

关于浙江泰福泵业股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市的 审核中心意见落实函中有关财务事项的说明

天健函〔2020〕1913 号

深圳证券交易所：

由长江证券承销保荐有限公司转来的《关于浙江泰福泵业股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函》（审核函〔2020〕010713 号，以下简称审核函）奉悉。我们已对审核函所提及的浙江泰福泵业股份有限公司（以下简称泰福泵业公司或公司）财务事项进行了审慎核查，现汇报如下。

一、关于持续经营能力。申报材料显示，发行人销售以外销为主，主要客户所在国家包括孟加拉国、美国、俄罗斯、阿联酋、土耳其、澳大利亚、乌克兰等。请发行人：（1）结合主要产品的使用寿命、更换周期、应用领域、终端客户的购买频次等，披露发行人在各主要销售国家或地区面临的市場是新增市場还是替代市場，量化分析并披露各主要销售国家或地区的市場需求及其来源、市場空间情况，对市場需求、市場空间的预测方法和依据，是否准确、客观；（2）结合主要销售国家或地区的水泵市場空间、竞争态势、发行人客戶的市場地位等，补充披露发行人产品是否存在竞争加剧、市場需求骤减、增长停滞等情形，对发行人的持续经营能力是否构成重大不利影响，并请充分提示风险；（3）补充披露发行人产品在南亞只销售至孟加拉国、但未销售至南亞、亞洲其他国家或地区的原因及合理性，分析并披露发行人销售收入在孟加拉国具有可持续性的商业逻辑；（4）补充披露汇率波动风险的敏感性分析，汇率波动风险对发行人的持续经营能力是否构成重大不利影响，并请充分提示风险。请保荐人、申

报会计师发表明确意见，说明核查过程。（审核函第 1 条）

（一）结合主要产品的使用寿命、更换周期、应用领域、终端客户的购买频次等，披露公司在各主要销售国家或地区面临的市场是新增市场还是替代市场，量化分析并披露各主要销售国家或地区的市场需求及其来源、市场空间情况，对市场需求、市场空间的预测方法和依据，是否准确、客观；

1. 民用水泵下游应用领域广泛，市场空间广阔

公司主要从事民用水泵的研发、生产和销售，主要产品包括陆上泵、小型潜水泵、井用潜水泵、循环泵以及节能泵。民用水泵广泛应用于农业灌溉、生活用水、深井提水、畜牧用水和热水循环等多个领域，是满足人们最基本生产、生活需要的机具，其需求具有相对刚性。

2. 民用水泵市场需求包括新增市场需求和替代市场需求

民用水泵市场需求包括新增市场需求和替代市场需求，其中新增市场需求主要包括：（1）由于居民所在国家或地区经济的发展、居民生活水平及可支配收入的提高，当地居民增加水泵配置数量以满足生活用水、农业灌溉等需求；（2）随着各国家电力供应基础设施的建设和完善，全球无电人口有所下降，从 2010 年的 12 亿下降到 2017 年的 8.4 亿，以电力为动力源的水泵取代传统柴油泵、手工泵，新增需求增长；（3）房地产行业的发展拉动了生活用水等配套设施的需求，从而带动水泵需求的增长；（4）地下水水位下降，将促进井用潜水泵等民用水泵需求的增长；（5）在太阳能充足、地广人稀的国家和地区，客户可通过配置节能泵替代原有的人工灌溉模式，提高效率，增加了节能泵的新增需求。

公司主要产品使用寿命通常为 5 年左右，节能泵由于使用材质规格较高，使用寿命相对较长一般为 7 年左右，因此民用水泵存在替代市场需求，主要包括：（1）因水泵使用寿命及更换周期导致的替代市场需求。产品达到使用寿命后，无法维修或维修成本较高导致无法正常使用，用户二次购买同类产品满足其生产生活所需；此外在俄罗斯等极寒、或水质污染较为严重的极端条件下长期使用，将加快水泵产品损耗速度、缩短产品使用寿命，该类用户往往更换周期更短、购买频次提高，存在较大空间的替代需求；（2）随着节能泵生产成本的进一步下降以及用户节能环保意识的提高，客户可通过配置节能泵替代常规水泵，可拉动节能泵产品的替代市场需求。

3. 公司各主要销售国家或地区面临的市场

经过多年的国外市场开拓，公司产品已销往亚洲、美洲、欧洲、非洲、大洋洲等多个国家和地区，主要出口国家或地区包括孟加拉国、美国、韩国、俄罗斯、越南、澳大利亚、阿联酋等，公司产品在各主要销售国家或地区均存在新增市场和替代市场需求。其中：

在孟加拉等发展中国家，由于其近年来经济发展较快，居民生活水平和可支配收入的提高，电力和水利基础设施完善以及房地产等相关产业的发展，水泵的新增市场需求旺盛。同时由于公司在孟加拉从 2004 年即开展业务，深耕当地市场近 16 年，用户因产品使用寿命到期二次购买需求较多，同时公司水泵产品具有性价比优势，在孟加拉具有良好的口碑，对市场上其他品牌的替代市场需求也较大。

在美国、韩国、俄罗斯、澳大利亚、阿联酋等经济发展水平相对较高的国家，水泵产品作为国民经济的刚性需求，新增市场需求较为稳定，美国、澳大利亚、阿联酋等太阳能资源较为丰富或者地广人稀的国家和地区，以节能环保的节能泵替代原有人工灌溉的节能泵新增市场空间较大。此外，上述国家水泵存量市场较大，公司业务拓展较早，终端客户二次购买及对其他品牌水泵产品的替代市场需求也较大，同时该等国家往往对水泵产品质量要求更高，故具有高效、节能、环保、智能特征的节能泵产品替代常规水泵的市场空间较大。

公司拓展越南市场时间较短，在该国面临的主要为新增市场需求及对其他品牌水泵替代的市场需求。

4. 各主要销售国家或地区的市场需求及其来源、市场空间情况

全球水泵的供给呈现较高的集聚性，水泵的生产主要集中于中国、印度、丹麦、德国、意大利、日本等国家，由于没有各个主要销售国家或地区市场需求的公开信息，因此以各个国家水泵产品进口数据反映其市场空间和需求。根据联合国商品贸易统计数据库对主要民用水泵产品海关编码查询，2017 年至 2019 年，公司主要销售国家或地区的水泵进口情况如下：

单位：万美元

序号	国家或地区	进口金额		
		2019 年度	2018 年度	2017 年度
1	孟加拉	23,895.00	18,972.20	18,330.70
2	美国	998,385.15	1,021,542.42	917,409.16
3	韩国	146,023.17	152,844.34	141,141.28
4	俄罗斯	142,587.12	142,438.12	141,752.68

5	越南	49,540.16	43,134.83	43,124.86
6	澳大利亚	86,949.11	93,722.05	81,798.97
7	阿联酋	83,419.44	91,803.71	102,894.47
8	乌克兰	20,537.69	21,507.87	16,544.88
9	阿根廷	30,417.16	47,953.78	33,263.74
10	南非	46,014.59	50,574.11	45,739.38
11	哈萨克斯坦	29,685.21	27,508.22	29,112.69
12	土耳其	88,478.32	89,726.64	96,338.79
13	肯尼亚	5,854.49	6,359.02	5,473.27

注：数据来源-联合国商品贸易统计数据库

综上，公司在各主要销售国家或地区水泵市场规模较大，目前公司产品在孟加拉国具有较高知名度并占据一定市场份额，在其他各主要销售国家亦有较大上升空间。公司将基于现有水泵研发和生产经验，继续投入研发力量、紧跟水泵市场发展趋势，进一步积极开拓市场。

（二）结合主要销售国家或地区的水泵市场空间、竞争态势、公司客户的市场地位等，补充披露公司产品是否存在竞争加剧、市场需求骤减、增长停滞等情形，对公司的持续经营能力是否构成重大不利影响，并请充分提示风险；

公司产品主要销往孟加拉、美国、韩国、俄罗斯、越南、阿联酋、澳大利亚、乌克兰等国家，公司产品在上述国家销售情况具体如下：

1. 孟加拉

公司主要向孟加拉销售陆上泵产品。孟加拉近年来经济的快速发展、不断完善电网建设以及居民生活水平的提高为水泵市场的快速发展奠定了坚实基础。公司在当地的竞争对手主要有东音股份、意大利 PENTAX（宾泰克）、意大利 PEDROLLO（佩德罗）等，公司产品凭借产品性价比、售后服务等方面的优势积攒了良好的口碑并占据一定市场份额，并且通过针对性研发，解决了其他水泵厂商难以解决的由于当地电压不稳而烧机的问题，从而形成了一定的竞争优势。公司孟加拉客户 GAZI INTERNATIONAL（孟加拉加齐国际）为孟加拉知名水泵销售企业，在孟加拉主要城市均设立了办事处和服务中心，拥有健全的销售和服务网络。公司自 2004 年开始与 GAZI INTERNATIONAL（孟加拉加齐国际）合作，并逐步建立了长期、稳定的合作关系。2017 年-2019 年，公司在孟加拉市场销售收入分别为 11,173.96 万元、10,120.51 万元和 18,211.20 万元，整体呈增长趋势，不存在竞争加剧、市场需求骤减、增长停滞等情形。

2. 美国

公司主要向美国销售小型潜水泵和节能泵产品。公司在当地的竞争对手主要有意大利 PENTAX（宾泰克）、利欧股份等，公司产品性价比优势明显。公司在美国的主要客户为 GLENTRONICS, INC（美国格兰创力），公司自 2007 年开始与对方开始合作，GLENTRONICS, INC（美国格兰创力）成立于 1989 年，为当地知名水泵销售企业，拥有自有品牌“THE BASEMENT WATCHDOG（地下室警卫）”、“PHCC PRO SERIES PUMPS（水暖制冷承包商改进系列水泵）”、“WATCHDOG WATER ALARM（警卫水位报警器）”三大体系，销售节能泵、储能泵、连接泵、污水泵、化学泵、连接装置、警报器、电池储能系统，下游客户主要是 LOWES（美国劳氏百货，美国第十五大，世界第三十四大零售商）、HOME DEPOT（美国国家得宝，美国第二大零售商）、ACE（美国艾斯五金超市）等大型超市以及其他经销商门店。2017 年-2019 年，公司在美国市场的销售收入分别为 2,608.76 万元、3,132.24 万元和 2,748.97 万元，收入水平较为稳定，2020 年 1-9 月，公司在美国的销售收入为 2,922.65 万元，不存在竞争加剧、市场需求骤减、增长停滞等情形。

3. 韩国

公司主要向韩国销售小型潜水泵产品。公司在当地的竞争对手主要有德国 WILO（威乐）等，公司产品性价比优势明显。公司在韩国的主要客户为 W AND P KOREA（韩国水民有限）和 AIGER（韩国艾格），该客户分别成立于 2005 年和 2016 年，其实际控制人为父子关系，为当地小型潜水泵销售领域知名企业。2017 年-2019 年，公司在韩国的销售收入分别为 1,106.38 万元、1,204.80 万元和 874.84 万元，2019 年收入下降主要原因系受宏观经济影响，W AND P KOREA（韩国水民有限）当年向公司采购金额减少 366.09 万元。2020 年 1-9 月，公司在韩国的销售收入为 830.93 万元，不存在竞争加剧、市场需求骤减、增长停滞等情形。

4. 俄罗斯

公司在俄罗斯主要销售循环泵产品。公司在当地的竞争对手主要有大元泵业、东音股份、威格泵业等，公司产品性价比优势明显。为拓展俄罗斯当地市场，扩大市场覆盖率，公司设立了俄罗斯子公司，以提升快速及时的交货能力，为客户提供优质服务，更好地满足客户的需求，从而在巩固与主要客户业务关系的同时，不断开发潜在客户和潜在市场，由于报告期内，公司主要通过俄罗斯子公司在当地拓展业务，因此俄罗斯客户较为分散。2017 年-2019 年，公司在俄罗斯的销售收入分别为 1,064.75 万元、1,367.48 万元和 1,664.67 万元，收入规模逐年增

长，不存在竞争加剧、市场需求骤减、增长停滞等情形。

5. 越南

公司主要向越南销售陆上泵和小型潜水泵产品。越南近年来经济的快速发展、国内电网及水利基础设施的建设和完善提高了国内水泵市场需求，公司在当地的竞争对手主要有新界泵业、利欧股份、东音股份等。公司产品在兼顾性价比的同时，根据当地水污染较为严重的条件，开发了适合当地市场的 QSD、QFD 系列潜水泵，从而提高了公司产品在当地市场的竞争力。2018 年，公司设立了越南子公司，以深入拓展越南当地市场，扩大市场覆盖率。2017 年-2019 年，公司在越南的销售收入分别为 0 万元、461.76 万元和 1,635.60 万元，收入规模增长较快，不存在竞争加剧、市场需求骤减、增长停滞等情形。

6. 阿联酋

公司主要向阿联酋销售节能泵和陆上泵产品。公司在当地的竞争对手主要有德国 LORENTZ(劳伦斯)、美国 FRANKLIN ELECTRIC(富兰克林机电)、丹麦 GRUNDFOS(格兰富)等，公司产品具有较高的性价比优势及完善的售后服务，对其他品牌产品的替代效应明显。公司在阿联酋的主要客户为 GHOLAM RASUL GENERAL TRADING COMPANY(LLC)(迪拜古兰苏拉尔贸易)和 GHULAM NABI GENERAL TRADING L.L.C(迪拜古兰纳比贸易)，该客户分别成立于 1999 年和 2017 年，其实际控制人为兄弟关系，其产品种类齐全，销售覆盖阿联酋及非洲等国家，拥有健全的销售和服务网络。2017 年-2019 年，公司在阿联酋的销售收入分别为 442.82 万元、773.49 万元和 895.05 万元，收入规模总体呈增长趋势，不存在竞争加剧、市场需求骤减、增长停滞等情形。

7. 澳大利亚

公司主要向澳大利亚销售节能泵产品。公司在当地的竞争对手主要有德国 LORENTZ(劳伦斯)、美国 FRANKLIN ELECTRIC(富兰克林机电)、丹麦 GRUNDFOS(格兰富)等，公司产品具有较高的性价比优势及完善的售后服务，对其他品牌产品的替代效应明显。公司在澳大利亚的主要客户为 B&M COMPUTERS PTY LTD(澳大利亚博和米)和 INGLETION GROUP PTY LTD(澳大利亚英格尔顿)，该客户分别成立于 1999 年和 2015 年，为当地知名水泵销售企业。2017 年-2019 年，公司在澳大利亚的销售收入分别为 769.09 万元、950.16 万元和 491.66 万元，2019 年收入下降主要原因是 B&M COMPUTERS PTY.LTD(澳大利亚博和米)和 INGLETION

GROUP PTY LTD(澳大利亚英格尔顿)客户当年采购分别减少 111.21 万元和 233.23 万元。2020 年 1-9 月,公司在澳大利亚的销售收入为 770.65 万元,不存在竞争加剧、市场需求骤减、增长停滞等情形。

8. 乌克兰

公司主要向乌克兰销售陆上泵和井用潜水泵。公司在当地的竞争对手主要为东音股份、利欧泵业等,公司产品性价比优势明显。公司在乌克兰的主要客户为 SANDI PLUS(乌克兰桑迪加),该客户成立于 2006 年,在当地市场有较多自有门店,销售覆盖区域较广,为当地知名水泵销售企业。2017 年-2019 年,公司在乌克兰销售收入分别为 418.48 万元、414.12 万元和 387.01 万元,收入水平较为稳定,2020 年 1-9 月,公司在乌克兰的销售收入为 473.00 万元,不存在竞争加剧、市场需求骤减、增长停滞等情形。

综上,公司产品在主要销售国家或地区不存在竞争加剧、市场需求骤减、增长停滞等情形,不会对公司的持续经营能力构成重大不利影响。

(三) 补充披露公司产品在南亚只销售至孟加拉国、但未销售至南亚、亚洲其他国家或地区的原因及合理性,分析并披露公司销售收入在孟加拉国具有可持续性的商业逻辑;

1. 公司销往其他南亚、亚洲国家或地区的销售情况

(1) 除孟加拉外,公司销往其他南亚、亚洲国家的销售收入情况如下:

单位:万元、%

区域	国家	2020 年 1-9 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
除南亚 外其他 亚洲国 家	越南	1,385.78	4.72	1,635.60	4.25	461.76	1.58	-	-
	阿联酋	760.03	2.59	895.05	2.33	773.49	2.64	442.82	1.58
	韩国	830.93	2.83	874.84	2.27	1,204.80	4.12	1,106.38	3.95
	泰国	437.67	1.49	556.64	1.45	385.92	1.32	247.73	0.89
	哈萨克斯坦	581.45	1.98	510.46	1.33	483.18	1.65	574.27	2.05
	其他[注]	1,292.31	4.40	1,590.80	4.13	1,864.51	6.37	2,336.32	8.35
	小计	5,288.04	18.01	6,063.39	15.76	5,173.66	17.68	4,707.52	16.82
南亚	印度	54.15	0.18	119.22	0.31	213.92	0.73	212.52	0.76
	巴基斯坦	-	-	-	-	210.66	0.72	108.31	0.39
	斯里兰卡	7.75	0.03	6.71	0.02	230.44	0.79	669.85	2.39

尼泊尔	-	-	-	-	1.78	0.01	3.81	0.01
马尔代夫	-	-	32.43	0.08	-	-	-	-
小计	61.91	0.21	158.36	0.41	656.80	2.24	994.49	3.55

[注]其他包括土耳其、约旦、伊朗、伊拉克、印度尼西亚、黎巴嫩等国家或地区

由上，在亚洲地区，公司除向南亚销售外，其他亚洲国家还有越南、阿联酋、韩国等国家。在南亚地区，公司除向孟加拉销售外，其他南亚国家还有印度、巴基斯坦、斯里兰卡等，报告期内向该等南亚国家实现销售收入金额分别为 994.49 万元、656.80 万元、158.36 万元和 61.91 万元，占比分别为 3.55%、2.24%、0.42% 和 0.21%。公司向除孟加拉外其他南亚国家销售收入及占比较小，主要系与经销开拓模式相关：

公司以国家为单位拓展经销商，一般在一个国家发展一个主要经销商，通过经销商在当地的销售渠道来快速扩大公司产品覆盖的地区，以推动销售增长。而要寻找优质经销商，公司首先需投入一定人力物力寻找、考察并筛选，公司重点关注经销商在当地的销售网络、业务规模、行业地位、市场信誉度、结算方式等，在产能规模有限的情况下，公司优先与可靠优质的经销商建立长期合作关系。

加齐国际是孟加拉最大的家用水泵、工业水泵销售企业之一，公司与其自 2004 年首次合作后，凭借公司产品质量和性价比优势得到客户认可，公司逐步地与加齐国际建立了长期、稳定的合作关系。近年来，公司产品需求持续旺盛，在产能有限的情况下，公司优先用于保证包括加齐国际在内的长期稳定合作、资信优良的老客户订单需求，导致公司呈现出向孟加拉国销售规模较大、向其他南亚国家销售规模较小的状态。

(2) 公司向其他亚洲国家市场开拓措施

近年来，中国与亚洲各国家经贸环境良好、贸易摩擦较少，公司市场开拓具有良好环境基础，同时一般亚洲地区国家农业灌溉和人畜用水需求量较大，民用水泵市场空间较大。

随着本次首次公开发行股票募集资金投资项目的不断建设，项目建设投产后，将有效提升公司水泵产品的生产能力。对于已实现收入的亚洲国家，公司将进一步投入研发和市场开拓力量，如公司为越南市场专门设立子公司、开发了适合越南市场的 QSD、QFD 系列小型潜水泵等，同时公司将进一步加强维护客户关系、提高公司销售人员的专业水平和沟通技巧，收集和分析客户的潜在需求，重视并

落实客户的反馈意见，利用产品质量优势和价格优势实现销售规模稳步增长。对于其他目前尚未实现收入的国家，公司将充分了解当地市场竞争情况，通过积极参加当地展会、拜访客户等方式以获得新区域市场的突破。

2. 公司销售收入在孟加拉国具有可持续性

(1) 民用水泵在孟加拉市场具有刚性需求

民用水泵广泛应用于孟加拉居民生活用水、农业灌溉领域，具有刚性需求。以陆上泵为例，生活用水方面，孟加拉居民通常采用陆上泵将供水系统或地下水井的水送到楼顶储水罐储藏，对于水压不足的地区，还可通过水泵增加水压；农田灌溉方面，孟加拉居民通过采用陆上泵抽取河流湖泊水源用于农田灌溉。近年来，孟加拉经济的快速发展、不断完善的电网建设以及居民生活水平的提高为民用水泵市场的快速发展奠定了坚实基础：

1) 近年来，孟加拉国经济正处于增长阶段，自 2011 年以来，年度 GDP 增长率一直保持在 6%以上，2017-2018 年孟加拉财年 GDP 总量较上年增长 7.86%，2018-2019 年孟加拉财年经济增长速度继续保持在高位达 8.15%，人均收入大幅提升；2020 年受疫情影响，2019-2020 年孟加拉财年 GDP 增速有所减缓，维持在 5.24%。

2) 电力建设发展较快。孟加拉国《电力系统总体规划（2016）》于 2016 年 9 月正式颁布，对孟加拉国从 2016-2041 年期间的电力发展做了相应规划。根据世界银行统计，2014 年孟加拉国全国无电人口为 6,300 万，占其全国总人口的 40%，截至 2017 年底，孟加拉全国无电人口为 2,000 万，占其全国总人口的 12%，无电人口下降。电网建设的完善促进了以电力为动力源的水泵逐步替代传统手工泵、柴油泵等。

3) 房地产发展配套需求。2018 财年，孟加拉建筑业产值达 7,359.4 亿塔卡，同比增长 16.25%，房地产业产值为 6,193.5 亿塔卡，同比增长 15.14%，由于当地自来水管网不完善，新建房屋往往需要配置取水装置，推动了取水机具的水泵需求增长。

(2) 孟加拉本国水泵生产技术落后，水泵产品对中国的进口依赖程度高

孟加拉本国水泵生产厂商多为小规模作坊式企业，仅能生产和组装少部分水泵产品，工人技术水平落后，因此其水泵产品高度依赖进口。根据联合国商品贸易统计数据库显示，2017 年-2019 年孟加拉水泵进口额分别为 18,330.70 万美元、

18,972.20 万美元和 23,895.00 万美元，其中从中国进口额分别为 9,360.72 万美元、10,213.23 万美元和 14,864.82 万美元，占比分别为 51.07%、53.83%和 62.21%。目前，中国水泵产品已凭借优异的产品质量和价格优势成为孟加拉主要进口国。

(3) 公司与孟加拉客户加齐国际合作多年，该客户在当地竞争优势明显

加齐国际成立于 2003 年，系孟加拉最大的家用水泵、工业水泵销售企业之一，公司员工约 500 人，在孟加拉主要城市均设立了办事处和服务中心，拥有健全的销售和服务网络。加齐国际实际控制人 GOLAM DASTAGIR GAZI（吴拉姆·达斯塔吉尔·加齐，孟加拉籍）为孟加拉现任纺织与黄麻部部长，其控制的 GAZI GROUP（加齐集团）成立至今已有 46 年历史，系孟加拉最著名的集团之一，广泛涉足制造，贸易，通信，房地产，银行，保险和媒体等产业，各产业形成的协同效应有利于提升加齐国际的市场地位，提高水泵产品在当地市场竞争优势。

公司与加齐国际经过多年长期稳定的合作，已形成了互利共赢、持续稳定的合作关系，目前公司已成为加齐国际第一大水泵产品供应商。

综上，孟加拉当地民用水泵市场需求较大，公司孟加拉国客户加齐国际在当地竞争优势明显，经过多年合作公司已与加齐国际形成互利共赢、持续稳定的深度合作关系，公司产品在孟加拉已积攒了良好的口碑、具有较高知名度并占据一定市场份额，因此公司销售收入在孟加拉国具有可持续性。

(四) 补充披露汇率波动风险的敏感性分析，汇率波动风险对公司的持续经营能力是否构成重大不利影响，并充分提示风险。

以 2019 年度财务数据为基础，假定人民币收入、外币收入、营业成本及其他因素保持不变，外币兑人民币汇率上升和下降 1%、3%对公司利润总额的影响金额及影响幅度如下：

单位：万元

项目	汇率波动假设			
	-3%	-1%	1%	3%
营业收入变动金额	-1,093.46	-364.49	364.49	1,093.46
财务费用变动金额	10.44	3.48	-3.48	-10.44
利润总额变动金额	-1,103.90	-367.97	367.97	1,103.90
当期利润总额	7,945.20	7,945.20	7,945.20	7,945.20

利润总额变动幅度	-13.89%	-4.63%	4.63%	13.89%
----------	---------	--------	-------	--------

注：财务费用变动金额系根据当年汇兑损益金额测算

由上表可见，以 2019 年度为例，在其他因素不变的情况下，外币兑人民币汇率上升或下降 1%时，将导致公司利润总额增长或减少 367.97 万元，占当年利润总额的 4.63%；外币兑人民币汇率上升或下降 3%时，将导致公司利润总额增长或减少 1,103.90 万元，占当年利润总额的 13.89%，不会对公司持续经营能力产生重大影响。

针对外币汇率波动，公司采取了以下措施来应对风险：1. 不断提高产品质量，增加产品的技术含量，提高产品利润率和产品议价能力，并根据汇率情况适时与客户协商调整美元售价；2. 在日常经营中实时跟踪外汇波动情况，并适时进行汇兑；3. 根据预期外汇收入情况，运用远期结汇、掉期交易等方式积极应对汇率波动造成的风险。

（五）核查程序及结论

1. 核查程序

针对公司持续经营能力，我们履行的核查程序如下：

（1）查询联合国商品贸易统计数据库，复核公司主要销售国家对水泵产品的进口数据；

（2）复核公司对市场需求、市场空间的预测方法和依据，判断其准确性和客观性；

（3）获取公司销售明细表，按客户所在国家和地区统计销售收入，分析各地区收入分布的合理性，了解公司在相关地区的市场开拓措施；

（4）结合民用水泵在孟加拉市场的需求情况、孟加拉市场水泵供应情况、加齐国际与公司合作的背景及其行业地位，分析公司销售收入在孟加拉国的可持续性；

（5）查询报告期内主要外币的汇率波动情况，并与公司的财务数据进行核验，测算报告期内汇率波动对公司盈利情况的影响。

2. 核查结论

经核查，我们认为：（1）公司在各主要销售国家均面临新增市场和替代市场，公司各主要销售国家水泵市场规模较大，目前公司产品在孟加拉国具有较高知名度并占据一定市场份额，在其他各主要销售国家仍有较大上升空间，公司对市场

需求、市场空间的预测方法和依据准确、客观；(2) 公司产品不存在竞争加剧、市场需求骤减、增长停滞等情形，对公司的持续经营能力不构成重大不利影响，公司已在招股说明书进行了充分的风险提示；(3) 在亚洲地区，公司除向南亚销售外，还向越南、阿联酋、韩国等其他亚洲国家销售产品，在南亚地区，公司除向孟加拉销售外，还向印度、巴基斯坦、斯里兰卡等其他南亚国家销售产品；孟加拉当地民用水泵市场需求较大，公司孟加拉国客户加齐国际在当地竞争优势明显，经过多年合作公司已与加齐国际形成互利共赢、持续稳定的深度合作关系，因此，公司销售收入在孟加拉国具有可持续性；(4) 汇率波动风险不会对公司的持续经营能力构成重大不利影响，公司已在招股说明书进行了充分的风险提示。

二、关于加齐国际。申报材料显示，报告期内，发行人对第一大客户加齐国际的销售占比分别为 37.00%、34.41%、47.13%和 46.84%。发行人与加齐国际签订了长期合作协议，协议有效期为自 2019 年 7 月 1 日至 2022 年 6 月 30 日。请发行人：(1) 结合经营策略和发展定位等，补充披露进入孟加拉市场的背景、方式，与加齐国际的合作渊源和合作历史，发行人在孟加拉国仅向该一家客户进行销售的原因及合理性，以及发行人是否拓展孟加拉国的其他客户；(2) 结合与加齐国际签订的合作协议的主要条款，补充披露买断式销售的依据以及收入确认时点的合规性；(3) 补充披露发行人与加齐国际订立销售合同的具体方式，前述合作协议到期后的安排，是否存在到期后不能续期的风险，对发行人持续经营能力是否构成重大不利影响，并请充分提示风险。请保荐人、申报会计师发表明确意见。（审核函第 2 条）

（一）结合经营策略和发展定位等，补充披露进入孟加拉市场的背景、方式，与加齐国际的合作渊源和合作历史，公司在孟加拉国仅向该一家客户进行销售的原因及合理性，以及公司是否拓展孟加拉国的其他客户；

公司自 1993 年成立以来制定了以外销为主并主要采取经销模式的经营策略，公司重点考察经销商合作意愿、销售渠道、业务规模、市场信誉、商业信用等因素选择经销商，经过深耕国外市场多年，拥有一批战略合作经销商，建立较好的国外销售网络和良好的品牌知名度，促进公司经营规模持续增长。

GAZI INTERNATIONAL（孟加拉加齐国际）成立于 2003 年，是孟加拉国知名

水泵销售企业，员工约 500 人，在孟加拉主要城市均设立了办事处和服务中心，拥有健全的销售和服务网络，主要产品有家用及工业水泵、电动机、燃气灶、燃气调节器等。加齐国际成立之初民用水泵主要向意大利 PENTAX（宾泰克）公司采购，后通过业内同行了解到公司，于 2004 年实地拜访公司后双方开始合作，合作初始采购规模并不大，2004 年采购规模 285.33 万元人民币，随着双方合作的不断深入，公司产品质量和性价比优势得到客户认可，同时公司技术水平较高，可以及时解决客户的技术性问题，具备快速响应客户产品需求的能力，加齐国际逐步将其民用水泵从向意大利 PENTAX（宾泰克）公司采购为主转为向公司采购为主，双方经过多年长期稳定的合作，已形成了互利共赢、持续稳定的合作关系。

公司以国家为单位拓展经销商，一般在一个国家开发一个主要经销商，由其覆盖本国或周边国家及地区，加齐国际向公司采购产品后，根据孟加拉当地的水泵产品市场价格和居民消费水平等因素自行确定销售价格。随着公司与加齐国际逐步建立长期稳定合作关系，公司产品在孟加拉已积攒了良好的口碑、具有较高知名度并占据一定市场份额，并实现产品销售的稳步增长。在孟加拉开展业务过程中，虽然有其他水泵经销商主动联系公司希望进行业务合作，如 PRAN-REL GROUP（孟加拉普兰瑞尔集团，该集团旗下 RANGPUR FOUNDRY LTD（孟加拉朗布尔）系孟加拉达卡证券交易所上市公司，主要产品有管井及配件、水泵及配件等），但考虑公司与加齐国际之间已经建立的长期战略合作关系，公司没有与孟加拉其他经销商建立合作关系，仅与加齐国际建立长期战略合作，以实现双方互利共赢。

（二）结合与加齐国际签订的合作协议的主要条款，补充披露买断式销售的依据以及收入确认时点的合规性；

根据公司与加齐国际签订的长期合作协议，公司根据加齐国际订单向加齐国际销售产品，加齐国际向公司采购后自行负责后端销售、售后及因市场销售产生的所有费用，公司不负责对最终用户提供服务。订单确定后，加齐国际须按照有关确认书所规定的时间开立以公司为受益人的保兑的、不可撤销的信用证，信用证付款日期按照各订单约定开立。在保质期内因公司产品质量问题而导致的维修或者退货，公司需配合加齐国际提供所需维修配件或者相应的服务，若超过保质期，加齐国际自行负责相关售后，保质期为自水泵生产日期起一年。

日常业务中，公司与加齐国际签订销售订单，约定销售产品型号、数量、单价、装运时间、装运口岸和目的地口岸和地点、付款方式等，报关后的海运费由

客户承担，产品主要风险在货物装船后转移至加齐国际。报告期内，加齐国际未发生退货、换货的情形。因此，公司与加齐国际之间的销售属于买断式销售，依据充分。公司根据合同约定将产品装船并报关出口、取得报关单及承运人签发的货运提单时确认收入，符合会计准则规定，收入确认时点合规、准确。

（三）补充披露公司与加齐国际订立销售合同的具体方式，前述合作协议到期后的安排，是否存在到期后不能续期的风险，对公司持续经营能力是否构成重大不利影响，并充分提示风险。

公司与加齐国际签订长期合作协议为总体框架协议，具体交易中双方系以经确认的销售订单作为销售凭证，订单载明双方交易的主要内容，公司据此组织生产并按时交付产品。

公司与加齐国际经过多年长期稳定的合作，已形成了互利共赢、持续稳定的合作关系，双方长期合作协议到期后不能续期的风险较小，具体分析如下：

1. 民用水泵在孟加拉市场具有刚性需求，是客户不可缺少的经营品类，而孟加拉本国水泵生产技术落后，水泵产品对中国的进口依赖程度高

民用水泵广泛应用于孟加拉居民生活用水、农业灌溉领域，具有刚性需求。近年来，孟加拉经济的快速发展、不断完善的电网建设以及居民生活水平的提高为民用水泵市场的快速发展奠定了坚实基础。加齐国际作为孟加拉最大的水泵经销商之一，民用水泵是其不可缺少的经营品类。然而，孟加拉本国水泵生产厂商多为小规模作坊式企业，其水泵产品高度依赖进口。中国水泵产品凭借优异的产品质量和价格优势成为孟加拉主要进口国。

2. 加齐国际市场地位显著，竞争优势明显

加齐国际成立于 2003 年，系孟加拉最大的家用水泵、工业水泵销售企业之一，公司员工约 500 人，在孟加拉主要城市均设立了办事处和服务中心，拥有健全的销售和服务网络。加齐国际实际控制人 GOLAM DASTAGIR GAZI（吴拉姆·达斯塔吉尔·加齐，孟加拉籍）为孟加拉现任纺织与黄麻部部长，其控制的 GAZI GROUP（加齐集团）成立至今已有 46 年历史，系孟加拉最著名的集团之一，广泛涉足制造，贸易，通信，房地产，银行，保险和媒体等产业，各产业形成的协同效应有利于提升加齐国际的市场地位，提高水泵产品在当地市场竞争优势。

3. 公司已与加齐国际形成互利共赢、持续稳定的合作关系，且目前加齐国际经营状况良好，长期合作协议到期后不能续约的风险较小。

受益于孟加拉当地旺盛的水泵市场需求以及管理层的长期稳定并努力拓展当地水泵市场，加齐国际经营状况近年来呈现稳步增长态势，2015 年实现收入 3,000 万美元，2016 年 3,500 万美元，2017 年 4,000 万美元，2018 年 4,600 万美元，2019 年 5,350 万美元。对加齐国际而言，民用水泵是其不可缺少的经营品类，目前加齐国际当地市场占有率 25%左右仍有上升空间，公司始终坚持提高产品自制率、改进生产工艺，技术水平较高，可以紧跟孟加拉国内水泵市场发展趋势，及时解决客户的技术性问题，研发和生产出更为符合当地气候、环境的水泵产品，具备快速响应客户产品需求的能力，产品性价比和竞争优势较为明显，在当地已树立了良好的口碑和品牌形象，并占据了一定市场份额，公司与加齐国际合作多年，公司已与加齐国际建立了长期稳定的互利共赢合作关系，长期合作协议到期后不再合作的可能性较小。

综上，双方经过多年长期稳定的合作，已形成了互利共赢、持续稳定的合作关系。公司与加齐国际交易具有稳定性和可持续性，到期后不能续约的风险较小，公司持续经营能力不存在较大不确定性的情形。

（四）核查程序及结论

1. 核查程序

针对加齐国际，我们履行的核查程序如下：

（1）分别于 2018 年 2 月、2019 年 10 月和 2020 年 1 月对加齐国际进行实地走访，查看加齐国际的营业场所；与加齐国际相关负责人进行交流，核实加齐国际基本情况、公司与其交易情况、当期水泵市场供求情况及趋势、了解其对公司水泵产品的评价及销售情况、未来与公司合作的意向；

（2）访谈公司实际控制人，了解报告期内公司与加齐国际合作的背景、历史，未开拓其他经销商客户的原因，公司维持与加齐国际合作关系的措施；

（3）获取加齐国际销售收入明细账、合作协议抽查订单、货运提单以及报关单，核查收入确认时点是否符合会计准则规定。

2. 核查结论

经核查，我们认为：（1）公司基于长期战略合作考虑在孟加拉国仅与加齐国际一家主要经销商客户建立长期合作，具有合理性；（2）公司与加齐国际之间为买断式销售，依据充分合理，收入确认时点合规、准确；（3）公司与加齐国际经过多年长期稳定的合作，已形成了互利共赢、持续稳定的合作关系，公司与加齐

国际交易具有稳定性和可持续性，到期后不能续约的风险较小，公司持续经营能力不存在较大不确定性的情形，公司已充分披露关于加齐国际生产经营变动对公司业务的影响。

三、关于终端销售核查。申报材料显示，中介机构对 24 家经销商客户实施了二级客户抽样走访，其中对加齐国际 8 个主要销售城市的 55 个二级主要客户进行了实地走访。请发行人补充披露发行人主要客户对发行人的评价情况及其依据。请保荐人、申报会计师补充说明对终端客户抽样及走访的方式、内容、获取的核查证据以及有效性，说明对发行人经销销售实现最终销售的判断依据是否充分。（审核函第 3 条）

（一）公司主要客户对公司的评价情况及其依据

经过多年的国外市场开拓，公司与亚洲、美洲、欧洲、非洲、大洋洲等地区的多个经销商和品牌制造商建立了长期稳定的合作关系，如 GAZI INTERNATIONAL（孟加拉加齐国际）、GLENTRONICS, INC（美国格兰创力）、W AND P KOREA（韩国水民有限）、B&M COMPUTERS PTY.LTD（澳大利亚博和米）等。2017-2019 年度，公司三年存续的经销商客户 101 家，销售收入占当期主营业务收入比例分别为 80.79%、78.47%和 79.04%。

我们对公司的主要经销商客户进行了实地走访，并对客户对公司的评价进行了解，报告期内前五大客户对公司评价情况如下：

序号	客户名称	客户评价	是否存在产品质量纠纷	未来向公司采购的意愿
1	GAZI INTERNATIONAL (孟加拉加齐国际)	产品质量和服务良好	否	意向积极
2	GLENTRONICS, INC (美国格兰创力)	客户对产品的价格很满意，产品质量良好	否	意向积极
3	GHULAM NABI GENERAL TRADING L. L. C (迪拜古兰纳比贸易)	产品质量良好，客户满意产品的价格	否	意向积极
4	宁波中澳乐蕴进出口有限公司	产品质量良好	否	意向积极
5	芒市宇航进出口有限公司	产品质量优良	否	意向积极
6	B&M COMPUTERS PTY LTD (澳大利亚博和米)	公司产品价格实惠，产品质量逐年提高	否	意向积极
7	W AND P KOREA (韩国水民有限)、AIGER (韩国艾格)	公司的产品交货时间短、价格实惠、品种丰富且质量良	否	意向积极

		好		
8	LLP<<ARYSTAN 7>> (哈萨克斯坦阿瑞斯坦)、KRIN XXI (哈萨克斯坦克霖)	公司的产品价格是最优惠的且质量在进口自中国的水泵中属于最好的	否	意向积极
9	GHOLAM RASUL GENERAL TRADING COMPANY (LLC) (迪拜古兰苏拉尔贸易)	公司交货及时, 价格略贵但产品质量良好	否	意向积极

根据我们对主要客户的访谈情况, 客户普遍反映公司产品质量优良, 主要客户综合考虑公司优良的产品质量、及时的售前售后服务、丰富的产品品种、交货及时等因素, 未来采购意愿较为积极。

同时, 我们实施二级客户抽样走访时, 了解二级客户对产品的评价情况, 二级客户普遍反映公司产品质量优良。

(二) 补充说明对终端客户抽样及走访的方式、内容、获取的核查证据以及有效性, 说明对公司经销销售实现最终销售的判断依据是否充分。

针对公司终端客户走访、公司经销最终销售事宜, 我们履行了以下核查程序:

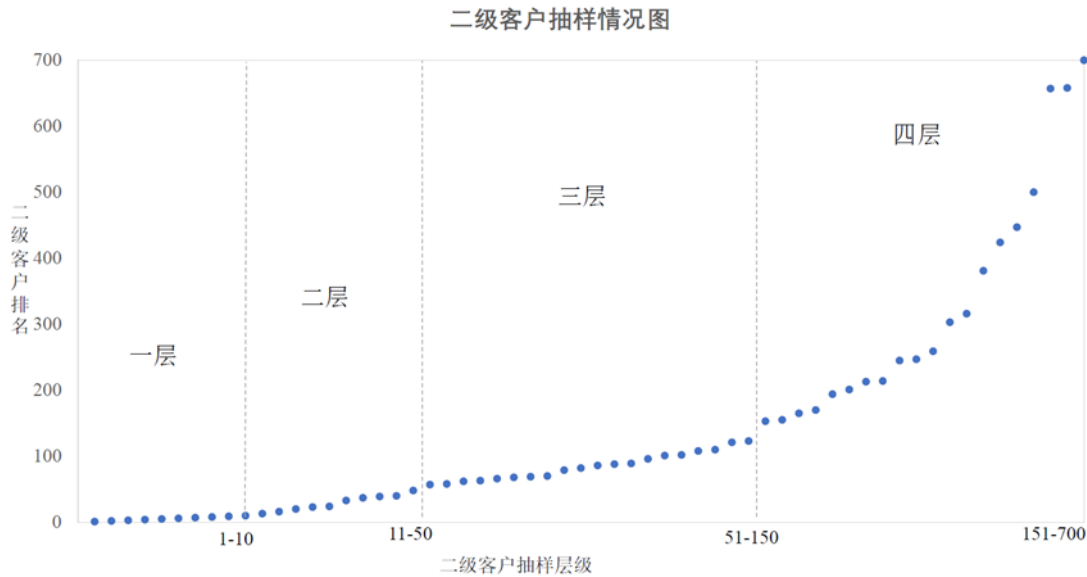
1. 加齐国际二级客户走访情况

我们对加齐国际及其二级客户履行了走访程序。对加齐国际实地走访时, 核查了其对外销售情况, 查验了其仓库中库存情况、存放情况、生产日期、是否存在滞销积压情况等, 经现场查验, 未发现加齐国际产品积压情况。同时我们还对其二级客户进行了走访, 鉴于公司与加齐国际之间交易为买断式交易, 自公司将产品销售给加齐国际起即实现了产品销售, 公司不对加齐国际的下游商业行为承担责任, 我们通过对二级客户的走访作为销售收入核查的补充手段, 意在查看销售终端的真实性, 以此印证对经销商访谈取得内容的有效性。

加齐国际的二级客户主要为经销水泵、电机等产品的门店, 其与二级客户之间交易为买断式交易, 加齐国际在孟加拉国拥有千余家二级客户, 二级客户高度分散, 下游销售区域主要包括孟加拉首都达卡、吉大港 (孟加拉最大港口城市 and 第二大城市)、纳拉扬甘杰 (孟加拉第三大城市)、库尔纳 (孟加拉第四大城市)、拉杰沙希 (孟加拉中西部工商业城市、第五大城市)、锡尔赫特、朗布尔、巴里萨尔等。

我们通过取得加齐国际下游主要客户销售清单, 结合销售区域、销售金额等因素抽取二级客户样本, 并主要在 2019 年 10 月进行了实地走访。具体抽样方法为: 选择金额前 10 名客户、排名在 11-50 名之间随机抽取 10 家、51-150 名之

间随机抽取 20 家、151-700 名之间随机抽取 20 家。对调查对象分层后，各层次样本有同等被抽中的可能，每层次抽取时均匀抽样，抽取的二级客户样本销售额排名分布如下：



实际走访过程中，存在少部分二级客户不接受走访的情形，最终实际走访加齐国际二级客户 55 家。走访的 55 家二级客户分布于孟加拉 8 个不同地区、位于收入不同层级，具有代表性。

2. 其他主要客户的二级客户走访情况

我们在对公司经销商客户走访过程中，尽量获取经销商客户二级客户清单。但鉴于公司与经销商客户均为买断式交易，公司直接客户下游二级客户信息属于客户的重要商业机密，尤其是境外客户特别注重保护商业秘密和隐私保护原则，认为提供其客户名单会导致二级客户信息泄露、客户流失，进而导致自身利益受损，故获取客户二级客户以及销售清单难度较大。我们共获取了 33 家经销商客户的前五大二级客户清单并安排走访，实际执行中存在部分二级客户出于信息泄密、客户流失的担心等不愿接受走访，最终对 24 家经销商客户实施了二级客户抽样实地走访。

在二级客户走访过程中，我们履行的核查程序及取得的核查证据具体如下：

(1) 实地查看二级客户场地的公司水泵产品、抽查公司水泵产品生产日期；(2) 了解二级客户主营业务、股权结构等基本情况，判断二级客户采购水泵是否符合商业逻辑；(3) 了解二级客户所在地水泵市场需求情况、对公司水泵产品评价；(4) 了解二级客户对外销售情况等。走访结束后，我们取得与二级客户访谈的访

谈记录、受访人身份证件、工商注册信息、合影、实地走访凭证等核查证据。经核查，公司境外产品最终销售不存在异常情况。

对公司销售收入的核查工作是一项系统性工程，对于终端销售来说，二级客户走访仅为补充核查方式之一，我们通过多种核查程序以及取得直接、客观证据进行交叉核对来得出核查结论。除对主要客户及其二级客户抽样走访外，我们履行了以下具体核查程序：

1. 取得客户期末存货结存数据并进行分析

我们对于经销商客户的当期销售和期末库存情况实施了独立发函程序，对客户期末存货合理性进行分析。回函比例情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
已回函客户收入	21,347.53	27,541.30	20,142.03	21,881.52
占主营业务收入的比例	72.72%	71.57%	68.84%	78.19%

经核查，报告期各期末，公司主要经销商期末库存合理，与其自身的经营策略、销售渠道特点及经营规模相匹配，符合客户实际情况，公司不存在经销商渠道压货情形；

2. 获取公司经销商清单，核查报告期内经销商总体、持续、新增和退出情况，关注经销商主体资格。经核查，报告期内公司与主要经销商客户合作关系稳定，经销商数量增减变动、经销收入的增减变动具有合理原因；

3. 对公司报告期内主要客户收入波动情况进行分析，检查是否存在异常波动的情况。经核查，公司主要客户报告期内收入波动符合其实际经营情况，未有报告期末大金额突击确认收入的情形；

4. 对主要客户与公司报告期内销售收入、期末应收账款实施了独立函证程序，回函相符，比例如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
发函客户收入	22,550.78	31,818.61	23,795.13	23,313.37
占主营业务收入的比例	76.82%	82.68%	81.33%	83.30%
已回函客户收入	21,347.53	27,930.22	20,355.46	21,997.10
占主营业务收入的比例	72.72%	72.58%	69.57%	78.60%

5. 核查报告期内回款情况及期后回款情况，确认销售的真实性。经核查，公司回款情况良好，报告期各期末公司账龄一年以内的占比在 96.6%以上，且主要经销商客户回款正常；

6. 了解报告期内公司退换货情况；公司产品质量较为稳定，报告期内未发生换货的情况，存在少量退货情形，金额及占比均较小；

7. 对公司产品毛利率进行分析，并与同行业上市公司对比；分析主要客户毛利率波动情况，核查是否存在毛利率异常的情形。经核查，报告期内公司毛利率无异常情况；

8. 获取海关部门出具的无违规证明和海关出口金额证明，将海关出口金额与当期收入进行核对：

单位：万美元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年 度	2017 年度	合计
海关出口数据 A	3,896.50	5,260.91	4,373.14	4,050.69	17,581.24
账面出口数据 B	3,916.77	5,189.74	4,452.49	4,057.54	17,616.54
差异 A-B	-20.27	71.17	-79.35	-6.85	-35.30
差异率	0.52%	1.37%	-1.78%	-0.17%	-0.20%

注：账面出口数据为母公司账面数据，包含了出口给子公司的交易金额

由上，报告期内海关出口数据与账面出口数据差异分别为-6.85 万美元、-79.35 万美元、71.17 万美元和-20.27 万美元，差异率分别为-0.17%、-1.78%、1.37%和 0.52%，报告期合计差异为-35.30 万美元，差异率为-0.20%，差异及差异率很小；

9. 获取了税务系统为公司办理出口退税对应的出口数据，并将出口退税销售额与公司外销收入进行对比分析，经核查差异很小；

10. 执行销售与收款细节测试、截止性测试程序，抽取公司大额出口销售记录，核对相关出口合同、信用证、销售发票、装箱单、出口报关单、货运提单、收款凭证等资料与单据。

综上，经核查，我们认为，我们对终端客户抽样及走访取得的核查证据有效，同时我们通过对公司销售执行多项核查程序，获取了充分核查证据，公司经销销

售实现最终销售的判断依据充分，经销收入真实。

四、关于审计截止日后的财务信息请发行人：（1）补充披露 2020 年 1-9 月主要客户的收入变动情况以及主要产品的毛利率变动情况；（2）结合 2020 年 1-9 月对加齐国际的销售情况，进一步补充披露加齐国际经营状况可能对发行人经营业绩带来不利影响的风险；请保荐人、申报会计师发表明确意见，并补充说明中介机构对发行人 2020 年 1-9 月新增经销商的核查范围、核查程序及核查结论。（审核函第 4 条）

（一）补充披露 2020 年 1-9 月主要客户的收入变动情况以及主要产品的毛利率变动情况

1. 2020 年 1-9 月前五名客户收入变动情况

2020 年 1-9 月公司前五名客户收入及与上年同期变动情况如下：

单位：万元

客户名称	2020 年 1-9 月收入	2019 年 1-9 月收入	变动额	变动率
GAZI INTERNATIONAL（孟加拉加齐国际）	10,667.38	11,889.38	-1,222.00	-10.28%
GLETRONICS, INC（美国格兰创力）	2,195.18	1,887.30	307.88	16.31%
宁波中澳乐蕴进出口有限公司	842.72[注]	546.59	296.13	54.18%
W AND P KOREA（韩国水民有限）	779.17	490.88	288.29	58.73%
GHULAM NABI GENERAL TRADING L. L. C（迪拜古兰纳比贸易）	755.00	460.92	294.08	63.80%
小计	15,239.45	15,275.08	-35.63	-0.23%
占主营业务收入比例	51.91%	55.59%		

[注 1] 宁波中澳乐蕴进出口有限公司金额为宁波中澳乐蕴进出口有限公司及其同一控制下关联公司浙江中乐进出口有限公司的汇总数

[注 2] 2019 年 1-9 月数据未经审计

主要客户收入变动原因如下：

（1）孟加拉加齐国际收入较上年同期减少 1,222.00 万元，下降 10.28%，主要系受 2020 年 6 月以来南亚连日暴雨导致发源于喜马拉雅山脉、流经印度和孟

加拉国的两条主要河流布拉马普特拉河（Brahmaputra）、恒河（Ganges）水位大幅上涨，孟加拉国发生较为严重的洪涝灾害，影响了加齐国际的销售，导致加齐国际 6-8 月对公司采购规模有所下降，但随着雨季趋于结束，2020 年 9 月公司对加齐国际销售收入 1,798.15 万元，已恢复至去年 9 月同期的 1,805.40 万元水平。

(2) 美国格兰创力收入较上年同期增加 307.88 万元，上升 16.31%，主要系该客户所在地区其他水泵竞争对手受疫情影响库存不足，而该客户库存较为充足，当期销售情况较好，导致向公司采购规模有所增长。

(3) 宁波中澳乐蕴收入较上年同期增加 296.13 万元，上升 54.18%，主要系该客户拓宽了销售渠道，2020 年在突尼斯、伊拉克等市场基础上重点拓展斯里兰卡市场，导致向公司采购规模有所增长。

(4) 韩国水民有限收入较上年同期增加 288.29 万元，上升 58.73%，主要系该客户在 2019 年受韩国宏观经济形势影响，当年向公司采购规模较低所致。

(5) 迪拜古兰纳比贸易收入较上年同期增加 294.08 万元，上升 63.80%。原因系该客户 2020 年进一步拓展了非洲、中东市场，故向公司采购规模有所增长。

2. 主要产品毛利率变动情况

(1) 2020 年 1-9 月公司主营业务毛利率及各类产品毛利率情况如下：

产品类型	2020 年 1-9 月	2019 年度	毛利率变动
陆上泵	29.78%	29.00%	0.78%
小型潜水泵	39.02%	36.51%	2.51%
节能泵	42.39%	45.41%	-3.02%
井用潜水泵	25.49%	23.95%	1.54%
循环泵	33.02%	31.11%	1.91%
配件	42.18%	37.18%	5.00%
主营业务毛利率	33.09%	31.74%	1.35%
综合毛利率	33.03%	31.57%	1.46%

2020 年 1-9 月公司毛利率为 33.03%，较 2019 年上升 1.46 个百分点，主要系陆上泵、小型潜水泵、井用潜水泵、循环泵等毛利率有所增长；同时毛利率高的节能泵、小型潜水泵产品收入占主营业务收入比例分别由 2019 年的 12.21%、12.59%提升至 2020 年 1-9 月的 15.32%和 15.59%。

陆上泵、小型潜水泵、井用潜水泵、循环泵毛利率均有所提升，主要系：主要原材料如漆包线、硅钢片、不锈钢件等采购价格较上年有所下降，同时 2020 年 1-9 月美元兑人民币平均汇率较 2019 年同期有所提升所致；节能泵产品毛利率略有下降主要系公司基于进一步推广节能泵产品，在维持较高的利润率的前提下，下调了部分型号售价，导致毛利率有所下降。

(2) 主要产品毛利率变动分析

1) 陆上泵毛利率、平均销售价格、平均销售成本情况如下：

单位：元/台

项目	2020 年 1-9 月		2019 年度
	金额	变动	金额
平均单位售价	219.67	-4.51%	230.04
平均单位成本	154.25	-5.56%	163.33
毛利率	29.78%	0.78%	29.00%
美元平均单位售价	31.34	-6.06%	33.36

注：鉴于公司与客户销售主要以美元结算，2020 年 1-9 月公司美元折算为人民币全年平均汇率为 7.0090，美元平均单位售价系以此汇率折算。下同

2020 年 1-9 月公司陆上泵产品毛利率为 29.78%，较上年提高 0.78 个百分点。主要系主要原材料如漆包线、硅钢片、不锈钢件等采购价格较上年有所下降，使得陆上泵平均单位成本较 2019 年下降 5.56%，相应以美元结算的平均单位售价由 33.36 美元/台降至 31.34 美元/台，下降 6.06%，但 2020 年 1-9 月美元兑人民币平均汇率提升，使得以人民币计价的平均销售价格降低 4.51%，综合导致 2020 年 1-9 月陆上泵产品毛利率较上年增加 0.78 个百分点。

2) 小型潜水泵毛利率、平均销售价格、平均销售成本情况如下：

单位：元/台

项目	2020 年 1-9 月		2019 年度
	金额	变动	金额
平均单位售价	285.74	2.32%	279.26
平均单位成本	174.25	-1.72%	177.31
毛利率	39.02%	2.51%	36.51%
美元平均单位售价	40.77	0.68%	40.49

2020 年 1-9 月公司小型潜水泵产品毛利率为 39.02%，较上年提高 2.51 个百分点，主要系主要原材料如漆包线、硅钢片、不锈钢件等采购价格较上年有所下

降，使得小型潜水泵平均单位成本较 2019 年下降 1.73%，美元平均单位售价与 2019 年基本相当，受 2020 年 1-9 月美元兑人民币平均汇率提升影响，以人民币计价的平均销售价格提高 2.32%，导致 2020 年 1-9 月小型潜水泵毛利率较上年增加 2.51 个百分点。

3) 节能泵毛利率、平均销售价格、平均销售成本情况如下：

单位：元/台

项目	2020 年 1-9 月		2019 年度
	金额	变动	金额
平均单位售价	1,775.74	-6.50%	1,899.16
平均单位成本	1,022.98	-1.33%	1,036.77
毛利率	42.39%	-3.02%	45.41%
美元平均单位售价	253.35	-8.00%	275.38

2020 年 1-9 月公司节能泵产品毛利率为 42.39%，较上年下降 3.02 个百分点。主要系主要原材料如漆包线、硅钢片、不锈钢件等采购价格较上年有所下降，使得节能泵平均单位成本较 2019 年下降 1.33%，公司为了进一步推广节能泵产品，在维持较高的利润率的前提下，下调了部分型号售价，节能泵美元平均单位售价下降 8%，但 2020 年 1-9 月美元兑人民币平均汇率提升，使得以人民币计价的平均销售价格下降 6.50%，综合导致毛利率较上年下降 3.02 个百分点。

(二) 结合 2020 年 1-9 月对加齐国际的销售情况，进一步补充披露加齐国际经营状况可能对公司经营业绩带来不利影响的风险；

孟加拉地处亚洲南亚地区，该国气候类型属于热带季风气候，常年高温，年平均气温为 26.5℃，季风具有不稳定性而多旱涝，雨季和旱季明显，一般每年 6 月至 10 月为雨季，11 月至次年 3 月为旱季。干旱天气通常能促进居民对水泵的市场需求，而雨季和低温天气较多，水泵销售将可能减少。2020 年 1-9 月，加齐国际受洪灾天气影响，公司对其销售收入较上年同期减少 1,222.00 万元，下降 10.28%，但随着雨季趋于结束，2020 年 9 月公司对加齐国际销售收入 1,798.15 万元，已基本恢复至去年 9 月同期的 1,805.40 万元水平。截至 2020 年 9 月末，加齐国际在手订单 258.40 万美元。

公司 2020 年 1-9 月对加齐国际销售收入下降但整体营业收入较上年同期上升 6.91%，主要是：1. 除加齐国际外，2017-2019 年公司稳定合作经销商客户在

2020 年 1-9 月实现收入 10,483.54 万元,较上年同期增加 1,182.89 万元;2. 公司市场开拓力度增加,2020 年 1-9 月,公司销售收入 10 万以上的新增经销商客户家数 58 家,实现销售收入 2,133.57 万元,其中向苏州宝时得电动工具有限公司和宁波市慈溪进出口控股有限公司销售金额为 609.53 万元,苏州宝时得电动工具有限公司为宝时得集团旗下子公司,宝时得集团系拥有国际知名电动工具品牌的跨国公司,是中国规模最大的电动工具制造商和出口商之一。

综上,由于受降雨较多影响,公司对加齐国际 2020 年 1-9 月销售收入下降,并可能导致公司对加齐国际 2020 年全年销售收入低于 2019 年,对公司经营业绩带来不利影响。但由于其他客户和新增客户销售收入增长,预计公司 2020 年全年销售收入仍将保持增长势头,营业收入约为 40,861.87 万元-41,261.87 万元,较上年增长 5.74%-6.78%; 归属于母公司股东净利润预计为 7,151.88 万元-7,271.88 万元,较上年增长 3.87%-5.56%; 扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为 6,744.50 万元-6,864.50 万元,较上年增长 1.90%-3.71%。

(三) 补充说明对 2020 年 1-9 月新增经销商的核查范围、核查程序及核查结论

1. 核查程序

我们获取了公司 2020 年 1-9 月销售明细表,核查新增经销商情况。2020 年 1-9 月,公司销售收入 10 万以上的新增经销商客户家数 58 家,实现销售收入 2,133.57 万元,其中进入公司前二十大客户中的主要新增客户为苏州宝时得电动工具有限公司和宁波市慈溪进出口控股有限公司,具体情况如下:

单位: 万元

客户名称	2020 年 1-9 月收入	占新增经销商收入比例
苏州宝时得电动工具有限公司	324.06	13.30%
宁波市慈溪进出口控股有限公司	285.47	11.72%
小计	609.53	25.02%
占主营业务收入比例	2.08%	

对上述 2 家主要新增经销商,我们履行的核查程序如下:

(1) 通过企业信用信息网等查询上述客户的工商信息,了解股权结构、董监高信息等基本情况,上述两家客户基本情况如下:

1) 苏州宝时得电动工具有限公司

客户名称	苏州宝时得电动工具有限公司
合作起始时间、背景	苏州宝时得电动工具有限公司于 2020 年开展水泵销售业务，通过网络公开渠道搜索了解到公司
客户成立时间	1999 年 12 月 17 日
客户经营规模	2019 年收入规模 6.5 亿元
股权结构	宝时得科技（中国）有限公司持股 98.1366%、江苏宝时得工具有限公司持股 1.8634%。
公司背景	宝时得集团始创于 1994 年，是一家集电动工具研发、制造、营销于一体，拥有国际知名电动工具品牌的跨国公司。集团拥有美国、英国、意大利、德国、澳大利亚等十多家海外分公司，意大利、澳大利亚两大海外研发子公司，以及苏州、张家港两大制造基地，是中国规模最大的电动工具制造商和出口商之一。宝时得集团旗下知名品牌 WORX（威克士），产品定位高端，涵盖专业、花园、家用等电动工具类别，客户遍及世界众多国家和地区，并在 2012 年荣获“CCTV 中国年度品牌”，在国际、国内电动工具市场赢得了较高的知名度。
主营业务及产品	开发生产电动工具、机电产品，销售自产产品；经营本企业自产产品及技术的出口业务；经营本企业生产、科研所需的原辅材料、仪器仪表机械设备、零配件及技术的进口业务（国家限定公司经营和国家禁止出口的商品及技术除外）；投资咨询。（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）许可项目：第三类医疗器械经营（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）一般项目：第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；日用口罩（非医用）销售；医用口罩批发；医护人员防护用品批发；劳动保护用品销售；消毒剂销售（不含危险化学品）；产业用纺织制成品销售（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）
本期销售排名	2020 年 1-9 月公司第十四大客户

2) 宁波市慈溪进出口控股有限公司

客户名称	宁波市慈溪进出口控股有限公司
合作起始时间、背景	2020 年，在 2019 年通过展会建立联系
客户成立时间	2014 年 12 月 16 日
客户经营规模	2017-2019 年收入 2-3 亿美元
股权结构	宁波圣托尔国际贸易有限公司持股 48.5714%、慈溪圣雷仕国际贸易有限公司持股 26.6190%、慈溪圣习尔国际贸易有限公司持股 24.8095%。
公司背景	是一家专业从事进出口贸易的外贸综合服务企业，秉承慈溪人“能商善贾、精工细作”的精神，紧握大桥经济脉搏，融入“一带一路”建设，以家电电子、轴承汽配、灯具、建材卫浴、家居礼品、鞋子、服装等慈溪及浙江省制造业优势产品为主要出口商品，与欧美及各新兴市场等全球 150 多个国家和地区有贸易往来。
主营业务及产品	许可项目：货物进出口；技术进出口；进出口代理；食品经营（销售预包装食品）（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）。一般项目：工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外）；针纺织品批发；针纺织品零售；五金产品批发；五金产品零售；机械设备批发；家用电器批发；电子元器件批发；仪器仪表批发；金属制品批发；电气设备批发；服装服饰批发；服装服饰零售；化工产品销售（不含许可类化工产品）；珠

	宝首饰批发；珠宝首饰零售；第二类医疗器械销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；网络与信息安全软件开发；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；会议及展览服务；住房租赁；以自有资金从事投资活动；（未经金融等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）（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）。
本期销售排名	2020 年 1-9 月公司第十五大客户

经核查，公司与上述主要新增经销商客户不存在关联关系。

(2) 对新增的 2 家重要的经销商实施实地走访；

我们对新增的主要经销商客户实施了实地走访程序，在走访客户时我们查看了客户的营业场所；与客户相关负责人进行了访谈，访谈内容包括：1) 了解客户成立时间、股权结构、主营业务、收入及采购规模、当地市场竞争情况等，核实客户基本情况，关注与公司之间是否存在关联关系；2) 了解客户与公司开展业务的背景、合作模式、交易情况、客户对外销售公司产品的情况；3) 核查客户与公司销售产品的质量及纠纷情况、退换货及原因；4) 了解公司产品定价方式、产品价格与当地市场同类产品的价格差异、客户与公司结算方式、信用期等；5) 向客户确认公司不存在经销商渠道压货情形，经销收入实现最终销售，公司经销模式收入具有真实性。走访情况具体如下：

序号	走访客户名称	走访时间	访谈对象	访谈对象职务	走访人员
1	宁波市慈溪进出口控股有限公司	2020. 6. 10	龚益	监事	常勇奇、胡诗航
2	苏州宝时得电动工具有限公司	2020. 11. 3	张俊	采购主管	郭思婷、王其雄

(3) 访谈公司销售负责人，了解上述新增经销商的合作背景、上述主要新增客户报告期及期后退换货情况；

(4) 执行销售与收款细节测试程序，抽取公司对 2 家经销商的销售记录，核对相关销售订单、销售发票、出库单、收款凭证等资料与单据；

(5) 对于 2 家新增重要经销商的当期销售和往来款期末余额情况实施独立发函程序；

(6) 执行收入截止性测试；

(7) 访谈公司销售主管，了解公司经销商选取标准、日常管理、定价机制、物流、退换货机制、费用承担、是否存在返利等内控制度；

(8) 我们对公司 2020 年 1-9 月相关财务数据履行了审计程序，出具了审计报告；我们对公司财务数据进行了分析，访谈了公司财务负责人，了解变动原因；

查阅了同行业上市公司公告等。

2. 核查结论

经核查，我们认为：（1）2020 年 1-9 月主要客户的收入变动原因合理，主要产品的毛利率变动具有合理性；（2）加齐国际由于受降雨较多影响导致 2020 年 1-9 月公司对其销售收入下降，但公司其他经销商销售增长以及通过拓展新客户，2020 年 1-9 月经营业绩较上年同期仍保持增长，针对加齐国际销售收入下降可能对公司经营业绩带来的不利影响，公司已在招股说明书充分披露；（3）公司 2020 年 1-9 月新增经销商销售真实、合理。

五、关于收入季节性。申报材料显示，2017 年至 2019 年，发行人第四季度收入占比分别为 36.37%、36.70%、28.60%，下半年收入占比分别为 56.92%、58.71%、54.46%。请发行人：（1）结合同行业可比公司相关情况以及报告期各期发行人第四季度收入月度分布、与相关客户的收入确认政策等情况，补充披露发行人第四季度收入占比较高 的原因及合理性，是否符合行业惯例，是否存在期末集中确认收入、期初退货的情形，或通过延长信用期以提高销售的情况；（2）结合生产周期、发货周期、主要客户备货周期等，进一步说明收入季节性波动的合理性，与同行可比公司是否一致。请保荐人、申报会计师说明对收入执行的截止性测试等核查程序的具体情况，并对上述事项发表明确意见。（审核函第 5 条）

（一）结合同行业可比公司相关情况以及报告期各期公司第四季度收入月度分布、与相关客户的收入确认政策等情况，补充披露公司第四季度收入占比较高的原因及合理性，是否符合行业惯例，是否存在期末集中确认收入、期初退货的情形，或通过延长信用期以提高销售的情况；

1. 公司主营业务收入分季度分部如下：

单位：万元

项目		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例
上半年	一季度	6,240.83	16.22%	5,286.82	18.07%	5,894.95	21.06%
	二季度	11,284.41	29.32%	6,792.57	23.22%	6,162.39	22.02%

	小计	17,525.24	45.54%	12,079.40	41.29%	12,057.34	43.08%
下半年	三季度	9,953.16	25.86%	6,441.09	22.01%	5,749.50	20.54%
	四季度	11,005.24	28.60%	10,737.95	36.70%	10,179.18	36.37%
	小计	20,958.40	54.46%	17,179.04	58.71%	15,928.68	56.92%
合计		38,483.64	100.00%	29,258.44	100.00%	27,986.02	100.00%

从上表可以看出，公司下半年主营业务收入略高于上半年。民用水泵行业的季节性变化主要受气候环境等因素影响。一般春夏季用水需求量较大，秋冬季节用水需求量相对较小，春夏季的水泵需求量大于秋冬季，但南北半球季节相反，因此民用水泵需求的季节性主要取决于销售的主要地区。

2. 主要客户第四季度收入按月分布

2017-2019 年，公司第四季度收入月度分布如下：

单位：万元

月份	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占主营业务收入比例	金额	占主营业务收入比例	金额	占主营业务收入比例
10 月	3,425.96	8.90%	2,810.85	9.61%	2,574.01	9.20%
11 月	4,078.20	10.60%	3,387.16	11.58%	4,270.43	15.26%
12 月	3,501.08	9.10%	4,539.94	15.52%	3,334.74	11.92%

2017 年至 2019 年四季度各月收入确认较为均匀，未见突击确认收入情况。

公司主要经销商第四季度收入分月及占该经销商当年收入比例情况具体如下：

(1) GAZI INTERNATIONAL（孟加拉加齐国际）

单位：万元

月份	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	收入占比	金额	收入占比	金额	收入占比
10 月	2,283.39	12.54%	1,254.69	12.40%	1,659.79	14.88%
11 月	2,482.36	13.63%	1,451.33	14.34%	2,296.93	20.60%
12 月	1,556.07	8.54%	1,723.90	17.03%	1,362.76	12.22%
小计	6,321.82	34.71%	4,429.92	43.77%	5,319.48	47.70%

(2) GLENTRONICS, INC（美国格兰创力）

单位：万元

月份	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	收入占比	金额	收入占比	金额	收入占比
10 月	171.58	6.99%	91.13	3.57%	114.61	4.77%
11 月	164.11	6.68%	271.28	10.63%	542.25	22.57%

12 月	232.33	9.46%	255.60	10.01%	264.49	11.01%
小计	568.02	23.13%	618.01	24.21%	921.35	38.35%

(3) 宁波中澳乐蕴进出口有限公司

单位：万元

月份	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	收入占比	金额	收入占比	金额	收入占比
10 月	66.18	8.64%	-	0.00%	-	0.00%
11 月	64.25	8.39%	-	0.00%	-	0.00%
12 月	88.78	11.59%	135.05	100.00%	-	0.00%
小计	219.20	28.62%	135.05	100.00%	-	0.00%

宁波中澳系于 2018 年 12 月通过网站公开信息搜索方式建立业务关系。

(4) 芒市宇航进出口有限公司

单位：万元

月份	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	收入占比	金额	收入占比	金额	收入占比
10 月	78.79	13.57%	-	0.00%	52.35	15.42%
11 月	68.40	11.78%	64.81	12.26%	-	0.00%
12 月	135.26	23.29%	183.82	34.77%	154.38	45.47%
小计	282.45	48.64%	248.63	47.03%	206.74	60.89%

公司向芒市宇航进出口有限公司以销售陆上泵为主，该客户的下游销售渠道为缅甸等境外水泵经销商，缅甸属于热带季风气候，全年中一般 2 月至 5 月为热季，基于我国春节假期及货物运输期等因素影响，该客户通常在第四季度采购以充足库存，故第四季度中 12 月收入占比较高。

(5) W AND P KOREA（韩国水民有限）

单位：万元

月份	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	收入占比	金额	收入占比	金额	收入占比
10 月	30.49	4.09%	60.71	5.46%	47.41	4.28%
11 月	61.11	8.20%	190.64	17.15%	113.89	10.29%
12 月	162.81	21.85%	132.30	11.90%	144.08	13.02%
小计	254.41	34.14%	383.66	34.52%	305.38	27.60%

(6) GHOLAM RASUL GENERAL TRADING COMPANY (LLC)（迪拜古兰苏拉尔贸易）

单位：万元

月份	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	收入占比	金额	收入占比	金额	收入占比
10 月	-	0.00%	29.77	4.64%	-	0.00%

11 月	-	0.00%	-	0.00%	122.60	33.49%
12 月	-	0.00%	222.86	34.76%	-	0.00%
小计	-	0.00%	252.64	39.40%	122.60	33.49%

迪拜古兰苏拉尔贸易因终端客户市场不景气，延迟付款较长时间，公司自 2020 年起不再与其合作，目前公司与该客户之间款项已全部收回。

(7) LLP <<ARYSTAN 7>> (哈萨克斯坦阿瑞斯坦)、KRIN XXI (哈萨克斯坦克霖)

单位：万元

月份	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	收入占比	金额	收入占比	金额	收入占比
10 月	109.53	21.46%	-	0.00%	52.51	9.81%
11 月	-	0.00%	-	0.00%	32.50	6.07%
12 月	-	0.00%	-	0.00%	34.44	6.43%
小计	109.53	21.46%	-	0.00%	119.46	22.31%

(8) B&M COMPUTERS PTY. LTD (澳大利亚博和米)

单位：万元

月份	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	收入占比	金额	收入占比	金额	收入占比
10 月	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
11 月	78.21	20.15%	88.96	17.82%	73.79	15.82%
12 月	4.47	1.15%	83.33	16.69%	66.18	14.19%
小计	82.69	21.30%	172.29	34.50%	139.97	30.00%

综上，公司主要客户第四季度分月收入无明显异常。

3. 公司与同行业上市公司收入季节性波动情况对比分析

2017 年至 2019 年，与公司同行业可比上市公司收入情况对比分析如下：

可比上市公司	年度	一季度收入占比	二季度收入占比	三季度收入占比	四季度收入占比	境外销售收入占比	主营产品
大元泵业	2019 年	18.66%	26.07%	29.57%	25.70%	25.38%	农用水泵、屏蔽泵
	2018 年	21.59%	27.21%	27.67%	23.53%	26.70%	
	2017 年	18.10%	23.34%	27.28%	31.28%	28.60%	
东音股份	2019 年	-	-	-	-	-	井用潜水泵、小型潜水泵和陆上泵
	2018 年	20.95%	28.41%	21.23%	29.41%	85.66%	
	2017 年	22.95%	29.35%	23.22%	24.47%	81.46%	
新界泵业	2019 年	19.06%	26.28%	27.86%	26.80%	41.43%	农用水泵
	2018 年	19.92%	28.79%	25.61%	25.68%	40.89%	
	2017 年	19.28%	27.82%	25.21%	27.70%	39.82%	
凌霄泵业	2019 年	22.44%	22.98%	26.80%	27.78%	41.52%	塑料卫浴泵、不锈钢泵和通用泵
	2018 年	20.48%	26.15%	25.70%	27.67%	42.18%	
	2017 年	21.34%	23.65%	26.79%	28.22%	41.87%	

君禾股份	2019 年	31.60%	22.57%	15.74%	30.08%	96.83%	家用潜水泵、花园泵、喷泉泵和深井泵
	2018 年	29.74%	25.40%	18.53%	26.34%	96.40%	
	2017 年	31.76%	24.94%	17.68%	25.62%	97.19%	
利欧股份	2019 年	23.52%	26.21%	26.56%	23.71%	8.41%	民用泵和工业泵
	2018 年	23.25%	30.32%	26.94%	19.49%	9.57%	
	2017 年	19.84%	23.46%	29.94%	26.76%	10.65%	
公司	2019 年	16.22%	29.32%	25.86%	28.60%	94.71%	陆上泵、小型潜水泵、节能泵、井用潜水泵、循环泵
	2018 年	18.07%	23.22%	22.01%	36.70%	95.63%	
	2017 年	21.06%	22.02%	20.54%	36.37%	97.57%	

注：东音股份 2019 年度已完成重大资产置换及发行股份购买资产事宜，转型进入医药制造行业，主营业务变更为医药产品的研发、生产和销售。2019 年度财务数据不具有可比性故未列示，下同

公司第四季度收入占比高于同行业上市公司水平，主要系公司销售收入中陆上泵占比较高，公司陆上泵主要客户加齐国际在孟加拉国，孟加拉地处亚洲南亚地区，该国气候类型属于热带季风气候，常年高温，年平均气温为 26.5℃，季风具有不稳定性而多旱涝，雨季和旱季明显，一般每年 6 月至 10 月为雨季，11 月至次年 3 月为旱季。干旱天气通常能促进居民对水泵的市场需求，因此，每年一季度和四季度的旱季对水泵需求量较大。加齐国际考虑销售淡旺季的情况以及我国春节假期、生产周期、货物运输期等因素影响，会提前 1-2 个月进行采购以充足次年一季库存，满足旺季的销售需求，从而导致加齐国际第四季度收入占比较高。剔除 GAZI INTERNATIONAL（孟加拉加齐国际）销售收入影响，公司 2017-2019 年四季度收入占比分别为 28.87%、32.96%和 23.10%，与同行业可比上市公司接近。

经核查报告期主要客户期末库存情况，不存在客户大量囤货情况。其中 GAZI INTERNATIONAL（孟加拉加齐国际）对于公司产品的销售规模和期末库存情况如下：

单位：台

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
期初水泵数量	540	44,245	38,729
当期从公司采购水泵数量	718,219	411,259	444,868
当期销售水泵数量(A)	612,435	454,964	439,352
期末水泵数量(B)	106,324	540	44,245
期末水泵库存情况(C)	2.08 个月	0.01 个月	1.21 个月

注：期末水泵库存情况(C)=客户期末水泵数量(B)/客户当期水泵月平均销售

数量(A/12)，下同

2017 年末、2018 年末和 2019 年末，GAZI INTERNATIONAL(孟加拉加齐国际)库存为 1.21 个月、0.01 个月、2.08 个月的库存量，均处于合理范围。其中 2018 年受雨天较多(雨天天数共 218 天，为最近 4 年来雨天最多的年份)以及孟加拉大选带来的暂时性影响(加齐国际实际控制人在 2018 年末基于大选控制负债规模考虑，在基本满足市场需求的情况下尽可能压低期末库存，使得短期内公司向加齐国际的销售规模受到一定影响)，2018 年末期末库存较低。

4. 公司不存在期末集中确认收入、期初退货的情形，或通过延长信用期以提高销售的情况

(1) 公司退货情况

公司基本外销，运输方式为海运且距离较远，且公司产品质量稳定，报告期内存在少量退货情形，具体情况如下：

单位：万元				
项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
退货金额	141.03	287.16	16.45	-
当期销售收入	29,485.76	38,642.67	29,409.59	30,140.26
退货金额占销售收入的比例	0.48%	0.74%	0.06%	0.00%

报告期内，公司退货金额分别为 0 万元、16.45 万元、287.16 万元和 141.03 万元，占当期营业收入的比例分别为 0%、0.06%、0.74%和 0.48%，金额及占比均较小。退货主要是俄罗斯子公司和越南子公司市场开拓过程中发生，具体为：(1) 个别经销商存在扰乱当地市场行为，公司主动收回前期向其销售的水泵产品；(2) 少量客户退回旧型号产品，重新购买新型号产品。

报告期内前五大客户不存在退货情况，公司不存在期末集中确认收入、期后大量退货的情形。

(2) 报告期内主要客户信用期变化情况

报告期内公司与主要客户信用政策未发生重大变化。2018 年 1 月，公司基于长期合作的关系和历史回款良好的情况，对 GAZI INTERNATIONAL(孟加拉加齐国际)信用政策有所调整，由即期变为 90 天信用期，该信用政策的变化是双方综合过往交易历史、对方资信状况、战略合作地位和款项回收风险等因素后的协商结果，系市场行为，公司不存在放松信用政策扩大销售的情形。2018 年公司与孟加拉客户销售收入为 10,120.51 万元，较上年下降 9.24%。

综上，公司不存在期末集中确认收入、期后退货的情形，或通过延长信用期以提高销售的情况。

（二）结合生产周期、发货周期、主要客户备货周期等，进一步说明收入季节性波动的合理性，与同行可比公司是否一致

公司的生产周期从客户下达订单到各零部件组装为成品水泵，一般为 40 天左右，若涉及到新产品或需要更改模具等情形，则需另外延长。产品从发出到客户所在地的海运时间根据目的地不同略有差异，海运至亚洲国家一般 15-20 天，海运至北美国家约 25 天，海运至南美、非洲等国家则需 2 个月左右。从客户下订单至货物达到客户，时间约需 2 至 3 个月，公司主要客户的备货周期会考虑公司生产周期和运输周期。

公司主要为外销，一般国外经销商会考虑到我国春节假期及生产周期、货物运输期等因素影响，通常在第四季度采购以充足库存，从而导致公司收入整体呈现第四季度收入略高的季节性特点。公司与可比上市公司分季度收入波动情况分析参见本审核函回复五（一）3 之说明。

（三）核查程序及结论

1. 核查程序

根据公司第四季度收入占比较高，我们履行的核查程序如下：

（1）执行截止性测试。母公司收入截止测试分外销、内销分别实施，外销测试各期末前后一个月的收入确认情况、内销测试各期末前后 10 天的收入确认情况；子公司收入测试各期末前后一个月的收入确认情况。报告期内截止测试具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
母公司外销截止测试笔数	134	133	129	115
母公司外销截止测试金额	7,230.52	6,833.10	5,975.73	5,727.93
母公司内销截止测试笔数	14	23	37	15
母公司内销截止测试金额	392.56	506.03	462.87	282.20
子公司截止测试笔数	63	141	175	47
子公司截止测试金额	179.28	195.77	202.21	37.41
截止测试合计金额	7,802.36	7,534.90	6,640.81	6,047.53

经核查，公司销售收入确认及时、准确，不存在收入跨期的情况。

（2）了解公司出口收入确认政策及依据，检查主要客户的销售合同，识别合同中与收入确认相关的主要条款、结算方式，判断与商品所有权上的主要风险和

报酬转移的条件，评价收入确认是否符合企业会计准则的规定。

(3) 检查报告期内及期后销售退回记录，了解退货原因，并与各年度营业收入金额比较，判断是否存在重大或异常销售退回。

(4) 对加齐国际进行实地走访，查看客户的营业场所；与客户相关负责人进行交流，核实客户基本情况、公司与其交易情况、当期水泵市场供求情况及趋势、对公司水泵产品的评价及销售情况、未来与公司合作的意向。

(5) 向主要客户履行函证程序，核查报告期双方交易内容、数量、金额及占比情况。

2. 核查结论

经核查，我们认为，公司收入季节性波动合理，与其主要客户所在地区和销售的主要产品相关，与同行业可比上市公司相比不存在异常。公司不存在期末集中确认收入、期后退货的情形，或通过延长信用期以提高销售的情况。

六、关于人工工资。申报材料显示，报告期内，发行人生产人员、销售人员、管理人员平均工资低于同行业平均水平，且低于发行人同地区同行业上市公司。请发行人：（1）补充披露报告期境内销售/管理人员、俄罗斯子公司和越南子公司销售/管理人员、研发人员的平均工资，并逐项与发行人同行业平均水平和发行人同地区同行业上市公司相关平均工资水平进行比较，披露差异原因及合理性；（2）补充披露期间费用占营业收入的比重与同行业公司的比较情况，进一步分析并披露差异原因及合理性。请保荐人、申报会计师：（1）说明根据《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 54 对发行人及相关方相关资金流水的核查情况，说明核查范围、核查金额重要性水平、核查结论；（2）结合对资金流水等的核查情况说明发行人期间费用率、生产人员/销售人员/管理人员/研发人员平均工资与同行业平均水平及发行人同地区同行业上市公司的差异情况及合理性，对发行人各类职工薪酬、期间费用、成本核算的完整性发表明确意见。（审核函第 6 条）

（一）报告期内公司员工平均工资分区情况，与公司同行业平均水平和公司同地区同行业上市公司相关平均工资水平比较分析

1. 销售人员平均工资

报告期内，公司销售人员平均工资与当地和同行业上市公司销售人员平均工

资对比如下：

单位：万元

公司名称	外销占比	2019 年度	2018 年度	2017 年度
大元泵业	25.38%	19.68	18.05	14.64
新界泵业	39.82%	13.90	12.73	14.03
凌霄泵业	41.52%	7.36	6.45	6.08
东音股份	85.66%		9.13	10.97
君禾股份	98.59%	14.02	14.06	12.15
行业平均水平	-	13.74	12.08	11.57
公司	94.32%	10.79	8.24	8.11
其中：境内		12.34	10.86	8.38
俄罗斯子公司		14.60	3.93	3.87
越南子公司		3.33	1.47	
浙江温岭市平均工资		7.03	6.15	5.68

注 1：东音股份 2019 年度已完成重大资产置换及发行股份购买资产事宜，转型进入医药制造行业，主营业务变更为医药产品的研发、生产和销售。2019 年度财务数据不具有可比性故未列式，管理费用、研发费用类同

注 2：浙江温岭市平均工资来自历年温岭市统计局统计的年度数据，下同

注 3：同行业上市公司三季度报告未披露相关人员数量，故未比较，下同

报告期内，随着公司市场拓展力度的加大和销售规模的增长，销售人员的平均工资逐年增长。俄罗斯销售人员 2017 年和 2018 年人均工资与当地平均水平基本相当（根据 ceicdata 网站数据，俄罗斯劳动力年均工资约 4.2 万元），2019 年人均工资大幅度提高系俄罗斯子公司于 2019 年开始实现盈利，当年对销售人员进行考核奖励所致。越南子公司销售人员工资相对较低，系当地消费水平较低，人均工资水平不高（根据中国驻越南经商参处的信息显示，2019 年越南劳动力年均工资约 2.42 万元），2018 年越南子公司销售人员平均工资系半年工资。

报告期内，公司销售人员工资低于行业平均水平，低于以内销为主的同地区的上市公司大元泵业和新界泵业，与同地区的以外销为主的上市公司东音股份相当。主要系公司产品销售以外销为主且采用经销模式，主要通过境外展览、广交会、商务部和行业协会牵头组织的展会等途径进行产品展示、品牌推广和客户拓展，报告期内公司主要客户群体稳定，公司 2017 年-2019 年稳定合作客户 101 个，其收入占比在 80%左右，因此公司销售人员的主要工作是客户关系的日常维护、产品售前咨询和售后服务，具体内容为与客户沟通订单型号、数量、交货期等具体内容、跟进客户订单进度、回复客户产品咨询、跟进客户售后情况、回款

情况、了解客户销售库存情况并与客户沟通后续订单等。故公司销售人员工资水平低于以内销为主的大元泵业和新界泵业，与以外销为主的东音股份基本相当，符合行业特征。

2. 管理人员平均工资

报告期内，公司管理人员平均工资与当地和同行业上市公司管理人员平均工资对比如下：

单位：万元

公司名称	外销占比	2019 年度	2018 年度	2017 年度
大元泵业	25.38%	11.21	6.34	7.74
新界泵业	39.82%	11.64	10.74	12.27
凌霄泵业	41.52%	12.67	11.55	7.22
东音股份	85.66%		15.64	17.36
君禾股份	98.59%	24.91	22.93	10.06
行业平均水平	-	15.11	13.44	10.93
公司	94.32%	12.74	9.76	12.29
其中：境内		13.48	9.99	12.14
俄罗斯子公司		5.84	5.99	18.18
越南子公司		3.33	1.64	
浙江温岭市平均工资		7.03	6.15	5.68

报告期内，随着公司销售规模的扩大和经营业绩的提升，管理人员工资总额呈增长趋势。2018 年公司管理人员平均工资下降主要系当年新入职的低职级人员较多其工资相对较低，拉低了平均工资所致。2017 年俄罗斯子公司管理人员平均工资较高系为开拓俄罗斯市场，公司当年聘用了 1 名当地职级较高的管理人员，给予的薪酬较高所致，2018 年未续聘。

报告期内，公司管理人员工资低于同行业平均水平，高于同地区的大元泵业，与新界泵业水平基本相当。同行业上市公司中，君禾股份 2018 年优化精减管理人员，管理人员数量占比自上市之初的 19.61%下降至 2018 年末的 7.73%，大幅提升管理人员平均工资。剔除君禾股份，同行业其他上市公司 2018 年、2019 年管理人员平均工资为 11.07 万元和 11.84 万元，与公司管理人员平均工资基本相当。

3. 研发人员平均工资

报告期内，公司研发人员平均工资与当地和同行业上市公司技术人员平均工资对比如下：

单位：万元

公司名称	外销占比	2019 年度	2018 年度	2017 年度
大元泵业	25.38%	12.98	11.12	10.19
新界泵业	39.82%	8.93	7.10	8.06
凌霄泵业	41.52%	7.07	7.41	6.48
东音股份	85.66%		11.48	10.11
君禾股份	98.59%	11.09	8.82	9.62
行业平均水平	-	10.02	9.19	8.89
公司	94.32%	13.69	10.25	9.50
其中：境内		13.69	10.25	9.50
浙江温岭市平均工资		7.03	6.15	5.68

报告期内，公司技术人员平均工资随着经营规模的扩大逐年增长，且高于当地平均工资水平及同行业上市公司平均水平，主要系公司始终致力于公司技术能力的提高，注重研发人才的引进与培养，以推动公司整体业务的发展，其人工成本投入较高。

4. 生产人员平均工资

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
大元泵业	9.12	9.78	9.77
新界泵业	9.72	9.53	9.56
凌霄泵业	5.68	5.31	6.36
东音股份		7.52	6.84
君禾股份	6.86	7.92	7.70
同行业平均水平	7.85	8.01	8.05
公司人均年度工资	7.64	7.00	6.85
浙江温岭市平均工资	7.03	6.15	5.68

注：由于同行业公司未直接披露生产人员工资情况，上表生产人员工资数据通过同行业公司年报中（应付职工工资计提数-销售费用职工工资-管理费用职工工资-研发费用职工工资）计算得出。上表公司生产人员工资亦包括间接生产管理人员

报告期内，公司生产人员平均工资均高于当地平均水平，与东音股份、君禾股份基本相当。新界泵业 2017 年以来生产人员工资较高，主要系其在 2016 年收购了德国和波兰两家境外子公司，两家公司从事水泵的研发、生产和销售，该等子公司位于发达国家，当地人均收入较高，拉高了生产人员平均薪酬，收购之前的 2015 年，新界泵业生产人员平均工资 6.75 万元。

(二) 期间费用占营业收入的比重与同行业公司的比较分析

1. 报告期内，公司期间费用主要构成和变动情况分析如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	891.60	3.02%	1,257.98	3.26%	950.65	3.23%	752.85	2.50%
管理费用	824.35	2.80%	1,098.91	2.84%	879.66	2.99%	1,351.39	4.48%
研发费用	1,297.02	4.40%	1,706.30	4.42%	1,359.17	4.62%	1,132.49	3.76%
财务费用	580.38	1.97%	-344.17	-0.89%	-18.60	-0.06%	486.97	1.62%
合 计	3,593.36	12.19%	3,719.02	9.62%	3,170.88	10.78%	3,723.69	12.35%

报告期内，公司期间费用总额分别为 3,723.69 万元、3,170.88 万元、3,719.02 万元和 3,593.36 万元，占营业收入的比例分别为 12.35%、10.78%、9.62%和 12.19%。

2. 公司与同行业上市公司期间费用率比较如下：

公司名称	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
大元泵业	11.81%	14.49%	13.62%	14.60%
新界泵业	-	18.41%	17.52%	18.96%
凌霄泵业	8.30%	8.43%	8.83%	12.70%
东音股份	-	-	11.66%	13.44%
君禾股份	14.34%	13.08%	13.27%	14.18%
行业平均	11.49%	13.60%	12.98%	14.78%
本公司	12.19%	9.62%	10.78%	12.35%

3. 公司期间费用率低于同行业上市公司分析如下：

(1) 报告期内，公司销售费用明细及费率如下所示：

单位：万元

项 目	2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
运输仓储费	318.10	1.08%	422.61	1.09%	368.05	1.25%	253.95	0.84%
职工工资	276.59	0.94%	345.41	0.89%	197.77	0.67%	137.88	0.46%
广告宣传费	116.77	0.40%	202.80	0.52%	150.43	0.51%	182.78	0.61%
办公费	51.11	0.17%	58.94	0.15%	27.86	0.09%	18.20	0.06%
差旅招待费	40.51	0.14%	131.41	0.34%	124.18	0.42%	104.66	0.35%
保险费	87.99	0.30%	96.22	0.25%	74.45	0.25%	54.85	0.18%

其他	0.54	0.00%	0.58	0.00%	7.92	0.03%	0.55	0.00%
合计	891.60	3.02%	1,257.98	3.26%	950.65	3.23%	752.85	2.50%

报告期内,公司销售费用主要包括职工工资、运输仓储费和广告宣传费。2017年、2018年、2019年和2020年1-9月,该三项金额合计占销售费用总额的比例分别为76.32%、75.34%、77.17%和79.80%。

公司与同行业上市公司的销售费用率比较情况如下:

公司名称	2020年 1-9月	2019年 度	2018年 度	2017年 度	外销收入 占比	主营产品
大元泵业	4.32%	6.47%	5.79%	6.22%	25.38%	农用泵、屏蔽泵
新界泵业	-	7.82%	8.14%	8.76%	39.82%	农用水泵、空气压缩机
凌霄泵业	2.63%	3.14%	3.28%	3.96%	41.52%	塑料卫浴泵、不锈钢泵和通用泵
东音股份	-	-	2.85%	2.53%	85.66%	井用潜水泵、小型潜水泵和陆上泵
君禾股份	3.60%	4.30%	3.98%	4.18%	98.59%	家用潜水泵、花园泵、喷泉泵和深井泵
行业平均	3.52%	5.43%	4.81%	5.13%	-	-
本公司	3.02%	3.26%	3.23%	2.50%	94.32%	陆上泵、小型潜水泵、井用潜水泵、循环泵和节能泵

注1:利欧股份主要从事机械制造和互联网服务业务,2017年、2018年和2019年水泵所处的制造业收入占比分别为20.34%、18.54%和17.79%,占比较低。鉴于该公司未单独披露制造业分部的期间费用金额,故上表未列示该公司,管理费用、研发费用类同

注2:大元泵业、新界泵业、凌霄泵业、君禾股份的外销收入占比为2019年收入占比,东音股份为2018年收入占比

注3:东音股份2019年度已完成重大资产置换及发行股份购买资产事宜,转型进入医药制造行业,主营业务变更为医药产品的研发、生产和销售。2019年度财务数据不具有可比性故未列示,管理费用、研发费用、财务费用类同

注4:新界泵业2020年8月已完成重大资产置换及发行股份购买资产事宜,转型进入铝冶炼及压延加工行业,主营业务变更为原铝及铝产品加工生产。2020年三季度财务数据不具有可比性故未列示,管理费用、研发费用、财务费用类同

注5:同行业可比上市公司2020年第三季度财务报告均未披露期间费用明细项信息,故以下明细项无法比较

报告期内公司销售费用率低于同行业平均水平,主要原因是同行业上市公司中,大元泵业、新界泵业和凌霄泵业以内销为主,销售费用率较高所导致。一般情况下,国内销售所需销售人员数量、运输费用(一般国外销售的船运费由客户承担)以及销售网络的建设与维护成本较国外销售高,呈现国外销售占比高,则

销售费用率相对低的特点。具体分析如下：

1) 公司销售费用-人工工资占营业收入的比例与同行业上市公司对比如下：

单位：万元

公司名称	外销收入占比	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
大元泵业	25.38%	1,988.15	1.75%	1,651.54	1.48%	1,625.22	1.45%
新界泵业	39.82%	3,343.31	2.02%	3,175.85	2.12%	3,830.01	2.54%
凌霄泵业	41.52%	511.68	0.45%	432.04	0.39%	407.4	0.41%
东音股份	85.66%			616.36	0.66%	548.56	0.66%
君禾股份	98.59%	511.56	0.76%	471.17	0.74%	407.15	0.70%
行业平均			1.25%		1.08%		1.15%
公司	94.32%	345.41	0.89%	197.77	0.67%	137.88	0.46%

由上，公司、东音股份、君禾股份等以外销为主，销售人员工资占营业收入的比例低于以内销为主的大元泵业、新界泵业。

除 2017 年公司销售人员工资占比低于东音股份、君禾股份外，2018 年、2019 年销售人员工资占比基本相当，与以外销为主的同行业上市公司相符。

报告期内，随着公司经营业绩的增长，销售人员的工资及占营业收入比例也逐年增长。

① 销售人员平均工资对比分析

公司销售人员平均工资与同行业对比不存在重大差异，具体参见本审核函回复六(一)1 之说明。

② 销售人员数量占员工总数的比例分析

公司销售人员人数及占总人数比例与同行业上市公司的比较情况如下：

单位：人

公司名称	地区	2019 年末		2018 年末		2017 年末	
		人数	占比	人数	占比	人数	占比
大元泵业	浙江温岭市泽国镇	120	7.39%	82	5.19%	101	5.76%
新界泵业	浙江温岭市大溪镇	236	9.99%	245	10.10%	254	9.65%
凌霄泵业	广东阳春市春城镇	72	7.44%	67	6.45%	118	12.43%
东音股份	浙江温岭市大溪镇	-	-	81	5.76%	54	4.39%
君禾股份	浙江宁波市海曙区	38	4.05%	35	3.76%	32	3.43%
行业平均水平			7.22%	-	6.25%		7.13%
公司	浙江温岭	38	6.44%	25	4.70%	20	4.05%

	市松门镇						
--	------	--	--	--	--	--	--

君禾股份、东音股份以及公司以外销为主，主要通过境外展览、广交会、商务部和行业协会牵头组织的展会等途径进行产品展示、品牌推广和客户拓展，销售人员精简，低于同行业以内销为主的大元泵业、新界泵业和凌霄泵业。公司销售人员占员工总数的比例与君禾股份、东音股份不存在明显差异，与行业特征相符。

综上所述，公司产品销售以外销为主且采用经销模式，主要通过境外展览、广交会、商务部和行业协会牵头组织的展会等途径进行产品展示、品牌推广和客户拓展，客户稳定，公司 2017 年-2019 年稳定合作客户 101 个，其收入占比在 80%左右。公司销售人员精简，销售人员工资占比与以外销为主的东音股份、君禾股份基本相当，低于以内销为主的大元泵业和新界泵业，符合行业特征。

2) 公司销售费用-运输仓储占营业收入的比例与同行业上市公司对比如下：

单位：万元

公司名称	外销占比	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
大元泵业	25.38%	1,039.33	0.92%	1,190.18	1.07%	1,462.71	1.30%
新界泵业	39.82%	1,961.11	1.19%	1,770.36	1.18%	1,928.94	1.28%
凌霄泵业	41.52%	1,875.38	1.65%	2,010.34	1.82%	2,184.47	2.22%
东音股份	85.66%			656.85	0.71%	560.81	0.68%
君禾股份	98.59%	740.97	1.10%	686.70	1.08%	578.58	1.00%
行业平均			1.22%		1.17%		1.30%
公司	94.32%	422.61	1.09%	368.05	1.25%	253.95	0.84%

外销的运输费用一般为从仓库至港口之间发生的费用，离港之后的运输费用由客户承担。公司运输仓储费用率与以外销为主的君禾股份相当，高于以外销为主的东音股份；低于以内销为主的新界泵业和凌霄泵业，符合行业特征。

3) 公司销售费用-广告宣传费占营业收入的比例与同行业上市公司对比如下：

公司广告宣传费包括展位费、广告费、业务宣传费、样品费和销售佣金等明细项。鉴于部分同行业上市公司的广告宣传费、展览费（或会展费）、销售佣金、售后服务费（或修理费、质量技术维护费）金额较大，系分开列示，将同行业上市公司的上述 4 项合并列示与公司广告宣传费进行对比分析。

单位：万元

公司名称	外销占比	2019 年度	2018 年度	2017 年度
------	------	---------	---------	---------

		金额	占比	金额	占比	金额	占比
一、广告宣传费和展览费							
大元泵业	25.38%	1,158.44	1.02%	1,223.62	1.10%	1,423.15	1.27%
新界泵业	39.82%	1,207.63	0.73%	1,036.26	0.69%	1,398.62	0.93%
凌霄泵业	41.52%	700.72	0.62%	685.41	0.62%	828.51	0.84%
东音股份	85.66%			463.27	0.50%	366.11	0.44%
君禾股份	98.59%	103.9	0.15%	102.46	0.16%	216.85	0.38%
行业平均（1）			0.63%		0.61%		0.77%
二、销售佣金和售后服务费							
大元泵业	25.38%	1,129.38	1.00%	972.52	0.87%	957.47	0.85%
新界泵业	39.82%	979.63	0.59%	544	0.36%	374.65	0.25%
凌霄泵业	41.52%	65.65	0.06%	65.9	0.06%	51.02	0.05%
东音股份	85.66%			292.99	0.32%	159.06	0.19%
君禾股份	98.59%	1,031.19	1.53%	746.58	1.17%	838.67	1.45%
行业平均（2）			0.80%		0.56%		0.56%
行业平均（1）+（2）			1.43%		1.17%		1.33%
公司	94.32%	202.8	0.52%	150.43	0.51%	182.78	0.61%

同行业上市公司中君禾股份、大元泵业金额及占比较大，其中：① 君禾股份主要是销售佣金金额较大，该公司与国外专业连锁超市类型的客户一般约定有商超服务费条款，且在开拓国外品牌商客户过程中，对由第三方介绍开拓的客户，一般会根据客户结算收入的一定比例向第三方支付佣金，导致其销售佣金较大；② 大元泵业主要是质量技术维护费规模较大，该公司主要是国内销售，其在国内实际发生的为客户维修产品相关费用以及国内产品由于提供三包返修政策而计提的质量维护费金额较高。

公司客户群稳定，公司 2017 年-2019 年稳定合作客户 101 个，其收入占比在 80%左右，且公司开拓客户主要通过境外展览、广交会、商务部和行业协会牵头组织的展会等，销售佣金金额很小；同时，由于公司基本外销，国外客户距离较远，且公司产品质量较为稳定，一般水泵售后维修金额较小。

综上，最近三年，公司销售费用占营业收入的比例分别为 2.50%、3.23%和 3.26%，低于同行业平均水平，但相比以外销为主且采取经销模式的东音股份、君禾股份，公司的销售费用率与东音股份、君禾股份基本相当，低于以内销为主的同行业上市公司，主要系公司客户稳定，销售人员数量、运输费用、销售市场开拓以及售后维护费用较低，符合行业特征。君禾股份销售费用率略高，主要是

君禾股份与国外专业连锁超市类型的客户一般约定有商超服务费条款，且在开拓国外品牌商客户过程中，对由第三方介绍开拓的客户，一般会根据客户结算收入的一定比例向第三方支付佣金，导致其销售佣金较大。

(2) 报告期内，公司管理费用明细如下所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
职工工资	376.71	1.28%	611.31	1.58%	517.3	1.76%	503.94	1.67%
股份支付							272.30	0.90%
办公费用	234.69	0.80%	301.27	0.78%	197.71	0.67%	197.82	0.66%
折旧与摊销	111.90	0.38%	93.96	0.24%	94.1	0.32%	129.80	0.43%
中介机构费用	25.61	0.09%	18.32	0.05%	16.08	0.05%	179.80	0.60%
差旅招待费	19.26	0.07%	47.34	0.12%	28.44	0.10%	49.66	0.16%
其他	56.17	0.19%	26.70	0.07%	26.03	0.09%	18.06	0.06%
合计	824.35	2.80%	1,098.91	2.84%	879.66	2.99%	1,351.39	4.48%

报告期内，公司管理费用金额分别为 1,351.39 万元、879.66 万元、1,098.91 万元和 824.35 万元，剔除 2017 年实施股权激励发生的股份支付费用 272.30 万元后，公司管理费用金额分别为 1,079.09 万元、879.66 万元、1,098.91 万元和 824.35 万元。公司管理费用主要包括职工工资、办公费用和折旧与摊销。报告期内，该三项费用金额合计占管理费用总额的比例分别为 77.06%、91.98%、91.59% 和 87.74%。

公司与同行业上市公司的管理费用率比较情况如下：

公司名称	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
大元泵业	4.21%	4.60%	4.40%	4.44%
新界泵业	-	5.72%	5.71%	6.02%
凌霄泵业	1.39%	2.55%	2.51%	2.29%
东音股份	-	-	5.30%	5.62%
君禾股份	5.39%	5.92%	6.19%	4.99%
行业平均	3.66%	4.70%	4.82%	4.67%
公司（1）	2.80%	2.84%	2.99%	4.48%
公司（2）[注]	2.80%	2.84%	2.99%	3.58%

[注] 公司（2）系扣除股份支付因素影响后的管理费用率

由上，2017 年、2018 年和 2019 年，公司管理费用率低于同行业平均水平 1.09 个百分点、1.83 个百分点和 1.86 个百分点。差异原因具体分析如下：

1) 公司管理费用-人工工资的比例与同行业上市公司对比如下：

单位：万元

公司简称	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
大元泵业	2,881.63	2.54%	2,420.16	2.17%	2,376.78	2.12%
新界泵业	3,142.06	1.90%	2,787.64	1.86%	2,982.76	1.98%
凌霄泵业	1,222.22	1.08%	1,166.22	1.06%	1,029.24	1.05%
东音股份			2,612.30	2.79%	2,360.82	2.85%
君禾股份	2,054.87	3.05%	2,178.56	3.42%	1,609.41	2.78%
行业平均水平		2.14%		2.26%		2.16%
公司	611.31	1.58%	517.3	1.76%	503.94	1.67%

① 管理人员平均工资对比分析

公司管理人员平均工资与同行业对比不存在重大差异，具体参见本审核函六（一）2 之说明。

② 管理人员数量占员工总数的比例分析

同行业和公司管理人员人数和占公司总人数比例情况如下：

公司简称	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比
大元泵业	181	11.00%	333	21.06%	431	24.59%
新界泵业	269	11.38%	271	11.17%	248	9.43%
凌霄泵业	92	9.50%	101	9.73%	101	10.64%
东音股份	-	-	195	13.87%	139	11.31%
君禾股份	93	9.91%	72	7.73%	118	12.64%
平均水平		10.45%		12.71%		13.72%
公司	48	8.14%	48	9.02%	52	10.53%

综上，公司管理人员工资占比较同行业低，主要是公司以外销为主，且公司尚未登陆资本市场，目前组织架构较为简单，公司通过提高效率优化管理人员数量，管理人员数量较少所致。

2) 公司管理费用-办公费占营业收入的比例与同行业上市公司对比如下：

单位：万元

公司名称	外销占比	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
大元泵业	25.38%	395.64	0.35%	364.35	0.33%	365.78	0.33%
凌霄泵业	41.52%	61.11	0.05%	68.72	0.06%	79.06	0.08%
东音股份	85.66%			149.47	0.16%	199.37	0.24%
君禾股份	98.59%	360.55	0.54%	204.2	0.32%	271.15	0.47%

行业平均			0.31%		0.22%		0.28%
公司	94.32%	301.27	0.78%	197.71	0.67%	197.82	0.66%

注：新界泵业公开披露信息中未列示此项科目

公司办公费用高于同行业平均水平，主要是同行业上市公司收入规模较大，办公费用能得到有效摊薄。

3) 公司管理费用-折旧与摊销占营业收入的比例与同行业上市公司对比如下：

单位：万元

公司名称	上市时间	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
大元泵业	2017 年 7 月	587.64	0.52%	467.17	0.42%	439.94	0.39%
新界泵业	2010 年 12 月	2,098.16	1.27%	2,079.24	1.39%	1,917.79	1.27%
凌霄泵业	2017 年 7 月	185.88	0.16%	192.23	0.17%	204.60	0.21%
东音股份	2016 年 4 月			922.84	0.99%	839.70	1.01%
君禾股份	2017 年 7 月	389.91	0.58%	340.71	0.53%	335.30	0.58%
行业平均			0.63%		0.70%		0.69%
公司		93.96	0.24%	94.10	0.32%	129.80	0.43%

可比上市公司近年存在募投项目土地房屋投入，近年来土地房屋获取成本相对较高，而公司现有生产厂房所在土地使用权系在 2005 年取得，取得时间较早，土地使用权获取成本相对较低，摊销金额较小；公司办公用房建造于 2010 年，建造成本相对较低。公司土地房屋取得或建造时间较早，导致公司折旧摊销占营业收入比例与同行业上市公司相比较低。

综上，公司扣除股份支付因素影响后的管理费用率略低于同行业上市公司平均水平，但与凌霄泵业基本相当，主要系：1) 公司以外销为主，且与同行业上市公司相比公司规模较小，组织架构精简，管理人员占比相对较少，同时公司对费用支出控制较为严格，导致管理类支出相对较低；2) 公司土地房屋取得或建造时间较早，折旧摊销金额相对较低，符合公司实际情况。

(3) 报告期内，公司研发费用明细如下所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 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
人员人工	538.15	41.49%	807.48	47.32%	553.33	40.71%	503.71	44.48%

直接投入	723.08	55.75%	835.04	48.94%	753.85	55.46%	595.13	52.55%
折旧费用	32.87	2.53%	49.34	2.89%	36.95	2.72%	27.24	2.41%
其他费用	2.93	0.23%	14.44	0.85%	15.04	1.11%	6.41	0.57%
合计	1,297.02	100.00%	1,706.30	100.00%	1,359.17	100.00%	1,132.49	100.00%

公司研发工作主要围绕新产品研发、现有产品更新改进等，报告期内公司研发费用分别为 1,132.49 万元、1,359.17 万元、1,706.30 万元和 1,297.02 万元，主要包括人员人工、直接投入等。公司研发费用逐年提高主要系为满足各种市场需求，使水泵产品更加节能高效、环保、便捷及广泛应用，公司不断加大研发投入并相应提升了研发人员的工资水平。

公司与同行业上市公司的研发费用率比较情况如下：

公司名称	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	主营产品
大元泵业	3.52%	4.03%	3.73%	3.50%	农用泵、屏蔽泵
东音股份	-	-	3.57%	3.74%	井用潜水泵、小型潜水泵和陆上泵
新界泵业	-	4.67%	3.66%	3.54%	农用水泵、空气压缩机
凌霄泵业	3.42%	3.18%	3.55%	3.34%	塑料卫浴泵、不锈钢泵和通用泵
君禾股份	4.61%	3.23%	3.32%	3.57%	家用潜水泵、花园泵、喷泉泵和深井泵
行业平均	3.85%	3.78%	3.57%	3.54%	-
公司	4.40%	4.42%	4.62%	3.76%	陆上泵、小型潜水泵、井用潜水泵、循环泵和节能泵

公司研发费用占营业收入的比例略高于同行业上市公司平均水平，持续的研发投入有利于公司不断提升创新能力，保持产品竞争力。

(4) 报告期内，公司财务费用明细如下所示：

单位：万元

项 目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
利息支出	14.33	-	24.70	3.41
利息收入	-82.94	-74.23	-114.86	-30.54
汇兑损益	589.50	-348.09	20.59	453.74
手续费	59.48	78.14	50.96	60.36
合 计	580.38	-344.17	-18.60	486.97
占营业收入比重	1.97%	-0.89%	-0.06%	1.62%

公司与同行业上市公司的财务费用率比较情况如下：

公司名称	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
大元泵业	-0.24%	-0.61%	-0.30%	0.44%
东音股份	-	-	-0.06%	1.55%
新界泵业	-	0.20%	0.01%	0.64%
凌霄泵业	0.86%	-0.44%	-0.51%	3.11%
君禾股份	0.75%	-0.37%	-0.22%	1.44%
行业平均	0.46%	-0.31%	-0.22%	1.44%
公司	1.97%	-0.89%	-0.06%	1.62%

除 2019 年度外，公司财务费用率均高于同行业上市公司平均水平，主要系公司以外销为主，外销收入占比较高，易受外币汇率波动影响。公司财务费用主要系汇兑损益，报告期内公司汇兑损益占财务费用比例分别为 93.17%、-110.67%、101.14%和 101.57%，2019 年美元兑人民币汇率上升明显，公司汇兑收益较高。同行业上市公司中，君禾股份外销占比较高，公司财务费用率与君禾股份较为接近，其中，2020 年 1-9 月公司财务费用率较高主要系 2020 年 6 月美元兑人民币平均汇率突破 7 之后有所回落，汇兑损失增加，同时俄罗斯子公司受卢布汇率下跌影响产生汇兑损失，导致财务费用增加。

（三）公司及相关方相关资金流水的核查情况

针对公司及相关方相关的资金流水，我们执行了如下核查程序：

1. 获取报告期内母公司和境内子公司开户清单上列明的在用及注销银行账户流水、母公司外币账户流水、境外子公司开立的银行账户流水；获取控股股东、实际控制人、5%以上股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员和出纳报告期内的个人银行账户流水；获取报告期内公司实际控制人控制的公司银行账户流水；具体获取情况如下：

姓名/名称	与公司关系或职务	获取情况
泰福泵业、谊聚进出口、美国 PUMPMAN、俄罗斯 PUMPMAN、越南 TAIFU	公司母公司及其子公司	信用报告、开户清单、开户清单列明的报告期内在用及注销的所有银行账户流水、外币账户银行流水、关于银行账户完整的承诺函
陈宜文	控股股东、实际控制人、5%以上股东、董事、高级管理人员、核心技术人员	报告期内的银行账户流水、关于银行账户完整的承诺函
林慧	实际控制人、5%以上股东、董事	报告期内的银行账户流水、关于银行账户完整的承诺函
毛世良	5%以上股东、董事	报告期内的银行账户流水、关于银

		行账户完整的承诺函
李勇、毛世俊	5%以上股东	报告期内的银行账户流水、关于银行账户完整的承诺函
邵雨田	5%以上股东（外部财务投资者）	与公司不存在输送经济利益等情形的承诺书
地久电子	5%以上股东、实际控制人控制的企业	报告期内的银行账户流水、开户清单、关于银行账户完整的承诺函
吴培祥	董事、高级管理人员	报告期内的银行账户流水、关于银行账户完整的承诺函
叶显根、郑峰、顾伟驷	独立董事	与公司不存在输送经济利益等情形的承诺书
张行蓉、林宏伟、吴义柱	监事	报告期内的银行账户流水、关于银行账户完整的承诺函
周文斌、梁永兵	高级管理人员	报告期内的银行账户流水、关于银行账户完整的承诺函
熊坤亮、郝技宇	核心技术人员	报告期内的银行账户流水、关于银行账户完整的承诺函
朱敏丽	出纳	2017年4月入职后的银行账户流水、关于银行账户完整的承诺函
双凯电子、泰谊电子、宏泰投资、益泰投资	实际控制人控制的企业	报告期内的银行账户流水（泰谊电子为报告期期初至转让前的银行账户流水）、开户清单或关于银行账户完整的承诺函

2. 取得公司资金管理相关的内部控制制度；

3. 将开户清单所列银行账户与公司财务核算系统所列银行账户比较，核查银行账户是否在财务核算系统中全面反映；

4. 对公司主要银行账户实施大额资金流水测试；

5. 对公司开立的所有银行账户实施函证；

6. 对于公司银行流水，对 10 万元（外币账户折合人民币 10 万元）以上发生额进行核查，重点关注是否存在大额存取现，是否与公司客户或供应商存在非正常交易往来，与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等是否存在异常大额资金往来，是否存在大额购买无实物形态资产或服务，大额资金往来是否存在重大异常，与公司经营活动、资产购置、对外投资等相匹配；与未提供银行流水的外部投资者或独立董事是否存在大额非正常资金往来；

7. 对于公司关联法人银行流水，对 10 万元（外币账户折合人民币 10 万元）以上发生额进行核查，重点关注与公司客户或供应商是否存在大额资金往来，与公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员是否存在大额资金往来，是否存在大额存取现等情形；

8. 对于 5%以上股东（不含外部投资者）、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、核心技术人员和出纳个人银行流水，对 5 万元以上发生额进行核查，重点关注是否存在大额存取现，与公司是否存在大额资金往来，与公司关联方、客户、供应商是否存在资金往来，与外部自然人发生大额资金往来的原因等；

9. 针对 5%以上股东中外部财务投资者邵雨田、独立董事叶显根、郑峰、顾伟驷未提供银行账户流水，实施替代程序：（1）获取其与公司不存在输送经济利益等情形的承诺书；（2）在对上述已提供的银行账户流水核查时，重点关注与未提供流水的邵雨田、叶显根、郑峰、顾伟驷之间是否存在大额非正常资金往来；

经核查，我们认为：（1）公司资金管理相关内部控制制度设计合理、执行有效；（2）公司不存在银行账户不受公司控制或未在公司财务核算中全面反映的情况，不存在公司银行开户数量等与业务需要不符的情况；（3）公司大额资金往来不存在重大异常，与公司经营活动、资产购置、对外投资等相匹配；（4）公司与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等不存在异常大额资金往来；（5）公司不存在大额或频繁取现的情形；公司同一账户或不同账户之间，不存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形；（6）公司不存在大额购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术、咨询服务等）的情形；（7）实际控制人个人账户不存在大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形；（8）控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员从公司获得大额现金分红款、工资或资产转让款、转让公司股权获得大额股权转让款，主要资金流向或用途不存在重大异常；（9）控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与公司关联方、客户、供应商不存在资金往来；（10）不存在关联方代公司收取客户款项或支付供应商款项的情形；（11）基于已取得的公司及 5%以上股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联企业的银行流水且核查无异常情况，并对未取得个人银行流水的外部财务投资者邵雨田、独立董事叶显根、郑峰、顾伟驷履行了替代程序且核查无异常情况，因此未取得外部财务投资者、独立董事的个人银行流水不影响我们对公司流水核查的有效性。

（四）对公司各类职工工资、期间费用、成本核算的完整性核查情况

针对各类职工工资、期间费用、成本核算的完整性，我们履行了以下核查程序：

1. 对期间费用进行分析复核，对费用进行跨期截止测试；
2. 获取主要费用合同，并结合其结算内容复核费用完整性；
3. 获取公司花名册、工资计算单，分析报告期内员工人数及其变化、职级分布、人均工资；
4. 分析报告期内管理人员、销售人员和研发人员人均工资与可比公司及当地平均工资水平对比情况；
5. 结合料工费以及单耗分析对成本核算进行复核；
6. 取得公司控股股东、实际控制人及其控制的企业地久电子、双凯电子、泰谊电子、宏泰投资和益泰投资的银行流水、员工花名册等资料，取得在公司任职 5%以上股东、董事、监事、高级管理人员银行流水，核查是否存在其他主体为公司员工支付费用的情形。具体情况如下：

(1) 地久电子、宏泰投资、益泰投资不存在为公司分担成本费用情形

报告期内，地久电子、宏泰投资、益泰投资除持有公司股份以外，未拥有其他重大资产，未开展实际经营活动，不存在为公司分担成本费用情形。

(2) 双凯电子不存在为公司分担成本费用情形

1) 报告期内双凯电子的基本财务数据

单位：万元

项目	2020 年 9 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
资产总额	13,950.61	14,934.16	14,637.43	13,817.78
负债总额	9,523.04	10,459.03	10,363.47	9,770.34
净资产	4,427.57	4,475.13	4,273.97	4,047.45
项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入	5,298.69	7,957.01	6,223.37	5,382.59
营业成本	4,673.08	6,827.51	5,050.53	4,807.66
期间费用	628.22	881.65	881.32	610.77
营业利润	-3.77	200.84	244.48	-72.16
净利润	-47.56	201.12	286.18	-68.77

注：以上数据未经审计

2) 报告期间双凯电子毛利率合理性分析

报告期内，双凯电子主要收入来源为电容器薄膜的销售，营业成本主要为原材料和人工成本。报告期各期，双凯电子毛利率分别为 10.68%、18.85%、14.20% 和 11.81%。

双凯电子与同行业上市公司电容器薄膜业务毛利率对比情况如下：

公司名称	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
航天彩虹	-	14.06%	19.00%	18.46%
铜峰电子	-	10.30%	8.56%	7.13%
*ST 东南	-	8.56%	15.33%	14.27%
行业平均值	-	10.97%	14.30%	13.29%
双凯电子	11.81%	14.20%	18.85%	10.68%

注：上述上市公司 2020 年三季度财务报告未披露分业务毛利率

由上，双凯电子毛利率与同行业上市公司相比，除 2017 年略低于同行业平均水平外，报告期内其余年份均高于同行业平均水平，不存在为公司承担成本的情形。

3) 报告期间双凯电子费用合理性分析

报告期内，双凯电子期间费用具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
管理费用	256.71	290.71	219.37	228.96
销售费用	238.01	307.50	333.93	70.29
财务费用	133.50	283.44	328.01	311.52
合计	628.22	881.65	881.32	610.77
期间费用率	11.86%	11.08%	14.16%	11.34%

双凯电子 2017 年至 2019 年期间，各年度管理费用、财务费用较为稳定。

2018 年以来，双凯电子销售费用有所提高，主要原因系双凯电子主要客户大连凯立达电子有限公司自 2018 年开始从事出口业务，除境内运费外，双凯电子还需承担大连凯立达电子有限公司出口业务相关的报关费、货代费和国外运费等全部费用，导致销售费用增加。

报告期内双凯电子的主营业务为电容器薄膜的研发、生产、销售，与公司在资产、人员、业务和技术等方面均相互独立，不存在与公司共同生产、共用采购、销售渠道、通用原材料、为公司提供外协的情形，亦不存在为公司分担成本费用的情形。

(3) 泰谊电子公司不存在为公司分担成本费用的情形

报告期内泰谊电子的主要财务数据情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 9 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
资产总额	709.79	709.79	709.79	800.27
负债总额	10.00	10.00	10.00	144.27
净资产	699.79	699.79	699.79	655.99

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入	-	-	57.14	57.14
营业成本	-	-	-	-
期间费用	-	-	2.36	0.03
营业利润	-	-	44.66	44.20
净利润	-	-	43.80	42.77

注：以上数据未经审计，2017 年、2018 年营业收入系厂房租金收入，承租人为蓝霸机械科技有限公司

报告期内，泰谊电子期间费用具体情况如下：

单位：万元				
项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
管理费用	-	-	2.34	0.03
销售费用	-	-	-	-
财务费用	-	-	0.02	-
合计	-	-	2.36	0.03

报告期内泰谊电子未实际生产经营，仅将厂房对外出租，与公司在资产、人员、业务和技术等方面均相互独立，不存在与公司共同生产、共用采购、销售渠道、通用原材料、为公司提供外协的情形，亦不存在为公司分担成本费用情形。

经核查，我们认为：1. 公司期间费用率、生产人员/销售人员/管理人员/研发人员平均工资与同行业平均水平及公司同地区同行业上市公司的差异合理；
2. 公司各类职工薪酬、期间费用、成本核算完整。

专此说明，请予察核。

天健会计师事务所（特殊普通合伙）



中国注册会计师：

梁志勇



中国注册会计师：

谢争珍



二〇二〇年十二月二十九日