

苏州欧圣电气股份有限公司

Suzhou Alton Electrical & Mechanical Industry Co., Ltd.
(江苏省汾湖高新技术开发区临沪大道北侧、来秀路东侧)



关于苏州欧圣电气股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市 申请文件的第二轮审核问询函之回复

保荐人（主承销商）



中泰证券股份有限公司
ZHONGTAI SECURITIES CO., LTD.

(山东省济南市市中区经七路 86 号)

二〇二一年八月

目 录

1. 关于品牌授权模式.....	3
2. 关于行业和创业板定位.....	12
3. 关于劳务派遣.....	24
4. 关于实际控制人.....	28
5. 关于销售模式和收入确认政策.....	33
6. 关于 ODM 和品牌授权模式.....	57
7. 关于境外销售.....	74
8. 关于营业成本.....	90
9. 关于前五大供应商.....	97
10. 关于毛利率.....	151
11. 关于存货.....	178
12. 关于分红.....	185
13. 关于会计差错更正.....	192
14. 关于审计截止日后主要财务数据.....	195

深圳证券交易所：

贵所于 2021 年 5 月 19 日出具的审核问询函审核函（2021）010566 号《关于苏州欧圣电气股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函》（以下简称“审核问询函”）收悉。中泰证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”）作为保荐机构和主承销商，与苏州欧圣电气股份有限公司（以下简称“欧圣电气”、“发行人”或“公司”）、国浩律师（上海）事务所（以下简称“发行人律师”）、立信中联会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“发行人会计师”、“立信中联”）对审核问询函所列问题进行了逐项落实，现回复如下，请予审核。

注：

- 1、除另有说明外，本回复报告所用简称及名词释义与招股说明书一致。
- 2、本回复报告若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

本回复报告中的字体代表以下含义：

审核问询函所列问题	黑体（加粗）
对问询函所列问题的回复	宋体（不加粗）
对招股说明书的修改、补充	楷体（加粗）

1. 关于品牌授权模式

审核问询回复显示：

(1) 报告期内，发行人取得了 Stanley Black&Decker 及其附属公司关于 Stanley (Stanley Fatmax)、Porter Cable、Dewalt (Guaranteed Tough)、Black&Decker (beyond by Black&Decker) 和 Craftsman 品牌在小型空压机和干湿两用吸尘器的品牌使用权，取得了 Briggs& Stratton Tech, LLC 关于 Briggs& Stratton 品牌在小型空压机的品牌使用权。上述品牌许可方式均为不可转让、不可转授、非独家方式。报告期内，品牌授权方存在将同一授权品牌许可给第三方和在同一授权区域内自行销售授权品牌同类产品的情形；

(2) 鉴于 Briggs& Stratton Tech, LLC 处于破产重组状态，发行人拟在双方品牌许可协议有效期（品牌许可协议有效期至 2023 年 12 月 31 日）届满后不再继续合作。2020 年，发行人 Briggs& Stratton 品牌授权模式收入占主营收入比例为 3.01%。

请发行人：

(1) 补充披露报告期内，发行人作为品牌被许可方是否存在因未按照授权协议约定履行义务的情形，是否存在未获得品牌授权商审核通过的情形，是否影响品牌授权的稳定性和可持续性；

(2) 结合报告期内品牌授权方存在将同一授权品牌许可给第三方和在同一授权区域内自行销售授权品牌同类产品的情形，补充披露发行人与品牌授权方的合作是否稳定，发行人是否存在被替代，或被提高品牌授权使用费率等风险；

(3) 补充披露报告期内，发行人销售 Briggs& Stratton Tech, LLC 授权商标产品的收入金额、毛利率，在授权协议有效期内，发行人是否仍将销售上述品牌的产品以及支付相应的品牌使用费，分析并披露 Briggs& Stratton Tech, LLC 目前处于破产重整状态对双方品牌授权协议的继续履行产生的具体影响，发行人会否面临该授权品牌产品销量大幅下降等风险，并结合前述情况补充披露相关风险；

(4) 补充披露除 Briggs& Stratton Tech, LLC 外，发行人其他授权品牌方、ODM 客户是否存在经营困难或其他重大经营风险的情形。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复:

一、补充披露报告期内，发行人作为品牌被许可方是否存在因未按照授权协议约定履行义务的情形，是否存在未获得品牌授权商审核通过的情形，是否影响品牌授权的稳定性和可持续性

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“六、主要资产情况”之“（三）资产许可使用情况”部分补充披露如下：

“.....

6、报告期内，发行人作为品牌被许可方不存在因未按照授权协议约定履行义务的情形

经查阅发行人与品牌授权商签署的品牌授权协议、发行人的序时账、银行对账单，根据发行人出具的确认函、美国 Law Offices of Howard A. Davis 律师事务所于 2021 年 3 月 19 日出具的《法律意见书》、香港许林律师行有限法律责任合伙于 2021 年 3 月 23 日出具的《法律意见书》、日本达芬奇辩护律师事务所于 2021 年 4 月 1 日出具的《法律意见书》及对品牌授权商进行访谈确认，并经保荐机构、发行人律师通过中国裁判文书网、全国法院被执行人信息查询系统、全国法院失信被执行人信息查询系统等网站查询，报告期内，发行人作为品牌被许可方，能够遵守授权协议约定履行相应义务，不存在违约情形。报告期内，发行人与品牌授权商 Stanley Black&Decker, Inc（史丹利百得）及其附属公司和 Briggs& Stratton Tech, LLC（百力通公司）不存在诉讼、仲裁或其他争议。

7、报告期内，发行人存在与品牌授权商就授权范围未达成一致情形，但不影响品牌授权的稳定性和可持续性

经访谈发行人销售部门相关人员，发行人与品牌授权商 Stanley Black&Decker, Inc 及 Briggs& Stratton Tech, LLC 在以往合作中，双方合作的授权商标范围、授权产品、授权区域及授权渠道，均系通过双方磋商达成一致意见后签署相关商标授权协议。品牌授权商根据发行人的生产能力、销售规模、已掌握的销售渠道及发行人未来的销售计划等决定给发行人的授权范围，发行人也会根据品牌授权商的拟授权商标和授权产品的市场影响力来决定是否接受授权。发行人与品牌授权商在历史合作中，存在双方在磋商过程中就授权商标

的种类和范围等未达成一致意见从而未签署协议的情形，但此情形为正常的商业谈判行为，不会影响发行人取得品牌授权的稳定性和可持续性，对于达成一致并签署品牌授权协议的授权品牌，发行人自取得的授权品牌使用权后与品牌授权商进行多次续签情形，未发生中断品牌授权情况。根据发行人与品牌方签署的品牌使用权协议，品牌许可方有权对许可产品的质量进行审核，报告期内，对于已经达成合作的授权品牌，发行人不存在产品质量未通过品牌许可方审核情形。

经访谈发行人销售部门相关人员及 Stanley Black&Decker, Inc，发行人与品牌授权商 Stanley Black&Decker, Inc 的合作关系稳定。经查阅发行人与品牌授权商报告期内签署的品牌授权协议，发行人取得的 Stanley Black&Decker, Inc 的品牌授权范围也呈现逐渐扩大趋势。

综上，发行人存在与品牌授权商就授权范围未达成一致情形，但不影响发行人取得 Stanley Black&Decker, Inc 品牌授权的稳定性和可持续性，对于已经达成合作的授权品牌，发行人不存在产品质量未通过品牌许可方审核情形。”

二、结合报告期内品牌授权方存在将同一授权品牌许可给第三方和在同一授权区域内自行销售授权品牌同类产品的情形，补充披露发行人与品牌授权方的合作是否稳定，发行人是否存在被替代，或被提高品牌授权使用费率等风险

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“六、主要资产情况”之“（三）资产许可使用情况”之“5、发行人与品牌方合作稳定性及潜在风险或纠纷情况”部分补充披露如下：

“.....

（1）发行人与品牌方 Briggs&Stratton Tech, LLC 合作稳定性情况

根据发行人确认，并经访谈品牌授权方，品牌授权商 Briggs& Stratton Tech, LLC（百力通公司）未将授权给发行人的商标授权给其他第三方使用，其自身也未在发行人的授权区域内销售与发行人相同应用场景下同种的产品。根据发行人说明，与发行人合作的授权品牌 Briggs& Stratton Tech, LLC 由于 2020 年破产重整致使其经营情况发生重大变化，同时鉴于发行人与 Briggs& Stratton Tech, LLC 合作下的授权品牌产品销量较小，发行人拟于 2021 年 12 月 31 日与 Briggs& Stratton Tech, LLC 终止品牌授权协议，不再继续合作。

综上,根据现有情况分析,发行人与品牌授权商 Briggs& Stratton Tech, LLC 合作不稳定,发行人预计将会在未来与品牌授权商 Briggs& Stratton Tech, LLC 终止合作,但发行人与 Briggs& Stratton Tech, LLC 合作下的品牌产品销量较小,终止该合作是发行人主动的经营策略行为,不会对发行人持续经营能力造成不利影响。

(2) 发行人与品牌方 Stanley Black&Decker, Inc 合作稳定性情况

.....

经查阅发行人与 Stanley Black&Decker, Inc 签署的商标使用权协议、发行人出具的确认函,并经对品牌授权方访谈,报告期内,Stanley Black&Decker, Inc 存在将同一授权品牌许可给第三方和在同一授权区域内自行销售授权同类产品情形。

在干湿两用吸尘器领域,Stanley Black&Decker, Inc 虽存在将 Craftsman 品牌授权给其他第三方的情形,但由于发行人获得的上述关于 Craftsman 品牌的授权渠道范围较小,且发行人 Craftsman 品牌收入占比较低,发行人与其他取得 Craftsman 品牌授权的第三方同类产品的整体竞争关系较弱。在小型空压机领域,品牌授权商 Stanley Black&Decker 虽存在同一授权区域内销售或授权第三方销售 Craftsman 品牌同类产品的情形,但 Stanley Black&Decker 销售或授权销售的产品与发行人销售的产品在产品定位和应用场景方面不同,与发行人未构成直接竞争关系。

Stanley Black&Decker, Inc 与公司合作的关系属于互补合作的战略关系,发行人已经成功在知名零售商搭建了较为完善的销售网络,能够帮助 Stanley Black&Decker, Inc 将其品牌产品更好的推向市场,Stanley Black&Decker, Inc 将品牌授权给发行人,根据发行人的(净)销售额收取商标使用权费,使得品牌授权商在品牌推广和品牌授权收益等多方面获益,具有长期合作的合理商业动机。发行人和 Stanley Black&Decker, Inc 合作关系长达十余年,在长期的合作过程中已经形成了稳定的合作关系,并进行了多次授权协议签署及修订,对品牌授权的销售区域、品牌授权的授权品牌、品牌授权的使用产品等进行了扩大授权。同时,根据对品牌授权商的访谈,Stanley Black&Decker, Inc 对公司的产品质量、产品设计充分认可,发行人获得的相关授权稳定。

综上,根据现有情况分析,发行人与品牌授权商 Stanley Black&Decker, Inc 的合作稳定。虽不能排除发行人未来被其他方替代的风险,但该风险较小,对发行人持续经营能力不存在重大不利影响。

9、发行人被大幅提高品牌授权使用费率的风险较小

经查阅发行人与各品牌方签署的商标使用权协议,发行人与 Stanley Black&Decker, Inc 约定商标使用权费率,在合同有效期内,除非双方协商一致,否则商标使用权费率为固定费率,单方不得随意变更。截至 2021 年 5 月 31 日,发行人取得的 Stanley Black&Decker, Inc 授权品牌 Dewalt (Guaranteed Tough)、Craftsman 的授权到期日为 2023 年 12 月 31 日,授权品牌 Stanley (Stanley Fatmax)、Black&Decker (beyond by Black&Decker) 的授权到期日为 2022 年 12 月 31 日,授权品牌 Porter Cable 的授权到期日为 2021 年 12 月 31 日。在前述合同期限内,发行人不存在被提高商标使用权费率的风险。

经查阅发行人同一授权商标的历次商标授权续签协议及修订协议,发行人自与 Stanley Black&Decker, Inc 合作以来,同一授权商标的商标使用权费率变化处于稳定状态,双方根据授权内容(如授权区域范围、授权渠道范围等)的变化会对商标使用权费率进行小幅度的提高或降低,费率调整幅度在 2%之内,不存在大幅提高或降低使用权费率的情形。

根据现有情况分析,发行人与品牌授权商 Stanley Black&Decker, Inc 的商标使用权费率处于稳定状态,调整幅度较低。发行人虽存在被 Stanley Black&Decker, Inc 提高商标使用权费率的风险,但被大幅提高品牌授权使用费率的风险较小。”

三、补充披露报告期内,发行人销售 Briggs& Stratton Tech, LLC 授权商标产品的收入金额、毛利率,在授权协议有效期内,发行人是否仍将销售上述品牌的产品以及支付相应的品牌使用费,分析并披露 Briggs& Stratton Tech, LLC 目前处于破产重整状态对双方品牌授权协议的继续履行产生的具体影响,发行人会否面临该授权品牌产品销量大幅下降等风险,并结合前述情况补充披露相关风险

(一) 补充披露报告期内,发行人销售 Briggs& Stratton Tech, LLC 授权商标产品的收入金额、毛利率,在授权协议有效期内,发行人是否仍将销售上述

品牌的产品以及支付相应的品牌使用费

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“六、主要资产情况”之“（三）资产许可使用情况”之“10、发行人与 Briggs& Stratton Tech, LLC 合作情况”部分补充披露如下：

“（1）发行人销售 Briggs& Stratton Tech, LLC 授权商标产品的收入金额、毛利率，发行人未来履行协议情况

报告期内，发行人销售 Briggs& Stratton Tech, LLC 授权商标产品的收入金额、毛利率情况如下：

期间	销售收入（万元）	毛利率
2018 年度	6,067.28	23.76%
2019 年度	3,389.39	35.13%
2020 年度	2,873.76	29.47%

根据发行人说明，发行人拟于 2021 年 12 月 31 日与 Briggs& Stratton Tech, LLC 终止品牌使用权的合作关系，不再销售 Briggs& Stratton Tech, LLC 的授权品牌产品。根据双方签署的品牌授权协议，并根据发行人说明，若 Briggs& Stratton Tech, LLC 不同意提前终止合作，发行人存在无法提前与 Briggs& Stratton Tech, LLC 终止协议的风险。若品牌授权协议无法提前终止，在协议有效期内，发行人会继续销售 Briggs& Stratton Tech, LLC 的授权品牌产品，并按照协议约定向其支付商标使用权费。但发行人将会且正在逐步减少 Briggs& Stratton Tech, LLC 授权产品的销售量，待协议到期后，发行人将终止合作，并停止销售 Briggs& Stratton 品牌的产品。”

（二）分析并披露 Briggs& Stratton Tech, LLC 目前处于破产重整状态对双方品牌授权协议的继续履行产生的具体影响，发行人会否面临该授权品牌产品销量大幅下降等风险，并结合前述情况补充披露相关风险

1、分析并披露 Briggs& Stratton Tech, LLC 目前处于破产重整状态对双方品牌授权协议的继续履行产生的具体影响

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“六、主要资产情况”之“（三）资产许可使用情况”之“10、发行人与 Briggs& Stratton Tech, LLC 合作情况”部分补充披露如下：

“（2）Briggs& Stratton Tech, LLC 破产重整对双方品牌授权协议的继续履行产生的具体影响

2020 年，由于 Briggs&Stratton Tech,LLC 处于破产重整状态,Briggs&Stratton 品牌价值受到一定影响，发行人销售的 Briggs&Stratton 品牌产品规模下降较大，鉴于发行人与 Briggs& Stratton Tech,LLC 合作下的品牌产品销量较小，发行人对继续销售 Briggs&Stratton 品牌产品意愿下降，发行人拟于 2021 年 12 月 31 日与 Briggs&Stratton Tech,LLC 提前终止品牌授权协议，终止合作关系后，发行人将不再销售 Briggs&Stratton 品牌产品。报告期内发行人取得的 Briggs& Stratton Tech,LLC 授权品牌对应的营业收入占主营业务收入比例情况如下：

单位：%

授权品牌	2020 年	2019 年	2018 年
Briggs & Stratton	3.01	5.66	9.81

报告期内，发行人销售 Briggs& Stratton Tech,LLC 授权品牌对应产品的销售收入逐年降低，对其销售收入占主营业务收入比例也逐年下降。2020 年，发行人对 Briggs & Stratton 品牌授权模式收入占主营业务收入比例为 3.01%，占比较低。发行人与 Briggs&Stratton Tech,LLC 合作下的品牌产品销量较小，即使因 Briggs& Stratton Tech,LLC 破产重整事项而造成发行人对该授权品牌产品销量的大幅下降或双方提前终止合作发行人不再销售该授权品牌产品，不会对发行人持续经营能力造成重大不利影响。”

2、发行人会否面临该授权品牌产品销量大幅下降等风险，并结合前述情况补充披露相关风险

发行人在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、经营风险”之“（八）与 Briggs& Stratton Tech,LLC 中止合作导致该授权品牌产品销量大幅下降的风险”中补充披露如下：

“发行人品牌授权商 Briggs&Stratton Tech,LLC 因经营困难于 2020 年处于破产重整状态，目前已经由美国私募基金 KPS Capital 收购并私有化后重新整合经营，基于上述重大情况发生变化，发行人拟于 2021 年 12 月 31 日与 Briggs&Stratton Tech,LLC 提前终止品牌授权协议，终止合作关系后，发行人将不再销售 Briggs&Stratton 品牌产品，未来发行人存在不再销售该授权品牌的风险。同时，若 Briggs&Stratton Tech,LLC 不同意提前终止合作，发行人存在无法提前终止协议的风险，在协议有效期内，发行人存在在协议有效期内支

付每年 10 万美元的最低商标使用权费用的可能性，发行人将会且正在逐步减少 Briggs&Stratton Tech, LLC 授权产品的销售量，发行人存在对该授权品牌产品销量大幅下降的风险。”

四、补充披露除 Briggs& Stratton Tech, LLC 外，发行人其他授权品牌方、ODM 客户是否存在经营困难或其他重大经营风险的情形

发行人已在招股说明书之“重大事项提示”之“四、新型冠状病毒肺炎疫情对发行人经营情况的影响新”之“（五）对发行人生产经营及财务状况影响”部分补充披露如下：

“7、发行人其他授权品牌方、ODM 客户经营情况

根据查询发行人其他品牌授权商、主要 ODM 客户的公开财务数据，发行人其他品牌授权商、主要 ODM 客户的主要经营数据情况如下：

品牌授权商/客户名称	2020 财年		2019 财年	
	营业收入(亿美元)	营业利润(亿美元)	营业收入(亿美元)	营业利润(亿美元)
Stanley Black&Decker	145.35	18.78	144.42	17.64
Walmart	5,591.51	225.48	5,239.64	205.68
Lowe's	895.97	96.47	721.48	63.14
The Home Depot	1,321.10	182.78	1102.25	158.43
Costco	1,667.61	54.35	1,527.03	47.37
Canadian Tire Corporation	116.60	11.20	110.86	11.06
Amazon	3,860.64	228.99	2,805.22	145.41
Menards	非上市公司			
Harbor Freight Tools	非上市公司			

除无公开财务数据的非上市公司 Menards、Harbor Freight Tools 外，经查阅发行人上述其他品牌授权商及主要 ODM 客户的公开财务数据可知，2019 年至 2020 年上述客户的经营情况正常，且营业收入和营业利润均呈现增长的态势。

另外，根据中国出口信用保险公司出具的发行人其他品牌授权商、主要 ODM 客户信用信息报告及发行人确认，并经查询上述其他品牌授权商、主要 ODM 客户的相关网站，截至 2021 年 5 月 31 日，发行人其他品牌授权商、主要 ODM 客户不存在经营困难或其他重大经营风险。”

五、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人律师：

1、查阅发行人与各品牌授权商签署的品牌授权议，分析各品牌授权协议续签时商标使用权费率变化情况，查阅发行人支付品牌授权商商标使用权费用支付明细及支付凭证；

2、登录 Stanley Black&Decker（史丹利百得）和 Briggs& Stratton Tech, LLC（百力通公司）官方网站，了解发行人销售的授权品牌产品与品牌方其他产品的区别与联系；

3、邮件访谈品牌授权方 Stanley Black&Decker，了解发行人产品质量是否存在未获得品牌授权商审核通过的情形，核查发行人是否存在因未按照授权协议约定履行义务的情形；

4、访谈发行人管理层、销售部门、研发部门相关人员，了解发行人各销售模式关于研发设计、销售渠道、获取品牌授权商授权商标的认证程序等基本情况，查阅发行人出具的与品牌授权方不存在纠纷的确认函；

5、查阅发行人通知 Briggs& Stratton Tech, LLC 终止品牌授权协议的邮件沟通记录；

6、查阅发行人品牌授权商、主要 ODM 客户的公开财务数据、中信保出具的信用信息报告，查询发行人品牌授权商、主要 ODM 客户的相关网站，核查发行人品牌授权商、主要 ODM 客户的经营情况；

7、查阅美国 Law Offices of Howard A. Davis 律师事务所于 2021 年 3 月 19 日出具的《法律意见书》；查阅香港许林律师行有限法律责任合伙于 2021 年 3 月 23 日出具的《法律意见书》；查阅日本达芬奇辩护律师事务所于 2021 年 4 月 1 日出具的《法律意见书》；

8、通过中国裁判文书网、全国法院被执行人信息查询系统、全国法院失信被执行人信息查询系统等公开渠道网络检索发行人及其境内子公司报告期内是否存在纠纷争议情况。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、报告期内，发行人作为品牌被许可方不存在因未按照授权协议约定履行义务的情形，发行人不存在产品质量未通过品牌许可方审核的情形，发行人品牌授权具备稳定性和可持续性；

2、发行人与品牌授权商 Stanley Black&Decker（史丹利百得）合作稳定，被替代风险性较小，发行人被大幅提高商标使用权费率的风险较低；

3、发行人拟于 2021 年 12 月 31 日与 Briggs& Stratton Tech, LLC（百力通公司）终止品牌授权协议，若 Briggs& Stratton Tech, LLC 不同意提前终止合作，在协议有效期内，发行人会继续销售 Briggs& Stratton Tech, LLC 的授权品牌产品，并按照协议约定向其支付商标使用权费；发行人与 Briggs& Stratton Tech, LLC 终止合作存在授权品牌产品销量下降风险，但发行人对于 Briggs& Stratton 品牌产品销量较小，终止合作对发行人持续经营能力不会造成重大不利影响；

4、除 Briggs& Stratton Tech, LLC 外，发行人其他授权品牌方、主要 ODM 客户不存在经营困难或其他重大经营风险。

2. 关于行业和创业板定位

审核问询回复显示：

（1）发行人主要产品为小型空压机和干湿两用吸尘器，主要销往北美地区；

（2）根据海关数据，报告期内，国内空压机出口量逐年上升，分别为 1,104.17 万台、1,153.25 万台、1,316.20 万台，发行人销量为 93.72 万台、65.71 万台、90.95 万台，占比为 8.49%、5.71%、6.91%；国内吸尘器出口量逐年上升，分别为 11,718.34 万台、12,760.19 万台、15,972.88 万台，发行人干湿两用吸尘器销量为 112.88 万台、107.15 万台、144.99 万台，占比为 0.96%、0.84%、0.91%。

请发行人：

（1）补充披露在国内空压机和吸尘器出口量逐年增长的情况下，发行人小型空压机和干湿两用吸尘器销量和占比在 2019 年均有所下降的原因，以及 2020 年发行人小型空压机的销量和占比仍未达到 2018 年水平的原因，结合前述情况披露发行人未来的成长性，是否面临竞争加剧、市场份额下降等风险，并针对性地补充风险提示；

（2）结合技术优势、产品创新情况、市场空间、市场容量、客户拓展能力、成长性、与同行业可比公司优劣势对比等情况，补充披露发行人是否符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》等关于创业板定位的相关规定，并分析“三创

四新”的相关情况，是否符合创业板定位的依据及合理性。

请保荐人发表明确意见。

回复：

一、补充披露在国内空压机和吸尘器出口量逐年增长的情况下，发行人小型空压机和干湿两用吸尘器销量和占比在 2019 年均有所下降的原因，以及 2020 年发行人小型空压机的销量和占比仍未达到 2018 年水平的原因，结合前述情况披露发行人未来的成长性，是否面临竞争加剧、市场份额下降等风险，并针对性地补充风险提示

（一）补充披露在国内空压机和吸尘器出口量逐年增长的情况下，发行人小型空压机和干湿两用吸尘器销量和占比在 2019 年均有所下降的原因，以及 2020 年发行人小型空压机的销量和占比仍未达到 2018 年水平的原因

1、补充披露在国内空压机和吸尘器出口量逐年增长的情况下，发行人小型空压机和干湿两用吸尘器销量和占比在 2019 年均有所下降的原因

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“三、行业竞争情况及发行人所处行业地位”之“（二）公司在行业中的竞争地位”之“5、发行人小型空压机和干湿两用吸尘器市场份额占比变动分析”部分补充披露如下：

“（1）国内空压机和吸尘器出口量逐年增长的情况下，发行人小型空压机和干湿两用吸尘器销量和占比在 2019 年均有所下降的原因

发行人小型空压机和干湿两用吸尘器销量及占比在 2019 年有所下降主要系受中美贸易战影响和公司产品结构调整所致。

2019 年 5 月美国对小型空压机和干湿两用吸尘器产品加征 25%关税，上述因素致使美国对中国进口小型空压机和干湿两用吸尘器产品短期出现需求下降扰动，中国对美国出口空压机数量从 2018 年的 360.60 万台降至 293.43 万台，中国对美国出口吸尘器数量从 2018 年的 4,145.82 万台降至 3,916.06 万台，而同期中国对全球出口空压机数量从 1,104.17 万台增加至 1,153.25 万台，同期中国对全球出口吸尘器数量从 11,718.34 万台增加至 12,760.19 万台，中国对美国以外地区出口小型空压机和干湿两用吸尘器数量呈现上升趋势，在上述背景下，因公司主要产品销往美国，美国对中国进口小型空压机和干湿两用吸尘器产品短期出现需求下降致使发行人小型空压机和干湿两用吸尘器销量和占比

在 2019 年均有所下降。由于小型空压机和干湿两用吸尘器是美国家居生活重要的家居产品，中国是小型空压机和干湿两用吸尘器主要生产制造基地，2020 年美国市场对小型空压机和干湿两用吸尘器重新恢复增长态势，2020 年，中国对美国出口吸尘器数量从 2019 年的 3,916.06 万台增加至 5,583.31 万台，中国对美国出口空压机数量从 2019 年的 293.43 万台增加至 390.62 万台，发行人 2020 年干湿两用吸尘器收入比 2019 年同比增长 78.06%，2020 小型空压机销售收入比 2019 年同比增长 45.67%，中美贸易战加征关税对中国进口小型空压机和干湿两用吸尘器产品短期出现需求下降扰动因素已经基本消除。

此外，相比于 2018 年，公司产品结构整体往大容量方向调整，上述因素致使发行人小型空压机和干湿两用吸尘器出口量进一步降低。干湿两用吸尘器方面，发行人 2018 年销售的前三大类干湿两用吸尘器分别为 8 加仑、4 加仑及 1 加仑；2019 年销售的前三大类干湿两用吸尘器分别为 10 加仑、8 加仑及 6 加仑。小型空压机方面，The Home Depot 由于产品线优化计划，在 2019 年大幅降低了对公司小体积 2 加仑产品的采购，同时公司推出的大容量 26 加仑、20 加仑小型空压机产品销量同比 2018 年增长较快。2020 年，发行人小型空压机和干湿两用吸尘器产品结构持续整体往大容量方向调整，2020 年发行人销售的前三大类小型空压机分别为 8 加仑、26 加仑及 20 加仑，2020 年销售的前三大类干湿两用吸尘器分别为 10 加仑、9 加仑及 6 加仑干湿两用吸尘器。由于小型空压机和干湿两用吸尘器生产大加仑产品耗时更长，因此同一生产线相同时间生产产品产量降低，公司产品的销量相应降低。”

2、2020 年发行人小型空压机的销量和占比仍未达到 2018 年水平的原因

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“三、行业竞争情况及发行人所处行业地位”之“（二）公司在行业中的竞争地位”之“5、发行人小型空压机和干湿两用吸尘市场份额占比变动分析”部分补充披露如下：

“（2）2020 年发行人小型空压机的销量和占比仍未达到 2018 年水平的原因

2020 年发行人小型空压机的销量为 90.95 万台，仍低于 2018 年销量 93.72 万台，主要系 2018 年至 2020 年，发行人小型空压机产品结构整体往大容量方向转换，2018 年发行人销售的前三大类小型空压机分别为 8 加仑、2 加仑及 26

加仑，2020 年发行人销售的前三大类小型空压机分别为 8 加仑、26 加仑及 20 加仑，发行人 2020 年小型空压机的销量和占比仍未达到 2018 年水平系发行人产品策略调整导致的产品结构发生变化所致，2020 年小型空压机单品平均单价为 553.87 元，比 2018 年小型空压机单品平均高 111.04 元，2020 年小型空压机的销售收入比 2018 年小型空压机收入高 8,870.53 万元，发行人业绩增长并未受到销量下滑的影响，结合 The Home depot 等零售商对公司采购从小体积的空压机转向大容量的空压机变化，小型空压机产品结构整体往大容量方向转换系公司根据市场需求变动主动的产品结构行为，具备商业合理性。”

（二）结合前述情况披露发行人未来的成长性，是否面临竞争加剧、市场份额下降等风险，并针对性地补充风险提示

1、结合前述情况披露发行人未来的成长性

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“三、行业竞争情况及发行人所处行业地位”之“（二）公司在行业中的竞争地位”之“5、发行人小型空压机和干湿两用吸尘市场份额占比变动分析”部分补充披露如下：

“（3）发行人未来的成长性分析

虽然发行人小型空压机和干湿两用吸尘器销量在 2019 年受中美贸易摩擦影响短期出现下降情况，由于小型空压机和干湿两用吸尘器是美国家居生活重要的家居产品，2020 年美国市场对小型空压机和干湿两用吸尘器仍然出现快速增长。2020 年中国对美国出口空压机数量为 390.62 万台，比 2019 年增加 97.19 万台，发行人 2020 小型空压机销售收入比 2019 年同比增长 45.67%，比 2018 年增长 21.37%；2020 年中国对美国出口吸尘器数量为 5,583.31 万台，比 2019 年增加 1,667.25 万台，发行人 2020 年干湿两用吸尘器收入比 2019 年同比增长 78.06%，比 2018 年增长 126.95%，发行人经营规模保持较快的成长性。此外，截至 2020 年末，发行人在手订单为 5,465.64 万美元，较 2019 年末增长 231.82%，增长幅度较大，发行人未来具备成长性。

2、是否面临竞争加剧、市场份额下降等风险，并针对性地补充风险提示

发行人在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、经营风险”之“（九）行业竞争不断加剧所导致的市场份额下降风险”中补充披露如下：

由于文化及消费习惯的差异，在感恩节、圣诞节等传统节日，叠加北美疫

情等多种因素致使欧美居家办公工作习惯的兴起，欧美等发达国家和地区小型空压机和干湿两用吸尘器市场需求较为旺盛。同时 2020 年以来，Shop-Vac Corporation 等北美制造商关闭了部门美国工厂，使得公司等境内生产制造商对北美地区出口数量得到进一步提升。若未来发行人境外竞争对手的生产能力恢复或行业良好的发展前景不断吸引潜在竞争者进入，公司将面临由市场竞争不断加剧而导致的市场份额下降的风险。

二、结合技术优势、产品创新情况、市场空间、市场容量、客户拓展能力、成长性、与同行业可比公司优劣势对比等情况，补充披露发行人是否符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》等关于创业板定位的相关规定，并分析“三创四新”的相关情况，是否符合创业板定位的依据及合理性

发行人已结合技术优势、产品创新情况、市场空间、市场容量、客户拓展能力、成长性、与同行业可比公司优劣势对比等情况，招股说明书“第二节 概览”之“五、发行人科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况”中补充披露如下：

“（一）发行人技术优势、产品创新情况、市场空间、市场容量、客户拓展能力、成长性、与同行业可比公司优劣势对比等情况

1、技术优势

公司自成立以来，一直专注于小型空压机和干湿两用吸尘器的技术研究，积累了 10 余年的研发技术基础，截至 2020 年 12 月 31 日，公司取得了境内外共 210 项专利，其中发明专利 53 项，逐渐奠定了公司在产品性能、品质和电机效率等方面的领先地位。公司研发部门每年在小型空压机产品方面设计出超过 50 款新产品，掌握了新型带传动技术、空压机降噪技术、新型直流无刷电机在空压机中的应用技术、活塞定位方式的设计及生产工艺技术、电机冷却散热技术空压机中的应用技术。公司研发部门每年在干湿两用吸尘器产品方面设计出超过 60 款新产品，掌握了机械冲击及外部空气反冲之过滤器自清洁技术、干湿两用吸尘器过滤装置快锁快拆技术、吸尘器过滤器抖动除灰技术、吸尘器金属尘桶防静电技术、吸尘器定向绕放线技术、低噪音技术、AC/DC 吸尘器技术、无线手环遥控技术。上述小型空压机和干湿两用吸尘器技术积累为公司产品性能

提供了质量保障。公司通过多年技术积累推动公司产品向高档次、高附加值方向转变，有力地提升了产品的市场竞争力。

2、产品创新情况

小型空压机和干湿两用吸尘器的消费者对高效节能、外观设计、安全环保、动力性能等方面的产品创新要求不断提高，公司注重产品和技术的持续创新，利用长期生产经营过程中积累的核心技术、设计能力和创新文化，不断加强技术与市场的联动，加强了健康绿色化、节能高效化的小型空压机和干湿两用吸尘器产品的开发创新力度。小型空压机产品创新方面，公司加大了对小型空压机便携式、静音式、无线控制方向的研发创新力度，公司研发的静音机产品解决了传统空压机噪声大、振动大等痛点，公司将智能控制化技术与现有空压机结合，对小型空压机输出压力进行远程电子控制，更好满足用户的智能电子化需求。干湿两用吸尘器方面，公司加大了对吸尘器灰尘分离技术、吸尘器过滤器气流反流自清洁技术、无线手环遥控技术等项目的研发进程，持续提升吸尘器用户在使用时的舒适性和便利性、低噪音、智能化和多功能等方面体验感。截至2020年12月31日，公司拥有“便携手推式小型空压机”、“低噪音电控空气压缩机”、“大功率静音干湿两用吸尘器”、“防静电吸尘器”等多项江苏省科技厅认定的节能低噪音的高新技术产品。

3、市场空间、市场容量

在欧美国家和地区，由于人们多数拥有带庭院的独栋房屋，居民的汽车保有量高于其他地区，同时欧美地区的房屋翻修、汽车修配的人工成本较高，发达国家的居民尽量避免聘请收费较高的专业工匠和专业修理修配公司，人们尤其热衷于从家居建材用品零售商购买半成品及工具，在家自己组装的DIY（Do-It-Yourself）生活方式，因此对于气动工具以及相应的小型空压机设备需求量较大。同时，由于发达国家人工成本、制造成本不断上升，跨国小型空压机品牌企业纷纷将生产制造环节转移至亚洲及其他地区的发展中国家，亚洲已成为全球空压机的重要生产基地。根据中国海关总署信息中心数据统计，2014年我国空压机出口额为7.82亿美元，至2020年已达14.68亿美元，空压机出口额复合增长率达到11.07%，市场总容量呈现不断上升态势。

欧美地区的经济发展走在世界前列，生活水平高，欧美的房屋面积大，房

屋装修风格偏好使用地毯，而地毯比较容易沾灰，导致欧美家庭对吸尘器的需求较旺盛，尤其是可以吸附大介质的干湿两用吸尘器，在欧美应用更为广泛。欧美吸尘器市场的发展起步较早，目前吸尘器渗透率已接近 100%，成为家庭必不可少的工具之一。因此欧美等发达地区市场干湿两用吸尘器保有量较高，市场成熟且容量可观，预计未来销售量稳定增长。中国是吸尘器制造大国，我国干湿两用吸尘器生产企业凭借积累多年的生产设计经验和优越的性价比，以 OEM、ODM 和品牌授权等模式海外出口欧美市场，出口规模持续扩大。根据中国海关总署信息中心数据统计，2015 年我国吸尘器出口规模达到 33.54 亿美元，至 2020 年已达到 61.62 亿美元，吸尘器出口规模复合增长率达到 12.94%，市场总容量呈现稳步增长趋势。

4、客户拓展能力

公司具备较强持续客户拓展能力，经过多年的经营积累，和良好的产品形象，公司已经与 Lowe's、The Home Depot、Costco、Walmart 等数十家国际知名零售商建立了稳定的合作关系，公司在北美当地配备了专业的销售团队，通过帮助上述全球知名零售商开发设计其自有品牌产品，并同时使用知名品牌授权商的中高端品牌对大型零售商进行销售，成功搭建了北美知名零售商销售网络。此外，公司成功开拓了亚马逊电商渠道，公司亚马逊平台收入增长迅速，公司自有品牌主要在亚马逊渠道进行销售，有效提升自有品牌市场渗透率。

5、公司成长性

报告期内，公司资产总额、净资产、营业收入和净利润均保持较快增长，具备成长性，公司的主要财务数据情况如下：

项目	2020. 12. 31/ 2020 年度	2019. 12. 31/ 2019 年度	2018. 12. 31/ 2018 年度
资产总额（万元）	87,293.69	54,082.24	51,767.90
归属于母公司所有者权益（万元）	36,475.98	26,748.56	23,397.63
营业收入（万元）	99,282.44	60,977.44	62,988.23
净利润（万元）	13,035.88	5,863.01	4,543.04
归属于母公司所有者的净利润（万元）	13,035.88	5,863.01	4,543.04
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	11,322.90	5,991.23	4,013.55

6、与同行业可比公司优劣势对比

公司小型空压机和干湿两用吸尘器产品销售市场主要为美国、加拿大等北美地区，上述地区小型空压机产品主要由创科实业有限公司、MAT Holdings, Inc、Makita Corporation、Stanley Black&Decker、诺爱（上海）压缩机有限公司和发行人等几家企业以自有品牌、品牌授权、ODM、OEM 等方式销售给终端零售商，干湿两用吸尘器市场份额主要由 Shop-Vac Corporation、美国艾默生电气公司、天佑电器（苏州）有限公司、发行人等几家企业以自有品牌、品牌授权、ODM、OEM 等方式生产销售给终端零售商。

与境内制造商相比，公司主要优势体现在公司已经与 Lowe' s、The Home Depot、Costco、Walmart 等数十家国际知名零售商建立了稳定的销售渠道，公司研发设计团队每年能设计数百款新品，能够适时对市场和客户的最新需求做出快速反应并确保产品不断迭代更新，并持续通过上述知名零售商的实验室性能测试和第三方专业机构认证。同时，公司在美国当地配备了专业的销售和售后服务团队，并在美国当地建有仓储中心，可以及时响应零售商等客户订单需求，提供美国当地的配套服务，进一步满足知名零售商的深度需求。

与境外知名品牌制造商相比，公司具备“制罐、电机、整机装配”关键零部件自制的垂直一体化生产优势，已形成了核心部件研发与自制、产品设计与开发、整机组装和物流配送等完整业务体系；公司积累了一定的研发技术成果，公司研发的静音机产品解决了传统空压机噪声大、振动大等痛点，公司研发的吸尘器过滤器抖动除灰技术可以自动清理过滤袋灰尘。同时，公司与创科实业等境外知名品牌制造商在全球范围内体量还存在一定差距；公司自有品牌尚处于建立初期，公司自有品牌目前难以打破知名品牌在产品销售中的优势地位；此外，公司近年来的快速发展主要依靠自身积累，外部融资渠道较为单一。本次发行上市后募集资金投资项目的实施，将有效提升发行人现有核心产品的市场竞争力，进一步加强发行人研发能力和技术水平，符合创业板关于“服务成长型创新创业企业”的定位要求。

（二）关于创业板定位的相关规定发行人“三创四新”的基本情况，发行人符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》中创业板定位规定依据及合理性的说明

1、发行人行业归属符合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》的规定

《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第四条要求：属于中国证监会公布的《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》中下列行业的企业，原则上不支持其申报在创业板发行上市，但与互联网、大数据、云计算、自动化、人工智能、新能源等新技术、新产业、新业态、新模式深度融合的创新创业企业除外：（一）农林牧渔业；（二）采矿业；（三）酒、饮料和精制茶制造业；（四）纺织业；（五）黑色金属冶炼和压延加工业；（六）电力、热力、燃气及水生产和供应业；（七）建筑业；（八）交通运输、仓储和邮政业；（九）住宿和餐饮业；（十）金融业；（十一）房地产业；（十二）居民服务、修理和其他服务业。

根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017）标准，发行人所处行业属于 C38 电气机械和器材制造业。根据证监会公布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司小型空压机和干湿两用吸尘器产品属于 C38 电气机械和器材制造业。发行人不属于《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第四条原则上不支持在创业板发行上市的行业类别。

2、发行人“三创四新”的基本情况，发行人符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》、《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》中创业板定位规定依据及合理性的说明

《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第三条要求：发行人申请首次公开发行股票并在创业板上市，应当符合创业板定位。创业板深入贯彻创新驱动发展战略，适应发展更多依靠创新、创造、创意的大趋势，主要服务成长型创新创业企业，支持传统产业与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合。

《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第二条要求：创业板定位于深入贯彻创新驱动发展战略，适应发展更多依靠创新、创造、创意的大趋势，主要服务成长型创新创业企业，并支持传统产业与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合。

发行人符合“三创四新”要求的具体表现如下：

(1) 科技创新

①小型空压机技术创新

小型空压机已由传统的有油机更新到无油机，可以避免由于用户使用时忘记在泵头中加油导致机器失效情况发生，同时减少每次给空压机加油带来的麻烦；而目前小型空压机又从无油机改善到静音无油机，通过减少机器噪音提高用户使用体验。通过多年的技术积累，公司目前已经掌握新型带传动技术、新型直流无刷电机在空压机中的应用技术、活塞定位方式的设计及生产工艺技术、电机冷却散热技术空压机中的应用技术、空压机降噪技术，上述小型空压机技术创新保证了公司小型空压机产品在电机技术及降低机器噪音方面市场的领先地位。与此同时，公司加大了对小型空压机便携式、无线控制方向的研发创新力度，将智能控制化技术与现有空压机结合，通过蓝牙及手机 APP 功能实现手机与空压机的交互连接，对小型空压机输出压力远程进行电子控制，更好满足用户的智能电子化需求。

②干湿两用吸尘器技术创新

随着科技的发展和人们生活水平的提高，干湿两用吸尘器的使用会越来越普及，干湿两用吸尘器的技术创新正朝着吸尘技术的提升和用户体验的提升两个方面发展。吸尘器行业吸尘技术提升体现在灰尘分离技术、电机技术、电池包技术、自动清理技术、高效和专业化等方面，通过多年的研发积累，公司目前已经掌握机械冲击及外部空气反冲之过滤器自清洁技术、干湿两用吸尘器过滤装置快锁快拆技术、吸尘器过滤器抖动除灰技术、吸尘器金属尘桶防静电技术、吸尘器定向绕放线技术等核心吸尘技术，上述干湿两用吸尘器技术创新为公司优质的产品性能提供了质量保障。目前，公司正加大对吸尘器灰尘分离技术、吸尘器过滤器气流反流自清洁技术等项目的研发进程，持续提高公司干湿两用吸尘器产品的技术创新能力。吸尘器用户体验提升体现在使用的舒适性和便利性、低噪音、智能化和多功能等方面，公司目前掌握了吸尘器低噪音技术、无线手环遥控技术等核心技术，通过开发手环遥控吸尘器、车载吸尘鼓风打气一体机等智能化产品持续提高用户智能化、绿色化的产品体验。

(2) 模式创新和业态创新

近年来，随着互联网技术的应用不断创新，全球电子零售商务经济在互联

网电商平台助推下增长迅速。在上述背景下，公司开始尝试往互联网电商平台渠道新业态方向突破，在传统经营模式基础上发展了在第三方互联网平台推广及销售公司相关产品的商业模式。报告期内，公司开始逐渐尝试通过在以亚马逊为主的主流第三方线上平台推广及销售干湿两用吸尘器和小型空压机。此外，针对个人电商零售客户群体，公司通过创立自主品牌“STEALTH”、“ALTON”、“欧圣”逐渐向 OBM 模式转变，扩大自主品牌在终端零售市场影响力。公司未来将继续依靠中国强大的产品制造和产品升级优势，以发展自有品牌为长期战略，通过持续的产品技术创新和互联网模式创新，力争成为具有自主创新能力的国际知名企业。

（3）新旧产业融合情况

在小型空压机、干湿两用吸尘器方面，公司加大了与互联网无线控制产业的融合创新力度。公司将智能控制化技术与现有空压机结合，通过蓝牙及手机 APP 功能实现手机与空压机的交互连接，对小型空压机输出压力远程进行电子控制，更好满足用户的智能电子化需求。公司目前掌握了吸尘器低噪音技术、无线手环遥控技术等核心技术，通过开发手环遥控吸尘器等智能化产品持续提高用户智能化、绿色化的产品体验。

近年来，公司尝试将小型空压机和干湿两用吸尘器核心技术和生产工艺与公司客户群体新产品需求相融合，立足上述技术和工艺，目前公司已经成功开发出护理机器人等新品类产品。公司新研发的可穿戴护理机器人可以自动感应、自动识别失能卧病人员的卧床状态，自动检测、自动处理卧床病人的排泄物，并自动记录患者排泄情况，使卧病患者始终保持清洁干爽无异味，有效避免传统纸尿布处理病患排泄物所带来的有残留、有异味、病患易感染等缺点，降低亲属、护工照料患者的劳动强度，使卧病患者有尊严地生活。护理机器人最核心的电机技术来源于公司过往十多年来在吸尘器和小型空压机电机方面的技术沉淀。目前公司电机隔音降噪技术使得公司研发的护理机器人批量性工作噪音值降低到 55 分贝；干湿两用吸尘器的除水过滤工艺避免了护理机器人存在的水被吸至电机的风险；干湿两用吸尘器吸附湿垃圾时电机保护工艺在护理机器人中的应用避免了潮湿气体经过护理机器人电机转子和定子线圈可能造成的漏电风险。

未来，公司继续将小型空压机和干湿两用吸尘器核心技术和生产工艺与上述护理机器人产业相融合。目前，上述护理机器人产品已经试制成功小批量出货，为公司未来发展注入成长和创新活力。

综上所述，发行人具备创新、创造、创意的特征，并与行业的新技术、新产业、新业态、新模式深度融合创新，具有较好的成长性，符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》、《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》等关于创业板定位的相关规定，依据充分合理。

三、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人：

1、访谈发行人销售部门负责人，了解发行人报告期内小型空压机和干湿两用吸尘器销量和占比变动的原因；

2、登录海关统计数据在线查询平台（<http://43.248.49.97/>），查询吸尘器和空压机历年出口全球、美国、加拿大数据；

3、查阅发行人报告期内销售明细表，分析报告期内发行人小型空压机和干湿两用吸尘器主要产品结构变动情况；

4、查阅国家统计局发布的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017）标准、中国证监会公布的《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，了解发行人所处行业，核查发行人是否属于《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第四条“负面清单”规定的行业；

5、查阅《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》、《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》等关于创业板定位的相关规定；

6、访谈发行人实际控制人、销售、采购、生产和研发设计等部门负责人，核查发行人在业务模式、研发及生产技术等方面的优势和核心竞争力，了解发行人关于“三创四新”的相关情况等；

7、通过公开渠道查阅同行业可比公司基本情况，了解经营规模、主要技术、竞争优势等，并与发行人基本情况进行对比分析。

（二）核查意见

经核查，保荐人认为：

1、发行人小型空压机和干湿两用吸尘器销量及占比在 2019 年有所下降主要为美国小型空压机和干湿两用吸尘器产品受中美贸易战影响短期出现需求下降扰动和发行人产品结构整体往大加仑结构调整等综合因素所致；

2、2020 年发行人小型空压机的销量和占比仍未达到 2018 年水平系发行人产品策略主动往大容量方向转换所致，2020 年发行人小型空压机的销售收入并未随着销量下降而降低；

3、报告期内，发行人经营规模保持较快的成长性，若未来发行人境外竞争对手的生产能力恢复或行业良好的发展前景不断吸引潜在竞争者进入，发行人面临由市场竞争不断加剧而导致的市场份额下降的风险；

4、发行人已在招股说明书中补充披露了技术优势、产品创新情况、市场空间、市场容量、客户拓展能力、成长性、与同行业可比公司优劣势对比等情况，发行人具备创新、创造、创意及科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合等特征，符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》、《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》等关于创业板定位的相关规定。

3. 关于劳务派遣

审核问询回复显示，报告期各期末，发行人劳务派遣用工人数占用工总数比例分别为 15.84%、15.80%和 9.04%。2018 年及 2019 年，发行人劳务派遣人员时薪低于一线生产正式员工时薪，差异率分别为-7.28%和-10.22%。2020 年，发行人劳务派遣人员时薪高于一线生产正式员工时薪，差异率为 6.79%。

请发行人补充披露报告期各期末均存在较高比例劳务派遣用工的原因和必要性，是否与同行业可比公司以和当地企业一致，以及在 2020 年劳务派遣用工平均时薪已高于一线正式员工平均时薪的情况下仍存在较高比例劳务派遣用工的原因和合理性。

请保荐人发表明确意见。

回复：

一、报告期各期末均存在较高比例劳务派遣用工的原因和必要性，是否与同行业可比公司和当地企业一致

（一）报告期各期末均存在较高比例劳务派遣用工的原因和必要性

发行人在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十九、员工及其社会保障情况”之“（三）劳务派遣”之“4、劳务派遣对公司经营业绩的影响”中补充披露如下：

“报告期各期末，公司从劳务派遣单位接受派遣人员的数量及占用工总数比例情况如下：

项目	2020. 12. 31	2020. 03. 31	2019. 12. 31	2018. 12. 31
在册员工人数	1,067	719	602	675
劳务派遣人数	106	23	113	127
用工总数	1,173	742	715	802
劳务派遣用工比例	9.04%	3.10%	15.80%	15.84%

发行人存在劳务派遣比例超过 10%的情形，具体原因如下：

1、公司使用劳务派遣员工的工种主要为操作工、搬运工、测试工等，主要从事生产线上产品的组装、贴标签、码垛、产品的包装搬运、产品外观检测等简单工序，上述岗位均未涉及核心业务环节。由于上述岗位无明显技术门槛，相关人员流动性较大，劳务派遣是此类员工更愿意接受的工作方式；

2、发行人一般会在春节前加大生产排产以保证能及时响应客户订单需求，为有效保障发行人的生产经营和用工需求，保持用工机动灵活，因此发行人会在临时性、辅助性或替代性强的工作岗位上使用劳务派遣用工；

3、根据吴江区人力资源市场发布的《吴江区用工检测服务调研报告（第四季度）》，2020 年 204 家参与调研企业总缺工人数 12,575 人，其中普工缺工比例为 76.15%，劳务派遣公司专业从事人力资源招聘业务，其人力资源相对丰富、招工渠道和招工方式较广。

综上所述，发行人报告期各期末均存在较高比例劳务派遣用工具有合理性和必要性。

.....”

（二）是否与同行业可比公司和当地企业一致

发行人在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十九、员工及其社会保障情况”之“（三）劳务派遣”之“4、劳务派遣对公司经营业绩的影响”中补充披露如下：

“根据吴江区人力资源市场发布的《吴江区用工检测服务调研报告 2020 年

（第四季度）》，2020 年 204 家参与调研企业总缺工人数 12,575 人，其中普工缺工比例为 76.15%。《吴江区用工检测服务调研报告 2021 年（第一季度）》中显示 2021 年第一季度缺工企业占比为 70%，36%的企业采取与第三方人力资源机构合作解决用工困难问题，发行人招工难与当地企业的实际情况一致。

根据查询招股说明书等公开资料，同行业可比公司上市前劳务派遣情况如下所示：

证券简称	注册地址	上市前一年	上市前两年	上市前三年
莱克电气	江苏省苏州市高新区	47.84%	47.43%	56.18%
科沃斯	江苏省苏州市吴中区	2.80%	6.21%	6.42%
巨星科技	浙江省杭州市江干区	21.04%	未披露	未披露
创科实业	香港特别行政区	未披露	未披露	未披露
欧圣电气	江苏省苏州市吴江区	9.04%	15.80%	15.84%

注：同行业可比公司上市后未披露劳务派遣用工情况。

同行业可比公司上市前一年平均劳务派遣比例为 23.89%，公司上市前报告期各期末均存在较高比例劳务派遣用工与同行业可比公司的情况基本相符。

同时科沃斯地处江苏省苏州市吴中区，根据科沃斯 2018-2020 年定期报告，科沃斯使用了较多的劳务外包服务，根据报告期内各年度报告中劳务外包费用除以劳务外包费用及应付职工薪酬本期发生额之和，计算其比例分别为 9.36%、6.25%及 12.42%，可以看出 2020 年较 2019 年增长幅度较高，2020 年科沃斯也面临用工紧张的情况。”

二、在 2020 年劳务派遣用工平均时薪已高于一线正式员工平均时薪的情况下仍存在较高比例劳务派遣用工的原因和合理性

发行人在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十九、员工及其社会保障情况”之“（三）劳务派遣”中补充披露如下：

“报告期内，公司劳务派遣用工人员与一线生产正式员工的薪酬情况如下：

期间	劳务派遣人员时薪 (元/小时) ①	一线生产正式员工时薪 (元/小时) ②	平均时薪差异率 ③= (①-②) / ①
2020 年度	22.23	20.72	6.79%
2019 年度	18.64	20.55	-10.22%
2018 年度	18.98	20.36	-7.28%

注：一线生产正式员工时薪包含社保、住房公积金。

2018 年至 2019 年，劳务派遣人员时薪低于一线生产正式员工时薪，2020 年劳务派遣人员时薪高于一线生产正式员工时薪。

2020 年劳务派遣用工平均时薪已高于一线正式员工平均时薪，但公司仍存在较高比例劳务派遣用工，主要系公司 2020 年订单增加，交货紧迫，短期内自主招工困难，市场上面临着劳务人员需求剧增的情况，因此劳务派遣人员单位薪酬较同期有所增加。2020 年发行人增加了劳务派遣用工人数，同时控制劳务派遣比例未超过 10%。

公司所在地汾湖高新区下属的黎里镇是长三角一体化示范区先行启动区，区域内出口企业众多，由于 2020 年出口型企业业绩增加，员工需求增多，导致公司派遣人员时薪较同期有所增长。公司所在地江苏省苏州市吴江区劳务派遣市场活跃，劳务派遣人员价格均为市场价格，因此不存在利用劳务派遣降低用工成本的情形。”

三、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人：

1、访谈发行人人力资源部负责人，了解公司报告期内存在较高比例劳务派遣用工的原因和必要性；

2、访谈发行人人力资源部负责人，了解 2020 年劳务派遣用工平均时薪已高于一线正式员工平均时薪的情况下仍存在较高比例劳务派遣用工的原因，查阅吴江区人力资源市场发布的《吴江区用工检测服务调研报告 2020 年（第四季度）》、《吴江区用工检测服务调研报告 2021 年（第一季度）》；

3、查阅苏州地区近期申报/已上市公司及同行业可比公司招股说明书，计算其劳务派遣比例情况；查询公司花名册，了解近期用工情况。

（二）核查意见

经核查，保荐人认为：

1、2018 年末及 2019 年末劳务派遣用工比例较高的原因主要为劳务派遣相应岗位无明显技术门槛，相关人员因各种因素流动性较大，劳务派遣是此类员工更愿意接受的工作方式；2020 年 3 月末劳务派遣比例下降主要原因为 2020 年初，公司对劳务派遣用工进行了规范，将较多的劳务派遣人员转为劳动合同制员工；2020 年末劳务派遣用工比例较高的原因主要为发行人 2020 年业绩增加，交货紧迫，短期内自主招工困难，由于劳务派遣公司专业从事人力资源招聘业务，其人

力资源相对丰富、招工渠道和招工方式较广，发行人增加了劳务派遣用工人数，发行人报告期各期末存在较高的劳务派遣比例，具有合理性，目前发行人已将劳务派遣比例降至 0%；

2、报告期各期末发行人均存在较高比例劳务派遣用工与同行业可比公司和当地企业的情况基本相符；

3、在 2020 年劳务派遣用工平均时薪已高于一线正式员工平均时薪的情况下，仍存在较高比例劳务派遣用工主要因为发行人 2020 年业绩增加，交货紧迫，短期内自主招工困难，短期内自主招工困难，市场上面临着劳务人员需求剧增的情况，因此劳务派遣人员单位薪酬较同期有所增加。

4. 关于实际控制人

申报材料和审核问询回复显示，发行人实际控制人为 WEIDONG LU 和 ESTHER YIFENG LU 父女，合计持有发行人 94.74% 的表决权。2019 年 5 月，WEIDONG LU 与前妻 YINGZI YANG 首次签署中文版离婚协议。根据离婚协议中约定的财产分割方案，2019 年 6 月和 12 月，YINGZI YANG 将其持有的发行人全部股份和控股股东圣巴巴拉投资全部股权转让给 WEIDONG LU。2020 年 1 月，双方在美国被法院判决解除婚姻。

请发行人：

（1）补充披露 WEIDONG LU 、YINGZI YANG 、ESTHER YIFENG LU 三人历次股权转让的具体过程、转让价格、款项支付情况、资金来源等，三方是否存在纠纷或潜在纠纷，发行人的股权结构和控制权是否清晰、稳定；

（2）补充披露 WEIDONG LU 与 YINGZI YANG 的离婚协议中除对发行人股权进行约定外，是否还涉及发行人的其他事项，分析并披露双方以离婚财产分割形式处分发行人及其控股股东股权，是否存在股权代持，或规避重大不利影响的同业竞争、重大违法行为等涉及发行上市条件或监管要求的情形；

（3）结合 YINGZI YANG 股权转让前直接和间接持有发行人股份的比例，公司章程、协议或其他安排以及股东大会、董事会、监事会和发行人经营管理的实际运作情况，根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》关于实际控制人认定等规定，补充披露在 YINGZI YANG 股权转让前后，发行人的实际控制人是否发生变化。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、补充披露 WEIDONG LU 、YINGZI YANG 、ESTHER YIFENG LU 三人历次股权转让的具体过程、转让价格、款项支付情况、资金来源等，三方是否存在纠纷或潜在纠纷，发行人的股权结构和控制权是否清晰、稳定；

发行人在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、主要股东及实际控制人基本情况”之“（一）控股股东和实际控制人基本情况”之“3、WEIDONG LU 、YINGZI YANG 、ESTHER YIFENG LU 三人历次股权转让情况”中补充披露如下：

“WEIDONG LU 、YINGZI YANG 、ESTHER YIFENG LU 三人在发行人及发行人控股股东圣巴巴拉投资历次股权转让的具体过程、转让价格、款项支付情况、资金来源等如下：

（1）发行人层面

发行人历史沿革中，涉及 WEIDONG LU、YINGZI YANG、ESTHER YIFENG LU 三人的股权转让共 3 次，具体情况如下；

时间	具体过程	转让价格	款项支付情况
2016 年 9 月	欧圣科技将其持有的欧圣有限 46%（对应认缴出资额 920 万美元）、32%（对应认缴出资额 640 万美元）和 22%（对应认缴出资额 440 万美元）股权分别转让给 WEIDONG LU、YINGZI YANG、ESTHER YIFENG LU	1 美元/出资额	家庭内部持股结构调整，未实际支付
2016 年 10 月	WEIDONG LU、YINGZI YANG、ESTHER YIFENG LU 将其持有的欧圣有限 46%（对应认缴出资额 920 万美元）、27%（对应认缴出资额 540 万元）、22%（对应认缴出资额 440 万美元）股权分别转让给圣巴巴拉投资	1 美元/出资额	该次股权转让系三人对持股结构调整，以欧圣有限股权出资设立控股股东圣巴巴拉投资，未支付股权转让款
2019 年 6 月	YINGZI YANG 将其持有的欧圣电气 648.79 万股股份转让给 WEIDONG LU（即 2016 年 10 月未转入圣巴巴拉投资的全部股权）	-	离婚财产分割，未支付股权转让款

（2）控股股东圣巴巴拉投资层面

根据美国 Law Offices of Howard A. Davis 律师事务所于 2021 年 3 月 19 日出具的《法律意见书》，控股股东圣巴巴拉投资历史沿革中，涉及 WEIDONG LU、YINGZI YANG、ESTHER YIFENG LU 三人的股权转让共 1 次，具体情况为：2019 年 12 月 7 日，YINGZI YANG 将其持有的圣巴巴拉投资 28.42%股权转让给 WEIDONG LU。根据 WEIDONG LU、YINGZI YANG 于 2019 年 5 月 28 日签署的《离婚协议书》，

该次转让为双方对离婚财产的分割，未支付股权转让款。

根据 WEIDONG LU、YINGZI YANG 及 ESTHER YIFENG LU 确认，上述股权转让真实，不存在纠纷或潜在纠纷，发行人的股权结构和控制权清晰、稳定。”

二、补充披露 WEIDONG LU 与 YINGZI YANG 的离婚协议中除对发行人股权进行约定外，是否还涉及发行人的其他事项，分析并披露双方以离婚财产分割形式处分发行人及其控股股东股权，是否存在股权代持，或规避重大不利影响的同业竞争、重大违法行为等涉及发行上市条件或监管要求的情形；

发行人在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、主要股东及实际控制人基本情况”之“（一）控股股东和实际控制人基本情况”之“4、实际控制人离婚情况”中补充披露如下：

“4、实际控制人离婚情况

（1）协议约定

根据 WEIDONG LU 与 YINGZI YANG 签署的离婚协议，WEIDONG LU 与 YINGZI YANG 的离婚协议中除对发行人股权及发行人控股股东圣巴巴拉股权进行约定外，未涉及发行人的其他事项。

根据 WEIDONG LU 与 YINGZI YANG 签署的离婚协议，WEIDONG LU 与 YINGZI YANG 就双方婚姻关系存续期间的财产做了整体分割，涉及的内容包括婚姻关系存续期间的境内外全部资产（包括不动产、珠宝首饰、存款、双方名下的股权等）分割方式，以及 WEIDONG LU 需向 YINGZI YANG 支付的离婚协议款。YINGZI YANG 在离婚财产分割中，获得了部分不动产、动产及离婚协议款，截至 2020 年 4 月末，离婚协议中所约定财产分割事项均已完成。

经访谈 WEIDONG LU 与 YINGZI YANG，该离婚协议是双方自愿达成，合法有效，YINGZI YANG 将控股股东圣巴巴拉投资及发行人的股权转让给 WEIDONG LU 后，不再对发行人享有任何股东权益，也不存在关于股权的任何代持或其他特殊安排，不会影响 WEIDONG LU 控制权的稳定性。

根据 YINGZI YANG 填写的调查表及出具的确认函，并经保荐机构及发行人律师核查，2017 年 1 月 1 日至本招股说明书出具之日，YINGZI YANG 曾持有股权的公司包括圣巴巴拉投资（股权已转让给 WEIDONG LU）、欧圣电气（股权已转让给 WEIDONG LU）、开曼大湖（已注销）、欧圣科技（已注销）、大湖医疗

(已注销)、苏州陆杨机电设备有限公司(已注销)，截至本招股说明书出具之日，YINGZI YANG 无对外投资公司，因此不存在规避重大不利影响同业竞争的情形。

根据 YINGZI YANG 的背景调查记录及其确认，YINGZI YANG 最近三年不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在规避重大违法行为的情形。

综上，WEIDONG LU、YINGZI YANG 以离婚财产分割形式处分发行人及其控股股东股权，不存在股权代持、不存在规避重大不利影响的同业竞争、重大违法行为等涉及发行上市条件或监管要求的情形。”

三、结合 YINGZI YANG 股权转让前直接和间接持有发行人股份的比例，公司章程、协议或其他安排以及股东大会、董事会、监事会和发行人经营管理的实际运作情况，根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》关于实际控制人认定等规定，补充披露在 YINGZI YANG 股权转让前后，发行人的实际控制人是否发生变化。

发行人在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、主要股东及实际控制人基本情况”之“（一）控股股东和实际控制人基本情况”之“4、实际控制人离婚情况”中补充披露如下：

“（2）实际控制人未发生变化

在 YINGZI YANG 股权转让前后，发行人的实际控制人未发生变化，具体理由如下：

①YINGZI YANG 股权转让前后，WEIDONG LU 及其女儿 ESTHER YIFENG LU 对发行人股东大会具有重大影响

在 YINGZI YANG 股权转让前，YINGZI YANG 持有欧圣电气 4.74%股权，持有圣巴巴拉投资 28.42%股权，WEIDONG LU 及 ESTHER YIFENG LU 合计持有圣巴巴拉投资 71.58%股权。圣巴巴拉投资持有欧圣电气 90.01%的股权，是欧圣电气的控股股东，根据圣巴巴拉投资当时有效的章程，股东决议事项以多数表决通过为准，WEIDONG LU 及 ESTHER YIFENG LU 持有圣巴巴拉投资多数表决权，WEIDONG LU 及其女儿 ESTHER YIFENG LU 合计控制的圣巴巴拉投资表决权对圣巴巴拉投资股东决议事项具有重大影响，并且根据圣巴巴拉投资当时有效的章程，由

WEIDONG LU 主要负责管理公司的运营和执行成员的决定，WEIDONG LU 及其女儿 ESTHER YIFENG LU 能够实际控制圣巴巴拉投资。YINGZI YANG 转让圣巴巴拉股权后，WEIDONG LU 及其女儿 ESTHER YIFENG LU 合计持有圣巴巴拉投资 100% 股权，对圣巴巴拉投资仍享有控制权。

YINGZI YANG 股权转让前后，控股股东圣巴巴拉投资均持有发行人 90.01% 股权，圣巴巴拉投资可控制的发行人股东大会表决权超过三分之二，对发行人股东大会决议具有重大影响。

另外，根据 YINGZI YANG 确认，其在报告期内作为发行人股东期间，在股东会/股东大会所作表决均系根据 WEIDONG LU 指示作出，未独立参与任何决策。经保荐机构及发行人律师核查发行人报告期内的股东大会文件，YINGZI YANG 报告期内作为股东期间，对于股东会/股东大会决策事项，未作出与 WEIDONG LU 相反决策。

综上，YINGZI YANG 股权转让前后，WEIDONG LU 及其女儿 ESTHER YIFENG LU 能够实际控制圣巴巴拉投资，通过圣巴巴拉投资，对发行人股东大会决议具有重大影响。

②YINGZI YANG 担任董事期间，对公司董事会决策无重大影响

YINGZI YANG 股权转让前后，发行人董事会的董事长一直由 WEIDONG LU 担任。根据 YINGZI YANG 确认，其担任董事期间，在董事会中所作表决均系根据 WEIDONG LU 指示作出，YINGZI YANG 未独立参与公司任何决策。经保荐机构及发行人律师核查发行人报告期内的董事会文件，YINGZI YANG 报告期内作为董事期间，对于董事会决策事项，未作出与 WEIDONG LU 相反决策。并且公司董事会其他成员非由 YINGZI YANG 提名，YINGZI YANG 对董事会决策事项无重大影响。

③YINGZI YANG 股权转让前后，对发行人的经营无重大影响

经访谈 YINGZI YANG 确认，YINGZI YANG 自 2016 年 3 月开始，就不再参与公司任何管理事务，其自 2018 年 11 月卸任董事后，也未在欧圣电气担任其他任何职务，YINGZI YANG 在 2019 年 6 月及 2019 年 12 月分别将发行人股权及圣巴巴拉投资股权转让给 WEIDONG LU 之后，不再直接或间接持有发行人股权，也不再参与任何决策。

综上，YINGZI YANG 股权转让前后，发行人的实际控制人均为 WEIDONG LU 及

ESTHER YIFENG LU，报告期内，发行人的实际控制人未发生变化。”

四、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人律师：

- 1、取得发行人工商资料、发行人控股股东圣巴巴拉投资注册登记资料；
- 2、查阅 WEIDONG LU 与 YINGZI YANG 的离婚协议书、离婚判决书；
- 3、查阅美国 Law Offices of Howard A. Davis 律师事务所于 2021 年 3 月 19 日出具的《法律意见书》；
- 4、访谈 WEIDONG LU、YIGNZI YANG，就离婚财产分割、发行人股权不存在代持事项进行确认，并取得 YIGNZI YANG 就上述事项出具的确认函；
- 5、查阅 YINGZI YANG 签署的调查表及其就不存在对外投资公司出具的确认函，并通过公开网络渠道，对 YINGZI YANG 是否存在对外投资公司进行网络核查；
- 6、查阅 YINGZI YANG 的专业调查机构出具的《背景调查记录》及其出具的不存在违法行为的确认函。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

- 1、WEIDONG LU 、YINGZI YANG 、ESTHER YIFENG LU 三方不存在纠纷或潜在纠纷，发行人的股权结构和控制权清晰、稳定；
- 2、WEIDONG LU 与 YINGZI YANG 的离婚协议中除对发行人股权进行约定外，不涉及发行人的其他事项，双方以离婚财产分割形式处分发行人及其控股股东股权，不存在股权代持情况，不存在规避重大不利影响的同业竞争、重大违法行为等涉及发行上市条件或监管要求的情形；
- 3、YINGZI YANG 股权转让前后，发行人的实际控制人均为 WEIDONGLU 及 ESTHER YIFENG LU，报告期内，发行人的实际控制人未发生变化。

5. 关于销售模式和收入确认政策

前次审核问询回复显示：

- （1）发行人线上销售业务是以产品交付客户或运送至客户指定地点并得到买方确认后确认销售收入，主要为亚马逊 B2B 模式和 B2C 模式；**
- （2）2020 年，小型空压机 DDP 模式下净利率高于 FOB/FCA 模式净利率，主**

要系 2020 年小型空压机免征关税同时当年退还了往年加征的关税，上述部分收益在测算净利润时归集于小型空压机的 DDP 贸易方式中；

(3) 报告期内，公司线下销售的线下自提销售占比下滑，线下发运占比上升。

请发行人补充披露：

(1) 不同线上平台的销售业务的会计收入确认节点，亚马逊等海外电商模式是否能获取客户的收货确认时间，不同平台的对账时间和对账周期；量化分析电商模式下各类销售费用（推广费用、平台服务费）等支出和营业收入的匹配关系；

(2) 同类产品不同销售渠道的定价的依据和差异，亚马逊 B2B 模式和 B2C 模式关于同类产品定价差异的原因和合理性，两种模式下毛利率和净利率差异及原因，亚马逊 B2B 模式下对应品牌授权、ODM、OBM 等模式的收入分布和变动情况；报告期内是否存在刷单的情形，是否存在因违规操作等被亚马逊平台封号的可能性，若有，请补充风险提示；

(3) 报告期各期的免抵退税金额和占比，不同贸易模式下的退税情况，2020 年小型空压机退还的往年加征的关税在测算净利润时归集于小型空压机的 DDP 贸易方式中的测算方式和合理性、对应金额；

(4) 报告期公司线下销售的线下自提销售占比下滑，线下发运占比上升的原因和合理性。

请发行人、申报会计师对上述事项发表明确意见；说明电商平台用户交易的 IP、MAC 地址穿透核查情况，是否存在单个 IP 或 MAC 地址的异常大额或重复购买等异常交易情形，是否存在刷单、刷机等形式，电商平台销售收入是否真实、准确。

回复：

一、不同线上平台的销售业务的会计收入确认节点，亚马逊等海外电商模式是否能获取客户的收货确认时间，不同平台的对账时间和对账周期；量化分析电商模式下各类销售费用（推广费用、平台服务费）等支出和营业收入的匹配关系

(一) 不同线上平台的销售业务的会计收入确认节点，亚马逊等海外电商模

式是否能获取客户的收货确认时间，不同平台的对账时间和对账周期

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“四、发行人主要产品的销售情况和主要客户”之“（五）销售模式和收入确认政策”之“1、不同销售模式下的收入确认时点和具体依据”部分补充披露如下：

“③线上销售业务：产品交付客户或运送至客户指定地点并得到买方确认后确认销售收入。

线上平台	网络销售模式	物流模式	是否能获取客户的收货确认时间	收入确认政策	账面收入确认时点	备注	对账周期
亚马逊	B2B	亚马逊或亚马逊指定的物流公司提货	货物交付给亚马逊或亚马逊指定的物流公司时间，可以获取亚马逊收货时间	产品交付客户或运送至客户指定地点并得到买方确认后确认销售收入	货物交付给亚马逊或亚马逊指定的物流公司时间	-	每月月底和亚马逊进行对账，对账周期为一个月
	B2C	FBA	亚马逊物流公司代为发货，无法获取客户的收货时间		发货3天后	预计物流运输时间为3天	每月月底根据亚马逊平台导出来的月度交易报告进行对账，对账周期为一个月
	B2C	FBM	公司委托物流公司发货，可以获取客户的收货时间				
天猫	B2C	卖家自发货	公司委托物流公司发货，可以获取客户的收货时间		发货10天后	预计物流运输时间为3天，另附加7天无理由退货时间	每月月底根据天猫平台导出来的月度交易报告进行对账，对账周期为一个月

如上表所示，亚马逊 B2C 业务中 FBA 模式无法获取下游客户的签收时间，FBM 可以获取客户的收货时间。发行人亚马逊 B2C 以发货 3 天后作为账面收入确认时点主要系发行人预计电商销售货物物流运输时间为 3 天，发货 3 天后为物流预估数，由于天猫平台有 7 天无理由退货条款，发行人在收入确认时考虑退货时间，天猫平台以发货 3 天物流和 7 天无理由退货总时间作为收入确认时点，

亚马逊没有无理由退货具体时间条款，发行人在收入确认时没有考虑退货时间，以发货 3 天物流时间作为收入确认时点。

报告期内，发行人线上销售业务不同模式下收入确认的金额和占主营收入比例如下：

线上平台	网络销售模式	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例
亚马逊	B2B	8,439.67	8.85%	4,476.89	7.48%	1,097.58	1.77%
	B2C-FBM	1201.93	1.26%	164.72	0.28%	29.39	0.05%
	B2C-FBA	28.28	0.03%	0.92	0.00%	-	0.00%
天猫	B2C	-	-	140.25	0.23%	254.17	0.41%

亚马逊 B2C 电商运营方式分为 FBM (Fulfillment by Merchant) 模式和 FBA (Fulfillment by Amazon) 模式，FBM 模式由卖家自己负责货物物流，电商运营者事先将货物放在自有仓库或租赁的其他仓库，客户在亚马逊平台下单后，平台系统自动通知卖家发货，在发货完成之后，卖家根据订单收货地址安排物流公司进行发货，发货完成后在亚马逊系统上传物流单号，系统显示已发货，由于 FBM 模式发货主体为卖家，该模式下卖家可以获取客户的收货确认时间。FBA 模式由亚马逊物流公司为卖家进行相关的服务，电商运营者事先将货物存放在亚马逊物流仓库，客户在亚马逊平台下单后，平台系统自动通知亚马逊仓库进行拣货发货，在发货完成之后，亚马逊后台订单状态实时更新，系统显示已发货，由于货物由亚马逊物流公司发货，且亚马逊从保护隐私角度不会向卖家透露终端收货人的信息，该模式下卖家无法获取客户的收货确认时间。发行人在美国建有海外仓，同时租赁了第三方物流仓库，公司在美国亚马逊的主要运营模式为 FBM 模式，仅有少量产品订单以 FBA 模式进行运营。”

(二) 量化分析电商模式下各类销售费用（推广费用、平台服务费）等支出和营业收入的匹配关系

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（四）期间费用分析”之“1、销售费用”中补充披露如下：

“（7）平台交易费

报告期内平台交易费主要系网络销售模式下与网络平台结算的合作费、广告推广费、促销费等。公司平台交易费与网络销售收入情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
平台交易费	3,003.86	1,611.82	329.14
网络销售收入	11,183.31	5,281.89	1,689.39
网络平台费用比例	26.86%	30.52%	19.48%
其中支付给亚马逊费用	2,945.82	1,572.81	281.71
亚马逊网络销售收入	9,669.89	4,642.53	1,126.97
亚马逊平台费用比例	30.46%	33.88%	25.00%

2018 年度公司亚马逊 B2B 模式合作费率从 22.65% 变更到 26.99%，同时 2019 年起公司聘请专门电商运营团队拓展亚马逊的业务规模，加大了亚马逊平台上的宣传力度，上述因素致使 2019 年平台交易费占亚马逊平台收入的比重较高。

发行人报告期内平台交易费主要为亚马逊平台上所发生的费用，发行人在亚马逊平台上承担的主要费用情况如下所示：

费用项目	项目明细	具体情况	收费标准
平台合作服务费	平台合作服务费-B2B	在亚马逊 B2B 模式情况下，亚马逊会根据每单消费金额扣除合作费	合作费包括市场费、货险费、运费等，费率在 19.67%-26.99% 之间
	平台合作服务费-B2C	在亚马逊 B2C 模式下，公司对销售产品给予一定的服务费	费率约在 10%-15% 之间
推广费用	广告费	公司为拓展在亚马逊平台上的销售，会在亚马逊平台上投放广告	根据点击量进行收费，公司不同产品每次点击收费标准不同，范围在 0.1-1.5 美元/次不等
	促销费	公司产品参加亚马逊促销活动	根据促销数量给予一定的促销折让

从上表可以看出，公司跨境电商销售收入及电商费用主要集中在亚马逊平台，而亚马逊平台费用分别与 B2B 及 B2C 模式相关，因此主要结合亚马逊平台相关数据及收费标准进行匡算。

①B2C 模式下平台合作服务费与亚马逊 B2C 收入匹配

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
亚马逊 B2C 收入 A	1,230.21	165.64	29.39
费用发生额 B	184.76	23.99	4.42
匡算费率 C=B/A	15.02%	14.48%	15.02%
公司实际费用率	10%-15%	10%-15%	10%-15%

注：部分年度匡算费率略微超过协议约定费率上限，主要系亚马逊 B2C 收入为计提预计负债后账面收入，实际支付费率为不计提预计负债的销售收入费率。

公司实际费率以亚马逊不同平台的所处地区及不同平台销售产品有所差异，报告期内，公司亚马逊平台 B2C 模式下平台服务费在 10%-15% 之间，匡算出

的费率与合同约定费用率相符。

②B2B 模式下平台合作服务费与亚马逊 B2B 收入匹配

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
亚马逊 B2B 收入 A	8,439.67	4,476.89	1,097.58
费用发生额 B	2,279.84	1,203.69	251.53
匡算费率 C=B/A	27.01%	26.89%	22.92%

注：部分年度匡算费率略微超过协议约定费率上限，主要系亚马逊 B2B 收入为计提预计负债后账面收入，实际支付费率为不计提预计负债的销售收入费率。

报告期内，公司与亚马逊按年度签署协议中规定了合作费（Co-op Activities）、货运费（Freight Allowance Agreement）、货损费（Damage Allowance）、外部损害赔偿（Damage Allowance External），不同期间公司不同产品费用比例有所不同，具体情况如下：

期间	2020 年度	2019 年度	2018 年度
空压机及吸尘器等			
Co-op Activities	7.07%	7.07%	7.07%-8.00%
Freight Allowance Agreement	10.67%	10.67%	10.67%
Damage Allowance	5.27%	5.27%	0.00%-5.27%
Damage Allowance External	3.98%	3.98%	3.98%
费用率	26.99%	26.99%	22.65%-26.99%
吹地机、风扇及其他			
Co-op Activities	10.67%	10.67%	10.67%
Freight Allowance Agreement	5.00%	5.00%	5.00%
Damage Allowance	4.00%	4.00%	4.00%
费用率	19.67%	19.67%	19.67%

注：2018 年度公司亚马逊 B2B 模式平台服务合作费率从 22.65%变更到 26.99%。

综上所述，报告期内，公司亚马逊平台 B2B 模式下合作费率与匡算出的合作费用率差异较小。

③广告费与亚马逊收入的匹配关系

报告期内，发行人亚马逊平台发生的广告费用与在亚马逊平台上的收入情况对比如下所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
广告费	338.95	297.47	18.02
亚马逊平台收入	9,669.89	4,642.53	1,126.97
广告费/亚马逊平台收入	3.51%	6.41%	1.60%

亚马逊平台发生的广告费用系公司主动广告推广费用，与公司在亚马逊平

台收入无直接费率关系，2019 年起公司聘请专门电商运营团队拓展亚马逊的业务规模，加大了亚马逊平台上的宣传力度，致使 2019 年亚马逊平台的广告费占亚马逊平台收入的比重较高。

④促销等其他平台费用与亚马逊收入的匹配关系

公司在亚马逊平台上发生的费用除了上述平台合作服务费、广告费，还包括促销费、网站维护费用、亚马逊安全信贷项目调查费等其他费用，上述费用与公司亚马逊平台上的收入情况对比如下所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
促销费等其他平台费用	142.27	47.66	7.74
亚马逊平台收入	9,669.89	4,642.53	1,126.97
促销费等/亚马逊平台收入	1.47%	1.03%	0.69%

报告期内，促销费、网站维护费用、亚马逊安全信贷项目调查费等其他费用金额占营业收入比例较低，与亚马逊平台收入无直接相关联系，随着 2019 年深圳洁德全面开展境外电商业务，公司亚马逊平台代促销费、网站维护费用、亚马逊安全信贷项目调查费等费用占亚马逊平台收入比例有所增加。”

二、同类产品不同销售渠道的定价的依据和差异，亚马逊 B2B 模式和 B2C 模式关于同类产品定价差异的原因和合理性，两种模式下毛利率和净利率差异及原因，亚马逊 B2B 模式下对应品牌授权、ODM、OBM 等模式的收入分布和变动情况；报告期内是否存在刷单的情形，是否存在因违规操作等被亚马逊平台封号的可能性，若有，请补充风险提示

（一）同类产品不同销售渠道的定价的依据和差异，亚马逊 B2B 模式和 B2C 模式关于同类产品定价差异的原因和合理性，两种模式下毛利率和净利率差异及原因，亚马逊 B2B 模式下对应品牌授权、ODM、OBM 等模式的收入分布和变动情况

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“四、发行人主要产品的销售情况和主要客户”之“（五）销售模式和收入确认政策”之“3、网络销售模式电商平台收入情况”部分补充披露如下：

“（4）亚马逊 B2B 模式和 B2C 模式关于同类产品定价依据和差异，两种模式下毛利率和净利率差异及原因，亚马逊 B2B 模式下对应品牌授权、ODM、OBM 等模式的收入分布和变动情况

发行人采用成本加成模式进行定价，亚马逊 B2B 模式下，产品定价为产品成本加上海运费、关税、亚马逊 B2B 模式平台合作费、品牌使用权费用基础上，考虑一定的利润率进行定价；亚马逊 B2C 模式下，产品定价为产品成本在加上海运费、关税、亚马逊 B2C 模式平台合作费、寄给终端消费者的终端物流费用和品牌使用权费用基础上，考虑一定的利润率进行定价。两种模式主要定价差异来源于亚马逊不同模式下的平台费率、是否承担终端消费者物流费用和期望的最终利润率。

报告期内，公司亚马逊 B2B 模式和 B2C 模式下毛利率和净利率情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
亚马逊 B2B-销售收入	8,439.67	4,476.89	1,097.58
亚马逊 B2C-销售收入	1,230.21	165.64	29.39
亚马逊 B2B-毛利率	70.55%	67.57%	64.35%
亚马逊 B2C-毛利率	74.94%	72.60%	63.27%
亚马逊 B2B-B2C 毛利率差异	4.39%	5.03%	-1.08%
亚马逊 B2B-净利率	4.84%	-3.97%	7.32%
亚马逊 B2C-净利率	16.07%	8.59%	22.24%
亚马逊 B2B-B2C 净利率差异	11.23%	12.56%	14.92%

2019 年和 2020 年，亚马逊 B2B 模式和 B2C 模式整体毛利率差异约在 4%-5% 之间。2018 年亚马逊 B2C 模式毛利率低于亚马逊 B2B 模式，主要系公司开展亚马逊 B2C 模式，销售的产品为部分规格单一的干湿两用吸尘器和相关配件产品，整体货物附加值低于亚马逊 B2B 模式。2019 年至 2020 年，公司亚马逊 B2C 模式毛利率与亚马逊 B2B 模式差异稳定在 4%-5% 之间，主要系 2019 年公司聘请专业运营团队拓展亚马逊业务，该运营团队对产品设定了合理的定价依据，保持了较为稳定的 B2C 模式与 B2B 模式之间定价规则。报告期内，亚马逊 B2B 模式和 B2C 模式整体毛利率均呈现上升趋势，主要系 2019 年产品相比 2018 年加征了关税，2019 年至 2020 年海运费持续上涨，上述加成费用提高了产品最终定价，致使毛利率呈现上升趋势。此外，2018 年度，公司尝试在亚马逊平台销售部分干湿两用吸尘器和相关配件产品，2019 年度至 2020 年度，公司在亚马逊平台上新多款中高端干湿两用吸尘器和小型空压机产品，使得公司在亚马逊平台销售的新款高毛利率产品比重提高，相应整体毛利率水平有所提高。

报告期内亚马逊 B2C 模式整体净利率水平高于亚马逊 B2B 模式在 10%-15%

之间，主要系 B2B 模式由亚马逊平台负责将商品最终卖出，相比亚马逊 B2C 模式，亚马逊需要获得的一定利润加成率，公司卖给亚马逊价格低于公司直接 B2C 向消费者出售的终端价格，压低了发行人 B2B 模式利润水平；此外，发行人 B2C 模式上架零售价格通常要高于 B2B 模式下亚马逊最终上架终端价格，致使发行人 B2C 模式净利率水平进一步高于亚马逊 B2B 模式。B2B 模式下亚马逊最终上架终端价格由亚马逊决定，B2C 模式上架零售价格由发行人决定，通常 B2B 模式下亚马逊最终上架终端价格通常低于发行人 B2C 模式上架零售价格，主要系原因为①亚马逊所向公司采购的产品存在账期，其销售产品本身是没有资金成本；②B2B 模式下，发行人与亚马逊签订的 C00P /Freight /Damage allowance 平台费用条款，约占产品合同价的 26.99%，该部分平台费用就可以抵消亚马逊的运营费用和营销费用；③ 亚马逊公司对产品进行广告宣传可以直接依托亚马逊自身平台流量，没有额外的广告费用；因此，对于同一产品，发行人亚马逊 B2C 终端销售价格要比亚马逊 B2B 终端销售价格高。

虽然发行人 B2C 模式定价水平和盈利水平高于 B2B 模式，但由于定价较高整体销量远远低于亚马逊 B2B 模式终端销量，此外对于发行人而言，B2B 模式属于批量订单，且售后、物流等服务由亚马逊提供，B2C 模式需要每单专人跟踪，目前发行人亚马逊业务员工规模、仓储规模有限，且 B2C 模式定价较高订单转化率偏低不及批量订单式 B2B 模式，因此报告期内发行人亚马逊销售主要以 B2B 模式为主。2019 年，亚马逊 B2C 模式和亚马逊 B2B 模式净利率相对于 2018 年大幅下降 11%-14%，主要系 2019 年公司小型空压机和干湿两用吸尘器产品被加征 25%关税，在产品定价时降低了期望的利润率，同时，2019 年起公司聘请运营团队拓展亚马逊的业务规模，加大了亚马逊平台上的宣传力度，2019 年亚马逊广告推广费用增长较快，而同期收入增长幅度低于广告投入幅度。2020 年，随着公司亚马逊业务规模的逐步增加及新款高附加值产品的推出，公司亚马逊 B2C 模式和亚马逊 B2B 模式净利率同比增加，但仍然未恢复到 2018 年加征关税前的净利率水平。

报告期内，公司亚马逊 B2B 模式下收入以品牌授权模式为主，OBM 模式占比不高，亚马逊 B2B 模式收入按销售模式分布情况如下表：

单位：万元、%

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
----	---------	---------	---------

	金额	比例	金额	比例	金额	比例
品牌授权	8,274.70	98.05	4,353.71	97.25	1,097.50	99.99
OBM	164.98	1.95	123.18	2.75	0.08	0.01
合计	8,439.67	100.00	4,476.89	100.00	1,097.58	100.00

”

(二) 报告期内是否存在刷单的情形, 是否存在因违规操作等被亚马逊平台封号的可能性, 若有, 请补充风险提示

1、报告期内是否存在刷单的情形, 是否存在因违规操作等被亚马逊平台封号的可能性

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“四、发行人主要产品的销售情况和主要客户”之“(五) 销售模式和收入确认政策”之“3、网络销售模式电商平台收入情况”部分补充披露如下:

“ (5) 发行人亚马逊平台合规情况

通过取得报告期各期亚马逊 B2C 平台前 100 大客户明细表, 核查同一用户集中购买情况, 并分析购买数量和送货地址, 公司亚马逊 B2C 平台不存在单一用户刷单购买产品情况。

报告期内, 公司不存在因违规操作被亚马逊处罚的行为。2021 年 1 月, 公司存在一起误操作行为被亚马逊平台认定违反亚马逊销售政策情形, 公司负责亚马逊平台运营的员工将 B2C 账户平台上自发货的一款吸尘器产品与 B2B 平台上亚马逊自营的同一个产品做合并变体处理(将产品的不同规格集中在同一个链接, 买家可以随意选择尺寸和颜色, 当买家选择不同颜色或尺寸时, 商品的图片会随之变化), 被亚马逊平台判定为违规合并变体。亚马逊平台将公司 B2C 账户平台上的该款产品单个销售页面链接移除, 短暂的影响公司该款产品的销售。公司上述违规合并变体事项属于轻微的违规项, 亚马逊平台运营规则较为复杂, 对于轻微的违规项主要影响单个产品短期内的销售, 对于严重的违规项则会造成卖家店铺内所有产品被下架并暂停销售直至整改完善, 对于特别严重违规事项甚至会导致店铺被永久关闭的情况。

截至 2021 年 5 月 31 日, 除上述事项外, 发行人不存在违规操作, 不存在被亚马逊平台封号情况, 因亚马逊的账号平台运营规则涵盖的内容范围非常广泛, 如果未来发行人个别运营工作的操作无意触犯亚马逊政策, 可能会遭遇到亚马逊平台对个别产品进行暂时下架的风险, 对严重违规的操作, 也可能遭遇

到被亚马逊平台封店的风险。”

2、若有，请补充风险提示

发行人在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、经营风险”之“（十）亚马逊平台合规风险”中补充披露如下：

“因亚马逊平台运营规则涵盖的内容范围非常广泛，包括一般性政策、知识产权、商品和商品信息要求、配送绩效等销售计划政策，虽然发行人秉承着诚信、合法经营的原则精心运营店铺，但也可能会出现个别运营工作的操作触犯亚马逊政策的风险，可能会遭遇到亚马逊平台对个别产品进行暂时下架的风险；对于严重的违规项，则可能会造成公司店铺内所有产品被下架并暂停销售直至整改完善的风险；对于特别严重违规事项甚至会导致公司店铺被永久关闭的风险。”

三、报告期各期的免抵退税金额和占比，不同贸易模式下的退税情况，2020年小型空压机退还的往年加征的关税在测算净利润时归集于小型空压机的DDP贸易方式中的测算方式和合理性、对应金额；

（一）报告期各期的免抵退税金额和占比，不同贸易模式下的退税情况

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“2、主营业务收入分析”中补充披露如下：

“报告期各期不同贸易模式下的免抵退税金额和占比情况如下：

单位：万元

贸易模式	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
FOB	免抵退税额	7,058.03	5,384.04	7,761.82
	免抵退出口货物销售额	54,292.48	35,586.31	46,738.49
	免抵退税占比	13.00%	15.13%	16.61%
DDP	免抵退税额	799.70	357.71	357.21
	免抵退出口货物销售额	6,151.57	2,408.96	2,175.95
	免抵退税占比	13.00%	14.85%	16.42%
其他	免抵退税额	237.67	306.82	251.82
	免抵退出口货物销售额	1,828.24	1,992.31	1,535.12
	免抵退税占比	13.00%	15.40%	16.40%
合计	免抵退税额	8,095.41	6,048.57	8,370.84
	免抵退出口货物销售额	62,272.29	39,987.58	50,449.56
	免抵退税占比	13.00%	15.13%	16.59%

”

（二）2020 年小型空压机退还的往年加征的关税在测算净利润时归集于小型空压机的 DDP 贸易方式中的测算方式和合理性、对应金额

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（三）毛利率分析”之“2、主营业务分类别的毛利分析”中补充披露如下：

“（4）主营业务收入按贸易方式分析

.....

据美贸易代表办公室（USTR）公布的针对中国部分加征关税商品排除清单，公司的小型空压机和小部分干湿两用吸尘器产品于 2018 年 9 月 24 日至 2020 年 8 月 7 日被排除为关税加征清单范围，并由 2020 年 8 月 7 日豁免延长至 2020 年 12 月 31 日。公司于 2020 年收到美国政府退还的加征关税及对应利息金额 641.69 万元，并将上述金额计入其他收益。

退还的往年加征的关税属于美国政府对发行人的一种退还关税措施，发行人收到退还往年加征的关税与实际出口有时间性差异，发行人认定于收到该补助金额时计入当期财务报表中的其他收益。在测算各模式净利率时，由于公司小型空压机 DDP 业务及美国当地销售业务（包括美国当地线下销售、线上销售、跨境电商等）需要由公司支付关税金额，FOB 等其他模式不需要公司支付关税，退还的关税为发行人 DDP 业务及美国当地销售业务模式被加征的关税，因此在进行费用归集时，按照 DDP 业务及美国当地销售业务模式对应收入金额按其占比分摊，分摊方式具有合理性，其中归集于小型空压机的 DDP 贸易方式中的金额为 536.45 万元。

2020 年 DDP 贸易模式下收入金额为 9,600.78 万元，分摊美国关税返还对 DDP 的税前利润率影响为 5.59%。”

四、报告期公司线下销售的线下自提销售占比下滑，线下发运占比上升的原因和合理性

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“四、发行人主要产品的销售情况和主要客户”之“（五）销售模式和收入确认政策”之“4、线下模式收入情况”部分补充披露如下：

“.....

报告期内，公司线下模式客户自提和货物发运分布具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
线下自提	1,164.99	56.46%	1,830.70	66.80%	1,564.55	74.28%
线下发运	898.37	43.54%	909.99	33.20%	541.66	25.72%
合计	2,063.36	100.00%	2,740.69	100.00%	2,106.21	100.00%

.....

报告期内，公司线下自提主要客户为 Walmart、Menards 等境外知名零售商，报告期内，公司对 Walmart 线下销售规模分别为 1,521.56 万元、1,379.69 万元及 33.18 万元，由于 Walmart 以自提方式向公司采购规模呈现下降趋势，公司相应的线下自提销售占比下滑。另一方面，2019 年公司线下对 Stanley Black & Decker 销售额为 324.87 万元，该部分公司直接发运至 Stanley Black & Decker 深圳工厂，致使公司线下发运占比相应上升。此外，报告期内，公司线下对 Blain Supply Company、Franklin Electric Co. Inc 等线下客户销售规模提高，由于该部分客户不具备 Walmart、Menards 等大型零售商自提货物的能力，以公司发运为主，进一步导致公司线下发运占比相应上升。”

五、请发行人、申报会计师对上述事项发表明确意见；说明电商平台用户交易的 IP、MAC 地址穿透核查情况，是否存在单个 IP 或 MAC 地址的异常大额或重复购买等异常交易情形，是否存在刷单、刷机等形式，电商平台销售收入是否真实、准确

报告期内，公司通过亚马逊与天猫平台的数据接口取得部分与订单相关的主要数据，包括用户名、收货地址、联系方式、商品名称、购买数量等，但并不包括用户登录 IP 及 MAC 地址等与公司订单处理不相关的数据。发行人通过申请向亚马逊与天猫平台请求获取公司终端消费者交易的 IP、MAC 地址信息，亚马逊和天猫平台拒绝向发行人开放此类数据的接口权限。因此，发行人以及中介机构无法获得用户登录 IP 或 MAC 地址数据，相关数据也不是公司经营所必须的数据。

针对刷单、异常交易、异常用户等情况，保荐机构及申报会计师结合公司实际情况，设计并执行了适用的核查程序。保荐机构、申报会计师主要实施了如下核查程序：

（一）了解电商销售的关键内部控制，评价内部控制的设计和运行的有效性，

并通过控制测试验证相关内部控制设计和运行的有效性；

（二）对处理公司电商业务的业务人员及财务人员进行访谈，了解关于电商销售的业务流程、结算方式以及收入确认原则，并检查会计凭证及原始凭证，复核公司电商平台下销售收入、电商费用处理的准确性；

（三）取得报告期各期亚马逊 B2C 平台和天猫平台前 100 大客户明细表，分析是否存在单个客户大额采购的情形；

（四）计算报告期各期亚马逊和天猫平台 B2C 平台客户整体复购率，统计复购客户复购次数和复购时间分布，分析是否存在异常复购的情形；

（五）对发行人所有订单明细进行反向查询，识别是否存在其他相同、近似收货地址或相同网络平台 ID 的订单；

（六）针对发行人 2020 年亚马逊 B2C 平台收入大幅上升情况，对发行人电商平台的客户消费集中度、消费地域分布等指标进行分析。

1、客户消费集中度

（1）核查 2020 年发行人亚马逊线上店铺的每个客户所使用的“买家 ID”和“买家邮箱”双方的唯一性

单位：次数

月份	“买家 ID” 出现次数	“买家邮箱” 出现次数	差异数
1 月	722	722	0
2 月	377	377	0
3 月	1,091	1,091	0
4 月	2,740	2,740	0
5 月	1,460	1,460	0
6 月	1,319	1,319	0
7 月	3,026	3,026	0
8 月	1,098	1,098	0
9 月	690	690	0
10 月	1,262	1,262	0
11 月	1,775	1,775	0
12 月	2,077	2,077	0

经查验，在发行人销售明细中亚马逊平台线上销售的“买家 ID”和“买家邮箱”出现的次数相同，同时将“买家 ID”和“买家邮箱”进行匹配，“买家 ID”和“买家邮箱”能够一一对应，通过线上平台的注册邮箱具有唯一性，不存在相同邮箱和相同名称重复交叉使用的情形。

（2）核查 2020 年发行人亚马逊线上店铺的每个客户购买的重复度，确认同

一个客户购买的产品情况与订单的匹配程度

单位：次数

月份	订单数量	买家 ID 数量出现次数	同一客户再次购买总单数	每个买家订单次数
1 月	729	722	7	1.01
2 月	377	377	0	1.00
3 月	1,096	1,091	5	1.00
4 月	2,760	2,740	20	1.01
5 月	1,468	1,460	8	1.01
6 月	1,340	1,319	21	1.02
7 月	3,047	3,026	21	1.01
8 月	1,103	1,098	5	1.00
9 月	696	690	6	1.01
10 月	1,270	1,262	8	1.01
11 月	1,787	1,775	12	1.01
12 月	2,100	2,077	23	1.01

经核查，每月的买家重复购买的比例均低于 1.02 次，对重复购买的客户，保荐机构和申报会计师进一步核查相应的订单、购买产品类型、SKU 等，确认上述客户的购买行为不存在刷单情况。

(3) 核查 2020 年发行人亚马逊线上店铺的销售情况与物流商单号与订单情况的匹配程度。订单的数量与物流商品单号出现次数以及差异数的情况如下：

单位：次数

月份	订单数量	物流商单号数量出现次数	订单数量与物流商单号的出现次数差异数	差异比例
1 月	729	728	1	0.14%
2 月	377	377	0	0.00%
3 月	1,096	1,096	0	0.00%
4 月	2,760	2,734	26	0.94%
5 月	1,468	1,467	1	0.07%
6 月	1,340	1,337	3	0.22%
7 月	3,047	3,046	1	0.03%
8 月	1,103	1,102	1	0.09%
9 月	696	696	0	0.00%
10 月	1,270	1,268	2	0.16%
11 月	1,787	1,786	1	0.06%
12 月	2,100	2,099	1	0.05%

经核查，亚马逊线上店铺 2020 年每月订单与物流商的单号匹配情况存在差异，保荐机构、发行人会计师进一步查验一个物流商单号对应的订单情况，发现不同的物流商单号对应的是相同客户在线上下达的多笔订单所致。

(4) 核查 2020 年发行人亚马逊线上店铺的销售情况与送货地址的重复情况，订单的数量与送货地址出现次数以及差异数的情况如下：

单位：次数

月份	订单数量	送货地址的出现次数	订单数量与送货地址的出现次数的差异数	差异比例
1 月	729	723	6	0.82%
2 月	377	377	0	0.00%
3 月	1,096	1,091	5	0.46%
4 月	2,760	2,747	13	0.47%
5 月	1,468	1,462	6	0.41%
6 月	1,340	1,324	16	1.19%
7 月	3,047	3,031	16	0.53%
8 月	1,103	1,099	4	0.36%
9 月	696	691	5	0.72%
10 月	1,270	1,263	7	0.55%
11 月	1,787	1,776	11	0.62%
12 月	2,100	2,081	19	0.90%

经核查，亚马逊线上店铺 2020 年订单数量和送货地址出现的次数中有部分重叠项，保荐机构、发行人会计师进一步核查确认上述送货地址相同的订单系相同的客户在不同时间采购同一款产品，或者同一时间采购多笔订单所致，不存在一人多次刷单情况。

(5) 核查发行人 2020 年亚马逊线上店铺的货物运送商物流情况

保荐机构、发行人会计师使用 Office 软件中的 Excel，对发行人 2020 年亚马逊线上店铺销售明细中的“订单号”列，运用 Excel 公式的“=RAND()”函数生成随机数（rand() 函数是 Excel 中产生随机数的一个随机函数。返回的随机数是大于等于 0 及小于 1 的均匀分布随机实数，RAND() 函数每次计算工作表时都将返回一个新的随机实数），在确认了公允的随机数后，继续运用 Excel 公式的“=OFFSET(“订单号”列, RANK(首位随机数, 首位随机数: 末尾随机数)-1)”计算出“订单号”列的随机抽取数，从中挑选 300 笔订单号样本，在公开快递查询平台查询快递的运达情况，随机抽查 300 笔订单样本的货物运达情况如下：

序号	RAND 公式随机数	OFFSET 公式随机挑选订单号	物流商单号	是否送达
1	0.061747301	113-1627108-4274654	0C9166292*****11	√
2	0.167477224	111-7368252-1557007	0C9166292*****79	√
3	0.145157312	111-1456392-7194617	0C9166292*****70	√

4	0. 56784001	112-8109906-9473067	0C9166292*****59	✓
5	0. 265316099	112-4106410-8101860	0C9166292*****23	✓
6	0. 343738124	111-5153860-5852238	0C9166292*****96	✓
7	0. 148009722	112-3713620-6857809	0C9166292*****09	✓
8	0. 620849406	113-4716607-5206622	0C9166292*****21	✓
9	0. 908604438	113-8114877-8116246	0C9166292*****15	✓
10	0. 774633748	112-0618629-7632269	0C9166292*****67	✓
11	0. 971640856	112-6318443-5721060	0C9166292*****26	✓
12	0. 200738549	111-4902375-7948217	0C9166292*****49	✓
13	0. 548714883	111-7250867-4742634	0C9166292*****29	✓
14	0. 236362447	114-6543049-8249836	0C9166292*****72	✓
15	0. 887969229	112-9564281-8072201	0C9166292*****53	✓
16	0. 658525329	114-0961961-5399443	0C9166292*****65	✓
17	0. 923806224	113-7739456-0835445	0C9166292*****70	✓
18	0. 678434891	111-6785818-9794638	0C9166292*****12	✓
19	0. 901163491	112-4028383-8573835	0C9166292*****59	✓
20	0. 427870346	112-6070205-4428219	0C9166292*****13	✓
21	0. 825437057	113-7137487-3245854	0C9166292*****28	✓
22	0. 236776697	112-1961900-3393815	0C9166292*****02	✓
23	0. 319563864	113-7346817-5429004	0C9166292*****28	✓
24	0. 021816526	113-5009896-2721868	0C9166292*****50	✓
25	0. 699042129	113-4807943-9773004	0C9166292*****26	✓
26	0. 980604648	111-3110326-9202669	0C9166292*****87	✓
27	0. 766763386	111-0553614-0467414	0C9166292*****49	✓
28	0. 220592772	113-3701297-7292250	0C9166292*****08	✓
29	0. 895084493	111-1101112-4389840	0C9166292*****64	✓
30	0. 903707923	113-1581420-0807462	0C9166292*****21	✓
31	0. 227462795	113-6985073-2895420	0C9166292*****46	✓
32	0. 863304382	112-3944673-2509015	0C9166292*****27	✓
33	0. 784392785	111-9341769-7298636	0C9166292*****03	✓
34	0. 740430236	111-7037292-0947441	0C9166292*****06	✓
35	0. 189647665	114-5256587-0780212	0C9166292*****11	✓
36	0. 19217749	114-2710999-6895412	0C9166292*****95	✓
37	0. 525938284	112-6454765-6095446	0C9166292*****16	✓
38	0. 048637859	112-6440495-6721810	0C9166292*****21	✓
39	0. 258514488	112-1634677-7541815	0C9166292*****56	✓
40	0. 066450683	114-0643618-3012200	0C9166292*****18	✓
41	0. 038608865	111-5902553-7730651	0C9166292*****36	✓
42	0. 187001858	112-5771004-3452209	0C9166292*****15	✓
43	0. 889186891	111-8860119-1223431	0C9166292*****12	✓
44	0. 596927887	111-6162088-1196205	0C9166292*****36	✓

45	0.947265079	113-2592308-8685016	0C9166292*****52	✓
46	0.621719061	111-4171617-5815446	0C9166292*****40	✓
47	0.690265123	111-3324697-4684226	0C9166292*****82	✓
48	0.228171806	114-1660560-4547412	0C9166292*****19	✓
49	0.398021878	111-0115440-1103429	0C9166292*****76	✓
50	0.066073807	112-8637556-3326651	0C9166292*****23	✓
51	0.238724031	114-4650269-1453824	0C9166292*****57	✓
52	0.162081543	111-0424794-4694616	0C9166292*****15	✓
53	0.443108137	111-8138769-3021814	0C9166292*****68	✓
54	0.440738787	113-0474953-4154619	0C9166292*****42	✓
55	0.443596153	112-3345008-1179454	0C9166292*****54	✓
56	0.724235803	114-7355962-1547407	0C9166292*****90	✓
57	0.427188992	111-6350024-6609862	0C9166292*****43	✓
58	0.720540337	114-6830615-2556204	0C9166292*****72	✓
59	0.650501648	112-4789182-6615414	0C9166292*****39	✓
60	0.532810638	112-7506683-3371400	0C9166292*****46	✓
61	0.26212782	114-9988983-4580227	0C9166292*****52	✓
62	0.602984312	112-0917793-6641815	0C9166292*****23	✓
63	0.939747891	113-0759332-6096240	0C9166292*****83	✓
64	0.892247535	113-1823867-6085019	0C9166292*****39	✓
65	0.926590505	114-8686332-5299434	0C9166292*****43	✓
66	0.208882758	111-7769727-2617039	0C9166292*****63	✓
67	0.097745892	112-2994933-7135432	0C9166292*****56	✓
68	0.944760758	113-7450906-1616263	0C9166292*****44	✓
69	0.17678227	112-4440812-0121054	0C9166292*****58	✓
70	0.342979117	114-4029378-0329045	0C9166292*****47	✓
71	0.574459154	111-4225486-3245807	0C9166292*****18	✓
72	0.07783949	111-3527151-5784218	0C9166292*****11	✓
73	0.922117553	111-0405837-3183456	0C9166292*****95	✓
74	0.218523312	111-1812664-4152214	0C9166292*****43	✓
75	0.809163074	111-9169147-6215400	0C9166292*****48	✓
76	0.841542161	111-3429967-0814604	0C9166292*****33	✓
77	0.896729838	111-5795763-7601008	0C9166292*****57	✓
78	0.86069413	114-1170245-5517068	0C9166292*****37	✓
79	0.504894621	113-0782320-5138666	0C9166292*****96	✓
80	0.335694409	111-1760401-4058636	0C9166292*****62	✓
81	0.696609709	111-7942186-0219459	0C9166292*****07	✓
82	0.079156991	112-2403459-7157848	0C9166292*****29	✓
83	0.553866753	113-3777867-1273819	0C9166292*****69	✓
84	0.5094091	111-4347137-8017026	0C9166292*****19	✓
85	0.503242598	113-3870636-6185047	0C9166292*****06	✓

86	0.239304629	112-6547838-4555403	0C9166292*****21	✓
87	0.888267905	114-7073756-7271406	0C9166292*****73	✓
88	0.735816722	112-0909862-4621060	0C9166292*****05	✓
89	0.09655544	114-5525263-2389847	0C9166292*****08	✓
90	0.331353096	113-3057347-1717852	0C9166292*****41	✓
91	0.112109227	111-5109350-7359454	0C9166292*****27	✓
92	0.260430821	111-4285307-4316244	0C9166292*****07	✓
93	0.882248117	111-5886966-9619452	0C9166292*****30	✓
94	0.247276713	111-9167132-0976236	0C9166292*****18	✓
95	0.205831588	112-9783243-2340267	0C9166292*****74	✓
96	0.971912674	114-9700913-7285003	0C9166292*****15	✓
97	0.362353583	112-8933634-6909043	0C9166292*****52	✓
98	0.287646277	114-1674573-7507414	0C9166292*****41	✓
99	0.272285475	112-3242532-7072244	0C9166292*****21	✓
100	0.083612519	114-1677065-5629847	0C9166292*****29	✓
101	0.729835547	114-9824047-6222641	0C9166292*****03	✓
102	0.32890218	113-1744988-6906643	0C9166292*****87	✓
103	0.519355962	111-7023229-3309069	0C9166292*****51	✓
104	0.701205286	111-5950170-4154621	0C9166292*****21	✓
105	0.778351104	111-7252689-9012205	0C9166292*****14	✓
106	0.2029289	113-1500724-9418639	0C9166292*****52	✓
107	0.265475946	114-9786087-2407439	0C9166292*****69	✓
108	0.975107532	111-1011989-8698638	0C9166292*****52	✓
109	0.402775994	111-5052817-2913036	0C9166292*****18	✓
110	0.488749227	112-0254827-7834648	0C9166292*****05	✓
111	0.275891851	114-8856183-7958629	0C9166292*****28	✓
112	0.67776612	114-8954561-0761013	0C9166292*****90	✓
113	0.742507948	111-1384435-2852253	0C9166292*****27	✓
114	0.243190534	112-6198691-0825010	0C9166292*****20	✓
115	0.136383804	111-4365148-7576219	0C9166292*****59	✓
116	0.198684828	111-4995439-1268246	0C9166292*****68	✓
117	0.982326279	113-2497281-3199405	0C9166292*****03	✓
118	0.847454893	112-5109056-8877034	0C9166292*****30	✓
119	0.571814344	114-6048282-9271426	0C9166292*****94	✓
120	0.348985915	112-9673185-6047410	0C9166292*****04	✓
121	0.807419955	113-4879017-6917814	0C9166292*****01	✓
122	0.993905203	114-7465798-2785825	0C9166292*****71	✓
123	0.271879164	114-1115028-8517838	0C9166292*****14	✓
124	0.490900907	112-5508478-0371423	0C9166292*****22	✓
125	0.225262818	113-9193988-7980244	0C9166292*****12	✓
126	0.980036409	112-8292199-6805017	0C9166292*****85	✓

127	0.49993831	113-3821871-9588246	0C9166292*****88	✓
128	0.772816771	111-0316112-4506669	0C9166292*****69	✓
129	0.75371776	111-1615401-2133801	0C9166292*****77	✓
130	0.183911985	114-8320434-5037843	0C9166292*****41	✓
131	0.016569828	113-7394529-1893803	0C9166292*****12	✓
132	0.709475144	112-2331779-0716253	0C9166292*****32	✓
133	0.350995989	112-1565658-3665809	0C9166292*****00	✓
134	0.444576169	112-6269727-5032251	0C9166292*****81	✓
135	0.611358786	112-0572375-0969035	0C9166292*****10	✓
136	0.805007422	112-5278594-7028250	0C9166292*****39	✓
137	0.26844804	114-4179244-2087446	0C9166292*****73	✓
138	0.272847789	114-6323936-8094608	0C9166292*****71	✓
139	0.120675847	112-5517493-7335421	0C9166292*****75	✓
140	0.034347199	112-5429015-4693037	0C9166292*****41	✓
141	0.208085998	114-5683353-3793843	0C9166292*****38	✓
142	0.638801869	113-8268297-2720259	0C9166292*****43	✓
143	0.107859404	113-0723183-6052240	0C9166292*****56	✓
144	0.97414302	113-0713649-6187441	0C9166292*****90	✓
145	0.213400231	112-0957875-4062619	0C9166292*****65	✓
146	0.723182974	112-8344183-0914619	0C9166292*****58	✓
147	0.065329447	114-5694052-4697862	0C9166292*****09	✓
148	0.666430682	114-7176746-4153831	0C9166292*****25	✓
149	0.253808702	113-4002301-7601863	0C9166292*****80	✓
150	0.75563405	114-7830922-3390618	0C9166292*****27	✓
151	0.746467118	112-7053809-7305026	0C9166292*****20	✓
152	0.941132588	113-5933646-2236209	0C9166292*****44	✓
153	0.471698454	111-9704579-4436211	0C9166292*****81	✓
154	0.11373555	112-1716589-8249031	0C9166292*****50	✓
155	0.155132228	111-1476681-6474603	0C9166292*****08	✓
156	0.222874307	114-4598162-6545826	0C9166292*****37	✓
157	0.005894412	112-5141350-9196238	962200190000531646 260078147*****36	✓
158	0.208873098	113-2372371-4551460	0C9166292*****61	✓
159	0.046379709	111-1924571-8409811	0C9166292*****19	✓
160	0.700855586	114-0715261-6494614	0C9166292*****99	✓
161	0.469881337	111-2930192-8641810	0C9166292*****05	✓
162	0.575890704	114-4930311-0672205	0C9166292*****62	✓
163	0.112608125	111-3050445-8552267	0C9166292*****31	✓
164	0.624766308	113-3640889-5612204	0C9166292*****52	✓
165	0.609936262	114-2221834-7574648	0C9166292*****26	✓
166	0.970873692	112-7620944-9361803	0C9166292*****67	✓

167	0.591602998	112-9596499-0041857	0C9166292*****60	✓
168	0.478076657	114-6345135-9053802	0C9166292*****02	✓
169	0.399016578	114-8916173-2831403	0C9166292*****99	✓
170	0.342648149	114-4831111-4275432	0C9166292*****06	✓
171	0.174586154	111-6216572-4904225	0C9166292*****46	✓
172	0.022780443	114-9004528-8212260	0C9166292*****06	✓
173	0.831351376	111-0396223-5477012	0C9166292*****31	✓
174	0.894644871	114-7821358-8598623	0C9166292*****73	✓
175	0.471495275	111-5277592-3516241	0C9166292*****63	✓
176	0.631704676	112-0618177-4944210	0C9166292*****17	✓
177	0.14776777	113-6927192-6731463	0C9166292*****06	✓
178	0.717872114	114-6096682-4027426	0C9166292*****75	✓
179	0.978864162	114-8444077-9196263	0C9166292*****92	✓
180	0.873959646	114-4164218-3233034	0C9166292*****52	✓
181	0.724433514	113-5102481-8516245	0C9166292*****07	✓
182	0.993381316	113-0458824-9549839	0C9166292*****24	✓
183	0.019883135	112-1788922-9208266	0C9166292*****71	✓
184	0.107544029	114-8263763-8925050	0C9166292*****49	✓
185	0.779054966	111-4514953-1156250	0C9166292*****37	✓
186	0.966695536	111-5143827-1350621	0C9166292*****80	✓
187	0.101672413	111-6104105-9253856	0C9166292*****66	✓
188	0.795589216	112-4184271-8845038	0C9166292*****07	✓
189	0.089482041	111-7896336-4669829	0C9166292*****05	✓
190	0.765917996	112-8385248-7601032	0C9166292*****34	✓
191	0.581337297	113-9850743-9253002	0C9166292*****68	✓
192	0.458084134	114-3429375-0738652	0C9166292*****17	✓
193	0.001983481	114-1299217-5612267	962200190000531646 260078177*****89	✓
194	0.005653231	111-6052424-8949052	962200190000531646 260078147*****09	✓
195	0.342986716	114-9118862-5369057	0C9166292*****35	✓
196	0.03689378	111-0098764-3141804	0C9166292*****23	✓
197	0.403959966	113-0198742-4381005	0C9166292*****05	✓
198	0.560713172	113-6090719-9905812	0C9166292*****12	✓
199	0.414497156	113-1929791-2044251	0C9166292*****35	✓
200	0.461201066	112-4743891-5665823	0C9166292*****60	✓
201	0.36344862	111-0084522-6265851	0C9166292*****32	✓
202	0.849715519	113-2618549-4800228	0C9166292*****16	✓
203	0.368216772	112-7644014-9460212	0C9166292*****56	✓
204	0.677247594	112-6169468-4003450	0C9166292*****12	✓
205	0.628373015	114-0124774-2310677	0C9166292*****65	✓

206	0.742938104	114-8760243-8487417	0C9166292*****35	✓
207	0.978782582	113-8638928-6225838	0C9166292*****59	✓
208	0.186100652	113-8559024-9922639	0C9166292*****04	✓
209	0.473791366	111-7699636-5352263	0C9166292*****91	✓
210	0.637340148	112-8778105-4660263	0C9166292*****14	✓
211	0.669886529	113-6391649-5569018	0C9166292*****82	✓
212	0.997857957	112-1230978-5334658	0C9166292*****70	✓
213	0.024539136	111-8016524-4299432	0C9166292*****37	✓
214	0.642062387	111-0523932-4671423	0C9166292*****67	✓
215	0.068836745	111-6742860-6797014	0C9166292*****25	✓
216	0.24075246	111-0548187-4032258	0C9166292*****15	✓
217	0.868192188	113-3408590-2846636	0C9166292*****07	✓
218	0.37722578	111-7805041-0408227	0C9166292*****25	✓
219	0.889100215	112-5393511-4932237	0C9166292*****07	✓
220	0.964266507	114-4708218-5353833	0C9166292*****17	✓
221	0.43142726	113-0885643-6163456	0C9166292*****85	✓
222	0.7086177	113-3027560-2575422	0C9166292*****62	✓
223	0.625598236	112-2388203-0373026	0C9166292*****24	✓
224	0.827316165	113-2639530-5451418	0C9166292*****19	✓
225	0.195363591	112-5089344-0736228	0C9166292*****48	✓
226	0.840285415	113-8969231-4453859	0C9166292*****14	✓
227	0.893193708	113-3928945-0742609	0C9166292*****97	✓
228	0.723400022	114-4487868-9909035	0C9166292*****69	✓
229	0.441051539	111-1246126-5350601	0C9166292*****91	✓
230	0.923667485	114-5643899-8532213	0C9166292*****67	✓
231	0.096784225	113-3673425-3250608	0C9166292*****16	✓
232	0.055083939	114-9604446-9537826	0C9166292*****22	✓
233	0.116746133	112-3209824-1593821	0C9166292*****53	✓
234	0.723205121	112-9372031-4373060	0C9166292*****60	✓
235	0.315377557	111-7356052-3399460	0C9166292*****18	✓
236	0.292787614	112-9725312-6701003	0C9166292*****28	✓
237	0.123052847	111-7260563-8080269	0C9166292*****44	✓
238	0.093832377	113-3409033-4697808	0C9166292*****95	✓
239	0.166198132	113-0961512-4921814	0C9166292*****39	✓
240	0.82223127	114-4073444-2894610	0C9166292*****92	✓
241	0.921468353	113-8649333-6896239	0C9166292*****59	✓
242	0.460113923	111-4037749-8113065	0C9166292*****89	✓
243	0.210673027	114-1416836-8545026	0C9166292*****38	✓
244	0.130532721	112-1136166-7451434	0C9166292*****13	✓
245	0.838686302	113-1038986-4831413	0C9166292*****88	✓

246	0.597313873	114-9360526-2195436	0C9166292*****18	✓
247	0.445121583	111-3341776-8361040	0C9166292*****91	✓
248	0.499127258	112-6862494-1281811	0C9166292*****52	✓
249	0.835203756	111-5722190-6582666	0C9166292*****11	✓
250	0.652894711	114-2788025-1972229	0C9166292*****37	✓
251	0.33275126	111-7516254-4103405	0C9166292*****68	✓
252	0.364571831	111-0613930-3932256	0C9166292*****36	✓
253	0.917280011	112-4034155-5099431	0C9166292*****59	✓
254	0.666270798	112-6484435-2837064	0C9166292*****95	✓
255	0.677633452	111-8080261-5282663	0C9166292*****71	✓
256	0.406883382	113-7684394-5542617	0C9166292*****62	✓
257	0.764486941	114-9362978-2141015	0C9166292*****86	✓
258	0.442824352	113-5608365-4261000	0C9166292*****51	✓
259	0.004330772	113-4935216-0549005	962200190000531646 260078153*****52	✓
260	0.596404708	112-3289993-1006643	0C9166292*****48	✓
261	0.801515626	112-5018862-2503420	0C9166292*****08	✓
262	0.896552013	113-9843021-6349037	0C9166292*****40	✓
263	0.191085476	112-5551653-7195406	0C9166292*****57	✓
264	0.490747337	112-8996928-4963463	0C9166292*****44	✓
265	0.187745617	112-1117918-1029801	0C9166292*****35	✓
266	0.74155084	112-5781197-4697023	0C9166292*****73	✓
267	0.907756986	114-0796300-2258629	0C9166292*****53	✓
268	0.914969286	114-4535937-7608261	0C9166292*****41	✓
269	0.968188284	114-6180690-9237868	0C9166292*****23	✓
270	0.228967141	111-9357846-1679403	0C9166292*****04	✓
271	0.010285635	111-7159490-2641003	0C9166292*****13	✓
272	0.357331129	113-2319520-1389803	0C9166292*****31	✓
273	0.568275238	114-0148981-7037802	0C9166292*****01	✓
274	0.405506761	113-5045004-4910662	0C9166292*****33	✓
275	0.988610623	113-8803079-7113860	0C9166292*****84	✓
276	0.181377775	114-9512677-6597823	0C9166292*****24	✓
277	0.466469057	114-8578770-4409028	0C9166292*****57	✓
278	0.319858357	112-7583160-4224255	0C9166292*****39	✓
279	0.184149146	114-9874787-4981044	0C9166292*****88	✓
280	0.698904615	114-6546511-5579422	0C9166292*****18	✓
281	0.937813955	111-8797603-5723448	0C9166292*****60	✓
282	0.654992021	114-1644354-3753062	0C9166292*****59	✓
283	0.098640123	113-9486020-9797023	0C9166292*****24	✓
284	0.291240072	112-5875207-8208251	0C9166292*****22	✓
285	0.065344495	112-2841910-3721810	0C9166292*****18	✓

286	0.409359703	111-3502781-1213061	0C9166292*****51	√
287	0.363814969	114-7792912-7257820	0C9166292*****45	√
288	0.856282826	112-0430690-4269013	0C9166292*****10	√
289	0.000407233	111-3521435-4913807	962200190000531646 260078202*****99	√
290	0.743986018	111-5369300-5713827	0C9166292*****12	√
291	0.201641557	112-6581350-0945801	0C9166292*****39	√
292	0.43990806	114-0759058-5389039	0C9166292*****43	√
293	0.909781384	111-2784020-5853027	0C9166292*****76	√
294	0.803160806	113-4129414-3781004	0C9166292*****15	√
295	0.417042109	111-2217838-3802649	0C9166292*****02	√
296	0.462194341	113-4354091-1052205	0C9166292*****22	√
297	0.817514615	111-6505071-9614632	0C9166292*****03	√
298	0.638640924	113-7171100-9001052	0C9166292*****95	√
299	0.785593345	113-6077692-6942646	0C9166292*****67	√
300	0.026558102	111-6533681-0390602	0C9166292*****22	√

经核查，上述随机 300 笔订单样本的货物均送达客户指定地点。

经核查，保荐机构、发行人会计师认为：

发行人电商平台订单系统记录不存在异常交易，发行人不存在单个用户大额或重复购买等异常交易情形，不存在刷单、刷机情形，电商平台销售收入真实、准确。

六、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人会计师：

1、查阅亚马逊 FBA（Fulfillment by Amazon）模式和 FBM（Fulfillment by Merchant）模式业务流程，了解发行人不同电商平台账面收入确认时点、对账时间和对账周期；

2、查阅发行人平台交易费明细表，分析电商模式下各类销售费用和营业收入的匹配关系；

3、访谈发行人亚马逊平台业务负责人，了解亚马逊 B2B 模式和 B2C 模式关于同类产品定价差异的原因和合理性，登录发行人亚马逊系统账户，核查发行人是否存在因违规操作事项被亚马逊平台处罚或封号的可能性；

4、取得报告期各期亚马逊 B2C 平台前 100 大客户明细表，核查同一用户集中购买情况，并分析购买数量和送货地址；

5、查阅发行人线下销售明细表，分析发行人线下销售的线下自提占比下滑，线下发运占比上升的原因；

6、取得发行人亚马逊订单明细表，对发行人电商平台的客户消费集中度、消费地域分布等指标进行分析。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人会计师认为：

1、公司产品交付客户或运送至客户指定地点并得到买方确认后确认销售收入，亚马逊 B2B 模式以货物交付给亚马逊或亚马逊指定的物流公司时间为账面确认收入时间，亚马逊 B2C 模式以发货 3 天后为账面确认收入时间，天猫平台以发货 10 天后为账面确认收入时间；亚马逊 B2C 中 FBM 模式卖家可以获取客户的收货时间，FBA 模式卖家无法获取客户的收货确认时间；报告期内，公司亚马逊平台 B2C 模式下平台佣金、B2B 模式下合作费与相应模式收入相匹配；

2、发行人采用成本加成模式进行定价，亚马逊平台 B2C 和 B2B 模式主要定价差异来源于亚马逊不同模式下的平台费率、是否承担终端消费者物流费用和期望的最终利润率，两种模式下毛利率和净利率差异总体处于合理水平；报告期内，公司亚马逊 B2B 模式下收入以品牌授权模式为主，OBM 模式占比不高；

3、2020 年小型空压机退还往年加征的关税在测算净利率时按照 DDP 业务及美国当地销售业务模式对应收入金额按其占比分摊具备合理性；

4、报告期内，公司对以自提取货的 Walmart 线下销售规模呈现下降趋势，同时公司线下对非大型零售商客户销售规模提高，致使公司线下自提占比下滑，线下发运占比上升。

6. 关于 ODM 和品牌授权模式

前次审核问询回复显示：

（1）报告期内，商标使用权费用占品牌授权收入比例均在 5%-6%区间，商标使用权费与品牌授权收入总体相匹配；

（2）报告期各期，公司小型空压机中终端产品的单价分别为 402.98 元、494.53 元和 542.77 元，产品价格大幅上升，和“公司小型空压机呈现向中高端聚集的趋势，产品价格从高中低端依次下降”的论述矛盾；

（3）2020 年，公司高端产品价格有所下降，主要系高端品牌的中容量产品

占比有所上升所致。公司 2018 年销售的前三大类干湿两用吸尘器分别为 8 加仑、4 加仑及 1 加仑干湿两用吸尘器；2019 年销售的前三大类干湿两用吸尘器分别为 10 加仑、8 加仑及 6 加仑干湿两用吸尘器；2020 年销售的前三大类干湿两用吸尘器分别为 10 加仑、9 加仑及 6 加仑干湿两用吸尘器，公司干湿两用吸尘器产品结构整体往大加仑方向调整；

（4）2018 年公司小型空压机的销量大于其他年度销量主要系 The Home Depot 当年对公司采购订单量高于其他年度。The Home Depot 平均每两年年会进行产品线优化计划（Product Line review），在产品线优化计划后，其产品采购量会高于往年，因此呈现出每隔一年的采购波峰，2020 年，随着公司业务规模增加，小型空压机销售规模为 50,372.38 万元，较上年全年增加 45.67%。

（5）2020 年度，公司配件及其他产品中风扇收入为 323.65 万元，其余期间不存在风扇收入，2018 年至 2020 年，电视架等其他产品主要为 75.26 万元、71.48 万元和 401.77 万元；

（6）根据测算，2016 年至 2019 年历史退货率为 2.57%、2.43%、2.81%及 3.48%。

请发行人：

（1）补充披露不同品牌的商标使用权费用占收入比，报告期各期是否存在较大差异；

（2）对“公司小型空压机呈现向中高端聚集的趋势，产品价格从高中低端依次下降”的表述及时更正；

（3）补充披露 2020 年公司高端干湿两用吸尘器产品价格下滑的具体原因和合理性，“高端品牌的中容量产品占比有所上升所致”是否与“干湿两用吸尘器产品结构整体往大加仑方向调整”相矛盾，如是，请及时补充更正；

（4）补充披露发行人和 The Home Depot 自合作以来每年销售收入和销售数量的变动情况，是否呈现出每隔一年的采购波峰的情形，发行人对 The Home Depot 销售占其采购同类产品金额的占比，发行人和该客户 2020 年合作金额上升是否导致 2021 年对该客户销售金额下滑的情形以及对发行人业绩的影响；

（5）补充披露仅 2020 年度存在风扇收入的原因及对应订单获取情况，该业务是否存在偶发性，对应的利润及计入经常性损益是否符合《企业会计准则》

的相关规定，电视架等其他产品的主要构成及 2020 年该类产品收入大幅上升的原因和合理性，发行人配件及其他产品对应的生产和销售情况，是否属于贸易类收入及对应的收入确认方法；

(6) 2016 年至 2019 年历史退货率的测算过程和依据，补充提供报告期各期的历史退货率情况，预计负债计提的具体依据及计提的充分性。

请发行人、申报会计师对上述事项发表明确意见，并就风扇收入的利润计入经常性损益是否符合《企业会计准则》的相关规定审慎发表意见。

回复：

一、补充披露不同品牌的商标使用权费用占收入比，报告期各期是否存在较大差异；

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（四）期间费用分析”之“1、销售费用”中补充披露如下：

“报告期内，公司商标使用权费用占品牌授权收入比分别为 5.27%、5.88% 及 5.33%，发行人主要品牌商标使用权费及对应收入情况如下所示：

单位：万元

品牌	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
Dewalt	营业收入	25,006.14	7,385.12	1,872.63
	商标使用权费	1,462.33	514.39	165.44
	比例	5.85%	6.97%	8.83%
	补足最低商权费金额	40.15	18.06	54.23
	实际比例	5.69%	6.72%	5.94%
	合同区间	5%-8%	5%-8%	5%-8%
Stanley	营业收入	7,122.58	8,504.86	7,521.26
	商标使用权费	322.37	485.72	450.08
	比例	4.53%	5.71%	5.98%
	补足最低商权费金额	1.29	110.39	93.11
	实际比例	4.51%	4.41%	4.75%
	合同区间	4%-7%	4%-7%	4%-7%
Briggs&Stratton	营业收入	2,873.76	3,389.39	6,067.28
	商标使用权费	101.28	172.46	222.34
	比例	3.52%	5.09%	3.66%
	补足最低商权费金额	-	42.90	22.78
	实际比例	3.52%	3.82%	3.29%
	合同区间	3%-7.5%	3%-7.5%	3%-7.5%
Porter Cable	营业收入	1,585.95	1,529.60	3,535.46
	商标使用权费	78.31	68.99	162.64

	实际比例	4.94%	4.51%	4.60%
	合同区间	4%-6%	4%-6%	4%-6%
Craftsman	营业收入	1,737.60	1,299.99	-
	商标使用权费	79.01	57.57	-
	实际比例	4.55%	4.43%	-
	合同区间	4.00%	4.00%	-

注：发行人与品牌授权商签署的品牌授权合同中对各年最低商权费金额，若本年度计算商权费低于合同约定的最低商权费，则发行人需支付合同中约定的最低商权费金额。最低商权费为双方协商并在合同中约定。

从上表可以看出，公司各品牌商标使用权费与对应该品牌的收入比例在合同约定区间内。除 Dewalt 费率在报告期内有所变动，Craftsman 的费率高于合同约定外，其他品牌在扣除合同约定的最低商权费后，商标使用权费率不存在较大差异及异常情况。

其中 Dewalt 品牌扣除补充的最低商权费外比例有所变动，2019 年较 2018 年有所上升，主要为 2019 年线上销售渠道收入占比 45.03%，较 2018 年度同比增长 43.53%。根据 Dewalt 商标使用权合同规定，吸尘器线上销售贸易渠道的费率为销售净额的 7%，除线上渠道外，2019 年其他主要产品的费率为 6%，故 2019 年匡算费率 6.72%。2020 年度公司经过谈判，对每个合同年第四季度由 Lowe's 举行的黑色星期五促销活动使用 4%的费率，对通过 Costco 渠道销售的主要产品费率降为 5%，因此导致公司 Dewalt 品牌商标使用权费率匡算比例较上年有所下降。

根据合同规定，2019 及 2020 年度 Craftsman 的费率为销售额的 4%，公司在计算营业收入时考虑了部分扣款及预计负债对收入的影响，导致营业收入降低，因此导致公司 Craftsman 品牌商标使用权费率匡算比例高于合同约定金额。”

二、对“公司小型空压机呈现向中高端聚集的趋势，产品价格从高中低端依次下降”的表述及时更正；

公司小型空压机呈现向中高端聚集的趋势，产品价格从高中低端依次下降，本意是指从各年度来看，高端产品的平均价格高于中端产品，中端产品的平均价格高于低端产品，呈现依次下降的趋势，而非某类产品的价格在报告期内依次下降，表述有歧义，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“2、主营业务收入分析”中补充修改披露如下：

“.....

报告期内，公司小型空压机产品的高、中、低端产品收入情况具体如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入（万元）	占比（%）	收入（万元）	占比（%）	收入（万元）	占比（%）
高端	19,326.21	38.37	11,452.26	33.12	14,917.85	35.95
中端	28,144.86	55.87	20,813.62	60.19	24,081.16	58.02
低端	2,901.31	5.76	2,313.72	6.69	2,502.84	6.03
合计	50,372.38	100.00	34,579.60	100.00	41,501.85	100.00
项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单价（元）	数量（万台）	单价（元）	数量（万台）	单价（元）	数量（万台）
高端	731.49	26.42	787.46	14.54	640.69	23.28
中端	542.77	51.85	494.53	42.09	402.98	59.76
低端	228.96	12.67	254.46	9.09	234.42	10.68

报告期内，公司小型空压机的中端和高端产品收入占比分别为 93.97%、93.31%及 94.24%，低端空压机占比较低。从各年度数据来看，高端产品平均价格高于中端产品平均价格，中端产品平均价格高于低端产品平均价格。

2020 年度，发行人小型空压机中端单价变动趋势和高端和低端变动趋势差异主要与产品结构性变动相关，具体情况如下：

高端空压机产品：

项目	2020 年度		2019 年度	
	收入占比	单价（元/台）	收入占比	单价（元/台）
2	5.63%	572.47	10.14%	437.00
8	37.75%	549.40	28.27%	569.68
26	33.08%	1,149.50	44.36%	1,216.83

从上表可以看出 2020 年度高端空压机单价较 2019 年有所下降，主要原因为高端空压机主要加仑数 8 加仑及 26 加仑产品价格均呈现下降趋势，其中 26 加仑产品价格下降主要系 2019 年度 26 加仑主要销售产品为 CE0914L，空压机/感应电机/26 加仑立罐，而 2020 年度 26 加仑主要销售产品为 CE1705L，空压机/感应电机/26 加仑立罐，因配置不同原因，CE0914L 款产品价格高于 CE1705L；其中 8 加仑产品价格下降主要原因为 2019 年及 2020 年主要销售产品均为 CE0510W，空压机/感应电机/8 加仑卧罐及 CE1704W，空压机/感应电机/8 加仑卧罐，因关税原因，公司与客户协商对定价有所下降。

中端空压机产品：

项目	2020 年度	2019 年度
----	---------	---------

	收入占比	单价（元/台）	收入占比	单价（元/台）
2	3.20%	248.06	13.72%	300.78
3	8.09%	268.07	11.13%	291.41
4.5	16.27%	804.75	3.92%	754.15
8	28.56%	468.20	33.82%	503.72
20	21.06%	1,071.61	8.37%	1,076.24
平均价格	-	542.77	-	494.53

从上表可以看出 2020 年度中端空压机单价较 2019 年有所上升，主要原因为发行人价格相对较高的 20 加仑产品及 4.5 加仑产品的收入占比分别从 8.37% 及 3.92% 分别上升至 21.06% 及 16.27%，而价格相对较低的 2 加仑产品及 3 加仑产品销售占比分别从 13.72% 及 11.13% 下降至 3.20% 及 8.09%，综上所述，发行人产品结构的变化导致发行人中端产品价格上升。

低端空压机产品：

项目	2020 年度		2019 年度	
	收入占比	单价（元/台）	收入占比	单价（元/台）
1.7	19.54%	259.43	30.80%	346.60
3	69.75%	212.21	61.82%	218.47

从上表可以看出 2020 年度低端空压机单价较 2019 年有所下降，主要原因为低端空压机主要加仑数中 1.7 加仑及 3 加仑产品价格均呈现下降趋势，其中 1.7 加仑产品价格下降较多，主要系该产品主要为销售给 Menards 的 DDP 贸易方式下的产品，2020 年度，小型空压机的关税税率从 25% 下调至 0%，因此对该款产品定价同步下调所致。

综上所述，2020 年度发行人小型空压机中端单价变动趋势和高端和低端变动趋势差异具有合理性。

.....

报告期内，公司干湿两用吸尘器产品的高中低端产品收入情况具体如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入（万元）	占比（%）	收入（万元）	占比（%）	收入（万元）	占比（%）
高端	31,984.81	75.74	9,228.23	38.91	3,181.77	17.10
中端	10,167.62	24.08	12,276.85	51.76	13,110.84	70.46
低端	78.22	0.19	2,212.37	9.33	2,315.49	12.44
合计	42,230.65	100.00	23,717.45	100.00	18,608.10	100.00
项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单价（元/台）	数量（万台）	单价（元/台）	数量（万台）	单价（元/台）	数量（万台）

高端	341.44	93.68	411.95	22.40	401.96	7.92
中端	200.22	50.78	203.91	60.21	166.28	78.85
低端	147.30	0.53	90.16	24.54	88.65	26.12

报告期内，公司干湿两用吸尘器的中端和高端产品收入占比分别 87.56%、90.67%及 99.82%，低端干湿两用吸尘器占比较低。从各年度数据来看，高端产品平均价格高于中端产品平均价格，中端产品平均价格高于低端产品平均价格。

2020 年度，由于发行人战略性调整向如 Dewalt 类的高附加值、国外消费者认可度相对较高的高端产品方向调整，因此高端产品的销售数量增长较快，高端吸尘器主要销售客户情况如下：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年度	
	收入金额	占比	收入金额	占比
Lowe's	9,935.99	31.06%	1,216.40	13.18%
Costco	7,774.01	24.31%	1,806.57	19.58%
Harbor freight tools	5,709.96	17.85%	698.15	7.57%
Amazon	4,402.64	13.76%	3,158.75	34.23%
Stanley black & decker	2,271.13	7.10%	1,469.09	15.92%
合计	30,093.73	94.09%	8,348.96	90.47%

从上表可以看出，高端吸尘器销售增长主要为原有已开发客户，高端吸尘器销售大幅上升与公司销售战略相关。”

三、补充披露 2020 年公司高端干湿两用吸尘器产品价格下滑的具体原因和合理性，“高端品牌的中容量产品占比有所上升所致”是否与“干湿两用吸尘器产品结构整体往大加仑方向调整”相矛盾，如是，请及时补充更正；

2020 年公司高端干湿两用吸尘器产品价格下滑主要系高端产品内部结构变化，DDP 模式及网络销售模式的销售占比下滑所致，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“2、主营业务收入分析”中补充修改披露如下：

“报告期内，公司干湿两用吸尘器产品的高中低端产品收入情况具体如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入（万元）	占比（%）	收入（万元）	占比（%）	收入（万元）	占比（%）
高端	31,984.81	75.74	9,228.23	38.91	3,181.77	17.10
中端	10,167.62	24.08	12,276.85	51.76	13,110.84	70.46
低端	78.22	0.19	2,212.37	9.33	2,315.49	12.44
合计	42,230.65	100.00	23,717.45	100.00	18,608.10	100.00

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单价(元/台)	数量(万台)	单价(元/台)	数量(万台)	单价(元/台)	数量(万台)
高端	341.44	93.68	411.95	22.40	401.96	7.92
中端	200.22	50.78	203.91	60.21	166.28	78.85
低端	147.30	0.53	90.16	24.54	88.65	26.12

报告期内，公司干湿两用吸尘器的中端和高端产品收入占比分别 87.56%、90.67%及 99.82%，低端干湿两用吸尘器占比较低。从各年度数据来看，高端产品平均价格高于中端产品平均价格，中端产品平均价格高于低端产品平均价格。

.....

2020 年，公司高端产品价格有所下降，主要原因为高端产品内部销售结构调整，高价产品占比下降，低价产品占比上升，导致 2020 年高端产品价格整体呈现下降趋势。

项目	2020 年度	2019 年度
出口销售	81.95%	65.68%
其中：FOB/FCA	64.26%	46.33%
DDP	17.68%	19.35%
网络销售	16.76%	33.42%
线下销售	1.29%	0.90%
合计	100.00%	100.00%

从上表可以看出，高端干湿两用吸尘器网络销售模式占比从 33.42%降至 16.76%，而出口销售模式占比从 65.68%增至 81.95%，其中 FOB/FCA 模式从 46.33%增至 64.26%，DDP 模式从 19.35%降至 17.68%。DDP 及网络销售下产品定价较 FOB 模式相对较高，DDP 及网络销售下产品销售占比下降导致 2020 年高端产品价格整体下降。

2019 年及 2020 年，高端干湿两用吸尘器 DDP 模式与网络销售模式下分摊费用金额如下所示：

单位：元

模式	内容	2020 年度	2019 年度
DDP	平均价格	456.94	433.96
	海运费	-45.33	-31.06
	清关杂费	-51.66	-72.52
网络销售模式	平均价格	561.33	572.95
	海运费	-55.66	-32.81
	清关杂费	-63.43	-77.57
	平台交易费	-153.92	-168.66

从上表可以看出，由于在 DDP 模式下，公司需承担关税及海运费，因此单位产品价格相比 FOB/FCA 模式较高，网络销售模式下由于公司需承担关税、海运费、平台交易费、仓储费等费用，因此单位产品价格相比 FOB/FCA 模式较高。高端干湿两用吸尘器的 DDP 模式及网络销售模式 2020 年的收入占比较上年下降，因此带动整体高端干湿两用吸尘器的平均价格下降。”

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“2、主营业务收入分析”中修改如下：

“综上所述，2020 年公司高端产品价格有所下降主要系高端品牌产品内部结构变化所致，具有合理性。”

四、补充披露发行人和 The Home Depot 自合作以来每年销售收入和销售数量的变动情况，是否呈现出每隔一年的采购波峰的情形，发行人对 The Home Depot 销售占其采购同类产品金额的占比，发行人和该客户 2020 年合作金额上升是否导致 2021 年对该客户销售金额下滑的情形以及对发行人业绩的影响；

（一）补充披露发行人和 The Home Depot 自合作以来每年销售收入和销售数量的变动情况，是否呈现出每隔一年的采购波峰的情形，发行人对 The Home Depot 销售占其采购同类产品金额的占比

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“四、发行人主要产品的销售情况和主要客户”之“（四）公司前五名客户情况”之“1、公司主要客户情况”部分补充披露如下：

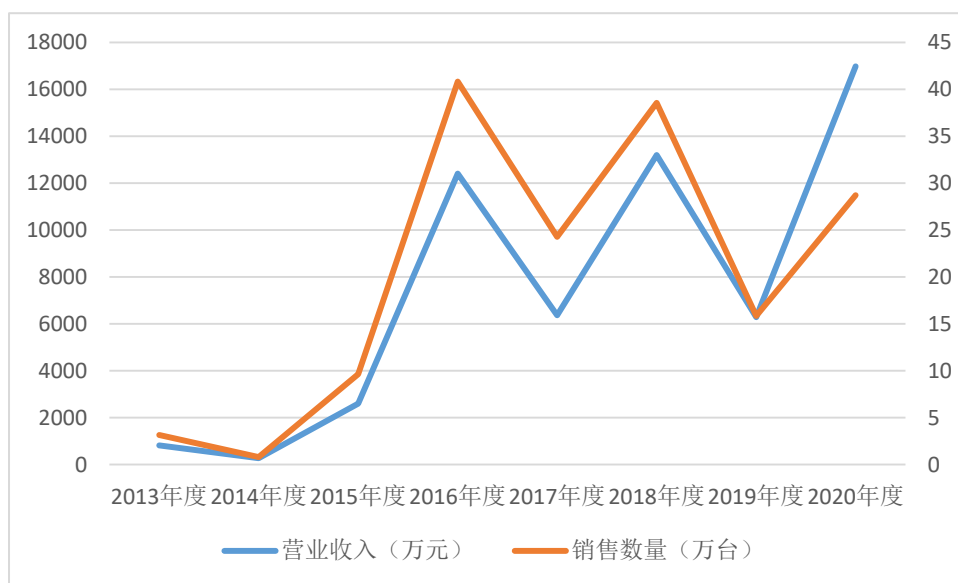
“①发行人和 The Home Depot 自合作以来每年销售收入和销售数量的变动情况

公司自 2013 年起与 The Home Depot 开展业务合作，2013 年-2020 年公司向 The Home Depot 的产品销售情况如下：

单位：万元/万台

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入	16,981.19	6,284.16	13,197.50	6,366.84
销售数量	28.71	15.85	38.56	24.28
项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度	2013 年度
营业收入	12,410.30	2,600.48	269.10	814.41
销售数量	40.83	9.64	0.79	3.16

注：2013-2016 年财务数据未经审计



2013 年-2015 年，由于公司与 The Home Depot 处于合作初期，销售金额相对较低，因此波动性并不明显。从 2016 年-2020 年数据来看，The Home Depot 平均每二年会进行产品线优化计划（Product Line review），其产品采购量呈现出每隔一年的采购波峰。

根据客户访谈结果，发行人对 The Home Depot 销售小型空压机占其采购同类产品金额的比例约 30%、发行人对 The Home Depot 销售干湿两用吸尘器占其采购同类产品金额的比例在 10%以内。”

（二）发行人和该客户 2020 年合作金额上升是否导致 2021 年对该客户销售金额下滑的情形以及对发行人业绩的影响

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“四、发行人主要产品的销售情况和主要客户”之“（四）公司前五名客户情况”之“1、公司主要客户情况”部分补充披露如下：

“②发行人和该客户 2020 年合作金额上升可能会导致 2021 年对该客户销售金额下滑，但对发行人业绩不会产生重大不利影响

从历史数据来看，The Home Depot 呈现出每隔一年的采购波峰的情形，预计 2021 年度公司对 The Home Depot 的销售可能会出现下降情形。但由于我国新型冠状病毒肺炎疫情基本得到有效控制，国外部分国家和地区疫情防控形势仍较为严峻，为了应对该疫情，各国政府采取了包括封城、隔离、企业延迟复工等措施，对海外小型空压机和干湿两用吸尘器等产品的生产造成一定的影响，海外供给侧依然存在无法完全复工的不利影响，美国消费者需求依然旺盛。

在新冠疫情期间，美国国土安全局将美国的一些关键零售商视为“重要”环节，并要求他们负责在疫情期间全面运营，即在疫情期间均需开门营业，上述企业包括 The Home Depot、Walmart 等公司客户，此外随着更多顾客选择邮递和使用路边取货模式，成熟且具有一定规模的大型零售商具有品牌优势，因此下游客户 2020 年度销售规模较 2019 年度有所上升。

发行人对 The Home Depot 截至 2019 年末、2020 年末及 2021 年 4 月末的在手订单规模分别为 301.47 万美元、568.47 万美元及 664.96 万美元，各期末不存在在手订单下滑的情况，且 2021 年 1-4 月对 The Home Depot 销售金额为 4,161.65 万元（未经审计），占 2020 年对 The Home Depot 全年收入的 24.51%。根据目前已有数据来看，公司存在 2021 年对该客户销售金额下滑的可能性，但预计下滑幅度不会太大，根据公司 2021 年 1-6 月业绩预测，公司 2021 年 1-6 月营业收入在 65,000-70,000 万元间，较同期增长 85.91%-100.21%，因此不会对发行人的业绩产生重大不利影响。”

五、补充披露仅 2020 年度存在风扇收入的原因及对应订单获取情况，该业务是否存在偶发性，对应的利润及计入经常性损益是否符合《企业会计准则》的相关规定，电视架等其他产品的主要构成及 2020 年该类产品收入大幅上升的原因和合理性，发行人配件及其他产品对应的生产和销售情况，是否属于贸易类收入及对应的收入确认方法

（一）补充披露仅 2020 年度存在风扇收入的原因及对应订单获取情况，该业务是否存在偶发性，对应的利润及计入经常性损益是否符合《企业会计准则》的相关规定

1、补充披露仅 2020 年度存在风扇收入的原因及对应订单获取情况，该业务是否存在偶发性

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“2、主营业务收入分析”之“（7）配件及其他分析”中补充披露如下：

“④风扇收入情况

发行人主营业务为空气动力设备和清洁设备的研发、生产和销售，主要产品为小型空压机和干湿两用吸尘器，工业风扇为清洁设备延伸产品，是发行人

未来产品线开发的重要补充。发行人的主要客户 Costco、The Home Depot 等零售商存在风扇产品需求，发行人研发部门于 2017 年开始对基础风扇产品进行研究，并于 2020 年正式开展三款风扇（18 寸、20 寸、24 寸）的设计和生 产，发行人于 2020 年投建一条风扇装配流水线，同时发行人已取得了 Stanley、Dewalt 品牌关于工业风扇产品的品牌授权，基于上述业务拓展规划，2020 年，发行人以品牌授权模式对 Costco 等零售商进行销售并形成收入。经过几年的风扇业务开发和产品研发，Costco、The Home Depot 等客户表达与公司开展风扇业务的合作意愿，2021 年 1-4 月，发行人接到订单规模超过 734.77 万美元，发行人风扇业务未来具备持续性，不存在偶发性。”

2、对应的利润及计入经常性损益是否符合《企业会计准则》的相关规定

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“2、主营业务收入分析”中补充披露如下：

“根据《企业会计准则》，非经常性损益是指公司发生的与经营业务无直接关系，以及虽与经营业务相关，但由于其性质、金额或发生频率，影响了真实、公允地反映公司正常盈利能力的各项收入、支出。

从发行人风扇业务的生产分析，发行人已经于 2017 年开始对风扇业务进行研发，2020 年开始了正式的生产和销售，发行人对风扇的经营业务已属于正常生产业务的一种。

从发行人风扇业务的产品分析，工业风扇为清洁设备延伸产品，发行人的实际业务中电机系生产干湿两用吸尘器和小型空压机过程中所需的主要及重要半成品，风扇中的主要零部件也为电机，发行人风扇半成品主要部件的生产和研发与发行人现有产品相似。

从发行人风扇业务的销售分析，发行人 2020 年已经开始销售风扇产品，销售金额为 323.65 万元，且发行人与客户对于未来的风扇业务已经有了初步的订单需求和期望。2021 年 1-4 月，发行人接到风扇订单规模超过 734.77 万美元。

因此风扇销售与发行人的主营业务有直接关系，对应的利润计入经常性损益符合《企业会计准则》的相关规定。”

（二）电视架等其他产品的主要构成及 2020 年该类产品收入大幅上升的原

因和合理性

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“2、主营业务收入分析”中补充披露如下：

“报告期内，发行人配件及其他产品中的电视架等其他产品主要构成具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
电视架	10.48	10.57	6.99
原材料配件	391.30	60.91	68.27
合计	401.77	71.48	75.26

发行人配件及其他产品中的电视架等其他产品包括电视架、原材料配件。2020 年电视架等其他产品上升较大主要系公司对外销售的原材料配件同比增加较多，该类原材料配件包括阀表、海帕、尘桶上盖等十多种主要产品的原材料。报告期内，公司对 Stanley Black&Decker 等客户销售部分原材料配件满足其额外配件需求，2020 年该类原材料配件销售增加较多主要系当年美国干湿两用吸尘器和小型空压机市场需求增长较快，相应原材料配件需求相应增长较快。”

（三）发行人配件及其他产品对应的生产和销售情况，是否属于贸易类收入及对应的收入确认方法

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“2、主营业务收入分析”中补充披露如下：

“公司配件及其他产品的销售具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
整机配件	1,826.49	1,225.52	1,645.22
模具	125.27	49.13	3.79
吹地机	23.40	89.40	0.17
风扇	323.65	-	-
护理机及护理机配件	91.40	107.71	31.36
电视架等其他产品	401.77	71.48	75.26
合计	2,791.99	1,543.25	1,755.80

报告期内，公司配件及其他产品中整机配件、模具、吹地机、风扇、护理机及护理机配件由公司生产或者对外采购入库并进行包装。公司电视架产品以

贸易方式对外销售。发行人电视架产品从供应商采购，并直接将电视架对客户销售，发行人并不对电视架进行加工或者任何工艺上的改动，基于“实质重于形式”原则，为恰当反映业务实质，发行人将电视架的销售归类为贸易类收入，在财务报表中按照净额法列示于营业收入。”

六、2016年至2019年历史退货率的测算过程和依据，补充提供报告期各期的历史退货率情况，预计负债计提的具体依据及计提的充分性。

（一）2016年至2019年历史退货率的测算过程和依据，补充提供报告期各期的历史退货率情况

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（三）非流动负债分析”之“2、预计负债”中补充披露如下：

“公司销售产品的退货周期主要集中在1-12个月，按照滚动发生的原理，公司预计下一年度发生的实际退货金额主要是由上一年度的销售所产生，故计算当年的实际退货率公式如下：

当年的实际退货率=下一年度退货金额/预计负债计算基数。公司实际退货率具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2016 年度
预计负债计算基数	98,809.16	61,577.11	63,427.28	52,522.34	51,701.85
后1年度退货金额	/	2,145.95	1,785.10	1,276.90	1,330.19
实际退货率	/	3.48%	2.81%	2.43%	2.57%

注：其中2016年度预计负债计算基数为未审数

2020年度因下一年度实际退货金额暂无法统计，故暂未计算2020年度实际退货率。”

（二）预计负债计提的具体依据及计提的充分性

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（三）非流动负债分析”之“2、预计负债”中补充披露如下：

“（4）预计负债计提的具体依据及计提的充分性

公司在每个资产负债表日按当年预计负债计算基数乘以历史退货率来预计未来的退货金额。

因与主要客户的合同中未明确约定退货期，历史退货率为近三年平均的实际退货率主要系综合考虑公司历史退货水平和公司所处行业产品的使用寿命，估计公司产品的退货周期一般在 36 个月以内，故将历史退货率估计为近三年平均实际退货率。

报告期内，各期预计负债计算的具体依据及过程如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当期主营业务收入①	95,395.02	59,840.30	61,865.76
预计负债当期增加数②	3,414.14	1,736.81	1,561.52
期末预计负债计算基数③=①+②	98,809.16	61,577.11	63,427.28
计算比例④	2.91%	2.61%	2.61%
期末预计负债⑤=③*④	2,875.35	1,607.16	1,655.45

注：参考欧林生物在《发行注册环节反馈意见落实函的回复》中披露内容，其“年末按当年疾控中心销售收入的 1% 预计未来的退货金额”，计算方法与公司计算方法一致；

期末预计负债计算基数为不考虑发生退货及预计负债对主营业务收入的影响，期末预计负债计算基数=当期主营业务收入+期末预计负债-期初预计负债+退货金额（预计负债本期减少数）=当期主营业务收入+预计负债当期增加数。

综合分析 2016 年至 2020 年各期末预计负债与下一年度实际退货金额之间的差异，如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2016 年度
期末预计负债	2,875.35	1,607.16	1,655.45	1,370.83	1,349.42
下一年度实际退货金额	/	2,145.95	1,785.10	1,276.90	1,330.19
差异额	/	-538.79	-129.65	93.93	19.23
差异率	/	-25.11%	-7.26%	7.36%	1.45%

由上表可以看出，报告期各期末预计负债余额与下一年度实际退货金额存在差异，主要是因为剔除了不同年度偶然因素的影响，预计负债计算比例是按照历史三年的实际退货率平均计算而得（历史退货率），是一个基于历史数据预测的会计估计；公司的主要客户均为国外大型零售商，该等客户对当地消费者实行无条件退货政策，若消费者在购买产品后，因产品的款式、性能不符合其个性化需求，上述客户通常会对消费者无条件退货。该等消费者的退货具有个体性、无规律性特点，因此影响各年实际退货率的因素较多，因而预计数与实际情况会存在一定差异。

由于售出产品实际退货主要在 1-12 个月之间滚动发生，当年实际退货金额

不仅包含以前年度销售产品退货金额还包含当年销售产品退货金额，由于 2020 年主营业务收入大幅增加，导致 2020 年度实际退货金额也相应增加，进而导致按历史三年的实际退货率平均数（剔除了不同年度偶然因素的影响）确定的比例计算的预计负债预计数与实际发生金额差异增加。

报告期内，公司退货情况对净利润的影响如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
实际退货金额①	2,145.95	1,785.10	1,276.90
期初预计负债金额②	1,607.16	1,655.45	1,370.83
退货对当期营业收入的影响金额③=②-①	-538.79	-129.65	93.93
减：退货对所得税费用的影响金额④	-80.82	-19.45	14.09
退货对当期净利润的影响金额⑤=③-④	-457.97	-110.20	79.84
当期净利润⑥	13,035.88	5,863.01	4,543.04
占当期净利润的比例⑦=⑤/⑥	-3.51%	-1.88%	1.76%

2018 年-2020 年，公司退货对当期净利润的影响金额占净利润的比例分别为 1.76%、-1.88%和-3.51%，占比不大。总体来看，报告期内，预计负债与下一年实际退货金额的差异对公司当期净利润的影响较小。”

七、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人会计师：

1、检查发行人支付品牌授权方的合同约定、品牌授权费用支付明细及支付凭证，确认境外商标使用费的支付对象，核对品牌授权许可费用和品牌授权收入的匹配关系；

2、分析公司主要产品按高、中、低端划分后价格及变动情况；

3、取得发行人销售明细表，比较发行人各销售模式下主要财务数据，访谈发行人管理层、销售部门相关人员了解高端干湿两用吸尘器价格变动的原因；

4、取得发行人销售明细表了解发行人对 The Home Depot 的销售情况；访谈 The Home Depot 采购人员了解公司产品占其采购比例；获取公司在手订单情况；

5、访谈发行人销售部门负责人，了解配件及其他产品销售情况、发行人工业风扇业务开展的原因和电视架等其他产品 2020 年收入上升原因，查阅发行人工业风扇在手订单情况，实地查看工业风扇生产车间；

6、访谈发行人生产部门负责人，了解配件及其他产品对应的生产情况，结

合《企业会计准则》，分析发行人风扇及其他配件产品收入确认的合理性；

7、访谈发行人财务负责人及销售负责人，了解公司退货的原因，复核发行人退货率的计算方法，复核发行人预计负债的计算过程，获取公司关于退换货的会计处理办法，检查预计退货率的确定、退换货的会计处理，对照《企业会计准则》相关规定，检查会计处理是否正确；

8、获取公司关于销售退回的统计数据，对比预计与实际情况并分析差异原因是否合理。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人会计师认为：

1、发行人支付的品牌许可费用与品牌授权收入相匹配，Dewalt 因产品销售渠道变化及费率条款变更导致报告期内费率有所波动，Craftman 因发生退货及预计负债等因素导致匡算费率超过合同费率外，报告期各期其他品牌费率不存在较大差异及异常情况；

2、发行人已对“公司小型空压机呈现向中高端聚集的趋势，产品价格从高中低端依次下降”、“高端品牌的中容量产品占比有所上升所致”等表述进行修改；

3、2020 年公司高端干湿两用吸尘器产品价格下滑主要系高端产品内部结构变化，DDP 模式及网络销售模式的销售占比下滑所致，发行人已对相关表述进行修改；

4、The Home Depot 平均每二年会进行产品线优化计划（Product Line review），在产品线优化计划后，其产品采购量会高于往年，呈现出每隔一年的采购波峰；根据客户访谈情况，发行人对 The Home Depot 销售小型空压机占其采购同类产品金额的比例约 30%、干湿两用吸尘器占比在 10%以内；公司存在 2021 年对该客户销售金额下滑的可能性，根据发行人提供的 2021 年 1-4 月销售明细表及截至 2021 年 4 月末在手订单情况及 2021 年 1-6 月业绩预测情况，不会对发行人的业绩产生不利影响；

5、工业风扇产品是发行人未来产品线开发的重要补充，发行人风扇业务具备持续性，不存在偶发性，风扇业务对应的利润计入经常性损益符合《企业会计准则》的相关规定；电视架等其他产品包括电视架、服务费及原材料配件，2020

年电视架等其他产品上升较快主要系公司对外销售的原材料配件同比增加较多，公司配件及其他产品中整机配件、模具、吹地机、风扇、护理机及护理机配件由公司生产或者对外采购入库并进行包装，电视架产品以贸易方式对外销售，发行人将电视架的销售归类为贸易类收入，在财务报表中按照净额法列示于营业收入；

6、发行人退换货的会计处理符合《企业会计准则》的规定；发行人预计销售退回的金额与实际情况基本吻合，预计销售退回情况合理。

7. 关于境外销售

前次审核问询回复显示：

（1）保荐机构会同发行人会计师选取报告期内主要客户的交易发生额进行了函证，回函占外销比例分别为 52.19%、47.69%及 56.05%；

（2）由于美国加征关税的影响，公司承担部分关税，在加征关税后订单价格有所上升；

（3）报告期内，公司外销收入占主营业务收入的比例分别为 99.03%、98.76%及 99.84%，由于公司出口销售主要以美元结算，公司毛利率受美元兑人民币汇率波动影响较大，报告期内，美元兑人民币的年平均汇率整体呈上升趋势，分别为 6.6174、6.8985 和 6.8941，公司综合毛利率分别为 25.08%、35.67%及 39.10%。

请发行人：

（1）结合海外同类产品线上模式和线下模式市场规模疫情对海外消费者购物习惯的变动情况，分析 2020 年海外销售大幅上升的原因和合理性，是否符合市场变动趋势；

（2）补充披露发行人承担关税后对产品定价的具体影响，发行人向下游转移关税的能力，并结合市场竞争格局充分说明产品提价后与其他市场同类产品报价的差异，是否具有价格优势，是否对发行人开拓美国市场造成重大不利影响以及对应的具体解决措施，并充分提示风险；

（3）量化分析并披露发行人美元兑人民币的年平均汇率整体上升对毛利率的影响，以及应对汇率波动的具体措施，并充分提示风险。

请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见，并对发函和回函不一致的

原因和金额及替代核查程序。

回复：

一、结合海外同类产品线上模式和线下模式市场规模疫情对海外消费者购物习惯的变动情况，分析 2020 年海外销售大幅上升的原因和合理性，是否符合市场变动趋势；

（一）结合海外同类产品线上模式和线下模式市场规模疫情对海外消费者购物习惯的变动情况，分析 2020 年海外销售大幅上升的原因和合理性

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“7、贸易摩擦对公司的影响”中补充披露如下：

“⑦结合海外同类产品线上模式和线下模式市场规模疫情对海外消费者购物习惯的变动情况及 2020 年海外销售大幅上升的原因和合理性

公司产品主要销往北美地区，我国与公司主要海外销售市场受疫情影响人数及比例对比如下：

单位：万人

国家	累计感染人数	总人口数	累计感染人数占比
中国	10.72	141,178	0.01%
美国	3,388	33,210	10.20%
加拿大	136	3,741	3.64%

注：数据来源于 Wind，累计感染人数数据截至 2021 年 5 月 23 日，精确到万人。

由上表可知，北美地区较我国受疫情影响人口比例及数量均较多，且持续时间较长，对人们办公、购物等日常活动产生了严重的影响。根据 2020 年 8 月麦肯锡 (<https://www.mckinsey.com/>) 出具的《巨大的消费者转变：十张图表显示美国购物行为正在改变》，与新冠疫情之前相比，人们更加希望在网上购买一部分产品，线上销售规模有所提升，家具和电器类产品线上销售占比从 46% 增至 60%。

报告期内，发行人小型空压机不同业务模式销售情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
出口模式	48,794.60	96.87%	33,193.24	95.99%	40,845.98	98.42%
网络模式	1,124.90	2.23%	457.01	1.32%	97.87	0.24%
线下模式	452.87	0.90%	929.35	2.69%	558.01	1.34%

合计	50,372.38	100.00%	34,579.60	100.00%	41,501.85	100.00%
----	-----------	---------	-----------	---------	-----------	---------

报告期内，发行人干湿两用吸尘器不同业务模式销售情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
出口模式	32,036.48	75.86%	18,089.88	76.27%	16,076.81	86.40%
网络模式	9,032.27	21.39%	4,203.32	17.72%	1,368.78	7.36%
线下模式	1,161.90	2.75%	1,424.26	6.01%	1,162.51	6.25%
合计	42,230.65	100.00%	23,717.45	100.00%	18,608.10	100.00%

从上表可以看出，发行人网络销售模式呈逐年上升趋势，与美国消费者增加线上购物的变动趋势相符。

报告期内，公司主营业务收入按地区构成情况如下表：

单位：万元、%

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
外销收入	95,244.02	99.84	59,097.15	98.76	61,267.84	99.03
内销收入	151.00	0.16	743.15	1.24	597.92	0.97
合计	95,395.02	100.00	59,840.30	100.00	61,865.76	100.00

报告期内，公司主营业务收入以外销为主，外销业务以美国和加拿大为主。2020 年度，公司外销收入较上年增长较多，主要系：

A. 积极开拓新客户、拓展新业务模式

公司于 2017 年与美国工具和设备零售商 Harbor Freight Tools 展开合作。2018 年公司以 ODM 模式向其销售小型空压机产品，2019 年公司扩大了产品销售品类，开始以 ODM 模式销售干湿两用吸尘器。报告期内，公司对 Harbor Freight Tools 的销售规模分别为 2,387.56 万元、4,297.04 万元及 8,599.76 万元。

此外，公司积极拓展与亚马逊电商平台的 B2B 业务，2019 年公司设立子公司深圳洁德，招聘专门的电商运营团队，大力发展网络销售业务，亚马逊（B2B）销售规模快速增长。报告期内，公司向亚马逊（B2B 模式）销售规模分别为 1,097.58 万元、4,476.89 万元及 8,439.67 万元。

B. 海外消费者需求上升

报告期内，公司外销比例均在 98.50%以上，其中对美国的销售收入占主营业务收入的比例分别为 85.43%、83.50%及 83.35%，占比较高。

2020 年初，新冠疫情在全球爆发，受此影响，美国联邦政府和各州政府分

别出台了经济纾困法案和失业救济金补贴等政策，刺激民众消费，美国消费者的消费能力有所增强。

此外，由于新冠疫情的影响，海外消费者居家时间有所增加，人们会节省旅游、社交等消费支出，并会将这部分金额用于家庭活动支出，如购买吸尘器用于家庭室内室外清洁、车内清洁等，购买空压机用于家庭装修装饰等，因此对公司产品需求有所增加。

C. 海外供给有所影响

随着我国疫情防控形势持续向好，工业企业陆续复工复产，在全球部分国家和地区疫情防控形势仍较为严峻背景下，我国工业企业产能率先恢复，并加速出口海外。

综上所述，受疫情影响，公司主要销售地区的消费者行为习惯发生了变化，更多通过网络方式进行购物的情况与公司网络销售占比提升的趋势相符。公司积极开拓新客户、拓展新业务模式以及新冠疫情导致海外消费者需求上升、海外供给下降等原因导致公司 2020 年外销收入较上年增长较多。

同时，新冠疫情对境外销售运费及物流周期均产生一定的影响。由于新冠疫情导致船务人员和码头人员以及内陆运输人员的短缺，造成很多船只和柜子的衔接不顺畅，运输周期变长。而且新冠疫情期间中国率先控制住疫情影响，货物出口量增长迅猛，而国外疫情相对严重，船只基本上装满货物去往美国但空箱回到中国，上述因素造成运输费用有所上涨。”

（二）2020 年海外销售大幅上升符合市场变动趋势

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“7、贸易摩擦对公司的影响”中补充披露如下：

“A. 与同行业可比公司业绩趋势相符

同行业可比公司的销售情况与发行人的情况基本相符：

公司简称	2020 年度	2019 年度	增减幅度
营业收入			
莱克电气（万元）	628,079.66	570,321.72	10.13%
科沃斯（万元）	723,375.65	531,219.43	36.17%
巨星科技（万元）	854,444.02	662,546.41	28.96%
创科实业（千美元）	9,811,941	7,666,721	27.98%

行业平均	/	/	25.81%
欧圣电气（万元）	99,282.44	60,977.44	62.82%
属于母公司股东的净利润			
莱克电气（万元）	32,798.40	50,227.17	-34.70%
科沃斯（万元）	64,120.92	12,070.50	431.22%
巨星科技（万元）	135,013.25	89,503.01	50.85%
创科实业（千美元）	800,996	614,996	30.24%
行业平均	/	/	119.40%
欧圣电气（万元）	13,035.88	5,863.01	122.34%

注：莱克电气剔除预提负债仲裁案件与股权激励后，2020年归母净利润为5.71亿元，同比增长13.64%。

由于发行人整体收入规模与同行业可比公司平均收入规模相比较小，且发行人干湿两用吸尘器产品处于快速发展阶段，因此发行人的收入增长潜力较大，收入增速与同行业可比公司均值相比较为高。

从上表可以看出，发行人营业收入增长趋势与同行业可比公司相比不存在重大差异。

B. 与下游客户业绩趋势相符

下游客户的销售情况与发行人收入的变动趋势相符：

单位：万美元

序号	客户名称	2020 财年	2019 财年	增长幅度
1	Walmart	55,915,100	52,396,400	6.72%
2	Lowe's	8,959,700	7,214,800	24.19%
3	The Home Depot	13,211,000	11,022,500	19.85%
4	Costco	16,676,100	15,270,300	9.21%
5	Canadian Tire Corporation	1,487,100	1,453,440	2.32%
6	Menards	未上市，无公开数据	未上市，无公开数据	/
7	Harbor Freight Tools	未上市，无公开数据	未上市，无公开数据	/
8	Amazon	38,606,400	28,052,200	37.62%
9	欧圣电气（万元）	99,282.44	60,977.44	62.82%

数据来源：Wind 资讯

在新冠疫情期间，美国国土安全局将美国的一些关键零售商视为“重要”环节，并要求他们负责在疫情期间全面运营，即在疫情期间均需开门营业，上述企业包括 Amazon、The Home Depot、Walmart 等公司客户，此外随着更多顾客选择邮递和使用路边取货模式，成熟且具有一定规模的大型零售商具有品牌优势，因此下游客户 2020 年度销售规模较 2019 年度有所上升。

从上表可以看出，发行人营业收入增长趋势与下游客户相比不存在重大差异。

C. 与大类产品出口情况相符

报告期内，中国向美国出口的空压机和吸尘器产品的规模情况与公司产品收入的比较情况具体如下：

单位：亿元

项目	2020 年度	2019 年度	增长幅度
中国对美出口空压机金额	19.37	15.10	28.28%
公司小型空压机收入	5.04	3.46	45.66%
中国对美出口吸尘器金额	145.60	98.18	48.30%
公司干湿两用吸尘器收入	4.22	2.37	78.06%

公司销售收入与中国对美国出口空压机及吸尘器规模变动趋势大致相同。

综上所述，公司 2020 年海外销售大幅上升符合市场变动趋势。”

二、补充披露发行人承担关税后对产品定价的具体影响，发行人向下游转移关税的能力，并结合市场竞争格局充分说明产品提价后与其他市场同类产品报价的差异，是否具有价格优势，是否对发行人开拓美国市场造成重大不利影响以及对应的具体解决措施，并充分提示风险；

（一）发行人承担关税后对产品定价的具体影响，发行人向下游转移关税的能力

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“7、贸易摩擦对公司的影响”中补充披露如下：

“.....

模式	定义	主要客户	承担关税情况	对价格的影响
FOB	按离岸价进行的交易，买方负责派船接运货物，卖方应在合同规定的装运港和规定的期限内将货物装上买方指定的船只，并及时通知买方	Walmart、Lowe's、Canadian Tire Corporation、Harbor Freight Tools	由客户承担关税	在其他条件不变的情况下，价格下降
FCA	卖方在其所在地或其他指定地点将货物交给买方指定的承运人或其他人	The Home Depot	由客户承担关税	在其他条件不变的情况下，价格下降
DDP	由卖方将货物直接运至进口国国内指定地点，而且须承担货物运至指定地点的一切费用和风险	Costco、Menards	由欧圣电气承担关税	在其他条件不变的情况下，价格上升
跨境电商	通过亚马逊，根据客户下单情况发出商品	Amazon	由欧圣电气承	在其他条件不变的情况下，

			担关税	价格上升
--	--	--	-----	------

FOB/FCA 模式下由客户承担关税，对于该类客户，公司在加征关税当期并未进行价格调整，在 2019 年美元兑人民币上升及原材料价格下降的趋势下，公司对部分产品下调价格。

DDP 模式下由公司承担关税，公司主要客户中 Menards 的订单采用 DDP 模式结算，Costco 在 2018 年 9 月后将贸易方式由 FOB 改为 DDP 模式结算，上述情况出现后，公司已于 2018 年底与客户展开商务谈判，在一定程度上通过提升销售价格的方式向下游客户转移加征关税的影响。

跨境电商平台销售模式下由公司承担关税，公司通过跨境电商网络销售主要为亚马逊 B2B 模式及 B2C 模式，产品销售定价由公司参考网络平台同类型的产品价格，考虑承担海运费、仓储费用、关税等费用情况，结合自身产品定位、品牌知名度等自主确定。

综上所述，公司具有向下游转移关税的能力。”

（二）结合市场竞争格局充分说明产品提价后与其他市场同类产品报价的差异，是否具有价格优势，对发行人开拓美国市场造成重大不利影响以及对应的具体解决措施

1、结合市场竞争格局充分说明产品提价后与其他市场同类产品报价的差异，是否具有价格优势

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“三、行业竞争情况及发行人所处行业地位”之“（一）行业竞争格局和市场化程度”之“1、国际竞争格局”部分披露如下：

“欧美等发达国家或地区对于小型空压机和干湿两用吸尘器的接受程度较高，目前已成为小型空压机和干湿两用吸尘器的主要消费地区。小型空压机和干湿两用吸尘器进入发达地区居民生活时间较长、市场认可度较高，发达地区的企业在产品的设计、销售渠道、品牌影响力等方面优势明显。目前知名的小型空压机和干湿两用吸尘器品牌多为大型零售商自有品牌或欧美工具制造企业品牌。近年来由于生产技术的飞速发展和劳动力价格昂贵的影响，除 Shop-Vac Corporation 等少数几家欧美发达国家工具制造企业仅生产部分高附加值的高档类产品外，大部分欧美发达国家工具制造企业业务重心已经由产品制造转向品牌建设上，从而转变成品牌商。这些拥有小型空压机和干湿两用吸尘器品牌的企业越来越多地将

制造环节转移至发展中国家，通常通过成立跨国公司，或选择发展中国家的生产企业以 OEM、ODM 和品牌授权等经营模式进行生产，**北美小型空压机及干湿两用吸尘器行业企业竞争相对充分并较为集中。**”

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“三、行业竞争情况及发行人所处行业地位”之“（二）公司在行业中的竞争地位”部分披露如下：

“北美市场知名品牌小型空压机产品主要制造厂商及同类产品具体情况如下：

序号	北美市场小型空压机主要厂商	具体介绍	同类产品图片
1	MAT Holdings, Inc.	北美专业空压机制造商和品牌商，主要产品为 30 加仑以上大体积空压机，其于 2020 年末收购小型空压机 Campbell Hausfeld 品牌，是北美市场主要生产小型空压机厂商之一	
2	创科实业有限公司	知名工具制造商和品牌商，为 The Home Depot 代工生产 Ridgid（美国艾默生电气公司将 Ridgid 授权给 The Home Depot）品牌系列小型空压机，同时生产销售自有品牌 RYOBI 小型空压机产品，是北美市场主要的生产小型空压机厂商之一	
3	Stanley Black&Decker	北美专业工具制造商和品牌商，主要产品定位高端的专业用户，拥有 Dewalt、Craftsman、Bostitch 等自有品牌，主要通过 OEM、品牌授权方式生产经营	
4	Makita Corporation（牧田株式会社）	日本知名专业工具制造商和品牌商，拥有自有品牌 Makita，是北美市场主要生产小型空压机厂商之一	
5	诺爱（上海）压缩机有限公司	主要为零售商和品牌制造商代工生产和销售小型空压机产品，同时生产销售自有品牌 Nuair 小型空压机产品，为意大利诺爱集团中国独资公司，是北美市场主要生产小型空压机厂商之一	
6	苏州欧圣电气股份有限公司	主要通过品牌授权、ODM 为零售商和品牌制造商生产和销售小型空压机产品，包括零售商 Lowe's 的 Kobalt 品牌、零售商 The Home Depot 的 Husky 品牌、品牌制造商 Stanley Black&Decker 的 Craftsman 品牌，是北美市场主要生产小型空压机厂商之一	

.....

北美市场干湿两用吸尘器知名品牌产品主要制造厂商及同类产品具体情况如下：

序号	北美市场干湿两用吸尘器主要厂商	具体介绍	图片
1	Shop-Vac Corporation	北美干湿两用吸尘器制造商和品牌商，主要产品为自有品牌 Shop-Vac 系列干湿两用吸尘器，2020 年由于疫情等因素，该公司关闭了部分工厂，目前由中国企业巨星科技收购	
2	美国艾默生电气公司	多元化全球制造商，下设工具类业务事业部，主要产品为自有品牌 Ridgid 品牌系列干湿两用吸尘器，专业生产和销售 Ridgid 品牌工具，Ridgid 品牌干湿两用吸尘器占据了知名零售商 The Home Depot 主要市场份额	
3	天佑电器（苏州）有限公司	国内主要干湿两用吸尘器生产厂商之一，主要生产和销售干湿两用吸尘器产品，和公司属于直接竞争的国内厂商	
4	苏州欧圣电气股份有限公司	国内主要干湿两用吸尘器生产厂商之一，主要通过品牌授权模式、ODM 模式生产和销售干湿两用吸尘器产品，包括品牌商 Stanley Black&Decker 旗下 Stanley、Porter Cable、Craftsman、Dewalt 系列品牌干湿两用吸尘器和零售商 Hyper Tough 品牌（Walmart）、Husky 品牌（The Home Depot）、Bauer 品牌（Harbor Freight Tools）干湿两用吸尘器	

.....

由于公司主要客户为海外大型零售商，位列知名《财富》杂志 2020 年前 200 强的全球知名企业，出于对商业秘密的保护，公司未能通过公开渠道获得其他供应商向发行人客户提供报价的情况。”

2、产品提价后与其他市场同类产品报价的差异，是否具有价格优势，对发行人开拓美国市场造成重大不利影响

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“三、行业竞争情况及发行人所处行业地位”之“（二）公司在行业中的竞争地位”部分披露如下：

“由于公司主要客户为海外大型零售商，位列知名《财富》杂志 2020 年前 200 强的全球知名企业，出于对商业秘密的保护，公司未能通过公开渠道获得其他供应商向发行人客户提供报价的情况。

报告期内，发行人对主要客户的销售收入情况如下所示：

单位：万元

客户	2020 年度	2019 年度	2018 年度
Lowe' s	26,339.56	13,743.53	12,208.81
The Home Depot	16,981.19	6,284.16	13,197.50
Amazon	9,362.10	4,923.24	1,901.97
Harbor Freight Tools	8,599.76	4,297.04	2,387.56
Costco	8,397.42	2,918.04	3,172.56
Canadian Tire Corporation	5,474.35	4,754.15	4,742.48
Walmart	5,277.94	11,571.22	14,514.18
Menards	3,472.01	3,394.42	2,205.89
合计	83,904.33	51,885.80	54,330.95

注：1、2019 年度 The Home Depot 的销售规模出现下滑，主要原因为 The Home Depot 平均每二年会进行产品线优化计划（Product Line review），在产品线优化计划后，其产品采购量会高于往年，因此呈现出每隔一年的采购波峰。

2、公司对 Walmart 的销售规模有所下降，主要系公司出于业务发展考虑调整产品结构，较多出售高毛利率产品，因公司对 Walmart 的销售毛利率一般低于其他客户，故公司对 Walmart 的销售规模逐年下降。

从上表可以看出，中美贸易摩擦加征关税后，2019 年发行人对主要客户的销售收入未出现大幅异常下滑，并保证了较高的毛利率；在 2020 年度公司营业收入实现大幅上升。因此，加征关税导致的价格上升对发行人业绩影响较小，且亦未对发行人开拓美国市场产生重大不利影响。”

3、对应的具体解决措施

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“7、贸易摩擦对公司的影响”中补充披露如下：

“⑥发行人采取的应对措施

A. 与相关客户进行积极沟通

公司积极与美国客户对于加征关税事项进行沟通，并就其对双方交易的影响及应对措施进行充分协商，持续保持良好的合作关系。公司于 2018 年对 DDP 模式客户完成上调价格沟通，并于 2019 年在综合考虑汇率上升、原材料价格下降的背景下适当对 FOB/FCA 客户下调价格。

B. 通过技术改造、提升管理水平降低制造成本

未来将通过加大自动化程度提升生产效率，以及提升管理水平等方式降低

成本。

C. 进一步加强技术研发投入

公司将进一步加强自身的技术研发投入、巩固技术和制造工艺优势，建立稳固的客户资源和品牌壁垒，进一步增强客户的粘性，降低自身产品的可替代性，提高产品竞争力和的整体技术附加值水平。

D. 增加产品类别

公司根据现有客户渠道，基于对市场的判断及自身技术的积累等，积极增加如风扇等新型产品，2020 年度公司风扇业务实现 323.65 万元收入，2021 年 1-4 月已经收到的订单规模超过 734.77 万美金。”

三、量化分析并披露发行人美元兑人民币的年平均汇率整体上升对毛利率的影响，以及应对汇率波动的具体措施，并充分提示风险。

（一）量化分析并披露发行人美元兑人民币的年平均汇率整体上升对毛利率的影响

1、替代分析

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（三）毛利率分析”之“2、主营业务分类别的毛利分析”中披露如下：

“.....

A. 出口汇率变化对小型空压机毛利率的影响

报告期内，假设本期平均汇率较上期平均汇率不发生波动，按照上年平均的汇率模拟计算的小型空压机的毛利率情况如下所示：

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当年单位价格	553.87	526.14	442.83
当年单位成本	390.52	374.69	351.30
毛利率	29.49%	28.78%	20.67%
各期平均汇率	6.8941	6.8985	6.6174
以上年度平均汇率计算销售单价	554.22	504.70	/
修正后毛利率	29.54%	25.76%	/
对毛利率的影响	-0.04%	3.03%	/

注：修正后毛利率=1-当年单位成本/以上年度平均汇率计算销售单价

2018 年、2019 年美元兑人民币汇率波动较大，对公司产品价格的影响较大，

因此对毛利率的影响较大。

.....

A. 出口汇率变化对干湿两用吸尘器毛利率的影响

报告期内，假设汇率不发生波动，按照上年平均的汇率模拟计算的干湿两用吸尘器的毛利率情况如下所示：

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当年单位价格	291.27	221.36	164.84
当年单位成本	153.42	129.39	116.68
毛利率	47.33%	41.55%	29.21%
各期平均汇率	6.8941	6.8985	6.6174
以上年度平均汇率计算销售单价	291.45	212.34	/
修正后毛利率	47.36%	39.06%	/
对毛利率的影响	-0.03%	2.48%	/

注：修正后毛利率=1-当年单位成本/以上年度平均汇率计算销售单价

2018 年、2019 年美元兑人民币汇率波动较大，对公司产品价格的影响较大，因此对毛利率的影响的较大。”

2、敏感性分析

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（三）毛利率分析”之“2、主营业务分类别的毛利分析”中补充披露如下：

“（8）汇率对毛利率的敏感性分析

为了分析平均汇率对公司毛利率的影响，假设在单位成本、单位美元价格不变的情况下，若平均汇率分别上升、下降 5%和 10%，对毛利率的影响情况如下：

公司小型空压机产品的平均汇率敏感性分析如下：

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
当年单位价格（元/台）		553.87	526.14	442.83
当年单位成本（元/台）		390.52	374.69	351.30
当年毛利率		29.49%	28.78%	20.67%
平均汇率变动幅度对毛利率的影响	10%	6.41%	6.48%	7.21%
	5%	3.36%	3.40%	3.78%
	-5%	-3.71%	-3.74%	-4.18%
	-10%	-7.83%	-7.91%	-8.82%
敏感系数	10%	2.17	2.25	3.49

	5%	2.28	2.36	3.66
	-5%	2.52	2.60	4.04
	-10%	2.66	2.75	4.26
平均敏感系数		2.41	2.49	3.86

注：平均汇率变动幅度对毛利率的影响=1-当年单位成本/（（1+平均汇率变动幅度）*当年单位价格）-当年毛利率

敏感系数=毛利率变动/毛利率/平均汇率变动幅度。

以2020年为例，汇率上升10%将导致毛利率上升6.41%，汇率上升5%将导致毛利率上升3.36%，汇率下降5%将导致毛利率下降3.71%，汇率下降10%将导致毛利率下降7.83%，2020年度平均敏感系数为2.41，即在其他因素不变情况下，平均汇率每上升（或下降）1个百分点，在其他条件不变的情况下，毛利率会在原来的基础上上升（或下降）2.41个百分点。

公司干湿两用吸尘器产品的平均汇率敏感性分析如下：

项目		2020年度	2019年度	2018年度
当年单位价格（元/台）		291.27	221.36	164.84
当年单位成本（元/台）		153.42	129.39	116.68
当年毛利率		47.33%	41.55%	29.21%
平均汇率变动幅度对毛利率的影响	10%	4.79%	5.31%	6.44%
	5%	2.51%	2.78%	3.38%
	-5%	-2.78%	-3.08%	-3.72%
	-10%	-5.86%	-6.50%	-7.86%
敏感系数	10%	1.01	1.28	2.20
	5%	1.06	1.34	2.31
	-5%	1.17	1.48	2.55
	-10%	1.24	1.56	2.69
平均敏感系数		1.12	1.42	2.44

注：平均汇率变动幅度对毛利率的影响=1-当年单位成本/（（1+平均汇率变动幅度）*当年单位价格）-当年毛利率

敏感系数=毛利率变动/毛利率/平均汇率变动幅度。

以2020年为例，汇率上升10%将导致毛利率上升4.79%，汇率上升5%将导致毛利率上升2.51%，汇率下降5%将导致毛利率下降2.78%，汇率下降10%将导致毛利率下降5.86%，2020年度平均敏感系数为1.12，即在其他因素不变情况下，平均汇率每上升（或下降）1个百分点，在其他条件不变的情况下，毛利率会在原来的基础上上升（或下降）1.12个百分点。”

（二）应对汇率波动的具体措施，并充分提示风险

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（五）其他利润表重要项目分析”之“3、投资收益”中补充披

露如下：

“（4）应对汇率波动的具体措施

为应对汇率波动风险，降低可能给公司带来的损失，发行人采取了以下措施积极应对：①美元从境外汇回国内时及时结汇，增加人民币资产；②适当增加美元负债，平衡美元资产及负债，同时进行人民币保本型投资理财，利用美元和人民币的利差来弥补两者之间的汇差；③未来如汇率波动超过一定幅度，在内部经过慎重研究后在适当时机结合订单情况做一定比例的一年期以内的远期结汇，以锁定收益，从而降低汇率波动对利润的影响，同时在整个过程中实时监控汇率波动情况，如有大幅变动及时调整或止损。”

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“三、财务风险”之“（二）汇率变动的风险”中披露如下：

“报告期内，公司境外销售收入占主营业务收入的比例分别为 99.03%、98.76%及 99.84%。由于公司出口销售主要以美元结算，如果人民币汇率水平发生较大波动，将会在一定程度上影响产品出口和经营业绩。报告期内，各期汇兑损益（负数为收益）金额分别为-682.59 万元、-200.10 万元及 1,777.17 万元。近期外汇市场持续波动，如人民币长期持续升值，则将削弱公司产品的价格竞争力或对公司毛利率产生负面影响，进而影响公司的经营业绩。”

四、请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见，并对发函和回函不一致的原因和金额及替代核查程序

报告期内，公司发函外销销售额与回函金额存在差异，存在差异的原因主要系公司与其存在入账时间差，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
发函金额	79,030.17	55,256.34	56,079.63
回函金额（a）	53,444.28	28,106.78	32,030.93
回函确认金额（b）	53,382.16	28,183.55	31,974.39
回函差异（c=b-a）	-62.12	76.77	-56.54

存在差异的订单对应的发函回函情况如下：

单位：万元

年度	报关单号	发票号	出口日期	公司入账年度	发函金额	回函金额	回函差异
2018 年	222920180005059017	J18HFT077847	2019/01/02	2019 年	-	28.27	-28.27

年度	报关单号	发票号	出口日期	公司入账年度	发函金额	回函金额	回函差异
	222920180005059030	J18HFT078848	2019/01/02	2019 年	-	28.27	-28.27
2019 年	222920180005059017	J18HFT077847	2019/01/02	2019 年	29.47	-	29.47
	222920180005059030	J18HFT078848	2019/01/02	2019 年	29.47	-	29.47
	223120190004411983	J19HFT118265	2019/12/30	2019 年	17.77	-	17.77
	223120190004413203	J19HFT116263	2019/12/30	2019 年	17.77	-	17.77
	223120190004417455	J19HFT117264	2019/12/30	2019 年	17.77	-	17.77
	模具费	-	-	2020 年	-	35.49	-35.49
2020 年	223120190004411983	J19HFT118265	2019/12/30	2019 年	-	17.77	-17.77
	223120190004413203	J19HFT116263	2019/12/30	2019 年	-	17.77	-17.77
	223120190004417455	J19HFT117264	2019/12/30	2019 年	-	17.77	-17.77
	模具费	-	-	2020 年	35.47	-	35.47
	222920210000152383	J20HFT446864	2021/01/17	2021 年	-	28.11	-28.11
	222920210000152395	J20HFT450868	2021/01/17	2021 年	-	16.18	-16.18

注：同一发票号所列示金额有所差异，原因为不同年度美元兑人民币平均汇率差异所致。

保荐机构及发行人会计师针对差异的核查程序如下：

- 1、了解差异形成的原因及其合理性；
- 2、取得公司与形成上述差异的客户签订的合同及结算单检查其销售的真实性，同时将客户回函附件所示数据与公司账面进行比对核查差异造成的原因，结合报关单等相关附件检查公司账面记录的准确性及是否记录于正确的会计期间。

五、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人会计师：

- 1、查阅公开数据，了解主要地区境外销售新冠疫情情况；查阅 2020 年 8 月麦肯锡出具《巨大的消费者转变：十张图表显示美国购物行为正在改变》报告（<https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our>

-insights/the-great-consumer-shift-ten-charts-that-show-how-us-shopping-behavior-is-changing)；

2、查阅同行业可比公司定期报告、主要客户的公开资料、海关出口数据，分析市场变动趋势；

3、查阅加征关税前后发行人订单情况，查阅发行人市场调研资料及销售明细表，了解发行人销售情况；访谈发行人董事长及董事会秘书，了解应对中美贸易摩擦的措施；

4、分析汇率变动对发行人业绩的影响，访谈发行人财务总监了解应对汇率波动的具体措施；

5、查阅发行人客户的回函资料，了解回函差异的原因。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人会计师认为：

1、新冠疫情对海外消费者的购物习惯产生了一定的影响，海外消费者会增加线上销售比例；

2、发行人 2020 年海外销售大幅上升主要与发行人近年来积极开拓新客户及新业务模式、新冠疫情导致海外消费者需求上升及海外厂商供给减少等因素密切相关；发行人 2020 年海外销售大幅上升与同行业可比公司业绩数据、主要下游客户业务数据及中国对美国出口数据趋势基本相符；

3、在其他条件不变的情况下，发行人承担关税后对销售给 FOB/FCA 模式客户的价格会适当下调，对 DDP 模式或美国当地销售模式的价格会适当上调，公司对下游客户具有一定的转移关税能力；客户出于商业秘密的保护不提供同类产品其他供应商的报价，报告期内发行人对主要客户的销售规模并未出现异常下滑，加征关税未对公司业务开展及开拓美国市场产生重大不利影响；发行人已采取与相关客户进行积极沟通、通过技术改造、提升管理水平降低制造成本、进一步加强技术研发投入、增加产品类别等方式应对中美贸易摩擦对发行人的不利影响；

4、发行人已量化分析了美元兑人民币的年平均汇率整体上升对毛利率的影响，发行人将通过及时结汇、适当增加美元负债、进行人民币理财弥补汇差、适时进行远期结汇等方式降低汇率波动的影响；发行人已在招股说明书中充分提示汇率变动的风险。

8. 关于营业成本

前次审核问询回复显示：

（1）报告期内存在自制和外购储气罐的情形，部分自制储气罐的成本高于外购储气罐，部分外购储气罐的成本高于自制储气罐；

（2）公司自 2017 年年初开始投入自制储气罐，2018 年，公司外购储气罐规模相对较大，占钢材和储气罐采购金额比约 50%。

请发行人：

（1）量化分析并披露报告期内发行人自制和外购同型号储气罐价格差异的原因和合理性；

（2）披露储气罐的生产线及相关固定资产投建情况、用途、产能、产量，分析固定资产与相关业务规模的匹配关系，生产储气罐的技术来源；

（3）量化分析并披露钢材等大宗商品价格波动对发行人产品定价、业绩等影响，作敏感性分析并补充风险提示。

请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见

回复：

一、量化分析并披露报告期内发行人自制和外购同型号储气罐价格差异的原因和合理性

发行人已在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“5、生产成本的构成”之“（6）每台空压机平均耗用钢材价格大幅下滑的原因和合理性，外购储气罐占钢材和储气罐采购金额比例大幅下滑的原因和合理性，自制储气罐和外购储气罐的单位成本及差异，报告期各期自制储气罐和外购储气罐的耗用金额，和空压机产量的匹配关”部分补充披露如下：

“④自制储气罐和外购储气罐的单位成本差异原因

报告期内，发行人自制和外购均涉及的储气罐主要系体积为 1 加仑、1.7 加仑、2 加仑、3 加仑、8 加仑的储气罐。

报告期内，虽然发行人 1 加仑、2 加仑、3 加仑自制成本整体低于外购成本，但发行人对外采购主要系公司的制罐车间产能不能满足所有小型空压机订单生产所需，制罐车间有限的产能主要用来做大中容量的储气罐，部分小容量储气

罐如 1 加仑、2 加仑、3 加仑等产能不足，因此该部分储气罐部分采用外购。

报告期内，发行人 1.7 加仑、8 加仑的储气罐自制成本大于外购成本，1.7 加仑、8 加仑的储气罐发行人以外购为主，发行人自制的 1.7 加仑、8 加仑的储气罐单位成本明细项目构成情况如下：

单位：元

项目			2020 年度	2019 年度	2018 年度
1.7 加仑喷塑卧罐 (料号： F1513700171)	外购	外购单价	41.03	41.57	43.49
		非材料成本占比	根据访谈供应商，生产该型号储气罐供应商非材料成本占比低于 20%。		
	自制	自制单位成本	/	/	49.99
		非材料成本占比	/	/	50.45%
		其中：单位材料成本	/	/	24.77
		单位人工成本	/	/	10.18
		单位制造费用	/	/	15.04
8 加仑毛坯储气罐 (料号： AT2501.00.00.00)	外购	外购单价	67.80	65.23	72.89
		非材料成本占比	根据访谈供应商，生产该型号储气罐供应商非材料成本占比低于 20%。		
	自制	自制单位成本	68.89	79.06	75.39
		非材料成本占比	21.08%	27.91%	23.31%
		其中：单位材料成本	54.37	57.00	57.82
		单位人工成本	9.24	9.72	8.09
		单位制造费用	5.29	12.34	9.48

发行人自制的 1.7 加仑、8 加仑储气罐单位成本中单位人工成本和单位制造费用占比较高且波动较大，致使发行人 1.7 加仑、8 加仑的储气罐自制成本大于外购成本。

报告期内，公司储气罐的生产线固定资产、固定资产折旧、模具费投入、产量情况具体如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
储气罐-产量（单位：万台）	70.89	56.57	53.28
储气罐车间固定资产规模（原值）（单位：万元）	1,058.20	1,013.39	674.01
生产成本-制造费用-储气罐生产设备折旧（单位：万元）	107.07	104.82	53.38
生产成本-制造费用-储气罐模具投入（单位：万元）	-	31.63	106.09
折旧和模具费对生产成本单位制造费用贡献	1.51	2.41	2.99

注：年度固定资产规模为期初与期末平均值，储气罐产量为实际自制储气罐数量。

如上表所示，2018 年、2019 年公司储气罐生产成本中制造费用包含冲压、焊接模具费用 106.09 万元、31.63 万元，公司生产储气罐所需冲压、焊接模具的均为外购，不同型号模具使用频率为每次生产配套型号储气罐均需要使用，由于模具使用寿命较久且不固定，该类模具会计处理未按照固定资产入账并按照使用年限进行折旧而由公司投入使用时当月一次性确认制造费用，2020 年，随着工艺的完善，发行人不再投入新的模具，储气罐产量也稳定增加，致使公司储气罐 2018 年、2019 年整体单位制造费用高于 2020 年，其中 2018 年单位制造费用较高主要系当年模具费用较高所致。此外，2019 年公司储气罐车间固定资产规模较 2018 年增加 339.38 万元，致使当期进入制造费用折旧增加较大，而同期产量并未明显增加，导致 2019 年单位制造费用较高。

对于 8 加仑储气罐，2019 年度公司储气罐车间固定资产规模较 2018 年度增加 51.44 万元，主要系公司新增加 8 加仑储气罐自动化生产线及相关配套生产设备，其中新增加 8 加仑储气罐自动化生产线新增折旧 26.80 万元，此外，2019 年当期新增的自动化生产线配套投入模具费 23.60 万元。然而，生产方面，由于新投建的自动化生产线生产效率未达到期望效率，2019 年，公司对投建的自动化生产线进行了间歇性的停工调试，上述扰动致使 2019 年公司生产的 8 加仑储气罐产量并未大幅提高，致使 2019 年 8 加仑储气罐单位制造费用高于 2018 年和 2020 年。报告期内，公司 8 加仑毛坯储气罐主要向永康市斑马机械有限公司采购，该公司生产车间只生产 8 加仑储气罐，属于专线生产，工作熟练度高于公司，根据访谈生产该型号的储气罐供应商，其生产该型号储气罐非材料成本占比低于 20%，其模具费主要设备于报告期前投入，非材料成本没有模具费及单位产品设备折旧较低，致使其非材料成本低于公司生产该型号储气罐的非材料成本占比。2020 年，随着工艺的完善，发行人不再投入新的模具和生产设备，自动化生产线开始稳定批量自制储气罐，8 加仑储气罐产量提高，致使单位人工成本和单位制造费用同比下降 34.13%，使得自制单位成本趋于外购成本。

对于 1.7 加仑储气罐，报告期内，发行人仅在 2018 年年初生产 3,000 台左右 1.7 加仑储气罐即不再生产转而全部向苏州中恒三佳自动化科技有限公司外购，发行人 2018 年一次性新投入 1.7 加仑储气罐模具费用 2.67 万元，致使公司 2018 年生产的 1.7 加仑喷塑卧罐非材料成本制造费用占比较大。此外，发行

人经过调研其制罐车间一条生产线需要配备 24 人平均 1 天生产不到 1200 台 1.7 加仑储气罐，而苏州中恒三佳自动化科技有限公司，其生产车间拥有 1 条配备了 6 台机器人的 1.7 加仑自动化专用生产线，单线人数低于 10 人而平均 1 天生产约 1500 台 1.7 加仑储气罐，上述因素致使发行人单位人工和制造费用远高于苏州中恒三佳自动化科技有限公司。同时鉴于公司 1.7 加仑小型空压机订单量相对较少，针对该型号储气罐，公司直接以外购为主不再自制。

报告期内，公司自制 1.7 加仑储气罐非材料生产成本占比大于 8 加仑储气罐，主要系体积越小的储气罐，材料占比越低，人工和制造费用占比越高，此外 2018 年发行人生产的 1.7 加仑储气罐生产数量较低，没有达到规模效应，个别的模具投入便放大了非材料成本占比，上述因素致使不同加仑产品的生产成本构成中材料成本和非材料生产成本占比存在差异。由于 2018 年和 2019 年发行人先期模具投入和固定资产折旧较大，而储气罐产量随着工艺熟练度提高逐年增加，上述因素致使同一加仑产品不同期间的生产成本构成中材料成本和非材料生产成本占比存在差异。”

二、披露储气罐的生产线及相关固定资产投建情况、用途、产能、产量，分析固定资产与相关业务规模的匹配关系，生产储气罐的技术来源

发行人已在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“5、生产成本的构成”之“（6）每台空压机平均耗用钢材价格大幅下滑的原因和合理性，外购储气罐占钢材和储气罐采购金额比例大幅下滑的原因和合理性，自制储气罐和外购储气罐的单位成本及差异，报告期各期自制储气罐和外购储气罐的耗用金额，和空压机产量的匹配关”部分补充披露如下：

“⑤发行人储气罐生产情况

截至 2020 年末，发行人共有 3 条制罐生产线，发行人于 2017 年 4 月新建储气罐生产车间并投产两条人工制造储气罐生产线，2018 年 5 月，发行人又投建第三条自动化制罐生产线。报告期内，公司储气罐的生产线固定资产投建情况、用途、产能、产量情况具体如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
储气罐车间固定资产规模 (原值) (单位: 万元)	1,058.20	1,013.39	674.01

储气罐-产能（单位：万台）	67.50	67.50	57.50
储气罐-产量（单位：万台）	70.89	56.57	53.28
单位固定资产平均产量（单位：台/万元）	669.91	558.23	790.49

注：年度固定资产规模为期初与期末平均值，储气罐产量为实际自制储气罐数量。

报告期内，公司储气罐生产车间固定资产规模与公司整体产量相匹配，2018年平均单位固定资产平均产量高于2019年度和2020年度，主要系与2018年比，2019年公司小型空压机整体产品体积向大容量转换，单位产线的储气罐产量降低。2019年单位固定资产平均产量低于2018年度和2020年度，主要系2018年投建的自动化生产线生产效率未达到期望效率，2019年，公司对2018年投建的自动化生产线进行了间歇性的停工调试，上述扰动致使2019年公司生产储气罐产值降低，同时也使得当年8加仑储气罐单位人工成本和单位制造费用占比较高且波动较大。

发行人储气罐生产工艺包括铸模、冲压、焊接工艺，上述工艺流程为行业内成熟的加工工艺，公司通过聘请生产管理经验丰富的生产管理人员，聘用具备资质的生产工人，并定期安排设备厂家对公司生产人员进行生产设备使用操作培训，快速掌握生产储气罐的工艺。”

三、量化分析并披露钢材等大宗商品价格波动对发行人产品定价、业绩等影响，作敏感性分析并补充风险提示

发行人在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、经营风险”之“（三）原材料价格上涨的风险”中补充披露如下：

公司主营业务成本中原材料成本占比较高，各年均超过85%，原材料采购价格的波动对主营业务毛利率的影响较大。同时公司产品定价采用成本加成原则，能够一定程度转移和消化原材料价格波动带来的风险。假定报告期内各年产品销量、除原材料以外的其他成本保持不变，同时公司采用成本加成模式与客户进行定价，并且产品价格变动与材料价格变动在时间点上保持一致的情形，则由于大宗商品价格变动，原材料采购价格变动对发行人产品定价的影响如下表所示：

小型空压机产品平均单价变动幅度			
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
原材料采购价格上涨 5%	3.00%	3.04%	3.42%
原材料采购价格上涨 10%	6.00%	6.09%	6.84%

小型空压机产品平均单价变动幅度			
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
原材料采购价格下跌 5%	-3.00%	-3.04%	-3.42%
原材料采购价格下跌 10%	-6.00%	-6.09%	-6.84%
干湿两用吸尘器平均单价变动幅度			
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
原材料采购价格上涨 5%	2.39%	2.60%	3.13%
原材料采购价格上涨 10%	4.77%	5.21%	6.26%
原材料采购价格下跌 5%	-2.39%	-2.60%	-3.13%
原材料采购价格下跌 10%	-4.77%	-5.21%	-6.26%

由上表可知，在大宗商品价格连续大幅上升的情况下，公司可能存在产品销售价格涨幅小于原材料价格涨幅情形，存在导致毛利率下降的情况。假定报告期内各年产品销量、除原材料以外的其他成本保持不变，同时公司采用成本加成模式与客户进行定价，并且产品价格变动与材料价格变动在时间点上保持一致的情形，则由于大宗商品价格变动，采购价格变动对发行人毛利率变动的影响如下表所示：

小型空压机产品毛利率变动幅度			
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
原材料采购价格上涨 5%	-0.86%	-0.85%	-0.68%
原材料采购价格上涨 10%	-1.67%	-1.65%	-1.32%
原材料采购价格下跌 5%	0.91%	0.91%	0.73%
原材料采购价格下跌 10%	1.88%	1.87%	1.52%
干湿两用吸尘器产品毛利率变动幅度			
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
原材料采购价格上涨 5%	-1.11%	-1.06%	-0.89%
原材料采购价格上涨 10%	-2.16%	-2.06%	-1.73%
原材料采购价格下跌 5%	1.15%	1.11%	0.94%
原材料采购价格下跌 10%	2.37%	2.28%	1.94%

此外，由于原材料价格上涨，公司采用成本加成进行销售定价需要与客户采购时进行商业谈判，可能产品价格变动与材料价格变动在时间点上会存在不一致的情形或产品价格往上调价力度不及预期情况，此时如果假设原材料发生剧烈变化而相关产品价格未能同步变动的最不利情况，则由于大宗商品价格上涨，采购价格变动对发行人毛利率变动的影响如下表所示：

小型空压机产品毛利率下降幅度			
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度

小型空压机产品毛利率下降幅度			
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
原材料采购价格上涨 5%	-3.00%	-3.04%	-3.42%
原材料采购价格上涨 10%	-6.00%	-6.08%	-6.84%
干湿两用吸尘器产品毛利率下降幅度			
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
原材料采购价格上涨 5%	-2.39%	-2.61%	-3.13%
原材料采购价格上涨 10%	-4.77%	-5.21%	-6.26%

公司主要原材料为金属件、塑料件类、钢材类、电机及组合件、电气件、阀表类、包材图档类等。近年来，主要原材料市场价格出现较大幅度波动，对公司采购价格产生一定影响，进而影响到公司生产成本，最终影响到公司利润。虽然公司采用成本加成定价原则适时适度提高产品定价，并且不断通过技术创新、生产流程优化及扩大产能实现规模经济降低非材料部分生产成本，同时推出新产品提高公司产品附加值，但未来如果大宗商品价格发生剧烈变化而公司相关产品价格未能同步传导，将会对公司主要产品的毛利率水平及经营业绩产生不利影响，存在原材料价格大幅波动给生产经营带来不利影响的风险。

四、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人会计师：

1、访谈发行人储气罐供应商苏州中恒三佳自动化科技有限公司、永康市斑马机械有限公司了解其储气罐非材料成本占比，查阅公司储气罐生产成本入库表，分析公司储气罐非材料成本占比变化，并分析公司对外采购储气罐成本和自制储气罐成本差异的原因；

2、查阅发行人固定资产明细表，了解发行人制罐车间生产设备价值情况，现场查看发行人制罐车间生产线，取得发行人储气罐入库明细表，了解发行人储气罐产能、产量情况，分析发行人固定资产与相关业务规模的匹配关系；

3、复核发行人原材料波动对发行人定价和毛利率变动的敏感性分析结果。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人会计师认为：

1、发行人 1 加仑、2 加仑、3 加仑储气罐自制成本整体低于外购成本，但因发行人制罐车间产能限制，1 加仑、2 加仑、3 加仑小容量储气罐部分采用外购；

报告期内，发行人 1.7 加仑、8 加仑的储气罐自制成本大于外购成本主要系该类储气罐单位成本中单位人工成本和单位制造费用占比较高且波动较大所致；

2、截至 2020 年年末，发行人共有 3 条制罐生产线，公司储气罐生产车间固定资产规模与公司整体产量相匹配；发行人通过聘请生产管理经验丰富的生产人员、定期安排生产培训等方式，掌握了生产储气罐的工艺；

3、在大宗商品价格持续大幅上升的情况下，公司可能存在销售价格涨幅小于原材料价格涨幅情形；如果公司主要原材料市场价格出现较大幅度波动，虽然公司采用成本加成定价原则适时适度提高产品定价，但大宗商品价格发生剧烈变化将会降低公司的毛利率水平，如果公司相关产品价格未能随大宗商品原材料同步上涨，存在原材料价格大幅波动给生产经营带来不利影响的风险。

9. 关于前五大供应商

前次审核问询回复显示：

（1）公司金属件、塑料件类、钢材类、电机及组合件各期前五大供应商存在部分供应商供应的原材料没有其他可比供应商，包括无锡市荣亿塑料电器有限公司、宁波市海曙鼎一气动工具有限公司、台州市华普电机有限公司；

（2）同类原材料中不同供应商提供的单价差异较大，发行人向永康市斑马机械有限公司采购单价低于苏州中恒三佳自动化科技有限公司，金属件中温岭市鑫都机械有限公司供应的铝价气缸单价在 6-7 元之间，苏州擎泰金属制品有限公司供应的铝价气缸单价在 3-4 元之间，发行人向 2020 年苏州市同创金属制品有限公司和苏州璟兴塑胶有限公司的采购单价大幅下滑，且低于其他同类供应商报价，其中苏州擎泰金属制品有限公司、苏州市同创金属制品有限公司和苏州璟兴塑胶有限公司为发行人前五大供应商；

（3）发行人第一大供应商苏州璟兴塑胶有限公司成立于 2015 年，成立当年和发行人开展合作，公司采购金额占其销售比例为 95%-100%；

（4）2020 年新增供应商上海展志钢材加工配送有限公司，合作当年进入前五大供应商；

（5）苏州怡东滕机械有限公司成立于 2012 年，成立当年便和发行人开展业务合作，发行人对其采购占其销售同类产品比重的 70%-75%；苏州天之裕精工科技有限公司成立于 2017 年，成立当年便和发行人开展业务合作，发行人对其采

购占其销售同类产品比重的 40%-45%。

(6) 报告期内，公司各期前五大钢材类材料供应商注册资本不高于 200 万元的生产型供应商主要为苏州中恒三佳自动化科技有限公司（台州中恒机械有限公司同一实际控制人控制的企业）、永康市斑马机械有限公司、苏州天之裕精工科技有限公司，保荐机构、发行人律师、发行人会计师实地走访上述三家供应商，并现场观察供应商生产车间生产规模，上述三家供应商生产规模与发行人向其采购规模相匹配。

请发行人补充披露：

(1) 部分供应商供应的原材料没有其他可比供应商的情形下此类供应商对其他客户销售同类产品单价和对发行人销售单价是否存在差异及定价公允性，发行人对此类供应商采购占其销售的比例；

(2) 发行人向前五大供应商苏州擎泰金属制品有限公司、苏州市同创金属制品有限公司和苏州璟兴塑胶有限公司采购单价低于同类原材料供应商采购单价的原因和合理性，2020 年向上述供应商采购单价大幅下滑的原因和合理性，向永康市斑马机械有限公司采购单价低于苏州中恒三佳自动化科技有限公司的原因和合理性，是否存在利益输送或其他利益安排；

(3) 成立当年便和发行人开展合作的供应商家数和交易金额，苏州璟兴塑胶有限公司成立当年和发行人开展合作的合作背景，报告期内苏州璟兴塑胶有限公司的主要财务数据、人员构成情况，是否和发行人及关联方、董监高或核心人员、前员工存在关联关系或其他利益往来；

(4) 2020 年向新增上海展志钢材加工配送有限公司大额采购的原因、采购的具体内容及最终供应商，发行人向上海展志钢材加工配送有限公司和上海展志钢材加工配送有限公司向最终供应商采购价格的差异；

(5) 苏州怡东滕机械有限公司、苏州天之裕精工科技有限公司和发行人的合作背景、成立之初便和发行人开展合作的原因和合理性，上述供应商对其他客户销售同类产品单价和对发行人销售单价是否存在差异及定价公允性，是否和发行人及关联方、董监高或核心人员、前员工存在关联关系或其他利益往来。

请保荐人、申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见；说明核查时间、核查人员和核查范围，按照采购规模分层列示不同规模的供应商的核查方式、

核查金额和核查比例，函证核查方式中发函时间、发函金额、回函金额、发函金额和回函金额不一致的原因，未回函的金额和原因；说明如何通过观察供应商生产车间生产规模分析供应商生产规模与发行人向其采购规模相匹配，是否采用其他核查程序分析生产规模和采购规模的匹配性。

回复：

一、部分供应商供应的原材料没有其他可比供应商的情形下此类供应商对其他客户销售同类产品单价和对发行人销售单价是否存在差异及定价公允性，发行人对此类供应商采购占其销售的比例

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“五、发行人主要产品的采购情况和主要供应商”之“（一）主要原材料及能源供应情况”之“2、主要原材料的价格变化”部分补充披露如下：

“.....

（1）部分供应商供应的原材料没有其他可比供应商的情形下此类供应商对发行人销售单价定价公允性情况

报告期内，公司金属件、塑料件类、钢材类、电机及组合件各期前五大供应商存在部分供应商供应的原材料没有其他可比供应商，包括无锡市荣亿塑料电器有限公司、宁波市海曙鼎一气动工具有限公司、台州市华普电机有限公司。

①无锡市荣亿塑料电器有限公司定价公允性情况

报告期内，发行人对无锡市荣亿塑料电器有限公司采购内容、采购金额占其销售的比例情况如下：

供应商名称	采购内容	公司采购金额占其销售比例
无锡市荣亿塑料电器有限公司	吸尘器塑料软管	10%-15%

报告期内，无锡市荣亿塑料电器有限公司向公司销售金额未超过其销售额20%，其下游客户包括天佑电器(苏州)有限公司、上海亿力电器有限公司等行业内的其他企业，不存在为发行人的独家供应商情形。

报告期内，发行人对无锡市荣亿塑料电器有限公司采购金额和占比情况如下：

单位：万元

2018 年度		2019 年度		2020 年度	
采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比

803.21	1.94%	742.17	2.18%	916.50	1.62%
--------	-------	--------	-------	--------	-------

报告期内，发行人对无锡市荣亿塑料电器有限公司采购金额占比较低，未超过当年采购总额 2%。

报告期内，发行人对无锡市荣亿塑料电器有限公司采购单价变动情况如下：

序号	项目	2019 年同比 2018 年		原因
		料号数	占核查比例	
1	采购均价同比上涨	1	3.28%	①研发变更材料构成成本增加
2	采购均价同比下降	2	23.33%	①随行情波动调价 ②长期合作供应商批量订单价格优惠
3	采购均价稳定	12	73.39%	-
合计		15	100.00%	-
序号	项目	2020 年同比 2019 年		原因
		料号数	占核查比例	
1	采购均价同比上涨	-	-	-
2	采购均价同比下降	8	56.54%	①行情累计波动幅度较大，与供应商协商调价 ②替代潜在供应商竞争报价，公司与供应商谈判降价
3	采购均价稳定	6	43.46%	-
合计		14	100.00%	-

注：保荐机构、发行人会计师对发行人向无锡市荣亿塑料电器有限公司 2018 年度至 2020 年度主要原材料各期采购单价进行核查，共选取 15 个料号，对各期采购金额核查覆盖比例超过 75%；

注：采购均价稳定为同比变动 2% 以内，采购均价同比上涨统计为同比上涨 2%（含）以上，采购均价同比下降统计为同比下降 2%（含）以上。

2019 年，保荐机构、发行人会计师核查的 15 个料号中，采购均价同比上涨料号数为 1 个，占核查比例 3.28%，主要原因为①研发变更材料构成成本增加；采购均价同比下降料号数为 2 个，占核查比例 23.33%，主要原因为①随行情波动调价、②长期合作供应商批量订单价格优惠；采购均价保持稳定料号为 12 个，占核查比例 73.39%。上述因素致使发行人 2019 年向无锡市荣亿塑料电器有限公司采购单价较 2018 年呈现下降趋势。

2020 年，保荐机构、发行人会计师核查的 15 个料号中，除 1 个料号未发生采购外，采购均价同比上涨料号数为 0 个，占核查比例 0.00%；采购均价同比下降料号数为 8 个，占核查比例 56.54%，主要原因为①行情累计波动幅度较大，与供应商协商调价、②替代潜在供应商竞争报价，公司与供应商谈判降价；采

购均价保持稳定料号为 6 个，占核查比例 43.46%。上述因素致使发行人 2020 年向无锡市荣亿塑料电器有限公司采购单价较 2019 年呈现下降趋势。

报告期内，无锡市荣亿塑料电器有限公司对其他客户销售同类产品单价和对发行人销售单价情况如下：

单位：元/个、元/根

供应商名称	物料名称	销售对象	订单发生采购期间		
			2020 年度	2019 年度	2018 年度
无锡市荣亿塑料电器有限公司	软管组件（25-1204 配吸口座，长度 1.5m）	对发行人销售单价	4.62	4.62	4.62
	波纹管（内 32*外 39.3*1 米/根）	对其他客户销售单价	4.30	4.30	4.30

根据走访并访谈无锡市荣亿塑料电器有限公司业务经办人，报告期内，无锡市荣亿塑料电器有限公司对不同客户销售的产品存在同类产品但不存在同一规格产品，报告期内，无锡市荣亿塑料电器有限公司对不同客户销售的产品单价保持稳定，其对其他客户销售同类产品单价和对公司变动趋势保持一致，同时根据访谈无锡市荣亿塑料电器有限公司业务经办人，由于公司订单稳定且量较大，其对公司报价与其他客户相比处于中等偏下水平，无锡市荣亿塑料电器有限公司对公司销售的原材料产品定价公允。

此外，保荐机构、发行人会计师查阅无锡市荣亿塑料电器有限公司工商资料，关注无锡市荣亿塑料电器有限公司主要原材料供应商的股东（含历史股东）、主要管理人员等关联方与发行人在册股东是否存在关联关系；保荐机构、发行人会计师查阅报告期内发行人银行流水、发行人实际控制人及其控制企业的资金流水、发行人董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员资金流水；保荐机构、发行人会计师现场查看无锡市荣亿塑料电器有限公司已开立银行账户清单及已开立银行账户清单中于 2017 年初至 2020 年 12 月末存续账户的银行对账单，对账单单笔超过 20 万元交易明细及交易金额未达到 20 万元但与同一交易对手方频繁进行交易的情况进行往来明细核查，现场查看无锡市荣亿塑料电器有限公司实际控制人主要银行账户流水对账单，对单笔超过 10 万元交易明细及交易金额未达到 10 万元但与同一交易对手方频繁进行交易的情况进行往来明细核查，并与发行人在册股东、发行人关联方等进行双向匹配，具体核查银行账户情况如下表所示：

供应商名称	法定代表人/实际控制人	注册资本	公司采购金额占其销售比例	核查账户数量	走访银行情况
无锡市荣亿塑料电器有限公司	张一、杨艳	3,000万元	10%-15%	企业账户2个；实际控制人账户3个	-

经核查，发行人供应商无锡市荣亿塑料电器有限公司股东、主要管理人员与发行人在册股东不存在关联关系，不存在供应商及其关联方入股发行人情况，无锡市荣亿塑料电器有限公司及其实际控制人与发行人控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员不存在大额资金往来，不存在利益输送或其他利益安排。

②宁波市海曙鼎一气动工具有限公司定价公允性情况

报告期内，发行人对宁波市海曙鼎一气动工具有限公司采购内容、采购金额占其销售的比例情况如下：

供应商名称	采购内容	公司采购金额占其销售比例
宁波市海曙鼎一气动工具有限公司	金属接头	45%-50%

报告期内，宁波市海曙鼎一气动工具有限公司向公司销售金额未超过其销售额50%，其下游客户包括格力博(江苏)股份有限公司、史丹利百得(苏州)科技有限公司等行业内的其他企业，不存在为发行人的独家供应商情形。

报告期内，发行人对宁波市海曙鼎一气动工具有限公司采购金额和占比情况如下：

单位：万元

2018 年度		2019 年度		2020 年度	
采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
722.01	1.75%	485.84	1.43%	610.86	1.08%

报告期内，发行人对宁波市海曙鼎一气动工具有限公司采购金额占比较低，未超过当年采购总额2%。

报告期内，发行人对宁波市海曙鼎一气动工具有限公司采购单价变动情况如下：

序号	项目	2019 年同比 2018 年		原因
		料号数	占核查比例	
1	采购均价同比上涨	1	31.29%	①行情累计波动幅度较大，供应商与公司协商调价
2	采购均价同比下降	-	-	-

3	采购均价稳定	4	68.71%	-
合计		5	100.00%	-
序号	项目	2020 年同比 2019 年		原因
		料号数	占核查比例	
1	采购均价同比上涨	-	-	-
2	采购均价同比下降	-	-	-
3	采购均价稳定	5	100.00%	-
合计		5	100.00%	-

注：保荐机构、发行人会计师对发行人向宁波市海曙鼎一气动工具有限公司 2018 年度至 2020 年度主要原材料各期采购单价进行核查，共选取 5 个料号，对各期采购金额核查覆盖比例超过 75%；

注：采购均价稳定为同比变动 2% 以内，采购均价同比上涨统计为同比上涨 2%（含）以上，采购均价同比下降统计为同比下降 2%（含）以上。

2019 年，保荐机构、发行人会计师核查的 5 个料号中，采购均价同比上涨料号数为 1 个，占核查比例 31.29%，主要原因为①行情累计波动幅度较大，供应商与公司协商调价；采购均价同比下降料号数为 0 个，占核查比例 0.00%；采购均价保持稳定料号为 4 个，占核查比例 68.71%。上述因素致使发行人 2019 年向宁波市海曙鼎一气动工具有限公司采购单价较 2018 年呈现上涨趋势。

2020 年，保荐机构、发行人会计师核查的 5 个料号中，采购均价保持稳定料号为 5 个，占核查比例 100.00%，具备合理性。

报告期内，宁波市海曙鼎一气动工具有限公司对其他客户销售同类产品单价和对发行人销售单价情况如下：

单位：元/个、元/根

供应商名称	物料名称	销售对象	订单发生采购期间		
			2020 年度	2019 年度	2018 年度
宁波市海曙鼎一气动工具有限公司	四眼快接头	对发行人销售单价	3.30	3.30	3.30
		对其他客户销售单价	3.79	3.79	3.79

根据走访并访谈宁波市海曙鼎一气动工具有限公司业务经办人，报告期内，宁波市海曙鼎一气动工具有限公司对不同客户销售的产品存在同一规格产品，宁波市海曙鼎一气动工具有限公司对其他客户销售的同一规格产品单价略微低于销售给公司产品单价，主要系公司是其第一大客户，整体产品订单量大而价格相对优惠。同时根据访谈宁波市海曙鼎一气动工具有限公司业务经办人，由于公司订单稳定且量较大，其对公司报价与其他客户相比处于中等偏下水平，

因此，考虑订单规模情况，宁波市海曙鼎一气动工具有限公司销售的原材料产品定价公允。

此外，保荐机构、发行人会计师查阅宁波市海曙鼎一气动工具有限公司工商资料，关注宁波市海曙鼎一气动工具有限公司主要原材料供应商的股东（含历史股东）、主要管理人员等关联方与发行人在册股东是否存在关联关系；保荐机构、发行人会计师查阅报告期内发行人银行流水、发行人实际控制人及其控制企业的资金流水、发行人董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员资金流水；保荐机构、发行人会计师现场查看宁波市海曙鼎一气动工具有限公司已开立银行账户清单及已开立银行账户清单中于 2017 年初至 2020 年 12 月末存续账户的银行对账单，对账单单笔超过 20 万元交易明细及交易金额未达到 20 万元但与同一交易对手方频繁进行交易的情况进行往来明细核查，现场查看宁波市海曙鼎一气动工具有限公司实际控制人主要银行账户流水对账单，对单笔超过 10 万元交易明细及交易金额未达到 10 万元但与同一交易对手方频繁进行交易的情况进行往来明细核查，并与发行人在册股东、发行人关联方等进行双向匹配，具体核查银行账户情况如下表所示：

供应商名称	法定代表人/实际控制人	注册资本	公司采购金额占其销售比例	核查账户数量	走访银行情况
宁波市海曙鼎一气动工具有限公司	翁善成	20 万元	45%-50%	企业账户 1 个； 实际控制人账户 4 个	陪同供应商实际控制人翁善成前往当地工商银行、建设银行、交通银行、农业银行、邮政储蓄银行、招商银行、中国银行、宁波银行共计 8 家银行查询个人账户清单，确认其实际控制人账户完整性

经核查，发行人供应商宁波市海曙鼎一气动工具有限公司股东、主要管理人员与发行人在册股东不存在关联关系，不存在供应商及其关联方入股发行人情况，宁波市海曙鼎一气动工具有限公司及其实际控制人与发行人控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员不存在大额资金往来，不存在利益输送或其他利益安排。

③台州市华普电机有限公司定价公允性情况

报告期内，发行人对台州市华普电机有限公司采购内容、采购金额占其销售的比例情况如下：

供应商名称	采购内容	公司采购金额占其销售比例
台州市华普电机有限公司	定转子组合件	5%以内

报告期内，台州市华普电机有限公司向公司销售金额未超过其销售额 5%，其下游客户包括重庆弘愿压缩机制造有限公司、昆山艾巴马机电工业有限公司等行业内的其他企业，不存在为发行人的独家供应商情形。

报告期内，发行人对台州市华普电机有限公司采购金额和占比情况如下：

单位：万元

2018 年度		2019 年度		2020 年度	
采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
4.15	0.01%	45.48	0.13%	362.69	0.64%

报告期内，发行人对台州市华普电机有限公司采购金额占比较低，未超过当年采购总额 1%。

报告期内，发行人对台州市华普电机有限公司采购单价变动情况如下：

序号	项目	2019 年同比 2018 年		原因
		料号数	占核查比例	
1	采购均价同比上涨	-	-	-
2	采购均价同比下降	-	-	-
3	采购均价稳定	2	100.00%	-
合计		2	100.00%	-
序号	项目	2020 年同比 2019 年		原因
		料号数	占核查比例	
1	采购均价同比上涨	-	-	-
2	采购均价同比下降	2	100.00%	①行情累计波动幅度较大，与供应商协商调价
3	采购均价稳定	-	-	-
合计		2	100.00%	-

注：保荐机构、发行人会计师对发行人向台州市华普电机有限公司 2018 年度至 2020 年度主要原材料各期采购单价进行核查，共选取 2 个料号，对各期采购金额核查覆盖比例超过 75%；

注：采购均价稳定为同比变动 2% 以内，采购均价同比上涨统计为同比上涨 2%（含）以上，采购均价同比下降统计为同比下降 2%（含）以上。

2019 年，保荐机构、发行人会计师核查的 2 个料号中，采购均价保持稳定料号为 2 个，占核查比例 100.00%，具备合理性。

2020 年，保荐机构、发行人会计师核查的 2 个料号中，采购均价同比上涨料号数为 0 个，占核查比例 0.00%；采购均价同比下降料号数为 2 个，占核查比例 100.00%，主要原因为①行情累计波动幅度较大，与供应商协商调价；采购均价保持稳定料号为 0 个，占核查比例 0.00%。上述因素致使发行人 2020 年向台州市华普电机有限公司采购单价较 2019 年呈现下降趋势。

报告期内，台州市华普电机有限公司对其他客户销售同类产品单价和对发行人销售单价情况如下：

单位：元/个、元/根

供应商名称	物料名称	销售对象	订单发生采购期间		
			2020 年度	2019 年度	2018 年度
台州市华普电机有限公司	转子组件（0.8cfm）	对发行人销售单价	73.75	/	/
		对其他客户销售单价	73.45	/	/

根据走访并访谈台州市华普电机有限公司业务经办人，报告期内，台州市华普电机有限公司对不同客户销售的产品存在同一规格产品，台州市华普电机有限公司对其他客户销售的同一规格产品单价与销售给公司产品单价基本保持一致，同时根据访谈台州市华普电机有限公司业务经办人，其对公司报价与其他客户相比处于中等水平，台州市华普电机有限公司对公司销售的原材料产品定价公允。

此外，保荐机构、发行人会计师查阅台州市华普电机有限公司工商资料，关注台州市华普电机有限公司主要原材料供应商的股东（含历史股东）、主要管理人员等关联方与发行人在册股东是否存在关联关系；保荐机构、发行人会计师查阅报告期内发行人银行流水、发行人实际控制人及其控制企业的资金流水、发行人董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员资金流水；保荐机构、发行人会计师现场查看台州市华普电机有限公司已开立银行账户清单及已开立银行账户清单中于 2017 年初至 2020 年 12 月末存续账户的银行对账单，对账单单笔超过 20 万元交易明细及交易金额未达到 20 万元但与同一交易对手方频繁进行交易的情况进行往来明细核查，现场查看台州市华普电机有限公司实际控制人主要银行账户流水对账单，对单笔超过 10 万元交易明细及交易金额未达到 10 万元但与同一交易对手方频繁进行交易的情况进行往来明细核查，并与发行

人在册股东、发行人关联方等进行双向匹配，具体核查银行账户情况如下表所示：

供应商名称	法定代表人/实际控制人	注册资本	公司采购金额占其销售比例	核查账户数量	走访银行情况
台州市华普电机有限公司	陈广冲	258万元	5%以内	企业账户4个；实际控制人账户2个	-

经核查，发行人供应商台州市华普电机有限公司股东、主要管理人员与发行人在册股东不存在关联关系，不存在供应商及其关联方入股发行人情况，台州市华普电机有限公司及其实际控制人与发行人控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员不存在大额资金往来，不存在利益输送或其他利益安排。”

二、发行人向前五大供应商苏州擎泰金属制品有限公司、苏州市同创金属制品有限公司和苏州璟兴塑胶有限公司采购单价低于同类原材料供应商采购单价的原因和合理性，2020 年向上述供应商采购单价大幅下滑的原因和合理性，向永康市斑马机械有限公司采购单价低于苏州中恒三佳自动化科技有限公司的原因和合理性，是否存在利益输送或其他利益安排

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“五、发行人主要产品的采购情况和主要供应商”之“（一）主要原材料及能源供应情况”之“2、主要原材料的价格变化”部分补充披露如下：

“.....

（2）发行人对部分供应商供应的原材料采购价格低于同类原材料供应商采购单价的原因，发行人 2020 年向部分供应商采购单价大幅下滑的原因

①苏州擎泰金属制品有限公司与同类原材料供应商采购单价横向对比及各期采购单价变动的纵向对比情况

保荐机构和发行人会计师核查了发行人向苏州擎泰金属制品有限公司采购价格与其他供应商价格，针对同一原材料，报告期内，发行人对苏州擎泰金属制品有限公司采购价格不存在显著低于与其他同类供应商采购平均价格，具体对比情况如下：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
采购单价	存在 2 个可比料号，1 个料号高于平均价格	存在 1 个可比料号，1 个料号等于平均价格	不存在可比供应商

项目	2020 年	2019 年	2018 年
	1 个料号低于平均价格		
低于平均价格原因	1 个料号低于平均价格 主要系 2020 年随着供应量的增大谈判降价	-	-

注：除上述情况外，报告期内，发行人存在向苏州擎泰金属制品有限公司和温岭市鑫都机械有限公司均采购的铝件气缸，但发行人向两家供应商采购的铝件气缸非同一料号，气缸内径存在差异，发行人向苏州擎泰金属制品有限公司采购的铝件气缸内径约为 30-40mm，平均单价在 3-4 元之间，向温岭市鑫都机械有限公司采购的铝件气缸内径约为 60-70mm，平均单价在 6-7 元之间。

报告期内，发行人对苏州擎泰金属制品有限公司采购单价变动情况如下：

序号	项目	2019 年同比 2018 年		原因
		料号数	占核查比例	
1	采购均价同比上涨	2	5.68%	①2018 年中美贸易战与供应商协商调价导致 2018 年价格低于 2019 年价格
2	采购均价同比下降	3	8.01%	①替代供应商竞争报价，公司与供应商谈判降价 ②行情累计波动，与供应商协商调价 ③长期合作供应商批量订单价格优惠
3	采购均价稳定	16	86.31%	-
合计		21	100.00%	-
序号	项目	2020 年同比 2019 年		原因
		料号数	占核查比例	
1	采购均价同比上涨	-	-	-
2	采购均价同比下降	19	78.26%	①行情累计波动幅度较大，与供应商协商调价
3	采购均价稳定	2	21.74%	-
合计		21	100.00%	-

注：保荐机构、发行人会计师对发行人向苏州擎泰金属制品有限公司 2018 年度至 2020 年度主要原材料各期采购单价进行核查，共选取 21 个料号，对各期采购金额核查覆盖比例超过 75%；

注：采购均价稳定为同比变动 2% 以内，采购均价同比上涨统计为同比上涨 2%（含）以上，采购均价同比下降统计为同比下降 2%（含）以上。

2019 年，保荐机构、发行人会计师核查的 21 个料号中，采购均价同比上涨料号数为 2 个，占核查比例 5.68%，主要原因为①2018 年中美贸易战与供应商协商调价导致 2018 年价格低于 2019 年价格；采购均价同比下降料号数为 3 个，

占核查比例 8.01%，主要原因为①替代供应商竞争报价，公司与供应商谈判降价、②行情累计波动，与供应商协商调价、③长期合作供应商批量订单价格优惠；采购均价保持稳定料号为 16 个，占核查比例 86.31%。上述因素致使发行人 2019 年向苏州擎泰金属制品有限公司采购单价较 2018 年呈现下降趋势。

2020 年，保荐机构、发行人会计师核查的 21 料号中，采购均价同比上涨料号数为 0 个，占核查比例 0.00%；采购均价同比下降料号数为 19 个，占核查比例 78.26%，主要原因为①铝锭材料行情累计波动幅度较大，与供应商协商调价；采购均价保持稳定料号为 2 个，占核查比例 21.74%。上述因素致使发行人 2020 年向苏州擎泰金属制品有限公司采购单价较 2019 年呈现下降趋势，上述趋势与公司向温岭市鑫都机械有限公司采购价格下降趋势相一致，具备合理性。

此外，保荐机构、发行人会计师查阅苏州擎泰金属制品有限公司工商资料，关注苏州擎泰金属制品有限公司主要原材料供应商的股东（含历史股东）、主要管理人员等关联方与发行人在册股东是否存在关联关系；保荐机构、发行人会计师查阅报告期内发行人银行流水、发行人实际控制人及其控制企业的资金流水、发行人董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员资金流水；保荐机构、发行人会计师现场查看苏州擎泰金属制品有限公司已开立银行账户清单及已开立银行账户清单中于 2019 年初至 2020 年 12 月末存续账户的银行对账单，对账单单笔超过 20 万元交易明细及交易金额未达到 20 万元但与同一交易对手方频繁进行交易的情况进行往来明细核查，现场查看苏州擎泰金属制品有限公司实际控制人主要银行账户流水对账单，对单笔超过 10 万元交易明细及交易金额未达到 10 万元但与同一交易对手方频繁进行交易的情况进行往来明细核查，并与发行人在册股东、发行人关联方等进行双向匹配，具体核查银行账户情况如下表所示：

供应商名称	法定代表人/实际控制人	注册资本	公司采购金额占其销售比例	核查账户数量	走访银行情况
苏州擎泰金属制品有限公司	卢建忠	50 万元	30%-35%	企业账户 1 个；实际控制人账户 6 个	陪同供应商实际控制人卢建忠前往当地工商银行、建设银行、交通银行、农业银行、邮政储蓄银行、招商银行、中国银行、苏州银行共计 8 家银行查询个人账户清单，确认其实际控制人账户完整

供应商名称	法定代表人/实际控制人	注册资本	公司采购金额占其销售比例	核查账户数量	走访银行情况
					性

经核查，发行人供应商苏州擎泰金属制品有限公司股东、主要管理人员与发行人在册股东不存在关联关系，不存在供应商及其关联方入股发行人情况，苏州擎泰金属制品有限公司及其实际控制人与发行人控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员不存在大额资金往来，不存在利益输送或其他利益安排。

②苏州市同创金属制品有限公司与同类原材料供应商采购单价横向对比及各期采购单价变动的纵向对比情况

保荐机构和发行人会计师核查了发行人向苏州市同创金属制品有限公司采购价格与其他供应商价格，针对同一原材料，报告期内，发行人对苏州市同创金属制品有限公司采购价格部分料号在 2020 年存在低于与其他同类供应商采购平均价格，具体对比情况如下：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
采购单价	存在 4 个可比料号, 2 个料号高于平均价格, 2 个料号低于平均价格	不存在可比供应商	不存在可比供应商
低于平均价格原因	苏州市同创金属制品有限公司原为公司定子和转子独家供应商，公司在 2019 年 10 月公司导入浙江和超电机有限公司，浙江和超电机有限公司对型号 MI4202 定子和转子铁芯提出更为优惠价格竞争，公司减少该型号定子铁芯向苏州市同创金属制品有限公司下单规模，在 2020 年 5、6 月份苏州市同创金属制品有限公司因为有备货库存即将生锈，所以降本消耗库存所致	-	-

报告期内，发行人对苏州市同创金属制品有限公司采购单价变动情况如下：

序号	项目	2019 年同比 2018 年		原因
		料号数	占核查比例	
1	采购均价同比上涨	-	-	-
2	采购均价同比下降	10	100.00%	①随硅钢行情波动调价 ②替代供应商竞争报价，公司与供应商谈判降价
3	采购均价稳定	-	-	-
合计		10	100.00%	-

序号	项目	2020 年同比 2019 年		原因
		料号数	占核查比例	
1	采购均价同比上涨	6	35.58%	①随硅钢行情波动调价
2	采购均价同比下降	2	46.58%	①替代供应商竞争, 有备货库存即将生锈, 消耗备货库存降价
3	采购均价稳定	2	17.84%	-
合计		10	100.00%	-

注:保荐机构、发行人会计师对发行人向苏州市同创金属制品有限公司2018年度至2020年度主要原材料各期采购单价进行核查,共选取10个料号,对各期采购金额核查覆盖比例超过75%;

注:采购均价稳定为同比变动2%以内,采购均价同比上涨统计为同比上涨2%(含)以上,采购均价同比下降统计为同比下降2%(含)以上。

2019年,保荐机构、发行人会计师核查的10个料号中,采购均价同比上涨料号数为0个,占核查比例0.00%;采购均价同比下降料号数为10个,占核查比例100.00%,主要原因为①随硅钢行情波动调价、②替代供应商竞争报价,公司与供应商谈判降价,公司与供应商谈判降价;采购均价保持稳定料号为0个,占核查比例0.00%。上述因素致使发行人2019年向苏州市同创金属制品有限公司采购单价较2018年呈现下降趋势。

2020年,保荐机构、发行人会计师核查的10个料号中,采购均价同比上涨料号数为6个,占核查比例35.58%,主要原因为①随硅钢行情波动调价;采购均价同比下降料号数为2个,占核查比例46.58%,主要原因为①替代供应商竞争,有备货库存即将生锈,消耗备货库存降价;采购均价保持稳定料号为2个,占核查比例17.84%。上述因素致使发行人2020年向苏州市同创金属制品有限公司采购单价较2019年呈现下降趋势。

此外,保荐机构、发行人会计师查阅苏州市同创金属制品有限公司工商资料,关注苏州市同创金属制品有限公司主要原材料供应商的股东(含历史股东)、主要管理人员等关联方与发行人在册股东是否存在关联关系;保荐机构、发行人会计师查阅报告期内发行人银行流水、发行人实际控制人及其控制企业的资金流水、发行人董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员资金流水;保荐机构、发行人会计师现场查看苏州市同创金属制品有限公司已开立银行账户清单及已开立银行账户清单中于2017年初至2020年12月末存续账户的银行对账单,对账单单笔超过20万元交易明细及交易金额未达到20万元但与同一交易对手

方频繁进行交易的情况进行往来明细核查，现场查看苏州市同创金属制品有限公司实际控制人主要银行账户流水对账单，对单笔超过 10 万元交易明细及交易金额未达到 10 万元但与同一交易对手方频繁进行交易的情况进行往来明细核查，并与发行人在册股东、发行人关联方等进行双向匹配，具体核查银行账户情况如下表所示：

供应商名称	法定代表人/实际控制人	注册资本	公司采购金额占其销售比例	核查账户数量	走访银行情况
苏州市同创金属制品有限公司	孙金海	1,500 万元	5%-10%	企业账户 4 个； 实际控制人账户 3 个	陪同供应商实际控制人孙金海前往当地工商银行、建设银行、交通银行、农业银行、邮政储蓄银行、招商银行、中国银行、苏州银行共计 8 家银行查询个人账户清单，确认其实际控制人账户完整性。

经核查，发行人供应商苏州市同创金属制品有限公司股东、主要管理人员与发行人在册股东不存在关联关系，不存在供应商及其关联方入股发行人情况，苏州市同创金属制品有限公司及其实际控制人与发行人控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员不存在大额资金往来，不存在利益输送或其他利益安排。

③苏州璟兴塑胶有限公司与同类原材料供应商采购单价横向对比及各期采购单价变动的纵向对比情况

保荐机构和发行人会计师核查了发行人向苏州璟兴塑胶有限公司采购价格与其他供应商价格，针对同一原材料，报告期内，发行人对苏州璟兴塑胶有限公司采购价格不存在显著低于与其他同类供应商采购平均价格，具体对比情况如下：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
采购单价	存在 19 个可比料号，8 个料号高于平均价格，5 个料号等于平均价格，6 个料号低于平均价格	存在 13 个可比料号，4 个料号高于平均价格，2 个料号等于平均价格，7 个料号低于平均价格	存在 2 个可比料号，1 个料号高于平均价格，1 个料号低于平均价格
低于平均价格原因	①采购价格按照实时大宗商品塑料粒子行情定价，不同供应商采购时点分布存在差异致年度均价存在差异，公司对其他供应商苏州祥盈升精密实业有限公司订单是在 2020 年 9 月底下采购订单的，当时的原材料行情		

项目	2020 年	2019 年	2018 年
	是前两个季度的高点，致使平均价格高于发行人对苏州璟兴塑胶有限公司采购价格 ②发行人向苏州璟兴塑胶有限公司采购的 10 加仑带 Dewalt 丝印尘桶平均单价低于向苏州奔腾塑业有限公司同加仑大小丝印尘桶，主要系 Stanley Black&Decker 指定了苏州奔腾塑业有限公司为其 OEM 商的上游尘桶供应商，而苏州璟兴塑胶有限公司向发行人供应的尘桶主要用于生产品牌授权模式类产品，作为 Stanley Black&Decker 指定的上游供应商，苏州奔腾塑业有限公司具备较强的议价能力，致使公司向其采购的尘桶价格高于向苏州璟兴塑胶有限公司采购的单价		

报告期内，发行人对苏州璟兴塑胶有限公司采购单价变动情况如下：

序号	项目	2019 年同比 2018 年		原因
		料号数	占核查比例	
1	采购均价同比上涨	22	22.56%	①随塑料粒子行情波动调价 ②塑料粒子行情累计波动幅度较大，与供应商协商调价 ③2018 年中美贸易战与供应商协商调价导致 2018 年价格低于 2019 年价格 ④采购核价错误 ⑤研发变更材料要求，材料所需成本增加 ⑥去年批量订单价格优惠，本年采购量小价格较高 ⑦上年试样采购价格偏低
2	采购均价同比下降	32	41.72%	①随塑料粒子行情波动调价 ②长期合作供应商批量订单价格优惠 ③替代供应商竞争报价，公司与供应商谈判降价
3	采购均价稳定	29	35.72%	-
合计		83	100.00%	-
序号	项目	2020 年同比 2019 年		原因
		料号数	占核查比例	
1	采购均价同比上涨	10	12.31%	①随塑料粒子行情波动调价
2	采购均价同比下降	47	74.83%	①随塑料粒子行情波动调价 ②塑料粒子行情累计波动幅度较大，与供应商协商调价 ③供应商工艺变更导致
3	采购均价稳定	18	12.86%	-
合计		75	100.00%	-

注：保荐机构、发行人会计师对发行人向苏州璟兴塑胶有限公司 2018 年度至 2020 年度主要原材料各期采购单价进行核查，共选取 85 个料号，对各期采购金额核查覆盖比例超过 75%；

注：采购均价稳定为同比变动 2% 以内，采购均价同比上涨统计为同比上涨 2%（含）以上，采购均价同比下降统计为同比下降 2%（含）以上。

2019 年，保荐机构、发行人会计师核查的 85 个料号中，除 2 个料号未发生采购外，采购均价同比上涨料号数为 22 个，占核查比例 22.56%，主要原因为①随行情波动调价、②行情累计波动幅度较大，与供应商协商调价、③2018 年中美贸易战与供应商协商调价导致 2018 年价格低于 2019 年价格、④采购核价错误、⑤研发变更材料要求，材料所需成本增加、⑥去年批量订单价格优惠，本年采购量小价格较高、⑦上年试样采购价格偏低；采购均价同比下降料号数为 32 个，占核查比例 41.72%，主要原因为①随行情波动调价、②长期合作供应商批量订单价格优惠、③替代供应商竞争报价，公司与供应商谈判降价；采购均价保持稳定料号为 29 个，占核查比例 35.72%。上述因素致使发行人 2019 年向苏州璟兴塑胶有限公司采购单价较 2018 年呈现下降趋势。

2020 年，保荐机构、发行人会计师核查的 85 个料号中，除 10 个料号未发生采购外，采购均价同比上涨料号数为 10 个，占核查比例 12.31%，主要原因为①随行情波动调价；采购均价同比下降料号数为 47 个，占核查比例 74.83%，主要原因为、①随行情波动调价、②行情累计波动幅度较大，与供应商协商调价、③供应商工艺变更导致；采购均价保持稳定料号为 18 个，占核查比例 12.86%。上述因素致使发行人 2020 年向苏州璟兴塑胶有限公司采购单价较 2019 年呈现下降趋势。

此外，保荐机构、发行人会计师查阅苏州璟兴塑胶有限公司工商资料，关注苏州璟兴塑胶有限公司主要原材料供应商的股东（含历史股东）、主要管理人员等关联方与发行人在册股东是否存在关联关系；保荐机构、发行人会计师查阅报告期内发行人银行流水、发行人实际控制人及其控制企业的资金流水、发行人董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员资金流水；保荐机构、发行人会计师现场查看苏州璟兴塑胶有限公司已开立银行账户清单及已开立银行账户清单中于 2017 年初至 2020 年 12 月末存续账户的银行对账单，对账单单笔超过 20 万元交易明细及交易金额未达到 20 万元但与同一交易对手方频繁进行交易的情况进行往来明细核查，现场查看苏州璟兴塑胶有限公司实际控制人主要

银行账户流水对账单，对单笔超过 10 万元交易明细及交易金额未达到 10 万元但与同一交易对手方频繁进行交易的情况进行往来明细核查，并与发行人在册股东、发行人关联方等进行双向匹配，具体核查银行账户情况如下表所示：

供应商名称	法定代表人/实际控制人	注册资本	公司采购金额占其销售比例	核查账户数量	走访银行情况
苏州璟兴塑胶有限公司	张顺枝	300 万元	95%-100%	企业账户 4 个； 实际控制人账户 8 个	陪同供应商实际控制人张顺枝前往当地工商银行、建设银行、交通银行、农业银行、邮政储蓄银行、招商银行、中国银行、苏州银行共计 8 家银行查询个人账户清单，确认其实际控制人账户完整性。

经核查，发行人供应商苏州璟兴塑胶有限公司股东、主要管理人员与发行人在册股东不存在关联关系，不存在供应商及其关联方入股发行人情况，苏州璟兴塑胶有限公司及其实际控制人与发行人控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员不存在大额资金往来，不存在利益输送或其他利益安排。

④永康市斑马机械有限公司采购单价低于苏州中恒三佳自动化科技有限公司的原因和合理性

保荐机构和发行人会计师核查了发行人向永康市斑马机械有限公司和苏州中恒三佳自动化科技有限公司的采购价格，针对同一加仑储气罐，报告期内，发行人对永康市斑马机械有限公司采购价格存在低于与苏州中恒三佳自动化科技有限公司采购价格，具体对比情况如下：

物料名称	供应商名称	2020 年采购单价	2019 年采购单价	2018 年采购单价
8 加仑储气罐	苏州中恒三佳自动化科技有限公司	74.17	70.93	78.54
	永康市斑马机械有限公司	67.27	65.69	73.51

报告期内，公司向永康市斑马机械有限公司采购的 8 加仑储气罐单价低于苏州中恒三佳自动化科技有限公司。一方面，永康市斑马机械有限公司向公司提供的储气罐为毛坯储气罐，苏州中恒三佳自动化科技有限公司向公司提供的储气罐中主要为喷涂储气罐，苏州中恒三佳自动化科技有限公司提供的储气罐工序更多，价格更贵；另一方面，永康市斑马机械有限公司生产车间只生产 8

加仓储气罐，苏州中恒三佳自动化科技有限公司生产车间同时生产多种体积储气罐，同一生产线进行不同体积生产时需要更换冲压模具、焊接工装和调节生产设备参数，因此永康市斑马机械有限公司生产 8 加仓储气罐工艺效率高于苏州中恒三佳自动化科技有限公司；此外，永康市斑马机械有限公司整体经营规模小于苏州中恒三佳自动化科技有限公司，公司对其议价能力相对较高，上述因素综合导致公司向永康市斑马机械有限公司采购的 8 加仓储气罐单价低于苏州中恒三佳自动化科技有限公司。报告期内，发行人对永康市斑马机械有限公司和苏州中恒三佳自动化科技有限公司采购储气罐平均单价呈现先下降后上升的趋势，与大宗商品钢材 2019 年较 2018 年下降趋势、2020 年较 2019 年上升趋势相匹配，发行人储气罐采购定价具备公允性。

报告期内，发行人对永康市斑马机械有限公司采购单价变动情况如下：

序号	项目	2019 年同比 2018 年		原因
		料号数	占核查比例	
1	采购均价同比上涨	-	-	-
2	采购均价同比下降	1	72.02%	①随行情波动调价
3	采购均价稳定	1	27.98%	-
合计		2	100.00%	-
序号	项目	2020 年同比 2019 年		原因
		料号数	占核查比例	
1	采购均价同比上涨	1	51.26%	①随行情波动调价
2	采购均价同比下降	-	-	-
3	采购均价稳定	1	48.74%	-
合计		2	100.00%	-

注：保荐机构、发行人会计师对发行人向永康市斑马机械有限公司 2018 年度至 2020 年度主要原材料各期采购单价进行核查，共选取 4 个料号，对各期采购金额核查覆盖比例超过 75%；

注：采购均价稳定为同比变动 2% 以内，采购均价同比上涨统计为同比上涨 2%（含）以上，采购均价同比下降统计为同比下降 2%（含）以上。

2019 年，保荐机构、发行人会计师核查的 4 个料号中，除 2 个料号未发生采购外，采购均价同比上涨料号数为 0 个，占核查比例 0.00%；采购均价同比下降料号数为 1 个，占核查比例 72.02%，主要原因为①随行情波动调价；采购均价保持稳定料号为 1 个，占核查比例 27.98%。上述因素致使发行人 2019 年向永康市斑马机械有限公司采购单价较 2018 年呈现下降趋势。

2020 年，保荐机构、发行人会计师核查的 4 个料号中，除 2 个料号未发生采购外，采购均价同比上涨料号数为 1 个，占核查比例 51.26%，主要原因为①随行情波动调价；采购均价保持稳定料号为 1 个，占核查比例 48.74%。上述因素致使发行人 2020 年向永康市斑马机械有限公司采购单价较 2019 年呈现上涨趋势。

此外，保荐机构、发行人会计师查阅永康市斑马机械有限公司工商资料，关注永康市斑马机械有限公司主要原材料供应商的股东（含历史股东）、主要管理人员等关联方与发行人在册股东是否存在关联关系；保荐机构、发行人会计师查阅报告期内发行人银行流水、发行人实际控制人及其控制企业的资金流水、发行人董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员资金流水；保荐机构、发行人会计师现场查看永康市斑马机械有限公司已开立银行账户清单及已开立银行账户清单中于 2017 年初至 2020 年 12 月末存续账户的银行对账单，对账单单笔超过 20 万元交易明细及交易金额未达到 20 万元但与同一交易对手方频繁进行交易的情况进行往来明细核查，现场查看永康市斑马机械有限公司实际控制人主要银行账户流水对账单，对单笔超过 10 万元交易明细及交易金额未达到 10 万元但与同一交易对手方频繁进行交易的情况进行往来明细核查，并与发行人在册股东、发行人关联方等进行双向匹配，具体核查银行账户情况如下表所示：

供应商名称	法定代表人/实际控制人	注册资本	公司采购金额占其销售比例	核查账户数量	走访银行情况
永康市斑马机械有限公司	黄振江	10 万元	60%-65%	企业账户 6 个； 实际控制人账户 8 个	陪同供应商实际控制人黄振江前往当地工商银行、建设银行、交通银行、农业银行、邮政储蓄银行、招商银行、中国银行共计 7 家银行查询个人账户情况，确认其实际控制人账户完整性。

经核查，发行人供应商永康市斑马机械有限公司公司股东、主要管理人员与发行人在册股东不存在关联关系，不存在供应商及其关联方入股发行人情况，苏州市同创金属制品有限公司及其实际控制人与发行人控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员不存在大额资金往来，不存在利益输送或其他利益安排。”

三、成立当年便和发行人开展合作的供应商家数和交易金额，苏州璟兴塑胶

有限公司成立当年和发行人开展合作的背景，报告期内苏州璟兴塑胶有限公司的主要财务数据、人员构成情况，是否和发行人及关联方、董监高或核心人员、前员工存在关联关系或其他利益往来

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“五、发行人主要产品的采购情况和主要供应商”之“（二）主要供应商情况”之“5、报告期内供应商数量及变动情况，贸易类供应商采购比例和向终端供应商采购情况，苏州供应商的数量情况”部分补充披露如下：

“.....

（5）成立当年便和发行人开展合作的供应商家数和交易金额，苏州璟兴塑胶有限公司成立当年和发行人开展合作的背景，报告期内苏州璟兴塑胶有限公司的主要财务数据、人员构成情况

报告期内，发行人采购规模超过 50 万元的供应商中有 6 家供应商成立当年便和发行人开展合作，公司报告期内对 6 家供应商采购金额如下：

期间	采购金额（万元）	金额占比
2020 年	8,354.50	14.75%
2019 年	4,618.68	13.59%
2018 年	4,802.06	11.62%

发行人供应商中成立当年便和发行人开展合作供应商主要为苏州璟兴塑胶有限公司、苏州天之裕精工科技有限公司、苏州怡东滕机械有限公司，上述供应商虽然成立当年便和发行人开展合作，但均为报告期之前设立并与发行人合作，与发行人合作时间较久且持续稳定，具体情况如下：

①苏州璟兴塑胶有限公司成立当年便和发行人开展合作具体情况

序号	公司名称	主要股东	成立时间	注册资本	初始合作时间	主要采购内容	公司采购金额占其销售比例
1	苏州璟兴塑胶有限公司	张顺枝持股 55%、陈景容持股 45%	2015 年	300 万元	2015 年	注塑件	95%-100%

报告期内，苏州璟兴塑胶有限公司为发行人独家供应商。发行人自设立后主要塑料件供应商为吴江市益兴塑胶有限公司，2015 年下半年，吴江市益兴塑胶有限公司实际控制人张曜文决定不再经营注塑件生产销售业务，转向其他业务，并将该业务转给其表兄弟张顺枝承接，张顺枝于 2015 年 9 月租赁发行人厂房并

成立苏州璟兴塑胶有限公司，承接了吴江市益兴塑胶有限公司原有生产设备，继续开展注塑件生产销售业务，为公司提供配套的厂内供应塑料件服务，苏州璟兴塑胶有限公司成立当年和发行人开展合作具备合理性。

报告期内，发行人对苏州璟兴塑胶有限公司采购金额和占比情况如下：

单位：万元

2018 年度		2019 年度		2020 年度	
采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
2,766.00	6.70%	2,913.90	8.57%	5,851.55	10.33%

报告期内，发行人对苏州璟兴塑胶有限公司采购金额均未超过当年采购总额 15%。2020 年发行人对苏州璟兴塑胶有限公司采购占比增加主要系 2020 年公司业务规模增长较快，对塑料件需求较 2019 年同比增加较多，此外发行人另外一家塑料件供应商苏州三汇塑胶有限公司因厂址搬迁和业务调整不再与发行人合作，公司部分塑料件订单分流至该苏州璟兴塑胶有限公司。

根据苏州璟兴塑胶有限公司提供的纳税申报材料，报告期内苏州璟兴塑胶有限公司的主要财务数据、人员构成情况如下：

项目	2021 年一季度 /2021 年一季度末	2020 年 /2020 年末	2019 年 /2018 年末	2018 年 /2018 年末
营业收入（万元）	2,779.22	4,885.41	3,303.65	2,873.42
欧圣电气对苏州璟兴塑胶有限公司采购额（万元）	1,787.49	5,851.55	2,913.90	2,766.00
利润总额（万元）	30.29	185.70	116.29	98.67
净利润（万元）	22.72	139.28	87.22	74.00
员工人数（人）	75	73	45	36

报告期内苏州璟兴塑胶有限公司主要财务数据、人员规模与其经营生产规模相匹配，与发行人向其采购规模相匹配。2018 年和 2019 年，苏州璟兴塑胶有限公司营业收入与发行人向其采购规模相匹配，2020 年苏州璟兴塑胶有限公司营业收入小于发行人向其采购规模，主要系 2020 年末公司向苏州璟兴塑胶有限公司采购入库的部分原材料苏州璟兴塑胶有限公司尚未开票而公司进行了暂估入账，该部分差额苏州璟兴塑胶有限公司于 2021 年初进行开票，同时致使苏州璟兴塑胶有限公司 2021 年 1 季度报税收入大幅高于发行人 2021 年 1 季度对其采购规模。

根据苏州璟兴塑胶有限公司提供的员工名册，报告期内苏州璟兴塑胶有限公司的人员构成情况如下：

单位：人数

项目	2020 年末	2019 年末	2018 年末
生产人员	65	38	29
财务及管理人员	8	7	7

根据查阅苏州璟兴塑胶有限公司的工商资料、在册员工名册清单，通过公开渠道查阅苏州璟兴塑胶有限公司员工名册清单中财务及管理人员对外投资和任职情况，查阅报告期内的发行人资金银行流水、发行人实际控制人及其控制的企业资金流水、发行人董事、监事、高级管理人员资金流水，现场查看苏州璟兴塑胶有限公司已开立银行账户清单及已开立银行账户清单中于 2017 年初至 2020 年 12 月末存续账户的银行对账单，现场查看苏州璟兴塑胶有限公司实际控制人主要银行账户流水对账单。经核查，苏州璟兴塑胶有限公司及其控股股东、实际控制人与发行人及其控股股东、实际控制人、主要股东、董事、监事、高级管理人员、核心人员、前员工等不存在关联关系或其他利益往来。

②苏州天之裕精工科技有限公司成立当年便和发行人开展合作具体情况

序号	公司名称	主要股东	成立时间	注册资本	初始合作时间	主要采购内容	公司采购金额占其销售比例
1	苏州天之裕精工科技有限公司	钱静娟持股 75%、周雄伟持股 25%	2017 年	50 万元	2017 年	钢管支架、尘桶	40%-45%

报告期内，苏州天之裕精工科技有限公司向公司销售金额未超过其销售额 50%，其下游客户包括天佑电器(苏州)有限公司、苏州凯丽达电器有限公司等行业内的其他企业，不存在为发行人的独家供应商情形。根据走访访谈苏州天之裕精工科技有限公司，苏州天之裕精工科技有限公司实际控制人为发行人某原尘桶供应商生产车间厂长，其 2017 年创业开设工厂继续从事尘桶、把手等不锈钢配件业务，基于过往合作背景，发行人在其开厂成立公司当年与其展开合作，具备合理性。

报告期内，发行人对苏州天之裕精工科技有限公司采购金额和占比情况如下：

单位：万元

2018 年度		2019 年度		2020 年度	
采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
564.96	1.37%	605.50	1.78%	742.62	1.31%

报告期内，发行人对苏州天之裕精工科技有限公司采购金额占比较低，均未超过当年采购总额 2%。

根据苏州天之裕精工科技有限公司提供的纳税申报材料，保荐机构、发行人会计师通过现场观察其生产车间，统计供应商生产车间主要生产设备数量，询问主要生产设备产能情况，粗略估测供应商整体产能，对比供应商经营规模与发行人向其采购规模匹配性，具体情况如下：

供应商经营规模与发行人采购规模匹配性	现场观察生产车间主要生产设备
现场观察生产车间主要生产设备产能匹配	主要生产设备为 15 台冲床、10 台弯管机、尘桶装备线 2 条，年产能约 60 万个金属尘桶、30 万根推杆；公司 2020 年向其采购金属尘桶 0.84 万台、钢管支架 11.73 万根、推杆 7.22 万根，其产能大于公司采购数量
纳税报表收入与采购规模匹配	2020 年纳税报表收入约 1500 万元，公司 2020 年向其采购规模 742.62 万元，报税收入高于公司向其采购规模

注：公司向供应商采购规模与其报税收入比例与供应商提供的公司采购金额占其销售比例存在差异主要系公司采购入库的部分原材料供应商尚未开票而公司进行了暂估入账。

如上表所示，报告期内苏州天之裕精工科技有限公司纳税收入、生产规模、设备产能等基本情况与发行人向其采购规模相匹配。

根据查阅苏州天之裕精工科技有限公司的工商资料、在册员工名册清单，通过公开渠道查阅苏州天之裕精工科技有限公司员工名册清单中财务及管理人员对外投资和任职情况，查阅报告期内的发行人资金银行流水、发行人实际控制人及其控制的企业资金流水、发行人董事、监事、高级管理人员资金流水，现场查看苏州天之裕精工科技有限公司已开立银行账户清单及已开立银行账户清单中于 2017 年初至 2020 年 12 月末存续账户的银行对账单，现场查看苏州天之裕精工科技有限公司实际控制人主要银行账户流水对账单。经核查，苏州天之裕精工科技有限公司及其控股股东、实际控制人与发行人及其控股股东、实际控制人、主要股东、董事、监事、高级管理人员、核心人员、前员工等不存在关联关系或其他利益往来。

③苏州怡东滕机械有限公司成立当年便和发行人开展合作具体情况

序号	公司名称	主要股东	成立时间	注册资本	初始合作时间	主要采购内容	公司采购金额占其销售比例
1	苏州怡东滕机械有限公司	许向红持股 51%、吕亚海	2012 年	200 万元	2012 年	铝件制品	70%-75%

	司	持股 49%					
--	---	--------	--	--	--	--	--

报告期内，苏州怡东滕机械有限公司向公司销售金额未超过其销售额 80%，其下游客户包括苏州腾龙电机科技有限公司等其他企业，不存在为发行人的独家供应商情形。根据走访访谈苏州怡东滕机械有限公司实际控制人，苏州怡东滕机械有限公司实际控制人为发行人某原电机组件供应商总经理，其 2012 年创业开设工厂继续从事电机铝件配件业务，基于过往合作背景，发行人在其开厂成立公司半年后与其展开合作向其采购电机铝件配件，发行人在苏州怡东滕机械有限公司成立之初便开展合作具备合理性。

报告期内，发行人对苏州怡东滕机械有限公司采购金额和占比情况如下：

单位：万元

2018 年度		2019 年度		2020 年度	
采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
1,371.10	3.32%	929.02	2.73%	1,075.04	1.90%

报告期内，发行人对苏州怡东滕机械有限公司采购金额占比较低，均未超过当年采购总额 4%。

根据苏州怡东滕机械有限公司提供的纳税申报材料，保荐机构、发行人会计师通过现场观察其生产车间，统计供应商生产车间主要生产设备数量，询问主要生产设备产能情况，粗略估测供应商整体产能，对比供应商经营规模与发行人向其采购规模匹配性，具体情况如下：

供应商经营规模与发行人采购规模匹配性	现场观察生产车间主要生产设备
现场观察生产车间主要生产设备产能匹配	主要生产设备主要为 4 台压铸机，年产能约 600 吨铝件材料；公司 2020 年向其采购 147.09 万件铝件材料，其产能大于公司采购数量
纳税报表收入与采购规模匹配	2020 年纳税报表收入约 1,300 万元，公司 2020 年向其采购规模 1,075.04 万元，报税收入高于公司向其采购规模

注：公司向供应商采购规模与其报税收入比例与供应商提供的公司采购金额占其销售比例存在差异主要系公司采购入库的部分原材料供应商尚未开票而公司进行了暂估入账。

如上表所示，报告期内苏州怡东滕机械有限公司纳税收入、生产规模、设备产能等基本情况与发行人向其采购规模相匹配。

根据查阅苏州怡东滕机械有限公司的工商资料、在册员工名册清单，通过公开渠道查阅苏州怡东滕机械有限公司员工名册清单中财务及管理人员对外投资和任职情况，查阅报告期内的发行人资金银行流水、发行人实际控制人及其控制的企业资金流水、发行人董事、监事、高级管理人员资金流水，现场查看苏

州怡东滕机械有限公司已开立银行账户清单及已开立银行账户清单中于 2017 年初至 2020 年 12 月末存续账户的银行对账单，现场查看苏州怡东滕机械有限公司公司实际控制人主要银行账户流水对账单。经核查苏州怡东滕机械有限公司及其控股股东、实际控制人与发行人及其控股股东、实际控制人、主要股东、董事、监事、高级管理人员、核心人员、前员工等不存在关联关系或其他利益往来。”

四、2020 年向新增上海展志钢材加工配送有限公司大额采购的原因、采购的具体内容及最终供应商，发行人向上海展志钢材加工配送有限公司和上海展志钢材加工配送有限公司向最终供应商采购价格的差异

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“五、发行人主要产品的采购情况和主要供应商”之“（二）主要供应商情况”之“5、报告期内供应商数量及变动情况，贸易类供应商采购比例和向终端供应商采购情况，苏州供应商的数量情况 ”部分补充披露如下：

“.....

（6）2020 年向新增上海展志钢材加工配送有限公司大额采购的原因

上海展志钢材加工配送有限公司成立于 2008 年，注册资本 1.3 亿元，主要供应钢卷、钢板等钢材，是一家专业从事钢铁贸易、钢材加工的大型钢材贸易加工商，其 2020 年销售额为 300 亿元左右，2016 年获得上海市经济团体联合会发布的“2016 年上海民营企业 100 强”第 21 名。公司向上海展志钢材加工配送有限公司采购内容为制造空压机储气罐所需的热轧钢板与钢卷，2020 年公司向上海展志钢材加工配送有限公司新增大额采购主要系随着公司生产经营规模的扩大，公司生产储气罐的钢板需求量增加，而上海展志钢材加工配送有限公司经营规模远高于公司原钢材供应商上海广冶钢铁有限公司、上海星车国际商贸有限公司，在钢材价格、供货响应速度、品质控制方面具备一定的竞争优势，因此公司将部分大批量式的钢材订单分流至该供应商。

根据访谈上海展志钢材加工配送有限公司业务经办人员和发行人采购业务人员，公司向上海展志钢材加工配送有限公司采购价格根据采购时大宗商品钢材行情价进行定价，保荐机构和发行人会计师核查了发行人向上海展志钢材加工配送有限公司采购价格与大宗商品钢材市场走势，报告期内，发行人对上海

展志钢材加工配送有限公司采购价格与大宗商品钢材走势保持一致，具体对比情况如下：

单位：元/千克、元/吨

期间	钢卷 /1500/ 2.5mm	钢卷 /1500/ 2.0mm	钢卷 1500mm/ 2.75mm	钢板 1500mm/ 4.75mm/	钢卷 /1250/ 2.0mm	热轧板钢卷月度均值 Q235B 2.0*1250*C (上海涟钢)
2020 年 3 月	-	-	3.21	3.31	-	3,650.91
2020 年 4 月	3.17	3.29	3.12	3.10	-	3,505.24
2020 年 5 月	-	3.30	-	-	3.25	3,665.56
2020 年 6 月	3.49	3.55	3.44	-	-	3,854.29
2020 年 7 月	3.67	3.64	3.71	3.60	3.71	4,043.04
2020 年 8 月	3.76	3.87	-	-	-	4,193.81
2020 年 9 月	3.82	3.91	3.78	3.64	3.89	4,131.82
2020 年 10 月	-	-	-	3.63	-	4,238.82
2020 年 11 月	3.90	4.02	-	-	4.09	4,430.95
2020 年 12 月	4.08	4.25	4.01	-	-	4,858.70

根据访谈上海展志钢材加工配送有限公司业务经办人员，其销售的钢板与钢卷最终供应商为鞍钢集团有限公司、中国宝武钢铁集团有限公司等大型钢铁集团公司，公司向上海展志钢材加工配送有限公司采购价格和上海展志钢材加工配送有限公司销售给其他公司钢材价格均根据当日大宗商品钢材行情价进行定价，其对公司报价与其他客户无差异，上海展志钢材加工配送有限公司对公司销售的原材料产品定价公允。根据访谈上海展志钢材加工配送有限公司业务经办人员，公司向上海展志钢材加工配送有限公司采购价格和上海展志钢材加工配送有限公司向鞍钢集团有限公司、中国宝武钢铁集团有限公司等大型钢铁集团公司采购价格的之间的差异系上海展志钢材加工配送有限公司正常经营毛利润，与其他客户向上海展志钢材加工配送有限公司采购价格和上海展志钢材加工配送有限公司向大型钢铁集团公司采购价格的之间的差异基本一致。”

五、苏州怡东滕机械有限公司、苏州天之裕精工科技有限公司和发行人的合作背景、成立之初便和发行人开展合作的原因和合理性，上述供应商对其他客户销售同类产品单价和对发行人销售单价是否存在差异及定价公允性，是否和发行人及关联方、董监高或核心人员、前员工存在关联关系或其他利益往来

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“五、发行人主要产品的采购情况和主要供应商”之“（二）主要供应商情况”之“5、报告期内供应商数量及变动情况，贸易类供应商采购比例和向终端供应商采购情况，苏州供应商的数量情况”部分补充披露如下：

“（7）苏州怡东滕机械有限公司、苏州天之裕精工科技有限公司和发行人的合作背景，对发行人销售单价定价公允性情况

①苏州怡东滕机械有限公司与发行人的合作背景，对发行人销售单价定价公允性情况

根据走访访谈苏州怡东滕机械有限公司实际控制人，苏州怡东滕机械有限公司实际控制人为发行人某原电机组组合件供应商总经理，其 2012 年创业开设工厂继续从事电机铝件配件业务，基于过往合作背景，发行人在其开厂成立公司半年后与其展开合作向其采购电机铝件配件，发行人在苏州怡东滕机械有限公司成立之初便开展合作具备合理性。

报告期内，发行人对苏州怡东滕机械有限公司采购单价变动情况如下：

序号	项目	2019 年同比 2018 年		原因
		料号数	占核查比例	
1	采购均价同比上涨	3	28.65%	①2018 年中美贸易战与供应商协商调价导致 2018 年价格低于 2019 年价格
2	采购均价同比下降	-	-	-
3	采购均价稳定	7	71.35%	-
合计		10	100.00%	
序号	项目	2020 年同比 2019 年		原因
		料号数	占核查比例	
1	采购均价同比上涨	-	-	-
2	采购均价同比下降	-	-	-
3	采购均价稳定	10	100.00%	-
合计		10	100.00%	-

注：保荐机构、发行人会计师对发行人向苏州怡东滕机械有限公司 2018 年度至 2020 年度主要原材料各期采购单价进行核查，共选取 10 个料号，对各期采购金额核查覆盖比例超过 75%；

注：采购均价稳定为同比变动 2% 以内，采购均价同比上涨统计为同比上涨 2%（含）以上，采购均价同比下降统计为同比下降 2%（含）以上。

2019 年，保荐机构、发行人会计师核查的 10 个料号中，采购均价同比上涨料号数为 3 个，占核查比例 28.65%，主要原因为①2018 年中美贸易战与供应商协商调价导致 2018 年价格低于 2019 年价格；采购均价同比下降料号数为 0 个，占核查比例 0.00%；采购均价保持稳定料号为 7 个，占核查比例 71.35%。上述因素致使发行人 2019 年向苏州怡东滕机械有限公司采购单价较 2018 年呈现上涨趋势。

2020 年，保荐机构、发行人会计师核查的 10 个料号中，采购均价保持稳定料号为 10 个，占核查比例 100.00%，具备合理性。

针对同规格产品，报告期内，发行人向苏州怡东滕机械有限公司采购的同规格铝件阀板产品与向其他供应商采购的铝件阀板产品单价情况如下：

单位：元/个

物料名称	供应商名称	2020 年采购单价	2019 年采购单价	2018 年采购单价
铝件阀板（尺寸：90*90*7mm）	靖江市顺达模具厂	3.08	3.08	/
	苏州怡东滕机械有限公司	3.08	3.08	3.06

报告期内，公司对苏州怡东滕机械有限公司与对其他供应商靖江市顺达模具厂采购同种产品采购价格基本一致，公司向其采购原材料价格具备公允性。

报告期内，苏州怡东滕机械有限公司对其他客户销售同类产品单价和对发行人销售单价情况如下：

单位：元/个、元/根

供应商名称	物料名称	销售对象	订单发生采购期间		
			2020 年度	2019 年度	2018 年度
苏州怡东滕机械有限公司	电机曲轴箱（J6963210288）	对发行人销售单价	23.66	23.66	23.66
	电机铝件（M2022）	对其他客户销售单价	14.30	14.30	14.30

根据访谈苏州怡东滕机械有限公司业务负责人，苏州怡东滕机械有限公司对外销售给不同客户的产品属于个性化非标准产品，由于每家客户模具构造不同，不存在对发行人和其他客户销售同种产品，但产品都是铝制电机配件，2018 年度-2020 年度，苏州怡东滕机械有限公司对发行人和其他客户销售的产品单价

均保持稳定，苏州怡东滕机械有限公司对其他客户销售同类铝制产品单价变动趋势和对发行人销售铝制产品单价变动趋势不存在明显差异。同时根据访谈苏州怡东滕机械有限公司业务经办人，其对公司报价与其他客户相比处于中等偏上水平，苏州怡东滕机械有限公司对公司销售的原材料产品定价公允。

此外，保荐机构、发行人会计师查阅苏州怡东滕机械有限公司工商资料，关注苏州怡东滕机械有限公司主要原材料供应商的股东（含历史股东）、主要管理人员等关联方与发行人在册股东是否存在关联关系；保荐机构、发行人会计师查阅报告期内发行人银行流水、发行人实际控制人及其控制企业的资金流水、发行人董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员资金流水；保荐机构、发行人会计师现场查看苏州怡东滕机械有限公司已开立银行账户清单及已开立银行账户清单中于 2017 年初至 2020 年 12 月末存续账户的银行对账单，对账单单笔超过 20 万元交易明细及交易金额未达到 20 万元但与同一交易对手方频繁进行交易的情况进行往来明细核查，现场查看苏州怡东滕机械有限公司实际控制人主要银行账户流水对账单，对单笔超过 10 万元交易明细及交易金额未达到 10 万元但与同一交易对手方频繁进行交易的情况进行往来明细核查，并与发行人在册股东、发行人关联方等进行双向匹配，具体核查银行账户情况如下表所示：

供应商名称	法定代表人/实际控制人	注册资本	公司采购金额占其销售比例	核查账户数量	走访银行情况
苏州怡东滕机械有限公司	许向红	200 万元	70%-75%	企业账户 4 个；实际控制人账户 4 个	陪同供应商实际控制人许向红前往当地工商银行、建设银行、交通银行、农业银行、邮政储蓄银行、招商银行、中国银行、苏州银行共计 8 家银行查询个人账户清单，确认其实际控制人账户完整性

经核查，发行人供应商苏州怡东滕机械有限公司股东、主要管理人员与发行人在册股东不存在关联关系，不存在供应商及其关联方入股发行人情况，苏州怡东滕机械有限公司及其实际控制人与发行人控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员不存在大额资金往来，不存在利益输送或其他利益安排。

②苏州天之裕精工科技有限公司与发行人的合作背景，对发行人销售单价定价公允性情况

根据走访访谈苏州天之裕精工科技有限公司，苏州天之裕精工科技有限公司实际控制人为发行人某原尘桶供应商生产车间厂长，其 2017 年创业开设工厂继续从事尘桶、把手等不锈钢配件业务，基于过往合作背景，发行人在其开厂成立公司当年与其展开合作，具备合理性。

报告期内，发行人对苏州天之裕精工科技有限公司采购单价变动情况如下：

序号	项目	2019 年同比 2018 年		原因
		料号数	占核查比例	
1	采购均价同比上涨	-	-	-
2	采购均价同比下降	-	-	-
3	采购均价稳定	12	100.00%	-
合计		12	100.00%	-
序号	项目	2020 年同比 2019 年		原因
		料号数	占核查比例	
1	采购均价同比上涨	-	-	-
2	采购均价同比下降	12	79.30%	①不锈钢行情 2020 年初累计波动幅度较大，与供应商协商调价
3	采购均价稳定	3	20.70%	-
合计		15	100.00%	-

注：保荐机构、发行人会计师对发行人向苏州怡东滕机械有限公司 2018 年度至 2020 年度主要原材料各期采购单价进行核查，共选取 15 个料号，对各期采购金额核查覆盖比例超过 75%；

注：采购均价稳定为同比变动 2%以内，采购均价同比上涨统计为同比上涨 2%（含）以上，采购均价同比下降统计为同比下降 2%（含）以上。

2019 年，保荐机构、发行人会计师核查的 15 个料号中，除 3 个料号未发生采购外，采购均价保持稳定料号为 12 个，占核查比例 100.00%，具备合理性。

2020 年，保荐机构、发行人会计师核查的 15 个料号中，采购均价同比上涨料号数为 0 个，占核查比例 0.00%；采购均价同比下降料号数为 12 个，占核查比例 79.30%，主要原因为①不锈钢行情 2020 年初累计波动幅度较大，与供应商协商调价；采购均价保持稳定料号为 3 个，占核查比例 20.70%。上述因素致使发行人 2020 年向苏州天之裕精工科技有限公司采购单价较 2019 年呈现下降趋势。

针对同规格产品，报告期内，发行人向苏州天之裕精工科技有限公司采购的尘桶与向其他供应商采购的尘桶单价情况如下：

单位：元/台

物料名称	供应商名称	2020 年采购单价	2019 年采购单价	2018 年采购单价
5 加仑金属尘桶（型号：VC3303. 20. 01）	苏州天之裕精工科技有限公司	17. 26	17. 93	17. 93
	杭州富阳金欣机电有限公司	17. 67	17. 67	17. 94

报告期内，公司对苏州天之裕精工科技有限公司与对其他供应商杭州富阳金欣机电有限公司采购同种产品采购价格基本一致，公司向其采购原材料价格具备公允性。

报告期内，苏州天之裕精工科技有限公司对其他客户销售同类产品单价和对发行人销售单价情况如下：

单位：元/个、元/根

供应商名称	物料名称	销售对象	订单发生采购期间		
			2020 年度	2019 年度	2018 年度
苏州天之裕精工科技有限公司	20L 尘桶（0. 36*20L*430BA）	对发行人销售单价	17. 26	17. 93	17. 93
	20L 尘桶（0. 30*20L*410BA）	对其他客户销售单价	14. 50	/	16. 10

根据访谈苏州天之裕精工科技有限公司业务负责人，虽然苏州天之裕精工科技有限公司存在对发行人和其他客户销售同体积尘桶，但由于各家客户对尘桶材料、壁厚和其他细节要求存在差异，致使苏州天之裕精工科技有限公司对公司销售的 20L 尘桶单价高于对其他客户销售单价。报告期内，苏州天之裕精工科技有限公司对其他客户 20L 尘桶销售单价变动趋势和对公司销售 20L 尘桶单价变动趋势基本趋于一致，苏州天之裕精工科技有限公司对其他客户销售同类产品单价和对发行人销售单价变动趋势不存在明显差异。同时根据访谈苏州天之裕精工科技有限公司业务经办人，其对公司报价与其他客户相比处于中等水平，苏州天之裕精工科技有限公司对公司销售的原材料产品定价公允。

此外，保荐机构、发行人会计师查阅苏州天之裕精工科技有限公司工商资料，关注苏州天之裕精工科技有限公司主要原材料供应商的股东（含历史股东）、主要管理人员等关联方与发行人在册股东是否存在关联关系；保荐机构、发行人会计师查阅报告期内发行人银行流水、发行人实际控制人及其控制企业的资金流水、发行人董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员资金流水；保荐机构、发行人会计师现场查看苏州天之裕精工科技有限公司已开立银行账户清单及已开立银行账户清单中于 2017 年初至 2020 年 12 月末存续账户的银行对账单，

对账单单笔超过 20 万元交易明细及交易金额未达到 20 万元但与同一交易对手方频繁进行交易的情况进行往来明细核查，现场查看苏州天之裕精工科技有限公司实际控制人主要银行账户流水对账单，对单笔超过 10 万元交易明细及交易金额未达到 10 万元但与同一交易对手方频繁进行交易的情况进行往来明细核查，并与发行人在册股东、发行人关联方等进行双向匹配，具体核查银行账户情况如下表所示：

供应商名称	法定代表人/实际控制人	注册资本	公司采购金额占其销售比例	核查账户数量	走访银行情况
苏州天之裕精工科技有限公司	周雄伟	50 万元	40%-45%	企业账户 1 个；实际控制人账户 4 个	陪同供应商实际控制人周雄伟前往当地工商银行、建设银行、交通银行、农业银行、邮政储蓄银行、招商银行、中国银行、苏州银行共计 8 家银行查询个人账户清单，确认其实际控制人账户完整性。

经核查，发行人供应商苏州天之裕精工科技有限公司股东、主要管理人员与发行人在册股东不存在关联关系，不存在供应商及其关联方入股发行人情况，苏州天之裕精工科技有限公司及其实际控制人与发行人控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员不存在大额资金往来，不存在利益输送或其他利益安排。”

六、请保荐人、申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见；说明核查时间、核查人员和核查范围，按照采购规模分层列示不同规模的供应商的核查方式、核查金额和核查比例，函证核查方式中发函时间、发函金额、回函金额、发函金额和回函金额不一致的原因，未回函的金额和原因；说明如何通过观察供应商生产车间生产规模分析供应商生产规模与发行人向其采购规模相匹配，是否采用其他核查程序分析生产规模和采购规模的匹配性

（一）请保荐人、申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见；说明核查时间、核查人员和核查范围，按照采购规模分层列示不同规模的供应商的核查方式、核查金额和核查比例，函证核查方式中发函时间、发函金额、回函金额、发函金额和回函金额不一致的原因，未回函的金额和原因；

1、按照采购规模分层列示不同规模的供应商，核查方式、核查时间、核查范围、核查金额及占比

保荐机构、发行人会计师对发行人主要供应商的主要核查程序、核查人员、核查时间及核查范围具体如下：

主要核查程序及核查范围	核查时间	核查人员	
		保荐机构	申报会计师
实地走访、现场访谈发行人主要供应商，覆盖报告期采购总额比例分别为 79.60%、78.16%和 75.99%。	2020 年 1 月	杨扬、赵庆辰、徐雪飞（已经离职）	孟丽敏、历卫东
	2020 年 5 月	朱逸飞	闫雪
	2021 年 3 月	朱逸飞	李春华、王之奇（已经离职）、梦令敏
	2021 年 5 月	周扣山、赵庆辰、李敬谱、朱逸飞	孙霁彤（已经离职）、胡海伦
	2021 年 6 月	赵庆辰、杨扬、李敬谱、蔡国振	许秋明、霍玉虎（已经离职）、闻瑶、陈正皓
对发行人与主要原材料供应商各期采购金额进行函证及替代测试，核查发行人与主要原材料供应商交易金额是否真实、准确，覆盖报告期采购总额比例分别为 89.57%、87.74%及 81.16%。	2020 年 3 月	杨扬、赵庆辰、徐雪飞（已经离职）	陈正皓
	2021 年 2 月	赵庆辰、朱逸飞	金春敏、陈玺
	2021 年 5 月	赵庆辰、朱逸飞	金春敏、陈玺
查阅了发行人主要原材料供应商的工商资料，或通过全国企业信用信息公示系统取得主要原材料供应商工商登记信息，关注发行人主要原材料供应商的注册地址、股本、股东、主要管理人员、业务发展等信息，核查发行人与其交易情况的合理性，以及发行人与主要原材料供应商是否存在关联关系，覆盖报告期采购总额比例分别为 90.93%、90.25%及 88.00%。	2020 年 1 月	赵庆辰、朱逸飞	孟丽敏、历卫东
	2021 年 3 月	赵庆辰、朱逸飞	李春华、王之奇（已经离职）、梦令敏
	2021 年 5 月	朱逸飞	孟丽敏
对发行人 2018 年度至 2020 年度供应商各期采购单价进行核查，分析采购单价变化原因及合理性，分析原材料价格变动对毛利率的影响比例，覆盖报告期采购总额比例分别为 88.56%、88.62%及 87.74%。	2021 年 6 月	赵庆辰	金春敏、陈玺
对发行人主要供应商进行访谈，调查各家供应商对其他客户的报价和对发行人的报价差异核查，覆盖报告期采购总额比例分	2021 年 6 月	赵庆辰	金春敏、陈玺

别为 58.29%、58.44%及 54.92%。			
对发行人主要供应商及其实际控制人流水核查，覆盖报告期采购总额比例分别为 47.47%、46.09%及 46.91%。	2021 年 6 月	赵庆辰、杨扬、李敬谱、蔡国振	许秋明、霍玉虎（已经离职）、闻瑶、陈正皓
针对注册资本低于 200 万元的供应商，现场观察供应商生产车间、粗略估测供应商整体产能并与发行人采购规模匹配，获取纳税申报表并与发行人采购规模匹配，覆盖报告期采购总额比例分别为 25.25%、24.11%及 25.66%。	2021 年 5 月	李敬谱、朱逸飞、赵庆辰	陈正皓、孙霁彤（已经离职）

保荐人、发行人会计师上述主要核查程序核查比例情况如下：

核查程序	2020 年	2019 年	2018 年
实地走访、现场访谈发行人主要供应商	75.99%	78.16%	79.60%
供应商各期采购金额进行函证及替代测试	81.16%	87.74%	89.57%
供应商工商档案核查	88.00%	90.25%	90.93%
供应商的各期原材料采购价格变动核查	87.74%	88.62%	88.56%
其中：同一种原材料向单一供应商采购核查比例	82.10%	75.79%	69.23%
同一种原材料不同供应商核查比例	80.47%	72.40%	78.19%
各家供应商对其他客户的报价和对发行人的报价差异核查	54.92%	58.44%	58.29%
供应商资金及其实际控制人流水核查的供应商采购额占各期采购总额比例	46.91%	46.09%	47.47%
注册资本低于 200 万元的供应商，现场观察供应商生产车间、获取纳税申报表，与发行人采购规模匹配核查的供应商采购额占各期采购总额比例	25.66%	24.11%	25.25%

（1）主要供应商走访

保荐机构、发行人会计师通过走访核查发行人报告期内供应商的核查数量、金额及金额占比情况如下：

单位：家、万元、%

采购规模	2020 年			2019 年			2018 年		
	数量	金额	占比	数量	金额	占比	数量	金额	占比
1,000 万元以上	12	22,966.15	100.00	4	7,409.28	100.00	10	16,686.75	100.00
500 万元	18	13,309.00	84.92	15	11,144.31	100.00	13	8,674.00	100.00

-1,000 万元									
100 万元-500 万元	21	5,830.23	41.81	27	7,057.02	60.43	23	6,711.31	55.15
100 万元以下	14	922.40	22.82	18	950.60	25.34	15	808.03	21.39
合计	65	43,027.78	75.99	64	26,561.21	78.16	61	32,880.09	79.60

(2) 主要供应商函证

保荐机构、发行人会计师通过函证核查发行人报告期内供应商的核查数量、金额及金额占比情况如下：

单位：万元

采购规模	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1,000 万元以上	采购总额	22,966.15	7,409.28	16,686.75
	采购发函金额	22,966.15	7,409.28	16,686.75
	发函比例	100.00%	100.00%	100.00%
	回函相符金额	20,353.62	7,409.28	15,418.50
	回函确认金额	21,568.87	7,409.28	15,418.50
	回函相符占采购总额比例	88.62%	100.00%	92.40%
	回函确认占采购总额比例	93.32%	100.00%	92.40%
500 万元-1,000 万元	采购总额	15,671.91	11,144.31	8,674.00
	采购发函金额	13,783.26	11,144.31	8,674.00
	发函比例	87.95%	100.00%	100.00%
	回函相符金额	10,944.65	10,394.24	7,978.95
	回函确认金额	13,146.91	10,394.24	8,674.00
	回函相符占采购总额比例	69.84%	93.27%	91.99%
	回函确认金额占采购总额比例	83.89%	93.27%	100.00%
100 万元-500 万元以下	采购总额	13,943.29	11,677.28	12,170.17
	采购发函金额	8,345.02	10,091.90	10,686.02
	发函比例	59.85%	86.42%	87.81%
	回函相符金额	6,925.06	6,288.92	6,930.98
	回函确认金额	8,090.73	6,732.93	6,930.98
	回函相符占采购总额比例	49.67%	53.86%	56.95%
	回函确认金额占采购总额比例	58.03%	57.66%	56.95%
100 万元以下	采购总额	4,041.27	3,751.72	3,777.72

	采购发函金额	861.59	1,170.82	955.42
	发函比例	21.32%	31.21%	25.29%
	回函相符金额	774.16	997.82	742.38
	回函确认金额	774.16	997.82	742.38
	回函相符占采购总额比例	19.16%	26.60%	19.65%
	回函确认金额占采购总额比例	19.16%	26.60%	19.65%
合计	采购总额	56,622.62	33,982.60	41,308.64
	采购发函金额	45,956.02	29,816.31	37,002.20
	发函比例	81.16%	87.74%	89.57%
	回函相符金额	38,997.49	25,090.26	31,070.81
	回函确认金额	43,580.68	25,534.27	31,765.86
	回函相符占采购总额比例	68.87%	73.83%	75.22%
	回函确认金额占采购总额比例	76.97%	75.14%	76.90%

报告期内，各期回函不相符差异情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
回函不符差异金额	469.27	63.13	136.80
占采购总额比例	0.83%	0.19%	0.33%

各期回函不相符主要原因为税费差异和供应商账单出现跨期，保荐机构、发行人会计师取得报告期各期回函不相符供应商对账单，经调整后均确认相符，具体明细如下：

供应商名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度	回函差异原因及期后调整情况
温岭市鑫都机械有限公司	127.30	-	-	①税费差异：供应商回函金额为交易金额含税价，公司发函金额为不含税价所致，差异合理，未进行调整； ②时间性差异：供应商以对账时间、开票时间或发货时间等做为交易发生期间与企业入库时间差异导致，经核查，未进行调整。 保荐机构、发行人会计师将交易供应商回函为含
昆山佳合纸制品科技股份有限公司	17.84	63.13	136.80	
苏州市吴中区金鑫冲压制品有限公司	113.31	-	-	
苏州奔腾塑业有限公司	49.51	-	-	
铜陵兢强电子科技有限公司	31.96	-	-	
苏州乐博特尔精密部件股份有限公司	69.23	-	-	
吴江跃进机械有限	14.92	-	-	

责任公司				税金额调整为未税金额，将企业暂估入账而供应商未开票金额进行调整，经过调整，供应商回函金额与发行人采购金额不存在差异，均确认相符。
苏州戈雷姆智能科技有限公司	21.01	-	-	
台州市路桥嘉奔泵业压铸厂	24.20	-	-	
合计	469.27	63.13	136.80	-

报告期内，各期末回函供应商情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
未回函金额	2,375.35	4,282.04	5,236.33
占采购总额比例	4.20%	12.60%	12.68%

针对未回函供应商，保荐机构、发行人会计师通过电话访谈未回函供应商，上述未回函原因包括供应商未收到函证、未及时查收处理函证快递、收到函证回函寄出中介机构未收到函证、部分供应商不再合作或合作意愿不强不愿意回函等原因。对未回函供应商，保荐机构、发行人会计师通过获取该等供应商采购合同（订单）、采购发票等支持性文件执行了替代测试，经替代测试核查，未回函的部分不存在异常情况，具体明细如下：

单位：万元

2020 年度					
供应商名称	采购金额	占采购总额比例	未回函原因	替代测试	走访或电话访谈情况
台州中恒机械股份有限公司	1,397.27	2.47%	收到函证回函寄出中介机构未收到函证	获取并检查相关采购合同（订单）、采购发票等适当文件实施检查，确认交易的真实性；获取并检查被审计单位与其供应商之间的对账以及应付暂估款的存货明细清单、入库单等适当文件，确定应付账款金额的准确性。	实地走访
苏州能率电子科技有限公司	254.29	0.45%	供应商未及时查收处理函证快递		实地走访
杭州驰创轴研科技有限公司	636.35	1.12%	收到函证回函寄出中介机构未收到函证		实地走访
常州亚泰焊材有限公司	87.43	0.15%	供应商未及时查收处理函证快递		电话访谈
合计	2,375.35	4.20%		-	-
2019 年度					

供应商名称	采购金额	占采购总额比例	未回函原因	替代测试	走访或电话访谈
苏州三汇塑胶有限公司	750.07	2.21%	供应商未及时查收处理函证快递	获取并检查相关采购合同(订单)、采购发票等适当文件实施检查,确认交易的真实性;获取并检查被审计单位与其供应商之间的对账以及应付暂估款的存货明细清单、入库单等适当文件,确定应付账款金额的准确性。	实地走访
宁波市鄞州科秒仪表有限公司	131.84	0.39%	供应商未及时查收处理函证快递		实地走访
苏州市宇轩弹簧有限公司	201.92	0.59%	供应商未及时查收处理函证快递		实地走访
苏州能率电子科技有限公司	203.27	0.60%	供应商未及时查收处理函证快递		实地走访
苏州科固电器有限公司	219.61	0.65%	收到函证回函寄出中介机构未收到函证		实地走访
苏州佳晶橡塑五金有限公司	260.41	0.77%	供应商未及时查收处理函证快递		电话访谈
诸暨市威尔森机械制造有限公司	308.05	0.91%	供应商未及时查收处理函证快递		电话访谈
乐清市中村电子科技有限公司	134.09	0.39%	供应商未及时查收处理函证快递		电话访谈
苏州万豪环保科技有限公司	79.95	0.24%	供应商不再合作或合作意愿不强不愿意回函		电话访谈
台州金益达机械有限公司	126.18	0.37%	供应商未及时查收处理函证快递		电话访谈
苏州市佳达金属制品厂	2.03	0.01%	供应商未及时查收处理函证快递		电话访谈
昆山市欣冉工贸有限公司	114.74	0.34%	收到函证回函寄出中介机构未收到函证		电话访谈
盐城市大丰区长力橡塑有限公司	315.83	0.93%	供应商未及时查收处理函证快递		实地走访
玉环县焱铭橡胶制品厂	176.12	0.52%	供应商未收到函证		电话访谈
苏州三泰电器五金有限公司	122.77	0.36%	供应商未及时查收处理函证快递		电话访谈
浙江力夫自控技术股份有限公司	224.28	0.66%	供应商未及时查收处理函证快递		电话访谈
浙江和超电机有限公司	196.87	0.58%	收到函证回函寄出中介机构未收到函证		实地走访
江阴市新大压铸有限公司	204.61	0.60%	供应商未及时查收处理函证快递		电话访谈
苏州汇利丰物流设备有限公司	21.20	0.06%	供应商不再合作或合作意愿不强不愿意回函		实地走访

深圳市亚欣电器制造有限公司	53.66	0.16%	供应商未收到函证		电话访谈
苏州迅华纺织科技有限公司	9.06	0.03%	供应商未收到函证		电话访谈
上海摄月电子电器有限公司	7.08	0.02%	供应商未收到函证		电话访谈
铜陵兢强电子科技股份有限公司	418.40	1.23%	收到函证回函寄出中介机构未收到函证		实地走访
合计	4,282.04	12.60%	-	-	-
2018 年度					
供应商名称	采购金额	占采购总额比例	未回函原因	替代测试	走访或电话访谈
苏州三汇塑胶有限公司	1,268.25	3.07%	供应商未及时查收处理函证快递	获取并检查相关采购合同(订单)、采购发票等适当文件实施检查,确认交易的真实性;获取并检查被审计单位与其供应商之间的对账以及应付暂估款的存货明细清单、入库单等适当文件,确定应付账款金额的准确性。	实地走访
宁波市鄞州科秒仪表有限公司	349.79	0.85%	供应商未及时查收处理函证快递		实地走访
苏州市宇轩弹簧有限公司	221.25	0.54%	供应商未及时查收处理函证快递		实地走访
苏州能率电子科技有限公司	381.73	0.92%	供应商未及时查收处理函证快递		实地走访
上海市崇明县新洪印刷厂	43.63	0.11%	供应商未及时查收处理函证快递		电话访谈
苏州科固电器有限公司	292.44	0.71%	收到函证回函寄出中介机构未收到函证		实地走访
苏州佳晶橡塑五金有限公司	266.42	0.64%	供应商未及时查收处理函证快递		电话访谈
诸暨市威尔森机械制造有限公司	354.27	0.86%	供应商未及时查收处理函证快递		电话访谈
乐清市中村电子科技有限公司	155.21	0.38%	供应商未及时查收处理函证快递		电话访谈
苏州万豪环保科技有限公司	173.86	0.42%	供应商不再合作或合作意愿不强不愿意回函		电话访谈
台州金益达机械有限公司	178.27	0.43%	供应商未及时查收处理函证快递		电话访谈
苏州市佳达金属制品厂	48.81	0.12%	供应商未及时查收处理函证快递		电话访谈
昆山市欣冉工贸有限公司	141.80	0.34%	收到函证回函寄出中介机构未收到函证		电话访谈
盐城市大丰区长力橡塑有限公司	216.40	0.52%	供应商未及时查收处理函证快递		实地走访
玉环县焱铭橡胶	156.11	0.38%	供应商未收到函证		电话访谈

制品厂					谈
苏州三泰电器五金有限公司	167.23	0.40%	供应商未及时查收处理函证快递		电话访谈
浙江力夫自控技术股份有限公司	252.94	0.61%	供应商未及时查收处理函证快递		电话访谈
江阴市新大压铸有限公司	39.85	0.10%	供应商未及时查收处理函证快递		电话访谈
苏州汇利丰物流设备有限公司	447.33	1.08%	供应商不再合作或合作意愿不强不愿意回函		实地走访
深圳市亚欣电器制造有限公司	66.68	0.16%	供应商未收到函证		电话访谈
苏州迅华纺织科技有限公司	0.13	0.00%	供应商未收到函证		电话访谈
上海摄月电子电器有限公司	10.60	0.03%	供应商未收到函证		电话访谈
昆山市张浦铭珀模具加工厂	1.76	0.00%	供应商未及时查收处理函证快递		电话访谈
常州市本尼森自动化设备有限公司	1.59	0.00%	供应商未及时查收处理函证快递		电话访谈
合计	5,236.33	12.68%	-	-	-

(3) 调取主要供应商工商资料

保荐机构、发行人会计师通过调取工商资料或通过全国企业信用信息公示系统核查发行人报告期内供应商的数量、金额及金额占比情况如下：

单位：家、万元、%

采购规模	2020 年			2019 年			2018 年		
	数量	金额	占比	数量	金额	占比	数量	金额	占比
1,000 万元以上	12	22,966.15	100.00	4	7,409.28	100.00	10	16,686.75	100.00
500 万元-1,000 万元	22	15,671.91	100.00	15	11,144.31	100.00	13	8,674.00	100.00
100 万元-500 万元	38	10,172.34	72.96	45	10,743.02	92.00	43	11,123.02	91.40
100 万元以下	18	1,017.80	25.19	28	1,371.28	36.55	25	1,076.24	28.49
合计	90	49,828.20	88.00	92	30,667.89	90.25	91	37,560.02	90.93

(4) 供应商的各期原材料采购价格变动核查

保荐机构、发行人会计师对发行人 2018 年度至 2020 年度供应商各期采购单价进行核查,共选取 101 家供应商,覆盖报告期对供应商采购比例分别为 88.56%、88.62%及 87.74%。上述 101 家供应商核查范围包括各年度采购金额超过 200 万元的所有供应商和采用抽样方式抽取的各年度采购金额低于 200 万元的其他部分供应商(具体核查情况详见附件 1)。针对上述 101 家供应商,保荐机构、发行人会计师选取每家供应商主要原材料料号各期采购单价进行环比分析,每家供应商核查比例超过 75%,共核查 1,337 个料号。保荐机构、发行人会计师具体核查发行人各供应商采购单价的供应商的数量、金额及金额占比情况如下:

单位:家、万元、%

采购规模	2020 年			2019 年			2018 年		
	数量	金额	核查占比	数量	金额	核查占比	数量	金额	核查占比
1,000 万元以上	12	22,966.15	100.00	4	7,409.28	100.00	10	16,686.75	100.00
500 万元-1,000 万元	22	15,671.91	100.00	15	11,144.31	100.00	13	8,674.00	100.00
100 万元-500 万元	37	10,261.99	73.60	43	10,647.61	91.18	38	10,408.80	85.53
100 万元以下	23	784.29	19.41	29	914.84	24.38	20	814.33	21.56
合计	94	49,684.34	87.74	91	30,116.04	88.62	62	36,583.88	88.56

(5) 各家供应商对其他客户的报价和对发行人的报价差异核查

保荐机构、发行人会计师对金属件、塑料件类、钢材类、电机及组合件和其他类各期前五大供应商进行访谈询问其对其他客户的报价和对发行人的报价水平,共涉及 29 家供应商,占报告期采购金额比例分别为 58.29%、58.44%及 54.92%。保荐机构、发行人会计师具体核查发行人供应商对其他客户的报价和对发行人的报价情况如下:

序号	供应商名称	公司采购金额占其销售比例	对其他客户的报价和对发行人的报价是否一致
金属件			
1	苏州柯依尔特种线缆有限公司	5%以内	对公司报价与其他客户相比处于中等水平
2	苏州怡东滕机械有限公司	70%-75%	对公司报价与其他客户相

序号	供应商名称	公司采购金额占其销售比例	对其他客户的报价和对发行人的报价是否一致
			比处于中等偏上水平
3	靖江市顺达模具厂	5%-10%	由于向公司供货产品属于老产品无需重新开模投入,且订单量稳定,其对公司报价与其他客户相比处于中等偏下水平
4	苏州擎泰金属制品有限公司	30%-35%	由于公司订单稳定且向其供货量大于其他客户,其对公司报价与其他客户相比处于中等偏下水平
5	温岭市鑫都机械有限公司	5%-10%	由于公司订单稳定且量较大,其对公司报价与其他客户相比处于中等偏下水平
6	宁波市海曙鼎一气动工具有限公司	45%-50%	由于公司订单稳定且量较大,其对公司报价与其他客户相比处于中等偏下水平
钢材类			
1	上海广冶钢铁有限公司	5%以内	与下单钢材行情强相关,其对公司报价与其他客户无差异,处于中等水平
2	上海展志钢材加工配送有限公司	5%以内	与下单钢材行情强相关,其对公司报价与其他客户无差异,处于中等水平
3	上海星车国际商贸有限公司	5%以内	与下单钢材行情强相关,其对公司报价与其他客户无差异,处于中等水平
4	苏州中恒三佳自动化科技有限公司	15%-20%(台州中恒机械有限公司和的苏州中恒三佳自动化科技有限公司为同一实际控制人,合并口径计算)	由于公司订单稳定且量较大,同时公司付款条款好于其他客户,其对公司报价与其他客户相比处于中等偏下水平
5	台州中恒机械有限公司(与苏州中恒三佳自动化科技有限公司为同一控制下企业)		
6	永康市斑马机械有限公司	60%-65%	由于公司订单稳定且量较大,同时公司付款条款好于其他客户,其对公司报价与其他客户相比处于中等偏下水平
7	苏州天之裕精工科技有限公司	40%-45%	对公司报价与其他客户相比处于中等水平
8	杭州富阳金欣机电有限公司	40%-45%	对公司报价与其他客户相

序号	供应商名称	公司采购金额占其销售比例	对其他客户的报价和对发行人的报价是否一致
			比处于中等水平
塑料件			
1	苏州璟兴塑胶有限公司	95%-100%	为公司独家供应商,但公司对其报价水平比吴江市聚力德电子科技有限公司等塑料件供应商高
2	吴江市聚力德电子科技有限公司	65%-70%	对公司报价与其他客户相比处于中等水平
3	苏州三汇塑胶有限公司	5%以内	对公司报价与其他客户相比处于中等水平
4	苏州奔腾塑业有限公司	5%以内	Stanley Black&Decker 指定供应价格,其拒绝提供透露对发行人报价水平
5	无锡市荣亿塑料电器有限公司	10%-15%	由于公司订单稳定且量较大,其对公司报价与其他客户相比处于中等偏下水平
6	盐城市大丰区长力橡塑有限公司	10%-15%	对公司报价与其他客户相比处于中等水平
电机及组合件			
1	苏州市同创金属制品有限公司	5%-10% (苏州市同创金属制品有限公司和苏州市吴中区金鑫冲压制品有限公司为同一实际控制人,合并口径计算)	对公司报价与其他客户相比处于中等水平
2	苏州市吴中区金鑫冲压制品有限公司(与苏州市同创金属制品有限公司为同一控制下企业)		对公司报价与其他客户相比处于中等水平
3	浙江和超电机有限公司	10%-15%	对公司报价与其他客户相比处于中等偏上水平
4	台州市华普电机有限公司	5%以内	对公司报价与其他客户相比处于中等水平
5	苏州工业园区星德胜电机有限公司	5%以内	由于公司合作时间较久且稳定,其对公司报价与其他客户相比处于中等偏下水平
6	苏州迈亿美电器有限公司	5%-10%	对公司报价与其他客户相比处于中等水平
7	苏州科固电器有限公司	5%以内	由于公司合作时间较久且稳定,其对公司报价与其他客户相比处于中等偏下水平

序号	供应商名称	公司采购金额占其销售比例	对其他客户的报价和对发行人的报价是否一致
8	上海华藤金属加工有限公司	5%以内	其认为对公司报价与其他客户相比处于中等偏下水平，于 2020 年下半年不再合作
其他			
1	苏州新区枫经印刷有限公司	10%-15%	对公司报价与其他客户相比处于中等水平

(6) 供应商及其实际控制人流水核查

保荐机构和发行人会计师现场走访发行人金属件、塑料件类、钢材类、电机及组合件和其他类各期前五大供应商，并现场查阅发行人金属件、塑料件类、钢材类、电机及组合件和其他类各期前五大供应商及其实际控制人资金流水，具体核查范围如下：

序号	供应商名称	法定代表人/实际控制人	注册资本	公司采购金额占其销售比例	核查账户数量	走访银行情况
金属件						
1	苏州柯依尔特种线缆有限公司	施冬妹	500 万元	5%以内	企业账户 2 个； 实际控制人账户 2 个	-
2	苏州怡东滕机械有限公司	许向红	200 万元	70%-75%	企业账户 4 个； 实际控制人账户 4 个	陪同供应商实际控制人许向红前往当地工商银行、建设银行、交通银行、农业银行、邮政储蓄银行、招商银行、中国银行、苏州银行共计 8 家银行查询个人账户清单，确认其实际控制人账户完整性
3	靖江市顺达模具厂	黄智钢	247.60 万元	5%-10%	企业账户 5 个； 实际控制人账户 2 个	-
4	苏州擎泰金属制品有限公司	卢建忠	50 万元	30%-35%	企业账户 1 个； 实际控制人账户 6 个	陪同供应商实际控制人卢建忠前往当地工商银行、建设银行、交通银行、农业银行、邮政储蓄银行、招商银行、中国银行、苏州银行共计 8 家银行查询个人账户清单，确认其实际控制人账户完整性

序号	供应商名称	法定代表人/实际控制人	注册资本	公司采购金额占其销售比例	核查账户数量	走访银行情况
5	温岭市鑫都机械有限公司	钟海志	3,000万元	5%-10%	企业账户 5 个；实际控制人账户 1 个	-
6	宁波市海曙鼎一气动工具有限公司	翁善成	20 万元	45%-50%	企业账户 1 个；实际控制人账户 4 个	陪同供应商实际控制人翁善成前往当地工商银行、建设银行、交通银行、农业银行、邮政储蓄银行、招商银行、中国银行、宁波银行共计 8 家银行查询个人账户清单，确认其实际控制人账户完整性
钢材类						
1	上海广冶钢铁有限公司	陈观义	1,000万元	5%以内	-	-
2	上海展志钢材加工配送有限公司	蔡季延	13,000万元	5%以内	-	-
3	上海星车国际商贸有限公司	王亚江	100万元	5%以内	-	-
4	台州中恒机械有限公司（苏州中恒三佳自动化科技有限公司）	莫文彬	369万元	15%-20%	企业账户 12 个；实际控制人账户 6 个	陪同供应商实际控制人莫文彬前往当地工商银行、建设银行、交通银行、农业银行、邮政储蓄银行、招商银行、中国银行共计 7 家银行查询个人账户情况，确认其实际控制人账户完整性。
5	永康市斑马机械有限公司	黄振江	10 万元	60%-65%	企业账户 6 个；实际控制人账户 8 个	陪同供应商实际控制人黄振江前往当地工商银行、建设银行、交通银行、农业银行、邮政储蓄银行、招商银行、中国银行共计 7 家银行查询个人账户情况，确认其实际控制人账户完整性。
6	苏州天之裕精工科技有限公司	周雄伟	50 万元	40%-45%	企业账户 1 个；实际控制人账户 4 个	陪同供应商实际控制人周雄伟前往当地工商银行、建设银行、交通银行、农业银行、邮政储蓄银行、招商银行、中国银行、苏州银行共计 8 家银行查询个人账户清单，确认其实际控制人账户完整性。
7	杭州富阳金	刘晔	300	40%-45%	企业账户 2 个；	陪同供应商实际控制人刘晔

序号	供应商名称	法定代表人/实际控制人	注册资本	公司采购金额占其销售比例	核查账户数量	走访银行情况
	欣机电有限公司		万元		实际控制人账户 7 个	前往当地工商银行、建设银行、交通银行、农业银行、邮政储蓄银行、招商银行、中国银行、富阳农商银行共计 8 家银行查询个人账户清单，确认其实际控制人账户完整性
塑料件						
1	苏州璟兴塑胶有限公司	张顺枝	300 万元	95%-100%	企业账户 4 个； 实际控制人账户 8 个	陪同供应商实际控制人张顺枝前往当地工商银行、建设银行、交通银行、农业银行、邮政储蓄银行、招商银行、中国银行、苏州银行共计 8 家银行查询个人账户清单，确认其实际控制人账户完整性。
2	吴江市聚力德电子科技有限公司	凌惠荣	50 万元	65%-70%	企业账户 2 个； 实际控制人账户 2 个	陪同供应商实际控制人凌惠荣前往当地工商银行、建设银行、交通银行、农业银行、邮政储蓄银行、招商银行、中国银行、苏州银行共计 8 家银行查询个人账户清单，确认其实际控制人账户完整性。
3	苏州三汇塑胶有限公司	黄纬军	230 万元	5%以内	-	-
4	苏州奔腾塑业有限公司	郑文涌	3,000 万元	5%以内	-	-
5	无锡市荣亿塑料电器有限公司	张一、杨艳	3,000 万元	10%-15%	企业账户 2 个； 实际控制人账户 3 个	-
6	盐城市大丰区长力橡塑有限公司	康秀珠	200 万元	10%-15%	企业账户 4 个； 实际控制人账户 4 个	陪同供应商实际控制人陆谦华前往工商银行、建设银行、交通银行、农业银行、邮政储蓄银行、招商银行、中国银行、江苏银行、大丰农商银行共计 9 家银行查询个人账户清单，确认其实际控制人账户完整性。
电机及组合件						
1	苏州市同创金属制品有限公司	孙金海	1,500 万元	5%-10%	企业账户 5 个； 实际控制人账户 3 个	陪同供应商实际控制人孙金海前往当地工商银行、建设银行、交通银行、农业银行、邮

序号	供应商名称	法定代表人/实际控制人	注册资本	公司采购金额占其销售比例	核查账户数量	走访银行情况
2	苏州市吴中区金鑫冲压制品有限公司(与苏州市同创金属制品有限公司为同一控制下企业)	孙金海	500万元		企业账户 4 个； 实际控制人账户 3 个	政储蓄银行、招商银行、中国银行、苏州银行共计 8 家银行查询个人账户清单，确认其实际控制人账户完整性。
3	浙江和超电机有限公司	孙仁达	518万元	10%-15%	企业账户 3 个； 实际控制人账户 2 个	-
4	台州市华普电机有限公司	陈广冲	258万元	5%以内	企业账户 4 个； 实际控制人账户 2 个	-
5	苏州工业园区星德胜电机有限公司	朱云舫	2,097.3154 万美元	5%以内	-	-
6	上海华藤金属加工有限公司	吴瑞征	2,480 万美元	5%以内	-	-
7	苏州迈亿美电器有限公司	蒋纪奎	500万元	5%-10%	企业账户 4 个； 实际控制人账户 3 个	-
8	苏州科固电器有限公司	王建胜	300万元	5%以内	-	-
其他						
1	苏州新区枫经印刷有限公司	徐进康	2,100 万元	10%-15%	企业账户 4 个； 实际控制人账户 5 个	陪同供应商实际控制人徐进康前往当地工商银行、建设银行、交通银行、农业银行、邮政储蓄银行、招商银行、中国银行、苏州银行共计 8 家银行查询个人账户清单，确认其实际控制人账户完整性。

注：上海广冶钢铁有限公司、上海展志钢材加工配送有限公司、上海星车国际商贸有限公司为经营规模较大的钢材贸易公司，公司采购金额占其销售比例未超过 5%，发行人非其

主要客户，基于上述理由，上述三家供应商拒绝向保荐机构和发行人会计师提供其公司账户流水和实际控制人个人账户流水；苏州奔腾塑业有限公司为发行人 OEM 客户 Stanley Black&Decker 指定供应商，公司采购金额占其销售比例未超过 5%，发行人非其主要客户，基于上述理由，其拒绝向保荐机构和发行人会计师提供其公司账户流水和实际控制人个人账户流水；苏州三汇塑胶有限公司自 2020 年已经不再与发行人合作，基于上述理由，其拒绝向保荐机构和发行人会计师提供其公司账户流水和实际控制人个人账户流水；苏州工业园区星德胜电机有限公司、上海华藤金属加工有限公司为外商投资企业，整体经营规模较大，发行人向其采购金额占其销售比例未超过 5%，发行人非其主要客户，基于上述理由，上述两家供应商拒绝向保荐机构和发行人会计师提供其公司账户流水和实际控制人个人账户流水；苏州科固电器有限公司，整体经营规模较大，发行人向其采购金额占其销售比例未超过 5%，发行人非其主要客户，基于上述理由，该供应商拒绝向保荐机构和发行人会计师提供其公司账户流水和实际控制人个人账户流水。

注：浙江和超电机有限公司、苏州擎泰金属制品有限公司银行账户对账单为 2019 年至 2020 年 12 月末存续的账户银行账户对账单

（7）注册资本低于 200 万元供应商经营规模与发行人采购规模匹配性核查

针对金属件、塑料件类、钢材类、电机及组合件各期前五大供应商中注册资本低于 200 万元的供应商，保荐机构、发行人会计师通过现场观察其生产车间，粗略估测供应商整体产能，并通过邮件方式获取供应商 2020 年纳税申报报表电子扫描件，与发行人向其采购规模进行对比分析。

2、核查结论

经核查，保荐人、发行人会计师认为：

（1）发行人向供应商采购原材料及银行付款真实，采购价格公允，发行人供应商及其实际控制人、高级管理人员与发行人控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员不存在大额资金往来，不存在关联关系及其他利益安排；

（2）发行人 2019 年采购单价较 2018 年整体呈现下降趋势，主要原因为由于钢材、塑料粒子、铜、铝等原材料行情与 2018 年相比均呈现下降趋势，致使发行人实时采购单价同比呈现下降趋势；其次发行人通过引入替代供应商并与主要供应商竞争策略谈判降价，发行人部分主要供应商为了巩固其在发行人份额会随之竞争性降价；此外部分供应商由于批量订单，因为量大而给予采购价格优惠；上述因素综合致使发行人 2019 年采购单价较 2018 年整体呈现下降趋势；发行人 2020 年采购单价较 2019 年整体呈现下降趋势最主要原因为原材料行情累计波动较大，发行人于 2020 年 3-4 月对协商定价的部分非标准类精加工类工业制品与供应商进行了累计行情波动谈判降价；其次，塑料粒子于 2020 年全年呈现下降趋势，使得发行人塑料件实时采购单价同比呈现下降趋势；此外，发行人通过引

入替代供应商并与主要供应商竞争策略谈判降价及部分供应商由于批量订单给予了采购价格优惠；上述因素综合致使发行人 2020 年采购单价较 2019 年整体呈现下降趋势；

报告期内，发行人 2019 年采购单价较 2018 年整体呈现下降趋势、2020 年采购单价较 2019 年整体呈现下降趋势对当年毛利率具体影响如下所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当年采购总金额（a）	56,622.62	33,982.60	41,308.64
按上年采购单价折算采购总额（b）	58,192.22	34,786.73	-
原材料价格下降对成本影响数 （c=a-b）	-1,569.6	-804.13	-
营业收入（d）	99,282.44	60,977.44	62,988.23
对当年毛利率的影响（e=c/d）	-1.58%	-1.32%	-

注：按上年采购单价折算采购总额=上年采购价格乘以本年采购数量；若某原材料上年未采购，则以本年采购价格乘以本年采购数量。

（二）说明如何通过观察供应商生产车间生产规模分析供应商生产规模与发行人向其采购规模相匹配，是否采用其他核查程序分析生产规模和采购规模的匹配性

针对金属件、塑料件类、钢材类、电机及组合件各期前五大供应商中注册资本低于 200 万元的供应商，保荐机构、发行人会计师通过现场观察其生产车间，统计供应商生产车间主要生产设备数量，观察生产车间现场生产工人数量，询问主要生产设备产能情况，粗略估测供应商整体产能，并与发行人向其采购规模进行对比分析。

保荐机构、发行人会计师通过现场观察供应商生产车间、粗略估测供应商整体产能并与发行人采购规模匹配方式核查发行人报告期内供应商的数量、金额及金额占比情况如下：

单位：万元

2020 年		2019 年		2018 年	
金额	占比	金额	占比	金额	占比
14,527.99	25.66%	8,194.44	24.11%	10,431.16	25.25%

除通过上述观察供应商生产车间生产规模分析供应商生产规模与发行人向其采购规模程序外，保荐机构通过邮件方式取得了上述供应商 2020 年纳税申报表电子扫描件，将上述供应商报税的营业收入与销售给发行人销售额相对比，

进一步分析核实了注册资本较低的供应商生产规模与发行人向其采购规模相匹配。

保荐机构、发行人会计师通过获取纳税申报表并与发行人采购规模匹配方式核查发行人报告期内供应商的数量、金额及金额占比情况如下：

单位：万元

2020 年		2019 年		2018 年	
金额	占比	金额	占比	金额	占比
14,527.99	25.66%	8,194.44	24.11%	10,431.16	25.25%

七、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人会计师：

1、实地走访、现场访谈发行人主要供应商、现场观察发行人供应商车间生产情况，覆盖报告期采购总额比例分别为 79.60%、78.16%和 75.99%；

2、对发行人与主要原材料供应商各期采购金额进行函证及替代测试，核查发行人与主要原材料供应商交易金额是否真实、准确，覆盖报告期采购总额比例分别为 89.57%、87.74%及 81.16%；

3、查阅发行人主要原材料供应商的工商资料，或通过全国企业信用信息公示系统取得主要原材料供应商工商登记信息，关注发行人主要原材料供应商的注册地址、股本、股东、主要管理人员、经营范围、业务发展等信息，核查分析发行人与其交易情况的合理性，以及发行人与主要原材料供应商是否存在关联关系，覆盖报告期采购总额比例分别为 90.93%、90.25%及 88.00%；

4、选取报告期各年度采购金额超过 200 万元的所有供应商和采用抽样方式抽取各年度采购金额低于 200 万元的其他部分供应商，共 101 家供应商，覆盖报告期对供应商采购比例分别为 88.56%、88.62%及 87.74%，针对上述 101 家供应商，选取每家供应商主要原材料料号各期采购单价进行环比分析，每家供应商核查金额超过 75%，共核查 1,337 个料号，询问核实采购单价异常波动原因，并评判发行人采购单价异常波动原因合理性；

5、访谈发行人金属件、塑料件类、钢材类、电机及组合件和其他类各期前五大供应商，共 29 家供应商，询问供应商对其他客户的报价和对发行人的报价差异及原因；

6、现场走访并查阅发行人金属件、塑料件类、钢材类、电机及组合件和其他类各期前五大供应商中 21 家供应商银行对账单及其实际控制人资金流水；

7、实地走访无锡市荣亿塑料电器有限公司、宁波市海曙鼎一气动工具有限公司、台州市华普电机有限公司、苏州怡东滕机械有限公司、苏州天之裕精工科技有限公司，询问苏州怡东滕机械有限公司、苏州天之裕精工科技有限公司成立之初便和发行人开展合作的原因，现场取得上述供应商对其他客户销售同类产品报价订单，与同时期发行人向上述供应商采购订单进行对比分析；

8、访谈发行人采购部门负责人，查阅发行人采购订单明细，了解向苏州擎泰金属制品有限公司、苏州市同创金属制品有限公司和苏州璟兴塑胶有限公司采购单价低于同类原材料供应商采购单价的原因，了解发行人向永康市斑马机械有限公司采购单价低于苏州中恒三佳自动化科技有限公司的原因；

9、实地走访苏州璟兴塑胶有限公司，了解苏州璟兴塑胶有限公司成立当年便和发行人开展合作的背景，现场获取其 2018 年-2020 年年度纳税申报表及 2021 年一季度纳税申报表、员工花名册，现场观察苏州璟兴塑胶有限公司主要生产设备，分析苏州璟兴塑胶有限公司生产经营规模与发行人向其采购的匹配性；

10、实地走访上海展志钢材加工配送有限公司，了解发行人向其采购钢材类原材料原因，询问其最终供应商情况，并了解发行人向上海展志钢材加工配送有限公司采购价格和上海展志钢材加工配送有限公司向最终供应商采购价格的差异及原因；

11、实地走访报告期内金属件、塑料件类、钢材类、电机及组合件各期前五大供应商中注册资本低于 200 万元的供应商，观察注册资本较低的供应商生产车间，验证供应商生产规模与发行人向其采购规模匹配情况，取得其 2020 年度纳税申报表，验证供应商纳税收入与发行人向其采购规模匹配情况；

12、取得公司董监高、主要股东调查问卷，了解公司董监高、主要股东与公司供应商是否存在关联关系；

13、查阅报告期内的发行人资金银行流水、发行人实际控制人及其控制的企业资金流水、发行人董事、监事、高级管理人员、关键岗位资金流水，核查是否与发行人供应商存在利益安排事项。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人会计师认为：

1、报告期内，公司金属件、塑料件类、钢材类、电机及组合件各期前五大供应商存在部分供应商供应的原材料没有其他可比供应商，包括无锡市荣亿塑料电器有限公司、宁波市海曙鼎一气动工具有限公司、台州市华普电机有限公司，上述供应商对其他客户销售同类产品单价和对苏州欧圣电气股份有限公司销售单价不存在显著差异，发行人向上述供应商采购金额均未超过其销售额 50%，不存在为发行人独家供应商情形；

2、发行人向苏州擎泰金属制品有限公司、苏州市同创金属制品有限公司和苏州璟兴塑胶有限公司部分料号采购单价低于部分同类原材料供应商采购单价且部分原材料 2020 年采购单价下降具备合理性，发行人向永康市斑马机械有限公司采购单价低于苏州中恒三佳自动化科技有限公司具备合理性，不存在利益输送或其他利益安排；

3、报告期内，发行人采购规模超过 50 万元的供应商中有 6 家供应商成立当年便和发行人开展合作，主要为苏州璟兴塑胶有限公司；苏州璟兴塑胶有限公司成立当年和发行人开展合作主要系其承接发行人原塑料件供应商吴江市益兴塑胶有限公司塑料件业务，具备合理性；报告期内苏州璟兴塑胶有限公司主要财务数据、人员规模与其经营生产规模相匹配，与发行人向其采购规模相匹配，苏州璟兴塑胶有限公司及其控股股东、实际控制人与发行人及关联方、董监高或核心人员、前员工不存在关联关系或其他利益往来；

4、2020 年公司向上海展志钢材加工配送有限公司新增大额采购主要系上海展志钢材加工配送有限公司经营规模远高于发行人原钢材供应商，在钢材价格、供货响应速度、品质控制等方面具备一定的竞争优势，其销售的钢板与钢卷最终供应商为鞍钢集团有限公司、中国宝武钢铁集团有限公司等大型钢铁集团公司，公司向上海展志钢材加工配送有限公司采购价格和上海展志钢材加工配送有限公司销售给其他公司钢材价格均根据当日大宗商品钢材行情价进行定价，具备公允性；

5、苏州怡东滕机械有限公司、苏州天之裕精工科技有限公司成立之初和发行人合作的背景为上述两家供应商创始人为发行人原合作供应商主要业务管理人员，与发行人业务保持较早的合作关系，上述供应商对其他客户销售同类产品

单价与对发行人销售单价不存在显著差异；苏州怡东滕机械有限公司、苏州天之裕精工科技有限公司主要财务数据、生产设备产能与其经营生产规模相匹配，与发行人向其采购规模相匹配；苏州怡东滕机械有限公司、苏州天之裕精工科技有限公司及其控股股东、实际控制人与发行人及其控股股东、实际控制人、主要股东、董事、监事、高级管理人员、核心人员、前员工等不存在关联关系或其他利益往来。

10. 关于毛利率

前次审核问询回复显示：

（1）报告期内，公司主营业务毛利率为 23.94%、34.69%和 38.38%，呈现逐年上升的趋势，同行业可比公司报告期内毛利率均较为稳定。

（2）发行人采用成本加成模式，报告期内主要产品小型空压机和干湿两用吸尘器的单位成本大幅下滑，而平均单价大幅上升，大容量的产品毛利率上升幅度更大。

请发行人：

（1）结合报告期内创科实业毛利率稳定的情形说明“公司小型空压机产品毛利率整体呈逐年上升趋势，与创科实业的可比产品毛利率变动趋势基本一致”是否有误，若有误，请及时更正；

（2）结合美元兑人民币汇率上升、原材料价格下降的情形，分析同行业可比公司毛利率较为稳定而发行人毛利率大幅上升的原因和合理性；同行业 ODM、品牌授权或自主品牌模式下毛利率水平和发行人毛利率水平的差异及原因；

（3）补充披露发行人成本加成模式是否和“平均单价上升、平均单位成本下滑”是否一致，报告期发行人产品价格变动与材料价格变动在时间点上存在不一致的具体情形以及对各期发行人毛利率波动的具体影响，并结合销售及采购订单周期、生产周期、交货期等分析上述不一致产生的原因及合理性；

（4）结合主营营业成本中直接材料、直接人工和制造费用的明细项目价格变动情况，进一步量化分析主要产品单位成本下降的原因及合理性；

（5）补充披露 2019 年大加仑产品毛利率较上年度增长较快，且快于其他规格产品毛利率增幅的原因和合理性。

请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见。

回复：

一、结合报告期内创科实业毛利率稳定的情形说明“公司小型空压机产品毛利率整体呈逐年上升趋势，与创科实业的可比产品毛利率变动趋势基本一致”是否有误，若有误，请及时更正；

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（三）毛利率分析”之“3、公司毛利率水平与可比上市公司对比情况”中对相应表述修改如下：

“B. 与可比公司毛利率变动趋势对比分析

报告期内，公司小型空压机产品毛利率与可比公司可比产品毛利率对比情况如下：

证券代码	公司简称	可比产品	2020 年度	2019 年度	2018 年度
002444. SZ	巨星科技	手工具及手持式电动工具	30.00%	31.18%	29.17%
00669. HK	创科实业	电动工具及配件、户外园艺工具及配件、地板护理及器具	38.25%	37.73%	37.24%
欧圣电气		小型空压机	29.49%	28.78%	20.67%

公司小型空压机产品毛利率整体呈逐年上升趋势，创科实业的可比产品毛利率呈现逐年小幅上升趋势，公司与创科实业毛利率均呈现逐年上升趋势，但欧圣电气毛利率低于创科实业。同时 2019 年欧圣电气毛利率增长幅度高于创科实业，主要原因系创科实业以财务报表以美元计量，因此美元兑人民币汇率上升不会影响其产品价格。公司与巨星科技 2020 年度的毛利率趋势不同，主要原因系巨星科技 2020 年 ODM 模式业务占比较上年增加，而 ODM 模式毛利率较自有品牌毛利率低，因此巨星科技 2020 年度毛利率较上年降低。”

二、结合美元兑人民币汇率上升、原材料价格下降的情形，分析同行业可比公司毛利率较为稳定而发行人毛利率大幅上升的原因和合理性；同行业 ODM、品牌授权或自主品牌模式下毛利率水平和发行人毛利率水平的差异及原因；

（一）结合美元兑人民币汇率上升、原材料价格下降的情形，分析同行业可比公司毛利率较为稳定而发行人毛利率大幅上升的原因和合理性

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（三）毛利率分析”之“3、公司毛利率水平与可比上市公司对比情况”中补充披露如下：

“报告期内，公司小型空压机产品毛利率与可比公司可比产品毛利率对比情

况如下:

证券代码	公司简称	可比产品	2020 年度	2019 年度	2018 年度
002444. SZ	巨星科技	手工具及手持式电动工具	30.00%	31.18%	29.17%
00669. HK	创科实业	电动工具及配件、户外园艺工具及配件、地板护理及器具	38.25%	37.73%	37.24%
欧圣电气		小型空压机	29.49%	28.78%	20.67%

.....

C. 同行业可比公司毛利率较为稳定而发行人毛利率大幅上升的原因和合理性

公司 2020 年小型空压机毛利率较 2019 年毛利率相对稳定, 公司 2019 年小型空压机毛利率的增长幅度高于同行业可比公司, 主要系:

a. 汇率方面影响

巨星科技规模较大, 公司在美国收购了 Arrow Fastener Co., LLC 和 Prime-Line Products, LLC 两个公司的制造基地, 其在美国的美元成本在汇率上升时转成人民币成本将会增加, 2018 年美元兑人民币平均汇率为 6.6174, 2019 年为 6.8985, 2019 年美元兑人民币汇率波动较大, 变动幅度达 4.25%。此外巨星科技亦在越南投入了生产基地, 其在越南的越币成本在汇率上升时转成人民币成本将会增加, 2018 年越南盾兑人民币平均汇率为 0.000287, 2019 年越南盾兑人民币平均汇率为 0.000297, 变动幅度达 3.48%。

创科实业为香港上市公司, 其财务报表本位币为美元, 因此美元兑人民币平均汇率的上升不会影响其单位价格, 而公司在美元兑人民币平均汇率上升的情况下会导致单位价格增加, 从而导致毛利率增长。2018 年美元兑人民币平均汇率为 6.6174, 2019 年为 6.8985, 2019 年美元兑人民币汇率波动较大, 变动幅度达 4.25%。

b. 销售结构变化

报告期内, 公司小型空压机不同销售结构的情况分别如下:

单位: 万元, %

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	金额	同比增长	毛利率	金额	同比增长	毛利率	金额	同比增长	毛利率
DDP	3,025.50	-3.22	35.70	3,126.11	47.57	46.59	2,118.45	/	28.67
网络模式	1,124.90	146.14	65.50	457.01	366.96	54.51	97.87	/	43.25

小型空压机 总收入	50,372.38	45.67	29.49	34,579.60	-16.68	28.78	41,501.85	/	20.67
--------------	-----------	-------	-------	-----------	--------	-------	-----------	---	-------

根据 2019 年 11 月巨星科技公告的《公开发行可转换公司债券申请文件反馈意见的回复(修订稿)》中表述,“巨星科技出口产品定价为 FOB 方式,进口关税由客户承担。根据目前公司外销订单的签订及履行情况来看,出口产品价格稳定,公司并未出现以大幅降低出口产品价格方式来承担关税的情形”,而公司小型空压机 DDP 模式占比分别由 2018 年的 5.10%增长至 2019 年的 9.04%,增速达 47.57%,在 DDP 模式下由公司承担关税,因此毛利率会有所上升。

同时,巨星科技 2015 年非公开募集资金 10.15 亿元,募投项目包括电商销售平台和自动仓储物流体系建设项目,根据其公开披露资料,巨星科技已自建垂直电商平台土猫网,同时与天猫、亚马逊、京东、EBAY、阿里巴巴、速卖通都有合作。巨星科技已提前进行了电商销售的布局,而公司 2019 年设立子公司深圳洁德,招聘专门的电商运营团队,大力发展网络销售业务,小型空压机电商销售规模由 2018 年的 97.87 万元增长至 2019 年的 457.01 万元,增长幅度达 366.96%,网络销售模式下由于需要承担关税、海运费、平台交易费、仓储费等,因此毛利率相对较高,网络销售模式收入的增加推动了公司毛利率增长。

巨星科技和创科实业的业务规模较大,创科实业、巨星科技 2020 年度营业收入分别为 98.12 亿美元、85.44 亿元人民币,规模较大,业务模式更加稳健,而发行人处于迅猛发展阶段,因此业务模式变化较快。

c. 发行人客户情况

2018 年及 2019 年公司小型空压机前五大客户的销售收入和毛利率情况如下:

年度	客户名称	销售收入(万元)	毛利率
2018 年度	The Home Depot	12,333.43	20.60%
	Lowe's	11,819.44	19.56%
	Walmart	6,846.03	21.49%
	Canadian Tire Corporation	4,742.78	13.00%
	Harbor Freight Tools	2,387.56	24.15%
	合计/平均	38,129.24	19.71%
2019 年度	Lowe's	12,507.17	27.81%
	The Home Depot	5,829.10	19.86%
	Canadian Tire Corporation	4,757.11	23.00%
	Walmart	4,211.97	30.17%
	Menards	3,129.68	46.65%

	合计/平均	30,435.03	27.80%
--	-------	-----------	--------

从小型空压机前五大客户来看，Lowe's 2019 年毛利率变动对小型空压机毛利率影响较大，主要原因为 Lowe's 采购的小型空压机以 20 加仑及 26 加仑为主，体积偏大，所使用原材料较多，扩大了原材料价格上涨对当年毛利率下降的主导作用。

2019 年公司经过与 Canadian Tire Corp 协商，对部分产品进行上调，因此价格有所上升，毛利率有所提升。

公司对 Menards 的销售模式为 DDP 模式，2019 年因加征关税的原因导致对 Menards 的销售毛利率相对较高，而 2019 年对 Menards 小型空压机销售占比提升，对公司的毛利率有推动作用。

综上，公司小型空压机 2019 年毛利率增长幅度高于同行业可比公司具有合理性。

.....

证券代码	公司简称	可比产品	2020 年度	2019 年度	2018 年度
603355.SH	莱克电气	环境清洁电器	29.42%	30.22%	27.91%
603486.SH	科沃斯	服务机器人	48.01%	44.86%	47.57%
		清洁类小家电	36.29%	24.61%	17.78%
欧圣电气		干湿两用吸尘器	47.33%	41.55%	29.21%

.....

C. 同行业可比公司毛利率较为稳定而发行人毛利率大幅上升的原因和合理性

报告期内，公司干湿两用吸尘器毛利率呈逐年上升的趋势，增长幅度高于同行业，主要系产品结构调整所致，具体分析如下：

a. 汇率影响

报告期内，发行人主要以外销为主，外销占比均为 98%以上，而莱克电气及科沃斯外销占比相对较低，因此汇率波动对发行人的影响大于莱克电气及科沃斯。

证券代码	公司简称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
603355.SH	莱克电气	70.36%	63.75%	66.82%
603486.SH	科沃斯	48.08%	47.13%	50.85%
欧圣电气		99.84%	98.76%	99.03%

b. 销售结构变化

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	金额	同比增长	毛利率	金额	同比增长	毛利率	金额	同比增长	毛利率
DDP	6,430.94	185.18%	57.19%	2,255.07	617.86%	49.16%	314.14	/	46.62%
网络模式	9,032.27	114.88%	69.67%	4,203.32	207.09%	65.52%	1,368.78	/	51.24%
品牌授权	32,641.35	96.83%	51.92%	16,583.33	34.01%	45.89%	12,374.84	/	31.31%
干湿两用吸尘器总收入	42,230.65	78.06%	47.33%	23,717.45	27.46%	41.55%	18,608.10	/	29.21%

根据莱克电气报告期内年度报告披露，其出口商品主要采用 FOB 模式结算；根据科沃斯报告期内年度报告披露，OEM/ODM 模式下在合同规定的港口将货物装船并在船只越过船舷后确认销售收入结算，即主要以 FOB 模式为主；而公司对 Costco 等客户自 2018 年末起采用 DDP 模式结算，由公司支付境外运保费和清关税费，因此毛利率相对较高，报告期内公司干湿两用吸尘器 DDP 模式的销售增速分别为 617.86%及 185.18%，呈逐年上升的趋势。

公司亚马逊平台模式销售规模逐年增加，网络销售模式下由公司支付境外运保费、清关税费及平台交易费等，报告期内公司干湿两用吸尘器网络销售模式的销售增速分别为 207.09%及 114.88%，增长势头迅猛。

莱克电气主要模式为 ODM、OEM 及自有品牌，其中海外业务主要通过 ODM 模式；科沃斯主要模式为自有品牌、ODM 及 OEM；而公司通过支付品牌授权费方式获得了 Stanley、Dewalt 等品牌授权，在品牌授权模式下，公司能够获取更高的品牌溢价，因此毛利率相对较高。报告期内公司干湿两用吸尘器品牌授权模式的销售增速分别为 34.01%及 96.83%。

公司产品逐渐向高端领域倾斜。2018 年起，公司干湿两用吸尘器业务规模相对稳固。在此基础上，2019 年和 2020 年，公司调整产品策略，将产品定位向高端领域倾斜，吸尘器品类逐渐从 Stanley/PorterCable 中端品牌小加仑（小体积）往 Dewalt 高端品牌大加仑（大体积）调整，高附加值的 Dewalt 品牌干湿两用吸尘器产品销售占比呈快速增长态势，公司毛利率增长较快。报告期内公司干湿两用吸尘器品牌授权模式下 Dewalt 品牌的销售占比分别为 14.27%、42.49%及 72.88%，呈逐年上升的趋势。

公司贸易方式、销售模式、业务模式等结构的变化导致公司毛利率呈上升趋势，且增长幅度较高。同行业可比公司毛利率较为稳定而发行人毛利率大幅上升具有合理性。”

(二) 同行业 ODM、品牌授权或自主品牌模式下毛利率水平和发行人毛利率水平的差异及原因

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“(三) 毛利率分析”之“3、公司毛利率水平与可比上市公司对比情况”中补充披露如下：

“(3) 同行业 ODM、品牌授权或自主品牌模式下毛利率水平和发行人毛利率水平的差异及原因

①ODM 模式

报告期内同行业 ODM 模式下毛利率水平和发行人毛利率水平如下所示：

证券代码	公司简称	主要产品	2020 年度	2019 年度	2018 年度
603355. SH	莱克电气	环境清洁电器	17.04%	17.16%	17.73%
603486. SH	科沃斯	服务机器人、清洁类小家电	未披露	未披露	未披露
	欧圣电气	干湿两用吸尘器	37.09%	33.24%	25.31%
002444. SZ	巨星科技	手工具及手持式电动工具	29.90%	31.92%	27.65%
00669. HK	创科实业	电动工具及配件、户外园艺工具及配件、地板护理及器具	未披露	未披露	未披露
	欧圣电气	小型空压机	28.44%	27.67%	20.07%

注：莱克电气年度报告中未明确披露不同模式毛利率情况，但根据“海外业务主要通过 ODM 模式，形成了设计、产品、研发、供应链等全业务链推进能力”推断国外市场主要为 ODM 模式，因此用外销毛利率进行替代。

从干湿两用吸尘器角度来看，公司 ODM 模式下毛利率高于莱克电气毛利率，主要原因为公司 ODM 模式客户为 Lowe’s、Harbor Freight Tools 等终端零售商，直接面向终端消费者；而莱克电气的 ODM 模式客户系创科实业、博世西门子、飞利浦、伊莱克斯等国际家电品牌商，由国际家电品牌商再对终端零售商销售，因此其毛利率整体较公司偏低。

从小型空压机角度来看，公司 ODM 模式下毛利率低于巨星科技毛利率，主要原因为：1) 报告期内，巨星科技除在中国本土设有生产基地外，在东南亚地区已经形成越南加柬埔寨的布局，既能发挥中国制造业集群的优势，又能利用东南亚地区制造成本的优势；2) 巨星科技 2020 年度营业收入为 85.44 亿元，归属于上市公司股东的净利润 13.50 亿元，巨星科技业务规模较大，对上游客户及下游供应商的议价能力更强，规模效应更为显著。

②自有品牌

报告期内同行业自有品牌模式下毛利率水平和发行人毛利率水平如下所示：

证券代码	公司简称	主要产品	2020 年度	2019 年度	2018 年度
603355. SH	莱克电气	环境清洁电器	46.94%	44.12%	40.14%
603486. SH	科沃斯	服务机器人、清洁类小家电	51.35%	45.93%	未披露
欧圣电气		干湿两用吸尘器	18.74%	32.42%	29.25%
002444. SZ	巨星科技	手工具及手持式电动工具	31.92%	33.82%	36.68%
00669. HK	创科实业	电动工具及配件、户外园艺工具及配件、地板护理及器具	未披露	未披露	未披露
欧圣电气		小型空压机	62.02%	64.87%	-

注：莱克电气年度报告中未明确披露不同模式毛利率情况，但根据“目前国内市场通过“莱克 LEXY”、“吉米 JIMMY”、“碧云泉 bewinch”、“西曼帝克 SieMatic”、“三食黄小厨 thesuns”五大品牌生态渗透广义小家电市场”推断国内市场主要为自有品牌，因此用内销毛利率进行替代。

报告期内，公司自有品牌销售规模较小，自有品牌产品规模如下所示：

单位：万元

主要产品	2020 年度	2019 年度	2018 年度
小型空压机	670.87	177.52	-
干湿两用吸尘器	452.22	231.10	287.70

报告期内，公司干湿两用吸尘器自有品牌毛利率低于同行业可比公司，主要原因如下：1)公司目前自有品牌“STEALTH”、“ALTON”、“欧圣”知名度低于莱克电气的“莱克 LEXY”及“吉米 JIMMY”等、科沃斯的“科沃斯”及“添可”等，因此品牌溢价较可比公司低，毛利率低于同行业可比公司；2)公司自有品牌干湿两用吸尘器规模较小，规模效应较低。

报告期内，公司小型空压机自有品牌毛利率高于同行业可比公司，主要原因为公司目前小型空压机自有品牌的销售渠道主要为亚马逊电商及美国当地销售，由于需要承担关税、海运费、平台交易费等，因此公司小型空压机自有品牌毛利率高于同行业可比公司。

③品牌授权

根据公开数据，未查询到可比公司品牌授权模式毛利率数据。

综上所述，同行业未披露其存在品牌授权模式，同行业 ODM 或自主品牌模

式下毛利率水平和发行人毛利率水平的差异具有合理性。”

三、补充披露发行人成本加成模式是否和“平均单价上升、平均单位成本下滑”是否一致，报告期发行人产品价格变动与材料价格变动在时间点上存在不一致的具体情形以及对各期发行人毛利率波动的具体影响，并结合销售及采购订单周期、生产周期、交货期等分析上述不一致产生的原因及合理性；

（一）披露发行人成本加成模式是否和“平均单价上升、平均单位成本下滑”是否一致

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（三）毛利率分析”之“2、主营业务分类别的毛利分析”中补充披露如下：

“.....

原材料价格方面，因原材料价格下跌，公司原有机型的小型空压机产品单位成本呈下降趋势，如 CE0914L/26 加仑、CE0505W/8 加仑、CE0510W/8 加仑。

.....

报告期内，公司小型空压机的平均单位价格和平均单位成本均呈现上升趋势。公司原有机型的小型空压机产品单位成本呈下降趋势主要系报告期内原材料价格呈现下跌趋势所致，与小型空压机整体的平均单位成本上升不存在矛盾。小型空压机整体的平均单位成本上升主要系公司产品容量发生结构性变化，体积向大容量方向发展所致。

报告期内，发行人小型空压机主要容量产品的收入占比如下所示：

加仑数	2020 年	2019 年	2018 年
2	3.95%	11.30%	16.76%
3	8.98%	11.12%	11.52%
8	30.44%	29.72%	34.99%
20	12.93%	6.78%	2.79%
26	14.10%	19.76%	11.58%

.....

原材料价格方面，因原材料价格下降，公司原有机型的干湿两用吸尘器产品单位成本呈下降趋势，如 VC1403S/8 加仑、VC2802P/1 加仑、VC3303/5 加仑。

.....

报告期内，公司干湿两用吸尘器的平均单位价格和平均单位成本均呈现上

升趋势。

公司原有机型的干湿两用吸尘器产品单位成本呈下降趋势主要系报告期内原材料价格呈现下跌趋势所致，与平均单位成本上升不存在矛盾。平均单位成本上升主要系公司产品容量发生结构性变化，体积向大容量方向发展所致。

报告期内，发行人干湿两用吸尘器主要容量产品的收入占比如下所示：

加仑数	2020 年	2019 年	2018 年
1	0.83%	10.51%	15.55%
3	6.02%	3.01%	2.45%
4	6.28%	3.51%	18.60%
5	7.16%	8.19%	9.46%
6	14.89%	11.77%	5.10%
8	3.53%	14.27%	24.27%
9	17.72%	9.39%	1.58%
10	28.46%	26.59%	7.07%

综上，发行人成本加成模式和平均单价上升、平均单位成本上升的情况一致。”

（二）报告期发行人产品价格变动与材料价格变动在时间点上存在不一致的具体情形以及对各期发行人毛利率波动的具体影响，并结合销售及采购订单周期、生产周期、交货期等分析上述不一致产生的原因及合理性

1、结合销售及采购订单周期、生产周期、交货期等分析发行人产品价格变动与材料价格变动在时间点上存在不一致的具体情形

发行人已在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“6、上游原材料价格变化与下游产品价格变化之间的传导过程”部分披露如下：

“公司产品销售以订单为销售单元，基础报价是指公司根据市场价格调整的产品单价，主要受市场供需关系、原材料价格等因素影响。其中市场供需关系是最重要的影响因素，当原材料价格涨跌幅度较大时，公司会和客户进行协商调整基础报价。为保证自身盈利空间，公司可通过适度提价向下游客户传导成本上升的压力。

.....

③产品价格变动与材料价格变动在时间点上存在不一致的具体情形

公司生产所用主要原材料为金属件、塑料件类、钢材类等，其价格随市场

波动较大。根据行业惯例，公司在采购产品时，对上述主要原材料的价格根据“原材料+加工费用+其他”的定价模式，根据公司产品价格计算公式，对主要材料的价格取值范围大致为当天或上月平均价，因此大宗商品价格变动传导至上述主要原材料的采购价格的周期在 0-30 天之间。除此之外，公司还存在部分采购原材料的价格在大宗商品不出现大幅变动的情况下不予调价或滞后调价的情况。

根据公司不同产品的生产周期，其生产周期范围在 10-30 天不等。由于公司主要实行“订单生产”的生产模式，公司存货生产成本对产品出货的销售成本传导基本无滞后期。

销售产品时采用以“生产成本+其他费用+合理利润”为基础定价，在该基础上考虑产品终端定位品牌、产品技术难度、市场供求情况、订单规模、争取订单的难易程度、公司额外承担的其他费用、汇率等综合因素与客户协商定价。原材料的价格变动风险随销售价格变动向下游传导，但不一定呈现线性关系。公司与客户协商调价存在一定的谈判周期，周期一般为 1-3 个月。

综上所述，总体而言，上游原材料价格波动对公司产品价格调整传导存在约 2-4 个月的滞后期。”

2、报告期发行人产品价格变动与材料价格变动在时间点上存在不一致对各期发行人毛利率波动的具体影响

发行人已在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“6、上游原材料价格变化与下游产品价格变化之间的传导过程”部分披露如下：

“④报告期产品价格变动与材料价格变动在时间点上存在不一致对各期发行人毛利率波动的具体影响

为测算产品价格变动与材料价格变动在时间点上存在不一致对各期发行人毛利率波动的影响，假设产品价格不变，将采购价格向前调整去除滞后性的影响。

总体而言，上游原材料价格波动对公司产品价格调整传导存在 2-4 个月的滞后期，本次模拟测算按滞后 2、3、4 个月分别测算。报告期内，公司原材料价格变动情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当年采购总金额	56,622.62	33,982.60	41,308.64
按滞后 2 个月的平均采购单价折算采购总额	56,594.99	34,056.53	42,001.61
按滞后 3 个月的平均采购单价折算采购总额	56,694.46	34,166.81	41,687.70
按滞后 4 个月的平均采购单价折算采购总额	56,812.93	34,210.54	41,675.27
按滞后 2 个月的平均采购单价折算采购指数	100.05%	99.78%	98.35%
按滞后 3 个月的平均采购单价折算采购指数	99.87%	99.46%	99.09%
按滞后 4 个月的平均采购单价折算采购指数	99.67%	99.33%	99.12%

注：以 2020 年按滞后 2 个月的平均采购单价折算采购总额为例，其等于 2020 年 1 月-2020 年 12 月的采购数量乘以滞后 2 个月的平均采购单价（2019 年 11-2020 年 10 月）；若某原材料上年未采购，则以本年采购价格乘以本年采购数量。

A. 小型空压机

假设其他条件不发生变动的情况下，按照上年平均采购价格模拟计算的小型空压机的毛利率如下所示：

a. 产品价格调整传导滞后期为 2 个月

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当年单位价格	553.87	526.14	442.83
当年单位成本	390.52	374.69	351.30
其中：直接材料	332.30	320.24	302.90
毛利率	29.49%	28.78%	20.67%
按滞后 2 个月的平均采购单价折算采购指数	100.05%	99.78%	98.35%
以滞后 2 个月的平均采购单价计算单位成本	390.35	375.40	356.38
修正后毛利率	29.52%	28.65%	19.52%
差异	0.03%	-0.13%	-1.15%

b. 产品价格调整传导滞后期为 3 个月

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当年单位价格	553.87	526.14	442.83
当年单位成本	390.52	374.69	351.30
其中：直接材料	332.30	320.24	302.90
毛利率	29.49%	28.78%	20.67%
按滞后 3 个月的平均采购单价折算采购指数	99.87%	99.46%	99.09%
以滞后 3 个月的平均采购单价计算单位成本	390.95	376.43	354.08
修正后毛利率	29.41%	28.45%	20.04%
差异	-0.08%	-0.33%	-0.63%

c. 产品价格调整传导滞后期为 4 个月

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当年单位价格	553.87	526.14	442.83
当年单位成本	390.52	374.69	351.30
其中：直接材料	332.30	320.24	302.90
毛利率	29.49%	28.78%	20.67%
按滞后 4 个月的平均采购单价折算采购指数	99.67%	99.33%	99.12%
以滞后 4 个月的平均采购单价计算单位成本	391.62	376.85	353.99
修正后毛利率	29.29%	28.37%	20.06%
差异	-0.20%	-0.41%	-0.61%

综上所述，报告期内由于大宗商品整体呈现下降趋势，因此上游原材料价格波动对公司产品价格调整传导周期越长，对公司小型空压机的毛利率变动的影响越大。

B. 干湿两用吸尘器

假设其他条件不发生变动的情况下，按照上年平均采购价格模拟计算的干湿两用吸尘器的毛利率如下所示：

a. 产品价格调整传导滞后期为 2 个月

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当年单位价格	291.27	221.36	164.84
当年单位成本	153.42	129.39	116.68
其中：直接材料	139.00	115.31	103.15
毛利率	47.33%	41.55%	29.21%
按滞后 2 个月的平均采购单价折算采购指数	100.05%	99.78%	98.35%
以滞后 2 个月的平均采购单价计算单位成本	153.35	129.64	118.41
修正后毛利率	47.35%	41.43%	28.17%
差异	0.02%	-0.12%	-1.04%

b. 产品价格调整传导滞后期为 3 个月

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当年单位价格	291.27	221.36	164.84
当年单位成本	153.42	129.39	116.68
其中：直接材料	139.00	115.31	103.15
毛利率	47.33%	41.55%	29.21%
按滞后 3 个月的平均采购单价折算采购指数	99.87%	99.46%	99.09%
以滞后 3 个月的平均采购单价计算单位成本	153.60	130.02	117.63
修正后毛利率	47.27%	41.26%	28.64%

差异	-0.06%	-0.29%	-0.57%
----	--------	--------	--------

c. 产品价格调整传导滞后期为 4 个月

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当年单位价格	291.27	221.36	164.84
当年单位成本	153.42	129.39	116.68
其中：直接材料	139.00	115.31	103.15
毛利率	47.33%	41.55%	29.21%
按滞后 4 个月的平均采购单价折算采购指数	99.67%	99.33%	99.12%
以滞后 4 个月的平均采购单价计算单位成本	153.88	130.17	117.60
修正后毛利率	47.17%	41.20%	28.66%
差异	-0.16%	-0.35%	-0.55%

综上所述，报告期内由于大宗商品整体呈现下降趋势，因此上游原材料价格波动对公司产品价格调整传导周期越长，对公司干湿两用吸尘器的毛利率变动的影响越大。”

四、结合主营业成本中直接材料、直接人工和制造费用的明细项目价格变动情况，进一步量化分析主要产品单位成本下降的原因及合理性；

发行人已在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“8、主要产品单位成本变动情况”部分补充披露如下：

“8、主要产品单位成本变动情况

报告期内，公司主要产品为小型空压机及干湿两用吸尘器，各年度合计收入占主营业务收入的比例均超过 97%。

（1）小型空压机

报告期内，小型空压机单位成本具体情况如下：

单位：元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例
直接材料	332.30	3.77%	320.24	5.72%	302.90	/
直接人工	32.54	13.15%	28.76	20.99%	23.77	/
制造费用	20.10	-15.72%	23.85	0.97%	23.62	/
其他	5.58	203.01%	1.84	84.00%	1.00	/
合计	390.52	4.22%	374.69	6.66%	351.30	/

①直接材料

2019 年公司单位直接材料为 320.24 元，较上年增长 5.72%；2020 年公司单位直接材料为 332.30 元，较上年增长 3.77%。

报告期内，发行人小型空压机主要容量产品的收入占比如下所示：

加仑数	2020 年度	2019 年度	2018 年度
2	3.95%	11.30%	16.76%
3	8.98%	11.12%	11.52%
8	30.44%	29.72%	34.99%
20	12.93%	6.78%	2.79%
26	14.10%	19.76%	11.58%

平均单位材料成本上升主要系公司产品容量发生结构性变化，体积向大容量方向发展所致。

②直接人工

2019 年公司单位直接人工为 28.76 元，较上年增长 20.99%；2020 年公司单位直接人工为 32.54 元，较上年增长 13.15%。

平均单位人工成本上升主要系：一是公司生产人员单位时间/件工资逐年上升；二是公司产品容量发生结构性变化，体积向大容量方向发展，制造产品所需单位工时上升所致。

③制造费用

2019 年公司单位制造费用为 23.85 元，较上年增长 0.97%，变动幅度较小；2020 年公司单位制造费用为 20.10 元，较上年下降 15.72%，平均单位制造费用下降主要因为 2020 年小型空压机实际总产量 94.23 万台，2019 年总产量 67.32 万台，2020 年产量较 2019 年增长较多，分摊固定的制造费用导致单位制造费用成本下降。

④其他

2019 年公司单位其他成本为 1.84 元，较上年增长 84.00%；2020 年公司单位其他成本为 5.58 元，较上年增长 203.01%。平均单位其他成本上升主要系公司小型空压机委托外部加工件逐年上升导致。

综上所述，报告期内公司小型空压机平均单位成本呈上升趋势，主要系公司产品容量发生结构性变化，体积向大容量方向发展所致。

C. 同型号产品报告期内变动情况

由于公司产品种类较多，产品更新较快，因此抽取报告期内同种型号产品

(原有机型) 单位成本变动情况, 举例说明料工费变动情况。

①CE0505W-8 加仑卧罐

单位: 元

年度	销售占比	单位成本	单位直接材料	单位直接人工	单位制造费用	单位其他成本
2018	15.25%	400.94	349.79	25.39	25.76	/
2019	8.58%	393.91	329.83	30.70	33.38	/
2020	12.73%	365.94	311.91	30.03	24.00	/

根据公司产品生产 BOM 表, 选取主要原材料采购单价对比如下:

单位: 元

料件编号	品名	单位	数量	2020 年度	2019 年度	2018 年度
J1771420182	定子铁芯	PCS	1.000	21.09	23.50	25.01
A2632060344	转子组合件\MI4202	PCS	1.000	21.03	23.61	25.26
J0980660070	曲轴箱	PCS	1.000	20.26	20.26	20.26
F3013700584	调压阀\其它	PCS	1.000	8.49	8.68	9.21
J4900660070	电机后端盖	PCS	1.000	8.31	8.31	8.31
F5013700797	压力表, 其它	PCS	2.000	8.04	8.04	8.24
D1015049073	电源线	PCS	1.000	7.66	7.37	7.48
J0940740083	气缸	PCS	1.000	7.18	7.18	7.18
D6009006001	运转电容	PCS	1.000	7.09	7.13	7.25
J3598250144	气缸盖	PCS	1.000	6.75	6.75	6.70
J1756810083	漆包线	KG	0.297	6.49	6.59	6.88
Q4724318001	前罩壳\CE0505W	PCS	1.000	6.41	6.60	6.60
D9241134056	启动电容	PCS	1.000	5.75	5.84	5.86
J3538450180	曲柄	PCS	1.000	5.51	5.51	5.47
J0180690041	单向阀	PCS	1.000	5.46	6.04	5.83
X2350600062	脚轮\CA0601W	PCS	2.000	4.95	5.04	5.18
D3002000055	开关\开关	PCS	1.000	4.53	4.53	4.57
J1758920020	漆包线	KG	0.202	4.43	4.49	4.66
D3003000012	开关\压力开关	PCS	1.000	4.09	4.09	4.14
J3094470201	空滤器	PCS	1.000	3.41	3.50	3.52
Q4724328001	后罩壳\CE0505W	PCS	1.000	3.32	3.42	3.42
J0022520037	安全阀	PCS	1.000	3.29	3.32	3.32
J3140720036	排气管组件	PCS	1.000	3.25	3.22	3.21
J0720660070	连杆	PCS	1.000	3.10	3.10	3.10
J0328390144	阀板	PCS	1.000	3.08	3.08	3.06
J0904490201	排污阀	PCS	1.000	2.74	2.74	2.74
J1768480083	6004-2RS 轴承	PCS	1.000	2.64	2.70	2.73
J1763530020	轴承	PCS	1.000	2.64	2.70	2.73
J1761180422	6203 轴承	PCS	1.000	2.64	2.70	2.72
J3160700034	直角弯头	PCS	1.000	2.57	2.57	2.71

J2991790047	快速接头	PCS	1.000	2.54	2.54	2.55
J2608440147	活塞环	PCS	1.000	2.44	2.49	2.55
J3188420083	五脚阀片	PCS	1.000	2.35	2.41	2.40
AT2501.06.01	把手固定管	PCS	2.000	2.23	2.30	2.31
D3002000065	开关\开关	PCS	1.000	2.17	2.17	2.17
Y3830400201	泡沫内衬\CE0503W	PCS	1.000	2.09	2.26	2.26
J2850680033	轮轴	PCS	2.000	1.87	1.96	1.93
D4020902011	温控器	PCS	1.000	1.77	1.78	1.82
J3188410083	三脚阀片	PCS	1.000	1.48	1.51	1.51
J1220660070	连杆压盖	PCS	1.000	1.19	1.19	1.19
J6009640163	隔热罩	PCS	1.000	1.19	1.19	1.10
Y4720200247	纸板内衬\CE0505W	PCS	1.000	1.17	1.21	1.40
Q4726521001	锁紧按钮\CE0505W	PCS	2.000	1.09	1.07	1.09
J0800940032	螺栓	PCS	3.000	1.05	1.05	1.00
合计				220.82	227.73	232.65

②CE1705L-26 加仑立罐

单位：元

年度	销售占比	单位成本	单位直接材料	单位直接人工	单位制造费用	单位其他成本
2018	/	/	/	/	/	/
2019	3.36%	774.91	669.45	58.61	39.43	7.41
2020	12.69%	756.21	648.64	60.65	38.39	8.52

根据公司产品生产 BOM 表，选取主要原材料采购单价对比如下：

单位：元

料件编号	品名	单位	数量	2020 年度	2019 年度	2018 年度
A5532060635	转子组件	PCS	1.000	42.22	50.14	54.61
J1775910287	定子铁芯	PCS	1.000	41.85	49.52	53.62
F4813700785	滚轮组件, 其它	PCS	2.000	30.77	31.73	32.52
F3013700899	支架组件	PCS	1.000	27.50	29.50	29.40
J6963210288	曲轴箱 (A)	PCS	1.000	20.94	20.94	20.51
J6973210288	曲轴箱 (B)	PCS	1.000	20.94	20.94	20.59
J0308720463	调压阀	PCS	1.000	20.90	22.62	23.75
D3005000079	压力开关	PCS	1.000	16.61	17.11	17.26
AT4001.00.07.01	支架	PCS	2.000	16.41	16.41	16.41
J1762350197	深沟球轴承	PCS	2.000	16.28	16.92	17.33
J0945970152	气缸	PCS	2.000	14.02	14.02	14.02
J3535960065	曲柄	PCS	2.000	13.33	13.33	13.34
J1758920020	漆包线	KG	0.540	11.83	12.01	12.45
D6004006035	电容	PCS	1.000	11.61	11.61	11.61
J2992050037	快速接头	PCS	2.000	10.60	10.60	10.41
J3075980070	阀板	PCS	2.000	10.26	10.26	10.04

J0725940070	连杆	PCS	2.000	9.91	9.91	9.69
F5013700787	压力表, 其它	PCS	2.000	9.66	9.66	9.96
J6993210289	加高架	PCS	2.000	7.50	7.77	7.68
J3095040201	空滤器	PCS	2.000	7.25	7.45	7.30
J1763720216	6204-RZ 轴承	PCS	2.000	6.79	7.06	7.21
Y5733400331	左泡沫, CE0914L	PCS	1.000	6.58	7.08	7.08
X5532600228	活塞环, MI4000K	PCS	2.000	6.53	7.01	7.18
D1015070145	电源线	PCS	1.000	6.32	6.20	6.39
F9913700669	橡胶软管	PCS	1.000	6.15	6.15	6.15
J0993680201	软管	PCS	1.000	5.68	5.68	5.68
J0416060070	缸盖	PCS	1.000	5.56	5.55	5.37
J0186100290	单向阀	PCS	1.000	5.34	5.59	5.64
Y5734400330	下泡沫, CE0914L	PCS	1.000	4.86	5.23	5.23
RS1125001500475	钢板	张	0.009	4.51	4.59	4.85
Y5733500332	右泡沫, CE0914L	PCS	1.000	4.10	4.41	4.41
X0004360212	减震垫, 通用	PCS	4.000	4.06	4.34	4.52
J7383090034	电容罩	PCS	1.000	3.70	3.83	3.82
H0025016116	塑粉	KG	0.232	3.45	3.58	3.67
X5530820231	密封圈	PCS	2.000	3.33	3.38	3.38
J0022520037	安全阀	PCS	1.000	3.29	3.32	3.32
D9000126103	引出线	PCS	1.000	3.23	3.22	3.25
J0645990198	阀片	PCS	2.000	2.84	2.92	2.87
J7663900198	阀片	PCS	2.000	2.81	2.89	2.84
J6535950070	连杆压盖	PCS	2.000	2.74	2.73	2.67
AT4001.00.02.01	轮轴	PCS	1.000	2.65	2.80	3.03
J0905070201	排污阀	PCS	1.000	2.53	2.52	2.64
J3166080042	直角弯头	PCS	1.000	2.36	2.36	2.36
J1758380020	漆包线	KG	0.107	2.35	2.38	2.44
J7026070152	导管	PCS	2.000	2.06	2.11	2.09
X5730590251	脚垫, CE0914L	PCS	2.000	2.04	2.19	2.22
RS1125001500475	钢板	张	0.004	1.78	1.81	1.91
D4020802019	温控器	PCS	1.000	1.77	1.79	1.82
Y3879900112	塑料袋\CE0403L	PCS	1.000	1.69	1.76	1.79
合计				471.48	496.93	508.34

公司小型空压机中同种型号产品在报告期内的单位总成本逐年下降，主要原因系单位直接材料下降，单位直接材料下降的原因系公司采购主要材料单价下降所致。公司单位直接人工成本逐年上升，主要原因系公司生产人员单位工资上升所致，但由于公司产品成本构成中，直接材料占比较大，所以即使单位直接人工逐年上升，产品单位成本也在单位直接材料成本的影响下逐年下降。

(2) 干湿两用吸尘器

报告期内，干湿两用吸尘器单位成本具体情况如下：

单位：元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例
直接材料	139.00	20.55%	115.31	11.79%	103.15	/
直接人工	8.78	25.25%	7.01	5.93%	6.62	/
制造费用	5.57	-13.07%	6.40	-4.10%	6.68	/
其他	0.07	-89.11%	0.67	171.13%	0.25	/
合计	153.42	18.57%	129.39	10.89%	116.69	/

①直接材料

2019 年公司单位直接材料为 115.31 元，较上年增长 11.79%；2020 年公司单位直接材料为 139.00 元，较上年增长 20.55%。

报告期内，发行人干湿两用吸尘器主要容量产品的收入占比如下所示：

加仑数	2020 年度	2019 年度	2018 年度
2	1.48%	2.22%	5.16%
5	7.16%	8.19%	9.46%
6	14.89%	11.77%	5.10%
10	28.46%	26.59%	7.07%
14	8.53%	2.08%	1.74%

平均单位材料成本上升主要系公司产品容量发生结构性变化，体积向大容量方向发展所致。

②直接人工

2019 年公司单位直接人工为 7.01 元，较上年增长 5.93%；2020 年公司单位直接人工为 8.78 元，较上年增长 25.25%。

平均单位人工成本上升主要系：一方面公司生产人员单位时间/件工资逐年上升；另一方面公司产品容量发生结构性变化，体积向大容量方向发展，制造产品所需单位工时上升所致。

③制造费用

2019 年公司单位制造费用为 6.40 元，较上年下降 4.10%，主要原因为 2019 年干湿两用吸尘器主营业务成本占比较 2018 年上升 7.48%，由于制造费用根据各产品的完工产品数量以及相应的标准工时合理分摊，因此分摊至干湿两用吸尘器中的制造费用金额增大。

2020 年公司单位制造费用为 5.57 元，较上年下降 13.07%，主要原因为 2020

年干湿两用吸尘器总产量 153.69 万台，2019 年总产量 99.39 万台，2020 年产量较 2019 年增长较快，分摊固定的制造费用导致单位制造费用成本下降。

④其他

2019 年公司单位其他成本为 0.67 元，较上年增长 171.13%，主要系吸尘器委外产品增多所致；2020 年公司单位其他成本为 0.07 元，较上年下降 89.11%，主要系公司干湿两用吸尘器委外加工件减少导致。

综上所述，报告期内公司干湿两用吸尘器平均单位成本呈上升趋势，主要系公司产品容量发生结构性变化，体积向大容量方向发展所致。

C. 同型号产品报告期内变动情况

由于公司产品种类较多，产品更新较快，因此抽取报告期内同种型号产品（原有机型）单位成本变动情况，举例说明料工费变动情况。

①VC1403S-8 加仑金属桶

单位：元

年度	销售占比	单位成本	单位直接材料	单位直接人工	单位制造费用	单位其他成本
2018	17.44%	175.85	157.30	9.47	8.82	0.26
2019	9.52%	173.89	154.05	9.53	9.37	0.94
2020	0.04%	167.46	149.41	10.84	7.20	0.01

根据公司产品生产 BOM 表，选取主要原材料采购单价对比如下：

单位：元

料件编号	品名	单位	数量	2020 年度	2019 年度	2018 年度
J1433230012	尘桶	PCS	1.000	23.52	23.93	23.56
F0001400402	软管组件\EVA	PCS	1.000	9.37	9.75	9.75
A0286230368	推杆组件\VC1401	PCS	1.000	8.10	8.92	8.94
Q43102340011	底座\VC1403S	PCS	1.000	7.41	8.01	8.18
F4813700272	滚轮组件\其它	PCS	2.000	6.43	6.96	7.14
F5013700759	下盖堵头组件, 其它	PCS	1.000	5.98	6.46	6.61
Q0282612003	下盖\VC1401	PCS	1.000	5.83	6.47	6.74
G0660510092	普通过滤器\VC1602S	PCS	1.000	5.51	5.61	5.60
D1013002056	电源线	PCS	1.000	5.48	5.43	5.66
Q0281016001	上盖\VC1401	PCS	1.000	4.57	4.63	4.47
Q0221252001	延伸管\VC0502P	PCS	2.000	3.32	3.36	3.23
Q4311144001	托盘\VC1403S	PCS	1.000	2.62	2.86	2.96
F6013700369	脚轮\其它	PCS	2.000	2.50	2.50	2.50
D9554055104	换向器	PCS	1.000	2.48	2.48	2.54
Y4311200218	主机纸衬\VC1403S	PCS	1.000	2.30	2.38	2.79
D3003000038	翘板开关	PCS	1.000	2.17	2.17	2.17

Q2081992001	端盖\MS0302L	PCS	1.000	2.03	2.14	2.20
Q27422320011	滤芯(新)\VC1701S	PCS	1.000	1.99	2.00	1.96
J1938690020	动叶轮	PCS	1.000	1.96	2.01	2.04
J1760130016	608-RS-Z 轴承	PCS	2.000	1.69	1.74	1.77
J1750120015	漆包线	KG	0.035	1.65	1.66	1.69
J5883240157	滚轮轴	PCS	1.000	1.61	1.70	1.69
J1776130292	定子铁芯	PCS	1.000	1.55	1.72	1.91
J1726120292	转子铁芯	PCS	1.000	1.55	1.73	1.92
Y4310900219	底衬垫\VC1403S	PCS	1.000	1.52	1.57	1.82
J5671670434	包轴	PCS	1.000	1.49	1.52	1.54
D4020302034	温控器	PCS	1.000	1.49	1.52	1.55
X4310820181	密封圈\VC1403S	PCS	1.000	1.29	1.40	1.44
Q0406242001	推杆座\VC1601S	PCS	2.000	1.27	1.38	1.40
G0440080057	尘袋\VC1101S	PCS	1.000	1.24	1.26	1.26
J0388700020	动叶轮风罩	PCS	1.000	1.20	1.25	1.03
J1756810083	漆包线	KG	0.046	1.00	1.02	1.06
合计				122.12	127.54	129.12

②VC3601-10 加仑金属桶

单位：元

年度	销售占比	单位成本	单位直接材料	单位直接人工	单位制造费用	单位其他成本
2018	/	/	/	/	/	/
2019	7.52%	200.14	181.53	9.63	8.12	0.86
2020	13.97%	194.88	176.06	11.45	7.32	0.05

根据公司产品生产 BOM 表，选取主要原材料采购单价对比如下：

单位：元

料件编号	品名	单位	数量	2020 年度	2019 年度	2018 年度
J1430460012	尘桶	PCS	1.000	31.59	31.72	/
Q6331645001	轮子支架, VC3601	PCS	1.000	10.67	11.41	/
G4110170154	海帕过滤器组件	PCS	1.000	9.63	10.12	/
F0013700902	软管组件, 其它	PCS	1.000	9.56	11.61	/
F6013700729	脚轮, 其它	PCS	4.000	8.12	9.67	/
Q6335835001	下盖, VC3601	PCS	1.000	8.08	8.76	/
Z5200000397	附件袋	PCS	1.000	7.16	7.55	/
Q5801015001	上盖, VC3101P	PCS	1.000	6.83	7.23	/
D1013002056	电源线	PCS	1.000	5.48	5.43	/
Q6338884001	附件袋挂架	PCS	1.000	3.62	3.62	/
Q0221254001	延伸管\VC0502P	PCS	2.000	3.50	3.74	/
D9554055104	换向器	PCS	1.000	2.48	2.48	/
Q6335315001	提手, VC3601	PCS	2.000	2.46	2.66	/
Q2081992001	端盖\MS0302L	PCS	1.000	2.03	2.14	/

J1938690020	动叶轮	PCS	1.000	1.96	2.01	/
Q5590765001	滤尘栏, VC2901P	PCS	1.000	1.85	1.97	/
Q0304864001	圆刷\VC1005S	PCS	1.000	1.75	1.58	/
G4110080139	尘袋, 附件	PCS	1.000	1.74	1.81	/
J1760130016	608-RS-Z 轴承	PCS	2.000	1.69	1.74	/
Q5801381001	下手柄, VC3101P	PCS	1.000	1.66	1.64	/
J1750120015	漆包线	KG	0.035	1.65	1.66	/
J1776130292	定子铁芯	PCS	1.000	1.55	1.72	/
J1726120292	转子铁芯	PCS	1.000	1.55	1.73	/
J5671670434	包轴	PCS	1.000	1.49	1.52	/
D4020302034	温控器	PCS	1.000	1.49	1.52	/
Q55916750011	搭扣, VC2901P	PCS	2.000	1.46	1.41	/
Q0441142001	托盘\VC1101S	PCS	1.000	1.45	1.46	/
X5808180234	皮筋, VC3101P	PCS	1.000	1.45	1.55	/
D3003000085	开关, 开关组件	PCS	1.000	1.40	1.40	/
Q5598215001	挂架座, VC2901P	PCS	2.000	1.30	1.40	/
X4310820181	密封圈\VC1403S	PCS	1.000	1.29	1.40	/
J0388700020	动叶轮风罩	PCS	1.000	1.20	1.25	/
Q5801371001	上手柄, VC3101P	PCS	1.000	1.17	1.16	/
J1756810083	漆包线	KG	0.046	1.00	1.02	/
Q41157950011	地刷体, 附件	PCS	1.000	0.96	1.03	/
合计				142.29	150.12	/

由上表数据可见, 公司同款产品在报告期内的单位总成本逐年下降, 主要原因为单位直接材料下降, 单位直接材料下降的原因系公司采购主要材料单价下降所致。公司单位直接人工成本逐年上升, 原因系公司生产人员单位工资上升所致, 但由于公司产品成本构成中, 直接材料占比较大, 所以即使单位直接人工逐年上升, 产品单位成本也在单位直接材料成本的影响下逐年下降。”

五、补充披露 2019 年大加仑产品毛利率较上年度增长较快, 且快于其他规格产品毛利率增幅的原因和合理性。

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（三）毛利率分析”之“2、主营业务分类别的毛利分析”之“（6）主营业务分年度的毛利率分析”中补充披露如下：

“①2019 年毛利率变动原因

.....

A、小型空压机

由于公司大容量小型空压机主要型号相对较少, 产品集中度相对较高, 前

五大产品占比超过 80%，因此列举前五大产品情况分析如下：

a. 2018 年及 2019 年前五大产品情况

2019 年度大容量前五大产品情况				
品名及规格	占比	毛利率	贸易方式	销售模式
GE0914L, 空压机/感应电机/26 加仑立罐	51.78%	27.32%	FOB	ODM
GE1705L, 空压机/感应电机/26 加仑立罐	12.32%	33.23%	FOB	ODM
GE1708L, 空压机/静音机/20 加仑立罐	7.12%	37.71%	FOB	ODM
GE0933L, 空压机/MND 20gal/1100 铜线静音机	5.53%	50.04%	DDP	ODM
GE0402L/空压机/感应电机/26 加仑立罐	4.08%	22.12%	FOB	ODM
2018 年度大容量前五大产品情况				
品名及规格	占比	毛利率	贸易方式	销售模式
GE0914L, 空压机/感应电机/26 加仑立罐	65.97%	21.09%	FOB	ODM
GE0407L/空压机/感应电机/26 加仑立罐	6.89%	37.11%	DDP	ODM
GE0301L/空压机/感应电机/20 加仑立罐	5.88%	16.66%	FOB	ODM
GE0304L/空压机/感应电机/20 加仑立罐	5.51%	11.81%	FOB	ODM
GC0304L/空压机/串激电机/20 加仑立罐	5.00%	39.13%	DDP	ODM

报告期内，公司加大了高附加值的静音机品类研发与生产，The Home Depot 出于自身采购需求的变化，自 2019 年开始采购以 20 加仑为代表的 GE1708L 专业型静音空压机，Menards 加大采购了以 GE0933L 为代表 DDP 模式下的专业静音机，因静音机电机泵头制造工序复杂，毛利率相对较高。

GE0304L、GE0301L 产品的毛利率相对较低，主要原因为这两款产品销售客户为 Canadian Tire Corp，其为加拿大地区零售商，产品定位汽车洗护修理，产品品质精细度和需要配置辅材要求低于美国区域家庭庭院 DIY 类产品，产品附加值也相应低于美国区域家庭庭院 DIY 类产品。

根据上述对比分析，公司除美元兑人民币平均汇率上升及原材料价格下降外，大容量小型空压机产品毛利率上升主要系 2019 年产品结构优化，大容量高毛利率产品增长较多所致，2019 年大加仑小型空压机产品毛利率较上年度增长较快具有合理性。

b. 2019 年大加仑产品毛利率快于其他规格产品毛利率增幅的原因和合理性

2018-2019 年度，公司小型空压机分大容量、中容量和小容量销售的毛利率情况分别如下：

单位：万元

项目	2019 年度			2018 年度			毛利率增长幅度
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率	

小容量	12,492.64	36.13%	27.49%	19,666.97	47.39%	23.11%	4.38%
中容量	12,666.11	36.63%	26.57%	15,915.77	38.35%	17.38%	9.19%
大容量	9,420.85	27.24%	33.47%	5,919.12	14.26%	21.42%	12.05%
合计	34,579.60	100.00%	28.78%	41,501.85	100.00%	20.67%	8.11%

从上表可以看出，小型空压机大容量毛利率增长幅度高于中容量产品，中容量毛利率增长幅度高于小容量产品。公司小型空压机大、中、小容量中主要产品如下：

加仑数	2019 年度		2018 年度		变动幅度	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比变动	毛利率变动
2	11.30%	24.42%	16.76%	24.24%	-5.46%	0.18%
3	11.12%	29.06%	11.52%	19.30%	-0.40%	9.76%
8	29.72%	23.91%	34.99%	16.80%	-5.27%	7.11%
10	4.00%	37.45%	2.87%	24.26%	1.13%	13.19%
20	6.78%	42.01%	2.79%	22.24%	3.99%	19.77%
26	19.76%	28.17%	11.58%	21.90%	8.18%	6.27%

注：2 加仑及 3 加仑为主要小容量产品，8 加仑及 10 加仑产品为主要中容量产品，20 加仑及 26 加仑为大容量产品。

从上表可以看出，大容量产品中 20 加仑产品的毛利率增长幅度最大，且增长幅度高于中容量增长速度最快的 10 加仑产品，因此带动大容量产品毛利率高于中容量产品毛利率。中容量产品中 10 加仑产品的毛利率增长幅度高于小容量产品中增长速度最快的 3 加仑产品，因此带动中容量产品的毛利率高于小容量产品毛利率。

大容量 20 加仑产品毛利率增长幅度最高，主要原因为报告期内，公司加大了高附加值的静音机品类研发与生产，The Home Depot 采购需求发生变化，自 2019 年开始采购以 20 加仑为代表的 CE1708L 专业型静音空压机以及 Menards 加大采购了以 CE0933L 为代表 DDP 模式下的专业静音机，因静音机电机泵头制造工序复杂，毛利率相对较高。

中容量 10 加仑产品毛利率变动幅度次高，主要原因为 2019 年公司与 Canadian Tire Corp 商业谈判对部分产品价格进行上调，因此毛利率上升；此外，2019 年公司通过美国当地线下销售模式销售 Briggs&Stratton 10 加仑空压机，因公司承担关税及海运费，因此毛利率较高。

小容量 3 加仑产品毛利率变动幅度排名第三，主要原因为 2018 年公司以较低的价格承接了 Walmart 小型空压机促销单，而 2019 年公司未承接 Walmart 小型空压机促销单，因此毛利率较上年上升。

综上所述，因大、中、小容量中不同产品的内部结构性变化导致小型空压机大容量毛利率增长幅度高于中容量产品，中容量毛利率增长幅度高于小容量产品。

B. 干湿两用吸尘器

由于公司大容量干湿两用吸尘器主要型号变动较多，随着公司干湿两用吸尘器销售规模增大，产品集中度有所减少，选用 2019 年度前十大产品情况以及 2018 年前五大产品进行分析，选取范围占比均 70%，具体情况如下：

a. 2018 年及 2019 年主要产品情况

2019 年度大容量前十大产品情况					
品名及规格	占比	毛利率	贸易方式	销售模式	对应品牌
VC1403S, 8GAL/桶吸/金属桶	17.80%	25.27%	FOB	品牌授权	Stanley
VC3601, 10GAL/桶吸/金属桶	13.69%	54.41%	DDP	品牌授权	Dewalt
VC3001, 10GAL/桶吸/塑料桶	12.78%	37.93%	FOB	品牌授权	Stanley
VC2901, 9GAL/桶吸/塑料桶	6.96%	30.23%	FOB	品牌授权	Dewalt
STANLEY 10GAL 6HP WET/DRY VACUUM	4.68%	86.17%	网络销售	品牌授权	Stanley
DEWALT 5HP 9GAL POLY VACUUM	4.28%	64.93%	网络销售	品牌授权	Dewalt
DeWalt 5.5HP 2-stage 10gal poly vacuum	3.29%	83.91%	网络销售	品牌授权	Dewalt
VC4201, 9GAL/桶吸/塑料桶	3.00%	37.21%	FOB	ODM	Bauer
得伟 10 加仑干湿两用吸尘器 (DWV012, 带附件和包材)	2.73%	19.55%	FOB	OEM	Dewalt
DeWalt 5.5HP 12gal poly vacuum	2.34%	78.97%	网络销售	品牌授权	Dewalt
2018 年度大容量前五大产品情况					
品名及规格	占比	毛利率	贸易方式	销售模式	对应品牌
VC1403S, 8GAL/桶吸/金属桶	45.17%	22.50%	FOB	品牌授权	Stanley
得伟 8 加仑干湿两用吸尘器 (DWV010, 带附件和包材)	14.13%	16.00%	FOB	OEM	Dewalt
STANLEY 10GAL 6HP WET/DRY VACUUM	11.13%	48.06%	美国当地	品牌授权	Stanley
VC2302P/12GAL/桶吸/塑料桶	2.92%	24.34%	FOB	品牌授权	Porter Cable
VC3502P, 14GAL/桶吸/塑料桶	2.49%	41.66%	FOB	品牌授权	Dewalt

从上表可以看出，由于公司在 2019 年加大了对 Dewalt 品牌高端干湿两用吸尘器的销售比例，以及随着 Costco 将贸易方式从 FOB 转为 DDP 模式，公司大容量干湿两用吸尘器产品的毛利率呈现大幅上升的趋势。2018 年公司大容量干湿两用吸尘器集中度相对较高，且由于以 VC1403S, 8GAL/桶吸/金属桶、DWV010

(OEM 模式) 等低毛利率产品相对较多, 导致公司 2018 年干湿两用吸尘器毛利率相对较低。

根据上述对比分析, 公司除美元兑人民币平均汇率上升及原材料价格下降外, 大容量干湿两用吸尘器产品毛利率上升主要系 2019 年产品结构优化, 高毛利率产品销售增长较多所致, 2019 年大加仑干湿两用吸尘器产品毛利率较上年度增长较快具有合理性。

b. 2019 年中、大容量干湿两用吸尘器产品毛利率快于其他规格产品毛利率增幅的原因和合理性

单位: 万元

项目	2019 年度			2018 年度			毛利率增长幅度
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率	
小容量	4,157.86	17.53%	33.27%	4,915.37	26.42%	30.84%	2.43%
中容量	5,798.11	24.45%	43.94%	6,319.87	33.96%	28.32%	15.62%
大容量	13,761.48	58.02%	43.04%	7,372.86	39.62%	28.89%	14.15%
合计	23,717.45	100.00%	41.55%	18,608.10	100.00%	29.21%	12.34%

从上表可以看出, 中容量干湿两用吸尘器毛利率增长幅度高于大容量产品, 大容量毛利率增长幅度高于小容量产品, 并未呈现毛利率增长幅度按大容量高于中容量、中容量高于小容量的趋势, 主要原因为公司产品结构变化较快, 网络销售模式占比的波动对不同容量产品的毛利率影响较大。

加仑数	2019 年度		2018 年度		变动幅度	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比变动	毛利率变动
1	10.51%	32.33%	15.55%	27.62%	-5.04%	4.71%
3	3.01%	38.39%	2.45%	35.27%	0.56%	3.12%
4	3.51%	40.61%	18.60%	23.84%	-15.09%	16.77%
5	8.19%	41.23%	9.46%	30.13%	-1.27%	11.10%
6	11.77%	46.67%	5.10%	38.20%	6.67%	8.47%
8	14.27%	27.67%	24.27%	21.62%	-10.00%	6.05%
9	9.39%	43.52%	1.58%	33.58%	7.81%	9.94%
10	26.59%	45.54%	7.07%	40.17%	19.52%	5.37%

注: 1 加仑为主要小容量产品, 4 加仑、5 加仑及 6 加仑产品为主要中容量产品, 8 加仑及 10 加仑为大容量产品。

从上表可以看出, 中容量产品中 4、5、6 加仑产品的毛利率增长幅度最大, 大容量产品中 8、9、10 加仑产品毛利率增长幅度次之, 小容量产品中 1、3 加仑产品增长幅度最低。出现上述情况的主要原因为公司业务模式变化所致, 各年度各容量干湿两用吸尘器网络销售占比情况如下所示:

项目	2019 年度	2018 年度	变动幅度
小容量	5.98%	6.12%	-0.14%
中容量	28.30%	8.20%	20.10%
大容量	16.81%	7.46%	9.35%

从上表可以看出，不同业务模式对大中小容量产品毛利率的影响较大，其中中容量干湿两用吸尘器网络销售模式占比从 2018 年 8.20%增长至 2019 年的 28.30%，增长比例为 20.10%；大容量干湿两用吸尘器网络销售模式占比从 2018 年 7.46%增长至 2019 年的 16.81%，增长比例为 9.35%；小容量干湿两用吸尘器网络销售模式占比反而有所下滑；由于在网络销售模式下，公司需要承担海运费、关税、平台交易费，仓储费等，在定价过程中会考虑上述费用的影响，因此毛利率相对较高。

综上所述，干湿两用吸尘器中容量毛利率增长幅度高于大容量产品，大容量毛利率增长幅度高于小容量产品具有合理性。

六、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人会计师：

1、查询同行业可比公司定期报告及其他公开资料，并访谈发行人财务总监了解发行人不同类型产品毛利率变动的具体原因，了解发行人毛利率变动幅度高于同行业可比公司的合理性；

2、获取发行人报告期内产品销售收入成本明细表，并按照产品、业务模式等维度对比分析发行人毛利率水平变动情况；

3、访谈发行人高级管理人员、采购人员和销售人员，了解发行人采购、销售以及原材料波动对公司影响，测算材料价格变动与产品价格变动之间的不一致情形对发行人毛利率的影响；

4、获取发行人报告期内产品销售收入成本明细表，分产品种类及主要型号分析单位成本中料工费变动的合理性；

5、访谈发行人财务总监及销售人員，了解不同容量产品毛利率变动原因，对比分析 2019 年大加仑产品毛利率变动原因，并分析大容量产品毛利率变动幅度与其他容量产品毛利率差异的原因。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人会计师认为：

1、创科实业毛利率呈现稳定小幅上升趋势，公司小型空压机产品毛利率呈现逐年上升趋势，发行人与创科实业毛利率均呈现上升趋势；但发行人 2019 年毛利率增长幅度高于创科实业，增长幅度有所差异，发行人已对相应表述进行修改；

2、除美元兑人民币汇率上升、原材料价格下降的共同影响外，发行人毛利率大幅增长主要系报告期内不同模式销售产品比例变动、产品向高端化倾斜等因素所致，毛利率增长高于可比公司具有合理性；

3、发行人大类产品的平均单位价格与平均单位成本均呈现上升趋势，与发行人成本加成模式并不矛盾，上游原材料价格波动对发行人产品价格调整传导存在滞后期，材料价格与产品价格变动不一致具有合理性；

4、发行人分类别单位产品成本呈上升趋势，主要与产品销售结构向大容量发展所致；同型号产品报告期内单位成本下滑，主要与原材料价格下降相关；上述变动符合发行人实际情况，具有合理性；

5、2019 年大加仑产品毛利率增长较快主要系产品结构优化、高毛利率产品增长较高所致，2018 年及 2019 年不同容量产品的毛利率变动差异具有合理性。

11. 关于存货

前次审核问询回复显示：

(1) 2020 年末，库存商品账面余额 494.50 万元，期后结转金额 25.21，期后结转率 5.10%；

(2) 公司期末存货按照成本与可变现净值孰低计量，可变现净值低于成本部分 计提跌价准备。公司根据回收通用性和日常报废折价处置情况，对于一年以上的原材料保留 30%残值作为可变现净值，并以成本价格的 70%计提存货跌价准备；对于一年以上目前有订单的库存商品及样品仓成品，以成本价格的 50%计提存货跌价准备；对于一年以上无订单的库存商品，以成本价格的 70%计提存货跌价准备。同行业上市公司中，莱克电气亦采取类似的计提方法。报告期内莱克电气跌价准备计提比例显著高于发行人。

请发行人补充披露：

(1) 库存商品的库龄分布，并结合期后结转率低的情况分析存货跌价准备计提的合理性；

(2) “对于一年以上目前有订单的库存商品及样品仓成品,以成本价格的50%计提存货跌价准备;对于一年以上无订单的库存商品,以成本价格的70%计提存货跌价准备”计提方式确认的依据和合理性,对比莱克电气的计提方法,量化分析莱克电气跌价准备计提比例显著高于发行人的原因和合理性。

请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见,说明发出商品无法函证的原因和合理性,替代核查程序是否能够获取充分的证据并发表明确结论意见。

回复:

一、库存商品的库龄分布,并结合期后结转率低的情况分析存货跌价准备计提的合理性

(一) 库存商品的库龄分布情况

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“(二)流动资产分析”之“5、存货”中补充披露如下:

“报告期各期末,公司存货库龄情况如下所示:

单位:万元

期间	项目	1年以内	1-2年	2-3年	3年以上	账面余额合计	跌价准备金额	账面价值
2020.12.31	原材料	3,952.22	83.63	7.77	12.87	4,056.49	72.99	3,983.50
	发出商品	1,982.79	-	-	-	1,982.79	-	1,982.79
	周转材料	32.34	-	0.01	-	32.34	-	32.34
	委托加工物资	42.19	-	-	-	42.19	-	42.19
	在产品	1,977.01	8.72	3.63	5.63	1,994.99	12.53	1,982.46
	库存商品	5,012.60	268.98	106.28	119.25	5,507.10	343.11	5,164.00
	合计	12,999.14	361.33	117.69	137.75	13,615.91	428.63	13,187.27
2019.12.31	原材料	1,956.38	59.89	16.32	11.61	2,044.19	61.47	1,982.72
	发出商品	715.67	-	-	-	715.67	-	715.67
	周转材料	7.09	0.31	-	-	7.40	0.22	7.18
	委托加工物资	15.22	-	-	-	15.22	-	15.22
	在产品	1,274.99	26.05	3.46	3.13	1,307.62	22.80	1,284.83
	库存商品	3,430.38	335.51	34.51	171.83	3,972.23	375.58	3,596.65
	合计	7,399.72	421.76	54.29	186.56	8,062.33	460.06	7,602.27
2018.12.31	原材料	1,783.81	29.12	13.47	5.90	1,832.31	33.92	1,798.39
	发出商品	679.05	-	-	-	679.05	-	679.05
	周转材料	4.70	-	-	-	4.70	-	4.70

期间	项目	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	账面余额 合计	跌价准备 金额	账面价值
	委托加工物资	18.39	-	-	-	18.39	-	18.39
	在产品	1,564.72	5.12	5.20	0.59	1,575.63	7.64	1,567.99
	库存商品	3,417.78	289.76	33.57	189.25	3,930.36	348.92	3,581.44
	合计	7,468.45	324.00	52.25	195.74	8,040.44	390.48	7,649.95

”

（二）结合期后结转率低的情况分析存货跌价准备计提的合理性

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）流动资产分析”之“5、存货”中补充披露如下：

“截至 2021 年 4 月 30 日，报告期各期末库龄 1 年以上存货的期后结转率情况如下所示：

单位：万元

年度	产品类型	库龄 1 年以上的存货			期后结 转率
		存货原值	存货跌价金额	跌价计提比例	
2020 年末	原材料	104.28	72.99	69.99%	10.91%
	周转材料	0.01	0.01	70.00%	100.00%
	在产品	17.99	12.53	69.65%	1.19%
	库存商品	494.50	343.11	69.39%	10.61%
	合计	616.77	428.63	69.50%	10.39%
2019 年末	原材料	87.81	61.47	70.00%	73.17%
	周转材料	0.31	0.22	70.00%	100.00%
	在产品	32.64	22.80	69.85%	69.15%
	库存商品	541.85	375.58	69.31%	71.68%
	合计	662.62	459.85	69.40%	71.72%
2018 年末	原材料	48.49	33.92	69.95%	65.10%
	周转材料	-	-	-	-
	在产品	10.91	7.64	70.03%	31.07%
	库存商品	512.58	348.92	68.07%	60.73%
	合计	571.99	390.48	68.27%	60.53%

报告期内，发行人产品主要以外销模式为主，外销毛利率较高，公司产品以低于成本价进行销售的情况较少。以极端情况假设公司一年以上存货以成本价进行出售，2018 年及 2019 年库龄 1 年以上存货的期后结转率与存货跌价计提比例的合计比率超过 100%，存货可变现净值确定方法合理，相应的存货跌价准备计提较为充分。2020 年由于一年以上存货目前只统计到 2021 年 4 月末的期后

结转情况，部分产品结转率相对较低，但从历史数据来看，发行人一年以上存货总体期后结转率均能达到 60%以上，存货跌价准备计提较为充分。”

二、“对于一年以上目前有订单的库存商品及样品仓成品，以成本价格的 50%计提存货跌价准备；对于一年以上无订单的库存商品，以成本价格的 70%计提存货跌价准备”计提方式确认的依据和合理性，对比莱克电气的计提方法，量化分析莱克电气跌价准备计提比例显著高于发行人的原因和合理性。

（一）“对于一年以上目前有订单的库存商品及样品仓成品，以成本价格的 50%计提存货跌价准备；对于一年以上无订单的库存商品，以成本价格的 70%计提存货跌价准备”计提方式确认的依据和合理性

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）流动资产分析”之“5、存货”中补充披露如下：

“③计提存货跌价准备的具体方式

.....

对于一年以内的产品，由于企业外销产品存在一定的物流时间与验收时间，且公司存货周转率较高，公司产品基本能在一年内流转完毕，其可变现净值高于成本，因此不存在跌价的情况。

对于一年以上的存货，由于主要产品干湿两用吸尘器及小型空压机毛利率较高，对于有订单的库存商品按照成本价格 50%的比例确认可变现价值较为谨慎，计提跌价准备合理；另外对于无订单但有市场的存货，公司可以通过促销等方式处理，一般情况下促销金额也大于公司存货成本金额，因此按照成本价格 70%的比例确认可变现价值较为谨慎，计提跌价准备合理；极端情况下，考虑主要部件（如电机等）的通用性以及后期可做拆机报废或折价销售处理的情况，公司按照成本价 70%计提存货跌价准备具备合理性。”

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）流动资产分析”之“5、存货”中补充披露如下：

“④存货跌价准备计提的充分性

D. 公司产品可变现净值举例分析

公司对于账龄较长的存货会进行以下处理：拆机、销售。

a. 公司期后对于库龄较长的存货进行清仓处理，售价高于成本价格的 30%，

例举明细如下：

境外：

单位：美元、台

产品型号	库龄	销量	成本价	实际售价	实际售价占成本的比例
5 加仑空压机	2-3 年	59	120.17	120.00	99.86%
1.8 加仑空压机	2-3 年	8	94.44	73.00	77.30%
3 加仑空压机	3 年以上	58	115.20	83.00	72.05%
4 加仑空压机	1-2 年	104	129.45	90.00	69.52%
4.5 加仑空压机	1-2 年	104	105.36	100.00	94.91%

境内：

单位：元、台

产品型号	库龄	销量	成本价	实际售价	实际售价占成本的比例
8 加仑吸尘器	1-2 年	24	204.58	236.36	115.53%
16 加仑吸尘器	1-2 年	24	263.08	162.42	61.74%
5 加仑吸尘器	1-2 年	150	127.44	106.72	83.74%

从上述表格来看，公司一年以上库龄产品售价高于成本价 30%，考虑到谨慎性原则，以 70%比例计提存货跌价准备合理。

b. 公司将账龄较长且难以售出的存货进行拆解，将能利用的部分按照材料成本价入账，例举明细如下：

小型空压机：

单位：元

主要产品	单位成本	储气罐价值	电机价值	可回收比例
CE0505W-8 加仑卧罐	365.94	69.65	164.09	63.87%
CE0920S-4.5 加仑双罐	581.97	118.74	252.53	63.80%
CE1705L-26 加仑立罐	756.21	183.88	284.85	61.98%

干湿两用吸尘器：

主要产品	单位成本	电机价值	尘桶价值	配件价值	可回收比例
VC1403S-8 加仑金属桶	167.46	29.25	30.72	40.37	59.92%
VC3601-10 加仑金属桶	194.88	29.25	23.52	39.08	47.13%
VC2901-9 加仑塑料桶	205.20	29.25	33.90	48.94	54.62%

公司拆解产品仅保留主要部件，主要部件的成本金额占产品成本约 60%，考虑到拆解成本，公司按照 70%比例计提跌价准备合理。”

（二）对比莱克电气的计提方法，量化分析莱克电气跌价准备计提比例显著高于发行人的原因和合理性。

发行人所表述的“同行业上市公司中，莱克电气亦采取类似的计提方法”原

意为莱克电气对其部分产品亦用库龄分类方式来计算其可变现净值。上市公司奥特维亦采用按库龄确认可变现净值。发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）流动资产分析”之“5、存货”中补充披露如下：

“C. 同行业上市公司对比分析

.....

根据 2015 年 5 月莱克电气公布的招股说明书，莱克电气与欧圣电气存货跌价准备计提对比情况如下：

莱克电气	欧圣电气	对比分析
（1）回料：公司生产使用的 ABS、PP 等塑料粒子在生产加工环节会产生少量余料，经过再加工后可实现回收利用，由于回料市场价值较低，公司期末按市场价格与成本之差计提存货跌价准备。	一年以上的原材料保留 30%残值作为可变现净值，并以成本价格的 70%计提存货跌价准备。	公司主要采用“订单式生产”即主要根据订单需求采购，公司将一年以上未使用的原材料认定为滞销产品，计提比例与莱克电气一致。
（2）进口料件：公司会根据客户要求进口部分料件，剩余未使用部分由于通用性较差，公司按成本价格的 80%单独计提存货跌价准备。		公司不存在进口料件。
（3）ODM 产品：ODM 产品跌价准备系针对客户订单取消产品、退回产品计提，考虑后期可做拆机报废或折价销售处理，公司按成本价格的 70%计提存货跌价准备。	对于一年以上目前有订单的库存商品及样品仓成品，以成本价格的 50%计提存货跌价准备；对于一年以上无订单的库存商品，以成本价格的 70%计提存货跌价准备。	对于 ODM 产品，公司均采用订单式生产，根据与主要客户的约定，所发生退货由客户处理，公司期末库存商品中无退货产品；对于客户取消订单的 ODM 产品，一般情况下客户会有后续订单，公司认定一年以上的 ODM 产品存在滞销风险，计提比例与莱克电气一致。
（4）自主品牌产品：对于呆滞品，库龄 4 个月（含）到 6 个月的按预计正常销售收入的 50%计算可变现收入，库龄 7 个月（含）以上的按预计正常销售收入的 20%计算可变现收入，并同时根据销售费用率计算销售费用，在综合确定可变现净值后计提存货跌价准备。		1、莱克电气最高按其正常销售收入的 20%计算可变现收入，并同时根据销售费用率计算销售费用，其自主品牌毛利率较高，一般均在 40%以上，以 2020 年为例，其销售费用率为 5.29%。而公司以成本价的 30%计算可变现净值，基本无差异； 2、公司除 ODM 模式外，主要模式为品牌授权，公司获得授权的 Stanley、Dewalt 品牌在国外具有较高的知名度，其产品毛利率较高，因此使用成本价的 30%作为可

(5) 微特电机产品：对因订单调整而未实现销售的电机产品，考虑到通用性，公司按成本价格的 80%计提存货跌价准备。		变现净值。 公司不直接出售电机产品，且公司电机在不同产品间具有通用性。
---	--	--

莱克电气跌价准备计提比例显著高于公司，主要有以下三方面原因：

一是产品特性不同所致。莱克电气所生产产品主要为立式/手持吸尘器，主要用途为家用产品，公司所生产产品主要为小型空压机及干湿两用吸尘器，主要用于庭院用工具、装修、洗车等商用产品，因此莱克电气产品迭代速度高于公司产品。

二是业务态势不同。根据莱克电气 2020 年年度报告，其自主品牌的销售网络遍布全国 30 多个省份、300 多个城市，终端门店超过 4,000 多家，因此莱克电气一般会备有较高的存货以供零售需要，而公司以出口销售为主，因此备货情况较莱克电气较少。

三是产品毛利率差异。报告期内，莱克电气的主营业务毛利率分别为 25.16%、26.94%及 25.91%，公司主营业务毛利率分别为 23.94%、34.69%及 38.38%，2019 年及 2020 年莱克电气毛利率均低于公司，一般情况下公司产品的可变现净值更高。”

三、请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见，说明发出商品无法函证的原因和合理性，替代核查程序是否能够获取充分的证据并发表明确结论意见

保荐机构及发行人会计师向客户发送了询证函。由于报告期内发行人发出商品主要为 DDP 模式下尚未送达客户指定地点的存货以及 FOB/FCA 模式下尚未完成出口报关的存货，客户在期末时点只能知悉清单所列货物尚未送达其指定地点（DDP 模式）或尚未获得公司提供的提单数据（FOB/FCA 模式），无法知悉所列货物是否已发货，无法知悉所列清单内容的真实性及完整性，无法确认公司发出商品的具体金额，因此客户无法回函确认。针对上述情况，保荐机构及发行人会计师主要通过以下替代性程序进行核查：

1、检查发出商品对应的销售合同、发货出库单、发票等原始单据及期后销售情况，期末发出商品期后均实现销售。

2、检查期后报关单、海运提单及销售收入确认情况，确认是否存在收入跨

期确认情况。

经核查，保荐机构、发行人会计师认为：

报告期各期末发行人发出商品与对应销售合同、发货单、报关单及发票信息相匹配，无收入跨期确认情况。发行人期末发出商品真实、准确，会计处理正确。

四、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人会计师：

1、取得发行人库龄明细表，了解发行人存货跌价准备计提政策，获取了发行人报告期各期末跌价准备计算表，分析发行人存货跌价准备计提是否充分、合理；

2、访谈公司财务、生产人员，对比同行业可比公司存货跌价准备的计提方法，分析差异原因；

3、对未回函的发出商品执行替代性程序核查。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人会计师认为：

1、发行人 2018 年及 2019 年期后结转率相对较高，2020 年期后结转率相对较低，主要系目前统计时间为 2021 年 4 月末，统计时间相对较短所致，但从历史情况来看，期后结转情况相对较好，现有的存货跌价准备计提方法合理、准确；

2、发行人与莱克电气的计提比例差异主要系产品特性、产品毛利率、业务态势不同等原因，差异具有合理性；

2、保荐机构及发行人会计师对未回函的发出商品，替代核查程序充分，发行人期末发出商品真实、准确，会计处理正确。

12. 关于分红

前次审核问询回复显示：中介机构通过核查实际控制人及控股股东银行流水及实际控制人、控股股东出具的说明，报告期内，公司控股股东、实际控制人 WEIDONG LU 的分红款及 WEIDONG LU 的房产出售款主要用于支付离婚协议款、支付税费及购买理财产品，实际控制人 ESTHER YIFENG LU 未收到圣巴巴投资分红，其主要资金流向为学费及个人开支。报告期内实际控制人历次分红资金及房产出售款的使用不存在重大异常。

请发行人补充披露：

分红款及房产出售款、离婚补偿款的金额、逐笔的流向及时间、对应的用途和金额，理财产品对应的金融机构，是否属于非标准化理财产品。

请保荐人、申报会计师补充说明是否获取分红款及房产出售款流向对应的合同、协议或其他证据，仅以实际控制人、控股股东出具的说明证明资金流向的依据是否充分、可靠。

回复：

一、请发行人补充披露分红款及房产出售款、离婚补偿款的金额、逐笔的流向及时间、对应的用途和金额，理财产品对应的金融机构，是否属于非标准化理财产品。

（一）分红款

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（五）报告期内股利分配的具体实施情况”中补充披露如下：

“发行人持股 5%以上股东为公司控股股东圣巴巴拉投资，保荐人和申报会计师针对控股股东圣巴巴拉投资和实际控制人 WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 历次分红资金及 WEIDONG LU 房产出售款的资金的用途和流向履行如下核查程序：

.....

报告期内发行人共进行过四次分红。控股股东圣巴巴拉投资及实际控制人 WEIDONG LU 的分红大额流向情况如下：

圣巴巴拉投资 2018 年 12 月 20 日收到第一笔分红 160.32 万美元			
时间	事项	金额	获得底稿
2018 年 12 月 31 日	支付 LEIDONG LU 税费、报税服务费等	28.42 万美元	个人税单及经办事务所付款通知
2019 年 1 月 22 日	朋友还钱	35.00 万美元	借款合同及支付单据
2019 年 2 月 15 日	个人保险	13.47 万美元	
2019 年 3 月 7 日	支付拉斯维加斯公寓款	18.71 万美元	购房协议
2019 年 4 月 16 日	支付 WEIDONG LU 税款	56.30 万美元	个人税单
大额支出小计		151.90 万美元	-
圣巴巴拉 2019 年 7 月 5 日收到第二笔分红 161.48 万美元 WEIDONG LU 2019 年 7 月 5 日收到分红款 9.44 万美元			
时间	事项	金额	获得底稿
2019 年 7 月 8 日	支付 YINGZI YANG 离婚补偿款	75.00 万美元	转账记录、离婚协议
2019 年 7 月 17 日	支付 YINGZI YANG 离婚补偿款	420.00 万元	转账记录、离婚协议

到 24 日		(60.00 万美元)	
2019 年 7 月 26 日	支付 WEIDONG LU 保险	11.44 万美元	支票单及合同
大额支出小计		146.44 万美元	-
圣巴巴拉 2019 年 12 月 13 日收到第三笔分红 268.46 万美元 WEIDONG LU 2019 年 12 月 13 日收到分红款 15.70 万美元			
时间	事项	金额	获得底稿
2019 年 12 月 16 日	向 WEIDONG LU 汇款	260.00 万美元	互相转账记录
2019 年 12 月 16 日	WEIDONG LU 收到分红款后, 支付 YINGZI YANG 离婚补偿款	283.00 万美元	转账记录、离婚协议
2020 年 3 月 5 日	向 WEIDONG LU 汇款	7.00 万美元	互相转账记录
2020 年 3 月 9 日	支付 WEIDONG LU 保险款	11.32 万美元	支票单及合同
大额支出小计		294.32 万美元	-
圣巴巴拉 2020 年 7 月 9 日收到第四笔分红 300.76 万美元 WEIDONG LU 2020 年 7 月 10 日收到分红款 17.62 万美元			
时间	事项	金额	获得底稿
2020 年 7 月 13 日	向 WEIDONG LU 汇款	105.00 万美元	互相转账记录
2020 年 7 月 14 日	WEIDONG LU 收到汇款后支付 税款	85.00 万美元	个人税单
2020 年 7 月 21 日	支付 ESTHER YIFENG LU 税款	20.00 万美元	个人税单
2020 年 8 月 19 日	支付保险款	11.44 万美元	支票单及合同
2020 年 9 月 4 日	支付拉斯维加斯房款	17.96 万美元	支付合同
2020 年 9 月 23 日	购买理财 (定期存款, 2020 年 12 月 23 日到期)	170.00 万美元	购买记录
2020 年 12 月 10 日	支付 WEIDONG LU 保险款	11.32 万美元	支票单及合同
2021 年 1 月 6 日	购买理财 (定期存款, 2021 年 7 月 6 日到期)	100.00 万美元	购买记录
大额支出小计		245.72 万美元	-

经核查, 控股股东及实际控制人的分红款大额流向无异常情况。”

(二) 房产出售款

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“(五) 报告期内股利分配的具体实施情况”中补充披露如下:

“实际控制人 WEIDONG LU 2019 年 12 月 12 日收到房产出售款 117.00 万美元, 并于当日向 YINGZI YANG 支付离婚补偿款 117.00 万美元, 该笔流向无异常。”

(三) 离婚补偿款

发行人在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、主要股东及实际控制人基本情况”之“(一) 控股股东和实际控制人基本情况”之“2、实际控

制人及一致行动人”中补充披露如下：

“综上，WEIDONG LU 与 ESTHER YIFENG LU 为公司共同实际控制人。

2019 年 5 月，WEIDONG LU 与其前妻 YINGZI YANG 首次就离婚事项签署了中文版离婚协议。

.....

截至 2020 年 4 月末，离婚协议中所约定财产分割均已完成。离婚补偿款基本情况如下：

①离婚补偿款支付情况

实际控制人 WEIDONG LU 前妻 YINGZI YANG 从 2019 年 7 月 8 日至 2020 年 4 月 16 日，累计获得 WEIDONG LU 支付的 2,943.7 万元人民币与 475 万美元的离婚补偿款。各笔补偿款金额与支付时间如下：

时间	款项金额（万元）	货币单位
2019 年 7 月 8 日	75.00	美元
2019 年 7 月 16 日	50.00	人民币
2019 年 7 月 19 日	140.00	人民币
2019 年 7 月 24 日	280.00	人民币
2019 年 7 月 25 日	12.50	人民币
2019 年 12 月 3 日	2.00	人民币
2019 年 12 月 3 日	8.70	人民币
2019 年 12 月 12 日	117.00	美元
2019 年 12 月 16 日	130.00	美元
2019 年 12 月 16 日	153.00	美元
2020 年 3 月 3 日	1,800.00	人民币
2020 年 4 月 16 日	640.00	人民币
2020 年 4 月 16 日	10.60	人民币

②后续支出

YINGZI YANG 获得的离婚补偿款主要用于滚动购买基金、理财类产品，占支出总额为 93.02%。其他支出包括健康消费、儿童慈善捐款、朋友借款以及小额经常性消费。YINGZI YANG 境内购买的理财产品情况如下：

购买时间	购买金额（万元）	产品金融机构/产品名称	是否标准化理财产品
2019 年 7 月 26 日	300.00	招商银行朝招金	是
2019 年 7 月 26 日	100.00	招商银行朝招金	是
2020 年 3 月 5 日	1,780.00	招商银行朝招金	是
2020 年 3 月 11 日	69.00	招商银行朝招金	是

2020年3月13日	300.00	招商银行朝招金	是
2020年3月17日	70.00	招商银行朝招金	是
2020年3月20日	100.00	国泰君安少数派1号投资基金	否
2020年3月20日	500.00	招商银行朝招金	是
2020年3月25日	300.00	招商银行朝招金	是
2020年3月25日	200.00	招商银行朝招金	是
2020年4月3日	140.00	招商银行朝招金	是
2020年4月8日	550.00	光大兴陇信托-弘禄小赢6号	否
2020年4月9日	600.00	招商银行朝招金	是
2020年4月17日	650.00	招商银行朝招金	是
2020年5月27日	45.00	招商银行朝招金	是
2020年5月27日	900.00	招商银行朝招金	是
2020年5月28日	1,200.00	招商银行朝招金	是
2020年6月4日	300.00	珠海尖子木资产管理有限公司	否
2020年6月10日	300.00	招商银行朝招金	是
2020年7月6日	100.00	招商银行朝招金	是
2020年7月20日	300.00	招商银行朝招金	是
2020年7月20日	300.00	招商银行朝招金	是
2020年7月29日	300.00	招商银行朝招金	是
2020年7月29日	500.00	招商银行朝招金	是
2020年8月17日	100.00	国泰君安证券股份有限公司运营外包专户	否
2020年8月17日	100.00	国泰君安证券股份有限公司运营外包专户	否
2020年9月9日	10.00	招商银行朝招金	是
2020年10月12日	200.00	招商银行朝招金	是
2020年10月19日	200.00	招商银行朝招金	是
2020年12月4日	300.00	招商银行朝招金	是
2020年12月8日	300.00	珠海尖子木资产管理有限公司	否
2020年12月10日	200.00	招商银行朝招金	是

除购买理财产品外，YINGZI YANG 其他境内大额支出包括亲友往来、健康消费、信用卡个人消费、慈善捐赠等，具体情况如下表：

支出时间	支出金额（万元）	支付对象	款项属性
2019年7月19日	15.00	丁*	亲友往来
2019年7月23日	4.00	石*梅	亲友往来
2019年7月25日	50.00	王*	离婚律师费
2019年8月8日	21.29	信用卡存款	个人消费
2019年8月21日	4.00	支付宝-中华少年儿童慈善	捐赠
2019年8月22日	4.00	支付宝-中华少年儿童慈善	捐赠
2019年8月29日	6.00	念亲恩（南通）健康管理有限公司	健康消费
2019年9月3日	20.00	念亲恩（南通）健康管理有限公司	健康消费
2019年9月8日	2.21	信用卡存款	个人消费

2019年9月9日	20.00	念亲恩（南通）健康管理有限公司	健康消费
2019年11月8日	5.73	信用卡存款	个人消费
2019年11月25日	3.50	朱*门	亲友往来，已转回
2020年3月3日	50.00	王*	离婚律师费
2020年6月4日	30.00	杨*泉	亲友往来
2020年6月4日	15.00	石*梅	亲友往来
2020年7月2日	36.00	蒋*群	亲友往来，已转回
2020年7月6日	70.00	蒋*群	亲友往来，已转回
2020年7月8日	2.77	信用卡存款	个人消费
2020年7月9日	70.20	蒋*群	亲友往来，已转回
2020年7月14日	72.00	蒋*群	亲友往来，已转回
2020年7月25日	6.00	上海圣佑健康管理咨询有限公司	健康消费
2020年8月8日	6.31	信用卡存款	个人消费
2020年8月31日	10.00	上海闵行区活力社区服务中心	健康消费
2020年10月8日	6.10	信用卡存款	个人消费
2020年11月8日	2.22	信用卡存款	个人消费
2020年12月8日	5.38	信用卡存款	个人消费

YINGZI YANG 境外大额支出主要为购买保险、转入理财、亲友往来等，具体情况如下：

境外大额支出：

时间	金额（万美元）	事项	款项属性
2019年10月31日	25.00	KAM * LAM	亲友往来
2019年12月18日	4.77	购买保险	健康消费
2020年1月10日	200.00	转入 CITI 理财账户	购买理财（标准化）
2020年12月18日	4.77	购买保险	健康消费

经核查，YINGZI YANG 取离婚补偿款后支出无异常。”

二、请保荐人、申报会计师补充说明是否获取分红款及房产出售款流向对应的合同、协议或其他证据，仅以实际控制人、控股股东出具的说明证明资金流向的依据是否充分、可靠。

除获取实际控制人、控股股东出具的资金流向说明外，保荐人、发行人会计师还取得了相关的银行账户交易流水、支付水单、相关理财产品介绍等凭证。

经核查，控股股东圣巴巴拉投资收到的分红款项，实控人 WEIDONG LU 收到的分红款项、出售房产款项，以及 WEIDONG LU 前妻 YINGZI YANG 获得的离婚补

偿款的资金流向不存在重大异常，相关证明依据充分、可靠。

三、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人会计师：

1、逐笔查看公司控股股东、实际控制人 WEIDONG LU 及其前妻 YINGZI YANG 的银行流水，对大额存取及转账等情况进行访谈了解并获取相关证据；

2、获取公司控股股东圣巴巴拉投资、实际控制人 WEIDONG LU、实控人前妻 YINGZI YANG 大额支出的交易单、购买的理财合同等凭证，与银行流水进行逐笔核对。

大额资金流水核查范围如下：

序号	姓名/名称	银行账户名称	常用账户数	核查金额（万元）	核查笔数	核查比例
1	WEIDONG LU	中国银行、招商银行、Citi Bank、Bank of Hope	4	27,364.82	322	98.92%
2	YINGZI YANG	招商银行、Citi Bank、Chase Bank	3	38,668.36	200	99.40%
3	圣巴巴拉投资	Citi Bank	3	21,624.32	42	98.63%

重要性水平及确定依据：

1、法人

保荐人及发行人会计师在结合发行人经营模式、客户结构及收付款特点等确定了关联法人资金流水核查的重要性水平，发行人下游客户主要为境外大型连锁零售企业，主要业务收入来源于干湿两用吸尘器及小型空压机的销售，合同（订单）金额及单次付款金额相对较大。报告期内，保荐人及发行人会计师所选取的关联法人资金流水核查重要性水平为单笔人民币 50 万元以上，美元 7 万元以上，与法人报告期内销售及采购情况匹配，能够满足核查要求，相关标准制定合理。

2、自然人

保荐人和发行人会计师结合发行人实际控制人、实控人前妻目前社会收入水平及消费现状、苏州地区消费能力以及相关人士所处社会地位及财富情况，在综合研判基础上对其中大额流水情况（3 万元或 4000 美元以上）进行了重点核查。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人会计师认为：

- 1、公司控股股东、实际控制人现金分红主要使用用途正常；
- 2、公司实际控制人 WEIDONG LU 房产出售款使用用途正常；
- 3、公司实际控制人 WEIDONG LU 前妻 YINGZI YANG 从 WEIDONG LU 收到的离婚补偿款使用用途正常。

13. 关于会计差错更正

前次审核问询回复显示：

公司根据苏州欧圣电气股份有限公司 2021 年 3 月 29 日召开的第二届董事会第九次会议决议，对销售费用、营业收入等科目的列报进行了会计差错更正，具体如下：（1）公司原财务报表将部分平台交易费用对营业收入进行冲抵，该费用应列报于销售费用，本次差错更正将原与营业收入进行净额法列示的平台交易费用列报计入销售费用；因前述调整导致的营业收入总额发生改变，调整了预计负债的金额以及对应的递延所得税资产、所得税费用、盈余公积、未分配利润等；（2）公司原 2020 年 1-9 月财务报表附注中将销售口罩业务产生相应的利润纳入经常性损益，因口罩业务非公司的经常性业务，本次差错更正将该部分利润在非经常性损益明细表中列示。公司未在招股说明书中披露上述事项及对应的影响。

请发行人补充披露：

上述事项产生原因、相关调整是否符合会计准则规定，对报告期内财务数据的影响金额和影响比例。

请保荐人、申报会计师说明核查程序和结论，对公司的会计核算及会计基础工作是否符合规范性的要求发表明确意见。

回复：

一、上述事项产生原因、相关调整是否符合会计准则规定，对报告期内财务数据的影响金额和影响比例。

（一）平台交易费用会计差错更正

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、资产负债表日后事项、或有事项及其他”之“（三）其他重要事项”之“1、前期会计差错更正”中补充披露如下：

“（3）发行人对平台交易相关费用进行会计差错更正符合会计准则规定

中华人民共和国财政部（以下简称“财政部”）于2017年7月5日修订发布了《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”）。准则中“第三章-第十九条：企业应付客户（或向客户购买本企业商品的第三方，本条下同）对价的，应当将该应付对价冲减交易价格，并在确认相关收入与支付（或承诺支付）客户对价二者孰晚的时点冲减当期收入，但应付客户对价是为了向客户取得其他可明确区分商品的除外”。

发行人在线上电商平台销售商品，电商平台对发行人收取对应平台交易费用，该交易费用具有独立商业目的，与前期销售合同不构成一揽子协议，不存在与其他产品构成单项履约义务的情形。发行人原先认为上述协议为一揽子协议，将相应平台交易费与营业收入净额法处理，发行人后根据新收入准则的要求对该支付对价列报于相关费用科目。营业收入的变动对发行人销售产品退货率的计算产生了进一步影响，即又对报告期内与退货有关的预计负债、所得税费用、递延所得税资产、盈余公积等报表科目进行了调整。该会计差错更正事项对报告期内财务数据的影响金额如下表列示：

单位：万元

项目	2020 年度/年末		2019 年度/年末		2018 年度/年末	
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例
递延所得税资产	-	-	1.04	0.14%	-1.94	-0.26%
预计负债	-	-	6.92	0.43%	-12.93	-0.78%
盈余公积	-	-	-2.20	-0.18%	-0.51	-0.07%
未分配利润	-	-	-3.68	-0.06%	11.50	0.28%
营业收入	-	-	969.30	1.59%	307.54	0.49%
销售费用	-	-	989.15	9.75%	259.54	3.97%
所得税费用	-	-	-2.98	-0.35%	7.20	1.50%

”

（二）口罩业务会计差错更正

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、资产负债表日后事项、或有事项及其他”之“（三）其他重要事项”之“1、前期会计差错更正”中补充披露如下：

“公司原2020年1-9月财务报表附注中将销售口罩业务产生相应的利润纳入经常性损益，因口罩业务非公司的经常性业务，本次差错更正将该部分利润在非经常性损益明细表中列示。

非经常性损益是指公司发生的与经营业务无直接关系，以及虽与经营业务相关，但由于其性质、金额或发生频率，影响了真实、公允地反映公司正常盈利能力的各项收入、支出。从上述非经常性损益的定义来看，判断是否可以归集为非经常性损益主要从业务性质、发生金额以及发生频率进行分析。

发行人的主要业务系对家用类、商业类空压机、吸尘器等产品进行生产和销售。对于发行人的销售口罩业务，从其业务性质分析，发行人的实际业务与口罩业务的经营销售业务关联性较低，与发行人的主营业务无直接关系。

从口罩销售业务销售的金额分析，发行人 2020 年全年的口罩销售收入金额为 2,596.85 万元，占当年营业收入比重为 2.62%，占比较小。

从口罩销售业务销售的频率出发，发行人报告期内仅有 2020 年对口罩业务进行了销售。另外口罩业务的销售随着全球疫情的控制以及专业口罩生产销售厂商的市场份额的稳定，其销售价格和利润将趋于平稳，发行人对于口罩销售业务属于偶发性质。

发行人根据情况以及企业会计准则对非经常性损益的描述进行判断口罩业务的销售列入非经常性损益，真实、公允地反映公司正常的盈利能力。发行人对口罩进行会计差错更正符合会计准则规定。”

二、请保荐人、申报会计师说明核查程序和结论，对公司的会计核算及会计基础工作是否符合规范性的要求发表明确意见。

（一）核查程序

保荐人、发行人会计师：

1、取得发行人及其子公司的科目余额表及明细账，对上述会计差错更正的业务账务处理进行了解和核查；

2、针对会计差错更正调整事项，查阅销售合同，了解销售业务实际执行情况；

3、对照《企业会计准则》及公司会计政策和会计估计等规定，对会计差错更正事项进行分析；

4、访谈发行人管理层，了解并判断上述会计差错更正事项，分析公司会计差错更正处理是否正确；

5、对财务报表内部控制进行检查，取得发行人财务部岗位设置相关资料，

核查财务部门岗位设置是否齐备，财务报表是否经过有效复核。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人会计师认为：

- 1、发行人会计差错更正事项及依据符合《企业会计准则》的规定；
- 2、发行人对于有关差错更正涉及事项的确认流程或原则已按照企业会计准则的规定进行调整；
- 3、发行人会计核算及会计基础工作符合规范性的要求。

14. 关于审计截止日后主要财务数据

请发行人披露：

（1）审计截止日后的主要经营状况，2021 年 1 至 6 月业绩预计情况，量化分析新冠疫情和汇率波动对发行人业绩的影响；

（2）2021 年 1 至 3 月主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况，如变动幅度较大的，请分析并披露变动原因以及由此可能产生的影响，相关影响因素是否具有持续性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、审计截止日后的主要经营状况，2021 年 1 至 6 月业绩预计情况，量化分析新冠疫情和汇率波动对发行人业绩的影响。

发行人在招股说明书“重大事项提示”中补充披露如下：

“五、提醒投资者关注财务报告审计截止日后公司主要财务信息、经营状况及 2021 年 1-9 月经营业绩预计

（一）审计截止日后主要经营状况

自审计截止日至本招股说明书出具日，发行人经营状况良好，发行人主营业务、经营模式未发生重大变化；发行人董事、监事、高级管理人员保持稳定；未出现对发行人经营能力产生重大不利影响的事项，也未出现其他可能影响投资者判断的重大事项。发行人经审阅的 2021 年 1-6 月营业收入 6.88 亿元，较上年同期增长 3.39 亿元，增长比例 96.87%，2021 年 1-6 月净利润 7,934.75 万元，较上年同期增长 1,717.48 万元，增长比例 27.62%。2021 年上半年收入较上年同期增长较快，主要系 2020 年上半年公司受国内新冠疫情影响，销售规模有

所下降，此外 2021 年上半年因新冠疫情导致海外消费者需求上升及海外厂商供给减少，公司销售规模增大所致。2021 年上半年净利润增长幅度小于营业收入增长幅度，主要系受海运费上升、空压机加征关税及美元平均汇率下降等原因影响。

（二）2021 年 1 至 9 月业绩预计情况

单位：万元

项目	2021 年 1-9 月		2020 年 1-9 月
	预计金额	同比变动比例	金额
营业收入	93,000-98,000	41.61%至 49.22%	65,675.37
利润总额	11,000-12,000	-10.90%至-2.80%	12,345.45
净利润	9,500-10,000	-7.72%至-2.87%	10,295.05
归属于母公司所有者的净利润	9,500-10,000	-7.72%至-2.87%	10,295.05
扣除非经常性损益后母公司所有者的净利润	9,000-9,500	-4.59%至 0.71%	9,433.45

注：2020 年 1-9 月数据已经审计，2021 年 1-9 月数据为公司初步核算数据，不构成盈利预测或业绩承诺。

如上表所述，2021 年 1-9 月，发行人经营业绩预计较上年同期有较大幅度增长。主要原因为：发行人 2020 年末在手订单于 2021 年 1-9 月完成量较大，销售收入规模增长较大。”

（三）新冠疫情对发行人业绩的影响

报告期内，公司资产总额、净资产、营业收入和利润均保持较快增长，新冠疫情并未导致公司业绩大幅下滑的情况，公司的主要财务数据情况如下：

项目	2021.6.30/ 2021 年 1-6 月	2020.12.31/ 2020 年度	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度
资产总额（万元）	113,748.81	87,293.69	54,082.24	51,767.90
归属于母公司所有者权益（万元）	44,507.42	36,475.98	26,748.56	23,397.63
营业收入（万元）	68,830.41	99,282.44	60,977.44	62,988.23
净利润（万元）	7,934.75	13,035.88	5,863.01	4,543.04
归属于母公司所有者的净利润（万元）	7,934.75	13,035.88	5,863.01	4,543.04
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	7,489.24	11,322.90	5,991.23	4,013.55

注：2018 年-2020 年数据业经立信中联审计，2021 年 1-6 月数据业经立信中联审阅

发行人 2020 年经审计财务数据及 2021 年 1-6 月经审阅财务数据保持了较快的增长，新冠疫情未对公司经营业绩产生重大不利影响。

根据海关总署的最新统计数据显示：

单位：亿元

项目	2020 年度	2019 年度	增长幅度
中国对美出口空压机金额	19.37	15.10	28.28%
中国对美出口吸尘器金额	145.60	98.18	48.30%

在新冠疫情后，中国对美出口空压机及吸尘器金额增幅分别为 28.28%、48.30%。

综上，新冠疫情目前未对公司经营业绩产生不利影响。

（四）汇率波动对发行人业绩的影响

发行人销售主要集中于境外，并主要以美元进行结算，如果美元兑人民币汇率出现大幅波动将直接影响公司的经营业绩，报告期内，公司汇兑损益分别为-682.59 万元、-200.10 万元及 1,777.17 万元，占当期外销收入的比例分别为-1.11%、-0.34%及 1.87%；如人民币持续升值，则将对公司的出口业务产生不利影响，具体表现为：（1）导致公司产生汇兑损失；（2）以人民币折算的销售收入减少。

假设美元兑人民币年平均汇率上（下）浮 5%、10%，则对发行人预测业绩的具体影响如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
主营业务收入	95,395.02	59,840.30	61,865.76
其中：以外币结算的外销收入	95,244.02	59,097.15	61,267.84
占比	99.84%	98.76%	99.03%
年平均汇率上升（下降）5%变动对主营业务收入的影响比例	±4.99%	±4.94%	±4.95%
年平均汇率上升（下降）10%变动对主营业务收入的影响比例	±9.98%	±9.88%	±9.90%

由上表可见，报告期内，外币兑人民币年平均汇率分别上升（下降）5%时，对公司各期主营业务收入的影响分别为±4.95%、±4.94%和±4.99%；外币兑人民币年平均汇率分别上升（下降）10%时，对公司各期主营业务收入的影响分别为±9.90%、±9.88%和±9.98%，不会对公司经营业绩产生重大影响，但若外币兑人民币的结算汇率短期内出现大幅波动，仍将对公司的经营业绩产生较大影响。

为了分析平均汇率对公司毛利率的影响，假设在单位成本、单位美元价格不变的情况下，若平均汇率分别上升、下降 5%和 10%，对毛利率的影响情况如

下:

公司小型空压机产品的平均汇率敏感性分析如下:

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
当年单位价格 (元/台)		553.87	526.14	442.83
当年单位成本 (元/台)		390.52	374.69	351.30
当年毛利率		29.49%	28.78%	20.67%
平均汇率变动幅度对毛利率的影响	10%	6.41%	6.48%	7.21%
	5%	3.36%	3.40%	3.78%
	-5%	-3.71%	-3.74%	-4.18%
	-10%	-7.83%	-7.91%	-8.82%
敏感系数	10%	2.17	2.25	3.49
	5%	2.28	2.36	3.66
	-5%	2.52	2.60	4.04
	-10%	2.66	2.75	4.26
平均敏感系数		2.41	2.49	3.86

注: 平均汇率变动幅度对毛利率的影响=1-当年单位成本/((1+平均汇率变动幅度) * 当年单位价格) -当年毛利率

敏感系数=毛利率变动/毛利率/平均汇率变动幅度。

以 2020 年为例, 汇率上升 10%将导致毛利率上升 6.41%, 汇率上升 5%将导致毛利率上升 3.36%, 汇率下降 5%将导致毛利率下降 3.71%, 汇率下降 10%将导致毛利率下降 7.83%, 2020 年度平均敏感系数为 2.41, 即在其他因素不变情况下, 平均汇率每上升 (或下降) 1 个百分点, 在其他条件不变的情况下, 毛利率会在原来的基础上上升 (或下降) 2.41 个百分点。

公司干湿两用吸尘器产品的平均汇率敏感性分析如下:

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
当年单位价格 (元/台)		291.27	221.36	164.84
当年单位成本 (元/台)		153.42	129.39	116.68
当年毛利率		47.33%	41.55%	29.21%
平均汇率变动幅度对毛利率的影响	10%	4.79%	5.31%	6.44%
	5%	2.51%	2.78%	3.38%
	-5%	-2.78%	-3.08%	-3.72%
	-10%	-5.86%	-6.50%	-7.86%
敏感系数	10%	1.01	1.28	2.20
	5%	1.06	1.34	2.31
	-5%	1.17	1.48	2.55
	-10%	1.24	1.56	2.69
平均敏感系数		1.12	1.42	2.44

注: 平均汇率变动幅度对毛利率的影响=1-当年单位成本/((1+平均汇率变动幅度) * 当年单位价格) -当年毛利率

敏感系数=毛利率变动/毛利率/平均汇率变动幅度。

以 2020 年为例，汇率上升 10%将导致毛利率上升 4.79%，汇率上升 5%将导致毛利率上升 2.51%，汇率下降 5%将导致毛利率下降 2.78%，汇率下降 10%将导致毛利率下降 5.86%，2020 年度平均敏感系数为 1.12，即在其他因素不变情况下，平均汇率每上升（或下降）1 个百分点，在其他条件不变的情况下，毛利率会在原来的基础上上升（或下降）1.12 个百分点。

（五）原材料价格变动对发行人产品定价、业绩等影响

公司主营业务成本中原材料成本占比较高，各年均超过 85%，原材料采购价格的波动对主营业务毛利率的影响较大。同时公司产品定价采用成本加成原则，能够一定程度转移和消化原材料价格波动带来的风险。假定报告期内各年产品销量、除原材料以外的其他成本保持不变，同时公司采用成本加成模式与客户进行定价，并且产品价格变动与材料价格变动在时间点上保持一致的情形，则由于大宗商品价格变动，原材料采购价格变动对发行人产品定价的影响如下表所示：

小型空压机产品平均单价变动幅度			
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
原材料采购价格上涨 5%	3.00%	3.04%	3.42%
原材料采购价格上涨 10%	6.00%	6.09%	6.84%
原材料采购价格下跌 5%	-3.00%	-3.04%	-3.42%
原材料采购价格下跌 10%	-6.00%	-6.09%	-6.84%
干湿两用吸尘器平均单价变动幅度			
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
原材料采购价格上涨 5%	2.39%	2.60%	3.13%
原材料采购价格上涨 10%	4.77%	5.21%	6.26%
原材料采购价格下跌 5%	-2.39%	-2.60%	-3.13%
原材料采购价格下跌 10%	-4.77%	-5.21%	-6.26%

由上表可知，在大宗商品价格连续大幅上升的情况下，公司可能存在产品销售价格涨幅小于原材料价格涨幅情形，存在导致毛利率下降的情况。假定报告期内各年产品销量、除原材料以外的其他成本保持不变，同时公司采用成本加成模式与客户进行定价，并且产品价格变动与材料价格变动在时间点上保持一致的情形，则由于大宗商品价格变动，采购价格变动对发行人毛利率变动的影响如下表所示：

小型空压机产品毛利率变动幅度

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
原材料采购价格上涨 5%	-0.86%	-0.85%	-0.68%
原材料采购价格上涨 10%	-1.67%	-1.65%	-1.32%
原材料采购价格下跌 5%	0.91%	0.91%	0.73%
原材料采购价格下跌 10%	1.88%	1.87%	1.52%
干湿两用吸尘器产品毛利率变动幅度			
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
原材料采购价格上涨 5%	-1.11%	-1.06%	-0.89%
原材料采购价格上涨 10%	-2.16%	-2.06%	-1.73%
原材料采购价格下跌 5%	1.15%	1.11%	0.94%
原材料采购价格下跌 10%	2.37%	2.28%	1.94%

此外，由于原材料价格上涨，公司采用成本加成进行销售定价需要与客户采购时进行商业谈判，可能产品价格变动与材料价格变动在时间点上会存在不一致的情形或产品价格往上调价力度不及预期情况，此时如果假设原材料发生剧烈变化而相关产品价格未能同步变动的最不利情况，则由于大宗商品价格上涨，采购价格变动对发行人毛利率变动的影响如下表所示：

小型空压机产品毛利率下降幅度			
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
原材料采购价格上涨 5%	-3.00%	-3.04%	-3.42%
原材料采购价格上涨 10%	-6.00%	-6.08%	-6.84%
干湿两用吸尘器产品毛利率下降幅度			
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
原材料采购价格上涨 5%	-2.39%	-2.61%	-3.13%
原材料采购价格上涨 10%	-4.77%	-5.21%	-6.26%

公司主要原材料为金属件、塑料件类、钢材类、电机及组合件、电气件、阀表类、包材图档类等。近年来，主要原材料市场价格出现较大幅度波动，对公司采购价格产生一定影响，进而影响到公司生产成本，最终影响到公司利润。虽然公司采用成本加成定价原则适时适度提高产品定价，并且不断通过技术创新、生产流程优化及扩大产能实现规模经济降低非材料部分生产成本，同时推出新产品提高公司产品附加值，但未来如果大宗商品价格发生剧烈变化而公司相关产品价格未能同步传导，将会对公司主要产品的毛利率水平及经营业绩产生不利影响，存在原材料价格大幅波动给生产经营带来不利影响的风险。

二、2021 年 1 至 3 月主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况，如变动幅度较大的，请分析并披露变动原因以及由此可能产生的影响，相关影

响因素是否具有持续性。

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、审计截止日至招股说明书签署日之间的主要财务信息及经营状况”之“（三）审计截止日后主要财务信息及经营状况”中补充披露如下：

“（三）审计截止日后主要财务信息及经营状况

本招股说明书的财务报告审计截止日为 2020 年 12 月 31 日，立信中联对公司 2021 年 1-6 月财务报表进行审阅并出具立信中联专审字[2021]D-0505 号《审阅报告》。公司 2021 年 1-6 月的主要财务数据如下（合并报表口径）

1、合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2021 年 6 月末	2020 年末	变动率
货币资金	26,441.75	22,779.50	16.08%
应收账款	16,671.64	15,182.08	9.81%
存货	18,289.91	13,187.27	38.69%
其他流动资产	28,147.09	12,771.85	120.38%
固定资产	17,737.36	8,522.41	108.13%
资产总计	113,748.81	87,293.69	30.31%
应付票据	25,168.33	14,193.63	77.32%
应付账款	28,631.65	26,316.12	8.80%
长期借款	5,479.83	-	-
负债总计	69,241.39	50,817.71	36.25%
所有者权益合计	44,507.42	36,475.98	22.02%

注：2020 年 1-6 月的数据未经审计或审阅，2021 年 1-6 月数据业经审阅。

针对上述主要报表项目变动幅度在 10%以上的项目说明如下：

（1）货币资金

2021 年 6 月末，发行人货币资金较上年增加 3,662.25 万元，增长幅度为 16.08%，主要系发行人销售增长，且对客户销售款项回款情况及时所致。

（2）存货

2021 年 6 月末，发行人存货较上年增加 5,102.63 万元，增长幅度为 38.69%，主要系发行人为应对销售增长所生产货物增加所致。

（3）其他流动资产

2021 年 6 月末，发行人其他流动资产较上年增加 15,375.24 万元，增长幅度为 120.38%，主要系发行人回款良好，为提升资金使用效率购买理财所致。

（4）固定资产

2021 年 6 月末，发行人固定资产较上年增加 9,214.95 万元，增长幅度为 108.13%，主要系发行人在建项目完工并投入使用，转为固定资产所致。

(5) 应付票据

2021 年 6 月末，发行人应付票据较上年增加 10,974.71 万元，增长幅度为 77.32%，主要系发行人采购规模增大，对供应商付款增加所致。

(6) 长期借款

2021 年 6 月末，发行人新增长期借款 5,479.83 万元，主要系发行人借款用于支付美国厂房建设所致。

2、合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年 1-6 月	变动率
营业收入	68,830.41	34,962.85	96.87%
营业成本	45,202.77	20,765.35	117.68%
销售费用	10,241.01	4,736.96	116.19%
管理费用	1,464.27	1,379.74	6.13%
研发费用	1,558.58	973.62	60.08%
财务费用	899.14	-260.91	/
净利润	7,934.75	6,217.27	27.62%
归属于母公司所有者的净利润	7,934.75	6,217.27	27.62%

注：2020 年 1-6 月的数据未经审计或审阅，2021 年 1-6 月数据业经审阅。

针对上述主要报表项目变动幅度在 10%以上的项目说明如下：

(1) 营业收入及营业成本

2021 年 1-6 月，营业收入同比增长 33,867.56 万元，增幅为 96.87%；营业成本同比增加 24,437.43 万元，增幅为 117.68%。2021 年上半年较上年同期增长较快，主要系 2020 年上半年公司受国内新冠疫情影响，销售规模有所下降，此外，2021 年上半年因新冠疫情导致海外消费者需求上升及海外厂商供给减少，公司销售规模增大所致。

(2) 销售费用

2021 年 1-6 月，销售费用同比增长 5,504.05 万元，增幅为 116.19%，主要系随着公司销售规模的增长，对应销售费用中运费、平台交易费用等款项的增长所致。

(3) 研发费用

2021 年 1-6 月，研发费用同比增长 584.96 万元，增幅为 60.08%，主要系随着发行人销售规模的增长，发行人为了提升竞争力，加大了研发投入所致。

(4) 财务费用

2021 年 1-6 月，财务费用同比增长 1,160.05 万元，主要系汇率变动较大导致的汇兑损益影响所致。

3、合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年 1-6 月	变动率
经营活动产生的现金流量净额	15,506.75	3,008.21	415.48%
投资活动产生的现金流量净额	-15,300.01	-549.66	/
筹资活动产生的现金流量净额	366.92	2,073.78	-82.31%

注：2020 年 1-6 月的数据未经审计或审阅，2021 年 1-6 月数据业经审阅。

(1) 经营活动产生的现金流量净额

2021 年 1-6 月，经营活动产生的现金流量净额同比增长 415.48%，主要系发行人 2021 年开始销售经营业绩上升，销售回款力度增大。

(2) 投资活动产生的现金流量净额

2021 年 1-6 月，投资活动产生的现金流量净额同比减少 14,750.35 万元，主要系发行人购买理财等净投资额增加所致。

(3) 筹资活动产生的现金流量净额

2021 年 1-6 月，筹资活动产生的现金流量净额同比减少 1,706.86 万元，主要系发行人对外的自有资金的回款力度加大，对外筹措资金减少所致。

2021 年 1-6 月经营业绩情况较上年同期有所增长，增长原因主要系近几年公司业务保持了持续性的发展，公司 2021 年 1-6 月整体业绩有较好的表现。主要会计报表项目与 2020 年末或上年同期变动率相比不存在重大不利变化。”

三、请保荐人、申报会计师发表明确意见。

(一) 核查程序

保荐人、发行人会计师：

1、获取并检查发行人 2020 年 1-6 月、2021 年 1-6 月财务报表、相关财务资料；

2、访谈发行人财务总监及销售总监，了解预计业绩及会计报表金额与上年年末或同期比较变动较大的原因；

3、获取发行人及其子公司的科目余额表及明细表，访谈发行人财务负责人及相关财务人员，了解引起科目余额变化的原因，结合发行人业务模式和经营规模的变动情况，分析其变动的合理性及持续性的影响；

4、取得预测项目的项目明细，检查对应项目的合同和验收单据，判断收入预测的合理性；

5、取得预测项目的成本归集明细，检查对应项目的成本构成，判断成本预测的合理性；

6、取得 2020 年 1-9 月财务报表，比较分析 2021 年 1-9 月预计数据和 2020 年 1-9 月各对应项目的变动比例，向管理层了解变动原因；

7、访谈发行人管理层，了解新冠疫情及汇率变动对发行人经营的影响业绩情况。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人会计师认为：

1、审计截止日后发行人经营状况良好，采购生产销售等正常运营活动未发生重大变化；

2、发行人 2020 年 1-6 月未经审计数据及 2020 年度经审计的财务数据及 2021 年 1-6 月经审阅的财务数据相比，不存在经营业绩下滑的情形；

3、根据发行人的在手订单情况，发行人 2021 年 1-9 月业绩预计情况良好，不存在大幅下滑的风险；新冠疫情未对发行人经营业绩产生不良影响，汇率的正常波动不会对发行人经营业绩产生重大影响，但若美元兑人民币的结算汇率短期内出现大幅波动，仍将对公司的经营业绩产生较大影响。

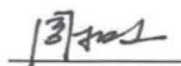
（本页无正文，为苏州欧圣电气股份有限公司《关于苏州欧圣电气股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函之回复》之签章页）

法定代表人： 
WEIDONG LU

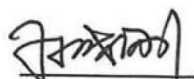


(本页无正文，为中泰证券股份有限公司《关于苏州欧圣电气股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函之回复》之签章页)

保荐代表人：



周扣山



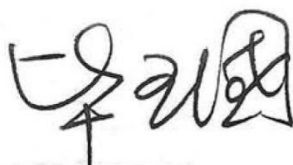
孙晓刚



保荐机构（主承销商）总经理声明

本人已认真阅读苏州欧圣电气股份有限公司本次回复的全部内容，了解本次回复涉及问题的核查过程、保荐机构的内核和风险控制流程，确认保荐机构按照勤勉尽责原则履行核查程序，本次回复不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对本回复的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应责任。

保荐机构总经理：


毕玉国



保荐机构（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读苏州欧圣电气股份有限公司本次回复的全部内容，了解本次回复涉及问题的核查过程、保荐机构的内核和风险控制流程，确认保荐机构按照勤勉尽责原则履行核查程序，本次回复不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对本回复的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应责任。

保荐机构董事长：


李 峰

