创业板投资风险提示

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

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）

ALTON

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

（上会稿）

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

保荐人（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）

联席主承销商

民生证券股份有限公司
MINSHENG SECURITIES CO.,LTD.

（中国（上海）自由贸易试验区世纪大道 1168 号 B 座 2101、2104A 室）

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	本次拟公开发行股票不超过 4,565.20 万股，不低于发行后总股本的 25%，本次发行股份均为新股，公司股东不进行公开发售股份
每股面值	人民币 1 元
每股发行价格	【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所和板块	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	不超过 18,260.7661 万股
保荐人、主承销商	中泰证券股份有限公司
联席主承销商	民生证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

发行人声明

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

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

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

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

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

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

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

重大事项提示

公司特别提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书正文内容，并特别关注以下事项：

一、需要特别关注的风险因素

（一）贸易摩擦风险

公司出口产品主要销往北美、欧洲等境外市场，其中美国为出口地，2020年公司对美国地区的销售金额为 79,508.04 万元，占主营业务收入比例为83.35%。2018 年 9 月 24 日起，美国对 2,000 亿美元的中国商品加征 10%的进口关税。2019 年 5 月 10 日，美国将 2,000 亿美元中国商品关税从 10%上调至 25%。公司产品小型空压机和干湿两用吸尘器被列入了上述 2,000 亿美元关税清单。

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。由于公司小型空压机和干湿两用吸尘器排除加征关税有效期已经于 2020 年 12 月 31 日到期，截至本招股书出具之日，公司小型空压机和干湿两用吸尘器产品属于 25%加征关税名单。报告期内公司对美国销售产品收入占公司营业收入比重相对较大，公司直接向美国销售的产品因客户需承担新增关税成本，未来公司美国客户可能要求公司降低销售价格或减少对公司产品的采购量，从而影响公司产品在美国的销售，公司将面临出口美国规模下降、成本上升、毛利率下降的风险。由于中美贸易摩擦存在复杂性与不确定性，若未来中美贸易摩擦进一步加剧，美国进一步加征公司部分产品关税，公司无法及时将额外关税成本向客户转移，或客户对关税承担方式及产品价格提出调整，将对公司业绩产生重大不利影响。**此外，如果美国客户未来 2-3 年在东南亚地区寻找其他供应量充足且具备竞争力的生产基地来替代对中国小型空压机和干湿两用吸尘器产品需求，同时美国继续对中国制造的小型空压机和干湿两用吸尘器产品加征关税，而公司未能在 2-3 年内及时在海外设立生产基地，则公司将面临客户转移采购的风险。**

（二）汇率变动的风险

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。

（三）客户集中风险

公司主要客户包括 Lowe's、The Home Depot、Amazon、Costco、Canadian Tire Corporation、Walmart、Menards、Harbor Freight Tools 等。报告期内，公司对前五名客户的销售收入分别为 47,835.83 万元、41,276.30 万元及 69,680.04 万元，占营业收入比例分别为 75.94%、67.69%及 70.18%，客户集中度较高。如果未来主要客户需求下降，将会对公司的业务规模和经营业绩产生不利影响。

（四）原材料价格上涨的风险

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%

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 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。

（五）创新风险

消费者在高效节能、外观设计、安全环保、动力性能等方面对小型空压机和干湿两用吸尘器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，加强了产品结构调整和新产品的开发创新力度。截至 2020 年 12 月 31 日，公司拥有 53 项发明专利，94 项实用新型专利，63 项外观设计专利，较强的研发能力为公司产品的更新换代提供了有力的保障。但公司仍可能存在研发投入不能形成专利或非专利技术，或相关技术无法有效与产业相融合的情形，进而导致公司创新失败的风险。

（六）核心技术及人员流失风险

公司关键核心竞争力在于产品的研发设计能力、测试试验能力和生产工艺技术。能否持续保持高素质的技术团队、研发并制造具有行业竞争力的产品，对于公司的可持续发展至关重要。公司十分重视对技术人才的培养和引进，并实施了员工持股以增强核心团队的稳定性，保证各项研发工作的有效组织和成功实施，但未来仍可能会面临行业竞争所带来的核心技术及人员流失风险。

（七）出口退税政策变动的风险

公司是增值税一般纳税人，报告期内公司出口产品享受增值税“免、抵、退”的相关政策。报告期内，公司应退税额分别为 7,320.97 万元、4,782.69 万元及 5,525.06 万元，与当期利润总额的比例分别为 145.72%、71.16%及 35.50%。若未来国家调低出口退税率或取消出口退税政策，将增加公司的外销成本，对公司经营业绩产生负面影响。

（八）经营业绩下滑的风险

2018年、2019年及2020年，公司营业收入分别为62,988.23万元、60,977.44万元及99,282.44万元，归属于母公司所有者净利润分别为4,543.04万元、5,863.01万元和13,035.88万元。报告期内公司净利润水平不断上升。

随着美元兑人民币汇率的下降、大宗商品原材料价格上升、境外海运费价格的上升等不利影响，公司经营业绩存在一定的波动。根据经审阅财务数据，2021年1-6月公司营业收入68,830.41万元，同比增长96.87%，归属于母公司股东的净利润7,934.75万元，同比增长27.62%。公司预计2021年1-9月营业收入同比增长41.61%至49.22%，归属于母公司股东的净利润同比降幅为2.87%至7.72%。如未来原材料价格上涨、汇率波动等不利因素继续存在，则公司存在经营业绩下滑的风险。

二、本次发行相关的重要承诺

与本次发行相关的重要承诺，包括股东所持股份的限售安排和自愿锁定承诺，持股 5%以上股东的持股及减持意向，中介机构关于依法赔偿投资者损失的承诺等。具体内容请详见本招股说明书“第十三节 附件”之“四、本次发行相关机构或人员的重要承诺”。

三、关于发行后股利分配政策及发行前滚存利润的分配

经公司2020年第三次临时股东大会决议，公司发行前滚存的可供股东分配的利润由发行后的新老股东依其所持股份比例共同享有。发行后股利分配政策详见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“二、发行后的股利分配政策”。

四、新型冠状病毒肺炎疫情对发行人经营情况的影响

2020年1月以来，新型冠状病毒肺炎疫情爆发，全球多个国家和地区遭受不同程度的影响。2020年1月31日，世界卫生组织宣布新型冠状病毒肺炎疫情构成国际关注的突发公共卫生事件；2020年3月11日，世界卫生组织将新型冠状病毒肺炎疫情定为全球大流行病。三月中下旬以来，我国疫情得到有效控制，但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，对全球小型空压机和干湿两用吸尘

器消费市场、产业链和供应链造成一定的影响。

（一）对发行人采购的影响

公司供应商主要集中于长三角区域，主要原材料供应商（各期前十名）均非湖北地区供应商。2020 年 1-2 月，随着国内疫情防控措施的推出，导致发行人供应商出现未能及时开工、开工不足等问题。但随着 2020 年 3 月新冠疫情逐渐得到控制，各地政府大力推进各地生产企业复工复产，截至本招股说明书签署日，发行人主要供应商已复工复产，发行人的原材料供应未出现重大不利变化。

（二）对发行人生产的影响

新冠疫情发生后，疫情造成了发行人复工计划的延迟，发行人原定于春节假期结束后复工，后于 2020 年 2 月 10 日开始逐步复工复产，2020 年 2 月底，发行人已全面复工。同时，随着公司生产、销售规模的不断扩大，2020 年一季度公司新招员工 100 余名，有效保障了生产经营活动的正常开展。

（三）对发行人海外市场供给的影响

2020 年 3 月新冠疫情在国内逐渐得到控制，国内小型空压机和吸尘器产业链生产企业已经完全复工复产，而海外工具类生产型企业 3 月份以来由于疫情影响无法正常生产，使得北美、欧洲地区小型空压机和吸尘器等工具的供给减少，全球大型连锁零售商对中国地区的需求增加。

（四）对发行人海外市场需求的影响

公司以国际市场为主。报告期内，公司境外销售收入占当期主营业务收入比重均超过了 90%，国际市场特别是北美市场为公司营业收入和利润的主要来源，对公司经营业绩有较大影响。2020 年 3 月，新型冠状病毒疫情在欧美地区爆发，当地政府出台了一系列降低人员聚集和流动的政策，客观上对当地企业的生产经营活动造成了一定程度的不利影响，但居家隔离限制一定程度上增加了小型空压机和干湿两用吸尘器等家庭住宅维修维护的家用工具类产品市场需求。

公司产品的生产、发货计划安排主要根据客户产品采购需求而确定，公司海外销售的主要客户如 Walmart 和 Lowe’s 等大型零售商，在疫情隔离期间仍然正常营业，并且上述客户在疫情期间对家庭住宅维修维护的家用工具类产品的需求强劲。由于疫情使人们处于公共卫生事件的居家隔离政策的限制之下，经历较长

时间的居家生活，人们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，居家隔离使居民做更多手工和维修。同时，在疫情居家隔离期间，欧美地区提供房屋翻修、汽车修配服务的专业工匠人数减少，人工成本进一步提高，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，欧美家庭倾向于做更多手工和维修，增加了对家庭住宅维修维护的家用工具类产品购置需求。

发行人与主要客户均保持长期良好的合作关系，目前订单充足、交货稳定，日常订单及重大合同的履行不存在重大障碍。

（五）对发行人生产经营及财务状况影响

1、2020 年度公司的经营情况概述

2020 年 1 月，新型冠状病毒肺炎疫情爆发，多个省市启动重大突发公共卫生事件一级响应，受疫情影响公司复工时间推迟，在此期间，公司及时跟进江苏省政府关于新冠的防疫动态，安装监测设施、筹备防疫物资，并积极进行复工准备工作，2020 年 2 月底，发行人已全面复工。虽然由于新型冠状病毒肺炎疫情导致春节假期延期复工，发行人及下游客户的生产经营均受到一定程度的影响，但公司采取有效措施，2020 年度经营业绩未因疫情产生重大不利变化。2020 年度公司营业收入较去年全年增长 62.82%，扣非后归属于母公司股东的净利润较去年全年增长 88.99%。

2、公司在手订单情况及与去年同期对比

截至 2020 年 9 月末和 2020 年 12 月末公司未履行在手订单及与上年同期对比情况如下：

在手订单	订单金额（单位：万美元）	增减幅度	增减变化
截至 2019 年 9 月末	1,163.10	同比上期同期时间增加 2,575.88 万美元	同比上期同期时间增幅 221.47%
截至 2020 年 9 月末	3,738.98		
截至 2019 年 12 月末	1,647.16	同比上期同期时间增加 3,818.48 万美元	同比上期同期时间增幅 231.82%
截至 2020 年 12 月末	5,465.64		

如上表所示，公司截止 2020 年 9 月末和 2020 年 12 末公司在手订单分别为 3,738.98 万美元和 5,465.64 万美元，较 2019 年同期增长分别为 221.47%和 231.82%，增长幅度较大。截止目前，公司在手订单充足、且呈现增长趋势。报

告期内，基于主要客户 Lowe’s、The Home Depot 等订单计划，公司在手订单实际执行情况良好，没有出现大量订单延期或取消的情况。

3、公司停工、开工、复工情况

新冠疫情发生后，疫情造成了发行人复工计划的延迟，发行人原定于春节假期结束后复工，后于 2020 年 2 月 10 日开始逐步复工复产，2020 年 2 月底，发行人已全面复工。同时，随着公司生产、销售规模的不断扩大，2020 年一季度公司新招员工 100 余名，有效保障了生产经营活动的正常开展。截至目前，公司及其子公司总体复工率已达 100%。

4、新冠疫情对公司主要财务数据的影响

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	增减幅度	增减变化
营业收入	99,282.44	60,977.44	38,305.00	62.82%
净利润	13,035.88	5,863.01	7,172.87	122.34%
归属于母公司股东的净利润	13,035.88	5,863.01	7,172.87	122.34%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	11,322.90	5,991.23	5,331.67	88.99%

2020 年，公司营业收入为 99,282.44 万元，较 2019 全年增长 62.82%，净利润为 13,035.88 万元，较 2019 全年增长 122.34%，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为 11,322.90 万元，较 2019 全年增长 88.99%。虽然新型冠状病毒肺炎疫情导致发行人短期存在延期复工情况，但由于海外疫情居家隔离政策限制一定程度上增加了海外市场对小型空压机和干湿两用吸尘器等家庭住宅维修维护的家用工具类产品市场需求，发行人主要财务数据较上年呈现快速增长趋势，并与行业出口数据及同行业可比公司财务数据变动趋势保持一致，发行人 2020 年度主要财务数据并未因疫情产生重大不利变化。

可比公司	项目	2020 年度	2019 年度	增减变化
发行人	营业收入（亿元）	9.93	6.10	62.82%
	归属于母公司股东的净利润（亿元）	1.30	0.59	122.34%
行业数据	中国出口美国和加拿大空压机数量（万台）	411.06	310.25	32.49%
	中国出口美国和加拿大吸尘器数量（万台）	6,050.96	4,218.04	43.45%
创科实业	营业收入（亿美元）	98.11	76.77	27.98%

	归属于母公司股东的净利润（亿美元）	8.01	6.15	30.24%
巨星科技	营业收入（亿元）	85.25	66.25	28.66%
	归属于母公司股东的净利润（亿元）	13.11	8.95	46.44%
莱克电气	营业收入（亿元）	62.81	57.03	10.13%
	归属于母公司股东的净利润（亿元）	3.28	5.02	-34.70%
科沃斯	营业收入（亿元）	72.34	53.12	36.17%
	归属于母公司股东的净利润（亿元）	6.41	1.21	431.22%

注：中国空压机和吸尘器出口美国和加拿大数据来源海关统计数据中心，同行业可比公司数据来自可比公司公开公告。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%

5、发行人所处的外部生产经营环境未发生重大不利变化

（1）销售方面

公司产品的生产、发货计划安排主要根据客户产品采购需求而确定，公司海外销售的主要客户如 Walmart 和 Lowe’s 等大型零售商，具有较强抵御风险能力，疫情隔离期间仍然正常营业，并且上述客户在疫情期间对家庭住宅维修维护的家用工具类产品的需求强劲。此外，由于国内疫情控制情况优于国外，发行人境外竞争对手的生产及销售能力受到更为严重的影响，发行人产品需求受益于替代效应，国际市场份额得到进一步提升。发行人与主要客户均保持长期良好的合作关系，目前订单充足、交货稳定，日常订单及重大合同的履行不存在重大障碍。截至报告期末公司在手订单充足，新冠疫情未对发行人获取订单造成重大不利影响。

（2）采购方面

公司生产所需主要原材料有钢材类、塑料件、金属件等，主要原材料供应商均未地处受到疫情影响的中高风险地区，主要集中在江苏、广东、浙江等地区，其中，苏州地区占大部分，因此新冠疫情对公司的原材料采购影响较小。

综上，公司所处外部生产经营环境未发生重大不利变化。

6、新冠疫情未对发行人持续经营能力、全年经营业绩产生重大不利影响，相关风险已经充分披露

虽然疫情对公司短期生产经营产生一定影响，但总体而言影响可控，对发行

人持续经营能力、全年经营业绩不构成重大影响。一方面，随着国内疫情的有效防控和经济复苏，公司核心业务未出现停工停产情形，公司原材料采购、订单及时交付等没有明显不利变化。另一方面，虽然国外疫情仍然较为严重，对公司主要境外客户经营带来一定影响，但受疫情影响，公司的主要产品小型空压机和干湿两用吸尘器更受欢迎。居家隔离限制一定程度上鼓励人们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，增加了境外市场对小型空压机和干湿两用吸尘器等家庭住宅维修维护的家用工具类产品市场需求。此外，公司主要客户实力雄厚，具有较强抵御风险能力。综上，根据目前已知政策及市场信息，新冠疫情不会对公司全年经营业绩情况及公司持续经营能力产生重大不利影响。

关于新型冠状病毒疫情对公司经营的影响已经充分披露，详见本招股说明书“第四节 风险因素”之“一、市场风险”之“（二）新型冠状病毒肺炎疫情风险”。

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。

（六）发行人采取的应对措施及其有效性

防控措施方面，自疫情发生以来，公司及时跟进江苏省政府关于新冠疫情的防疫动态，第一时间成立了疫情防控领导小组，严格落实各级政府部门防控要求，并制定防控机制和应急方案，启动实施了安装监测设施配备、防疫物资储备、内部防疫消毒、员工排查跟踪管理、防控宣传、安全生产准备等一系列措施。生产经营措施方面，针对供应商，公司根据在手订单、往期销售及原材料备货情况，制定更加谨慎、完善的原材料备货安排，联系原材料供应商保证原材料能够及时、足量供应。针对海外客户，公司与客户保持密切联系和沟通，及时响应客户订单需求。公司全力做好疫情防控与应对工作，力求将本次疫情对公司的不利影响降至最低。在上述措施的帮助下，公司已从 2020 年 2 月 10 日起陆续复工，截至目前生产经营已恢复正常。

（七）新型冠状病毒肺炎疫情风险提示

目前国内疫情已基本得到控制，国外部分国家和地区疫情防控形势仍较为严峻。境外居家隔离限制一定程度上增加了境外市场对国内小型空压机和干湿两用吸尘器等家庭住宅维修维护的家用工具类产品市场需求。但若随着欧美恢复空压机和吸尘器等工具的供应，如果境外知名零售商降低对公司产品采购，将对发行人的经营业绩产生一定不利影响。此外，若新型冠状病毒肺炎疫情持续时间较长，对全球宏观经济持续产生较大的冲击，并对全球产业链和供应链等造成进一步影响，也可能对公司未来经营业绩产生一定程度的不利影响。

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）公司 2021 年 1 至 6 月业绩主要数据如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年 1-6 月	同比变动
营业收入	68,830.41	34,962.85	96.87%
营业利润	9,232.51	7,558.54	22.15%
利润总额	9,228.15	7,585.63	21.65%
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%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	7,489.24	5,692.88	31.55%

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

2021 年 1-6 月，公司实现营业收入 68,830.41 万元，同比增长 96.87%，主要因为发行人 2020 年末在手订单于 2021 年 1-6 月完成量较大，销售收入规模增长较大所致。归属于母公司股东的净利润为 7,934.75 万元，同比增长 27.62%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为 7,489.24 万元，同比增长 31.55%，均随着营业收入的提升而有所增长，但其增长幅度低于营业收入增幅，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。

目录

本次发行概况 1
发行人声明 2
重大事项提示 3
一、需要特别关注的风险因素 3
二、本次发行相关的重要承诺 7
三、关于发行后股利分配政策及发行前滚存利润的分配 7
四、新型冠状病毒肺炎疫情对发行人经营情况的影响 7
目录 18
第一节 释义 23
第二节 概览 27
一、发行人及本次发行的中介机构基本情况 27
二、本次发行概况 27
三、发行人报告期的主要财务数据和财务指标 28
四、发行人主营业务情况 29
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 30
六、发行人选择的具体上市标准 36
七、发行人公司治理特殊安排等重要事项 36
八、募集资金主要用途 36
第三节 本次发行概况 38
一、本次发行的基本情况 38
二、中介机构 38
三、发行人与本次发行有关中介机构关系等情况 40
四、与本次发行上市有关的重要日期 40
第四节 风险因素 41
一、市场风险 41
二、经营风险 42
三、财务风险 47
四、创新风险 49

五、技术风险 49
六、内控风险 50
七、法律风险 50
八、募集资金投资项目风险 52
九、发行失败风险 52
第五节 发行人基本情况 53
一、公司基本信息 53
二、公司设立情况 53
三、公司报告期内的重大资产重组情况 71
四、公司在其他证券市场的上市/挂牌情况 71
五、公司股权关系及组织结构 71
六、公司控股子公司、参股公司和分公司情况 73
七、主要股东及实际控制人基本情况 86
八、公司股本情况 101
九、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员 103
十、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员对外兼职及与发行人关联情况 107
十一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间存在的亲属关系 109
十二、董事、监事的提名和选聘情况 109
十三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与公司签订的有关协议及履行情况 109
十四、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接或间接持股情况 110
十五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近两年的变动情况 111
十六、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的其他对外投资情况 112
十七、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员薪酬情况 113
十八、股权激励及其他制度安排和执行情况 114
十九、员工及其社会保障情况 119
第六节 业务和技术 139
一、公司主营业务、主要产品及其经营模式 139

二、公司所处行业的基本情况 155
三、行业竞争情况及发行人所处行业地位 185
四、发行人主要产品的销售情况和主要客户 208
五、发行人主要产品的采购情况和主要供应商 261
六、主要资产情况 307
七、发行人特许经营权情况及业务资质 344
八、发行人技术与研发情况 347
九、发行人境外经营及境外资产情况 359
第七节 公司治理与独立性 366
一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况 366
二、特别表决权股份情况 368
三、协议控制架构情况 368
四、发行人内部控制情况 369
五、发行人报告期内违法违规行为情况 369
六、发行人资金占用和对外担保的情况 372
七、发行人直接面向市场独立运营情况 372
八、同业竞争情况 374
九、关联交易情况 375
第八节 财务会计信息与管理层分析 405
一、财务报表 405
二、审计意见类型 412
三、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况 412
四、重要性水平及关键审计事项 413
五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计 415
六、非经常性损益情况及其影响 446
七、税项 447
八、主要财务指标 449
九、报告期内取得经营成果的逻辑及相关财务或非财务指标分析 451
十、经营成果分析 452

十一、资产质量分析 608
十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析 648
十三、资产负债表日后事项、或有事项及其他 670
十四、盈利预测报告 685
第九节 募集资金运用与未来发展规划 686
一、募集资金运用概况 686
二、募投资金项目介绍 688
三、募集资金运用对主要财务状况及经营成果的影响 703
四、未来发展与规划 705
第十节 投资者保护 709
一、公司投资者关系的主要安排 709
二、发行后的股利分配政策 710
三、发行前滚存未分配利润的安排 713
四、股东投票机制的建立情况 713
第十一节 其他重要事项 714
一、重要合同 714
二、对外担保 718
三、重大诉讼、仲裁及处罚情况 718
第十二节 声明 719
一、发行人及其董事、监事、高级管理人员声明 719
二、发行人控股股东、实际控制人声明 720
三、保荐人（主承销商）声明 721
四、发行人律师声明 724
五、会计师事务所声明 725
六、资产评估机构声明 726
七、验资机构声明 728
八、验资机构声明 729
九、关于经办验资事项的签字注册会计师离职的声明 731
第十三节 附件 732
一、文件列表 732

二、查阅时间 732
三、查阅地点 732
四、本次发行相关机构或人员的重要承诺 733

第一节 释义

在本招股说明书中，除非另有说明，下列词汇具有如下含义：

一、一般释义		
发行人、公司、本公司、欧圣电气	指	苏州欧圣电气股份有限公司
欧圣有限	指	发行人前身苏州欧圣电气工业有限公司，2017 年 3 月整体变更为苏州欧圣电气股份有限公司
WEIDONG LU	指	中文姓名：陆为东，美国国籍，系发行人实际控制人之一
ESTHER YIFENG LU	指	中文姓名：陆逸枫，美国国籍，系 WEIDONG LU 之女，发行人实际控制人之一
圣巴巴拉投资	指	Santa Barbara Investment LLC，系发行人控股股东
熙坤投资	指	苏州市熙坤投资中心（有限合伙），系发行人股东
腾恒投资	指	苏州腾恒投资中心（有限合伙），系发行人股东
欧圣科技	指	Alton Science Enterprises Limited，原名 Alton Enterprises Limited，2013 年 11 月 14 日更名为 Alton Science Enterprises Limited，系欧圣有限前股东，于 2017 年 8 月 5 日解散
上海姿东	指	上海姿东国际贸易有限公司，系发行人子公司
苏州伊利诺	指	苏州伊利诺护理机器人有限公司，原名苏州伊利诺医疗科技有限公司，系发行人子公司
深圳洁德	指	深圳市洁德创新技术有限公司，系发行人子公司
欧圣美国	指	Alton Industry Ltd. Group，系发行人子公司
欧圣国际	指	Alton International Enterprises Limited，系发行人子公司
欧圣日本	指	アルトンジャパン株式会社，英文名：Alton Japan Co.,Ltd.系发行人子公司
吉德投资	指	J&D Investment Holdings Co.,Limited，系发行人子公司
香港洁德	指	香港洁德创新技术有限公司，系发行人子公司
厦门傲仁	指	厦门傲仁机电工业有限公司，于 2017 年 9 月 21 日注销，系欧圣美国前控股子公司
欧圣企业	指	Alton Enterprises Limited，于 2013 年 11 月 20 日设立，系发行人关联方
创新伙伴	指	Innovation Partners LLC，原名 1220 Douglas Partners LLC，系发行人关联方
欧圣商贸	指	苏州欧圣商贸有限公司，系发行人关联方
圣查尔斯置业	指	圣查尔斯（苏州）置业有限公司，系发行人关联方
北京养怡福	指	北京养怡福居家养老有限公司，系发行人关联方
力华机电	指	苏州力华机电工业有限公司，系发行人关联方
厦门傲仁	指	厦门傲仁机电工业有限公司，于 2017 年 9 月 21 日注销，系发行人前子公司
大湖医疗科技	指	Great Lake Medical Science Co,.Limited，于 2017 年 9 月 1 日解散，系发行人关联方
上海陆杨机电	指	上海陆杨机电设备有限公司，于 2017 年 12 月 20 日注销，

		系发行人关联方
开曼大湖	指	Great Lake Science Development Limited，于 2017 年 12 月 29 日解散，系发行人关联方
逸枫科技	指	上海逸枫科技发展有限公司，于 2018 年 1 月 17 日注销，系发行人关联方
欧圣机电	指	宁波欧圣机电工业有限公司，于 2018 年 3 月 21 日注销，系发行人关联方
塞舌尔大湖	指	Great Lake Science Co.,Ltd.于 2020 年 5 月 21 日解散，系发行人关联方
美国傲仁（编号 72503007）	指	Alren Manufacturing Corporation（编号 72503007），于 2020 年 1 月 24 日解散，系发行人关联方
美国傲仁（编号 61092048）	指	Alren Manufacturing Corporation（编号 61092048），于 2020 年 6 月 9 日解散，系发行人关联方
Costco、好市多	指	美国好市多公司(Costco Wholesale Corporation），美国连锁会员制仓储量贩店，公司客户
Lowe’s、劳氏公司	指	美国劳氏公司（Lowes Companies, Inc），全球家居建材用品零售商，公司客户
The Home Depot、家得宝	指	美国家得宝公司（Home Depot, Inc），全球家居建材用品零售商，公司客户
Canadian Tire Corporation、加拿大轮胎	指	加拿大轮胎公司(Canadian Tire Corporation, Limited)，加拿大连锁零售商，公司客户
Walmart、沃尔玛	指	美国沃尔玛公司(Walmart,Inc)，全球最大的连锁零售商，公司客户
Menards	指	Menard,Inc，美国家居建材用品零售商，公司客户
Amazon、亚马逊	指	美国亚马逊公司（Amazon Com, Inc），全球商品品种最多的网上零售商，公司客户
Harbor Freight Tools	指	Harbor Freight Tools Inc，美国工具设备零售商，公司客户
Briggs&Stratton Tech,LLC、百力通	指	美国百力通公司（BGG.N），全球最大的户外动力设备风冷式汽油发动机制造商
Stanley Black&Decker、史丹利百得	指	Stanley Black&Decker,Inc、史丹利百得公司（SWK.N），全球最大的工具产品的制造商之一
公司法	指	《中华人民共和国公司法》
证券法	指	《中华人民共和国证券法》
上市规则	指	深圳证券交易所创业板股票上市规则
保荐人、保荐机构、主承销商、中泰证券	指	中泰证券股份有限公司
联席主承销商、民生证券	指	民生证券股份有限公司
申报会计师、立信中联、会计师	指	立信中联会计师事务所（特殊普通合伙）
发行人律师、国浩	指	国浩律师（上海）事务所
元，万元，亿元	指	人民币元，人民币万元，人民币亿元
报告期	指	2018 年、2019 年及 2020 年
二、专业释义		
空压机	指	通过压缩空气实现能量转换的机械，广泛应用于国民经济的各个领域

ISO9001	指	国际标准化组织（ISO）制定的国际标准，为国际质量管理体系核心标准之一
CB 认证	指	国际电工委员会电工产品合格测试与认证组织 IECEE 关于电工产品测试证书的互认体系
CSA 认证	指	加拿大标准协会（Canadian Standards Association）的简称，CSA 是加拿大权威的安全认证机构
CE 认证	指	欧洲标准化组织就进入欧盟市场流通的产品在安全、卫生、环境、保护等方面制定的一系列强制性安全认证标准，被视为制造商进入欧盟市场的护照。“CE”是法文 Communaute Euripene 的缩写，意为“符合欧洲（标准）”
ETL 认证	指	Electrical Testing Laboratories Inc（ETL 测试实验公司），任何电气、机械或机电产品带有 ETL 标志，表明它是经过 ETL 测试符合相关的产品安全标准，也代表着生产商同意接受严格的定期检查，以保证产品品质的一致性
EMC 认证	指	电磁兼容测试项目（Electro Magnetic Compatibility）的简称，是 CE 认证的测试项目之一
RoHS 认证	指	RoHS 即 Restriction of Hazardous Substances 的缩写，由欧盟立法制定的一项强制性标准，全称是《关于限制在电子电气设备中使用某些有害成分的指令》（Restriction of Hazardous Substances）。该标准已于 2006 年 7 月 1 日开始正式实施，主要用于规范电子电气产品的材料及工艺标准，使之更加有利于人体健康及环境保护
GS 认证	指	安全性已认证（Geprüfte Sicherheit，德语），GS 认证以德国产品安全法为依据，是按照欧盟统一标准 EN 或德国工业标准 DIN 进行检测的一种自愿性认证，是欧洲市场公认的德国安全认证标志
LVD 认证	指	低电压指令（Low Voltage Directive）的简称，要求电气产品符合一定的电器安全要求：如绝缘距离要求、耐高压要求、抗燃性要求、温升限制、关键零组件的使用寿命及异常状况测试等
MD 认证	指	MD 认证，机械指令（MD)是一项欧盟 CE 认证中的指令,适用于机械、移动机械、机械装置、用来提升运输及运输人的机器及安全配件
SPVD 认证	指	SPVD 认证，简易压力容器指令(SPVD)是一项欧盟 CE 认证中的指令,适用于某些类型的需要在欧洲经济区(EEA)内出售的简易压力容器
SAA 认证	指	SAA 为 Standards Association of Australian 的缩写，进入澳大利亚市场的电器产品必须符合 SAA 认证，属于澳大利亚强制性认证
PSE 认证	指	日本强制性安全认证，用以证明电机电子产品已通过日本电气和原料安全法或国际 IEC 标准的安全标准测试
CCC 认证	指	中国强制性产品安全认证标志，是中国政府为保护消费者人身安全和国家安全、加强产品质量管理、依照法律法规实施的一种产品合格评定制度
Intertek	指	是世界上规模最大的消费品测试、检验和认证公司之一
OEM	指	Original Equipment Manufacture 的缩写,原厂设备生产。生产商完全根据客户的设计和质量要求进行产品生产，产品以客户的品牌进行销售
ODM	指	Original Design Manufacture 的缩写，自主设计制造。产品由生产商自主设计、开发，根据客户订单进行产品生

		产，产品以客户的品牌进行销售
OBM	指	Original Brand Manufacture 的缩写，自主品牌制造。产品由生产商自主设计、开发，根据客户订单进行产品生产，产品以自主品牌进行销售
品牌授权	指	授权者将自己所拥有或代理的商标或品牌等以合同的形式授予被授权者使用，被授权者按合同规定从事经营活动（通常是生产、销售某种产品或者提供某种服务），并向授权者支付相应的费用
商权使用费	指	商标使用权费用或品牌使用权费用，品牌授权模式下，发行人向品牌方支付的商标使用费用
FOB	指	Free On Board 的缩写，船上交货，卖方在指定的装运港将货物交至买方指定的船上
FCA	指	Free Carrier 的缩写，货交承运人，卖方在指定地点将货物交给买方指定的承运人或其他人
DDP	指	Delivered Duty Paid 的缩写，进口国完税后交货，卖方将货物运至进口国指定地点，负责办理进口报关手续并支付目的地应缴纳的进口税费
cfm	指	一种流量单位，立方英尺每分钟
HP	指	一种电机功率单位，英制马力，1 匹等于 735.5W
PSI	指	PSI（Pounds per square inch），一种压强计量单位，磅力/平方英寸
pcs	指	Pieces 缩写，对外贸易中表示某一产品单位数量，如个，块，件，片，篇，张，条、套、枚、床

注：本招股说明书部分合计数据出现尾差系因四舍五入导致。

第二节 概览

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

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况

（一）发行人基本情况			
中文名称	苏州欧圣电气股份有限公司	有限公司成立日期	2009 年 9 月 25 日
英文名称	Suzhou Alton Electrical & Mechanical Industry Co., Ltd.	股份公司成立时间	2017 年 3 月 29 日
注册资本	13,695.5661 万元	法定代表人	WEIDONG LU
注册地址	江苏省汾湖高新技术开发区临沪大道北侧、来秀路东侧	主要生产经营地址	江苏省汾湖高新技术开发区临沪大道北侧、来秀路东侧
控股股东	Santa Barbara Investment LLC（圣巴巴拉投资）	实际控制人	WEIDONG LU； ESTHER YIFENG LU
行业分类	电气机械和器材制造业	在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况	无
（二）本次发行的有关中介机构			
保荐人	中泰证券股份有限公司	主承销商	中泰证券股份有限公司
发行人律师	国浩律师（上海）事务所	其他承销机构	民生证券股份有限公司
审计机构	立信中联会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	北京中同华资产评估有限公司

二、本次发行概况

（一）本次发行的基本情况			
股票种类	人民币普通股（A 股）		
每股面值	1.00 元		
发行股数	不超过 4,565.20 万股	占发行后总股本比例	不低于 25%
其中：发行新股数量	不超过 4,565.20 万股	占发行后总股本比例	不低于 25%
股东公开发售股份数量	无	占发行后总股本比例	无
发行后总股本	不超过 18,260.7661 万股		
每股发行价格	【】元/股		
发行市盈率	【】倍（发行价格除以每股收益，每股收益按发行前一年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以发行后总股本计算）		
发行前每股净资产	【】元/股	发行前每股收益	【】元/股
发行后每股净资产	【】元/股	发行后每股收益	【】元/股

发行市净率	【】倍（发行价格除以每股净资产，每股净资产按截至报告期末经审计的归属于母公司股东的权益与本次募集资金净额之和除以发行后总股本计算）
发行方式	采用网下向询价对象配售发行与网上资金申购定价发行相结合的方式，或中国证监会认可的其他方式
发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户的创业板市场合格投资者（法律、法规禁止购买者除外）；中国证监会或深交所等监管部门另有规定的，按其规定处理
承销方式	余额包销
拟公开发售股份股东名称	无
发行费用的分摊原则	本次发行的承销费、保荐费、审计费、律师费、信息披露费、发行手续费等发行相关费用由发行人承担
募集资金总额	【】万元
募集资金净额	【】万元
募集资金投资项目	年产空压机 145 万台生产技术改造项目
	研发中心改建生产技术改造项目
发行费用概算	总计为【】万元
（二）本次发行上市的重要日期	
刊登发行公告日期	【】
开始询价推介日期	【】
刊登定价公告日期	【】
申购日期和缴款日期	【】
股票上市日期	【】

三、发行人报告期的主要财务数据和财务指标

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
资产负债率（母公司）（%）	57.17	50.01	54.38
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
基本每股收益（元/股）	0.95	0.43	0.34
稀释每股收益（元/股）	0.95	0.43	0.34
加权平均净资产收益率（%）	40.51	22.61	20.22
经营活动产生的现金流量净额（万元）	20,417.72	8,670.71	6,211.90
现金分红（万元）	2,602.16	3,675.58	1,347.33

项目	2020.12.31/ 2020 年度	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度
研发投入占营业收入的比例（%）	2.56	3.38	4.36

四、发行人主营业务情况

公司的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。

公司是国内综合优势领先的空气动力设备和清洁设备制造商之一，是江苏省科技厅、财政厅、税务局联合认定的“高新技术企业”，是江苏省经济和信息化委员会、发展和改革委员会、财政厅、科技厅、税务局、南京海关联合认定的“江苏省认定企业技术中心”，是“苏州市人民政府认定企业技术中心”，是中国通用机械工业协会压缩机分会会员单位、上海市康复器具协会会员单位。凭借较强的研究开发和自主创新能力，截至 2020 年 12 月 31 日，公司拥有 53 项发明专利，94 项实用新型专利，63 项外观设计专利，以及“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”等江苏省科技厅认定的高新技术产品。凭借严格的质量控制体系，公司通过了 ISO9001 质量管理体系认证，公司产品通过了全球 CB 认证，美国 ETL 认证，加拿大 CSA 认证，欧盟 CE 认证、澳大利亚 SAA 认证，日本 PSE 认证，中国 CCC 认证等在内的多项国际和国内标准认证。此外，公司拥有行业内领先的实验设备和产品检测能力，公司实验室已成为获得 Intertek 认可的卫星实验室。

凭借多年的专业研发和设计能力、稳定的产品质量和规模化的生产优势，公司积累了稳定的客户渠道和资源，获得了工具行业国际知名品牌 Stanley、Stanley Fatmax、Porter Cable、Craftsman、Dewalt、Black&Decker、Briggs&Stratton 的授权，并与 The Home Depot、Lowe’s、Walmart、Canadian Tire Corporation、Costco、Menards、Harbor Freight Tools 等世界知名零售商建立了长期稳定的合作关系。

报告期内，公司分别实现营业收入 62,988.23 万元、60,977.44 万元及 99,282.44 万元，归属于母公司的净利润分别为 4,543.04 万元、5,863.01 万元及 13,035.88 万元，呈现出良好的发展态势。未来公司将进一步依托技术、质量、渠道等综合优势，专注于空气动力设备和清洁设备的研发、生产和销售。

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

（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感，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。

六、发行人选择的具体上市标准

公司选择适用《上市规则》第 2.1.2 条第（一）项的上市标准，即“最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于 5,000 万元”。

七、发行人公司治理特殊安排等重要事项

截至本招股说明书签署日，发行人不存在公司治理的特殊安排。

八、募集资金主要用途

经公司 2020 年第三次临时股东大会审议通过，本次募集资金总额扣除发行费用后，拟全部用于公司主营业务相关的项目及主营业务发展所需资金，具体如

下：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	募集资金投入金额	募投项目备案情况	环评批复文件
1	年产空压机 145 万台生产技术改造项目	19,583.04	19,583.04	2020-320509-38-03-612581	苏行审环诺[2020]50012 号
2	研发中心改建生产技术改造项目	6,518.28	6,518.28	2020-320509-38-03-514874	苏行审环诺[2020]50013 号
合计		26,101.32	26,101.32	-	-

本次发行募集资金将按轻重缓急顺序安排实施，若实际募集资金不能满足上述项目投资需要，资金缺口由公司自筹资金予以解决。在本次发行募集资金到位前，公司将根据上述项目的实际进度，以自筹资金先行支付部分项目投资款，待本次发行募集资金到位后再以部分募集资金置换先前投入的自筹资金。

上述募集资金投资项目的详细情况，请参见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

序号	项目	基本情况
1	股票种类	人民币普通股（A 股）
2	每股面值	1.00 元
3	发行股数	本次拟公开发行股票不超过 4,565.20 万股，不低于发行后总股本的 25%，本次发行股份均为新股，公司股东不进行公开发售股份
4	每股发行价格	【】元/股
5	发行人高管、员工拟参与战略配售情况	无
6	保荐人相关子公司拟参与战略配售情况	无
7	发行市盈率	【】倍（每股收益按照【】年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）
8	预测净利润及发行后每股收益（如有）	无
9	发行前每股净资产	【】元/股（以【】年【】月【】日经审计的归属于母公司股东的净资产值全面摊薄计算）
10	发行后每股净资产	【】元/股（以【】年经审计的净资产加本次发行募集资金净额之和除以本次发行后总股本计算）
11	发行市净率	【】倍（按照每股发行价除以发行后每股净资产）
12	发行方式	采用网下向询价对象配售发行与网上资金申购定价发行相结合的方式，或中国证监会认可的其他方式
13	发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户的创业板市场合格投资者（法律、法规禁止购买者除外）；中国证监会或深交所等监管部门另有规定的，按其规定处理
14	承销方式	余额包销
15	发行费用概算，其中：	【】万元
	承销费	【】万元
	保荐费	【】万元
	审计费	【】万元
	评估费	【】万元
	律师费	【】万元
	发行手续费	【】万元

二、中介机构

（一）保荐人（主承销商）：中泰证券股份有限公司

住所	山东省济南市市中区经七路 86 号
法定代表人	李峰

联系电话	0531－68889177
传真	0531－68889222
保荐代表人	周扣山、孙晓刚
项目协办人	
项目组成员	张兆锋、杨扬、赵庆辰、朱逸飞

（二）联席主承销商：民生证券股份有限公司

住所	中国（上海）自由贸易试验区世纪大道 1168 号 B 座 2101、2104A 室
法定代表人	冯鹤年
联系电话	010-85127999
传真	010-85127940
项目经办人员	施卫东

（三）律师事务所：国浩律师（上海）事务所

住所	上海市静安区北京西路 968 号嘉地中心 23-25 层
负责人	李强
联系电话	021-52341668
传真	021-52433320
经办律师	金诗晟、**何佳欢**

（四）会计师事务所：立信中联会计师事务所（特殊普通合伙）

住所	天津自贸试验区（东疆保税港区）亚洲路 6975 号金融贸易中心南区 1 栋 1 门 5017 室-11
负责人	李金才
联系电话	022-23733333
传真	022-23718888
经办注册会计师	李春华、金春敏

（五）资产评估机构：北京中同华资产评估有限公司

住所	北京市西城区金融大街 35 号 819 室
法定代表人	李伯阳
联系电话	010-68090001
传真	010-68090099
经办资产评估师	徐建福、周冠臣**（已离职）**

（六）验资机构 1：立信中联会计师事务所（特殊普通合伙）

住所	天津自贸试验区（东疆保税港区）亚洲路 6975 号金融贸易中心南区 1 栋 1 门 5017 室-11
负责人	李金才

联系电话	022-23733333
传真	022-23718888
经办注册会计师	李春华、金春敏

（七）验资机构 2：立信会计师事务所（特殊普通合伙）

住所	上海市南京东路 61 号 4 楼
负责人	朱建弟
联系电话	021-63391166
传真	021-63391166
经办注册会计师	张勇、孙柯（已离职）、沈斌（已离职）

（八）股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

地址	深圳市福田区深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 22-28 楼
联系电话	0755-25938000
传真	0755-25988122

（九）主承销商收款银行：交通银行济南市中支行

户名	中泰证券股份有限公司
收款账号	371611000018170130778

（十）申请上市交易所：深圳证券交易所

住所	深圳市福田区深南大道 2012 号
电话	0755-88668888
传真	0755-82083947

三、发行人与本次发行有关中介机构关系等情况

截至本招股说明书签署日，公司与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间均不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、与本次发行上市有关的重要日期

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

第四节 风险因素

投资者在考虑投资公司本次发行的股票时，除本招股说明书提供的各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。以下各项风险因素根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、市场风险

（一）贸易摩擦风险

公司出口产品主要销往北美、欧洲等境外市场，其中美国为出口地，2020年公司对美国地区的销售金额为 79,508.04 万元，占主营业务收入比例为83.35%。2018 年 9 月 24 日起，美国对 2,000 亿美元的中国商品加征 10%的进口关税。2019 年 5 月 10 日，美国将 2,000 亿美元中国商品关税从 10%上调至 25%。公司产品小型空压机和干湿两用吸尘器被列入了上述 2,000 亿美元关税清单。

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。由于公司小型空压机和干湿两用吸尘器排除加征关税有效期已经于 2020 年 12 月 31 日到期，截至本招股书出具之日，公司小型空压机和干湿两用吸尘器产品属于 25%加征关税名单。报告期内公司对美国销售产品收入占公司营业收入比重相对较大，公司直接向美国销售的产品因客户需承担新增关税成本，未来公司美国客户可能要求公司降低销售价格或减少对公司产品的采购量，从而影响公司产品在美国的销售，公司将面临出口美国规模下降、成本上升、毛利率下降的风险。由于中美贸易摩擦存在复杂性与不确定性，若未来中美贸易摩擦进一步加剧，美国进一步加征公司部分产品关税，公司无法及时将额外关税成本向客户转移，或客户对关税承担方式及产品价格提出调整，将对公司业绩产生重大不利影响。**此外，如果美国客户未来 2-3 年在东南亚地区寻找其他供应量充足且具备竞争力的生产基地来替代对中国小型空压机和干湿两用吸尘器产品需求，同时美国继续对中国制造的小型空压机和干湿两用吸尘器产品加征关税，而公司未能在 2-3 年内及时在海外设立生产基地，则公司将面临客户转移采购的风险。**

（二）新型冠状病毒肺炎疫情风险

2020 年 1 月以来，新型冠状病毒肺炎疫情爆发，全球多个国家和地区遭受不同程度的影响。我国中央和地方政府出台严格的防控措施以应对疫情蔓延，公司严格按照疫情防控要求，积极开展疫情应对措施，保障公司核心业务未出现停工停产情形，但疫情仍对公司原材料采购、订单及时交付等产生了一定影响。目前国内疫情已基本得到控制，国外部分国家和地区疫情防控形势仍较为严峻。境外居家隔离限制一定程度上增加了境外市场对国内小型空压机和干湿两用吸尘器等家庭住宅维修维护的家用工具类产品市场需求。但若随着欧美恢复空压机和吸尘器等工具的供应，如果境外知名零售商降低对公司产品采购，将对发行人的经营业绩产生一定不利影响。此外，若新型冠状病毒肺炎疫情持续时间较长，对全球宏观经济持续产生较大的冲击，并对全球产业链和供应链等造成进一步影响，也可能对公司未来经营业绩产生一定程度的不利影响。

（三）市场政策变化的风险

公司 90%以上的产品销往国外，美国、欧洲等各进口国地区政府对生产小型空压机和干湿两用吸尘器的市场准入都有严格的规定和管制，产品需符合各大进口国地区主要产品认证和环保指令。如美国的 ETL 认证、欧盟的 CE 认证、加拿大 CSA 认证、澳大利亚 SAA 认证，若进口国对相关认证政策进行修订或增加新的认证标准，且公司在相应期限内未能取得新的认证，则将对公司的产品出口业务产生不利影响。

二、经营风险

（一）客户集中风险

公司主要客户包括 Lowe’s、The Home Depot、Amazon、Costco、Canadian Tire Corporation、Walmart、Menards、Harbor Freight Tools 等。报告期内，公司对前五名客户的销售收入分别为 47,835.83 万元、41,276.30 万元及 69,680.04 万元，占营业收入比例分别为 75.94%、67.69%及 70.18%，客户集中度较高。如果未来主要客户需求下降，将会对公司的业务规模和经营业绩产生不利影响。

（二）销售区域相对集中的风险

报告期内，公司来源美国的主营业务收入占比分别为 85.43%、83.50%及

83.35%，存在一定的销售区域集中风险。近年来，公司努力拓展美国地区以外市场，但由于市场开拓是一个长期过程，一段时期内公司的主营业务收入还将主要来源于美国地区，若美国地区市场环境发生重大不利变化，将对公司业绩带来不利影响。

（三）原材料价格上涨的风险

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销售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%

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，最终影响到公司生产成本和利润。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变动，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）劳动力成本上升的风险

虽然国内人力资源较为充裕，但当前劳动力成本上升是大势所趋，是国内企业共同面临的问题。工人工资的不断提高，有利于企业的长远发展和社会稳定，

也是企业社会责任的体现。近年来，公司不断提高工人薪酬待遇以吸引更多技术工人，但仍无法完全满足公司的用工需求。公司一方面进行产品结构优化升级，增加高附加值产品销售比重，另一方面通过技术改造，提高设备的自动化程度，提升生产效率，降低人工成本上升的影响。如果国内劳动力成本上升的趋势持续，将在一定程度上影响公司的盈利能力。

（五）ODM 和品牌授权模式不具有自主品牌的风险

公司产品主要通过 ODM 模式和品牌授权模式进行销售，小型空压机和干湿两用吸尘器在海外市场具有一定的品牌壁垒，海外消费者倾向于购买具有较高品牌美誉度的产品，公司在海外市场尚未建立自主品牌壁垒。报告期内，公司通过 ODM 模式和品牌授权模式实现的销售收入占主营业务收入的比例超过 90%。ODM 和品牌授权模式下，公司受主要客户需求影响较大，如果公司发展资金不足以支持公司发展自主品牌和拓展自主销售渠道，当市场环境发生变化，公司客户更改或减少向公司采购的订单或品牌授权商取消对公司的品牌授权，将在一定程度上影响公司的经营业绩。

（六）境外子公司经营风险

截至本招股说明书签署日，公司拥有欧圣国际、吉德投资、欧圣美国、欧圣日本等四家境外子公司。境外公司主要定位于境外客户开拓、客户维护和售后服务。境外经营面临文化差异、语言障碍以及价值观冲突等困难，对境外子公司的业务拓展可能产生一定的不利影响。若未来当地政治、经济和社会环境发生对公司开展业务的不利变化，将对公司的整体经营和盈利产生不利影响。

（七）管理风险

随着本次募集资金投资项目的实施，公司规模将进一步扩大。公司虽然已按照现代企业制度的要求建立了比较规范的管理体系，培养了一批经验丰富的中高级管理人员，并通过加强内部资源整合，提高了管理效率，但随着资产和经营规模的扩大，管理体系和组织结构将趋于复杂化，如管理人员素质、管理体系的建设不能相应提高，公司将面临管理模式、管理人才和组织结构不能适应公司经营规模的风险。

（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

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。

（九）行业竞争不断加剧所导致的市场份额下降风险

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。

（十）亚马逊平台合规风险

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。

（十一）部分重要原材料存在单一供应商风险

公司采购的部分重要原材料存在单一供应商的情形，主要为尘桶、定转子、曲轴箱等非标准类原材料和漆包铜线等影响产品关键性能的原材料，基于规模效应和质量要求，公司通常选择一家具备价格和质量综合优势的供应商进行长期批量订单采购。若上述材料的单一供应商不能及时提供相关原材料，且公司也未能及时拓展采购渠道、未能及时更换供应商或未找到合适的替代品，公司短时间内将面临此类原材料的供应风险。此外，更换公司部分产品的原材料或原材料供应商可能对公司产品质量稳定性造成影响，可能会对公司的生产经营带来风险。

（十二）海运费上升的风险

北美地区是公司的主要外销市场，2020 年以来，新冠疫情影响下，国际航线运力较为紧张，SCFI:综合指数从 2020 年 1 月 3 日 1,022.72 点上升至 2021 年 7 月 30 日 4,196.24 点，中国公路物流运价指数从 2020 年 1 月 3 日 982.02 点上升至 2021 年 7 月 28 日 999.62 点，出口海运市场价格呈现持续上升趋势。

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%，外销收入占比较高。报告期内公司出口方式以 FOB 及 DDP 为主，虽然，FOB 模式下公司无需承担运费，DDP 模式及美国当地销售模式下公司需要承担海运费及保险费等。但是，若未来海运市场价格仍持续上升或处于高位，海外客户因运费大幅上涨导致终端销售价格过高，则将对公司海外市场销售产生不利影响，或公司无法全部向海外客户转嫁海运费上涨的成本，则将对公司盈利能力产生不利影响。

三、财务风险

（一）企业所得税优惠政策变动的风险

根据《高新技术企业认定管理办法》（国科发火[2008]172 号）和《高新技术企业认定管理工作指引》（国科发火[2008]362 号）有关规定，公司于 2014 年通过高新技术企业认定，并于 2017 年 11 月 17 日、2020 年 12 月 2 日通过高新技术企业复审，取得国家税务总局江苏省税务局、江苏省财政厅、江苏省科学技术厅联合颁发的《高新技术企业证书》，有效期为三年。报告期内，公司的企业所得税税率按照 15%执行。若未来相关资质到期后，公司未能通过国家主管部

门的重新认定或未来国家相关政策发生变化，公司将不能继续享受有关税收优惠政策，利润水平将受到一定程度的不利影响。

（二）汇率变动的风险

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。

（三）出口退税政策变动的风险

公司是增值税一般纳税人，报告期内公司出口产品享受增值税“免、抵、退”的相关政策。报告期内，公司应退税额分别为 7,320.97 万元、4,782.69 万元及 5,525.06 万元，与当期利润总额的比例分别为 145.72%、71.16%及 35.50%。若未来国家调低出口退税率或取消出口退税政策，将增加公司的外销成本，对公司经营业绩产生负面影响。

（四）应收账款坏账损失的风险

报告期内，公司应收账款余额相对较高。报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 9,837.85 万元、8,069.41 万元及 15,182.08 万元。公司应收账款的账龄普遍较短。公司主要客户为国际知名家居建材用品零售商，资金实力较为雄厚，回款情况良好，公司应收账款发生坏账的风险较小。公司已按照会计准则的要求制定了稳健的坏账准备计提政策。但是，如果未来主要客户生产经营发生不利变化，则应收账款发生坏账的可能性增大，从而对公司经营成果产生不利影响。

（五）存货跌价的风险

报告期各期末，公司的存货账面价值分别为 7,649.95 万元、7,602.27 万元及 13,187.27 万元，占流动资产的比例分别为 20.08%、18.78%及 20.14%。公司存货规模处于正常生产经营所需的合理水平，若在未来经营中，出现因中美关系恶化、新冠疫情加剧、原材料价格上涨、人工成本增加等因素导致订单无法按约履行等情况，存货将存在跌价的可能性，并将对公司盈利能力产生不利影响。

（六）经营业绩下滑的风险

2018年、2019年及2020年，公司营业收入分别为62,988.23万元、60,977.44万元及99,282.44万元，归属于母公司所有者净利润分别为4,543.04万元、5,863.01万元和13,035.88万元。报告期内公司净利润水平不断上升。

随着美元兑人民币汇率的下降、大宗商品原材料价格上升、境外海运费价格的上升等不利影响，公司经营业绩存在一定的波动。根据经审阅财务数据，2021年1-6月公司营业收入68,830.41万元，同比增长96.87%，归属于母公司股东的净利润7,934.75万元，同比增长27.62%。公司预计2021年1-9月营业收入同比增长41.61%至49.22%，归属于母公司股东的净利润同比降幅为2.87%至7.72%。如未来原材料价格上涨、汇率波动等不利因素继续存在，则公司存在经营业绩下滑的风险。

四、创新风险

消费者在高效节能、外观设计、安全环保、动力性能等方面对小型空压机和干湿两用吸尘器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，加强了产品结构调整和新产品的开发创新力度。截至2020年12月31日，公司拥有53项发明专利，94项实用新型专利，63项外观设计专利，较强的研发能力为公司产品的更新换代提供了有力的保障。但公司仍可能存在研发投入不能形成专利或非专利技术，或相关技术无法有效与产业相融合的情形，进而导致公司创新失败的风险。

五、技术风险

（一）知识产权和专有技术保护的风险

公司的专利、商标和专有技术，是构成公司竞争优势及核心竞争力的重要要素。公司已经制定了严格的制度并采取措施保护公司的知识产权和专有技术，但未来仍然存在因公司所拥有的知识产权和专有技术受到侵犯而给公司技术研发、生产经营带来不利影响的风险。

（二）核心技术及人员流失风险

公司关键核心竞争力在于产品的研发设计能力、测试试验能力和生产工艺技

术。能否持续保持高素质的技术团队、研发并制造具有行业竞争力的产品，对于公司的可持续发展至关重要。公司十分重视对技术人才的培养和引进，并实施了员工持股以增强核心团队的稳定性，保证各项研发工作的有效组织和成功实施。但未来仍可能会面临行业竞争所带来的核心技术及人员流失风险。

六、内控风险

（一）实际控制人控制风险

公司的实际控制人为 WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU，本次发行前，WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 以直接和间接方式持有公司 94.74%股份。本次发行后，WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 以直接和间接方式持有公司 71.06%股份，仍处于控股地位。虽然公司已经建立了较为完善的内部决策及管理制度，包括《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《关联交易管理制度》、《独立董事制度》等，但若实际控制人利用其持股比例优势，通过投票表决的方式对公司重大经营决策施加影响或者实施其他控制，从事有损于公司利益的活动，将对公司和其他投资者的利益产生不利影响。

（二）公司规模扩张带来的管理和内控风险

报告期内，公司总资产分别为 51,767.90 万元、54,082.24 万元及 87,293.69 万元，净资产分别为 23,397.63 万元、26,748.56 万元及 36,475.98 万元，总资产与净资产均保持快速增长。随着本次募集资金到位和投资项目建成投产后，公司的资产、业务规模将大幅提高，人员规模也会相应增长。如果公司不能进一步健全完善管理和内控制度，及时适应公司规模扩张对市场开拓、营运管理、财务管理、内部控制等多方面的更高要求，则可能削弱自身的市场竞争力，公司将存在规模扩张带来的管理和内控风险。

七、法律风险

（一）劳务用工合规性风险

报告期内，公司存在未足额缴纳社会保险及住房公积金、劳务派遣等用工不规范事项。针对该等不规范行为，发行人已逐步整改，且控股股东、实际控制人已出具相关承诺就可能对发行人造成的损失由其全额承担。虽然发行人进行了整

改，但仍将面临因违反劳动用工和劳动保障等方面的法律法规而被人力资源和社会保障局及住房公积金管理中心等部门追缴未缴纳社会保险和住房公积金并进行处罚的风险。如果发生上述风险，发行人生产经营与财务状况将受到不利影响。

（二）未履行发改委或商务部门备案手续的风险

公司自 2015 年起在境外先后设立/收购 5 家子公司，境外投资/收购欧圣美国、欧圣国际及香港吉德的过程中存在未履行发改部门备案手续的情形，境外投资手续存在瑕疵。2020 年末境外子公司净资产为合计为 8,500.56 万元，占公司净资产的比例为 23.30%。

根据企业境外投资管理相关法律法规的规定，公司因未办理发改部门相关手续，存在被主管发改部门责令中止或停止实施项目并限期改正的风险。就该事项公司已向苏州市发改委及深圳市龙岗区发展和改革局说明瑕疵情况并申请补办相关手续，但因苏州市发改委及深圳市龙岗区发展和改革局仅进行事前备案，无相关事后补办法定程序，公司未能实现补办。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》第 15 条规定，发行人境外投资项目未办理发改部门备案手续不属于重大违法行为。

综上所述，公司历史上境外投资未办理发改部门相关手续且目前无法补办，境外投资手续存在一定的瑕疵。但该瑕疵不会构成本次发行上市的实质性法律障碍。

（三）劳务派遣超比例的风险

报告期内，公司存在劳务派遣人员比例曾超过 10%的情况。针对劳务派遣人员超比例的情况，公司已主动整改，将劳务派遣人员的比例降低至 10%以下，同时根据 2021 年 1 月 18 日苏州市吴江区人力资源和社会保障局出具《证明》，劳务派遣用工超比例不属于人社部《重大劳务保障违法行为社会公布办法》（人社部令第 29 号）中的重大违法情形。

虽然发行人已进行了主动整改，但仍存在因违反劳动用工方面的法律法规而被人力资源和社会保障局处罚的风险。

八、募集资金投资项目风险

（一）募集资金投资项目实施的风险

公司本次募集资金主要投资于年产空压机 145 万台生产技术改造项目，项目实施包括厂房装修、设备采购、生产流水线的安装测试。募集资金投资项目的整体实施受众多关键环节的影响，施工进度、工程质量、设备采购等环节，市场变化、施工主体、安全生产等因素，均可能导致募集资金投资项目无法按计划顺利实施。

（二）募集资金投资项目无法达到预期收益的风险

公司本次募集资金投资的年产空压机 145 万台生产技术改造项目全部达产后，将提升公司的生产能力。公司本次募集资金投向可行性基于目前的市场环境及对未来市场需求趋势的分析，但项目能否顺利实施受产业政策、客户需求、竞争情况及未来技术发展等因素影响，任何因素的变化，均可能使得新增产能无法有效消化，导致募集资金投资项目无法达到预期收益的风险。

（三）净资产收益率下降的风险

本次公开发行 A 股股票成功后，公司的净资产将大幅增长；由于募集资金投资项目从投入实施到产生效益需要一定的周期，公司的净利润规模可能无法与净资产规模保持同步增长。在公开发行 A 股股票后的一定时期内公司将面临净资产收益率下降的风险。

九、发行失败风险

本次公开发行前，公司股份并未在国内 A 股市场公开交易。公司本次申请首次公开发行股票并在创业板上市，在取得相关审批后将进行市场化发行。成功的市场化发行取决于公开发行时国内外宏观经济环境、国内资本市场行情、发行时的股票行情、投资者对于公司股价未来走势判断以及投资者对于创业板企业的预计估值。如上述因素出现不利变动，公司首次公开发行存在因认购不足而导致的发行失败风险。

第五节 发行人基本情况

一、公司基本信息

1	公司名称	苏州欧圣电气股份有限公司
	英文名称	Suzhou Alton Electrical & Mechanical Industry Co.,Ltd.
2	注册资本	13,695.5661 万元
3	法定代表人	WEIDONG LU
4	成立日期	2009 年 9 月 25 日（2017 年 3 月 29 日变更为股份有限公司）
5	住所	江苏省汾湖高新技术开发区临沪大道北侧、来秀路东侧
6	邮编	215211
7	电话	0512-82876660
8	传真	0512-82876903
9	互联网网址	www.altonindustries.cn
10	电子信箱	zqb@szalton.com
11	负责信息披露和投资关系的部门	证券事务部
12	负责人及电话号码	柏伟，0512-82876660

二、公司设立情况

（一）有限公司设立情况

2009 年 7 月 27 日，外资企业 Alton Science Enterprises Limited（原名 Alton Enterprises Limited，2013 年 11 月 14 日更名为 Alton Science Enterprises Limited，以下简称“欧圣科技”）签署《公司章程》，约定欧圣科技设立独资经营苏州欧圣电气工业有限公司（以下简称“欧圣有限”），投资总额 9,900 万美元，注册资本 4,000 万美元。

2009 年 7 月 27 日，江苏省对外贸易经济合作厅出具《关于同意设立苏州欧圣电气工业有限公司的批复》（苏外经贸资审字[2009]第 17082 号），同意欧圣有限的设立。

2009 年 7 月 31 日，欧圣有限取得江苏省人民政府核发的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外资苏府资字[2009]82260 号）。

2009 年 9 月 25 日，欧圣有限经苏州市吴江工商行政管理局核准登记并领取《企业法人营业执照》（注册号：320584400015808）。

欧圣有限设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万美元）	出资方式	股权比例（%）
1	欧圣科技	4,000.00	货币	100.00
合计		4,000.00	-	100.00

1、有限公司阶段延期出资情况

在有限公司阶段，公司存在延期出资情形。根据当时有效的《中华人民共和国外资企业法（2000 修正）》、《中华人民共和国外资企业法实施细则（2001 修订）》和《公司章程》的规定，应在欧圣有限设立的营业执照签发三个月内缴足首期出资（注册资本的 15%），两年内实际缴纳全部注册资本。欧圣有限股东实际出资的日期晚于《公司章程》约定的出资期限及有关部门审批的期限，存在实缴注册资本逾期的瑕疵，具体情况如下：

序号	事项	认缴出资人	认缴金额（万美元）	主管部门批复时间和章程约定时间	实际出资情况
1	2009 年 9 月，欧圣有限设立	欧圣科技	4,000	第一期600万美元于营业执照签发后三个月内缴足，其余部分两年内缴纳。	第一期出资于 2010 年 7 月 27 日缴足，晚于约定时间；第二期出资于 2013 年 6 月 13 日缴足，晚于约定时间。
2	2013 年 6 月，欧圣有限减资	欧圣科技	2,000	-	

根据欧圣有限于 2010 年 6 月 30 日向吴江市商务局提交的《关于苏州欧圣电气工业有限公司延期出资申请》，吴江市商务局同意延期至 2010 年 12 月 31 日，江苏吴江汾湖经济开发区招商局出具了同意意见。

2012 年 12 月 11 日，江苏省商务厅出具《关于同意苏州欧圣电气工业有限公司减资的批复》（苏商资审字[2012]第 17074 号），同意欧圣有限投资总额由 9,900 万美元减少至 2,980 万美元，注册资本由 4,000 万美元减少至 2,000 万美元。

根据吴江华正会计师事务所有限公司出具的华正资（2013）字第 204 号《验资报告》，确认截至 2013 年 6 月 13 日止，欧圣有限的实缴注册资本已到位 2,000 万美元。

2017 年 9 月 30 日，苏州市吴江区商务局出具《说明》，截至 2010 年 7 月 27 日止，公司的出资额已达到外国投资者认缴出资额的 15%，完成首次实缴出资要求；截至 2013 年 6 月，公司出资款项已足额缴纳并全部到位，股东延期出资未对其外商投资企业法人地位造成影响，出资行为已经完成，认定出资行为合法

有效。

根据《商务部关于改进外资审核管理工作的通知》（商资函[2014]314 号）规定，商务主管部门取消对外商投资（含台、港、澳投资）的公司首次出资比例、货币出资比例和出资期限的限制或规定。

公司控股股东、实际控制人出具承诺：如应有权部门要求或决定，公司因 2009 年至 2013 年期间未按照外资主管部门批复的出资时间进行实缴出资，而须承担任何罚款或遭受任何损失，承诺人将共同足额补偿公司因此发生的支出或承受的损失，且无需公司及其下属子公司支付任何对价。就上述补偿义务，承诺人相互之间承担连带责任。

公司历史上存在实缴注册资本逾期的瑕疵，但是未曾因该事项受到主管部门的处罚，不存在纠纷争议，主管政府部门已出具《说明》，公司出资款项已足额缴纳并全部到位，认定出资行为合法有效，且控股股东、实际控制人已出具承诺，如公司因该事项承担任何罚款或遭受任何损失，控股股东、实际控制人将共同足额补偿公司发生的支出或承受的损失，该事宜已得到妥善解决。

2、有限公司阶段股权代持情况

公司历史股东在持有发行人股份期间，其最终持有人曾存在股份代持情形，具体情况如下：

（1）欧圣科技的历次股权变动情况

欧圣科技系 WEIDONG LU 于 2009 年 7 月 15 日在中国香港设立的有限公司，设立时已发行股本为 1 股，每股 1 港元，全部由 WEIDONG LU 认购。2010 年 10 月 22 日，欧圣科技新增发行股本 99 股，每股 1 港元，全部由 YINGZI YANG（中文姓名：杨英姿，为 WEIDONG LU 前任配偶，双方于 2020 年 1 月完成离婚手续）认购。2010 年 11 月 30 日，欧圣科技新增发行股本 9,900 股，每股 1 港元，全部由杨关泉（为 YINGZI YANG 之父）认购。2010 年 12 月 30 日，WEIDONG LU 和 YINGZI YANG 分别将其持有欧圣科技的 1 股和 99 股转让给杨关泉。2013 年 3 月 25 日，欧圣科技新增发行股本 7 万股，每股 1 港元，全部由 WEIDONG LU 认购。2013 年 9 月 19 日，欧圣科技新增发行股本 92 万股，每股 1 港元，全部由杨关泉认购。2013 年 11 月 5 日，WEIDONG LU 将其持有欧圣科技 7 万股转让给杨关泉。2014 年 4 月 11 日，杨关泉将其持有欧圣科技 100 万股转让给开曼大湖。此后欧

圣科技的股权结构未发生变更，欧圣科技于 2017 年 8 月 5 日解散。

（2）欧圣科技股权结构情况

欧圣科技持有发行人股份期间的股权结构穿透核查情况如下：

期间	第一级股东	第二级股东	第三级股东
2009.09.25-2010.10.21	WEIDONG LU	-	-
2010.10.22-2010.11.29	WEIDONG LU、YINGZI YANG	-	-
2010.11.30-2010.12.29	WEIDONG LU、YINGZI YANG、杨关泉	-	-
2010.12.30-2013.03.24	杨关泉	-	-
2013.03.25-2013.11.04	杨关泉、WEIDONG LU	-	-
2013.11.05-2014.04.10	杨关泉	-	-
2014.04.11-2014.05.18	开曼大湖	D&E Industry LLC	WEIDONG LU、YINGZI YANG
2014.05.19-2014.05.20	开曼大湖	杨关泉	-
2014.05.21-2014.09.14	开曼大湖	杨关泉、WEIDONG LU、YINGZI YANG、ESTHER YIFENG LU	-
2014.09.15-2017.08.05	开曼大湖	WEIDONG LU、YINGZI YANG、ESTHER YIFENG LU	-

杨关泉系 YINGZI YANG 之父，根据杨关泉、WEIDONG LU、YINGZI YANG 出具的书面确认文件并经访谈确认，杨关泉系代替 WEIDONG LU、YINGZI YANG 持有欧圣科技和开曼大湖股权，杨关泉未实际出资，在股权代持期间，欧圣科技的经营决策均由 WEIDONG LU 决定，杨关泉未参与欧圣科技的经营管理决策。

2014 年 9 月，上述代持情形已全部还原，各方确认不存在纠纷或潜在纠纷，相关瑕疵已得到整改。2020 年 5 月，苏州市吴江区市场监督管理局已出具《证明》，确认欧圣电气未受到工商行政管理的处罚。

3、历史上股权代持情况

自 2009 年 9 月发行人前身欧圣有限设立至 2016 年 8 月，欧圣科技为发行人控股股东。欧圣科技由发行人实际控制人之一 WEIDONG LU 控制，于 2009 年 7 月 15 日在中国香港设立，2010 年 11 月至 2014 年 9 月，YINGZI YANG（WEIDONG LU 前妻，两人于 2020 年 1 月离婚）之父杨关泉代 WEIDONG LU、YINGZI YANG 持有欧圣科技股权。

2014 年 4 月，杨关泉将其持有的欧圣科技全部股权转让给开曼大湖。2016 年 8 月，欧圣科技将持有的欧圣有限全部股权分别转让给 WEIDONG LU、YINGZI

YANG、ESTHER YIFENG LU（发行人实际控制人之一，WEIDONG LU 之女），2017 年 8 月欧圣科技解散。

（1）杨关泉代 WEIDONG LU、YINGZI YANG 持有欧圣科技股权以及将其持有的欧圣科技全部股权转让给开曼大湖的原因

①杨关泉代 WEIDONG LU、YINGZI YANG 持有欧圣科技股权的原因

根据欧圣科技的注册登记资料、代持相关方签署的《股权代持确认协议》并经访谈代持相关方，欧圣科技的股权变动时间点及代持情况如下表所示：

序号	时间	历史沿革	代持情况
1	2009 年 7 月 15 日	欧圣科技设立，设立时已发行股本为 1 股，每股 1 港元，全部由 WEIDONG LU 认购	不存在代持
2	2010 年 10 月 22 日	欧圣科技新增发行股本 99 股，每股面值 1 港元，全部由 YINGZI YANG 认购	不存在代持
3	2010 年 11 月 30 日	欧圣科技新增股本 9,900 股，每股面值 1 港元，全部由杨关泉认购	杨关泉认购的全部股权系替 WEIDONG LU 及 YINGZI YANG 代持
4	2010 年 12 月 30 日	WEIDONG LU 和 YINGZI YANG 分别将其持有欧圣科技的 1 股和 99 股转让给杨关泉	杨关泉替 WEIDONG LU 和 YIGNZI YANG 代持
5	2013 年 3 月 25 日	欧圣科技新增发行股本 7 万股，每股 1 港元，全部由 WEIDONG LU 认购	不存在代持
6	2013 年 9 月 19 日	欧圣科技新增股本 92 万股，每股 1 港元，全部由杨关泉认购	杨关泉认购的全部股权系替 WEIDONG LU 及 YINGZI YANG 代持
7	2013 年 11 月 5 日	WEIDONG LU 将其持有的欧圣科技 7 万股股份转让给杨关泉	杨关泉替 WEIDONG LU 代持
8	2014 年 4 月 11 日	杨关泉将持有的欧圣科技 100 万股（100%股权）转让给开曼大湖，开曼大湖向杨关泉发行股份支付股权转让对价	（1）此次股权转让系杨关泉根据 WEIDONG LU 及 YINGZI YANG 的指示作出的股权结构调整安排，开曼大湖配发股份的实际所有人仍为 WEIDONG LU 及 YIGNZI YANG，杨关泉继续替 WEIDONG LU 及 YINGZI YANG 代持开曼大湖股份；（2）此次股权转让完成后，直至欧圣科技于 2017 年 8 月 5 日解散，欧圣科技层面不存在股权代持

根据欧圣科技的注册登记资料、WEIDONG LU、YINGZI YANG 及杨关泉确认，在欧圣科技存续期间杨关泉为 WEIDONG LU 及 YINGZI YANG 代持的原因为：（1）欧圣科技的实际股东 WEIDONG LU 需长期在境外洽谈业务，YINGZI YANG 亦长期居住在境外，二人作为股东对欧圣科技相关文件签字不方便；（2）欧圣有限设

立之日（2009 年 9 月）至 2016 年 9 月，欧圣有限的控股股东为欧圣科技。欧圣科技作为欧圣有限的控股股东，经常需配合欧圣有限办理工商变更、签署相关文件等行政类事务，WEIDONG LU 与 YINGZI YANG 不方便及时配合签署相关文件或配合办理相关流程性手续。杨关泉本人长期居住在苏州，更方便代表欧圣科技配合欧圣有限签署相关文件及办理相关手续，同时欧圣科技周年申报表提交等行政事务的处理，也系由欧圣电气人员直接与香港秘书公司沟通办理，相关文件由杨关泉在境内签字更为方便。故 WEIDONG LU、YINGZI YANG 委托杨关泉代为持有欧圣科技股权具有商业合理性。

综上，欧圣科技层面进行股权代持安排的原因具有商业合理性，不存在规避法律监管等情况。

②杨关泉将其持有的欧圣科技全部股权转让给开曼大湖的原因

根据 WEIDONG LU 说明，当时发行人拟去台湾上市，为保证在台湾上市的便捷性及符合必要的监管要求，发行人确认上市股权架构设计后，决定由开曼大湖持有欧圣科技股权，以开曼大湖作为上市主体在台湾上市。因此杨关泉在 WEIDONG LU 及 YINGZI YANG 的授意下，于 2014 年 4 月 11 日将登记在杨关泉名下的欧圣科技全部股权转让给开曼大湖。

杨关泉系以股权置换的方式，将欧圣科技股权转让给开曼大湖，并获得开曼大湖配发的股份。杨关泉通过此次股权置换获得的开曼大湖股权仍系为 WEIDONG LU 及 YINGZI YANG 代持。后为在台湾上市之目的，杨关泉在 WEIDONG LU 及 YINGZI YANG 的授意下，分别于 2014 年 5 月 21 日及 2014 年 9 月 15 日进行了两次股权转让，解除了与 YINGZI YANG 及 WEIDONG LU 的代持关系。

根据开曼大湖的注册登记资料、WEIDONG LU、YINGZIYANG 及杨关泉签署的《股权代持确认协议》，并经访谈代持相关方，开曼大湖的股权变动时间点及代持情况如下表所示：

序号	时间	历史沿革	代持情况
1	2013 年 10 月 7 日	开曼大湖设立，设立时已发行股本为 1 股，每股 0.001 美元，全部由注册代理公司 Stockton Nominees Limited 认购	注册代理公司 Stockton Nominees Limited 接受 D&E Industry LLC（WEIDONGLU 及 YINGZI YANG 的持股公司）委托，为 D&E Industry LLC 设立开曼大湖
2	2013 年 10 月 7 日	Stockton Nominees Limited 将持有的开曼大湖 1 股转让给 D&E Industry LLC（该公司股	不存在

		东为 WEI DONGLU 及 YINGZI YANG）	
3	2014 年 5 月 19 日	D&E Industry LLC 将持有开曼大湖 1 股（100%股权）转让给杨关泉	杨关泉为 WEIDONG LU 和 YINGZI YANG 代持
4	2014 年 5 月 20 日	开曼大湖向杨关泉发行股本 100 万股，用于支付购买杨关泉名义持有的欧圣科技 100%股权	杨关泉为 WEIDONG LU 和 YINGZI YANG 代持
5	2014 年 5 月 21 日	杨关泉将持有的开曼大湖合计 49 万股股份分别转让给 WEIDONG LU（16 万股）、YINGZI YANG（16 万股）以及 ESTHER YIFENG LU（17 万股，登记在其父亲 WEIDONG LU 名下）	（1）杨关泉转通过此次转让，解除了与 WEIDONG LU、YINGZI YANG 关于开曼大湖 49 万股的代持关系； （2）ESTHER YIFENG LU 受让（获赠）的 17 万股股权由其监护人 WEIDONG LU 代持。
6	2014 年 9 月 15 日	杨关泉将持有的开曼大湖合计 51.0001 万股股份分别转让给 WEIDONG LU（30.0001 万股）、ESTHER YIFENG LU（16 万股）以及 ESTHER YIFENG LU（5 万股，登记在其父亲 WEIDONG LU 名下）	（1）杨关泉转通过此次转让，解除了与 WEIDONG LU、YINGZI YANG 关于开曼大湖 51.0001 万股的代持关系； （2）ESTHER YIFENG LU 受让（获赠）的 5 万股股权由其监护人 WEIDONG LU 代持

根据 WEIDONG LU、YINGZI YANG、ESTHER YIFENG LU 及杨关泉确认，开曼大湖存续期间的股权代持的原因如下：（1）杨关泉的代持原因：当时为在台湾之上市计划，对欧圣科技及开曼大湖的股权结构进行调整，由开曼大湖发股收购欧圣科技股权，并将开曼大湖股权全部调整为由自然人持有。但鉴于上市进度当时尚不确定，WEIDONG LU、YINGZI YANG 为签字之方便，仍计划继续由杨关泉先代持开曼大湖股权。故 WEIDONG LU、YINGZI YANG 先将其共同持股的 D&E Industry LLC 持有的开曼大湖 1 股股权先转让给杨关泉，再安排开曼大湖收购杨关泉代持的欧圣科技股权，欧圣科技的登记股东为杨关泉，故开曼大湖为支付欧圣科技收购对价发行的股份仍先登记至杨关泉名下。后根据当时的拟上市进度，在 WEIDONG LU 及 YINGZI YANG 的安排下，杨关泉通过股权转让逐步解除了与 WEIDONG LU 和 YIZING YANG 的代持关系；（2）WEIDONG LU 代持的原因：WEIDONG LU 系 ESTHER YIFENG LU 的父亲，ESTHER YIFENG LU 当时未成年且仍在读书，为行使股东权利及签署相关文件之便，WEIDONG LU 作为监护人，为 ESTHER YIFENG LU 代持股权。

综上，杨关泉将其持有的欧圣科技全部股权转让给开曼大湖及开曼大湖层面进行股权代持安排的原因具有合理性，不存在规避法律监管等情况。

（2）上述股权代持和股权转让合法合规

①股权代持的合法合规性

根据 WEIDONG LU、YINGZI YANG、ESTHER YIFENG LU 及杨关泉签署的《股权代持确认协议》的约定，“各方之间的代持行为、因股权代持而发生的任何与代持相关的事项，均受中国大陆地区法律管辖并按其解释。若有任何分歧、争议或

索赔应由合同签订地有管辖权的人民法院解决”。

根据上述约定，代持相关方之间的代持事项受中国大陆地区法律管辖并按其解释。

根据《中华人民共和国民法典》第一百四十六条规定，“行为人与相对人以虚假的意思表示实施的民事法律行为无效”；第一百五十三条规定，“违反法律、行政法规的强制性规定的民事法律行为无效。但是，该强制性规定不导致该民事法律行为无效的除外”；第一百五十四条规定，“行为人与相对人恶意串通，损害他人合法权益的民事法律行为无效”。

经核查 WEIDONG LU、YINGZI YANG、ESTHER YIFENG LU 及杨关泉签署的《股权代持确认协议》，经获取并核查欧圣科技及开曼大湖的注册资料，并经访谈代持相关方，杨关泉代 WEIDONG LU、YINGZI YANG 持有欧圣科技、开曼大湖股权期间，WEIDONG LU 代 ESTHER YIFENG LU 持有开曼大湖股权期间，各方不存在《中华人民共和国民法典》第一百四十六条、第一百五十三条及第一百五十四条规定的情形。

综上，鉴于 WEIDONG LU 与 YINGZI YANG 当时是夫妻关系，杨关泉与 YINGZI YANG 是父女关系，WEIDONG LU 与 ESTHER YIFENG LU 为父女关系，结合代持原因，WEIDONG LU 及 YINGZI YANG 委托杨关泉代持股权、ESTHER YIFENG LU 委托 WEIDONG LU 代其持有股权具有合理性；该等代持未违反中国大陆地区法律相关规定，具有合法性。

②股权转让的合法合规性

经查阅欧圣科技及开曼大湖的注册登记资料、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》、衡力斯律师事务所于 2021 年 1 月 26 日出具的《法律意见书》、WEIDONG LU、YINGZI YANG、ESTHER YIFENG LU 及杨关泉签署的《股权代持确认协议》，并经访谈代持相关方，欧圣科技及开曼大湖发生的股权转让系基于各方真实意思表示，杨关泉在欧圣科技及开曼大湖层面所做的股权转让或受让均系基于实际股东 WEIDONG LU、YINGZI YANG 的授意，各方之间的股权转让履行了当地必要的程序，符合当地的法律法规，合法有效。经代持相关各方确认，代持期间及代持终止后，相关代持股份权属不存在纠纷或潜在纠纷。

综上，上述代持关系形成、存续、解除及股权转让均系代持关系委托方及受

托方的真实意思表示，并履行了当地必要的程序，上述股权代持及股权转让合法合规。

4、股权代持形成原因、演变情况、解除过程、纠纷或潜在纠纷情况

欧圣电气于 2009 年 9 月 25 日成立，截至本招股说明书出具之日，经历过 1 次减资、3 次增资、3 次股权转让、1 次整体变更，具体情况如下：

时间	事项	注册资本	变动简介
2009 年 9 月	欧圣有限设立	4,000 万美元	欧圣科技出资设立欧圣有限，注册资本 4,000 万美元
2013 年 6 月	欧圣有限第一次减资	2,000 万美元	欧圣有限注册资本由原来的 4,000 万美元减少至 2,000 万美元
2016 年 9 月	欧圣有限第一次股权转让	2,000 万美元	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
2016 年 10 月[注]	欧圣有限第二次股权转让暨第一次增资	2,040.63 万美元	（1）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 万美元）、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；（2）欧圣有限注册资本由 2,000 万美元增加至 2,040.63 万美元，由熙坤投资以货币方式认缴新增注册资本 40.63 万美元
2017 年 2 月	欧圣有限第二次增资	2,076.70 万美元	欧圣有限注册资本由 2,040.63 万美元增加至 2,076.70 万美元，新增注册资本 36.07 万美元由腾恒投资认缴
2017 年 3 月	欧圣有限整体变更为股份有限公司	13,473.3439 万元	欧圣有限截至 2017 年 2 月 28 日经审计的账面净资产为依据进行折股，折成注册资本 134,733,439 股，折股余额计入股份公司资本公积，整体变更为股份有限公司
2019 年 6 月	欧圣电气第一次股权转让	13,473.3439 万元	YINGZI YANG 将其持有的欧圣电气 648.79 万股转让给 WEIDONG LU
2019 年 11 月	欧圣电气第一次增资	13,695.5661 万元	注册资本由 13,473.3439 万元增加至 13,695.5661 万元，新增 222.2222 万股由孙莉以现金方式认缴

注：2016 年 9 月 18 日，YINGZI YANG 与南京利恒创业投资企业（有限合伙）（以下简称“南京利恒”）签署《股权转让协议》，约定将持有欧圣有限 100 万美元出资额转让给南京利恒。2016 年 10 月，欧圣有限就此次股权转让办理了工商变更登记手续。

2017 年 2 月 8 日，由于上述股权转让尚未取得主管外汇管理局批准及完成付汇流程，股权转让价款未实际支付。根据《股权转让协议》的约定，并经友好协商，YINGZI YANG 与南京利恒签署终止协议，一致同意终止本次股权转让。2017 年 2 月 16 日，欧圣有限办理了

股权转让终止的工商变更登记手续，南京利恒将持有的欧圣有限 100 万美元出资额转回给 YINGZI YANG。2017 年 4 月 25 日，欧圣有限办理完毕该次股权变更的外商投资企业变更备案手续，取得了苏州市吴江区商务局核发的《外商投资企业变更备案回执》（编号：吴江商务资备 201700041）。

发行人本身历史沿革中不存在股权代持的情形，但其中发行人的股东的历史沿革中存在股权代持情形：

（1）历史股东欧圣科技的股权代持

①欧圣科技本身历史沿革中的股权代持

欧圣科技的股权代持的演变情况、解除过程具体情况如下表所示：

序号	时间	演变过程	代持情况
1	2010 年 11 月 30 日	欧圣科技新增股本 9,900 股，每股面值 1 港元，全部由杨关泉认购	杨关泉认购的全部股权系替 WEIDONG LU 及 YINGZI YANG 代持
2	2010 年 12 月 30 日	WEIDONG LU 和 YINGZI YANG 分别将其持有欧圣科技的 1 股和 99 股转让给杨关泉	杨关泉替 WEIDONG LU 和 YIGNZI YANG 代持
3	2013 年 9 月 19 日	欧圣科技新增股本 92 万股，每股 1 港元，全部由杨关泉认购	杨关泉认购的全部股权系替 WEIDONG LU 及 YINGZI YANG 代持
4	2013 年 11 月 5 日	WEIDONG LU 将其持有的欧圣科技 7 万股股份转让给杨关泉	杨关泉替 WEIDONG LU 代持
5	2014 年 4 月 11 日	杨关泉将持有的欧圣科技 100 万股（100%股权）转让给开曼大湖，开曼大湖向杨关泉发行股份支付股权转让对价	（1）此次股权转让系杨关泉根据 WEIDONG LU 及 YINGZI YANG 的指示作出的股权结构调整安排，此次股权转让后，杨关泉与 WEIDONG LU、YINGZI YANG 在欧圣科技层面的代持关系解除；（2）此次股权转让完成后，直至欧圣科技于 2017 年 8 月 5 日解散，欧圣科技层面不存在股权代持

根据 WEIDONG LU、YINGZI YANG 及杨关泉确认，欧圣科技存续期间，杨关泉为 WEIDONG LU 及 YINGZI YANG 代持的原因为：（1）欧圣科技的实际股东 WEIDONG LU 需长期在境外洽谈业务，YINGZI YANG 亦长期居住在境外，二人作为股东对欧圣科技相关文件签字不方便；（2）欧圣有限设立之日（2009 年 9 月）至 2016 年 9 月，欧圣有限的控股股东一直是欧圣科技。欧圣科技作为欧圣电气的控股股东，经常需要配合欧圣电气办理工商变更、签署相关文件，WEIDONG LU 与 YINGZI YANG 不方便及时配合签署相关文件或配合办理相关流程性手续。杨关泉本人长期居住在苏州，更方便代表欧圣科技配合欧圣有限签署相关文件及办理相关手

续，而欧圣科技周年申报表提交等行政事务的处理，也系由欧圣电气人员直接与香港秘书公司沟通办理，相关文件由杨关泉签字更为方便。故 WEIDONG LU、YINGZI YANG 委托杨关泉代为持有欧圣科技股权。

②欧圣科技控股股东开曼大湖历史沿革中的股权代持

开曼大湖的股权代持的演变情况、解除过程具体情况如下表所示：

序号	时间	演变过程	代持情况
1	2014 年 5 月 19 日	D&E Industry LLC 将持有开曼大湖 1 股（100%股权）转让给杨关泉	杨关泉为 WEIDONG LU 和 YINGZI YANG 代持
2	2014 年 5 月 20 日	开曼大湖向杨关泉发行股本 100 万股，用于支付购买杨关泉名义持有的欧圣科技 100%股权	杨关泉为 WEIDONG LU 和 YINGZI YANG 代持
3	2014 年 5 月 21 日	杨关泉将持有的开曼大湖合计 49 万股股份分别转让给 WEIDONG LU（16 万股）、YINGZI YANG（16 万股）以及 ESTHER YIFENG LU（17 万股，登记在其父亲 WEIDONG LU 名下）	（1）杨关泉转通过此次转让，解除了与 WEIDONG LU、YINGZI YANG 关于开曼大湖 49 万股的代持关系； （2）ESTHER YIFENG LU 受让（获赠）的 17 万股股权由其监护人 WEIDONG LU 代持。
4	2014 年 9 月 15 日	杨关泉将持有的开曼大湖合计 51.0001 万股股份分别转让给 WEIDONG LU（30.0001 万股）、ESTHER YIFENG LU（16 万股）以及 ESTHER YIFENG LU（5 万股，登记在其父亲 WEIDONG LU 名下）	（1）杨关泉转通过此次转让，解除了与 WEIDONG LU、YINGZI YANG 关于开曼大湖 51.0001 万股的代持关系； （2）ESTHER YIFENG LU 受让（获赠）的 5 万股股权由其监护人 WEIDONG LU 代持

自上述 2014 年 9 月 15 日股权转让后，杨关泉与 WEIDONG LU、YINGZI YANG 之间关于开曼大湖股权的代持关系解除，自该股权转让完成后截至开曼大湖解散之日，除 WEIDONG LU 替 ESTHER YIFENG LU 代持 22 万股股份外，开曼大湖层面无其他股权代持。后开曼大湖子公司全资子公司欧圣科技于 2016 年 9 月将全资子公司欧圣有限 46%、32%和 22%的股权分别转让给 WEIDONG LU、YINGZI YANG 及 ESTHER YIFENG LU，解除了 WEIDONG LU 通过开曼大湖间接持有的欧圣有限股权的代持关系。自此，欧圣科技及开曼大湖不再直接或间接持有欧圣有限股权。

根据 WEIDONG LU、YINGZI YANG、ESTHER YIFENG LU 及杨关泉确认，开曼大湖存续期间的股权代持的原因为：（1）杨关泉的代持原因：当时为在台湾之上市计划，对欧圣科技及开曼大湖的股权结构进行调整，由开曼大湖发股收购欧圣科技股权，并将开曼大湖股权全部调整为由自然人持有。但鉴于上市进度当时尚不确定，WEIDONG LU、YINGZI YANG 为签字之方便，仍计划继续由杨关泉先代持开曼大湖股权。故 WEIDONG LU、YINGZI YANG 先将其共同持股的 D&E Industry LLC 持有的开曼大湖 1 股股权先转让给杨关泉，再安排开曼大湖收购杨关泉欧圣科技

股权，欧圣科技的登记股东为杨关泉，故开曼大湖为支付欧圣科技收购对价发行的股份仍先登记至杨关泉名下。后根据当时的拟上市进度，在 WEIDONG LU 及 YINGZI YANG 的安排下，杨关泉通过股权转让逐步解除了与 WEIDONG LU 和 YIZING YANG 的代持关系；（2）WEIDONG LU 系 ESTHER YIFENG LU 的父亲，ESTHER YIFENG LU 当时未成年且仍在读书，为行使股东权利及签署相关文件之便，WEIDONG LU 作为监护人，为 ESTHER YIFENG LU 代持股权。

根据杨关泉、WEIDONG LU、YINGZI YANG 及 ESTHER YIFENG LU 确认，上述股份代持过程中及股份代持还原后，各方均不存在任何争议或潜在纠纷。

（2）现有股东历史沿革中的股份代持情况

①熙坤投资历史沿革中的代持

熙坤投资的股权代持的演变情况、解除过程具体情况如下表所示：

序号	时间	演变过程	代持情况
1	2015 年 12 月 22 日	熙坤投资设立，高鹤林认缴出资 255 万元	熙坤投资设立之目的系为作为发行人的持股平台，由于设立时股权激励名单尚未确定，由高鹤林暂时持股，设立时高鹤林未实际出资
2	2016 年 12 月 8 日	（1）高鹤林将其持有的 2.5 万元、22.5 万元、22.5 万元、15 万元、15 万元、15 万元、15 万元、9 万元、7.5 万元、7.5 万元、6 万元出资额分别转让给刘金波、谭建军、张育荣、杜晓阳、刘瑞端、蒋浩刚、宋强、应斌、陈伟、夏良、丁德方；股权转让后高鹤林认缴出资 117.5 万元出资额，实缴出资 30 万元；（2）高鹤林减少认缴出资 87.5 万元，减资后认缴出资 30 万元，实缴出资 30 万元。	高鹤林持有的 30 万出资额中，有 16.5 万元出资额系替 WEIDONG LU 代持的预留激励股权，实际由 WEIDONG LU 出资；剩余 13.5 万元出资额系高鹤林真实所有，由高鹤林出资。
3	2018 年 9 月 13 日	夏良将其持有的熙坤投资 7.5 万元出资额转让给高鹤林	（1）转让款实际由 WEIDONG LU 承担，高鹤林代 WEIDONG LU 持有，作为持股平台预留激励股权（下同）；（2）代持股权变更为 24 万元。
4	2018 年 11 月 26 日	陈伟将其持有的熙坤投资 7.5 万元出资额转让给高鹤林；张育荣将其持有的熙坤投资 22.5 万元出资额转让给高鹤林	代持股权变更为 54 万元
5	2020 年 1 月 2 日	丁德方将其持有的熙坤投资 6 万元出资额转让给高鹤林	代持股权变更为 60 万元
6	2020 年 5 月 11 日	高鹤林分别将其代持的 7.5 万元、11.25 万元、7.5 万元、7.5 万元、7.5 万元、7.5 万元、3.75 万元、3.75 万元、3.75 万元预留股权转让给车文华、柏伟、刘金波、柳晓宇、宋强、刘瑞端、何顺莲、杜晓阳、应斌	代持股权变更为 0 万元，高鹤林与 WEIDONG LU 关于熙坤投资股权的代持关系解除，高鹤林持有的剩余 16.5 万元出资额为高鹤林真实持有

注：上述时间为工商变更时间。

②腾恒投资历史沿革中的代持

腾恒投资的股权代持的演变情况、解除过程具体情况如下表所示：

序号	时间	演变过程	代持情况
1	2016 年 12 月 5 日	熊宇宙将其持有的 135 万元腾恒投资出资额转让给高鹤林	腾恒投资设立之目的系为作为发行人的持股平台，由于设立时股权激励名单尚未确定，设立时由熊宇宙暂时持股，未实缴出资，后拟实施股权激励，准备由高鹤林持有激励预留股份
2	2017 年 2 月 27 日	高鹤林新增认缴出资额 33 万元	新增认缴出资后，高鹤林共持有 168 万元出资额，其中 151.5 万元出资额系替 WEIDONG LU 代持的预留激励股权；16.5 万元系高鹤林真实所有，由高鹤林出资。
3	2017 年 10 月 16 日	吕淼将其持有的 4.5 万元出资额转让给高鹤林	（1）转让款实际由 WEIDONG LU 承担，高鹤林替 WEIDONG LU 代持，作为持股平台预留激励股权；（2）代持股权变更为 156 万元。
4	2017 年 12 月 19 日	（1）何瑞青、刘仕才、蔡秉钧分别将其持有的 3 万元、7.5 万元、7.5 万元出资额转让给高鹤林；（2）高鹤林将其代持的 45 万元、45 万元、22.5 万元预留股权分别转让给温庆普、徐良、余兴超	（1）高鹤林通过将股权转让给激励对象的方式解除与 WEIDONG LU 就该部分股权的代持关系，转让股权所得股权转让款由 WEIDONG LU 所有（下同）；（2）高鹤林受让股权支付的股权转让款实际由 WEIDONG LU 承担，高鹤林替 WEIDONG LU 代持该部分股权，作为持股平台预留激励股权（下同）；（3）代持股权变更为 61.5 万元。
5	2018 年 3 月 16 日	（1）张雄、徐良分别将其持有的 3 万元、45 万元出资额转让给高鹤林；（2）高鹤林将其代持的 7.5 万预留股权转让给车文华	代持股权变更为 102 万元。
6	2018 年 9 月 6 日	（1）熊宇宙、余兴超将其持有的 7.5 万元、22.5 万元出资额转让给高鹤林；（2）高鹤林将其代持的 22.5 万元、4.5 万元、22.5 万元预留股权分别转让给何顺莲、钱利、张建华	代持股权变更为 82.5 万元。
7	2019 年 3 月 21 日	（1）温庆普、张建华将其持有的 45 万元、45 万元出资额分别转让给高鹤林；（2）高鹤林将其代持的 7.5 万元、22.5 万元、15 万元、15 万元、15 万元、7.5 万元、15 万元、15 万元、7.5 万元分别转让给激励对象杜晓阳、谢月娥、雷登科、蒋浩刚、袁丰强、应斌、焦雷、杨明富、郜元刚	代持股权变更为 52.5 万元。
8	2019 年 5 月 30 日	（1）曾一虎将其持有的 3 万元出资额转让给高鹤林；（2）高鹤林将其代持的 3 万元出资额转让激励对象葛战波	代持股权变更为 52.5 万元。
9	2020 年 1 月 3 日	（1）杨艳将其持有的 4.5 万元出资额转让给高鹤林；（2）高鹤林将其代持的 7.5 万元、7.5 万元、22.5 万元、4.5 万元出资额分别转让给激励对象王国辉、沈莹、李慧鹏、钱	代持股权变更为 15 万元

		利	
10	2020年5月11日	（1）顾石磊将其持有的22.5万元出资额转让给高鹤林；（2）高鹤林将其代持的22.5万元、10.5万元、4.5万元出资额分别转让给刘培、谢月娥、葛战波	代持股权变更为0万元，高鹤林与WEIDONG LU关于熙坤投资股权的代持关系解除，高鹤林持有的剩余16.5万元出资额为高鹤林真实持有
11	2020年6月20日	（1）曹春霞将其持有的3万元出资额转让给高鹤林；（2）高鹤林将受让曹春霞的3万元出资额转让给王玮	-

注：上述时间为工商变更时间。

高鹤林作为熙坤投资、腾恒投资的执行事务合伙人，在熙坤投资及腾恒投资历史沿革中，其曾持有的熙坤投资、腾恒投资出资份额中的部分出资份额系为WEIDONG LU代持的持股平台员工预留股份。

截至2020年6月末，高鹤林已将其名下的熙坤投资、腾恒投资全部代持出资份额转让给其他自然人，上述代持情形已彻底清理完毕。公司不存在股权代持、信托持股等情形，公司各股东之间不存在纠纷或潜在纠纷。

（二）股份公司设立情况

欧圣电气系由欧圣有限整体变更设立。

2017年3月24日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）为欧圣有限截至2017年2月28日的财务状况出具了信会师报字[2017]第ZA11410号《审计报告》，经审计，截至2017年2月28日，欧圣有限的净资产为176,006,569.66元。

2017年3月25日，北京中同华资产评估有限公司为欧圣有限出具中同华评报字（2017）第151号《资产评估报告书》：截至2017年2月28日，欧圣有限的净资产评估值为21,109.59万元。

2017年3月27日，欧圣有限董事会通过决议，同意依据截至2017年2月28日经立信会计师事务所出具的信会师报字[2017]第ZA11410号标准无保留意见《审计报告》审计的母公司净资产176,006,569.66元为基础，并参考经北京中同华资产评估有限公司评估的评估值，按照1:0.7655的比例折为13,473.3439万股，整体变更为股份有限公司，其中13,473.3439万元作为股本，净资产高于股本部分计入资本公积。同日，欧圣有限全体股东圣巴巴拉投资、YINGZI YANG、熙坤投资和腾恒投资共同签署《发起人协议》。

2017年3月29日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）就公司本次整体变更出具信会师报字[2017]第ZA16454号《验资报告》：截至2017年3月27日，欧圣电气（筹）已收到全体发起人缴纳的注册资本合计人民币13,473.3439万元，

各股东均以净资产折股方式出资。

2017 年 3 月 29 日，公司办理完毕股份公司设立的工商变更登记手续并换取《企业法人营业执照》（统一社会信用代码：91320509692573554M）。

2017 年 4 月 28 日，公司办理完毕股份公司设立的外商投资企业变更备案手续，领取了苏州市吴江区商务局核发的《外商投资企业变更备案回执》（吴江商务资备 201700047 号）。

整体变更为股份公司后，欧圣电气的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	圣巴巴拉投资	12,326.94	91.49
2	YINGZI YANG	648.79	4.82
3	熙坤投资	263.58	1.96
4	腾恒投资	234.04	1.74
合计		13,473.34	100.00

（三）报告期内的股本和股东变化情况

1、报告期初公司情况

2017 年 1 月，欧圣有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万美元）	股权比例（%）
1	圣巴巴拉投资	1,900.00	93.11
2	YINGZI YANG	100.00	4.90
3	熙坤投资	40.63	1.99
合计		2,040.63	100.00

注：2016 年 9 月 18 日，YINGZI YANG 与南京利恒创业投资企业（有限合伙）签署《股权转让协议》，约定将持有欧圣有限 100 万美元出资额转让给南京利恒创业投资企业（有限合伙）。为完成后续外汇管理局批准及付汇流程，2016 年 10 月，欧圣有限就此次股权转让办理了工商变更登记手续。

2017 年 2 月 8 日，鉴于上述股权转让未能取得外汇管理局批准及完成付汇流程，股权转让价款尚未实际支付，根据《股权转让协议》约定，并经双方友好协商，签署终止协议一致同意终止本次股权转让。2017 年 2 月 16 日，欧圣有限办理了股权转让终止的工商变更登记手续，南京利恒创业投资企业（有限合伙）将持有的欧圣有限 100 万美元出资额转回给 YINGZI YANG。2017 年 4 月 25 日，欧圣有限办理完毕该次股权变更的外商投资企业变更备案手续，取得了苏州市吴江区商务局核发的《外商投资企业变更备案回执》（吴江商务资备 201700041）。

2、2017 年 2 月，欧圣有限增资

2017 年 2 月 27 日，欧圣有限董事会通过决议，公司注册资本由 2,040.63 万美元增加至 2,076.70 万美元，由腾恒投资以 54.11 万美元作价向公司增资 36.07 万美元。

2017 年 2 月 28 日，欧圣有限办理完毕本次增资的工商变更登记手续。

2017 年 3 月 17 日，立信会计师事务所出具《验资报告》（信会师报字[2017]第 ZA40684 号）：截至 2017 年 2 月 28 日，欧圣有限新增注册资本 36.07 万美元已足额到位，为货币出资。

2017 年 4 月 26 日，欧圣有限办理完毕本次增资的外商投资企业变更备案手续，取得了苏州市吴江区商务局核发的《外商投资企业变更备案回执》（吴江商务资备 201700043 号）。

本次增资完成后，欧圣有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万美元）	股权比例（%）
1	圣巴巴拉投资	1,900.00	91.49
2	YINGZI YANG	100.00	4.82
3	熙坤投资	40.63	1.96
4	腾恒投资	36.07	1.74
合计		2,076.70	100.00

3、2017 年 3 月，欧圣有限整体变更为股份有限公司

参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、公司设立情况”之“（二）股份公司设立情况”。

4、2019 年 6 月，欧圣电气第一次股权转让

2019 年 5 月，WEIDONG LU 与 YINGZI YANG 签署《离婚协议书》，就离婚财产分割事项达成一致意见，YINGZI YANG 将其持有的欧圣电气 648.79 万股股份转让给 WEIDONG LU，本次股权转让为离婚财产分割，无需支付价款。

2019 年 5 月 29 日，欧圣电气 2019 年第二次临时股东大会作出决议，同意 YINGZI YANG 将其直接持有的欧圣电气 648.79 万股股份转让给 WEIDONG LU，并修改公司章程。

2019 年 6 月 19 日，欧圣电气办理完毕本次股份转让的工商变更备案手续。

2019 年 7 月 3 日，公司办理完毕本次股权转让的外商投资企业变更备案手续，取得了苏州市吴江区商务局核发的《外商投资企业变更备案回执》（吴江商务资备 201900113 号）。

本次股份转让完成后，欧圣电气的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）

1	圣巴巴拉投资	12,326.94	91.49
2	WEIDONG LU	648.79	4.82
3	熙坤投资	263.58	1.96
4	腾恒投资	234.04	1.74
合计		13,473.34	100.00

5、2019 年 11 月，欧圣电气第一次增资

2019 年 10 月 21 日，欧圣电气 2019 年第七次临时股东大会作出决议，公司注册资本由 13,473.3439 万元增至 13,695.5661 万元，新增注册资本 222.2222 万元全部由新股东孙莉以货币 1,000.00 万元认购，本次增资价格为每股 4.5 元。

2019 年 11 月 1 日，欧圣电气办理完毕本次增资的工商变更登记手续。

2019 年 12 月 12 日，欧圣电气办理完毕本次增资的外商投资企业变更备案手续，取得了苏州市吴江区商务局核发的《外商投资企业变更备案回执》（吴江商务资备 201900215 号）。

2020 年 4 月 13 日，立信中联出具立信中联验字[2020]D-0008 号验资报告：截至 2019 年 10 月 22 日，欧圣电气已收到孙莉以货币出资缴纳的新增注册资本 222.2222 万元。

本次增资完成后，欧圣电气的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例（%）
1	圣巴巴拉投资	12,326.94	90.01
2	WEIDONG LU	648.79	4.74
3	熙坤投资	263.58	1.92
4	腾恒投资	234.04	1.71
5	孙莉	222.22	1.62
合计		13,695.57	100.00

本次变更至本招股说明书签署日，公司注册资本、股东及股权结构未发生变化。

（1）孙莉入股的原因、资金来源、定价依据和价格公允性

①新增股东的基本情况

发行人提交申请前 12 个月内的新增股东为孙莉，截至本招股说明书出具之日，孙莉持有公司 222.2222 万股股份，持股比例为 1.62%。孙莉的基本情况如下：

孙莉女士，1971 年 10 月出生，中国国籍，专科学历，无境外永久居留权。

身份证号码为320705197110******，住所为江苏省连云港市。

②入股原因、资金来源

根据发行人确认、股东孙莉出具的确认函、调查表，并经访谈股东孙莉，发行人新股东产生的原因系：

A.发行人在引进孙莉之前，公司股东均为实际控制人或其控制的法人主体、员工持股平台等，无任何外部投资者，为进一步完善公司治理结构，发行人考虑引进外部投资者；

B.孙莉投资入股时间为2019年11月，受到中美贸易摩擦的影响，发行人收入规模有所下滑，发行人考虑中美贸易摩擦将会给发行人业务带来不利影响，引入外部投资者可以适当补充资金实力，更好的参与市场竞争；

C.孙莉从事外贸业务，基于对发行人行业及市场的看好、对发行人管理团队的认可，有意愿对发行人进行股权投资。

孙莉上述出资资金均为家庭自有资金。

③入股价格及定价依据

孙莉于2019年11月以4.5元/股对发行人进行增资，孙莉入股价格系综合考虑发行人当时的实际情况、盈利能力以及未来发展前景等因素，经双方协商确定。根据发行人会计师出具的审计报告（立信中联审字[2021]D-0277 号），发行人2018年及2019年经审计的财务数据如下所示：

项目	2019年度/2019年末	2018年度/2018年末
每股净资产（元/股）	1.95	1.74
每股收益（元/股）	0.43	0.34
对应市盈率（倍）	10.47	13.24

孙莉入股价格为4.5元/股，显著高于前后一期经审计的每股净资产，对应2018年度-2019年度的市盈率在10.47-13.24倍之间，因此入股价格公允，不存在低价入股的情况。

综上，本次增资入股背景、原因真实，资金来源为家庭自有资金，定价相对公允，具有合理性。

（2）孙莉具备法律法规规定的股东资格，增资入股为双方真实意思表示，不存在纠纷或潜在纠纷

根据孙莉提供的股东调查表、身份证明文件，并经访谈孙莉确认，其具有民

事权利能力、民事行为能力，未担任公务员或党政领导干部，不属于《公务员法》、《中共中央、国务院关于进一步制止党政机关和党政干部经商、办企业的规定》、《国有企业领导人员廉洁从业若干规定》等文件规定的不适合担任股东的人员类型。

经访谈孙莉并经发行人确认，本次新增股东入股系其真实意思表示，不存在争议或潜在纠纷。

根据发行人确认、股东孙莉出具的确认函、调查表，并经访谈股东孙莉；发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员出具的无关联关系声明；发行人关于本次增资入股的董事会会议资料、股东大会会议资料、各方签署的增资协议和股东协议、增资款缴纳支付凭证、验资报告及工商登记资料；发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等银行流水情况；孙莉2019 年 1 月至 2020 年 12 月银行流水等，股东孙莉与公司其他股东、董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股、股份代持或其他利益输送安排。

三、公司报告期内的重大资产重组情况

报告期内，公司无重大资产重组情况。

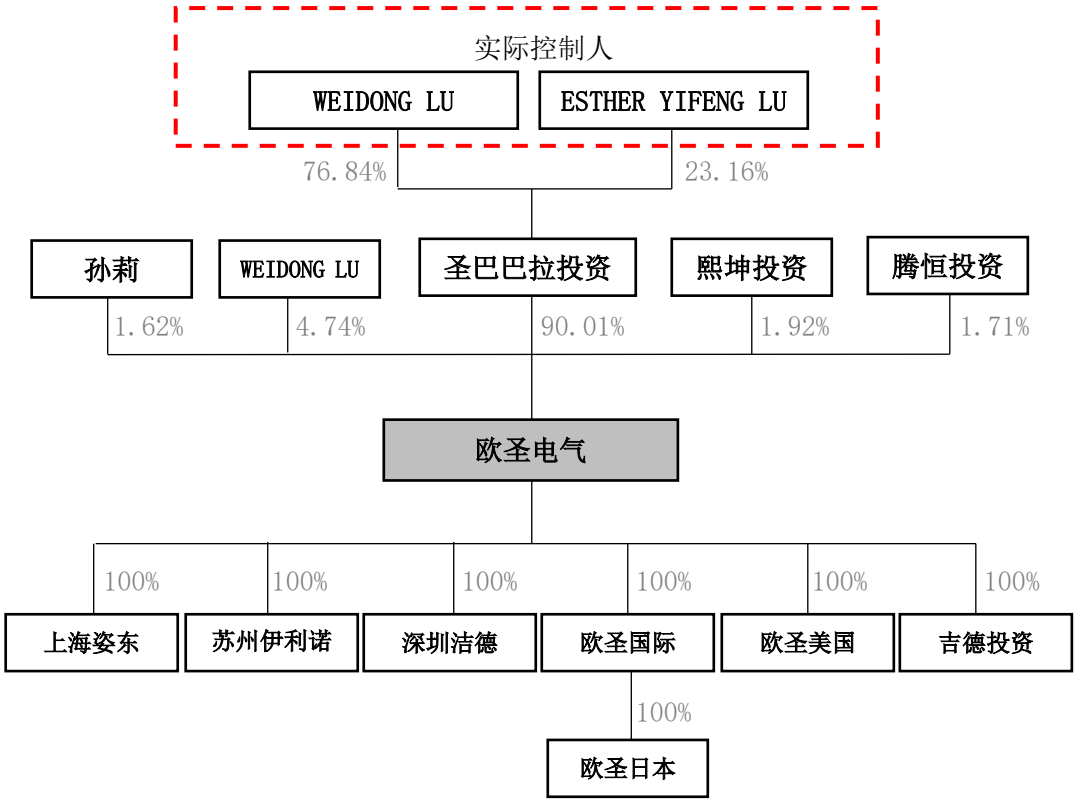
四、公司在其他证券市场的上市/挂牌情况

公司自设立以来，不存在在其他证券市场上市/挂牌的情形。

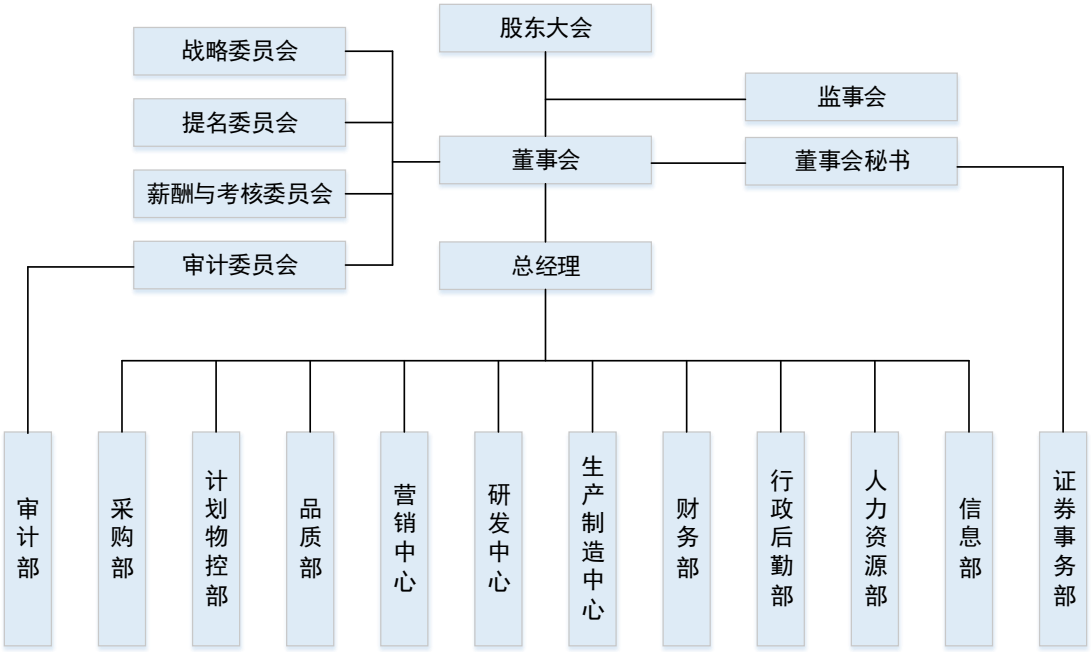
五、公司股权关系及组织结构

（一）公司股权结构

截至本招股说明书签署日，公司股本为 13,695.5661 万股，共有 5 名股东，股权结构如下：



（二）公司内部组织结构



公司各主要职能部门情况如下表：

序号	职能部门名称	主要职责
1	采购部	负责产品原辅料、设备设施的采购；收集、整理和分析采购信息；负责供应商开发管理工作。
2	计划物控部	根据营销中心下发的订单安排生产、发货计划，落实市场订

序号	职能部门名称	主要职责
		单；制订采购计划和生产计划。负责仓库产品、物资的存放管理，定期对库存物资进行盘点；按照物资供应计划，做好物料的发放工作；制订并执行运输计划，运输质量的跟踪管理；保障各部门的物资供应。
3	品质部	负责质量管理体系的建立，拟定质量标准；生产全过程的进货检验、工序检验、成品检验工作；新产品定型的质量评价工作；负责产品质量的即时监测，进行产品质量动态分析。
4	营销中心	负责制定营销战略规划，组织市场销售推广；维系客户关系，进行客户管理；负责销售队伍的建设和管理。
5	研发中心	负责新产品的开发、试制及鉴定；技术的开发、改造及引进工作；技术管理平台的建设及维护；新工艺的规划及研发；为公司各部门提供相应的技术支持；申报各类科技项目、专利。
6	生产制造中心	负责组织并实施生产计划；生产过程中的调度和控制管理工作；生产物料耗用控制及生产库存的控制；进行生产现场的 5S 管理，实现安全生产；负责公司产品工艺文件的编制、审核、发布、监督及执行工作；负责技术、工艺环节工序及生产过程的技术支持工作；负责产品检验规程的编制、实施指导与监督工作。
7	财务部	负责公司资金管理、会计核算、预算编制与执行、成本控制与管理、税务管理。
8	行政后勤部	负责公司行政制度建设，并组织实施与监督；负责公司日常行政事务工作；负责对各部门运行、安全保卫和车辆管理进行监察监督；管理公司相关资质与荣誉。
9	人力资源部	负责人力资源规划、招聘、培训、薪酬、绩效、职称评定、劳资关系等管理工作。
10	信息部	负责信息系统的规划与建设；信息设备的更新及管理；负责公司 ERP、OA 等信息化系统的管理。
11	审计部	参与公司内部审计工作；参与制定并执行年度审计计划，对公司各部门及子公司进行常规循环审计；负责投诉举报的调查，协助建立健全反舞弊机制。
12	证券事务部	负责组织实施企业资本市场运作；负责公司董事会、股东大会的筹备工作，负责三会会议记录并保管相关文件；负责协调公司与投资者之间的关系；负责公司在证券媒体的形象宣传工作；负责公司信息披露工作并执行信息披露管理制度和重大信息披露的内部报告制度。

六、公司控股子公司、参股公司和分公司情况

（一）控股子公司

截至本招股说明书签署日，公司拥有 7 家控股子公司。具体情况如下：

序号	公司名称	持股情况	注册地	状态
1	上海姿东	欧圣电气持股100%	上海市	存续
2	苏州伊利诺	欧圣电气持股100%	江苏省苏州市	存续
3	深圳洁德	欧圣电气持股100%	广东省深圳市	存续
4	欧圣美国	欧圣电气持股100%	美国	存续
5	欧圣国际	欧圣电气持股100%	中国香港	存续

6	欧圣日本	欧圣国际持股100%	日本	存续
7	吉德投资	欧圣电气持股100%	中国香港	存续

1、境内子公司

（1）上海姿东

公司名称	上海姿东国际贸易有限公司			
成立时间	2014年12月30日			
注册资本	100.00万元			
实收资本	100.00万元			
注册地	中国（上海）自由贸易试验区富特南路301号2幢2层228室			
主要经营场所	上海市徐汇区			
股东构成	欧圣电气持有100%股权			
主营业务	小型空压机、干湿两用吸尘器的销售贸易			
经营范围	一般项目：从事货物及技术的进出口业务，日用百货、劳动保护用品、家具用品、五金交电、机电设备、洗涤设备、第二类医疗器械、机械设备及配件的销售、机械设备的现场安装、维修（除特种设备）。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）			
与发行人主营业务的关系	主要负责发行人非北美地区国际市场的销售，隶属于发行人主营业务			
主要财务数据（万元）	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2020.12.31/2020年度	1,182.42	-402.93	-135.61
	2019.12.31/2019年度	701.39	-267.32	-134.34

注：以上财务数据业经立信中联审计。

（2）苏州伊利诺

公司名称	苏州伊利诺护理机器人有限公司（原名:苏州伊利诺医疗科技有限公司）			
成立时间	2014年1月15日			
注册资本	1,528.42万元			
实收资本	1,528.42万元			
注册地	中国（江苏）自由贸易试验区苏州片区苏州工业园区新发路27号 A 幢10楼1043室			
主要经营场所	江苏省苏州市			
股东构成	欧圣电气持有100%股权			
主营业务	护理机器人的销售			
经营范围	以电脑设计方式研发医疗及护理设备;从事一类医疗器械的批发、进出口、佣金代理（拍卖除外）及相关配套业务；家用电器的销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
与发行人主营业务的关系	主要负责发行人护理机器人的销售，隶属于发行人主营业务			
主要财务数据（万元）	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2020.12.31/2020年度	812.43	596.23	-44.59

	2019.12.31/2019年度	785.05	640.82	-100.34

注：以上财务数据业经立信中联审计。

（3）深圳洁德

公司名称	深圳市洁德创新技术有限公司			
成立时间	2019年7月17日			
注册资本	300.00万元			
实收资本	95.00万元			
注册地	深圳市龙岗区坂田街道五和社区创汇大厦703			
主要经营场所	广东省深圳市			
股东构成	欧圣电气持有100%股权			
主营业务	小型空压机、干湿两用吸尘器等产品的线上销售及相关服务			
经营范围	户外动力设备、家用及商用清洗设备、空气动力源设备、气动工具的研发及销售，以及从事与本公司经营的同类商品的零售、批发及进出口业务（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理申请），提供相关的技术服务。销售及网上销售：动力工具、电动工具、清洁工具、小家电、电器产品、气动工具及气动工具周边配件；从事一类医疗器械的零售、批发、进出口、佣金代理（拍卖除外）及相关配套业务。经营电子商务（涉及前置性行政许可的，须取得前置性行政许可文件后方可经营）；国内贸易（法律、行政法规、国务院决定规定在登记前须经批准的项目除外）；货物及技术进出口（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）；信息咨询（不含职业介绍及其它限制项目）。			
与发行人主营业务的关系	主要负责发行人线上销售业务，隶属于发行人主营业务			
主要财务数据（万元）	**截止日/期间**	**总资产**	**净资产**	**净利润**
	2020.12.31/2020年度	694.24	103.73	-90.29
	2019.12.31/2019年度	59.50	14.02	-55.98

注：以上财务数据业经立信中联审计。

2、境外子公司

（1）欧圣美国

公司名称	Alton Industry Ltd. Group
成立时间	1998年10月2日
可发行股本	50,000股
已发行股本	5,000股，每股0.2美元
注册地	1430 Lancaster Ave., St. Charles, Illinois 60174
主要经营场所	美国伊利诺伊州
股东构成	欧圣电气持有100%股权
主营业务	小型空压机、干湿两用吸尘器等产品的进口、仓储和销售
与发行人主营业务的关系	负责发行人北美市场的销售，隶属于发行人主营业务

主要财务数据（万元）	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2020.12.31/2020年度	23,067.35	4,600.36	1,595.85
	2019.12.31/2019年度	8,565.61	24.88	162.61

注：以上财务数据业经立信中联审计。

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》，欧圣美国的业务经营已获得必要的政府批准，欧圣美国没有任何违反适用于公司运营的法律法规的公开记录，包括但不限于适用的劳动法、保险法、进出口法、环境和安全法、税法、海关法、知识产权法，消费者保护法和数据隐私法，或因此使欧圣美国因任何该等违法行为而受到任何政府的行政处罚。

（2）欧圣国际

公司名称	Alton International Enterprises Limited（欧圣国际企业有限公司）			
成立时间	2015年8月3日			
名义资本	80万港元			
已发行股本	80万股，每股1港元			
注册地	FLAT/RM A2, 8/F, OFFICEPLUS @MONG KOK, NO.998 CANTON ROAD, MONG KOK			
主要经营场所	中国香港特别行政区			
股东构成	欧圣电气持有100%股权			
主营业务	小型空压机、干湿两用吸尘器等产品的销售			
与发行人主营业务的关系	负责发行人北美市场的销售，隶属于发行人主营业务			
主要财务数据（万元）	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2020.12.31/2020年度	17,660.48	4,085.01	1,482.10
	2019.12.31/2019年度	5,614.66	2,867.80	368.19

注：以上财务数据业经立信中联审计。

根据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》，欧圣国际自成立至 2020 年 12 月 31 日开展的所有业务符合法律规定。欧圣国际自成立至 2020 年 12 月 31 日严格遵守各项法律法规的要求，依法有效、持续、独立经营，未曾发生重大违法行为，也未遭受过政府的行政处罚，并且不存在对持续经营构成重大障碍的风险。

（3）欧圣日本

公司名称	アルトンジャパン株式会社（Alton Japan Co.,Ltd.）
成立时间	2018年1月26日

可发行股本	2,000股			
已发行股本	200股			
实收资本	1,000万日元			
注册地	日本国东京市墨田区江东桥2丁目2番3号三和大厦7楼			
主要经营场所	日本国东京市			
股东构成	欧圣国际持有100%股权			
主营业务	小型空压机、干湿两用吸尘器、护理机器人等产品的销售及服务			
与发行人主营业务的关系	负责发行人日本市场的销售，隶属于发行人主营业务			
主要财务数据（万元）	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2020.12.31/2020年度	255.50	-181.39	-37.93
	2019.12.31/2019年度	190.17	-138.80	-106.22

注：以上财务数据业经立信中联审计。

根据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》，欧圣日本按照合法程序设立，设立当初履行的手续完全遵守了日本的公司法等日本法律法规。从设立到 2020 年 12 月 31 日期间，严格遵守日本各项法律法规要求，依法有效、持续、独立经营。未曾发生过违法行为，也未曾遭受过政府的行政处罚。并且不存在对持续经营构成重大障碍的风险。

（4）吉德投资

公司名称	J&D INVESTMENT HOLDINGS CO.,LIMITED（吉德投资控股有限公司）			
成立时间	2019年6月24日			
名义资本	2,000万美元			
实收资本	-			
注册地	Unit A2,8/F,Officeplus @Mong Kok No.998 Canton Road,Mong Kok,Kowloon,Hong Kong			
主要经营场所	中国香港特别行政区			
股东构成	欧圣电气持有100%股权			
主营业务	暂无实际经营业务			
与发行人主营业务的关系	境外股权投资平台			
主要财务数据（万元）	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2020.12.31/2020年度	0.00	-3.42	-
	2019.12.31/2019年度	0.00	-3.66	-3.62

注：以上财务数据业经立信中联审计。

受中美贸易战影响，公司出口美国的小型空压机和干湿两用吸尘器被加征关税，公司出于对北美市场的长期竞争力考虑，预计在境外寻找或建设新的生产基地。由于目前公司境外主体欧圣美国、欧圣国际及香港洁德（2021 年 2 月 19 日

已宣告解散）未履行发改委或商务部门备案手续，欧圣电气对外投资并将投资资金从境内汇出不能用原有的境外主体，因此重新设立专门的投资平台吉德投资。

目前吉德投资正在寻找合适的投资地点，具体实施地点、实施时间、建设安排等尚未确定。

根据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》，吉德投资设立的程序、资格、条件、方式符合当地法律法规的要求。吉德投资自成立之日至 2020 年 12 月 31 日严格遵守各项法律法规的要求，依法有效、持续、独立经营，未曾发生违法行为，也未遭受过政府的行政处罚，并且不存在对持续经营构成重大障碍的风险。

（5）香港洁德

公司名称	香港洁德创新技术有限公司（Hong Kong J&D Innovation Technology Limited）			
成立时间	2020年4月24日			
名义资本	1万股，每股1港元			
已发行股本	1万股，每股1港元			
实收资本	-			
注册地	Office A,6th Floor,Yun Kei Commercial Building No.682 Shanghai Street,Kowloon Hong Kong			
主要经营场所	中国香港特别行政区			
股东构成	深圳洁德持有100%股权			
主营业务	暂无实际经营业务			
与发行人主营业务的关系	-			
主要财务数据（万元）	**截止日/期间**	**总资产**	**净资产**	**净利润**
	2020.12.31/2020年度	-	-	-
	2019.12.31/2019年度	-	-	-

根据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》，香港洁德设立的程序、资格、条件、方式符合当地法律法规的要求。香港洁德自成立之日至解散之日严格遵守各项法律法规的要求，依法有效、持续、独立经营，未曾发生违法行为，也未遭受过政府的行政处罚，并且不存在对持续经营构成重大障碍的风险。

香港洁德已于 2021 年 2 月 19 日宣告解散。

（6）投资境外子公司未履行发改委或商务部门备案手续的情形

根据发行人提供的投资境外子公司的境外投资项目备案通知书、企业境外投

资证书、境外中资企业再投资报告表、外汇业务登记凭证，发行人境外子公司设立时履行的发改委、商务部备案等情况如下：

序号	境外子公司名称	持股情况	投资时间	发改委备案	商务部备案	外汇业务登记
1	欧圣美国	发行人持股100%	2015.11.30	未履行	已履行，目前发行人持有江苏省商务厅核发的编号为“境外投资证第N3200201800986号”的《企业境外投资证书》	已就历次增资办理外汇业务登记手续，并取得《业务登记凭证》
2	欧圣国际	发行人持股100%	2015.8.3	未履行	已履行，目前发行人持有江苏省商务厅核发的编号为“境外投资证第N3200201800044号”的《企业境外投资证书》	已就出资事项办理外汇登记手续，并取得《业务登记凭证》
3	欧圣日本	欧圣香港持股100%	2018.1.26	境外再投资，无需履行	已履行，目前发行人持有苏州市商务局、苏州市吴江区商务局核准的编号为201869374的《境外中资企业再投资报告表》	境外再投资，无需履行
4	吉德投资	发行人持股100%	2019.6.24	已履行	已履行，目前发行人持有江苏省商务厅核发的编号为“境外投资证第N3200201900794号”的《企业境外投资证书》”	已就出资事项办理外汇登记手续，并取得《业务登记凭证》
5	香港洁德（已解散）	深圳洁德持股100%	2020.4.24.	未履行	未履行	未对外出资，未办理

发行人在投资境外子公司欧圣美国、欧圣国际、香港洁德的过程中，存在未履行发改委或商务部门备案手续的情形，具体如下：

①欧圣电气分别于2015年8月设立欧圣国际及2015年11月收购欧圣美国时，未向苏州市发改委履行备案手续。根据当时适用的《境外投资项目核准和备案管理办法》（国家发展和改革委员会令第9号）的规定，地方企业实施的中方投资额3亿美元以下境外投资项目，应向各省级政府投资主管部门备案，未备案的项目将被面临停止项目实施并被追究相关责任的法律风险。

②欧圣电气分别于2020年1月及2020年3月向欧圣美国增资470万美元，欧圣电气此次追加投资未向苏州市发改委履行备案手续；2020年4月深圳洁德设立香港洁德时未向深圳市龙岗区发展和改革局履行备案手续。根据当时适用的《企业境外投资管理办法》（国家发展和改革委员会令第11号）的规定，地方企业实施的中方投资额3亿美元以下境外投资项目，应向省级政府发展改革部门备案，未备案的项目将面临中止或停止实施该项目并被追究相关责任的法律风

险。

③2020 年 4 月深圳洁德设立香港洁德时未向商务部门履行备案手续。根据当时适用的《境外投资管理办法》（商务部令 2014 年第 3 号）、《对外投资备案（核准）报告暂行办法》的规定，企业进行非涉及敏感国家和地区、敏感行业的境外投资的，应报企业所在地省级商务主管部门备案。境内投资主体未按规定履行备案手续的，商务部会同相关主管部门视情采取提醒、约谈、通报等措施，必要时将其违规信息录入全国信用信息共享平台，对企业的行政处罚通过国家企业信息公示系统记于企业名下并向社会公示。

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》，公司的业务经营已获得必要的政府批准，公司没有任何违反适用于公司运营的法律法规的公开记录，包括但不限于适用的劳动法、保险法、进出口法、环境和安全法、税法、海关法、知识产权法，消费者保护法和数据隐私法，或因此使公司因任何该等违法行为而受到任何政府的行政处罚。

根据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》，欧圣国际自成立至 2020 年 12 月 31 日开展的所有业务符合法律规定。欧圣国际自成立至 2020 年 12 月 31 日严格遵守各项法律法规的要求，依法有效、持续、独立经营，未曾发生重大违法行为，也未遭受过政府的行政处罚，并且不存在对持续经营构成重大障碍的风险。

根据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》，欧圣日本按照合法程序设立，设立当初履行的手续完全遵守了日本的公司法等日本法律法规。从设立到 2020 年 12 月 31 日期间，严格遵守日本各项法律法规要求，依法有效、持续、独立经营。未曾发生过违法行为，也未曾遭受过政府的行政处罚。并且不存在对持续经营构成重大障碍的风险。

根据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》，吉德投资设立的程序、资格、条件、方式符合当地法律法规的要求。吉德投资自成立之日至 2020 年 12 月 31 日严格遵守各项法律法规的要求，依法有效、持续、独立经营，未曾发生违法行为，也未遭受过政府的行政处罚，并且不存在对持续经营构成重大障碍的风险。

根据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》，香港洁德设立的程序、资格、条件、方式符合当地法律法规的要求。香

港洁德自成立之日至解散之日严格遵守各项法律法规的要求，依法有效、持续、独立经营，未曾发生违法行为，也未遭受过政府的行政处罚，并且不存在对持续经营构成重大障碍的风险。

（7）上述境外投资程序瑕疵不会对发行人境外业务及持续经营产生重大不利影响

欧圣电气在投资境外子公司的过程中，存在未履行发改委或商务部门备案手续的情形，由于公司具体经办人员不熟悉当时发改委备案的法律规定，未及时向发展和改革主管部门办理境外投资备案手续，不符合当时有效的法律法规的规定，但该等情形系因发行人经办人员对相关规则不熟悉所致，并非有意规避。为解决上述发改委备案不及时的问题，发行人曾向苏州市发改委及深圳市龙岗区发展和改革局咨询补办相关备案手续事项，但因苏州市发改委及深圳市龙岗区发展和改革局仅进行事前备案，无相关事后补办法定程序，未能实现补办。且由于收购欧圣美国时未能及时办理备案手续，欧圣电气对欧圣美国的后续追加投资也无法办理备案手续。

鉴于香港洁德尚未实际经营，深圳洁德为消除上述不合规事项已办理香港洁德的撤销注册手续，并已于 2021 年 2 月 19 日宣告解散。

针对发行人欧圣美国及欧圣国际未履行发改委备案情形，保荐机构及发行人律师 2020 年 6 月 24 日前往苏州市发改委就欧圣美国及欧圣香港未履行备案等事宜进行走访，其工作人员答复对之前境外投资项目未履行发改备案程序的目前不予补办，因已投资的境外子公司没有办理相关手续，后续若增加投资也无法办理发改部门的手续。

根据对中华人民共和国国家发展和改革委员会官网、江苏省发展和改革委员会官网、苏州市发展和改革委员会官网及信用中国官网等公开网络信息的查询以及发行人的说明，发行人未因上述境外投资程序瑕疵而受到发改主管部门的行政处罚或调查，亦未被责令中止或停止实施上述境外投资项目并限期改正。根据对信用中国（江苏苏州）官网的公开查询，未有苏州市发展和改革委员会因境外投资项目未办理相关核准或备案手续而对投资主体作出责令中止或停止实施项目并限期改正等行政处罚的记录。

同时考虑到设立、收购境外子公司时未办理发改委备案程序不影响发行人后续新设境外子公司的备案程序，如被采取责令中止或停止实施项目并限期改正的

情形，发行人可以新设境外子公司继续从事境外业务。

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》第 15 条规定：第一，发行人上述情形不属于国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全领域；第二，发行人上述情形未被处以罚款等处罚，也未被认定情节严重；第三，发行人上述情形未导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣。据此，发行人境外投资项目未办理发改部门备案手续，不属于上述情形，不属于重大违法行为。

为避免发行人因上述境外投资程序瑕疵而受到损失，发行人全体股东已出具《关于苏州欧圣电气股份有限公司境外投资程序瑕疵事宜的承诺》，若发行人及其子公司因境外投资项目所涉及的发改、商务、外汇等程序瑕疵受到任何损失，发行人股东将无条件足额补偿发行人及其子公司所受损失并承担相关费用，且发行人股东不因此向发行人及其子公司主张任何权利。

综上，发行人因上述境外投资程序瑕疵而被发改主管部门责令中止或停止实施项目并限期改正的风险较小，且发行人全体股东已出具关于未履行发改备案手续承担赔偿责任的承诺，上述境外投资程序瑕疵不会对发行人境外业务及持续经营产生重大不利影响。

3、子公司业务定位及亏损原因

（1）业务定位

报告期内发行人有 8 家控股子公司，各子公司的业务关系、发展定位等情况如下所示：

公司名称	业务关系	发展定位
上海姿东	主要负责发行人非北美地区的国际市场的销售	业务中心
苏州伊利诺	主要负责发行人护理机器人的销售	业务中心
深圳洁德	主要负责发行人线上销售业务	业务中心
欧圣美国	主要负责发行人北美市场中需要经过美国仓库中转客户的销售	业务中心
欧圣国际	主要负责发行人北美市场中无需经过美国仓库中转客户的销售	业务中心
欧圣日本	负责发行人日本市场的销售	业务中心
吉德投资	境外股权投资平台	投资平台
香港洁德	目前无实际业务，已于 2021 年 2 月 19 日宣告解散	业务中心

（2）亏损原因

报告期内，各子公司亏损原因如下所示：

公司名称	亏损的原因及合理性
上海姿东	主要负责非北美地区的国际客户，主要功能为销售服务平台，但由于上海姿东销售规模相对较小，员工工资金额较大，导致上海姿东处于亏损状态
苏州伊利诺	主要负责护理机器人的销售，由于护理机器人目前正处于业务拓展初期，销售规模较小，参展费用及员工工资较高，因此苏州伊利诺处于亏损状态
深圳洁德	主要负责亚马逊平台的运营，收入主要来源于欧圣美国的服务费，报告期内由于销售规模较小，因此处于亏损状态
欧圣美国	报告期内盈利情况正负互现，不存在连续亏损的情况
欧圣国际	报告期内持续盈利，不适用
欧圣日本	主要负责日本地区的销售，报告期内日本地区的销售规模较小，目前处于亏损状态
吉德投资	未开展实际业务，不适用
香港洁德	未开展实际业务，不适用

4、子公司毛利率差异较大的原因

（1）欧圣国际毛利率和欧圣美国毛利率差异较大的原因和合理性

报告期内，欧圣美国及欧圣国际毛利率情况如下所示：

项　目	欧圣国际毛利率	欧圣美国毛利率
2020 年度	10.35%	42.07%
2019 年度	7.22%	31.13%
2018 年度	6.09%	13.58%

报告期内，欧圣国际和欧圣美国毛利率差异率逐年上升，主要与各子公司业务模式等情况相关：

①欧圣美国主要负责北美市场中需要经过美国仓库中转客户的销售，因此欧圣美国承担了货物运输的海运费、清关税费、美国当地运费及 2018 年 9 月以来美国加征的关税；

②欧圣美国为了满足自身销售定位，在美国拥有仓库并招聘多位员工，因此总体成本较欧圣国际高；

③欧圣美国自 2019 年来大力发展亚马逊网络平台销售，亚马逊网络平台销售时需要支付较多的平台交易费；

④新冠肺炎疫情爆发后，口罩作为重要的防疫物资，全世界都对口罩有大量的需求，欧圣美国利用原有销售渠道，根据客户需求从境内采购非医用口罩，毛利率相对较高。

综合考虑上述影响因素，欧圣美国及欧圣国际毛利率分析如下：

单位：万元

项　目	欧圣国际	欧圣美国

	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	64,709.68	30,767.18	34,658.65	27,610.93	22,318.34	20,897.38
营业成本	58,011.50	28,545.46	32,546.47	15,996.17	15,370.92	18,059.47
毛利率	10.35%	7.22%	6.09%	42.07%	31.13%	13.58%
销售费用	3,939.66	1,562.06	1,195.12	9,155.33	6,171.29	2,412.29
管理费用	23.59	49.94	16.59	877.91	565.76	285.48
财务费用	604.43	268.71	465.22	14.51	-6.43	8.52
口罩业务毛利	-	-	-	1,054.00	-	-
修正后收入	60,142.00	28,886.46	32,981.72	16,509.18	15,587.73	18,191.10
修正后毛利率	3.54%	1.18%	1.32%	3.11%	1.39%	0.72%

注：修正后收入=营业收入-销售费用-管理费用-财务费用-口罩业务毛利

从上表可以看出，综合考虑上述因素影响后，欧圣美国与欧圣国际修正后毛利率不存在显著差异。

（2）报告期内欧圣国际和欧圣美国毛利率变动较大的原因和合理性

报告期内，欧圣国际及欧圣美国毛利率的变化主要原因系：

①受宏观经济及国际关系变化的影响，2018 年 9 月美国加征关税，欧圣美国主要客户中 Menards 及美国当地销售业务中需要缴纳加征的关税，而欧圣国际中主要客户中 Costco 的贸易方式由 FOB 转变为 DDP 模式需要缴纳加征的关税，由欧圣国际和欧圣美国支付境外运保费和清关税费，随着美国开始加征关税及新冠疫情后海运费的大幅上升，因此公司对欧圣国际和欧圣美国的销售定价有所下调，欧圣国际和欧圣美国的毛利率相应提高；

②欧圣美国自 2019 年来大力发展亚马逊网络平台销售，亚马逊网络平台销售时需要支付较多的平台交易费，因此苏州欧圣销售定价时考虑此方面影响；

③新冠肺炎疫情爆发后，欧圣美国利用原有销售渠道销售非医用口罩，口罩业务毛利率相对较高，带动欧圣美国整体毛利率上升。

综上所述，报告期内欧圣国际和欧圣美国毛利率变动较大具有合理性。

5、发行人不存在通过内部交易转移利润减少纳税的情形

欧圣电气根据订单要求进行产品的生产，并将生产完成后的产品销售给子公司，以供其进一步对外销售。报告期内，欧圣电气向子公司欧圣美国、欧圣国际等销售产成品或原材料，销售价格通常基于欧圣电气的生产成本加成一定比例的利润，并考虑不同子公司承担费用情况进行最终确认。对子公司的交易价格以美元计价，付款期限一般为 90 天。

公司不存在通过内部交易转移利润减少纳税的情形，具体如下：

（1）欧圣电气为高新技术企业，其所得税率适用 15%优惠税率，欧圣美国所得税率为 30.50%，大于境内母公司所得税率；

（2）根据香港《2018 年税务（修订）（第 3 号）条例》，利得税两级制于 2018 年 4 月 1 日或之后的课税年度开始实施，法团首 200 万元港币的利得税税率将降至 8.25%，其后的利润按 16.5%征税，欧圣国际 2018 年至 2020 年适用如上税率，低于母公司的税率差异已在合并报表计提了递延所得税负债；

（3）欧圣日本目前处于亏损状态并已按照当地税收政策足额缴纳税金；

（4）香港洁德、吉德投资报告期内未实际经营，不存在内部交易的情况；

（5）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；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，上述实际经营的三家境外子公司欧圣国际、欧圣美国、欧圣日本的税收缴纳符合当地政策；

（6）根据国家税务总局苏州市吴江区税务局第一税务分局于 2020 年 1 月 16 日、2020 年 10 月 21 日、2021 年 3 月 4 日出具证明，确认发行人自 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日在当前系统内无违规登记情况；

（7）根据江苏华星会计师事务所有限公司出具的关于公司 2018 到 2020 年《转让定价同期资料》，公司未减少中国应纳企业所得税额。

综上所述，母子公司间存在税率差异，但已在合并层面进行了账务处理，境内外子公司均能按照当地政策缴纳税费，不存在税务风险。

（二）参股公司

截至本招股说明书签署日，公司无参股公司。

（三）分公司

截至本招股说明书签署日，公司无分公司。报告期内注销分公司情况如下：

公司名称	苏州欧圣电气股份有限公司吴江分公司
负责人	WEIDONG LU
成立时间	2017年4月17日
注销时间	2019年4月3日
注册地	苏州市吴江区黎里镇东玲路西侧
主要经营场所	苏州市吴江区

经营范围	户外动力设备、家用及商用清洗设备、空气动力源设备、气动工具的研发、生产，本公司自产产品的销售，以及从事与本公司生产产品同类商品的批发及进出口业务（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理申请），提供相关的技术服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

七、主要股东及实际控制人基本情况

（一）控股股东和实际控制人基本情况

1、控股股东

截至本招股说明书签署日，圣巴巴拉投资直接持有公司 123,269,439 股，占本次发行前公司总股本的 90.01%，为公司控股股东。圣巴巴拉投资基本情况如下：

公司名称	Santa Barbara Investment LLC			
成立时间	2016年10月5日			
注册地	919 North Market Street, Suite 950, Wilmington, Delaware 19801			
主要经营场所	美国特拉华州			
主营业务	股权投资			
与发行人主营业务的关系	与公司主营业务不存在联系			
股东构成	WEIDONG LU持有76.84%股权，ESTHER YIFENG LU持有23.16%股权			
主要财务数据（万元）	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2020.12.31/2020年度	13,210.45	12,626.25	2,048.34
	2019.12.31/2019年度	12,780.26	12,626.25	2,988.01

注：以上财务数据业经江苏华星会计师事务所有限公司审计。

2、实际控制人及一致行动人

公司实际控制人为 WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU。报告期内，公司实际控制人未发生变化，其基本情况如下：

WEIDONG LU，男，中文姓名为陆为东，1963 年 2 月出生，美国国籍，护照号码：59999****，经济学硕士，住所：美国伊利诺伊州圣查尔斯市。1983 年 9 月至 1986 年 9 月，任安徽省合肥市电子工业公司科员；1986 年 9 月至 1989 年 4 月，于上海财经大学学习；1990 年 4 月至 1995 年 8 月，任厦门市东方发展公司经理；1995 年 8 月至 1998 年 7 月，历任奥尔登机械五金（上海）有限公司副总经理、总经理；1998 年 10 月至今，任欧圣美国董事长兼总经理；2009 年 9 月至 2017 年 3 月，历任欧圣有限董事长、总经理。2017 年 3 月至今，任公司董事长、

总经理、核心技术人员。

ESTHER YIFENG LU，女，中文姓名为陆逸枫，1997 年 8 月出生，美国国籍，本科学历。护照号码：52822****，住所：美国伊利诺伊州圣查尔斯市。

截至本招股说明书签署日，WEIDONG LU 直接持有公司 4.74%的股份，通过控股股东圣巴巴拉投资间接持有公司 69.16%的股份；ESTHER YIFENG LU 通过控股股东圣巴巴拉投资间接持有公司 20.84%的股份；WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 二人为父女关系，直接和间接合计持有公司 94.74%的股份并控制相应表决权，对公司股东大会决议产生重大影响。

WEIDONG LU 为公司创始人，其对董事会决议、高级管理人员的任免、公司的日常经营管理具有实质影响，能够实际支配公司行为。WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 父女已于 2020 年 7 月 30 日签署《一致行动协议》，并在《一致行动协议》中约定“若双方在行使圣巴巴拉投资及欧圣电气股东、董事或其他内部决策机构表决权、决定权时意见不一致，则一律以 WEIDONG LU 的意见为准，WEIDONG LU 对相关决策事项具有最终决定权”，一致行动协议有效期自签订之日起至欧圣电气在境内 A 股成功上市后的三年，若期限届满后，双方均未提出书面异议，则本协议持续有效。由此二人对公司的共同控制在可预见的期限内也将是稳定的。

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。

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。

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。

2020 年 1 月双方在美国被法院判决解除婚姻，并就离婚协议内容再次进行了确认。

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 取得离婚补偿款后支出无异常。

YINGZI YANG 将其持有的发行人股份及控股股东股份转让给 WEIDONG LU，系根据双方签订的离婚协议中约定的财产分割方案作出的股权转让。经查阅发行人的工商变更资料、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》，YINGZI YANG 将控股股东股权转让给 WEIDONG LU 时，已按照当地法律法规履行了必要的程序，该转让合法有效。YINGZI YANG 将发行人股权转让给 WEIDONG LU 时，已按照规定办理了工商变更登记手续及外商投资企业变更备案手续，程序合法合规，股权转让行为有效。

经访谈 WEIDONG LU 与 YINGZI YANG，并查阅根据美国 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》，离婚诉讼是当地离婚的必要程序，离婚协议是 WEIDONG LU 与 YINGZI YANG 双方自愿达成，合法有效，双方已按照离婚协议对婚姻关系存续期间的财产及债权债务完成分割，相关财产转让手续已完成，应支付的相关费用已结清，离婚协议中约定的其他义务均已履行完毕，双方之间不存在任何纠纷或潜在纠纷。YINGZI YANG 将控股股东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。

2016 年 9 月至 2018 年 11 月期间，YINGZI YANG 担任发行人的董事，经访谈 YINGZI YANG 确认，自 2016 年 3 月开始，YINGZI YANG 已不参与发行人任何的决策事务和管理事务。经访谈 YINGZI YANG 及核查三会文件，YINGZI YANG 作为发行人董事和股东参与发行人董事会、股东（大）会并表决投票均系根据 WEIDONG LU 的指示，YINGZI YANG 未独立参与公司任何决策和管理，并且其自 2018 年 11

月卸任董事后，未在发行人处担任任何其他职务，不参与发行人任何决策和管理。YINGZI YANG 辞任董事未对发行人的生产经营和公司治理产生重大不利影响。

综上，实际控制人 WEIDONG LU 前妻 YINGZI YANG 以离婚财产分割的形式转让发行人及其控股股东股份合法合规，双方不存在纠纷或潜在纠纷，不会影响 WEIDONG LU 控制权的稳定性，YINGZI YANG 辞任董事不会对发行人的生产经营和公司治理产生重大不利影响。

3、WEIDONG LU 、YINGZI YANG 、ESTHER YIFENG LU 三人历次股权转让情况

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。

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）的分割方式，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。

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

（二）直接持有公司 5%以上股份的主要股东基本情况

截至本招股说明书签署日，除控股股东圣巴巴拉投资外，公司无其他直接持有公司 5%以上股份的主要股东。

（三）公司其他股东基本情况

截至本招股说明书签署日，本公司共有股东 5 名，除控股股东圣巴巴拉投资外，其他股东为 WEIDONG LU、熙坤投资、腾恒投资和孙莉，具体情况如下：

1、WEIDONG LU

截至本招股说明书签署日，WEIDONG LU 直接持有公司 6,487,865 股，占本次发行前公司总股本的 4.74%。

WEIDONG LU，其简历参见本招股说明书“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”。

2、熙坤投资

截至本招股说明书签署日，熙坤投资直接持有公司 2,635,785 股，占本次发行前公司总股本的 1.92%。熙坤投资基本情况如下：

公司名称	苏州市熙坤投资中心（有限合伙）			
成立时间	2015 年 12 月 22 日			
认缴出资额	412.50万元			
实缴出资额	412.50 万元			
主要经营场所	苏州市吴江区黎里镇汾湖大道558号			
主营业务	股权投资			
与发行人主营业务的关系	作为员工持股平台，无其他业务，与公司业务不相关			
经营范围	利用自有资产对外投资、项目投资、投资管理、投资咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
执行事务合伙人	高鹤林			
主要财务数据（万元）	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2020.12.31/2020 年度	412.62	412.54	-0.04
	2019.12.31/2019 年度	421.54	412.58	77.13

注：以上财务数据未经审计。

3、腾恒投资

截至本招股说明书签署日，腾恒投资直接持有公司 2,340,350 股，占本次发行前公司总股本的 1.71%。腾恒投资基本情况如下：

公司名称	苏州腾恒投资中心（有限合伙）			
成立时间	2016 年 9 月 1 日			
认缴出资额	372万元			
实缴出资额	372 万元			
主要经营场所	苏州市吴江区黎里镇汾湖大道558号			
主营业务	股权投资			
与发行人主营业务的关系	作为员工持股平台，无其他业务，与公司业务不相关			
经营范围	对外投资、投资咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
执行事务合伙人	高鹤林			
主要财务数据（万元）	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2020.12.31/2020 年度	372.07	371.93	0.03
	2019.12.31/2019 年度	380.00	371.90	63.10

注：以上财务数据未经审计。

4、孙莉

截至本招股说明书签署日，孙莉直接持有公司 2,222,222 股，占本次发行前公司总股本的 1.62%。

孙莉，女，1971 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，专科学历。身份证号码：320705197110******，住所：江苏省连云港市海州区建设东路***

号**号楼*单元***室。

（四）控股股东和实际控制人控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，公司控股股东圣巴巴拉投资不控制除本公司外的其他企业。

截至本招股说明书签署日，公司实际控制人 WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 除持有公司股份外，还控制欧圣商贸、圣查尔斯置业、欧圣企业、创新伙伴、力华机电及北京养怡福，具体情况如下：

1、欧圣企业

公司名称	Alton Enterprises Limited			
成立时间	2013 年 11 月 20 日			
注册资本	800万股，每股1美元			
实收资本	1 美元			
注册地址	UNIT 1603, 16/F, OMEGA PLAZA, 32 DUNDAS STREET, MONG KOK, KOWLOON			
主要经营场所	香港特别行政区			
主营业务	无实际经营业务			
与发行人主营业务的关系	_			
股东构成	WEIDONG LU持有其100%股权			
主要财务数据（万美元）	截止日/日期	总资产	净资产	净利润
	2020.12.31/2020 年度	96.45	-232.88	-
	2019.12.31/2019 年度	96.45	-232.88	-152.33

注：2019 年度财务数据经德宏会计师行（香港）审计，2020 年财务数据未经审计。

2、欧圣商贸

公司名称	苏州欧圣商贸有限公司
成立时间	2010 年 12 月 1 日
注册资本	2,000.00万美元
实收资本	300.00 万美元（1,992.600424 万元）
注册地址	江苏省吴江汾湖经济开发区南京路北侧
主要经营场所	江苏省苏州市
经营范围	从事纺织品的批发及进出口业务；在合法取得的土地出让宗地编号为20110302的地块上，从事商服楼的开发经营以及相关的物业管理。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务	无实际经营业务
与发行人主营业务的关系	_
股东构成	欧圣企业持有其 100%股权

主要财务数据（万元）	截止日/日期	总资产	净资产	净利润
	2020.12.31/2020 年度	2,604.72	1,635.00	-35.40
	2019.12.31/2019 年度	2,667.97	1,670.41	-35.39

注：以上财务数据未经审计。

3、圣查尔斯置业

公司名称	圣查尔斯（苏州）置业有限公司			
成立时间	2017 年 3 月 13 日			
注册资本	1,176.50万元			
实收资本	1,000.00 万元			
注册地址	苏州市吴江区黎里镇汾湖大道558号			
主要经营场所	江苏省苏州市			
经营范围	房地产开发经营（不含别墅）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
主营业务	房地产开发经营			
与发行人主营业务的关系	与发行人业务无直接关系			
股东构成	欧圣商贸持有其85.00%股权，苏州志领物业服务有限公司持有其15.00%股权			
主要财务数据（万元）	截止日/日期	总资产	净资产	净利润
	2020.12.31/2020 年度	12,097.76	-390.25	-302.82
	2019.12.31/2019 年度	14,311.97	-87.44	-823.04

注：2019 年度财务数据经君和诚信会计师事务所审计，2020 年财务数据未经审计。

4、创新伙伴

公司名称	Innovation Partners LLC（曾用名：1220 Douglas Partners LLC）			
成立时间	2018 年 9 月 24 日			
实收资本	1 万美元			
注册地址	1031 N RADDANT RD BATAVIA,IL 60510			
主要经营场所	美国伊利诺伊州			
主营业务	无实际经营业务			
与发行人主营业务的关系	-			
股东构成	WEIDONG LU 持有其 100%股权			
主要财务数据（万元）	截止日/日期	总资产	净资产	净利润
	2020.12.31/2020 年度	-	-	-
	2019.12.31/2019 年度	-	-	-

注：截至本招股说明书签署日，创新伙伴无实际经营，未编制财务报表。

5、力华机电

公司名称	苏州力华机电工业有限公司

成立时间	2003 年 2 月 11 日			
注册资本	255 万美元			
注册地址	苏州市吴中区郭巷镇			
主要经营场所	江苏省苏州市			
主营业务	无实际经营业务			
与发行人主营业务的关系	-			
股东构成	美国傲仁（编号 61092048）持有其 60%股权，宁波市鄞州新安印刷厂持有其 40%股权			
主要财务数据（万元）	截止日/日期	总资产	净资产	净利润
	2020.12.31/2020 年度	-	-	-
	2019.12.31/2019 年度	-	-	-

注 1：力华机电因未按规定在 2007 年 6 月 30 日前接受 2006 年年检，于 2007 年 12 月 25 日被吊销营业执照，目前正在办理注销手续。力华机电自被吊销营业执照后未从事任何经营活动，也不存在其他违法违规行为。

注 2：截至本招股说明书签署日，力华机电无实际经营，未编制财务报表。

6、北京养怡福

公司名称	北京养怡福居家养老有限公司			
成立时间	2019 年 12 月 31 日			
注册资本	300.00万元			
实收资本	0 万元			
注册地址	北京市朝阳区大咸路甲6号2层2209			
主要经营场所	北京市朝阳区			
经营范围	居家养老服务；健康咨询（须经审批的诊疗活动除外）；软件开发；销售服装、鞋帽、Ⅰ类医疗器械、日用品；技术推广服务；承办展览展示活动；家庭服务（不符合家政服务通用要求不得开展经营活动）；酒店管理；物业管理；销售食品。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；销售食品以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）			
主营业务	无实际经营业务			
与发行人主营业务的关系	-			
股东构成	WEIDONG LU持有其63.34%股权，翁晓龙持有其3.33%股权，北京京城恒通科贸有限责任公司持有其33.33%			
主要财务数据（万元）	截止日/日期	总资产	净资产	净利润
	2020.12.31/2020 年度	-	-	-
	2019.12.31/2019 年度	-	-	-

注：截至本招股说明书签署日，北京养怡福无实际经营，未编制财务报表。

控股股东和实际控制人控制的存续中的境外实体保留的原因，以及业务开展情况和未来规划如下：

序号	名称	业务开展情况	保留上述主体的原因

1	欧圣企业	除持有欧圣商贸股权外，无实际经营业务	欧圣企业为欧圣商贸的母公司，欧圣企业作为欧圣商贸的持股主体存续
2	创新伙伴	尚未开展业务	实际控制人 WEIDONG LU 未来拟以创新伙伴从事服务行业，故保留该主体

综上，实际控制人保留上述境外实体的原因系基于持股和未来进行其他行业发展考虑，具有合理性。

欧圣企业和创新伙伴与发行人历史上境外股权结构的搭建、投资安排等无关联。

报告期内，欧圣企业与发行人及其控股股东、实际控制人之间不存在其他资金、业务往来。2018 年 11 月，创新伙伴存在向公司子公司欧圣美国拆借 1.00 万美元的情形，创新伙伴已于 2019 年 3 月向欧圣美国结清上述款项。除上述情况外，上述企业与发行人及其控股股东、实际控制人之间不存在其他资金、业务往来。

根据实际控制人 WEIDONG LU 的确认，核查企业工商资料，实际控制人控制或担任董监高的尚在存续中的境内外关联方目前及未来的经营业务和发展方向如下：

序号	名称	目前经营业务	未来发展方向
1	欧圣商贸	持有圣查尔斯股权	主体保留，作为圣查尔斯的持股公司，从事与圣查尔斯置业所开发的房地产项目相关的经营管理业务
2	圣查尔斯置业	开发商业地产	目前圣查尔斯置业主要开发一处商业地产项目，该项目已完成建设，正处于销售阶段，根据访谈实际控制人 WEIDONG LU，圣查尔斯置业在该项目完成销售后终止运行
3	北京养怡福	无实际经营业务	从事养老服务业务
4	欧圣企业	除持有欧圣商贸股权外，无实际经营业务	主体保留，作为欧圣商贸的持股公司
5	创新伙伴	无实际经营业务	从事服务行业

为保持公司独立性，发行人已按照法律、法规及相关规定制定并完善了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《关联交易管理办法》、《对外担保管理办法》等相关公司治理文件，对关联交易等事项的决策权限及程序进行了详细规定。上述主体与发行人之间资产相互独立完整，在财务、机构、人员、业务等方面均保持独立。

同时，发行人实际控制人 WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 及控股股东圣巴

巴拉投资已出具《关于不占用公司资金的承诺》及《关于保持公司独立性的承诺函》，承诺其直接或间接控制的企业或其他经济组织自承诺函出具之日将不以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用发行人及其子公司之资金，且将严格遵守中国证监会及证券交易所关于上市公司法人治理的有关规定，避免其本人/公司、本人/公司直接或间接控制的企业及其他经济组织与发行人发生除正常业务外的一切资金往来。

综上所述，发行人为保持独立性，已在公司章程及内部管理制度中设置关于关联交易管控的相关规定，发行人实际控制人及控股股东也已出具不占用公司资金的承诺。发行人的公司治理完善，内部控制能够得到有效运行。

（五）控股股东和实际控制人曾经控制的其他企业

报告期内，公司实际控制人 WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 曾经控制的企业有：欧圣科技、大湖医疗科技、上海陆杨机电、开曼大湖、逸枫科技、欧圣机电、美国傲仁（编号 72503007）、塞舌尔大湖、美国傲仁（编号 61092048），具体情况如下：

序号	名称	关联关系	备注
1	欧圣科技	开曼大湖持有其 100%股权	已于 2017 年 8 月 5 日解散
2	大湖医疗科技	开曼大湖持有其 75%股权	已于 2017 年 9 月 1 日解散
3	上海陆杨机电	实际控制人 WEIDONG LU 持有其 100%股权并担任执行董事	已于 2017 年 12 月 20 日注销
4	开曼大湖	实际控制人 WEIDONG LU 持有其 46%股权;实际控制人 ESTHER YIFENG LU 持有其 22%股权	已于 2017 年 12 月 29 日解散
5	逸枫科技	实际控制人 WEIDONG LU 持有其 70%股权并担任监事	已于 2018 年 1 月 17 日注销
6	欧圣机电	实际控制人 WEIDONG LU 通过美国傲仁（61092048）持有其 100%股权并担任副董事长	已于 2018 年 3 月 21 日注销
7	美国傲仁（编号 72503007）	实际控制人 WEIDONG LU 持有其 100%股权	已于 2020 年 1 月 24 日解散
8	塞舌尔大湖	实际控制人 WEIDONG LU 持有其 100%股权	已于 2020 年 5 月 21 日解散
9	美国傲仁（编号 61092048）	实际控制人 WEIDONG LU 持有其 100%股权	已于 2020 年 6 月 9 日解散

（六）控股股东、实际控制人持有的股份质押或其他争议情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东圣巴巴拉投资以及实际控制人

WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 持有的公司股份不存在质押或其他有争议的情况。

八、公司股本情况

（一）本次拟发行的股份及发行前后公司股本情况

公司发行前总股本 136,955,661 股，本次拟公开发行不超过 45,652,000 股，发行后总股本不超过 182,607,661 股。假设本次发行新股 45,652,000 股，本次发行前后公司的股本结构变化情况如下：

股东名称	发行前		发行后	
	股份数（股）	比例（%）	股份数（股）	比例（%）
一、有限售条件股份				
其中：圣巴巴拉投资	123,269,439	90.01	123,269,439	67.51
WEIDONG LU	6,487,865	4.74	6,487,865	3.55
熙坤投资	2,635,785	1.92	2,635,785	1.44
腾恒投资	2,340,350	1.71	2,340,350	1.28
孙莉	2,222,222	1.62	2,222,222	1.22
二、本次发行股份				
社会公众股股东	-	-	45,652,000	25.00
合计	136,955,661	100.00	182,607,661	100.00

（二）前十名股东情况

本次发行前，公司共有 5 名股东，具体情况如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	股权比例（%）
1	圣巴巴拉投资	123,269,439	90.01
2	WEIDONG LU	6,487,865	4.74
3	熙坤投资	2,635,785	1.92
4	腾恒投资	2,340,350	1.71
5	孙莉	2,222,222	1.62
合计		136,955,661	100.00

（三）前十名自然人股东持股情况及在发行人的任职情况

本次发行前，公司共有2名自然人股东，具体情况如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	股权比例(%)	任职情况
1	WEIDONG LU	6,487,865	4.74	董事长、总经理、核心技术人员
2	孙莉	2,222,222	1.62	-

合计	8,710,087	6.36	-

（四）国有股份及外资股份情况

1、股东中的国有股份情况

截至本招股说明书签署日，公司股本中无国有股份。

2、股东中的外资股份情况

根据苏州市吴江区商务局 2019 年 12 月 12 日出具的《外商投资企业变更备案回执》（吴江商务资备 201900215），公司股东中的外资股份情况如下：

序号	外资股东名称	持股数（股）	持股比例（%）	注册地/国籍
1	圣巴巴拉投资	123,269,439	90.01	美国
2	WEIDONG LU	6,487,865	4.74	美国
合计		129,757,304	94.74	-

（五）最近一年发行人新增股东情况

最近一年发行人新增股东为孙莉，具体情况如下：

姓名	持股数量	股权比例	入股时间	价格	定价依据
孙莉	2,222,222 股	1.62%	2019.11	4.5 元/股	综合考虑发行人当时的实际情况、盈利能力以及未来发展前景等因素，并经各方协商确定

孙莉基本情况参见本招股说明书“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“（三）公司其他股东基本情况”之“4、孙莉”。

（六）本次发行前各股东间的关联关系及各自持股比例

截至本招股说明书签署日，公司各股东间的关联关系及各自持股比例如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）	股东关联关系
1	圣巴巴拉投资	123,269,439	90.01	1、公司实际控制人 WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 分别持有圣巴巴拉投资 76.84%、23.16%股权，WEIDONG LU 为 ESTHER YIFENG LU 的父亲； 2、高鹤林分别持有熙坤投资、腾恒投资 3.27%份额、4.44%份额，并担任执行事务合伙人； 3、高鹤林为 WEIDONG LU 的姐夫，为 ESTHER YIFENG LU 的姑父。
2	WEIDONG LU	6,487,865	4.74	
3	熙坤投资	2,635,785	1.92	
4	腾恒投资	2,340,350	1.71	

（七）发行人股东公开发售股份对发行人控制权、治理结构及生产经营产生的影响

本次发行公司股东不进行公开发售股份。

（八）对赌协议及其解除情况

1、对赌协议签署情况

2019 年 10 月 22 日，在公司引进外部投资者的过程中，公司、公司控股股东圣巴巴拉投资与外部投资者股东孙莉签订的《投资协议》中约定：若欧圣电气未能在 2022 年 12 月 30 日之前完成合格上市，或在向中国证监会提出上市申请后，向中国证监会撤回上市申请材料的，孙莉有权要求圣巴巴拉投资或欧圣电气按照孙莉投资款加上年化 8%的利息（单利）回购孙莉所持欧圣电气股权，回购价款应扣除孙莉已取得的现金分红。

2、对赌协议解除情况

2020 年 6 月 20 日，公司、控股股东圣巴巴拉投资和孙莉签订了《投资协议之补充协议》，同意解除上述对赌条款约定，该条款自始不发生效力。股东孙莉不得依据《投资协议》的相关约定要求圣巴巴拉投资或欧圣电气对股东孙莉所持有的欧圣电气股份进行回购。

3、对赌协议解除对本次发行上市的影响

《投资协议之补充协议》生效后，孙莉与公司及其他股东等相关主体之间已不存在任何对赌安排或其他涉及股权调整、补偿等特殊安排。对赌协议的解除将有利于保持公司股权结构的稳定性，对本次发行上市不构成重大不利影响。

除上述情形外，截至本招股说明书签署日，公司不存在其他未披露的含有对赌条款的相关增资及股权转让协议，也不存在相关对赌协议的安排。

九、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员

（一）董事会成员

公司董事会设 7 名董事，其中独立董事 3 名。具体情况如下：

序号	姓名	职位	任职年限	选聘情况
1	WEIDONG LU	董事长	2020.04-2023.04	2020 年第一次临时股东大会

2	高鹤林	董事	2020.04-2023.04	2020 年第一次临时股东大会
3	柏伟	董事	2020.04-2023.04	2020 年第一次临时股东大会
4	应斌	董事	2020.04-2023.04	2020 年第一次临时股东大会
5	郭宏	独立董事	2020.04-2023.04	2020 年第一次临时股东大会
6	蒋关义	独立董事	2020.04-2023.04	2020 年第一次临时股东大会
7	李远扬	独立董事	2020.04-2023.04	2020 年第一次临时股东大会

公司董事简要情况如下：

WEIDONG LU，公司董事长，其简历参见本招股说明书“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”。

高鹤林，男，1944 年 11 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，企业管理专业，大专学历，中级经济师。1978 年 9 月至 1984 年 10 月，历任马鞍山市纺织厂厂办、企管办主任；1984 年 10 月至 1991 年 2 月，任马鞍山市色织厂副厂长；1991 年 3 月至 1996 年 12 月，任马鞍山市花山区政府经济计划委主任；1997 年 1 月起退休；2017 年 3 月至今，任公司董事。

柏伟，女，1970 年 11 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，工商管理硕士，中级会计师。1990 年 6 月至 1995 年 2 月，任重庆红江机械有限责任公司财务；1995 年 3 月至 2016 年 12 月，历任沪士电子股份有限公司主办会计、财务课长、财务副经理、财务经理、财务处长；2016 年 12 月至 2017 年 3 月，任欧圣有限财务总监；2017 年 3 月至 2018 年 11 月，任公司财务总监、董事会秘书；2018 年 11 月至今，任公司董事、财务总监、董事会秘书。

应斌，男，1982 年 7 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，计算机专业，大专学历。2005 年 8 月至 2011 年 8 月，历任宁波欧圣自动设备有限公司 IT 主管、人事行政副经理；2011 年 8 月至 2017 年 3 月，历任欧圣有限总经办副主任、信息部主管、人事行政副经理；2017 年 3 月至 2019 年 12 月，历任公司信息部主管、行政经理、人事行政部经理；2019 年 12 月至今，任公司董事、人事行政部经理。

郭宏，女，1966 年 3 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，经济学硕士，注册会计师，高级会计师。1989 年 7 月至 1995 年 7 月，任上海财经大学财政系讲师；1995 年 8 月至 2001 年 4 月，任上海华城会计师事务所执业注册会计师；2001 年 5 月至今，历任上海开放大学财务处长助理、财务副处长、财务处长、

经济管理学院会计学副教授；2017 年 3 月至今，任公司独立董事。

蒋关义，男，1947 年 2 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，外语外贸专业，大专学历。1966 年 8 月至 1999 年 2 月，历任上海飞机制造厂工艺员、工程师、项目经理、合同部主任；1999 年 2 月至 2008 年 2 月，任吉林北方捷凯传动轴有限公司总经理；2008 年 3 月至 2009 年 6 月，任冠军汽车零部件（苏州）有限责任公司总经理；2009 年 7 月起退休；2019 年 12 月至今，任公司独立董事。

李远扬，男，1968 年 7 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，化学工程专业，本科学历，律师资格。1989 年 7 月至 2001 年 6 月，任南化集团研究院技干；2001 年 7 月至 2007 年 12 月，历任江苏泰和律师事务所实习律师、律师；2008 年 1 月至今，任江苏泰和律师事务所合伙人；2020 年 4 月至今，任公司独立董事。

（二）监事会成员

公司监事会设监事 3 名，其中监事会主席 1 名，职工代表监事 1 名。具体情况如下：

序号	姓名	职位	任职年限	选聘情况
1	翁晓龙	监事会主席	2020.04-2023.04	2020 年第一次临时股东大会
2	陈彩慧	监事	2020.04-2023.04	2020 年第一次临时股东大会
3	何顺莲	职工代表监事	2020.04-2023.04	2020 年第一次职工代表大会

公司监事简要情况如下：

翁晓龙，男，1962 年 12 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，电子技术及应用专业，大专学历，中级工程师。1983 年 9 月至 2000 年 12 月，历任福建压缩机总厂车间主任、服务部经理；2001 年 1 月至 2001 年 12 月，任泉州德源轴承厂厂长；2002 年 1 月至 2012 年 9 月，历任欧圣机电部门经理、总经理；2015 年 10 月至今，任苏州伊利诺执行董事兼总经理；2017 年 3 月至今，任公司监事会主席。

陈彩慧，女，1978 年 4 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，机械电子工程专业，本科学历。2000 年 7 月至 2004 年 1 月，历任钱江摩托集团设计员、销售工程师；2004 年 2 月至 2005 年 5 月，任力华机电销售工程师；2005 年 6 月至 2010 年 2 月，任宁波欧圣自动设备有限公司销售经理；2010 年 3 月至 2017 年 3 月，历任欧圣有限销售经理、销售副总监、销售总监；2017 年 3 月至今，

任公司监事、销售总监。

何顺莲，女，1979 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，工商管理专业，本科学历。2004 年 2 月至 2007 年 10 月，历任深圳北电科技发展有限公司车间组长、车间主任、生产副经理、经理；2007 年 10 月至 2011 年 10 月，历任苏州新大地五金制品有限公司部门经理、生产部副总经理；2011 年 10 月至 2017 年 3 月，任欧圣有限品质总监、总经办主任；2017 年 3 月至 2018 年 7 月，历任公司总经办主任、运营总监、职工代表监事；2018 年 7 月至今，任公司职工代表监事、生产制造中心总监。

（三）高级管理人员

公司有 3 名高级管理人员，其中总经理、副总经理、财务总监兼董事会秘书各 1 名。具体情况如下：

序号	姓名	职位	任职年限	选聘情况
1	WEIDONG LU	总经理	2020.04-2023.04	第二届董事会第一次会议
2	桑树华	副总经理	2020.04-2023.04	第二届董事会第一次会议
3	柏伟	财务总监、董事会秘书	2020.04-2023.04	第二届董事会第一次会议

公司高级管理人员简要情况如下：

WEIDONG LU，公司总经理，其简历参见本招股说明书“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”。

桑树华，男，1977 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，机械设计及制造专业，本科学历。2000 年 8 月至 2005 年 11 月，任宝时得科技（中国）有限公司研发部经理；2006 年 2 月至 2011 年 3 月，任天佑电器（苏州）有限公司研发部副总经理；2011 年 3 月至 2017 年 3 月，任欧圣有限研发总监、副总经理；2017 年 3 月至今，任公司副总经理、研发总监、核心技术人员。

柏伟，公司财务总监、董事会秘书，其简历参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员”之“（一）董事会成员”。

（四）其他核心人员

公司其他核心人员主要指公司核心技术人员。截至本招股说明书签署日，公司核心技术人员共 4 名，具体情况如下：

WEIDONG LU，公司核心技术人员，其简历参见本招股说明书“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”。

桑树华，公司核心技术人员，其简历参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员”之“（三）高级管理人员”。

刘金波，男，1978 年 12 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，机械设计及制造专业，本科学历。2000 年 7 月至 2004 年 3 月，任苏州市医用仪器厂研发工程师；2004 年 3 月至 2004 年 9 月，任莱克电气股份有限公司研发工程师；2004 年 11 月至 2011 年 8 月，历任苏州科瓴电器有限公司研发工程师、设计组长、研发经理助理；2011 年 8 月至 2017 年 3 月，任欧圣有限研发经理；2017 年 3 月至今，任公司研发副总监、核心技术人员。

蒋浩刚，男，1985 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，农业电气化与自动化专业，本科学历。2007 年 7 月至 2014 年 8 月，历任莱克电气股份有限公司研发工程师、设计经理；2014 年 8 月至 2017 年 3 月，任欧圣有限研发经理；2017 年 3 月至今，任公司研发副总监、核心技术人员。

（五）董事、监事、高级管理人员了解股票发行上市相关法律法规及其法定义务责任的情况

经保荐机构与发行人律师、会计师组织的相关辅导，公司董事、监事和高级管理人员对股票发行上市、上市公司规范运作等相关法律法规和规范性文件进行了学习，已经了解股票发行上市相关法律法规，知悉其作为上市公司董事、监事和高级管理人员的法定义务和责任。

十、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员对外兼职及与发行人关联情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员对外兼职情况如下：

姓名	公司职务	兼职单位	担任职务	兼职单位与公司关系
WEIDONG	董事长、总	欧圣美国	董事	全资子公司

LU	经理、核心技术人员	欧圣国际	董事	全资子公司
		欧圣日本	董事	全资子公司
		吉德投资	董事	全资子公司
		圣巴巴拉投资	董事	控股股东
		欧圣企业	董事	实际控制人控制的其他企业
		创新伙伴	董事	实际控制人控制的其他企业
		力华机电	董事长	实际控制人控制的其他企业，正在注销中
		欧圣商贸	执行董事	实际控制人控制的其他企业
		圣查尔斯置业	执行董事	实际控制人控制的其他企业
高鹤林	董事	熙坤投资	执行事务合伙人	公司股东
		腾恒投资	执行事务合伙人	公司股东
应斌	董事	圣查尔斯置业	监事	实际控制人控制的其他企业
		欧圣商贸	总经理	实际控制人控制的其他企业
郭宏	独立董事	上海开放大学	副教授	无关联关系
		北京神州税道企业管理服务有限公司	董事	无关联关系
李远扬	独立董事	江苏利通电子股份有限公司（股票代码：603629）	独立董事	无关联关系
		威创集团股份有限公司（股票代码：002308）	独立董事	无关联关系
		江苏泰和律师事务所	合伙人	无关联关系
		江苏省海外企业集团有限公司	董事	无关联关系
翁晓龙	监事会主席	苏州伊利诺	执行董事、总经理	控股子公司
		欧圣商贸	监事	实际控制人控制的其他企业

除上述兼职情况外，公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员不存在其他对外兼职的情形。经核查，保荐机构及发行人律师认为，发行人现任董事、监事和高级管理人员的任职资格符合法律、法规和规范性文件及《公司章程》的有关规定，其任职均经合法程序产生，不存在有关法律、法规和规范性文件、《公司章程》及监管部门规定的禁止兼职的情形。

十一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间存在的亲属关系

在上述成员中，高鹤林系 WEIDONG LU 之姐夫，其余公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间不存在配偶、三代以内直系和旁系亲属关系。

十二、董事、监事的提名和选聘情况

（一）董事的提名和选聘情况

姓名	提名人	选聘过程	召开时间	任期
WEIDONG LU	WEIDONG LU	2020 年第一次股东大会表决通过	2020.04.07	3 年
高鹤林	熙坤投资、腾恒投资	2020 年第一次股东大会表决通过	2020.04.07	3 年
柏伟	圣巴巴拉投资	2020 年第一次股东大会表决通过	2020.04.07	3 年
应斌	圣巴巴拉投资	2020 年第一次股东大会表决通过	2020.04.07	3 年
蒋关义	圣巴巴拉投资	2020 年第一次股东大会表决通过	2020.04.07	3 年
郭宏	圣巴巴拉投资	2020 年第一次股东大会表决通过	2020.04.07	3 年
李远扬	圣巴巴拉投资	2020 年第一次股东大会表决通过	2020.04.07	3 年

2020 年 4 月 7 日，经公司 2020 年第一次临时股东大会决议，选举 WEIDONG LU、高鹤林、柏伟、应斌为董事，选举蒋关义、郭宏、李远扬为公司独立董事。同日，公司第二届董事会第一次会议选举 WEIDONG LU 为公司董事长。

（二）监事的提名和选聘情况

2020 年 3 月 21 日，职工代表大会选举何顺莲为职工代表监事。2020 年 4 月 7 日，经公司 2020 年第一次临时股东大会决议，根据圣巴巴拉投资提名，选举翁晓龙、陈彩慧为监事。同日，公司第二届监事会第一次会议选举翁晓龙为公司第二届监事会主席。

十三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与公司签订的有关协议及履行情况

公司与非独立董事、监事、高级管理人员及核心技术人员均签订了《劳动合同》、《保密协议》，与独立董事签订了《聘任合同》；公司与核心技术人员签订了《竞业禁止协议》，对上述人员的诚信义务，特别是在保密义务、知识产权及离职后的竞业情况等方面作出了严格约定。

截至本招股说明书签署日，上述人员与本公司签订的合同、协议均得到严格

履行，不存在违约情形。

十四、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接或间接持股情况

（一）直接持有本公司股份情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接持有公司股份情况如下表所示：

姓名	职务或亲属关系	持股数量（万股）	持股比例（%）
WEIDONG LU	董事长、总经理、核心技术人员	648.79	4.74

除上述所列情况外，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属未直接持有公司股份。

（二）间接持有本公司股份情况

截至本招股说明书签署日，圣巴巴拉投资、熙坤投资、腾恒投资分别持有公司 90.01%、1.92%、1.71%的股份。本公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员及其近亲属通过上述股东间接持有公司股份情况如下表所示：

单位：%

姓名	职务或亲属关系	持有公司股东出资份额的比例			间接持股比例合计
		圣巴巴拉投资	熙坤投资	腾恒投资	
WEIDONG LU	董事长、总经理、核心技术人员	76.84	-	-	69.16
ESTHER YIFENG LU	WEIDONG LU 之女	23.16	-	-	20.84
高鹤林	董事，WEIDONG LU 之姐夫	-	3.27	4.44	0.14
柏伟	董事、财务总监、董事会秘书	-	2.73	14.11	0.29
应斌	董事、人事行政部经理	-	3.09	2.02	0.09
陈彩慧	监事、销售总监	-	14.55	-	0.28
何顺莲	职工代表监事、生产制造中心总监	-	6.36	6.05	0.23
翁晓龙	监事会主席	-	-	6.05	0.10
桑树华	副总经理、核心技术人员	-	29.09	-	0.56
刘金波	研发副总监、核心技术人员	-	7.27		0.14
蒋浩刚	研发副总监、核心技术人员	-	3.64	4.03	0.14

除上述持股情况外，公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员及其近

亲属未间接持有公司股份。

（三）公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属所持有的本公司股份的质押、冻结或发生诉讼纠纷情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属所持有的公司股份均不存在被质押、冻结或发生诉讼纠纷的情况。

十五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近两年的变动情况

2018 年 1 月至本招股说明书签署日，公司董事、监事及高级管理人员的变化符合《公司法》及公司章程的规定，并履行了必要的法律程序，具体情况如下：

（一）董事会成员变动情况及原因

时间	董事			
2018 年 1 月	WEIDONG LU、YINGZI YANG、高鹤林、王凡、郭宏			
变更时间	新增人员	离任人员	变更原因	变更后董事
2018 年 11 月 2018 年第三次临时股东大会	柏伟	YINGZI YANG	YINGZI YANG 个人原因离职	WEIDONG LU、柏伟、高鹤林、王凡、郭宏
2019 年 12 月 2019 年第九次临时股东大会	应斌、蒋关义	-	为完善公司法人治理结构，增选 1 名非独立董事和 1 名独立董事	WEIDONG LU、柏伟、高鹤林、应斌、王凡、郭宏、蒋关义
2020 年 4 月 2020 年第一次临时股东大会	李远扬	王凡	王凡的独立董事任期届满离任	WEIDONG LU、柏伟、高鹤林、应斌、李远扬、郭宏、蒋关义

截至本招股说明书签署日，公司董事会成员未发生其他变更。

（二）监事会成员变动情况及原因

2017 年 3 月 27 日，经公司 2017 年第一次临时股东大会审议通过，选举翁晓龙、陈彩慧为监事，与职工代表大会推举产生的职工监事何顺莲组成第一届监事会。同日，公司召开第一届监事会第一次会议，选举翁晓龙为监事会主席。

2020 年 4 月 7 日，公司召开 2020 年第一次临时股东大会，选举翁晓龙、陈彩慧为监事，与职工代表大会推举产生的职工代表监事何顺莲组成第二届监事会。同日，公司召开第二届监事会第一次会议，选举翁晓龙为监事会主席。

公司监事最近两年未发生变动。

（三）高级管理人员变动情况及原因

2017 年 3 月 27 日，公司第一届董事会第一次会议聘任 WEIDONG LU 为总经理，桑树华为副总经理，柏伟为财务总监、董事会秘书。

2020 年 4 月 7 日，公司第二届董事会第一次会议聘任 WEIDONG LU 为总经理，桑树华为副总经理，柏伟为财务总监、董事会秘书。

公司高级管理人员最近两年未发生变动。

（四）其他核心人员变动情况及原因

公司核心技术人员共有 4 名，分别为 WEIDONG LU、桑树华、刘金波、蒋浩刚。公司其他核心人员最近两年未发生变动。

上述董事变动主要系完善公司治理结构和业务发展的需要，公司核心管理层始终保持稳定。上述人员变动对公司日常管理不构成重大影响，也不影响公司的持续经营。

十六、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的其他对外投资情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员对外投资情况如下：

姓名	职务	对外投资单位	主营业务	注册资本	持股比例说明
WEIDONG LU	董事长、总经理、核心技术人员	圣巴巴拉投资	股权投资	-	76.84%
		创新伙伴	无实际经营业务	1.00 万美元	100%
		欧圣企业	无实际经营业务	800.00 万美元	100%
		欧圣商贸	无实际经营业务	2,000.00 万美元	通过欧圣企业间接持有其 100%股权
		圣查尔斯置业	房地产开发经营	1,176.50 万元	通过欧圣商贸间接持有其 85%股权
		北京养怡福	无实际经营业务	300.00 万元	63.34%
		力华机电	无实际经营业务，正在注销中	255.00 万美元	通过美国傲仁持有其 60%股权
高鹤林	董事	熙坤投资	股权投资	412.50 万元	3.27%
		腾恒投资	股权投资	372.00 万元	4.44%
柏伟	董事、财务	熙坤投资	股权投资	412.50 万元	2.73%

姓名	职务	对外投资单位	主营业务	注册资本	持股比例说明
	总监、董事会秘书	腾恒投资	股权投资	372.00 万元	14.11%
应斌	董事、人事行政部经理	熙坤投资	股权投资	412.50 万元	3.09%
		腾恒投资	股权投资	372.00 万元	2.02%
郭宏	独立董事	北京神州税道管理服务有限公司	企业管理咨询、财务咨询、税务咨询	500.00 万元	6.20%
李远扬	独立董事	策问管理咨询（南京）有限公司	人力资源管理、财务、信息技术、经济贸易等咨询服务	1,000.00 万元	29.00%
		南京正雅堂艺术有限公司	艺术品销售、策划及展览展示服务	100.00 万元	25.00%
翁晓龙	监事会主席	腾恒投资	股权投资	372.00 万元	6.05%
		北京养怡福	无实际经营业务	300.00 万元	3.33%
陈彩慧	监事、销售总监	熙坤投资	股权投资	412.50 万元	14.55%
何顺莲	职工代表监事、生产制造中心总监	熙坤投资	股权投资	412.50 万元	6.36%
		腾恒投资	股权投资	372.00 万元	6.05%
桑树华	副总经理、核心技术人员	熙坤投资	股权投资	412.50 万元	29.09%
刘金波	研发副总监、核心技术人员	熙坤投资	股权投资	412.50 万元	7.27%
蒋浩刚	研发副总监、核心技术人员	熙坤投资	股权投资	412.50 万元	3.64%
		腾恒投资	股权投资	372.00 万元	4.03%

除上述情况外，公司其他董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均不存在其他对外投资情形，且上述企业与本公司不存在任何利益冲突的情形。

十七、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员薪酬情况

本公司独立董事享有独立董事津贴，除此之外不享有其他福利待遇。本公司其他董事、监事不享受单独的董事、监事津贴。除上述人员之外包括公司董事长兼总经理在内的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员在公司领取薪酬，薪酬主要由基本工资及奖金组成。

公司董事、监事的薪酬方案经 2018 年度股东大会审议通过。公司高级管理人员的薪酬方案经第一届董事会第十二次会议审议通过。

（一）董事、监事和高级管理人员及其他核心人员从公司取得的薪酬情况

2020 年度，本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员领取的薪酬情况如下：

单位：万元

序号	姓名	职务	2020 年度薪酬
1	WEIDONG LU	董事长、总经理、核心技术人员	161.75
2	高鹤林	董事	9.98
3	柏伟	董事、财务总监、董事会秘书	65.11
4	应斌	董事、人事行政部经理	20.95
5	郭宏	独立董事	7.00
6	蒋关义	独立董事	7.00
7	李远扬	独立董事	5.25
8	翁晓龙	监事会主席	25.80
9	陈彩慧	监事、销售总监	50.09
10	何顺莲	职工代表监事、生产制造中心总监	54.84
11	桑树华	副总经理、核心技术人员	81.73
12	刘金波	研发副总监、核心技术人员	32.88
13	蒋浩刚	研发副总监、核心技术人员	28.88
14	王凡	前独立董事	1.75
合计			553.03

注 1：李远扬于 2020 年 4 月受聘为公司独立董事。

上述董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近一年未有从其他关联企业取得收入的情形。

（二）报告期董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬总额占各期发行人利润总额的比重

单位：万元、%

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬	553.03	512.83	496.97
利润总额	15,564.96	6,721.16	5,024.10
占利润总额比例	3.55	7.63	9.89

注：YINGZI YANG 于 2018 年 11 月辞去公司董事职务，由公司财务总监、董事会秘书柏伟接任。

十八、股权激励及其他制度安排和执行情况

（一）股权激励相关安排

为建立健全公司长效激励机制，充分调动公司员工的积极性和创造性，公司

以熙坤投资、腾恒投资为员工持股平台对公司员工实施了股权激励。

高鹤林作为熙坤投资、腾恒投资的普通合伙人、执行事务合伙人，其曾持有的熙坤投资、腾恒投资出资份额中的部分出资份额系代 WEIDONG LU 持有的预留激励份额，作为欧圣电气员工获得股权激励成为熙坤投资、腾恒投资新合伙人时，从高鹤林出资份额中转出；在员工离职或因其他原因退出合伙企业时，其持有的股份将转入高鹤林名下。

1、熙坤投资

熙坤投资持有公司 2,635,785 股，占本次发行前公司总股本的 1.92%，截至本招股说明书签署日，熙坤投资的出资情况如下：

单位：万元、%

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资额	出资比例	职务
1	高鹤林	普通合伙人 执行事务合伙人	13.50	3.27	董事
2	桑树华	有限合伙人	120.00	29.09	副总经理、核心技术人员
3	陈彩慧	有限合伙人	60.00	14.55	监事、销售总监
4	柳晓宇	有限合伙人	30.00	7.27	研发经理
5	刘金波	有限合伙人	30.00	7.27	研发副总监、核心技术人员
6	何顺莲	有限合伙人	26.25	6.36	职工代表监事、生产制造中心总监
7	谭建军	有限合伙人	22.50	5.45	研发经理
8	刘瑞端	有限合伙人	22.50	5.45	审计部经理
9	宋强	有限合伙人	22.50	5.45	研发副总监
10	杜晓阳	有限合伙人	18.75	4.55	生产制造中心副总监
11	蒋浩刚	有限合伙人	15.00	3.64	研发副总监、核心技术人员
12	应斌	有限合伙人	12.75	3.09	董事、人事行政部经理
13	柏伟	有限合伙人	11.25	2.73	董事、财务总监、董事会秘书
14	车文华	有限合伙人	7.50	1.82	信息部经理
合计			412.50	100.00	-

2、腾恒投资

腾恒投资持有公司 2,340,350 股，占本次发行前公司总股本的 1.71%，截至本招股说明书签署日，腾恒投资的出资情况如下：

单位：万元、%

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资额	出资比例	职务
1	高鹤林	普通合伙人 执行事务合伙人	16.50	4.44	董事

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资额	出资比例	职务
2	柏伟	有限合伙人	52.50	14.11	董事、财务总监、董事会秘书
3	谢月娥	有限合伙人	33.00	8.87	销售经理、上海姿东总经理
4	翁晓龙	有限合伙人	22.50	6.05	监事会主席、苏州伊利诺总经理
5	何顺莲	有限合伙人	22.50	6.05	职工代表监事、生产制造中心总监
6	李慧鹏	有限合伙人	22.50	6.05	销售经理、深圳洁德总经理
7	刘培	有限合伙人	22.50	6.05	财务副总监兼财务经理
8	袁丰强	有限合伙人	15.00	4.03	研发设计主管
9	杨明富	有限合伙人	15.00	4.03	研发设计主管
10	雷登科	有限合伙人	15.00	4.03	研发经理
11	焦雷	有限合伙人	15.00	4.03	品质部经理
12	蒋浩刚	有限合伙人	15.00	4.03	研发副总监、核心技术人员
13	郜元刚	有限合伙人	15.00	4.03	研发副经理
14	钱利	有限合伙人	9.00	2.42	信息部主管
15	应斌	有限合伙人	7.50	2.02	董事、人事行政部经理
16	葛战波	有限合伙人	7.50	2.02	专利副经理
17	杜晓阳	有限合伙人	7.50	2.02	生产制造中心副总监
18	车文华	有限合伙人	7.50	2.02	信息部经理
19	王国辉	有限合伙人	7.50	2.02	销售主管
20	沈莹	有限合伙人	7.50	2.02	人事主管
21	王玮	有限合伙人	6.00	1.61	行政主管
22	孙亮亮	有限合伙人	4.50	1.21	品质主管
23	庞美玲	有限合伙人	4.50	1.21	出纳
24	霍洁	有限合伙人	4.50	1.21	采购部经理
25	包益民	有限合伙人	4.50	1.21	品质部副经理
26	王超	有限合伙人	3.00	0.81	生产主管
27	汪尊兴	有限合伙人	3.00	0.81	品质工程师
28	苏江涛	有限合伙人	3.00	0.81	品质主管
29	何浩	有限合伙人	3.00	0.81	后勤主管
合计			372.00	100.00	-

员工持股平台对员工服务年限无限制。

3、持股平台代持解除

高鹤林作为熙坤投资、腾恒投资的普通合伙人、执行事务合伙人，其曾持有的熙坤投资、腾恒投资出资份额中的部分出资份额系代 WEIDONG LU 持有的预留激励份额，作为欧圣电气员工获得股权激励成为熙坤投资、腾恒投资新合伙人时

从高鹤林出资份额中转出；在员工离职或因其他原因退出合伙企业时，其持有的股份将转入高鹤林名下。

截至 2020 年 4 月，高鹤林已将其名下的熙坤投资全部代持股份转让给其他自然人，具体情况如下：

序号	期间	受让人	转让出资额（万元）
1	2020/04	刘金波	7.50
		柳晓宇	7.50
		宋强	7.50
		刘瑞端	7.50
		何顺莲	3.75
		杜晓阳	3.75
		应斌	3.75
		车文华	7.50
		柏伟	11.25

截至 2020 年 6 月，高鹤林已将其名下的腾恒投资全部代持股份转让给其他自然人，具体情况如下：

序号	期间	受让人	转让出资额（万元）
1	2017/11	温庆普	45.00
		徐良	45.00
		余兴超	22.50
2	2018/01	车文华	7.50
3	2018/08	何顺莲	22.50
		钱利	4.50
		张建华	22.50
4	2019/02	杜晓阳	7.50
		谢月娥	22.50
		雷登科	15.00
		蒋浩刚	15.00
		袁丰强	15.00
5	2019/03	应斌	7.50
		焦雷	15.00
		杨明富	15.00
		郜元刚	7.50
6	2019/05	葛占波	3.00
7	2019/12	王国辉	7.50
		沈莹	7.50
		李慧鹏	22.50

序号	期间	受让人	转让出资额（万元）
		钱利	4.50
8	2020/04	葛战波	4.50
		谢月娥	10.50
		刘培	22.50
9	2020/06	王玮	3.00

截至本招股说明书签署日，高鹤林将其名下的熙坤投资、腾恒投资全部代持出资份额转让给其他自然人时，上述代持情形已彻底清理完毕。公司不存在股权代持、信托持股等情形，公司各股东之间不存在纠纷或潜在纠纷。

截至本招股说明书签署日，除前述已经实施完毕的股权激励外，公司不存在其他正在执行的对董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、员工实行的股权激励（如员工持股计划、限制性股票、股票期权）及其他制度安排，亦不存在上市后的行权安排。

4、公司持股平台不属于员工持股计划

根据《关于上市公司实施员工持股计划试点的指导意见》（以下简称“《指导意见》”）的相关规定，员工持股计划指上市公司根据员工意愿，通过合法方式使上市公司员工获得本公司股票并长期持有，股份权益按约定分配给员工的制度安排。经对比，作为发行人员工持股平台的腾恒投资、熙坤投资与上市公司员工持股计划存在不同之处，具体如下所示：

项目	《指导意见》/《审核问答》的规定	腾恒投资、熙坤投资的实际情况
计划文件	上市公司董事会提出员工持股计划草案并提交股东大会表决。	发行人未制定任何员工持股计划的草案、章程或类似文件。
持股数量	上市公司全部有效的员工持股计划所持有的股票总数累计不得超过公司股本总额的 10%，单个员工所获股份权益对应的股票总数累计不得超过公司股本总额的 1%。	根据协商确定合伙人的出资额及对发行人的投资额。
管理机构	参加员工持股计划的员工应当通过员工持股计划持有人会议选出代表或设立相应机构，监督员工持股计划的日常管理，代表员工持股计划持有人行使股东权利或者授权资产管理机构行使股东权利；公司可以自行管理本公司的员工持股计划，也可以将本公司员工持股计划委托给具有资产管理资质的机构管理。	腾恒投资、熙坤投资未设置股权管理机构，其最高权力机构为全部合伙人组成的合伙人会议，由执行事务合伙人管理日常事务，发行人对于腾恒投资、熙坤投资不行使管理权限。
管理规则	公司自行管理本公司员工持股计划的，	除合伙协议外，腾恒投资、熙坤投资

	应当制定相应的管理规则，切实维护员工持股计划持有人的合法权益，避免产生公司其他股东与员工持股计划持有人之间潜在的利益冲突。	无其他关于合伙人权益安排的协议，未建立股权管理机制。

基于上述比较，腾恒投资、熙坤投资不符合《指导意见》规定的员工持股计划的相关要素，不属于员工持股计划。

截至本招股说明书出具之日，腾恒投资、熙坤投资中合伙人均为公司员工，合伙人数量分别为 29 人、14 人，各合伙人任职情况已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十八、股权激励及其他制度安排和执行情况”中披露。

（二）股权激励对公司的影响

1、股权激励对经营情况的影响

公司通过设立员工持股平台实施股权激励，建立、健全了激励机制，充分调动了公司中高层管理人员及骨干员工的工作积极性，保持管理团队和人才队伍的稳定。

2、股权激励对财务状况的影响

报告期内，上述股权激励已按照股份支付进行会计处理，相关费用计入当期损益，对公司的业绩和财务状况影响参见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（四）期间费用分析”之“2、管理费用”。

3、股权激励对控制权的影响

股权激励实施前后，公司控制权未发生变化。

（三）上市后的行权安排

截至本招股说明书签署日，上述股权激励已实施完毕，不存在未授予或未行权的情况，不涉及上市后的行权安排。

十九、员工及其社会保障情况

（一）员工人数及变化情况

报告期各期末，公司员工在册人数如下表所示：

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
员工数	1,067	602	675

1、2019 年员工人数变化

2019 年末，公司正式员工人数为 602 人，较 2018 年末的 675 人减少 73 人，员工人数的减少主要原因如下：

（1）2019 年外销收入较 2018 年下降了 2,170.69 万元，主要原因为部分客户的产品线优化计划及中美贸易摩擦等影响，公司外销收入有所下滑。其中 The Home Depot 由于产品线优化计划，导致公司对其销售金额下降了 6,913.34 万元。2018 及 2019 年度，发行人正式员工数量、外销收入及标准产量如下所示：

项目	2019 年末/2019 年度	2018 年末/2018 年度
正式员工人数	602	675
标准产量（万台）	189.62	228.31
以美元计量的外销收入（万美元）	8,566.67	9,258.60

从上表可以看出，公司 2018 年及 2019 年以各期平均汇率折算的外销收入金额分别为 9,258.60 万美元及 8,566.67 万美元，干湿两用吸尘器及小型空压机标准产量为 228.31 万台及 189.62 万台，2018 年及 2019 年公司人员数量的变动与对应年份公司收入及生产情况相关。

（2）2018 年下半年，公司采购封头拉伸缩口自动化生产线、大型偏摆落圆自动化生产线、自动焊接线设备 3 加仑 8 加仑罐体附件焊接等自动化设备，随着上述设备的完成调试并逐步进行平稳运行后，公司自动化水平有所提升，公司生产人员数量有所减少。

2、2020 年员工人数变化

2020 年末，公司正式员工人数为 1,067 人，较 2019 年末的 602 人增加较多，主要原因为随着公司下半年业务量剧增，生产需求人数同步增加较多所致。

综上，报告期内公司员工人数波动较大主要系公司各年收入、生产情况以及自动化改造的综合影响所致，与公司实际生产经营状况基本相符。

（二）员工结构

截至 2020 年 12 月 31 日，公司在职员工总数为 1,067 人，其专业构成、受教育程度和年龄分布如下：

1、员工专业构成

岗位情况	人数	占员工总数比例（%）
技术人员	116	10.87
销售人员	31	2.91
生产人员	796	74.60
管理及行政人员	124	11.62
合计	1,067	100.00

2、员工受教育程度

学历情况	人数	占员工总数比例（%）
本科及以上	97	9.09
大专	91	8.53
大专以下	879	82.38
合计	1,067	100.00

3、员工年龄分布

年龄区间	人数	占员工总数比例（%）
50 岁及以上	229	21.46
[40 岁,50 岁）	378	35.43
[30 岁,40 岁）	261	24.46
30 岁以下	199	18.65
合计	1,067	100.00

（三）劳务派遣

1、劳务派遣情况

根据《劳动合同法》和《劳务派遣暂行规定》的规定，用工单位只能在临时性、辅助性或者替代性的工作岗位上使用被派遣劳动者。前款规定的临时性工作岗位是指存续时间不超过 6 个月的岗位；辅助性工作岗位是指为主营业务岗位提供服务的非主营业务岗位；替代性工作岗位是指用工单位的劳动者因脱产学习、休假等原因无法工作的一定期间内，可以由其他劳动者替代工作的岗位。

保荐机构、发行人律师及发行人会计师通过核查劳务派遣人员花名册、核查报告期内劳务派遣公司与发行人的结算文件及抽样对劳务派遣人员进行访谈、现场查看被派遣人员工作岗位等方式，确认报告期内公司使用劳务派遣员工的工种及所从事主要内容如下：

序号	工种	截至2020年末人数（人）	主要内容
1	操作工	100	生产线上产品的组装、贴标签、码垛等简单工序
2	搬运工	3	产品的包装搬运
3	测试工	3	产品外观检测，确认是否存在瑕疵等

上述岗位均未涉及核心业务环节，员工流动性较大，相关工作岗位符合临时性或辅助性的特征；同时，劳务派遣员工所从事工作内容较为简单，经过简单培训即可上岗，劳务派遣人员所从事的工作岗位符合替代性特征。因此公司劳务派遣人员从事工作符合相关规定。

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	2019.12.31	2018.12.31
在册员工人数	1,067	602	675
劳务派遣人数	106	113	127
用工总数	1,173	715	802
劳务派遣用工比例	9.04%	15.80%	15.84%

报告期内，公司曾经存在使用被派遣劳动者数量超过其用工总量的10%的情形，就上述不规范用工情形，公司已自行整改，且未受到有关劳动主管机关或劳动监察机关的行政处罚。截至2020年12月31日，劳务派遣用工数量占公司用工总数比例为9.04%，符合《劳务派遣暂行规定》的有关规定。

公司实际控制人承诺：“本人将督促发行人降低劳务派遣用工比例，促使发行人劳务派遣用工在法定比例范围内，若发行人因报告期内或未来劳务派遣用工问题，而受到主管机关的任何强制措施、行政处罚、发生纠纷、履行任何其他法律程序或承担任何责任而造成发行人的任何损失，本人将无条件给予发行人全额补偿并承担相关费用，保证发行人的业务不会因上述事宜受到不利影响”。

综上：公司报告期内曾经存在的劳务派遣用工数量超过其用工总量的10%的情形不构成发行人本次发行上市的实质性法律障碍。

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，但总体差异率较小。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。

2、劳务派遣公司情况

经发行人说明，查阅发行人序时账、查阅劳务派遣公司的工商档案、劳务派遣经营许可证、查阅国家企业信用信息公示系统官网等方式，报告期内与发行人合作的劳务派遣单位的基本情况如下：

序号	名称	注册资本	主要股东	实际控制人	劳务派遣经营许可证号	报告期内的服务期限	劳务派遣经营许可证有效期
1	苏州市鼎亿鑫企业管理服务有限公司	200 万元人民币	陈爽持股 90%，张海持股 10%	陈爽	320584201407210088/32058420170704 0067	2017.1-2019.4	2014.7.21-2017.7.20/2017.07.04-2020.07.03
2	苏州启恩辉企业管理有限公司	200 万元人民币	王光辉持股 90%、华小刚持股 10%	王光辉	320505201905050049	2019.8 至今	2019.05.05-2022.05.04
3	苏州杰迪企业管理有限公司	1,000 万元人民币	余华祥持股 100%	余华祥	320584201707170057 /32058420200 7020028	2019.7-2021.2	2017.07.17-2020.07.16 /2020.07.02-2023.07.01
4	苏州平和企业管理有限公司	200 万元人民币	张云兰持股 100%	张云兰	320584201701170003	2018.8-2018.12	2017.01.17-2020.01.16
5	苏州纯源企业管理有限公司	200 万元人民币	刘素兵持股 100%	刘素兵	320584201508170045	2017.8-2018.12	2015.08.17-2018.08.16
6	苏州鲁洋企业管理有限公司	200 万元人民币	杨阳持股 100%	杨阳	320584201905131025	2019.11-2021.2	2019.05.13-2022.05.12
7	苏州博纳服务外包有限公司	200 万元人民币	王文奇持股 55%、孔晓花持股 45%	王文奇	320584201908200033	2019.9-2020.1	2019.08.20-2022.08.19

8	苏州瀚宇人力资源有限公司	200 万元人民币	谈伟忠持股 100%	谈伟忠	320500201612050298	2019.9-2019.9	2016.12.05-2019.12.04
9	吉安思迈尔人力资源服务有限公司	200 万元人民币	肖相根持股 51%、刘普生持股 49%	肖相根	360800202103211108	2018.3-2018.4	2018.03.22-2021.03.21
10	苏州豫汾企业管理有限公司	200 万元人民币	李培明持股 100%	李培明	320584201912190056	2020.6-2021.2	2019.12.19-2022.12.18
11	嘉兴祥仁人力资源有限公司	200 万元人民币	赵锦丽持股 60%，赵锦跃持股 40%	赵锦丽	330411201904280009	2020.7-2021.2	2019.04.28-2022.04.27
12	常州恩友人力资源有限公司	200 万元人民币	王义持股 100%	王义	320412201803300027	2020.8-2021.2	2018.03.30-2021.03.29
13	苏州远方服务外包有限公司	500 万元人民币	代林冲持股 60%，潘菊新 40%	代林冲	320584202006180022	2020.9-2021.2	2020.06.18-2023.06.07
14	苏州邦威企业管理有限公司	200 万元人民币	吴正斌持股 100%	吴正斌	320584201802080014	2020.10-2021.2	2018.2.8-2021.2.7

报告期内与发行人合作的劳务派遣公司中，苏州纯源企业管理有限公司在服务期内，存在《劳务派遣经营许可证》于 2018 年 8 月 16 日到期后未再续期的情形。根据发行人的说明并经保荐机构、发行人律师及发行人会计师核查，发行人自 2018 年 12 月起已与苏州纯源企业管理有限公司终止合作。

根据《中华人民共和国劳动合同法》第九十二条规定，“违反本法规定，未经许可，擅自经营劳务派遣业务的，由劳动行政部门责令停止违法行为，没收违法所得，并处违法所得一倍以上五倍以下的罚款；没有违法所得的，可以处五万元以下的罚款。”发行人与苏州纯源企业管理有限公司合作期限内，苏州纯源企业管理有限公司虽存在《劳务派遣经营许可证》到期未续期情形，但相关法律责任的承担主体为劳务派遣单位苏州纯源企业管理有限公司。

综上，报告期内与发行人合作的劳务派遣单位中，除苏州纯源企业管理有限公司在服务期内存在《劳务派遣经营许可证》到期失效的情形，报告期内与发行人合作的其他劳务派遣单位在服务期内均具有有效的《劳务派遣经营许可证》。

经查阅发行人劳务派遣单位的工商登记信息/国家企业信用信息公示系统，根据劳务派遣单位出具的关于与发行人无关联关系的确认函/发行人出具的说明，查阅发行人董事、监事和高级管理人员出具的《董事、监事、高级管理人员调查表》，查阅报告期内公司主要客户及供应商的公开资料、查阅公司控股股东、实际控制人、主要股东、董事、监事、高级管理人员的银行流水等，报告期内，上述劳务派遣公司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、主要客户及供应商等不存在关联关系、委托持股、其他资金业务往来等利益安排。

3、劳务派遣说明

报告期内，发行人曾经存在使用劳务派遣用工数量占用工总数比例超过 10%的情形，但就上述不规范用工情形，公司已自行整改，未与劳务派遣公司及派遣员工发生过任何劳动争议和纠纷，且未受到有关劳动主管机关或劳动监察机关的行政处罚，截至 2020 年 12 月 31 日，劳务派遣用工数量占公司用工总数比例为 9.04%，符合《劳务派遣暂行规定》的有关规定。

《中华人民共和国劳动合同法》（2012 年修正）第九十二条规定：“劳务派遣单位、用工单位违反本法有关劳务派遣规定的，由劳动行政部门责令限期改正；逾期不改正的，以每人五千元以上一万元以下的标准处以罚款，对劳务派遣单位，吊销其劳务派遣业务经营许可证。”虽然公司曾经存在劳务派遣用工超比例的情形，但由于其已主动降低劳务派遣用工比例，不存在由劳动行政部门责令限期改正而逾期不改正的情形，因此被处以罚款等行政处罚风险较低。

2021 年 1 月 18 日，苏州市吴江区人力资源和社会保障局出具《证明》，“发行人已按规定参保。自 2017 年 1 月至今无劳动保障监察行政处理、处罚记录。在本证明出具之日，劳务派遣用工比例未超过 10%。劳务派遣用工超比例不属于人社部《重大劳动保障违法行为社会公布办法》（人社部令第 29 号）中的重大违法情形。”

公司实际控制人承诺：“本人将督促发行人降低劳务派遣用工比例，促使发行人劳务派遣用工在法定比例范围内，若发行人因报告期内或未来劳务派遣用工问题，而受到主管机关的任何强制措施、行政处罚、发生纠纷、履行任何其他法律程序或承担任何责任而造成发行人的任何损失，本人将无条件给予发行人全额补偿并承担相关费用，保证发行人的业务不会因上述事宜受到不利影响。”

综上，虽然不能完全排除发行人因劳务派遣超过法定比例被行政部门等主管机关处罚的风险，但根据苏州市吴江区人力资源和社会保障局出具《证明》，发行人的上述劳务派遣用工超比例的行为不属于人社部《重大劳动保障违法行为社会公布办法》（人社部令第 29 号）中的重大违法行为，且发行人已自行完成整改。同时，发行人实际控制人出具了承诺，发行人的上述行为不会对发行人业绩

产生重大不利影响。因此，发行人的上述行为不构成本次发行上市的实质性法律障碍。

根据保荐机构、发行人律师及发行人会计师对报告期内发行人合作的劳务派遣单位的访谈记录，劳务派遣单位存在未严格按照相关法律法规为向发行人提供的劳务派遣员工缴纳社会保险的情形，除上述情形外，劳务派遣单位确认其不存在其他违反《劳动合同法》、《劳务派遣暂行规定》等相关法律法规规定的情形。另外，根据发行人的说明，并经保荐机构、发行人律师网络核查，劳务派遣单位于报告期内不存在与发行人有关的劳动保障方面的处罚记录。

根据《劳动合同法》第五十八条规定，劳务派遣单位是本法所称用人单位，应当履行用人单位对劳动者的义务。根据《劳务派遣暂行规定》第八条的规定，劳务派遣单位应当按照国家规定和劳务派遣协议约定，依法为被派遣劳动者缴纳社会保险费，并办理社会保险相关手续。据此，各家劳务派遣公司应当按照相关法律法规依法为派遣员工缴纳社会保险。

根据劳务派遣单位出具的确认函，并经访谈劳务派遣单位，劳务派遣人员的社会保险费、住房公积金费用由劳务派遣单位负责缴纳，若劳务派遣单位存在欠缴劳务派遣人员社会保险费用、住房公积金费用等情形的，一切责任由劳务派遣单位承担。如果因此给发行人带来任何其他费用支出和经济损失，劳务派遣公司将对发行人进行赔偿。

经劳务派遣单位及发行人确认，发行人与劳务派遣单位合作期间内，发行人与劳务派遣单位之间不存在劳动合同等纠纷或潜在纠纷。经保荐机构、发行人律师、发行人会计师网络检索，发行人与劳务派遣单位及相关劳务派遣人员之间在报告期内不存在因劳务关系导致的诉讼或其他纠纷情况。

4、劳务派遣对公司经营业绩的影响

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。

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，导致公司 2020 年 3 月末劳务派遣用工比例较 2019 年末大幅下降。

随着公司 2020 年 4 月后业务量大幅上升，用工缺口增加，公司通过多种方式积极招聘员工，但由于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，同时叠加 2020 年上半年疫情影响，导致招聘正式员工时间较长、难度较大，为了保障正常的生产经营，公司针对部分辅助性、临时性及替代性岗位新增了派遣人员，但自 2020 年 3 月起各月末派遣人员占比均在 10%以下。

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（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%，发行人招工难符合当地实际情况。

报告期内，模拟测算全部使用正式员工替代劳务派遣用工，假设工作同样时长，测算用工成本差异以及占利润总额比例情况，具体如下所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度

支付劳务派遣总工资	949.28	307.20	811.85
劳务派遣与一线生产员工时薪差异率	6.79%	-10.22%	-7.28%
差异总计	64.46	-31.39	-59.08
利润总额	15,564.96	6,721.16	5,024.10
差异占利润总额比例	0.41%	-0.47%	-1.18%

注：①假设转回前后劳务派遣工作人员的工作时长固定；

②模拟转回为正式员工的总薪酬差异情况为时薪差异率与支付劳务派遣总工资的乘积。

报告期内，用工成本差异金额分别为-59.08 万元、-31.39 万元和 64.46 万元，占当期利润总额的比例分别为-1.18%、-0.47%和 0.41%，若公司报告期内全部使用正式员工替代劳务派遣用工，差异金额对公司经营业绩不存在重大影响。

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和当地企业的情况基本相符。

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。

（四）劳务外包

2020 年 7 月起，发行人业务量进一步增加，部分产线不能满足生产需求，考虑到公司实际用工情况及人员招聘实际困难，发行人将部分焊接线采取外包服务，由外包公司在公司场地、利用公司设施组织安排相应环节的操作生产，为公司提供相应生产服务。

2020 年度，发行人劳务外包总采购额为 188.30 万元，占营业成本的比例为 0.31%，占比较小。

（五）公司执行社会保障制度、住房公积金制度及医疗保险制度情况

截至本招股说明书签署日，公司与员工按照《中华人民共和国劳动法》有关规定签订《劳动合同》，员工根据《劳动合同》承担义务和享受权利。

1、发行人社会保险情况

公司已按照国家有关政策规定，执行社会保障制度与医疗保险制度，为员工办理并缴纳了基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险。

报告期各期末，公司缴纳社会保险情况如下：

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
在册员工人数	1,067	602	675
社会保险缴纳人数	880	539	603
未缴纳社保人数	187	63	72
其中：退休返聘人员	90	32	27
新入职人员	70	14	24
境外员工及外籍人员	26	16	21
其他	1	1	0

报告期各期末，发行人及子公司员工总数分别为 675 人、602 人及 1,067 人，已缴纳社会保险的员工数量分别为 603 人、 539 人及 880 人。

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人尚有 187 人未缴纳社会保险，其主要原因如下：

（1）90 名员工系退休返聘，公司无需为其缴纳社会保险；

（2）70 名员工系新入职，公司正在为其办理社会保险缴费手续；

（3）26 名员工系境外子公司员工和外籍人员；

（4）1 名员工为其他情况。

2、发行人住房公积金情况

公司已按照国家有关政策规定，为员工办理并缴存住房公积金。

报告期各期末，公司缴纳住房公积金情况如下：

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
在册员工人数	1,067	602	675
住房公积金缴纳人数	879	539	591
未缴纳住房公积金人数	188	63	84
其中：退休返聘人员	90	32	27
新入职人员	71	14	24
境外员工及外籍人员	26	16	21
其他	1	1	12

报告期各期末，发行人及子公司员工总数分别为675人、602人及1,067人，已缴纳住房公积金的员工数量分别为591人、 539人及879人。

截至2020年12月31日，发行人尚有188人未缴纳住房公积金，其主要原因如下：

（1）90名员工系退休返聘，公司无需为其缴纳住房公积金；

（2）71名员工系新入职，公司正在为其办理住房公积金缴费手续；

（3）26名员工系境外子公司员工和外籍人员；

（4）1名员工为其他情况。

3、社保及公积金缴纳情况

（1）社保及公积金缴纳情况

①报告期内，发行人为员工缴纳各项社会保险及住房公积金缴纳基数

报告期内，发行人及其境内子公司在为员工缴纳各项社会保险及住房公积金时，按照员工的不同职级，以不低于缴纳地最低缴纳基数为前提确认了员工的分档缴纳基数。

②报告期各期末，发行人及其境内子公司缴纳社会保险、住房公积金的缴纳比例情况具体如下：

A.欧圣电气

项目	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	单位	个人	单位	个人	单位	个人
养老保险	0.00%[注]	8.00%	16.00%	8.00%	19.00%	8.00%

医疗保险	7.00%	2.00%	7.5%	2.00%	7.00%	2.00%
失业保险	0.00%[注]	0.50%	0.50%	0.50%	0.50%	0.50%
生育保险	0.80%	-	0.80%	-	0.80%	-
工伤保险	0.00%[注]	-	0.60%	-	1.3%	-
住房公积金	8.00%	8.00%	8.00%	8.00%	8.00%	8.00%

注：根据《关于延长阶段性减免企业社会保险费政策实施期限等问题的通知》（苏人社发[2020]79 号）的规定，免征中小微企业养老、失业、工伤保险（以下简称三项社会保险）单位缴费、免征按单位参保的个体工商户三项社会保险雇主缴费（不含应由个人缴费部分）政策延长执行到 2020 年 12 月底。

B.苏州伊利诺

项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	单位	个人	单位	个人	单位	个人
养老保险	0.00%[注]	8.00%	13.00%	8.00%	13.00%	8.00%
医疗保险	3.00%	2.00%	3.00%	2.00%	3.00%	2.00%
失业保险	0.00%[注]	0.50%	0.50%	0.50%	0.50%	0.50%
生育保险	0.80%	-	0.80%	-	0.80%	-
工伤保险	0.00%[注]	-	0.24%	-	0.24%	-
住房公积金	8.00%	8.00%	8.00%	8.00%	8.00%	8.00%

注：根据《关于延长阶段性减免企业社会保险费政策实施期限等问题的通知》（苏人社发[2020]79 号）的规定，免征中小微企业养老、失业、工伤保险单位缴费，政策延长执行到 2020 年 12 月底。

C.上海姿东

项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	单位	个人	单位	个人	单位	个人
养老保险	0.00%[注]	8.00%	16.00%	8.00%	20.00%	8.00%
医疗保险	8.00%	2%	7.50%	2.00%	7.50%	2.00%
地方附加医疗	2.00%	-	2.00%	-	2.00%	-
失业保险	0.00%[注]	0.50%	0.50%	0.50%	0.50%	0.50%
生育保险	合并入医疗保险	-	1.00%	-	1.00%	-
工伤保险	0.00%[注]	-	0.256%	-	0.16%	-
住房公积金	7.00%	7.00%	7.00%	7.00%	7.00%	7.00%

注：根据《关于延长本市阶段性减免企业社会保险费政策实施期限等问题的通知》（沪人社规〔2020〕14 号）的规定，免征中小微企业三项社会保险单位缴费的政策，延长执行到 2020 年 12 月底。

D.深圳洁德

项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	单位	个人	单位	个人	单位	个人
养老保险	0.00%	8.00%	13.00%	8.00%	-	-
医疗保险	5.20%	2.00%	0.60%	0.20%	-	-
失业保险	0.00%	0.30%	0.70%	0.30%	-	-
生育保险	0.45%	-	0.45%	-	-	-

工伤保险	0.00%	-	0.14%	-	-	-
住房公积金	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	-	-

注：根据《关于贯彻落实延长阶段性减免企业社会保险费政策实施期限有关问题的通知》（深人社发[2020]42 号）的规定，免征中小微企业三项社会保险单位缴费的政策，延长执行到 2020 年 12 月底。

保荐机构及发行人律师查阅了发行人所在地社会保险及公积金费率相关法律法规或地方性规定，发行人为员工缴纳社会保险及公积金费率比例符合公司所在地相关规定。

③报告期各期末，发行人及其子公司境内五险一金缴纳情况如下：

日期	项目	员工总数（人）	缴纳人数（人）	缴纳比例（%）	差异人员及原因
2020.12.31	养老保险	1067	880（公司部分免征）	82.47	（1）90 名为返聘人员，无需缴纳； （2）24 名为境外子公司员工，无需缴纳； （3）70 名为新入职员工，尚未办理相关手续； （4）1 名上家单位尚未停止为其缴纳； （5）2 名为外籍未缴纳。
	医疗保险	1067	880	82.47	（1）90 名为返聘人员，无需缴纳； （2）24 名为境外子公司员工，无需缴纳； （3）70 名为新入职员工，尚未办理相关手续； （4）1 名上家单位尚未停止为其缴纳； （5）2 名为外籍未缴纳。
	失业保险	1067	880（公司部分免缴）	82.47	（1）90 名为返聘人员，无需缴纳； （2）24 名为境外子公司员工，无需缴纳； （3）70 名为新入职员工，尚未办理相关手续； （4）1 名上家单位尚未停止为其缴纳； （5）2 名为外籍未缴纳。
	生育保险	1067	718	67.29	（1）90 名为返聘人员，无需缴纳； （2）24 名为境外子公司员工，无需缴纳； （3）70 名为新入职员工，尚未办理相关手续； （4）1 名上家单位尚未停止为其缴纳； （5）2 名为外籍未缴纳； （6）1 名办理延迟退休，次月补缴时无法补缴生育险； （7）91 名为工作人员操作失误误断社保，次月补缴时无法补缴生育险； （8）70 名 2020 年 11 月入职，2020 年 12 月当月未及时办理转入缴纳手续，次月补缴时无法补缴生育险。
	工伤保险	1067	718 人依据政策免征（公司缴纳	-	（1）90 名为返聘人员，无需缴纳； （2）24 名为境外子公司员工，无需缴纳； （3）70 名为新入职员工，尚未办理相关

			部分免征，无个人缴纳部分）		手续； （4）1 名上家单位尚未停止为其缴纳； （5）2 名为外籍未缴纳。 （6）1 名办理延迟退休，2020 年 12 月未能办理缴纳，次月补缴时无法补缴生育险； （7）91 名为工作人员操作失误误断社保，次月补缴时无法补缴生育险； （8）70 名 2020 年 11 月入职，2020 年 12 月当月未及时办理转入缴纳手续，次月补缴时无法补缴生育险； （9）718 名 2020 年 12 月缴纳社会保险时，根据政策免征。
	住房公积金	1067	879	82.38	（1）90 名为返聘人员； （2）71 名为新入职员工； （3）1 名上家单位尚未停止为其缴纳；发行人无法为其缴纳； （4）2 名为外籍未缴纳； （5）24 名为境外子公司员工
2019.12.31	养老保险	602	539	89.53	（1）32 名为返聘人员，无需缴纳； （2）14 名为新入职员工； （3）1 名为外籍未缴纳； （4）1 名试用期内不愿缴纳； （5）15 名为境外子公司员工，无需缴纳
	医疗保险	602	539	89.53	（1）32 名为返聘人员，无需缴纳； （2）14 名为新入职员工； （3）1 名为外籍未缴纳； （4）1 名试用期内不愿缴纳； （5）15 名为境外子公司员工，无需缴纳
	失业保险	602	539	89.53	（1）32 名为返聘人员，无需缴纳； （2）14 名为新入职员工； （3）1 名为外籍未缴纳； （4）1 名试用期内不愿缴纳； （5）15 名为境外子公司员工，无需缴纳
	生育保险	602	539	89.53	（1）32 名为返聘人员，无需缴纳； （2）14 名为新入职员工； （3）1 名为外籍未缴纳； （4）1 名试用期内不愿缴纳； （5）15 名为境外子公司员工，无需缴纳
	工伤保险	602	539	89.53	（1）32 名为返聘人员，无需缴纳； （2）14 名为新入职员工； （3）1 名为外籍未缴纳； （4）1 名试用期内不愿缴纳； （5）15 名为境外子公司员工，无需缴纳
	住房公积金	602	539	89.53	（1）32 名为返聘人员，无需缴纳； （2）14 名为新入职员工； （3）1 名为外籍未缴纳； （4）1 名试用期内不愿缴纳； （5）15 名为境外子公司员工，无需缴纳
2018.12.31	养老保险	675	603	89.33	（1）27 名为返聘人员；

					（2）24 名为新入职员工； （3）1 名员工为外籍； （4）20 名为境外子公司员工
	医疗保险	675	603	89.33	（1）27 名为返聘人员； （2）24 名为新入职员工； （3）1 名员工为外籍； （4）20 名为境外子公司员工
	失业保险	675	603	89.33	（1）27 名为返聘人员； （2）24 名为新入职员工； （3）1 名员工为外籍； （4）20 名为境外子公司员工
	生育保险	675	603	89.33	（1）27 名为返聘人员； （2）24 名为新入职员工； （3）1 名员工为外籍； （4）20 名为境外子公司员工
	工伤保险	675	603	89.33	（1）27 名为返聘人员； （2）24 名为新入职员工； （3）1 名员工为外籍； （4）20 名为境外子公司员工
	住房公积金	675	591	87.56	（1）27 名为返聘人员； （2）24 名为新入职员工； （3）1 名员工为外籍； （4）20 名为境外子公司员工； （5）12 名员工为其他

④各报告期末应缴未缴人数

报告期内发行人存在未足额为员工缴纳社会保险和住房公积金的情况，不符合《中华人民共和国社会保险法》和《住房公积金管理条例》等法律法规的规定。各报告期末，发行人应缴未缴纳职工社会保险和住房公积金的人数情况如下表所示：

项目	2020 年 12 月 31 日	占员工人数比例	2019 年 12 月 31 日	占员工人数比例	2018 年 12 月 31 日	占员工人数比例
养老保险	73	6.84%	16	2.66%	25	3.70%
医疗保险	73	6.84%	16	2.66%	25	3.70%
失业保险	73	6.84%	16	2.66%	25	3.70%
生育保险	235	22.02%	16	2.66%	25	3.70%
工伤保险	235	22.02%	16	2.66%	25	3.70%
住房公积金	73	6.84%	16	2.66%	37	5.48%

就上述情形，发行人实际控制人 WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 出具承诺函，若发行人及子公司因上市前未依法足额缴纳基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、生育保险、工伤保险、住房公积金的，如果在任何时候有权机关要求发行人或其子公司补缴，或者对发行人或其子公司进行处罚，或者有关人员向发行人或其子公司追索，或者发行人或其子公司因此引起诉讼、仲裁，本人承诺将

无条件全额承担该部分补缴、被处罚或被追索的支出及费用，且在承担后不向发行人或其子公司追偿，保证发行人或其子公司不会因此遭受任何损失。如果因未按照规定缴纳社会保险费和住房公积金而给发行人或其子公司带来任何其他费用支出和经济损失，本人将无偿代发行人承担。

根据发行人及其子公司所在地社会保险主管部门出具的证明，确认报告期内发行人及其子公司未因社保缴纳情况受到其行政处罚。

综上所述，报告期内发行人存在为员工缴纳社会保险的缴费基数不符合员工实际收入水平及未为部分员工缴纳社保、公积金的情况。鉴于：（1）报告期内发行人及其子公司为员工缴纳社会保险的缴费基数均不低于所在地区规定的缴费基数的下限；（2）对于可能存在的补缴或处罚风险，发行人的实际控制人已承诺由其全额承担；（3）发行人及其子公司所在地的社会保险主管部门已出具证明文件确认发行人及其子公司未受到社会保险方面行政处罚，因此，报告期内发行人及其子公司存在为员工缴纳社会保险的缴费基数不符合员工实际收入水平及未为部分员工缴纳社保、公积金的情况不会对发行人本次发行上市构成实质性障碍。

（2）发行人存在委托第三方代缴社保、住房公积金的情形

根据发行人说明及社保公积金缴纳凭证，发行人已缴纳社保、住房公积金人员中存在使用社保、公积金代缴形式为部分员工缴纳社保、住房公积金的情况。发行人分别与苏州得尔夫外包服务有限公司苏州分公司、得尔夫服务外包苏州有限公司园区分公司签订协议，约定由苏州得尔夫外包服务有限公司苏州分公司、得尔夫服务外包苏州有限公司园区分公司为发行人部分员工缴纳社会保险、住房公积金。

4、相关证明

（1）欧圣电气

2020 年 4 月 26 日，苏州市吴江区人力资源和社会保障局出具《证明》，确认：欧圣电气自 2017 年 1 月 1 日至 2020 年 3 月 31 日未发生因违反劳动和社会保障方面的法律、法规而受到行政处罚的情形。

2020 年 11 月 13 日，苏州市吴江区人力资源和社会保障局出具《证明》，确认：发行人已按规定参保，自 2018 年 11 月 1 日以来无劳动监察行政处理、处

罚记录。

2021 年 1 月 18 日，苏州市吴江区人力资源和社会保障局出具《证明》，发行人自 2017 年 1 月 1 日至 2021 年 1 月 18 日无劳动保障监察行政处理、处罚记录。

2020 年 4 月 22 日、2020 年 10 月 21 日、2021 年 3 月 5 日，苏州市住房公积金管理中心出具《证明》，确认：欧圣电气在住房公积金方面未受过任何行政处罚和行政处理。

（2）苏州伊利诺

2020 年 4 月 26 日、2020 年 10 月 26 日，苏州工业园区劳动和社会保障局出具《劳动和社会保险情况证明》，确认：苏州伊利诺自 2017 年 1 月至 2020 年 10 月认真遵循国家、省、市以及苏州工业园区有关劳动和社会保法律法规和相关规定，严格按照劳动法律法规依法与员工签订劳动合同，并按规定为员工缴纳园区社会保险（公积金），包含养老、医疗、失业、工伤、生育保险和住房保障等社会保障内容，无拖欠情况；未因违反劳动法法规和不缴纳社会保险费（公积金）的原因而受到行政处罚。

2021 年 3 月 15 日，苏州工业园区劳动和社会保障局出具《劳动和社会保险情况证明》，苏州伊利诺自 2018 年 1 月 1 日至 2021 年 3 月 11 日，没有因违反劳动和社会保障法律、法规被该局立案查处和行政处理处罚。

（3）上海姿东

2020 年 4 月 20 日，上海市公共信用信息服务中心出具《法人劳动监察行政处罚信用报告》，确认：上海姿东在 2017 年 1 月 1 日至 2020 年 3 月 31 日期间未受过上海市人力资源和社会保障局的处罚。

2020 年 10 月 23 日，上海市公共信用信息服务平台出具《法人劳动监察行政处罚信用报告》，上海姿东在 2017 年 1 月 1 日至 2020 年 9 月 30 日期间无劳动监察行政处罚信用记录。

2021 年 3 月 5 日，上海市公共信用信息服务平台出具《法人劳动监察行政处罚信用报告》，上海姿东在 2017 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日期间无劳动监察行政处罚信用记录。

2020 年 4 月 20 日，上海市公积金管理中心出具《证明》，确认：上海姿东

于 2016 年 10 月建立住房公积金账户，住房公积金账户处于正常缴存状态，自建立账户以来未有该中心行政处罚记录。

2020 年 10 月 19 日，上海市公积金管理中心出具《证明》，确认：上海姿东住房公积金账户处于正常缴存状态，在该中心未有行政处罚记录。

2021 年 3 月 4 日，上海市公积金管理中心出具《证明》，确认：上海姿东住房公积金账户处于正常缴存状态，在该中心未有行政处罚记录。

（4）深圳洁德

2020 年 4 月 30 日及 2020 年 10 月 19 日、2021 年 3 月 11 日，深圳市社会保险基金管理局出具《证明》，确认：深圳洁德 2019 年 8 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日期间无因违反社会保险法律、法规或者规章而被该局行政处罚记录。

2020 年 4 月 22 日及 2020 年 10 月 19 日、2021 年 4 月 7 日，深圳市住房公积金管理中心出具《证明》，确认：深圳洁德于 2019 年 8 月建立住房公积金账户，住房公积金账户处于正常缴存状态，2019 年 8 月至 2021 年 3 月，没有因违法违规而被该中心处罚的情形。

（5）欧圣美国

根据美国律师出具的《法律意见书》，发行人子公司欧圣美国公司严格遵守美国劳动和就业法律，不存在涉及员工的持续劳动争议、罢工或其他未偿债务，也没有受到威胁。

（6）欧圣国际

根据香港律师出具的《法律意见书》，发行人子公司欧圣国际在报告期内能够严格遵守当地有关劳动保障的法规要求，依法及时、足额为全体员工缴纳社会保险，并提供一切必要的劳动保障措施，未发生过重大劳动安全事故和重大劳动争议案件，也不存在因违反劳动保障的相关规定而遭受处罚的情况。

（7）欧圣日本

根据日本律师出具的《法律意见书》，欧圣日本在报告期内遵守日本的社会保险相关法规，为员工提供完备的社会保险，未发生严重的劳动安全事故，不存在因违法劳动法规而遭受到处罚。

（8）吉德投资

根据香港律师出具的《法律意见书》，发行人子公司吉德投资在报告期内未发生过重大劳动安全事故和重大劳动争议案件，也不存在因违反劳动保障的相关规定而遭受处罚的情况。

（9）香港洁德

根据香港律师出具的《法律意见书》，发行人子公司香港洁德在报告期内未发生过重大劳动安全事故和重大劳动争议案件，也不存在因违反劳动保障的相关规定而遭受处罚的情况。

5、发行人实际控制人出具的承诺

发行人实际控制人 WEIDONGLU、ESTHER YIFENG LU 出具承诺：若发行人及子公司因上市前未依法足额缴纳社会保险费或住房公积金的，如果在任何时候有权机关要求发行人补缴，或者对发行人进行处罚，或者有关人员向发行人或其子公司追索，或者发行人因此引起诉讼、仲裁，本人承诺将无条件全额承担该部分补缴、被处罚或被追索的支出及费用，且在承担后不向发行人追偿，保证发行人不会因此遭受任何损失。如果因未按照规定缴纳社会保险费和住房公积金而给发行人带来任何其他费用支出和经济损失，本人将无偿代发行人承担。

第六节 业务和技术

一、公司主营业务、主要产品及其经营模式

（一）公司主营业务、主要产品及主营业务收入构成情况

1、公司主营业务情况

公司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。

公司是国内综合优势领先的空气动力设备和清洁设备制造商之一，是江苏省科技厅、财政厅、税务局联合认定的“高新技术企业”，是江苏省经济和信息化委员会、发展和改革委员会、财政厅、科技厅、税务局、南京海关联合认定的“江苏省认定企业技术中心”，是“苏州市人民政府认定企业技术中心”，是中国通用机械工业协会压缩机分会会员单位、上海市康复器具协会会员单位。凭借较强的研究开发和自主创新能力，截至 2020 年 12 月 31 日，公司拥有 53 项发明专利，94 项实用新型专利，63 项外观设计专利，以及“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”等江苏省科技厅认定的高新技术产品。凭借严格的质量控制体系，公司通过了 ISO9001 质量管理体系认证，公司产品通过了全球 CB 认证、美国 ETL 认证、加拿大 CSA 认证、欧盟 CE 认证、澳大利亚 SAA 认证、日本 PSE 认证、中国 CCC 认证等在内的多项国际和国内标准认证。此外，公司拥有行业内领先的实验设备和产品检测能力，公司实验室已成为获得 Intertek 认可的卫星实验室。

凭借多年的专业研发和设计能力、稳定的产品质量和规模化的生产优势，公司积累了稳定的客户渠道和资源，获得了工具行业国际知名品牌 Stanley、Stanley Fatmax、Porter Cable、Dewalt、Craftsman、Black&Decker、Briggs&Stratton 的授权，并与 The Home Depot、Lowe’s、Walmart、Canadian Tire Corporation、Costco、Menards、Harbor Freight Tools 等世界知名零售商建立了长期稳定的合作关系。

2、公司主要产品情况

公司主要产品包括小型空压机和干湿两用吸尘器，产品特点及用途具体情况

如下：

主要产品	产品系列	工作原理	产品特点	主要应用领域
小型空压机	家用（100余种型号） 	通过活塞在气缸内的往复运动将机械能转换成气体压力而储存于罐体内，然后通过阀门元件对外提供空气动力	功率:0.3hp-1.5hp 最大工作压力：100psi-150psi 流量：0.5-4.0cfm@90psi 连接：气钉枪、充气枪、气动扳手、棘轮扳手等	家庭装修装饰、汽车维修等
	商用（50余种型号） 		功率:1.5hp-2.5hp 最大工作压力：150psi-225psi 流量：4.0-6.0cfm@90psi 连接：气钉枪、充气枪、气动扳手、棘轮扳手、黄油枪、喷枪、切割机、砂轮机等	建筑、装饰、汽车维修、小型制造加工等
干湿两用吸尘器	家用（150余种型号） 	通过动叶轮在电机的带动下高速运转，尘桶内的空气被排出，桶内形成一定的负压，桶外空气通过软管向桶内流动吸取尘屑、污水	功率：600-1200W 吸力：4KPa-16KPa 流量：40cfm-85cfm	家庭室内室外清洁、车内清洁等
	商用（20余种型号） 		功率：1000-1500W 吸力:13KPa-23KPa 流量：90cfm-150cfm	汽车维修店、酒店、超市等工作场所清洁

3、主营收入构成情况

报告期内，公司主营业务收入构成情况如下：

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
小型空压机	50,372.38	52.80%	34,579.60	57.79%	41,501.85	67.08%
干湿两用吸尘器	42,230.65	44.27%	23,717.45	39.63%	18,608.10	30.08%
配件及其他	2,791.99	2.93%	1,543.25	2.58%	1,755.80	2.84%

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
合计	95,395.02	100.00%	59,840.30	100.00%	61,865.76	100.00%

（二）公司主要经营模式

公司拥有独立完整的采购、生产和销售体系，依据自身情况、市场规则和运作机制，独立进行经营活动。

1、采购模式

公司采购的原材料为小型空压机和干湿两用吸尘器所需零部件，主要原材料包括金属件、塑料件、钢材、电机及组合件、电气件、阀表、包材图档等。公司综合考虑客户的订单规模以及交货期限等情况，采取“按需采购”的模式进行采购。

公司对于采购环节制定了规范的采购管理制度，采购工作计划由生产计划控制部门负责，在进行采购时，通过市场调查、比价、议价后，按照质优价廉的原则确定原材料的供应商，并签订采购合同，实施采购。公司品质部门对于新供应商导入进行检查，同时注意对原有供应商的产品按照公司质量标准定期进行控制检查。公司已形成稳定的原材料供应商渠道，原材料供应充足。

2、生产模式

公司主要实行“订单生产”的生产模式，制定并遵照执行订单计划控制流程、安全生产管理条例等内部制度，根据客户需求进行产品设计、安排生产并在规定期限内发货至指定地点。具体流程为：公司在获取客户的订单需求后，根据产品的交货期限安排生产，由公司的生产运营中心负责制定生产计划、安排原材料及配件的采购，在此基础上公司电机、钣金、装配等车间生产线进行生产并进行装配，快速响应客户需求。公司会委托外协加工商进行部分面板和曲轴箱的表面加工、碳刷组件的组装工序，外协单位均经过公司严格的资质条件、技术设备、供货能力审查。公司品质部门根据产品的执行标准对生产过程进行全过程的测试和检验，并负责产品的包装出货检验，同时进行日常生产线的改善和维护。公司研发中心及时设计方案，对客户的要求和产品使用过程中的反馈及时进行调整和改善，为提升公司产品的质量、外观设计要求提供保证。

3、销售模式

（1）按销售产品品牌分类

公司针对内销、外销业务不同的销售特点，考虑目标市场特点、自主品牌推广效果等因素，采取了 ODM 模式、品牌授权模式、OEM 模式、OBM 模式等具有针对性的多样化销售模式。报告期内，公司主要销售模式以 ODM 模式、品牌授权模式为主，公司 ODM、品牌授权、OEM 以及 OBM 等模式的划分标准及依据如下：

销售模式分类	产品研发设计	产品生产	终端产品品牌	销售渠道	举例
ODM	公司主导产品设计，公司为 ODM 合作方提供的产品配置表、产品设计图纸并经 ODM 合作方确认	公司根据 ODM 客户订单进行生产	ODM 合作方品牌	销售给 ODM 零售商	公司将研发设计的静音型小型空压机以境外知名零售商 Lowe’s 的 Kobalt 品牌向其销售
品牌授权	公司主导产品设计，公司向品牌授权方反馈设计的授权品牌的产品方案，并经品牌授权方认可	公司根据自有销售渠道订单进行生产	品牌授权方品牌	公司自有独立销售渠道，包括知名零售商、亚马逊平台	公司将研发设计的 DIY 系列干湿两用吸尘器，以授权的 Stanley 品牌向境外知名零售商 Walmart 等公司销售，同时公司向品牌授权方支付一定的品牌授权费用
OEM	OEM 合作方主导设计，OEM 合作方提供给公司的产品图纸	公司根据 OEM 客户订单进行生产	OEM 合作方品牌	销售给 OEM 品牌方	公司根据境外知名工具品牌商 Stanley Black&Decker 设计方案为其生产 Dewalt 品牌电池包系列干湿两用吸尘器，并向其销售
OBM	公司自主产品设计	公司根据自有销售渠道订单进行生产	公司自有品牌	公司自有独立销售渠道，包括知名零售商、亚马逊平台	公司将研发设计的干湿两用吸尘器，以自有品牌 Stealth 向境外知名零售商 Walmart 等公司销售

①ODM 模式

A. ODM 模式简介

世界知名零售商是公司产品销售的主要渠道，很多零售商拥有自有品牌和终端销售渠道，例如 The Home Depot 拥有 Husky 等品牌，Lowe’s 拥有 Kobalt 等品牌，Harbor Freight Tools 拥有 Bauer 等品牌，Menards 拥有 Masterforce、Toolshop、Performax 等品牌，公司产品以 ODM 进入境外连锁超市。在 ODM 模式下，公司在长期的经营中与世界知名零售商建立了稳定、良好的合作关系，公司

根据其不同需求自主开发、设计和试制产品以供客户选择，待客户确认并下达订单后组织生产，产品生产完成后直接发运至客户指定的交货地点，并由境外客户的销售渠道将产品销售给终端消费者。

B. ODM 模式下，公司与客户关于设计、生产等方面的具体约定

a.关于研发设计

公司负责产品的研发设计环节，公司根据客户的品牌定位、外观颜色、商标元素及其他产品性能要求独立主导产品的外观、结构设计开发，并将设计完成的产品设计图纸、产品配置表及产品样机发送给客户确认，客户对公司的产品研发设计提出的可行性评估及部分细节调整建议，公司根据客户的反馈意见进一步优化调整并与客户进行最终确认。

b.关于产品生产

公司负责产品的生产环节，公司根据经客户确认的产品设计图纸、产品配置表组织、安排生产。全球知名连锁零售商客户在对公司设计方案确认无误后，由公司先进行产品的手板开模并试制试产。全球知名连锁零售商会委托第三方检测机构对试产产品按照自身标准进行低温、低压启动、寿命等性能产前测试，公司同时通过第三方机构对试产产品进行符合进口国市场第三方安规认证，上述试产产品通过全球知名连锁零售商安排的产前测试和第三方安规认证后，公司开始按照订单批量生产。

c.产品质量检测

全球知名连锁零售商告知公司其所采购产品的目标销售市场及相应的质量标准要求，公司应当按照客户提供的质量标准要求安排组织生产。在公司生产新品过程中，全球知名连锁零售商会委托第三方检测机构按照自身标准进行产中测试(produnction test)。公司所生产的产品交付前会自行检验，合格品方可进行包装，以确保货物质量，全球知名连锁零售商提货时有权对货物质量是否符合订单要求进行检验。在公司生产新品在全球知名连锁零售商上架后，全球知名连锁零售商同时会在市场上直接抽取商品随机测试（random test)。

d.关于销售

全球知名零售商负责产品的终端销售，公司根据 ODM 零售商的订单安排生产并将贴有知名零售商品牌的产品交付给零售商客户，零售商客户通过其自有零售渠道对终端消费者进行销售，公司会根据市场上同类产品向知名零售商提供一个

建议零售价供参考，但最终零售价格由知名零售商自行确定。

C. 发行人对 ODM 客户不存在重大依赖

报告期内，发行人与 ODM 零售商签订的框架协议及实际执行中均未约定排他性销售、独家销售等内容，不是客户的独家 ODM 厂商。报告期内，公司对单一 ODM 客户的销售收入占主营业务收入比例均未超过 30%，公司不存在对 ODM 客户的销售重大依赖。

D. 发行人与 ODM 客户不存在因研发技术或权利归属问题产生纠纷争议

ODM 模式下，公司不存在与客户共同研发或受托研发情况，与 OEM 模式品牌商提供设计方案相比，ODM 模式下，基于对公司研发设计的产品认可，公司为知名零售商订单产品提供从研发、设计到生产、后期维护的全部服务。报告期内，ODM 模式下小型空压机和干湿两用吸尘器产品主要由公司主导产品的研发、设计，此过程中产生专利和非专利技术由公司所有。针对 ODM 模式合作过程中，公司所接触的 ODM 客户的知识产权（主要包括专利权、著作权、商标权）均属客户专有。此外，部分 ODM 客户会针对公司研发设计的样品提出更符合其品牌元素的外观设计指示建议，针对此部分设计概念和修改建议形成的知识产权由 ODM 零售商所有。报告期内，公司未因为研发技术或权利归属问题与 ODM 客户产生纠纷争议。

②品牌授权模式

在品牌授权模式下，公司与品牌授权商签署商标使用权协议，由公司主导产品开发设计，并在协议约定期限内、指定地域内选择客户进行销售，支付商标许可使用费。在小型空压机产品方面，公司取得了 Craftsman 、Briggs&Stratton 和 Dewalt 等知名品牌授权；在干湿两用吸尘器产品方面，公司取得了 Stanley、Stanley Fatmax 、Porter Cable、Dewalt、Black&Decker 和 Craftsman 等知名品牌授权。

报告期内，公司获得的品牌授权情况如下：

序号	品牌	授权产品	品牌授权商
1	Stanley	干湿两用吸尘器	美国史丹利百得（Stanley Black&Decker）公司，创办于 1843 年，总部设在美国康涅狄格州，主要生产手工工具、电动工具及相关配件、工程紧固系统，提供机械入口方案和电子安全方案。旗下拥有 Stanley 、Dewalt 、Porter Cable 、Black&Decker 等多个品牌。
2	Stanley Fatmax		
3	Porter Cable		
4	Dewalt		
5	Black&Decker		
6	Craftsman		

序号	品牌	授权产品	品牌授权商
7	Dewalt	小型空压机	
8	Craftsman		
9	Briggs & Stratton		美国百力通(Briggs&Stratton)公司,创办于 1908 年，总部设在美国威斯康辛州，主要生产和销售户外动力设备用发动机、高压清洗机、扫雪机、割草机、电动及气动工具。旗下拥有 Briggs&Stratton、Vanguard、Snapper 等多个电动及气动工具、发动机品牌。

小型空压机和干湿两用吸尘器在海外市场具有一定的品牌壁垒,海外消费者倾向于购买具有较高品牌美誉度的产品,海外零售商对于在其场所内销售的商品品牌知名度要求较高,公司主要将经知名品牌授权商授权的小型空压机或干湿两用吸尘器产品销售给有需求的零售商或终端零售客户,以满足其对于品牌知名度的要求。

③OEM 模式

公司根据客户的设计和质量要求进行产品生产,产品以客户指定的品牌进行销售。

④OBM 模式

公司依托自身研发设计能力和多年生产经营的经验积累，创立自主品牌“STEALTH”、“ALTON”、“欧圣”。作为干湿两用吸尘器和小型空压机原始品牌制造商（OBM），报告期内，公司逐渐尝试通过终端零售方式向境内外客户销售公司自主品牌产品。

经查阅发行人与 ODM、OEM 客户签署的销售合同、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》，走访、视频访谈发行人主要 ODM 客户 Lowe’s、The Home depot、Walmart、Canadian Tire Corporation、Menards、Costco 及 Harbor Freight Tools，视频访谈品牌授权方和 OEM 客户 Stanley Black&Decker，发行人与 ODM、OEM 客户之间不存在关于限制发行人进行自有品牌销售的约定，公司通过 OBM 模式销售具备商业合规性。

⑤不同销售模式下收入和毛利率变化情况

A. 不同销售模式下收入变化的原因及合理性

报告期内，公司主营业务收入按销售模式分析情况如下表：

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
ODM	52,628.93	55.17	34,832.19	58.21	40,335.55	65.20
品牌授权	38,370.47	40.22	22,108.96	36.95	18,996.63	30.71
OEM	2,730.38	2.86	2,370.34	3.96	2,194.30	3.55
OBM	1,665.25	1.75	528.80	0.88	339.28	0.55
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 ODM 和品牌授权模式为主。

报告期内，公司 ODM 模式下的收入分别为 40,335.55 万元、34,832.19 万元和 52,628.93 万元；2019 年，公司 ODM 模式销售额相比 2018 年下降较大，主要原因系 The Home Depot 基于自身产品系列的战略调整，降低了对公司 ODM 模式产品的采购规模；2020 年公司 ODM 模式销售额相比 2019 年增长较快，主要系境外疫情居家隔离政策和北美远程居家办公模式的兴起增加了手动工具的使用频率和消费需求，使得公司通过 ODM 模式对零售商销售规模增长较快。

报告期内，公司品牌授权模式下的收入分别为 18,996.63、22,108.96 和 38,370.47 万元，销售金额呈现上升趋势，主要系公司推出的高端品牌 Dewalt 干湿两用吸尘器对 Costco、 Lowe’s、Amazon 销售规模呈现不断放量增长趋势。

报告期内，公司 OEM 模式下的收入分别为 2,194.30 万元、2,370.34 万元和 2,730.38 万元，公司 OEM 模式下的收入较为稳定且占比较小，主要为公司通过 OEM 模式与 Stanley Black&Decker 进行合作，销售干湿两用吸尘器。

报告期内，公司 OBM 模式下的收入分别为 339.28 万元、528.80 万元和 1,665.25 万元；公司 OBM 模式下的收入金额及占比较小，其中，2020 年以来，公司 OBM 模式下的收入金额保持较快增长态势，主要是由于公司通过亚马逊电商平台销售自有品牌“STEALTH”产品增长较快所致。

B. 不同销售模式下毛利率变化及差异的原因和合理性

报告期内，公司主营业务毛利和毛利率按销售模式分析情况如下表：

单位：万元、%

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
ODM	15,661.85	29.76	9,991.81	28.69	8,473.32	21.01
品牌授权	19,636.24	51.18	9,932.35	44.92	5,703.10	30.02
OEM	631.49	23.13	648.26	27.35	594.39	27.09

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
OBM	684.54	41.11	186.71	35.31	39.96	11.78
合计	36,614.12	38.38	20,759.13	34.69	14,810.76	23.94

报告期内，公司 ODM 模式下的毛利率分别为 21.01%、28.69%和 29.76%，呈现上升趋势。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现上升趋势，剔除汇率波动的影响后,报告期内,公司 ODM 模式下的毛利率分别为 21.01%、25.66%和 26.82%。此外，由于公司主营业务成本中直接材料比例较高，公司主要原材料钢材、铜线铝线、塑料价格整体呈现下降的趋势，剔除原材料市场价格波动的影响后，公司 ODM 模式下的毛利率分别为 21.01%、24.13%和 23.50%，ODM 模式整体毛利率变化趋于稳定。

报告期内，公司品牌授权模式下的毛利率分别为 30.02%、44.92%和 51.18%，呈现逐渐上升趋势。报告期内，美元兑人民币的年平均汇率整体呈现上升趋势，公司主要原材料钢材、铜线铝线、塑料价格整体呈现下降的趋势，剔除汇率波动的影响后，报告期内，公司品牌授权模式下的毛利率分别为 30.02%、42.59%和 49.13%。在上述基础上，剔除原材料市场价格波动的影响后，公司品牌授权模式下的毛利率分别为 30.02%、41.41%和 46.83%。同时，受中美贸易战影响，2019 年以来，公司客户 Costco 贸易模式由 FOB 修改为 DDP，DDP 模式下，公司支付境外运保费和清关税费，对此公司相应上调产品价格，公司干湿两用吸尘器毛利率进一步大幅增长。此外,报告期内公司通过品牌授权对亚马逊销售收入增长较快，公司在产品定价时需要考虑关税、运费、平台交易费等费用因素，致使品牌授权毛利率进一步提高。剔除关税、海运费、平台交易费用三类主要费用影响，报告期内，公司品牌授权模式下的修正毛利率分别为 27.55%、29.37%和 28.20%，品牌授权模式整体毛利率变化趋于稳定。

报告期内，公司 OEM 模式下的毛利率分别为 27.09%、27.35%和 23.13%，OEM 模式下毛利率水平整体保持稳定。公司 OEM 模式主要客户系 Stanley Black&Decker，公司通过 OEM 模式与 Stanley Black&Decker 进行合作，销售干湿两用吸尘器。

报告期内，公司 OBM 模式下的毛利率分别为 11.78%、35.31%和 41.11%。2018 年公司 OBM 模式下的毛利率较低，主要系 2018 年，公司 OBM 模式对外销售以国

内天猫等平台为主，与出口销售相比产品定价偏低。2019 年以来，公司持续开拓了亚马逊电商平台销售渠道，公司 OBM 模式以海外亚马逊电商等平台销售“STEALTH”、“ALTON”品牌为主，毛利率水平基本达到出口销售的平均水平。2020 年，受新冠疫情影响，公司 OBM 模式产品在亚马逊平台放量显著，由于亚马逊平台公司承担多项推广费用，整体产品定价较高，致使 2020 年公司 OBM 模式毛利率进一步高于往年水平。

（2）按销售渠道分类

针对不同的销售渠道，公司采取了出口模式、线下模式、网络模式等三种销售模式。报告期内，公司主要销售模式以出口销售模式为主，具体如下：

①出口销售模式

公司产品从中国海关主要通过 FOB/FCA、DDP 方式直接出口至 Walmart 等知名零售商。FOB/FCA 模式下，Walmart 等客户凭提单于境外港口自行提货；DDP 模式下，由货运代理公司直接运送到客户指定地点。报告期内，公司主要销售模式以出口销售模式为主。

②线下销售模式

境外方面，线下销售主要为公司产品从美国直接销售给 Walmart 等知名零售商客户，公司产品从美国仓库直接发送至 Walmart 等客户指定地点或客户自行提货；境内方面，线下销售主要为公司产品直接销售给少数零星企业客户，公司产品从中国仓库发送至境内少数零星客户或客户自行提货。报告期内，公司产品线下销售收入占主营收入比例均未超过 5.00%，且主要为 Walmart 等知名零售客户。

③网络销售模式

报告期内，公司逐渐尝试通过亚马逊等网络平台销售和推广公司产品，网络销售分为 B2B 模式和 B2C 模式。B2B 模式下，采用供应商平台（VC，VENDOR CENTRAL），由亚马逊经营相关商品，亚马逊根据自身销售情况向公司下达订单，亚马逊向公司支付相关产品采购款。B2C 模式下，公司主要在亚马逊平台销售，采用销售商平台（SC，SELLER CENTRAL），公司在亚马逊平台直接接受用户订单，用户在线购买产品后，公司向用户发送货物物流，货款由用户支付到公司亚马逊账户。报告期内，公司网络销售收入占主营业务收入比例均未超过 12.00%，且主要为 B2B 模式，公司通过网络平台对个人用户销售金额较低。

（3）结算模式

对于出口销售和境外线下销售客户，公司主要收款方式为电汇（T/T）、信用证（L/C）等，以美元结算。收款方式主要包括：①对于资信情况较为良好的客户，在一定信用期内（一般 10-135 天）收取全款；②对于部分规模较小，初期合作的客户，公司预收一定比例的货款，出货后向客户收取余款，在收到全款后交单。

对于境内线下销售客户，公司销售主要采用“先收款，再发货”的结算模式。

对于网络销售模式，亚马逊 B2B 模式下，亚马逊向公司支付相关产品采购款；亚马逊 B2C 模式下，货款由用户支付给亚马逊等平台账号。

4、研发模式

公司研发中心采用“产品结构研发团队+产品外观设计团队+电机研发团队+专业品质与测试团队+项目管理团队”的联合协作研发模式。其中产品结构研发团队负责小型空压机、干湿两用吸尘器等产品新技术研发及整体结构设计工作；产品外观设计团队负责对小型空压机、干湿两用吸尘器等产品进行概念设计、外观设计、平面设计工作；电机研发团队负责新电机研发工作；专业品质与测试团队负责对新开发产品的质量策划和测试验证，保证产品品质性能符合设计要求；项目管理团队负责对项目全流程进行监控，推进标准化的项目开发流程，对产品开发过程中的范围、时间、质量、成本、风险进行管控，实现项目预期收益。公司现有研发模式既保证了各研发项目的方向性和专业性，又注重商业合理性和时效性，可以有效整合资源，快速交付符合市场需要及公司战略目标的商业产品，从而收获项目研发的成果收益。

5、采用目前经营模式的原因、影响经营模式的关键因素，在报告期内的变化情况及未来变化趋势

公司结合主营业务、主要产品、行业发展趋势、市场需求状况、上下游发展情况、企业发展阶段等综合因素，形成了目前的经营模式。公司与主要客户签订框架供货协议，建立了长期、稳固的合作关系。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自主品牌“STEALTH”、“ALTON”、“欧圣”干湿两用吸尘器和小型空压产品的经营模式。公司预计在

未来一定时期内，仍将采用上述经营模式，并通过第三方线上平台扩大自主品牌在终端零售市场影响力。

6、经营模式创新性

近年来，随着互联网技术的应用不断创新，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。

（三）设立以来主营业务、主要产品和主要经营模式的演变情况

公司自设立以来，一直从事小型空压机和干湿两用吸尘器的研发、生产制造和销售，主营业务、主要产品和主要经营模式未发生重大变化。公司共经历了以下三个发展阶段：

1、业务拓展期（2009 年至 2012 年）

公司成立以来专注小型空压机和干湿两用吸尘器的研发、生产和销售，并确立了以海外零售商为主要目标市场的经营策略。经过前期的拓展，公司开始获取海外零售商小规模订单并进行试生产，并逐渐与 Canadian Tire Corporation、Walmart、Costco、Menards 建立业务合作关系。

2、快速发展期（2013 年至 2017 年）

2013 年以来，公司逐步总结小型空压机和干湿两用吸尘器生产的关键技术和经验，并开始组建专业化的研发团队，逐步掌握电机等核心技术，实现了从概念研究到规模化生产的全过程研发，成为国内为数不多的同时专业生产小型空压机和干湿两用吸尘器企业之一。公司对 Lowe’s、The Home Depot 等国际知名零售商销售订单开始放量增长，并逐渐建立了稳定的业务合作关系。与此同时，公司先后获得了 Stanley Black&Decker 关于 Stanley、Porter Cable 等系列品牌的授权，并通过品牌授权模式持续开拓 Walmart、Costco 等主要客户市场。至此，

公司确立了以境外知名零售商为主要产品市场，以品牌授权和 ODM 为主要销售模式的业务模式。

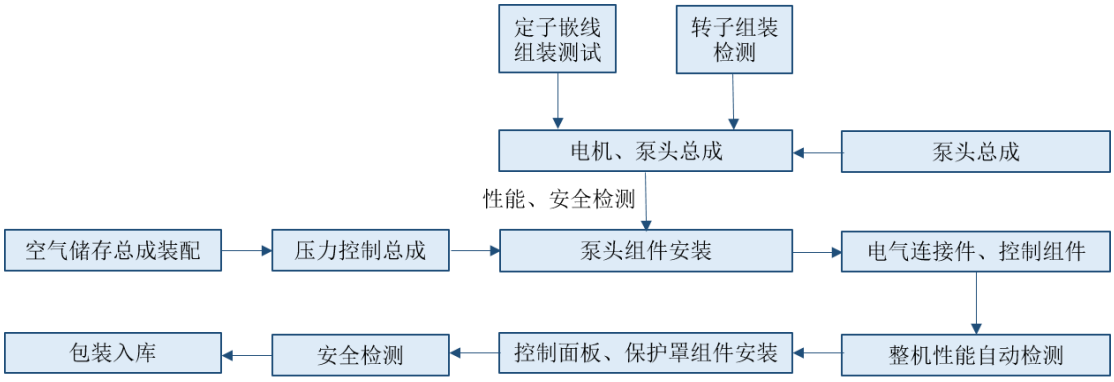
3、业务跨越发展期（2018 年至今）

2018 年以来，随着业务发展，公司通过产品研发创新和品牌竞争策略，开始将产品结构向中高端发展。小型空压机方面，公司研究开发了高端静音机产品，该类产品提高了公司产品竞争力和产品附加值，公司小型空压机产品结构逐渐从普通空压机向静音型空压机转换。干湿两用吸尘器方面，公司产品研发与设计技术获得了 Stanley Black&Decker 认可，公司推出了高端品牌 Dewalt 系列产品，该系列产品销量呈现爆发式增长，公司干湿两用吸尘器产品结构逐渐从 Stanley 品牌系列向 Dewalt 等高端品牌系列转换。与此同时，公司通过创立自主品牌“STEALTH”、“ALTON”、“欧圣”并开始尝试向 OBM 模式转变，扩大自主品牌在终端零售市场影响力，力争成为具有自主创新能力的国际知名企业。

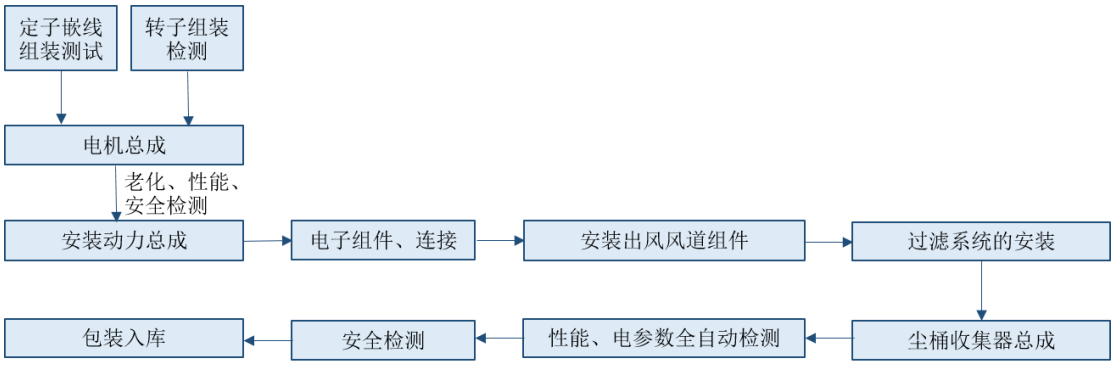
（四）主要产品工艺流程图

公司主要产品为小型空压机、干湿两用吸尘器，主要生产工艺流程图分别如下：

1、小型空压机产品



2、干湿两用吸尘器产品



（五）生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力

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，公司不属于重污染企业，在生产过程中产生少量的废气、废水、固体废弃物以及噪声，对周边环境影响较小。自设立以来，公司严格执行国家环境保护相关的法律法规，制定了较为完善的环境保护规章制度，并采取有效措施消除生产经营对环境的不良影响，现有产品的生产工艺及生产过程不涉及可能对环境保护产生重大影响的情况。

公司在生产过程中高度重视环境保护工作，一直严格按照国家和地方政府的环保要求，坚持“清洁生产、可持续发展”的原则。公司日常生产经营严格遵守国家环保法律法规，保证生产经营对环境的影响降到最低。报告期内，公司日常生产经营活动符合相关环境保护法律法规的要求，未发生因违反国家及地方环境保护法律法规而被处罚的情形。

（六）产品质量控制情况

1、公司不同销售模式与相关客户关于产品质量售后服务、产品质量责任承担等约定情况和实际承担情况

经查阅发行人与 ODM、OEM 等客户及亚马逊签署的框架销售协议、发行人与品牌授权方签署的商标使用权协议，走访、视频访谈发行人主要客户和品牌方，并经发行人确认，发行人与 ODM、OEM 客户、品牌授权合作方及在亚马逊第三方线上平台之间关于产品售后服务、产品责任承担等约定情况如下：

（1）ODM 模式

在 ODM 模式下，存在三种售后服务模式：①发行人提供售后服务，产品售后

费用由发行人承担。采用该种售后服务模式的主要客户有 Walmart、The Home Depot、Costco、Menards、Amazon；②客户指定售后服务公司，公司承担售后费用。采用该种售后服务模式的主要客户有 Lowe’s；③客户自己提供售后服务，产品售后费用由客户承担。除前述客户，其他客户一般采用该种售后服务模式，其中主要客户有 Canadian Tire Corporation、Harbor Freight Tools。

发行人保证产品的质量符合法律法规或客户指定质量标准，若发行人销售的产品存在质量问题、缺陷，客户有权拒收或退回，若导致客户或第三方损失的，责任由发行人承担。

（2）OEM 模式

发行人主要 OEM 客户为 Stanley Black&Decker，在 OEM 模式下，售后服务由客户负责，终端产品售后费用由客户承担。发行人保证产品符合产品规格及质量标准的规定，无工艺、材料、设计、质量等方面的缺陷，若存在问题，客户有权拒收或退回，若导致客户或第三方损失的，责任由发行人承担。

（3）品牌授权模式

在品牌授权模式下，售后服务由发行人负责，产品售后费用由发行人承担。发行人需保证其制造、销售或分销的每一种许可产品都应具有良好的质量，若因产品质量问题发生纠纷，则相关责任由发行人承担。

（4）第三方平台销售模式

经查阅亚马逊、淘宝平台规则，B2C 模式发生的产品售后服务由发行人承担，发生产品质量、无理由退货等问题，由发行人承担。亚马逊 B2B 模式产品的售后服务由亚马逊提供。

根据发行人说明、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》，并经核查，发行人能够按照合同的约定履行相应义务并承担相应责任，报告期内，发行人与客户未因售后服务或产品质量发生过重大纠纷。

2、发行人报告期内未发生产品质量纠纷和产品质量事故

苏州市吴江区市场监督管理局分别于 2020 年 5 月 8 日、2020 年 10 月 22 日、2021 年 3 月 31 日出具证明，确认 2017 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日期间，发行人在其辖区内除受到原区物价局两次处罚外，没有受到工商行政管理、质量技术监督管理和食品药品监管管理的行政处罚。

中国（上海）自由贸易试验区市场监督管理局于 2020 年 1 月 19 日出具证明，确认上海姿东自 2017 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日，没有违反市场监管局管辖范围内的相关法律法规的行政处罚记录。

中国（上海）自由贸易试验区市场监督管理局分别于 2020 年 10 月 28 日、2021 年 3 月 4 日出具证明，确认上海姿东自 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，没有上海市市场监督管理部门作出的行政处罚记录。

苏州工业园区市场监督管理局于 2021 年 3 月 11 日出具证明，确认自 2017 年 1 月 1 日至 2021 年 3 月 11 日，苏州伊利诺在该局辖区内未被发现违反该局职责的相关法律、法规等规范性文件规定，未被该局查处过。

深圳市市场监督管理局分别于 2020 年 10 月 16 日、2021 年 3 月 9 日出具证明，确认自成立之日（成立日期 2019 年 7 月 17 日）至 2020 年 12 月 31 日，深圳洁德没有违反市场（包括工商、质量监督、知识产权、食品药品、医疗器械、化妆品和价格检查等）监督管理有关法律法规的记录。

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》，发行人子公司欧圣美国在报告期内未违反或违背任何与所售产品质量相关的适用联邦和州法律或法规，不存在任何针对公司或其任何高级职员、董事或雇员提起的关于任何产品质量法律和法规方面的法律或衡平法上的诉讼或法律程序，也不存在向任何委员会或其他行政机构提出的未决或威胁公司的政府审查。

根据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》，发行人子公司欧圣国际在报告期内不存在因违反当地有关产品质量和技术监督相关法律法规而遭受处罚的情况。

根据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》，发行人子公司欧圣日本在报告期内未曾出现因违反质量相关法律法规而遭受处罚的情况。

根据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》，发行人子公司吉德投资在报告期内不存在因违反有关产品质量和技术监督相关法律法规而遭受处罚的情况。

根据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》，发行人子公司香港洁德在报告期内不存在因违反有关产品质量和技术监督相关法律法规而遭受处罚的情况。

根据发行人出具的确认函，发行人报告期内未发生产品质量纠纷和产品质量事故，未因此承担产品质量纠纷导致的赔偿责任。

根据公开检索查询中国裁判文书网等网络公开信息，报告期内，发行人与其客户之间不存在因产品质量事务等问题产生的纠纷。

综上，发行人报告期内未发生产品质量纠纷和产品质量事故。

3、发行人报告期内不存在因产品质量问题被亚马逊、天猫线上销售平台实施措施或处罚的情形

报告期内，发行人主要在第三方线上平台亚马逊、天猫平台进行线上销售。

经访谈发行人第三方线上销售平台业务负责人员，并经核查发行人网络销售平台后台系统，发行人报告期内不存在被亚马逊、天猫线上销售平台实施措施或处罚的情形。

二、公司所处行业的基本情况

（一）所属行业及确定所属行业的依据

公司主要产品为小型空压机和干湿两用吸尘器，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。

根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017）标准，公司小型空压机和干湿两用吸尘器产品所处行业属于 C38 电气机械和器材制造业。

（二）所属行业的行业主管部门、行业监管体制、行业主要法律法规政策及对发行人经营发展的影响

1、行业主管部门和监管体制

小型空压机和干湿两用吸尘器行业主管部门是国家发改委、国家工信部等相关部门；小型空压机行业自律组织是中国通用机械工业协会压缩机分会、中国机

电产品进出口商会，干湿两用吸尘器行业自律组织是中国家用电器协会。上述政府部门和行业协会对行业的管理仅限于产业政策制定、行业发展规划等宏观管理，行业内企业的业务管理和生产经营完全按照市场化的方式进行。

行业的主管部门及其主要职能情况如下：

机构名称	职能
行政管理部门	
国家发改委	承担行业发展的宏观管理职能，主要负责制定产业政策，指导技术改造。
国家工信部	对行业进行行政管理，主要负责拟定并组织实施工业行业规划、产业政策和标准，检测工业行业日常运行，推动重大技术装备发展和自主创新。
行业自律组织	
中国通用机械工业协会压缩机分会	对行业信息进行收集与分析，制定行业标准，规范企业生产经营，发挥政府与压缩机生产企业间的桥梁和纽带作用，推动我国压缩机行业技术进步，提高压缩机工业水平。
中国机电产品进出口商会	对外贸易有关的生产、营销、信息、培训等方面的服务，发挥协调和自律作用，依法提出有关对外贸易救济措施的申请，维护成员和行业的利益，向政府有关部门反映成员有关对外贸易的建议，开展对外贸易促进活动。
中国家用电器协会	为行业发展服务；维护行业健康的竞争秩序；代表会员企业利益，向政府反映企业的意见与要求，在企业和政府部门之间发挥桥梁和纽带作用；促进产业发展、维护产业安全。

2、行业主要政策法规及对发行人经营发展的影响

（1）行业主要政策法规

序号	法律法规及政策名称	颁布日期	颁布单位	主要内容
1	《国家外汇管理局关于支持贸易新业态发展的通知》	2020.05	国家外汇管理局	从事跨境电子商务的企业可将出口货物在境外发生的仓储、物流、税收等费用与出口货款轧差结算，并按规定办理实际收付数据和还原数据申报。跨境电子商务企业出口至海外仓销售的货物，汇回的实际销售收入可与相应货物的出口报关金额不一致。跨境电子商务企业按现行货物贸易外汇管理规定报送外汇业务报告。
2	《工业和信息化部关于促进制造业产品和服务质量提升的实施意见》	2019.09	国家工信部	促进消费品工业提质升级。制定发布升级和创新消费品指南，推动轻工纺织等行业的创新产品发布。培育壮大个性化定制企业和平台，推动企业发展个性定制、规模定制、高端定制。
3	《完善促进消费体制机制实施方案（2018-2020	2018.10	国务院	加快推进重点领域产品和服务标准建设。主要包括将内外销产品“同线同标同质”工程实施范围逐步由食品农产品领域向消费品等其他领域拓展，加强

序号	法律法规及政策名称	颁布日期	颁布单位	主要内容
	年)》			消费产品和服务标准制定等政策措施
4	《消费品标准和质量提升规划（2016-2020年）》	2016.09	国务院	适应家用电器高端化、智能化发展趋势，加大团队标准和高水平企业标准地供给力度；开展家用电器产品分等分级和评价标准化工作等。
5	《轻工业发展规划（2016－2020年）》	2016.08	国家工信部	优化出口产品结构，努力提高机电产品和一般贸易的比重，培育出口竞争新优势，力争保持轻工产品在国际市场份额中的优势地位。
6	《国务院关于促进外贸回稳向好的若干意见》	2016.05	国务院	鼓励外贸企业创立自主品牌，提升出口质量。建立品牌商品出口统计制度。提高非商业性境外办展质量，培育一批重点行业专业性境外品牌展。
7	《国务院关于促进加工贸易创新发展的若干意见》	2016.01	国务院	推动加工贸易企业由单纯的贴牌生产（OEM）向委托设计（ODM）、自有品牌（OBM）方式发展。鼓励加大研发投入和技术改造力度，加强与高等院校、科研机构协同创新，提高生产自动化、智能化水平。
8	国务院关于印发《中国制造2025》的通知	2015.05	国务院	加强绿色产品研发应用，推广轻量化、低功耗、易回收等技术工艺，持续提升电机、锅炉、内燃机及电器等终端用能产品能效水平，加快淘汰落后机电产品和技术。积极引领新兴产业高起点绿色发展，大幅降低电子信息产品生产、使用能耗及限用物质含量，建设绿色数据中心和绿色基站，大力促进新材料、新能源、高端装备、生物产业绿色低碳发展。
9	《轻工业“十二五”发展规划》	2012.01	国家工信部	推进轻工业技术装备水平提升，优化生产流程，提高劳动生产率和产品质量。加大应用数字化、自动化技术改造提升传统产业力度，推动研发设计、生产、流通、企业管理等环节的信息化改造升级。
10	《中国家用电器工业“十二五”发展规划的建议》	2011.05	中国家用电器协会	要通过 10 年努力实现由家电大国成为家电强国的目标，重点发展附加值高的高端家电产品，对家电工业的共性技术和关键技术的研究、标准化建设、自主品牌的培育、关键零部件的研发和重大装备技术改造、新型的节能环保产品、创新产品的产业化试点及市场化等给予政策和资金支持，着重通过对关键零部件的政策和资金支持来提升整机发展水平；给予国家科技支撑项目基金。
11	《关于加快我国家用电器行业自主品牌建	2011.01	国家工信部	提出家电行业亟需进一步强化品牌意识，提高核心技术研发和工业设计水平，提升品牌国际化的经营能力，提高

序号	法律法规及政策名称	颁布日期	颁布单位	主要内容
	设的指导意见》			在全球产业链中的地位和国际市场影响力。同时，加强自主品牌建设，推动我国家电行业由制造优势向品牌优势转化。
12	《关于加快中国家用电器行业转型升级的指导意见》	2009.12	国家工信部	要根据国内外消费结构升级的发展趋势和市场特点，提高绿色设计水平，开发适合不同消费需求的节能、节材、环保的家电产品。大力提高小家电产品的工业设计和制造工艺水平。研究利用信息技术提高家电产品的智能化水平。

（2）行业主要政策法规对发行人经营发展的影响

近年来，国家先后颁布了多项政策文件，对工业消费品外贸出口型企业的经营模式提出了发展意见。2016 年，国务院先后颁布了《国务院关于促进加工贸易创新发展的若干意见》、《国务院关于促进外贸回稳向好的若干意见》，提出“推动加工贸易企业由单纯的贴牌生产（OEM）向委托设计（ODM）、自有品牌（OBM）方式发展。鼓励加大研发投入和技术改造力度，加强与高等院校、科研机构协同创新，提高生产自动化、智能化水平。鼓励外贸企业创立自主品牌，提升出口质量。”在上述政策背景下，发行人一方面通过不断增强自身研发设计能力，逐渐减少单纯的贴牌生产（OEM）模式，积极以 ODM 模式、品牌授权模式为主出口小型空压机和干湿两用吸尘器相关产品；另一方面，发行人创立自主品牌“STEALTH”、“ALTON”、“欧圣”，并积极向境内外客户销售自主品牌产品，扩大自主品牌的市场影响力。

十三五期间，小型空压机和干湿两用吸尘器等相关消费产品创新能力和产业质量升级成为国家产业政策重点规划和支持的发展方向。工信部在《轻工业发展规划（2016－2020 年）》指出“努力提高机电产品和一般贸易的比重，培育出口竞争新优势，力争保持轻工产品在国际市场份额中的优势地位”的产业发展规划。2018 年，国务院《完善促进消费体制机制实施方案(2018-2020 年)》提出“加快推进重点领域产品和服务标准建设。将内外销产品‘同线同标同质’工程实施范围逐步由食品农产品领域向消费品等其他领域拓展，加强消费产品和服务标准制定”等产业实施方案。2019 年 9 月，工信部在《工业和信息化部关于促进制造业产品和服务质量提升的实施意见》提出了“促进消费品工业提质升级。制定发布升级和创新消费品指南，推动轻工纺织等行业的创新产品发布”等产业指导

意见。在上述政策背景下，小型空压机和干湿两用吸尘器产品正逐渐从经济适用型产品向节能高效环保、智能化、安静舒适等高技术含量产品特点发展。受上述产业政策引导，公司不断加强技术与市场的联动，开发出数百款健康绿色化、节能高效化的小型空压机和干湿两用吸尘器产品，持续保持公司在产品性能、品质和电机效率等方面的竞争优势，不断提升公司产品在国际市场的份额。

（三）行业发展情况

1、行业发展概况

（1）小型空气压缩机

①空气压缩机概述

空气压缩机是一种用以压缩气体的设备，它能够将电机的机械能转换成气体压力能，主要用于为轻工制造、矿山、电子、机械制造、电力、冶金、医药、食品、石油及化工、建筑装修装饰、汽车维修等行业提供空气动力。市场上广泛应用的空气压缩机主要是螺杆式空气压缩机和活塞式空气压缩机。

螺杆式空气压缩机依靠一对平行排列、相互啮合的螺杆转子与机壳形成压缩腔，通过螺杆转子齿间容积的变化而提高气体空气压力，主要由螺杆主机、动力（电动机或柴油机）、压力容器、电控系统等部分组成，主要应用于机械制造、化工和石化、矿山冶金等工业领域。

活塞式空气压缩机是靠活塞在气缸中作往复运动来压缩空气，主要由驱动电机、传动装置、储气罐、安全阀、压力表等部分构成。活塞式空气压缩机于 19 世纪初在欧美国家成功研制，经过在使用中不断地改进和技术积累，其生产技术日趋成熟、使用效果稳定，具有非常普遍的应用，拥有较大的市场需求，可用于建筑、装饰、汽车维修、机械制造等领域。

公司生产的空气压缩机为小型活塞式空气压缩机（排气量<6cfm）（以下简称“小型空压机”），在应用领域和终端用户上与工业用活塞式空气压缩机有显著的区别，在产品的可靠性要求、外观设计等方面也存在较大差异。工业用活塞式空气压缩机为矿山、电力、冶金等工业场所提供大流量的空气动力。小型空压机主要与气钉枪、充气枪、气动扳手、棘轮扳手、黄油枪、喷枪、砂轮机等家用气动工具相连接，为住宅、公共建筑和汽车维修养护店等家庭及商业场所提供小流量的空气动力。



②小型空压机行业现状及前景

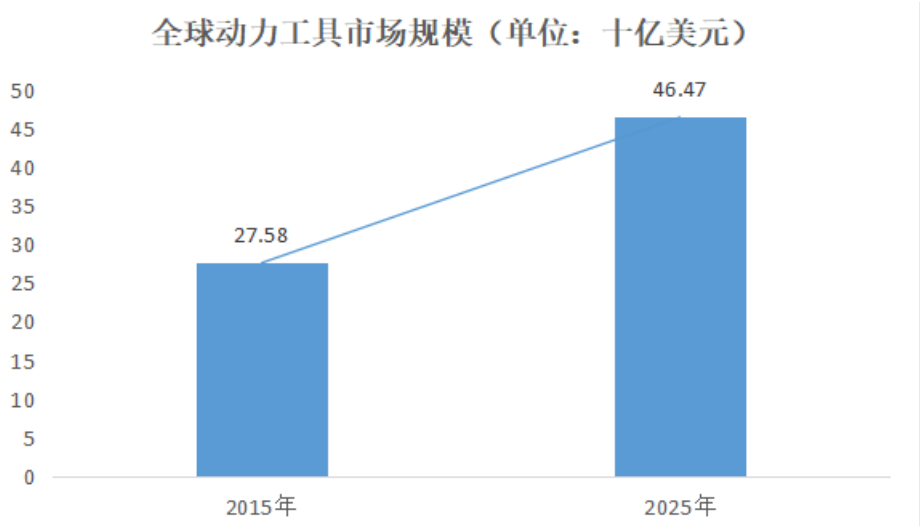
A 小型空压机行业与气动工具行业有着紧密的关联度

小型空压机作为气动工具的动力元件，是气动工具获得压缩空气的能源装置，因此小型空压机行业与气动工具行业有着紧密的关联度，行业发展与气动工具行业的发展过程相似度较高。

B 气动工具行业持续发展

2015 年全球动力工具市场规模为 275.8 亿美元，德国莱茵 TUV 集团预计到 2025 年全球动力工具市场规模可达 464.7 亿美元，年复合增长率达到 5.4%。目前北美、欧洲和亚太地区为全球三大动力工具市场，总计占有超过 70%的市场份额，亚太地区是全球制造动力工具中成长最快速的地区[1]。

[1]德国莱茵 TUV：《2016 年中国电动工具市场白皮书》，2016/7/29。



数据来源：德国莱茵TUV集团《2016年中国电动工具市场白皮书》

动力工具一般分为电动工具、气动工具和以内燃机（汽油机/柴油机）驱动的工具及其他三种类别。目前，电动工具的市场份额仍较高。根据德国莱茵 TUV 集团公布的《2016 年中国电动工具市场白皮书》，欧洲市场电动工具约占动力工具市场份额 75%，气动工具市场份额约 15%。因为气动工具具有以下比较优势，在房屋装配、汽车修理市场，气动工具的出现在很大程度上取代了电动工具：①操作便捷：气动工具通过供气阀手柄以及调整调节阀可以很简单地进行操作，转速范围上能提供从 100rpm 到 70,000rpm 更多级别的选择，在同样输出功率的情况下，机身小巧寿命长，适合长时间工作；②环境适应能力强：气动工具能在温度范围很宽、潮湿和有灰尘的环境下可靠工作，浸水时不会产生电火花，安全性高；③按重量容积之比输出功率大：气动工具在同样的输出功率下，比电动工具小型轻量。因此尽管目前动力工具市场中电动工具的市场份额仍占比最大，但是气动工具的比例在持续增加。

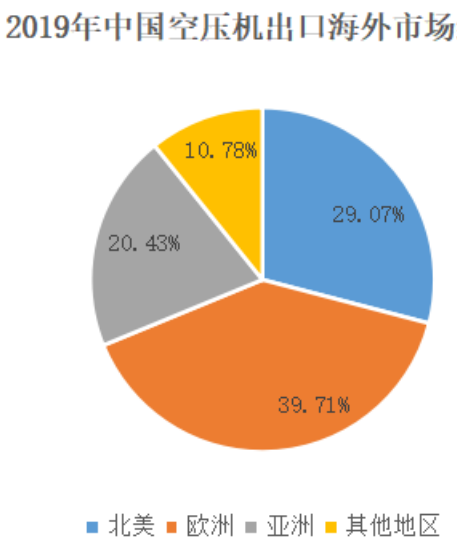
C 欧美发达国家为小型空压机主要消费市场，中国等发展中国家为小型空压机生产制造基地

欧美发达国家气动工具以及相应的空气动力设备市场需求规模较大，多年来保持持续的增长，欧美等发达国家和地区也是小型空压机的主要消费市场。小型空压机在欧美地区使用历史悠久，行业技术发展较为成熟、市场竞争较为充分。该行业的发展与当地人们的生活习惯有着紧密的联系。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空气动力设备需求量较大。小型空压机的使用寿命通常在 300-500 小时，能够极大程度地满足 DIY 消费者和部分专业级消费者对于空气动力设备的需求，因此极其受到欧美国家和地区消费者的青睐。随着工艺技术的积累，以静音空压机为代表的小型空压机在日本等亚洲国家和地区也广受欢迎。

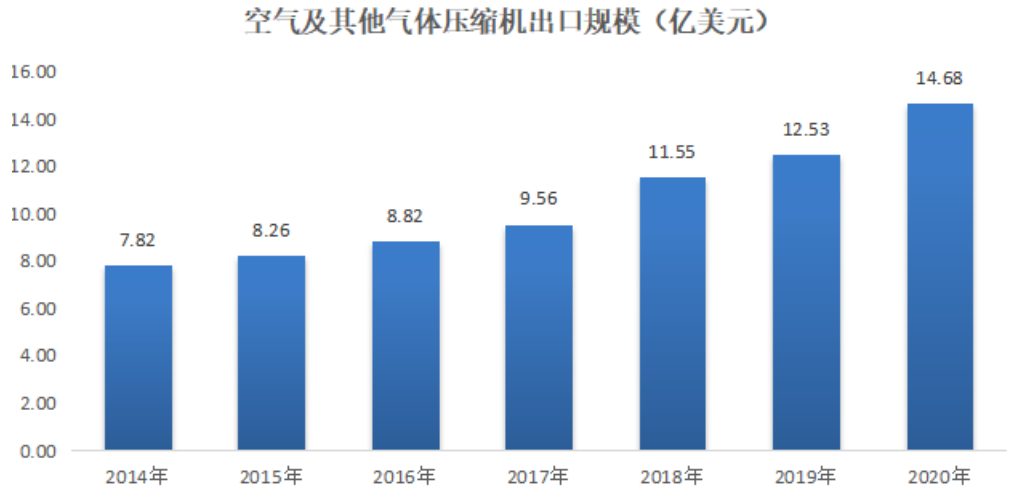
目前小型空压机的市场份额以欧美品牌为主，其中北美市场主要的小型空压机品牌有 Campbell Hausfeld、Craftsman、Dewalt、Husky、Kobalt、Porter Cable、Ridgid 等，欧洲主要品牌有 ABAC、Fini 等。知名小型空压机品牌多为全球知名工具制造企业拥有，或为大型零售商自有品牌。由于发达国家人工成本、制造成本不断上升，欧美工具制造企业的业务重心由产品制造转向品牌建设上，从而逐渐转变成品牌商。与此同时，由于劳动力成本低廉，经济发展较快，跨国小型空压机品牌企业纷纷将生产制造环节转移至亚洲及其他地区的发展中国家，亚洲已成为全球空压机的重要生产基地。

在国内，随着全球小型空压机市场份额的逐步扩大和小型空压机出口市场需求的稳定增长，小型空压机制造业近年来获得良好发展空间。国内小型空压机企业通过 OEM/ODM 模式为欧美知名企业进行代工生产，例如 Porter Cable 系列产品目前主要在中国制造，Husky 系列产品以前仅在美国制造，现在主要在中国大陆和中国台湾地区制造。我国劳动力优势及静音空压机和高压空压机创新研发能力的提高驱动了小型空压机的生产制造向我国转移，目前我国专业生产小型空压机的企业，主要针对北美、欧盟市场进行产品设计开发及制造，以出口为主。行业内领先企业基本已掌握了核心工艺技术，积累了丰富的生产经验，在产品质量和性能上能够满足国外知名客户的要求，并已进入北美、欧盟等主流市场，与国外品牌厂商及全球连锁零售商建立了长期稳定的供应合作关系。据中国海关总署信息中心统计，2019 年我国空气及其他气体压缩机出口数量达到 1,153.25 万台，至北美、欧洲和亚洲市场占比分别为 29.07%、39.71%及 20.43%，占空气及其他气体压缩机出口数量总额的 89.22%，其中美国是中国空压机出口第一大国，2019 年中国出口美国空压机达到 293.43 万台，占总出口数量 25.44%。



数据来源：中国海关总署信息中心

在海外市场规模方面，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。



数据来源：中国海关总署信息中心

在国内市场方面，相比欧美地区，我国由于居住环境、生活习惯、人工成本的不同导致普通居民对于小型空压机的需求量相对较小，目前国内气动工具 DIY 市场尚未形成，小型空压机主要使用者为专业的装修公司、汽修店等。但随着我国消费者经济水平地提高以及消费观念的转变，城市居民对家庭器具修理、小型家具制作、房屋装饰、庭院绿化修理、汽车维修等方面差异化和个性化的需求将愈加强烈，我国市场需求仍具有较大的增长潜力，未来国内小型空压机市场具备较大发展空间。

（2）干湿两用吸尘器

①干湿两用吸尘器概述

吸尘器的工作原理为利用真空负压所产生的吸力，吸取沉积在地面和房间各个角落的灰尘，从而免去了用户需要打扫的麻烦，而且清洁效果好，速度快，非常方便。直到上世纪中叶，吸尘器在发达国家和地区从奢侈品转向了中产阶级的高端生活消费品，目前已经逐渐成为这些地区居民生活不可或缺的清洁卫生电器之一。日常生活中灰尘、微小颗粒物、碎物纸屑等物质的堆积不仅加大了人们在打扫卫生时的难度，更会对电器设备的正常运转等造成影响，严重时还会危害人类呼吸系统和身体健康。以戴森、胡佛、伊莱克斯为代表的欧美传统吸尘器厂商不断在外形、技术和产品性能上进行技术创新，大大促进了现代吸尘器产业的发展。现代吸尘器产品种类繁多，按功能特性的不同，可以分为干式和干湿两用两大类。

与干式吸尘器不同，干湿两用吸尘器最显著的特点是能够吸水，适用于潮湿环境。干湿两用吸尘器以桶式为主，因具有干湿两用、吸力强、过滤能力强、容量大等优势，干湿两用吸尘器可作为高效能的商用和家用吸尘器，除了广泛为洗车房、酒店、超市、写字楼、保洁公司等商业和服务业场所使用，在欧美等发达国家和地区的家庭中使用也越来越普遍，多用于吸水、多角度清洁除尘、高效率过滤粉尘等。



干湿两用吸尘器因干湿两用、容量大、能吸附大介质等特性，适用于家庭车库、修理间、厨房、洗手间等空间，也尤其适用于养宠物的家庭，用于吸洒落的面粉、瓜皮果屑、玻璃碎渣、动物毛发等。干湿两用吸尘器使用年限为 5-8 年，除了家庭领域，汽车维修店、酒店、超市、办公写字楼、保洁公司等商用场所每年也会产生大量的换购需求，因此干湿两用吸尘器的需求量一直保持稳定增长态势。

②干湿两用吸尘器行业现状及前景

A 全球吸尘器市场规模持续增长

全球消费市场调查研究权威机构 Euromonitor 数据显示，全球吸尘器销售额到 2018 年将增长至 118.5 亿美元（由于国外市场除螨仪销量较小，市场调研机构未对吸尘器和除螨仪进行区分，国外市场吸尘器数据包括除螨仪）。Grandview Research 预计全球吸尘器 2019 年到 2025 年将以 9.1%的复合增速增长。女性工作人口的增长，生活标准的改变及追求时效成为吸尘器增长的主要推动力。

B 欧美等发达国家和地区是干湿两用吸尘器的主要消费市场

从 1901 年问世发展至今，吸尘器已经成为欧美发达国家家居生活不可或缺的家居清洁健康电器之一。根据 Euromonitor 数据，美国是世界吸尘器第一大消费国，占据全球吸尘器销量的 37%；西欧地区以 26%紧随其后。

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

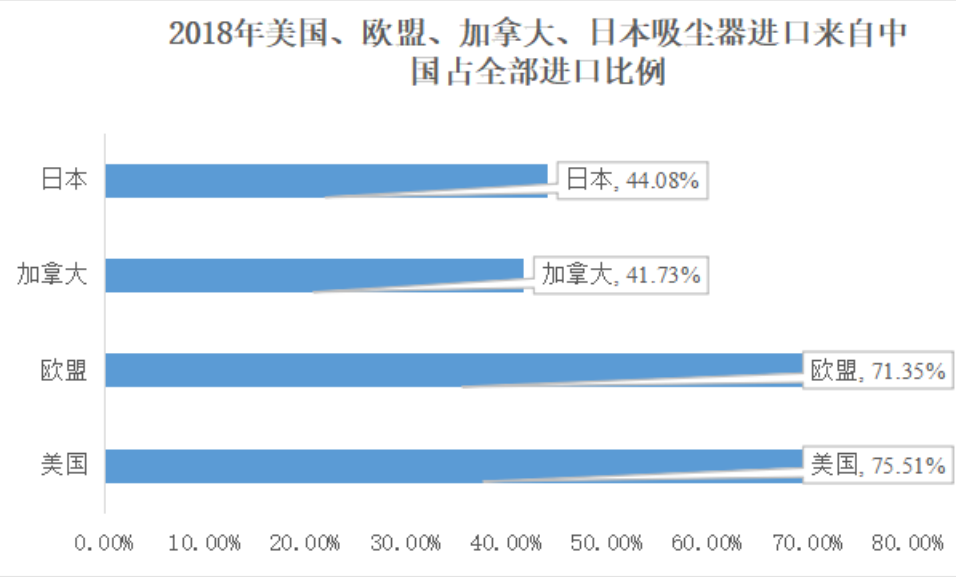
装修风格偏好使用地毯，而地毯比较容易沾灰，导致欧美家庭对吸尘器的需求较旺盛，尤其是可以吸附大介质的干湿两用吸尘器，在欧美应用更为广泛。欧美吸尘器市场的发展起步较早，目前吸尘器渗透率已接近 100%，成为家庭必不可少的小家电之一。根据伊莱克斯全球调查，受访的用户中有 26%拥有 2 台吸尘器，6%拥有 3 台及以上吸尘器[2]。而早在 20 世纪 90 年代,拥有 1 台吸尘器的美国家庭已占美国家庭总数的约 95%,拥有 2 台的家庭占 55%,拥有 3 台以上的家庭占 20%。在日本，吸尘器保有量超过每百户 146 台。因此欧美等发达地区市场干湿两用吸尘器保有量较高，市场成熟且容量可观，预计未来销售量稳定增长。

C 中国是全球吸尘器制造大国，干湿两用吸尘器产品主要出口欧美等发达地区

在欧美和日本等发达国家，知名干湿两用吸尘器品牌多为全球知名工具制造企业和专业清洁设备制造商拥有，其中北美市场主要的干湿两用吸尘器品牌有 Bosch、Craftsman、Dewalt、Festool、Ridgid、Shop-Vac、Stanley 等，欧洲主要品牌有 Karcher、Nilfisk 等，日本主要品牌有 Makita、Ryobi 等。凭借其长期积累而形成的品牌影响力，这些欧美知名品牌拥有者以大型零售商为主要销售渠道，市场份额较为稳定。

近年来，受人工成本、制造成本等因素影响，干湿两用吸尘器行业中制造链条逐步向发展中国家转移，欧美知名工具制造企业和清洁设备制造企业的业务重心由产品制造转向品牌建设和终端渠道控制，从而转变成品牌商和贸易商。除了 Shop-Vac Corporation 等少数工具制造企业仍在美国本土生产外，其余大多数行业内知名品牌的拥有者都纷纷选择以中国为代表的发展中国家生产企业通过 OEM、ODM 和品牌授权等经营模式进行生产。根据联合国商品贸易统计数据库显示，美国 2018 年全年进口吸尘器 5,530 万台，贸易额达 29.71 亿美元，其中 75.51%来自中国地区，欧盟、加拿大、日本 2018 年全年进口吸尘器中来自中国产值达到其全年进口的 71.35%、41.73%和 44.08%。

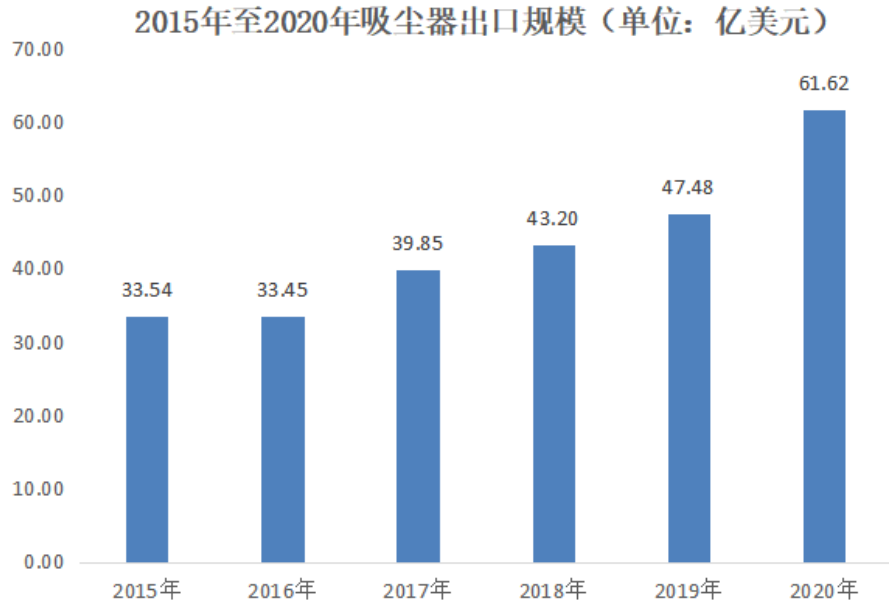
[2] 中国家电网—《智能化养大吸尘器市场》



数据来源：联合国商品贸易统计数据库

中国是吸尘器制造大国，国内生产制造的吸尘器大部分以 OEM、ODM 和品牌授权等模式海外出口欧美市场。根据奥维云网大数据统计，2018 年中国内销零售吸尘器销量为 2,281 万台，2018 年全年吸尘器出口数量是国内销量 5 倍[3]。在海外市场规模方面，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，出口规模持续扩大。2015 年我国吸尘器出口数量为 10,332 万台，出口规模达到 33.54 亿美元，至 2020 年已达 15,973 万台，出口规模达到 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。

[3] 奥维云网：《2018 年吸尘器市场总结报告》

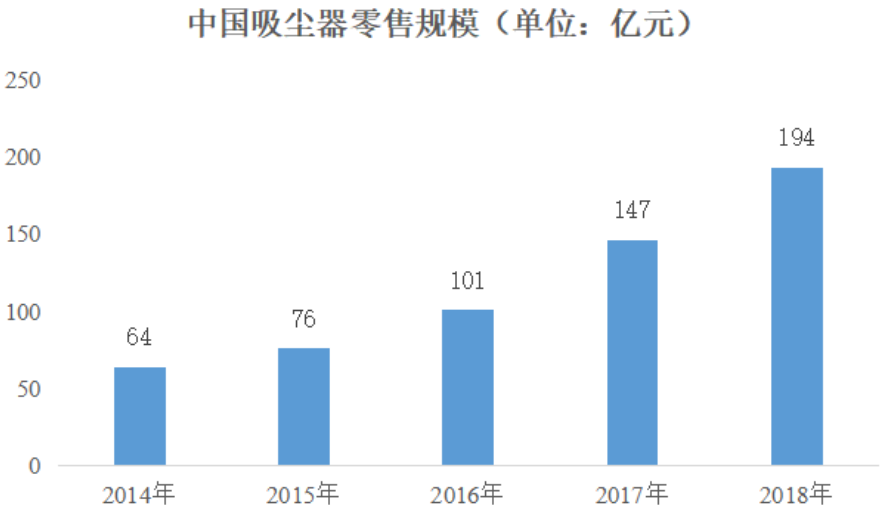


数据来源：中国海关总署信息中心

D 中国吸尘器内销市场增长迅速，线上销售为主流销售渠道

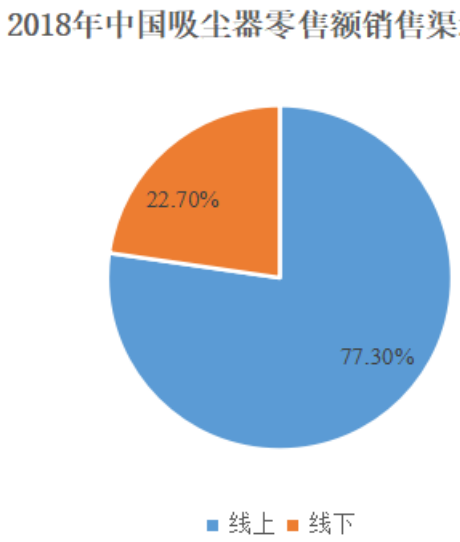
目前我国干湿两用吸尘器的普及率仍相对较低，但伴随着我国居民可支配收入不断增长，国内消费者生活观念发生了转变，吸尘器产品适用性不断逐步提升，吸尘器能够更有效满足人们在追求高品质生活中对于清洁效率的要求，我国吸尘器市场迎来了加速发展阶段。

据奥维云网公布的《2018 年中国吸尘器市场年度总结报告》统计，2018 年中国吸尘器零售规模达到 194 亿元，约为 2014 年市场规模的 3 倍，年复合增长率达 31.95%。2018 年中国内销吸尘器零售量达 2,281 万台，内销占 2018 年全年吸尘器出口数量比例约为 19%。



数据来源：奥维云网《2018 年中国吸尘器市场年度总结报告》

与欧美大型零售商线下销售模式不同，我国吸尘器内销市场主要通过线上电商渠道。根据奥维云网公布的《2018 年中国吸尘器市场年度总结报告》统计，2018 年中国吸尘器线上零售量达 2,032 万台，同比增长 14.90%，占总销量的 89.08%。线下零售量为 249 万台，同比增长 6.00%，占总销量的 10.92%。从零售额来看，2018 年中国吸尘器线上零售额达 149.80 亿元，同比增长 34.60%，占总零售额的 77.30%。线下零售额为 44.0 亿元，同比增长 24.00%，占总零售额的 22.70%。得益于中国电子商务的发展及物流、在线支付等配套服务的进一步完善，在电商行业蓬勃发展的大背景下，吸尘器线上市场发展迅速，吸尘器内销市场规模快速增长。



数据来源：奥维云网《2018 年中国吸尘器市场年度总结报告》

2、市场供求状况及变动原因

（1）小型空压机领域

①小型空压机市场需求情况及变化原因

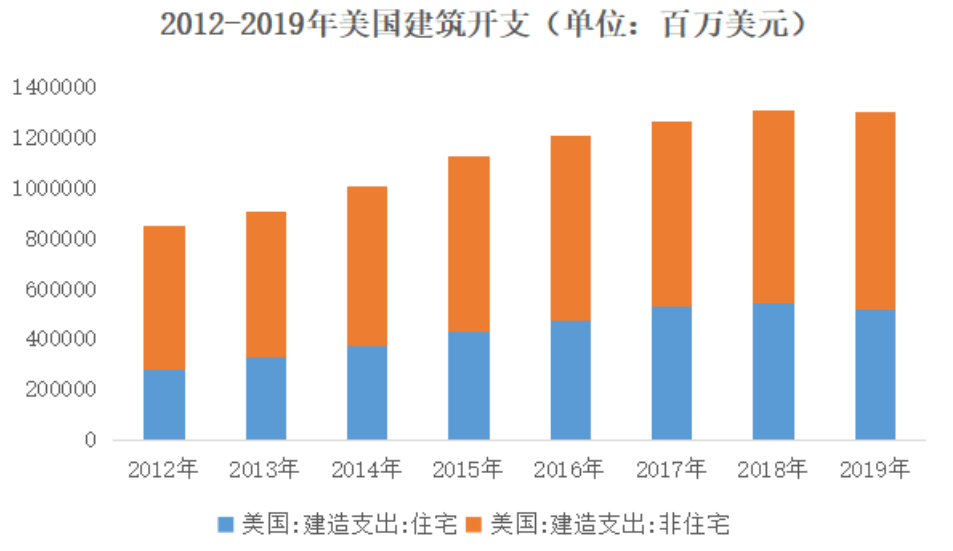
从需求方面来看，小型空压机产品渗透到了社会生活的各个层面，无论是在住宅行业，还是在公共建筑业、汽车维修养护行业等方面，都得到了广泛地应用，因此小型空压机下游市场主要包括建筑装修装饰行业、汽车维修养护行业等。具体情况如下：

A 建筑装修装饰行业

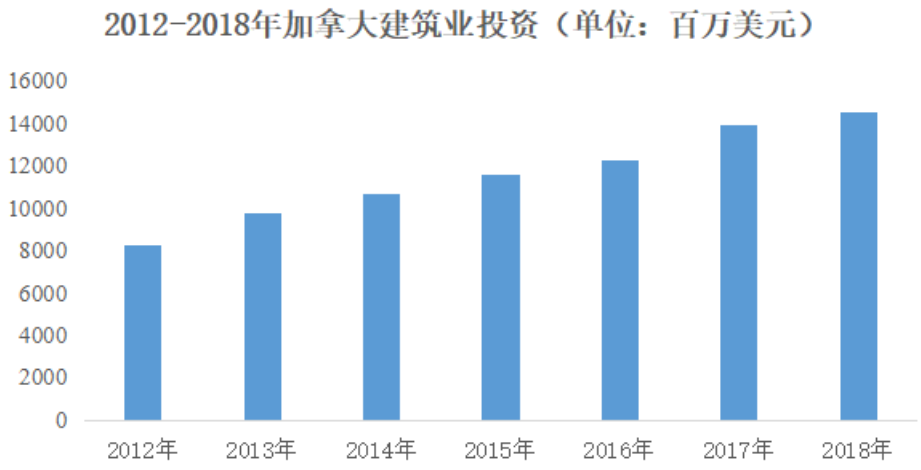
建筑装修装饰行业可分为住宅装修装饰和公共建筑装修装饰两部分，涉及室

内和室外的各项工程，具体包括墙面、地板、楼梯、门窗、家具装配和户外庭院、花园装修等。小型空压机在建造和翻新等作业中能够提供空气动力，应用范围广泛，因此住宅建筑和公共建筑装修装饰行业的发展对小型空压机行业的发展起着重要促进作用。

在国际市场方面，2012 年至 2019 年，美国非住宅建筑开支复合增长率达 4.52%，而住宅建筑开支复合增长率更是高达 9.49%，这得益于美国人购房置业和房屋修缮的强劲需求。据统计，美国千禧代（出生于 1984 年至 2000 年之间的人群）人口数量占整个购房者市场的 33%，这一群体正进入结婚生子的阶段，购房置业的需求推动了住宅建筑行业的发展；婴儿潮世代（出生于 1946 年至 1964 年之间的人群）人口数量占整个购房者市场的 30%，这一群体已步入中老年阶段，具备较强的经济实力，因此对新住房建造、旧住房翻新、公寓和出租房建设与翻新均有较大需求。此外，美国八成左右的房屋建设于 1980 年以前，年代较为久远，因此产生了大量翻修需求，有利于住宅建筑装修装饰行业发展。同期加拿大建筑总投资额也是稳定上升态势。北美建筑装修装饰行业的欣欣向荣为小型空压机行业的发展奠定了良好市场基础。

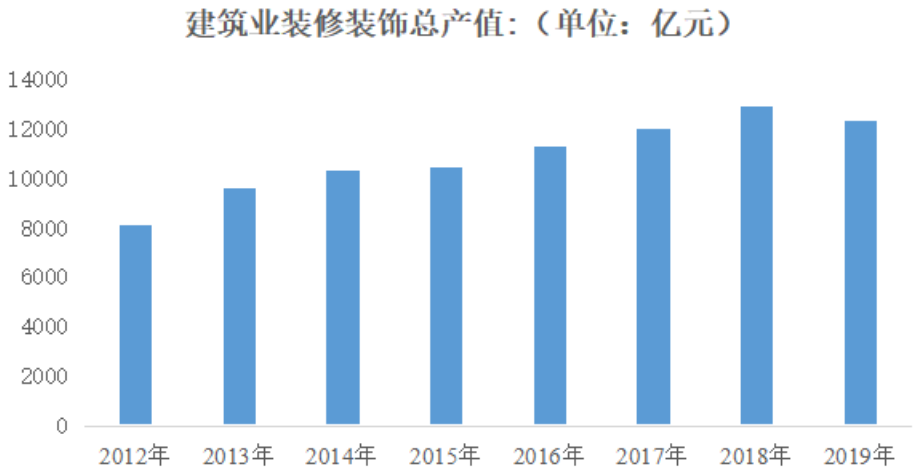


数据来源：WIND、美国商务部



数据来源：WIND、加拿大统计局

在国内市场方面，我国建筑装饰行业日趋成熟，气动工具和空压机已在我国家装装饰行业和家具制造业中得到广泛使用。一方面，有别于欧美家庭式 DIY 市场消费的需求，气动工具和小型空压机在国内主要使用者为专业的建筑装修公司。随着中国城镇化进程的不断推进，我国房地产市场快速发展，作为下游的家装行业也随之蓬勃发展。2019 年全国建筑装饰行业完成工程总产值 12,357.35 亿元，比 2012 年增加了 4,206.70 亿元，年化复合增长率为 6.13%，我国建筑装饰行业的蓬勃发展对小型空压机产生大量市场需求。另一方面，随着我国消费者经济水平的提高以及消费观念的转变，大大提升市民的消费水平和消费能力，城市居民对家庭器具修理、小型家具制作、房屋装饰、庭院绿化修理等方面差异化和个性化的需求将愈加强烈，DIY 气动工具产品的消费需求将会逐步增长，未来小型空压机有望发展成为庭院家庭住宅 DIY 工具。



数据来源：WIND、国家统计局

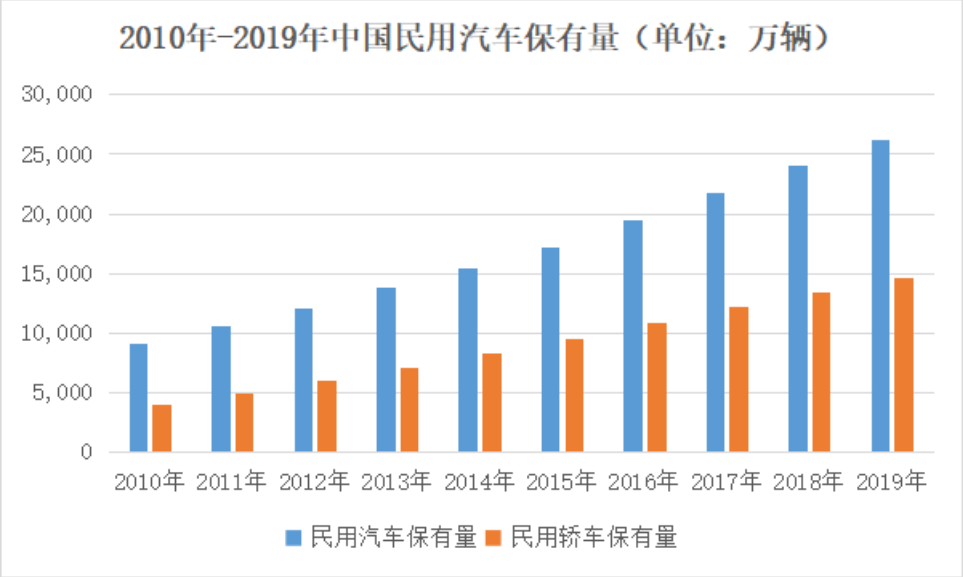
B 汽车维修养护行业

汽车后市场是一个非常庞大的领域，其中包括汽车维修、保养、美容、车险配件销售等领域。小型空压机是汽车维修养护的通用设备之一，应用范围广泛，主要用于提供充足的达到预定压力值的高压压缩空气源，以确保汽车维修养护作业车间所用的气动设备都能有效的工作，例如用于研磨、抛光和除尘工具，或用于轮胎充气等。

在国际市场方面，欧美等发达国家和地区汽车维修养护市场的持续发展将进一步深化对小型空压机的应用程度。美国是全球汽车保有量最多的国家，根据IHS Markit 估测，2019 年美国的汽车保有量达到 2.78 亿量，车辆售后保养与维修服务等相关服务带动了美国对气动工具和小型空压机的需求。根据中国汽车流通协会售后服务分会《中美汽车售后服务对比》报告统计，2016 年美国汽车售后市场规模为 3,506.7 亿美元，中国为 8,500 亿元人民币，美国汽车售后市场规模是中国的 2.74 倍。根据美国汽车后市场协会 Auto Care Association 发布的《2016 美国汽车后市场年度报告》，自 2009 年至 2015 年，汽车维修养护行业销售额的年增长率为 3%。报告同时指出 80%的美国车主喜欢到汽车养护机构请专业人士养护车辆，而 20%的人是 DIY 爱好者，喜欢自己动手养护车辆。无论是专业养护机构还是 DIY 爱好者，都需要在汽车维修养护中使用小型空压机提供空气动力。2016 年美国汽车后市场中汽车养护机构约有 57 万家，美国汽车养护机构主要为 Napa、Autozone 和 Pepboy 等知名汽车服务连锁品牌。DIY 模式则直接将小型空压机普及到美国家庭中，以 2019 年美国的汽车保有量 2.78 亿辆测算，20%的 DIY 爱好者家庭自己修理维护车辆达到 5,560 万辆汽车，平均一个家庭拥有每三辆汽车，每四年置换一台小型空压机，则每年美国 DIY 家庭汽车修理小型空压机需求量达到 463.5 万台。

在国内市场方面，根据中国汽车流通协会售后服务分会《中美汽车售后服务对比》，我国目前约有 46 万家汽修门店，汽车售后市场规模为 8,500 亿元。中国汽车车主维修汽车主要去专业的养护修理机构，相比欧美市场 DIY 模式普及率较低，中国家庭因为汽车修理对小型空压机需求较低，国内汽修市场需求大部分来自汽修门店。近年来，我国汽车市场发展迅速，据国家统计局统计的数据显示，中国民用汽车保有量从 2010 年 9,086 万辆增长到 2019 年 26,150 万辆，年平均复合增长率达到 12.46%，其中民用轿车保有量从 2010 年 4,029 万辆增长到 2019 年 14,644 万辆，年平均复合增长率达到 15.42%。汽车保有量的迅速增加极大地

拉动了汽车修理业产业发展，对下游气动工具和小型空压机产生了较大的需求。随着汽车后市场的快速发展，小型空压机在我国汽车维修养护领域的需求将进一步提升。

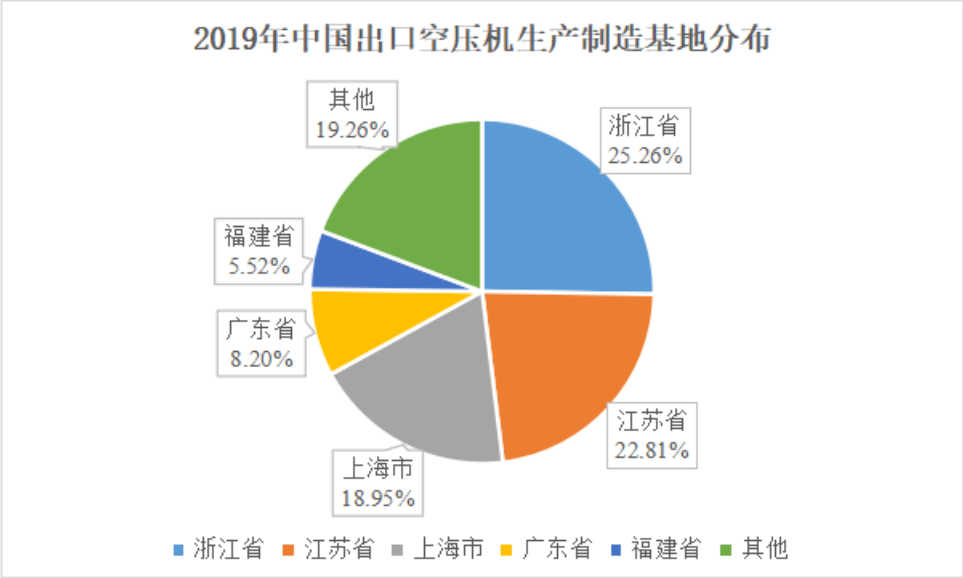


数据来源：国家统计局统计

②小型空压机市场供给情况及变化原因

欧美发达地区是全球主要的小型空压机消费区域，该等地区小型空压机零售商由于人力成本较高，生产规模相对有限等因素，更多地利用自身的销售渠道和品牌优势，通过从发展中国家或地区进口小型空压机以满足其境内市场需求。

我国小型空压机行业起步相对较晚，生产企业主要分布在浙江、江苏、上海、广东、福建等东南沿海地区，并逐渐向浙江、江苏、上海长三角地区形成产业集群。行业内生产企业主要为世界知名零售商客户提供 OEM、ODM 产品或利用境外知名品牌授权进行自主销售。根据中国海关统计，2019 年我国空压机出口海外生产企业分布区域中，浙江省出口规模占比达到 25.26%,江苏省出口规模占比达到 22.81%，上海市出口规模占比达到 18.95%，上述三个区域合计出口规模占比达到 67.02%，行业供给的区域集中度较高。经过多年的经营积累，上述省份的国内主要小型空压机生产企业在产品设计、生产技术等方面的经验不断提升，并形成了完整的人力、原材料、物流运输产业群，国际竞争力不断加强，在全球小型空压机市场供给规模不断扩大。



数据来源：中国海关总署信息中心

（2）干湿两用吸尘器领域

①干湿两用吸尘器市场需求情况及变化原因

从干湿两用吸尘器需求情况来看，干湿两用吸尘器下游市场主要包括住宅市场、汽车市场、酒店餐饮行业及其他商用领域等。具体情况如下：

A 住宅市场

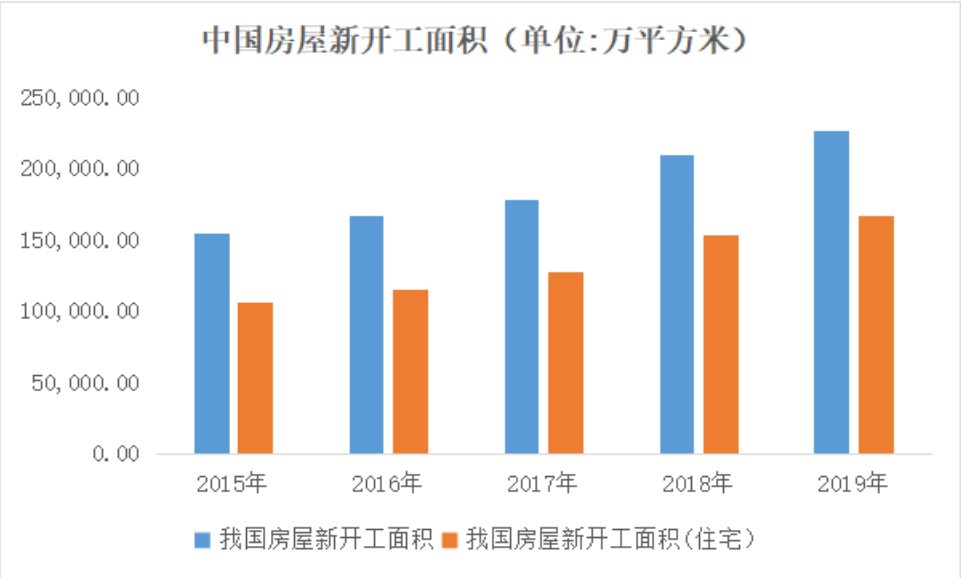
常见干式吸尘器不能吸水，也不能带走大块果皮。干湿两用吸尘器除了快速吸走果壳、灰尘、毛发等干性垃圾，还可以吸水、饮料、厨房浴室及车库积水等。由于住宅中不同的空间适用不同类型的吸尘器，住宅数量的增加和住宅面积的扩大有利于干湿两用吸尘器市场的发展。

欧美等发达国家和地区的住宅面积普遍较大，带动了干湿两用吸尘器的发展。根据美国商务部发表的《2015 年新房建筑特点报告》显示，2015 年，约三分之二的美国新建住宅为独立住宅，其中 47%的美国新建独立住宅拥有至少 4 个卧房，约 38%的新建独立住宅拥有至少 3 个卫生间，约 84%的新建住宅拥有至少两个车库[4]。

在国内市场方面，随着我国居民可支配收入的提高，中国民众的生活方式已经发生了质的改变，消费结构和消费理念也出现了一定的变化，多数人向往更好的生活品质，对清洁卫生也越来越重视，干湿两用吸尘器在我国别墅、车库、洗衣房等场所普及率不断提高，这为整体干湿两用吸尘器行业的迅速发展奠定了良

[4]美国商务部发表的《2015 年新房建筑特点报告》

好的基础，并带动干湿两用吸尘器行业的消费升级。根据国家统计局发布的统计报告，2015 年至 2019 年，我国房屋新开工面积从 154,453.68 万平方米增长为 227,153.58 万平方米，年复合增长率达到 10.12%，其中，住宅新开工面积在 2015 年至 2019 年之间从 106,651.30 万平方米增长为 167,463.43 万平方米，年复合增长率达到 11.94%。在别墅、车库、洗衣房等家庭，我国住宅建筑面积的增加为干湿两用吸尘器的普及提供了坚实的基础。

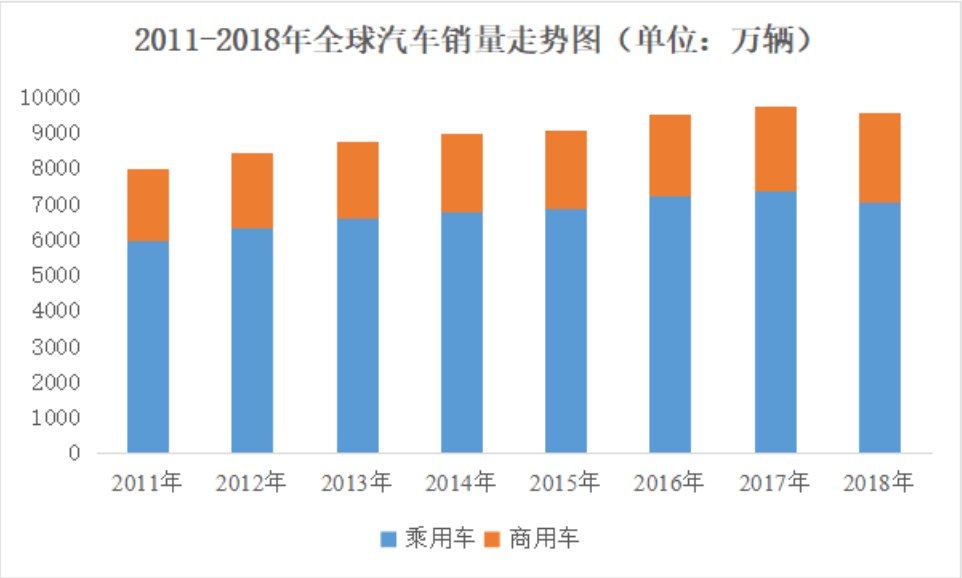


数据来源：国家统计局

B 汽车市场

汽车上难免会堆积烟头烟灰、零食残渣、沙土灰尘以及打翻的咖啡饮料等，干湿两用吸尘器因其吸力大、体积轻便、能吸湿物及水渍等特点，尤其适合作为车载吸尘器解决车内卫生问题。因此汽车销量及保有量的增加将推动干湿两用吸尘器行业的持续发展。

据国际汽车制造商协会统计，2018 年全球汽车销量为 9,563 万辆，2010-2018 年复合增长率为 2.65%。据《历年国民经济和社会发展统计公报》数据显示，截至 2019 年末，我国民用汽车保有量达 2.62 亿辆，其中民用轿车 1.46 亿辆，2010-2019 年复合增长率高达 12.46%。随着汽车市场的持续发展，车载干湿两用吸尘器的市场将进一步扩大。



数据来源：国际汽车制造商协会

此外，汽车维修、保养、美容工作环境较为复杂，地面潮湿易打滑，且容易散布零散物件，干湿两用吸尘器因干湿两用、容量大、功能更全面，不仅适用于家庭车库，也同样适用于专业汽车修理店、洗车行。根据中国汽车流通协会售后服务分会《中美汽车售后服务对比》报告统计，2016 年美国汽车售后市场规模为 3,506.7 亿美元，美国汽车后市场中汽车养护机构约有 50 多万家。与此同时，我国目前有 40 多万家汽修门店，交通运输部门预测未来我国汽车后市场每年将以超过 30%的增速高速增长，2018 年汽车后市场规模或可达万亿元[5]。随着汽车大量进入家庭，人们的生活水平逐步提高，汽车文化的日益普及，汽车维修养护行业将迅速崛起，并发展成为我国服务业的一个新兴支柱产业，干湿两用吸尘器在我国汽车维修养护这一商用领域的需求将进一步提升。

C 酒店餐饮行业及其他商用领域

酒店、餐厅、小型超市、美发店等商业娱乐场所因工作环境较为复杂，日常保洁工作量比起家庭来说更为繁重，容量大、吸力强的干湿两用吸尘器尤其适用于此类场所，因此酒店、餐饮、线下零售业的发展将刺激干湿两用吸尘器的需求进一步增加。

2010 年至 2019 年，美国住宿和餐饮服务业行业增加值由 4,035.49 亿美元发展到 6,625.15 亿美元[6]，加拿大住宿和餐饮服务业营业收入由 152.91 亿美元

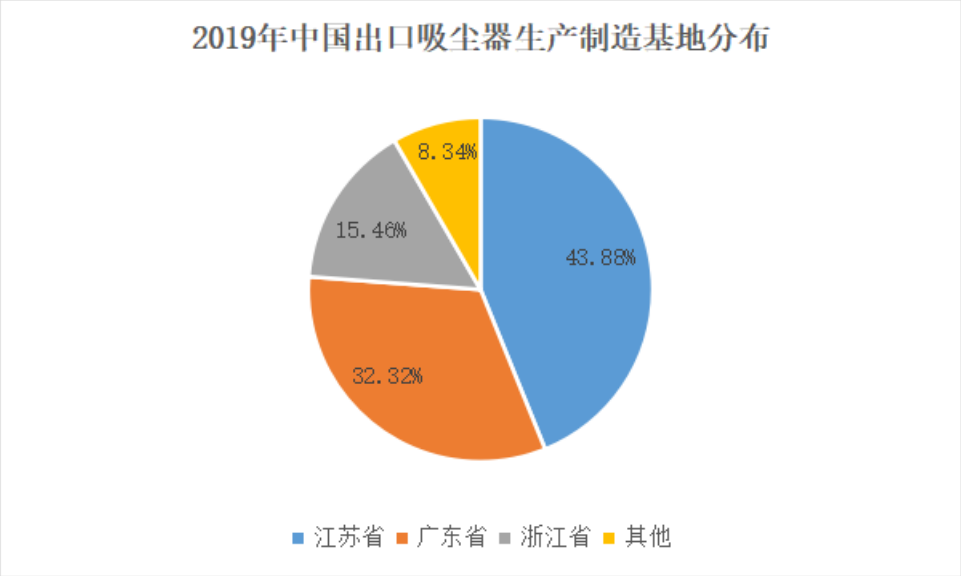
[5]企业文化 2017 年第 6 期：《汽车后市场规模有望破万亿》
[6]WIND、美国经济分析局

发展到 233.49 亿美元[7]，中国住宿和餐饮服务业行业累计值由 7,712 亿元发展到 18,039.50 亿元[8]。全球酒店、餐饮行业的稳定增长保持了对干湿两用吸尘器较高的需求。

综上，干湿两用吸尘器具有广阔的市场前景。

②干湿两用吸尘器市场供给情况及变化原因

我国吸尘器行业起步以出口外贸为主，生产企业主要分布在江苏、广东、浙江等地区。行业内生产企业主要为世界知名零售商客户提供 OEM、ODM 产品或利用境外知名品牌授权进行自主销售。根据中国海关统计，2019 年我国吸尘器出口海外生产企业分布区域中，江苏省出口规模占比达到 43.88%，主要集中在江苏省苏州市，该地区具有较为完整的吸尘器产品线的生产企业，如莱克电气股份有限公司、苏州爱普电器有限公司、科沃斯机器人股份有限公司和苏州欧圣电气股份有限公司。上述专业生产干湿两用吸尘器的企业主要通过 OEM、ODM 和品牌授权等经营模式为国外知名品牌商提供生产，少部分行业优势企业已实现从 OEM 到 ODM 的转变，不再是简单的贴牌来料加工，而是主动地参与到产品设计和创新中去，追求更高的利润环节。目前，随着国内吸尘器市场需求的迅速发展，行业内领先的吸尘器企业开始逐步建立自己的品牌，通过自主品牌产品性价比优势获取更多市场份额。



数据来源：中国海关总署信息中心

[7]WIND、加拿大统计局。
[8]WIND、国家统计局。

3、行业特点

（1）行业特有的经营模式

我国小型空压机和干湿两用吸尘器出口企业以 OEM、ODM、OBM 和品牌授权等模式进行生产经营，行业内多数企业以 OEM、ODM 和品牌授权模式为主，OBM 模式较少。

由于目前小型空压机和干湿两用吸尘器主要消费地在欧美等发达国家或地区，以上国家或地区对于产品品牌要求较高，国产自主品牌在当地难以打开市场，因此主要出口企业需通过 OEM、ODM 和品牌授权模式借助当地知名品牌进行销售。

（2）行业的周期性、区域性或季节性特点

①周期性特征

在小型空压机的下游行业中，建筑装饰行业的景气度与宏观经济周期相关，其对气动工具的需求变化直接导致小型空压机行业存在一定的周期性，而汽车修理业等下游行业受经济周期的影响较小。

在干湿两用吸尘器的应用行业中，住宅行业、汽车行业、酒店餐饮行业等相关行业的景气度与宏观经济周期、居民可支配收入水平相关度较高，其对干湿两用吸尘器的需求变化、对干湿两用吸尘器行业具有一定的影响。

②区域性特征

受居民收入水平、市场认可度、消费习惯、居住环境的影响，小型空压机和干湿两用吸尘器消费主要集中在欧美等经济发达国家或地区，区域性特征较为明显。

③季节性特征

小型空压机和干湿两用吸尘器主要消费地在欧美等发达国家和地区，由于文化及消费习惯的差异，在感恩节、圣诞节等传统节日，欧美等发达国家和地区打折力度较大、居民消费额较高、市场需求较为旺盛。伴随着节日以及大型零售商的自主打折促销活动，本行业呈现出一定季节性特征，通常下半年销量高于上半年。

（3）所处行业与上下游行业之间的关联性

①上游产业与本行业的关联性及影响

小型空压机和干湿两用吸尘器行业的上游主要为塑料、钢铁、铝合金、铜/铝线等制造业，竞争较为激烈、充分，原材料供应充足，本行业需要的原材料从国内市场都可以充分取得。上游行业与小型空压机和干湿两用吸尘器行业的关联度较大，主要体现在材料成本，上述原材料成本的价格变化将直接影响小型空压机和干湿两用吸尘器的生产成本。

②下游产业与本行业的关联性及影响

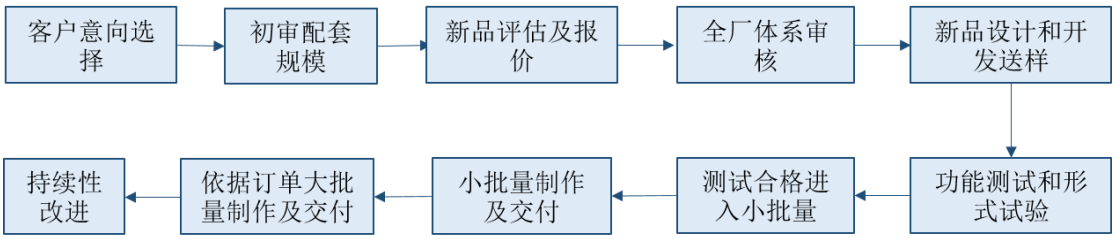
在经济持续发展、人民生活水平日益提高的背景下，建筑装修装饰行业、汽车维修养护行业、酒店餐饮行业等相关行业对小型空压机和干湿两用吸尘器需求将稳定增长。

（4）行业的主要壁垒

干湿两用吸尘器和小型空压机同属于电气机械和器材制造业，下游应用领域均包含住宅、汽车维修养护等，主要客户为世界知名零售商，新进入该行业的企业不仅需要具备一定的产品研发技术能力，更需要花费较长的时间积累业界声誉、通过大客户采购认证、建设顺畅的采购销售网络，因此小型空压机和干湿两用吸尘器行业存在一定的行业进入壁垒。

①客户认证壁垒

全球知名连锁零售商对于小型空压机和干湿两用吸尘器产品的外观设计、性能要求非常严格，因此在遴选供应商的过程中制定了严格的认证流程。



该等客户通常会委托专业机构对供应商的生产管理、产品质量、社会责任、安全环保等方面进行全厂体系审核和定期检查，通过考核后还需要经过小订单试制和定期检查等合作过程。对于新品设计和开发送样，供应商在和客户不断确认设计方案的过程中制作手板样需要至少 1 个月，开模需要经历 2 个月，送样进行寿命、性能评估测试以及产品安全认证需要经历 1 个半月到 4 个月，客户往往要求低温低压启动等性能测试需要一次性通过，以上任何环节出现差错都将使认证时间延长，而对于客户认证合格的产品，客户提出持续性改进建议并保持长期稳

定采购。客户通常会选择长期合作的供应商以保证其自身产品的及时供应，新进入的企业难以在短时间内打破长期合作中形成的销售渠道关系，难以在销售渠道、价格和谈判能力多方面显著地超过原有供货商。

②市场准入壁垒

小型空压机和干湿两用吸尘器行业内企业以大型连锁零售商为下游客户，终端消费者通常选择通过 The Home Depot、Lowe's 等大型零售商购买产品。欧美大型连锁零售商对于在其经营场所内销售的产品资质提出了较高的要求，未经过严格资质认证的产品无法在该等零售商店铺内销售。此外，美国、加拿大、欧洲、日本、澳大利亚等国家或地区对于小型空压机和干湿两用吸尘器的资质认证提出了一定要求，如美国 ETL 认证、欧盟 CE 认证、澳大利亚 SAA 认证。

③产品研发、设计壁垒

小型空压机和干湿两用吸尘器既需要具备工业品的安全、性能要求，又需要保持消费品的款式创新，因此小型空压机和干湿两用吸尘器品牌授权商、零售商在选择生产企业时，会对生产商的生产能力、研发设计能力、产品质量等进行综合考察，一般的生产企业在资金、人才、技术、经验等方面相对匮乏，短期内难以超越生产经营成熟的生产企业。此外，随着终端消费者对于改善家居环境的日益重视，以及有关政府部门对相关产品安全、质量和节能等方面的标准不断提升，小型空压机和干湿两用吸尘器产品对技术提出了更高的要求，需要企业能够紧跟行业技术发展方向甚至成为行业技术引领者，需要企业建立保持持续技术开发的创新机制，建立强大的技术研发团队，不断加强技术研发投入，拥有并保持较高技术实力，从而推动产品性能和生产工艺流程的改善和提高，以上这些都要求生产企业拥有一支强大的研发队伍作为保证。

（5）行业利润水平的变动趋势及变动原因

国内小型空压机和干湿两用吸尘器的生产企业主要以 OEM、ODM 和品牌授权等经营模式向海外市场销售。相较于一般的 OEM 厂商，能够为境外零售商提供 ODM 产品或者通过获得知名品牌授权自主销售产品的生产企业，在产品研发设计、生产规模、快速响应市场需求的能力、质量控制体系等方面具有优势，其利润水平将保持稳定在相对较高水平。

此外，空压机和干湿两用吸尘器生产企业通常会根据海外市场的需求在产品

性能、产品外观设计方面不断研发更新，一般新产品在初期的毛利率较高，但随着产品生命周期的演变，毛利率一般会回归到比较平稳的水平。

近年来行业内利润正在逐渐向优质企业集中，优质企业面对复杂多变的市场形势，采取一系列措施降低成本增加利润空间。首先，优质企业不断提高生产管理水平，向产业链前端以及后端延伸，增强生产线自动化水平，采取主动方式降低生产成本；其次，优质企业积极发挥研发优势，通过加大新型产品开发，不断增强产品的技术含量，提高产品附加值，提升产品价格，增加企业利润空间；再次，优秀企业抓住海外高端消费市场，发挥品牌效应，提升产品档次，保障企业利润水平。

4、行业技术水平及发展趋势

（1）行业技术水平

①小型空压机领域

经过多年的发展，小型空压机行业的技术水平不断得到提高，在技术方面已经相对成熟，但是与国际先进水平之间还存在一定差距，具体体现在产品生产的自动化程度和品牌建设方面。但是随着行业制造链条不断向国内转移，少数优势企业在生产效率、品牌建设、产品设计方面的重视和完善程度不断加强，将使得小型空压机的各方面性能得到提高，不断向小体积、大功率以及超低噪音方向发展。

②干湿两用吸尘器领域

由于上下游行业发展较为成熟，干湿两用吸尘器在技术方面已经相对成熟，行业的技术水平不断得到提高，发达国家和地区在干湿两用吸尘器行业具有较长的发展历史，在工艺设计和质量性能方面具有领先地位。国内总体技术水平与国际先进水平相比有所差距，国内少数优秀企业在工艺设计、质量性能方面已接近国际水平，但在新产品开发方面仍存在一定差距。

（2）行业技术特点及发展趋势

①小型空压机领域

随着静音空压机技术、高压空压机技术、无刷电机技术的应用，电机及泵头新技术、新材料和新工艺的创新和应用日益深化，行业技术水平不断提高，呈现

出新的发展趋势。伴随着人们对生活品质和舒适度的要求不断提高，消费者对小型空压机的实用性、产品质量以及美观度提出了更高的要求，更加贴近生活、人性化、智能化的多功能产品越来越受到消费者青睐，促使小型空压机产品逐步从经济适用型产品向健康绿色化、节能高效化和安静舒适的高技术含量产品过渡。

A 静音空压机技术

小型空压机主要用于住宅、公共建筑和汽车维修养护店等为气动工具提供空气动力，使用者经常因噪音扰民感到困扰。随着人们对生活品质及舒适度的要求不断提升，静音空压机将会受到人们的热捧，未来小型空压机的噪音将会集中在50到60分贝之间。

B 高压空压机技术

运用高压技术可使更小容积的储气罐储藏更大的空气压缩量，使小型空压机的体积、重量大幅减轻，材料得到大幅节省，未来高压小型空压机将引领市场潮流。

C 无刷电机技术

无刷电机技术开始应用于小型空压机，目前我国正在积极推动和扶持高效电机及电机系统节能工程的开展和实施，高效无刷电机、高效节能泵头技术的研究已成行业发展趋势。随着环保意识的逐渐增强，消费者开始更多地关注产品节能效率，在技术升级的推动下，小型空压机的节能高效化呈不断深入发展的趋势，整机电机泵头的效率会得到不断提升。

②干湿两用吸尘器领域

随着电机开发制造技术、新材料、新工艺的创新和应用日益深化，吸尘器行业技术水平不断提高，更加节能高效环保、智能化的多功能产品越来越受到消费者青睐，同时，随着人们对生活品质和舒适度的要求不断提高，消费者对吸尘器的实用性、美观度提出了更高的要求。

A 高能效

基于节能及环保的要求，吸尘器效率要求越来越高，预计未来主要国家/地区如美国、欧盟、中国会出台更严苛的吸尘器能效等级标准，高能效等级将成为吸尘器品质的重要标签。

B 高过滤等级

基于环保及高清洁度的要求，更洁净的过滤效果一直是吸尘器的改进方向之

一，美国职业安全与健康管理局新修订的 OSHA 标准对过滤等级作了高标准要求，该标准要求干湿两用吸尘器产品更高的过滤等级，从而推进吸尘器过滤器性能的提升。

C 低噪音化

吸尘器作为日常生活中常用的清洁工具，噪音污染问题一直存在。随着人们对环保的要求、对健康工作生活的要求不断提升，静音吸尘器将会受到人们的热捧。

D 电池包的应用（直流吸尘器）

随着无刷电机转速的提升带来电机性能的提升，直流吸尘器市场份额也在不断发展壮大。作为直流吸尘器的理想动力源，电池包具有携带方便、放电电流大、容量大、安全性能高等特点，必然会被大量使用在直流吸尘器上。

E 高品质使用体验

随着经济的发展、生活水平的提升，人们对于吸尘器的实用性、美观度提出了更高的要求，不仅在造型上要求不断增强设计感、提升美观程度，给人以美的视觉享受，而且在使用方便性上有更多要求，例如，需要进一步优化附件、软管、电源线等器件收纳、释放的结构，使用时可以覆盖到更大的清洁范围并具有更丰富的附件组合，收纳时占用更小的空间且保持整洁。

5、发行人科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

（1）科技创新

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感，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。

三、行业竞争情况及发行人所处行业地位

（一）行业竞争格局和市场化程度

小型空压机和干湿两用吸尘器行业属于市场化程度较高的行业，行业内企业的业务管理和生产经营完全按照市场化的方式进行。

1、国际竞争格局

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。

2、国内竞争格局

小型空压机和干湿两用吸尘器在我国以外销模式为主，普遍的经营模式是国外品牌商、零售商选择与国内制造商以 OEM、ODM 等经营模式进行合作。国内少数几家优秀企业，凭借自身在产品研发设计、生产规模、快速响应市场需求的能力、质量控制体系等方面的优势，以 ODM 模式直接生产销售大型零售商中高端品牌产品或者以品牌授权模式生产销售国外知名品牌商的品牌授权产品，由于该部分企业直接向终端零售商销售中高端品牌产品，行业竞争力较强。该部分优秀企业在此过程中积攒了较多产品设计经验和生产技术经验，目前已逐渐向 OBM 模式拓展，通过自主品牌产品性价比优势获取市场份额。另一部分企业，以 OEM、ODM 模式为小型空压机和干湿两用吸尘器品牌商生产销售指定品牌的产品，由于该部分企业为中间品牌商代工生产后，再由中间品牌商转售给终端零售商，该类企业获得的利润相对一般。此外，行业内国内大部分企业因产品研发设计能力、渠道销售能力有限，很难凭借质量优异的产品进入零售商或品牌商长期合作名录，产品同质化程度严重，多通过打价格战来抢占市场份额，无法参与国际市场竞争。

（二）公司在行业中的竞争地位

1、小型空压机领域

公司主要小型空压机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、Stanley Black&Decker、MAT Holdings,Inc、Makita Corporation、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。创科实业有限公司以美国艾默生电气公司品牌 Rigid 和自有品牌占据知名零售商 The Home Depot 部分市场份额；MAT Holdings、Stanley Black&Decker 和 Makita Corporation 以自有品牌占据了部分知名零售商高端专业级空压机市场份额；诺爱（上海）压缩机有限公司、发行人主要通过 ODM、OEM、品牌授权模式向终端零售商销售小型空压机。行业内国内部分其他企业因产品研发设计能力、渠道销售能力有限，很难凭借质量优异的产品进入零售商或品牌商长期合作名录，多通过价格战方式来抢占市场份额，无法参与国际市场竞争。整体而言，北美小型空压机行业企业竞争相对充分并较为集中。

公司产品定位大型零售商中高端品牌产品，公司通过 ODM 模式和品牌授权模式占据了一定比例的北美小型空压机市场份额。根据中国海关总署信息中心统计，报告期内，公司小型空压机出口数量占国内空压机出口总额的比重均在 5%以上，其中出口美国和加拿大数量占国内空压机出口美国和加拿大总额的比重均在 20%左右。

报告期内，公司小型空压机产品销售量占全国空压机出口总量比重情况如下：

单位：万台

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
公司小型空压机销售量	90.95	65.72	93.72
国内空压机出口量	1,316.20	1,153.25	1,104.17
占比	6.91%	5.70%	8.49%

数据来源：海关统计

报告期内，公司小型空压机产品对美国和加拿大销售量占全国空压机出口美国和加拿大总量比重情况如下：

单位：万台

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
公司小型空压机对美国和加拿大销售量	90.00	65.05	93.05
国内空压机出口美国和加拿大出口量	411.06	310.25	382.46
占比	21.89%	20.97%	24.33%

数据来源：海关统计

2、干湿两用吸尘器领域

公司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、苏州欧圣电气股份有限公司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。Shop-Vac Corporation 为北美干湿两用吸尘器领域知名品牌商和制造商，其 2017-2019 年收入分别为 2.04 亿美元、2.15 亿美元和 2.08 亿美元，2020 年因为疫情等因素，Shop-Vac Corporation 关闭了部分美国工厂，其在 Lowe’s 等客户的干湿两用吸尘器市场份额分流至公司和其他同行业竞争对手。美国艾默生电气公司为北美另一大干湿两用吸尘器工具制造商，其以自有品牌 Rigid 占据知名零售商 The Home Depot 主要市场份额。除 Shop-Vac Corporation 等少数几家拥有自有品牌的工具制造企业生产部分高附加值的高档类产品外，天佑电器（苏州）有限公司、发行人等国内少数几家企业以 ODM、品牌授权、OEM 模式占据了北美干湿两用吸尘器市场部分市场份额。整体而言，北美干湿两用吸尘器行业企业竞争相对充分并较为集中。

公司主要通过品牌授权模式和 ODM 模式向知名零售商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（Walmart）、Husky（The Home Depot）、Bauer（Harbor Freight Tools）等品牌干湿两用吸尘器，公司 2019 年干湿两用吸尘器销售规模约为当年北美主要的干湿两用吸尘器制造商 Shop-Vac Corporation 收入规模的 16%，公司通过 ODM 模式和品牌授权模式占据了一定比例的北美干湿两用吸尘器市场份额。根据中国海关总署信息中心统计，报告期内，公司干湿两用吸尘器出口数量占国内吸尘器出口总额的比重约接近 1%左右，其中公司干湿两用吸尘器出口美国和加拿大数量占国内吸尘器出口美国和加拿大总额的比重约在 2%左右。

报告期内，公司干湿两用吸尘器产品销售量占全国吸尘器出口总量比重情况如下：

单位：万台

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
公司干湿两用吸尘器销售量	144.99	107.15	112.88
国内吸尘器出口量	15,972.88	12,760.19	11,718.34
占比	0.91%	0.84%	0.96%

数据来源：海关统计

注：海关统计的国内吸尘器出口量包括干湿两用吸尘器和家庭地板清洁类吸尘器等大类

口径吸尘器出口量。

报告期内，公司干湿两用吸尘器产品对美国和加拿大销售量占全国吸尘器出口美国和加拿大总量比重情况如下：

单位：万台

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
公司干湿两用吸尘器对美国和加拿大销售量	136.78	92.81	98.39
国内吸尘器出口美国和加拿大出口量	6,050.96	4,218.04	4,534.24
占比	2.26%	2.20%	2.17%

数据来源：海关统计

注：海关统计的国内吸尘器出口美国和加拿大出口量包括干湿两用吸尘器和家庭地板清洁类吸尘器等大类口径吸尘器出口量。

3、公司产品定位与北美市场同类产品同质化和竞争情况

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，上述地区市场上存在部分同质产品和同行业竞争对手，总体行业内企业竞争相对充分并较为集中。

（1）小型空压机领域

目前北美市场小型空压机品牌多为大型零售商自有品牌或北美工具制造企业品牌，北美市场主要的小型空压机品牌包括 The Home Depot、Lowe’s 等零售商拥有的 Husky、Kobalt 等品牌，Stanley Black&Decker、美国艾默生电气公司、MAT Holdings, Inc、Makita Corporation 等品牌制造商的 Craftsman、Dewalt、Ridgid、Campbell Hausfeld、Makita 等品牌，上述品牌小型空压机产品属于北美市场终端消费市场主流产品，小型空压机产品在北美市场存在较多的不同品牌的同质产品。

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。目前除 MAT Holdings, Inc.、Stanley Black&Decker、Makita Corporation、创科实业有限公司等少数几家拥有自有品牌的工具制造企业生产部分高端专业级空压机外，拥有知名小型空压机品牌的欧美工具制造企业和大型零售商主要通过以 OEM、ODM 和品牌授权等经营模式进行生产经营，该类知名品牌小型空压机主要由国内少数几家优秀企业通过品牌授权、ODM 或 OEM 等方式生产销售，该类厂商包括苏州欧圣电气股份有限公司和诺爱（上海）压缩机有限公

司。整体而言，北美小型空压机行业企业竞争相对充分并较为集中。

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	

注：图片来源于相关企业官网和美国亚马逊网站

（2）干湿两用吸尘器领域

目前主流的吸尘器主要分为工具类干湿两用吸尘器和家庭地板清洁吸尘器，公司生产销售的吸尘器属于工具类干湿两用吸尘器，除了快速吸走果壳、毛发、庭院树叶等干性垃圾，还可以吸水、饮料、厨房浴室及车库积水等湿垃圾，欧美等发达国家和地区的住宅面积普遍较大，目前已成为干湿两用吸尘器的主要消费地区，干湿两用吸尘器广泛用于家庭庭院、洗车房、酒店、装修垃圾等场所使用，主要代表产品包括Shop-Vac Corporation的Shop-Vac品牌干湿两用吸尘器、美

国艾默生电气公司 Ridgid 品牌干湿两用吸尘器、由公司生产销售的品牌授权商 Stanley Black&Decker 的 Stanley、Porter Cable、Craftsman、Dewalt 品牌干湿两用吸尘器以及由公司等国内企业生产的零售商自有品牌干湿两用吸尘器。家庭地板清洁吸尘器包括手持式吸尘器、立式吸尘器及扫地机器人，该类吸尘器可以快速吸走灰尘、毛发等干性垃圾，但不能吸水和大块果皮等，用于家庭卧室地板清洁和吸尘除螨，目前在中国需求增长较快，主要代表产品包括 Stanley Black&Decker、莱克电气的手持式吸尘器，莱克电气、戴森电器、创科实业的立式吸尘器，科沃斯和石头科技的扫地机器人。上述两类吸尘器品类具体区别如下：

吸尘器大类					
分类	产品类型	产品特点	应用场景	代表企业	图片
工具类干湿两用吸尘器	桶式干湿两用吸尘器	吸尘器容积大、干湿两用、桶式、寿命长、大功率、流量大、以电源式为主、主要清洁干湿垃圾	家庭庭院用工具，装修、洗车商用	Shop-Vac Corporation、美国艾默生电气公司、欧圣电气、天佑电器（苏州）有限公司、上海亿力电器有限公司	
家庭地板清洁吸尘器	手持式吸尘器	吸尘器容积小、流量小、以电池包为主，主要吸灰吸尘除螨	家用室内地板清洁	Stanley Black&Decker、创科实业、莱克电气	
	立式吸尘器			戴森电器、小狗电器互联网科技(北京)股份有限公司、创科实业、莱克电气	
	扫地机器人			科沃斯、北京石头世纪科技股份有限公司	

注：图片来源于相关企业官网

目前北美市场干湿两用吸尘器品牌多为大型零售商自有品牌或北美工具制造企业品牌。北美知名干湿两用吸尘器品牌主要包括工具制造商 Shop-Vac Corporation 的 Shop-Vac 品牌、工具制造商美国艾默生电气公司 Ridgid 品牌、工具制造商 Stanley Black&Decker 的 Stanley、Porter Cable、Craftsman、Dewalt 系列品牌和零售商自有品牌 Hyper Tough（Walmart）、Husky（The Home Depot）、Bauer（Harbor Freight Tools）等品牌，上述品牌产品在终端消费市场属于直

接竞争关系的同类产品，干湿两用吸尘器产品在北美市场存在较多的不同品牌的同质产品。

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、美国艾默生电气公司等少数几家拥有自有品牌的工具制造企业生产部分高附加值的高档类产品外，目前拥有知名干湿两用吸尘器品牌的欧美工具制造企业和大型零售商主要通过以 OEM、ODM 和品牌授权等经营模式进行生产经营，该类知名品牌干湿两用吸尘器主要由国内少数几家优秀企业进行生产销售，该类厂商包括苏州欧圣电气股份有限公司和天佑电器（苏州）有限公司。整体而言，北美干湿两用吸尘器行业企业竞争相对充分并较为集中。

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	

注：图片来源于相关企业官网和美国亚马逊网站

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。

4、公司的核心竞争力的具体体现

公司是国内少数同时拥有小型空压机和干湿两用吸尘器产品自主设计、自主研发、自主生产能力的企业，发行人核心竞争力具体体现在产品销售、产品研发、产品生产等多个方面，具体情况如下：

①销售优势

公司已经建立了稳定的知名零售商销售渠道。经过多年市场开发，公司已经与 Walmart、Lowe’s、The Home Depot、Costco 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，成功搭建了完善的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。

公司在美国当地建有海外仓储中心，便于及时响应零售商等客户零散订单需

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。此外，海外仓储中心可以进一步支持亚马逊平台市场的需求，公司新建的仓储中心地理位置上紧邻美国亚马逊西芝加哥仓储中心，通过在当地建立仓库、储存商品，然后再根据亚马逊的销售订单，第一时间作出响应，及时从当地仓库分拣、包装和配送。

公司在美国当地配备了专业售后服务团队直接面对终端消费者，可以对终端用户产品使用过程中出现的问题进行及时反馈并收集市场信息，降低产品无理由退货比例，推介开发产品的配套附件市场，及时对市场最新趋势作出响应并向公司研发和生产部门进行直接反馈，快速满足零售商关于产品售后服务的需求，提高了公司产品的客户黏性。

②研发优势

公司具备快速的研发反应能力。基于多部门的研发参与机制和扁平化的研发项目管理制度，公司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。小型空压机和干湿两用吸尘器产品具有产品升级迭代速度快的特点，消费者对产品外观设计、功能等方面需求日新月异，近年来，公司研发部门每年在小型空压机和干湿两用吸尘器方面设计出数百款新产品，产品种类得到了品牌商和零售商的充分认可，可以满足不同类型的消费者需求。

公司配备了全面的研发软硬件配置。公司研发技术队伍稳定，研发团队涵盖了电机工程师、电子工程师、软件工程师、吸尘器工程师、空压机工程师、ID 设计师等多类专业研发人员，同时公司实验室已成为知名消费品测试、检验和认证公司 Intertek 认可的卫星实验室，上述研发中心的软硬件配置支撑了公司可以实现从概念研究到规模化量产的全过程研发。

公司积累了丰富的研发经验和研发技术成果。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，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。

③生产优势

公司具备关键零部件自制的垂直一体化生产优势。公司生产基地内配套电机

厂和制罐厂等部门，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，有效保证了产品的供给效率和供给质量。

公司建立了精益化生产管理模式。公司建立了来料、仓储、装备、货流标准化流程和核心零部件模块化供应的生产管理机制，公司生产管理部门通过对物料需求、物料交期、生产计划制定、订单交期需求及物料领用、储存等进行统筹管理，提高供应链和生产线的反应速度，使得订单计划控制得到有效保证，有效控制了生产管理成本。

公司重视产品质量控制，已建立有效的产品质量管理体系。公司结合厂内实验室质量检测和外部实验室检测双向保证产品品质，公司产品质量充分满足各知名零售商严格的实验室测试标准，公司产品已通过全球 CB 认证，美国 ETL 认证，加拿大 CSA 认证，欧盟 CE 认证等在内的多项国际和国内标准认证。

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

（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

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。

（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。

（三）发行人与同行业可比公司情况

1、小型空压机领域

公司名称	概况	主要产品	资产规模	经营规模	业务模式	主要产品占主营业务收入比例	技术水平描述
杭州巨星科技股份有限公司	成立于 2001 年，注册资本 107,524.77 万元，位于杭州市江干区,主要研发、销售各类手工具产品和电动工具产品，于 2010 年 7 月在上海证券交易所主板上市。	手工具及手持式电动工具	2019 年 12 月末，资产总额 111.32 亿元	2019 年度营业收入 66.25 亿元	ODM，品牌授权，自主品牌全球销售，2019 年外销业务收入比例为 93.79%	2019 年手工具占主营业务收入比例为 77.06%	2019 年全年共研发新产品 1,586 项，申请发明专利 34 项，PCT 专利 9 项
创科实业有限公司	TTI(Techtronic IndustriesCo.,Ltd.)，成立于 1985 年，全球著名品牌电动工具生产商，从事电动工具及地板护理工具的研发,设计,生产与销售,广泛用于改善家居环境及建筑行业,于 1990 年在香港联合交易所上市。	电动工具、电动工具配件、户外园艺工具及户外园艺工具配件	2019 年 12 月末，资产总额 76.98 亿美元	2019 年度,实现营业收入 76.77 亿美元	ODM，品牌授权，自主品牌全球销售，2019 年北美和欧洲业务收入比例为 92.22%	2019 年电动工具占主营业务收入比例为 88.58%	无公开资料
复盛易利达（上海）压缩机有限公司	1998 年成立，注册资本 11,402 万元专注于工厂型及工艺型的离心式空气压缩机及氮气压缩机。	离心式空气压缩机及氮气压缩机	2019 年 12 月末，注册资本 11,402 万元	无公开资料	无公开资料	无公开资料	无公开资料

公司名称	概况	主要产品	资产规模	经营规模	业务模式	主要产品占主营业务收入比例	技术水平描述
鑫磊压缩机股份有限公司	2006 年成立，注册资本 11,789 万元，主导产品从1HP到600HP不等规格约 1,000 多种款式空压机，有活塞机、回转式、涡旋式和螺杆式四大系列。	空压机	2019 年 12 月末，注册资本 11,789 万元	无公开资料	无公开资料	无公开资料	无公开资料
诺爱（上海）压缩机有限公司	2004 年成立，注册资本 230 万欧元，是意大利诺爱集团在中国的独资企业，生产空压机及零部件。	空压机及零部件	2019 年 12 月末，注册资本 230 万欧元	无公开资料	无公开资料	无公开资料	无公开资料
浙江鸿友压缩机制造有限公司	2003 年成立，注册资本 1,804.44 万元，是一家专业生产空气压缩机的出口型企业。	空气压缩机	2019 年 12 月末，注册资本 1,804.44 万元	无公开资料	无公开资料	无公开资料	国家压缩机研究所试验基地
MAT Holdings, Inc.	1984 年成立，总部位于美国芝加哥，主要产品包括金属丝网、园林机械、小型空压机、气动工具等，在中国昆山投资设立了苏州鸿本机械制造有限公司。	园林机械、小型空压机、气动工具	无公开资料	无公开资料	无公开资料	无公开资料	无公开资料

资料来源：国家企业信用信息公示系统、可比公司网站、可比公司 2019 年年度报告。

2、干湿两用吸尘器领域

公司名称	概况	主要产品	资产规模	经营规模	业务模式	主要产品占主营业务收入比例	技术水平描述
莱克电气股份有限公司	成立于 2001 年，注册资本 40,100 万元，位于苏州工业园区，是一家以高速电机为核心技术，以吸尘器、空气净化器、水净化机等绿色智能小家电产品和园林工具产品为主营业务，以自主品牌和 ODM 为经营模式的家电企业，于 2015 年 5 月在上海证券交易所上市。	环境清洁电器、园林工具等	2019 年 12 月末，资产总额 53.77 亿元	2019 年度，实现营业收入 57.03 亿元，扣非后归母净利润 4.80 亿元	ODM 以及公司自主品牌全球销售，2019 年外销业务收入比例为 63.14%	2019 年度清洁电器占主营业务收入比例为 86.94%	截至 2019 年 12 月末，拥有有效专利 1,616 件（其中发明专利 226 件），设计研发工程师超过 600 人，每年推出超过 100 款新产品
天佑电器（苏州）有限公司	成立于 2006 年，注册资本 5,000 万美元，位于苏州工业园区，主要销售干	干湿两用吸尘	2019 年 12 月末，注册资	无公开资料	无公开资料	无公开资料	无公开资料

公司名称	概况	主要产品	资产规模	经营规模	业务模式	主要产品占主营业务收入比例	技术水平描述
	湿两用吸尘器、园林工具、电动工具及高速微电机等产品，产品远销欧洲、美洲、澳洲、中东、东南亚等多个国家和地区。	器、园林工具、电动工具	本5,000万美元				
科沃斯机器人股份有限公司	成立于1998年，注册资本56,322.32万元，位于苏州吴中区，主营业务是各类家庭服务机器人,清洁类小家电等智能家用设备及相关零部件的研发,设计,生产与销售,为全球知名的家庭服务机器人制造商之一,于2018年5月在上海证券交易所上市。	服务机器人、小家电	2019年12月末，资产总额43.32亿元	2019年度，实现营业收入53.12亿元，扣非后归母净利润1.01亿元	OEM、ODM以及公司自主品牌全球销售，2019年外销业务收入比例为47.13%	2019年度服务机器人和清洁类小家电占主营业务收入比例为97.77%	截至2017年12月末，拥有649项境内外专利（其中境内发明专利191项）
上海亿力电器有限公司	成立于1999年，注册资本1,800万元，位于上海闵行区，是一家集吸尘器、高压清洗机等产品研发、生产、营销为一体的清洁类电器和清洁类设备的企业。	吸尘器、高压清洗机	2019年12月末，注册资本1,800万元	2019年，公司销售收入为16.5亿	2019年外销业务收入比例为76.36%	无公开资料	先后获得240多项专利，获评高新技术企业、上海市企业技术中心、上海市院士专家工作站、科技小巨人等多项企业及个人荣誉
Shop-Vac Corporation	成立于1953年，总部位于美国宾夕法尼亚州，是全球干湿两用吸尘器的领导品牌，产品广泛应用于家庭、商业及工业领域，并拥有知名品牌Shop-Vac，在中国深圳投资设立了发财制造（深圳）有限公司。	干湿两用吸尘器	无公开资料	无公开资料	自主品牌销售	无公开资料	无公开资料
美国艾默生电气公司	美国EMERSON（艾默生）电气公司，成立于1890年，是多元化全球制造商其中商住解决方案业务包括干/湿真空吸尘器、电动工具、气动工具、户外电动设备、商用清洁吸尘器生产销售，并拥有知名品牌Ridgid	干/湿真空吸尘器、电动工具、气动工具、户外电动设	无公开资料	无公开资料	自主品牌销售	无公开资料	无公开资料

公司名称	概况	主要产品	资产规模	经营规模	业务模式	主要产品占主营业务收入比例	技术水平描述
		备、商用清洁吸尘器					

资料来源：国家企业信用信息公示系统、可比公司网站、可比公司 2019 年年度报告。

（四）公司的竞争优势与劣势

1、竞争优势

（1）销售渠道优势

公司自成立以来一直坚持以市场为导向，不仅注重新客户的开拓，还重视老客户需求的深度开发。公司拥有一支优秀的市场营销团队，经过多年市场开发，在国外市场销售方面已与数十家国际知名零售商建立了稳定的合作关系，成功搭建了完善的销售网络。

小型空压机和干湿两用吸尘器在海外市场具有一定的品牌壁垒，海外消费者倾向于购买具有较高品牌美誉度的产品。公司主要客户为位列知名《财富》杂志前 200 强的全球知名零售商，公司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，目前已与全球知名终端零售商在新产品开发、新产品推广、新产品零售端定价、售后服务方面形成一体化的战略合作关系。凭借这些知名品牌以及长期合作的知名连锁零售商的全球销售渠道，公司在巩固北美市场的基础上，大力拓展欧洲、亚洲、拉丁美洲、澳洲等中高端市场产品，海外营销网络广泛分布于全球 20 多个国家和地区，形成了覆盖全球主要小型空压机和干湿两用吸尘器消费国家和地区的零售终端。公司通过产品结构的优化、产品质量的提高，出口销售收入保持着良好的增长态势，不存在对单一客户的销售依赖，经营风险较低。公司主要海外客户的具体情况如下：

序号	名称	简介
1	Walmart	成立于1969年,世界最大的连锁零售商、经营连锁折扣店和仓储式商店，多次荣登《财富》杂志世界500强榜首及当选最具价值品牌，在27个国家拥有约11,200家分店以及遍布10个国家的电子商务网站
2	Lowe’s	成立于1952年，全球领先的家居建材用品零售商,荣登《财富》杂志2020年世界500强第137位，专门研究提供家园改善的产品

序号	名称	简介
		和服务、家庭装饰、家庭维护、家庭修理及商业大厦改造和维护 ，连锁商店数量达2,000多家
3	The Home Depot	成立于1978年，全球领先的家居建材用品零售商、美国第二大零售商，多次被美国《财富》杂志评为“最受欢迎的专业零售商”，荣登《财富》杂志2020年世界500强第59位，连锁商店数量达2,000多家
4	Costco	成立于1983年，美国最大的连锁会员制仓储量贩店，荣登《财富》杂志2020年世界500强第33位，在全球七个国家设有超过700家的分店，其中大部分都位于美国境内，加拿大则是其最大国外市场
5	Canadian Tire Corporation	成立于1927年，加拿大的一家零售企业，主要销售汽车用品、休闲运动用品、家居产品等，拥有超过1,000家零售店、加油站、洗车店
6	Menards	成立于1960年，除The Home Depot和Lowe’s之外的美国领先的家居建材用品零售商，在美国开设约300多家门店
7	Harbor Freight Tools	成立于1977年，美国折扣工具和设备零售商，在美国47个州开设超过1,000家门店，提供超过7,000种工具和相关产品
8	Amazon	成立于 1995 年，美国亚马逊公司（Amazon Com, Inc），荣登《财富》杂志 2020 年世界 500 强第 9 位，全球商品品种最多的网上零售商，全球商品品种最多的网上零售商和全球第二大互联网企业

在零售商渠道开发方面，公司早期通过商业推广与零售商建立初步联系，并积极参加零售商年度产品线优化计划展会，公司 1-2 款产品经过零售商前期的小规模试单后，知名零售商对公司产品的质量、性能、售后服务等各方面均较为满意，此后公司更多款产品进入零售商年度产品线优化计划。公司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，成功搭建了完善的北美知名零售商的销售网络。对于 Amazon 电商渠道开发方面，公司通过开拓 Amazon 电商平台，与其达成业务合作，成为其供应商。

经过多年市场开拓，公司已经与 Walmart、Lowe’s、The Home Depot、Costco 等数十家国际知名零售商建立了稳定的合作关系。Walmart、Lowe’s 等知名零售商认证程序复杂，对供应商产品的外观设计、性能要求非常严格，包括供应商验厂审核、小订单产品试制、产品实验室检测等程序：①知名零售商会委托专业机构对供应商的产品设计、产品质量、生产管理、社会责任、安全环保等方面进行全厂体系审核和定期检查；②通过验厂考核后企业还需要经过零售商小订单产品试制程序，试制样品需要达到零售商品质要求并通过零售商实验室质量标准；③零售商会对供应商生产的产品进行关于产品低温、低压启动、寿命等性能的产

前测试(Pre produnction test)、产中测试(produnction test)和随机测试（random test)等实验室检查过程。报告期内，公司通过了上述知名零售商认证程序，稳定持续直接向 Walmart、Lowe’s、The Home Depot 等大型零售商销售小型空压机和干湿两用吸尘器产品，形成了较高的渠道壁垒。公司与 Walmart、Lowe’s、The Home Depot、Costco 等知名零售商客户均签署长期合作框架协议，并保持着长期稳定的合作关系。公司研发设计团队每年能设计数百款新品，公司的产品通过客户的实验室性能测试和第三方专业机构认证，对国内其他厂商具备产品竞争优势。同时，公司在美国当地配备了专业的销售和售后服务团队，可及时满足零售商关于产品售后服务的需求，提高了公司产品的客户黏性；此外，公司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。

（2）产品研发、设计优势

产品研发、设计能力是公司能够获得境外知名小型空压机和干湿两用吸尘器品牌商授权以及为零售商提供 ODM 产品的关键。

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，积累了雄厚的技术基础，逐渐奠定了公司在产品性能、品质和电机效率等方面的行业领先地位。近年来，公司引进了一大批优秀的技术人才，拥有一支技术过硬的研发队伍，实现了从概念研究到规模化生产的全过程研发。公司研发部门根据不同的地域消费习惯，不断致力于加强技术与顾客需求的结合，近年来，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。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，有力地提高了产品的市场竞争力。基于强大的研发设计实力，公司能够实现对市场和客户的最新需求做出快速反应并保证其产品不断更新换代，在造型设计、结构设计和综合效率方面始终处于行业

领先地位。

公司是江苏省科技厅、财政厅、税务局联合认定的高新技术企业，是“江苏省认定企业技术中心”、“苏州市人民政府认定企业技术中心”，公司实验室已成为获得 Intertek 认可的卫星实验室。公司积累了多项知识产权成果，截至 2020 年 12 月 31 日，公司拥有 53 项发明专利，94 项实用新型专利，63 项外观设计专利，以及“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”等江苏省科技厅认定的高新技术产品。

（3）规模化生产优势

全球知名零售商国际化的销售渠道和门店布局对于其供应商规模化的生产能力提出了较高的要求，只有供货能力强的供应商才能够进入其供应商名录。目前公司拥有明显的小型空压机和干湿两用吸尘器规模化生产优势和规模效应，能够及时安排生产计划，将货物及时送至客户指定交货地点。同时，由于公司采购规模较大，原材料和零部件的供应商已与公司形成稳定的战略合作关系，规模优势在保证原材料和零部件供应数量和质量稳定的同时，也增强了公司的议价能力，有效降低公司产品的制造成本，增强产品市场竞争力。

随着生产规模不断扩大，公司采取了关键零部件自制的后向一体化生产战略，增强自我配套能力，生产基地内配套电机厂和总装厂等部门，目前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。电机是公司产品的核心部件，公司已牢牢掌握电机的核心技术和关键环节，实现了电机自主研发与生产，能够快速匹配各种产品的动力要求，在有效降低生产成本的同时提高产品质量及稳定性，进一步扩大了公司的规模优势。

报告期内，公司自产电机和外采电机比例如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量（万台）	占比（%）	数量（万台）	占比（%）	数量（万台）	占比（%）
自产电机	222.29	88.59	150.29	89.16	191.03	89.69
外采电机	28.63	11.41	18.28	10.84	21.97	10.31
合计	250.93	100.00	168.57	100.00	213.00	100.00

报告期内，公司小型空压机电机全部自产，小部分干湿两用吸尘器电机为对外采购，公司报告期内对外采购电机占比未超过 12%。公司对外采购少部分干湿两用吸尘器电机主要系从投入产出比经济性因素考虑。公司各类干湿两用吸尘器

产品规格、型号、设计结构存在一定差异，自产不同规格的电机需要对该规格电机零部件进行开模和购买专用设备，针对部分试产的小批量订单产品，一次性投入相应电机生产设备和模具费用会存在未来闲置模具和设备的风险，从经济性角度考虑，公司选择将订单量较少的型号吸尘器所用电机从外购厂商购买。同时，苏州地区工具类行业起步较早，电机类厂商分布较多，公司可以用充分市场化的价格采购不同规格的吸尘器电机。因此，针对订单量较少的型号干湿两用吸尘器产品，公司选择通过外购方式购买电机。此外，公司小型空压机电机主要为感应电机，公司掌握了小型空压机电机静音技术，市场上提供该类电机的供应商较少，公司全部进行自制。报告期内公司自制电机比例均超过了 88%，基本满足自给自足，已经充分掌握小型空压机和干湿两用吸尘器电机的核心技术和关键环节。

报告期内，公司外购电机干湿两用吸尘器产品和自制电机干湿两用吸尘器产品均未发生重大质量问题，在客户售后服务反馈中未有明显区别，公司干湿两用吸尘器外购电机和自制电机在性能上趋于一致。对于具有稳定订单量规格的干湿两用吸尘器产品，公司自制电机成本低于外购电机成本，主要系电机供应商产品定价考虑利润加成。针对订单量较小的干湿两用吸尘器产品，考虑电机零部件开模和专用设备投入所带来的经济性价值，如果公司进行自制，由于存在模具和设备的闲置可能性，该部分自制电机成本高于外购电机成本。

（4）业内领先的快速反应能力

小型空气动力设备产品和清洁设备具有产品升级换代速度快的特点，消费者对产品外观设计、功能等方面要求日新月异，只有能够敏锐捕捉到这种动态需求中蕴含的商机，并能够快速反应且具备研发、设计和制造能力的企业才能够引领市场潮流，在竞争中占据有利地位。

经过多年的业务合作，公司与国际知名品牌商、零售商建立了长期稳定的业务合作关系，公司业务部门对接合作方市场部门，能够快速发现消费趋势和市场机遇，公司研发部门对接合作方技术部门，可以提高解决技术问题的效率，缩短产品的开发周期。国际知名零售商一般每年对产品线进行重新评估和调整，在生产制造方面，公司快速反应的柔性化生产方式已成为解决客户产品快速转换和多批次小批量生产的有效途径。

此外，公司采用企业信息管理系统，利用信息化技术，整合各方面信息，实

现了研发、采购、生产、品质管理、物流、销售、财务等部门的信息互连，实现计划和生产体系的优化，有效提高了客户对产品交期的满意度。

（5）完善的质量控制体系

公司重视产品质量控制，已建立起健全、科学的现代化管理制度，通过了ISO9001 质量管理体系认证，建立了有效的产品管理体系，有效提升了生产效率，提高了产品质量和管理水平。公司产品已通过全球 CB 认证，美国 ETL 认证，加拿大 CSA 认证，欧盟 CE 认证、EMC 认证、RoHS 认证、GS 认证、LVD 认证、MD 认证、SPVD 认证，澳大利亚 SAA 认证，日本 PSE 认证，中国 CCC 认证等在内的多项国际和国内标准认证。大型连锁零售商是小型空压机行业和干湿两用吸尘器行业主要销售渠道，其对供应商的考察周期较长、考察范围较广且非常严格，企业只有在长期的市场竞争中不断提高产品质量才能赢得客户的信任。国际知名零售商通常每年对供应商至少进行一次验厂考核，对其在原材料管控、来料检验、IPQC 过程检验、不良品和良品区域划分、测试设备、测试方法、出货检验、质量控制文件记录等进行全方面测评。公司每年都在验厂考核中取得较好的成绩，只有具备完善质量控制体系的企业才能够进入国际知名零售商合格供应商名录。

2、竞争劣势

（1）国外市场占比较高，国内市场仍待开发

公司自成立以来，致力于空气动力设备和清洁设备研发、生产和销售，客户以北美小型空压机、干湿两用吸尘器大型连锁零售商为主。相比境外业务，公司境内业务起步相对较晚，内销比重较低，市场影响力相对较弱。在国内市场需求不断发展的情况下，公司还需进一步扩大产品影响力、加强营销渠道建设从而推动国内市场业务的发展，保证公司境内营业收入水平的稳定提高。

（2）自主品牌建立尚处于初期

小型空压机和干湿两用吸尘器在海外市场具有一定的品牌壁垒，海外消费者倾向于购买具有较高品牌美誉度的产品。公司经营目前以 ODM 模式、品牌授权模式为主，OEM、OBM 业务量相对较少。在 ODM 模式下，公司为大型零售商开发设计其自有品牌产品，在品牌授权模式下，公司使用授权商的品牌对大型零售商进行销售，这些大型零售商和授权商凭借其多年来积累的品牌形象对市场影响力较

大，公司自主品牌目前难以打破知名品牌在产品销售中的优势地位。未来公司将借助亚马逊电商平台进行渠道建设，逐渐扩大自身品牌“STEALTH”、“ALTON”、“欧圣”的影响力。

（五）行业机遇及挑战

1、行业机遇

（1）国家产业政策支持

《轻工业发展规划（2016－2020 年）》、《工业和信息化部关于促进制造业产品和服务质量提升的实施意见》、《中国制造 2025》、《国务院关于促进加工贸易创新发展的若干意见》、《关于加快我国家用电器行业自主品牌建设的指导意见》、《关于加快中国家用电器行业转型升级的指导意见》等国家鼓励政策在税收、扩大需求、品牌建设等方面给予了家用清洁电器和小型空压机行业切实的扶持，国家政策直接或间接推动小型空压机和干湿两用吸尘器行业市场需求的增长以及产品技术与产品创新，带动了行业整体的快速发展。

（2）市场需求可持续发展

欧美等发达国家和地区人均收入较高，消费能力较强，经过多年的发展已经形成小型空压机和干湿两用吸尘器成熟市场，产品普及率较高。以中国为代表的新兴市场，随着经济的快速发展，人民生活水平的日益提高，城镇化的进一步推进和消费观念的转变，人们对居住环境和生活品质要求不断提高，对小型空压机和干湿两用吸尘器的需求将会不断增加，后续发展空间广阔。本行业的下游应用领域住宅、汽车、酒店、餐饮等产业将继续保持良好发展的势头。

（3）国际知名品牌、大型连锁超市全球化采购趋势日趋明显

依靠中国制造的高性价比优势，小型空压机和干湿两用吸尘器制造正不断向中国转移，中国小型空压机和干湿两用吸尘器产品的全球出口趋势愈发明显。国外品牌商、零售商选择与国内制造商以 OEM、ODM 和品牌授权等经营模式进行合作，为国内制造商提供了较大的发展空间。

大型跨国连锁零售商的全球采购战略为我国小型空压机和干湿两用吸尘器市场提供了良好的发展机遇。全球知名连锁零售商供应商资质认证的时间较长，欧圣电气、巨星科技等优质企业作为大型跨国连锁零售商核心供应商，在立足于

北美市场基础上，依靠自身技术优势依托大型跨国连锁零售商缩短认证时间快速进入欧洲、日本等全球战略市场。

（4）传统渠道日益顺畅，新兴渠道不断涌现

The Home Depot、Lowe's、Walmart 等国外大型连锁零售商在全球各大主要城市都设有门店，其业务扩张为本行业的发展提供了巨大的平台。与此同时，以亚马逊等为代表的电商及零售连锁平台的发展，为消费者提供了更多的消费体验，多元化的渠道满足了不同消费者的消费习惯和需求，将带动本行业的新一轮发展，市场潜力广阔。

2、行业挑战

（1）对国外市场的依存度较高

目前小型空压机和干湿两用吸尘器的需求仍以国外为主，国内相关制造行业对境外市场的依存度较高，容易受到进口国经济形势、贸易政策等因素的影响。同时，在以外销为主的业务模式下，人民币汇率的变动、出口退税政策的调整都会对行业整体经营利润产生影响。

（2）自主品牌影响力相对较弱

国内从事小型空压机和干湿两用吸尘器的生产企业主要以 OEM、ODM 和品牌授权等经营模式为主，随着部分优势企业逐步加大 OBM 业务的拓展，自主品牌销售规模不断扩大、品牌知名度逐步提高，但是整体上自主品牌的市场影响力仍然相对较弱，在一定程度上影响了行业的整体盈利空间。

（3）国内企业起步较晚，影响了国际竞争力

相较于国外同行业，我国小型空压机和干湿两用吸尘器行业起步较晚，行业整体发展存在研发投入不足、创新能力有限等问题。虽然近年来国内小型空压机和干湿两用吸尘器行业在自主研发创新能力上有了长足进步，部分企业在与优质下游客户合作的过程中不断提高自我标准、在与国外企业竞争中逐渐缩小差距，但国内企业仍面临许多待突破的技术瓶颈及工艺改进空间，使得我国小型空压机和干湿两用吸尘器产品质量仍有待提高。研发设计能力的增强需要大量资金的投入和丰富经验的积累，企业只有在拥有足够的资金、储备大量人才的基础上才能

在本行业取得长足发展。

（4）大国博弈下的贸易对抗

2018 年 3 月以来，美国向中国发起了多轮贸易战，对原产于中国的部分商品加征关税，涉及航空航天、信息和通信技术、机器人行业、机械领域、化学品、纺织品、食品、服饰及手袋、电子产品、金属制品和汽配产品等行业。截至本招股说明书签署日，公司小型空压机和干湿两用吸尘器产品属于25%加征关税名单。以中美贸易战为代表的大国利益博弈与对抗，在一定程度上影响了两大经济体之间的技术、产品、模式交流效率，虽然短期内，该对抗性博弈对于小型空压机和吸尘器产品的研发和销售不会产生决定性的影响，但也直接或间接提高了中国向美国出口商品的成本。

四、发行人主要产品的销售情况和主要客户

（一）报告期内主要产品的产能、产量、销量

公司主要产品为小型空压机和干湿两用吸尘器。由于小型空压机和干湿两用吸尘器的规格、大小、材质、重量不同，同样产线生产小型空压机和干湿两用吸尘器的产量有较大差异。因此公司选取报告期内主要产品 8 加仑卧罐小型空压机、4 加仑金属桶干湿两用吸尘器作为标准产品计算标准产能，根据其他产品耗时与标准产品的耗时的比例关系，将其他产品产量全部折算为标准产品的标准产量。

报告期内，公司标准产能、标准产量及产能利用率情况如下：

单位：万台

期间	小型空压机		
	标准产能	标准产量	产能利用率
2018 年度	75.00	88.11	117.48%
2019 年度	75.00	69.78	93.04%
2020 年度	75.00	103.90	138.53%
期间	干湿两用吸尘器		
	标准产能	标准产量	产能利用率
2018 年度	135.00	140.20	103.85%
2019 年度	135.00	119.84	88.77%
2020 年度	160.00	186.67	116.67%

报告期内，各产品的实际总产量、总销量及产销率情况如下表所示：

单位：万台

期间	小型空压机		
	产量	销量	产销率
2018 年度	95.11	93.72	98.54%
2019 年度	67.32	65.72	97.63%
2020 年度	94.23	90.95	96.51%
期间	干湿两用吸尘器		
	产量	销量	产销率
2018 年度	118.89	112.88	94.95%
2019 年度	99.39	107.15	107.80%
2020 年度	153.69	144.99	94.34%

1、产能利用率的计算依据

（1）产能利用率的计算依据

由于小型空压机和干湿两用吸尘器的规格、大小、材质、重量不同，同样产线生产小型空压机和干湿两用吸尘器的产量有较大差异。因此公司选取报告期内主要产品 8 加仑卧罐小型空压机、4 加仑金属桶干湿两用吸尘器整机产线瓶颈设备耗用工时作为标准产品计算标准产能，根据其他产品耗时与标准产品的耗时的比例关系，将其他产品产量全部折算为标准产品的标准产量。

小型空压机产能利用率的计算依据如下：

项目	公式	2020 年度	2019 年度	2018 年度
整机产线瓶颈设备每生产一台标准产品耗用工时（秒）	①	62.60	62.60	62.60
整机瓶颈设备平均每小时调机、检修等时间（秒）	②	340	340	340
标准产品每小时标准产能（台/小时）	③=（3,600-②）/①	52.08	52.08	52.08
年运营时数（小时）	④	2,400	2,400	2,400
每条整机线标准产能（万台）	⑤=③*④/10,000	12.50	12.50	12.50
整机生产线（条）	⑥	6	6	6
标准产能（万台）	⑦=⑤*⑥	75	75	75

干湿两用吸尘器产能利用率的计算依据如下：

项目	公式	2020 年度	2019 年度	2018 年度
整机瓶颈设备每生产一台标准产品耗用工时（秒）	①	28.20	28.20	28.20

整机瓶颈设备平均每小时调机、检修等时间（秒）	②	428	428	428
标准产品每小时标准产能（台/小时）	③=（3,600-②）/①	112.48	112.48	112.48
年运营时数（小时）	④	2,400	2,400	2,400
每条整机线标准产能（万台）	⑤=③*④/10,000	27	27	27
整机生产线（条）	⑥	10	5	5
标准产能（万台）	⑦=⑤*⑥	160	135	135

注：为应对公司下半年干湿两用吸尘器订单剧增的情况，发行人分别于 2020 年 10 月增加 3 条生产线、2020 年 12 月增加 2 条生产线。

（2）发行人固定资产上升产能利用率不变的原因

报告期各期末，公司固定生产设备原值及同比上期末增加情况如下：

单位：万元

项目	2020 年末	2019 年末	2018 年末
生产设备原值	2,894.64	2,728.61	2,515.70
生产设备原值同比上期末增加	166.03	212.91	745.76
主要新增生产设备	双头四工位绕线机、平面磨床	制罐车间自动焊接线设备、除尘设备、UV 光氧催化设备等设备	制罐车间封头拉伸缩口自动化生产线、大型偏摆落圆自动化生产线、中厚板型三合一自动送料生产线；电机车间柜式激光打标机等设备

截至 2020 年末，公司有小型空压机 6 条整机装配线、干湿两用吸尘器 10 条装配线，公司标准产能情况与公司小型空压机、干湿两用吸尘器整机产线投入成正相关，虽然报告期内公司固定资产生产设备上升，但主要资本性投入设备为制罐车间设备、电机定转子车间自动化生产设备，上述设备投入提升公司自制半成品的比例，降低了对部分供应商外购比例，优化了公司生产工艺，但对公司产能未产生影响。

2、生产人员数量与产能产量的匹配

报告期内发行人生产人员变动与产量及产能的对比情况如下所示：

单位：万台/人

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
平均生产人员数量（含劳务派遣）	750.25	499.50	649.50
产能：	235.00	210.00	210.00
其中：吸尘器	160.00	135.00	135.00
小型空压机	75.00	75.00	75.00

产量：	290.57	189.62	228.31
其中：吸尘器	186.67	69.78	88.11
小型空压机	103.90	119.84	140.20
产量与平均人数比例	0.39	0.38	0.35

从上表可以看出，公司平均生产人员数量与期间产品产量变化趋势大致相同。

报告期内，发行人与同行业可比上市公司的人均产出数量和人均产出金额情况如下：

单位：万台、万元

公司名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	人均产出数量	人均产出金额	人均产出数量	人均产出金额	人均产出数量	人均产出金额
巨星科技	11.92	215.00	12.39	198.30	9.89	175.70
莱克电气	0.93	114.37	0.80	105.35	0.79	104.36
科沃斯	0.32	283.29	0.28	212.41	0.39	194.97
创科实业	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露
可比公司平均	4.39	204.22	4.49	172.02	3.69	158.35
发行人	0.39	127.19	0.38	119.68	0.35	95.18

注：数据来源于上市公司年报或招股说明书；创科实业为香港上市公司，未披露各期末人数；

人均产出数量=当期产量/当期平均生产人员数量；人均产出金额=当期主营业务收入/当期平均生产人员数量。

报告期内，发行人人均产出数量与同行业可比公司相比差异较大，主要系巨星科技主要生产小型手动工具，人均产出数量较大所致，公司人均产出数量与科沃斯较为相似，人均产出数量与产品类型存在密切关系。

3、吸尘器销量逐年下滑的原因和合理性

2018 年至 2020 年，公司干湿两用吸尘器产品销量、营业收入及单价如下表：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销量（万台）	144.99	107.15	112.88
营业收入（万元）	42,230.65	23,717.45	18,608.10
平均单价（元/台）	291.27	221.36	164.84

2018 年至 2020 年，公司干湿两用吸尘器产品主营业务收入整体呈上升趋势，2019 年产品销量呈现下降趋势，产品价格呈现上升趋势，主要系公司干湿两用吸尘器的产品结构发生调整。

如下表所示，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。由于公司干湿两用吸尘器产品结构整体往大加仑方向调整，生产大加仑产品耗时更长，因此同生产线相同时间生产产品产量降低。

单位：万元

规格	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比
1 加仑	350.21	0.83%	2,492.61	10.51%	2,893.26	15.55%
2 加仑	623.62	1.48%	527.67	2.22%	960.68	5.16%
4 加仑	2,650.24	6.28%	832.94	3.51%	3,460.72	18.60%
5 加仑	3,024.80	7.16%	1,943.16	8.19%	1,760.56	9.46%
6 加仑	6,286.67	14.89%	2,791.38	11.77%	948.82	5.10%
8 加仑	1,489.63	3.53%	3,384.13	14.27%	4,515.27	24.27%
9 加仑	7,483.34	17.72%	2,227.07	9.39%	293.73	1.58%
10 加仑	12,019.68	28.46%	6,306.22	26.59%	1,315.68	7.07%
合计	33,928.20	80.34%	20,505.18	86.46%	16,148.73	86.78%

公司干湿两用吸尘器产品结构往大体积高端产品调整是公司主动的经营战略调整行为。2018 年以来，由于公司部分干湿两用吸尘器产品被加征关税，使得小体积产品利润空间缩小，为应对干湿两用吸尘器产品被加征关税，公司调整产品策略，将干湿两用吸尘器产品定位向高端领域倾斜，逐渐从 Staney 品牌低加仑往 Dewalt 品牌高加仑调整。

综上，公司 2019 年吸尘器逐年下滑主要系公司产品策略调整致使产品结构发生变化，报告期内，公司干湿两用吸尘器产品主营业务收入整体保持稳定增长，上述变化系公司主动的经营战略调整行为，具备合理性。

（二）报告期内主要产品的收入情况

1、产品分类销售情况

报告期内，公司主营业务收入按产品构成情况如下表：

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
小型空压机	50,372.38	52.80	34,579.60	57.79	41,501.85	67.08
干湿两用吸尘器	42,230.65	44.27	23,717.45	39.63	18,608.10	30.08
配件及其他	2,791.99	2.93	1,543.25	2.58	1,755.80	2.84
合计	95,395.02	100.00	59,840.30	100.00	61,865.76	100.00

2、主营业务收入按地区构成分析

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，公司主营业务收入主要来自外销收入，公司外销收入主要来自美国、加拿大等地区。

（三）产品销售量和销售价格变动情况

1、小型空压机产品销售量和销售价格

公司主要产品小型空压机、干湿两用吸尘器的销售量和销售价格变动情况如下：

产品	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	销量	单价	销量	单价	销量	单价
小型空压机	90.95	553.87	65.72	526.14	93.72	442.83

单位：万台、元/台

2019 年，公司小型空压机平均单价有所升高主要系 2019 年公司高端品牌静音型空压机销售占比增加，此外，美元兑人民币升值进一步提高了公司小型空压机产品价格。2020 年，公司小型空压机平均单价继续升高，一方面，公司高端品牌大容量静音型空压机销售占比持续增加，与此同时，由于公司研发的静音型小型空压机市场认可度不断提高，2020 年部分客户采购的多款中端品牌系列产品也开始逐渐改用为公司新推出的高附加值双气罐静音型系列新品，该产品价格较其他老款产品有所提升。此外，2020 年，亚马逊平台业务的增长，进一步提高了 2020 年小型空压机产品价格。

报告期内，同种型号的小型空压机不同年度订单单价情况如下：

单位：美元/台

产品型号	2020 年			2019 年			2018 年	
	单价	占比	同比	单价	占比	同比	单价	占比
CE0505W-8 加仓卧罐	76.41	12.73%	-4.03%	79.62	8.58%	3.32%	77.06	15.25%
CD0901D-2 加	42.23	0.06%	0.00%	42.23	2.61%	1.68%	41.53	10.06%

仓碟罐								
CE0914L-26 加仓立罐	/	/	/	189.19	14.11%	-0.11%	189.40	9.41%
CD0208W-3GAL 卧罐	38.04	3.38%	-4.01%	39.63	1.42%	4.37%	37.97	6.21%
CE0510W-8 加仓卧罐	76.87	5.36%	-1.54%	78.07	7.02%	-2.14%	79.78	3.74%
CE0920S-4.5 加仓双罐	121.29	9.14%	-7.29%	130.83	2.36%	-2.28%	133.88	4.15%
CE1705L-26 加仓立罐	180.05	12.69%	0.00%	180.05	3.36%	/	/	/
当年销售合计占比	43.37%			39.46%			48.82%	

注：产品单价为同一年度同一型号所有订单单价的算术平均值。

报告期内，公司同种型号小型空压机产品与客户定价整体波动不大，公司与客户关于小型空压机产品的定价受原材料、汇率及关税等因素影响。2019 年，部分产品呈现订单单价同比上升，主要系 2018 下半年，公司主要产品原材料价格处于高位，同时人民币兑美元汇率处于历史低位，公司与部分客户协商进行协商调价，由于与客户协商调价存在一定的谈判周期，使得部分小型空压机 2019 年订单单价与 2018 年同比上涨。2020 年公司主要小型空压机产品单价同比呈现下降趋势，主要系受中美贸易战影响，客户与公司协商产品定价时约定公司产品价格降低承担部分关税成本。

2、干湿两用吸尘器产品销售量和销售价格

单位：万台、元/台

产品	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	销量	单价	销量	单价	销量	单价
干湿两用吸尘器	144.99	291.27	107.15	221.36	112.88	164.84

2019 年，公司干湿两用吸尘器平均单价增长较快，一方面公司以品牌授权模式销售的高端品牌 Dewalt 产品增长较快；同时由于中美贸易摩擦，公司与 Costco 等部分客户将贸易模式由 FOB 修改为 DDP，境外运保费和关税由公司支付，因此公司销售价格相应上升；此外 2019 年美元兑人民币汇率相对较高，且呈震荡上升趋势，使得公司干湿两用吸尘器产品价格进一步增加。2020 年，公司干湿两用吸尘器产品平均单价进一步升高主要系公司以 DDP 方式销售高端品牌 Dewalt 产品占比进一步增加所致，该类产品价格包括了关税和境外运保费；此外，亚马逊电商客户销售收入增长致使公司干湿两用吸尘器产品价格进一步增加。

报告期内，同种型号的干湿两用吸尘器不同年度订单单价情况如下：

单位：美元/台

产品型号	2020 年			2019 年			2018 年	
	单价	占比	同比	单价	占比	同比	单价	占比
VC1403S-8 加仑金属桶	35.76	0.04%	0.00%	35.76	9.52%	0.00%	35.76	17.44%
VC2802P-1 加仑塑料桶	/	/	/	13.01	8.36%	0.00%	13.01	10.68%
VC2202S-4 加仑金属桶	/	/	/	/	/	/	24.10	9.22%
VC3601-10 加仑金属桶	75.00	13.97%	0.00%	75.00	7.52%	/	/	/
VC2901-9 加仑塑料桶	45.46	7.70%	-5.88%	48.30	3.28%	/	/	/
VC2102-6 加仑塑料桶	24.95	4.33%	-3.33%	25.81	4.15%	/	/	/
VC4401-14 加仑塑料桶	49.52	4.31%	7.46%	46.08	0.22%			
当年销售合计占比	30.35%			33.06%			37.33%	

注：产品单价为同一年度同一型号所有订单单价的算术平均值。

报告期内，公司干湿两用吸尘器产品与客户定价整体波动不大，呈现缓慢下降趋势。干湿两用吸尘器属于工具类家用消费品，公司向市场推出的新品在初期定价时整体处于较高水平，通常可以保持 1-2 年的稳定市场价格，此后随着市场时间推移在与客户谈判时产品价格而缓慢降低或者退出市场，以此同时，每个年度公司均会向客户推出新设计的产品代替旧产品。2018 年公司销售占比较大的前两款同种型号干湿两用吸尘器产品价格于 2019 年客户订单中保持稳定不变。此外，2018 年至 2019 年，公司干湿两用吸尘器产品整体向大容量、中高端结构转变，上述大容量、中高端类产品在初期定价时保持了较高水平。2020 年，主要产品订单单价同比下降趋势，一方面，部分 2019 年推出的新品随着订单量的释放进行了微幅降价，另一方面，受中美贸易战影响，客户与公司协商降价致使公司产品价格降低承担部分关税成本。2020 年，料号为 VC4401-14 加仑塑料桶吸尘器订单单价同比上涨 7.46%，主要系 2020 年出货订单产品增加了水刷附件，使得产品定价微幅上升。

（四）公司前五名客户情况

1、公司主要客户情况

（1）公司对前五名客户销售额及其占当期营业收入的比例

报告期内，公司对前五名客户销售额及其占当期营业收入的比例如下表所示：

年度	序号	客户名称	主要销售内容	销售金额（万元）	占当期营业收入比例
2020 年度	1	Lowe's（美国劳氏公司）	小型空压机和干湿两用吸尘器	26,339.56	26.53%
	2	The Home Depot（美国家得宝公司）	小型空压机和干湿两用吸尘器	16,981.19	17.10%
	3	Amazon（亚马逊）	小型空压机和干湿两用吸尘器	9,362.10	9.43%
	4	Harbor Freight Tools	小型空压机和干湿两用吸尘器	8,599.76	8.66%
	5	Costco（美国好市多公司）	小型空压机和干湿两用吸尘器	8,397.42	8.46%
	合 计			69,680.04	70.18%
2019 年度	1	Lowe's（美国劳氏公司）	小型空压机和干湿两用吸尘器	13,743.53	22.54%
	2	Walmart（美国沃尔玛公司）	小型空压机和干湿两用吸尘器	11,571.22	18.98%
	3	The Home Depot（美国家得宝公司）	小型空压机和干湿两用吸尘器	6,284.16	10.31%
	4	Amazon（亚马逊）	干湿两用吸尘器	4,923.24	8.07%
	5	Canadian Tire Corporation（加拿大轮胎公司）	小型空压机	4,754.15	7.80%
	合 计			41,276.30	67.69%
2018 年度	1	Walmart（美国沃尔玛公司）	小型空压机和干湿两用吸尘器	14,514.18	23.04%
	2	The Home Depot（美国家得宝公司）	小型空压机和干湿两用吸尘器	13,197.50	20.95%
	3	Lowe's（美国劳氏公司）	小型空压机和干湿两用吸尘器	12,208.81	19.38%
	4	Canadian Tire Corporation（加拿大轮胎公司）	小型空压机	4,742.78	7.53%
	5	Costco（美国好市多公司）	小型空压机和干湿两用吸尘器	3,172.56	5.04%
	合 计			47,835.83	75.94%

公司主营业务为空气动力设备和清洁设备的研发、生产和销售，主要产品为国际知名零售商提供小型空压机和干湿两用吸尘器。公司主要客户为位列知名

《财富》杂志前 200 强的全球知名零售商，凭借多年的专业研发和设计能力、稳定的产品质量和规模化的生产优势，公司与 The Home Depot、Lowe’s、Amazon、Walmart、Canadian Tire Corporation、Costco、Menards、Harbor Freight Tools 等世界知名零售商在新产品开发、新产品推广、新产品零售端定价、售后服务方面形成一体化的战略合作关系。报告期内，公司不断加大客户开发力度，在扩大客户基数同时亦与行业内龙头或知名客户建立了稳定且深入的合作关系，公司不存在对单一客户的销售依赖，经营风险较低。

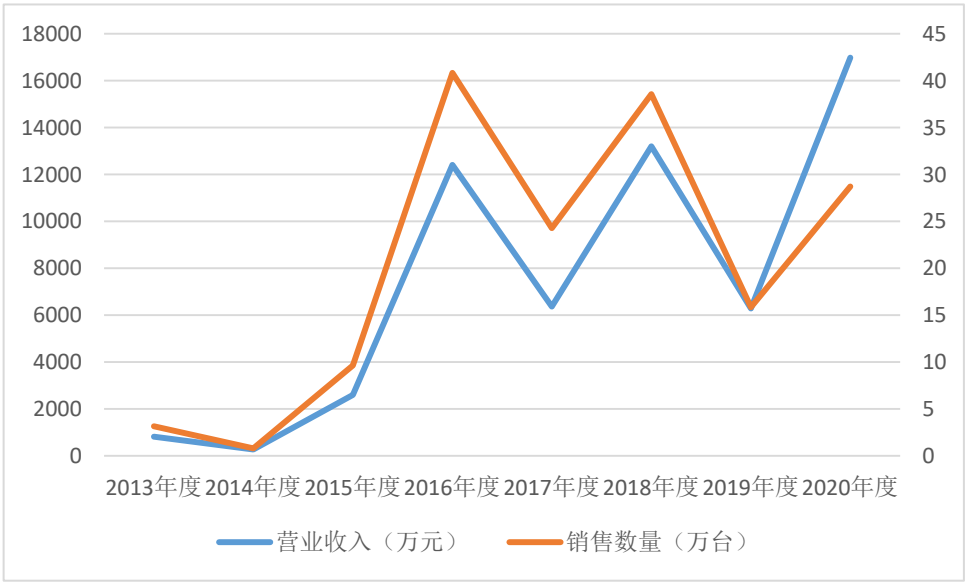
①发行人和 The Home Depot 自合作以来每年销售收入和销售数量的变动情况

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。

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。

（2）公司与可比公司对前五大客户销售收入占营业收入比例情况

报告期内，公司与可比公司对前五大客户销售收入占营业收入比例情况如下所示：

证券代码	公司简称	前五大客户销售收入/营业收入

		上市前 1 年	2020 年度	2019 年度	2018 年度
002444.SZ	巨星科技	58.33%	45.19%	38.58%	36.69%
00669.HK	创科实业	-	58.30%	55.70%	54.20%
603355.SH	莱克电气	48.19%	41.97%	37.48%	39.33%
603486.SH	科沃斯	38.97%	25.72%	36.25%	36.02%
可比上市公司平均		48.50%	42.80%	42.00%	41.56%
欧圣电气			70.18%	67.69%	75.94%

报告期内，公司对前五大客户销售收入占营业收入比例高于可比上市公司平均水平。一方面，由于可比公司均为上市公司，可比公司上市前对前五大客户销售比例处于较高水平，上市后，资本实力的增强使得可比公司产品品类和客户类型不断拓宽，对前五大客户销售比例逐渐降低；此外，巨星科技、莱克电气在上市后大力开拓内销收入，使得前五大客户比例进一步降低。另一方面，公司的主要销售模式系为境外大型零售商提供 ODM 产品或者品牌授权产品，通过 OEM 模式销售给品牌制造商占比较低，公司的终端客户主要为境外大型零售商，境外大型零售商客户本身集中度较高，与公司业务模式接近的创科实业客户集中度也高于同行业平均水平；其他可比公司业务模式还包括为品牌商提供 ODM 或 OEM 产品，终端客户还包括品牌商，因此公司集中度相对可比公司平均水平较高符合公司业务定位。

综上，公司前五大客户销售收入集中度高于可比公司具备合理性，并且公司已经在招股说明书对“客户集中度较高”进行了充分地风险提示。

（3）公司报告期内前五大客户基本情况

序号	名称	简介
1	Walmart	成立于1969年,世界最大的连锁零售商、经营连锁折扣店和仓储式商店，多次荣登《财富》杂志世界500强榜首及当选最具价值品牌，在27个国家拥有约11,200家分店以及遍布10个国家的电子商务网站
2	Lowe’s	成立于1952年，全球领先的家居建材用品零售商,荣登《财富》杂志2020年世界500强第137位，专门研究提供家园改善的产品和服务、家庭装饰、家庭维护、家庭修理及商业大厦改造和维护 ，连锁商店数量达2,000多家
3	The Home Depot	成立于1978年，全球领先的家居建材用品零售商、美国第二大零售商，多次被美国《财富》杂志评为“最受欢迎的专业零售商”，荣登《财富》杂志2020年世界500强第59位，连锁商店数量达2,000多家
4	Costco	成立于1983年，美国最大的连锁会员制仓储量贩店，荣登《财富》杂志2020年世界500强第33位，在全球七个国家设有超过700家的分

		店，其中大部分都位于美国境内，加拿大则是其最大国外市场
5	Canadian Tire Corporation	成立于1927年，加拿大的一家零售企业，主要销售汽车用品、休闲运动用品、家居产品等，拥有超过1,000家零售店、加油站、洗车店
6	Harbor Freight Tools	成立于1977年，美国折扣工具和设备零售商，在美国47个州开设超过1,000家门店，提供超过7,000种工具和相关产品
7	Amazon	成立于 1995 年，美国亚马逊公司（Amazon Com, Inc），荣登《财富》杂志 2020 年世界 500 强第 9 位，全球商品品种最多的网上零售商，全球商品品种最多的网上零售商和全球第二大互联网企业

公司报告期内前五大客户的具体情况如下：

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，主要关联方和持有 5%以上股份的股东在上述客户中没有占有权益的情况。

（4）公司与各期主要客户的合作时间、客户获取途径、结算方式

经过多年市场开拓，公司已经与 Walmart、Lowe’s、The Home Depot、Costco 等数十家国际知名零售商建立了稳定的合作关系。在客户获取途径，公司早期通过商业推广与知名零售商建立初步联系，并积极参加零售商年度产品线优化计划展会，公司产品开始进入零售商年度产品线优化计划；对于 Amazon 电商渠道开发方面，公司通过开拓 Amazon 电商平台，与其达成业务合作，成为其供应商。在产品定价方面，公司主要在成本加成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、汇率等综合因素与零售商协商定价。报告期内，公司与主要客户的合作时间、结算方式如下：

序号	名称	合作时间	结算方式
1	Walmart	2010 年之前开始合作	信用期内（90天）通过银行汇款方式收取货款
2	Lowe’s	2011年开始合作	信用期内（125 天/135 天）通过银行汇款及供应链融资方式收取货款
3	The Home Depot	2013 年开始合作	信用期内（60 天）通过银行汇款及供应链融资方式收取货款
4	Costco	2010 年之前开始合作	信用期内（11天）通过银行汇款方式收取货款
5	Canadian Tire Corporation	2010 年之前开始合作	信用期内（15天）通过银行汇款方式收取货款
6	Menards	2010年之前开始合作	信用期内（30天）通过银行汇款方式收取货款
7	Harbor Freight Tools	2017年开始签署合作协议，2018年对其形成销售	信用期内（30天）通过银行汇款方式收取货款

序号	名称	合作时间	结算方式
		收入，并保持持续的合作关系	
8	Amazon	2016年开始合作	信用期内（60天）通过银行汇款方式收取货款

（5）公司和各期主要客户长期合作框架协议的合作期限，关于新产品开发、新产品推广、新产品零售端定价、售后服务的具体约定

公司与知名零售商建立了稳定的合作关系，签署的合作框架协议基本为无固定期限的合作框架协议。关于新产品开发，公司主要按照客户产品定位需求主导产品的研发设计环并经客户确认，客户通常会对公司开发的新品外观提出更符合其品牌定位的品牌元素建议。关于新产品推广，公司根据零售商当前店里的产品线，向零售商提出合适新品建议；关于新产品零售端定价，公司会根据市场上同类产品向知名零售商提供一个建议零售价供参考，最终零售价格由客户自行确定；关于产品终端售后服务，部分零售商以公司作为售后服务主体，部分零售商自身作为售后服务主体。

发行人和各期主要客户长期合作框架协议的合作期限，发行人和客户关于新产品开发、新产品推广、新产品零售端定价、售后服务的具体约定如下：

序号	名称	长期合作框架协议的合作期限	新产品开发约定	新产品推广	新产品零售端定价	产品终端售后服务
1	Walmart	无固定期限的长期框架协议	公司按照Walmart产品定位需求主导产品的研发设计环节并经Walmart确认，Walmart对新品外观提出其品牌元素建议	根据Walmart当前店里的产品线，综合考虑其他零售商的产品线，向Walmart提出合适新品建议	在Walmart将新产品上架前，公司会根据市场上同类产品向知名零售商提供一个建议零售价供参考，最终零售价格由Walmart自行确定	公司提供售后服务
2	Lowe’s	无固定期限的长期框架协议	公司按照Lowe’s产品定位需求主导产品的研发设计环节并经Lowe’s确认，Lowe’s对新品外观提出其品牌元素建议	根据Lowe’s当前店里的产品线，综合考虑其他零售商的产品线，向Lowe’s提出合适新品建议	在Lowe’s将新产品上架前，公司会根据市场上同类产品向知名零售商提供一个建议零售价供参考，最终零售价格由Lowe’s自行确定	客户指定售后服务公司，公司承担售后费用

序号	名称	长期合作框架协议的合作期限	新产品开发约定	新产品推广	新产品零售端定价	产品终端售后服务
3	The Home Depot	无固定期限的长期框架协议	公司按照 The Home Depot 产品定位需求主导产品的研发设计环节并经 The Home Depot 确认，The Home Depot 对新品外观提出其品牌元素建议	根据The Home Depot 当前店里的产品线，综合考虑其他零售商的产品线，向The Home Depot 提出合适新品建议	在The Home Depot将新产品上架前，公司会根据市场上同类产品向知名零售商提供一个建议零售价供参考，最终零售价格由The Home Depot 自行确定	公司提供售后服务
4	Costco	无固定期限的长期框架协议	公司自主开发设计，Costco 通常每年选择一款设计风格符合其会员喜好的产品	公司每年将几款自主设计、对中上水平消费者有吸引力的品牌授权产品向Costco进行推介	在客户将新产品上架前，公司会根据市场上同类产品向Costco提供一个建议零售价供参考，最终零售价格由Costco自行确定	公司提供售后服务
5	Canadian Tire Corporation	无固定期限的长期框架协议	公司按照 Canadian Tire Corporation 产品定位需求主导产品的研发设计环节并经 Canadian Tire Corporation 确认，Canadian Tire Corporation 对新品外观提出其品牌元素建议	根据 Canadian Tire Corporation 当前店里的产品线，综合考虑其他零售商的产品线，向 Canadian Tire Corporation 提出合适新品建议	在Canadian Tire Corporation将新产品上架前，公司会根据市场上同类产品向知名零售商提供一个建议零售价供参考，最终零售价格由Canadian Tire Corporation自行确定	客户提供售后服务
6	Menards	无固定期限的长期框架协议	Menards 对新品的功能和性能提出需求，产品结构、外观基本全部由公司主导	根据Menards 当前店里的产品线，综合考虑其他零售商的产品线，向 Menards提出合适新品建议	在Menards将新产品上架前，公司会根据市场上同类产品向知名零售商提供一个建议零售价供参考，最终零售价格由Menards自行确定	公司提供售后服务
7	Harbor Freight Tools	无固定期限的长期框架协议	公司按照 Harbor Freight Tools	根据Harbor Freight Tools当前店	在Harbor Freight Tools将新产品上架前，	客户提供售后服务

序号	名称	长期合作框架协议的合作期限	新产品开发约定	新产品推广	新产品零售端定价	产品终端售后服务
			产品定位需求主导产品的研发设计环节并经 Harbor Freight Tools 确认，Harbor Freight Tools 对新品外观提出其品牌元素建议	里的产品线，综合考虑其他零售商的产品线，向 Harbor Freight Tools提出合适新品建议	公司会根据市场上同类产品向知名零售商提供一个建议零售价供参考，最终零售价格由Harbor Freight Tools自行确定	
8	Amazon	无固定期限的亚马逊平台供应商协议	产品结构、外观基本全部由公司主导	根据电商平台消费者喜好度，向Amazon推荐公司新品	公司会根据市场上同类产品电商平台商提供一个建议零售价供参考，最终零售价格由Amazon自行确定	公司提供售后服务

公司主要客户为 The Home Depot、Lowe’s、Walmart、Costco 等境外知名零售商，公司与上述客户签署了长期合作框架协议，公司与上述知名零售商合作历史深厚，在长期的合作过程中已经形成了稳定的合作伙伴关系。公司对 The Home Depot、Lowe’s、Walmart、Costco 等境外知名零售商的业务具有稳定性和可持续性。

（6）公司对主要客户销售金额占其采购同类产品金额的比重

报告期内，发行人对主要客户销售金额占其采购同类产品金额的比重如下：

序号	客户名称	客户规模	公司对客户主要销售内容	向客户销售金额占其采购同类产品金额的比例
1	Walmart	2020 年营业收入 5,591.51 亿美元，总资产 2,524.96 亿美元	小型空压机、干湿两用吸尘器	具体数据该客户不予透露
2	Lowe’s	2020 年营业收入 895.97 亿美元，总资产 467.35 亿美元	小型空压机、干湿两用吸尘器	具体数据该客户不予透露
3	The Home Depot	2020 年营业收入 1,321.10 亿美元，总资产 705.81 亿美元	小型空压机、干湿两用吸尘器	小型空压机约30%、干湿两用吸尘器10%以内
4	Costco	2020 年营业收入 1,667.61 亿美元，总资产 555.56 亿美元	小型空压机、干湿两用吸尘器	干湿两用吸尘器约90%
5	Canadian Tire	2020 年营业收入约 130 亿加币	小型空压机	小型空压机约80%

序号	客户名称	客户规模	公司对客户主要销售内容	向客户销售金额占其采购同类产品金额的比例
	Corporation			
6	Menards	除 The Home Depot 和 Lowe's 之外的美国领先的家居建材用品零售商，在美国开设约 300 多家门	小型空压机	具体数据该客户不予透露
7	Harbor Freight Tools	2019 年营业收入约 50 亿美元	干湿两用吸尘器、小型空压机	小型空压机约10%-20%，干湿两用吸尘器由发行人独家供应
8	Amazon	2020 年营业收入 3,860.64 亿美元，总资产 3,211.95 亿美元	干湿两用吸尘器、小型空压机	具体数据该客户不予透露

注:数据来源于客户访谈和主要客户的公开公告数据。

报告期内公司对单一客户的销售收入占比均未超过 30%，公司不存在对单一客户的销售依赖。公司主要客户及其实际控制人或主要股东、关键经办人员与发行人不存在关联关系，发行人关联方与客户不存在异常资金往来。

2、报告期内前五大客户变动说明

报告期内，发行人的客户结构总体较为稳定，各年度前五大客户销售额的变动取决于公司的年度产品市场开拓规划和全球知名终端零售商年度采购计划及新品开发计划。

报告期内，发行人前五大客户合计销售金额及其占营业收入比例情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
金额	69,680.04	41,276.30	47,835.83
占比	70.18%	67.69%	75.94%

2018 年至 2020 年，公司对前五大客户销售收入占营业收入比例分别为 75.94%、67.69%、70.18%，报告期内，2019 年，公司客户集中度呈现下降趋势，主要系公司开拓了知名零售商 Harbor Freight Tools 和网络平台亚马逊市场，主要客户集中度进一步分散。报告期内，公司对 Harbor Freight Tools 销售金额分别为 2,387.56 万元、4,297.04 万元及 8,599.76 万元，占当年销售金额比例分别为 3.79%、7.05%及 8.66%。2018 年、2019 年及 2020 年，公司对亚马逊销售金额分别为 1,901.97 万元、4,923.24 万元及 9,362.10 万元，占当年销售金额比例分别为 3.02%、8.07%及 9.43%，公司于 2016 年与亚马逊展开合作，得益

于近年来公司持续开发亚马逊市场效果显著，同时海外疫情致使亚马逊等电商购物需求增加使得公司对亚马逊销售收入上升较快。Harbor Freight Tools 于 2020 年度进入公司的前五大客户名单，报告期内，公司向 Harbor Freight Tools 的销售金额持续上升，系公司 2018 年第 6 大客户、2019 年第 6 大客户和 2020 年第 4 大客户。Amazon 于 2019 年进入公司的前五大客户名单，公司于 2016 年与该公司展开合作，得益于近年来公司持续开发亚马逊市场效果显著，同时海外疫情致使亚马逊等电商购物需求增加使得公司对亚马逊销售收入上升较快，报告期内，公司向 Amazon 的销售金额持续上升，系公司 2018 年第 9 大客户、2019 年第 4 大客户和 2020 年第 3 大客户。

Costco 于 2019 年退出公司前五大客户名单，主要系 2019 年公司向 Amazon 销售金额增长，进入公司前五大客户所致。Costco 于 2020 年进入公司前五大客户名单，Walmart 于 2020 年退出公司前五大客户名单，主要系公司将干湿两用吸尘器产品的定位向高端领域倾斜，公司加大对了 Costco 高附加值的 Dewalt 品牌产品销售，降低了对 Walmart 中端品牌 Stanley 系列产品的销售。Canadian Tire Corp 于 2020 年退出公司前五大客户名单，主要系 2020 年公司向 Harbor Freight Tools 销售金额增长，进入公司前五大客户所致。

3、报告期内不同层级的客户分布、新增和退出情况

报告期内，公司主营业务收入按销售规模划分对客户的数量、销售金额等统计分析如下：

销售金额区间	数量（家）	平均销售金额（万元）	中位数（万元）	平均毛利率
2020 年度				
5,000 万元以上	7	11,490.33	8,599.76	37.47%
1,000 万元至 5,000 万元	2	3,101.20	3,101.20	31.81%
200 万元至 1,000 万元	7	427.01	310.82	44.53%
50 万元至 200 万元	29	102.15	76.84	49.92%
5 万元至 50 万元	58	21.89	19.74	54.31%
合计	103	-	-	-
2019 年度				
5,000 万元以上	3	10,532.97	11,571.22	28.29%
1,000 万元至 5,000 万元	6	3,776.08	3,845.73	40.87%
200 万元至 1,000 万元	6	370.37	312.74	45.93%
50 万元至 200 万元	20	95.36	76.89	43.79%

5 万元至 50 万元	47	21.82	20.09	53.01%
合计	82	-	-	-
2018 年度				
5,000 万元以上	3	13,306.83	13,197.50	21.90%
1,000 万元至 5,000 万元	6	2,767.51	2,296.72	24.81%
200 万元至 1,000 万元	6	386.53	295.21	36.20%
50 万元至 200 万元	17	100.73	95.52	38.63%
5 万元至 50 万元	40	20.37	17.98	47.93%
合计	72	-	-	-

注：为保证数据可比性，根据客户实际收入规模划分为“5,000 万元以上”、“1,000 万元至 5,000 万元”、“200 万元至 1,000 万元”、“50 万元至 200 万元”和“5 万元至 50 万元”，5 万元以下主要为个人零售客户，该部分客户分布情况详见本招股书“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”。

报告期内，公司对销售金额在 5 万元至 200 万元的中小型客户销售毛利率较高，主要系该部分客户整体规模较小，与公司合作时间短，同时采购订单量低，公司产品定价时考虑成本费用的加成率会更高一些。

报告期内，公司对中大型客户销售规模和客户数量较为稳定，公司销售金额大于 1,000 万元以上客户为 Walmart、Lowe’s、The Home depot、Canadian tire corp、Costco、Menards、Harbor freight tools、Stanley Black&Decker、Amazon。报告期内，公司对上述 9 家主要客户的销售收入占各期主营业务收入的比例约为 90%-92%，是报告期内公司收入及盈利的重要来源。

报告期内，公司对主要客户 Walmart、Lowe’s、The Home depot、Canadian tire corp、Costco、Menards、Harbor freight tools、Stanley Black&Decker、Amazon 销售情况如下：

销售金额区间	2020 年度	2019 年 度	2018 年度
5,000 万元以上	Lowe’s(1) The Home depot(2) Amazon(3) Harbor freight tools（4） Costco(5) Canadian tire corp(6) Walmart(7)	Lowe’s(1) Walmart(2) The Home depot(3)	Walmart(1) The Home depot(2) Lowe’s(3)
1,000 万元至 5,000 万元	Menards(8)	Canadian tire corp(4) Harbor freight tools（5） Amazon(6)	Canadian tire corp(4) Costco(5)

	Stanley Black&Decker（9）	Menards(7) Costco(8) Stanley Black&Decker（9）	Harbor freight tools（6） Menards(7) Stanley Black&Decker（8） Amazon(9)
合计销售金额（万元）	86,634.72	54,255.38	56,525.55
占主营业收入比例	90.82%	90.67%	91.37%

注：客户序号为当年排名次序。

报告期内，公司主营业务收入大于 5 万元新增和退出客户的销售内容情况如下：

新增客户数量（家）			
新增客户新增当年销售金额区间（万元）	2020 年度	2019 年度	2018 年度
5,000 万元以上	0	0	0
1,000 万元至 5,000 万元	0	0	1
200 万元至 1,000 万元	1	0	1
50 万元至 200 万元	12	6	3
5 万元至 50 万元	32	20	17
合计	45	26	22
退出客户数量（家）			
退出客户退出前年销售金额区间（万元）	2020 年度	2019 年度	2018 年度
5,000 万元以上	0	0	0
1,000 万元至 5,000 万元	0	0	0
200 万元至 1,000 万元	0	1	0
50 万元至 200 万元	3	2	4
5 万元至 50 万元	22	16	17
合计	25	19	21

注：以前一期为基数，当期无交易为当期退出客户，下同；以前一期为基数，前一期无交易，当期有交易为当期新增客户，下同。

报告期内，公司中大型客户（销售金额 200 万元以上）数量较为稳定，在与行业内知名客户建立了稳定且深入合作关系的同时，公司不断加大客户开发力度，2018 年公司新增的销售金额大于 1,000 万元以上客户为知名零售商 Harbor Freight Tools，公司开拓了知名零售商 Harbor Freight Tools 市场，带动了公司整体营业收入的提升。2018 年公司新增的销售金额在 200 万元至 1,000 万元区间客户为傲基科技股份有限公司，公司与傲基科技股份有限公司合作为非经常性的业务关系，傲基科技股份有限公司为中国知名跨境电子商务品牌商，公司 2018 年承接其小批量订单，订单完成后公司与其无其他订单往来，该客户为 2019

年退出的 200 万元至 1,000 万元区间客户。

报告期内公司主营业务收入金额大于 5 万元的新增客户销售情况如下：

期间	数量（家）	销售金额（万元）	占主营业收入比例
2020 年度	45	2,109.49	2.21%
2019 年度	26	1,039.68	1.74%
2018 年度	22	3,452.08	5.58%

报告期内，公司新增客户对公司营业收入贡献比例较低。2018 年公司新增客户销售金额占营业收入大于 5%，主要系当年新增客户知名零售商 Harbor Freight Tools 销售金额较大所致。2018 年公司向 Harbor Freight Tools 销售小型空压机产品，2019 年，公司扩大了向 Harbor Freight Tools 产品品类，开始向 Harbor Freight Tools 销售干湿两用吸尘器。报告期内，公司向 Harbor Freight Tools 的销售金额持续上升，客户关系稳定。

4、小型空压机和干湿两用吸尘器报告期各期前五大客户情况

（1）小型空压机报告期各期前五大客户情况

报告期各期公司小型空压机前五大客户的销售收入、销售单价、数量和毛利率情况如下：

单位：万元、万台、元/台

年度	客户名称	销售收入	销售数量	销售单价	毛利率
2018 年度	The Home Depot	12,333.43	31.92	386.43	20.60%
	Lowe's	11,819.44	18.11	652.67	19.56%
	Walmart	6,846.03	24.25	282.29	21.49%
	Canadian Tire Corporation	4,742.78	8.64	549.12	13.00%
	Harbor Freight Tools	2,387.56	4.52	528.78	24.15%
	合计/平均	38,129.24	87.43	436.11	19.71%
2019 年度	Lowe's	12,507.17	17.47	715.82	27.81%
	The Home Depot	5,829.10	13.39	435.22	19.86%
	Canadian Tire Corporation	4,757.11	8.60	553.39	23.00%
	Walmart	4,211.97	15.08	279.23	30.17%
	Menards	3,129.68	4.34	721.03	46.65%
	合计/平均	30,435.03	58.89	516.84	27.80%
2020 年度	The Home Depot	16,352.16	26.52	616.56	25.66%
	Lowe's	15,198.25	19.78	768.26	32.42%
	Canadian Tire Corporation	5,465.63	10.59	516.28	22.17%

	Walmart	4,089.56	17.68	231.35	22.93%
	Menards	2,996.84	5.76	520.30	35.43%
	合计/平均	44,102.44	80.33	549.03	27.97%

注：由于 2018 年公司对 The Home Depot 加拿大公司存在配件扣款，导致公司 2018 年对 The Home Depot 小型空压机与干湿两用吸尘器收入之和大于对其合并收入。

报告期内，公司小型空压机不同客户销售单价和毛利率存在差异，主要系产品型号大小、对应的终端品牌、销售模式、销售数量、销售区域等不同所致。

报告期内，公司对 Canadian Tire Corp 毛利率水平均低于前五大客户平均水平，主要系 Canadian Tire Corp 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。

报告期内，公司对 Menards 销售单价和毛利率高于前五大客户平均水平，主要系公司与 Menards 合作产品采用 DDP 模式，公司负责运输，价格相对较高；此外，公司对 Menards 的销售量相对低于公司其他主要客户，虽然小型空压机产品销量偏低，但公司同样需要付出产品开模、打样等成本，因此产品定价存在一定溢价。

报告期内，The Home Depot 向公司采购的小型空压机产品量大，对公司小型空压机产品议价能力较强，整体单价和毛利率略微低于前五大客户平均水平。2018 年，公司对 The Home Depot 小型空压机毛利率水平略微高于前五大客户平均水平，主要系受原材料上涨和美元兑人民币汇率持续降低两头挤压，公司当年与 The Home Depot 协商对部分产品进行调价。

报告期内，公司对 Lowe's 销售的产品价格和毛利率整体略高于前五大客户平均水平，主要系 Lowe's 向公司采购的小型空压机体积以大加仑静音型空压机为主，产品品质和所用材料要求较高，整体产品附加值高于其他产品；2018 年，公司对 Lowe's 小型空压机毛利率水平略微低于前五大客户平均水平，主要系 2018 年钢材、铜线等原材料均处于历史高位，同时 Lowe's 采购的小型空压机体积偏大，扩大了原材料上涨对当年毛利率下降的主导作用。

报告期内，公司对 Walmart 销售单价低于前五大客户平均水平，主要系公司对 Walmart 销售的产品以 3 加仑 Briggs&Stratton 小型空压机为主。2018 年和 2019 年，公司对 Walmart 销售的小型空压机毛利率高于前五大客户平均水平，主要系公司以品牌授权方式向其销售 Briggs&Stratton 品牌小型空压机，在产品

定价时考虑品牌使用权费用因素，因而毛利率整体高于前五大客户平均水平。2020 年，公司对 Walmart 销售的小型空压机毛利率低于前五大客户平均水平，主要系公司对 Walmart 销售的小型空压机 ODM 模式占比增加，Briggs&Stratton 品牌的小型空压机占比降低所致。

（2）干湿两用吸尘器报告期各期前五大客户情况

报告期各期公司干湿两用吸尘器前五大客户的销售收入、销售单价、数量和毛利率情况如下：

单位：万元、万台、元/台

年度	客户名称	销售收入	销售数量	销售单价	毛利率
2018 年度	Walmart	6,984.84	49.92	139.91	26.60%
	Costco	3,141.74	22.55	139.30	23.61%
	Stanley Black&Decker	2,089.75	6.83	306.02	26.62%
	Amazon	1,667.16	6.02	276.73	49.04%
	The Home Depot	867.41	6.58	131.90	18.61%
	合计/平均	14,750.90	91.91	160.50	28.03%
2019 年度	Walmart	7,231.83	46.55	155.36	31.84%
	Amazon	4,053.42	9.34	433.87	65.44%
	Costco	2,921.65	11.40	256.30	44.90%
	Stanley Black&Decker	2,308.52	4.79	482.20	27.26%
	Harbor Freight Tools	1,825.76	11.18	163.37	35.52%
	合计/平均	18,341.18	83.25	220.30	41.14%
2020 年度	Lowe's	10,634.80	36.67	290.05	38.23%
	Costco	8,028.06	19.38	414.24	55.76%
	Amazon	7,991.21	20.90	382.33	66.87%
	Harbor Freight Tools	5,709.96	29.35	194.56	35.85%
	Stanley Black&Decker	2,612.18	4.65	561.83	21.43%
	合计/平均	34,976.21	110.94	315.26	47.16%

报告期内，公司干湿两用吸尘器不同客户销售单价和毛利率存在差异，主要系对应的终端品牌、销售模式、销售渠道、销售数量、产品型号大小等不同所致。

报告期内，公司对 Costco 的销售价格和毛利率水平整体呈现上升趋势，且 2018 年低于前五大客户平均水平，2019 年、2020 年高于前五大客户平均水平，主要系报告期内公司对 Costco 销售干湿两用吸尘器逐渐从中端品牌 Porter Cable 转换为高端品牌 Dewalt 所致，同时由于中美贸易摩擦，2019 年公司与 Costco 贸易模式由 FOB 修改为 DDP，境外运保费和关税由公司支付，因此公司销售价格和毛利率相应上升。

报告期内，公司对 Amazon 的销售价格和毛利率水平均大幅高于前五大客户平均水平，主要系有别于传统的零售商，Amazon 平台采购公司产品后直接通过电商平台面向个人终端客户，公司在产品定价时需要考虑中国出口美国的境外运保费、关税和亚马逊平台交易费用，产品整体定价和毛利率水平高于零售商渠道。

2018 年至 2020 年，公司向 Stanley Black&Decker 销售部分 Dewalt 品牌干湿两用吸尘器，该部分产品量小需要单独生产加工且为高端品牌，产品平均价格高于其他干湿两用吸尘器，同时公司向 Stanley Black&Decker 销售产品模式为 OEM 模式，Stanley Black&Decker 最终将公司为其代工产品销售给零售商，该模式下毛利率水平低于其他销售模式。

2018 年，公司对 Walmart 的销售价格和毛利率水平与主要客户平均水平保持一致趋势，2019 年，公司对 Walmart 的销售价格和毛利率水平与主要客户平均水平差距逐渐拉开，主要系公司以品牌授权模式销售的高端品牌 Dewalt 产品和对亚马逊平台销售的产品增长较快，拉高了前五大客户平均水平。

2018 年，公司向 The Home Depot 销售了部分节日促销单干湿两用吸尘器，由于该部分订单为促销单，致使其单价和毛利率低于当年前五大客户平均水平。

2020 年，公司对 Lowe's 出货的 Dewalt 品牌干湿两用吸尘器规模较大，由于该品牌定位高端，公司对 Lowe's 销售干湿两用吸尘器产品毛利率保持较高水平，同时公司对 Lowe's 贸易方式为 FOB 模式，致使吸尘器毛利率低于 DDP 模式的 Costco 和网络电商亚马逊。

报告期内，公司通过 ODM 模式与 Harbor Freight Tools 开展合作，公司设计的 Bauer 品牌系列干湿两用吸尘器产品属于市场新品，整体产品附加值处于较高水平，毛利率较为稳定，公司通过 FOB 方式向 Harbor Freight Tools 销售吸尘器产品，毛利率水平与同为 FOB 出口销售的 Lowe's 吸尘器产品毛利率相似。

（3）小型空压机和干湿两用吸尘器报告期各期前五大客户期末应收款及期后回款情况

报告期内，公司小型空压机和干湿两用吸尘器报告期各期前五大客户为 Walmart、Lowe's、The Home depot、Canadian tire corp、Costco、Menards、Harbor freight tools、Stanley Black&Decker、Amazon，上述客户均为知名零售商，资金实力较为雄厚，回款情况良好，具体情况如下：

单位：万美元

年度	客户名称	期末应收账款	截至 2021 年 2 月末回款额	回款比例
2018 年度	Lowe's	367.73	357.67	97.26%
	Canadian tire corp	39.60	39.60	100.00%
	The Home depot	107.48	107.48	100.00%
	Walmart	440.43	440.14	99.94%
	Menards	65.37	65.34	99.95%
	Harbor freight tools	15.43	15.43	100.00%
	Costco	131.02	128.02	97.71%
	Amazon	74.44	73.66	98.96%
	Stanley Black&Decker	98.89	95.39	96.47%
	合计/平均	1,340.39	1,322.75	98.68%
年度	客户名称	期末应收账款	截至 2021 年 2 月末回款额	回款比例
2019 年度	Lowe's	25.62	25.62	100.00%
	Canadian tire corp	84.29	84.29	100.00%
	The Home depot	270.07	270.07	100.00%
	Walmart	197.88	197.88	100.00%
	Menards	58.23	58.23	100.00%
	Harbor freight tools	172.48	172.48	100.00%
	Costco	6.25	3.25	52.02%
	Amazon	152.47	144.86	95.01%
	Stanley Black&Decker	152.50	152.01	99.68%
	合计/平均	1,119.80	1,108.70	99.01%
年度	客户名称	期末应收账款	截至 2021 年 2 月末回款额	回款比例
2020 年度	Lowe's	806.00	415.76	51.58%
	Canadian tire corp	53.88	47.78	88.68%
	The Home depot	105.21	50.57	48.06%
	Walmart	199.74	109.65	54.90%
	Menards	159.99	87.28	54.55%
	Harbor freight tools	337.09	330.44	98.03%
	Costco	164.16	113.67	69.25%
	Amazon	132.71	131.47	99.07%
	Stanley Black&Decker	95.27	55.21	57.95%
	合计/平均	2,054.04	1,341.83	65.33%

注：截至 2021 年 2 月末，Amazon 等客户在 2018 年至 2019 年末期末应收账款回款率未达到 100%主要系存在期后客户扣款事项，发行人冲销收入和应收账款；公司对 Costco Canada 存在一笔 3 年以上账龄的 3 万美元应收账款，致使公司对 Costco 各报告期末应收账款余额回款率低于其他客户。

（五）销售模式和收入确认政策

1、不同销售模式下的收入确认时点和具体依据

（1）不同销售模式下的收入确认时点和具体依据

公司销售模式以出口销售为主，不同销售模式下的收入确认时点和具体依据为：

①FOB/FCA 贸易方式下出口销售业务：根据与客户签订的出口合同或订单，完成相关产品生产，向海关报关出口，取得报关单，并取得提单（运单）；产品出口收入货款金额已确定，款项已收讫或预计可以收回；出口产品的成本能够合理计算。

②DDP 贸易方式下出口销售业务：根据客户的订单安排，完成相关产品生产，向海关报关出口，取得报关单、提单（运单）；同时，货物送达客户指定地点；产品出口收入货款金额已确定，款项已收讫或预计可以收回；出口产品的成本能够可靠地计量。

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公对账，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	公司委托物流		发货 10 天	预计物	每月月底根

		货	公司发货，可以获取客户的收货时间		后	流运输时间为 3 天，另附加 7 天无理由退货时间	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。

④线下销售业务：产品交付客户时确认销售收入。

（2）收入确认符合《企业会计准则》的规定

根据《国际贸易术语解释通则》，国际贸易术语的具体定义和风险转移界限分别为：

国际贸易术语	具体定义	风险转移界限
FOB	卖方以在指定装运港将货物装上买方指定的船舶或通过取得已交付至船上货物的方式交货	货物交到船上时
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	货物交由承运人或买方指定的其他人
DDP	当卖方在指定目的地将仍处于抵达的运输工具上，但已完成进口清关，且已做好卸货准备的货物交由买方处置时，即为交货	在约定的日期或者期限内，在位于指定目的地的约定地点，将运输工具上准备卸下来的货物交与买方处置

FOB/FCA 贸易方式下，公司货物在装运港装船交付客户指定的承运人时，风险即由卖方转移至买方，公司于货物已经报关并办理了出口报关手续后确认销售收入；DDP 贸易方式在货物送达客户指定地点并交货给客户时确认收入，符合《企业会计准则》收入确认原则的规定。

线上销售业务和线下销售业务中，产品交付客户或运送至客户指定地点并得到买方确认后，公司确认收入，商品控制权、风险报酬均转移至客户，相关收入确认政策符合企业会计准则的规定。

（3）收入确认符合同行业可比公司的惯例

同行业可比公司的收入确认具体方法如下：

证券代码	公司简称	收入确认的具体方法
002444.SZ	巨星科技	①内销：公司已根据合同约定将产品交付给购货方，且产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量。 ②外销：公司已根据合同约定将产品报关、离港，取得提单或到达对方指定目的地，且产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量。
603355.SH	莱克电气	①FOB 模式：在商品已报关并取得报关单时确认收入的实现，具体确认时点为报关单据上记载的出口日期。 ②直销模式（包括买断式经销和直营）：在商品已发运并取得客户确认时确认收入的实现。

证券代码	公司简称	收入确认的具体方法
		③代销模式：在收到代销商售出商品清单时确认收入的实现。
603486.SH	科沃斯	①OEM/ODM 模式：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。 ②线上 B2C 模式销售：根据消费者确认收货的时点确认收入。 ③电商平台入仓模式：根据合同约定的对账时间，收到对方的确认清单核对无误后确认收入。 ④分销模式：在分销商确认收货后确认收入。 ⑤直接销售给终端客户、团购模式：公司按发货确认收入。 ⑥电视购物模式：根据电视购物渠道商开具的代销清单确认收入。
-	欧圣电气	①FOB/FCA 贸易方式下外销在满足以下条件时确认收入：根据与客户签订的出口合同或订单，完成相关产品生产，经检验合格后向海关报关出口，取得报关单，并取得提单（运单）；产品出口收入货款金额已确定，款项已收讫或预计可以收回；出口产品的成本能够合理计算。 ②DDP 贸易方式下外销在满足以下条件时确认收入：根据客户的订单安排，完成相关产品生产，经检验合格后向海关报关出口，取得报关单、提单（运单）；同时，产品送达客户指定地点；产品出口收入货款金额已确定，款项已收讫或预计可以收回；出口产品的成本能够可靠地计量。 ③线下销售业务：产品交付客户时确认销售收入。

电商销售业务上市公司的收入确认政策比较：

证券代码	公司简称	收入确认的具体方法
002640.SZ	跨境通	客户通过在公司自营网站或者第三方销售平台（如亚马逊、ebay）下订单并按公司指定的付款方式支付货款后，由公司委托物流公司将商品配送交付予客户，公司在将商品发出并交付予物流公司时确认收入。
300866.SZ	安克创新	对于线上销售，客户通过线上销售平台下单，销售平台负责将货物配送给客户或者公司委托物流公司配送交货给客户，主要收货和结算风险消除时作为风险报酬转移时点，于此时确认收入。
-	欧圣电气	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。

综上，公司的收入确认政策符合行业及公司业务特征，符合《企业会计准则》的规定。

2、各期收入确认方法

（1）各期收入确认方法、时点保持一贯性

公司各期收入确认方法、时点均保持一贯性，未发生收入确认会计政策的变更，公司实际确认收入严格遵循收入确认政策，收入确认具体方法和确认时点不存在调节变动的情况。

（2）不同出口销售模式下的运费和海关费用承担情况

公司不同出口销售模式下的运费和海关费用的承担情况具体如下：

出口销售模式	境内运费	境外运保费	清关税费
FOB/FCA	公司	客户	客户
DDP	公司	公司	公司

（3）定价差异、毛利率和净利率的差异

定价模式方面，相比 FOB/FCA 模式，公司 DDP 模式的客户主要为 Menards、Costco，公司对其销售的产品价格中包含了公司支付的境外运保费和清关税费，因此公司在产品定价时，考虑相应的运费和关税影响，公司向 DDP 模式客户销售的产品价格相对较高。

公司 FOB/FCA 与 DDP 出口销售模式下的毛利率的差异具体情况如下：

单位：%

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	毛利率	净利率	毛利率	净利率	毛利率	净利率
FOB/FCA	31.40	12.93	28.84	11.07	22.15	7.03
DDP	50.16	12.47	48.05	6.91	30.34	-5.38
空压机 FOB/FCA	27.89	11.64	25.80	9.77	19.83	6.61
空压机 DDP	35.70	13.13	46.59	8.15	28.67	-2.22
吸尘器 FOB/FCA	36.45	14.14	33.90	12.86	26.61	6.91
吸尘器 DDP	57.19	12.55	49.16	4.44	46.62	7.78

注：FOB/FCA 与 DDP 净利率为在毛利率基础上考虑其他销售费用归集及其他期间费用、利润表科目的分摊情况测算得出。

报告期内，虽然 DDP 模式毛利率高于 FOB/FCA 模式，但剔除运保费和清关税费影响，公司 FOB/FCA 模式整体净利率水平高于 DDP 模式。2018 年公司 DDP 模式下干湿两用吸尘器及小型空压机产品开始加征关税，同时叠加美元兑人民币汇率下降及原材料价格上升等影响，致使公司 DDP 模式下出现亏损情况。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、网络销售模式电商平台收入情况

（1）网络销售模式下不同电商平台收入的金额和占比

报告期内，公司销售渠道以出口销售为主，网络销售占比不高，且以 B2B 模式为主，公司网络销售模式下不同电商平台收入的金额和占比具体情况如下：

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
亚马逊 B2B	8,439.67	75.47%	4,476.89	84.76%	1,097.58	64.97%
Lowes.com	264.33	2.36%	163.22	3.09%	16.87	1.00%
Home depot.com	410.84	3.67%	159.47	3.02%	100.17	5.93%
Walmart.com	175.80	1.57%	96.56	1.83%	93.74	5.55%
Costco.com	478.95	4.28%	28.41	0.54%	53.62	3.17%
其他	132.34	1.18%	11.22	0.21%	21.48	1.27%
B2B 模式小计	9,901.94	88.54%	4,935.76	93.45%	1,383.45	81.89%
亚马逊 B2C	1,230.21	11.00%	165.64	3.14%	29.39	1.74%
天猫	-	-	140.25	2.66%	254.17	15.05%
其他	51.15	0.46%	40.24	0.76%	22.37	1.32%
B2C 模式小计	1,281.37	11.46%	346.12	6.55%	305.94	18.11%
网络销售模式合计	11,183.31	100.00%	5,281.89	100.00%	1,689.39	100.00%

注：2019 年末公司因经营调整关闭天猫店铺。

2018 年至 2020 年，公司通过 B2B 模式对亚马逊销售金额分别为 1,097.58 万元、4,476.89 万元及 8,439.67 万元，公司于 2016 年与亚马逊展开合作，得益于近年来公司持续开发亚马逊市场效果显著，公司对亚马逊销售收入上升较快。2020 年度，海外疫情致使消费者通过亚马逊等电商购物需求增加，同时居家隔离政策使得北美消费者对手动工具需求增长较快，上述因素致使 2020 年度公司通过 B2B 模式对亚马逊销售和公司通过 B2C 模式在亚马逊平台对终端消费者销售规模均呈现较大增长。

（2）主要电商收入的交易渠道、推广方式、主要交易内容、交易金额、结算方式、收入确认时点和依据、电商推广费用、物流费用及其会计核算等情况

报告期内公司主要电商收入的交易渠道、推广方式、主要交易内容、交易金额、结算方式、收入确认时点和依据、电商推广费用、物流费用及其会计核算等情况具体如下：

交易渠道	模式介绍	主要推广方式	主要交易内容	结算方式	物流费用
亚马逊 B2B	通过在亚马逊电商平台上开设公司账号，公司向亚马逊销售相关产品。货物由亚马逊配送至其仓库或客户，平	亚马逊站内广告费（在亚马逊上投放广告，根据点击量进行收费）	吸尘器及配件、空压机及配件	消费者与亚马逊结算支付，亚马逊扣除合作费用后支付给	亚马逊承担发往终端消费者物流费用

	台扣除合作费等后对公支付给公司银行账户			公司	
亚马逊B2C	在亚马逊开设公司账号，直接向消费者自主销售商品。平台统一结算费用，从销售额中扣除相关推荐费（referral fee,成交佣金）后支付给公司亚马逊平台账户	亚马逊站内广告费（在亚马逊上投放广告，根据点击量进行收费）	吸尘器及配件、空压机及配件	货款由消费者支付给公司亚马逊平台账户	公司承担发往终端消费者物流费用，会计核算时计入销售费用
天猫平台B2C	通过在天猫电商平台上开设旗舰店方式直接向消费者销售商品。通常情况下，终端消费者直接通过电商平台下达订单，向支付宝平台支付货款后，公司发货并收取货款	直通车（客户搜关键词后出现广告，按点击次数收取费用，价格随市场情况变动）、淘宝客（平台根据客户喜好等系统算法进行展示，客户从广告链接进店成交后按一定比例扣除费用）	吸尘器及配件	货款由消费者支付给公司支付宝平台账户	公司承担发往终端消费者物流费用，会计核算时计入销售费用

公司电商收入确认政策与同行业可比上市公司的相关收入确认政策以及主营跨境电商进出口业务的上市公司相符，具体比较详见本招股说明书“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”。

报告期内，发行人主要电商网络销售收入来自亚马逊，发行人亚马逊网络销售分为B2B模式和B2C模式。

B2B模式下，采用供应商平台（VC，VENDOR CENTRAL），由亚马逊经营相关商品，亚马逊根据自身销售情况向公司下达订单，公司将商品交付给亚马逊平台，亚马逊向公司支付相关产品采购款，公司不负责终端消费者的货物物流和退换货服务。B2B模式下，亚马逊承担发往终端消费者物流费用，亚马逊按照向公司采购额收取一定比例的运费补贴，终端消费者的退货由亚马逊负责，亚马逊按照向公司采购额收取一定比例的货物损坏补贴。B2B模式下，公司需要承担的费用包括平台合作费、运费补贴和货物损坏补贴等与销售额成一定比例的合作费用，公司B2B模式上述合作费用整体费率为销售额的19%-27%之间。发行人在会计核算时将上述与销售额相关的费用计入销售费用。此外，B2B模式下，公司会不定期的主动进行广告、促销等市场推广投入，发行人在会计核算时将该类市场推广费

计入销售费用。

B2C 模式下，公司主要在亚马逊平台向终端消费者销售产品，采用销售商平台（SC，SELLER CENTRAL），公司在亚马逊平台直接接受终端消费者订单，用户在线购买产品后，货物从公司仓库直接通过物流派送至终端消费者，终端消费者收到货物后在亚马逊平台确认收货，同时支付货款给公司亚马逊平台，公司亚马逊平台账户收到扣除平台成交佣金后的货款。B2C 模式下，发行人承担发往终端消费者物流费用，发行人会计核算时将其计入销售费用，终端消费者的退货由发行人负责，发行人在会计处理时已经计提预计负债。B2C 模式下，公司需要承担的费用包括平台成交佣金和市场推广广告费，平台成交佣金与每单货款成交额有关，亚马逊按照每单货款的 10%-15%收取平台成交佣金，市场推广广告费与货款收入无关，为公司不定期的主动广告等市场推广投入，发行人在会计核算时将平台成交佣金和市场推广广告费计入销售费用。

报告期内，B2B 模式下公司承担的与销售额成一定比例的平台合作费、运费补贴和货物损坏补贴等费用与亚马逊 B2B 收入占比情况如下：

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
匡算合作费率 C=B/A	27.01%	26.89%	22.92%
销售合同约定的费用比例	26.99%	26.99%	22.65%-26.99%

注：公司在亚马逊销售的吹地机、风扇合作费、运费补贴和货物损坏补贴等费用等合作费率为 19.67%，小型空压机和干湿两用吸尘器合作费率 2018 年从从 22.65%变更至 26.99%。

报告期内，公司亚马逊平台 B2B 模式下合作费率与合同约定费用率相符。

报告期内，B2C 模式下公司承担的与销售额成一定比例的平台佣金与亚马逊 B2B 收入占比情况如下：

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
匡算佣金率 C=B/A	15.02%	14.48%	15.02%
销售合同约定的费用比例	10%-15%	10%-15%	10%-15%

报告期内，公司亚马逊平台 B2C 模式下佣金率与合同约定费用率相符。

公司在亚马逊平台上发生的费用除了上述合作费及平台佣金外，还包括广告费、促销费、平台使用费等。报告期内，公司广告等市场推广费用与在亚马逊平

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
广告费等其他平台费用	481.23	345.13	25.77
亚马逊平台合计收入	9,669.89	4,642.53	1,126.97
广告费等其他平台费用/亚马逊平台收入	4.98%	7.43%	2.29%
销售合同约定的费用比例	在亚马逊上投放广告,根据点击量进行收费，此外，产品参加亚马逊促销活动,给予一定的促销费用。		

报告期内，2019 年公司广告费等其他平台费用快速增长的主要原因系 2019 年起公司聘请运营团队拓展 Amazon 的业务规模，加大了亚马逊平台上的宣传力度，因此 2019 年和 2020 年 Amazon 的广告费增长较快。

（3）报告期内电商客户的人均消费、地区分布、发货分布情况

①电商客户的人均消费

报告期内，公司网络销售占比不高，且以 B2B 模式为主，B2C 占比较低，网络销售 B2C 模式占主营业务收入比例分别为 0.49%、0.58%及 1.34%。公司主要网络销售 B2C 平台为亚马逊以及天猫平台。报告期内电商客户的人均消费、地区分布、发货分布情况分析选择买家用户名作为其下单账号（用户唯一识别标志）。

A. 美国亚马逊

报告期内，亚马逊 B2C 的电商客户人均消费情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
购买金额（万元）	1,230.21	165.64	29.39
购买人数（万人）	1.89	0.24	0.18
人均消费（元）	649.70	702.46	162.56

2018 年度，公司尝试以 B2C 模式在亚马逊以低价促销方式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，公司在亚马逊上新多款中高端干湿两用吸尘器和小型空压机产品，使得亚马逊 B2C 的电商客户人均消费增长较快，公司亚马逊 B2C 的电商客户人均消费与境外销售小型空压机和干湿两用吸尘器价格区间相符，不存在异常。

B. 天猫

报告期内，天猫 B2C 的电商客户人均消费情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
购买金额（万元）	-	140.25	254.17

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
购买人数（万人）	-	0.77	1.47
人均消费（元）	-	181.81	172.86

注：2019 年末公司因经营调整关闭天猫店铺。

如上表所示，公司天猫客户人均消费金额为 170-190 元，与公司干湿两用吸尘器国内销售产品单价相符，不存在异常。

②电商客户的发货地区分布

A.美国亚马逊

报告期内，亚马逊 B2C 的电商主要发货地区分布消费情况如下：

单位：万元

区域	2020 年度	2019 年度	2018 年度
加利福尼亚州	143.10	18.06	3.68
佛罗里达州	92.01	14.46	2.65
俄亥俄州	43.94	5.61	1.00
纽约州	59.49	7.42	1.69
德克萨斯州	95.59	10.21	2.35
伊利诺伊州	39.00	6.71	1.08
密歇根州	44.05	6.17	1.39
宾夕法尼亚州	46.00	5.89	1.03
华盛顿州	42.79	7.98	0.92
合计	605.97	82.51	15.80

B.天猫

报告期内，天猫 B2C 的电商主要发货地区分布消费情况如下：

单位：万元

区域	2020 年度	2019 年度	2018 年度
广东	-	21.07	35.84
江苏	-	15.73	27.84
山东	-	11.22	23.10
浙江	-	10.64	21.78
河南	-	9.92	17.17
合计	-	68.58	125.73

③报告期内电商客户的发货分布

公司美国亚马逊 B2C 的电商销售通过欧圣美国仓库和公司租用的第三方仓储中心发出，公司天猫平台 B2C 的电商销售由公司仓库发出。

④按照客户消费金额分类披露客户数量及占比、购买次数、购买间隔时间、次均消费额

A. 美国亚马逊

公司亚马逊网站 B2C 分层客户数量及占比情况如下：

单位：人数（人）

客户数量按消费金额分层	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比
1,000 元以上	1,974	10.43%	312	13.23%	7	0.39%
500-1,000 元（含）	3,328	17.58%	373	15.82%	104	5.75%
100-500 元（含）	13,633	72.00%	1,646	69.80%	1,039	57.47%
100 元以下	-	-	27	1.15%	658	36.39%
合计	18,935	100.00%	2,358	100.00%	1,808	100.00%

如上表所示，公司亚马逊客户主要购买金额为 100-500 元区间，与公司主要产品平均单价相符，不存在异常。

公司亚马逊网站 B2C 客户复购情况如下：

客户数量按年度购买次数分组	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1 次（单位：人）	18,712	2,306	1,771
2 次（单位：人）	201	48	35
3-5 次(含)（单位：人）	20	4	2
5 次以上（单位：人）	2	-	-
小 计（单位：人）	18,935.00	2,358	1,808
平均次均消费额（单位：元）	640.87	685.88	159.00
其中：复购 2 次及以上客户销售额（单位：万元）	42.10	6.18	1.12
复购 2 次及以上客户销售额占亚马逊 B2C 线上销售额比例	3.42%	3.73%	3.81%

如上表所示，公司亚马逊客户购买次数主要集中在 1 次，复购次数不存在异常。

公司亚马逊网站 B2C 客户复购次数 2 次以上（含 2 次）复购时间分布情况如下：

单位：人数（人）

客户数量按年度购买间隔时间分组	2020 年度	2019 年度	2018 年度
0-30 日(含)	117	50	26
30-90 日(含)	74	2	6
90 日以上	32	0	5

如上表所示，公司亚马逊复购客户主要在 0-30 日（含），复购情况无异常。

B. 天猫

公司天猫网站 B2C 分层客户数量及占比情况如下：

单位：人数（人）

客户数量按消费金额分层	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比
1,000 元以上	-	-	37	0.48%	104	0.71%
500-1,000 元（含）	-	-	101	1.31%	224	1.52%
100-500 元（含）	-	-	7,032	91.16%	13,914	94.63%
100 元以下	-	-	544	7.05%	462	3.14%
合计	-	-	7,714	100.00%	14,704	100.00%

如上表所示，公司天猫客户主要购买金额为 100-500 元区间，与公司主要产品平均单价相符，不存在异常。

公司天猫网站 B2C 客户复购情况如下：

客户数量按年度购买次数分组	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1 次（单位：人）	-	7,268	13,809
2 次（单位：人）	-	357	625
3-5 次(含)（单位：人）	-	76	204
5 次以上（单位：人）	-	13	66
小 计（单位：人）	-	7,714	14,704
平均次均消费额（单位：元）	-	166.15	154.48
其中：复购 2 次及以上客户销售额(单位：万元）	-	21.55	47.18
复购 2 次及以上客户销售额占天猫 B2C 线上销售额比例	-	15.36%	18.56%

如上表所示，公司天猫客户购买次数主要集中在 1 次与 2 次，不存在异常。复购 2 次及以上客户销售额占天猫 B2C 线上销售额比例在 15%-20%区间，主要系公司干湿两用吸尘器产品在国内以商用工具为主，公司天猫复购客户存在较多如连锁美发店、工程施工装修队等商用客户，该等客户复购数量大于个人家庭用户，致使天猫平台复购销售额占比高于以个人用户为主的亚马逊平台复购销售占比。

公司天猫网站 B2C 客户复购次数 2 次以上（含 2 次）复购时间分布情况如下：

单位：人数（人）

客户数量按年度购买间隔时间分组	2020 年度	2019 年度	2018 年度
0-30 日(含)	-	328	670
30-90 日(含)	-	97	190
90 日以上	-	21	35

如上表所示，公司天猫平台复购客户主要在 0-30 日（含），通过抽取部分复购样本进行电话访谈，天猫平台上复购频率较高、复购时间较短的用户以连锁美发店、工程施工装修队、线下五金店、农场承包户等商业应用场景客户为主，

上述用户需求干湿两用吸尘器的量多，使用干湿两用吸尘器频率高、时间久，复购时间主要在 0-30 日（含）具备合理性。

综上，报告期内公司电商客户的人均消费、地区分布情况具备合理性，客户主要购买金额与公司主要产品平均单价相符，客户购买次数、购买间隔时间、次均消费额合理，不存在大额、异常的消费情形。

（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 COOP /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

（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。

2021 年以来，亚马逊加大了对亚马逊平台上涉嫌违规的第三方卖家冻结资金、封店封号等惩罚措施，亚马逊给出的封店理由主要包括“涉嫌滥用评分、反馈或评论，滥用销售排名、搜索或浏览”等违法平台规则行为。截至本招说明书出具之日，发行人严格遵守亚马逊平台规则，不存在违规操作，不存在上述“滥用评分、反馈或评论”等被亚马逊平台严重打击的违规行为，公司亚马逊平台业务具备稳定性。公司产品干湿两用吸尘器和小型空压机对美国用户而言是一个生活中的工具必需品，而新冠疫情背景下，美国消费者通过亚马逊购买生活工具存在较大的消费需求，公司亚马逊平台业务具备持续性。此外，发行人不仅仅通过亚马逊平台销售干湿两用吸尘器和小型空压机等产品，未来发行人将加大其他平台（Walmart 及 The Home Depot 网站）销售开拓，发行人未来电商平台业务并不单纯依赖单一亚马逊平台。综上，发行人亚马逊平台及未来其他电商平台业务具备持续性和稳定性。

4、线下模式收入情况

报告期内，公司线下模式境内、境外收入分布具体情况如下：

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
线下内销	151.00	7.32%	587.27	21.43%	321.37	15.26%
线下外销	1,912.36	92.68%	2,153.42	78.57%	1,784.84	84.74%
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，公司线下销售主要以境外销售为主，境外线下销售主要为公司产品从美国直接销售给 Walmart、Menards 等知名零售商客户，Walmart、Menards 等知名零售商客户主要以自行提货为主。报告期内，公司产品线下销售收入占主营收入比例均未超过 5.00%，且主要为 Walmart、Menards 等知名零售商客户。

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。

5、品牌授权模式收入情况

（1）被授权使用的品牌对应的产品名称及销售占比情况

报告期内，公司被授权使用的 Craftsman、Briggs&Stratton 品牌对应销售产品主要为小型空压机；公司被授权使用的 Stanley/Stanley Fatmax 、Porter Cable 和 Dewalt 品牌对应销售的产品主要为干湿两用吸尘器，各品牌销售占比情况如下表：

单位:%

授权品牌	主要对应产品	2020 年度	2019 年度	2018 年度
Dewalt	吸尘器	26.21	12.34	3.03
Porter Cable	吸尘器	1.66	2.56	5.71
Stanley	吸尘器	7.47	14.21	12.16
Black&Decker	吸尘器	0.05	-	-
Briggs & Stratton	空压机	3.01	5.66	9.81
Craftsman	空压机	1.82	2.17	0.00
总计		40.22	36.95	30.71

报告期内，公司品牌授权模式形成的销售收入占主营业务收入比例分别为 30.71%、36.95%及 40.22%，公司通过非品牌授权模式形成的销售收入占主营业务收入均超过了 50%，发行人对各授权品牌不存在单一的重大依赖。

（2）被授权使用品牌的授权范围、许可期间、许可费用总金额、定价依据和结算模式，许可费用和品牌授权收入的匹配关系

报告期内，公司被授权使用品牌的授权范围、许可期间具体情况如下：

序号	被授权使用品牌	许可区域	授权范围	许可期限
1	Stanley 、Stanley Fatmax	美国、加拿大	干湿两用吸尘器及其配件	2017.01.01-2019.12.31
2	Stanley	部分拉丁美洲国家和地区	干湿两用吸尘器及其配件	2017.01.01-2019.12.31
3	Stanley	亚洲部分地区（中国、日本、菲律宾、泰国、印度尼西亚、韩国、马来西亚和中国台湾）	干湿两用吸尘器及其配件	2015.01.01-2019.12.31
4	Stanley 、Stanley Fatmax	美国、加拿大、部分拉丁美洲国家和地区；澳大利亚、新西兰、亚洲部分地区（柬埔寨、印度尼西亚、日本、马来西亚、菲律宾、韩国、泰国、越南、中国台湾）	干湿两用吸尘器及吸尘器配件、吹地机、工业风扇	2020.01.01-2022.12.31
5	Porter Cable	美国（含波多黎各）、加拿大	干湿两用吸尘器及其配件	2015.11.01-2018.12.31
6	Porter Cable	美国（含波多黎各）、加拿大、澳大利亚、新西兰、菲律宾和部分拉丁美洲国家和地区	干湿两用吸尘器及其配件	2019.01.01-2021.12.31
7	Dewalt（Guaranteed Tough）	美国（含波多黎各）、加拿大	干湿两用吸尘器及吸尘器配件、吹地机、工业风扇	2016.04.15-2018.11.30
8	Dewalt（Guaranteed Tough）	欧洲、澳大利亚、新西兰、美国（含波多黎各）、加拿大、日本、韩国地区	干湿两用吸尘器及吸尘器配件、吹地机、工业风扇	2018.12.01-2023.12.31
9	Craftsman	美国、加拿大和墨西哥地区	空压机	2018.09.26-2023.12.31
10	Dewalt（Gurantee d Tough）	澳大利亚、新西兰、日本和韩国地区	空压机及其配件	2020.01.01-2023.12.31
11	Black Decker	美国、加拿大和澳大利亚地区	干湿两用吸尘器及其配件	2020.06.01-2022.12.31
12	Briggs&Stratton（QPT、Quiet Power Technology）	美国、加拿大、墨西哥、巴巴多斯、圣卢西亚、圭亚那和特立尼达以及越南、菲律宾、柬埔寨、澳大利亚、新西兰、英国、爱尔兰、西班牙、葡萄牙、法国、卢森堡、比利时、荷兰、丹麦，挪威、瑞典、芬兰、德国、奥地利、波兰、匈牙利、白俄罗斯、捷克、斯洛伐克、波兰、拉脱维亚、立陶宛、爱沙尼亚、希腊、意大利、保加利亚、罗马尼亚、冰岛和俄罗斯	空压机、气泵、空压机工具及配件	2014.07.15-2023.12.31

报告期内，公司各授权品牌的商标使用权费用金额情况具体如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
Dewalt	1,462.33	514.39	165.44

Stanley	322.37	485.72	450.08
Briggs&Stratton	101.28	172.46	222.34
Porter Cable	78.31	68.99	162.64
Craftsman	79.01	57.57	-
商标使用权费用合计	2,043.31	1,299.12	1,000.50
占品牌授权收入比例	5.33%	5.88%	5.27%

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。报告期内，公司与品牌授权商签署商标使用权协议，依据协议约定，以品牌授权产品（净）销售额和约定费用率为基础，计算商标使用权费，同时品牌授权方还约定了公司各年度最低商标使用权费用金额。报告期内，公司与品牌商商标使用权费用按季度结算，公司在各月末均按照（净）销售额对商标使用权费用金额预提，并于完整季度结束后的 30 天内向品牌授权方支付，发行人品牌许可费用报告期各期末存在预提，公司支付商标使用费不存在关联方或第三方代为支付情形。

6、报告期各期 ODM、品牌授权、其他模式下前五大客户的情况

（1）ODM、品牌授权、其他模式下前五大客户的情况

公司向同一客户同时销售多种产品，可能同时存在 ODM、品牌授权或者其他模式，例如公司向 Walmart 销售的产品既包括其自有的 Hyper Tough 品牌，又包括公司取得授权的 Stanley、Porter Cable、Briggs & Stratton 品牌。

2018 年度，公司各类销售模式下的前五大客户情况具体如下：

单位：万元

销售模式	序号	客户名称	主要产品类型	销售金额	占比
ODM 模式	1	The Home Depot	空压机、吸尘器	13,104.65	21.18%
	2	Lowe's	空压机	11,878.67	19.20%
	3	Canadian Tire Corporation	空压机	4,742.78	7.67%
	4	Walmart	吸尘器、空压机	3,652.81	5.90%
	5	Harbor Freight Tools	空压机	2,387.56	3.86%
	合计			35,766.47	57.81%
品牌授权模式	1	Walmart	空压机、吸尘器	10,852.51	17.54%
	2	Costco	吸尘器	3,172.65	5.13%
	3	Amazon	吸尘器	1,901.89	3.07%
	4	Lowe's	吸尘器、空压机	331.56	0.54%
	5	Tractor Supply Company	吸尘器	224.91	0.36%

销售模式	序号	客户名称	主要产品类型	销售金额	占比
	合计			16,483.52	26.64%
其他模式	1	Stanley Black&Decker	吸尘器	2,194.30	3.55%
	2	南京凯越纸业有限公司	吸尘器	67.96	0.11%
	3	苏州益生康生物科技有限公司	护理机	17.09	0.03%
	4	李某兵	吸尘器	11.10	0.02%
	5	walmart	吸尘器	8.85	0.01%
	合计			2,299.30	3.72%

2019 年度，公司各类销售模式下的前五大客户情况具体如下：

单位：万元

销售模式	序号	客户名称	主要产品类型	销售金额	占比
ODM 模式	1	Lowe's	空压机	11,664.66	19.49%
	2	The Home Depot	空压机	6,124.78	10.24%
	3	Canadian Tire Corporation	空压机	4,754.15	7.94%
	4	Harbor Freight Tools	空压机、吸尘器	4,297.04	7.18%
	5	Walmart	吸尘器、空压机	3,468.98	5.80%
	合计			30,309.60	50.65%
品牌授权模式	1	Walmart	吸尘器、空压机	8,102.24	13.54%
	2	Amazon	吸尘器	4,803.46	8.03%
	3	Costco	吸尘器	2,918.06	4.88%
	4	Lowe's	吸尘器、空压机	2,071.14	3.46%
	5	Ace Hardware Corporation	空压机	662.26	1.11%
	合计			18,557.16	31.01%
其他模式	1	Stanley Black&Decker	吸尘器	2,369.58	3.96%
	2	Amazon	空压机	119.79	0.20%
	3	三恩智能科技（徐州）有限公司	护理机	77.64	0.13%
	4	Ocean State Jobbers, Inc.	吸尘器	50.21	0.08%
	5	南京凯越纸业有限公司	吸尘器	40.07	0.07%
	合计			2,657.28	4.44%

2019 年，公司通过 ODM 模式对 The Home Depot 销售收入比 2018 年降低 6,979.87 万元，主要系 The Home Depot 平均 1-2 年进行产品线优化，其采购规模呈现周期性变化，其 2018 年对公司采购规模大于 2019 年的采购规模。2019 年，公司通过 ODM 模式对 Harbor Freight Tools 销售规模较 2018 年增加 1,909.48 万元，公司于 2017 年与该公司展开合作，2018 年公司以 ODM 模式向 Harbor Freight Tools 销售小型空压机产品，2019 年，公司扩大了向 Harbor Freight

Tools 产品品类，开始以 ODM 模式向 Harbor Freight Tools 销售干湿两用吸尘器。

2019 年，公司通过品牌授权模式对 Walmart 销售收入比 2018 年降低 2,750.27 万元，主要系当年 Walmart 基于其产品策略对公司采购的 BRIGGS&STRATTON 品牌空压机下降较大所致。2019 年，公司通过品牌授权模式对 Amazon 销售收入比 2018 年增加 2,901.57 万元，主要系公司加大了对亚马逊平台市场开发所致。2019 年，公司通过品牌授权模式对 Lowe's 销售收入增加 1,739.58 万元，主要系公司生产销售的高端品牌 Dewalt 吸尘器进入了 Lowe's 零售店市场所致，公司开始以品牌授权模式向 Lowe's 供应 Dewalt 品牌吸尘器。

2020 年，公司各类销售模式下的前五大客户情况具体如下：

单位：万元

销售模式	序号	客户名称	主要产品类型	销售金额	占比
ODM 模式	1	The Home Depot	吸尘器、空压机	16,435.32	17.23%
	2	Lowe's	吸尘器、空压机	14,926.04	15.65%
	3	Harbor Freight Tools	吸尘器、空压机	8,599.76	9.01%
	4	Canadian Tire Corporation	空压机	5,465.46	5.73%
	5	Menards	空压机	2,865.41	3.00%
	合计			48,292.00	50.62%
品牌授权模式	1	Lowe's	吸尘器、空压机	11,022.12	11.55%
	2	Amazon	吸尘器、空压机	9,197.13	9.64%
	3	Costco	吸尘器、空压机	8,390.94	8.80%
	4	Walmart	吸尘器、空压机	2,890.80	3.03%
	5	Ace Hardware Corporation	吸尘器、空压机	642.46	0.67%
	合计			32,143.44	33.70%
其他模式	1	Stanley Black&Decker	吸尘器	2,730.38	2.86%
	2	Lowe's	吸尘器配件、空压机	391.41	0.41%
	3	Walmart	吸尘器、吸尘器配件	363.55	0.38%
	4	Amazon	空压机	164.98	0.17%
	5	Menards	空压机	73.96	0.08%
	合计			3,724.27	3.90%

2020 年，公司通过 ODM 模式对 The Home Depot、Lowe's、Harbor Freight Tools 销售规模较 2019 年呈现快速增长，主要系境外疫情居家隔离政策和北美远程居家办公模式的兴起增加了手动工具的使用频率和消费需求，北美各大零售商对小

型空压机和干湿吸尘器采购量增长较多，致使公司产品对上述零售商销售规模增长较快。公司通过 ODM 模式对 Walmart 销售收入较 2019 年下降较多，主要系受限于自身产能有限同时市场订单需求量较大，公司优先报价 The Home Depot、Lowe's等专业建材零售商订单，公司对Walmart订单报价较少，降低了对Walmart的销售规模。

2020 年，公司研发设计的 Dewalt 品牌干湿两用吸尘器在终端消费者市场较受欢迎，Lowe's、Costco、 Amazon 加大了对公司高端品牌 Dewalt 吸尘器采购规模，致使 2020 年通过品牌授权销售 Dewalt 品牌干湿两用吸尘器及相关配件形成收入 25,006.14 万元，同比 2019 年增加 17,621.02 万元。2020 年，公司通过品牌授权模式对 Walmart 销售收入比 2018 年降低 5,211.44 万元，主要系公司加大了对高附加值的 Dewalt 品牌产品销售，降低了对 Walmart 中端品牌 Stanley 系列产品的销售。

报告期内，公司其他模式下的主要客户系 Stanley Black&Decker 公司通过 OEM 模式与 Stanley Black&Decker 进行合作，销售干湿两用吸尘器，除 Stanley Black&Decker 公司其他模式对其他客户的销售规模整体均未超过 400 万元，整体规模偏小。

报告期内，公司与 ODM、品牌授权各期前五大客户及其他模式中 Stanley Black&Decker 合作的具体情况如下：

客户名称	合作历史	订单获取方式	是否签订框架协议	主要信用政策
Ace Hardware Corporation	2016 年之前	自主开拓	是	60 days After Sight（见提单等文件后 60 天付款）
Amazon	2016 年	自主开拓	是	Net Due in 60 Days（客户收到货后 60 天付款）
Canadian Tire Corporation	2009 年	自主开拓	是	3% discount 15 days（见船运文件 15 天付款，15 天内付款 3%折扣）
Costco	2009 年	自主开拓	是	2.00% 10 Receipt Of Goods 11（收到货物后 11 天，10 天内付款 2%折扣）
Harbor Freight Tools	2017 年	自主开拓	是	T/T 30 days at sight（见提单等文件后 30 天付款）
Lowe's	2011 年	自主开拓	是	125/135 days from sight（见提单等文件后 125/135 天付款）
Menards	2009 年	自主开拓	是	Net 30 days（客户收到货后 30 天付款）

客户名称	合作历史	订单获取方式	是否签订框架协议	主要信用政策
Stanley Black&Decker	2015 年	自主开拓	是	TT 90 days From B/L Date（提单开出后的 90 天付款）
The Home Depot	2013 年	自主开拓	是	1% 60 days sight（见提单等文件后 60 天付款，60 天内付款 1%折扣）
Tractor Supply Company	2015 年	自主开拓	否	OA 30 Days（收货 30 天后付款 ）
Walmart	2009 年	自主开拓	是	OA 90 Days（收货 90 天后付款 ）

报告期内，公司主要客户信用期在 10-135 天区间，公司的主要客户均为知名零售商，上述客户资信情况良好，公司对客户货款回款情况良好。Lowe’s、Walmart、The Home Depot 信用期略微高于其他客户，主要系上述三家为北美最大的零售商，对产品定价权和信用政策具备较大的话语权，同时该等零售商为客户提供了供应链融资服务以便于供应商在信用期内快速回款。报告期内公司对上述主要客户销售策略未发生变化，除 Lowe’s 外，报告期内前五大客户信用期没有发生变化，公司不存在通过放宽信用期或给予客户销售折扣方式促进销售规模增长的情形。2019 年末，Lowe’s 通知各供应商，对各供应商信用期进行调整，同时将提供供应链融资服务的银行从澳新银行转为花旗银行。自 2020 年开始，Lowe’s 对公司信用期由见提单等文件后 125 日付款转为见提单等文件后 135 日付款。由于上述付款信用期只提高 10 天，同时公司可以通过供应链融资方式提前从花旗银行收回对 Lowe’s 货款，因此上述付款条款的改变对公司销售回款没有发生不利影响。上述 Lowe’s 付款条款变更系 Lowe’s 基于其自身供应商付款账期管理主动向各供应商提出的变更，不存在公司主动向客户提出对其放宽信用期情况。

公司产品的定价原则：公司以成本费用加成率作为基本的定价原则，以产品生产成本、产品技术难度、相关物流、关税费用、预期汇率为基础，综合考虑终端品牌定位、产品市场供需情况、争取订单难易程度、竞争产品价格、订单规模、公司业务拓展战略、客户合作关系、双方协商沟通情况综合确定产品价格。

公司与主要客户签订架协议及相关协议的主要条款内容如下述所示：

A. 采购内容及订单约定：约定框架协议的基本采购内容，列明采购产品的具体型号、数量以采购订单为准，采购订单应包括所订购产品的类型和数量、单位产品须支付的价格、装运或交货日期、装运说明以及与产品相关的其他购买条

款和/或服务水平；

B. 贸易方式和运输条款：约定基本货物贸易方式（包括 FOB、FCA、DDP 等方式）、主要货物交接港口、双方运费关税承担的方式及其他运输条款；

C. 付款条款：约定付款条件、付款方式、信用政策及发票信息；

D. 商品质量要求：商品（包括商品成分、材料、部件、质量、外观、标签、说明、指示和包装）交付时需要完全符合提交给客户并经其书面批准的商品规格，商品需要取得专业机构 CE、UL 等认证，定期和不定期在客户实验室、第三方检测机构对商品进行性能测试，商品质量需要符合测试要求；

E. 知识产权：在协议签订、履行过程中，卖方所接触的买方的知识产权由买方专有，由买方提出的创意元素材料知识产权由买方所有，卖方履行合同项所涉及的所有货物所用商标、专利必须合法、合规；

F. 法律及商业道德保证：卖方保证产品的制造、生产、构造、规划、标准制定、检测、制备、加工、装配、标签、分布、内容、设计、工艺、警告、指令、采购、包装、规格、认证、注册、使用、出版、营销、推广、出售、销售、配送、运输、处置、展示、进出口、包装、文件、创作材料、广告、宣传材料和质量，以及与产品有关或相关的任何方面，均在所有方面遵守所有适用的法律和标准，并在任何制造商的业务活动中不使用被盗或盗用的信息技术进行制造，卖方遵循买方的所有与产品促销和销售相关的适用法律和标准、商业道德；

G. 其他条款： 一般约定违约责任、合同期限、终止条款、质量要求、保密、合同责任保险、争议的解决等条款。

（2）ODM 模式下，发行人的直接客户均为零售商，不存在贸易商或经销商客户的情形

ODM 模式下，发行人的直接客户均为零售商，不存在贸易商或经销商客户的情形。ODM 模式下，公司主要的 ODM 客户系 The Home Depot、Canadian Tire Corporation、Walmart、Lowe’s、Menards、Harbor Freight Tools 等零售商，该类零售商通常拥有自有品牌，例如 The Home Depot 拥有 Husky 等品牌，Canadian Tire Corporation 拥有 Mastercraft、Maximum 等品牌，Walmart 拥有 Hyper Tough 等品牌，Lowe’s 拥有 Kobalt 等品牌，Menards 拥有 Masterforce、Toolshop、Performax 等品牌，Harbor Freight Tools 拥有 Bauer、McGRAW 等品牌，公司自

主开发、设计和试制产品以供客户选择，待客户确认并下达订单后组织生产，相关产品冠以零售商品牌进入零售商的各连锁超市向终端客户销售。

7、不同模式下毛利率及净利率情况

（1）品牌授权模式毛利率较高的原因

公司以产品生产成本、相关费用为基础，综合考虑产品市场供需情况、竞争产品市场价格、双方谈判沟通情况综合确定产品价格。

在 ODM 模式下，公司在长期的经营中与世界知名零售商建立了稳定、良好的合作关系，公司根据其不同需求自主开发、设计和试制产品以供客户选择，待客户确认并下达订单后组织生产，产品生产完成后直接发运至客户指定的交货地点。

在品牌授权模式下，公司与品牌授权商签署商标使用权协议，由公司主导产品开发设计，并在品牌授权协议约定的期限和地域内选择客户进行自主销售，支付商标许可使用费。

产品型号及成本方面，公司销售的产品规格型号较多，ODM 及品牌授权产品主要按照客户的要求完成设计，因每款产品的 BOM（物料清单）存在一定差异，公司产品的成本主要受原材料影响较大，相同时间生产的相同设计规格和体积的不同模式的产品整体成本差异不大。

产品定价方面，由于公司在品牌授权模式下，公司以品牌授权产品（净）销售额和约定费用率为基础，向品牌授权商支付商标使用权费，因此公司在产品定价时会额外考虑相关费用，在其他条件相同的情况下，品牌授权产品的定价和毛利率相对更高。

报告期内，公司 ODM 销售模式和品牌授权模式下的产品毛利率比较情况如下：

单位：%

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
ODM 毛利率	29.76	28.69	21.01
品牌授权毛利率	51.18	44.92	30.02
差异	21.42	16.24	9.01
空压机-ODM 毛利率	28.44	27.67	20.07
空压机-品牌授权毛利率	36.27	34.72	24.87

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
空压机-毛利率差异	7.83	7.06	4.80
吸尘器-ODM 毛利率	37.09	33.24	25.31
吸尘器-品牌授权毛利率	51.92	45.89	31.31
吸尘器-毛利率差异	14.83	12.65	6.00

报告期内，公司品牌授权产品毛利率较 ODM 产品毛利率高 9%-22%左右，二者差额整体呈扩大趋势。就小型空压机产品和干湿两用吸尘器的产品类别而言，品牌授权产品毛利率较 ODM 产品毛利率高 4%-15%，与整体毛利率存在一定差异，主要系公司小型空压机产品以 ODM 为主，干湿两用吸尘器以品牌授权为主。小型空压机产品 ODM 模式毛利率和干湿两用吸尘品牌授权毛利率变化趋势对整体 ODM 模式毛利率和品牌授权毛利率变化趋势起主导作用，放大了公司品牌授权毛利率与 ODM 毛利率之间的差异。报告期内小型空压机和干湿两用吸尘器销售收入各模式占比情况如下：

单位：%

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
空压机-ODM 模式占比	90.95	86.37	86.80
空压机-品牌授权模式占比	7.62	13.12	13.20
吸尘器-ODM 模式占比	15.45	19.44	20.67
吸尘器-品牌授权模式占比	77.29	69.92	66.50

报告期内,公司小型空压机对外销售主要以 ODM 模式为主，公司干湿两用吸尘器对外销售主要以品牌授权模式为主，主要系小型空压机和干湿两用吸尘器客户结构不一致。公司小型空压机主要客户主要为 Lowe’s、The Home Depot、Harbor Freight Tools，该等客户为知名建材类零售商，通常有自己的工具品牌，公司主要通过 ODM 模式为其品牌进行设计、生产及销售小型空压机，主要贸易方式为出口 FOB 销售，因此产品定价不会考虑海运费、关税、美国当地运费及电商平台交易推广费等不确定因素，整体呈现毛利率稳定、净利率较高的特点。公司干湿两用吸尘器主要客户为 Walmart、Costco、Amazon，其中 Walmart 为大型商超零售商、Costco 为会员店零售商、Amazon 为网络平台商，与知名建材类零售商相比，上述零售商没有自有品牌或自有品牌专业影响力一般，通常在其货架或者商城上新其他品牌类产品，因此公司主要向上述零售商销售品牌授权的干湿两用吸尘器产品，此外公司对 Costco 贸易方式为 DDP，在产品定价时需要考虑关税、清关运费、美国当地运费等因素，公司对 Amazon 主要贸易方式为公司负责运输

至美国对其销售，需要考虑关税、清关运费、美国当地运费以及亚马逊平台各类费用，因此整体公司品牌授权模式呈现毛利率较高且波动较大、净利率较低的特点。

（2）扣除商标使用权费用影响的测算毛利率情况

公司在财务核算时，将品牌授权模式下的品牌授权费用计入销售费用。如果在毛利率中扣除相关品牌授权费的影响，公司品牌授权模式下的测算毛利率与ODM销售模式毛利率比较情况如下：

单位：%

项目	2020年度	2019年度	2018年度
ODM毛利率	29.76	28.69	21.01
品牌授权测算毛利率	45.85	39.05	24.76
差异	16.09	10.36	3.75
空压机-ODM毛利率	28.44	27.67	20.07
空压机-品牌授权测算毛利率	32.88	29.80	21.21
差异	4.44	2.13	1.14
吸尘器-ODM毛利率	37.09	33.24	25.31
吸尘器-品牌授权测算毛利率	46.14	39.73	25.29
差异	9.05	6.49	-0.03

报告期内，小型空压机产品品牌授权产品测算毛利率与ODM产品毛利率的差异不大。干湿两用吸尘器方面，2018年，品牌授权产品测算毛利率与ODM产品毛利率的差异不大；2019年和2020年，差异相对较大，主要原因系公司品牌授权产品由Stanley、Porter Cable的中端品牌向Dewalt高端产品倾斜，且公司品牌授权产品中DDP贸易方式产品的占比和公司对亚马逊销售占比有所提高，同时受中美贸易摩擦和加征关税影响，公司对应产品的定价需要考虑关税、清关运费、美国当地运费以及亚马逊平台各类费用，致使毛利率有所提高。由于公司品牌授权产品以吸尘器为主，而公司吸尘器的毛利率整体高于空压机且整体呈现扩大趋势，致使公司ODM模式下的毛利率与品牌授权测算毛利率差额整体呈扩大趋势。

（3）不同销售模式下产品净利率情况

①小型空压机

报告期内，考虑销售费用、管理费用等期间费用的归集分配情况后，公司不

同销售模式下的小型空压机净利率情况具体如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
ODM 模式	12.04%	9.68%	6.19%
品牌授权模式	8.23%	5.37%	5.98%

小型空压机产品方面，在扣除相关品牌授权费基础上，考虑其他销售费用归集及其他期间费用、利润表科目的分摊情况后，小型空压机 ODM 模式净利率高于品牌授权净利率，主要系 ODM 产品直接以 FOB 模式出口海外大客户为主，而品牌授权产品还包括了美国当地亚马逊平台、美国当地线下销售等渠道，品牌授权净利率测算比 ODM 模式多分摊了关税、运费、平台交易费等费用。2018 年，公司小型空压机品牌授权产品和 ODM 产品直接以出口海外大客户为主，品牌授权产品测算净利率与 ODM 产品测算净利率的差异不大；2019 年和 2020 年，品牌授权产品测算净利率与 ODM 产品测算净利率差异相对较大，主要原因系公司小型空压机产品 ODM 模式仍主要以直接出口大客户销售，整体利润率保持较高水平，品牌授权模式小型空压机产品开拓了美国当地亚马逊平台，美国当地亚马逊平台销售规模和公司美国当地线下销售规模增长较快，测算净利率时考虑扣除关税、运费、平台交易费等影响，报告期内，品牌授权小型空压机产品实际净利润水平低于直接出口大客户的 ODM 模式。

②干湿两用吸尘器

公司不同销售模式下的干湿两用吸尘器净利率比较情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
ODM 模式	18.90%	15.72%	9.16%
品牌授权模式	11.83%	6.14%	4.48%

干湿两用吸尘器方面，在扣除相关品牌授权费基础上，考虑其他销售费用归集及其他期间费用、利润表科目的分摊情况后，干湿两用吸尘器 ODM 模式净利率高于品牌授权净利率，主要系 ODM 产品直接以 FOB 出口海外大客户为主，而品牌授权产品还包括了 DDP 方式出口海外 Costco 大客户、美国当地亚马逊平台、美国当地线下销售等渠道，品牌授权净利率测算比 ODM 模式多分摊了关税、运费、平台交易费等费用因素影响。报告期内 DDP 模式下销售环节及欧圣美国进口环节所缴纳的关税及海运费分别为 754.23 万元、2,828.40 万元和 4,848.61 万元，上述因素致使品牌授权干湿两用吸尘器产品实际净利率水平低于 ODM 模式。

五、发行人主要产品的采购情况和主要供应商

（一）主要原材料及能源供应情况

1、主要产品的原材料及供应情况

公司生产所需原材料种类较广，规格型号较多，其中主要原材料包括金属件、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，该等主要原材料供应持续、稳定。报告期内，公司该等主要原材料合计采购金额占当期原材料采购总额的比例超过 90%，公司主要原材料采购情况如下：

单位：万元、%

原材料	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
金属件	12,207.65	21.56	7,613.70	22.40	9,607.84	23.26
钢材类	8,209.58	14.50	5,233.07	15.40	7,434.67	18.00
塑料件类	12,308.77	21.74	6,756.49	19.88	6,686.95	16.19
电机及组合件	6,458.18	11.41	4,067.43	11.97	4,738.70	11.47
电气件	5,208.69	9.20	3,078.98	9.06	3,808.46	9.22
包材图档类	5,072.57	8.96	2,776.38	8.17	3,455.86	8.37
阀表类	2,900.36	5.12	2,147.89	6.32	3,143.23	7.61
合计	52,365.81	92.48	31,673.95	93.21	38,875.71	94.11

2、主要原材料的价格变化

由于公司采购主要原材料细分种类众多，形态差异较大，计量单位多样。因此，本处选取其中年度间具有可比性的相同型号、相同规格的细分原材料采购数量和采购价格进行分析，具体如下：

原材料类别	型号	计量单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
金属件	漆包铜线	元/千克	47.30	48.51	50.16
	漆包铝线	元/千克	21.92	22.26	23.07
塑料件类	延伸管（型号“FVJ211.01.03”）	元/件	0.93	1.06	1.07
	底座（型号“VC1403S”）	元/件	7.41	8.01	8.18
钢材类	钢板	元/千克	3.63	3.66	4.09
	8 加仑储气罐	元/件	67.91	66.98	74.94
电机及组合件	定子铁芯（型号“MI4202”）	元/件	21.09	23.50	25.01
	串激铜线电机（型号“MS0210”）	元/件	31.69	31.68	31.66

电气件	电源线（型号“SJTW AWG18*3C”）	元/件	5.25	5.17	5.22
	压力开关（型号“TASWPS.00.01”）	元/件	4.08	4.09	4.15
阀表类	安全阀（型号“TAVA01.SV.01”）	元/件	3.30	3.30	3.31
	压力表（型号“TAPGRA.40.01”）	元/件	4.14	4.02	4.15
包材图档类	包装箱（尺寸“470×386×630mm”）	元/件	10.60	10.99	11.56

由于公司采购主要原材料细分种类众多，形态差异较大，计量单位多样。因此，本处在主要供应商中选取各年度间具有可比性的相同型号、相同规格的细分原材料价格进行对比分析，具体情况如下：

单位：元/千克、元/个、元/件

主要材料类别	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
钢材	钢板	上海广冶钢铁有限公司	3.61	3.69	3.94
		上海懿珉金属材料有限公司	/	3.48	3.92
		上海星车国际商贸有限公司	3.61	3.64	/
		上海展志钢材加工配送有限公司	3.60	/	/
	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
	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
金属件	漆包铝线	铜陵兢强电子科技股份有限公司	21.91	22.23	23.06
		苏州柯依尔特种线缆有限公司	22.63	22.81	22.99
	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
	铝价气缸	温岭市鑫都机械有限公司	6.24	6.61	6.63
		苏州擎泰金属制品有限公司	3.07	3.34	3.31
塑料件	延伸管（型号：FVJ211.01.03）	吴江骏怡塑胶科技有限公司	0.93	0.99	/
		吴江市聚力德电子科技有限公司	0.94	/	/
		苏州三汇塑胶有限公司	/	1.07	1.07
	中框（型号：VC1001P）	苏州璟兴塑胶有限公司	5.52	5.50	5.29
		吴江市聚力德电子科技有限公司	5.35	5.41	5.36
	10加仑带Dewalt丝印尘桶	苏州璟兴塑胶有限公司	35.94	41.42	44.08
		苏州奔腾塑业有限公司	44.58	44.58	44.58
	滚轮组件（型号：CE0701W.60.00）	盐城市大丰区长力橡塑有限公司	4.20	4.30	4.46
		嘉兴市华捷橡塑有限公司	4.20	4.32	4.83
电机组合件	定子铁芯（型号：MI4202）	浙江和超电机有限公司	21.16	21.93	/
		苏州市同创金属制品有限公司	19.68	24.11	25.01

		上海华藤金属加工有限公司	19.99	/	/
	电机换向器（型号：TMHX23.22.01）	苏州科固电器有限公司	2.51	2.48	2.54
		苏州工业园区安固电器有限公司	2.39	2.39	
	电机导风罩（型号：MS0202L）	苏州迈亿美电器有限公司	0.55	0.56	0.55
		苏州加能注塑有限公司	0.55	0.56	0.59
	吸尘器串激电机	苏州工业园区星德胜电机有限公司	34.79	34.43	32.49
		苏州戈雷姆智能科技有限公司	32.65	/	/
包装图档	包装箱（尺寸：470*386*630mm）	苏州市浩东印刷有限公司	10.36	/	/
		苏州新区枫经印刷有限公司	10.91	10.99	11.56
阀表类	安全阀（型号：TAVA01.SV.01）	浙江超超安全阀制造有限公司	3.30	3.30	3.29
		昆山鑫鑫鹏机械有限公司	3.27	3.27	3.37
电气件	美式极性两插（型号：UL SJTW 18AWG*2C、尺寸：长 3.45m ，外露 3.05m）	安徽迪那通电线有限公司	5.30	5.41	5.61
		昆山百德利电子有限公司	5.65	5.50	5.73
		余姚市海得宝电器有限公司	5.42	/	/

注：1、除钢材类和金属件漆包线外，公司对外采购的主要原材料基本为非标准件类产品，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、公司对永康市斑马机械有限公司采购的储气罐价格略微低于苏州中恒三佳自动化科技有限公司主要系永康市斑马机械有限公司经营规模小，公司议价能力较高；此外苏州中恒三佳自动化科技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；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，主要系温岭市鑫都机械有限公司想公司供应的铝价气缸内径约是苏州擎泰金属制品有限公司的 2 倍。

公司向不同供应商采购价格主要参考钢、铁、塑料粒子等大宗商品行情和供应商采购规模综合协商确定，由于公司向不同供应商采购的规模、同一年度不同采购时期大宗商品行情价不尽相同，同种原材料采购价格在不同供应商之间存在一定差异，但均处于合理范围内。

（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。

（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 1 个料号低于平均价格	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
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		

项目	2020 年	2019 年	2018 年
	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

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加仑储气罐，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加仑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 加仑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。

3、主要能源供应情况

公司主要能源为电，该等能源供应持续、稳定。报告期内，公司消耗的电费、耗电量、电价情况如下：

能源名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
电费（万元）	314.81	311.17	294.74
耗电量（万度）	478.10	422.14	400.38
电价（元/度）	0.66	0.74	0.74

公司生产所需要的电较少，占主营业务成本的比例较低。2020 年度，公司单位电价较往年有所降低主要系当地疫情减免优惠所致，公司所在地区的电力供应总体比较充足，能够保证公司的正常生产经营。

（二）主要供应商情况

1、公司主要原材料供应商情况

报告期内，公司前五名供应商的采购金额及占采购总额的比例如下：

单位：万元

年度	序号	供应商名称	采购金额（万元）	占总采购额比例
2020 年度	1	苏州璟兴塑胶有限公司	5,851.55	10.33%
	2	苏州市同创金属制品有限公司	2,615.11	4.62%
	3	吴江市聚力德电子科技有限公司	2,431.66	4.29%
	4	苏州新区枫经印刷有限公司	1,722.47	3.04%
	5	上海展志钢材加工配送有限公司	1,610.16	2.84%
	合 计		14,230.95	25.13%
2019 年度	1	苏州璟兴塑胶有限公司	2,913.90	8.57%
	2	苏州市同创金属制品有限公司	2,322.42	6.83%
	3	上海广冶钢铁有限公司	1,497.93	4.41%
	4	苏州新区枫经印刷有限公司	1,039.73	3.06%
	5	苏州擎泰金属制品有限公司	967.85	2.85%
	合 计		8,741.82	25.72%
2018 年度	1	苏州市同创金属制品有限公司	2,966.03	7.18%
	2	苏州璟兴塑胶有限公司	2,766.00	6.70%
	3	苏州中恒三佳自动化科技有限公司	2,167.09	5.25%
	4	苏州柯依尔特种线缆有限公司	1,730.52	4.19%
	5	上海广冶钢铁有限公司	1,613.53	3.91%
	合 计		11,243.17	27.22%

注：对受同一实际控制人控制的供应商合并计算采购金额数据。公司向苏州中恒三佳自动化科技有限公司的采购包含对其关联方台州中恒机械有限公司的采购，公司向苏州市同创金属制品有限公司的采购包含对其关联方苏州市吴中区金鑫冲压制品有限公司的采购。

报告期公司不存在向单个供应商采购比例超过总额 50%的情况。公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，主要关联方和持有 5%以上股份的股东在上述供应商中没有占有权益的情况。

报告期内，公司与可比公司对前五大供应商采购比例情况如下所示：

证券代码	公司简称	上市前 1 年	2020 年度	2019 年度	2018 年度
603355.SH	莱克电气	14.95%	11.39%	13.03%	14.17%
603486.SH	科沃斯	28.20%	10.91%	8.62%	10.50%
002444.SZ	巨星科技	15.92%	3.83%	7.13%	8.29%
00669.HK	创科实业	/	20.40%	19.10%	22.20%
前五名供应商平均采购额占比		19.69%	11.63%	11.97%	13.79%

欧圣电气	-	25.13%	25.72%	27.22%

报告期内，公司前五大供应商合计采购占比略高于同行业可比公司平均水平，主要系可比公司上市后，资本实力的增强使得可比公司产品品类不断拓宽，采购原材料种类也相应拓宽，对前五大供应商采购比例逐渐降低。报告期内，公司对前五大供应商采购比例未超过 30%，与可比公司在上市前一年对前五名供应商采购比例保持一致，供应商集中情形符合行业特性。报告期内，公司不存在向单个供货商采购比例超过采购总额的 15%或严重依赖于少数供货商的情况。

2、报告期内前五大供应商变动说明

公司各期新增的前五大供应商均为报告期内持续与公司发生交易的主要供应商，各供应商采购量大小主要取决于及时供货速度和原材料供应质量，各供应商采购额新增为各期前五大供应商或降低出前五大供应商系正常范围内的波动，公司对报告期各期的前五大供应商采购连续和持续。

苏州柯依尔特种线缆有限公司于 2018 年度进入公司前五大供应商名单，该公司成立于 1999 年，主要供应电机漆包线，其为公司 2017 年第 6 大供应商、2018 年第 4 大供应商、2019 年第 8 大供应商和 2020 年第 20 大供应商，是公司报告期内持续与公司发生交易的主要原材料供应商，公司 2020 年对其采购额降低系公司部分铜线电机陆续改为铝线电机，向该供应商采购规模逐渐下降。

苏州新区枫经印刷有限公司、苏州擎泰金属制品有限公司于 2019 年度进入公司前五大供应商名单。苏州新区枫经印刷有限公司成立于 1999 年，主要供应彩印包装箱，其为公司 2017 年第 13 大供应商、2018 年第 8 大供应商、2019 年第 4 大供应商和 2020 年第 4 大供应商，是公司报告期内持续与公司发生交易的主要原材料供应商。苏州擎泰金属制品有限公司成立于 2009 年，主要供应金属件，其为公司 2017 年第 14 大供应商、2018 年第 9 大供应商、2019 年第 5 大供应商和 2020 年第 6 大供应商，是公司报告期内持续与公司发生交易的主要原材料供应商。

吴江市聚力德电子科技有限公司、上海展志钢材加工配送有限公司于 2020 年进入公司前五大供应商名单。吴江市聚力德电子科技有限公司成立于 2009 年，主要供应塑料件，其为公司 2017 年第 12 大供应商、2018 年第 17 大供应商、2019 年第 7 大供应商和 2020 年第 3 大供应商，是报告期内持续与公司发生交易的主

要原材料供应商。上海展志钢材加工配送有限公司成立于 2008 年，主要供应钢卷、钢板等钢材，其为公司 2020 年新增供应商，由于其钢材价格具备性价比优势，公司将部分钢材订单分流至该供应商。

3、报告期各期各类原材料类别采购前五大供应商基本情况

报告期内，公司主要原材料类别为金属件、塑料件类、钢材类、电机及组合件，按照金属件、塑料件类、钢材类、电机及组合件类别，报告期各期公司对上述原材料前五大供应商采购基本情况如下：

（1）金属件

报告期内，公司金属件材料前五名供应商的采购金额及占同类材料采购总额的比例如下：

年度	序号	供应商名称	采购金额（万元）	占同类材料采购额比例
2018 年	1	苏州柯依尔特种线缆有限公司	1,730.52	18.01%
	2	苏州怡东滕机械有限公司	1,371.10	14.27%
	3	靖江市顺达模具厂	1,058.42	11.02%
	4	温岭市鑫都机械有限公司	741.47	7.72%
	5	宁波市海曙鼎一气动工具有限公司	722.01	7.51%
	合计		5,623.51	58.53%
2019 年	1	苏州怡东滕机械有限公司	929.02	12.20%
	2	苏州柯依尔特种线缆有限公司	884.00	11.61%
	3	靖江市顺达模具厂	787.56	10.34%
	4	温岭市鑫都机械有限公司	699.37	9.19%
	5	苏州擎泰金属制品有限公司	601.87	7.91%
	合计		3,901.83	51.25%
2020 年	1	靖江市顺达模具厂	1,500.64	12.29%
	2	温岭市鑫都机械有限公司	1,215.26	9.95%
	3	苏州擎泰金属制品有限公司	1,154.10	9.45%
	4	苏州怡东滕机械有限公司	1,075.04	8.81%
	5	苏州柯依尔特种线缆有限公司	760.39	6.23%
	合计		5,705.42	46.74%

报告期内，公司各期前五大金属件材料供应商基本情况、合作历史、采购方式、采购内容、定价方式、结算方式如下：

序号	公司名称	主要股东	成立时间	注册资本	初始合作时间	采购方式	主要采购内容	定价方式	结算方式	公司采购金额占其销售比例
1	苏州柯依尔	施冬妹持	1999	500 万	2011	订单	铜、铝漆	参考“上海	当月完成	5%以内

	特种线缆有限公司	股 94%、施福妹持股 6%	年	元	年	采购	包线	期货交易所”铜、铝期货月度平均价格为定价依据	对账并在当月月底付清货款、银行转账	
2	苏州怡东滕机械有限公司	许向红持股 51%、吕亚海持股 49%	2012 年	200 万元	2012 年	订单采购	铝件制品	协商定价	月结、银行转账和承兑汇票	70%-75%
3	靖江市顺达模具厂	黄汉彬持股 100%	2002 年	247.60 万元	2013 年	订单采购	铝件制品	协商定价	月结、银行转账和承兑汇票	5%-10%
4	苏州擎泰金属制品有限公司	卢建忠持股 52%、郑丽芳持股 48%	2009 年	50 万元	2012 年	订单采购	金属导管、气缸等金属件	协商定价	月结、银行转账和承兑汇票	30%-35%
5	温岭市鑫都机械有限公司	舒志平持股 50%、钟海志持股 50%	2008 年	3,000 万元	2011 年	订单采购	气缸、曲柄等金属件	协商定价	月结、银行转账	5%-10%
6	宁波市海曙鼎一气动工具有限公司	翁善成持股 50%、翁佳苗持股 50%	2011 年	20 万元	2015 年	订单采购	金属接头	协商定价	月结、银行转账和承兑汇票	45%-50%

报告期内，公司各期前五大金属件材料供应商不存在贸易商情况，均为生产制造型企业。

报告期内，公司各期前五大金属件材料供应商不存在发行人的独家供应商情形。

报告期内，公司各期前五大金属件材料供应商与发行人均保持了长期的合作关系，不存在报告期新增的供应商。

报告期内，公司各期前五大金属件材料供应商不存在报告期内成立当年即成为发行人供应商情形。

报告期内，公司各期前五大金属件材料供应商注册资本不高于 200 万元的主要为苏州怡东滕机械有限公司、苏州擎泰金属制品有限公司、宁波市海曙鼎一气动工具有限公司，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。

（2）钢材类

报告期内，公司钢材类材料前五名供应商的采购金额及占同类材料采购总额的比例如下：

年度	序号	供应商名称	采购金额（万元）	占同类材料采购额比例
2018 年	1	苏州中恒三佳自动化科技有限公司	2,167.09	29.15%
	2	上海广冶钢铁有限公司	1,613.53	21.70%
	3	永康市斑马机械有限公司	843.56	11.35%
	4	苏州天之裕精工科技有限公司	564.96	7.60%
	5	杭州富阳金欣机电有限公司	498.02	6.70%
	合计		5,687.17	76.50%
2019 年	1	上海广冶钢铁有限公司	1,497.93	28.62%
	2	苏州中恒三佳自动化科技有限公司	859.26	16.42%
	3	上海星车国际商贸有限公司	748.70	14.31%
	4	苏州天之裕精工科技有限公司	605.50	11.57%
	5	杭州富阳金欣机电有限公司	550.33	10.52%
	合计		4,261.73	81.44%
2020 年	1	上海展志钢材加工配送有限公司	1,610.16	19.61%
	2	苏州中恒三佳自动化科技有限公司	1,397.27	17.02%
	3	杭州富阳金欣机电有限公司	987.27	12.03%
	4	永康市斑马机械有限公司	945.26	11.51%
	5	上海广冶钢铁有限公司	802.91	9.78%
	合计		5,742.86	69.95%

注：对受同一实际控制人控制的供应商合并计算采购金额数据。公司向苏州中恒三佳自动化科技有限公司的采购包含对其关联方台州中恒机械有限公司的采购。

报告期内，公司各期前五大钢材类材料供应商基本情况、合作历史、采购方式、采购内容、定价方式、结算方式如下：

序号	公司名称	主要股东	成立时间	注册资本	初始合作时间	采购方式	主要采购内容	定价方式	结算方式	公司采购金额占其销售比例
1	上海广冶钢铁有限公司	陈观义持股 60%、陈碧花持股 40%	2004 年	1,000 万元	2017 年	订单采购	钢卷、钢板	参考“我的钢铁网”报价当天的热轧板卷钢卷行情为定价依据	货到票到 10 天内银行转账	5%以内
2	上海展志钢材加工配送有限公司	上海展志实业集团有限责任公司持股 100%	2008 年	13,000 万元	2020 年	订单采购	钢卷、钢板	参考“我的钢铁网”报价当天的热轧板卷钢卷行情	货到票到 10 天内银行转账	5%以内

								为定价依据		
3	上海星车国际商贸有限公司	王亚江持股 70%、吴海良持股 30%	2014 年	100 万元	2018 年	订单采购	钢卷、钢板	参考“我的钢铁网”报价当天的热轧板卷钢卷行情为定价依据	货到票到 10 天内银行转账	5%以内
4	苏州中恒三佳自动化科技有限公司	莫文彬持股 70%、林云富持股 30%	2015 年	128 万元	2016 年	订单采购	钢制储气罐	根据“我的钢铁网”钢板行情协商定价	货到票到 30 天内银行转账	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合并口径）
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）	莫文彬持股 60%、林云富持股 22%	2005 年	369 万元	2015 年	订单采购	钢制储气罐	根据“我的钢铁网”钢板行情协商定价	货到票到 30 天内银行转账	
6	永康市斑马机械有限公司	黄振江持股 100%	2014 年	10 万元	2016 年	订单采购	钢制储气罐	根据“我的钢铁网”钢板行情协商定价	货到票到 30 天内银行转账	60%-65%
7	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	订单采购	钢管支架、尘桶	协商定价	月结、承兑汇票	40%-45%
8	杭州富阳金欣机电有限公司	刘小龙持股 100%	2006 年	300 万元	2011 年	订单采购	不锈钢尘桶	协商定价	月结、银行转账和承兑汇票	40%-45%

报告期内，公司各期前五大钢材类材料供应商存在贸易商情况，主要为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，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，经核查，上述三家供应商为钢材贸易类企业，通常生产制造型企业直接向大型钢材制造商采购钢材情况较少，主要向钢材贸易商采购钢材，发行人向其采购钢板主要用于自制储气罐，发行人采购金额占上述钢材贸易商销售比例较低，发行人向钢材贸易商采购钢材具有合理性。

报告期内，公司各期前五大钢材类材料供应商中苏州中恒三佳自动化科技有限公司为发行人独家供应商。苏州中恒三佳自动化科技有限公司和台州中恒机械有限公司为同一控制下企业，为降低储气罐运输耗损同时提高供应效率，台州中恒机械有限公司实际控制人租赁发行人厂房并设立苏州中恒三佳自动化科技有

限公司，为发行人提高就近的储气罐配套服务，随着公司自制储气罐产能的不断提高，苏州中恒三佳自动化科技有限公司于 2020 年 2 月不再租赁公司厂房，由台州中恒机械有限公司继续向发行人供应储气罐。台州中恒机械有限公司为行业内专门供应储气罐供应商，2020 年，发行人采购金额占其销售比例约 15%-20%，除发行人外，其主要客户包括利欧集团股份有限公司、创科实业有限公司、诺爱（上海）压缩机有限公司等企业，对发行人不存在重大依赖。保荐机构、发行人律师、发行人会计师实地走访台州中恒机械有限公司，现场观察台州中恒机械有限公司生产车间生产规模，并经登陆国家企业信用信息公示系统查询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的工商登记基本信息，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及其实际控制人、主要股东、董事、监事、高级管理人员与发行人、发行人控股股东、实际控制人、主要股东、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系及其他利益安排，报告期内苏州中恒三佳自动化科技有限公司租赁发行人厂房为发行人独家供应储气罐具备合理性，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生产经营规模与发行人向其采购规模相匹配。

报告期内，公司各期前五大钢材类材料新增供应商主要为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，由于发行人于报告期内投入了自制储气罐生产线，从而新开拓了上述二家供应商，保荐机构、发行人律师、发行人会计师实地走访上述二家供应商，经核查，发行人采购金额占上述钢材贸易商销售比例较低，发行人报告期内新增上述二家供应商具备合理性。

报告期内，公司各期前五大钢材类材料供应商不存在报告期内成立当年即成为发行人供应商情形。

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。

（3）塑料件类

报告期内，公司塑料件类材料前五名供应商的采购金额及占同类材料采购总额的比例如下：

年度	序号	供应商名称	采购金额（万元）	占同类材料采购额比例
2018 年	1	苏州璟兴塑胶有限公司	2,766.00	41.36%
	2	苏州三汇塑胶有限公司	1,268.25	18.97%
	3	无锡市荣亿塑料电器有限公司	803.21	12.01%
	4	吴江市聚力德电子科技有限公司	601.70	9.00%
	5	苏州奔腾塑业有限公司	281.09	4.20%
	合计		5,720.25	85.54%
2019 年	1	苏州璟兴塑胶有限公司	2,913.90	43.13%
	2	吴江市聚力德电子科技有限公司	869.32	12.87%
	3	苏州三汇塑胶有限公司	750.07	11.10%
	4	无锡市荣亿塑料电器有限公司	742.01	10.98%
	5	盐城市大丰区长力橡塑有限公司	315.83	4.67%
	合计		5,591.13	82.75%
2020 年	1	苏州璟兴塑胶有限公司	5,851.55	47.54%
	2	吴江市聚力德电子科技有限公司	2,266.44	18.41%
	3	无锡市荣亿塑料电器有限公司	916.50	7.45%
	4	盐城市大丰区长力橡塑有限公司	484.85	3.94%
	5	苏州奔腾塑业有限公司	449.11	3.65%
	合计		9,968.45	80.99%

报告期内，公司各期前五大塑料件类材料供应商基本情况、合作历史、采购方式、采购内容、定价方式、结算方式如下：

序号	公司名称	主要股东	成立时间	注册资本	初始合作时间	采购方式	主要采购内容	定价方式	结算方式	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	订单采购	注塑件	根据“中塑在线网”塑料粒子行情协商定价	货到票到 30 天内银行转账和承兑汇票	95%-100%
2	吴江市聚力德电子科技有限公司	凌惠荣持股 50%、凌伟钟持股 50%	2009 年	50 万元	2015 年	订单采购	注塑件	根据“中塑在线网”塑料粒子行情协商定价	货到票到 30 天内银行转账和承兑汇票	65%-70%
3	苏州三汇塑胶有限公司	黄纬军持股 73.91%、申奎持股 26.09%	2014 年	230 万元	2015 年	订单采购	注塑件	根据“中塑在线网”塑料粒子行情协商定	货到票到 30 天内银行转账和承兑汇	5%以内

								价	票	
4	苏州奔腾塑业有限公司	江苏乾涌控股有限公司持股 75%、香港荣宝雨投资有限公司持股 25%	2004 年	3000 万元	2017 年	订单采购	注塑件	协商定价	月结、银行转账	5%以内
5	无锡市荣亿塑料电器有限公司	张一持股 50%、杨艳持股 50%	1998 年	3000 万元	2011 年	订单采购	塑料软管	协商定价	月结、银行转账	10%-15%
6	盐城市大丰区长力橡塑有限公司	康秀珠持股 75%、陆晓钟持股 25%	2010 年	200 万元	2015 年	订单采购	滚轮组件	协商定价	月结、银行转账和承兑汇票	10%-15%

报告期内，公司各期前五大塑料件材料供应商不存在为贸易商情况，均为原材料生产制造型企业。

报告期内，公司各期前五大塑料件材料供应商中苏州璟兴塑胶有限公司为发行人独家供应商。为减少注塑件等零部件运输产生的磨损，降低运输成本，经营塑料件业务的苏州璟兴塑胶有限公司实际控制人张顺枝于 2015 年租赁发行人厂房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实际控制人张顺枝控制的从事塑料件生产经营的企业有两家，分别为苏州璟兴塑胶有限公司和苏州友腾塑胶有限公司，苏州璟兴塑胶有限公司给发行人提供配套的厂内供应服务，苏州友腾塑胶有限公司为张顺枝控制的生产经营塑料件的其他生产塑料件企业。保荐机构、发行人律师、发行人会计师实地走访苏州璟兴塑胶有限公司和苏州友腾塑胶有限公司，现场观察苏州璟兴塑胶有限公司生产车间生产规模，并经登陆国家企业信用信息公示系统查询苏州璟兴塑胶有限公司、苏州友腾塑胶有限公司的工商登记基本信息，苏州璟兴塑胶有限公司、苏州友腾塑胶有限公司及其实际控制人、主要股东、董事、监事、高级管理人员与发行人、发行人控股股东、实际控制人、主要股东、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系及其他利益安排，苏州璟兴塑胶有限公司租赁发行人厂房为发行人独家供应商具备合理性，其生产经营规模与发行人向其采购规模相匹配。

报告期内，公司各期前五大塑料件材料供应商与发行人均保持了长期的合作关系，不存在报告期新增的供应商。报告期内，公司各期前五大塑料件类材料供应商不存在成立当年即成为发行人供应商情况。

报告期内，公司各期前五大塑料件材料供应商注册资本不高于 200 万元的供应商主要为吴江市聚力德电子科技有限公司、盐城市大丰区长力橡塑有限公司，保荐机构、发行人律师、发行人会计师实地走访上述二家供应商，并现场观察供应商生产车间生产规模，上述二家供应商生产规模与发行人向其采购规模相匹配。

（4）电机及组合件

报告期内，公司电机及组合件前五名供应商的采购金额及占同类材料采购总额的比例如下：

年度	序号	供应商名称	采购金额（万元）	占同类材料采购额比例
2018 年	1	苏州市同创金属制品有限公司	2,966.03	62.59%
	2	苏州工业园区星德胜电机有限公司	558.58	11.79%
	3	苏州科固电器有限公司	292.44	6.17%
	4	苏州迈亿美电器有限公司	187.93	3.97%
	5	上海华藤金属加工有限公司	148.54	3.13%
	合计		4,153.51	87.65%
2019 年	1	苏州市同创金属制品有限公司	2,322.42	57.10%
	2	苏州工业园区星德胜电机有限公司	559.37	13.75%
	3	苏州科固电器有限公司	219.61	5.40%
	4	苏州迈亿美电器有限公司	199.15	4.90%
	5	浙江和超电机有限公司	196.87	4.84%
	合计		3,497.42	85.99%
2020 年	1	苏州市同创金属制品有限公司	2,615.11	40.49%
	2	浙江和超电机有限公司	973.47	15.07%
	3	苏州工业园区星德胜电机有限公司	852.45	13.20%
	4	台州市华普电机有限公司	362.69	5.62%
	5	苏州科固电器有限公司	275.42	4.26%
	合计		5,079.14	78.65%

注：对受同一实际控制人控制的供应商合并计算采购金额数据。公司向苏州市同创金属制品有限公司的采购包含对其关联方苏州市吴中区金鑫冲压制品有限公司的采购。

报告期内，公司各期前五大电机及组合件材料供应商基本情况、合作历史、采购方式、采购内容、定价方式、结算方式如下：

序号	公司名称	主要股东	成立时间	注册资本	初始合作时间	采购方式	主要采购内容	定价方式	结算方式	公司采购金额占其销售比例
1	苏州市同创金属制品有限公司	孙金海持股 80%、陈加英持股 20%	2002 年	1,500 万元	2015 年	订单采购	定转子	参考"我的钢铁网"硅钢行情、	月结、银行转账和承兑汇票	5%-10%（苏州市同创金属

								A00 铝行情协商定价		制品有限公司和苏州市吴中区金鑫冲压制品有限公司合并口径）
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）	孙金海持股 60%、陈加英持股 40%	2000 年	500 万元	2012 年	订单采购	定转子	参考"我的钢铁网"硅钢行情、A00 铝行情协商定价	月结、承兑汇票	
3	浙江和超电机有限公司	孙仁达持股 50%、徐美青持股 50%	2002 年	518 万元	2019 年	订单采购	定转子	参考"我的钢铁网"硅钢行情协商定价	月结、银行转账和承兑汇票	10%-15%
4	台州市华普电机有限公司	陈广冲持股 100%	2014 年	258 万元	2015 年	订单采购	定转子组合件	协商定价	月结、承兑汇票	5%以内
5	苏州工业园区星德胜电机有限公司	香港银科实业有限公司持股 95.36%	2004 年	2,097.3154 万美元	2012 年	订单采购	串激电机	协商定价并参考“上海期货交易所”铜行情协商定价	月结、承兑汇票	5%以内
6	苏州迈亿美电器有限公司	蒋纪奎持股 90%、蒋玉山持股 10%	2013 年	500 万元	2015 年	订单采购	碳刷、风罩等电机组件	协商定价	月结、承兑汇票	5%-10%
7	苏州科固电器有限公司	王建胜持股 51%、宋窈窕持股 41%	2002 年	300 万元	2016 年	订单采购	电机换向器	协商定价	月结、银行转账和承兑汇票	5%以内
8	上海华藤金属加工有限公司	维京春源投资股份有限公司持股 80.59%、伊藤忠丸红铁钢株式会社持股 19.41%	1994 年	2,480 万美元	2016 年	订单采购	定转子组合件	协商定价	货到票到 30 天内银行转账和承兑汇票	5%以内

报告期内，公司各期前五大电机及组合件材料供应商不存在贸易类供应商，均为生产制造型企业。

报告期内，公司各期前五大电机及组合件材料供应商不存在发行人的独家供应商情形。

报告期内，公司各期前五大电机及组合件材料新增的供应商主要为浙江和超电机有限公司，系当年其他供应商定转子供应量不能满足公司自制电机所需，浙江和超电机有限公司生产的定转子型号与公司电机所需相匹配，因此该供应商于 2019 年开始进入公司前五大电机及组合件材料供应商。

报告期内，公司各期前五大电机及组合件材料供应商不存在成立当年即成为发行人供应商情况。

报告期内，公司各期前五大电机及组合件材料供应商不存在注册资本低于200万元情况，均保持了一定的生产经营规模。

4、报告期内各主要供应商采购金额次序变动较大的原因及合理性

报告期内，原材料前五大供应商采购金额次序变动情况及原因如下：

供应商名称	2020年排名	2019年排名	2018年排名	变化情况及原因
苏州璟兴塑胶有限公司	1	1	2	报告期内合作稳定，采购规模及金额次序稳定
苏州市同创金属制品有限公司	2	2	1	报告期内合作稳定，采购规模及金额次序稳定
上海展志钢材加工配送有限公司	5	/	/	公司于2020年新开发的供应商，由于其钢材价格具备性价比优势，公司部分钢材订单分流至该供应商
上海广冶钢铁有限公司	18	3	5	2020年钢材价格高于其他供应商，公司对其订单分流至其他供应商
苏州擎泰金属制品有限公司	6	5	9	该供应商提供金属件、电机组合件及其他配件材料，2018年以来，公司对其增加电机组合件及其他配件的采购规模，2019年至今公司与其合作稳定，采购规模及金额次序稳定
苏州新区枫经印刷有限公司	4	4	8	公司于2016年与该公司开展合作，2017年、2018年采购规模随着合作关系的深入同比上升，2018年至今合作稳定，采购规模及金额次序基本保持稳定
苏州中恒三佳自动化科技有限公司	8	9	3	2019年以来，公司增加自制储气罐规模，向该供应商采购规模同比下降
苏州柯依尔特种线缆有限公司	20	8	4	2019年以来，公司部分铜线电机陆续改为铝线电机，向该供应商采购规模逐渐下降
苏州三汇塑胶有限公司	205	11	7	2019年该供应商厂址搬迁，转型生产其他零部件塑料件，公司向该供应商采购规模逐渐降低
吴江市聚力德电子科技有限公司	3	7	17	公司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，公司部分塑料件订单分流至该供应商，采购规模自2019年开始逐渐上升

综上，报告期内发行人主要供应商采购金额次序变动具备合理性。

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

（1）报告期内供应商数量及变动情况

报告期内，公司供应商数量及变动情况如下：

单位：家

2020 年度	2019 年度	2018 年度	变化情况及原因
382	396	385	公司原材料供应商数量在报告期内较为稳定。

报告期内各期向新增供应商的采购额情况如下：

期间	数量（家）	数量占比	采购金额（万元）	金额占比
2020 年	102	26.70%	4,534.98	8.01%
2019 年	109	27.53%	1,125.90	3.31%
2018 年	188	48.83%	2,409.14	5.83%

2020 年，公司向新增供应商的采购额上升较快，主要系公司于 2020 年对新开发的供应商上海展志钢材加工配送有限公司采购金额较大，公司 2020 年对其采购金额为 1,610.16 万元，该公司成立于 2008 年，主要供应钢卷、钢板等钢材，其为公司 2020 年新增供应商，由于其钢材价格具备性价比优势，公司将部分钢材订单分流至该供应商。

（2）贸易类供应商采购比例和向终端供应商采购情况

报告期内，公司贸易类供应商主要为钢材类贸易公司，公司向贸易类供应商和向终端供应商采购金额及比例如下：

供应商类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
贸易类供应商	3,660.20	6.46	2,811.18	8.27	2,756.22	6.67
终端供应商	52,962.42	93.54	31,171.41	91.73	38,552.42	93.33
合计	56,622.62	100.00	33,982.60	100.00	41,308.64	100.00

（3）苏州供应商的数量、采购金额和占比

报告期内苏州供应商的数量、采购金额和占比情况如下：

项目	数量（家）	数量占比	采购金额（万元）	金额占比
2020 年度				
苏州供应商	178	46.60%	29,065.31	51.33%

非苏州供应商	204	53.40%	27,557.31	48.67%
合计	382	100.00%	56,622.62	100.00%
2019 年度				
苏州供应商	169	42.68%	18,859.70	55.50%
非苏州供应商	227	57.32%	15,122.90	44.50%
合计	396	100.00%	33,982.60	100.00%
2018 年度				
苏州供应商	178	46.23%	24,187.70	58.55%
非苏州供应商	207	53.77%	17,120.94	41.45%
合计	385	100.00%	41,308.64	100.00%

报告期内，公司苏州供应商数量在 160 家-180 之间，公司对苏州供应商采购金额占当年采购总额比例在 50%-60%，保持着较为稳定的状态。

（4）供应商及其关联方与发行人不存在关联关系或同业竞争关系、其他利益安排

报告期内公司主要供应商及其关联方与发行人不存在关联关系或同业竞争关系，不存在其他利益安排。

（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

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%、吕亚海持股 49%	2012 年	200 万元	2012 年	铝件制品	70%-75%

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	主要生产设备为主要为 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。

（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	3.17	3.29	3.12	3.10	-	3,505.24

4月						
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。

（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：	靖江市顺达模具厂	3.08	3.08	/

90*90*7mm	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不锈钢行情裕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不锈钢行情裕 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。

6、报告期内不同层级的供应商数量、采购金额及占比

报告期内，按采购规模划分对供应商的数量、采购金额等统计分析如下：

采购规模	数量（家）	数量占比	采购金额（万元）	金额占比
2020 年度				
1,000 万元-5,000 万元	12	3.14%	22,966.15	40.56%
500 万元 -1,000 万元	22	5.76%	15,671.91	27.68%
100 万元-500 万元	62	16.23%	13,943.29	24.62%
100 万元以下	286	74.87%	4,041.27	7.14%
合计	382	100.00%	56,622.62	100.00%
2019 年度				
1,000 万元-5,000 万元	4	1.01%	7,409.28	21.80%
500 万元 -1,000 万元	15	3.79%	11,144.31	32.79%
100 万元-500 万元	52	13.13%	11,677.28	34.36%
100 万元以下	325	82.07%	3,751.72	11.04%
合计	396	100.00%	33,982.60	100.00%
2018 年度				
1,000 万元-5,000 万元	10	2.60%	16,686.75	40.40%
500 万元 -1,000 万元	13	3.38%	8,674.00	21.00%
100 万元-500 万元	51	13.25%	12,170.17	29.46%
100 万元以下	311	80.78%	3,777.72	9.15%
合计	385	100.00%	41,308.64	100.00%

报告期内，公司供应商数量分别为 385 家、396 家和 382 家，公司原材料供应商数量在报告期内较为稳定。报告期内，公司采购金额在 100 万元以上的供应商数量分别为 74、71 及 96 家，公司向该部分供应商采购金额占采购总额的比例分别为 90.86%、88.95%及 92.86%，公司对采购金额在 100 万元的原材料供应商采购比例较为稳定。

7、公司外协加工情况

单位：万元

年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
外协加工金额	549.74	219.27	169.88
采购总金额	56,622.62	33,982.60	41,308.64
外协加工占采购金额比例	0.97%	0.65%	0.41%

报告期内，公司委外加工费用占采购总金额比例较低，上述委外加工为部分面板和曲轴箱的表面加工工序、碳刷组件的组装工序。

六、主要资产情况

（一）主要固定资产

公司主要固定资产为房屋建筑物、生产设备、运输设备、办公设备和电子设备。截至 2020 年 12 月 31 日，公司固定资产原值 12,869.15 万元，账面价值 8,522.41 万元，具体如下：

单位：万元

项目	原值	累计折旧	账面价值	成新率
房屋及建筑物	7,384.26	2,516.43	4,867.83	65.92%
生产设备	2,894.64	1,012.88	1,816.52	62.75%
运输设备	472.86	209.16	263.70	55.77%
办公设备	311.56	268.66	42.90	13.77%
电子设备	407.44	274.36	133.08	32.66%
美国土地	1,398.39	0.00	1,398.39	100.00%
合计	12,869.15	4,281.50	8,522.41	66.22%

1、房屋建筑物

（1）房屋所有权

截至 2020 年 12 月 31 日，公司拥有境内房屋建筑共 16 处，具体情况如下表：

序号	权证号	所有权人	房屋地址	建筑面积（㎡）	规划用途	取得方式	他项权利
1	苏（2018）吴江区不动产权第9012062号	欧圣电气	汾湖镇来秀路东侧	23.70	工业	自建	无
2	苏（2018）吴江区不动产权第9012062号	欧圣电气	汾湖镇来秀路东侧	6,488.40	工业	自建	无
3	苏（2018）吴江区不动产权第9012062号	欧圣电气	汾湖镇来秀路东侧	10,189.20	工业	自建	无
4	苏（2018）吴江区不动产权第9012062号	欧圣电气	汾湖镇来秀路东侧	7,028.85	工业	自建	无
5	苏（2018）吴江区不动产权第9012062号	欧圣电气	汾湖镇来秀路东侧	7,055.40	工业	自建	无
6	苏（2018）吴江区不动产权第9012062号	欧圣电气	汾湖镇来秀路东侧	7,838.85	工业	自建	无
7	苏（2018）吴江区不动产权第9012062号	欧圣电气	汾湖镇来秀路东侧	6,097.85	工业	自建	无
8	苏（2018）吴江区不动产权第9012062号	欧圣电气	汾湖镇来秀路东侧	7,449.20	工业	自建	无
9	苏（2018）吴江区不动产权第9012062号	欧圣电气	汾湖镇来秀路东侧	10,798.55	工业	自建	无
10	苏（2018）吴江区不动产权第9012062号	欧圣电气	汾湖镇来秀路东侧	7,449.20	工业	自建	无

序号	权证号	所有权人	房屋地址	建筑面积（㎡）	规划用途	取得方式	他项权利
11	苏（2018）吴江区不动产权第9012062号	欧圣电气	汾湖镇来秀路东侧	23.70	工业	自建	无
12	苏（2018）吴江区不动产权第9012062号	欧圣电气	汾湖镇来秀路东侧	2,427.06	工业	自建	无
13	苏（2018）吴江区不动产权第9012062号	欧圣电气	汾湖镇来秀路东侧	5,290.85	工业	自建	无
14	苏（2018）吴江区不动产权第9012062号	欧圣电气	汾湖镇来秀路东侧	3,460.19	工业	自建	无
15	苏（2018）吴江区不动产权第9012062号	欧圣电气	汾湖镇来秀路东侧	2,064.88	工业	自建	无
16	苏（2018）吴江区不动产权第 9019218 号	欧圣电气	黎里镇浦港南路 568 号	303.97	住宅	购买	无

（2）其他临时构筑物

截至本招股说明书签署日，发行人在其厂区内共搭建 6 处临时构筑物（未取得不动产权证），具体情况如下：

序号	使用人	房屋坐落	建筑面积（㎡）	截至 2020 年 12 月 31 日的账面价值（万元）	用途
1	欧圣电气	黎里镇来秀路东侧	212.10	2.33	出租
2			201.58	2.39	产品测试房
3			56.25	1.07	车库
4			129.48	3.37	仓储
5			35.50	0.28	仓储
6			89.10	1.60	产品测试房
合计			724.01	12.26	-

除上述发行人搭建的临时构筑物外，发行人部分厂房的承租人上海宝尊电子商务有限公司租赁期间在租赁厂房内搭建了临时构筑物。该部分租赁厂房租期届满后，已由上海宝尊电子商务有限公司关联公司宝通易捷智能科技（苏州）有限公司续租，该等临时构筑物也由宝通易捷智能科技（苏州）有限公司使用。

就上述事项，发行人控股股东圣巴巴拉投资、实际控制人 WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 出具承诺，若上述临时构筑物被相关部门责令拆除的，其将督促发行人、宝通易捷智能科技（苏州）有限公司积极配合拆除工作并在规定期限内对其进行拆除；若因上述临时构筑物发生权属纠纷、规划拆除、行政处罚或其他导致发行人无法正常使用或发行人被追究责任的情形，其将督促发行人采取租赁的方式保证发行人正常经营，并承担发行人因此受到的一切损失。

2、房屋租赁情况

（1）发行人租赁房产情况

截至本招股说明书签署日，公司主要租赁房产具体情况如下表：

序号	承租方	出租方	位置	用途	租赁期限
1	深圳洁德	深圳市大光勘股份合作公司	深圳市龙岗区坂田街道创汇大厦 10 层 1 号单位	办公	2021.03.01-2024.02.29
2	上海姿东	上海瑞智置业有限公司	上海市徐汇区虹漕路 88 号越虹广场 B 座 3 层第 320 单元	办公	2020.10.27-2021.10.26
3	上海姿东	丸庆企业管理(上海）有限公司	中国（上海）自由贸易试验区美盛路 171 号 3 幢 2 层 229 室	办公	2019.12.29-2021.12.28
4	欧圣电气	苏州汾湖城建房产开发有限公司	苏州市吴江区黎里镇芦墟来秀路东侧、越秀路南侧宿舍楼一幢第二层	宿舍	2021.04.20-2022.04.19
5	欧圣日本	株式会社三和	日本国东京市墨田区江东桥 2 丁目 2 番 3 号三和大厦 7 楼	办公	2020.02.01-2022.01.31
6	欧圣国际	Hip Shing Hong (Agency) Limited	香港九龙广东道 998 号旺角办事处 8 楼 A2 室	办公	2019.12.21-2021.12.20
7	苏州伊利诺	苏州众创智谷孵化管理有限公司	苏州工业园区新发路 27 号 A 幢 10 楼 1043 室	办公	**2021.07.29-2022.07.28**
8	**欧圣电气**	**苏州帕德深新材料有限公司**	**苏州市吴江汾湖高新区 318 国道北侧国道路 2588 号**	**仓储**	**2021.09.01-2022.02.28**
9	欧圣电气	吴江市国光金属制品有限公司	苏州市吴江汾湖高新区临沪大道 2588 号	仓储	**2021.09.01-2021.09.31**
10	欧圣电气	吴江市国光金属制品有限公司	苏州市吴江汾湖高新区临沪大道 2588 号	仓储	**2021.09.01-2021.09.31**
11	欧圣电气	吴江市国光金属制品有限公司	苏州市吴江汾湖高新区临沪大道 2588 号	宿舍	**2021.09.01-2021.09.31**
12	欧圣电气	曹嵩	苏州市吴江汾湖高新区玖誉湾 4 幢 304 室	宿舍	2020.12.16-2021.12.15

发行人及其子公司在境内所租赁的房屋存在未办理租赁备案的情形。发行人租赁该等房产仅作为宿舍、办公使用，搬迁成本较低，发行人对该等租赁房产的依赖程度较小，因此该等租赁房产具有可替代性，发行人及其子公司在当地类似地段寻找新的租赁场所亦无实质性障碍，上述租赁房屋未办理租赁备案登记不会对发行人的经营造成重大不利影响。

（2）发行人对外租赁房产情况

经访谈发行人经办人员，查阅了发行人与承租方签署的租赁合同、查询房产中介网站同类周边厂房市场租赁价格，公司对外出租厂房主要系出租厂房时现有厂房已经满足公司生产经营所需，为提高资产的利用率，公司现有闲置厂房主要

租赁给其他方，公司按期收取租金，截至 2020 年 12 月 31 日，公司对外出租厂房面积占自有厂房总面积的比例为 49.29%，公司参考所在区域的市场价格确定租赁厂房价格，与承租方不存在纠纷或潜在纠纷。

公司投资设立之初，根据项目投入设计、未来发展规划的需要，建造厂房时预留了相对足够的空间用于后续发展需要。因公司主要产品为小型空压机和干湿两用吸尘器，该类产品为小体积、便携式工具/家电设备，重在研发设计，生产过程中无需重型机械设备，因此对厂房的空间占用相对较小。此外，公司主要实行“订单生产”的生产模式，按照客户的订单需要生产、备货，存货周转率总体较高，不存在大量存货囤积、存放情形。对于生产经营之外暂时闲置的厂房，公司出于经济性角度考虑，将该部分厂房对外出租。

截至 2020 年 12 月 31 日，公司对外出租厂房具体情况如下表：

序号	出租方	承租方	位置	租赁面积（㎡）	占自有厂房总面积的比例	单价/（元/月/㎡）	租赁期限
1	欧圣电气	宝通易捷智能科技（苏州）有限公司	临沪大道北侧、来秀路东侧	30,785.55	43.73%	27.26	2020.06.10-2021.06.09
2	欧圣电气	苏州璟兴塑胶有限公司	临沪大道北侧、来秀路东侧	3,916	5.56%	26.00	2020.07.01-2021.12.31

注：由于公司生产经营规模扩大和实施募投项目所需，截至 2021 年 4 月 20 日，公司已经向宝通易捷智能科技（苏州）有限公司收回对其出租的全部厂房。

发行人年产空压机 145 万台生产技术改造项目用地为公司现有土地，公司拟将目前空压机厂房及仓库 32,633.65 平方米及增加的空置厂房及仓库面积 24,067.00 平方米进行装修改造，作为年产空压机 145 万台生产技术改造项目实施场地。上述 24,067.00 平方米的空置厂房及仓库为租赁给上海宝尊电子商务有限公司使用的闲置厂房。根据公司与上海宝尊电子商务有限公司全资子公司宝通易捷智能科技（苏州）有限公司（以下简称“宝通易捷”）签署的租赁合同，空置厂房及仓库租赁到期日为 2021 年 6 月 9 日。同时租赁合同约定，在 2020 年 12 月 10 日后，公司因为 IPO 募投项目用地需要或自身其他发展需要，需收回自用的，公司可以单方解除合同。截至 2021 年 4 月 20 日，公司已经向宝通易捷智能科技（苏州）有限公司收回对其出租的全部厂房，公司年产空压机 145 万台生产技术改造项目开展不存在用地安排障碍，不存在潜在纠纷。

公司参考所在区域的市场价格将厂房租给宝通易捷以及苏州璟兴塑胶有限

公司，发行人对外租赁厂房的租金定价及可比厂房的租赁价格参考情况具体如下：

序号	参考房屋座落	用途	出租面积（㎡）	租金（元/天/㎡）	数据来源
1	临沪大道来秀路东	厂房	2,000	0.83	安居客
2	来秀路	厂房	5,000	0.80	安居客
发行人厂房周边平均公开市场租赁价格（元/天/㎡）				0.82	
发行人对外租赁平均价格（元/天/㎡）				0.89	

发行人对外租赁平均价格略微高于发行人厂房周边平均公开市场租赁价格主要系周边平均公开市场租赁价格为2020年11月统计市场价格，发行人对外租赁签署日期为2020年6-7月，受疫情影响，发行人周边厂房租赁价格存在微跌情况。发行人对外租赁租金定价系发行人与出租方参考周边同类型房屋的市场租赁价格协商确定，租金定价公允。

发行人已经与承租方宝通易捷、苏州璟兴塑胶有限公司签订厂房租赁合同，并向吴江区房产管理处办理登记租赁备案。租赁合同履行期间内，发行人与宝通易捷、苏州璟兴塑胶有限公司未曾因产权或租赁等原因发生过争议和纠纷，未曾发生过诉讼、仲裁等纠纷，发行人合法拥有对外租赁房屋的所有权，不存在潜在的产权纠纷或合同纠纷。

经实地走访公司对外出租厂房现场，现场观察宝通易捷租赁发行人厂房的用途和具体现场经营情况，实地走访承租方宝通易捷其他生产经营区域，现场观察宝通易捷在其他经营区域的经营规模，并访谈承租方宝通易捷经办人员，上海宝尊电子商务有限公司为电子商务物流公司宝尊电商[BZUN.O]子公司，宝通易捷为上海宝尊电子商务有限公司的全资子公司，宝通易捷租赁公司厂房主要用于电商物流中转仓储。通过查阅发行人与宝通易捷、上海宝尊电子商务有限公司的租赁合同、发票、付款凭证、资金往来流水，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，并访谈宝通易捷相关负责人，经宝通易捷及发行人确认，上海宝尊电子商务有限公司及宝通易捷及其控股股东、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、主要客户及供应商等不存在关联关系、委托持股、其他资金业务往来等利益安排，不存在为发行人承担成

本费用的情形。

经实地走访公司对外出租厂房现场，现场观察苏州璟兴塑胶有限公司租赁发行人厂房的用途和具体现场经营情况，实地走访承租方苏州璟兴塑胶有限公司其他生产经营区域，现场观察苏州璟兴塑胶有限公司在其他经营区域的经营规模，并访谈承租方苏州璟兴塑胶有限公司经办人员，苏州璟兴塑胶有限公司主要股东和实际控制人为自然人张顺枝，主营业务为从事塑料件生产经营，其租赁公司厂房主要用于生产经营塑料件，为公司供应的各类注塑件型号、规格差异较大，相比于标准件类原材料，该类塑料件长距离运输耗损较大，苏州璟兴塑胶有限公司为降低运输耗损、节省运输费用，租用公司少量厂房进行生产，向公司独家供应塑料件类原材料。根据苏州璟兴塑胶有限公司及发行人的确认，并通过查阅发行人与苏州璟兴塑胶有限公司的租赁合同、发票、付款凭证、资金往来流水，苏州璟兴塑胶有限公司除租赁公司厂房和向公司供应塑料件类原材料外，与发行人不存在其他资金业务往来；根据访谈苏州璟兴塑胶有限公司实际控制人并经苏州璟兴塑胶有限公司的确认，苏州璟兴塑胶有限公司除与苏州擎泰金属制品有限公司、苏州工业园区星德胜电机有限公司等发行人部分供应商存在零星的塑料件业务往来外，与发行人主要供应商不存在其他资金业务往来，报告期内，苏州璟兴塑胶有限公司与发行人其他供应商业务往来合计规模未超过 50 万元，整体规模较小，同时，经访谈发行人各期前五大供应商，除上述零星的塑料件业务之外，苏州璟兴塑胶有限公司与发行人主要供应商不存在其他资金业务往来；根据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，并通过访谈发行人主要客户和供应商，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、主要客户、主要供应商等不存在关联关系、委托持股等利益安排，不存在为发行人承担成本费用的情形。

3、主要生产设备

截至 2020 年 12 月 31 日，公司的主要生产设备情况如下：

单位：万元

序号	设备名称	数量（台）	原值	净值	成新率（%）

序号	设备名称	数量（台）	原值	净值	成新率（%）
1	涂装设备	1	35.30	3.53	10.00%
2	自动二工位平衡修正机	2	70.09	35.52	50.69%
3	高精度自动三坐标测量仪	1	20.09	11.05	55.00%
4	感应电机生产线	1	121.20	78.47	64.75%
5	双头立式绕线机	2	56.41	36.53	64.75%
6	串激电机自动线	1	145.30	96.26	66.25%
7	转子自动滴漆机	1	37.61	25.48	67.75%
8	冲床	1	49.93	35.88	71.86%
9	手工喷粉设备	1	28.03	20.68	73.75%
10	三合一自动送料生产线	1	35.34	27.39	77.50%
11	封头拉伸缩口自动化生产线	1	42.67	33.39	78.25%
12	大型偏摆落圆自动化生产线	1	53.45	41.82	78.25%
13	压力机	2	76.28	61.68	80.86%
14	自动焊接线设备	1	324.79	268.76	82.75%
15	除尘设备、UV 光氧催化设备	1	38.78	32.09	82.75%
16	高压清洗机寿命测试台	1	29.49	24.84	84.25%
17	悬臂式吹吸锁螺丝机	1	20.00	17.30	86.50%
18	电池包检测设备	1	12.07	10.80	89.50%
19	平面磨床	1	10.88	10.80	99.25%
20	双头四工位绕线机	1	28.76	28.55	99.25%
21	板链流水线	1	10.18	10.18	100.00%
22	五工位 R 型平衡机	1	35.40	35.40	100.00%
合计			1,282.03	946.40	73.82%

（二）主要无形资产

公司主要无形资产为土地使用权。截至 2020 年 12 月 31 日，公司无形资产有关情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计摊销	账面价值
土地使用权	2,657.66	549.25	2,108.41
软件	293.85	270.36	23.49
合计	2,951.51	819.61	2,131.90

1、土地使用权

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人及境内子公司拥有土地使用权共 2 宗，具体情况如下：

序号	产权证号	使用权人	地址	面积（㎡）	用途	取得方式	他项权利
1	苏（2018）吴江区不动产权第9012062号	欧圣电气	黎里镇来秀路东侧	123,878.70	工业用地	出让	无
2	苏（2018）吴江区不动产权第9019218号	欧圣电气	黎里镇浦港南路568号	136.30	城镇住宅用地	出让	无

2、商标使用权

截至2020年12月31日，公司拥有的境内注册商标如下表：

序号	权利人	注册证号	注册商标	注册类别	有效期限
1	欧圣电气	33712965	CLEAN CONNECT	第7类	2019.08.14.-2029.08.13.
2	欧圣电气	33704484	CLEAN CONNECT	第21类	2019.07.21.-2029.07.20.
3	欧圣电气	33091907	STEALTH	第7类	2019.06.28.-2029.06.27.
4	欧圣电气	21102413	ALTON	第7类	2017.10.28.-2027.10.27.
5	欧圣电气	20776583	ALTON	第7类	2017.09.21.-2027.09.20.
6	欧圣电气	20776452	ALTON	第7类	2017.09.21.-2027.09.20.
7	欧圣电气	13920420	StarVac	第7类	2015.03.14.-2025.03.13.
8	欧圣电气	11840865	欧圣	第7类	2014.05.21.-2024.05.20.
9	欧圣电气	10234608	欧圣	第7类	2013.03.14.-2023.03.13.
10	欧圣电气	9180900	维克多	第7类	2012.04.21.-2022.04.20.
11	欧圣电气	9180896	欧腾	第7类	2012.03.14.-2022.03.13.
12	欧圣电气	9180891	美洲狼	第7类	2012.03.14.-2022.03.13.
13	欧圣电气	9180886	博士	第7类	2012.10.07.-2022.10.06.
14	欧圣电气	9180882	巴马	第7类	2012.04.21.-2022.04.20.
15	欧圣电气	9145908	Industrial Air	第7类	2012.07.07.-2022.07.06.
16	欧圣电气	9145779	IRON HORSE	第7类	2012.03.07.-2022.03.06.
17	苏州伊利诺	16384166	ICARE-ROBOT	第11类	2016.04.14.-2026.04.13.
18	苏州伊利诺	16384095	可卡罗	第11类	2016.04.14.-2026.04.13.

序号	权利人	注册证号	注册商标	注册类别	有效期限
19	苏州伊利诺	16383995	care-bot	第 11 类	2016.04.14.-2026.04.13.
20	苏州伊利诺	16383991	ICARE-BOT	第 11 类	2016.04.14.-2026.04.13.
21	苏州伊利诺	16383914	可立爽	第 11 类	2016.04.14.-2026.04.13.
22	苏州伊利诺	16383674	速净	第 10 类	2016.04.28.-2026.04.27.
23	苏州伊利诺	16383629	care-bot	第 10 类	2016.08.28.-2026.08.27.
24	苏州伊利诺	16383600	洁扬	第 10 类	2016.04.28.-2026.04.27.
25	苏州伊利诺	14686619	洁诺宝	第 10 类	2015.08.28.-2025.08.27.
26	苏州伊利诺	14686532	洁宝宝	第 10 类	2015.08.21.-2025.08.20.
27	欧圣电气	33097912	STEALTH	第 35 类	2020.06.28-2030.06.27

3、专利权

截至 2020 年 12 月 31 日，公司拥有境内专利 195 项，其中发明专利 38 项，该等专利均为有效状态，公司已取得相关专利证书。公司拥有的境内专利权情况如下表：

序号	权利人	名称	专利号	有效期限	申请类型
1	欧圣电气	用于空压机储气罐的输出阀门	ZL200910098099.2	2009.04.30-2029.04.29	发明专利
2	欧圣电气	一种独立式智能清洁护理装置	ZL201210447489.8	2012.11.09-2032.11.08	发明专利
3	欧圣电气	一种分体式智能清洁护理装置	ZL201210447486.4	2012.11.09-2032.11.08	发明专利
4	欧圣电气	一种用于吸尘器的除尘系统	ZL201210586835.0	2012.12.30-2032.12.29	发明专利
5	欧圣电气	一种用于吸尘器的绕线装置	ZL201210586784.1	2012.12.30-2032.12.29	发明专利
6	欧圣电气	一种中央集成护理机	ZL201410225544.8	2014.05.26-2034.05.25	发明专利
7	欧圣电气	一种空气压缩机	ZL201410591721.4	2014.10.29-2034.10.28	发明专利
8	欧圣电气	电机及具有该电机的空压机	ZL201810639525.8	2016.08.31-2036.08.30	发明专利
9	欧圣电气	空压机设备	ZL201810074871.6	2016.08.31-2036.08.30	发明专利
10	欧圣电气	空压机套件	ZL201810074437.8	2016.08.31-2036.08.30	发明专利

序号	权利人	名称	专利号	有效期限	申请类型
11	欧圣电气	一种电机及具有该电机的空压机	ZL201610779976.2	2016.08.31-2036.08.30	发明专利
12	欧圣电气	空压机套件及空压机设备	ZL201610778953.X	2016.08.31-2036.08.30	发明专利
13	欧圣电气	一种吸尘器	ZL201610981976.0	2016.11.08-2036.11.07	发明专利
14	欧圣电气	一种吸尘器	ZL201610981875.3	2016.11.08-2036.11.07	发明专利
15	欧圣电气	过滤组件、过滤装置及吸尘器	ZL201610981874.9	2016.11.08-2036.11.07	发明专利
16	欧圣电气	一种吸尘器	ZL201610981873.4	2016.11.08-2036.11.07	发明专利
17	欧圣电气	一种吸尘器	ZL201610981872.X	2016.11.08-2036.11.07	发明专利
18	欧圣电气	一种空压机与卷管器的组合装置	ZL201710009994.7	2017.01.06-2037.01.05	发明专利
19	欧圣电气	一种空压机装置	ZL201710009949.1	2017.01.06-2037.01.05	发明专利
20	欧圣电气	空气压缩机	ZL201710087795.8	2017.02.18-2037.02.17	发明专利
21	欧圣电气	空压机	ZL201710087789.2	2017.02.18-2037.02.17	发明专利
22	欧圣电气	一种清洗机	ZL201710461037.8	2017.06.18-2037.06.17	发明专利
23	欧圣电气	一种柱塞泵及清洗机	ZL201710461033.X	2017.06.18-2037.06.17	发明专利
24	欧圣电气	一种柱塞泵及其对应的清洗机	ZL201710461032.5	2017.06.18-2037.06.17	发明专利
25	欧圣电气	一种柱塞泵泵盖、柱塞泵及清洗机	ZL201710461031.0	2017.06.18-2037.06.17	发明专利
26	欧圣电气	柱塞泵泵盖、柱塞泵及清洗机	ZL201710461020.2	2017.06.18-2037.06.17	发明专利
27	欧圣电气	空压机	ZL201710562967.2	2017.07.11-2037.07.10	发明专利
28	欧圣电气	柱塞泵及清洗机	ZL201810421082.5	2018.05.04-2038.05.03	发明专利
29	欧圣电气	柱塞泵及手持式清洗机	ZL201810421043.5	2018.05.04-2038.05.03	发明专利
30	欧圣电气	空气压缩泵及空气压缩机	ZL201810356149.1	2018.04.19-2038.04.18	发明专利
31	欧圣电气	空压机装置	ZL201810414395.8	2017.01.06-2037.01.05	发明专利
32	欧圣电气	柱塞泵及清洗机	ZL201710461041.4	2017.06.18-2037.06.17	发明专利
33	欧圣电气	清洗机及其柱塞泵	ZL201811292623.5	2017.06.18-2037.06.17	发明专利
34	欧圣电气	单柱塞式柱塞泵及手持式清洗机	ZL201810420387.4	2018.05.04-2038.05.03	发明专利

序号	权利人	名称	专利号	有效期限	申请类型
35	欧圣电气	护理机用的可穿戴式工作头及相应的护理机	ZL201711157945.4	2017.11.20-2037.11.19	发明专利
36	欧圣电气	一种护理机	ZL201810624079.3	2018.06.16-2038.06.15	发明专利
37	欧圣电气	一种护理机器设备	ZL201810623409.7	2018.06.16-2038.06.15	发明专利
38	欧圣电气	吸尘器及过滤组件	ZL201880001965.9	2018.04.10-2028.04.09	发明专利
39	欧圣电气	空压机伸缩把手的锁紧机构	ZL201320793219.2	2013.12.06-2023.12.05	实用新型
40	欧圣电气	吸尘器支撑件的固定机构	ZL201320793145.2	2013.12.06-2023.12.05	实用新型
41	欧圣电气	一种安全静音护理机	ZL201420164830.3	2014.04.04-2024.04.03	实用新型
42	欧圣电气	一种单水路护理机	ZL201420164829.0	2014.04.04-2024.04.03	实用新型
43	欧圣电气	一种易拆卸防臭护理机	ZL201420164496.1	2014.04.04-2024.04.03	实用新型
44	欧圣电气	一种护理机快装防脱机构	ZL201420164423.2	2014.04.04-2024.04.03	实用新型
45	欧圣电气	一种带隔水防溢装置的智能护理机	ZL201420164043.9	2014.04.04-2024.04.03	实用新型
46	欧圣电气	一种防堵检测护理机	ZL201420164042.4	2014.04.04-2024.04.03	实用新型
47	欧圣电气	一种循环热水护理机	ZL201420164011.9	2014.04.04-2024.04.03	实用新型
48	欧圣电气	一种新型烘干护理机	ZL201420163938.0	2014.04.04-2024.04.03	实用新型
49	欧圣电气	一种护理机工作头侧翻机构	ZL201420163907.5	2014.04.04-2024.04.03	实用新型
50	欧圣电气	一种护理机内斗	ZL201420163666.4	2014.04.04-2024.04.03	实用新型
51	欧圣电气	一种中央集成护理机	ZL201420273240.4	2014.05.26-2024.05.25	实用新型
52	欧圣电气	一种中央集成护理机	ZL201420272267.1	2014.05.26-2024.05.25	实用新型
53	欧圣电气	一种护理机快速连接结构	ZL201420271940.X	2014.05.26-2024.05.25	实用新型
54	欧圣电气	一种可调式锁紧装置	ZL201420617099.5	2014.10.23-2024.10.22	实用新型
55	欧圣电气	一种吸尘器尘满指示装置固定结构及吸尘器	ZL201420629604.8	2014.10.28-2024.10.27	实用新型
56	欧圣电气	一种搭扣锁紧机构及可拆卸的空压机	ZL201420633529.2	2014.10.29-2024.10.28	实用新型
57	欧圣电气	一种空气压缩机	ZL201420633527.3	2014.10.29-2024.10.28	实用新型
58	欧圣电气	一种结构紧凑的空气压缩机	ZL201520252357.9	2015.04.24-2025.04.23	实用新型

序号	权利人	名称	专利号	有效期限	申请类型
59	欧圣电气	一种穿戴式的护理机工作头	ZL201520295303.0	2015.05.08-2025.05.07	实用新型
60	欧圣电气	一种穿戴式的护理机工作头	ZL201520295300.7	2015.05.08-2025.05.07	实用新型
61	欧圣电气	一种结构紧凑的空气压缩机	ZL201520304145.0	2015.05.13-2025.05.12	实用新型
62	欧圣电气	一种空压机把手的快速拆卸机构	ZL201520304143.1	2015.05.13-2025.05.12	实用新型
63	欧圣电气	一种用于空压机的船型翘板式压力开关	ZL201520325300.7	2015.05.20-2025.05.19	实用新型
64	欧圣电气	一种用于吸尘器的防静电接地链组件	ZL201520539170.7	2015.07.23-2025.07.22	实用新型
65	欧圣电气	一种电机及具有该电机的空压机	ZL201621015575.1	2016.08.31-2026.08.30	实用新型
66	欧圣电气	空压机套件及空压机设备	ZL201621010218.6	2016.08.31-2026.08.30	实用新型
67	欧圣电气	吸尘器	ZL201720370262.6	2016.11.08-2026.11.07	实用新型
68	欧圣电气	过滤组件、过滤装置及吸尘器	ZL201621205143.7	2016.11.08-2026.11.07	实用新型
69	欧圣电气	一种电机及具有该电机的空压机	ZL201621311073.3	2016.11.29-2026.11.28	实用新型
70	欧圣电气	一种空压机与卷管器的组合	ZL201720014152.6	2017.01.06-2027.01.05	实用新型
71	欧圣电气	一种穿戴式护理机工作头	ZL201720048971.2	2017.01.14-2027.01.13	实用新型
72	欧圣电气	一种穿戴式护理机工作头与包裤的组合	ZL201720043376.X	2017.01.14-2027.01.13	实用新型
73	欧圣电气	一种穿戴式护理机工作头	ZL201720043238.1	2017.01.14-2027.01.13	实用新型
74	欧圣电气	一种吸尘器	ZL201720121071.6	2017.02.09-2027.02.08	实用新型
75	欧圣电气	一种吸尘器	ZL201720147605.2	2017.02.18-2027.02.17	实用新型
76	欧圣电气	空压机	ZL201720147603.3	2017.02.18-2027.02.17	实用新型
77	欧圣电气	吸尘器	ZL201720147210.2	2017.02.18-2027.02.17	实用新型
78	欧圣电气	一种空压机	ZL201720147209.X	2017.02.18-2027.02.17	实用新型
79	欧圣电气	空气压缩机	ZL201720388467.7	2017.04.11-2027.04.10	实用新型
80	欧圣电气	吸尘器	ZL201720376632.7	2017.04.11-2027.04.10	实用新型
81	欧圣电气	用于护理机的穿戴组件及护理机	ZL201720376492.3	2017.04.11-2027.04.10	实用新型
82	欧圣电气	一种用于护理机的穿戴组件及护理机	ZL201720376491.9	2017.04.11-2027.04.10	实用新型

序号	权利人	名称	专利号	有效期限	申请类型
83	欧圣电气	空压机	ZL201720376440.6	2017.04.11-2027.04.10	实用新型
84	欧圣电气	一种空压机	ZL201720376436.X	2017.04.11-2027.04.10	实用新型
85	欧圣电气	一种吸尘器	ZL201720376404.X	2017.04.11-2027.04.10	实用新型
86	欧圣电气	一种用于护理机的穿戴组件及护理机	ZL201720408625.0	2017.04.18-2027.04.17	实用新型
87	欧圣电气	一种清洗机	ZL201720716041.X	2017.06.18-2027.06.17	实用新型
88	欧圣电气	一种柱塞泵泵盖、柱塞泵及清洗机	ZL201720707610.4	2017.06.18-2027.06.17	实用新型
89	欧圣电气	柱塞泵及清洗机	ZL201720707609.1	2017.06.18-2027.06.17	实用新型
90	欧圣电气	空压机	ZL201720837682.0	2017.07.11-2027.07.10	实用新型
91	欧圣电气	一种空气压缩机	ZL201720837681.6	2017.07.11-2027.07.10	实用新型
92	欧圣电气	一种空压机	ZL201720837610.6	2017.07.11-2027.07.10	实用新型
93	欧圣电气	高压出水泵及清洗机	ZL201721483751.9	2017.11.09-2027.11.08	实用新型
94	欧圣电气	一种高压出水泵及清洗机	ZL201721483665.8	2017.11.09-2027.11.08	实用新型
95	欧圣电气	一种护理机	ZL201820949344.0	2018.06.16-2028.06.15	实用新型
96	欧圣电气	护理机器	ZL201820937021.X	2018.06.16-2028.06.15	实用新型
97	欧圣电气	一种护理机器	ZL201820936975.9	2018.06.16-2028.06.15	实用新型
98	欧圣电气	护理机	ZL201820936974.4	2018.06.16-2028.06.15	实用新型
99	欧圣电气	一种护理机器设备	ZL201820936864.8	2018.06.16-2028.06.15	实用新型
100	欧圣电气	护理机器设备	ZL201820936862.9	2018.06.16-2028.06.15	实用新型
101	欧圣电气	一种用于护理机的可穿戴式工作头及护理机	ZL201820953990.4	2018.06.20-2028.06.19	实用新型
102	欧圣电气	吸尘器	ZL201821160945.X	2018.07.21-2028.07.20	实用新型
103	欧圣电气	一种吸尘器	ZL201821160617.X	2018.07.21-2028.07.20	实用新型
104	欧圣电气	吸尘器	ZL201821160616.5	2018.07.21-2028.07.20	实用新型
105	欧圣电气	一种吸尘器	ZL201821160450.7	2018.07.21-2028.07.20	实用新型
106	欧圣电气	连通管组件及空压机	ZL201821259955.9	2018.08.06-2028.08.05	实用新型

序号	权利人	名称	专利号	有效期限	申请类型
107	欧圣电气	吸尘器	ZL201821361901.3	2018.08.22-2028.08.21	实用新型
108	欧圣电气	一种吸尘器	ZL201821544062.9	2018.09.20-2028.09.19	实用新型
109	欧圣电气	隔水装置及对应的护理机主机	ZL201821685962.5	2018.10.17-2028.10.16	实用新型
110	欧圣电气	护理机	ZL201821839175.1	2018.11.08-2028.11.07	实用新型
111	欧圣电气	一种护理机及其护理机主机	ZL201821839173.2	2018.11.08-2028.11.07	实用新型
112	欧圣电气	护理机主机及其所属的护理机	ZL201821839207.8	2018.11.08-2028.11.07	实用新型
113	欧圣电气	一种空气压缩机	ZL201821908841.2	2018.11.19-2028.11.18	实用新型
114	欧圣电气	一种空压机	ZL201821908218.7	2018.11.19-2028.11.18	实用新型
115	欧圣电气	空气压缩机	ZL201821906409.X	2018.11.19-2028.11.18	实用新型
116	欧圣电气	空压机装置	ZL201821906408.5	2018.11.19-2028.11.18	实用新型
117	欧圣电气	空压机	ZL201821906407.0	2018.11.19-2028.11.18	实用新型
118	欧圣电气	一种动力工具	ZL201822056175.0	2018.12.09-2028.12.08	实用新型
119	欧圣电气	一种空气压缩泵及空压机	ZL201920042721.7	2019.01.10-2029.01.09	实用新型
120	欧圣电气	一种护理机主机及护理机	ZL201920109866.4	2019.01.22-2029.01.21	实用新型
121	欧圣电气	一种吸尘器	ZL201920128197.5	2019.01.25-2029.01.24	实用新型
122	欧圣电气	吸尘器	ZL201920473371.X	2019.04.09-2029.04.08	实用新型
123	欧圣电气	一种吸尘器	ZL201920555157.9	2019.04.23-2029.04.22	实用新型
124	欧圣电气	把手装配机构及其所属的风扇	ZL201920735633.5	2019.05.21-2029.05.20	实用新型
125	欧圣电气	护理机主机及其所属的护理机	ZL201920195066.9	2019.02.13-2029.02.12	实用新型
126	欧圣电气	护理机	ZL201920653590.6	2019.05.08-2029.05.07	实用新型
127	欧圣电气	吸尘器及其软管组件	ZL201920673374.8	2019.05.13-2029.05.12	实用新型
128	欧圣电气	一种风扇	ZL201920927626.5	2019.06.19-2029.06.18	实用新型
129	欧圣电气	中央集成护理机	ZL201920901113.7	2019.06.14-2029.06.13	实用新型
130	欧圣电气	空气压缩泵及空压机	ZL201921304712.7	2019.01.10-2029.12.31	实用新型

序号	权利人	名称	专利号	有效期限	申请类型
131	欧圣电气	一种吸尘器	ZL201921874842.4	2019.11.01-2029.10.31	实用新型
132	欧圣电气	一种伸缩拉杆机构及风扇	ZL202020164938.8	2019.06.19-2029.06.18	实用新型
133	欧圣电气	吸尘器(18134)	ZL201430018443.4	2014.01.23-2024.01.22	外观设计
134	欧圣电气	护理机	ZL201430406853.6	2014.10.24-2024.10.23	外观设计
135	欧圣电气	手推车空气压缩机	ZL201430510777.3	2014.12.09-2024.12.08	外观设计
136	欧圣电气	干湿两用吸尘器	ZL201430510750.4	2014.12.09-2024.12.08	外观设计
137	欧圣电气	空气压缩机	ZL201430510436.6	2014.12.09-2024.12.08	外观设计
138	欧圣电气	静音无油空压机（3gal）	ZL201530357673.8	2015.09.16-2025.09.15	外观设计
139	欧圣电气	无油空压机	ZL201530357521.8	2015.09.16-2025.09.15	外观设计
140	欧圣电气	静音无油空压机（4gal）	ZL201530357482.1	2015.09.16-2025.09.15	外观设计
141	欧圣电气	空气压缩机（2gal）	ZL201530404117.1	2015.10.19-2025.10.18	外观设计
142	欧圣电气	空压机（20gal）	ZL201530404056.9	2015.10.19-2025.10.18	外观设计
143	欧圣电气	空气压缩机（10gal）	ZL201530403904.4	2015.10.19-2025.10.18	外观设计
144	欧圣电气	空气压缩机（8gal）	ZL201530403729.9	2015.10.19-2025.10.18	外观设计
145	欧圣电气	吸尘器（SL18184）	ZL201630147373.1	2016.04.27-2026.04.26	外观设计
146	欧圣电气	直流空压机	ZL201630175252.8	2016.05.12-2026.05.11	外观设计
147	欧圣电气	静音无油空压机	ZL201630175248.1	2016.05.12-2026.05.11	外观设计
148	欧圣电气	电机（1100）	ZL201630372889.6	2016.08.08-2026.08.07	外观设计
149	欧圣电气	空压机（B&S8gallon）	ZL201630372888.1	2016.08.08-2026.08.07	外观设计
150	欧圣电气	空压机（PORTERCABLE 2gallon）	ZL201630372874.X	2016.08.08-2026.08.07	外观设计
151	欧圣电气	吸尘器（PORTERCABLE_vac-2g）	ZL201630455600.7	2016.08.31-2026.08.30	外观设计
152	欧圣电气	吸尘器（HUSKY_vac-4gallon）	ZL201630453195.5	2016.08.31-2026.08.30	外观设计
153	欧圣电气	护理机主机	ZL201630465559.1	2016.09.09-2026.09.08	外观设计
154	欧圣电气	吸尘器（14g）	ZL201730063155.4	2017.03.07-2027.03.06	外观设计

序号	权利人	名称	专利号	有效期限	申请类型
155	欧圣电气	吸尘器（9g）	ZL201730062931.9	2017.03.07-2027.03.06	外观设计
156	欧圣电气	吸尘器（4g）	ZL201730062807.2	2017.03.07-2027.03.06	外观设计
157	欧圣电气	吸尘器（6g）	ZL201730062800.0	2017.03.07-2027.03.06	外观设计
158	欧圣电气	吸尘器（ST18101P）	ZL201730077898.7	2017.03.16-2027.03.15	外观设计
159	欧圣电气	空压机（AT01125H-03-01）	ZL201730083118.X	2017.03.21-2027.03.20	外观设计
160	欧圣电气	空压机(KOBALT_GAL)	ZL201730589976.1	2017.11.27-2027.11.26	外观设计
161	欧圣电气	空压机(KOBALT_26GAL)	ZL201730589970.4	2017.11.27-2027.11.26	外观设计
162	欧圣电气	空压机(HUSKY_GAL)	ZL201730589817.1	2017.11.27-2027.11.26	外观设计
163	欧圣电气	空压机(KOBALT_2GAL)	ZL201730589816.7	2017.11.27-2027.11.26	外观设计
164	欧圣电气	空压机(HUSKY_8GAL)	ZL201730589801.0	2017.11.27-2027.11.26	外观设计
165	欧圣电气	空压机(IHL-3GAL)	ZL201730589785.5	2017.11.27-2027.11.26	外观设计
166	欧圣电气	空压机(WMT_4GAL)	ZL201730589783.6	2017.11.27-2027.11.26	外观设计
167	欧圣电气	空压机(WMT_6GAL)	ZL201730589584.5	2017.11.27-2027.11.26	外观设计
168	欧圣电气	空压机(Canadian Tire Corporation_20GAL)	ZL201730589131.2	2017.11.27-2027.11.26	外观设计
169	欧圣电气	空压机(B&S_8GAL)	ZL201730589119.1	2017.11.27-2027.11.26	外观设计
170	欧圣电气	空压机(HUSKY_2GAL)	ZL201730589118.7	2017.11.27-2027.11.26	外观设计
171	欧圣电气	空压机(B&S_6GAL)	ZL201730589109.8	2017.11.27-2027.11.26	外观设计
172	欧圣电气	空压机(AIR-TANK)	ZL201730588664.9	2017.11.27-2027.11.26	外观设计
173	欧圣电气	指示灯	ZL201830118722.6	2018.03.28-2028.03.27	外观设计
174	欧圣电气	吸尘器过滤器	ZL201830143983.3	2018.04.10-2028.04.09	外观设计
175	欧圣电气	吸尘器(VAC1)	ZL201830321170.9	2018.06.21-2028.06.20	外观设计
176	欧圣电气	吸尘器(15GAL)	ZL201830321167.7	2018.06.21-2028.06.20	外观设计
177	欧圣电气	空压机(4G)	ZL201830320990.6	2018.06.21-2028.06.20	外观设计
178	欧圣电气	吸尘器(VAC5)	ZL201830320989.3	2018.06.21-2028.06.20	外观设计

序号	权利人	名称	专利号	有效期限	申请类型
179	欧圣电气	吸尘器(2GAL)	ZL201830372188.1	2018.07.11-2028.07.10	外观设计
180	欧圣电气	手持式吸尘器机身	ZL201830584261.1	2018.10.19-2028.10.18	外观设计
181	欧圣电气	吸尘器(J)	ZL201830669568.1	2018.11.23-2028.11.22	外观设计
182	欧圣电气	吸尘器地刷	ZL201830669558.8	2018.11.23-2028.11.22	外观设计
183	欧圣电气	吸尘器(X)	ZL201830669556.9	2018.11.23-2028.11.22	外观设计
184	欧圣电气	电池包（1p）	ZL201930020599.9	2019.01.15-2029.01.14	外观设计
185	欧圣电气	电池包（2p）	ZL201930020598.4	2019.01.15-2029.01.14	外观设计
186	欧圣电气	风扇(1)	ZL201930228770.5	2019.05.11-2029.05.10	外观设计
187	欧圣电气	风扇(2)	ZL201930228778.1	2019.05.11-2029.05.10	外观设计
188	欧圣电气	风扇(3)	ZL201930228777.7	2019.05.11-2029.05.10	外观设计
189	欧圣电气	空压机(CM2G)	ZL201930332043.3	2019.06.25-2029.06.24	外观设计
190	欧圣电气	空压机	ZL201930331595.2	2019.06.25-2029.06.24	外观设计
191	欧圣电气	吸尘器(OSHA)	ZL201930295997.1	2019.06.10-2029.06.09	外观设计
192	欧圣电气	空压机(Canadian Tire Corporation6GAL)	ZL201930491339.X	2019.09.06-2029.09.05	外观设计
193	欧圣电气	充气泵	ZL201930333998.0	2019.06.26-2029.06.25	外观设计
194	欧圣电气	吸尘充气一体机	ZL201930654185.1	2019.11.26-2029.11.25	外观设计
195	欧圣电气	吸尘器（HFT）	ZL202030035929.4	2020.01.18-2030.01.17	外观设计

4、软件著作权

截至 2020 年 12 月 31 日，公司拥有计算机软件著作权 1 项，具体如下：

序号	名称	登记号	发表日期	著作权人	取得方式
1	欧圣信息管理系统 V2017.03.17.01	2018SR379789	2017.03.17	欧圣电气	原始取得

（三）资产许可使用情况

公司通过品牌授权的形式与品牌授权商签署商标使用权协议，并在协议约定的范围内销售经商标授权的商品，向授权商支付商标许可使用费。

1、品牌授权协议的主要内容

（1）品牌授权协议主要内容、主要权利义务

报告期内，公司取得了 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等产品的品牌使用权，取得了 Briggs& Stratton Tech, LLC 关于 Briggs&Stratton 品牌在小型空压机产品的品牌使用权。公司与上述两家品牌授权商签署的商标使用权协议的主要内容如下：

序号	许可方	被许可方	授权品牌	取得品牌授权的产品	许可的区域	许可期限
1	Stanley Black&Decker 及其附属公司	欧圣电气及相关子公司	Stanley（Stanley Fatmax）品牌	干湿两用吸尘器及其配件	美国、加拿大地区、部分拉丁美洲国家和地区	2017.01.01-2019.12.31；2020.01.01-2022.12.31
					亚洲部分地区（中国、日本、菲律宾、泰国、印度尼西亚、韩国、马来西亚和中国台湾）	2015.01.01-2019.12.31
				干湿两用吸尘器及吸尘器配件、吹地机、工业风扇	澳大利亚、新西兰、亚洲部分地区（柬埔寨、印度尼西亚、日本、马来西亚、菲律宾、韩国、泰国、越南、中国台湾）	2020.01.01-2022.12.31
			PORTER CABLE 品牌	干湿两用吸尘器及其配件	美国（含波多黎各）、加拿大	2015.11.01-2018.12.31
					美国（含波多黎各）、加拿大、澳大利亚、新西兰、菲律宾和部分拉丁美洲国家和地区	2019.01.01-2021.12.31
			Dewalt（Guaranteed Tough）品牌	干湿两用吸尘器及吸尘器配件、吹地机、工业风扇	美国（含波多黎各）、加拿大地区	2016.04.15-2018.11.30
				干湿两用吸尘器及吸尘器配件、吹地机、工业风扇	美国（含波多黎各）、加拿大、欧洲、澳大利亚、新西兰、日本、韩国地区	2018.12.01-2023.12.31
				空压机及其配件	澳大利亚、新西兰、日本和韩国地区	2020.01.01-2023.12.31
			Craftsman 品牌	空压机	美国、加拿大和墨西哥地区	2018.09.26-2023.12.31
				干湿两用吸尘器及吸尘器配件	美国、加拿大地区	2020.11.11-2023.12.31

			Black&Decker（beyond by Black &Decker）	干湿两用真空吸尘器及附件	美国（不包括其领土、联邦和属地）、加拿大和澳大利亚地区	2020.06.01-2022.12.31
2	Briggs& Stratton Tech,LLC	欧圣电气及相关子公司	Briggs&Stratton（QPT、Quiet Power Technology）品牌	空压机、气泵、空压机工具及配件	美国、加拿大等北美洲地区、澳大利亚、新西兰等大洋洲地区，墨西哥等部分拉丁美洲地区，英国、德国、法国等部分欧洲地区，越南、菲律宾等部分亚洲地区	2014.07.15-2023.12.31

注：Stanley Black&Decker 公司，创办于 1843 年，主要生产手工工具、电动工具及相关配件、工程紧固系统，旗下拥有 Stanley、Dewalt、Porter Cable、Black&Decker 等多个品牌，公司取得了 Stanley Black&Decker 公司关于 Stanley（Stanley Fatmax）、Porter Cable、Dewalt（Guaranteed Tough）、Black&Decker（beyond by Black&Decker）和 Craftsman 品牌的使用权；Briggs& Stratton Tech,LLC 公司，创办于 1908 年，主要生产和销售户外动力设备用发动机、高压清洗机、扫雪机、割草机、电动及气动工具，旗下拥有 Briggs&Stratton、Vanguard、Snapper 等多个电动及气动工具、发动机品牌，公司取得了 Briggs& Stratton Tech,LLC 公司关于 Briggs&Stratton 品牌的使用权。

经查阅发行人与各品牌方签署的商标使用权协议，品牌授权商主要权利包括按照合同的约定获得特许权使用费，对发行人使用授权品牌的产品进行质量检查，对发行人销售授权品牌产品的销售记录进行审核；主要义务包括授权发行人在约定的区域使用授权品牌研发、生产、销售约定的产品，保证发行人使用授权品牌权利的完整性。

经查阅发行人与各品牌方签署的商标使用权协议，被许可方主要权利主要包括在许可区域、约定渠道内销售带有授权品牌商标的授权产品，并负责带有授权品牌商标的产品的研发和生产；主要义务包括按照合同向品牌方支付品牌使用权费用，保证带有授权品牌商标的产品质量满足品牌方标准、满足法律和行业标准要求，保护品牌方知识产权，为带有授权品牌商标的产品提供保修和售后服务，承担由被许可方原因造成的产品责任。

报告期内，公司与品牌授权商签署的商标使用权协议双方的主要权利与义务具体如下：

序号	许可方	许可商标	品牌授权方权利与义务	被许可方权利与义务
1	Stanley Black&Decker 及附属公司	Stanley（Stanley Fatmax）、Porter Cable、Dewalt（Guaranteed Tough）、Craftsman 和	1、许可方按照合同的约定获得特许权使用费； 2、许可方有权对许可产品的质量进行审核； 3、许可方保证其拥有授权品牌的所有权利和利益，并向被许可方保证许可方不会与其他方达成	1、被许可方不可转让、不可转授、非排他许可的生产并在许可区域销售带有授权品牌商标的授权产品； 2、被许可方负责许可产品的开发、制造、生产、营销、销售； 3、被许可方在品牌授权协议约定的贸易渠道内销售许可产品； 4、每个合同年度，被许可方应当按照合同规

		Black&Decker（beyond by Black&Decker）	任何与被许可方品牌授权协议冲突的其他协议； 4、许可方(或其代理人）有权使用合理和常规会计程序对被许可方保留或控制所有交易的记录重新进行特许权使用费计算,核对并确认所有此类报告的准确性。	定的（净）总销售额和约定费用率支付特许权使用费； 5、被许可方保证其设计、制造、销售或分销的每一种授权品牌产品质量符合许可方质量标准、及当地所有适用的法律和行业及安全标准以及所有必要的实验室测试标准； 6、被许可方在量产前研发设计的样品需要取得许可方认可和批准，在将许可产品发给客户之前，被许可方应向许可方提供许可产品的量产样品，并保证量产样品与经批准的量产前样品没有差异； 7、在许可产品首次发货前以及随后的每年，被许可方应向许可方提供关于许可产品的书面营销计划； 8、被许可方保证不侵犯许可方和第三方知识产权； 9、被许可方应为许可产品提供售后客户服务； 10、被许可方同意对由被许可方原因造成许可方的损失予以赔偿。
2	Briggs& Stratton Tech,LLC	Briggs&Stratton（QPT、Quiet Power Technology）	1、许可方按照合同的约定获得特许权使用费； 2、许可方或其代表有权检查许可产品制造和包装设施，进行质量审核； 3、许可方向被许可方保证,其有权向被许可方授予许可及其他权利,被许可方在销售区域内使用该许可设计、制造、组装、分销、销售、使用品牌授权协议许可项不会侵犯任何第三方的权利； 4、许可方或其指定方有权在正常办公时间内检查、审核和复制被许可方关于有关品牌使用费的记录。	1、被许可方不可转让、不可转授、非排他许可的生产并在许可区域销售带有授权品牌商标的授权产品； 2、被许可方负责许可产品的开发、制造、生产、营销、销售； 3、被许可方在品牌授权协议约定的贸易渠道内销售许可产品； 4、每个合同年度,被许可方应当按照合同规定的净销售额和约定费用率支付特许权使用费； 5、被许可方保证许可产品以及相关所有促销、包装和广告材料应符合许可方要求的所有适当法律，被许可方应当保证许可产品质量符合良好生产规范和许可方批准样品标准以及实验室（如 Intertek、ETL）质量认证； 6、开始生产和销售许可产品之前,许可产品的量产样品应取得许可方认可和批准； 7、被许可方应为许可产品提供保修和客户服务； 8、由被许可方原因造成的产品责任,人身伤害，财产损失等，被许可方将赔偿许可方的损失。

（2）对各品牌方支付费用的内容及金额

公司与品牌授权商签署商标使用权协议，依据协议约定，以品牌授权产品（净）销售额和约定费用率为基础，计算商标使用权费，同时品牌授权方还约定了公司各年度最低商标使用权费用金额。经查阅发行人与各品牌授权商签署的商标使用权协议,查阅发行人支付品牌授权方商标使用权费用的支付明细及支付凭

证，报告期内，公司与品牌商商标使用权费用按季度结算，公司在各月末均按照（净）销售额对商标使用权费用金额预提，并于季度结束后的 30 天内向品牌授权方支付。 报告期内，公司各授权品牌的商标使用权费用金额情况具体如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
Dewalt	1,462.33	514.39	165.44
Stanley	322.37	485.72	450.08
Briggs&Stratton	101.28	172.46	222.34
Porter Cable	78.31	68.99	162.64
Craftsman	79.01	57.57	-
商标使用权费用合计	2,043.31	1,299.12	1,000.50

注：上述商标使用权费用为预提费用。

报告期内，商标使用权费用整体呈上升趋势，主要原因系公司高端品牌 Dewalt 的销售占比逐年增长，而 Dewalt 品牌作为世界知名高端工具品牌，其品牌授权费率较其他授权品牌相对更高。

（3）最终销售价格、销售客户等条款约定

经查阅发行人与各品牌方签署的商标使用权协议、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》，并经对品牌方进行访谈，各品牌方与发行人之间未就相关商品的最终销售价格进行约定，发行人品牌授权模式下销售商品的最终销售价格由发行人自行与客户协商决定。各品牌方与公司就许可销售渠道和禁止销售渠道进行约定，除 Stanley Black&Decker 与公司约定了 Craftsman 品牌小型空压机产品优先销售给 Lowe's，Craftsman 品牌干湿两用吸尘器产品只能销售给 Lowe's 外，公司在授权产品的许可销售渠道内可以自主选择销售客户，各品牌方与发行人就许可产品关于销售渠道的具体约定如下：

序号	许可商标	许可销售渠道	禁止销售渠道
1	Stanley 、 Stanley Fatmax（产品：干湿两用吸尘器；区域：美国、加拿大；授权期限：2017.01.01-2019.12.31）	汽车专业连锁；汽车后市场；直邮；供电所；农场和车队；五金连锁店；五金店；家居装修中心；家居用品专卖店；大众零售商；中档零售商；廉价百货商店；办公用品店；网上零售商；体育用品连锁；电视；仓储式俱乐部商店。	未就特定销售渠道的禁止进行单独约定。
2	Stanley（产品：干湿两用吸尘器；区域：部分拉丁美洲国家和	当地零售渠道（Easy、Leroy Merlin、Lowe's、Sears 、 Sodimac 、 The Home Depot 和 Walmart ）、专有零售渠道（汽车专业连锁；	销售给分销商的所有许可产品只能转售到当地零售渠道或专业零售渠

	地区；授权期限：2017.01.01-2019.12.31）	汽车后市场（包括例如汽车维修店、服务连锁、洗车店、卡车站））；直邮；供电厂；农场和舰队；五金连锁店；五金店；办公用品店；网上零售商；电视；以及二级渠道和分销商。	道。
3	Stanley（产品：干湿两用吸尘器；区域：亚洲部分地区；授权期限：2015.01.01-2019.12.31）	大众零售商；家居装修中心；仓储式俱乐部商店；五金店；汽车专业连锁；汽车后市场（包括例如汽车维修店、服务连锁、洗车店、卡车站）、农场和车队零售商；电子商务；直邮；电视和经销商。	未就特定销售渠道的禁止进行单独约定。
4	Stanley、Stanley Fatmax（产品：干湿两用吸尘器；区域：美国、加拿大、部分拉丁美洲国家和地区；授权期限：2020.01.01-2022.12.31）	农场商店零售商、电子商务零售商、五金零售商、家装中心、大宗商品经销商、办公用品商店、零售杂货店、汽车商店、仓储会员店等（不同授权区域的许可销售渠道范围以具体约定为准）。	1、在美国和加拿大区域范围内，不得通过Lowe's、ACE Hardware、Reno Depot、Rona stores和Menards进行销售； 2、被许可方不得直接向政府、承包商或其他最终用户销售许可产品。
5	Porter Cable（产品：干湿两用吸尘器；区域：美国（含波多黎各）、加拿大；授权期限：2015.11.01-2018.12.31）	Pricesmart 会员制商店；True Value、Canadian Tire、Lowe's、Tractor Supply Stores、Northern Tool、Home Hardware（CA）、Farm 和 Fleet 零售商；工业和批发供应渠道（例如 Orgill 和 Grainger's）；Costco 和在线零售商。	Ace Hardware 和 The Home Depot。
6	Porter Cable（产品：干湿两用吸尘器；区域：在美国（含波多黎各）、加拿大、澳大利亚、新西兰、菲律宾和部分拉丁美洲国家和地区；授权期限：2019.01.01-2021.12.31）	1、美国和加拿大：Pricesmart Membership Shopping、True Value、Canadian Tire、Lowe's、拖拉机用品商店、Northern Tool、工业和批发供应渠道、Costco、Walmart 和在线零售商； 2、澳大利亚、新西兰和菲律宾-仅限 Costco； 3、拉丁美洲和加勒比海地区仅限 Pricesmart Membership Shopping。	1、Ace Hardware 和 The Home Depot 及其网站。
7	Dewalt（Guaranteed Tough）（产品：干湿两用吸尘器；区域：在美国（含波多黎各）、加拿大；授权期限：2016.04.15-2018.11.30）	1、Dewalt 品牌电动工具零售商；大型零售商；The Home Depot、Canadian Tire 和 Lowe's；硬件/两级/合作社/农场销售渠道；Tractor Supply Co ；Sears；Ace；True Value；Do It Best；Orgill；Handy，Mills，Atwoods；Blain's；Theisen's；Orscheln's；Orchard Supply；Bomgaars；Farm King；Rural King Matton；Runnings Supply；Mid-States（采购集团），Wheatbelt（采购集团）； 2、在线渠道：Amazon；CPO；ToolUp；Acme；Max Tools； 3、工业/STAFDA/MRO/国民账户渠道：Grainger；Fastenal；HD-Supply ；任何其	Walmart ； Target ； Costco；Sam's Clubs；BJs.Menard's；QVC；家庭购物网络或任何其他大众商家和会员店。

		他书面批准的渠道。	
8	Dewalt（Guaranteed Tough）（区域：在欧洲、澳大利亚、新西兰、美国（含波多黎各）、加拿大、日本、韩国地区；授权期限：2018.12.01-2023.12.31）	1、专业五金店、批发商、独立商店； 2、在澳大利亚、新西兰区域仅能销售给 Smart Marketing Group Pty Ltd。	1、个别邮购商店、分销商和电子商务网站，只有获得 Stanley Black&Decker 的事先书面许可才能批准 2、被许可方不得直接向政府、承包商或其他最终用户销售许可产品。
9	Craftsman（产品：小型空压机、干湿两用吸尘器；区域：在美国、加拿大和墨西哥地区；授权期限：2018.09.26-2023.12.31）	1、ACE Hardware Stores、Atwood's Ranch&Home、Military Exchanges、Amazon.com、Emery-Jensen Store、Peavey Stores（仅加拿大）、NAPA Auto Parts、Blain's Farm and Fleet 以及 Fleet Farm，但前提是，被许可方向此类零售商销售的权利取决于 Lowe's 优先购买许可产品类别的权利； 2、在墨西哥区域的唯一销售渠道为 Sears Stores； 3、干湿两用吸尘器类产品唯一销售渠道为 Lowe's、Rona、Reno Depot Stores。	被许可方不得直接向政府、承包商或其他最终用户销售许可产品。
10	Dewalt（Guaranteed Tough）（产品：小型空压机；区域：在澳大利亚、新西兰、日本和韩国地区；授权期限：2020.01.01-2023.12.31）	1、五金工具商店、工业用品零售商、器具租赁中心以及面向此类零售商的网上商店； 2、Stanley Black&Decker 可自行决定，经其书面预先批准后可增加其他电子商务零售商，并预先批准 Smart Marketing Group Pty Ltd.为澳大利亚和新西兰的经销商。	被许可方不得直接向政府、承包商或其他最终用户销售许可产品。
11	Black&Decker（beyond by Black&Decker）（产品：干湿两用吸尘器；区域：美国（不包括其领土、联邦和属地）、加拿大和澳大利亚；授权期限：2020.06.01-2022.12.31）	大众零售商（如 Walmart、Target）、电子商务（如亚马逊）、五金店（如 Home Depot、Lowe's）、会员店（如 Costco、Sam's、BJ's）、电子产品商店（如 Best Buy、Fry's）、专业零售商（如 Bed Bath&Beyond、Buy Buy Baby、Staples）、杂货店（如 Kroger、Meijer）、一元店（如 dollar General、Family dollar）	beyond by Black&Decker 许可产品只能出售给 Amazon.com,Inc，被许可方不得在 Amazon 以外的第三方市场上销售 beyond by Black&Decker 品牌产品。
12	Briggs&Stratton（QPT、Quiet Power Technology）商标（产品：小型空压机；区域：在美国、加拿大、墨西哥、巴巴多斯等地区；授权期限：2014.07.15-2023.12.31）	1、许可方的独立经销商网络、汽车商店、便利店、消费类产品目录、百货商店、药店、家居用品店/五金店、消费类产品网站、大型零售商、电视购物、仓储式商店/会员店、农场和农产品商店、独立零售商；有权在国际市场上向：（1）DACS；（2）Merkury Market；（3）Baumax；（4）Valerii；（5）Costco；（6）Homebase；和（7）Konetoimi OY 销售空气压缩机和附件许可产品； 2、被许可方出售汽油机驱动的空气压缩机时，只能出售使用从 Briggs & Stratton Corporation 或其全资子公司购买的正版 Briggs & Stratton 发动机的汽油机驱动空	1、主要商业/工业用户（包括 STAFTA Houses，Industrial Supply Catalogs，Grainger 等）的销售渠道； 2、转销五金商店（例如 HOBO）； 3、Princess Auto of Canada； 4、租用许可产品的渠道。

		气压缩机； 3、在英国和爱尔兰共和国境内仅可向 Bunnings 专卖店销售许可产品； 4、向 Presto International UK Limited 出售的许可产品仅可分销至英国和爱尔兰共和国境内的 Bunnings 专卖店。	

经查阅发行人与各品牌方签署的商标使用权协议，并经对品牌方进行邮件访谈，品牌授权方上述许可产品的销售渠道约定主要系品牌授权方基于其各品牌定位和自身业务规划。Stanley Black&Decker 为北美专业工具制造商和品牌商，旗下拥有十多款工具品牌，各品牌定位存在差异化，相应的销售渠道也存在差异，因而对公司授权的品牌渠道同样存在差异，如高端品牌 Dewalt 渠道主要约定在 The Home Depot 和 Lowe’s 等专业建材类零售商货架销售，中端品牌 Stanley 在 Walmart 等普通百货类零售商货架上销售。此外，品牌方同时会考虑与部分零售商合作关系紧密度，对被授权的产品销售渠道进行约定，如 Stanley Black&Decker 的 Craftsman 品牌与零售商 Lowe’s 合作关系紧密，与公司约定了 Craftsman 品牌小型空压机产品优先销售给 Lowe’s，Craftsman 品牌干湿两用吸尘器产品只能给 Lowe’s 销售。

虽然品牌授权商对许可产品的销售渠道进行了部分约定，但上述销售渠道的约定系品牌授权商基于自身品牌定位制定的策略，符合各品牌定位和商业惯例。报告期内，公司营业收入保持较快增长态势，公司产品的对外销售并未受到品牌授权商关于部分品牌授权产品销售渠道限定的影响。

根据发行人出具的承诺函、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》，并经访谈品牌授权方，合作期间，发行人能够遵守商标使用权协议的约定，在销售渠道范围内进行销售，品牌授权方与发行人之间未发生违反品牌授权协议的纠纷。

（4）产品质量、知识产权条款

根据发行人与各品牌方的商标使用权协议，发行人与品牌方对产品质量、知识产权责任等进行了约定。被许可方保证其制造、销售的许可产品都应具有良好的质量，并承担由于产品质量问题带来的损失责任；被许可方保证使用许可商标不侵犯第三方的版权或商标权利，若被许可方涉及侵犯第三方的版权或商标权利导致许可方受损失，被许可方对许可方进行赔偿。许可方主要责任为保证其对所

授权商标拥有所有权以及商标其他权益，被许可方按照许可协议使用许可商标不会侵犯任何第三方的权利，若许可方违反该保证引起被许可方任何类型的纠纷，许可方将赔偿被许可方因此产生的损失。品牌方与发行人之间就产品出现质量、知识产权等纠纷时，双方的责任划分具体约定如下：

序号	许可方	许可商标	质量纠纷责任划分	知识产权责任划分
1	Stanley Black&Decker 及附属公司	Stanley（Stanley Fatmax）、Porter Cable、Dewalt（Guaranteed Tough）、Craftsman 和 Black&Decker	被许可方保证其制造、销售或分销的每一种许可产品都应具有良好的质量，若因产品质量问题发生纠纷，被许可方应对许可方进行赔偿	1、许可方保证其对所授权商标拥有所有权以及商标其他权益，若其他方对商标的有效性或被许可方使用许可商标有任何质疑，或按照协议授权批准使用标志导致的任何声称被许可方使用商标侵权，许可方将赔偿被许可方因此产生的损失； 2、被许可方或任何代表被许可方的第三方在被许可方批准使用的声明范围之外地对任何第三方知识产权（包括但不限于任何商标、服务标志、版权、专利、工艺、方法或设备）的任何实际或声称侵犯、侵权、擅自使用或盗用，将之用于或借鉴用于许可产品、包装材料、广告材料的设计、制造、分销、销售、使用而致侵犯该第三方的版权或商标权，被许可方将赔偿许可方因此产生的损失。
2	Briggs& Stratton Tech,LLC	Briggs&Stratton（QPT、Quiet Power Technology）	涉及产品责任导致许可方受任何类型和性质的索赔、罚款、处罚、诉讼、债务或损失等（不包括许可方的疏忽或不作为而导致的损失），被许可方应对许可方进行赔偿	1、许可方保证被许可方在销售区域内使用该许可设计、制造、组装、分销、销售、使用品牌授权协议许可项不会侵犯任何第三方的权利，若许可方违反该保证声明引起任何类型的索赔、损害、罚款、判决、处罚、诉讼等，许可方需向被许可方承担赔偿责任； 2、被许可方涉嫌或实际违规，侵权，制造、销售和/或使用许可产品导致或与之相关未经授权使用或盗用第三方知识产权，或由于被许可方设计、制造、组装、形成、分销、销售、使用和处置本协议项下许可的商品和服务时的作为或不作为所引起的许可方其他类型损害（不包括许可方的疏忽或不作为而导致的损失），被许可方应对许可方进行赔偿。

发行人与品牌方就产品质量责任和知识产权责任进行清晰的约定，报告期内，发行人带有授权品牌的产品未发生重大质量问题，发行人不存在与品牌方关于产品质量问题或产品知识产权的纠纷。

（5）品牌授权协议未对发行人自有品牌销售及发展产生限制

经查阅发行人与各品牌方签署的商标使用权协议、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》，并经对品牌方进行访谈确认，各品牌方与发行人之间不存在授权销售区域内禁止或限制发行人自有品牌产品进行销售的约定，发行人在授权销售区域内销售自有品牌产品不违反发行人与各品牌方的约定，故发行人建立和发展自有品牌不会因此受到不利影响。

2、发行人与品牌方之间不构成直接竞争关系

①干湿两用吸尘器领域

经查阅发行人与各品牌方签署的商标使用权协议、发行人出具的确认函，并经对品牌方进行访谈，报告期内，公司取得了 Stanley Black&Decker 关于 Dewalt（Guaranteed Tough）、Stanley、Porter Cable、Craftsman、Black&Decker（beyond by Black&Decker）品牌干湿两用吸尘器产品的品牌使用权。根据发行人确认，并经访谈品牌授权方，品牌授权商 Stanley Black&Decker 未在报告期内将发行人品牌授权模式主要收入来源的 Dewalt（Guaranteed Tough）、Stanley、Porter Cable 品牌同时授权给其他第三方在干湿两用吸尘器类别上使用。对于 Craftsman 品牌，Stanley Black&Decker 将 Craftsman 品牌关于干湿两用吸尘器产品授权给发行人和其他第三方，由于上述关于 Craftsman 品牌的授权只是限定在零售商 Lowe’s 及其子公司渠道，且发行人 Craftsman 品牌收入占比较低，发行人与其他取得 Craftsman 品牌授权的第三方关于 Craftsman 品牌同类产品的整体竞争关系较弱，发行人与取得 Craftsman 品牌其他第三方不存在纠纷或潜在纠纷。同时由于商业秘密的保密义务，Stanley Black&Decker 未具体透露取得 Craftsman 品牌其他第三方具体名称，根据现有的公开渠道信息，暂无法比较发行人与其他第三方的优劣势。

经查阅发行人与各品牌方签署的商标使用权协议、发行人出具的确认函，并经对品牌方进行访谈，报告期内，品牌授权商 Stanley Black&Decker 存在同一授权区域内销售 Dewalt 等授权品牌同类产品的情形，但 Stanley Black&Decker 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，Stanley Black&Decker 销售的产品为电池包类手持式专业吸尘器和工业工具类吸尘器，主要通过 OEM 模式和自产方式生产经营，Stanley Black&Decker 自身销售产品与发行人产品不构成直接竞争关系。针对庭院工具类干湿两用吸尘器，Stanley

Black&Decker 主要通过品牌授权方式与发行人合作，不再销售此类产品。针对电池包类干湿两用吸尘器和工业级干湿两用吸尘器，上述两种类别产品部分由公司通过 OEM 模式为其代工生产，Stanley Black&Decker 在同一区域内销售该类产品，但上述两类产品与授权发行人产品的应用场景不同，主要区别如下：

产品类型	产品特点	产品应用场景	不同类型吸尘器图片
庭院工具类干湿两用吸尘器	以电源式为主、干湿两用、桶式结构、吸尘器容积大、寿命长、功率大、吸力强、吸尘精细化程度一般、主要用作家庭庭院、家庭洗车等场景吸收干湿垃圾工具，终端产品价格一般在 100 美元左右	家庭庭院干湿垃圾清洁	
电池包类手持式专业吸尘器	以电池包为主、手持式结构、吸尘器容积小、功率低、吸力小、吸收的范围小、吸尘精细化程度高，主要用作专业吸灰吸尘工具，终端产品价格一般在 200 美元左右	精细化吸灰吸尘	
工业工具类吸尘器	以电源式为主、大桶式结构、吸尘器容积大、工业连续作业、使用时间长、功率大、吸力强、主要用作工业作业时吸收粉尘等有害物质施工工具，终端产品价格较高，通常高于 500 美元	工业有害粉尘吸收	

注：图片来源于零售商 LOWE’S 官网。

综上，干湿两用吸尘器领域，Stanley Black&Decker 销售的产品与发行人销售的同品牌产品在应用场景存在较大差异，发行人与品牌方之间不构成直接竞争关系。

②小型空压机领域

经查阅发行人与各品牌方签署的商标使用权协议、发行人出具的确认函，并经对品牌方进行访谈，报告期内，公司取得了 Stanley Black&Decker 关于 Craftsman、Dewalt（Guaranteed Tough）品牌小型空压机产品的品牌使用权。

报告期内，品牌授权商 Stanley Black&Decker 与发行人不存在在同一授权区域内销售或授权销售 Dewalt 品牌同类小型空压机产品的情形，公司取得的 Dewalt 品牌小型空压机销售区域主要限定在澳大利亚、新西兰、日本和韩国地

区，且未实际形成收入，在上述限定区域类，发行人与品牌方或其他第三方未构成直接竞争关系。

报告期内，品牌授权商 Stanley Black&Decker 存在同一授权区域内销售或授权销售 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。针对庭院工具类 Craftsman 品牌小型空压机，Stanley Black&Decker 主要通过品牌授权方式与发行人合作，不再销售或授权其他第三方销售此类产品；针对工业工具类大体积空压机，Stanley Black&Decker 存在授权给其他第三方销售该类产品，该类空压机体积在 30 加仑以上，主要为建筑工地、小型工厂场所提供持续气动动力，与发行人产品应用场景存在差异；此外，Stanley Black&Decker 自身存在直接生产并销售一款 Craftsman 品牌小型空压机情况，该型号小型空压机与气钉枪直接连接一起作为专业气动工具对外销售，发行人报告期内未销售此类 Craftsman 品牌小型空压机。报告期内，Stanley Black&Decker 销售或授权销售的 Craftsman 品牌小型空压机与授权发行人销售的 Craftsman 品牌产品的小型空压机具体区别如下：

产品类型	产品特点	产品应用场景	不同类型空压机图片
庭院工具类小型空压机	产品体积在 2-20 加仑左右，功率小，需要气流量不大，使用时间和使用频率低，主要为家庭庭院工具（如切割机）提供气动动力，终端产品价格一般在 50 美元左右	家用庭院工具提供动力、汽车轮胎充气、球类泳圈充气	 $39.98
气钉枪用小型空压机	由 Stanley Black&Decker 直接生产唯一一款碟罐空压机，产品体积为 6 加仑，与气钉枪直接连接一起统一作为专业气动工具，终端产品价格一般在 300 美元左右	与气钉枪一体化使用，作为工具房专业气动工具	 $279.00

产品类型	产品特点	产品应用场景	不同类型空压机图片
工业工具类大体积空压机	产品体积在 30 加仑以上，功率大，提供气流量大，工业连续作业，使用频率高和时间久，主要为工业作业提供气动动力，终端产品价格较高，通常高于 1000 美元	建筑工地、小型工厂场所提供持续气动动力	

注：图片来源于零售商 LOWE’S 官网。

综上，小型空压机领域，Stanley Black&Decker 销售或授权销售的产品与发行人销售的同品牌产品在应用场景和产品结构存在较大差异，发行人与品牌方之间不构成直接竞争关系。

3、发行人向同一客户同时销售自有品牌、授权品牌以及通过 ODM、OEM 模式销售产品的情形及相关知识产权约定

报告期内，发行人存在向同一客户同时销售品牌授权产品、自有品牌产品和通过 ODM 模式销售产品的情形，发行人不存在向同一客户通过 OEM 模式和其他模式销售产品情形，发行人不存在与品牌授权方、ODM 客户、OEM 客户的知识产权纠纷。

公司的 ODM 委托商主要为境外知名零售商，该等知名零售商在其货架上既拥有自有品牌产品，如 The Home Depot 拥有 Husky 等品牌，Lowe’s 拥有 Kobalt 等品牌，该类产品以 ODM 模式由公司等制造商为其进行研发设计生产；知名零售商同时上新其他品牌的产品，其中包括公司品牌授权的产品和少部分公司自有品牌产品。对于境外知名零售商而言，在其货架上产品的销量、产品的畅销程度和最终销售额是其考虑的最核心要素，如果品牌授权产品在其货架上畅销，Walmart、Lowe’s 等综合知名零售商从销售额角度会向公司采购品牌授权产品，如 Lowe’s 在其货架上新受消费者喜好的 Dewalt 品牌系列产品。与此同时，近年来发行人自有品牌产品也逐渐得到零售商认可，知名零售商开始向公司采购自有品牌产品。因此，发行人向知名零售商同时销售品牌授权产品、自有品牌产品和通过 ODM 模式销售产品属于行业惯例。

报告期内，发行人向 Walmart 主要销售品牌授权产品和通过 ODM 模式销售产品，同时发行人向 Walmart 还销售少部分自有品牌产品。发行人向 Walmart 采用 ODM 模式销售的主要产品类型为空压机和吸尘器，销售的品牌主要为 Hyper

Tough；发行人向 Walmart 销售品牌授权产品的类型为空压机和吸尘器，销售的品牌主要为Briggs&Stratton、Stanley、Porter Cable、Dewalt;发行人向 Walmart 销售的自有品牌产品主要为 ALTON 品牌吸尘器配件。

报告期内，发行人向 Lowe's 主要通过 ODM 模式销售产品和销售品牌授权产品，同时发行人向 Lowe's 还销售少部分自有品牌产品。发行人向 Lowe's 采用 ODM 模式销售的主要产品类型为空压机，销售的品牌主要为 Kobalt；发行人向 Lowe's 销售品牌授权产品的类型为空压机和吸尘器，销售的品牌主要为 Briggs&Stratton、Dewalt、Porter Cable；发行人向 The Home Depot 销售自有品牌产品主要为 Stealth 品牌小型空压机。

报告期内，发行人向 The Home Depot 主要通过 ODM 模式销售产品和销售品牌授权产品，同时发行人向 The Home Depot 还销售少部分自有品牌产品。发行人向 The Home Depot 采用 ODM 模式销售的主要产品类型为空压机和吸尘器，销售的品牌主要为 Husky、Anvil；发行人向 The Home Depot 销售品牌授权产品的类型为空压机和吸尘器，销售的品牌主要为 Briggs&Stratton、Stanley、Dewalt；发行人向 The Home Depot 销售自有品牌产品主要为 ALTON 品牌吸尘器配件和 Stealth 品牌小型空压机。

报告期内，发行人向 Menards 主要通过 ODM 模式销售产品和销售品牌授权产品。发行人向 Menards 采用 ODM 模式销售的主要产品类型为空压机，销售的品牌主要为 Masterforce、Performax、ToolShop；发行人向 Menards 销售品牌授权产品的类型为空压机和吸尘器，销售的品牌主要为 Briggs&Stratton、Porter Cable、Stanley。

报告期内，发行人向 Amazon 主要销售品牌授权产品和自有品牌产品。发行人向 Amazon 销售品牌授权产品的主要产品类型为干湿两用吸尘器，销售的品牌主要为 Stanley、Dewalt；发行人向 Amazon 销售自有品牌产品主要为 ALTON 品牌吸尘器配件和 Stealth 小型空压机。

报告期内，发行人不存在将同一设计规格的产品通过 ODM 模式、OBM 模式、品牌授权模式同时、同地区、同客户进行销售，不存在知识产权纠纷等风险。在 ODM 模式、OBM 模式、品牌授权模式下，由发行人主导产品的研发、设计，并由发行人进行生产，部分 ODM 客户和品牌授权商仅对产品提出外观、功能、技术规格等个性化需求，因而未涉及发行人使用客户或他人专利、核心技术的情况，针

对 ODM 商或品牌授权商提出关于其特有品牌标志元素的外观设计要求，发行人不会再将上述品牌元素应用于其他品牌的产品，公司不存在将同一设计规格的产品通过 ODM 模式、OBM 模式、品牌授权模式同时、同地区、同客户进行销售。

报告期内，公司 OEM 模式主要客户为 Stanley Black&Decker，在 OEM 模式下，由客户主导产品设计方案，客户提供设计图纸、设计概念，发行人仅提供建议，知识产权等均归 OEM 客户所有，发行人未将 OEM 客户的设计方案应用于销售给其他客户的产品。

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》及对主要客户和品牌授权方进行访谈确认，并经中国裁判文书网、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，发行人不存在与品牌授权方、OEM、ODM 客户的知识产权纠纷。

综上，发行人存在向同一客户同时销售品牌授权产品、自有品牌产品和通过 ODM 模式销售产品，但不存在涉及知识产权纠纷的风险。

4、发行人相同产品使用不同品牌销售的情况

根据发行人的说明，公司销售模式主要为自有品牌、授权品牌、ODM、OEM 等，在各销售模式下销售的主要产品均为小型空压机和干湿两用吸尘器，发行人存在以不同品牌销售同类产品的情形，但不存在将同一设计规格的产品通过不同品牌销售，发行人在不同品牌下销售同类个性化产品未违背品牌授权协议的约定，不存在纠纷或潜在纠纷。

在自有品牌、ODM 和品牌授权模式下，产品的研发、设计、生产等均由发行人负责，因而不涉及发行人使用客户或他人专利、核心技术的情况。针对 ODM 客户和品牌授权方提出的外观、参数、性能等方面的要求，或者提出更符合其品牌元素的设计建议，发行人所作的特定品牌个性化设计，发行人不会再应用于其他品牌的产品。在 OEM 模式下，设计方案、设计图纸、设计概念等都是由客户提供，知识产权等均归 OEM 客户所有，发行人不会将 OEM 客户的设计方案及相关知识产权应用于销售给其他客户的产品。

综上，发行人在不同品牌下销售的同类产品具有差异性，非同一设计规格的产品。发行人在不同品牌下销售同类个性化产品未违背品牌授权协议的约定，不存在相同产品使用不同品牌销售的情形，不存在纠纷或潜在纠纷。

5、发行人与品牌方合作稳定性及潜在风险或纠纷情况

根据发行人的确认，并经访谈品牌方，品牌授权商与发行人之间的品牌授权模式为行业内普遍使用的模式，品牌方与合作方之间签署的品牌授权协议的签署间隔时间没有统一更新间隔期限要求，通常为 3-5 年，均系根据各公司之间的合作模式决定协议签署的间隔期间，具有差异性。公司与 Stanley Black&Decker 于公司成立之初即开始展开品牌授权合作，双方合作时间超过 10 年，在长期的合作过程中已经形成了稳定的合作伙伴关系，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。公司与 Briggs&Stratton 于 2014 年开始展开品牌授权合作，持续至今，合作期间双方就授权协议进行了多次修订，对品牌授权的销售区域进行了扩大授权。

（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，与发行人合作的品牌授权商 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 合作稳定性情况

根据发行人与品牌方 Stanley Black&Decker 的品牌许可协议的约定，品牌授权方 Stanley Black&Decker 在品牌许可协议履行一定期间后，有权提前三个月以书面通知发行人的方式终止品牌许可协议。若双方同意续签或修订协议以延长期限，协议有效期限则相应更新或延长。结合 Stanley Black&Decker 与发行人授权合作目的分析，Stanley Black&Decker 自身不生产与发行人同类定位的产品，Stanley Black&Decker 与公司合作的关系属于互补合作的战略关系，公司已经成功在知名零售商搭建了完善的销售网络，能够帮助 Stanley Black&Decker 将其品牌的产品更好的推向市场，Stanley Black&Decker 将品牌授权给发行人，根据发行人的（净）销售额收取特许权使用费，使得品牌授权方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。公司和 Stanley Black&Decker 双方合作关系长达十余年，根据对品牌授权商的访谈，Stanley Black&Decker 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。根据现有情况分析，预计到期继续合作可能性较高，发行人被取消授权或被其他方替代的风险较小，对发行人持续经营能不存在重大不利影响。

根据发行人的说明、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》，并经访谈品牌授权商，发行人不存在未经授权使用品牌或超出授权范围的情形，与品牌授权商之间不存在纠纷或潜在纠纷。

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不存在重大不利影响。

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。

8、发行人与品牌授权商 Stanley Black&Decker, Inc 合作稳定，被替代风险性较小

经查阅发行人与各品牌方签署的商标使用权协议、发行人出具的确认函，并经对品牌方进行访谈，报告期内，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的品牌授权商为 Stanley Black&Decker,Inc。根据发行人说明，与发行人合作的另一品牌授权商 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，破产

重整对双方品牌授权协议，发行人拟于 2021 年 12 月 31 日与 Briggs& Stratton Tech,LLC 终止与 Briggs& Stratton Tech,LLC 签署的商标授权协议，不再与 Briggs& Stratton Tech,LLC 继续合作。

在干湿两用吸尘器领域，Stanley Black&Decker,Inc 虽存在将 Craftsman 品牌关于干湿两用吸尘器产品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 品牌授权的第三方关于 Craftsman 品牌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授权销售 Craftsman 品牌同类产品给其他第三方的情形，但 Stanley Black&Decker 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 自身虽存在同一授权区域内自行销售授权同类产品情形，但其不生产与发行人同类定位的产品，与发行人产品不构成直接竞争关系。

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完善的销售网络，能够帮助 Stanley Black&Decker,Inc 将其品牌的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）销售额收取特许权使用费，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 Briggs& Stratton Tech,LLC 合作不稳定，预计将会在未来终止合作，但发行人与 Briggs& Stratton Tech,LLC 合作下的品牌产品销售体量较小，终止该合作不会对发行人持续经营能力造成不利影响。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。

10、发行人配件及其他产品中的电视架等其他产品主要构成情况

（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。

（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。

七、发行人特许经营权情况及业务资质

（一）特许经营权情况

截至本招股说明书签署日，公司未拥有任何特许经营权。

（二）业务资质

发行人主要从事小型空压机和干湿两用吸尘器的研发、生产及销售。除需取得营业执照外，发行人在生产、经营、内销环节不存在需要办理特许生产经营许可证、经营资质的情况；在出口销售环节，发行人需要办理涉及进出口业务的相关资质证书。公司拥有的相关业务资质情况如下表：

序号	资质名称	核发机关	经营主体	有效期或颁布日期
1	《高新技术企业证书》	江苏省科学技术厅、江苏省财政厅、江苏省税务局	欧圣电气	三年
2	《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》	吴江海关	欧圣电气	2017.07.06
3	《出入境检验检疫报检企业备案表》	吴江海关	欧圣电气	2018.06
4	《固定污染源排污许可登记回执》	——	欧圣电气	2020.04.07-2025.04.06
5	《城镇污水排入排水管网许可证》	苏州市吴江区住房与城乡建设局	欧圣电气	2018.05.09-2023.05.08
6	《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》	上海外高桥保税区海关	上海姿东	2015.03.03
7	《对外贸易经营者备案登记表》	——	上海姿东	2015.02.06
8	《自理报检企业备案登记证明书》	上海出入境检验检疫局	上海姿东	2015.03.13
9	《对外贸易经营者备案登记表》	——	深圳洁德	2019.07.23
10	《海关进出口货物收发货人备案回执》	福中海关	深圳洁德	2019.08.19

报告期内，发行人及其境内子公司对境外销售的货物，均根据国家相关规定履行海关报关手续，并依法办理了货物出口报关及货物出口收汇手续，有关出口收汇具有真实的贸易背景，公司已在具有经营结汇、售汇业务资质的金融机构开立机构外汇账户，收汇与结汇均系通过前述开设的外汇账户进行，符合《中华人民共和国外汇管理条例》、《货物贸易外汇管理指引》等有关外汇管理规定。

在税务方面，为避免税务方面的行政处罚再次发生，以及加强税务方面的内控，发行人对税务处罚原因进行分析总结，对发生的不规范情形采取针对性措施，并制定相关制度以完善税务事项流程，同时通过培训提高相关员工在税务方面的业务能力，贯彻内部追责制度，以严格执行税务管理制度。

在海关方面，发行人已加强海关执行方面的各项内部管控措施，防范海关合规风险，发行人通过完善海关报关作业流程，进一步贯彻落实各项海关内控制度。同时，发行人通过专项培训提高相关员工在进出口方面的业务能力，要求贯彻内

部追责制度，以加强相关员工的合规意识。

发行人已就纳税申报、海关报关等方面制定了相关制度及海关作业流程，通过改进公司内部流程，加强报关单据填写后的数据复核，规范员工税务申报、海关报关行为，避免纳税申报、海关报关等方面的不规范行为。

同时，根据发行人及境内子公司当地海关出具的合规证明、税务机关出具的合规证明、中国人民银行深圳市中心支行办公室出具的证明、发行人出具的承诺，并经保荐机构、发行人律师检索，发行人及其境内子公司报告期内不存在因出口报关、外汇结转方面不合规而受到外汇、海关、税务方面处罚。根据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》、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》、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》，发行人境外子公司欧圣国际、欧圣美国、欧圣日本、香港洁德、吉德投资也不存在违反海关、税务、外汇管理等方面的处罚。

综上所述，报告期内，发行人及其子公司在出口报关、外汇结转方面能够遵守出口、外汇方面的法律法规，符合外汇管理规定，截至 2020 年 12 月 31 日，发行人不存在海关、税务处罚风险。

根据中华人民共和国吴江海关分别于 2020 年 1 月 16 日、2020 年 4 月 24 日、2020 年 10 月 28 日、2021 年 4 月 6 日出具的证明，确认自 2017 年 1 月 1 日至 2021 年 3 月 31 日，未发现发行人因违反法律法规受到海关行政处罚的情况。

根据中华人民共和国上海海关分别于 2020 年 3 月 12 日、2020 年 5 月 20 日出具的证明，确认自 2017 年 1 月 1 日至 2020 年 3 月 31 日，上海姿东在全国关区内无违反海关法律、行政法规的违规行为记录。

根据中华人民共和国上海海关于 2020 年 11 月 13 日、2021 年 4 月 1 日出具的证明，确认自 2020 年 4 月 1 日至 2021 年 4 月 1 日，上海姿东在上海关区内无违反海关法律、行政法规的违规、走私等违法行为记录。

根据中华人民共和国福中海关于 2020 年 5 月 13 日、2020 年 11 月 19 日、2021 年 3 月 29 日出具的便函，确认自 2019 年 7 月 17 日至 2020 年 12 月 31 日，深圳洁德在深圳关区无违法违规情况。

八、发行人技术与研发情况

（一）发行人的核心技术情况

1、发行人的核心技术、技术先进性及其表征

序号	核心技术名称	技术来源	创新类型	技术先进性及其表征	核心技术对应的主要专利	产品应用
1	新型带传动技术	自主研发	原始创新	通过对空压机皮带轮槽面设计，使空压机皮带既不易脱落又可位置自适应微调防偏，抑制皮带扭曲磨损提升皮带寿命	201720837681.6一项专利	小型空压机
2	空压机降噪技术	自主研发	原始创新	通过对空压机储气罐、机头、缓冲脚垫、基座板、锁固件，支架进行结构设计，使电机及泵头工作时产生的振动得到有效的隔离与缓冲，从而可以有效的抑制空压机装置工作时产生的噪音	201821906408.5一项专利	小型空压机
3	新型直流无刷电机在空压机中的应用	自主研发	原始创新	率先同时采用电池包供电、采用无刷电机、采用电磁阀，较好的兼顾了空压机的使用方便性和工作持久性，使得电池供电空压机更能为用户所接受，推进了电池供电空压机的推广普及	201821906407.0一项专利	小型空压机
4	活塞定位方式的设计及生产工艺技术	自主研发	原始创新	通过对电机转轴及曲轴设计，对转轴开设有至少部分处于安装孔内的定位口，定位口利于更稳定的定位柱，即使定位柱相对于转轴出现松动，定位口仍然可以起到限位定位柱的作用，防止转轴出现彻底的空转，使电机的输出更稳定，避免定位柱将转轴摩擦损坏，使电机不易损坏	201621015575.1一项专利	小型空压机
5	电机冷却散热技术空压机中的应用	自主研发	原始创新	通过将风扇安装于电机转轴，更有针对性的给换向器散热，提升换向器散热效率，降低了气流从换向器的外围空间直接无谓流掉，提升了对风扇气流的利用率	201621311073.3一项专利	小型空压机
6	机械冲击及外部空气反冲之过滤器自清洁技术	自主研发	原始创新	利用空气反吹吸尘器的过滤器的技术，防止吸尘器在工作中过滤器被堵塞，确保吸尘器在使用过程中吸入性能的稳定	201821160450.7等三项专利	干湿两用吸尘器

序号	核心技术名称	技术来源	创新类型	技术先进性及其表征	核心技术对应的主要专利	产品应用
7	干湿两用吸尘器过滤装置快锁快拆技术	自主研发	原始创新	一种快速锁紧和松开吸尘器过滤器的结构，利用它可以方便消费者安装和拆卸过滤器	201610981874.9 等八项专利	干湿两用吸尘器
8	吸尘器过滤器抖动除灰技术	自主研发	原始创新	将预过滤袋连接到连杆上，通过设置好的卷簧驱动连杆做往复运动带动预过滤袋震动，从而清理预过滤袋上灰尘	201210586835.0 一项专利	干湿两用吸尘器
9	吸尘器金属尘桶防静电技术	自主研发	原始创新	通过将导电链条连接到金属尘桶上，从而将尘桶上的静电导向地面，该导电链条可以不受机型和结构的限制，可以方便地安装在多种尘桶上	201520539170.7 一项专利	干湿两用吸尘器
10	吸尘器定向绕放线技术	自主研发	原始创新	利用手柄、绕线轮、压板、螺纹杆、压力弹簧、移动齿轮等的精密配合，实现手柄只在正向旋转才会带动绕线盘旋转而绕线，手柄反向旋转时只会空转而不会带动绕线盘，放线时绕线盘转动但手柄并不跟随转动	201210586784.1 一项专利	干湿两用吸尘器
11	低噪音技术	自主研发	原始创新	综合利用吸尘器的风道结构、降噪措施、风压变化等多种手段来降低吸尘器的噪音，提升用户使用舒适度	属于公司核心的技术，尚未申请专利	干湿两用吸尘器
12	AC/DC 吸尘器技术	自主研发	原始创新	通过 PCBA 和软件控制，实现同一台吸尘器在 AC 和 DC 两种输入状态下均可工作，且切换是自动进行的	属于公司核心的技术，尚未申请专利	干湿两用吸尘器
13	无线手环遥控技术	自主研发	原始创新	将遥控器设置成手环佩戴的方式，采用无线遥控的方式实现远距离操作吸尘器的启停，该技术既可以运用在交流电源机型上，也可运用在直流电源机型上	属于公司核心的技术，尚未申请专利	干湿两用吸尘器
14	独立式护理机器人技术	自主研发	原始创新	采用单水路循环式水加热静音设计，具备易拆卸防臭、自动防堵、隔水防溢出、暖风烘干等优点	201210447489.8 等十一项专利	护理机器人
15	分体式智能清洁护理装置	自主研发	原始创新	通过分体式布置节省护理机器人空间	201210447486.4 一项专利	护理机器人
16	中央集成式护理机器人	自主研发	原始创新	采用共享主机设计节省病床旁边的空间并达到降低噪音效果	201420272267.1 等五项专利	护理机器人

2、公司核心技术的技术保护措施

（1）公司核心技术的具体保护措施

公司主要通过采用申请专利的方式来保护核心技术，截至目前，公司核心技术基本已申请并取得相应专利。报告期内，发行人高度重视小型空压机和干湿两用吸尘器产品的研发工作，并已建立了较为完善的研发体系。目前，发行人研发生产的小型空压机和干湿两用吸尘器产品涉及的多项自主知识产权和核心技术，已通过申请专利等形式加以保护。对于未申请专利保护的核心技术，公司通过制定完善的保密制度、与关键研发人员签订保密协议方式、为不同级别和不同职能的研发人员分配了技术文档和资料的访问权限、对相关技术文件进行加密和及时备份存档、与相关合作方在业务协议中约定了保密条款等措施保护公司核心技术。

同时，为规范知识产权管理工作，加强对知识产权的保护，发行人制定了《知识产权管理制度》、《专利管理办法》、《保密管理制度》，对专利、商标及商业秘密等相关的管理制度进行了规定，明确发行人知识产权从申请到授权及授权后的内部管理流程及职责。上述制度的有效执行能够保护和规范发行人的知识产权。

此外，发行人的高级管理人员、核心技术人员均与发行人签署了竞业禁止和保密协议，对职务开发成果的权利归属、知识产权的保密等方面进行明确规定，从而进一步保护发行人的知识产权。

发行人已建立了相关商标、专利、软件著作权等知识产权的内部控制制度，该等知识产权内部控制制度能够得到有效运行。根据发行人的说明，并经公开信息检索，报告期内，发行人不存在注册商标和专利及核心技术被侵权、技术失泄密的情形，发行人被侵权、技术失泄密的风险较低。

（2）发行人不存在被他人提起专利、商标侵权诉讼的情形和纠纷

经核查，发行人对主要的自主研发发明、实用新型和外观设计等知识产权申请了专利，并就发行人的自有品牌申请了商标。截至 2020 年 12 月 31 日，发行人及其子公司在境内已取得权属证明的专利共计 195 项，其中 38 项发明专利、94 项实用新型专利、63 项外观设计专利；境外已取得权属证明的专利共计 15 项，均为发明专利。

根据发行人的确认、访谈发行人研发部门负责人，并经检索中国裁判文书网、中国执行信息公开网，报告期内发行人及其境内子公司不存在被他人提起专利、商标侵权诉讼的情形和纠纷，不存在其他可合理预见的专利、商标侵权诉讼的情形和风险。

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》、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》，并经发行人确认，发行人境外子公司报告期内，不存在因知识产权而发生的诉讼、仲裁或其他纠纷，也不存在合理预见的可能产生的专利、商标侵权诉讼情形或风险。

3、公司核心技术产品占公司营业收入比例

报告期内，公司核心收入产品占公司营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
核心技术产品收入	92,603.03	58,297.05	60,109.95
营业收入	99,282.44	60,977.44	62,988.23
核心技术产品收入占营业收入的比例	93.27%	95.60%	95.43%

报告期内，公司依靠核心技术开展生产经营所产生的收入占营业收入的比例均在 90%以上，公司主要通过其自有的核心技术贡献营业收入。报告期内公司依靠核心技术生产经营所产生收入的变动情况及原因参见本招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”。

（二）科研实力和成果情况

公司是江苏省高新技术企业、“江苏省认定企业技术中心”和“苏州市人民政府认定企业技术中心”，是中国通用机械工业协会压缩机分会会员单位、上海市康复器具协会会员单位，公司产品获得多项科技类奖项和认定，公司及公司产品所获主要荣誉和奖项情况如下表：

序号	奖项	颁发时间	颁发机构
1	江苏省认定企业技术中心	2018 年 10 月	江苏省经济和信息化委员会、江苏省发展和改革委员

序号	奖项	颁发时间	颁发机构
			会、江苏省科学技术厅、江苏省财政厅、国家税务总局江苏省税务局、南京海关
2	高新技术企业	2020 年 12 月	江苏省科学技术厅、江苏省财政厅、国家税务总局江苏省税务局
3	“中央集成护理机”高新技术产品认定	2017 年 7 月	江苏省科技厅
4	苏州市人民政府认定企业技术中心	2016 年 12 月	苏州市经济和信息化委员会、苏州市发展和改革委员会、苏州市科学技术局
5	Intertek 卫星实验室	2016 年 10 月	Intertek 集团
6	“便携手推式小型空压机”高新技术产品认定	2016 年 7 月	江苏省科技厅
7	“防静电吸尘器”高新技术产品认定	2016 年 7 月	江苏省科技厅
8	“大功率静音干湿两用吸尘器”高新技术产品认定	2014 年 12 月	江苏省科技厅
9	“低噪音电控空气压缩机”高新技术产品认定	2014 年 12 月	江苏省科技厅

（三）正在从事的研发项目及进展情况

截至 2020 年 12 月 31 日，公司正在从事的主要研发项目情况如下表：

单位：万元

序号	项目名称	拟达到的目标	进展情况	阶段性成果	预算金额	研发人员	与行业技术水平比较
1	快速配套、使用体验好、效能高的吸尘器及工具套件的研发	将吸尘器与电动工具快速配套组合使用,采用无线遥控实现吸尘器和电动工具的联动,并配置手环遥控器遥控吸尘器的运作,同时吸尘器具备吸尘、鼓风、打气等多功能于一体,采用灰尘多级分离技术,上游的灰尘分离器与下游的 HEPA 级过滤器配套使用，实现高效能	试制	手板样机测试完成,产品通过功能验证	800	吸尘器部为主的研发团队	公司目标产品智能化水平、良品率高于同行业平均水平,且生产过程更环保,生产成本具有竞争力
2	安全可靠、绿色环保、循环寿命长、体积小的锂电	通过对电池包设立两套单独的保护系统,使得电池包的安全性得到进一步提升	小批量量产	完成 20V/2.5Ah 和 20V/5Ah 电池包的开发,小批量试产已经完成	280	吸尘器部为主的研发团队	公司开发的电池包通过两套单独的保护系统使安全性高于行业平均水平;同时电池包

序号	项目名称	拟达到的目标	进展情况	阶段性成果	预算金额	研发人员	与行业技术水平比较
	池包的研发						的静态功耗较小，自放电率低，电池寿命高于行业水平
3	基于 CAE 分析的低噪音智能空压机研发	通过 CAE 技术对特定的频谱进行分析，找出对应噪音源，从而针对噪音源采用减振，吸音；并采用 CAE 有限元力学分析对铝结构件进行静强度及动态强度分析；然后再采用智能控制化技术，增加蓝牙及手机 APP 功能，与现有空压机结合，实现对输出压力进行电子控制等功能	研究	找到与实验室中测到基频及倍频中对应能量强度占比的关系、动力学特性曲线，通过线路板设计达到遥控功能，目前手板空压机已完成	430	空压机部为主的研发团队	公司通过 CAE 技术分析保持小型空压机在降噪静音、减振动、智能化方面持续领先的行业竞争优势
4	低成本、小体积串激电机泵的研发	研制一种长寿命、小体积 、低噪音而且可以无限使用延长线的空压机电机泵	小批量量产	已在现有产品中实现量产，寿命 400h 以上，噪音 80dB 以下，可以无线使用延长线	360	电机部为主的研发团队	公司目标产品精度高于同行业公司，且品质稳定性更高
5	护理机器人研发及产业化项目	研制可穿戴式护理机器人，自动解决卧床病人的大小便问题，能够自动检测病人的大小便，并实现对病人排泄物的自动冲洗、抽吸以及对病人臀部的烘干等操作	小批量量产	已经完成四代护理机器人的研发和量产，目前正在进行第五代护理机器人研发，拓展护理机器人的适用范围	310	护理机器人部为主的研发团队	公司开发护理机器人工作头可以实现 90 度侧身不侧漏，工作噪音值降低到仅 55 分贝，目前，国内同类产品鲜有达到公司产品的标准
6	高效自清洁吸尘器	研制高效自清洁吸尘器，吸尘器开机或关机时自动对过滤器进行堵塞清洁，吸尘器抽吸性能能够恢复并保持高效，提高用户使用体验	试制	已经完成产品的开模工作，正在进行工程样机的装配和测试	370	吸尘器部为主的研发团队	公司开发的吸尘器过滤器清洁技术能有效保障过滤器在较恶劣的工况下不被堵住，使整机维持在较高的性能下，国内未见有其他产品能实现相同效果的过滤器自动清洁的技术

序号	项目名称	拟达到的目标	进展情况	阶段性成果	预算金额	研发人员	与行业技术水平比较
7	半自动清洁吸尘器	研制一种半自动清洁吸尘器，其能够实现只需按动清洁按钮即可实现过滤器的清洁，简化清洁过滤器的劳动强度，并可保持高效的抽吸性能	试制	试制样机已经完成测试，附件存储功能完整，软管存储方便快捷	360	吸尘器部为主的研发团队	公司开发的半自动除尘技术稳定可靠，除尘效率高达 90%左右，高于行业平均水平
8	低成本、长寿命静音空压机电机泵的研发	研制一种既高端静音，又成本低的空压机电机泵，在满足空压机流量的情况下降低电机噪音	试制	已完成样机基本开发并开始进行测试，产品通过验证，未来在新的空压机上推广	340	电机部为主的研发团队	该类电机泵将在新的空压机上推广，目标产品成本、寿命、稳定性优于公司之前同类产品和同行业公司同类产品
9	空压机基于 CAE 的热力学优化研究	开展泵头 CAE 分析及通过对空压机风道的热力学的研究，对多楔带发热机理进行研究，并对如何快速进行散热的方式进行研究，从发热源头及散热方式两方面入手，从而可以解决空压机多楔带的发热问题	研究	找到对多楔带发热的散热方法，对多楔带本身及使用环境均进行了改进，目前已正将此技术应用在新品空压机上	480	空压机部为主的研发团队	公司通过对多楔带本身及使用环境均进行了改进，目前多楔带散热可靠性有了极大改进
10	第五代护理机器人项目	将护理机主要模块进行标准化，对包裤部分进行差异化设计，使工作头和包裤之间快速连接且连接部分不漏水，不会轻易松脱，同时解决工作头穿戴便利性问题，	小批量量产	完成对主要模块进行标准化设计，并开始进行测试	360	护理机器人部为主的研发团队	第五代护理机器人将主要模块标准化并可以批量推广，国内同类产品未有进行该类研发方式设计

（四）研发费用情况

报告期内，公司研发费用占营业收入比例情况如下表：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
研发费用	2,544.37	2,063.76	2,747.79
营业收入	99,282.44	60,977.44	62,988.23
研发费用占营业收入比例	2.56%	3.38%	4.36%

（五）研发人员及核心技术人员

1、核心技术人员、研发人员数量

公司拥有稳定的研发队伍，拥有机械设计、电子设计、工业设计、软件开发、电机开发等方面的专业人才，最近两年核心技术人员没有发生变动。截至 2020 年末，公司共拥有研发技术人员 116 人，占员工总人数的 10.87%，其中核心技术人员 4 名，分别是 WEIDONG LU、桑树华、刘金波、蒋浩刚，相关个人简历参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员”。报告期内，公司核心技术人员稳定，未发生变动。

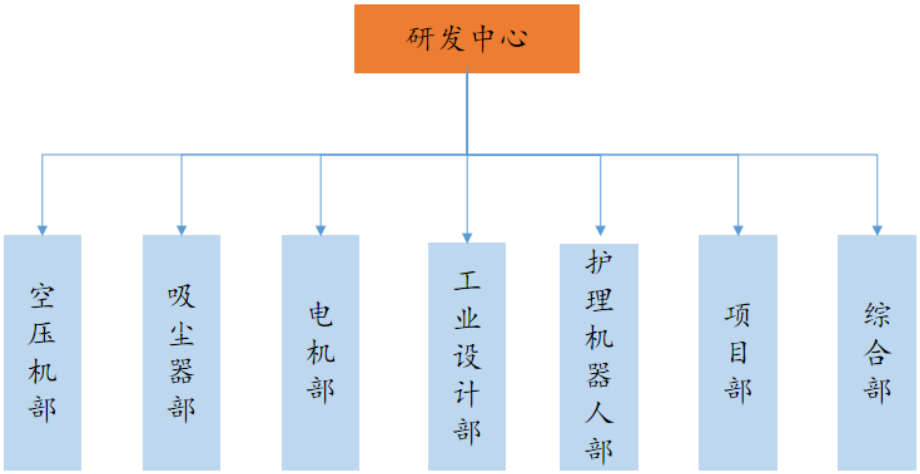
2、发行人对核心技术人员实施的约束激励措施

公司与核心技术人员签订了《劳动合同》、《保密协议》和《竞业禁止协议》，对其在保密义务、知识产权及离职后的竞业情况作出了严格约定，以保护公司合法权益。公司坚持实行并不断完善对核心技术人员和人才的激励机制和保护措施，建立人才梯队培养模式，提供具有市场竞争力的薪酬与福利水平、全面完善的职业发展及晋升机会，并制定包括《专利奖励办法》等在内的一系列激励制度。同时，对核心技术人员，公司还采取了股权激励等激励措施，核心技术人员通过员工持股平台间接持有公司的股份，通过核心技术人员持股，公司增强了核心技术人员的稳定性及其与公司发展目标的一致性。

（六）技术创新机制

1、研发机构设置

公司研发中心的机构设置如下：



序号	部门	职能内容
1	空压机部	小型空压机的设计、研发，协助解决小型空压机生产线的技术问题，结合公司发展战略实施小型空压机的设计定位、规划管理，制作小型空压机图纸，进行小型空压机新品的可行性分析。
2	吸尘器部	干湿两用吸尘器的设计、研发，协助解决干湿两用吸尘器生产线的技术问题，结合公司发展战略实施干湿两用吸尘器的设计定位、规划管理，制作吸尘器图纸，进行干湿两用吸尘器新品的可行性分析。
3	电机部	电机的设计、研发，协助解决电机生产线的技术问题，结合公司发展战略实施电机的设计定位、规划管理，制作电机图纸，进行电机新品的可行性分析。
4	工业设计部	对公司产品进行概念设计、外观设计、平面设计以保持产品的创新性、新颖性以及竞争力；结合公司战略、客户设计定位及市场需求对产品进行设计、改进；参与公司宣传推广方面的设计工作。
5	护理机器人部	护理机器人的设计、研发，结合公司发展战略实施护理机器人的设计定位、规划管理，制作护理机图纸，进行护理机产品的可行性分析。
6	项目部	根据市场和客户的要求制定项目开发计划和相关项目预算。严格按照研发流程推进研发项目的开展，负责项目推进过程中跨部门沟通和协调、客户反馈以及对项目时间、质量和成本的管控。
7	综合部	物料清单、图纸及研发部其他技术资料的管理；项目管理，根据市场产品和计划要求，严格按照研发流程推进项目开展；研发中心工作计划管理；专利检索分析、专利编写、专利申请及高新技术企业技术资料的维护。

2、技术创新机制

公司主要采取以下措施来促进技术创新：（1）公司建立以客户需求为基础的研究开发理念，满足多样化的消费需求。公司业务部门对国内外市场进行广泛的调研，深入了解行业动向及消费者需求状况形成调研意见，公司技术中心根据

业务部门的调研意见制定立项报告并完成产品的研发。（2）公司在持续加大引进人才力度的同时，不断强化对公司现有技术人员的培养，有计划、有步骤地开展岗位技术培训，提高技术人员的研发水平。（3）公司对研发机构进行不断地建设与完善，持续优化资源配置，制定有效的研发运行及管理机制。公司在项目管理中设立项目产品开发责任制，制定和完善科技创新绩效考核办法，从人员、制度上保证创新工作的开展。

3、合作研发情况

公司除通过自有研发部门进行技术研发，还开展了与院校及科研院所合作研发的模式。公司与院校签订战略合作协议，通过建立实习基地、产学研合作平台等多种模式将学校前沿科研项目与公司产品研发产业化项目相结合，同时也对研发人员进行储备，保证公司研发力量的持续提升。

报告期内，公司与陕西科技大学开展产学研合作，相关协议主要内容如下：

协议名称	技术开发合同书
协议主体	甲方：苏州欧圣电气股份有限公司 乙方：陕西科技大学
主要内容	甲方委托乙方就“空压机基础理论研究分析”项目进行合作开发研究。
权利义务划分约定	履行本合同产生的技术成果和专利等权利归甲方拥有，履行本合同产生的技术秘密成果使用权、转让权归属甲方，转让权产生利益的分配方法归属于甲方。
保密措施	乙方在保密期间内不能将甲方提供的任何技术图纸、设计资料以任何方式泄露给第三方；项目进行中，乙方有权将部分研究成果作为研究生毕业论文及研究论文公开发表，但对重要数据和结果进行适当处理，并经甲方审核允许。

（七）发行人新产品护理机研发、生产情况

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。

1、公司护理机器人运行流程

公司护理机器人由工作头、软管组件、排污管、主机组成，病患以穿戴方式将身体排泄处与工作头直接接触，工作头设有污便传感器和清洗烘干处理装置。护理机器人在自动模式下检测到病患排便信号或者手动操作排便处理按键后，护理机器人系统进入排便处理流程，主机启动真空泵进行抽吸处理，同时启动空气

净化，主机开启水泵用设定好温度的温水分别对工作头内胆和病患私处进行清洁处理，抽吸冲洗结束后，系统进入暖风烘干处理流程，连续工作 10 分钟之后，停止烘干处理，护理机器人工作流程结束。

2、公司护理机器人研发及生产情况

近年来，公司依靠在机电领域的实力背景及对产业升级的战略规划，公司启动了护理机器人研发及产业化项目，截至 2020 年末，公司已经完成了四代护理机器人的研发，具体情况如下：

护理机研发系列型号	研发情况	生产情况
第一代护理机器人	该系列护理机器人采用主机、工作头、连接软管、特制床垫结构方案，将特制床垫中间开槽，工作头和连接软管放入槽中并延伸到主机。由于该系列产品为非穿戴型，用户活动性较差，特别是卧床翻身不方便，因此产品处于实验室研发试制阶段，未进入市场推广。	由于该系列产品为非穿戴型，用户活动性较差，特别是卧床翻身不方便，因此产品处于实验室研发试制阶段，未进入市场推广。
第二代护理机器人	该系列护理机器人采用主机、穿戴式工作头、防水纸尿垫、连接软管结构方案，在第一代护理机器人产品基础上，该系列型号剔除特制的床垫，实现工作头穿戴灵活，并且可以侧身 90 度使用。从该机型开始，护理机机型转变为穿戴型，为患者增加了便利。	从该系列护理机机型转变为穿戴型，为患者增加了行动性便利，产品也从实验室试制步入了小批量市场推广出货阶段，由于防水纸尿垫贴合性一般，患者侧身时容易侧漏，在收集部分客户反馈后，公司护理机产品继续进入实验室研发改良阶段。
第三代护理机器人	该系列护理机器人采用主机、穿戴式工作头、连接软管结构方案，该系列产品剔除纸尿垫，同时找到解决工作头使用的舒适度问题以及 90 度侧身排便时侧漏问题的方法。	该系列产品主要为承接下一代的试验机型，没有进行批量量产。
第四代护理机器人	将第三代改善方案标准化，并开始进行防水测试，提高了防水性能；穿戴材料采用凝胶材料，增加贴合性与患者舒适度；电机用传感连接取代了原有的电气连接，增加机器的使用稳定性与使用寿命。	该系列产品需要根据患者性别、身材进行差异化设计，产品也从实验室试制步入了小批量生产，处于市场推广出货阶段。

截至 2020 年末，公司护理机器人的生产线固定资产规模、产能情况如下：

护理机器人固定资产规模	无形资产及知识产权	产能情况
固定资产账面原值 32.09 万元	16 项境内发明专利，12 项境外发明专利，41 项实用新型专利，2 项外观设计专利	年产能约 1，000 台护理机器人

3、公司护理机器人销售情况

报告期内，护理机器人销售情况如下：

单位：万元

期间	销售金额	销售数量	主要客户	主要产品型号
2018 年	31.36	21 台	客户较为分散，包括医药、社区养老机构、健康管理类企业、个人，具体包括苏州益生康生物科技有限公司、四川省彭山区人民医院等客户。	第四代护理机器人
2019 年	123.09	125 台	客户较为分散，包括医药、社区养老机构、健康管理类企业、个人，具体包括三恩智能科技（徐州）有限公司、泗洪分金亭医院等客户。	第四代护理机器人
2020 年	91.40	74 台	客户较为分散，包括医药、社区养老机构、健康管理类企业、个人，具体包括广州云杉健康产业有限公司、陕西福奥博科技有限公司、深圳市嘉鑫精密机械有限公司等客户。	第四代护理机器人

报告期内，公司护理机器人整体销售规模较低，客户较为分散，包括医药、社区养老机构、健康管理类企业、个人用户等。

4、公司护理机器人业务未来发展规划

护理机器人为术后患者、长期卧床需要治疗的病人提供自动大小便处理，降低亲属、护工照料患者的工作强度，避免许多护理难题，具有广阔的市场前景。目前，公司针对第四代机型根据患者的性别、身材等因素设置了多种款型并进行了市场推广。与此同时，公司已经启动护理机器人第五代机型的研发。未来第五代护理机器人主要将大部分模块进行标准化，仅对包裤部分进行差异化设计，实现护理机器人产品模块化生产。销售渠道方面，公司计划在不断开展国内销售的同时，进一步拓展日本等老龄化程度较高的海外市场的开发。

5、护理机器人行业内该领域主要竞争对手的研发、生产、销售、应用情况以及发行人与之对比存在的优势和差距

由于护理机器人行业内主要竞争对手均为境内外非上市公司，无法通过公开渠道取得行业主要竞争对手护理机器人的具体研发、生产、销售数据。根据主要

竞争对手公开网站等资料收集整理，境内外护理机器人主要竞争对手的产品应用情况以及与公司产品对比情况简述如下：

主要竞争对手	国别	产品销售情况	竞争产品描述	与公司产品对比
宁波培护宁福祉科技有限公司	中国	2019 年产品上市，2019 年产值约 600 万元	穿戴式护理机，主要针对客户是有一定行动能力的大小便失禁患者	近两年进入护理机领域，主要销售市场为中国国内，产品设计结构为穿戴式
深圳市全品医疗科技有限公司	中国	2017 开始销售，与数十家养老院及医院建立了合作	非穿戴式卧床护理机，针对无行动能力患者	近两年进入护理机领域，主要销售市场为中国国内，产品设计结构为使用床垫式非穿戴式
Ever Care Inc.	日本	最早开始销售护理机的企业之一，已有十多年的销售历史	非穿戴式卧床护理机，针对无行动能力患者	较早进入护理机领域，主要销售市场为日本，产品应用成熟，产品设计结构为使用床垫式非穿戴式
Curaco, Inc.	韩国	2007 年成立，产品 2011 年获得 CE 认证，2014 获得 US FDA 认证	穿戴式护理机，针对无行动能力患者	较早进入护理机领域，主要销售市场为韩国，产品应用成熟，产品设计结构为穿戴式

与竞争对手相比，公司研发生产的主要护理机器人优势体现在过往干湿两用吸尘器和小型空压机技术积累的应用，包括除水过滤工艺、电机隔音降噪技术；主要劣势在于目前公司现有销售渠道有限，产品在终端市场推广范围较窄，未形成稳定的客户群体和品牌效应。

九、发行人境外经营及境外资产情况

（一）境外经营基本情况

1、境外子公司基本情况

截至本招股说明书签署日，公司共设立了 4 家境外子公司，分别为欧圣美国、欧圣国际、欧圣日本、吉德投资，各子公司的当前业务、未来定位等如下所示：

公司名称	经营地点	当前业务	未来定位
欧圣美国	美国	负责发行人北美市场的销售及零售业务	面向北美市场进行市场开拓、销售、仓储、零售业务
欧圣国际	中国香港	承接发行人北美市场的销售业务	承接发行人部分北美市场客户的销售业务
欧圣日本	日本	负责发行人日本市场的销售业务	负责发行人日本市场客户的销售业务
吉德投资	中国香港	目前无实际业务	投资平台

上述境外子公司的基本情况和主要财务数据详见本招股说明书“第五节发行

人基本情况”之“六、公司控股子公司、参股公司和分公司情况”之“（一）控股子公司”相关内容。

2、贸易摩擦对境外经营的影响

公司产品主要出口国均是世界贸易组织成员，成员国之间遵循贸易自由化的原则，即成员国之间通过关税减让、取消非关税壁垒等政策促进自由贸易的发展。报告期内，除中美贸易摩擦外，公司其他产品出口国未发生针对公司产品的贸易摩擦。

报告期内，公司对美国地区客户的销售收入占比较大，公司的产品销售受到了中美贸易摩擦的影响。公司的小型空压机和干湿两用吸尘器产品均属于 2,000 亿美元关税清单。2018 年 9 月 24 日起，美国对 2,000 亿美元的中国商品加征 10%的进口关税。2019 年 5 月 10 日，美国将 2,000 亿美元中国商品关税从 10%上调至 25%。

由于小型空压机和吸尘器已经成为美国家居生活不可或缺的家居产品，而欧美工具制造企业逐渐转变成产品品牌商，美国的小型空压机和吸尘器产品大部分来自中国进口，加征关税给美国消费者增加了消费产品成本，在美国进口商和消费者的抗议申请下，部分干湿两用吸尘器和小型空压机产品被移除加征关税清单。根据美国贸易代表办公室（USTR）公布的针对中国部分加征关税商品排除清单及扩展通知清单，公司小型空压机产品（产品编码为“8414.80.1685”）和干湿两用吸尘器（产品编码为“8508.11.0000”）被排除上述关税清单，排除加征有效期为 2018 年 9 月 24 日至 2020 年 12 月 31 日。

由于公司小型空压机和干湿两用吸尘器排除加征关税有效期已经于 2020 年 12 月 31 日到期，自 2021 年 1 月初，公司小型空压机和干湿两用吸尘器产品属于 25%加征关税名单，重新被加征 25%关税的贸易摩擦将增加了公司产品的出口成本，相关关税贸易风险参见本招股说明书“第四节 风险因素”之“一、市场风险”之“（一）贸易摩擦风险”。

虽然公司小型空压机和干湿两用吸尘器产品于 2021 年 1 月重新被加征 25%关税，但小型空压机和干湿两用吸尘器是美国家居生活不可或缺的家居产品，尤其由于北美疫情等多种因素，公司在北美的部分同行业竞争对手关闭了部门美国工厂，公司产品的海外订单持续增长。中国是全球小型空压机和干湿两用吸尘器

主要生产基地，美国本土很难寻找其他供应量充足的生产基地来替代满足美国居民的需求，在可以预见的一段时期内，中美贸易摩擦不会对公司产品出口业务产生较大影响，公司境外经营具有持续性和稳定性。

（二）境外资产基本情况

1、境外不动产

（1）境外不动产基本情况

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人子公司欧圣美国在美国伊利诺伊州拥有 4 处境外不动产和一项美国不动产信托。具体情况如下：

发行人全资子公司欧圣美国拥有位于美国伊利诺伊州的一处不动产，具体位置为 1031 North Raddant Road, Batavia, Illinois 60510，该不动产用途为办公楼和仓库，房屋占地总面积为 50,512 平方英尺（约 4,692.72 平方米），仓库建筑面积为 20,625 平方英尺（约 1,916.13 平方米），办公楼建筑面积为 2,900 平方英尺（约 269.42 平方米）。

发行人全资子公司欧圣美国拥有一项美国不动产信托（信托编号为 8002360749，受托人为 Chicago Title Land Trust Company）的全部权益。该不动产信托拥有一处位于美国伊利诺伊州的房产，具体地址为 195 Harbor Drive, Unit 5502, Chicago, Illinois 60601，房屋面积为 2,400 平方英尺（约 222.97 平方米）。

发行人全资子公司欧圣美国在美国伊利诺伊州拥有两处位置为 Innovation Drive, West Chicago, Illinois 60185 的土地，土地面积共为 24.509 英亩，其中一块土地正在开发为仓储中心及办公楼，目前已经完成竣工，第二处土地位于目前状态为待开发的空地。

（2）欧圣美国仓储中心及办公楼建设的具体用途，与发行人主营业务的关系

根据发行人提供的资料、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》，查阅欧圣美国购买位于 Innovation Drive, West Chicago, Illinois 两块土地合同及付款文件，并经发行人说明，发行人全资子公司欧圣美国在美国伊利诺伊州拥有二处拟作为仓储中心及办公

楼的土地。第一处土地位于 Innovation Drive, West Chicago, Illinois，已开发完成作为仓储中心及办公楼；第二处土地也位于 Innovation Drive, West Chicago, Illinois，目前状态为待开发的空地。

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，随着公司对亚马逊的销售规模增长，公司在美国现有仓储面积已经不能满足海外电商业务快速发展需求。有别于传统的集装箱批量订单产品出口至境外零售商，在跨境贸易亚马逊电商业务中，配备海外仓具备战略意义。公司新建的仓储中心在地理位置上紧邻美国亚马逊西芝加哥仓储中心，公司通过在当地建立仓库、储存商品，然后再根据亚马逊的销售订单，第一时间作出响应，及时从当地仓库直接进行分拣、包装和配送。

由于北美疫情等多种因素，公司的同行业竞争对手 Shop-Vac Corporation 关闭了部门美国工厂，公司获得了 Shop-Vac Corporation 在 Lowe’s 等客户的干湿两用吸尘器和配件部分市场份额，为了满足海外市场持续增长的产品需求，公司未来拟建立境外零售商在当地销售的备货仓储中心，以满足公司及时响应 Lowe’s 等客户订单需求。此外，受新冠疫情影响，全球海运价格大幅上涨，上海航交所发布的中国出口集装箱运价指数从 2020 年 5 月低于 850 点，一路涨到 2020 年 11 月 13 日的 1,107.28 点，创下近年新高，从中国到欧美的部分港口需要摇号抽签方式才能订到集装箱。由于海外持续增长的订单需求和出口运力不足产生较大矛盾，在海外拥有仓储中心备货能持续出货的企业具备先发优势，公司如果在当地进行备货并具备持续出货能力及时响应 Lowe’s 等客户订单需求，将更加深入绑定客户合作关系、扩大公司现有市场份额。在上述背景下，2020 年 8 月末，欧圣美国向杜佩奇机场管理局购买位于芝加哥西部创新大道以西的空地，未来拟作为境外零售商当地仓储中心，截至本招股书签署日，该块土地处于待开发状态。

（3）欧圣美国仓储中心及办公楼建设施工建设情况

发行人全资子公司欧圣美国在美国伊利诺伊州现拥有的二处拟作为仓储中心及办公楼的土地，第一处土地施工建设的进度为已开发完成作为仓储中心及办公楼，第二处土地处于待开发状态。

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》，欧圣美国第一块土地的项目施工建设过程中，已按照当地法律法规规定完成了所有必要的政府许可和批准，施工符合批准的建筑范围、设计和平面图，且已采取法律法规要求的有关土地规划、环境保护、消防和建筑施工的措施，该项目施工建设符合当地规划、环保、工程建筑等相关法律法规规定。

（4）欧圣美国仓储中心及办公楼建设承包商情况

根据发行人提供的资料、访谈施工承包商 Morgan Harbor Construction, LLC 主要经办人员、查阅 Morgan Harbor Construction, LLC 相关建筑资质和美国 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》，欧圣美国仓储中心及办公楼建设施工承包商 Morgan Harbor Construction, LLC 成立于 1999 年，是一家从事商业和公共建筑行业的专业设计建造商、施工商和总承包商，具备芝加哥市房屋建筑物部总承包商许可资质，其 2020 年收入规模约 2 亿美元，在美国 6 个不同的州建设了 40 多个施工建设项目，是芝加哥地区最大的建筑服务商之一。

经查阅 Morgan Harbor Construction, LLC 公司与 Principle Construction Corp 公司参与欧圣美国仓储中心及办公楼建设项目的竞标比价文件，发行人聘请了第三方房产服务公司 Lee & Associates 对欧圣美国仓储中心及办公楼建设进行招标比价，Morgan Harbor Construction, LLC 公司与 Principle Construction Corp 公司参与欧圣美国仓储中心及办公楼建设项目的竞标，最终由 Morgan Harbor Construction 赢得竞标项目。

根据查阅欧圣美国与 Morgan Harbor Construction, LLC 工程付款记录和每期工程付款结算依据文件，访谈施工承包商 Morgan Harbor Construction, LLC 主要经办人员，并经发行人及承包方出具的确认函，承包方及其控股股东、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、主要客户及供应商等不存在关联关系、委托持股、其他资金业务往来等利益安排。

2、境外商标

截至 2020 年 12 月 31 日，公司拥有的海外注册商标情况如下表：

序号	权利人	注册证号	注册地	注册商标	注册类别	有效期限
1	欧圣美国	5087149	美国	ALTON	第 7 类	2016.11.22-2026.11.21
2	欧圣美国	5644096	美国	STEALTH	第 7 类	2019.01.01-2028.12.31
3	欧圣美国	5889925	美国	STEALTH AIR	第 7 类	2019.10.22-2029.10.21
4	欧圣电气	1547085	墨西哥	ALTON	第 7 类	2015.02.12-2025.02.11
5	欧圣电气	8751745	欧盟	ALTON	第 7/35 类	2019.12.11-2029.12.10
6	欧圣日本	6118178	日本	STEALTH	第 7 类	2019.02.01-2029.02.01
7	欧圣日本	6169203	日本	ALTON	第 35 类	2019.08.09-2029.08.09
8	欧圣电气	UK00003423534	英国	STEALTH	第 7 类	2019.08.23-2029.08.22

3、境外专利

截至 2020 年 12 月 31 日，公司拥有境外专利 15 项，全部为发明专利，该等专利均为有效状态，公司已取得相关专利证书。公司拥有的专利权情况如下表：

序号	专利名称	专利类型	专利号	专利授权日	专利权人	国家
1	温水循環型介護機器（温水循环型介护机器）	发明专利	特许第 6134456 号	2017.04.28	欧圣有限	日本
2	Inner Bowl Of Operating Head Of Nursing Machine, And Nursing Machine（一种护理机工作头的内斗及护理机）	发明专利	US10105271	2018.10.23	欧圣电气	美国
3	介護機器の動作ヘッドにおけるインナーボウル及び介護機器（一种护理机工作头的内斗及护理机）	发明专利	特许第 6166850 号	2017.06.30	欧圣有限	日本
4	Central Integrated Nursing Machine（一种中央集成护理机）	发明专利	CA2945847	2018.11.20	欧圣电气	加拿大
5	中央集積介護機器（一种中央集成护理机）	发明专利	特许第 6194431 号	2017.08.18	欧圣有限	日本

序号	专利名称	专利类型	专利号	专利授权日	专利权人	国家
6	Inner Bowl Of Operating Head Of Nursing Machine, And Nursing Machine（一种护理机工作头的内斗及护理机）	发明专利	CA2944533	2018.11.20	欧圣电气	加拿大
7	Circulating Hot Water Nursing Machine（一种循环热水护理机）	发明专利	US9814645	2017.11.14	欧圣电气	美国
8	Circulating Hot Water Nursing Machine（一种循环热水护理机）	发明专利	CA2944537	2017.12.12	欧圣电气	加拿大
9	Inner Bowl Of Nursing Care Machine Operating Head, And Nursing Care Machine（一种护理机工作头的内斗及护理机）	发明专利	EP3127523	2018.06.13	欧圣电气	欧洲
10	Central Integrated Nursing Machine（一种中央集成护理机）	发明专利	US10100506	2018.10.16	欧圣电气	美国
11	Filter Assembly, Filter Device And Dust Collector（过滤组件、过滤装置及吸尘器）	发明专利	US10239010	2019.03.26	欧圣电气	美国
12	Filter Assembly, Filter Device And Dust Collector（过滤组件、过滤装置及吸尘器）	发明专利	CA2989846	2019.06.11	欧圣电气	加拿大
13	Circulating Hot Water Nursing Machine（一种循环热水护理机）	发明专利	EP3127524	2019.06.12	欧圣电气	欧洲
14	フィルタユニット、フィルタ装置及び掃除機（过滤组件、过滤装置及吸尘器）	发明专利	特许第6543737号	2019.06.21	欧圣电气	日本
15	介護機器およびその装着可能な動作ヘッド（护理机及其可穿戴式工作头）	发明专利	特许第6799698号	2020.11.25	欧圣电气	日本

第七节 公司治理与独立性

一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

（一）公司治理概况

公司根据《公司法》、《证券法》等有关法律、法规、规范性文件和中国证监会的相关要求，建立健全了由股东大会、董事会、监事会和管理层组成的公司治理结构，并设置了独立董事、董事会秘书和董事会专门委员会等人员和机构，制定和完善了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事制度》、《董事会秘书工作细则》、董事会专门委员会工作细则等治理文件以及对外投资、对外担保、关联交易、资金管理等方面的内控制度。

公司股东大会、董事会、监事会、管理层、独立董事、董事会秘书等机构和人员按照相关法律、法规、规范性文件、《公司章程》及相关议事规则的规定规范运行，各股东、董事、监事和高级管理人员均尽职尽责，按制度规定切实地行使权利、履行义务。

（二）股东大会制度的建立健全及运行情况

股东大会是公司的权力机构，公司制定了《公司章程》和《股东大会议事规则》，建立了股东大会制度，对股东大会的权责和运作程序做了具体规定。

自股份公司成立以来，公司共计召开 25 次股东大会。上述会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规和《公司章程》的规定，不存在董事会或高级管理人员违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

（三）董事会的建立及运行情况

公司设董事会，作为公司经营决策的常设机构，对股东大会负责。公司制定了《董事会议事规则》，对董事会的权责和运作程序做了具体规定。

公司董事严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使自己的权利和履行自己的义务。自股份公司成立以来，公司共计召开 31 次董事会会议。上述会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、

法规和《公司章程》的规定，不存在违反相关法律、法规行使职权的行为。

（四）监事会的建立及运行情况

公司设监事会，监事会是公司的监督机构，公司制定了《监事会议事规则》，对监事会的权责和运作程序做了具体规定。

公司监事严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使自己的权利和履行自己的义务。自股份公司成立以来，公司共计召开 28 次监事会会议。上述会议的召集、召开和决议内容合法有效，不存在违反相关法律、法规行使职权的行为。

（五）独立董事制度的建立及运行情况

1、独立董事人员构成

公司现有 3 名独立董事，其中会计专业人士 1 名，独立董事人数占董事会成员总数的比例超过三分之一。公司独立董事的提名与任职符合《公司章程》及相关法律法规的规定。独立董事的提名人在提名前征得了被提名人同意，充分了解被提名人的职业、学历、职称、详细的工作经历、全部兼职等情况，并对其担任独立董事的资格和独立性发表了意见。

2、独立董事的履职情况

公司独立董事自任职以来，依据《公司章程》、《独立董事制度》等要求积极参与公司各项重大经营决策，独立行使表决权，充分发挥在财务、行业、管理等方面的特长，就公司规范运作和有关经营工作提出意见，对报告期内的关联交易发表独立意见，为公司完善法人治理结构和规范运作，提升公司决策水平和经营能力起到了积极作用。报告期内，不存在独立董事对公司有关事项曾提出异议的情况。

（六）董事会秘书制度的建立及运行情况

根据《公司法》等法律法规和《公司章程》，公司制定了《董事会秘书工作制度》。董事会秘书是公司高级管理人员，承担法律、法规及《公司章程》对董事会秘书所要求的义务，享有相应的工作职权。董事会秘书对董事会负责。

自建立董事会秘书制度以来，公司董事会秘书按照《公司章程》的有关规定

开展工作，认真筹备股东大会和董事会会议，及时向公司股东、董事通报公司有关信息，历次董事会会议、股东大会召开前，董事会秘书均按照《公司章程》的有关规定为独立董事及其他董事提供会议材料、会议通知等相关文件，较好地履行了《公司章程》规定的相关职责。董事会秘书对完善公司法人治理结构和规范公司运作发挥了重要作用。

（七）董事会专业委员会的设置及运行情况

1、各专门委员会的人员构成

为进一步完善公司治理结构，强化董事会的规范运作、科学决策能力和风险防范能力，确保董事会对管理层的有效监督，公司设立了审计委员会、战略委员会、薪酬与考核委员会和提名委员会，并制定了各专门委员会的工作细则。

公司董事会各专门委员会的人员构成情况如下：

专门委员会	召集人	委员会成员
审计委员会	郭宏	郭宏、李远扬、柏伟
战略委员会	WEIDONG LU	WEIDONG LU、柏伟、高鹤林
薪酬与考核委员会	李远扬	李远扬、郭宏、WEIDONG LU
提名委员会	蒋关义	蒋关义、李远扬、WEIDONG LU

2、各专门委员会的运行情况

董事会各专门委员会成立后，能够严格按照《董事会议事规则》、董事会专门委员会工作细则等有关规定履行职责，董事会专门委员会的设立和运行有效提高了董事会的决策效率、决策的科学性及监督的有效性，对公司法人治理结构的完善发挥了积极作用。

二、特别表决权股份情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在特别表决权股份或类似安排的情况。

三、协议控制架构情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在协议控制架构情况。

四、发行人内部控制情况

（一）公司管理层对内部控制的自我评估

公司管理层对公司的内部控制制度进行了自查和评估后认为：根据《企业内部控制基本规范》及相关规定，公司内部控制于 2020 年 12 月 31 日在所有重大方面是有效的。

（二）注册会计师的鉴证意见

立信中联对公司内部控制的有效性进行了专项审核，出具了《内部控制鉴证报告》（立信中联专审字[2021]D-0070 号），报告的结论性意见为：“我们认为，苏州欧圣按照财政部等五部委颁发的《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2020 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制”。

五、发行人报告期内违法违规行为情况

报告期内，公司遵守国家的有关法律与法规，合法经营，不存在重大违法违规行为。报告期内，公司及子公司受到的行政处罚情况如下：

（一）物价行政处罚

2018 年 1 月 2 日，苏州市吴江区物价局作出[2017]吴价检案 47 号《行政处罚决定书》，认定公司在天猫网开设的网店存在利用虚假的及使人误解的价格手段促使交易方与其进行交易的不正当价格行为，但鉴于公司价格违法行为较轻、未造成严重的后果,且公司能够及时改正,苏州市吴江区物价局对公司罚款5,000元。

鉴于上述《行政处罚决定书》均认定公司的价格违法行为较轻、未造成严重的后果，公司能够及时改正价格违法行为，公司已按时缴纳了相关罚款，同时，上述违法行为属于《规范价格行政处罚权的若干规定》（发改价监[2014]1223号）中从轻处罚的情形，因此，上述行为不属于重大违法违规行为。

（二）消防行政处罚

1、2018 年 8 月 27 日，苏州市公安消防支队吴江区大队作出苏江公（消）行罚决字[2018]0790 号《行政处罚决定书》，认定公司厂区内消防车通道上违

章搭建，对公司罚款 5,000 元。

2、2018 年 8 月 27 日，苏州市公安消防支队吴江区大队作出苏江公（消）行罚决字[2018]0791 号《行政处罚决定书》，认定公司 1#成品仓库、1#半成品仓库由丁类仓库变更为丙类仓库使用，未按规定设置自动喷水灭火系统，对公司罚款 5,000 元。

3、2018 年 8 月 27 日，苏州市公安消防支队吴江区大队作出苏江公（消）行罚决字[2018]0792 号《行政处罚决定书》，认定公司在 4#厂房与 1#成品仓库之间搭建顶棚，对公司罚款 5,000 元。

4、2018 年 11 月 1 日，苏州市公安消防支队吴江区大队作出苏江公（消）行罚决字[2018]0970 号《行政处罚决定书》，认定公司在消防车通道上违章搭建，4#厂房与 1#成品仓库之间搭建顶棚，对公司罚款 10,000 元。

2020 年 7 月 13 日、2021 年 1 月 18 日，主管消防监管部门苏州市吴江区消防救援大队出具证明，确认欧圣电气已按时缴纳了相关罚款，并进行了隐患整改，无其他违反消防管理相关法律、法规、规章及规范性文件而受到该单位的行政处罚，上述行政处罚情况属于一般行政处罚，不属于因重大违法违规行为而构成的重大行政处罚。

鉴于发行人已完成对前述消防违法行为整改工作并通过消防验收，前述消防违法情形已得到消除，该等情形未造成消防安全事故，且经主管消防监管部门出具的证明确认该等行政处罚不属于因重大违法违规行为而构成的重大行政处罚，因此，上述行为不属于重大违法违规行为。

（三）安监行政处罚

2020 年 9 月 7 日，苏州市吴江区黎里镇人民政府作出黎府综罚决字（2020）FA080 号《行政处罚决定书》，认定公司存在特种作业人员未按照规定经专门的安全作业培训并取得相应资格上岗作业（焊工无证作业），对公司罚款 42,500 元。2020 年 9 月，前述罚款已缴纳完毕。

2020 年 9 月 21 日 2020 年 10 月 31 日及 2021 年 3 月 11 日，苏州市吴江区黎里镇人民政府出具证明，确认公司已经按时缴纳了相关罚款，并完成了整改。自 2017 年 1 月 1 日至 2021 年 3 月 11 日，欧圣电气除上述行政处罚外无其他违反安全生产方面相关法律、法规、规章及规范性文件而受到该单位其他行政处罚。

上述行政处罚情况属于一般行政处罚，不属于因重大违法违规行为而构成的重大行政处罚。

保荐机构认为：发行人及子公司最近三年违法违规行为的披露真实、完整；根据主管部门证明，上述行为均不属于重大违法行为；不会对发行人的持续经营产生重大不利影响，发行人已采取整改补救措施，不会对发行人本次发行上市造成实质性障碍。

发行人律师认为：上述处罚不属于重大行政处罚，上述处罚不会对发行人本次发行上市造成实质性障碍。

除上述行政处罚外，公司不存在其他被行政处罚的情形。报告期内，公司严格按照《公司法》、《公司章程》及相关法律法规的规定开展经营，不存在重大违法违规行为，亦不存在被国家行政机关和行业主管部门重大处罚的情况。

（四）内部控制制度、有效性及执行情况

发行人一直以来高度重视合规运营以及内控管理，建立健全了内部控制制度，但仍存在少数员工对相关法律法规、公司合规制度的理解不充分或未能准确理解公司所在地主管机关的具体要求，未能完全杜绝操作失误的情况，公司内部控制和规范运作存在瑕疵。2017 年至 2020 年，发行人受到行政处罚次数共计 9 次，但处罚金额较低，共计 7.95 万元。

公司及其子公司受到上述处罚后，已及时缴纳了罚款，并已按照要求进行了整改。同时，公司及其子公司对上述处罚事项的发生原因进行了分析、总结和自查，组织和加强员工对消防、安全生产、税务、物价等相关法律法规及公司内部规章制度的学习，促使员工加强遵守法律法规及公司的内控制度。

针对报告期内公司出现的瑕疵问题，公司已根据《企业内部控制基本规范》、《企业内部控制应用指引》、《企业内部控制评价指引》的要求，根据公司及子公司的情况，进一步完善相关内部控制制度，并加强对管理层和其他员工的培训，建立管理层和其他员工的合规运营意识，进一步提升公司的管理水平，由经营管理层负责组织领导公司内部控制的日常运行，建立追责机制，以确保内部控制的有效性和经营的合法合规性。同时根据立信中联出具的内部控制鉴证报告（立信中联专审字[2021]D-0070 号），欧圣电气按照财政部等五部委颁发的《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2020 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了与财

务报表相关的有效的内部控制。

综上，2017 年至 2020 年，发行人受到行政处罚次数共计 9 次，公司内部控制和规范运作存在瑕疵，但处罚金额较低，共计 7.95 万元。针对报告期内公司出现的瑕疵问题，发行人进一步完善相关内部控制制度，提升公司的管理水平，确保了内部控制的有效性和经营的合法合规性。截至 2020 年 12 月 31 日，公司内部控制有效执行，内部控制和规范运作不存在瑕疵。发行人未来将进一步通过提高管理水平和培训力度，保障内部控制的有效性和经营的合法合规性。

六、发行人资金占用和对外担保的情况

（一）资金占用情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用资金的情况。报告期内，公司与关联方之间的资金往来情况参见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联交易情况”之“（二）关联交易”。

（二）对外担保情况

截至本招股说明书签署日，本公司《公司章程》中已明确对外担保的审批权限和审议程序，不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行违规担保的情形。

七、发行人直接面向市场独立运营情况

（一）公司独立经营情况

公司成立以来，严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，在资产、人员、财务、机构和业务等方面与公司股东完全分开，具有独立完整的资产和业务及面向市场自主开发经营的能力，具有独立的供应、生产和销售体系。

1、资产完整

公司具备与生产经营有关的主要生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的主要土地、厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统。

2、人员独立

公司总经理、副总经理、财务总监和董事会秘书等高级管理人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；公司的财务人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

3、财务独立

公司已建立独立的财务核算体系、能够独立作出财务决策、具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度；公司未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户。

4、机构独立

公司已建立健全内部经营管理机构、独立行使经营管理职权，与控股股东和实际控制人及其控制的其他企业间不存在机构混同的情形。

5、业务独立

公司的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。

6、主营业务、控制权、管理团队稳定

公司主营业务、控制权、管理团队稳定，最近 2 年内主营业务和董事、高级管理人员均未发生重大不利变化；控股股东、实际控制人所持公司股份的权属清晰，最近 2 年实际控制人未发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

7、不存在对持续经营有重大影响的事项

公司不存在主要资产、核心技术、商标等的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，经营环境已经或者将要发生的重大变化等对持续经营有重大不利影响的事项。

（二）保荐机构对公司独立性的核查意见

经核查，保荐机构认为：发行人在资产、人员、财务、机构和业务等方面与

控股股东、实际控制人及其控制的其他企业完全分开，具有独立完整的资产和业务及面向市场自主开发经营的能力，发行人对于公司独立性的前述披露真实、准确、完整。

八、同业竞争情况

（一）公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争

1、公司与控股股东、实际控制人之间不存在同业竞争

截至本招股说明书签署日，公司控股股东为圣巴巴拉投资，其直接持有公司90.01%股份，圣巴巴拉投资未从事任何与公司相同、相似的业务，与公司之间不存在同业竞争。

截至本招股说明书签署日，公司实际控制人为WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU父女，WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU父女通过圣巴巴拉投资间接持有公司90.01%股份，WEIDONG LU直接持有公司4.74%股份，WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU父女合计持有公司94.74%股份。WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU父女未从事任何与公司相同、相似的业务，与公司之间不存在同业竞争。

2、公司与控股股东、实际控制人控制的其他企业不存在同业竞争

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人控制的其他企业的相关情况参见“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“（四）控股股东和实际控制人控制的其他企业”的相关内容。上述企业与公司之间均不存在实际从事相同、相似业务的情况，不存在同业竞争。

（二）避免同业竞争的承诺

为避免在未来经营中产生同业竞争，公司控股股东圣巴巴拉投资和实际控制人WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU向公司出具了《关于避免同业竞争的承诺函》承诺如下：

（1）本公司/本人及本公司/本人控制的企业均未以任何方式直接或间接经营与发行人及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务，也未参与投资任何与发行人及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业。

（2）本公司/本人作为发行人控股股东/实际控制人期间，本公司/本人、本人关系密切的家庭成员、本公司/本人及本人关系密切的家庭成员直接或间接控制的企业将不以任何方式直接或间接经营与发行人及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务，也不参与投资任何与发行人及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业。

（3）本公司/本人作为发行人控股股东/实际控制人期间，若本公司/本人、本人关系密切的家庭成员、本公司/本人及本人关系密切的家庭成员直接或间接控制的企业进一步拓展业务范围，本公司/本人、本人关系密切的家庭成员、本公司/本人及本人关系密切的家庭成员直接或间接控制的企业将不与发行人及其下属子公司拓展后的业务相竞争；若与发行人及其下属子公司拓展后的业务产生竞争，则本公司/本人、本人关系密切的家庭成员、本公司/本人及本人关系密切的家庭成员直接或间接控制的企业将以停止经营相竞争的业务的方式，或者将相竞争的业务纳入到发行人经营的方式，或者将相竞争的业务转让给无关联关系的第三方的方式避免同业竞争。

（4）本公司/本人承诺，如果本公司/本人、本人关系密切的家庭成员、本人及本人关系密切的家庭成员直接或间接控制的企业违反上述声明与承诺并造成发行人经济损失的，本公司/本人将赔偿发行人因此受到的全部损失。

九、关联交易情况

（一）关联方与关联关系

1、控股股东及实际控制人

序号	名称/姓名	关联关系	备注
1	圣巴巴拉投资	控股股东	直接持有公司 90.01%股份
2	WEIDONG LU	实际控制人、董事长、总经理、核心技术人员	直接持有公司 4.74%股份，通过持有圣巴巴拉投资股权间接持有公司 69.16%的股份，共持有公司 73.90%的股份
3	ESTHER YIFENG LU	实际控制人	WEIDONG LU 之女，通过持有圣巴巴拉投资股权间接持有公司 20.84%的股份

控股股东的历史沿革、主营业务及合规情况如下:

（1）历史沿革

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》以及圣巴巴拉投资的注册证书、注册登记资料等，圣巴

巴拉投资是根据特拉华州法律正式成立，有效存续且信誉良好的公司。圣巴巴拉投资的历史沿革情况如下：

①设立

2016 年 10 月 5 日，圣巴巴拉投资在美国特拉华州成立。WEIDONG LU、YINGZI YANG、ESTHER YIFENG LU 以其持有的欧圣电气合计 95%股权（其中 WEIDONG LU 持有 46%、YINGZI YANG 持有 27%、ESTHER YIFENG LU 持有 22%）向圣巴巴拉投资出资。WEIDONG LU、YINGZI YANG、ESTHER YIFENG LU 分别持有圣巴巴拉投资 48.42%、28.42%、23.16%股权。

②第一次股权转让

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。本次股权转让完成后，WEIDONG LU 持有圣巴巴拉投资 76.84%股权，ESTHER YIFENG LU 持有圣巴巴拉投资 23.16%股权。

本次变更完成后，截至报告期末，圣巴巴拉投资的股权结构未再发生变化。

（2）主营业务及合规运营情况

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》，圣巴巴拉投资的主营业务为股权投资。自圣巴巴拉投资设立之日至 2020 年 12 月 31 日，圣巴巴拉投资不存在违反税收或外汇管制或其他方面相关的法律法规，也不存在任何针对圣巴巴拉投资的未决、已结案或可能发生的政府调查或处罚或诉讼或争议。

（3）境外控股股东持股的合理性和原因

①实际控制人及其近亲属通过境外实体直接或间接持有发行人股权的原因、合法性及合理性

根据公司工商资料及美国 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》，公司实际控制人 WEIDONG LU 直接持有公司 4.74%股份，同时，通过圣巴巴拉投资间接持有公司 69.16%的股份；ESTHER YIFENG LU 通过圣巴巴拉投资间接持有公司 20.85%的股份；WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 二人为父女关系，直接和间接合计持有公司 94.74%的股份并控制相应表决权。

根据《公司法》第七十八条规定，设立股份有限公司，应当有二人以上二百人以下为发起人，其中须有半数以上的发起人在中国境内有住所。发行人股改时

WEIDONG LU、YINGZI YANG 及 ESTHER YIFENG LU 均为美国国籍，为满足发行人股改时对境内有住所发起人数量的要求，以及减少文件签署的复杂性及增加管理有效性，2016 年 9 月 18 日三位自然人股东以其持有的欧圣有限股权对圣巴巴拉投资进行出资，从而通过圣巴巴拉投资间接持有发行人股权。通过本次股权转让，公司股改时境外股东 2 人，分别为圣巴巴拉投资及 YINGZI YANG，境内股东 2 人，分别为熙坤投资及腾恒投资，设立股份有限公司时符合《公司法》第七十八条规定。实际控制人 WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 均为美国国籍，曾在国外长期工作、学习、生活，对常规境外股权投资结构的搭建及设立后日常管理工作的便捷性等优点有所了解，同时考虑到发行人主要客户均在海外，可以在一定程度上便于业务的开展，因此实际控制人 WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 一直保留此持股架构。

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》，上述持股情况真实，不存在违反美国当地法律的情况。

综上所述，WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 通过境外实体直接或间接持有发行人股权具有合理性，且该持有行为合法有效。

②实际控制人持股真实，不存在委托持股、信托持股或其他影响控股权的约定，股东的出资来源等

根据实际控制人 WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 的说明及美国 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》，WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 持有的圣巴巴拉投资股权，及其通过圣巴巴拉投资间接持股的发行人股权，不存在任何委托持有、信托持股或其他影响控股权的约定。

实际控制人 WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 对控股股东圣巴巴拉投资股权的出资系其持有的欧圣有限股权。根据 WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 的说明，圣巴巴拉投资设立时，其用以对圣巴巴拉投资进行出资的股权系其真实持有，不存在任何委托持有、信托持股或其他类似安排。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》，该出资符合当地法律规定，且已履行了必要程序，出资来源合法有效。

③控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰、稳定，符合我国税收、外商投资、外汇管理等有关法律法规的规定

根据发行人提供的资料、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》，并经保荐机构和律师核查，发行人的控股股东为圣巴巴拉投资，圣巴巴拉投资受实际控制人 WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 控制，除圣巴巴拉投资外，发行人其他股东未受控股股东、实际控制人控制。

圣巴巴拉投资系于 2016 年 10 月通过受让发行人原股东 WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU、YINGZI YANG 持有的发行人前身欧圣有限股权成为发行人的控股股东。该次股权转让系 WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU、YINGZI YANG 以发行人股权向圣巴巴拉投资出资所作的股权交割，上述三名自然人与圣巴巴拉投资已就上述股权转让事项签署股权转让协议，并且已就该次转让完成工商变更登记手续，圣巴巴拉投资持有的发行人股份权属清晰，不存在委托持股、信托持股等情形。截至招股说明书签署日，圣巴巴拉投资股东除 WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 外，不存在其他股东，WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 持有的圣巴巴拉投资股权真实、清晰，不存在委托持股、信托持股等情形，也不存在影响控股权的约定，WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 对圣巴巴拉投资拥有稳定的控制权。

综上，发行人控股股东圣巴巴投资持有的发行人股权清晰、稳定。

圣巴巴拉投资自 2016 年 10 月通过受让 WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 及 YINGZI YANG 的股权成为发行人控股股东，该次受让后，发行人的控股股东一直未发生变更。该次股权转让已由发行人根据外商投资的规定，办理完毕外商投资企业变更备案手续。由于此次股权转让系 WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 及 YINGZI YANG 以发行人股权对圣巴巴拉投资进行出资，未涉及价款支付，且上述三人为美国国籍，不涉及外汇登记手续。另外，根据对苏州市吴江区税务局访谈，WEIDONG LU、YINGZI YANG、ESTHER YIFENG LU 已就该次股权转让按规定进行了个人所得为零的纳税申报，并缴纳了印花税，履行了相应纳税义务。

综上，发行人控股股东圣巴巴拉投资持有发行人股权符合我国税收、外商投资、外汇管理等有关法律法规的规定。

（4）控股股东变更的合法性和合理性

①发行人控股股东由欧圣科技通过两次股权转让变更为圣巴巴拉投资的背景、原因和商业合理性

A. 控股股东由欧圣科技变成 WEIDONG LU、YINGZI YANG、ESTHER YIFENG LU

的合理性

发行人原控股股东欧圣科技的主要业务为将向发行人采购产品销售给境外客户。后发行人实际控制人放弃以欧圣科技股东开曼大湖为主体在台湾上市的计划，考虑以欧圣电气为主体在中国 A 股上市。为减少发行人与原控股股东欧圣科技的关联交易及避免同业竞争，并使股权架构更加清晰透明，2016 年 8 月 15 日欧圣科技将欧圣电气的股权转让给最终持股自然人股东 WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 及 YINGZI YANG 个人持有（以下简称“第一次股权转让”）。

B. 控股股东由 WEIDONG LU、YINGZI YANG、ESTHER YIFENG LU 变成圣巴巴拉投资的合理性

根据《公司法》第七十八条规定，设立股份有限公司，应当有二人以上二百人以下为发起人，其中须有半数以上的发起人在中国境内有住所。发行人股改时 WEIDONG LU、YINGZI YANG 及 ESTHER YIFENG LU 均为美国国籍，为满足发行人股改时对境内有住所发起人数量的要求，以及减少文件签署的复杂性及增加管理有效性，2016 年 9 月 18 日三位自然人股东以其持有的欧圣有限股权对圣巴巴拉投资进行出资（以下简称“第二次股权转让”），从而通过圣巴巴拉投资间接持有发行人股权。通过本次股权转让，公司股改时境外股东 2 人，分别为圣巴巴拉投资及 YINGZI YANG，境内股东 2 人，分别为熙坤投资及腾恒投资，设立股份有限公司时符合《公司法》第七十八条规定。

综上，发行人控股股东由欧圣科技通过两次股权转让变更为圣巴巴拉投资的原因具有合理性。

②控股股东变更履行的程序合法合规

欧圣科技及上述三位自然人已分别按照规定完成上述两次股权转让的纳税义务。

A. 第一次股权转让

欧圣科技已就股权转让缴纳企业所得税、印花税。欧圣科技将发行人股权转让给 WEIDONG LU、YINGZI YANG、ESTHER YIFENG LU 时，已就该次股权转让进行纳税申报，并根据苏州市吴江地方税务局第一税务分局重新核定的股权转让收入按规定缴纳了股权转让相关的企业所得税、印花税，同时 WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 及 YINGZI YANG 亦已就股权转让进行纳税申报，并缴纳了印花税。根据苏州市吴江区税务局第一税务分局于 2020 年 12 月 30 日出具的《涉税信息查

询结果告知书》，证明欧圣科技、WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 及 YINGZI YANG 当前系统内无欠税。

同时，根据 2016 年 9 月 2 日苏州市吴江区商务局出具《关于同意苏州欧圣电气工业有限公司股权变更的批复》（吴商资字[2016]第 224 号）；2016 年 9 月 5 日江苏省人民政府核发的《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资苏府资字[2009]82260 号）；2016 年 9 月 14 日苏州市吴江区市场监督管理局核发的《营业执照》（统一社会信用代码：91320509692573554M），第一次股权转让已履行了外商投资企业变更批复、工商变更登记、税收缴纳等手续。

B. 第二次股权转让

WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 及 YINGZI YANG 以第一次股权转让价格将欧圣有限股权转让给圣巴巴拉投资，由于上述三位自然人此次股权转让无所得，因此未缴纳个人所得税。

根据 2021 年 3 月 26 日保荐机构及发行人律师对苏州市吴江区税务局访谈，WEIDONG LU、YINGZI YANG、ESTHER YIFENG LU 已就该次股权转让按规定进行了个人所得为零的纳税申报，并缴纳了印花税。截至目前，根据已提交的申报材料、现行税收监管政策和税务相关的其他法律法规，WEIDONG LU、YINGZI YANG、ESTHER YIFENG LU 已按照法律法规规定履行了纳税义务，税务机关未进行调整。

同时，根据 2016 年 10 月 31 日苏州市吴江区市场监督管理局核发的《营业执照》（统一社会信用代码：91320509692573554M）；2016 年 12 月 7 日苏州市吴江区商务局核发的《外商投资企业变更备案回执》（吴江商务资备 201600024）；第二次股权转让已履行了外商投资企业变更备案、工商变更登记、税收缴纳等手续。

综上，上述两次股权转让所履行的程序合法合规。

③控股股东变更不会对发行人的生产经营和公司治理等产生不利影响

虽然发行人控股股东由欧圣科技通过两次股权转让变更为圣巴巴拉投资，但考虑到变更时间较短，且在转让过程中，公司的实际控制人、董事、监事及高级管理人员及管理制度并未发生变化，因此不会对发行人的生产经营和公司治理等产生不利影响。

④欧圣科技解散原因及存续期间合法合规性

欧圣科技存续期间从事的主要业务为向欧圣有限采购产品后，销售给境外客

户。2015 年发行人实际控制人拟以欧圣电气为上市主体在中国 A 股上市，为减少发行人与欧圣科技的关联交易，2015 年 12 月 5 日发行人与欧圣科技签署《业务及资产债务转让协议》，按照协议中约定的资产及负债截至 2015 年 11 月 30 日的账面净值-335.64 万美元购买欧圣科技贸易业务、资产和负债，2015 年 12 月 20 日发行人与欧圣科技签署《业务及资产债务转让协议之补充协议》，双方约定在《业务及资产债务转让协议》签署后至 2015 年 12 月 31 日，欧圣科技仍可能因为之前所签署的业务合同产生持续的零星业务，就该等业务产生的资产、负债，公司按照协议中约定的资产及负债截至2015年12月31日的账面净值4.13万美元进行收购。

发行人收购欧圣科技资产债务时欧圣科技的财务数据如下：

单位：万美元

项目	2015.12.31	2015.11.30
资产总计	2,336.09	3,189.69
负债总计	462.70	1,692.16
净资产	1,873.39	1,497.53

注：协议中约定的收购范围仅为欧圣科技部分资产及负债。

完成业务重组后，欧圣科技不再实际经营业务，并于 2017 年 8 月 5 日完成解散。根据香港许林律师行有限法律责任合伙分别于 2020 年 8 月 28 日及 2021 年 2 月 17 日出具的《法律意见书》以及欧圣科技的注册证书、注册资料、解散证明等，欧圣科技于 2017 年 8 月 5 日完成注销并已告解散，该公司已取得正式注销文件并完成注销，注销流程有效和合法。自欧圣科技设立之日至欧圣科技完成注销之日，该公司未发生过诉讼、仲裁、行政处罚或其他纠纷。

（5）后续持续监管及信息披露

①发行人设置控股股东设立在境外、实际控制人为外籍人士的持股架构的原因

WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 及 YINGZI YANG 三位自然人均为美国国籍，长期在国外工作、生活、学习，为满足发行人股改时对境内有住所发起人数量的要求，也便于日常管理工作的便捷性等，上述三位自然人于 2016 年 10 月将其持有的发行人股权作为出资转让给圣巴巴拉投资。实际控制人 WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 均为美国国籍，曾在国外长期工作、学习、生活，对常规境外股权投资结构的搭建及设立后日常管理工作的便捷性等优点有所了解，同时考虑到发行人主要客户均在海外，可以在一定程度上便于业务的开展，因此实际控制人

WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 一直保留此持股架构。

②境外控股股东及实际控制人不会对上市后持续监管造成不利影响，不会影响后续信息披露的真实性、及时性，公司已通过完善公司治理结构、内部控制制度等措施确保公司治理和内部控制的有效性

A.境外控股股东及实际控制人不会对上市后持续监管造成不利影响，不会影响后续信息披露的真实性、及时性

a.根据本次发行上市的要求，发行人已经将其海外股权架构在招股说明书中进行相应披露，相关投资者可以知悉发行人存在的海外股权架构。

b.根据公司提供的资料、发行人实际控制人 WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 确认，发行人的海外股权架构不存在信托、委托持股安排，也不存在可能影响股权稳定的其他约定。

c.发行人控股股东圣巴巴拉投资、实际控制人 WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 已就公司境外股权架构事项不可撤销地承诺：

1）将配合发行人履行上市后续监管义务以及信息披露义务；

2）将根据发行人的信息披露要求及时向发行人披露与己方有关的信息；

3）将确保向发行人披露的信息真实、准确、完整；

4）将保证不采取任何可能妨碍投资者对发行人投资价值作出准确判断的行为。

d. 公司已建立健全了完善地信息披露制度，同时目前通讯手段发达，境外控股股东及实际控制人可以及时将信息披露内容通知发行人及董事会秘书，可以保证发行人信息披露的及时性。

B.公司已通过完善公司治理结构、内部控制制度等措施确保公司治理和内部控制的有效性

公司依照《公司法》等相关法律法规规定和《公司章程》，设立了三会制度、独立董事制度、董事会专门委员会制度等，聘任了总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书等高级管理人员，并根据业务运作的需要设置了内部职能部门，公司的治理结构完善并能得到有效运作。同时公司制订了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《内部审计制度》等相关管理制度，形成了规范有效的内部控制体系。公司治理结构和行之有效的内控制度能够确保公司治理和内部控制的有效性，不会因公司的境外实体及多层股权架构控制设置而

受到重大不利影响。

2、持有发行人 5%以上股份的其他股东

无。

3、公司的子公司

序号	名称	备注
1	上海姿东	公司持有 100%股权
2	苏州伊利诺	公司持有 100%股权
3	深圳洁德	公司持有 100%股权
4	欧圣美国	公司持有 100%股权
5	欧圣国际	公司持有 100%股权
6	欧圣日本	全资子公司欧圣国际持有其 100%股权
7	吉德控股	公司持有 100%股权

公司境外子公司历史沿革、主营业务及合规情况如下:

（1）欧圣美国

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》以及欧圣美国的注册证书、章程、财务报表、股权转让协议及凭证、增资的董事会决议及出资凭证等资料，欧圣美国的历史沿革情况如下：

①历史沿革

A.设立

1999 年 10 月 2 日，欧圣美国于伊利诺伊州注册成立，法定股本由单一类别的 50,000 股普通股组成，每股无票面价值（以下简称“股份”），其中 5,000 股为已发行股份。欧圣美国设立时的唯一股东为 WEIDONG LU。

B.第一次股权转让

2015 年 11 月 30 日，欧圣有限以欧圣美国截至 2015 年 6 月 30 日账面净资产值 24.92 万美元为依据，受让 WEIDONG LU 持有的欧圣美国 100%股权，股权转让价格确定为 24.92 万美元。本次股权转让后，欧圣有限持有欧圣美国 100%股权。

C.增加投资款

2020 年 1 月 1 日、2020 年 3 月 30 日，欧圣电气分别向欧圣美国投资了 218.46

万美元、251.54 万美元，合计增加 470 万美元投资款。

本次变更完成后，截至报告期末，欧圣美国的股权结构未再发生变化。

②主营业务及合规运营情况

根据美国 Law Offices of Howard A. Davis 律师事务所于 2021 年 3 月 19 日、公司的说明、财务报表、报告期内的银行流水、营业外支出明细表等资料，欧圣美国的主营业务为小型空压机、干湿两用吸尘器等产品的进口、存储和销售。欧圣美国存续期间存在三项诉讼，具体情况如下：

2010 年，Richard Wilkie 诉欧圣美国等违反合同，各方于 2010 年 2 月 5 日通过协议解决。

2010 年，Shop-Vac Corporation 诉欧圣美国专利侵权，双方于 2010 年 9 月 16 日通过协议解决。

2013 年，Shop-Vac Corporation 诉欧圣美国专利侵权，双方于 2014 年 6 月 19 日通过协议解决。

根据欧圣美国及实际控制人 WEIDONG LU 确认，上诉案件已由所涉各方通过和解协议解决，所涉各方之间不存在任何纠纷或潜在纠纷。

除上述诉讼案件外，至 2020 年 12 月 31 日，欧圣美国不存在违反税收或外汇管制或其他方面相关的法律法规，也不存在任何针对欧圣美国的其他未决、已结案或可能发生的政府调查或处罚或诉讼或争议。

（2）欧圣国际

①历史沿革

根据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》、欧圣国际的注册证书、注册登记资料、财务报表、出资凭证，欧圣国际于 2015 年 8 月 3 日在中国香港设立，已发行股份数为 80 万股，已实收股本共 80 万港元。欧圣国际设立时的唯一股东是欧圣电气。

欧圣国际自设立之日起至报告期末，股权结构未发生过变更。

②主营业务及合规运营情况

根据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》、公司的说明、财务报表、报告期内的银行流水、营业外支出明细表等资料，欧圣国际的主营业务为小型空压机、干湿两用吸尘器等产品的销售。自欧圣国际设立之日起至 2020 年 12 月 31 日，欧圣国际严格遵守各项法律法规的要求，

依法有效、持续、独立经营，未曾发生违法行为，未发生过诉讼、仲裁、行政处罚或其他纠纷。

（3）欧圣日本

①历史沿革

根据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》、欧圣日本的注册证书、财务报表、出资凭证等，欧圣日本于 2018 年 1 月 26 日在日本设立，可发行股票量为 2,000 股，已发行股票量为 200 股，资本金 1,000 万日元。欧圣日本设立时的唯一股东是欧圣国际。

欧圣日本自设立之日起至报告期末，股权结构未发生过变更。

②主营业务及合规运营情况

根据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》、发行人的说明、财务报表、报告期内的银行流水、营业外支出明细表等资料，欧圣日本的主营业务为小型空压机、干湿两用吸尘器、护理机器人等产品的销售及服务。自欧圣日本设立之日起至 2020 年 12 月 31 日，欧圣日本严格遵守日本各项法律法规要求，未曾发生过违法行为，不存在诉讼、仲裁、行政处罚或其他纠纷。

（4）吉德投资

①历史沿革

根据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》、吉德投资的注册证书、注册登记资料、财务报表等，吉德投资于 2019 年 6 月 24 日在中国香港设立，建议发行股份总数为 2,000 万股，建议发行股份的将要缴付或视为已缴付的总款额共 2,000 万美元。吉德投资设立时的唯一股东是欧圣电气。截至 2020 年 12 月 31 日，欧圣电气尚未实缴出资。

吉德投资自设立之日起至报告期末，股权结构未发生过变更。

②主营业务及合规运营情况

根据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》、公司的说明、财务报表、营业外支出明细表等资料，吉德投资暂无实际经营业务。自吉德投资设立之日起至 2020 年 12 月 31 日，吉德投资严格遵守各项法律法规的要求，依法有效、持续、独立经营，未曾发生违法行为，未发生过诉讼、仲裁、行政处罚或其他纠纷。

（5）香港洁德

①历史沿革

根据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》、以及香港洁德的注册证书、注册登记资料、财务报表等，香港洁德于 2020 年 4 月 24 日在中国香港设立，建议发行股份总数为 1 万股，建议发行股份的将要缴付或视为已缴付的总款额共 1 万港元。香港洁德设立时的唯一股东是深圳洁德，香港洁德存续期间，股东未实缴出资。香港洁德已于 2021 年 2 月 19 日宣告解散。

香港洁德自设立之日起至解散之日，股权结构未发生过变更。

②主营业务及合规运营情况

根据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》、公司的说明、财务报表、营业外支出明细表等资料，香港洁德未实际经营。自香港洁德设立之日起至 2020 年 12 月 31 日，香港洁德严格遵守各项法律法规的要求，依法有效、持续、独立经营，未曾发生违法行为，未发生过诉讼、仲裁、行政处罚或其他纠纷。

4、控股股东、实际控制人控制和曾经控制的其他企业

序号	名称	关联关系	备注
1	欧圣企业	实际控制人 WEIDONG LU 持有其 100%股权并担任董事	-
2	欧圣商贸	欧圣企业持有其 100%股权，实际控制人 WEIDONG LU 担任执行董事	-
3	圣查尔斯置业	欧圣商贸持有其 85%股权，实际控制人 WEIDONG LU 担任执行董事	-
4	创新伙伴	实际控制人 WEIDONG LU 持有其 100%股权并担任董事；实际控制人 ESTHER YIFENG LU 担任经理	-
5	北京养怡福	实际控制人 WEIDONG LU 持有其 63.34%股权	-
6	力华机电	实际控制人 WEIDONG LU 通过美国傲仁（61092048）持有其 60%股权并担任董事长	已于 2007 年 12 月 25 日吊销，正在办理注销手续
7	欧圣科技	开曼大湖持有其 100%股权	已于 2017 年 8 月 5 日解散
8	大湖医疗科技	开曼大湖持有其 75%股权	已于 2017 年 9 月 1 日解散
9	上海陆杨机电	实际控制人 WEIDONG LU 持有其 100%股权并担任执行董事	已于 2017 年 12 月 20 日注销

序号	名称	关联关系	备注
10	开曼大湖	实际控制人 WEIDONG LU 持有其 46%股权；实际控制人 ESTHER YIFENG LU 持有其 22%股权	已于 2017 年 12 月 29 日注销
11	逸枫科技	实际控制人 WEIDONG LU 持有其 70%股权并担任监事	已于 2018 年 1 月 17 日注销
12	欧圣机电	实际控制人 WEIDONG LU 通过美国傲仁（61092048）持有其 100%股权并担任副董事长	已于 2018 年 3 月 21 日注销
13	美国傲仁（编号 72503007）	实际控制人 WEIDONG LU 持有其 100%股权	已于 2020 年 1 月 24 日解散
14	塞舌尔大湖	实际控制人 WEIDONG LU 持有其 100%股权	已于 2020 年 5 月 21 日解散
15	美国傲仁（编号 61092048）	实际控制人 WEIDONG LU 持有其 100%股权	已于 2020 年 6 月 9 日解散

公司境外关联方的历史沿革、主营业务及合规情况如下:

（1）欧圣企业

①历史沿革

根据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》以及欧圣企业的注册证书、注册登记资料等，欧圣企业的历史沿革情况如下：

A.设立

2013 年 11 月 20 日，欧圣企业在中国香港设立，已发行股本为 1 股，已缴付或视为已缴付的总款额共 1 美元。欧圣企业设立时的唯一股东是开曼大湖。

B.第一次股权转让

2015 年 9 月 7 日，开曼大湖将欧圣企业每股面值 1 美元的 1 股转让给塞舌尔大湖。

C.第二次股权转让

2019 年 9 月 2 日，塞舌尔大湖将欧圣企业每股面值 1 美元的 1 股转让给 WEIDONG LU。

本次变更完成后，截至报告期末，欧圣企业的股权结构未再发生变化。

②主营业务及合规运营情况

欧圣企业的主营业务为投资控股。自欧圣企业设立之日起至 2020 年 12 月 31 日，欧圣企业严格遵守各项法律法规的要求，依法有效、持续、独立经营，未曾发生违法行为，未发生过诉讼、仲裁、行政处罚或其他纠纷。

（2）美国傲仁（编号：61092048）

①历史沿革

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》以及美国傲仁的注册证书、注册资料、解散证明等，美国傲仁（编号：61092048）于 2000 年 5 月 25 日根据伊利诺伊州法律在伊利诺伊州成立。法定股本由单一类别的 5,000 股普通股，其中 5,000 股为已发行股份。美国傲仁（编号：61092048）设立时的唯一股东为 WEIDONG LU。美国傲仁（编号：61092048）已于 2020 年 6 月 9 日解散。

美国傲仁（编号：61092048）自设立之日起至解散之日，股权结构未发生过变更。

②主营业务及合规运营情况

美国傲仁（编号：61092048）的主要业务为投资，存续期间内未发生实际经营行为。存续期间内美国傲仁（编号：61092048）不存在违反税收或外汇管制或其他方面相关的法律法规，也不存在任何针对美国傲仁（编号：61092048）的已结案、未决或可能发生的政府调查或处罚或诉讼或争议。

（3）美国傲仁（编号：72503007）

①历史沿革

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》以及美国傲仁的注册证书、注册资料、解散证明等，美国傲仁（编号：72503007）于 2019 年 10 月 21 日在伊利诺伊州成立。法定股本为 50,000 股普通股，已发行 5,000 股。美国傲仁（编号：72503007）设立时的唯一股东为 WEIDONG LU。美国傲仁（编号：72503007）已于 2020 年 1 月 24 日解散。

美国傲仁（编号：72503007）自设立之日起至解散之日，股权结构未发生过变更。

②主营业务及合规运营情况

美国傲仁（编号：72503007）的主要业务为投资，存续期间内未发生实际经营行为。存续期间内美国傲仁（编号：72503007）不存在违反税收或外汇管制或其他方面相关的法律法规，也不存在任何针对美国傲仁（编号：72503007）的未决、已结案或可能发生的政府调查或处罚或诉讼或争议。

（4）开曼大湖

①历史沿革

根据衡力斯律师事务所于2021年1月26日出具的法律意见书以及开曼大湖的注册证书、注册资料、解散证明等，开曼大湖的历史沿革情况如下：

A.设立

2013年10月7日，开曼大湖在开曼群岛成立，设立时已发行股本为1股，每股0.001美元，全部由Stockton Nominees Limited认购。

B.第一次股权转让

2013年10月7日，Stockton Nominees Limited 将持有的开曼大湖1股转让给D&E Industry LLC。

C.第二次股权转让

2014年5月19日，D&E Industry LLC将持有开曼大湖1股转让给杨关泉。

D.第一次新增发行股份

2014年5月20日，开曼大湖向杨关泉发行股本100万股，每股0.001美元，用于支付购买杨关泉持有的欧圣科技100%股权。

E.第三次股权转让

2014年5月21日，杨关泉将持有开曼大湖16万股、16万股、17万股分别转让给WEIDONG LU、YINGZI YANG、ESTHER YIFENG LU（转让给ESTHER YIFENG LU的股权由其监护人WEIDONG LU为其代持）。

F.第四次股权转让

2014年9月15日，杨关泉将持有开曼大湖30.0001万股、16万股、5万股分别转让给WEIDONG LU、YINGZI YANG、ESTHER YIFENG LU（转让给ESTHER YIFENG LU的股权由其监护人WEIDONG LU为其代持）。

本次变更后，开曼大湖股权结构未发生变更，直至开曼大湖于2017年12月29日解散。

②主营业务及合规运营情况

开曼大湖的主要业务为投资，存续期间开曼大湖除2015年及2016年因未能缴纳年费而导致开曼大湖被剔除注册外（开曼大湖于2017年3月31日在公司名册上恢复注册登记。开曼大湖恢复注册后，应视为继续存在，如同其名称未被剔除一样），未涉及或发生任何争议，无论是诉讼、行政诉讼、行政处罚、或仲裁。

（5）欧圣科技

①历史沿革

根据香港许林律师行有限法律责任合伙分别于 2020 年 8 月 28 日、2021 年 2 月 17 日出具的《法律意见书》以及欧圣科技的注册证书、注册资料、解散证明等，欧圣科技的历史沿革情况如下：

A.设立

2009 年 7 月 15 日，欧圣科技在中国香港设立，设立时已发行股本为 1 股，每股 1 港元，全部由 WEIDONG LU 认购。

B.第一次新增发行股本

2010 年 10 月 22 日，欧圣科技新增发行股本 99 股，每股 1 港元，全部由 YINGZI YANG 认购。

C.第二次新增发行股本

2010 年 11 月 30 日，欧圣科技新增发行股本 9,900 股，每股 1 港元，全部由杨关泉认购。

D.第一次股权转让

2010 年 12 月 30 日，WEIDONG LU 和 YINGZI YANG 分别将其持有欧圣科技的 1 股和 99 股转让给杨关泉。

E.第三次新增发行股本

2013 年 3 月 25 日，欧圣科技新增发行股本 7 万股，每股 1 港元，全部由 WEIDONG LU 认购。

F.第四次新增发行股本

2013 年 9 月 19 日，欧圣科技新增发行股本 92 万股，每股 1 港元，全部由杨关泉认购。

G.第二次股权转让

2013 年 11 月 5 日，WEIDONG LU 将其持有欧圣科技 7 万股转让给杨关泉。

H.第三次股权转让

2014 年 4 月 11 日，杨关泉将其持有欧圣科技 100 万股转让给开曼大湖。

本次变更后，欧圣科技的股权结构未发生变更，直至欧圣科技于 2017 年 8 月 5 日解散。

②主营业务及合规运营情况

欧圣科技解散前的主要业务为向发行人采购产品后，销售给境外客户。自欧圣科技设立之日起至其解散之日，欧圣科技严格遵守各项法律法规的要求，依法有效、持续、独立经营，未曾发生违法行为，未发生过诉讼、仲裁、行政处罚或其他纠纷。

（6）大湖医疗科技

①历史沿革

根据大湖医疗科技的注册证书、注册资料、解散证明等，大湖医疗科技于2014年1月3日成立，大湖医疗科技成立时的登记股东为宝达代理人有限公司。根据公司提供的资料并经WEIDONG LU说明，大湖医疗科技的实际股东为开曼大湖与苏光汉，其中开曼大湖持股75%，苏光汉持股25%。大湖医疗科技拟设立时，开曼大湖与Gold-in Co., Ltd签订客户确认书，由Gold-in Co., Ltd之秘书公司宝达代理人有限公司办理大湖医疗科技设立事项，为设立方便，由宝达代理人有限公司作为发起人申请大湖医疗科技执照，拟设立完毕后再将相应股权转让给股东。大湖医疗科技设立后，实际股东一直未启用该大湖医疗科技，所以未进行股权转让。最终大湖医疗科技因一直不营运被从公司登记册剔除，并于2017年9月1日解散。

大湖医疗科技自设立之日起至解散之日，股权结构未发生过变更。

经访谈WEIDONG LU、苏光汉，开曼大湖与苏光汉当时拟共同设立大湖医疗科技，作为苏州伊利诺护理机器人有限公司的持股公司，并计划未来通过大湖医疗科技开展境外护理机销售业务。后由于苏光汉本人的投资计划调整，以及护理机的销售计划调整，最终大湖医疗科技未启用。

②主营业务及合规运营情况

根据香港律师提供的大湖医疗科技民事及刑事诉讼查册资料、WEIDONG LU出具的说明及确认，大湖医疗科技未实际经营，自大湖医疗科技设立之日起至其解散之日，大湖医疗科技未曾发生违法行为，无民事及刑事诉讼，也未发生过仲裁、行政处罚或其他纠纷。

（7）塞舌尔大湖

①历史沿革

根据毅柏律师事务所于2021年1月15日以及塞舌尔大湖的注册资料、注销证明等，塞舌尔大湖于2015年4月15日在塞舌尔成立。塞舌尔大湖的历史沿革

如下：

A.设立

2015 年 4 月 15 日，塞舌尔大湖在塞舌尔设立，设立时已发行股本为 100 万股，每股 1 美元，全部由 SU GUANG HANN 认购。

经访谈 WEIDONG LU 及苏光汉（SU GUANG HANN），塞舌尔大湖系 WEIDONG LU 为持有欧圣企业股权而设立的持股公司，为设立之方便 WEIDOGN LU 委托苏光汉以股东身份办理塞舌尔大湖设立事项，设立成功后，再将塞舌尔大湖股权转让给 WEIDONG LU。

B.第一次股权转让

2015 年 8 月 25 日 SU GUANG HANN 将其持有的塞舌尔大湖 100%股权转让给 WEIDONG LU。

本次变更后，塞舌尔大湖股权结构未发生变更，直至塞舌尔大湖于 2020 年 5 月 21 日解散。

②主营业务及合规运营情况

塞舌尔大湖在塞舌尔无实际经营，自塞舌尔大湖设立之日起至其解散之日，塞舌尔大湖不存在未能遵守任何塞舌尔国家税收法律、外汇管理和海关法规的情形，并且在其存续期间，没有行政处罚、诉讼、仲裁争议情形。

（8）创新伙伴

①历史沿革

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》以及创新伙伴的注册证书、注册资料等，创新伙伴于 2018 年 9 月 24 日在伊利诺伊州成立。创新伙伴设立时的唯一股东为 WEIDONG LU。

创新伙伴自设立之日起至报告期末，股权结构未发生过变更。

②主营业务及合规运营情况

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》，创新伙伴目前无实际经营。存续期间内创新伙伴不存在违反税收或外汇管制或其他方面相关的法律法规，也不存在任何针对创新伙伴的未决、已结案或可能发生的政府调查或处罚或诉讼或争议。

（9）历史上关联方的处罚情况

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》、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》、衡力斯律师事务所于 2021 年 1 月 26 日出具的《法律意见书》、毅柏律师事务所于 2021 年 1 月 15 日出具的《法律意见书》及实际控制人 WEIDONG LU 的确认，发行人实际控制人曾经控制或担任董监高的已注销或解散的境外主体美国傲仁（编号：61092048）、美国傲仁（编号：72503007）、开曼大湖、欧圣科技、大湖医疗科技、塞舌尔大湖在存续期间内未有违法违规行为，其解散的过程符合当地法律法规的规定。

经查阅发行人实际控制人曾经控制或担任董监高的已注销或解散的境内主体上海逸枫科技发展有限公司、宁波欧圣机电工业有限公司、上海陆杨机电设备有限公司、奥尔登机械五金（上海）有限公司、上海贝利国际贸易有限公司及苏州陆杨机电设备有限公司的工商资料、注销证明，并经保荐机构和发行人律师核查，该等公司已按照法律法规规定完成注销。

根据发行人提供的资料并经保荐机构和发行人律师检索上述境内主体的当地政府主管部门官网、国家企业信用信息公示系统、天眼查、企查查、信用中国等，保荐机构和发行人律师发现上述境内主体在存续过程中曾受到过如下行政处罚：

序号	公司名称	处罚主体	处罚事项
1	上海陆杨机电设备有限公司	上海市工商行政管理局	未按规定申报年检，被吊销营业执照
2	上海逸枫科技发展有限公司	上海市工商行政管理局奉贤分局	未按规定申报年检，被吊销营业执照
3	奥尔登机械五金（上海）有限公司	上海市工商行政管理局	未按规定申报年检，被吊销营业执照

经核查，除上述处罚外，上述境内主体在存续期间内不存在因其他违法违规行为被行政处罚的情形。

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》、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》、衡力斯律师事务所于 2021 年 1 月 26 日出具的《法律意见书》、毅柏律师事务所于 2021 年 1 月 15 日出具的《法律意见书》、发行人实际控制人 WEIDONG LU 的确认，发行人实际控制人曾经控制或担任董监高的已注销或解散

的主体注销或解散时的相关业务、资产、人员等的安排情况如下：

序号	名称	相关业务、资产、人员等的安排
1	奥尔登机械五金（上海）有限公司	注销时无业务、资产、人员等
2	苏州陆杨机电设备有限公司	注销时，除一辆轿车分配给 YINGZI YANG 外，无其它业务、资产、人员等
3	上海贝利国际贸易有限公司	注销时已无业务、资产、人员等
4	欧圣科技	注销前，其业务、资产及债务已转让给欧圣电气，注销时已无业务、资产、人员等
5	大湖医疗科技	注销时已无业务、资产、人员等
6	上海陆杨机电	注销时无业务、资产、人员等
7	开曼大湖	作为欧圣科技的控股公司，随着欧圣科技的注销，注销时已无业务、资产、人员等
8	逸枫科技	注销时无业务、资产、人员等
9	欧圣机电	注销时无业务、资产、人员等
10	美国傲仁（编号 72503007）	注销时无业务、资产、人员等
11	塞舌尔大湖	作为欧圣企业的控股公司，其持有的欧圣企业的股权转让给其股东 WEIDONG LU，无其他业务、资产、人员等
12	美国傲仁（编号 61092048）	注销时无业务、资产、人员等

5、公司董事、监事、高级管理人员以及关系密切的家庭成员

公司现任董事 7 名：WEIDONG LU、高鹤林、柏伟、应斌、郭宏、蒋关义、李远扬；监事 3 名：翁晓龙、陈彩慧、何顺莲；高级管理人员 3 名：WEIDONG LU、桑树华、柏伟。上述人员情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员”。

上述人员关系密切的家庭成员也属于公司关联方，包括：配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。

6、公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员直接或者间接控制或担任董事、高级管理人员的其他企业

公司董事、监事、高级管理人员直接或者间接控制或担任董事、高级管理人员的其他企业基本情况，请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员对外兼职及与发行人关联情况”与“十六、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的其他对外投资情况”。

公司董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员直接或者间接控制或担

任董事、高级管理人员的企业属于公司的关联方，主要情况如下：

序号	企业名称	关联关系
1	苏州景德投资管理有限公司	公司独立董事李远扬之配偶朱葆群持有其 33.33%股权，并担任执行董事、总经理
2	昆山爱福机械仪表股份有限公司	公司董事长 WEIDONG LU 之二哥范卫列持有其 91.43%股权，并担任董事长
3	上海艾尔佛进出口有限公司	公司董事长 WEIDONG LU 之二哥范卫列之配偶何秀琴持有其 100%股权，并担任执行董事

7、报告期内与公司曾经存在关联关系的其他关联方

报告期内，与公司曾经存在关联关系的其他关联方情况如下：

序号	关联方	关联关系	备注
1	江苏苏豪一带一路资本管理有限公司	公司独立董事李远扬曾担任董事	-
2	奥尔登机械五金（上海）有限公司	实际控制人 WEIDONG LU 担任总经理、董事长	已于 2020 年 5 月 12 日注销
3	苏州陆杨机电设备有限公司	实际控制人 WEIDONG LU 担任监事；WEIDONG LU 前任配偶 YINGZI YANG 持有其 100%股权并担任执行董事、总经理	已于 2020 年 7 月 27 日注销
4	YINGZI YANG	公司前任董事；曾持有圣巴巴拉投资 28.42%股权；实际控制人 WEIDONG LU 前任配偶；欧圣商贸前任总经理	1、曾担任公司董事，于 2018 年 11 月离任 2、曾担任公司子公司欧圣国际董事，于 2019 年 8 月离任 3、YINGZI YANG 与 WEIDONG LU 于 2019 年 5 月签署离婚协议，并于 2020 年 1 月在美国完成离婚手续 4、YINGZI YANG 于 2019 年 5 月将其直接持有的欧圣电气 648.79 万股股份转让给 WEIDONG LU，于 2019 年 12 月将其持有的圣巴巴拉投资 28.42%股权转让给 WEIDONG LU，前述转让均为双方通过离婚财产分割方式进行 5、曾担任欧圣商贸总经理职务，于 2020 年 9 月离任
5	王凡	公司前任独立董事	于 2020 年 4 月第一届董事会任期届满离任

8、实际控制人曾经控制或担任董监高的主体注销或解散的原因

2017 年至今，实际控制人曾经控制或担任董监高的主体注销或解散的原因如下所示：

序号	名称	关联关系	备注	注销或解散的原因
1	奥尔登机械五金(上海）有限公司	实际控制人 WEIDONG LU 担任总经理、董事长	已于 2020 年 5 月 12 日注销	停止经营多年
2	苏州陆杨机电设备有限公司	实际控制人 WEIDONG LU 担任监事；WEIDONG LU 前任配偶 YINGZI YANG 持有其 100%股权并担任执行董事、总经理	已于 2020 年 7 月 27 日注销	停止经营多年
3	上海贝利国际贸易有限公司	实际控制人担任董事、高级管理人员的企业	已于 2020 年 9 月 24 日注销	停止经营多年
4	力华机电	实际控制人 WEIDONG LU 通过美国傲仁（61092048）持有其 60%股权并担任董事长	已于 2007 年 12 月 25 日吊销，正在办理注销手续	停止经营多年
5	欧圣科技	开曼大湖持有其 100%股权	已于 2017 年 8 月 5 日解散	为明晰股权、减少决策链、提高公司治理效率，公司最终股东决定将欧圣电气的股权划转至最终股东个人，并注销相关控股公司。
6	大湖医疗科技	开曼大湖持有其 75%股权	已于 2017 年 9 月 1 日解散	注册后未实际经营
7	上海陆杨机电	实际控制人 WEIDONG LU 持有其 100%股权并担任执行董事	已于 2017 年 12 月 20 日注销	停止经营多年
8	开曼大湖	实际控制人 WEIDONG LU 持有其 46%股权；实际控制人 ESTHER YIFENG LU 持有其 22%股权	已于 2017 年 12 月 29 日注销	为明晰股权、减少决策链、提高治理效率，公司最终股东决定将欧圣电气的股权划转至最终股东个人，并注销相关控股公司。
9	逸枫科技	实际控制人 WEIDONG LU 持有其 70%股权并担任监事	已于 2018 年 1 月 17 日注销	停止经营多年
10	欧圣机电	实际控制人 WEIDONG LU 通过美国傲仁(61092048)持有其 100%股权并担任副董事长	已于 2018 年 3 月 21 日注销	停止经营多年
11	美国傲仁（编号 72503007）	实际控制人 WEIDONG LU 持有其 100%股权	已于 2020 年 1 月 24 日解散	注册后未实际经营
12	塞舌尔大湖	实际控制人 WEIDONG LU 持有其	已于 2020 年 5 月	作为欧圣企业的

序号	名称	关联关系	备注	注销或解散的原因
		100%股权	21 日解散	控股公司，无其他业务经营
13	美国傲仁（编号61092048）	实际控制人 WEIDONG LU 持有其100%股权	已于 2020 年 6 月 9 日解散	注册后未实际经营

（二）关联交易

1、报告期内关联交易汇总表

报告期内，公司关联交易汇总情况如下：

项目	内容	关联方	金额		
			2020 年度	2019 年度	2018 年度
偶发性关联交易	关联方为欧圣美国提供担保	WEIDONG LU	500 万美元	-	-
	关联方为欧圣美国提供担保	圣巴巴拉投资	500 万美元	-	-
	关联方为公司提供担保	WEIDONG LU	-	-	137.17 万元
	收购关联方资产	WEIDONG LU	-	117 万美元	-
	资金拆借	创新伙伴	-	-	1 万美元
	资金拆借	WEIDONG LU	68.00 万元	-	-
	代缴款项	WEIDONG LU	-	-	28.42 万美元

2、经常性关联交易

（1）销售商品或提供劳务

报告期内，公司不存在与关联方发生的销售商品或提供劳务情况。

（2）采购商品或接受劳务

报告期内，公司不存在与关联方发生的采购商品或接受劳务情况。

3、偶发性关联交易

（1）关联担保

报告期内，关联方为公司提供担保的情况如下：

担保方	被担保方	担保事项	担保金额	担保起始日	担保到期日	履行情况

担保方	被担保方	担保事项	担保金额	担保起始日	担保到期日	履行情况
WEIDONG LU	欧圣电气	担保融资租赁购入汽车	137.17 万元	2018.04.05	2021.03.05	已履行完毕
	欧圣美国	美国子公司贷款担保	500.00 万美元	2020.10.22	主债务履行完毕之日	已履行完毕
圣巴巴拉投资	欧圣美国	美国子公司贷款担保	500.00 万美元	2020.10.22	主债务履行完毕之日	已履行完毕

注：欧圣美国于 2020 年 8 月 11 日签署了银行借款合同及担保合同，于 2020 年 10 月 22 日收到第一笔借款，并于 2021 年 3 月偿还上述借款。

报告期内，公司不存在为关联方提供担保的情况。

（2）收购关联方资产

①2019 年购买房产

2019 年 11 月 2 日，公司第一届董事会第十八次会议、第一届监事会第十五次会议审议通过，公司全资子公司欧圣美国向实际控制人 WEIDONG LU 及其前任配偶 YINGZI YANG 购买其拥有的位于美国伊利诺伊州的房产，交易方式为欧圣美国受让 WEIDONG LU 和 YINGZI YANG 共同设立的美国不动产信托（信托编号为 8002360749，受托人为 Chicago Title Land Trust Company）的全部权益。前述信托拥有位于美国伊利诺伊州的一处房屋所有权，该房产具体地址为 195 Harbor Drive, Unit 5502, Chicago, Illinois 60601，房屋面积约为 2,400 平方英尺（约 222.97 平方米），交易价格为 117 万美元。本次交易的价格依据市场化定价原则确定，相关价款已于 2019 年 12 月 12 日全部支付完毕，并于 2019 年 12 月 6 日办理完毕相关权益转让手续。

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》及实际控制人 WEIDONG LU 的说明，美国当地的不动产所有人有权通过信托方式持有其不动产，由于信托财产具有信息保密功能，该财产持有形式为美国普遍做法。基于上述原因，WEIDONG LU 和 YINGZI YANG 在购买该项房产之初共同设立了美国不动产信托。2019 年 11 月 2 日，公司因经营和业务开拓需要，以相同或相似房产市场交易价格为依据，向实际控制人 WEIDONG LU 及其前任配偶 YINGZI YANG 购买其拥有的位于美国伊利诺伊州的房产，由于此时该处房产已经被设立不动产信托，因此欧圣美国以受让 WEIDONG LU 和 YINGZI YANG 共同设立的美国不动产信托的全部权益的交易方式取得上述房产的全部权

益。该交易方式不存在税收等方面的利益安排。

根据发行人提供的信托文件、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》，在信托存续期间，信托财产登记在信托公司名下，欧圣美国享有信托受益权。信托财产的处分权由欧圣美国享有，欧圣美国有权随时以书面形式撤销、变更或修改信托条款，并以书面形式指示受托人将信托房产的所有权转让给另一方。欧圣美国行使任何与财产有关的权利，如转让权和收益权，不受信托协议程序要求以外的任何限制或约束。如果欧圣美国取消信托，信托公司将把该信托房产的所有权将转让给欧圣美国指定的任何人。未经欧圣美国许可，信托公司无权转让、抵押、留置或处置信托房产。

综上，除信托房产所有权登记在信托公司名下，欧圣美国对信托房产享有完整的使用权、收益权、转让权等处分权利，不存在损害发行人及子公司利益的情形。

②欧圣美国两次购买关联方资产的原因、具体用途、定价依据和价格公允性

欧圣美国两次购买关联方资产的原因、具体用途、定价依据如下：

事项	交易必要性、合理性	定价依据	用途
2017 年购买房产	为消除办公楼及仓库租赁产生的关联交易，增强公司资产完整性和业务独立性	以 Ovington Appraisal Service 出具的《房产价值评估报告》为依据	用于欧圣美国办公及仓储
2019 年购买房产	公司经营和业务开拓需要	以相同或相似房产市场交易价格为依据	用于销售代表回公司开会住宿、招待客户等

注：Ovington Appraisal Service 具备伊利诺伊州房地产金融与专业监管层颁发的注册房地产估价师资质，执照号为 553.001203。

通过核查实际控制人银行流水及实际控制人出具的说明，公司实际控制人 WEIDONG LU 先生取得的上述房产出售款后续资金流向主要用于支付离婚协议款。

以 2017 年欧圣美国购买工业用房所在的 Batavia 地区当年公开市场工业用房价格为依据，欧圣美国 2017 年购买房产与可比房产售价对比情况如下：

房产	地址	面积（平方英尺）	售价（万美元）	单价（美元/平方英尺）	备注
可比房产 1	901 N Raddant Rd. Batavia	24,450	135.00	55.21	工业用房
可比房产 2	455 37th Ave St Charles	10,922	67.00	61.34	工业用房
可比房产 3	3855 Commerce Dr. St. Charles	10,655	80.00	75.08	工业用房
平均		-	-	63.88	-

2017 年购买房产	1031 North Raddant Road, Batavia	20,625	132.00	64.00	工业用房

欧圣美国 2017 年购买的工业用房成交单价与周边可比工业用房市场平均单价不存在重大差异。

以 2019 年欧圣美国购买房产所在公寓当年公开市场房产价格为依据，欧圣美国 2019 年购买房产与可比房产售价对比情况如下：

房产	地址	面积（平方英尺）	售价（万美元）	单价（美元/平方英尺）	备注
可比房产 1	195 Harbor Drive Unit 4709, Chicago	1,151	47.50	412.68	1 个车位
可比房产 2	195 Harbor Dr #5003, Chicago	1,600	76.90	480.63	1 个车位
平均		-	-	446.65	-
2019 年购买房产	195 Harbor Drive, Unit 5502, Chicago	2,400	117.00	487.50	2 个车位

欧圣美国 2019 年购买的房产平均单价略微高于可比房产平均单价，主要系该房产配备了 2 个车位。

综上，公司向关联方购买房产的价格公允、合理，不存在损害发行人及其他股东利益的情形。

（3）关联方资金拆借

报告期内，公司关联方资金拆借情况如下：

关联方名称	拆借日期	归还日期	拆借金额
创新伙伴	2018 年 11 月	2019 年 3 月	1.00 万美元
WEIDONG LU	2020 年 9 月	2020 年 9 月	68.00 万元

2018 年 11 月，实际控制人 WEIDONG LU 控制的创新伙伴向公司子公司欧圣美国拆借 1.00 万美元，2019 年 3 月上述款项已结清。2020 年，公司替实际控制人 WEIDONG LU 支付 68.00 万元学费，WEIDONG LU 在较短的时间内归还公司代缴的款项。

（4）公司代缴款项

关联方名称	公司代缴日期	归还日期	拆借金额
WEIDONG LU	2018 年 10 月	2018 年 12 月	25.62 万美元
	2018 年 11 月	2018 年 12 月	2.80 万美元

2018 年，公司控股子公司欧圣美国替 WEIDONG LU 缴纳个人所得税和相关服务费，WEIDONG LU 在较短的时间内归还公司代缴的款项,公司未就该等款项向

WEIDONG LU 收取利息。按照中国人民银行同期贷款基准利率（1 年期）进行测算，公司应收 WEIDONG LU 利息人民币 1.41 万元，占当期净利润的比例为 0.03%，利息金额较小，对公司的经营业绩不构成重大影响。

4、关联方应收应付款项

报告期内，公司关联方形成的应收款项余额如下：

单位：万元

项目	关联方	性质	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
其他应收款	WEIDONG LU	备用金	-	7.88	24.23
	创新伙伴	资金拆借	-	-	6.86（注1）
	翁晓龙	备用金	-	-	-
	何顺莲	备用金	-	6.34	-
	应斌	备用金	-	1.14	1.02

注：公司与创新伙伴之间的关联方资金拆借形成其他应收款余额 6.86 万元（1.00 万美元）。

（三）公司报告期关联交易履行的审议程序及独立董事意见

报告期内，公司发生的关联交易均已履行了《公司章程》等规章制度的相关规定。

公司第二届董事会第五次会议审议通过了《关于确认公司报告期内关联交易事项的议案》。公司第二届监事会第五次会议审议通过了《关于确认公司报告期内关联交易事项的议案》，公司监事会对上述议案发表了意见，认为公司报告期内发生的关联交易是公允的、合理的，不存在损害公司及其他股东利益的情况。

公司独立董事郭宏、蒋关义、李远扬对公司报告期内与关联方的关联交易事项发表如下意见：

公司报告期内发生的关联交易遵循了平等、自愿、等价、有偿的原则，有关协议或合同所确定的条款是公允的、合理的，关联交易的价格依据市场定价原则或者按照使公司或其他股东受益的原则确定，不存在损害公司及其他股东利益的情况。公司报告期内发生的关联交易，均已按照公司当时的有效章程及决策程序履行了相关审批程序。

公司 2020 年第四次临时股东大会通过了《关于确认公司报告期内关联交易事项的议案》，股东大会对公司 2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-3 月的关联交易情况进行了确认，关联股东已按规定回避表决。

公司 2021 年第一次临时股东大会通过了《关于确认公司报告期内关联交易

事项的议案》，股东大会对公司 2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-9 月的关联交易情况进行了确认，关联股东已按规定回避表决。

发行人第二届董事会第九次会议通过了《关于确认公司 2020 年度关联交易公允性的议案》，董事会对公司 2020 年度的关联交易情况进行了确认，关联董事已按规定回避表决。

公司监事会对上述议案发表了意见，认为公司 2020 年度发生的关联交易是公允的、合理的，不存在损害公司及其他股东利益的情况。

（四）公司减少和规范关联交易的措施

未来公司将尽量避免或减少与关联人之间的关联交易。对于无法避免的关联交易，公司将遵循公平、公正、公开以及等价有偿的基本商业原则；切实履行信息披露的有关规定；不损害全体股东特别是中小股东的合法权益。

公司依照《公司法》等法律、法规建立了规范、健全的法人治理结构，公司制定的《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理制度》、《独立董事制度》等规章制度，对关联交易决策权力和程序、关联董事、关联股东的回避表决制度作出了详细的规定，有利于公司规范和减少关联交易，保证关联交易的公开、公平、公正，确保公司利益不受损害。

1、控股股东承诺

公司控股股东圣巴巴拉投资向公司出具了《关于减少和规范关联交易的承诺函》，具体承诺如下：

（1）本公司以及本公司直接、间接控制的其他经济实体与欧圣电气及其子公司之间现时不存在其他任何依照法律法规和中国证监会的有关规定应披露而未披露的关联交易。

（2）在本公司作为欧圣电气控股股东期间，本公司及本公司直接、间接控制的其他经济实体将尽量避免、减少与欧圣电气及其子公司发生关联交易。

（3）对于无法避免或者有合理原因而发生的关联交易，本公司及本公司直接、间接控制的其他经济实体将根据有关法律、法规和规范性文件、苏州欧圣电气股份有限公司章程以及有关关联交易管理制度的规定，遵循平等、自愿、等价和有偿的一般商业原则，与欧圣电气和/或子公司签订关联交易协议，并确保关联交易的价格公允，关联交易价格原则上不偏离市场独立第三方的价格或收费的

标准，以维护欧圣电气及其他股东的利益。

（4）本公司保证不利用在欧圣电气的地位和影响，通过关联交易损害欧圣电气及其他股东的合法权益，不违规占用或转移欧圣电气及其子公司的资金、资产及其他资源，或要求欧圣电气及其子公司违规提供担保。

（5）本公司将促使本公司直接或间接控制的其他经济实体遵守上述 2-4 项承诺。

如本公司或本公司直接、间接控制的其他经济实体违反上述承诺而导致欧圣电气或其他股东的权益受到损害，本公司将依法承担相应的赔偿责任。

2、实际控制人承诺

公司实际控制人 WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 向公司出具了《关于减少和规范关联交易的承诺函》，具体承诺如下：

（1）本人以及本人直接、间接控制的或担任董事、高管的其他经济实体与欧圣电气及其子公司之间现时不存在其他任何依照法律法规和中国证监会的有关规定应披露而未披露的关联交易。

（2）在本人作为欧圣电气实际控制人期间，本人、本人关系密切的家庭成员、本人及关系密切的家庭成员直接、间接控制的或担任董事、高管的其他经济实体将尽量避免、减少与欧圣电气及其子公司发生关联交易。

（3）对于无法避免或者有合理原因而发生的关联交易，本人、本人关系密切的家庭成员、本人及关系密切的家庭成员直接、间接控制的或担任董事、高管的其他经济实体将根据有关法律、法规和规范性文件、苏州欧圣电气股份有限公司章程以及有关关联交易管理制度的规定，遵循平等、自愿、等价和有偿的一般商业原则，与欧圣电气和/或其子公司签订关联交易协议，并确保关联交易的价格公允，关联交易价格原则上不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，以维护欧圣电气及其他股东的利益。

（4）本人保证不利用在欧圣电气的地位和影响，通过关联交易损害欧圣电气及其他股东的合法权益，不违规占用或转移欧圣电气及其子公司的资金、资产及其他资源，或要求欧圣电气及其子公司违规提供担保。

（5）本人将促使本人直接或间接控制的或担任董事、高管的其他经济实体遵守上述 2-4 项承诺。

如本人、本人关系密切的家庭成员、本人及本人关系密切的家庭成员直接、间接控制的或担任董事、高管的其他经济实体违反上述承诺而导致欧圣电气或其他股东的权益受到损害，本人将依法承担相应的赔偿责任。

第八节 财务会计信息与管理层分析

本节的财务会计数据和相关分析说明反映了公司最近三年经审计的财务状况、经营成果和现金流量。公司提请投资者注意，本节分析与讨论应结合公司财务报告、审计报告全文，以及本招股说明书揭示的其他信息一并阅读。

一、财务报表

（一）资产负债表

合并资产负债表

单位：元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
货币资金	227,794,997.78	155,436,591.72	80,647,164.84
应收账款	151,820,812.42	80,694,137.74	98,378,455.64
预付款项	8,982,863.16	3,169,771.94	2,348,409.22
其他应收款	6,477,278.50	1,928,465.69	7,121,633.04
存货	131,872,736.92	76,022,695.36	76,499,521.70
其他流动资产	127,718,466.17	87,451,409.35	116,008,552.93
流动资产合计	654,667,154.95	404,703,071.80	381,003,737.37
投资性房地产	27,578,779.84	31,612,319.13	33,320,054.08
固定资产	85,224,137.40	75,281,018.68	71,704,080.35
在建工程	72,894,840.30	-	-
无形资产	21,318,956.97	21,480,971.24	22,299,758.08
长期待摊费用	4,368.06	104,266.77	226,296.44
递延所得税资产	9,783,068.95	7,205,133.62	7,605,981.35
其他非流动资产	1,465,634.05	435,591.36	1,519,125.55
非流动资产合计	218,269,785.57	136,119,300.80	136,675,295.85
资产总计	872,936,940.52	540,822,372.60	517,679,033.22
短期借款	-	-	-
应付票据	141,936,275.34	89,691,200.00	111,025,527.00
应付账款	263,161,156.52	134,645,821.15	124,042,729.50
预收款项	-	1,735,659.88	1,971,304.20
合同负债	5,617,838.81	-	-
应付职工薪酬	15,306,958.57	7,256,941.27	6,507,140.09
应交税费	5,584,549.51	2,088,381.73	1,126,408.57
其他应付款	2,295,133.71	1,413,245.52	1,289,449.56
一年内到期的非流动负债	26,865,007.84	-	-

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动负债合计	460,766,920.30	236,831,249.55	245,962,558.92
长期应付款		511,922.52	893,969.21
预计负债	28,753,464.90	16,071,624.58	16,554,519.17
递延收益	13,851,095.84	15,110,286.44	16,369,477.04
递延所得税负债	4,805,634.63	4,811,692.12	3,922,167.17
非流动负债合计	47,410,195.37	36,505,525.66	37,740,132.59
负债合计	508,177,115.67	273,336,775.21	283,702,691.51
股本	136,955,661.00	136,955,661.00	134,733,439.00
资本公积	63,147,825.86	61,682,108.37	52,228,218.51
其他综合收益	-9,661,119.06	-1,132,444.25	-1,091,293.55
盈余公积	22,336,884.47	12,312,973.26	6,816,989.83
未分配利润	151,980,572.58	57,667,299.01	41,288,987.92
归属于母公司所有者权益合计	364,759,824.85	267,485,597.39	233,976,341.71
所有者权益合计	364,759,824.85	267,485,597.39	233,976,341.71
负债和所有者权益总计	872,936,940.52	540,822,372.60	517,679,033.22

母公司资产负债表

单位：元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
货币资金	78,794,179.92	101,498,179.77	34,603,562.29
应收账款	282,746,246.27	122,965,246.97	133,724,728.60
预付款项	6,191,540.09	2,549,484.92	2,225,946.36
其他应收款	6,465,531.74	1,466,998.71	6,254,641.69
存货	120,060,215.36	67,353,105.46	65,463,731.59
其他流动资产	120,958,713.09	87,001,963.12	115,845,844.23
流动资产合计	615,216,426.47	382,834,978.95	358,118,454.76
长期股权投资	50,098,793.41	15,578,212.84	14,878,212.84
投资性房地产	27,578,779.84	31,612,319.13	33,320,054.08
固定资产	54,739,225.84	57,326,118.61	62,595,936.46
无形资产	21,318,956.97	21,480,971.24	22,299,758.08
长期待摊费用	4,368.06	104,266.77	172,629.76
递延所得税资产	6,758,470.10	5,003,129.79	5,240,970.64
其他非流动资产	1,324,296.89	435,591.36	1,519,125.55
非流动资产合计	161,822,891.11	131,540,609.74	140,026,687.41
资产总计	777,039,317.58	514,375,588.69	498,145,142.17
短期借款	-	-	-
应付票据	141,936,275.34	89,691,200.00	111,025,527.00
应付账款	240,527,084.05	125,248,092.23	117,285,223.18

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
预收款项	-	477,597.60	559,997.56
合同负债	322,860.64	-	-
应付职工薪酬	14,337,061.52	6,705,660.60	6,152,850.95
应交税费	1,062,744.92	910,991.41	737,507.16
其他应付款	2,264,866.34	1,311,324.73	879,450.08
一年内到期的非流动负债	88,616.89	-	-
流动负债合计	400,539,509.70	224,344,866.57	236,640,555.93
长期应付款	-	511,922.52	893,969.21
预计负债	28,753,464.90	16,071,624.58	16,554,519.17
递延收益	13,851,095.84	15,110,286.44	16,369,477.04
递延所得税负债	1,095,513.60	1,220,409.08	450,281.25
非流动负债合计	43,700,074.34	32,914,242.62	34,268,246.67
负债合计	444,239,584.04	257,259,109.19	270,908,802.60
股本	136,955,661.00	136,955,661.00	134,733,439.00
资本公积	60,764,092.90	59,298,375.41	49,844,485.55
盈余公积	22,336,884.47	12,312,973.26	6,816,989.83
未分配利润	112,743,095.17	48,549,469.83	35,841,425.19
所有者权益合计	332,799,733.54	257,116,479.50	227,236,339.57
负债和所有者权益总计	777,039,317.58	514,375,588.69	498,145,142.17

（二）利润表

合并利润表

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、营业总收入	992,824,419.95	609,774,423.69	629,882,307.31
其中：营业收入	992,824,419.95	609,774,423.69	629,882,307.31
二、营业总成本	849,803,797.92	542,334,012.23	585,089,551.78
其中：营业成本	604,627,501.77	392,287,487.90	471,898,319.24
税金及附加	5,171,831.63	3,724,203.84	3,075,923.79
销售费用	161,558,486.90	101,443,388.28	65,346,820.90
管理费用	29,209,500.55	23,514,826.74	19,334,308.18
研发费用	25,443,686.67	20,637,571.69	27,477,852.91
财务费用	23,792,790.40	726,533.78	-2,043,673.24
其中：利息费用	48,455.37	144,121.77	68,469.28
利息收入	744,632.69	934,259.08	383,065.28
加：其他收益	14,034,563.27	3,123,037.01	2,557,853.98
投资收益	3,779,696.45	-2,526,725.85	4,282,747.42

信用减值损失	-4,179,246.46	950,362.62	-
资产减值损失	-759,120.55	-1,648,905.79	-1,359,422.14
资产处置收益		2,950.00	-
三、营业利润	155,896,514.74	67,341,129.45	50,273,934.79
加：营业外收入	537,150.71	112.69	65,521.08
减：营业外支出	784,112.81	129,666.03	98,493.18
四、利润总额	155,649,552.64	67,211,576.11	50,240,962.69
减：所得税费用	25,290,792.27	8,581,475.32	4,810,523.40
五、净利润	130,358,760.37	58,630,100.79	45,430,439.29
（一）按经营持续性分类			
1．持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	130,358,760.37	58,630,100.79	45,430,439.29
2．终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-
（二）按所有权归属分类			
1．归属于母公司股东的净利润（净亏损以“-”号填列）	130,358,760.37	58,630,100.79	45,430,439.29
2．少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	-	-	-
六、其他综合收益的税后净额	-8,528,674.81	-41,150.70	-440,716.17
归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额	-8,528,674.81	-41,150.70	-440,716.17
（一）不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
（二）将重分类进损益的其他综合收益	-8,528,674.81	-41,150.70	-440,716.17
其中：外币报表折算差额	-8,528,674.81	-41,150.70	-440,716.17
七、综合收益总额	121,830,085.56	58,588,950.09	44,989,723.12
归属于母公司所有者的综合收益总额	121,830,085.56	58,588,950.09	44,989,723.12
归属于少数股东的综合收益总额		-	-
八、每股收益：			
（一）基本每股收益（元/股）	0.95	0.43	0.34
（二）稀释每股收益（元/股）	0.95	0.43	0.34

单位：元

母公司利润表

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、营业收入	791,760,208.08	511,638,995.60	586,647,125.70
减：营业成本	591,250,822.26	390,119,411.73	477,449,351.14
税金及附加	4,721,854.49	3,341,960.77	2,881,176.11
销售费用	27,887,470.22	21,005,023.65	27,332,907.93

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
管理费用	16,725,687.35	15,496,832.59	15,075,856.12
研发费用	25,443,686.67	20,637,571.69	27,477,852.91
财务费用	18,223,514.08	-1,884,196.80	-6,824,596.16
其中：利息费用	48,455.37	144,223.79	68,469.28
利息收入	622,701.50	630,248.69	341,145.80
加：其他收益	5,091,732.36	3,117,670.60	2,554,077.98
投资收益	3,779,696.45	-2,526,725.85	4,282,747.42
信用减值损失	156,307.24	-54,152.95	-
资产减值损失	-639,572.31	-1,113,410.38	-101,922.14
资产处置收益		2,950.00	-
二、营业利润	115,895,336.75	62,348,723.39	49,989,480.91
加：营业外收入	52,209.30	112.33	65,520.84
减：营业外支出	715,123.23	100,630.44	97,094.33
三、利润总额	115,232,422.82	62,248,205.28	49,957,907.42
减：所得税费用	14,993,310.68	7,288,370.94	4,524,755.75
四、净利润	100,239,112.14	54,959,834.34	45,433,151.67
（一）持续经营净利润	100,239,112.14	54,959,834.34	45,433,151.67
（二）终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）		-	-
五、其他综合收益的税后净额		-	-
六、综合收益总额	100,239,112.14	54,959,834.34	45,433,151.67
七、每股收益：			
（一）基本每股收益（元/股）			
（二）稀释每股收益（元/股）			

（三）现金流量表

合并现金流量表

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	982,520,243.63	621,626,086.97	621,529,883.29
收到的税费返还	58,803,487.84	53,264,516.00	68,464,145.19
收到其他与经营活动有关的现金	28,942,612.38	3,096,903.20	2,700,756.48
经营活动现金流入小计	1,070,266,343.85	677,987,506.17	692,694,784.96
购买商品、接受劳务支付的现金	585,076,546.17	410,103,567.99	464,310,255.57

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
支付给职工以及为职工支付的现金	88,881,347.11	70,885,538.28	81,857,791.51
支付的各项税费	34,806,484.44	9,475,467.08	8,250,751.64
支付其他与经营活动有关的现金	157,324,720.27	100,815,869.82	76,156,992.95
经营活动现金流出小计	866,089,097.99	591,280,443.17	630,575,791.67
经营活动产生的现金流量净额	204,177,245.86	86,707,063.00	62,118,993.29
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	366,000,000.00	298,000,000.00	393,000,000.00
取得投资收益收到的现金	3,779,696.45	4,093,024.15	4,282,747.42
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	18,194.00	-	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	369,797,890.45	302,093,024.15	397,282,747.42
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	97,642,924.69	11,421,273.58	12,290,881.51
投资支付的现金	396,000,000.00	270,000,000.00	406,000,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金		6,619,750.00	-
投资活动现金流出小计	493,642,924.69	288,041,023.58	418,290,881.51
投资活动产生的现金流量净额	-123,845,034.24	14,052,000.57	-21,008,134.09
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金		10,000,000.00	-
取得借款收到的现金	47,796,190.95	52,079,364.00	-
发行债券收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	21,156,074.30	34,050,077.20	13,697,231.80
筹资活动现金流入小计	68,952,265.25	96,129,441.20	13,697,231.80
偿还债务支付的现金	21,255,300.00	52,079,364.00	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	26,072,533.53	36,844,440.33	13,568,455.61
支付其他与筹资活动有关的现金	6,514,334.18	46,672,899.20	22,331,274.10

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
筹资活动现金流出小计	53,842,167.71	135,596,703.53	35,899,729.71
筹资活动产生的现金流量净额	15,110,097.54	-39,467,262.33	-22,202,497.91
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-8,272,145.68	874,803.64	1,600,433.62
五、现金及现金等价物净增加额	87,170,163.48	62,166,604.88	20,508,794.91
加：期初现金及现金等价物余额	134,179,727.42	72,013,122.54	51,504,327.63
六、期末现金及现金等价物余额	221,349,890.90	134,179,727.42	72,013,122.54

母公司现金流量表

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	633,579,273.38	525,319,989.97	550,814,618.36
收到的税费返还	58,747,485.52	53,264,516.00	68,464,145.19
收到其他与经营活动有关的现金	16,549,485.08	2,480,578.79	2,901,878.17
经营活动现金流入小计	708,876,243.98	581,065,084.76	622,180,641.72
购买商品、接受劳务支付的现金	492,710,923.35	404,752,092.58	470,256,868.02
支付给职工以及为职工支付的现金	76,325,110.71	61,568,790.64	73,252,617.16
支付的各项税费	26,972,366.99	8,791,540.53	7,767,158.79
支付其他与经营活动有关的现金	42,247,859.87	34,913,673.01	38,048,071.89
经营活动现金流出小计	638,256,260.92	510,026,096.76	589,324,715.86
经营活动产生的现金流量净额	70,619,983.06	71,038,988.00	32,855,925.86
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	366,000,000.00	298,000,000.00	393,000,000.00
取得投资收益收到的现金	3,779,696.45	4,093,024.15	4,282,747.42
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	369,779,696.45	302,093,024.15	397,282,747.42
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	5,390,806.59	2,570,306.60	12,140,428.23
投资支付的现金	430,664,608.97	270,700,000.00	406,000,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	6,619,750.00	-
投资活动现金流出小计	436,055,415.56	279,890,056.60	418,140,428.23

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
投资活动产生的现金流量净额	-66,275,719.11	22,202,967.55	-20,857,680.81
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	10,000,000.00	-
取得借款收到的现金	21,019,800.00	52,079,364.00	-
发行债券收到的现金		-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	21,156,074.30	34,050,077.20	13,697,231.80
筹资活动现金流入小计	42,175,874.30	96,129,441.20	13,697,231.80
偿还债务支付的现金	21,255,300.00	52,079,364.00	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	26,072,533.53	36,844,440.33	13,568,455.61
支付其他与筹资活动有关的现金	6,514,334.18	46,672,899.20	22,331,274.10
筹资活动现金流出小计	53,842,167.71	135,596,703.53	35,899,729.71
筹资活动产生的现金流量净额	-11,666,293.41	-39,467,262.33	-22,202,497.91
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-570,212.97	497,102.26	250,675.54
五、现金及现金等价物净增加额	-7,892,242.43	54,271,795.48	-9,953,577.32
加：期初现金及现金等价物余额	80,241,315.47	25,969,519.99	35,923,097.31
六、期末现金及现金等价物余额	72,349,073.04	80,241,315.47	25,969,519.99

二、审计意见类型

公司委托立信中联会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2018 年度、2019 年度、2020 年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司所有者权益变动表以及相关财务报表附注进行了审计。

经审计，立信中联会计师事务所（特殊普通合伙）出具了标准无保留意见的审计报告（立信中联审字[2021]D-0277 号）。

三、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

1、编制基础

公司财务报表以持续经营为编制基础。

2、持续经营能力评价

公司不存在导致对报告期末起 12 个月内持续经营能力产生重大疑虑的事项或情况。

（二）合并财务报表范围及变化情况

1、合并财务报表范围

公司将上海姿东国际贸易有限公司、苏州伊利诺护理机器人有限公司、深圳市洁德创新技术有限公司、Alton Industry Ltd.Group、Alton International Enterprises Limited、J&D Investment Holdings Co.,Limited、Alton Japan Co.,Ltd.、Hong Kong J&D Innovation Technology Limited 等 8 家子公司纳入报告期合并财务报表范围。

2、公司报告期内合并财务报表范围变化及原因

（1）合并范围增加

公司名称	股权取得方式	股权取得时点	出资比例（%）
①2020 年度			
Hong Kong J&D Innovation Technology Limited	新设	2020.04.24	100.00
②2019 年度			
J&D Investment Holdings Co.,Limited	新设	2019.06.24	100.00
深圳市洁德创新技术有限公司	新设	2019.07.17	100.00
③2018 年度			
Alton Japan Co.,Ltd.	新设	2018.01.26	100.00

（2）合并范围减少

报告期内合并范围无减少的子公司。

四、重要性水平及关键审计事项

（一）重要性水平

公司根据自身所处的行业和发展阶段，从项目的性质和金额两方面判断财务信息的重要性。在判断项目性质重要性时，公司主要考虑该项目在性质上是否属于日常活动、是否显著影响公司的财务状况、经营成果和现金流量等因素；在判断项目金额大小的重要性时，公司主要考虑该项目金额占利润总额的比例是否超过 5.00%的范围。

（二）关键审计事项

立信中联确定下列事项是需要在审计报告中沟通的关键审计事项。

1、收入确认

（1）事项描述

公司 2018 年、2019 年度以及 2020 年度营业收入分别为 629,882,307.31 元、609,774,423.69 元和 992,824,419.95 元，公司确认收入的具体原则为：

出口销售业务：公司出口业务主要采用 FOB/FCA 及 DDP 等贸易方式。①FOB/FCA 贸易方式下外销在满足以下条件时确认收入：根据与客户签订的出口合同或订单，完成相关产品生产，经检验合格后向海关报关出口，取得报关单，并取得提单（运单）；产品出口收入货款金额已确定，款项已收讫或预计可以收回；出口产品的成本能够合理计算。②DDP 贸易方式下外销在满足以下条件时确认收入：根据客户的订单安排，完成相关产品生产，经检验合格后向海关报关出口，取得报关单、提单（运单）；同时，产品送达客户指定地点；产品出口收入货款金额已确定，款项已收讫或预计可以收回；出口产品的成本能够可靠地计量。

网络销售业务：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。

线下销售业务：产品交付客户时确认销售收入。

由于收入金额重大且为关键业绩指标，从而存在管理层为达到特定目标或期望而操纵收入确认的固有风险，会计师将收入确认识别为关键审计事项。

（2）审计应对

针对收入确认，会计师实施的审计程序主要包括：

①了解和评价管理层与收入确认相关的关键内部控制的设计及运行的有效性；

②对收入和成本执行分析性程序，包括：各月份收入、成本、毛利率波动分析，各期比较分析等分析性程序，复核收入的合理性；

③对重要客户执行函证程序，确认销售金额及应收账款余额，以评价收入确认的真实性、准确性、完整性；

④就外销收入获取出口报关文件/送货文件，以确认外销收入的真实性与准确性；

⑤执行细节测试，抽样检查了重要客户的销售合同、发票等；检查发货记录、货运单据、出口报关单等外部证据；

⑥采取抽样方式检查销售回款的银行单据；

⑦就资产负债表日前后记录的收入交易，选取样本，核对出库单、发票、合同或其他支持性文件，评价收入是否被记录于恰当的会计期间。

2、存货及存货跌价准备

（1）事实描述

2018 年末存货账面余额为 80,404,354.79 元，已计提存货跌价准备 3,904,833.09 元，存货净值占资产总额的 14.78%；2019 年末存货账面余额为 80,623,342.33 元，已计提存货跌价准备 4,600,646.97 元，存货净值占资产总额的 14.06%；2020 年末存货账面余额为 136,159,085.69 元，已计提存货跌价准备 4,286,348.77 元，存货净值占资产总额的 15.11%；由于存货可变现净值的确定，涉及管理层的重大判断和估计，同时考虑存货对财务报表整体的重要性，会计师将其作为关键审计事项。

（2）审计应对

针对存货，会计师实施的审计程序主要包括：

①了解和测试与存货跌价准备相关的内部控制设计的合理性和运行的有效性，并评估了相关的会计估计；

②复核期末存货盘点计划，结合存货仓库分布情况，对期末原材料、库存商品、在产品等存货进行监盘，在存货监盘程序中观察和检查产品的状态及可用性；

③复核存货的可变现净值计算过程及评估所采用估计和假设的合理性；

④对重要发出商品执行函证程序；

⑤取得期末存货库龄分析表，重点对长库龄存货进行分析性复核，分析存货跌价准备是否充分、合理；

⑥取得公司存货跌价准备计算表，执行存货减值测试，以测试存货跌价准备计提方法的可靠性和计算的准确性。

五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

公司根据实际生产经营特点针对金融工具、存货、收入确认等交易或事项制定了具体会计政策和会计估计。

（一）遵循企业会计准则的声明

本财务报表符合财政部颁布的企业会计准则的要求，真实、完整地反映了本公司 2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2018 年度、2019 年度、2020 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。

（二）会计期间

自公历 1 月 1 日至 12 月 31 日止为一个会计年度。

（三）营业周期

本公司营业周期为 12 个月。

（四）记账本位币

本公司采用人民币为记账本位币。

（五）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1、同一控制下企业合并

合并方在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日被合并方资产、负债（包括最终控制方收购被合并方而形成的商誉）在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。在合并中取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

2、非同一控制下企业合并

购买方在购买日对作为企业合并对价付出的资产、发生或承担的负债按照公允价值计量，公允价值与其账面价值的差额，计入当期损益。合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。

为企业合并发生的直接相关费用于发生时计入当期损益；为企业合并而发行权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

（六）合并财务报表的编制方法

母公司将其控制的所有子公司纳入合并财务报表的合并范围。合并财务报表以母公司及其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由母公司按照《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》编制。

（七）合营安排分类及会计处理方法

合营安排分为共同经营和合营企业。

当本公司是合营安排的合营方，享有该安排相关资产且承担该安排相关负债时，为共同经营。

本公司确认与共同经营中利益份额相关的下列项目，并按照相关企业会计准则的规定进行会计处理：

1、确认本公司单独所持有的资产，以及按本公司份额确认共同持有的资产；

2、确认本公司单独所承担的负债，以及按本公司份额确认共同承担的负债；

3、确认出售本公司享有的共同经营产出份额所产生的收入；

4、按本公司份额确认共同经营因出售产出所产生的收入；

5、确认单独所发生的费用，以及按本公司份额确认共同经营发生的费用。

本公司对合营企业投资的会计政策见本附注“三、（十三）长期股权投资”。

（八）现金及现金等价物的确定标准

在编制现金流量表时，将本公司库存现金以及可以随时用于支付的存款确认为现金。将同时具备期限短（从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知现金、价值变动风险很小四个条件的投资，确定为现金等价物。

（九）外币业务和外币报表折算

1、外币业务折算

外币业务采用交易发生日的即期汇率作为折算汇率将外币金额折合成人民币记账。

资产负债表日外币货币性项目余额按资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，除属于与购建符合资本化条件的资产相关的外币专门借款产生的汇兑差额按照借款费用资本化的原则处理外，均计入当期损益。

2、外币财务报表折算

资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算；所有者权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用发生时的即期汇率折算。利润表中的收入和费用项目，采用按照系统合理的方法确定的、与交易发生日即期汇率近似的汇率折算。

处置境外经营时，将与该境外经营相关的外币财务报表折算差额，自所有者权益项目转入处置当期损益。

（十）金融工具

1、金融工具的分类

（1）自 2019 年 1 月 1 日起的会计政策

根据本公司管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，金融资产于初始确认时分类为：以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）和以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

业务模式是以收取合同现金流量为目标且合同现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付的，分类为以摊余成本计量的金融资产；业务模式既以收取合同现金流量又以出售该金融资产为目标且合同现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付的，分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）；除此之外的其他金融资产，分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

对于非交易性权益工具投资，本公司在初始确认时确定是否将其指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）。在初始确认时，为了能够消除或显著减少会计错配，可以将金融资产指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和以摊余成本计量的金融负债。

符合以下条件之一的金融负债可在初始计量时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债：

①该项指定能够消除或显著减少会计错配。

②根据正式书面文件载明的企业风险管理或投资策略，以公允价值为基础对金融负债组合或金融资产和金融负债组合进行管理和业绩评价，并在企业内部以此为基础向关键管理人员报告。

③该金融负债包含需单独分拆的嵌入衍生工具。

（2）2019 年 1 月 1 日前的会计政策

金融资产和金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，包括交易性金融资产或金融负债和直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债；持有至到期投资；应收款项；可供出售金融资产；其他金融负债等。

2、金融工具的确认依据和计量方法

（1）自 2019 年 1 月 1 日起的会计政策

①以摊余成本计量的金融资产

以摊余成本计量的金融资产包括应收票据、应收账款、其他应收款、长期应收款、债权投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额；不包含重大融资成分的应收账款以及本公司决定不考虑不超过一年的融资成分的应收账款，以合同交易价格进行初始计量。

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

收回或处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额计入当期损益。

②以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）包括应收款项融资、其他债权投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动除采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得和汇兑损益之外，均计入其他综合收益。

终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

③以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）包括其他权益工具投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。

该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入其他综合收益。取得的股利计入当期损益。

终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

④以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产包括交易性金融资产、衍生金融资产、其他非流动金融资产等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入当期损益。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入当期损益。

⑤以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债包括交易性金融负债、衍生金融负债等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入当期损益。该金融负债按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入当期损益。

终止确认时，其账面价值与支付的对价之间的差额计入当期损益。

⑥以摊余成本计量的金融负债

以摊余成本计量的金融负债包括短期借款、应付票据、应付账款、其他应付款、长期借款、应付债券、长期应付款，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

终止确认时，将支付的对价与该金融负债账面价值之间的差额计入当期损益。

（2）2019 年 1 月 1 日前的会计政策

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（金融负债）

取得时以公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）作为初始确认金额，相关的交易费用计入当期损益。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益，期末将公允价值变动计入当期损益。

处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

②持有至到期投资

取得时按公允价值（扣除已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。

持有期间按照摊余成本和实际利率计算确认利息收入，计入投资收益。实际利率在取得时确定，在该预期存续期间或适用的更短期间内保持不变。

处置时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

③应收款项

公司对外销售商品或提供劳务形成的应收债权，以及公司持有的其他企业的不包括在活跃市场上有报价的债务工具的债权，包括应收账款、其他应收款等，以向购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额；具有融资性质的，按其现值进行初始确认。

收回或处置时，将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

④可供出售金融资产

取得时按公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益。期末以公允价值计量且将公允价值变动计入其他综合收益。但是，在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额，计入投资损益；同时，将原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入当期损益。

⑤其他金融负债

按其公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司发生金融资产转移时，如已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方，则终止确认该金融资产；如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）所转移金融资产的账面价值；

（2）因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）、可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）终止确认部分的账面价值；

（2）终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）、可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

4、金融负债终止确认条件

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部分；本公司若与债权人签定协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，则终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的，则终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认时，终止确认的金融负债账面价值与支付对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

本公司若回购部分金融负债的，在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相对公允价值，将该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

5、金融资产和金融负债的公允价值的确定方法

存在活跃市场的金融工具，以活跃市场中的报价确定其公允价值。不存在活跃市场的金融工具，采用估值技术确定其公允价值。在估值时，本公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术，选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值，并优先使用相关可观察输入值。只有在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，才使用不可观察输入值。

6、金融资产减值的测试方法及会计处理方法

（1）自 2019 年 1 月 1 日起的会计政策

本公司考虑所有合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，以单项或组合的方式对以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）的预期信用损失进行估计。预期信用损失的计量取决于金融资产自初始确认后是否发生信用风险显著增加。

如果该金融工具的信用风险自初始确认后已显著增加，本公司按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备；如果该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加，本公司按照相当于该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量其损失准备。由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。

通常逾期超过 30 日，本公司即认为该金融工具的信用风险已显著增加，除非有确凿证据证明该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

如果金融工具于资产负债表日的信用风险较低，本公司即认为该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

如果有客观证据表明某项金融资产已经发生信用减值，则本公司在单项基础上对该金融资产计提减值准备。

对于应收账款，无论是否包含重大融资成分，本公司始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

对于租赁应收款、公司通过销售商品或提供劳务形成的长期应收款，本公司选择始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

（2）2019 年 1 月 1 日前的会计政策

除以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，本公司于资产负债表日对金融资产的账面价值进行检查，如果有客观证据表明某项金融资产发生减值的，计提减值准备。

①可供出售金融资产的减值准备：

期末如果可供出售金融资产的公允价值发生严重下降，或在综合考虑各种相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，就认定其已发生减值，将原直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失一并转出，确认减值损失。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失确认后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。

可供出售权益工具投资发生的减值损失，不通过损益转回。

②应收款项坏账准备：

A 单项金额重大并单独计提坏账准备的应收款项：

单项金额重大的判断依据或金额标准：

金额 500 万元以上（含）的应收款项，但不包括应收合并范围内关联方的款项及应收出口退税补贴款。

单项金额重大并单独计提坏账准备的计提方法：

单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生减值，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。单独测试未发生减值的应收款项，将其归入相应组合计提坏账准备。

B 按信用风险特征组合计提坏账准备应收款项：

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法	
组合 1	应收合并范围内关联方款项及应收出口退税补贴款
组合 2	除上述以外的应收款项

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	应收账款计提比例(%)	其他应收款计提比例(%)
1 年以内（含 1 年）	5.00	5.00
1－2 年（含 2 年）	10.00	10.00
2－3 年（含 3 年）	50.00	50.00
3 年以上	100.00	100.00

C 单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收款项：

单独计提坏账准备的理由：预计该应收款项未来现金流量现值低于其账面价

值。

坏账准备的计提方法：按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。

（十一）存货

1、存货的分类

存货分类为：原材料、周转材料、库存商品、在产品、发出商品、委托加工物资等。

2、发出存货的计价方法

存货发出时按加权平均法计价。

3、不同类别存货可变现净值的确定依据

库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。

除有明确证据表明资产负债表日市场价格异常外，存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定。

本期期末存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定。

4、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

5、低值易耗品和周转材料的摊销方法

（1）低值易耗品采用一次转销法

（2）周转材料采用一次转销法

（十二）持有待售

本公司将同时满足下列条件的非流动资产或处置组划分为持有待售类别：

（1）根据类似交易中出售此类资产或处置组的惯例，在当前状况下即可立即出售；

（2）出售极可能发生，即本公司已经就一项出售计划作出决议且获得确定的购买承诺，预计出售将在一年内完成。有关规定要求本公司相关权力机构或者监管部门批准后方可出售的，已经获得批准。

（十三）长期股权投资

1、共同控制、重大影响的判断标准

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。本公司与其他合营方一同对被投资单位实施共同控制且对被投资单位净资产享有权利的，被投资单位为本公司的合营企业。

重大影响，是指对一个企业的财务和经营决策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。本公司能够对被投资单位施加重大影响的，被投资单位为本公司联营企业。

2、初始投资成本的确定

（1）企业合并形成的长期股权投资

同一控制下的企业合并：公司以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式以及以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资单位实施控制的，在合并日根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额，确定长期股权投资的初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价

的账面价值之和的差额，调整股本溢价，股本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

非同一控制下的企业合并：公司按照购买日确定的合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

（2）其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

在非货币性资产交换具有商业实质，且换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量时，以公允价值为基础计量。如换入资产和换出资产的公允价值均能可靠计量的，对于换入的长期股权投资，以换出资产的公允价值和应支付的相关税费作为换入的长期股权投资的初始投资成本，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠。非货币性资产交换不具有商业实质，或换入资产和换出资产的公允价值均不能可靠计量的，对于换入的长期股权投资，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入长期股权投资的初始投资成本。

通过债务重组取得的长期股权投资，以所放弃债权的公允价值和可直接归属于该资产的税金等其他成本确定其入账价值，并将所放弃债权的公允价值与账面价值之间的差额，计入当期损益。

3、后续计量及损益确认方法

（1）成本法核算的长期股权投资

公司对子公司的长期股权投资，采用成本法核算。除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，公司按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认当期投资收益。

（2）权益法核算的长期股权投资

对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，不调整长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产

公允价值份额的差额，计入当期损益。

公司按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位可辨认净资产的公允价值为基础，并按照公司的会计政策及会计期间，对被投资单位的净利润进行调整后确认。在持有投资期间，被投资单位编制合并财务报表的，以合并财务报表中的净利润、其他综合收益和其他所有者权益变动中归属于被投资单位的金额为基础进行核算。

公司与联营企业、合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照应享有的比例计算归属于公司的部分，予以抵销，在此基础上确认投资收益。与被投资单位发生的未实现内部交易损失，属于资产减值损失的，全额确认。公司与联营企业、合营企业之间发生投出或出售资产的交易，该资产构成业务的，按照附注中披露的相关政策进行会计处理。

在公司确认应分担被投资单位发生的亏损时，按照以下顺序进行处理：首先，冲减长期股权投资的账面价值。其次，长期股权投资的账面价值不足以冲减的，以其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益账面价值为限继续确认投资损失，冲减长期应收项目等的账面价值。最后，经过上述处理，按照投资合同或协议约定企业仍承担额外义务的，按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。

（3）长期股权投资的处置

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。

采用权益法核算的长期股权投资，在处置该项投资时，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础，按相应比例对原计入其他综合收益的部分进行会计处理。因被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，按比例结转入当期损益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，

处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则核算，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，在终止采用权益法核算时全部转入当期损益。

因处置部分股权投资、因其他投资方对子公司增资而导致本公司持股比例下降等原因丧失了对被投资单位控制权的，在编制个别财务报表时，剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按金融工具确认和计量准则的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。

处置的股权是因追加投资等原因通过企业合并取得的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权采用成本法或权益法核算的，购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益和其他所有者权益按比例结转；处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则进行会计处理的，其他综合收益和其他所有者权益全部结转。

（十四）投资性房地产

投资性房地产是指为赚取租金或资本增值，或两者兼有而持有的房地产，包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权、已出租的建筑物（含自行建造或开发活动完成后用于出租的建筑物以及正在建造或开发过程中将来用于出租的建筑物）。

本公司对现有投资性房地产采用成本模式计量。对按照成本模式计量的投资性房地产－出租用建筑物采用与本公司固定资产相同的折旧政策，出租用土地使用权按与无形资产相同的摊销政策执行。

（十五）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命

超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

（1）与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；

（2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

2、折旧方法

固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率。如固定资产各组成部分的使用寿命不同或者以不同方式为企业提供经济利益，则选择不同折旧率或折旧方法，分别计提折旧。

融资租赁方式租入的固定资产，能合理确定租赁期届满时将会取得租赁资产所有权的，在租赁资产尚可使用年限内计提折旧；无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产尚可使用年限两者中较短的期间内计提折旧。

各类固定资产折旧方法、折旧年限、残值率和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋建筑物	年限平均法			
其中：房屋建筑	年限平均法	10-39	10.00	2.31-9.00
附属设施	年限平均法	5-20	10.00	4.50-18.00
生产设备	年限平均法	3-10	10.00	9.00-30.00
运输设备	年限平均法	3-5	10.00	18.00-30.00
办公设备	年限平均法	3-5	10.00	18.00-30.00
电子设备	年限平均法	3-5	10.00	18.00-30.00
土地	美国土地不计提折旧			

3、融资租入固定资产的认定依据、计价方法

公司与租赁方所签订的租赁协议条款中规定了下列条件之一的，确认为融资租入资产：

（1）租赁期满后租赁资产的所有权归属于本公司；

（2）公司具有购买资产的选择权，购买价款远低于行使选择权时该资产的公允价值；

（3）租赁期占所租赁资产使用寿命的大部分；

（4）租赁开始日的最低租赁付款额现值，与该资产的公允价值不存在较大的差异。

公司在承租开始日，将租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低

者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认的融资费。

（十六）在建工程

在建工程项目按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出，作为固定资产的入账价值。所建造的固定资产在工程已达到预定可使用状态，但尚未办理竣工决算的，自达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或者工程实际成本等，按估计的价值转入固定资产，并按本公司固定资产折旧政策计提固定资产的折旧，待办理竣工决算后，再按实际成本调整原来的暂估价值，但不调整原已计提的折旧额。

（十七）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

借款费用，包括借款利息、折价或者溢价的摊销、辅助费用以及因外币借款而发生的汇兑差额等。

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

借款费用同时满足下列条件时开始资本化：

（1）资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；

（2）借款费用已经发生；

（3）为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

2、借款费用资本化期间

资本化期间，指从借款费用开始资本化时点到停止资本化时点的期间，借款费用暂停资本化的期间不包括在内。

当购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，

借款费用停止资本化。

当购建或者生产符合资本化条件的资产中部分项目分别完工且可单独使用时，该部分资产借款费用停止资本化。

购建或者生产的资产的各部分分别完工，但必须等到整体完工后才可使用或可对外销售的，在该资产整体完工时停止借款费用资本化。

3、暂停资本化期间

符合资本化条件的资产在购建或生产过程中发生的非正常中断、且中断时间连续超过 3 个月的，则借款费用暂停资本化；该项中断如是所购建或生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用状态或者可销售状态必要的程序，则借款费用继续资本化。在中断期间发生的借款费用确认为当期损益，直至资产的购建或者生产活动重新开始后借款费用继续资本化。

4、借款费用资本化率、资本化金额的计算方法

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入的专门借款，以专门借款当期实际发生的借款费用，减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，来确定借款费用的资本化金额。

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用的一般借款，根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的借款费用金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

（十八）无形资产

1、无形资产的计价方法

（1）公司取得无形资产时按成本进行初始计量；

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，无形资产的成本以购买价款的现值为基础确定。

债务重组取得债务人用以抵债的无形资产，以该无形资产的公允价值为基础确定其入账价值，并将重组债务的账面价值与该用以抵债的无形资产公允价值之间的差额，计入当期损益。

在非货币性资产交换具备商业实质且换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的无形资产以换出资产的公允价值为基础确定其入账价值，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入无形资产的成本，不确认损益。

（2）后续计量

在取得无形资产时分析判断其使用寿命。

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊销；无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。

2、使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况

项目	预计使用寿命	摊销方法	依据
土地使用权	土地使用权证所载明年限	直线法	按预计受益年限
计算机软件	3 年	直线法	按预计受益年限

每年度终了，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。

3、使用寿命不确定的无形资产

无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。本公司报告期内无使用寿命不确定的无形资产。

4、划分研究阶段和开发阶段的具体标准

公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

5、开发阶段支出资本化的具体条件

公司内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益；开发阶段的支出，同时满足下列条件的，才确认为无形资产：

完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；具有完成该无

形资产并使用或出售的意图；无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，应当证明其有用性；有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠计量。

对于以前期间已经费用化的开发阶段的支出不再做调整。

（十九）长期资产减值

长期股权投资、采用成本模式计量的投资性房地产、固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产等长期资产，于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

商誉、使用寿命不确定的无形资产、尚未达到可使用状态的无形资产至少在每年年度终了进行减值测试。

本公司进行商誉减值测试，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。本公司在分摊商誉的账面价值时，根据相关资产组或资产组组合能够从企业合并的协同效应中获得的相对受益情况进行分摊，在此基础上进行商誉减值测试。

在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，并与相关账面价值相比较，确认相应的减值损失。再对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较这些相关资产组或者资产组组合的账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值部分）与其可收回金额，如相关资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认商誉的减值损失。上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

（二十）长期待摊费用

长期待摊费用为已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。长期待摊费用在受益期内平均摊销。

（二十一）职工薪酬

1、短期薪酬的会计处理方法

本公司在职工为本公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

本公司为职工缴纳的社会保险费和住房公积金，以及按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工为本公司提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额。

职工福利费为非货币性福利的，如能够可靠计量的，按照公允价值计量。

2、离职后福利的会计处理方法

（1）设定提存计划

本公司按当地政府的相关规定为职工缴纳基本养老保险和失业保险，在职工为本公司提供服务的会计期间，按以当地规定的缴纳基数和比例计算应缴纳金额，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

（2）设定受益计划

本公司根据预期累计福利单位法确定的公式将设定受益计划产生的福利义务归属于职工提供服务的期间，并计入当期损益或相关资产成本。

设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，本公司以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产。

所有设定受益计划义务，包括预期在职工提供服务的年度报告期间结束后的十二个月内支付的义务，根据资产负债表日与设定受益计划义务期限和币种相匹配的国债或活跃市场上的高质量公司债券的市场收益率予以折现。

设定受益计划产生的服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本；重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不转回至损益，在原设定受益计划

终止时在权益范围内将原计入其他综合收益的部分全部结转至未分配利润。

在设定受益计划结算时，按在结算日确定的设定受益计划义务现值和结算价格两者的差额，确认结算利得或损失。

3、辞退福利的会计处理方法

本公司在不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时，或确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时（两者孰早），确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益。

（二十二）预计负债

1、预计负债的确认标准

与诉讼、债务担保、亏损合同、重组事项等或有事项相关的义务同时满足下列条件时，本公司确认为预计负债：

（1）该义务是本公司承担的现时义务；

（2）履行该义务很可能导致经济利益流出本公司；

（3）该义务的金额能够可靠地计量。

2、预计负债的计量方法

本公司预计负债按履行相关现时义务所需的支出的最佳估计数进行初始计量。

本公司在确定最佳估计数时，综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。对于货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。

本公司清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方补偿的，补偿金额在基本确定能够收到时，作为资产单独确认，确认的补偿金额不超过预计负债的账面价值。

（二十三）股份支付

本公司的股份支付是为了获取职工或其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。本公司的股份支付为以权益结算的股份支付。

以权益结算的股份支付及权益工具

以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，以授予职工权益工具的公允价值计量。本公司以限制性股票进行股份支付的，职工出资认购股票，股票在达到解锁条件并解锁前不得上市流通或转让；如果最终股权激励计划规定的解锁条件未能达到，则本公司按照事先约定的价格回购股票。本公司取得职工认购限制性股票支付的款项时，按照取得的认股款确认股本和资本公积（股本溢价），同时就回购义务全额确认一项负债并确认库存股。在等待期内每个资产负债表日，本公司根据最新取得的后续信息对可行权权益工具数量作出最佳估计，以此为基础，按照授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应增加资本公积。在可行权日之后不再对已确认的相关成本或费用和所有者权益总额进行调整。但授予后立即可行权的，在授予日按照公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

对于最终未能行权的股份支付，不确认成本或费用，除非行权条件是市场条件或非可行权条件，此时无论是否满足市场条件或非可行权条件，只要满足所有可行权条件中的非市场条件，即视为可行权。

如果修改了以权益结算的股份支付的条款，至少按照未修改条款的情况确认取得的服务。此外，任何增加所授予权益工具公允价值的修改，或在修改日对职工有利的变更，均确认取得服务的增加。

如果取消了以权益结算的股份支付，则于取消日作为加速行权处理，立即确认尚未确认的金额。职工或其他方能够选择满足非可行权条件但在等待期内未满足的，作为取消以权益结算的股份支付处理。但是，如果授予新的权益工具，并在新权益工具授予日认定所授予的新权益工具是用于替代被取消的权益工具的，则以与处理原权益工具条款和条件修改相同的方式，对所授予的替代权益工具进行处理。

（二十四）收入

1、收入确认和计量所采用的会计政策

（1）自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策

本公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务控制权时确认收入。取得相关商品或服务控制权，是指能够主导该商品或服务的使用并从

中获得几乎全部的经济利益。

合同中包含两项或多项履约义务的，本公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务。本公司按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

交易价格是指本公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项以及预期将退还给客户的款项。本公司根据合同条款，结合其以往的习惯做法确定交易价格，并在确定交易价格时，考虑可变对价、合同中存在的重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等因素的影响。本公司以不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额确定包含可变对价的交易价格。合同中存在重大融资成分的，本公司按照假定客户在取得商品或服务控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格，并在合同期间内采用实际利率法摊销该交易价格与合同对价之间的差额。

满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务，否则，属于在某一时点履行履约义务：

①客户在本公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益。

②客户能够控制本公司履约过程中在建的商品。

③本公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且本公司在整个合同期内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，本公司在该段时间内按照履约进度确认收入，但是，履约进度不能合理确定的除外。本公司考虑商品或服务的性质，采用产出法或投入法确定履约进度。当履约进度不能合理确定时，已经发生的成本预计能够得到补偿的，本公司按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

对于在某一时点履行的履约义务，本公司在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品或服务控制权时，本公司考虑下列迹象：

①本公司就该商品或服务享有现时收款权利，即客户就该商品或服务负有现时付款义务。

②本公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权。

③本公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品。

④本公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬。

⑤客户已接受该商品或服务等。

（2）2020 年 1 月 1 日前销售商品收入确认的一般原则

本公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；本公司既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入本公司；相关的、已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

2、具体原则

出口销售业务：公司出口业务主要采用 FOB/FCA 及 DDP 等贸易方式。①FOB/FCA 贸易方式下外销在满足以下条件时确认收入：根据与客户签订的出口合同或订单，完成相关产品生产，向海关报关出口，取得报关单，并取得提单（运单）；产品出口收入货款金额已确定，款项已收讫或预计可以收回；出口产品的成本能够合理计算。②DDP 贸易方式下外销在满足以下条件时确认收入：根据客户的订单安排，完成相关产品生产，向海关报关出口，取得报关单、提单（运单）；同时，货交付至客户指定地点；产品出口收入货款金额已确定，款项已收讫或预计可以收回；出口产品的成本能够可靠地计量。

网络销售业务：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。

线下销售业务：产品交付客户时确认销售收入。

（二十五）合同成本

自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策

合同成本包括合同履约成本与合同取得成本。

1、本公司为履行合同而发生的成本，不属于存货、固定资产或无形资产等相关准则规范范围的，在满足下列条件时作为合同履约成本确认为一项资产：

（1）该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关。

（2）该成本增加了本公司未来用于履行履约义务的资源。

（3）该成本预期能够收回。

本公司为取得合同发生的增量成本预期能够收回的，作为合同取得成本确认为一项资产。

与合同成本有关的资产采用与该资产相关的商品或服务收入确认相同的基础进行摊销；但是对于合同取得成本摊销期限未超过一年的，本公司在发生时将其计入当期损益。

2、与合同成本有关的资产，其账面价值高于下列两项的差额的，本公司对超出部分计提减值准备，并确认为资产减值损失：

（1）因转让与该资产相关的商品或服务预期能够取得的剩余对价；

（2）为转让该相关商品或服务估计将要发生的成本。

以前期间减值的因素之后发生变化，使得前述差额高于该资产账面价值的，本公司转回原已计提的减值准备，并计入当期损益，但转回后的资产账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该资产在转回日的账面价值。

（二十六）政府补助

1、类型

政府补助，是本公司从政府无偿取得的货币性资产与非货币性资产。分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

本公司将政府补助划分为与资产相关的具体标准为：用于构建或以其他方式形成长期资产的政府补助界定为与资产相关的政府补助。

本公司将政府补助划分为与收益相关的具体标准为：不属于与资产相关的政府补助均界定为与收益相关的政府补助。

对于政府文件未明确规定补助对象的，本公司将该政府补助划分为与资产相关或与收益相关的判断依据为：

（1）政府文件明确了补助所针对的特定项目的，根据该特定项目的预算中将形成资产的支出金额和计入费用的支出金额的相对比例进行划分，对该划分比例需在每个资产负债表日进行复核，必要时进行变更；

（2）政府文件中对用途仅作一般性表述，没有指明特定项目的，作为与收

益相关的政府补助。

2、确认时点

与收益相关的政府补助：本公司按照固定的定额标准取得的政府补助，按应收金额计量，于本公司能够满足政府补助所附条件且确定能够收到政府补助时确认；不属于按照固定的定额标准取得的政府补助，于本公司能够满足政府补助所附条件且实际收到政府补助款项时确认。

与资产相关的政府补助：于本公司能够满足政府补助所附条件且实际收到政府补助款项时确认。

3、会计处理

与资产相关的政府补助，冲减相关资产账面价值或确认为递延收益。确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）；

与收益相关的政府补助，用于补偿本公司以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）或冲减相关成本费用或损失；用于补偿本公司已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）或冲减相关成本费用或损失。

（二十七）递延所得税资产和递延所得税负债

对于可抵扣暂时性差异确认递延所得税资产，以未来期间很可能取得的用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

对于应纳税暂时性差异，除特殊情况外，确认递延所得税负债。

不确认递延所得税资产或递延所得税负债的特殊情况包括：商誉的初始确认；除企业合并以外的发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）的其他交易或事项。

当拥有以净额结算的法定权利，且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同时进行时，当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列报。

当拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利，且递延所得税资产及递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者是对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产及负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债或是同时取得资产、清偿负债时，递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列报。

（二十八）租赁

1、经营租赁会计处理

（1）公司租入资产所支付的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，计入当期费用。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用。

资产出租方承担了应由公司承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分摊，计入当期费用。

（2）公司出租资产所收取的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，确认为租赁相关收入。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用；如金额较大的，则予以资本化，在整个租赁期间内按照与租赁相关收入确认相同的基础分期计入当期收益。

公司承担了应由承租方承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金收入总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分配。

2、融资租赁会计处理

（1）融资租入资产：公司在承租开始日，将租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认的融资费用。公司采用实际利率法对未确认的融资费用，在资产租赁期间内摊销，计入财务费用。公司发生的初始直接费用，计入租入资产价值。

（2）融资租出资产：公司在租赁开始日，将应收融资租赁款，未担保余值

之和与其现值的差额确认为未实现融资收益，在将来收到租金的各期间内确认为租赁收入。公司发生的与出租交易相关的初始直接费用，计入应收融资租赁款的初始计量中，并减少租赁期内确认的收益金额。

（二十九）分部报告

本公司以内部组织结构、管理要求、内部报告制度为依据确定经营分部，以经营分部为基础确定报告分部并披露分部信息。

经营分部是指本公司内同时满足下列条件的组成部分：（1）该组成部分能够在日常活动中产生收入、发生费用；（2）本公司管理层能够定期评价该组成部分的经营成果，以决定向其配置资源、评价其业绩；（3）本公司能够取得该组成部分的财务状况、经营成果和现金流量等有关会计信息。两个或多个经营分部具有相似的经济特征，并且满足一定条件的，则可合并为一个经营分部。

（三十）重要会计政策和会计估计的变更及会计差错更正

1、重要会计政策变更

（1）执行《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号——套期会计》和《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（2017 年修订）（以下合称“新金融工具准则”）

财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号——套期会计》和《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》。修订后的准则规定，对于首次执行日尚未终止确认的金融工具，之前的确认和计量与修订后的准则要求不一致的，应当追溯调整。涉及前期比较财务报表数据与修订后的准则要求不一致的，无需调整。

本公司自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则，因追溯调整产生的累积影响数调整 2019 年年初留存收益和其他综合收益，2018 年度及 2017 年度的财务报表未做调整。

（2）执行《企业会计准则第 14 号——收入》（2017 年修订）（以下简称“新收入准则”）

财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 14 号——收入》。修订后的准则规定，首次执行该准则，根据累积影响数调整当年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。

2、其他重要会计政策和会计估计变更情况

（1）执行《企业会计准则第 16 号——政府补助》（2017 年修订）

财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 16 号——政府补助》，修订后的准则自 2017 年 6 月 12 日起施行，对于 2017 年 1 月 1 日存在的政府补助，要求采用未来适用法处理；对于 2017 年 1 月 1 日至施行日新增的政府补助，也要求按照修订后的准则进行调整。

本公司 2017 年度及以后期间的财务报表已执行该准则，执行该准则的主要影响如下：

部分与资产相关的政府补助，计入了其他收益；

部分与收益相关的政府补助，冲减了相关成本费用；

与本公司日常活动相关的政府补助，计入其他收益，不再计入营业外收入。

（2）执行《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》

财政部于 2017 年度发布了《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》，自 2017 年 5 月 28 日起施行，对于施行日存在的持有待售的非流动资产、处置组和终止经营，要求采用未来适用法处理。

本公司自 2017 年 5 月 28 日起执行该准则，执行该准则未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

（3）执行《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》（2019 修订）

财政部于 2019 年 5 月 9 日发布了《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》（2019 修订）（财会〔2019〕8 号），修订后的准则自 2019 年 6 月 10 日起施行，对 2019 年 1 月 1 日至本准则施行日之间发生的非货币性资产交换，应根据本准则进行调整。对 2019 年 1 月 1 日之前发生的非货币性资产交换，不需要按照本准则的规定进行追溯调整。

本公司 2019 年度及以后期间的财务报表已执行该准则，2018 年度及 2017 年度的财务报表不做调整，执行该准则未对本公司财务状况和经营成果产生重大

影响。

（4）执行《企业会计准则第 12 号——债务重组》（2019 修订）

财政部于 2019 年 5 月 16 日发布了《企业会计准则第 12 号——债务重组》（2019 修订）（财会〔2019〕9 号），修订后的准则自 2019 年 6 月 17 日起施行，对 2019 年 1 月 1 日至本准则施行日之间发生的债务重组，应根据本准则进行调整。对 2019 年 1 月 1 日之前发生的债务重组，不需要按照本准则的规定进行追溯调整。

本公司 2019 年度及以后期间的财务报表已执行该准则，2018 年度及 2017 年度的财务报表不做调整，执行该准则未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

（5）执行《企业会计准则解释第 13 号》

财政部于2019年12月10日发布了《企业会计准则解释第13号》〔财会〔2019〕21 号，以下简称“解释第 13 号”），自 2020 年 1 月 1 日起施行，不要求追溯调整。

①关联方的认定

解释第 13 号明确了以下情形构成关联方：企业与其所属企业集团的其他成员单位（包括母公司和子公司）的合营企业或联营企业；企业的合营企业与企业的其他合营企业或联营企业。此外，解释第 13 号也明确了仅仅同受一方重大影响的两方或两方以上的企业不构成关联方，并补充说明了联营企业包括联营企业及其子公司，合营企业包括合营企业及其子公司。

②业务的定义

解释第 13 号完善了业务构成的三个要素，细化了构成业务的判断条件，同时引入“集中度测试”选择，以在一定程度上简化非同一控制下取得组合是否构成业务的判断等问题。

本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行解释第 13 号，2019 年度、2018 年度及 2017 年度的财务报表不做调整，执行解释第 13 号未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

（6）执行一般企业财务报表格式的修订

财政部分别 2018 年度和 2019 年度发布了《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会（2018）15 号）、《关于修订印发 2019 年度一

般企业财务报表格式的通知》（财会（2019）6 号）和《关于修订印发合并财务报表格式（2019 版）的通知》（财会（2019）16 号），对一般企业财务报表格式进行了修订。

本公司已按修订后的格式编制本报告期间的财务报表：

资产负债表中“应收利息”和“应收股利”并入“其他应收款”列示；“应付利息”和“应付股利”并入“其他应付款”列示；“固定资产清理”并入“固定资产”列示；“工程物资”并入“在建工程”列示；“专项应付款”并入“长期应付款”列示；

利润表中新增“资产处置收益”项目，将部分原列示为“营业外收入”的资产处置损益重分类至“资产处置收益”项目；新增“研发费用”项目，将原“管理费用”中的研发费用重分类至“研发费用”单独列示；财务费用项下新增“其中：利息费用”和“利息收入”项目；增加列示“持续经营净利润”和“终止经营净利润”；

所有者权益变动表中新增“设定受益计划变动额结转留存收益”项目。

3、会计差错更正

公司对报告期内2018年和2019年财务报表采用追溯重述法进行了会计差错更正。具体请见本招股说明书之“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”。

六、非经常性损益情况及其影响

（一）经注册会计师核验的非经常性损益明细表

报告期内，经立信中联核验的非经常性损益明细表如下表所示：

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
非流动资产处置损益	-559,926.38	2,950.00	-
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	14,034,563.27	3,123,037.01	2,557,853.98
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、衍生金融资产、交	3,779,696.45	-2,526,725.85	4,282,747.42

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
易性金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益			
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	312,964.28	-129,553.34	-32,972.10
其他符合非经常性损益定义的损益项目	5,793,469.99	-1,676,111.86	-479,244.02
小计	23,360,767.61	-1,206,404.04	6,328,385.28
所得税影响额	-6,230,961.71	-75,770.69	-1,033,465.17
合计	17,129,805.90	-1,282,174.73	5,294,920.11

（二）非经常性损益的影响

报告期内，归属于母公司股东的非经常性损益净额分别为 529.49 万元、-128.22 万元及 1,712.98 万元，占各期归属于母公司所有者的净利润比例分别为 11.66%、-2.19%及 13.14%，主要是受到政府补助、理财收益及口罩销售收入的影响。报告期内，公司其他收益中的政府补助金额分别为 255.79 万元、312.30 万元及 1,403.46 万元；理财产品及远期外汇合约导致的投资收益分别为 428.27 万元、-252.67 万元及 377.97 万元。

七、税项

（一）主要税种及税率

税种	计税依据	税率		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度
增值税	按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	13%、9%、5%、0%	16%、13%、10%、9%、5%、0%	17%、16%、13%、10%、6%、5%、0%
城市维护建设税	按实际缴纳的增值税及消费税计缴	7%、5%	7%、5%	7%、5%
企业所得税	按应纳税所得额计缴	8.25%、15%、25%、16.5%、30.5%	8.25%、15%、25%、16.5%、30.5%	8.25%、15%、25%、16.5%、30.5%

不同企业所得税税率纳税主体具体情况：

纳税主体名称	所得税税率

	2020 年度	2019 年度	2018 年度
苏州欧圣电气股份有限公司	15.00%	15.00%	15.00%
上海姿东国际贸易有限公司	25.00%	25.00%	25.00%
苏州伊利诺护理机器人有限公司	25.00%	25.00%	25.00%
Alton Industry Ltd.Group	30.50%	30.50%	30.50%
欧圣国际企业有限公司	注-1	注-1	注-1
Alton Japan Co.,Ltd.	注-2	注-2	注-2
深圳市洁德创新技术有限公司	25.00%	25.00%	-
J&D Investment Holdings Co.,Limited	注-1	注-1	-
Hong Kong J&D Innovation Technology Limited	注-1	-	-

注 1：根据香港《2018 年税务（修订）（第 3 号）条例》，利得税两级制于 2018 年 4 月 1 日或之后的课税年度开始实施，法团首 200 万元港币的利得税税率将降至 8.25%，其后的利润则继续按 16.5%征税；

注 2：日本企业所得税包括：①法人税：注册资本金不足 1 亿日元的法人其 800 万日元以下的所得部分适用 15%的税率，800 万日元以上的所得部分适用 23.2%的税率；②地方法人税：2019 年 10 月 1 日前为 4.4%，2019 年 10 月 1 日后为 10.3%。

（二）税收优惠

欧圣电气取得由江苏省科学技术厅、江苏省财政厅、国家税务总局江苏省税务局联合颁发的《高新技术企业证书》（编号：GR201732001166），发证日期：2017 年 11 月 17 日，有效期：三年。有效期内，适用的企业所得税率为 15%。

依据《国家税务总局关于实施高新技术企业所得税优惠政策有关问题的公告》（国家税务总局公告 2017 年第 24 号）：“企业获得高新技术企业资格后，自高新技术企业证书注明的发证时间所在年度起申报享受税收优惠，并按规定向主管税务机关办理备案手续。企业的高新技术企业资格期满当年，在通过重新认定前，其企业所得税暂按 15%的税率预缴，在年底前仍未取得高新技术企业资格的，应按规定补缴相应期间的税款。”

欧圣电气取得由江苏省科学技术厅、江苏省财政厅、国家税务总局江苏省税务局联合颁发的《高新技术企业证书》（编号：GR202032007580），发证日期：2020 年 12 月 2 日，有效期：三年。有效期内，适用的企业所得税率为 15%。

根据《财政部、国家税务总局、科学技术部关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》（财税[2015]119 号），企业开展研发活动中实际发生的研发费用，未形成无形资产计入当期损益的，在按规定据实扣除的基础上，按照本年度实际发生额的 50%，从本年度应纳税所得额中扣除。2017 年，公司符合加计扣除范围的研发费用在按规定据实扣除的基础上，按照实际发生额的 50%从当年度

的应纳税所得额中扣除。

根据财政部《关于提高研究开发费用税前加计扣除比例的通知》（财税[2018]99 号），企业开展研发活动中实际发生的研发费用，未形成无形资产计入当期损益的，在按规定据实扣除的基础上，在 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日期间，再按照实际发生额的 75%在税前加计扣除。2018 年、2019 年及 2020 年度，公司符合加计扣除范围的研发费用在按规定据实扣除的基础上，按照实际发生额的 75%从当年度的应纳税所得额中扣除。

报告期内，公司享受减按 15%的税率缴纳企业所得税和研发费用加计扣除的税收优惠政策。

报告期内，公司将依法取得的上述税收优惠计入了经常性损益，符合《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益》的规定，可以计入经常性损益。

八、主要财务指标

（一）最近三年主要财务指标

主要财务指标	2020 年末/ 2020 年度	2019 年末/ 2019 年度	2018 年末/ 2018 年度
流动比率（倍）	1.42	1.71	1.55
速动比率（倍）	1.13	1.39	1.24
资产负债率（合并，%）	58.21	50.54	54.80
资产负债率（母公司，%）	57.17	50.01	54.38
归属于母公司所有者的每股净资产（元/股）	2.66	1.95	1.74
应收账款周转率（次）	8.10	6.46	6.31
存货周转率（次）	5.58	4.87	6.07
息税折旧摊销前利润（万元）	16,708.91	7,815.68	6,014.05
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
研发投入占营业收入的比例（%）	2.56	3.38	4.36
每股经营活动产生的现金流量（元）	1.49	0.63	0.46
每股净现金流量（元）	0.64	0.45	0.15

注：上述指标均以合并财务报告数据为基础计算。主要财务指标的计算公式如下：

流动比率=流动资产/流动负债
速动比率=速动资产/流动负债
资产负债率=负债总额/资产总额×100%
归属于母公司所有者的每股净资产=归属于母公司所有者权益合计/股本总额
应收账款周转率=营业收入/平均应收款项账面余额（含应收账款、应收票据、应收款项融资）
存货周转率=营业成本/平均存货账面余额
息税折旧摊销前利润=净利润+所得税费用+财务费用中的利息支出（不含利息资本化金额）+折旧支出+摊销
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润=归属于母公司所有者的净利润-归属于母公司的非经常性损益
研发投入占营业收入的比例=（费用化的研发费用+资本化的开发支出）/营业收入
每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额
每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末股本总额

（二）净资产收益率和每股收益

公司按照中国证监会颁布的《公开发行证券公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 年修订）以及会计准则相关规定计算的净资产收益率和每股收益如下：

期间	报告期利润	加权平均净资产收益率（%）	每股收益（元/股）	
			基本每股收益	稀释每股收益
2020 年度	归属于公司普通股股东的净利润	40.51	0.95	0.95
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	35.18	0.83	0.83
2019 年度	归属于公司普通股股东的净利润	22.61	0.43	0.43
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	23.11	0.44	0.44
2018 年度	归属于公司普通股股东的净利润	20.22	0.34	0.34
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	17.86	0.30	0.30

注：净资产收益率及每股收益计算公式如下：
（1）加权平均净资产收益率
加权平均净资产收益率=P0/（E0＋NP÷2＋Ei×Mi÷M0－Ej×Mj÷M0±Ek×Mk÷M0）
其中：P0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；Ek 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。
（2）基本每股收益
基本每股收益=P0÷S
其中：P0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为

报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 报告期月份数；Mi 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

（3）稀释每股收益

稀释每股收益=P1/（S0＋S1＋Si×Mi÷M0－Sj×Mj÷M0－Sk+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数）

其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。

九、报告期内取得经营成果的逻辑及相关财务或非财务指标分析

（一）发行人报告期内经营情况概览

报告期内，发行人的营业收入基本呈稳定增长态势，利润总额和归属于公司普通股股东的净利润呈稳步增长态势，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	99,282.44	62.82%	60,977.44	-3.19%	62,988.23
营业成本	60,462.75	54.13%	39,228.75	-16.87%	47,189.83
营业利润	15,589.65	131.50%	6,734.11	33.95%	5,027.39
利润总额	15,564.96	131.58%	6,721.16	33.78%	5,024.10
归属于公司普通股股东的净利润	13,035.88	122.34%	5,863.01	29.05%	4,543.04

报告期内，公司实现营业收入 62,988.23 万元、60,977.44 万元及 99,282.44 万元，归属于公司普通股股东的净利润分别为 4,543.04 万元、5,863.01 万元及 13,035.88 万元，公司盈利能力持续增强。

（二）盈利能力的主要影响因素

公司系国内综合优势领先的空气动力设备和清洁设备制造商之一，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。

公司与 The Home Depot、Lowe’s、Walmart、Canadian Tire Corporation、Costco、Menards、Harbor Freight Tools 等世界知名零售商建立了长期稳定的合作关系。公司主营业务收入主要受终端消费者的市场需求、零售商客户的采购规模、公司产品市场竞争力等因素的影响。同时，美元兑人民币汇率、产品品牌、销售模式、贸易方式等对公司销售收入也产生一定影响。

公司主营业务成本主要由直接材料、直接人工、制造费用等构成。报告期内，公司直接材料成本占主营业务成本的比例在 85%以上，因此，公司主营业务成本

受原材料价格波动影响较大。

公司期间费用主要由销售费用、管理费用、研发费用及财务费用构成。影响公司销售费用的主要因素包括：运输费、清关税费、商权使用费、职工薪酬；影响管理费用的主要因素包括：职工薪酬、股份支付；影响研发费用的主要因素包括：职工薪酬、模具费；影响财务费用的主要因素包括：汇兑损益、现金折扣。

（三）有预示作用的财务及非财务指标

根据发行人所处行业的状况和发行人业务特点，主营业务收入、主营业务毛利率等财务指标对分析公司财务状况和盈利能力具有重要的意义，其变动对公司业绩变动具有较强的预示作用。关于主营业务收入和主营业务毛利率的分析参见本节之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”和“（三）毛利率分析”。

公司产品结构变化是影响公司业绩变动的主要非财务指标。公司产品细分型号规格较多，同时，报告期内公司持续推动新产品的研发、生产和销售，公司产品类型向大体积、高端品牌、高附加值方向倾斜，推动公司盈利能力稳步提升。关于公司产品结构变化的分析参见本节之“十、经营成果分析”之“（三）毛利率分析”。

十、经营成果分析

（一）营业收入分析

1、营业收入构成

报告期内，公司营业收入分别为 62,988.23 万元、60,977.44 万元及 99,282.44 万元，具体构成情况如下：

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
主营业务收入	95,395.02	96.08	59,840.30	98.14	61,865.76	98.22
其他业务收入	3,887.42	3.92	1,137.15	1.86	1,122.47	1.78
合计	99,282.44	100.00	60,977.44	100.00	62,988.23	100.00

公司收入主要来自主营业务，主要产品为小型空压机和干湿两用吸尘器。报告期内，公司主营业务收入分别为 61,865.76 万元、59,840.30 万元及 95,395.02 万元，占营业收入的比例分别为 98.22%、98.14%及 96.08%，为公司收入的主要来源。公司其他业务收入主要系收取的厂房租金、废料款及口罩销售收入等，该

等收入比例较低。

（1）2019 年营业收入下降的原因

2019 年公司营业收入较上年有所下降，2018 年和 2019 年，公司前五大客户的收入及销售占比具体情况如下：

客户名称	2019 年度销售金额（万元）	2019 年度营业收入占比	2018 年度销售金额（万元）	2018 年度营业收入占比
Lowe's	13,743.53	22.54%	12,208.81	19.38%
Walmart	11,571.22	18.98%	14,514.18	23.04%
The Home Depot	6,284.16	10.31%	13,197.50	20.95%
Amazon	4,923.24	8.07%	1,901.97	3.02%
Canadian Tire Corporation	4,754.15	7.80%	4,742.78	7.53%
Costco	2,918.04	4.79%	3,172.56	5.04%
小计	44,194.34	72.48%	49,737.80	78.96%

注：上述表格所选公司为 2018 年及 2019 年的前五大客户。

2019 年公司主营业务收入较 2018 年下降 2,025.46 万元，主要原因系公司对 The Home Depot 的销售金额下降 6,913.34 万元，同时公司对 Amazon 等客户的销售收入增长 3,021.28 万元，对 The Home Depot 销售金额的下降幅度高于对 Amazon 销售金额的上升幅度，因此 2019 年公司营业收入较上年有所下降。

2018 年-2020 年，公司向 The Home Depot 销售的小型空压机主要体积（加仑数）销售情况如下：

单位：万元

加仑数	2020 年度	2019 年度	2018 年度
2	-	1,068.06	4,271.03
4.5	4,555.68	816.09	1,722.73
8	5,906.47	3,087.47	6,336.05
20	4,107.55	670.45	-

2018 年，公司小型空压机的销售额相对较高，主要原因系 The Home Depot 基于自身产品市场系列的战略调整，加大对公司 2 加仑和 8 加仑小型空压机的采购规模。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。由于市场环境的变化及 The Home Depot 自身采购需求的变化，自 2019 年开始采购以 20 加仑为代表的专业型静音空压机，由于市场反应良好，客户于 2020 年加大了该类产品的采购，因此 The Home Depot 采购金额及主要采购种类发生变化。

（2）公司营业收入不存在持续下降的趋势

公司主要客户销售规模保持稳定。就 2018 年采购规模较大、2019 年业务规模有所下滑的 The Home Depot 而言，自 2013 年起与公司合作，目前合作业务稳定，2020 年度，公司向 The Home Depot 销售收入为 16,981.19 万元。

同时，公司积极开拓新客户。例如公司于 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，公司扩大了产品品类，开始以 ODM 模式销售干湿两用吸尘器。

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。

截至 2020 年末，公司在手订单规模为 5,465.64 万美元（以 2020 年当期平均汇率折合人民币约为 37,680.64 万元），公司与主要客户合作稳定，公司营业收入不存在持续下降的趋势。

（3）2019 年营业收入下降但净利润增加的原因及合理性

2018 年及 2019 年，合并利润表中变动较大科目及指标如下所示：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	差异
营业收入	60,977.44	62,988.23	-2,010.79
毛利率	35.67%	25.08%	10.59%
销售费用	10,144.34	6,534.68	3,609.66
管理费用	2,351.48	1,933.43	418.05
研发费用	2,063.76	2,747.79	-684.03
财务费用	72.65	-204.37	277.02
投资收益	-252.67	428.27	-680.95

从上表可以看出，公司 2019 年营业收入下降但净利润增加，主要受毛利率及期间费用等影响所致。

①主营业务毛利率水平有所上升

单位：万元，%

项目	2019 年度				2018 年度			
	毛利		毛利率		毛利		毛利率	
	金额	比例	百分比	变动	金额	比例	百分比	变动
小型空压机	9,953.54	47.95	28.78	8.11	8,578.63	57.92	20.67	/
干湿两用吸	9,853.70	47.47	41.55	12.34	5,435.63	36.70	29.21	/

尘器								
配件及其他	951.89	4.59	61.68	16.32	796.49	5.38	45.36	/
合计	20,759.13	100.00	34.69	10.75	14,810.76	100.00	23.94	/

2019 年，公司主营业务毛利率较上年增加 10.75%，主要是由于干湿两用吸尘器为毛利率变动贡献 7.68%及小型空压机为毛利率变动贡献 2.77%，具体如下：

产品种类	毛利率		占主营业务收入比重		主营业务毛利率贡献度		主营业务毛利率贡献变动
	2019 年度	2018 年度	2019 年度	2018 年度	2019 年度	2018 年度	
	A	B	C	D	E=A×C	F=B×D	G=E-F
小型空压机	28.78%	20.67%	57.79%	67.08%	16.63%	13.87%	2.77%
干湿两用吸尘器	41.55%	29.21%	39.63%	30.08%	16.47%	8.79%	7.68%
配件及其他	61.68%	45.36%	2.58%	2.84%	1.59%	1.29%	0.30%
合计	34.69%	23.94%	100.00%	100.00%	34.69%	23.94%	10.75%

公司主要产品毛利率的变化请参见本招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（三）毛利率分析”之“2、主营业务分类别的毛利分析”之“（1）主营业务分产品类别的毛利分析”。

②期间费用有所增加

单位：万元/%

项目	2019 年度		2018 年度		差异		差异原因
	金额	占收入比例	金额	占收入比例	金额	比例	
销售费用	10,144.34	16.64	6,534.68	10.37	3,609.66	6.26	/
关税	1,975.78	3.24	314.41	0.50	1,661.36	2.74	2018 年 9 月起，公司产品被美国加征 10%的进口关税；2019 年 5 月起，关税税率上调至 25%
平台交易费	1,611.82	2.64	329.14	0.52	1,282.68	2.12	2019 年起公司聘请运营团队拓展 Amazon 的业务规模，因此平台交易费增加较多。
商标权使用费	1,299.12	2.13	1,000.50	1.59	298.63	0.54	品牌授权收入金额提升导致商标权使用费增长。
管理费用	2,351.48	3.86	1,933.43	3.07	418.05	0.79	/
服务费	292.30	0.48	195.70	0.31	96.60	0.17	欧圣美国修缮办公楼及仓库，导致维修费金额较高
股份支付费用	167.61	0.27	47.92	0.08	119.69	0.20	股权激励股份支付金额有所增加
研发费用	2,063.76	3.38	2,747.79	4.36	-684.03	-0.98	主要系研发费用中模具费较上年下降所致
财务费用	72.65	0.12	-204.37	-0.32	277.02	0.44	主要系汇率变动导致汇兑损益差异较大
投资收益	-252.67	-0.41	428.27	0.68	-680.95	-1.09	主要系处置远期结汇合约产生

							损失

综上所述，发行人 2019 年毛利率上升导致 2019 年主营业务毛利较上年增加 5,948.37 万元，费用率上升导致期间费用增加 3,620.70 万元，毛利增加幅度大于期间费用增加幅度，因此公司利润较 2018 年有所增加。

（4）2018 年空压机销量大增及后续未能持续增长的原因

报告期内各期末，公司在手订单规模如下：

单位：万美元

项目	2020 年末	2019 年末	2018 年末
在手订单规模	5,465.64	1,647.16	1,141.70

从上表可以看出，报告期内各期末在手订单呈现上升趋势。

2018 年至 2020 年，公司主要小型空压机产品的客户情况如下:

单位：万元、万台

主要客户	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	营业收入	数量	营业收入	数量	营业收入	数量
Lowe's	15,198.25	19.78	12,507.17	17.47	11,819.44	18.11
Canadian Tire Corporation	5,465.63	10.59	4,757.11	8.60	4,742.78	8.64
The Home Depot	16,352.16	26.52	5,829.10	13.39	12,333.43	31.92
Walmart	4,089.56	17.68	4,211.97	15.08	6,846.03	24.25
Menards	2,996.84	5.76	3,129.68	4.34	2,118.01	4.45
Harbor Freight Tools	2,701.69	5.17	2,427.45	4.52	2,387.56	4.52
收入/数量小计	46,804.14	85.50	32,862.48	63.40	40,247.25	91.88
占当年小型空压机收入/销量比例	92.92%	94.01%	95.03%	96.47%	96.98%	98.03%

公司小型空压机主要客户为 Lowe's、Canadian Tire Corporation、The Home Depot、Walmart、Menards、Harbor Freight Tools。2018 年、2019 年及 2020 年，公司对上述客户销售小型空压机的收入占小型空压机营业收入比例分别为 96.98%、95.03%及 92.92%。

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。2017 年，The Home Depot 对产品线进行战略优化，其在 2018 年采购公司 2 加仑碟罐和 8 加仑卧罐的小型空压机规模较大。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%。

2、主营业务收入分析

（1）主营业务收入的产品构成

报告期内，公司主营业务收入按产品构成情况如下表：

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
小型空压机	50,372.38	52.80%	34,579.60	57.79%	41,501.85	67.08%
干湿两用吸尘器	42,230.65	44.27%	23,717.45	39.63%	18,608.10	30.08%
配件及其他	2,791.99	2.93%	1,543.25	2.58%	1,755.80	2.84%
合计	95,395.02	100.00%	59,840.30	100.00%	61,865.76	100.00%

报告期内，公司产品的收入结构相对稳定，公司主营业务收入按照产品类别可分为小型空压机、干湿两用吸尘器、配件及其他，其中小型空压机和干湿两用吸尘器的收入占主营业务收入的比例超过 95%，构成公司主要收入来源，其余业务占主营业务收入比例相对较低。

2018 年，公司小型空压机的销售额相对较高，主要原因系 The Home Depot 基于自身产品系列的战略调整，加大对公司 2 加仑和 8 加仑小型空压机的采购规模。

2019 年，公司调整产品策略，品牌战略向高端倾斜，Dewalt 品牌高端干湿两用吸尘器销售规模增幅较大。同时，美国加征关税后，公司与 Costco 等客户协商，将贸易方式由 FOB 改为 DDP，基于公司支付的境外运保费和清关税费，销售价格相应提升。此外，Harbor Freight Tools 对公司采购新品规模较大，上述因素导致公司干湿两用吸尘器销售规模快速增长。

报告期内，中国向美国出口的小型空压机和干湿两用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、万台

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
中国对美出口空压机金额	19.37	15.10	18.18
公司小型空压机收入	5.04	3.46	4.15
中国对美出口空压机数量	390.62	293.43	360.60
公司小型空压机销量	90.95	65.72	93.72
中国对美出口吸尘器金额	145.60	98.18	109.82
公司干湿两用吸尘器收入	4.22	2.37	1.86
中国对美出口吸尘器数量	5,583.31	3,916.06	4,145.82

公司干湿两用吸尘器销量	144.99	107.15	112.88

小型空压机方面，公司销售收入与中国对美出口空压机规模变动趋势大致相同，2018 年公司小型空压机销售收入较高，主要原因系 The Home Depot 基于自身产品系列的战略调整，进行产品线优化计划（Product Line review），加大对公司 2 加仑碟罐和 8 加仑卧罐的采购规模。

干湿两用吸尘器方面，公司销售收入 2019 年增长较快，与中国对美出口吸尘器规模变动趋势存在一定差异，主要系公司转变产品结构，向 Costco 等客户销售的 Dewalt 高端产品收入增加所致。公司干湿两用吸尘器产品的销量与中国对美出口吸尘器的数量变动趋势相一致。

（2）主营业务收入按地区构成分析

公司在全球和全国范围内开展业务。外销按照各国分为美国、加拿大、菲律宾、日本等，内销按照各省份的地理位置，分为广东、江浙沪等。

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
美国	79,508.04	83.35	49,965.30	83.50	52,849.65	85.43
加拿大	12,917.19	13.54	6,451.88	10.78	6,074.61	9.82
菲律宾	262.82	0.28	719.68	1.20	398.25	0.64
日本	812.37	0.85	491.84	0.82	409.45	0.66
巴拿马	133.49	0.14	318.49	0.53	313.33	0.51
澳大利亚	227.13	0.24	272.51	0.46	48.12	0.08
智利	78.85	0.08	171.09	0.29	205.21	0.33
中国香港	14.14	0.01	-	-	546.60	0.88
其他	1,289.98	1.35	706.37	1.18	422.63	0.68
外销收入小计	95,244.02	99.84	59,097.15	98.76	61,267.84	99.03
广东	31.50	0.03	325.34	0.54	218.27	0.35
江浙沪	67.99	0.07	153.29	0.26	162.42	0.26
其他	51.51	0.05	264.51	0.44	217.22	0.35
内销收入小计	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。公司向美国地区销售规模占比较高，加拿大地区销售规模有所提升，其他地区业务逐步拓展并取得一定成效。

公司主要客户以美国客户为主，例如 Walmart、Lowe's、The Home Depot、Costco、Menards、Amazon、Harbor Freight Tools 等零售商总部位于美国，同时，这些零售商有其他地区的分支机构，公司与这些区域分支机构开展合作业务，但规模相对较小，且以加拿大地区为主。此外，公司主要客户中 Canadian Tire Corporation 总部及主要销售渠道位于加拿大。

报告期内，公司主要客户所属地和销售区域的对应关系如下：

主要客户	客户	所属地	销售区域
Lowe's	Lowe's（美国）	美国	美国
	Lowe's Companies Canada	加拿大	加拿大
	Rona Inc.	加拿大	加拿大
The Home Depot	The Home Depot（美国）	美国	美国
	The Home Depot Canada	加拿大	加拿大
	The Home Depot UK	英国	英国
Harbor Freight Tools	Harbor Freight Tools USA Inc.	美国	美国
Costco	Costco Wholesale Corporation	美国	美国
	Costco Canada	加拿大	加拿大
	Costco Wholesale Australia Pty Ltd	澳大利亚	澳大利亚
	Costco Wholesale UK Limited	英国	英国
	Costco Japan	日本	日本
Canadian Tire Corporation	Canadian Tire Corporation	加拿大	加拿大
Walmart	Walmart Stores Inc. USA	美国	美国
	Walmart Canada Corp.	加拿大	加拿大
	ASDA Stores LTD	英国	英国
Menards	Menard, Inc.	美国	美国
Amazon	Amazon LLC	美国	美国

各个区域报告期内收入变化主要与主要客户所处位置及各客户订单量相关。报告期内，公司主要客户位于北美地区，北美地区销售占比分别为95.25%、94.28%及 96.89%。

①同行业可比公司外销占比情况

报告期内，公司主营业务收入中外销收入占比与同行业可比公司对比情况如下：

单位：%

证券代码	公司简称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		外销占比	毛利率	外销占比	毛利率	外销占比	毛利率

002444.SZ	巨星科技	94.32	30.98	93.79	33.15	95.54	29.54
00669.HK	创科实业	92.06	未披露	92.22	未披露	91.76	未披露
603355.SH	莱克电气	69.54	17.04	63.75	17.16	66.82	17.73
603486.SH	科沃斯	46.71	41.17	47.13	33.99	50.85	31.02
欧圣电气		99.84	38.44	98.76	34.89	99.03	23.97

注：创科实业外销占比为定期报告中披露的北美、欧洲地区销售比例；巨星科技 2020 年度因未披露整体外销毛利率，因此选用欧洲及美国地区的毛利率。

巨星科技和创科实业的外销比例与公司较为接近，销售收入基本为外销。而莱克电气和科沃斯的外销占比相对较低。

②境外销售前五大客户情况

由于公司境外销售比例较高，公司境外销售的前五大客户与公司前五大客户一致，具体情况参见本招股说明书“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”。

③境外销售收入数据匹配性分析

A.公司境外销售与海关出口数据相匹配

报告期内，海关提供的公司出口数据与母公司出口收入金额相匹配，具体情况如下：

单位：万美元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
母公司出口收入①	11,904.87	7,439.31	8,949.86
上期报关本期确认收入②	74.35	53.92	24.00
本期报关下期确认收入③	225.54	74.35	53.92
样品或零配件不确认收入④	0.96	0.96	37.01
调整后金额⑤=①-②+③+④	12,057.02	7,460.70	9,016.79
海关出口数据⑥	12,056.54	7,461.20	9,016.93
差异⑦=⑤-⑥	0.48	-0.50	-0.14
差异率⑧=⑦/⑥	0.00%	-0.01%	-0.00%

注：公司账面外销收入均由母公司负责报关；报关金额按企业出口日期进行统计，数据来源于中国电子口岸报关系统。

报告期内，母公司调整后出口收入金额与海关统计数据略有差异，差异率较小。

B.出口退税计算表

单位：万元

项目	公式	2020 年度	2019 年度	2018 年度
免抵退出口货物销售额	①	62,272.29	39,987.58	50,449.56
免抵退税计税金额*退税率	②	8,095.41	6,048.57	8,370.84
免抵退税抵减额	③	-	-	-

免抵退税额	④=②-③	8,095.41	6,048.57	8,370.84
当期应退税额	⑤	5,525.06	4,782.69	7,320.97
当期免抵税额	⑥=④-⑤	2,570.35	1,265.88	1,049.87
退税率	⑦=②/①	13.00%	15.13%	16.59%
根据税法公司可享受的退税率		13%、16%	13%、16%	13%、16%、17%

公司按收到当地主管税务机关的出口免抵退审批表并实际收到退税款时记录当月出口退税金额。公司报告期内各年度外销收入与免抵退出口货物销售额不完全匹配，系统计口径差异，税务部门仅对已回款的出口销售收入办理退税。报告期内公司退税率变动系出口退税率发生变化所致。

报告期内，公司免抵退税额对应退税率及税务系统退税收入的具体情况如下：

单位：万元

退税率	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	退税收入	免抵退税	退税收入	免抵退税	退税收入	免抵退税
5%	-	-	-	-	5.77	0.29
10%	-	-	6.41	0.64	6.27	0.63
13%	62,271.91	8,095.35	11,635.11	1,512.56	537.58	69.89
15%	-	-	-	-	43.14	6.47
16%	0.38	0.06	28,346.06	4,535.37	18,208.42	2,913.35
17%	-	-	-	-	31,648.39	5,380.23
合计	62,272.29	8,095.41	39,987.58	6,048.57	50,449.56	8,370.84

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%

C.境外客户函证情况

报告期内，保荐机构及申报会计师选取报告期内主要客户进行了函证。其中，

涵盖的境外客户函证情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
外销收入金额	95,244.02	59,097.15	61,267.84
函证收入金额	79,030.17	55,256.34	56,079.63
函证收入金额比例	82.98%	93.50%	91.53%
回函确认收入金额	53,444.28	28,183.55	31,974.39
回函占外销比例	56.05%	47.69%	52.19%

对于未回函的客户，保荐机构会同会计师抽查外销收入相关的销售订单、报关单、提单/海运单，并访谈了主要客户，确认公司产品实现最终销售。经核查，保荐机构认为，公司外销收入真实、金额准确。

④境内外销售价格、毛利率差异情况

报告期内，公司境内销售规模较小，2019 公司内销规模相对较大，主要系公司对 Stanley Black&Decker 深圳工厂的销售金额较大。由于公司对客户销售的产品型号差异较大，因此产品单价不具有较大的可比性。境外销售毛利率与境内销售毛利率的比较情况，参见本节“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”。

⑤出口贸易政策变化情况

参见“重大事项提示”之“一、需要特别关注的风险因素”之“（一）贸易摩擦风险”。

⑥汇兑损益对公司业绩影响情况

公司产品出口通常以美元为结算货币，美元兑人民币汇率变化会对公司产品出口竞争力及销售毛利率产生影响。报告期内，公司汇兑损益金额分别为-682.59 万元、-200.10 万元及 1,777.17 万元，对公司业绩影响较小。

报告期内，公司采取以下措施应对汇率波动风险：A.在与客户协商定价中考虑外汇波动因素；B.在日常经营中实时跟踪外汇波动情况，并适时进行外汇汇兑。

（3）主营业务收入按销售模式分析

报告期内，公司主营业务收入按销售模式分析情况如下表：

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
ODM	52,628.93	55.17	34,832.19	58.21	40,335.55	65.20

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	38,370.47	40.22	22,108.96	36.95	18,996.63	30.71
其他	4,395.63	4.61	2,899.14	4.84	2,533.58	4.10
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 ODM 和品牌授权模式为主。2018 年，公司 ODM 模式销售额高于 2019 年，主要原因系 The Home Depot 基于自身产品系列的战略调整，加大对公司 ODM 模式产品的采购规模。

（4）主营业务收入按贸易方式分析

报告期内，公司主营业务收入按贸易方式分析情况如下表：

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
FOB/FCA	71,737.11	75.20	45,935.54	76.76	55,255.03	89.31
DDP	9,600.78	10.06	5,613.67	9.38	2,522.81	4.08
其他	14,057.13	14.74	8,291.09	13.86	4,087.92	6.61
合计	95,395.02	100.00	59,840.30	100.00	61,865.76	100.00

报告期内，公司贸易方式以 FOB/FCA 为主。2018 年 9 月后，因美国加征关税影响，公司与 Costco 等客户协商，将贸易方式由 FOB 改为 DDP，DDP 模式的销售占比有所提升。

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%。

（5）主营业务收入按销售渠道分析

报告期内，公司销售渠道以出口销售为主，网络销售占比不高，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
出口销售	82,148.35	86.11	51,817.72	86.59	58,070.16	93.86
线下销售	2,063.36	2.16	2,740.69	4.58	2,106.21	3.40
网络销售	11,183.31	11.72	5,281.89	8.83	1,689.39	2.73
其中：B2B 模式	9,901.94	10.38	4,935.76	8.25	1,383.45	2.24
B2C 模式	1,281.37	1.34	346.12	0.58	305.94	0.49
合计	95,395.02	100.00	59,840.30	100.00	61,865.76	100.00

报告期内，公司网络销售渠道的占比分别为 2.73%、8.83%及 11.72%。2019 年起，公司网络销售规模有所增长主要系欧圣美国逐步开拓 B2B 模式为主的网络销售业务所致。

（6）主营业务收入按高中低端分析

①高、中、低端产品的划分标准和依据

不同品牌产品在设计和定位、质量和性能等方面存在一定差异，公司根据产品的耐用性、使用寿命、性能、使用材料及用户体验等多方面考虑，将对应的品牌划分为高中低端。例如 Dewalt 隶属于美国史丹利百得公司旗下的高品质工具类品牌，其对产品质量等要求相对较高，Stanley 属于美国史丹利百得公司旗下的中品质工具类品牌。综上所述，因此公司根据产品品牌确定高、中、低端产品的划分，报告期内，根据品牌进行高中低端进行的分类未发生变化。

②各类产品的主要客户、定价依据，收入金额和占比、销售均价和销售数量的变动情况

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：

类型	产品档次	主要客户及对应品牌	定价依据
小型空压机	高端	Lowe's（Kobalt）、Rolair（Rolair）、Harbor freight tools（McGRAW）	根据产品定位、产品质量、成本等因素综合考虑，由公司与客户协商确定。
	中端	Canadian tire corp（Mastercraft）、The Home depot（Husky）、Walmart（BRIGGS&STRATTON）、Menards（Masterforce）	
	低端	Walmart（HYPER TOUGH）、Menards（ToolShop）	
干湿两用吸尘器	高端	Amazon（Dewalt、Stealth）、Costco（Dewalt）、Harbor freight tools（Bauer）	
	中端	Walmart（Stanley）、Costco（Porter Cable）、Amazon（Stanley）	
	低端	Walmart（HYPER TOUGH）	

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%，而价格相对较低格的 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。

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：

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

单位：元

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。

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。

（7）配件及其他分析

①配件及其他的具体构成内容和金额

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，发行人自制的 1.7 加仑、8 加仑的储气罐单位成本中单位具体情况如下：

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。

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。

②主要销售渠道、毛利率水平

公司配件及其他产品的主要销售渠道及毛利率情况如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
Amazon	28.88%	77.84%	36.65%	76.86%	11.34%	76.53%
Menards	2.43%	62.81%	13.15%	49.40%	5.12%	8.76%
Walmart	1.70%	32.11%	8.26%	66.58%	38.92%	18.08%
Franklin Electric Co.Inc	2.58%	65.23%	4.36%	61.07%	2.59%	46.57%
Hillman Group/H. Paulin & Co .	2.75%	79.86%	0.85%	80.21%	3.06%	63.84%
Harbor freight tools	6.74%	98.32%	-	-	-	-
Lowe’s	18.14%	48.97%	-	-	-	-

公司配件产品出货量相对较少，通常不能满足整柜出货标准。客户基于成本控制考虑，通常不以 FOB/DDP 等贸易方式从欧圣电气进行采购。但基于服务消费者考虑，Walmart、Menards 等客户希望公司能够快速提供配件产品服务，因此，要求公司在美国仓库对相关配件产品进行备货，以便其出现配件规模采购需求时，公司能够提供快速响应服务。因此，公司基于产品的运输、仓储及管理成本等方面的考虑，对相关产品的定价相对较高。

此外，报告期内，公司向 Amazon（网络销售 B2B 模式）销售的规模增长较快，Amazon 成为公司主要的配件销售渠道，公司对 Amazon 的销售也以美国当地销售为主，公司承担产品的运输、仓储及管理成本，且网络销售模式定价相对较高，因此公司向其销售的配件毛利率保持较高水平。

2018 年，Walmart 以 FOB 贸易方式从欧圣电气采购 CT0701W/7 加仑手提罐 499.35 万元，Menards 以 DDP 贸易方式从欧圣电气采购 4.5 加仑手提罐 88.76 万元，上述产品非美国当地仓库销售，系直接从欧圣电气出口，该类配件仅为简单加工的小型空压机手提罐，产品定价相对较低，且当年汇率相对较低，原材料钢材的价格相对较高，导致二者毛利率低于其他年度。

③配件收入和小型空压机、干湿两用吸尘器收入的匹配关系

报告期内，公司整机配件销售情况与整机产品收入的匹配关系情况具体如下：

单位:万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
整机	92,603.03	58,297.05	60,109.96
整机配件	1,826.49	1,225.52	1,645.22
占比情况	1.97%	2.10%	2.74%

公司的配件销售占比较低，除 2018 年因 Walmart 及 Menards 采购配件手提罐，因此整机配件占整机的销售规模相对较高外，其他年份基本匹配。

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。

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。

3、主营业务收入的季节性分析

小型空压机和干湿两用吸尘器主要消费地在欧美等发达国家和地区，由于文化及消费习惯的差异，在感恩节、圣诞节等传统节日，欧美等发达国家和地区打折力度较大、居民消费额较高、市场需求较为旺盛。伴随着节日以及大型零售商的自主打折促销活动，本行业呈现出一定的季节性特征，通常下半年销量高于上半年。报告期内，公司主营业务收入的季节分布情况具体如下：

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
第一季度	15,546.99	16.30	11,046.52	18.46	16,365.16	26.45
第二季度	18,187.29	19.07	16,882.98	28.21	15,833.38	25.59
第三季度	30,347.72	31.81	16,832.40	28.13	14,148.35	22.87
第四季度	31,313.02	32.82	15,078.39	25.20	15,518.88	25.08
合计	95,395.02	100.00	59,840.30	100.00	61,865.76	100.00

2018 公司主营业务收入的季节性分布特征有所减弱，主要原因系：①2018 年上半年，The Home Depot 对产品线进行战略优化，采购公司 2 加仑碟罐和 8

加仑卧罐的小型空压机金额较大，导致公司 2018 年上半年收入高于下半年。

2020 年公司下半年主营业务收入较上半年大幅增加，主要受境外厂商未能实现复工复产、美国万亿美元“纾困法案”的实施等影响，公司下半年订单量稳步上升所致。

4、报告期内产销率情况

报告期内，公司主要产品的产量、销量和产销率具体情况参见本招股说明书“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“（一）报告期内主要产品的产能、产量、销量”。

5、退货情况

报告期内，公司退货金额分别为 1,276.90 万元、1,785.10 万元及 2,145.95 万元，主要系大型零售商接受终端消费者的无条件退货后，向公司扣除的退货款。

（1）换货、退货、召回、索赔的具体情况及后续处理情况

报告期内，公司不存在换货、索赔的情况。

公司退货的主要原因为公司主要销售区域为北美，主要客户包括 Costco、Lowe’s、The Home Depot、Canadian Tire Corporation、Walmart、Menards、Harbor Freight Tools，主要客户为海外大型零售商，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，在同一时点上不会存在大规模的集中爆发，相关产品会退回给公司客户。

主要客户对终端用户所采取的是无理由退货政策，故而公司在与其合作过程中也提供相应的退货政策。通常情况下，消费者申请退货并将货物退回至客户后，客户返还消费者货款，并根据消费者退货情况对公司进行扣款，公司与客户定期核对退货、扣款清单。相应退货考虑到由于运回成本较高，经济上价值较低，根据公司与主要客户的合同约定，相应退货由客户直接销毁。

报告期内，公司退货金额分别为 1,276.90 万元、1,785.10 万元及 2,145.95 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度

小型空压机	1,539.67	1,263.41	980.95
干湿两用吸尘器	601.83	501.93	277.34
配件及其他	4.46	19.76	18.60
合计	2,145.95	1,785.10	1,276.90

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

此外，公司存在产品召回情况，2018 年公司发现向 Lowe’s 发运的一批小型空压机金属弯管存在可能发生破损的情况，主动与 Lowe’s 协商，将产品整批次运回欧圣电气工厂更换软管。

（2）销售合同中对退货的处理约定

公司与主要客户的框架协议中对于退货的具体约定情况：

客户	约定
Lowe’s	特殊折扣：以 Lowe’s 的 PO 成本 8%作为瑕疵折扣 供应商承担超出瑕疵折扣的缺陷商品金额 卖方同意，在未签署协议的情况下，Lowe’s 可以在未取得卖方授权的情况下销毁任何有缺陷的产品。根据 Lowe’s 的要求，卖方应向 Lowe’s 提供任何必要的信息，以协助 Lowe’s 处置任何缺陷、不合规格、误贴标签或不符合任何采购单的产品，或将这些产品退还给卖方。对于国际交易，卖方同意，在缺陷产品退货政策未经协商和签署的情况下，Lowe’s 将遵守以下一般准则：由 Lowe’s、其客户或零售商销毁缺陷的产品，且无需获得卖方退货许可。
The Home Depot	是否异地取货：否 供应商货运费率：0%（运费折扣仅适用于通过逆向物流中心（RLC）将退货商品返还给供应商的情况） 缺陷商品退货政策/退货类型：Destroy in Field for Credit（The Home Depot 负责当地处理） 非缺陷商品特殊订单是否退回：否 是否接受退还包装已丢失或已损坏但其他方面完好无缺的物品：否
Canadian Tire Corporation	如果卖方已经向 CTC 提供商品价格的百分比折扣，以替代（in lieu）CTC 向卖方退还缺陷商品的权利，则卖方将向 CTC 承担超出所提供作为津贴的缺陷商品百分比的缺陷商品（CTC 在其合理的自由裁量权范围内认为存在缺陷的商品，以及由 CTC 退还且根据其不时实行的退货政策应予以接收的商品）成本。 如果卖方向 CTC 提供商品价格的售后服务折扣，以代替 CTC 向卖方退还缺陷商品的权利，则卖方将向 CTC 承担超出所提供作为津贴的缺陷商品（CTC 在其合理的自由裁量权范围内认为存在缺陷的商品，以及由 CTC 退还且根据其不时实行的退货政策应予以接收的商品）成本。
Walmart	沃尔玛以其成本金额的 5%（空压机）/3.2%（2017 年底起美国吸尘器）/3%（加拿大吸尘器，2017 年 10 月之前美国吸尘器）作为瑕疵折扣，Walmart 在店铺监控退货，供应商授权 Walmart 通过处理退货商品管理退货：在 Walmart 自行决定的任何地点，以 Walmart 自行决定的以下任何方式：废物利用、回收、处置、丢弃、捐赠或其他。如果 Walmart 收到的实际退货超过了所协商的瑕疵折扣限额，将向供应商提出超出额的索赔要求。如果收到的实际退货数量低于所协商的瑕疵折扣，那么未使用的瑕疵折扣部分就会到期，并且不会结转到下一年。所有退货应仍为 Walmart 的财产。

Costco	Costco 可以自行权责销毁或补救缺陷商品。如果供应商要求退回缺陷商品，应以书面形式声明，并在 Costco 发出商品采购订单前取得 Costco 书面形式同意。 如果供应商要求退货授权，则除非 Costco 另有书面同意，否则供应商应同意每次退货都使用预先分配的预先自动退货授权。
Menards	退货物品处置方法（现场销毁/通过普通货车运回/Fed Ex 地面运输运回）：现场销毁 “现场销毁”客户退货是我们供应商中最受欢迎的选择。处理您的物品时，除了您承担退回物品的费用外，不会产生额外费用。你不必“处理”退回的物品，包括行政文书、运费、仓储费、检验费和搬运费，这些都很难忽视。这种方法基本上减少了与客户退货相关的所有费用。另外，我们希望您使用这种方法，因为我们的仓库空间有限。由于您节省了这笔费用，Menards 在处理退货时可能收到的任何款项都将由 Menards 保管，以支付其处理和管理费用。
亚马逊	根据本协议退回的所有产品的所有权和损失风险将在我方交付给承运人时转移给贵方。除非我方另有书面约定，否则我方也可以退回或处置任何损坏的产品；贵方应接受任何此类退货，并向我方偿还产品以及所有退货或处理费用。

6、现金交易情况

（1）现金收款

报告期内，公司存在少量现金方式收款，占营业收入的比例分别为 0.22%、0.01%及 0.02%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
现金收款	15.94	7.74	135.99
其中：废料收款	11.68	5.58	134.81
个别客户到公司直接采购	4.27	2.15	1.18
营业收入	99,282.44	60,977.44	62,988.23
现金收款占比	0.02%	0.01%	0.22%

公司现金交易主要包括为废料销售及客户线下零星采购等业务，现金交易对手方均为非关联方，主要是为了方便客户支付。

公司通过现金收款的销售均申报缴纳增值税，不存在通过现金收款避税的情况。公司现金收款主要是由于业务开展的需要，具有合理性和必要性。公司现金交易相关收入真实。

（2）现金采购

报告期内，公司存在少量以现金方式采购办公用品和低值易耗品的情形，现金采购占采购总额的比例极低，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
现金采购	1.98	-	0.29
采购总额	56,622.62	33,982.60	41,308.64
现金采购占比	0.00%	0.00%	0.00%

公司制定了现金交易的资金管理规范，相关内控运行有效。经核查，保荐机构认为，发行人上述现金交易具有必要性、合理性，相关交易真实。

7、贸易摩擦对公司的影响

（1）海外国家和地区贸易摩擦加征关税的具体类型和报告期内收入占比、加征关税后对海外销售的实际影响，不存在大量订单取消及大客户转移采购的情形

①海外国家和地区贸易摩擦加征关税的具体类型

受中美贸易战影响，公司出口美国的小型空压机和干湿两用吸尘器被加征关税。在 DDP 及美国当地销售模式下，加征关税部分由公司支付。报告期内，公司主要产品加征关税税率的具体情况如下：

项目	2020 年度	2019 年 5 月-2019 年 12 月	2018 年 9 月-2019 年 5 月	2018 年 9 月之前
小型空压机	0%	25%	10%	0%
干湿两用吸尘器	25%	25%	10%	0%

2018 年 9 月 24 日起，美国对 2,000 亿美元的中国商品加征 10%的进口关税。公司的小型空压机和干湿两用吸尘器产品均属于 2,000 亿美元关税清单。2019 年 5 月 10 日，美国将 2,000 亿美元中国商品关税从 10%上调至 25%。

②报告期内公司主要加征关税产品的收入占比

报告期内，公司加征关税小型空压机及干湿两用吸尘器产品的占比情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
吸尘器加征关税比例	99.17%	84.00%	27.75%
空压机加征关税比例	-	83.06%	17.26%

从上表可以看出，报告期内公司主要产品在加征关税清单中。

③加征关税后对海外销售的实际影响，不存在大量订单取消及大客户转移采购的情形

小型空压机和干湿两用吸尘器是美国家居生活不可或缺的家居产品，同时中

国是全球小型空压机和干湿两用吸尘器主要生产基地，美国本土很难寻找其他供应量充足的生产基地来替代满足美国居民的需求，在可以预见的一段时期内，中美贸易摩擦不会对公司产品出口业务产生较大影响，公司不存在大量订单取消及大客户转移采购的情形。

此外，2020 年 3 月至今，我国新型冠状病毒肺炎疫情基本得到有效控制，但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，公司承接订单规模增长较快，发行人的业务规模有所提升。截至 2020 年末，公司在手订单规模为 5,465.64 万美元。

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。

（2）公司与海外客户就有关税收承担机制的协商进展情况，贸易摩擦政策的影响不存在滞后，发行人已采取多种措施减少贸易摩擦对经营业绩的影响。

①发行人自身竞争优势

A. 客户优势

公司已经建立了覆盖欧美等发达地区的销售渠道，积累了丰富的市场经验和客户资源，合作客户均为全球知名终端零售企业，如 The Home Depot、Lowe’s、Walmart、Canadian Tire Corporation、Costco、Menards、Harbor Freight Tools 等。

B. 品牌优势

公司合作的品牌运营商持有行业内国际知名品牌，如 Stanley、Porter Cable、Dewalt、Craftsman 等。

C. 销售渠道优势

全球知名零售企业对其供应商在产品质量、技术指标和综合服务能力等方面的要求较高，所以客户一旦建立对产品制造企业品质、技术和服务的信任，通常就会保持较高的合作黏性，在业务合作中建立多层次的紧密联系。这些优质客户已与公司建立了良好的合作关系，公司的研发技术、生产工艺、性能检测、质量控制、销售和售后服务得到客户的普遍认可和信任，订单一直处于接近饱和状态。

D. 研发优势

公司对新产品开发的力度和投入规模保持较高水平，公司产品更新迭代速度较快。公司持续调整产品结构，通过研发技术创新将产品向高端定位倾斜，获取产业链高附加值部分利润。

②在手订单价格和数量变化

报告期各期末，公司在手订单规模变动如下：

单位：万美元，万台

项目	2020 年末	2019 年末	2018 年末
在手订单规模	5,465.64	1,647.16	1,141.70
产品数量情况	215.45	27.03	24.57

注：2020 年末在手订单数量包含了较多的配件产品。

报告期各期末，发行人在手订单数量和金额呈现逐渐增加趋势，主要系新冠疫情后，国内顺利复工复产及国外未能完全恢复生产，公司在手订单逐年增加。

③公司与海外客户就有关税收承担机制的协商进展情况

2020 年 1 月至 2020 年 12 月，公司小型空压机产品被排除在美国加征关税清单中，主要干湿两用吸尘器仍列于美国加征关税清单中。自 2021 年 1 月 1 日起，公司小型空压机和干湿两用吸尘器产品属于 25%加征关税名单。

截至 2020 年末，客户与公司有关税收承担机制的协商进展情况如下：

客户	贸易方式及变更情况	公司承担情况
Costco	2018 年 9 月后，将贸易方式由 FOB 改为 DDP	由公司承担关税，但相应订单价格有所上升
Amazon	Amazon 主要销售模式为 B2B 模式，由公司运送至美国仓库后再向其销售	一直由公司承担关税，在加征关税后相应订单价格有所上升
Walmart	贸易方式为 FOB	承担幅度在 16%左右

The Home Depot	贸易方式为 FCA	承担幅度在 20%左右
Lowe’s	贸易方式为 FOB	承担幅度在 20%左右
Canadian Tire Corporation	贸易方式为 FOB	客户位于加拿大，不加征关税
Menards	贸易方式为 DDP	承担幅度在 13%-40%之间
Harbor Freight Tools	贸易方式为 FOB	承担幅度在 15%左右

除 Costco2018 年 9 月后将贸易方式由 FOB 改为 DDP 外，其他客户未变更贸易方式。

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	由欧圣电气承担关税	在其他条件不变的情况下，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。

④购销协议商定周期

公司与美国主要客户签署了长期框架协议，具体价格及结算条款由双方协商，并在订单中体现。报告期内公司定价机制及政策未发生重大变化，即仍主要根据营销策略、销售成本、市场状况、技术和制造复杂程度制定定价策略，具体而言公司根据设计方案、加工工艺、材料价格、生产及运输成本等各项因素综合考虑确定基础报价，并在此基础上与客户进一步协商后确认最终产品价格及订单数量。

⑤贸易摩擦最新进展等情况

由于小型空压机和吸尘器已经成为美国家居生活不可或缺的家居产品，而欧美工具制造企业逐渐转变成产品品牌商，美国的小型空压机和吸尘器产品大部分来自中国进口，加征关税给美国消费者增加了消费产品成本，在美国进口商和消费者的抗议申请下，部分干湿两用吸尘器和小型空压机产品被排除在加征关税清单。

根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，公司小型空压机产品于 2019 年 12 月 31 日获得排除，具体为产品编码为“8414.80.1685”的小型空压机被排除上述关税清单，主要包括“每分钟输送 0.57 立方米以下的便携式空气压缩机”。上述小型空压机的排除加征有效期为 2018 年 9 月 24 日至 2020 年 8 月 7 日。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，产品编码为“8508.11.0000”的吸尘器被排除上述 2,000 亿美元关税清单，主要包括“真空吸尘器，无尘袋，立式，干湿两用，电机不超过 1500W 且尘桶量不超过 4L”和“真空吸尘器，无尘袋，立式，电机不超过 1500W 且容尘量不超过 1L”两类，排除加征有效期为 2018 年 9 月 24 日至 2020 年 8 月 7 日。根据美国贸易代表办公室（USTR）公布的针对中国部分加征关税商品产品排除扩展通知清单，上述产品编码为“8414.80.1685”的小型空压机（公司所生产全部种类的小型空压机）和产品编码为“8508.11.0000”的吸尘器（公司所生产除 4L 以下的干湿两用吸尘器）排除关税加征有效期从 2020 年 8 月 7 日延长至 2020 年 12 月 31 日。截至本招股说明书签署日，公司小型空压机和干湿两用吸尘器产品属于 25%加征关税名单。

⑥发行人采取的应对措施

自中美贸易摩擦以来，发行人密切关注相关贸易政策走向，并制定了相应的应对措施，积极采取应对措施以最大程度减小对发行人经营业绩的影响，具体情

况如下：

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。

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。

⑧贸易摩擦风险已充分披露

公司已在招股说明书“重大事项提示”之“一、需要特别关注的风险因素”之“（一）贸易摩擦风险”进行风险披露。

8、其他业务收入分析

公司其他业务收入主要系收取的租金、废料款及口罩等，其他业务收入和其他业务成本的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	成本	收入	成本	收入	成本
租金	1,012.15	139.00	910.83	147.58	896.48	134.83
边角废料	278.42	-	226.32	-	225.99	-
口罩	2,596.85	1,542.85	-	-	-	-
合计	3,887.42	1,681.85	1,137.15	147.58	1,122.47	134.83

公司租金收入系对外出租的建筑物收入，成本系对应投资性房地产的折旧，公司地处江苏省苏州市汾湖高新技术开发区，处于长三角一体化发展示范区核心区域，距离上海市界 12 公里，毗邻沪渝高速、常嘉高速，便于电商物流企业集聚运输，因此地价水平、租金水平和房屋出租业务的毛利率水平相对较高。

报告期内，公司边角废料主要系生产储气罐过程中产生的钢材边角料、缠绕膜及纸板等报废包装材料。边角废料为各生产加工过程中产生，其材料成本在成本核算时根据原材料领用情况计入生产成本并结转至营业成本，故公司未在其他业务成本中单独核算边角废料的成本，拟上市公司中仕净环保亦采用相同的核算方式。

新冠肺炎疫情爆发后，口罩作为重要的防疫物资，全世界都对口罩有大量的需求，美国因其国内口罩生产企业较少，公司开展了非医用口罩出口业务。公司口罩销售主要通过欧圣美国开展，利用原有销售渠道，根据客户需求从境内采购非医用口罩，所采购的非医用口罩符合 GB/T 32610-2016 标准，经过海关报关审核通过后向境外出口。2020 年度公司口罩业务收入 2,596.85 万元，成本 1,542.85 万元。

2020 年，公司口罩业务前五大客户情况如下所示：

名称	收入（万元）	数量（万个）
ACE HARDWARE (DOM)	984.49	357.80
FASTENAL	501.15	152.20
Sundisc Abrasives USA	436.98	430.50
Abrasives N More	271.06	150.10
BLAIN SUPPLY, INC	223.41	118.50
合计	2,417.09	1,209.10

2020 年 5 月，发行人为应对新冠疫情影响，拟开展口罩业务，购入 6 台用

于生产口罩的机器，购入价格为67.26万元。由于市场情况的变化及自身资质的限制，发行人未实际生产口罩，面对口罩机市场价格大幅下降及发行人目前未使用口罩机的实际情况，对口罩机按照账面价值全额计提资产减值损失。

公司购入的平面口罩打片机、平面口罩焊耳带机等设备情况如下所示：

中文名称	数量（台）	购入时间	账面原值（万元）
平面口罩打片机	1	2020年5月	25.22
平面口罩焊耳带机	1	2020年5月	8.41
平面口罩焊耳带机	1	2020年5月	8.41
平面口罩焊耳带机	1	2020年5月	8.41
平面口罩焊耳带机	1	2020年5月	8.41
平面口罩焊耳带机	1	2020年5月	8.41
合计			67.26

（二）营业成本分析

1、营业成本构成

公司营业成本构成如下表所示：

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
主营业务成本	58,780.90	97.22	39,081.17	99.62	47,055.00	99.71
其他业务成本	1,681.85	2.78	147.58	0.38	134.83	0.29
营业成本合计	60,462.75	100.00	39,228.75	100.00	47,189.83	100.00

报告期内，公司营业成本主要由主营业务成本构成，其他业务成本占比较小。2020年度，公司其他业务成本金额增长较多，主要系公司新增口罩出口业务所致。

2、主营业务成本构成分析

（1）主营业务成本结构构成

报告期内，公司主营业务成本按性质分类情况如下：

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
直接材料	51,258.49	87.20	33,856.85	86.63	40,729.15	86.56
直接人工	4,285.51	7.29	2,704.09	6.92	3,092.11	6.57
制造费用	2,714.04	4.62	2,323.53	5.95	3,086.84	6.56
加工费	522.86	0.89	196.30	0.50	125.35	0.27

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
不得免征和抵扣税额	0.00	0.00	0.39	0.00	21.56	0.05
合计	58,780.90	100.00	39,081.17	100.00	47,055.00	100.00

直接材料是公司主营业务成本的主要构成部分，报告期内直接材料占比分别为 86.56%、86.63%及 87.20%。报告期内，各组成部分占营业成本的比例较为稳定，无显著变化。

（2）主营业务成本的产品构成

报告期内，主营业务成本的产品构成情况如下表：

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
小型空压机	35,516.68	60.42	24,626.06	63.01	32,923.22	69.97
干湿两用吸尘器	22,244.41	37.84	13,863.75	35.47	13,172.47	27.99
配件及其他	1,019.81	1.73	591.36	1.51	959.31	2.04
合计	58,780.90	100.00	39,081.17	100.00	47,055.00	100.00

报告期内，小型空压机和干湿两用吸尘器是公司的核心产品，二者的主营业务成本为 46,095.69 万元、38,489.80 万元及 57,761.09 万元，占主营业务成本的比例分别为 97.96%、98.49%及 98.27%，是公司主营业务成本的主要构成部分。报告期内，公司主营业务成本的产品构成与主营业务收入的产品构成相匹配。

（3）主要产品成本及销量变化情况

报告期内，公司主要产品的平均单位成本情况如下表：

单位：元/台

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单位成本	销量（万台）	单位成本	销量（万台）	单位成本	销量（万台）
小型空压机	390.52	90.95	374.69	65.72	351.30	93.72
干湿两用吸尘器	153.42	144.99	129.39	107.15	116.68	112.88

公司主要产品的单位成本主要受公司各规格型号产品的销售结构影响，通常而言，大体积（加仑数）的高端产品单位成本相对较高，同时，公司产品成本还受到原材料价格波动的影响。具体分析如下：

报告期内，公司小型空压机的平均单位成本呈现上升趋势，主要原因系报告

期内公司大体积小型空压机占比增加，小型空压机体积规模越大，整体单位成本越高。此外，报告期内，公司高端品牌静音型空压机销售占比增加，进一步提高了小型空压机的单位成本。

报告期内，公司干湿两用吸尘器的单位成本呈逐年提高趋势，主要原因系：2019 年，公司产品结构继续向大体积高端产品倾斜，单位成本有所提高，公司分别向 Walmart 和 Costco 销售的 Stanley 品牌和 Dewalt 高端品牌大容量吸尘器规模较大。2020 年，公司向 Costco、Lowe's 等客户销售 Dewalt 高端品牌大容量吸尘器的收入占比较 2019 年进一步增长，导致 2020 年单位成本进一步提高。

3、产品成本的核算流程和方法

（1）产品成本的核算流程和方法，直接材料、直接人工、制造费用、外协加工费用的归集和分配方法，产品成本结转方法，相关成本的核算流程和方法符合《企业会计准则》的规定

公司产品成本采用逐步结转分步法，对电机、储气罐等自制半成品、整机等工序进行分步归集和核算，公司产品成本主要包括直接材料、直接人工和制造费用等项目。公司产品成本具体核算流程如下：

公司主要采用“以销定产”的生产模式。公司计划部门据销售订单、客户交期、库存情况安排生产部门的生产计划；采购部门根据生产计划向供应商下达采购订单，仓储部门根据实际情况入库并制作入库单。生产部门根据物料清单（BOM）和生产订单数量生成领料单，经审批后进行生产领料。公司以产品的生产工单作为成本核算对象，ERP 系统根据生产领料自动归集各产品的直接材料，最终根据产品实际耗用材料按照加权平均价归集材料成本。公司生产车间/成本中心（钣金厂、电机厂、喷涂厂、整机厂、护理机车间）直接生产人员薪酬计入直接人工，人力资源部门每月根据生产工人的月考勤工时计算各生产车间的直接人工成本，财务部门按每个产品耗用工时占当月总工时比例分摊进行归集。公司按照生产工序/成本中心归集制造费用，制造费用根据各工序的人工工时占该工序当月总工时比例分配至各工单。若部分产品存在个别委托加工情况的，财务部门将发生的加工费直接归属于该产品。生产部门办理生产完工入库后，根据成本系统计算完工入库的工单成本。仓储部门在接到发货通知后，安排发货，完成系统出库并按照月末加权平均法相应结转成本。

综上所述，公司采用的产品成本的核算流程和方法与公司自身业务流程相一致，符合《企业会计准则》的相关规定。

（2）营业成本的核算及结转方法，与同行业已上市公司不存在差异

同行业可比上市公司上市时间相对较早，未详细披露营业成本的核算及结转方法，公开资料中已披露的相关资料情况如下：

“科沃斯：在生产环节，公司采用标准成本管理制度，每款产品均有详细的物料清单，成本核算清晰透明，便于公司定期回顾和考核零配件制造子公司以及外包厂家的成本控制水平。”

此外，与公司具体产品不同但客户结构和销售模式相似的园林工具企业宁波大叶园林设备股份有限公司披露的产品成本核算结转方法具体如下：

“基于公司业务模式特点，公司采用逐步结转分步法进行成本核算，通过生产工单，对各生产工序计算各零部件、半成品成本，在成品组装工序归集结转产成品成本。

报告期内，公司各类产品成本均由直接材料、直接人工和制造费用构成，其归集和分配方法如下：

直接材料：原材料成本归集时，公司采取月末一次加权平均法计算当月领用材料成本。通过生产工单归集各产品生产领用的材料成本，月末对已完工产品的材料成本计入产成品成本，对未完工产品的材料成本计入在产品成本。直接人工：公司制定各产品各工序的标准工时，月末将当月实际发生的生产人员薪酬，按照各产品各工序的完工产品数量以及相应的标准工时合理分摊人工成本。制造费用：公司制造费用主要核算与生产相关的固定资产折旧分摊、水电气等费用。月末将实际发生的制造费用，按照各产品各工序的完工产品数量以及相应的标准工时合理分摊制造费用。”

报告期内，公司产品成本结转方法为：公司采用月末一次加权平均法计算当月库存商品发出的单位成本，并根据各类产品销售数量结转销售成本。

报告期内，公司销售成本中的进项税转出，主要系公司产品出口销售时，根据国家出口货物退（免）税管理办法规定，在生产企业出口退税申报系统进行免抵退申报中，因增值税征税率和退税率不同而产生“免抵退税不得免征和抵扣税额”，扣减免抵退不得免征和抵扣税额抵减额后，作为进项税转出项目，公司按

照《企业会计准则》相关规定计入当期主营业务成本。

综上所述，公司营业成本核算方法与同行业上市公司不存在差异。

（3）成本核算的过程和控制的关键环节

公司产品成本主要为材料成本、人工费用及制造费用，其中材料成本核算过程中关键控制点主要体现在采购原材料入库及生产领用出库，人工费用和制造费用核算关键控制点主要体现在费用的归集与分配。

材料采购由生产部根据年度采购计划、生产计划及物料库存情况，提出采购申请，经审批后由采购部按流程进行采购。到货后公司根据采购订单、入库单、发票等相关单据，将到货数量和金额录入存货管理系统。生产领用时按照经批准的生产领料单进行领料，财务人员根据领料单统计材料出库数量并录入系统，月末系统根据存货管理系统记录出库数量和月末一次加权平均法计算的加权平均单价结转生产领料等各项出库成本。

人工费用主要为生产工人的工资，制造费用主要为车间管理人员工资、能源、折旧等。由于公司各类产品可共用生产线，故费用归集时直接根据当期实际发生进行汇总记账，按照各产品各工序的完工产品数量以及相应的标准工时合理分摊。

（4）举例说明成本核算规范性、准确性

以 2019 年 1 月发生的 8 加仑卧罐空压机（料号 CE0701W）和 4 加仑金属桶吸尘器（料号 VC2451）成本核算为例，说明成本核算过程如下：

①8 加仑卧罐空压机

A. 直接材料

财务人员根据当月的生产领料单对 8 加仑卧罐空压机（料号 CE0701W）的原材料投入进行归集，并根据车间提供的产品入库单和期末在产品盘点表，将原材料成本在产成品和在产品之间进行分配，具体情况如下：

项目	数量（pcs）	单价(元/pcs)	直接材料(元)
月初在产品结存	4,901.00	-	770,246.99
本月领料-自制半成品	3,504.00	-	2,088,199.03
本月领料-其他原材料	-	-	600,708.64
本月产成品入库	8,405.00	411.56	3,459,154.66

月末在产品结存	-	-	-

B. 直接人工与制造费用的归集与分摊

a. 根据本月 8 加仑卧罐空压机的生产工时占当月对应车间总工时的比重，归集 8 加仑卧罐直接人工和制造费用的投入金额

项目	直接人工(元)/（工时）	制造费用(元)/（工时）
本期发生总额（A）	1,082,428.09	740,840.37
8 加仑卧罐空压机耗用工时(B)	4,059.62	4,059.62
当月投料总工时（C）	51,318.72	51,318.72
8 加仑卧罐应分摊成本金额（D=A*B/C）	85,626.48	58,604.87

b. 公司直接人工与制造费用归集到当期完工的产成品成本中

项目	数量(pcs)	直接人工(元)	制造费用(元)	加工费
月初在产品结存	4,901.00	27,274.40	15,764.44	-
本月投入自制半成品	3,504.00	166,066.54	138,213.88	-
本月生产	-	85,626.48	58,604.87	-
本月产成品入库	8,405.00	278,967.42	212,583.19	-
月末在产品结存	-	-	-	-

注：月初在产品和自制半成品中直接人工、制造费用为钣金、电机制造等半成品工序中按照工时分摊的直接人工、制造费用。

综上，8 加仑卧罐空压机入库 8,405.00pcs， 入库金额为 3,950,705.28 元，其中直接材料 3,459,154.66 元，直接人工 278,967.42 元，制造费用 212,583.19 元，期末无在产品结存，与实际账务处理情况一致。

C. 完工产品的出库

2019 年 1 月公司向 Lowe's 出货 8,180 台 8 加仑卧罐空压机，财务人员根据当月的销售出库单统计 8 加仑卧罐空压机的出库数量，并采用加权平均单价计算应结转成本

项目	数量(pcs)	存货成本(元)
本月初结存	1,903.00	854,127.99
本月其他入库	15.00	6,732.49
本月生产入库	8,405.00	3,950,705.28
本月 8 加仑卧罐空压机的结转单价(元/pcs)	-	466.10
本月销售出库	8,180.00	3,812,710.24

2019 年 1 月公司向 Lowe's 出货 8,180 台 8 加仑卧罐空压机(料号 CE0701W)，

对应的公司出货单“SF6-19010195、SF6-19011105、SF6-19011454、SF6-19011455、SF6-19011456、SF6-19011457、SF6-19011331、SF6-19011332、SF6-19011570、SF6-19011452、SF6-19011453、SF6-19011950、SF6-19011106、SF6-19010196、SF6-19010197”对应存货结转数量合计 8,180pcs，结转成本金额为 3,812,710.24 元，与账面一致。

②4 加仑金属桶吸尘器

A. 直接材料

财务人员根据当月的生产领料单对 4 加仑金属桶吸尘器的原材料投入进行归集，并根据车间提供的产品入库单和期末在产品盘点表，将原材料成本在产成品和在产品之间进行分配，具体情况如下：

项目	数量（pcs）	单价(元/pcs)	直接材料(元)
月初在产品结存	191.00	92.50	17,666.99
本月领料		-	138.47
本月产成品入库	191.00	93.22	17,805.46
月末在产品结存	-	-	-

B. 直接人工与制造费用的归集与分摊

a. 根据本月金属桶的生产工时占当月对应车间总工时的比重，归集 4 加仑金属桶吸尘器直接人工和制造费用的投入金额

项目	直接人工(元)/（工时）	制造费用(元)/（工时）
本期发生总额（A）	1,082,428.09	740,840.37
4 加仑金属桶吸尘器耗用工时（B）	41.07	41.07
当月投料总工时（C）	51,318.72	51,318.72
4 加仑金属桶吸尘器应分摊成本金额（D=A*B/C）	866.15	592.82

b. 公司直接人工与制造费用归集到当期完工的产成品成本中

项目	数量(pcs)	直接人工(元)	制造费用(元)	加工费(元)
月初自制半成品结存	191.00	537.99	299.38	169.49
本月生产	-	866.15	592.82	-
本月产成品入库	191.00	1,404.14	892.20	169.49
月末在产品结存	-	-	-	-

注：月初在产品和自制半成品中直接人工、制造费用为钣金、电机制造等半成品工序中按照工时分摊的直接人工、制造费用。

综上，4 加仑金属桶吸尘器入库 191pcs，入库金额为 20,271.29 元，其中直接材料 17,805.46 元，直接人工 1,404.14 元，制造费用 892.20 元，加工费 169.49 元，期末无在产品结存，与实际账务处理情况一致。

c. 完工产品的出库

2019 年 1 月公司向 Walmart 出货 3,780 台 4 加仑金属桶吸尘器（料号 VC2451），财务人员根据当月的销售出库单统计金属桶吸尘器的出库数量，并采用加权平均单价计算应结转成本。

项目	数量(pcs)	存货成本(元)
本月初结存	3,606.00	366,261.06
本月其他入库	-	-
本月生产入库	191.00	20,271.29
本月 4 加仑金属桶吸尘器的结转单价(元/pcs)	-	101.80
本月销售出库	3,780.00	384,801.76

2019 年 1 月公司向 Walmart 出货 3,780 台 4 加仑金属桶吸尘器（料号 VC2451），4 加仑金属桶吸尘器以月末存货加权平均单价结转成本金额为 384,801.76 元，公司出货单“SF6-19010871”对应存货结转数量合计 3,780pcs，结转成本金额为 384,801.76 元，与账面一致。

综上，根据 8 加仑卧罐空压机（料号 CE0701W）和 4 加仑金属桶吸尘器（料号 VC2451）在 2019 年 1 月产品的成本核算情况，可验证公司成本核算的规范性、准确性。

4、主要产品的单位成本从原材料采购环节，到产品生产加工环节，到最终销售环节的成本结转过程

（1）产品的期末存货成本低于生产成本和销售成本的原因和合理性

报告期内，公司主要产品的期末存货成本、期间生产成本、期间销售成本的具体情况如下：

2020 年度

单位：元/台，%

产品型号	期末存货成本	生产成本	销售成本	与生产成本的差异率	与销售成本的差异率
CE0505W	379.93	368.65	365.94	3.06%	3.82%
CE0920S	567.88	581.75	581.99	-2.38%	-2.42%

CE1704W	401.99	392.25	393.07	2.48%	2.27%
CE1705L	777.31	754.87	756.21	2.97%	2.79%
VC3601	197.96	191.95	193.61	3.13%	2.24%

2019 年度

单位：元/台，%

产品型号	期末存货成本	生产成本	销售成本	与生产成本的差异率	与销售成本的差异率
CD0924W	162.15	170.41	170.18	-4.85	-4.72
CE0505W	366.88	390.29	393.91	-6.00	-6.86
VC1403S	171.90	174.14	173.89	-1.29	-1.14
CE0510W	369.82	384.83	386.53	-3.90	-4.32
VC2802P	60.63	61.76	61.51	-1.83	-1.43

2018 年度

单位：元/台，%

产品型号	期末存货成本	生产成本	销售成本	与生产成本的差异率	与销售成本的差异率
CE0505W	372.71	398.87	400.94	-6.56	-7.04
CE0914L	877.67	931.81	932.63	-5.81	-5.89
CD0901D	172.34	184.59	186.18	-6.64	-7.43
CE0701W	448.83	477.65	481.83	-6.03	-6.85
VC1403S	169.52	180.72	175.85	-6.20	-3.60

从各年生产成本及销售成本对比来看，差异率较小，部分年份差异率超过5%，主要原因为各期材料成本差异及存货生产成本与产品销售成本存在时间差异所致。

公司产品按照工单核算成本，原材料价格波动，导致同一产品的不同批次工单成本随着原材料价格波动。2018 年末、2019 年末，公司原材料价格处于下降期间，后期生产入库工单的成本低于前期入库销售工单，因此期末存货成本低于平均生产成本和平均销售成本。2020 年末，公司原材料价格处于上升期间，后期生产入库工单的成本高于前期入库销售工单，因此期末存货成本高于平均生产成本和平均销售成本。

（2）主要产品的单位成本从原材料采购环节，到产品生产加工环节，到最终销售环节的成本结转过程

①小型空压机的单位成本从原材料采购环节，到产品生产加工环节到最终销售环节的成本结转过程

报告期内，公司小型空压机主要产品工艺流程按照主要部件可分解为：电机

制作、储气罐制作和整机装配。钢材原材料于制罐车间经加工后形成储气罐作为自制半成品入库，铜线、铝线等原材料于电机车间经加工后形成电机作为自制半成品入库，储气罐、电机半成品和其他原材料领用后于整机车间进行整机装配，最终形成成品入库。小型空压机的单位成本从原材料采购环节，到产品生产加工环节，到最终销售环节的成本结转具体过程如下：

A. 原材料采购及领用成本结转

生产小型空压机储气罐用原材料钢材采购及领用单位成本结转如下：

单位：元/千克

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	单位成本	变动率	单位成本	变动率	单位成本	变动率	单位成本
钢材采购	3.75	1.98%	3.68	-5.79%	3.91	7.51%	3.63
钢材领用	3.70	0.49%	3.69	-5.86%	3.92	8.26%	3.62

报告期内，钢材采购入库单位成本与领用出库单位成本变动趋势整体较为一致，基本无滞后时间。

生产小型空压机电机用原材料铜线和铝线采购及领用单位成本结转如下：

单位：元/千克

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	单位成本	变动率	单位成本	变动率	单位成本	变动率	单位成本
铜线采购	47.30	-2.50%	48.51	-3.29%	50.16	6.65%	47.03
铜线领用	47.22	-2.77%	48.56	-3.42%	50.28	8.41%	46.38
铝线采购	21.92	-1.52%	22.26	-3.49%	23.07	0.62%	22.93
铝线领用	21.90	-1.71%	22.28	-3.64%	23.13	1.68%	22.74

报告期内，铜线、铝线采购入库单位成本与领用出库单位成本变动趋势整体较为一致，基本无滞后时间。

B. 原材料领用与自制半成品入库结转

生产小型空压机用半成品储气罐入库及领用单位成本结转如下：

单位：元/千克

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	单位成本	变动率	单位成本	变动率	单位成本	变动率	单位成本
钢材领用	3.70	0.49%	3.69	-5.86%	3.92	8.26%	3.62
完工储气罐入库	98.48	1.10%	97.41	-3.64%	101.08	1.37%	99.72
采购储气罐入库	52.86	8.13%	48.88	-9.88%	54.24	-5.56%	57.44
平均储气罐平均入库	86.41	2.10%	84.63	9.06%	77.60	-0.75%	78.18

储气罐领用	86.01	2.37%	84.02	10.05%	76.35	-3.02%	78.72

报告期内，公司用于整机车间生产小型空压机用储气罐部分为自制，部分来自直接采购。公司对外采购的储气罐型号和公司自制储气罐型号存在差异，从经济性考虑，公司对外采购主要为 1.7 加仑、8 加仑体积等市场供应量充足的小体积储气罐，由于大加仑储气罐市场供应量和供货响应速度一般且供应商具备一定溢价优势，公司自制储气罐以大加仑储气罐为主，上述因素致使公司自制完工储气罐入库单位成本大于采购储气罐入库单位成本。平均储气罐入库成本为完工成品储气罐和自制成品储气罐平均入库成本，公司生产部门领用自制成品储气罐和采购成品储气罐用于生产小型空压机。报告期内，公司钢材领用单位成本与自制完工成品储气罐单位成本变动趋势整体较为一致，储气罐平均单位入库成本与用于整机生产的储气罐领用单位成本变动趋势整体较为一致，2019 年平均储气罐入库成本和储气罐领用呈现上升趋势主要系公司加大大体积的自制储气罐的比例。

生产小型空压机半成品电机入库及领用单位成本结转如下：

单位：元/千克、元/台

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	单位成本	变动率	单位成本	变动率	单位成本	变动率	单位成本
铜线领用	47.22	-2.77%	48.56	-3.42%	50.28	8.41%	46.38
铝线领用	21.90	-1.71%	22.28	-3.64%	23.13	1.68%	22.74
空压机电机入库	161.19	3.81%	155.28	10.78%	140.17	-0.88%	141.41
空压机电机领用	160.86	6.51%	151.03	7.32%	140.73	-0.77%	141.81

报告期内，公司铜线、铝线领用单位成本变动趋势与空压机电机入库单位变动趋势存在一定差异，2018 年 The Home Depot 向公司采购 2 加仑碟罐空压机规模较大，该型号空压机功率偏低，单位耗用电机定转子铜线、铝线低于其他型号，致使 2018 年空压机电机单位入库成本与原材料领用单位成本存在差异；此外，报告期内，公司加大了高附加值的静音机品类研发与生产，静音机电机泵头制造工序复杂，人工成本高于非静音机电机，致使 2019 年、2020 年空压机电机入库成本呈现上升趋势。报告期内，空压机电机入库单位成本与空压机电机领用单位成本变动趋势整体较为一致，空压机电机入库与空压机领用出库滞后时间较短。

C. 自制半成品领用与产成品入库结转

自制半成品储气罐、电机领用和小型空压机入库单位成本结转如下：

单位：元/台

项目	2020 年度			2019 年度		
	单位成本	变动率	投料比	单位成本	变动率	投料比
储气罐领用	86.01	2.37%	21.77%	84.02	10.05%	22.21%
空压机电机领用	160.86	6.51%	40.71%	151.03	7.32%	39.93%
空压机入库	395.16	4.48%	-	378.22	12.41%	-
项目	2018 年度			2017 年度		
	单位成本	变动率	投料比	单位成本	变动率	投料比
储气罐领用	76.35	-3.02%	22.69%	78.72	-	22.45%
空压机电机领用	140.73	-0.77%	41.83%	141.81	-	40.44%
空压机入库	336.45	-4.07%	-	350.71	-	-

储气罐和空压机电机是整机车间小型空压机主要生产领用投料，两者投料占小型空压机单位入库成本约分别为 20%和 40%。报告期内，空压机入库单位成本与储气罐领用和空压机电机领用单位成本变动趋势整体较为一致。

D. 产成品入库与存货销售出库结转

小型空压机入库及销售出库单位成本结转如下：

单位：元/台

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	单位成本	变动率	单位成本	变动率	单位成本	变动率	单位成本
空压机入库	395.16	4.48%	378.22	12.41%	336.45	-4.07%	350.71
空压机销售	390.52	4.23%	374.69	6.66%	351.30	-3.10%	362.52

报告期内，小型空压机入库形成存货的单位成本与空压机电机出库销售单位成本变动趋势整体较为一致，公司小型空压机入库并销售出库周转时间较短，基本不存在存货长时间滞留仓库情况。

②干湿两用吸尘器的单位成本从原材料采购环节，到产品生产加工环节到最终销售环节的成本结转过程

报告期内，公司干湿两用吸尘器主要产品工艺流程按照主要部件可分解为：电机制作、整机装配。铜线、铝线等原材料于电机车间经加工后形成电机作为自制半成品入库；电机半成品和采购的金属尘桶、塑料尘桶及其他原材料领用后于整机车间进行整机装配，最终形成成品入库。干湿两用吸尘器的单位成本从原材料采购环节，到产品生产加工环节，到最终销售环节的成本结转具体过程如下：

A.原材料采购及领用成本结转

生产干湿两用吸尘器用原材料金属尘桶和塑料尘桶采购及领用单位成本结转如下：

单位：元/千克

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	单位成本	变动率	单位成本	变动率	单位成本	变动率	单位成本
金属桶采购	26.02	6.08%	24.52	25.44%	19.55	15.95%	16.86
金属桶领用	26.42	7.71%	24.53	25.42%	19.56	15.78%	16.89
塑料桶采购	21.73	36.57%	15.91	29.91%	12.25	53.21%	7.99
塑料桶领用	21.68	36.28%	15.91	30.02%	12.23	50.63%	8.12

报告期内，金属尘桶和塑料尘桶采购入库单位成本与领用出库单位成本变动趋势整体较为一致，基本无滞后时间。

生产干湿两用吸尘器电机用原材料铜线和铝线采购及领用单位成本结转如下：

单位：元/千克

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	单位成本	变动率	单位成本	变动率	单位成本	变动率	单位成本
铜线采购	47.30	-2.50%	48.51	-3.29%	50.16	6.65%	47.03
铜线领用	47.22	-2.77%	48.56	-3.42%	50.28	8.41%	46.38
铝线采购	21.92	-1.52%	22.26	-3.49%	23.07	0.62%	22.93
铝线领用	21.90	-1.71%	22.28	-3.64%	23.13	1.68%	22.74

报告期内，铜线、铝线采购入库单位成本与领用出库单位成本变动趋势整体较为一致，基本无滞后时间。

B.原材料领用与自制半成品入库结转

生产干湿两用吸尘器半成品电机入库及领用单位成本结转如下：

单位：元/千克、元/台

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	单位成本	变动率	单位成本	变动率	单位成本	变动率	单位成本
铜线领用	47.22	-2.77%	48.56	-3.42%	50.28	8.41%	46.38
铝线领用	21.90	-1.71%	22.28	-3.64%	23.13	1.68%	22.74
完工吸尘器电机入库	25.65	-8.11%	27.91	4.19%	26.79	4.07%	25.74
采购吸尘器电机入库	33.42	-3.50%	34.63	5.41%	32.86	6.80%	30.76
平均吸尘器电机入库	27.10	-5.53%	28.68	4.61%	27.42	3.51%	26.49
吸尘器电机领用	27.01	-4.99%	28.43	3.28%	27.52	4.00%	26.47

报告期内，除 2019 年以外，公司铜线、铝线领用单位成本变动趋势与干湿两用吸尘器电机入库单位变动趋势基本保持一致，2018 年，公司销售的前三大

类干湿两用吸尘器型号均为 4 加仑、8 加仑及 1 加仑干湿两用吸尘器，2019 年公司销售的前三大类干湿两用吸尘器型号分别为 10 加仑、8 加仑及 6 加仑干湿两用吸尘器，由于公司干湿两用吸尘器产品结构整体往大加仑结构调整，干湿两用吸尘器功率提高，单位电机耗用电机定转子铜线、铝线高于其他型号，致使 2019 年小型干湿两用吸尘器电机单位入库成本与原材料领用单位成本存在差异。

报告期内，公司用于整机车间生产干湿两用吸尘器电机部分为自制，部分来自直接采购。平均吸尘器电机单位入库成本为完工吸尘器电机和采购吸尘器电机平均入库成本，公司生产部门领用完工吸尘器电机和采购吸尘器电机用于生产干湿两用吸尘器。完工吸尘器电机和采购吸尘器电机平均单位入库成本与用于整机生产的吸尘器电机领用单位成本变动趋势整体较为一致，公司干湿两用吸尘器电机入库并领用出库周转时间较快。

C.自制半成品领用与产成品入库结转

报告期内，吸尘器电机领用、塑料尘桶领用和塑料桶干湿两用吸尘器入库单位成本结转如下：

单位：元/台

项目	2020 年度			2019 年度		
	单位成本	变动率	投料比	单位成本	变动率	投料比
塑料尘桶领用	21.68	36.28%	14.50%	15.91	30.02%	12.83%
吸尘器电机领用	27.01	-4.99%	18.06%	28.43	3.28%	22.93%
塑料桶吸尘器入库	149.56	20.62%	-	123.99	14.43%	-
项目	2018 年度			2017 年度		
	单位成本	变动率	投料比	单位成本	变动率	投料比
塑料尘桶领用	12.23	50.63%	11.29%	8.12	-	10.14%
吸尘器电机领用	27.52	4.00%	25.40%	26.47	-	33.06%
塑料桶吸尘器入库	108.36	35.35%	-	80.06	-	-

塑料尘桶和吸尘器电机是整机车间塑料桶干湿两用吸尘器主要生产领用投料，两者投料占小型空压机单位入库成本约分别为 10-15%和 18-26%。报告期内，塑料桶吸尘器入库单位成本与塑料尘桶和吸尘器电机单位成本变动趋势整体较为一致，2020 年，塑料桶吸尘器入库单位成本变动率与塑料尘桶领用单位成本变动率保持同方向，主要系塑料尘桶领用单位成本变动率波动大幅高于吸尘器电机领用单位成本变动率波动程度。

报告期内，吸尘器电机领用、金属尘桶领用和金属料桶干湿两用吸尘器入库单位成本结转如下：

单位：元/台

项目	2020 年度			2019 年度		
	单位成本	变动率	投料比	单位成本	变动率	投料比
金属尘桶领用	26.42	7.71%	16.68%	24.53	25.42%	15.48%
吸尘器电机领用	27.01	-4.99%	17.06%	28.43	3.28%	17.94%
金属桶吸尘器入库	158.36	-0.07%	-	158.47	18.09%	-
项目	2018 年度			2017 年度		
	单位成本	变动率	投料比	单位成本	变动率	投料比
金属尘桶领用	19.56	15.78%	14.58%	16.89	-	14.72%
吸尘器电机领用	27.52	4.00%	20.51%	26.47	-	23.07%
金属桶吸尘器入库	134.20	16.97%	-	114.73	-	-

金属尘桶和吸尘器电机是整机车间金属桶干湿两用吸尘器主要生产领用投料，两者投料占小型空压机单位入库成本约分别为 14-17%和 17-21%。报告期内，金属桶吸尘器入库单位成本与金属尘桶和吸尘器电机单位成本变动趋势整体较为一致，2020 年，金属桶吸尘器入库单位成本变动率与吸尘器电机领用单位成本变动率保持同方向，主要系吸尘器电机领用单位成本投料占比高于金属尘桶领用投料占比，吸尘器电机领用单位成本变动趋势对金属桶吸尘器入库单位成本变动趋势起主导作用。

D.产成品入库与存货销售出库结转

干湿两用吸尘器入库及销售出库单位成本结转如下：

单位：元/台

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	单位成本	变动率	单位成本	变动率	单位成本	变动率	单位成本
金属桶吸尘器入库	158.36	-0.07%	158.47	18.09%	134.20	16.97%	114.73
金属桶吸尘器销售	154.48	3.07%	149.89	12.55%	133.18	8.76%	122.45
塑料桶吸尘器入库	149.56	20.62%	123.99	14.43%	108.36	35.35%	80.06
塑料桶吸尘器销售	153.83	26.10%	121.99	15.70%	105.43	21.15%	87.03

报告期内，塑料桶干湿两用吸尘器入库形成存货的单位成本与塑料桶干湿两用吸尘器出库销售单位成本变动趋势整体较为一致，金属桶干湿两用吸尘器入库形成存货的单位成本与金属桶干湿两用吸尘器出库销售单位成本变动趋势整体较为一致，公司干湿两用空压机入库并销售出库周转时间较短，基本不存在存货长时间滞留仓库情况。

5、生产成本的构成

（1）各期直接材料明细情况

报告期内，公司生产成本中直接材料明细情况如下：

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
金属件	11,824.67	21.85%	7,815.64	23.21%	9,619.11	23.52%
塑料件类	12,186.02	22.51%	6,757.76	20.07%	6,663.65	16.30%
钢材类	7,607.03	14.05%	4,892.78	14.53%	7,178.21	17.55%
电机及组合件	6,289.05	11.62%	4,015.40	11.92%	4,580.61	11.20%
包材图档	4,608.42	8.51%	2,739.47	8.13%	3,383.99	8.28%
电气件	4,732.95	8.74%	3,039.62	9.03%	3,708.61	9.07%
其他	6,880.95	12.71%	4,416.11	13.11%	5,757.20	14.08%
合计	54,129.09	100.00%	33,676.78	100.00%	40,891.39	100.00%

公司生产成本中直接材料主要原材料包括金属件、塑料件类、钢材类、电机及组合件、电气件、包材图档类等，报告期内，主要原材料在直接材料中的占比较为稳定，与公司主要原材料采购比例相匹配。2019 年、2020 年钢材类采购金额占采购总额的比例与 2018 年相比呈现下降趋势，主要系 2019 年以来公司加大自制储气罐的投入，由于外购储气罐成本包含了供应商将钢材加工至储气罐的人工加成费用，外购储气罐比例的降低使得直接材料中钢材类采购金额占采购总额的比例相应降低。报告期内，塑料件类占比同比呈现上升趋势，主要系公司塑料尘桶吸尘器订单量同比增加。

公司主要产品小型空压机和干湿两用吸尘器生产成本中直接材料明细情况如下：

单位：万元

小型空压机			
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
金属件	10,291.13	6,839.88	8,567.04
钢材类	6,394.85	4,248.58	6,246.99
电机及组合件	3,907.48	2,491.63	2,971.97
电气件	2,779.90	1,808.81	2,380.58
包材图档	2,225.97	1,477.37	2,035.88
塑料件类	1,696.97	1,221.04	1,478.75
其他	4,616.89	3,264.66	4,222.68

合计	31,913.19	21,351.97	27,903.89
干湿两用吸尘器			
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
塑料件类	10,431.29	5,480.93	5,170.66
电机及组合件	2,338.13	1,499.31	1,602.63
包材图档	2,375.69	1,150.93	1,295.53
电气件	1,945.84	1,181.79	1,330.18
钢材类	1,193.05	636.50	922.84
金属件	1,527.34	963.91	1,046.39
其他	2,121.56	965.60	1,398.35
合计	21,932.91	11,878.96	12,766.59

小型空压机生产成本中直接材料主要原材料主要为钢材类、金属件、电机及组合件等，上述主要原材料变动趋势与公司小型空压机产量相匹配，2019 年钢材类、金属件、电机及组合件等主要原材料低于其他年度主要系当年空压机产量和销量低于其他年度。报告期内，干湿两用吸尘器生产成本中直接材料主要原材料主要为塑料件、电机及组合件等，2019 年电机及组合件、包材图档、电气件、钢材类、金属件等主要原材料低于其他年度主要系当年干湿两用吸尘器产量和销量低于其他年度，塑料件金额整体呈现上升趋势，主要系公司塑料尘桶吸尘器订单量和生产量报告期内呈现上升趋势。

报告期内，公司生产成本主要原材料在直接材料中的占比较为稳定，与公司主要原材料采购比例、公司主要产品的生产产量相匹配。

（2）各期制造费用明细情况

报告期内，公司生产成本中制造费用明细情况如下：

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
工资	911.81	31.95%	636.98	28.74%	983.79	31.64%
福利费	31.36	1.10%	33.52	1.51%	35.71	1.15%
社保公积金	352.87	12.37%	559.95	25.26%	637.91	20.51%
折旧	511.93	17.94%	504.74	22.77%	412.45	13.26%
其他	1,045.74	36.64%	481.22	21.71%	1,039.82	33.44%
合计	2,853.70	100.00%	2,216.41	100.00%	3,109.68	100.00%

注：公司上述制造费用明细统计口径系各期生产成本中的制造费用金额，并非营业成本中的制造费用，具体原因如下：在日常财务核算中，公司归集制造费用，并依据工时在完工产品之间进行分配，与直接材料、直接人工一并结转至当期入库完工产品；由于发行人产品种类丰富，生产批次多，且当期完工产品并非完全对外实现销售，以已完工产品的制造费用结转

至营业成本，因此参照制造费用各成本要素结构进行分析。

公司生产成本中制造费用包括工资、福利费、社保公积金、折旧等因素，制造费用中的工资主要系车间管理人员工资，2019 年公司小型空压机和干湿两用吸尘器生产产量和销量低于报告期内其他年度，相应车间管理人员工资金额及占比低于报告期内其他年度。公司生产成本中制造费用其他主要包括电费、物料消耗、伙食费、修理费、测试费等其他制造费用，2019 年公司小型空压机和干湿两用吸尘器生产产量低于报告期内其他年度，使得制造费用中其他费用也相应低于其他年度。2020 年，制造费用中的社保公积金金额和占比低于其他年度，主要系考虑新冠疫情影响当地政府免除部分月份企业承担的社保缴纳金额。报告期内折旧整体呈上升趋势，主要系随着生产规模的扩大，为增加公司自动化水平、改进加工技术、提高生产效率，公司增加了制罐车间和电机车间设备投入所致。

（3）制造费用占比下滑的原因和合理性

报告期内，公司主营业务成本按性质分类情况如下：

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
直接材料	51,258.49	87.20	33,856.85	86.63	40,729.15	86.56
直接人工	4,285.51	7.29	2,704.09	6.92	3,092.11	6.57
制造费用	2,714.04	4.62	2,323.53	5.95	3,086.84	6.56
加工费	522.86	0.89	196.30	0.50	125.35	0.27
不得免征和抵扣税额	0.00	0.00	0.39	0.00	21.56	0.05
合计	58,780.90	100.00	39,081.17	100.00	47,055.00	100.00

公司制造费用占比下滑，主要原因系：公司制造费用中的薪酬主要为车间管理人员工资，2019 年，公司小型空压机业务规模较 2018 年有所下降，公司车间管理人员规模同时也有所下降；2020 年，公司订单同比增加较多，公司直接人工投入增加，车间管理人员规模及工资增幅低于直接人工规模及工资增幅。

（4）产品主要原材料单位耗用变化情况，主要原材料采购、领用数量与产量的匹配情况

报告期内，公司小型空压机和干湿两用吸尘器主要原材料单位耗用情况如下：

单位：元/台

小型空压机			
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
包材图档	23.62	21.94	21.41
电机及组合件	41.47	37.01	31.25
电气件	29.50	26.87	25.03
钢材类	67.86	63.11	65.68
金属件	109.21	101.60	90.07
塑料件类	18.01	18.14	15.55
其他	48.99	48.49	44.40
合计	338.66	317.16	293.38
干湿两用吸尘器			
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
包材图档	15.46	11.58	10.90
电机及组合件	15.21	15.08	13.48
电气件	12.66	11.89	11.19
钢材类	7.76	6.40	7.76
金属件	9.94	9.70	8.80
塑料件类	67.87	55.14	43.49
其他	13.80	9.72	11.76
合计	142.71	119.52	107.38

公司领用原材料规格型号较多，以小型空压机主要组件储气罐为例，说明公司原材料采购、领用、产量的匹配情况：

单位：万台

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
外购储气罐数量	40.95	21.04	55.95
自制储气罐数量	70.89	56.57	53.28
外购、自制储气罐数量	111.84	77.62	109.22
领用储气罐数量	111.34	78.41	108.57
外购、自制储气罐数量与领用储气罐比例	1.00	0.99	1.01
剔除双罐空压机影响的耗用储气罐数量	96.00	68.41	94.90
小型空压机产量	94.23	67.32	95.11
剔除双罐空压机影响单位产品耗用储气罐数量（台）	1.02	1.02	1.00

注：双罐静音型小型空压机单台空压机配置两台储气罐，剔除双罐空压机影响的耗用储气罐数量统计口径为将领用的双罐储气统计为单个储气罐。

公司领用原材料规格型号较多，以干湿两用吸尘器主要组件尘桶为例，说明公司原材料采购、领用、产量的匹配情况：

单位：万台

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
外购尘桶数量	161.53	99.51	118.98
领用尘桶数量	157.10	99.36	118.92
外购数量与领用尘桶数量比例	1.03	1.00	1.00
干湿两用吸尘器产量	153.69	99.39	118.89
单位产品耗用尘桶数量（台）	1.02	1.00	1.00

报告期内，干湿两用吸尘器主要原材料尘桶采购数量、领用数量与干湿两用吸尘器产量相匹配。

（5）干湿两用吸尘器主要原材料的构成和占比情况，塑料尘桶和金属尘桶占干湿两用吸尘器原材料的占比，生产和耗用情况

报告期内，公司干湿两用吸尘器生产成本中塑料尘桶和金属尘桶金额及占比情况如下：

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
塑料件	10,431.29	47.56%	5,480.93	46.14%	5,170.66	40.50%
其中：塑料尘桶	2,529.96	11.53%	1,194.17	10.05%	884.25	6.93%
钢材类	1,193.05	5.44%	636.50	5.36%	922.84	7.23%
其中：金属尘桶	1,096.32	5.00%	594.36	5.00%	915.58	7.17%

报告期内，公司塑料尘桶和金属尘桶采购、耗用量及干湿两用吸尘器生产量情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
金属桶和塑料桶采购量（万台）	161.53	99.51	118.98
金属桶和塑料桶耗用量（万台）	157.10	99.36	118.92
吸尘器产量（万台）	153.69	99.39	118.89

报告期内，金属桶和塑料桶采购量、耗用量总体与吸尘器产量相匹配。2020 年，由于海外疫情居家隔离政策和海外部分竞争对手破产停产使得发行人吸尘器订单增长较快，受订单增长驱动，公司干湿两用吸尘器生产备货量和生产负荷远超其他年度，由于生产规模扩大，公司原材料采购周期和备料期间长于其他年度，使得 2020 年金属桶和塑料桶采购量比金属桶和塑料桶耗用量多 4.43 万台；同时干湿两用吸尘器生产规模的扩大使得尘桶领用投料到生产成成品吸尘器周转时间变长，存在当月领用部分尘桶仍未生产加工完成产成品，该部分领用尘桶最终

生产的吸尘器于次月入库，上述因素致使金属桶和塑料桶耗用量比吸尘器产量多3.41万台。

（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系

①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

公司小型空压机主要原材料为钢材，由于公司小型空压机储气罐部分自制、部分外购，因此将外购储气罐和其他空压机制造用的钢材合计金额与公司小型空压机标准产量进行对比，具体情况如下：

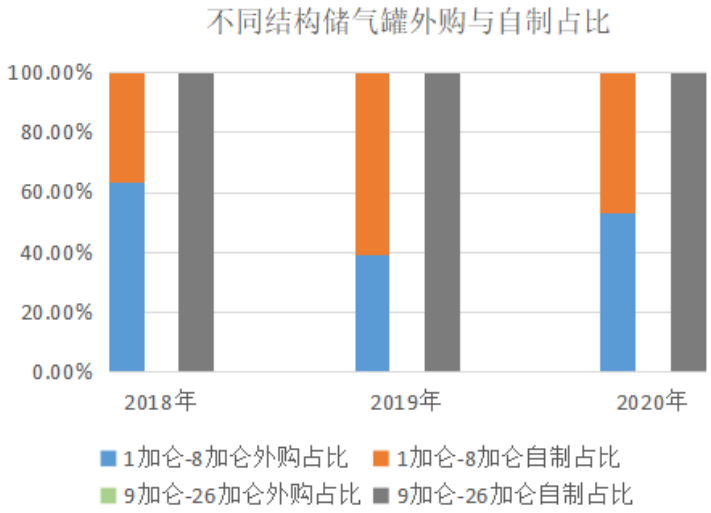
项目	2020年度	2019年度	2018年度
钢材和储气罐采购金额(万元）	7,070.13	4,637.15	6,521.67
空压机折合标准产量（万台）	103.90	69.78	88.11
每台空压机平均耗用钢材金额（元/台）	68.04	66.45	74.02
外购储气罐占钢材和储气罐采购金额比例	33.59%	22.20%	48.23%
钢材年度算术平均单价Q235B 2.0*1250*C（上海、涟钢）走势（元/吨）	4,016.86	3,974.83	4,398.03

公司生产空压机所用钢材类原材料为公司采购钢材金额和公司直接采购储气罐金额之和。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%，2019年公司加大自制储气罐的投入，使得外购储气罐占钢材和储气罐采购金额比例下降，2020年由于订单规模的增长同时受自制规模的限制，公司增加了外购储气罐的比例。报告期内，原材料钢材价格变动行情与公司每台空压机平均耗用钢材金额变动趋势保持一致。与此同时，由于外购储气罐成本包含了供应商将钢材加工至储气罐的必要利润率，2019年外购比例的降低使得2019年每台空压机平均耗用钢材价格进一步同比下降。

②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系

公司自2017年年初开始投入自制储气罐，自制储气罐规模占比不断提升，同时公司的制罐车间产能目前还不能满足所有小型空压机订单生产所需，因此公司小型空压机所需的储气罐供应采取以自制为主外购为辅的策略。

报告期内，公司对外采购的储气罐型号和公司自制储气罐型号存在差异，公司自制储气罐优先以大加仑储气罐为主，该部分储气罐市场供应量和供货响应速度一般且供应商具备一定溢价优势，为了保证公司产品供货响应及时性，公司自2017 年年初自建制罐车间并主要自制该类型储气罐。同时从经济性考虑和受制于制罐车间生产能力限制，公司对外采购储气罐主要以 1 加仑、1.7 加仑、2 加仑、3 加仑、8 加仑等 8 加仑及 8 加仑以下体积的储气罐为主，上述小体积的储气罐在长三角地区供应量充足，储气罐供应商具有规模效应且为专业制罐，对该类市场供应量充足且价格充分竞争类储气罐，公司通过外购可以有效弥补自制产能不足的限制。



由于自制和外购均涉及的储气罐主要为体积在 1 加仑、1.7 加仑、2 加仑、3 加仑、8 加仑的储气罐，上述体积的自制和外购毛坯储气罐的单位成本情况具体如下：

单位：元

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
1 加仑带支架卧罐（料号：AT1207.00.00.00）	外购单价	52.79	/	/
	自制单位成本	46.64	45.44	/
1.7 加仑喷塑卧罐（料号：F1513700171）	外购单价	41.03	41.57	43.49
	自制单位成本	/	-	49.99
2 加仑碟罐（料号：F1513700778）	外购单价	38.98	41.04	39.52
	自制单位成本	38.12	/	/
3 加仑卧罐（料号：AT1803.00.00.00）	外购单价	39.90	/	/
	自制单位成本	36.97	46.35	/
8 加仑毛坯储气罐（料号：AT2501.00.00.00）	外购单价	67.80	65.23	72.89
	自制单位成本	68.89	79.06	75.39

注：2019 年 8 加仑卧罐外购成本大幅低于自制主要系外购发生在 2019 年第四季度，自制全年均发生，而钢材价格于 2019 年末处于全年低点。

报告期内，公司制罐车间的生产要素主要投入 8 加仑以上的大体积储气罐的生产，公司部分小体积储气罐的生产规模效应不如专业制罐的供应商，如 1.7 加仑喷塑卧罐、8 加仑毛坯储气罐，致使部分储气罐的自制成本高于外购成本。

报告期内，公司储气罐采购和自制量、耗用量及小型空压机生产量情况如下：

单位：万台

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
外购、自制储气罐数量	111.84	77.62	109.22
领用储气罐数量	111.34	78.41	108.57
剔除双罐空压机影响的耗用储气罐数量	96.00	68.41	94.90
小型空压机产量	94.23	67.32	95.11

2018 年以来公司推出了双罐静音型小型空压机，该类小型空压机单台空压机配置两台储气罐，致使领用单罐储气罐数量略微大于空压机生产产量。将单台双罐空压机领用的双罐统计为单份储气罐，剔除双罐空压机影响，耗用储气罐数量与小型空压机产量相匹配。

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于投入使用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。

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。

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

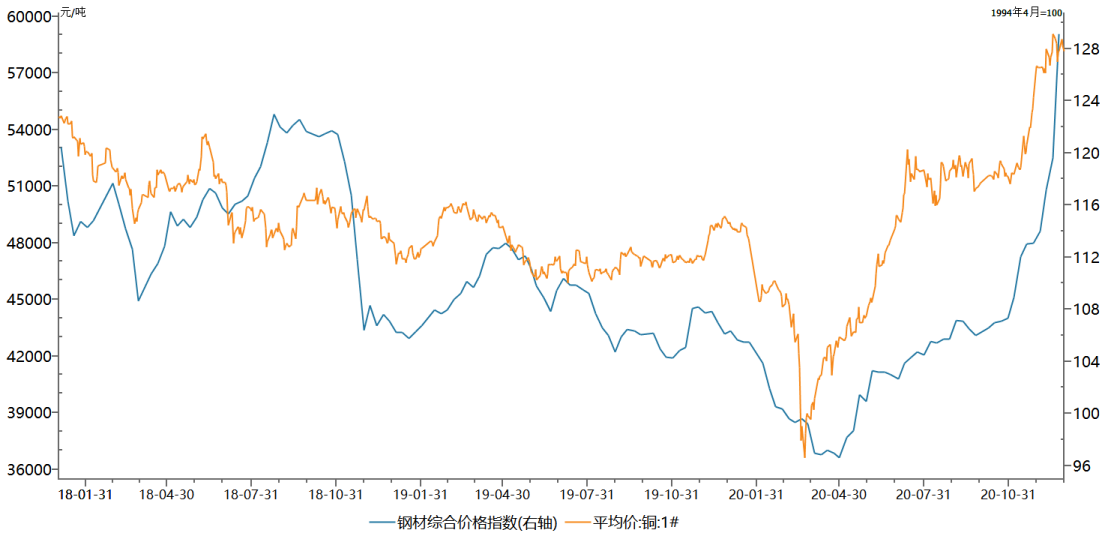
（1）主要原材料采购价格和行业公开报价一致

公司采购主要原材料细分种类众多，形态差异较大，计量单位多样。因此，本处选取其中年度间具有可比性的相同型号、相同规格的细分原材料采购数量和采购价格进行分析，具体如下：

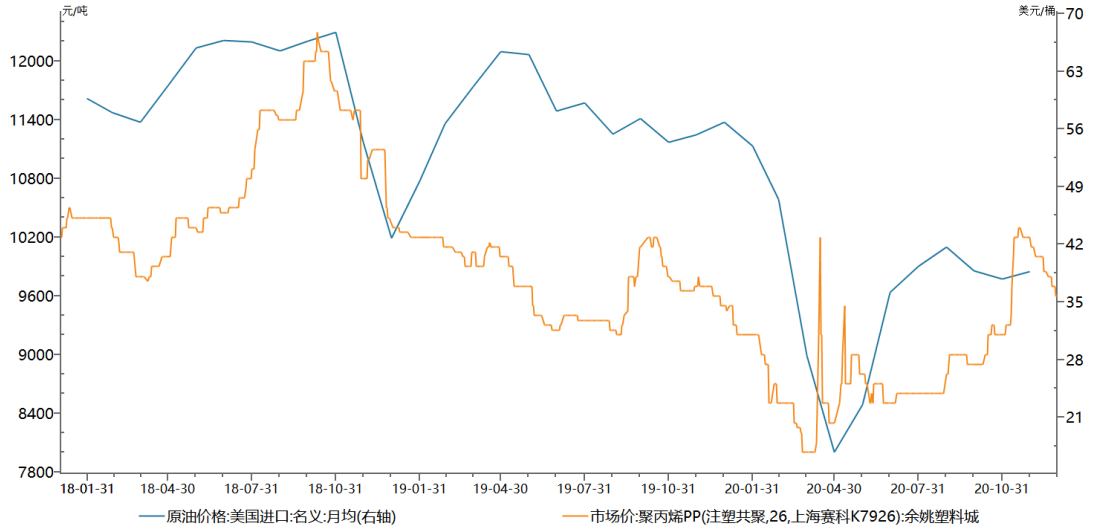
报告期内，公司钢板（钢材类）、漆包铜线（金属件类）、延伸管（塑料件类）的年平均采购单价呈下降趋势，具体情况如下：

原材料	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
漆包铜线	元/千克	47.30	48.51	50.16
钢板	元/千克	3.63	3.66	4.09
延伸管（型号“FVJ211.01.03”）	元/件	0.93	1.06	1.07

上述原材料价格与市场价格变动趋势相一致，市场价格的变动情况具体如下：



图：钢材综合价格指数和铜价价格走势



图：原油价格和聚丙烯 PP 价格走势

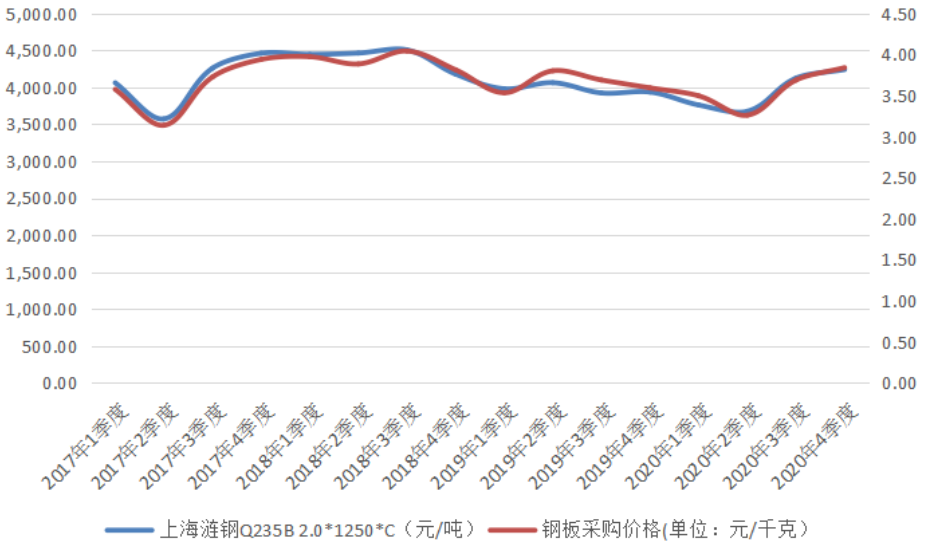
（2）上游原材料价格变化与下游产品价格变化之间的传导机制

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。

①小型空压机上游原材料价格变化与下游产品价格传导过程

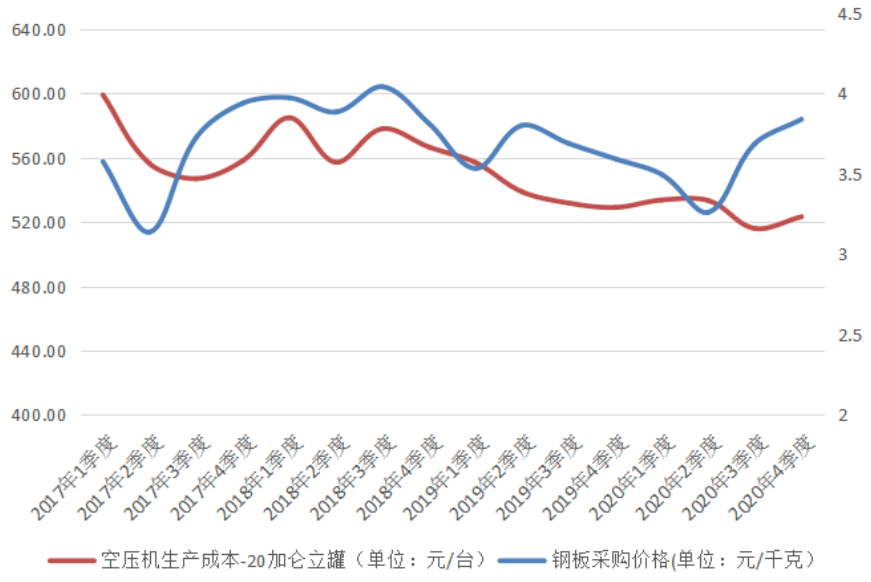
报告期内，小型空压机主要原材料为钢材，选取报告期内公司季度间的原材料钢材价格与当期订单价格进行比较，分析上游原材料价格变化与下游产品价格传导过程。

上游钢材原材料价格变化对公司采购原材料价格传导基本无滞后期间，公司钢材当期采购价格与钢材市行情趋势保持一致，小型空压机上游原材料钢材行情变化对公司钢材采购价格传导过程如下：



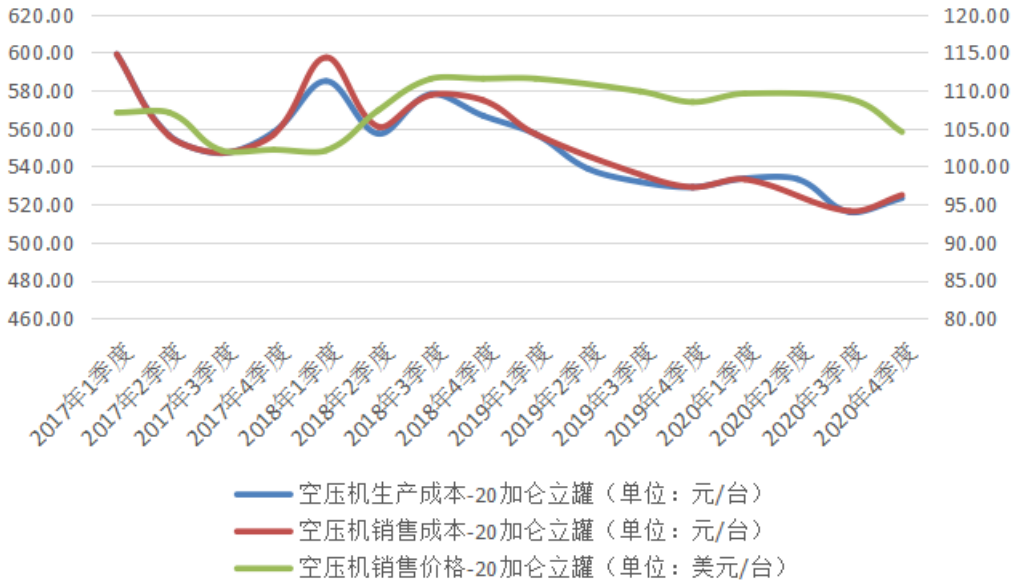
数据来源：“我的钢铁网”热轧板卷钢卷行情

公司采购钢材原材料价格对公司当期小型空压机存货生产成本传导存在 1 个月的生产滞后期，通常而言公司从采购钢材入原材料库起，至领用钢材生产半成品储气罐，再至领用半成品储气罐生产整机产品小型空压机的完整生产过程需要 1 个月，因此公司钢材当期采购价格传导至当期小型空压机入库存货的生产成本需要 1 个月期间。如下图所示，公司当期存货生产成本变动拐点滞后于公司采购原材料价格变动拐点，报告期内，小型空压机上游原材料采购价格变化对公司当期小型空压机存货生产成本（以 20 加仑立罐为例）传导过程如下：



由于公司主要实行“订单生产”的生产模式，公司小型空压机存货生产成本（以 20 加仑立罐为例）对小型空压机产品出货的销售成本传导基本无滞后期，如下图所示，报告期内 20 加仑立罐小型空压机存货生产成本变动曲线和出货销

售成本变动曲线基本重叠。公司产品销售以订单为销售单元，产品定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，公司会与客户协商调整产品基础报价。以 20 加仑立罐为例，报告期内，由于上游钢材价格涨跌幅度波动，公司存在与客户协商对 20 加仑立罐小型空压机产品价格调整行为。如下图所示，2017 年上半年，钢材价格下跌明显，公司小型空压机订单单价存在往下调整情况；2017 年下半年至 2018 年上半年，钢材价格上涨明显，公司小型空压机订单单价存在往上调整情况。由于与客户协商调价存在一定的谈判周期，小型空压机价格调整的拐点滞后于小型空压机存货生产成本变动拐点，同时滞后于原材料价格变动的拐点，因此，上游原材料价格波动对小型空压机产品价格调整传导存在约 1 个季度滞后周期。报告期内，上游原材料采购价格变化对公司小型空压机存货生产成本（以 20 加仑立罐为例）具体传导过程如下：

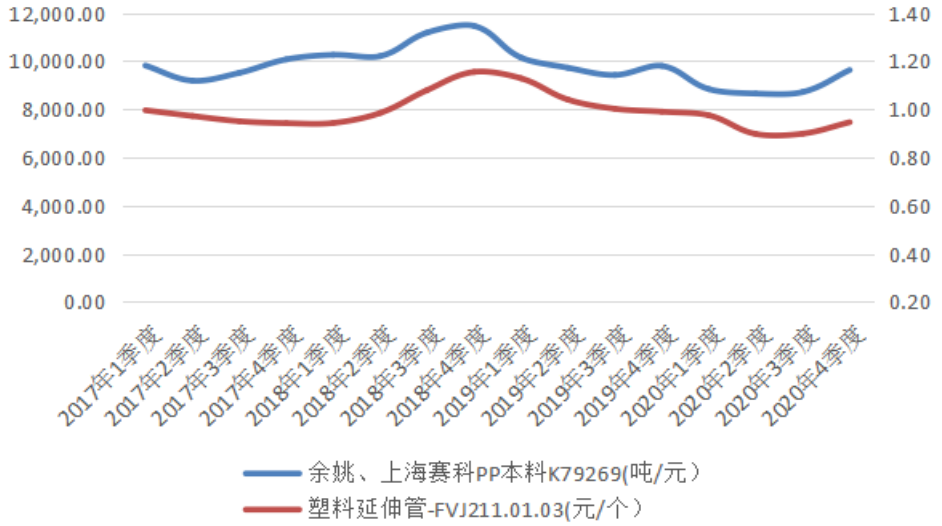


②干湿两用吸尘器上游原材料价格变化与下游产品价格传导过程

报告期内，干湿两用吸尘器主要原材料为塑料件，选取报告期内公司季度间的原材料塑料粒子行情价与当期订单价格进行比较，分析上游原材料价格变化与下游产品价格传导过程。

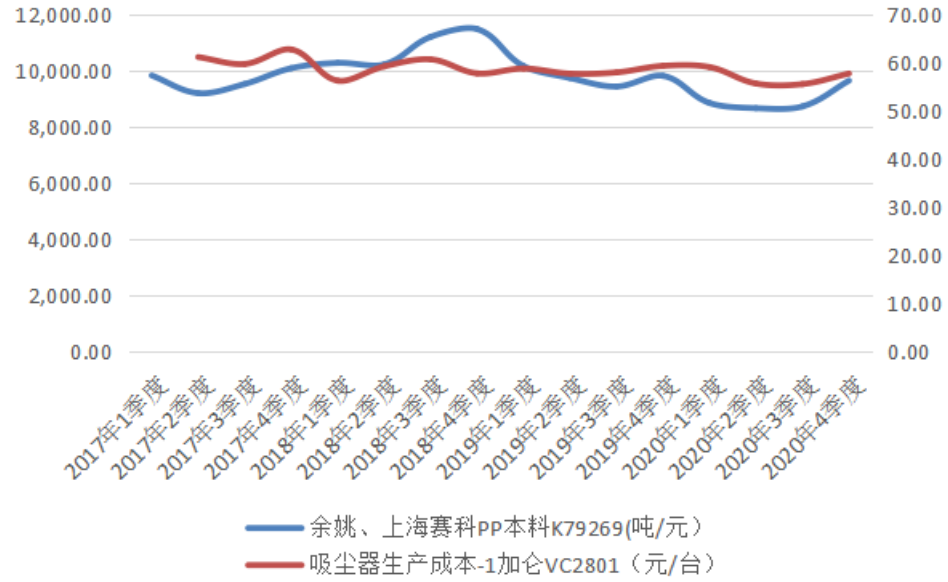
由于不同型号吸尘器所需的塑料件料件、形态、尺寸、型号种类众多，选择相对标准件的塑料延伸管作为塑料件价格与上游塑料粒子进行对比分析。上游塑料粒子价格变化对公司采购塑料件价格传导基本无滞后期间，公司塑料件当期采购价格与上游塑料粒子行情趋势保持一致，小型空压机上游塑料原材料行情变化

对公司塑料件采购价格传导过程如下：



数据来源：“中塑在线网”塑料粒子行情

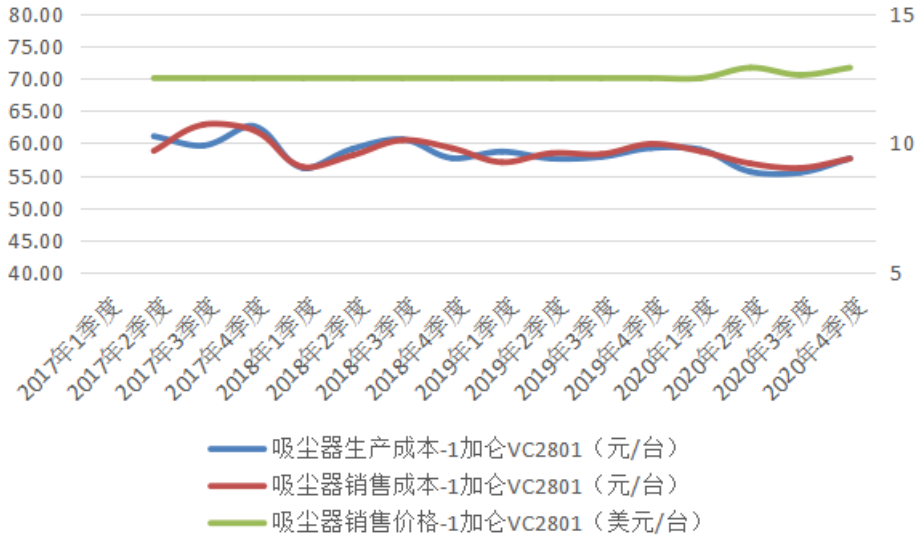
公司采购塑料件价格波动对公司当期存货生产成本传导生产滞后期通常小于 1 个月，相比较小型空压机采购钢材制罐、整机装配工序，公司采购塑料件后直接整机组装干湿两用吸尘器，因此公司塑料件当期采购价格传导至当期干湿两用吸尘器入库存货的生产成本基本不超过 1 个月。如下图所示，干湿两用吸尘器当期存货生产成本受电机等部件成本变动扰动，公司当期存货生产成本变动拐点与塑料粒子行情价变动趋势并不明显，报告期内，干湿两用吸尘器上游原材料采购价格变化对公司当期干湿两用吸尘器存货生产成本（以 1 加仑塑料桶干湿两用吸尘器为例）传导过程如下：



数据来源：“中塑在线网”塑料粒子行情

由于公司主要实行“订单生产”的生产模式，如下图所示，公司干湿两用吸

尘器存货生产成本（以 1 加仑塑料尘桶吸尘器为例）对公司干湿两用吸尘器产品出货的销售成本传导基本无滞后期。对于欧美消费者而言，干湿两用吸尘器属于工具类家用消费品，每个年度公司均会向客户推出新品，报告期内公司主要客户向公司采购的干湿两用吸尘器品类较多，针对塑料原材料大幅波动情况，公司通常会在新品定价时与客户协商考虑当期原材料价格因素。对于老产品，同一客户向公司近三年持续以批量订单方式向公司采购同一型号的干湿两用吸尘器情况较少，该部分产品因原材料价格波动发生调价情况较少。以 Walmart 向公司采购 1 加仑塑料干湿两用吸尘器为例，报告期内虽然塑料粒子波动导致公司存货生产成本波动，但公司与客户产品订单单价基本未发生调整。



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。

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，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。

7、直接人工明细情况

（1）直接人工变动合理性

报告期内，公司生产成本-直接人工的变动情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
生产人员薪酬总额（万元）	4,673.46	3,182.89	3,659.09
生产人员平均人数	750.25	499.50	649.50
生产人员月度平均工资（万元/月）	0.52	0.53	0.47
生产人员月度平均工时（万时）	223.77	157.34	183.44
生产人员工资/工时（元/小时）	20.88	20.23	19.95

注：生产人员薪酬总额不包括间接生产管理人员，生产人员数量系月度加权平均人数；生产人员人数包括报告期内劳务派遣生产人数。

报告期内，公司生产人员薪酬总额与生产经营规模相匹配，生产人员平均人数、生产人员平均时薪与公司业务规模密切相关，2019 年公司干湿两用吸尘器和小型空压机产量低于 2018 年和 2020 年，相应的 2019 年公司生产人员平均人

数和生产人员薪酬总额低于 2018 年和 2020 年。报告期内，公司生产人员工资按实际的生产工时计算发放，报告期内工资政策未发生调整，生产人员工资按照生产工时进行结算。单位工时工资水平根据市场水平来确定，因市场工资水平逐年上升，发行人生产人员的平均工时工资呈现逐年增加趋势。

（2）人工成本和同行业公司比较情况

报告期内，公司生产人员平均工资与同行业公司比较情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
欧圣电气	6.23	6.37	5.63
巨星科技	未披露	未披露	未披露
科沃斯	7.92	5.89	4.46
莱克电气	10.43	9.61	9.72
江苏省年平均工资	-	5.83	5.42

注：可比公司数据来源于上市公司年报或招股说明书，江苏省年平均工资（城镇私营单位就业人员平均工资）来自于江苏省统计局。

报告期内，公司生产人员平均工资高于可比公司科沃斯，低于可比公司莱克电气，公司生产人员成本整体处于同行业合理范围区间内；另一方面，公司生产人员平均工资高于江苏省年平均工资，不存在生产用工成本低于当地水平情况。

（3）不同类别产品的生产周期、制约产能的关键因素

公司生产周期相对较短,吸尘器和空压机生产周期约为 10-30 天。公司主要生产工序包括电机定转子总成、制罐、焊接、整机装配等，面对突发的较大订单需求，电机定转子总成、制罐工序可以通过对外采购补充现有产量，由于整机装配工序由公司自主生产，在一定程度上会限制公司的产能，2018 年至 2020 年 9 月，发行人共有 11 条整机生产线，其中有 6 条小型空压机生产线，5 条干湿两用吸尘器生产线，小型空压机和干湿两用吸尘器整机产线瓶颈设备耗用工时是制约公司产能的主要因素，受市场需求和订单增长驱动，2020 年 10 月至 2020 年 12 月，发行人陆续投产 5 条干湿两用吸尘器生产线，极大增加了干湿两用吸尘器产能。

（4）人均产量变动的原因及合理性

报告期内，发行人与同行业可比公司的人均产出数量和人均产出金额情况如下：

单位：万台/人、万元/人

公司名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	人均产出数量	人均产出金额	人均产出数量	人均产出金额	人均产出数量	人均产出金额
巨星科技	11.92	215.00	12.39	198.30	9.89	175.70
莱克电气	0.93	114.37	0.80	105.35	0.79	104.36
科沃斯	0.32	283.29	0.28	212.41	0.39	194.97
可比公司平均	4.39	204.22	4.49	172.02	3.69	158.35
发行人	0.39	127.19	0.38	119.68	0.35	95.18

注 ：数据来源于上市公司年报或招股说明书；创科实业为香港上市公司，未披露各期末人数；人均产出数量=当期产量/当期平均生产人员数量；人均产出金额=当期主营业务收入/当期平均生产人员数量。

报告期内，发行人人均产出数量与同行业可比公司相比差异较大，主要系巨星科技主要生产小型手动工具，人均产出数量较大所致，公司人均产出数量与科沃斯较为相似，人均产出数量与产品类型存在密切关系。

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，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。

（三）毛利率分析

1、综合毛利率情况

报告期内，公司综合毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
主营业务	36,614.12	38.38%	20,759.13	34.69%	14,810.76	23.94%
其他业务	2,205.57	56.74%	989.56	87.02%	987.64	87.99%
综合	38,819.69	39.10%	21,748.69	35.67%	15,798.40	25.08%

报告期内，公司综合毛利率分别为 25.08%、35.67%及 39.10%，呈现逐年上升的趋势，主要受主营业务毛利率的影响。

公司主营业务毛利率波动主要受贸易方式、美元汇率、原材料价格及产品结构的影响。具体情况如下：

①贸易方式

受中美贸易战影响，公司对美国出口的小型空压机和干湿两用吸尘器被加征关税。在 DDP 贸易方式下，加征关税部分由公司支付，公司销售价格中包括该部分关税。报告期内，公司主要产品加征关税税率的具体情况如下：

项目	2020 年度	2019 年 5 月-2019 年 12 月	2018 年 9 月-2019 年 5 月	2018 年 9 月之前
小型空压机	0%	25%	10%	0%
干湿两用吸尘器	25%	25%	10%	0%

报告期内，公司销售给主要客户 Menards、Costco 产品以 DDP 模式为主，销售价格包括运保费和关税，上述因素导致公司产品价格整体升高，产品毛利率呈现上升趋势。

报告期内，公司运保费和清关税费情况具体如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
运保费和清关税费	4,848.61	2,828.53	989.50
占主营业务收入比例	5.08%	4.73%	1.60%

注：公司小型空压机和小部分干湿两用吸尘器自 2019 年 12 月被移除加征关税清单。自 2021 年开始加征关税。

②美元兑人民币汇率

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，具体情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
美元兑人民币年平均汇率	6.8941	6.8985	6.6174
变动比例	-0.06%	4.25%	/

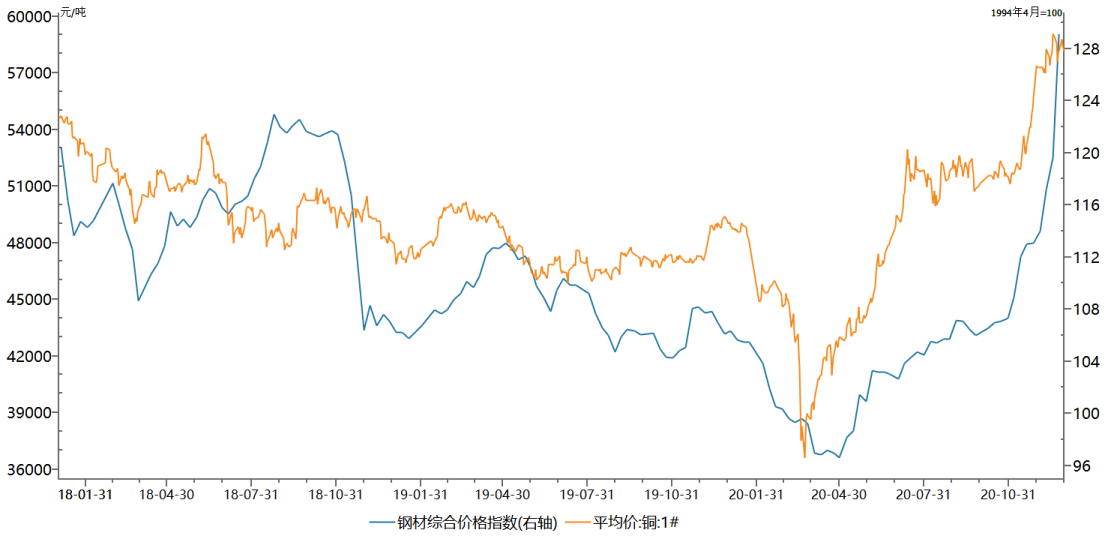
③原材料价格波动

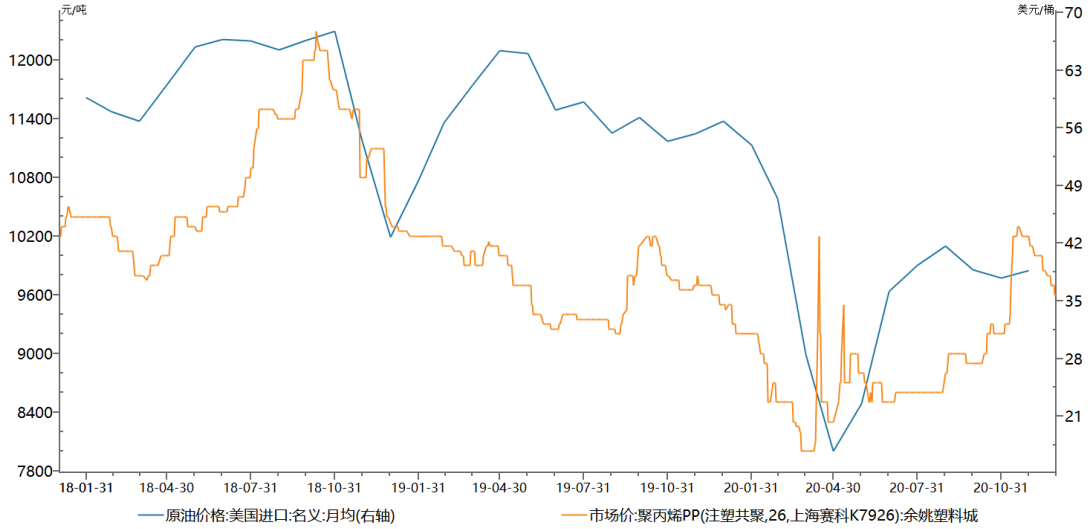
由于公司主营业务成本中直接材料比例较高，公司主营业务成本和毛利率受原材料价格波动影响较大。报告期内，公司主要原材料价格整体呈下降的趋势，与原材料市场价格波动趋势相匹配，具体分析如下：

报告期内，公司主要原材料钢材、金属件的价格呈现下降趋势。2018 年至 2019 年，下游国内终端工业需求疲软，钢铁、塑料粒子等大宗商品原材料整体呈现下降趋势，2020 年上半年，受疫情影响大宗商品原材料进一步下跌。2020 年下半年，在疫情得到控制和全球工业生产复苏情况下，钢铁、塑料粒子大宗商品呈现上涨趋势。报告期内，公司钢板（钢材类）、漆包铜线（金属件类）、延伸管（塑料件类）的年平均采购单价呈下降趋势，具体情况如下：

原材料	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
漆包铜线	元/千克	47.30	48.51	50.16
钢板	元/千克	3.63	3.66	4.09
延伸管（型号“FVJ211.01.03”）	元/件	0.93	1.06	1.07

上述原材料价格与市场价格变动趋势相一致，市场价格的变动情况具体如下：





④产品结构调整

报告期内，公司持续调整产品结构，通过研发技术创新将产品向高端定位倾斜，获取产业链高附加值部分利润。

干湿两用吸尘器方面，2016-2017 年，公司以较为优惠的价格承接 Walmart、The Home Depot 的小体积干湿两用吸尘器促销订单，扩大公司在吸尘器市场的业务规模。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，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 Staney/Porter Cable 中端品牌小加仑（小体积）往 Dewalt 高端品牌大加仑（大体积）调整。

小型空压机方面，公司加大了高附加值的静音机品类研发与生产，并在客户推广中获得了极高的评价，Lowe’s、The Home Depot 等大客户逐渐加大对公司

静音机品类的采购。

产品结构的调整进一步增加了公司产品的附加值，使公司产品毛利率整体呈现上升趋势。

2、主营业务分类别的毛利分析

（1）主营业务分产品类别的毛利分析

报告期内，公司的毛利、毛利率及变动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度			
	毛利		毛利率	
	金额	比例	百分比	变动
小型空压机	14,855.70	40.57%	29.49%	0.71%
干湿两用吸尘器	19,986.24	54.59%	47.33%	5.78%
配件及其他	1,772.18	4.84%	63.47%	1.79%
合计	36,614.12	100.00%	38.38%	3.69%
项目	2019 年度			
	毛利		毛利率	
	金额	比例	百分比	变动
小型空压机	9,953.54	47.95%	28.78%	8.11%
干湿两用吸尘器	9,853.70	47.47%	41.55%	12.34%
配件及其他	951.89	4.59%	61.68%	16.32%
合计	20,759.13	100.00%	34.69%	10.75%
项目	2018 年度			
	毛利		毛利率	
	金额	比例	百分比	变动
小型空压机	8,578.63	57.92%	20.67%	/
干湿两用吸尘器	5,435.63	36.70%	29.21%	/
配件及其他	796.49	5.38%	45.36%	/
合计	14,810.76	100.00%	23.94%	/

报告期内，公司主营业务毛利分别为 14,810.76 万元、20,759.13 万元及 36,614.12 万元。其中，小型空压机的毛利呈稳定上升趋势，毛利率呈上升态势；而干湿两用吸尘器的毛利率和毛利增长较快，导致 2019-2020 年干湿两用吸尘器的毛利占比有所提升。

报告期内，公司主营业务毛利率主要受小型空压机和干湿两用吸尘器的毛利率影响，二者贡献毛利占主营业务毛利的 90%以上，具体分析如下：

①小型空压机毛利率变动分析

报告期内，公司小型空压机产品的毛利率分别为 20.67%、28.78%及 29.49%，呈现一定的波动性，产品毛利率波动主要受产品结构、原材料价格以及美元汇率的影响，具体分析如下：

2018 年度，公司主要小型空压机产品的销售情况如下:

序号	品名及规格	品牌定位及销售模式	贸易方式	毛利率	销售占比
2018-1	CE0505W/8 加仑	中端（ODM）	FOB/FCA	15.88%	15.25%
2018-2	CD0901D/2 加仑	中端（ODM）	FOB/FCA	28.46%	10.06%
2018-3	CE0914L/26 加仑	高端（ODM）	FOB/FCA	21.09%	9.41%
2018-4	CE0701W/8 加仑	高端（ODM）	FOB/FCA	15.41%	7.95%
2018-5	CD0208W/3 加仑	中端（品牌授权）	FOB/FCA	22.72%	6.21%
2018-6	CE0922S/4 加仑	高端（ODM）	FOB/FCA	26.98%	4.37%
2018-7	CE0920S/4.5 加仑	中端（ODM）	FOB/FCA	26.93%	4.15%
2018-8	CE0510W/8 加仑	高端（ODM）	FOB/FCA	23.35%	3.74%
合计					61.13%

容量大小方面，其他情况相同的条件下，大加仑产品的毛利率高于小加仑，如 2018-3 与 2018-4；

品牌定位方面，其他情况相同的条件下，高端品牌产品的毛利率高于中端品牌，如 2018-1 与 2018-8；

销售模式方面，一般情况下品牌授权模式的产品由于需要支付商权费，因此毛利率高于 ODM 模式，如 2018-1 与 2018-5。

2019 年度，公司主要小型空压机产品的销售情况如下:

序号	品名及规格	品牌定位及销售模式	贸易方式	毛利率	销售占比
2019-1	CE0914L/26 加仑	高端（ODM）	FOB/FCA	27.32%	14.11%
2019-2	CE0505W/8 加仑	中端（ODM）	FOB/FCA	14.89%	8.58%
2019-3	CE0510W/8 加仑	高端（ODM）	FOB/FCA	28.10%	7.02%
2019-4	CD0924W/3 加仑	中端（ODM）	FOB/FCA	22.11%	4.14%
2019-5	CE1704W/8 加仑	高端（ODM）	FOB/FCA	29.38%	3.92%
2019-6	CE0503W/8 加仑	中端（ODM）	FOB/FCA	21.44%	3.72%
2019-7	CC1206W/3 加仑	中端（品牌授权）	FOB/FCA	27.53%	3.56%
2019-8	CE1705L/26 加仑	高端（ODM）	FOB/FCA	33.23%	3.36%
合计					48.41%

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。2019 年，原材料价格下跌整体提升了公司小型空压机产品毛利率。

产品结构方面，2019 年公司高端品牌静音型小型空压机销售占比增加，如

CE0914L/26 加仓，公司对该产品销售份额从 2018 年 9.41%提升至 2019 年的 14.11%，2019 年该系列产品毛利率达到 27.32%；与此同时，2018 年常规款中端品牌非静音型小型空压机销售占比降低，如 CE0505W/8 加仓，公司对该产品销售份额从 2018 年 15.25%降至 2019 年的 8.58%。因此，2019 年，公司小型空压机产品结构调整大幅提高了公司小型空压机产品毛利率。

美元汇率方面，2019 年美元兑人民币平均汇率同比提高 4.25%，美元兑人民币升值进一步提高了公司小型空压机的毛利率。

因此，2019 年度小型空压机产品毛利率与 2018 年度相比，总体呈现大幅上升趋势。

容量大小方面，其他情况相同的条件下，大加仓产品的毛利率高于小加仓，如 2019-5 与 2019-8；

品牌定位方面，其他情况相同的条件下，高端品牌产品的毛利率高于中端品牌，如 2019-2 与 2019-3；

销售模式方面，其他情况相同的条件下，品牌授权模式的产品由于需要支付商权费，因此毛利率高于 ODM 模式，如 2019-4 与 2019-7。

2020 年度，公司主要小型空压机产品的销售情况如下:

序号	品名及规格	品牌定位及销售模式	贸易方式	毛利率	销售占比
2020-1	CE0505W/8 加仓	中端（ODM）	FOB/FCA	28.63%	12.73%
2020-2	CE1705L/26 加仓	高端（ODM）	FOB/FCA	34.21%	12.69%
2020-3	CE0920S/4.5 加仓	中端（ODM）	FOB/FCA	28.46%	9.14%
2020-4	CE1704W/8 加仓	高端（ODM）	FOB/FCA	30.60%	9.12%
2020-5	CE1708L/20 加仓	中端（ODM）	FOB/FCA	37.21%	8.15%
2020-6	CE1706S/4.3 加仓	高端（ODM）	FOB/FCA	32.88%	5.74%
2020-7	CE0510W/8 加仓	高端（ODM）	FOB/FCA	28.22%	5.36%
2020-8	CD0924W/3 加仓	低端（ODM）	FOB/FCA	20.17%	4.01%
合计					66.96%

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 CE1705L/26 加仓、CE1704W/8 加仓、CE0505W/8 加仓。2020 年，原材料价格下跌整体进一步提高了公司小型空压机产品毛利率。

产品结构方面，2020 年公司高端品牌静音型空压机销售占比持续增加，如 CE1705L/26 加仓该款产品销售份额为 12.69%，且毛利率超过 34%。与此同时，公司新推出的 CE1706S/4.3 加仓机型属于高附加值双气罐静音型系列新品，该系

列产品毛利率达到 32.88%，占比达到 5.74%，进一步提高了 2020 年小型空压机的毛利率。此外，公司研发的静音型小型空压机市场认可度不断提高，部分客户采购的 ODM 模式中端品牌系列产品也开始逐渐改为高端款静音型小型空压机，如 CE0920S/4.5 加仑，毛利率较其他老款产品有所提升。因此，2020 年，公司小型空压机产品结构调整整体提高了公司小型空压机产品毛利率。

因此，2020 年小型空压机产品毛利率与 2019 年相比，总体呈现上升趋势。

容量大小方面，其他情况相同的条件下，大加仑产品的毛利率高于小加仑，如 2020-2 与 2020-4；

品牌定位方面，其他情况相同的条件下，高端品牌产品的毛利率高于中端品牌，如 2020-3 与 2020-6。

A. 平均单位售价和平均单位成本对小型空压机毛利率的影响

报告期内，公司小型空压机的平均单位售价和平均单位成本及其变动情况如下：

项目	2020 年度		变动影响	2019 年度		变动影响	2018 年度
	金额	变动		金额	变动		金额
毛利率	29.49%	0.71%	0.71%	28.78%	8.11%	8.11%	20.67%
单位价格 （元/台）	553.87	5.27%	3.57%	526.14	18.81%	12.56%	442.83
单位成本（元/台）	390.52	4.22%	-2.86%	374.69	6.66%	-4.45%	351.30
其中：							
直接材料（元）	332.30	3.77%	-2.18%	320.24	5.72%	-3.30%	302.90
直接人工（元）	32.54	13.15%	-0.68%	28.76	20.99%	-0.95%	23.77
制造费用（元）	20.10	-15.72%	0.68%	23.85	0.97%	-0.04%	23.62
其他（元）	5.58	203.01%	-0.67%	1.84	84.00%	-0.16%	1.00

注：单价的影响=（本期单价-上期单位成本） /本期单价-上期毛利率；
单位成本变动的影响=（上期单位成本-本期单位成本） /本期单价；
单位材料成本的影响=（上期单位直接材料-本期单位直接材料）/本期单价；
单位直接人工的影响=（上期单位直接人工-本期单位直接人工）/本期单价；
单位制造费用的影响=（上期单位制造费用-本期单位制造费用）/本期单价；
毛利率变动幅度=本期毛利率-上期毛利率=单价的影响+单位成本的影响，下同。

报告期内，公司小型空压机毛利率分别为 20.67%、28.78%及 29.49%，毛利率呈上升趋势。

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%

B. 宏观因素影响

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。

b. 原材料价格变动对小型空压机毛利率的影响

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
按上年采购单价折算采购总额	58,192.22	34,786.73	41,494.57
采购指数	97.30%	97.69%	99.55%

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。

从上表可以看出，发行人采购指数呈下降趋势。

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：

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%
当年采购指数	97.30%	97.69%	/
以上年度平均采购价格计算单位成本	399.73	382.27	/
修正后毛利率	27.83%	27.34%	/
对毛利率的影响	1.66%	1.44%	/

注：修正后毛利率=1-修正后单位成本/当年单位价格

从上可以看出，报告期内，宏观因素对发行人小型空压机毛利率的影响情况如下所示：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
毛利率	29.49%	28.78%	20.67%
毛利率变动	0.71%	8.11%	/
汇率对毛利率的影响	-0.04%	3.03%	/
原材料价格变动对毛利率的影响	1.66%	1.44%	/

除去宏观因素影响外，公司主要产品的毛利率变化与产品结构、销售模式、贸易方式等相关。

C.微观因素对小型空压机毛利率的影响

a. 产品结构变化对小型空压机毛利率的影响

报告期内，发行人小型空压机主要容量产品的销售单价及收入占比如下所示：

单位：元/台，万台

加仑数	2020 年				2019 年				2018 年			
	占比	单位价格	销售数量	毛利率	占比	单位价格	销售数量	毛利率	占比	单位价格	销售数量	毛利率
2	3.95%	359.63	5.53	23.37%	11.30%	316.72	12.34	24.42%	16.76%	299.66	23.21	24.24%
3	8.98%	247.97	18.25	25.84%	11.12%	263.68	14.58	29.06%	11.52%	240.34	19.90	19.30%
8	30.44%	503.62	30.44	25.69%	29.72%	522.79	19.66	23.91%	34.99%	505.40	28.74	16.80%
20	12.93%	1,081.49	6.02	38.58%	6.78%	1,116.48	2.10	42.01%	2.79%	762.96	1.52	22.24%
26	14.10%	1,090.43	6.51	33.43%	19.76%	1,132.36	6.03	28.17%	11.58%	1,091.65	4.40	21.90%

从上表可以看出，报告期内发行人小型空压机呈现从小容量向大容量发展的趋势，同时产品价格跟产品体积呈现高度相关性。

2019 年公司 20 加仑产品毛利率较上年度增长较快，主要原因为 2019 年公司对 Menards 20 加仑产品销售占比提升，同时公司对 Menards 采用 DDP 的贸易方式，由于关税的影响，相应产品价格上调，因此毛利率较上年提升较快。

报告期内，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	2020 年度	2019 年度	2018 年度

	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
小容量	18,797.92	37.32%	27.09%	12,492.64	36.13%	27.49%	19,666.97	47.39%	23.11%
中容量	17,806.38	35.35%	27.16%	12,666.11	36.63%	26.57%	15,915.77	38.35%	17.38%
大容量	13,768.09	27.33%	35.79%	9,420.85	27.24%	33.47%	5,919.12	14.26%	21.42%
合计	50,372.38	100.00%	29.49%	34,579.60	100.00%	28.78%	41,501.85	100.00%	20.67%

注：小型空压机中小容量为 1-6 加仓产品，中容量为 7-17 加仓产品，大容量为 20 加仓及以上产品。

报告期内，公司小型空压机大容量产品的销售收入占比分别为 14.26%、27.24%和 27.33%，大容量产品的销售占比逐年提高，发行人大容量小型空压机销售的毛利率相对较高，导致小型空压机的毛利率逐年增加。

报告期内，发行人小型空压机不同容量产品销售结构变化对小型空压机毛利率的影响分析如下：

项目	2020 年度			2019 年度		
	销售占比变动的影响	毛利率变动的影响	合计	销售占比变动的影响	毛利率变动的影响	合计
小容量	0.33%	-0.15%	0.18%	-2.60%	1.58%	-1.02%
中容量	-0.34%	0.21%	-0.13%	-0.30%	3.37%	3.07%
大容量	0.03%	0.63%	0.66%	2.78%	3.28%	6.06%
合计	0.02%	0.69%	0.71%	-0.12%	8.23%	8.11%

注：销售占比变动的影响=（本年销售占比-上年销售占比） *上年的毛利率；
毛利率变动的影响=（本年毛利率-上年毛利率） *本年销售占比。

2019 年公司小型空压机的毛利率比 2018 年上升 8.11 个百分点，其中大容量产品销售毛利率变动对公司小型空压机业务的毛利率的影响为 6.06 个百分点。 2020 年公司大容量产品销售毛利率变动对公司小型空压机业务的毛利率的影响为 0.66 个百分点。

b. 贸易方式变化对小型空压机毛利率的影响

报告期内，公司小型空压机不同贸易方式销售的毛利率情况分别如下：

单位：万元

项目	2020 年			2019 年			2018 年		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
FOB/FCA	45,165.32	89.66%	27.89%	29,832.76	86.27%	25.80%	38,465.78	92.68%	19.83%
DDP	3,025.50	6.01%	35.70%	3,126.11	9.04%	46.59%	2,118.45	5.10%	28.67%
其他	2,181.57	4.33%	54.04%	1,620.72	4.69%	49.42%	917.63	2.21%	37.26%
合计	50,372.38	100.00%	29.49%	34,579.60	100.00%	28.78%	41,501.85	100.00%	20.67%

报告期内，公司小型空压机中以 FOB 贸易方式销售产品的收入占比分别为 92.68%、86.27%和 89.66%，FOB 贸易方式销售产品的销售占比较大，发行人 FOB 贸易方式销售产品的毛利率逐年上升，导致小型空压机的毛利率逐年增加。

项目	2020 年度	2019 年度

	销售占比变动的影响	毛利率变动的影响	合计	销售占比变动的影响	毛利率变动的影响	合计
FOB/FCA	0.87%	1.88%	2.75%	-1.27%	5.14%	3.87%
DDP	-1.41%	-0.65%	-2.07%	1.13%	1.62%	2.75%
其他	-0.18%	0.20%	0.02%	0.92%	0.57%	1.49%
合计	-0.72%	1.42%	0.71%	0.78%	7.33%	8.11%

发行人 FOB 贸易方式下毛利率的变化主要受汇率变动及原材料变动的影响。

c. 业务模式变化对小型空压机毛利率的影响

报告期内，公司小型空压机不同销售模式下的毛利率情况分别如下：

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
出口模式	48,794.60	96.87%	28.57%	33,193.24	95.99%	27.93%	40,845.98	98.42%	20.46%
网络模式	1,124.90	2.23%	65.50%	457.01	1.32%	54.51%	97.87	0.24%	43.25%
线下模式	452.87	0.90%	38.97%	929.35	2.69%	46.61%	558.01	1.34%	32.37%
合计	50,372.38	100.00%	29.49%	34,579.60	100.00%	28.78%	41,501.85	100.00%	20.67%

报告期内，公司小型空压机中以出口销售方式销售产品的收入占比分别为 98.42%、95.99%和 96.87%，出口模式下销售产品的占比较大，发行人出口销售方式销售产品的毛利率逐年上升，导致小型空压机的毛利率逐年增加。

项目	2020 年度			2019 年度		
	销售占比变动的影响	毛利率变动的影响	合计	销售占比变动的影响	毛利率变动的影响	合计
出口模式	0.24%	0.62%	0.87%	-0.50%	7.17%	6.68%
网络模式	0.50%	0.25%	0.74%	0.47%	0.15%	0.62%
线下模式	-0.83%	-0.07%	-0.90%	0.43%	0.38%	0.82%
合计	-0.09%	0.80%	0.71%	0.41%	7.71%	8.11%

发行人出口销售模式方式下毛利率的变化主要受汇率变动及原材料变动的影响。

②干湿两用吸尘器毛利率变动分析

报告期内，公司干湿两用吸尘器产品的毛利率分别为 29.21%、41.55%及 47.33%,呈现上升趋势，产品毛利率波动主要受到产品结构、原材料价格、贸易方式变化以及美元汇率波动的影响，具体分析如下：

2018 年度，公司主要干湿两用吸尘器产品的销售情况如下:

序号	品名及规格	品牌定位及销售模式	贸易方式	毛利率	销售占比
2018-1	VC1403S/8 加仑	中端（品牌授权）	FOB/FCA	22.50%	17.44%
2018-2	VC2802P/1 加仑	中端（ODM）	FOB/FCA	24.28%	10.68%
2018-3	VC2202S/4 加仑	中端（品牌授权）	FOB/FCA	17.02%	9.22%
2018-4	VC3303/5 加仑	中端（品牌授权）	FOB/FCA	26.25%	6.63%

序号	品名及规格	品牌定位及销售模式	贸易方式	毛利率	销售占比
2018-5	N389655/8 加仑	高端（OEM）	FOB/FCA	16.00%	5.60%
2018-6	SL18701P/10 加仑	中端（品牌授权）	美国当地销售	48.06%	4.41%
合计					53.97%

容量大小方面，其他情况相同的条件下，大加仑产品的毛利率高于小加仑，如 2018-1 与 2018-3；

贸易方式方面，一般来说，美国当地销售模式由于需要支付海运费、清关税费等，因此毛利率高于 FOB/FCA。

2019 年度，公司主要干湿两用吸尘器产品的销售情况如下:

序号	品名及规格	品牌定位及销售模式	贸易方式	毛利率	销售占比
2019-1	VC1403S/8 加仑	中端（品牌授权）	FOB/FCA	25.27%	9.52%
2019-2	VC2802P/1 加仑	中端（ODM）	FOB/FCA	28.51%	8.36%
2019-3	VC3601/10 加仑	高端（品牌授权）	DDP	54.41%	7.52%
2019-4	VC3001/10 加仑	中端（品牌授权）	FOB/FCA	37.93%	7.22%
2019-5	VC2102/6 加仑	高端（ODM）	FOB/FCA	35.26%	4.15%
2019-6	VC3303/5 加仑	中端（品牌授权）	DDP	38.48%	3.89%
合计					40.66%

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。2019 年，原材料价格下降整体增加了公司干湿两用吸尘器产品毛利率。

美元汇率方面，2019 年美元兑人民币平均汇率同比提高 4.25%，美元兑人民币升值进一步提高了公司干湿两用吸尘器的毛利率。

产品结构和贸易方式方面，2019 年，一方面公司以品牌授权模式销售的 VC3601/10 加仑高端干湿两用吸尘器产品规模增长较快，该款产品系公司推出的 Dewalt 品牌高端爆款新品，毛利率较高；同时受中美贸易摩擦影响，该款产品的贸易模式改为 DDP，产品价格相应增加，使得 VC3601/10 加仑产品毛利率达到 54.41%，VC3303/5 加仑产品的毛利率由 2018 年的 26.25%增加至 38.48%。另一方面，通过前期试单后，2019 年，公司推出高端品牌干湿两用吸尘器新产品 VC2102/6 加仑，毛利率达到 35.26%。因此，2019 年，公司干湿两用吸尘器产品结构调整和贸易方式变化大幅提升了公司干湿两用吸尘器产品毛利率。

因此，2019 年干湿两用吸尘器毛利率与 2018 年相比，总体呈大幅上升趋势。

容量大小方面，其他情况相同的条件下，大加仑产品的毛利率高于小加仑，

如 2019-1 与 2019-4；

贸易方式方面，一般来说，DDP 模式的毛利率高于 FOB/FCA,如 2019-3 与 2019-4。

2020 年，公司主要干湿两用吸尘器产品的销售情况如下:

序号	品名及规格	品牌定位及销售模式	贸易方式	毛利率	销售占比
2020-1	VC3601/10 加仑	高端（品牌授权）	DDP	59.78%	13.97%
2020-2	VC2901/9 加仑	高端（品牌授权）	FOB/FCA	28.84%	7.70%
2020-3	VC2102/6 加仑	高端（ODM）	FOB/FCA	32.54%	4.33%
2020-4	VC4401/14 加仑	高端（ODM）	FOB/FCA	42.97%	4.31%
2020-5	VC3601/10 加仑	高端（品牌授权）	FOB/FCA	46.79%	3.75%
2020-6	VC3201/4 加仑	高端（品牌授权）	FOB/FCA	49.07%	2.82%
合计					36.89%

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 VC3601/10 加仑、VC2102/6 加仑。2020 年，原材料价格下降整体增加了公司干湿两用吸尘器产品毛利率。

产品结构和贸易方式方面，2020 年，一方面公司以 DDP 方式销售 VC3601/10 加仑高端 Dewalt 产品的占比进一步增加所致，该款产品占当期干湿两用吸尘器比例提升至 13.97%，同时以 FOB/FCA 方式销售高端 Dewalt 产品占比也达到 7.07%。另一方面，公司推出的高端品牌干湿两用吸尘器新产品占比进一步增加，其中 VC4401/14 加仑产品系为公司推出的全新产品，公司定价相对较高，毛利率达 42.97%，且销售占比达到 4.31%。因此，2020 年，公司产品结构调整和贸易方式改变进一步提升了公司干湿两用吸尘器产品毛利率。

因此，2020 年干湿两用吸尘器产品毛利率与 2019 年相比，总体呈现上升趋势。

A.平均单位售价和平均单位成本对干湿两用吸尘器毛利率的影响

报告期内，公司干湿两用吸尘器的平均单位售价和平均单位成本及其变动情况如下：

项目	2020 年度		变动影响	2019 年度		变动影响	2018 年度
	金额	变动		金额	变动		金额
毛利率	47.33%	5.78%	5.78%	41.55%	12.34%	12.34%	29.21%
单位价格 （元/台）	291.27	31.58%	14.03%	221.36	34.29%	18.08%	164.84
单位成本（元/台）	153.42	18.57%	-8.25%	129.39	10.90%	-5.74%	116.68
其中：							
直接材料（元）	139.00	20.55%	-8.14%	115.31	11.79%	-5.49%	103.15

直接人工（元）	8.78	25.25%	-0.61%	7.01	5.93%	-0.18%	6.62
制造费用（元）	5.57	-13.07%	0.29%	6.40	-4.10%	0.12%	6.68
其他（元）	0.07	-89.11%	0.21%	0.67	171.13%	-0.19%	0.25

注：单价的影响=（本期单价-上期单位成本） /本期单价-上期毛利率；
单位成本变动的影响=（上期单位成本-本期单位成本） /本期单价；
单位材料成本的影响=（上期单位直接材料-本期单位直接材料）/本期单价；
单位直接人工的影响=（上期单位直接人工-本期单位直接人工）/本期单价；
单位制造费用的影响=（上期单位制造费用-本期单位制造费用）/本期单价；
毛利率变动幅度=本期毛利率-上期毛利率=单价的影响+单位成本的影响。

报告期内，公司干湿两用吸尘器毛利率分别为 29.21%、41.55%及 47.33%，毛利率呈上升趋势。

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。

B.宏观因素影响

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。

b. 原材料价格变动对干湿两用吸尘器毛利率的影响

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
按上年采购单价折算采购总额	58,192.22	34,786.73	41,494.57
采购指数	97.30%	97.69%	99.55%

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。

从上表可以看出，发行人采购指数呈下降趋势。

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：

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%
当年采购指数	97.30%	97.69%	/
以上年度平均采购价格计算单位成本	157.28	132.12	/
修正后毛利率	46.00%	40.31%	/
对毛利率的影响	1.32%	1.23%	/

注：修正后毛利率=1-修正后单位成本/当年单位价格

从上可以看出，报告期内，宏观因素对发行人毛利率的影响情况如下所示：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
毛利率	47.33%	41.55%	29.21%
毛利率变动	5.78%	12.34%	/
汇率对毛利率的影响	-0.03%	2.48%	/
原材料价格变动对毛利率的影响	1.32%	1.23%	/

除去宏观因素影响外，公司主要产品的毛利率变化与产品结构、销售模式、贸易方式等相关。

C. 微观因素对干湿两用吸尘器毛利率的影响

a. 产品结构变化对干湿两用吸尘器毛利率的影响

报告期内，发行人干湿两用吸尘器主要容量产品的销售单价及收入占比如下所示：

单位：元/台，万台

加仑数	2020 年				2019 年				2018 年			
	占比	单位价格	销售数量	毛利率	占比	单位价格	销售数量	毛利率	占比	单位价格	销售数量	毛利率
1	0.83%	108.13	3.24	46.77%	10.51%	90.15	27.65	32.33%	15.55%	86.24	33.55	27.62%
3	6.02%	127.60	19.91	39.22%	3.01%	124.34	5.74	38.39%	2.45%	135.50	3.36	35.27%
4	6.28%	281.70	9.41	56.49%	3.51%	179.94	4.63	40.61%	18.60%	139.34	24.84	23.84%
5	7.16%	231.64	13.06	54.44%	8.19%	189.52	10.25	41.23%	9.46%	163.97	10.74	30.13%
6	14.89%	226.81	27.72	49.20%	11.77%	217.74	12.82	46.67%	5.10%	185.78	5.11	38.20%
8	3.53%	434.72	3.43	28.81%	14.27%	270.23	12.52	27.67%	24.27%	269.26	16.77	21.62%
9	17.72%	311.05	24.06	38.36%	9.39%	332.04	6.71	43.52%	1.58%	347.73	0.84	33.58%
10	28.46%	447.02	26.89	51.22%	26.59%	373.94	16.86	45.54%	7.07%	301.06	4.37	40.17%

从上表可以看出，报告期内发行人干湿两用吸尘器呈现从小容量向大容量发展的趋势，同时产品价格跟产品体积呈现高度相关性。

其中 8 加仑吸尘器毛利率较低，主要原因为 8 加仑吸尘器主要为 Stanley Black&Decker 生产的 OEM 模式下定制 DEWALT 高端产品（带电池包、带两个滤网），该产品价格相对价高但毛利率较低；2019 年 8 加仑吸尘器主要为 Walmart 生产的 Stanley 中端产品，该款产品毛利率相对较低。

报告期内，公司干湿两用吸尘器分大容量、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	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
小容量	3,622.49	8.58%	37.95%	4,157.86	17.53%	33.27%	4,915.37	26.42%	30.84%
中容量	12,016.39	28.45%	52.24%	5,798.11	24.45%	43.94%	6,319.87	33.96%	28.32%
大容量	26,591.76	62.97%	46.39%	13,761.48	58.02%	43.04%	7,372.86	39.62%	28.89%
合计	42,230.65	100.00%	47.33%	23,717.45	100.00%	41.55%	18,608.10	100.00%	29.21%

注：干湿两用吸尘器中小容量为 1-3 加仑产品，中容量为 4-7 加仑产品，大容量为 8 加仑及以上产品。

报告期内，公司干湿两用吸尘器大容量产品的销售收入占比分别为 39.62%、58.02%和 62.97%，大容量产品的销售占比逐年提高，发行人大容量干湿两用吸尘器销售的毛利率相对较高，导致干湿两用吸尘器的毛利率逐年增加。

报告期内，发行人干湿两用吸尘器的不同容量产品销售结构变化对干湿两用吸尘器毛利率的影响分析如下：

项目	2020 年度			2019 年度		
	销售占比变动的影响	毛利率变动的影响	合计	销售占比变动的影响	毛利率变动的影响	合计
小容量	-2.98%	0.40%	-2.58%	-2.74%	0.43%	-2.31%

中容量	1.76%	2.36%	4.12%	-2.70%	3.82%	1.12%
大容量	2.13%	2.11%	4.24%	5.32%	8.21%	13.53%
合计	0.91%	4.87%	5.78%	-0.12%	12.45%	12.34%

注：销售占比变动的影响=（本年销售占比-上年销售占比） *上年的毛利率；
毛利率变动的影响=（本年毛利率-上年毛利率） *本年销售占比。

2019 年公司干湿两用吸尘器的毛利率比 2018 年上升 12.34 个百分点，其中大容量产品销售毛利率变动对公司干湿两用吸尘器业务的毛利率的影响为13.53个百分点。2020 年公司大容量产品销售毛利率变动对公司干湿两用吸尘器业务的毛利率的影响为 4.24 个百分点。

b.销售模式变化对干湿两用吸尘器毛利率的影响

报告期内，公司干湿两用吸尘器不同销售模式下的毛利率情况分别如下：

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
品牌授权	32,641.35	77.29%	51.92%	16,583.33	69.92%	45.89%	12,374.84	66.50%	31.31%
ODM	6,524.90	15.45%	37.09%	4,610.10	19.44%	33.24%	3,846.95	20.67%	25.31%
其他	3,064.39	7.26%	20.23%	2,524.02	10.64%	28.19%	2,386.31	12.82%	24.60%
合计	42,230.65	100.00%	47.33%	23,717.45	100.00%	41.55%	18,608.10	100.00%	29.21%

报告期内，公司干湿两用吸尘器中以品牌授权模式对公司毛利率贡献较大，随着品牌销售模式占比升高，导致干湿两用吸尘器的毛利率逐年增加。

项目	2020 年度			2019 年度		
	销售占比变动的影响	毛利率变动的影响	合计	销售占比变动的影响	毛利率变动的影响	合计
品牌授权	3.38%	4.66%	8.04%	1.07%	10.19%	11.26%
ODM	-1.33%	0.59%	-0.73%	-0.31%	1.54%	1.23%
其他	-0.95%	-0.58%	-1.53%	-0.54%	0.38%	-0.15%
合计	1.10%	4.68%	5.78%	0.22%	12.11%	12.34%

2019 年公司干湿两用吸尘器的毛利率比 2018 年上升 12.34 个百分点，其中品牌授权模式对公司干湿两用吸尘器业务毛利率的影响为 11.26 个百分点。2020 年公司品牌授权模式对公司干湿两用吸尘器业务毛利率的影响为 8.04 个百分点。

报告期内，由于品牌授权模式需要对品牌授权商支付商标使用权费，同时叠加国外终端消费者对知名品牌的认可，因此公司品牌授权模式下产品定价相对较高，毛利率水平相应提升。

c. 业务模式变化对干湿两用吸尘器毛利率的影响

报告期内，公司干湿两用吸尘器不同销售模式下的毛利率情况分别如下：

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
出口模式	32,036.48	75.86%	40.64%	18,089.88	76.27%	35.80%	16,076.81	86.40%	27.00%
网络模式	9,032.27	21.39%	69.67%	4,203.32	17.72%	65.52%	1,368.78	7.36%	51.24%
线下模式	1,161.90	2.75%	57.96%	1,424.26	6.01%	43.78%	1,162.51	6.25%	33.83%
合计	42,230.65	100.00%	47.33%	23,717.45	100.00%	41.55%	18,608.10	100.00%	29.21%

报告期内，公司干湿两用吸尘器中以网络模式销售产品的收入占比分别为 7.36%、17.72%和 21.39%，网络模式销售产品的销售占比逐年上升，导致干湿两用吸尘器的毛利率逐年增加。

项目	2020 年度			2019 年度		
	销售占比变动的影响	毛利率变动的影响	合计	销售占比变动的影响	毛利率变动的影响	合计
出口模式	-0.15%	3.67%	3.53%	-2.73%	6.71%	3.98%
网络模式	2.40%	0.89%	3.29%	5.31%	2.53%	7.84%
线下模式	-1.42%	0.39%	-1.03%	-0.08%	0.60%	0.52%
合计	0.83%	4.95%	5.78%	2.50%	9.84%	12.34%

发行人网络模式下毛利率相对较高，主要系公司自 2019 年扩大了亚马逊网络平台销售，在网络平台模式下公司需要承担关税海运费及平台交易费等，因此毛利率相对较高。

d. 贸易方式变化对干湿两用吸尘器毛利率的影响

报告期内，公司干湿两用吸尘器不同贸易方式销售的毛利率情况分别如下：

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
FOB/FCA	25,423.86	60.20%	36.45%	15,823.70	66.72%	33.90%	15,762.67	84.71%	26.61%
DDP	6,430.94	15.23%	57.19%	2,255.07	9.51%	49.16%	314.14	1.69%	46.62%
其他	10,375.85	24.57%	67.87%	5,638.69	23.77%	59.96%	2,531.29	13.60%	43.24%
合计	42,230.65	100.00%	47.33%	23,717.45	100.00%	41.55%	18,608.10	100.00%	29.21%

报告期内，公司干湿两用吸尘器中以 DDP 及美国当地销售对公司毛利率贡献较大，随着 DDP 模式及美国当地销售模式占比升高，导致干湿两用吸尘器的毛利率逐年增加。

项目	2020 年度			2019 年度		
	销售占比变动的影响	毛利率变动的影响	合计	销售占比变动的影响	毛利率变动的影响	合计
FOB/FCA	-2.21%	1.54%	-0.67%	-4.79%	4.86%	0.08%
DDP	2.81%	1.22%	4.03%	3.65%	0.24%	3.89%
其他	0.48%	1.94%	2.42%	4.40%	3.97%	8.37%
合计	1.08%	4.70%	5.78%	3.26%	9.08%	12.34%

发行人 DDP 模式及美国当地销售模式下需缴纳关税并承担海运费，因此公司

再考虑定价时会考虑相关因素的影响。

③不同产品毛利率差异的原因和合理性

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
小型空压机单位售价（元/台）	553.87	526.14	442.83
小型空压机单位成本（元/台）	390.52	374.69	351.30
小型空压机毛利率	29.49%	28.78%	20.67%
干湿两用吸尘器单位售价（元/台）	291.27	221.36	164.84
干湿两用吸尘器单位成本（元/台）	153.42	129.39	116.68
干湿两用吸尘器毛利率	47.33%	41.55%	29.21%

整体而言，公司干湿两用吸尘器产品的毛利率高于小型空压机，这两类产品在整体结构、外观设计、功能方面均存在较大差异。二者的具体形态外观情况如下：

小型空压机	干湿两用吸尘器（塑料桶）	干湿两用吸尘器（不锈钢）
		

报告期内，公司小型空压机和干湿两用吸尘器的成本结构（成本明细/销售收入）具体如下：

项目	成本构成	2020 年度	2019 年度	2018 年度
小型空压机	直接材料	60.00%	60.87%	68.40%
	直接人工	5.88%	5.47%	5.37%
	制造费用	3.63%	4.53%	5.33%
	加工费	1.01%	0.35%	0.23%
干湿两用吸尘器	直接材料	47.72%	52.09%	62.57%
	直接人工	3.01%	3.17%	4.01%
	制造费用	1.91%	2.89%	4.05%
	加工费	0.03%	0.30%	0.15%

公司小型空压机的单位价格和材料成本相对较高，其主要构成为储气罐和泵机，其中储气罐的材质为钢板，泵机的主要组件为感应电机（单价较高），二者成本相对较高，但外观设计相对单一；而公司干湿两用吸尘器的单位价格和材料成本相对较低，其主要构成系塑料尘桶或金属尘桶和串激电机（单价较低），其

中金属尘桶的材质为薄不锈钢，成本相对较低，但干湿两用吸尘器的操作面板、塑料尘桶的外观设计相对复杂多变，因此附加值相对更高。

（2）主营业务分地区的毛利分析

报告期内，公司主营业务毛利按地区分析情况如下表：

单位：万元、%

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
外销	36,611.65	38.44	20,619.41	34.89	14,683.52	23.97
内销	2.47	1.63	139.73	18.80	127.24	21.28
合计	36,614.12	38.38	20,759.13	34.69	14,810.76	23.94

报告期内，公司外销业务毛利率高于内销业务毛利率。空压机和干湿两用吸尘器在国内的使用场景相对受限，公司内销以中低端品牌的商用吸尘器为主。

2020 年度，公司内销毛利率为 1.63%，主要原因为：①2020 年维修三恩智能科技（徐州）有限公司退回的护理机器人；②因公司战略调整逐步减少国内销售，对国内仓库中用于境内销售的产品进行降价处理。

（3）主营业务分销售模式的毛利分析

报告期内，公司主营业务毛利按销售模式分析情况如下表：

单位：万元、%

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
ODM	15,661.85	29.76	9,991.81	28.69	8,473.32	21.01
品牌授权	19,636.24	51.18	9,932.35	44.92	5,703.10	30.02
其他	1,316.03	29.94	834.97	28.80	634.34	25.04
合计	36,614.12	38.38	20,759.13	34.69	14,810.76	23.94

报告期内，公司销售模式主要以 ODM 和品牌授权模式为主，其中，品牌授权模式的销售毛利率高于 ODM 模式。2019 年和 2020 年，公司品牌授权模式下的毛利率增长较快，主要系公司销售的主要授权品牌定位由中端（Stanley/Porter Cable）向高端（Dewalt）方向倾斜，产品附加值有所提升。

（4）主营业务分贸易方式的毛利分析

报告期内，公司主营业务毛利按贸易方式分析情况如下表：

单位：万元、%

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度

	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
FOB/FCA	22,523.25	31.40	13,247.31	28.84	12,239.74	22.15
DDP	4,815.80	50.16	2,697.57	48.05	765.36	30.34
其他	9,275.07	65.98	4,814.25	58.07	1,805.65	44.17
合计	36,614.12	38.38	20,759.13	34.69	14,810.76	23.94

报告期内，公司贸易方式以 FOB/FCA 和 DDP 模式为主，其中 DDP 模式下，公司支付境外运保费和清关税费，产品定价相对较高，因此 DDP 模式的销售毛利率高于 FOB/FCA 模式。2019 年和 2020 年，受美国加征关税影响，公司承担的清关税费金额较大，对此公司相应上调产品价格；同时，公司与 Costco 等部分客户协商，将贸易模式由 FOB 修改为 DDP，公司 DDP 模式下的销售收入增长较快，公司毛利率增幅较大。

①DDP 模式下毛利率显著高于 FOB/FCA 和其他模式的原因和合理性

DDP 模式下，公司支付运保费和清关税费。由于美国加征关税影响，公司产品在报告期内 DDP 模式的加征关税税率变动较大，具体情况如下：

项目	2020 年度	2019 年 5 月-2019 年 12 月	2018 年 9 月-2019 年 5 月	2018 年 9 月之前
小型空压机关税税率	0%	25%	10%	0%
干湿两用吸尘器关税税率	25%	25%	10%	0%

DDP 模式与 FOB/FCA 模式下相关费用对比情况如下所示：

项目	FOB/FCA	DDP
境内运费	公司	公司
境外运保费	客户	公司
关税	客户	公司
清关杂费	客户	公司

综上所述，由于 DDP 模式下，公司需要承担境外海运费、关税以及清关杂费，因此公司在报价时考虑上述因素影响，毛利率水平相对较高。

报告期内，DDP 模式与 FOB/FCA 模式下费用占收入比例如下所示：

单位：%

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	FOB/FCA	DDP	FOB/FCA	DDP	FOB/FCA	DDP
毛利率	31.40	50.16	28.84	48.05	22.15	30.34
海运费、关税及清关杂费比例	-	21.23	-	23.36	-	18.07
剔除上述因素影响之后的毛利率	31.40	28.93	28.84	24.69	22.15	12.27

综上所述，DDP 模式的毛利率高于 FOB/FCA 模式存在合理性。”

②不同模式下净利率

报告期内，考虑销售费用归集及其他期间费用、利润表科目的分摊情况后，公司不同贸易模式下的净利率情况具体如下：

单位：%

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入占比	净利率	收入占比	净利率	收入占比	净利率
FOB/FCA	75.20	12.93	76.76	11.07	89.31	7.03
DDP	10.06	12.47	9.38	6.91	4.08	-5.38

2018 年公司 DDP 模式下干湿两用吸尘器及小型空压机产品开始加征关税，同时叠加美元兑人民币汇率下降及原材料价格上升双重影响，公司 DDP 模式下出现亏损情况，2019 年以来，随着美元兑人民币汇率上升及原材料价格下降，公司 DDP 模式净利率有所提升，但在关税的影响下，净利率依然低于 FOB/FCA 模式。”

③2018 年 DDP 模式下的毛利率显著低于别的年度毛利率水平的原因和合理性

公司 DDP 模式下毛利率存在一定波动，主要原因系：

A. DDP 模式下品牌授权销售占比呈增长趋势，而品牌授权模式下的销售毛利率相对更高，特别是 2019 年和 2020 年，公司 DDP 模式下，Dewalt 品牌吸尘器的销售占比增长较快。

报告期内，公司 DDP 模式下，Dewalt 品牌销售占比情况具体如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
DDP 模式收入	9,601.15	5,613.67	2,522.81
其中品牌授权模式收入	6,556.75	2,309.23	318.12
其中 Dewalt 品牌收入	5,782.84	1,799.63	8.16
Dewalt 品牌销售占比	60.23%	32.06%	0.32%

B. 公司 2018 年美元兑人民币平均汇率处于相对低点。

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
各期平均汇率	6.8941	6.8985	6.6174
较上一年变动情况	-0.06%	4.25%	-1.99%

C. 公司 2018 年原材料价格处于相对高点。

报告期内，公司采购指数变动情况如下所示：

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
按上年采购单价折算采购总额	58,192.22	34,786.73	41,494.57

采购指数	97.30%	97.69%	99.55%

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。

D. 2018 年 9 月加征关税后，经与客户协商，DDP 报价较上年有所增加。上述原因共同导致发行人 2018 年 DDP 模式下毛利率低于其他年度。

（5）主营业务分销售渠道的毛利分析

报告期内，公司销售渠道以出口销售为主，网络销售占比较低。公司出口销售毛利率呈先降后升趋势，与公司综合毛利率波动趋势基本一致；网络销售毛利率增长较快，具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
出口销售	27,694.44	33.71	16,080.90	31.03	13,135.65	22.62
线下销售	1,078.88	52.29	1,199.50	43.77	764.82	36.31
网络销售	7,840.80	70.11	3,478.73	65.86	910.29	53.88
合计	36,614.12	38.38	20,759.13	34.69	14,810.76	23.94

报告期内，公司网络销售渠道的毛利率增长较快，主要原因系：2018 年至 2020 年，欧圣美国的网络销售规模有所提升，其销售以中高端品牌为主，产品定价和毛利率相对较高。

（1）不同模式下净利率水平及差异

网络销售模式与出口销售模式和线下销售模式相关费用承担对比情况如下所示：

项目	网络销售模式		出口销售模式		线下销售模式	
	境外	境内	FOB/FCA	DDP	境外	境内
境内外销运费	公司	-	公司	公司	公司	-
境内内销运费	-	公司	-	-	-	公司
境外运保费	公司	-	客户	公司	公司	-
美国关税	公司	-	客户	公司	公司	-
清关杂费	公司	-	客户	公司	公司	-
平台交易费	公司	公司	-	-	-	-
仓储费用	公司	公司	-	-	公司	公司
境外运费	公司	-	-	公司	公司	-

报告期内，网络销售模式与出口销售模式、线下销售模式费用占收入比例如下所示：

单位：%

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	网络销售模式	出口销售模式	线下销售模式	网络销售模式	出口销售模式	线下销售模式	网络销售模式	出口销售模式	线下销售模式
毛利率	70.11	33.71	52.29	65.86	31.03	43.77	53.88	22.62	36.31
平台交易费	26.86	/	/	30.51	/	/	19.48	/	/
海运费、关税及清关杂费比例	21.18	2.52	19.67	18.90	2.53	18.91	12.45	0.78	15.35
研发费用	2.41	1.74	21.60	2.66	2.75	14.76	4.12	3.38	19.10
剔除上述因素影响之后的毛利率	19.66	29.45	11.02	13.79	25.75	10.10	17.83	18.45	1.85

综上所述，由于公司网络销售模式中境外销售占比较高，相比于出口销售模式及线下销售模式，公司需要承担更多的费用，公司在报价时考虑上述因素影响，因此毛利率水平相对较高。

（2）不同模式下净利率

报告期内，考虑销售费用归集及其他期间费用、利润表科目的分摊情况后，公司不同销售模式下的净利率情况具体如下：

单位：%

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入占比	净利率	收入占比	净利率	收入占比	净利率
出口销售	86.11	12.98	86.59	10.69	93.86	6.61
网络销售	11.72	8.63	8.83	-2.82	2.73	3.66
线下销售	2.16	-6.80	4.58	-13.74	3.40	-13.59

报告期内，公司出口销售模式占比最高，出口销售模式下公司负责直接对客户销售，随着公司产品结构的调整及汇率及原材料价格因素的影响，净利率水平呈现上升趋势。

报告期内，网络平台销售分为网络平台 B2B 模式和网络平台 B2C 模式。2019 年开始，公司逐渐尝试通过亚马逊等网络平台销售和推广公司产品，由于公司将货物运送至境外需要承担关税、海运费、清关税费等相应费用，以及在亚马逊平台上的平台交易费上升，导致公司 2019 年网络平台销售模式净利率为负，2020 年，随着公司亚马逊业务规模的逐步增加及新款高毛利率产品的推出，公司网络销售实现盈利。

报告期内，公司线下销售主要为公司护理机器人产品的销售以及美国直接销售给 Walmart 等知名零售商客户，公司线下销售模式持续亏损主要原因为由于公司为护理机器人投入了较多研发费用，但目前护理机器人尚未实现大规模销售，导致公司线下销售模式持续亏损。虽然发行人护理机业务的销售持续亏损，但护

理机器人为术后患者、长期卧床需要治疗的病人提供自动大小便处理，降低亲属、护工照料患者的工作强度，避免许多护理难题，未来具有一定的发展前景，公司继续从事护理机器人的研发、生产及销售。

（6）主营业务分年度的毛利率分析

报告期内，公司主营业务毛利分别为 14,810.76 万元、20,759.13 万元及 36,614.12 万元。其中，小型空压机的毛利呈稳定上升趋势，毛利率呈持续上升态势；而干湿两用吸尘器的毛利率和毛利增长较快，导致 2019-2020 年干湿两用吸尘器的毛利占比有所提升。

①2019 年毛利率变动原因

产品种类	毛利率		占主营业务收入比重		主营业务毛利率贡献度		主营业务毛利率贡献变动
	2019 年	2018 年	2019 年	2018 年	2019 年	2018 年	
	A	B	C	D	E=A×C	F=B×D	G=E-F
小型空压机	28.78%	20.67%	57.79%	67.08%	16.63%	13.87%	2.77%
干湿两用吸尘器	41.55%	29.21%	39.63%	30.08%	16.47%	8.79%	7.68%
配件及其他	61.68%	45.36%	2.58%	2.84%	1.59%	1.29%	0.30%
合计	34.69%	23.94%	100.00%	100.00%	34.69%	23.94%	10.75%

公司主营业务毛利率贡献变动因素分解情况如下表所示：

产品种类	主营业务综合毛利率贡献变动	产品毛利率变动影响	收入比重变动影响
	G=H+I	H=C×（A-B）	I=B×（C-D）
小型空压机	2.77%	4.69%	-1.92%
干湿两用吸尘器	7.68%	4.89%	2.79%
配件及其他	0.30%	0.42%	-0.12%
合计	10.75%	10.00%	0.75%

公司主营业务毛利率由 2018 年的 23.94%上升至 2019 年的 34.69%，上升 10.75 个百分点，主要影响因素为：2019 年，小型空压机毛利率上升和收入比重下降导致主营业务毛利率上升 2.77 个百分点；干湿两用吸尘器毛利率上升和收入比重上升导致主营业务毛利率上升 7.68 个百分点；配件及其他产品毛利率和收入比重变化导致综合毛利率上升 0.30 个百分点。

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
CE0914L,空压机/感应电机/26 加仑立罐	51.78%	27.32%	FOB	ODM
CE1705L,空压机/感应电机/26 加仑立罐	12.32%	33.23%	FOB	ODM
CE1708L,空压机/静音机/20 加仑立罐	7.12%	37.71%	FOB	ODM
CE0933L,空压机/MND 20gal/1100 铜线静音机	5.53%	50.04%	DDP	ODM
CE0402L/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
CE0914L,空压机/感应电机/26 加仑立罐	65.97%	21.09%	FOB	ODM
CE0407L/空压机/感应电机/26 加仑立罐	6.89%	37.11%	DDP	ODM
CE0301L/空压机/感应电机/20 加仑立罐	5.88%	16.66%	FOB	ODM
CE0304L/空压机/感应电机/20 加仑立罐	5.51%	11.81%	FOB	ODM
CC0304L/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 CE1708L 专业型静音空压机，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。

CE0304L、CE0301L 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%	25.49%	FOB	品牌授权	Stanley
VC3601,10GAL/桶吸/金属桶	13.69%	54.32%	DDP	品牌授权	Dewalt
VC3001,10GAL/桶吸/塑料桶	12.78%	38.21%	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%	22.57%	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。

②2020 年毛利率变动原因

产品种类	毛利率		占主营业务收入比重		主营业务毛利率贡献度		主营业务毛利率贡献变动
	2020 年	2019 年	2020 年	2019 年	2020 年	2019 年	
	A	B	C	D	E=A×C	F=B×D	G=E-F
小型空压机	29.49%	28.78%	52.80%	57.79%	15.57%	16.63%	-1.06%
干湿两用吸尘器	47.33%	41.55%	44.27%	39.63%	20.95%	16.47%	4.48%
配件及其他	63.47%	61.68%	2.93%	2.58%	1.86%	1.59%	0.27%
合计	38.38%	34.69%	100.00%	100.00%	38.38%	34.69%	3.69%

公司主营业务毛利率贡献变动因素分解情况如下表所示：

产品种类	主营业务综合毛利率贡献变动	产品毛利率变动影响	收入比重变动影响
	G=H+I	H=C×（A-B）	I=B×（C-D）
小型空压机	-1.06%	0.37%	-1.43%
干湿两用吸尘器	4.48%	2.56%	1.93%
配件及其他	0.27%	0.05%	0.21%
合计	3.69%	2.98%	0.71%

公司主营业务毛利率由 2019 年的 34.69%上升至 2020 年的 38.38%，上升 3.69 个百分点，主要影响因素为：2020 年小型空压机毛利率上升和收入比重下降导致主营业务毛利率下降 1.06 个百分点；干湿两用吸尘器毛利率上升和收入比重上升导致主营业务毛利率上升 4.48 个百分点；配件及其他产品毛利率和收入比重变化导致综合毛利率上升 0.27 个百分点。

（7）主营业务分品牌的分利率分析

①小型空压机

报告期内，公司不同品牌（低端、中端和高端）的小型空压机毛利率比较情况如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入占比（%）	毛利率（%）	收入占比（%）	毛利率（%）	收入占比（%）	毛利率（%）

高端	38.37	33.28	33.12	29.11	35.95	21.00
中端	55.87	27.38	60.19	28.69	58.02	20.76
低端	5.76	24.74	6.69	27.98	6.03	17.79
合计/综合	100.00	29.49	100.00	28.78	100.00	20.67

②干湿两用吸尘器

报告期内，公司不同品牌（低端、中端和高端）的干湿两用吸尘器毛利率比较情况如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入占比（%）	毛利率（%）	收入占比（%）	毛利率（%）	收入占比（%）	毛利率（%）
高端	75.74	46.37	38.91	50.03	17.10	36.54
中端	24.08	50.54	51.76	37.46	70.46	28.20
低端	0.19	18.92	9.33	28.84	12.44	24.87
合计/综合	100.00	47.33	100.00	41.55	100.00	29.21

从上表可以看出，报告期内公司高端产品的占比呈现上升趋势，总体而言，在其他相同的情况下，公司高端产品毛利率高于中端产品，体现了高端产品良好的设计及高端品牌的溢价情况。

2020 年度公司中端产品毛利率上升较快，主要原因为 2020 年公司通过网络平台销售中端品牌产品的占比上升，而网络平台模式下毛利率相对较高所致。

报告期内，吸尘器中端品牌不同业务模式下的分类如下所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
中端吸尘器金额	10,167.62	12,276.85	13,110.84
中端吸尘器网络销售金额	3,672.97	1,024.64	607.78
中端吸尘器网络销售占比	36.12%	8.35%	4.64%
高端吸尘器金额	31,984.81	9,228.23	3,181.77
高端吸尘器网络销售金额	5,359.30	3,084.07	556.40
高端吸尘器网络销售占比	16.76%	33.42%	17.49%

随着网络平台销售模式出售中端品牌的吸尘器比例增加，中端产品的毛利率有所增加。

（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。

3、公司毛利率水平与可比上市公司对比情况

公司的产品主要包括小型空压机和干湿两用吸尘器。从公司主营业务所处细分领域而言，目前无完全一致可比的国内 A 股上市公司。从业务领域、经营模式、客户结构相近等角度，公司选取巨星科技（002444.SZ）、创科实业（00669.HK）、莱克电气（603355.SH）、科沃斯（603486.SH）作为同行业可比上市公司。报告期内，公司主营业务毛利率与同行业可比上市公司比较分析如下：

证券代码	公司简称	主要产品	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	30.53%	32.59%	29.17%
00669.HK	创科实业	电动工具、地板护理及器具	38.25%	37.73%	37.24%
603355.SH	莱克电气	环境清洁电器、园林工具等	25.91%	26.94%	25.16%
603486.SH	科沃斯	服务机器人、小家电	42.86%	38.29%	37.84%
同行业上市公司平均			34.39%	33.89%	32.35%
欧圣电气		小型空压机、干湿两用吸尘器	38.38%	34.69%	23.94%

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 23.94%、34.69%及 38.38%，公司 2019 年和 2020 年毛利率增幅较大，主要原因系公司获得授权的高端品牌产品销售规模和占比提高，产品附加值和毛利率较高；同时，公司 DDP 贸易方式的销售占比提高，公司支付境外运保费和清关税费，产品价格相应提高。

（1）公司在客户结构、产品特性、平均售价、成本结构、人工成本等方面与可比公司存在差异

①客户结构方面

公司客户结构与同行业可比上市公司的对比情况如下：

证券代码	公司简称	客户结构
002444.SZ	巨星科技	The Home Depot、Walmart、Lowe’s、Canadian Tire Corporation 等五金、建材、汽配连锁超市
00669.HK	创科实业	消费者、贸易分销商、专业人士及工业用户，部分 OEM 客户
603355.SH	莱克电气	国外：国际家电制造商、品牌运营商； 国内：自主品牌销售、国内网络家电品牌客户 ODM
603486.SH	科沃斯	国外：海外品牌商，清洁类小家电代工客户，OEM/ODM 国内：线上渠道和线下零售
欧圣电气		Lowe’s、The Home Depot、Costco、Canadian Tire Corporation、Walmart、Menards、Harbor Freight Tools 等连锁超市，亚马逊等网络销售平台

从内销客户结构看，公司、巨星科技和创科实业内销比例极低；从外销客户

结构看，巨星科技、创科实业与公司更为接近，主要客户系 Walmart、Lowe’s、The Home Depot 等终端零售商（连锁超市），直接面向消费者；而莱克电气的外销业务主要面向博世、西门子、飞利浦、伊莱克斯等海外家电制造商、品牌运营商等代工客户，不直接面向消费者，而是经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。此外，巨星科技在亚马逊等境外网络销售平台、莱克电气和科沃斯在国内网络销售平台也有较高的收入比例，与公司亚马逊等网络销售平台情况相类似。

具体而言，公司外销比例及毛利率与同行业可比上市公司的对比情况如下：

单位：%

证券代码	公司简称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		外销占比	毛利率	外销占比	毛利率	外销占比	毛利率
002444.SZ	巨星科技	94.32	30.98	93.79	33.15	95.54	29.54
00669.HK	创科实业	92.06	未披露	92.22	未披露	91.76	未披露
603355.SH	莱克电气	69.54	17.04	63.75	17.16	66.82	17.73
603486.SH	科沃斯	46.71	41.17	47.13	33.99	50.85	31.02
欧圣电气		99.84	38.44	98.76	34.89	99.03	23.97

注：创科实业外销占比为定期报告中披露的北美、欧洲地区销售比例;巨星科技 2020 年度因未披露整体外销毛利率，因此选用欧洲及美国地区的毛利率。

②产品特性方面

报告期内，公司产品特性与同行业可比上市公司的对比情况如下：

证券代码	公司简称	产品类别及特性
002444.SZ	巨星科技	手工具：螺丝刀、手工锯、刀具、量具、照明电筒等 手持式电动工具：锂电钻、电锯、电动螺丝批、磁砖切割机等
00669.HK	创科实业	电动工具：MILWAUKEE 工业电动工具、RYOBI 充电式 DIY 及专业电动工具、户外园艺工具等（如切割锯、冲击电钻、冲击电批） 地板护理及器具：充电式地板清洁产品、地板清洗机、地毯清洗机、轻便型吸尘器
603355.SH	莱克电气	立式/手持吸尘器
603486.SH	科沃斯	服务机器人：科沃斯扫地机器人、擦窗机器人、空气净化机器人 清洁类小家电：添可无线手持吸尘器、吸尘器品牌厂商代工产品
欧圣电气		小型空压机、干湿两用吸尘器

③平均售价与单位成本

报告期内，公司产品平均售价及单位成本与同行业可比上市公司的对比情况如下：

单位：元/台

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
证券代码	公司简称	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
证券代码	公司简称	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
002444.SZ	巨星科技	17.02	11.82	15.99	10.78	8.74	6.17
00669.HK	创科实业	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露
603355.SH	莱克电气	412.93	302.42	365.24	266.86	369.22	276.30
603486.SH	科沃斯-服务机器人	1357.32	705.71	1,094.26	603.36	933.48	489.41
603486.SH	科沃斯-清洁小家电	574.04	365.13	426.35	321.41	267.68	220.08
欧圣电气-小型空压机		553.87	390.52	526.14	374.69	442.83	351.30
欧圣电气-干湿两用吸尘器		291.27	153.42	221.36	129.39	164.84	116.68

注：巨星科技的工具五金产品收入包括五金工具（刀具、量具、照明电源等）和智能产品；统计销售量和库存量时以组套为单位统计。莱克电气数据系其披露的家电行业数据（包括园林工具、厨房电器等品类）；科沃斯机器人销量包括自产及外购。

公司产品与巨星科技、莱克电气、科沃斯存在一定差异，产品单价及单位成本数据不具有较大的可比性：巨星科技的产品主要系刀具、量具、照明电源等产品，单价相对较低。莱克电气的立式手持吸尘器产品、科沃斯清洁类小家电（手持吸尘器）与公司产品单价相对较为接近，而科沃斯的服务机器人单价相对较高。

④成本结构

报告期内，公司产品成本结构与同行业可比上市公司的对比情况如下：

证券代码	公司简称	成本构成	2020 年度	2019 年度	2018 年度
002444.SZ	巨星科技	-	未披露	未披露	未披露
00669.HK	创科实业	-	未披露	未披露	未披露
603355.SH	莱克电气	直接材料	54.86%	51.33%	52.83%
		直接人工	9.12%	8.61%	8.88%
		制造费用	9.26%	9.83%	10.39%
603486.SH	科沃斯	直接材料	48.25%	55.02%	51.54%
		直接人工	2.80%	2.55%	2.08%
		制造费用	3.03%	3.57%	3.64%
欧圣电气		直接材料	53.73%	56.58%	65.83%
		直接人工	4.49%	4.52%	5.00%
		制造费用	2.85%	3.88%	4.99%
		其他	0.55%	0.33%	0.20%

注：成本结构系各成本要素占对应主营业务收入的比例；科沃斯的成本构成包括其机器人及清洁小家电产品，外购机器人的成本计入直接材料。

2018-2019 年，莱克电气直接人工、制造费用的占比相对较高，而科沃斯的直接材料、直接人工、制造费用的占比相对较低，导致公司产品毛利率整体高于

莱克电气，整体低于科沃斯。

⑤人工成本

报告期内，公司人工成本与同行业可比上市公司的对比情况如下：

单位：万元/年

证券代码	公司简称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
002444.SZ	巨星科技	18.83	19.44	17.09
00669.HK	创科实业	3.90	4.30	4.38
603355.SH	莱克电气	11.66	10.84	9.86
603486.SH	科沃斯	17.52	15.35	13.20
欧圣电气		11.63	11.22	11.92

注：可比公司人工成本=应付职工薪酬的贷方发生数/员工平均人数；创科实业数据系美元数。

巨星科技报告期内收购多家公司，创科实业收购较多海外品牌，且有多个海外工厂，而海外员工的薪酬水平相对较高，因此其人力成本相对较高；科沃斯加大新型光学模组、软件算法等方面的人员投入，人力成本增长较快；公司与莱克电气同属苏州地区公司，人工成本与莱克电气的差异相对较小。

（2）公司不同产品毛利率与同行业差异说明

①小型空压机毛利率对比

A.毛利率低于可比公司的原因及合理性

公司小型空压机产品毛利率低于巨星科技和创科实业，主要原因系：①巨星科技2010年至今已收购Gold blatt、Pony，Jorgensen、Arrow、Lista、Prime-Line；创科实业先后收购了 Milwaukee、RYOBI、Hoover 等多个电动工具、配件、户外产品及地板护理清洁设备的品牌；巨星科技和创科实业在自有品牌（含收购品牌）产品的销售占比方面保持较高水平，而自有品牌的销售毛利率相对较高。②创科实业产品覆盖专业市场和 DIY 市场；巨星科技线下销售对应相对偏专业型用户，线上针对价格敏感型 DIY 用户；而公司产品主要面向 DIY 市场，并逐渐向专业市场渗透，整体而言，公司产品的毛利率相对较低。③近年来，创科实业在电动工具和清洁工具的无绳化投入较大，新产品的毛利率相对较高。④巨星科技和创科实业的业务规模较大，创科实业、巨星科技 2019 年度营业收入分别为 76.77 亿美元、66.25 亿元人民币，规模效应更为显著。

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。

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's2019 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。

（2）干湿两用吸尘器毛利率对比

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%

A.毛利率与可比公司差异的原因及合理性

公司干湿两用吸尘器产品毛利率整体高于莱克电气和科沃斯的清洁类小家电产品，但低于科沃斯的服务机器人，主要原因系：①莱克电气、科沃斯对客户采取的主要贸易方式为 FOB 模式，而公司对 Costco 等客户自 2018 年末起采用 DDP 模式结算，且 2019 年公司亚马逊平台 B2B 模式销售规模逐年增加，上述情况下由公司支付境外运保费和清关税费，因此公司产品价格和毛利率较高。②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。③销售模式：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。④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 Staney/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。⑤科沃斯的服务机器人产品毛利率相对较高，主要系科沃斯机器人产品主要系家庭服务智能机器人产品，且主要面向国内电商市场，销售费用率近 20%，产品定位和单价均较高。

B.与可比公司毛利率变动趋势对比分析

报告期内，公司干湿两用吸尘器产品毛利率与可比公司可比产品毛利率整体变动趋势相一致，公司干湿两用吸尘器产品毛利率整体呈上升趋势，与莱克电气和科沃斯清洁类小家电产品的毛利率变动趋势相一致。

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

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 Staney/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。

（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。

（四）期间费用分析

报告期内，公司期间费用具体如下：

单位：万元、%

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	收入占比	金额	收入占比	金额	收入占比
销售费用	16,155.85	16.27	10,144.34	16.64	6,534.68	10.37
管理费用	2,920.95	2.94	2,351.48	3.86	1,933.43	3.07
研发费用	2,544.37	2.56	2,063.76	3.38	2,747.79	4.36
财务费用	2,379.28	2.40	72.65	0.12	-204.37	-0.32
合计	24,000.45	24.17	14,632.23	24.00	11,011.53	17.48
营业收入	99,282.44	/	60,977.44	/	62,988.23	/

报告期内，公司期间费用合计分别为 11,011.53 万元、14,632.23 万元及 24,000.45 万元，占营业收入的比例分别为 17.48%、24.00%及 24.17%。

1、销售费用

报告期内，公司销售费用分别为6,534.68万元、10,144.34万元及16,155.85

万元，占营业收入的比例分别为 10.37%、16.64%及 16.27%。公司销售费用主要由运输费、清关税费、商权使用费、职工薪酬、销售服务费及平台交易费等构成，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
运输费	4,634.27	28.68	2,169.11	21.38	2,111.52	32.31
清关税费	2,563.42	15.87	1,975.78	19.48	314.41	4.81
商权使用费	2,043.31	12.65	1,299.12	12.81	1,000.50	15.31
职工薪酬	980.32	6.07	936.50	9.23	791.92	12.12
销售服务费	1,168.43	7.23	652.27	6.43	871.01	13.33
平台交易费	3,003.86	18.59	1,611.82	15.89	329.14	5.04
仓储费	669.78	4.15	374.40	3.69	116.42	1.78
保险费	422.58	2.62	369.32	3.64	285.53	4.37
差旅费	119.38	0.74	214.28	2.11	181.84	2.78
参展费	68.23	0.42	192.97	1.90	148.55	2.27
其他	482.28	2.99	348.77	3.44	383.84	5.87
合计	16,155.85	100.00	10,144.34	100.00	6,534.68	100.00

公司运输费主要由境内运费、境外运保费及零售业务运输费构成。清关税费主要包括 DDP 模式下销售环节及欧圣美国进口环节所缴纳的关税及清关杂费。商权使用费系公司向品牌授权商支付的品牌授权费。平台交易费主要系亚马逊等网络销售平台结算的促销费、广告费等。此外，公司客户主要为知名连锁零售商，分布地域较广，公司通过销售代表（第三方专业机构）的本地化服务能力，协助公司服务于若干家零售商，实现新品引入、订单预测和售后跟进，公司向销售代表支付销售服务费。

2019 年，公司销售费用同比增长 55.24%。主要原因包括：①受中美贸易摩擦影响，2018 年 9 月起，公司产品小型空压机和干湿两用吸尘器被美国加征 10%的进口关税；2019 年 5 月起，关税税率上调至 25%，公司在 DDP 模式下和欧圣美国进口所发生的清关税费增长 1,661.36 万元。②公司与 Costco 等部分客户协商，将贸易模式由 FOB 改为 DDP，公司承担的运输费有所增加。③公司拓展欧圣美国的当地销售业务，欧圣美国进口环节所产生的关税、境外运保费及仓储费增长较快。④欧圣美国对亚马逊的销售规模有所增长，公司向亚马逊支付的合作费、广告费、促销费等平台交易费相应增长。⑤公司加大市场推广力度，Dewalt 品牌的销售收入增长较快，因此公司向品牌授权商支付的商权费增长 298.63 万元。

2020 年，公司销售费用率较上年基本持平，主要系运输费、关税、商权使用费及仓储费之间内部结构差异所致。主要原因包括：①随着境外运价指数上升，运输费用上升较多；②随着公司销售规模的增大，商权使用费及销售服务费相应提升；③随着欧圣美国对亚马逊的销售规模进一步增长，公司向亚马逊支付的合作费、广告费、促销费等平台交易费相应增长。

（1）运输费用分析

①销售合同的相关贸易条款、产品的运输和运费承担方式

报告期内，公司运输费主要包括境内货运代理费、境外运保费等。各贸易方式的销售合同条款中，产品运输和运费承担方式的具体情况如下：

项目	境内运费	境外运保费
FOB/FCA	公司	客户
DDP	公司	公司
境内销售	公司	不适用
境外销售（子公司当地销售）	公司	公司

②销售数量与运费的匹配性

报告期内，公司运输费与销量的匹配情形具体如下：

单位：万元、万台

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
运输费	4,634.27	2,169.11	2,111.52
小型空压机销量	90.95	65.72	93.72
干湿两用吸尘器销量	144.99	107.15	112.88
整机销量合计	235.94	172.87	206.60
运输费/整机销售数量（元/台）	19.64	12.55	10.22

报告期内，公司单位运费的金额逐年增长，主要原因系公司产品体积大小不一，而公司调整产品策略，将产品定位向高端领域倾斜，小型空压机和干湿两用吸尘器主打品类逐渐从小加仑（小体积）往大加仑（大体积）调整，公司主要产品结构如下所示：

单位：%

小型空压机加仑数	2020 年度	2019 年度	2018 年度
小容量	37.32	36.13	47.39
中容量	35.35	36.63	38.35
大容量	27.33	27.24	14.26
合计	100.00	100.00	100.00
干湿两用吸尘器加仑数	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**

小容量	8.58	17.53	26.42
中容量	28.45	24.45	33.96
大容量	62.97	58.02	39.62
合计	100.00	100.00	100.00

2020 年，由于公司产品向大体积方向发展，同时叠加 2020 年海运费大幅上升的影响，公司产品单位运费较上期增加较多。

由于公司产品结构的重大变化，因此导致销售数量与运输费用匹配性较低。公司外销主要以海运形式出口，海运集装箱装柜数与费用匹配度相对较高，因此采用各期海运集装箱装柜数进行匹配分析。

③海运集装箱装柜数与费用的对比

报告期内，公司运输费用与主营业务的关系如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
运输费	4,634.27	2,169.11	2,111.52
主营业务收入	95,395.02	59,840.30	61,865.76
运输费/主营业务收入	4.86%	3.62%	3.41%

公司运输费用与主营业务收入的比例呈逐年上升趋势，主要与公司贸易方式比重的变化及运输指数的变化相关。

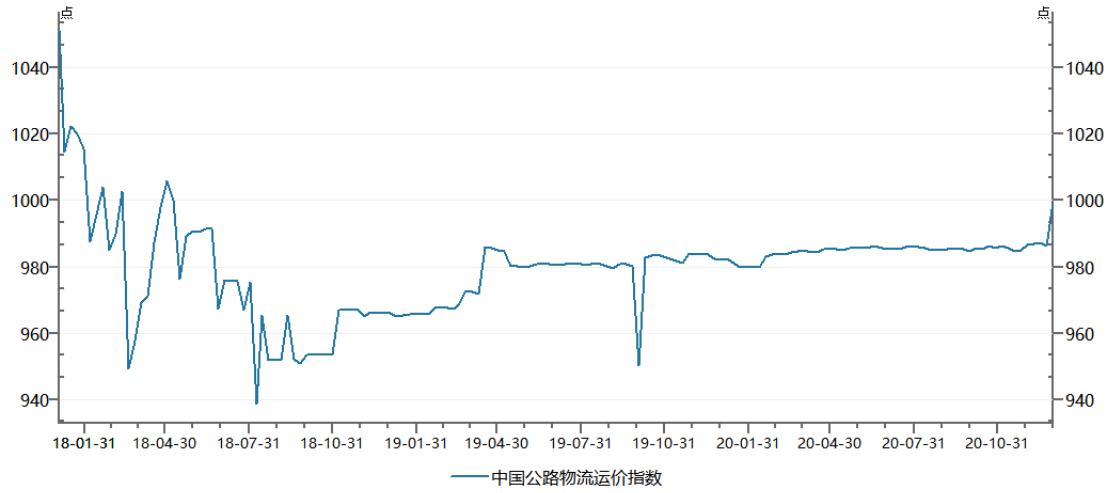
A. 境内运费分析

报告期内，公司发运集装箱与境内运费的匹配性具体情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
境内运费（万元）	1,752.84	1,068.68	1,349.25
发运集装箱（整柜）	4,184	2,386	2,902
单柜境内运费（万元/整柜）	0.42	0.45	0.46

报告期内，公司的内陆运费与外销装柜数量呈现正相关性，内陆运费变动与外销装柜数量变动趋势一致，单位内陆运费分别为 0.46 万元/箱、0.45 万元/箱及 0.42 万元/箱，整体保持稳定。

公司单柜境内运费相对平稳，整体呈下降趋势，与中国公路物流运价指数的波动趋势基本一致。



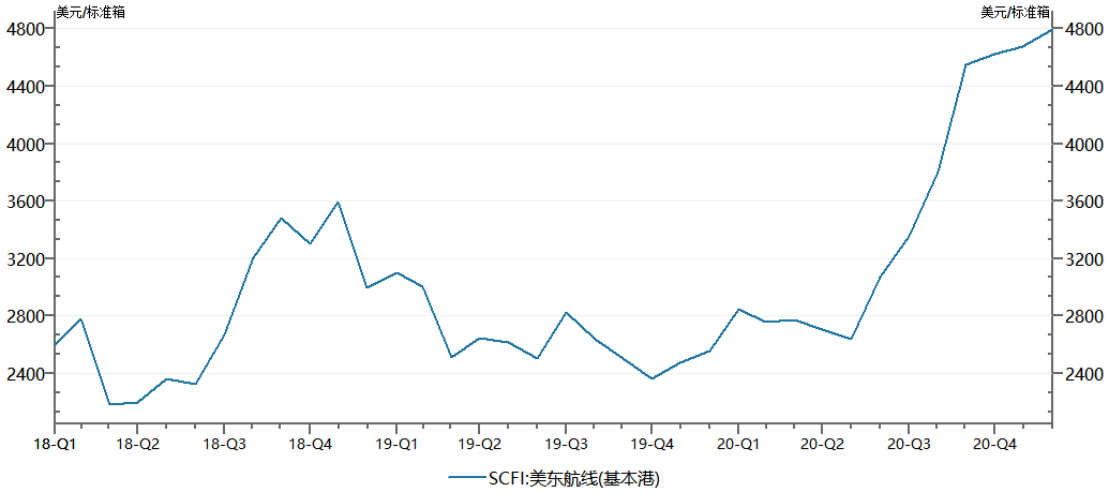
数据来源：Wind

B. 运保费分析

报告期内，公司负责境外运输的集装箱与运保费的匹配性具体情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
运保费（万元）	2,285.19	852.75	674.35
公司负责境外运输的集装箱（整柜）	837	411	308
单柜运保费（美元/整柜）	3,960.22	3,007.64	3,308.61

公司单柜运保费波动趋势较大，呈现先降后升趋势，2020 年单柜运保费较上年增加 31.67%，与上海出口集装箱运价指数（SCFI：美东航线）的波动趋势基本一致。



数据来源：Wind

综上所述，发行人单位运费变动主要与公司产品体积的结构性变化及航运指数的变化相关，报告期内发行人单位运费的变动合理。

④主要物流公司及收费标准

报告期内，公司与各物流公司每年签订框架协议确定合作关系，主要物流公

司各期较稳定。公司与物流公司一般约定好内陆运费中各项费用的收费标准，各家主要物流公司收费标准相近且各年保持稳定。公司根据供应商所在地附近港口及物流公司可预订状态选择合适的物流公司提供物流服务，公司具有较大的选择空间。通常情况下内陆运费中的报关费和拖箱费的收费标准比较稳定，公司可事先预估；内陆运费中港杂费、港口操作费等费用需等产品报关后，物流公司与公司结算时确定各项费用金额，无固定的收费标准；对于海运费，首先由物流公司报价，公司与客户协商后确定合适的物流公司。

公司运输费主要包括境内货运代理费和境外运保费，其中境内货运代理费主要系客户指定的代理报关公司费用和境内货物运输费用，主要货运代理公司及收费标准具体情况如下：

项目	主要物流公司	主要项目收费标准
客户指定代理报关公司	北京康捷空国际货运代理有限公司（Walmart）	港口操作费、订舱费、文件费
	嘉宏国际运输代理有限公司（Lowe’s）	国际货物运输代理服务费（2,000-3,000元/票）
	世纪冠航国际货运代理（深圳）有限公司上海分公司（Canadian Tire Corporation）	国际货物运输代理服务费（1,500-2,500元/票）
	达升物流股份有限公司上海分公司（Harbor Freight Tools）	代理码头操作费、文件费、代理操作费
	丹马士环球物流（上海）有限公司（The Home Depot）	码头操作费、整箱管理费
境外货物运输公司	江苏亚东朗升国际物流有限公司南通分公司	境内运费：拖车费（1,200-2,500）、码头操作费 THC、进仓费（2,500-3,500） 境外：海运费、反恐仓单费 AMS（30 美元/票）、保险费
	江苏飞力达国际物流股份有限公司	
	苏州格罗国际货运代理有限公司	
	中国外运长江有限公司苏州分公司	

报告期内，发行人主要物流公司较为稳定，收费标准与市场价格波动密切相关。

（2）商标使用权费用

报告期内，公司商标使用权费用系公司向品牌授权商 Briggs&Stratton Tech,LLC 和 Stanley Black&Decker 支付的品牌授权费。公司与品牌授权商签署商标使用权协议，依据协议约定，以品牌授权产品（净）销售额和约定费用率为

基础，计算商标使用权费，同时品牌授权方还约定了公司各年度最低商标使用权费用金额。商标使用权费用的金额与品牌授权模式下的主营业务收入相匹配，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
商标使用权费用	2,043.31	1,299.12	1,000.50
品牌授权模式销售收入	38,370.47	22,108.96	18,996.63
占比	5.33%	5.88%	5.27%

报告期内，公司商标使用权费用占品牌授权模式销售收入的比例较为稳定。

报告期内，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。

（3）清关税费

报告期内，公司销售费用中的清关税费主要包括 DDP 模式下销售环节及欧圣美国进口环节所缴纳的关税及清关杂费。公司缴纳关税的金额与 DDP 模式报关金额和欧圣美国进口报关金额相匹配，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
清关税费	2,563.42	1,975.78	314.41
其中：关税	1,679.21	1,534.58	79.14
DDP 模式报关金额+ 欧圣美国进口报关金额	11,338.03	6,826.58	5,159.96
清关税费占比	22.61%	28.94%	6.09%
关税占比	14.81%	22.48%	1.53%

报告期内公司关税占比受中美贸易战影响，公司出口美国的小型空压机和干湿两用吸尘器被加征关税。报告期内，公司主要产品加征关税税率的具体情况如下：

项目	2020 年度	2019 年 5 月- 2019 年 12 月	2018 年 9 月- 2019 年 5 月	2018 年 9 月 之前
小型空压机关税税率	0%	25%	10%	0%
干湿两用吸尘器关税税率	25%	25%	10%	0%

（4）销售服务费

公司客户主要为知名连锁零售商，分布地域较广，公司利用销售代表（第三方专业机构）的本地化服务能力，协助公司服务于若干家零售商，实现新品引入、订单预测和售后跟进，公司向销售代表支付销售服务费。报告期内，公司销售服务费占主营业务收入的比例分别为：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售服务费	1,168.43	652.27	871.01
主营业务收入	95,395.02	59,840.30	61,865.76
占比	1.22%	1.09%	1.41%

2019 年，公司销售服务费占主营业务收入比例降幅较大，主要原因系公司新聘了销售团队，由公司销售人员跟进对 Lowe’s 等客户、亚马逊电商渠道的销售配套服务，公司终止了与部分销售代表的合作协议。

（5）保险费

报告期内，公司保险费的构成分别为：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
出口信用保险	193.61	142.99	126.00
出口产品责任险	119.14	100.35	94.69
产品召回险	50.40	50.50	-
其他	59.42	75.47	64.83
合计	422.58	369.32	285.53

公司保险费的金额逐年增长的原因系：①报告期内，公司销售规模呈增长态势，向中国进出口信用保险有限公司江苏分公司投保的出口信用保险保费金额逐年增长。②为更好服务客户，2017 年 9 月起，公司向太平财产保险有限公司上海分公司投保出口产品责任险；2019 年 1 月起，公司向中国人民财产保险股份有限公司上海市分公司投保产品召回险。

（6）仓储费

公司仓储费主要系欧圣美国进口入库后在当地销售模式下产生的费用。欧圣美国进口货物后，在自有仓库容量有限的情况下，使用第三方仓储服务商 Midwest 的仓储运营服务，公司向其支付仓储费用；同时，由于欧圣美国仓库管理人员人手不足，公司向人力公司聘请临时员工，协助公司仓储物流发货，公司向其支付仓库人员费用；此外，公司根据销售需求采购卡板、缠绕带等仓储材料。

2019 年，欧圣美国进口货物数量较多，自有仓库无法满足货物吞吐，欧圣

美国根据实际需求，增加了 Midwest 第三方仓储货物的规模，公司支付的仓储费相应提高。

（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。

2、管理费用

报告期内，公司管理费用分别为 1,933.43 万元、2,351.48 万元及 2,920.95 万元，占营业收入的比例分别为 3.07%、3.86%及 2.94%。公司管理费用主要由职工薪酬、股份支付费用、服务费、折旧及摊销等构成，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
职工薪酬	1,234.58	42.27	940.70	40.00	987.96	51.10
折旧及摊销	348.27	11.92	348.01	14.80	315.42	16.31
服务费	417.25	14.28	292.30	12.43	195.70	10.12
股份支付费用	146.57	5.02	167.61	7.13	47.92	2.48
差旅费	120.45	4.12	136.81	5.82	77.66	4.02
维修费	106.45	3.64	135.15	5.75	20.49	1.06

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
能源介质费	106.86	3.66	107.60	4.58	60.74	3.14
租赁费	94.82	3.25	73.48	3.12	44.96	2.33
业务招待费	30.19	1.03	22.01	0.94	58.73	3.04
其他	315.51	10.80	127.82	5.44	123.86	6.41
合计	2,920.95	100.00	2,351.48	100.00	1,933.43	100.00

2019 年，公司管理费用增加 418.05 万元，主要系股份支付费用、维修费及服务费增加所致。①公司为激励员工，增加部分优秀员工及新聘员工在持股平台中的股份数，导致股份支付金额有所增加。②2019 年，欧圣美国修缮办公楼及仓库，导致维修费金额较高。

2020 年，公司管理费用增加 569.47 万元，主要系随着公司规模的扩大，管理人员职工薪酬及服务费增加所致。

公司股份支付处理的具体情况、公允价值的确定依据及股份支付费用的计算过程情况如下：

（1）股份支付相关权益工具公允价值及股份支付费用的计算过程

报告期内，员工持股平台增资及份额的转让均应适用股份支付会计处理，并于授予日一次性计入当期损益。发行人根据受让方所间接取得的发行人股份数，以受让方取得股权的成本低于该部分股权于最近一期估值的公允价值的部分确认股份支付费用，并计入当期损益。具体计算如下：

对应期间	授予期间	员工持股平台	间接转让公司股份（万股）	公司每股公允价值（元）	合计转让对价（万元）	转让价格（元/股）	股份支付费用（万元）
2018 年度	2018/01	腾恒投资	4.72	2.13	8.48	1.80	1.59
	2018/08	腾恒投资	31.14	3.38	58.85	1.89	46.33
2019 年度	2019/02	腾恒投资	47.18	3.38	95.24	2.02	64.12
	2019/03	腾恒投资	28.31	3.38	57.39	2.03	38.23
	2019/05	腾恒投资	1.89	4.50	3.91	2.07	4.58
	2019/12	腾恒投资	26.42	4.50	58.23	2.20	60.68
2020 年度	2020/04	腾恒投资	23.59	4.50	52.07	2.21	54.10
	2020/04	熙坤投资	38.34	4.50	83.90	2.19	88.62
	2020/06	腾恒投资	1.89	4.50	4.64	2.46	3.85
三、股份支付费用小计（万元）							
2018 年度	47.92						

2019 年度	167.61
2020 年度	146.57

（2）股份支付相关权益工具公允价值的确定依据

根据《首发业务若干问题解答》对确定公允价值的说明：“存在股份支付事项的，发行人及申报会计师应按照企业会计准则规定的原则确定权益工具的公允价值。在确定公允价值时，应综合考虑如下因素：①入股时间阶段、业绩基础与变动预期、市场环境变化；②行业特点、同行业并购重组市盈率水平；③股份支付实施或发生当年市盈率、市净率等指标因素的影响；④熟悉情况并按公平原则自愿交易的各方最近达成的入股价格或相似股权价格确定公允价值，如近期合理的 PE 入股价，但要避免采用难以证明公允性的外部投资者入股价；⑤采用恰当的估值技术确定公允价值，但要避免采取有争议的、结果显失公平的估值技术或公允价值确定方法，如明显增长预期下按照成本法评估的每股净资产价值或账面净资产。发行人及申报会计师应在综合分析上述因素的基础上，合理确定股份支付相关权益工具的公允价值，充分论证相关权益工具公允价值的合理性”。

报告期内，公司确认股份支付费用时股权公允价值的具体依据如下：

2017 年至 2019 年 4 月，此时交易前后一段时间内公司未对外发生股权转让、增资等股权交易，无可参考的近期入股价格、相似股权价格。发行人参照“C38 电气机械和器材制造业”上市公司于申报期内股份支付会计处理对应的估值水平、《2016 中国 GP 调查研究报告》等综合确定发行人公允价值市盈率水平为 10 倍。根据上述 10 倍市盈率水平及发行人各年度扣除股份支付费用影响后的归属于母公司股东的净利润确认发行人全部股权公允价值。

2019 年 10 月，外部股东孙莉以 1,000.00 万元认购新增注册资本 222.2222 万元，增资价格为 4.5 元/股，因此 2019 年 5 月及之后公司股权公允价值采用外部股东认购价格，即 4.5 元/股。

（3）选择 10 倍市盈率的依据

①C38 电气机械和器材制造业上市公司于上市申报期内进行股份支付会计处理对应的估值水平

股票编码	公司名称	具体内容	市盈率
603408.SH	建霖家居	本公司于 2016 年 12 月完成的股份转让及增资过程中涉及职工入股和实际控制人超过其原持股比例的新增股份，合计 742.028667 万美元出资额。本公司原以同期外部投资者入股价格作为公允价值的参考依	10.37 倍

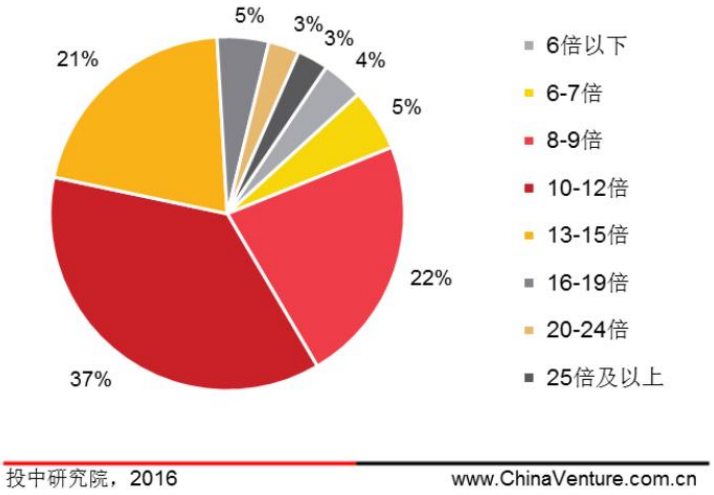
		据，未计提相应股份支付费用。根据 2019 年 11 月公司董事会决议，上述股权激励公允价值调整为以相近时间段内同行业公司引入外部投资者的市盈率和并购重组市盈率的平均值（10.37 倍）乘以 2016 年度扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润作为参考依据，对上述股份支付事项进行了会计差错更正处理。	
605288.SH	凯迪股份	2017 年 12 月凯恒投资合伙人周荣清、周殊程与常州凯磊（系由本公司及子公司员工投资设立）、常州凯杨（系由本公司及子公司员工投资设立）及严国红等 8 位自然人（均系本公司及子公司员工）签订的《员工持股协议》，常州凯磊、常州凯杨及严国红等 8 位自然人以对应持有本公司股份 15.00 元/股的价格对凯恒投资增资 1,772.25 万元（对应间接持有公司股份为 118.15 万股）。	10.67 倍
002976.SZ	瑞玛工业	本次增资的磋商始于 2017 年初，实际控制人 3 名亲属鲁存聪、麻国林、杨瑞义与瑞玛有限实际控制人达成框架性意见，以瑞玛有限母公司 2016 年净利润为基础，由 3 名亲属现金增资入股瑞玛有限。瑞玛有限于 2017 年 5 月 30 日取得了会计师事务所出具的审计报告，经审计，瑞玛有限母公司 2016 年度实现的净利润为 6,332.99 万元。后经增资事宜的细节谈判、投资者筹款等步骤，发行人于 2017 年 8 月收到增资款项并完成工商变更登记手续。	11.10 倍
603551.SH	奥普家居	2016 年 12 月，发行人通过增资和转让方式引入了相关高管及员工的持股平台；2017 年 4 月，发行人共同实际控制人之一方胜康将其持有员工持股平台的部分出资额转让给相关高管及员工。	9.97 倍
603331.SH	百达精工	易建辉、沈文萍通过受让铭峰投资出资额取得公司股权的价格为 3 元/股，低于公允价格 4.40 元/股（参照公司 2015 年股权转让时预计的每股收益 0.44 元/股，按 10 倍市盈率计算）	10.00 倍

与公司大类行业“C38 电气机械和器材制造业”相同行业的已上市公司在其招股说明书中披露的股份支付所采用平均市盈率为 10.42 倍。

②《2016 中国 GP 调查研究报告》中估值水平

根据《2016 中国 GP 调查研究报告》显示，大多数受访机构可接受市盈率范围处在 8-15 倍之间，占总数的 80%，秉承着谨慎的态度，更多的投资人偏向更保守的市盈率水平。

图：GP 可接受的投资市盈率



从上图可知，可接受市盈率为 8-12 倍的占比约为 60%左右，取其中间值 10 倍，可作为计算本次股份支付的市盈率。

综上所述，发行人参照同行业上市公司于上市申报期内进行股份支付会计处理对应的估值水平、《2016 中国 GP 调查研究报告》等综合确定发行人公允价值市盈率水平为 10 倍，具有合理性；不存在与股权所有权或收益权等相关的限制性条件和服务期限制；发行人报告期内股份支付相关会计处理符合《企业会计准则》要求和《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》的相关规定。

（3）实际控制人持有股份已做股份支付

报告期末，公司实际控制人在员工持股平台未持有股份。

报告期内，公司实际控制人 WEIDONG LU 在员工持股平台曾拥有部分出资份额，作为预留激励份额，该部分出资份额由熙坤投资、腾恒投资的普通合伙人、执行事务合伙人高鹤林代持。该部分出资份额系预留激励份额，作为欧圣电气员工获得股权激励成为熙坤投资、腾恒投资新合伙人时从高鹤林出资份额中转出；在员工离职或因其他原因退出合伙企业时，其持有的股份将转入高鹤林名下。

熙坤投资、腾恒投资的普通合伙人、执行事务合伙人高鹤林曾持有的熙坤投资、腾恒投资出资份额中的部分出资份额系代 WEIDONG LU 持有的预留激励份额，作为该部分代持股份已同员工持股平台中其余份额一并确认股份支付费用。

3、研发费用

报告期内，公司研发费用分别为 2,747.79 万元、2,063.76 万元及 2,544.37 万元，占营业收入的比例分别为 4.36%、3.38%及 2.56%。公司研发费用主要由职

工薪酬、模具费、折旧及摊销、测试费、直接投入材料等构成，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
职工薪酬	1,523.46	59.88	1,299.19	62.95	1,324.47	48.20
模具费	574.20	22.57	300.35	14.55	759.18	27.63
折旧及摊销	71.97	2.83	74.28	3.60	74.18	2.70
测试费	29.52	1.16	65.92	3.19	107.90	3.93
直接投入材料	108.15	4.25	61.49	2.98	133.72	4.87
专利费	57.98	2.28	44.85	2.17	41.46	1.51
认证费	74.45	2.93	43.87	2.13	37.45	1.36
手板费用	38.66	1.52	36.50	1.77	102.50	3.73
能源介质费	7.38	0.29	18.12	0.88	42.87	1.56
其他	58.61	2.30	119.20	5.78	124.06	4.52
合计	2,544.37	100.00	2,063.76	100.00	2,747.79	100.00

报告期内，公司研发人员薪酬占研发费用比例分别为 48.20%、62.95%及59.88%，系研发费用的主要构成部分，这与公司技术研发驱动、研发人员比例较高的业务特征相符。

2019 年，公司研发费用有所下降，主要原因系 2018 年公司新产品开发力度保持较高水平，2019 年公司模具费和手板费用减少所致。

2020 年，公司研发费用上升，主要原因系 2020 年公司加大新产品研发，研发人员职工薪酬、模具费、直接材料投入上升所致。

报告期内，公司按照具体研发项目归集各项研发费用，研发费用与其他费用、生产成本能够区分，公司研发费用与研发活动直接相关。

报告期内，公司主要研发项目情况如下：

单位：万元

序号	项目	进度	项目总预算	2020 年度	2019 年度	2018 年度	累计
1	吸尘器快锁快拆式过滤装置的研发	完成	1,140.00	-	-	662.81	662.81
2	空压机泵头的 CAE 及计算力学分析与设计	完成	510.00	-	-	334.70	334.70
3	排泄护理机器人防侧漏设计	完成	530.00	-	-	218.83	218.83
4	高流量、长寿命静音电机泵的研发	完成	520.00	-	-	189.86	189.86

序号	项目	进度	项目总预算	2020 年度	2019 年度	2018 年度	累计
5	高效节水型高压清洗机的研发	完成	600.00	-	-	178.90	178.90
6	震动除灰协同外部空气反冲除灰的高效自清洁吸尘器	完成	370.00	-	337.03	411.00	748.03
7	空压机噪音及振动的计算机仿真分析与研究	完成	410.00	-	314.72	253.57	568.29
8	长寿命、小体积串激静音电机泵的研发	完成	360.00	-	165.25	153.19	318.44
9	排泄护理机器人工作头清洁消毒设计	完成	390.00	-	164.66	213.24	377.89
10	直流便携式清洗机	完成	430.00	-	82.20	108.87	191.08
11	快速配套、使用体验好、效能高的吸尘器及工具套件的研发	进行中	800.00	396.53	341.07	-	737.60
12	基于 CAE 分析的低噪音智能空压机研发	进行中	430.00	187.29	249.26	-	436.55
13	低成本、小体积串激电机泵的研发	进行中	360.00	151.86	188.47	-	340.33
14	护理机器人研发及产业化项目	进行中	310.00	172.89	180.36	-	353.25
15	安全可靠、绿色环保、循环寿命长、体积小的锂电池包的研发	进行中	280.00	40.59	29.99	-	70.58
16	低成本、长寿命静音空压机电机泵的研发	进行中	340.00	235.87	-	-	235.87
17	第五代护理机器人项目	进行中	360.00	249.80	-	-	249.80
18	空压机基于 CAE 的热力学优化研究	进行中	480.00	264.52	-	-	264.52
19	高效自清洁吸尘器	进行中	370.00	399.39	-	-	399.39

序号	项目	进度	项目总预算	2020 年度	2019 年度	2018 年度	累计
20	半自动清洁吸尘器	进行中	360.00	385.64	-	-	385.64
21	其他	/	/	59.98	10.74	22.81	93.53
合计			/	2,544.37	2,063.76	2,747.79	7,355.89

（1）研发费用波动的原因

报告期内，公司研发费用波动主要受职工薪酬和模具费的影响，具体情况如下：

公司研发费用中的职工薪酬整体呈上升趋势，主要原因系公司加大研发投入力度，研发人员的数量和人均工资水平均有所增加。报告期内，公司研发人员数量及平均工资的变动情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
研发人员平均数量（人）	94	101	99
人均工资（万元）	16.21	12.86	13.38
研发费用——职工薪酬（万元）	1,523.46	1,299.19	1,324.47

公司研发费用中模具费呈波动态势，主要原因系公司各期新推出产品型号的数量呈波动趋势。2018 年公司推出新产品较多，公司积极开发高附加值的 Dewalt 吸尘器等新产品，吸尘器新产品型号数量增长较快。报告期内，公司模具费的具体情况如下：

单位：台、万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
吸尘器模具费	428.13	161.69	538.32
空压机模具费	89.61	123.87	114.68
电机模具费	20.49	7.21	24.23
护理机模具费	35.97	7.58	81.95
合计	574.20	300.35	759.18

报告期内，发行人模具费支出与新产品推出情况趋势相同。

（2）研发费用的支出范围和归集方法

公司研发费用的支出范围按照《企业会计准则》、《财政部关于企业加强研发费用财务管理的若干意见》（财企[2007]194 号）和《国家税务总局关于研发费用税前加计扣除归集范围有关问题的公告》（国家税务总局公告 2017 年第 40 号）的要求，并结合公司研发项目实际情况，对研发过程中发生的各项费用按照研发项目进行归集核算。

研发费用的支出范围具体包括：①研发人员的薪酬，包括工资薪金、基本养

老保险费、基本医疗保险费、失业保险费、工伤保险费、生育保险费和住房公积金；②直接投入费用，包括研发活动直接消耗的材料、燃料和动力费用；用于产品试制的模具、一般测试手段购置费，试制产品的检验费；③折旧费用和无形资产摊销费用，包括用于研发活动的仪器、设备的折旧费、研发活动的软件、专利权、非专利技术的摊销费用；④新产品设计过程中发生的与开展该项活动有关的各类费用；⑤其他与研发活动直接相关的费用，如知识产权的申请费、注册费、代理费，差旅费、会议费，职工福利费等。

报告期内，公司基于研发项目逐项编制研发预算，研发部门根据经批准的研发预算，部署安排具体的研发工作，相应的研发费用归集方法具体情况如下：

对于工资薪酬，系按照实际参与项目归集至各研发项目中；对于模具费、测试费、手板费、专利费，系根据各项目分别归集相关费用；对于研发领料，研发人员根据经批准的研发领料单领用研发材料，财务部依据研发领料单及实际领用情况归集至相应研发项目；对于折旧费用，系根据各研发项目使用的固定资产情况，分摊至各研发项目费用中；对于其他与研发项目成本直接相关的费用，经审批后直接归集到相应研发项目费用。

公司的模具主要有冲压模具和注塑模具，对于冲压模具和注塑模具中备模、OEM 模式所使用的模具，公司采用一次摊销法进行核算，即在领用时一次性摊销进入制造费用。发行人产品种类多、零部件型号差异大，且产品型号更新快，在领用模具时，较难准确预计某一款模具未来的收益时间或使用次数，在模具使用期间，也会根据具体产品的市场需求调整模具的使用安排，采用一次摊销法符合公司业务情况。同行业可比公司中莱克电气亦采用此种方式。

作为具有自主研发能力的高新技术企业，为应对不断变化的市场需求，更好服务客户，发行人加大新产品的研发力度，主动开发客户需求，对于此种情况所开发的注塑模具，发行人将所发生的模具费计入研发费用。根据《国家税务总局关于研发费用税前加计扣除归集范围有关问题的公告》（国家税务总局公告 2017 年第 40 号），允许加计扣除的研发费用包括“用于中间试验和产品试制的模具、工艺装备开发及制造费，不构成固定资产的样品、样机及一般测试手段购置费，试制产品的检验费”，公司自主开发新产品所发生的模具费符合上述规定，同时保荐机构、发行人会计师通过电话方式咨询了国家税务总局 12366 热线，告知为新产品开发试制时所发生的模具费，可以计入研发费用并加计扣除。综上所述，

发行人会计处理符合相关政策规定。

（3）研发人员构成和研发实力相匹配

公司根据自身发展战略和规划制定研发项目，并根据研发项目需要引入相应的研发人才。此外，公司针对未来吸尘器、空压机、电机和护理机器人等产品的研发技术发展方向引入专业人才，实现多学科领域人才综合配置。公司研发人员构成与产品研发实力、研发方向相匹配，具体情况如下：

单位：人

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
吸尘器相关	32	34	33
空压机相关	27	28	28
电机相关	23	26	25
护理机相关	12	13	13
合计	94	101	99

公司研发人员的专业领域的具体情况如下：

单位：人

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
机械设计相关	56	59	58
材料成型相关	11	13	12
电子信息相关	5	6	6
电气自动化相关	22	23	23
合计	94	101	99

（4）模具费用的具体构成，和新品研发的匹配关系，模具费用下滑的原因和合理性

报告期内，公司研发费用模具费的具体构成如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
吸尘器模具费	428.13	161.69	538.32
空压机模具费	89.61	123.87	114.68
电机模具费	20.49	7.21	24.23
护理机模具费	35.97	7.58	81.95
合计	574.20	300.35	759.18

公司研发费用中模具费呈波动态势，主要原因系公司各期新推出产品型号的数量呈波动趋势，2018 年，公司积极开发高附加值的 Dewalt 吸尘器等新产品，由于该系列吸尘器为新开发产品，因此发生了较多的模具费用。报告期内，公司新产品型号的具体情况如下：

单位：个

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
吸尘器新产品	190	125	182

空压机新产品	46	88	53
电机新产品	24	34	48
合计	260	247	283

根据战略规划，公司 2018 年着力推动吸尘器产品的研发力度和市场推广力度，吸尘器新产品的规格型号数量较多，模具费规模保持较高水平。2019 年公司吸尘器新品推出数量有所降低，导致模具费金额有所下降。2020 年公司吸尘器新品推出数量有所增加，导致模具费金额有所上升。

报告期内，发行人模具费支出与新产品推出情况趋势相同但波动比例有所差异系发行人新产品统计口径为当年系统内新增的产品料号数量，发行人主要产品为干湿两用吸尘器及小型空压机，其产品更新速度快，新增料号数量较大，但若产品仅更改颜色或更换其中一部分零件或出售给不同客户，均将产生不同的料号，同时模具尺寸的不同也会导致模具单价变动较大，报告期内，发行人剔除同种产品（即品名规格相同的产品）后新产品数量及模具费对应情况如下：

单位：台、万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
剔除重复数量后吸尘器新产品	59	35	56
吸尘器模具费	428.13	161.69	538.32
单位模具费	7.26	4.62	9.61
剔除重复数量后空压机新产品	22	40	25
空压机模具费	89.61	123.87	114.68
单位模具费	4.07	3.10	4.59

从上表可以看出，发行人模具费支出与新产品推出情况趋势一致。

此外，由于 2018 年公司新开发 Dewalt 系列产品，该系列产品为新开发的高端产品，因此相关模具均为新开发且单位模具费用相对较高。

4、财务费用

报告期内，公司财务费用分别为-204.37 万元、72.65 万元及 2,379.28 万元。公司银行借款规模较小，利息费用金额较小。公司海外销售订单主要以美元计价，财务费用受汇兑损益影响较大。此外，公司提前收款导致现金折扣金额较大。报告期内，公司财务费用具体情况如下：

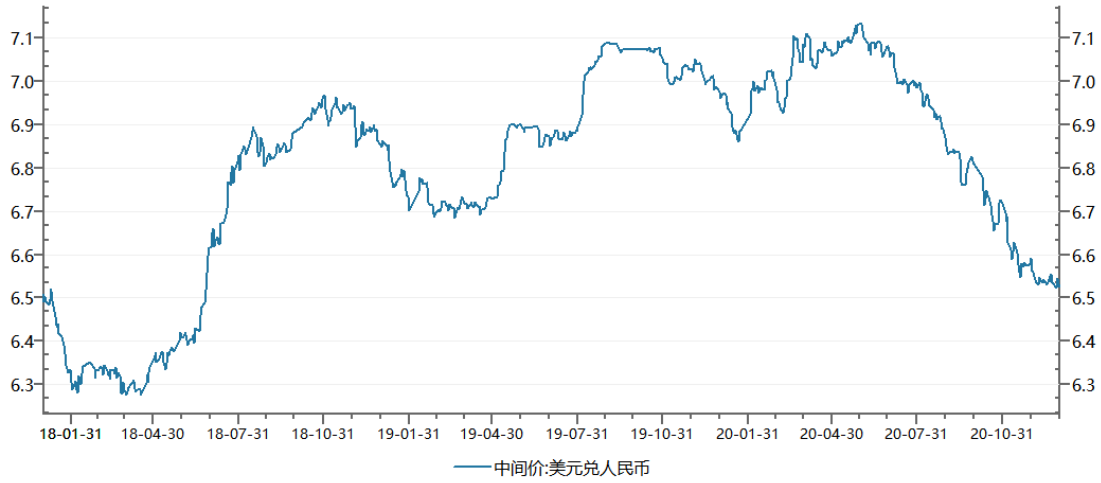
单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
利息费用	4.85	14.41	6.85
减：利息收入	74.46	93.43	38.31

汇兑损益	1,777.17	-200.10	-682.59
其他	671.72	351.77	509.69
其中：现金折扣	438.39	282.46	434.43
合计	2,379.28	72.65	-204.37

2018 年，一方面，美元兑人民币汇率整体呈上行趋势，致使公司汇兑收益金额较大；另一方面，2018 年公司销售规模较大，提前收款导致的现金折扣相应增加。2019 年，美元兑人民币汇率呈先升后降趋势，导致公司汇兑收益金额有所减少。2020 年，美元兑人民币汇率总体呈震荡下降趋势，导致公司汇兑损失增加。

报告期内，美元兑人民币汇率走势如下：



数据来源：Wind

5、与同行业可比上市公司比较情况

（1）销售费用率

报告期内，公司销售费用率与可比上市公司较为接近，具体比较分析如下：

证券代码	公司简称	销售费用/营业收入		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度
002444.SZ	巨星科技	5.36%	8.86%	7.09%
00669.HK	创科实业	16.03%	15.59%	15.72%
603355.SH	莱克电气	5.29%	7.24%	7.73%
603486.SH	科沃斯	21.58%	23.19%	18.82%
可比上市公司平均		12.07%	13.72%	12.34%
欧圣电气		16.27%	16.64%	10.37%

2019 年，公司销售费用率上涨 6.26%，高于同行业平均水平。主要原因系公司主要销售区域为美国，受中美贸易摩擦影响，公司产品被加征 10%/25%的进口

关税，公司 DDP 模式下销售环节及欧圣美国进口环节所缴纳的清关税费占营业收入的比例增加 2.79%；同时，公司积极拓展美国亚马逊等客户的电商业务，公司平台交易费上涨较快。受上述因素影响，公司销售费用率增长较快，高于同行业平均水平。

2020 年，公司销售费用率与上年基本持平。

（2）管理费用率

报告期内，公司管理费用率与同行业可比上市公司的比较分析如下：

证券代码	公司简称	管理费用/营业收入		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度
002444.SZ	巨星科技	5.89%	7.21%	5.25%
00669.HK	创科实业	10.26%	10.50%	10.09%
603355.SH	莱克电气	3.26%	4.19%	3.94%
603486.SH	科沃斯	5.13%	6.19%	5.16%
可比上市公司平均		6.14%	7.02%	6.11%
欧圣电气		2.94%	3.86%	3.07%

2018 年及 2019 年，公司管理费用率的变动趋势与同行业基本一致，但较同行业可比上市公司管理费用率低 3%左右，主要原因系公司经营规模相对较小，人均产值相对较高。2019 年，巨星科技、莱克电气、科沃斯的管理人员薪酬占营业收入的比例分别为 4.47%、2.33%、3.88%；而公司的管理人员薪酬占营业收入的比例为 1.54%。

具体而言，报告期内，公司管理费用中职工薪酬、办公差旅招待费与同行业可比上市公司的比较分析如下：

证券代码	公司简称	管理费用——职工薪酬/营业收入		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度
002444.SZ	巨星科技	3.72%	4.47%	3.33%
00669.HK	创科实业	未披露	未披露	未披露
603355.SH	莱克电气	1.48%	2.33%	2.29%
603486.SH	科沃斯	3.32%	3.88%	2.88%
可比上市公司平均		2.84%	3.56%	2.83%
欧圣电气		1.24%	1.54%	1.57%
证券代码	公司简称	管理费用——办公差旅招待费/营业收入		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度

002444.SZ	巨星科技	0.84%	1.29%	0.92%
00669.HK	创科实业	未披露	未披露	未披露
603355.SH	莱克电气	0.21%	0.35%	0.21%
603486.SH	科沃斯	0.20%	0.34%	0.34%
可比上市公司平均		0.42%	0.66%	0.49%
欧圣电气		0.15%	0.26%	0.22%

在管理人员薪酬方面，巨星科技、莱克电气、科沃斯收入超 50 亿元，在多地建立了生产、销售基地，管理人员平均薪酬较高。从薪酬水平较高的高管人员数量来看，截至报告期末，发行人仅有 3 名高级管理人员，包括 1 名总经理、1 名副总经理和 1 名财务总监兼董事会秘书，而巨星科技、莱克电气、科沃斯的高管人员数量分别为 9 名、6 名和 5 名，薪酬水平较高的高管人员数量多于公司。上述情况导致发行人管理薪酬低于可比公司。

在办公差旅招待费方面，在报告期内，巨星科技收购境外公司 Arrow、Lista、Prime-Line，上述收购完成后，巨星科技管理费用中的职工薪酬和办公费增长较快。

公司管理费用与营业收入、销量的匹配情况具体如下：

单位：万元/万台

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额
管理费用-职工薪酬	1,234.58	31.24%	940.70	-4.78%	987.96
管理费用	2,920.95	24.22%	2,351.48	21.62%	1,933.43
营业收入	99,282.44	62.82%	60,977.44	-3.19%	62,988.23
销量	235.94	36.48%	172.87	-16.33%	206.60

报告期内公司管理费用——职工薪酬的变动趋势与公司营业收入和业务量的变动趋势相一致。2019 年公司管理费用与营业收入和销量相关性不强。主要原因系：①公司增加管理用设备和无形资产采购，折旧及摊销金额逐年增加；②由于设立员工持股平台及持股平台中股份转让，2019 年股份支付金额较大，该部分管理费用与营业收入不相关。

公司管理费用均由公司独立承担，不存在第三方代为承担费用或少计费用的情况。

公司不存在商业贿赂的情形，并积极采取各种措施防范商业贿赂行为，具体如下：公司与主要客户签署《廉洁协议书》或《阳光协议书》等相关文件或者约定禁止商业贿赂或廉洁诚信条款等类似条款，防范商业贿赂等不正当行为；此外

公司制定了《费用报销制度》，对费用报销的申请、审批、报销支付等内部控制管理进行了明确规定。报告期内，公司不存在因商业贿赂相关违法违规行为受到处罚的情形。

（3）研发费用率

报告期内，公司研发费用率与同行业可比上市公司相差不大，具体比较分析如下：

证券代码	公司简称	研发费用/营业收入		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度
002444.SZ	巨星科技	2.87%	3.08%	3.49%
00669.HK	创科实业	3.23%	3.00%	2.88%
603355.SH	莱克电气	4.94%	4.62%	4.17%
603486.SH	科沃斯	4.67%	5.22%	3.60%
可比上市公司平均		3.93%	3.98%	3.54%
欧圣电气		2.56%	3.38%	4.36%

2018 年，公司加大新产品、新工艺的研发投入力度，公司模具费、测试费及手板费金额相对较高，因此公司研发费用率高于同行业可比公司。报告期内，科沃斯和莱克电气研发人员薪酬增长较快。2018-2020 年，科沃斯的研发人员薪酬占营业收入的比例分别为 2.34%、3.69%及 3.30%；莱克电气的研发人员薪酬占营业收入的比例分别为 1.26%、1.66%及 1.67%，上述因素导致同行业研发费用率的平均水平上涨较快，高于公司研发费用率。

（4）职工薪酬对比

报告期内，公司列入销售费用、管理费用、研发费用的平均人数如下表所示：

单位：人

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售人员	41	45	46
管理及行政人员	62	56	58
研发人员	94	101	99

注：平均人数=各月人数的算术平均值。

报告期内，公司各类型员工人数相对稳定，不存在人员大幅波动的情形。

报告期内，公司各类人员平均工资薪酬情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售人员	23.91	20.81	17.22

管理及行政人员	19.91	16.80	17.03
研发人员	16.21	12.86	13.38

公司地处江苏省苏州市。2018-2019 年度，江苏省、苏州市城镇私营单位就业人员平均工资情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
江苏省年平均工资（元）	未披露	58,322	54,161
江苏省月平均工资（元）	未披露	4,860	4,513
苏州市年平均工资（元）	未披露	64,846	58,333
苏州市月平均工资（元）	未披露	5,404	4,861

注：江苏省月平均工资（城镇私营单位就业人员平均工资）来自于江苏省统计局；苏州市月平均工资（城镇私营单位就业人员平均工资）来自于苏州市统计局。

公司销售、管理及研发各类人员平均工资水平均显著高于江苏省和苏州市私营单位平均水平。

2018-2020 年度，公司同行业上市公司销售、管理和研发人均工资水平与公司对比如下：

单位：万元

上市公司	类别	2020 年度	2019 年度	2018 年度
巨星科技	销售人员	24.82	19.46	14.52
	管理人员	23.77	19.51	16.04
	研发人员	18.96	16.74	16.69
莱克电气	销售人员	9.85	9.79	10.70
	管理人员	25.52	32.84	33.31
	研发人员	11.74	10.44	7.47
科沃斯	销售人员	15.89	12.21	10.61
	管理人员	21.37	24.57	25.26
	研发人员	25.14	22.15	16.92
行业平均	销售人员	16.85	13.82	11.94
	管理人员	23.55	25.64	24.87
	研发人员	18.61	16.44	13.69
欧圣电气	销售人员	23.91	20.81	17.22
	管理人员	19.91	16.80	17.03
	研发人员	16.21	12.86	13.38

注：销售人员、管理人员、研发人员数量来自于各公司年度报告或招股说明书中披露的销售人员、行政财务采购人员、技术人员的期末数。

在管理人员平均薪酬方面，巨星科技、莱克电气、科沃斯收入超过 50 亿元，在多地建立了生产、销售基地，管理人员平均薪酬较高。从薪酬水平较高的高管人员数量来看，截至报告期末，发行人仅有 3 名高级管理人员，包括 1 名总经理、

1 名副总经理和 1 名财务总监兼董事会秘书，而巨星科技、莱克电气、科沃斯的高管人员数量分别为 9 名、6 名和 5 名，薪酬水平较高的高管人员数量多于公司。上述情况导致发行人管理人员平均薪酬低于可比公司。

在研发人员平均薪酬方面，公司研发人员平均薪酬低于巨星科技及科沃斯，主要是由于该等公司均属于行业龙头，高层次人员更多，薪酬较其他企业更具有竞争力，且境外分支机构较多，给予的薪酬水平更高，使得总体薪酬水平较高。

（五）其他利润表重要项目分析

1、税金及附加

报告期内，公司税金及附加主要包括房产税、城市维护建设税等。公司房产税金额相对较大，主要系公司对外出租厂房，取得租金收入所致。报告期内，公司税金及附加具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
房产税	228.25	183.25	185.13
土地使用税	37.20	18.60	31.00
印花税	19.39	12.02	15.14
城市维护建设税	116.17	79.21	38.21
教育费附加	69.70	47.51	22.87
地方教育费附加	46.47	31.67	15.24
美国销售税	0.01	0.16	-
合计	**517.18**	**372.42**	**307.59**

2、其他收益

报告期内，公司其他收益的具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
与资产相关的政府补助	125.92	125.92	125.92
与收益相关的政府补助	635.85	186.38	129.87
其他（美国关税退还）	641.69	-	-
合计	1,403.46	312.30	255.79
政府补助占利润总额比例	9.02%	4.65%	5.09%

报告期内，计入当期损益的其他收益金额分别为 255.79 万元、312.30 万元及 1,403.46 万元，占利润总额的比例分别为 5.09%、4.65%及 9.02%。

报告期内，公司政府补助具体情况如下：

单位：万元

补助项目	2020年度	2019年度	2018年度	与资产/收益相关
和土地相关的政府补助	125.92	125.92	125.92	与资产相关
稳岗补贴	10.71	0.35	16.66	与收益相关
个人所得税退税	2.29	0.19	-	与收益相关
汾湖高新区企业科技创新奖励	-	-	2.00	与收益相关
2017年度吴江区第二批专利专项资助经费	-	-	2.25	与收益相关
2017年度吴江区商务发展专项资金（第七批项目）	-	-	2.75	与收益相关
2017年度吴江区工业转型升级扶持资金	-	-	5.87	与收益相关
汾湖高新区企业科技创新奖励	-	-	5.00	与收益相关
汾湖高新区企业科技创新奖励	-	-	13.43	与收益相关
2018年吴江区第一批专利专项资助经费	-	-	1.62	与收益相关
2018年省级商务发展专项资金（第一批）	-	-	6.34	与收益相关
2018年度江苏省知识产权与运用（专利资助）专项资金	-	-	44.50	与收益相关
2018年度吴江区第二批专利专项资助经费	-	-	6.49	与收益相关
2017年度外贸“稳增长、调结构、促转型”切块资金	-	-	18.71	与收益相关
2017年度吴江区商务发展奖励资金	-	-	4.25	与收益相关
2018年度吴江区商务发展奖励资金	-	52.27	-	与收益相关
2019年商务发展专项资金（第一批）	-	29.20	-	与收益相关
汾湖高新区企业科技创新奖励	-	6.50	-	与收益相关
汾湖高新区企业科技创新奖励	-	6.00	-	与收益相关
2018年度吴江区工业高质量发展扶持资金	-	54.61	-	与收益相关
苏州市2018年国家知识产权运营资金第六批（高质量创造）项目	-	11.00	-	与收益相关
2018年吴江区PCT专利资助经费	-	10.00	-	与收益相关
吴江区2019年度第一批专利专项资助经费	-	11.83	-	与收益相关
2018年商务发展专项资金（第五批）	-	4.44	-	与收益相关
2019年省商务发展切块资金（第三批）	14.00	-	-	与收益相关
2019年商务发展专项资金（第四批）	13.46	-	-	与收益相关
2019年省商务发展切块资金（第一批）	10.02	-	-	与收益相关
2019年苏州市、吴江区两级PCT专利资助经费	28.00	-	-	与收益相关
2019年国家知识产权运营资金第二批	1.30	-	-	与收益相关
江苏省就业补助资金	90.00	-	-	与收益相关
日本当地县退税金额	0.04	-	-	与收益相关
2019年度吴江区第三批专利专项资助经	4.16	-	-	与收益相关

补助项目	2020年度	2019年度	2018年度	与资产/收益相关
费				
2019年度资本运作奖励资金	80.00	-	-	与收益相关
2019年度知识产权省级专项资金	6.50	-	-	与收益相关
2019年国家知识产权运营资金第二批(高质量创造）项目及资金	1.30	-	-	与收益相关
2019年度先进企业及科技创新企业奖励	5.53	-	-	与收益相关
疫情补助	280.83	-	-	与收益相关
2019年度吴江区配套资助经费补助	0.75			与收益相关
2019年度吴江区商务发展奖励资金	52.16			与收益相关
2020年度吴江区特种设备作业人员安全技能提升培训补贴	0.42			与收益相关
2020年度吴江区一次性吸纳就业补贴	0.30			与收益相关
2020年度苏州市吴江区以工代训补贴	0.40			与收益相关
2020年度商务发展专项资金（第三批）	13.50			与收益相关
2020年日本持続化給付金	12.95			与收益相关
2020年度吴江区专利专项资助经费（第一批）	7.22			与收益相关
合计	761.76	312.30	255.79	/

3、投资收益

报告期内，公司的投资收益情况如下：

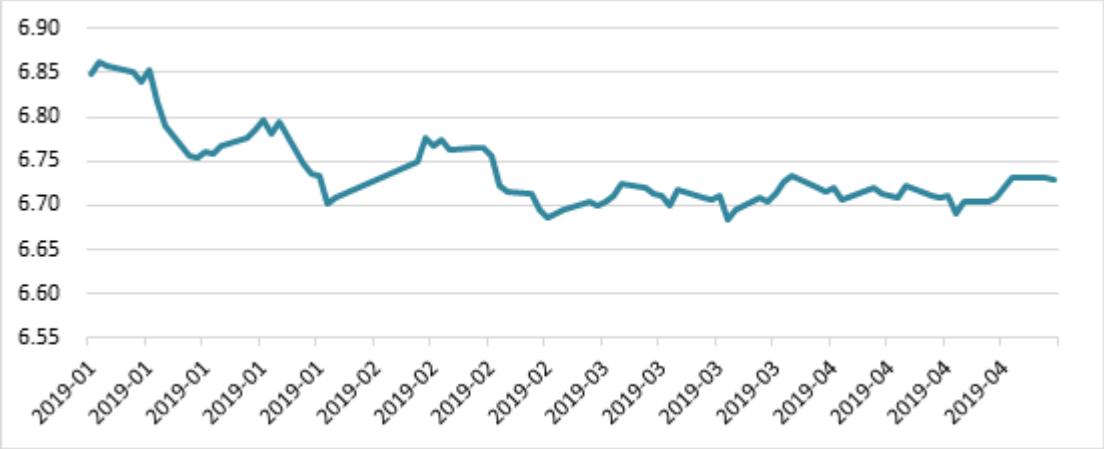
单位：万元

项目	2020年	2019年度	2018年度
处置远期结汇产生的收益	-	-661.98	-
其他	377.97	409.30	428.27
合计	377.97	-252.67	428.27
投资收益占利润总额比例	2.43%	-3.76%	8.52%

报告期内，公司的投资收益分别为428.27万元、-252.67万元、377.97万元，主要系公司购买理财产品等产生的收益，占当期利润总额的比例分别为8.52%、-3.76%及 2.43%，对公司经营成果及盈利能力稳定性无重大不利影响。2019年，公司处置远期结汇合约产生损失661.98万元。

（1）购买外汇远期合同的金额、对手方、期限、收益等

报告期内，公司出口销售大部分以美元结算，2019年1-4月，受中美贸易摩擦影响，美元兑人民币汇率呈波动下降趋势。



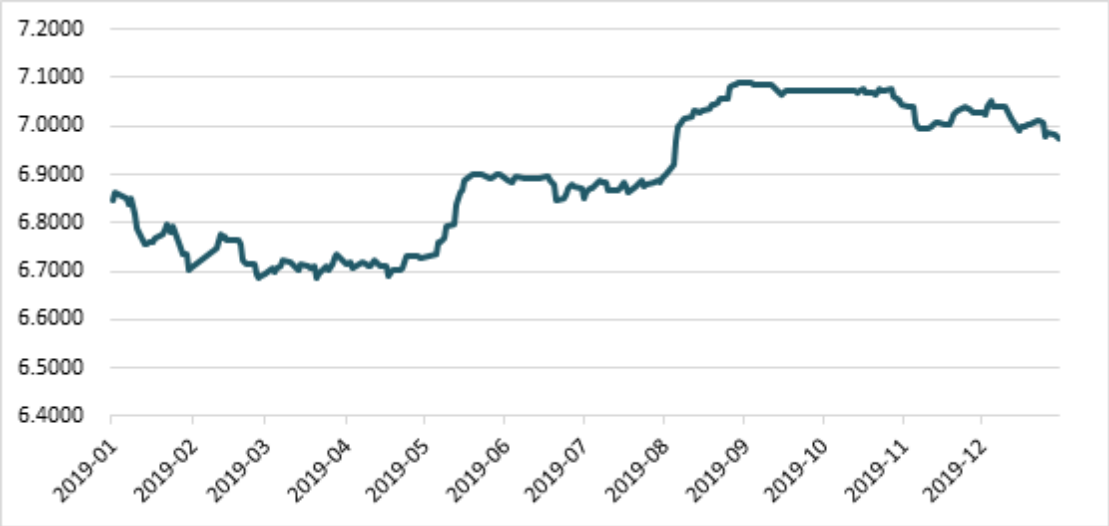
数据来源：WIND 资讯

为减少美元兑人民币汇率下降的影响，公司分别于 2019 年 4 月、2019 年 5 月与中国农业银行、中信银行签订远期出售外汇合约（卖出币种：美元，买入币种：人民币），约定未来某个时点公司按照合约约定的成交汇率将美元卖予银行，具体情况如下：

序号	对手方	标的金额（万美元）	交易日期	交割日期	成交汇率	到期日汇率	执行情况
1	中国农业银行	300.00	2019/4/16	2019/5/16	6.7100	6.7286	到期交割
2		300.00	2019/4/16	2019/6/17	6.7100	6.8992	到期交割
3		300.00	2019/4/16	2019/7/16	6.7100	6.8747	到期交割
4		300.00	2019/4/16	2019/8/16	6.7116	6.8841	到期交割
5		300.00	2019/4/16	2019/9/16	6.7134	7.0879	200 万美元部分平盘交易，100 万美元部分到期交割
6		300.00	2019/4/16	2019/10/16	6.7152	7.0729	200 万美元部分平盘交易，100 万美元部分到期交割
7		300.00	2019/4/16	2019/11/18	6.7170	7.0533	200 万美元部分平盘交易，100 万美元部分到期交割
8		300.00	2019/4/16	2019/12/16	6.7185	7.0298	200 万美元部分平盘交易，100 万美元部分到期交割
9	中信银行	50.00	2019/5/8	2019/6/17	6.7663	6.8992	到期交割
10		50.00	2019/5/8	2019/7/15	6.7663	6.8747	到期交割
11		50.00	2019/5/8	2019/8/15	6.7658	6.8841	到期交割
12		50.00	2019/5/8	2019/9/16	6.7665	7.0879	到期交割
13		50.00	2019/5/8	2019/10/15	6.7671	7.0729	到期交割

序号	对手方	标的金额（万美元）	交易日期	交割日期	成交汇率	到期日汇率	执行情况
14		50.00	2019/5/8	2019/11/15	6.7678	7.0533	到期交割
15		50.00	2019/5/8	2019/12/16	6.7686	7.0298	到期交割

考虑到2019年4-8月美元兑人民币汇率上升且可能保持持续上升趋势，2019年8月13日，公司对与中国农业银行签订的4笔标的金额为300.00万美元的远期结汇合约执行部分平盘交易，每笔平盘交易金额为200.00万美元，该次平盘交易造成投资损失283.32万元。对于其余远期外汇合约，公司均于到期日交割。



数据来源：WIND资讯

2019年4月-12月，美元兑人民币汇率整体呈震荡上升趋势，公司远期售汇共计形成损失661.98万元。

（2）报告期内相关货币对人民币的汇率变动趋势，发行人出口收入、进口采购等金额和发行人汇兑损失之间的匹配性

公司产品出口通常以美元为结算货币，美元兑人民币汇率变化会对公司产品出口竞争力及销售毛利率产生一定影响。

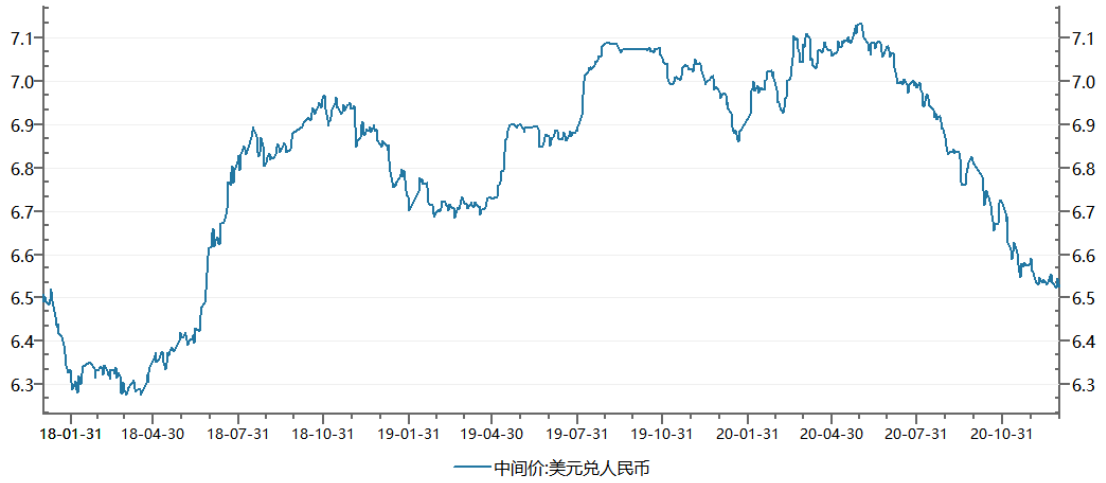
报告期内，发行人无进口采购金额，汇兑损益与出口收入金额情况如下：

单位：万元

项目	2020年度	2019年度	2018年度
汇兑损益（负数为收益）	1,777.17	-200.10	-682.59
外销收入	95,244.02	59,097.15	61,267.84
汇兑损益占外销收入的比例	1.87%	-0.34%	-1.11%

报告期内，公司外销收入占同期主营业务收入的比例分别为99.03%、98.76%及99.84%，外销收入主要以美元定价和结算，汇兑损益主要受美元兑人民币汇率波动的影响。报告期内，美元兑人民币汇率整体呈先升后降趋势，具体情况如

下：



数据来源：Wind

报告期内，公司的汇兑损益（负数为收益）分别为-682.59 万元、-200.10 万元以及 1,777.17 万元，与美元兑人民币汇率的变动方向保持一致。美元升值导致应收账款实际结算时产生汇兑收益，美元贬值导致应收账款实际结算时产生汇兑损失，整体趋势合理。

2018 年美元兑人民币汇率呈现上升趋势，2018 年末较年初的涨幅达到 5.46%，导致 2018 年度公司产生的汇兑收益为 682.59 万元。2019 年美元兑人民币汇率总体呈现上升趋势，公司产生的汇兑收益为 200.10 万元。2020 年美元兑人民币汇率总体呈现下降趋势，2020 年末较年初的跌幅达到 6.27%，随着 2020 年 5 月开始汇率开始下降，公司产生了汇兑损失 1,777.17 万元。

综上，报告期内，发行人的汇兑损益金额与美元兑人民币汇率变化以及公司的出口收入相匹配。

（3）报告期各期末存在已签订合同未确认收入的外汇风险敞口，但无需计提合同预计损失，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定

报告期各期末公司存在已签订合同未确认收入的外汇风险敞口。

报告期各期，公司外销收入及占比、外销毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
外销收入	95,244.02	59,097.15	61,267.84
外销毛利率	38.44%	34.89%	23.97%
汇兑损益占外销收入的比例	1.87%	-0.34%	-1.11%
外销收入占主营业务收入比例	99.84%	98.76%	99.03%

如上表所示，公司外销收入占比较高，因境外客户定价较高，外销毛利率较

高。报告期内，公司汇兑损益占外销收入比例分别为-1.11%、-0.34%及 1.87%，公司外销毛利率高于汇兑损益占收入比例，说明外销毛利率可以覆盖汇率变动的敞口风险，不存在需计提合同预计损失的情况。

综上，公司报告期各期末虽然存在已签订合同未确认收入的外汇风险敞口，但公司外销毛利率较高，能够覆盖汇率变动的风险敞口，因此无需计提合同预计损失，符合《企业会计准则》的规定。

（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。

4、信用减值损失、资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失主要由坏账损失和存货跌价损失构成，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
坏账损失	-	-	-21.31
存货跌价损失	-10.67	-164.89	-114.63
固定资产减值准备	-65.24	-	-
合计	-75.91	-164.89	-135.94

报告期内，公司资产减值损失分别为 135.94 万元、164.89 万元及 75.91 万元。

根据新金融工具准则及财务部《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6 号）等相关规定，2019 年起，公司实行新金融工具准则，在 2019 年利润表中增设了“信用减值损失”项目，并将坏账损失在信用减值损失科目中列示。

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
应收账款坏账损失	-420.45	99.31	-
其他应收款坏账损失	2.52	-4.27	-
合计	-417.92	95.04	-

2019 年末，公司应收账款期末余额较 2018 年末下降较多，计提的坏账准备当期转回金额较大，导致公司信用减值损失为-95.04 万元。2020 年度，随着公司业务规模的扩大，公司应收账款余额较上年增加，导致公司信用减值损失为 417.92 万元。公司根据应收款项计提政策相应计提了充足的坏账准备。

5、资产处置收益

报告期内，公司的资产处置收益情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
固定资产处置收益	-	0.30	-
无形资产处置收益	-	-	-
合计	-	0.30	-

报告期内，公司的资产处置收益分别为 0 万元、0.30 万元及 0 万元，主要系处置生产设备和运输设备等固定资产所致。

6、营业外收入

报告期内，公司的营业外收入情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
其他	53.72	0.01	6.55
合计	53.72	0.01	6.55

报告期内，公司的营业外收入金额较小，分别为 6.55 万元、0.01 万元及 53.72 万元，主要系日本政府不征收的消费税及美国银行贷款减免等。

7、营业外支出

报告期内，公司的营业外支出情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
处置非流动资产损失	55.99	-	-
对外捐赠	6.03	3.01	5.02
罚款及其他	16.39	9.96	4.83
合计	78.41	12.97	9.85

报告期内，公司营业外支出金额相对较小，对公司经营业绩无重大影响。2020年度营业外支出主要系固定资产报废损失。

8、所得税费用

报告期内，公司所得税费用情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当期所得税费用	2,805.21	726.03	474.81
递延所得税费用	-276.13	132.12	6.24
合计	2,529.08	858.15	481.05

报告期内，公司递延所得税主要由资产减值损失、预计负债、递延收益等产生。

（六）公司主要税种应缴与实缴的税额

1、增值税

报告期内，公司增值税缴纳情况如下：

单位：万元

项目	期初未交数	本期已交数	期末未交数
2018 年度	-749.48	44.20	-511.24
2019 年度	-511.24	49.61	-446.51
2020 年度	-446.51	49.64	-929.03

2、企业所得税

报告期内，公司企业所得税应缴与实缴的税额如下：

单位：万元

项目	期初未交数	本期已交数	期末未交数
2018 年度	-184.53	472.03	-196.41
2019 年度	-196.41	547.26	-43.22
2020 年度	-43.22	2,369.85	334.77

3、税收政策及税收优惠政策

报告期内，公司享受15%的企业所得税优惠税率和研发费用加计扣除的税收优惠政策，税收政策及税收优惠政策没有发生重大变化。

根据2017年11月17日国家税务总局江苏省税务局、江苏省财政厅、江苏省科学技术厅批准的《高新技术企业证书》，苏州欧圣电气股份有限公司所得税

减按 15%计缴，有效期三年。

欧圣电气取得由江苏省科学技术厅、江苏省财政厅、国家税务总局江苏省税务局联合颁发的《高新技术企业证书》（编号：GR202032007580），发证日期：2020 年 12 月 2 日，有效期：三年。有效期内，适用的企业所得税率为 15%。

根据《财政部、国家税务总局、科学技术部关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》（财税[2015]119 号），企业开展研发活动中实际发生的研发费用，未形成无形资产计入当期损益的，在按规定据实扣除的基础上，按照本年度实际发生额的 50%，从本年度应纳税所得额中扣除。2017 年，公司符合加计扣除范围的研发费用在按规定据实扣除的基础上，按照实际发生额的 50%从当年度的应纳税所得额中扣除。

根据财政部《关于提高研究开发费用税前加计扣除比例的通知》（财税[2018]99 号），企业开展研发活动中实际发生的研发费用，未形成无形资产计入当期损益的，在按规定据实扣除的基础上，在 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日期间，再按照实际发生额的 75%在税前加计扣除。2018 年、2019 年及 2020 年，公司符合加计扣除范围的研发费用在按规定据实扣除的基础上，按照实际发生额的 75%从当年度的应纳税所得额中扣除。

（1）税收优惠政策对公司盈利能力的影响

报告期内，税收优惠政策对公司盈利能力的影响如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
高新技术企业优惠所得税率的影响金额	1,124.90	418.69	284.53
研发费用加计扣除的影响金额	262.31	232.17	309.13
税收优惠金额合计	1,387.21	650.87	593.66
利润总额	15,564.96	6,721.16	5,024.10
所得税优惠占利润总额比例	8.91%	9.68%	11.82%

报告期内，公司所得税优惠金额占利润总额的比例不大，税收优惠对公司持续经营能力的影响较小，公司对税收优惠不存在严重依赖。

（2）税收优惠持续性的相关分析

根据《企业所得税法》、《高新技术企业认定管理办法》等相关规定，为扶持和鼓励高新技术企业发展，国家对需要重点扶持的高新技术企业，减按 15%的

税率征收企业所得税。该政策系国家鼓励高新技术企业发展而实施的长期政策，政策预期较为稳定，具有连续性。同时，公司拥有稳定的研发团队和充足的研发人员，具备较强的技术研发能力，公司在持续满足高新技术企业认定要求上具有较强的确定性，公司享受高新技术企业税收优惠、研发费用加计扣除政策具有较强的持续性。

十一、资产质量分析

（一）资产构成

报告期各期末，公司资产总体构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年末		2019 年末		2018 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	65,466.72	75.00	40,470.31	74.83	38,100.37	73.60
非流动资产	21,826.98	25.00	13,611.93	25.17	13,667.53	26.40
合计	87,293.69	100.00	54,082.24	100.00	51,767.90	100.00

报告期各期末，公司总资产分别为 51,767.90 万元、54,082.24 万元及 87,293.69 万元，资产总额随着公司业务规模的扩张呈现稳步增长态势。报告期各期末，流动资产占比分别为 73.60%、74.83%及 75.00%，公司资产以流动资产为主。

（二）流动资产分析

报告期内，公司流动资产的构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年末		2019 年末		2018 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	22,779.50	34.80	15,543.66	38.41	8,064.72	21.17
应收账款	15,182.08	23.19	8,069.41	19.94	9,837.85	25.82
预付款项	898.29	1.37	316.98	0.78	234.84	0.62
其他应收款	647.73	0.99	192.85	0.48	712.16	1.87
存货	13,187.27	20.14	7,602.27	18.78	7,649.95	20.08
其他流动资产	12,771.85	19.51	8,745.14	21.61	11,600.86	30.45
流动资产合计	65,466.72	100.00	40,470.31	100.00	38,100.37	100.00

公司流动资产主要由货币资金、应收账款、存货和其他流动资产等构成，与公司业务情况相符。报告期各期末，上述资产合计占流动资产的比例分别为

97.51%、98.74%及 97.64%。

1、货币资金

报告期各期末，公司货币资金金额及构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年末		2019 年末		2018 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
库存现金	15.03	0.07	15.11	0.10	5.54	0.07
银行存款	22,119.96	97.10	13,402.86	86.23	7,195.77	89.23
其他货币资金	644.51	2.83	2,125.69	13.68	863.40	10.71
合计	**22,779.50**	**100.00**	**15,543.66**	**100.00**	**8,064.72**	**100.00**
其中：存放在境外的款项总额	12,970.21	56.94	3,758.42	24.18	2,876.85	35.67

公司货币资金主要由银行存款构成，报告期各期末，银行存款和其他货币资金占比分别为 99.94%、99.90%及 99.93%，其他货币资金主要系公司存入的银行承兑汇票保证金和外汇保证金。2018 年至 2020 年末，公司货币资金余额呈上升趋势，主要原因为公司业务持续发展，经营活动产生的现金流量净额持续为正，体现了公司良好的经营情况。

2、应收账款

（1）应收账款总体情况

报告期各期末，公司应收账款总体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年末	2019 年末	2018 年末
应收账款账面余额	16,000.71	8,515.16	10,377.87
坏账准备	818.63	445.74	540.02
应收账款账面价值	15,182.08	8,069.41	9,837.85
营业收入	99,282.44	60,977.44	62,988.23
应收账款账面余额占营业收入比例	16.12%	13.96%	16.48%

2018 年末至 2020 年末，公司应收账款余额占营业收入的比例基本稳定。随着当年营业收入增长，2020 年末应收账款余额增长较快。公司主要客户为 Walmart、Lowe’s、The Home Depot、Costco、Canadian Tire Corporation、Menards、Harbor Freight Tools 等海外大型商超及专业工具零售商，其规模较大，信用较高，回款情况良好。

（2）应收账款账龄及坏账计提情况

①应收账款总体账龄情况

报告期各期末，公司应收账款按类别明细的分类情况如下：

单位：万元

种类	2020 年末			2019 年末			2018 年末		
	账面余额	坏账准备	账面价值	账面余额	坏账准备	账面价值	账面余额	坏账准备	账面价值
按单项计提坏账准备	-	-	-	-	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备	16,000.71	818.63	15,182.08	8,515.16	445.74	8,069.41	10,377.87	540.02	9,837.85
合计	16,000.71	818.63	15,182.08	8,515.16	445.74	8,069.41	10,377.87	540.02	9,837.85

报告期各期末，公司的应收账款主要为 1 年以内的应收账款，具体情况如下：

单位：万元

种类	2020 年末			2019 年末			2018 年末		
	账面余额	坏账准备	账面价值	账面余额	坏账准备	账面价值	账面余额	坏账准备	账面价值
1 年以内	15,981.14	799.06	15,182.08	8,492.14	424.61	8,067.54	10,354.34	517.72	9,836.62
1 至 2 年	-	-	-	2.09	0.21	1.88	1.36	0.14	1.23
2 至 3 年	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3 年以上	19.57	19.57	-	20.93	20.93	-	22.17	22.17	-
合计	16,000.71	818.63	15,182.08	8,515.16	445.74	8,069.41	10,377.87	540.02	9,837.85

注：2018 年末以来，3 年以上账龄应收账款余额变化为应收客户 Costco Canada 的 3 万美元，其人民币金额根据美元各期末汇率折算导致，因此有所差异。

②不同销售模式下应收账款情况

公司报告期内不同销售模式下客户应收账款余额如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
ODM 模式	6,488.03	40.55%	4,817.68	56.58%	5,700.31	54.93%
品牌授权	7,603.32	47.52%	2,437.93	28.63%	3,793.31	36.55%
其他	1,909.36	11.93%	1,259.56	14.79%	884.24	8.52%
合计	16,000.71	100.00%	8,515.16	100.00%	10,377.87	100.00%

报告期各期末不同销售模式下客户应收账款余额、账龄及坏账计提情况如下：

单位：万元

项目	账龄	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
		余额	坏账准备	余额	坏账准备	余额	坏账准备
ODM 模式	1 年以内	6,488.03	324.40	4,817.68	240.88	5,700.31	285.02
	1-2 年	-	-	-	-	-	-
	2-3 年	-	-	-	-	-	-
	3 年以上	-	-	-	-	-	-
ODM 模式小计		6,488.03	324.40	4,817.68	240.88	5,700.31	285.02
品牌授权模式	1 年以内	7,583.75	379.19	2,414.91	120.75	3,771.36	188.57
	1-2 年	-	-	2.09	0.21	1.36	0.14
	2-3 年	-	-	-	-	-	-
	3 年以上	19.57	19.57	20.93	20.93	20.59	20.59
品牌授权模式小计		7,603.32	398.76	2,437.93	141.88	3,793.31	209.29
其他	1 年以内	1,909.36	95.47	1,259.56	62.98	882.66	44.13
	1-2 年	-	-	-	-	-	-
	2-3 年	-	-	-	-	-	-
	3 年以上	-	-	-	-	1.58	1.58
其他模式小计		1,909.36	95.47	1,259.56	62.98	884.24	45.71
合计		16,000.71	818.63	8,515.16	445.74	10,377.87	540.02

③预期信用损失模型对应收账款计提坏账准备的具体方法

自 2019 年 1 月 1 日起，公司对于《企业会计准则第 14 号——收入》所规定的、不含重大融资成分（包括根据该准则不考虑不超过一年的合同中融资成分的情况）的应收款项，采用预期信用损失的简化模型，即始终按照整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备，由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。对于存在客观证据表明存在减值，以及其他适用于单项评估的应收账款单独进行减值测试，确认预期信用损失，计提单项减值准备；对于不存在减值客观证据的应收账款或当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，公司依据信用风险特征将应收账款划分为组合，在组合基础上计算预期信用损失。

从应收账款主要客户名单来看，存在应收账款余额的主要客户为行业内的优质企业，客户资产质量较高，信用较好。根据历史经验，上述客户发生历史损失的规律不存在显著差异，并且预计该规律在尚未偿还的应收账款的预计收款期内不会发生显著变化。相同账龄的客户具有类似预期损失率，公司判断“账龄”是应收账款组合的重要信用风险特征。

按组合计量预期信用损失的应收账款计量方法如下：

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收账款组合 A	账龄分析法组合	考虑所有合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，对应收账款预期信用损失进行估计。

第一步：确定历史数据集合

单位：万元

项目	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	余额合计
2016 年 12 月 31 日	11,135.85	76.42	-	-	11,212.27
2017 年 12 月 31 日	9,544.97	20.26	23.18	-	9,588.41
2018 年 12 月 31 日	10,354.34	1.36	-	22.17	10,377.87
2019 年 12 月 31 日	8,492.14	2.09	-	20.93	8,515.16
2020 年 12 月 31 日	15,981.14	-	-	19.57	16,000.71

注：3 年以上账龄应收账款余额变化为应收客户 Costco Canada30,000.00 美元根据每期末应收账款美元期末汇率折算所致。

第二步：计算平均迁徙率

期间	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
2016-2017 年	0.18%	30.34%	-	100.00%
2017-2018 年	0.01%	0.00%	95.63%	100.00%
2018-2019 年	0.02%	0.00%	94.39%	100.00%
2019-2020 年	0.00%	0.00%	93.53%	100.00%
平均数	0.05%	7.58%	70.89%	100.00%
指代	A	B	C	D

注：迁徙率=期末账龄金额除以期初账龄金额，平均迁徙率为四年转化率算术平均数。

第三步：计算历史损失率

账龄	计算公式	历史损失率
1 年以内	A*B*C	0.00%
1 至 2 年	B*C	5.38%
2 至 3 年	C	70.89%
3 年以上	-	100.00%

注：过去四年的数据表明，账龄在 3 年以上的款项收回概率较小，故假设账龄 3 年以上的应收款项损失率为 100%。

第四步：前瞻性调整及确定预期损失率

公司基于当前可观察以及考虑前瞻性因素对第三步中所计算的历史信用损失率做出调整，以反映并未影响历史数据所属期间的当前状况及未来状况预测的影响。出于谨慎性原则，公司对应收账款根据历史坏账损失向上调整。

项目	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
平均迁徙率	0.05%	7.58%	70.89%	100.00%
历史损失率 a	0.00%	5.38%	70.89%	100.00%
前瞻性调整 b	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%
预期损失率 a*(100%+b)	0.00%	5.65%	74.43%	100.00%

前瞻性调整系综合考虑公司历史坏账损失情况及汇率变动等因素影响。

因同行业可比上市公司未披露前瞻性调整比例，因此选用目前创业板申报企业中近期反馈回复中数据，情况如下：

名称	回复时间	前瞻性调整
新巨丰	2021 年 3 月 3 日	5.00%
视科新材	2021 年 2 月 5 日	5.00%

即使以 20%作为前瞻性调整比例，发行人的逾期损失率情况如下：

项目	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
平均迁徙率	0.05%	7.58%	70.89%	100.00%
历史损失率 a	0.00%	5.38%	70.89%	100.00%
前瞻性调整 b	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%
预期损失率 a*(100%+b)	0.00%	6.46%	85.07%	100.00%

综上所述，前瞻性调整比例与同板块企业并未出现显著差异，且向上以 20%匡算前瞻性调整不会出现显著差异。公司主要客户为海外大型商超，信誉度高、回款及时，因此前瞻性调整为 5%符合公司实际情况。

调整后的损失率与原准则下坏账计提比例差异情况如下：

账龄	预期损失率	原准则下坏账计提比例	差异
1 年以内	0.00%	5.00%	-5.00%
1 至 2 年	5.65%	10.00%	-4.35%
2 至 3 年	74.43%	50.00%	24.43%
3 年以上	100.00%	100.00%	-

第五步：测算坏账损失

单位：万元

项目	1 年以内	1 至 2 年	2 至 3 年	3 年以上	合计
2019 年末账面金额	8,492.14	2.09	-	20.93	8,515.16
预期损失率	0.00%	6.73%	66.51%	100.00%	
按照预期损失率计提坏账准备	-	0.14	-	20.93	21.07
原准则下坏账计提比例	5.00%	10.00%	50.00%	100.00%	
按照原准则下坏账计提比例计提坏账准备	424.61	0.21	-	20.93	445.74
项目	1 年以内	1 至 2 年	2 至 3 年	3 年以上	合计
2020 年末账面金额	15,981.14	-	-	19.57	16,000.71
预期损失率	0.00%	5.65%	74.43%	100.00%	
按照预期损失率计提坏账准备	-	-	-	19.57	19.57
原准则下坏账计提比例	5.00%	10.00%	50.00%	100.00%	
按照原准则下坏账计提比例计提坏账准备	799.06	-	-	19.57	818.63

自 2019 年 1 月 1 日起，根据新金融工具准则的规定，公司考虑所有合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，以单项或组合的方式对以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）的预期信用损失进行估计。预期信用损失的计量取决于金融资产自初始确认后是否发

生信用风险显著增加。

2019 年 12 月 31 日和 2020 年 12 月 31 日应收账款期末余额按照调整后的预期信用损失率计提的期末坏账准备和按照原准则下坏账计提比例计提期末坏账准备存在较大差异，主要原因是公司按照合理方法估计的预期信用损失率 1 年以内的计提比例为 0.00%，而公司各期末应收账款余额账龄基本在 1 年以内，故自 2019 年 1 月 1 日起，按照估计的预期信用损失率计算应收账款坏账准备的金额较小，出于谨慎性的原则，自 2019 年 1 月 1 日起将估计的预期信用损失率规定为原准则下坏账计提比例来计提期末应收账款的坏账准备更加充分。

在新准则下，公司与同行业可比上市公司对比如下：

单位：%

账龄	莱克电气	科沃斯	巨星科技	平均值	公司
6 个月以内	0	1	5	2	5
7-12 个月	8	5	5	6	5
1 年至 2 年	27	10	10	16	10
2 年至 3 年	53	30	20	34	50
3 年至 4 年	-	100	30	65	100
4 年至 5 年	-	100	50	75	100
5 年以上	-	100	100	100	100

注：上述可比公司计提比例取自 2020 年半年度报告。

报告期各期末，公司一年以内应收账款占比超过 99%，公司一年以内应收账款坏账计提比例高于同行业可比公司。应收账款坏账准备计提方法与同行业可比公司相比不存在明显差异。

（3）主要应收账款客户情况

报告期各期末，公司应收账款余额前五名客户如下：

单位：万元，天

2020 年末						
序号	客户名称	余额	占余额比例(%)	坏账准备	客户信用期	应收账款周转天数
1	Lowe's(美国)	3,963.48	24.77	198.17	见单后 135 天付款	31.48
2	Harbor Freight Tools	2,199.51	13.75	109.98	见单后 30 天电汇	72.21
3	Walmart （美国）	1,085.91	6.79	54.30	收货 90 天后付款	26.51
4	Menards	1,043.94	6.52	52.20	客户收到货后 30 天付款	76.23
5	Amazon LLC	865.89	5.41	43.29	60 天	33.63

合计		9,158.73	57.24	457.94		
2019 年末						
序号	客户名称	余额	占余额比例(%)	坏账准备	客户信用期	应收账款周转天数
1	The Home Depot（美国）	1,823.43	21.41	91.17	见单后 60 天内付款 1%折扣	75.30
2	Walmart（美国）	1,285.58	15.1	64.38	90 天	71.26
3	Harbor Freight Tools	1,203.24	14.13	60.16	见单后 30 天电汇	55.58
4	Amazon	1,063.66	12.49	53.18	60 天	72.51
5	Stanley Black&Decker,Inc	887.70	10.42	44.38	见单后 90 天电汇	122.56
合计		6,263.61	73.55	313.28		
2018 年末						
序号	客户名称	余额	占余额比例(%)	坏账准备	客户信用期	应收账款周转天数
1	Walmart（美国）	2,962.03	28.54	148.17	90 天	86.81
2	Lowe's(美国)	2,318.35	22.34	115.92	见单后 125 天付款	88.77
3	Costco（美国）	822.68	7.93	41.13	货物收据后 10 天内付款 2%折扣	74.51
4	The Home Depot(美国）	618.43	5.96	30.92	见单后 60 天内付款 1%折扣	17.51
5	Amazon	510.87	4.92	25.54	60 天	71.16
合计		7,232.35	69.69	361.69		

从应收账款前五大客户分析来看， 报告期内，公司主要客户的应收账款周转天数较短，公司主要客户为境外大型连锁超市或专业工具提供商，其信誉度高，资金实力雄厚，一般均能按照账期进行回款，报告期内公司主要客户的应收账款周转天数部分存在超过信用期的情况，主要原因为收入在各期间分布差异导致，从总体上看，应收账款天数与公司信用政策相匹配，结合期后回款来看，客户货款一般均在一年内基本收回，公司应收账款质量较高。

综上，报告期内公司不同销售模式下应收账款金额与信用政策相匹配。

（4）第三方回款情况

报告期内，公司存在第三方回款情况，主要包括以下两种：

①供应链融资

供应链融资是银行将核心企业和上下游企业联系在一起提供灵活运用的金融产品和服务的一种融资模式。发行人开展的供应链融资一般由客户提供供应链

融资渠道，并与客户指定的银行签订相关供应链融资协议。供应链融资协议约定银行买断发行人对客户的应收账款，发行人按协议约定向银行支付费用。发行人则以较低的成本获得较快的应收账款回款。

客户应付款项与第三方回款的币种均为美元，不存在不一致的情况。

报告期内，发行人采用了供应链融资服务，供应链融资是银行将核心企业和上下游企业联系在一起提供灵活运用的金融产品和服务的一种融资模式。发行人开展的供应链融资一般由客户提供供应链融资渠道，并与客户指定的银行签订相关供应链融资协议。供应链融资协议约定银行买断发行人对客户的应收账款，发行人按协议约定向银行支付费用。发行人则以较低的成本获得较快的应收账款回款。

采用供应链融资回款方式并非客户的强制要求，根据公司与银行签订的供应链融资协议、邮件访谈结果及发行人出具的说明，客户提供了指定银行供应链融资的方式，是否使用供应链融资由发行人自行决定，由于使用供应链融资服务可以较快的实现货款回收，因此发行人根据自身资金安排合理使用供应链融资服务。

回款行账户不属于发行人客户的账户，根据访谈结果，尽管由提供供应链融资服务的银行直接付款给发行人，但实际上银行是代表客户付款，在应收账款到达信用期后，再由客户付给银行。

公司供应链融资情况如下所示：

客户名称	供应链服务提供商	2020 年度	2019 年度	2018 年度
Lowe’s	澳新银行（万美元）	注 1	2,089.70	1,912.77
Lowe’s	花旗银行（万美元）	2,702.64	注 1	注 1
The Home Depot	汇丰银行（万美元）	2,604.55	735.83	1,941.23
合计（万美元）		5,307.19	2,825.54	3,854.00
以平均汇率计算金额（万元）		36,588.30	19,491.98	25,503.43
占当期营业收入比例（%）		36.85	31.97	40.49

注 1：Lowe’s（美国）通知各供应商，其供应链融资将从澳新银行转移至花旗银行，因此 Lowe’s（美国）2017-2019 年供应链融资提供服务商为澳新银行，2020 年开始为花旗银行。

②客户指定相关公司代客户统一对外付款

报告期内，发行人有一笔客户授权其关联公司进行付款的情况。

单位：万美元

客户名称	回款方	2020 年度	2019 年度	2018 年度
Total-M CO.,LTD.	HARD WARE HOUSE CO.,LTD.	0.03	-	-

注：公司针对新开发客户及小客户会预收部分货款，2020 年 3 月，公司收到由 HARDWAREHOUSECO.,LTD.代为支付 Total-MCO.,LTD.304.03 美元的货款，由于货物在报告期内尚未发出，因此暂未确认收入。公司已获得该笔货款转移支付的授权委托书。

除上述情况外，发行人不存在其他第三方回款情况。

③发行人对支付的贴现利息的金额及会计处理

报告期内，发行人因采用供应链融资系统提前收款而支付的财务费用分别为 205.78 万元、192.43 万元及 145.08 万元。

公司收到货款后，因提前收到货款而支付的对价归集至财务费用——融资利息支出中核算。

④第三方回款占比高符合行业惯例

采用供应链融资方式导致第三方回款占比较高是主要客户为国际知名企业的通用方式，上市公司也有类似处理，具体如下：

公司名称	主要客户	供应链融资情况简介	第三方回款比例
天元宠物	Kmart AUS	Kmart AUS 为澳大利亚知名连锁零售店，为降低采购成本，提高付款效率， Kmart AUS 统一指定供应链金融管理公司 Prime Revenue 支付货款。	18.77%（占营业收入比例）
科思股份	帝斯曼、强生、宝洁	发行人选择自动贴现的方式，按照协议约定进行贴现。	47.96%（占当期应收账款比例）

（5）逾期应收账款情况

公司主要客户信用程度较好，报告期内公司逾期应收账款如下所示：

单位：万元/%

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应收账款余额	16,000.71	8,515.16	10,377.87
未逾期余额	15,262.88	8,359.77	9,906.97
逾期余额	737.83	155.39	470.90
其中：逾期 1 年以内余额	715.66	132.37	449.96
逾期 1 年以上余额	22.17	23.02	20.94
逾期 1 年以上应收账款余额占比	0.14	0.27	0.20
逾期款项占比	4.61	1.82	4.54
逾期款项期后回款金额	211.44	134.46	448.51
逾期款项期后回款占比	28.66	86.53	95.25

注 1：期后回款数据统计至 2021 年 2 月 28 日

注 2：报告期各期逾期应收账款对应的主要客户尚未回款的金额详见下方表格，报告期各期末，前五大逾期应收账款形成的具体原因、款项性质及后续款项支付情况详见下方表格。

报告期各期末，前五大逾期应收账款形成的具体原因、款项性质及后续款项

支付情况如下：

单位：万元

期间	客户名称	逾期金额	逾期未收回原因	款项性质	期后回款金额	未回款金额
2020 年末	Menards	328.02	未及时在系统中操作后续付款操作	货款	-	328.02
	Lowe's	138.29	提单文件等确认提交时间较长	货款	138.29	-
	The Home Depot	49.51	提单文件等确认提交时间较长	货款	19.85	29.66
	H UJUETA SA	44.08	客户付款延后	货款	-	44.08
	Costco Canada	19.91	货款押金未收回	长期押金	-	19.91
	合计	579.81	-	-	158.14	421.67
2019 年末	Walmart	70.73	客户付款延后		70.73	-
	Costco Canada	20.93	货款押金未收回	长期押金	-	20.93
	Amazon	21.39	未及时计算		21.39	-
	Menards	20.06	客户付款延后		20.06	-
	TSC DOM	11.99	未及时计算		11.99	-
	合计	145.10	-	-	124.17	20.93
2018 年末	BLAIN SUPPLY, INC	172.81	客户付款延后	货款	172.81	-
	Costco	89.84	货款押金	押金	89.84	-
	Canadian Tire Corporation	82.91	客户付款延后	货款	82.91	-
	Walmart	48.93	客户付款延后	货款	48.93	-
	Mid-States Distributing Co, Inc.	23.99	客户付款延后	货款	23.99	-
	合计	418.48	-	-	418.48	-

虽然公司应收账款存在部分逾期情况，但应收账款总体回款情况良好，发生大额坏账的风险较低。

3、预付账款

报告期各期末，公司预付账款金额分别为234.84万元、316.98万元及898.29万元，占流动资产的比例分别为0.62%、0.78%及1.37%，公司的预付账款主要是因公司业务需要预付保险费、采购款、服务费等所致。

报告期各期末，公司预付账款均为一年以内。

2020年末，预付账款前五名公司的情况如下：

单位：万元、%

序号	单位名称	性质	余额	比例
1	VENTUS INDUSTRIAL LIMITED	货款	247.52	27.55
2	中泰证券股份有限公司	服务费	209.43	23.31
3	太平洋财产保险股份有限公司（吴江支公司）	保险费	111.88	12.46
4	国网江苏省电力有限公司苏州供电分公司	电费	47.91	5.33
5	立信中联会计师事务所（特殊普通合伙）	服务费	37.74	4.20
合计		-	654.48	72.85

4、其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款账面价值分别为712.16万元、192.85万元及647.73万元，占流动资产的比例分别为1.87%、0.48%及0.99%，主要包括押金保证金和备用金、出口退税款等。其中2018年末、2020年末金额较大，主要是公司2018年末有463.89万元、2020年末有447.75万元的出口退税尚未收到所致。

报告期各期末，公司其他应收款的账面余额分类情况如下：

单位：万元

款项性质	2020年末	2019年末	2018年末
出口退税	447.75	-	463.89
备用金	24.78	80.76	43.01
押金及保证金	77.39	64.99	100.83
其他	115.08	67.19	120.17
合计	665.01	212.94	727.90

报告期各期末，公司其他应收账款的坏账计提情况如下：

单位：万元

项目	2020年末	2019年末	2018年末
账面余额	665.01	212.94	727.90
坏账准备	17.28	20.09	15.74
账面价值	647.73	192.85	712.16
坏账计提比例	2.60%	9.44%	2.16%

5、存货

报告期各期末，公司的存货账面价值分别为7,649.95万元、7,602.27万元及13,187.27万元，占流动资产的比例分别为20.08%、18.78%及20.14%。随着公司营业收入的增长、订单量的增加，2020 年末公司存货金额增长较快，但存货金额占流动资产的比例保持相对稳定。

（1）存货构成及变动情况分析

报告期内，公司存货构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年末		2019 年末		2018 年末	
	余额	比例	余额	比例	余额	比例
原材料	4,056.49	29.79	2,044.19	25.35	1,832.31	22.79
发出商品	1,982.79	14.56	715.67	8.88	679.05	8.45
周转材料	32.34	0.24	7.40	0.09	4.70	0.06
委托加工物资	42.19	0.31	15.22	0.19	18.39	0.23
在产品	1,994.99	14.65	1,307.62	16.22	1,575.63	19.60
库存商品	5,507.10	40.45	3,972.23	49.27	3,930.36	48.88
合计	13,615.91	100.00	8,062.33	100.00	8,040.44	100.00

公司存货主要由库存商品、在产品和原材料构成。报告期各期末，上述项目占存货余额的 91.27%、90.84%及 84.89%。

A.原材料

原材料主要构成为金属件、塑料件类、钢材类、电机及组合件、电气件、阀表类、包材图档类等材料。公司主要采用订单式生产的生产模式，根据生产计划相应制定原材料采购计划。报告期各期末，原材料余额分别为 1,832.31 万元、2,044.19 万元及 4,056.49 万元。2020 年末，随着营业收入的增长，在手订单量的增加，公司原材料采购量及库存量增加。

B.发出商品

公司发出商品主要为已出库但未达到收入确认条件的商品。报告期各期末，公司发出商品余额分别为 679.05 万元、715.67 万元及 1,982.79 万元。公司发出商品金额逐年增长，主要原因为①2018 年开始，国外部分客户将贸易方式从 FOB 变更为 DDP，导致收入确认时间增长，发出商品有所上升；②随着公司 2020 年销售规模的增加，公司期末部分库存商品已出货但尚未完成报关的比例有所上升。

C.委托加工物资

委托加工物资核算企业委托外单位加工所耗用的材料、支付的加工费用及支付的税费等。报告期各期末，委托加工物资余额分别为 18.39 万元、15.22 万元及 42.19 万元，金额较小。

D.在产品

公司在产品主要为电机等半成品组件。报告期各期末，公司在产品账面余额分别为 1,575.63 万元、1,307.62 万元及 1,994.99 万元。公司按照订单组织生产，期末的在产品数量与各期末的在手订单量、产能利用率、生产效率等因素相关，报告期各期末，公司在产品规模波动在合理范围内。

E.库存商品

报告期各期末，公司库存商品账面余额分别为 3,930.36 万元、3,972.23 万元及 5,507.10 万元。2020 年末公司库存商品余额有所上升，主要为公司 2020 年出货量同期增长，导致公司生产较多库存商品以供销售。

报告期内，发行人与同行业可比公司原材料、在产品和库存商品占存货的比例如下所示：

证券代码	公司简称	2020 年末	2019 年末	2018 年末
603355.SH	莱克电气	72.63%	81.87%	81.12%
603486.SH	科沃斯	93.55%	91.11%	92.08%
002444.SZ	巨星科技	99.43%	99.63%	99.42%
00669.HK	创科实业	未披露	未披露	未披露
平均		88.54%	90.87%	90.87%
欧圣电气		84.89%	90.84%	91.27%

从上表可以看出，发行人原材料、在产品和库存商品占比与同行业可比公司相比不存在较大差异，2020 年末，发行人原材料、在产品和库存商品占存货的比例有所降低，主要系发行人 2020 年度出货规模增大，导致发出商品规模有所上升所致。总体来看，原材料、在产品和库存商品占比较高符合行业惯例。

（2）存货库龄情况

①存货库龄总体情况

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

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
	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
	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

公司按照企业会计准则的要求制定了存货跌价准备计提政策，并严格执行制该政策。报告期各期末，公司存货中原材料、在产品、库存商品和周转材料按照上述原则计提了跌价准备。

②一年以上存货详细情况

公司一年以上存货主要为无订单的存货，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	细分类型	一年以上金额	占存货余额比例
2020.12.31	原材料	包材图档	20.95	0.15%
		电机及组合件	6.07	0.04%
		电气件	26.42	0.19%
		钢材类	6.77	0.05%
		金属件	7.60	0.06%
		塑料件类	17.25	0.13%
		其他	19.22	0.14%
		小计	104.28	0.77%
	周转材料		0.01	0.00%
	在产品	干湿两用吸尘器	0.90	0.01%
		小型空压机	3.19	0.02%
		配件及其他	13.89	0.10%
		小计	17.99	0.13%
	库存商品	干湿两用吸尘器	108.57	0.80%

		小型空压机	171.40	1.26%
		配件及其他	214.53	1.58%
		小计	494.50	3.63%
	合计		616.77	4.53%
2019.12.31	原材料	包材图档	10.24	0.13%
		电机及组合件	2.40	0.03%
		电气件	36.23	0.45%
		钢材类	0.56	0.01%
		金属件	18.80	0.23%
		塑料件类	5.54	0.07%
		其他	14.03	0.17%
	小计		87.81	1.09%
	周转材料		0.31	0.00%
	在产品	干湿两用吸尘器	6.78	0.08%
		小型空压机	14.39	0.18%
		配件及其他	11.46	0.14%
	小计		32.64	0.40%
	库存商品	干湿两用吸尘器	243.82	3.02%
		小型空压机	134.32	1.67%
		配件及其他	163.71	2.03%
	小计		541.85	6.72%
	合计		662.62	8.22%
2018.12.31	原材料	包材图档	6.07	0.08%
		电机及组合件	0.60	0.01%
		电气件	6.63	0.08%
		钢材类	1.31	0.02%
		金属件	13.04	0.16%
		塑料件类	3.52	0.04%
		其他	17.33	0.22%
	小计		48.49	0.60%
	周转材料		0.00	0.00%
	在产品	干湿两用吸尘器	-	0.00%
		小型空压机	0.33	0.00%
		配件及其他	10.58	0.13%
	小计		10.91	0.14%
	库存商品	干湿两用吸尘器	259.38	3.23%
		小型空压机	96.08	1.19%
		配件及其他	157.12	1.95%
	小计		512.58	6.38%
	合计		571.99	7.11%

从上表可以看出，公司一年以上存货主要为库存商品。

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

		存货原值	存货跌价金额	跌价计提比例	转率
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。

③计提存货跌价准备的具体方式

公司主要实行“订单生产”的生产模式，日常存货大都有订单支撑，且公司产品的生产周期相对较短，存货周转率较高，产品毛利率相对较高，通常情况下不存在跌价情形，对于少量破损无法使用或者客户取消订单等导致的呆滞存货（通常库龄在一年以上的存货）计提跌价准备。

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。

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。

④存货跌价准备计提的充分性

报告期各期末，发行人存货跌价准备计提情况如下所示：

单位：万元

类型	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
存货余额	13,615.91	8,062.33	8,040.44
存货跌价准备	428.63	460.06	390.48
计提比例	3.15%	5.71%	4.86%

公司主营业务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。

A.发行人所处行业发展情况

a. 吸尘器方面

全球消费市场调查研究权威机构 Euromonitor 数据显示，全球吸尘器销售额到 2018 年将增长至 118.5 亿美元（由于国外市场除螨仪销量较小，市场调研机构未对吸尘器和除螨仪进行区分，国外市场吸尘器数据包括除螨仪）。Grandview Research 预计全球吸尘器 2019 年到 2025 年将以 9.1%的复合增速增长。

b. 空压机方面

2015 年全球动力工具市场规模为 275.8 亿美元，德国莱茵 TUV 集团预计到 2025 年全球动力工具市场规模可达 464.7 亿美元，年复合增长率达到 5.4%。目前北美、欧洲和亚太地区为全球主要三大动力工具市场，总计占有超过 70%的市场份额，亚太地区是全球制造动力工具中成长最快速的地区。

据中国海关总署信息中心统计，2019 年我国空气及其他气体压缩机出口数量达到 1,153.25 万台，至北美、欧洲和亚洲市场占比分别为 29.07%、39.71%及 20.43%，占空气及其他气体压缩机出口数量总额的 89.22%，其中美国是中国空

压机出口第一大国，2019 年中国出口美国空压机达到 293.43 万台，占总出口数量 25.44%。

B.发行人所处行业竞争情况

小型空压机和干湿两用吸尘器行业属于市场化程度较高的行业，行业内企业的业务管理和生产经营完全按照市场化的方式进行。

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。

小型空压机和干湿两用吸尘器在我国以外销模式为主，普遍的经营模式是国外品牌商、零售商选择与国内制造商以 OEM、ODM 等经营模式进行合作。国内少数几家优秀企业，凭借自身在产品研发设计、生产规模、快速响应市场需求的能力、质量控制体系等方面的优势，以 ODM 模式直接生产销售大型零售商中高端品牌产品或者以品牌授权模式生产销售国外知名品牌商的品牌授权产品，由于该部分企业直接向终端零售商销售中高端品牌产品，行业竞争力较强。该部分优秀企业在此过程中积攒了较多产品设计经验和生产技术经验，目前已逐渐向 OBM 模式拓展，通过自主品牌产品性价比优势获取市场份额。另一部分企业，以 OEM、ODM 模式为小型空压机和干湿两用吸尘器品牌商生产销售指定品牌的产品，由于该部分企业为中间品牌商代工生产后，再由中间品牌商转售给终端零售商，该类企业获得的利润相对一般。此外，行业内国内大部分企业因产品研发设计能力、渠道销售能力有限，很难凭借质量优异的产品进入零售商或品牌商长期合作名录，产品同质化程度严重，多通过打价格战来抢占市场份额，无法参与国际市场竞争。

C.同行业上市公司对比分析

可比上市公司存货跌价准备计提情况，具体如下：

公司	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
莱克电气	9.70%	14.36%	10.40%
科沃斯	7.06%	5.77%	4.27%
巨星科技	2.28%	3.19%	1.94%
行业平均	6.35%	7.77%	5.54%
欧圣电气	3.15%	5.71%	4.86%

与同行业上市公司相比，报告期内公司存货跌价准备计提比例高于巨星科技，低于莱克电气，2018 年及 2019 年公司存货跌价准备计提比例与科沃斯较为接近。2020 年科沃斯存货跌价准备计提比例较高，主要原因为 2020 年科沃斯外销占比仅为 48.08%，而欧圣电气外销占比为 99.84%，2020 年初新冠疫情对境内门店产品销售存在一定的影响。根据莱克电气 2020 年年报，莱克电气在国内市场拥有超过 4,000 多家的终端门店，因此莱克电气一般会备有较高的存货以供零售需要，其存货规模相对较大，滞销存货较多，存货跌价准备计提比例较高，与公司相比不具可比性，因此，欧圣电气存货跌价计提比例与同行业不存在重大差异。

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	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%		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

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。	价准备。	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%作为可变现净值。
（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。		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。

综上所述，发行人行业发展前景良好，发行人产品定位大型零售商中高端品牌产品，通过 ODM 模式和品牌授权模式占据了一定比例的北美小型空压机和干湿两用吸尘器中高端产品市场份额，产品销售情况良好。同时公司存货跌价准备计提比例与同行业可比上市公司相比不存在显著差异，发行人存货跌价准备计提充分。

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。

（3）存货中有订单支持情况

发行人存货中原材料无法匹配订单，主要原因系发行人部分原材料如钢板、螺丝等属于通用物料，可用于多种型号产品的生产。截至 2020 年 12 月 31 日，发行人存货中原材料占存货余额的比例为 29.79%。

除原材料与少量委托加工物资外，在产品、库存商品及发出商品与订单对应情况如下：

单元：万元

项目	2020 年末	2019 年末	2018 年末
期末余额	9,484.89	5,995.52	6,185.04
本期期末在手订单金额	6,804.79	3,965.84	4,188.17
订单比率	71.74%	66.15%	67.71%

注：此处订单比率为公司存货对应有订单支持的情况。

其中：在产品

单位：万元

项目	2020 年末	2019 年末	2018 年末
期末余额	1,994.99	1,307.62	1,575.63
本期期末在手订单金额	1,569.73	1,039.47	1,453.17
订单比率	78.68%	79.49%	92.23%

库存商品

单位：万元

项目	2020 年末	2019 年末	2018 年末
期末余额	5,507.10	3,972.23	3,930.36
本期期末在手订单金额	3,252.27	2,210.70	2,055.95
订单比率	59.06%	55.65%	52.31%

发出商品

单位：万元

项目	2020 年末	2019 年末	2018 年末
期末余额	1,982.79	715.67	679.05
本期期末在手订单金额	1,982.79	715.67	679.05
订单比率	100.00%	100.00%	100.00%

发行人产品总体以销定产，基本根据未来订单规模组织存货采购和生产安排。实际执行中，部分存货不对应订单，主要系以下两方面原因构成：①公司拓展欧圣美国的当地销售业务，为应对美国当地销售的库存需求，公司根据市场情况进行预测，决定提前备货量，此部分库存商品在生产时未获得实际订单，因此随着美国当地销售规模的增加，库存商品中无订单支撑的金额有所增大；②针对护理机器人业务，公司根据患者的性别、身材等因素设置了多种款型护理机器人并进行了市场推广，同时公司计划不断开展国内销售渠道，进一步拓展日本等老龄化程度较高的海外市场的开发，因此公司提前生产了部分护理机器人用于未来销售，此部分产品目前暂无订单。

（4）存货周转天数与原材料采购周期、生产周期、运输周期的匹配性

报告期内，发行人存货周转天数与原材料采购周期、生产周期、运输周期的情况如下：

单位：天

期间	2020 年度	2019 年度	2018 年度

存货周转天数	67.31	75.20	60.33
其中：原材料周转天数	18.94	18.10	11.33
在产品周转天数	10.25	13.46	13.84
库存商品周转天数	29.43	36.90	31.74
原材料采购周期	10-20 天		
生产周期	吸尘器 10-20 天 空压机 10-30 天		
运输周期	FOB/FCA 模式：5-8 天即可运送至码头 DDP 模式：约 25-45 天		

注：原材料周转天数=365 天/（主营业务成本/原材料平均余额）；

在产品周转天数=365 天/（主营业务成本/在产品平均余额）；

库存商品和发出商品周转天数=365 天/（主营业务成本/库存商品和发出商品的平均余额）

公司根据客户订单的发货时间要求和产能情况安排原材料采购等产前经营活动并制定生产计划。一般情况下，原材料采购时间在 10-20 天左右；产品生产周期从下料、焊接、组装共需 10-30 天左右，完工后验收入库。完工产品需经品管人员质检并由公司业务人员安排物流后方可发出，因此产品在库时间通常为 2 至 14 天左右，FOB/FCA 模式下产品从公司仓库发出至装船海运的运输周期一般需 5 至 8 天；DDP 模式下运输周期约 25-45 天。

报告期内公司存货周转天数平均为 67.61 天，其中：原材料周转天数平均为 16.12 天，在产品周转天数平均为 12.52 天，库存商品及发出商品周转天数平均为 32.69 天，与实际原材料采购周期、生产周期、运输周期匹配。

6、其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产金额为 11,600.86 万元、8,745.14 万元及 12,771.85 万元，占流动资产的比例分别为 30.45%、21.61%及 19.51%，其构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年末		2019 年末		2018 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
待抵扣增值税进项税额	929.03	7.27	446.51	5.11	511.24	4.41
预缴企业所得税	22.61	0.18	102.01	1.17	207.34	1.79
结构性存款	11,000.00	86.13	8,000.00	91.48	10,800.00	93.10
第三方账户余额	820.21	6.42	196.62	2.25	71.06	0.61
预缴税费	-	-	-	-	11.22	0.10
合计	12,771.85	100.00	8,745.14	100.00	11,600.86	100.00

报告期各期末，公司的其他流动资产主要为结构性存款，主要系公司为提高资金使用效率，增加股东回报购买结构性存款所致。

（1）结构性存款的含义、性质，与一般存款或银行理财产品的区别

①结构性存款的含义、性质

结构性存款，是指投资者将合法持有的人民币或外币资金存放在银行，由银行通过在普通存款的基础上嵌入金融衍生工具（包括但不限于远期、掉期、期权或期货等），将投资者收益与利率、汇率、股票价格、商品价格、信用、指数及其他金融类或非金融类标的物挂钩的具有一定风险的金融产品。

②结构性存款与一般存款的区别

A. 保本型的结构性存款仅有本金纳入存款保险范围，其预期利息是不能保证的，非保本型的结构性存款本金不纳入存款保险范围。因为结构性存款利息是浮动的，最终要看挂钩标的物的价格表现。而定期存款本金和利息都是纳入存款保险范围的。定期存款利息一般是固定的，按照银行的挂牌存款利率执行。

B. 由于结构性存款的利息浮动且承担了一定的风险，因此其预期利息一般高于同期限的银行定期存款利率。

C. 结构性存款一般有认购期，需要到起息日才能起息，而定期存款则是当日起息。

③结构性存款与银行理财的区别

A. 结构性存款一般门槛较高，理财产品形式多样，客户可选择的机会多。

B. 结构性存款的存款期限一般较长，短则一年(由银行决定)长则 3 至 5 年。而理财产品可选择的形式多样化。

C. 结构性存款通常是本金 100%保护，即保本金。理财产品分为保证收益理财产品和非保证收益理财产品。非保证型又分为保本浮动收益理财产品和非保本浮动收益理财产品。

（2）结构性存款和投资收到、支付的现金金额的勾稽关系

①2018 年结构性存款情况

单位：万元

银行名称	购买日	赎回日	本期购入	本期收回
苏州银行	2017/12/15	2018/1/15	-	2,500.00
苏州银行	2017/12/15	2018/1/15	-	2,000.00
苏州银行	2017/12/22	2018/1/22	-	3,000.00
苏州银行	2017/12/8	2018/3/8	-	2,000.00

中信银行	2018/6/29	2018/12/28	2,000.00	2,000.00
中信银行	2018/8/31	2018/12/12	2,000.00	2,000.00
中信银行	2018/12/21	2019/4/3	2,000.00	-
苏州银行	2018/1/30	2018/7/30	1,000.00	1,000.00
苏州银行	2018/1/26	2018/4/26	4,000.00	4,000.00
苏州银行	2018/1/30	2018/2/28	3,000.00	3,000.00
苏州银行	2018/2/13	2018/3/13	1,000.00	1,000.00
苏州银行	2018/3/23	2018/9/23	1,800.00	1,800.00
苏州银行	2018/3/13	2018/4/13	2,000.00	2,000.00
苏州银行	2018/3/20	2018/6/20	2,000.00	2,000.00
苏州银行	2018/3/6	2018/9/6	1,200.00	1,200.00
苏州银行	2018/3/6	2018/6/6	1,800.00	1,800.00
苏州银行	2018/4/17	2018/5/17	2,000.00	2,000.00
苏州银行	2018/5/4	2018/9/4	4,000.00	4,000.00
苏州银行	2018/6/12	2018/12/12	2,000.00	2,000.00
苏州银行	2018/8/24	2019/2/24	1,800.00	-
苏州银行	2018/9/21	2019/3/21	1,700.00	-
苏州银行	2018/9/7	2019/3/7	2,000.00	-
苏州银行	2018/10/23	2019/4/23	1,700.00	-
苏州银行	2018/11/27	2019/5/27	1,600.00	-
合计			40,600.00	39,300.00

②2019 年结构性存款情况

单位：万元

银行名称	购买日	赎回日	本期购入	本期收回
中信银行	2018/12/21	2019/4/3	-	2,000.00
苏州银行	2018/8/24	2019/2/24	-	1,800.00
苏州银行	2018/9/21	2019/3/21	-	1,700.00
苏州银行	2018/9/7	2019/3/7	-	2,000.00
苏州银行	2018/10/23	2019/4/23	-	1,700.00
苏州银行	2018/11/27	2019/5/27	-	1,600.00
苏州银行	2019/3/5	2019/6/5	2,000.00	2,000.00
苏州银行	2019/3/12	2019/6/12	2,000.00	2,000.00
苏州银行	2019/3/19	2019/7/19	1,000.00	1,000.00
苏州银行	2019/4/12	2019/8/12	2,000.00	2,000.00
苏州银行	2019/5/7	2019/9/7	2,000.00	2,000.00
苏州银行	2019/6/25	2019/9/25	2,000.00	2,000.00
苏州银行	2019/7/23	2019/11/23	2,000.00	2,000.00
苏州银行	2019/11/12	2020/5/12	2,000.00	-
苏州银行	2019/11/26	2020/2/26	2,000.00	-
中信银行	2019/8/21	2019/11/20	2,000.00	2,000.00
中信银行	2019/9/12	2019/12/30	2,000.00	2,000.00
中信银行	2019/9/29	2019/12/29	2,000.00	2,000.00
中信银行	2019/11/14	2020/5/12	2,000.00	-
中信银行	2019/11/21	2020/2/21	2,000.00	-
合计			27,000.00	29,800.00

③2020 年结构性存款情况

单位：万元

银行名称	购买日	赎回日	本期购入	本期收回
苏州银行	2019/11/12	2020/5/12	-	2,000.00
苏州银行	2019/11/26	2020/2/26	-	2,000.00
中信银行	2019/11/14	2020/5/12	-	2,000.00
中信银行	2019/11/21	2020/2/21	-	2,000.00
中信银行	2020/1/17	2020/4/16	1,000.00	1,000.00
宁波银行	2020/1/21	2020/2/21	1,000.00	1,000.00
苏州银行	2020/1/16	2020/5/17	1,000.00	1,000.00
中信银行	2020/2/21	2020/5/22	2,000.00	2,000.00
苏州银行	2020/3/3	2020/7/3	2,000.00	2,000.00
苏州银行	2020/3/20	2020/7/20	1,000.00	1,000.00
中信银行	2020/3/27	2020/6/27	1,000.00	1,000.00
苏州银行	2020/5/15	2020/9/15	1,000.00	1,000.00
苏州银行	2020/5/15	2020/9/15	1,000.00	1,000.00
中信银行	2020/5/15	2020/11/12	2,000.00	2,000.00
苏州银行	2020/5/22	2020/9/23	500.00	500.00
苏州银行	2020/5/22	2020/9/23	500.00	500.00
中信银行	2020/5/28	2020/8/27	2,000.00	2,000.00
中信银行	2020/6/29	2020/9/28	1,000.00	1,000.00
苏州银行	2020/7/7	2020/11/7	1,000.00	1,000.00
苏州银行	2020/7/7	2020/11/7	1,000.00	1,000.00
苏州银行	2020/7/24	2020/11/24	500.00	500.00
苏州银行	2020/7/24	2020/11/24	500.00	500.00
苏州银行	2020/8/4	2020/9/30	2,000.00	2,000.00
中信银行	2020/9/7	2020/12/6	2,000.00	2,000.00
苏州银行	2020/9/22	2020/12/22	500.00	500.00
苏州银行	2020/9/22	2020/12/22	500.00	500.00
苏州银行	2020/9/22	2020/12/22	500.00	500.00
苏州银行	2020/9/22	2020/12/22	500.00	500.00
苏州银行	2020/9/25	2020/12/25	500.00	500.00
苏州银行	2020/9/25	2020/12/25	500.00	500.00
中信银行	2020/10/1	2020/10/30	1,000.00	1,000.00
中信银行	2020/10/19	2021/3/31	2,000.00	-
中信银行	2020/10/29	2020/11/28	1,000.00	-
苏州银行	2020/11/12	2021/2/12	500.00	-
苏州银行	2020/11/12	2021/2/12	500.00	-
苏州银行	2020/11/12	2021/2/12	500.00	-
苏州银行	2020/11/12	2021/2/12	500.00	-
中信银行	2020/12/10	2021/3/11	2,000.00	-
中信银行	2020/12/23	2021/3/23	2,000.00	-
苏州银行	2020/12/28	2021/4/28	1,000.00	-
苏州银行	2020/12/28	2021/4/28	1,000.00	-
合计			39,000.00	36,000.00

报告期内，发行人购买的结构性存款均为标准化的结构性存款。

报告期内，发行人购买结构性存款及现金流量表情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
本期收回结构性存款金额	36,000.00	29,800.00	39,300.00
收回投资收到的现金	36,600.00	29,800.00	39,300.00
本期购买结构性存款金额	39,000.00	27,000.00	40,600.00
投资支付的现金	39,600.00	27,000.00	40,600.00
差异情况	600.00	-	-

2020 年差异情况主要系公司购买 600 万元的外汇掉期产品所致。

综上所述，报告期内公司结构性存款和投资收到、支付的现金金额相勾稽，不存在差异。

（3）结构性存款变动和投资收益的匹配关系

2020 年度						
银行	日期	约定收益率	结构性存款（万元）	到期日	利息收入（万元）	测算收益率
苏州银行	2019/11/12	3.5%-3.6%	2,000.00	2020/5/12	35.00	3.50%
中信银行	2019/11/14	3.8%-4.3%	2,000.00	2020/5/12	37.48	3.80%
中信银行	2019/11/21	3.8%-4.3%	2,000.00	2020/2/21	19.16	3.80%
苏州银行	2019/11/26	3.85%	2,000.00	2020/2/26	19.75	3.95%
中信银行	2020/1/17	1.5%-4.2%	1,000.00	2020/4/16	9.12	3.70%
宁波银行	2020/1/21	3.30%	1,000.00	2020/2/21	2.80	3.30%
苏州银行	2020/1/16	2.13%-3.70%	1,000.00	2020/5/17	12.33	3.70%
中信银行	2020/2/21	1.5%-4.25%	2,000.00	2020/5/22	18.70	3.75%
苏州银行	2020/3/3	2.13%-3.70%	2,000.00	2020/7/3	25.00	3.75%
苏州银行	2020/3/20	2.13%-3.70%	1,000.00	2020/7/20	12.33	3.70%
中信银行	2020/3/27	1.5%-4.25%	1,000.00	2020/6/27	9.66	3.75%
苏州银行	2020/5/15	2.13%-3.40%	1,000.00	2020/9/15	17.47	3.40%
苏州银行	2020/5/15	2.13%-3.40%	1,000.00	2020/9/15	5.20	3.40%
苏州银行	2020/5/22	2.13%-3.40%	500.00	2020/9/23	2.60	3.40%
苏州银行	2020/5/22	2.13%-3.40%	500.00	2020/9/23	8.74	3.40%
中信银行	2020/5/28	1.48%-3.9%	2,000.00	2020/8/27	16.95	3.40%
中信银行	2020/6/29	1.48%-3.65%	1,000.00	2020/9/28	7.85	3.15%
苏州银行	2020/8/4	2.13%-3.15%	2,000.00	2020/9/30	9.13	3.08%
中信银行	2020/5/15	1.75%-3.85%	2,000.00	2020/11/12	33.22	3.35%
苏州银行	2020/7/7	1.56%-5.04%	1,000.00	2020/11/7	16.80	5.04%
苏州银行	2020/7/7	1.56%-5.04%	1,000.00	2020/11/7	5.20	1.56%
苏州银行	2020/7/24	1.56%-4.64%	500.00	2020/11/24	2.60	1.56%
苏州银行	2020/7/24	1.56%-4.64%	500.00	2020/11/24	7.73	4.64%
中信银行	2020/9/7	1.48%-3.25%	2,000.00	2020/12/6	13.74	2.75%
苏州银行	2020/9/22	1.56%-4.40%	500.00	2020/12/22	5.50	4.40%
苏州银行	2020/9/22	1.56%-4.40%	500.00	2020/12/22	1.95	1.56%
苏州银行	2020/9/22	1.56%-4.40%	500.00	2020/12/22	5.50	4.40%
苏州银行	2020/9/22	1.56%-4.40%	500.00	2020/12/22	1.95	1.56%
苏州银行	2020/9/25	1.56%-4.40%	500.00	2020/12/25	5.50	4.40%
苏州银行	2020/9/25	1.56%-4.40%	500.00	2020/12/25	1.95	1.56%

中信银行	2020/10/1	1.48%-3.10%	1,000.00	2020/10/30	2.15	2.70%
中信银行	2020/11/2	2.90%	1,000.00 注	2022/9/2	2.42	2.90%
合计			37,000.00	-	375.48	-
2019 年度						
银行	日期	约定收益率	结构性存款（万元）	到期日	利息收入（万元）	测算收益率
苏州银行	2018/8/24	0.35%-3.9%	1,800.00	2019/2/24	35.94	3.99%
苏州银行	2018/9/7	0.35%-4.2%	2,000.00	2019/3/7	42.00	4.20%
苏州银行	2018/9/21	0.35%-3.9%	1,700.00	2019/3/21	34.07	4.01%
苏州银行	2018/10/23	0.35%-3.9%	1,700.00	2019/4/23	33.94	3.99%
中信银行	2018/12/21	4.00%-4.4%	2,000.00	2019/4/3	22.58	4.00%
苏州银行	2018/11/27	0.35%-3.9%	1,600.00	2019/5/27	32.01	4.00%
苏州银行	2019/3/5	0.5%-3.85%	2,000.00	2019/6/5	19.25	3.85%
苏州银行	2019/3/12	4.10%	2,000.00	2019/6/12	19.25	3.85%
苏州银行	2019/3/19	0.35%-3.9%	1,000.00	2019/7/19	13.00	3.90%
苏州银行	2019/4/12	0.35%-3.9%	2,000.00	2019/8/12	26.00	3.90%
苏州银行	2019/5/7	0.35%-3.9%	2,000.00	2019/9/7	26.00	3.90%
苏州银行	2019/6/25	3.85%-3.95%	2,000.00	2019/9/25	19.70	3.94%
苏州银行	2019/7/23	3.85%-3.96%	2,000.00	2019/11/23	25.67	3.85%
中信银行	2019/8/21	3.9%-4.4%	2,000.00	2019/11/20	19.45	3.90%
中信银行	2019/9/12	3.6%-4.0%	2,000.00	2019/12/30	21.50	3.60%
中信银行	2019/9/29	3.8%-4.3%	2,000.00	2019/12/29	18.95	3.80%
合计			29,800.00	-	409.30	-
2018 年度						
银行	日期	约定收益率	结构性存款（万元）	到期日	利息收入（万元）	测算收益率
苏州银行	2017/12/15	0.35%-4%	2,500.00	2018/1/15	8.33	4.00%
苏州银行	2017/12/15	0.35%-4%	2,000.00	2018/1/15	6.67	4.00%
苏州银行	2017/12/22	0.35%-4%	3,000.00	2018/1/22	10.00	4.00%
苏州银行	2018/1/30	0.35%-4.3%	3,000.00	2018/2/28	10.75	4.30%
苏州银行	2017/12/8	0.35%-4.3%	2,000.00	2018/3/8	21.50	4.30%
苏州银行	2018/2/13	0.35%-3.6%	1,000.00	2018/3/13	3.00	3.60%
苏州银行	2018/3/13	0.35%-4.3%	2,000.00	2018/4/13	7.17	4.30%
苏州银行	2018/1/26	0.35%-4.7%	4,000.00	2018/4/26	47.00	4.70%
苏州银行	2018/4/17	0.35%-4.3%	2,000.00	2018/5/17	7.17	4.30%
苏州银行	2018/3/6	0.35%-4.3%	1,800.00	2018/6/6	19.35	4.30%
苏州银行	2018/3/20	0.35%-4.9%	2,000.00	2018/6/20	24.50	4.90%
苏州银行	2018/1/30	0.35%-4.3%	1,000.00	2018/7/30	21.50	4.30%
苏州银行	2018/5/4	0.35%-4.7%	4,000.00	2018/9/4	62.67	4.70%
苏州银行	2018/3/6	0.35%-4%	1,200.00	2018/9/6	24.06	4.01%
苏州银行	2018/3/23	0.35%-4.5%	1,800.00	2018/9/23	40.54	4.50%
苏州银行	2018/6/12	0.35%-4.5%	2,000.00	2018/12/12	45.00	4.50%
中信银行	2018/8/31	4.20%-4.60%	2,000.00	2018/12/12	23.70	4.20%
中信银行	2018/6/29	4.55%-4.95%	2,000.00	2018/12/28	45.38	4.55%
合计			39,300.00	-	428.27	-

注：为购买的存单宝产品，该产品每月定期结息，在存满一个月后随时可以取现。

从上表可以看出，用发行人投资收益与结构性存款变动所测算的投资收益率与协议约定的投资收益之间不存在差异。

（三）非流动资产分析

报告期各期期末，公司非流动资产构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年末		2019 年末		2018 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
投资性房地产	2,757.88	12.64	3,161.23	23.22	3,332.01	24.38
固定资产	8,522.41	39.05	7,528.10	55.31	7,170.41	52.46
在建工程	7,289.48	33.40	-	-	-	-
无形资产	2,131.90	9.77	2,148.10	15.78	2,229.98	16.32
长期待摊费用	0.44	0.00	10.43	0.08	22.63	0.17
递延所得税资产	978.31	4.48	720.51	5.29	760.60	5.57
其他非流动资产	146.56	0.67	43.56	0.32	151.91	1.11
非流动资产合计	21,826.98	100.00	13,611.93	100.00	13,667.53	100.00

公司非流动资产主要由固定资产、投资性房地产、无形资产及在建工程构成。报告期各期末，上述资产合计占非流动性资产的比例分别为 93.16%、94.31%及 94.84%。

1、投资性房地产

（1）投资性房地产构成

投资性房地产系公司对外出租的厂房。根据与承租人签订的租赁合同，公司将已出租房产按账面价值由固定资产转入投资性房地产，按成本法核算。折旧政策与固定资产折旧政策相同，折旧年限、预计净残值、年折旧率均未发生变化。

报告期各期末，公司投资性房地产的明细如下：

单位：万元、%

项目	2020 年末		2019 年末		2018 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
房屋及建筑物	1,937.43	70.25	2,254.29	71.31	2,402.76	72.11
土地使用权	820.45	29.75	906.94	28.69	929.24	27.89
合计	2,757.88	100.00	3,161.23	100.00	3,332.01	100.00

报告期各期末，投资性房地产的账面价值分别为 3,332.01 万元、3,161.23 万元及 2,757.88 万元，主要系对外出租的房屋建筑及其土地，占非流动资产的比例分别为 24.38%、23.22%及 12.64%，金额及占比呈逐年下降趋势，主要系投

资性房地产逐年折旧摊销及出租面积减少所致。

（2）投资性房地产的折旧计提情况

单位：万元

项目	2020 年末			2019 年末			2018 年末		
	原值	累计折旧	账面价值	原值	累计折旧	账面价值	原值	累计折旧	账面价值
房屋及建筑物	3,187.52	1,250.09	1,937.43	3,435.76	1,181.47	2,254.29	3,435.76	1,033.00	2,402.76
土地使用权	1,034.18	213.73	820.45	1,115.09	208.15	906.94	1,115.09	185.85	929.24
合计	4,221.69	1,463.82	2,757.88	4,550.85	1,389.62	3,161.23	4,550.85	1,218.85	3,332.01

报告期各期末，未发现投资性房地产存在明显减值迹象，无需计提减值准备。

（3）投资性房地产的基本情况及对公司业绩的影响情况

①报告期各期投资性房地产对发行人经营业绩的影响

单位：万元

承租人	2020 年度	2019 年度	2018 年度
苏州中恒三佳自动化科技有限公司	9.55	53.51	62.52
苏州璟兴塑胶有限公司	129.80	88.99	58.53
宝通易捷智能科技（苏州）有限公司	867.31	754.05	775.43
曹东宝	4.11	14.29	-
停车位出租	1.38	-	-
租金收入合计	1,012.15	910.83	896.48
当期营业收入	99,282.44	60,977.44	62,988.23
占营业收入的比例	1.02%	1.49%	1.42%

注 1：公司与客户确认的租金收入包括所使用水电费、安保费等服务费用，在结算时统一计入房租收入；

注 2：苏州中恒三佳自动化科技有限公司 2020 年度租金收入减少较多，主要系其自 2020 年 2 月开始不再租赁公司厂房。

注 3：苏州中恒三佳自动化科技有限公司及苏州璟兴塑胶有限公司为公司供应商，为方便公司采购故租用公司厂房。

报告期内，发行人租金收入占营业收入的比例较低，不会对发行人经营业绩产生重大影响。

②投资性房地产取得时间、取得价格、面积、租赁单价、承租人、租赁期限、租金收入等，承租人与发行人、客户、供应商及以上关联方是否存在关联关系

报告期内，发行人投资性房地产的基本信息如下：

编号	取得时间	取得价格（万元）	租赁面积（m^2）	租赁单价（元/m^2/月）	承租人	租赁期限	关联关系
1	2018.02.09	329.16	2,715	15、17 元/m^2/月	苏州中恒三佳自动化科技有限公司	2017 年 1 月至 2020 年 2 月	公司供应商

2	2018.02.09	474.77	3,916	15、17、26 元/m^2/月	苏州璟兴塑胶有限公司	2017 年 1 月至 2020 年 12 月	公司供应商
3	2018.02.09	3,732.38	30,785.55	15、21、26 元/m^2/月	上海宝尊电子商务有限公司/宝通易捷智能科技（苏州）有限公司	2017 年 1 月至 2021 年 6 月	无关联关系
4	-	14.55	212.10	4,400 元/月	曹东宝	2019 年 1 月至 2021 年 5 月	无关联关系
5	2019.11.02	-	-	200 美元/月	美国自有车位	2020 年 3 月开始	无关联关系

注：由于发行人股改后，产权证书主体名称相应更新为股份公司，产权证书出具时间亦更新。上表列示的“取得时间”为发行人投资性房地产的最新版不动产权证书的出具时间。

曹东宝租赁的房屋为尚未办理产权的临时构建物。

公司供应商承租公司厂房主要原因是方便供应商供货。

欧圣美国将其自有停车位对外出租，租金为 200 美元/月。

报告内，租赁发行人厂房的供应商基本情况、与发行人合作时间及公司采购金额占其销售比例如下：

序号	公司名称	成立时间	注册资本	初始合作时间	公司采购金额占其销售比例
1	苏州璟兴塑胶有限公司	2015 年	300 万元	2015 年	95%-100%
2	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）	2015 年	128 万元	2016 年	公司采购金额占苏州中恒自动化科技有限公司 95%-100%，公司采购金额占苏州中恒自动化科技有限公司和台州中恒机械有限公司合计销售金额约 15%-20%

报告期内，租赁发行人厂房的供应商苏州中恒三佳自动化科技有限公司为发行人独家供应原材料储气罐，其生产的储气罐基本向公司供应，除租赁发行人厂房外，苏州中恒三佳自动化科技有限公司同一实际控制人控制的台州中恒机械有限公司存在其他生产厂房。苏州中恒三佳自动化科技有限公司和台州中恒机械有限公司为同一控制下企业，为降低储气罐运输耗损同时提高供应效率，公司储气罐供应商台州中恒机械有限公司实际控制人租赁发行人厂房并设立苏州中恒三佳自动化科技有限公司，为发行人提供就近的储气罐配套服务，随着公司自制储气罐产能的不断提高，苏州中恒三佳自动化科技有限公司于 2020 年 2 月不再租赁公司厂房，由台州中恒机械有限公司继续向发行人供应储气罐。保荐机构、发行人律师、发行人会计师实地走访台州中恒机械有限公司，现场观察台州中恒机

械有限公司生产车间生产规模，并经登陆国家企业信用信息公示系统查询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的工商登记基本信息，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及其实际控制人、主要股东、董事、监事、高级管理人员与发行人、发行人控股股东、实际控制人、主要股东、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系及其他利益安排。

报告期内，租赁发行人厂房的供应商苏州璟兴塑胶有限公司为发行人独家供应原材料注塑类塑料件，除租赁发行人厂房外，苏州璟兴塑胶有限公司同一实际控制人控制的州友腾塑胶有限公司存在其他生产厂房。为减少注塑件等零部件运输产生的磨损，降低运输成本，经营塑料件业务的苏州璟兴塑胶有限公司实际控制人张顺枝于 2015 年租赁发行人厂房成立苏州璟兴塑胶有限公司，为公司提供配套的厂内供应塑料件服务。保荐机构、发行人律师、发行人会计师实地走访苏州璟兴塑胶有限公司和苏州友腾塑胶有限公司，现场观察苏州璟兴塑胶有限公司生产车间生产规模，并经登陆国家企业信用信息公示系统查询主要苏州璟兴塑胶有限公司的工商登记基本信息，苏州璟兴塑胶有限公司、苏州友腾塑胶有限公司及其实际控制人、主要股东、董事、监事、高级管理人员与发行人、发行人控股股东、实际控制人、主要股东、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系及其他利益安排。

2、固定资产

（1）固定资产构成

报告期各期末，公司固定资产构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年末		2019 年末		2018 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
房屋及建筑物	4,867.83	57.12	5,112.19	67.91	4,673.97	65.18
生产设备	1,816.52	21.31	1,971.89	26.19	1,994.60	27.82
运输设备	263.70	3.09	200.66	2.67	197.98	2.76
办公设备	42.90	0.50	76.32	1.01	103.52	1.44
电子设备	133.08	1.56	167.04	2.22	200.33	2.79
美国土地	1,398.39	16.41				
合计	8,522.41	100.00	7,528.10	100.00	7,170.41	100.00

报告期各期末，固定资产的账面价值分别为 7,170.41 万元、7,528.10 万元及 8,522.41 万元，占非流动资产的比例分别为 52.46%、55.31%及 39.05%，公司

随着生产规模的不断扩大，场地及机器设备需求增加，导致固定资产净额逐年上升。

公司的房屋及建筑物（包含美国土地）、生产设备是固定资产的主要构成部分，占固定资产的比例分别为93.00%、94.10%及94.84%。

（2）固定资产折旧和减值情况

报告期各期末，公司各项固定资产原值及折旧情况如下：

单位：万元

项目	2020年末			
	原值	累计折旧	减值准备	账面价值
房屋及建筑物	7,384.26	2,516.43	0.00	4,867.83
生产设备	2,894.64	1,012.88	65.24	1,816.52
运输设备	472.86	209.16	0.00	263.70
办公设备	311.56	268.66	0.00	42.90
电子设备	407.44	274.36	0.00	133.08
美国土地	1,398.39	0.00	0.00	1,398.39
合计	12,869.15	4,281.50	65.24	8,522.41

单位：万元

项目	2019年末			2018年末		
	原值	累计折旧	账面价值	原值	累计折旧	账面价值
房屋及建筑物	7,129.83	2,017.64	5,112.19	6,281.03	1,607.06	4,673.97
生产设备	2,728.61	756.72	1,971.89	2,515.70	521.1	1,994.60
运输设备	359.7	159.04	200.66	315.01	117.03	197.98
办公设备	305.41	229.09	76.32	298.95	195.43	103.52
电子设备	388.54	221.5	167.04	366.42	166.09	200.33
合计	10,912.10	3,383.99	7,528.10	9,777.11	2,606.70	7,170.41

2020年公司对闲置的口罩机全额计提减值准备65.24万元。

①同行业可比公司情况

公司与同行业可比公司固定资产周转率情况如下：

证券代码	公司简称	2020年度	2019年度	2018年度
603355.SH	莱克电气	6.89	6.24	6.78
603486.SH	科沃斯	9.42	8.95	14.63
002444.SZ	巨星科技	7.10	6.51	6.64
00669.HK	创科实业	8.11	8.18	9.50
平均		7.88	7.47	9.39
欧圣电气		12.37	8.30	9.16

2020年度，由于发行人收入规模增长较快，导致发行人固定资产周转率增长较快，2018年至2019年发行人固定资产周转率与同行业可比公司对比不存在

重大差异。

同行业可比上市公司折旧政策如下：

公司名称	类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	折旧率（%）
巨星科技	房屋及建筑物	年限平均法	20-25	0、5	5.00-3.80
	通用设备	年限平均法	3-10	0、10	33.33-9.00
	专用设备	年限平均法	5-15	0、10	20.00-6.00
	运输工具	年限平均法	4-10	5、10	23.75-9.00
莱克电气	房屋建筑物	平均年限法	5-20	10	4.50-18.00
	运输工具	平均年限法	4-5	5	19.00-23.75
	机器设备	平均年限法	3-10	5	9.50-31.67
	办公及其他设备	平均年限法	3-5	5	19.00-31.67
科沃斯	房屋建筑物	平均年限法	20	5	4.75
	运输设备	平均年限法	4-10	5	23.75-9.50
	机器设备	平均年限法	3-15	0-5	33.33—6.33
	办公及其他设备	平均年限法	3-10	5	31.66—9.50
欧圣电气	房屋建筑物				
	其中：房屋建筑	年限平均法	10-39	10	2.31-9.00
	附属设施	年限平均法	5-20	10	4.50-18.00
	生产设备	年限平均法	3-10	10	9.00-30.00
	运输设备	年限平均法	3-5	10	18.00-30.00
	办公设备	年限平均法	3-5	10	18.00-30.00
	电子设备	年限平均法	3-5	10	18.00-30.00
	土地	美国土地不计提折旧			

注：上述可比上市公司固定资产折旧年限取自 2020 年半年度报告。

公司各固定资产的折旧年限与同行业可比上市公司相比，无较大差异。

②固定资产折旧计提充分

发行人固定资产周转率高于同行业可比公司，体现了公司固定资产良好的使用效率，且发行人固定资产的折旧年限与同行业可比上市公司相比不存在显著差异，因此发行人固定资产折旧计提充分。

根据企业会计准则第 8 号——资产减值，除公司口罩机外，公司固定资产不存在下列减值迹象。

序号	企业会计准则规定	具体分析
1	资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌。	报告期内，公司所在区域房屋价格趋于上升，不存在跌价情形。主要机器设备目前市场价格未见大幅下跌的情形。

2	企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响。	最近三年我国经济稳定，GDP 稳定增长，技术法律环境稳定。电气机械和器材制造行业所处市场较为稳定，未对公司产生不利影响。
3	市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低。	报告期内，市场利率或者其他市场投资报酬率未发生明显波动。
4	有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏。	公司固定资产未发生陈旧过时或者实体损坏。
5	资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置。	公司不存在闲置机器，设备均正常使用。
6	企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期，如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润（或者亏损）远远低于（或者高于）预计金额等。	公司主要产品市场价格稳定，营业利润稳定增长，不存在此情形。

2020 年 5 月，发行人为应对新冠疫情影响，拟开展口罩业务，购入 6 台用于生产口罩的机器，购入价格为 67.26 万元。由于市场情况的变化及自身资质的限制，发行人未实际生产口罩，面对口罩机市场价格大幅下降及发行人目前未使用口罩机的实际情况，对口罩机按照账面价值全额计提资产减值损失。

（3）主要机器设备的数量、用途与产能产量变化的关系分析

报告期各期，发行人主要机器设备的数量、金额及变化情况如下：

①2018 年主要机器设备情况

截至 2018 年末，发行人当年主要新增机器设备如下：

设备名称	数量（台）	金额（万元）	设备用途
封头拉伸缩口自动化生产线	1	42.67	储气罐封头自动拉伸缩口
大型偏摆落圆自动化生产线	1	53.45	自动送料钢卷并配合压机冲压储气罐封头
压力机	2	76.28	冲压储气罐配件
自动焊接线设备 3 加仑 8 加仑罐体附件焊接	1	324.79	储气罐自动焊接
合计	5	497.19	-

②2019 年主要机器设备情况

截至 2019 年末，发行人当年主要新增机器设备如下：

设备名称	数量（台）	金额（万元）	设备用途
除尘设备、UV 光氧催化设备、吸风罩及管道	1	34.91	钣金厂焊烟除尘排烟净化设备
世翔三合一自动送料生产线转固定资产	1	35.34	自动送钢卷并配合压机冲压储气罐配件

合计	2	70.25	-

③2020 年主要机器设备情况

截至 2020 年末，发行人当期主要新增机器设备如下：

设备名称	数量（台）	金额（万元）	设备用途
平面口罩打片机,口罩焊耳带机	6	67.26	口罩生产设备
双头四工位绕线机	1	42.00	BYPASS 定子自动绕线
五工位 R 型平衡机	1	35.40	转子动平衡
合计	8	144.66	-

报告期内，公司生产设备账面净值与产能产量的关系如下所示：

期间	标准产能（万台）	标准产量（万台）	机器设备数量（台）	生产设备净值（万元）
2018 年度	210.00	228.31	456	1,994.60
2019 年度	210.00	189.62	473	1,971.89
2020 年度	235.00	290.57	502	1,816.52

发行人主要机器设备包括感应电机生产线、串激电机自动线、自动焊接线设备、压力机等，随着公司业务规模的扩大，机器设备数量总体呈持续增加趋势，2018 年公司机器设备数量增长较多，主要系公司新购储气罐生产线所致。

（4）关键设备产能情况、设备开工时长与产能产量匹配性

①关键设备产能情况与产能的匹配性

影响公司产能的生产要素主要包括原材料、人工和生产设备。

原材料方面，公司原材料主要为塑料、钢铁、铝合金、铜/铝线等，原材料供应充足，供应渠道较多，公司与合格原材料供应商建立了稳定的合作关系，能够保证原材料供应数量和质量的稳定，原材料不会成为公司的产能瓶颈。

人工方面，由于公司主要负责生产工序中的组装和测试环节，人员经专业培训后上岗较快；同时小型空压机和干湿两用吸尘器产品的生产流程基本相似，公司也可根据实际订单灵活调整各生产线工人的数量，人工亦不会成为限制公司生产能力的主要因素。

生产设备方面，公司主要生产工序电机定转子总成、制罐、焊接、整机装配等，面对突发的较大订单需求，电机定转子总成、制罐工序可以通过对外采购补充现有产量，由于整机装配工序完全由公司自主生产，在一定程度上会限制公司的生产。因此公司产能与整机产线设备投入成正相关性，在计算产能时会主要考虑小型空压机和干湿两用吸尘器整机产线瓶颈设备耗用工时。

②设备开工时长与产量的匹配性

公司装配产线（整机厂）主要功能是装配产品，公司装配产线（整机厂）的开工工时与公司产量之间的关系如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
（整机）生产工时（小时）	1,036,471.00	617,126.15	837,639.50
产量（台）	2,905,722	1,896,186	2,283,073
单位小时产量（台/小时）	2.80	3.07	2.73

从上表可以看出，发行人装配车间单位小时产量在报告期内相对稳定，不存在显著差异。

（5）能源消耗与产能产量的匹配性

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
电费支出（万元）	284.48	232.76	240.00
产能（万台）	235.00	210.00	210.00
产量（万台）	290.57	189.62	228.31
单位产量用电（元/台）	0.98	1.23	1.05

报告期内，2019 年较 2018 年单位产量用电有所上升，主要原因为公司生产流程中耗用电量最高的流程为自制储气罐流程，公司储气罐部分自制、部分外购，2019 年因公司储气罐多通过自制形式，外购储气罐占比下降。2020 年较 2019 年单位产量用电有所下降，主要原因有：①随着公司吸尘器销量大幅增加，公司将电机等部分材料通过外部采购方式购进，外采电机比例有所上升；②2020 年因公司业务量增加，增加了储气罐外购，外购储气罐占比上升。

总体而言，用电量与产能产量变化趋势相匹配。

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
钢材和储气罐采购金额(万元）	7,070.13	4,637.15	6,521.67
储气罐采购金额(万元）	2,374.66	1,029.28	3,145.64
外购储气罐占钢材和储气罐采购金额比例	33.59%	22.20%	48.23%

（6）根据工人出勤状况及生产日志统计的制造工时与产能产量的匹配性

工人出勤状况通过生产工时反映。根据公司生产日志及生产人员考勤情况，统计报告期内生产人员实际生产工时，与生产人员计划生产工时的对比以及与产能、产量的配比情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
生产工时（万小时）	224.80	157.34	183.44
标准产能（万台）	235.00	210.00	210.00
标准产量（万台）	290.57	189.62	228.31
单位产量工时（小时/台）	0.77	0.83	0.80

总体而言，发行人产量受制于生产人员的工时投入，故工人制造工时与产能

产量相匹配，制造工时的增长推动产能产量的增长。

（7）固定资产投入产出比分析

以固定资产中机器设备的原值作为固定资产投入的衡量，以各期主营业务收入作为固定资产产出的衡量，发行人与同行业固定资产投入产出比的比较如下：

单位：万元

企业名称	项目	2020.12.31/2020 年度	2019.12.31/2019 年度	2018.12.31/2018 年度
巨星科技	固定资产原值	231,466.52	188,565.89	167,420.86
	主营业务收入	850,232.71	659,339.66	591,413.90
	单位产值	3.67	3.50	3.53
莱克电气	固定资产原值	168,131.54	155,822.38	156,250.57
	主营业务收入	628,079.66	564,867.59	580,156.19
	单位产值	3.74	3.63	3.71
科沃斯	固定资产原值	131,636.49	126,977.48	85,153.94
	主营业务收入	723,375.65	519,353.35	556,458.22
	单位产值	5.50	4.09	6.53
创科实业	固定资产原值	未披露	未披露	未披露
	主营业务收入	未披露	未披露	未披露
	单位产值	未披露	未披露	未披露
行业均值	固定资产原值	177,078.18	157,121.92	136,275.12
	主营业务收入	733,896.01	581,186.87	576,009.43
	单位产值	4.30	3.74	4.59
欧圣电气	固定资产原值	12,869.15	10,912.10	9,777.11
	主营业务收入	95,395.02	59,840.30	61,865.76
	单位产值	7.41	5.48	6.33
发行人与同行业平均水平差异	单位产值	3.11	1.74	1.74

报告期内，发行人单位产值显著高于同行业可比公司，主要系同行业可比公司资金实力雄厚，上市后随着募投项目的投入，导致固定资产原值不断增加，固定资产规模较大，发行人在生产订单较集中时对部分零部件产量不足时采用外部采购方式及增加生产线方式扩大生产，导致固定资产投入产出高于行业平均水平。

3、在建工程

报告期内，公司在建工程主要为在建房屋建筑物。2020 年末，公司在建工程金额为 7,289.48 万元，占非流动资产的比例为 33.40%，主要是发行人正在投资建设的仓储中心及办公楼。

4、无形资产

公司无形资产主要为土地使用权和软件。报告期各期末，无形资产构成情况

如下：

单位：万元

项目	2020 年末			2019 年末			2018 年末		
	账面原值	累计摊销	账面价值	账面原值	累计摊销	账面价值	账面原值	累计摊销	账面原值
土地使用权	2,657.66	549.25	2,108.41	2,576.75	480.99	2,095.75	2,576.75	429.46	2,147.29
软件	293.85	270.36	23.49	274.84	222.50	52.34	250.67	167.98	82.69
合计	2,951.51	819.61	2,131.90	2,851.59	703.49	2,148.10	2,827.42	597.44	2,229.98

报告期各期末，公司无形资产账面价值分别为 2,229.98 万元、2,148.10 万元及 2,131.90 万元，占非流动资产的比例分别为 16.32%、15.78%及 9.77%。

公司无形资产状况良好，报告期各期末不存在减值迹象。

5、长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用分别为 22.63 万元、10.43 万元及 0.44 万元，占各期末非流动资产的比例分别为 0.17%、0.08%及 0.00%，公司长期待摊费用主要为车房补贴及装修费。

6、递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产余额分别为 760.60 万元、720.51 万元及 978.31 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年末		2019 年末		2018 年末	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	1,329.79	301.91	972.21	231.62	1,034.71	209.58
预计负债	2,875.35	431.30	1,607.16	241.07	1,655.45	248.32
递延收益	1,385.11	207.77	1,511.03	226.65	1,636.95	245.54
内部交易未实现利润	248.88	37.33	141.07	21.16	381.05	57.16
合计	5,839.12	978.31	4,231.46	720.51	4,708.16	760.60

7、其他非流动资产

报告期各期末，其他非流动资产的金额分别为 151.91 万元、43.56 万元及 146.56 万元，占非流动资产的比例较小，为预付购置固定资产款项。

（四）资产周转能力分析

公司与同行业资产周转能力具体指标情况如下：

证券代码	公司简称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
应收账款周转率（次）				
603355.SH	莱克电气	5.13	5.61	5.39
603486.SH	科沃斯	6.43	5.87	7.86
002444.SZ	巨星科技	6.83	5.88	5.49
00669.HK	创科实业	7.68	6.78	6.36
平均		6.52	6.04	6.27
欧圣电气		8.10	6.46	6.31
存货周转率（次）				
603355.SH	莱克电气	5.40	6.35	6.15
603486.SH	科沃斯	3.38	3.02	3.92
002444.SZ	巨星科技	4.47	4.11	4.86
00669.HK	创科实业	2.27	2.46	2.73
平均		3.88	3.98	4.41
欧圣电气		5.58	4.87	6.07

1、应收账款周转率变化趋势分析

报告期内，公司的应收账款周转率分别为 6.31 次、6.46 次及 8.10 次。总体而言，公司在业务规模扩张的同时，进一步加强了客户信用监管水平，使得公司应收账款周转率处于稳步提升状态，与同行业可比上市公司的应收账款周转率差异较小。

2、存货周转率变化趋势分析

报告期内，公司的存货周转率分别为 6.07 次、4.87 次及 5.58 次，高于同行业可比上市公司，公司主要采用“订单生产”模式，体现了公司较高的存货管理能力。

十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

（一）负债构成

报告期各期末，公司负债的构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年末		2019 年末		2018 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	46,076.69	90.67	23,683.12	86.64	24,596.26	86.70
非流动负债	4,741.02	9.33	3,650.55	13.36	3,774.01	13.30
合计	50,817.71	100.00	27,333.68	100.00	28,370.27	100.00

报告期各期末，公司的负债主要为流动负债，流动负债金额分别为24,596.26万元、23,683.12万元及46,076.69万元，占负债的比例分别为86.70%、86.64%及90.67%。

（二）流动负债分析

公司流动负债的构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2020年末		2019年末		2018年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	-	-	-	-	-	-
应付票据	14,193.63	30.80	8,969.12	37.87	11,102.55	45.14
应付账款	26,316.12	57.11	13,464.58	56.85	12,404.27	50.43
预收款项	-	-	173.57	0.73	197.13	0.80
合同负债	561.78	1.22	-	-	-	-
应付职工薪酬	1,530.70	3.32	725.69	3.06	650.71	2.65
应交税费	558.45	1.21	208.84	0.88	112.64	0.46
其他应付款	229.51	0.50	141.32	0.60	128.94	0.52
一年内到期的非流动负债	2,686.50	5.83	-	-	-	-
流动负债合计	**46,076.69**	**100.00**	**23,683.12**	**100.00**	**24,596.26**	**100.00**

如上表所示，报告期各期末，公司流动负债主要由与经营活动密切相关的应付票据、应付账款构成，上述负债对流动负债总额的占比分别为95.57%、94.72%及87.92%。

报告期内，公司流动负债项目的变化情况分析如下：

1、短期借款

报告期各期末，公司无短期借款。2020年3月末，公司短期借款金额为2,125.53万元，借款期限为2020年3月31日至2020年4月15日，借款利率为1.80%。公司执行稳健的财务内控管理，公司经营性活动现金流量情况较好，银行借款规模较小。截至2020年3月末，公司无逾期的短期借款和延期付息的情形。

发行人2020年3月末增加短期借款主要是为了维持银行授信及维护间接融资渠道。上述借款已于2020年4月15日偿还，报告期内，发行人未与银行发生任何纠纷、诉讼。

同行业可比公司莱克电气2020年3月末亦存在此种情况，期末持有货币资

金 252,723.97 万元，账面存在 2,000.00 万元的短期借款。

2、应付票据

报告期各期末，公司应付票据余额分别为 11,102.55 万元、8,969.12 万元及 14,193.63 万元，占流动负债的比例为 45.14%、37.87%及 30.80%。应付票据主要是公司在购买原材料时所开具的银行承兑汇票。公司充分利用自身商业信用情况，根据自身资金状况采用票据形式与供应商结算部分应付款项。

截至 2020 年末，公司不存在到期应付票据未支付的情况。

3、应付账款

报告期各期末，公司应付账款的余额分别为 12,404.27 万元、13,464.58 万元及 26,316.12 万元，占流动负债的比例分别为 50.43%、56.85%及 57.11%，主要是应支付的货款。随着公司采购量的增加，2020 年末应付账款金额增长较快。

报告期内，应付账款构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年末	2019 年末	2018 年末
应付货款	23,367.45	12,179.81	11,163.29
应付设备及工程款	41.55	25.78	110.40
应付费用款及其他	1,736.13	892.44	878.25
应付销售服务费	425.47	162.45	101.63
应付商标使用权费	745.52	204.10	150.70
合计	26,316.12	13,464.58	12,404.27

4、预收账款及合同负债

报告期各期末，公司预收账款分别为 197.13 万元、173.57 万元及 0.00 万元，占流动负债的比例分别为 0.80%、0.73%及 0.00%。

2020 年末，公司合同负债为 561.78 万元，主要原因为 2020 年 1 月 1 日起，公司执行新收入准则，并根据《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2019〕6 号）的要求，将尚未转让商品或者提供服务给客户但已收到的款项计入合同负债。

公司预收账款、合同负债合计金额呈现增长趋势。公司对部分规模较小、初期合作客户采用预收货款，随着公司不断开拓新的客户，预收账款的规模不断增长。

5、应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬分别为 650.71 万元、725.69 万元及 1,530.70 万元，占流动负债的比例分别为 2.65%、3.06%及 3.32%。

2019 年末，公司应付职工薪酬较 2018 年末增长 11.52%，主要原因是年末计提年终奖所致。2020 年末，公司应付职工薪酬较 2019 年末上升 110.93%，主要是公司业绩提升，年末应付职工薪酬及根据业绩计提的年终奖有所提升所致。

6、应交税费

报告期各期末，公司应交税费分别为 112.64 万元、208.84 万元及 558.45 万元，占流动负债的比例分别为 0.46%、0.88%及 1.21%，呈逐年增长趋势，主要系公司经营状况良好，经营业绩逐年上涨，应交企业所得税金额稳定增加所致。

单位：万元

项目	2020 年末	2019 年末	2018 年末
企业所得税	357.37	58.79	10.92
个人所得税	55.25	22.88	28.61
房产税	99.20	79.83	61.86
土地使用税	9.30	4.65	7.75
印花税	1.39	1.07	0.94
城市维护建设税	17.97	12.45	0.88
教育费附加	10.78	7.47	0.46
地方教育费附加	7.19	4.98	0.31
日本消费税	-	16.72	0.89
合计	558.45	208.84	112.64

（1）纳税申报表和申报报表关于营业收入等会计科目差异

2018 年度，公司纳税申报表营业收入等会计科目与申报报表（母公司口径）对比情况如下：

单位：万元

项目（母公司）	纳税申报表	申报报表	差异	调整事项一	调整事项二	调整事项三	调整事项四	调整事项五	调整事项六	调整事项七
				重分类	会计政策变化	跨期	调整预计负债	计提资产减值损失	计提股份支付	差异调整
营业收入	59,406.09	58,664.71	-741.38	-	-	-521.68	-160.15	-	-	-59.55
营业成本	48,017.36	47,744.94	-272.42	64.91	-	-310.87	-	-	-	-26.47
税金及附加	288.46	288.12	-0.35	-	-	-	-	-	-	-0.35
销售费用	2,739.93	2,733.29	-6.64	-	-	-3.13	-	-	-	-3.51
管理费用	4,494.95	1,507.59	-2,987.36	12.88	-2,951.57	-86.01	-	-	47.92	-10.58
研发费用	-	2,747.79	2,747.79	-203.79	2,951.57	-	-	-	-	-
财务费用	-1,098.01	-682.46	415.55	428.19	-	-	-	-	-	-12.64
利息收入	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
其他收益	-	255.41	255.41	-	255.41	-	-	-	-	-
投资收益	-	428.27	428.27	428.27	-	-	-	-	-	-
信用减值损失	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
资产减值损失	-	-10.19	-10.19	-	-	-	-	-10.19	-	-
资产处置收益	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
营业外收入	261.96	6.55	-255.41	-	-255.41	-	-	-	-	-
营业外支出	15.86	9.71	-6.15	-	-	-	-	-	-	-6.15

2019 年度，公司纳税申报表营业收入等会计科目与申报报表（母公司口径）对比情况如下：

单位：万元

项目（母公司）	纳税申报表	申报报表	差异	调整事项一	调整事项二	调整事项三	调整事项四	调整事项五	调整事项六	调整事项七
				重分类	会计政策变化	跨期	调整预计负债	计提资产减值损失	计提股份支付	差异调整
营业收入	51,122.14	51,163.90	41.76	-	-	-	9.70	-	-	32.06
营业成本	39,011.94	39,011.94	-	-	-	-	-	-	-	-
税金及附加	334.2	334.2	-	-	-	-	-	-	-	-
销售费用	2,090.21	2,100.50	10.30	-	-	-	-	-	-	10.30
管理费用	3,639.01	1,549.68	-2,089.33	-	-2,063.76	-	-	-	-25.57	-
研发费用	-	2,063.76	2,063.76	-	2,063.76	-	-	-	-	-
财务费用	-183.91	-188.42	-4.51	-	-	-	-	-	-	-4.51
利息收入	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
其他收益	-	311.77	311.77	-	311.77	-	-	-	-	-
投资收益	-248.88	-252.67	-3.79	-	-	-	-	-	-	-3.79
信用减值损失	-	-5.42	-5.42	20.79	-	-	-	-26.2	-	-
资产减值损失	-	-111.34	-111.34	-144.05	-	32.71	-	-	-	-
资产处置收益	-	0.3	0.3	-	0.3	-	-	-	-	-
营业外收入	312.07	0.01	-312.06	-	-312.06	-	-	-	-	-
营业外支出	126.82	10.06	-116.76	-116.76	-	-	-	-	-	-

2020 年度，公司纳税申报表营业收入等会计科目与申报报表（母公司口径）不存在差异。

注：国家税务总局监制的《中华人民共和国企业所得税年度纳税申报表 A 表》（A100000）中并未单独分列研发费用科目，公司在进行纳税申报时将研发费用与管理费用合计后在纳税申报表的管理费用中列示，并将加计扣除的研发费用在《免税、减计收入及加计扣除优惠明细表》（A107010）中“开发新技术、新产品、新工艺发生的研发费用加计扣除”列示。根据《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会（2018）15 号）规定，财务报表中新增“研发费用”项目，将原“管理费用”中的研发费用重分类至“研发费用”单独列示。

《中华人民共和国企业所得税年度纳税申报表 A 表》格式与企业报表列报格式的差异导致企业在进行纳税申报时将研发费用与管理费用合计后在纳税申报表的管理费用中列示，上述列示方法符合企业日常报税实际情况，不会对公司的实际缴税金额产生影响。

（2）纳税申报与会计核算相关内容勾稽

①增值税

报告期内，公司增值税纳税申报（母公司口径）与会计核算勾稽如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
期初未交数（多交或未抵扣数用“-”号填列）①	-431.39	-506.19	-745.02
本期销项税额②	136.80	194.02	221.67
出口退税③	6,322.50	4,862.56	7,310.31
进项税额转出④	9.83	4.41	25.91
本期进项税额 ⑤	6,903.59	4,943.11	7,274.85
已交税金⑥	49.60	43.08	44.20
期末未交数（多交或未抵扣数用“-”填列）（⑦=①+②+③+④-⑤-⑥）	-915.45	-431.39	-506.19
母公司其他流动资产中待抵扣增值税进项税额	915.45	431.39	506.19

公司将期末应交税金-增值税中待抵扣进项税重分类至其他流动资产，纳税申报表与会计核算勾稽相符。

报告期内，公司增值税纳税申报（母公司口径）与会计核算差异情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
期初未交数	-431.39	-506.19	-745.02
本期应交数	-434.46	117.87	283.03
本期已交数	49.60	43.08	44.20
期末未交数	-915.45	-431.39	-506.19
增值税纳税申报表应交数	-911.25	-428.17	-501.62
差异	-4.20	-3.22	-4.56

2018 年申报材料比增值税纳税申报表中期末应交数少 4.56 万元，主要系 12 月份开票税率错误，导致纳税申报表多申报销项税。

2019 年申报材料比增值税纳税申报表中期末应交数少 3.22 万元，主要系 12 月份开票重复申报，导致纳税申报表多申报销项税。

2020 年申报材料比增值税纳税申报表中期末应交数少 4.20 万元，主要系待认证增值税进项税以及纳税申报表重复申报销项税所致。

②所得税

报告期内，公司所得税纳税申报表（母公司口径）与会计核算勾稽如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
期初未交数	-102.01	-207.34	-191.89
本期应交数	1,687.35	628.04	426.80
本期已交数	1,607.95	522.72	442.25
期末未交数	-22.61	-102.01	-207.34
企业所得税纳税申报表应交数	-266.83	-161.73	-341.00
差异	244.23	59.72	133.66

2018 年申报材料比企业所得税纳税申报表中期末应交数多 133.66 万元，主要系申报材料调整跨期相应调整了企业所得税。

2019 年申报材料比企业所得税纳税申报表中期末应交数多 59.72 万元，主要系申报材料调整跨期相应调整了企业所得税。

2020 年申报材料比企业所得税纳税申报表中期末应交数多 244.23 万元，主要系纳税申报表中本年累计实际已预缴的所得税额与账面会计核算口径存在差异的影响。

合并层面，公司会计利润与所得税费用调整过程如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
利润总额	15,564.96	6,721.16	5,024.10
按法定/适用税率计算的所得税费用	2,334.74	1,008.17	753.61
子公司适用不同税率的影响	347.37	14.43	-10.90
调整以前期间所得税的影响	47.56	-	-
非应税收入的影响	-	-	-
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	24.93	29.24	25.76
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-	-40.08	-
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	68.73	72.88	50.13
研发费用加计扣除费用的影响	-262.31	-232.17	-309.13
其他	-31.95	5.68	-28.43
本期所得税费用	2,529.08	858.15	481.05

③利润总额调整为应纳税所得额涉及的主要纳税调整事项

报告期内，欧圣电气（母公司）的所得税进行分析，具体如下：

A.报告期内，欧圣电气（母公司）所得税计算过程表如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、利润总额	11,523.24	6,224.82	4,995.79
加：纳税调整增加额	1,616.06	178.76	336.50

减：纳税调整减少额	141.55	668.82	426.11
减：免税、减计收入及加计扣除	1,748.73	1,547.82	2,060.84
二、应纳税所得额	11,249.03	4,186.93	2,845.35
税率	25.00%	25.00%	25.00%
三、应纳税所得额	2,812.26	1,046.73	711.34
减：减免所得税额	1,124.90	418.69	284.53
四、应纳税额	1,687.35	628.04	426.80
当期所得税费用	1,687.35	628.04	426.80

由上表可知，报告期内公司的减免所得税额分别为 284.53 万元、418.69 万元和 1,124.90 万元，主要系公司在报告期内为高新技术企业，享受 15%的税收优惠。

B.报告期内，主要纳税调整事项如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
纳税调整增加			
业务招待费超支	13.85	11.29	25.18
非公益性捐赠支出	-	3.01	5.02
罚金、罚款、税收滞纳金和被没收财物的损失	5.53	-	3.43
计提坏账损失	-	5.42	35.75
存货跌价损失	-21.65	10.23	-65.42
计提固定资产减值	65.24	-	-
固定资产折旧（一次性进费用资产后续折旧）	83.26	29.49	-
计提预计负债	1,268.19	-48.29	284.62
计提股份支付	146.57	167.61	47.92
其他	55.07	-	-
小计	1,616.06	178.76	336.50
纳税调整减少			
本年摊销的以前年度政府补助收入	125.92	125.92	125.92
计提的减值准备转回	15.63	-	-
固定资产折旧（一次性进费用）	-	542.91	300.19
小计	141.55	668.82	426.11
研发费用加计扣除	1,748.73	1,547.82	2,060.84
小计	1,748.73	1,547.82	2,060.84

综上所述，纳税申报表与会计核算相关内容勾稽，不存在异常情况。

7、其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款分别为 128.94 万元、141.32 万元及 229.51 万元，占流动负债的比例分别为 0.52%、0.60%及 0.50%，主要为押金及保证金等。公司其他应付款的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年末	2019 年末	2018 年末
押金及保证金	168.95	121.01	80.74
其他	60.57	20.31	48.20
合计	229.51	141.32	128.94

8、一年内到期的非流动负债

2020 年末，公司一年内到期的非流动负债 2,686.50 万元，为公司的银行借款，于 2021 年 2 月偿还。

（三）非流动负债分析

单位：万元、%

项目	2020 年末		2019 年末		2018 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
长期应付款	-	-	51.19	1.40	89.40	2.37
预计负债	2,875.35	60.65	1,607.16	44.03	1,655.45	43.86
递延收益	1,385.11	29.22	1,511.03	41.39	1,636.95	43.37
递延所得税负债	480.56	10.14	481.17	13.18	392.22	10.39
非流动负债合计	4,741.02	100.00	3,650.55	100.00	3,774.01	100.00

报告期各期末，公司的非流动负债分别为 3,774.01 万元、3,650.55 万元及 4,741.02 万元，主要为预计负债、递延收益及递延所得税负债。

1、长期应付款

报告期各期末，公司的长期应付款分别为 89.40 万元、51.19 万元及 0.00 万元，系公司采购运输设备产生的应付融资租赁款。

2、预计负债

公司的主要客户大多为北美大型零售商，消费者在购买产品后，若因产品的款式、性能不符合其个性化需求，客户通常会对消费者无条件退货。消费者申请退货后，客户返还消费者货款，并根据消费者退货情况对公司进行扣款，公司与客户定期核对退货、扣款清单。

（1）预计负债的会计处理

资产负债表日，公司根据合同约定的退货条款、预计退货比例，合理估算退货金额，抵销当期营业收入的同时确认预计负债。报告期内，公司预计负债主要计算原则如下：

Ⅰ.根据历史经验数据，测算历史平均退货率；

Ⅱ.期末预计负债金额=历史平均退货率*资产负债表日前年度销售金额；

Ⅲ.预计负债减少金额=实际退货金额。

等退货期满，如果实际退货小于预计负债：

借：预计负债

贷：应收账款

主营业务收入

等退货期满，如果实际退货大于预计负债：

借：预计负债

主营业务收入

贷：应收账款

报告期各期末，公司预计负债分别为 1,655.45 万元、1,607.16 万元及 2,875.35 万元。报告期各期，公司预计负债的变动具体如下：

单位：万元

项目	期初余额	本期计提数	本期减少数	期末余额
2020 年度	1,607.16	3,414.14	2,145.95	2,875.35
2019 年度	1,655.45	1,736.81	1,785.10	1,607.16
2018 年度	1,370.83	1,561.52	1,276.90	1,655.45

报告期内，预计负债金额基本能够覆盖对应销售产生的实际退货金额，公司预计负债计提充分。

（2）符合企业会计准则的要求

预计负债是指根据或有事项等相关准则确认的各项预计负债，包括对外提供担保、未决诉讼、产品质量保证、重组义务以及固定资产和矿区权益弃置义务等产生的预计负债。

根据《企业会计准则第 13 号——或有事项》的规定：

“预计负债应当按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量。

所需支出存在一个连续范围，且该范围内各种结果发生的可能性相同的，最佳估计数应当按照该范围内的中间值确定。

在其他情况下，最佳估计数应当分别下列情况处理：

（一）或有事项涉及单个项目的，按照最可能发生金额确定。

（二）或有事项涉及多个项目的，按照各种可能结果及相关概率计算确定。

企业应当在资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核。有确凿证据表明该账面价值不能真实反映当前最佳估计数的，应当按照当前最佳估计数对该账面价值进行调整。”

公司在资产负债表按照历史退货率计算预计负债，并对账面价值进行复核，符合企业会计准则的规定。

（3）预计负债的计提和实际退货率的匹配关系

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。

2019 年计算退货率相对较高，主要原因为该退货率计算时分母为 2019 年收入，而分子为 2020 年实际退货金额，在 2020 年公司销售规模大幅增加的情况下，叠加美国万亿美元“纾困法案”的推行导致终端消费者消费习惯变化，2020 年退货金额提升，因此退货率有所增加。

报告期各期末预计负债的期末余额情况与计提比例的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2020 年末	2019 年末	2018 年末
主营业务收入	95,395.02	59,840.30	61,865.76
预计负债当期增加数	3,414.14	1,736.81	1,561.52
预计负债计算基数	98,809.16	61,577.11	63,427.28
预计负债	2,875.35	1,607.16	1,655.45
计提比例	2.91%	2.61%	2.61%

注：预计负债计算基数=主营业务收入+预计负债当期计提数。

预计负债计提比例为近三年退货平均率，因未审计以前年度财务报表，故 2018 年至 2019 年预计负债计提比例为 2016-2018 年三年平均值，2020 年预计负债计提比例为 2017-2019 年三年平均值。

综上，预计负债的计提和实际退货率相匹配。

（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。

3、递延收益

报告期各期末，公司递延收益分别为 1,636.95 万元、1,511.03 万元及 1,385.11 万元，占非流动负债的比例分别 43.37%、41.39%及 29.22%，系公司收到的与资产相关的政府补助。

报告期各期末，公司情况如下：

单位：万元

项目	2020 年末	2019 年末	2018 年末
基础设施建设补偿款	1,144.64	1,248.70	1,352.76
与业绩挂钩的基础设施建设补偿款	240.47	262.33	284.19
合计	1,385.11	1,511.03	1,636.95

4、递延所得税负债

报告期各期末，公司递延所得税负债余额分别为 392.22 万元、481.17 万元及 480.56 万元，占非流动负债的比例分别为 10.39%、13.18%及 10.14%，具体情

况如下：

单位：万元

项目	2020 年末		2019 年末		2018 年末	
	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债
税务与会计上折旧摊销差异	730.34	109.55	813.61	122.04	300.19	45.03
香港子公司可供分配利润未分红税率差异	2,667.53	371.01	2,491.48	359.13	2,314.59	347.19
合计	3,397.87	480.56	3,305.08	481.17	2,614.78	392.22

（四）公司偿债能力分析

公司报告期内主要偿债能力指标如下：

项目	2020 年末	2019 年末	2018 年末
流动比率（倍）	1.42	1.71	1.55
速动比率（倍）	1.13	1.39	1.24
资产负债率（合并口径，%）	58.21	50.54	54.80
资产负债率（母公司，%）	57.17	50.01	54.38
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
息税折旧摊销前利润（万元）	16,708.91	7,815.68	6,014.05

1、短期偿债能力较为稳定

报告期各期末，公司流动比率分别为 1.55、1.71 及 1.42，速动比率分别为 1.24、1.39 及 1.13，基本保持稳定。

报告期内，公司息税折旧摊销前利润分别为 6,014.05 万元、7,815.68 万元及 16,708.91 万元，呈增长趋势，主要原因是公司的业务规模持续稳定增长，公司息税折旧摊销前利润处于较高水平。

2、资产负债率基本稳定，偿债压力较小

报告期各期末，公司合并资产负债率分别为 54.80%、50.54%及 58.21%，主要为经营性应付款项较大所致，公司资产负债率基本稳定，偿债压力较小。

3、与同行业上市公司的比较

证券代码	公司简称	2020 年末	2019 年末	2018 年末
资产负债率（%）				
002444.SZ	巨星科技	33.93	31.58	26.5

00669.HK	创科实业	58.44	55.91	51.84
603355.SH	莱克电气	51.62	40.5	37.82
603486.SH	科沃斯	49.48	42.63	40.66
平均		48.37	42.66	39.21
欧圣电气		58.21	50.54	54.80
流动比率（倍）				
002444.SZ	巨星科技	2.45	2.04	3.23
00669.HK	创科实业	1.55	1.56	1.62
603355.SH	莱克电气	1.74	2.04	1.93
603486.SH	科沃斯	1.64	1.73	1.98
平均		1.85	1.84	2.19
欧圣电气		1.42	1.71	1.55
速动比率（倍）				
002444.SZ	巨星科技	1.98	1.57	2.59
00669.HK	创科实业	0.76	0.9	0.94
603355.SH	莱克电气	1.47	1.73	1.52
603486.SH	科沃斯	1.21	1.18	1.29
平均		1.36	1.35	1.58
欧圣电气		1.13	1.39	1.24

报告期内，公司的资产负债率高于同行业平均值，流动比率和速动比率均低于同行业平均值，公司偿债能力比率低于同行业上市公司的平均水平，主要原因为公司发展主要依赖内部积累，融资渠道较为单一，而上述同行业可比公司均为上市公司，融资渠道更为多样。

（五）报告期内股利分配的具体实施情况

经 2018 年第二次临时股东大会审议，公司于 2018 年 12 月实施利润分配方案，以总股本 13,473.34 万股为基数，向全体股东以每 10 股派发现金股利 1.00 元（含税），共计派发现金股利 1,347.33 万元（含税）。

经 2019 年第三次临时股东大会审议，公司于 2019 年 6 月实施了利润分配方案，以总股本 13,473.34 万股为基数，向全体股东以每 10 股派发现金股利 1.00 元（含税），共计派发现金股利 1,347.33 万元（含税）。

经 2019 年第八次临时股东大会审议，公司于 2019 年 12 月实施了利润分配方案，以总股本 13,695.57 万股为基数，向全体股东以每 10 股派发现金股利 1.70 元（含税），共计派发现金股利 2,328.25 万元（含税）。

经 2019 年年度股东大会审议，公司于 2020 年 7 月实施了利润分配方案，以

总股本 13,695.57 万股为基数，向全体股东以每 10 股派发现金股利 0.19 元（含税），共计派发现金股利 2,602.16 万元（含税）。

上述利润分配已实施完毕。

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：

1、查阅报告期内历次股利分配的董事会和股东大会文件和股利分配实施情况；

2、取得控股股东及实际控制人报告期内的银行流水，核实历次分红资金以及 WEIDONG LU 收到的房产出售款的流向和用途；

3、访谈实际控制人，了解历次分红资金及房产出售款的具体用途情况。

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。

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 日到 24 日	支付 YINGZI YANG 离婚补偿款	420.00 万元（60.00 万美元）	转账记录、离婚协议
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。

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。

（六）现金流量分析

报告期内公司现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、经营活动产生的现金流量			
现金流入小计	107,026.63	67,798.75	69,269.48
现金流出小计	86,608.91	59,128.04	63,057.58
经营活动产生的现金流量净额	20,417.72	8,670.71	6,211.90
二、投资活动产生的现金流量			
现金流入小计	36,979.79	30,209.30	39,728.27
现金流出小计	49,364.29	28,804.10	41,829.09
投资活动产生的现金流量净额	-12,384.50	1,405.20	-2,100.81
三、筹资活动产生的现金流量			
现金流入小计	6,895.23	9,612.94	1,369.72
现金流出小计	5,384.22	13,559.67	3,589.97
筹资活动产生的现金流量净额	1,511.01	-3,946.73	-2,220.25

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-827.21	87.48	160.04
五、现金及现金等价物净增加额	8,717.02	6,216.66	2,050.88
六、期末现金及现金等价物余额	22,134.99	13,417.97	7,201.31

1、经营活动现金流量

公司报告期内的经营活动产生的现金流量净额与净利润情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	99,282.44	60,977.44	62,988.23
销售商品、提供劳务收到现金	98,252.02	62,162.61	62,152.99
销售获现比率（%）	98.96	101.94	98.67
经营活动产生的现金流量净额	20,417.72	8,670.71	6,211.90
净利润（合并口径）	13,035.88	5,863.01	4,543.04
经营活动产生的现金流量净额与净利润的比例（%）	156.63	147.89	136.73

报告期内，公司销售商品和提供劳务收到的现金金额分别为 62,152.99 万元、62,162.61 万元及 98,252.02 万元，是经营活动现金流入的主要来源。报告期内公司销售获现比率分别为 98.67%、101.94%及 98.96%，公司具有良好的创造现金流、获取现金流的能力，主要体现在公司具备良好的应收账款管理能力，使得每年的应收账款回款金额稳定增长。

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润之间的差异的变动主要是受存货、经营性应收应付项目、计提的资产减值准备和固定资产折旧等因素的影响。

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
净利润	13,035.88	5,863.01	4,543.04
加：信用减值损失	417.92	-95.04	-
资产减值准备	75.91	164.89	135.94
固定资产折旧	1,028.11	960.92	841.99
无形资产摊销	101.01	106.05	109.20
长期待摊费用摊销	9.99	13.15	31.91
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失		-0.30	-
固定资产报废损失	55.99	-	-
公允价值变动损失	-	-	-
财务费用	832.06	-73.07	-153.20

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
投资损失	-377.97	252.67	-428.27
递延所得税资产减少	-257.79	40.08	-112.54
递延所得税负债增加	-0.61	88.95	111.10
存货的减少	-5,553.57	-21.90	-526.71
经营性应收项目的减少	-12,545.64	2,351.25	-787.93
经营性应付项目的增加	23,449.86	-1,147.58	2,399.43
其他	146.57	167.61	47.92
经营活动产生的现金流量净额	20,417.72	8,670.71	6,211.90

2、投资活动现金流量

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
收回投资收到的现金	36,600.00	29,800.00	39,300.00
取得投资收益收到的现金	377.97	409.30	428.27
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	1.82	-	-
投资活动现金流入小计	36,979.79	30,209.30	39,728.27
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	9,764.29	1,142.13	1,229.09
投资支付的现金	39,600.00	27,000.00	40,600.00
支付其他与投资活动有关的现金		661.98	-
投资活动现金流出小计	49,364.29	28,804.10	41,829.09
投资活动产生的现金流量净额	-12,384.50	1,405.20	**-2,100.81**

报告期内公司投资活动产生的现金流量净额分别为-2,100.81 万元、1,405.20 万元及-12,384.50 万元，报告期内公司的投资活动产生的现金流量净额变化，主要受公司结构性存款的购买与赎回变化及购建固定资产、无形资产和其他长期资产变化所影响。2020 年，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金大幅增加，主要系公司仓储中心及办公楼在建工程投入及购买美国土地所致。

3、筹资活动现金流量

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
吸收投资收到的现金	-	1,000.00	-
取得借款收到的现金	4,779.62	5,207.94	-
收到其他与筹资活动有关的现金	2,115.61	3,405.01	1,369.72
筹资活动现金流入小计	6,895.23	9,612.94	1,369.72

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
偿还债务支付的现金	2,125.53	5,207.94	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	2,607.25	3,684.44	1,356.85
支付其他与筹资活动有关的现金	651.43	4,667.29	2,233.13
筹资活动现金流出小计	5,384.22	13,559.67	3,589.97
筹资活动产生的现金流量净额	**1,511.01**	**-3,946.73**	**-2,220.25**

报告期内公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-2,220.25 万元、-3,946.73 万元及 1,511.01 万元。2018 年和 2019 年，筹资活动产生的现金流量净额为负数，主要原因为①公司支付汇票及外汇保证金高于收回汇票及外汇保证金，②公司 2018 年及 2019 年分配股利。2020 年筹资活动产生的现金流量净额增长幅度较大，主要系新增银行借款所致。

（七）资本性支出分析

1、报告期内重大资本性支出

报告期内，公司重大资本性支出主要根据公司的发展规划和现实状况，用于购买房屋建筑、土地、机器设备等。

报告期内，公司购建固定资产、无形资产等长期资产支出金额分别为 1,229.09 万元、1,142.13 万元及 9,764.29 万元。

报告期内，公司资本性支出围绕公司主营业务开展，有力地推动了公司生产规模的扩大、产品结构的调整和盈利能力的增强，增强了公司市场竞争力。2020 年度公司购建固定资产、无形资产等长期资产支出金额较大，主要系购买美国土地及美国厂房在建工程建设支出。

2、未来可预计的重大资本性支出计划

未来可预见的重大资本性支出具体情况请参见本招股说明书“第九节募集资金运用与未来发展规划”之“一、募集资金运用概况”的相关内容。

除募投项目外，发行人结合公司经营情况正在投资建设仓储中心及办公楼，预算约 981.01 万美元。

公司重大资本性支出主要围绕主营业务进行，扩大公司的规模，符合公司战略发展方向，能够有力促进公司主营业务的发展和经营业绩的提高，不存在跨行业投资的情况。

（八）流动性风险及应对措施

报告期各期末，公司的负债结构稳定，主要为流动负债。报告期各期末，公司流动负债占总负债的比例分别为 86.70%、86.64%及 90.67%。公司的资产负债率虽高于同行业上市公司，但公司的负债主要系应付账款及应付票据，此外公司不存在长期借款，短期借款相对较少。因此，公司的偿债压力相对较小。

报告期各期末，公司的资产主要系流动资产，公司流动资产占总资产的比例分别为 73.60%、74.83%及 75.00%，基本保持稳定，表明公司资产流动性较好。

为应对流动性风险，公司严格把控流动资金需求，以确保维持充裕的流动资金储备。此外，公司与主要客户和供应商保持了长期稳定的合作关系，并针对销售收款和采购付款建立了完善的内部控制制度。

（九）持续经营能力

报告期内，公司资产质量良好，运营管理能力较强，资产规模持续扩大，盈利能力不断增强。如果本次募集资金到位且相关项目得以成功实施，公司资金实力将进一步增强，资产规模将快速增长，盈利能力也会不断提升，为公司的持续创新和跨越发展奠定坚实的资金基础。

十三、资产负债表日后事项、或有事项及其他

（一）资产负债表日后事项

公司不存在需要披露的资产负债表日后事项。

（二）或有事项

公司不存在需要披露的或有事项。

（三）其他重要事项

1、前期会计差错更正

本公司对报告期内的前期会计差错进行调整,将原与营业收入进行净额法列示的平台交易费用重分类计入销售费用,由于计算退货率的营业收入基数发生变化重新调整预计负债及递延所得税资产等项目,具体情况如下：

（1）2018 年财务报表

①合并资产负债表、利润表

单位：元

报表项目	调整前	调整后	调整金额
递延所得税资产	7,625,373.30	7,605,981.35	-19,391.95
预计负债	16,683,798.85	16,554,519.17	-129,279.68
盈余公积	6,822,126.73	6,816,989.83	-5,136.90
未分配利润	41,173,963.29	41,288,987.92	115,024.63
营业收入	626,806,954.59	629,882,307.31	3,075,352.72
销售费用	62,751,464.66	65,346,820.90	2,595,356.24
所得税费用	4,738,523.93	4,810,523.40	71,999.47

②母公司资产负债表、利润表

单位：元

报表项目	调整前	调整后	调整金额
递延所得税资产	5,260,362.59	5,240,970.64	-19,391.95
预计负债	16,683,798.85	16,554,519.17	-129,279.68
盈余公积	6,822,126.73	6,816,989.83	-5,136.90
未分配利润	35,726,400.56	35,841,425.19	115,024.63
营业收入	586,087,070.15	586,647,125.70	560,055.55
销售费用	27,252,848.86	27,332,907.93	80,059.07
所得税费用	4,452,756.28	4,524,755.75	71,999.47

（2）2019 年财务报表

①合并资产负债表、利润表

单位：元

报表项目	调整前	调整后	调整金额
递延所得税资产	7,194,754.21	7,205,133.62	10,379.41
预计负债	16,002,428.52	16,071,624.58	69,196.06
盈余公积	12,334,980.60	12,312,973.26	-22,007.34
未分配利润	57,704,108.32	57,667,299.01	-36,809.31
营业收入	600,081,395.39	609,774,423.69	9,693,028.30
销售费用	91,551,884.24	101,443,388.28	9,891,504.04
所得税费用	8,611,246.68	8,581,475.32	-29,771.36

②母公司资产负债表、利润表

单位：元

报表项目	调整前	调整后	调整金额
递延所得税资产	4,992,750.38	5,003,129.79	10,379.41
预计负债	16,002,428.52	16,071,624.58	69,196.06
盈余公积	12,334,980.60	12,312,973.26	-22,007.34
未分配利润	48,586,279.14	48,549,469.83	-36,809.31
营业收入	511,734,513.58	511,638,995.60	-95,517.98
销售费用	20,902,065.89	21,005,023.65	102,957.76
所得税费用	7,318,142.30	7,288,370.94	-29,771.36

（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%

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。

2、子公司注销

Hong Kong J&D Innovation Technology Limited 已于 2021 年 2 月 19 日宣告解散。

（四）原始报表与申报报表差异

1、主要差异的情况、产生原因、相关调整是否符合会计准则规定

2019 年度，公司申报报表与原始报表差异明细及金额情况：

单位：万元

项目	原始报表	申报报表	差异	调整事项一	调整事项二	调整事项三	调整事项四	调整事项五	调整事项六	调整事项七
				重分类	会计政策变更	跨期	计提资产减值损失	计提股份支付	净额法调整	其他差异调整
营业收入	61,675.65	60,977.44	-698.21	-	-	-678.64	-	-	-75.16	55.59
营业成本	41,371.16	39,228.75	-2,142.41	-2,425.13	-	372.66	-	-	-75.16	-14.78
税金及附加	422.68	372.42	-50.26	-0.13	-	-	-	-	-	-50.13
销售费用	7,919.26	10,144.34	2,225.08	2,456.15	-	-90.95	-	-		-140.12
管理费用	4,422.74	2,351.48	-2,071.26	-30.89	-2,063.76	0.36	-	-25.57	-	48.60
研发费用	-	2,063.76	2,063.76	-	2,063.76	-	-	-	-	-
财务费用	117.44	72.65	-44.79	-	-	-	-	-	-	-44.79
其他收益	0.54	312.30	311.77	-	311.77	-	-	-	-	-
投资收益	-248.88	-252.67	-3.79	-	-	-	-	-	-	-3.79
信用减值损失	-0.64	95.04	95.68	-	-	-	95.68	-	-	-
资产减值损失	-37.14	-164.89	-127.76	-111.34	-	-33.21	16.79	-	-	-
资产处置收益	-	0.30	0.30	-	0.30	-	-	-	-	-
营业外收入	312.07	0.01	-312.06	-	-312.06	-	-	-	-	-
营业外支出	129.72	12.97	-116.76	-116.76	-	-	-	-	-	-

（1）营业收入申报报表与原始报表差异-698.21 万元，其中跨期调整-678.64 万元系 DDP 贸易方式下，公司原始报表与申报报表确认收入口径差异所致；净额法调整-75.16 万元系电视架贸易采用净额法处理所致；9.68 万元系调整预计负债所致；20.28 万元系调整账面退货折扣串入账所致；1.49 万元系佣金基数币种计算错误所致；24.14 万元系销售费用市场交易费用入账错误所致。

（2）营业成本申报报表与原始报表差异-2,142.41 万元，其中-2,425.13 万元系与销售费用重分类调整所致；372.66 万元系跟调收入跨期所致；-75.16 万元系净额法下与营业收入进行调整所致；-14.78 万元主要系调整折扣成本所致。

（3）税金及附加申报报表与原始报表差异-50.26 万元，其中-0.13 万元系印花税与管理费用重分类调整所致；-50.13 万元系调整工资税金、消费税及关税差异所致。

（4）销售费用申报报表与原始报表差异 2,225.08 万元，其中 2,425.13 万元系与营业成本重分类调整所致；30.89 万元系与管理费用重分类所致；0.13 万元系与税金及附加重分类所致；-90.95 万元系跨期所致； -164.26 万元系调整商权费及佣金计提差异所致；24.14 万元系销售费用市场交易费用入账错误所致。

（5）管理费用申报报表与原始报表差异-2,071.26 万元，其中-2,063.76 万元系会计政策变更与研发费用重分类调整所致；-31.02 万元系销售费用重分类所致；0.13 系与税金及附加重分类调整所致；0.36 万元系调整租赁费等跨期所致；-25.57 万元系调整当期股份支付费用所致；48.60 万元系冲销原审计调整所致。

（6）研发费用申报报表与原始报表差异 2,063.76 万元系会计政策变更，与管理费用重分类调整所致。

（7）财务费用申报报表与原始报表差异-44.79 万元主要调整汇兑损益所致。

（8）其他收益申报报表与原始报表差异 311.77 万元系会计政策变更，将与政府补助相关的经常性收益与营业外收入重分类调整所致。

（9）投资收益申报报表与原始报表差异-3.79 万元系汇率变动调整差异所致。

（10）信用减值损失申报报表与原始报表差异 95.68 万元系计提当期资产减值损失所致。

（11）资产减值损失申报报表与原始报表差异-127.76 万元，其中-111.34 万元系与营业外支出重分类调整所致；-33.21 万元系滚调以前年度调整所致；16.79 万元系调整计提资产减值损失所致。

（12）资产处置收益申报报表与原始报表差异 0.30 万元系会计政策变更，与营业外收入重分类调整所致。

（13）营业外收入申报报表与原始报表差异-312.06 万元，其中-311.77 万元系会计政策变更与其他收益重分类调整所致；-0.30 万元会计政策变更系与资产处置收益重分类调整所致。

（14）营业外支出申报报表与原始报表差异-116.76 万元，其中-111.34 万元系与资产减值损失重分类调整所致；-5.42 万元系与信用减值损失重分类调整所致。

2018 年度，公司申报报表与原始报表差异明细及金额情况：

单位：万元

项目	原始报表	申报报表	差异	调整事项一	调整事项二	调整事项三	调整事项四	调整事项五	调整事项六	调整事项七
				重分类	会计政策变更	跨期	计提资产减值损失	计提股份支付	净额法调整	其他差异调整
营业收入	64,026.00	62,988.23	-1,037.77	-		-1,148.66	-	-	-236.53	347.42
营业成本	48,157.31	47,189.83	-967.48	-236.62		-518.67	-	-	-236.53	24.35
税金及附加	345.62	307.59	-38.03	-		-	-	-	-	-38.03

销售费用	5,866.72	6,534.68	667.96	314.41		-5.62	-	-	-	359.18
管理费用	4,888.95	1,933.43	-2,955.52	-	-2,951.57	-90.77	-	47.92	-	38.90
研发费用	-	2,747.79	2,747.79	-77.79	2,951.57	-126.00	-	-	-	-
财务费用	-615.45	-204.37	411.08	428.27		-	-	-	-	-17.19
其他收益	-	255.79	255.79	-	255.79	-	-	-	-	-
投资收益	0.88	428.27	427.39	428.27		-	-	-	-	-0.88
资产减值损失	7.68	-135.94	-143.62	8.24		-0.58	-151.28	-	-	-
营业外收入	262.34	6.55	-255.79	-	-255.79	-	-	-	-	-
营业外支出	7.76	9.85	2.09	8.24		-	-	-	-	-6.15

（1）营业收入申报报表与原始报表差异-1,037.77 万元，其中跨期调整-1,148.66 万元系 DDP 贸易方式下，公司原始报表与申报报表确认收入口径差异所致；净额法调整-236.53 万元系电视架贸易采用净额法处理所致；其他差异调整 39.89 万元主要系调整退货折扣所致；259.54 万元系销售费用市场交易费用入账错误所致;47.99 万元系调整预计负债所致。

（2）营业成本申报报表与原始报表差异-967.48 万元，其中-314.41 万元系与销售费用重分类调整所致；77.79 万元系与研发费用重分类调整所致；-518.67 万元系跟调收入跨期所致；-236.53 万元系净额法下与营业收入进行调整所致；24.35 万元系调整退货折扣差异所致。

（3）税金及附加申报报表与原始报表差异-38.03 万元系调整工资税金、消费税等所致。

（4）销售费用申报报表与原始报表差异 667.96 万元，其中 314.41 万元系与营业成本重分类调整所致；-5.62 万元系调整年终奖跨期所致；99.63 万元系调整商权费及佣金计提等差异所致；259.54 万元系销售费用市场交易费用入账错误所致。

（5）管理费用申报报表与原始报表差异-2,955.52 万元，其中-2,951.57 万元系会计政策变更，与研发费用重分类调整所致；-90.77 万元系跨期调整所致；47.92 万元系调整当期股份支付费用所致；38.90 万元系调整工资税金所致。

（6）研发费用申报报表与原始报表差异 2,747.79 万元，其中-77.79 万元系与营业成本重分类调整所致；2,951.57 万元系会计政策变更，与管理费用重分类调整所致；-126.00 万元系跨期调整所致。

（7）财务费用申报报表与原始报表差异 411.08 万元，其中 428.27 万元系与投资收益重分类调整所致；-17.19 万元主要系调整汇兑损益所致。

（8）其他收益申报报表与原始报表差异 255.79 万元系会计政策变更，将与政府补助相关的经常性收益与营业外收入重分类调整所致。

（9）投资收益申报报表与原始报表差异 427.39 万元，其中 428.27 万元系与原计入财务费用中结构性存款利息收入重分类调整所致；-0.88 万元系调整企业做账错误所致。

（10）资产减值损失申报报表与原始报表差异-143.62 万元，其中 8.24 万元系与营业外支出重分类调整所致；-0.58 万元系跨期调整所致；-151.28 调整计提资产减值损失所致。

（11）营业外收入申报报表与原始报表差异-255.79 万元系会计政策变更，与其他收益重分类调整所致。

（12）营业外支出申报报表与原始报表差异 2.09 万元，其中 8.24 万元系与资产减值损失重分类调整所致；-6.15 万元系调整企业做账错误所致。

公司原始报表与申报报表产生差异的原因主要为重分类、跨期、外币报表折算差异、计提资产减值损失、计提股份支付以及净额法调整等，相关调整符合《企业会计准则》的规定。

2、财务报表项目比较数据变动幅度达 30%以上的情况及原因

2020 年 12 月 31 日及 2020 年度较上期变动幅度达 30%以上的财务报表项目如下表：

单位：万元

项目	2020 年末	2019 年末	变动幅度	变动原因
资产负债表				
货币资金	22,779.50	15,543.66	46.55%	公司业务持续发展，经营活动产生的现金流量净额持续增加
应收账款	15,182.08	8,069.41	88.14%	主要系公司 2020 年度收入增长较快所致
预付款项	898.29	316.98	183.39%	主要系预付风扇采购款、出口信用保险费、上市服务费较上年增加
其他应收款	647.73	192.85	235.88%	主要系公司 2020 年末有 447.75 万元的出口退税尚未收到所致
存货	13,187.27	7,602.27	73.46%	主要系公司 2020 年度收入增长较快，公司为满足销售需要扩大生产规模所致
其他流动资产	12,771.85	8,745.14	46.05%	主要系公司购买结构性存款较上年增多所致
长期待摊费用	0.44	10.43	-95.81%	主要系待摊费用按年限摊销所致
递延所得税资产	978.31	720.51	35.78%	主要系因预计负债及可抵扣暂时性差异增大导致递延所得税资产增加
其他非流动资产	146.56	43.56	236.47%	主要系预付固定资产款项变动所致
应付票据	14,193.63	8,969.12	58.25%	主要系公司业务规模增加，采购规模较上期增加，导致应付票据规模增大
应付账款	26,316.12	13,464.58	95.45%	主要系公司业务规模增加，采购规模较上期增加所致
预收款项	-	173.57	-100.00%	主要系 2020 年 1 月 1 日起，公司执行新收入准则，将尚未转让商品或者提供服务给客户但已收到的款项计入合同负债
合同负债	561.78	-	不适用	主要系 2020 年 1 月 1 日起，公司执行新收入准则，将尚未转让商品或者提供服务给客户但已收到的款项计入合同负债
应付职工薪酬	1,530.70	725.69	110.93%	主要系公司业绩提升，当月应付职工薪酬及根据业绩计提的年终奖有所提升所致
应交税费	558.45	208.84	167.41%	主要系境外公司所得税每年统一缴纳，截至 2020 年 12 月末境外所得税尚未缴纳所致
其他应付款	229.51	141.32	62.40%	主要系收到的供应商押金较上年增加所致
一年内到期的非流动负债	2,686.50	-	不适用	主要系公司一笔长期借款于 2021 年 2 月还款，转入一年内到期的非流动负债所致
预计负债	2,875.35	1,607.16	78.91%	主要系公司业务规模扩大，计提预计负债增加所致
项目	2020 年度	2019 年度	变动幅度	变动原因
利润表				
营业收入	99,282.44	60,977.44	62.82%	主要系公司 2020 年度销售规模较上年增加所致
营业成本	60,462.75	39,228.75	54.13%	主要系公司 2020 年度销售规模较上年增加所致
税金及附加	517.18	372.42	38.87%	主要系公司 2020 年度销售规模较上年增加所致
销售费用	16,155.85	10,144.34	59.26%	主要系受中美贸易摩擦影响，公司在 DDP 模式下和

				欧圣美国进口所发生的清关税费增加及欧圣美国对亚马逊的销售规模有所增长，公司向亚马逊支付的广告费、促销费等平台交易费相应增长所致。
财务费用	2,379.28	72.65	3174.84%	主要系随着汇率变动导致汇兑损益变动较大所致
其他收益	1,403.46	312.30	349.39%	主要系收到美国海关退税及新冠疫情补助所致
投资收益	377.97	-252.67	-249.59%	主要系 2019 年因外汇远期产生 661.98 万元损失，2020 年未产生该项损失所致
信用减值损失	-417.92	95.04	-539.75%	主要系应收账款余额变动导致应收账款坏账损失增加所致
资产减值损失	-75.91	-164.89	-53.96%	主要系存货变动导致存货跌价损失变动及将口罩机全额计提减值准备所致
资产处置收益	0.00	0.30	-100.00%	主要系 2020 年未产生资产处置收益所致
营业外收入	53.72	0.01	476，562.27%	主要系日本不再征收消费税所致
营业外支出	78.41	12.97	504.72%	主要系报废资产损失增加所致

2019 年 12 月 31 日及 2019 年度较上期变动幅度达 30%以上的财务报表项目如下表：

单位：万元

项目	2019 年末	2018 年末	变动幅度	变动原因
资产负债表				
货币资金	15,543.66	8,064.72	92.74%	公司业务持续发展，经营活动产生的现金流量净额持续为正
预付款项	316.98	234.84	34.98%	主要系公司 2019 年预付出口信用保险费及风扇采购费较上年增加所致
其他应收款	192.85	712.16	-72.92%	主要系 2019 年 1 月收到上年的 463.89 万元出口退税，本年度的出口退税均在本年收到所致
长期待摊费用	10.43	22.63	-53.92%	主要系待摊费用按年限逐年摊销所致
其他非流动资产	43.56	151.91	-71.33%	主要系预付固定资产款项变动所致
应交税费	208.84	112.64	85.40%	主要系公司业绩较好，期末应交所得税增加以及随着日本销售规模增大，应交日本消费税增加所致
长期应付款	51.19	89.40	-42.74%	主要系采购运输设备产生的应付融资租赁款逐年减少所致
项目	2019 年度	2018 年度	变动幅度	变动原因
利润表				
销售费用	10,130.51	6,456.26	56.91%	主要系受中美贸易摩擦影响，公司在 DDP 模式下和欧圣美国进口所发生的清关税费增长及欧圣美国对亚马逊的销售规模有所增长，公司向亚马逊支付的广告费、促销费等平台交易费相应增长所致
财务费用	72.65	-204.37	-135.55%	主要系随着汇率变动导致汇兑损益变动较大所致
投资收益	-252.67	428.27	-159.00%	主要系 2019 年因外汇远期产生 661.98 万元损失所致
信用减值损失	95.04	-	不适用	主要系新准则下，将坏账损失在信用减值损失科目中列示所致
资产处置收益	0.30	-	不适用	主要系 2019 年处置资产产生资产处置收益所致
营业外收入	0.01	6.55	-99.83%	主要系长期无需支付的应付款项转入营业外收入减少所致
营业外支出	12.97	9.85	31.65%	主要系支付太平财产保险超出免赔额部分所致

3、有关收入确认的调整情况

原始报表与申报报表中对收入的调整主要情况如下：

收入调整项目	收入确认流程或原则是否发生变化	整改情况
DDP 模式收入跨期	是	对于 DDP 贸易方式，公司原始报表下的收入确认原则为按照出口报关日确认。申报报表下的收入确认原则为送达客户指定地方确认收入。 发行人已按照收入确认准则进行整改。

4、调整事项对损益的影响、涉及纳税义务的处理与履行情况

上述营业收入调整事项主要系跨期所致，通常情况下其对应的增值税发票已开具，因此，相关调整未影响增值税。

2018 年：欧圣电气审计后净利润较原始财务报表金额减少 185.92 万元；上海姿东审计后净利润较原始财务报表金额增加 9.65 万元（调整后净利润仍为负）；伊利诺审计后净利润较原始财务报表金额减少 2.55 万元；欧圣美国调减 5.12 万美元；欧圣国际调减 20.31 万美元；欧圣日本调增 14.70 万日元（调整后净利润仍为负）。

2019 年：欧圣电气审计后净利润较原始财务报表金额增加 52.92 万元；欧圣美国调减 16.43 万美元；欧圣国际调减 52.61 万美元；欧圣日本调增 384.07 万日元（调整后净利润仍为负）；上海姿东、伊利诺、深圳洁德、吉德投资审计后净利润较原始财务报表金额无差异。

境内公司层面，2019 年欧圣电气已做更正申报并补缴税款，除 2019 年欧圣电气外，其他境内公司上述调整结果为调减当期净利润或调整后净利润仍为负数，不涉及补缴企业所得税情况。境外公司层面，相关境外子公司已经按照审定后数据计提了所得税费用并按当地政策进行了所得税缴纳。

5、公司财务报告相关的内控制度设计和执行有效，相关财务人员及负责人具备胜任能力

经核查，发行人上述会计调整事项，主要系公司更正跨期事项及列报重分类，上述调整遵循了审慎性原则，由于调整了跨期收入导致涉及科目较多，导致列报重分类金额较大；发行人不存在故意遗漏或虚构交易、事项或者其他重要信息，滥用会计政策或者会计估计，操纵、伪造或篡改编制财务报表所依据的会计记录等情形。

通过整改，公司已建立规范的财务会计核算体系，财务部门各岗位人员齐备，具备相应的专业知识及工作经验，能够胜任该岗位工作，各关键岗位严格执行不相容职务分离的原则。公司通过记账、核对、岗位职责落实、职责分离等会计控制方法，确保企业会计基础工作规范，财务报告编制有良好基础。公司已根据《企业内部控制基本规范》及其配套指引的规定和其他内部控制监管要求制定了《财务管理制度》、《内部控制制度》、《内部审计制度》、《应收账款管理制度》等财务相关内部控制制度，内部控制制度较为完整、合理及有效，能够适应公司管理的要求和发展需求。

根据发行人会计师出具的《内部控制鉴证报告》（立信中联专审字[2021]D-0070 号），欧圣电气按照财政部等五部委颁发的《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2020 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。公司与财务报告相关的内控制度设计和执行有效。

公司财务部门岗位设置情况如下：

岗位	职责	具备胜任能力
财务总监	全面负责财务中心工作，组织公司财务管理和会计核算，提供规范、完整、准确的财务信息	硕士学位；具有多年制造业会计核算经验；中级会计师，曾任沪电股份（002463）财务处长，具有 30 余年财务工作经历，具备相应的专业胜任能力。
财务经理	执行财务制度，编制资金计划，组织会计核算，编制会计报表，协助各部门处理日常工作	本科学历；非执业注册会计师；具备会计从业资格证、高级统计师职称。
会计	参与会计核算、账务处理、成本分析及税务申报	具有大专及以上学历；具备制造业会计核算经验；拥有会计从业资格证、初级会计师或中级会计师职称。
出纳	货币资金收付核算、票据管理	具有大专学历，拥有会计从业资格证，具备相应的货币资金收付胜任能力。

报告期内，公司财务部门人员均有大专及以上学历，具备相应岗位的胜任能力，符合《中华人民共和国会计法》中有关会计人员任职要求，具备相应的专业胜任能力。

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

（一）申报会计师的审阅意见

公司财务报告的审计基准日为 2020 年 12 月 31 日，申报会计师对公司 2021 年 6 月 30 日的合并及母公司资产负债表、2021 年 1-6 月的合并及母公司利润表、

2021 年 1-6 月的合并及母公司现金流量表以及财务报表附注进行了审阅，并出具了立信中联专审字[2021]D-0505 号审阅报告，审阅意见如下：“根据我们的审阅，我们没有注意到任何事项使我们相信上述财务报表没有按照企业会计准则的规定编制，未能在所有重大方面公允反映欧圣电气 2021 年 6 月 30 日合并及母公司的财务状况，2021 年 1-6 月合并及母公司的经营成果和现金流量。”

（二）发行人的专项声明

发行人及其董事、监事、高级管理人员已出具专项声明，保证审计截止日后财务报表不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担相应的法律责任。

发行人负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人已出具专项声明，保证审计截止日后财务报表不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担相应的法律责任。

（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 6 月末财务数据未经审计或审阅，2021 年 6 月末财务数据业经审阅。

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，且对客户的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。

4、非经常性损益明细表主要数据

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月
非流动资产处置损益	-
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	340.83
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益	209.14
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-25.39
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-
小计	524.58
所得税影响额	-79.07
合计	445.51

公司财务报告审计截止日至本招股说明书签署日，经营情况正常，公司生产经营的内外部环境未发生或未将要发生重大不利变化，公司不存在其他可能影响投资者判断的重大事项。

十五、盈利预测报告

公司未编制盈利预测报告。

第九节 募集资金运用与未来发展规划

一、募集资金运用概况

（一）募集资金拟投资项目

根据 2020 年 7 月 14 日召开的 2020 年第三次临时股东大会，公司拟申请向社会公开发行不超过 4,565.20 万股普通股股票，占发行后总股本的比例不低于 25%。本次募集资金拟投资项目的募集资金金额、项目类型与公司经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，符合国家政策及其他法律、法规和规章的规定。本次发行 A 股募集资金计划全部用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	募集资金投入金额	募投项目备案情况	环评批复文件
1	年产空压机 145 万台生产技术改造项目	19,583.04	19,583.04	2020-320509-38-03-612581	苏行审环诺[2020]50012 号
2	研发中心改建生产技术改造项目	6,518.28	6,518.28	2020-320509-38-03-514874	苏行审环诺[2020]50013 号
合计		26,101.32	26,101.32	-	-

本次募集资金到位前，公司根据各项目的实际进度，可利用银行贷款与自有资金进行先期投入。

（二）募集资金专户存储安排

公司制定了《募集资金管理制度》，明确建立募集资金专项存储制度，将募集资金存放于董事会决定的专项账户进行集中管理。公司董事会负责建立健全公司募集资金管理制度，并确保该制度的有效实施。专项账户不得存放非募集资金或用作其他用途。公司应当在募集资金到账后一个月内与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订募集资金专户存储三方监管协议，并严格执行中国证监会及深圳证券交易所有关募集资金使用的规定。

（三）募投项目投资进度

截至本招股说明书签署日，公司上述募投项目暂未实施投入。未来，公司将视募集资金到位的情况，合理安排募投项目的建设进度，在最大程度上满足公司经营发展的需要。

（四）募集资金投资项目与公司主营业务和核心技术的关系

本次募集资金运用围绕主营业务和核心技术进行：

年产空压机 145 万台生产技术改造项目，通过改建厂房、购置先进生产设备，打造先进的生产制造平台，进一步提升公司在小型空压机产品方面的生产制造规模和能力。上述拟投资项目建设完成后，将提高公司生产制造能力，有利于公司巩固主营业务、提升盈利能力，保持行业领先的市场地位。

研发中心改建生产技术改造项目，通过改建实验室、购置先进研发测试设备、引进一批高水平研发人才，打造先进的技术创新平台，形成集干湿两用吸尘器研发检测、空压机研发检测、电机研发检测研究为一体的现代化技术研发检测中心。上述拟投资项目建设完成后，使公司技术研发水平不断提高，为公司持续快速发展提供有力的支持。

（五）募集资金投资项目对发行人业务创新创造创意性的支持作用

未来空压机产品技术进步趋势将会向更节能、环保低碳的需求方向发展。本次募集资金项目“年产空压机 145 万台生产技术改造项目”建成后，公司在提升小型空压机产品整体产能的同时，将着重以节能低噪的创新产品为发展主线，持续不断的提升产品技术水平，通过技术升级制造效率更高、噪音更低的优质产品，完善公司产品结构，促进公司更快速的推出适应行业发展要求的高效能、低噪音空压机产品，提升公司产品的附加价值。

通过研发中心改建生产技术改造项目的实施，公司将改建实验室、购置先进研发测试设备、引进一批高水平研发人才，打造先进的技术创新平台，为现有设计中心、实验中心、检测中心配备极具竞争力的先进试验设备、工具软件和人才支持，可以直接提高公司研发能力和实验检测水平，为企业未来的技术创新提供技术支撑。

（六）募集资金投资项目对同业竞争和发行人独立性的影响

公司本次募集资金投资项目实施后不新增同业竞争，也不存在对发行人独立性产生不利影响的情形。

（七）募投项目不存在投建干湿两用吸尘器项目的原因和合理性

公司的主要产品为小型空压机和干湿两用吸尘器，本次公开发行股票募投项

目主要为投建小型空压机进行技术改造并扩产项目，公司未将投建干湿两用吸尘器项目作为募投项目主要系基于公司产品竞争战略和现有产能与市场需求匹配度综合考虑决定。

小型空压机品类方面，公司近期产品竞争战略为利用小型空压机静音机产品优势扩大产能获取更大的市场份额。公司近年来加大了高附加值的静音机品类研发与生产，并在客户推广和用户使用中获得了极高的评价，Lowe’s、The Home Depot 等客户逐渐加大对公司静音机品类的采购。与此同时，公司现有小型空压机生产能力和自动化水平已经不能满足持续增长的小型空压机产品市场需求。报告期内，公司小型空压机产能已经达到极限，2020 年，公司小型空压机产能利用率达到 138.53%，小型空压机产能不足已成为限制公司持续快速发展的瓶颈，因此实施小型空压机扩充及技改项目，扩大公司静音机产品产能。

干湿两用吸尘器品类方面，公司最近两年产品竞争战略为将公司干湿两用吸尘器产品进行结构性调整并向高端领域倾斜，调整现有产品线的产品附加值。2018 年以来，由于公司部分干湿两用吸尘器产品被加征关税，使得小体积产品利润空间缩小，为应对干湿两用吸尘器产品被加征关税，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 Staney 品牌低加仑往 Dewalt 品牌高加仑调整，同时加大对干湿两用吸尘器电池包类产品研发，公司干湿两用吸尘器产品的附加值有所提高。目前公司干湿两用吸尘器产品整体产能接近饱和状态，如果未来高端类干湿两用吸尘器产品需求进一步放量，公司未来将适时扩大产能。基于谨慎性原则，本次募投项目未投建干湿两用吸尘器项目。

二、募投资金项目介绍

（一）年产空压机 145 万台生产技术改造项目

1、项目概述

本次募集资金投资项目为“年产空压机 145 万台生产技术改造项目”，计划利用募集资金投入 19,583.04 万元。本项目位于江苏省汾湖高新技术开发区临沪大道北侧、来秀路东侧公司现有厂房内，主要内容为引进先进的生产线和设备，并对原有生产线进行技术改造，生产高质量的小型空压机产品。本项目建成达产后将实现新增年产小型空压机 70 万台的生产能力。

2、项目实施的必要性

（1）突破产能瓶颈，满足持续增长的小型空压机产品市场需求

公司依托销售渠道、产品研发设计、规模化生产、业内领先的快速反应能力、完善的质量控制体系等核心竞争优势，树立了在小型空压机行业领先地位，赢得了一批稳定的优质客户群体，业务规模和产品销量保持了呈增长趋势，形成了较强的市场竞争力。

小型空压机主要用于为家庭、车库、汽车修理店、公共建筑等家用和商用场所用气动工具提供空气动力。随着近年来下游建筑装修装饰行业、汽车维修养护行业的发展，小型空压机海外市场总需求将扩大。2014 年至 2019 年，我国空压机出口额从 7.82 亿美元增长至 12.53 亿美元，年复合增长率达到 9.88%，市场总容量呈现不断上升态势。而与此同时，公司小型空压机生产能力不足已成为限制公司持续快速发展的瓶颈，受于设备、场地、人员的限制，公司主要产品的产能利用已基本饱和，不能满足小型空压机产品市场需求快速发展的需要。

本次募集资金项目“年产空压机 145 万台生产技术改造项目”是产能扩大项目，募投项目的实施将大幅提升公司小型空压机产品产能，有利于满足持续增长的小型空压机产品市场需求，进一步巩固公司在该细分行业的领先地位，增强公司的盈利能力。

（2）通过项目建设强化自动化生产优势，提升生产效率和产品品质

目前，公司小型空压机生产线的部分工艺流程自动化程度较低，虽然公司与下游诸多知名零售商建立了长期稳定的合作关系，但下游零售商经常因促销需要，存在大批量的采购需求，公司现有生产效率还难以满足多客户集中采购需求；同时，由于北美等发达国家和地区十分注重消费者权益保障，公司现有生产线在长周期、大负荷、高强度运转的情况下，未来还不足以适应下游客户对产品升级换代的需要。

本募投项目将对现有小型空压机整机生产线、电机生产线进行改扩建，引进国内外先进的整机及组件的自动化生产线、电机设备及相应的品质检测设备，提升空压机的整机组装效率、电机的制造效率与精度，从而提高产品生产效率，以满足下游客户对于产品交期、性能稳定性的需要。此外，公司也针对产品注塑、喷塑、CNC 加工和制罐等工序增加自动化设备投入，来优化公司生产工艺。

本项目建设完成后，公司各生产车间装备水平自动化、机械化程度和生产效率将大幅提高，在节约能源和原材料，降低消耗，降低生产成本同时，全面提升公司的生产技术水平，提高性能和质量、满足国内外市场需要。

（3）顺应节能减碳的行业发展趋势，加速产品升级

随着我国制造工业的蓬勃发展，在带来经济水平高速增长的同时，也带来诸多的经济、社会和环境问题，其中能源短缺和环境污染正成为制约我国乃至全球制造产业可持续增长的重要因素。未来空压机产品技术进步趋势将会向更节能、环保低碳的需求方向发展。公司自成立以来，一直关注并积极投身于新一代空压机产品的研发，致力于制造效能更高、噪音更小的空压机产品，这不仅是产品升级换代的要求，也是响应当前社会低碳环保工作生活的必然趋势。

本次募集资金项目“年产空压机 145 万台生产技术改造项目”建成后，公司在提升小型空压机产品整体产能的同时，将着重利用积累多年的技术经验和市场优势，以节能低噪的产品为发展主线，持续不断的提升产品技术水平，通过技术升级制造效率更高、噪音更低的优质产品，完善公司产品结构，满足市场需求，巩固行业竞争地位，增强盈利水平。通过本项目的实施，有助于公司加快产品升级，促进公司更快速的推出适应行业发展要求的高效能、低噪音空压机产品，提升公司产品的附加价值。

3、项目实施的可行性

（1）气动工具用小型空压机产品市场前景广阔

本次募投项目产品为气动工具用小型空压机，销售地区主要是北美、欧洲、日本等发达国家或地区。这些国家或地区对于气动工具接受程度较高，目前已成为全球气动工具以及小型空压机设备最主要的消费市场，产品无论是在普通家庭领域，还是在制造加工业、建筑业、房屋维修业和汽车修理业等都得到了广泛地应用，从而带动了气动工具用小型空压机产品的需求不断增长。2015 年全球动力工具市场规模为 275.8 亿美元，德国莱茵 TUV 集团预计到 2025 年全球动力工具市场规模可达 464.7 亿美元，年复合增长率达到 5.4%。2014 年我国空气机出口额为 7.82 亿美元，至 2019 年已达 12.53 亿美元，空压机出口额复合增长率达到 9.88%，市场总容量呈现不断上升态势。

公司作为国内小型空压机的领先企业，研发设计能力突出，制造工艺完善，行业经验丰富，已经积累了大量优质客户资源，持续旺盛的市场需求能够保障公司本次募投项目的新增产能得到充分消化。

（2）公司具备持续的自主研发设计能力

在技术上，公司通过多年的研发积累，已经形成了小型空压机生产所需的核心技术，“便携手推式小型空压机”、“低噪音电控空气压缩机”等多项江苏省科技厅认定的高新技术产品。与此同时，公司拥有较强的新产品研发设计能力，可以根据不同客户需求迅速做出反应并进行产品研发，满足不同国家、地区客户多样化的个性需求。截至 2020 年 12 月 31 日，公司拥有 53 项发明专利，94 项实用新型专利，63 项外观设计专利，具备将终端客户需求转化为新产品的研发能力。公司现有人员和技术储备能为募投项目的顺利实施提供有力保障。

（3）公司产品通过了完备的国际认证

公司重视产品质量控制，已建立起健全、科学的现代化管理制度，建立了有效的产品管理体系，有效提升了生产效率，提高了产品质量和管理水平。公司以 ISO9001 质量管理体系为基础，构建了一套完整、高效的质量控制与管理体系。公司产品通过了全球 CB 认证，美国 ETL 认证，加拿大 CSA 认证，欧盟 CE 认证、EMC 认证、RoHS 认证、GS 认证、LVD 认证、MD 认证、SPVD 认证，澳大利亚 SAA 认证，日本 PSE 认证，中国 CCC 认证等在内的多项国际和国内标准认证。并且公司拥有行业内领先的实验设备和产品检测能力，实验室已成为获得 INTERTEK 认可的卫星实验室。公司产品得到欧美知名品牌运营商及大型连锁零售商的广泛认可，上述完备的国际认证为公司开拓海外市场，提高行业竞争力奠定了基础。

（4）公司拥有优质的客户群体

公司具备多年生产经营气动工具用小型空压机的经验，凭借在生产技术、经营模式、产品品质等方面的竞争优势，已经建立了覆盖欧美等发达地区的销售渠道，积累了丰富的市场经验和客户资源，合作的品牌均为行业内国际知名品牌，如 Stanley、Stanley Fatmax、Porter Cable、Dewalt、Craftsman、Briggs&Stratton 等，合作客户为全球知名终端零售企业，如 The Home Depot、Lowe’s、Walmart、Canadian Tire Corporation、Costco、Menards 等。

公司客户群体为全球知名零售企业，知名零售企业对其供应商在产品质量、技术指标和综合服务能力的要求较高，所以客户一旦建立对产品制造企业品质、技术和服务的信任，通常就会保持较高的合作粘合度，在业务合作中建立多层次的紧密联系。这些优质客户已与公司建立了良好的合作关系，公司的研发技术、生产工艺、性能检测、质量控制、销售和售后服务得到客户的普遍认可和信任，小型空压机产品订单一直处于接近饱和状态。公司优质的客户群体是本次扩产项目产能消化的重要保障。

4、项目投资概算

本项目总投资 19,583.04 万元，其中固定资产投资 15,759.44 万元，铺底流动资金 3,823.60 万元，项目建设期为 12 个月。项目投资具体情况构成如下：

序号	项目	投资额（万元）	占比
1	固定资产投资	15,759.44	80.47%
1.1	设备投资	12,073.90	61.65%
1.1.1	电机车间	4,184.40	21.37%
1.1.2	整机车间	1,132.00	5.78%
1.1.3	CNC 加工车间	1,037.00	5.30%
1.1.4	注塑车间	943.52	4.82%
1.1.5	喷塑车间	765.00	3.91%
1.1.6	气罐车间	2,804.46	14.32%
1.1.7	仓库	632.57	3.23%
1.1.8	安装工程	574.95	2.94%
1.2	装修及配套工程投资	3,685.54	18.82%
2	铺底流动资金	3,823.60	19.53%
合计		19,583.04	100.00%

5、项目建设方案

（1）项目选址及新增房产或土地

本项目选址于江苏省汾湖高新技术开发区临沪大道北侧、来秀路东侧，地域自然生态环境良好，交通便捷，周边市政建设配套成熟，供水、供电、供热、排水、排污、通讯等设施齐全。

本项目用地为公司现有土地，公司拟将目前空压机厂房及仓库 32,633.65 平方米及增加的空置厂房仓库面积 24,067.00 平方米进行装修改造，作为本项目实施场地。

（2）主要设备选型

本项目同时①改造现有电机车间，新增自动转子线、定子自动线、装配线等设备；②改造现有整机车间，新增自动测试机、自动打包机、码垛机器人等设备；③改建喷塑车间，增加全自动抛丸机、机器人自动喷塑线、全自动粉尘回收线等设备；④新建 CNC 加工车间，新增 CNC 加工机；⑤新建注塑车间，新增全自动丝印流水线、全自动真空吸料机、全自动注塑机（120T、200T、360T、480T）等设备；⑥新建气罐车间，新增冲床、压力机、储气罐自动化焊接设备等。

本项目新增主要的生产设备清单如下：

一、电机车间			
序号	设备名称	数量（台/套/条）	总价（万元）
1	转子自动线	1	1,132.00
2	串激电机定子自动线	1	368.00
3	感应电机定子自动线	4	1,806.90
4	串激电机装配自动线	3	523.50
5	AGV 自动搬运机器人	8	64.00
6	产线产能数据采集互联网系统	1	200.00
7	工装、工具	3	90.00
二、整机车间			
序号	设备名称	数量（台/套/条）	总价（万元）
1	60 米倍速流水线	4	216.00
2	自动测试机	8	200.00
3	自动打包机、封箱机	4	30.00
4	码垛机器人	4	128.00
5	点胶机	16	96.00
6	自动螺丝机	8	160.00
7	AGV 自动搬运机器人	4	32.00
8	变频电源	8	24.00
9	防漏称重机	4	16.00
10	产线产能数据采集互联网	1	200.00
11	工装、工具（批）	1	30.00
三、CNC 加工车间			
序号	设备名称	数量（台/套/条）	总价（万元）
1	CNC 加工机	3	345.00
2	加工中心设备	10	376.00
3	数控磨床	5	100.00
4	数控车床	5	156.00

5	多头攻牙机	10	30.00
6	钻孔机	10	30.00
四、注塑车间			
序号	设备名称	数量（台/套/条）	总价（万元）
1	全自动粉碎机	2	6.12
2	全自动丝印流水线	2	30.00
3	全自动真空吸料机	20	4.60
4	全自动注塑机 120T	5	78.05
5	全自动注塑机 200T	5	108.65
6	全自动注塑机 360T	5	196.80
7	全自动注塑机 480T	5	314.00
8	航车（10T）	1	14.00
9	机械手	20	132.00
10	输送线	20	7.60
11	模温机	20	9.80
12	冰水机	5	15.00
13	叉车（3T）	1	5.90
14	液压车（1T）	4	0.80
15	料筒	20	7.20
16	其他配套设备	1	13.00
五、喷塑车间			
序号	设备名称	数量（台/套/条）	总价（万元）
1	全自动抛丸机(200T)	2	350.00
2	机器人自动喷塑线	1	75.00
3	全自动粉尘回收流水线	1	250.00
4	流水线带烘道	1	90.00
六、气罐车间			
序号	设备名称	数量（台/套/条）	总价（万元）
1	三合一自动送料线	3	80.80
2	SNZF-1600 偏摆落料自动化生产线	1	85.00
3	封头拉伸缩口自动化生产线	2	120.00
4	冲床（16T、25T、40T、63T、80T、100T、160T、250T、315T）	17	267.50
5	缩口机	4	20.00
6	自动攻丝机	2	4.00
7	攻丝机	4	1.20
8	剪板机	2	11.60
9	拉伸机	4	47.96
10	机械手弯管线	1	132.00
11	机械手焊接线	1	200.65

12	手工焊接线	1	60.25
13	全自动焊接线	1	600.00
14	工装模具	1	600.00
15	车间周转框、栈板	1	400.00
16	其他辅助设备	1	173.50
七、仓库			
序号	设备名称	数量（台/套/条）	总价（万元）
1	塑料栈板	1	132.57
2	半自动仓储货架（1 万个工位）	1	500.00
合计			11,498.95

年产空压机 145 万台生产技术改造项目募投项目拟购置设备价值与公司现有生产线设备账面原值对比情况如下：

单位：万元

车间	拟购置设备价值	现有生产设备账面原值	拟购置设备与现有设备差异原因及合理性
电机车间	4,184.40	1,293.20	1、原有电机车间拥有 1 条转子自动线、2 条转子半自动线、1 条感应电机定子自动线、2 条感应电机定子半自动线、1 条串激电机装配自动线，整体自动化水平一般，部分半自动产线老化严重；募投项目新增 1 条转子自动线、1 条串激电机定子自动线、4 条感应电机定子自动线、3 条串激电机装配自动线，相较现有定转子线，募投项目拟购置定转子线型号升级，满足扩充产能所需，提高自动化水平提高，优化公司生产工艺； 2、募投项目新增 AGV 自动搬运机器人等自动生产设备，提高电机车间自动化水平，提高电机生产定位精度，减少人工支出； 3、募投项目新增产线产能数据采集互联网系统，实现全工序作业数据可追溯，可量化； 4、公司原产线设备购买时间较早，部分设备价格上涨。
整机车间	1,132.00	634.20	1、空压机整机车间拥有 6 条 30 米倍速流水线，募投项目新增 4 条 60 米倍速流水线，相较现有整机线，募投项目拟购置产线长度增加，满足产能扩张需求； 2、新增自动打包机、自动封箱机、码垛机器人等设备、自动螺丝机、AGV 自动搬运机器人，提高整机产线自动化水平，标准作业，提高产品稳定度； 3、新增产线产能数据采集互联网、自动测试机，改善在线模拟测试，使产品性能更加稳定，提升产品合格率； 4、公司原产线设备购买时间较早，部分设备价格上涨。
CNC 加工车间	1,037.00	0	1、新建 CNC 加工车间，使公司拥有 CNC 加工能力，新增 CNC 加工机等 CNC 加工车间设备。
注塑车间	943.52	0	1、新建注塑车间，使公司拥有注塑加工能力，新增全自动丝印流水线、全自动真空吸料机、全自动注塑机等注塑车间。
喷塑车间	765.00	153.77	1、喷塑车间原有流水线带烘道 1 条，募投项目新增流水线带烘道 1 条，满足扩充产能需要；

			2、相比现有设备，新增全自动抛丸机、全自动粉尘回收流水线、机器人自动喷塑线等设备，提升自动化水平； 3、公司原产线设备购买时间较早，部分设备价格上涨。
气罐车间	2,804.46	1,060.02	1、气罐车间原有自动送料线 1 条，偏摆落料自动化生产线 1 条，封头拉伸缩口自动化生产线 1 条，募投项目新增三合一自动送料线 3 条、SNZF-1600 偏摆落料自动化生产线 1 条、封头拉伸缩口自动化生产线 2 条，满足扩充产能需要，降低公司对外采购储气罐的规模； 2、募投项目新增全自动抛丸机、机械手焊接线、机械手弯管先、全自动焊接线等自动化生产设备，将部分工序由传统的人工作业升级为自动机器人工作，提升安全等级，提高气罐精细度； 3、公司原产线设备购买时间较早，部分设备价格上涨。
仓库	632.57	279.78	1、新增自动仓储货架（1 万个工位）、塑料栈板满足产能扩张所需，改善仓储空间。
合计	11,498.95	3,420.97	-

6、项目时间周期及进度安排

本项目计划建设期 12 个月，计划分 5 个阶段实施完成，包括：项目考察、设计阶段；场地装修阶段；设备购买与调试阶段；人员招聘培训阶段；全线试生产阶段；竣工验收、正式投产阶段。

项目具体进度见下表：

序号	项目	项目建设期（12 个月）											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	项目考察、设计阶段												
2	场地装修阶段												
3	设备购买与调试阶段												
4	人员招聘及培训阶段												
5	竣工验收、正式投产阶段												

7、项目涉及审批、核准或备案情况

本项目已在苏州市吴江区行政审批局完成备案，项目代码为 2020-320509-38-03-612581。

8、项目环境保护及审批情况

本项目符合国家有关产业政策，符合国家相关规划，贯彻了“清洁生产、总量控制和达标排放”的原则，总体耗能较低，采取“三废”及噪声的治理措施。项目实施后，各项污染治理措施实施能确保全部污染物达标排放，项目的实施符合环保要求。

2020 年 6 月 30 日，本项目已取得苏州市行政审批局出具的《关于对苏州欧圣电气股份有限公司建设项目环境影响报告表的批复》(苏行审环诺[2020]50012 号)。

9、项目经济效益分析

本项目经济效益测算的计算期为 9 年，其中建设期为 12 个月，生产运营期为 8 年，项目计算期第 2 年开始投产，生产负荷为 50%，第 3 年生产负荷为 80%，第 4 年及以后各年开始满负荷生产。在完全达产年度，本项目建成达产后将新增年销售收入 35,000.00 万元，净利润 4,904.00 万元。

本项目投资内部收益率为 18.60%（税后），税后投资回收期为 6.41 年（含建设期），项目具有良好的经济效益。

10、项目产能消化措施

本次募投项目扩产具备必要性，公司已经制定了产能消化的具体措施。为消化新增产能，首先，公司将通过本次生产技术改造提高产品生产效率,提升产品质量的稳定性，努力巩固目前已有的客户和市场，继续保持与现有客户建立的长期合作关系，公司将立足于现有客户北美市场，并将着力发展欧洲、澳洲、南美、日韩、东南亚等全球市场，加强与全球主流零售商的战略合作；其次，公司将积极把握小型空压机市场发展方向，推动小型空压机产品向高压、低噪音化的高技术含量产品转变，积极拓展与高端小型空压机制造商和品牌商的合作，提升高端小型空压机产品的结构比重；此外，公司将加强营销网络的建设，积极开拓日本、澳大利亚、欧盟等市场，寻求与其他新客户的合作机会；同时，公司还将大力加强自有品牌的建设，持续提升公司的空压机产品在亚马逊等电商平台的销售。

（二）研发中心改建生产技术改造项目

1、项目概述

本项目拟装修改建现有研发实验楼，总建筑面积 2,064.88 平方米，设置空压机实验室、干湿两用吸尘器实验室、电机实验室，并购置先进的研发实验设备、系统软件、办公设备等，在重点研发课题上引进一批高水平研发人才，形成集干湿两用吸尘器研发检测、空压机研发检测、电机研发检测研究为一体的现代化技术研发检测中心。项目完成后，将建成三个高规格实验室及公司的技术人员培训

基地。

2、项目实施的必要性

（1）提升公司产品研发的软硬件实力

公司核心技术是通过自主研发取得，现有研发设备、场地已经取得较多成果，随着公司业务的扩展，对小型空压机、干湿两用吸尘器产品研发设备、检测精度和研发场地都具有较高的要求。通过本项目的实施，公司将为现有设计中心、实验中心、检测中心配备极具竞争力的先进试验设备和工具软件，可以直接提高公司研发能力和实验检测水平，为公司未来的发展提供技术支撑。项目建成后将进一步加强公司研发体系的软硬件实力，提升公司的研发水平。

（2）增强公司的核心竞争力

经过多年的发展，公司的小型空压机、干湿两用吸尘器产品制造能力、质量检验能力和科技创新能力都得到了长足的提高，公司已经具备多种新型空压机、干湿两用吸尘器的自主研发能力。但和国内外领先技术相比，公司产品在加工效率、质量、复合性和智能化等方面还有一定的提升空间。在行业技术处于持续提升和不断演进的条件下，能否紧跟行业技术的最新发展或者引领行业技术的发展成为企业制胜的关键。本项目将有利于公司增强技术创新能力，在技术不断升级的发展趋势中占据先发优势，切实提升公司的核心竞争力，使公司在市场竞争中实现更好更快的发展。

（3）扩大公司的产品线、丰富产品结构的需要

本项目建成后，研发中心的研发项目不仅仅围绕公司现有产品进行，也将对更多的新产品和新技术等进行开发研究。通过实施研发中心改建生产技术改造项目，面对持续变化的市场需求，公司从技术研发、产品升级等方面入手，可以做出快速反应，先于竞争者推出契合市场需求的高性能产品，扩大公司的产品线，培育新的利润增长点，促进公司产品结构优化和实现中高端产品线的布局。

3、项目实施的可行性

（1）公司具备良好的技术积累

公司是江苏省科学技术厅、财政厅、税务局联合认定的江苏省高新技术企业，

公司“便携手推式小型空压机”、“低噪音电控空压机”、“大功率静音干湿两用吸尘器”、“防尘静电吸尘器”等 4 项被江苏省科技厅认定为高新技术产品。截至 2020 年 12 月 31 日，公司拥有专利 210 项，其中发明专利 53 项。此外，公司拥有行业内领先的实验设备和产品检测能力，公司实验室已成为获得 INTERTEK 认可的卫星实验室。基于公司的研发实力，可实现对市场和客户的最新需求做出快速反应并保证其产品不断更新换代，在造型设计、结构设计和综合效率方面始终处于行业领先地位，并为募集资金投资项目的实施提供重要的技术保障。

（2）公司具备完善的技术创新激励机制

公司通过持续的研发机构建设，不断优化资源配置，形成了有效的研发运行及管理机制。通过制定短期及中长期的技术研发目标，在保证对现有开发项目进行研发的基础上，持续不断地增加对科研的投入力度，积极开展自主创新。公司制定了完备的研发设计管理制度及项目激励措施，不断提高技术人员、管理人员的福利待遇，同时，根据项目的市场反馈情况实施重奖措施，极大提高和激发了技术人员的创新积极性，取得了显著效果。在公司相对完善、优厚的项目奖励制度、专利奖励制度的实施下，研发等人员不断进行技术创新及申请知识产权保护，不断产生新的技术成果，确保公司产品具有较高的技术附加值。

（3）公司拥有经验丰富的研发团队

公司拥有一支在小型空压机、干湿两用吸尘器制造及电机相关领域从技术信息搜集、研究设计、开发试制到分析测试的研发中心团队。研发中心团队专业齐全，结构合理，集聚了机械、机电一体化、材料、工艺、测试、计算机、软件等方面各类研发人员。经验丰富的技术团队为公司开发新产品、开拓新业务、提高市场响应速度提供了良好的技术基础，并对其他竞争对手形成较高的技术壁垒，已成为公司凝聚核心竞争力和取得竞争优势的最重要资源之一。未来，公司将继续大力引进高端技术人员，预计研发队伍的规模将不断扩大。公司持续发展的专业化研发团队为本项目的建设提供了人才基础。

4、项目投资概算

本项目总投资为 6,518.28 万元，其中固定资产投资 4,614.08 万元，软件投资 768.20 万元，研发人员工资 1,136.00 万元。项目建设期为 24 个月。项目投

资具体情况构成如下：

序号	项目	投资额（万元）	占比
1	固定资产投资	4,614.08	70.79%
1.1	硬件设备投资	4,201.10	64.45%
1.1.1	实验测试设备	3,758.10	57.65%
1.1.2	安全设备	41.00	0.63%
1.1.3	办公设备	189.00	2.90%
1.1.4	IT 硬件设备	213.00	3.27%
1.2	土建装修及配套工程投资	412.98	6.34%
2	软件投资	768.20	11.79%
3	研发人员工资	1,136.00	17.43%
合计		6,518.28	100.00%

5、项目建设方案

（1）项目选址及新增房产或土地

本项目将对公司位于江苏省汾湖高新技术开发区内的现有研发实验楼进行配套升级改建，未新增房产或土地。项目完成后，将形成三个高规格实验室。

（2）主要设备选型

本项目计划新增各类实验测试设备 127 台（套），具体情况如下：

序号	设备名称	数量（台/套）	总价（万元）
1	烘箱	2	12.00
2	电参数测试仪	10	10.00
3	堵转测试台	1	15.00
4	包装随机振动测试台	1	25.00
5	ASME 管道流量计	1	35.00
6	测功机系统	4	40.00
7	空压机寿命测试系统（100 工位）	2	200.00
8	电脑式包装压缩试验机	2	9.60
9	彩箱边压测试仪	2	7.60
10	液压式夹抱测试机	2	38.00
11	耐破测试仪	2	9.40
12	综合环境测试系统（振动&温度&湿度）	1	90.00
13	万能材料试验机-10T	1	16.50
14	RoSH 测试仪	3	120.00
15	熔融指数测试仪	1	45.00
16	高分子材料冲击测试仪	1	22.00

序号	设备名称	数量（台/套）	总价（万元）
17	工业级 3D 打印机	3	570.00
18	三坐标测试系统	2	154.00
19	金相测试系统	1	35.00
20	水平垂直燃烧	1	26.00
21	针焰测试机	1	18.00
22	灼热丝试验机	1	14.00
23	漏电起痕试验机	1	14.00
24	耐压测试仪	2	10.00
25	绝缘测试仪	2	8.00
26	漏电流测试仪	2	22.00
27	示波器	4	24.00
28	5 米法暗室	1	100.00
29	EMC 测试系统	1	300.00
30	EMI 测试系统	1	300.00
31	EMS 测试系统	1	300.00
32	天线套装	1	100.00
33	单向阀测试台	2	10.00
34	旋钮开关测试台	2	10.00
35	调压阀测试台	2	10.00
36	恒温恒湿箱	4	40.00
37	IEC 吸尘器清洁性能测试系统	1	45.00
38	IEC 吸尘器过滤效率测试系统	1	129.00
39	ASTM 吸尘器过滤效率测试系统	1	75.00
40	ASTM 吸尘器空气性能测试设备	1	14.00
41	吸尘器过滤器过滤等级测试仪	1	75.00
42	红外热像仪	2	18.00
43	交流吸尘器寿命测试系统（40 工位）	4	160.00
44	变频电源	20	80.00
45	高分子材料分析仪	1	30.00
46	吸尘器美标尘散测试系统	1	75.00
47	电能质量分析仪	4	12.00
48	吸尘器欧标尘散测试系统	1	129.00
49	安规测试仪	4	8.00
50	电芯充放电测试设备	1	8.00
51	电池包充放电测试设备	1	14.00
52	大功率直流负载仪	2	6.00
53	温控型电池短路试验箱	2	6.00
54	电池冲击挤压针刺试验机	2	8.00

序号	设备名称	数量（台/套）	总价（万元）
55	可编程直流负载仪	2	6.00
56	颜色色差检测仪	2	60.00
57	IPX4 淋雨测试装置	1	10.00
58	直流电源寿命测试系统（20 工位）	1	30.00
合计		127	3,758.10

研发中心改建生产技术改造项目拟购置设备价值与公司现有研发设备账面原值对比情况如下：

单位：万元

车间	拟购置设备价值	现有研发设备账面原值	拟购置设备与现有设备差异原因及合理性
研发实验室	4,201.10	1,452.19	1、募投项目新增空压机寿命测试系统 2 套、交流吸尘器寿命测试系统 4 套、直流电源寿命测试系统 1 套，现有测试系统工位紧张，新增测试工位系统以满足测试要求、提高产品质量可靠性； 2、添置若干台电参数测试仪、包装随机振动测试台、灼热丝试验机等设备，替代需要淘汰老化的设备； 新增工业级 3D 打印机、三坐标测试系统，用于满足研发新品快速打样，提高研发开发新品和验证的速度及质量、提高设计前期的产品质量检验和验证； 3、公司产品关于欧洲 EMC 等标准测试部分需要送至第三方机构，新增 EMC 测试系统、EMI 测试系统、EMS 测试系统、天线套装、IEC 吸尘器清洁性能测试系统、吸尘器美标尘散测试系统、IEC 吸尘器过滤效率测试系统，使实验室满足欧洲 EMC 等测试标准要求，提高产品质量； 4、新增电芯充放电测试设备、电池包充放电测试设备、温控型电池短路试验箱、电池冲击挤压针刺试验机、可编程直流负载仪为公司研发高端电池包产品提高研发设备支持； 5、公司原试验检测设备购买时间较早，部分设备价格上涨。

6、项目时间周期及进度安排

本项目计划建设期 24 个月，计划分 4 个阶段实施完成，包括：研发楼装修及配套工程；软硬件设备购买与调试阶段；信息化系统建设、人员招聘培训阶段。

项目具体进度见下表：

项目	项目周期为 2 年							
	1-3	4-6	7-9	10-12	1-3	4-6	7-9	10-12
项目装修及配套工程								
人员招聘及培训								
软硬件设备购买调试								

信息化系统建设								

7、项目涉及审批、核准或备案情况

本项目已在苏州市吴江区行政审批局完成备案，项目代码为2020-320509-38-03-514874。

8、项目环境保护及审批情况

本项目为研发项目，不产生废气废水等污染物，建成后对环境不会产生破坏，符合国家相关环保标准和要求。

2020年6月30日，本项目已取得苏州市行政审批局出具的《关于对苏州欧圣电气股份有限公司建设项目环境影响报告表的批复》(苏行审环诺[2020]50013号)。

9、项目经济效益分析

本项目实施后，虽不产生直接的经济效益，但研发中心的建设将提升公司整体研发实力、提高核心竞争力，研发实力的提升可增强客户对公司的信任度，进一步强化公司的品牌优势，扩大市场份额，实现公司长远的战略目标。

三、募集资金运用对主要财务状况及经营成果的影响

（一）募集资金运用对财务状况的影响

1、对资产结构的影响

本次募集资金到位后，公司将大幅增加货币资金总量，从而提升流动资产比重；随着募集资金运用计划的实施，公司也将大幅增加设备、仪器等固定资产的购买，非流动资产比重将逐步增长。公司的资产结构将随着募集资金的使用进度呈现一定的波动性。

2、对资本结构的影响

本次募集资金到位后，公司的资产负债水平将大幅降低，有利于提高公司的偿债能力和间接融资能力，降低财务风险；同时本次股票溢价发行将大幅增加公司资本公积，使公司资本结构更加稳健，公司的股本扩张能力进一步增强。

（二）募集资金运用对经营成果的影响

1、对收入和利润水平的影响

公司本次募集资金投资项目实施后，公司经营规模将进一步扩大，研发能力进一步增强，盈利能力将显著增加，从而大大提高公司的整体营业收入和利润水平。

2、对各期折旧和研发支出的影响

虽然本次募集资金投资项目实施后，公司新增固定资产折旧和研发支出的绝对金额较大，但占新增营业收入的比例较低，因此对公司未来的经营成果不构成重大不利影响。随着募集资金投资项目效益的逐步发挥，新增固定资产折旧和研发支出对公司经营成果的影响将逐步减小。

本次募集资金到位后，随着固定资产投资的逐步完成，公司固定资产规模将增加，由此导致固定资产折旧和研发支出相应增加。本次募投项目新增固定资产折旧和研发支出对公司未来的业绩影响已反映在效益测算过程中，募投项目对新增固定资产折旧和研发支出的金额以及和利润的影响如下表：

单位：万元

项目	新增固定资产总额	新增无形资产总额	新增固定资产、无形资产年折旧及摊销额	新增研发费用年支出	新增每年净利润额
年产空压机 145 万台生产技术改造项目	15,759.44	0.00	1,112.41	0.00	4,904.00
研发中心改建生产技术改造项目	4,614.08	768.20	625.09	568.00	0.00
合计	20,373.52	768.20	1,737.50	568.00	4,904.00

注：新增固定资产、无形资产年折旧及摊销额和新增研发费用年支出为募投项目建成后的第一年数值计算，募投项目每年净利润额为募投项目完全达成后第一年净利润。

本次募投项目建成后，新增固定资产、无形资产年折旧及摊销额和新增研发费用年支出合计金额为 2,305.50 万元。项目投产的同时也将为公司新增收入，其中：年产空压机 145 万台生产技术改造项目完全达产预计将新增年销售收入 35,000.00 万元，扣除包括新增折旧摊销在内的各项成本费用及所得税后预计年新增净利润 4,904.00 万元；研发中心改建生产技术改造项目不会产生直接收入。因此，本次募投项目实施后，公司业务规模将有较大幅度的扩张，扣除折旧和摊

销的影响后仍有较好的盈利水平，长期来看，新增折旧和摊销不会对公司经营业绩产生不利影响。

3、对净资产收益率的影响

本次募集资金到位后，公司的净资产将大幅度增加。由于募集资金投资项目的实施需要一定的时间，在项目全部建成达产后才能达到预计的收益水平，因此净资产收益率将出现一定幅度的下降。但随着募投项目投产后，公司产能产量将进一步扩张，市场占有率将进一步提高，最终反映为公司盈利能力不断增强，净资产收益率显著上升。

四、未来发展与规划

（一）公司战略规划

公司秉承“成为空气动力设备和清洁设备行业领导者”的企业理念，坚持精益化、规模化、国际化的战略，充分发挥销售渠道优势、产品研发设计优势、规模化生产、业内领先的快速反应能力、完善的质量控制体系优势，为下游客户提供高质量、高附加值小型空压机和干湿两用吸尘器产品。公司将不断改善治理结构，通过各项经营战略的实施，在公司的研发能力、产品质量与客户群体等方面构建独特的核心竞争力，力争成为具有自主创新能力的国际知名企业。

（二）整体经营目标和主要业务经营目标

1、整体经营目标

未来三到五年内，公司将不断加大研发投入、引进高技术人才、加强技术创新、完善各项管理制度和内部控制机制，将更多高技术含量、高附加值、适应市场需求的小型空压机和干湿两用吸尘器产品推向市场。公司将不断增强国内外市场开拓能力和市场快速响应能力，进一步优化公司产品结构，适时向吹地机、工业风扇等清洁设备和空压机下游配套的气动工具、气动附件延伸，并通过技术创新推出更加符合市场需求的护理机器人等高端前沿产品，提升公司品牌影响力及主营产品的市场占有率。

2、主要业务经营目标

随着本次募集资金投资项目的逐步建成投产，预计公司在上市后三到四年

内，力争实现小型空压机 145 万台、干湿两用吸尘器 135 万台的生产能力。针对新增产能，公司将借助多年积累的市场优势和客户基础，进一步开发国内外市场，提升公司在相关行业中的竞争优势。

（三）为实现战略目标已采取的措施及实施效果

公司现有业务是公司实现战略目标的基础，公司战略规划是对现有业务的延伸与拓展，公司为实现战略目标已采取的措施包括加大技术研发力度、积极拓展市场、加强人才团队建设等，有效提高了公司的核心竞争力及产品市场占有率。

技术研发方面，报告期内发行人研发支出分别为 2,747.79 万元、2,063.76 万元及 2,544.37 万元，占当期营业收入的比例分别为 4.36%、3.38%及 2.56%。公司目前已经掌握了空压机降噪技术、机械冲击及外部空气反冲之过滤器自清洁技术等多种空压机和干湿两用吸尘器生产制造核心技术。得益于公司领先的技术优势，近年来公司业务规模保持稳定增长，营业收入从 2018 年的 62,988.23 万元增长到 2020 年的 99,282.44 万元。

市场开拓方面，公司利用自身核心技术及产品优势持续进行市场开拓和营销渠道建设。凭借多年的专业研发和设计能力、稳定的产品质量和规模化的生产优势，公司积累了稳定的客户渠道和资源，获得了工具行业国际知名品牌 Stanley、Stanley Fatmax、Porter Cable、Dewalt、Craftsman、Briggs&Stratton 的授权，并与 The Home Depot、Lowe’s、Walmart、Canadian Tire Corporation、Costco、Menards、Harbor Freight Tools 等世界知名零售商建立了长期稳定的合作关系。近年来公司海外业务规模保持着稳定的增长，海外客户从美洲地区逐渐拓展到澳大利亚、新西兰、欧洲、日本、韩国、东南亚等地区。

人才团队建设方面，公司通过以培养、引进、合作等多种机制形式，有计划、有步骤的进行人力资源开发，完善技术管理制度、岗位规范为公司可持续发展奠定基础。

（四）未来规划采取的措施

未来三年，公司将在现有业务的基础上，充分利用公司的核心技术、客户资源、研发团队等优势，不断巩固、扩大小型空压机和干湿两用吸尘器市场占有率，具体发展措施包括：

1、技术开发与创新

公司将高度重视技术开发与创新，依托现有“高新技术企业”、“江苏省企业技术中心”、“苏州市人民政府认定企业技术中心”和“Intertek 卫星实验室”，逐渐完善产品技术,并将继续坚持自主创新的模式，创新机制，包括研发资金保障机制、技术合作机制、人才引进和培训机制、内部竞争激励机制等，充分发挥公司多年的技术储备、开发经验及技术人员的创造热情，为技术人员创造良好的工作条件和环境。

公司将在现有的“Intertek 卫星实验室”基础上新建公司研发中心，引进国际先进的研究实验设备与检测设备，并引进专业技术人才，将研发中心建设成为集技术研发、功能试验、外观设计等为一体的空气动力设备和清洁设备产品研发试验平台，并力争在未来将其打造为国家级高水平研发中心，使之成为国内最具影响力的空气动力设备和清洁设备研发试验基地、产业化技术应用基地和人才培养基地，为公司现有产品升级、新产品的开发、新市场的拓展奠定研发基础，以增强公司的技术领先优势，提升公司竞争力。

2、市场开拓和客户维护

面对激烈的市场竞争，根据行业特点，公司将持续进行市场开拓和营销渠道建设。ODM 业务方面，公司将继续加大优质客户的开发力度，提高优质客户的销售量，通过参与优质客户的产品研发设计过程，与优质客户形成相互依存、共同发展、优势互补的战略合作关系；品牌授权业务方面，公司将进一步深化和维护与知名品牌授权商的合作关系，进一步扩大品牌授权的产品品类、品牌授权的品牌范围、品牌授权的市场区域；OEM 方面，公司将进一步加强与高端品牌业务合作关系；OBM 业务方面，公司将依托自身研发设计能力和多年以来生产经营的经验积累，逐渐扩大自身品牌“STEALTH”、“ALTON”、“欧圣”的市场影响力。

3、产品开发

公司将不断增强国内外市场开拓能力和市场快速响应能力，进一步优化公司产品结构。公司将依托与国际知名零售商战略合作关系，充分挖掘优质客户的需求，扩大公司的产品品类延伸与开发。对于清洁设备品类，公司将立足干湿两用吸尘器市场竞争优势，适时向吹地机、工业风扇等清洁设备延伸；对于空气动力

设备品类，公司依靠小型空压机在优质客户较高的市场份额，加大向小型空压机下游配套的气动工具、气动附件延伸。此外，公司将通过技术创新推出更加符合市场需求的护理机器人等高端前沿产品，为公司未来发展注入成长和创新活力。

4、国际化战略

公司始终坚持国际化、精益化的战略，公司产品远销海外多个国家和地区。公司将通过持续引进高层次的具有国际战略思路和专长的人才，不断提升公司国际产品研发和营销水平；公司将充分利用销售渠道优势，凭借知名品牌以及长期合作的知名连锁零售商的全球销售渠道，在巩固北美市场的基础上，大力拓展欧洲、亚洲、拉丁美洲、澳洲等市场，进一步深化公司现有客户全球战略的合作伙伴关系；公司将充分依托技术研发优势、规模等优势，结合当地市场特点，整合各类资源，提高公司的国际化竞争优势。

5、人才培养

未来公司将加强人力资源建设，根据公司未来发展战略和发展规模，建立合理的人力资源发展机制，制定人力资源总体发展规划，优化现有人力资源整体布局，明确人力资源引进、开发、使用、培养、考核、激励等制度和流程，实现人力资源的合理配置，全面提升公司核心竞争力。鉴于未来三年公司业务规模将会大幅扩大，公司已制定了未来三年期的人才发展规划，明确各岗位的职责权限和任职要求，并通过内部培养、外部招聘、竞争上岗的多种方式储备了管理、生产、销售等各种领域优秀人才。同时，公司将不断完善绩效管理体系，设置科学的业绩考核指标，对企业各级员工进行合理的考核与评价。

第十节 投资者保护

一、公司投资者关系的主要安排

（一）信息披露制度和流程

1、信息披露制度

为规范本公司的信息披露行为，切实保护公司、股东及投资者的合法权益，根据《公司法》、《证券法》、《上市公司信息披露管理办法》、《上市公司治理准则》、《上市规则》等相关法律、法规、规范性文件以及《公司章程（草案）》的规定，公司制定了《投资者关系管理制度》和《信息披露管理制度》，以保障投资者及时、真实、准确、完整地获取公司相关资料和信息。

本公司的《投资者关系管理制度》规定了投资者关系管理的基本原则和内容、投资者关系管理的组织机构和方式、投资者关系管理从业人员任职要求，为更好地保护投资者的合法权益作出了制度性的安排，为投资者行使权利创造了条件。

本公司的《信息披露管理制度》规定了信息披露的基本原则、信息披露的内容及披露标准、信息传递、审核与披露程序、信息披露事务管理部门及其负责人的职责、信息披露报告、审议和职责、董事、监事、高级管理人员履行职责的记录和保管制度、信息保密、财务管理和会计核算的内部控制及监督机制等内容，对公司的信息披露作出了制度性的安排，可以有效地保障投资者能够及时、准确、完整地获取公司信息。

2、信息披露的主要流程

公司信息发布应当遵循以下流程：

（1）董事会办公室制作信息披露文件；

（2）对信息披露文件进行审核；

（3）董事会秘书将该等文件报送深圳证券交易所审核登记；

（4）在中国证监会指定媒体上进行公告；

（5）董事会秘书将信息披露公告文稿和相关备查文件报送江苏证监局，并置备于公司住所供社会公众查阅；

（6）董事会办公室对信息披露文件及公告进行归档保存。

公司将严格遵守相关内部信息披露要求，认真履行公司的披露义务，及时披露公司涉及的重大生产经营、对外投资、资产重组等方面的重大事项，以及各类的定期报告和临时公告，以确保投资者和潜在投资者的合法权益。

（二）投资者沟通渠道

公司负责信息披露的部门及相关人员的情况如下：

负责信息披露的部门	证券事务部
董事会秘书	柏伟
联系地址	江苏省汾湖高新技术开发区临沪大道北侧、来秀路东侧
电话	0512-82876660
传真	0512-82876903
公司网址	www.altonindustries.cn
电子信箱	zqb@szalton.com

（三）未来开展投资者管理的规划

公司未来将通过证监会及交易所规定的信息披露渠道，实现与投资者的良好沟通。

二、发行后的股利分配政策

根据公司上市后适用的《公司章程（草案）》，公司本次发行后的股利分配政策为：

（一）利润分配原则

1、根据法定顺序分配的原则；

2、兼顾公司长期发展和对投资者合理回报的原则；

3、实行同股同权、同股同利的原则；

4、如存在未弥补亏损，不得分配的原则。

（二）利润分配方式

公司可以采用现金、股票或者现金与股票相结合或者其他法律、法规允许的方式分配利润。其中现金分红优先于股票股利。公司具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。采用股票股利进行利润分配的，应当充分考虑公司成长性、每股净资产的摊薄情况等真实合理因素。

（三）现金分红的条件和比例

1、现金分红的条件

公司现金分红时应至少同时满足以下条件：

（1）公司在当年盈利、累计未分配利润为正。

（2）审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告。

（3）公司未来十二个月内无重大投资计划或重大现金支出（公司募集资金项目除外）。

2、现金分红的比例

在满足公司正常生产经营的资金需求情况下，将优先选择现金分红方式形式；应遵循合并报表和母公司报表中利润孰低原则，原则上公司每年现金分配的比例不低于当年可分配利润的 20%，且最近三年以现金方式累计分配的利润不得少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%。

3、差异化的现金分红政策

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

（4）公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

（四）股票股利分配条件

公司实施股票股利分配时应满足以下条件：公司该年度实现的可分配利润为正值；董事会认为具有公司成长性、每股净资产的摊薄、股票价格与公司股本规模不匹配等真实合理因素，发放股票股利有利于公司全体股东整体利益。

（五）利润分配方案的决策程序和机制

1、公司管理层、董事会应结合公司盈利情况、资金需求合理提出分红建议和预案。公司董事会在利润分配预案论证过程中，需与独立董事、监事充分讨论，并通过多种渠道充分听取中小股东意见，在考虑对全体股东持续、稳定、科学的回报基础上形成利润分配预案，在审议公司利润分配预案的董事会会议上，需经公司二分之一以上独立董事同意，方能提交公司股东大会审议。

独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

2、利润分配预案经董事会通过后，交由股东大会审议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流（包括但不限于电话、传真、邮件沟通或邀请中小股东参会等），充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

3、审议利润分配方案应采取现场投票和网络投票相结合的方式，为中小股东提供便利。必要时独立董事可公开征集中小股东投票权。

（六）调整利润分配政策的决策程序及机制

如公司根据生产经营状况、投资规划和长期发展的需要，或外部经营环境发生重大变化，或遇战争、自然灾害等不可抗力影响，而需调整已制订好的分红政策和股东回报规划的，公司可以对利润分配政策进行调整。调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定；且有关调整利润分配政策的议案，需事先征求独立董事及监事会的意见，经公司二分之一以上独立董事同意且董事会审议通过后，方可提交公司股东大会审议，该事项须经出席股东大会股东所持表决权 2/3 以上通过。

董事会应就调整利润分配政策做专题讨论，通过多种渠道充分听取中小股东、独立董事、监事及公司高级管理人员的意见。独立董事应就利润分配调整方案发表明确意见，公司应在发布召开股东大会的通知时，公告独立董事意见。

（七）本次发行前后股利分配政策的差异情况

公司按照《上市公司章程指引（2019 年修订）》（证监会公告[2019]10 号）、《上市规则》等相关规定对现行《公司章程》进行修订，并经公司 2020 年第三

次临时股东大会审议通过。公司本次发行后的股利分配政策在现行《公司章程》的基础上进一步完善和细化，进一步明确了利润分配形式及期间、现金分红政策、现金分红的条件和比例、股票股利分配条件分配政策的决策程序及利润分配政策的调整等内容。

三、发行前滚存未分配利润的安排

经公司 2020 年第三次临时股东大会决议，公司发行前滚存的可供股东分配的利润由发行后的新老股东依其所持股份比例共同享有。

四、股东投票机制的建立情况

为保障投资者尤其是中小投资者依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等合法权益，《公司章程》（草案）对累积投票机制、中小投资者单独记票机制、网络投票方式安排、征集投票权等事项作出了规定。

（一）累积投票机制

股东大会就选举董事、监事进行表决时，公司可以实行累积投票制。

（二）中小投资者单独计票机制

股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

（三）网络投票方式安排

公司应在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，优先提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段，为股东参加股东大会提供便利。

（四）征集投票权的相关安排

公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

第十一节 其他重要事项

一、重要合同

（一）销售合同

截至 2020 年 12 月 31 日，公司正在履行的重大销售框架合同如下：

序号	客户	主要销售内容	合同期限
1	L G Sourcing,Inc 及其附属公司.	小型空压机、干湿两用吸尘器	2016.01.01-2016.12.31（到期后自动续期）
2	Walmart Stores,Inc.及其附属公司	小型空压机	2017.04.26 至长期
3	Walmart Stores,Inc.及其附属公司	干湿两用吸尘器	2013.01.03 至长期
4	Home Depot Product Authority,LLC 及其母公司、附属公司	小型空压机、干湿两用吸尘器	2016.06.13 至长期
5	Canadian Tire Corporation,Limited 及其附属公司	小型空压机	2015.08.01 至长期
6	Menard, Inc.	小型空压机	2014.05.13 至长期
7	Costco Wholesale Corporation 及其附属公司	干湿两用吸尘器、小型空压机	2018.10.23 至长期
8	Harbor Freight Tools USA,Inc 及其附属公司.	干湿两用吸尘器、小型空压机	2017.11.16 至长期
9	Amazon.com Services,Inc.及其附属公司	干湿两用吸尘器、小型空压机	2018.06.04 至长期

注：L G Sourcing,Inc.与欧圣国际签订的合同到期后双方每次以一年为基础自动续期。

（二）采购合同

截至 2020 年 12 月 31 日，公司正在履行的重大采购合同如下：

序号	供应商	合同金额	主要采购内容	合同期限
1	苏州璟兴塑胶有限公司	合同系框架协议，金额依具体订单确定	吸尘器上盖、中框、尘桶等、空压机罩壳、机壳等注塑件	2018.05.08 至长期
2	苏州市同创金属制品有限公司	合同系框架协议，金额依具体订单确定	电机铁芯冲压件及电机转子铸铝加工件	2017.05.12 至长期
3	上海广冶钢铁有限公司	合同系框架协议，金额依具体订单确定	制造空压机储气罐所需的热轧钢板与钢卷	2020.04.08 至长期
4	苏州新区枫经印刷有限公司	合同系框架协议，金额依具体订单确定	吸尘器和空压机的外包装彩箱	2018.04.12 至长期
5	苏州擎泰金属制品有限公司	合同系框架协议，金额依具体订单确定	电机的阀片、气缸、动叶轮等五金件及部分吸尘器脚轮等配件	2017.08.09 至长期
6	台州中恒机械股份有限公司	合同系框架协议，金额依具体订单确定	供应空压机储气罐制成品	2020.01.16 至长期

序号	供应商	合同金额	主要采购内容	合同期限
7	苏州柯依尔特种线缆有限公司	合同系框架协议，金额依具体订单确定	用于电机定转子绕线的铜、铝漆包线	2018.08.13 至长期
8	苏州怡东滕机械有限公司	合同系框架协议，金额依具体订单确定	连杆、缸盖、阀板、曲轴箱等金属件	2017.12.17 至长期
9	上海展志钢材加工配送有限公司	合同系框架协议，金额依具体订单确定	制造空压机储气罐所需的热轧钢板与钢卷	2020.03.09 至长期

注：2020 年 4 月之前，上海广冶钢铁有限公司与公司未签署采购框架协议，主要以订单方式进行合作，双方约定“2020 年 4 月签署的采购框架协议”合同效力追溯到双方发生业务关系之时。

（三）厂房出租合同

截至 2020 年 12 月 31 日，公司正在履行的重大厂房出租合同如下：

序号	出租方	承租方	租赁标的	租赁面积（㎡）	租赁期限	月租金（万元）
1	欧圣电气	宝通易捷智能科技（苏州）有限公司	位于江苏省汾湖高新技术开发区临沪大道北侧、来秀路东侧的厂房	30,785.55	2020.06.10-2021.06.09	83.93

注：由于公司生产经营规模扩大和实施募投项目所需，截至 2021 年 4 月 20 日，公司已经向宝通易捷智能科技（苏州）有限公司收回对其租赁的全部厂房。

（四）品牌授权协议

截至 2020 年 12 月 31 日，公司正在履行的重大品牌授权协议如下：

序号	许可人	被许可人	许可资产内容	许可方式	许可期限
1	Briggs&Stratton Tech,LLC	欧圣美国、欧圣电气	生产并在美国、加拿大、墨西哥、巴巴多斯、圣卢西亚、圭亚那和特立尼达、越南、菲律宾、柬埔寨、澳大利亚、新西兰、英国、爱尔兰、西班牙、葡萄牙、法国、卢森堡、比利时、荷兰、丹麦，挪威、瑞典、芬兰、德国、奥地利、波兰、匈牙利、白俄罗斯、捷克、斯洛伐克、波兰、拉脱维亚、立陶宛、爱沙尼亚、希腊、意大利、保加利亚、罗马尼亚、冰岛和俄罗斯销售带有 Briggs&Stratton（QPT、Quiet Power Technology）商标的空压机、气泵、空压机工具及配件	不可转让、不可转授、非独家	2014.07.15-2023.12.31
2	Stanley Black&Decker,Inc. 和 Stanley Logistics,L.L.C.	欧圣电气、欧圣美国、欧圣国际、上海姿东、	生产并在美国、加拿大、部分拉丁美洲国家和地区销售带有 Stanley、Stanley Fatmax 商标的干湿两用吸尘器和吸尘器配	不可转让、不可转授、非独家	2020.01.01-2022.12.31

序号	许可人	被许可人	许可资产内容	许可方式	许可期限
		深圳洁德、欧圣日本	件；生产并在澳大利亚、新西兰、亚洲部分地区（柬埔寨、印度尼西亚、日本、马来西亚、菲律宾、韩国、泰国、越南、中国台湾）销售带有 Stanley、Stanley Fatmax 商标的干湿两用吸尘器及吸尘器配件、吹地机、工业风扇		
3	Stanley Black&Decker,Inc.和 Black&Decker Corporation	欧圣电气、欧圣美国、欧圣国际、上海姿东	生产并在美国（含波多黎各）、加拿大、澳大利亚、新西兰、菲律宾和部分拉丁美洲国家和地区销售带有 PORTER CABLE 商标的干湿两用吸尘器及其配件	不可转让、不可转授、非独家	2019.01.01-2021.12.31
4	Stanley Black&Decker,Inc.和 Black&Decker Corporation	欧圣电气、欧圣国际、欧圣美国、上海姿东、深圳洁德、欧圣日本	生产并在欧洲、澳大利亚、新西兰、美国（含波多黎各）、加拿大、日本、韩国地区销售带有 DEWALT（Guaranteed Tough）商标的干湿两用吸尘器及吸尘器配件、吹地机、工业风扇	不可转让、不可转授、非独家	2018.12.01-2023.12.31
5	Stanley Black&Decker,Inc	欧圣电气、欧圣美国、欧圣国际、上海姿东	生产并在美国、加拿大和墨西哥地区销售带有 Craftsman 商标的空压机，生产并在美国、加拿大地区销售带有 Craftsman 商标的干湿两用吸尘器及吸尘器配件	不可转让、不可转授、非独家	2018.09.26-2023.12.31
6	Stanley Black&Decker,Inc.和 Black&Decker Corporation	欧圣美国、欧圣国际、欧圣电气、上海姿东、深圳洁德、欧圣日本	生产并在澳大利亚、新西兰、日本和韩国地区销售带有 DEWALT（Guranteed Tough）商标的空压机及其配件	不可转让、不可转授、非独家	2020.01.01-2023.12.31
7	Stanley Black&Decker，Inc.和 StatesBlack&Decker Corporation	欧圣电气、欧圣国际、欧圣美国、上海姿东、深圳洁德、欧圣日本	生产并在美国（不包括其领土、联邦和属地）、加拿大和澳大利亚地区销售带有 Black&Decker（beyond by Black&Decker）商标的干湿两用真空吸尘器及附件	不可转让、不可转授、非独家	2020.06.01-2022.12.31

（五）商业汇票银行承兑合同

截至 2020 年 12 月 31 日，公司正在履行的金额 1,000 万元以上的商业汇票银行承兑合同如下：

单位：万元

序号	申请人	承兑人	承兑金额	签订日期	合同编号
1	欧圣电气	中信银行股份有限公司苏州分行	1,406.54	2020.07.24	2020 苏银承字第 KK811208065957 号

序号	申请人	承兑人	承兑金额	签订日期	合同编号
2	欧圣电气	中信银行股份有限公司苏州分行	1,375.34	2020.08.24	2020 苏银承字第 KK811208067035 号
3	欧圣电气	中信银行股份有限公司苏州分行	2,286.67	2020.09.25	2020 苏银承字第 KK811208068608 号
4	欧圣电气	中信银行股份有限公司苏州分行	2,423.16	2020.10.26	2020 苏银承字第 KK811208069603 号
5	欧圣电气	中信银行股份有限公司苏州分行	2,520.06	2020.11.26	2020 苏银承字第 KK811208071105 号
6	欧圣电气	中信银行股份有限公司苏州分行	2,549.01	2020.12.25	2020 苏银承字第 KK811208072640 号

（六）施工建设合同

截至 2020 年 12 月 31 日，公司正在履行的施工建设合同如下：

单位：万元

序号	业主	承包商	合同内容	签订日期	合同金额
1	欧圣美国	Morgan Harbour Construction LLC	仓储中心及办公楼建设	2020.01.24	合同金额为工程成本与承包商费用之和，合同金额不超过 981.01 万美元

（七）供应链融资合同

公司开展的供应链融资一般由客户提供供应链融资渠道，并与客户指定的银行签订相关供应链融资协议。截至 2020 年 12 月 31 日，公司正在履行的供应链融资协议如下：

序号	客户	银行	合同主要内容	合同期限
1	The Home Depot	香港上海汇丰银行有限公司	汇丰银行买断发行人对 The Home Depot 的应收账款，发行人按协议约定向汇丰银行支付贴现利息，汇丰银行买断应收账款后，直接与 The Home Depot 结算。	无固定期限
2	Lowe’s	美国花旗银行及其分支机构、子公司	花旗银行买断发行人对 Lowe’s 的应收账款，发行人按协议约定向花旗银行支付贴现利息，花旗银行买断应收账款后，直接与 Lowe’s 结算。	无固定期限

（八）借款合同

截至 2020 年 12 月 31 日，公司正在履行的借款协议如下：

序号	借款人	银行	借款金额	贷款期限	借款合同抵押担保情况
1	欧圣美国	联合国民银行（Union National Bank ）	500 万美元	2020 年 8 月 11 日-2025 年 8 月 11 日，第一笔下款时间为	公司控股股东圣巴巴拉投资、实际控制人 WEIDONG LU 为该笔借款提供债务担保，公司位于 West Chicago,

序号	借款人	银行	借款金额	贷款期限	借款合同抵押担保情况
				2020年10月22日	Illinois 60185的两块土地为该笔借款提供抵押担保

注：欧圣美国已于2021年3月5日清偿完毕对Union National Bank的借款。

（九）抵押担保合同

序号	担保人	债权人	债务人	担保方式	担保最大金额（万美元）	主债权期间
1	欧圣美国	Union National Bank	欧圣美国	最高额抵押担保（注）	1,000.00	2020.8.11 - 2025.8.11

注：2020年8月11日，欧圣美国与Union National Bank签署《抵押合同》，约定将欧圣美国名下位于Innovation Drive, West Chicago, Illinois 60185的两块土地及地上不动产（其中一块土地面积为12.00英亩，一块土地面积为12.509英亩）抵押给Union National Bank，为欧圣美国提供不超过1,000万美元的最高额抵押担保。鉴于欧圣美国已于2021年3月5日清偿完毕对Union National Bank的主债务，该抵押担保合同已失效。

二、对外担保

截至本招股说明书签署日，公司不存在对外担保情况。

三、重大诉讼、仲裁及处罚情况

1、截至本招股说明书签署日，公司及子公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

2、截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人、控股子公司、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员均不存在作为一方当事人可能对公司产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

3、截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员最近3年不存在涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况。

4、本公司控股股东及实际控制人最近三年内不存在重大违法行为。公司控股股东、实际控制人报告期内不存在贪污、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，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

第十二节 声明

一、发行人及其董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：

WEIDONG LU　　高鹤林　　柏 伟

应 斌　　郭 宏　　蒋关义

李远扬

全体监事签名：

翁晓龙　　陈彩慧　　何顺莲

全体高级管理人员签名：

WEIDONG LU　　桑树华　　柏 伟

苏州欧圣电气股份有限公司

2021年9月10日

二、发行人控股股东、实际控制人声明

本公司或本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东：

Santa Barbara Investment LLC

董事签名：

WEIDONG LU

实际控制人：

WEIDONG LU　　ESTHER YIFENG LU

苏州欧圣电气股份有限公司

2021 年 9 月 10 日

三、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人：_____

保荐代表人：_____ _____

周扣山 孙晓刚

法定代表人：_____

李 峰

中泰证券股份有限公司

2021 年 9 月 16 日

保荐人（主承销商）负责人声明

本人已认真阅读苏州欧圣电气股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：

毕玉国

保荐机构董事长：

李 峰

中泰证券股份有限公司

2021 年 9 月 10 日

联席主承销商声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

法定代表人：

冯鹤年

民生证券股份有限公司

2021年9月10日

四、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

经办律师：

金诗晟　　何佳欢

律师事务所负责人：

李　强

国浩律师（上海）事务所

2021年 9月 10日

五、会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告（立信中联审字[2021]D-0277 号）、内部控制鉴证报告（立信中联专审字[2021]D-0070 号）及经本所鉴证的非经常性损益明细表等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

李春华

金春敏

会计师事务所负责人：

李金才

立信中联会计师事务所（特殊普通合伙）

2021 年 9 月 10 日

六、资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读《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招股说明书》（简称招股说明书），确认招股说明书与本机构出具的《苏州欧圣电气工业有限公司拟改制为股份有限公司所涉及的净资产价值评估项目》（中同华评报字（2017）第 151 号）资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字资产评估师：

徐建福

周冠臣（离职）

资产机构负责人：

李伯阳

北京中同华资产评估有限公司

2021 年 9 月 13 日

承担评估业务的资产评估机构关于经办资产评估事项的签字资产评估师离职的说明

周冠臣原为本机构员工，现已因个人原因从本机构离职。

周冠臣在本机构任职期间，曾作为签字资产评估师，为苏州欧圣电气工业有限公司拟改制为股份有限公司截止 2017 年 2 月 28 日的净资产资产进行了评估，并于 2017 年 3 月 25 日出具了《苏州欧圣电气工业有限公司拟改制为股份有限公司所涉及的净资产价值评估项目》（中同华评报字（2017）第 151 号）《资产评估报告书》。

特此说明。

资产评估机构负责人：

李伯阳

北京中同华资产评估有限公司

2021 年 9 月 10 日

七、验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告（立信中联验字[2020]D-0008 号）无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

李春华

金春敏

会计师事务所负责人：

李金才

立信中联会计师事务所（特殊普通合伙）

2021 年 9 月 10 日

八、验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

张 勇 孙 柯（离职）

会计师事务所负责人：

朱建弟

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

2021 年 09 月 10 日

八、验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

张 勇 沈 斌（离职）

会计师事务所负责人：

朱建弟

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

2021 年 07 月 10 日

九、关于经办验资事项的签字注册会计师离职的声明

本验资机构为苏州欧圣电气工业有限公司出具“信会师报字[2017]第ZA40684号”《验资报告》的签字注册会计师孙柯已经离职，为苏州欧圣电气股份有限公司出具“信会师报字[2017]第ZA16454号”《验资报告》的签字注册会计师沈斌已经离职，故无法在招股说明书之“验资机构声明”中签字，其离职不影响本验资机构出具的上述验资报告的法律效力。

特此说明。

会计师事务所负责人：_____
朱建弟

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

2021年10月10日

第十三节 附件

一、文件列表

（一）发行保荐书；

（二）上市保荐书；

（三）法律意见书；

（四）财务报告及审计报告；

（五）公司章程（草案）；

（六）与投资者保护相关的承诺；

（七）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项；

（八）内部控制鉴证报告；

（九）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；

（十）中国证监会同意发行人本次公开发行注册的文件；

（十一）其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅时间

工作日上午 9：00－11：30，下午 2：00－5：00

三、查阅地点

（一）发行人

发行人：苏州欧圣电气股份有限公司

住所：江苏省汾湖高新技术开发区临沪大道北侧、来秀路东侧

联系人：柏伟

电话：0512-82876660

传真：0512-82876903

（二）保荐机构（主承销商）

保荐机构（主承销商）：中泰证券股份有限公司

联系地址：山东省济南市市中区经七路 86 号

联系人：周扣山、孙晓刚、张兆锋、杨扬、赵庆辰、朱逸飞

电话：0531－68889177

传真：0531－68889222

（三）联席主承销商

联席主承销商：民生证券股份有限公司

联系地址：中国（上海）自由贸易试验区世纪大道 1168 号 B 座 2101、2104A 室

联系人：施卫东

电话：010-85127999

传真：010-85127940

四、本次发行相关机构或人员的重要承诺

（一）本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定、延长锁定期限的承诺

1、公司实际控制人 WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 承诺：自公司首次公开发行的股票在证券交易所上市（以下简称“上市”）之日起 36 个月内，不转让或委托他人管理本人直接或间接持有的公司上市前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

在本人担任发行人的董事、监事、高级管理人员期间，每年通过集中竞价、大宗交易、协议转让等方式转让的股份不超过本人直接或间接持有的发行人股份总数的 25%；离职后半年内，不转让本人直接或间接持有的发行人股份；并且在卖出后 6 个月内不再行买入发行人股份，买入后 6 个月内不再行卖出发行人股份。同时遵守法律、行政法规、部门规章、规范性文件以及证券交易所业务规则对董事、监事、高级管理人员股份转让的其他规定。

公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人所持有的公司股票锁定期自动延长 6 个月。在延长锁定期内，不转让或者委托他人管理本人直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。

若公司股票发生除权、除息事项的，上述发行价格就相应股份数量将进行相应调整。

如相关法律法规与相关监管规定进行修订，本人所作承诺亦将进行相应更改。

本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

本人如违反上述承诺或法律强制性规定减持股票的，则违规减持所得全部上缴公司所有；由此给公司或者其他投资者造成损失的，本人将向公司或者其他投资者依法承担赔偿责任。

2、公司控股股东圣巴巴拉投资承诺：自公司首次公开发行的股票在证券交易所上市之日起 36 个月内，不转让或委托他人管理本公司直接或间接持有的公司上市前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本公司所持有的公司股票锁定期自动延长 6 个月。在延长锁定期内，不转让或者委托他人管理本公司直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本公司直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。

若公司股票发生除权、除息事项的，上述发行价格就相应股份数量将进行相应调整。

如相关法律法规与相关监管规定进行修订，本公司所作承诺亦将进行相应更改。

本公司如违反上述承诺或法律强制性规定减持股票的，则违规减持所得全部上缴公司所有；由此给公司或者其他投资者造成损失的，本公司将向公司或者其他投资者依法承担赔偿责任。

3、公司股东熙坤投资、腾恒投资承诺：自公司首次公开发行的股票在证券交易所上市之日起 36 个月内，不转让或委托他人管理本企业直接持有的公司上市前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

若公司股票发生除权、除息事项的，发行价格就相应股份数量将进行相应调整。

如相关法律法规与相关监管规定进行修订，本企业所作承诺亦将进行相应更改。

本企业如违反上述承诺或法律强制性规定减持股票的，则违规减持所得全部上缴公司所有；由此给公司或者其他投资者造成损失的，本企业将向公司或者其他投资者依法承担赔偿责任。

4、公司股东孙莉承诺：自公司首次公开发行的股票在证券交易所上市之日起 12 个月内，不转让或委托他人管理本人直接持有的公司上市前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

若公司股票发生除权、除息事项的，发行价格就相应股份数量将进行相应调整。

如相关法律法规与相关监管规定进行修订，本人所作承诺亦将进行相应更改。

本人如违反上述承诺或法律强制性规定减持股票的，则违规减持所得全部上缴公司所有；由此给公司或者其他投资者造成损失的，本人将向公司或者其他投资者依法承担赔偿责任。

（二）公开发行前持股 5%以上股东的持股及减持意向

1、控股股东承诺

公司控股股东圣巴巴拉投资承诺如下：

锁定期满后，在遵守相关法律、法规、规章、规范性文件及证券交易所监管规则且不违背已做出的其他承诺的情况下，本公司将根据资金需求、投资安排等各方面因素确定是否减持所持发行人股份。

锁定期满后两年内，本公司减持股份应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等证券交易所认可的合法方式；减持价格不低于发行价（指发行人首次公开发行股票的发行价格，若上述期间发行人发生派发股利、送红股、转增股本、增发新股或配股等除息、除权行为的，则上述价格将进行相应调整）；减持股份应提前三个交易日予以公告，采用集中竞价方式减持的，应在首次卖出的 15 个交易日前预先披露减持计划。

本公司减持发行人股票时，在任意连续 90 日内通过证券交易所集中竞价交易减持股份的总数，不超过发行人股份总数的 1%；通过大宗交易方式减持的，在任意连续 90 日内，减持股份的总数，不超过发行人股份总数的 2%；

本公司将遵守届时有效的中国证监会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》的相关规定。如法律法规或证监会对持股、减持有其他规定或要求的，本公司将严格按照法律法规的规定或证监会的要求执行。

2、实际控制人承诺

公司实际控制人 WEIDONG LU 和 ESTHER YIFENG LU 承诺如下：

锁定期满后，在遵守相关法律、法规、规章、规范性文件及证券交易所监管规则且不违背已做出的其他承诺的情况下，本人将根据资金需求、投资安排等各方面因素确定是否减持所持发行人股份。

本人减持发行人股票时，在任意连续 90 日内通过证券交易所集中竞价交易减持股份的总数，不超过发行人股份总数的 1%；通过大宗交易方式减持的，在任意连续 90 日内，减持股份的总数，不超过发行人股份总数的 2%。

本人将遵守届时有效的中国证监会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》的相关规定。如法律法规或证监会对持股、减持有其他规定或要求的，本人将严格按照法律法规的规定或证监会的要求执行。

本人如未能履行有关股份减持意向的承诺，相应减持股份所得收益归发行人所有。

（三）稳定公司股价的措施和承诺

为切实维护广大中小投资者的利益，公司及其控股股东、实际控制人、非独立董事、高级管理人员承诺：公司股票上市后三年内出现公司股票价格低于每股净资产值的情形，将启动稳定公司股价的预案，具体内容如下：

1、启动稳定股价措施的条件

公司股票上市之日起三年内，若公司股票连续 20 个交易日的收盘价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照深圳证券交易所的有关规定作相应调整，下同）均低于公司上一个会计年度末经

审计的每股净资产（每股净资产=合并财务报表中的归属于母公司普通股股东权益÷年末公司股份总数，下同）时，为维护广大股东利益，维护公司股价稳定，公司将在 30 日内开始实施相关稳定股价的方案，并提前公告具体实施方案。

2、稳定股价的具体措施

（1）公司回购

公司为稳定股价之目的回购股份，应符合《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》及《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》等相关法律、法规的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

公司董事会对回购股份作出决议，公司董事承诺就该等回购事宜在董事会中投赞成票。

公司股东大会对回购股份做出决议，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过，公司控股股东承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成票。

公司为稳定股价进行股份回购的，除应符合相关法律法规之要求之外，还应符合下列各项：

①回购的价格不得高于公司上一会计年度经审计的除权后每股净资产值；

②公司单次用于回购股份的资金不得低于其上一会计年度经审计净利润的 10%，不高于其上一会计年度经审计净利润的 20%，年度用于回购股份的资金不高于其上一会计年度经审计净利润的 50%，单次回购股份不超过当次回购方案实施前公司总股本的 2%；

公司董事会公告回购股份预案后，公司股票若连续 5 个交易日收盘价超过公司上一会计年度经审计的除权后每股净资产值，公司董事会应做出决议终止回购股份事宜。如果后续再次出现触发稳定股价预案的条件，则再重新启动实施稳定股价的预案。

（2）控股股东增持

下列任一条件发生时，公司控股股东应在符合《上市公司收购管理办法》及《创业板信息披露业务备忘录第 5 号－股东及其一致行动人增持股份业务管理》等法律法规的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持：

①公司无法实施回购股票或回购股票议案未获得公司股东大会批准；

②公司回购股份方案实施期限届满之日后的连续 20 个交易日收盘价低于公司上一会计年度经审计的除权后每股净资产值；

③公司回购股份方案实施完毕之日起的 3 个月内启动条件再次被触发。

④公司控股股东承诺按其所持公司股份比例对公司股份进行同比例增持，且单次用于增持股份的资金不低于其上一会计年度现金分红的 20%，但不超过其上一会计年度现金分红的 50%，年度用于增持股份的资金不高于其上一会计年度现金分红的 100%。

（3）董事、高级管理人员增持

下列任一条件发生时，在公司领取薪酬的公司董事（不含独立董事）、高级管理人员应在符合《上市公司收购管理办法》及《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律法规的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持：

①控股股东增持股份方案实施期限届满之日后的连续 20 个交易日收盘价低于公司上一会计年度经审计的除权后每股净资产值；

②控股股东增持股份方案实施完毕之日起的 3 个月内启动条件再次被触发。

有义务增持的公司董事、高级管理人员承诺，其用于单次增持公司股份的货币资金不少于该等董事、高级管理人员上一会计年度在公司领取薪酬总和的 20%，但不超过该等董事、高级管理人员上一会计年度在公司领取薪酬总和的 50%，年度增持公司股份的货币资金不超过该等董事、高级管理人员上一会计年度在公司领取薪酬总和的 100%。公司全体董事、高级管理人员对该等增持义务的履行承担连带责任。

在公司董事、高级管理人员增持完成后，如果公司股票价格再次出现连续 20 个交易日收盘价低于公司上一会计年度经审计的除权后每股净资产值，则公司应依照本预案的规定，依次开展公司回购、控股股东增持及董事、高级管理人员增持工作。

本公司如有新聘任董事、高级管理人员，本公司将要求其接受稳定公司股价预案和相关措施的约束。

3、稳定股价措施的启动程序

（1）公司回购

公司董事会应在上述公司回购启动条件触发之日起的 10 个交易日内做出回购股份的决议。

公司董事会应当在做出回购股份决议后的 2 个工作日内公告董事会决议、回购股份预案，并发布召开股东大会的通知。

公司回购应在公司股东大会决议做出之日起次日开始启动回购，并应在履行相关法定手续后的 90 日内实施完毕；公司回购方案实施完毕后，应在 2 个工作日内公告公司股份变动报告，并在 10 日内依法注销所回购的股份，办理工商变更登记手续。

（2）控股股东及董事、高级管理人员增持

公司董事会应在上述控股股东及董事（不含独立董事）、高级管理人员增持启动条件触发之日起 10 个交易日内做出增持公告。

控股股东及董事（不含独立董事）、高级管理人员应在增持公告做出之日起次日开始启动增持，并应在履行相关法定手续后的 90 日内实施完毕。

4、稳定公司股价措施的停止条件

实施期间，若出现以下任一情形，则视为本次稳定股价措施实施完毕及承诺履行完毕，已公告的稳定股价方案停止执行：

（1）公司股票连续 5 个交易日的收盘价均高于公司最近一期末经审计的每股净资产（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司最近一期末经审计的每股净资产不具可比性的，上述每股净资产应做相应调整）；

（2）继续回购或增持公司股份将导致公司股权分布不符合上市条件；

（3）继续增持股票将导致控股股东及/或董事及/或高级管理人员需要履行要约收购义务且未计划实施要约收购。

5、未履行稳定公司股价措施的约束机制

在启动股价稳定措施的前提条件满足时，公司董事会应在 10 个交易日内做出回购股份的决议，并公告即将采取的具体措施并履行后续法律程序。董事会不履行上述义务的，全体董事以上一年度薪酬为限对流通股股东承担赔偿责任。发

行人未履行上述股价稳定义务的，以其承诺的最大回购金额为限对流通股股东承担赔偿责任。

若控股股东未履行或未完全履行上述稳定股价义务，则公司有权将与控股股东应增持股份的增持资金总额减去其当次增持计划已投入的资金后的金额相等金额的应付控股股东的该年度以及以后年度的税后薪酬或现金分红予以暂扣，直至控股股东履行本预案项下的增持义务及其他相关义务。

若公司董事（不含独立董事）、高级管理人员未履行或未完全履行上述稳定股价义务，则公司有权将与该等董事和高级管理人员应增持公司股份的金额减去其当次增持计划已投入的资金后的金额相等金额的应付其的税后薪酬或现金分红予以暂扣，直至该等董事、高级管理人员履行本预案项下的增持义务及其他相关义务。

（四）关于欺诈发行上市的股份回购的相关承诺

1、发行人实际控制人 WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 的承诺

“发行人符合创业板发行上市条件，发行人申请本次发行上市相关申报文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，不存在任何欺诈发行的情形，发行人对其真实性、准确性、完整性承担法律责任。

如发行人本次发行上市相关申报文件被中国证监会等有权部门确认存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，或存在欺诈发行上市情形的，本人将督促发行人依法回购首次公开发行的全部新股。

如发行人不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，发行人将在中国证监会等有权部门确认后 5 个工作日内启动回购程序，回购发行人已公开发行的全部新股；购回价格以发行价并加算银行同期存款利息和购回义务触发时点前最后一个交易日发行人股票的收盘价孰高确定，并根据相关法律、法规和规范性文件规定的程序实施。

如发行人因本次发行上市相关申报文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，或存在欺诈发行上市情形被证券主管部门或司法机关立案调查的，本人承诺暂停转让本人拥有权益的发行人股份。

如发行人本次发行上市相关申报文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗

漏，或存在欺诈发行上市情形的，致使投资者在证券交易中遭受损失，且本人被监管机构认定不能免责的，本人将依法赔偿投资者的损失。有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分和免责事由按照《公司法》、《证券法》、中国证监会和证券交易所的相关规定以及《公司章程》的规定执行。”

2、发行人控股股东圣巴巴拉投资的承诺

“发行人符合创业板发行上市条件，发行人申请本次发行上市相关申报文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，不存在任何欺诈发行的情形，发行人对其真实性、准确性、完整性承担法律责任。

如发行人本次发行上市相关申报文件被中国证监会等有权部门确认存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，或存在欺诈发行上市情形的，本公司将督促发行人依法回购首次公开发行的全部新股。

如发行人不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，发行人将在中国证监会等有权部门确认后 5 个工作日内启动回购程序，回购公司已公开发行的全部新股；购回价格以发行价并加算银行同期存款利息和购回义务触发时点前最后一个交易日公司股票的收盘价孰高确定，并根据相关法律、法规和规范性文件规定的程序实施。

如发行人因本次发行上市相关申报文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，或存在欺诈发行上市情形被证券主管部门或司法机关立案调查的，本公司承诺暂停转让本公司拥有权益的发行人股份。

如发行人本次发行上市相关申报文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，或存在欺诈发行上市情形的，致使投资者在证券交易中遭受损失，且本公司被监管机构认定不能免责的，本公司将依法赔偿投资者的损失。有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分和免责事由按照《公司法》、《证券法》、中国证监会和证券交易所的相关规定以及《公司章程》的规定执行。”

3、发行人董事、监事、高级管理人员的承诺

“（1）本人已经阅读了公司编制的首次公开发行股票并在创业板上市招股

说明书，本人确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本人对其真实性、准确性、完整性承担法律责任。公司符合创业板发行上市条件，不存在任何以欺骗手段骗取发行注册的情形。

（2）如公司本次发行上市相关申报文件被中国证监会、证券交易所或司法机关等监管机构认定有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，或存在欺诈发行上市情形的，且本人被监管机构认定不能免责的，本人将依法赔偿投资者损失。有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分和免责事由按照《公司法》、《证券法》、中国证监会和证券交易所的相关规定以及《公司章程》的规定执行。”

（五）发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员关于依法承担赔偿责任的承诺

1、公司承诺

公司承诺如下：保证公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。

如经中国证监会或其他有权部门认定，公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件中存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将严格遵守《证券法》等法律法规的规定，按照中国证监会或其他有权部门认定或者裁定，依法赔偿投资者损失。

2、控股股东和实际控制人承诺

控股股东圣巴巴拉投资、实际控制人 WEIDONG LU 和 ESTHER YIFENG LU 承诺如下：

本公司/本人保证发行人首次公开发行股票并在创业板上市申请文件内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

如经中国证监会或其他有权机关认定，发行人首次公开发行股票并在创业板上市申请文件中存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司/本人将督促发行人依法回购首次公开发行的全部 A 股新股，且将购回本公司/本人已转让的原限

售股股份（若有）。

回购与购回价格按照证监会、交易所颁布的规范性文件依法确定，但不得低于回购与购回时的股票市场价格。

发行人首次公开发行股票并在创业板上市申请文件如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司/本人将依法赔偿投资者损失。

3、董事、监事、高级管理人员承诺

发行人首次公开发行股票并在创业板上市申请文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本人对其真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。

发行人首次公开发行股票并在创业板上市申请文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。

上述承诺不因本人在发行人的职务变更、离职等原因而终止。

（六）中介机构关于依法承担赔偿责任的承诺

1、保荐机构承诺

保荐机构承诺如下：本公司将严格履行法定职责，遵守业务规则和行业规范，对发行人的申请文件和信息披露资料进行审慎核查，督导发行人规范运行，对其他中介机构出具的专业意见进行核查，对发行人是否具备持续盈利能力、是否符合法定发行条件做出专业判断，并确保发行人的申请文件和招股说明书等信息披露资料真实、准确、完整。如因本公司为发行人首次公开发行并在创业板上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。

2、审计机构承诺

审计机构承诺如下：本所将严格履行法定职责，遵照本行业的业务标准和执业规范，对发行人的相关业务资料进行核查验证，确保所出具的相关专业文件真实、准确、完整。如因本所为发行人首次公开发行并在创业板上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。

3、律师事务所承诺

律师事务所承诺如下：本所将严格履行法定职责，遵照本行业的业务标准和执业规范，对发行人的相关业务资料进行核查验证，确保所出具的相关专业文件真实、准确、完整。如因本所为发行人首次公开发行并在创业板上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将根据有管辖权的司法机关作出的生效判决依法赔偿投资者由此遭受的直接损失。

4、资产评估机构承诺

资产评估机构承诺如下：本公司将严格履行法定职责，遵照本行业的业务标准和执业规范，对发行人的相关业务资料进行核查验证，确保所出具的相关专业文件真实、准确、完整。如因本公司为发行人首次公开发行股票并在创业板上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

5、验资机构承诺

验资机构承诺如下：本所将严格履行法定职责，遵照本行业的业务标准和执业规范，对发行人的相关业务资料进行核查验证，确保所出具的相关专业文件真实、准确、完整。如因本所为发行人首次公开发行并在创业板上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。

（七）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

1、控股股东和实际控制人承诺

公司控股股东圣巴巴拉投资、实际控制人 WEIDONG LU 和 ESTHER YIFENG LU 承诺如下：

本公司/本人绝不以控股股东、实际控制人身份越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益；

本承诺函出具日后，若中国证监会或证券交易所作出关于摊薄即期回报的填补措施及其承诺的其他监管规定，且上述承诺不能满足该等规定时，本公司/本人承诺将及时按该等规定出具补充承诺，以符合中国证监会及证券交易所的要求。

本公司/本人承诺严格履行上述承诺事项，确保公司制定的有关填补回报措施能够得到切实履行。若本公司/本人违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本公司/本人愿意依法承担相应补偿责任。作为填补回报措施相关责任主体之一，本公司/本人若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本公司/本人将依法承担相应的责任。

2、董事、监事及高级管理人员承诺

公司董事、监事及高级管理人员承诺如下：

（1）不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

（2）对本人的职务消费行为进行约束；

（3）不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动；

（4）由公司董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（5）若公司未来实施股权激励，公布的股权激励行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（6）忠实、勤勉地履行职责，维护公司和全体股东的合法权益；

（7）本承诺函出具日后，若中国证监会或证券交易所作出关于摊薄即期回报的填补措施及其承诺的其他监管规定，且上述承诺不能满足该等规定时，本人承诺将及时按该等规定出具补充承诺，以符合中国证监会及证券交易所的要求。

上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺本人将依法承担相应责任。

（八）利润分配政策的承诺

具体内容参见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“二、发行后的股利分配政策”。

（九）发行人及其控股股东、董事、监事及高级管理人员作出公开承诺事项的约束措施

1、公司作出公开承诺事项的约束措施

本公司将严格履行其在首次公开发行股票并在创业板上市过程中所作出的

全部公开承诺事项中的各项义务和责任。

若本公司未能完全且有效地履行承诺事项中的各项义务或责任，则本公司承诺将采取以下措施予以约束：

如本公司非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序）并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉；

（2）对本公司该等未履行承诺的行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员调减或停发薪酬或津贴；

（3）不得批准未履行承诺的董事、监事、高级管理人员的主动离职申请，但可以进行职务变更；

（4）不得进行公开再融资；

（5）给投资者造成损失的，本公司将向投资者依法承担赔偿责任。

如本公司因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序）并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉；

（2）尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东大会审议，尽可能地保护本公司投资者利益。

2、控股股东作出公开承诺事项的约束措施

公司控股股东圣巴巴拉投资承诺如下：

本公司将严格履行在公司首次公开发行股票并在创业板上市过程中所作出的全部公开承诺事项中的各项义务和责任。

若本公司未能完全且有效地履行前述承诺事项中的各项义务或责任，则本公司承诺将采取以下各项措施予以约束：

（1）如本公司非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

①在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉；

②不得转让所持公司股份（因被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外）；

③暂不领取公司分配利润中归属于其自身的部分；

④如果因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有，并在获得收益的五个交易日内将所获收益支付给公司指定账户；

⑤未履行上述承诺及招股说明书的其他承诺事项，给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失；

⑥公司未履行招股说明书的公开承诺事项，给投资者造成损失的，本公司依法承担连带赔偿责任。

（2）如本公司因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

①在股东大会、中国证监会指定披露媒体上公开说明未履行的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉；

②尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护投资者利益。

3、董事、监事及高级管理人员作出公开承诺事项的约束措施

公司董事、监事及高级管理人员承诺如下：

本人将严格履行在公司首次公开发行股票并在创业板上市过程中所作出的全部公开承诺事项（以下简称“承诺事项”）中的各项义务和责任。

若本人未能完全且有效地履行前述承诺事项中的各项义务或责任，则本人承诺将采取以下各项措施予以约束：

（1）如本人非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

①在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉；

②不得转让所持公司股份（因被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外）；

③暂不领取公司分配利润中归属于其自身的部分；

④如果因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有，并在获得收益的五个交易日内将所获收益支付给公司指定账户；

⑤可以职务变更但不得主动要求离职；

⑥主动申请调减或停发薪酬或津贴；

⑦未履行上述承诺及招股说明书的其他承诺事项，给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失；

⑧公司未履行招股说明书的公开承诺事项，给投资者造成损失的，本人依法承担连带赔偿责任。

（2）如本人因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

①在股东大会、中国证监会指定披露媒体上公开说明未履行的具体原因；

②尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护投资者利益。

（十）发行人关于申请首次公开发行股票并在创业板上市股东信息披露的相关承诺

公司承诺如下：

“（一）本公司已在招股说明书中真实、准确、完整的披露了股东信息；

（二）本公司的历史沿革中不存在股权代持情况，本公司股东的历史沿革中存在股权代持情形，但股权代持行为已解除，本公司已经在招股说明书中披露了代持行为的形成原因、演变情况、解除过程等，股权代持行为不存在任何纠纷或潜在纠纷；

（三）本公司不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有发行人股份的情形；

（四）本公司本次发行上市的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有本公司股份的情形；

（五）本公司不存在以发行人股权进行不当利益输送情形；

（六）本公司及本公司股东已及时向本次发行上市的中介机构提供了真实、准确、完整的资料，积极和全面配合了本次发行上市的中介机构开展尽职调查，

依法在本次发行上市的申报文件中真实、准确、完整地披露了股东信息，履行了信息披露义务；

（七）若本公司违反上述承诺，将承担由此产生的一切法律后果。”