只）	退货金额（万元）	退货原因
					品细节瑕疵
	小计		**0.07**	**2.59**	
2017 年度	Takeya	不锈钢真空保温器皿	0.83	22.37	小瑕疵退回
	小计		**0.83**	**22.37**	

C.换货情况

公司报告期客户换货的具体情况如下：

换货期间	客户名称	换货内容	换货数量（只）	换货金额（万元）	换货原因
2020 年 1-3 月	其他客户	不锈钢真空保温器皿、玻璃器皿、塑料器皿	0.09	3.07	产品细节瑕疵等
	小计		**0.09**	**3.07**	
2019 年度	杭州吻吻鱼科技有限公司	不锈钢真空保温器皿	0.37	19.13	客户提供的配件返修、更换包装等
	其他客户	不锈钢真空保温器皿、玻璃器皿、其他	0.27	12.34	产品细节瑕疵等
	小计		**0.64**	**31.47**	
2018 年度	杭州吻吻鱼科技有限公司	不锈钢真空保温器皿	0.07	4.53	客户提供的配件返修
	其他客户	不锈钢真空保温器皿	0.03	1.60	产品细节瑕疵等
	小计		**0.10**	**6.13**	
2017 年度	奔迈（上海）国际贸易有限公司	不锈钢真空保温器皿、玻璃器皿	0.89	16.58	包装破损更换
	其他客户	不锈钢真空保温器皿、其他	0.30	5.22	产品细节瑕疵等
	小计		**1.19**	**21.80**	

公司报告期各期未发生大规模退换货情况，退换货比例均保持在较低的水平，退换货的主要原因系电商平台客户 7 天无理由退换、产品细节瑕疵及包装更换。

②公司与客户约定的退换条款

A.OEM/ODM 境外销售业务均以订单形式下达，销售订单中一般不含退换货条款，但遵照行业惯例及实际执行情况，产品如出现质量问题，客户可要求公司退货并补发相应货物或在货款中扣减相应损失金额。

B.OEM/ODM 境内销售业务销售合同中一般约定产品如出现质量问题，公司应无条件提供退换货。

C.电商销售模式公司为消费者提供“七天无理由退换货”及质量问题退货、保修服务。

D.经销模式经销商协议中一般约定无质量问题公司不接受退货。

③会计处理方式

A.退货的会计处理方式

根据《企业会计准则第 14 号——收入》（财会〔2006〕3 号）规定：企业已经确认销售商品收入的售出商品发生销售退回的，应当在发生时冲减当期销售商品收入。销售退回属于资产负债表日后事项的，适用《企业会计准则第 29 号——资产负债表日后事项》规定。

公司在收到客户单位退回的货物时办理入库，先做退库处理，在收发存系统中体现为出库数量的红字，参与成本的加权平均，相应减少当月结转的营业成本金额，增加存货金额。公司于收到退货当月向客户开具红字增值税发票。公司根据退换货性质及金额对退回货物分情况处理，不属于资产负债表日后事项的退货，冲减当期销售收入；属于资产负债表日后事项的退货，追溯调整原确认期间的销售收入。会计处理上将确认的收入、成本予以红字冲销，相应调整应收账款及存货。

天猫、京东等电商平台中消费者确认收货之前发生的退货，因公司尚未确认收入成本，故无需对退货进行会计处理。

公司自 2020 年 1 月 1 日起执行《企业会计准则第 14 号——收入》（财会〔2017〕22 号）相关规定（以下简称“新收入准则”）。新收入准则第三十二条规定“对于附有销售退回条款的销售，企业应当在客户取得相关商品控制权时，按照因向客户转让商品而预期有权收取的对价金额（即，不包含预期因销售退回将退还的金额）确认收入，按照预期因销售退回将退还的金额确认负债”。同时，新收入准则第十六条规定“合同中存在可变对价的，企业应当按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，应当不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。企业在评估累计已确认收入是否极可能不会发生重大转回时，应当同时考虑收入转回的可能性及其比重”。报告期各期期后，公司发生的退换货金额较小，退换货占比较低，

且发生退换货的相关因素属于偶发事项，不能准确预计。综合考虑发生退换货的可能性和比重之后，公司根据重要性原则认为，该可变对价无需确认。因此新收入准则实施后，公司仍按此前的会计处理方式进行账务处理，符合会计准则的规定。

B.换货的会计处理方式

公司在收到客户退回的需换货的产品时先做退库处理，在收发存系统中体现为出库数量的红字，参与成本的加权平均，相应减少当月结转的营业成本金额，增加存货金额。在重新向客户发货时结转主营业务成本，减少存货金额。普通质量问题换货不涉及应收款及收入的调整，若出现返工等特殊情况需向客户收取返工费，则公司于交付货物时确认返工费收入。

④公司报告期退货均系电商平台客户 7 天无理由退换、产品细节瑕疵及包装更换等原因造成，不存在期末集中确认收入、期初退货的情形。

3、其他业务收入构成分析

（1）其他业务收入具体构成情况

报告期内，公司其他业务收入的具体内容如下：

单位：万元

收入类型	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
废料销售	55.51	762.71	371.60	222.30
其他		3.85	2.86	38.04
合 计	**55.51**	**766.55**	**374.46**	**260.35**

报告期内，公司其他业务收入主要来源于废料销售，废料主要为生产不锈钢真空保温器皿、不锈钢器皿过程中产生的不锈钢废杯、不锈钢料头和刨花。废料销售流程为废料回收商指定的废料收购人员定期向公司报价，生产负责人综合考虑废品市场价格、废料回收商历史诚信度后，择优选择废料回收商。公司定期（一般为一月多次）联系废料回收商到工厂内对废料进行称重，按约定的市场价格计算货款并开具发票或收据，将废料移交废料回收商，由废料回收商支付货款并自行负责废料运输。公司在废料移交并收到对方支付的价款后，确认废料销售收入。废料成本已在成本核算时作为损耗分摊计入完工产品中，故未单独结转其他业务成本。报告期其他业务成本主要为公司出售的零星塑料、包装材料等对应的成本。

公司其他业务收入的主要废料回收商均为浙江、福建等地的阀门、铸件制造厂商，主要废料回收商及其关联方与公司、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系。

（2）废料销售业务分析

公司产品主要耗用的原材料系不锈钢钢管，产生的废料主要系不锈钢废杯、料头和刨花，报告期各类不锈钢废料销售的重量如下：

单位：吨

项 目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
废杯	30.54	476.00	281.89	155.77
料头	23.30	289.89	171.01	145.42
刨花	4.50	59.33	38.31	29.12
小 计	**58.34**	**825.23**	**491.22**	**330.31**

报告期公司废杯产量占原材料不锈钢领用量比例情况如下：

单位：吨

项 目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
废杯重量	30.54	476.00	281.89	155.77
原材料不锈钢领用量	498.10	3,513.13	3,088.37	4,022.49
废杯报废率 (%)	6.13	13.55	9.13	3.87

料头系生产不锈钢杯体时不锈钢钢管被截取成多节杯体产生的边角料边角料及杯体塑型割口过程中产生的多余部分等，报告期公司料头重量占原材料不锈钢领用量比例情况如下：

单位：吨

项 目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
料头重量	23.30	289.89	171.01	145.42
原材料不锈钢领用量	498.10	3,513.13	3,088.37	4,022.49
料头报废率(%)	4.68	8.25	5.54	3.62

比较公司报告期各期废杯产量重量、料头重量与原材料不锈钢领用量可见，2018 年起整体报废率有所上升，公司 2018 年起不锈钢报废量及报废率上升主要系以下原因所致：

①2017 年报废率整体较低，2018 年起报废率明显上升，主要系客户对产品尺寸等细节参数要求不断提高，焊接环节产生的不良品 2017 年存在通过重新焊

底等工序复用杯体的情况，2018 年起为进一步提升产品品质，逐步改为整杯报废，故废杯及料头报废率大幅上升。

②2017 年、2018 年因公司在生产旺季产能趋于饱和，订单密集时期无法满足生产需求，故外购的未经表面喷涂的本色杯体比例相对较高，2019 年起新生产线量产，公司外购杯体的比例明显下降，自产杯体占比上升，2019 年焊接车间产量较 2018 年有所增加，导致 2019 年报废量明显提高。

报告期各期公司外购不锈钢整杯及内胆外壳的重量如下：

单位：吨

项 目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
外购不锈钢整杯重量	38.00	305.49	572.02	583.81
外购不锈钢内胆及外壳重量	17.49	135.64	124.41	86.47
小 计	**55.50**	**441.14**	**696.43**	**670.28**

③2018 年起公司主要客户新产品品种增多，其中形状特殊的杯型增多，相比普通杯型在金工焊接环节生产难度更大，部分产品真空率偏低，报废率较高，导致整体报废量较大。

④2018 年、2019 年主要客户个性化、多品种、小批量或产品附加值较高的订单需求增加，小批量订单试模、打样使得报废率提高。

⑤2020 年第一季度受春节及新冠疫情影响，公司生产存在部分延迟。不锈钢废料的产生主要在金工、焊接等前道生产环节，后道工序喷漆、印刷、包装等环节报废率较低。2020 年第一季度主要为对部分 2019 年已完成前道工序的产品进行喷漆、印刷、包装等后道环节的生产，故总体报废率较 2019 年有所降低。

公司生产产品所需耗用的均为整根不锈钢管，不锈钢废杯、料头等废料不具备金属冶炼加工的能力，故不存在不锈钢废料回收利用的情况，不存在因不锈钢废料回收利用导致的与主要客户质量纠纷。

（3）公司废料销售业务的会计处理

公司废料销售业务在向客户交付废料并收到价款时借记银行存款或库存现金，贷记其他业务收入和应交税费。由于废料成本系正常生产过程中产生的合理损耗，系产品成本的组成部分，故公司在成本核算时将废料作为损耗分摊计入完

工产品中，随完工产品的销售结转计入主营业务成本，未单独核算其他业务成本。其他业务成本核算的系出售零星塑料、包装材料结转的原材料成本。公司成本核算完整，符合《企业会计准则》的规定。

（二）营业成本分析

1、营业成本构成

报告期内，公司的主营业务成本占营业成本的比例历年均在 99%以上，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
主营业务成本	4,933.85	100.00	26,277.26	99.82	24,473.63	99.98	25,202.26	99.99
其他业务成本	-	-	47.28	0.18	3.81	0.02	1.57	0.01
合计	**4,933.85**	**100.00**	**26,324.54**	**100.00**	**24,477.44**	**100.00**	**25,203.84**	**100.00**

公司主营业务成本的增长主要源于同期主营业务收入的增长，报告期各期，公司主营业务成本分别为 25,202.26 万元、24,473.63 万元、26,277.26 万元与 4,933.85 万元，与主营业务收入的变动趋势基本一致。

2018 年度公司主营业务成本与主营业务收入较上年度变动略有差异：主营业务收入增加主要系产品特性及结构升级，产品售价有所增加所致；主营业务成本有所下降，主要系不锈钢真空保温器皿及塑料器皿销量略有减少所致。

2、主营业务成本产品构成情况

报告期内，公司主营业务成本按产品类别划分情况如下：

单位：万元

产品	2020 年度 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
不锈钢真空保温器皿	4,509.15	92.74%	22,372.08	85.14	20,207.23	82.57	20,849.02	82.73
不锈钢器皿	146.60	3.02%	1,881.04	7.16	2,093.57	8.55	1,549.48	6.15
塑料器皿	134.27	2.76%	1,441.15	5.48	1,330.95	5.44	2,062.37	8.18
玻璃器皿	38.76	0.80%	320.98	1.22	615.92	2.52	672.37	2.67

产品	2020 年度 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
其他	33.58	0.69%	262.01	1.00	225.96	0.92	69.02	0.27
合计	**4,862.38**	**100.00%**	**26,277.26**	**100.00**	**24,473.63**	**100.00**	**25,202.26**	**100.00**

报告期内，公司主营业务成本主要为不锈钢真空保温器皿、不锈钢器皿和塑料器皿的产品成本，玻璃器皿和其他产品成本占比较小。

3、主营业务成本结构分析

报告期内，公司主营业务成本结构如下：

单位：万元

分类		2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
直接材料	金额	3,087.50	17,130.11	14,900.05	16,244.40
	比例	63.50%	65.19%	60.88%	64.46%
直接人工	金额	938.24	4,617.92	4,163.37	3,974.48
	比例	19.30%	17.57%	17.01%	15.77%
制造费用	金额	836.64	4,352.49	4,341.55	3,782.54
	比例	17.21%	16.56%	17.74%	15.01%
不予抵免增值税进项	金额	-	176.74	1,068.65	1,200.85
	比例	-	0.67%	4.37%	4.76%
合计		**4,862.38**	**26,277.26**	**24,473.63**	**25,202.26**

公司自产产品的成本主要包括直接材料成本、直接人工成本和制造费用，其中直接材料占比超过 60%，系生产成本的主要组成部分，直接人工和制造费用在自产产品成本中占比相对较小。ODM 及 OEM 业务模式下，如果主要原材料价格大幅上涨，公司可利用其自身的议价能力，合理向下游客户适当转移主要原材料的涨价风险。报告期内，直接材料、直接人工、制造费用占主营业务成本比例总体较为稳定。

2018 年度，公司主营业务成本中直接材料金额及占比有所下降，一方面系不锈钢真空保温器皿及塑料器皿销量有所减少，另一方面系不锈钢直接材料单耗有所降低所致。2018 年开始，公司不锈钢真空保温器皿的不锈钢平均单耗较 2017 年度下降，其他各类产品单耗也同比有所减少，使得公司直接材料耗用同比有所减少。单耗降低的原因一方面系部分不锈钢真空保温器皿客户产品设计向轻量化

转型，产品单耗有所下降，使得主营业务成本中直接材料金额及占比有所下降。另一方面系公司生产工艺有所提升，旋薄技术的运用使得同等长度钢管能切割的杯体个数有所增加，产品单耗相应有所降低。此外，公司 2017 年度低价采购不锈钢卷原材料使得期末不锈钢卷原材料单位成本较低，2018 年度原材料结转成本的单价也相应较低，受上述因素共同影响，2018 年度直接材料成本金额及占比较 2017 年度均有所下降。2018 年度，公司人工成本和制造费用占比整体呈上升趋势，人工成本增加主要系公司同期工资及社保有所提升所致，制造费用占比增加主要系公司新建生产线于 2018 年度转入固定资产新增了部分折旧费用所致。

2019 年度，公司成本结构中直接材料成本有所增加，主要系因子公司镁歌贸易收购 miGo 品牌的同时收购了部分品牌相关存货，该部分存货作为直接材料核算，无需分摊人工成本和制造费用所致。2019 年度，直接材料中包含的上述购进产品成本为 2,179.58 万元，扣除该部分成本后，2019 年度成本结构中直接材料金额为 14,950.53 万元，和 2018 年度基本持平，成本结构占比为 62.04%，较 2018 年度有所增加，主要系因“不予抵免增值税进项”金额大幅减少，原料成本结构占比相应有所增加。2019 年度，人工成本金额及占比的增加，主要系司同期工资及社保有所提升所致；制造费用金额与 2018 年度基本持平，但营业成本总额有所增加，使得制造费用结构占比有所下降。

（三）营业毛利及毛利率分析

1、营业毛利分析

报告期内，公司的主营业务毛利占营业毛利的比例历年均在 94%以上，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
主营业务毛利	2,386.73	97.73	13,452.29	94.92	12,796.79	97.19	8,544.54	97.06
其他业务毛利	55.51	2.27	719.28	5.08	370.65	2.81	258.77	2.94
合计	**2,442.24**	**100.00**	**14,171.57**	**100.00**	**13,167.44**	**100.00**	**8,803.32**	**100.00**

报告期内，公司主营业务毛利逐年增长，主要源于同期主营业务规模的增长，与主营业务收入和主营业务成本的变动趋势基本一致。公司其他业务毛利主要系

公司废料处置业务毛利。

2、公司主营业务毛利分析

报告期内，公司的主要产品的毛利来源情况如下：

单位：万元

类别	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	毛利额	占比（%）	毛利额	占比（%）	毛利额	占比（%）	毛利额	占比（%）
不锈钢真空保温器皿	2,304.87	96.57	12,029.90	89.43	11,485.32	89.75	7,643.06	89.45
不锈钢器皿	24.20	1.01	654.87	4.87	603.29	4.71	250.44	2.93
塑料器皿	16.09	0.67	404.56	3.01	345.63	2.70	179.52	2.10
玻璃器皿	35.85	1.50	279.40	2.08	227.74	1.78	417.66	4.89
其他	5.71	0.24	83.56	0.62	134.82	1.05	53.87	0.63
合计	**2,386.73**	**100.00**	**13,452.29**	**100.00**	**12,796.79**	**100.00**	**8,544.54**	**100.00**

2017 年度、2018 年度、2019 年度与 2020 年 1-3 月，公司主营业务毛利分别为 8,544.54 万元、12,796.79 万元、13,452.29 万元和 2,386.73 万元。随着公司业务规模的扩大，公司主营业务毛利稳步增长，是公司稳定的盈利来源。

公司主营业务毛利的增长主要源自不锈钢真空保温器皿毛利的逐年增长。2018 年度不锈钢真空保温器皿毛利额较 2017 年度增加 3,842.26 万元，主要原因为 2018 年公司对高毛利率客户 Takeya、PMI 等的销售额较上年同期增长所致。2019 年度，公司各主要产品的毛利占比较 2018 年度基本维持稳定。

3、主营业务毛利率分析

（1）综合毛利率变动分析

报告期内，公司主营业务毛利率主要构成情况如下：

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	毛利率（%）	收入占比（%）	毛利率（%）	收入占比（%）	毛利率（%）	收入占比（%）	毛利率（%）	收入占比（%）
不锈钢真空保温器皿	**33.83**	**94.00**	34.97	86.59	36.24	85.03	26.83	84.43
不锈钢器皿	**14.17**	**2.36**	25.82	6.38	22.37	7.24	13.91	5.33
塑料器皿	**10.70**	**2.07**	21.92	4.65	20.62	4.50	8.01	6.64
玻璃器皿	**48.05**	**1.03**	46.54	1.51	26.99	2.26	38.32	3.23

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	毛利率（%）	收入占比（%）	毛利率（%）	收入占比（%）	毛利率（%）	收入占比（%）	毛利率（%）	收入占比（%）
其他	**14.54**	**0.54**	24.18	0.87	37.37	0.97	43.83	0.37
主营业务合计	**32.92**	**100.00**	**33.86**	**100.00**	**34.33**	**100.00**	**25.32**	**100.00**

报告期各期，公司主营业务毛利率分别为 25.32%、34.33%、33.86%**和 32.92%，**主营业务毛利率的整体变动主要系不锈钢真空保温器皿产品毛利率水平以及收入占比的变动所致。

（2）不锈钢真空保温器皿产品的毛利率变动分析

报告期各期，公司不锈钢真空保温器皿的毛利占主营业务毛利的比例均在 89%以上，系公司主营业务毛利的主要组成部分。

报告期内，公司不锈钢真空保温器皿销售单价、单位成本及毛利率情况如下：

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
单价（元/只）	28.66	-9.19%	31.56	8.09%	29.20	16.90%	24.98
单位成本（元/只）	18.97	-7.55%	20.52	10.25%	18.62	1.86%	18.28
毛利率	33.83%	-1.14	34.97%	-1.27	36.24%	9.41	26.83%

注：毛利率的变动率系毛利率变动的百分点增减绝对值。

①2018 年度毛利率分析

2018 年度，不锈钢真空保温器皿毛利率较 2017 年增加 9.41 个百分点，主要系产品单价上升影响所致。

2018 年度，不锈钢真空保温器皿销售单价较 2017 年度上涨 16.90%，主要系客户结构变动引起的产品结构变动所致。2017 年度，公司不锈钢真空保温器皿主要客户为 ETS 和 S'well 公司，两家客户销售金额在同类业务中占比较高；该年度两家客户销售单价相对较低，拉低了不锈钢真空保温器皿 2017 年度的平均销售单价和毛利率。

2018 年度，公司不锈钢真空保温器皿主要客户中 ETS 销售占比有所下降，向 ETS 销售占同类业务销售比例由 2017 年度 27.41%下降至 10.37%；而 S'well 公司 2017 年单价和毛利率较低，主要系其前期推出的保龄球形不锈钢真空保温

器皿市场较为火爆，2016 年达到顶峰；随着市场上类似产品增加，市场竞争激烈，2017 开始销量下滑，其采购价格和销售价格均有所下降，致使 2017 年毛利率相对较低。2018 年度开始随着其新产品的不断开发，以及双方合作深入，公司对其销售单价和毛利率有所上升，加之如 PMI、Takeya 等客户高端产品订单占比有所增加，使得公司 2018 年度不锈钢真空保温器皿毛利率较 2017 年度相应有所提升。

②2019 年度毛利率分析

2019 年度，公司不锈钢真空保温器皿的单价和单位成本均较 2018 年度有所增长，毛利率较 2018 年度小幅下降 1.27 个百分点，主要系单位成本上涨幅度略大于单价上涨幅度所致。

2019 年度，公司不锈钢保温器皿销售单价较 2018 年度上涨 8.09%，一方面系公司自有品牌销售规模有所增加，自有品牌产品销售单价相对高于 OEM/ODM 产品的平均单价，使得公司产品单位售价有所提高；另一方面系客户生产工艺要求提升，产品附加值相应有所提升所致。此外，2019 年度人民币汇率波动幅度较大，一定程度上也推动了公司销售价格的上涨。

2019 年度，不锈钢真空保温器皿的单位成本较 2018 年度增加 10.25%，主要系因客户新款产品订单量增加。随着人们对不锈钢真空保温器皿除保温功效以外其他审美、智能、节能环保等方面需求的增加，不锈钢真空保温器皿的工艺复杂程度也相应提升，由此前的大批量标准化产品生产向小批量个性化产品转变。受其影响，公司不锈钢真空保温器皿的单位人工成本、制造费用相应增长，使得单位成本整体呈上升趋势。同时，为提高生产及订单交付效率，2019 年度公司外购及使用不锈钢管替代不锈钢卷料的数量增加，原材料成本略有增加，导致产品的成本也相应有所增加。

③2020 年 1-3 月毛利率分析

2020 年 1-3 月，公司不锈钢真空保温器皿的单价和单位成本分别较 2019 年度下降 9.19%和 7.57%，毛利率较 2019 年度小幅下降 1.16 个百分点，主要系单价下降幅度略大于单位成本下降幅度所致。单价下降幅度较大一方面系受疫情影响，境外客户订单需求有所减少，为维系与客户的良好合作关系，公司对个别产

品的销售价格有所调整，另一方面系受因疫情期间人员、物流限制影响，公司自有品牌产品销量有所减少，自有品牌销售价格和毛利率相对较高，其销量减少也在一定程度上拉低了公司产品的平均销售价格和毛利率。

④OEM、ODM 不同销售模式不锈钢真空保温器皿产品销售毛利率变动分析

报告期各期，公司 OEM、ODM 模式不锈钢真空保温器皿产品毛利率变动具体情况如下：

销售模式	项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
		数值	变动率（%）	数值	变动率（%）	数值	变动率（%）	数值
ODM	单价（元/只）	31.77	-1.55	32.27	19.61	26.98	4.25	25.88
	单位成本（元/只）	22.32	-10.04	24.81	19.28	20.80	0.43	20.71
	毛利率（%）	29.75	6.63	23.12	0.21	22.91	2.93	19.98
OEM	单价（元/只）	27.88	-9.63	30.85	4.47	29.53	18.93	24.83
	单位成本（元/只）	18.51	-6.61	19.82	8.78	18.22	1.45	17.96
	毛利率（%）	33.61	-2.16	35.77	-2.53	38.30	10.63	27.67

注：毛利率的变动率系毛利率变动的百分点增减绝对值。

报告期内，ODM 模式不锈钢真空保温器皿的销售单价基本均高于 OEM 模式，主要系 ODM 模式下公司除收取生产环节对价外，还收取设计环节对价所致。2018 年度 ODM 模式销售单价小于 OEM 主要系客户结构差异导致的产品结构差异所致。2018 年度 ODM 模式不锈钢真空保温器皿中 ETS 占比为 30.21%，受产品定位差异影响，ETS 产品单价相对较低，使得当年 ODM 产品的平均单价也相对较低。而同期 OEM 产品中 ETS 占比为 5.02%，其余主要为 PMI、Takeya 等单价相对较高的产品，平均单价相对较高。此外，2018 年公司新增的 DRINCO INC.叁琥贸易（上海）有限公司等 OEM 新客户销售单价也相对较高，进一步提升了 OEM 模式的平均单价。

报告期各期，公司不锈钢真空保温器皿的 ODM 模式毛利率低于 OEM，主要系客户结构差异所致，ODM 各年客户中 ETS 等低毛利率客户占比相对较高，报告期各期，ETS 销售占比分别为 52.47%、30.21%、43.85%和 40.94%，使得

ODM 业务毛利率平均水平相对较低。

（3）不锈钢器皿

报告期各期，不锈钢器皿的售价和单位成本变动如下：

单位：元/只

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
单价	10.50	-31.77%	15.39	4.55%	14.72	20.07%	12.26
单位成本	9.02	-21.02%	11.42	0.00%	11.42	8.14%	10.56
毛利率	14.17%	-11.65%	25.82%	3.45	22.37%	8.46	13.91%

2017 年-2019 年，公司不锈钢器皿的单价和单位成本整体呈上升趋势，不锈钢器皿主要客户系 ETS 和 PMI 两家，各期收入合计占不锈钢器皿收入的比例均在 80%以上。不锈钢器皿单价和单位成本上涨主要系因 PMI 在欧洲等市场新品需求增加，使得其对公司产品需求增加，同时 PMI 产品的工艺复杂程度高于 ETS，其销售占比增加使得产品的售价和单位成本均有所增加。2020 年 1-3 月，不锈钢器皿主要为 ETS 的单钢杯，受产品结构变化影响，毛利率有所降低。

（4）塑料器皿

报告期各期，塑料器皿的售价和单位成本变动如下：

单位：元/只

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
单价	8.02	-4.86%	8.43	3.31%	8.16	-10.92%	9.16
单位成本	7.16	8.81%	6.58	1.54%	6.48	-23.13%	8.43
毛利率	10.70%	-11.22	21.92%	1.30	20.62%	12.61	8.01%

公司塑料器皿主要客户为 ETS，除 2017 年外各期对其销售收入占塑料器皿收入的比例均在 70%以上，故 2018 年度和 2019 年度塑料器皿的单价、单位成本和毛利率基本维持稳定。

2017 年度，公司对加拿大 GCDC 的销售收入占塑料器皿收入的比例为 27.53%，同期 GCDC 的销售单价和单位成本均高于 ETS，故 2017 年度公司塑料器皿销售单价和单位成本相对较高。随着 GCDC 被 EASYGO 收购后采购数量有所减少，ETS 销售占比有所上升，使得塑料器皿的售价和单位成本较 2017 年度下降，并在 2017 年以后各期基本维持稳定。2017 年度公司塑料器皿毛利率较低，

主要系因 ETS 二季度订单集中下达，公司产能未能及时消化新增订单，为了满足客户交货期要求，公司外购部分塑料器皿的杯体，成本相对较高，使得塑料器皿的毛利率有降低。

2020 年 1-3 月，公司塑料器皿售价基本稳定，单位成本增长较多，主要系因 2020 年 1-3 月公司塑料器皿产量较少，新生产产品的单位人工成本和制造费用较高所致。

（5）玻璃器皿

玻璃器皿各期收入占比均在 4%以下，毛利占比均在 5%以下，对公司毛利贡献相对较小。报告期内，玻璃器皿的单价和毛利率在 2019 年度和 2020 年 1-3 月相对较高，主要系公司 2019 年度收购 miGo 品牌后，玻璃器皿主要为自有品牌销售，直接面向终端消费者，故销售单价和毛利率较以前年度有所提升。

（6）不同客户之间同类产品销售单价及毛利率差异情况分析

①不锈钢真空保温器皿

报告期内，发行人主要产品为不锈钢真空保温器皿，各期收入占主营业务收入的比例均在 84%以上，各期毛利占主营业务毛利的比例均在 89%以上，为公司盈利的主要来源。

报告期内，公司不锈钢真空保温器皿前五大客户基本稳定。各主要客户毛利率差异主要受产品生产工艺差异、业务合作阶段差异及业务开展模式差异等主要因素影响，与主要客户的市场定位和经营情况基本相符。

②其他产品

公司不锈钢器皿的主要客户为PMI和ETS，其中PMI旗下aladdin、STANLEY等知名品牌产品主要面向欧美中高端市场，售价相对较高，公司的销售单价和毛利率也相应较高；ETS 向公司采购产品因尚需进一步印刷、包装，单价和毛利率相对较低。

公司塑料器皿客户相对集中且单个客户规模不大，主要向 ETS 和 EASYGO DRINKWARE LLC 销售，其中 ETS 销售单价和毛利率相对较低，EASYGO DRINKWARE LLC 的产品主要面向年轻的户外运动爱好者，产品功能性要求较高，销售单价和毛利率也相对较高。

公司玻璃器皿的主要客户为 PMI 一家，受其品牌定位以及产品生产工艺影响，销售单价和毛利率处于相对较高水平。

（7）相同客户不同时期的同类产品销售单价及毛利率差异情况

报告期各期，公司不锈钢真空保温器皿的毛利占主营业务毛利的比例均在89%以上，系公司主营业务毛利的主要组成部分。公司不锈钢真空保温器皿主要客户报告期内不同时期的销售单价及毛利率情况如下：

A.Takeya

报告期内，发行人对主要客户 Takeya 销售综合毛利率 2017 年度较高，主要系其为发行人首次合作客户，采购规模较小，公司定价相对较高。自 2018 年起，Takeya 的销售规模逐年扩增，随着双方合作的深入，公司定价回归平均水平。同时，随着客户信任度的增加，Takeya 委托公司生产的新产品工艺技术要求也逐年提高，使得平均单位成本整体有所上升，但毛利率基本维持稳定。2020 年 1-3 月，毛利率有所降低，主要系其订单产品为 costco 订单产品，毛利率相对较低。

B.ETS

报告期内，发行人对主要客户 ETS 销售综合毛利率整体有所降低，主要系 ETS 对自身产品结构进行调整所致。ETS 采购的不锈钢真空保温器皿报告期内单价基本维持稳定，但平均成本有所增加，主要系 2018 年度和 2019 年度，ETS 采购了部分特殊工艺不锈钢真空保温器皿，产品成本有所增加，但产品价格基本稳定，使得 2018 年度和 2019 年度原料成本有所增加且产品附加值有所减少所致，综合毛利率相应同比有所下降。

C.PMI

报告期内，发行人对主要客户 PMI 销售综合毛利率逐年提升，主要系产品结构调整及报告期前期的优惠政策所致。报告期内，公司对 PMI 的单位成本较为稳定，销售单价整体呈上升趋势，主要系 2017 年度发行人为了配合其新品开发，寻求后续合作机会，主动给与一定的价格优惠所致。随着发行人的研发能力持续提升，以及与 PMI 的合作持续深入。PMI 向发行人投放的订单从前期的简单产品转为对生产工艺要求较高的产品，因此发行人对 PMI 的销售单价有所上

升，综合毛利率也逐步提升。

D.S'well 公司

报告期内，公司对 S'well 公司的毛利率 2017 年度较低，2018 年度较 2017 年度同比有所增长，2019 年度和 2020 年 1-3 月基本维持稳定。2018 年度发行人对 S'well 公司的销售综合毛利率增长，主要系销售价格波动所致。S'well 公司 2017 年单价和毛利率较低，主要系其前期推出的保龄球形不锈钢真空保温器皿引领行业潮流，市场较为火爆，2016 年达到顶峰；随着市场上类似产品增加，市场竞争更趋激烈，2017 开始保龄球形产品销量下滑，其采购价格和销售价格均有所下降，致使 2017 年毛利率相对较低。2018 年度和 2019 年度随着其新产品的不断开发，以及双方合作深入，其采购单价和销售毛利率有所增加。

E.Jordane

2019 年度毛利率同比有所降低，主要系销售单价同比下降所致。2018 年度，公司与 Jordane 首次开展合作，公司对其定价相对较高，随着合作日渐深入，公司对其定价也逐步回归平均定价水平，使得 2019 年度销售单价和毛利率有所降低。2020 年 1-3 月，公司对 Jordane 毛利率有所提升，主要系该客户与公司合作的产品类型中新品较少，生产同类产品的成本有所降低所致

（8）毛利率与同行业可比公司的比较情况

报告期内，公司与同行业可比公司的主营业务毛利率比较情况如下：

单位：%

公司名称	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
哈尔斯	25.95	29.83	31.71	33.03
新宝股份	23.67	23.35	20.31	19.14
山东华鹏	21.34	17.50	23.33	25.24
德力股份	22.89	22.16	18.38	20.27
爱仕达	36.29	35.55	37.64	39.99
苏泊尔	23.97	31.31	31.08	29.77
可比公司平均	**25.69**	**26.62**	**27.07**	**27.91**
本公司	33.43	33.86	34.33	25.32

注：2020 年 1-3 月，可比公司未披露主营业务收入和主营业务成本数据，故对 2020 年 1-3 月根据营业收入和营业成本计算的综合毛利率进行比较分析。

由于各可比公司的细分产品存在差异，因而主营业务毛利率也存在较大的差

异。总体上看，公司的主营业务毛利率高于可比公司的平均值，主要是因为公司的产品主要为不锈钢真空保温器皿，其较塑料器皿、玻璃器皿的产品附加值更高。同时，公司主要客户为国际知名不锈钢保温器皿品牌商，公司凭借较好的研发技术、产品质量和行业口碑，客户对公司粘性较强，因此公司的综合毛利率较可比公司更高。

①主要可比公司的产品结构差异

可比公司中新宝股份主要从事小家电的生产销售，业务模式与嘉益股份较为接近，但仅生产少量饮品、食品容器，小家电的毛利率低于公司主要产品毛利率，使得其主营业务毛利率低于公司；山东华鹏和德力股份主要生产玻璃器皿和玻璃瓶罐，其中玻璃餐具和玻璃瓶罐的毛利率较低，使得其整体毛利率相对较低；爱仕达和苏泊尔主要从事厨房炊具、厨房小家电、家居用品等的生产和销售，报告期内毛利率与公司较为接近，但其产品结构以厨房炊具和小家电为主，不锈钢真空保温器皿业务规模相对较小，与公司存在差异；同行业公司中哈尔斯为国内专业从事不锈钢真空保温器皿生产和销售的唯一一家上市公司，其主营业务、销售模式均与公司较为相似，毛利率也与公司较为接近。

②行业竞争地位和主要客户结构

经过多年潜心发展，公司已成为行业内较有影响力的专业不锈钢真空保温器皿制造商。公司采用 OEM、ODM 业务模式与国际知名品牌商进行合作，凭借过硬的产品品质和较高的设计研发能力，公司与美国 PMI、ETS、S’well 公司、日本 Takeya 等国际知名不锈钢真空保温器皿品牌商建立了良好且稳定的合作关系。此外，公司在拓展国际市场业务的基础上，通过自创和收购的方式，积极推进自主品牌的开发和宣传力度，形成覆盖多目标群体、多应用场景的系列产品。自有品牌 miGo 系列产品主要为具有设计感的高品质产品，产品定位以中高端人群为主。

因此，公司具有稳定、良好的客户基础，报告期内主营业务毛利率相对较高。

③公司主营业务毛利率与哈尔斯的比较分析

报告期内，哈尔斯与公司主营业务较为接近，主营业务毛利率比较情况如下：

公司	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
嘉益股份	33.43%	33.86%	34.33%	25.32%
哈尔斯	25.95%	29.83%	31.71%	33.03%

注：2020 年 1-3 月，哈尔斯未披露主营业务收入和主营业务成本数据，故对 2020 年 1-3 月根据营业收入和营业成本计算的综合毛利率进行比较分析。

公司整体毛利率水平与生产同类产品的哈尔斯更加接近，2017 年度公司不锈钢真空保温器皿因客户结构和产品结构原因，毛利率相对较低，随着公司产品结构逐步转变，毛利率逐渐提升，与哈尔斯的毛利率水平较为接近。2018 年度，公司毛利率受产品结构调整有所增加，但哈尔斯较上年同期略有下降，主要系哈尔斯 2018 年与 OEM 大客户开展进料加工业务，该类型业务毛利率较低所致以及其外购产品增加使得成本有所上升所致。2019 年度，哈尔斯为加强与大客户深入合作，对主要产品的价格做出适当调整，在原材料成本与上年无重大变化的基础上，产品价格调整使得其毛利率小幅下滑。2020 年 1-3 月，受新冠疫情影响，公司和哈尔斯的综合毛利率均有所下滑，但哈尔斯下滑幅度高于公司，一方面系因哈尔斯外销业务中第一大客户占比较高，2018 年度和 2019 年度分别为 45.75%和 50.53%，公司同期第一大客户外销收入占比分别为 23.82%和 33.15%，公司外销业务客户集中度低于哈尔斯，故外销业务受单一主要客户需求变化影响较小；另一方面系哈尔斯固定资产规模等高于公司，其刚性成本占比相对也高于公司，在受疫情影响收入有所下降的情况下，其毛利率下滑幅度也高于公司;此外，哈尔斯在 2020 年因会计政策变更将运输费用计入主营业务成本，也相应拉低了其综合毛利率。

（四）期间费用分析

报告期内，公司期间费用变动与收入变动情况如下：

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
销售费用	411.57	5.63	2,446.32	6.04	1,269.12	3.37	628.52	1.85
管理费用	353.88	4.84	1,887.46	4.66	1,285.96	3.42	2,205.13	6.48
研发费用	373.84	5.12	2,000.87	4.94	1,816.07	4.82	1,229.84	3.62
财务费用	-126.02	-1.73	57.65	0.14	-334.48	-0.89	572.21	1.68

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
期间费用合计	**1,013.26**	**13.87**	**6,392.30**	**15.78**	**4,036.67**	**10.72**	**4,635.70**	**13.63**
营业收入	7,304.62	-	40,496.11	-	37,644.88	-	34,007.16	-

报告期内，公司的期间费用主要由销售费用、管理费用、研发费用构成，财务费用占比较低。报告期各期，公司期间费用合计分别为 4,635.70 万元、4,036.67 万元、6,392.30 与 1,013.26 万元，占营业收入的比例分别为 13.63%、10.72%、15.78%与 13.87%。扣除股份支付对 2017 年度及 2019 年度管理费用的影响后，报告期内期间费用占营业收入的比重分别为 11.00%、10.72%、15.63%与 13.87%。2017 年度-2019 年度整体呈上升趋势，主要系公司研发费用增加，以及发展自有品牌导致销售费用增加所致。

1、销售费用分析

报告期内，公司销售费用明细如下：

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
职工薪酬	186.91	45.41	711.97	29.10	397.64	31.33	110.99	17.66
推广费	24.67	5.99	425.03	17.37	51.56	4.06	24.47	3.89
电商平台费	67.77	16.47	359.33	14.69	26.32	2.07	-	-
货代代理费及运费	76.51	18.59	589.50	24.10	486.48	38.33	410.33	65.29
差旅费	15.91	3.87	95.37	3.90	30.01	2.36	17.24	2.74
出口信用保险费	5.93	1.44	74.53	3.05	56.30	4.44	26.89	4.28
产品检测费	1.52	0.37	27.40	1.12	16.32	1.29	7.19	1.14
装卸费	2.91	0.71	21.07	0.86	22.95	1.81	22.51	3.58
其他	29.44	7.15	142.13	5.81	181.54	14.30	8.90	1.42
合计	**411.57**	**100.00**	**2,446.32**	**100.00**	**1,269.12**	**100.00**	**628.52**	**100.00**

（1）主要销售费用项目分析

①职工薪酬

报告期内，公司计入销售费用的职工薪酬分别为 110.99 万元、397.64 万元、711.97 万元与 186.91 万元，其中 2018 年度与 2019 年度职工薪酬分别较上年度

增长 258.28%与 79.05%。2018 年度职工薪酬较上年度大幅增长，主要系公司为了加大自有品牌推广力度，于 2018 年 3 月在杭州设立了营销中心，引进专业销售人才，销售人员数量及工资水平大幅增加。2019 年度职工薪酬较上年度大幅增长主要系公司收购了 miGo 品牌，并设立镁歌贸易等销售子公司，进一步提升了销售人员的基本工资以及销售人员的人数。2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-3 月，公司销售人员人数（平均人数取整）分别为 12 人、31 人、53 人和 66 人。

②推广费

报告期内，公司推广费分别为 24.47 万元、51.56 万元、425.03 万元与 46.59 万元。推广费主要包括广告费与展览费。2018 年度推广费较 2017 年度增加 27.09 万元，主要原因系公司拓展自有品牌，加强了对产品的宣传、扩大了公司参展规模。2019 年度推广费较 2018 年度增加 373.47 万元，主要原因系收购 miGo 品牌后，公司进一步加大了自有品牌拓展力度，2019 年度公司通过互联网和移动终端为代表的新媒体投放自主品牌的广告增加所致。

③电商平台费

2018 年度、2019 年度与 2020 年 1-3 月，公司电商平台费分别为 26.32 万元、359.33 万元与 45.85 万元。电商平台费主要系向电商平台支付的佣金、技术服务费、推广服务费等。2018 年度发行人开拓自主品牌 ONE2GO，并在天猫、京东等电商平台设立了旗舰店。2019 年度电商平台费大幅增加主要系发行人该年度承接了 miGo 品牌天猫等电商销售平台，自有品牌销售金额及电商推广活动大幅增加所致。

④货代代理费及运费

货代代理费及运费主要包括运输费用、货代代理费用与快递费用等。报告期内，公司的货代代理费及运费分别为 410.33 万元、486.48 万元、589.50 万元与 76.51 万元，占营业收入的比重分别为 1.21%、1.29%、1.45%与 1.05%，2017-2019 年占比稳中略有上升。2019 年度公司货代代理费及运费占主营业务收入比重上升的主要原因系公司 2019 年自有品牌销售业务增长，快递运费相应增加所致。2020 年 1-3 月占比有所下降，主要原因系受新冠疫情影响，发行人自有品牌销售

业务有所下降，快递运费减少所致。

⑤差旅费

报告期各期间，公司差旅费分别为 17.24 万元、30.01 万元、95.37 万元与 **15.91** 万元。2017 年-2019 年，随着公司业务的持续发展，销售人员人数的持续增加，以及拓展自有品牌销售渠道，差旅费有所增长。

⑤出口信用保险费

报告期各期间，公司出口信用保险费分别为 26.89 万元、56.30 万元、74.53 万元与 5.93 万元。随着报告期内公司外销业务规模增长，为降低收款风险，公司自 2017 年 7 月开始投保出口信用保险，报告期内逐年加大投保覆盖率，为公司出口贸易收汇提供保障，出口信用保险费逐年增长。

（2）发行人自主品牌产品市场推广具体情况

①公司自主品牌各期主要产品线上线下销售具体推广方式和投入金额及占比情况

单位：万元

自主品牌	2020 年 1-3 月		2019 年		2018 年		推广方式
	投入金额	占比	投入金额	占比	投入金额	占比	
线上	68.56	75.00%	561.32	76.97%	27.00	62.67%	直通车、钻石展位、品销宝、佣金和直播推广等
线下	22.85	25.00%	167.98	23.03%	16.08	37.33%	商超推广、展会费、返利等
小计	91.41	100.00%	729.29	100.00%	43.08	100.00%	

②公司线上广告宣传、渠道推广的具体内容，主要宣传推广平台、推广形式、计价方式、付费规则、费用支出、占收入的比例

单位：万元

推广平台	推广方式	具体内容	计价方式	是否需支付保证金	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度	
					费用	占线上收入比例	费用	占线上收入比例	费用	占线上收入比例
天猫平台	直通车	商家在淘宝网站的直通车展位投放产品图片进行展示推广，买家搜索一个关键词或类目，产品图片出现在直通车展位上	商家通过竞价投标获得相应展位，展位按照点击次数收费	否	22.60	18.59%	98.27	9.70%	-	-
	钻展	商家在淘宝网站的钻	商家通过竞价	否	0.23	0.19%	11.05	1.09%	-	-

推广平台	推广方式	具体内容	计价方式	是否需支付保证金	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度	
					费用	占线上收入比例	费用	占线上收入比例	费用	占线上收入比例
		石展位投放店铺或产品图片进行展示推广	投标获得相应展位，按照千次展现次数或点击量收费							
	品销宝	商家向淘宝网提供前面可用的关键词并出价，当用户在淘宝网宝贝搜索框中输入特定关键词时，推广信息将在搜索结果页的最上方位置展现	按千次展现次数或点击量收费	否	4.01	3.30%	18.35	1.81%	-	-
	淘宝客	淘宝客在淘宝联盟中找到卖家发布的产品，并且推广出去，当有买家通过自己的推广链接成交后，就能够赚到卖家所提供的佣金	按照成交额乘以费率收费	否	2.14	1.76%	78.05	7.70%	8.98	16.47%
	佣金	根据商家店铺成交金额，按照成交额一定比例付费	按照成交额乘以费率收费	否	5.38	4.43%	51.25	5.06%	2.40	4.40%
淘宝、快手	直播	主播通过网络直播平台或直播软件将商品实时展示推广	按照主播固定费用及提成	否	-	-	76.11	7.51%	-	-
微博、微信、小红书、凤凰网等	新媒体营销推广	通过搜索引擎、博客、移动端 app、自媒体平台以及短视频网站等来进行推广	按照实际执行资源结算	否	-	-	134.27	13.25%	-	-
小计					**34.36**	**28.27%**	**467.35**	**46.12%**	**11.38**	**20.87%**

③电商费用和推广费的划分依据、具体差异；是否存在重叠或重复计算，与发行人的业绩是否匹配

电商平台费主要系向淘宝、天猫及京东等电子商务平台支付的服务费和佣金等，推广费主要包括主播推广费、商超推广费和广交会展会费等，不存在重叠或重复计算。

报告期内公司电商费用、推广费和自主品牌收入如下所示：

单位：万元

项 目	2020 年 1-3 月	2019 年	2018 年	2017 年
销售费用-推广费	24.67	425.03	51.56	24.47
销售费用-电商平台费	67.77	359.33	26.32	
自主品牌收入	396.01	2,799.83	362.25	60.45

报告期内公司电商费用和推广费持续增长，与自主品牌收入增长的变动趋势

相匹配。

（3）公司未来发展自主品牌的具体计划及预期效果等补充披露未来销售费用预计波动情况及对公司经营业绩的影响

公司将不断逐步扩大自主品牌的影响力和市场竞争力，目前公司已积极尝试直播平台、社交电商等新销售渠道，通过“直播带货”的新销售模式为自主品牌提供更多大数据。通过对市场数据及需求信息的分析，公司得以更清晰地了解消费者偏好特性，实现更具针对性的产品研发、产品定价和品牌推广，不断增强需求转化的效果和消费者的品牌忠诚度。公司积极搭建电子商务销售渠道，通过“互联网+制造业”的产业融合模式大力拓展公司自主品牌的推广，实现精准营销，为企业发展注入新动力。

2019 年公司销售费用 2,446.32 万元，主要为职工薪酬、货代代理费及运费、推广费及电商平台费。2020 年初公司对自有品牌营销进行了适当的调整，对经销商和销售渠道进行全面梳理和优化，积极调整产品策略，优化销售人员配置，提升公司经营管理效率。针对推广费及电商平台费，公司会根据前期产品销售状况及时调整推广计划及投入，严格控制促销成本。因此随着自主品牌收入的提升，销售费用会持续增长，但总体会为公司经营业绩带来积极正面的影响。

（4）可比公司销售费用率比较及差异、合理性分析

报告期各期，公司与可比公司销售费用率比较情况如下：

单位：%

公司名称	2020 年 1-3 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度		
	销售费用率	外销收入占比	人员占比	销售费用率	外销收入占比	人员占比	销售费用率	外销收入占比	人员占比	销售费用率	外销收入占比	人员占比
哈尔斯	14.04			10.92	79.45	7.12	9.94	77.37	5.87	10.10	65.87	8.06
新宝股份	5.43			5.15	79.31	2.45	3.94	84.77	2.44	3.98	85.63	1.99
山东华鹏	6.56			8.23	3.60	7.36	8.76	4.27	5.44	8.29	5.26	5.32
德力股份	3.11			4.34	19.93	4.83	5.00	16.06	4.04	5.73	14.35	4.62
爱仕达	29.85			21.37	37.94	10.23	20.02	34.32	10.63	22.09	34.64	8.46
苏泊尔	10.60			16.15	25.74	13.44	15.76	26.60	12.08	15.60	28.02	10.92
可比公司平均	**11.60**			**11.03**	**41.00**	**7.57**	**10.57**	**40.56**	**6.75**	**10.96**	**38.96**	**6.56**

公司名称	2020 年 1-3 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度		
	销售费用率	外销收入占比	人员占比	销售费用率	外销收入占比	人员占比	销售费用率	外销收入占比	人员占比	销售费用率	外销收入占比	人员占比
本公司	5.63	86.35	4.59	6.04	85.94	5.45	3.37	83.25	2.97	1.85	84.00	1.51

报告期内，公司销售费用率分别为 1.85%、3.37%、6.04%和 5.63%，低于同行业可比公司平均水平，系报告期内公司主要从事海外大客户 OEM/ODM 业务，自有品牌业务占比较低，销售人员较少，差旅费及广告宣传费等金额相对较小。

同行业可比公司中哈尔斯、爱仕达和苏泊尔销售费用率较高，其中：哈尔斯主要系通过电商渠道实行全网策略，不断加大力度拓展线上业务，致使销售人员及网络平台费用不断增长；爱仕达和苏泊尔的国内自有品牌销售收入占比较高，广告促销等推广费用较高，导致销售费用率较高。报告期内公司销售费用率水平与业务模式和外销收入比例接近的可比公司新宝股份较为接近，处于行业合理水平。此外，报告期内，公司逐步加大自有品牌发展和投入力度，加强了销售团队的建设，销售费用率持续增长。

2、管理费用分析

报告期内，公司管理费用主要包括管理人员职工薪酬、固定资产折旧、股份支付等，具体明细如下：

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
职工薪酬	175.50	49.59	992.24	52.57	620.93	48.29	440.77	19.99
折旧与摊销	91.97	25.99	319.27	16.92	231.67	18.02	241.62	10.96
办公费	8.09	2.29	116.12	6.15	113.44	8.82	61.79	2.80
聘请中介机构费	24.85	7.02	105.60	5.59	128.83	10.02	307.23	13.93
业务招待费	12.57	3.55	85.33	4.52	47.99	3.73	65.75	2.98
股份支付	-		61.23	3.24	-	-	893.75	40.53
车辆费用	7.97	2.25	53.07	2.81	44.10	3.43	27.69	1.26
差旅费	5.27	1.49	40.30	2.14	27.58	2.14	31.52	1.43
租金	-		35.27	1.87	-	-	-	-
其他	27.67	7.82	79.05	4.19	71.43	5.55	135.02	6.12
合计	**353.88**	**100.00**	**1,887.46**	**100.00**	**1,285.96**	**100.00**	**2,205.13**	**100.00**

（1）主要管理费用项目分析

①职工薪酬

报告期内，公司计入管理费用的职工薪酬分别为 440.77 万元、620.93 万元、992.24 万元与 175.50 万元。公司职工薪酬主要包含工资、社保、住房公积金、奖金、福利费、职工教育经费及工会经费支出等。报告期内，公司职工薪酬持续上涨，2018 年度与 2019 年度分别较上年度增长 40.87%与 59.80%，主要系随着业务规模的扩张，公司管理人员人数增加、管理人员工资上涨和公司员工福利费增加所致。

②股份支付费用

2017 年度，员工持股平台嘉金投资通过增资方式成为公司股东。公司根据员工持股平台增资金额与对应股份公允价值之间的差额 893.75 万元，确认为股份支付费用并计入管理费用。

2019 年度，公司实际控制人戚兴华将所持嘉金投资持股平台部分份额转让给核心员工。公司根据核心员工的股份受让成本与公允价值的差额 61.23 万元，确认为股份支付费用并计入管理费用。

③聘请中介机构费

报告期内，公司中介机构费分别为 307.23 万元、128.83 万元、105.60 万元与 24.85 万元。2017 年度中介机构费用较高，主要系公司聘请专业机构开展生产精益管理咨询服务所致，其他中介机构费用主要系支付上市相关中介机构费用。

（2）可比公司管理费用率比较及差异、合理性分析

单位：%

公司名称	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	管理费用率	人员占比	管理费用率	人员占比	管理费用率	人员占比	管理费用率	人员占比
哈尔斯	12.03		8.45	6.10	7.86	8.44	8.20	6.44
新宝股份	5.52		5.88	16.95	5.35	17.39	5.04	14.46
山东华鹏	11.42		9.60	6.03	7.24	7.12	6.92	6.48
德力股份	11.64		9.38	12.89	11.36	9.90	12.41	7.44
爱仕达	9.98		5.88	21.07	5.58	19.98	5.02	19.16

公司名称	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	管理费用率	人员占比	管理费用率	人员占比	管理费用率	人员占比	管理费用率	人员占比
苏泊尔	1.98		1.74	8.63	1.93	7.92	1.79	7.48
可比公司平均	**8.76**		**6.82**	**11.95**	**6.55**	**11.79**	**6.56**	**10.24**
本公司	4.84	3.69	4.66	4.07	3.42	3.29	6.48	4.30
本公司扣除股份支付后	4.84	3.69	4.51	4.07	3.42	3.29	3.86	4.30

报告期内公司管理费用主要包括职工薪酬、固定资产折旧、股份支付等费用。公司管理费用整体呈现上升趋势，主要系随着业务规模的扩张，公司管理人员人数增加、管理人员工资上涨和公司员工福利费增加所致。

报告期内，公司管理费用率略低于可比公司平均水平。一方面，公司管理人员占比分别为 4.30%、3.29%、4.07%和 3.69%，2017 年-2019 年可比上市公司管理人员占比均值分别为 10.24%、11.79%和 11.95%，公司管理人员占比远低于可比公司占比均值，主要系由于公司以 ODM/OEM 外销业务为主，业务模式简单、业务相对集中，自有品牌业务规模较小，管理人员相对较少所致，而同行业可比公司规模较大，组织结构较为复杂；另一方面系公司管理费用中固定资产折旧费用较低所致。

综上所述，公司的管理费用率低于同行业上市公司具有合理性，且公司管理费用率与业务模式和外销收入比例接近的可比公司新宝股份较为接近。

3、研发费用分析

报告期内，公司研发费用主要包括研发领用原料、研发人员工资以及研究设备的折旧摊销等，具体明细如下：

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
职工薪酬	281.53	75.31	1,297.08	64.83	1,134.34	62.46	845.32	68.73
直接投入	75.86	20.29	581.43	29.06	591.52	32.57	278.96	22.68
其他	16.46	4.40	122.35	6.11	90.22	4.97	105.57	8.58
合计	**373.84**	**100.00**	**2,000.87**	**100.00**	**1,816.07**	**100.00**	**1,229.84**	**100.00**

（1）主要研发费用分析

报告期内，公司研发费用整体呈现上升趋势，主要系随着 OEM/ODM 客户

对产品性能、质量、外观等要求提高，以及公司自有品牌业务发展，相关研发设计支出增加所致。

2018 年度，为了提升核心竞争力，公司开拓自有品牌 ONE2GO，同时成立上海创新中心，专职负责产品研发设计，研发人员人数和平均薪酬有所增加。此外，公司增设新产品研发项目，持续加大研发投入，研发费用较上年度有所增长。

2019 年度，公司收购 miGo 品牌后，针对不锈钢真空保温器皿市场对产品功能性、外观时尚性以及产品质量的要求日益提升，公司以客户与市场需求为导向，快速响应市场发展趋势和客户需求变化，针对产品的创新与升级，持续投入研发力量，使得研发支出总金额持续增加。

（2）研发费用率与同行业比较及差异、合理性分析

单位：%

公司名称	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	研发费用率	人员占比	研发费用率	人员占比	研发费用率	人员占比	研发费用率	人员占比
哈尔斯	5.92		3.76	10.24	3.48	8.93	3.63	9.67
新宝股份	2.85		3.66	11.60	3.26	12.15	3.28	9.63
山东华鹏	2.10		1.50	12.38	2.44	15.67	2.27	6.25
德力股份	0.35		0.33	0.90	0.35	0.95	0.93	1.93
爱仕达	4.58		4.72	8.18	4.56	8.53	4.23	5.06
苏泊尔	2.24		2.28	11.50	2.26	10.41	1.13	9.96
可比公司平均	**3.00**		**2.71**	**9.13**	**2.72**	**9.44**	**2.58**	**7.08**
本公司	5.12	9.11	4.94	10.29	4.82	11.00	3.62	11.72

报告期内，公司研发费用整体呈现上升趋势，主要系随着 OEM/ODM 客户对产品性能、质量、外观等要求提高，以及公司自有品牌业务发展，相关研发设计支出增加所致。

2018 年度，为了提升核心竞争力，公司开拓自有品牌“ONE2GO”，同时成立上海创新中心，专职负责产品研发设计，研发人员人数和平均薪酬有所增加。此外，公司增设新产品研发项目，持续加大研发投入，研发费用较上年度有所增长。

2019 年度，公司收购 miGo 品牌后，针对不锈钢真空保温器皿市场对产品功能性、外观时尚性以及产品质量的要求日益提升，公司以客户与市场需求为导向，

快速响应市场发展趋势和客户需求变化，针对产品的创新与升级，持续投入研发力量，使得研发支出总金额持续增加。

公司研发费用率高于同行业可比上市公司，主要系报告期内公司持续加大对研发的投入力度及可比上市公司收入规模较大，规模效应较为明显，研发费用率较低所致。为保持对公司核心客户的服务质量及发展定位为中高端市场的自有品牌，公司高度重视技术团队的建设与研发能力的提升，对研发团队和研发技术持续保持较高的投入，为公司未来业务迅速发展奠定了良好基础。

综上所述，公司收入规模低于同行业上市公司，为提升产品及市场竞争力，公司报告期内保持较高的研发投入，导致研发费用率高于同行业可比公司平均水平。

（4）主要研发项目的投入及实施情况

报告期内，公司的主要研发项目投入及实现情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	2020 年 1-3 月投入	2019 年度投入	2018 年度投入	2017 年度投入	预算投入	项目进展
1	不锈钢真空冰壶开发		-	-	145.08	155.00	已完结
2	新结构保温杯盖开发		-	-	124.82	115.00	已完结
3	高真空保温直杯的开发		-	-	144.79	135.00	已完结
4	真空保温壶开发		-	-	121.16	130.00	已完结
5	超大容量薄壁真空保温杯研究开发		-	-	146.26	155.00	已完结
6	薄壁不锈钢液压成型自动补料技术的研究		-	290.28	286.66	550.00	已完结
7	不锈钢真空保温杯新型表面处理工艺的研究开发		-	335.39	261.08	610.00	已完结
8	防喷式吸管保温杯开发		-	78.95	-	80.00	已完结
9	超轻量系列保温杯开发		-	88.00	-	95.00	已完结
10	提手自锁与一键式开启的保温杯盖研究开发		-	64.60	-	70.00	已完结
11	焖烧罐与汤罐系列产品开发		-	93.40	-	100.00	已完结
12	一壶两盖多功能保温杯开发		-	103.22	-	100.00	已完结

序号	项目名称	2020 年 1-3 月投入	2019 年度投入	2018 年度投入	2017 年度投入	预算投入	项目进展
13	简约高硼硅玻璃杯系列产品开发		-	96.35	-	105.00	已完结
14	金工自动加工线的研究及应用		755.25	429.36	-	1,250.00	已完结
15	超轻量旋薄技术研究及应用		92.54	236.51	-	350.00	已完结
16	水性有机硅全杯身喷涂技术研究		116.25	-	-	110.00	已完结
17	保温杯表面水披覆技术开发应用研究		140.48	-	-	150.00	已完结
18	焊接一件流生产线研究开发		82.31	-	-	90.00	已完结
19	加厚不锈钢手柄在保温杯上的焊接技术研究及应用		273.67	-	-	300.00	已完结
20	“活力”系列保温产品开发		302.00	-	-	280.00	已完结
21	智能温显咖啡壶与保温杯研究开发		116.88	-	-	120.00	已完结
22	保温杯圆弧旋压技术的研究开发		121.48	-	-	130.00	已完结
23	TPS 精益生产线的研究与开发	47.19				600.00	正在进行
24	恒温加热保温杯的研究与开发	65.47				470.00	正在进行
25	保温杯吸气剂自动焊接技术的应用与研究	28.26				110.00	正在进行
26	保温杯四色喷涂技术开发	36.28				300.00	正在进行
27	啤酒桶与啤酒杯系列的保温杯开发	50.12				200.00	正在进行

4、财务费用分析

报告期内，公司财务费用主要项目情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
利息支出	-	8.72	51.90	184.07
利息收入	-40.01	-25.07	-22.87	-2.74
汇兑损益	-87.98	69.35	-367.36	386.03
手续费	1.96	4.65	3.85	4.84
合计	**-126.02**	**57.65**	**-334.48**	**572.21**

报告期内，公司财务费用分别为 572.21 万元、-334.48 万元、57.65 万元与

-126.02 万元，公司财务费用波动主要受汇兑损益和利息费用的影响。随着股东对公司现金增资及公司的持续盈利，公司自有资金规模增加，利息支出逐年降低。公司汇兑损益出现较大波动，主要原因系报告期内人民币对美元汇率出现大幅波动所致。

报告期内，美元兑人民币汇率变动情况如下：



数据来源：Wind

5、期间费用职工薪酬水平的合理性及完整性

（1）各类员工薪酬水平的合理性

报告期内公司各类员工薪酬水平如下：

单位：万元/人

项目	2020 年 1-3 月	2019 年	2018 年	2017 年
生产人员	1.62	7.56	7.36	6.00
销售人员	3.41	13.91	11.88	9.45
管理人员	3.20	14.51	11.53	10.05
研发人员	2.54	11.04	9.48	8.13
全部人员	1.91	8.45	7.90	6.38
金华市平均工资	-	**6.59**	**5.94**	**5.47**

注 1：金华市平均工资系金华市统计局公布的全社会单位就业人员年平均工资，2020 年 1-3 月未公布平均工资；

注 2：人均薪酬计算方式如下：各类员工平均工资=各类员工全年工资总额/工资平均月发放人数，各类员工全年工资总额主要包括基本工资、奖金等，不包括公司为员工负担的福利费、职工教育经费和工会经费等支出。

报告期内，公司生产人员、销售人员、管理人员和研发人员的平均工资均呈逐年上升趋势，主要系公司为了保持公司的市场竞争力、提高员工的积极性和稳定员工队伍，公司逐年提高员工待遇，员工工资水平均基本高于金华市平均工资；2020 年 1 季度的员工平均工资偏低主要系受春节假期及新冠疫情双重影响所致。

公司薪酬方案是参照市场水平、社会劳动力供需状况、公司的经营业绩、工作岗位能力及表现等因素制定的。结合金华市平均工资水平，公司各类员工薪酬水平具有合理性。

（2）期间费用中薪酬与应付职工薪酬计提的勾稽情况和费用确认完整性

报告期内公司期间费用中薪酬与应付职工薪酬计提的勾稽情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年	2018 年	2017 年
生产成本	1,187.88	7,252.31	6,042.36	5,058.57
销售费用	186.91	711.97	397.64	110.99
管理费用	175.50	992.24	620.93	440.77
研发费用	281.53	1,297.08	1,134.34	845.32
小计	**1,831.81**	**10,253.60**	**8,195.26**	**6,455.64**
应付职工薪酬贷方数	1,831.81	10,253.60	8,195.26	6,455.64
差异	-	-	-	-

结合职工薪酬期后测试，公司的职工薪酬计提金额与发放情况一致，不存在故意压低或虚增当期职工薪酬的情形，公司的职工薪酬金额计提充分、准确。

（五）其他收益分析

公司其他收益系政府补助收入，公司 2017 年度开始执行修订后的《企业会计准则第 16 号——政府补助》，与日常活动相关的政府补助，计入其他收益，不再计入营业外收入。2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-3 月公司其他收益为 585.46 万元、864.99 万元、1,440.21 万元和 141.77 万元，明细情况如下：

单位：万元

补助项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	补助文件	到账时间	收益分类	确认依据
2017 年工业用地盘活奖励		-	-	287.65	《关于拨付 2017 年上半年工业用地盘活企业奖励资金的抄告》（武政办抄字〔2017〕71 号）	2017 年 8 月	与收益相关	补偿企业当期发生的相关费用或损失的相关费用或损失
2016 年外经贸扶持款		-	-	95.13	《关于拨付 2016 年外经贸扶持政策补助资金的抄告》（武政办抄字〔2017〕68 号）	2017 年 8 月	与收益相关	补偿企业当期发生的相关费用或损失的相关费用或损失
土地使用税退回		-	-	71.25	武义县地方事务局《税务事项通知书》（武地税通〔2017〕9790 号/武地税通〔2016〕60465 号）	2017 年 7/ 12 月	与收益相关	补偿企业当期发生的相关费用或损失的相关费用或损失
2016 年研发费用补贴		-	-	45.30	《关于安排 2017 年武义县第二批技术创新资金的通知》（武科〔2017〕20 号）	2017 年 10 月	与收益相关	补偿企业当期发生的相关费用或损失的相关费用或损失
房产税退回		-	-	34.05	武义县地方事务局《税务事项通知书》（武地税通〔2017〕9789 号/武地税通〔2016〕60423 号）	2017 年 12 月	与收益相关	补偿企业当期发生的相关费用或损失的相关费用或损失
2016 年金华市文化影视时尚产业十佳企业奖励		-	-	20.00	《关于表彰 2016 年度金华市文化影视时尚产业十佳成长型企业的通知》（金政发〔2017〕37 号）	2017 年 12 月	与收益相关	补偿企业当期发生的相关费用或损失的相关费用或损失
政府奖励两化融合补助		-	-	17.09	《关于拨付 2017 年第一批技改和两化融合补助资金的抄告》（武政办抄字〔2017〕18 号）	2017 年 5 月	与收益相关	补偿企业当期发生的相关费用或损失的相关费用或损失
亩产税收先进		-	-	10.00	《关于拨付 2016 年小微企业信用等级评价奖励资金的抄告》（武政办抄字〔2017〕21 号）	2017 年 5 月	与收益相关	补偿企业当期发生的相关费用或损失的相关费用或损失

补助项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	补助文件	到账时间	收益分类	确认依据
大企强企奖励		-	433.08	-	《关于拨付 2016 年度大企强企奖励资金的抄告》（武政办抄字〔2018〕57 号）/《关于拨付大企强企奖励资金的抄告》（武政办抄字〔2018〕146 号））	2018 年 6/12 月	与收益相关	补偿企业当期发生的相关费用或损失的相关费用或损失
企业对接多层次资本市场扶持政策资金		-	82.42	-	《关于拨付企业对接多层次资本市场扶持政策资金的抄告》（武政办抄字〔2018〕90 号）	2018 年 8 月	与收益相关	补偿企业当期发生的相关费用或损失的相关费用或损失
2017 年外经贸扶持款		-	71.78	-	《关于拨付 2017 年度外经贸扶持政策补助资金的抄告》（武政办抄字〔2018〕91 号）	2018 年 9 月	与收益相关	补偿企业当期发生的相关费用或损失的相关费用或损失
2017 年武义县政府质量奖		-	60.00	-	《武义县人民政府关于表彰 2017 年度武义县政府质量奖获得企业的通报》（武政发〔2018〕20 号）	2018 年 4 月	与收益相关	补偿企业当期发生的相关费用或损失的相关费用或损失
企业对接多层次资本市场奖励资金		-	50.00	-	《关于拨付企业对接多层次资本市场奖励资金的抄告》（武政办抄字〔2018〕23 号）	2018 年 4 月	与收益相关	补偿企业当期发生的相关费用或损失的相关费用或损失
2017 年企业研发投入奖励		-	45.60	-	武义县科学技术局《关于安排 2018 年武义县第三批技术创新资金的通知》（武科〔2018〕32 号）	2018 年 10 月	与收益相关	补偿企业当期发生的相关费用或损失的相关费用或损失
2017 年企业品牌建设奖励资金		-	30.00	-	《关于拨付 2017 年度企业品牌建设奖励资金的抄告》（武政办抄字〔2018〕19 号）	2018 年 4 月	与收益相关	补偿企业当期发生的相关费用或损失的相关费用或损失
县 2017 年节能专项奖励		-	18.00	-	《关于拨付 2017 年节能降耗奖励资金的抄告》（武政办抄字〔2018〕144 号）	2018 年 12 月	与收益相关	补偿企业当期发生的相关费用或损失的相关费用或损失

补助项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	补助文件	到账时间	收益分类	确认依据
国家高新技术企业奖		-	15.00	-	武义县科学技术局《关于安排 2018 年武义县第一批技术创新资金的通知》（武科〔2018〕8 号）	2018 年 2 月	与收益相关	补偿企业当期发生的相关费用或损失的相关费用或损失
工业企业、机器换人奖励资金		-	15.00	-	《关于拨付工业企业、机器换人奖励资金的抄告见》（武政办抄字〔2018〕69 号）	2018 年 7 月	与收益相关	补偿企业当期发生的相关费用或损失的相关费用或损失
人才补贴		-	10.00	-	武义县人力资源和社会保障局《关于公布 2018 武义县企业人才公寓的通知》（武人社〔2018〕105 号）	2018 年 12 月	与收益相关	补偿企业当期发生的相关费用或损失的相关费用或损失
五金展摊位费、装修费补贴		-	7.80	-	《关于拨付 2018 年五金出口交易会补助资金的抄告》（武政办抄字〔2018〕101 号）	2018 年 9 月	与收益相关	补偿企业当期发生的相关费用或损失的相关费用或损失
年产 1000 万只保温杯生产线技改项目	3.66	14.75	-	-	《关于拨付 2018 年度技改两化融合补助资金的抄告》（武政办抄字〔2019〕5 号）	2019 年 1 月	与资产相关	用于购建或以其他方式形成长期资产
2018 年大企强企纳税上台阶奖		903.67	-	-	《关于兑现 2018 年度大企强企奖励资金的请示》（武经商〔2019〕117 号）/《武义县人民政府项目资金拨付审批单》（第 012 号）	2019 年 12 月	与收益相关	补偿企业当期发生的相关费用或损失的相关费用或损失
2019 年企业社保返还		147.50	-	-	浙江省人民政府《浙江省人民政府关于做好当前和今后一个时期促进就业工作的实施意见》（浙政发〔2018〕50 号）	2019 年 5 月	与收益相关	补偿企业当期发生的相关费用或损失的相关费用或损失
2019 年第二批企业对接多层次补助		100.00	-	-	《关于拨付 2019 年第二批企业对接多层次资本市场扶持补助资金的抄告》（武政办抄字〔2019〕20 号）	2019 年 2 月	与收益相关	补偿企业当期发生的相关费用或损失的相关费用或损失

补助项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	补助文件	到账时间	收益分类	确认依据
浙江制造奖励		80.00	-	-	《关于拨付 2018 年品牌建设奖励资金的抄告》（武政办抄字〔2019〕16 号）	2019 年 2 月	与收益相关	补偿企业当期发生的相关费用或损失的相关费用或损失
2018 年外经贸第一批补助		74.69	-	-	《关于拨付 2018 年度外经贸扶持政策第一批奖励资金的抄告》（武政办抄字〔2019〕41 号）	2019 年 4 月	与收益相关	补偿企业当期发生的相关费用或损失的相关费用或损失
国家外贸转型升级基地		65.00	-	-	浙江省财政厅《关于清算下达 2019 年及以前年度中央外贸发展专项资金的通知》（浙财企〔2019〕59 号）	2019 年 9 月	与收益相关	补偿企业当期发生的相关费用或损失的相关费用或损失
2018 年研发投入奖励		50.00	-	-	武义县科学技术局《关于安排 2019 年武义县第三批技术创新资金的通知》（武科〔2019〕39 号）	2019 年 12 月	与收益相关	补偿企业当期发生的相关费用或损失的相关费用或损失
2019 年企业参与标准化建设奖励	60.00				武义县市场监督管理局《关于对象 2019 年度企业参与标准化建设奖励的请示》（第 006 号）	2020 年 1 月	与收益相关	补偿企业当期发生的相关费用或损失的相关费用或损失
2019 年度金华市政府质量奖奖金	60.00				金华市市场监督管理局《关于申请拨付 2019 年度市政府质量奖经费的函》（金市监便签〔2020〕14 号）	2020 年 3 月	与收益相关	补偿企业当期发生的相关费用或损失的相关费用或损失
2019 年第三批专利奖励	17.00				武义县市场监督管理局《关于兑现 2019 年第三批专利奖励资金的请示》（第 007 号）	2020 年 3 月	与收益相关	补偿企业当期发生的相关费用或损失的相关费用或损失
其他	1.11	4.60	26.31	5.00				
合计	**141.77**	**1,440.21**	**864.99**	**585.46**				
2018 年省对口协作开发专项贴息	-	-	30.00	-	《关于兑现 2018 年省对口协作开发专项贴息和补助资金的通知》（武经协〔2018〕1 号）	2018 年 4 月	与收益相关	补偿企业当期发生的相关费用或损失的相关费用或损失

注：其中 2018 年省对口协作开发专项贴息系专项贴息，用于冲减财务费用，统一于其他收益中披露。

1、关于区分与收益和资产相关的政府补助的依据

公司根据申请政府补助的申请文件及政府批文的内容，对于取得用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助确认为与资产相关的政府补助；除与资产相关的政府补助之外的政府补助，认定为与收益相关的政府补助。（1）与资产相关的政府补助，在公司实际收到政府补助款时确认为递延收益，并按照政府补助申请文件中购买资产折旧年限分期计入当期损益；（2）与收益相关的政府补助，在实际收到时，如用于补偿公司以后期间的相关费用或损失的，取得时确认为递延收益，在确认相关费用的期间计入当期损益；用于补偿企业已发生的相关费用或损失的，取得时直接计入当期损益。

公司递延收益均为与资产相关的补助。公司与资产相关的政府补助的原值、摊销方法、摊销开始时点及其摊销的具体情况如下：

单位：万元

补助项目	补助原值	摊销方法	摊销开始时点	截至报告期末已摊销确认损益金额	形成资产
新增年产1000万只保温杯生产线技改项目	115.67	年限平均法	2019年1月	18.42	项目相关生产设备
年产400万只保温杯生产线技改项目	32.89	年限平均法	2019年1月	5.54	项目相关生产设备
年产200万只旋薄轻量保温杯生产线技改项目	184.00	尚未验收	-	-	-
合计	332.56			23.96	

2、公司经营业绩不存在依赖于政府补助的情形

公司报告期内各项政府补助的金额占同期利润总额的比例如下：

单位：万元

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
其他收益	141.77	1,440.21	864.99	585.46
财务费用	-	-	-30.00	-
小计	141.77	1,440.21	894.99	585.46
利润总额	1,565.73	8,326.79	9,348.09	3,121.54
占比	9.05%	17.30%	9.57%	18.76%
扣除股份支付影响的利润总额	1,565.73	8,388.01	9,348.09	4,015.29
占比	9.05%	17.17%	9.57%	14.58%

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
剔除收到政府补助金额后经营活动现金流量金净额	2,027.99	5,623.71	12,283.97	5,513.36
项目	**2020 年 3 月 31 日**	**2019 年 12 月 31 日**	**2018 年 12 月 31 日**	**2017 年 12 月 31 日**
递延收益	308.60	313.37	-	-
资产总额	40,615.91	40,954.61	-	-
占比	0.76%	0.77%	-	-

报告期内，公司当期其他收益及财务费用占利润总额的占比分别为 18.76%、9.57%、17.30%与 9.05%。扣除 2017 年度与 2019 年度股份支付的影响，相对应的占比分别为 14.58%、9.57%、17.17%与 9.05%，占比较低。报告期内，公司剔除当期收到的政府补助的金额后经营活动现金流量净额依旧维持在较高水平，不存在资金营运压力与风险。综上所述，报告期内公司的经营业绩不存在依赖于政府补助的情形。

3、2017 年度城镇土地使用税与房产税退回事项

公司分别于 2016 年 12 月与 2017 年 12 月向武义县地方税务局第一税务分局提交了城镇土地使用税与房产税减免申请，并分别于 2016 年 12 月与 2017 年 12 月获取武义县税务局审核通过。武义县税务局根据《国务院关于修改〈中华人民共和国城镇土地使用税暂行条例〉的决定》第七条减免公司 2016 年度与 2017 年度城镇土地使用税，根据《中华人民共和国房产税暂行条例》（国发[1986]90 号）减免公司 2016 年度 70%与 2017 年度 75%的房产税。2016 年三、四季度的城镇土地使用税退回款项、2017 年度城镇土地使用税与房产税均于 2017 年度到账，计入 2017 年度损益。

报告期内，公司收到的城镇土地使用税与房产税的退回事项系主管部门根据相关文件审核后拨付，不存在被追缴或收回的风险。武义县税务局已于 2020 年 8 月出具说明：“2017 年度，由国家税务总局武义县税务局（原武义县地税局）拨付给浙江嘉益保温科技股份有限公司的关于减免 2016 年度与 2017 年度的土地税与房产税的减免款项符合相关法律法规的规定，该等减免的税款不会被追缴或收回。”

（六）其他利润表科目分析

1、投资收益

公司投资收益主要为处置金融资产取得的投资收益和购买银行理财产品利息收益等。报告期各期，公司投资收益分别为-220.99 万元、-1,219.14 万元、-137.92 万元与 62.59 万元。

2、公允价值变动收益分析

公司公允价值变动收益主要为金融资产的公允价值变动收益。报告期内，公司公允价值变动收益金额分别为-1,034.13 万元、983.39 万元、-95.64 万元与-78.41 万元。

公司与外销客户以美元结算，报告期内公司外汇结算金额较大，为控制外汇汇率变动风险，公司与银行签订外汇衍生品合约进行风险管理。报告期末，受外汇汇率波动影响，公司根据尚未交割的外汇衍生品合约的公允价值变动相应确认了公允价值变动收益。

3、信用减值损失分析

公司自 2019 年 1 月起执行《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》，2019 年度发生的应收款项坏账准备通过“信用减值损失”科目核算，不再通过“资产减值损失”科目核算。2019 年度与 2020 年 1-3 月，公司信用减值损失为-62.16 万元与 31.07 万元。

4、资产减值损失分析

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
坏账损失	-	-	-13.58	101.59
存货跌价损失	1.02	-212.44	-23.68	-
合计	**1.02**	**-212.44**	**-37.25**	**101.59**

报告期内，公司资产减值损失主要系应收账款、其他应收款坏账准备和存货跌价准备的计提。2019 年度，应收账款和其他应收款坏账准备的计提记入“信用减值损失”科目，资产减值损失主要系存货跌价准备的计提。2019 年度，资产减值损失主要系部分存货存在减值迹象，其可变现净值低于成本，公司依照谨

慎性原则对该部分存货计提了存货跌价准备。

5、资产处置收益

报告期内，公司资产处置收益分别为-25.67 万元、-1.80 万元、56.25 万元和-8.37 万元。公司固定资产处置收益主要为生产设备和运输设备处置清理而产生的损益。

6、营业外收支分析

（1）营业外收入

报告期内，公司营业外收入明细情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
无法支付款项	0.33	4.53	4.20	6.96
罚没收入	-	7.82	18.06	-
其他	0.07	0.01	-	0.08
合计	**0.40**	**12.36**	**22.26**	**7.04**

（2）营业外支出

报告期内，公司营业外支出情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
非流动资产毁损报废损失	-	20.05	-	101.66
税收滞纳金	-	-	-	84.28
对外捐赠	2.00	19.12	6.90	-
其他	0.03	0.10	0.41	0.26
合计	**2.03**	**39.27**	**7.31**	**186.21**

公司营业外支出主要系固定资产处置、滞纳金及捐赠支出，对公司经营业绩影响较小。

（七）主要税费及税收政策影响分析

1、主要税金实际缴纳情况：

报告期内，公司主要税金实际缴纳情况如下：

单位：万元

类别	时间	期初未交数	本期应交数	本期已交数	期末未交数
所得税	2020 年 1-3 月	565.86	222.29	90.30	697.85
	2019 年度	788.32	1,261.18	1,483.64	565.86
	2018 年度	297.68	1,082.46	591.82	788.32
	2017 年度	914.39	687.12	1,303.83	297.68
增值税	2020 年 1-3 月	32.67	-43.45	5.03	-15.81
	2019 年度	-10.95	43.62	-	32.67
	2018 年度	25.97	238.35	275.27	-10.95
	2017 年度	-31.62	128.08	70.49	25.97

2、所得税费用与会计利润的关系

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
利润总额	1,565.73	8,326.79	9,348.09	3,121.54
按母公司适用税率计算的所得税费用	234.86	1,249.02	1,402.21	468.23
子公司适用不同税率的影响	-27.39	-74.91	-	-
非应税收入的影响	0.06	-0.07	-0.28	-
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	5.27	36.80	17.88	37.22
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	56.84	179.64	1.04	-15.62
研发费用加计扣除影响	-42.06	-204.11	-193.94	-89.99
适用税率变动对递延所得税费用的影响	-	-	-	6.41
股份支付的影响	-	9.18	-	134.06
其他	-	-1.26	-1.25	-0.98
所得税费用	227.58	1,194.29	1,225.67	539.33

3、税收政策影响分析

公司享有的税收优惠政策详见本招股说明书本节之“七、发行人适用的税率及享受的主要财政税收优惠政策”。

（1）报告期内，公司依法享受了高新技术企业的所得税优惠政策和出口货物增值税的“免、抵、退”政策。相关税收政策影响如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、利润总额	1,565.73	8,326.79	9,348.09	3,121.54

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
二、计入经常性损益的税收优惠金额	192.32	952.46	830.08	452.54
其中：企业所得税税收优惠金额	163.26	837.37	725.61	452.54
房产税及土地使用税优惠	29.06	115.09	104.47	-
三、计入经常性损益的税收优惠金额占当期利润的比例	12.28%	11.44%	8.88%	14.50%
四、当期应当收到的出口退税金额	232.68	1,557.14	843.23	1,642.32
五、当期实际收到的出口退税金额	468.00	1,282.01	864.27	1,892.94

公司于 2017 年度取得高新技术企业资质认定，报告期内，公司作为高新技术企业依法享受的所得税税收优惠金额占当期利润总额的比例分别为 14.50%、8.88%、11.44%和 12.28%。报告期内，公司的经营业绩对所得税税收优惠政策无重大依赖。

2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-3 月，公司应当收到的出口退税金额分别为 1,642.32 万元、843.23 万元、1,557.14 万元和 232.68 万元，当期实际收到的出口退税额为 1,892.94 万元、864.27 万元、1,282.01 万元和 468.00 万元，当期应当收到的出口退税金额与当期实际收到的出口退税金额存在的差异主要系时间性差异所致。公司报告期内收到的出口退税金额较高，如后续国家出口退税政策发生重大变化，将对公司的业绩产生一定影响。

（2）公司应对出口退税率调整的主要措施

①在出口销售中根据出口退税率的影响调整销售价格。公司已与境外客户建立长期稳定的合作关系，在与海外客户的谈判中拥有一定的议价能力，买卖双方报价一般会考虑出口退税率的因素。如出口退税率出现较大波动，公司将与客户协商调整产品销售价格；

②坚持加强产品原创开发设计能力，持续增强产品质量，提高产品在功能性、时尚感等方面的附加值及竞争力，进而提升公司的产品定价权及成本转嫁能力；

③加强自有品牌及境内市场开拓，拓宽境内销售渠道，自有品牌及境内市场的持续开拓能够降低公司对海外市场的依赖，从而降低出口退税率波动对公司的影响，为公司经营业绩的持续增长提供良好的保障；

④持续优化产品结构，增加高附加值产品的比重，提升公司盈利能力。

（八）对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素

对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素包括但不限于：海外贸易政策不利变化风险、大客户合作风险、市场竞争风险、毛利率波动或下滑风险、汇率波动风险、出口退税政策发生变化风险、原材料价格波动风险等，公司已经在本招股说明书“重大事项提示”和“第四节 风险因素”中进行了分析和披露。

十一、财务状况分析

（一）资产状况分析

报告期各期末，本公司各类资产金额及占总资产比例如下表：

单位：万元

项目	2020 年 3 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	占比（%）	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
流动资产	24,907.80	61.33	25,021.67	61.10	21,532.57	64.43	16,752.36	61.35
非流动资产	15,708.11	38.67	15,932.94	38.90	11,886.94	35.57	10,554.27	38.65
资产总计	**40,615.91**	**100.00**	**40,954.61**	**100.00**	**33,419.51**	**100.00**	**27,306.63**	**100.00**

报告期各期末，公司资产总额分别为 27,306.63 万元、33,419.51 万元、40,954.61 万元及 40,615.91 万元。随着公司业务规模的扩大，2017 年度至 2019 年度公司资产总额呈逐年稳步增长的态势。2020 年 3 月末公司资产较上期末有所下降，主要系当期固定资产折旧与无形资产摊销影响。

2017 年末-2019 年末，公司流动资产逐年增加，主要系公司销售规模逐步扩大，盈利能力逐步提高，公司流动资产规模也随之扩大。报告期各期末公司非流动资产规模逐渐增加，主要系公司在报告期内新增厂房、土地等长期资产所致。

1、流动资产构成及变动分析

单位：万元

项目	2020 年 3 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
货币资金	13,382.65	53.73	12,494.97	49.94	5,070.32	23.55	4,040.54	24.12
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	-	16.12	0.07	-	-

项目	2020 年 3 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
应收账款	3,787.99	15.21	4,933.41	19.72	4,199.89	19.50	4,038.73	24.11
预付款项	284.55	1.14	258.62	1.03	209.39	0.97	244.62	1.46
其他应收款	378.00	1.52	624.57	2.50	247.49	1.15	147.75	0.88
存货	6,046.23	24.27	6,690.16	26.74	5,902.19	27.41	6,376.51	38.06
其他流动资产	1,028.38	4.13	19.94	0.08	5,887.16	27.34	1,904.20	11.37
流动资产合计	**24,907.80**	**100.00**	**25,021.67**	**100.00**	**21,532.57**	**100.00**	**16,752.36**	**100.00**

公司流动资产主要由货币资金、应收账款、存货、其他流动资产等组成，报告期各期末，上述资产占流动资产的比例均在 96%以上。

（1）货币资金

报告期各期末，公司货币资金构成如下：

单位：万元

项目	2020 年 3 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
库存现金	4.80	1.51	2.94	1.34
银行存款	13,258.90	12,200.38	4,996.49	3,741.24
其他货币资金	118.95	293.08	70.88	297.96
合计	**13,382.65**	**12,494.97**	**5,070.32**	**4,040.54**

报告期各期末，公司货币资金余额分别为 4,040.54 万元、5,070.32 万元、12,494.97 万元及 13,382.65 万元，占各期末流动资产的比例分别为 24.12%、23.55%、49.94%与 53.73%。公司货币资金主要由银行存款及其他货币资金组成，其他货币资金主要系支付宝账户存款、京东平台存款和其他保证金等。

2019 年末，公司货币资金余额较上年末增加 7,424.65 万元，主要系银行理财产品赎回所致。

（2）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

报告期各期末，公司以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产构成如下：

单位：万元

项目	2020 年 3 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
交易性金融资产	-	-	16.12	-
合计	**-**	**-**	**16.12**	**-**

2018 年末公司以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产由交易性金融资产构成，主要为公司与银行签订的外汇衍生品合约。

（3）应收账款

①应收账款基本情况分析

报告期内，公司应收账款账面价值与营业收入的对比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 3 月 31 日/2020 年 1-3 月		2019 年 12 月 31 日/2019 年度		2018 年 12 月 31 日/2018 年度		2017 年 12 月 31 日/2017 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
应收账款余额	3,910.86	-23.69%	5,092.38	17.61%	4,329.79	3.99%	4,163.64
应收账款账面价值	3,787.99	-23.70%	4,933.41	17.47%	4,199.89	3.99%	4,038.73
营业收入	7,304.62		40,496.11	7.57%	37,644.88	10.70%	34,007.16
应收账款余额占营业收入比例	53.54%		12.57%		11.50%		12.24%

公司应收账款余额主要系主营业务形成的销售货款。报告期各期末，公司应收账款余额逐年略有增加，占营业收入比例相对稳定。报告期内，公司主要客户信用期集中在 30 天-60 天，客户回款较为及时，公司应收账款总体规模控制良好。

②应收账款账龄分析

报告期内，应收账款余额及坏账准备计提情况如下：

单位：万元

帐龄	2020 年 3 月 31 日				
	账面余额	占比（%）	坏账准备	计提比例（%）	账面价值
1 年以内	3,878.25	99.17	116.35	3.00	3,761.90
1 至 2 年	32.61	0.83	6.52	20.00	26.09
2 至 3 年				80.00	
3 年以上				100.00	

合计	3,910.86	100.00	122.87	3.24	3,787.99
账龄	2019 年 12 月 31 日				
	账面余额	占比（%）	坏账准备	计提比例（%）	账面价值
1 年以内	5,055.91	99.28	151.68	3.00	4,904.23
1 至 2 年	36.47	0.72	7.29	20.00	29.18
2 至 3 年	-	-	-	80.00	-
3 年以上	-	-	-	100.00	-
合计	5,092.38	100.00	158.97	3.12	4,933.41
账龄	2018 年 12 月 31 日				
	账面余额	占比（%）	坏账准备	计提比例（%）	账面价值
1 年以内	4,329.79	100.00	129.89	3.00	4,199.89
1 至 2 年	-	-	-	20.00	0.00
2 至 3 年	-	-	-	80.00	-
3 年以上	-	-	-	100.00	-
合计	4,329.79	100.00	129.89	3.00	4,199.89
账龄	2017 年 12 月 31 日				
	账面余额	占比（%）	坏账准备	计提比例（%）	账面价值
1 年以内	4,163.64	100.00	124.91	3.00	4,038.73
1 至 2 年	-	-	-	20.00	0.00
2 至 3 年	-	-	-	80.00	-
3 年以上	-	-	-	100.00	-
合计	4,163.64	100.00	124.91	3.00	4,038.73

报告期各期末，公司 99%以上应收账款账龄均在 1 年以内。截至 2020 年 3 月 31 日，公司应收账款账龄在 1 年以上的客户明细及期后回款金额如下：

单位：万元

逾期客户	信用期	应收账款余额	2020 年 4-8 月期后回款金额
广州金跃电子商务有限公司	75 天	12.61	12.61
上海朵麦文化发展有限公司	45 天	20.00	20.00
合计		32.61	32.61

公司应收账款质量较好，货款不能回收的风险较低。公司已严格按照会计政策对期末应收账款充分计提了坏账准备。

③期末应收账款前五名客户情况

截至 2020 年 3 月 31 日，公司应收账款前五名客户具体明细如下：

序号	单位名称	期末余额		坏账准备（万元）	与公司的关系
		金额（万元）	占比（%）		
1	ETS EXPRESS INC	1,372.39	35.09	41.17	无关联关系
2	TAKEYA CHEMICAL INDUSTRY CO.,LTD.	653.31	16.70	19.60	无关联关系
3	Pacific Market International LLC	507.56	12.98	15.23	无关联关系
4	康成投资（中国）有限公司	385.19	9.85	11.56	无关联关系
5	杭州吻吻鱼科技有限公司	173.25	4.43	5.20	参股公司
	合计	**3,091.70**	**79.05**	**92.75**	

截至 2019 年 12 月 31 日，公司应收账款前五名客户具体明细如下：

序号	单位名称	期末余额		坏账准备（万元）	与公司的关系
		金额（万元）	占比（%）		
1	ETS Express, INC	2,547.94	50.03	76.44	无关联关系
2	Pacific Market International,LLC	615.61	12.09	18.47	无关联关系
3	康成投资（中国）有限公司	403.14	7.92	12.09	无关联关系
4	TAKEYA CHEMICAL INDUSTRY CO.,LTD.	370.69	7.28	11.12	无关联关系
5	杭州吻吻鱼科技有限公司	202.50	3.98	6.07	参股公司
	合计	**4,139.88**	**81.30**	**124.20**	

截至 2018 年 12 月 31 日，公司应收账款前五名客户具体明细如下：

序号	单位名称	期末余额		坏账准备（万元）	与公司的关系
		金额（万元）	占比（%）		
1	ETS Express, INC	1,515.99	35.01	45.48	无关联关系
2	Pacific Market International,LLC	1,105.51	25.53	33.17	无关联关系
3	Can’t Live Without it, LLC（S’well 公司）	690.06	15.94	20.70	无关联关系
4	上海朵麦文化发展有限公司	437.58	10.11	13.13	无关联关系
5	杭州吻吻鱼科技有限公司	247.85	5.72	7.44	参股公司
	合计	**3,996.97**	**92.31**	**119.91**	

截至 2017 年 12 月 31 日，公司应收账款前五名客户具体明细如下：

序号	单位名称	期末余额		坏账准备（万元）	与公司的关系
		金额（万元）	占比（%）		
1	上海朵麦文化发展有限公司	2,102.70	50.50	63.08	无关联关系
2	ETS Express, INC	1,310.88	31.48	39.33	无关联关系
3	Pacific Market International,LLC	604.15	14.51	18.12	无关联关系
4	Can’t Live Without it, LLC（S’well 公司）	117.30	2.82	3.52	无关联关系
5	AMSTERDAM PRINTING & LITHO	25.33	0.61	0.76	无关联关系
	合计	**4,160.35**	**99.92**	**124.81**	

④报告期各期末主要客户应收账款账龄情况分析

2020 年 3 月 31 日

序号	单位名称	期末余额		应收账款形成时间	合同规定结算周期	收入确认依据	期后回款比例
		金额（万元）	占比（%）				
1	ETS	1,372.39	35.09	2019 年 10 月-2020 年 3 月	45-90 天	取得提单	100%
2	Takeya	653.31	16.70	2019 年 10 月-2020 年 3 月	30-45 天	取得提单	100%
3	PMI	507.56	12.98	2019 年 10 月-2020 年 3 月	45-60 天	取得提单/客户签收	100%
4	康成投资（中国）有限公司	318.68	9.85	2019 年 10 月-2020 年 3 月	60 天	客户签收	0.15%
		66.51		2019 年 4 月-9 月			
5	吻吻鱼	173.25	4.43	2019 年 10 月-2020 年 3 月	45 天	客户签收	94.95%
	合计	**3,091.70**	**79.05**				

2019 年 12 月 31 日

序号	单位名称	期末余额		应收账款形成时间	合同规定结算周期	收入确认依据	期后回款比例
		金额（万元）	占比（%）				
1	ETS	2,547.94	50.03	2019 年 7-12 月	45-90 天	取得提单	100%
2	PMI	615.61	12.09	2019 年 7-12 月	45-60 天	取得提单/客户签收	100%
3	康成投资（中国）有限公司	292.39	7.92	2019 年 7-12 月	60 天	客户签收	8.75%
		110.75		2019 年 1-6 月			
4	Takeya	370.69	7.28	2019 年 7-12 月	30 天-45 天	取得提单	100%
5	吻吻鱼	202.50	3.98	2019 年 7-12 月	45 天	客户签收	100%

序号	单位名称	期末余额		应收账款形成时间	合同规定结算周期	收入确认依据	期后回款比例
		金额（万元）	占比（%）				
	合计	**4,139.88**	**81.30**				

2018 年 12 月 31 日

序号	单位名称	期末余额		应收账款形成时间	合同规定结算周期	收入确认依据	期后回款比例
		金额（万元）	占比（%）				
1	ETS	1,515.99	35.01	2018 年 7-12 月	45-90 天	取得提单	100%
2	PMI	1,105.51	25.53	2018 年 7-12 月	45-60 天	取得提单/客户签收	100%
3	S'well 公司	690.06	15.94	2018 年 7-12 月	30-45 天	取得提单	100%
4	上海朵麦	437.58	10.11	2018 年 7-12 月	45 天	客户签收	100%
5	吻吻鱼	247.85	5.72	2018 年 7-12 月	45 天	客户签收	100%
	合计	**3,996.97**	**92.31**				

2017 年 12 月 31 日

序号	单位名称	期末余额		应收账款形成时间	合同规定结算周期	收入确认依据	期后回款比例
		金额（万元）	占比（%）				
1	上海朵麦	2,102.70	50.50	2017 年 7-12 月	45 天	客户签收	100%
2	ETS	1,310.88	31.48	2017 年 7-12 月	45-90 天	取得提单	100%
3	PMI	604.15	14.51	2017 年 7-12 月	45-60 天	取得提单/客户签收	100%
4	S'well 公司	117.30	2.82	2017 年 7-12 月	30-45 天	取得提单	100%
5	AMSTERDAM PRINTING & LITHO	25.33	0.61	2017 年 7-12 月	30-45 天	取得提单	100%
	合计	**4,160.35**	**99.92**				

注：上述表格期后回款比例是依据截至 2020 年 7 月 31 日期后回款金额计算而得。

报告期各期末，发行人的主要欠款客户有 8 家，较为稳定。

上海朵麦文化发展公司与发行人订单中约定的信用期为 45 天。2017 年末与 2018 年末未能如期回款，主要原因系年初春节假期影响。同时上海朵麦文化发展有限公司内部付款流程审批时间较长，导致其未能于信用期内及时回款。

ETS 系发行人的主要客户之一，与发行人有 15 年的合作历史。ETS 在每笔

采购时向发行人下达采购订单，订单中未明确规定结算周期，根据双方约定的信用期限，通常 ETS 会在 45 天-90 天内完成订单的付款。2017 年末、2018 年末、2019 年末，ETS 基本在双方约定的信用期内完成回款。2020 年 3 月末受新冠疫情影响，ETS 存在超出信用期回款的情形，占当期末其应收账款余额比例较低。

PMI 为发行人的主要客户之一，与发行人有长期合作历史。PMI 在每笔采购时向发行人下达采购订单，订单中未明确规定结算周期，根据双方约定的信用期限，通常 PMI 会在 45 天-60 天内完成订单的付款。报告期各期末，PMI 在双方约定的信用期内完成回款。

S'well 公司为发行人的主要客户之一，双方合作时间较长。S'well 公司在与发行人下达的采购订单中未明确规定合同结算周期，根据双方约定的信用期限，通常 S'well 公司会在 30-45 天内完成订单的付款。2017 年末与 2018 年末，S'well 公司均在信用期内完成回款。

AMSTERDAM PRINTING & LITHO 与发行人签订的订单中未明确规定结算周期。双方约定的信用期为 30-45 天，2017 年末 AMSTERDAM PRINTING & LITHO 公司在信用期内完成对发行人的回款。

吻吻鱼系 2018 年起新增的主要欠款客户，与发行人签订的合同中规定结算周期为 45 天，2018 年末、2019 年末与 2020 年 3 月末，吻吻鱼存在部分款项超过信用期支付的情形，主要原因系吻吻鱼资金周转限制与 2020 年 2 月起新冠疫情的影响，发行人适当放宽了吻吻鱼的回款期限。

Takeya 系发行人的主要客户之一，与发行人合作时间较长。Takeya 在与发行人下达的采购订单中未明确规定合同结算周期，根据双方约定的信用期限，通常 Takeya 公司会在 30-45 天内完成订单的付款。2019 年末与 2020 年 3 月末，Takeya 在双方约定的信用期内完成对发行人的回款。

康成投资（中国）有限公司系大润发超市品牌运营商,因发行人 2019 年收购 miGo 品牌而成为发行人客户。双方签订的合同中规定的结算周期为 60 天。该客户为大型商超客户，因其付款审批流程复杂，实际回款时间存在较为滞后的情况，2019 年末与 2020 年 3 月末未能在信用期内完成回款。

2017 年-2019 年各期末，剔除康成投资（中国）有限公司以外，所有主要欠

款客户的期后回款金额均为 100%。2020 年 3 月末，剔除康成投资（中国）有限公司以后，主要欠款客户的期后回款比例接近 100%，其中吻吻鱼受疫情影响，期后回款比例为 94.95%。。

⑤报告期各期末应收账款对应收入形成时间、欠款占合同比例，是否在合同期内相关信息

单位：万元

项目	应收账款余额	对应收入形成时间	欠款占合同、订单金额比例	截至 2020 年 7 月 31 日期后回款金额
2020 年 3 月 31 日	3,743.82	2019 年 10 月-2020 年 3 月	75.75%	3,226.28
	107.09	2019 年 4 月-9 月		
	59.96	2019 年 1 月-3 月		
2019 年 12 月 31 日	4,845.88	2019 年 7-12 月	9.49%	4,496.44
	246.50	2019 年 1-6 月		
2018 年 12 月 31 日	4,329.79	2018 年 7-12 月	9.38%	4,329.79
2017 年 12 月 31 日	4,163.64	2017 年 7-12 月	14.93%	4,163.64

注 1：欠款占合同、订单金额比例=（各期末应收账款余额）/（各期末应收账款余额包含的客户在各期间内新增合同、订单合计的金额）

注 2:其中 2020 年 3 月 31 日欠款占合同、订单金额比例较高，主要系春节假期、新冠疫情影响，公司实际经营时间较短

报告期内，主要外销客户与发行人以订单的形式进行采购，双方在订单中并未明确规定结算周期，双方将初次合作约定的信用期限默认为此后合作的信用期。报告期各期末，发行人应收账款存在少量逾期的情形，2017 年末至 2019 年末主要原因系少量客户因资金周转、内部付款流程审批时间较长导致未能在信用期内及时回款的情形，2020 年 3 月末部分客户受新冠疫情影响、内部付款审批时间较长，未能在信用期内及时回款。报告期各期末应收账款截至 2020 年 7 月 31 日的期后回款比例分别为 100%、100%、88.30%和 82.50%。

⑥应收账款坏账准备政策政策制定依据

公司客户主要为国际知名不锈钢真空保温器皿品牌商或国内经营质量较高的不锈钢真空保温器皿品牌商，具有较高的行业地位，客户的信用良好，应收账款质量较高，与公司的合作时间较长，发生坏账的风险较小。公司依据《企业会计准则》，根据客户过往款项回收情况、经营或资金状况等判断其应收账款预期

信用损失情况，并结合同行业可比公司的坏账政策制定了公司坏账准备政策。

⑦对关联方吻吻鱼的坏账计提政策、原因及合理性

公司对关联方吻吻鱼的应收账款坏账计提政策与非关联方计提政策不存在差异。报告期内，公司与关联方吻吻鱼发生交易具有真实的交易背景，吻吻鱼各期末应收账款期后回款情况良好，不存在无法回收的情形，信用风险自初始确认后未发生显著变化。因此公司对吻吻鱼的应收账款坏账计提政策与非关联方计政策不存在差异具备一定的商业合理性。

⑧公司应收账款坏账准备计提比例与同行业可比上市公司对比情况

公司计提比例（%）	账龄					
	1 年以内	1 至 2 年	2 至 3 年	3 至 4 年	4 至 5 年	5 年以上
哈尔斯	3	20	80	100	100	100
新宝股份	2	10	20	50	80	100
山东华鹏	5	20	50	100	100	100
德力股份	3/5	50	50	100	100	100
爱仕达	5	10	30	100	100	100
苏泊尔	5	8	15	50	80	100
本公司	3	20	80	100	100	100

注：德力股份半年以内坏账计提比例为 3%，半年至 1 年，坏账计提比例为 5%。

由上表可见，公司坏账计提比例与哈尔斯一致，与同行业可比上市公司基本相当，公司的坏账计提政策符合谨慎性原则，报告期内未发生变更。

⑨应收账款期后回款情况

单位：万元

项目	应收账款期末余额	期后回款金额	占比
2020 年 3 月 31 日	**3,910.86**	**3,226.28**	**82.50%**
2019 年 12 月 31 日	5,092.38	**4,496.44**	**88.30%**
2018 年 12 月 31 日	4,329.79	4,329.79	100.00%
2017 年 12 月 31 日	4,163.64	4,163.64	100.00%

注：2017 年末-2020 年 3 月 31 日期后回款情况统计至 2020 年 7 月 31 日。

2017 年末、2018 年末、2019 年末与 2020 年 3 月 31 日，应收账款的期后回款比例分别为 100%、100%、88.30%与 82.50%，公司期后回款情况较好。

（4）预付款项

①预付款项余额变动分析

报告期各期末，公司预付款项余额及账龄情况如下：

单位：万元

账龄	2020 年 3 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
1 年以内	256.63	90.19	240.63	93.04	203.22	97.05	236.40	96.64
1-2 年	20.69	7.27	11.82	4.57	4.17	1.99	6.21	2.54
2-3 年	5.22	1.84	4.17	1.61	-	-	-	-
3 年以上	2.00	0.70	2.00	0.78	2.00	0.96	2.00	0.82
合计	**284.55**	**100.00**	**258.62**	**100.00**	**209.39**	**100.00**	**244.62**	**100.00**

报告期各期末，公司预付款项余额分别为 244.62 万元、209.39 万元、258.62 万元和 284.55 万元，占流动资产的比例分别为 1.46%、0.97%、1.03%和 1.14%，各期末一年以内预付账款占比均在 90%以上。

②预付款项金额前五名情况

截至 2020 年 3 月 31 日，预付款项前 5 名情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	金额	比例（%）	与本公司关系
1	国网浙江武义县供电有限公司	47.03	16.53	非关联方
2	宁波北仑铭友精密模具有限公司	29.67	10.43	非关联方
3	FOZDAR PRODUCTS	25.56	8.98	非关联方
4	励展华博展览（深圳）有限公司	19.52	6.86	非关联方
5	济南历下大润发商贸有限公司	15.78	5.54	非关联方
	合计	**138.29**	**53.47**	

（5）其他应收款

①其他应收款的基本情况

报告期各期末，公司其他应收款账面价值分别为 147.75 万元、247.49 万元、624.57 万元与 378.00 万元，占流动资产的比例分别为 0.88%、1.15%、2.50%和 1.52%。公司其他应收款主要系模具保证金、电商平台保证金、退税款等。

报告期各期末，公司其他应收款余额明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 3 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
押金保证金	266.19	258.74	173.00	62.76
暂付款	110.24	108.23	72.30	48.38
退税款	49.56	284.88	9.75	30.78
往来款	-	-	5.77	5.77
其他	17.16	32.84	13.71	20.14
合计	**443.15**	**684.69**	**274.53**	**167.83**

2017 年末至 2019 年末，其他应收款余额持续增加，主要原因系公司向供应商支付模具保证金增加、应收暂付款及退税款增加所致。2020 年 3 月末其他应收款余额较上期有所减少，主要系公司应收退税款减少所致。

②其他应收款余额前五名

截至 2020 年 3 月末，其他应收款前 5 名情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	款项性质	金额	比例（%）	账龄
1	东莞市增元硅胶制品有限公司	保证金	30.10	23.99	1 年以内
			51.99		1-2 年
			24.23		2-3 年
2	应收出口退税款	退税款	49.56	11.18	1 年以内
3	永康市百慕塑业有限公司	保证金	10.85	6.25	1 年以内
			16.83		1-2 年
4	武义金炜泰工贸有限公司	保证金	13.44	6.17	1 年以内
			13.89		1-2 年
5	上海东域投资管理有限公司	保证金	15.43	3.48	1-2 年
	合计		**226.31**	**51.07**	

（6）存货

①报告期内存货总体情况分析

报告期各期末，公司存货的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 3 月 31 日			2019 年 12 月 31 日		
	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	925.33	0.29	925.04	773.50	0.38	773.12
库存商品	3,329.14	171.44	3,157.71	3,847.02	177.27	3,669.75
发出商品	137.42	-	137.42	255.63	-	255.63
委托加工物资	16.90	-	16.90	16.90	-	16.90
在产品	1,848.86	39.69	1,809.17	2,009.56	34.80	1,974.76
合计	**6,257.65**	**211.42**	**6,046.23**	**6,902.60**	**212.44**	**6,690.16**
项目	**2018 年 12 月 31 日**			**2017 年 12 月 31 日**		
	账面余额	**跌价准备**	**账面价值**	**账面余额**	**跌价准备**	**账面价值**
原材料	1,707.68	10.27	1,697.42	3,751.84	-	3,751.84
库存商品	1,326.74	-	1,326.74	838.51	-	838.51
发出商品	626.54	-	626.54	168.07	-	168.07
委托加工物资	369.85	-	369.85	258.11	-	258.11
在产品	1,894.05	13.41	1,881.64	1,359.99	-	1,359.99
合计	**5,925.87**	**23.68**	**5,902.19**	**6,376.51**	**-**	**6,376.51**

报告期内，公司存货主要由原材料、在产品和库存商品构成。发出商品主要为公司按照订单约定向境外客户发货但尚未完成报关出口的产品。2018 年末公司存货余额较 2017 年末减少 450.64 万元，主要系期末原材料金额大幅减少所致。2019 年末存货较 2018 年末增加 787.97 万元，主要系自有品牌库存商品有所增加所致。2020 年 3 月末存货余额较 2019 年末减少 644.95 万元，主要系库存商品和在产品余额减少所致。

②原材料余额变动分析

报告期各期末，公司原材料的期末余额构成如下：

单位：万元

项目	2020.3.31		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31
	金额	变动额	金额	变动额	金额	变动额	金额
不锈钢卷	-	-	-	-582.13	582.13	-2,473.90	3,056.03
不锈钢钢管	67.76	21.73	46.03	17.93	28.10	-4.88	32.98
塑料	334.42	159.56	174.86	-346.20	521.06	285.51	235.55
其他	523.15	-29.46	552.61	-23.78	576.39	149.11	427.28

项目	2020.3.31		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31
	金额	变动额	金额	变动额	金额	变动额	金额
合计	925.32	151.83	773.50	-934.18	1,707.69	-2,044.16	3,751.84

公司原材料主要为不锈钢卷和不锈钢管，其中不锈钢卷需进一步加工为不锈钢钢管，用于不锈钢真空保温器皿杯体的生产。报告期各期末，公司原材料余额呈下降趋势，主要系不锈钢卷余额减少所致。

A.不锈钢卷及不锈钢管

报告期各期末，公司不锈钢卷及不锈钢管的详细情况如下：

单位：万元

物料名称	2020.3.31 库存金额	2019.12.31 库存金额	2018.12.31 库存金额	2017.12.31 库存金额
不锈钢卷料	-	-	582.13	3,056.03
不锈钢钢管	67.76	46.03	28.10	32.98
小　计	**67.76**	**46.03**	**610.23**	**3,089.01**
物料名称	**2020 年 1-3 月 采购额**	**2019 年 采购额**	**2018 年 采购额**	**2017 年 采购额**
不锈钢卷料	-	621.67	1,307.84	6,636.86
不锈钢钢管	50.08	3,341.48	138.61	-
小　计	**50.08**	**3,963.15**	**1,446.45**	**6,636.86**

2017 年度，不锈钢市场价格波动较大，为了主动应对不锈钢卷料价格的波动，公司在价格下行期间采购储备了部分不锈钢卷，并在以后年度逐步消化，致 2017 年末作为原材料的不锈钢卷存货余额较大。2018 年度，不锈钢卷的价格波动幅度较 2017 年有所减缓，公司主要使用 2017 年末库存的不锈钢卷，仅在价格较低时按需采购，因此，2018 年末不锈钢卷的金额较 2017 年末大幅减少。为缩短采购周期，减少原材料价格波动风险和资金占用成本，公司 2019 年度由原采购不锈钢卷转变为向供应商采购由不锈钢卷加工而成的不锈钢管，不再储备不锈钢卷，使得 2019 年末和 2020 年 3 月末，不锈钢卷料余额为 0，原材料金额较 2018 年末也相应有所减少。报告期内，不锈钢卷料市场价波动如下图所示：



资料来源：上海宝新 304/2B 冷轧不锈钢卷:1.0mm，Wind 资讯。

B.塑料

报告期内，塑料主要构成如下：

单位：万元

物料名称	2020.3.31 库存金额	2019.12.31 库存金额	2018.12.31 库存金额	2017.12.31 库存金额
TR 塑料	64.52	33.71	181.56	17.27
AS 塑料	117.49	56.42	180.99	36.43
PP 塑料	152.41	84.72	158.50	181.85
小　计	**334.42**	**174.85**	**521.05**	**235.55**
物料名称	**2020 年 1-3 月 采购额**	**2019 年 采购额**	**2018 年 采购额**	**2017 年 采购额**
TR 塑料	69.48	4.53	303.04	24.40
AS 塑料	125.75	279.50	570.43	2.10
PP 塑料	160.35	514.62	508.07	791.81
小　计	**355.58**	**798.65**	**1,381.54**	**818.31**

报告期各期末，塑料原材料余额有所波动，主要系公司 Tritan 及 AS 等塑料粒子系国外进口，由于采购规模整体不大，进口运费较高，为摊薄相关费用，公司采用一次性集中备货的采购方式，使得在购入年度末，塑料粒子期末存货余额有所增加，故 2018 年末和 2020 年 3 月末塑料粒子余额较高，而 2017 年末和 2019 年末随着对库存塑料原材料的消耗，期末余额减少。

③库存商品余额变动分析

公司主要通过 OEM/ODM 模式向客户销售产品，由于订单对应的客户不同，每个订单中具体产品外形、款式及图案等均存在差异，因此各期末的 OEM/ODM 模式库存商品均主要为定制化产品。公司各报告期末库存商品和发出商品的增加

主要系客户订单增加所致。2019 年度，公司通过收购品牌、加强研发和市场建设等方式加大自有品牌产品的拓展，公司自有品牌产品数量有所增加，使得库存商品金额也相应有所增加。2020 年 3 月末，公司库存商品减少主要系疫情影响客户单笔订单规模有所减少以及对库存自有品牌产品的消化所致。

A.各销售模式存货余额变动

各种销售模式下销售占比及库存占比如下：

单位：万元

各销售模式主营业务收入	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
OEM/ODM	6,866.36	94.72%	36,929.72	92.95%	36,908.17	99.03%	33,686.35	99.82%
自有品牌	382.75	5.28%	2,799.83	7.05%	362.25	0.97%	60.45	0.18%
合计	**7,249.11**	**100.00%**	**39,729.55**	**100.00%**	**37,270.42**	**100.00%**	**33,746.81**	**100.00%**
各销售模式库存商品余额	**2020.3.31**		**2019.12.31**		**2018.12.31**		**2017.12.31**	
	金额	**比例**	**金额**	**比例**	**金额**	**比例**	**金额**	**比例**
OEM/ODM	1,295.79	38.92%	1,771.90	46.06%	1,042.88	78.60%	834.83	99.56%
自有品牌	2,033.35	61.08%	2,075.12	53.94%	283.86	21.40%	3.68	0.44%
合计	**3,329.14**	**100.00%**	**3,847.02**	**100.00%**	**1,326.74**	**100.00%**	**838.51**	**100.00%**

a. OEM/ODM 销售模式及其库存商品结存分析

报告期内公司 OEM/ODM 库存商品结存金额分别为 834.83 万元、1,042.88 万元、1,771.90 万元和 1,295.79 万元。在 OEM/ODM 模式下，公司一般从品牌商处取得订单后再开展生产，因此期末结存的 OEM/ODM 库存商品主要系已取得订单但尚未完成报关所致。OEM/ODM 库存商品中拥有订单的库存金额统计如下：

单位：万元

销售模式	2020 年 3 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
OEM/ODM 有在手订单的库存金额	1,256.72	1,692.35	1,001.42	791.09
OEM/ODM 总库存金额	1,295.79	1,771.90	1,042.88	834.83
占比	**96.98%**	**95.51%**	**96.02%**	**94.76%**

2017 年末至 2020 年 3 月末，OEM/ODM 库存商品在手订单占比较高，公司 OEM/ODM 库存商品规模与其销售模式相匹配。

b. 自有品牌模式及其库存商品结存分析

报告期内，公司自有品牌库存商品结存金额分别为 3.68 万元、283.86 万元、

2,075.12 万元和 2,016.08 万元。同时报告期内公司自有品牌销售额分别为 60.45 万元、362.25 万元、2,799.83 万元及 396.01 万元。其中，2019 年末及 2020 年一季度末公司自有品牌库存商品大幅增加，主要系 2019 年收购 miGo 品牌后，公司大力发展自有品牌备货所致。

对比报告期内同行业库存商品结存金额和库存商品周转天数如下：

公司	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	库存商品占营业成本比例	库存商品周转天数	库存商品占营业成本比例	库存商品周转天数	库存商品占营业成本比例	库存商品周转天数
哈尔斯	17.95%	61	15.66%	51	15.57%	49
苏泊尔	12.56%	48	15.19%	53	16.96%	55
爱仕达	15.97%	57	16.79%	63	19.42%	61
平均值	15.49%	55	15.88%	56	17.32%	55
嘉益股份	14.61%	36	5.42%	16	3.33%	9

注：2020 年一季度，可比公司未披露存货明细，故未进行库存商品相关信息比较

2017 年-2019 年，公司库存商品占营业成本的比例分别为 3.33%、5.42%、和 14.61%，而同行业公司库存商品占营业成本的平均比例分别为 17.32%、15.88%和 15.49%。公司 2017 年末及 2018 年末该占比低于同行业水平，而 2019 年末及 2020 年 3 月末该占比与同行业水平趋于一致，原因系哈尔斯、苏泊尔及爱仕达上市时间较早，自有品牌业务占比较高，在自有品牌备货模式下，其库存商品金额占比相较于 OEM/ODM 模式高。

公司 2017 年及 2018 年自有品牌规模较小，OEM/ODM 模式在手订单比例高，周转快，因此库存商品占营业成本比例和周转天数低于同行业水平。2019 年度购入 miGo 品牌后，公司大力发展自有品牌，库存商品周转天数与同行业趋于一致。

综上，公司库存商品的结存与公司销售模式及销售周期相匹配，公司库存商品结存金额的波动具有合理性。

B.期末库存商品、发出商品详细信息

a.报告各期末库存商品及发出商品具体状态、存放地点、存放地权属

1）库存商品

报告各期末，库存商品存放地点及存放地权属如下表所示：

单位：万元

存放地点	2020.3.31		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31		存放地点权属	状态
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)		
武义仓库	3,028.64	90.97	3,541.76	92.07	1,326.74	100.00	838.51	100.00	自有	可供出售
根因仓库	125.06	3.76	135.87	3.53%	-	-	-	-	第三方	可供出售
唯品会仓库	166.54	5.00	160.54	4.17%	-	-	-	-	第三方	可供出售
沃尔玛仓库	8.91	0.27	8.85	0.23%	-	-	-	-	第三方	全额减值
小计	**3,329.15**	**100.00**	**3,847.02**	**100.00**	**1,326.74**	**100.00**	**838.51**	**100.00**		

2019年末和2020年3月末，公司有部分存货存放于根因仓库和唯品会仓库。根因仓库系由上海根因商贸发展有限公司管理的仓库，负责商超的发货。唯品会仓库系由品骏控股有限公司（2019 年 7 月 31 日至 2019 年 12 月 31 日）和重庆唯品会电子商务有限公司（2020 年 1 月 1 日至今）管理的仓库，负责唯品会平台的发货。沃尔玛仓库库存系公司已发货，但因为与沃尔玛终止合作而尚未结算的商品，公司已对该库存商品全额计提准备。

2)发出商品

报告期各期末，公司发出商品具体情况如下：

单位：万元

状　态	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
待报关	0.12	55.82	395.77	42.61
罗宾升仓库	2.16	56.65	113.39	10.43
出口在途	45.30	43.65		
电商仓库	59.20	73.76	92.12	
内销在途	30.65	25.74	25.26	115.03
合计	**137.43**	**255.62**	**626.54**	**168.07**

报告各期末，公司发出商品主要系已出库但尚未达到收入确认条件的商品。发出商品一般处于移动过程中，难以明确具体存放地点，但可以区分状态。公司发出商品的状态可分为待报关、罗宾升仓库、出口在途、电商仓库和内销在途。

待报关发出商品系公司产品已经出库，但于资产负债表日后报关出口的发出商品。

罗宾升仓库的发出商品系发货至 S'well 公司租赁仓库的发出商品。S'well

公司为了统筹安排旗下品牌的全球发货，向上海罗宾升国际货运有限公司宁波分公司租赁仓库。公司根据 S'well 公司下达的发货指令，将货物送至租赁仓库或者报关出口。

出口在途发出商品系已经报关出口，但根据相关贸易条款约定风险和报酬尚未转移的发出商品。

电商仓库发出商品系公司与淘宝心选及苏宁易购等电商平台合作，已发货至其电商仓库，但尚未满足结算条件的发出商品。

内销在途发出商品系公司仓库已经出库，国内客户尚未签收的商品。

b.盘点过程

公司存货盘点分为定期和不定期盘点。定期盘点通常为年中及年度末，由公司组织全面盘点工作；不定期盘点为仓储部门或生产部门发起，在各月末不定期组织全面盘点或重点物料盘点。

在报告期各期末，公司均组织了全面盘点工作，具体盘点过程分为盘前准备，实施盘点及盘后工作三个阶段。

在盘前准备阶段，由财务部门编制盘点计划，会同仓储及生产部门确定盘点时间、范围、要求、参与人员及各人员分工。盘点计划一般于盘点前 15 日内由财务部通知到相关部门，仓储、生产及其他部门整理存货，准备盘前工作。

在盘点过程中，各仓库及车间已根据盘点要求将物料清理并摆放整齐，每个物料都会挂上相应的物料卡(卡上标有物料名称、结存数量及装箱标准)一般由仓库管理人员及各车间负责人根据存货摆放顺序依次清点并报出存货名称、规格、编码及数量。财务部门监督盘点过程并负责记录。在盘点过程中，参与盘点的人员注意观察仓库环境及存货摆放是否符合存货管理要求，有特殊存放需求的存货是否已按要求存放，存货是否存在毁损、陈旧、过期及残次，存货标识信息是否齐全等。对存货盘点中出现账实差异的，由物料保管员和仓库记账员共同核查原因，财务人员记录并索取对应单据。

在盘后工作阶段，盘点结束后所有参加盘点人员在盘点记录表上签字确认。财务部门根据签字确认的盘点记录表汇总盘点结果，如出现存货盘盈盘亏确需进行账务处理的，经公司领导按照权限履行审核审批程序后，进行财务处理。

c. 库存商品对应客户订单情况

公司自有品牌库存商品不涉及在手订单，公司 OEM/ODM 库存商品在手订单占比均在 94%以上。

C.库存商品单位成本与当期结转营业成本部分产品单位成本的比较

a.2020 年 3 月 31 日/2020 年 1-3 月

产品大类	库存商品单位成本	主营业务成本单位成本	差异额	差异率
不锈钢真空保温器皿	21.39	18.97	2.42	12.76%
不锈钢器皿	7.84	9.02	-1.18	-13.08%
塑料器皿	9.47	7.16	2.31	32.26%
玻璃器皿	20.26	19.79	0.47	2.37%

不锈钢真空保温器皿库存商品单位成本与主营业务成本单位成本差异率为 12.76%，原因系库存商品结构与主营业务成本结构不同所致。2020 年 3 月末结存的数量前十大型号中，有 4 种型号单位成本在 20 元以上，而 2020 年 1-3 月销售的前十大型号中，仅有 2 种型号单位成本在 20 元以上，因此 2020 年 3 月末的库存商品单位成本较主营业务成本单位成本高。

不锈钢器皿的库存商品单位成本与主营业务成本单位成本差异率为-13.08%，差异率较大，原因系公司 2020 年 1-3 月销售的不锈钢器皿部分为 2019 年度生产，而 2019 年度生产的部分不锈钢器皿所使用的杯体为外购杯体，单位成本高于自制杯体，而 2020 年 1-3 月结存的不锈钢器皿主要为自制杯体生产，单位成本较低所致；

塑料器皿的库存商品单位成本与主营业务成本单位成本差异率为 32.26%，差异率较大，原因系公司期末结存的塑料器皿主要系购入 miGo 品牌时购入的塑料器皿，而销售的塑料器皿主要系自产塑料器皿，因购入 miGo 品牌而购入的塑料器皿单位成本较公司自产的塑料器皿高所致；

玻璃器皿的库存商品单位成本与主营业务成本单位成本差异率为 2.37%，差异率较小，因此玻璃器皿的库存商品单位成本和主营业务成本单位成本不存在重大差异。

b. 2019 年 12 月 31 日/2019 年度

产品大类	库存商品单位成本	主营业务成本单位成本	差异额	差异率
不锈钢真空保温器皿	20.31	20.39	-0.08	-0.39%
不锈钢器皿	9.55	11.37	-1.82	-16.01%
塑料器皿	12.49	6.53	5.96	91.27%
玻璃器皿	20.59	19.64	0.95	4.84%

不锈钢真空保温器皿的库存商品单位成本和主营业务成本单位成本差异率为-0.39%，差异率较小，因此不锈钢真空保温器皿的库存商品单位成本和主营业务成本单位成本不存在重大差异；

不锈钢器皿的库存商品单位成本与主营业务成本单位成本差异率为-16.01%，差异率较大，原因系公司 2019 年度销售的产品主要为双层不锈钢器皿，而库存商品中结存的主要为单层不锈钢器皿，因此 2019 年主营业务成本单位成本较库存商品单位成本高；

塑料器皿的库存商品单位成本与主营业务成本单位成本差异率为 91.27%，差异率较大，原因系公司期末结存的塑料器皿主要系购入 miGo 品牌时购入的塑料器皿，而销售的塑料器皿主要系自产塑料器皿，因购入 miGo 品牌而购入的塑料器皿单位成本较公司自产的塑料器皿高所致；

玻璃器皿的库存商品单位成本与主营业务成本单位成本差异率为 4.84%，差异率较小，因此玻璃器皿的库存商品单位成本和主营业务成本单位成本不存在重大差异。

c. 2018 年 12 月 31 日/2018 年度

产品大类	库存商品单位成本	主营业务成本单位成本	差异额	差异率
不锈钢真空保温器皿	19.20	17.85	1.35	7.56%
不锈钢器皿	11.53	10.54	0.99	9.39%
塑料器皿	6.37	6.21	0.16	2.58%
玻璃器皿	16.49	14.62	1.87	12.79%

不锈钢真空保温器皿的库存商品单位成本和主营业务成本单位成本差异率为 7.56%，差异率较小，因此不锈钢真空保温器皿的库存商品单位成本和主营业务成本单位成本不存在重大差异；

不锈钢器皿的库存商品单位成本和主营业务成本单位成本差异率为 9.39%，差异率较小，因此不锈钢器皿的库存商品单位成本和主营业务成本单位成本不存在重大差异；

塑料器皿的库存商品单位成本和主营业务成本单位成本差异率为 2.58%，差异率较小，因此塑料器皿的库存商品单位成本和主营业务成本单位成本不存在重大差异；

玻璃器皿库存商品单位成本和主营业务成本单位成本差异率为 12.79%，原因系主营业务成本中销量较高的 3201 和 5001 型号单位成本在 13 元至 15 元范围内，而库存结存金额较高的 3904 及 3303 型号单位成本在 20 元至 26 元范围内，由于库存结存的产品型号与主营业成本中的产品型号差异较大，导致库存商品单位成本与主营业务成本单位成本差异较大。

d. 2017 年 12 月 31 日/2017 年度

产品大类	库存商品单位成本	主营业务成本单位成本	差异额	差异率
不锈钢真空保温器皿	15.40	17.44	-2.04	-11.70%
不锈钢器皿	9.94	9.59	0.35	3.65%
塑料器皿	6.03	8.06	-2.03	-25.19%
玻璃器皿	11.99	12.42	-0.43	-3.46%

不锈钢真空保温器皿的库存商品单位成本和主营业务成本单位成本差异率为-11.70%，差异率较大，原因系公司根据客户订单情况调整产品结构，313、365 及 256 等型号的商品单位成本较高且销量较高，而期末无结存所致。

不锈钢器皿的库存商品单位成本和主营业务成本单位成本差异率为 3.65%，差异率较小，因此不锈钢器皿的库存商品单位成本和主营业务成本单位成本不存在重大差异；

塑料器皿的库存商品单位成本和主营业务成本单位成本差异率为-25.19%，差异率较大，原因系 2017 年度公司根据客户订单情况调整塑料器皿产品结构，2017 年度销售量前 9 大塑料器皿单位成本较高，且期末无库存所致。

玻璃器皿的库存商品单位成本与主营业务成本单位成本差异率为-3.46%，差异率较小，因此玻璃器皿的库存商品单位成本和主营业务成本单位成本不存在重

大差异。

综上所述，公司库存商品单位成本与当期结转营业成本部分产品单位成本相匹配，不存在重大差异。

④在产品余额变动分析

2018 年末和 2019 年末，由于公司生产的高附加值产品和新款产品增加，产品单位成本有所增加、产品生产周期相对有所加长，使得各期末在产品余额有所增加。2020 年 3 月末，受疫情影响，客户订单主要以小批量多型号的订单为主，公司在产品金额也相应有所减少。

⑤存货库龄情况

截至 2019 年 12 月 31 日，公司存货库龄的具体情况如下：

单位：万元

项目	一年以内	一年以上	小计
原材料	645.31	128.02	**773.34**
库存商品	3,733.47	90.80	**3,824.27**
发出商品	225.25	30.38	**255.63**
委托加工物资	16.90	-	**16.90**
在产品	1,837.77	164.65	**2,002.42**
合计	**6,458.70**	**413.85**	**6,872.55**

公司存货主要集中在一年以内，一年以内存货占比为 93.98%。

公司一年以上的发出商品主要系根据客户要求暂存放于客户指定中转仓，需待客户下达下一步发货指令后予以报关出口的产品。由于该批商品还未完成报关，公司对该批商品确认为发出商品，上述发出商品金额较小，均有销售订单支持，不存在完全呆滞的发出商品。公司 1 年以上的在产品主要系部分客户订单变更或公司考虑生产过程报废因素，进行的少量生产备货的部分在产品，该批在产品通用性较强，预计后续订单能够消化吸收。

⑥存货跌价准备计提情况

A.公司存货跌价准备计提政策

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高

于可变现净值的差额计提存货跌价准备。不同类别的存货测试方法如下：

存货类别	跌价准备计提政策
直接用于出售的存货	在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值
需要经过加工的存货	在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值

B.各期末存货跌价准备测试及计提情况

公司各期末存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照期末存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。2018 年末、2019 年末和 2020 年 3 月末，公司存货跌价准备分别为 23.68 万元、212.44 万元和 211.42 万元。公司已根据存货跌价准备计提政策对期末存货进行减值测试，并合理计提存货跌价准备。

（7）其他流动资产

公司其他流动资产主要为理财产品与待抵扣增值税进项税，报告期各期末，公司其他流动资产分别为 1,904.20 万元、5,887.16 万元、19.94 万元与 1,028.38 万元，占流动资产的比例分别为 11.37%、27.34%、0.08%与 4.13%。2018 年末，公司其他流动资产较上年末大幅上升的主要原因系公司为提高资金使用效率及增加公司收益，购买风险等级较低的银行理财产品金额增加所致。2019 年末较上年末大幅下降与 2020 年 3 月末较上期末大幅增长的主要原因系理财产品的赎回与认购所致。

2、非流动资产构成及变动分析

报告期各期末，公司非流动资产的具体构成及占比如下：

单位：万元

项目	2020 年 3 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
长期股权投资	106.92	0.68	107.31	0.67	106.86	0.90	-	-
固定资产	9,429.73	60.03	9,666.85	60.67	8,523.95	71.71	7,540.15	71.44
在建工程	37.59	0.24	18.58	0.12	581.82	4.89	8.49	0.08
无形资产	5,520.09	35.14	5,574.70	34.99	2,314.63	19.47	2,373.98	22.49
长期待摊费用	384.74	2.45	433.12	2.72	246.42	2.07	249.24	2.36
递延所得税资产	82.21	0.52	87.50	0.55	20.62	0.17	163.83	1.55

项目	2020 年 3 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
其他非流动资产	146.83	0.93	44.88	0.28	92.66	0.78	218.59	2.07
非流动资产合计	**15,708.11**	**100.00**	**15,932.94**	**100.00**	**11,886.94**	**100.00**	**10,554.27**	**100.00**

公司非流动资产主要由固定资产、在建工程、无形资产等组成，占非流动资产的比例在 94%以上。2017 年末至 2019 年末，公司非流动资产呈现逐年递增趋势，主要系随着公司经营规模持续扩大及加大自有品牌业务发展，新厂房建设、机器设备及土地等长期资产购建持续增加所致。

（1）长期股权投资

报告期内，公司长期股权投资账面价值均为对联营企业吻吻鱼的投资，公司对吻吻鱼的具体投资情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、（二）发行人的参股公司”。报告期各期末长期股权投资余额主要为对吻吻鱼的投资成本和按权益法确认的投资收益。各期末长期股权投资具体变化情况如下：

单位：万元

时间	持股比例（%）	期初账面价值	追加投资	减少投资	权益法下确认的投资损益	宣告发放现金股利或利润	期末账面价值
2020 年 3 月 31 日	7.00	107.31	-	-	-0.39	-	106.92
2019 年 12 月 31 日	7.00	106.86	-	-	0.46	-	107.31
2018 年 12 月 31 日	7.00	-	105.00	-	1.86	-	106.86
2017 年 12 月 31 日	-	-	-	-	-	-	-

2018 年，公司出资 105 万元购入北京太火红鸟科技有限公司持有的吻吻鱼 7%股权且公司在吻吻鱼董事会中拥有一名董事席位，对其生产经营有重大影响，故按权益法进行核算。

（2）固定资产

①报告期内固定资产总体情况分析

报告期各期末，公司固定资产明细情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 3 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
房屋及建筑物	4,891.81	51.88	4,962.41	51.33	4,372.09	51.29	4,277.72	56.73
通用设备	189.70	2.01	198.50	2.05	222.83	2.61	208.69	2.77
专用设备	4,171.68	44.24	4,310.80	44.59	3,698.04	43.38	2,887.10	38.29
运输工具	58.92	0.62	63.93	0.66	94.98	1.11	137.18	1.82
其他设备	117.63	1.25	131.21	1.36	136.01	1.60	29.46	0.39
合计	**9,429.73**	**100.00**	**9,666.85**	**100.00**	**8,523.95**	**100.00**	**7,540.15**	**100.00**

截至 2020 年 3 月 31 日，公司固定资产账面原值、累计折旧、账面价值及成新率情况如下表：

单位：万元

类别	原值	累计折旧	减值	净值	成新率
房屋及建筑物	5,954.66	1,062.86	-	4,891.81	82.15%
通用设备	437.63	247.92	-	189.70	43.35%
专用设备	6,496.99	2,325.31	-	4,171.68	64.21%
运输工具	625.91	566.99	-	58.92	9.41%
其他设备	443.72	326.10	-	117.63	26.51%
合计	**13,958.91**	**4,529.18**	**-**	**9,429.73**	**67.55%**

报告期内，公司业务量与经营规模变化等因素与生产相关的机器设备 固定资产匹配情况如下：

项目	2020 年 1-3 月/3 月末	2019 年度/末		2018 年度/末		2017 年度/末
	金额	金额	增幅	金额	增幅	金额
生产相关的机器设备原值（万元）	6,934.62	6,927.47	16.71%	5,935.70	27.37%	4,660.13
主营业务收入（万元）	7,249.11	39,729.55	6.60%	37,270.42	10.44%	33,746.81
产量（万只）	274.70	1,521.44	-1.83%	1,549.82	-5.36%	1,637.55

报告期内，发行人生产相关机器设备增加，主要系公司为提高产品自动化及智能化生产水平、增强产品研发设计实力、提升对高附加值产品订单承接能力，新购置了部分先进生产设备。报告期内新增加生产相关的机器设备主要包括自动转印机、自动喷枪、智能加料机、伺服水胀形液压机、UV 油墨打印机、圆盘式数控自动砂光机等设备。通过增加相关生产及研发设备，公司自动化及智能化生

产能力提升，研发设计能力增强，产品品质更加稳定和优良。虽然报告期内主要产品产量未增加，但通过购置相关生产设备，公司不锈钢真空保温器皿等产品结构得到优化，加工工艺及技术要求较高的订单数量增加，公司产品单价及主营业务收入规模持续增加，公司竞争能力得到增强。

2017 年度-2019 年度，公司主营业务收入规模变化与生产相关的机器设备等固定资产变动趋势一致。

②报告期内固定资产减值迹象分析

发行人于报告期内各资产负债表日对固定资产是否存在减值迹象进行分析，判断是否需要进行减值测试。报告期各期末，发行人对其固定资产是否存在减值迹象分析结果如下：

报告期内，发行人固定资产主要为房屋建筑物和专用设备，用于公司的生产经营，且均处于正常使用状态，固定资产不存在市价大幅下跌，或者市价跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌的情形；

2017-2019 年度，公司与行业整体及同行业可比公司在产能、产量和产能利用率方面对比情况如下：

单位：万只

内容	项目	2019 年末/2019 年度	2018 年末/2018 年度	2017 年末/2017 年度
行业整体	产能	58,820.00	55,720.00	514,800.00
	产量	50,576.50	47,717.10	455,136.00
	产能利用率	85.99%	85.64%	88.41%
哈尔斯	产能	2,930.00	2,930.00	2,600.00
	产量	4,184.10	4,173.43	3,507.69
	产能利用率	142.80%	142.44%	134.91%
公司	产能	1,600.00	1,600.00	1,600.00
	产量	1,521.44	1,549.82	1,637.55
	产能利用率	95.09%	96.86%	102.35%

注 1：以上数据来源于哈尔斯 2017-2019 年年报、哈尔斯公开发行可转换公司债券募集说明书及《2019-2025 年全球及中国不锈钢保温杯行业发展现状调研及投资前景分析报告》

注 2：由于哈尔斯 2019 年度产能未对外公开，哈尔斯 2019 年度产能按照 2018 年度计算

最近三年，行业整体产能利用率维持在 85%以上，行业景气度较高，公司产能利用率分别为 102.35%、96.86%及 95.09%，均高于行业整体产能利用率，处

于较为饱和的状态。公司产能利用率低于哈尔斯主要系哈尔斯海外大客户订单及新客户订单大幅增加，委外加工比例也相应增加，而公司实施大客户战略，在维护好老客户的基础上稳步开发新客户，产量较为稳定，因此不存在公司所处的行业整体环境、同行业可比公司生产经营情况以及固定资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，且对企业产生不利影响的情形。

公司于报告期各期末对公司固定资产进行盘点，核实公司固定资产的存放地点和使用状态等信息是否与记录一致，固定资产明细是否与账面相符，确定各报告期期末，发行人固定资产不存在长期闲置或者计划提前处置的情形；

报告期内，公司销售情况良好，营业收入持续上升，盈利能力保持稳定，不存在固定资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润（或者亏损）远远低于（或者高于）预计金额等的情形。

综上，公司经营情况正常，在可预见的未来，盈利能力不会发生重大不利变化，不存在《企业会计准则第 8 号——资产减值》中列明的可能存在减值迹象的情形。故公司固定资产目前未发生减值情况，暂无需计提固定资产减值准备。”

（3）在建工程

报告期各期末，公司在建工程明细情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 3 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
7 号楼	-	-	578.66	8.49
其他	37.59	18.58	3.16	-
合计	**37.59**	**18.58**	**581.82**	**8.49**

报告期各期末，公司在建工程账面价值分别为 8.49 万元、581.82 万元、18.58 万元和 37.59 万元，占非流动资产的比例较低，分别为 0.08%、4.89%、0.12%和 0.24%。

报告期内，公司主要在建工程原值变动明细如下：

单位：万元

时间	工程名称	期初数	本期增加	本期转固	本期减少	期末数
2019 年度	7 号楼	578.66	293.57	872.23	-	-
	合计	**578.66**	**293.57**	**872.23**	**-**	**-**

时间	工程名称	期初数	本期增加	本期转固	本期减少	期末数
2018 年度	7 号楼	8.49	570.17	-	-	578.66
	厂房维修改造	-	323.41	323.41	-	-
	合计	**8.49**	**893.58**	**323.41**	**-**	**578.66**
2017 年度	7 号楼	-	8.49	-	-	8.49
	新办公楼	551.22	663.56	1,214.77	-	-
	合计	**551.22**	**672.05**	**1,214.77**	**-**	**8.49**

（4）无形资产

公司的无形资产主要为土地使用权、企业管理软件及商标和专利权等。报告期各期末，公司无形资产账面价值如下：

单位：万元

类别	2020 年 3 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
土地使用权	4,621.49	4,649.81	2,253.54	2,317.24
企业管理软件	53.63	56.79	61.08	56.74
商标权和专利权	844.98	868.10	-	-
合计	**5,520.09**	**5,574.70**	**2,314.63**	**2,373.98**

2019 年末，公司无形资产金额较上年末增加 3,260.08 万元，主要系 2019 年度公司购置土地使用权及收购 miGo 品牌相关的商标及专利所致。

截至 2020 年 3 月 31 日，公司无形资产具体构成及摊销和减值情况如下：

单位：万元

类别	取得方式	原值	累计摊销	减值准备	净值
土地使用权	出让	4,905.58	284.10	-	4,621.49
企业管理软件	外购	85.86	32.23	-	53.63
商标权和专利权	外购	924.73	79.75	-	844.98
合计		**5,916.17**	**396.07**	**-**	**5,520.09**

（5）长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用分别为 249.24 万元、246.42 万元、433.12 万元和 384.74 万元，主要系尚未摊销完毕的模具费用。

（6）其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产分别为 218.59 万元、92.66 万元、44.88

万元和 146.83 万元，主要系预付工程设备款。

（7）递延所得税资产

根据《企业会计准则 18 号-所得税》的规定，资产的计税基础，是指企业收回资产账面价值过程中，计算应纳税所得额时按照税法规定可以自应税经济利益中抵扣的金额，负债的计税基础，是指负债的账面价值减去未来期间计算应纳税所得额时按照税法规定可予抵扣的金额。企业在取得资产、负债时，应当确定其计税基础。资产、负债的账面价值与其计税基础存在差异的，除特殊事项外，应按准则规定确认所产生的递延所得税资产或递延所得税负债。

公司报告期递延所得税资产系确认应收账款坏账准备、存货跌价准备、衍生金融工具公允价值变动、递延收益造成相关资产负债科目账面价值与计税基础不同，产生可抵扣暂时性差异所致。

① 递延所得税资产的计算过程及后续结转情况如下：

A.2020 年 1-3 月

单位：万元

纳税主体	递延所得税形成原因	暂时性差异	税率	递延所得税资产	后续结转金额[注]
嘉益股份	应收账款坏账准备	106.68	15%	16.00	13.95
嘉益股份	存货跌价准备	39.99	15%	6.00	5.99
嘉益股份	衍生金融工具公允价值变动	92.77	15%	13.92	13.92
嘉益股份	递延收益	308.60	15%	46.29	0.91
小 计		548.04		82.21	34.77

[注]：后续结转金额为截至 2020 年 7 月 31 日已结转的递延所得税资产金额。尚未结转的金额后续会随着应收账款的收回、已计提存货跌价准备的存货出售、政府补助的摊销得以结转。

B.2019 年度

单位：万元

纳税主体	递延所得税形成原因	暂时性差异	税率	递延所得税资产	后续结转金额
嘉益股份	应收账款坏账准备	139.13	15%	20.87	20.32
嘉益股份	存货跌价准备	35.17	15%	5.28	5.26
嘉益股份	衍生金融工具公允价值变动	95.64	15%	14.35	14.35
嘉益股份	递延收益	313.37	15%	47.01	1.63
小 计		583.31		87.51	41.56

C.2018 年度

单位：万元

纳税主体	递延所得税形成原因	暂时性差异	税率	递延所得税资产	后续结转金额
嘉益股份	应收账款坏账准备	129.89	15%	19.48	19.48
嘉益股份	存货跌价准备	23.68	15%	3.55	3.55
嘉益股份	衍生金融工具公允价值变动	-16.12	15%	-2.42	-2.42
小 计		137.45		20.61	20.61

D.2017 年度

单位：万元

纳税主体	递延所得税形成原因	暂时性差异	税率	递延所得税资产	后续结转金额
嘉益股份	应收账款坏账准备	124.91	15%	18.74	18.74
嘉益股份	衍生金融工具公允价值变动	967.27	15%	145.09	145.09
小 计		**1,092.18**		**163.83**	**163.83**

② 递延所得税资产的确认依据如下：

A.资产减值准备（应收账款坏账准备、存货跌价准备）

根据企业会计准则的相关规定，公司持有资产的期间内，对资产按企业会计准则计提了减值准备，因税法规定按照会计准则规定计提的资产减值准备在资产发生实质性损失前不允许税前扣除，从而造成资产的账面价值与计税基础的可抵扣暂时性差异，应确认相关递延所得税资产。

B.衍生金融工具公允价值变动

根据企业会计准则第 22 号-金融工具确认和计量的规定，公司于报告期各期末按衍生金融工具的公允价值确认交易性金融资产或交易性金融负债，因税法规定在该类资产负债持有期间市价的波动在计税时不予考虑，计税基础为其取得成本，从而造成相关资产负债的账面价值与计税基础产生暂时性差异，应确认递延所得税资产或递延所得税负债。

C.递延收益

公司将与资产相关的政府补助确认为递延收益并按资产使用年限摊销，因税法规定应税政府补助应作为收到当期的应纳税所得额计缴当期所得税，故递延收益的计税基础为零，产生可抵扣暂时性差异，应确认递延所得税资产。

报告期各期末，公司针对上述资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差

额，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债，并按递延所得税资产与递延所得税负债抵消后的净额列示，符合《企业会计准则》的规定。

3、资产减值准备余额情况

报告期各期末，公司资产减值准备余额情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 3 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
应收账款-坏账准备	122.87	158.97	129.89	124.91
其他应收款-坏账准备	65.15	60.12	27.03	20.08
存货跌价准备	211.42	212.44	23.68	-
合计	**399.44**	**431.53**	**180.60**	**144.99**

报告期内，公司资产结构合理、资产质量优良，能够较好满足公司业务发展需要。根据《企业会计准则》的要求，公司制定了符合公司经营特点的资产减值准备计提政策，主要资产的减值准备计提遵循一贯性和谨慎性原则，计提情况与资产实际情况相符，计提减值准备足额、合理，不存在因资产减值准备计提不足而影响公司持续经营能力的情形。

4、资金拆借情况

报告期内，公司不存在资金被关联方拆借的情形，为满足经营发展需要公司向实际控制人进行的资金借入及归还情况详见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、（二）、2、偶发性关联交易”。

2017 年度股份公司成立前，公司存在一笔向第三方拆借资金的情形，具体情况如下：

单位：万元

资金借入方	金额	借出时间	归还时间
武义合亿塑胶制品有限公司	100.00	2017-3-30	2017-4-6

武义合亿塑胶制品有限公司与公司不存在关联关系，报告期内曾为公司塑料原材料供应商，基于双方良好的合作关系，为解决该公司的临时性资金需求，公司向其提供了一周的临时资金拆借，拆借周期较短、拆借资金已全部归还。股份公司成立后，随着公司进一步完善公司内部控制制度并严格执行，公司已未再发

生对外资金拆借行为。

（二）负债状况分析

单位：万元

项目	2020 年 3 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	占比（%）	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
流动负债	6,558.39	95.51	8,250.00	96.34	8,442.90	100.00	10,452.44	100.00
非流动负债	308.60	4.49	313.37	3.66	-	-	-	-
负债总计	**6,866.99**	**100.00**	**8,563.38**	**100.00**	**8,442.90**	**100.00**	**10,452.44**	**100.00**

报告期内公司经营业绩不断提升，负债规模整体呈下降趋势，从 2017 年末的 10,452.44 万元降至 2020 年 3 月末的 6,866.99 万元。

报告期各期末，公司各类负债金额及其占负债总金额的比例如下：

单位：万元

项目	2020 年 3 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
短期借款	-	-	-	-	-	-	4,255.16	40.71
交易性金融负债	92.77	1.35	95.64	1.12	-	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-	-	-	-	967.27	9.25
应付账款	4,023.34	58.59	4,904.37	57.27	4,826.40	57.17	2,391.52	22.88
预收款项	-	-	218.29	2.55	257.33	3.05	453.34	4.34
合同负债	302.09	4.40	-	-	-	-	-	-
应付职工薪酬	1,269.93	18.49	2,158.09	25.20	1,967.80	23.31	1,306.12	12.50
应交税费	749.97	10.92	733.94	8.57	899.54	10.65	364.71	3.49
其他应付款	120.29	1.75	139.66	1.63	491.82	5.83	714.30	6.83
流动负债合计	6,558.39	95.51	8,250.00	96.34	8,442.90	100.00	10,452.44	100.00
递延收益	308.60	4.49	313.37	3.66	-	-	-	-
非流动负债合计	308.60	4.49	313.37	3.66	-	-	-	-
负债合计	**6,866.99**	**100.00**	**8,563.38**	**100.00**	**8,442.90**	**100.00**	**10,452.44**	**100.00**

报告期内，公司的负债主要为流动负债，主要包括短期借款、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债、应付账款、预收账款、应付职工薪酬、其他应付款等，公司非流动负债为递延收益。

1、短期借款

2017 年末公司短期借款余额为 4,255.16 万元，占 2017 年末负债总额的比例为 40.71%，2018 年末、2019 年末与 2020 年 3 月末公司无短期借款余额，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 3 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
保证及抵押借款	-	-	-	4,255.16
合　计	**-**	**-**	**-**	**4,255.16**

截至 2020 年 3 月 31 日，公司无逾期未偿还的短期借款，亦无尚在履行的短期借款。

2、交易性金融负债

根据财政部于 2019 年 4 月发布的《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2019〕6 号），公司持有的指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的期末账面价值计入交易性金融负债列示。2019 年末与 2020 年 3 月末公司交易性金融负债余额为 95.64 万元与 92.77 万元，主要系公司与银行签订的外汇衍生品合约。

3、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

2017 年末，公司以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债为 967.27 万元，主要系公司与银行签订的外汇衍生品合约。

4、应付账款

公司应付账款主要为应付原材料采购款及工程设备采购款等。报告期各期末，公司应付账款余额分别为 2,391.52 万元、4,826.40 万元、4,904.37 万元和 4,023.34 万元，占负债总额的比重分别为 22.88%、57.17%、57.27%和 58.59%。2018 年末，公司应付账款期末余额有所增长，主要系 2018 年下半年原材料采购量相对较为集中，部分采购货款在 2018 年末未到付款期尚未结算所致。2020 年 3 月末，应付账款余额小幅下降，主要原因系 2020 年一季度新冠疫情及春节假期影响，公司采购额下降所致。

5、预收款项

公司预收款项主要系销售货物的预收款。2017 年末至 2019 年末，公司的预收款项余额分别为 453.34 万元、257.33 万元和 218.29 万元，占负债总额比例分别为 4.34%、3.05%和 2.55%。2020 年 1-3 月，公司执行新收入准则，根据准则要求，将符合条件的预收款项重分类至合同负债。

6、合同负债

公司的合同负债主要系货物的预收款。2020 年 3 月 31 日，公司的合同负债余额为 302.09 万元，占负债总额比例为 4.40%。

7、应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为 1,306.12 万元、1,967.80 万元、2,158.09 万元和 1,269.93 万元。2017 年末至 2019 年末，公司应付职工薪酬呈逐年增加趋势，与公司工资水平的调整和业务规模的发展基本保持一致。

8、应交税费

单位：万元

税费项目	2020 年 3 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
企业所得税	697.85	93.05	565.86	77.10	788.32	87.64	297.68	81.62
代扣代缴个人所得税	36.50	4.87	32.10	4.37	8.80	0.98	-	-
房产税	3.65	0.49	14.35	1.96	6.94	0.77	-	-
增值税	-	-	32.67	4.45	16.21	1.80	38.81	10.64
城市维护建设税	0.71	0.09	44.08	6.01	39.04	4.34	13.07	3.58
教育费附加	0.42	0.06	26.39	3.60	23.42	2.60	7.84	2.15
地方教育附加	0.28	0.04	17.59	2.40	15.61	1.74	5.23	1.43
残疾人保障基金	9.94	1.33	-	-	0.18	0.02	0.18	0.05
印花税	0.60	0.07	0.89	0.11	1.00	0.10	1.88	0.52
环境保护税	0.02	0.01	0.02	0.01	0.02	0.01	-	-
合计	**749.97**	**100.00**	**733.94**	**100.00**	**899.54**	**100.00**	**364.71**	**100.00**

报告期各期末，公司应交税费余额占负债总额的比例分别为 3.49%、10.65%、8.57%和 10.92%。报告期内，公司产品以出口销售为主，享受增值税出口货物享

“免、抵、退”政策，报告期各期末应交税费主要由应交企业所得税构成。

报告期内，公司应交税费明细变动金额如下：

单位：万元

项目	2020.3.31		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31
	期末余额	变动额	期末余额	变动额	期末余额	变动额	期末余额
企业所得税	697.85	131.99	565.86	-222.46	788.32	490.64	297.68
代扣代缴个人所得税	36.50	4.40	32.10	23.30	8.80	8.80	
房产税	3.65	-10.70	14.35	7.41	6.94	6.94	
增值税		-32.67	32.67	16.46	16.21	-22.60	38.81
城市维护建设税	0.71	-43.37	44.08	5.04	39.04	25.96	13.07
教育费附加	0.42	-25.96	26.39	2.96	23.42	15.58	7.84
地方教育附加	0.28	-17.31	17.59	1.98	15.61	10.38	5.23
残疾人就业保障金	9.94	9.94		-0.18	0.18		0.18
印花税	0.60	-0.29	0.89	-0.11	1.00	-0.88	1.88
环境保护税	0.02		0.02		0.02	0.02	
合计	**749.97**	**16.03**	**733.94**	**-165.60**	**899.54**	**534.83**	**364.71**

报告期公司应交税费各明细项目变动原因分析如下：

（1）企业所得税

2018 年末公司应交企业所得税余额较 2017 年增幅较大，系 2018 年第三季度和第四季度的企业所得税于 2019 年缴纳所致。2019 年末应交企业所得税余额较大，系 2019 年部分第三季度及第四季度企业所得税已计提但尚未缴纳，2020 年 3 月末应交企业所得税余额系部分 2019 年第四季度的企业所得税及 2020 年第一季度所得税，因 2019 年度汇算清缴尚未完成，故期末余额较大。公司产品收入主要来源于美国、欧洲等海外客户，受圣诞等节假日促销影响，第四季度一般为销售旺季，销售收入较高、利润较大，故各期末应交企业所得税余额相对较大。

（2）代扣代缴个人所得税

公司报告期各期末代扣代缴个人所得税余额逐年增加，一方面系员工人数增加，员工整体薪酬水平提高，薪酬水平较高的员工占比增加，适用的累进税率较高，另一方面系 2017 年、2018 年为先交税后代扣，2019 年起改为先代扣后代缴所致。

（3）房产税

2019 年起根据《国家税务总局浙江省税务局关于简并房产税和城镇土地使用税纳税期限的公告》（公告 2019 年第 2 号），房产税纳税期限由每半年征收一次调整为按年征收，一次申报缴纳。公司 2017 年房产税已于 2017 年缴清故 2017 年应交税费-房产税无余额，2018 年末余额系 2018 年下半年应交未交的房产税，2019 年末余额系 2019 年全年应交未交的房产税，2020 年 3 月末余额系 2020 年第一季度应交未交的房产税，符合相关税收规定。

（4）增值税

公司系以外销为主的出口企业，适用增值税“免、抵、退”税办法，出口自产货物和视同自产货物及对外提供加工修理修配劳务，免征增值税，相应的进项税额抵减应纳增值税额，未抵减完的部分予以退还。

报告期各期应交增值税余额变动主要系公司申报免抵退不及时出口退税申报存在时间差所致，2019 年 4 月起国家下调增值税征税率，使得公司不得免征和抵扣的税额减小，应交税额相应减少，故 2020 年 1-3 月无需缴纳增值税。

（5）城市维护建设税、教育费附加、地方教育附加

根据《财政部 国家税务总局关于生产企业出口货物实行免抵退税办法后有关城市维护建设税教育费附加政策的通知》（财税〔2005〕25 号）规定，经国家税务局正式审核批准的当期免抵的增值税税额应纳入城市维护建设税和教育费附加的计征范围，分别按规定的税（费）率征收城市维护建设税和教育费附加。

公司城市维护建设税、教育费附加、地方教育附加的计税基础为当期增值税免抵税额与应纳税额之和，当月申报计提，次月缴纳。报告期各期末应交城市维护建设税、应交教育费附加、应交地方教育附加余额均系各期最后一个月已计提尚未缴纳的税金。2018 年、2019 年末余额较大，系第四季度出口销售收入较大，免抵税额较高所致。

（6） 残疾人就业保障金

公司残疾人就业保障金为当月计提次月缴纳，2019 年已于当期缴清故 2019 年末无余额。2020 年 1-3 月公司根据《残疾人就业保障金征收使用管理办法》相关规定计提残疾人就业保障金，根据《财政部关于调整残疾人就业保障金征收政策的公告》（财政部公告 2019 年第 98 号），残疾人就业保障金改为按年申报缴纳由于税务系统未要求申报缴库，故期末余额较大。

（7）印花税

公司印花税支出主要系合同印花税，均为当月计提，次月缴纳。报告期各期末应交印花税余额均系根据合同金额计提的 12 月应交印花税，各期变动金额较小。

（8）环境保护税

根据《环境保护税法》，我国于 2018 年 1 月 1 日开征环境保护税，公司从 2018 年起按污染物排放量计征环境保护税。

9、其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 3 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
应付利息	-	-	-	5.94
其他应付款	**120.29**	139.66	491.82	708.37
合计	**120.29**	**139.66**	**491.82**	**714.30**

（1）应付利息

2017 年末，公司应付利息余额系银行借款应付利息，2018 年末、2019 年末和 2020 年 3 月末，公司无正在履行的短期借款或长期借款。

（2）其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款构成如下：

单位：万元

项目	2020 年 3 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
拆借款	-	-	199.36	199.36
自营出口不得免征和抵扣税额	-	-	270.43	482.14
押金保证金	88.26	84.37	15.02	22.20
应付暂收款	32.02	55.29	7.00	4.66
合计	**120.29**	**139.66**	**491.82**	**708.37**

公司其他应付款主要系公司应付实际控制人拆借资金及不得免征和抵扣税额。报告期各期末，公司其他应付款余额持续减少，主要系增值税税率和出口退税税率的调整，两者的税率差异逐渐缩小，不得免征和抵扣税额减少所致。

10、递延收益

2019 年末与 2020 年 3 月 31 日，公司的递延收益为 313.37 万元和 308.60 万元，主要系公司收到的政府补助。

（三）所有者权益状况分析

单位：万元

科目	2020 年 3 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
股本	7,500.00	7,500.00	7,500.00	7,500.00
资本公积	8,268.87	8,268.87	8,207.65	8,207.65
其他综合收益	30.44	10.90	-	-
盈余公积	1,722.28	1,722.28	926.90	114.65
未分配利润	16.097.57	14,736.70	8,342.07	1,031.89
归属于母公司所有者权益合计	**33,619.15**	**32,238.75**	**24,976.61**	**16,854.19**
少数股东权益	129.76	152.48	-	-
所有者权益合计	**33,748.92**	**32,391.23**	**24,976.61**	**16,854.19**

1、股本

公司以 2017 年 7 月 31 日为基准日，整体变更设立为股份有限公司，根据发起人协议、公司章程的规定，公司的股本为 6,562.50 万元。原公司的全体股东即为股份公司的发起人。全体发起人以变更基准日 2017 年 7 月 31 日公司经审计净资产人民币 12,527.85 万元折股变更为股份有限公司，其中人民币 6,562.50 万元折合股本，每股面值人民币 1 元，剩余部分计入资本公积。经 2019 年第一次临时股东大会审议通过，由于存在影响改制基准日净资产的因素，公司调整 2017 年 7 月 31 日净资产，调整后的净额为 12,313.90 万元，相应变更折股方案，计入股本金额 6,562.50 万元不变，计入资本公积金额调整为 5,751.40 万元。

2017 年 12 月 8 日，公司召开 2017 年第一次临时股东大会并作出决议，同意公司注册资本增加 937.50 万元，增资后公司注册资本为 7,500 万元。本次增资的价格为 2.6667 元/股，由嘉金投资以现金全额认购，共计出资额为 2,500 万元，认缴出资额超过注册资本的部分 1,562.50 万元计入资本公积。

2、资本公积

公司 2017 年 7 月 31 日与 2017 年 12 月 8 日部分资本公积的变化情况请参见

前述“1、股本”相关内容。

2017 年 12 月 8 日，公司召开股东大会并作出决议，新增嘉金投资一名股东，并同意公司注册资本由 6,562.50 万元变更为 7,500.00 万元。嘉金投资为员工持股平台，根据《会计准则第 11 号——股份支付规定》，员工持股平台对公司增资价格与公允价值之间存在的差异，确认为股份支付费用 893.75 万元并计入管理费用，相应增加资本公积 893.75 万元。

2019 年 3 月 28 日，实际控制人戚兴华与员工签订了《合伙企业财产份额转让协议》，实际控制人戚兴华将其持有的嘉金投资 0.8%的财产份额转让给核心员工，转让价格与公允价值之间的差额确认股份支付费用 61.23 万元并计入管理费用，相应增加资本公积 61.23 万元。

3、其他综合收益

2019 年末与 2020 年 3 月 31 日，公司其他综合收益为 10.90 万元与 30.44 万元，系将境外子公司饮水科技以美元计价的财务报表折算成以人民币计价的财务报表时，形成的外币财务报表折算差额。

4、盈余公积

报告期内，公司盈余公积变化情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 3 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
法定盈余公积	1,722.28	1,722.28	926.90	114.65

报告期内，公司盈余公积的增长主要系提取法定盈余公积所致。公司按照净利润的 10%计提法定盈余公积金。

5、未分配利润

报告期内，公司各期末未分配利润的变动情况如下表所示：

单位：万元

科目	2020 年 3 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
年初未分配利润	14,736.70	8,342.07	1,031.89	3,815.73
加：归属于母公司所有者的净利润	1,360.86	7,190.02	8,122.42	2,582.21
减：提取法定盈余公积	-	795.38	812.24	114.65

科目	2020 年 3 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
减：净资产折股	-	-	-	5,251.40
期末未分配利润	16,097.57	14,736.70	8,342.07	1,031.89

（四）营运能力分析

1、资产周转率指标

报告期内，公司有关资产周转率指标如下：

财务指标	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
应收账款周转率（次）	6.70	8.87	9.14	8.30
存货周转率（次）	3.05	4.18	3.99	4.54

注：为增强可比性，2020 年一季度应收账款周转率与存货周转率已做年化处理。

2、资产周转能力对比分析

（1）应收账款周转率分析

报告期内，公司应收账款周转率与可比公司比较情况如下：

公司名称	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
哈尔斯	5.62	8.40	9.35	10.53
新宝股份	8.56	8.73	8.79	10.93
山东华鹏	2.24	3.68	3.59	3.32
德力股份	4.06	5.71	4.29	3.50
爱仕达	2.41	4.17	4.59	5.64
苏泊尔	9.25	11.27	11.43	11.11
可比公司平均	**5.36**	**6.99**	**7.01**	**7.50**
本公司	6.70	8.87	9.14	8.30

注：为增强可比性，2020 年一季度可比公司数据已做年化处理，下同。

报告期各期，公司应收账款周转率分别为 8.30 次、9.14 次、8.87 次与 6.70 次，高于同行业可比公司平均水平。

报告期内，公司销售以出口销售为主，应收账款回款状况良好，公司应收账款周转率一直保持较为健康稳定的水平。

（2）存货周转率

报告期内，公司存货周转率与可比公司比较情况如下：

公司名称	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
哈尔斯	1.62	3.11	3.52	3.36
新宝股份	4.54	5.26	6.10	6.70
山东华鹏	0.84	1.80	2.87	3.47
德力股份	1.26	2.31	2.51	2.59
爱仕达	1.32	2.59	2.67	2.85
苏泊尔	5.46	5.93	5.43	5.15
可比公司平均	**2.51**	**3.50**	**3.85**	**4.02**
本公司	3.05	4.18	3.99	4.54

报告期各期，公司存货周转率分别为 4.54 次、3.99 次、4.18 次与 3.05 次，与同行业可比公司平均水平基本保持一致。2018 年度较 2017 年度出现小幅下降，主要系 2018 年公司发展自有品牌业务，产成品的备货略有增加。2019 年度，公司存货周转率有所上升主要系公司为缩短采购周期，减少原材料价格波动风险和资金占用成本，2019 年度由原采购不锈钢卷转变为向供应商采购由钢卷加工而成的不锈钢管，不再储备不锈钢卷，使得 2019 年末原材料金额较 2018 年末也有所减少所致。

公司将持续优化采购、生产、销售流程，拓宽销售渠道，建立完善的原材料采购、物料控制、生产安排和过程控制等一系列管理制度，通过科学的存货管理、缩短交货期等方式，以减少存货对资金的占用，提高运营效率。

十二、偿债能力、流动性及持续经营能力分析

（一）偿债能力分析

1、银行借款情况

截至 2019 年末，公司无尚在履行的银行借款。报告期内，公司银行借款信用记录良好，无逾期偿还情况。截至报告期末，公司无银行借款、关联方借款、合同承诺债务、或有负债等主要债项。

2、主要偿债能力指标

报告期内，公司的流动比率、速动比率、资产负债率有关数据如下：

财务指标	2020 年 3 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	3.80	3.03	2.55	1.60
速动比率（倍）	2.88	2.22	1.85	0.99
资产负债率（母公司）	15.68%	19.35%	25.26%	38.28%
资产负债率（合并）	16.91%	20.91%	25.26%	38.28%
财务指标	**2020 年 1-3 月**	**2019 年度**	**2018 年度**	**2017 年度**
息税折旧摊销前利润（万元）	1,953.32	9,700.05	10,467.19	4,270.46
利息保障倍数（倍）	-	1,112.43	201.69	23.20

（1）短期偿债能力分析

报告期各期末，公司与可比公司的短期偿债能力相关的财务指标如下：

①流动比率

公司名称	2020 年 3 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
哈尔斯	1.27	1.26	1.03	1.19
新宝股份	1.50	1.45	1.37	1.37
山东华鹏	0.49	0.53	0.55	0.56
德力股份	1.64	1.68	1.96	2.14
爱仕达	1.16	1.17	1.54	1.52
苏泊尔	2.32	1.98	1.91	1.95
可比公司平均	**1.40**	**1.34**	**1.39**	**1.45**
本公司	3.80	3.03	2.55	1.60

②速动比率

公司名称	2020 年 3 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
哈尔斯	0.74	0.81	0.55	0.71
新宝股份	1.15	1.04	1.01	1.14
山东华鹏	0.22	0.23	0.36	0.44
德力股份	0.87	0.99	1.18	1.44
爱仕达	0.75	0.77	1.02	1.06
苏泊尔	1.86	1.52	1.41	1.40
可比公司平均	**0.93**	**0.89**	**0.92**	**1.03**
本公司	2.88	2.22	1.85	0.99

2018 年度公司经营业绩不断提升，并偿还了短期借款，2018 年末，公司流动比率与速动比率均高于行业平均水平。2019 年末与 2020 年 3 月末公司的流动比率与速动比率持续上升，主要原因系公司业绩持续增长。随着公司经营业绩的不断增长，公司短期偿债能力日益增强。

（2）长期偿债能力分析

报告期各期末，公司与可比公司负债率（合并）比较情况如下：

公司名称	2020 年 3 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
哈尔斯	56.59%	57.54%	53.45%	51.04%
新宝股份	44.37%	46.90%	45.07%	43.77%
山东华鹏	64.30%	57.75%	53.18%	55.31%
德力股份	25.13%	24.15%	20.16%	18.70%
爱仕达	58.10%	58.42%	51.83%	48.30%
苏泊尔	35.28%	42.23%	44.45%	43.32%
可比公司平均	**47.29%**	**47.83%**	**44.69%**	**43.41%**
本公司	16.91%	20.91%	25.26%	38.28%

报告期各期末，公司的资产负债率分别为38.28%、25.26%、20.91%和16.91%。报告期内，公司资产负债率呈逐年下降趋势，且低于同行业可比公司平均水平。报告期内公司资产负债率持续下降，主要系 2017 年度股东资本投入及报告期内公司持续盈利，资本结构得到持续改善。

（3）息税折旧摊销前利润、利息保障倍数

报告期各期，公司息税折旧摊销前利润分别为 4,270.46 万元、10,467.19 万元、9,700.05 万元与 1,953.32 万元，2017 年度-2019 年度利息保障倍数逐年提升，2020 年 1-3 月公司无利息费用。公司经营状况良好，具备较强的债务偿付能力。

（二）现金流量情况分析

报告期内，公司现金流量简况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经营活动现金流入小计	9,919.94	45,692.19	40,635.14	37,949.65
经营活动现金流出小计	7,754.94	38,314.89	27,456.17	31,850.82

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经营活动产生的现金流量净额	**2,164.99**	**7,377.29**	**13,178.96**	**6,098.83**
投资活动现金流入小计	8.032.78	44,486.62	7,397.13	1,310.31
投资活动现金流出小计	9,377.89	44,694.73	15,134.03	4,963.23
投资活动产生的现金流量净额	**-1,345.10**	**-208.11**	**-7,736.90**	**-3,652.92**
筹资活动现金流入小计	-	410.00	-	20,733.36
筹资活动现金流出小计	-	208.72	4,343.00	22,626.15
筹资活动产生的现金流量净额	**-**	**201.28**	**-4,343.00**	**-1,892.79**
汇率变动对现金及现金等价物的影响	128.94	-51.24	222.49	-200.06
现金及现金等价物净增加额	948.84	7,319.22	1,321.56	353.06
期初现金及现金等价物余额	12,383.36	5,064.14	3,742.58	3,389.52
期末现金及现金等价物余额	**13,332.19**	**12,383.36**	**5,064.14**	**3,742.58**

1、经营活动产生的现金流量

报告期各期，公司经营活动产生的现金流量具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	9,251.79	41,424.80	38,537.09	35,215.19
收到的税费返还	468.00	1,282.01	864.27	1,892.94
收到其他与经营活动有关的现金	200.15	2,985.38	1,233.78	841.52
经营活动现金流入小计	**9,919.94**	**45,692.19**	**40,635.14**	**37,949.65**
购买商品、接受劳务支付的现金	4,249.97	22,387.29	16,745.67	22,708.47
支付给职工以及为职工支付的现金	2,715.57	10,040.01	7,523.42	5,830.60
支付的各项税费	204.25	1,903.64	1,200.37	1,639.39
支付其他与经营活动有关的现金	585.16	3,983.96	1,986.71	1,672.36
经营活动现金流出小计	**7,754.94**	**38,314.89**	**27,456.17**	**31,850.82**
经营活动产生的现金流量净额	**2,164.99**	**7,377.29**	**13,178.96**	**6,098.83**

①经营活动现金流入分析

2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-3 月，公司经营活动现金流入分别为 37,949.65 万元、40,635.14 万元、45,692.19 万元和 9,919.94 万元，其中销售商品、提供劳务收到的现金分别为 35,215.19 万元、38,537.09 万元、41,424.80 万元和 9,251.79 万元，与销售收入变动趋势保持一致。

2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-3 月，销售收现比率（销售商品收到的现金/营业收入）分别为 1.04、1.02、1.02 和 1.27，始终维持在较高水平，主要系因公司客户基本为合作多年的国外知名企业，客户信誉较高、销售回款良好。

②经营活动现金流出分析

2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-3 月，公司经营活动现金流出分别为 31,850.82 万元、27,456.17 万元、38,314.89 万元和 7,754.94 万元，总体变动趋势与公司经营规模增长相匹配。报告期内，购买商品、接受劳务支付的现金分别为 22,708.47 万元、16,745.67 万元、22,387.29 万元和 4,249.97 万元，购货付现比率（购买商品支付的现金/营业成本）为 0.90、0.68、0.85 和 0.86，2018 年度购货付现比率较低主要系购买商品、接受劳务支付的现金减少所致。

2018 年度购买商品、接受劳务支付的现金减少一方面系 2017 年度公司根据市场主要材料价格趋势储备了部分主要原材料，期末库存较高，相应 2018 年度原材料采购金额有所减少；另一方面 2018 年下半年原材料采购量相对较为集中，部分采购货款在 2018 年末未到付款期尚未结算。

③经营活动净现金流量与净利润的差异情况

报告期内，经营活动产生的净现金流量与净利润差异的具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
净利润	**1,338.15**	**7,132.50**	**8,122.42**	**2,582.21**
加：资产减值准备	-32.09	274.60	37.25	-101.59
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	252.97	931.70	789.14	687.82
无形资产摊销	54.61	151.93	70.20	70.20
长期待摊费用摊销	80.01	280.91	207.87	206.83
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失(收益以“－”号填列)	8.37	-56.25	1.80	25.67
固定资产报废损失(收益以“－”号填列)	-	20.05	0	101.66
公允价值变动损失(收益以“－”号填列)	78.41	95.64	-983.39	1,034.13
财务费用(收益以“－”号填列)	-87.98	78.06	-285.46	570.10
投资损失(收益以“－”号填列)	-62.59	137.92	1,219.14	220.99

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
递延所得税资产减少(增加以“－”号填列)	5.29	-66.88	143.21	-147.80
存货的减少(增加以“－”号填列)	644.95	-1,000.41	450.64	-1,639.79
经营性应收项目的减少(增加以“－”号填列)	1,371.98	-2,010.01	3.17	681.63
经营性应付项目的增加(减少以“－”号填列)	-1,487.10	1,407.52	3,402.98	1,806.77
经营活动产生的现金流量净额	**2,164.99**	**7,377.29**	**13,178.96**	**6,098.83**

2017 年度经营活动产生的净现金流量与净利润差异主要系远期外汇工具公允价值变动损益、长期资产折旧摊销、汇兑损益及经营性应收应付变动差异所致。

2018 年度经营活动产生的净现金流量与净利润差异主要系 2018 年下半年原材料采购量相对较为集中，部分采购货款在 2018 年末未到付款期尚未结算所致。此外，远期外汇工具投资损益，长期资产折旧摊销差异也对经营活动产生的净现金流量与净利润差异形成一定影响。

2019 年度经营活动产生的净现金流量与净利润差异较小，主要系长期资产折旧摊销差异以及经营性应收应付变动共同影响所致。

报告期各期，可比公司经营活动产生的净现金流量与净利润的比值如下：

公司	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
哈尔斯	-0.03	2.20	0.57	0.37
新宝股份	0.79	2.10	0.88	1.13
山东华鹏	-11.90	-0.07	6.77	2.90
德力股份	2.41	9.75	-0.30	2.03
爱仕达	-1.11	0.20	1.06	0.66
苏泊尔	0.34	0.90	1.21	0.83
可比公司平均	**-1.58**	**2.51**	**1.70**	**1.32**
嘉益股份	1.62	1.03	1.62	2.36

报告期各期，同行业可比公司的经营活动产生的净现金流量与净利润均存在一定差异，2017 年度公司经营活动产生的净现金流量与净利润的比值大于同行业可比公司平均水平，主要系公司外销收入占比高于可比公司且当年人民币对美元汇率波动较大，以及当年净利润规模较小共同影响所致。2019 年度公司经营活动产生净现金流量与净利润的比值小于同行业可比公司平均水平，主要系公司

2019 年度因收购 miGo 品牌公司应收账款和存货余额有所增加所致。公司经营活动产生的净现金流量与净利润之间的差异符合公司经营实际与行业惯例。

2、投资活动产生的现金流量

报告期各期，公司投资活动产生的现金流量具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
收回投资收到的现金	7,950.00	43,877.24	7,064.47	965.00
取得投资收益收到的现金	20.61	232.83	27.93	2.71
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	0.91	114.72	6.77	342.60
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	61.26	261.82	297.96	-
投资活动现金流入小计	**8,032.78**	**44,486.62**	**7,397.13**	**1,310.31**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	384.15	5,964.30	2,739.45	1,591.57
投资支付的现金	8,950.00	38,017.24	11,139.47	2,850.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	43.73	713.19	1,255.11	521.66
投资活动现金流出小计	**9,377.89**	**44,694.73**	**15,134.03**	**4,963.23**
投资活动产生的现金流量净额	**-1,345.10**	**-208.11**	**-7,736.90**	**-3,652.92**

报告期内，公司投资活动现金流量净额均为负，一方面系随着公司生产及销售规模逐年增长，公司于 2018 年度和 2019 年更新升级了部分机器设备，购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金支出逐年增加所致，另一方面系公司于 2017 年末、2018 年末和 2020 年 3 月末存在未赎回理财产品，使得理财产品投资现金流呈现净流出所致。2017 年度支付其他与投资活动有关的现金主要系公司为规避汇率风险购买的外汇交易产品交割所产生的支出。

3、筹资活动产生的现金流量

报告期各期，公司筹资活动产生的现金流量具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
吸收投资收到的现金	-	210.00	-	8,062.50
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	210.00	-	-

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
取得借款收到的现金	-	200.00	-	4,255.16
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	8,415.70
筹资活动现金流入小计	**-**	**410.00**	**-**	**20,733.36**
偿还债务支付的现金	-	200.00	4,255.16	3,736.08
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	8.72	87.84	183.53
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	18,706.54
筹资活动现金流出小计	**-**	**208.72**	**4,343.00**	**22,626.15**
筹资活动产生的现金流量净额	**-**	**201.28**	**-4,343.00**	**-1,892.79**

2017 年度、2018 年度和 2019 年度，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-1,892.79 万元、-4,343.00 万元和 201.28 万元。2017 年度，公司筹资活动产生的现金流量净额为-1,892.79 万元，主要系偿还关联方欠款所致。2018 年度，公司筹资活动产生的现金流量净额为-4,343.00 万元，主要系偿还银行借款所致。

（三）资本性支出分析

1、报告期内的重大资本性支出

报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 1,591.57 万元、2,739.45 万元、5,964.30 万元和 384.15 万元。上述长期资产投资主要为购置土地、厂房以及设备改造支出等。上述资本性支出均为与公司主营业务相关的支出，是为了公司日常经营正常开展、提升产能以满足市场需求的必要投入。

2、未来可预见的重大资本性支出计划及资金需求量

公司未来可预见的重大资本性支出主要为募集资金投资项目，具体内容请见本招股说明书第九节“募集资金运用与未来发展规划”。

（四）流动性风险分析

报告期各期末，公司的流动性相关指标如下：

项目	2020 年 3 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
流动负债占负债总额的占比	95.51%	96.34%	100.00%	100.00%

项目	2020 年 3 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
经营活动产生的现金流量净额（万元）	2,164.99	7,377.29	13,178.96	6,098.83

报告期各期末，公司负债以流动负债为主，流动负债占总负债的比重分别为 100%、100%、96.34%和 95.51%。公司整体负债结构稳定，短期流动负债主要系公司经营过程中形成的经营性负债。报告期内公司营业收入稳定增长，基于公司与主要客户均保持长期的稳定合作关系，良好的销售货款回笼能力为公司正常的业务运转和资本性支出提供了良好的资金基础，公司不存在较大的流动性风险。

（五）持续经营能力分析

公司凭借过硬的产品品质和良好的设计研发能力，已与国际知名不锈钢真空保温器皿品牌商之间建立了良好且稳定的合作关系。报告期内，公司坚持自主研发与吸收先进技术相结合，提升产品制造的技术与研发设计的水平，通过 OEM、ODM 的模式为海外客户提供服务，通过自主品牌为境内终端消费者提供服务，制造生产覆盖多目标群体、多应用场景的系列产品。在未来消费市场进一步发展、消费者审美品位不断提升、不锈钢真空保温器皿更智能化的发展趋势下，公司的产品有望维持较强的竞争力。

报告期内公司经营情况稳定、财务状况合理、资产结构优良、偿债能力较强。随着公司未来的发展，资产结构持续优化，负债风险持续降低，维持较为安全的财务结构。公司将以本次发行新股和上市为契机，通过实施募集资金投资项目，公司总资产、净资产规模显著增长，扩大生产规模，增强研发实力，补充流动资金，巩固公司的行业地位，强公司的可持续盈利能力。

十三、重大投资、资本性支出、重大资产业务重组或股权收购合并事项

（一）报告期内重大投资事项

报告期内，公司未发生重大投资事项。

（二）报告期内资本性支出情况

报告期内，公司资本性支出主要为购置土地使用权、厂房以及设备改造支出。报告期各期，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付金额分别为

1,591.57 万元、2,739.45 万元、5,964.30 万元**和 384.15 万元**。

（三）报告期内重大资产业务重组情况或股权收购事项

报告期内，公司不存在重大资产业务重组或股权收购合并事项。

十四、或有事项、期后事项及其他重要事项

（一）或有事项

截至 2020 年 3 月 31 日，本公司无应披露未披露的重大或有事项。

（二）期后事项

新型冠状病毒感染的肺炎疫情(以下简称新冠疫情)于 2020 年 1 月在全国爆发。为防控新冠疫情，全国各地政府均出台了新冠疫情防控措施。新冠疫情及相应的防控措施对公司的正常生产经营造成了一定的影响，公司主要生产经营地位于浙江省金华市，经当地地方政府批准，公司已于 2020 年 2 月 12 日复工，各项生产工作正常推进。公司主要销售目的地为美国、加拿大、日本及韩国等市场，如该等地区疫情无法得到有效控制，将可能导致其经济及消费受到较大影响，进而可能导致公司客户取消或延迟订单，公司短期内可能面临比较大的业绩压力。

新冠疫情对公司经营业绩的影响程度取决于疫情防控的情况、持续时间以及政府各项防控措施的实施。本公司将继续密切关注新冠疫情发展情况，积极应对其对本公司财务状况、经营成果产生的不利影响。

（三）重大承诺事项

截至 2020 年 3 月 31 日，本公司无需要披露的重大承诺事项。

（四）重大承诺事项

截至 2020 年 3 月 31 日，本公司无需要披露的重大承诺事项。

（五）发行人对外担保情况

截至本招股说明书签署日，本公司不存在对外担保的情况。

（六）重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，本公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业

务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

（七）纳税申报表与财务报表申报项目差异情况

1. 纳税申报表与财务报表申报项目差异情况、原因及合理性

公司 2019 年度、2020 年 1-3 月纳税申报表与申报财务报表无差异。

公司 2017 年度、2018 年度纳税申报表与申报财务报表差异情况如下：

（1）2018 年度

单位：万元

项 目	纳税申报表金额	申报财务报表金额	差异	差异原因
营业收入	37,563.80	37,644.88	81.08	电商平台收入调整、模具费收入列报调整
营业成本	24,458.74	24,477.44	18.70	报废品库存货调整、电商平台成本调整
销售费用	1,268.47	1,269.12	0.65	展览费及招待费调整
管理费用	1,282.76	1,285.96	3.20	办公费等调整
资产减值损失	-35.12	-37.25	-2.13	坏账准备调整
营业外收入	120.51	22.26	-98.25	模具费收入列报调整
所得税费用	1,231.54	1,225.67	-5.87	当期所得税及递延所得税调整
净利润	8,158.40	8,122.42	-35.98	上述调整综合影响

（2） 2017 年度

单位：万元

项目	纳税申报表金额	申报财务报表金额	差异	差异原因
营业收入	33,973.26	34,007.16	33.89	废料收入调整等
营业成本	25,162.91	25,203.84	40.93	成本支出调整
销售费用	632.61	628.52	-4.09	运费等调整
管理费用	1,313.14	2,205.13	892.00	股份支付调整、其他费用调整
财务费用	569.50	572.21	2.71	理财收益列报调整
其他收益	533.37	585.46	52.09	政府补助列报调整
投资收益	-223.70	-220.99	2.71	理财收益列报调整
资产减值损失	103.69	101.59	-2.10	坏账准备调整
资产处置收益	-64.87	-25.67	39.20	固定资产处置收益列报调整
营业外收入	59.13	7.04	-52.09	政府补助列报调整

项目	纳税申报表金额	申报财务报表金额	差异	差异原因
营业外支出	147.49	186.21	38.72	固定资产处置损失列报调整
所得税费用	531.07	539.33	8.26	当期所得税及递延所得税调整
净利润	3,487.02	2,582.21	-904.81	上述调整综合影响

公司纳税申报表与财务报表申报项目差异均系根据企业会计准则对账务进行调整所致，具有合理性。

2. 报告期各期公司企业所得税纳税调整事项如下：

单位：万元

纳税调整事项	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
不可抵扣的成本费用	5.05	90.40	119.22	248.15
研究开发费用加计扣除	-280.38	-1,360.73	-1,292.95	-599.97
衍生金融资产公允价值变动	-2.87	111.77	-983.39	1,034.13
不可税前扣除的资产减值准备	-24.91	52.54	35.61	-110.23
股份支付		61.23		893.75
安置残疾人员及国家鼓励安置的其他就业人员所支付的工资加计扣除	-2.07	-8.40	-8.33	-6.54
递延收益	-4.77	313.37		
权益法计提投资收益	0.39	-0.46	-1.86	
合计	**-309.57**	**-740.28**	**-2,131.70**	**1,459.29**

纳税调整的具体依据如下：

（1）不可抵扣的成本费用

系公司实际发生的与取得收入无关的、超出税前扣除比例或没有合法发票的成本费用，不得税前扣除，故做纳税调增处理。

（2）研究开发费用加计扣除

公司按照税法规定对实际发生的开发新产品、新技术、新工艺发生的研究开发费用，2017 年度按 50%加计扣除，2018 年度、2019 年度、2020 年 1-3 月按 75%加计扣除。

（3）衍生金融资产公允价值变动

公司按《企业会计准则》确认衍生金融资产公允价值变动收益和损失，税法

规定资产负债以历史成本为基础计量，不确认收益和损失，故进行纳税调整。

（4）不可税前扣除的资产减值准备

税法规定不符合国务院财政、税务主管部门规定的各项资产减值准备、风险准备等准备金支出不得税前扣除，故做纳税调增处理。

（5）股份支付

公司在股权激励计划授予激励对象时，按照该股票的公允价格及数量计算确认相关年度的费用，由于该项股份支付尚未达到可行权条件，相关费用不得税前扣除，故做纳税调增处理。

（6）安置残疾人员及国家鼓励安置的其他就业人员所支付的工资加计扣除

公司按税法规定，对实际支付的安置残疾职工工资按100%加计扣除。

（7）递延收益

公司将与资产相关的政府补助确认为递延收益并按资产使用年限摊销，因税法规定应税政府补助应作为收到当期的应纳税所得额计缴当期所得税，故进行纳税调整。

（8）权益法计提投资收益

公司对外投资按权益法计提的投资收益，不属于应税收入，故做纳税调减处理。

十五、盈利预测报告

公司未编制盈利预测报告。

十六、财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营情况

（一）会计师事务所的审阅意见

公司财务报告审计截止日为2020年3月31日，根据《关于首次公开发行股票并上市公司招股说明书财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况信息披露指引》,天健所对公司2020年9月30日的合并及母公司资产负债表,2020年7-9月和2020年1-9月的合并及母公司利润表,2020年1-9月的合并及母公司现金流量表，以及财务报表附注进行了审阅，并出具了《审阅报告》（天健审〔2020〕10103号），发表了如下意见：

“根据我们的审阅，我们没有注意到任何事项使我们相信浙江嘉益公司2020年第3季度财务报表没有按照企业会计准则的规定编制，未能在所有重大方面公允反映浙江嘉益公司合并及母公司的财务状况、经营成果和现金流量。”

（二）发行人的专项说明

公司及其董事、高级管理人员已对公司2020年1-9月期间未经审计的财务报表进行了认真审阅并出具专项声明，保证该等财务报表所载资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担相应的法律责任。

公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人已对公司2020年1-9月期间未经审计的财务报表进行了认真审阅并出具专项声明，保证该等财务报表的真实、准确、完整。

（三）审计截止日后主要财务信息

公司2020年1-9月财务报告（未经审计，但已经天健所审阅）主要财务数据如下：

1、主要财务数据对比表

单位：万元

项目	2020年9月30日	2019年12月31日	变动率
资产总额	40,908.35	40,954.61	-0.11%
负债总额	4,601.02	8,563.38	-46.27%
所有者权益	36,307.33	32,391.23	12.09%
归属于母公司股东的所有者权益合计	36,216.70	32,238.75	12.34%
项目	2020年1-9月	2019年1-9月	变动率
营业收入	22,734.28	27,976.22	-18.74%
营业利润	4,614.15	5,118.13	-9.85%
利润总额	4,620.00	5,129.91	-9.94%
净利润	3,947.02	4,381.20	-9.91%
归属母公司股东的净利润	4,008.88	4,428.33	-9.47%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	3,325.28	4,513.16	-26.32%
经营活动产生的现金流净额	3,511.55	3,777.82	-7.05%

（1）资产质量情况

截至 2020 年 9 月 30 日，公司资产总额为 40,908.35 万元、负债总额为 4,601.02 万元、所有者权益为 36,307.33 万元，较 2019 年末的变动幅度分别为 -0.11%、-46.27%、12.09%。2020 年 9 月末，公司负债总额较 2019 年末下降主要系应付账款与应付职工薪酬减少所致。

（2）经营成果情况

2020 年 1-9 月，公司营业收入为 22,734.28 万元，较 2019 年 1-9 月下降 18.74%；归属于母公司股东的净利润为 4,008.88 万元，较 2019 年 1-9 月下降下降 9.47%；扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润为 3,325.28 万元，较 2019 年 1-9 月下降 26.32%。2020 年 1-9 月，公司营业收入及净利润同比有所下滑，主要系受新冠疫情影响，产品销量同比有所下降，使得营业收入和综合毛利有所下降所致。2020 年 1-9 月，公司扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润较上年同期下降大主要系当期收到的政府补助计入当期的非经常性损益有所上升及当期投资损失计入当期的非经常性损益有所减少所致。

（3）现金流量情况

2020 年 1-9 月，公司经营活动产生的现金流量净额为 3,511.55 万元，同比下降 7.05%，主要系本期经营利润减少所致。

2、非经常性损益明细表主要数据

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	47.88	51.17
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	655.19	482.33
委托他人投资或管理资产的损益	114.26	179.29
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债产生的公允价值变动收益，以及处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-18.95	-752.32
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	5.85	11.78
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-61.23

项目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月
小计	804.23	-88.98
减：企业所得税影响数（所得税减少以“一”表示）	120.62	-4.15
少数股东权益影响额(税后)	0.01	0.00
归属于母公司所有者的非经常性损益净额	683.60	-84.83

2020 年 1-9 月，公司扣除所得税影响后归属于母公司股东的非经常性损益净额为 683.60 万元，主要系计入当期损益的政府补助及理财收益。

（四）财务报告审计截止日后的主要经营情况

公司财务报告审计截止日至本招说明书签署日，公司经营情况良好，行业产业政策、税收政策、行业市场环境、主要出产品的生产和销售、主要客户和供应商、公司经营模式未发生重大变化。公司审计报告截至日后未新增对未来经营可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项，重大合同条款或实际执行情况未发生重大变化，未发生重大安全事故以及其他可能影响投资者判断的重大事项。

（五）2020 年全年业绩预计情况

结合公司实际经营情况，经初步预测，公司预计 2020 年全年主要经营业绩情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	同比变动比例
营业收入	35,316.49	40,496.11	-12.79%
归属于母公司所有者的净利润	6,328.58	7,190.02	-11.78%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	5,584.51	6,112.33	-8.64%

2020 年 1-9 月，受新冠疫情影响，公司经营业绩较上年同期相比有所下滑。2020 年第四季度，随着国外疫情防控的常态化，以及圣诞节等促销季的到来，客户需求持续复苏且积极备货，公司目前在手订单充足。结合目前在手订单情况，公司预计经营业绩将较去年同期实现增长，公司营业收入和扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润降幅较 2020 年 1-9 月有所收窄。

2020 年度，公司归属于母公司所有者的净利润较 2019 年度同期下滑不大，主要系前期受疫情影响而被限制的消费需求释放以及公司产品结构调整使得高毛利客户和产品占比有所增加所致，公司营业收入和营业毛利四季度恢复至去

年同期水平，带动全年经营业绩有所回升，同比下降幅度进一步收窄。

前述 2020 年业绩测算情况仅为公司初步预计数据,未经会计师审计或审阅，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

第九节 募集资金运用与未来发展规划

一、本次发行募集资金运用概述

公司本次拟公开发行人民币普通股（A 股）不超过 2,500 万股，募集资金扣除发行费用后将按轻重缓急顺序投资于以下项目：

（一）项目简表

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	拟用募集资金投入金额	实施主体	项目备案代码	环评备案文号
1	年产 1,000 万只不锈钢真空保温杯生产基地建设项目	30,854.70	30,854.70	公司	2020-330723-33-03-104788	金环建武备 2020061
2	研发检测中心项目	5,876.96	5,876.96	公司	2020-330723-33-03-105440	金环建武备 2020062
3	补充流动资金	5,000.00	5,000.00	-	-	-
合计		**41,731.66**	**41,731.66**	-	-	-

若公司公开发行新股实际募集资金净额不能满足以上募集资金投资项目的资金需求，则不足部分将由公司通过自筹方式解决。募集资金将根据公司《募集资金使用管理制度》的规定使用。

本次公司公开发行新股募集资金到位前，根据项目进度情况，公司可以自筹资金对募集资金投资项目进行先期投入，待募集资金到位后再以募集资金置换先期投入的自筹资金。

（二）募集资金专项存储制度的建立及执行情况

公司已根据相关法规，制定了《募集资金使用管理制度》，具体规定了募集资金专户存储、使用、管理和监督制度。公司将严格按照证券监督管理部门的相关要求及《募集资金使用管理制度》的有关规定管理和使用募集资金。本次募集资金到位后，将存放于公司董事会决定的专户集中管理，做到专款专用。

（三）董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见

公司于 2020 年 3 月 10 日召开第一届董事会第九次会议，审议通过了《关于首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并在创业板上市募集资金使用计划的议

案》，董事会对募集资金投资项目的可行性进行了充分研究，认为本次募集资金投资项目可行。

截至2020年3月31日，公司拥有1,600万只不锈钢真空保温杯的生产能力，具备管理较大投资项目和资产规模的经验和能力。本次募集资金投资项目之一为“年产1,000万只不锈钢真空保温杯生产基地建设项目”，其产能与公司现有生产经营规模、管理能力以及未来的业务发展相适应。

2017年至2019年，公司分别实现营业收入34,007.16万元、37,644.88万元和40,496.11万元，分别实现归属于母公司所有者的净利润2,582.21万元、8,122.42万元和7,190.02万元，盈利情况较好，且募集资金到位后将进一步增强公司的资本实力，公司的财务状况可以有效支持募集资金投资项目的建设和实施。

公司一贯注重产品技术的研发与应用，通过对前瞻性、关键性技术的不断探索，掌握众多核心技术，积累多项研发成果。本次募集资金投资项目“年产1,000万只不锈钢真空保温杯生产基地建设项目”主要是在公司现有工艺技术的基础上进行自动化升级和产能提升，公司具备充分的技术水平进行募集资金投资项目的实施。此外，“研发检测中心项目”将有效提高自主研发和创新能力，增强整体技术水平和综合竞争力，为公司可持续经营和快速发展提供有力保障。

（四）募集资金投资项目与发行人现有主要业务、核心技术之间的关系

“年产1,000万只不锈钢真空保温杯生产基地建设项目”的实施是公司发展战略规划的重要组成部分，主要目的是通过新建生产基地，引进先进的自动化生产设备，解决公司由于场地不足导致产能受限问题，属于公司现有主营业务范畴。该项目的实施有助于公司抓住市场机遇，充分利用多年积累的制造技术优势和生产管理经验，扩大公司不锈钢真空保温器皿生产规模，进一步发挥规模效应，提升对现有OEM/ODM客户需求响应速度，拓展新的优质OEM/ODM客户，为自有品牌后续发展提供生产保障。同时，通过更为合理化的场地布局以及更先进的生产设备引进，提升产品品质和生产效率，增强公司的核心竞争能力。

自成立以来公司一直注重不锈钢真空保温器皿等主要产品的研发、设计、检测，在客户及市场对产品性能、功能、个性需求不断提高以及公司大力发展自有品牌的情况下，“研发检测中心项目”通过新建研发、检测于一体的实验场地，

对公司现有研发中心进行重新建设，从而进一步增强公司的技术和研发优势，完善公司的研发体系，有效增强公司的技术和研发优势，其效益最终将体现在公司研发实力增强与新产品投放后公司盈利能力的整体提升。该项目的实施不会改变公司现有的生产经营和商业模式，将会大大提高公司的持续盈利能力与竞争力。

公司根据业务发展情况及未来发展规划，在科学测算和合理调度的基础上，合理安排补充流动资金的使用，该等资金将投向公司的主营业务，用于生产经营、开拓市场、人员培训等，保证研发设计、生产经营的顺利开展，提升公司的研发设计实力，提高市场占有率和抗风险能力。

二、募集资金投资项目的基本情况

（一）年产 1,000 万只不锈钢真空保温杯生产基地建设项目

1、项目建设背景

近年来，全球不锈钢真空保温器皿市场规模持续扩张，特别是欧美、日韩等发达国家和地区不锈钢真空保温器皿消费市场发展较为成熟，市场容量较大并且保持稳定增长。随着我国不锈钢真空保温器皿行业制造技术、研发设计水平的快速提高，国际主要不锈钢真空保温器皿品牌商的 OEM 及 ODM 加工已全面向中国转移，市场需求逐渐加大。同时，随着我国居民收入和消费水平的不断提高，国内不锈钢真空保温器皿的市场快速成长，国内自主品牌也逐步壮大，国内中低端消费市场已基本被我国自主品牌所占领。我国不锈钢真空保温器皿市场发展潜力较大，消费增长迅速。

考虑到目前公司不锈钢真空保温器皿生产能力有限，近年来虽然公司积极对现有生产线进行技术改造，但由于公司场地规划较早，车间场地布局等原因限制了公司通过添置更为先进的生产设备等方式进行自动化及智能化改造，在很大程度上影响了公司生产效率和产品质量。本项目通过购置先进的生产设备，建立自动化程度较高的生产流水线，形成相对完整的一体化、流程化及智能化生产装配体系，解决制约公司长期发展的瓶颈问题。

本项目以公司现有工艺和技术为依托，项目完成后，公司每年将增加 1,000 万只不锈钢真空保温杯的产量，显著扩大公司不锈钢真空保温器皿的生产规模，并提升相应产品的生产质量，有利于提高公司产品的生产效率和产品的交付能力，

为满足日益增长的市场订单需求、发展自有品牌、开拓国内外市场奠定坚实基础，巩固和提升公司在行业中的地位。

2、项目必要性分析

（1）有利于扩大公司生产规模，满足市场快速增长的需求

近年来，随着不锈钢真空保温杯市场需求的不断增长，客户个性化、多品种小批量订单需求增加，以及公司自有品牌的大力拓展，公司产能已接近瓶颈，2017年至2019年公司产能利用率分别为102.35%、96.86%和95.09%，处于较为饱和的状态。近两年公司产能利用率有所下降主要系公司优化产品结构，同时下游客户采购需求转变，对生产工艺、产品品质的要求也不断提高，表面处理更加复杂，致使公司产量略有下降。由于公司现有产能和生产资源仅能满足部分优质大客户及其订单,且由于公司生产规划较早，目前已没有足够的发展空间可用，亟需通过建设新的生产基地进一步提高公司产能，从而与更多境内外客户建立合作关系，获取更多优质订单，占据更多市场份额，全面提升企业综合竞争力。

本项目从经营效益和经营策略的角度考虑，扩产后将提升公司规模效益，在巩固现有客户的基础上扩大新的客户群体，增强公司整体竞争力和抗风险能力。公司依托现有产品的销售渠道和管理资源，积极开拓国内外市场，通过充分发挥自身优势，更好地消化扩产后的新增产能。本项目投产后将大大提高公司产品的产能，将有利于进一步发挥公司技术、产品、客户、品牌、管理等优势，切实增强公司抗风险能力，提升公司的市场竞争能力和可持续发展能力。

（2）有利于改良作业环境，进一步提高公司产品质量

随着公司业务不断发展，公司现有生产车间受面积限制已无足够的发展空间可用，自动化、智能化改造及生产技术提升受到制约，影响了公司生产效率。在产品集中交货期，公司部分订单工期难以满足一些大型客户需求，仍需对部分工序委外加工。虽然委外生产在一定程度上可以减少公司的生产负担，但从长远看，委外生产也会造成一定的弊端：一方面委外生产管理上难以控制，无法实现对生产过程的全方位实时监控，可能造成产品质量不达标；另一方面，委外生产对于一些客户应急供货情况的反映具有延迟性，一旦无法按客户需求及时供货可能会造成客户流失。

本项目将新建生产厂房，通过合理构建空间布局，改良作业环境。通过购置先进的生产设备，打造自动化不锈钢真空保温杯生产线，提高公司生产过程智能化水平，实现生产过程的精益化管理，充分保证公司产品的质量。

（3）提高内部管理效率，适应公司生产销售的需要

经过多年研发积累，公司已经逐步由代工生产转向根据客户的不同需求制定整体产品解决方案，通过设计研发以满足客户个性化的需求，适应快速灵活的市场需要。随着公司产品线的进一步丰富，公司可以快速高质量地生产出满足不同客户要求和个性化的产品，从而有效占领更多高端市场，迅速提高公司产品的品牌效应。因此，本项目的建设帮助公司进一步丰富自身的产品线，扩大高端不锈钢真空保温杯产能，使公司更有效率地适应复杂多变的市场需求，提高公司产品的附加值，提升企业整体的盈利水平。

此外，公司产品在生产厂区的流通运转效率直接影响着企业生产和销售，生产线自动化和智能化水平很大程度上影响着流通环节的效率。因此，自动化生产线能极大地提升公司生产经营周转速度，提高公司管理水平和盈利能力。本项目完成后，公司的自动化生产线将兼具管理系统化、操作信息化、储运自动化、网络协同化等特性，提高企业的系统管理水平，满足公司生产经营的需要。

（4）生产技术的提升将降低生产成本，为公司后续发展提供动力

随着行业生产经验和技术成果的积累，公司产品类型越来越丰富，国际市场对保温杯产品的要求不断提高，公司需要新建更先进的产品生产线来适应行业发展的需要。从公司现有的生产工艺流程来看，生产过程仍属于劳动力密集型，对人力资源及熟练技术工人形成一定依赖，生产成本中人力资源成本较高。虽然公司一直注重对产品生产设备的技术改造与升级，但受限于投入有限，现有的生产线仍无法适应市场需求的变化和公司发展的需要。

本项目将购置先进的生产设备，打造自动化生产线。通过本项目建设，可实现公司金工、抛光、喷塑等生产工序的自动化，降低生产过程中的人工成本，提升产品质量的稳定性，降低产品不良损耗，实现生产过程的精益化管理。本项目贴合国家对于工业制造行业的政策导向，符合国家大力推行“2025”智能制造和工业 4.0 计划。项目建成后，由于使用了更多的新装备、改进了工艺，使得公司

生产线的自动化能力得到提升。未来公司通过科技创新和技术进步，将进一步加强高性能、高附加值的新产品开发生产，在激烈的市场竞争中不断加强品牌建设，提升质量水平，提高综合竞争能力，以适应不同市场、不同领域对不锈钢真空保温杯的需求。

3、项目可行性分析

（1）公司客户资源优势为项目产能消化提供了有利支撑

公司通过多年的发展和市场推广，在行业内积累了众多优质的客户资源。公司的业务覆盖了欧美、日韩等发达国家和地区，主要客户为全球知名的不锈钢真空保温器皿品牌运营商，与公司保持着长期稳定的合作关系。知名不锈钢真空保温器皿品牌运营商在供应商筛选方面具有严格的选择认证体系，供应商需通过认证测试方可合作。列入合格供应商目录后，考虑产品品质、供货稳定性、相互信任关系等因素，客户一般情况下不会轻易更换供应商。

本项目建成投产后将提高公司产能，公司将加强优质客户资源的拓展和推广力度，为项目产能消化提供有利支撑。

（2）完善的产品管理体系为本项目的实施提供质量保证

公司通过高级管理人才和核心技术人才的引进，不断总结技术、生产、布局等方面的优秀经验，并逐渐形成标准化、流程化、制度化体系运作，以提升公司的管理效率。公司经过多年发展，通过对技术资源进行整合、规划、统一协调和规范管理，逐步形成了以产品为核心，技术创新与管理创新相结合的科学管理体系。

在产品质量管理方面，公司在保证产品创新的同时加强对产品质量的要求。目前公司已顺利通过 ISO14001:2015 环境管理体系、ISO9001:2015 质量管理体系认证。公司设有独立的质检部门，执行严格的原材料和产品质量检验标准，保证公司产品品质优良稳定。

（3）规范的人资管理体系为本项目提供持续性人才供给

公司一直重视人才队伍的建设，始终坚持以人为本，管理制胜的理念，突出人资战略的重要性。公司根据行业技术、人才资源密集的特点，大力加强人才的

引进和培养，以得到发展所需的具有丰富经验的技术人才、高素质的管理人才和独当一面的综合型人才。近年来，公司通过与各高校进行产学研合作，引进满足不同岗位需求的技术人员，达到企业人才吸收、培养和校企互惠的效果。针对本次募投项目，公司将继续与高等院校合作，对现有人才进行持续培养，及时关注外部环境，吸引合适的人才加入公司，从而为募投项目的顺利实施提供坚实的人力资源基础。

4、项目投资概算

本项目总投资为 30,854.70 万元，其中建设投资合计为 26,771.28 万元，占投资总额的比例为 86.77%；铺底流动资金为 4,083.42 万元，占比为 13.23%。具体投资情况如下：

序号	项目	投入金额（万元）	占比
一	建设投资	26,771.28	86.77%
1	工程费用	24,788.22	80.34%
1.1	建筑工程费	9,126.00	29.58%
1.2	设备购置费	14,916.40	48.34%
1.3	安装工程费	745.82	2.42%
2	工程建设其它费用	743.65	2.41%
3	预备费	1,239.41	4.02%
二	铺底流动资金	4,083.42	13.23%
项目总投资		**30,854.70**	**100.00%**

其中：设备购置费投入估算为 14,916.40 万元，具体情况如下表：

序号	设备名称	数量	单位	总价（万元）
1	金加工设备	317	台/套	7,186.00
2	真空设备	8	台/套	1,600.00
3	生产检测设备	15	台/套	248.40
4	表面加工设备	60	台/套	1,782.00
5	三废处理设备	3	台/套	500.00
6	塑胶加工设备	80	台/套	3,600.00
合计		**483**	**-**	**14,916.40**

5、项目实施方案

（1）项目实施主体

本项目由发行人负责实施。

（2）项目实施进度

本项目计划建设周期为 24 个月，建成后第 3 年实现 100%达产，项目主要建设内容及实施进展安排如下：

内容	T 年	T+1 年	T+2 年	T+3 年	T+4 年	T+5 年
前期准备工作和技术评审	■					
完成土建施工及装修		■				
完成设备购置及安装调试、人员招聘及培训工作，做好生产准备			■			
试生产，实现核定产能的 40%				■		
初步投产，实现核定产能的 70%					■	
实现 100%达产						■

（3）项目建设方案

本项目选址于金华市武义县牛背金白洋工业区，位于紧邻公司现有厂区的西北侧。公司已取得该项目用地的不动产权证书，证号为浙（2019）武义县不动产权第 0006972 号，宗地性质为工业用地，使用年限为 50 年，面积为 36,112.54 平方米。

本项目规划建设一栋 3 层生产车间，单层面积 12,000 平方米，生产车间建设面积总计 36,000 平方米；规划建设一栋 6 层综合办公楼，单层面积 2,400 平方米，生产相关综合办公区域建设面积合计 14,400 平方米；其余为绿化、道路以及停车场等配套建设。

（4）主要工艺流程

本项目主要从事不锈钢真空保温杯的生产销售，其生产工艺流程为发行人现有的工艺流程，具体流程详见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、（四）发行人主要产品的工艺流程图或服务的流程图”。

6、项目经济效益评价

本项目按建设期 24 个月、运营期 10 年测算效益，计划投产后分三年达产，投产首年达产 40%，第二年达产 70%，第三年全部达产。预计该项目达产后，正常年份可实现销售收入 39,283.98 万元，实现利润总额 5,981.63 万元，具有较好的经济效益和社会效益。

该项目主要财务指标如下：

序号	财务指标	单位	指标值
1	达产年度销售收入	万元	39,283.98
2	达产年度利润总额	万元	5,981.63
3	财务内部收益率（税后）	%	17.85
4	税后静态投资回收期（含建设期）	年	6.70

7、项目的环保情况

本项目生产过程中废水主要为水胀废水、超声波清洗工段清洗废水、水帘喷漆废水等。废水通过加药沉淀预处理、加酸调节、沉淀等相关工艺处理后进入排放池，通过标准排污口达标排放，符合《污水综合排放标准》（GB8979-1996）中的三级标准。

本项目生产过程中废气主要为抛光粉尘、喷塑粉尘、喷涂废气以及注塑过程中产生的有机废气等。上述废气在相应的回收设施、吸附设施、布袋除尘器等装置处理后排放，排放速率及排放浓度严格按照《大气污染物综合排放标准》（GB16297-1996）、《合成树脂工业污染物排放标准》（GB31572-2015）中相应的标准限值要求。

本项目产生的固废主要为生产过程中的废包装材料、漆渣、金属边角料、废塑粉以及日常办公产生的生活垃圾等。一般工业固废收集后作为再生资源综合利用，生活垃圾送垃圾填埋场卫生填埋，危险废物委托有资质单位安全处置。

本项目产生的噪声主要为生产过程中设备运行产生的噪声。公司拟采取如下防噪措施：在满足生产需要的前提下，尽量选用低噪声设备；对高噪声设备安装采用减震垫并设置隔声罩；减少高噪声厂房的门窗面积、设置隔声门、隔声窗；加强设备的维护与保养，保持设备正常运行；厂界设置乔、灌、草立体绿化隔离

带。

本项目的环保投入已编列在相关环保生产设备投入中。

本项目于 2020 年 4 月 20 日取得金华市生态环境局出具的《浙江省“区域环评+环境标准”改革项目环境影响登记表备案通知书》（编号：金环建武备2020061）。

（二）研发检测中心项目

1、项目建设背景

近年来公司发展速度较快，公司存在研发和检测设备老旧等问题影响公司的研发效率，同时受研发环境影响公司难以开展更为先进的研发课题，制约了公司研发实力的提升。为此，本项目拟建设集研发、检测、产品试制为一体的研发检测中心，通过优化研发检测环境，引进先进研发检测设备及优秀研发人才，对行业相关技术课题进行前瞻性技术研发。

本项目实施完成后将进一步提高公司的研发能力和自主创新能力，保证公司产品技术先进性的同时不断扩充、完善公司产品线，巩固并强化公司的行业地位。

2、项目必要性分析

（1）研发场地不足影响了公司研发效率

随着公司业务的持续发展，公司现有研发设备和研发场地已难以匹配公司快速发展的要求，成为制约公司长期健康发展的瓶颈。本项目拟在公司现有研发资源整合的前提下合理布局研发场地空间，配置更为先进的研发及检测设备，为产品开发提供更先进的研发测试环境，丰富研发及检测手段，完善公司现有研发检测体系，同时进一步充实技术人才团队，进行前瞻性技术研发，增强新技术的储备。

通过本项目的实施，公司将完善研发体系，提高自主研发和创新能力，增强整体技术水平和综合竞争力，为公司可持续经营和快速发展提供有力保障，是公司可持续发展的重要战略举措。因此，本项目的实施符合公司可持续发展理念，对改善公司研发环境，提升公司研发效率等具有重要战略意义。

（2）丰富产品种类，提升新产品开发能力

公司凭借完整的不锈钢真空保温器皿产品生产体系、多渠道的销售体系以及较强的模具研发能力，形成了集 ODM/OEM 和自有品牌共同发展的业务经营模式，能为客户提供个性化不锈钢真空保温器皿产品服务整体解决方案。快速的市场反应与较好的研发能力使公司具备丰富的产品种类，建立了市场竞争优势。但随着消费者对不锈钢真空保温器皿个性化设计的需求日趋提升，公司需要在保持现有研发水平的同时，针对产品的设计工艺、制造工艺、智能化等方面进行优化，以适应市场需求变化。

为了在竞争激烈的行业中凸显公司的优势，巩固市场地位，公司必须持续提升研发能力，加大新产品、新工艺、新技术的投入，深入了解客户各方面的需求。本项目的实施将有利于增强公司新技术的储备，提升公司自主创新能力，满足公司开发新产品的能力，进一步丰富及优化公司核心产品的种类，扩大公司市场占有率。

（3）适应行业技术发展特征，增强公司研发实力

现阶段不锈钢真空保温器皿行业下游客户对产品的技术和设计等方面的要求日趋严格，行业内优胜劣汰的速度进一步加快，行业整体集中度逐渐提高。目前公司的主要客户均为海外大型品牌商，其在采购不锈钢真空保温器皿及选择整体解决方案供应商时会尤其关注供应商的行业经验和综合实力，以及持续跟踪和评估供应商的状态。供应商要求的提高给公司以及国内不锈钢真空保温器皿行业带来巨大的挑战的同时，也带来新的市场机遇。在行业技术领域不断扩展、市场需求不断变化的趋势下，公司必须具备前瞻性视野，持续加大其技术研发领域的投入以适应行业的发展。近年来公司先后在研发领域投入大量资金并取得一系列成果，但目前公司的现有研发设备已难以满足下游行业的技术和市场需求，公司亟需进一步扩大研发投入规模，进一步增强公司的技术水平。

本项目拟利用公司现有的研发成果及项目实施经验，通过新建研发检测中心，优化研发环境，提高研发检测的软硬件设施水平，提升自主研发能力。本项目的实施将有利于公司进一步保持和增强技术优势，进而提升公司的核心竞争力。

（4）增强技术储备，提高技术人才优势

近年来，公司凭借着自有的研发队伍以及资源投入，在不锈钢真空保温器皿行业相关技术的研发上有了一定的突破与成果。随着公司业务规模的不断扩大和自有品牌的大力拓展，公司需要进一步提高技术研发水平和提升个性化方案解决能力。公司现有研发部门存在高级研发设计人员短缺等问题，公司亟需调整并扩建研发组织体系，通过内部培训及外部引进等方式加强技术人才储备，提高技术人才优势，满足公司未来的发展需求。

通过本项目的实施，公司现有的研发中心将得到扩建，研发环境将得到较大改善，研发体系对公司战略发展的支持能力得到提升。新研发检测中心将进一步为技术研发提供有效保障与支持，确保高技术研发质量以及高产品品质管控。此外，公司人才培训体系将实现升级更新，技术人才团队进一步充实，进而提高整体研发效率，最终使公司效益得以有效提升。

3、项目可行性分析

（1）公司较强的研发实力为项目的实施提供了技术支持

公司一直以来将研发投入视为公司提升核心竞争力的重要举措，通过改善技术设备和科研条件，引进高级研发人才等方式进行大量研发投入。在研发费用投入方面，公司 2017 年至 2019 年的研发投入费用分别为 1,229.84 万元、1,816.07 万元和 2,000.87 万元，呈逐年上升趋势。持续的研发投入体现出公司对研发领域的高度重视，同时也为本项目的建设提供了重要支撑。

公司一贯注重产品技术的研发与应用，通过对前瞻性、关键性技术的不断探索，掌握众多核心技术，积累多项研发成果。截至本招股说明书签署日，公司已拥有专利 126 项，其中发明专利 3 项、实用新型专利 58 项、外观设计专利 65 项。在不断提高技术水平的同时，公司依托深耕行业多年的经验积累，积极与各高校开展产学研合作，能够根据行业的发展趋势针对研发方向进行及时调整。公司较强的技术储备为本项目的实施奠定了坚实的技术基础。

（2）公司深耕行业多年，能够准确把握行业未来技术发展方向

随着未来我国消费不断升级，技术附加值高的日用消费品市场需求将会不断增长。公司在不锈钢真空保温器皿领域深耕多年，见证了行业的发展及技术变迁

路径，对行业及产品有着深刻的理解与认识。凭借多年来对保温器皿相关技术的潜心研究、技术工艺迭代以及敏锐的市场洞察力，使公司逐渐赢得市场认可，产品及服务也更贴近市场需求。公司凭借多年的运营经验，及时根据未来市场需求变化调整研发方向及产品品类，快速适应多变的行业竞争环境。对产品及行业的深刻感知能力可以让公司更及时、准确、高效的确定符合市场需求的研发方向。

（3）健全的研发管理及激励制度为本项目实施提供基本保障

公司经过多年的发展，目前已具备较为成熟的研发管理体系。为了使研发工作的目标和任务量化、具体化、制度化、规范化，公司先后制定了《企业研究开发组织管理制度》、《科研经费投入核算体系管理办法》、《科技成果转化的组织实施与激励奖励制度》、《人才引进管理办法》、《人才培养与提升管理制度》、《人力资源开发与培训管理制度》、《科技人员绩效考核管理制度》、《关于鼓励员工内部创业的管理办法》等相关制度性文件，实现对研发立项、研发经费管理、研发人员管理、项目成果维护等研发过程的有效管控，为本项目实施提供制度保障。

（4）先进的研发设计理念及管控能力为项目实施打下坚实基础

公司与海外多家大型品牌商保持长期稳定的合作关系，公司的核心产品不锈钢真空保温器皿目前主要销往欧美、日韩等发达国家和地区。一方面，海外大型品牌商针对不锈钢真空保温器皿在产品设计上、产品功能上、产品种类上有着独特和先进的设计理念，公司与海外客户秉承合作共赢的合作精神，与海外客户的合作过程中通过互相学习并引入欧美发达国家不锈钢真空保温器皿先进的设计理念，对公司日后研究开发的新方向提供新的思路；另一方面，公司作为国外高端不锈钢真空保温器皿品牌商的供应商，经历过国外高端品牌商多个环节的资格审查和供货环节的严格品质管控要求。公司具备完善的产品检测制度和体系，对本项目的实施提供了重要的支持。

4、项目投资概算

本项目总投资为 5,876.96 万元，其中建设投资合计为 3,553.96 万元，占投资总额的比例为 60.47%；研发费用支出为 2,323.00 万元，占比为 39.53%。具体投资情况如下：

序号	项目	投入金额（万元）	占比
一	建设投资	3,553.96	60.47%
1	工程费用	3,384.73	57.59%
1.1	设备购置费	3,223.55	54.85%
1.2	设备安装工程费	161.18	2.74%
2	预备费	169.23	2.88%
二	研发费用支出	2,323.00	39.53%
项目总投资		**5,876.96**	**100.00%**

其中：设备购置费投入估算为 3,223.55 万元，具体情况如下表：

序号	设备名称	数量	单位	总价（万元）
1	研发相关设备	92	台/套	2,200.00
2	检测相关设备	100	台/套	900.55
3	软件	140	台/套	123.00
合计		**332**	**-**	**3,223.55**

此外，研发费用支出主要为研发课题实施费用，包括“无线通讯个性化定制智能杯”、“等离子处理提升印刷及附着力的研究”及“纳米喷涂不粘水涂料的应用与研究”等研发项目，金额合计为 2,323.00 万元。

5、项目实施方案

（1）项目实施主体

本项目由发行人负责实施。

（2）项目实施进度

本项目计划建设周期为 24 个月，项目主要建设内容及实施进展安排如下：

内容	T+1 年	T+2 年				T+3 年
		Q1	Q2	Q3	Q4	
土建及装修	■					
硬件采购、安装、调试		■	■	■	■	
人员调动、招募及培训				■	■	
项目课题实施阶段						■

6、项目经济效益评价

本项目为研发检测中心项目，项目不直接产生利润，不进行单独财务评价。

本项目实施完成后，效益主要体现为公司整体研发实力和创新能力的大幅提高，有利于公司开发新的产品，创造新的利润增长点，提高公司的整体核心竞争力和可持续发展能力。

7、项目的环保情况

本项目于 2020 年 4 月 20 日取得金华市生态环境局出具的《浙江省“区域环评+环境标准”改革项目环境影响登记表备案通知书》（编号：金环建武备 2020062）。

（三）补充流动资金

1、项目概况

公司拟使用 5,000 万元募集资金用于补充流动资金，以支持公司现有业务的发展，并控制负债规模和节省财务费用。补充流动资金金额是公司结合运营的历史数据和业务发展规划，考虑行业发展趋势、自身经营特点、财务状况等估算所得。

2、补充流动资金的必要性

（1）满足公司业务持续增长对流动资金的需求

公司 2017 年至 2019 年分别实现营业收入 34,007.16 万元、37,644.88 万元和 40,496.11 万元，公司业务稳定增长。随着公司经营规模的不断扩大，公司营运资金需求也相应增加，为了保障公司具备充足的资金以满足核心业务增长与业务战略布局所带来的营运资金需求，公司拟通过本次公开发行募集资金补充流动资金。

（2）降低财务费用，增加公司经营效益

公司业务快速发展，但公司融资渠道相对比较单一，主要通过外部借款融资。本次募集部分资金用于补充流动资金，有利于提高公司流动比率、速动比率，优化公司资产结构，减少负债带来的财务风险，提升公司利润水平。同时，补充流动资金有利于增强公司整体资金实力，进一步深化产品研发、丰富产品结构、扩大业务规模和引进高端销售、科研、管理人才，进一步增加公司核心竞争力。

（3）提高公司竞争能力，推动公司可持续发展

鉴于不锈钢真空保温器皿市场需求持续增长，市场竞争将不断加剧。公司经过多年的发展，目前拥有较为稳定的客户资源，产品主要销往欧美、日韩等发达国家和地区。根据公司的经营战略及未来发展的规划，公司将进一步拓宽海外业务，大力拓展自有品牌，提升公司的市场竞争能力。随着公司业务规模的持续扩大，必须要有足够的营运资金作为保障。补充流动资金将有利于满足公司不断扩张的业务资金需求，实现公司可持续发展的战略规划，并有助于把握市场机遇，进一步提升公司竞争实力及市场份额。

3、流动资金的管理安排

对于该部分流动资金，公司将严格按照中国证监会、深交所有关规定及公司《募集资金使用管理制度》进行管理，根据公司业务发展需要合理运用，上述流动资金将存放于董事会决定的专项账户。公司使用上述流动资金时，将严格按照《募集资金使用管理制度》履行必要的审批程序。

4、对公司财务状况及经营成果的影响

本次募集资金补充流动资金后，无法在短期内产生经济效益，因此在短期内面临净资产收益率下降的风险。但从长期看，补充流动资金有利于进一步推进公司主营业务的发展，提高公司的竞争优势，对公司的生产经营将产生积极意义。同时，公司净资产将大幅增加，提高了公司的偿债能力及抗风险能力，公司的资产流动性进一步提高。

5、对提升公司核心竞争力的作用

本次募集资金补充流动资金后，将改变公司过去主要依靠自身积累或外部借款获得发展所需资金的局面，为公司持续快速发展提供有力支持。同时公司将进一步提高核心技术产品的研发投入并扩大市场竞争优势，提升公司的研发和创新能力，进一步增强公司的核心竞争力和持续盈利能力。

（四）募集资金投资项目对公司财务状况和经营成果的影响

1、对公司财务状况的影响

（1）对公司固定资产折旧费用的影响

公司本次募集资金除补充流动资金外，主要用于厂房建设、购买生产设备及研发检测设备等，预计每年新增固定资产折旧 2,145.10 万元。募集资金投资项目完成后，公司固定资产规模较目前有较大增加，但由于募集资金投资项目具有良好的市场前景，能够产生较好的营业毛利，在消化新增折旧费用后，仍然具有较高的利润水平。

本次募集资金投资项目预计 5 年后全部达产，预计届时项目运营期平均每年新增销售收入可达 39,283.98 万元，运营期平均每年新增净利润 5,981.63 万元，销售净利率为 15.23%，因此本次募集资金投资项目有效实施后，不仅能够消化上述折旧摊销费用，而且将大幅增加公司的主营业务利润。

（2）对公司每股净资产及净资产收益率的影响

本次募集资金到位后，公司净资产及每股净资产将大幅提高，从而提升了公司的偿债能力、抗风险能力，使公司整体规模和股本扩张能力得到进一步增强。

由于本次募集资金投资项目有一定的建设期，短期内无法正常产生效益。同时由于净资产总额上升，将会在短期内对净资产收益率造成一定的压力。预计本次募集资金投资项目达产后，公司主营业务收入将有较大幅度的增长，净资产收益率将得到有效提升。

（3）对财务结构的影响

本次募集资金到位后，公司净资产将增加，在没有负债增加的情况下，公司资产负债率将大幅度下降，有效防范财务风险，进一步增强公司抗风险能力，提高公司市场竞争力。

同时，公司货币资金大幅增加，短期内流动比率将大幅度提高。根据本次募集资金使用计划，募集资金主要用于厂房建设、购置生产设备、研发检测设备及补充流动资金，货币资金将逐步转化为固定资产及流动资产。

（4）募集资金投资项目实施后，公司工艺、流程等变化情况

募集资金投资项目主要包括“年产 1,000 万只不锈钢真空保温杯生产基地建设项目”和“研发检测中心项目”。“年产 1,000 万只不锈钢真空保温杯生产基地建设项目”是本次新增扩产项目，项目的实施仍将采取公司目前现有运行模式，不会导致公司工艺、流程等发生变化，募投项目的实施将扩大公司的生产能力，进一步提升公司经营业绩。同类可比公司运行模式与公司目前运行模式相近，不存在重大差异。

“研发检测中心项目”主要通过研发场地、研发设备、检测设备、配套软件等方面的投入，搭建更为先进的研发平台，研发流程未发生重大变化，有助于进一步提升公司的研发实力，增强公司的技术实力和核心竞争力，同时，公司研发流程与同类可比公司类似，不存在重大差异。

2、对公司经营成果的影响

本次募投项目是围绕公司主营业务展开，是针对公司现有主要产品的产能扩张和技术升级，巩固现有客户群体的基础、提升客户质量体验，加强公司在不锈钢真空保温器皿领域的研发能力，增强公司的市场竞争力。本次募集资金的投入，将进一步扩大公司的生产规模，大幅度优化和升级公司业务结构，提升公司不锈钢真空保温器皿的生产制造能力，进一步开拓自主品牌，有效提高公司核心业务竞争能力，巩固公司的行业地位。

三、未来发展战略规划

（一）公司发展目标与发展战略

公司以“追求全员精神、物质双丰收，为人类健康饮水饮食做出贡献”为使命，以“做世界一流的饮品、食品容器”为企业愿景，以“客户第一、诚信、团队合作、创新、快乐工作”为价值观。

公司的总体战略为：坚持贴近市场流行趋势和个性化、专业化的设计理念，着力提高各主题和功能系列产品的市场影响力，以现有的产品为基础，纵深发展，形成产品系列，强化公司的品牌特色。同时，以保温杯系列新产品的研发为重点，以自动化装备和研发经费为保证，培养和引进高阶人才，建立具有高科技含量的生产平台，力争保温杯、食品容器的生产量、出口量居全国前列。

公司的发展目标为：在稳固和持续增长的市场基础上，实施大客户、大项目战略，进一步扩大国际市场的份额；实施品牌战略，扩大自主品牌时尚、高品质、技术领先的品牌内涵，迅速提高在国内的知名度并完善国内的营销渠道网络；致力于发展自主品牌走向国际市场；加强“OEM 品牌化”的精耕细作，拓展与国际知名品牌的战略合作，实现 OEM 到 ODM 及自有品牌的突破；加强电子商务、微营销等创新营销模式；加强设备改造，推进机器换人；对供应链体系进行完善；实施信息化战略；深入导入卓越绩效模式，提高企业管理成熟度。

（二）公司未来发展规划

公司在继续做好国外优质不锈钢真空保温器皿大客户 OEM/ODM 服务的同时，大力拓展自有品牌，实现公司发展战略。

公司计划以中国、日本及其他东南亚国家为自主品牌的主要市场，着力提高各主题和功能系列产品的市场影响力，以现有的产品为基础，形成产品系列，强化 miGo 及 ONE2GO 的自有品牌特色，同时高度重视新颖产品的开发研制，注重拓展现有产品的应用范围，增加现有产品市场的适应性，扩大自有品牌产品的市场应用和份额。以用户为中心，重视对用户体验反馈进行调查研究，提升用户满意度，培养品牌忠诚度。

公司将继续积极实行国外市场大客户战略，扩大欧美市场优质客户的 OEM/ODM 业务份额。根据欧美用户的消费习惯，以保温杯的保冷性能作为新产品的研发为重点，以装水容器为主向其他各类专项保冷饮品容器拓展。以自动化装备和研发经费为保证，建立具有高新技术含量的生产平台，提升生产中心的精益化管理水平，提高客户满意度。积极扩大现有客户合作规模，深挖现有客户潜力，发挥公司的开发和制造优势，帮助客户在终端市场提升竞争力和市场占有份额。

（三）实施上述规划拟采取的措施

1、实施上述规划可能面临的主要困难

（1）公司自主品牌的开发和宣传力度有待进一步加强，由于市场推广时间和营销渠道铺设时间较短，自有品牌市场影响力有待进一步提高。公司在线上线下拓展业务时，与同行业头部企业相比，公司在营销渠道、市场资源、客户关系

等方面有待加强。

（2）随着消费者消费档次的不断提升及审美品位的不断转变，不锈钢真空保温器皿产品品质和设计能力将是未来发展的趋势，在产品研发、营销网络、电商信息化、大规模自动化生产、公司管理方面都急需专业的高端人才。富有创造力、具备丰富技术和研发经验的高级技术、营销和管理人才的引进和培养，以及完善长效激励机制，将是公司发展过程中的重点工作。

（3）不锈钢真空保温器皿行业对原材料、生产设备、生产技术等要求越来越高，对资金的需求也越来越大。公司现有业务发展所需资金基本通过自有资金及外部借款解决，需积极开拓多种融资渠道，才能满足公司业务发展的资金需求，达到业务发展的预期目标。

2、确保实现上述发展规划拟采取的措施

为确保实现上述发展规划，公司拟采用下列措施：以本次发行上市为契机，建立和完善公司法人治理结构，提高公司品牌影响力，积极拓宽融资渠道；大力推进机制和体制创新，加强人才引进和培养力度，积极构建国内一流的人才队伍，尽快形成一支更加精锐的适应市场竞争和企业发展需要的人才队伍；充分利用公司的客户合作、品牌、技术等资源优势，加强市场开拓力度，不断提升公司市场份额。

（四）上述发展规划与现有业务的关系

上述发展规划是在分析公司现有业务水平和资产规模，结合行业发展趋势和公司发展需求，紧密围绕巩固并提升公司在不锈钢真空保温器皿领域行业地位的发展战略制定的。公司现有业务为未来发展规划的实施提供了坚实的基础。

公司发展规划是在公司现有业务的基础上按照公司发展战略和目标制定的，其顺利实施将扩大公司现有经营规模，增强公司的盈利能力，为公司的可持续发展提供源动力，并将全面提升公司在不锈钢真空保温器皿行业的市场地位。

第十节 投资者保护

一、投资者关系的主要安排

（一）信息披露制度和流程

为保障投资者，尤其是中小投资者的权益，促进发行人诚信自律、规范运作，规范发行人及相关义务人的信息披露工作，加强信息披露事务管理，保护投资者合法权益，发行人按照《公司法》、《证券法》、《上市公司信息披露管理办法》、《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》、《创业板上市公司持续监管办法（试行）》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等法律、法规、规范性文件的规定，制订了上市后适用的《公司章程（草案）》、《信息披露管理制度》、《投资者关系管理制度》。对保障投资者依法享有获取发行人信息、取得资产收益、参与重大决策、选择管理者等权利方面作出相关的规定；并明确了信息披露的基本原则、信息披露的内容及披露标准、审核与披露程序、信息披露的管理和责任、信息保密等，以保障投资者及时、真实、准确、完整地获得公司相关资料和信息。

发行人将根据中国证监会和深圳证券交易所的有关要求进一步完善和严格执行信息披露管理制度和投资者关系管理制度。

（二）投资者沟通渠道的建立情况

根据公司制定的《投资者关系管理制度》，公司董事长为投资者关系管理的第一责任人，公司董事会秘书为公司投资者关系管理事务的具体负责人。公司证券事务部为投资者关系管理部门和具体工作部门，负责组织、协调公司投资者关系管理的日常事务。

负责信息披露和投资者关系管理的部门：证券事务部

部门负责人：金学军

联系电话：0579-8907 5611

（三）未来开展投资者关系管理的规划

根据《公司法》、《证券法》、《上市公司信息披露管理办法》、《深圳证券交易

所创业板股票上市规则》及《上市公司与投资者关系工作指引》等相关法律、法规及规范性文件的规定，发行人制定了《投资者关系管理制度》，以规范、完善公司在与投资者沟通方面的基本原则、要求及内容等。

公司股票如果能成功发行并在创业板上市，公司将根据中国证监会和深圳证券交易所的有关要求进一步完善和严格执行信息披露制度和投资者关系管理制度，更好地履行信息披露义务。公司将按照公平、公开、公正的原则开展投资者关系管理工作，平等对待所有投资者，并遵循相关法律、法规及中国证监会和深圳证券交易所的相关规定，保障所有投资者的知情权和合法权益。

二、股利分配及发行前滚存利润安排

（一）本次发行前滚存未分配利润的安排

根据公司 2019 年年度股东大会决议，公司首次公开发行股票前形成的滚存未分配利润由公司公开发行股票并上市后的新老股东按持股比例共享。

（二）发行人本次发行后的股利分配政策

根据公司 2019 年年度股东大会审议通过的《浙江嘉益保温科技股份有限公司章程（草案）》和《浙江嘉益保温科技股份有限公司上市后未来三年分红回报规划》，公司上市后利润分配政策及分红回报规划如下：

1、利润分配原则

公司将实行持续、稳定的股利分配政策，公司的股利分配应重视对投资者的合理投资回报，并兼顾公司的可持续发展。在满足公司正常生产经营的资金需求情况下，如无重大投资计划或重大现金支出等事项，公司将积极采取现金、股票等方式分配股利。

2、利润分配的形式

公司可以采用现金、股票以及两者相结合的方式分配股利，并优先采用现金方式分配股利。

3、利润分配顺序

公司将在可分配利润范围内，充分考虑投资者的需要，并根据有关法律、法

规和《公司章程》，以公司缴纳所得税后的利润，按下列顺序分配：

（1）公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。

（2）公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年净利润弥补。

（3）公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，可以从税后利润中提取任意公积金。

（4）公司弥补亏损、提取公积金所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但《公司章程》规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

4、利润分配的期间间隔

在符合利润分配条件的情况下，公司每年度进行一次分红，公司董事会可以根据公司的资金需求状况提议公司进行现金、股票或现金和股票相结合等方式的中期利润分配。

5、现金分红的条件与比例

如无重大投资计划或重大资金支出，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 10%。公司发放现金分红的具体条件如下：

（1）公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所剩余的税后利润）为正值、且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；

（2）审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

（3）公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）。重大投资计划、重大现金支出及重大资金支出安排指以下情形之一：公司未来十二个月内拟对外投资、购买资产等交易累计支出达到或超过公司最近一期经审计

净资产的 50%，且超过人民币 3,000 万元。

同时，董事会应当综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照《公司章程》规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

（4）公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次分配所占比例不低于 20%。

6、发放股票股利的条件

在公司盈利、现金流满足公司正常经营和长期发展的前提下，公司应当采取现金方式分配股利；若董事会认为公司未来成长性较好、每股净资产偏高、公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在符合公司现金分红政策的前提下，制定股票股利分配预案。

7、未分配利润的用途

公司当年用于分配后剩余的未分配利润将根据公司当年实际发展情况和需要，主要用于保证公司正常开展业务所需的营运资金，补充公司资本以增强公司资本实力，用于合理业务扩张所需的投资以及其他特殊情况下的需求，具体使用计划安排、原则由董事会根据当年公司发展计划和公司发展目标拟定。

三、发行人报告期内的股利分配情况

报告期内，公司未进行过利润分配。

四、发行人股东投票机制的建立情况

按照《公司法》和《公司章程（草案）》的规定，公司建立了完善的中小投

资者单独计票机制、网络投票制等股东投票机制，保障投资者尤其是中小投资者参与公司重大决策等事项的权利。公司股东大会表决中，累积投票制、单独计票机制、网络投票方式及征集投票权的相关安排情况如下：

（一）累积投票机制

股东大会选举二名及以上董事或者监事时实行累积投票制度，是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。公司采用累积投票制选举董事或监事时，每位股东有一张选票；该选票应当列出该股东持有的股份数、拟选任的董事或监事人数，以及所有候选人的名单，并足以满足累积投票制的功能。

如公司采取累积投票制选举董事及独立董事，独立董事与非独立董事应分别选举，以保证独立董事在公司董事会中的比例。

（二）单独计票机制

股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

（三）网络投票方式

股东大会将设置会场，以现场会议形式召开。现场会议时间、地点的选择应当便于股东参加。股东大会通知发出后，无正当理由的，股东大会现场会议召开地点不得变更。确需变更的，召集人应当于现场会议召开日两个交易日前发布通知并说明具体原因。公司还将提供网络投票等其他的方式为股东参加股东大会提供便利。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。

公司应在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，优先提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段，为股东参加股东大会提供便利。

（四）征集投票权

公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

五、特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排

截至本招股说明书签署日，公司不存在特别表决权股份、协议控制架构或其他类似特殊安排。

六、重要承诺

（一）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

1、控股股东、实际控制人承诺

（1）控股股东嘉韶云华承诺

①自嘉益股份股票在证券交易所上市之日起三十六个月内，不转让或委托他人管理本公司直接或者间接持有的嘉益股份首次公开发行前已发行的股份，也不由嘉益股份回购该部分股份。

②嘉益股份上市后 6 个月内如股票连续 20 个交易日的收盘价均低于首次公开发行股票的发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于首次公开发行股票的发行价，本公司持有的嘉益股份股票的锁定期限自动延长 6 个月。

③对于嘉益股份首次公开发行前本公司所持的嘉益股份股票，在股票锁定期满后的两年内，本公司减持已解除限售的股份的价格不低于首次公开发行股票的发行价。

自嘉益股份上市至本公司减持期间，嘉益股份如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，上述承诺对应的发行价将按交易所的相关规定进行调整。

（2）实际控制人戚兴华、陈曙光承诺

①自嘉益股份股票在证券交易所上市之日起三十六个月内，不转让或委托他人管理本人直接或者间接持有的嘉益股份首次公开发行前已发行的股份，也不由嘉益股份回购该部分股份。

②嘉益股份上市后 6 个月内如股票连续 20 个交易日的收盘价均低于首次公开发行股票的发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后

第一个交易日）收盘价低于首次公开发行股票的发行价，本人持有的嘉益股份股票的锁定期限自动延长 6 个月。

③对于嘉益股份首次公开发行前本人所持的嘉益股份股票，在股票锁定期满后的两年内，本人减持已解除限售的股份的价格不低于首次公开发行股票的发行价。

自嘉益股份上市至本人减持期间，嘉益股份如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，上述承诺对应的发行价将按交易所的相关规定进行调整。

④在本人担任嘉益股份董事、监事或高级管理人员期间，本人将依法及时向嘉益股份申报所持有的嘉益股份股数及其变动情况，在任职期间（且承诺的所有股份锁定期结束后）每年转让嘉益股份的股数不超过本人持有嘉益股份股票总数的百分之二十五；离职后六个月内，不转让本人所持有的嘉益股份股票，也不由嘉益股份回购。

⑤若本人在任期届满前离职的，在本人就任时确定的任期内和任期届满后六个月内应继续遵守上述限制性规定。

⑥不论本人在嘉益股份的职务是否发生变化或者本人是否从嘉益股份离职，本人均将严格履行相关承诺，并严格遵守中国证监会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关规定减持发行人股票。

2、其他股东嘉金投资承诺

（1）自嘉益股份股票在证券交易所上市之日起三十六个月内，本合伙企业不转让或委托他人管理本合伙企业直接或者间接持有的嘉益股份首次公开发行前已发行的股份，也不由嘉益股份回购该部分股份。

（2）嘉益股份上市后 6 个月内如股票连续 20 个交易日的收盘价均低于首次公开发行股票的发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于首次公开发行股票的发行价，本合伙企业持有的嘉益股份股票的锁定期限自动延长 6 个月。

（3）对于嘉益股份首次公开发行前本合伙企业所持的嘉益股份股票，在股票锁定期满后的两年内，本合伙企业减持已解除限售的股份的价格不低于首次公开发行股票的发行价。

自嘉益股份上市至本合伙企业减持期间，嘉益股份如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，上述承诺对应的发行价将按交易所的相关规定进行调整。

（二）持股 5%以上股东关于持股意向及减持意向的承诺

截至本招股说明书签署日，持有公司股份 5%以上的股东为嘉韶云华、嘉金投资、戚兴华、陈曙光，持股意向及减持意向如下：

在本公司/本合伙企业/本人持有的嘉益股份股权的限售期届满之日起两年内，若本公司/本合伙企业/本人根据自身财务状况拟减持嘉益股份股份，减持数额上限为届时法律法规规定的本公司/本合伙企业/本人能够转让的全部股份，减持股份的条件、方式、价格及期限如下：

1、减持股份的条件

本公司/本合伙企业/本人将严格遵守法律法规的相关规定，在限售期限内不减持嘉益股份股份。在限售期满后，本公司/本合伙企业/本人将综合考虑市场情况以及财务状况等因素后作出减持股份的决定。

2、减持股份的方式

本公司/本合伙企业/本人持所持有的嘉益股份股份的方式包括但不限于二级市场竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等，并符合相关法律、法规、规章的规定。

3、减持股份的价格

本公司/本合伙企业/本人减持所持有的嘉益股份股份的价格根据当时的二级市场价格确定，并应符合相关法律、法规、规章的规定。本公司/本合伙企业/本人在嘉益股份首次公开发行前所持有的嘉益股份股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价（指嘉益股份首次公开发行股票的发行价格）。

4、减持股份的期限

本公司/本合伙企业/本人在减持所持有的嘉益股份股份前，应提前三个交易日予以公告，自公告之日起六个月内完成，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。

5、未履行股份减持承诺的约束措施

如本公司/本合伙企业/本人违反上述承诺的，将自愿将减持嘉益股份股票所获得的收益全部归属于嘉益股份。

（三）首次公开发行后填补被摊薄即期回报的措施及承诺

公司将采取以下措施降低本次发行摊薄即期回报的影响：

“（1）巩固并拓展公司业务，提升公司持续盈利能力

近年来，随着公司经营规模的逐步扩大、与优质客户保持的长期、稳定的合作关系，公司新产品设计、开发能力的进一步提高，公司已在保温容器行业具备了一定的地位和知名度。在未来的经营中，公司将继续增强创新能力和研发实力，进一步优化产品结构，加强成本管理，提升公司产品的市场占有率，提高企业的核心竞争力，提升公司盈利能力，巩固行业领先地位，为股东带来持续回报。

（2）加强募集资金管理，提高募集资金使用效率

根据相关法规的要求，公司制定了《募集资金使用管理制度》，对募集资金的专户存储、使用、用途变更、管理和监督进行了明确的规定。为保障公司规范、有效使用募集资金，本次公开发行募集资金到位后，公司董事会将持续加强公司对募集资金的管理，进行专项存储、保障募集资金用于指定的投资项目、定期对募集资金进行内部审计、配合监管银行和保荐机构对募集资金使用的检查和监督，以保证募集资金合理规范使用，合理防范募集资金使用风险。

本次发行募集资金到位后，公司将积极推进募集资金投资项目的建设和实施，提高募集资金使用效率，尽快实现项目效益，增厚公司业绩，维护公司全体股东利益。

（3）完善利润分配政策，强化投资者回报机制

为了保证股东利益，明确公司首次公开发行并上市后对新老股东权益分红的

回报，落实《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》的相关要求，进一步细化《浙江嘉益保温科技股份有限公司章程（草案）》中关于利润分配原则的条款，增加利润分配决策透明度、可预见性和可操作性，便于股东对公司经营和分配进行监督，公司制定了《浙江嘉益保温科技股份有限公司上市后未来三年分红回报规划》。公司将持续重视对投资者的合理回报，严格执行相关规定，保持利润分配政策的稳定性和连续性，切实维护投资者合法权益，强化投资者权益保障机制。

（4）不断完善公司治理，为公司发展提供制度保障

公司将严格遵循《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《上市公司治理准则》等法律、法规和规范性文件的要求，不断完善公司治理结构，确保股东能够充分行使权利，确保董事会能够按照法律、法规和公司章程的规定行使职权、做出科学、迅速和谨慎的决策，确保独立董事能够认真履行职责，维护公司整体利益，尤其是中小股东的合法权益，确保监事会能够独立有效地行使对董事、经理和其他高级管理人员及公司财务的监督权和检查权，为公司发展提供制度保障。”

同时，公司提示投资者制定填补被摊薄即期回报的措施不等于对公司未来利润做出保证。

公司董事及高级管理人员将忠实、勤勉地履行职责，维护公司和全体股东的合法权益，并对公司填补回报措施能够得到切实履行作出承诺，具体如下：

“1、承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

2、承诺对本人的职务消费行为进行约束；

3、承诺不动用公司资产从事与履行职责无关的投资、消费活动；

4、承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

5、若公司后续推出股权激励政策，承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

若违反上述承诺，本人将在嘉益股份股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉；若违反上述承诺给公司或者股东造成损失的，本人将依法承担补偿责任”。

公司控股股东嘉韶云华承诺：

“1、本公司不会越权干预嘉益股份经营管理活动，不会侵占嘉益股份之利益；

2、本公司将切实履行对嘉益股份填补回报的相关措施。

若违反上述承诺，本公司将在嘉益股份股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉；若违反上述承诺给公司或者股东造成损失的，本公司将依法承担补偿责任”。

公司实际控制人戚兴华、陈曙光承诺：

“1、本人不会越权干预嘉益股份经营管理活动，不会侵占嘉益股份之利益；

2、本人将切实履行对嘉益股份填补回报的相关措施。

若违反上述承诺，本人将在嘉益股份股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉；若违反上述承诺给公司或者股东造成损失的，本人将依法承担补偿责任”。

（四）对欺诈发行上市的股份购回承诺

公司承诺：本次公开发行股票并在创业板上市不存在任何欺诈发行的情形。如公司不符合公开发行上市条件，以欺诈手段骗取发行注册并已发行上市的，公司将在中国证监会等有权部门确认后 5 个工作日内启动股份购回程序，购回公司本次公开发行的全部新股。

公司控股股东嘉韶云华、实际控制人戚兴华、陈曙光承诺：嘉益股份本次公开发行股票并在创业板上市不存在任何欺诈发行的情形。

如嘉益股份不符合公开发行上市条件，以欺诈手段骗取发行注册并已发行上市的，本公司/本人将在中国证监会等有权部门确认后 5 个工作日内启动股份购回程序，购回嘉益股份本次公开发行的全部新股。

（五）关于利润分配政策的承诺

本公司已根据相关规定制订了本次公开发行上市后生效的《公司章程（草案）》，其中对公司利润分配政策进行了详尽的约定，具体详见本招股说明书 “第十节 投资者保护”之“二、（二）发行人本次发行后的股利分配政策”。

（六）发行人、控股股东、董事、高级管理人员关于稳定股价的预案

为维护公司上市后股价的稳定，保护广大投资者尤其是中小投资者的利益，公司特制定《浙江嘉益保温科技股份有限公司上市三年内稳定股价的预案》，该预案的主要内容如下：

1、触发和停止股价稳定措施的具体条件

自公司首次公开发行股票并在创业板上市之日起三年内，若公司股票连续二十个交易日的收盘价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照股票上市地证券交易所的有关规定作相应调整，下同）均低于公司上一个会计年度终了时经审计的每股净资产（每股净资产=合并财务报表中的归属于母公司普通股股东权益合计数÷年末公司股份总数，下同）时，为维护广大股东利益，增强投资者信心，维护公司股价稳定，公司将及时启动股价稳定措施。

如股价稳定方案尚未正式实施前或股价稳定方案实施后，公司股票连续五个交易日的收盘价均高于上一年度财务报告披露的每股净资产时，则可中止实施本阶段股价稳定方案。中止实施股价稳定方案后，如再次出现公司股票收盘价格连续二十个交易日低于公司上一年度财务报告披露的每股净资产时，则应继续实施股价稳定方案。

2、股价稳定方案的具体措施

在启动股价稳定措施的前提条件满足时，公司应在十个交易日内，根据当时有效的法律法规和《预案》，与控股股东、董事、高级管理人员协商一致，提出稳定公司股价的具体方案，履行相应的审批程序和信息披露义务。股价稳定措施实施后，公司的股权分布应当符合上市条件。

当公司需要采取股价稳定措施时，可以视公司实际情况、股票市场情况，按

以下顺序实施股价稳定措施。

（1）公司回购股份

公司应在启动股价稳定措施条件发生之日起的十个交易日内召开董事会，讨论公司向社会公众股东回购公司股份的方案，公司董事会应当在作出决议后及时公告董事会决议、回购股份预案（应包括拟回购的数量范围、价格区间、完成时间等信息）或不回购股份的理由，并发布召开股东大会的通知。

在股东大会审议通过股份回购方案后，公司依法通知债权人，向证券监督管理部门、证券交易所等主管部门报送相关材料，办理审批或备案手续。在完成必需的审批、备案、信息披露等程序后，公司方可实施相应的股份回购方案。

公司回购股份的资金为自有资金，回购股份的价格不超过上一个会计年度终了时经审计的每股净资产的价格，回购股份的方式为以法律法规允许的交易方式向社会公众股东回购股份。公司用于回购股份的资金金额不高于回购股份事项发生时上一个会计年度经审计的归属于母公司所有者净利润的 20%。超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。如果公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件的，公司可不再实施向社会公众股东回购股份。回购股份后，公司的股权分布应当符合上市条件。

公司将根据《公司法》、《证券法》、《上市公司回购社会公众股份管理办法(试行)》、《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》等法律、法规、规范性文件的规定向社会公众股东回购公司部分股票，并应保证回购结果不会导致公司的股权分布不符合上市条件。

（2）控股股东增持公司股份

公司启动股价稳定措施后，当公司根据股价稳定措施（1）完成公司回购股份后，公司股票连续十个交易日的收盘价仍低于公司上一会计年度经审计的每股净资产时，或无法实施股价稳定措施（1）时，公司控股股东浙江嘉韶云华投资管理有限公司应在五个交易日内，提出增持公司股份的方案（包括拟增持公司股份的数量、价格区间、时间等），并依法履行证券监督管理部门、证券交易所等主管部门的审批手续，在获得批准后的三个交易日内通知公司，公司应按照相关规定披露控股股东增持公司股份的计划。在公司披露控股股东增持公司股份计划

的三个交易日后，控股股东开始实施增持公司股份的计划。

控股股东增持公司股份的价格不高于公司上一会计年度终了时经审计的每股净资产，用于增持股份的资金金额不高于公司控股股东自公司上市后累计从公司所获得现金分红税后金额的 20%，且单一会计年度内累计增持公司股份不超过公司总股本的 2%。如果公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件，控股股东可不再增持公司股份。控股股东增持公司股份后，公司的股权分布应当符合上市条件。

公司控股股东增持公司股份应符合相关法律法规的规定。

（3）董事（不包括独立董事）、高级管理人员增持公司股份

公司启动股价稳定措施后，当公司根据股价稳定措施（2）完成控股股东增持公司股份后，公司股票连续 10 个交易日的收盘价仍低于公司上一会计年度经审计的每股净资产时，或无法实施股价稳定措施（2）时，公司时任董事（不包括独立董事）、高级管理人员（包括《预案》承诺签署时尚未就任或未来新选聘的公司董事、高级管理人员）应通过法律法规允许的交易方式买入公司股票以稳定公司股价。公司董事（不包括独立董事）、高级管理人员买入公司股份后，公司的股权分布应当符合上市条件。

公司董事（不包括独立董事）、高级管理人员通过法律法规允许的交易方式买入公司股份，买入价格不高于公司上一会计年度终了时经审计的每股净资产，各董事（不包括独立董事）、高级管理人员用于购买股份的金额不高于其上一会计年度从公司领取税后薪酬额的 30%。如果公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件，董事（不包括独立董事）、高级管理人员可不再买入公司股份。

公司董事（不包括独立董事）、高级管理人员买入公司股份应符合相关法律、法规的规定，需要履行证券监督管理部门、证券交易所等主管部门审批的，应履行相应的审批手续。因未获得批准而未买入公司股份的，视同已履行《预案》及承诺。

3、应启动而未启动股价稳定措施的约束措施

（1）公司、控股股东、董事（不包括独立董事）、高级管理人员将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因

并向公司股东和社会公众投资者道歉。

（2）如果控股股东未采取上述稳定股价的具体措施的，则控股股东持有的公司股份不得转让，直至其按《预案》的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕。

（3）如果董事（不包括独立董事）、高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施的，公司将在前述事项发生之日起十个交易日内，停止发放未履行承诺董事、高级管理人员的薪酬，同时该董事、高级管理人员持有的公司股份不得转让，直至该董事、高级管理人员按《预案》的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕。

（4）上述承诺为公司、控股股东、董事、高级管理人员做出的承诺，系公司、控股股东、董事、高级管理人员的真实意思表示，相关责任主体自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺，相关责任主体将依法承担相应责任。

4、其他

触发前述股价稳定措施的启动条件时公司的控股股东、董事（不含独立董事）、高级管理人员，不因在稳定股价具体方案实施期间内不再作为控股股东、董事（不含独立董事）、高级管理人员和/或职务变更、离职等情形而拒绝实施上述稳定股价的措施。

公司在未来聘任新的董事（不包括独立董事）、高级管理人员前，将要求其签署承诺书，保证其履行公司首次公开发行股票并上市时董事（不包括独立董事）、高级管理人员已做出的稳定股价承诺，并要求其按照公司首次公开发行股票并上市时董事（不包括独立董事）、高级管理人员的承诺提出未履行承诺的约束措施。

（七）关于招股书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺

1、发行人承诺

如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对公司首次公开发行股票并上市构成重大、实质影响的，公司将依法回购首次公开发行的全部新股（如公司上市后发生除权事项的，上述回购数量相应调整）。公司将在有权部门出具

有关违法事实的认定结果后及时进行公告，并根据相关法律法规及《公司章程》的规定及时召开董事会审议股份回购具体方案，并提交股东大会。公司将根据股东大会决议及有权部门的审批启动股份回购措施，回购价格为发行价格加上首次公开发行完成日至股票回购公告日的同期银行活期存款利息。若公司股票有派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息事项的，回购的股份包括原限售股份及其派生股份，回购价格将相应进行调整。

如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。公司将在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关认定后，本着积极协商、先行赔付、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

2、控股股东嘉韶云华承诺

如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对公司首次公开发行股票并上市构成重大、实质影响的，嘉韶云华将督促公司依法回购首次公开发行的全部新股，同时购回上市后嘉韶云华减持的原限售股份。

如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，嘉韶云华将依法赔偿投资者损失。嘉韶云华将在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关认定后，本着积极协商、先行赔付、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

如违反上述承诺，嘉韶云华将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述赔偿措施向公司股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺发生之日起停止在公司领取股东分红和停止转让持有的公司股份，直至按上述承诺采取相应的购回或赔偿措施并实施完毕时为止。

3、实际控制人戚兴华、陈曙光承诺

如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对公司首次公开发行股票并上市构成重大、实质影响的，本人将督促公司依法回购首次公开发行的全部新股。

如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。本人将在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关认定后，本着积极协商、先行赔付、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

如违反上述承诺，本人将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述赔偿措施向公司股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺发生之日起督促控股股东停止在公司领取股东分红和停止转让其持有的公司股份，并同时停止在公司领取薪酬及股东分红、停止转让本人所持公司股份，直至按上述承诺采取相应的购回或赔偿措施并实施完毕时为止。

承诺人不因职务变更、离职等原因而放弃履行上述承诺。

4、董事、监事、高级管理人员承诺

如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。本人将在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关认定后，本着积极协商、先行赔付、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

如违反上述承诺，本人将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述赔偿措施向公司股东和社会公众投资者道歉，并同时停止在公司领取薪酬及股东分红（如有）、停止转让本人所持公司股份，直至按上述承诺采取相应的购回或赔偿措施并实施完毕时为止。

承诺人不因职务变更、离职等原因而放弃履行上述承诺。

（八）相关责任主体未履行公开承诺事项的约束措施

1、发行人未履行公开承诺约束措施

公司已就股价稳定、信息披露违规等作出了公开承诺，现就约束措施作如下承诺：

如果公司未履行首次公开发行股票招股说明书披露的承诺事项，公司将在股

东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并向公司投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益。

如果因公司未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将依法向投资者赔偿相关损失。

公司将对出现该等未履行承诺行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员采取调减或停发薪酬或津贴等措施，直至相关承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕。

公司将对未履行承诺事项或未承担相关赔偿责任的股东采取包括但不限于截留其从本公司获得的现金分红等措施，用于承担前述赔偿责任。

2、控股股东嘉韶云华未履行公开承诺约束措施

作为公司控股股东，已就股份锁定、持股意向、减持意向及减持承诺、股价稳定、信息披露违规等作出了公开承诺，现就此等承诺作如下约束措施：

如嘉韶云华在公司股票锁定期满后的两年内以低于发行价转让公司股票的，所得收入归公司所有，并将在获得收入的五日内将前述收入支付至公司指定账户。如果因未履行上述承诺事项给公司或者其他投资者造成损失的，将向公司或者其他投资者依法承担赔偿责任。

在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如嘉韶云华未按照上述预案采取稳定股价的具体措施，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；如果嘉韶云华未履行上述承诺的，将在前述事项发生之日起停止在公司领取股东分红，同时停止转让嘉韶云华持有的公司股份，直至按上述预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。

因首次公开发行并上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响，及/或致使投资者在证券交易中遭受损失的，若嘉韶云华未履行股份购回或赔偿投资者损失承诺，嘉韶云华将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述赔偿措施向公司股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺发生之日起停止在公司

领取股东分红，同时持有的公司股份将不得转让，直至按上述承诺采取相应的购回或赔偿措施并实施完毕时为止。

如违反上述承诺或违反嘉韶云华在公司首次公开发行股票时所作出的其他公开承诺，造成公司、投资者损失的，嘉韶云华将依法赔偿。

如本公司未能履行公开承诺事项，嘉韶云华应当向公司说明原因，并由公司将嘉韶云华未能履行公开承诺事项的原因、具体情况和相关约束性措施予以及时披露，同时，提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公众投资者的权益。

3、实际控制人戚兴华、陈曙光未履行公开承诺约束措施

如果本人未履行公司首次公开发行股票招股说明书披露的承诺事项，本人将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并向公司投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益。

如果本人因未履行相关承诺事项而获得收益的，所得收益归公司所有，并将在获得收益的五日内将前述收益支付至公司的指定账户。

如果因本人未履行相关承诺事项，致使公司或投资者遭受损失的，本人将依法向公司或者投资者赔偿相关损失。

4、董事、监事、高级管理人员未履行公开承诺的约束措施

因公司首次公开发行并上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响，及/或致使投资者在证券交易中遭受损失的，若本人未履行赔偿投资者损失承诺，本人将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述赔偿措施向公司股东和社会公众投资者道歉，并同时停止在公司领取薪酬、股东分红（如有），停止转让所持公司股份（如有），直至按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。

如本人违反上述承诺或违反本人在公司首次公开发行股票时所作出的其他公开承诺，造成公司、投资者损失的，本人将依法赔偿。

如本人未能履行公开承诺事项，本人应当向公司说明原因，并由公司将本人

未能履行公开承诺事项的原因、具体情况和相关约束性措施予以及时披露，同时，提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公众投资者的权益。

（九）本次发行相关中介机构的承诺

1、保荐机构的承诺

浙商证券股份有限公司承诺：

“如因浙商证券为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，浙商证券将依法赔偿投资者损失。”

2、律师事务所的承诺

北京市金杜律师事务所承诺：

“如因本所为浙江嘉益保温科技股份有限公司首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，经司法机关生效判决认定后，本所将依法赔偿投资者因本所制作、出具的文件所载内容有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏而遭受的损失。

有权获得赔偿的投资者资格、损失计算标准、赔偿主体之间的责任划分和免责事由等，按照《证券法》、《最高人民法院关于审理证券市场因虚假陈述引发的民事赔偿案件的若干规定》（法释[2003]2 号）等相关法律法规的规定执行，如相关法律法规相应修订，则按届时有效的法律法规执行。

本所将严格履行生效司法文书确定的赔偿责任，并接受社会监督，确保投资者合法权益得到有效保护。”

3、审计机构的承诺

天健会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：

“因本所为浙江嘉益保温科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。”

4、验资机构的承诺

天健会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：

“因本所为浙江嘉益保温科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。”

5、资产评估机构的承诺

坤元资产评估有限公司承诺：

“如因本公司为浙江嘉益保温科技股份有限公司首次公开发行制作、出具的《资产评估报告》（坤元评报[2017]600 号）有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失，如能证明本公司没有过错的除外。”

（十）其他承诺事项

1、关于消除和避免同业竞争的承诺

公司控股股东嘉韶云华、实际控制人戚兴华、陈曙光作出的《关于消除和避免同业竞争的承诺函》，详见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“八、同业竞争”之“（二）控股股东、实际控制人作出的避免同业竞争的承诺”。

2、关于减少和规范关联交易的承诺

公司实际控制人戚兴华、陈曙光夫妇、公司控股股东嘉韶云华、公司持股5%以上的股东嘉金投资就减少和规范关联交易作出的承诺，详见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之 “十、关联交易程序、独立董事对关联交易的意见”之“（四）规范和减少关联交易的措施”。

3、关于补缴社保及公积金的承诺

公司控股股东嘉韶云华、实际控制人戚兴华、陈曙光夫妇就公司补缴社会保险费和住房公积金作出如下承诺：如应有权部门要求或决定，公司需要为员工补缴社会保险和住房公积金，以及公司因此而须承担任何罚款、赔偿责任或损失，本公司或本人将足额补偿公司因此发生的支出或所受损失，且毋需公司支付任何对价，避免给公司带来任何损失或不利影响。

4、关于承担拆除临时建筑物损失的承诺

公司控股股东嘉韶云华、实际控制人戚兴华、陈曙光夫妇就承担公司拆除临时建筑物损失事项作出如下承诺：如若因政府有权部门对嘉益股份使用生产的临时建筑物责令拆除或对嘉益股份进行罚款，承诺人将以连带责任方式全额补偿嘉益股份由此产生的拆除费用、因生产停滞所造成的损失、全部罚款以及与之相关的所有损失。

第十一节 其他重要事项

一、重大合同

公司的重大合同是指对发行人生产经营活动、财务状况或未来发展等具有重要影响的合同。具体合同如下：

（一）销售合同

1、销售框架合同

公司主要客户通过订单形式与公司合作。公司与不锈钢真空保温器皿品牌商签订订单，并根据实际签订的订单进行生产、销售，每笔订单的履行周期相对较短。报告期内，通过与主要客户积极沟通，公司在原先的合作模式下与部分客户签订了框架合同。

报告期内公司已履行及截至本招股说明书签署日正在履行的销售框架合同及金额在 200 万美元以上的销售订单情况如下：

序号	客户	合同类型	合同标的	合同金额	合同期限/签订日期	履行情况
1	PMI	客户框架合同	不锈钢保温真空器皿、玻璃器皿、不锈钢器皿、塑料器皿等	以订单为准	2019.12.04-2022.12.31	正在履行
2	Formation Brands,LLC	订单	不锈钢保温真空器皿等	215.78 万美元	2018.07.01	履行完毕
3	Takeya	订单	不锈钢保温真空器皿等	204.89 万美元	2019.07.26	履行完毕
4		订单		257.63 万美元	2019.03.26	履行完毕
5		订单		373.31 万美元	2018.09.18	履行完毕
6		订单		405.65 万美元	2018.06.28	履行完毕

（二）采购框架合同

公司与供应商签订采购框架合同，双方就订货、质量标准、交货运输方式、付款方式、质量保证、违约责任等作出约定。公司在实际采购时向供应商下达订单，在订单中约定具体产品型号、数量、价格等要素。框架合作协议一般为长期，直至双方合作结束或合同约定的情况发生时终止。

截至本招股说明书签署日，公司各年度采购金额达到 1,000 万元以上的采购框架合同情况如下：

序号	供货商	合同名称	合同标的	合同期限	履行情况
1	武义全进金属制品有限公司	供应商合作合同	钢件、钢件加工	2017.12.01-长期	正在履行
2	东莞市增元硅胶制品有限公司	供应商合作合同	硅胶制品	2018.01.01-长期	正在履行
3	浙江领鸿工贸有限公司	供应商合作合同	钢件	2018.04.30-长期	正在履行
4	浙江金海顺金属科技有限公司	供应商合作合同	不锈钢卷料、钢卷加工	2018.01.01-长期	正在履行

（三）借款合同

截至本招股说明书签署日，公司无正在履行的借款合同。

（四）抵押合同

截至本招股说明书签署日，公司与中国工商银行股份有限公司武义支行签订最高额抵押合同，该最高额抵押合同项下无银行借款，该合同具体内容如下所示：

单位：万元

序号	合同名称	合同编号	抵押内容	抵押人	抵押权人	担保债权最高余额	期限
1	最高额抵押合同	0120800009-2018年武义（抵）字0165号	浙（2018）武义县不动产权第0005276号	嘉益股份	中国工商银行股份有限公司武义支行	6,600	2018.12.18-2021.12.12

注：原“浙（2018）武义县不动产权第0005276号”不动产权证书已变更为“浙（2020）武义县不动产权第0007345号”不动产权证书。

（五）外汇衍生品合同

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司正在履行的远期结汇合同情况如下：

2018年8月29日，公司与宁波银行股份有限公司金华分行签订《金融市场业务主协议》，协议适用于金融市场业务交易，就嘉益股份委托宁波银行股份有限公司金华分行进行外汇即期、外汇远期、外汇掉期、外汇期权业务相关事项作出约定。在发生协议约定的终止事件时，经协议双方一致同意，可以终止协议项下的交易。2019年9月5日，公司与宁波银行股份有限公司金华分行签订《金融市场业务主协议补充协议》，指定了交易方式与授权交易人员。

2020年4月17日，公司与中国工商银行股份有限公司金华分行签订《中国工商银行股份有限公司结售汇业务总协议书》，协议适用于双方开展的远期结售汇、人民币外汇掉期、人民币外汇货币掉期及人民币外汇期权等人民币与外汇衍

生产品交易业务，以及双方同意纳入本协议的其他业务。在本协议项下双方仍有交易存续时，本协议不得终止。双方所有交易履行结束后，一方可以书面通知另一方的形式终止协议。

（六）其他重大合同

2019 年 4 月 3 日，公司与奔迈国际签订《资产收购协议》，由公司以现金方式购买奔迈国际持有的“miGo”品牌在中国境内的特定资产和债务，交易对价为人民币 2,253.31 万元。截至本招股说明书签署日，公司已支付全部款项。

2019 年 4 月 3 日，公司与 PMI 签订《资产收购协议》，由公司以现金方式收购 PMI 持有的“miGo”品牌有关业务在亚洲和太平洋地区（不包括新西兰和澳大利亚）的特定无形资产，交易对价为 40 万美元。截至本招股说明书签署日，公司已支付全部款项。

二、发行人对外担保情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在对外担保的情况。

三、重大诉讼或仲裁事项

（一）发行人重大诉讼和仲裁事项

截至本招股说明书签署日，发行人不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

（二）发行人控股股东、实际控制人、控股子公司及董事、监事、高级管理人员和核心人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，发行人控股股东、实际控制人、控股子公司及董事、监事、高级管理人员和核心人员不存在作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

（三）发行人董事、监事、高级管理人员和核心人员最近 3 年涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况

截至本招股说明书签署日，发行人董事、监事、高级管理人员和核心人员不存在涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况。

四、发行人控股股东、实际控制人报告期内重大违法行为情况

报告期内，发行人控股股东、实际控制人不存在重大违法行为情况。

第十二节 声明

一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事：

戚兴华　　朱中萍　　陈曙光

金学军　　顾代华　　李小强

于 雳　　李有星　　熊 伟

全体监事：

王 炯　　曾 涛　　陈跃存

全体高级管理人员：

朱中萍　　金学军　　顾代华

胡灵慧

浙江嘉益保温科技股份有限公司

2020年11月13日

一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事：

戚兴华	朱中萍	陈曙光
金学军	顾代华	李小强
于 雳	李有星	熊 伟

全体监事：

王 炯	曾 涛	陈跃存

全体高级管理人员：

朱中萍	金学军	顾代华
胡灵慧		

浙江嘉益保温科技股份有限公司

2020 年 11 月 13 日

二、发行人控股股东、实际控制人声明

本公司或本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

声明人：浙江嘉韶云华投资管理有限公司

法定代表人：

戚兴华

声明人：

戚兴华

陈曙光

浙江嘉益保温科技股份有限公司

2024年11月13日

三、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人：

谢浩晖

保荐代表人：

罗 军 杨悦阳

法定代表人：

吴承根

浙商证券股份有限公司

2020年 11 月 13日

保荐人（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读浙江嘉益保温科技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的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长：

吴承根

浙商证券股份有限公司

2020 年 11 月 13 日

保荐人（主承销商）总裁声明

本人已认真阅读浙江嘉益保温科技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的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

总裁：

王青山

浙商证券股份有限公司

2020 年 11 月 13 日

四、律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

单位负责人：

王 玲

经办律师：

叶国俊　　陈 伟

北京市金杜律师事务所

2020 年 11 月 13 日

PAN-CHINA 天健会计师事务所
Pan-China Certified Public Accountants

地址：杭州市钱江路 1366 号
邮编：310020
电话：（0571） 8821 6888
传真：（0571） 8821 6999

审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《浙江嘉益保温科技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》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的《审计报告》（天健审〔2020〕4338 号）、《内部控制鉴证报告》（天健审〔2020〕4339 号）及经本所鉴证的非经常性损益明细表等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对浙江嘉益保温科技股份有限公司在招股说明书中引用的上述审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

赵 丽

李迎亚

天健会计师事务所负责人：

王越豪

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二〇年十一 月十三 日

PAN-CHINA 天健会计师事务所
Pan-China Certified Public Accountants

地址：杭州市钱江路 1366 号
邮编：310020
电话：（0571） 8821 6888
传真：（0571） 8821 6999

验资机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《浙江嘉益保温科技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》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的《验资报告》（天健验〔2017〕386 号、天健验〔2017〕387 号、天健验〔2017〕443 号和天健验〔2017〕554 号）无矛盾之处。本所及签字注册会计师对浙江嘉益保温科技股份有限公司在招股说明书中引用的上述报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

赵 丽

柯宗地

李迎亚

天健会计师事务所负责人：

王越豪

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二〇年十一月十二日

七、资产评估机构声明

本公司及签名资产评估师已阅读《浙江嘉益保温科技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》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本公司出具的《资产评估报告》（坤元评报〔2017〕600 号）的内容无矛盾之处。本公司及签名资产评估师对浙江嘉益保温科技股份有限公司在招股说明书中引用的上述资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签名资产评估师：

应丽云

白植亮

法定代表人：

俞华开

坤元资产评估有限公司

2020 年 11 月 13 日

第十三节 备查文件

一、备查文件

投资者可以查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文件，该等文件也在指定网站上披露，具体如下：

（一）发行保荐书；

（二）上市保荐书；

（三）法律意见书；

（四）财务报告及审计报告；

（五）公司章程（草案）；

（六）与投资者保护相关的承诺；

（七）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项；

（八）发行人审计报告基准日至招股说明书签署日之间的相关财务报表及审阅报告（如有）；

（九）盈利预测报告及审核报告（如有）；

（十）内部控制鉴证报告；

（十一）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；

（十二）中国证监会同意发行人本次公开发行注册的文件；

（十三）其他与本次发行有关的重要文件。

二、备查文件查阅地点、时间

（一）备查时间

周一至周五：上午 9:30-11:30 下午：1:00-5:00

（二）备查文件查阅地点

发行人：浙江嘉益保温科技股份有限公司

住所：浙江省金华市武义县经济开发区白洋工业区

法定代表人：戚兴华

联系人：金学军

电话：0579-8907 5611

传真：0579-8795 0708

保荐机构（主承销商）：浙商证券股份有限公司

住所：浙江省杭州市江干区五星路 201 号

法定代表人：吴承根

联系人：罗军、杨悦阳

电话：0571-8790 2576

传真：0571-8790 1974

投资者也可以于深圳证券交易所网站 www.szse.cn 查阅本招股说明书等电子文件。