苏州欧圣电气股份有限公司

Suzhou Alton Electrical & Mechanical Industry Co.,Ltd.

（江苏省汾湖高新技术开发区临沪大道北侧、来秀路东侧）

关于苏州欧圣电气股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市

申请文件的审核问询函之回复

保荐人（主承销商）

中泰证券股份有限公司

ZHONGTAI SECURITIES CO.,LTD.

（山东省济南市市中区经七路 86 号）

二〇二一年十二月

目 录

1. 关于品牌授权模式 3
2. 关于劳务派遣 24
3. 关于经营合法合规性 34
4. 关于行业和技术 39
5. 关于历史上控股股东的变更 60
6. 关于子公司和实际控制人控制的其他企业 85
7. 关于最近一年新增股东 101
8. 关于产品质量责任 105
9. 关于厂房出租 111
10. 关于境外不动产 117
11. 关于信息披露问题 125
12. 关于销售模式和收入确认政策 140
13. 关于 ODM 和品牌授权模式 157
14. 关于营业收入 181
15. 关于境外销售 210
16. 关于前五大客户 231
17. 关于营业成本 256
18. 关于前五大供应商 291
19. 关于毛利率 312
20. 关于存货 349
21. 关于应收账款、第三方回款 362
22. 关于投资性房地产、固定资产 377
23. 关于期间费用 390
24. 关于内部交易和税收优惠 415
25. 关于其他流动资产 421
26. 关于分红 438
27. 关于募投项目 446
28. 关于新冠肺炎疫情影响 451
29. 关于原始报表与申报报表差异 456

深圳证券交易所：

贵所于 2020 年 10 月 31 日出具的审核问询函〔2020〕010691 号《关于苏州欧圣电气股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》（以下简称“审核问询函”）收悉。中泰证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”）作为保荐机构和主承销商，与苏州欧圣电气股份有限公司（以下简称“欧圣电气”、“发行人”或“公司”）、国浩律师（上海）事务所（以下简称“发行人律师”）、立信中联会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“发行人会计师”、“立信中联”）对审核问询函所列问题进行了逐项落实，现回复如下，请予审核。

注：

1、除另有说明外，本回复报告所用简称及名词释义与招股说明书一致。

2、本回复报告若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

本回复报告中的字体代表以下含义：

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

1.关于品牌授权模式

申报材料显示，报告期内，发行人主要采用 ODM 和品牌授权模式销售，其中采用品牌授权模式销售金额占主营业务收入的比例分别为 39.48%、30.43%、35.96%、27.99%。品牌授权模式下，发行人与品牌授权商签署商标使用权协议，由发行人主导产品开发设计，在约定期限、指定地域内选择客户进行销售并支付商标许可使用费和销售分成。在小型空压机产品方面，发行人取得了 Craftsman 、Briggs&Stratton 和 Dewalt 等知名品牌授权；在干湿两用吸尘器产品方面，发行人取得了 Stanley、Stanley Fatmax 、Porter Cable 和 Dewalt 等知名品牌授权。上述品牌许可方式均为不可转让、不可转授、非独家方式。

请发行人：

（1）结合与品牌授权商签署的商标使用权协议的主要内容，补充披露双方的主要权利义务，对各品牌方支付费用的内容及金额，是否在授权销售的区域内禁止或限制发行人自有品牌产品的销售以及对发行人建立和发展自有品牌产生的不利影响，双方是否约定相关商品的最终销售价格、销售客户等，如出现质量、知识产权等纠纷，双方的责任划分约定；

（2）补充披露非独家许可方式下发行人以外的其他方或品牌方自身是否也在同一区域销售同种产品，如是，与发行人是否构成竞争，发行人与上述竞争方相比存在的优劣势，是否与竞争方存在纠纷或潜在纠纷；

（3）补充披露是否存在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，如是，是否存在知识产权纠纷等风险；

（4）补充披露是否存在相同产品使用不同品牌销售的情形，如是，是否符合相关品牌授权协议的约定，是否需征得品牌授权商同意，是否存在纠纷或潜在纠纷；

（5）披露上述品牌授权模式是否为行业内普遍使用的模式，对各品牌的许可协议签署的间隔期限（几年一签，与同行业公司相比是否存在差异）、续签所需的条件、相关授权是否稳定，是否存在被取消授权或被其他方替代的风险，以及对发行人持续经营能力的影响，发行人是否存在未经授权使用品牌或超出授权范围的情形，与品牌授权商之间是否存在纠纷或潜在纠纷。

请保荐人、发行人律师发表明确意见，说明核查过程。

回复：

一、结合与品牌授权商签署的商标使用权协议的主要内容，补充披露双方的主要权利义务，对各品牌方支付费用的内容及金额，是否在授权销售的区域内禁止或限制发行人自有品牌产品的销售以及对发行人建立和发展自有品牌产生的不利影响，双方是否约定相关商品的最终销售价格、销售客户等，如出现质量、知识产权等纠纷，双方的责任划分约定

（一）结合与品牌授权商签署的商标使用权协议的主要内容，补充披露双方的主要权利义务，对各品牌方支付费用的内容及金额

1、 结合与品牌授权商签署的商标使用权协议的主要内容，补充披露双方的主要权利义务

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“六、主要资产情况”之“（三）资产许可使用情况”之“1、品牌授权协议的主要内容”部分补充披露如下：

“（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	澳大利亚、新西兰、亚洲部分地区（柬埔寨、印度尼西亚、	2020.01.01-2022.12.31

				器配件、吹地机、工业风扇	日本、马来西亚、菲律宾、韩国、泰国、越南、中国台湾）	
			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、**空气净化器和工地除湿器**	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 Black&Decker（beyond by Black& Decker）	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。	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）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

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“六、主要资产情况”之“（三）资产许可使用情况”之“1、品牌授权协议的主要内容”部分补充披露如下：

“（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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
Dewalt	**1,079.59**	1,462.33	514.39	165.44
Stanley	**224.18**	322.37	485.72	450.08
Briggs&Stratton	**32.34**	101.28	172.46	222.34
Porter Cable	**98.13**	78.31	68.99	162.64
Craftsman	**229.80**	79.01	57.57	-
BLACK+DECKER	**8.09**	-	-	-
商标使用权费用合计	**1,672.12**	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。”

（二）是否在授权销售的区域内禁止或限制发行人自有品牌产品的销售以及对发行人建立和发展自有品牌产生的不利影响，双方是否约定相关商品的最终销售价格、销售客户等，如出现质量、知识产权等纠纷，双方的责任划分约定

1、是否在授权销售的区域内禁止或限制发行人自有品牌产品的销售以及对发行人建立和发展自有品牌产生的不利影响

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“六、主要资产情况”之“（三）资产许可使用情况”之“1、品牌授权协议的主要内容”部分补充披露如下：

“（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、**2021 年 6 月 30 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、 双方是否约定相关商品的最终销售价格、销售客户等

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“六、主要资产情况”之“（三）资产许可使用情况”之“1、品牌授权协议的主要内容”部分补充披露如下：

“（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、**2021 年 6 月 30 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地区；授权期限：2017.01.01-2019.12.31）	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；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。	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	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

	.31）		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 ；任何其他书面批准的渠道。	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。
8	Dewalt（Guaranteed Tough）（**产品：干湿两用吸尘器及吸尘器配件、吹地机、工业风扇、空气净化器和工地除湿器**，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：	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。

	2018.12.01-2023.12.31）		
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气压缩机；	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。

		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、**2021 年 6 月 30 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。”

3、如出现质量、知识产权等纠纷，双方的责任划分约定

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“六、主要资产情况”之“（三）资产许可使用情况”之“1、品牌授权协议的主要内容”部分补充披露如下：

“（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。”

二、补充披露非独家许可方式下发行人以外的其他方或品牌方自身是否也在同一区域销售同种产品，如是，与发行人是否构成竞争，发行人与上述竞争方相比存在的优劣势，是否与竞争方存在纠纷或潜在纠纷

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“六、主要资产情况”之“（三）资产许可使用情况”之“2、发行人与品牌方之间不构成直接竞争关系”部分补充披露如下：

“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	 $99.98
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	 $199.00
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	 $599.00

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

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
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	 $1,349.00

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。”

三、补充披露是否存在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，如是，是否存在知识产权纠纷等风险

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

“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、**2021 年 6 月 30 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 11 月 8 日**出具的《法律意见书》、日本达芬奇辩护律师事务所于 **2021 年 11 月 9 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。”

四、补充披露是否存在相同产品使用不同品牌销售的情形，如是，是否符合相关品牌授权协议的约定，是否需征得品牌授权商同意，是否存在纠纷或潜在纠纷

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“六、主要资产情况”之“（三）资产许可使用情况”之“4、发行人相同产品使用不同品牌销售的情况”部分补充披露如下：

“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，发行人以 ODM 模式或自有品牌模式销售与品牌授权产品设计规格不同的产品无需征得品牌授权商同意，发行人在不同品牌下销售不同品牌差异化产品符合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。”

五、披露上述品牌授权模式是否为行业内普遍使用的模式，对各品牌的许可协议签署的间隔期限（几年一签，与同行业公司相比是否存在差异）、续签所需的条件、相关授权是否稳定，是否存在被取消授权或被其他方替代的风险，以及对发行人持续经营能力的影响，发行人是否存在未经授权使用品牌或超出

授权范围的情形，与品牌授权商之间是否存在纠纷或潜在纠纷

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

“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。

根据发行人的说明，鉴于 Briggs&Stratton Tech,LLC 处于破产重组状态，且发行人与 Briggs&Stratton Tech,LLC 合作下的品牌产品销售体量较小，发行人拟在 **2021 年 12 月 31 日**不再与 Briggs&Stratton Tech,LLC 继续合作。2020 年，发行人 Briggs&Stratton 品牌授权模式收入占主营收入比例为 3.01%，由于发行人 Briggs&Stratton 品牌授权模式收入的产品整体销售占比较低，终止该合作不会对发行人持续经营能力造成不利影响。

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、**2021 年 6 月 30 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。”

六、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人律师：

1、查阅发行人与各品牌授权商签署的商标使用权协议，查阅发行人支付品牌授权方品牌使用权费用的支付明细及支付凭证，结合品牌使用权协议对品牌使用权费用进行核对；

2、访谈品牌授权方 Stanley Black&Decker 和 Briggs& Stratton Tech,LLC，了解发行人与品牌授权方合作情况及未来合作的稳定性，询问品牌方或其他方是否存在在同一区域内销售同类品牌产品，核实发行人与品牌方是否存在纠纷等情况；

3、登录 Stanley Black&Decker 和 Briggs& Stratton Tech,LLC 官方网站，了解发行人销售的授权品牌产品与品牌方其他产品的区别与联系；

4、走访、视频访谈发行人主要客户 Lowe’s、The Home depot、Walmart、Canadian Tire Corporation、Menards、Costco 及 Harbor Freight Tools，视频访谈品牌授权方 Stanley Black&Decker 和 Briggs& Stratton Tech,LLC，了解发行人各销售模式的区别与联系，核查发行人各销售模式下与主要客户和品牌方是否存在纠纷；

5、查阅发行人的销售明细表、主要框架销售协议和销售订单，访谈发行人管理层、销售部门、研发部门相关人员，了解发行人各销售模式下关于研发设计、销售渠道、售后服务等基本情况；

6、查阅发行人出具的关于品牌授权商品的最终销售价格、最终客户等品牌授权合作有关事宜的确认及承诺；查阅发行人出具的与品牌授权方、OEM、ODM等客户不存在纠纷的确认函；

7、查阅美国 Law Offices of Howard A. Davis 律师事务所于 2021 年 3 月 19 日、**2021 年 6 月 30 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 11 月 8 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 11 月 9 日**出具的《法律意见书》；

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

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、报告期内，公司与品牌授权方均按照商标使用权协议的约定履行各自主要权利义务；品牌授权方未在授权销售的区域内禁止或限制发行人自有品牌产品的销售，发行人建立和发展自有品牌不会因此产生不利影响；品牌授权方与发行人之间未就相关商品的最终销售价格进行约定，品牌授权方与发行人之间就许可产品的销售渠道、质量责任、知识产权责任进行了约定，报告期内公司与品牌授权方未发生关于产品质量、知识产权等纠纷；

2、报告期内，发行人品牌授权模式主要收入来源的 Dewalt（Guaranteed Tough）、Stanley、Porter Cable 品牌未同时被授权给其他第三方在同类产品上使用，品牌方存在将 Craftsman 品牌在同类产品授权给其他第三方使用，发行人与其他取得品牌授权的第三方的整体竞争关系较弱，发行人与其他取得授权品牌使用权的其他第三方不存在纠纷或潜在纠纷；

3、发行人品牌授权方 Stanley Black&Decker 存在在授权发行人区域内销售同类产品的情形，但 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和产品结构存在较大差异，不构成直接竞争关系，发行人与品牌方不存在纠纷或潜在纠纷；

4、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；

5、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，发行人以 ODM 模式或自有品牌模式销售与品牌授权产品设计规格不同的产品无需征得品牌授权商同意，发行人在不同品牌下销售不同品牌差异化产品符合品牌授权协议的约定，不存在纠纷或潜在纠纷；

6、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具有差异性；由于 Briggs&Stratton Tech,LLC 处于破产重整状态，发行人拟不再与其继续合作，发行人销售 Briggs&Stratton Tech,LLC 授权品牌的产品销售量较小，终止该合作不会对发行人持续经营能力造成重大不利影响；Stanley Black&Decker 与发行人具有长期、稳定的合作关系，发行人被取消授权或被其他方替代的风险较低；报告期内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。

2. 关于劳务派遣

申报材料显示，发行人对部分装配操作工等岗位采用劳务派遣的方式招募生产人员，报告期各期末，发行人正式员工数量分别为 674 人、675 人、602 人、719 人，劳务派遣用工数量分别为 169 人、127 人、113 人、23 人，占用工总数比例分别为 20.05%、15.84%、15.80%、3.10%。

请发行人：

（1）结合被派遣劳动者实际从事的工作岗位，披露被派遣劳动者是否仅从事临时性、辅助性或者替代性的工作，劳务派遣用工成本与正式用工成本是否存在差异，是否存在利用劳务派遣降低用工成本的情形；

（2）补充披露报告期内合作的劳务派遣单位的基本情况，包括但不限于名称、注册资本、主要股东、实际控制人，是否具有有效的《劳务派遣经营许可证》等资质，是否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存在关联关系、委托持股、其他资金业务往来等利益安排；

（3）结合 2017-2019 年末劳务派遣用工数量占用工总数比例均超过 10%的

事实，补充披露是否存在被劳动行政部门等主管机关处罚的风险，是否可能构成重大违法行为，仅以“已自行整改、实际控制人已承诺，未受到有关劳动主管机关或劳动监察机关的行政处罚”等认定不构成本次发行上市的实质性法律障碍的依据是否充分，是否有必要作充分的风险提示；

（4）补充披露是否存在未为被派遣劳动者缴纳社会保险等其他违反《劳动合同法》《劳务派遣暂行规定》等相关法律法规的规定的情形，是否存在劳动合同等纠纷或潜在纠纷；

（5）分析并补充披露 2020 年 1-3 月劳务派遣用工比例大幅下降的原因，以及对成本、费用和经营业绩的具体影响；

（6）补充披露 2019 年末正式员工人数较 2018 年末减少较多的原因和合理性。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、结合被派遣劳动者实际从事的工作岗位，披露被派遣劳动者是否仅从事临时性、辅助性或者替代性的工作，劳务派遣用工成本与正式用工成本是否存在差异，是否存在利用劳务派遣降低用工成本的情形

（一）结合被派遣劳动者实际从事的工作岗位，披露被派遣劳动者是否仅从事临时性、辅助性或者替代性的工作

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

“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。**通过将劳务派遣人员转为劳动合同制员工等方式，截至 2021 年 6 月末，公司已无劳务派遣人员。”**

（二）劳务派遣用工成本与正式用工成本是否存在差异，是否存在利用劳务派遣降低用工成本的情形

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

“1、劳务派遣情况

……

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
2021 年 1-6 月	**20.46**	**20.03**	**2.10%**
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，主要原因为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。”

二、补充披露报告期内合作的劳务派遣单位的基本情况，包括但不限于名称、注册资本、主要股东、实际控制人，是否具有有效的《劳务派遣经营许可证》等资质，是否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存在关联关系、委托持股、其他资金业务往来等利益安排

（一）报告期内合作的劳务派遣单位的基本情况

发行人在招股说明书“第五节　发行人基本情况”之“十九、员工及其社会保障情况”之“（三）劳务派遣”之“2、劳务派遣公司情况”中补充披露如下：

“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-**2021.02**	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 /320584202007020028	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	200 万元人民币	肖相根持股 51%、刘普生	肖相根	360800202103 21108	2018.3-2018.4	2018.03.22-2021.03.21

	限公司		持股 49%				
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》。”

（二）劳务派遣单位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、主要客户及供应商的关系

发行人在招股说明书“第五节　发行人基本情况”之“十九、员工及其社会保障情况”之“（三）劳务派遣”之“2、劳务派遣公司情况”中补充披露如下：

“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。”

三、结合 2017-2019 年末劳务派遣用工数量占用工总数比例均超过 10%的事实，补充披露是否存在被劳动行政部门等主管机关处罚的风险，是否可能构成重大违法行为，仅以“已自行整改、实际控制人已承诺，未受到有关劳动主管机关或劳动监察机关的行政处罚”等认定不构成本次发行上市的实质性法律障碍的依据是否充分，是否有必要作充分的风险提示

发行人在招股说明书“第五节　发行人基本情况”之“十九、员工及其社会保障情况”之“（三）劳务派遣”之“3、劳务派遣说明”中补充披露如下：

“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**2021 年 6 月 30 日，公司已无劳务派遣用工**，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。”

发行人在招股说明书“第四节　风险因素”之“七、法律风险”之“（三）劳务派遣超比例的风险”中补充披露如下：

“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。”

四、补充披露是否存在未为被派遣劳动者缴纳社会保险等其他违反《劳动合同法》、《劳务派遣暂行规定》等相关法律法规的规定的情形，是否存在劳动合同等纠纷或潜在纠纷

发行人在招股说明书“第五节　发行人基本情况”之“十九、员工及其社会保障情况”之“（三）劳务派遣”之“3、劳务派遣说明”中补充披露如下：

“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。”

五、分析并补充披露 2020 年 1-3 月劳务派遣用工比例大幅下降的原因，以及对成本、费用和经营业绩的具体影响

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

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

项目	**2021.06.30**	2020.12.31	2020.03.31	2019.12.31	2018.12.31
在册员工人数	**1,134**	1,067	719	602	675
劳务派遣人数	**-**	106	23	113	127
用工总数	**1,134**	1,173	742	715	802
劳务派遣用工比例	**0.00%**	9.04%	3.10%	15.80%	15.84%

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。**通过将劳务派遣人员转为劳动合同制员工等方式，截至 2021 年 6 月 30 日，公司已无劳务派遣人员。**

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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
支付劳务派遣总工资	**86.24**	949.28	307.20	811.85
劳务派遣与一线生产员工时薪差异率	**2.10%**	6.79%	-10.22%	-7.28%
差异总计	**1.81**	64.46	-31.39	-59.08
利润总额	**9,543.59**	**16,471.62**	6,721.16	5,024.10
差异占利润总额比例	**0.02%**	**0.39%**	-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、64.46 万元**及 1.81 万元**，占当期利润总额的比例分别为-1.18%、-0.47%、**0.39%及 0.02%**，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。”

六、补充披露 2019 年末正式员工人数较 2018 年末减少较多的原因和合理性

发行人在招股说明书“第五节　发行人基本情况”之“十九、员工及其社会保障情况”之“（一）员工人数及变化情况”中补充披露如下：

“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。

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。”

七、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人律师、发行人会计师：

1、查阅了发行人与劳务派遣公司签署的劳务派遣协议，劳务派遣人员名单，并抽查访谈被派遣员工、现场查看被派遣员工从事的具体工作，了解公司与劳务派遣公司的合作模式，涉及工序或岗位；

2、对发行人主要劳务派遣公司进行走访并取得其相关确认函；核查公司控股股东、实际控制人、主要股东、董事、监事、高级管理人员的银行流水，了解是否与劳务派遣公司存在资金往来；

3、查阅公司序时账了解报告期内与公司合作的劳务派遣公司，查阅主要劳务派遣公司工商档案；查阅劳务派遣企业的营业执照、经营资质证明以及劳务派遣企业出具的情况说明；

4、分析及计算采用劳务派遣用工方式对公司业绩的影响；

5、访谈发行人人力资源部负责人了解公司报告期内人员变动情况及原因；

6、查阅了苏州市吴江区人力资源和社会保障局出具的《证明》；

7、检索国家企业信用信息公示系统、裁判文书网等，以及劳务派遣公司所在地政府网站核查所有劳务派遣公司合法合规情况以及劳动合同纠纷情况。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师及发行人会计师认为：

1、报告期内，被派遣劳动者仅从事临时性、辅助性或者替代性的工作，劳务派遣用工成本与正式用工成本不存在显著差异，发行人不存在利用劳务派遣降低用工成本的情形；

2、报告期内，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》到期后未再续期的情形外，其余劳务派遣公司在合作期内具备相关的资质；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，不存在委托持股、其他资金业务往来等利益安排；

3、公司报告期内存在劳务派遣用工数量占用工总数比例超过 10%的事实，根据苏州市吴江区人力资源和社会保障局出具《证明》，其不构成重大违法行为；

4、劳务派遣公司存在未为被派遣劳动者缴纳社会保险等情形，但根据《劳动合同法》、《劳务派遣暂行规定》及劳务派遣公司关于劳务派遣事宜出具的《确认函》，未为被派遣员工缴纳社会保险属于劳务派遣公司责任，公司与劳务派遣公司不存在劳动合同等纠纷或潜在纠纷；

5、2020 年 1-3 月劳务派遣用工比例大幅下降主要系发行人为规范劳务派遣情况所致，根据测算，若公司报告期内全部使用正式员工替代劳务派遣用工，差异金额占当期利润总额比例分别为-1.18%、-0.47%、**0.39%及 0.02%**，对公司经营业绩不存在较大影响；

6、2019 年末较 2018 年末员工人数的减少主要与 2019 年部分客户的产品线优化计划、中美贸易摩擦导致收入下降及发行人自动化水平提升相关。

3. 关于经营合法合规性

申报材料显示，发行人在报告期内仍存在多起税务、物价、消防、安监等违法违规行为，且存在被物价、消防等主管部门处罚后，再次因相同或类似事由被主管部门处罚的情形。

请发行人补充披露：

（1）在合规运营方面的内部控制制度是否健全并被有效执行，内部控制和规范运作是否存在瑕疵，未来如何保障内部控制的有效性和经营的合法合规性；

（2）出口报关、外汇结转方面的合法合规性，是否符合外汇管理规定，是否存在海关、税务风险。

请保荐人、发行人律师发表明确意见，说明核查过程。

回复：

一、在合规运营方面的内部控制制度是否健全并被有效执行，内部控制和规范运作是否存在瑕疵，未来如何保障内部控制的有效性和经营的合法合规性

（一）报告期内发行人及其子公司受到的行政处罚及整改情况

序号	处罚对象	违规方面	日期	处罚所涉事项	改进措施
1	上海姿东	税务	2017.8.29	未按照规定期限办理纳税申报和报送纳税资料	加强对员工的培训，强调及时办理纳税申报
2	厦门傲仁	税务	2017.7.20	未按照规定期限办理纳税申报和报送纳税资料	
3	欧圣电气	物价	2017.3.21	通过网店销售具有误导性价格产品的行为	对网店销售定价进行自查，并加强相关人员对《中华人民共和国价格法》及公司内控制度的学习
4	欧圣电气	物价	2018.1.2	通过网店销售具有误导性价格产品的行为	
5	欧圣电气	消防	2018.8.27	在厂区内消防车通道上违章搭建并占用消防车通道	已按要求拆除了消防通道上的搭建物，仓库内安装了喷淋系统
6	欧圣电气	消防	2018.8.27	仓库消防设置不符合标准	
7	欧圣电气	消防	2018.8.27	违规搭建顶棚占用防火间距	
8	欧圣电气	消防	2018.11.1	违章搭建顶棚未及时整改	按消防要求对搭建进行了拆除，并且整改事项已通过消防主管部门复查
9	欧圣电气	安监	2020.9.7	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（焊工无证作业）	按要求对未取得特种作业证的员工进行调岗，同时进行专业的培训考试，考核合格（取得特种专业上岗资格）后调回原岗位

（二）在合规运营方面的内部控制制度是否健全并被有效执行，内部控制和规范运作是否存在瑕疵，未来如何保障内部控制的有效性和经营的合法合规性

发行人在招股说明书“第七节　公司治理与独立性”之“五、发行人报告期内违法违规行为情况”之“（四）内部控制制度、有效性及执行情况”中补充披露如下：

“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 **2021 年 6 月**，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-**0564** 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 **2021 年 6 月 30 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 **2021 年 6 月**，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 **2021 年 6 月 30 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。”

二、出口报关、外汇结转方面的合法合规性，是否符合外汇管理规定，是否存在海关、税务风险

发行人报告期内存在出口业务的境内主体为欧圣电气、上海姿东、深圳洁德。欧圣电气、上海姿东、深圳洁德已取得如下经营出口业务所必须的资质、许可：

序号	公司名称	证照名称	证书编号	许可内容	颁布单位	有效期或颁布日期
1	欧圣电气	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	3225941063	进出口货物收发货人	吴江海关	2017.07.06至长期
2		出入境检验检疫报检企业备案表	180614101924000 00413	自理报检企业	吴江海关	2018.06 取得
3	上海姿东	海关进出口货物收发货人备案回执	3122468070	进出口货物收发货人	上海海关	2021年7月16 日至长期
4		对外贸易经营者备案登记表	01789795	对外贸易经营者备案	——	2015.02.06取得
5	深圳洁德	海关进出口货物收发货人备案回执	海关编码：4403960EG6 检验检疫备案号：4777301255	进出口货物收发货人	福中海关	2019.08.19至长期
6		对外贸易经营者备案登记表	03689834	对外贸易经营者备案	——	**2021.11.10** 取得

发行人在招股说明书“第六节　业务和技术”之“七、发行人特许经营权情况及业务资质”之“（二）业务资质”中补充披露如下：

“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 **11 月 8 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 **6 月 30 日**出具的《法律意见书》、日本达芬奇辩护律师事务所于 2021 年 **11 月 9 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 **2021 年 6 月 30 日**，发行人不存在海关、税务处罚风险。”

三、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人律师：

1、查阅发行人报告期内营业外支出明细账、罚款的处罚通知书、缴款凭证、情况说明、整改方案等文件，以及公司制定的相关制度，访谈发行人相关人员了解处罚情况；

2、取得发行人纳税申报表，复核出口退税情况，查看各税种完税凭证等；

3、查阅发行人的内部控制及管理制度以及发行人出具的说明；

4、核查发行人及其子公司的出口业务资质文件；

5、抽查报告期内境外销售订单、出库单、出口报关单、收款凭证等；

6、取得发行人及其子公司海关、税务、外汇方面的合规证明；

7、检索国家外汇管理局、海关、税务等主管部门网站，确认发行人及其子公司报告期内海关、外汇、税务等方面的合规情况；

8、查阅美国 Law Offices of Howard A. Davis 律师事务所于 2021 年 **6 月**

30 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 11 月 8 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 11 月 9 日出具的《法律意见书》；

9、查阅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-0564 号）。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、发行人报告期内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。发行人受到行政处罚后已按照要求进行了整改，同时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；

2、报告期内，发行人出口报关、外汇结转合法合规，符合外汇管理规定，不存在海关、税务风险。

4. 关于行业和技术

申报材料显示，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。发行人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，同时拥有大多数竞争对手短期无法企及的国际销售渠道。电机是发行人产品的核心部件，发行人已掌握电机的核心技术和关键环节，实现了自主研发与生产。目前，发行人已经成功开发出护理机器人等新产品，已试制成功并小批量出货。截至 2020 年 3 月 31 日，发行人拥有 26 项境内注册商标，8 项境外注册商标：176 项境内专利，14 项境外发明专利，掌握了吸尘器低噪音技术、无线手环遥控技术等核心技术。

请发行人：

（1）结合所处行业竞争较为充分的情况，补充披露市场上是否存在较多同质产品和同行业竞争对手，相较于上述产品和竞争对手，发行人的核心竞争力的具体体现，市场占有率及所处的市场地位；

（2）补充披露设立以来主营业务、主要产品和主要经营模式的具体演变情况；

（3）补充披露国际销售渠道的开拓历史和过程，是否稳定，是否构成较高的壁垒；

（4）补充披露电机是否完全实现了自给自足，如否，外采的原因，外采与自产电机在性能、成本上是否存在差异；

（5）补充披露新产品护理机器人目前的研发、生产情况，是否已形成销售收入，如是，披露销售的主要客户、金额和产品型号等，未来的发展规划，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；

（6）补充披露对境内外注册商标和专利及核心技术所采取的保护措施，是否存在被侵权、技术失泄密等情形和风险，在境内外生产、销售产品是否存在被他人提起专利、商标侵权诉讼的情形和风险，是否存在纠纷或潜在纠纷。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、结合所处行业竞争较为充分的情况，补充披露市场上是否存在较多同质产品和同行业竞争对手，相较于上述产品和竞争对手，发行人的核心竞争力的具体体现，市场占有率及所处的市场地位

（一）结合所处行业竞争较为充分的情况，补充披露市场上是否存在较多同质产品和同行业竞争对手

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“三、行业竞争情况及发行人所处行业地位”之“（二）公司在行业中的竞争地位”之“3、公司产品定位与北美市场同类产品同质化和竞争情况”部分补充披露如下：

“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	

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
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”

（二）相较于上述产品和竞争对手，发行人的核心竞争力的具体体现，市场占有率及所处的市场地位

1、相较于上述产品和竞争对手， 发行人的核心竞争力的具体体现

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“三、行业竞争情况及发行人所处行业地位”之“（二）公司在行业中的竞争地位”之“4、公司的核心竞争力的具体体现”部分补充披露如下：

“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 2021 年 6 月 30 日，公司取得了境内外共 231 项专利，其中发明专利 62 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。”

2、市场占有率及所处的市场地位

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

“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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
公司小型空压机销售量	**44.42**	90.95	65.72	93.72
国内空压机出口量	**700.11**	1,316.20	1,153.25	1,104.17
占比	**6.35%**	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	2021 年 1-6 月	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	**42.90**	90.00	65.05	93.05
国内空压机出口美国和加拿大出口量	**200.66**	411.06	310.25	382.46
占比	**21.38%**	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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
公司干湿两用吸尘器销售量	**144.85**	144.99	107.15	112.88
国内吸尘器出口量	**8,774.32**	15,972.88	12,760.19	11,718.34
占比	**1.65%**	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	2021 年 1-6 月	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	**121.00**	136.78	92.81	98.39
国内吸尘器出口美国和加拿大出口量	**2,878.71**	6,050.96	4,218.04	4,534.24
占比	**4.20%**	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。”

二、补充披露设立以来主营业务、主要产品和主要经营模式的具体演变情况

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务、主要产品及其经营模式”之“（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”部分补充披露如下：

“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。

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。”

三、补充披露国际销售渠道的开拓历史和过程，是否稳定，是否构成较高的壁垒

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“三、行业竞争情况及发行人所处行业地位”之“（四）公司的竞争优势与劣势”之“1、竞争优势”部分补充披露如下：

“（1）销售渠道优势

……

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。”

四、补充披露电机是否完全实现了自给自足，如否，外采的原因，外采与自产电机在性能、成本上是否存在差异

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“三、行业竞争情况及发行人所处行业地位”之“（四）公司的竞争优势与劣势”之“1、竞争优势”部分补充披露如下：

“（3）规模化生产优势

……

报告期内，公司自产电机和外采电机比例如下：

项目	2021 年 1-6 月		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（%）	数量（万台）	占比（%）
自产电机	161.25	79.47	222.29	88.59	150.29	89.16	191.03	89.69
外采电机	41.66	20.53	28.63	11.41	18.28	10.84	21.97	10.31
合计	202.91	100.00	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**25%**。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**75%**，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。”

五、补充披露新产品护理机器人目前的研发、生产情况，是否已形成销售收入，如是，披露销售的主要客户、金额和产品型号等，未来的发展规划，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

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“八、发行人技术与研发情况”之“（七）发行人新产品护理机研发、生产情况”部分补充披露如下：

“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**2021年6月末**，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**19.66**万元	**18**项境内发明专利，12项境外发明专利，**44**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

报告期内，公司护理机器人整体投入规模较低，产能偏小，每年的主要投入方向为研发支出。

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
2021年1-6月	**18.36**	**18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，具体包括洛阳斐爱医疗科技有限公司、四川天颐康医疗科技有限公司等客户。**	**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。”

六、补充披露对境内外注册商标和专利及核心技术所采取的保护措施，是否存在被侵权、技术失泄密等情形和风险，在境内外生产、销售产品是否存在被他人提起专利、商标侵权诉讼的情形和风险，是否存在纠纷或潜在纠纷

（一）补充披露对境内外注册商标和专利及核心技术所采取的保护措施，是否存在被侵权、技术失泄密等情形和风险

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“八、发行人技术与研发情况”之“（一）发行人的核心技术情况”之“2、公司核心技术的技术保护措施”部分补充披露如下：

“（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。”

（二）在境内外生产、销售产品是否存在被他人提起专利、商标侵权诉讼的情形和风险，是否存在纠纷或潜在纠纷

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“八、发行人技术与研发情况”之“（一）发行人的核心技术情况”之“2、公司核心技术的技术保护措施”部分补充披露如下：

“（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**2021 年 6 月 30 日**，发行人及其子公司在境内已取得权属证明的专利共计**216**项，其中**47**项发明专利、**106**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、**2021 年 6 月 30 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 11 月 8 日**出具的《法律意见书》、日本达芬奇辩护律师事务所于**2021 年 11 月 9 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。”

七、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人律师：

1、查阅发行人产品相关行业的研究报告，发行人相关竞争对手的年度报告、公告、网站网页，梳理了发行人可比竞争对手和竞争产品具体情况；

2、走访、视频访谈发行人主要客户 Lowe’s、The Home depot、Walmart、

Canadian Tire Corporation、Menards、Costco 及 Harbor Freight Tools，视频访谈品牌授权方 Stanley Black&Decker 和 Briggs& Stratton Tech,LLC，了解发行人销售渠道开拓历史、发行人主要产品定位及发行人竞争优势；

3、登录 www.amazon.com、www.lowes.com 等零售商网站，比较发行人产品与其他公司的同类产品，观察终端客户对发行人产品和其他同类产品的使用评论；

4、访谈发行人实际控制人、高级管理人员、销售人员、研发技术人员，了解发行人产品渠道情况和产品特点、主要产品的市场核心竞争力、发行人经营业务历年演变情况；

5、登录海关统计数据在线查询平台（http://43.248.49.97/），查询吸尘器和空压机历年出口全球、美国、加拿大数据，测算发行人在全球和北美地区市场份额；

6、现场查看发行人电机车间感应电机和串激电机定子线、转子线、装配线生产情况，询问生产和技术人员自制电机和外购电机的区别，取得自制电机生产入库表和采购电机入库表，并将电机入库数量和整机入库数量进行双向匹配；

7、访谈发行人护理机器人业务的主管人员，了解发行人护理机器人研发、生产、销售、同行业竞争对手、发行人未来的发展规划等情况，取得发行人护理机器人销售台账，查看主要护理机器人客户、金额和产品型号，查阅护理机器人同行业竞争对手网站，了解行业内主要竞争对手的研发、生产、销售、应用情况以及与发行人产品的区别；

8、查阅发行人出具的关于知识产权保护、保密制度及相关制度实际执行情况的说明；查阅发行人出具的关于不存在知识产权纠纷的确认函；

9、查阅发行人的知识产权证书，查阅发行人制定的《知识产权管理制度》、《专利管理办法》、《保密管理制度》等内控制度；查阅发行人与高级管理人员、核心技术人员签署的竞业禁止和保密协议；

10、检索中国裁判文书网、信用中国、中国执行信息公开网等网站，确认发行人及其子公司报告期内知识产权合规情况；

11、查阅美国 Law Offices of Howard A. Davis 律师事务所于 2021 年 3 月 19 日、**2021 年 6 月 30 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 11 月 8 日**出具的《法律意见书》、日本达芬奇辩护律师事务所于**2021 年 11 月 9 日**出具的《法律意见书》

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、发行人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，行业内企业竞争相对充分并较为集中；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，公司通过 ODM 模式和品牌授权模式占据了一定比例的北美市场小型空压机和干湿两用吸尘器份额；

2、发行人自设立以来，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，并逐渐形成了以境外中高端产品为主要市场，以品牌授权和 ODM 为主要销售模式的业务模式；

3、发行人与主要客户签署了长期合作框架协议，在长期合作过程中形成稳定的合作伙伴关系，国际销售渠道稳定，具备较高的销售渠道壁垒；

4、报告期内，发行人自制电机比例均超过了 **75%**。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感应电机静音技术，公司小型空压机电机全部进行自制。对于具有稳定订单量规格的产品，公司干湿两用吸尘器电机电机以自制为主，自制电机成本低于外购电机成本；对于小批量订单产品，公司干湿两用吸尘器电机以对外采购为主，由于需新开模具等固定成本支出，该部分自制电机成本高于外购电机成本；报告期内，公司干湿两用吸尘器外购电机和自制电机在性能基本一致；

5、报告期内，公司护理机器人整体投入规模较低，每年的主要投入方向为研发支出，处于小批量生产销售状态，客户较为分散，包括健康管理类企业、社区养老机构等；与同行业竞争对手相比，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，主要劣势在于目前公司现有销售渠道有限，未形成稳定的客户群体和品牌效应；

6、发行人已建立了相关保护商标、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；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、技术泄密的情形，发行人被侵权、技术泄

密的风险较低；发行人在境内生产，在境内外销售产品不存在被他人提起专利、商标侵权诉讼的情形和风险，不存在纠纷或潜在纠纷。

5.关于历史上控股股东的变更

申报材料显示：

（1）自 2009 年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，2020 年 1 月离婚）之父杨关泉代 WEIDONG LU、YINGZI YANG 持有欧圣科技股权；

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

（3）2016 年 10 月，圣巴巴拉投资在美国特拉华州设立，同月，WEIDONG LU ESTHER YIFENG LU 将其持有的欧圣有限全部股权转让给圣巴巴拉投资；

（4）目前，圣巴巴拉投资系发行人控股股东，直接持有发行人 90.01%股份，WEIDONG LU 持有其 76.84%的股权，ESTHER YIFENG LU 持有其 23.16%股权。

请发行人补充披露：

（1）2010 年 11 月至 2014 年 9 月，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，上述股权代持和股权转让是否合法合规；

（2）发行人实际控制人及其关系密切的家庭成员直接或间接控制的各个境外实体的历史沿革情况，包括各实体的设立、股权变更、主营业务、税费缴纳、资金汇出等情况，是否存在违法违规行为，存续期间是否存在诉讼或纠纷；

（3）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，持股的真实性，是否存在委托持股、信托持股或其他影响控股权的约定，股东的出资来源等，并结合上述情况，披露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是否清晰、稳定，是否符合我国税收、外商投资、外汇管理等有关法律法规的规定；

（4）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，控股股东变更履行的程序及合法合规性，是否对发行人的生产经营和公司治理等产生不利影响；

（5）欧圣科技于 2017 年 8 月解散的原因，存续期间是否存在违法违规情形，解散过程是否符合当地法律法规的规定，是否存在纠纷或潜在纠纷；

（6）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，是否对上市后持续监管造成不利影响，是否影响后续信息披露的真实性、及时性，如何确保公司治理和内部控制的有效性。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、2010 年 11 月至 2014 年 9 月，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，上述股权代持和股权转让是否合法合规

发行人在招股说明书“第五节　发行人基本情况”之“二、公司设立情况”之“（一）有限公司设立情况”之“3、历史上股权代持情况”中补充披露如下：

“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（WEI DONGLU 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（该公司股东为 WEI DONGLU 及 YINGZI YANG）	不存在
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	杨关泉将持有的开曼大湖合计 49 万股股份分	（1）杨关泉转通过此次转让，解除了

	21 日	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）	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 **11 月 8 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。”

二、发行人实际控制人及其关系密切的家庭成员直接或间接控制的各个境外实体的历史沿革情况，包括各实体的设立、股权变更、主营业务、税费缴纳、资金汇出等情况，是否存在违法违规行为，存续期间是否存在诉讼或纠纷

发行人实际控制人及其关系密切的家庭成员直接或间接控制的各个境外实体如下所示：

序号	关联方	注册地	关联关系	备注
1	欧圣美国	美国	发行人的全资子公司	-
2	欧圣国际	香港	发行人的全资子公司	-
3	欧圣日本	日本	欧圣国际的全资子公司	-
4	吉德投资	香港	发行人的全资子公司	-
5	香港洁德	香港	深圳洁德的全资子公司	已于 2021 年 2 月 19 日宣告解散
6	圣巴巴拉投资	美国	发行人的控股股东，持有发行人 90.01%的股份	-
7	欧圣企业	中国香港	发行人实际控制人之一 WEIDONG LU 持股 100%，并担任董事	-
8	美国傲仁（编号：61092048）	美国	发行人实际控制人之一 WEIDONG LU 持股 100%	已于 2020 年 6 月 9 日解散
9	美国傲仁（编号：72503007）	美国	发行人实际控制人之一 WEIDONG LU 持股 100%	已于 2020 年 1 月 24 日解散
10	开曼大湖	开曼群岛	实际控制人 WEIDONG LU 持股 46%、ESTHER YIFENG LU 持股 22%	已于 2017 年 12 月 29 日解散
11	欧圣科技	中国香港	开曼大湖持股 100%的公司	已于 2017 年 8 月 5 日解散
12	大湖医疗科技	中国香港	开曼大湖持股 75%的公司	已于 2017 年 9 月 1 日解散
13	塞舌尔大湖	塞舌尔共和国	实际控制人之一 WEIDONG LU 持股 100%的公司	已于 2020 年 5 月 21 日注销
14	创新伙伴	美国	实际控制人 WEIDONG LU 持股 100%并担任董事的公司、ESTHER YIFENG LU 担任经理	-

发行人在招股说明书“第七节　公司治理与独立性”之“九、关联交易情况”

之“（一）关联方与关联关系”之“3、公司的子公司”中补充披露如下：

“（1）欧圣美国

根据美国 Law Offices of Howard A. Davis 律师事务所于 2021 年 **6 月 30 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 **6 月 30 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 2021 年 6 月 30 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 **11 月 8 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 **11 月 8 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 **2021 年 6 月 30 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 **11 月 9 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 **11 月 9 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 **2021 年 9 月 30 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 **11 月 8 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 **2021 年 6 月 30 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 **11 月 8 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 **2021 年 6 月 30 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**注销之日**，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。”

发行人在招股说明书“第七节　公司治理与独立性”之“九、关联交易情况”之“（一）关联方与关联关系”之“1、控股股东及实际控制人”中补充披露如下：

“（1）历史沿革

根据美国 Law Offices of Howard A. Davis 律师事务所于 2021 年 **6 月 30 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 **6 月 30 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 **2021 年 6 月 30 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。”

发行人在招股说明书“第七节　公司治理与独立性”之“九、关联交易情况”之“（一）关联方与关联关系”之“4、控股股东、实际控制人控制和曾经控制的其他企业”中补充披露如下：

“（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 **11 月 8 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 **2021 年 6 月 30 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 **6 月 30 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 **6 月 30 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。”

三、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，持股的真实性，是否存在委托持股、信托持股或其他影响控股权的约定，股东的出资来源等，并结合上述情况，披露控股股东和受控

股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属是否清晰、稳定，是否符合我国税收、外商投资、外汇管理等有关法律法规的规定

发行人在招股说明书“第七节　公司治理与独立性”之“九、关联交易情况”之“（一）关联方与关联关系”之“1、控股股东及实际控制人”之“（3）境外控股股东持股的合理性和原因”中补充披露如下：

“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 **6 月 30 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 **6 月 30 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 **6 月 30 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 **6 月 30 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 **6 月 30 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。”

四、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，控股股东变更履行的程序及合法合规性，是否对发行人的生产经营和公司治理等产生不利影响

发行人在招股说明书“第七节　公司治理与独立性”之“九、关联交易情况”之“（一）关联方与关联关系”之“1、控股股东及实际控制人”之“（4）控股股东变更的合法性和合理性”中补充披露如下：

“（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。”

五、欧圣科技于 2017 年 8 月解散的原因，存续期间是否存在违法违规情形，解散过程是否符合当地法律法规的规定，是否存在纠纷或潜在纠纷

发行人在招股说明书“第七节　公司治理与独立性”之“九、关联交易情况”之“（一）关联方与关联关系”之“1、控股股东及实际控制人”之“（4）控股股东变更的合法性和合理性”中补充披露如下：

“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。”

六、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，是否对上市后持续监管造成不利影响，是否影响后续信息披露的真实性、及时性，如何确保公司治理和内部控制的有效性

发行人在招股说明书“第七节　公司治理与独立性”之“九、关联交易情况”之“（一）关联方与关联关系”之“1、控股股东及实际控制人”之“（5）后续持续监管及信息披露”中补充披露如下：

“（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。”

七、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人律师：

1、查阅发行人实际控制人及其关系密切的家庭成员直接或间接控制的各个境外实体的注册登记证书、注册登记资料、解散证明、财务报表等；

2、查阅 WEIDONG LU、YINGZI YANG、ESTHER YIFENG LU 与杨关泉签署的《股权代持确认协议》；

3、查阅 WEIDONG LU、YINGZI YANG 及杨关泉出具的确认函或说明，并对 WEIDONG LU、YINGZI YANG 及杨关泉进行访谈，了解股权代持原因；

4、查阅发行人实际控制人及其关系密切的家庭成员直接或间接控制的各个境外实体的注册登记证书、注册登记资料、解散证明等文件；

5、查阅美国 Law Offices of Howard A. Davis 律师事务所于 2021 年 3 月 19 日、**2021 年 6 月 30 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 **11 月 8 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 **11 月 9 日**出具的《法律意见书》；查阅衡力斯律师事务所于 2021 年 1 月 26 日出具的《法律意见书》；查阅毅柏律师事务所于 2021 年 1 月 15 日出具的《法律意见书》；

6、访谈 WEIDONG LU 及苏光汉（SU GUANG HANN），了解苏光汉在大湖医疗科技及塞舌尔大湖持股的原因；

7、取得发行人工商资料，查阅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所履行程序的资料；

8、查阅发行人历史沿革中股权转让相关的纳税证明；访谈国家税务总局苏州市吴江区税务局；

9、查阅发行人与欧圣科技签署的《业务及资产债务转让协议》、《业务及资产债务转让协议之补充协议》、查阅欧圣科技财务报表；

10、查阅控股股东圣巴巴拉投资、实际控制人出具的关于持股真实性的说明、上市后配合持续监管的承诺函；

11、查阅发行人的内部控制制度。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、控股股东历次股权转让系各方真实意思表示，履行了当地必要的程序，合法有效，公司设立至今股份权属不存在纠纷或潜在纠纷；

2、发行人实际控制人及其关系密切的家庭成员直接或间接控制的各个境外实体存续期间不存在违法违规行为，除欧圣美国存续期间发生过三起诉讼案件外，欧圣美国及其他境外实体不存在其他诉讼或纠纷；

3、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具有合理性，不存在委托持股、信托持股或其他影响控股权的约定，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；

4、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具有商业合理性，控股股东变更履行了相关程序，不会对发行人的生产经营和公司治理等产生不利影响；

5、欧圣科技存续期间不存在违法违规情形，解散过程符合当地法律法规的规定，不存在纠纷或潜在纠纷；

6、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，发行人已通过多种方式保证公司治理和内部控制的有效性。

6. 关于子公司和实际控制人控制的其他企业

申报材料显示，发行人拥有上海姿东、苏州伊利诺、深圳洁德、欧圣美国、欧圣国际等 8 家子公司。发行人在投资欧圣美国、欧圣国际和香港洁德等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。除发行人外，实际控制人目前还控制了欧圣商贸、圣查尔斯置业、欧圣企业、创新伙伴、北京养怡福等境内外主体。报告期内，实际控制人控制或担任董监高的欧圣科技、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、塞舌尔大湖、奥尔登机械五金（上海）、苏州陆杨机电、上海贝利国际贸易等多个境内外主体注销或者解散。实际控制人之一 WEIDONG LU 前妻 YINGZI YANG 曾持有发行人及其控股股东股份并担任发行人董事。

请发行人：

（1）补充披露香港全资子公司吉德投资设立以及目前暂无实际经营业务的原因，未来的经营计划和业务安排；

（2）补充披露发行人投资设立境外子公司是否符合我国有关境外投资、外汇管理的有关规定，生产经营活动是否符合所在地的相关规定，是否存在违法违规行为，发行人在投资欧圣美国、欧圣国际和香港洁德等境外子公司的过程中，未履行发改委或商务部门备案手续是否存在被停止项目实施并被追究相关责任的法律风险，采取的整改、补救措施及其有效性，并进行风险提示；

（3）结合实际控制人控制的欧圣企业、创新伙伴等多家境外实体没有实际经营业务的情况，补充披露保留上述实体的原因和合理性，上述实体与发行人历史上境外股权结构的搭建、投资安排等是否有联系，与发行人及其控股股东、实际控制人之间是否存在其他资金、业务往来；

（4）结合实际控制人控制的欧圣商贸、圣查尔斯置业等境内外主体目前及未来的经营业务和发展方向，补充披露发行人未来与上述主体保持独立的具体措施；

（5）补充披露实际控制人 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是否合法合规，双方是否存在纠纷或潜在纠纷，是否影响 WEIDONG LU 控制权的稳定性，YINGZI YANG 辞任董事是否对发行人的生产经营和公司治理产生重大不利影响；

（6）报告期内，上述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，存续期间是否存在违法违规行为，注销或解散过程是否符合当地法律法规的规定，相关业务、资产、人员等的安排。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、补充披露香港全资子公司吉德投资设立以及目前暂无实际经营业务的原因，未来的经营计划和业务安排；

发行人在招股说明书“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”之“2、境外子公司”之“（4）吉德投资”中补充披露如下：

“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。”

二、补充披露发行人投资设立境外子公司是否符合我国有关境外投资、外汇管理的有关规定，生产经营活动是否符合所在地的相关规定，是否存在违法违规行为，发行人在投资欧圣美国、欧圣国际和香港洁德等境外子公司的过程中，未履行发改委或商务部门备案手续是否存在被停止项目实施并被追究相关责任的法律风险，采取的整改、补救措施及其有效性，并进行风险提示；

（一）补充披露发行人投资设立境外子公司是否符合我国有关境外投资、外汇管理的有关规定

发行人在招股说明书“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”之“2、境外子公司”中补充披露如下：

“（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。”

（二）生产经营活动是否符合所在地的相关规定，是否存在违法违规行为

1、欧圣美国

发行人在招股说明书“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”之“2、境外子公司”中补充披露如下：

“根据美国Law Offices of Howard A. Davis律师事务所于2021年**6月30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

发行人在招股说明书“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”之“2、境外子公司”中补充披露如下：

“根据香港许林律师行有限法律责任合伙于2021年**11月8日**出具的《法律意见书》，欧圣国际自成立至**2021年6月30日**开展的所有业务符合法律规定。欧圣国际自成立至**2021年6月30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

发行人在招股说明书“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”之“2、境外子公司”中补充披露如下：

“根据日本达芬奇辩护律师事务所于 2021 年 **11 月 9 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 2021 年**9 月 30 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

发行人在招股说明书“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”之“2、境外子公司”中补充披露如下：

“根据香港许林律师行有限法律责任合伙于 2021 年**11 月 8 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**2021 年 6 月 30 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

发行人在招股说明书“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”之“2、境外子公司”中补充披露如下：

“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。”

（三）发行人在投资欧圣美国、欧圣国际和香港洁德等境外子公司的过程中，

未履行发改委或商务部门备案手续是否存在被停止项目实施并被追究相关责任的法律风险，采取的整改、补救措施及其有效性，并进行风险提示；

发行人在招股说明书“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”之“2、境外子公司”中补充披露如下：

“（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。”

发行人在招股说明书“第四节　风险因素”之“七、法律风险”之“（二）未履行发改委或商务部门备案手续的风险”中补充披露如下：

“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。**2021 年 6 月**末境外子公司净资产为合计为 **10,660.13** 万元，占公司净资产的比例为 **23.37%**。

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、结合实际控制人控制的欧圣企业、创新伙伴等多家境外实体没有实际经营业务的情况，补充披露保留上述实体的原因和合理性，上述实体与发行人历史上境外股权结构的搭建、投资安排等是否有联系，与发行人及其控股股东、实际控制人之间是否存在其他资金、业务往来；

发行人在招股说明书“第五节　发行人基本情况”之“七、主要股东及实际控制人基本情况”之“（四）控股股东和实际控制人控制的其他企业”中补充披露如下：

“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。”

四、结合实际控制人控制的欧圣商贸、圣查尔斯置业等境内外主体目前及未

来的经营业务和发展方向，补充披露发行人未来与上述主体保持独立的具体措施；

发行人在招股说明书“第五节　发行人基本情况”之“七、主要股东及实际控制人基本情况”之“（四）控股股东和实际控制人控制的其他企业”中补充披露如下：

“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、补充披露实际控制人 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是否法合规，双方是否存在纠纷或潜在纠纷，是否影响 WEIDONG LU 控制权的稳定性，YINGZI YANG 辞任董事是否对发行人的生产经营和公司治理产生重大不利影响；

（一）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是否法合规，双方是否存在纠纷或潜在纠纷，是否影响 WEIDONG LU 控制权的稳定性

发行人在招股说明书“第五节　发行人基本情况”之“七、主要股东及实际控制人基本情况”之“（一）控股股东和实际控制人基本情况”之“2、实际控制人及一致行动人”中补充披露如下：

“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。

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 **6 月 30 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 **6 月 30 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。”

（二）YINGZI YANG 辞任董事是否对发行人的生产经营和公司治理产生重大不利影响

发行人在招股说明书“第五节　发行人基本情况”之“七、主要股东及实际控制人基本情况”之“（一）控股股东和实际控制人基本情况”之“2、实际控制人及一致行动人”中补充披露如下：

“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。”

六、报告期内，上述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，存续期间是否存在违法违规行为，注销或解散过程是否符合当地法律法规的规定，相关业务、资产、人员等的安排。

（一）报告期内，上述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

发行人在招股说明书“第七节　公司治理与独立性”之“九、关联交易情况”之“（一）关联方与关联关系”之“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”中补充披露如下：

“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

序号	名称	关联关系	备注	注销或解散的原因
				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 100%股权	已于 2020 年 5 月 21 日解散	作为欧圣企业的控股公司，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）存续期间是否存在违法违规行为，注销或解散过程是否符合当地法律法规的规定，相关业务、资产、人员等的安排

发行人在招股说明书“第七节　公司治理与独立性”之“九、关联交易情况”之“（一）关联方与关联关系”之“4、控股股东、实际控制人控制和曾经控制的其他企业”中补充披露如下：

“根据美国 Law Offices of Howard A. Davis 律师事务所于 2021 年 **6 月 30 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 **11 月 8 日**出具的《法律意见书》、日本达芬奇辩护律师事务所于 2021 年 **11 月 9 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 6 月 30 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 **11 月 8 日**出具的《法律意见书》、日本达芬奇辩护律师事务所于 2021 年 **11 月 9 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

序号	名称	相关业务、资产、人员等的安排
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

”

七、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人律师：

1、查阅发行人出具的关于吉德投资的情况说明；

2、核查发行人投资、设立境外子公司欧圣美国、欧圣国际、欧圣日本、吉德投资及香港洁德时履行的备案程序；

3、查阅美国 Law Offices of Howard A. Davis 律师事务所于 2021 年 3 月 19 日、**2021 年 6 月 30 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 **11 月 8 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 **11 月 9 日**出具的《法律意见书》；查阅衡力斯律师事务所于 2021 年 1 月 26 日出具的《法律意见书》、查阅毅柏律师事务所于 2021 年 1 月 15 日出具的《法律意见书》

4、核查实际控制人控制的其他企业的银行流水，了解是否与发行人存在资金往来；

5、走访苏州市发改委，了解苏州市发改委是否会就发行人未办理相关投资项目备案事宜进行处罚；

6、获取发行人全体股东出具的《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》；

7、查阅发行人实际控制人 WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 出具的企业业务开展情况及未来规划的确认函；

8、查阅 WEIDONG LU 与 YINGZI YANG 的离婚协议书、离婚判决书；

9、查阅发行人实际控制人曾经控制或担任董监高的主体注销或解散的证明；

10、对实际控制人曾经控制或担任董监高的主体存续期间的合规情况在当地

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、信用中国等网站进行网络核查；

11、查阅发行人实际控制人、控股股东圣巴巴拉投资出具的《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》；

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、发行人在投资欧圣日本及吉德投资的过程符合境外投资、外汇管理的有关规定；在投资或收购欧圣美国、欧圣国际和香港洁德等境外子公司的过程中，存在未履行发改委或商务部门核准或备案手续，根据信用中国（江苏苏州）官网的查询结果，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，发行人被停止项目实施并被追究相关责任的法律风险较小，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兜底承诺，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，发行人已在招股说明书中进行风险提示；

2、实际控制人控制的欧圣企业、创新伙伴等多家境外实体与发行人历史上境外股权结构的搭建、投资安排等不存在联系，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；

3、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符合法律规定，双方不存在纠纷或潜在纠纷，不会影响 WEIDONG LU 对发行人控制权的稳定性，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；

4、报告期内，实际控制人曾经控制或担任董监高的主体存续期间不存在违法违规行为，注销或解散符合当地法律法规的规定。

7. 关于最近一年新增股东

申报材料显示，发行人最近一年新增股东为孙莉，2019 年 11 月，孙莉以 4.5 元/股的价格入股发行人，持股比例为 1.62%。

请发行人补充披露：

（1）孙莉入股的原因、资金来源、定价依据和价格公允性，是否具备法律

法规规定的股东资格，增资入股是否为双方真实意思表示，是否存在纠纷或潜在纠纷；

（2）孙莉与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构负责人、高级管理人员、经办人员是否存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益安排。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、孙莉入股的原因、资金来源、定价依据和价格公允性，是否具备法律法规规定的股东资格，增资入股是否为双方真实意思表示，是否存在纠纷或潜在纠纷

发行人在招股说明书“第五节　发行人基本情况”之“二、公司设立情况”之“（三）报告期内的股本和股东变化情况”之“5、2019 年 11 月，欧圣电气第一次增资”中补充披露如下：

“（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。

通过核查孙莉出资账户 2019 年 1 月至 2020 年 12 月银行流水并访谈孙莉本人，确认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-0780 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）	1.96	1.74
每股收益（元/股）	0.43	0.34
对应市盈率（倍）	10.47	13.24
对应市净率（倍）	2.30	2.59

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 年度的市盈率分别为 13.24 及 10.47 倍，对应 2018 年末、2019 年末市净率分别为 2.59 及 2.30 倍，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。”

综上，孙莉入股原因主要为：（1）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；（2）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，发行人考虑如若中美贸易摩擦一直持续可能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；（3）孙莉与公司实际控制人均从事外贸行业，在入股前为朋友关系，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；且孙莉家庭资金实力雄厚，有较强投资需求，有能力对发行人进行股权投资。

二、孙莉与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构负责人、高级管理人员、经办人员是否存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益安排

发行人在招股说明书“第五节　发行人基本情况”之“二、公司设立情况”之“（三）报告期内的股本和股东变化情况”之“5、2019 年 11 月，欧圣电气第一次增资”中补充披露如下：

“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；孙莉出资账户 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、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人律师：

1、查阅了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；

2、查阅了孙莉的入股协议、增资款支付凭证；

3、对孙莉进行访谈，并取得了其出具的书面确认文件、身份证明文件及《股

东调查表》；

4、查阅了发行人控股股东、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；

5、查阅了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；核查了孙莉出资账户 2019 年 1 月至 2020 年 12 月银行流水等。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、律师认为：

1、孙莉入股系作为外部投资者看好欧圣电气所处行业及公司（外贸业务）的发展前景，以自有资金进行投资，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；

2、孙莉与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构负责人、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、信托持股或其他利益安排。

8.关于产品质量责任

申报材料显示，发行人采取 ODM、品牌授权、OEM、OBM 等多样化销售模式，报告期内，主要以 ODM、品牌授权模式为主，并开始尝试通过以亚马逊等主流第三方线上平台推广及销售产品。发行人创立了自主品牌“STEALTH”“ALTON”“欧圣”，通过终端零售方式向境内外客户销售自主品牌产品。

请发行人补充披露：

（1）在 ODM、品牌授权、OEM 等销售模式下以及在亚马逊等第三方线上平台销售产品时，与相关客户关于产品售后服务、产品责任承担等约定情况和实际承担情况；

（2）报告期内是否发生产品质量纠纷和产品质量事故，是否因此承担赔偿等责任；

（3）报告期内，亚马逊等第三方线上销售平台是否对发行人实施措施或处罚，如是，披露其原因，责任认定依据，处理措施及结果，是否涉及虚假交易、虚假宣传、产品质量、产品信息发布违规等，是否存在纠纷或潜在纠纷；

（4）发行人与 ODM、OEM 客户之间是否存在限制发行人进行自有品牌销售的约定，如是，是否对发行人建立和发展自有品牌产生不利影响。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、在 ODM、品牌授权、OEM 等销售模式下以及在亚马逊等第三方线上平台销售产品时，与相关客户关于产品售后服务、产品责任承担等约定情况和实际承担情况

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务、主要产品及其经营模式”之“（六）产品质量控制情况”之“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”部分补充披露如下：

“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

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、**2021 年 6 月 30 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 11 月 8 日**出具的《法律意见书》、日本达芬奇辩护律师事务所于 **2021 年 11 月 9 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。”

二、报告期内是否发生产品质量纠纷和产品质量事故，是否因此承担赔偿等责任

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务、主要产品及其经营模式”之“（六）产品质量控制情况”之“2、发行人报告期内未发生产品质量纠纷和产品质量事故”部分补充披露如下：

“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、**2021 年 7 月 28 日**，确认 2017 年 1 月 1 日至 **2021 年 6 月 30 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、**2021 年 7 月 19 日**出具证明，确认上海姿东自 2020 年 1 月 1 日至 **2021 年 6 月 30 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**分别**于 2021 年 3 月 11 日、**2021 年 7 月 26 日**

出具证明，确认自 2017 年 1 月 1 日至 **2021 年 7 月 26 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、**2021 年 7 月 20 日**出具证明，确认自成立之日（成立日期 2019 年 7 月 17 日）至 **2021 年 6 月 30 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、**2021 年 6 月 30 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 11 月 8 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 11 月 9 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 11 月 8 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 11 月 8 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。”

三、报告期内，亚马逊等第三方线上销售平台是否对发行人实施措施或处罚，如是，披露其原因，责任认定依据，处理措施及结果，是否涉及虚假交易、虚假宣传、产品质量、产品信息发布违规等，是否存在纠纷或潜在纠纷

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务、主要产品及其经营模式”之“（六）产品质量控制情况”之“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”部分补充披露如下：

“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。”

四、发行人与 ODM、OEM 客户之间是否存在限制发行人进行自有品牌销售的约定，如是，是否对发行人建立和发展自有品牌产生不利影响

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务、主要产品及其经营模式”之“（二）公司主要经营模式”之“3、销售模式”之“（1）按销售产品品牌分类”部分补充披露如下：

“④OBM 模式

……

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 6 月 30 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 11 月 8 日**出具的《法律意见书》、日本达芬奇辩护律师事务所于 **2021 年 11 月 9 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。”

五、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人律师：

1、查阅发行人与 Lowe's、The Home depot、Walmart、Canadian Tire Corporation、Menards、Costco 及 Harbor Freight Tools 等签署的 ODM 模式客户的框架销售协议，查阅发行人与 Stanley Black&Decker 签署的 OEM 模式客户的框架销售协议，查阅发行人与 Stanley Black&Decker 和 Briggs& Stratton Tech,LLC 签署的品牌使用权协议，走访、视频访谈发行人主要客户 Lowe's、The Home depot、Walmart、Canadian Tire Corporation、Menards、Costco 及 Harbor Freight Tools，视频访谈品牌授权方 Stanley Black&Decker 和 Briggs& Stratton Tech,LLC，了解发行人与各模式下主要客户关于产品售后服务、产品责任承担的约定，确认发行人产品是否在主要客户中存在质量纠纷和产品质量事故；

2、查阅亚马逊、天猫等网络平台规则，登录亚马逊网站和天猫网站，查阅发行人产品的终端用户评价；

3、查询发行人出具的关于不存在产品质量纠纷和产品质量事故的确认函；

4、查阅美国 Law Offices of Howard A. Davis 律师事务所于 **2021 年 6 月 30 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 11 月 8 日**出具的《法律意见书》、日本达芬奇辩护律师事务所于 **2021 年 11 月 9 日**出具的《法律意见书》，核实发行人是否存在产品质量纠纷；

5、查阅苏州市吴江区市场监督管理局、中国（上海）自由贸易试验区市场监督管理局、苏州工业园区市场监督管理局、深圳市市场监督管理局出具的关于发行人及其子公司产品质量无违法违规证明；

6、访谈发行人网络销售相关负责人员，登录发行人网络销售平台后台系统，了解发行人报告期内是否存在被亚马逊等销售平台实施措施或处罚的情形；

7、通过网络渠道核查发行人及其子公司发生产品是否存在因质量纠纷和产品质量事故承担赔偿等责任情况；通过中国裁判文书网、人民法院公告网、中国执行信息公开网等网站查询发行人是否存在关于质量纠纷和产品质量事故的诉讼纠纷。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、发行人与主要客户约定了售后服务主体，并按照合同的约定履行相应义务并承担相应责任，发行人 OEM 模式客户、B2B 模式亚马逊平台及部分 ODM 模式客户售后服务由客户负责，品牌授权模式及部分 ODM 模式客户售后服务由发行人负责；发行人与主要客户约定了产品质量责任承担主体，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；

3、报告期内，发行人未受到亚马逊等第三方线上销售平台实施的处罚，不存在纠纷或潜在纠纷；

4、报告期内，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。

9.关于厂房出租

申报材料显示，发行人将 30,785.55 平方米的厂房出租给上海宝尊电子商务有限公司（宝尊电商全资子公司），租赁期限为 2017 年 6 月 10 日至 2020 年 6 月 9 日，月租金为 67.91 万元。2020 年 5 月，发行人与宝尊电商的全资子公司宝通易捷智能科技（苏州）有限公司续签了租赁合同，租赁期限为 2020 年 6 月 10 日至 2021 年 6 月 9 日，月租金为 83.93 万元。

请发行人补充披露：

（1）对外出租上述厂房的原因，出租厂房面积占自有厂房总面积的比例，是否属于主要经营场所，定价依据和价格公允性，与承租方是否存在纠纷或潜在纠纷；

（2）承租方及其控股股东、实际控制人是否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存在关联关系、委托持股、其他资金业务往来等利益安排，是否存在为发行人承担成本费用的情形。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、对外出租上述厂房的原因，出租厂房面积占自有厂房总面积的比例，是

否属于主要经营场所，定价依据和价格公允性，与承租方是否存在纠纷或潜在纠纷。

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“六、主要资产情况”之“（一）主要固定资产”之“2、房屋租赁情况”部分补充披露如下：

“（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，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。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%，**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，截至 2021 年 6 月 30 日，公司对外出租厂房面积占自有厂房总面积的比例为 5.56%。**

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。”

二、承租方及其控股股东、实际控制人是否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存在关联关系、委托持股、其他资金业务往来等利益安排，是否存在为发行人承担成本费用的情形

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“六、主要资产情况”之“（一）主要固定资产”之“2、房屋租赁情况”部分补充披露如下：

“（2）发行人对外租赁房产情况

……

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。”

三、 中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人律师：

1、查阅了发行人的不动产权证、发行人与承租方签署的租赁合同、租赁合同备案文件、租金支付凭证；

2、查阅承租方宝通易捷智能科技（苏州）有限公司、苏州璟兴塑胶有限公司的工商资料或公开年度报告，访谈发行人经办人员，了解厂房租赁原因，厂房租赁价格定价协商依据；

3、实地走访公司对外出租厂房现场，现场观察承租方租赁发行人厂房的用途和具体现场经营情况，访谈承租方经办人员，了解承租方租赁发行人厂房的原因和租赁价格定价机制，询问承租方主要客户及供应商等生产经营状况；

4、实地走访承租方宝通易捷智能科技（苏州）有限公司、苏州璟兴塑胶有限公司其他生产经营区域，现场观察承租方在其他经营区域的经营规模，核实承

租方租赁发行人厂房的合理性和经营规模匹配性；

5、通过中国裁判文书网、人民法院公告网、中国执行信息公开网等网站查询发行人与厂房承租方是否存在诉讼及其他潜在纠纷；

6、查询安居客（su.sydc.anjuke.com）等房产中介网站，分析同类厂房市场租赁价格，并与发行人租赁价格进行对比，确认租赁价格公允性；

7、通过国家企业信用信息公示系统等公开渠道查询承租方信息，确认租赁房屋承租方及其控股股东与实际控制人与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、主要客户及供应商的关联关系或其他利益安排；

8、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，核查宝通易捷智能科技（苏州）有限公司、苏州璟兴塑胶有限公司是否与发行人实际控制人、发行人董事、监事、高级管理人员存在资金业务往来；

9、查阅发行人与宝通易捷智能科技（苏州）有限公司、苏州璟兴塑胶有限公司的资金流水，核查是否存在除租赁发行人厂房或向发行人供应原材料以外的其他业务；查阅承租方、发行人出具的不存在关联关系、委托持股或其他利益安排的承诺函或说明。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、发行人对外出租厂房为公司生产经营之外暂时闲置的厂房，截至 **2021 年 6 月末**，公司出租面积占自有厂房总面积为 **5.56%**，租赁定价依据为参考市场价格协商确定，租赁价格公允；报告期内，发行人与承租方不存在纠纷或潜在纠纷；

2、发行人厂房承租方宝通易捷智能科技（苏州）有限公司及其控股股东、实际控制人与公司及其控股股东、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；

3、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；苏州璟兴塑胶有限公司除与发行人部分供应商存在经营塑料件的业务往来外，与发行人主要供应商不存在其他资金业务

往来；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。

10. 关于境外不动产

申报材料显示，2017 年 6 月，发行人境外子公司欧圣美国收购实际控制人 WEIDONG LU 位于美国伊利诺伊州的办公楼及仓库，其中办公楼面积约为 269.42 平方米，仓库面积约为 1,916.13 平方米，交易价格为 132 万美元。2019 年 11 月，欧圣美国向 WEIDONG LU 及前妻购买其位于美国伊利诺伊州面积约 222.97 平方米的房产，交易方式为受让该处房产上设立的信托的全部权益，交易价格为 117 万美元。欧圣美国在美国伊利诺伊州拥有一处正在开发为仓储中心及办公楼的土地，面积约为 50,622.13 平方米，2020 年 1 月 24 日与承包商签署了建设施工合同，合同金额不超过 981.01 万美元。

请发行人补充披露：

（1）欧圣美国报告期内两次购买实际控制人及其前妻持有的上述房产的原因和具体用途，定价依据和价格公允性，是否存在损害发行人及其他股东利益的情形；

（2）欧圣美国通过受让实际控制人 WEIDONG LU 房产上设立的信托的全部权益的交易方式购买 WEIDONG LU 及其前妻房产的原因和合理性，是否存在税收等方面的利益安排，上述交易方式是否导致欧圣美国对该房产拥有的所有权、使用权、收益权、转让权等权利存在限制，欧圣美国是否享有该房产完整的权利，是否存在损害发行人及子公司利益的情形；

（3）欧圣美国进行的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，项目施工建设的进展情况，是否符合当地规划、环保、工程建筑等相关法律法规的规定；

（4）承包商是否具备相关资质，承包方及其控股股东、实际控制人是否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存在关联关系、委托持股、其他资金业务往来等利益安排。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、欧圣美国报告期内两次购买实际控制人及其前妻持有的上述房产的原因和具体用途，定价依据和价格公允性，是否存在损害发行人及其他股东利益的情形

发行人已在招股说明书之“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”之“3、偶发性关联交易”之“（2）收购关联方资产”部分补充披露如下：

“……

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。”

二、欧圣美国通过受让实际控制人 WEIDONG LU 房产上设立的信托的全部权益的交易方式购买 WEIDONG LU 及其前妻房产的原因和合理性，是否存在税收等方面的利益安排，上述交易方式是否导致欧圣美国对该房产拥有的所有权、使用权、收益权、转让权等权利存在限制，欧圣美国是否享有该房产完整的权利，是否存在损害发行人及子公司利益的情形

（一）欧圣美国通过受让实际控制人 WEIDONG LU 房产上设立的信托的全部权益的交易方式购买 WEIDONG LU 及其前妻房产的原因和合理性，是否存在税收等方面的利益安排

发行人已在招股说明书之“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”之“3、偶发性关联交易”之“（2）收购关联方资产”部分补充披露如下：

“……

①2019 年购买房产

……

根据美国 Law Offices of Howard A. Davis 律师事务所于 2021 年 **6 月 30 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。”

（二）上述交易方式是否导致欧圣美国对该房产拥有的所有权、使用权、收益权、转让权等权利存在限制，欧圣美国是否享有该房产完整的权利，是否存在损害发行人及子公司利益的情形

发行人已在招股说明书之“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”之“3、偶发性关联交易”之“（2）收购关联方资产”部分补充披露如下：

“……

①2019 年购买房产

……

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 **6 月 30 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。”

三、欧圣美国进行的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，项目施工建设的进展情况，是否符合当地规划、环保、工程建筑等相关法律法规的规定

（一）欧圣美国进行的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

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“九、发行人境外经营及境外资产情况”之“（二）境外资产基本情况”之“1、境外不动产”部分补充披露如下：

“（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 **6 月 30 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。”

（二）项目施工建设的进展情况，是否符合当地规划、环保、工程建筑等相关法律法规的规定

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“九、发行人境外经营及境外资产情况”之“（二）境外资产基本情况”之“1、境外不动产”部分补充披露如下：

“（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 **6 月 30 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。”

四、承包商是否具备相关资质，承包方及其控股股东、实际控制人是否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存在关联关系、委托持股、其他资金业务往来等利益安排

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“九、发行人境外经营及境外资产情况”之“（二）境外资产基本情况”之“1、境外不动产”部分补充披露如下：

“（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 **6 月 30 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。”

五、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人律师：

1、查阅了欧圣美国购买实际控制人 WEIDONG LU 及其前妻房产的购买合同、Ovington Appraisal Service 出具的《房产价值评估报告》及不动产信托文件，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；

2、网络检索发行人购买关联方房产时同类型可比房产市场房屋出售价格，

查阅评估机构 Ovington Appraisal Service 关于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，核查欧圣美国购买实际控制人 WEIDONG LU 及其前妻房产定价机制和定价公允性；

3、访谈实际控制人 WEIDONG LU 了解房产上设立信托权益的原因，查阅了 WEIDONG LU、欧圣美国出具的关于以受让信托权益方式购买房产原因的说明；

4、查阅了发行人出具的关于欧圣美国购买土地建设情况、未来用途等情况的说明；

5、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，查阅承包商 Morgan Harbor Construction, LLC 出具的施工进度情况表、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；

6、访谈欧圣美国仓储中心及办公楼承包商 Morgan Harbor Construction, LLC 业务经办人员，了解 Morgan Harbor Construction, LLC 经营规模，查阅 Morgan Harbor Construction, LLC 企业宣传资料、建筑资质证书，取得 Morgan Harbor Construction, LLC 出具的关于与发行人及其关联方、客户、供应商无关联关系的确认函，定期通过视频和工程施工照片形式观察欧圣美国仓储中心及办公楼建设进度；

7、查阅美国 Law Offices of Howard A. Davis 律师事务所于 2021 年 **6 月 30 日**出具的《法律意见书》。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、欧圣美国报告期内两次购买实际控制人及其前妻持有的两处房产具备合理性，欧圣美国向关联方购买房产的价格定价依据合理、定价公允，不存在损害发行人及其他股东利益的情形；

2、欧圣美国通过受让实际控制人 WEIDONG LU 房产上设立的信托全部权益的交易方式购买关联方房产具备合理性，不存在税收等方面的利益安排，欧圣美国对设立信托权益的房产拥有完整所有权、使用权、收益权、转让权等权利，不存在损害发行人及子公司利益的情形；

3、欧圣美国建设的仓储中心及办公楼建设主要系满足扩张亚马逊电商业务

和零售商业务需求，该仓储中心及办公楼主体建筑结构已经完工，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的规定；

4、发行人美国仓储中心及办公楼承包商具备相关资质，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。

11. 关于信息披露问题

请发行人在招股说明书中：

（1）补充披露本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限、股东持股及减持意向、稳定股价措施、对欺诈发行上市的股份回购和股份买回等与投资者保护相关的承诺；

（2）测算并补充披露募投项目新增固定资产折旧和研发支出的金额以及对未来经营成果的影响；

（3）针对《高新技术企业证书》即将到期，补充披露是否已经办理复审以及进展情况，是否存在复审失败的风险如是，对经营业绩的影响；

（4）按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关要求补充披露员工持股计划的相关内容

请中介机构就员工持股计划按照相关要求进行核查并发表明确意见。

回复：

一、补充披露本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限、股东持股及减持意向、稳定股价措施、对欺诈发行上市的股份回购和股份买回等与投资者保护相关的承诺

发行人已在招股说明书“第十三节　附件”之“四、本次发行相关机构或人员的重要承诺”之中披露如下：

（一）本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、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。

发行人在招股说明书“第十三节　附件”之“四、本次发行相关机构或人员的重要承诺”之中补充披露如下：

“（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。”

发行人在招股说明书“第十三节　附件”之“四、本次发行相关机构或人员的重要承诺”之中补充披露如下：

（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。

二、测算并补充披露募投项目新增固定资产折旧和研发支出的金额以及对未来经营成果的影响

发行人在招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”之“三、募集资金运用对主要财务状况及经营成果的影响”之“（二）募集资金运用对经营成果的影响”之“2、对各期折旧和研发支出的影响”中补充披露如下：

“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	-	1,112.41	-	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	-
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。”

三、针对《高新技术企业证书》即将到期，补充披露是否已经办理复审以及进展情况，是否存在复审失败的风险，如是，对经营业绩的影响

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（六）公司主要税种应缴与实缴的税额”之“3、税收政策及税收优惠政策”中补充披露如下：

“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%。”

综上所述，发行人已取得《高新技术企业证书》，不存在复审失败的风险。

四、按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关要求补充披露员工持股计划的相关内容

发行人在招股说明书“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”之“（一）股权激励相关安排”之“4、公司持股平台不属于员工持股计划”中补充披露如下：

“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，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。	除合伙协议外，腾恒投资、熙坤投资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：

“（1）熙坤投资

熙坤投资涉及的人员范围及具体岗位情况如下：

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

腾恒投资涉及的人员范围及具体岗位情况如下：

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
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

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资额	出资比例	职务
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	-

”

五、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人律师、发行人会计师：

1、查阅发行人股东、董事、监事、高级管理人员出具的承诺函；

2、查阅发行人的《高新技术企业证书》；

3、查阅募集资金投资项目的可行性研究报告，了解并测算募投项目新增固定资产折旧和研发支出的金额；

4、查阅熙坤投资、腾恒投资的工商档案和合伙协议。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师、发行人会计师认为：

1、发行人已经补充披露本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限、股东持股及减持意向、稳定股价措施、对欺诈发行上市的股份回购和股份买回等与投资者保护相关的承诺；

2、公司目前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）；

3、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。

12.关于销售模式和收入确认政策

招股说明书披露，针对不同的销售渠道，发行人采取了出口模式、线下模式、网络模式等三种销售模式。出口销售模式下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。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；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。网络销售分为 B2B 模式和 B2C 模式。

请发行人补充披露：

（1）不同销售模式下的收入确认时点和具体依据，是否符合《企业会计准则》的规定和同行业可比公司的惯例；

（2）各期收入确认方法、时点是否保持一贯性；不同出口销售模式下定价差异、毛利率和净利率的差异、运费和海关费用承担情况；

（3）网络销售模式下不同电商平台收入的金额和占比，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，报告期内电商客户的人均消费、地区分布、发货分布情况，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，并对其合理性进行补充分析，说明是否存在大额、异常的消费情形；

（4）线下模式下境内、境外收入金额和占比及变动情况，客户自提和货物发运确认收入的金额和占比及变动情况。

请保荐人和申报会计师对上述问题发表明确意见；并结合客户姓名对象、送货地址、购买数量、消费次数、客单量、消费金额及付款情况进行分析，对网络销售收入、电子交易环境进行核查，说明核查方法、程序、内容、金额、比例等情况，说明核查结果或结论，发表明确意见。

回复：

一、不同销售模式下的收入确认时点和具体依据，是否符合《企业会计准则》的规定和同行业可比公司的惯例

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

“（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。

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

同行业可比公司的出口销售收入确认时点均主要采取产品装船报关或到达指定目的地，线上线下销售在客户确认收货或产品交付时确认收入。公司收入确认政策符合同行业可比公司的一般惯例，与同行业可比公司相比不存在明显差异。

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。 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。

证券代码	公司简称	收入确认的具体方法
		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。”

二、各期收入确认方法、时点是否保持一贯性；不同出口销售模式下定价差异、毛利率和净利率的差异、运费和海关费用承担情况

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“四、发行人主要产品的销售情况和主要客户”之“（五）销售模式和收入确认政策”之“2、各期收入确认方法”部分补充披露如下：

“（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	2021 年 1-6 月		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	毛利率	净利率
FOB/FCA	**28.15**	**13.47**	**31.36**	**11.93**	28.84	11.07	22.15	7.03
DDP	**48.86**	**4.48**	**49.57**	**10.93**	48.05	6.91	30.34	-5.38
空压机 FOB/FCA	**18.88**	**7.71**	**27.88**	**11.93**	25.80	9.77	19.83	6.61
空压机 DDP	**36.00**	**-7.40**	35.70	**10.93**	46.59	8.15	28.67	-2.22
吸尘器 FOB/FCA	**31.61**	**14.13**	**36.36**	**13.71**	33.90	12.86	26.61	6.91
吸尘器 DDP	**50.37**	**1.40**	**56.43**	**10.70**	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。

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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；**2021 年 1-6 月，受公司 DDP 模式下海运费上升较大影响，公司 DDP 模式产品净利率大幅下降，小型空压机产品 DDP 模式下出现亏损情况。”**

三、网络销售模式下不同电商平台收入的金额和占比，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，报告期内电商客户的人均消费、地区分布、发货分布情况，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，并对其合理性进行补充分析，说明是否存在大额、异常的消费情形

（一）网络销售模式下不同电商平台收入的金额和占比

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

“（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	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
亚马逊 B2B	**2,043.02**	**43.06**	8,439.67	75.47	4,476.89	84.76	1,097.58	64.97
Lowes.com	**90.18**	**1.90**	264.33	2.36	163.22	3.09	16.87	1.00
Home depot.com	**130.26**	**2.75**	410.84	3.67	159.47	3.02	100.17	5.93
Walmart.com	**141.00**	**2.97**	175.80	1.57	96.56	1.83	93.74	5.55
Costco.com	**235.97**	**4.97**	478.95	4.28	28.41	0.54	53.62	3.17
其他	**695.02**	**14.65**	132.34	1.18	11.22	0.21	21.48	1.27
B2B 模式小计	**3,335.45**	**70.30**	9,901.94	88.54	4,935.76	93.45	1,383.45	81.89
亚马逊 B2C	**1,377.29**	**29.03**	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	**31.53**	**0.66**	51.15	0.46	40.24	0.76	22.37	1.32
B2C 模式小计	**1,408.82**	**29.70**	1,281.37	11.46	346.12	6.55	305.94	18.11
网络销售模式合计	**4,744.27**	**100.00**	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 **2021 年 1-6 月**，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、8,439.67 万元**及 2,043.02 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。”

（二）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

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

“（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，平台扣除合作费等后对公支付给公司银行账户	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	消费者与亚马逊结算支付，亚马逊扣除合作费用后支付给公司	亚马逊承担发往终端消费者物流费用
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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
亚马逊 B2B 收入 A	**2,043.02**	8,439.67	4,476.89	1,097.58
费用发生额 B	**565.03**	2,279.84	1,203.69	251.53
匡算合作费率 C=B/A	**27.66%**	27.01%	26.89%	22.92%
销售合同约定的费用比例	**26.99%**	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 22.65%变更至 26.99%。

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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
亚马逊 B2C 收入 A	**1,377.29**	1,230.21	165.64	29.39
费用发生额 B	**210.91**	184.76	23.99	4.42
匡算佣金率 C=B/A	**15.31%**	15.02%	14.48%	15.02%
销售合同约定的费用比例	**10%-15%**	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。

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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
广告费等其他平台费用	**31.29**	481.23	345.13	25.77
亚马逊平台合计收入	**3,420.30**	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	**0.91%**	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。”

（三）报告期内电商客户的人均消费、地区分布、发货分布情况，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，并

对其合理性进行补充分析，说明是否存在大额、异常的消费情形

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

“（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%、1.3**5%及 2.08%**。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	**2021 年 1-6 月**	2020 年度	2019 年度	2018 年度
购买金额（万元）	**1,377.29**	1,230.21	165.64	29.39
购买人数（万人）	**1.70**	1.89	0.24	0.18
人均消费（元）	**810.17**	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	**2021 年 1-6 月**	2020 年度	2019 年度	2018 年度
购买金额（万元）	-	-	140.25	254.17
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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
加利福尼亚州	**156.99**	143.10	18.06	3.68
佛罗里达州	**90.16**	92.01	14.46	2.65
俄亥俄州	**48.60**	43.94	5.61	1.00
纽约州	**100.15**	59.49	7.42	1.69
德克萨斯州	**106.34**	95.59	10.21	2.35
伊利诺伊州	**42.21**	39.00	6.71	1.08
密歇根州	**43.41**	44.05	6.17	1.39
宾夕法尼亚州	**51.12**	46.00	5.89	1.03
华盛顿州	**44.62**	42.79	7.98	0.92
合计	**683.59**	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	2021 年 1-6 月	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	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比

客户数量按消费金额分层	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比
1,000 元以上	**2,660**	**15.67%**	1,974	10.43%	312	13.23%	7	0.39%
500-1,000 元（含）	**8,289**	**48.84%**	3,328	17.58%	373	15.82%	104	5.75%
100-500 元（含）	**6,024**	**35.49%**	13,633	72.00%	1,646	69.80%	1,039	57.47%
100 元以下	**-**	**-**	-	-	27	1.15%	658	36.39%
合计	**16,973**	**100.00%**	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**和 500-1,000 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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1 次（单位：人）	**16,675.00**	18,712	2,306	1,771
2 次（单位：人）	**253.00**	201	48	35
3-5 次(含)（单位：人）	**42.00**	20	4	2
5 次以上（单位：人）	**3.00**	2	-	-
小 计（单位：人）	**16,973.00**	18,935.00	2,358	1,808
平均次均消费额（单位：元）	**794.01**	640.87	685.88	159.00
其中：复购 2 次及以上客户销售额（单位：万元）	**62.03**	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	**4.50%**	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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
0-30 日(含)	**172**	117	50	26
30-90 日(含)	**110**	74	2	6
90 日以上	**16**	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。”

四、线下模式下境内、境外收入金额和占比及变动情况，客户自提和货物发运确认收入的金额和占比及变动情况

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

“……

报告期内，公司线下模式境内、境外收入分布具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
线下内销	**442.12**	**19.32**	151.00	7.32	587.27	21.43	321.37	15.26
线下外销	**1,846.30**	**80.68**	1,912.36	92.68	2,153.42	78.57	1,784.84	84.74
合计	**2,288.42**	**100.00**	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	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
线下自提	**840.63**	**36.73**	1,164.99	56.46	1,830.70	66.80	1,564.55	74.28
线下发运	**1,447.79**	**63.27**	898.37	43.54	909.99	33.20	541.66	25.72
合计	**2,288.42**	**100.00**	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。”

五、结合客户姓名对象、送货地址、购买数量、消费次数、客单量、消费金额及付款情况进行分析，对网络销售收入、电子交易环境进行核查，说明核查方法、程序、内容、金额、比例等情况，说明核查结果或结论，发表明确意见

（一）结合客户姓名对象、送货地址、购买数量、消费次数、客单量、消费金额及付款情况进行分析

1、美国亚马逊

报告期内，美国亚马逊 B2C 模式各期前五客户消费情况如下：

2018 年度						
用户名	送货地址	购买数量（台）	交易笔数（笔）	消费金额（元）	客单量（元）	付款情况
Cameron ***	德克萨斯州	16	1	3,219.14	3,219.14	亚马逊
Albert ***	加利福尼亚州	1	1	1,330.69	1,330.69	亚马逊
Michael ***	内华达州	4	1	1,207.08	1,207.08	亚马逊
Richard ***	佛罗里达州	2	2	1,197.42	598.71	亚马逊
Amy ***	威斯康星州	7	1	1,091.41	1,091.41	亚马逊
合计/平均		30	6	8,045.74	1,340.96	-
2019 年度						
用户名	送货地址	购买数量（台）	交易笔数（笔）	消费金额（元）	客单量（元）	付款情况
Jean ***	伊利诺伊州	2	1	5,916.63	5,916.63	亚马逊
Yorba ***	加利福尼亚州	2	1	5,517.53	5,517.53	亚马逊
Kenneth ***	加利福尼亚州	2	1	5,517.53	5,517.53	亚马逊
Portlyn ***	伊利诺伊州	2	2	4,777.77	2,388.89	亚马逊
William ***	德克萨斯州	3	2	3,643.22	1,821.61	亚马逊
合计/平均		11	7	25,372.69	3,624.67	-
2020 年度						
用户名	送货地址	购买数量（台）	交易笔数（笔）	消费金额（元）	客单量（元）	付款情况
Quality Medical ***	佛罗里达州	28	13	12,058.23	927.56	亚马逊
Disposable ***	弗吉尼亚州	25	2	10,036.00	5,018.00	亚马逊
Joshua ***	俄勒冈州	5	1	9,110.43	9,110.43	亚马逊
Twin ***	北卡罗来纳州	3	1	8,124.34	8,124.34	亚马逊
Rick ***	伊利诺伊州	3	1	8,104.23	8,104.23	亚马逊

合计/平均		64	18	47,433.23	2,635.18	-
2021 年 1-6 月						
用户名	送货地址	购买数量（台）	交易笔数（笔）	消费金额（元）	客单量（元）	付款情况
KATHY ***	北卡罗来纳州	21	7	15,330.33	2,190.05	亚马逊
Erin ***	华盛顿州	18	6	14,696.82	2,449.47	亚马逊
Gary ***	德克萨斯州	20	2	17,424.26	8,712.13	亚马逊
Gary ***	宾夕法尼亚州	6	1	8,124.35	8,124.35	亚马逊
Donco ***	北卡罗来纳州	6	1	8,123.98	8,123.98	亚马逊
合计/平均		71	17	63,699.74	3,747.04	-

报告期内，亚马逊 B2C 平台单一个体客户交易总金额较小，无异常。

2、天猫

2018 年至 2019 年，天猫 B2C 模式各期前五客户消费情况如下：

2018 年度						
用户名	送货地址	购买数量（台）	交易笔数（笔）	消费金额（元）	客单量（元）	付款情况
郑某桥	湖北	180	6	21,540.70	3,590.12	支付宝
龚某奕	四川	109	7	15,420.51	2,202.93	支付宝
杨某娜	山东	100	2	14,030.66	7,015.33	支付宝
王某杰	山东	200	1	13,635.70	13,635.70	支付宝
刘某虎	河北	79	17	9,708.83	571.11	支付宝
合计/平均		668	33	74,336.40	2,252.62	-
2019 年度						
用户名	送货地址	购买数量（台）	交易笔数（笔）	消费金额（元）	客单量（元）	付款情况
邵某刚	河北	110	9	14,108.91	1,567.66	支付宝
郝某富	辽宁	56	55	7,854.39	142.81	支付宝
某蕊	广东	42	40	5,265.48	131.64	支付宝
刘某龙	河北	28	5	3,546.26	709.25	支付宝
邯郸金点子化债连	河北	27	9	3,253.59	361.51	支付宝
合计/平均		263	118	34,028.63	288.38	-

报告期内，天猫平台客户存在小部分客户集中购买的情况，购买次数较多，经查询订单明细并通过电话访谈，小部分购买次数较多的客户主要系五金家电店主、工程施工方及农业开垦方购买，整体交易总金额较小，无显著异常。

（二）对网络销售收入、电子交易环境进行核查，说明核查方法、程序、内容、金额、比例等情况，说明核查结果或结论，发表明确意见

1、核查程序

保荐机构、发行人会计师主要实施了如下核查程序：

（1）了解电商销售的关键内部控制，评价内部控制的设计和运行的有效性，并通过控制测试验证相关内部控制设计和运行的有效性；

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

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

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

（5）对单一年度购买次数超过 10 次且购买金额超过 5,000 元的天猫 B2C 网络客户电话进行访谈，核实购买真实性、购买用途及原因；

（6）核对亚马逊平台订单与天猫平台订单数据，并将上述订单数据分别与亚马逊账单与支付宝账单进行核对。

2、核查结论

经核查，保荐机构、发行人会计师认为：

电商渠道平台统计收入与账面销售收入一致，按客户对象分析无异常，无同一对象异常大额采购情况，次均消费金额以及销售金额与公司产品销售定价相匹配，不存在大额、异常的消费情形。通过对亚马逊、天猫旗舰店前二十大客户姓名对象、送货地址、购买数量、消费次数、客单量、消费金额及付款情况进行分析，未见异常的客户。

六、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人会计师：

1、查阅报告期内公司与主要客户销售框架协议，结合《国际贸易术语解释通则》对销售条款关于运费和海关费用承担约定进行分析，并根据《企业会计准

则》及其指引的规定核查公司收入确认政策合理性；

2、查询同行业上市公司和涉及电商销售业务上市公司收入确认政策，并与发行人收入确认政策进行对比分析；

3、检查发行人收入成本明细表，分析发行人不同销售模式下定价差异、毛利率和净利率的差异；

4、访谈发行人电商平台业务负责人及相关财务人员，了解电商平台销售模式、推广方式、结算流程、收款方式、销售退货情况及相关会计处理；

5、检查会计凭证及原始凭证，复核公司电商平台下销售收入、电商费用处理的准确性；

6、获取各电商平台的明细数据，对电商平台人均消费、地区分布、发货分布进行分层分析，对单一年度购买次数超过 10 次且购买金额超过 5,000 元 B2C 网络客户进行访谈，核实购买真实性、购买用途及原因。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人会计师认为：

1、发行人不同销售模式下的收入确认时点和具体依据符合《企业会计准则》的规定，发行人收入确认政策符合同行业可比公司的一般惯例，报告期各期收入确认方法、时点保持一贯性；

2、DDP 模式下，发行人对客户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，FOB/FCA 模式由客户承担境外运保费和清关税费，不同出口销售模式下毛利率和净利率存在差异具备合理性；

3、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，发行人主要电商网络销售收入来自亚马逊，且以 B2B 模式为主；报告期内，发行人电商零售客户的人均消费、地区分布、发货分布情况不存在异常，电商零售客户购买次数、购买间隔时间具备合理性，次均消费金额以及销售金额与公司产品销售定价相匹配，不存在大额、异常的消费情形；

4、报告期内，发行人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。

13. 关于 ODM 和品牌授权模式

招股说明书披露，发行人主营业务收入按销售模式分为 ODM、品牌授权和其他模式。发行人以付费方式获得了 Stanley、Porter Cable、Craftsman、Dewalt 及 Briggs&Stratton 等多个品牌授权，向授权商支付商标许可使用费，品牌授权模式的销售毛利率高于 ODM 模式。

请发行人：

（1）补充披露发行人与 ODM 厂商关于设计、生产、销售的具体约定，发行人是否为客户的独家 ODM 厂商，是否对 ODM 客户存在重大依赖；ODM 生产中是否存在与客户共同研发或受托研发情况，是否约定了形成的专利和非专利技术的归属情况，是否存在研发技术或权利归属问题产生的纠纷争议；

（2）披露报告期内 ODM、品牌授权、其他模式的划分标准及依据，结合定价方式差异补充披露不同模式下收入和毛利率变化的原因及合理性，不同模式下毛利率差异的原因和合理性；

（3）披露报告期内品牌授权模式下，被授权使用的品牌对应的产品名称、报告期内的销售占比情况、发行人对该授权品牌是否存在重大依赖；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，品牌许可费用期末是否存在预提；

（4）披露报告期各期 ODM、品牌授权、其他模式下前五大客户的情况，对应的名称、销售金额、合作历史、与发行人是否签订框架协议及相关协议的主要条款内容、采购产品类型、订单获取方式、定价原则、信用政策；ODM 模式下，发行人的直接客户是否均为品牌商，是否存在贸易商或经销商客户的情形；

（5）结合产品型号、定价和成本构成，量化分析品牌授权毛利率较高的原因及合理性，是否符合行业惯例，结合品牌授权费的计提说明并披露不同模式下净利率是否存在较大差异。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并就境外支付商标使用费是否存在关联方或第三方代为支付的情形核查并发表明确意见。

回复：

一、补充披露发行人与 ODM 厂商关于设计、生产、销售的具体约定，发行人是否为客户的独家 ODM 厂商，是否对 ODM 客户存在重大依赖；ODM 生产中是否存在与客户共同研发或受托研发情况，是否约定了形成的专利和非专利技术的归

属情况，是否存在研发技术或权利归属问题产生的纠纷争议

（一）补充披露发行人与 ODM 厂商关于设计、生产、销售的具体约定，发行人是否为客户的独家 ODM 厂商，是否对 ODM 客户存在重大依赖

1、补充披露发行人与 ODM 厂商关于设计、生产、销售的具体约定

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务、主要产品及其经营模式”之“（二）公司主要经营模式”之“3、销售模式”部分补充披露如下：

“（1）按销售产品品牌分类

……

①ODM 模式

……

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。”

2、发行人是否为客户的独家ODM厂商，是否对ODM客户存在重大依赖

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务、主要产品及其经营模式”之“（二）公司主要经营模式”之“3、销售模式”部分补充披露如下：

“（1）按销售产品品牌分类

……

①ODM模式

……

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**ODM模式**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。”

（二）ODM生产中是否存在与客户共同研发或受托研发情况，是否约定了形成的专利和非专利技术的归属情况，是否存在研发技术或权利归属问题产生的纠纷争议

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务、主要产品及其经营模式”之“（二）公司主要经营模式”之“3、销售模式”部分补充披露如下：

“（1）按销售产品品牌分类

……

①ODM 模式

……

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。”

二、披露报告期内 ODM、品牌授权、其他模式的划分标准及依据，结合定价方式差异补充披露不同模式下收入和毛利率变化的原因及合理性，不同模式下毛利率差异的原因和合理性

（一）披露报告期内 ODM、品牌授权、其他模式的划分标准及依据

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务、主要产品及其经营模式”之“（二）公司主要经营模式”之“3、销售模式”部分补充披露如下：

“（1）按销售产品品牌分类

……

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	公司根据 ODM 客户订单进行	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

	供的产品配置表、产品设计图纸并经 ODM 合作方确认	生产			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

”

（二）结合定价方式差异补充披露不同模式下收入和毛利率变化的原因及合理性，不同模式下毛利率差异的原因和合理性

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务、主要产品及其经营模式”之“（二）公司主要经营模式”之“3、销售模式”部分补充披露如下：

“（1）按销售产品品牌分类

……

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	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
ODM	**31,315.36**	**46.24**	52,628.93	**55.26**	34,832.19	58.21	40,335.55	65.20
品牌授	**31,017.06**	**45.80**	**38,215.68**	**40.13**	22,108.96	36.95	18,996.63	30.71

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
权								
OEM	**894.09**	**1.32**	2,730.38	**2.87**	2,370.34	3.96	2,194.30	3.55
OBM	**4,491.42**	**6.63**	1,665.25	1.75	528.80	0.88	339.28	0.55
合计	**67,717.93**	**100.00**	**95,240.23**	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、52,628.93 万元**及 31,315.36 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 万元、22,108.96 万元、**38,215.68** 万元**及 31,017.06** 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、2,730.38 万元**及 849.09 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、1,665.25 万元**及 4,491.42 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	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
ODM	**7,810.20**	**24.94**	15,661.85	29.76	9,991.81	28.69	8,473.32	21.01
品牌授权	**13,469.46**	**43.43**	**19,481.46**	**50.98**	9,932.35	44.92	5,703.10	30.02
OEM	**155.43**	**17.38**	631.49	23.13	648.26	27.35	594.39	27.09
OBM	**1,560.95**	**34.75**	684.54	41.11	186.71	35.31	39.96	11.78
合计	**22,996.05**	**33.96**	**36,459.33**	**38.28**	20,759.13	34.69	14,810.76	23.94

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

品牌授权模式下，公司需要对品牌授权方支付品牌授权费用，且授权产品存在品牌溢价，因此品牌授权模式产品定价和毛利率高于 ODM 模式。对于部分贸易模式为 DDP 的客户，公司支付包含了境外运保费和清关税费，因此该部分产品定价和毛利率高于其他贸易方式。对于通过亚马逊平台销售的产品，由于产品直接面向终端零售客户且公司需要承担额外的平台费用，该部分产品定价和毛利率也处于较高水平。

报告期内，公司 ODM 模式下的毛利率分别为 21.01%、28.69%、29.76%及**24.94%**。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。**2018 年至 2020 年**，美元兑人民币的年平均汇率整体呈现上升趋势，**2021 年 1 月至 6 月美元兑人民币的年平均汇率整体呈现下降趋势，**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%、26.82%**及 26.63%**。此外，由于公司主营业务成本中直接材料比例较高，**2018 年至 2020 年**，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，**2021 年 1 月至 6 月公司主要原材料价格整体呈现上升趋势，**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%、23.50%**及 31.09%，2021 年 1 月至 6 月，剔除汇率和原材料影响，ODM 模式整体毛利率变化趋于稳定上升，主要系公司新增以 ODM 模式向 Lowe's 销售干湿两用吸尘器配件金额大幅增加，配件类产品整体附加值较高，此外，2021 年 1 月至 6 月，公司 ODM 模式销售大体积静音型空压机销售占比进一步提升。**

报告期内，公司品牌授权模式下的毛利率分别为 30.02%、44.92%、**50.98%及 43.43%**。**2018 年至 2020 年**，美元兑人民币的年平均汇率整体呈现上升趋势，**2021 年 1 月至 6 月美元兑人民币的年平均汇率整体呈现下降趋势**，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%、**48.93%及 44.70%**。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%、**46.61%及48.06%**。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%、**27.91%及30.04%，品牌授权模式整体毛利率变化差异较低。**

报告期内，公司 OEM 模式下的毛利率分别为 27.09%、27.35%、23.13%及**17.38%，2021年1月至6月**公司OEM模式下的毛利率下降较大主要系**2021年1月至 6 月美元兑人民币的年平均汇率整体呈现下降趋势和公司主要原材料整体呈现上升趋势所致**。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%、41.11%及**34.75%**。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。”

三、披露报告期内品牌授权模式下，被授权使用的品牌对应的产品名称、报告期内的销售占比情况、发行人对该授权品牌是否存在重大依赖；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，品牌许可费用期末是否存在预提

（一）披露报告期内品牌授权模式下，被授权使用的品牌对应的产品名称、报告期内的销售占比情况、发行人对该授权品牌是否存在重大依赖

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“四、发行人主要产品的销售情况和主要客户”之“（五）销售模式和收入确认政策”之“5、品牌授权模式收入情况”部分补充披露如下：

“（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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
Dewalt	吸尘器	**28.37**	**26.10**	12.34	3.03
Porter Cable	吸尘器	**3.57**	1.66	2.56	5.71
Stanley	吸尘器	**6.24**	**7.48**	14.21	12.16
Black&Decker	吸尘器	**-**	0.05	-	-
Briggs & Stratton	空压机	**0.35**	3.01	5.66	9.81
Craftsman	空压机	**7.27**	1.82	2.17	0.00
总计		**45.80**	**40.13**	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%、**40.13%及 45.80%**，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。”

（二）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，品牌许可费用期末是否存在预提

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“四、发行人主要产品的销售情况和主要客户”之“（五）销售模式和收入确认政策”之“5、品牌授权模式收入情况”部分补充披露如下：

“（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、**空气净化器和工地除湿器**	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
		美国、加拿大地区	干湿两用吸尘器及其配件	2020.11.11-2023.12.31
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	空压机、气泵、空压机工具及配件	2014.07.15-2023.12.31

序号	被授权使用品牌	许可区域	授权范围	许可期限
		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		

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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
Dewalt	**1,079.59**	1,462.33	514.39	165.44
Stanley	**224.18**	322.37	485.72	450.08
Briggs&Stratton	**32.34**	101.28	172.46	222.34
Porter Cable	**98.13**	78.31	68.99	162.64
Craftsman	**229.80**	79.01	57.57	-
BLACK+DECKER	**8.09**			
商标使用权费用合计	**1,672.12**	2,043.31	1,299.12	1,000.50
占品牌授权收入比例	**5.39%**	5.35%	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。”

四、披露报告期各期 ODM、品牌授权、其他模式下前五大客户的情况，对应的名称、销售金额、合作历史、与发行人是否签订框架协议及相关协议的主要条款内容、采购产品类型、订单获取方式、定价原则、信用政策；ODM 模式下，发行人的直接客户是否均为品牌商，是否存在贸易商或经销商客户的情形。

（一）披露报告期各期 ODM、品牌授权、其他模式下前五大客户的情况，对应的名称、销售金额、合作历史、与发行人是否签订框架协议及相关协议的主要条款内容、采购产品类型、订单获取方式、定价原则、信用政策

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“四、发行人主要产品的销售情况和主要客户”之“（五）销售模式和收入确认政策”之“6、报告期

各期ODM、品牌授权、其他模式下前五大客户的情况”部分补充披露如下：

“（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%
	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%

销售模式	序号	客户名称	主要产品类型	销售金额	占比
	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	**17.26%**
	2	Lowe's	吸尘器、空压机	14,926.04	**15.67%**
	3	Harbor Freight Tools	吸尘器、空压机	8,599.76	**9.03%**
	4	Canadian Tire Corporation	空压机	5,465.46	**5.74%**
	5	Menards	空压机	2,865.41	**3.01%**
	合计			48,292.00	**50.71%**
品牌授权模式	1	Lowe's	吸尘器、空压机	11,022.12	**11.57%**
	2	Amazon	吸尘器、空压机	9,197.13	**9.66%**
	3	Costco	吸尘器、空压机	**8,236.15**	**8.65%**
	4	Walmart	吸尘器、空压机	2,890.80	**3.04%**
	5	Ace Hardware Corporation	吸尘器、空压机	642.46	0.67%
	合计			**31,988.65**	**33.59%**
其他模式	1	Stanley Black&Decker	吸尘器	2,730.38	**2.87%**
	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	**3.91%**

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**24,861.71**万元，同比2019年增加**17,476.59**万元。2020年，公司通过品牌授权模式对Walmart销售收入比2019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。

2021 年 1-6 月，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	吸尘器、空压机	14,605.44	21.57%
	2	The Home Depot	吸尘器、空压机	5,166.58	7.63%
	3	Harbor Freight Tools	吸尘器、空压机	3,323.21	4.91%
	4	Canadian Tire Corporation	空压机	2,527.03	3.73%
	5	Menards	空压机	2,237.32	3.30%
				27,859.58	41.14%
品牌授权模式	1	Lowe's	空压机	11,467.98	16.93%
	2	Costco	吸尘器、空压机	7,035.43	10.39%
	3	Amazon	吸尘器、空压机	2,828.34	4.18%
	4	Menards	吸尘器、空压机	2,154.48	3.18%
	5	Walmart	吸尘器、空压机	1,187.91	1.75%
	合计			24,674.13	36.44%
其他模式	1	Walmart	吸尘器、空压机	1,849.19	2.73%
	2	Menards	整机配件	927.76	1.37%
	3	Stanley Black&Decker	吸尘器、空压机	894.09	1.32%
	4	Costco	空压机	358.29	0.53%
	5	江苏新克医疗器械有限公司	电机	248.19	0.37%
				4,277.53	6.32%

2021 年 1-6 月，江苏新克医疗器械有限公司为公司其他模式新增前五大客户，公司向其销售制氧机专用空气泵用电机部件。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）

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
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）
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。”

（二）ODM 模式下，发行人的直接客户是否均为品牌商，是否存在贸易商或经销商客户的情形

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“四、发行人主要产品的销售情况和主要客户”之“（五）销售模式和收入确认政策”之“6、报告期各期 ODM、品牌授权、其他模式下前五大客户的情况”部分补充披露如下：

“（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。”

五、结合产品型号、定价和成本构成，量化分析品牌授权毛利率较高的原因及合理性，是否符合行业惯例，结合品牌授权费的计提说明并披露不同模式下净利率是否存在较大差异

（一）结合产品型号、定价和成本构成，量化分析品牌授权毛利率较高的原因及合理性，是否符合行业惯例

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“四、发行人主要产品的销售情况和主要客户”之“（五）销售模式和收入确认政策”之“7、不同模式下毛利率及净利率情况”部分补充披露如下：

“（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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
ODM 毛利率	**24.94**	29.76	28.69	21.01
品牌授权毛利率	**43.43**	**50.98**	44.92	30.02
差异	**18.49**	**21.22**	16.24	9.01
空压机-ODM 毛利率	**20.53**	28.44	27.67	20.07
空压机-品牌授权毛利率	**46.98**	**36.19**	34.72	24.87
空压机-毛利率差异	**26.46**	**7.74**	7.06	4.80
吸尘器-ODM 毛利率	**31.24**	37.09	33.24	25.31
吸尘器-品牌授权毛利率	**43.05**	**51.70**	45.89	31.31
吸尘器-毛利率差异	**11.82**	**14.61**	12.65	6.00

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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。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%-**27**%，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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
空压机-ODM 模式占比	**91.42**	90.95	86.37	86.80
空压机-品牌授权模式占比	**5.02**	**7.61**	13.12	13.20
吸尘器-ODM 模式占比	**14.11**	**15.50**	19.44	20.67
吸尘器-品牌授权模式占比	**77.35**	**77.21**	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。”

（二）结合品牌授权费的计提说明并披露不同模式下净利率是否存在较大差异

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“四、发行人主要产品的销售情况和主要客户”之“（五）销售模式和收入确认政策”之“7、不同模式下毛利率及净利率情况”部分补充披露如下：

“（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	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
ODM毛利率	**24.94**	29.76	28.69	21.01
品牌授权测算毛利率	**38.03**	**45.63**	39.05	24.76
差异	**13.09**	**15.87**	10.36	3.75
空压机-ODM毛利率	**20.53**	28.44	27.67	20.07
空压机-品牌授权测算毛利率	**44.35**	**32.79**	29.80	21.21
差异	**23.82**	**4.35**	2.13	1.14
吸尘器-ODM毛利率	**31.24**	37.09	33.24	25.31
吸尘器-品牌授权测算毛利率	**38.51**	**45.90**	39.73	25.29
差异	**7.27**	**8.81**	6.49	-0.03

注：为保证与2018年和2019年的数据具备可比性，上表中2020年及2021年1-6月的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

2018年至2020年，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，**2021年1-6月，品牌授权空压机产品测算毛利率与ODM空压机产品毛利率的差异较大，主要系2021年1-6月公司通过品牌授权模式销售给亚马逊和美国线下客户规模较大，由于美国当地亚马逊平台、美国当地线下销售等渠道公司支付海运费和关税，致使品牌授权小型空压机产品测算毛利率高于其他年度**。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。”

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“四、发行人主要产品的销售情况和主要客户”之“（五）销售模式和收入确认政策”之“7、不同模式下毛利率及净利率情况”部分补充披露如下：

“（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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
ODM 模式	**6.36%**	**12.19%**	9.68%	6.19%
品牌授权模式	**-1.12%**	**7.71%**	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 年至 2021 年 1-6 月，**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。**2021 年 1-6 月，品牌授权产品测算净利率为负数，主要系品牌授权产品包括了美国当地亚马逊平台、美国当地线下销售等渠道，2021 年 1-6 月海运费大幅上涨致使品牌授权小型空压机产品出现亏损情况。**

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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
ODM 模式	**16.42%**	**19.03%**	15.72%	9.16%
品牌授权模式	**11.01%**	**13.21%**	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、4,848.61 万元**及 2102.92 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。”

六、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人会计师：

1、查阅发行人与 Lowe’s、The Home depot、Walmart、Canadian Tire Corporation、Menards、Costco 及 Harbor Freight Tools 等客户签署的 ODM 模式下框架销售协议和产品订单，查阅发行人与 Stanley Black&Decker 和 Briggs& Stratton Tech,LLC 签署的品牌使用权协议；

2、走访、视频访谈发行人主要客户 Lowe’s、The Home depot、Walmart、Canadian Tire Corporation、Menards、Costco 及 Harbor Freight Tools，视频访谈品牌授权方 Stanley Black&Decker 和 Briggs& Stratton Tech,LLC，了解双方关于设计、生产、销售的具体约定、发行人商标权使用费支付情况及是否存在纠纷争议事项；

3、查询外贸行业网站，了解行业内关于 ODM、品牌授权、OEM、OBM 等模式的划分依据；

4、取得发行人销售明细表、比较发行人各销售模式主要财务数据，访谈发行人管理层、销售部门相关人员了解发行人各销售模式主要财务数据变化的原因，分析发行人不同销售模式下定价差异、毛利率和净利率的差异；

5、访谈发行人销售业务负责人和财务负责人，了解发行人与各销售模式主要客户合作历史、销售内容、产品定价原则、主要信用政策；

6、检查发行人支付品牌授权方品牌授权费用支付明细及支付凭证，确认境外商标使用费的支付主体，核对许可费用和品牌授权收入的匹配关系。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人会计师认为：

1、报告期内，发行人与 ODM 零售商按照框架协议中关于设计、生产、销售具体约定进行合作，未产生纠纷；发行人非主要客户的独家 ODM 厂商，发行人对单一 ODM 零售商的**ODM 模式**销售收入占公司销售收入总额的比例均未超过 30%，发行人不存在对单一 ODM 零售商的销售重大依赖；ODM 模式下，发行人不存在与客户共同研发或受托研发情况，未就研发技术或权利归属问题产生纠纷争议；

2、ODM、品牌授权、其他模式主要按照产品研发设计、产品生产、终端产品品牌、销售渠道等分工来划分，不同模式下收入、毛利率变动具备合理性；

3、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%、**40.13%及 45.80%**，公司非品牌授权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；报告期内，公司与品牌商的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，发行人支付的品牌许可费用与品牌授权收入相匹配，品牌许可费用期末存在预提；报告期内，境外商标使用费均由发行人支付，不存在关联方或第三方代为支付的情形；

4、发行人与主要客户签订了框架协议，保持了稳定的合作关系，发行人主要客户信用期在 10-135 天区间，发行人对客户货款回款情况良好，公司以成本费用加成率作为基本的定价原则；发行人 ODM 模式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；

5、发行人品牌授权模式主要销售产品为干湿两用吸尘器，主要客户为 Walmart、Costco、Amazon，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，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；ODM 模式主要销售产品为小型空压机，主要客户结构为 Lowe’s、The Home Depot、Harbor Freight Tools，主要贸易方式为出口 FOB 销售，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。

14.关于营业收入

申报材料显示，报告期内，公司分别实现营业收入 52,096.90 万元、62,680.70 万元、60,008.14 万元及 15,058.39 万元，归属于母公司的净利润分

别为 2,348.51 万元、4,502.24 万元、5,879.88 万元及 2,639.63 万元。报告期内，发行人小型空压机 2018 年的销量大于其他年度销量，干湿两用吸尘器销量逐年下降。报告期各期末，公司预计负债分别为 1,335.76 万元、1,668.38 万元、1,600.24 万元及 1,597.66 万元。

请发行人：

（1）结合 2019 年营业收入下降、而净利润较上期增加，补充披露产生上述情况的原因及合理性，营业收入下降趋势是否持续，并结合在手订单、客户变动、产品策略、下游客户需求等因素补充分析并披露 2018 年空压机销量大增的原因、后续未能持续增长的原因；吸尘器销量逐年下滑的原因和合理性；公司各类产品营业收入增长变动的原因以及是否与细分行业的变化趋势一致；

（2）补充披露纳税申报表和申报报表关于营业收入等会计科目差异的内容、原因和合理性，说明纳税申报与会计核算相关内容是否勾稽、纳税调整事项以及递延所得税资产的计算过程；

（3）补充披露高、中、低端产品的划分标准和依据，报告期内上述产品的主要客户、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，上述披露的划分依据是否准确、客观；

（4）补充披露配件及其他的具体构成内容和金额，主要销售渠道、毛利率水平，配件收入和小型空压机、干湿两用吸尘器收入是否存在匹配关系；

（5）补充披露报告期内换货、退货、召回、索赔的具体情况及后续处理情况；发行人的销售合同中存在质保金的规定，补充披露与质保期、质保金相关的会计处理，并披露会计处理方法是否符合《企业会计准则》的规定；预计负债的计提和实际退货率的匹配关系；

（6）补充披露内销、外销区域的明细构成及划分依据，进一步说明主要销售客户所属地和销售区域的对应关系；各个区域报告期内收入变化的原因；

（7）补充披露报告期内发行人收入的季度分布，说明是否存在季节性特征及原因。

请保荐人、会计师对上述问题发表明确意见，并说明收入核查范围、核查方法及核查比例、核查结论，并对发行人收入确认的真实性、准确性、完整性发表明确意见。

回复：

一、结合 2019 年营业收入下降、而净利润较上期增加，补充披露产生上述情况的原因及合理性，营业收入下降趋势是否持续，并结合在手订单、客户变动、产品策略、下游客户需求等因素补充分析并披露 2018 年空压机销量大增的原因、后续未能持续增长的原因；吸尘器销量逐年下滑的原因和合理性；公司各类产品营业收入增长变动的原因以及是否与细分行业的变化趋势一致。

（一）结合 2019 年营业收入下降、而净利润较上期增加，补充披露产生上述情况的原因及合理性，营业收入下降趋势是否持续

1、2019 年营业收入下降的原因

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“1、营业收入构成”中补充披露如下：

“（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

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

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“1、营业收入构成”中补充披露如下：

“（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、8,439.67 万元**及 2,043.02 万元**。

截至 **2021 年 9 月**末，公司在手订单规模为 **3,657.60** 万美元，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

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营

成果分析”之“（一）营业收入分析”之“1、营业收入构成”中补充披露如下：

“（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	/
干湿两用吸尘器	9,853.70	47.47	41.55	12.34	5,435.63	36.70	29.21	/
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。”

（二）结合在手订单、客户变动、产品策略、下游客户需求等因素补充分析并披露 2018 年空压机销量大增的原因、后续未能持续增长的原因

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“1、营业收入构成”中补充披露如下：

“（4）2018 年空压机销量大增及后续未能持续增长的原因

公司在手订单规模如下：

单位：万美元

项目	2021 年 9 月末	2020 年末	2019 年末	2018 年末
在手订单规模	**3,657.60**	5,465.64	1,647.16	1,141.70

从上表可以看出，**2020 年末及 2021 年 9 月末在手订单保持了较高的水平。**

报告期内，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	2021 年 1-6 月		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	营业收入	数量
Lowe's	**10,122.89**	**12.86**	15,198.25	19.78	12,507.17	17.47	11,819.44	18.11
Canadian Tire Corporation	**2,507.46**	**5.23**	5,465.63	10.59	4,757.11	8.60	4,742.78	8.64
The Home Depot	**5,193.51**	**8.08**	16,352.16	26.52	5,829.10	13.39	12,333.43	31.92
Walmart	**1,582.36**	**8.02**	4,089.56	17.68	4,211.97	15.08	6,846.03	24.25
Menards	**2,259.90**	**3.58**	2,996.84	5.76	3,129.68	4.34	2,118.01	4.45
Harbor Freight Tools	**995.44**	**1.99**	2,701.69	5.17	2,427.45	4.52	2,387.56	4.52
收入/数量小计	**22,661.56**	**39.76**	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	**89.24%**	**89.51%**	**92.93%**	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%、**92.93%及 89.24%。**

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%。”

（三）吸尘器销量逐年下滑的原因和合理性

发行人在招股说明书“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”之“3、吸尘器销量逐年下滑的原因和合理性”中补充披露如下：

“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）	**42,082.74**	23,717.45	18,608.10
平均单价（元/台）	**290.25**	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	**6.30%**	832.94	3.51%	3,460.72	18.60%
5 加仑	**3,019.92**	**7.18%**	1,943.16	8.19%	1,760.56	9.46%
6 加仑	6,286.67	**14.94%**	2,791.38	11.77%	948.82	5.10%
8 加仑	1,489.63	**3.54%**	3,384.13	14.27%	4,515.27	24.27%
9 加仑	7,483.34	**17.78%**	2,227.07	9.39%	293.73	1.58%
10 加仑	**11,878.66**	**28.23%**	6,306.22	26.59%	1,315.68	7.07%
合计	**33,782.30**	**80.28%**	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 年吸尘器销量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。”

（四）公司各类产品营业收入增长变动的原因，与细分行业的变化趋势一致

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

“报告期内，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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
中国对美出口空压机金额	**9.30**	19.37	15.10	18.18
公司小型空压机收入	**2.54**	5.04	3.46	4.15
中国对美出口空压机数量	**191.09**	390.62	293.43	360.60
公司小型空压机销量	**44.42**	90.95	65.72	93.72
中国对美出口吸尘器金额	**67.39**	145.60	98.18	109.82
公司干湿两用吸尘器收入	**3.18**	4.21	2.37	1.86
中国对美出口吸尘器数量	**2,655.77**	5,583.31	3,916.06	4,145.82
公司干湿两用吸尘器销量	**144.85**	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。”

二、补充披露纳税申报表和申报报表关于营业收入等会计科目差异的内容、原因和合理性，说明纳税申报与会计核算相关内容是否勾稽、纳税调整事项以及递延所得税资产的计算过程。

（一）纳税申报表和申报报表关于营业收入等会计科目差异的内容、原因和合理性

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（二）流动负债分析”之“6、应交税费”中补充披露如下：

“（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	-	-	-	-	-

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
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

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
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）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	会计差错更正	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	79,176.02	79,180.80	4.78	-	4.78	-	-	-	-	-
营业成本	59,125.08	60,866.03	1,740.95	-	1,740.95	-	-	-	-	-
销售费用	2,788.75	986.34	-1,802.41	-	-1,802.41	-	-	-	-	-
所得税费用	1,445.35	1,509.27	63.91	-	63.91	-	-	-	-	-

2021 年 1-6 月，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。

（二）纳税申报与会计核算相关内容勾稽、纳税调整事项

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（二）流动负债分析”之“6、应交税费”中补充披露如下：

“（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	2021 年 1-6 月	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	**-915.45**	-431.39	-506.19	-745.02
本期销项税额②	**113.27**	136.80	194.02	221.67
出口退税③	**6,767.31**	6,322.50	4,862.56	7,310.31
进项税额转出④	**1.60**	9.83	4.41	25.91
本期进项税额 ⑤	**5,944.95**	6,903.59	4,943.11	7,274.85
已交税金⑥	**19.68**	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）	**2.10**	-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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
期初未交数	**-911.25**	-431.39	-506.19	-745.02
本期应交数	**937.23**	-434.46	117.87	283.03
本期已交数	**19.68**	49.60	43.08	44.20
期末未交数	**2.10**	-915.45	-431.39	-506.19
增值税纳税申报表应交数	**-2,132.97**	-911.25	-428.17	-501.62
差异	**2,135.07**	-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。

2021 年 1-6 月申报材料比增值税纳税申报表中期末应交数多 2,135.07 万元，主要系税务少申报出口退税额所致。

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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
期初未交数	**-22.61**	-102.01	-207.34	-191.89
本期应交数	**1,188.08**	1,687.35	628.04	426.80
本期已交数	**713.89**	1,607.95	522.72	442.25
期末未交数	**451.59**	-22.61	-102.01	-207.34
企业所得税纳税申报表应交数	**571.52**	-266.83	-161.73	-341.00
差异	**-119.94**	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。

2021 年 6 月末申报材料比企业所得税纳税申报表中期末应交数少 119.94 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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
利润总额	**9,543.59**	**16,471.62**	6,721.16	5,024.10
按法定/适用税率计算的所得税费用	**1,431.54**	**2,470.74**	1,008.17	753.61
子公司适用不同税率的影响	**29.66**	**448.26**	14.43	-10.90
调整以前期间所得税的影响	**49.16**	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	**0.10**	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	**70.41**	68.73	72.88	50.13
研发费用加计扣除费用的影响	**-158.75**	-262.31	-232.17	-309.13
其他	**28.34**	-31.95	5.68	-28.43
本期所得税费用	**1,450.46**	**2,765.97**	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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、利润总额	**7,946.15**	**11,589.49**	6,224.82	4,995.79
加：纳税调整增加额	**1,121.06**	**1,611.28**	178.76	336.50
减：纳税调整减少额	**88.32**	**203.01**	668.82	426.11
减：免税、减计收入及加计扣除	**1,058.34**	1,748.73	1,547.82	2,060.84
二、应纳税所得额	**7,920.55**	11,249.03	4,186.93	2,845.35
税率	**25.00%**	25.00%	25.00%	25.00%
三、应纳税所得额	**1,980.14**	2,812.26	1,046.73	711.34
减：减免所得税额	**792.05**	1,124.90	418.69	284.53
四、应纳税额	**1,188.08**	1,687.35	628.04	426.80
当期所得税费用	**1,188.08**	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、1,124.90 万元**及 792.05 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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
纳税调整增加				
业务招待费超支	**0.24**	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	**0.56**	-	5.42	35.75
存货跌价损失	**35.00**	-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）	**64.95**	83.26	29.49	-
计提预计负债	**1,020.31**	**1,263.41**	-48.29	284.62
计提股份支付	**-**	146.57	167.61	47.92
其他	**-**	55.07	-	-
小计	**1,121.06**	**1,611.28**	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	**62.96**	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
新收入准则	**25.36**	**61.46**	-	-
小计	**88.32**	**203.01**	668.82	426.11
研发费用加计扣除	**1,058.34**	1,748.73	1,547.82	2,060.84
小计	**1,058.34**	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。”

（三）递延所得税资产的计算过程

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（三）非流动资产分析”之“6、递延所得税资产”中补充披露如下：

“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、**977.59**万元及**1,195.29万元**，具体情况如下：

单位：万元

项目	**2021年6月末**		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	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	**1,630.43**	**388.56**	1,329.79	301.91	972.21	231.62	1,034.71	209.58
预计负债	**3,890.88**	**583.63**	**2,870.56**	**430.58**	1,607.16	241.07	1,655.45	248.32
递延收益	**1,322.15**	**198.32**	1,385.11	207.77	1,511.03	226.65	1,636.95	245.54
内部交易未实现利润	**160.06**	**24.01**	248.88	37.33	141.07	21.16	381.05	57.16
新租赁	**3.07**	**0.77**	-	-	-	-	-	-
合计	**7,006.59**	**1,195.29**	**5,834.34**	**977.59**	4,231.46	720.51	4,708.16	760.60

”

三、补充披露高、中、低端产品的划分标准和依据，报告期内上述产品的主要客户、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，上述披露的划分依据是否准确、客观。

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

“（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	2021 年 1-6 月		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(%)	收入（万元）	占比(%)
高端	**13,084.70**	**51.52**	19,326.21	38.37	11,452.26	33.12	14,917.85	35.95

中端	**10,429.91**	**41.07**	**28,139.76**	55.87	20,813.62	60.19	24,081.16	58.02
低端	**1,880.25**	**7.40**	2,901.31	5.76	2,313.72	6.69	2,502.84	6.03
合计	**25,394.86**	**100.00**	**50,367.28**	100.00	34,579.60	100.00	41,501.85	100.00
项目	**2021 年 1-6 月**		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）	单价（元）	数量（万台）
高端	**758.94**	**17.24**	731.49	26.42	787.46	14.54	640.69	23.28
中端	**588.70**	**17.72**	**542.67**	51.85	494.53	42.09	402.98	59.76
低端	**198.64**	**9.47**	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%、94.24%**及 92.59%**，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。

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	**2021 年 1-6 月**		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(%)	收入（万元）	占比(%)
高端	**20,829.97**	**65.50**	**31,842.15**	**75.67**	9,228.23	38.91	3,181.77	17.10
中端	**10,913.95**	**34.32**	**10,162.38**	**24.15**	12,276.85	51.76	13,110.84	70.46
低端	**55.42**	**0.17**	78.22	0.19	2,212.37	9.33	2,315.49	12.44
合计	**31,799.35**	**100.00**	**42,082.74**	100.00	23,717.45	100.00	18,608.10	100.00
项目	**2021 年 1-6 月**		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）	单价（元）	数量（万台）
高端	**254.52**	**81.84**	**339.92**	93.68	411.95	22.40	401.96	7.92
中端	**174.34**	**62.60**	**200.11**	50.78	203.91	60.21	166.28	78.85
低端	**150.53**	**0.37**	147.30	0.53	90.16	24.54	88.65	26.12

从上表可以看出，公司干湿两用吸尘器呈现向中高端聚集的趋势，产品价格从高中低端依次下降。

2020 年，公司高端产品价格有所下降，主要系高端品牌的中容量产品占比有所上升所致。”

四、补充披露配件及其他的具体构成内容和金额，主要销售渠道、毛利率水平，配件收入和小型空压机、干湿两用吸尘器收入是否存在匹配关系。

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

“（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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
整机配件	**5,742.24**	1,826.49	1,225.52	1,645.22
模具	**8.82**	125.27	49.13	3.79
吹地机	**60.52**	23.40	89.40	0.17
风扇	**4,432.43**	323.65	-	-
护理机及护理机配件	**18.38**	91.40	107.71	31.36
电视架等其他产品	**261.34**	**400.00**	71.48	75.26
合计	**10,523.73**	**2,790.21**	1,543.25	1,755.80

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	2021 年 1-6 月		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	收入占比	毛利率
Amazon	**3.92%**	**81.77%**	28.90%	77.84%	36.65%	76.86%	11.34%	76.53%
Menards	**9.19%**	**73.37%**	2.43%	62.81%	13.15%	49.40%	5.12%	8.76%
Walmart	**0.49%**	**40.71%**	1.70%	32.11%	8.26%	66.58%	38.92%	18.08%
Franklin Electric Co.Inc	-	-	2.59%	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	**0.78%**	**47.33%**	6.74%	98.32%	-	-	-	-
Lowe’s	**35.80%**	**45.96%**	18.15%	48.97%	-	-	-	-
Costco	**38.87%**	**38.76%**	-	-	-	-	-	-

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 CTO701W/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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
整机	**57,194.21**	**92,450.02**	58,297.05	60,109.96
整机配件	**5,742.24**	1,826.49	1,225.52	1,645.22
占比情况	**10.04%**	1.98%	2.10%	2.74%

2018 年-2020 年公司的配件销售占比较低，**2021 年 1-6 月因公司根据市场及客户需求情况对 Lowe’s 的吸尘器配件销售收入上升，因此配件销售占比上升。”**

五、补充披露报告期内换货、退货、召回、索赔的具体情况及后续处理情况；发行人的销售合同中存在质保金的规定，补充披露与质保期、质保金相关的会计处理，并披露会计处理方法是否符合《企业会计准则》的规定；预计负债的计提和实际退货率的匹配关系。

（一）换货、退货、召回、索赔的具体情况及后续处理情况

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“5、退货情况”中补充披露如下：

“（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、2,145.95 万元**及 695.07 万元**，具体情况如下：

单位：万元

项目	**2021 年 1-6 月**	2020 年度	2019 年度	2018 年度
小型空压机	**295.45**	1,539.67	1,263.41	980.95
干湿两用吸尘器	**306.68**	601.83	501.93	277.34
配件及其他	**92.93**	4.46	19.76	18.60
合计	**695.07**	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。”

（二）发行人的销售合同中存在质保金的规定

发行人的销售合同中未明确约定质保金，但存在对退货的处理约定，发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“5、退货情况”中补充披露如下：

“（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。

”

（三）补充披露与质保期、质保金相关的会计处理

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（三）非流动负债分析”之“3、预计负债”中补充披露如下：

“（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、**2,870.56** 万元及 **3,890.88 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
2021 年 1-6 月	**2,870.56**	**1,715.39**	**695.07**	**3,890.88**
2020 年度	1,607.16	**3,409.35**	2,145.95	**2,870.56**
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。”

（四）披露会计处理方法是否符合《企业会计准则》的规定

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（三）非流动负债分析”之“3、预计负债”中补充披露如下：

“（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。”

（五）预计负债的计提和实际退货率的匹配关系

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（三）非流动负债分析”之“3、预计负债”中补充披露如下：

“（3）预计负债的计提和实际退货率的匹配关系

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	**98,649.58**	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	2021 年 6 月末	2020 年末	2019 年末	2018 年末
主营业务收入	**67,717.93**	**95,240.23**	59,840.30	61,865.76
预计负债当期增加数	**1,715.39**	**3,409.35**	1,736.81	1,561.52
预计负债计算基数	**133,707.22** 注	**98,649.58**	61,577.11	63,427.28
预计负债	**3,890.88**	**2,870.56**	1,607.16	1,655.45
计提比例	**2.91%**	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；

2021 年 6 月末预计负债计算基数=2021 年 1-6 月主营业务收入+预计负债计提数+2020 年 7-12 月计提基数；

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。”

六、补充披露内销、外销区域的明细构成及划分依据，进一步说明主要销售客户所属地和销售区域的对应关系；各个区域报告期内收入变化的原因。

（一）内销、外销区域的明细构成及划分依据

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

“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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度

	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
美国	**58,239.86**	**86.00**	**79,395.09**	**83.36**	49,965.30	83.50	52,849.65	85.43
加拿大	**6,789.28**	**10.03**	**12,878.15**	**13.52**	6,451.88	10.78	6,074.61	9.82
菲律宾	**344.39**	**0.51**	262.82	0.28	719.68	1.20	398.25	0.64
日本	**390.67**	**0.58**	812.37	0.85	491.84	0.82	409.45	0.66
巴拿马	**108.18**	**0.16**	133.49	0.14	318.49	0.53	313.33	0.51
澳大利亚	**172.04**	**0.25**	226.77	0.24	272.51	0.46	48.12	0.08
智利	**94.08**	**0.14**	78.85	0.08	171.09	0.29	205.21	0.33
中国香港	**22.17**	**0.03**	14.14	0.01	-	-	546.60	0.88
其他	**1,115.15**	**1.65**	**1,287.54**	1.35	706.37	1.18	422.63	0.68
外销收入小计	**67,275.81**	**99.35**	**95,089.23**	99.84	59,097.15	98.76	61,267.84	99.03
广东	**8.52**	**0.01**	31.50	0.03	325.34	0.54	218.27	0.35
江浙沪	**430.16**	**0.64**	67.99	0.07	153.29	0.26	162.42	0.26
其他	**3.45**	**0.01**	51.51	0.05	264.51	0.44	217.22	0.35
内销收入小计	**442.12**	**0.65**	151.00	0.16	743.15	1.24	597.92	0.97
合计	**67,717.93**	**100.00**	**95,240.23**	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。”

（二）主要销售客户所属地和销售区域的对应关系；各个区域报告期内收入变化的原因

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

“公司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%、96.88%及 96.03%。”

七、补充披露报告期内发行人收入的季度分布，说明是否存在季节性特征及原因

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“3、主营业务收入的季节性分析”中补充披露如下：

“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	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	**34,936.95**	**15,398.26**	**16.17**	11,046.52	18.46	16,365.16	26.45
第二季度	**32,780.98**	**18,156.59**	**19.06**	16,882.98	28.21	15,833.38	25.59

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第三季度	-	30,295.12	31.81	16,832.40	28.13	14,148.35	22.87
第四季度	-	31,390.27	32.96	15,078.39	25.20	15,518.88	25.08
合计	67,717.93	95,240.23	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。”

八、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人会计师：

1、访谈发行人财务负责人、查阅公司各期末在手订单、各期销售明细表及各期海关出口统计数据等，了解并分析发行人业绩波动的主要原因；

2、获取发行人纳税申报表并与申报报表进行核对，了解出现差异的原因，复核发行人纳税申报与公司会计核算上的金额，分析是否勾稽；复核递延所得税资产计算过程并重新计算；

3、访谈发行人销售负责人，了解发行人高中低端产品的划分标准，分析根据品牌划分高中低端的合理性，了解不同种类之间产品毛利率差异；

4、访谈发行人财务负责人及销售负责人，了解公司退货的原因，复核发行人预计负债的计算过程；查阅合同中关于退货的约定；

5、复核发行人收入成本明细表，了解发行人收入季度变化的原因；

6、通过客户函证、银行流水核查、客户系统核查、销售抽凭测试、走访、海关出口数据核对、中信保报告、公司产品在客户门店确认及内部访谈等方式进行了收入核查。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人会计师认为：

1、由于汇率变动、原材料及产品结构调整等因素的影响，发行人 2019 年的毛利率有所上升，发行人 2019 年出现营业收入下降而净利润较上期增加的情况；

发行人业务不存在持续下滑的情况；报告期内发行人空压机销量的变化与客户的采购周期相关；2019 年发行人吸尘器销量下滑主要系公司吸尘器产品从小容量向大容量方向发展所致；公司各类产品营业收入增长变动与细分行业的变化趋势无重大差异；

2、报告期内，发行人纳税申报表与申报报表的差异主要系会计政策变更及重分类所致，发行人内部控制有效；纳税申报与会计核算相关内容勾稽、纳税调整事项以及递延所得税资产的计算过程与公司情况相符；

3、发行人高中低端产品的划分主要是根据不同的品牌产品在耐用性、使用寿命、性能、使用材料及用户体验等多方面考虑所划分，划分准确、客观；

4、公司配件及其他主要由整机配件、吹地机、护理机器人及配件等构成，整机配件与整机比例关系较为稳定；

5、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，针对上述退货情况，发行人已计提预计负债，符合企业会计准则的规定；

6、发行人收入的季度波动与由于文化及消费习惯的差异及宏观经济环境影响相关，不存在异常情况；

7、报告期内发行人收入确认真实、准确、完整。

15.关于境外销售

招股说明书披露，报告期各期，境外销售收入占主营业务收入的比例分别为99.39%、99.04%、98.75%及99.89%，2019年公司美国地区的销售金额为49,003.02万元，占营业收入比例为 81.66%。发行人部分产品受海外国家和地区贸易摩擦加征关税的影响。公司出口销售主要以美元结算，报告期内，公司汇兑损益金额分别为590.80万元、-682.59万元、-200.10万元及-318.12万元。

请发行人补充披露：

（1）发行人的产品属于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，是否存在大量订单取消及大客户转移采购的情形；发行人与海外客户就有关税收承担机制的协商进展情况，并结合发行人自身竞争优势、在手订单价格和数量变化、税收分担协商情况、购销协议商定周期及贸易摩擦最新进展等情况，进一步说明贸易摩擦政策的影响是否滞后，发行人拟采取何种措施减少上述政策对经营业绩的影响，

风险披露是否充分披露；

（2）报告期内在进出口方面有无重大违法违规情形，报关数据与发行人自身数据是否匹配，出口退税情况是否与发行人境外销售规模相匹配；

（3）报告期内购买外汇远期合同的金额、对手方、期限、收益等；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；报告期各期末是否存在已签订合同未确认收入的外汇风险敞口，是否已合理对冲风险或计提合同预计损失，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

请保荐人、申报会计师详细说明对境外销售核查程序、核查比例、核查结论，提供海关报关涉及的客户、产品和金额等数据以及与发行人账面收入的差异，以及外汇进出数据、中国出口信用保险公司数据、出口退税金额等数据，并对上述事项发表明确意见。

回复：

一、发行人的产品属于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，是否存在大量订单取消及大客户转移采购的情形；发行人与海外客户就有关税收承担机制的协商进展情况，并结合发行人自身竞争优势、在手订单价格和数量变化、税收分担协商情况、购销协议商定周期及贸易摩擦最新进展等情况，进一步说明贸易摩擦政策的影响是否滞后，发行人拟采取何种措施减少上述政策对经营业绩的影响，风险披露是否充分披露。

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

“（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	2021 年 1 月至今	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	**25%**	0%	25%	10%	0%
干湿两用吸尘器	**25%**	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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
吸尘器加征关税比例	**88.97%**	**99.07%**	84.00%	27.75%
空压机加征关税比例	**87.24%**	-	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 **2021 年 9 月末**，公司在手订单规模为 **3,657.60** 万美元。

同行业可比公司的销售情况与发行人的情况相符：

单位：万元

公司简称	2021 年 1-6 月	2020 年 1-6 月	增减幅度
营业收入			
巨星科技	**444,985.36**	**382,164.48**	**16.44%**

创科实业	639,374.90	420,569.70	52.03%
莱克电气	406,998.91	253,435.35	60.59%
科沃斯	535,873.99	240,187.94	123.11%
欧圣电气	68,354.67	34,962.85	95.51%
归属于母公司股东的净利润			
巨星科技	72,810.86	63,171.61	15.26%
创科实业	52,360.40	33,157.30	57.92%
莱克电气	33,162.98	25,189.40	31.65%
科沃斯	85,013.20	13,216.11	543.25%
欧圣电气	8,093.12	6,217.27	30.17%

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。

（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

公司在手订单规模变动如下：

单位：万美元，万台

项目	**2021 年 9 月末**	2020 年末	2019 年末	2018 年末
在手订单规模	**3,657.60**	5,465.64	1,647.16	1,141.70
产品数量情况	**106.38**	215.45	27.03	24.57

注：2020 年末、**2021 年 9 月末**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。

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；**于 2021 年 3 月开始将贸易方式由 DDP 变为 FOB 模式**	**DDP 模式下**由公司承担关税，但相应订单价格有所上升 **FOB 模式下**由客户承担关税
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 Costco 外，其他客户未变更贸易方式。

自 2021 年加征小型空压机关税以及海运费上调后，不存在 FOB/FCA 模式主要客户要求发行人共担加征关税及海运费上升成本的情况，其余模式下发行人对于运费、关税的上升采取了相应的应对措施，在一定程度上消化了海运费及关税金额上升对发行人造成的不利影响，因此运费、关税的上升不会长期对发行人经营业绩产生重大不利影响。

根据发行人对外销售业务模式，仅 DDP 及美国当地销售模式下需要由发行人承担关税与海运费，具体商谈过程和商谈结果如下所示：

客户名称	谈判时间	调整价格情况	开始调价时间
Costco	2020 年 12 月	新冠疫情后在国际航线运力较为紧张的情况下，Costco 考虑在 FOB 模式下可以由其组织海外运输，有利于发挥其规模优势，降低运输成本及提升运输效率，因此于 2021 年 3 月开始将贸易方式由 DDP 变为 FOB 模式	
Menard	2021 年 5 月	25%的关税按以前的约定在加征关税时即调整到价格中。 2021 年 5 月开始对海运费按实际每票出货后调整价格	加征关税：第一批有 25%关税的出货时间 海运费：从 2021 年 5 月开始
亚马逊	2020 年 11 月	空压机销售加征关税部分已调整价格	-
美国当地销售	-	因 2021 年起小型空压机恢复 25%关税及海运费上升，2021 年 5 月开始大幅度的向上调整了小型空压机的零售价格 因 2021 年起海运费上升，2021 年 5 月开始向上调整了干湿两用吸尘器的零售价格	2021 年 5 月

从上表可以看出，发行人 DDP 及美国当地销售模式下可以通过调整价格等方式将海运费及关税成本与客户共同承担。

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 1-6 月公司风扇业务实现 4,432.43 万元收入**。

⑦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。”

二、报告期内在进出口方面有无重大违法违规情形，报关数据与发行人自身数据是否匹配，出口退税情况是否与发行人境外销售规模相匹配；

（一）公司在进出口方面不存在重大违法违规情形

发行人在招股说明书“第六节　业务和技术”之“七、发行人特许经营权情况及业务资质”之“（二）业务资质”中补充披露如下：

“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、**2021 年 8 月 24 日**出具的证明，确认自 2017 年 1 月 1 日至 **2021 年 6 月 30 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上海海关于 2021 年 7 月 22 日出具的证明，截至 2021 年 7 月 22 日，上海姿东无违反海关法律、行政法规的违规行为记录。

根据中华人民共和国福中海关于 2020 年 5 月 13 日、2020 年 11 月 19 日、2021 年 3 月 29 日、**2021 年 8 月 13 日**出具的便函，确认自 2019 年 7 月 17 日至 **2021 年 6 月 30 日**，深圳洁德在深圳关区无违法违规情况。”

保荐机构实地走访了国家外汇局吴江支局，并开展了访谈工作，根据访谈记录，欧圣电气不存在因违反外汇管理的法律、法规及规范性文件的情况。

（二）报关数据与发行人自身数据是否匹配

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

“报告期内，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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
母公司出口收入①	**8,704.77**	11,904.87	7,439.31	8,949.86
上期报关本期确认收入②	**225.54**	74.35	53.92	24.00
本期报关下期确认收入③	**376.51**	225.54	74.35	53.92
样品或零配件不确认收入④	**1.54**	0.96	0.96	37.01
调整后金额⑤=①-②+③+④	**8,857.27**	12,057.02	7,460.70	9,016.79
海关出口数据⑥	**8,856.49**	12,056.54	7,461.20	9,016.93
差异⑦=⑤-⑥	**0.77**	0.48	-0.50	-0.14
差异率⑧=⑦/⑥	**0.01%**	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。”

（三）出口退税情况是否与发行人境外销售规模相匹配

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

“B.出口退税计算表

单位：万元

项目	公式	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
免抵退出口货物销售额	①	**62,513.67**	62,272.29	39,987.58	50,449.56
免抵退税计税金额*退税率	②	**8,126.78**	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	**8,126.78**	8,095.41	6,048.57	8,370.84
当期应退税额	⑤	**6,767.31**	5,525.06	4,782.69	7,320.97

当期免抵税额	⑥=④-⑤	**1,359.47**	2,570.35	1,265.88	1,049.87
退税率	⑦=②/①	**13.00%**	13.00%	15.13%	16.59%
根据税法公司可享受的退税率		**13%**	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	2021 年 1-6 月		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	退税收入	免抵退税
5%	**-**	**-**	-	-	-	-	5.77	0.29
10%	**-**	**-**	-	-	6.41	0.64	6.27	0.63
13%	**62,513.67**	**8,126.78**	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	**62,513.67**	**8,126.78**	62,272.29	8,095.41	39,987.58	6,048.57	50,449.56	8,370.84

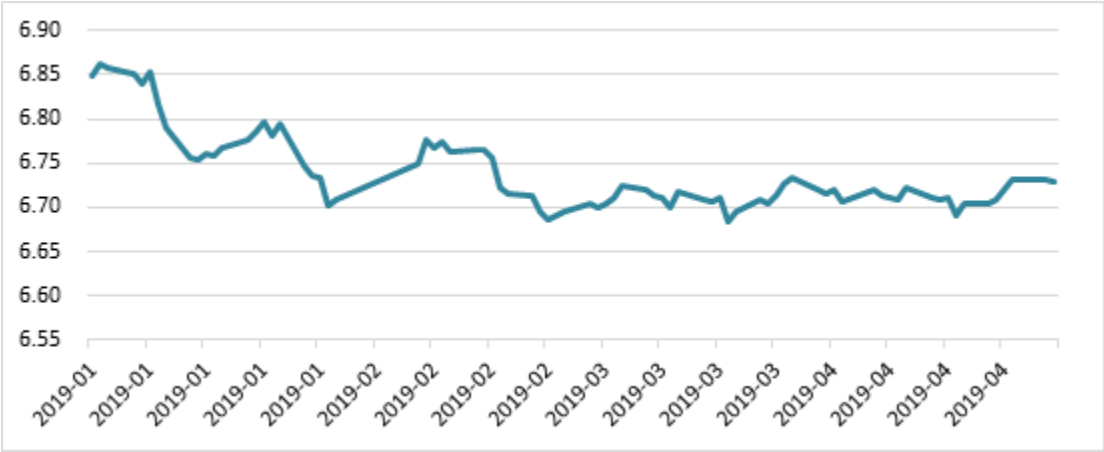
”

三、报告期内购买外汇远期合同的金额、对手方、期限、收益等；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；报告期各期末是否存在已签订合同未确认收入的外汇风险敞口，是否已合理对冲风险或计提合同预计损失，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

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

“（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。



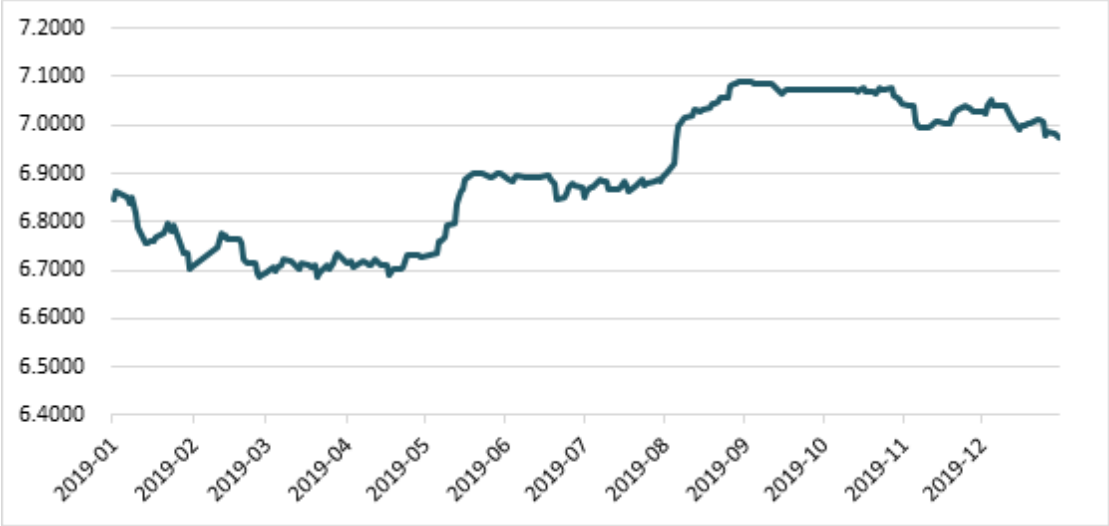
数据来源：WIND 资讯

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

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
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
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。

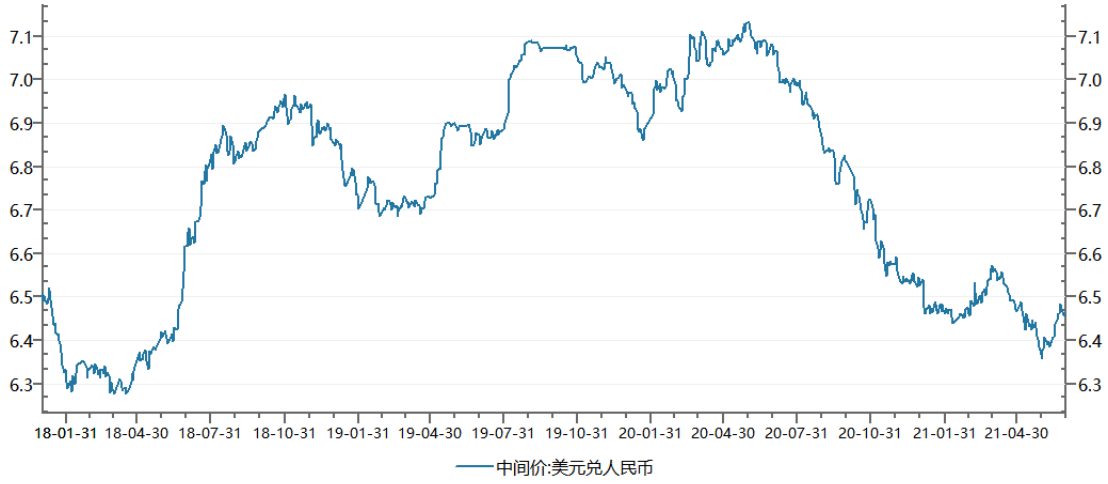
报告期内，发行人无进口采购金额，汇兑损益与出口收入金额情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
汇兑损益（负数为收益）	**449.19**	1,777.17	-200.10	-682.59
外销收入	**67,275.81**	**95,089.23**	59,097.15	61,267.84
汇兑损益占外销收入的比例	**0.67%**	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%、99.84%及 **99.35%**，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、1,777.17 万元及 **449.19 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。**2021 年 6 月末较年初的跌幅达到-1.23%，公司产生了汇兑损失 449.19 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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度

外销收入	**67,275.81**	**95,089.23**	59,097.15	61,267.84
外销毛利率	**33.96%**	38.**34**%	34.89%	23.97%
汇兑损益占外销收入的比例	**0.67%**	1.87%	-0.34%	-1.11%
外销收入占主营业务收入比例	**99.35%**	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%、1.87%**及0.67%**，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。”

四、境外销售核查程序、核查比例、核查结论，提供海关报关涉及的客户、产品和金额等数据以及与发行人账面收入的差异，以及外汇进出数据、中国出口信用保险公司数据、出口退税金额等数据。

（一）境外销售核查程序、核查比例、核查结论

保荐机构会同发行人会计师选取报告期内主要客户的交易发生额进行了函证，回函占外销比例分别为 52.19%、47.69%、**56.14%及 51.69%**。其中，境外客户的函证情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
外销收入金额	**67,275.81**	**95,089.23**	59,097.15	61,267.84
函证收入金额	**60,035.80**	79,030.17	55,256.34	56,079.63
函证收入金额比例	**89.24%**	**83.11%**	93.50%	91.53%
回函确认收入金额	**34,775.35**	53,382.16	28,183.55	31,974.39
回函占外销比例	**51.69%**	**56.14%**	47.69%	52.19%

部分客户由于自身内部法务要求，未予回函，保荐机构会同发行人会计师执行了以下程序：

客户	银行流水核查	客户系统核查	销售抽凭测试	走访	海关出口数据核对	中信保报告	公司产品在客户门店确认	内部访谈
Lowe’s	√注	√	√	线上访谈	√	√	√	√
The Home depot	√注	√	√	实地走访	√	√	√	√
Walmart	√	√	√	实地	√	√	√	√

客户	银行流水核查	客户系统核查	销售抽凭测试	走访	海关出口数据核对	中信保报告	公司产品在客户门店确认	内部访谈
				走访				
Canadian Tire Corporation	√	√	√	实地走访	√	√	-	√
Menards	√	√	√	线上访谈	√	√	√	√
Costco	√	√	√	线上访谈	√	√	√	√
Harbor Freight Tools	√	无系统，但收到回函	√	实地走访	√	√	√	√
Amazon	√	√	√	电话访谈	√	√	公司产品在亚马逊网站确认	√

注：Lowe's 及 The Home Depot 指定花旗银行、汇丰银行、澳新银行为其供应商供应链融资服务，通过供应链融资系统核查系统中全部数据。

1、银行流水核查

（1）大额银行流水核查

从银行对账单中核查 7 万美元以上的银行流水，核查交易对方是否为公司客户，银行流水及交易对方是否与公司记录收款及收入的记账凭证一致。报告期内抽查大额银行流水金额占流水总金额的比例分别情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
收款核查比例	**86.50%**	85.97%	84.40%	82.50%
付款核查比例	**87.87%**	80.85%	80.58%	79.49%
收付款合计核查比例	**87.16%**	83.45%	82.74%	81.00%

（2）供应链融资核查

Lowe's 及 The Home Depot 指定花旗银行、汇丰银行、澳新银行为其供应商提供供应链融资服务，且由客户确认其自身付款义务，因此真实可靠。报告期内，公司供应链融资情况如下所示：

单位：万美元

客户名称	供应链服务提供商	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
Lowe's	澳新银行	**注**	注	2,089.70	1,912.77
Lowe's	花旗银行	**4,899.82**	2,702.64	注	注
The Home	汇丰银行	**378.63**	2,604.55	735.83	1,941.23

Depot					
合计（万美元）		**5,278.45**	5,307.19	2,825.54	3,854.00
以平均汇率计算金额（万元）		**34,142.07**	36,588.30	19,491.98	25,503.43
占当期营业收入比例（%）		**49.95**	36.**91**	31.97	40.49

注：Lowe's 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's2018-2019 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、核查客户系统

进入主要客户系统，取得客户系统内的订单/发票/回款数据，并与公司账面金额进行核对。

客户名称	公司操作	核查手段	时间范围
Lowe’s	客户指定银行定期发送订单资料，公司在客户系统中维护发票、提单等证明文件，并由银行认证，待客户及银行匹配完成后，公司即可在供应链融资系统中操作融资。	以供应链融资系统中的订单逐笔核对	报告期内
The Home Depot	客户在供应链融资系统中上传订单信息，客户对应上传发票、提单、订单等文件进行匹配	以供应链融资系统中的发票逐笔核对	2017 年 9 月至报告期末
Canadian Tire Corporation	公司与客户指定的货代公司沟通，安排出口报关，并获得货代公司的收货证明，公司在客户系统中维护发票、提单等信息。	以客户系统中的订单逐笔核对	报告期内
Costco	公司在系统中收到订单后，组织生产，安排出货。在出货过程中公司每周向客户发送货运追踪报告，客户收到货后，在系统中显示收货时间，公司上传发票，到信用期后即可获得客户付款，客户系统中可显示客户付款记录。	以客户系统中回款明细的发票逐笔核对	报告期内
Amazon	在系统中可以查询订单号码、发票号码、回款数据。	以亚马逊系统中的订单数据、回款进行核对	2018 年至报告期末
Menards	公司在客户系统中获取订单信息，完成发货后补充发票、提单信息。	Menards 系统中因无法显示订单的具体金额，因此进行了抽查	2018 年 9 月至报告期末
Walmart	公司与客户指定的货代公司沟通，安排出口报关，并获得货代公司的收货证明，公司在客户系统中维护发票、提单等信息。同时公司将发票、提单寄送给银行，银行确认无误后到期付款。	抽取公司账面发票及对应订单情况，在客户系统中抽查订单情况	报告期内

核查客户系统作为主要替代程序之一，与行业惯例相符。而客户系统属于分模块进行操作，发行人只能进行发票、收货单据等文件的维护，无法修改客户订

单、付款等信息。因此核查客户系统作为主要替代程序具有有效性。

3、销售收入测试

（1）执行销售收入穿行测试，根据销售明细账对报告期各期抽取 5 笔样本，检查对应的销售合同或销售订单、出库单、商业发票、报关单、收入确认记账凭证、银行回单等业务单据。

（2）执行销售收入细节测试，获取公司出口销售台账，针对其中大额外销收入抽查相应销售订单、报关单据、提单/海运单等，报告期内，保荐机构及发行人会计师分别抽取了 1,677、2,034、3,677 **及 2,539** 个样本量，抽查样本占报告期各期主营业务收入比例分别为 77.21%、76.71%、78.43%**及 70.79%**。

（3）执行销售收入截止性测试，根据销售明细账抽取的样本获取对应的销售订单、出库单、报关单，核查收入是否记录在正确的期间。

经核查，公司外销收入有客户订单、出库单、提单/海运单、报关单等业务单据支持。

4、走访公司主要海外客户

保荐机构和发行人会计师走访了主要外销客户在中国的办事处，或通过线上形式进行了访谈，了解客户的基本情况、经营模式、与公司合作历史、公司产品的采购情况、与公司的关联关系等。保荐机构和发行人会计师共计走访 7 家主要外销客户，获得的主要证据文件包括照片/视频录像、访谈记录、受访对象名片、受访对象提供的公司资料等。

客户走访情况	走访方式	走访时间	走访/访谈人员
Lowe's	视频访谈、邮件确认	2020 年 6 月 16 日	中泰证券：徐雪飞 立信中联：王之奇
The Home depot	现场走访	2020 年 4 月 14 日 2021 年 3 月 15 日	中泰证券：陈浪、朱逸飞 立信中联：孟令敏
Walmart	现场走访+邮件确认	2020 年 4 月 21 日 2021 年 3 月 15 日	中泰证券：徐雪飞、朱逸飞 立信中联：孟令敏
Canadian Tire Corporation	现场走访	2020 年 4 月 13 日 2021 年 3 月 15 日	中泰证券：陈浪、朱逸飞 立信中联：孟令敏
Menards	视频访谈、邮件确认	2020 年 4 月 16 日	中泰证券：徐雪飞 立信中联：王之奇
Costco	视频访谈、邮件确认	2020 年 4 月 17 日	中泰证券：徐雪飞 立信中联：王之奇

Harbor Freight Tools	现场走访	2020 年 4 月 13 日 2021 年 3 月 15 日	中泰证券：陈浪、朱逸飞 立信中联：孟令敏
Amazon	电话访谈	2021 年 4 月 2 日	中泰证券：朱逸飞 立信中联：陈玺

报告期内走访客户的合计营业收入占报告期各期主营业务收入的比例分别为 87.82%、86.71%、87.94%及 87.37%。

5、查询公开信息，并获取中国出口信用保险公司报告

通过获取中国出口信用保险公司出具的信用调查报告，以及获取公司主要外销客户的年度报告等公开信息披露资料、官方网站信息等资料，详细了解主要外销客户的公司背景资料。

6、通过视频、网站查阅形式确认公司产品在客户处上架情况

2020 年 8 月 25 日，保荐机构和发行人会计师通过视频形式，分别确认了 Walmart、The Home Depot、Lowe's、Costco、Menards、Harbor Freight Tools 等美国客户门店中产品上架情况，确认公司产品在客户处上架并销售。

2020 年 3 月 1 日-2021 年 11 月 10 日，保荐机构及会计师不定期登录 Amazon 网站（www.amazon.com）、Lowe's 网站（www.lowes.com）、The Home Depot 网站（www.homedepot.com）、Walmart 网站（www.walmart.com）、Costco 网站（www.costco.com）等查看公司产品在客户网站上架及销售情况。

7、内部访谈与分析性核查

通过与公司销售人员、财务人员沟通，了解并测试与销售相关的内部控制制度，评价其设计及运行是否有效；了解发行人主要外销客户的基本情况、合作历史、销售状况、所在市场的竞争状况等；查阅相关行业机构出具的研究报告，结合下游市场和应用行业情况，分析公司外销收入变动原因。

综上所述，保荐机构和发行人会计师通过多项手段，核查了发行人销售业绩、回款及应收往来余额的真实性。

（二）提供海关报关涉及的客户、产品和金额等数据以及与发行人账面收入的差异，以及外汇进出数据、中国出口信用保险公司数据、出口退税金额等数据

1、提供海关报关涉及的客户、产品和金额等数据以及与发行人账面收入的差异

海关报关涉及的客户、产品和金额等数据以及与公司账面收入的差异情况具

体如下：

单位：万美元、万台

项目	**2021 年 1-6 月**	2020 年度	2019 年度	2018 年度
母公司账面外销收入				
其中：空压机收入	**3,587.88**	7,095.91	4,727.35	6,136.02
吸尘器收入	**4,007.64**	4,597.20	2,613.16	2,629.41
产品销售数量				
空压机数量	**49.81**	90.94	65.54	94.14
吸尘器数量	**160.83**	145.59	102.28	111.89
海关数据				
其中：空压机收入	**3,518.47**	7,170.78	4,747.56	6,147.33
吸尘器收入	**4,036.08**	4,685.46	2,609.81	2,619.64
产品出口数量				
空压机数量	**42.65**	90.32	65.84	94.75
吸尘器数量	**144.87**	147.66	101.23	113.49
差异率				
空压机收入	**1.97%**	-1.04%	-0.43%	-0.18%
吸尘器收入	**-0.70%**	-1.88%	0.13%	0.37%

上述数据差异，主要系海关统计数据与公司确认收入存在时间差所致。

2、外汇进出数据与公司账面收款的对比

项目	**2021 年 1-6 月**		2020 年度		2019 年度		2018 年 10-12 月		2018 年 1-9 月	
	境外汇入美金（万美元）	**境外汇入人民币（万元）**	境外汇入美金（万美元）	境外汇入人民币（万元）	境外汇入美金（万美元）	境外汇入人民币（万元）	境外汇入美金（万美元）	境外汇入人民币（万元）	境外汇入美金（万美元）	境外汇入人民币（万元）
出口销售回款金额	**9,287.56**	**-**	8,915.55	54.52	7,311.86	-	1,751.24		-	-
外管局收汇数据	**9,113.65**	**-**	8,915.55	54.52	7,330.11	-	1,766.59		-	-
差异	**173.91**	**-**	-	-	-18.25	-	-15.35			
差异原因	**外汇管理局数据申报跨期所致。**		-		外汇管理局数据申报跨期所致。		其中-93.59 万美元为客户重复打款账面已退回所致，78.25 万美元为外汇管理局数据跨期申报所致。		-	

注：由于数字外管平台系统更新，无法获取 2018 年 10 月之前收汇数据，且未进行备份，因此未对比上述期间数据。

发行人账面出口销售回款金额与外管局收汇数据存在小额差异，主要系实际收汇与申报收汇的时间性差异所致。

3、中国出口信用保险公司数据与境外销售金额

报告期内，由于公司单笔订单金额较小，公司未对每笔外销业务进行逐笔投保。公司向中国出口信用保险公司对出口贸易业务投保，根据保险合同约定，自年度保费缴纳之日起，公司（被保险人）按照保单规定开始承担保险责任，保单年度内符合保单规定的出口贸易纳入保单的保障范围。

报告期内公司对出口业务投保的情况具体如下：

保险公司名称	投保期间	年度保险额度（万美元）	保单最高赔偿限额（万美元）	保险费用（单一费率）
中国出口信用保险公司	2016-07-01 至 2017-06-30	7,000	950	0.28%
中国出口信用保险公司	2017-07-01 至 2018-06-30	8,000	1,000	0.25%
中国出口信用保险公司	2018-07-01 至 2019-06-30	9,000	1,000	0.22%
中国出口信用保险公司	2019-07-01 至 2020-06-30	9,000	1,000	0.21%
中国出口信用保险公司	2020-07-01 至 2021-06-30	9,000	1,000	0.20%

公司通过中国出口信用保险公司办理年度保险金额主要系公司综合考虑年度出口销售计划、设定信用额度客户等因素制定投保金额。

4、公司出口退税情况与公司境外销售规模相匹配

单位：万元

项目	公式	**2021 年 1-6 月**	2020 年度	2019 年度	2018 年度
免抵退出口货物销售额	①	**62,513.67**	62,272.29	39,987.58	50,449.56
免抵退税计税金额*退税率	②	**8,126.78**	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	**8,126.78**	8,095.41	6,048.57	8,370.84
当期应退税额	⑤	**6,767.31**	5,525.06	4,782.69	7,320.97
当期免抵税额	⑥=④-⑤	**1,359.47**	2,570.35	1,265.88	1,049.87
退税率	⑦=②/①	**13.00%**	13.00%	15.13%	16.59%
根据税法公司可享受的退税率		**13%**	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。

五、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人会计师：

1、查阅发行人报告期内收入及毛利明细表，查阅报告期内主要境外客户销售合同，查阅发行人客户信用政策相关文件，对发行人境外销售负责人进行访谈；

2、查阅发行人主要境外客户网站等公开信息，对主要境外客户进行函证、访谈；

3、查阅发行人报告期内外汇、税务主管部门开具的无重大违法违规证明；

4、对发行人财务部门负责人及员工进行访谈，了解外汇敞口的应对措施；

5、查阅研究报告，了解整理近年来海外国家及地区贸易摩擦情况；

6、查阅发行人报告期内境外销售的报关单明细、出口退税明细、收款明细，并与境外销售收入情况进行比对。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人会计师认为：

1、发行人的部分产品属于中美贸易摩擦中加征关税产品，加征关税收入占比较高，但加征关税后对海外销售并未产生实际不利影响，不存在大量订单取消及大客户转移采购的情形；发行人与海外客户就有关税收承担机制进行积极协商，贸易摩擦政策的影响不存在滞后，发行人已在招股说明书中进行风险披露；

2、报告期内，发行人在进出口方面无重大违法违规情形，报关数据与发行人自身数据匹配，出口退税情况与发行人境外销售规模相匹配；

3、报告期内，发行人出口收入、进口采购等金额和发行人汇兑损失匹配；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、通过银行流水核查、客户系统核查、销售抽凭测试、走访、海关出口数据核对、中信保报告、公司产品在客户门店确认、内部访谈等方式进行核查，发

行人出口销售收入真实。

16. 关于前五大客户

申报材料显示，报告期各期，发行人对前五大客户销售占比分别为 82.88%、76.26%、67.76%和 69.18%，高于同行业可比公司前五大客户集中度。公司与 The Home Depot、Lowe’s、Walmart、Costco 等客户签署了长期合作框架协议，目前已经和上述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深度战略合作关系。外销客户回函占比分别为 47.99%、52.44%、48.48%和 55.17%。

请发行人：

（1）补充披露公司客户集中度高于可比公司客户集中度的原因和合理性；报告期内客户集中度下滑的原因和合理性；按销售收入范围分析并披露报告期内客户数量分布、新增与退出客户数量、客户平均销售金额、中位数、平均毛利率情况；新增客户的收入贡献金额和占比；

（2）补充披露报告期各期发行人和前五大客户开始合作时间、客户获取途径、定价方式、结算方式；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，主要客户的稳定性及业务可持续性；客户及其实际控制人或主要股东、关键经办人员与发行人是否存在关联关系，发行人关联方与客户是否存在异常资金往来；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，发行人是否对主要客户存在重大依赖且构成重大不利影响；

（3）按照小型空压机和干湿两用吸尘器，分别补充披露报告期各期前五大客户的销售内容、销售单价、数量和毛利率、期末应收款及期后回款情况，同一期间同类产品向不同客户的销售单价、毛利率是否存在差异，说明差异原因及合理性；

请保荐人、申报会计师对上述事项发表核查意见，并说明客户回函率低的原因和合理性，是否采用别的替代程序进行核查，若有，请补充说明具体的核查方式、核查时间、核查范围、核查金额及占比、核查结论。

回复：

一、补充披露公司客户集中度高于可比公司客户集中度的原因和合理性；报

告期内客户集中度下滑的原因和合理性；按销售收入范围分析并披露报告期内客户数量分布、新增与退出客户数量、客户平均销售金额、中位数、平均毛利率情况；新增客户的收入贡献金额和占比

（一）补充披露公司客户集中度高于可比公司客户集中度的原因和合理性

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

“（2）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	2021 年 1-6 月	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		-	**71.49%**	**70.14%**	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。”

（二）报告期内客户集中度下滑的原因和合理性

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“四、发行人主要产品的销售情况和主要客户”之“（四）公司前五名客户情况”之“2、报告期内前五大客户变动说明”部分补充披露如下：

“2、报告期内前五大客户变动说明

……

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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
金额	**48,869.26**	**69,525.25**	41,276.30	47,835.83
占比	**71.49%**	**70.14%**	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%、**70.14%及 71.49%**，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，2018 年、2019 年及 2020 年，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 **8.68%**。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 **9.44%**，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。

……

”

（三）按销售收入范围分析并披露报告期内客户数量分布、新增与退出客户数量、客户平均销售金额、中位数、平均毛利率情况

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“四、发行人主要产品的销售情况和主要客户”之“（四）公司前五名客户情况”之“3、报告期内不

同层级的客户分布、新增和退出情况”部分补充披露如下：

“2018 年至 2020 年，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	**11,468.22**	8,599.76	**37.35%**
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”。

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

2018 年至 2020 年，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。

2018 年至 2020 年，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，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。

2018 年至 2020 年，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) Stanley Black&Decker（9）	Canadian tire corp(4) Harbor freight tools（5） Amazon(6) Menards(7) Costco(8) Stanley Black&Decker（9）	Canadian tire corp(4) Costco(5) Harbor freight tools(6) Menards(7) Stanley Black&Decker（8） Amazon(9)
合计销售金额（万元）	**86,479.93**	54,255.38	56,525.55
占主营业务收入比例	**90.80%**	90.67%	91.37%

注：客户序号为当年排名次序。

2018 年至 2020 年，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，傲基科技股份有限公司为中国知名跨境电子商务品牌商，公司与傲基科技股份有限公司合作为非经常性的业务关系，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。”

（四）新增客户的收入贡献金额和占比

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“四、发行人主要产品的销售情况和主要客户”之“（四）公司前五名客户情况”之“3、报告期内不同层级的客户分布、新增和退出情况”部分补充披露如下：

“

……

报告期内公司主营销售收入金额大于 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）	占主营业务收入比例
2021 年 1-6 月	**22**	**1,678.70**	**2.48%**
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。”

二、补充披露报告期各期发行人和前五大客户开始合作时间、客户获取途径、定价方式、结算方式；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，主要客户的稳定性及业务可持续性；客户及其实际控制人或主要股东、关键经办人员与发行人是否存在关联关系，发行人关联方与客户是否存在异常资金往来；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，发行人是否对主要客户存在重大依赖且构成重大不利影响

（一）补充披露报告期各期发行人和前五大客户开始合作时间、客户获取途径、定价方式、结算方式

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

“（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

序号	名称	合作时间	结算方式
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年对其形成销售收入，并保持持续的合作关系	信用期内（30天）通过银行汇款方式收取货款
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

”

（二）发行人和前五大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，主要客户的稳定性及业务可持续性

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

“（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
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

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
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	根据Harbor Freight Tools当前店里的产品线，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	在Harbor Freight Tools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Harbor Freight Tools自行确定	客户提供售后服务
8	Amazon	无固定期限的亚马逊平台供	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	公司会根据市场上同类产品电商平台商提供一个	公司提供售后服务

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
		应商协议		Amazon推荐公司新品	建议零售价供参考，最终零售价格由Amazon自行确定	

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。”

（三）客户及其实际控制人或主要股东、关键经办人员与发行人是否存在关联关系，发行人关联方与客户是否存在异常资金往来；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，发行人是否对主要客户存在重大依赖且构成重大不利影响

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

“（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	2020 年营业收入约	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
	Tire Corporation	130 亿加币		
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 50%，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。”

三、按照小型空压机和干湿两用吸尘器，分别补充披露报告期各期前五大客户的销售内容、销售单价、数量和毛利率、期末应收款及期后回款情况，同一期间同类产品向不同客户的销售单价、毛利率是否存在差异，说明差异原因及合理性

（一）小型空压机报告期各期前五大客户的销售内容、销售单价、数量、毛利率、同一期间向不同客户的销售单价、毛利率差异情况

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

“（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%
2021年1-6月	**Lowe's**	**10,122.89**	**12.86**	**787.31**	**23.21%**
	The Home Depot	**5,193.51**	**8.08**	**642.51**	**18.06%**
	Canadian Tire Corporation	**2,507.46**	**5.23**	**479.70**	**8.35%**
	Menards	**2,259.90**	**3.58**	**631.40**	**40.72%**
	Walmart	**1,582.36**	**8.02**	**197.23**	**7.75%**
	合计/平均	**21,666.12**	**37.77**	**573.63**	**20.95%**

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。

注：为保证与2018年和2019年的数据具备可比性，上表中2020年、2021年1-6月的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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。”

（二）干湿两用吸尘器报告期各期前五大客户的销售内容、销售单价、数量、毛利率、同一期间向不同客户的销售单价、毛利率差异情况

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

“（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	**7,880.15**	**19.38**	**406.60**	**54.93%**
	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	**34,828.30**	**110.95**	**313.91**	**46.93%**
2021年1-6月	**Lowe's**	**12,328.61**	**56.06**	**219.93**	**33.78%**
	Costco	**2,980.47**	**8.60**	**346.74**	**43.15%**
	Walmart	**2,961.65**	**25.39**	**116.65**	**15.06%**
	Harbor Freight Tools	**2,247.14**	**14.22**	**158.07**	**26.17%**
	Amazon	**2,195.83**	**7.60**	**288.84**	**61.87%**
	合计/平均	**22,713.70**	**111.86**	**203.05**	**34.53%**

注：为保证与2018年和2019年的数据具备可比性，上表中2020年、2021年1-6月的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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。**2021 年 1-6 月公司对 Walmart 的销售价格和毛利率水平低于主要客户平均水平，主要系公司向 Walmart 销售 1 加仑等小体积干湿两用塑料桶吸尘器，整体产品附加值低于其他客户。**

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。”

（三）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

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

“（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10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10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10月末回款额	回款比例
2020年度	Lowe’s	806.00	**806.00**	**100.00%**
	Canadian tire corp	53.88	**53.88**	**100.00%**
	The Home depot	105.21	**101.82**	**96.78%**
	Walmart	199.74	**199.74**	**100.00%**
	Menards	159.99	**159.99**	**100.00%**
	Harbor freight tools	337.09	**337.09**	**100.00%**
	Costco	164.16	**161.06**	**98.11%**

	Amazon	132.71	**132.70**	**99.99%**
	Stanley Black&Decker	95.27	**95.27**	**100.00%**
	合计/平均	2,054.04	**2,047.55**	**99.68%**
年度	**客户名称**	**期末应收账款**	**截至2021年10月末回款额**	**回款比例**
2021年1-6月	**Lowe's**	**188.39**	**158.40**	**84.08%**
	Canadian tire corp	**61.44**	**61.44**	**100.00%**
	The Home depot	**516.95**	**506.23**	**97.93%**
	Walmart	**388.10**	**387.20**	**99.77%**
	Menards	**139.79**	**139.79**	**100.00%**
	Harbor freight tools	**83.92**	**83.92**	**100.00%**
	Costco	**658.62**	**647.64**	**98.33%**
	Amazon	**325.02**	**316.34**	**97.33%**
	Stanley Black&Decker	**71.38**	**71.38**	**100.00%**
	合计/平均	**2,433.61**	**2,372.33**	**97.48%**

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。”

四、请保荐人、申报会计师对上述事项发表核查意见，并说明客户回函率低的原因和合理性，是否采用别的替代程序进行核查，若有，请补充说明具体的核查方式、核查时间、核查范围、核查金额及占比、核查结论。

（一）说明客户回函率低的原因和合理性

公司主要客户为位列知名《财富》杂志2020年前200强的全球知名零售商，具体情况如下：

序号	名称	五百强排序	是否上市公司	简介
1	Walmart	1	是	世界最大的连锁零售商、经营连锁折扣店和仓储式商店，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	Costco	33	是	美国最大的连锁会员制仓储量贩店，在全球七个国家设有超过700家的分店。
3	The Home Depot	59	是	全球最大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”，连锁商店数量达2,000多家。
4	Lowe’s	137	是	美国第二大家具装饰用品零售商，专门研究提供家庭装饰、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。
5	Canadian Tire	-	是	加拿大连锁零售商，成立于1927年，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

	Corporation			家零售店、加油站、洗车店。
6	Harbor Freight Tools	-	否	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	Menards	-	否	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。
8	Amazon	9	是	成立于1995年，美国亚马逊公司（Amazon Com, Inc），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。

保荐机构会同发行人会计师选取报告期内主要客户的交易发生额进行了函证，回函占外销比例分别为 52.19%、47.69%、56.05%**及 51.69%**。其中，境外客户的函证情况如下：

单位：万元

项目	**2021 年 1-6 月**	2020 年度	2019 年度	2018 年度
外销收入金额	**67,275.81**	**95,089.23**	59,097.15	61,267.84
函证收入金额	**60,035.80**	79,030.17	55,256.34	56,079.63
函证收入金额比例	**89.24%**	**83.11%**	93.50%	91.53%
回函确认收入金额	**34,775.35**	53,382.16	28,183.55	31,974.39
回函占外销比例	**51.69%**	**56.14%**	47.69%	52.19%

公司主要客户为全球知名零售商，该等客户多为上市公司，不接受函证，具有同类型客户的上市公司案例情况如下：

公司名称	对应客户名称	未获得回函原因	替代手段
道通科技	WALMART、百思买	由于客户自身原因，未予函证	1）从客户网站或客户供应商系统中导出全部订单明细与账面销售明细表进行核对；2）从客户网站上导出全部的付款记录和发票清单，与公司账面收款记录和发票清单进行核对；3）抽取订单和发票，检查对应的出库单、物流记录和签收记录；4）检查未予函证客户的期后收款情况
御家汇	WALMART	未回函确认	未披露
神驰机电	COSTCO 、AMAZON 、SAMS 、WALMART 等	《招股意向书附录》中并未提到回函情况	合作过程高度依赖供应商后台信息系统，此类系统中已明确载明由客户服务器记录的交易规模、回款明细等信息，数据直接来源于客户。对上述五家客户除函证外，还通过登录其后台信息系统进行了核查，对系统载明的交易记录、回款明细记录逐笔进行截图保留，与发行人的账面记录进行了逐笔核对，其效力与函证等同。

从相关案例来看，海外大型零售商不予回函符合行业惯例，且对海外大型零售商收入补充核查手段基本为客户系统核查。

（二）是否采用别的替代程序进行核查，若有，请补充说明具体的核查方式、核查时间、核查范围、核查金额及占比、核查结论

1、核查方式、核查时间、核查范围、核查金额及占比

针对上述情况，保荐机构及发行人会计师针对收入真实性的确认履行了以下手段：

客户	银行流水核查	客户系统核查	销售抽凭测试	走访	海关出口数据核对	中信保报告	公司产品在客户门店确认	内部访谈
Lowe's	√注	√	√	线上访谈	√	√	√	√
The Home depot	√注	√	√	实地走访	√	√	√	√
Walmart	√	√	√	实地走访	√	√	√	√
Canadian Tire Corporation	√	√	√	实地走访	√	√	-	√
Menards	√	√	√	线上访谈	√	√	√	√
Costco	√	√	√	线上访谈	√	√	√	√
Harbor Freight Tools	√	无系统，但收到回函	√	实地走访	√	√	√	√
Amazon	√	√	√	电话访谈	√	√	公司产品在亚马逊网站确认	√

注：Lowe's 及 The Home Depot 指定花旗银行、汇丰银行、澳新银行为其供应商供应链融资服务，通过供应链融资系统核查系统中全部数据。

（1）银行流水核查

①大额银行流水核查

从银行对账单中核查 7 万美元以上的银行流水，核查交易对方是否为公司客户，银行流水及交易对方是否与公司记录收款及收入的记账凭证一致。报告期内抽查大额银行流水金额占流水总金额的比例分别情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
收款核查比例	**86.50%**	85.97%	84.40%	82.50%
付款核查比例	**87.87%**	80.85%	80.58%	79.49%
收付款合计核查比例	**87.16%**	83.45%	82.74%	81.00%

②供应链融资核查

Lowe's 及 The Home Depot 指定花旗银行、汇丰银行、澳新银行为其供应商提供供应链融资服务，且由客户确认其自身付款义务，因此真实可靠。报告期内，公司供应链融资情况如下所示：

单位：万美元

客户名称	供应链服务提供商	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
Lowe's	澳新银行	**注**	注	2,089.70	1,912.77
Lowe's	花旗银行	**4,899.82**	2,702.64	注	注
The Home Depot	汇丰银行	**378.63**	2,604.55	735.83	1,941.23
合计（万美元）		**5,278.45**	5,307.19	2,825.54	3,854.00
以平均汇率计算金额（万元）		**34,142.07**	36,588.30	19,491.98	25,503.43
占当期营业收入比例（%）		**49.95**	36.**91**	31.97	40.49

注：Lowe's 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's2018-2019 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）核查客户系统

进入主要客户系统，取得客户系统内的订单/发票/回款数据，并与公司账面金额进行核对。

客户名称	公司操作	核查手段	时间范围
Lowe's	客户指定银行定期发送订单资料，公司在客户系统中维护发票、提单等证明文件，并由银行认证，待客户及银行匹配完成后，公司即可在供应链融资系统中操作融资。	以供应链融资系统中的订单逐笔核对	报告期内
The Home Depot	客户在供应链融资系统中上传订单信息，客户对应上传发票、提单、订单等文件进行匹配	以供应链融资系统中的发票逐笔核对	2017 年 9 月至报告期末
Canadian Tire Corporation	公司与客户指定的货代公司沟通，安排出口报关，并获得货代公司的收货证明，公司在客户系统中维护发票、提单等信息。	以客户系统中的订单逐笔核对	报告期内
Costco	公司在系统中收到订单后，组织生产，安排出货。在出货过程中公司每周向客户发送货运追踪报告，客户收到货后，在系统中显示收货时间，公司上传发票，到信用期后即可获得客户付款，客户系统中可显示客户付款	以客户系统中回款明细的发票逐笔核对	报告期内

客户名称	公司操作	核查手段	时间范围
	记录。		
Amazon	在系统中可以查询订单号码、发票号码、回款数据。	以亚马逊系统中的订单数据、回款进行核对	2018 年至报告期末
Menards	公司在客户系统中获取订单信息，完成发货后补充发票、提单信息。	Menards 系统中因无法显示订单的具体金额，因此进行了抽查	2018 年 9 月至报告期末
Walmart	公司与客户指定的货代公司沟通，安排出口报关，并获得货代公司的收货证明，公司在客户系统中维护发票、提单等信息。同时公司将发票、提单寄送给银行，银行确认无误后到期付款。	抽取公司账面发票及对应订单情况，在客户系统中抽查订单情况	报告期内

核查客户系统作为主要替代程序之一，与行业惯例相符。而客户系统属于分模块进行操作，发行人只能进行发票、收货单据等文件的维护，无法修改客户订单、付款等信息。因此核查客户系统作为主要替代程序具有有效性。

（3）销售收入测试

①执行销售收入穿行测试，根据销售明细账对报告期各期抽取 5 笔样本，检查对应的销售合同或销售订单、出库单、商业发票、报关单、收入确认记账凭证、银行回单等业务单据。

②执行销售收入细节测试，获取公司出口销售台账，针对其中大额外销收入抽查相应销售订单、报关单据、提单/海运单等，报告期内，保荐机构及发行人会计师分别抽取了 1,677、2,034、3,677 **及 2,539** 个样本量，抽查样本占报告期各期主营业务收入比例分别为 77.21%、76.71%、78.43%**及 70.79%**。

③执行销售收入截止性测试，根据销售明细账抽取的样本获取对应的销售订单、出库单、报关单，核查收入是否记录在正确的期间。

经核查，公司外销收入有客户订单、出库单、提单/海运单、报关单等业务单据支持。

（4）走访公司主要海外客户

保荐机构和发行人会计师走访了主要外销客户在中国的办事处，或通过线上形式进行了访谈，了解客户的基本情况、经营模式、与公司合作历史、公司产品的采购情况、与公司的关联关系等。保荐机构和发行人会计师共计走访 7 家主要外销客户，获得的主要证据文件包括照片/视频录像、访谈记录、受访对象名片、

受访对象提供的公司资料等。

客户走访情况	走访方式	走访时间	走访/访谈人员
Lowe's	视频访谈、邮件确认	2020 年 6 月 16 日	保荐机构、发行人会计师、发行人律师
The Home depot	现场走访	2020 年 4 月 14 日 2021 年 3 月 15 日	保荐机构、发行人会计师、发行人律师
Walmart	现场走访+邮件确认	2020 年 4 月 21 日 2021 年 3 月 15 日	保荐机构、发行人会计师、发行人律师
Canadian Tire Corporation	现场走访	2020 年 4 月 13 日 2021 年 3 月 15 日	保荐机构、发行人会计师、发行人律师
Menards	视频访谈、邮件确认	2020 年 4 月 16 日	保荐机构、发行人会计师、发行人律师
Costco	视频访谈、邮件确认	2020 年 4 月 17 日	保荐机构、发行人会计师、发行人律师
Harbor Freight Tools	现场走访	2020 年 4 月 13 日 2021 年 3 月 15 日	保荐机构、发行人会计师、发行人律师
Amazon	电话访谈	2021 年 4 月 2 日	保荐机构、发行人会计师、发行人律师

报告期内走访客户的合计营业收入占报告期各期主营业务收入的比例分别为 87.82%、86.71%、87.94%**及 87.37%**。

⑤查询公开信息，并获取中国出口信用保险公司报告

通过获取中国出口信用保险公司出具的信用调查报告，以及获取公司主要外销客户的年度报告等公开信息披露资料、官方网站信息等资料，详细了解主要外销客户的公司背景资料。

⑥通过视频、网站查阅形式确认公司产品在客户处上架情况

2020 年 8 月 25 日，保荐机构和发行人会计师通过视频形式，分别确认了 Walmart、The Home Depot、Lowe's、Costco、Menards、Harbor Freight Tools 等美国客户门店中产品上架情况，确认公司产品在客户处上架并销售。

2020 年 3 月 1 日-2021 年 **11 月 10 日**，保荐机构及会计师不定期登录 Amazon 网站（www.amazon.com）、Lowe's 网站（www.lowes.com）、The Home Depot 网站（www.homedepot.com）、Walmart 网站（www.walmart.com）、Costco 网站（www.costco.com）等查看公司产品在客户网站上架及销售情况。

⑦内部访谈与分析性核查

通过与公司销售人员、财务人员沟通，了解并测试与销售相关的内部控制制度，评价其设计及运行是否有效；了解发行人主要外销客户的基本情况、合作历

史、销售状况、所在市场的竞争状况等；查阅相关行业机构出具的研究报告，结合下游市场和应用行业情况，分析公司外销收入变动原因。

2、核查结论

经核查，保荐人、发行人会计师认为：发行人境外销售订单承接、发货报关、收入确认及银行回款真实。

五、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人会计师：

1、访谈公司管理层、销售部门人员，了解发行人客户集中度分散的原因，了解发行人主要客户的基本情况、合作历史、销售状况、所在市场的竞争状况等；查阅相关行业机构出具的研究报告，结合下游市场和应用行业情况，分析公司相关客户的市场需求、外销收入的合理性；

2、查阅了报告期内发行人与 Lowe's、The Home depot、Walmart、Canadian Tire Corporation、Menards、Costco、Harbor Freight Tools 及 Stanley Black&Decker 等客户签署的框架销售协议和产品订单，了解发行人与主要客户销售内容、信用政策等约定；

3、登录 www.amazon.com、www.lowes.com 等零售商网站，查看发行人产品在相关零售商网站上销售情况，观察终端客户对发行人产品和其他同类产品的使用评论；

4、查阅发行人与主要客户的银行流水记录等资料，对报告期各期末 Lowe's、The Home depot、Walmart、Canadian Tire Corporation、Menards、Costco、Harbor Freight Tools 及 Stanley Black&Decker 等主要客户期末应收账款回款进行测试，核实主要客户的期后回款情况；

5、走访和视频访谈 Lowe's、The Home depot、Walmart、Canadian Tire Corporation、Menards、Costco、Harbor Freight Tools 及 Stanley Black&Decker 等客户，了解发行人与主要客户经营规模、发行人与主要客户的合作历史、与公司的关联关系、发行人产品在主要客户终端销售的质量情况、发行人销售规模占主要客户同类产品采购规模的比例；

6、查阅发行人销售明细表，检查主要客户数量、金额及地区分布情况，按

照销售规模对公司主要客户及新增客户情况进行分层分析；

7、对报告期内主要客户的销售金额和往来余额进行了独立函证，覆盖报告期外销金额比例分别为91.53%、93.50%、82.98%及 89.24%，回函占外销比例分别为52.19%、47.69%、56.05%及51.69%；

8、进入Lowe's、The Home depot、Walmart、Canadian Tire Corporation、Menards、Costco、Amazon等主要客户系统，取得客户系统内的订单/发票/回款数据，并与公司账面金额进行核对；

9、查询可比公司招股说明书、年度报告等公开数据，获取可比公司客户集中度数据；

10、取得公司董监高、主要股东调查问卷，了解公司董监高、主要股东与公司客户是否存在关联关系。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人会计师认为：

1、报告期内，由于可比上市公司整体经营规模大于公司，公司客户集中度高于可比公司客户集中度具备合理性，随着公司经营规模扩大，公司主要客户集中度进一步分散具备合理性；报告期内，公司新增客户对公司营业收入贡献比例较低，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；

2、发行人与主要客户保持长期稳定的合作关系，发行人主要客户稳定、业务具备可持续性，发行人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；报告期内发行人对单一客户的销售收入占比均未超过50%，发行人对主要客户不存在重大依赖；

3、报告期各期发行人前五大客户期后回款良好，发行人小型空压机和干湿两用吸尘器产品在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、贸易方式、销售数量、销售区域等不同所致，具备

合理性。

17.关于营业成本

申报材料显示，报告期各期，发行人主营业务成本分别为 38,181.74 万元、47,055.00 万元、39,081.17 万元和 9,166.86 万元，其中直接材料占比分别为 86.81%、86.56%、86.63%及 88.16%。公司干湿两用吸尘器主要原材料为塑料尘桶和金属尘桶。公司小型空压机主要原材料为钢材，每台空压机平均耗用钢材金额分别为 73.53 元/台、74.02 元/台、66.45 元/台、60.26 元/台，外购储气罐占钢材和储气罐采购金额比例分别为 51.41%、48.23%、22.20%和 19.47%。部分产品的期末存货成本低于生产成本和销售成本

请发行人：

（1）结合具体业务流程，补充披露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，是否符合《企业会计准则》的规定；结合自身的运营模式，说明营业成本的核算及结转方法，与同行业已上市公司是否存在差异；说明成本核算的过程和控制的关键环节，并举例说明成本核算的规范性、准确性；

（2）补充披露部分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，并结合各项材料的均价、原料配比、投入和产出，量化披露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，量化披露采购传导滞后性、原材料投料比变动对各环节单位成本的影响及合理性。

（3）补充披露报告期各期直接材料、制造费用明细情况，并分析说明各项成本明细要素占比变动的原因及合理性；制造费用占比下滑的原因和合理性；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；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；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；

（4）补充披露主要原材料采购价格和行业公开报价是否一致，量化分析上

游原材料价格变化与下游产品价格变化之间的传导机制；

（5）结合报告期内工人人数变动、工人工资政策调整、工人平均工资变化、制造工时等因素，披露直接人工变动合理性；人工成本和同行业公司是否存在重大差异；不同类别产品的生产周期、制约产能的关键因素，结合报告期内产量、平均人数的变动，分析人均产量变动的原因及合理性。

请保荐人和申报会计师发表明确意见，并对营业成本核算的合规性、报告期各期营业成本确认的真实性、准确性、完整性发表意见，说明成本构成、变动的合理性并发表明确意见。

回复：

一、结合具体业务流程，补充披露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，是否符合《企业会计准则》的规定；结合自身的运营模式，说明营业成本的核算及结转方法，与同行业已上市公司是否存在差异；说明成本核算的过程和控制的关键环节，并举例说明成本核算的规范性、准确性

（一）结合具体业务流程，补充披露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

发行人已在招股说明书之“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“3、产品成本的核算流程和方法”部分补充披露如下：

“（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。”

（二）结合自身的运营模式，说明营业成本的核算及结转方法，与同行业已上市公司是否存在差异

发行人已在招股说明书之“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“3、产品成本的核算流程和方法”部分补充披露如下：

“（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。”

（三）说明成本核算的过程和控制的关键环节

发行人已在招股说明书之“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“3、产品成本的核算流程和方法”部分补充披露如下：

“（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。”

（四）举例说明成本核算规范性、准确性

发行人已在招股说明书之“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“3、产品成本的核算流程和方法”部分补充披露如下：

“（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。”

二、补充披露部分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，并结合各项材料的均价、原料配比、投入和产出，量化披露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，量化披露采购传导滞后性、原材料投料比变动对各环节单位成本的影响及合理性

（一）补充披露部分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

发行人已在招股说明书之“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“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”部分补充披露如下：

“（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：

2021 年 1-6 月

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	436.01	419.19	406.73	4.01	7.20
CE0920S	684.77	647.85	643.60	5.70	6.40
CE1704W	449.58	438.18	435.54	2.60	3.22
CE1705L	889.43	855.91	848.63	3.92	4.81
VC3601	205.73	204.26	207.37	0.72	-0.79

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**和 2021 年 6 月末**，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。”

（二）结合各项材料的均价、原料配比、投入和产出，量化披露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，量化披露采购传导滞后性、原材料投料比变动对各环节单位成本的影响及合理性

发行人已在招股说明书之“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“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”部分补充披露如下：

“（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	**2021 年 1-6 月**		2020 年度		2019 年度		2018 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	**5.03**	**34.03%**	3.75	1.98%	3.68	-5.79%	3.91
钢材领用	**4.63**	**24.88%**	3.70	0.49%	3.69	-5.86%	3.92

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	**2021 年 1-6 月**		2020 年度		2019 年度		2018 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	**62.78**	**32.73%**	47.30	-2.50%	48.51	-3.29%	50.16
铜线领用	**61.42**	**30.08%**	47.22	-2.77%	48.56	-3.42%	50.28
铝线采购	**23.37**	**6.64%**	21.92	-1.52%	22.26	-3.49%	23.07
铝线领用	**23.32**	**6.46%**	21.90	-1.71%	22.28	-3.64%	23.13

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	**2021 年 1-6 月**		2020 年度		2019 年度		2018 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	**4.63**	**24.88%**	3.70	0.49%	3.69	-5.86%	3.92
完工储气罐入库	**126.61**	**28.57%**	98.48	1.10%	97.41	-3.64%	101.08
采购储气罐入库	**61.20**	**15.78%**	52.86	8.13%	48.88	-9.88%	54.24
平均储气罐平均入库	**107.66**	**24.59%**	86.41	2.10%	84.63	9.06%	77.60
储气罐领用	**103.74**	**20.61%**	86.01	2.37%	84.02	10.05%	76.35

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，**2021 年 1-6 月平均储气罐入库成本和储气罐领用呈现上升趋势主要系大宗材料钢材价格呈现快速上升趋势**。

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	**2021 年 1-6 月**		2020 年度		2019 年度		2018 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	**61.42**	**30.08%**	47.22	-2.77%	48.56	-3.42%	50.28
铝线领用	**23.32**	**6.46%**	21.90	-1.71%	22.28	-3.64%	23.13
空压机电机入库	**221.13**	**37.18%**	161.19	3.81%	155.28	10.78%	140.17
空压机电机领用	**200.57**	**24.68%**	160.86	6.51%	151.03	7.32%	140.73

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**及 2021 年 1-6 月**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	**2021 年 1-6 月**			2020 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	**103.74**	**20.61%**	**22.58%**	86.01	2.37%	21.77%
空压机电机领用	**200.57**	**24.68%**	**43.66%**	160.86	6.51%	40.71%
空压机入库	**459.34**	**16.24%**	**-**	395.16	4.48%	-

项目	2019 年度			2018 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	84.02	10.05%	22.21%	76.35	-3.02%	22.69%
空压机电机领用	151.03	7.32%	39.93%	140.73	-0.77%	41.83%
空压机入库	378.22	12.41%	-	336.45	-4.07%	-

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	**2021 年 1-6 月**		2020 年度		2019 年度		2018 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	**459.34**	**16.24%**	395.16	4.48%	378.22	12.41%	336.45
空压机销售	**441.86**	**13.15%**	390.52	4.22%	374.69	6.66%	351.30

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	**2021 年 1-6 月**		2020 年度		2019 年度		2018 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	**26.72**	**2.69%**	26.02	6.08%	24.52	25.44%	19.55
金属桶领用	**26.86**	**1.67%**	26.42	7.71%	24.53	25.42%	19.56
塑料桶采购	**18.06**	**-16.89%**	21.73	36.57%	15.91	29.91%	12.25
塑料桶领用	**18.01**	**-16.93%**	21.68	36.28%	15.91	30.02%	12.23

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。**2021 年 1-6 月，公司 1 加仑、2 加仑等小体积塑料桶吸尘器订单增长较快，致使公司塑料桶采购单价较上年同比降低。**

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	**2021 年 1-6 月**		2020 年度		2019 年度		2018 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	**62.78**	**32.73%**	47.30	-2.50%	48.51	-3.29%	50.16
铜线领用	**61.42**	**30.08%**	47.22	-2.77%	48.56	-3.42%	50.28
铝线采购	**23.37**	**6.64%**	21.92	-1.52%	22.26	-3.49%	23.07
铝线领用	**23.32**	**6.46%**	21.90	-1.71%	22.28	-3.64%	23.13

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	**2021 年 1-6 月**		2020 年度		2019 年度		2018 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	**61.42**	**30.08%**	47.22	-2.77%	48.56	-3.42%	50.28
铝线领用	**23.32**	**6.46%**	21.90	-1.71%	22.28	-3.64%	23.13
完工吸尘器电机入库	**26.99**	**5.22%**	25.65	-8.11%	27.91	4.19%	26.79
采购吸尘器电机入库	**31.47**	**-5.83%**	33.42	-3.50%	34.63	5.41%	32.86
平均吸尘器电机入库	**28.44**	**4.95%**	27.10	-5.53%	28.68	4.61%	27.42
吸尘器电机领用	**27.87**	**3.18%**	27.01	-4.99%	28.43	3.28%	27.52

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。**2021 年 1-6 月，公司 1 加仑、2 加仑等小体积塑料桶吸尘器订单增长较快，致使公司吸尘器电机采购入库单价较上年同比降低。**

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	**2021 年 1-6 月**			2020 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	**18.01**	**-16.93%**	**14.37%**	21.68	36.28%	14.50%
吸尘器电机领用	**27.87**	**3.18%**	**22.24%**	27.01	-4.99%	18.06%
塑料桶吸尘器入库	**125.33**	**-16.20%**	**-**	149.56	20.62%	-
项目	2019 年度			2018 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	15.91	30.02%	12.83%	12.23	50.63%	11.29%
吸尘器电机领用	28.43	3.28%	22.93%	27.52	4.00%	25.40%
塑料桶吸尘器入库	123.99	14.43%	-	108.36	35.35%	-

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 年和 **2021 年 1-6 月**，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	2021 年 1-6 月			2020 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	**26.86**	**1.67%**	**17.42%**	26.42	7.71%	16.68%
吸尘器电机领用	**27.87**	**3.18%**	**18.08%**	27.01	-4.99%	17.06%
金属桶吸尘器入库	**154.16**	**-2.65%**	**-**	158.36	-0.07%	-
项目	2019 年度			2018 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	24.53	25.42%	15.48%	19.56	15.78%	14.58%
吸尘器电机领用	28.43	3.28%	17.94%	27.52	4.00%	20.51%
金属桶吸尘器入库	158.47	18.09%	-	134.20	16.97%	-

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	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 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	**154.16**	**-2.65%**	158.36	-0.07%	158.47	18.09%	134.20
金属桶吸尘器销售	**151.55**	**-1.90%**	154.48	3.07%	149.89	12.55%	133.18
塑料桶吸尘器入库	**125.33**	**-16.20%**	149.56	20.62%	123.99	14.43%	108.36
塑料桶吸尘器销售	**129.23**	**-15.99%**	153.83	26.10%	121.99	15.70%	105.43

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，公司干湿两用吸尘器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。”

三、补充披露报告期各期直接材料、制造费用明细情况，并分析说明各项成本明细要素占比变动的原因及合理性；制造费用占比下滑的原因和合理性；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；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；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

（一）补充披露报告期各期直接材料、制造费用明细情况，并分析说明各项成本明细要素占比变动的原因及合理性

1、报告期各期直接材料情况

发行人已在招股说明书之“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“5、生产成本的构成”部分补充披露如下：

“（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	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
金属件	**7,648.67**	**18.19**	11,824.67	21.85	7,815.64	23.21	9,619.11	23.52
塑料件类	**10,702.87**	**25.45**	12,186.02	22.51	6,757.76	20.07	6,663.65	16.30
钢材类	**4,589.82**	**10.91**	7,607.03	14.05	4,892.78	14.53	7,178.21	17.55
电机及组合件	**6,520.81**	**15.51**	6,289.05	11.62	4,015.40	11.92	4,580.61	11.20
包材图档	**3,790.65**	**9.01**	4,608.42	8.51	2,739.47	8.13	3,383.99	8.28
电气件	**3,402.09**	**8.09**	4,732.95	8.74	3,039.62	9.03	3,708.61	9.07
其他	**5,398.10**	**12.84**	6,880.95	12.71	4,416.11	13.11	5,757.20	14.08
合计	**42,053.00**	**100.00**	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。**2021 年 1-6 月塑料件类采购金额占采购总额的比例与 2020 年相比呈现上升趋势主要系公司塑料类干湿两用吸尘器产品占比增加，2021 年 1-6 月电机及组合件采购金额占采购总额的比例与 2020 年相比呈现上升趋势主要系电机及组合件类细分材料铜线、电机铁芯原材料价格上涨较快所致。**

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	**2021 年 1-6 月**	2020 年度	2019 年度	2018 年度
金属件	**6,033.30**	10,291.13	6,839.88	8,567.04
钢材类	**3,600.91**	6,394.85	4,248.58	6,246.99
电机及组合件	**2,692.88**	3,907.48	2,491.63	2,971.97
电气件	**1,777.85**	2,779.90	1,808.81	2,380.58
包材图档	**1,274.86**	2,225.97	1,477.37	2,035.88
塑料件类	**873.08**	1,696.97	1,221.04	1,478.75
其他	**2,453.08**	4,616.89	3,264.66	4,222.68
合计	**18,705.96**	31,913.19	21,351.97	27,903.89
干湿两用吸尘器				
项目	**2021 年 1-6 月**	2020 年度	2019 年度	2018 年度
塑料件类	**9,826.09**	10,431.29	5,480.93	5,170.66
电机及组合件	**3,254.27**	2,338.13	1,499.31	1,602.63
包材图档	**2,483.48**	2,375.69	1,150.93	1,295.53
电气件	**1,621.74**	1,945.84	1,181.79	1,330.18
钢材类	**973.97**	1,193.05	636.50	922.84
金属件	**1,424.51**	1,527.34	963.91	1,046.39
其他	**2,533.16**	2,121.56	965.60	1,398.35
合计	**22,117.23**	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、报告期各期制造费用明细情况

发行人已在招股说明书之“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“5、生产成本的构成”部分补充披露如下：

“（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	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
工资	**586.44**	**22.94%**	911.81	31.95%	636.98	28.74%	983.79	31.64%
福利费	**42.57**	**1.67%**	31.36	1.10%	33.52	1.51%	35.71	1.15%
社保公积金	**345.01**	**13.50%**	352.87	12.37%	559.95	25.26%	637.91	20.51%
折旧	**268.5**	**10.50%**	511.93	17.94%	504.74	22.77%	412.45	13.26%
其他	**1,314.06**	**51.40%**	1,045.74	36.64%	481.22	21.71%	1,039.82	33.44%
合计	**2,556.58**	**100.00%**	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。”

（二）制造费用占比下滑的原因和合理性

发行人已在招股说明书之“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“5、生产成本的构成”部分补充披露如下：

“（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	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直接材料	**38,740.41**	**86.63**	51,258.49	87.20	33,856.85	86.63	40,729.15	86.56
直接人工	**3,315.55**	**7.41**	4,285.51	7.29	2,704.09	6.92	3,092.11	6.57
制造费用	**2,202.33**	**4.92**	2,714.04	4.62	2,323.53	5.95	3,086.84	6.56
加工费	**252.82**	**0.57**	522.86	0.89	196.30	0.50	125.35	0.27
不得免征和抵扣税额及其他	**210.79**	**0.47**	0.00	0.00	0.39	0.00	21.56	0.05
合计	**44,721.89**	**100.00**	58,780.90	100.00	39,081.17	100.00	47,055.00	100.00

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的主营业务成本构成已剔除运输费及关税的影响。

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**和 2021 年 1-6 月**，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。”

（三）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

发行人已在招股说明书之“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“5、生产成本的构成”部分补充披露如下：

“（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	**2021 年 1-6 月**	2020 年度	2019 年度	2018 年度
包材图档	**137.95**	23.62	21.94	21.41
电机及组合件	**82.33**	41.47	37.01	31.25
电气件	**61.57**	29.50	26.87	25.03
钢材类	**40.65**	67.86	63.11	65.68
金属件	**29.15**	109.21	101.60	90.07
塑料件类	**19.96**	18.01	18.14	15.55
其他	**56.09**	48.99	48.49	44.40
合计	**427.71**	338.66	317.16	293.38
干湿两用吸尘器				
项目	**2021 年 1-6 月**	2020 年度	2019 年度	2018 年度
包材图档	**60.41**	15.46	11.58	10.90
电机及组合件	**20.01**	15.21	15.08	13.48
电气件	**15.27**	12.66	11.89	11.19
钢材类	**9.97**	7.76	6.40	7.76
金属件	**5.99**	9.94	9.70	8.80
塑料件类	**8.76**	67.87	55.14	43.49
其他	**15.57**	13.80	9.72	11.76
合计	**135.97**	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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
外购储气罐数量	**22.73**	40.95	21.04	55.95
自制储气罐数量	**27.87**	70.89	56.57	53.28
外购、自制储气罐数量	**50.60**	111.84	77.62	109.22
领用储气罐数量	**50.32**	111.34	78.41	108.57
外购、自制储气罐数量与领用储气罐比例	**1.01**	1.00	0.99	1.01
剔除双罐空压机影响的耗用储气罐数量	**46.75**	96.00	68.41	94.90
小型空压机产量	**43.74**	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）	**1.07**	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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
外购尘桶数量	**160.35**	161.53	99.51	118.98
领用尘桶数量	**160.47**	157.10	99.36	118.92
外购数量与领用尘桶数量比例	**1.00**	1.03	1.00	1.00
干湿两用吸尘器产量	**162.66**	153.69	99.39	118.89
单位产品耗用尘桶数量（台）	**0.99**	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。”

（四）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

发行人已在招股说明书之“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“5、生产成本的构成”部分补充披露如下：

“（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	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
塑料件	**9,826.09**	**44.43%**	10,431.29	47.56%	5,480.93	46.14%	5,170.66	40.50%
其中：塑料尘桶	**2,188.07**	**9.89%**	2,529.96	11.53%	1,194.17	10.05%	884.25	6.93%
钢材类	**973.97**	**4.40%**	1,193.05	5.44%	636.50	5.36%	922.84	7.23%
其中：金属尘桶	**821.08**	**3.71%**	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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
金属桶和塑料桶采购量（万台）	**160.35**	161.53	99.51	118.98
金属桶和塑料桶耗用量（万台）	**160.47**	157.10	99.36	118.92
吸尘器产量（万台）	**162.66**	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。”

（五）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

发行人已在招股说明书之“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“5、生产成本的构成”部分补充披露如下：

“（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:

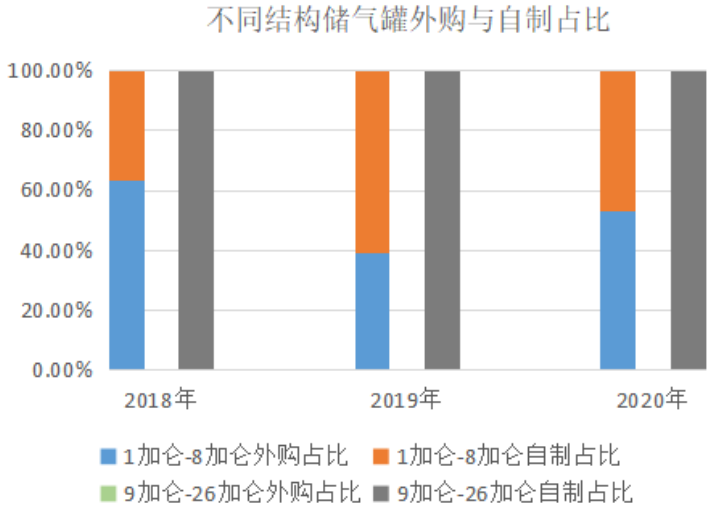
项目	**2021 年 1-6 月**	2020 年度	2019 年度	2018 年度
钢材和储气罐采购金额(万元）	**3,969.25**	7,070.13	4,637.15	6,521.67
空压机折合标准产量（万台）	**50.95**	103.90	69.78	88.11
每台空压机平均耗用钢材金额（元/台）	**77.90**	68.04	66.45	74.02
外购储气罐占钢材和储气罐采购金额比例	**35.56%**	33.59%	22.20%	48.23%
钢材年度算术平均单价 Q235B 2.0*1250*C（上海、涟钢）走势（元/吨）	**5,712.08**	4,016.86	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**和 2021 年 1-6** 月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		2021 年 1-6 月	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	**55.60**	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	**46.54**	38.98	41.04	39.52
	自制单位成本	**39.57**	38.12	/	/
3 加仑卧罐（料号：AT1803.00.00.00）	外购单价	**42.24**	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	**86.92**	67.80	65.23	72.89
	自制单位成本	**78.81**	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；**2021 年 1-6 月 2 加仑碟罐外购成本大幅高于自制主要系外购发生在 2021 年 5-6 月份，自制发生 2021 年 1 月份，而钢材价格于 2021 年 5-6 月价格大幅高于 2021 年 1 月份价格；2021 年 1-6 月 8 加仑卧罐外购成本大幅高于自制主要系外购主要发生在 2021 年 4-6 月份，自制主要发生 2021 年 1 月份，而钢材价格于 2021 年 4-6 月价格大幅高于 2021 年 1 月份价格。**

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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
外购、自制储气罐数量	**50.60**	111.84	77.62	109.22
领用储气罐数量	**50.32**	111.34	78.41	108.57
剔除双罐空压机影响的耗用储气罐数量	**46.75**	96.00	68.41	94.90
小型空压机产量	**43.74**	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。”

四、补充披露主要原材料采购价格和行业公开报价是否一致，量化分析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

（一）补充披露主要原材料采购价格和行业公开报价是否一致

发行人已在招股说明书之“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“6、上游原材料价格变化与下游

产品价格变化之间的传导过程”部分补充披露如下：

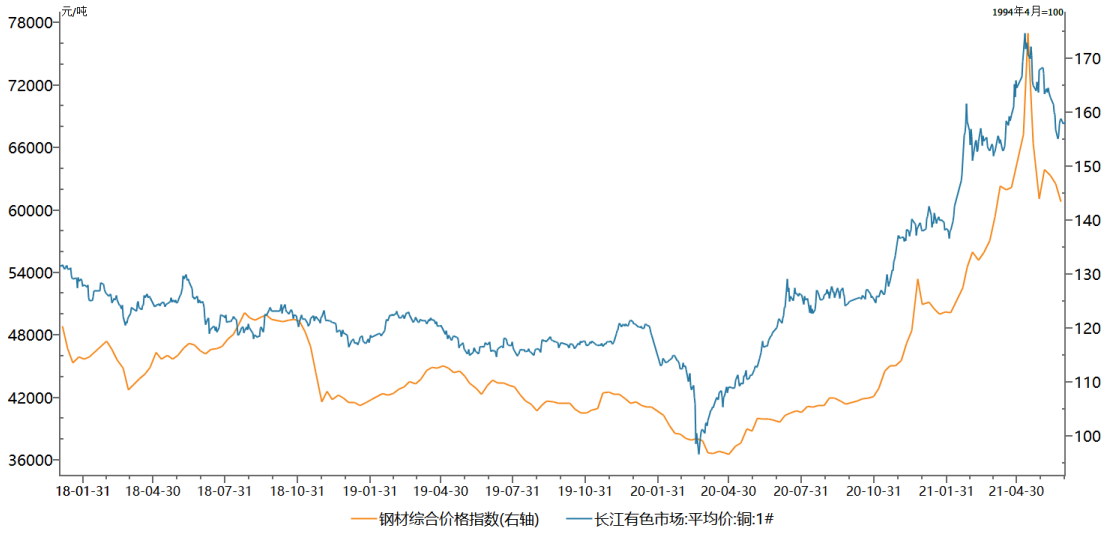
“（1）主要原材料采购价格和行业公开报价一致

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：

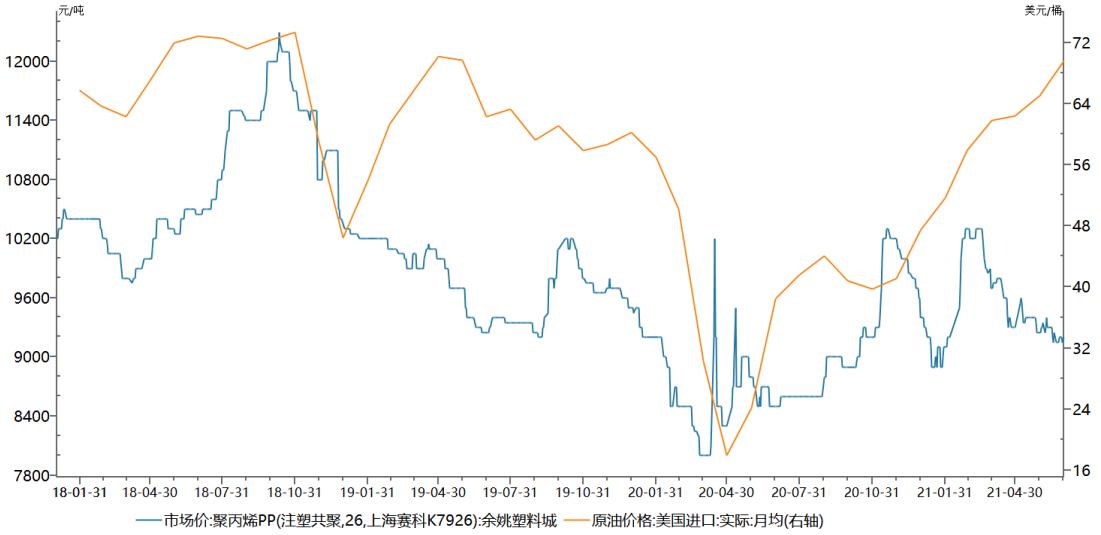
报告期内，公司钢板（钢材类）、漆包铜线（金属件类）、延伸管（塑料件类）的年平均采购单价呈现 2018 年至 2020 年逐年下降趋势、2020 年至 2021 年 6 月快速上升趋势，具体情况如下：

原材料	单位	**2021 年 1-6 月**	2020 年度	2019 年度	2018 年度
漆包铜线	元/千克	**62.78**	47.30	48.51	50.16
钢板	元/千克	**5.49**	3.63	3.66	4.09
延伸管（型号“FVJ211.01.03”）	元/件	**0.98**	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

”

（二）量化分析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

发行人已在招股说明书之“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“6、上游原材料价格变化与下游产品价格变化之间的传导过程”部分补充披露如下：

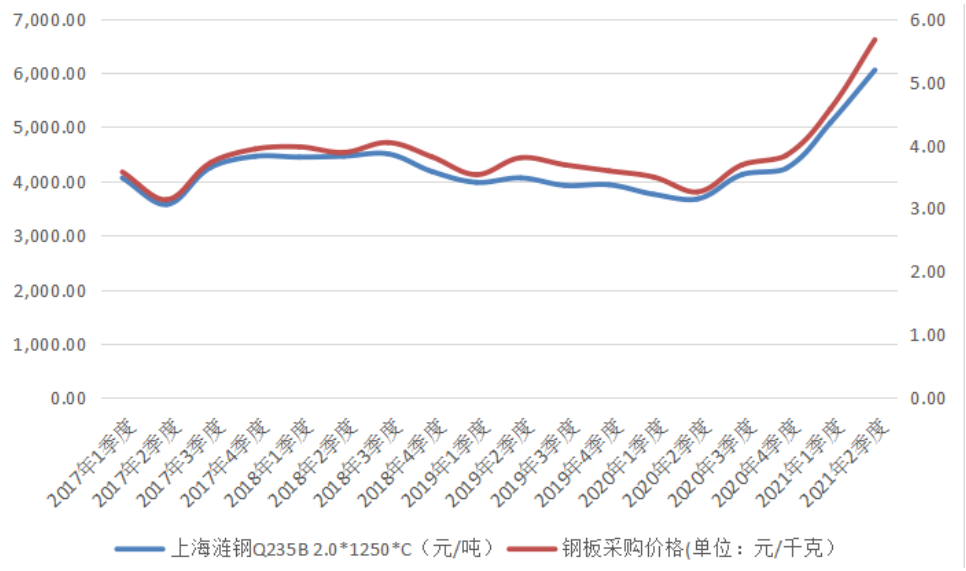
“（2）上游原材料价格变化与下游产品价格变化之间的传导机制

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

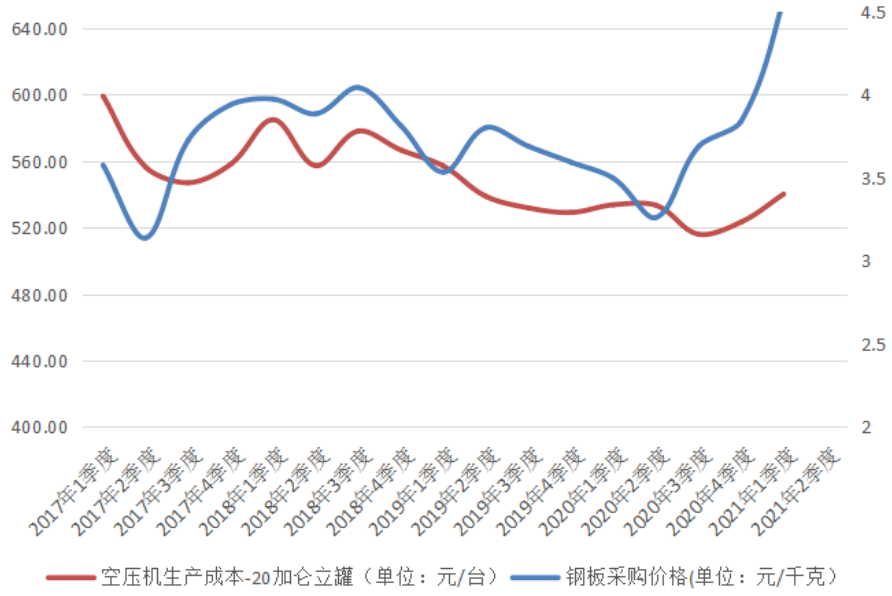
报告期内，小型空压机主要原材料为钢材，选取报告期内公司季度间的原材料钢材价格与当期订单价格进行比较，分析上游原材料价格变化与下游产品价格传导过程。

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：



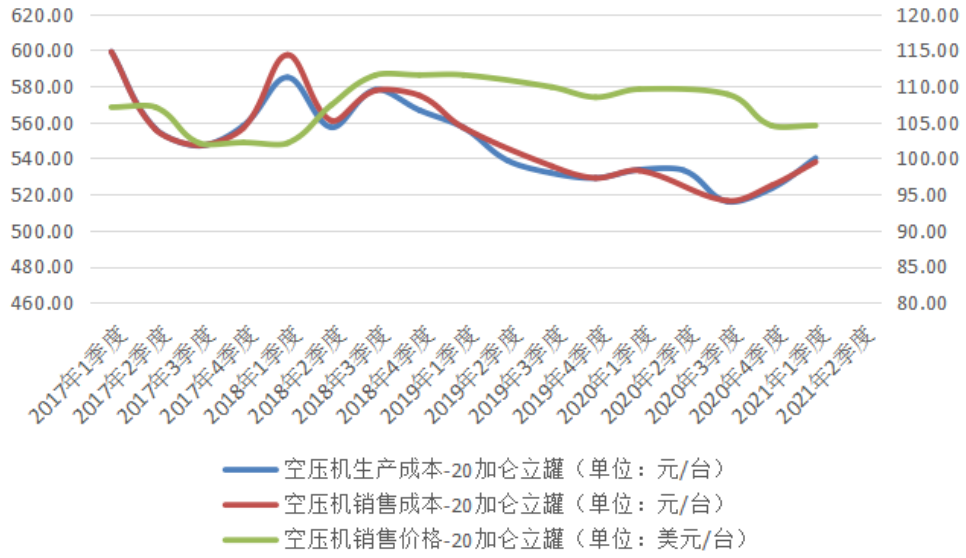
数据来源：“我的钢铁网”热轧板卷钢卷行情

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：

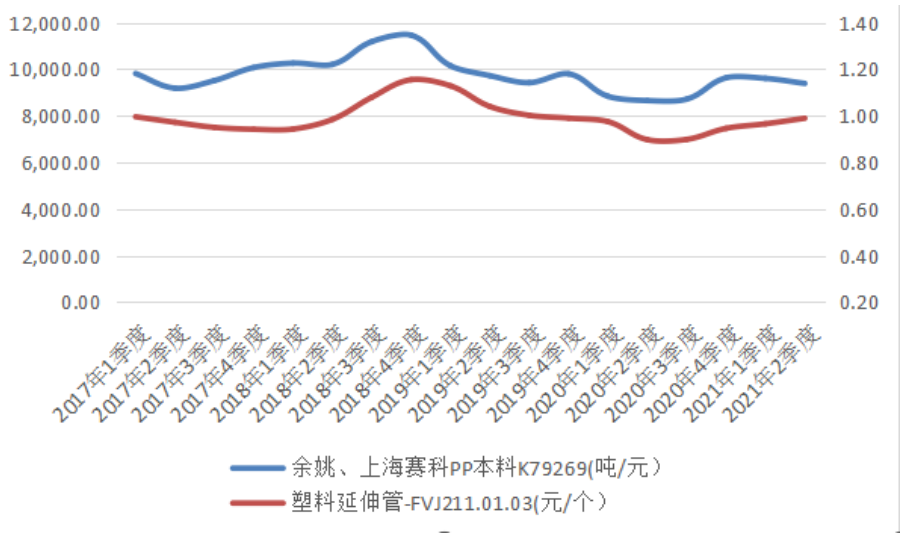


②干湿两用吸尘器上游原材料价格变化与下游产品价格传导过程

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。

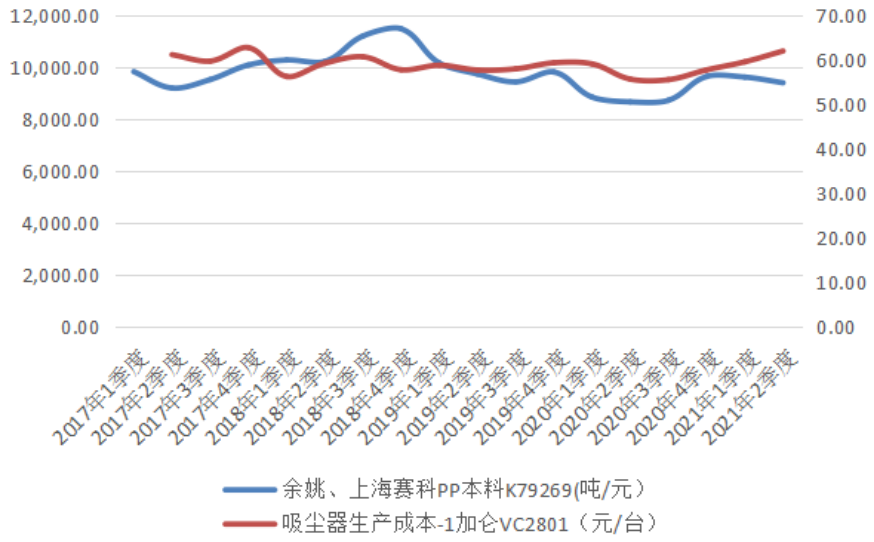
由于不同型号吸尘器所需的塑料件料件、形态、尺寸、型号种类众多，选择相对标准件的塑料延伸管作为塑料件价格与上游塑料粒子进行对比分析。上游塑料粒子价格变化对公司采购塑料件价格传导基本无滞后期间，公司塑料件当期采

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：



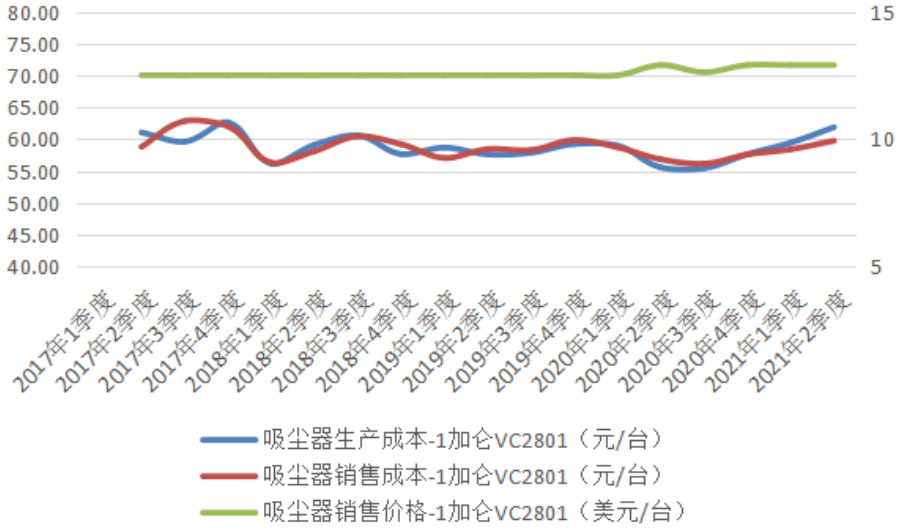
数据来源：“中塑在线网”塑料粒子行情

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。



”

五、结合报告期内工人人数变动、工人工资政策调整、工人平均工资变化、制造工时等因素，披露直接人工变动合理性；人工成本和同行业公司是否存在重大差异；不同类别产品的生产周期、制约产能的关键因素，结合报告期内产量、平均人数的变动，分析人均产量变动的原因及合理性

发行人已在招股说明书之“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“7、直接人工明细情况”部分补充披露如下：

“（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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
生产人员薪酬总额（万元）	**2,573.92**	4,673.46	3,182.89	3,659.09
生产人员平均人数	**822.00**	750.25	499.50	649.50
生产人员月度平均工资（万元/月）	**0.52**	0.52	0.53	0.47
生产人员月度平均工时（万时）	**128.50**	223.77	157.34	183.44
生产人员工资/工时（元/小时）	**20.03**	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，**2018 年至 2020 年，**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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
欧圣电气	**6.27**	6.23	6.37	5.63
巨星科技	**-**	未披露	未披露	未披露
科沃斯	**-**	-	5.89	4.46
莱克电气	**-**	-	9.61	9.72
江苏省年平均工资	**-**	**6.38**	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**与江苏省年平均工资相匹配**，不存在生产用工成本**异常**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**2021 年 6 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	2021 年 1-6 月		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	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	**-**	**-**	-	-	0.80	105.35	0.79	104.36
科沃斯	**-**	**-**	-	-	0.28	212.41	0.39	194.97
可比公司平均	**-**	**-**	-	-	4.49	172.02	3.69	158.35
发行人	**0.18**	**60.28**	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。”

六、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人会计师：

1、获取公司主要产品的生产工艺流程，实地查看公司产品生产运行情况，结合工艺流程询问发行人财务负责人、成本会计、生产部门负责人，了解公司成本归集、核算、结转方法、成本控制的关键环节，并抽取部分型号、部分月份对

成本计算过程进行复核；查询同行业上市公司营业成本的核算及结转方法，并与发行人进行对比分析；

2、比较报告期内主要型号小型空压机、干湿两用吸尘器期末存货成本、生产成本、销售成本差异，分析小型空压机、干湿两用吸尘器在原材料采购、半成品加工、整机入库至到产品销售出口各环节单位成本变动趋势；

3、取得了主要产品的生产成本明细账、销售成本明细表，了解公司成本构成情况，分析生产成本中原材料、制造费用、直接人工变动趋势及原因；

4、取得公司主要原材料采购台账，比较采购价格、生产领用价格、期末结存价格之间的差异，分析差异的合理性，登录“我的钢铁网”、“中塑在线网”等大宗原材料商品网站，将硅钢行情、塑料粒子行情与发行人采购的钢板、塑料件进行匹配，分析上游原材料价格对主要产品原材料采购价格、产品生产成本、销售成本、最终销售定价的影响；

5、分析吸尘器主要原材料金属尘桶和塑料尘桶采购、领用数量与产量的匹配情况，空压机主要原材料钢材和储气罐采购、领用数量与产量的匹配情况；

6、访谈发行人生产部门负责人，结合生产成本中直接人工变动情况询问变动原因，通过公开渠道查阅同行业上市公司人工成本、人均产量情况，查阅江苏省统计局公布的江苏省城镇私营单位就业人员平均工资，并与发行人情况进行对比分析；

7、现场观察发行人生产车间，观察主要产品电机定转子总成、制罐、焊接、整机装配各工序对发行人产能的影响。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人会计师认为：

1、发行人采用的产品成本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，与同行业已上市公司不存在差异；发行人成本核算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的归集与分配，发行人成本核算规范、准确；

2、报告期部分产品的期末存货成本低于生产成本和销售成本主要系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，具备合理性；发行人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

环节的成本波动具备合理性；

3、报告期生产成本直接材料、制造费用、直接人工各项成本明细要素占比及波动具备合理性，吸尘器主要原材料金属尘桶和塑料尘桶采购、领用数量与吸尘器产量的匹配不存在差异，空压机主要原材料钢材和储气罐采购、领用数量与空压机产量的匹配不存在差异；公司主要对外采购 8 加仑及 8 加仑以下体积的储气罐，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，致使部分储气罐的自制成本高于外购成本；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，储气罐外购比例的降低使得每台空压机平均耗用钢材价格进一步同比下降；

4、报告期内公司主要产品单位成本存在一定波动，主要受公司产品型号的销售结构变动影响，主要产品单位成本变动与公司主要产品所用原材料的价格波动趋势相匹配，主要原材料采购价格趋势和行业公开报价走势相一致；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公司产品的基础报价；

5、报告期内公司直接人工变动与生产人员人数和平均工资的变动趋势相匹配，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，公司人工成本、人均产出数量与同行业相比不存在显著差异。

18. 关于前五大供应商

报告期内，发行人前五大供应商采购占比分别为 26.77%、27.22%、25.72%和 24.98%，前五大供应商主要为苏州企业。

请发行人：

（1）按照塑料件类、钢材类、电机及组合件等类别补充披露报告期各期前五大供应商基本情况、合作历史、采购方式、采购内容、定价方式、结算方式等，说明并补充披露同种原材料采购价格在不同供应商之间是否存在显著差异，以及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；报告期内苏州供应商的数量、采购金额和占比；供应商及其关联方与发行人是否存在关联关系或同业竞争关系、其他利益安排；

（2）补充披露各期供应商的数量，并对供应商按适当的采购金额标准进行

分层，列示不同层级的供应商数量、采购金额及占比；新增供应商数量、对应新增供应商采购金额占比和变动情况；前五大供应商集中度是否符合行业惯例。

请保荐人、申报会计师对上述事项进行核查，说明核查方法和核查过程并发表意见

回复：

一、按照塑料件类、钢材类、电机及组合件等类别补充披露报告期各期前五大供应商基本情况、合作历史、采购方式、采购内容、定价方式、结算方式等，说明并补充披露同种原材料采购价格在不同供应商之间是否存在显著差异，以及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；报告期内苏州供应商的数量、采购金额和占比；供应商及其关联方与发行人是否存在关联关系或同业竞争关系、其他利益安排

（一）按照塑料件类、钢材类、电机及组合件等类别补充披露报告期各期前五大供应商基本情况、合作历史、采购方式、采购内容、定价方式、结算方式等，说明并补充披露同种原材料采购价格在不同供应商之间是否存在显著差异，以及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

1、按照塑料件类、钢材类、电机及组合件等类别补充披露报告期各期前五大供应商基本情况、合作历史、采购方式、采购内容、定价方式、结算方式等

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“五、发行人主要产品的采购情况和主要供应商”之“（二）主要供应商情况”之“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”部分补充披露如下：

“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%
2021 年 1-6 月	**1**	**苏州擎泰金属制品有限公司**	**1,026.23**	**12.90%**
	2	**苏州柯依尔特种线缆有限公司**	**652.07**	**8.20%**
	3	**靖江市顺达模具厂**	**626.00**	**7.87%**
	4	**温岭市鑫都机械有限公司**	**587.68**	**7.39%**
	5	**苏州怡东滕机械有限公司**	**565.18**	**7.10%**
	合计		**3,457.17**	**43.46%**

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	苏州柯依尔特种线缆有限公司	施冬妹持股 94%、施福妹持股 6%	1999 年	500 万元	2011 年	订单采购	铜、铝漆包线	参考“上海期货交易所”铜、铝期货月度平均价格为定价依据	当月完成对账并在当月月底付清货款、银行转账	5%以内
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%
2021 年 1-6 月	**1**	**台州中恒机械股份有限公司**	**1,035.33**	**21.31%**
	2	**上海展志钢材加工配送有限公司**	**1,026.56**	**21.13%**
	3	**杭州富阳金欣机电有限公司**	**650.70**	**13.39%**
	4	**永康市斑马机械有限公司**	**535.82**	**11.03%**
	5	**上海禾溪实业有限公司**	**395.79**	**8.15%**
	合计		**3,644.21**	**75.01%**

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**台州中恒机械股份有限公司**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为定价依据	货到票到 10 天内银行转账	5%以内
3	上海星车国际商贸有限公司	王亚江持股 70%、吴海良持股	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	货到票到 10 天内银行转账	5%以内

		30%						热轧板卷钢卷行情为定价依据		
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%（**台州中恒机械股份有限公司**和的苏州中恒三佳自动化科技有限公司合并口径）
5	**台州中恒机械股份有限公司**(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	**100** 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%
9	**上海禾溪实业有限公司**	**许水光持股 60%、陆通柳持股 40%**	**2007 年**	**1,050 万元**	**2015 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**	**10%-15%**

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、**上海禾溪实业有限公司**，保荐机构、发行人律师、发行人会计师实地走访**或电话访谈**上述**四**家供应商，经核查，上述**四**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**台州中恒机械股份有限公司**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，**台州中恒机械股份有限公司**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**台州中恒机械股份有限公司**继续向发行人供应储气罐。**台州中恒机械股份有限公司**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**台州中恒机械股份有限公司**，现场观察**台州中恒机械股份有限公司**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、**台州中恒机械股份有限公司**的工商登记基本信息，苏州中恒三佳自动化科技有限公司、**台州中恒机械股份有限公司**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、**台州中恒机械股份有限公司**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（**台州中恒机械股份有限公司**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%
2021 年 1-6 月	**1**	**苏州璟兴塑胶有限公司**	**4,115.33**	**37.81%**
	2	**吴江市聚力德电子科技有限公司**	**2,649.58**	**24.35%**
	3	**无锡市荣亿塑料电器有限公司**	**840.66**	**7.72%**
	4	**苏州祥盈升精密实业有限公司**	**491.12**	**4.51%**
	5	**盐城市大丰区长力橡塑有限公司**	**427.64**	**3.93%**
	合计		**8,524.33**	**78.33%**

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	2015 年	**2,000** 万元	2015 年	订单采购	注塑件	根据“中塑在线网”塑	货到票到 30 天内	95%-100%

		景容持股45%						料粒子行情协商定价	银行转账和承兑汇票	
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价	货到票到30天内银行转账和承兑汇票	5%以内
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	3,000万元	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	**3,900**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%
7	**苏州祥盈升精密实业有限公司**	**韩小敏持股100%**	**2016年**	**500万元**	**2020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**	**50%-55%**

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 2021 年 1-6 月前五大塑料件供应商之一苏州祥盈升精密实业有限公司为报告期新增的供应商，发行人吸尘器业务规模增长较快，原塑料件供应商供货能力有限，发行人新开拓该供应商进行塑料件类原材料采购，保荐机构实地走访上述供应商，并现场观察供应商生产车间生产规模，该供应商生产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%
2021 年 1-6 月	**1**	**苏州市同创金属制品有限公司**	**3,157.91**	**42.19%**
	2	**苏州工业园区星德胜电机有限公司**	**933.14**	**12.47%**
	3	**嵊州市双港电器有限公司**	**692.82**	**9.26%**
	4	**浙江和超电机有限公司**	**628.16**	**8.39%**
	5	**舟山晨光电器有限公司**	**410.96**	**5.49%**
	合计		**5,822.99**	**77.80%**

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、A00 铝行情协商定价	月结、银行转账和承兑汇票	5%-10%（苏州市同创金属制品有限公司和苏州市吴中区金鑫冲压制品有限公司合并口径）
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	月结、银行转账和承兑汇票	10%-15%

								商定价		
4	台州市华普电机有限公司	陈广冲持股100%	2014年	**1,068**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	**14,589.8235**万元	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
9	**嵊州市双港电器有限公司**	**施马康持股70%、施小云持股30%**	**2006年**	**200万元**	**2020年**	**订单采购**	**电机、线路板**	**协商定价**	**月结、承兑汇票**	**5%-10%**
10	**舟山晨光电器有限公司**	**吴永宽持股60%、沈燕儿持股40%**	**2001年**	**800万元**	**2017年**	**订单采购协商定价**	**电机**	**协商定价**	**月结、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**和嵊州市双港电器有限公司，新增**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；**新增嵊州市双港电器有限公司为系发行人新品类工业风扇所需原材料电机和线路板所致。**

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。”

2、说明并补充披露同种原材料采购价格在不同供应商之间是否存在显著差异

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

“……

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	2021年1-6月采购单价	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	**5.80**	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	**5.15**	3.61	3.64	/
		上海展志钢材加工配送有限公司	**5.46**	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	**81.69**	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**	17.26	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	**23.37**	21.91	22.23	23.06
		苏州柯依尔特种线缆有限公司	**24.88**	22.63	22.81	22.99
	铝件阀板（尺寸：90*90*7mm	靖江市顺达模具厂	**3.22**	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	**6.67**	6.24	6.61	6.63
		苏州擎泰金属制品有限公司	**2.93**	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	**0.94**	0.93	0.99	/
		吴江市聚力德电子科技有限公司	**1.00**	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	**5.49**	5.52	5.50	5.29
		吴江市聚力德电子科技有限公司	**5.33**	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**	4.20	4.30	4.46
		嘉兴市华捷橡塑有限公司	**4.20**	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	**33.64**	21.16	21.93	/
		苏州市同创金属制品有限公司	**34.60**	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	**2.81**	2.51	2.48	2.54
		苏州工业园区安固电器有限公司	**2.70**	2.39	2.39	
	电机导风罩（型号：MS0202L）	苏州迈亿美电器有限公司	**0.54**	0.55	0.56	0.55
		苏州加能注塑有限公司	**0.54**	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	**32.76**	34.79	34.43	32.49
		苏州戈雷姆智能科技有限公司	**33.06**	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	**3.64**	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	**6.56**	5.30	5.41	5.61
		昆山百德利电子有限公司	**5.79**	5.65	5.50	5.73
		余姚市海得宝电器有限公司	**6.08**	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；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。 ”

3、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

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“五、发行人主要产品的采购情况和主要供应商”之“（二）主要供应商情况”之“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”部分补充披露如下：

“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	**2021 年 1-6 月排名**	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	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	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**	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	**40**	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**	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	**8**	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，**2020 年至 2021 年，由于公司引入新的包装箱供应商，致使公司 2021 年 1-6 月对其采购占比降低。**
台州中恒机械股份有限公司（包括苏州中恒三佳自动化科技有限公司）	**4**	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，**2021 年 1-6 月，由于公司 3 加仑空压机订单量增加致使公司向其采购占比增加**
苏州柯依尔特种	**14**	20	8	4	2019 年以来，公司部分铜线电

线缆有限公司					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	**0**	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	**2**	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。”

（二）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；报告期内苏州供应商的数量、采购金额和占比；供应商及其关联方与发行人是否存在关联关系或同业竞争关系、其他利益安排

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

“（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

2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度	变化情况及原因
344	382	396	385	公司原材料供应商数量在报告期内较为稳定。

（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	**2021 年 1-6 月**		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（%）	金额（万元）	占比（%）
贸易类供应商	**2,171.58**	**5.01**	3,660.20	6.46	2,811.18	8.27	2,756.22	6.67
终端供应商	**41,213.68**	**94.99**	52,962.42	93.54	31,171.41	91.73	38,552.42	93.33
合计	**43,385.26**	**100.00**	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
2021 年 1-6 月				
苏州供应商	**168**	**48.84%**	**25,652.49**	**59.13%**
非苏州供应商	**176**	**51.16%**	**17,732.77**	**40.87%**
合计	**344**	**100.00%**	**43,385.26**	**100.00%**
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 家之间，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。”

二、 补充披露各期供应商的数量，并对供应商按适当的采购金额标准进行分层，列示不同层级的供应商数量、采购金额及占比；新增供应商数量、对应新增供应商采购金额占比和变动情况；前五大供应商集中度是否符合行业惯例

（一）补充披露各期供应商的数量，并对供应商按适当的采购金额标准进行分层，列示不同层级的供应商数量、采购金额及占比

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“五、发行人主要产品的采购情况和主要供应商”之“（二）主要供应商情况”之“6、报告期内不同层级的供应商数量、采购金额及占比”部分补充披露如下：

“2018 年至 2020 年，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%

2018 年至 2020 年，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 家、71 家及 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。”

（二）新增供应商数量、对应新增供应商采购金额占比和变动情况；前五大供应商集中度是否符合行业惯例

1、新增供应商数量、对应新增供应商采购金额占比和变动情况

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

“（1）报告期内供应商数量及变动情况

……

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
2021 年 1-6 月	**48**	**13.95%**	**1,568.37**	**3.61%**
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、前五大供应商集中度是否符合行业惯例

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术”之“五、发行人主要产品的采购情况和主要供应商”之“（二）主要供应商情况”之“1、公司主要原材料供应商情况”部分补充披露如下：

“

……

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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
603355.SH	莱克电气	14.95%	/	/	13.03%	14.17%
603486.SH	科沃斯	28.20%	/	/	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%	/	12.12%	11.97%	13.79%
欧圣电气		-	**27.77%**	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。”

三、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人会计师：

1、访谈公司采购部门，了解发行人主要供应商的基本情况、生产规模、合作历史、采购方式、采购内容、定价机制、结算方式、报告期内供应商的变动情况及原因、主要供应商采购金额及次序变动的原因；

2、保荐机构、发行人会计师于 2020 年 1 月、2020 年 5 月、2021 年 3 月、**2021 年 5 月、2021 年 6 月及 2021 年 11 月**，对发行人报告期内 54 家主要的供应商进行走访，覆盖报告期采购总额比例分别为 **79.60%、78.16%、75.99%及 69.50%，**并通过访谈供应商负责人或业务经办人员的方式了解供应商基本情况、经营范围、经营规模、与发行人的合作历史、对发行人产品的销售规模及占供应商经营规模比例、是否与发行人存在关联关系及其他利益往来等；

3、对报告期内主要供应商的采购金额和往来余额进行了独立函证，覆盖报告期采购总额比例分别为 88.14%、85.97%、77.15%及 **88.48%**，采购金额的函证回函比例分别为 70.06%、69.33%、63.09%及 **70.70%**；对报告期内主要供应商的期末应付账款余额进行函证，覆盖报告期期末应付账款余额比例分别为 83.91%、84.01%、81.65%及 **74.82%**，期末应付账款余额的函证回函比例分别为 61.59%、62.15%、65.26%及 **57.13%**；

4、获取公司报告期内各期的采购明细表，检查采购数量、金额及地区分布情况，了解公司向贸易类供应商采购情况和公司向苏州区域供应商采购情况，按照采购规模对公司主要供应商进行分层分析；

5、实地走访报告期内金属件、塑料件类、钢材类、电机及组合件各期前五大供应商中注册资本低于 200 万元的供应商，观察注册资本较低的供应商生产车间，验证供应商生产规模与发行人向其采购规模匹配情况；

6、实地走访**或电话访谈**金属件、塑料件类、钢材类、电机及组合件各期前五大供应商中贸易类供应商，观察贸易类供应商经营场所及经营规模，核查公司向贸易类供应商采购合理性；

7、查阅公司采购与付款相关的内控制度，了解与采购管理相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到有效执行，并测试相关内部控制运

行的有效性；

8、取得公司主要原材料采购入库明细表，并在公开网站获取公司主要原材料的市场价格变动情况，分析公司主要原材料采购价格与市场价格波动趋势的一致性，分析同种原材料采购价格在不同供应商之间存在差异的合理性；

9、查阅报告期内发行人与各期新增前五大供应商的主要采购合同、采购订单、银行流水记录等资料，核查发行人报告期内发行人主要采购原材料构成情况，通过公开渠道查阅同行业企业前五大供应商分布情况并与发行人前五大供应商分布进行对比分析；

10、通过获取主要供应商的工商资料及查阅国家企业信用信息公示系统等其他公开渠道，获取主要供应商信息，核查主要供应商与公司是否存在关联关系；

11、取得公司董监高、主要股东调查问卷，了解公司董监高、主要股东与公司供应商是否存在关联关系。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人会计师认为：

1、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；

2、报告期内主要供应商采购金额、次序和数量变动具备合理性；

3、报告期内公司向贸易类供应商采购金额比例未超过 10%，公司贸易类供应商主要为经营规模较大的钢材类贸易公司，具备合理性；报告期内，公司苏州地区供应商数量在 160 家-180 之间，公司对苏州地区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、报告期内公司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、报告期内公司新增供应商数量、对新增供应商采购金额占比和变动情况具备合理性；

6、报告期内，公司对前五大供应商采购比例未超过 30%，不存在严重依赖于少数供货商的情况，供应商集中情形符合行业特性。

19.关于毛利率

报告期内，公司综合毛利率分别为 26.28%、24.71%、34.63%及 38.78%，呈现先降后升的趋势，同行业上市公司平均毛利率为 32.96%、32.35%、33.89%和 32.85%。报告期各期，发行人其他业务毛利率水平为 76.16%、87.99%、87.02%和 81.14%，发行人不同品名及规格的产品毛利率差异较大，不同品牌（低端、中端和高端）毛利率差异较大；发行人 2019 年内销毛利率为负；DDP 模式下毛利率显著高于 FOB/FCA 和其他模式；网络销售模式下毛利率显著高于出口销售模式和线下销售模式。

请发行人：

（1）结合客户结构、产品特性、平均售价、成本结构、人工成本、生产工艺等因素量化分析并披露发行人主要产品毛利率低于可比公司的原因及合理性，毛利率变动趋势和可比公司不一致的原因和合理性；

（2）结合主要产品单位价格及单位生产成本变动情况等因素量化分析并披露对毛利率变动原因及合理性，以及不同产品毛利率差异的原因和合理性；量化分析并披露不同品名及规格、不同品牌（低端、中端和高端）的产品毛利率差异较大的原因和合理性；

（3）结合其他业务的具体构成，补充披露其他业务毛利率水平较高的原因和合理性，是否符合行业惯例；

（4）补充披露发行人 2019 年内销毛利率为负的原因和合理性；

（5）量化分析并披露 DDP 模式下毛利率显著高于 FOB/FCA 和其他模式的原因和合理性，不同模式下净利率水平及差异；剔除运保费及清关费用的影响，2018 年 DDP 模式下的毛利率为 13.70%，显著低于别的年度毛利率水平的原因和合理性；

（6）量化分析并披露网络销售模式下毛利率显著高于出口销售模式和线下销售模式的原因和合理性，不同模式下净利率水平及差异。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并结合同行业公司公开信息或与发行人同行业公司、客户或供应商访谈情况，说明发行人毛利率显著高于同行业可比公司是否符合行业惯例和商业合理性。

回复：

一、结合客户结构、产品特性、平均售价、成本结构、人工成本、生产工艺等因素量化分析并披露发行人主要产品毛利率低于可比公司的原因及合理性，毛利率变动趋势和可比公司不一致的原因和合理性。

（一）公司主营业务毛利率与可比公司比较情况

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	2021 年 1-6 月	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	**29.19%**	30.53%	32.59%	29.17%
00669.HK	创科实业	电动工具、地板护理及器具	**38.55%**	38.25%	37.73%	37.24%
603355.SH	莱克电气	环境清洁电器、园林工具等	**21.98%**	25.91%	26.94%	25.16%
603486.SH	科沃斯	服务机器人、小家电	**51.19%**	42.86%	38.29%	37.84%
同行业上市公司平均			**35.23%**	34.39%	33.89%	32.35%
欧圣电气		小型空压机、干湿两用吸尘器	**33.96%**	**38.28%**	34.69%	23.94%

注：莱克电气主营业务收入包括环境清洁电器、园林工具、电机；巨星科技的主营业务收入采用其披露的工具五金行业。

为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

（二）结合客户结构、产品特性、平均售价、成本结构、人工成本、生产工艺等量化分析并披露发行人主要产品毛利率低于可比公司的原因及合理性

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（三）毛利率分析”之“3、公司毛利率水平与可比上市公司对比情况”中补充披露如下：

“（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

证券代码	公司简称	客户结构
		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	-	92.22	-	91.76	-
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	**33.96**	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。

为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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

2018-2020 年，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
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		**553.81**	390.52	526.14	374.69	442.83	351.30
欧圣电气-干湿两用吸尘器		**290.25**	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；

为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年的单位成本已剔除运输费及关税的影响。

因部分上市公司半年报不披露具体可比产品的价格情况，以及考虑到 2021 年 1-6 月为半年度数据，因此未作 2021 年 1-6 月数据的对比分析。

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

2018-2020 年，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%

证券代码	公司简称	成本构成	2020 年度	2019 年度	2018 年度
		制造费用	3.03%	3.57%	3.64%
欧圣电气		直接材料	**53.82%**	56.58%	65.83%
		直接人工	**4.50%**	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；

为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年的单位成本已剔除运输费及关税的影响。

因部分上市公司半年报不披露料工费的情况，以及考虑到 2021 年 1-6 月为半年度数据，因此未作 2021 年 1-6 月数据的对比分析。

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

2018-2020 年，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。”

（三）发行人主要产品毛利率低于可比公司的原因及合理性，毛利率变动趋势和可比公司不一致的原因和合理性

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（三）毛利率分析”之“3、公司毛利率水平与可比上市公司对比情况”中补充披露如下：

“（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

2018 年-2020 年，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	**29.48%**	28.78%	20.67%

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

因部分上市公司半年报不披露具体可比产品的毛利率情况，以及考虑到 2021 年 1-6 月为半年度数据，因此未作 2021 年 1-6 月数据的对比分析。

公司小型空压机产品毛利率整体呈逐年上升趋势，与创科实业的可比产品毛利率变动趋势基本一致，主要原因系美元兑人民币汇率上升、原材料价格下降；而与巨星科技 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。

（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	**47.14%**	41.55%	29.21%

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

因部分上市公司半年报不披露具体可比产品的毛利率情况，以及考虑到 2021 年 1-6 月为半年度数据，因此未作 2021 年 1-6 月数据的对比分析。

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

2018-2020 年，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。”

二、结合主要产品单位价格及单位生产成本变动情况等因素量化分析并披露

对毛利率变动原因及合理性，以及不同产品毛利率差异的原因和合理性；量化分析并披露不同品名及规格、不同品牌（低端、中端和高端）的产品毛利率差异较大的原因和合理性。

（一）公司主营业务毛利率的变动原因

报告期内，公司主营业务的毛利、毛利率及变动情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月			
	毛利		毛利率	
	金额	比例	百分比	变动
小型空压机	5,765.83	25.07%	22.70%	-6.78%
干湿两用吸尘器	12,215.94	53.12%	38.42%	-8.72%
配件及其他	5,014.28	21.80%	47.65%	-15.80%
合计	22,996.05	100.00%	33.96%	-4.32%
项目	2020 年度			
	毛利		毛利率	
	金额	比例	百分比	变动
小型空压机	14,850.59	40.73%	29.48%	0.70%
干湿两用吸尘器	19,838.33	54.41%	47.14%	5.59%
配件及其他	1,770.41	4.86%	63.45%	1.77%
合计	36,459.33	100.00%	38.28%	3.59%
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%	/

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的毛利及毛利率已剔除运输费及关税的影响。

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营

成果分析”之“（三）毛利率分析”之“2、主营业务分类别的毛利分析”中补充披露如下：

“（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、**36,459.33** 万元**及 22,996.05 万元（2020 年及 2021 年 1-6 月数据已剔除新收入准则影响）**。其中，小型空压机的毛利呈稳定**先升后降**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。

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	**29.48%**	28.78%	**52.88%**	57.79%	**15.59%**	16.63%	**-1.04%**
干湿两用吸尘器	**47.14%**	41.55%	**44.19%**	39.63%	**20.83%**	16.47%	**4.36%**
配件及其他	**63.45%**	61.68%	**2.93%**	2.58%	**1.86%**	1.59%	**0.27%**
合计	**38.28%**	34.69%	100.00%	100.00%	**38.28%**	34.69%	**3.59%**

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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	**-1.04%**	**0.37%**	**-1.41%**
干湿两用吸尘器	**4.36%**	**2.47%**	**1.89%**
配件及其他	**0.27%**	**0.05%**	**0.22%**
合计	**3.59%**	**2.89%**	**0.70%**

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

公司主营业务毛利率由 2019 年的 34.69%上升至 2020 年的 38.28%，上升 3.59 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 1.04 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 4.36 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。

③2021 年 1-6 月毛利率变动原因

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
	2021 年 1-6 月	2020 年	2021 年 1-6 月	2020 年	2021 年 1-6 月	2020 年	
	A	B	C	D	E=A×C	F=B×D	G=E-F
小型空压机	22.70%	29.48%	37.50%	52.88%	8.51%	15.59%	-7.08%
干湿两用吸尘器	38.42%	47.14%	46.96%	44.19%	18.04%	20.83%	-2.79%
配件及其他	47.65%	63.45%	15.54%	2.93%	7.40%	1.86%	5.55%
合计	33.96%	38.28%	100.00%	100.00%	33.96%	38.28%	-4.32%

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月

的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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	-7.08%	-2.54%	-4.53%
干湿两用吸尘器	-2.79%	-4.09%	1.31%
配件及其他	5.55%	-2.46%	8.00%
合计	-4.32%	-9.09%	4.77%

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

公司主营业务毛利率由 2020 年的 38.28%下降至 2021 年 1-6 月的 33.96%，下降 4.32 个百分点，主要影响因素为：2021 年 1-6 月小型空压机毛利率下降和收入比重下降导致主营业务毛利率下降 7.08 个百分点；干湿两用吸尘器毛利率下降和收入比重上升导致主营业务毛利率下降 2.79 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 5.55 个百分点。”

（二）结合主要产品单位价格及单位生产成本变动情况等因素量化分析并披露对毛利率变动原因及合理性

（1）小型空压机

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

“①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：

单位：%

项目	2021 年 1-6 月		变动影响	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	变动		金额
毛利率	22.70	-6.78	-6.78	29.48	0.70	0.70	28.78	8.11	8.11	20.67
单位价格 （元/台）	571.65	3.22	2.21	553.81	5.26	3.56	526.14	18.81	12.56	442.83
单位成本（元/台）	441.86	13.15	-8.98	390.52	4.22	-2.86	374.69	6.66	-4.45	351.30
其中：										
直接材料（元）	371.75	11.87	-6.90	332.30	3.77	-2.18	320.24	5.72	-3.30	302.90

直接人工（元）	**38.50**	**18.32**	**-1.04**	32.54	13.14	-0.68	28.76	20.99	-0.95	23.77
制造费用（元）	**25.20**	**25.37**	**-0.89**	20.10	-15.72	0.68	23.85	0.97	-0.04	23.62
其他（元）	**6.40**	**14.70**	**-0.14**	5.58	203.26	-0.68	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

为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的单位成本及毛利率已剔除运输费及关税的影响。

报告期内，公司小型空压机毛利率分别为 20.67%、28.78%、**29.48%及 22.70%**，毛利率呈**先升后降**趋势。

②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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当年单位价格	**571.65**	**553.81**	526.14	442.83
当年单位成本	**441.86**	390.52	374.69	351.30
毛利率	**22.70%**	**29.48%**	28.78%	20.67%
各期平均汇率	**6.4682**	6.8941	6.8985	6.6174
以上年度平均汇率计算销售单价	**609.29**	**554.17**	504.70	/
修正后毛利率	**27.48%**	**29.53%**	25.76%	/
对毛利率的影响	**-4.78%**	**-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；

为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的单位成本及毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当年采购总金额	**43,385.26**	56,622.62	33,982.60	41,308.64
按上年采购单价折算采购总额	**40,522.86**	58,192.22	34,786.73	41,494.57

采购指数	**107.06%**	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**先降后升**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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当年单位价格	**571.65**	553.81	526.14	442.83
当年单位成本	**441.86**	390.52	374.69	351.30
其中：直接材料	**371.75**	332.30	320.24	302.90
毛利率	**22.70%**	29.48%	28.78%	20.67%
当年采购指数	**107.06%**	97.30%	97.69%	/
以上年度平均采购价格计算单位成本	**417.35**	399.73	382.27	/
修正后毛利率	**26.99%**	27.82%	27.34%	/
对毛利率的影响	**-4.29%**	1.66%	1.44%	/

注：修正后毛利率=1-修正后单位成本/当年销售单价；

为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的单位成本及毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
毛利率	**22.70%**	29.48%	28.78%	20.67%
毛利率变动	**-6.78%**	0.70%	8.11%	/
汇率对毛利率的影响	**-4.78%**	-0.04%	3.03%	/
原材料价格变动对毛利率的影响	**-4.29%**	1.66%	1.44%	/

为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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。

③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	2021 年 1-6 月	2020 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
2	**7.56%**	**381.24**	**5.03**	**23.14%**	3.95%	359.63	5.53	23.37%
3	**7.71%**	**226.91**	**8.63**	**14.08%**	8.98%	247.97	18.25	25.84%
8	**22.70%**	**503.59**	**11.45**	**17.06%**	30.44%	503.62	30.44	25.69%
20	**13.78%**	**1,092.81**	**3.20**	**30.64%**	12.93%	1,080.64	6.02	38.53%
26	**23.49%**	**1,078.87**	**5.53**	**24.55%**	14.10%	1,090.43	6.51	33.43%
加仑数	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
2	11.30%	316.72	12.34	24.42%	16.76%	299.66	23.21	24.24%
3	11.12%	263.68	14.58	29.06%	11.52%	240.34	19.9	19.30%
8	29.72%	522.79	19.66	23.91%	34.99%	505.4	28.74	16.80%
20	6.78%	1,116.48	2.1	42.01%	2.79%	762.96	1.52	22.24%
26	19.76%	1,132.36	6.03	28.17%	11.58%	1,091.65	4.4	21.90%

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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	2021 年 1-6 月			2020 年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
小容量	**8,805.03**	**34.67%**	**21.27%**	**18,797.92**	**37.32%**	**27.09%**
中容量	**7,005.99**	**27.59%**	**19.03%**	**17,814.03**	**35.37%**	**27.17%**
大容量	**9,583.83**	**37.74%**	**26.71%**	**13,755.33**	**27.31%**	**35.76%**
合计	**25,394.86**	**100.00%**	**22.70%**	**50,367.28**	**100.00%**	**29.48%**
项目	2019 年度			2018 年度		
	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%
中容量	12,666.11	36.63%	26.57%	15,915.77	38.35%	17.38%
大容量	9,420.85	27.24%	33.47%	5,919.12	14.26%	21.42%
合计	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 加仑产品，中容量为 7-17 加仑产品，大容量为 20 加仑及以上产品；

为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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%、**27.31%及 37.74%**，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	2021 年 1-6 月			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	销售占比变动的影响	毛利率变动的影响	合计
小容量	**-0.72%**	**-2.02%**	**-2.74%**	**0.33%**	**-0.15%**	**0.18%**	-2.60%	1.58%	-1.02%
中容量	**-2.11%**	**-2.25%**	**-4.36%**	**-0.33%**	**0.21%**	**-0.12%**	-0.30%	3.37%	3.07%
大容量	**3.73%**	**-3.42%**	**0.31%**	**0.02%**	**0.63%**	**0.65%**	2.78%	3.28%	6.06%
合计	**0.90%**	**-7.68%**	**-6.78%**	**0.02%**	**0.69%**	**0.70%**	-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；

为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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**0.65** 个百分点。**2021 年 1-6 月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 0.31 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	2021 年 1-6 月			2020 年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
FOB/FCA	**21,676.48**	**85.36%**	**18.88%**	**45,160.21**	**89.66%**	**27.88%**
DDP	**1,995.24**	**7.86%**	**36.00%**	**3,025.50**	**6.01%**	**35.70%**
其他	**1,723.14**	**6.79%**	**55.46%**	**2,181.57**	**4.33%**	**54.04%**
合计	**25,394.86**	**100.00%**	**22.70%**	**50,367.28**	**100.00%**	**29.48%**
项目	2019 年度			2018 年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
FOB/FCA	29,832.76	86.27%	25.80%	38,465.78	92.68%	19.83%
DDP	3,126.11	9.04%	46.59%	2,118.45	5.10%	28.67%
其他	1,620.72	4.69%	49.42%	917.63	2.21%	37.26%
合计	34,579.60	100.00%	28.78%	41,501.85	100.00%	20.67%

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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%、**89.66%及 85.36%**，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	2021 年 1-6 月			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	销售占比变动的影响	毛利率变动的影响	合计
FOB/FCA	**-1.20%**	**-7.68%**	**-8.88%**	**0.87%**	**1.86%**	**2.74%**	-1.27%	5.14%	3.87%
DDP	**0.66%**	**0.02%**	**0.68%**	**-1.41%**	**-0.65%**	**-2.07%**	1.13%	1.62%	2.75%
其他	**1.33%**	**0.10%**	**1.43%**	**-0.18%**	**0.20%**	**0.02%**	0.92%	0.57%	1.49%
合计	**0.79%**	**-7.56%**	**-6.78%**	**-0.71%**	**1.41%**	**0.70%**	0.78%	7.33%	8.11%

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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	2021 年 1-6 月			2020 年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
出口模式	**24,157.11**	**95.13%**	**20.75%**	**48,789.50**	**96.87%**	**28.57%**
网络模式	**969.18**	**3.82%**	**69.15%**	**1,124.90**	**2.23%**	**65.50%**
线下模式	**268.56**	**1.06%**	**30.51%**	**452.87**	**0.90%**	**38.97%**
合计	**25,394.85**	**100.00%**	**22.70%**	**50,367.28**	**100.00%**	**29.48%**
项目	2019 年度			2018 年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
出口模式	33,193.24	95.99%	27.93%	40,845.98	98.42%	20.46%
网络模式	457.01	1.32%	54.51%	97.87	0.24%	43.25%
线下模式	929.35	2.69%	46.61%	558.01	1.34%	32.37%
合计	34,579.60	100.00%	28.78%	41,501.85	100.00%	20.67%

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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%、**96.87%及 95.13%**，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	2021 年 1-6 月	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	销售占比变动的影响	毛利率变动的影响	合计
出口模式	**-0.50%**	**-7.44%**	**-7.94%**	**0.25%**	**0.62%**	**0.87%**	-0.50%	7.17%	6.68%
网络模式	**1.04%**	**0.14%**	**1.18%**	**0.50%**	**0.25%**	**0.74%**	0.47%	0.15%	0.62%
线下模式	**0.06%**	**-0.09%**	**-0.03%**	**-0.83%**	**-0.07%**	**-0.90%**	0.43%	0.38%	0.82%
合计	**0.61%**	**-7.39%**	**-6.78%**	**-0.09%**	**0.80%**	**0.70%**	0.41%	7.71%	8.11%

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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

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

“①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	2021 年 1-6 月		变动影响	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	变动		金额
毛利率	**38.42%**	**-8.72%**	**-8.72%**	**47.14%**	**5.59%**	**5.59%**	41.55%	12.34%	12.34%	29.21%
单位价格（元/台）	**219.54**	**-24.36%**	**-17.02%**	**290.25**	**31.12%**	**13.87%**	221.36	34.29%	18.08%	164.84
单位成本（元/台）	**135.20**	**-11.88%**	**8.30%**	153.42	18.57%	-8.25%	129.39	10.90%	-5.74%	116.68
其中：										
直接材料（元）	**119.95**	**-13.71%**	**8.68%**	139.00	20.55%	-8.14%	115.31	11.79%	-5.49%	103.15
直接人工（元）	**8.55**	**-2.62%**	**0.10%**	8.78	25.25%	-0.61%	7.01	5.93%	-0.18%	6.62
制造费用（元）	**5.84**	**4.85%**	**-0.12%**	5.57	-13.07%	0.29%	6.40	-4.10%	0.12%	6.68
其他	**0.87**	**1142.86%**	**-0.36%**	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，下同；

为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的单位成本及毛利率已剔除运输费及关税的影响。

报告期内，公司干湿两用吸尘器毛利率分别为 29.21%、41.55%、**47.14%及**

38.42%，毛利率呈**先升后降**趋势。

②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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当年单位价格	**219.54**	**290.25**	221.36	164.84
当年单位成本	**135.20**	153.42	129.39	116.68
毛利率	**38.42%**	**47.14%**	41.55%	29.21%
各期平均汇率	**6.4682**	6.8941	6.8985	6.6174
以上年度平均汇率计算销售单价	**233.99**	**290.43**	212.34	/
修正后毛利率	**42.22%**	**47.17%**	39.06%	/
对毛利率的影响	**-3.80%**	**-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；

为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的单位成本及毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当年采购总金额	**43,385.26**	56,622.62	33,982.60	41,308.64
按上年采购单价折算采购总额	**40,522.86**	58,192.22	34,786.73	41,494.57
采购指数	**107.06%**	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**先降后升**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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当年单位价格	**219.54**	**290.25**	221.36	164.84
当年单位成本	**135.20**	153.42	129.39	116.68
其中：直接材料	**119.95**	139.00	115.31	103.15

毛利率	**38.42%**	**47.14%**	41.55%	29.21%
当年采购指数	**107.06%**	97.30%	97.69%	/
以上年度平均采购价格计算单位成本	**127.29**	157.28	132.12	/
修正后毛利率	**42.02%**	**45.81%**	40.31%	/
对毛利率的影响	**-3.60%**	**1.33%**	1.23%	/

注：修正后毛利率=1-修正后单位成本/当年销售单价；

为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的单位成本及毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
毛利率	**38.42%**	**47.14%**	41.55%	29.21%
毛利率变动	**-8.72%**	**5.59%**	12.34%	/
汇率对毛利率的影响	**-3.80%**	**-0.03%**	2.48%	/
原材料价格变动对毛利率的影响	**-3.60%**	**1.33%**	1.23%	/

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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。

③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	2021 年 1-6 月				2020 年度			
	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	**1.91%**	**113.11**	**5.36**	**44.32%**	**0.83%**	**108.13**	3.24	**46.77%**
3	**15.48%**	**105.55**	**46.64**	**20.39%**	**6.04%**	**127.60**	19.91	**39.22%**
4	**6.20%**	**253.79**	**7.77**	**47.78%**	**6.30%**	**281.70**	9.41	**56.49%**
5	**13.81%**	**198.36**	**22.14**	**40.94%**	**7.18%**	**231.26**	13.06	**54.37%**
6	**9.83%**	**203.68**	**15.35**	**41.37%**	**14.94%**	**226.81**	27.72	**49.20%**
8	**2.55%**	**366.80**	**2.21**	**32.52%**	**3.54%**	**434.72**	3.43	**28.81%**
9	**14.90%**	**307.85**	**15.39**	**34.86%**	**17.78%**	**311.05**	24.06	**38.36%**
10	**18.17%**	**358.50**	**16.11**	**45.23%**	**28.23%**	**441.77**	26.89	**50.64%**
加仑数	2019 年度				2018 年度			
	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	10.51%	90.15	27.65	32.33%	15.55%	86.24	33.55	27.62%
3	3.01%	124.34	5.74	38.39%	2.45%	135.5	3.36	35.27%

4	3.51%	179.94	4.63	40.61%	18.60%	139.34	24.84	23.84%
5	8.19%	189.52	10.25	41.23%	9.46%	163.97	10.74	30.13%
6	11.77%	217.74	12.82	46.67%	5.10%	185.78	5.11	38.20%
8	14.27%	270.23	12.52	27.67%	24.27%	269.26	16.77	21.62%
9	9.39%	332.04	6.71	43.52%	1.58%	347.73	0.84	33.58%
10	26.59%	373.94	16.86	45.54%	7.07%	301.06	4.37	40.17%

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

从上表可以看出，报告期内发行人干湿两用吸尘器**先**呈现从小容量向大容量发展的趋势，**2021 年 1-6 月呈现从大容量向小容量发展的趋势**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	2021 年 1-6 月			2020 年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
小容量	**5,993.59**	**18.85%**	**23.65%**	**3,622.49**	**8.61%**	**37.95%**
中容量	**9,548.12**	**30.03%**	**42.63%**	**12,011.51**	**28.54%**	**52.22%**
大容量	**16,257.63**	**51.13%**	**41.38%**	**26,448.74**	**62.85%**	**46.10%**
合计	**31,799.35**	**100.00%**	**38.42%**	**42,082.74**	**100.00%**	**47.14%**
项目	2019 年度			2018 年度		
	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%
中容量	5,798.11	24.45%	43.94%	6,319.87	33.96%	28.32%
大容量	13,761.48	58.02%	43.04%	7,372.86	39.62%	28.89%
合计	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；

为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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%、**62.85%及 51.13%**，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	2021 年 1-6 月			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	销售占比变动的影响	毛利率变动的影响	合计
小容量	**3.89%**	**-2.70%**	**1.19%**	**-2.97%**	**0.40%**	**-2.57%**	-2.74%	0.43%	-2.31%
中容量	**0.78%**	**-2.88%**	**-2.10%**	**1.80%**	**2.36%**	**4.16%**	-2.70%	3.82%	1.12%
大容量	**-5.40%**	**-2.41%**	**-7.82%**	**2.08%**	**1.92%**	**4.00%**	5.32%	8.21%	13.53%
合计	**-0.74%**	**-7.99%**	**-8.72%**	**0.91%**	**4.69%**	**5.59%**	-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；

为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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 **4.00** 个百分点。**2021 年 1-6 月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 7.82 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	2021 年 1-6 月			2020 年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
品牌授权	**24,595.60**	**77.35%**	**43.05%**	**32,493.45**	**77.21%**	**51.70%**
ODM	**4,486.93**	**14.11%**	**31.24%**	**6,524.90**	**15.50%**	**37.09%**
其他	**2,716.82**	**8.54%**	**8.30%**	**3,064.39**	**7.28%**	**20.23%**
合计	**31,799.35**	**100.00%**	**38.42%**	**42,082.74**	**100.00%**	**47.14%**
项目	2019 年度			2018 年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
品牌授权	16,583.33	69.92%	45.89%	12,374.84	66.50%	31.31%
ODM	4,610.10	19.44%	33.24%	3,846.95	20.67%	25.31%
其他	2,524.02	10.64%	28.19%	2,386.31	12.82%	24.60%
合计	23,717.45	100.00%	41.55%	18,608.10	100.00%	29.21%

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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	2021 年 1-6 月			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	销售占比变动的影响	毛利率变动的影响	合计
品牌授权	**0.07%**	**-6.69%**	**-6.62%**	**3.35%**	**4.49%**	**7.83%**	1.07%	10.19%	11.26%
ODM	**-0.52%**	**-0.83%**	**-1.34%**	**-1.31%**	**0.60%**	**-0.71%**	-0.31%	1.54%	1.23%
其他	**0.25%**	**-1.02%**	**-0.76%**	**-0.95%**	**-0.58%**	**-1.53%**	-0.54%	0.38%	-0.15%
合计	**-0.19%**	**-8.54%**	**-8.72%**	**1.09%**	**4.50%**	**5.59%**	0.22%	12.11%	12.34%

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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**7.83** 个百分点。**2021 年 1-6 月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 6.62 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	2021 年 1-6 月			2020 年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
出口模式	**27,143.02**	**85.36%**	**33.76%**	**31,888.57**	**75.78%**	**40.37%**
网络模式	**3,122.10**	**9.82%**	**67.33%**	**9,032.27**	**21.46%**	**69.67%**
线下模式	**1,534.23**	**4.82%**	**61.86%**	**1,161.90**	**2.76%**	**57.96%**
合计	**31,799.35**	**100.00%**	**38.42%**	**42,082.74**	**100.00%**	**47.14%**
项目	2019 年度			2018 年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
出口模式	18,089.88	76.27%	35.80%	16,076.81	86.40%	27.00%
网络模式	4,203.32	17.72%	65.52%	1,368.78	7.36%	51.24%
线下模式	1,424.26	6.01%	43.78%	1,162.51	6.25%	33.83%
合计	23,717.45	100.00%	41.55%	18,608.10	100.00%	29.21%

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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%、**21.46%及 9.82%**，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	2021 年 1-6 月			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	销售占比变动的影响	毛利率变动的影响	合计
出口模式	3.87%	-5.64%	-1.77%	-0.18%	3.46%	3.28%	-2.73%	6.71%	3.98%
网络模式	-8.11%	-0.23%	-8.34%	2.45%	0.89%	3.34%	5.31%	2.53%	7.84%
线下模式	1.19%	0.19%	1.38%	-1.42%	0.39%	-1.03%	-0.08%	0.60%	0.52%
合计	-3.05%	-5.68%	-8.72%	0.85%	4.74%	5.59%	2.50%	9.84%	12.34%

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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	2021 年 1-6 月			2020 年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
FOB/FCA	23,779.08	74.78%	31.61%	25,387.13	60.33%	36.36%
DDP	3,199.37	10.06%	50.37%	6,319.76	15.02%	56.43%
其他	4,820.90	15.16%	64.04%	10,375.85	24.66%	67.87%
合计	31,799.35	100.00%	38.42%	42,082.74	100.00%	47.14%
项目	2019 年度			2018 年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
FOB/FCA	15,823.70	66.72%	33.90%	15,762.67	84.71%	26.61%
DDP	2,255.07	9.51%	49.16%	314.14	1.69%	46.62%
其他	5,638.69	23.77%	59.96%	2,531.29	13.60%	43.24%
合计	23,717.45	100.00%	41.55%	18,608.10	100.00%	29.21%

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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	2021 年 1-6 月			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	销售占比变动的影响	毛利率变动的影响	合计

FOB/FCA	**5.25%**	**-3.55%**	**1.70%**	**-2.17%**	**1.48%**	**-0.68%**	-4.79%	4.86%	0.08%
DDP	**-2.80%**	**-0.61%**	**-3.41%**	**2.71%**	**1.09%**	**3.80%**	3.65%	0.24%	3.89%
其他	**-6.45%**	**-0.58%**	**-7.02%**	**0.53%**	**1.95%**	**2.48%**	4.40%	3.97%	8.37%
合计	**-3.99%**	**-4.73%**	**-8.72%**	**1.07%**	**4.52%**	**5.59%**	3.26%	9.08%	12.34%

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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。”

（三）不同产品毛利率差异的原因和合理性

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

“③不同产品毛利率差异的原因和合理性

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
小型空压机单位售价（元/台）	**571.65**	**553.81**	526.14	442.83
小型空压机单位成本（元/台）	**441.86**	390.52	374.69	351.30
小型空压机毛利率	**22.70%**	**29.48%**	28.78%	20.67%
干湿两用吸尘器单位售价（元/台）	**219.54**	**290.25**	221.36	164.84
干湿两用吸尘器单位成本（元/台）	**135.20**	153.42	129.39	116.68
干湿两用吸尘器毛利率	**38.42%**	**47.14%**	41.55%	29.21%

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的单位成本及毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
小型空压机	直接材料	**65.03%**	60.00%	60.87%	68.40%
	直接人工	**6.74%**	5.88%	5.47%	5.37%
	制造费用	**4.41%**	3.63%	4.53%	5.33%
	加工费	**1.12%**	1.01%	0.35%	0.23%
干湿两用吸尘器	直接材料	**54.64%**	47.89%	52.09%	62.57%
	直接人工	**3.89%**	3.02%	3.17%	4.01%
	制造费用	**2.66%**	1.92%	2.89%	4.05%
	加工费	**0.40%**	0.03%	0.30%	0.15%

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的成本比例已剔除运输费及关税的影响。

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。”

（四）不同品名及规格的产品毛利率差异的原因和合理性

（1）小型空压机

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

“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%

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 2019-5 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 加仑	中端（ODM）	FOB/FCA	28.63%	12.74%
2020-2	CE1705L/26 加仑	高端（ODM）	FOB/FCA	34.21%	12.69%
2020-3	CE0920S/4.5 加仑	中端（ODM）	FOB/FCA	28.46%	9.14%
2020-4	CE1704W/8 加仑	高端（ODM）	FOB/FCA	30.60%	9.12%
2020-5	CE1708L/20 加仑	中端（ODM）	FOB/FCA	37.21%	8.16%
2020-6	CE1706S/4.3 加仑	高端（ODM）	FOB/FCA	32.88%	5.74%
2020-7	CE0510W/8 加仑	高端（ODM）	FOB/FCA	28.22%	5.36%
2020-8	CD0924W/3 加仑	低端（ODM）	FOB/FCA	20.17%	4.01%
合计					66.97%

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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。

2021 年 1-6 月，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	占小型空压机收入比例
2021-1	CE1705L/26 加仑	高端(ODM)	FOB/FCA	24.38%	21.42%
2021-2	CE1704W/8 加仑	高端(ODM)	FOB/FCA	20.88%	9.98%
2021-3	CE1708L/20 加仑	中端(ODM)	FOB/FCA	25.62%	7.38%
2021-4	CE0505W/8 加仑	中端（ODM）	FOB/FCA	14.62%	5.26%
2021-5	CD0924W/3 加仑	低端（ODM）	FOB/FCA	5.19%	5.12%
2021-6	CE1706S/4.3 加仑	高端(ODM)	FOB/FCA	26.19%	4.41%
2021-7	CE0510W/8 加仑	高端(ODM)	FOB/FCA	16.57%	3.92%
2021-8	CE1703W/2 加仑	高端(ODM)	FOB/FCA	18.80%	3.88%
合计					61.36%

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2021 年 1-6 月的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

（2）干湿两用吸尘器

不同品名及规格产品的毛利率差异主要与容量大小、品牌定位、贸易方式、销售模式相关。

2018 年度，品牌相同、规格不同的干湿两用吸尘器毛利率比较情况如下：

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%
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，品牌相同、规格不同的干湿两用吸尘器毛利率比较情况如下：

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%

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
2020-1	VC3601/10 加仑	高端（品牌授权）	DDP	59.01%	13.76%
2020-2	VC2901/9 加仑	高端（品牌授权）	FOB/FCA	28.84%	7.73%
2020-3	VC2102/6 加仑	高端（ODM）	FOB/FCA	32.54%	4.35%
2020-4	VC4401/14 加仑	高端（ODM）	FOB/FCA	42.97%	4.33%
2020-5	VC3601/10 加仑	高端（品牌授权）	FOB/FCA	46.79%	3.69%
2020-6	VC3201/4 加仑	高端（品牌授权）	FOB/FCA	49.07%	2.83%
合计					36.69%

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

贸易方式方面，一般来说，DDP 模式的毛利率高于 FOB/FCA,如 2020-1 与 2020-5。

2021 年 1-6 月，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
2021-1	VC2901/9 加仑	高端(品牌授权)	FOB	29.43%	10.66%
2021-2	VC1019/5 加仑	中端(品牌授权)	FOB	29.24%	6.99%
2021-3	VC0807/3 加仑	中端(品牌授权)	FOB	28.34%	6.64%
2021-4	VC3601/10 加仑	高端(品牌授权)	DDP/FOB	43.53%	6.45%
2021-5	VC3502/14 加仑	高端(品牌授权)	FOB	37.38%	5.74%
2021-6	VC2003/3 加仑	高端(OBM)	FOB/美国当地	3.77%	5.70%
2021-7	VC3201/4 加仑	高端(品牌授权)	FOB	46.95%	3.73%
2021-8	VC2903/16 加仑	高端(品牌授权)	FOB	47.45%	2.82%
合计					48.73%

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2021 年 1-6 月的毛利率已剔除运输费及关税的影响。”

（五）不同品牌（低端、中端和高端）的产品毛利率差异的原因和合理性

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

“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	2021 年 1-6 月		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（%）	收入占比（%）	毛利率（%）
高端	**51.52**	**24.28**	**38.37**	**33.28**	33.12	29.11	35.95	21.00
中端	**41.07**	**22.87**	**55.87**	**27.36**	60.19	28.69	58.02	20.76
低端	**7.40**	**10.80**	**5.76**	**24.74**	6.69	27.98	6.03	17.79
合计/综合	**100.00**	**22.70**	**100.00**	**29.48**	100.00	28.78	100.00	20.67

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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	2021 年 1-6 月		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（%）	收入占比（%）	毛利率（%）
高端	**65.50**	**37.17**	**75.67**	**46.13**	38.91	50.03	17.10	36.54
中端	**34.32**	**40.87**	**24.15**	**50.51**	51.76	37.46	70.46	28.20
低端	**0.17**	**22.15**	**0.19**	**18.92**	9.33	28.84	12.44	24.87
合计/综合	**100.00**	**38.42**	**100.00**	**47.14**	100.00	41.55	100.00	29.21

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
中端吸尘器金额	**10,913.95**	**10,162.38**	12,276.85	13,110.84
中端吸尘器网络销售金额	**947.83**	3,672.97	1,024.64	607.78
中端吸尘器网络销售占比	**8.68%**	**36.14%**	8.35%	4.64%
高端吸尘器金额	**20,829.97**	**31,842.15**	9,228.23	3,181.77
高端吸尘器网络销售金额	**2,174.27**	5,359.30	3,084.07	556.40
高端吸尘器网络销售占比	**10.44%**	**16.83%**	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。”

三、结合其他业务的具体构成，补充披露其他业务毛利率水平较高的原因和合理性，是否符合行业惯例；

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“8、其他业务收入分析”中补充披露如下：

“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	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	成本	收入	成本	收入	成本	收入	成本
租金	**317.47**	**40.72**	1,012.15	139.00	910.83	147.58	896.48	134.83
边角废料	**151.06**	**-**	278.42	-	226.32	-	225.99	-
口罩	**168.21**	**23.85**	2,596.85	1,542.85	-	-	-	-
合计	**636.74**	**64.57**	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

”

四、补充披露发行人 2019 年内销毛利率为负的原因和合理性；

2017-2019 年及 2020 年 1-3 月，公司内销业务毛利率分别为 11.46%、21.28%、18.80%及-16.45%。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 1-3 月，公司内销毛利率为-16.45%，主要原因为 2019 年公司向三恩智能科技（徐州）有限公司销售智能护理机器人，由于公司产品未能符合对方部分新增要求，2020 年 1-3 月对部分产品进行了收回维修，所领用材料及人工费用等结转当期销售成本，这一事项导致公司 2020 年 1-3 月内销毛利率为负。

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

“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。”

五、量化分析并披露 DDP 模式下毛利率显著高于 FOB/FCA 和其他模式的原因和合理性，不同模式下净利率水平及差异；剔除运保费及清关费用的影响，2018 年 DDP 模式下的毛利率为 13.70%，显著低于别的年度毛利率水平的原因和合理性；

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

“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	2021 年 1 月至今	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	**25%**	0%	25%	10%	0%
干湿两用吸尘器关税税率	**25%**	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	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	FOB/FCA	DDP	FOB/FCA	DDP	FOB/FCA	DDP	FOB/FCA	DDP
毛利率	**28.15**	**48.86**	**31.36**	**49.57**	28.84	48.05	22.15	30.34
海运费、关税及清关杂费比例	**-**	**33.49**	-	**21.41**	-	23.36	-	18.07
剔除上述因素影响之后的毛利率	**28.15**	**15.36**	**31.36**	**28.16**	28.84	24.69	22.15	12.27

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的毛利率已剔除运输费及关税的影响。

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	2021 年 1-6 月		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	收入占比	净利率
FOB/FCA	**79.36**	**13.47**	75.28	**12.96**	76.76	11.07	89.31	7.03
DDP	**9.27**	**4.48**	9.96	**10.63**	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**先增后降**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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
DDP 模式收入	**6,278.48**	**9,487.83**	5,613.67	2,522.81
其中品牌授权模式收入	**3,269.96**	**6,443.42**	2,309.23	318.12
其中 Dewalt 品牌收入	**1,103.98**	**5,669.89**	1,799.63	8.16
Dewalt 品牌销售占比	**17.58%**	**59.76%**	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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
各期平均汇率	**6.4682**	6.8941	6.8985	6.6174
较上一年变动情况	**-6.18%**	-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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当年采购总金额	**43,385.26**	56,622.62	33,982.60	41,308.64
按上年采购单价折算采购总额	**40,522.86**	58,192.22	34,786.73	41,494.57
采购指数	**107.06%**	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。”

六、量化分析并披露网络销售模式下毛利率显著高于出口销售模式和线下销售模式的原因和合理性，不同模式下净利率水平及差异。

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

“（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	2021 年 1-6 月			2020 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
毛利率	69.12	30.40	55.52	70.11	33.59	52.29
平台交易费	17.77	/	/	26.64	/	/
海运费、关税及清关杂费比例	28.01	5.80	23.06	14.77	3.56	20.02
研发费用	1.90	1.75	11.29	2.41	1.74	21.60
剔除上述因素影响之后的毛利率	21.44	22.85	21.17	26.29	28.29	10.67
项目	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
毛利率	65.86	31.03	43.77	53.88	22.62	36.31
平台交易费	30.51	/	/	19.48	/	/
海运费、关税及清关杂费比例	18.90	2.53	18.91	12.45	0.78	15.35
研发费用	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	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	2021 年 1-6 月	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	收入占比	净利率
出口销售	**89.61**	**12.51**	**86.09**	**12.83**	86.59	10.69	93.86	6.61
网络销售	**7.01**	**0.17**	**11.74**	**14.90**	8.83	-2.82	2.73	3.66
线下销售	**3.38**	**0.12**	**2.17**	**-2.89**	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**先升后降**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，**2021 年 1-6 月，由于网络销售模式下需承担的海运费及关税增加，导致净利率大幅下滑**。

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。”

七、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人会计师：

1、访谈发行人管理层及相关业务部门负责人，了解发行人成本核算方法、核算流程、销售模式及各主要产品销售占比等信息；

2、访谈发行人财务负责人及销售部门负责人，了解发行人业务变化趋势及不同销售模式的销售策略，核查发行人业务收入不同模式下占比及毛利率差异的合理性；

3、查阅发行人的销售收入明细表、原材料采购明细表、生产成本计算单、

产品成本构成明细表等，分析主营业务毛利率及主要产品毛利率报告期内变动原因及合理性；

4、结合报告期内具体销售品牌、型号、主要客户、定价和成本的变化，同行业同类产品价格变化，量化分析毛利率波动的原因和合理性；

5、结合主要原材料采购价格变动，分析报告期内主要产品毛利率变动原因及合理性；

6、结合产品单位成本变动，分析报告期内主要产品毛利率变动原因及合理性；

7、结合同行业可比上市公司数据，分析主营业务毛利率、主要产品毛利率在报告期内的变动原因及合理性。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人会计师认为：

1、发行人毛利率及毛利率变动趋势与同行业可比上市公司存在差异，主要系客户结构、产品特性、平均售价、成本结构、人工成本、生产工艺等因素不同所导致，与同行业可比上市公司的差异符合业务实际情况，具有合理性；

2、其他业务收入主要由租金、废料及口罩收入构成，由于公司处于江浙沪一体化先行示范区，因此租金毛利率相对较高；废料由于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，因此毛利率较高；口罩业务由于对外出口且在国外属于相对紧俏物资，因此毛利率水平相对较高；公司其他业务毛利率较高，符合公司实际情况；

3、发行人 2020 年 1-3 月内销毛利率为负，主要系产品退回维修所致，不存在重大异常；

4、DDP 模式下毛利率显著高于 FOB/FCA 和其他模式主要系 DDP 模式下公司需要承担海运费、关税及清关杂费，因此毛利率相对较高；2018 年 DDP 剔除运保费及清关费用的影响后的毛利率相对较低，不同贸易方式间毛利率差异符合公司实际情况；

5、网络销售模式下毛利率显著高于出口销售模式和线下销售模式，主要系公司还需承担平台交易费、仓储费用所致，不同销售模式间的毛利率差异不存在重大异常情况。

20. 关于存货

招股说明书披露，发行人存货账面价值分别为 7,212.08 万元、7,649.95 万元、7,602.27 万元及 5,660.02 万元，主要由库存商品、在产品和原材料构成。2020 年 3 月末已计提存货跌价准备 566.31 万元。

请发行人：

（1）补充披露各期末存货中有具体订单支持的金额及比例，并对其在报告期内的变动情况进行分析；

（2）按照不同产品类型补充披露各类存货的库龄在一年以上的情况，计提存货跌价准备的具体方式，并结合行业发展情况、竞争情况、以及同行业可比公司的存货跌价准备计提比例等，说明存货跌价准备计提是否充分；

（3）补充披露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；说明原材料、在产品和库存商品占比较高是否符合行业惯例。

请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见，并说明发行人的存货盘点制度、报告期内的盘点情况（国内仓库、海外仓库），包括但不限于存货的盘点时间、范围、对非在库存货的盘点方式、盘点结果及中介机构的监盘情况，发出商品的核查方法、范围、过程、结论，以及是否执行替代性程序等，并对存货计价方法进行补充核查，说明是否符合相关规定。

回复：

一、补充披露各期末存货中有具体订单支持的金额及比例，并对其在报告期内的变动情况进行分析

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）流动资产分析”之“5、存货”中补充披露如下：

“（3）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 **2021 年 6 月 30 日**，发行人存货中原材料占存货余额的比例为 **24.86%**。

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	**2021 年 6 月末**	2020 年末	2019 年末	2018 年末

期末余额	**15,116.84**	**10,590.04**	5,995.52	6,185.04
本期期末在手订单金额	**10,486.08**	**7,702.24**	3,965.84	4,188.17
订单比率	**69.37%**	**72.73%**	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	2021 年 6 月末	2020 年末	2019 年末	2018 年末
期末余额	**2,938.79**	1,994.99	1,307.62	1,575.63
本期期末在手订单金额	**1,419.64**	1,569.73	1,039.47	1,453.17
订单比率	**48.31%**	78.68%	79.49%	92.23%

库存商品

单位：万元

项目	2021 年 6 月末	2020 年末	2019 年末	2018 年末
期末余额	**8,152.66**	**5,984.62**	3,972.23	3,930.36
本期期末在手订单金额	**5,041.05**	**3,522.08**	2,210.70	2,055.95
订单比率	**61.83%**	**58.85%**	55.65%	52.31%

发出商品

单位：万元

项目	2021 年 6 月末	2020 年末	2019 年末	2018 年末
期末余额	**4,025.39**	**2,610.43**	715.67	679.05
本期期末在手订单金额	**4,025.39**	**2,610.43**	715.67	679.05
订单比率	**100.00%**	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。”

二、按照不同产品类型补充披露各类存货的库龄在一年以上的情况，计提存货跌价准备的具体方式，并结合行业发展情况、竞争情况、以及同行业可比公

司的存货跌价准备计提比例等，说明存货跌价准备计提是否充分；

（一）按照不同产品类型补充披露各类存货的库龄在一年以上的情况，计提存货跌价准备的具体方式

1、按照不同产品类型补充披露各类存货的库龄在一年以上的情况

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）流动资产分析”之“5、存货”中补充披露如下：

“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
2021.6.30	原材料	包材图档	18.99	0.09%
		电机及组合件	12.39	0.06%
		电气件	38.98	0.19%
		钢材类	1.92	0.01%
		金属件	8.83	0.04%
		塑料件类	17.43	0.10%
		其他	21.14	0.09%
		小计	119.68	0.59%
	周转材料		0.01	0.00%
	在产品	干湿两用吸尘器	5.80	0.03%
		小型空压机	22.21	0.11%
		配件及其他	13.67	0.07%
		小计	41.68	0.21%
	库存商品	干湿两用吸尘器	222.69	1.10%
		小型空压机	284.86	1.41%
		配件及其他	256.76	1.27%
		小计	764.31	3.78%
	合计		925.68	4.58%
2020.12.31	原材料	包材图档	20.95	0.14%
		电机及组合件	6.07	0.04%
		电气件	26.42	0.18%
		钢材类	6.77	0.05%
		金属件	7.60	0.05%
		塑料件类	17.25	0.12%
		其他	19.22	0.13%
		小计	104.28	0.71%
	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	**0.09%**
		小计	17.99	**0.12%**
	库存商品	干湿两用吸尘器	108.57	**0.74%**
		小型空压机	171.40	**1.16%**
		配件及其他	214.53	**1.46%**
		小计	494.50	**3.36%**
	合计		616.77	**4.19%**
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。

报告期内，公司一年以上存货结转情况如下所示：

单位：万元

项目	2021 年 6 月末	2020 年末	2019 年末	2018 年末
原材料				
账面余额	**119.69**	104.28	87.81	48.49
期后结转金额	**23.65**	**31.78**	63.77	31.17
期后结转率	**19.76%**	**30.48%**	72.62%	64.28%
周转材料				
账面余额	**0.01**	0.01	0.31	/
期后结转金额	**0.00**	0.00	0.31	/
期后结转率	**0.00%**	0.00%	100.00%	/
在产品				
账面余额	**41.68**	17.99	32.64	10.91
期后结转金额	**6.71**	**3.73**	22.57	3.39
期后结转率	**16.11%**	**20.76%**	69.15%	31.07%
库存商品				
账面余额	**764.31**	494.50	541.85	512.58
期后结转金额	**161.64**	**111.21**	380.44	297.48
期后结转率	**21.15%**	**22.49%**	70.21%	58.04%

报告期各期末，公司一年以上的存货主要为库存商品，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，并严格执行该政策。”

2、计提存货跌价准备的具体方式

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）流动资产分析”之“5、存货”中补充披露如下：

“③计提存货跌价准备的具体方式

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。”

（二）结合行业发展情况、竞争情况、以及同行业可比公司的存货跌价准备计提比例等，说明存货跌价准备计提是否充分

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）流动资产分析”之“5、存货”中补充披露如下：

“④存货跌价准备计提的充分性

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	2021.06.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
存货余额	**20,213.55**	**14,721.07**	8,062.33	8,040.44
存货跌价准备	**640.39**	428.63	460.06	390.48
计提比例	**3.17%**	**2.91%**	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	2021.06.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31

莱克电气	**8.26%**	9.70%	14.36%	10.40%
科沃斯	**3.95%**	7.06%	5.77%	4.27%
巨星科技	**1.66%**	2.28%	3.19%	1.94%
行业平均	**4.62%**	6.35%	7.77%	5.54%
欧圣电气	**3.17%**	**2.91%**	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。”

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。

三、补充披露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；说明原材料、在产品和库存商品占比较高是否符合行业惯例。

（一）补充披露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

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）流动资产分析”之“5、存货”中补充披露如下：

“（4）存货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	**2021 年 1-6 月**	2020 年度	2019 年度	2018 年度
存货周转天数	**63.31**	**63.96**	75.20	60.33
其中：原材料周转天数	**16.46**	**17.13**	18.10	11.33

在产品周转天数	**8.94**	**9.27**	13.46	13.84
库存商品及发出商品周转天数	**37.65**	**37.29**	43.42	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）；

2021 年 1-6 月数据已做年化处理。

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 **65.70** 天，其中：原材料周转天数平均为 **15.75** 天，在产品周转天数平均为 **11.38** 天，库存商品及发出商品周转天数平均为 **37.52** 天，与实际原材料采购周期、生产周期、运输周期匹配。”

（二）说明原材料、在产品和库存商品占比较高是否符合行业惯例

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）流动资产分析”之“5、存货”中补充披露如下：

“报告期内，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	2021 年 6 月末	2020 年末	2019 年末	2018 年末
603355.SH	莱克电气	**78.40%**	72.63%	81.87%	81.12%
603486.SH	科沃斯	**92.35%**	93.55%	91.11%	92.08%
002444.SZ	巨星科技	**99.40%**	99.43%	99.63%	99.42%
00669.HK	创科实业	未披露	未披露	未披露	未披露
平均		**90.05%**	88.54%	90.87%	90.87%
欧圣电气		**79.73%**	**81.76%**	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**及 2021 年 6 月末**，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 年及 **2021 年 1-6 月**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。”

四、说明发行人的存货盘点制度、报告期内的盘点情况（国内仓库、海外仓库），包括但不限于存货的盘点时间、范围、对非在库存货的盘点方式、盘点结果及中介机构的监盘情况，发出商品的核查方法、范围、过程、结论，以及是否执行替代性程序等，并对存货计价方法进行补充核查，说明是否符合相关规定

（一）发行人的存货盘点制度

公司已制定了《存货盘点管理制度》，对存货盘点做了如下规定：公司存货盘点实施月末盘点与年终盘点并行制度。其中，月末盘点由存货管理部门在每月末自行对其管辖的存货资产进行盘点。年终盘点由财务部会同生产部于年终时，实施全面总盘点。各仓库及车间分别编制盘点计划，汇总至财务部审核，盘点计划中明确了盘点目的、盘点范围、盘点方法、盘点人员、时间安排、盘点要求等事项。相关人员做好盘点前的准备工作，盘点时存货分类排放整齐，控制存货转移，对现场存货进行盘点。盘点结束后，财务部会同各存货保管部门编制《盘点汇总表》并报经审批，盘点差异按原因进行账务处理。

（二）报告期内的盘点情况（国内仓库、海外仓库），包括但不限于存货的盘点时间、范围、对非在库存货的盘点方式、盘点结果及中介机构的监盘情况

保荐机构和发行人会计师首次接受委托时未能对 2018 年末的存货进行监盘，保荐机构和发行人会计师对 2018 年末存货盘点记录和文件进行复核，并对 2018 年度存货交易记录进行了检查和分析。2019 年末、2020 年末**及 2021 年 6 月末**保荐机构和发行人会计师对公司存货执行了监盘程序。保荐机构和发行人会计师监盘及公司自盘情况如下所示：

单位：万元

截止日	**2021.06.30**	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
盘点时间	**2021 年 6 月 30 日**	2021 年 1 月 10 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
盘点范围	**原材料、在产品、库存商品**	原材料、在产品、库存商品	原材料、在产品、库存商品	原材料、在产品、库存商品

盘点地点	**苏州仓库、美国仓库**	苏州仓库、美国仓库	苏州仓库、美国仓库	苏州仓库、美国仓库
盘点人员及数量	**财务人员及仓库管理人员（21）**	财务人员及仓库管理人员（21）	财务人员及仓库管理人员（21）	财务人员及仓库管理人员（20）
中介机构监盘人员及数量	**保荐机构、发行人会计师（9）**	保荐机构、发行人会计师（8）	保荐机构、发行人会计师（5）	注
国内仓库监盘方式	**现场监盘**	现场监盘	现场监盘	注
国外仓库监盘方式	**视频监盘**	视频监盘	视频监盘	注
对存放于第三方的盘点方式	**发函确认、系统数据查询**	发函确认、系统数据查询	发函确认、系统数据查询	无
盘点比例	**80.09%**	**82.27%**	88.73%	90.52%
盘点结果	仓库账与实物数量相符、仓库账与财务账载核对基本一致，差异金额较小。			

注：2018 年末因各中介机构尚未开展 IPO 尽职调查工作，因此 2018 年末的存货未能实施现场监盘。

2019 年末、2020 年末**及 2021 年 6 月末**，保荐机构及发行人会计师对存放于苏州本部及境内子公司的存货进行了现场监盘。受新冠疫情影响，保荐机构及发行人会计师未能对存放于欧圣美国的存货进行实地监盘，但通过视频监盘、函证第三方仓库服务商等方式对存放于欧圣美国的存货进行核实。

报告期内，公司非在库存货为已发货尚未确认收入的存货、母子公司之间的在途物资、委托加工物资，针对上述非在库存货，保荐机构及发行人会计师已通过检查苏州本部的销售出库记录、中国海关报关出口记录、期后子公司入库记录、期后收入确认记录、函证第三方等替代性程序予以验证。

（三）发出商品的核查方法、范围、过程、结论，以及是否执行替代性程序

报告期内发行人发出商品主要包含 DDP 模式下尚未送达客户指定地点的存货以及 FOB/FCA 模式下尚未完成出口报关的存货。由于报告期各期末发出商品均为在途产品，因此未能对发出商品执行监盘程序，保荐机构及发行人会计师向客户发送了询证函。由于客户性质的特殊性，所发函客户并未回函，针对上述情况，保荐机构及发行人会计师主要通过以下替代性程序进行核查：

1、检查发出商品对应的销售合同、发货出库单、发票等原始单据及期后销售情况，期末发出商品期后均实现销售。

2、检查期后报关单、海运提单及销售收入确认情况，确认是否存在收入跨期确认情况。各期检查比例如下：

单位：万元

项目	**2021 年 6 月末**	2020 年末	2019 年末	2018 年末

发出商品余额	**4,025.39**	**2,610.43**	715.67	679.05
检查金额	**4,025.39**	**2,610.43**	715.67	679.05
检查比例	**100.00%**	100.00%	100.00%	100.00%

经核查，保荐机构、发行人会计师认为：

报告期各期末发行人发出商品与对应销售合同、发货单、报关单及发票信息相匹配，无收入跨期确认情况。发行人期末发出商品真实、准确，会计处理正确。

（四）对存货计价方法进行补充核查，说明是否符合相关规定

保荐机构及发行人会计师针对公司存货计价方式执行以下核查程序：

1、了解、评价并测试公司存货跌价准备计提的内部控制，了解存货减值的相关会计政策，复核计提存货跌价准备的依据、方法是否与以前年度保持一贯性；

2、获取并审阅公司存货收发存明细表，与账面核对，并查阅存货期后销售结转情况，检查是否存在库龄较长的存货，以及存货跌价准备是否充分计提；

3、取得报告期各期末在手订单明细清单，并查看期后实际执行情况，计算各期末在手订单对自制半成品、在产品、库存商品、发出商品等存货的支持率，分析各期末存货金额的合理性；

4、取得报告期各期末库存明细表，分析存货类别中各类型存货比例及合理性；

5、分别选取公司原材料，库存商品进销存全年发生额较大的前 20-30 项，进行计价测试，以本月全部进货成本加上月初存货成本之和除以当月全部进货数量加上月初存货数量之和，计算出存货的加权平均单位成本；

6、计算出本月发出存货的成本和期末存货成本，以此方法测算样本全年的计价金额。

保荐机构及发行人会计师核查认为，公司对存货计价方法核算符合企业会计准则的规定。

五、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人会计师：

1、了解与存货相关的内部控制，评价内部控制的设计，确定其是否得到有效执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

2、获取各类存货和与之对应的订单，复核公司各类存货和订单的匹配情况；

3、访谈公司财务负责人，了解存货跌价准备的计提政策并查阅公司存货库龄信息；

4、获取公司存货跌价准备计提明细表进行复核，并对存货跌价准备的金额进行重新计算；

5、查阅同行业上市公司年报，将公司的存货跌价准备计提情况及存货周转情况与同行业上市公司进行对比，分析差异原因及其合理性；

6、获取并查阅公司盘点计划、盘点报告及盘点表，检查是否按照存货盘点相关内部控制制度执行盘点程序；

7、对发行人的存货执行监盘程序，将盘点结果与账面记录核对，确认存货是否账实相符；

8、结合存货监盘，检查存货盘点制度的建立和报告期实际执行情况，分析存在减值迹象的存货分析其跌价准备计提的充分性；

9、检查发出商品对应项目的销售合同、发货出库单、发票、报关单及海运提单等原始单据及发出商品期后销售情况；

10、对存货计价方法进行复核。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人会计师认为：

1、公司各期末存货中有具体订单支持比例整体较高，符合公司业务模式及经营特点。2019 年起公司拓展欧圣美国的当地销售业务及护理机器人业务，此部分产品在生产时暂无订单匹配，因此订单覆盖率有所下降具有合理性；

2、报告期内公司计提存货跌价准备的具体方式根据存货库龄，同行业可比上市公司亦采用同种计提方式；存货跌价准备计提充分，符合公司实际经营情况；

3、存货周转天数与原材料采购周期、生产周期、运输周期相匹配；

4、公司主要采用“订单生产”原则，符合公司的业务模式和经营特点；

5、公司制定并执行了较为合理的盘存制度和盘存计划，与存货盘点相关内部控制得到有效执行，盘点结果无较大差异；

6、公司期末发出商品的核算真实、准确，会计处理符合企业会计准则的规定；

7、公司存货计价真实、准确。

21. 关于应收账款、第三方回款

招股说明书披露，发行人应收账款账面价值分别为 9,097.55 万元、9,837.85 万元、8,069.41 万元和 9,044.98 万元，一年以内应收账款占比超过 99%。公司第三方回款以供应链融资为主，占当期营业收入比例分别为 23.15%、40.69%、32.48%和 19.88%。

请发行人：

（1）结合主要客户的信用政策，补充披露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，应收账款金额与信用政策的匹配性；

（2）补充披露逾期应收账款的金额、占比，形成的具体原因、款项性质、对应的产品种类及后续款项支付情况；

（3）补充披露报告期内坏账计提是否充分，执行新金融工具准则采用预期信用损失模型对应收账款计提坏账准备的具体方法，分析披露新金融工具准则下确认的预期损失率与原准则下的坏账计提比例的差异情况并分析原因，使用预期信用损失模型计提的信用损失金额是否充分，与同行业可比公司是否存在差异；

（4）客户应付款项与第三方回款的币种是否存在不一致的情况：如果存在不一致的情况，是否符合外汇管理的相关规定；采用供应链金融回款方式是否是发行人客户的要求，回款行账户是否属于发行人客户的账户，发行人对支付的贴现利息的金额及会计处理，第三方回款占比高是否符合行业惯例。

请保荐人、申报会计师说明各期末的发函比例、回函比例、回函金额占期末应收账款余额的比例、函证是否存在差异及处理意见；说明各期末应收账款的金额至反馈意见回复日的回款金额及比例；并对上述问题发表明确意见；并请保荐人、申报会计师、发行人律师根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定发表明确意见，列示付款方与合同约定方的相关关系，主要第三方回款人是否与发行人控股股东、实际控制人及董监高、发行人职工存在关联关系，是否存在其他利益安排。

回复：

一、结合主要客户的信用政策，补充披露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，应收账款金额与信用政策的匹配性

（一）补充披露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

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）流动资产分析”之“2、应收账款**及应收款项融资**”中补充披露如下：

“②不同销售模式下应收账款、**应收款项融资**情况

公司报告期内不同销售模式下客户应收账款、**应收款项融资**余额如下：

单位：万元

项目	2021.06.30		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	账面余额	占比
ODM 模式	**7,149.89**	**40.39%**	6,488.03	40.55%	4,817.68	56.58%	5,700.31	54.93%
品牌授权	**7,436.59**	**42.01%**	7,603.32	47.52%	2,437.93	28.63%	3,793.31	36.55%
其他	**3,117.35**	**17.61%**	1,909.36	11.93%	1,259.56	14.79%	884.24	8.52%
合计	**17,703.83**	**100.00%**	16,000.71	100.00%	8,515.16	100.00%	10,377.87	100.00%

注：为保持同一口径，将应收账款及应收款项融资余额合并披露。

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	2021.06.30		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	余额	坏账准备
ODM 模式	1 年以内	**7,149.89**	**357.49**	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		**7,149.89**	**357.49**	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	**7,388.72**	**369.44**	7,583.75	379.19	2,414.91	120.75	3,771.36	188.57
	1-2 年	**28.49**	**2.85**	-	-	2.09	0.21	1.36	0.14
	2-3 年	**-**	**-**	-	-	-	-	-	-
	3 年以上	**19.38**	**19.38**	19.57	19.57	20.93	20.93	20.59	20.59
品牌授权模式小计		**7,436.59**	**391.67**	7,603.32	398.76	2,437.93	141.88	3,793.31	209.29
其他	1 年以内	**3,117.35**	**155.87**	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		**3,117.35**	**155.87**	1,909.36	95.47	1,259.56	62.98	884.24	45.71
合计		**17,703.83**	**905.03**	16,000.71	818.63	8,515.16	445.74	10,377.87	540.02

注：为保持同一口径，将应收账款及应收款项融资余额合并披露。”

（二）结合主要客户的信用政策，应收账款金额与信用政策的匹配性

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）流动资产分析”之“2、应收账款**及应收款项融资**”中补充披露如下：

“（3）主要应收账款**及应收款项融资**客户情况

报告期各期末，公司应收账款**及应收款项融资**余额前五名客户如下：

单位：万元，天

2021 年 6 月末						
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**	**3,198.85**	**18.07**	**159.94**	**见单后 60 天内付款 1%折扣**	**136.06**
2	**Walmart US**	**2,454.63**	**13.86**	**122.73**	**收货 90 天后付款**	**55.73**
3	**Costco US**	**2,080.92**	**11.75**	**104.05**	**货物收据后 10 天内付款 2%折扣**	**52.59**
4	**Costco Canada**	**1,743.30**	**9.85**	**106.55**	**货物收据后 10 天内付款 2%折扣**	**77.66**
5	**Menards**	**898.93**	**5.08**	**44.95**	**客户收到货后 30 天付款**	**152.08**
合计		**10,376.62**	**58.61**	**538.21**		
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 US	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	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		

注：为保持同一口径，将应收账款及应收款项融资余额合并披露。”

通过对应收账款前五大客户分析，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，总体上，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。

二、补充披露逾期应收账款的金额、占比，形成的具体原因、款项性质、对应的产品种类及后续款项支付情况

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）流动资产分析”之“2、应收账款**及应收款项融资**”中补充披露如下：

“（5）逾期应收账款、**应收款项融资**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、**应收款项融资**如下所示：

单位：万元/%

项目	**2021.06.30**	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应收账款、**应收款项融资**余额	**17,703.83**	16,000.71	8,515.16	10,377.87

未逾期余额	**15,118.68**	15,262.88	8,359.77	9,906.97
逾期余额	**2,585.15**	737.83	155.39	470.90
其中：逾期 1 年以内余额	**2,537.28**	715.66	132.37	449.96
逾期 1 年以上余额	**47.87**	22.17	23.02	20.94
逾期 1 年以上应收账款余额占比	**0.27**	0.14	0.27	0.20
逾期款项占比	**14.60**	4.61	1.82	4.54
逾期款项期后回款金额	**2,347.64**	**689.96**	**136.01**	**451.52**
逾期款项期后回款占比	**90.81**	**93.51**	**87.53**	**95.88**

注 1：期后回款数据统计至 2021 年 **10 月 31 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、**应收款项融资**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
2021 年 6 月末	**Costco Canada**	**443.58**	**客户付款延后**	**货款**	**424.20**	**19.38**
	Costco（美国）	**351.64**	**客户付款延后**	**货款**	**322.79**	**28.85**
	Harbor Freight Tools	**322.11**	**客户付款延后**	**货款**	**322.11**	**-**
	Menards	**240.04**	**客户付款延后**	**货款**	**240.04**	**-**
	Walmart	**182.21**	**客户付款延后**	**货款**	**182.21**	**-**
	合计	**1,539.59**			**1,491.35**	**48.23**
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	**27.62**	**21.89**
	H UJUETA SA	44.08	客户付款延后	货款	**11.32**	**32.76**
	Costco Canada	19.91	货款押金未收回	长期押金	-	19.91
	合计	579.81	-	-	**505.25**	**74.56**
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（美国）	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。”

三、补充披露报告期内坏账计提是否充分，执行新金融工具准则采用预期信用损失模型对应收账款计提坏账准备的具体方法，分析披露新金融工具准则下确认的预期损失率与原准则下的坏账计提比例的差异情况并分析原因，使用预期信用损失模型计提的信用损失金额是否充分，与同行业可比公司是否存在差异

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）流动资产分析”之“2、应收账款**及应收款项融资**”中补充披露如下：

“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**2021 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。”

四、客户应付款项与第三方回款的币种是否存在不一致的情况：如果存在不一致的情况，是否符合外汇管理的相关规定；采用供应链金融回款方式是否是发行人客户的要求，回款行账户是否属于发行人客户的账户，发行人对支付的贴现利息的金额及会计处理，第三方回款占比高是否符合行业惯例。

（一）客户应付款项与第三方回款的币种是否存在不一致的情况：如果存在

不一致的情况，是否符合外汇管理的相关规定

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）流动资产分析”之“2、应收账款**及应收款项融资**”中补充披露如下：

“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。”

（二）采用供应链金融回款方式是否是发行人客户的要求，回款行账户是否属于发行人客户的账户，发行人对支付的贴现利息的金额及会计处理，第三方回款占比高是否符合行业惯例

1、采用供应链金融回款方式是否是发行人客户的要求，回款行账户是否属于发行人客户的账户

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）流动资产分析”之“2、应收账款**及应收款项融资**”中补充披露如下：

“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。”

2、发行人对支付的贴现利息的金额及会计处理，第三方回款占比高是否符合行业惯例

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）流动资产分析”之“2、应收账款**及应收款项融资**”中补充披露如下：

“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、145.08万元**及167.74万元**。

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）

”

五、请保荐人、申报会计师说明各期末的发函比例、回函比例、回函金额占期末应收账款余额的比例、函证是否存在差异及处理意见；说明各期末应收账款的金额至反馈意见回复日的回款金额及比例；并对上述问题发表明确意见；并请保荐人、申报会计师、发行人律师根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定发表明确意见，列示付款方与合同约定方的相关关系，主要第三方回款人是否与发行人控股股东、实际控制人及董监高、发行人职工存在关联关系，是否存在其他利益安排。

（一）各期末的发函比例、回函比例、回函金额占期末应收账款余额的比例、函证是否存在差异及处理意见

报告期各期末保荐机构、发行人会计师对应收账款函证覆盖比例分别为93.14%、94.99%、90.77%**及 80.56%**。针对未回函部分，保荐机构、发行人会计师执行了替代测试。

报告期各期末，应收账款函证金额及覆盖比例具体如下：

单位：万元

项目	公式	**2021 年 6 月末**	2020 年末	2019 年末	2018 年末
应收账款	a	**17,703.83**	16,000.71	8,515.16	10,377.87
发函金额	b	**14,262.67**	14,524.37	8,088.85	9,666.16
发函金额比例	c=b/a	**80.56%**	90.77%	94.99%	93.14%
回函对应的发函金额	d	**4,536.46**	7,168.48	3,772.06	3,446.70
回函金额	e	**4,580.75**	7,212.78	3,718.14	3,505.34
回函金额差异	f=d-e	**-44.29**	-44.30	53.92	-58.64
回函调整金额	g	**-44.29**	-44.30	53.92	-58.64
回函确认金额	h=e+g	**4,536.46**	7,168.48	3,772.06	3,446.70
回函确认金额比例	i=h/a	**25.62%**	44.80%	44.30%	33.21%

报告期各期末，应收账款函证回函差异调节过程具体如下：

单位：万元

项目	账面金额	回函金额	回函差异	加：截至期末已验收客户未入账	减：截至期末未签收客户已入账	调节后余额	调节结论
2021 年 6 月末	**4,536.46**	**4,580.75**	**-44.29**	**-**	**-**	**4,536.46**	**核查一致**
2020 年末	7,168.48	7,212.78	-44.30		44.30	7,168.48	核查一致
2019 年末	1,203.24	1,149.32	53.92	53.92		1,203.24	核查一致
2018 年末	105.93	164.57	-58.64	-	58.64	105.93	核查一致

注：2018 年末、2019 年末、2020 年末**及 2021 年 6 月末**回函差异主要系客户回函金额以其收到企业询证函时点确认其对公司的应付账款余额，导致产生回函差异。

报告期各期末，公司应收账款部分函证存在回函不符的情况，主要原因系公司根据海关出口报关时间确认收入，而回函有差异的该部分客户确认采购依据为系统入账时间作为采购入账时点，因此公司各期末应收账款与客户各期末应付账款存在时间性差异。

（二）说明各期末应收账款的金额至反馈意见回复日的回款金额及比例

截至 2021 年 **10 月 31 日**，公司报告期各期末应收账款**及应收款项融资**的期后回款金额及比例如下：

单位：万元

项目	**2021 年 6 月末**	2020 年末	2019 年末	2018 年末
应收账款账面余额	**17,703.83**	16,000.71	8,515.16	10,377.87
截至 2021 年 **10** 月末回款金额	**16,652.10**	**15,864.05**	8,401.27	10,233.55
回款比例	**94.06%**	**99.15%**	98.66%	98.61%

2018 年末、2019 年末、**2020 年末**的应收账款**及应收款项融资**余额截至 2021

年10月末的回款比例均达到98%以上；**2021年6月末**的应收账款余额截至2021年10月末的回款比例为**94.06%**。公司整体期后回款情况良好，主要原因为公司主要客户为境外大型连锁超市，信用程度高、资金实力雄厚。

（三）请保荐人、申报会计师、发行人律师根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定发表明确意见

保荐机构、发行人会计师、发行人律师按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题26的要求，履行了以下核查程序：

序号	问题26具体要求	核查程序	核查结论
1	第三方回款的真实性，是否存在虚构交易或调节账龄情形	抽查大额第三款回款相关销售合同、发货单据、报关单据、提单、银行回款等，获取相关客户代付款确认依据及供应链融资协议，核实和确认第三方的真实性；邮件确认银行与客户之间关于第三方回款的情况	发行人第三方回款真实、对应销售交易真实，不存在虚构交易和调节账龄情形
2	第三方回款形成收入占营业收入的比例	统计报告期内第三方回款具体明细，分析第三方回款金额占营业收入的比例变动情况及其原因	报告期内，第三方回款金额及占营业收入的比例处于合理可控范围
3	第三方回款的原因、必要性及商业合理性	访谈了发行人财务负责人了解第三方回款的背景及原因	第三方回款是基于真实业务背景，具有商业合理性
4	发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方是否存在关联关系或其他利益安排	访谈了第三方回款的主要客户，核查了发行人实际控制人及主要亲属、董监高、核心技术人员银行流水，以及发行人及其子公司、主要法人关联方银行流水，核查是否与发行人客户及代付第三方存在资金往来，查阅了发行人实际控制人、5%以上股东、董事、监事、高级管理人员填列的调查表，并与第三方回款的支付方核对，核查是否存在关联关系等情形	报告期内，发行人及其实际控制人、董监高和其他关联方与其他第三方回款的支付方不存在关联关系和其他利益安排
5	境外销售涉及境外第三方的，其代付行为的商业合理性或合法合规性	访谈了提供供应链融资服务的银行，了解其代付行为的背景、商业合理性及合法合规性	第三方回款是基于真实业务背景，具有商业合理性，代付行为合法合规
6	报告期内是否存在因第三方回款导致的货款归属纠纷	通过邮件访谈主要银行及主要客户，确认是否存在相应货款归属纠纷	报告期内不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷
7	如签订合同时已明确约定由其他第三方代购买方付款，该	核查了代付约定，了解代付的商业合理性等	由其他第三方代付款的安排具有合理原因

	交易安排是否具有合理原因		
8	资金流、实物流与合同约定及商业实质是否一致	核查了代付款的凭证、银行流水、出库单、报关单、提单、合同等单据	资金流、实物流与合同约定及商业实质一致
9	保荐人及发行人会计师对实际付款人和合同签订方不一致情形的核查情况	抽样选取不一致业务的明细样本和银行对账单回款记录，追查至相关业务合同、业务执行记录及资金流水凭证，获取相关客户代付款确认依据	第三方回款所对应的营业收入真实

经核查，保荐机构、发行人会计师及发行人律师认为：

主要第三方回款人（包括客户的供应链融资服务提供者及客户的关联公司）与发行人控股股东、实际控制人及董监高、发行人职工不存在关联关系，不存在其他利益安排。报告期内，合同签约方和付款方存在不一致情形的原因合理，第三方回款不影响销售的真实性。

（四）列示付款方与合同约定方的相关关系，主要第三方回款人是否与发行人控股股东、实际控制人及董监高、发行人职工存在关联关系，是否存在其他利益安排

报告期内，公司第三方回款付款方与合同约定方如下所示：

单位：万美元

客户名称	回款方	相关关系	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
Lowe's	澳新银行	供应链融资服务提供者	-	-	2,089.70	1,912.77
Lowe's	花旗银行	供应链融资服务提供者	**4,899.82**	2,702.64	-	-
The Home Depot	汇丰银行	供应链融资服务提供者	**378.63**	2,604.55	735.83	1,941.23
Total-M CO.,LTD.	HARD WARE HOUSE CO.,LTD.	关联公司	-	0.03	-	-

经核查，保荐机构、发行人会计师及发行人律师认为：

主要第三方回款人（包括客户的供应链融资服务提供者及客户的关联公司）与发行人控股股东、实际控制人及董监高、发行人职工不存在关联关系，不存在其他利益安排。报告期内，合同签约方和付款方存在不一致情形的原因合理，第三方回款不影响销售的真实性。

六、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人会计师、发行人律师：

1、了解与应收账款减值相关的关键内部控制，评价内部控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

2、获取应收账款账龄明细表，抽取样本测试账龄的准确性，对账龄进行复核检查，是否存在账龄超过一年的重要应收账款，检查其合理性；

3、针对大额收款，抽取样本检查至银行水单、销售合同等支持性文件，将付款方信息与合同方信息核对；

4、结合公司的业务情况及信用期，评价应收账款周转率与周转天数的合理性；

5、访谈发行人财务负责人，了解公司应收账款坏账准备计提政策，结合市场及行业趋势因素，评价公司坏账准备计提政策的合理性；

6、复核以前年度已计提坏账准备的应收账款后续实际核销或转回情况，评价管理层过往预测的准确性；

7、对应收账款期后回款执行测试，选取样本检查期后回款的银行水单，核对至应收账款明细账，以评价应收账款的真实性；

8、函证应收账款，证实应收账款账户余额的真实性、准确性；

9、获取报告期内发行人第三方回款明细表，统计各类第三方回款金额，统计第三方回款占营业收入的比例，访谈发行人财务负责人，了解第三方回款占比上升的原因；查阅出口业务占比较高的公司第三方回款及占比情况；

10、访谈发行人财务负责人，核查发行人客户应付款项与第三方回款的币种是否存在不一致的情况；

11、访谈主要客户及提供供应链服务的银行，了解第三方回款的背景及原因。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人会计师、发行人律师认为：

1、报告期内，发行人主要客户的信用期未发生较大变化，部分客户信用期外的应收账款形成原因合理；应收账款金额与信用政策基本匹配；

2、报告期内坏账计提充分，新金融工具准则下确认的预期损失率与原准则下的坏账计提比例的有所差异，主要系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%，鉴于公司各期末应收账款余额账龄基本在 1 年以内，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，计提比例与同行业可比公司相比不存在显著差异；

3、通过对比出口业务占比较高的公司第三方回款情况，公司第三方回款金额及比例与发行人业务情况相符，处于合理可控范围。

22. 关于投资性房地产、固定资产

招股说明书披露，报告期各期末，发行人投资性房地产的账面价值分别为 3,411.96 万元、3,332.01 万元、3,161.23 万元及 2,895.70 万元，主要系对外出租的房屋建筑及其土地，固定资产的账面价值分别为 6,585.58 万元、7,170.41 万元、7,528.10 万元及 7,534.12 万元。小型空压机的标准产能为每年 75 万台，干湿两用吸尘器的标准产能为每年 135 万台。

请发行人补充披露：

（1）报告期各期投资性房地产对发行人经营业绩的影响；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；

（2）产能利用率的计算依据，发行人固定资产上升而产能利用率不变的原因，结合主要机器设备的数量、用途及其关键设备产能情况、设备开工时长、能源消耗、工人出勤状况、生产日志等披露产能及产量的变化情况与固定资产的变化是否匹配，发行人固定资产投入比是否符合行业惯例；

（3）生产人员变动与产量及产能是否匹配，结合人均产出数量与金额、同行业可比公司人均产出，披露差异原因以及发行人人均产出的合理性；

（4）固定资产周转率、固定资产平均折旧率，与同行业可比公司进行对比，说明并披露固产资产折旧计提的充分性，是否存在应计提减值准备未计提的情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、报告期各期投资性房地产对发行人经营业绩的影响；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

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（三）非流动资产分析”之“1、投资性房地产”中补充披露如下：

“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	2021 年 1-6 月	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	73.39	129.80	88.99	58.53
宝通易捷智能科技（苏州）有限公司	241.38	867.31	754.05	775.43
曹东宝	2.57	4.11	14.29	-
停车位出租	0.13	1.38	-	-
租金收入合计	317.47	1,012.15	910.83	896.48
当期营业收入	68,354.67	99,127.65	60,977.44	62,988.23
占营业收入的比例	0.46%	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（m2）	租赁单价（元/m2/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	无关联

						月至 2021 年 8 月	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（**台州中恒机械股份有限公司**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**台州中恒机械股份有限公司**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**台州中恒机械股份有限公司**存在其他生产厂房。苏州中恒三佳自动化科技有限公司和**台州中恒机械股份有限公司**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**台州中恒机械股份有限公司**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**台州中恒机械股份有限公司**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**台州中恒机械股份有限公司**，现场观察**台州中恒机械股份有限公司**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、**台州中恒机械股份有限公司**的工商登记基本信息，苏州中恒三佳自动化科技有限公司、**台州中恒机械股份有限公司**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、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。”

二、产能利用率的计算依据，发行人固定资产上升而产能利用率不变的原因，结合主要机器设备的数量、用途及其关键设备产能情况、设备开工时长、能源消耗、工人出勤状况、生产日志等披露产能及产量的变化情况与固定资产的变化是否匹配，发行人固定资产投入比是否符合行业惯例

（一）产能利用率的计算依据，发行人固定资产上升而产能利用率不变的原因

发行人已在招股说明书“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”之“1、产能利用率的计算依据”补充披露如下：

“（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	**2021 年 1-6 月**	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	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	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	52.08
年运营时数（小时）	④	**2,400**	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	12.50
整机生产线（条）	⑥	**6**	6	6	6
标准产能（万台）	⑦=⑤*⑥	**37.50**	75	75	75

注：2021 年 1-6 月数据为半年度数据

干湿两用吸尘器产能利用率的计算依据如下：

项目	公式	**2021 年 1-6 月**	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	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	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	112.48
年运营时数（小时）	④	**2,400**	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	27
整机生产线（条）	⑥	**10**	10	5	5
标准产能（万台）	⑦=⑤*⑥	**135**	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。

注：2021 年 1-6 月数据为半年度数据

（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	**2021 年 6 月末**	2020 年末	2019 年末	2018 年末
生产设备原值	**3,322.08**	2,894.64	2,728.61	2,515.70
生产设备原值同比上期末增加	**427.44**	166.03	212.91	745.76
主要新增生产设	**双头四工位绕**	双头四工位绕	制罐车间自	制罐车间封头拉伸

备	**线机、五工位 R 型平衡机**	线机、平面磨床	动焊接线设备、除尘设备、UV 光氧催化设备等设备	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 **2021 年 6 月末**，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。”

（二）结合主要机器设备的数量、用途及其关键设备产能情况、设备开工时长、能源消耗、工人出勤状况、生产日志等披露产能及产量的变化情况与固定资产的变化是否匹配

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（三）非流动资产分析”之“2、固定资产”中补充披露如下：

“（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	-

④2021 年 1-6 月主要机器设备情况

截至 2021 年 6 月末，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
双头四工位绕线机	**1**	**28.76**	**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	**2**	**64.16**	

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
2021 年 1-6 月	**172.50**	**224.56**	**540**	**2,130.82**

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。”

公司产能与生产线条数的关系参见本题第一问之回复“产能利用率的计算依据，发行人固定资产上升而产能利用率不变的原因。”

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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
（整机）生产工时（小时）	**959,072.00**	1,036,471.00	617,126.15	837,639.50
产量（台）	**2,245,580**	2,905,722	1,896,186	2,283,073
单位小时产量（台/小时）	**2.34**	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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
电费支出（万元）	**227.04**	284.48	232.76	240.00
产能（万台）	**172.50**	235.00	210.00	210.00
产量（万台）	**224.56**	290.57	189.62	228.31
单位产量用电（元/台）	**1.01**	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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
钢材和储气罐采购金额(万元)	**3,969.25**	7,070.13	4,637.15	6,521.67

储气罐采购金额(万元）	**1,411.28**	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	**35.56%**	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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
生产工时（万小时）	**174.91**	224.80	157.34	183.44
标准产能（万台）	**172.50**	235.00	210.00	210.00
标准产量（万台）	**224.56**	290.57	189.62	228.31
单位产量工时（小时/台）	**0.78**	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。”

（三）发行人固定资产投入比是否符合行业惯例

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析” 之“十一、财务状况分析” 之“（三）非流动资产分析” 之“2、固定资产” 中补充披露内容如下：

“（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	2021.06.30/ 2021 年 1-6 月	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	**243,004.31**	231,466.52	188,565.89	167,420.86
	主营业务收入	**442,978.45**	850,232.71	659,339.66	591,413.90
	单位产值	**1.82**	3.67	3.50	3.53
莱克电气	固定资产原值	**174,041.19**	168,131.54	155,822.38	156,250.57
	主营业务收入	**401,474.49**	628,079.66	564,867.59	580,156.19
	单位产值	**2.31**	3.74	3.63	3.71
科沃斯	固定资产原值	**138,709.77**	131,636.49	126,977.48	85,153.94
	主营业务收入	**524,077.64**	723,375.65	519,353.35	556,458.22
	单位产值	**3.78**	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	未披露
	主营业务收入	**未披露**	未披露	未披露	未披露
	单位产值	**未披露**	未披露	未披露	未披露

行业均值	固定资产原值	**185,251.76**	177,078.18	157,121.92	136,275.12
	主营业务收入	**456,176.86**	733,896.01	581,186.87	576,009.43
	单位产值	**2.64**	4.30	3.74	4.59
欧圣电气	固定资产原值	**23,650.93**	12,869.15	10,912.10	9,777.11
	主营业务收入	**67,717.93**	95,395.02	59,840.30	61,865.76
	单位产值	**2.86**	7.41	5.48	6.33
发行人与同行业平均水平差异	单位产值	**0.23**	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。”

三、生产人员变动与产量及产能是否匹配，结合人均产出数量与金额、同行业可比公司人均产出，披露差异原因以及发行人人均产出的合理性

发行人已在招股说明书“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”之“2、生产人员数量与产能产量的匹配”补充披露如下：

“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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
平均生产人员数量（含劳务派遣）	**822.00**	750.25	499.50	649.50
产能：	**172.50**	235.00	210.00	210.00
其中：吸尘器	**135.00**	160.00	135.00	135.00
小型空压机	**37.50**	75.00	75.00	75.00
产量：	**224.56**	290.57	189.62	228.31
其中：吸尘器	**173.60**	186.67	119.84	140.20
小型空压机	**50.95**	103.90	69.78	88.11
产量与平均人数比例	**0.27**	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。

2018-2020 年，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	**126.94**	0.38	119.80	0.35	95.25

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。”

四、固定资产周转率、固定资产平均折旧率，与同行业可比公司进行对比，说明并披露固产资产折旧计提的充分性，是否存在应计提减值准备未计提的情形

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析” 之“十一、财务状况分析” 之“（三）非流动资产分析” 之“2、固定资产” 中补充披露内容如下：

“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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
603355.SH	莱克电气	**4.37**	6.89	6.24	6.78
603486.SH	科沃斯	**6.95**	9.42	8.95	14.63
002444.SZ	巨星科技	**3.35**	7.10	6.51	6.64
00669.HK	创科实业	**4.56**	8.11	8.18	9.50
平均		**4.81**	7.88	7.47	9.39
欧圣电气		**5.21**	12.**35**	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**2021 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。”

五、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人会计师：

1、查阅报告期内发行人投资性房地产明细，取得与投资性房地产相关的全部租赁合同，并与各期租赁收入进行匹配；

2、获取发行人投资性房地产相关的不动产权证书；

3、了解公司产能计算过程，查阅并复核发行人产能计算表；

4、获取发行人固定资产台账；

5、获取同行业可比公司财务数据、固定资产折旧政策等，核实是否与同行业可比公司存在差异，并分析政策差异的合理性；

6、了解生产人员变动原因，分析发行人人均产量和产值与同行业可比公司差异的原因；

7、计算发行人固定资产周转率并与同行业可比公司进行比较，核实是否与同行业可比公司存在差异，并分析产生差异的原因；

8、复核发行人固定资产减值准备的测算过程，核实测算依据、测算结果的准确性，并判断是否符合企业会计准则的相关规定。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人会计师认为：

1、报告期内，报告期各期投资性房地产对发行人经营业绩未产生重大影响；报告期内，承租方苏州中恒三佳自动化科技有限公司、苏州璟兴塑胶有限公司为公司供应商，系为方便供货所致；除此之外，承租人与发行人、客户、供应商及以上关联方不存在关联关系；

2、发行人已补充披露报告期内产能的计算方法，报告期各期产能利用率的金额和变动情况；报告期发行人人均产出基本稳定，与同行业可比公司水平相仿，具有合理性；

3、发行人产量受制于装配产线（整机厂）的工时投入，故工人制造工时与产量相匹配，制造工时的增长推动产量的增长。发行人报告期内固定资产投入产出比高于同行业可比上市公司具有合理性；

4、发行人固定资产周转率与公司经营状况相符，与同行业可比公司固定资产周转率的差异能够合理解释；固定资产的折旧计提合理，与同行业可比上市公司的折旧政策基本保持一致；不存在应计提减值准备未计提的情形。

23.关于期间费用

招股说明书披露，报告期内，发行人销售费用、管理费用、财务费用和研发费用合计占营业收入的比例分别为20.61%、17.15%、22.74%及18.15%。报告期内发行人管理费用率低于同行业可比公司，管理费用主要由职工薪酬和股份支付费用构成。销售费用主要由职工薪酬、运输费、商权使用费、清关税费、销售服务费构成。研发费用主要由职工薪酬和模具费构成，报告期内模具费金额下滑。

请发行人：

（1）补充披露报告期内发行人管理费用率低于可比公司的原因和合理性；量化分析并披露报告期内发行人管理费用与营业收入、业务量变动的匹配情况；是否存在第三方代为承担费用、少计费用的情况，是否存在商业贿赂的情形；

（2）结合销售合同的相关贸易条款、产品的运输和运费承担方式、各年的发货数量、主要物流公司及收费标准等因素，补充披露单位运费的金额、变动原因和合理性；

（3）补充披露报告期列入销售费用、管理费用、研发费用的人数，是否存在人员大幅波动的情况，相关工资与同地区、同行业的比较情况，职工薪酬变动的合理性；

（4）补充披露发行人实际控制人在员工持股平台的股份未做股份支付费用会计处理的原因及合理性，员工持股平台涉及的人员范围及具体岗位、有无服务年限要求，公允价值及确定依据，会计处理是否符合《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；

（5）补充披露报告期研发费用波动的原因，研发费用的支出范围和归集方法；研发人员构成和研发实力是否相匹配；报告期内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；

（6）补充披露销售费用中商权使用费、清关税费、销售服务费、保险费、仓储费的变动原因，和营业收入变动的匹配关系；2019 年平台交易费大幅上升的原因，平台交易费的费率计提标准，和电商模式下销售收入的匹配关系。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、补充披露报告期内发行人管理费用率低于可比公司的原因和合理性；量化分析并披露报告期内发行人管理费用与营业收入、业务量变动的匹配情况；是否存在第三方代为承担费用、少计费用的情况，是否存在商业贿赂的情形。

（一）报告期内发行人管理费用率低于可比公司的原因和合理性

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（四）期间费用分析”之“5、与同行业可比上市公司比较情况”中补充披露如下：

“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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
002444.SZ	巨星科技	**6.56%**	5.89%	7.21%	5.25%
00669.HK	创科实业	**10.53%**	10.26%	10.50%	10.09%
603355.SH	莱克电气	**3.18%**	3.26%	4.19%	3.94%
603486.SH	科沃斯	**4.39%**	5.13%	6.19%	5.16%
可比上市公司平均		**6.17%**	6.14%	7.02%	6.11%
欧圣电气		**2.23%**	**2.95%**	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			
		2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
002444.SZ	巨星科技	**3.72%**	3.72%	4.47%	3.33%
00669.HK	创科实业	**未披露**	未披露	未披露	未披露
603355.SH	莱克电气	**1.27%**	1.48%	2.33%	2.29%
603486.SH	科沃斯	**2.43%**	3.32%	3.88%	2.88%
可比上市公司平均		**2.47%**	2.84%	3.56%	2.83%
欧圣电气		**1.03%**	**1.25%**	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			
		2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
002444.SZ	巨星科技	**1.01%**	0.84%	1.29%	0.92%
00669.HK	创科实业	**未披露**	未披露	未披露	未披露
603355.SH	莱克电气	**0.21%**	0.21%	0.35%	0.21%
603486.SH	科沃斯	**0.14%**	0.20%	0.34%	0.34%
可比上市公司平均		**0.45%**	0.42%	0.66%	0.49%
欧圣电气		**0.16%**	**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。”

（二）发行人管理费用与营业收入、业务量变动的匹配情况

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营

成果分析”之“（四）期间费用分析”之“5、与同行业可比上市公司比较情况”中补充披露如下：

“**2018-2020 年**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	**99,127.65**	**62.56%**	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。”

（三）是否存在第三方代为承担费用、少计费用的情况，是否存在商业贿赂的情形

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（四）期间费用分析”之“5、与同行业可比上市公司比较情况”中补充披露如下：

“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。”

二、结合销售合同的相关贸易条款、产品的运输和运费承担方式、各年的发货数量、主要物流公司及收费标准等因素，补充披露单位运费的金额、变动原因和合理性。

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

“（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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
运输费	**4,455.61**	4,634.27	2,169.11	2,111.52
小型空压机销量	**44.42**	90.95	65.72	93.72
干湿两用吸尘器销量	**144.85**	144.99	107.15	112.88
整机销量合计	**189.27**	235.94	172.87	206.60
运输费/整机销售数量（元/台）	**23.54**	19.64	12.55	10.22

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的运输费用已还原新收入准则的影响。

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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
小容量	**34.67**	**37.32**	36.13	47.39
中容量	**27.59**	**35.37**	36.63	38.35
大容量	**37.74**	**27.31**	27.24	14.26
合计	**100.00**	**100.00**	100.00	100.00
干湿两用吸尘器加仑数	**2021 年 1-6 月**	2020 年度	2019 年度	2018 年度
小容量	**18.85**	**8.61**	17.53	26.42
中容量	**30.03**	**28.54**	24.45	33.96

大容量	**51.13**	**62.85**	58.02	39.62
合计	**100.00**	**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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
运输费	**4,455.61**	4,634.27	2,169.11	2,111.52
主营业务收入	**67,717.93**	**95,240.23**	59,840.30	61,865.76
运输费/主营业务收入	**6.58%**	4.87%	3.62%	3.41%

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的运输费用已还原新收入准则的影响。

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

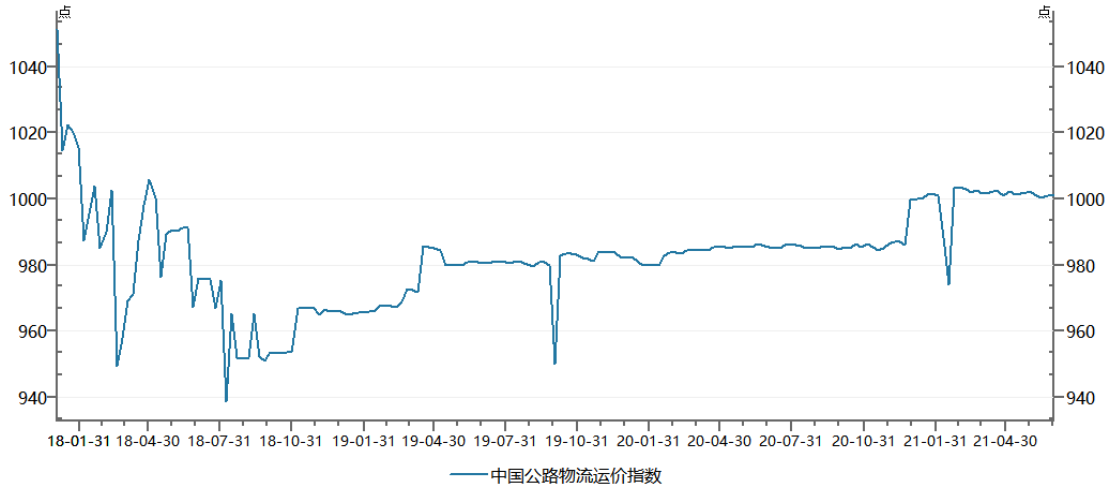
报告期内，公司发运集装箱与境内运费的匹配性具体情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
境内运费（万元）	**1,501.91**	1,752.84	1,068.68	1,349.25
发运集装箱（整柜）	**3,185**	4,184	2,386	2,902
单柜境内运费（万元/整柜）	**0.47**	0.42	0.45	0.46

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的运输费用已还原新收入准则的影响。

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、0.42 万元/箱**及 0.47 万元/箱**，整体保持稳定。

公司单柜境内运费相对平稳，整体呈**先降后升**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

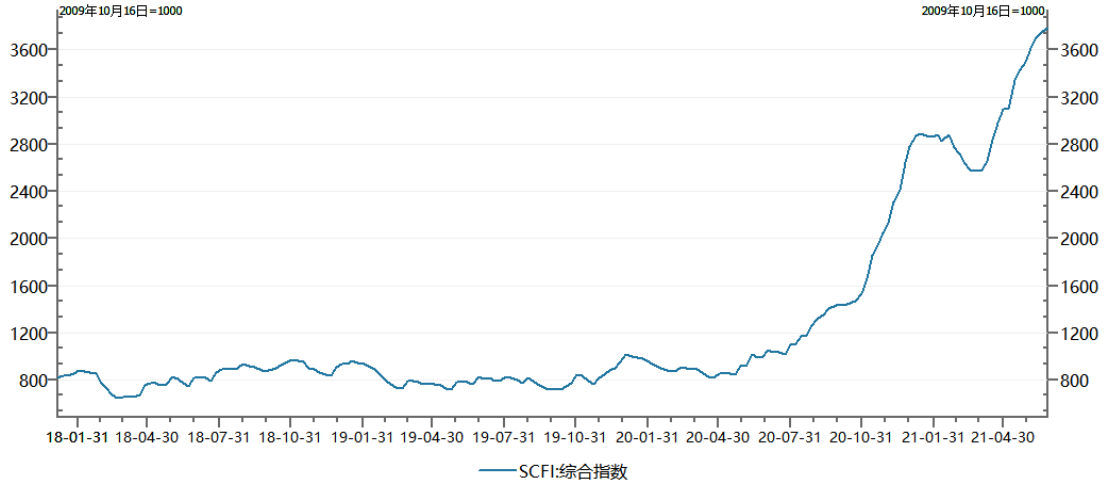
B. 运保费分析

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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
运保费（万元）	**2,953.64**	2,285.19	852.75	674.35
公司负责境外运输的集装箱（整柜）	**491**	837	411	308
单柜运保费（美元/整柜）	**8,578.32**	3,960.22	3,007.64	3,308.61

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的运输费用已还原新收入准则的影响。

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%，**2021 年 1-6 月单柜运保费较上年增加 116.61%**，与上海出口集装箱运价指数的波动趋势基本一致。



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。”

三、报告期列入销售费用、管理费用、研发费用的人数，是否存在人员大幅

波动的情况，相关工资与同地区、同行业的比较情况，职工薪酬变动的合理性。

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（四）期间费用分析”之“5、与同行业可比上市公司比较情况”中补充披露如下：

“（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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售人员	**51**	41	45	46
管理及行政人员	**94**	62	56	58
研发人员	**121**	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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售人员	**10.56**	23.91	20.81	17.22
管理及行政人员	**7.46**	19.91	16.80	17.03
研发人员	**7.38**	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）	**63,830**	58,322	54,161
江苏省月平均工资（元）	**5,319**	4,860	4,513
苏州市年平均工资（元）	**67,815**	64,846	58,333
苏州市月平均工资（元）	**5,651**	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、技术人员的平均数。

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。”

四、补充披露发行人实际控制人在员工持股平台的股份未做股份支付费用会计处理的原因及合理性，员工持股平台涉及的人员范围及具体岗位、有无服务年限要求，公允价值及确定依据，会计处理是否符合《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。

（一）发行人实际控制人在员工持股平台的股份未做股份支付费用会计处理的原因及合理性

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（四）期间费用分析”之“2、管理费用”中补充披露如下：

“（4）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。”

（二）员工持股平台涉及的人员范围及具体岗位、有无服务年限要求

发行人已在招股说明书“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。

（1）熙坤投资

熙坤投资涉及的人员范围及具体岗位情况如下：

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

腾恒投资涉及的人员范围及具体岗位情况如下：

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
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。

（三）股份支付相关权益工具公允价值及确定依据，会计处理是否符合《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

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（四）期间费用分析”之“2、管理费用”中补充披露如下：

“（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。	10.37 倍
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	10.67 倍

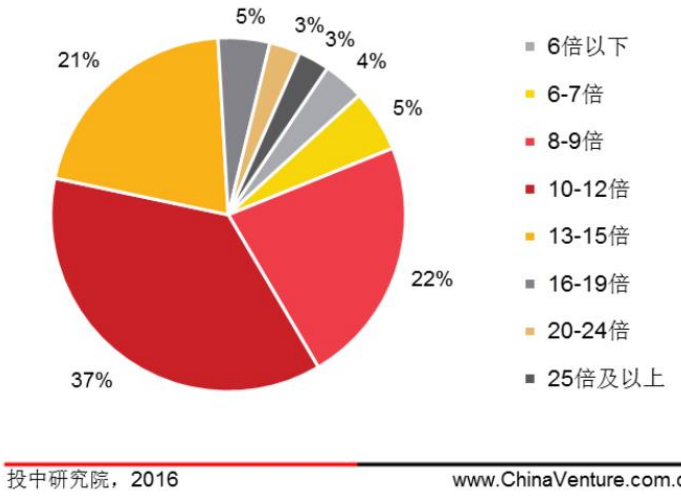
		位自然人以对应持有本公司股份 15.00 元/股的价格对凯恒投资增资 1,772.25 万元（对应间接持有公司股份为 118.15 万股）。	
002976.SZ	瑞玛工业	本次增资的磋商始于 2017 年初，实际控制人 3 名亲属鲁存聪、麻国林、杨瑞义与瑞玛有限实际控制人达成框架性意见，以瑞玛有限母公司 2016 年净利润为基础，由 3 名亲属现金增资入股瑞玛有限。瑞玛有限于 2017 年 5 月 30 日取得了会计师事务所出具的审计报告，经审计，瑞玛有限母公司 2016 年度实现的净利润为 6,332.99 万元。后经增资事宜的细节谈判、投资者筹款等步骤，发行人于 2017 年 8 月收到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。”

五、补充披露报告期研发费用波动的原因，研发费用的支出范围和归集方法；研发人员构成和研发实力是否相匹配；报告期内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。

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（四）期间费用分析”之“3、研发费用”中补充披露如下：

“（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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
研发人员平均数量（人）	**121**	94	101	99
人均工资（万元）	**7.38**	16.21	12.86	13.38
研发费用——职工薪酬（万元）	**893.15**	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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
吸尘器模具费	**301.66**	428.13	161.69	538.32
空压机模具费	**14.99**	89.61	123.87	114.68
电机模具费	**2.48**	20.49	7.21	24.23
护理机模具费	**2.03**	35.97	7.58	81.95

合计	**321.16**	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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
吸尘器相关	**33**	32	34	33
空压机相关	**28**	27	28	28
电机相关	**35**	23	26	25
护理机相关	**25**	12	13	13
合计	**121**	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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
机械设计相关	**62**	56	59	58
材料成型相关	**28**	11	13	12
电子信息相关	**7**	5	6	6
电气自动化相关	**24**	22	23	23
合计	**121**	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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
吸尘器模具费	**301.66**	428.13	161.69	538.32
空压机模具费	**14.99**	89.61	123.87	114.68
电机模具费	**2.48**	20.49	7.21	24.23
护理机模具费	**2.03**	35.97	7.58	81.95
合计	**321.16**	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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
吸尘器新产品	**145**	190	125	182
空压机新产品	**32**	46	88	53
电机新产品	**23**	24	34	48
合计	**200**	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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
剔除重复数量后吸尘器新产品	**31**	59	35	56
吸尘器模具费	**301.66**	428.13	161.69	538.32
单位模具费	**9.73**	7.26	4.62	9.61
剔除重复数量后空压机新产品	**4**	22	40	25
空压机模具费	**14.99**	89.61	123.87	114.68
单位模具费	**3.75**	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。”

六、补充披露销售费用中商权使用费、清关税费、销售服务费、保险费、仓储费的变动原因，和营业收入变动的匹配关系；2019 年平台交易费大幅上升的原因，平台交易费的费率计提标准，和电商模式下销售收入的匹配关系。

（一）商权使用费

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

“（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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
商标使用权费用	**1,672.12**	2,043.31	1,299.12	1,000.50
品牌授权模式销售收入	**31,017.06**	38,**215.68**	22,108.96	18,996.63
占比	**5.39%**	5.3**5**%	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。”

（二）清关税费

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

“（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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
清关税费	**1,653.75**	2,563.42	1,975.78	314.41
其中：关税	**1,292.72**	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	**5,694.88**	11,338.03	6,826.58	5,159.96
清关税费占比	**29.04%**	22.61%	28.94%	6.09%
关税占比	**22.70%**	14.81%	22.48%	1.53%

注：为保证与 2018 年和 2019 年的数据具备可比性，上表中 2020 年及 2021 年 1-6 月的清关税费已还原新收入准则的影响。”

（三）销售服务费

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

“（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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售服务费	**562.38**	1,168.43	652.27	871.01
主营业务收入	**67,717.93**	**95,240.23**	59,840.30	61,865.76
占比	**0.83%**	**1.23%**	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。

2021 年 1-6 月，公司销售服务费占主营业务收入比例降幅较大，主要系①Lowe’s 收入占比上升，该客户销售佣金比例较低，带动整体佣金比例下降；②The Home Depot 销售收入占比下降，该客户销售佣金比例相对较高；③客户 Rona 销售佣金比例较高，2021 年 1-6 月该客户销售占比下降较多。”

（四）保险费

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

“（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	2021 年 1-6 月	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	**78.52**	119.14	100.35	94.69
产品召回险	**23.39**	50.40	50.50	-
其他	**22.81**	59.42	75.47	64.83
合计	**124.72**	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。

2021 年 1-6 月保险费金额较低，主要系出口信用保险金额为 0 所致，出口信用保险合同签署期为 2020 年 7 月至 2021 年 6 月，保额存在上限，2020 年下半年销售金额已经超过保额范围，已足额确认出口信用保险费，因此 2021 年上半年出口信用保险金额为 0。”

（五）仓储费

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

“（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。”

（六）平台交易费

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十、经营

成果分析”之“（四）期间费用分析”之“1、销售费用”中补充披露如下：

“（7）平台交易费

平台交易费主要系网络销售模式下与网络平台结算的广告费、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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
平台交易费	**855.46**	3,003.86	1,611.82	329.14
网络销售收入合计	**4,744.27**	11,183.31	5,281.89	1,689.39
平台交易费/网络销售收入	**18.03%**	26.86%	30.52%	19.48%
其中支付给亚马逊费用	**807.23**	2,945.82	1,572.81	281.71
亚马逊收入	**3,420.31**	9,669.89	4,642.53	1,126.97
亚马逊平台费用比例	**23.60%**	30.46%	33.88%	25.00%

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	具体情况	收费标准
广告费	公司为拓展在亚马逊平台上的销售，会在亚马逊上投放广告	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
合作费	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
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
服务费	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

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 模式下佣金率匡算

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
亚马逊 B2C 收入 A	**1,377.29**	1,230.21	165.64	29.39
费用发生额 B	**210.91**	184.76	23.99	4.42
匡算佣金率 C=B/A	**15.31%**	15.02%	14.48%	15.02%
公司实际费用率	**10%-15%**	10%-15%	10%-15%	10%-15%

公司实际佣金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 模式下平台佣金在 10%-15%之间，匡算出

的佣金率与合同约定费用率相符。

②B2B 模式下合作费匡算

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
亚马逊 B2B 收入 A	**2,043.02**	8,439.67	4,476.89	1,097.58
费用发生额 B	**565.03**	2,279.84	1,203.69	251.53
匡算佣金率 C=B/A	**27.66%**	27.01%	26.89%	22.92%

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	2021 年 1-6 月	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%	7.07%-8.00%
Freight Allowance Agreement	**10.67%**	10.67%	10.67%	10.67%
Damage Allowance	**5.27%**	5.27%	5.27%	0.00%-5.27%
Damage Allowance External	**3.98%**	3.98%	3.98%	3.98%
费用率	**26.99%**	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%	10.67%
Freight Allowance Agreement	**5.00%**	5.00%	5.00%	5.00%
Damage Allowance	**4.00%**	4.00%	4.00%	4.00%
费用率	**19.67%**	19.67%	19.67%	19.67%

注：2018 年度公司合作费率从 22.65%变更到 26.99%。

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

③广告费等其他费用

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，公司其余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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
广告费等其他平台费用	**79.52**	481.23	345.13	25.77
亚马逊平台收入	**4,446.37**	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	**1.79%**	4.98%	7.43%	2.29%

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。

报告期内，各类费用在发生时由亚马逊平台直接从公司的平台账户中扣除，即当期的费用在当期结算扣除，公司财务根据各月从电商平台导出的明细清单入账销售收入及各类费用，并定期核对电商平台余额。”

七、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人会计师：

1、取得并核查发行人报告期内销售费用、管理费用、研发费用内控制度，并执行穿行测试和控制测试，确认发行人相关内部控制设计合理且运行有效；

2、取得并核查发行人报告期运费业务台账，并检查运输合同、运费结算单、发运凭证等，核查发行人运费支出的真实性、准确性，并分析运费波动的合理性；

3、取得并核查发行人销售费用、管理费用、研发费用明细表、大额费用支出原始凭证，包含业务合同、发票、付款审批及银行支付凭证等，确认发行人相关费用支出的真实性、准确性，并分析与销售收入的匹配性；

4、查询同行业上市公司的公开信息及发行人当地人均工资信息，并与公司人均工资进行对比分析；

5、结合同行业公司期间费用的构成和金额，执行了分析程序；

6、获取报告期内公司员工持股协议，查询公允价值确定依据，并复核股份支付计算过程；

7、访谈财务部、人力资源部以及研发部门管理人员，了解和确认报告期内公司研发费用划分的具体标准和制度，了解研发费用变动情况及原因；

8、取得公司与亚马逊框架合同，确认各情况下收费依据，分析各模式下费用与收入的配比情况。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人会计师认为：

1、报告期内发行人管理费用率低于可比上市公司具有合理性；公司不存在关联方及第三方代为承担费用、少计费用的情况，不存在商业贿赂的情形；

2、发行人单位运费变动与公司产品结构的变化及运费指数变化相关，具有合理性；

3、报告期内发行人列入销售费用、管理费用、研发费用的人数不存在人员大幅波动的情况，发行人人均工资高于同地区水平；与同行业相比存在一定的差异，符合公司实际情况；

4、发行人实际控制人在员工持股平台的股份已做股份支付费用会计处理，员工持股平台涉及的人员无服务年限要求，公允价值及确定依据参考同行业拟上市公司/上市公司及市场标准，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；

5、研发费用波动主要与研发人员的数量和人均工资水平、各期新推出产品数量相关；研发人员构成和研发实力匹配；报告期内模具费用和新品研发存在对应关系；

6、公司各项费用波动与公司经营情况相符，不存在重大异常，2019 年及 2020 年平台交易费大幅上升主要系公司 2019 年加大在亚马逊平台推广所致，具有合理性。

24. 关于内部交易和税收优惠

招股说明书披露，发行人拥有 8 家控股子公司，报告期内注销控股子公司 1 家、分公司 1 家。部分子公司报告期内存在持续亏损。发行人与欧圣美国及欧圣国际发生大量内部交易。报告期内，欧圣美国及欧圣国际的毛利率存在较大差异，且波动较大。

请发行人：

（1）结合 8 家控股子公司业务发展定位，补充披露报告期内发行人主要子公司亏损的原因和合理性；量化分析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，报告期内毛利率变动较大的原因和合理性；

（2）结合报告期发行人与纳入合并范围的主体内部交易的具体情况、内部交易定价的公允性，说明并披露发行人是否存在通过内部交易转移利润减少纳税的情形，对应的纳税调整项目，是否存在税务风险。

请保荐人和申报会计师对上述事项发表明确意见。

回复：

一、结合 8 家控股子公司业务发展定位，补充披露报告期内发行人主要子公司亏损的原因和合理性；量化分析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，报告期内毛利率变动较大的原因和合理性

（一）8 家控股子公司业务发展定位

发行人已在招股说明书“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”之“3、子公司业务定位及亏损原因”补充披露各子公司的业务发展定位。

“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

”

（二）部分子公司报告期内存在持续亏损的原因及合理性

发行人已在招股说明书“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”之“3、子公司业务定位及亏损原因”中补充披露如下：

“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

”

（三）量化分析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，报告期内毛利率变动较大的原因和合理性

发行人已在招股说明书“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”之“4、子公司毛利率差异较大的原因”中补充披露如下：

“（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
2021 年 1-6 月	**7.14%**	**19.76%**
2020 年度	**7.73%**	**31.41%**
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			
	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度	**2021 年 1-6 月**	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	**44,891.10**	**64,550.11**	30,767.18	34,658.65	**19,478.23**	27,610.93	22,318.34	20,897.38

营业成本	**41,687.68**	**59,561.59**	28,545.46	32,546.47	**15,629.49**	**18,937.74**	15,370.92	18,059.47
毛利率	**7.14%**	**7.73%**	7.22%	6.09%	**19.76%**	**31.41%**	31.13%	13.58%
销售费用	**1,378.58**	**2,179.73**	1,562.06	1,195.12	**2,771.24**	**5,583.17**	6,171.29	2,412.29
管理费用	**9.40**	23.59	49.94	16.59	**493.65**	877.91	565.76	285.48
财务费用	**259.86**	**444.86**	268.71	465.22	**69.75**	14.51	-6.43	8.52
口罩业务毛利	**-**	-	-	-	**144.36**	1,054.00	-	-
修正后收入	**43,243.27**	**61,901.92**	28,886.46	32,981.72	**15,999.23**	**20,081.34**	15,587.73	18,191.10
修正后毛利率	**3.60%**	**3.78%**	1.18%	1.32%	**2.31%**	**5.69%**	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；

④2021 年 1-6 月欧圣美国毛利率下降较多，主要系美国欧圣存在 DDP 及美国当地销售业务，因此需要承担海运费、关税等，同时叠加美元兑人民币平均汇率下降及原材料价格上升等因素影响导致 2021 年 1-6 月毛利率下降较多。

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。”

二、结合报告期发行人与纳入合并范围的主体内部交易的具体情况、内部交易定价的公允性，说明并披露发行人是否存在通过内部交易转移利润减少纳税的情形，对应的纳税调整项目，是否存在税务风险

发行人已在招股说明书“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”之“5、发行人不存在通

过内部交易转移利润减少纳税的情形”中补充披露如下：

“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 **6 月 30 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 **11 月 8 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 **11 月 9 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、**2021 年 7 月 22 日**出具证明，确认发行人自 2018 年 1 月 1 日至**2021 年 6 月 30 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。”

三、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人会计师：

1、访谈发行人董事长、财务总监，了解发行人组织架构、业务发展情况、功能定位以及业务规划；了解母子公司间交易的原因、背景及交易金额；

2、复核发行人及子公司财务报表数据，核查母子公司之间的内部交易清单，检查内部交易的定价机制及交易真实性，检查子公司各期对外销售的实现情况，分析内部交易未实现的金额及合理性；

3、检查发行人及子公司各期成本、费用的真实性及变动趋势，核查是否存在代垫费用等情形；

4、获取发行人主管税务机关出具的涉税合规证明，检查是否存在税务违法违规行为；

5、查阅了美国 Law Offices of Howard A. Davis 律师事务所于 2021 年 **6 月 30 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 **11 月 8 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 **11 月 9 日**出具的法律意见书；

6、查阅发行人《转让定价同期资料》，检查是否存在违反转移定价规定及相关法律法规的情形。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人会计师认为：

1、报告期内发行人部分子公司亏损主要系规模较小或处于业务开发初期，部分子公司亏损具有合理性；欧圣国际毛利率和欧圣美国毛利率差异较大主要系不同主体承担费用情况不同，去除主要费用后，欧圣国际毛利率和欧圣美国毛利率不存在显著差异；报告期内欧圣国际和欧圣美国毛利率变动较大主要系加征关税、开发网络平台销售、新增口罩业务等原因，具有合理性；

2、报告期内发行人母子公司上述内部交易系出于业务实际需求而发生，具有真实的交易背景；

3、报告期内发行人母子公司内部交易不存在通过内部交易、代垫费用调节利润的情形，发行人不同主体间毛利率的变化主要系公司间业务方式变化所致；

4、发行人母子公司未因内部交易事项受过税务部门处罚，不会对发行人合法合规经营造成不利影响。

25. 关于其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产金额为 10,772.48 万元、11,600.86 万元、8,745.14 万元及 12,797.78 万元，主要为结构性存款，2020 年 3 月末新增短期借款 2,125.53 万元。

请发行人补充披露：

（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，和投资收到、支付的现金金额的勾稽关系，结构性存款变动和投资收益的匹配关系；

（2）在货币资金余额较大的情况下，新增短期借款的原因和合理性、必要性。

请保荐人和申报会计师对报告期各期末发行人货币资金余额的真实性、特别是银行存款余额的真实性以及货币资金相关内部控制有效性进行核查，说明报告期内所开立或注销、存续的银行账户的情况，包括但不限于开设主体、用途、期末余额及大额资金流动情况，说明核查程序以及核查结论。

回复：

一、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，和投资收到、支付的现金金额的勾稽关系，结构性存款变动和投资收益的匹配关系

（一）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

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）流动资产分析”之“6、其他流动资产”中补充披露如下：

“（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。”

（二）结构性存款和投资收到、支付的现金金额的勾稽关系

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）流动资产分析”之“6、其他流动资产”中补充披露如下：

“（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

④2021 年 1-6 月结构性存款情况

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	2020/10/19	2021/3/31	-	2,000.00
苏州银行	2020/11/13	2021/2/13	-	500.00
苏州银行	2020/11/13	2021/2/13	-	500.00
苏州银行	2020/11/13	2021/2/13	-	500.00
苏州银行	2020/11/13	2021/2/13	-	500.00
中信银行	2020/12/11	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
苏州银行	2021/1/8	2021/5/8	4,000.00	4,000.00
苏州银行	2021/1/12	2021/5/12	2,000.00	2,000.00
中信银行	2021/3/15	2021/6/15	2,000.00	2,000.00
中信银行	2021/4/5	2021/6/30	2,000.00	2,000.00
中信银行	2021/1/1	存单宝无固定期限，超过一个月随时解付	1,000.00	-
苏州银行	2021/1/22	2021/7/22	1,500.00	-
苏州银行	2021/3/30	2021/7/30	2,000.00	-
中信银行	2021/4/19	2021/7/19	2,000.00	-
苏州银行	2021/4/27	2021/8/27	4,000.00	-
苏州银行	2021/5/14	2021/9/14	7,500.00	-
苏州银行	2021/5/28	2021/9/28	2,000.00	-
中信银行	2021/6/12	2021/9/10	3,000.00	-
中信银行	2021/6/21	2021/9/30	2,000.00	-
合计			35,000.00	20,000.00

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	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
本期收回结构性存款金额	20,000.00	36,000.00	29,800.00	39,300.00
收回投资收到的现金	20,000.00	36,600.00	29,800.00	39,300.00
本期购买结构性存款金额	35,000.00	39,000.00	27,000.00	40,600.00
投资支付的现金	35,000.00	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。”

（三）结构性存款变动和投资收益的匹配关系

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、资

产质量分析”之“（二）流动资产分析”之“6、其他流动资产”中补充披露如下：

“（3）结构性存款变动和投资收益的匹配关系

2021 年 1-6 月						
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
中信银行	2020/10/19	2.80%	2,000.00	2021/3/31	25.01	2.80%
苏州银行	2020/11/13	2.80%	500.00	2021/2/13	3.50	2.80%
苏州银行	2020/11/13	2.80%	500.00	2021/2/13	3.50	2.80%
苏州银行	2020/11/13	2.80%	500.00	2021/2/13	3.50	2.80%
苏州银行	2020/11/13	2.80%	500.00	2021/2/13	3.50	2.80%
中信银行	2020/12/11	2.80%	2,000.00	2021/3/11	13.81	2.80%
中信银行	2020/12/23	3.05%	2,000.00	2021/3/23	17.01	3.05%
苏州银行	2020/12/28	3%	1,000.00	2021/4/28	10.00	3%
苏州银行	2020/12/28	3%	1,000.00	2021/4/28	10.00	3%
苏州银行	2021/1/8	3.05%	4,000.00	2021/5/8	40.67	3.05%
苏州银行	2021/1/12	3.05%	2,000.00	2021/5/12	20.33	3.05%
中信银行	2021/3/15	2.90%	2,000.00	2021/6/15	14.62	2.90%
中信银行	2021/4/5	3.10%	2,000.00	2021/6/30	14.61	3.10%
中信银行	2020/10/29	2.90%	1,000.00	注	14.50	2.90%
中信银行	2021/1/1	3.50%	1,000.00	注	14.58	3.50%
合计			22,000.00	-	209.14	-
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。”

二、在货币资金余额较大的情况下，新增短期借款的原因和合理性、必要性

发行人在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（二）流动负债分析”之“1、短期借款”中补充披露如下：

“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。”

三、报告期各期末发行人货币资金余额的真实性、特别是银行存款余额的真实性以及货币资金相关内部控制有效性进行核查，说明报告期内所开立或注销、存续的银行账户的情况，包括但不限于开设主体、用途、期末余额及大额资金流动情况，说明核查程序以及核查结论。

（一）报告期各期末发行人货币资金余额的真实性、特别是银行存款余额的

真实性以及货币资金相关内部控制有效性进行核查

1、对发行人货币资金余额的真实性、特别是银行存款余额的真实性核查

保荐机构和发行人会计师获取公司已开立账户清单，将已开立账户清单与公司账面记录的银行账户进行比对，核实公司账面记录银行账号的完整性；针对报告期各期末发行人货币资金余额，保荐机构及发行人会计师核查公司银行存款日记账账面余额及银行对账单余额，且各银行各期末余额均已取得银行函证回函确认。

2、货币资金相关内部控制有效性核查

（1）了解公司关于货币资金结算的内部控制制度，并进行内控测试；

（2）检查库存现金日记账，并与总账、明细账核对是否相符；检查是否存在大额现金收支情况，是否存在坐支现金的情况；

（3）对期末现金进行监盘，将盘点金额与现金日记账余额进行核对，检查是否存在差异；

（4）从基本户开立银行查询并打印已开立银行结算账户清单原件，关注公司已开立银行结算账户清单中的银行账户均已被公司完整记录；

（5）对银行账户实施函证程序，对所有银行账户包括银行理财账户均纳入函证范围并全部收回。在函证过程中，始终保持职业怀疑，对舞弊风险迹象保持警觉；

（6）核对报告期内公司所有账户银行对账单原件及银行存款余额调节表，关注对账单与企业日记账是否存在差异；

（7）获取公司所有账户的银行流水，并与账面记录进行核对，不存在异常情况。

经核查，保荐机构、发行人会计师认为发行人货币资金余额真实，货币资金相关内部控制有效。

（二）报告期内所开立或注销、存续的银行账户的情况，包括但不限于开设主体、用途、期末余额及大额资金流动情况

报告期内，发行人的银行账户（含已注销）情况如下：

开设主体	开户银行	银行账号	币种	主要用途	日期	金额（万元、以人民币折算）
苏州欧圣电	中国银行吴	548******	CNY	基本户	2018 年末	182.80

气股份有限公司	江芦墟支行	919			2019 年末	24.43
					2020 年末	131.56
					2021 年 6 月末	**587.84**
		472******282	USD	日常业务	2018 年末	0.01
					2019 年末	0.01
					2020 年末	0.01
					2021 年 6 月末	**0.01**
		463******252	USD	日常业务	2018 年末	-
					2019 年末	-
					2020 年末	-
					2021 年 6 月末	**-**
		517******815	USD	日常业务	2018 年末	-
					2019 年末	-
					2020 年末	-
					2021 年 6 月末	**-**
		476******728	USD	日常业务	2018 年末	0.03
					2019 年末	-
					2020 年末	-
					2021 年 6 月末	**-**
	苏州银行吴江支行	320**********286	CNY	购买银行理财、办理承兑、代发工资	2018 年末	2.36
					2019 年末	7.30
					2020 年末	1,127.05
					2021 年 6 月末	**2,086.23**
		518******0387	CNY	银行承兑汇票保证金	2018 年末	569.03
	苏州银行汾湖支行	320**********672	USD	日常业务	2018 年末	-
					2019 年末	-
					2020 年末	-
					2021 年 6 月末	**-**
		320**********673	USD	日常业务	2018 年末	-
					2019 年末	-
					2020 年末	-
					2021 年 6 月末	**-**
		519******0810	CNY	银行承兑汇票保证金户	2018 年末	-
					2019 年末	-
					2020 年末	-
					2021 年 6 月末	**-**
		525**********044/526**********045/525**********	CNY	购买银行理财	2018 年末	8,800.00

		034/5221*****053/521*********053				
		526**********280*1/527*******279*1			2019 年末	4,000.00
		5216**********328*1/5236**********316*1/5236********317*1/5236********313*1/5266********304*1/5266**********306*1			2020 年末	4,000.00
		5218**********325/5287*******331/5210**********315/5205**********326/5243*******319			**2021 年 6 月末**	**17,000.00**
	中国农业银行苏州吴中支行	105**********772	USD	日常业务	2018 年末	698.74
					2019 年末	2,137.25
					2020 年末	1,203.56
					2021 年 6 月末	**661.67**
		105**********780	USD	日常业务	2018 年末	-
					2019 年末	-
					2020 年末	-
					2021 年 6 月末	**-**
		105**********798	USD	日常业务	2018 年末	-
					2019 年末	-
					2020 年末	-
					2021 年 6 月末	**-**
		105**********816	USD	日常业务	2018 年末	-
					2019 年末	-

					2020 年末	-
					2021 年 6 月末	
		105**********610/105**********608/105**********611/105**********607/105**********609	USD	外汇保证金	2018 年末	-
					2019 年末	575.54
					2020 年末	-
		105**********469	RMB		**2021 年 6 月末**	**497.45**
	中国建设银行吴江芦墟支行	322**********147	USD	资本金不动户	2018 年末	0.01
					2019 年末	0.01
					2020 年末	-
					2021 年 6 月末	**-**
	江苏吴江农村商业银行	070**********207	CNY	缴纳公积金	2018 年末	5.32
					2019 年末	11.16
					2020 年末	57.89
					2021 年 6 月末	**111.96**
	中信银行昆山经济技术开发区支行	811**********644	CNY	购买银行理财、办理承兑	2018 年末	1,683.33
					2019 年末	4,043.16
					2020 年末	1,821.13
					2021 年 6 月末	**3,274.21**
		811**********209	CNY	购买银行理财	2018 年末	2,000.00
		811**********573/811**********395			2019 年末	4,000.00
		811**********965/811**********941/811**********989/811**********394			2020 年末	7,000.00
		811**********			**2021 年 6 月末**	**9,000.00**

		*****259/811*********958/811*********546/811*********965/811*********742				
		811**********643	USD	日常业务	2018 年末	-
					2019 年末	5.61
					2020 年末	1,962.61
					2021 年 6 月末	**29.20**
		811**********628	CNY	银行承兑汇票保证金	2018 年末	294.38
		811**********845/811***********469/811**********818/811**********965/811**********192			2019 年末	1,550.15
		75092022000018413			2020 年末	644.51
		811**********796			**2021 年 6 月末**	**2,658.13**
		811**********999	CNY	日常业务	2018 年末	-
					2019 年末	-
					2020 年末	-
					2021 年 6 月末	**-**
	中国农业银行苏州郭巷支行	105**********469	CNY	日常业务	2018 年末	22.75
					2019 年末	40.32
					2020 年末	249.24
					2021 年 6 月末	**2,175.85**
	宁波银行昆山支行	750**********439	CNY	日常业务	2018 年末	-
					2019 年末	-
					2020 年末	0.23
					2021 年 6 月末	**0.03**
		750**********	USD	日常业务	2018 年末	-

		****961			2019 年末	0.01
					2020 年末	15.50
					2021 年 6 月末	-
		750**********413/750**********104	USD	美金定存临时户	2018 年末	-
					2019 年末	1,744.05
					2020 年末	652.49
					2021 年 6 月末	-
	中国邮政储蓄银行江苏省吴江区支行	932**********556	CNY	日常业务	2018 年末	-
					2019 年末	0.02
					2020 年末	-
					2021 年 6 月末	-
苏州伊利诺护理机器人有限公司	上海银行苏州分行营业部	370**********978	CNY	基本户	2018 年末	742.08
					2019 年末	743.79
					2020 年末	800.65
					2021 年 6 月末	**576.13**
	中国银行苏州园区行政中心支行	515*********793	CNY	缴纳公积金	2018 年末	12.32
					2019 年末	9.33
					2020 年末	0.84
					2021 年 6 月末	**14.95**
上海姿东国际贸易有限公司	上海银行上海自贸试验区分行	030******487	CNY	基本户	2018 年末	48.37
					2019 年末	165.3
					2020 年末	213.14
					2021 年 6 月末	**59.13**
	上海银行上海自贸试验区分行	050******744	USD	日常业务	2018 年末	71.66
					2019 年末	454.86
					2020 年末	890.58
					2021 年 6 月末	**1,476.52**
	招商银行上海分行田林支行	121**********301	CNY	公司上海办公室备用金账户	2018 年末	0.52
					2019 年末	0.22
					2020 年末	2.19
					2021 年 6 月末	**2.12**
AltonInternationalEnterprisesLimited	汇丰银行（张家港）	61**********55	USD	日常业务	2018 年末	2.45
					2019 年末	241.75
					2020 年末	1.83
					2021 年 6 月末	**1.75**
	汇丰银行（香港）	741******838	USD	基本户	2018 年末	7.13
					2019 年末	1,020.22

					2020 年末	7,388.41
					2021 年 6 月末	**164.53**
			EURO	基本户	2018 年末	-
					2019 年末	8.6
					2020 年末	28.09
					2021 年 6 月末	**54.90**
			CNY	基本户	2018 年末	19.13
					2019 年末	98.04
					2020 年末	123.46
					2021 年 6 月末	**123.52**
			JPY	基本户	2018 年末	55.96
					2019 年末	77.43
					2020 年末	-
					2021 年 6 月末	**-**
			HKD	基本户	2018 年末	-
					2019 年末	-
					2020 年末	-
					2021 年 6 月末	**-**
	东亚银行(中国)有限公司	NR********400	USD	日常业务	2018 年末	850.03
					2019 年末	4.99
					2020 年末	-
					2021 年 6 月末	**-**
深圳市洁德创新技术有限公司	中国建设银行深圳五和支行	442********277	CNY	基本户	2018 年末	-
					2019 年末	15.09
					2020 年末	20.52
					2021 年 6 月末	**18.85**
		442********320	USD	日常业务	2018 年末	-
					2019 年末	-
					2020 年末	-
					2021 年 6 月末	**-**
AltonJapanCo.,Ltd.	三井住友銀行錦糸町支店	69****24	JPY	日常业务	2018 年末	11.56
					2019 年末	108.14
					2020 年末	161.03
					2021 年 6 月末	**219.74**
		01****81	USD	日常业务	2018 年末	-
					2019 年末	-
					2020 年末	-

					2021 年 6 月末	**-**
ALTONINDUSTRYLTD.GROUP	BANK OF HOPE Arlington Heights Branch	620****816	USD	基本户	2018 年末	1,060.74
					2019 年末	1,383.03
					2020 年末	448.53
					2021 年 6 月末	**3,809.59**
	Citi bank Branch#55	800***788	USD	日常业务	2018 年末	252.24
					2019 年末	53.35
					2020 年末	357.16
					2021 年 6 月末	**245.43**
		801***976	USD	日常业务	2018 年末	893.74
					2019 年末	-
					2020 年末	-
					2021 年 6 月末	**-**
		801***956	USD	日常业务	2018 年末	-
					2019 年末	1,001.69
					2020 年末	1,068.77
					2021 年 6 月末	**3,109.05**
		400*****243	USD	购买银行存款	2018 年末	-
					2019 年末	-
					2020 年末	-
					2021 年 6 月末	**-**
		400*****251	USD	购买银行存款	2018 年末	-
					2019 年末	-
					2020 年末	-
					2021 年 6 月末	**-**
		400*****269	USD	购买银行存款	2018 年末	-
					2019 年末	-
					2020 年末	-
					2021 年 6 月末	**-**
		400*****277	USD	购买银行存款	2018 年末	-
					2019 年末	-
					2020 年末	-
					2021 年 6 月末	-
		400*****286	USD	购买银行存款	2018 年末	-
					2019 年末	-
					2020 年末	-
					2021 年 6 月末	**-**
		191***663	USD	购买银行存款	2020 年末	1,957.47
					2021 年 6 月末	**-**
		191***664	USD	购买银行存款	2020 年末	1,304.98
					2021 年 6 月末	**-**

		400***708	USD	购买银行存款	**2021 年 6 月末**	**1,938.03**
		400***716			**2021 年 6 月末**	**1,292.02**
	CHASEBANK	000******088	USD	日常业务	2018 年末	572.5
					2019 年末	3.7
					2020 年末	97.64
					2021 年 6 月末	**586.87**
	Union National Bank	07******84	USD	代管建设资金账户	2018 年末	-
					2019 年末	-
					2020 年末	33.39
					2021 年 6 月末	**0.35**

报告期内，保荐机构及发行人会计师根据重要性原则，对单笔人民币 50 万元以上，美元 7 万元以上大额资金流动情况进行了逐笔核查，报告期内核查比例分别为 81.00%、82.74%、83.45%**及 87.16%**。

四、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人会计师：

1、对发行人财务经理和财务负责人进行访谈，了解购买结构性存款相关情况；

2、获取了发行人结构性存款的合同，了解购买结构性存款的金额、利率、风险情况；

3、执行银行函证程序，对货币资金进行函证；对期末现金进行监盘，将盘点金额与现金日记账余额进行核对；

4、访谈发行人财务负责人，了解在货币资金余额较大的情况下，新增短期借款的原因和合理性、必要性；

5、获取公司已开立账户清单，将已开立账户清单与公司账面记录的银行账户进行比对，核实公司账面记录银行账号的完整性；

6、根据已开立账户清单所列银行账号明细，获取公司全部银行账户的资金流水，对金额 50 万元/7 万美元以上的资金流水的交易对手和用途进行核查。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人会计师认为：

1、公司在购买相关理财产品时按照制定的投融资管理制度及内部控制制度履行了必要的内部决策程序；公司结构性存款和投资收到、支付的现金金额的勾

稽关系正确，结构性存款变动和投资收益的匹配关系正确；

2、公司在货币资金余额较大的情况下，新增短期借款具有合理性；

3、报告期各期末发行人货币资金余额真实、准确、完整，货币资金相关内部控制有效。

26. 关于分红

招股说明书披露，2018 年、2019 年末发行人现金分红金额分别为 1,347.33 万元和 3,675.58 万元。

请发行人：

补充披露主要股东的现金分红使用情况，主要资金流向或用途存在重大异常。

请保荐人和申报会计师说明对实际控制人历次分红资金的用途和流向情况的核查情况，并就发行人实际控制人是否存在与发行人客户及关联方、供应商及关联方的资金往来，是否存在为发行人分担成本费用的情形，是否存在商业贿赂的情形发表明确意见。请保荐人、申报会计师根据《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 54 进行资金流水核查，说明核查的具体账户范围、资金核查重要性水平、是否发现异常情形，并发表明确意见。

回复：

一、主要股东的现金分红使用情况，主要资金流向或用途不存在重大异常

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（五）报告期内股利分配的具体实施情况”中补充披露如下：

“发行人持股 5%以上股东为公司控股股东圣巴巴拉投资，保荐人和申报会计师针对控股股东圣巴巴拉投资和实际控制人 WEIDONG LU、ESTHER YIFENG LU 历次分红资金及 WEIDONG LU 房产出售款的资金的用途和流向履行如下核查程序：

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。”

二、请保荐人和申报会计师说明对实际控制人历次分红资金的用途和流向情况的核查情况，并就发行人实际控制人是否存在与发行人客户及关联方、供应商及关联方的资金往来，是否存在为发行人分担成本费用的情形，是否存在商业贿赂的情形发表明确意见。请保荐人、申报会计师根据《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 54 进行资金流水核查，说明核查的具体账户范围、资金核查重要性水平、是否发现异常情形，并发表明确意见。

（一）资金流水的核查范围

资金流水的核查范围为：发行人、发行人控股股东和实际控制人及其关联公司、5%以上主要股东、董监高及核心技术人员在报告期内的所有银行账户（包括报告期内销户的账户）。

1、关联法人

序号	姓名/名称	与发行人关系	银行账户
1	欧圣电气	-	78（含结构性存款账户）
2	上海姿东	欧圣电气持股100%	3
3	苏州伊利诺	欧圣电气持股100%	2
4	深圳洁德	欧圣电气持股100%	2
5	欧圣美国	欧圣电气持股100%	14
6	欧圣国际	欧圣电气持股100%	3
7	欧圣日本	欧圣国际持股100%	2
8	吉德投资	欧圣电气持股100%	根据香港许林律师行有限法律责任合伙于 2021 年 **11 月 8 日**出具的《法律意见书》，吉德投资未实际运行，未开立银行账户
9	香港洁德	深圳洁德持股100%	根据香港许林律师行有限法律责任合伙于 2021 年 3 月 17 日出具的《法律意见书》，香港洁德未实际运行，未开立银行账户，香港洁德已于 2021 年 2 月 19 日宣告解散。

10	欧圣企业	实际控制人 WEIDONG LU 持有其 100%股权并担任董事	根据香港许林律师行有限法律责任合伙于 2021 年 **11 月 8 日**出具的《法律意见书》，欧圣企业未开立银行账户
11	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	2
12	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	3
13	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	1
14	北京养怡福	实际控制人 WEIDONG LU 持有其 63.34%股权	北京养怡福未实际运行，未开立银行账户
15	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	4
16	逸枫科技	实际控制人 WEIDONG LU 持有其 70%股权并担任监事	逸枫科技因未按规定年检，于 2002 年 7 月 3 日被吊销营业执照，逸枫科技自被吊销营业执照后未从事任何经营活动，报告期内无银行账户，已于 2018 年 1 月 17 日注销
17	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	根据银行出具的注销证明，公司银行账户已于 2014 年注销
18	美国傲仁（编号 72503007）	实际控制人 WEIDONG LU 持有其 100%股权	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，美国傲仁（编号 72503007）未开立银行账户
19	塞舌尔大湖	实际控制人 WEIDONG LU 持有其 100%股权	根据毅柏律师事务所于 2021 年 1 月 15 日出具的法律意见书，塞舌尔大湖未开立银行账户
20	美国傲仁（编号 61092048）	实际控制人 WEIDONG LU 持有其 100%股权	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，美国傲仁（编号 61092048）未开立银行账户

21	圣巴巴拉投资	欧圣电气控股股东	3

对于境内关联法人，保荐机构、发行人律师、发行人会计师取得该类主体银行账户开立清单、企业信用报告、银行账户完整性声明等文件。

对于境外关联法人，保荐机构、发行人律师、发行人会计师核查取得该类主体由境外律师出具的法律意见书、财务报表（如有）、全面核查其他关联方银行账户之间发生的交易线索、银行账户完整性声明等文件确认账户提供的完整性。

2、关联自然人

序号	姓名/名称	与发行人关系	银行账户名称	常用账户数
1	WEIDONG LU	实际控制人、董事长、总经理	中国银行、招商银行、Citi Bank、Bank of Hope	4
2	高鹤林	董事	农业银行、江苏银行、招商银行	3
3	柏伟	董事、董事会秘书、财务总监	农业银行、建设银行、工商银行、江苏银行	4
4	应斌	董事	农业银行、苏州农商行	3
5	郭宏	独立董事	工商银行、农业银行、建设银行、浦发银行	4
6	蒋关义	独立董事	农业银行、交通银行、上海银行	4
7	李远扬	独立董事	民生银行、中国银行、光大银行	3
8	翁晓龙	监事会主席	上海银行	1
9	陈彩慧	监事	农业银行、工商银行、交通银行	3
10	何顺莲	职工代表监事	农业银行、工商银行、建设银行	3
11	桑树华	副总经理	农业银行、工商银行、交通银行、建设银行	4
12	刘金波	核心技术人员	中国银行、农业银行、中信银行	3
13	蒋浩刚	核心技术人员	农业银行、工商银行、	6

			苏州银行	
14	ESTHER YIFENG LU	实际控制人	美国大通银行	1
15	YINGZI YANG	实际控制人 WEIDONG LU 前妻	招商银行、花旗银行、美国大通银行	3

注：除上述披露的日常使用银行账户外，WEIDONG LU 名下还拥有 15 个休眠状态储蓄账户（如无特殊说明，下文休眠状态账户报告期内均无往来交易或仅有利息结算金额，账户余额均低于选定核查标准 3 万元或 3000 美元），高鹤林名下还拥有 2 个休眠状态储蓄账户；柏伟名下还有 4 个休眠状态储蓄账户；应斌名下还有 4 个休眠状态储蓄账户 ；郭宏名下还有 1 个休眠状态储蓄账户；桑树华名下还有 2 个休眠状态储蓄账户；陈彩慧名下还有 2 个休眠状态储蓄账户；何顺莲名下还有 5 个休眠状态储蓄账户；翁晓龙名下还有 5 个休眠状态储蓄账户；刘金波名下还有 2 个休眠状态储蓄账户；蒋浩刚名下还有 4 个休眠状态储蓄账户。

对于自然人银行账户的完整性，保荐机构、发行人律师及发行人会计师履行了以下程序：

1、陪同发行人董事（不包含独立董事）、监事、高级管理人员、核心技术人员前往工商银行汾湖支行、中国银行吴江芦墟支行、建设银行吴江汾湖支行、农业银行汾湖支行、交通银行吴中支行、招商银行吴中支行、中信银行汾湖支行、浦发银行苏州汾湖小微支行、江苏银行吴江汾湖支行、上海银行吴江支行、苏州银行汾湖支行、宁波银行汾湖高新区支行、南京银行吴中支行、苏州农商行汾湖支行共计 14 家银行查询个人账户清单；上述人员还存在非日常使用的银行账户（详见上文注释），系账户开立时间较早且长期未使用的银行账户（报告期内无交易流水或仅有利息结算金额）、零星账户（报告期内零星余额转出后已不再使用）；

2、获取了发行人董事、监事、高级管理人员、核心技术人员出具的全部资金流水的承诺函/确认函；

3、对报告期内相关人员银行互转情况和相互之间的银行转账记录进行了交叉核对；查阅发行人报告期内向上述人员发放工资、支付报销款、备用金、现金分红等资金往来明细，核查相关人员是否存在未提供的银行账户；

经核查，除 WEIDONG LU,翁晓龙、蒋浩刚外，上述其余人员与发行人的资金往来账户均系中国农业银行。WEIDONG LU 与发行人的资金往来账户为招商银行、中国银行、Citi bank、Bank of Hope,翁晓龙与发行人的资金往来账户为上海银行，蒋浩刚与发行人的资金往来账户为苏州银行。报告期内，上述人员与发行人

发生资金往来的银行账户不存在遗漏情形。

4、对于实际控制人的银行账户完整性，保荐机构、发行人律师及发行人会计师取得了发行人实际控制人身份证明信息，并通过登录五大国有银行（中国工商银行、中国建设银行、中国银行、中国农业银行、交通银行）的境外分行官方网站查询其联系方式，以通讯电话的形式拨打上述机构客户热线并通过姓名及身份证明就发行人实际控制人是否在其机构开立账户进行查询，并全程录音记录。对发行人主要境外子公司欧圣美国（Bank of Hope 、Chase Bank、Union National Bank、Citi bank、Bank of America）及欧圣国际（汇丰银行、东亚银行）开户银行进行电话确认。确认情况如下：

银行名称/境外分支机构	核查结果
中国工商银行（纽约分行）	人工客服，无个人账号
中国建设银行（纽约分行）	语音留言，无个人账户
中国银行（纽约分行）	人工客服，无个人账号
中国农业银行（纽约分行）	语音留言，无个人账户
交通银行（纽约分行）	语音留言，无个人账户
Citi Bank（芝加哥分行）	WEIDONG LU 存在一个账户
BANK OF HOPE （芝加哥分行）	WEIDONG LU 存在一个账户
CHASE BANK（芝加哥分行）	ESTHER YIFENG LU 存在一个账户
Union National Bank（芝加哥分行）	人工客服，无个人账户
Bank of America （芝加哥分行）	人工客服，无个人账户
汇丰银行（纽约分行）	语音留言，无个人账户
东亚银行（纽约分行）	语音留言，无个人账户

（二）重要性水平及确定依据

1、关联法人

保荐人及发行人会计师在结合发行人经营模式、客户结构及收付款特点等确定了发行人及其子公司资金流水核查的重要性水平，发行人下游客户主要为境外大型连锁零售企业，主要业务收入来源于干湿两用吸尘器及小型空压机的销售，合同（订单）金额及单次付款金额相对较大。报告期内，保荐人及发行人会计师所选取的发行人资金流水核查重要性水平为单笔人民币 50 万元以上，美元 7 万元以上，与发行人报告期内销售及采购情况匹配，能够满足核查要求，相关标准制定合理。

报告期内，发行人关联法人资金流水数量、比例如下所示：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度

收款大额流水数（笔）	**523**	812	746	592
付款大额流水数（笔）	**451**	799	726	737
收款大额流水总额（亿元）	**28.42**	33.35	27.51	26.72
付款大额流水总额（亿元）	**26.97**	30.48	26.45	25.30
收款流水核查比例	**86.43%**	85.88%	83.91%	81.98%
付款流水核查比例	**87.66%**	80.75%	81.40%	78.81%
收付款合计核查比例	**87.03%**	83.41%	82.89%	80.40%

2、关联自然人

保荐人和发行人会计师获取了发行人实际控制人、董监高、核心技术人员的银行流水，结合目前社会收入水平及消费现状、苏州地区消费能力以及相关人员所处社会地位及财富情况，在综合研判基础上对其中大额流水情况（3 万元以上）进行了重点核查。关联自然人资金流水核查情况如下所示：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
收款大额流水数（笔）	**130**	380	308	193
付款大额流水数（笔）	**112**	312	258	168
收款流水核查比例	**80.94%**	94.89%	88.42%	87.64%
付款流水核查比例	**79.56%**	94.33%	89.43%	87.86%
收付款合计核查比例	**80.81%**	94.65%	88.93%	87.75%

保荐人及发行人会计师对自然人资金流水核查重要性水平的确定标准与实际控制人、董监高、核心技术人员日常收支情况相匹配。对其资金流水金额分布情况、收入来源构成、消费行为和习惯等多方面进行了解和分析：①相关自然人流水日常消费较为频繁，多为日常超市、网购、餐饮等小额经常性消费，日常小额消费不存在异常情形；②收入为工资福利性收入、股票等投资性收入、投资公司的经营所得等，不存在与客户、供应商往来等异常情形。

对实际控制人前妻 YINGZI YANG 的资金流水进行核查：①其获得的离婚协议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，支出与消费不存在异常情形；②收入主要为基金、理财产品等投资性收入所得。除获得的离婚补偿款外，YINGZI YANG 大额收入流水中，98.95%为滚存的基金、理财产品收入,不存在异常情形。

（三）按照中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问

题 54 的要求进行的核查

比照《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 54 的要求，具体核查情况如下：

序号	核查事项	发行人是否存在相关情形	备注
1	发行人资金管理相关内部控制制度是否存在较大缺陷	否	/
2	是否存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，是否存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况	否	/
3	发行人大额资金往来是否存在重大异常，是否与公司经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配	否	/
4	发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等是否存在异常大额资金往来	否	/
5	发行人是否存在大额或频繁取现的情形，是否无合理解释；发行人同一账户或不同账户之间，是否存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形，是否无合理解释	否	/
6	发行人是否存在大额购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术、咨询服务等）的情形，如存在，相关交易的商业合理性是否存在疑问	否	/
7	发行人实际控制人个人账户大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形	否	/
8	控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员是否从发行人获得大额现金分红款、薪酬或资产转让款、转让发行人股权获得大额股权转让款，主要资金流向或用途存在重大异常	存在，不属于异常情况	实际控制人资金流向请见本题第一问之回复
9	控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商是否存在异常大额资金往来	否	/
10	是否存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形	否	/

经核查，保荐机构和发行人会计师认为：发行人、发行人的实际控制人、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员资金流水不存在《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 54 所列明的其他异常情形，发行人实际控制人不存在与发行人客户及关联方、供应商及关联方的资金往来，不存在为发行人分担成本费用的情形，不存在商业贿赂等情形。

三、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人会计师：

1、获取公司《已开立银行结算账户清单》，并与公司账面银行户进行核对，对公司开立的银行账户进行函证；

2、核查报告期内关联法人开户银行的数量及银行对账单；

3、核查公司银行账户和内部资金管理制度，核查公司大额资金流水情况，并对关键环节进行了穿行测试；

4、逐笔查看公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、核心技术人员等的银行流水，并获取上述人员银行账户完整性、未与客户/供应商发生资金往来的声明，对大额现金存取及转账等情况进行访谈了解并获取相关证据；

5、查阅实际控制人出具的关于分红款用途的说明。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人会计师认为：

1、公司主要股东现金分红主要使用用途正常；

2、发行人实际控制人不存在与发行人客户及关联方、供应商及关联方的资金往来，不存在为发行人分担成本费用的情形，不存在商业贿赂的情形。

27. 关于募投项目

招股说明书披露，发行人募投项目为年产空压机 145 万台生产技术改造项目和研发中心改建生产技术改造项目。

请发行人：

（1）补充披露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；

（2）对比募投项目拟购置设备与发行人现有产品生产相关设备情况，补充说明并披露是否配比，分析差异原因及其合理性，扩产后产能消化和市场拓展的具体措施.

请保荐人发表明确意见。

回复：

一、补充披露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

发行人已在招股说明书之“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”之“（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”部分补充披露如下：

“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、对比募投项目拟购置设备与发行人现有产品生产相关设备情况，补充说明并披露是否配比，分析差异原因及其合理性，扩产后产能消化和市场拓展的具体措施.

（一）对比募投项目拟购置设备与发行人现有产品生产相关设备情况，补充说明并披露是否配比，分析差异原因及其合理性

1、年产空压机 145 万台生产技术改造项目

发行人已在招股说明书之“第九节 募集资金运用与未来发展规划”之“二、募投资金项目介绍”之“（一）年产空压机 145 万台生产技术改造项目”之“5、项目建设方案”部分补充披露如下：

“（2）主要设备选型

……

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	**1,430.71**	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	**744.58**	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	**163.39**	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	**1,066.25**	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	**226.13**	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	**3,631.06**	-

”

2、研发中心改建生产技术改造项目

发行人已在招股说明书之“第九节 募集资金运用与未来发展规划”之“二、募投资金项目介绍”之“（二）研发中心改建生产技术改造项目”之“5、项目建设方案”部分补充披露如下：

“（2）主要设备选型

……

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	**1,461.95**	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。

”

（二）扩产后产能消化和市场拓展的具体措施

发行人已在招股说明书之“第九节 募集资金运用与未来发展规划”之“二、募投资金项目介绍”之“（一）年产空压机 145 万台生产技术改造项目”之“10、项目产能消化措施”部分补充披露如下：

“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。”

三、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人：

1、访谈公司管理层，了解未投建干湿两用吸尘器项目的原因，询问小型空压机进行技术改造并扩产项目未来拟实施的产能消化措施；

2、查验了公司报告期内主要产品及产能情况表、固定资产情况表，可行性研究报告、募投项目拟购置设备清单；

3、实地查看公司生产车间，进一步了解小型空压机进行技术改造并扩产项目生产设备情况，拟投建的生产线与现有生产线之间的区别，对比募投项目拟购置设备与发行人现有产品生产相关设备基本情况。

（二）核查意见

经核查，保荐人认为：

1、本次公开发行股票募投项目未投建干湿两用吸尘器项目系基于发行人根据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，具备合理性；

2、本次募投项目拟购置设备价值高于现有产品生产设备原值主要系满足小型空压机产能扩张需求和提升公司生产自动化水平所需，本次募投项目小型空压机进行技术改造并扩产项目具备必要性，发行人已经制定产能消化的具体措施。

28.关于新冠肺炎疫情影响

请发行人结合截至 2020 年 9 月底在手订单延期、取消等情况，新增订单与同期的对比变化情况，以及停工、开工、复工程度等因素，补充披露：

（1）新冠疫情对发行人 2020 年 1-9 月生产经营及财务状况的具体影响，以及发行人所处的外部生产经营环境是否发生重大不利变化；

（2）新冠疫情是否对发行人持续经营能力、全年经营业绩产生重大不利影响，相关风险是否充分披露；

（3）发行人采取的应对措施及其有效性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见

回复：

一、新冠疫情对发行人 2020 年 1-9 月生产经营及财务状况的具体影响，以及发行人所处的外部生产经营环境是否发生重大不利变化

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

“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	**99,127.65**	60,977.44	**38,150.21**	**62.56%**
净利润	**13,705.65**	5,863.01	**7,842.64**	**133.76%**

归属于母公司股东的净利润	**13,705.65**	5,863.01	**7,842.64**	**133.76%**
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	**11,992.67**	5,991.23	**6,001.44**	**100.17%**

2020 年，公司营业收入为 **99,127.65** 万元，较 2019 全年增长 **62.56%**，净利润为 **13,705.65** 万元，较 2019 全年增长 **133.76%**，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为 **11,992.67** 万元，较 2019 全年增长 **100.17%**。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）	**9.91**	6.10	**62.56%**
	归属于母公司股东的净利润（亿元）	**1.37**	0.59	**133.76%**
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）	98.12	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）	85.44	66.25	28.96%
	归属于母公司股东的净利润（亿元）	13.50	8.95	50.85%
莱克电气	营业收入（亿元）	-	57.03	-
	归属于母公司股东的净利润（亿元）	-	5.02	-
科沃斯	营业收入（亿元）	-	53.12	
	归属于母公司股东的净利润（亿元）	5.9 亿元至 6.3 亿元	1.21	385.90%至 425.57%

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，巨星科技、科沃斯 2020 年财务数据为未经审计的业绩快报数据。

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。”

二、新冠疫情是否对发行人持续经营能力、全年经营业绩产生重大不利影响，相关风险是否充分披露

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

“……

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”。”

三、 发行人采取的应对措施及其有效性

发行人已在招股说明书之“重大事项提示”之“四、新型冠状病毒肺炎疫情对发行人期后经营情况的影响”之“（六）发行人采取的应对措施及其有效性”部分补充披露如下：

“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。”

四、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人会计师：

1、访谈发行人管理层，了解新冠疫情以来发行人防护措施、复工复产情况、订单执行情况，取得发行人 2020 年 9 月底及 2020 年 12 月底在手订单统计表，对比同期变化情况进行分析；

2、查阅行业研究报告，了解新冠疫情发生以来，小型空压机和干湿两用吸尘器行业境内外复工复产和市场需求情况，获取发行人 2020 年财务数据，查阅

发行人所属行业出口数据及同行业可比上市公司财务数据，比较发行人 2020 年度主要财务数据变动趋势与同行业出口数据及同行业可比上市公司数据是否一致；

3、访谈发行人管理层了解新冠疫情发生后，公司采取的具体应对措施，查询海关总署的出口统计数据，网络查询小型空压机和干湿两用吸尘器在海外销售情况的新闻报道。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人会计师认为：

1、2020 年度发行人经营业绩未因疫情产生重大不利变化，发行人在手订单实际执行情况良好，发行人所处的外部生产经营环境未发生重大不利变化；

2、新冠疫情未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，发行人已经在招股说明书“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” 进行了充分的风险提示；

3、发行人已经全力做好疫情防控与应对工作，于 2020 年 2 月 10 日起陆续复工，截至目前生产经营未受新冠疫情影响。

29. 关于原始报表与申报报表差异

公司 2017 和 2018 年原始报表与申报报表存在较多的调整事项。

请发行人：

（1）补充披露主要差异的情况、产生原因、相关调整是否符合会计准则规定，财务报表项目比较数据变动幅度达 30%以上的情况及原因是否已恰当披露；

（2）针对原始报表与申报报表中对收入的调整，补充披露有关收入确认流程或原则是否发生变化、及具体的整改情况；调整事项对损益的影响、涉及纳税义务的处理与履行情况；

（3）补充披露公司与财务报告相关的内控制度设计和执行是否有效，相关财务人员及负责人是否具备胜任能力。

请保荐人、申报会计师说明核查程序和结论，对公司的会计核算及会计基础工作是否符合规范性的要求发表明确意见。

回复：

一、补充披露主要差异的情况、产生原因、相关调整是否符合会计准则规

定，财务报表项目比较数据变动幅度达 30%以上的情况及原因是否已恰当披露

发行人已在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十三、资产负债表日后事项、或有事项及其他”之“（四）原始报表与申报报表差异”中补充披露如下：

“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

2020 年度，公司申报报表与原始报表差异明细及金额情况：

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	会计差错更正	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	99,282.44	99,127.65	-154.79	-	-154.79					
营业成本	60,462.75	66,695.50	6,232.75		6,232.75					
销售费用	16,155.85	9,021.21	-7,134.64		-7,134.64					
财务费用	2,379.28	2,219.71	-159.57	-	-159.57					
所得税费用	2,529.08	2,765.97	236.89	-	236.89	-	-	-	-	-

（1）营业收入申报报表与原始报表差异-154.79 万元，其中原计入财务费用的现金折扣支出列报计入营业收入-159.57 万元；主营业务收入变化导致预计负债变动 4.78 万元所致。

（2）根据 2020 年 1 月 1 日起执行的 2017 年最新修订的《企业会计准则第 14 号—收入》的规定将做为单项履约义务的原计入销售费用的运输费和关税列报计入营业成本或存货。

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

2021 年 6 月 30 日较上期末变动幅度达 30%以上的财务报表项目如下表：

单位：万元

项目	2021 年 6 月末	2020 年末	变动幅度	变动原因
预付账款	1,452.02	898.29	61.64%	主要系支付货款及 IPO 费用增加所致
其他应收款	2,286.20	647.73	252.96%	应收出口退税款较上年末增加
存货	19,573.16	14,292.44	36.95%	主要系公司 2021 年 1-6 月收入增长较快，公司为满足销售需要扩大生产规模所致
其他流动资产	26,677.75	12,771.85	108.88%	主要系公司购买结构性存款较上年增多所致
投资性房地产	429.08	2,757.88	-84.44%	主要系部分房产不再出租所致
固定资产	17,737.36	8,522.41	108.13%	主要系美国厂房转固所致
在建工程	-	7,289.48	-100.00%	主要系美国厂房转固所致
无形资产	2,810.29	2,131.90	31.82%	主要系部分房产不再出租，土地由投资性房地产转为无形资产所致
长期待摊费用	0.28	0.44	-36.00%	主要系待摊费用按年限摊销所致
其他非流动资产	271.96	146.56	85.55%	主要系预付购置固定资产款项增加以及将一年以上支付 IPO 费用结转所致
应付票据	25,168.33	14,193.63	77.32%	主要系公司业务规模增加，采购规模较增加，导致应付票据规模增大
合同负债	983.93	561.78	75.14%	主要系公司业务规模增大，预收客户款项增多所致
应交税费	1,315.96	558.45	135.64%	主要系应交税费尚未缴纳所致
一年内到期的非流动负债	157.38	2,686.50	-94.14%	主要系已偿还借款所致
预计负债	3,890.88	2,870.56	35.54%	主要系公司业务规模增大，根据历史退货率计提预计负债增加所致

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长
应收账款	10,846.26	6,358.00	70.59%	主要系公司 2020 年度收入增长较快所致
应收款项融资	4,564.02	1,801.49	153.35%	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	**14,292.44**	7,602.27	**88.00%**	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	**977.59**	720.51	**35.68%**	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	0.00	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	-	-	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	-	-	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	**2,870.56**	1,607.16	**78.61%**	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	**99,127.65**	60,977.44	**62.56%**	主要系公司 2020 年度销售规模较上年增加所致
营业成本	**66,695.50**	39,228.75	**70.02%**	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
财务费用	**2,219.71**	72.65	**2,955.20%**	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增加
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

”

针对上述变化幅度超过 30%的科目，发行人已在招股说明书中恰当披露。

二、针对原始报表与申报报表中对收入的调整，补充披露有关收入确认流程或原则是否发生变化、及具体的整改情况；调整事项对损益的影响、涉及纳税义务的处理与履行情况

发行人已在招股说明书“第八节　财务会计信息及管理层分析”之“十三、资产负债表日后事项、或有事项及其他”之“（三）原始报表与申报报表差异”中补充披露如下：

“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。

2020 年：欧圣电气审计后净利润较原始财务报表金额增加 2.33 万元；欧圣美国调增 63.57 万美元；欧圣国际调增 25.29 万美元；欧圣日本调增 217.01 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，**2020 年无需补缴税款，**除欧圣电气外，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。”

三、补充披露公司与财务报告相关的内控制度设计和执行是否有效，相关财务人员及负责人是否具备胜任能力。

发行人已在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十三、资产负债表日后事项、或有事项及其他”之“（四）原始报表与申报报表差异”中补充披露如下：

“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-**0564** 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 **2021 年 6 月 30 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。”

四、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人会计师：

1、取得发行人及其子公司的科目余额表及明细账，访谈发行人财务负责人，了解引起科目余额变化的原因；

2、查阅财务报表项目比较数据变动幅度达 30%以上的情况及原因的合理性，检查是否已客观准确披露；

3、对照《企业会计准则》、《首发业务若干问题解答》、《增值税会计处理规定》及公司会计政策和会计估计等规定，对调整事项进行分析；

4、对报告期内申报报表与原始报表的差异进行逐项核查，了解差异形成的具体内容和原因，取得调整事项的充分调整依据，重点关注差异调整是否符合《企业会计准则》的规定；

5、针对收入跨期调整事项，查阅销售合同，访谈管理层及客户了解销售业务执行情况，查阅同行业可比公司的收入确认政策，核查公司收入确认时点是否正确；

6、了解公司收入确认流程或原则是否发生变化及具体的整改情况，对相关内部控制进行测试；

7、访谈发行人财务总监，了解并评价公司与财务报告相关的内控制度设计和执行是否有效，了解并查看相关财务人员及负责人的简历，评价是否具备胜任能力。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和发行人会计师认为：

1、财务报表项目比较数据变动幅度达 30%以上的情况及原因已充分披露，变动原因合理；发行人差异调整事项及依据符合《企业会计准则》的规定；

2、有关收入确认流程或原则已按照企业会计准则的规定进行调整，境内公司层面，2019 年欧圣电气已做更正申报并补缴税款，**2020 年无需补缴税款**，除欧圣电气外，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；

3、公司与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。

（本页无正文，为苏州欧圣电气股份有限公司《关于苏州欧圣电气股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函之回复》之签章页）

法定代表人：

WEIDONG LU

苏州欧圣电气股份有限公司

2021 年 12 月 10 日

（本页无正文，为中泰证券股份有限公司《关于苏州欧圣电气股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函之回复》之签章页）

保荐代表人：

周扣山　　孙晓刚

中泰证券股份有限公司

2021年12月10日

保荐机构（主承销商）总经理声明

本人已认真阅读苏州欧圣电气股份有限公司本次回复的全部内容，了解本次回复涉及问题的核查过程、保荐机构的内核和风险控制流程，确认保荐机构按照勤勉尽责原则履行核查程序，本次回复不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对本回复的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应责任。

保荐机构总经理：

毕玉国

中泰证券股份有限公司

2021 年 12 月 10 日