关于广东德尔玛科技股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的
第三轮审核问询函中有关财务事项的说明

关于广东德尔玛科技股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的
第三轮审核问询函中有关财务事项的说明

天健函〔2022〕7-51 号

深圳证券交易所：

由中国国际金融股份有限公司转来的《关于广东德尔玛科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函》(审核函〔2022〕010205 号，以下简称审核问询函)奉悉。我们已对审核问询函所提及的广东德尔玛科技股份有限公司(以下简称德尔玛公司或公司)财务事项进行了审慎核查，现汇报如下。

一、关于未决诉讼

申报材料及前次问询回复显示：

(1) 截至目前，发行人作为被告被提起诉讼且尚未了结的知识产权案件共 9 起，其中涉诉金额在 100 万元以上的诉讼共计 5 起，起诉方均为佛山市顺德区美的饮水机制造有限公司（以下简称美的饮水机），共涉及 2 项实用新型专利；美的饮水机要求发行人停止销售涉诉产品、销毁库存及专用设备、赔偿经济损失合计 2,820.00 万元，报告期各期发行人销售涉诉产品的收入占比分别为 0%、1.31%、5.81%和 0.46%；发行人向国家知识产权局申请相关 2 项实用新型专利无效，国家知识产权局已宣告其中 1 项专利部分无效；

(2) 2021 年 8 月，发行人 1 项“除毛球机”的外观设计专利被国家知识产权局宣告该专利全部无效；

(3) 报告期内，发行人的 1 项专利作为发行人及子公司上海水护盾与银行签署的最高额权利质押合同的质押标的。

请发行人：

诚信 公正 务实 专业

地址：杭州市江干区钱江路1366号华润大厦B座
Add: Block B, China Resources Building,
1366 Qianjiang Road, Hangzhou, China
网址：www.pccpa.cn

（1）说明上述 9 起诉讼涉及专利在发行人产品中的具体应用情况、对发行人产品竞争力的主要影响、相关专利是否涉及发行人核心技术，是否构成本次发行上市的法律障碍；若发行人未来未能继续使用相关专利，是否存在相应的替代方案，并测算替代成本对发行人毛利率的影响情况；

（2）说明除美的饮水机的 5 起诉讼外，其他 4 起诉讼的主要诉讼请求、报告期内涉诉产品的收入金额；并请进一步说明 9 起诉讼案件原告主张赔偿损失金额的依据，涉诉产品的认定范围、认定依据、涉述产品收入的测算方法、对发行人收入、毛利的贡献情况；

（3）说明报告期末上述 9 起诉讼涉及库存产品、专用设备的金额以及相关存货跌价准备、资产减值损失的计提情况，并说明计提的充分性；

（4）说明国家知识产权局宣告美的饮水机 1 项专利部分无效的具体含义以及预计对发行人诉讼判决的影响，2021 年 1-6 月发行人销售涉诉产品金额大幅下降的原因以及未计提预计负债的合理性；

（5）说明“除毛球机”外观设计专利被宣告全部无效的原因，发行人其他专利是否存在失效风险；

（6）说明作为质押标的的专利名称、主要应用情况、报告期内涉及该专利的产品销售收入及毛利、质押融资余额以及相关融资是否存在无法按期偿还风险，并分析相关专利质押对发行人生产经营的影响；

（7）结合上述事项及根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 4 的规定，进一步说明相关诉讼、专利无效及质押等事项对发行人持续经营能力和业绩的具体影响，并完善相关风险提示的信息披露。

请保荐人、申报会计师及发行人律师发表明确意见。（审核问询函问题 1）

（一）说明上述 9 起诉讼涉及专利在公司产品中的具体应用情况、对公司产品竞争力的主要影响、相关专利是否涉及公司核心技术，是否构成本次发行上市的法律障碍；若公司未来未能继续使用相关专利，是否存在相应的替代方案，并测算替代成本对公司毛利率的影响情况

1. 说明上述 9 起诉讼涉及专利在公司产品中的具体应用情况及对公司产品竞争力的主要影响

上述 9 起诉讼共涉及 6 项专利、6 个公司产品，具体情况如下：

序号	原告	被告	涉诉金额	背景、原因	涉及产品	涉诉专利在相关产品中的应用	诉讼对产品竞争力的影响
1	佛山市顺德区美的饮水机制造有限公司（以下简称“美的饮水机”）	广东水护盾；浙江艾波特环保科技股份有限公司；飞利浦（中国）投资有限公司	350万元	原告美的饮水机认为广东水护盾、浙江艾波特环保科技股份有限公司、飞利浦（中国）投资有限公司制造/销售/许诺销售的某型号净水机侵害其持有的ZL201820458920.1“净水机”实用新型专利，故对广东水护盾及相关方提起诉讼	AUT2015净水器	相关涉诉产品中涉及两项涉诉专利的主要为连接结构，主要功能是将泵、水路板、滤芯进行连接固定在机器的箱体上	涉诉专利已被国家知识产权局宣告全部无效，根据《中华人民共和国专利法》第四十七条第一款，宣告无效的专利权视为自始即不存在，因此公司使用相关技术的行为自始即不受该专利的限制，未来公司仍可继续使用该项设计结构。故不会对产品竞争力造成影响
2		上海水护盾；东莞京东利昇贸易有限公司	1,800万元	原告美的饮水机认为上海水护盾、东莞京东利昇贸易有限公司制造/销售/许诺销售的某型号净水器侵害其拥有的ZL201820455278.1“净水机和用于净水机的主机”实用新型专利，故对上海水护盾及相关方提起诉讼	AUT2002/00净水器		
3		广东水护盾；浙江艾波特环保科技股份有限公司	450万元	原告美的饮水机认为广东水护盾、浙江艾波特环保科技股份有限公司制造/销售的某型号净水机侵害其持有的ZL201820455278.1“净水机与用于净水机的主机”实用新型专利，故对广东水护盾及相关方提起诉讼	同序号1诉讼涉及产品		此4项诉讼均涉及同一项专利，针对此4项诉讼，公司子公司已与美的饮水机达成和解；截至本说明出具之日，美的饮水机已申请撤诉且广州知识产权法院已裁定准予撤诉
4		上海水护盾；溢泰（南京）环保科技有限公司；东莞京东利昇贸易有限公司	100万元	原告美的饮水机认为上海水护盾、溢泰（南京）环保科技有限公司、东莞京东利昇贸易有限公司制造/销售/许诺销售的某型号净水机侵害其持有的ZL201820455278.1“净水机与用于净水机的主机”实用新型专利，故向上海水护盾及相关方提起诉讼，故对上海水护盾及相关方提起诉讼	AUT2036/00净水器		此专利对应的结构设计在净水器市场及竞品中较为常见，若对相关产品进行结构修改，不会对相关产品的功能或外观形象造成重大不利影响，也不会显著增加相关产品的生产成本。故此诉讼不会对产品竞争力造成重大不利影响
5		上海水护盾；溢泰（南京）环保科技有限公司；东莞京东利昇贸易有	120万元	原告美的饮水机认为上海水护盾、溢泰（南京）环保科技有限公司、东莞京东利昇贸易有限公司制造/销售/许诺销售的某型号净水机侵害其持有的ZL201820455278.1“净水机与用于净水机的主机”实用新型专利，故对上海水护盾及相关方	AUT3036/00净水器		

序号	原告	被告	涉诉金额	背景、原因	涉及产品	涉诉专利在相关产品中的应用	诉讼对产品竞争力的影响
		限公司		提起诉讼			
6	中山市鑫能电器制造有限公司（以下简称鑫能电器）	德尔玛	11.78万元	原告鑫能电器认为公司制造/销售/许诺销售的某型号空气烤炸锅侵害其持有的ZL202020248403.9“一种空气烤炸锅的安全结构”实用新型专利，故对公司提起诉讼	空气烤炸杯	涉诉产品中涉及涉诉专利的主要为底座开关结构，主要功能是控制加热管的通断	此类结构及外观设计在市场及竞品中较为常见，不存在仅因此结构及外观设计的应用使公司的空气烤炸杯产品较市场其他竞品更具竞争力的情形 截至本说明出具之日，序号6、7项诉讼尚未收到法院作出的一审判决。广州知识产权法院就序号8项诉讼已作出一审判决，支持鑫能电器的部分诉讼请求（停止生产、许诺销售、销售争议产品；并赔偿原告8.5万元）；就此判决结果，公司已提起上诉。考虑到报告期内此款产品的收入、毛利仅分别为190.33万元、78.16万元，占比极小。若法院最终判决公司需停止销售此款产品，也不会对公司的整体竞争力造成重大不利影响
7			11.78万元	原告鑫能电器认为公司制造/销售/许诺销售的某型号空气烤炸锅侵害其持有的ZL202020248405.8“一种空气烤炸锅的多功能结构”实用新型专利，故对公司提起诉讼		涉诉产品中涉及涉诉专利的主要为功能结构，主要功能是提供煎炸两用的产品	
8			11.78万元	原告鑫能电器认为公司制造/销售/许诺销售的某型号空气烤炸锅侵害其持有的ZL201930104681.X“空气炸锅（迷你-小型）”外观设计专利，故对公司提起诉讼		此涉诉专利主要涉及涉诉产品的外观设计	
9	小田（中山）实业有限公司（以下简称小田实业）	德尔玛	18.52万元	原告小田实业认为公司制造/销售/许诺销售的某型号蒸汽高温清洁机侵害其持有的ZL201120446035.X“新型蒸汽发生器”实用新型专利，故对公司提起诉讼	一款蒸汽高温清洁机	涉诉产品中涉及涉诉专利的主要为加热结构，主要功能是通过加热水产生高温蒸汽	涉诉专利保护期已满，专利权已终止，原告不再享有排他使用的权利，未来公司仍可继续使用该项设计结构。故不会对产品竞争力造成影响

注1：根据国家知识产权局2022年2月7日出具的《无效宣告请求审查决定书》，美的饮水机、美的集团可以根据法律法规的规定，在收到该决定之日起三个月内向北京知识产权法院提起行政诉讼

公司是拥有多品牌、多品类的高增长小家电企业，上述涉诉产品涉及品类及型号较少，于报告期内占公司的收入比例较低，对公司整体的产品竞争力和经营业绩不会产生重大不利影响。

此外，就上表序号 1-5 项诉讼，经相关方本着公平竞争、合作共赢、长远发展的态度并经友好协商，公司子公司已与美的饮水机签署和解协议的具体约定已申请豁免披露。

截至本说明出具之日，美的饮水机已就上述 5 起案件申请撤诉且广州知识产权法院已裁定准予撤诉。

就上表序号 8 对应的诉讼，截至本说明出具之日，广州知识产权法院已作出一审判决，判决：(1) 公司停止制造、许诺销售、销售与涉诉外观专利相关的产品；(2) 公司向鑫能电器赔偿经济损失及合理维权费用合计 8.5 万元；(3) 驳回鑫能电器其他诉讼请求。就此判决结果，公司已提起上诉。

2. 上述涉诉专利是否涉及公司核心技术、上述诉讼是否构成本次发行上市的法律障碍

公司围绕提升产业基础高级化、产业链现代化水平，深耕于构筑核心创新能力、研发能力和制造能力。公司坚持以创新为驱动力，优化产品性能与消费者使用体验，创造新的小家电使用方式，积极布局产业链上下游资源，形成了多项科技创新成果和领先的工程技术水平。截至本说明出具之日，公司的核心技术包括：

序号	技术名称	技术特征及贡献	技术来源
1	吸尘器旋风过滤技术	吸尘器工作时通过马达产生负压，从而使灰尘通过风道进入集尘腔，在集尘腔内使用旋风技术使尘和气流进行分离，有效地达到过滤的效果，该技术采用特殊的风道设计，使气流从尘杯的轴心进入再切向进入尘杯，使气流沿着尘杯壁高速旋转，产生的离心力使尘与气流有效的分离，过滤效率高 本项核心技术获得实用新型专利授权，专利名称为一种吸尘器的旋风分离器，专利号为 ZL201520138868.8	自主研发
2	吸尘器干湿两用及集尘桶上置技术	一种既能吸固体也能吸液体的技术，使吸尘器适用更多场景，此技术采用干湿两用马达，配合特殊的干湿分离风道设计，安全可靠，吸尘效率高。同时将吸尘器尘桶上置于机身上部，可独立取下进行清洗，方便实用，更符合用户使用习惯。 本项核心技术获得实用新型专利授权，专利名称为一种干湿两用吸尘器的止水阀结构，专利号为 ZL201920707917.3	自主研发
3	蒸馏加湿技术	一种高效杀菌、纯水雾化技术，通过发热盘补水加热，100 摄氏度高温持续杀菌，杀菌率可达 99.99%，隔离自来水中	自主研发

序号	技术名称	技术特征及贡献	技术来源
		杂质。蒸馏出来的高温蒸汽，通过顶部静音风扇进行降温挥发，达到温热加湿。加湿量最大可达 680mL/h，为一般超声波加湿器两倍，且不打湿桌面 本项核心技术获得实用新型专利授权，专利名称为一种提高加湿量的蒸发式加湿结构及加湿设备，专利号为 ZL201921733445.5	
4	加湿器智能物联技术	加湿器通过软硬件配置经互联网连接到云端，使用手机或 AI 音箱智能设备，可实时显示机器工作状态及周围环境，亦可进行远程手机及语音操控，提升用户体验	自主研发
5	蒸汽清洁技术	该技术采用高温蒸汽进行物料表面清洁，使常温下不易清洁的顽固污渍能在 100 度的高温蒸汽下变得容易去除，并通过高温杀灭细菌，解决了家庭环境中较多场景下的清洁需求，产品设计即热产生蒸汽发热体，同时配置多种清洁头，能达到喷、刷、洗多种清洁功能 本项核心技术获得实用新型专利授权，专利名称为蒸汽发热芯，专利号为 ZL202020491015.3	自主研发
6	洗地机污水接收装置技术	该技术通过污水接收装置将第一污水箱中的污水流入第二污水箱中。解决了现有的手持式洗地机重复拆卸和组装污水箱等工作效率较低的技术问题 本项核心技术相关国际 PCT 发明专利污水接收装置及洗地机正在申请中	自主研发
7	洗地机烘干底座技术	该技术通过支撑座、底盘、烘干装置，解决了现有的手持式洗地机滚刷一直处于湿润状态、易产生细菌的技术问题 本项核心技术相关发明专利一种烘干底座和洗地机正在申请中	自主研发
8	洗地机地刷技术	该技术通过电机驱动第一滚刷在工作面上向前滚动，解决了现有的洗地机通过驱动装置和传动装置驱动清洁辊滚动损耗较大以及占用较大安装空间的技术问题 本项核心技术相关国际 PCT 发明专利一种地刷以及洗地清洗机正在申请中	自主研发
9	洗地机装置的补给方法	该技术通过洗地装置和补给底座，建立两者之间的电通道和水通道，提供收纳洗地装置的同时补给洗地装置的电量和水量 本项核心技术相关发明专利一种洗地装置的补给方法正在申请中	自主研发
10	无泵和净水箱可以清洗的净饮机技术	市场主流净饮机一般都有增压泵，且净水箱不能清洗。该技术通过无泵和可清洗净水箱解决净饮机噪音、水箱不能清洗、易滋生细菌的痛点 本项核心技术相关实用新型专利一种纯水箱外置的净饮机正在申请中	自主研发
11	大通量净水器技术	该技术通过内置水箱和抽水泵保证小通量 RO 膜制水和大通量出水 本项核心技术相关实用新型专利一种带有内置水箱的反渗透净水机正在申请中	自主研发
12	一体化集成过滤技术	该技术是高度集成的 5 合 1 反渗透技术，将五种过滤材料通过一根滤芯高度集成。该技术的成熟应用可更大限度的降低整机设计难度，缩小整机的体积，并使更换滤芯变得更加便捷	自主研发

序号	技术名称	技术特征及贡献	技术来源
		本项核心技术获得实用新型专利授权，专利名称为一种净水机的复合滤芯，专利号为 ZL201822159272.2。此外，本核心技术相关发明专利一种复合滤芯及净水器正在申请中	
13	即滤即热系统平台技术	公司研究同时具备即时过滤和即时加热的净水机平台技术，应用该技术的产品能在给用户带来便捷享用全时鲜饮用水的同时快速制备开水（或某温度热水） 本项核心技术获得实用新型专利授权，专利名称为一种解决 RO 膜慢渗透导致出水 TDS 高的净饮机，专利号为 ZL201920638839.6	自主研发
14	快旋接口设计	该技术可应用在厨下式净水机、净饮机、龙头净水器等多个净水产品品类中，使用户换芯更加方便 本项核心技术获得实用新型专利授权，专利名称为净水器滤芯快速接头结构，专利号为 ZL201520020006.5	自主研发
15	全时鲜技术	公司研究的全时鲜过滤技术，可应用厨下式净水器、净饮机领域等产品，该技术能降低头杯水 TDS，解决行业痛点 本项核心技术获得实用新型专利授权，专利名称为一种净水系统，专利号为 ZL201921368370.5 此外，本核心技术相关发明专利一种复合滤芯及净水系统正在申请中	自主研发
16	集成水路设计	该技术通过集成水路将机器各涉水功能元件连接，结构紧凑、装配便捷，同时最大限度减少了连接活动零部件，大幅降低机器漏水风险 本项核心技术获得实用新型专利授权，专利名称为一种一体式集成水路板，专利号为 ZL201822159984.4	自主研发
17	纳米杀菌模块技术	在杀菌技术方面，公司研发了对马桶内壁、座圈、喷嘴杀菌的方案，对洗手间和马桶周围的大肠杆菌和金黄色葡萄球菌实现了较好的杀菌效果。本项核心技术主要包括纳米水离子技术和纳米水离子杀菌技术，杀菌率高达 99.99% 本项核心技术获得两项实用新型专利授权，专利名称分别为一种采用纳米水离子杀菌消毒的坐便器组件和送风装置、坐便器，专利号分别为 ZL202020318463.3 和 ZL202021065409.9	自主研发

通过将上述诉讼涉及的专利应用与上表所列之核心技术进行比对，上述涉诉专利均不涉及公司核心技术。

综上所述，上述诉讼不涉及公司主要资产、核心技术、商标等的重大权属纠纷，不属于对公司持续经营有重大不利影响的事项，不存在违反《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第十二条第（三）款的情形；上述诉讼也不构成《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 4 规定的相关情形，具体可详见本题(七)之说明。

3. 公司未来未能继续使用相关专利的替代方案、替代成本及对毛利率的影响

(1) 美的饮水机相关 5 起诉讼

美的饮水机相关5起诉讼共涉及2项专利、4款净水器产品。

截至本说明出具之日，美的饮水机所拥有的专利号为ZL201820458920.1的“净水机”实用新型专利已被国家知识产权局宣告全部无效 ，根据《中华人民共和国专利法》第四十七条第一款，宣告无效的专利权视为自始即不存在，因此公司使用相关技术的行为自始即不受该专利的限制，未来公司仍可继续使用该项设计结构；故针对该项专利，公司无需开发替代方案或因此支付额外成本。

就另1项专利号为ZL201820455278.1的“净水机和用于净水机的主机”实用新型专利所涉及的连接结构，公司已完成调整方案的开发，目前正在推进模具调整等工作，调整后的模具一方面可妥善实现对原涉诉连接结构的替换，另一方面可在产品减震、降噪功能方面有所优化。将调整后的模具投入生产后，公司预计相关净水器产品的单位生产成本将提升不超过10元/台，增加部分占单位生产成本的比例较小，故就此事项，预计未来不会对公司的毛利率产生重大不利影响。

(2) 鑫能电器相关3起诉讼

鑫能电器相关3起诉讼涉及的产品均为空气烤炸杯，此产品为外协生产，包括产品设计、模具开发、生产等在内的各环节均由外协供应商完成。此产品于报告期内的销售额极小，报告期内此产品合计的销售收入及合计毛利分别仅190.33万元、78.16万元；截至2021年12月31日，此款产品的库存商品账面余额仅为21.70万元。

就专利号为ZL201930104681.X的“空气炸锅（迷你-小型）”外观设计专利纠纷案件，截至本说明出具之日，广州知识产权法院已作出一审判决，判决公司不得继续销售涉诉产品，并赔偿鑫能电器经济损失及合理维权费用合计 8.5 万元。就此判决结果，公司已提起上诉。就公司与鑫能电器之间的另外2项专利纠纷案件，截至本说明出具之日，公司尚未收到法院作出的一审判决。

考虑到此款涉诉产品于报告期内的销售收入及毛利极低，若法院最终判决公司需停止销售此款产品，亦不会对公司的毛利率产生重大不利影响。此外，此款产品为外协生产，根据公司与外协生产商签署的采购合同，若因外协生产商开发的产品有任何专利问题导致公司被第三人起诉，外协生产商应承担全部的赔偿责任并应赔偿公司的相应损失。因此，如法院最终判决公司须支付赔偿款或需停止销售涉诉产品，亦不会对公司的持续经营能力和未来经营业绩产生重大不利影响。

(4) 小田实业相关 1 起诉讼

小田实业相关 1 起诉讼涉及的产品为一款高温清洁机。截至本说明出具之日，此项诉讼涉及的 1 项专利的保护期限已经届满，专利权已终止，原告不再享有排他使用的权利，未来包括公司在内的各方均可使用该项专利。此外，公司已向国家知识产权局提出了关于该项专利的无效申请，截至本说明出具之日，国家知识产权局已就该项无效宣告请求进行了口头审理，公司尚未收到国家知识产权局的审查决定。考虑到公司未来依法可继续使用该项专利，故公司无需开发替代方案或因此支付额外成本，也不会因此事项对公司的毛利率产生重大不利影响。

(二) 说明除美的饮水机的 5 起诉讼外，其他 4 起诉讼的主要诉讼请求、报告期内涉诉产品的收入金额；并请进一步说明 9 起诉讼案件原告主张赔偿损失金额的依据，涉诉产品的认定范围、认定依据、涉述产品收入的测算方法、对公司收入、毛利的贡献情况

1. 其他 4 起诉讼的主要诉讼请求、报告期内涉诉产品的收入金额

除美的饮水机的 5 起诉讼外，其他 4 起诉讼的主要诉讼请求包括赔偿原告损失并承担诉讼相关费用、停止销售产品、销毁模具及库存产品等。

此 4 起诉讼共涉诉 2 款产品，其在报告期内的销售收入数据已申请豁免披露。报告期内，此 2 款涉诉产品产生的销售收入占公司营业收入的比例均较低。

2. 涉诉案件原告主张赔偿损失金额的依据

对于专利侵权案件，相关法律及司法解释对侵权所产生的损失认定方式，作出了规定：

《中华人民共和国专利法》第七十一条第一至三款规定：“侵犯专利权的赔偿数额按照权利人因被侵权所受到的实际损失或者侵权人因侵权所获得的利益确定；……”

《最高人民法院关于审理专利纠纷案件适用法律问题的若干规定》第十四条规定：“专利法第六十五条规定的权利人因被侵权所受到的实际损失可以根据专利权人的专利产品因侵权所造成销售量减少的总数乘以每件专利产品的合理利润所得之积计算。权利人销售量减少的总数难以确定的，侵权产品在市场上销售的总数乘以每件专利产品的合理利润所得之积可以视为权利人因被侵权所受到的实际损失。专利法第六十五条规定的侵权人因侵权所获得的利益可以根据该侵

权产品在市场上销售的总数乘以每件侵权产品的合理利润所得之积计算。侵权人因侵权所获得的利益一般按照侵权人的营业利润计算，对于完全以侵权为业的侵权人，可以按照销售利润计算。”

根据起诉状、原告提供的证据等相关资料，公司作为被告的 9 起知识产权诉讼案件中，原告主张的损失金额的计算具体包括：

<table>
<tr><th>原告</th><th>案号</th><th>损失金额的计算依据</th></tr>
<tr><td rowspan="5">美的饮水机</td><td>（2020）粤 73 知民初 2413 号</td><td rowspan="5">在左述 5 个案件中，原告明确请求的赔偿金额（包括经济损失及为维护其权利而支出的合理费用）分别如下：
<table><tr><th>案号</th><th>赔偿金额（万元）</th></tr><tr><td>（2020）粤 73 知民初 2413 号</td><td>350</td></tr><tr><td>（2020）粤 73 知民初 2414 号</td><td>450</td></tr><tr><td>（2020）粤 73 知民初 2415 号</td><td>100</td></tr><tr><td>（2020）粤 73 知民初 2416 号</td><td>120</td></tr><tr><td>（2020）粤 73 知民初 2469 号</td><td>1,800</td></tr></table>原告提供的证据欲证明的事实包括净水器行业上市公司的利润水平、涉案产品的销售量和销售额，但起诉状及证据材料中均未明确赔偿金额的具体计算方式
根据庭审过程中原告方的口头陈述，赔偿金额均是按照涉案产品于 2019 年、2020 年、2021 年 1-9 月内的销售金额、行业利润率、“专利贡献率”三个要素计算得出</td></tr>
<tr><td>（2020）粤 73 知民初 2414 号</td></tr>
<tr><td>（2020）粤 73 知民初 2415 号</td></tr>
<tr><td>（2020）粤 73 知民初 2416 号</td></tr>
<tr><td>（2020）粤 73 知民初 2469 号</td></tr>
<tr><td rowspan="3">鑫能电器</td><td>（2021）粤 73 知民初 184 号</td><td rowspan="3">在左述 3 个案件中，原告就每个案件明确请求的赔偿金额均为 11.7823 万元，具体包括：
(1) 侵权行为造成的经济损失 10 万元，原告的起诉状及证据未载明该笔金额的计算依据
(2) 原告为案件所支付的合理维权费用，根据原告的起诉状及证据，前述费用均按照实际发生费用支出计算
截至本说明出具之日，就左述案件号为“（2021）粤 73 知民初 1514 号”的案件，广州知识产权法院已作出一审判决，判决公司向鑫能电器赔偿经济损失及合理维权费用合计 8.5 万元。一审判决赔偿金额低于原告主张的损失金额</td></tr>
<tr><td>（2021）粤 73 知民初 589 号</td></tr>
<tr><td>（2021）粤 73 知民初 1514 号</td></tr>
<tr><td>小田实业</td><td>（2021）粤 73 知民初 962 号</td><td>原告明确请求的赔偿金额共 18.5156 万元，具体包括：
(1) 经济损失 15 万元，原告的起诉状及证据未载明该笔金额的计算依据
(2) 原告为案件支付的合理费用 3.5156 万元，根据原告的起诉状及证据，前述费用均按照实际发生费用支出计算</td></tr>
</table>

3. 涉诉产品的认定范围、认定依据、涉诉产品收入的测算方法、对公司收入、毛利的贡献情况

美的饮水机、鑫能电器、小田实业的起诉状、证据材料中，均载明及显示了前述原告主张存在侵权情况的公司产品的名称及产品型号。公司依据截至本说明出具之日收到的前述相关案件起诉状、证据材料认定涉诉产品范围，与原告主张

的侵权产品范围一致，并根据认定的产品型号对应获取于报告期内的收入、毛利情况。

上述诉讼共涉及 6 款产品，其于报告期内的合计收入及毛利贡献情况已申请豁免披露。

4. 相关诉讼涉及专利的其他潜在诉讼风险

除上述在起诉状、证据材料中载明的产品型号外，针对美的饮水机、鑫能电器、小田实业相关诉讼中涉及的专利可能存在的其他潜在诉讼风险具体情况已申请豁免披露，就相关产品可能导致发行人涉诉金额提高的风险，公司已在招股说明书中进行了补充披露。

（三）说明报告期末上述 9 起诉讼涉及库存产品、专用设备的金额以及相关存货跌价准备、资产减值损失的计提情况，并说明计提的充分性

上述诉讼共涉及 6 款产品，其中 4 款净水器产品及空气烤炸杯产品均为外协生产，蒸汽高温清洁机虽有部分采用自主生产方式进行生产，但公司拥有的注塑机、部装及总装生产线等均并非为此款产品专用，也可应用于其他产品的生产。因此，公司未拥有专用于生产前述产品的专用设备，公司拥有与前述产品相关的专用固定资产主要为产品对应的生产模具。

截至 2021 年 6 月 30 日及截至 2021 年 12 月 31 日，上述产品涉及库存的账面余额、跌价准备及账面价值情况已申请豁免披露。

截至 2021 年 6 月 30 日及截至 2021 年 12 月 31 日，上述产品涉及生产模具的原值、累计折旧、减值准备及账面价值情况已申请豁免披露。截至 2021 年 6 月 30 日及截至 2021 年 12 月 31 日，上述涉诉产品的库存产品均按照成本与可变现净值孰低计量，并将存货成本高于其可变现净值的部分计提存货跌价准备；上述涉诉产品的生产模具并未计提固定资产跌价准备。上述存货跌价准备及固定资产减值准备计提的合理性分析如下：

1. 美的饮水机相关 5 起诉讼

截至广东德尔玛科技股份有限公司 2018 年度、2019 年度、2020 年度、2021 年 1-6 月合并审计报告(以下简称三年及一期审计报告)出具日，美的饮水机 5 起诉讼均未开庭审理，涉及的 2 项专利的无效申请也未由国家知识产权局进行口头审理。根据当时专利代理人出具的《专利无效分析评估意见书》，其认为：上述

诉讼所涉及相关专利的权利要求已被现有技术所披露的技术方案公开，因此不具备新颖性、创造性，不符合《中华人民共和国专利法》第二十二条第二、三款的规定，该专利的全部权利要求应当予以无效。而专利一旦被宣告无效，则专利侵权诉讼中的原告将丧失权利基础。鉴于此，专利代理人认为，与涉诉专利有关的诉讼案中，原告获得法院支持的可能性较低，被告被判赔偿的风险亦较低。基于上述意见并结合截至三年及一期审计报告出具日的案件进展情况，公司使用成本与可变现净值孰低的方法对相关库存商品计提跌价准备，同时未对相关生产模具计提减值准备，符合公司实际情况，具有合理性。

截至 2021 年 1-9 月审阅报告出具日，美的饮水机 5 起诉讼均已开庭审理，法院尚未作出一审判决；涉及的 2 项专利的无效申请中，专利号为 ZL201820455278.1 的“净水机和用于净水机的主机”实用新型专利仅被国家知识产权宣告部分无效，另 1 项专利号为 ZL201820458920.1 的“净水机”实用新型专利尚未宣告审理结果。根据当时专利诉讼律师出具的意见，其认为：涉案产品公开销售时间早于涉案专利申请日，该产品的内部结构属于法律规定的“一项现有技术方案”，认定被诉产品所实施的技术方案属于现有技术具有较大可能性；基于公司方提交的证据及庭审情况，诉讼律师认为上述五项案件有较大的胜诉机会，被判令承担相应法律责任的可能性较小。基于上述意见并结合截至 2021 年 1-9 月审阅报告出具日出具日的案件进展情况，公司使用成本与可变现净值孰低的方法对相关库存商品计提跌价准备，同时未对相关生产模具计提减值准备，符合公司实际情况，具有合理性。

截至本说明出具之日，专利号为 ZL201820458920.1 的“净水机”实用新型专利已被国家知识产权局宣告全部无效，且公司子公司已与美的饮水机达成和解，美的饮水机已就上述 5 项诉讼申请撤诉且广州知识产权法院已裁定准予撤诉。截至 2021 年 12 月 31 日，上述 4 款净水器库存商品的账面价值合计 147.05 万元；2021 年全年，公司就上述 4 款产品实现销售收入合计 1,115.32 万元，月均销售收入超过 90 万元。因此，结合公司的历史销售情况，公司预计可在与美的饮水机达成和解的销售期限内完成库存产品的销售，并可通过调整模具的局部设计等方式保证相关模具可继续投入生产。基于上述情况，于 2021 年 12 月 31 日，公司使用成本与可变现净值孰低的方法对相关库存商品计提跌价准备，同时未对相

关生产模具计提减值准备，符合公司实际情况，具有合理性。

2. 鑫能电器相关 3 起诉讼及小田股份相关 1 起诉讼

鑫能电器相关 3 起诉讼案件中，涉诉产品为同一款产品，均为空气烤炸杯。此产品为外协生产，包括产品设计、模具开发、生产等在内的各环节均由外协供应商完成，公司不持有与此款产品相关的模具。

截至三年及一期审计报告出具日及 2021 年 1-9 月审阅报告出具日，就鑫能电器的 3 起诉讼案件，人民法院均尚未作出判决，涉诉 3 项专利的无效申请也未尚未由国家知识产权局宣告审理结果。此外，相关案件的专利代理人均已出具意见，认为公司在此 3 起诉讼中胜诉可能性较大。基于上述意见并结合截至三年及一期审计报告出具日、2021 年 1-9 月审阅报告出具日的案件进展情况，公司在上述两时点均使用成本与可变现净值孰低的方法对该款涉诉产品的库存商品计提跌价准备，符合公司实际情况，具有合理性。

就专利号为 ZL201930104681.X 的“空气炸锅（迷你-小型）”外观设计专利纠纷案件，公司已于 2022 年 3 月上旬收到广州知识产权法院出具的一审民事判决书，判决公司停止制造、许诺销售、销售与涉诉外观专利相关的产品。就此判决结果，公司已提起上诉。截至 2021 年 12 月 31 日，此款产品的库存商品账面余额为 21.70 万元；考虑到目前法院已作出判决，要求公司自判决发生法律效力之日起停止销售此款产品，故对于截至 2022 年 2 月底尚未对外销售的库存商品，公司已全额计提存货跌价准备，剩余 4.08 万元为 2022 年 1-2 月已销售产品对应的库存账面价值。前述库存商品跌价准备的计提方式，符合公司实际情况，具有合理性。

3. 小田实业相关 1 起诉讼

就此项诉讼，相关案件的专利代理人已出具意见，认为公司的胜诉可能性较大。此外，截至三年及一期审计报告出具日、2021 年 1-9 月审阅报告出具日及本说明出具之日，人民法院均尚未对此项诉讼案件作出判决。截至本说明出具之日，涉诉专利保护期已满，专利权已终止，原告不再享有排他使用的权利，未来公司仍可继续使用该项设计结构。故就此项诉讼涉及的产品，公司使用成本与可变现净值孰低的方法对相关库存商品计提跌价准备，同时未对相关生产模具计提减值准备，符合公司实际情况，具有合理性。

（四）说明国家知识产权局宣告美的饮水机 1 项专利部分无效的具体含义以及预计对公司诉讼判决的影响，2021 年 1-6 月公司销售涉诉产品金额大幅下降的原因以及未计提预计负债的合理性

1. 部分无效专利的具体含义及对公司诉讼判决的影响

根据国家知识产权局于 2021 年 11 月 10 日出具的关于美的饮水机、美的集团拥有的申请号为 ZL201820455278.1 实用新型专利《无效宣告请求审查决定书》，审查决定对宣告专利部分无效。宣告部分无效的原因主要相关情况为：

(1) 该项专利于 2018 年获授权时的权利要求共有 11 项，而本次无效审查过程中国家知识产权局将上海水护盾提交的申请专利无效的意见陈述书送达给美的饮水机、美的集团后，美的饮水机及美的集团向国家知识产权局提交了修改后的权利要求；

(2) 与授权时的权利要求相比，修改后的权利要求将原部分项目进行了合并，并删除了 4 项权利要求，国家知识产权局认为修改符合相关规定，予以接受，并按照修改后的权利要求书为基础进行本次无效审查；

(3) 国家知识产权局经过审查，认为上海水护盾提出的专利无效理由不能成立，并作出决定，在专利权人修改后权利要求书基础上，维持 ZL201820455278.1 号实用新型专利权有效。

根据《专利审查指南》，无效宣告请求审查决定只能分为下列三种类型：1) 宣告专利权全部无效；2) 宣告专利权部分无效；3) 维持专利权有效。虽然美的饮水机、美的集团修改后的权利要求得到了国家知识产权局的维持，但因本次无效审查过程中美的饮水机、美的集团通过主动修改权利请求书的方式放弃了部分权利要求，故审查决定的结果为“部分无效”。

就公司与美的饮水机的 5 项诉讼，公司与美的饮水机已达成和解；截至本说明出具之日，美的饮水机已申请撤诉且广州知识产权法院已裁定准予撤诉。

2. 2021 年 1-6 月公司销售涉诉产品金额大幅下降的原因

2021 年 1-6 月，上述 5 项诉讼涉及的 4 款产品销售金额大幅下降，主要由于以下原因：

(1) 产品更新换代

上述 4 款净水器中 3 款产品的净水容量为 400 加仑、1 款产品的净水容量为

600 加仑，随着净水器市场整体的产品更新换代，2021 年以来，公司重点对有更大净水容量的净水器产品进行推广及销售，导致此 4 款产品于 2021 年上半年的销售额大幅下降。

(2) 直播带货的影响

此 4 款产品中的 2 款产品，于 2020 年参与了多场头部主播的直播推广活动且销售情况良好，因净水器产品迭代，公司对于相关产品于 2021 年上半年的直播推广力度下降，也导致了销售金额的下降。

(3) 诉讼后减少销售

公司于 2021 年知悉美的饮水机就上述 4 款产品向公司子公司提起诉讼后，经与知识产权代理机构、公司内部法务团队讨论，为合理控制诉讼风险，减少了对上述 4 款产品的销售及推广力度，进一步导致其 2021 年上半年的销售金额有所下降。

3. 未计提预计负债的合理性

截至广东德尔玛科技股份有限公司 2018 年度、2019 年度、2020 年度、2021 年 1-6 月合并审计报告出具日，公司未针对美的饮水机相关 5 起诉讼计提预计负债，主要系由于专利代理人出具了“原告获得法院支持的可能性较低，被告被判赔偿的风险亦较低”的《专利无效分析评估意见书》。具体情况详见本题回复(三)之说明。

截至本说明出具之日，公司子公司已与美的饮水机达成和解，公司子公司已向美的饮水机先行支付完毕和解款 300 万元，后续公司子公司将根据与外协供应商签署的采购合同进一步向外协供应商追索此款项；截至本说明出具之日，美的饮水机已就上述 5 项诉讼申请撤诉且广州知识产权法院已裁定准予撤诉。基于上述情况，于 2021 年 12 月 31 日，公司计提和解款对应预计负债。

(五) 说明“除毛球机”外观设计专利被宣告全部无效的原因，公司其他专利是否存在失效风险

经国家知识产权局审定，专利号为 ZL201830310222.2 的“除毛球机”外观设计专利因与现有设计的组合相比不具有明显区别，不符合《中华人民共和国专利法》第二十三条第二款的规定，被国家知识产权局宣告专利权全部无效。公司已就国家知识产权局的这一决定向人民法院提起行政诉讼，人民法院已受理立案。

除上述情况外，截至本说明出具之日，公司不存在专利被申请宣告无效的未决案件，公司其他主要境内外专利均为有效注册状态。

公司拥有的专利、商标、域名等知识产权是公司竞争力的重要组成部分，经过多年的开发与投入，公司已依法注册并使用多项与小家电相关的知识产权。

但随着小家电行业竞争日益激烈，竞争对手之间通过依法申请宣告对方专利无效进行自身的知识产权保护已成为各公司知识产权管理和进行市场竞争的方式之一。且《中华人民共和国专利法》第四十五条规定："自国务院专利行政部门公告授予专利权之日起，任何单位或者个人认为该专利权的授予不符合本法有关规定的，可以请求国务院专利行政部门宣告该专利权无效。"因此任何主体依法均有权申请宣告某项专利无效。

若未来出现竞争对手对公司其他专利提出宣告无效的申请，则被申请专利可能存在被无效的风险。

（六）说明作为质押标的的专利名称、主要应用情况、报告期内涉及该专利的产品销售收入及毛利、质押融资余额以及相关融资是否存在无法按期偿还风险，并分析相关专利质押对公司生产经营的影响

1. 作为质押标的的专利名称、主要应用情况及报告期内的销售情况

截至报告期末，公司及其控股子公司拥有的主要专利中，仅有一项有效发明专利存在质押，其专利名称为"一种加湿器的水阀以及应用该水阀的上加水式加湿器"，专利号为ZL201610409011.4。

截至本说明出具之日，上述专利没有应用在公司正在销售的产品中。报告期内，也不存在应用该专利的产品进行对外销售的情况。

2. 质押融资余额及相关融资是否存在无法按期偿还风险

根据公司、上海水护盾、中国建设银行股份有限公司佛山市分行签署的《最高额权利质押合同》（2019 年最高质字第 002 号），上述质押专利为公司（作为债务人）在 2019 年 5 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日期间办理的授信业务提供质押担保。

自上述主债权确定期间起算至本说明出具之日，公司及其控股子公司未与中国建设银行股份有限公司佛山市分行签署任何授信、借款等融资协议，故截至目前该项质押专利对应的质押融资余额为零。因此，不存在公司无法按期偿还专利

质押担保的债务的风险。

3. 专利质押对公司生产经营的影响

专利质押期间，专利权人可以继续使用专利，但依据《中华人民共和国民法典》第四百四十四条的规定，未经质权人同意不得转让专利或者许可他人使用专利。因此，虽然 ZL201610409011.4 号专利已质押，但公司仍有权继续使用该项专利。

如前所述，该项质押专利对应的质押融资余额为零，因此目前不存在公司无法按期清偿相关债务的风险，亦不存在该项专利因被担保人行使质权而被处置予第三人的风险。

此外，公司目前未使用该项专利，该项专利的法律状态对公司目前的产品生产、销售不产生直接影响。

综上所述，上述专利质押对公司的生产经营不存在实质重大不利影响。

（七）结合上述事项及根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 4 的规定，进一步说明相关诉讼、专利无效及质押等事项对公司持续经营能力和业绩的具体影响

《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 4 对影响公司持续经营能力的重要情形进行了规定，其中与诉讼、无形资产相关的情况包括：“（九）对公司业务经营或收入实现有重大影响的商标、专利、专有技术以及特许经营权等重要资产或技术存在重大纠纷或诉讼，已经或者未来将对公司财务状况或经营成果产生重大影响。”并规定：“如存在上述情形，中介机构应详细分析和评估上述情形的具体表现、影响程度和预期结果，综合判断上述情形是否对公司持续经营能力构成重大不利影响，审慎发表明确意见，并督促公司充分披露可能存在的持续经营风险。”

基于前述回复，截至本说明出具之日，公司存在 4 起作为被告的未决知识产权诉讼（另美的饮水机相关 5 起诉讼已由人民法院裁定撤诉）、1 项外观设计专利被国家知识产权局被宣告无效、1 项有效专利作为公司及子公司与银行签署的质押合同的质押标的，上述事项均不会对公司的持续经营能力和未来经营业绩造成重大不利影响，主要包括：

1. 就美的饮水机相关 5 起诉讼，公司已与美的饮水机达成和解，截至本说

明出具之日，美的饮水机已申请撤诉且广州知识产权法院已裁定准予撤诉；此外，公司已通过开发新产品、调整产品结构等方式实现对涉诉产品结构的调整，此事项不会对公司的持续经营能力和未来经营业绩造成重大不利影响。

2. 就鑫能电器相关 3 起诉讼，涉及的均为同一款产品，截至本说明出具之日，就 2 项实用新型专利纠纷案件，公司尚未收到法院作出的一审判决；就专利号为 ZL201930104681.X 的“空气炸锅（迷你-小型）”外观设计专利纠纷案件，广州知识产权法院已作出一审判决，判决公司停止销售涉诉产品并赔偿鑫能电器经济损失及合理维权费用。就前述判决结果，公司已提起上诉。考虑到此款涉诉产品于报告期内的收入及毛利贡献极小，且此款产品为外协生产，根据公司与外协生产商签署的采购合同，外协供应商应承担全部的赔偿责任并应赔偿公司的相应损失，故此事项不会对公司的持续经营能力和未来经营业绩造成重大不利影响。

3. 就小田实业相关 1 起诉讼，根据相关案件律师出具的意见，相关诉讼案件有较大的胜诉机会。另截至本说明出具之日，此诉讼涉及的专利已期满终止，未来包括公司在内的任何人均可使用该项专利技术，故此事项不会对公司的持续经营能力和未来经营业绩造成重大不利影响。此外，公司已向国家知识产权局提出了关于该项专利的无效申请，国家知识产权局已就该项无效宣告请求进行了口头审理，公司尚未收到国家知识产权局的审查决定。

4. 就 1 项被国家知识产权局宣告无效的外观设计专利，公司已就国家知识产权局的审查决定向人民法院提起行政诉讼，人民法院已受理立案；除此情况外，截至本说明出具之日，公司不存在专利被申请宣告无效的未决案件，公司其他主要境内外专利均为有效注册状态。此外，尽管上述专利被宣告无效，公司仍可进行相关产品的生产及销售，仅无法再依据此专利进行自身的知识产权保护，因此也不会对公司的持续经营能力和未来经营业绩造成重大不利影响。

5. 就 1 项向银行质押的专利，截至本说明出具之日，此专利没有应用在公司正在销售的产品中，报告期内，也不存在应用该专利的产品进行对外销售的情况；此外，该项质押专利对应的质押融资余额为零，不存在公司无法按期清偿相关债务的风险，亦不存在该项专利因被担保人行使质权而被处置予第三人的风险。

综上所述，公司不存在《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 4 第（九）条所列相关情形，相关诉讼、专利无效及质押等事项对公

司的持续经营能力和未来业绩不会产生重大不利影响。

（八）核查程序和核查意见

1. 核查程序

针对上述事项，我们主要实施了以下核查程序：

(1) 查阅相关诉讼案件的法律文书和相关诉讼材料，包括但不限于民事起诉状、受理通知书、判决书、证据材料等；查询相关法院网站，了解公司相关诉讼所处阶段及进展；

(2) 访谈公司管理层、法务部负责人，了解相关诉讼案件的开庭庭审情况；

(3) 查阅与美的饮水机签订的和解协议，取得并核查和解款的支付凭证，查阅人民法院出具的撤诉裁定；

(4) 访谈公司研发人员，了解若公司未来未能继续使用相关专利，可采取的替代方案及所需的替代成本；

(5) 取得并复核涉诉产品于报告期内的销售明细，评估其对公司收入及毛利的影响，访谈公司财务人员，了解涉诉产品相关的库存产品、生产模具的计提情况；

(6) 查阅相关案件的专利代理人或诉讼代理律师出具的关于诉讼的分析意见；

(7) 查阅国家知识产权局出具的关于美的饮水机相关专利的无效宣告请求审查决定书；

(8) 查阅国家知识产权局出具的关于公司“除毛球机”外观设计专利的无效审查决定书，及公司关于此决定的行政诉讼相关文件；

(9) 查阅与质押专利的相关质押合同，就质押专利的应用情况及该质押相关的借款情况访谈公司相关人员。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 上述 9 起诉讼涉及的专利主要应用于公司产品的结构设计或外观设计，不会对公司的产品竞争力造成重大不利影响，不涉及公司的核心技术，不会构成本次发行上市的法律障碍；上述诉讼涉及的 6 项专利中，1 项已被国家知识产权局宣告全部无效，1 项专利保护期已满，原告不再享有排他使用的权利，对于其

他 4 项仍有效的专利，若公司未来未能继续使用相关专利，相关替代方案不会对公司的毛利率产生重大不利影响；

(2) 除美的饮水机的 5 起诉讼外，其他 4 起诉讼的主要诉讼请求主要包括赔偿原告损失并承担诉讼相关费用、停止销售产品、销毁模具及库存产品等；此 4 起诉讼涉及的产品于报告期内的收入占比较小；根据起诉状、原告提供的证据等相关资料，9 起诉讼案件原告主张赔偿损失金额的依据包括原告经济损失、原告为维护其权利而支出的合理费用等；涉诉产品的范围依据起诉状、证据材料等确定，并根据认定的产品型号对应获取于报告期内的收入；涉诉产品于报告期内对公司的收入、毛利贡献均较为有限；

(3) 截至 2021 年 6 月 30 日，上述 9 起诉讼涉及的库存产品均按照成本与可变现净值孰低计量，并将存货成本高于其可变现净值的部分计提存货跌价准备，上述涉诉产品的生产模具并未计提固定资产减值准备；结合截至三年及一期审计报告出具日的案件进展情况，并基于相关专利代理人认为公司胜诉可能性较大的意见，上述计提合理、充分；

(4) 就美的饮水机相关专利被宣告部分无效，系因美的饮水机、美的集团在无效审查程序中修改后的权利要求得到了国家知识产权局的维持，但因本次无效审查过程中美的饮水机、美的集团通过主动修改权利请求书的方式放弃了部分权利要求，故审查决定的结果为“部分无效”；公司与美的饮水机已达成和解，美的饮水机已就相关 5 项诉讼申请撤诉且广州知识产权法院已裁定准予撤诉；2021 年 1-6 月，涉诉产品销售金额大幅下降主要系由于产品更新换代、2020 年直播带货的影响以及诉讼后减少销售；截至 2021 年 6 月 30 日未计提预计负债主要系专利代理人出具了“原告获得法院支持的可能性较低，被告被判赔偿的风险亦较低”的《专利无效分析评估意见书》，具备合理性；

(5) “除毛球机”外观设计专利被宣告全部无效，主要系由于经国家知识产权局审定，该项外观设计专利与现有设计的组合相比不具有明显区别；除上述情况外，截至本说明意见出具之日，公司不存在专利被申请宣告无效的未决案件；若未来出现竞争对手对公司其他专利提出宣告无效的申请，则被申请专利可能存在被无效的风险；

(6) 截至报告期末，公司仅 1 项有效专利存在质押；截至本说明出具之日，

被质押专利未应用在公司正在销售的产品中，报告期内，也不存在应用该专利的产品进行对外销售的情况；截至本说明出具之日，专利质押项下的融资余额为零，不存在公司无法按期偿还专利质押担保的债务的风险，亦不存在该项专利因被担保人行使质权而被处置予第三人的风险；且公司目前未使用该项专利，该项专利的法律状态对公司目前的产品生产、销售不产生直接影响；专利质押对公司的生产经营不存在实质不利影响；

（7）截至本说明出具之日，公司存在 4 起作为被告的未决知识产权诉讼、1 项外观设计专利被国家知识产权局被宣告无效、1 项有效专利作为公司及子公司与银行签署的质押合同的质押标的，上述事项均不会对公司的持续经营能力和未来经营业绩造成重大不利影响。

二、关于直播带货

招股说明书和审核问询回复显示：

（1）电商直播推广活动涉及的“线下差额费用”仅存在公司与广州和翊电子商务有限公司和广州辛选网络信息科技有限公司（以下合称“和翊电子商务及其关联方”）的直播推广合作中，线下差额费用为和翊电子商务及其关联方与品牌方一贯的合作利益分配，和翊电子商务及其关联方和发行人的合作模式下向发行人预付保证金。

（2）电商直播推广活动涉及的“线上佣金”和“线下差额费用”计算方式和实际成交额相关，但成交额和同期的收入（包括非直播推广活动涉及的电商收入）金额无法一一对应。

（3）和翊电子商务及其关联方的多次推广活动未达目标，发行人应退还保证金，未达推广目标产品在 2021 年 6 月末有库存商品余额 1,469.09 万元。

请发行人说明：

（1）和翊电子商务及其关联方的多次推广活动未达目标的原因，发行人退还保证金的进展情况，未达推广目标产品的库龄及存货跌价准备的计提金额和计提充分性，未达推广目标的异地仓库存货的管控情况；

（2）“线下差额费用”的计提方式和结算模式是否与和翊电子商务及其关联方的其他客户有较大差异及合理性，和翊电子商务及其关联方向发行人预付保

证金的原因和合理性，是否符合行业惯例，是否存在利益输送或其他利益安排；

（3）“线上佣金”和“线下差额费用”计算方式和实际成交额的匹配性，直播推广模式下的投入产出比，测算报告期各期剔除直播推广活动的成交额后的电商模式收入同比波动变化及原因和合理性；

（4）直播相关业务是否符合国家相关行业监管要求，运营是否合法合规。

请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见，并说明未达推广目标的异地仓库存货的盘点情况。（审核问询函问题 2）

（一）和翊电子商务及其关联方的多次推广活动未达目标的原因，公司退还保证金的进展情况，未达推广目标产品的库龄及存货跌价准备的计提金额和计提充分性，未达推广目标的异地仓库存货的管控情况

1. 和翊电子商务及其关联方的多次推广活动未达目标的原因

根据新闻报道等公开信息，2020 年 11 月至 12 月期间，和翊电子商务的个别直播推广活动发生负面新闻，广州市市场监管部门对和翊电子商务进行了行政处罚，快手平台对包括辛巴在内的和翊电子商务相关主播账号进行了短期停播。随着负面新闻的影响以及辛巴等和翊电子商务主要主播停播，和翊电子商务的直播场次和单场直播时长受到一定影响，对和翊电子商务的直播推广效果产生了一定负面影响。

此外，近年来，随着直播电商行业的快速发展，越来越多的平台、公司和主播进入直播电商行业，导致直播电商行业竞争加剧，同时，随着互联网线上流量费用的提升，线上销售额增长放缓，直播电商推广效果减弱。

综上所述，负面新闻的影响和直播电商行业的竞争加剧导致和翊电子商务直播推广效果未达公司预期，未能完成直播推广目标，具有合理性。

2. 公司退还保证金的进展情况

根据双方协议约定和截至 2022 年 1 月 17 日双方初步对账确认的情况，公司应退保证金总额为 1,487.00 万元。截至本说明出具之日，公司已退还大部分保证金，考虑到公司尚未完成全部发货、后续仍有可能发生退换货等情况，根据双方协议约定，剩余部分保证金 390.65 万元（保证金总额*10%）将在剩余产品完成发货并经和翊电子商务签收确认，并由公司与和翊电子商务再次对账完成后根据协议约定退还。截至本说明出具之日，剩余产品已发货完毕，公司预计于 3 月

底之前完成对账并退还全部保证金。

3. 未达推广目标产品的库龄及存货跌价准备的计提金额和计提充分性，未达推广目标的异地仓库存货的管控情况

(1) 未达推广目标产品的库龄及存货跌价准备的计提金额和计提充分性

对于未达推广目标的产品，和翊电子商务仅对相关产品进行直播推广导流，公司在线上直销等渠道也直接销售相关产品，相关产品的销售不完全依赖和翊电子商务的直播推广，公司基于上述产品的整体销售情况、生产情况等备有一定库存现货。

报告期内，未达推广目标产品仅在2020年末和2021年6月末有库存商品余额，库龄主要在1年以内，具体已申请豁免披露。报告期内，上述未达推广目标产品的存货余额和跌价准备情况已申请豁免披露。报告期各期末，公司采用产成品成本与可变现净值比较的方式对包括和翊电子商务推广产品在内的全部存货进行存货跌价测试。公司对上述未达销售推广目标的产品均按无销售订单的库存商品进行存货跌价测试，公司选取最近一个季度的平均售价作为预计售价，以预计售价减去估计的销售费用及税金后的金额确定其可变现净值。公司相关存货的库龄主要在1年以内，不存在市场价格持续下跌、存货积压、滞销等情形，存货跌价准备计提充分。

上述产品的期后结转情况已申请豁免披露。除飞利浦智能坐便盖AIB2251外，上述产品的库存已基本实现销售。飞利浦智能坐便盖AIB2251的期后结转比例相对较低，主要系公司基于产品策略、市场推广策略等因素未将该款产品作为2021年下半年的主推产品，期后销售相对较少，后续公司将利用多种方式促进该款产品的进一步销售。

(2) 未达推广目标的异地仓库存货的管控情况

未达推广目标产品中飞利浦智能坐便盖 AIB2253 产品部分存放于供应商浙江喜尔康智能家居股份有限公司的代管仓库，2020年末及2021年6月30日存放于该代管仓库的存货余额分别为802.24万元、691.90万元。

对于上述代管仓库存货的存货管理，公司每月与仓库管理方对账，通过对账单确认存货余额。此外，公司相关人员定期对存货进行实地盘点并察看存货存储情况，盘点后将盘点情况与仓库数据进行核对，财务人员对盘点数据与财务系统

账面数据进行核对。

（二）“线下差额费用”的计提方式和结算模式是否与和翊电子商务及其关联方的其他客户有较大差异及合理性，和翊电子商务及其关联方向公司预付保证金的原因和合理性，是否符合行业惯例，是否存在利益输送或其他利益安排

1.“线下差额费用”的计提方式和结算模式是否与和翊电子商务及其关联方的其他客户有较大差异及合理性

和翊电子商务采用线下差额费用的模式主要是因为线下差额费用主要取决于直播单价和供货价的差额以及直播推广销量，相比于固定的坑位费，线下差额费用更为灵活、更能激励主播进行直播推广，同时供货价的设置也能保证品牌方的利润空间，有利于促成双方的直播合作，因此线下差额费用具备商业合理性。根据与和翊电子商务的访谈，线下差额费用是和翊电子商务直播推广活动中惯常的收费模式，计提方式和结算模式与和翊电子商务的其他客户不存在重大差异。

2. 和翊电子商务及其关联方向公司预付保证金的原因和合理性，是否符合行业惯例，是否存在利益输送或其他利益安排

随着直播电商的兴起，公司积极抓住直播带货风口，与“薇娅”、“辛巴”等知名主播进行直播推广合作。公司于 2020 年 6 月开始与辛巴所属的和翊电子商务开展直播电商推广活动，合作初期包括“614 直播活动”在内的多场直播推广活动取得了良好的推广效果。随着双方的不断合作，基于和翊电子商务未来良好的直播推广效果能够持续的预期，公司子公司广东水护盾于 2020 年 9 月与和翊电子商务签署了框架性《品牌推广合作协议》以进一步加深双方的合作关系。

为了保证直播推广产品能够及时发货给消费者，和翊电子商务要求公司对通过订单确认的直播推广产品进行提前备货，而公司考虑到水健康相关产品单价较高、直播推广销售数量存在一定不确定性，如提前大量备货对公司存在一定资金压力及风险，经过友好协商，双方确认和翊电子商务按订单供货价确认的总货款的 20%向广东水护盾支付保证金，双方对直播订单的实际销售数量、未售库存和保证金等进行结算，如和翊电子商务完成订单推广目标，则广东水护盾退还相应保证金；如和翊电子商务未完成订单推广目标，则广东水护盾可以直接从 20%的保证金中抵扣未售库存结算款，如 20%的保证金不足以抵扣未售库存结算款，则和翊电子商务应当进一步支付以完成补差。

因此，双方约定保证金能够减轻公司的备货资金压力及风险，也能够作为未完成直播推广活动目标的惩罚措施，加强直播推广合作协议的约束力，有利于促进双方的直播推广合作，具有商业合理性。根据与和翊电子商务的访谈，保证金是和翊电子商务与深度合作客户之间的惯常合作模式，符合惯例，与和翊电子商务其他深度合作客户之间不存在重大差异。

综上所述，公司与和翊电子商务通过协议对保证金事项进行了明确约定，预付保证金事项具有商业合理性，且属于和翊电子商务与深度合作客户之间的惯常合作模式，不存在利益输送或其他利益安排。

（三）“线上佣金”和“线下差额费用”计算方式和实际成交额的匹配性，直播推广模式下的投入产出比，测算报告期各期剔除直播推广活动的成交额后的电商模式收入同比波动变化及原因和合理性

1. “线上佣金”和“线下差额费用”计算方式和实际成交额的匹配性

（1）线上佣金的计算方式及与实际成交额的匹配性

1）计算方式

线上佣金=订单实际成交额（不含运费及进口税）×佣金比率

2）线上佣金与实际成交额的匹配性分析

直播推广线上佣金由电商平台系统根据实际成交额与佣金比率自动划扣；从时间维度来看，线上佣金自动划扣的时间点、条件和成交额的确认时间点、条件均为买家确认收货后；从金额维度来看，线上佣金以成交额为基数计算划扣，因此线上佣金与成交额具有匹配性。

以天猫商城及淘宝平台为例，买家通过推广链接于限制时间内与卖家达成商品交易，且确认收货向卖家完成支付后，平台以成交额为基数并按佣金费率自动划扣线上佣金，线上佣金与成交额匹配。

报告期内，公司主要合作 MCN 公司的线上佣金与成交额的匹配性分析如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年
线上佣金①	1,501.78	3,651.57
成交额②	7,124.67	17,944.64
比例①/②	21.08%	20.35%

2020 年和 2021 年 1-6 月，公司主要合作 MCN 公司的线上佣金占成交额的比

例分别为 20.35%和 21.08%，在 20%左右，与公司直播推广的主要线上佣金费率 20%相匹配，略有波动主要系不同推广产品、主播、直播场次的线上佣金费率存在一定差异。

(2) 线下差额

1) 计算方式

不考虑税金和运输费等其他费用的线下差额一般计算公式为：线下差额=（直播单价-直播单价×线上佣金费率-供货价）×实际销售量，实际销售量=淘宝后台导出量-售后退货退款数量

2) 线下差额与实际成交额的匹配性分析

线下差额费用仅存在公司与和翊电子商务及其关联方的直播推广合作中，在核算线下差额费用时，公司业务部门定期导出相关主播直播推广数据，并结合退换货等情况，与财务部门对相关数据进行复核，复核完毕后，将相关信息与对方进行进一步核对，双方对账确认直播推广成交订单以及相应线下差额费用。

线下差额的计算及对账以成功成交的订单为基础，因此线下差额费用与实际成交额具有匹配性。

公司与和翊电子商务及其关联方基于上述基础公式计算线下差额费用，并依据对账进行结算，报告期内，公司与和翊电子商务及其关联方关于线下差额费用的结算过程及结果已申请豁免披露。公司与和翊电子商务及其关联方就线下差额费用定期通过账单进行结算，并按结算净额付款，线下差额费用与成交额具有匹配性。

2. 直播推广模式下的投入产出比，测算报告期各期剔除直播推广活动的成交额后的电商模式收入同比波动变化及原因和合理性

公司自2020年开始直播推广活动，报告期内，公司主要合作MCN公司直播推广活动的付费主播投入产出比情况如下：

单位：万元

项　目	2021年1-6月	2020年度
不含税成交额①	6,305.02	15,880.21
不含税直播费用（线上佣金+线下费用）②	1,700.99	5,932.91
投入产出比①/②	3.71	2.68

剔除主要合作 MCN 公司直播推广活动成交额后的线上直销收入情况测算如下：

单位：万元

项　目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
线上直销收入	23,484.78	46,451.27	25,028.15	13,755.58
直播推广活动的不含税成交额	6,305.02	15,880.21	-	-
剔除后线上直销收入	17,179.76	30,571.06	25,028.15	13,755.58

报告期内，剔除主要合作MCN公司直播推广活动成交额后的线上直销收入分别为13,755.58万元、25,028.15万元、30,571.06万元和17,179.76万元，整体仍呈增长趋势。

直播推广是公司线上直销促销推广方式之一，除直播推广外，公司也积极利用京准通、直通车、社交平台推广等不同平台多种促销推广方式触达消费者。

报告期内，公司结合对应消费场景中消费者的痛点，不断推出高品质、高颜值、高性价比的产品，获得了消费者的认可，线上直销收入实现持续增长；同时，公司经过多年积累沉淀了丰富的电商运营能力，通过多种促销推广活动触达不同消费群体，提升品牌知名度，进一步促进了线上直销收入的增长。因此，报告期内，剔除主要合作MCN公司直播推广活动成交额后的线上直销收入依然呈增长趋势。

（四）直播相关业务是否符合国家相关行业监管要求，运营是否合法合规

网络营销直播内容相关的主要法律法规包括：

法规	关于直播内容的主要相关规定
《网络直播营销管理办法（试行）》（2021年5月25日施行）	直播间运营者、直播营销人员从事网络直播营销活动，应当遵守法律法规和国家有关规定，遵循社会公序良俗，真实、准确、全面地发布商品或服务信息，不得有下列行为：（一）违反《网络信息内容生态治理规定》第六条、第七条规定的；（二）发布虚假或者引人误解的信息，欺骗、误导用户；（三）营销假冒伪劣、侵犯知识产权或不符合保障人身、财产安全要求的商品；（四）虚构或者篡改交易、关注度、浏览量、点赞量等数据流量造假；（五）知道或应当知道他人存在违法违规或高风险行为，仍为其推广、引流；（六）骚扰、诋毁、谩骂及恐吓他人，侵害他人合法权益；（七）传销、诈骗、赌博、贩卖违禁品及管制物品等；（八）其他违反国家法律法规和有关规定的行为
《关于加强网络直播规范管理工作的指导意见》（国信办发文[2021]3号）（2021年2月9日施行）	坚决打击利用网络直播颠覆国家政权、散播历史虚无主义、煽动宗教极端主义、宣扬民族分裂思想、教唆暴力恐怖等违法犯罪活动；严厉查处淫秽色情、造谣诽谤、赌博诈骗、侵权盗版、侵犯公民个人信息等违法犯罪行为；全面清理低俗庸俗、封建迷信、打“擦边球”等违法和不良信息
《市场监管总局关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》（国市监广[2020]175号）（2020年11月5日施行）	自然人、法人或其他组织采用网络直播方式对商品或服务的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作宣传，应当真实、合法，符合《反不正当竞争法》有关规定；直播内容构成商业广告的，应按照《广告法》规定履行广告发布者、广告经营者或广告代言人的责任和义务
《网络信息内容生态治理规定》（2020年3月1日施行）	网络信息内容生产者不得制作、复制、发布含有下列内容的违法信息：（一）反对宪法所确定的基本原则的；（二）危害国家安全，泄露国家秘密，颠覆国家政权，破坏国家统一的；（三）损害国家荣誉和利益的；（四）歪曲、丑化、亵渎、否定英雄烈士事迹和精神，以侮辱、诽谤或者其他方式侵害英雄烈士的姓名、肖像、名誉、荣誉的；（五）宣扬恐怖主义、极端主义或者煽动实施恐怖活动、极端主义活动的；（六）煽动民族仇恨、民族歧视，破坏民族团结的；（七）破坏国家宗教政策，宣扬邪教和封建迷信的；（八）散布谣言，扰乱经济秩序和社会秩序的；（九）散布淫秽、色情、赌博、暴力、凶杀、恐怖或者教唆犯罪的；（十）侮辱或者诽谤他人，侵害他人名誉、隐私和其他合法权益的；（十一）法律、行政法规禁止的其他内容 网络信息内容生产者应当采取措施，防范和抵制制作、复制、发布含有下列内容的不良信息：（一）使用夸张标题，内容与标题严重不符的；（二）炒作绯闻、丑闻、劣迹等的；（三）不当评述自然灾害、重大事故等灾难的；（四）带有性暗示、性挑逗等易使人产生性联想的；（五）展现血腥、惊悚、残忍等致人身心不适的；（六）煽动人群歧视、地域歧视等的；（七）宣扬低俗、庸俗、媚俗内容的；（八）可能引发未成年人模仿不安全行为和违反社会公德行为、诱导未成年人不良嗜好等的；（九）其他对网络生态造成不良影响的内容
《互联网直播服务管理规定》（2016年12月1日施行）	互联网直播服务提供者以及互联网直播服务使用者不得利用互联网直播服务从事危害国家安全、破坏社会稳定、扰乱社会秩序、侵犯他人合法权益、传播淫秽色情等法律法规禁止的活动，不得利用互联网直播服务制作、复制、发布、传播法律法规禁止的信息内容
《中华人民共和国	民事主体从事民事活动，不得违反法律，不得违背公序良俗

法规	关于直播内容的主要相关规定
民法典》（2021年1月1日施行）	
《最高人民法院关于审理网络消费纠纷案件适用法律若干问题的规定（一）》（2022年3月1日施行）	平台内经营者开设网络直播间销售商品，其工作人员在网络直播中因虚假宣传等给消费者造成损害，消费者主张平台内经营者承担赔偿责任的，人民法院应予支持。

公司主要通过以下措施保障直播推广业务运营的合法合规性：

1. 建立直播规范相关制度

公司已制定《德尔玛集团直播规范》，要求公司及合并报表范围内子公司均遵照执行，旨在保证直播前产品介绍等资料的真实性、准确性，并对直播过程进行跟进。相关制度内容主要包括：(1) 所有描述不得违反《广告法》，不做虚假、夸大描述；(2) 客观输出产品卖点，与说明书描述保持一致；(3) 竞品分析应明确标注资料及相关数据来源；(4) 核实、确认详情页、海报等物料描述与卖点资料统一；(5) 内部确认库存情况，确保相关数据真实有效；⑥安排人员在直播现场演示产品，引导主播正确输出产品卖点、价格、数据、相关政策等。

此外，公司在选择合作的直播机构及主播时，也会着重考察其声誉、过往直播营销活动的合法合规性、有无其他不良记录或负面舆论等，审慎选择合作的主播。

2. 与MCN公司签订协议对相关内容进行约定

报告期内，公司及其控股子公司主要直播合作方包括：和翊电子商务、谦寻（杭州）文化传媒有限公司等。根据公司及其控股子公司与相关直播合作方签署的合同，相关合作方对于直播内容的管控措施，通常在合同中对以下相关事项作出约定：1）用于直播营销的产品相关的宣传推介资料的真实性、合法性，以及不侵犯第三方权利；2）直播机构应当维护委托方品牌的声誉和形象；3）直播机构应当对直播营销人员的行为进行管理。

报告期内，公司按照上述措施开展直播推广活动，不存在因相关直播营销受到主管部门专项检查、联合惩戒等情形，不存在违反国家相关行业监管规定的情形，也不存在因直播推广活动而受到相关平台处罚的情形。另根据相关市场监督管理部门出具的证明，公司及其控股子公司于报告期内不存在因涉及违法直播营销而被市场监督管理部门处罚的情形，因此公司的直播相关业务符合国家相关行

业监管要求，运营合法合规。

（五）未达推广目标的异地仓库存货的盘点情况

未达推广目标产品中飞利浦智能坐便盖 AIB2253 产品的部分存放于供应商浙江喜尔康智能家居股份有限公司的代管仓库，该代管仓库位于浙江省，受新冠疫情影响，对于 2020 年末异地仓库的存货，我们无法前往实地进行盘点，故通过获取并复核公司的盘点表以及公司与供应商每月的对账单对异地仓库的存货进行核实。对于 2021 年 6 月 30 日异地仓库的存货，我们执行了监盘程序，具体情况如下：

监盘时间	2021 年 7 月 2 日
参加人员	公司财务人员、会计师、保荐人
可盘点存货账面金额	691.90 万元
监盘金额	691.90 万元
监盘比例	100.00%
抽盘金额	691.90 万元
抽盘比例	100.00%
差异情况	盘点无差异
差异原因	盘点无差异

（六）核查程序和核查意见

1. 核查程序

针对上述事项，我们主要实施了以下核查程序：

(1) 检索和翊电子商务相关公开信息，了解相关负面新闻的情况和影响；查阅直播电商相关行业研究报告，了解直播电商行业的竞争情况；获取公司的保证金退还台账；获取未达推广目标产品的库龄及存货跌价准备明细表；取得公司异地仓库对账资料以及盘点表，对相关异地仓库存货实施监盘程序；

(2) 访谈和翊电子商务相关业务人员，了解和翊电子商务线下差额的收费模式、商业考虑、是否与其他客户存在较大差异、保证金合作模式等；

(3) 查阅电商平台相关规则及直播推广相关协议，了解线上佣金、线下差额的计算方式以及与成交额的匹配性；

(4) 测算主要 MCN 公司直播推广活动的投入产出比，测算剔除主要合作 MCN 公司直播推广活动成交额后的线上直销收入情况；

(5) 查阅直播推广相关法律法规、公司制定的直播相关规范、直播推广相关协议；通过公开检索核查公司是否存在因电商直播推广活动而受到处罚等情形；抽查推广公司产品的直播视频，核查公司进行直播推广时是否存在违法违规等情形；查阅市场监督管理部门出具的证明。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 和翊电子商务未完成直播推广目标主要系负面新闻的影响以及直播电商行业竞争加剧所致，具备合理性；相关未达推广目标产品的库龄主要在 1 年以内，存货跌价准备计提充分，公司已建立相关异地仓库存货的管控措施；

(2) 线下差额费用是和翊电子商务直播推广活动中惯常的收费模式，与和翊电子商务的其他客户不存在重大差异，具备商业合理性；保证金是和翊电子商务与深度合作的客户之间惯常的合作模式，符合惯例，具备商业合理性，不存在利益输送或其他利益安排；

(3) 线上佣金与线下差额费用与实际成交额相匹配；直播推广是公司线上直销促销推广方式之一，报告期内，剔除主要合作 MCN 公司直播推广活动成交额后的线上直销收入仍呈增长趋势；

(4) 公司的直播相关业务符合国家相关行业监管要求，运营具备合规性。

三、关于发行人和小米集团的合作

招股说明书和审核问询回复显示：

（1）天津金米 2020 年 11 月增资发行人，天津金米入股前后，公司和小米集团的产品定价及结算方式、信用政策均不存在明显变化，不存在小米集团向发行人进行利益输送情形；发行人对小米存在预估收入确认的情形。

（2）2020 年度公司应收账款净额占营业收入比例较 2019 年度提高主要系公司 2020 年第四季度米家 ODM 业务收入规模较高，且该业务模式下回款周期较长所致。

请发行人说明：

（1）发行人和小米集团合同签署情况及合作模式的稳定性，发行人是否存在通过引入天津金米入股换取客户资源的情形，本次入股是否构成股份支付；

（2）天津金米入股发行人前后在销售类型、销售收入、销售单价、毛利率上是否存在差异及原因；按照 ODM 产品类型补充说明发行人对小米集团的收入大幅上升而毛利率大幅下滑的合理性；

（3）报告期各期发行人和小米集团不同 ODM 产品的的具体分成比例及变化情况，发行人和小米集团同类供应商的分成比例是否存在差异及合理性，是否存在利益输送情形；

根据历史销售金额以及当前市场环境对分成款进行预估确认收入的具体情形，各类业务下各年预估确认收入与实际收入，二者的具体差异及调整情况，预估比例确定的依据和合理性，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的相关规定。

请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见。（审核问询函问题 3）

（一）公司和小米集团合同签署情况及合作模式的稳定性，公司是否存在通过引入天津金米入股换取客户资源的情形，本次入股是否构成股份支付

1. 公司和小米集团合同签署情况及合作模式的稳定性

公司和小米集团开展 ODM 业务，按照业务流程签署相关合同。双方确定合作意向后，签署年度业务合作协议，在框架合同中约定合作方式、订单执行、结算和付款、权利义务、知识产权等基础条款；具体产品评审样机已获得小米集团盖章确认符合产品条件后，双方签订就该款产品的分成协议和报价单，约定后续分成的比例以及小米集团从公司采购的单价；每款产品小米集团会视市场需求向公司下达采购订单，正式下单前，小米集团会邮件确认公司的交付能力，公司确认后，小米集团会在采购订单中明确约定采购单价、采购数量和交货日期，下单频率视市场情况而定。

报告期内，米家 ODM 业务收入大幅增加是双方共赢发展的结果，符合双方各自的利益。一方面，公司在产品设计、研发方面具有竞争优势，是小米集团吸尘器和加湿器类产品的重要供应商，小米集团通过与公司进行业务合作，为用户提供更多创新、极具性价比的产品，在聚集更多用户资源的同时通过利润分成获得可观的财务收益；另一方面，公司与小米集团合作有助于提高收入规模，同时通过小米集团持续的订单，有助于公司不断打磨供应链能力，实现自身快速成长壮大。

公司与小米的合作关系一直处于良性发展阶段，截至本说明出具之日，公司与小米集团尚有 7 款产品处于开发阶段，未来公司将持续基于商业合作共赢原则与小米进行交易，具有可持续性。截至本说明出具之日，上述 7 款产品的开发进度已申请豁免披露。综上所述，公司和小米集团的合作有严格的合同约定和订单流程，双方合作过程中严格遵守相关规定和流程，公司与小米的合作是双方共赢发展的结果，具有稳定性。

2. 公司是否存在通过引入天津金米入股换取客户资源的情形，本次入股是否构成股份支付

(1) 米家 ODM 业务收入增长是双方发展共赢的结果

随着近年来居民人均收入的提高、对生活品质要求以及渴望减轻家务负担的需求提升，消费者对于吸尘清洁类小家电及家居环境类小家电的需求不断提升。公司凭借在吸尘清洁类、家居环境类小家电领域的产品研发、生产制造及成本控制优势，获得了小米集团的认可，于 2018 年底开始米家 ODM 业务合作。

公司与小米集团自 2018 年开始合作，双方具有良好的合作历史，米家 ODM 业务收入增加是双方共赢发展的结果，符合双方各自的利益。一方面，公司在产品设计、研发方面具有竞争优势，是小米集团吸尘器和加湿器类产品的重要供应商，小米集团通过与公司进行业务合作，为用户提供更多创新、极具性价比的产品，在聚集更多用户资源的同时通过利润分成获得可观的财务收益；另一方面，公司与小米集团合作有助于提高收入规模，同时通过小米集团持续的订单，有助于公司不断打磨供应链能力，实现自身快速成长壮大。

(2) 米家 ODM 业务收入随着合作型号的增多逐渐增长

报告期内，公司米家 ODM 业务主要为利润分成模式，利润分成模式下的收入占比超过 99%。报告期内，公司米家 ODM 业务利润分成模式下共涉及 11 款产品，相关产品的立项时间、封样时间、上市时间、报告期内收入金额已申请豁免披露。

2018 年底，公司与小米集团开始合作第一款加湿器 A 的产品研发工作，产品于 2018 年 12 月立项，经过半年的研究开发，于 2019 年 6 月封样，并 2019 年 7 月正式上市开始销售。产品上市后市场反应热烈，消费者需求旺盛，2019 年，公司该款产品实现收入 7,182.15 万元，平均月销售金额超过 1,000 万元。

基于首款加湿器产品的合作成功，公司与小米集团于 2019 年底及 2020 年初

开展了更多加湿器产品的开发工作，并将合作范围从加湿器拓展至吸尘器，在2019年11月-2020年3月期间共计立项10个型号的产品。由于产品开发周期较长，除1款智能加湿器及相配套的1款滤芯产品于2020年上半年上市外，其余8款产品（包括3款吸尘器、1款除螨仪、4款加湿器）均于2020年下半年上市。

相关产品陆续上市后，市场反应良好，产品销售规模持续提升，从而带动公司米家ODM业务收入于2020年下半年及2021年上半年实现了快速增长。

(3) 相关产品均已在天津金米入股公司前完成立项

小米集团对于供应商的选择有明确的标准和严格的流程，整体而言，小米集团和ODM厂商合作的方式包括两种。第一种方式下，公司主动提出产品方案，向小米集团提供预计售价、预计成本和产品功能参数等主要信息，由小米集团内部多个部门进行综合评审，判断是否进行合作，以及是否以招标方式引入多家供应商进行评比；第二种方式下，由小米集团提出产品方案，同样包括功能参数、预计售价和成本等信息，以招标方式邀请多家供应商进行评比，按照小米集团内部评分系统，由多个部门综合选定最终供应商。

如上文所述，报告期内，公司和小米集团共计合作11款产品（不包括配件），其中首次合作产品于2018年12月完成立项，剩余产品于2019年11月至2020年3月完成立项，均在天津金米入股公司前完成，且相关产品的分成比例、定价等亦已在天津金米入股前确定，不存在通过引入天津金米入股换取客户资源的情况。

(4) 小米集团采购数量符合其实际对外销售情况

报告期内，小米集团根据实际需求（一般为下个月的预测销售数量），向公司发送采购订单，包含采购产品型号、采购数量、已约定好的采购单价以及采购总额。公司在收到小米集团发出的采购订单后，在3个工作日内在小米集团采购订单上签字盖章并返还给小米集团，成为双方之有效订单。

2019年、2020年及2021年1-6月，小米集团向公司发送的采购订单数量、公司向小米销售的数量以及小米集团最终对外实现的销售数量具体如下：

单位：万件

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度
	分成模式	直接销售模式	分成模式	直接销售模式	分成模式

小米集团采购订单数量	162.24	1.54	194.84	4.62	50.00
公司向小米集团销售数量	168.19	3.15	176.78	2.84	41.57
小米集团对外销售数量	160.98	不适用	148.54	不适用	36.35

注 1：小米集团采购订单数量为对应期间小米集团下单数量

注 2：直接销售模式下，公司不掌握小米集团对外销售数量信息

由上表可知，报告期内，小米集团向公司采购的订单数量与公司向小米集团的销售数量差异较小，系部分订单的下单时间和产品销售时间不一致所致；公司向小米集团的销售数量与小米集团最终对外销售的数量存在一定差异，系小米签收的部分货品尚未实现最终销售所致。综上，小米集团向公司采购的订单数量符合其实际对外销售情况，不存在利益输送的情况。

(5) 基数较低导致米家 ODM 业务收入增速显著高于其他业务

报告期内，公司米家 ODM 业务和非米家 ODM 业务收入情况如下表所示：

销售收入（万元）	天津金米入股前			天津金米入股后			
	2019 年度	2020 年度	2020 年较 2019 年同比增速	2021 年度	2021 年较 2020 年同比增速	2021 年 7-12 月	2021 年 7-12 月较 2020 年 7-12 月同比增速
米家 ODM 收入	7,182.15	27,113.33	277.51%	64,394.59	137.50%	35,238.42	58.54%
非米家业务收入	144,195.87	195,249.70	35.41%	238,943.43	22.38%	143,714.34	23.32%
合计	151,378.02	222,363.02	46.89%	303,338.02	36.42%	178,952.76	28.96%

注 1：天津金米于 2020 年 11 月增资公司，考虑到财务数据统计维度，将 2020 年 12 月 31 日作为对比分界点，即 2019 年和 2020 年视为天津金米入股前，2021 年视为天津金米入股后

注 2：2021 年米家 ODM 收入、非米家业务收入均未经审计

由上表可知，天津金米入股公司前后，公司米家 ODM 业务及非米家 ODM 业务收入均快速增长。公司米家 ODM 业务增速显著高于其他业务主要系基数较低所致：① 公司于 2019 年 7 月推出第一款米家 ODM 产品，该产品仅实现了半年的销售，且 2019 年仅该一款产品实现销售，因此，2019 年较低的收入基数导致 2020 年收入增速较高；② 根据前文所述，由于开发周期较长，2020 年，公司新推出的 10 款米家 ODM 产品中有 8 款于下半年推出，导致 2020 年下半年及 2021 年上半年公司米家 ODM 业务收入增长较快；③ 随着公司米家 ODM 业务收入基数的增

长，增速逐渐放缓，2021 年下半年，公司米家 ODM 业务同比增速降低至 58.54%。

(6) 天津金米入股前后米家 ODM 业务合作模式未发生变化

天津金米入股前后：①针对销售模式，双方均采用利润分成模式及直接销售模式，不存在差异；②针对销售产品类型，双方合作产品主要包括加湿环境类及吸尘清洁类，不存在差异；③针对信用账期，小米集团一般于每月第 5 个工作日向公司开具上月定制产品的入库结算单和上月销售产品的分成款结算单，公司确认无误后向小米集团开具发票，针对货款，小米集团一般在收到发票后 30 个工作日内付款，针对分成款，小米集团一般在收到发票后 10 个工作日内付款，不存在差异。

(7) 天津金米入股公司的入股价格具有公允性，不构成股份支付

自 2018 年与小米集团建立米家 ODM 业务合作以来，公司不断提升产品研发及生产制造能力，持续拓展与小米集团之间关于米家 ODM 业务的合作范围，与此同时，米家加湿器及米家吸尘器产品市场反馈良好，销售额迅速增长。受益于以上两方面因素，公司与小米集团的业务合作不断深化，规模持续增长。基于对小家电行业未来广阔发展前景的积极判断，并结合前期业务合作过程中公司所体现出来的研发能力、生产制造能力等竞争优势，小米集团认可公司的发展潜力，为进一步加强双方合作，天津金米于 2020 年 11 月增资入股公司并成为公司股东。

天津金米入股价格为相关各方综合考虑公司业绩及成长性、业务发展前景、行业估值水平等因素，由公司与天津金米协商确定，入股价格为 50 元/股，对应公司整体股份制变更前 125 元/注册资本，与同一时期其他投资者 Euro Fancy、达晨创投、金镒投资、董海峰入股价格一致，入股价格具有公允性。

根据《企业会计准则第 11 号—股份支付》的相关规定，股份支付是指企业为获取职工和其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。天津金米本次入股价格具有公允性，公司不存在通过引入天津金米入股换取客户资源或其他服务等的情形，不符合“为获取职工和其他方提供服务”的条件，因此不构成股份支付。

综上所述，米家 ODM 业务收入增长是双方发展共赢的结果，米家 ODM 业务收入随着合作型号增多逐渐增长且相关产品均已在天津金米入股公司前完成立项，小米集团采购数量符合其实际对外销售情况，不存在利益输送的情况，米家 ODM

业务收入增速显著高于其他业务主要系基数较低所致，天津金米入股公司的入股价格具有公允性，公司不存在通过引入天津金米入股换取客户资源的情形，本次入股不构成股份支付。**（二）天津金米入股公司前后在销售类型、销售收入、销售单价、毛利率上是否存在差异及原因；按照 ODM 产品类型补充说明公司对小米集团的收入大幅上升而毛利率大幅下滑的合理性**

1. 天津金米入股公司前后在销售类型、销售收入、销售单价、毛利率上是否存在差异及原因

天津金米 2020 年 11 月增资公司前后，双方在销售类型、销售收入、销售单价和毛利率方面的变化具体如下：

项目	天津金米入股前		天津金米入股后
	2019 年度	2020 年度	2021 年 1-6 月
产品定价及结算模式	米家 ODM 模式下产品定价及结算方式包括利润分成模式和直接销售模式，其中直接销售为 2020 年新增的定价及结算方式 ①利润分成模式下，公司以成本价格将米家ODM产品销售给小米集团，产品在小米集团的各种渠道最终实现对外销售后，小米集团再将其产生的净利润按照双方约定比例分成，报告期内，公司获取的利润分成比例从30%到50%不等 ②直接销售模式下，小米集团验收合格入库后，公司以双方约定的结算价格确认收入，该结算价格参考商品的市场价格制定，小米集团对外销售后不再与公司进行分成		
销售类型	加湿环境类	加湿环境类、吸尘清洁类	加湿环境类、吸尘清洁类
销售收入（万元）	7,182.15	27,113.33	29,156.17
销售单价（元/件）	172.77	150.45	170.61
毛利率（剔除运杂费）	27.53%	19.18%	12.34%

注：天津金米于 2020 年 11 月增资公司，考虑到财务数据统计维度，将 2020 年 12 月 31 日作为对比分界点，即 2019 年和 2020 年视为天津金米入股前，2021 年视为天津金米入股后

从产品定价及结算模式角度来看，双方合作模式在天津金米入股前后未发生变化。

从销售类型角度来看，2019 年度公司和小米集团仅合作一款米家智能除菌加湿器产品，2020 年度，双方合作了更多款型的产品，包括加湿环境类和吸尘清洁类两大类，天津金米入股后的 2021 年 1-6 月，双方合作的产品类型与 2020 年度一致，未新增合作型号。如前所述，上述型号均已在天津金米入股前完成立项，

且相关产品的分成比例、定价等亦已在天津金米入股前确定。

从销售收入角度来看，报告期内，2019 年下半年起公司和小米集团逐步合作多款产品，伴随合作款式的逐步增加，以及相关产品市场反应良好带动终端销售提升，2020 年度和 2021 年 1-6 月，米家 ODM 模式的销售收入呈逐年上升趋势，不存在天津金米入股后异常大幅增加的情况。

从销售单价角度来看，2019 年度公司和小米集团仅合作一款产品，其平均单价为 172.77 元/件，2020 年度双方合作型号增多后，部分新型号的单价较低，导致销售单价有所下降，2021 年 1-6 月，高单价的合作型号收入占比提升，带动平均销售单价较 2020 年度有所提高，与 2019 年度基本一致。上述销售单价的变化主要受双方合作型号的影响。

从毛利率角度来看，报告期内，公司米家 ODM 业务毛利率逐年下降，主要是因为毛利率较低的吸尘清洁类产品占比提高，同时加湿环境类产品中毛利率较低的型号占比提升，综合导致米家 ODM 业务的毛利率下降，毛利率变动的具体原因详见本题回复(二)2 之说明。

综上所述，天津金米入股前后，公司和小米集团的合作模式、产品类型不存在差异，2019 年下半年起伴随双方合作型号增加以及部分型号收入的增加，2020 年度和 2021 年 1-6 月公司米家 ODM 业务收入均呈上升趋势，不存在因天津金米入股而带来的收入异常增加，毛利率和单价的变化均系收入结构变化所致，不存在小米集团向公司进行利益输送情形。

2. 按照 ODM 产品类型补充说明公司对小米集团的收入大幅上升而毛利率大幅下滑的合理性

报告期内，公司米家 ODM 业务利润分成及直接销售模式下的收入金额和剔除运杂费后的毛利率情况具体如下：

单位：万元

合作模式	2021 年 1-6 月			2020 年度			2019 年度		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
利润分成模式	29,086.14	99.76%	12.32%	26,935.19	99.34%	19.08%	7,182.15	100.00%	27.53%
直接销售模式	70.03	0.24%	19.77%	178.13	0.66%	34.32%	-	-	-
合计	29,156.17	100.00%	12.34%	27,113.33	100.00%	19.18%	7,182.15	100.00%	27.53%

由上表可知，报告期内，公司米家 ODM 业务主要为利润分成模式，2019 年度、2020 年度和 2021 年 1-6 月，公司利润分成模式下的收入占米家 ODM 业务收入的比例分别为 100.00%、99.34%和 99.76%。

利润分成模式下，米家不同 ODM 产品类型的收入占比和剔除运杂费后的毛利率情况已申请豁免披露。从收入增长维度来看，由上表可知，2020 年度，公司米家 ODM 业务收入大幅上升主要是因为双方合作了更多款型号的产品所致，2021 年 1-6 月，虽然双方合作型号没有增加，但吸尘清洁类产品既有型号的收入金额大幅提升，带动米家 ODM 业务收入整体提升。

从毛利率下滑维度来看，采用连环替代分析，得到米家利润分成模式下不同品类收入结构变化及各细分品类毛利率变化对整体毛利率的影响如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度
收入结构影响比率	-6.03%	-7.74%
细分品类毛利率影响比率	-0.73%	-0.71%
整体毛利率变动	-6.76%	-8.45%

注：收入结构影响比率=∑本期各品类的收入占比＊上期各品类的毛利率-上期毛利率；细分品类毛利率影响比率=∑本期各品类的收入占比＊（本期各品类的毛利率－上期各品类的毛利率）

由上表可知，2020 年度及 2021 年 1-6 月，公司米家 ODM 业务毛利率下滑主要系收入结构影响所致。2020 年度，双方合作了更多款型号的产品，但新型号的毛利率相对较低，使得 2020 年毛利率较 2019 年有所下降。2021 年 1-6 月，虽然双方合作型号没有增加，但吸尘清洁类产品既有型号的收入金额大幅提升，由于米家吸尘清洁类产品的毛利率普遍较低，其占比提升导致 2021 年 1-6 月米家 ODM 业务毛利率进一步下降。

（三）报告期各期公司和小米集团不同 ODM 产品的的具体分成比例及变化情况，公司和小米集团同类供应商的分成比例是否存在差异及合理性，是否存在利益输送情形

1. 报告期各期公司和小米集团不同 ODM 产品的的具体分成比例及变化情况

公司和小米集团在每款产品合作初期即确定分成比例，分成比例确定后一般不做调整。报告期内，对于同一产品型号，公司与小米集团的分成比例未发生变

化。对于不同的产品型号，小米集团会根据相关产品品类对于小米集团的战略意义，新产品的创新程度及研发难度，新产品上市紧迫性，新产品的价格定位，最终销售和利润情况等综合决定 ODM 厂商与小米集团之间的分成比例。报告期内，米家 ODM 业务利润分成模式下不同型号产品的具体情况已申请豁免披露。2. 米家 ODM 业务价格调整机制

报告期内，公司向小米集团销售 ODM 产品的价格（不包括分成）主要是根据公司封样阶段确定的成本明细表制定，确定后一般不发生变动。但是，在原材料价格、市场环境等发生较大且持续的变化时，公司可根据实际情况和小米集团进行协商，待小米集团综合评估产品终端售价、小米集团利润水平、原材料价格变化幅度及趋势等多重因素后，与公司确定是否对 ODM 产品的采购价格进行调整，如进行调整，调整幅度也相对较小。

3. 公司和小米集团同类供应商的分成比例是否存在差异及合理性，是否存在利益输送情形

(1) 其他供应商采购同类产品的分成比例

利润分成模式下，公司以成本价格将米家 ODM 产品销售给小米集团，产品在小米集团的各种渠道最终实现对外销售后，小米集团再将其产生的净利润按照双方约定比例分成，报告期内，公司获取的利润分成比例从 30%到 50%不等。

根据与小米集团的访谈，除德尔玛公司外，小米集团吸尘器类产品的供应商主要为追觅科技有限公司和顺造科技有限公司，小米集团加湿器类产品的供应商主要为乐秀科技有限公司，基于保密原因，小米集团未提供其他供应商的分成比例，但小米集团与追觅科技有限公司、顺造科技有限公司、乐秀科技有限公司的分成比例区间与公司不存在显著差异。

(2) 其他同样存在米家 ODM 业务的企业分成比例

公司与小米集团的合作模式、交易定价原则和利益分配机制与同样存在米家 ODM 业务的企业不存在重大差异，符合商业惯例，对比情况具体如下：

公司	交易定价原则	利益分配机制
素士科技	素士科技与小米集团的合作以成本价采购/利润分成模式为主，以供货价直接采购的模式为辅	分成模式下，公司与小米通讯的结算价格为基础采购价加上分成金额，分成比例通常为最终销售利润的 30%-50%，不同产品存在差异
易来智能	易来智能与小米集团的合	分成模式下，公司按照成本价格将小米定制产品销售

公司	交易定价原则	利益分配机制
	作以成本价采购/利润分成模式为主，以供货价直接采购的模式为辅	给小米通讯，产品在小米通讯的各种渠道最终实现对外销售，小米通讯再将其产生的净利润按照双方约定比例分成。与小米的分成比例基本为 50%：50%
石头科技	石头科技与小米集团的合作以成本价采购/利润分成模式为主，以供货价直接采购的模式为辅	石头科技按照成本价格将米家智能扫地机器人销售给小米通讯，产品在小米通讯的各种渠道最终实现对外销售，小米通讯再将其产生的净利润按照双方约定比例分成。与小米的分成比例为 50%：50%
九号公司	九号公司与小米集团的合作以成本价采购/利润分成模式主，以供货价直接采购的模式为辅	九号公司按照成本价格将小米定制产品销售给小米通讯，产品在小米通讯的各种渠道最终实现对外销售，小米通讯再将其产生的净利润按照双方约定比例分成。与小米的分成比例主要为 50%：50%

注 1：素士科技的利益分配机制摘录自其 2021 年 11 月披露的招股说明书

注 2：易来智能的利益分配机制摘录自其 2021 年 4 月披露的公司及保荐机构审核问询函回复报告，对应报告期为 2018-2020 年

注 3：石头科技的利益分配机制摘录自其 2019 年 12 月披露的招股说明书，对应报告期为 2016-2018 年，以及 2019 年 1-6 月

注 4：九号公司的利益分配机制摘录自其 2020 年 10 月披露的招股说明书，对应报告期为 2017-2019 年

2019 年度，公司和小米集团的分成比例为 50%：50%，2020 年起部分产品型号的分成比例包括 30%：70%、35%：65%、40%：60%和 45%：55%。

根据与小米集团的访谈，小米集团会根据相关产品品类对于小米集团的战略意义，新产品的创新程度及研发难度，新产品上市紧迫性，新产品的价格定位，最终销售和利润情况等综合决定 ODM 厂商之间的分成比例，2020 年以来，小米集团 ODM 厂商获得的分成比例区间为 30%-50%不等，与公司的分成比例不存在明显差异。

综上所述，公司和小米集团同类供应商的分成比例无显著差异，不存在小米集团对公司进行利益输送的情形。

（四） 根据历史销售金额以及当前市场环境对分成款进行预估确认收入的具体情形，各类业务下各年预估确认收入与实际收入，二者的具体差异及调整情况，预估比例确定的依据和合理性，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的相关规定

报告期内，小米定制产品模式下，公司根据客户订单组织生产，商品已经发出并经对方签收后公司确认相关产品的货款及分成款。公司依据对方签收的货物

及货款报价确认货款收入，同时根据历史销售金额以及当前市场环境对分成款进行预估，并确认分成款收入。

1. 小米定制产品模式下分成款预估的具体情形

(1) 预估方法

报告期内，受到季节性、促销推广等活动的影响，小米集团销售产品的终端销售价格存在一定波动，为降低价格波动对预估分成款收入的影响，对于最近三个月已取得实际分成的产品，公司以最近三个月该类小米定制产品的实际分成金额除以实际分成数量作为该类产品的预估分成单价，乘以当月公司销售至小米集团的该类产品数量，对当月的分成款收入进行预估。

对于最近三个月尚未取得实际分成的新产品，公司根据合同相关条款对单个产品毛利进行预估，再乘以分成数量及分成比例，对当月的分成款收入进行预估。

单个产品毛利的计算公式如下：单个产品毛利=预估终端销售价格-公司向小米集团销售该类产品的价格（不包括分成）-预估小米集团运费及其他费用

其中终端销售价格及小米集团运费及其他费用的预估方法如下：

参数	预估方法
预估终端销售价格	1）确定新产品的零售价格：在产品立项过程中由小米集团与公司协商确定，为小米官方网站该产品的建议零售价格。公司对该产品分成款进行预估时，通过查询小米官方网站对该类产品的建议零售价格进行复核 2）价格折扣：考虑到小米集团一般通过直接销售或者批发销售等方式销售相关产品，同时在销售相关产品时可能会有部分降价促销活动，因此终端销售价格与产品的零售价格之间会有折扣 公司以小米集团销售的同类型产品最近三个月分成款对账单中的实际终端销售价格除以产品零售价格，计算价格折扣比例，再取价格折扣比例的平均值，并结合新产品的实际情况，估计该新产品的价格折扣 3）预估终端销售价格=新产品的零售价格*价格折扣
预估运费及其他费用	公司参考销售同类型产品时产生的运费及其他费用以及考虑新产品的体积等因素，预估小米集团销售该新产品时产生的运费及其他费用（如新产品为新型号吸尘器，则参考最近三个月小米集团销售其余型号吸尘器并考虑该新产品的体积等因素，对产生的运费及其他费用进行预估）

注 1：终端销售价格为小米集团对外销售价格

注 2：零售价格为产品的终端建议零售价格

(2) 期后调整

小米集团于每月第 5 个工作日完成上个月小米定制产品的分成款对账单，并发送给公司，公司在收到分成款对账单并核对无误后，冲销原计提的预估分成收

入并按照实际确认的分成金额确认分成款收入，预估分成款收入与实际确认的分成款收入之间的差异，确认在实际确认的分成款收入当期。

(3) 举例说明

具体产品的预估分成及期后调整情况已申请豁免披露。2. 各类业务下各年预估确认收入与实际收入的具体差异及调整情况

公司对报告期各年预估分成款收入与实际确认的分成款收入进行对比分析，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度
公司预估分成款收入	2,665.84	3,759.46	1,071.37
实际确认的分成款收入	2,674.17	3,769.82	1,086.38
实际确认金额与预估金额差异	8.33	10.36	15.00
差异占公司对小米集团收入的比例	0.03%	0.04%	0.21%

注 1：公司于 2019 年开始与小米集团开展米家 ODM 业务

注 2：预估分成款收入为公司根据前述方法计算的报告期各期对小米集团预估的分成款收入

注 3：实际确认的分成款收入为公司报告期各期对小米集团实际确认的分成款收入。考虑小米集团销售自公司采购的定制产品的周期一般为 2 个月，故统计实际确认的分成款收入时统计至期后 2 个月的分成款对账单

由上表可见，各年末预估分成款收入与期后实际确认的分成款收入之间的差异较小，占公司对小米集团收入比例较低，公司使用上述方法对分成款进行预估，具有合理性，符合公司实际情况。

3. 相关会计处理是否符合《企业会计准则》的相关规定

根据财政部于 2017 年 7 月颁布的《企业会计准则第 14 号——收入》（以下简称“ 新收入准则”）的相关规定，报告期内，公司小米定制产品模式下的收入确认方式的具体分析如下：

新收入准则的相关规定	公司分析
第九条 合同开始日，企业应当对合同进行评估，识别该合同所包含的各单项履约义务，并确定各单项履约义务是在某一时段内履行，还是在某一时点履行，然后，在履行了各单项履约义务时分别确认收入 履约义务，是指合同中企业向客户转让可明确区分商	报告期内，小米定制产品模式下，公司的履约义务为根据客户订单组织生产，并将货物交付至小米集团，相关收入应于实际完成履约义务，即商品已经发出并经小

新收入准则的相关规定	公司分析
品的承诺。履约义务既包括合同中明确的承诺，也包括由于企业已公开宣布的政策、特定声明或以往的习惯做法等导致合同订立时客户合理预期企业将履行的承诺。企业为履行合同而应开展的初始活动，通常不构成履约义务，除非该活动向客户转让了承诺的商品。 第十五条 企业应当根据合同条款，并结合其以往的习惯做法确定交易价格。在确定交易价格时，企业应当考虑可变对价、合同中存在的重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等因素的影响	米集团签收后确认 分成款收入在小米集团将产品销售给最终用户后才能最终确定，因此于公司交付小米集团货物时并不能确定分成收入的具体金额。这部分金额属于可变对价
第十六条 合同中存在可变对价的，企业应当按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，应当不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。企业在评估累计已确认收入是否极可能不会发生重大转回时，应当同时考虑收入转回的可能性及其比重	公司根据上述预估方法对分成款收入进行预估，根据最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，并按照最佳估计金额于履约义务完成时确认收入 同时，公司各年末预估分成款收入与期后实际确认的分成款收入之间的差异较小，不存在累计已确认收入发生重大转回的情况

公司小米定制产品模式下的收入确认方式与同样存在米家 ODM 业务的公司的相关会计处理不存在重大差异，对比情况具体如下：

公司	新收入准则下的相关会计处理
素士科技	分成模式，小米通讯验收合格入库后，公司以基础采购价确认产品销售收入并预估分成收入，该预估值的后续变动计入变动当期损益
易来智能	公司定制产品分成模式为小米通讯定制产品业务。公司与小米通讯主要是通过利润分成模式进行合作，公司按照基础采购价向小米通讯供应定制产品，小米通讯通过其自有销售渠道实现对最终用户的销售，将利润部分与公司按照约定的比例进行分成。小米通讯定制产品于小米通讯验收合格入库后，公司以基础采购价确认产品销售收入并预估分成收入
石头科技	小米通讯合作模式：根据小米通讯订单组织生产，并在指定时间按订单要求将商品发往小米通讯指定仓库 销售合同中存在可变对价(如定制产品独家分销渠道合同中按照销售给最终用户的售价计算的分成款等)，本集团按照期望值确定可变对价的最佳估计数。包含可变对价的交易价格，为不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。每一资产负债表日，本集团重新估计应计入交易价格的可变对价金额
九号公司	新收入准则下收入金额的具体确定方法是，对于小米集团定制产品，于小米集团验收合格入库后，公司收入确认金额以小米集团的基础采购价，加上公司按照小米集团销售毛利以及事先约定的分成比例预估利润分成的收入合计确定

注：上述资料来源为招股说明书及反馈回复

综上所述，小米定制产品模式收入确认的相关会计处理符合《企业会计准则》的相关规定。

（五）核查程序和核查意见

1. 核查程序

针对上述事项，我们主要实施了以下核查程序：

(1) 访谈公司米家 ODM 业务和财务的负责人，了解公司和小米集团合同签署的流程步骤，并获取各个环节签署的合同与订单，了解双方签署的主要内容；

(2) 获取 2018 年 1 月 1 日至今小米集团同公司合作的产品型号，了解米家 ODM 产品的研发周期，及各款产品研发的各个时间节点；

(3) 查阅天津金米入股公司的相关协议、交易凭证、工商档案等，分析天津金米入股价格与其他同时期入股的外部投资者价格的差异；

(4) 取得公司米家 ODM 业务的收入成本明细表，分析天津金米入股券后公司与小米集团交易的毛利率、销售变动情况是否合理，细化分析米家 ODM 业务毛利率大幅下滑的原因是否合理；

(5) 访谈小米集团相关业务人员，了解小米集团向其他供应商采购同类产品的情况；

(6) 查询可比公司招股说明书以及审核问询函回复等公开信息，了解其他米家 ODM 业务供应商和小米集团的合作模式与分成比例；

(7) 对小米集团实施函证程序，函证报告期各期的销售收入、各期末应收账款余额，检查销售收入与应收账款的真实性、准确性以及是否存在跨期确认的情况，针对回函不符的情况，结合公司销售收入明细账、合同、对账单、银行回单等原始单据对函证结果的差异原因进行解释，并制作函证差异调节表；

(8) 获取公司报告期内的对小米集团销售明细表，选取的样本实施细节测试，检查销售合同、对账单、发票、银行回单等单据；

(9) 对公司财务人员进行访谈，了解小米集团预估分成款收入的计算过程；取得报告期内公司对预估分成款的测算过程，对相关数据的准确性进行了检查；

(10) 检查了小米集团在期后提供给公司的分成确认单，将实际分成收入金额与预估分成金额进行对比分析，评估预估分成款收入的准确性以及评价估计金额发生期后转回的可能性；

(11) 通过查询可比公司的招股说明书、审核问询函反馈回复等，了解可比公司对于小米集团的收入确认的会计处理，并与公司的会计处理进行对比分析。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 公司和小米集团的合作有严格的合同约定和订单流程，双方合作过程中严格遵守相关规定和流程，公司与小米的合作是双方共赢发展的结果，具有稳定性；

(2) 米家 ODM 业务收入增长是双方发展共赢的结果，米家 ODM 业务收入随着合作型号增多逐渐增长且相关产品均已在天津金米入股公司前完成立项，小米集团采购数量符合其实际对外销售情况，不存在利益输送的情况，米家 ODM 业务收入增速显著高于其他业务主要系基数较低所致，天津金米入股公司的入股价格具有公允性，公司不存在通过引入天津金米入股换取客户资源的情形，本次入股不构成股份支付；

(3) 天津金米入股前后，公司和小米集团的合作模式、产品类型不存在差异，2019 年下半年起伴随双方合作型号增加以及部分型号收入的增加，2020 年度和 2021 年 1-6 月公司米家 ODM 业务收入均呈上升趋势，不存在因天津金米入股而带来的收入异常增加，毛利率和单价的变化均系收入结构变化所致，不存在小米集团向公司进行利益输送情形；

(4) 公司和小米集团同类供应商的分成比例无显著差异，不存在小米集团对公司进行利益输送的情形；

(5) 公司在小米定制产品模式下对分成款收入进行预估，预估确认收入与实际收入差异较小，相关会计处理符合《企业会计准则》相关规定和行业惯例。

四、关于营业成本

招股说明书和审核问询回复显示：

(1)报告期内，外协生产成本占主营业务成本比例分别为 43.57%、46.43%、49.69%和 38.91%，其中 2018-2020 年度外协生产占比逐年提升，主要系水健康类产品多为外协生产。其中 2021 年 1-6 月，发行人的主要外协生产产品的均价呈不同程度的下滑，其中吸尘清洁类采购均价下滑 25.21%、加湿环境类采购均价下滑 28.33%，家居厨房类采购均价下滑 7.83%、水健康类采购均价下滑 3.40%。反馈回复解释系产品结构变化影响采购均价。同期，发行人主要的原材料电子电器、塑料原料和电机等采购价格呈现大幅上升的趋势。

（2）发行人未充分解释外协生产、外协加工的定价公允性。

（3）发行人和部分外协生产厂商和外协加工厂商的合作时间和上述企业的成立时间相近。

请发行人说明：

（1）报告期内外协加工定价变动趋势和原材料价格上升趋势不一致的原因和合理性，2021 年 1-6 月外协加工产品的均价均呈现下滑趋势的原因和合理性；

（2）不同外协企业的外协内容、外协产品在公司产品中的具体环节、数量及金额，外协各年度外协加工所占的比例，对比分析外协加工费用的公允性，同一产品或同一工序不同外协企业之间定价差异及合理性；外协环节中是否存在发行人供料或向指定厂商采购原材料的情形；

（3）发行人控制外协产品质量的具体措施及公司与外协房关于产品质量责任分摊的具体安排，外协加工对发行人业务、资产的独立性和完整性的具体影响；

（4）发行人募集资金项目实施后生产模式是否会发生变化，如发生变化的，说明公司生产上述产品有无技术瓶颈，在人员、技术等方面的准备情况，补充风险提示。

请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见。（审核问询函问题 4）

（一） 报告期内外协生产定价变动趋势和原材料价格上升趋势不一致的原因和合理性，2021 年 1-6 月外协生产产品的均价均呈现下滑趋势的原因和合理性

1. 外协生产产品采购价格确定过程

公司外协生产产品采购价格确认主要包括初始采购价格确认和后续采购价格调整两大环节，具体如下；

（1）初始采购价格确认

公司外协生产产品采购价格主要包括原材料、零部件、包装等直接材料成本，人工成本、制造费用等产品制造成本，以及管理、销售、财务、税费、运输、开发等费用。报告期内，公司与外协生产供应商针对直接材料成本、产品制造成本、相关费用等进行拆分，结合各项成本及费用市场价格确定相关材料价格清单及相关的费用标准，同时留存外协厂商一定合理利润空间，进而确定初始采购价格。

（2）后续采购价格调整

公司一般与外协生产供应商签署年度成品价格协议，根据协议约定具体采购价格，在约定年度内一般以该价格进行外协生产产品采购。年度成品价格协议期满时，公司结合自身采购价格管控措施及降本规划，综合上述定价因素进行采购价格评估，并与外协生产供应商进行商业谈判，协商采购价格。除年度价格调整外，在日常经营过程中，公司也会结合产品采购量、原材料下降趋势、产品结构优化等实际情况，与供应商就采购单价进行沟通。

2. 报告期内外协生产定价变动趋势和原材料价格上升趋势不一致的原因和合理性

在后续采购价格调整中，其他条件不变的情况下，伴随着公司与外协生产供应商合作的不断深入，相关产品的生产工艺不断成熟，相关产品的产量不断增长，促进供应商生产效率和规模效应提升，相应制造成本与费用不断优化，外协生产供应商的整体成本将有所下降。

原材料成本是外协生产供应商确定产品价格的因素之一，但并非决定性因素，一般而言，如原材料价格有一定上涨，外协生产供应商仍可降低一部分自身利润空间以维持稳定订单。因此，外协生产供应商不完全会仅因为短期原材料价格上涨而提高产品价格，原材料价格波动向产品价格的短期传导性相对较弱。同行业可比公司中，新宝股份和莱克电器以 OEM/ODM 生产为主，2021 年 1-9 月，由于原材料价格上涨等因素的影响导致其营业成本上升幅度大于营业收入增长幅度，两家公司毛利率均呈现一定程度下滑，其中新宝股份毛利率由 2020 年同期的 24.14%下滑至 2021 年 1-9 月的 17.54%，莱克电器毛利率由 2020 年同期的 26.92%下滑至 2021 年 1-9 月的 22.37%，可见小家电外协生产行业中短期原材料价格上涨向产品价格的传导性相对较弱。

此外，公司所处的珠三角地区拥有天然的小家电产业链集群优势，小家电行业生产资源丰富，外协生产供应商市场竞争充分，可替代性较强，因此公司在与外协生产供应商的采购价格谈判中具有较强的议价能力。

综上所述，外协生产供应商短期原材料价格波动向公司采购价格的传导性相对较弱，同时，区位优势及采购规模的持续扩大赋予公司较强的议价能力，因此，报告期内，原材料价格上升与公司外协生产定价变动趋势不一致具有合理性。

3. 2021 年 1-6 月外协生产产品的均价均呈现下滑趋势的原因和合理性

2020年度及2021年1-6月，公司各品类外协生产产品均价已申请豁免披露。2021 年 1-6 月，公司外协生产产品的均价均呈现下滑趋势主要系外协生产产品采购结构变化所致，同一型号产品在 2021 年 1-6 月和 2020 年采购单价基本保持稳定，大部分产品单价变化幅度均不足 10%。公司同一品类中不同具体产品价格区间较大，公司结合产品实际销售情况、销售预测、新品推出情况等综合确定外协生产采购产品具体类别和数量，因此同一品类不同价格区间的具体产品采购结构差异导致品类采购均价存在波动。针对不同品类产品的具体分析如下：

(1) 吸尘清洁类

选取 2021 年 1-6 月和 2020 年度公司均采购的吸尘清洁类产品型号，对采购单价进行对比分析，具体如下：

单位：万台、万元

吸尘清洁类同一型号产品 采购单价变化	2021 年 1-6 月			2020 年		
	采购数量	采购金额	金额占比	采购数量	采购金额	金额占比
采购单价上升>10%	-	-	0.00%	-	-	0.00%
5%<采购单价上升≤10%	-	-	0.00%	-	-	0.00%
0%≤采购单价上升≤5%	66.25	1,783.27	99.53%	117.20	3,169.50	96.56%
0%<采购单价下滑≤5%	0.10	8.43	0.47%	1.23	112.94	3.44%
5%<采购单价下滑≤10%	-	-	0.00%	-	-	0.00%
采购单价下滑>10%	-	-	0.00%	-	-	0.00%
合计	66.35	1,791.70	100.00%	118.43	3,282.44	100.00%

注：采购金额和采购数量为该范围内同型号产品的采购金额和采购数量合计

由上表可见，针对吸尘清洁类产品，2021 年 1-6 月同型号产品采购单价变化均在 5%区间内，采购价格保持相对稳定。2021 年 1-6 月采购均价下降 25.21%主要系蒸汽清洁机等单价较高的产品采购减少，其中蒸汽清洁机采购金额占比由 14.75%（采购单价已申请豁免披露）下降至 0%，主要系相关产品转为自主生产；喷水拖把等单价较低的产品采购增多，其中喷水拖把采购占比由 59.38%（采购单价已申请豁免披露）提升至 83.41%（采购单价已申请豁免披露）。

(2) 加湿环境类

选取 2021 年 1-6 月和 2020 年度公司均采购的加湿环境类产品型号，对采购

单价进行对比分析，具体如下：

单位：万台、万元

加湿环境类同一型号产品采购单价变化	2021年1-6月			2020年		
	采购数量	采购金额	金额占比	采购数量	采购金额	金额占比
采购单价上升>10%	-	-	0.00%	-	-	0.00%
5%<采购单价上升≤10%	-	-	0.00%	-	-	0.00%
0%≤采购单价上升≤5%	11.80	418.08	57.21%	34.47	1,736.57	73.68%
0%<采购单价下滑≤5%	8.54	306.38	41.92%	16.04	576.93	24.48%
5%<采购单价下滑≤10%	-	-	0.00%	-	-	0.00%
采购单价下滑>10%	0.20	6.37	0.87%	1.11	43.47	1.84%
合计	20.54	730.83	100.00%	51.61	2,356.97	100.00%

注：采购金额和采购数量为该范围内同型号产品的采购金额和采购数量合计

由上表可见，针对加湿环境类产品，2021年1-6月大部分同型号产品采购单价变化在5%区间内，占比为99.13%，采购价格保持相对稳定。2021年1-6月采购均价下降28.33%主要系自动喷香机等单价较低的产品采购较多所致，其中自动喷香机采购金额占比由33.63%（采购单价已申请豁免披露）上升至74.51%（采购单价已申请豁免披露）。

(3) 家居厨房类

选取2021年1-6月和2020年度公司均采购的家居厨房类产品型号，对采购单价进行对比分析，具体如下：

单位：万台、万元

家居厨房类同一型号产品采购单价变化	2021年1-6月			2020年		
	采购数量	采购金额	金额占比	采购数量	采购金额	金额占比
采购单价上升>10%	0.18	8.09	0.25%	2.85	261.73	3.22%
5%<采购单价上升≤10%	0.02	19.42	0.61%	4.65	260.58	3.21%
0%≤采购单价上升≤5%	34.76	1,172.88	36.65%	92.47	4,088.98	50.37%
0%<采购单价下滑≤5%	20.57	1,838.76	57.45%	39.80	3,228.23	39.76%
5%<采购单价下滑≤10%	3.06	115.07	3.60%	2.70	171.99	2.12%
采购单价下滑>10%	0.47	46.20	1.44%	0.90	107.14	1.32%

家居厨房类同一型号产品采购单价变化	2021年1-6月			2020年		
	采购数量	采购金额	金额占比	采购数量	采购金额	金额占比
合计	59.06	3,200.42	100.00%	143.37	8,118.65	100.00%

注：采购金额和采购数量为该范围内同型号产品的采购金额和采购数量合计

由上表可见，针对家居厨房类产品，2021 年 1-6 月大部分同型号产品采购单价变化在 5%区间内，占比为 94.10%，且大部分产品单价变化幅度不超过 5%，采购价格保持相对稳定。2021 年 1-6 月采购均价下降 7.83%主要系加热破壁料理机等单价较高的产品采购减少所致，其中加热破壁料理机采购金额占比由 6.92%（采购单价已申请豁免披露）下降至 0%，主要系公司产品布局调整，未来计划不再销售该款产品。

(4) 水健康类

选取 2021 年 1-6 月和 2020 年度公司均采购的水健康类产品型号，对采购单价进行对比分析，具体如下：

单位：万台、万元

水健康类同一型号产品采购单价变化	2021年1-6月			2020年		
	采购数量	采购金额	金额占比	采购数量	采购金额	金额占比
采购单价上升>10%	0.07	42.47	0.29%	0.01	5.61	0.02%
5%<采购单价上升≤10%	1.62	558.14	3.75%	4.82	2,183.86	5.90%
0%≤采购单价上升≤5%	40.74	4,062.81	27.33%	60.41	10,695.79	28.91%
0%<采购单价下滑≤5%	41.14	6,475.21	43.55%	85.41	16,883.89	45.63%
5%<采购单价下滑≤10%	33.07	2,825.00	19.00%	68.70	5,968.47	16.13%
采购单价下滑>10%	17.65	903.47	6.08%	27.39	1,263.28	3.41%
合计	134.29	14,867.09	100.00%	246.73	37,000.89	100.00%

注：采购金额和采购数量为该范围内同型号产品的采购金额和采购数量合计

由上表可见，针对水健康类产品，2021 年 1-6 月大部分同型号产品采购单价变化在 10%区间内，占比为 93.64%，且大部分产品单价变化幅度不超过 5%，采购价格保持相对稳定。此外，水健康类产品整体采购价格保持相对稳定。

(5) 生活卫浴类

选取2021年1-6月和2020年度公司均采购的生活卫浴类产品型号，对采购单价进行对比分析，具体如下：

单位：万台、万元

生活卫浴类同一型号产品采购单价变化	2021年1-6月			2020年		
	采购数量	采购金额	金额占比	采购数量	采购金额	金额占比
采购单价上升>10%	1.55	194.52	3.34%	3.05	377.53	3.25%
5%<采购单价上升≤10%	8.40	1,412.25	24.23%	16.02	2,412.67	20.79%
0%≤采购单价上升≤5%	68.34	4,018.65	68.95%	136.14	8,404.85	72.41%
0%<采购单价下滑≤5%	5.86	165.57	2.84%	9.96	383.03	3.30%
5%<采购单价下滑≤10%	1.07	35.19	0.60%	1.10	26.09	0.22%
采购单价下滑>10%	0.02	1.80	0.03%	0.02	2.71	0.02%
合计	85.25	5,827.99	100.00%	166.29	11,606.88	100.00%

注：采购金额和采购数量为该范围内同型号产品的采购金额和采购数量合计

由上表可见，针对生活卫浴类产品，2021年1-6月大部分同型号产品采购单价变化在10%区间内，占比为96.63%，且大部分产品单价变化幅度不超过5%，采购价格保持相对稳定。此外，生活卫浴类产品整体采购价格保持相对稳定。

(6) 个护健康类

选取2021年1-6月和2020年度公司均采购的个护健康类产品型号，对采购单价进行对比分析，具体如下：

单位：万台、万元

个护健康类同一型号产品采购单价变化	2021年1-6月			2020年		
	采购数量	采购金额	金额占比	采购数量	采购金额	金额占比
采购单价上升>10%	-	-	0.00%	-	-	0.00%
5%<采购单价上升≤10%	-	-	0.00%	-	-	0.00%
0%≤采购单价上升≤5%	11.06	506.63	42.59%	29.57	1,747.44	36.87%
0%<采购单价下滑≤5%	12.03	680.62	57.21%	44.34	2,683.74	56.63%
5%<采购单价下滑≤10%	0.03	2.37	0.20%	3.20	307.77	6.49%
采购单价下滑>10%	-	-	0.00%	-	-	0.00%

合计	23.12	1,189.62	100.00%	77.10	4,738.95	100.00%

注：采购金额和采购数量为该范围内同型号产品的采购金额和采购数量合计

由上表可见，针对个护健康类产品，2021 年 1-6 月大部分同型号产品采购单价变化在 5%区间内，占比为 99.80%，采购价格保持相对稳定。2021 年 1-6 月采购均价下降 24.06%主要系美眼仪等单价较低的产品采购增多，其中美眼仪采购金额占比由 6.89%（采购单价已申请豁免披露）上升至 23.92%（采购单价已申请豁免披露），采购单价下降主要系单价较高的 SKU 美眼仪 WX-MY2000 采购占比降低所致），小艾盒等单价较高的产品采购减少，其中小艾盒采购金额占比由 23.22%（采购单价已申请豁免披露）下降至 13.20%（采购单价已申请豁免披露）。

综上所述，公司同一产品类别由不同具体产品构成，同一型号产品在 2021 年 1-6 月和 2020 年采购单价保持稳定，但不同具体产品间采购单价具有差异性，2021 年 1-6 月相较 2020 年同一产品类别采购均价下降主要系不同价格带的具体产品采购比例波动导致，具备合理性。

（二）不同外协企业的外协内容、外协产品在公司产品中的具体环节、数量及金额，外协各年度外协加工所占的比例，对比分析外协加工费用的公允性，同一产品或同一工序不同外协企业之间定价差异及合理性；外协环节中是否存在公司供料或向指定厂商采购原材料的情形

1. 不同外协企业的外协内容、外协产品在公司产品中的具体环节、数量及金额，外协各年度外协加工所占的比例

（1）不同外协生产企业的外协产品在公司产品中的具体环节、数量及金额

针对外协生产模式，外协生产供应商根据公司的产品规划和订单需求，按公司提供的设计方案进行生产，或自主进行产品前期设计和开发，形成产品设计开发方案并经公司认可后，按照双方约定的方案进行模具开发和生产制造。整体而言，外协生产供应商向公司销售产品整机。公司不同产品类别的外协生产金额及供应商数量具体如下：

单位：万元、个

产品类别	2021年1-6月		2020年		2019年		2018年	
	金额	供应商数量	金额	供应商数量	金额	供应商数量	金额	供应商数量
吸尘清洁类	1,828.61	4	5,141.74	7	2,318.98	4	533.64	6
加湿环境类	585.49	6	2,659.27	8	3,623.73	10	1,545.69	11
家居厨房类	4,003.60	31	8,753.29	22	11,828.34	18	6,325.02	26
水健康类	21,268.04	52	40,443.39	44	20,045.29	27	7,208.61	43
个护健康类	6,216.09	24	11,675.11	36	9,263.02	19	1,429.09	15
生活卫浴类	1,324.42	22	4,915.27	34	4,715.93	67	6,341.59	50

注：部分供应商同时提供多个外协产品生产

报告期内，公司吸尘清洁类和加湿环境类产品外协生产采购金额相对较低，供应商数量相对较少，主要系公司自成立之初开始陆续布局吸尘清洁类和加湿环境类产品的生产和销售，围绕相应品类持续构筑产能，形成了自主生产为主的生产模式，其中部分生产工序相对简单、定价较低的非核心产品选择外协生产；报告期内，公司家居厨房类产品外协生产采购金额相对较高，供应商数量相对较多，主要系家居厨房类中涉及冲压等特殊工艺、生产工序相对简单或定价较低的具体产品通过外协方式进行生产；报告期内，公司水健康类产品外协生产采购金额相对较高，供应商数量相对较多，主要系该部分业务为公司收购飞利浦水健康业务后业务整合而来，收购前，水健康业务主要以外协生产为主，公司收购后延续原有业务模式，并通过收购沃德沃特获得部分滤芯产能，同时持续构筑自有产能；报告期内，公司个护健康类产品外协生产采购金额相对较高，供应商数量相对较多，主要系个护健康类产品报告期内仍处于开拓期，以外协生产为主；报告期内，公司生活卫浴类产品外协生产采购金额相对较高，供应商数量相对较多，主要系根据公司生产管理规划，生活卫浴类产品以外协生产为主。

(2) 不同外协加工企业的外协内容在公司产品中的具体环节、数量及金额

针对外协加工模式，外协加工供应商为公司生产提供注塑加工、零部件组装等生产工序。公司不同加工环节的外协加工金额、占比及供应商数量具体如下：

单位：万元、个

外协加工环节	2021年1-6月		2020年		2019年		2018年	
	金额	供应商数量	金额	供应商数量	金额	供应商数量	金额	供应商数量
注塑	2,787.64	28	3,567.78	34	2,161.74	22	1,828.82	38
组装	1,064.52	10	518.61	19	474.81	16	372.93	29
其他	422.84	18	431.65	19	841.08	37	481.46	26

注：部分供应商同时提供多个外协加工工序服务

报告期内，公司注塑环节外协加工金额相对较高，供应商数量相对较多，主要系：① 注塑加工技艺较为成熟，加工成本透明，具备较强的外协可行性；② 公司所处的珠三角地区小家电制造产业链完备、外协加工供应商数量较多，具备较大的选择空间，外协加工供应商可替代性较强。

2018年-2020年，公司组装环节外协加工金额较低且保持相对稳定，2021年1-6月有所提升，随着公司销量的不断提升，现有厂房已无法满足公司组装产能的进一步扩张。公司组装环节主要分为总装和部装，鉴于总装和部装生产线具备一定的可转化性，且组装加工技艺较为成熟，加工成本透明，公司所处的珠三角地区小家电制造产业链完备、外协加工供应商数量较多，具备较强的可行性和替代性，公司在生产计划管理中进一步提升总装产能，将部分部装工序予以外协。因此2021年1-6月组装外协加工采购金额有所提升。

此外，公司外协加工还有电镀、喷油、植毛等工序，涉及金额较小，主要由公司根据实际产品加工需求进行外协加工采购。

(3) 外协各年度外协加工所占的比例

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
外协生产	35,472.39	89.24%	74,328.86	94.27%	53,927.60	93.94%	25,311.80	90.42%
外协加工	4,275.01	10.76%	4,518.05	5.73%	3,477.63	6.06%	2,683.21	9.58%
外协合计	39,747.40	100.00%	78,846.91	100.00%	57,405.23	100.00%	27,995.00	100.00%

从外协角度来看，报告期内，公司外协主要以外协生产为主，外协加工为辅，外协加工整体金额处于较低水平，分别为 2,683.21 万元、3,477.63 万元、4,518.05 万元和 4,275.01 万元，占外协总额比例分别为 9.58%、6.06%、5.73%和 10.76%。

2. 对比分析外协生产的公允性，同一产品不同外协企业之间定价差异及合理性

报告期内，公司外协生产金额按照同一型号产品是否存在多家供应商拆分如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
同一型号产品仅一个供应商	31,314.94	88.28%	62,432.75	84.00%	46,039.42	85.37%	23,376.54	92.35%
同一型号产品存在多家供应商	4,157.45	11.72%	11,896.11	16.00%	7,888.18	14.63%	1,935.25	7.65%
合计	35,472.39	100.00%	74,328.86	100.00%	53,927.60	100.00%	25,311.80	100.00%

公司外协生产供应商较多，但由于公司产品型号众多，针对单个型号产品的生产产能需求相对分散，一家供应商通常可以满足需求，且更具备规模优势，因此，针对同一型号产品向两家及两家以上供应商采购的情形相对较少。公司同行业可比公司中，科沃斯整机产品仅一家外协供应商，石头科技在其报告期内单一最大外协供应商采购金额占比分别为99.68%、100.00%、98.80%和89.17%。公司外协情况与上述相符，符合行业惯例。

如上表所示，报告期内，针对同一型号产品存在多家供应商的采购金额分别为1,935.25万元、7,888.18万元、11,896.11万元和4,157.45万元，占外协生产采购总额的比例为分别7.65%、14.63%、16.00%和11.72%。

(1) 针对同一型号产品多家供应商采购的定价公允性分析

报告期各期，选取同一型号产品多家供应商采购的前五大产品型号，对比分析公司向不同供应商采购单价的差异及合理性，具体如下：

1) 2018年度

单位：元/台

序号	产品型号	供应商	差异率
1	某美眼仪产品	广州朗优科技有限公司	2.15%
		深圳市仟仪科技有限公司	
2	某厨房龙头产品	鹤山市名仕卫浴有限公司	3.79%

		鹤山市秀家卫浴有限公司	
3	某真空保鲜机产品	深圳市鼎力盛科技有限公司	2.62%
		深圳市鼎昇电器有限公司	
4	某面盆龙头产品	鹤山市名仕卫浴有限公司	4.98%
		鹤山市秀家卫浴有限公司	
5	某净水龙头产品	Philips Electronic Singapore Pte Ltd	3.46%
		Toray International, Inc	

注：差异率为相关供应商该产品型号采购均价的最大值和最小值相较于平均值变化幅度的孰高值

2018 年，针对向多家供应商采购同一型号产品的情况，前五大型号产品合计采购金额为1,834.31万元，占同一型号多家供应商采购金额的比例为94.78%。上述情形中，同一型号产品不同供应商采购均价差异率较小，为 2.15%-4.98%，具备公允性和商业合理性。

2）2019年度

单位：元/台

序号	产品型号	供应商	差异率
1	某厨房龙头产品	开平市百巢卫浴有限公司	7.28%
		鹤山市名仕卫浴有限公司	
		鹤山市嘉泰卫浴实业有限公司	
		江门市俊晖卫浴有限公司	
		开平市卓琪卫浴实业有限公司	
2	某淋浴器产品	鹤山市嘉泰卫浴实业有限公司	3.61%
		开平市品标卫浴有限公司	
		开平市思科卫浴有限公司	
3	某不锈钢拉伸双槽产品	中山市高德厨卫产品有限公司	3.24%
		佛山市欧迪尔厨卫科技有限公司	
		中山市宁博五金科技有限公司	
4	某淋浴器产品	鹤山市嘉泰卫浴实业有限公司	3.41%
		鹤山市品洁卫浴有限公司	
		鹤山市益万家卫浴有限公司	
5	某手工单槽产品	中山市宁博五金科技有限公司	0.35%
		中山市高德厨卫产品有限公司	

		中山市玛亚厨具有限公司	

注：差异率为相关供应商该产品型号采购均价的最大值和最小值相较于平均值变化幅度的孰高值

2019 年，针对向多家供应商采购同一型号产品的情况，前五大型号产品合计采购金额为 3,988.70 万元，占同一型号多家供应商采购金额的比例为 50.57%。上述情形中，同一型号产品不同供应商采购均价差异率较小，为 0.35%-7.28%，具备公允性和商业合理性。

3）2020 年度

单位：元/台

序号	产品型号	供应商	差异率
1	某厨房龙头产品	鹤山市名仕卫浴有限公司	1.17%
		开平市百巢卫浴有限公司	
2	某淋浴器产品	鹤山市德锐卫浴科技有限公司	0.94%
		鹤山市品洁卫浴有限公司	
		开平市思科卫浴有限公司	
3	某龙头产品	鹤山市品洁卫浴有限公司	0.20%
		开平市百巢卫浴有限公司	
		开平市思科卫浴有限公司	
4	某单槽产品	中山市高德厨卫产品有限公司	0.58%
		中山市宁博五金科技有限公司	
5	某水槽产品	佛山市欧迪尔厨卫科技有限公司	3.20%
		中山市高德厨卫产品有限公司	
		中山市宁博五金科技有限公司	

注：差异率为相关供应商该产品型号采购均价的最大值和最小值相较于平均值变化幅度的孰高值

2020 年，针对向多家供应商采购同一型号产品的情况，前五大型号产品合计采购金额为 4,812.49 万元，占同一型号多家供应商采购金额的比例为 40.45%。上述情形中，同一型号产品不同供应商采购均价差异率较小，为 0.20%-3.20%，具备公允性和商业合理性。

4）2021 年 1-6 月

单位：元/台

序号	产品型号	供应商	差异率
1	某厨房龙头产品	鹤山市名仕卫浴有限公司	0.39%
		开平市百巢卫浴有限公司	
2	某龙头产品	鹤山市品洁卫浴有限公司	0.01%
		开平市百巢卫浴有限公司	
3	某龙头产品	中山市高德厨卫产品有限公司	2.48%
		中山市宁博五金科技有限公司	
4	某淋浴器产品	鹤山市德锐卫浴科技有限公司	1.22%
		鹤山市品洁卫浴有限公司	
5	某水槽产品	中山市高德厨卫产品有限公司	1.32%
		中山市宁博五金科技有限公司	

注：差异率为相关供应商该产品型号采购均价的最大值和最小值相较于平均值变化幅度的孰高值

2021 年 1-6 月，针对向多家供应商采购同一型号产品的情况，前五大型号产品合计采购金额为 2,398.88 万元，占同一型号多家供应商采购金额的比例为 57.70%。上述情形中，同一型号产品不同供应商采购均价差异率较小，为 0.01%-2.48%，具备公允性和商业合理性。

综上，针对公司向多家供应商采购同一型号产品的情形，报告期各期前五大型号产品不同供应商采购均价差异率较小，具备公允性和商业合理性。

(2) 针对同一型号产品仅一个供应商采购的定价公允性分析

针对同一型号产品仅一个供应商采购的情况，无法通过比较不同供应商之间的报价来分析公允性，因此，通过比较不同年度向供应商的采购价格变化来验证其定价公允性。整体来看，针对同一型号产品同一供应商的情况，公司报告期各期采购单价变化较小，具体分析如下：

1) 2019 年度较 2018 年度分析

选取 2018 年度同一型号产品同一供应商的采购金额前五大且次年存在采购的产品，与 2019 年度该供应商相应型号产品进行采购单价的比较，具体已申请豁免披露。

相关型号产品采购均价波动较小，为-6.83%-1.14%之间。其中，毛球修剪器 DEM-MQ810 的 2019 年采购均价下降 6.83%，主要系 2020 年该产品生产工艺不断成熟，采购量不断增长，促进供应商生产效率和规模效应提升，双方经过商业谈

判，相应单价有所降低。

2）2020 年度较 2019 年度分析

选取 2019 年度同一型号产品同一供应商的采购金额前五大且次年存在采购的产品，与 2020 年度该供应商相应型号产品进行采购单价的比较，具体已申请豁免披露。

相关型号产品采购均价波动较小，处于-6.16%-1.50%之间。其中，净水器 AUT2002/00 的 2020 年采购单价下降 6.16%，主要系该型号产品 2020 年直播销售较多，直播销售对产品采购数量需求较高，采购具有一定规模效应，经商业谈判相应价格有一定下调。

3）2021 年 1-6 月较 2020 年度分析

选取 2020 年度同一型号产品同一供应商的采购金额前五大且次年存在采购的产品，与 2021 年 1-6 月该供应商相应型号产品进行采购单价的比较，具体已申请豁免披露。

相关型号产品采购均价波动较小，处于-3.01%-5.83%之间。其中，反渗透净水器 AUT2015 2021 年 1-6 月采购均价上升 5.83%，主要系该型号产品 2020 年度直播销售较多，采购具有一定规模效应，相较而言，2021 年 1-6 月采购规模较小，价格有小幅提升。

综上，针对同一型号产品仅一个供应商采购的情形，公司报告期各期采购单价变化较小，具备合理性和公允性。

整体而言，针对公司向多家供应商采购同一型号产品的情形和同一型号产品仅一个供应商采购的情形，报告期内相关采购均价差异均处于较低水平，具备合理性和公允性。

3. 对比分析外协加工费用的公允性，同一工序不同外协企业之间定价差异及合理性

报告期内，公司外协加工金额按照同一工序是否存在多家供应商拆分如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
同一工序仅一个供应商	4,004.68	93.68%	3,988.60	88.28%	3,239.72	93.16%	2,197.72	81.91%

同一工序多家供应商	270.33	6.32%	529.45	11.72%	237.92	6.84%	485.48	18.09%
合计	4,275.01	100.00%	4,518.05	100.00%	3,477.63	100.00%	2,683.21	100.00%

注：由于不同型号零部件相同工序之间的外协加工定价差异也较大（如同为注塑，不同零部件尺寸存在较大差异，对应采购单价差异亦较大），因此本题回复中的“同一工序”特指“针对同一型号零部件的相同工序”

公司外协加工供应商较多，但由于公司产品型号众多，涉及较多零部件的不同加工工序，针对同一工序的生产产能需求相对较少，一家供应商通常可以满足需求，且更具备规模优势，同时外协加工模具数量存在限制，因此针对同一工序向多家供应商采购的情形较少。公司同行业可比公司中，科沃斯对外协加工供应商进行披露，其同一时期同一物料一般仅选择一家委外加工供应商。公司外协情况与上述相符，符合行业惯例。

报告期内，针对同一工序向多家供应商的采购金额分别为 485.48 万元、237.92 万元、529.45 万元和 270.33 万元，占外协加工采购总额的比例分别为 18.09%、6.84%、11.72%和 6.32%。

(1) 针对同一工序多家供应商采购的定价公允性分析

报告期各期，选取同一工序多家供应商的前五大工序，对比分析公司向不同供应商采购单价的差异及合理性，具体如下：

1) 2018 年度

单位：元/件

序号	产品型号及工序	供应商	差异率
1	某成品板组装	中山市名嘉子电子有限公司	0.11%
		中山市众坤电子科技有限公司	
2	某主体注塑	佛山市顺德区达镕模具实业有限公司	5.71%
		佛山市顺德区华旺塑料制品有限公司	
3	某主体注塑	佛山市顺德区东锦塑料制品有限公司	3.58%
		佛山市顺德区塑特塑料制品有限公司	
		佛山市顺德区益博塑料制品有限公司	
4	某接管组件组装	佛山市顺德区北滘镇山信实业有限公司	0.15%
		佛山市顺德区多享电器有限公司	
5	某地刷下盖注塑	佛山市顺德区塑科塑料制品有限公司	0.17%

		佛山市顺德区塑特塑料制品有限公司	

注：差异率为相关供应商该产品型号采购均价的最大值和最小值相较于平均值变化幅度的孰高值

2018 年，针对向不同供应商采购同一产品同一工序的情况，前五大产品及工序合计采购金额为 97.66 万元，占同一产品同一工序不同供应商采购金额的比例为 20.12%。上述情形中，同一产品同一工序不同供应商采购均价差异率较小，为 0.11%-5.71%，具备公允性和商业合理性。

2）2019 年度

单位：元/件

序号	产品型号及工序	供应商	差异率
1	某干簧管板成品板组装	佛山市顺德区三嘉电子科技有限公司	7.05%
		佛山众美时电器有限公司	
		中山市众坤电子科技有限公司	
2	某主体注塑	佛山市顺德区东锦塑料制品有限公司	3.77%
		佛山市顺德区塑特塑料制品有限公司	
		佛山市顺德区益博塑料制品有限公司	
3	某二合一毛刷头植毛	佛山市顺德区勒流荣浩塑料制品厂	3.79%
		广东顺德西腾毛刷有限公司	
4	某成品板组装	佛山市顺德区三嘉电子科技有限公司	4.77%
		佛山众美时电器有限公司	
5	某毛刷头植毛	佛山市顺德区勒流荣浩塑料制品厂	1.99%
		广东顺德西腾毛刷有限公司	

注：差异率为相关供应商该产品型号采购均价的最大值和最小值相较于平均值变化幅度的孰高值

2019 年，针对向不同供应商采购同一产品同一工序的情况，前五大产品及工序合计采购金额为 103.57 万元，占同一产品同一工序不同供应商采购金额的比例为 43.53%。上述情形中，同一产品同一工序不同供应商采购均价差异率较小，为 1.99%-7.05%，具备公允性和商业合理性。

3）2020 年度

单位：元/件

序号	产品型号及工序	供应商	差异率

1	某毛刷头植毛	佛山市顺德区北滘镇山信实业有限公司	0.00%
		广东顺德西腾毛刷有限公司	
2	某刮板手柄下盖注塑	佛山市顺德区北滘镇山信实业有限公司	1.89%
		佛山市顺德区华航宇五金塑料制品有限责任公司	
		佛山市顺德区琪江五金塑料制品有限公司	
3	某绕线架注塑	佛山市顺广恒电器有限公司	0.30%
		佛山市顺德区北滘镇山信实业有限公司	
4	某接管组件组装	佛山市顺广恒电器有限公司	0.00%
		佛山市顺德区北滘镇山信实业有限公司	
5	某绕线架注塑	佛山市顺广恒电器有限公司	0.62%
		佛山市顺德区北滘镇山信实业有限公司	

注：差异率为相关供应商该产品型号采购均价的最大值和最小值相较于平均值变化幅度的孰高值

2020 年，针对向不同供应商采购同一产品同一工序的情况，前五大产品及工序合计采购金额为 150.89 万元，占同一产品同一工序不同供应商采购金额的比例为 28.50%。上述情形中，同一产品同一工序不同供应商采购均价差异率较小，为 0.00%-1.89%，具备公允性和商业合理性。

4）2021 年 1-6 月

单位：元/件

序号	产品型号及工序	供应商	差异率
1	某旋风塔注塑	佛山市桥致电器有限公司	22.15%
		中山妮德新电器有限公司	
2	某钢网架注塑	佛山市丰寻科技有限公司	42.44%
		中山妮德新电器有限公司	
3	某水箱盖注塑	佛山市顺德区金之润实业有限公司	27.06%
		中山妮德新电器有限公司	
4	某扁吸嘴植毛	广东顺德西腾毛刷有限公司	3.71%
		顺德区勒流宝骏毛刷制品厂	
5	某轮子注塑	佛山市景荣皇塑料制品有限公司	45.61%
		中山妮德新电器有限公司	

注：差异率为相关供应商该产品型号采购均价的最大值和最小值相较于平均值变化幅度的孰高值

2020 年，针对向多家供应商采购同一工序的情况，前五大工序合计采购金额为 118.71 万元，占同一工序多家供应商采购金额的比例为 43.91%。其中，中山妮德新电器有限公司与其他供应商就同一工序采购上采购均价差异较大。

中山妮德新电器有限公司（以下简称妮德新）成立于 2015 年，位于广东省中山市，拥有较多进口精密生产注塑机，主要致力于精密塑胶件的设计、开发、制造，拥有较大的生产规模，较强的生产能力，稳定优良的外协加工质量以及模具修复能力，与小米生态链企业合作较多。由于米家 ODM 产品注塑件对工艺要求相对较高，且在生产初期需要对注塑模具进行不断调试，考虑到妮德新拥有较强的生产制造能力，以及米家产品注塑件生产经验，因此，在米家业务开展初期，公司选择妮德新作为其米家 ODM 产品水箱、主体、水箱底等注塑件的外协加工供应商，妮德新的外协加工费用也相对较高。

随着公司米家 ODM 业务规模的逐渐扩大，公司生产制造能力逐渐提升，运营管理日趋成熟，对相关零部件的工艺要求也更加了解。2021 年，由于原材料价格上涨明显，公司在各个维度均实施降本减费措施，持续寻找性价比更高的外协加工供应商。公司综合考虑供应商生产加工质量、定价情况、产能情况、位置情况等条件后，选取更具价格优势和区位优势的外协加工供应商。经过送样确认、现场评审、引入审批、录入合格供方名录、小批量试制等程序后，相关供应商提供的外协加工服务能够符合产品质量要求，同时价格也相对较低，因此，公司在 2021 年上半年逐渐将部分米家 ODM 产品注塑件的外协加工服务从妮德新转移至相关供应商，具有商业合理性。

综上，针对公司向多家供应商采购同一工序的情形，报告期各期前五大工序不同供应商采购均价差异率整体较小，存在少量切换性价比更高的外协加工供应商情形，整体具备公允性和商业合理性。

(2) 针对同一工序仅一个供应商采购的定价公允性分析

针对同一工序仅一个供应商采购的情况，无法通过比较不同供应商之间的报价来分析公允性，因此，通过比较不同年度向供应商的采购价格变化来验证其定价公允性。整体来看，针对同一工序同一供应商的情况，公司报告期各期采购单价变化较小，具体分析如下：

1) 2019 年度较 2018 年度分析

选取 2018 年度同一工序同一供应商的采购金额前五大且次年存在采购的工序，与 2019 年该供应商相应工序进行采购单价的比较，具体已申请豁免披露。

相关工序采购均价波动较小，除 F525 水箱盖注塑外波动为-5.01%-3.83%之间。其中，F525 水箱盖注塑的 2019 年采购均价下降 10.37%，主要系伴随产品迭代，2019 年该零部件加工工序进行更新切换，后续不再进行此零部件该工序加工，因此该工序 2019 年采购金额较少，可比性较弱。

2）2020 年度较 2019 年度分析

选取 2019 年度同一工序同一供应商的采购金额前五大且次年存在采购的工序，与 2020 年该供应商相应工序进行采购单价的比较，具体已申请豁免披露。

相关工序采购均价波动较小，除 SCKOA45 水箱底外波动为-2.58%-8.26%之间。其中，SCKOA45 水箱底注塑加工 2020 年度采购单价下降 23.41%，主要系公司 2019 年开始向该供应商采购 SCKOA45 水箱底注塑加工服务，一方面，该产品型号加工工序不断成熟稳定，供应商生产效率有所提高；另一方面，公司 2020 年度采购额增长 56.63%，规模效应有所提升，双方经过商业谈判，相应单价有所降低。

3）2021 年 1-6 月较 2020 年度分析

选取 2020 年度同一工序同一供应商的采购金额前五大且次年存在采购的工序，与 2021 年 1-6 月该供应商相应工序进行采购单价的比较，具体已申请豁免披露。

相关工序采购均价波动较小，除 SCKOA45 水箱底外，为-2.14%-0.00%之间。其中，SCKOA45 水箱底注塑加工 2021 年 1-6 月采购单价下降 13.82%，主要系 2021 年，由于原材料价格上涨明显，公司在各个维度均实施降本减费措施，且伴随与供应商合作深入，经商业谈判相应单价有所降低。

综上，针对同一工序仅一个供应商采购的情形，公司报告期各期采购单价整体变化较小，存在少量基于工序更迭及规模效应导致的单价变动，整体具备合理性和公允性。

整体而言，针对公司向多家供应商采购同一工序的情形和同一工序仅一个供应商采购的情形，报告期内相关采购均价差异整体处于较低水平，存在少量切换性价比更高的外协加工供应商情形或基于工序更迭及规模效应导致的单价变动，

整体具备合理性和公允性。

4. 外协环节中是否存在公司供料或向指定厂商采购原材料的情形

公司外协环节主要包括外协生产和外协加工。关于外协加工服务采购，生产用原材料一般由公司自行采购，公司根据实际外协产量向外协单位支付加工费及合理的加工利润。关于外协生产采购，供应商根据公司的产品规划和订单需求，按公司提供的设计方案进行生产，或自主进行产品前期设计和开发，形成产品设计开发方案并经公司认可后，按照双方约定的方案进行模具开发和生产制造，公司外协生产环节中不存在公司供料或向指定厂商采购原材料的情形。

（三） 公司控制外协产品质量的具体措施及公司与外协芳关于产品质量责任分摊的具体安排，外协加工对公司业务、资产的独立性和完整性的具体影响

1. 公司控制外协产品质量的具体措施及公司与外协方关于产品质量责任分摊的具体安排

(1) 公司控制外协产品质量的具体措施

公司建立了控制外协产品质量的完善体系和措施，主要包括：

1) 公司设立了供应链中心，负责供应链体系管理、采购管理、计划物控管理，并设立了单独的品质中心，主要负责公司质量管理体系的维护与改进，其主要职责包括 ISO9001 质量管理体系建立、维护及改善，公司质量目标的监视和测量，重大质量问题的跟踪与改进等。

2) 公司制定了《供应商引入管理办法》《OEM/ODM 供方管理程序》《供方绩效考评管理办法》等完善的供应商管理机制，并与供应商签署《成品质量协议》《零部件质量协议》，对供应商资格、产品质量、品质管理等方面进行严格管控。

3) 围绕供应商自身质量管理体系、物料管理、新品管理、制程管理、验货管理、质量改进等，公司对外协供应商质量管控进行具体要求，主要包括：① 供应商自身质量管理体系中，要求供应商必须建立完善的质量管理体系，并保持体系的有效性、适宜性和持续改进；② 物料管理中，针对供应商提供物料的质量建立完善的检查、管控和惩罚机制；③ 新品管理中，针对小批试产或送样进行严格检测，整改测试合格并关闭问题点方可进入中批、量产；④ 制程管理中，公司品质人员根据生产订单和生产计划，针对供应商生产的产品监控其生产过程，及时发现问题，及时整改；⑤ 验货管理中，公司质检人员进行抽样检验，并根

据抽检结果进行验收、封存、返工、清退、或停产整顿等操作；⑥ 质量改进中，公司跟进供应商整改过程及整改效果的验证，并根据验证结果相应地进行接受整改、拒收货品、除以罚金、或质量警告等操作。

(2) 公司与外协方关于产品质量责任分摊的具体安排

根据公司与供应商签署的《成品质量协议》《零部件质量协议》，公司与外协方关于产品质量责任分摊的具体安排主要包括：

1) 由于供应商生产的产品直接导致公司国内、海外市场出现重大、批量事故，所造成的所有损失均由供应商承担。

2) 当供应商物料出现的所有质量问题导致公司零星返工、批量返工或报废时，供应商应承担因此给公司造成的返工、报废损失及罚款；因供应商物料的质量问题，造成公司产品在装配、流通、消费过程中产生质量问题和质量事故的，一切经济损失及法律责任均由供应商承担。

3) 媒体曝光、政府行政处罚、取消质量认证资格、国家级产品质量抽查不合格、重大投诉及法律诉讼等影响恶劣的事件或市场上出现重大安全质量事故，供应商应向公司支付违约金，情节严重公司有权暂停或取消供应商的供货资格。

4) 市场重大、批量质量事故导致的直接损失索赔按实际发生计算，另外公司有权追加索赔。

5) 市场其他由供应商导致的质量风险和事故根据产生的实际费用和损失全额由供应商承担。

2. 外协加工对公司业务、资产的独立性和完整性的具体影响

公司生产过程中存在一定外协情形，相关外协情形未对公司的业务、资产的独立性和完整性造成重大不利影响，主要系：(1) 外协工序是公司基于产品战略布局、自身产能规划、销售季节性因素等，在市场竞争环境下为提高资源利用效率、降低成本和实现业务快速发展所采取的一种经营策略，公司具备独立面向市场自主经营的能力；(2) 公司所处的珠三角地区拥有天然的小家电产业链集群优势，外协供应商市场竞争充分，公司外协采购金额较为分散，不存在对单个外协商的重大依赖；公司亦可以择优选择合适的外协单位，以保证外协产品能够及时得以供应；(3) 公司与多家外协供应商建立了长期合作关系，实现对公司外协采购的良好支撑；(4) 公司制定了《供应商引入管理办法》《OEM/ODM 供方管理程

序》《供方绩效考评管理办法》等完善的供应商管理机制，并与供应商签署《成品质量协议》《零部件质量协议》，对供应商资格、产品质量、品质管理等方面进行严格管控。

（四）公司募集资金项目实施后生产模式是否会发生变化，如发生变化的，说明公司生产上述产品有无技术瓶颈，在人员、技术等方面的准备情况

公司小家电事业部以自主生产为主、外协生产和外协加工为辅，水健康事业部以外协生产为主、自主生产为辅，卫浴事业部以外协生产为主。公司募集资金项目为智能家电制造基地项目、研发品控中心建设项目和信息化建设项目。募集资金项目实施后，公司整体生产模式不会发生重大变化，其中，小家电事业部和卫浴事业部生产模式未发生变化，水健康事业部将从以外协生产为主、自主生产为辅的生产模式，转变为以自主生产和外协生产相结合的形式。

针对水健康类产品生产产能构筑，公司在生产、人员、技术、经验等方面进行了充分准备和充足积累，主要包括：1. 生产方面，公司于 2020 年开始构筑水健康类产品自主生产能力，目前已拥有注塑车间、部装生产线、总装生产线、检测中心等，并持续配备专业检测设备和自动化与半自动生产线设备，持续构筑水健康类产品自主生产能力，包括台面饮水机、净水壶、滤芯等在内的产品及零部件已实现部分自主生产。2. 人员方面，公司拥有一批对产品、研发、生产、市场深入了解，有着丰富管理经验的人员，可以充分赋能水健康类产品自有产能构筑；同时，水健康事业部打造了完善的研发团队，公司并将根据募投项目实施进度持续引入研发团队和工程团队。3. 技术方面，公司高度重视新产品和新技术的自主研发，目前已掌握了一系列水健康类产品核心技术，如无泵和净水箱可清洗净饮机技术、大通量净水器技术、一体化集成过滤技术、即滤即热系统平台技术、快旋接口设计、全时鲜技术、集成水路技术、纳米杀菌模块技术等关键技术，拥有多项专利。4. 经验方面，公司具备多项自动化项目成功实施案例，小家电事业部亦有成熟的自主生产经验，为水健康类产品自主产能的构建奠定强有力的基础。

综上所述，公司生产相关产品不存在技术瓶颈，已经具备实施本次募集资金项目所需的人员、技术储备。

（五）核查程序和核查意见

1. 核查程序

针对上述事项，我们主要实施了以下核查程序：

(1) 访谈公司管理层和生产负责人，了解公司与外协生产供应商和外协加工供应商的合作情况；

(2) 访谈及函证程序

保荐人、申报会计师对报告期内主要的外协生产供应商和外协加工供应商实施访谈，了解、核实客户的基本信息、与公司的合作历史、业务开展的具体情况、是否存在纠纷诉讼、与公司的关联关系等情况，同时获取业务合同、营业执照等资料。

保荐人、申报会计师对公司主要的外协生产供应商和外协加工供应商执行函证程序，函证报告期各期的采购金额、各期末应付账款（或预付款项）余额，核查采购业务的真实性、准确性以及是否存在跨期确认的情况。

通过访谈及函证方式对主要的外协生产供应商和外协加工供应商的核查情况具体如下：

1) 外协生产

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年	2019年	2018年
访谈核查情况				
访谈供应商覆盖数量（家数）	27	27	27	16
其中：实地走访数量（家数）	27	27	27	15
邮件确认数量（家数）	-	-	-	1
访谈供应商覆盖采购金额	26,405.18	52,264.72	38,750.76	16,464.05
其中：实地走访金额	26,405.18	52,264.72	38,750.76	14,940.45
邮件确认金额	-	-	-	1,523.60
采购总额	35,472.39	74,328.86	53,927.60	25,311.80
访谈核查金额占比	74.44%	70.32%	71.86%	65.04%
函证核查情况				
发函数量	62	70	57	27
采购总额	35,472.39	74,328.86	53,927.60	25,311.80
发函金额	29,347.13	65,760.75	46,862.21	15,409.44
发函比例	82.73%	88.47%	86.90%	60.88%

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
回函金额	28,011.44	62,622.96	41,934.10	14,039.02
回函比例	78.97%	84.25%	77.76%	55.46%
回函相符金额	27,477.59	60,512.50	39,535.17	12,766.30
回函相符比例	77.46%	81.41%	73.31%	50.44%
回函确认金额	28,011.44	62,622.96	41,934.10	14,039.02
回函确认比例	78.97%	84.25%	77.76%	55.46%
结合访谈与函证程序整体核查情况				
核查覆盖供应商家数	68	56	45	24
核查覆盖供应商采购金额	31,958.75	64,867.01	42,513.94	17,965.70
核查比例	90.09%	87.27%	78.84%	70.98%

2）外协加工

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
访谈核查情况				
实地访谈供应商数量（家数）	7	8	8	7
实地访谈供应商覆盖采购金额	1,672.22	3,145.55	1,975.08	1,596.58
采购总额	4,275.01	4,518.05	3,477.63	2,683.21
访谈核查金额占比	39.12%	69.62%	56.79%	59.50%
函证核查情况				
发函数量	9	10	10	8
采购总额	4,275.01	4,518.05	3,477.63	2,683.21
发函金额	3,829.71	4,278.21	3,096.26	1,820.51
发函比例	89.58%	94.69%	89.03%	67.85%
回函金额	3,829.71	3,154.22	2,313.43	1,389.87
回函比例	89.58%	69.81%	66.52%	51.80%
回函相符金额	3,829.71	3,154.22	2,313.43	1,389.87
回函相符比例	89.58%	69.81%	66.52%	51.80%
回函确认金额	3,829.71	3,154.22	2,313.43	1,389.87
回函确认比例	89.58%	69.81%	66.52%	51.80%
结合访谈与函证程序整体核查情况				
核查覆盖供应商家数	13	10	12	9

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
核查覆盖供应商采购金额	4,099.90	3,391.15	2,445.34	1,834.95
核查比例	95.90%	75.06%	70.32%	68.39%

针对回函不符的情况，结合公司采购明细、采购入库单等制作函证结果调节表以进一步解释回函差异的原因及合理性，经核查，回函不符主要系双方入账时间存在差异，对公司采购交易真实性不构成影响；针对未回函的供应商，保荐人及申报会计师执行了替代审计程序，通过检查采购合同、采购订单、入库单、记账凭证、采购发票、付款申请单、付款银行回单等资料以进一步验证采购的真实性。

(3) 取得公司与主要的外协加工及外协生产供应商的业务合同，关注合同中交易内容、结算方式等主要条款；针对公司外协加工及外协生产业务实施细节测试，取得并核查外协加工及外协生产业务中的出库单、对账单、增值税发票、会计凭证、银行回单等单据；

(4) 通过国家企业信息信用公示系统等公开信查询主要外协供应商的工商信息，核实其注册资本、股权结构、法定代表人、经营范围、主要人员等信息，并核查与公司间的关联关系；

(5) 取得并核查公司外协生产采购主要明细，针对同一型号产品向两家及两家以上供应商采购的定价情况进行公允性分析，对并分析不同供应商间定价差异情况；针对同一供应商同一型号产品采购不同年度定价情况进行公允性分析，对比同一供应商同一型号产品间不同年度定价差异，分析具体原因并核查公允性；

(6) 取得并核查公司外协加工采购主要明细，对比分析外协加工费用的公允性；针对同一产品同一工序向两家及两家以上供应商采购的定价情况，对并分析不同供应商间定价差异情况，对差异较大的供应商实施专项访谈；针对同一供应商同一产品同一工序采购不同年度定价情况进行公允性分析，对比同一供应商同一产品同一工序间不同年度定价差异，分析具体原因并核查公允性；

(7) 取得并核查公司外协生产和外协加工相关管理制度及协议；

(8) 访谈公司募集资金项目相关业务负责人，了解募投项目实施后生产模式的变动情况。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 外协生产供应商短期原材料价格波动向公司采购价格的传导性相对较弱，同时，区位优势及采购规模的持续扩大赋予公司较强的议价能力，因此，报告期内原材料价格上升与公司外协生产定价变动趋势不一致具有合理性；

(2) 针对公司向多家供应商采购同一型号产品的情形和同一型号产品仅一个供应商采购的情形，报告期内相关采购均价差异均处于较低水平，具备合理性和公允性；

(3) 针对公司向多家供应商采购同一工序的情形和同一工序仅一个供应商采购的情形，报告期内相关采购均价差异整体处于较低水平，存在少量切换性价比更高的外协加工供应商情形或基于工序更迭及规模效应导致的单价变动，整体具备合理性和公允性；

(4) 公司外协加工采购中，生产用原材料一般由公司自行采购，公司根据实际外协产量向外协单位支付加工费及合理的加工利润；外协生产采购中，不存在公司供料或向指定厂商采购原材料的情形；

(5) 公司建立了控制外协产品质量的完善体系和措施，并与外协方关于产品质量责任分摊进行了明确安排；公司产品在生产过程中部分工序涉及外协，相关外协情形未对公司的业务、资产的独立性和完整性造成重大不利影响；

(6) 募集资金项目实施后，公司整体生产模式不会发生重大变化，其中，小家电事业部和卫浴事业部生产模式未发生变化，水健康事业部将从以外协生产为主、自主生产为辅的生产模式，转变为以自主生产和外协生产相结合的形式；公司生产相关产品不存在技术瓶颈，已经具备实施本次募集资金项目所需的人员、技术储备。

五、关于毛利率

招股说明书和审核问询回复显示：

（1）2019 年度水健康类产品毛利率为 43.50%，较 2018 年度增加 10.42 个百分点，主要是因为公司收购上海水护盾和香港水护盾后，对净水产品的成本结构进行了优化，在保证质量的前提下采购更具性价比的 OEM/ODM 产品，使得 2019 年度单位成本同比下降 14.20%。水健康业务以外协生产为主，2019 年外协生产的均价比 2018 年外协生产的均价上升 9.47%。

（2）2019 年度净水类和滤芯的单位成本下降，受到以下因素影响：①采购数量增加，提高了公司和供应商的议价能力；②收购前公司仅作为经销商负责飞利浦品牌部分线上渠道的销售业务，收购完成后，公司拥有飞利浦水健康包括研发、采购、销售在内的全链条业务，从源头有效降低了采购成本；③公司凭借小家电事业部的自产经验，对现有产品的成本结构进行深入分析，与供应商协商降低采购价格，以及研发创新优化产品结构，实现技术降本。

（3）报告期各期，公司主营业务毛利率分别为 33.23%、36.37%、32.26%和 27.78%，剔除新收入准则变化带来的运杂费影响后，公司 2020 年度和 2021 年 1-6 月主营业务毛利率分别为 34.94%和 30.20%。

请发行人说明：

（1）发行人成本结构优化的因素和采购单价下滑的原因，量化相关因素对发行人单位成本和毛利率的具体影响金额和影响程度；

（2）2019 年度上海水护盾和香港水护盾净水产品单位成本同比下降和水健康业务外协生产均价上升是否矛盾，核实数据的准确性并解释原因；

（3）采购数量上升对发行人采购价格下滑的影响程度，报告期内供应商对于同类产品报价下滑的家数、发行人向其采购量的金额及变动情况，发行人对主要供应商采购占该类供应商同类产品销售的比重，供应商对于同类产品报价下滑的趋势是否和该类供应商对第三方报价趋势一致；

（4）公司拥有飞利浦水健康的全链条业务如何从源头有效降低了采购成本；

（5）报告期内，发行人的具体技术创新和技术降本对毛利率的影响。

请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见。（审核问询函问题 5）

（一）公司成本结构优化的因素和采购单价下滑的原因，量化相关因素对公司单位成本和毛利率的具体影响金额和影响程度

2018 年度和 2019 年度，公司净水类和滤芯产品单位售价、单位成本及毛利率变化情况如下：

单位：元

项目	2019 年度		2018 年度
	金额	变动	金额
净水类			

项目	2019年度		2018年度
	金额	变动	金额
单位售价	202.12	-9.20%	222.60
单位成本	118.73	-24.26%	156.76
毛利率	41.26%	11.68%	29.58%
滤芯			
单位售价	100.62	-3.59%	104.36
单位成本	48.70	-21.60%	62.11
毛利率	51.60%	11.12%	40.48%

注：单位售价及单位成本变动情况为变动比率，毛利率变动情况为变动额

采用连环替代方法，得到单位售价和单位成本变动对毛利率的影响如下：

项　目	2019年度	
	净水类	滤芯
单位售价影响比率	-7.14%	-2.21%
单位成本影响比率	18.82%	13.33%
整体毛利率变动	11.68%	11.12%

注：单位售价影响比率=（本期单价-上期单位成本）/本期单价-上期毛利率；单位成本影响比率=（上期单位成本-本期单位成本）/本期单价

由上表可知，2019 年度净水类产品和滤芯的毛利率提升较多，主要受单位成本降低所致。

2019年度净水类产品和滤芯的单位成本下降，主要受到以下因素影响：①收购前公司仅作为经销商负责飞利浦品牌部分线上渠道的销售业务，收购完成后，公司拥有飞利浦水健康包括研发、采购、销售在内的全链条业务，从源头有效降低了采购成本；② 公司通过研发创新优化产品结构，实现技术降本；③ 与供应商的议价能力提升促使采购单价下降。相关因素的具体影响分析如下：

1. 收购前公司仅作为经销商负责飞利浦品牌部分线上渠道的销售业务，收购完成后，公司拥有飞利浦水健康包括研发、采购、销售在内的全链条业务，从源头有效降低了采购成本

2018 年 6 月，公司完成了对飞利浦水健康业务的收购。收购前公司仅作为经销商负责飞利浦品牌部分线上渠道的销售业务，即作为经销商，向飞利浦采购商品后再对外销售，赚取经销差价；收购完成后，公司拥有飞利浦水健康包括研

发、采购、销售在内的全链条业务，直接从供应商处采购相关产品，从源头有效降低了采购成本。

选取收购前后，公司均采购的产品型号，对采购单价进行对比分析。净水类产品 2018 年 7-12 月与 2018 年 1-6 月同一型号产品的采购金额为 1,516.29 万元，占 2018 年 7-12 月净水类产品总采购金额的 40.48%，2019 年与 2018 年 1-6 月同一型号产品的采购金额为 4,031.74 万元，占 2019 年净水类产品总采购金额的 29.38%；滤芯产品 2018 年 7-12 月与 2018 年 1-6 月同一型号产品的采购金额为 803.64 万元，占 2018 年 7-12 月滤芯总采购金额的 48.21%，2019 年与 2018 年 1-6 月同一型号产品的采购金额为 2,420.59 万元，占 2019 年滤芯总采购金额的 56.59%。

根据比较分析可知，收购后，同一型号产品采购单价下降明显，具体如下表所示：

单位：万元

采购单价较 2018 年 1-6 月变化情况	2019 年		2018 年 7-12 月	
	采购金额	占比	采购金额	占比
净水类				
30%<=降幅<40%	-	-	247.98	16.35%
40%<=降幅<50%	2,680.38	66.48%	791.96	52.23%
降幅>50%	1,351.36	33.52%	476.36	31.42%
合计	4,031.74	100.00%	1,516.29	100.00%
滤芯				
30%<=降幅<40%	-	-	30.71	3.82%
40%<=降幅<50%	864.58	35.72%	381.95	47.53%
降幅>50%	1,556.01	64.28%	390.99	48.65%
合计	2,420.59	100.00%	803.64	100.00%

注 1：上述统计范围内的产品在收购前后均仅由一个供应商生产，且均为同一供应商

注 2：上表中的金额占比=对应采购金额/该类产品中采购单价下滑涉及产品的采购总额

由上表可知，同一型号的净水类产品和滤芯采购单价下降明显，假设上述同一型号的净水产品按照 2018 年 1-6 月单位采购价格进行采购，按照 2019 年采购

数量测算，则2019年的采购成本将提高3,935.55万元，假设上述采购产品全部在当期实现销售并结转成本，且销售单价不变，则2019年净水类产品的毛利率将下降18.35个百分点，由41.26%下降至22.91%。

假设上述同一型号的滤芯按照2018年1-6月单位采购价格进行采购，按照2019年采购数量测算，则2019年的采购成本将提高2,725.48万元，假设上述采购产品全部在当期实现销售并结转成本，且销售单价不变，则2019年滤芯的毛利率将下降32.11个百分点，由51.60%下降至19.49%。

2. 公司通过研发创新优化产品结构，实现技术降本

2019年公司通过研发设计，对部分净水类产品进行了结构优化，在保证质量和同等功能的前提下，推出了成本更优、更具性价比的新款产品，技改型号平均采购单价下降明显，降低了公司净水类产品的整体成本。以净水器WP4204 BOXER400为例，在不改变基本性能参数的情况下，公司将一体化水路的加工工艺从热板焊变更为注塑，并更换了更具性价比的增压泵零配件，同时使用了组装更加便利的外观设计，推出了净水器AUT2002/00，外协采购单价已申请豁免豁免。

2019年度，公司净水类产品通过研发创新实现降本的主要产品型号和影响已申请豁免披露。

2019年度公司通过研发创新实现技术降本产品的采购金额为2,716.79万元。上述几款型号单位成本均有较为明显的下降，技改型号的降本效果较为显著，同时，为了进一步开拓市场，提高销售金额，公司结合市场情况和降本效果对单位售价进行调整，结合单位成本下降，以及单位售价调整，整体毛利率仍有较大幅度提升。针对净水器WP4232 BOXER400净水器，公司通过技术降本推出了相对应的产品净水器APU-R400-D1A（JPA400），其采购单价为已申请豁免披露，公司为了对该型号产品进行战略推广，确定了较低的产品定价，2019年该款产品销售单价已申请豁免披露，较低的产品定价导致该款产品毛利率较低。

3. 与供应商的议价能力提升促使采购单价下降

2019年度公司净水类产品和滤芯的采购数量增加，同时凭借小家电事业部的自产经验，对现有产品的成本结构进行了分析，综合提高了公司和供应商的议价能力，双方协商后降低了相关产品的采购价格。

选取 2018 年度和 2019 年度，公司均采购的产品型号，对采购单价进行对比分析，整体来看，同一型号产品采购单价有所下降，具体如下表所示：

单位：万元、万件

采购单价变化	2019 年度			2018 年度		
	采购数量	采购金额	金额占比	采购数量	采购金额	金额占比
净水类						
增幅>0%	15.72	640.20	11.27%	5.13	346.00	14.02%
0%<=降幅<15%	79.54	4,321.84	76.11%	20.07	1,615.82	65.50%
降幅>=15%	1.79	601.29	10.59%	1.31	505.28	20.48%
合计	97.26	5,678.67	100.00%	26.51	2,467.09	100.00%
滤芯						
增幅>0%	16.15	460.43	19.53%	5.34	156.61	17.12%
0%<=降幅<15%	32.82	1,475.26	62.57%	15.45	563.17	61.57%
降幅>=15%	9.44	422.09	17.90%	3.58	194.95	21.31%
合计	58.41	2,357.77	100.00%	24.37	914.73	100.00%

注 1：采购金额和采购数量为该范围内同型号产品的采购金额和采购数量合计

注 2：上表统计中未包括公司收购飞利浦水健康业务（2018 年 6 月）前作为经销商向飞利浦的采购

由上表可知，2019 年度，同型号产品中，净水类产品同型号采购单价下滑的比例为 86.70%，滤芯产品同型号采购单价下滑的比例为 80.47%，降幅主要集中在 0%至 15%之间。假设上述同一型号产品按照 2018 年单位采购价格进行采购，按照 2019 年采购数量测算，则 2019 年的采购成本将提高 327.28 万元，假设上述采购产品全部在当期实现销售并结转成本，且销售单价不变，则 2019 年净水类产品和滤芯的整体毛利率将下降 1.09 个百分点，由 44.19%下降至 43.10%。

（二） 2019 年度上海水护盾和香港水护盾净水产品单位成本同比下降和水健康业务外协生产均价上升是否矛盾，核实数据的准确性并解释原因

2019 年，公司净水类产品及滤芯产品单位成本较 2018 年分别下降 24.26%及 21.60%；2019 年，公司水健康类产品外协生产采购单价较 2018 年上升 9.47%，差异主要系口径不同所致：①公司水健康类产品包括净水类、滤芯、智能马桶类、热水器类，公司于 2019 年开始销售智能马桶类及热水器类产品，并开始采购，

相关产品单价较高，拉高了2019年水健康类产品的整体采购单价；②公司于2018年6月通过收购上海水护盾及香港水护盾股权的方式收购飞利浦水健康业务，收购产生的交割存货不属于公司的日常采购，未统计在2018年水健康类产品采购中。具体分析如下：

1. 水健康类产品外协采购按品类拆分

2018年度和2019年度，按照品类进一步划分，公司水健康类产品外协采购均价变化情况如下：

单位：元/件

产品类别	2019年度			2018年度	
	采购金额占比	采购均价	涨跌幅	采购金额占比	采购均价
净水类	68.46%	109.56	-4.49%	68.60%	114.71
滤芯	21.34%	47.36	-9.88%	31.40%	52.56
智能马桶	5.82%	621.82	-	-	-
热水器类	4.38%	605.09	-	-	-
合计	100.00%	91.57	9.47%	100.00%	83.65

由上表可知，2019 年度，公司水健康产品外协生产均价上升主要与采购结构变化有关。2019 年度，公司新增了智能马桶和热水器产品的采购，其单价较高，从而导致水健康产品的外协生产均价提高，2019年度，公司净水类产品和滤芯的采购单价较2018年同比下降，与其单位成本变动方向一致。

此外，公司于2018年6月通过收购上海水护盾及香港水护盾股权的方式完成了对飞利浦水健康业务的收购。上海水护盾及香港水护盾股权交割时的存货未包括在公司2018年外协生产采购的统计中，如将上述收购交割的存货作为2018年的对外采购补充至2018年外协生产采购的统计中，则净水类产品和滤芯的采购单价情况具体如下：

单位：万件、元/件

产品类型	2019年度			2018年度	
	采购数量	采购单价	采购单价降幅	采购数量	采购单价
净水类	125.26	109.56	-4.49%	43.11	114.71
滤芯	90.32	47.36	-9.88%	43.07	52.56

由上表可知，如考虑交割存货的影响，2019年度对比2018年度，公司净水类和滤芯产品的采购单价降幅进一步增加。

综上所述，2019 年度，公司水健康产品外协生产均价上升主要与采购结构变化有关，同时，公司 2018 年外协生产采购统计未包括 2018 年 6 月收购上海水护盾及香港水护盾时的交割存货，如进一步考虑上述原因，则公司 2019 年度净水类与滤芯产品的采购单价下降明显，与 2019 年度净水类与滤芯产品单位成本的下降趋势一致。

2. 2018 年 6 月收购飞利浦水健康业务交割存货影响分析

公司于 2018 年 6 月通过收购上海水护盾及香港水护盾股权的方式完成了对飞利浦水健康业务的收购，其中上海水护盾及香港水护盾拥有一定的库存商品。公司聘请了中广信对上海水护盾及香港水护盾截至 2018 年 6 月 30 日的可辨认净资产进行了评估并出具了评估报告，公司根据评估结果将库存商品调整至公允价值。

针对库存商品，由于相关产品销售状况正常，评估机构采用不含税售价，减去销售费用、全部税金和适当的税后净利润后确定估值单价，将核实无误后的评估基准日库存商品库存数量乘以估值单价，得出库存商品的估值。

经评估，截至 2018 年 6 月 30 日，相关库存商品账面净值为 3,276.05 万元，评估结果为 3,948.93 万元，评估增值 672.89 万元，评估增值率 20.54%。评估增值主要是交割库存商品估值中包含未实现的销售利润，而账面价值核算的是产品成本价，因成本价低于市场价导致估值增值。

由于交割库存商品不属于公司的日常采购，上海水护盾及香港水护盾股权交割时的库存商品未包括在公司 2018 年外协生产采购的统计中，如将上述收购交割的库存商品作为 2018 年的对外采购补充至 2018 年外协生产采购的统计中，则净水类产品和滤芯的采购单价情况具体如下：

单位：万件、元/件

产品类型	2019年度			2018年度	
	采购数量	采购单价	采购单价降幅	采购数量	采购单价
净水类	125.26	109.56	-20.26%	58.39	137.39
滤芯	90.32	47.36	-11.25%	55.72	53.37

由上表可知，如考虑交割库存商品的影响，2019 年度对比 2018 年度，公司净水类和滤芯产品的采购单价降幅进一步提升，与其单位成本变动趋势一致。

综上所述，2019 年度，公司水健康产品外协生产均价上升主要与采购结构

变化有关，同时，公司2018年外协生产采购统计未包括2018年6月收购上海水护盾及香港水护盾时的交割库存商品，如进一步考虑上述原因，则公司2019年度净水类与滤芯产品的采购单价下降明显，与2019年度净水类与滤芯产品单位成本的下降趋势一致。

（三） 采购数量上升对公司采购价格下滑的影响程度，报告期内供应商对于同类产品报价下滑的家数、公司向其采购量的金额及变动情况，公司对主要供应商采购占该类供应商同类产品销售的比重，供应商对于同类产品报价下滑的趋势是否和该类供应商对第三方报价趋势一致

1. 2019年度采购数量上升对公司采购价格下滑的影响程度

2018年度和2019年度，公司净水类产品和滤芯的采购数量、采购单价具体如下：

单位：万件、元/件

产品类型	2019年度			2018年度	
	采购数量	采购单价	采购单价降幅	采购数量	采购单价
净水类	125.26	109.56	-4.49%	43.11	114.71
滤芯	90.32	47.36	-9.88%	43.07	52.56

注：上表统计的采购数量未包括收购交割的存货数量

由上表可知，2019年度，公司净水类产品的采购数量大幅增加，采购单价同比下降4.49%；滤芯产品2019年度的采购同样大幅增加，采购单价同比下降9.88%。

2. 供应商对于同类产品报价下滑的家数、公司向其采购量的金额及变动情况

2019年度对比2018年度，公司水健康类产品采购单价下滑的产品涉及5家供应商。选取2018年度和2019年度，公司均采购的产品型号，对采购均价下滑的情况进行统计，具体如下表所示：

单位：万元

采购单价变化	2019年度			2018年度		
	采购数量	采购金额	金额占比	采购数量	采购金额	金额占比
净水类						
0%<降幅<5%	59.75	2,956.00	61.38%	13.22	845.83	43.54%
5%<=降幅<10%	16.79	836.75	17.37%	5.40	308.49	15.88%

采购单价变化	2019年度			2018年度		
	采购数量	采购金额	金额占比	采购数量	采购金额	金额占比
10%<=降幅<15%	2.34	421.86	8.76%	0.79	283.19	14.58%
降幅>=15%	1.79	601.29	12.49%	1.31	505.28	26.01%
合计	80.67	4,815.90	100.00%	20.72	1,942.79	100.00%
滤芯						
0%<降幅<5%	19.04	952.94	50.35%	4.79	234.77	31.31%
5%<=降幅<10%	12.11	474.78	25.09%	6.45	248.49	33.14%
10%<=降幅<15%	1.59	42.72	2.26%	4.07	71.63	9.55%
降幅>=15%	9.44	422.09	22.30%	3.58	194.95	26.00%
合计	42.18	1,892.53	100.00%	18.89	749.83	100.00%

注1：采购金额和采购数量为该范围内同型号产品的采购金额和采购数量合计

注2：上表统计中未包括公司收购飞利浦水健康业务（2018年6月）前作为经销商向飞利浦的采购

注3：上表中的金额占比=对应采购金额/该类产品中采购单价下滑涉及产品的采购总额

2020年度对比2019年度，公司水健康类产品下滑的产品涉及19家供应商。选取2019年度和2020年度，公司均采购的产品型号，对采购均价下滑的情况进行统计，具体如下表所示：

单位：万元、万件

采购单价变化	2020年度			2019年度		
	采购数量	采购金额	金额占比	采购数量	采购金额	金额占比
净水类						
0%<降幅<5%	43.36	5,145.99	36.13%	31.75	3,521.17	35.14%
5%<=降幅<10%	29.62	7,547.90	52.99%	60.70	5,322.53	53.11%
10%<=降幅<15%	3.90	567.24	3.98%	9.06	715.58	7.14%
降幅>=15%	1.46	982.45	6.90%	0.74	462.49	4.61%
合计	78.35	14,243.58	100.00%	102.25	10,021.78	100.00%
滤芯						
0%<降幅<5%	25.30	1,239.62	94.19%	36.21	1,564.04	95.15%

采购单价变化	2020 年度			2019 年度		
	采购数量	采购金额	金额占比	采购数量	采购金额	金额占比
5%<=降幅<10%	1.57	42.40	3.22%	0.71	19.51	1.19%
10%<=降幅<15%	0.33	9.90	0.75%	0.74	23.42	1.42%
降幅>=15%	0.67	24.11	1.83%	0.89	36.73	2.23%
合计	27.87	1,316.04	100.00%	38.55	1,643.70	100.00%
智能马桶						
0%<降幅<5%	3.22	1,532.87	100.00%	0.66	378.35	100.00%
5%<=降幅<10%	-	-	-	-	-	-
10%<=降幅<15%	-	-	-	-	-	-
降幅>=15%	-	-	-	-	-	-
合计	3.22	1,532.87	100.00%	0.66	378.35	100.00%
热水类						
0%<降幅<5%	1.59	821.80	72.20%	1.37	718.33	63.08%
5%<=降幅<10%	0.06	68.52	6.02%	0.03	39.08	3.43%
10%<=降幅<15%	0.01	10.83	0.95%	0.02	41.22	3.62%
降幅>=15%	0.33	237.04	20.83%	0.41	340.16	29.87%
合计	1.99	1,138.18	100.00%	1.83	1,138.79	100.00%

注 1：采购金额和采购数量为该范围内同型号产品的采购金额和采购数量合计

注 2：上表中的金额占比=对应采购金额/该类产品中采购单价下滑涉及产品的采购总额

2021 年 1-6 月对比 2020 年度，公司水健康类产品下滑的产品涉及 25 家供应商。选取 2020 年度和 2021 年 1-6 月，公司均采购的产品型号，对采购均价下滑的情况进行统计，具体如下表所示：

单位：万元、万件

采购单价变化	2021 年 1-6 月			2020 年度		
	采购数量	采购金额	金额占比	采购数量	采购金额	金额占比
净水类						
0%<降幅<5%	26.28	4,995.51	66.36%	58.19	12,612.60	69.82%
5%<=降幅<10%	19.17	1,835.39	24.38%	46.19	4,463.39	24.71%
10%<=降幅<15%	2.58	86.17	1.14%	3.34	144.50	0.80%

采购单价变化	2021年1-6月			2020年度		
	采购数量	采购金额	金额占比	采购数量	采购金额	金额占比
降幅>=15%	10.98	610.42	8.11%	14.99	843.93	4.67%
合计	59.01	7,527.48	100.00%	122.72	18,064.42	100.00%
滤芯						
0%<降幅<5%	13.96	955.77	53.83%	20.97	1,137.66	41.99%
5%<=降幅<10%	13.55	725.09	40.84%	22.33	1,319.76	48.71%
10%<=降幅<15%	2.09	49.67	2.80%	7.82	216.44	7.99%
降幅>=15%	1.80	45.11	2.54%	1.20	35.50	1.31%
合计	31.39	1,775.65	100.00%	52.32	2,709.36	100.00%
智能马桶						
0%<降幅<5%	0.68	376.97	61.51%	4.54	2,226.63	92.36%
5%<=降幅<10%	0.10	127.41	20.79%	0.16	168.99	7.01%
10%<=降幅<15%	0.20	108.44	17.69%	0.02	15.31	0.64%
降幅>=15%	-	-	-	-	-	-
合计	0.99	612.81	100.00%	4.72	2,410.94	100.00%
热水类						
0%<降幅<5%	0.22	146.97	51.08%	1.70	907.00	97.43%
5%<=降幅<10%	0.25	137.10	47.65%	0.03	16.32	1.75%
10%<=降幅<15%	-	-	-	-	-	-
降幅>=15%	0.01	3.66	1.27%	0.01	7.60	0.82%
合计	0.48	287.73	100.00%	1.74	930.91	100.00%

注1：采购金额和采购数量为该范围内同型号产品的采购金额和采购数量合计

注2：上表中的金额占比=对应采购金额/该类产品中采购单价下滑涉及产品的采购总额。

综上，报告期内，公司水健康类产品采购单价下滑涉及的供应商共计27家，采购金额共计83,739.65万元，其中公司向前十大供应商采购金额为69,555.57万元，占比83.06%。公司向上述供应商中前十大供应商的采购情况具体如下：

单位：万元

序号	供应商名称	2021年1-6月	2020年度		2019年度		2018年度
		采购金额	采购金额	采购金额增幅	采购金额	采购金额增幅	采购金额
1	厦门百霖净水科技有限公司	2,056.86	6,869.76	24.31%	5,526.42	186.84%	1,926.68
2	绍兴摩纳净水科技有限公司	3,474.49	5,100.33	276.74%	1,353.81	-	-
3	东丽国际贸易(中国)有限公司及Toray international, Inc	1,172.56	4,099.17	-7.70%	4,441.11	106.14%	2,154.40
4	昆山九龄保健用品有限公司	458.08	1,574.07	-50.98%	3,211.06	286.22%	831.42
5	浙江喜尔康智能家居有限公司	723.93	4,876.83	2,961.16%	159.31	-	-
6	浙江艾波特环保科技股份有限公司	2,842.93	2,646.88	1,144.10%	212.75	-	-
7	广东韦博科技有限公司	1,901.88	2,337.41	277.57%	619.06	-	-
8	宁波福特恩净水设备有限公司	846.36	1,008.68	-31.64%	1,475.58	393.86%	298.78
9	溢泰(南京)环保科技有限公司	1,056.98	1,555.18	111.82%	734.19	-	-
10	广东奥荣电器有限公司	435.96	768.93	-4.33%	803.72	-	-

由上表可知，上述大部分供应商的采购金额逐年增加。其中，广东奥荣电器有限公司、东丽国际贸易中国（有限公司）及Toray international, Inc、广东奥荣电器有限公司2020年较2019年的采购金额略有下滑，主要是因为公司引入了其他更具性价比的供应商。宁波福特恩净水设备有限公司原主要为公司厨下净水器外协生产供应商，2020年由于其自身转型发展原因，主要产品逐渐转为台面净饮机，因此公司对其采购金额有所下降，随着其台面净饮机产品的逐渐成熟，2021年，公司向其采购金额逐渐回升。

3. 公司对主要供应商采购占该类供应商同类产品销售的比重，供应商对于同类产品报价下滑的趋势是否和该类供应商对第三方报价趋势一致

针对报告期内公司水健康类产品采购单价下滑涉及的前十大供应商，根据与相关供应商访谈确认，公司向上述供应商采购相关产品占其同类产品销售的比重情况下表所示：

序号	供应商	公司采购占供应商同类产品销售的比重
1	厦门百霖净水科技有限公司	小于25%
2	绍兴摩纳净水科技有限公司	25%至50%之间
3	东丽国际贸易（中国）有限公司及Toray international, Inc	小于25%

序号	供应商	公司采购占供应商同类产品销售的比重
4	昆山九龄保健用品有限公司	小于 25%
5	浙江喜尔康智能家居有限公司	小于 25%
6	浙江艾波特环保科技股份有限公司	小于 25%
7	广东韦博科技有限公司	25%至 50%之间
8	宁波福特恩净水设备有限公司	25%至 50%之间
9	溢泰（南京）环保科技有限公司	小于 25%
10	广东奥荣电器有限公司	小于 25%

在确定产品的销售价格时，供应商会考虑生产运营涉及到的各项成本费用，同时考虑合理的利润率，并与公司进行商业谈判，最终确认产品的销售价格。根据与相关供应商的访谈确认，供应商与公司之间的定价模式与其他客户之间不存在差异，同时，在同等条件下，如采购量扩大，则销售报价可能会有一定下调，与公司采购数量上升，采购价格下降的趋势一致。

（四） 公司拥有飞利浦水健康的全链条业务如何从源头有效降低了采购成本

2018 年 6 月，公司完成了对飞利浦水健康业务的收购。收购前公司仅作为经销商负责飞利浦品牌部分线上渠道的销售业务，即作为经销商，向飞利浦品牌采购商品后再对外销售，赚取经销差价；收购完成后，公司拥有飞利浦水健康包括研发、采购、销售在内的全链条业务，直接从供应商处采购相关产品，从源头有效降低了采购成本。全链条业务对降本的具体效果详见本题回复(一)之说明。

（五）报告期内，公司的具体技术创新和技术降本对毛利率的影响

基于对产品研发及成本控制的需求，公司产品部门会定期对在售产品进行分析，对成本有较大优化空间且未来有望继续销售的产品进行梳理，并将产品清单提供给研发、品质、采购等相关部门，共同研究优化降本方案，以进一步提升公司产品在市场中的竞争力。在符合产品质量要求，且性能达到或高于原产品规格要求的前提下，公司主要从原材料及零部件优选、结构设计优化（如注塑一体化或焊接）、组装工艺流程改善等多个维度进行综合分析评价，对相关产品进行技术优化或改良，生产成本实现一定程度的合理降低。公司会对成本优化后的产品进行严格测试和评价，并基于最新的产品设计和外协厂商重新商定采购价格，由于前述的研发改良对生产进行了优化，因而公司从外协厂商处的采购价格有所降

低。报告期内，公司水健康产品通过研发创新实现降本的主要情况如下：

1. 2019 年度较 2018 年度变化情况

2019 年度，公司水健康类产品通过研发创新实现降本的主要产品型号和影响已申请豁免披露。

2019 年度公司通过研发创新实现技术降本产品的采购金额为 2,716.79 万元。上述几款型号单位成本均有较为明显的下降，技改型号的降本效果较为显著，同时，为了进一步开拓市场，提高销售金额，公司结合市场情况和降本效果对单位售价进行调整，结合单位成本下降，以及单位售价调整，整体毛利率仍有较大幅度提升。净水器 APU-R400-D1A（JPA400）2019 年毛利率较低主要是因为公司为了对该型号进行战略推广，定价较低，导致毛利率较低。

2. 2020 年度较 2019 年度变化情况

2020 年度，公司水健康类产品通过研发创新降本的主要产品型号和影响已申请豁免披露。

2020 年度公司通过研发创新实现技术降本产品的采购金额为 60.21 万元，两款型号单位成本均有较为明显的下降，公司结合市场情况和降本效果对单位售价进行调整，综合使得毛利率较为稳定。

3. 2021 年 1-6 月较 2020 年度变化情况

2021 年 1-6 月，公司水健康类产品通过研发创新降本的主要产品型号和影响已申请豁免披露。

2021 年 1-6 月公司通过研发创新实现技术降本产品的采购金额为 2,712.85 万元，上述几款型号单位成本均有较为明显的下降，公司结合市场情况和降本效果对单位售价进行调整，但因为销售策略等因素影响，不同型号降价幅度不一，导致毛利率变动趋势有所不同。2020 年度厨下式净水器 AUT2037 主要在线下经销渠道销售，因此毛利率水平较低，净水器 APU-R400-D1A（JPA400）2020 年毛利率较低主要是因为公司为了对该型号进行战略推广，定价较低，导致毛利率较低。

由上表可知，基于对成本的分拆，2019 年公司通过研发设计，对部分水健康类产品进行了结构优化，在保证质量和同等功能的前提下，推出了成本更优、更具性价比的新款产品，技改型号平均采购单价下降明显，降低了公司净水类产品

的整体成本。相较而言，2020年度和2021年1-6月公司技改型号对毛利率影响较小。

（六）核查程序和核查意见

1. 核查程序

针对上述事项，我们主要实施了以下核查程序：

(1) 获取公司2018年度和2019年度净水类产品和滤芯的毛利明细表，结合连环替代方法分析毛利率变动的原因；

(2) 访谈公司管理层和业务部门人员，了解公司净水类产品和滤芯采购单价下降的原因，对比同一型号的采购价格变化情况；

(3) 对比分析收购飞利浦水健康业务前公司作为经销商，及收购后开展全链条业务情况下，公司同一型号采购单价的下滑程度及对净水类产品和滤芯的降本效果和毛利率影响；

(4) 访谈公司管理层和业务部门人员并取得水健康类产品技改型号明细表，了解公司报告期内水健康类产品技改型号，测算公司通过研发创新降本对水健康类产品毛利率的影响；

(5) 取得报告期内水健康类产品采购明细，分析供应商报价变化情况；

(6) 访谈净水类产品和滤芯降本型号的供应商，了解其销售规模，采购价格下滑原因及与其他客户之前的趋势是否一致。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 2019年度剔除运杂费影响后净水类产品和滤芯的毛利率提升较多，主要受单位成本降低所致。2019年度净水类产品和滤芯的单位成本下降，主要受到以下因素影响：① 收购前公司仅作为经销商负责飞利浦品牌部分线上渠道的销售业务，收购完成后，公司拥有飞利浦水健康包括研发、采购、销售在内的全链条业务，从源头有效降低了采购成本；② 公司通过研发创新优化产品结构，实现技术降本；③ 与供应商的议价能力提升促使采购单价下降；

(2) 2019年度，公司水健康产品外协生产均价上升主要与采购结构变化有关；同时，公司2018年外协生产采购统计未包括2018年6月收购上海水护盾及香港水护盾时的交割库存商品，如进一步考虑上述原因，则公司2019年度净水

类与滤芯产品的采购单价下降明显，与 2019 年度净水类与滤芯产品单位成本的下降趋势一致；

(3) 报告期内，公司水健康类产品采购单价下滑涉及的供应商共计 27 家，采购金额共计 83,739.65 万元，其中公司向前十大供应商采购金额为 69,555.57 万元，占比 83.06%；

(4) 根据与相关供应商的访谈确认，供应商与公司之间的定价模式与其他客户之间不存在差异，同时，在同等条件下，如采购量扩大，则销售报价可能会有一定下调，与公司采购数量上升，采购价格下降的趋势一致；

(5) 2018 年 6 月，公司完成了对飞利浦水健康业务的收购。收购前公司仅作为经销商负责飞利浦品牌部分线上渠道的销售业务，即作为经销商，向飞利浦品牌采购商品后再对外销售，赚取经销差价；收购完成后，公司拥有飞利浦水健康包括研发、采购、销售在内的全链条业务，直接从供应商处采购相关产品，从源头有效降低了采购成本；

(6) 2019 年公司通过研发设计，对部分水健康类产品进行了结构优化，在保证质量和同等功能的前提下，推出了成本更优、更具性价比的新款产品，技改型号平均采购单价下降明显，降低了公司净水类产品的整体成本。相较而言，2020 年度和 2021 年 1-6 月公司技改型号对毛利率影响较小。

六、关于审计截止日后财务数据

招股说明书和审核问询回复显示：

公司预计 2021 年可实现的营业收入区间为 286,800.00 万元至 318,000.00 万元，同比增长 28.73%至 42.73%；预计 2021 年归属于母公司股东的净利润区间为 15,800.00 万元至 18,000.00 万元，同比变化-8.82%至 3.88%；预计 2021 年扣除非经常性损益归属于母公司的净利润区间为 14,000.00 万元至 16,200.00 万元，同比变化-15.82%至-2.59%。

请发行人说明审计截止日后的主要经营状况，并结合新冠疫情、汇率波动、原材料价格波动分析发行人 2021 年全年营业收入上升、净利润下滑的原因和合理性，补充披露 2022 年一季度的业绩预计情况。(审核问询函问题 6)

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（一）审计截止日后的主要经营状况，并结合新冠疫情、汇率波动、原材料价格波动分析公司2021年全年营业收入上升、净利润下滑的原因和合理性

1. 审计截至日后的主要经营状况

我们对公司2021年度财务报表进行了审阅并出具了“天健审（2022）7-36号”《审阅报告》。公司2021年度主要财务数据如下：

（1）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2021年12月31日	2020年12月31日	变动比例
资产总额	248,757.25	211,235.24	17.76%
负债总额	122,381.13	102,931.82	18.90%
归属于母公司所有者权益合计	124,813.81	106,994.47	16.65%

注：上述数据已经审阅

截至2021年12月31日，公司资产总额为248,757.25万元，较2020年12月31日增加37,522.01万元，同比增长17.76%；负债总额为122,381.13万元，较2020年12月31日增加19,449.31万元，同比增加18.90%；归属母公司所有者权益合计为124,813.81万元，较2020年12月31日增加17,819.34万元，同比增长16.65%。

(2) 合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2021年度	2020年度	变动比例
营业收入	303,782.26	222,797.33	36.35%
营业成本	215,395.11	150,895.43	42.74%
利润总额	19,832.74	18,350.14	8.08%
净利润	17,292.89	17,035.79	1.51%
归属于母公司所有者的净利润	17,142.29	17,327.63	-1.07%
扣除非经常性损益归属于母公司的净利润	15,713.86	16,631.34	-5.52%

注：上述数据已经审阅

2021年度，公司不断推出创新产品，并积极拓展线上、线下各渠道的发展，实现了销售收入的快速增长，2021年度实现营业收入303,782.26万元，同比增长36.35%。2021年度公司收入增长的主要原因包括：① 2019年下半年起公司

与小米达成战略合作后，米家 ODM 收入持续快速提升；② 2021 年下半年，公司推出飞利浦品牌健康按摩产品，市场反馈良好；③ 公司积极拓展品牌自播业务，抖音小店等渠道线上直销销售收入实现较快增长；④ 公司积极拓展境内线上及线下经销渠道，线上及线下经销收入实现较快增长。

2021 年度，受原材料价格上涨、米家 ODM 业务收入占比提升等原因影响，公司毛利率较 2020 年有所下滑，2021 年，公司毛利率为 29.10%，相较 2020 年下降 3.18 个百分点。具体来看：① 主要原材料中塑料原料、电机等的采购价格上涨导致公司营业成本上升；② 米家 ODM 产品收入占比进一步提升，米家 ODM 产品毛利率较低，对公司整体毛利率有所影响。

2021 年度，公司实现净利润 17,292.89 万元，同比增长 1.51%，主要是收入规模扩大带来的净利润提高，当期净利润率为 5.69%，较 2020 年度净利润率下降 1.95 个百分点。2021 年度，公司归属于母公司所有者的净利润为 17,142.29 万元，同比减少 1.07%。

(3) 合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	变动比例
经营活动产生的现金流量净额	24,523.23	25,451.00	-3.65%
投资活动产生的现金流量净额	-19,955.96	-8,344.01	139.17%
筹资活动产生的现金流量净额	-2,285.07	18,543.94	-112.32%

2021 年度，公司经营活动产生的现金流量净额为 24,523.23 万元，较去年同期下降 3.65%，下降幅度较小。2021 年度，公司投资活动产生的现金流量净额 -19,955.96 万元，较 2020 年度减少 11,611.95 万元，主要系 2021 年公司支付土地购置款所致。

2021 年度，公司筹资活动产生的现金流量净额为-2,285.07，较去年同期减少 20,829.01 万元，主要系 2020 年公司吸收投资款 27,500 万元导致筹资活动产生的现金流量净额较高所致。

(4) 非经常性损益情况

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	34.34	5.56

计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	1,571.02	548.59
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	11.19
委托他人投资或管理资产的损益	393.85	310.28
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益	-	5.81
单独进行减值测试的应收款项、合同资产减值准备转回	0.94	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-293.69	49.93
其他符合非经常性损益定义的损益项目	8.66	11.79
小计	1,715.12	943.15
减：企业所得税影响数（所得税减少以“－”表示）	271.02	211.87
少数股东权益影响额（税后）	15.67	34.98
归属于母公司所有者的非经常性损益净额	1,428.42	696.30

由上表可见，公司 2021 年度非经常性损益主要为计入当期损益的政府补助。

2. 结合新冠疫情、汇率波动、原材料价格波动分析对公司 2021 年业绩的影响

(1) 新冠疫情

2020 年初受新型冠状病毒肺炎疫情影响，公司、上游供应商普遍存在一定时间的停工停产情况，至 2020 年 2 月末开始逐步复工，疫情未对公司产品市场需求构成重大影响。2021 年以来，新冠疫情相继在各地仍有零散发生，但疫情对公司的生产经营未造成重大影响。如果国内疫情持续时间较长或未来疫情发生严重反复，可能会对公司的生产经营产生不利影响。

(2) 汇率波动

2018 年-2021 年，公司汇兑损益情况如下：

单位：万元

项　目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
汇兑损益（“-”为收益）	273.13	-83.52	66.33	2.60

注：2021 年数据已经审阅

公司境外业务主要以港币、美元、欧元结算。2018 年-2021 年，随着公司境外业务规模的逐渐扩大，公司汇兑损益金额有所增加。2021 年度，人民币汇率整

体呈现上升趋势，公司形成汇兑损失 273.30 万元。2018 年-2021 年，公司汇兑损益金额相对较小，不会对公司的盈利能力造成重大影响。

(3) 原材料价格波动

公司生产所需主要原材料为电子电器、塑料原料、电机、包材、电子元器件和五金制品，上述原材料涉及的大宗原材料行业价格指数如下：

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
中国塑料城价格指数	均价	1,038.49	852.02	898.19	1,025.84
	涨跌幅	21.89%	-5.14%	-12.44%	-
长江有色市场 1#铜	均价（元/吨）	68,654.57	48,898.48	47,768.11	50,617.74
	涨跌幅	40.40%	2.37%	-5.63%	-
长江有色市场 A00 铝	均价（元/吨）	18,898.11	14,190.00	13,943.44	14,198.19
	涨跌幅	33.18%	1.77%	-1.79%	-
冷轧普通薄板 1mm 现货价	均价（元/吨）	5,640.08	4,467.29	4,468.82	4,660.00
	涨跌幅	26.25%	-0.03%	-4.10%	-

数据来源：Wind

由上表可知，2021 年度，塑料原料、五金制品等小家电生产所需的主要大宗原材料价格上涨明显，涨幅均超过 20%。原材料价格的上涨导致公司营业成本有所上升，对毛利率造成了一定不利影响。公司采购原材料种类众多，无法量化原材料价格上涨对公司营业成本及毛利率的具体影响，整体来看，受原材料价格上涨、米家 ODM 业务收入占比提升等原因影响，公司毛利率较 2020 年度下降 3.18 个百分点，从 32.27%下降至 29.10%。

综上所述，新冠疫情及汇率波动对公司全年业绩未造成重大影响，原材料价格上涨导致营业成本上升，对公司的盈利能力造成了一定不利影响。

3. 公司 2021 年全年营业收入上升、净利润下滑的原因

2021 年度，公司不断推出创新产品，并积极拓展线上、线下各渠道的发展，实现了销售收入的快速增长，2021 年度实现营业收入 303,782.26 万元，同比增长 36.35%。2021 年度公司收入增长的主要原因包括：① 2019 年下半年起公司与小米达成战略合作后，米家 ODM 收入持续快速提升；② 2021 年下半年，公司推出飞利浦品牌健康按摩产品，市场反馈良好；③ 公司积极拓展品牌自播业务，抖音小店等渠道线上直销销售收入实现较快增长；④ 公司积极拓展境内线上及

线下经销渠道，线上及线下经销收入实现较快增长。

2021 年度，公司实现净利润 17,292.89 万元，同比增长 1.51%，主要是收入规模扩大带来的净利润提高。2021 年度公司净利润率为 5.69%，较 2020 年度净利润率下降 1.95 个百分点，主要系毛利率下滑所致。2021 年度，受原材料价格上涨、米家 ODM 业务收入占比提升等原因影响，公司毛利率较 2020 年度下降 3.18 个百分点，从 32.27%下降至 29.10%，具体来看：① 主要原材料中塑料原料、电机等的采购价格上涨导致公司营业成本上升；② 米家 ODM 产品收入占比进一步提升，米家 ODM 产品毛利率较低，对公司整体毛利率有所影响。

（二）2022 年一季度业绩预计情况

公司预计 2022 年 1-3 月可实现的营业收入区间为 55,100 万元至 67,300 万元，同比增长 0.33%至 22.54%；预计 2022 年 1-3 月归属于母公司股东的净利润区间为 1,600 万元至 1,900 万元，同比增长 33.45%至 58.48%；预计 2022 年 1-3 月扣除非经常性损益归属于母公司的净利润区间为 1,500 万元至 1,800 万元，同比增长 49.73%至 79.67%。前述 2022 年一季度业绩预计情况系公司初步预计结果，相关数据未经审计或审阅，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

（三）核查程序和核查意见

1. 核查程序

针对上述事项，我们主要实施了以下核查程序：

(1) 对 2021 年度主要财务报表项目与 2020 年度相比的变动情况进行分析；

(2) 取得并复核 2021 年公司的收入成本明细表，抽查公司与客户签订的主要合同，检查合同中关于合同金额、结算条款等；取得并复核 2021 年公司的各项费用明细表，并对大额费用的相关单据进行抽查；取得并复核公司 2021 年的非经常性损益明细表，并对大额项目的相关单据进行抽查；

(3) 访谈财务负责人及业务人员，了解新冠疫情、原材料价格波动、汇率波动对公司经营业绩及财务状况的影响；

(4) 获取并复核公司 2021 年的汇兑损益明细表；

(5) 查询 2018 年度至 2021 年度大宗原材料的行业价格指数，分析波动趋势；

(6) 获取了公司 2022 年第一季度盈利预测，了解主要科目变动情况。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 公司 2021 年 7-12 月的经营情况良好，未出现对生产经营能力产生重大不利影响的事项，公司持续经营能力未发生重大不利变化；

(2) 2021 年度，新冠疫情及汇率波动对公司全年业绩未造成重大影响，原材料价格上涨导致营业成本上升，对公司的盈利能力造成了一定不利影响；

(3) 2021 年度，公司不断推出创新产品，并积极拓展线上、线下各渠道的发展，实现了销售收入的快速增长，2021 年度实现营业收入 303,782.26 万元，同比增长 36.35%；

(4) 2021 年度，公司净利润下滑，主要系毛利率下滑所致，2021 年度，受原材料价格上涨、米家 ODM 业务收入占比提升等原因影响，公司毛利率较 2020 年有所下滑，2021 年，公司毛利率为 29.10%，相较 2020 年下降 3.18 个百分点。

专此说明，请予察核。

天健会计师事务所(特殊普通合伙)　　中国注册会计师：

中国·杭州　　中国注册会计师：

二〇二二年三月十七日

会计师事务所

执业证书

名　　称：天健会计师事务所（特殊普通合伙）

首席合伙人：胡少先

主任会计师：

经营场所：浙江省杭州市西溪路128号6楼

组织形式：特殊普通合伙

执业证书编号：33000001

批准执业文号：浙财会〔2011〕25 号

批准执业日期：1998 年 11 月 21 日设立，2011 年 6 月 28 日转制

证书序号：0007666

说　明

1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。

2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。

3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。

4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。

发证机关：浙江省财政厅

2019 年 12 月 25 日

中华人民共和国财政部制

仅为关于广东德尔玛科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函中有关财务事项的说明后附之目的而提供文件的复印件，仅用于说明天健会计师事务所（特殊普通合伙）具有执业资质未经本所书面同意，此文件不得用作任何其他用途，亦不得向第三方传送或披露。

统一社会信用代码

91330000579342121 3 (1/3)

营业执照

(副本)

扫描二维码登录"国家企业信用信息公示系统"了解更多登记、备案、许可、监管信息

名　　称　天健会计师事务所（特殊普通合伙）

类　　型　特殊普通合伙企业

执行事务合伙人　胡少先

经营范围　审计企业会计报表、出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具有关报告；基本建设年度决算审计；代理记账；会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训；信息系统审计；法律、法规规定的其他业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

成立日期　2011 年 07 月 18 日

合伙期限　2011 年 07 月 18 日 至 长期

主要经营场所　浙江省杭州市西湖区西溪路 128 号 6 楼

登记机关　浙江省市场监督管理局

2021 年 03 月 18 日

国家企业信用信息公示系统网址：http://www.gsxt.gov.cn

企业年报应当于每年 1 月 1 日至 6 月 30 日通过国家企业信用信息公示系统报送公示年度报告。

国家市场监督管理总局监制

仅为关于广东德尔玛科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函中有关财务事项的说明后附之目的而提供文件的复印件，仅用于说明天健会计师事务所（特殊普通合伙）合法经营未经本所书面同意，此文件不得用作任何其他用途，亦不得向第三方传送或披露。



证书编号：
No. of Certificate 440300481135

批准注册协会：深圳市注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期：2003 年 08 月 19 日
Date of Issuance /y /m /d

2019 年 4 月换发

姓名 Full name 魏标文
性别 Sex 男
出生日期 Date of birth 1977-11-09
工作单位 Working unit 天健会计师事务所（特殊普通合伙）广东分所
身份证号码 Identity card No. 441424197711096975

注册会计师工作单位变更事项登记
Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出
Agree the holder to be transferred from

事务所
CPAs

转出协会盖章
Stamp of the transfer-out Institute of CPAs
年 月 日
/y /m /d

同意调入
Agree the holder to be transferred to

事务所
CPAs

转入协会盖章
Stamp of the transfer-in Institute of CPAs
年 月 日
/y /m /d

魏标文(440300481135)，已通过广东省注册会计师协会2021年任职资格检查。通过文号：粤注协〔2021〕268 号。

440300481135

年 月 日
/y /m /d

仅为关于广东德尔玛科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函中有关财务事项的说明后附之目的而提供文件的复印件，仅用于说明魏标文是中国注册会计师，未经魏标文本人书面同意，此文件不得用作任何其他用途，亦不得向第三方传送或披露。

证书编号：
No. of Certificate
440300480054

批准注册协会：
Authorized Institute of CPAs
广东省注册会计师协会

发证日期：
Date of Issuance
2010 年 /y 08 月 /m 09 日 /d

2021 年 6 月换发

姓名 Full name 彭宗显
性别 Sex 男
出生日期 Date of birth 1979-06-28
工作单位 Working unit 天健会计师事务所（特殊普通合伙）广东分所
身份证号码 Identity card No. 510502197906280056



注册会计师工作单位变更事项登记
Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出
Agree the holder to be transferred from

事务所
CPAs

转出协会盖章
Stamp of the transfer-out Institute of CPAs
年 /y 月 /m 日 /d

同意调入
Agree the holder to be transferred to

事务所
CPAs

转入协会盖章
Stamp of the transfer-in Institute of CPAs
年 /y 月 /m 日 /d

彭宗显(440300480054)，已通过广东省注册会计师协会2021年任职资格检查。通过文号：粤注协〔2021〕268 号。

年 /y 月 /m 日 /d

仅为关于广东德尔玛科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函中有关财务事项的说明后附之目的而提供文件的复印件，仅用于说明彭宗显是中国注册会计师，未经彭宗显本人书面同意，此文件不得用作任何其他用途，亦不得向第三方传送或披露。