创业板投资风险提示

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

SKYWORTH | 创维电器

创维电器股份有限公司

Skyworth Electric Co.,Ltd.

（南京市溧水经济开发区创维电器(南京)工业园）

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

（申报稿）

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

保荐人（主承销商）

中信证券股份有限公司
CITIC Securities Company Limited

广东省深圳市福田区中心三路 8 号卓越时代广场（二期）北座

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	本次公开发行股票总量不超过 6,450 万股（含 6,450 万股），占本次公开发行股票后公司股份总数的比例不低于 25%；本次发行全部为公司公开发行新股，公司原股东不进行公开发售股份。
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所和板块	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	不超过 25,800 万股
保荐人（主承销商）	中信证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

发行人声明

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

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

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

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

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

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

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

重大事项提示

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

一、本次发行的相关重要承诺的说明

本次发行涉及的本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限承诺，股东持股及减持意向的承诺，稳定股价的措施和承诺，依法承担赔偿责任的承诺，对于欺诈发行上市的股份回购和股份购回承诺，填补被摊薄即期回报的措施及承诺，利润分配政策的承诺，及相关责任主体承诺事项的约束措施等重要承诺事项，详见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“四、发行人、发行人的股东、发行人的董事、监事、高级管理人员以及本次发行的中介机构作出的重要承诺与承诺履行情况”。

二、本公司特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险

（一）业绩下滑风险

报告期内，公司营业收入分别为 368,547.73 万元、373,941.34 万元和 **400,182.07 万元**，净利润分别为 17,490.60 万元、15,210.49 万元和 **12,394.08 万元**。报告期内，公司营业收入保持增长趋势，但受疫情、原材料成本上涨等因素影响，公司最近**两年**净利润有所下滑。若未来疫情持续蔓延、原材料价格上升等情况持续加剧，发行人也未能通过提高销售价格等手段转嫁成本，则公司未来业绩可能出现进一步下滑的风险。

（二）技术创新及升级迭代的风险

公司所在行业技术发展迅速、产品创新迭代速度快、市场参与企业较多，公司需要紧密结合市场需求和行业变化，持续加大技术研发投入，保持产品创新迭代速度，保持产品、方案的市场竞争力，不断满足市场新的需求，从而引领市场发展，巩固自身的竞争优势和市场地位。

如公司在研发上投入不足、研发创新未能准确及时把握未来市场需求，不能及时跟上行业内新技术和产品的发展趋势，则可能导致新产品的市场接受度不如

预期，从而对公司的业绩带来不利影响。

（三）行业竞争加剧的风险

我国冰洗行业市场化程度较高，竞争较为激烈。自改革开放以来，国民收入水平不断增长、城镇化比例持续提高，国民消费理念也得到了较大的改变及提升，在上述背景下冰洗行业实现了快速的发展。目前，冰洗行业已步入较为稳定的发展阶段，市场规模增速逐渐趋缓，行业进入到更加激烈的存量竞争阶段，行业竞争的加剧有可能导致发行人盈利能力下滑。

（四）主要原材料价格波动的风险

公司采购的主要原材料包括吸塑原料、异氰酸酯、压缩机、电机、箱壳板材等，报告期内直接材料占主营业务成本比例为 87%左右。各类原材料的采购价格会随宏观经济、市场供求等因素影响而波动，未来原材料的采购价格较难预测。如果未来原材料价格波动较大，将对公司的盈利能力稳定性造成不利影响。

（五）产品质量控制的风险

公司主要生产冰箱、洗衣机和平板电脑产品，均为居民日常生活常用消费品，下游客户对公司产品的质量、性能、外观等有较高要求，良好的产品质量控制尤为必要。公司一贯重视产品安全和产品质量，制定了严格的质量管理制度，建立了完善的原材料质量控制、产品生产、产品交付及售后质量控制。随着公司规模的扩大和产品种类的不断丰富，如果未来公司质量管理不能持续改进，将可能导致产品质量问题，对公司品牌和声誉造成损害，并对公司经营产生不利影响。

（六）税收优惠政策变动的风险

公司于 2016 年 11 月被认定为高新技术企业，2019 年 11 月，公司通过高新技术企业复审并取得编号为 GR201932003930 号《高新技术企业证书》。因此，公司在 **2019 年至 2021 年**享受减按 15%的税率缴纳企业所得税的税收优惠政策。

若未来国家相关税收优惠政策发生改变，或者公司不能持续被认定为高新技术企业，则公司存在无法享受国家的有关税收优惠政策进而影响到盈利能力的风险。

（七）出口汇率变动的风险

报告期内，公司产品外销占主营业务收入比例分别为 26.69%、28.49%、**31.40%**，占比逐年提高。公司产品销往美国、日本、中东等海外地区，结算币种以美元为主，各期汇兑损益（损失为正，收益为负）分别为-235.96 万元、1,603.09 万元和 **632.90 万元**。若后续汇率大幅波动，不仅可能对公司产品的海外业务带来不利影响，同时可能造成公司汇兑损失，增加财务成本。

（八）募投项目实际效益不达预期的风险

本次发行募集资金主要投向“年产 80 万台商用冷柜、多门冰箱及 80 万台干衣机、双子星洗衣机生产线扩建项目”、“高效营销网络建设项目”、“研发中心建设项目”和“补充流动资金”。

虽然公司对募集资金投资项目进行可行性分析时，已充分考虑和预测了行业的发展趋势、用户需求的变化趋势以及公司自身情况及未来发展战略等因素，但后续行业变化及公司自身发展均存在不确定性，如若本次募集资金投资项目的实施未能实现预定的目标，则有可能导致项目收益无法完全实现。

（九）ODM 客户销售收入下降的风险

报告期内，发行人 ODM 业务收入规模整体保持快速增长。主要 ODM 客户为小米、云米、国美、倍科电器等。受发行人产品结构、ODM 客户需求等影响，发行人对云米的销售收入最近**两年**明显下降。若上述主要 ODM 客户的发展战略发生变化，或者公司产品不能持续满足其经营要求，可能会发生销售收入大幅减少的情形，公司盈利能力将面临不利影响。**同时，随着市场竞争的加剧，竞争对手们也同步推出了较多新设计、新款式的 ODM 产品，制造能力和品质质量不断提升，在 ODM 领域与发行人的产品形成竞争。若发行人的产品不能持续保持独特新颖的设计、稳定可靠的质量，将有可能导致产品被替代的风险，进而影响发行人的经营业绩。**

（十）其他收益占比较高的风险

报告期各期，发行人其他收益金额分别为 3,633.76 万元、7,310.95 万元、6,980.16 万元，占利润总额的比例分别为 18.66%、42.51%、53.33%，占比较高。其他收益主要为政府补助、增值税即征即退、税费返还，报告期各期，政府补

助金额分别为 1,036.89 万元、3,956.53 万元、3,599.79 万元，增值税即征即退金额分别为 1,598.31 万元、2,209.54 万元、1,959.99 万元，税费返还金额分别为 968.07 万元、1,125.60 万元、1,399.33 万元。若未来发行人享受的政府补助及税收政策发生不利调整，获得的政府补助、增值税即征即退或税费返还金额显著下降，将对公司经营业绩产生不利影响。

三、本次发行前滚存利润分配方案

经公司 2021 年二次临时股东大会审议通过，公司首次公开发行股票前形成的剩余滚存未分配利润由本次股票发行后的新老股东依其所持股份比例共同享有。

四、财务报告审计截止日后主要经营状况

财务报告审计基准日后至招股说明书签署日之间，公司经营情况良好，公司产业政策、税收政策、行业市场环境、主要产品的提供、主要客户和供应商、公司经营模式均未发生重大变化，董事、监事、高级管理人员及其他核心人员未发生重大变更，未发生其他可能影响投资者判断的重大事项。

目 录

本次发行概况 1

发行人声明 2

重大事项提示 3

一、本次发行的相关重要承诺的说明 3

二、本公司特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险 3

三、本次发行前滚存利润分配方案 6

四、财务报告审计截止日后主要经营状况 6

目 录 7

第一节 释义 12

一、一般释义 12

二、专业术语释义 14

第二节 概览 16

一、本次发行的有关当事人基本情况 16

二、本次发行概况 16

三、发行人主要财务数据和财务指标 17

四、发行人主营业务经营情况 18

五、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况 19

六、发行人具体上市标准 21

七、公司治理特殊安排事项 21

八、募集资金用途 21

第三节 本次发行概况 23

一、本次发行基本情况 23

二、本次发行有关机构 23

三、发行人与有关中介机构的股权关系或其他权益关系 25

四、本次发行有关重要日期 26

第四节 风险因素 27

一、创新风险 27

二、技术风险.....27
三、经营风险.....28
四、内控风险.....29
五、财务风险.....30
六、法律风险.....33
七、募投资金投资风险.....33
八、发行失败风险.....34
九、不可抗力风险.....34
第五节 发行人基本情况.....36
一、发行人基本情况.....36
二、发行人设立及报告期内股东和股本变化情况.....36
三、重大资产重组情况.....43
四、发行人历史上股权代持及代持解除情况.....44
五、公司在其他证券市场的上市/挂牌情况.....44
六、发行人的股权结构.....44
七、发行人控股和参股公司情况.....44
八、持有发行人 5%及以上股份的主要股东及实际控制人基本情况.....46
九、发行人股本情况.....49
十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况.....52
十一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签订的协议及履行情况.....61
十二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员近两年的变动情况及原因.....61
十三、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有发行人股份的情况.....63
十四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的投资情况.....64
十五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况.....65
十六、发行人本次公开发行申报前已经制定或实施的股权激励及相关安排.....67
十七、发行人员工情况.....70

第六节 业务和技术 77
一、公司主营业务、主营产品及设立以来的变化情况 77
二、发行人所处行业的基本情况 96
三、发行人销售情况及主要客户 130
四、发行人采购情况及主要供应商 135
五、发行人主要固定资产及无形资产情况 139
六、发行人特许经营权与资质情况 161
七、发行人核心技术与研发情况 162
八、发行人境外生产经营情况 176
第七节 公司治理与独立性 177
一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度及董事会专门委员会的建立健全及运行情况 177
二、发行人内部控制制度情况 182
三、发行人自报告期初以来违法违规情况 183
四、发行人资金占用和对外担保情况 183
五、公司独立经营情况 184
六、同业竞争 188
七、关联方、关联关系和关联交易情况 198
第八节 财务会计信息与管理层分析 235
一、盈利能力或财务状况的主要影响因素分析 235
二、财务报表 237
三、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况 243
四、审计意见及关键审计事项 243
五、财务报告审计基准日后的主要经营状况 244
六、主要会计政策和会计估计 245
七、主要会计政策、会计估计的变更 280
八、报告期内适用的主要税种税率及享受的税收优惠 283
九、经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表 284
十、主要财务指标 286
十一、经营成果分析 287

十二、资产质量分析.....322
十三、偿债能力、流动性与持续经营能力分析.....349
十四、主要资本性支出与资产业务重组分析.....357
十五、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项.....358
十六、发行人盈利预测情况.....358
十七、填补被摊薄即期回报的措施及承诺.....358
第九节 募集资金运用与未来发展规划 362
一、募集资金投资概况.....362
二、募集资金投资项目的可行性分析.....364
三、募集资金投资项目的必要性分析.....366
四、募集资金投资项目的基本情况.....368
五、募集资金运用对公司经营和财务状况的影响.....374
六、发行人未来发展与规划.....376
第十节 投资者保护 379
一、公司投资者权益保护的情况.....379
二、股利分配政策.....380
三、股东投票机制的建立情况.....383
四、发行人、发行人的股东、发行人的董事、监事、高级管理人员以及本次发行的中介机构作出的重要承诺与承诺履行情况.....384
第十一节 其他重要事项 401
一、重要合同.....401
二、对外担保情况.....404
三、重大诉讼或仲裁事项.....404
四、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员最近三年涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况.....405
五、控股股东报告期内涉及重大违法行为情况.....405
六、香港联交所关于创维集团（百慕大）分拆本公司于境内上市的审批情况.....405
第十二节 声明 407
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明.....407

二、发行人控股股东声明.....410
三、保荐人（主承销商）声明.....412
四、发行人律师声明.....415
五、审计机构声明.....416
六、资产评估机构声明.....417
七、验资机构声明.....418
八、验资复核机构声明.....419
第十三节 附件.....420
一、备查文件.....420
二、文件查阅时间.....420
三、文件查阅地点.....420

第一节 释义

在本招股说明书中，除非另有说明，下列简称具有如下特定含义：

一、一般释义

公司、本公司、股份公司、创维电器、创维电器股份发行人	指	创维电器股份有限公司
本招股说明书	指	《创维电器股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》
创维有限	指	创维电器股份有限公司之前身南京创维家用电器有限公司
深圳电器	指	深圳市创维电器科技有限公司
电器研究院	指	南京创维电器研究院有限公司
炬德国际	指	香港炬德国际有限公司
香港创维	指	创维电器有限公司
创维集团（深圳）	指	创维集团有限公司，一家注册于深圳的公司，系发行人股东
炬德实业	指	香港炬德实业有限公司
炬德合伙	指	南京炬德电器合伙企业（有限合伙）
创维集团（百慕大）	指	创维集团有限公司，一家注册于百慕大群岛的香港联交所上市公司，股票代码 0751.HK
创维实业（萨摩亚）	指	创维实业有限公司
创维控股（萨摩亚）	指	创维控股有限公司
创维 RGB	指	深圳创维-RGB 电子有限公司
创维无线	指	深圳创维无线技术有限公司
创维数字	指	创维数字股份有限公司
酷开科技	指	深圳市酷开网络科技股份有限公司
联铖科技	**指**	**深圳联铖科技有限公司**
河南惠民城	**指**	**河南惠民城电器有限公司，2022 年 5 月更名为河南惠民城新能源工程有限公司**
安时达电商	**指**	**深圳安时达电商有限公司**
HONEST	**指**	**HONEST（MACAO COMMERCIAL OFFSHORE）LIMITED**
安时达技术	**指**	**深圳安时达技术服务有限公司**
京东	指	京东商城、北京京东世纪贸易有限公司
小米	指	小米通讯技术有限公司
云米	指	佛山市云米电器科技有限公司
海信	指	广东海信冰箱营销股份有限公司

国美	指	国美智能科技有限公司
倍科电器	指	倍科电器有限公司
北京新七天	指	北京新七天电子商务技术股份有限公司
好成绩网络	指	深圳市好成绩网络科技有限公司
上海易教	指	上海易教信息科技有限公司
股东大会	指	创维电器股份有限公司股东大会
股东会	指	南京创维家用电器有限公司股东会
董事会	指	创维电器股份有限公司董事会或南京创维家用电器有限公司董事会
监事会	指	创维电器股份有限公司监事会或南京创维家用电器有限公司监事会
国务院	指	中华人民共和国国务院
工业和信息化部	指	中华人民共和国工业和信息化部
发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
市场监管总局	指	国家市场监督管理总局
商务部	指	中华人民共和国商务部
财政部	指	中华人民共和国财政部
国家质检总局	指	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
元、万元、亿元	指	人民币元、万元、亿元
报告期、报告期内、报告期各期、**最近三年**	指	2019 年度、2020 年度及 **2021 年度**
报告期各期末、各期末	指	2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日和 **2021 年 12 月 31 日**
《公司章程》	指	《创维电器股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	经发行人股东大会审议通过的《创维电器股份有限公司章程（草案）》，其将于本次发行上市后生效并成为发行人的公司章程
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
保荐机构、中信证券、主承销商	指	中信证券股份有限公司
发行人律师、国枫律师、国枫	指	北京国枫律师事务所
发行人会计师、验资机构、验资复核机构、立信会计师、立信	指	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
发行人评估师、鹏信评估师	指	深圳市鹏信资产评估土地房地产估价有限公司

二、专业术语释义

经销模式	指	公司与经销商签订销售合同，经销商向公司买断产品后销售给下游客户的销售模式
直销模式	指	公司直接向最终消费者销售产品的销售模式
线上直销	指	公司通过在第三方 B2C 平台开设的自营店铺直接向消费者销售产品的销售模式
线下直销	指	是指公司直接向消费者销售产品，主要系工厂零星出售等
线上经销	指	是指公司将产品销售给线上经销商，授权线上经销商通过其在第三方平台上的店铺或自有销售平台向消费者销售公司产品，或由经销商将产品销售给电商平台后再向消费者销售
经销代发货模式	指	线上经销的一种模式，消费者在线上经销商所属的电商平台网店下单后，电商平台将订单信息发送给公司，公司根据该订单信息直接发货给终端消费者
线下经销	指	是指公司经销商签署经销协议，经销商以买断的方式向公司采购产品，后续将产品销售至零售门店等终端网点或直接向终端消费者进行销售
京东、京东平台、京东商城	指	北京京东世纪贸易有限公司及其关联公司，自营式电商企业，用户可通过网站（www.jd.com）及移动客户端等渠道进行在线购物
天猫、天猫商城	指	浙江天猫技术有限公司及其关联公司，原淘宝商城，英文简称 Tmall，为阿里巴巴旗下综合品牌零售平台，提供包括网站（www.tmall.com）及移动客户端等多种用户接入方式
淘宝、淘宝平台	指	阿里巴巴集团旗下的网购零售平台（www.taobao.com）
拼多多	指	电子商务交易平台之一，专注于拼团购物的第三方电商平台，是国内移动互联网的主流电子商务应用产品
苏宁易购	指	苏宁旗下网上购物平台（www.suning.com），销售产品品类覆盖传 统家电、3C 电器、日用百货等
京东自营	指	由京东商城自主经营并向客户销售的平台，其经营模式为由京东商城提前或根据客户购买需求向第三方卖家采购产品，由京东商城与线上客户进行交易并向客户开具发票，最后由京东商城定期与第三方卖家统一结算
京东 POP	指	全称为“Point Of Purchase”，京东旗下的第三方 B2C 平台，在 POP 店模式下由第三方卖家通过京东平台自行销售商品，京东提供产品入仓、订单配送、货到收款等服务
ODM 模式	指	原始设计制造商（Original Design Manufacturer），由采购方委托制造方提供从研发、设计到生产、后期维护的全部服务，而由采购方负责销售的生产方式
OEM 模式	指	原始设备制造商（Original Equipment Manufacturer），由采购方提供设备和技术，由制造方提供人力和场地，采购方负责销售，制造方负责生产的生产方式
FOB	指	国际贸易交货方式，Free On Board（namedport of shipment）的缩写，即船上交货（指定装运港），又称离岸价，适用于海上和内河运输
CIF	指	国际贸易交货方式，Cost, Insurance, and Freight（named port of destin ation）的缩写，即成本加保险费加运费（指定目的港），通常包含离岸价、到目的港的保险费和海运费，适用于海上和内河运输
EXW	指	一种贸易方式术语，为 EX Works 的缩写，是指卖方在其经营场

		所或其它指定地点，将货物交由买方处置时即视为完成交货
直冷电冰箱	指	直冷电冰箱利用冰箱内空气自然对流的方式来实现冷热交换，由压缩机驱动制冷剂经由蒸发器与冰箱内壁直接接触进行热交换，然后通过冷凝器将从冰箱内部交换来的热量传导给外界环境
风冷电冰箱	指	风冷电冰箱利用空气强制对流的方式来来实现冷热交换，由压缩机驱动制冷剂经由蒸发器产生冷空气，靠风扇强制对流，将冷空气传递到冰箱的内部间室与食物进行热交换，然后通过冷凝器将从冰箱内部交换来的热量传导给外界环境
定频电冰箱	指	冰箱压缩机或风机根据冰箱间室温度的变化，由电控系统控制压缩机或风机的启停来调节冰箱内部间室的温度变化
双变频电冰箱	指	冰箱压缩机和风机根据冰箱间室温度的变化，由电控系统精准的控制变频器调整各自电机转速，平衡压缩机制冷量和风机送风量的大小，保证冰箱内温差随时保持均衡
波轮洗衣机	指	由动力电机带动洗衣机桶底有凸出筋的圆盘波轮转动，形成桶内水流时而右旋、时而左旋的涡流带动织物跟着旋转、翻滚，实现清洁衣物的功能
滚筒洗衣机	指	由动力电机带动洗衣机的内部滚筒时而右旋、时而左旋，通过桶壁上的提升筋将织物举起，再借由引力抛下、摔打，实现清洁衣物的功能
洗烘一体机	指	洗衣和衣物烘干在同一台机器上实现的设备
DD 变频技术	指	变频电机直接驱动（Direct Driver）的简称，洗衣机电机在驱动负载时不需经过传动装置直接与运动装置连接，从而省去了诸如减速器，齿轮箱，皮带轮等连接机构，从而具备低故障率、低能耗、低噪音、强动力的功能特点
物联网	指	一个动态的全球网络基础设施，它具有基于标准和互操作通信协议的自组织能力，其中物理的和虚拟的“物”具有身份标识、物理属性、虚拟的特性和智能的接口，并与信息网络无缝整合
PDVD	**指**	**便携式 DVD，尺寸较小，方便携带，可通过液晶屏欣赏影片、音乐和照片等。**

招股说明书中若出现合计数与各分项直接相加之和不符，均为四舍五入所致。

第二节 概览

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

一、本次发行的有关当事人基本情况

（一）发行人基本情况			
发行人名称	创维电器股份有限公司	统一社会信用代码	91320117062631908C
有限公司成立日期	2013年4月16日	股份公司成立日期	2020年12月29日
注册资本	19,350万元人民币	法定代表人	吴启楠
注册地址	南京市溧水经济开发区创维电器（南京）工业园	主要生产经营地址	南京市溧水经济开发区创维电器（南京）工业园
控股股东	香港创维	实际控制人	无
行业分类	电气机械和器材制造业（C38）	在其他交易场所（申请）挂牌或上市情况	无
（二）本次发行的有关中介机构			
保荐人	中信证券股份有限公司	主承销商	中信证券股份有限公司
发行人律师	北京国枫律师事务所	其他承销机构	不适用
审计机构	立信会计师事务所(特殊普通合伙)	评估机构	深圳市鹏信资产评估土地房地产估价有限公司
保荐人律师	国浩律师（南京）事务所		

二、本次发行概况

（一）本次发行的基本情况			
股票种类	人民币普通股		
每股面值	人民币1.00元		
发行股数	不超过6,450.00万股	占发行后总股本比例	不低于25%
其中：发行新股数量	不超过6,450.00万股	占发行后总股本比例	不低于25%
股东公开发售股份数量	-	占发行后总股本比例	-
发行后总股本	不超过25,800.00万股		
每股发行价格	【】元		
发行市盈率	【】倍		
发行前每股净资产	【】元	发行前每股收益	【】元
发行后每股净资产	【】元	发行后每股收益	【】元

（一）本次发行的基本情况	
发行市净率	【】倍
发行方式	采用网下向询价对象询价配售与网上资金申购发行相结合的方式，或中国证监会认可的其他方式
发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户并开通创业板交易的市场投资者以及符合中国证监会规定的其他投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销
拟公开发售股份股东名称	不适用
发行费用的分摊原则	本次发行费用由发行人承担
募集资金总额	【】万元
募集资金净额	【】万元
募集资金投资项目	年产 80 万台商用冷柜、多门冰箱及 80 万台干衣机、双子星洗衣机生产线扩建项目
	高效营销网络建设项目
	研发中心建设项目
	补充流动资金
发行费用概算	本次新股发行费用总额为【】万元，其中： 承销费及保荐费：【】万元 审计费用：【】万元 律师费用：【】万元 信息披露费用：【】万元 发行手续费及材料制作费等其他费用：【】万元 注：上述发行费用均不含增值税金额
（二）本次发行上市的重要日期	
刊登发行公告日期	【】
开始询价推介日期	【】
刊登定价公告日期	【】
申购日期和缴款日期	【】
股票上市日期	【】

三、发行人主要财务数据和财务指标

项目	2021 年度/2021 年末	2020 年度/2020 年末	2019 年度/2019 年末
资产总额（万元）	301,969.75	280,583.70	248,959.35
归属于母公司所有者权益（万元）	64,602.61	52,205.17	41,283.35
资产负债率（母公司）	79.70%	83.30%	88.48%
营业收入（万元）	400,182.07	373,941.34	368,547.73

项目	2021 年度/ 2021 年末	2020 年度/ 2020 年末	2019 年度/ 2019 年末
净利润（万元）	**12,394.08**	15,210.49	17,490.60
归属于母公司所有者的净利润（万元）	**12,394.08**	14,842.66	16,900.91
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润（万元）	**6,900.10**	10,390.32	13,749.99
基本每股收益（元）	**0.64**	0.77	-
稀释每股收益（元）	**0.64**	0.77	-
加权平均净资产收益率	**21.22%**	33.14%	47.51%
经营活动产生的现金流量净额（万元）	**65,887.97**	11,918.86	64,519.51
现金分红（万元）	**-**	8,000.00	8,000.00
研发投入占营业收入的比例	**3.78%**	3.66%	3.70%

四、发行人主营业务经营情况

创维电器成立于 2013 年 4 月，主要从事冰箱、洗衣机、平板电脑等产品的研发、生产和销售，目前已形成自主品牌与 ODM 协同发展的业务模式。创维电器自成立以来公司始终致力于成为智能家电行业中的一线品牌和**优质**企业，坚持以技术为驱动、以客户需求为引导，不断推出引领市场的创新产品，创造全场景智能生活体验，满足用户美好生活的需求。

经过多年的发展，创维电器获得了较高的用户认可度、建立了良好的品牌形象，成长为智能家电领域的优质企业，先后获得国家高新技术企业、工信部两化融合贯标企业、双软企业、江苏省智能车间示范单位、国家认可的 CNAS 实验室、“十三五”中国十大洗衣机出口企业、省市级工业设计中心、省市级工程技术研究中心等荣誉称号。

公司研发实力雄厚，设有先行技术研究院、创维白电研究院及冰洗技术中心等完备的研发体系，掌握了互联互通、Ai 智能语音、主变一体、超静音变频、六代 IDD 七星洗、智能投放等多项核心技术，截至本招股说明书签署日，公司拥有境内专利 **202** 项（其中发明专利 **18** 项），境外专利 5 项，软件著作权 98 项，在行业内形成了较强的技术优势。

公司以用户为导向，不断进行产品升级创新紧跟用户需求变化，同时为用户提供优质的配套服务。经过多年的发展，创维电器获得了较高的用户认可度、建立了良好的品牌形象。

五、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

1、公司的创新、创造、创意特征

公司的创新特征主要体现在技术创新、产品创新等方面。 公司一贯坚持自主创新，始终把技术创新作为提高公司核心竞争力的重要路径。

（1）积极探索新技术、新工艺在冰洗产品中的使用

随着技术的不断成熟及消费者需求的迭代变化，公司在新技术、新工艺方面展开了积极探索。基于对市场趋势的了解、对客户需求的把握，公司主动创新，围绕“健康、节能、智能”三个方向不断深化产品开发，先后研发出以主变一体、双变频、高效无霜风道、**房车冰箱、智能多温区、**银离子、七星洗涤、智能烘干、**DD 电机矢量变频控制、DD 全变频、多腔智能投放、波轮 DD 漩瀑洗、一机双筒**等多项核心技术为主的创新产品，实现了除味杀菌、健康保鲜、分类洗护、洗烘一体等多方面功能。同时，公司积极利用物联网、大数据、人工智能等新技术加速推进冰洗产品的智能化，分别推出了多款互联互通的智能产品，开启冰洗产品智能操控新模式。

（2）不断丰富产品设计，提升产品美观度和艺术感

公司聚焦产品设计创新，持续加大在新产品上的研发投入，不断实现产品的迭代更新，在洗衣机领域打造了洗烘一体、智能投放、双子星滚筒、AI 语音交互等多类型的产品风格，在冰箱领域打造了智慧大屏、美式自由风尚、光合养鲜、纤薄机身、APP 智能控温等多类型的产品特性，满足各类消费群体的审美和使用需求。2021 年，公司推出系列新品，该新品由发行人联合宝马集团全球创意咨询公司设计，将豪华设计理念注入创维冰洗产品中，打造了集豪华、现代与艺术为一体的新锐产品，将豪车的设计理念与电器的实用性、创新性有机结合，满足了消费者对空间、功能、科技、审美等多方面的诉求。公司通过优秀的工业设计，不断开发了具有创意的家电产品，提升了产品的美观度和艺术感，不断获得更多消费者的认同和青睐。

（3）打造多元化产品，满足消费者个性化需要

公司秉承“开放、创新、务实、奋斗”的企业精神，以客户为导向，坚持技术开发能力、规模制造能力和渠道运营能力的同步提升，不断强化产品的智能化升级、精细化提升和中高端拓展。公司下设有专业的技术研究院及冰洗技术中心，研发体系完备，可基于不同消费人群的场景需求，开发各种类型的直冷/风冷、定频/变频冰箱、**家用/商用、单门/多门等不同容积段制冷产品，**及不同容积段的定频/变频波轮、滚筒洗衣机、洗烘一体机等产品。公司通过对消费人群需求的挖掘和把握，并结合当下冰洗产品智能化、高端化、健康化发展趋势，推出了一系列可满足用户个性化需求的优质产品，如“创维智能投放洗衣机”、“创维四维鲜净系列冰箱”、**“鲜吧系列”**，契合了当下消费者对健康、智能家电产品的需求，从而为消费者带来更美好的生活。

发行人自成立以来，始终强调科技研发，重视技术自主化，着力培养视野广阔、技术过硬的研发团队，并通过专利申请和在研项目研发逐渐凝聚技术核心竞争力，技术水平不断提升。报告期内，公司相关技术均来源于自主研发，公司对该等技术拥有完整的权利，仅公司自身使用，多项技术具有较好的竞争优势，相关技术及成果转化能够较好地体现发行人自身创新、创造和创意特征。

2、科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

（1）科技创新情况

公司注重产品研发，将产品和技术作为公司立根之本。近年来公司保持较高的研发投入比例，以保证公司技术创新能力的持续提高和丰富。**2019 年至 2021 年**，公司研发费用投入分别为 13,623.38 万元、13,682.80 万元及 **15,127.42 万元**，占营业收入的比例分别为 3.70%、3.66%及 **3.78%**，报告期内公司研发费用金额和占营业收入的比例整体呈上升趋势。截至本招股说明书签署日，公司已取得境内专利 **202** 项（其中发明专利 **18** 项），境外专利 5 项。经过多年的研发和科技创新，公司已将主变一体、双变频、i-DD 变频、高效无霜风道、银离子、七星洗涤、智能烘干等核心技术应用于冰洗产品中，推出了**全域净味系列冰箱、房车系列冰箱、鲜吧系列、宝马系列冰箱、日式多门冰箱，滚筒全变频系列洗衣机、滚筒 DD 直驱系列产品、双驱滚筒洗衣机、热泵洗烘套装系列洗衣机**等产品。

（2）模式创新情况

公司采取自主品牌与 ODM/OEM 相结合的经营模式。自主品牌方面，公司根据市场需求和客户需要，自主研发、生产、销售“创维（Skyworth）”品牌的冰箱与洗衣机产品。同时，依托公司在冰洗行业的全产业链优势，顺势开展 ODM/OEM 业务，为众多国内外一线品牌客户提供优质产品研发、生产服务，不断拓展公司产品的市场占有率。

（3）业态创新和新旧产业融合情况

随着冰洗制造技术的迭代发展以及互联网、物联网、人工智能技术的应用普及，以互联互通为代表的智能化家电产品市场规模快速增长，受众群体持续扩大。为此，公司坚持客户导向，以满足用户需要和提升用户体验为中心，不断推动模式变革和创新，加速数字化转型，以互联网思维赋能制造业提升自动化率与产能利用率，降低人力成本，实现产业链的成本和效率的最大化。同时，公司持续加大研发投入，利用物联网、人工智能等新兴技术助力冰洗产品智能化升级，推动冰洗行业朝着“节能环保”之路发展。

六、发行人具体上市标准

2020 年和 2021 年，发行人的归属于母公司所有者的净利润（以扣除非经常性损益前后的孰低者为准）分别为 10,390.32 万元和 6,900.10 万元，合计为 17,290.42 万元。公司选择适用《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》第二十二条款的第一项上市标准，即最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于人民币 5,000 万元。

七、公司治理特殊安排事项

截至本招股说明书签署日，公司治理结构方面不存在特殊安排事项。

八、募集资金用途

公司实际募集资金扣除发行费用后将全部用于公司主营业务相关的项目，具体如下：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	拟投入募集资金金额
1	年产 80 万台商用冷柜、多门冰箱及 80 万台干衣机、双子星洗衣机生产线扩建项目	36,424.75	36,424.75
2	研发中心建设项目	11,426.31	11,426.31
3	高效营销网络建设项目	10,003.99	10,003.99
4	补充流动资金	24,000.00	24,000.00
合计		**81,855.05**	**81,855.05**

公司将严格按照有关管理制度使用本次发行募集资金，若募集资金少于项目资金需求，资金缺口由公司自筹方式解决；募集资金到位后，将按照项目实施进度及轻重缓急安排使用；如募集资金到位时间与项目进度要求不一致，则根据实际需要以其他资金先行投入，待募集资金到位后予以置换。若募集资金超过上述项目需要投入的募集资金总额时，则超额部分用于补充公司流动资金。

募集资金具体运用情况详见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”的有关内容。

第三节 本次发行概况

一、本次发行基本情况

股票种类	人民币普通股（A 股）
每股面值	人民币 1.00 元
发行股数	本次公开发行新股数量不超过 6,450.00 万股，占本次发行后总股本比例不低于 25%，本次发行不涉及老股转让
发行价格	【】元/股（由发行人和主承销商根据向询价对象的询价结果确定）
发行市盈率	【】倍（按询价确定的每股发行价格除以发行后每股收益计算）
发行人高级管理人员、员工拟参与战略配售情况	如公司决定实施高级管理人员及员工战略配售，则公司将履行内部程序审议该事项的具体方案，并依法进行披露
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况	保荐机构及相关子公司将根据《深圳证券交易所创业板首次公开发行证券发行与承销业务实施细则》的相关规定确定是否参与本次发行战略配售
发行前每股净资产	【】元（按【】年【】月【】日经审计的归属于母公司所有者权益除以发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】元（按【】年【】月【】日经审计的归属于母公司所有者权益加上本次发行募集资金净额之和除以本次发行后总股本计算）
发行前每股收益	【】元（按照发行前一年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以发行前总股本计算）
发行后每股收益	【】元（按照发行前一年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以发行后总股本计算）
发行市净率	【】倍（以每股发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式	网下向询价对象配售与网上资金申购定价发行相结合的方式或中国证监会核准的其他发行方式
发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户的投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）或中国证监会认可的其他对象
承销方式	余额包销
发行费用概算	本次新股发行费用总额为【】万元，其中： 承销及保荐费用【】万元 审计及验资费用【】万元 律师费用【】万元 用于本次发行的信息披露费用【】万元 发行手续费用【】万元

二、本次发行有关机构

（一）发行人：创维电器股份有限公司

法定代表人	吴启楠
住所	南京市溧水经济开发区创维电器（南京）工业园
联系电话	025-69830008

传真号码	025-69830008
联系人	刘红明

（二）保荐人（主承销商）：中信证券股份有限公司

法定代表人	张佑君
住所	广东省深圳市福田区中心三路 8 号卓越时代广场（二期）北座
联系电话	010-60833989
传真号码	010-60833930
保荐代表人	何广锋、凌鹏
项目协办人	王之通
项目其他经办人	夏武勇、吴国泰、马在朋、赵炜华、朱宏涛、魏宏敏、庄淡芸

（三）律师事务所：北京国枫律师事务所

机构负责人	张利国
住所	北京市东城区建国门内大街 26 号新闻大厦 7 层
联系电话	010-88004488
传真号码	010-66090016
经办律师	张骐、薛洁琼

（四）会计师事务所及验资复核机构：立信会计师事务所（特殊普通合伙）

机构负责人	杨志国
住所	上海市南京东路 61 号四楼
联系电话	021-63391166
传真号码	021-63392558
经办注册会计师	徐志敏、董军红

（五）资产评估及资产评估复核机构：深圳市鹏信资产评估土地房地产估价有限公司

法定代表人	聂竹青
住所	深圳市福田区彩田路与福中路交汇处瑰丽福景大厦 3#楼 14 层 1401
联系电话	0755-82406288
传真号码	0755-82420222
经办评估师	钟玉峰、陈奕芝

（六）保荐人律师：国浩律师（南京）事务所

机构负责人	马国强
住所	南京市汉中门大街 309 号 B 座 7-8 楼
联系电话	025-89660900
传真号码	025-89660966
经办律师	于炜、芮一、朱军辉

（七）股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

住所	深圳市福田区莲花街道深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 22-28 楼
联系电话	0755-21899999
传真号码	0755-21899000

（八）收款银行：中信银行股份有限公司

收款银行	中信银行北京瑞城中心支行
账户名称	中信证券股份有限公司

（九）申请上市的证券交易所：深圳证券交易所

住所	深圳市福田区深南大道 2012 号
联系电话	0755-88668888
传真号码	0755-82083295

三、发行人与有关中介机构的股权关系或其他权益关系

截至 2021 年 12 月 31 日，保荐机构中信证券自营业务股票账户、信用融券账户、资产管理业务股票账户未持有发行人及发行人间接控股股东创维集团（百慕大）股权。

截至 2021 年 12 月 31 日，保荐机构中信证券的下属子公司合计持有创维集团（百慕大）总股本的 0.0033%。

除此之外，发行人与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在直接或者间接的股权关系或其他权益关系。

四、本次发行有关重要日期

发行安排	日期
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
网上、网下申购日期	【】年【】月【】日
网上、网下缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

第四节 风险因素

投资者在评价发行人此次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述风险是根据重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素依次发生。

一、创新风险

近年来，随着物联网、大数据、云计算等先进技术不断应用，冰洗行业迎来智能化升级阶段，市场对新技术、新产品、新工艺不断提出更高的要求，而科技创新受到行业政策、传统观念、技术方向、技术替代等多方面因素的影响，如果公司不能把握技术变革和行业发展趋势，持续推出适应市场需求的新产品，将对公司未来的竞争能力和持续经营能力造成负面影响。

二、技术风险

（一）技术创新及升级迭代的风险

公司所在行业技术发展迅速、产品创新迭代速度快、市场参与企业较多，公司需要紧密结合市场需求和行业变化，持续加大技术研发投入，保持产品创新迭代速度，保持产品、方案的市场竞争力，不断满足市场新的需求，从而引领市场发展，巩固自身的竞争优势和市场地位。

如公司在研发上投入不足、研发创新未能准确及时把握未来市场需求，不能及时跟上行业内新技术和产品的发展趋势，则可能导致新产品的市场接受度不如预期，从而对公司的业绩带来不利影响。

（二）核心技术人员流失及不足的风险

核心技术人才是公司生存和发展的关键，是公司获得持续竞争优势的基础，如果公司未来不能为员工提供良好的发展平台、开放的创新研发环境、有效的激励机制和适应新时代高素质人才的企业文化氛围，则可能导致公司难以进一步吸引和保留核心技术人才，从而影响技术创新的基础。

（三）核心技术泄露的风险

经过多年的技术创新和研发积累，公司在相关领域拥有自主创新技术和专

利。若出现技术资料被恶意窃取、技术人员违反保密协议和竞业限制协议等因素，可能会导致公司核心技术泄密，对公司技术优势造成不利影响。

三、经营风险

（一）业绩下滑风险

报告期内，公司营业收入分别为 368,547.73 万元、373,941.34 万元和 400,182.07 万元，净利润分别为 17,490.60 万元、15,210.49 万元和 12,394.08 万元。报告期内，公司营业收入保持增长趋势，但受疫情、原材料成本上涨等因素影响，公司最近两年净利润有所下滑。若未来疫情持续蔓延、原材料价格上升等情况持续加剧，发行人也未能通过提高销售价格等手段转嫁成本，则公司未来业绩可能出现进一步下滑的风险。

（二）宏观经济波动风险

公司主要从事冰箱、洗衣机、平板电脑等产品的研发、生产和销售，下游消费者主要为居民家庭，因此，公司产品与宏观经济波动、居民可支配收入密切相关。与此同时，公司海外市场销售也占据一定比例，因此，世界经济的波动也会对公司业务产生较大的影响。若全球及国内经济形势下行，将导致居民可支配收入下降，进而降低消费者对冰洗产品的需求，因此可能给发行人收入和利润的持续增长带来负面影响。此外，宏观经济的剧烈波动有可能对发行人的原材料采购、固定资产投资等方面产生较大影响。

（三）行业竞争加剧的风险

我国冰洗行业市场化程度较高，竞争较为激烈。自改革开放以来，国民收入水平不断增长、城镇化比例持续提高，国民消费理念也得到了较大的改变及提升，在上述背景下冰洗行业实现了快速的发展。目前，冰洗行业已步入较为稳定的发展阶段，市场规模增速逐渐趋缓，行业进入到更加激烈的存量竞争阶段，行业竞争的加剧有可能导致发行人盈利能力下滑。

（四）主要原材料价格波动的风险

公司采购的主要原材料包括吸塑原料、异氰酸酯、压缩机、电机、箱壳板材等，报告期内直接材料占主营业务成本比例为 87%左右。各类原材料的采购价格

会随宏观经济、市场供求等因素影响而波动，未来原材料的采购价格较难预测。如果未来原材料价格波动较大，将对公司的盈利能力造成不利影响。

（五）出口汇率变动的风险

报告期内，公司产品外销占主营业务收入比例分别为 26.69%、28.49%、31.40%，占比逐年提高。公司产品销往美国、日本、中东等海外地区，结算币种以美元为主，各期汇兑损益（损失为正，收益为负）分别为-235.96 万元、1,603.09 万元和 632.90 万元。若后续汇率大幅波动，不仅可能对公司产品的海外业务带来不利影响，同时可能造成公司汇兑损失，增加财务成本。

（六）新冠疫情导致的经营风险

近两年，受新冠疫情影响，各行各业均受到较大冲击。新冠疫情期间，各国经济发展都受到较大影响，居民消费支出降低，对冰洗产品的需求量也有所下降，导致公司经营业绩受到一定影响。若国内外新冠疫情继续波动与反复，会造成部分地区生产经营受限、终端零售网点关闭、客户的运营中断以及物流成本提升，这些均会对公司正常运营带来不利影响。

（七）ODM 客户销售收入下降的风险

报告期内，发行人 ODM 业务收入规模整体保持快速增长。主要 ODM 客户为小米、云米、国美、倍科电器等。受发行人产品结构、ODM 客户需求等影响，发行人对云米的销售收入最近一年明显下降。若上述主要 ODM 客户的发展战略发生变化，或者公司产品不能持续满足其经营要求，可能会发生销售收入大幅减少的情形，公司盈利能力将面临不利影响。**同时，随着市场竞争的加剧，竞争对手们也同步推出了较多新设计、新款式的 ODM 产品，制造能力和品质质量不断提升，在 ODM 领域与发行人的产品形成竞争。若发行人的产品不能持续保持独特新颖的设计、稳定可靠的质量，将有可能导致产品被替代的风险，进而影响发行人的经营业绩。**

四、内控风险

（一）业务快速发展带来的管理风险

本次股票发行后，募集资金的到位和募集资金投资项目的实施，将推动公司

经营规模进一步提升，发行人需要在战略规划、营运管理、内部控制等方面及时进行调整，不断完善管理体系、激励机制及管理约束力度。

若公司管理层不能合理构建适合公司自身情况的体制，或未能把握业务发展、转型的关键契机，可能会阻碍公司业务的正常推进，从而影响公司的长远发展。

五、财务风险

（一）应收账款与应收票据金额较大的风险

报告期内，公司营业收入分别为 368,547.73 万元、373,941.34 万元和 **400,182.07 万元**，公司应收账款、应收票据及应收款项融资账面价值分别为 88,823.68 万元、118,709.16 万元和 **100,014.46 万元**，占营业收入的比例分别为 24.10%、31.75%和 **24.99%**。报告期内，公司应收账款、应收票据及应收款项融资金额占比较大，主要系下游客户结构及行业共性所致。

未来随着销售规模的进一步扩大，公司应收账款及应收票据余额及占比可能继续呈现较高的趋势，若未来客户资信情况或与公司合作关系发生恶化，将可能形成坏账或需要公司计提坏账准备，进而会对公司盈利和资金状况造成不利影响。

（二）毛利率波动的风险

报告期各期，公司综合毛利率分别为 14.96%、13.19%及 **11.74%**，略有波动，主要受产品结构、产品售价及生产成本等因素影响。随着行业技术的发展和市场竞争的加剧，公司必须根据市场需求不断进行技术的迭代升级和创新，若公司未能正确判断下游需求变化，或公司技术实力停滞不前，或公司未能有效控制产品成本，或公司产品市场竞争格局发生变化等将导致公司发生产品售价下降、产品收入结构向低毛利率产品倾斜等不利情形，不排除公司综合毛利率水平波动甚至出现下降的可能性，给公司的经营带来一定风险。

（三）短期债务偿还风险

报告期各期末，公司流动比率分别为 0.88 倍、0.91 倍和 **0.80 倍**，速动比率分别为 0.79 倍、0.81 倍和 **0.70 倍**，合并资产负债率分别为 82.52%、81.39%及

78.61%，流动比率、速动比率较同行业上市公司的平均水平偏低，资产负债率较同行业上市公司的平均水平偏高。目前，公司经营状况良好，同时间接融资渠道通畅，亦无不良信用记录。但是不排除未来公司经营出现波动，特别是公司资金回笼出现短期困难时，使得公司存在一定的短期偿债风险。

（四）税收优惠政策变动的风险

公司于 2016 年 11 月被认定为高新技术企业，2019 年 11 月，公司通过高新技术企业复审并取得编号为 GR201932003930 号《高新技术企业证书》。因此，公司在 2019 年至 2021 年享受减按 15%的税率缴纳企业所得税的税收优惠政策。

若未来国家相关税收优惠政策发生改变，或者公司不能持续被认定为高新技术企业，则公司存在无法享受国家的有关税收优惠政策进而影响到经营业绩的风险。

（五）本次发行摊薄即期回报的风险

本次募集资金到位后，公司总股本及净资产规模将大幅增长，而募集资金投资项目建设和实施需要一定的时间周期，在公司总股本和净资产规模增加的情况下，若公司盈利水平短期内未能产生相应幅度增长，则公司的即期回报（每股收益、净资产收益率等财务指标）存在被摊薄的风险。特此提醒投资者关注本次发行可能摊薄即期回报的风险。

（六）其他收益占比较高的风险

报告期各期，发行人其他收益金额分别为 3,633.76 万元、7,310.95 万元、6,980.16 万元，占利润总额的比例分别为 18.66%、42.51%、53.33%，占比较高。其他收益主要为政府补助、增值税即征即退、税费返还，报告期各期，政府补助金额分别为 1,036.89 万元、3,956.53 万元、3,599.79 万元，增值税即征即退金额分别为 1,598.31 万元、2,209.54 万元、1,959.99 万元，税费返还金额分别为 968.07 万元、1,125.60 万元、1,399.33 万元。若未来发行人享受的政府补助及税收政策发生不利调整，获得的政府补助、增值税即征即退或税费返还金额显著下降，将对公司经营业绩产生不利影响。

（七）关联交易金额较大的风险

报告期内，发行人存在向关联方销售商品、采购原材料、接受及提供劳务/服务的情形。报告期各期，发行人关联销售金额分别为 6,742.05 万元、3,374.44 万元和 6,102.80 万元，占当期营业收入比例分别为 1.83%、0.90%和 1.53%。发行人关联采购的金额分别为 4,485.26 万元、5,102.43 万元和 6,227.37 万元，占当期营业成本的比例分别为 1.43%、1.57%和 1.76%。未来发行人上述关联交易仍将持续，如果发行人未能及时履行关联交易的相关决策和批准程序，或发行人与关联方的交易模式、交易规模发生不利变动，会造成发行人业绩的波动；如果发行人与关联方的关联交易不能严格按照公允的价格顺利执行，则可能对发行人及其股东的利益造成不利影响。

（八）应收账款坏账损失风险

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 30,048.74 万元、42,859.01 万元及 44,977.12 万元，占当期流动资产的比例分别为 16.87%、20.98%和 23.97%。随着公司经营规模扩大，在信用政策不发生改变的情况下应收账款仍可能会进一步增加。公司目前主要应收账款客户之伊莱克斯（中国）电器有限公司、国美智能科技有限公司回款大部分已逾期，且后续应收账款回收情况存在不确定性。虽然公司已经按照会计准则的要求和公司的实际情况制定了合理的坏账准备计提政策，但是如果公司上述主要客户的应收账款无法收回而产生坏账，将对公司的业绩和生产经营产生较大不利影响。

（九）应收票据坏账损失风险

报告期各期末，公司未予终止确认的应收票据账面价值分别为 45,221.52 万元、41,644.30 万元及 31,235.95 万元，主要为银行承兑汇票及集团财务公司承兑汇票，违约风险较低，未计提坏账准备。若按照应收账款账龄组合的坏账政策对应收票据计提坏账准备，则报告期各期坏账准备计提金额将分别减少 97.91 万元、增加 92.79 万元、增加 402.69 万元，将对公司的业绩产生一定影响。

（十）受限资产风险

截至报告期末，公司受限资产金额合计为 105,917.56 万元，占 2021 年末

总资产的比例为 35.08%。公司的受限资产主要系根据生产经营及业务发展需要质押或抵押用于开具银行承兑汇票。公司报告期内信用状况良好、资金安排合理，严格遵守相关融资安排，无违约的情况，质押或抵押资产不存在被强制行权的风险。但如果未来公司经营情况出现变化，无法按期履约，或公司主要客户财务状况恶化，无法兑付开具的商业承兑汇票，则公司抵质押资产的所有权或使用权将会受到影响，存在质押或抵押资产被强制行权的风险，对公司正常生产经营活动造成不利影响。

六、法律风险

（一）产品质量控制的风险

公司主要生产冰箱、洗衣机和平板电脑产品，均为居民日常生活常用消费品，下游客户对公司产品的质量、性能、外观等有较高要求，良好的产品质量控制尤为必要。公司一贯重视产品安全和产品质量，制定了严格的质量管理制度，建立了完善的原材料质量控制、产品生产、产品交付及售后质量控制。随着公司规模的扩大和产品种类的不断丰富，如果未来公司质量管理不能保持持续改进，将可能导致产品质量问题，对公司品牌和声誉造成损害，并对公司经营产生不利影响。

（二）知识产权风险

公司高度重视知识产权保护，通过申请商标、专利等手段保护公司知识产权。截至本招股说明书签署日，公司拥有境内专利 202 项（其中发明专利 18 项），境外专利 5 项，软件著作权 98 项。但如发生侵犯公司知识产权的行为且相关行为未能及时被防范和制止，公司的竞争优势和未来业务发展将可能受到不利影响。

此外，公司虽已采取措施避免侵犯他人的知识产权，但不能排除行业内其他企业指控公司侵犯其知识产权，应对知识产权纠纷较为耗费人力物力，从而将可能对公司正常经营产生不利影响。

七、募投资金投资风险

（一）募投项目实际效益不达预期的风险

本次发行募集资金主要投向“年产 80 万台商用冷柜、多门冰箱及 80 万台干

衣机、双子星洗衣机生产线扩建项目”、“高效营销网络建设项目”、“研发中心建设项目”和“补充流动资金”。

虽然公司对募集资金投资项目进行可行性分析时，已充分考虑和预测了行业的发展趋势、用户需求的变化趋势以及公司自身情况及未来发展战略等因素，但后续行业变化及公司自身发展均存在不确定性，如若本次募集资金投资项目的实施未能实现预定的目标，则有可能导致项目收益无法完全实现。

（二）净资产收益率下滑的风险

截至 2021 年 12 月末，公司归属于母公司股东的净资产为 **64,602.61 万元**。报告期各期，公司扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的加权平均净资产收益率分别为 38.95%、23.20%、**11.81%**。本次发行募集资金到位后，公司的净资产将显著增长，公司净资产收益率将被摊薄。

（三）募投项目新增产能无法消化的风险

募投项目“年产 80 万台商用冷柜、多门冰箱及 80 万台干衣机、双子星洗衣机生产线扩建项目”建成达产后， 公司冷柜、干衣机、双子星洗衣机的产能将得到大幅提升，若未来冰洗行业发展不及预期，或公司无法从下游客户获取更多订单，均可能导致公司产品需求下降，使得公司面临产能利用率下降的情形，进而面临募投项目新增产能无法消化的风险。

八、发行失败风险

公司本次公开发行获准发行后的实施过程中，本次发行的发行结果将受到证券市场整体情况、投资者对公司本次发行方案的认可程度等多种内、外部因素的影响，可能出现有效报价不足或网下投资者申购数量低于网下初始发行量等导致发行失败的情形，亦可能存在发行后市值无法达到上市审核规则要求的情形，进而导致公司无法上市。

九、不可抗力风险

若发生台风、火灾、洪水、地震、战争、重大疫情等不可抗力事件，可能会对公司的财产、人员造成损害，影响公司的正常经营活动，从而影响公司的盈利水平。

2020 年初，全球范围内爆发了新型冠状病毒肺炎疫情，虽然目前国内的疫情已基本得到控制，但随着国外疫情蔓延，我国持续面临境外疫情输入的风险。若疫情出现反复或进一步加剧，将导致终端消费市场的景气程度出现暂时下降，对冰洗行业及公司的生产经营产生不利影响。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称	创维电器股份有限公司
英文名称	Skyworth Electric Co.,Ltd.
注册资本	19,350 万元人民币
法定代表人	吴启楠
成立时间	2013 年 4 月 16 日（有限公司）；2020 年 12 月 29 日（股份公司）
公司住所	南京市溧水经济开发区创维电器（南京）工业园
邮政编码	211299
联系电话	025-69830008
传真	025-69830001
互联网网址	www.skyworth-ea.com
电子信箱	cwdqdmb@skyworth.com
信息披露及投资者关系部门	董事会办公室
董事会办公室负责人	刘红明
董事会办公室电话号码	025-69830021

二、发行人设立及报告期内股东和股本变化情况

（一）有限公司设立

公司前身为创维有限，创维有限成立时的注册资本为 1,500.00 万美元，系由香港创维独资设立的有限责任公司。

2013 年 3 月 29 日，创维有限取得南京市投资促进委员会核发的《关于同意南京创维家用电器有限公司设立的批复》（宁投外资批[2013]第 12015 号），2013 年 3 月 29 日，取得南京市人民政府核发的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外资宁府外资字[2013]6100 号）。

2013 年 4 月 16 日，南京市溧水县工商行政管理局核准创维有限设立并核发了《企业法人营业执照》（注册号 320124400001229）。

创维有限设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万美元）	出资比例
1	香港创维	1,500.00	100.00%
合计		**1,500.00**	**100.00%**

（二）股份公司设立

2020 年 11 月 29 日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具信会师报字[2020]第 ZA15972 号《审计报告》，确认截至 2020 年 10 月 31 日，创维有限经审计的净资产为 44,693.94 万元；2020 年 12 月 4 日，深圳市鹏信资产评估土地房地产估价有限公司出具鹏信资评报字[2020]第 217 号《资产评估报告》，确认截至 2020 年 10 月 31 日，创维有限净资产评估值为 71,296.62 万元。

2020 年 12 月 5 日，创维有限股东会作出决议，同意将创维有限整体变更设立为股份有限公司，并确定以 2020 年 10 月 31 日为改制基准日。

2020 年 12 月 5 日，创维有限全体股东共同签署了《发起人协议》，约定发起设立创维电器股份有限公司，同时召开股东会同意以经立信会计师审计的截至 2020 年 10 月 31 日的净资产 44,693.94 万元为基础，折合股本 193,500,000 股，每股面值 1 元，净资产超过股本部分计入资本公积，将创维有限整体变更设立为股份有限公司，原股东按照创维有限的出资比例相应持有股份公司的股票。

2020 年 12 月 21 日，公司召开创立大会暨 2020 年第一次临时股东大会，创维电器股份有限公司正式设立。立信会计师出具信会师报字[2021]第 ZA15807 号《验资报告》，对本次整体变更的注册资本实缴情况予以验证确认。

2020 年 12 月 29 日，公司就上述整体变更事项办理完成了工商变更登记手续并取得了南京市市场监督管理局核发的统一社会信用代码为 91320117062631908C 的《营业执照》。

本次整体变更完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
1	香港创维	8,858.41	45.78%
2	创维集团（深圳）	5,594.10	28.91%
3	炬德实业	3,574.45	18.47%
4	炬德合伙	580.50	3.00%
5	吴启楠	516.56	2.67%

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
6	刘红明	80.71	0.42%
7	郑世武	48.43	0.25%
8	曾昭建	32.28	0.17%
9	田仕民	32.28	0.17%
10	周国贤	16.14	0.08%
11	文坚	16.14	0.08%
合计		**19,350.00**	**100.00%**

（三）报告期内股东和股本变化情况

报告期期初，公司股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万美元）	出资比例
1	香港创维	5,000.00	100.00%
合计		**5,000.00**	**100.00%**

报告期内，公司的历次股本和股东变化情况具体如下：

1、2018 年 8 月，创维有限增加注册资本

2018 年 6 月 20 日，创维有限股东会作出决议，同意新增注册资本 1,250 万美元，全部由新增股东创维集团（深圳）认缴。增资完成后，公司注册资本由 5,000 万美元增至 6,250 万美元。

2018 年 6 月 25 日，创维有限获发《营业执照》（统一社会信用代码：91320117062631908C），完成了本次变更登记。

2018 年 7 月 26 日，针对增资的出资情况，南京中信会计师事务所有限公司已出具《验资报告》（宁信验[2018]020 号），对创维有限新增注册资本的实收情况进行审验，验证创维有限已收到股东缴纳的第 1 期出资款人民币 4,468.8575 万元，其中 2,537.6625 万元折合 375 万美元，计入注册资本，剩余 1,931.1950 万元计入资本公积，全部以货币出资。

2018 年 8 月 17 日，南京市溧水区行政审批局出具《外商投资企业变更备案回执》（溧水商务资备 201800059），对本次变更予以备案。

本次增资完成后，创维有限股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万美元）	出资比例
1	香港创维	5,000.00	80.00%
2	创维集团（深圳）	1,250.00	20.00%
合计		**6,250.00**	**100.00%**

2、2018 年 10 月，创维有限减少注册资本

2018 年 7 月 12 日，创维有限股东会决议，同意减少注册资本 4,375 万美元，其中，香港创维认缴出资额变更为 1,500 万美元，创维集团（深圳）认缴出资额变更为 375 万美元。减资完成后，公司注册资本由 6,250 万美元减至 1,875 万美元。

2018 年 9 月 28 日，创维有限获发《营业执照》（统一社会信用代码：91320117062631908C），完成了本次变更登记。

2018 年 10 月 18 日，南京市溧水区行政审批局出具《外商投资企业变更备案回执》（溧水商务资备 201800068），对本次变更予以备案。

本次减资完成后，创维有限股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万美元）	出资比例
1	香港创维	1,500.00	80.00%
2	创维集团（深圳）	375.00	20.00%
合计		**1,875.00**	**100.00%**

3、2020 年 8 月，创维有限增加注册资本

2020 年 8 月 11 日，创维有限股东会作出决议，同意（1）注册资本由美元表示变更为人民币表示；（2）未分配利润转增股本，其中香港创维转增 3,040 万元人民币，创维集团（深圳）转增 760 万元人民币。人民币表示及转增股本完成后，公司注册资本由 1,875 万美元变更至 15,535.6625 万元人民币。

2020 年 8 月 12 日，创维有限获发《营业执照》（统一社会信用代码：91320117062631908C），完成了本次变更登记。

本次变更完成后，创维有限股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元人民币）	出资比例
1	香港创维	12,428.5300	80.00%

序号	股东名称	出资额（万元人民币）	出资比例
2	创维集团（深圳）	3,107.1325	20.00%
合计		**15,535.6625**	**100.00%**

4、2020 年 9 月，创维有限股权转让

2020 年 9 月 11 日，创维有限股东会作出决议，同意股东香港创维将其所持创维有限 23%的股权（对应出资额 3,573.2024 万元）转让给炬德实业。同日，香港创维与炬德实业就上述股权转让事宜签订了《股权转让协议》。

2020 年 9 月 21 日，创维有限获发《营业执照》（统一社会信用代码：91320117062631908C），完成了本次变更登记。

本次股权转让完成后，创维有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元人民币）	出资比例
1	香港创维	8,855.3276	57.00%
2	炬德实业	3,573.2024	23.00%
3	创维集团（深圳）	3,107.1325	20.00%
合计		**15,535.6625**	**100.00%**

5、2020 年 9 月，换股合并深圳电器，创维有限增加注册资本

2020 年 9 月 23 日，创维有限股东会作出决议，同意公司注册资本由 15,535.6625 万元增加至 18,762.9681 万元。新增注册资本 3,227.3056 万元由创维集团（深圳）及吴启楠、郑世武、曾昭建、田仕民、文坚、周国贤、刘红明以其持有的深圳电器 100%股权认购。换股合并完成后，深圳电器成为创维有限 100%持股的子公司。

本次换股合并，以创维有限、深圳电器截至 2020 年 6 月 30 日的评估值作为对价。根据深圳市鹏信资产评估土地房地产估价有限公司出具的《评估报告》（鹏信资评报字[2020]第 107 号），以 2020 年 6 月 30 日为评估基准日，创维有限经评估的净资产为 62,926.91 万元；根据深圳市鹏信资产评估土地房地产估价有限公司出具的《评估报告》（鹏信资评报字[2020]第 106 号），以 2020 年 6 月 30 日为评估基准日，深圳电器经评估的净资产为 13,072.15 万元。

2020 年 9 月 30 日，创维有限获发《营业执照》（统一社会信用代码：

91320117062631908C），完成了本次变更登记。

本次变更完成后，创维有限股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元人民币）	出资比例
1	香港创维	8,855.3276	47.1958%
2	创维集团（深圳）	5,592.1563	29.8042%
3	炬德实业	3,573.2024	19.0439%
4	吴启楠	516.3756	2.7521%
5	刘红明	80.6808	0.4300%
6	郑世武	48.4085	0.2580%
7	曾昭建	32.2723	0.1720%
8	田仕民	32.2723	0.1720%
9	周国贤	16.13615	0.0860%
10	文坚	16.13615	0.0860%
合计		**18,762.9681**	**100.00%**

6、2020 年 10 月，创维有限增加注册资本

2020 年 10 月 12 日，创维有限股东会作出决议，同意新增注册资本 580.2980 万元，全部由新增股东炬德合伙认缴。增资完成后，公司注册资本由 18,762.9681 万元增至 19,343.2661 万元。

2020 年 10 月 15 日，创维有限获发《营业执照》（统一社会信用代码：91320117062631908C），完成了本次变更登记。

本次变更完成后，创维有限股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元人民币）	出资比例
1	香港创维	8,855.3276	45.7799%
2	创维集团（深圳）	5,592.1563	28.9101%
3	炬德实业	3,573.2024	18.4726%
4	炬德合伙	580.2980	3.0000%
5	吴启楠	516.3756	2.6695%
6	刘红明	80.6808	0.4171%
7	郑世武	48.4085	0.2503%
8	曾昭建	32.2723	0.1668%
9	田仕民	32.2723	0.1668%

序号	股东名称	出资额（万元人民币）	出资比例
10	周国贤	16.13615	0.0834%
11	文坚	16.13615	0.0834%
合计		**19,343.2661**	**100.00%**

7、2020 年 12 月，整体变更为股份有限公司

整体变更为股份有限公司情况详见本节“二、发行人设立及报告期内股东和股本变化情况”之“（二）股份公司设立”。

（四）有限公司阶段延迟出资情况

经核查，创维有限存在延迟出资情形，具体为：

2013 年 9 月，创维有限注册资本由从 1,500 万美元增加至 5,000 万美元，南京市投资促进委员会出具了“宁投外管[2013]198 号”《关于同意南京创维家用电器有限公司增加投资总额和注册资本的批复》，要求注册资本应于新的营业执照签发之前缴付不低于 20%，余额自公司新的营业执照签发之日起两年内缴清。2014 年 7 月 15 日，创维有限完成了本次增资变更登记，并取得了新签发的营业执照，截至 2016 年 7 月 15 日，香港创维未缴纳新增注册资本。2018 年 9 月 28 日，创维有限完成了减资登记，将注册资本减少为 1,875 万美元，减资后的注册资本与实收资本一致。

2018 年 10 月 18 日，创维有限取得了南京市溧水区行政审批局出具《外商投资企业变更备案回执》，完成了减资的商务备案，纠正了逾期出资行为。2021 年 11 月 24 日，创维有限全体股东出具了《确认书》，对香港创维历史上的逾期出资行为予以谅解，并确认股东之间不存在任何与此相关的权益纠纷或争议。

经核查，发行人律师认为，香港创维未按时完成实缴出资的行为已于 2018 年 10 月得到规范纠正，股东出资均已足额缴纳，股东之间不存在任何与此相关的权益纠纷或争议；自逾期出资行为结束日起两年，创维有限及逾期出资的股东均未因此受到任何行政处罚。因此，香港创维逾期出资行为不会对发行人的合法存续构成影响，亦不会对本次发行上市构成法律障碍。除上述逾期出资的瑕疵外，创维有限的历次股权变动合法、合规、真实、有效。

三、重大资产重组情况

报告期内，发行人存在以下资产重组情况：

2020 年 9 月 23 日，创维有限股东会作出决议，同意公司注册资本由 15,535.6625 万元增加至 18,762.9681 万元，由创维集团（深圳）及吴启楠、郑世武、曾昭建、田仕民、文坚、周国贤、刘红明等 7 人认缴，增资方以其持有的深圳电器股权作价出资。本次作价出资，以创维有限、深圳电器截至 2020 年 6 月 30 日的净资产评估值作为对价，其中，创维有限净资产评估值为 62,926.91 万元、深圳电器净资产评估值为 13,072.15 万元。

上述事项公司委托深圳市鹏信资产评估土地房地产估价有限公司以 2020 年 6 月 30 日为评估基准日，对创维有限、深圳电器分别出具了《评估报告》（鹏信资评报字[2020]第 107 号）、《评估报告》（鹏信资评报字[2020]第 106 号），并经公司股东会审议批准。创维有限于 2020 年 9 月 30 日完成工商变更登记。

2019 年，深圳电器财务数据与创维有限财务数据对比如下：

单位：万元

公司名称	资产总额	净资产	营业收入	利润总额
深圳电器	20,984.54	9,666.51	29,591.98	2,806.73
创维有限	219,706.29	25,308.77	340,344.91	14,341.10
占比	**9.55%**	**38.19%**	**8.69%**	**19.57%**

发行人受让深圳电器股权时，深圳电器上一年度资产总额、净资产额、营业收入及利润总额占重组前发行人上一年度经审计的财务会计报告相应指标的比重分别为 9.55%、38.19%、8.69%和 19.57%，不构成重大资产重组。重组完成后，公司的主营业务及经营状况未发生重大变化。本次重组有利于进一步完善公司产业布局，符合公司长期发展战略规划，对公司发展有积极意义。

根据《〈首次公开发行股票并上市管理办法〉 第十二条发行人最近 3 年内主营业务没有发生重大变化的适用意见-证券期货法律适用意见第 3 号》相关规定，被重组方重组前一个会计年度末的资产总额或前一个会计年度的营业收入或利润总额达到或超过重组前发行人相应项目 20%的，申报财务报表至少须包含重组完成后的最近一期资产负债表。截至本招股说明书签署日，发行人申报财务报表包含重组完成后的最近一期资产负债表。

综上，报告期内，发行人未发生过其他重大资产重组事项，发行人申报财务报表包含重组完成后的最近一期资产负债表。

四、发行人历史上股权代持及代持解除情况

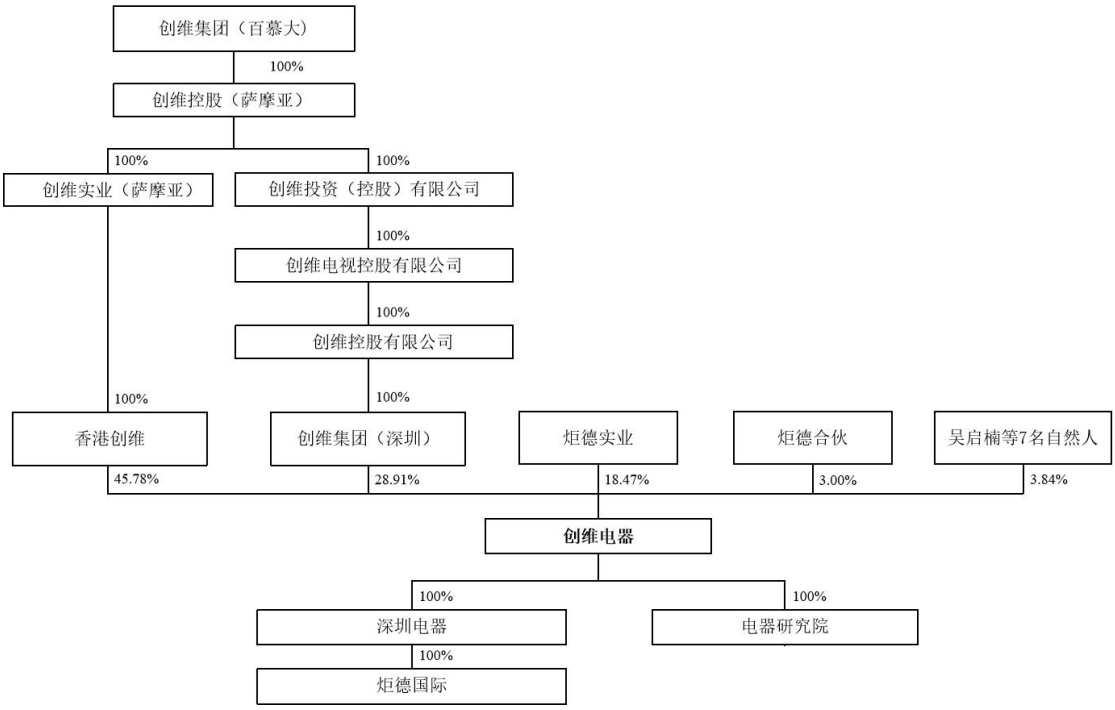
发行人历史沿革中，不存在股权代持的情形，但发行人历史上的间接股东 SKIES SERENE LIMITED 曾存在股份代持情形。截至本招股说明书签署日，历史上的间接股东的股份代持情形已经依法解除，且不存在争议及纠纷。

五、公司在其他证券市场的上市/挂牌情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在在其他证券市场上市或挂牌的情况。

六、发行人的股权结构

截至本招股说明书签署日，公司股权结构如下：



七、发行人控股和参股公司情况

截至本招股说明书签署日，公司拥有 2 家全资子公司、1 家全资孙公司，无参股公司，具体情况如下：

（一）控股公司的基本情况

1、深圳电器

企业名称	深圳市创维电器科技有限公司			
成立时间	2009 年 9 月 11 日			
注册资本	2,000 万元			
实收资本	2,000 万元			
法定代表人	吴启楠			
注册地和主要经营场所	深圳宝安区石岩街道创维科技工业园海外厂 4 楼、6 楼南侧			
经营范围	数码相框、影碟机及配件、电脑及配件、电子教育产品、冰箱、冰柜、洗衣机产品、货物及技术进出口（法律、行政法规、国务院决定禁止和规定在登记前须经批准的项目除外）			
主营业务	平板电脑的生产与销售			
股权结构	创维电器持股 100.00%			
简要财务数据（万元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2021.12.31/2021 年度	**19,495.71**	**9,140.66**	**2,836.33**

注：上述财务数据已经立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计

2、电器研究院

企业名称	南京创维电器研究院有限公司			
成立时间	2013 年 7 月 3 日			
注册资本	1,000 万元			
实收资本	1,000 万元			
法定代表人	吴启楠			
注册地和主要经营场所	南京市溧水经济开发区创维电器（南京）工业园			
经营范围	高新技术、电器、电子、机械产品的研发及相关软件的设计、技术开发、技术服务、技术转让、技术咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
主营业务	产品研发及相关软件开发			
股权结构	创维电器持股 100.00%			
简要财务数据（万元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2021.12.31/2021 年度	**8,498.36**	**8,107.89**	**6,181.60**

注：上述财务数据已经立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计

3、炬德国际

企业名称	香港炬德国际有限公司			
成立时间	2009 年 10 月 7 日			
股本	100 万港元			
董事	吴启楠			
注册地和主要经营场所	FLAT/RM 1202, 12/F, TUNG CHUN COMMERCIAL CENTRE 438-444 SHANGHAI STREET KL			
主营业务	商品贸易			
股权结构	深圳电器的全资子公司			
简要财务数据（万元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2021.12.31/ 2021 年度	**1,015.73**	**27.05**	**309.07**

注：上述财务数据已经立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计

（二）参股公司的基本情况

截至本招股说明书签署日，公司无参股公司。

八、持有发行人 5%及以上股份的主要股东及实际控制人基本情况

（一）控股股东情况

1、控股股东的基本情况

截至本招股说明书签署日，香港创维持有发行人 45.78%的股权，系公司控股股东，其基本情况如下：

企业名称	创维电器有限公司			
成立时间	2013 年 2 月 18 日			
股本	9,311.40 万港元			
董事	吴启楠、林成财、林卫平			
注册地和主要经营场所	Rooms 1601-04,Westlands Centre,20 Westlands Road,Quarry Bay，Hong Kong			
主营业务	股权投资			
股权结构	创维实业有限公司持股 100.00%			
简要财务数据（万港元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2021.12.31/ 2021 年度	**8,290.29**	**8,025.71**	**-11.87**

注：**2021 年**财务数据未经审计。

2、创维集团（百慕大）的基本情况

截至本招股说明书签署日，创维集团（百慕大）间接持有香港创维 100.00%的股权、间接持有创维集团（深圳）100.00%的股权，并通过香港创维及创维集团（深圳）间接合计持有发行人 74.69%的股份，其基本情况如下：

企业名称	创维集团有限公司			
成立时间	1988 年 12 月 31 日			
股本	32,770.75 万港元			
董事	赖伟德、林卫平、施驰、刘棠枝、林劲、林成财、张英潮、洪嘉禧、李伟斌			
注册地和主要经营场所	Clarendon House 2 Church Street Hamilton HM 11 Bermuda			
主营业务	投资控股			
股权结构	Target Success Group （PTC） Limited 持股 45.03%			
简要财务数据（人民币百万元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2021.12.31/ 2021 年度	**60,881**	**21,086**	**1,965**

注：**2021 年**财务数据经德勤关黄陈方会计师行审计。

（二）实际控制人情况

截至本招股说明书签署日，发行人无实际控制人。

截至 **2022** 年 **3** 月 **31** 日，黄宏生及其一致行动人士直接或间接持有创维集团（百慕大）**47.14%**的股份，而创维集团（百慕大）直接或间接持有发行人 74.69%的股份。

根据创维集团（百慕大）的公告文件及香港赵不渝马国强律师事务所出具的法律意见书，报告期内，黄宏生及其一致行动人既不能通过所持股权控制创维集团（百慕大）的股东大会表决结果，也不能通过董事席位控制创维集团（百慕大）的董事会表决结果，无法对创维集团（百慕大）实施控制，不属于创维集团（百慕大）的实际控制人，除黄宏生及其一致行动人外，其他单一股东持有创维集团（百慕大）的股权比例较低，无法对创维集团（百慕大）实施控制，创维集团（百慕大）间接控股的创维数字也披露不存在实际控制人。综上，创维集团（百慕大）不存在实际控制人，发行人亦不存在实际控制人。

（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业情况

截至本招股说明书签署日，发行人无实际控制人，不存在控制的其他企业情况。发行人控股股东控制的其他企业具体情况详见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”。

（四）其他持有发行人 5%及以上股份的股东情况

截至本招股说明书签署日，除发行人控股股东外，其他持有公司 5%及以上股份的股东的基本情况如下：

1、创维集团（深圳）

截至本招股说明书签署日，创维集团（深圳）直接持有公司 28.91%的股份，其基本情况如下：

企业名称	创维集团有限公司
成立时间	2000 年 6 月 7 日
注册资本	183,000 万元
实收资本	183,000 万元
法定代表人	赖伟德
注册地和主要经营场所	注册地：深圳市前海深港合作区前湾一路 1 号 A 栋 201 室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司） 主要经营场所：深圳市南山区粤海街道高新南四道 18 号创维半导体设计大厦东座 22-24 层
主营业务	贸易类商品销售、物业租赁
股权结构	创维控股有限公司持股 100.00%

2、炬德实业

截至本招股说明书签署日，炬德实业直接持有公司 18.47%的股份，其基本情况如下：

企业名称	香港炬德实业有限公司
成立时间	2020 年 8 月 19 日
股本	4.60 万港元
董事	吴启楠
注册地和主要经营场所	香港鲗鱼涌华兰路 20 号华兰中心 1601-04 室
主营业务	管理层持股平台

股权结构	吴启楠、顾铿（GU Kenny）、郑世武、曾昭建、田仕民、刘红明、周国贤、文坚分别持股 69.57%、8.70%、6.52%、4.35%、4.35%、2.17%、2.17%、2.17%

3、吴启楠

吴启楠先生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为350426197407******，现任公司董事、总经理。截至本招股说明书签署日，吴启楠直接持有公司 2.67%的股份，并通过持有炬德实业 69.57%的出资份额，间接持有公司 12.85%的股份，共计直接及间接持有公司 15.52%的股份。

（五）控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份是否存在质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，发行人控股股东直接持有的发行人股份不存在质押或其他争议的情况。

九、发行人股本情况

（一）本次发行前后的股本结构情况

本次发行前，公司总股数为 19,350.00 万股。本次发行上市预计向公众发行不超过 6,450.00 万股，占发行后公司总股本的比例不低于 25%。发行完成后，公司总股数为 25,800.00 万股。发行完成后公司的股本结构如下表所示：

序号	股东名称	发行前		发行后	
		持股数量（万股）	持股比例（%）	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	香港创维	8,858.41	45.78	8,858.41	34.33
2	创维集团（深圳）	5,594.10	28.91	5,594.10	21.68
3	炬德实业	3,574.45	18.47	3,574.45	13.85
4	炬德合伙	580.50	3.00	580.50	2.25
5	吴启楠	516.56	2.67	516.56	2.00
6	刘红明	80.71	0.42	80.71	0.31
7	郑世武	48.43	0.25	48.43	0.19
8	曾昭建	32.28	0.17	32.28	0.13
9	田仕民	32.28	0.17	32.28	0.13
10	周国贤	16.14	0.08	16.14	0.06
11	文坚	16.14	0.08	16.14	0.06

序号	股东名称	发行前		发行后	
		持股数量（万股）	持股比例（%）	持股数量（万股）	持股比例（%）
12	拟发行社会公众股	-	-	6,450.00	25.00
合计		**19,350.00**	**100.00**	**25,800.00**	**100.00**

（二）本次发行前的前十名股东

截至本招股说明书签署日，本次发行前的前十名股东情况如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	香港创维	8,858.41	45.78
2	创维集团（深圳）	5,594.10	28.91
3	炬德实业	3,574.45	18.47
4	炬德合伙	580.50	3.00
5	吴启楠	516.56	2.67
6	刘红明	80.71	0.42
7	郑世武	48.43	0.25
8	曾昭建	32.28	0.17
9	田仕民	32.28	0.17
10	周国贤	16.14	0.08
10	文坚	16.14	0.08
合计		**19,350.00**	**100.00**

（三）本次发行前后的前十名自然人股东及其在发行人处的任职情况

截至本招股说明书签署日，公司共有 7 名自然人股东，股东姓名及其在发行人处的任职情况如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）	职务
1	吴启楠	516.56	2.67	董事、总经理
2	刘红明	80.71	0.42	财务总监、董事会秘书
3	郑世武	48.43	0.25	副总经理
4	曾昭建	32.28	0.17	监事
5	田仕民	32.28	0.17	董事、副总经理
6	周国贤	16.14	0.08	副总经理
7	文坚	16.14	0.08	总工程师
合计		**742.54**	**3.84**	-

（四）发行人国有股份和外资股份情况

1、国有股份情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在国有股份。

2、外资股份情况

截至本招股说明书签署日，发行人外资股东为香港创维、炬德实业，其中，香港创维持有发行人 8,858.41 万股股份，占发行人总股本的 45.78%，炬德实业持有发行人 3,574.45 万股股份，占发行人总股本的 18.47%。

（五）最近一年发行人新增股东情况

截至本招股说明书签署日，公司最近一年不存在新增股东情况。

（六）本次发行前股东与其他股东之间的关联关系及各自持股比例

截至本招股说明书签署日，公司各股东间的关联关系如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）	关联关系
1	香港创维	8,858.41	45.78	自然人股东吴启楠为香港创维董事、总经理，香港创维与创维集团（深圳）同受创维集团（百慕大）控制
2	创维集团（深圳）	5,594.10	28.91	自然人股东吴启楠为创维集团（深圳）董事，与香港创维同受创维集团（百慕大）控制
3	炬德实业	3,574.45	18.47	吴启楠持有炬德实业 69.57%的股份并担任董事职务，为炬德实业控股股东
4	吴启楠	516.56	2.67	香港创维、创维集团（深圳）的董事，炬德实业董事及控股股东

除此之外，本次发行前，公司各股东之间不存在关联关系。

（七）发行人股东公开发售股份对公司控制权、治理结构及生产经营产生的影响

发行人本次发行全部为新股发行，不涉及股东公开发售股份的情形。

（八）发行人穿透计算的股东人数

截至本招股说明书签署日，发行人共计有 11 名直接股东，其中直接自然人股东 7 名，直接机构股东 4 名，穿透后股东人数为 46 人，未超过 200 人，具体

情况如下：

序号	股东名称	穿透核查持股人数	穿透核查持股人数（剔除重复计算）
1	炬德合伙	38	37
2	香港创维	1	1
3	创维集团（深圳）	1	0
4	炬德实业	8	1
5	吴启楠	1	1
6	刘红明	1	1
7	郑世武	1	1
8	田仕民	1	1
9	曾昭建	1	1
10	文　坚	1	1
11	周国贤	1	1
合计		-	**46**

十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况

（一）董事会成员

公司董事会由 8 名董事组成，其中独立董事 3 名，由公司股东大会选举产生。现任董事基本情况如下表：

序号	姓名	任职情况	提名人	任职期限
1	刘棠枝	董事	创维集团（深圳）	2020.12.21-2023.12.20
2	吴启楠	董事	炬德实业	2020.12.21-2023.12.20
3	应一鸣	董事	香港创维	2020.12.21-2023.12.20
4	林劲	董事	创维集团（深圳）	2020.12.21-2023.12.20
5	田仕民	董事	炬德实业	2020.12.21-2023.12.20
6	吴尚杰	独立董事	炬德实业	2020.12.21-2023.12.20
7	胥正川	独立董事	炬德实业	2020.12.21-2023.12.20
8	徐丽军	独立董事	香港创维	2020.12.21-2023.12.20

公司现任董事简历如下：

1、刘棠枝先生，1963 年 1 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，中南财经大学本科学历、澳门科技大学 MBA 硕士学历，正高级经济师。1989 年 7 月至 1998 年 6 月，担任广东省汽车工业贸易总公司财务部经理；1998 年 7 月至 1999

年 3 月，担任创维集团审计部总监；1999 年 4 月至 2001 年 9 月，担任创维集团中国区域营销总部财务部总监；2001 年 10 月至 2012 年 2 月，担任创维集团中国区域营销总部总经理、执行副总经理；2012 年 3 月至 2018 年 3 月，担任创维 RGB 总裁；2017 年 4 月至 **2022 年 4 月**，担任创维集团有限公司总裁；**2022 年 4 月至今，担任创维集团有限公司董事会副主席**；2020 年 12 月至今，担任发行人董事长。

2、吴启楠先生，1974 年 7 月出生，中国国籍，无永久境外居留权，电子科技大学本科学历、中欧国际商学院 EMBA 硕士学历。1995 年 7 月至 1997 年 7 月担任厦门中科大辰信通讯产业有限公司工程师；1997 年 11 月至 2001 年 10 月担任万利达集团厂长；2001 年 10 月至 2004 年 4 月担任万利达集团有限公司营销总监；2004 年 4 月至 2009 年 3 月担任深圳万利达电子工业有限公司总经理；2009 年 10 月至 2020 年 10 月担任深圳电器董事及总经理；2013 年 4 月至 2020 年 12 月，担任创维有限董事及总经理；2020 年 12 月至今，担任发行人董事及总经理。

3、林劲先生，1984 年 5 月出生，中国国籍，有香港永久居留权，加拿大多伦多大学本科学历，高级工程师。历任台湾瑞昱半导体有限公司系统研发工程师，台湾联发科技股份有限公司销售经理。2011 年 1 月加入创维集团，历任创维集团彩电事业部产品部总监助理、创维集团彩电事业部营销总部深圳分公司销售副总经理；2020 年 12 月至今，担任发行人董事。

4、应一鸣先生，1975 年 6 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于湖北师范学院，中国注册会计师协会非执业会员。1996 年 7 月至 1999 年 4 月担任长江三峡实业开发公司财务部会计；1999 年 4 月至 2000 年 6 月担任武汉用友软件股份有限公司技术部 ERP 实施工程师；2000 年 6 月至 2003 年 9 月担任创维集团中国区域财务总部会计部主管会计；2003 年 9 月至 2009 年 4 月担任创维移动通信技术有限公司财务部财务总监；2009 年 4 月至 2011 年 4 月担任 Acclinks Communication Ltd 合伙人；2011 年 4 月至 2019 年 3 月担任创维集团有限公司财经部总监；2019 年 4 月至今担任创维集团有限公司财务总监；2020 年 12 月至今，担任发行人董事。

5、田仕民先生，1976 年 4 月出生，中国国籍，无永久境外居留权，华中科

技大学本科学历。2000 年 7 月至 2002 年 3 月担任美的家庭电器事业部营销公司营销主管；2002 年 4 月至 2004 年 6 月担任广东金正电子有限公司企划主管；2004 年 7 月至 2009 年 11 月担任深圳华普电子有限公司市场总监；2009 年 12 月至 2010 年 3 月担任深圳市炬德电子有限公司市场总监；2010 年 3 月至 2014 年 4 月担任南京创维电器科技有限公司营销总监；2014 年 4 月至 2020 年 12 月担任创维有限渠道总经理；2020 年 12 月至今，担任发行人董事、副总经理。

6、吴尚杰先生，1956 年 4 月出生，中国国籍，无永久境外居留权，解放军工程技术学院本科学历，教授级高级工程师。1977 年 1 月至 1982 年 1 月担任解放军总参三部六局副连职技术员；1982 年 1 月至 1984 年 12 月担任北京电器研究所技术员；1984 年 12 月至 2016 年 4 月历任中国家用电器研究院检测工程师、检验管理部部长、检测所副所长、副院长等职；2020 年 12 月至今，担任发行人独立董事。

7、胥正川先生，1973 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，复旦大学博士学历，副教授。1995 年 8 月至 1997 年 6 月担任南京电子部第五十五研究所助理工程师；2003 年 8 月至 2009 年 12 月担任复旦大学管理学院信息管理与信息系统系讲师；2009 年 12 月至今担任复旦大学管理学院信息管理与信息系统系副教授；2020 年 12 月至今，担任发行人独立董事。

8、徐丽军女士，1966 年 3 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，东北财经大学硕士学历，教授。1989 年 8 月至 1996 年 11 月担任沈阳财经学院教师；1996 年 12 月至今担任沈阳大学会计系主任；2020 年 12 月至今，担任发行人独立董事。

（二）监事会成员

公司监事会由 3 名监事组成，其中职工代表监事 1 名，设监事会主席 1 名。职工代表监事由职工代表大会民主选举产生，股东代表监事通过股东大会选举产生。现任监事基本情况如下表：

序号	姓名	任职情况	提名人	任职期限
1	贾宏伟	监事会主席	香港创维	2020.12.21-2023.12.20
2	曾昭建	监事	炬德实业	2020.12.21-2023.12.20
3	何玉平	职工代表监事	职工代表大会	2020.12.21-2023.12.20

公司现任监事简历如下：

1、贾宏伟先生，1969 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，中国政法大学硕士学历。1992 年 7 月至 1996 年 9 月担任中国石油天然气总公司物探局法规处科员；1999 年 7 月至 2003 年 10 月担任创维 RGB 营销总部法律经理；2003 年 10 月至 2005 年 7 月担任北京润德投资有限公司法务总监；2005 年 7 月至 2011 年 3 月担任创维集团有限公司法律事务部副总监；2011 年 3 月至 2017 年 3 月担任创维集团审计部总监；2017 年 3 月至今担任创维集团法律部部长；2020 年 12 月至今，担任发行人监事会主席。

2、曾昭建先生，1963 年 7 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，南京理工大学本科学历，工程师。1985 年 7 月至 1996 年 5 月担任国营武汉 6803 厂工程师；1996 年 6 月至 1998 年 8 月担任武汉无线电厂工艺师；1998 年 8 月至 2008 年 8 月担任创维 RGB 注塑厂厂长；2008 年 9 月至 2010 年 12 月担任创维 RGB 内蒙公司总经理助理；2010 年 12 月至 2013 年 12 月担任南京创维电器科技有限公司副总经理；2013 年 12 月至 2020 年 12 月担任创维有限副总经理；2020 年 12 月至今，担任发行人监事。

3、何玉平女士，1980 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，国家开放大学本科学历。1999 年 10 月至 2003 年 3 月担任创维彩电事业本部制造总部彩电厂文员；2003 年 4 月至 2006 年 5 月担任创维彩电事业本部制造总部彩电厂综合管理部人事主管；2006 年 6 月至 2010 年 9 月担任创维彩电事业本部制造总部人力资源部公明人事科主管；2010 年 9 月至 2014 年 6 月担任南京创维电器科技有限公司人力资源部主管；2014 年 7 月至 2020 年 12 月，担任创维有限职员管理主管；2020 年 12 月起至今，担任发行人职员管理主管、职工代表监事。

（三）高级管理人员

截至本招股说明书签署日，公司高级管理人员由 5 名成员组成，均由董事会聘任。具体如下：

序号	姓名	职位	本届任职期限
1	吴启楠	总经理	2020.12.21-2023.12.20
2	田仕民	副总经理	2020.12.21-2023.12.20
3	郑世武	副总经理	2020.12.21-2023.12.20

序号	姓名	职位	本届任职期限
4	周国贤	副总经理	2020.12.21-2023.12.20
5	刘红明	董事会秘书、财务总监	2020.12.21-2023.12.20

公司现任高级管理人员简历如下：

1、吴启楠先生，个人简历详见招股说明书本节“十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“（一）董事会成员”。

2、田仕民先生，个人简历详见招股说明书本节“十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“（一）董事会成员”。

3、郑世武先生，1975 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，电子科技大学本科学历。2000 年 7 月至 2003 年 3 月历任厦门万利达通信设备有限公司客服主管、物控经理、采购经理；2003 年 3 月至 2004 年 6 月担任联想移动通信科技有限公司采购经理；2004 年 12 月至 2007 年 1 月担任深圳华普电子有限公司采购经理；2007 年 1 月至 2009 年 6 月担任深圳万利达通信设备有限公司采购经理；2009 年 9 月至 2010 年 3 月担任深圳炬德电子科技有限公司供应链总监；2010 年 4 月至今担任深圳电器常务副总经理、运营总监；2020 年 12 月至今，担任发行人副总经理。

4、周国贤先生，1978 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，南京理工大学本科学历。2000 年 7 月至 2001 年 3 月担任南京锦湖轮胎有限公司生产部职员，2001 年 4 月至 2014 年 6 月担任南京乐金熊猫电器有限公司研究所研发总监；2014 年 9 月至 2020 年 12 月，担任创维有限洗衣机产品线总经理；2020 年 12 月至今，担任发行人副总经理。

5、刘红明先生，1984 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，河海大学本科学历，高级会计师。2005 年 7 月至 2010 年 7 月历任创维集团彩电事业本部财务部会计、会计主管、财务副科长、财务科长；2010 年 8 月至 2013 年 12 月担任南京创维电器科技有限公司财务经理；2013 年 12 月至 2020 年 12 月历任创维有限财务经理、财务总监助理、财务副总监、财务总监；2020 年 12 月至今担任发行人董事会秘书兼财务总监。

（四）其他核心人员

除上述人员外，公司共有 2 名核心技术人员，分别为肖华、李树强。相关人员简历情况如下：

1、肖华先生，1980 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，四川大学本科学历，工程师。2004 年 7 月至 2008 年 7 月担任海信科龙广东冰箱有限公司工业设计师；2008 年 9 月至 2010 年 3 月担任广州番禺目标灯饰有限公司工业设计主管； 2010 年 4 月至 2013 年 12 月担任南京创维电器科技有限公司工业设计经理；2013 年 12 月至 2020 年 12 月担任创维有限工业设计经理；2020 年 12 月至今，担任发行人工业设计经理，拥有 15 年家电专业 CMF 从业经历、9 年不同工业设计团队领导经验。

2、李树强先生，1982 年 7 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，西北农林科技大学本科学历，南京市中级工程师。2005 年 9 月至 2009 年 9 月担任海信容声（广东）冰箱有限公司安全验证室主任；2009 年 9 月至 2010 年 4 月担任美的冰箱事业部结构工程师；2010 年 4 月至 2013 年 12 月担任南京创维电器科技有限公司冰箱出口项目部经理；2013 年 12 月至 2020 年 12 月担任创维有限冰箱出口项目部经理；2020 年 12 月至今，担任发行人冰箱出口项目部经理，拥有南京市中级工程师职称。

（五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的主要兼职情况

截至本招股说明书签署日，除在发行人及其子公司任职外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员在其他单位的兼职情况如下：

姓名	公司职务	其他任职单位	任职单位的职务	与发行人关系
刘棠枝	董事长	创维集团（百慕大）	**董事会副主席**	发行人间接控股股东
		创维集团（深圳）	**董事**	同属创维集团（百慕大）控制
		深圳创维智能厨电有限公司	董事长	同属创维集团（百慕大）控制
		北京新七天电子商务技术股份有限公司	董事	**董事长刘棠枝担任董事的企业**
		乐金显示（中国）有限公司	董事	创维集团（百慕大）投资公司
		深圳创维-RGB 电子有限公司	监事	同属创维集团（百慕大）控制

姓名	公司职务	其他任职单位	任职单位的职务	与发行人关系
		创维数字	董事	同属创维集团（百慕大）控制
		酷开科技	董事	同属创维集团（百慕大）控制
吴启楠	总经理、董事兼法定代表人	深圳创维空调科技有限公司	执行董事	同属创维集团（百慕大）控制
		创维空调科技（安徽）有限公司	董事长	同属创维集团（百慕大）控制
		北京炬德电器科技有限公司	经理兼执行董事	董事吴启楠持股89.2857%，担任法定代表人、经理兼执行董事的企业
		创维集团智能电器有限公司	董事	同属创维集团（百慕大）控制
		创维集团（深圳）	董事	同属创维集团（百慕大）控制
		北京国通合源科技有限公司	董事	**董事吴启楠担任董事的企业**
应一鸣	董事	创维集团（百慕大）	**财务总监**	发行人间接控股股东
		创维集团（深圳）	董事、财务总监	同属创维集团（百慕大）控制
		深圳创维前海国际发展有限公司	董事	同属创维集团（百慕大）控制
		广东创华投资有限公司	董事	创维集团（百慕大）投资的联营企业
		创维集团科技园管理有限公司	监事	同属创维集团（百慕大）控制
		深圳创维创业投资有限公司	董事	同属创维集团（百慕大）控制
		深圳创维科技咨询有限公司	董事	同属创维集团（百慕大）控制
		创维集团建设发展有限公司	董事	同属创维集团（百慕大）控制
		创维数字	董事	同属创维集团（百慕大）控制
		创维集团财务有限公司	董事	同属创维集团（百慕大）控制
		深圳创维数字技术有限公司	董事	同属创维集团（百慕大）控制
		深圳创维空调科技有限公司	监事	同属创维集团（百慕大）控制
林劲	董事	创维集团财务有限公司	监事	同属创维集团（百慕大）控制
		南京创源物业管理有限公司	监事	同属创维集团（百慕大）控制
		酷开科技	董事长	同属创维集团（百慕大）控制

姓名	公司职务	其他任职单位	任职单位的职务	与发行人关系
		创维数字	董事	同属创维集团（百慕大）控制
		创维集团（百慕大）	董事	发行人间接控股股东
		创维集团（深圳）	董事	同属创维集团（百慕大）控制
		创维 RGB	副董事长	同属创维集团（百慕大）控制
		深圳沃宇科技咨询有限公司	执行董事兼总经理	董事林劲持股 100%并担任执行董事、总经理的企业
		南京金龙新能源汽车研究院有限公司	董事兼总经理	董事林劲担任董事、总经理的企业
		南京创源天地置业有限公司	董事兼总经理	董事林劲担任董事、总经理，5%以上股东黄宏生担任董事长的企业
		南京怡华房地产开发有限公司	董事兼总经理	董事林劲担任董事、总经理的企业
		南京创源天地动力科技有限公司	董事	董事林劲担任董事，5%以上股东黄宏生担任董事长的企业
		南京金龙客车制造有限公司	董事	董事林劲担任董事，5%以上股东黄宏生担任董事长的企业
		南京创源天地电器有限公司	董事	董事林劲担任董事、总经理，5%以上股东黄宏生担任董事长的企业
		开沃新能源汽车集团股份有限公司	董事	董事林劲担任董事，5%以上股东黄宏生担任董事长、**总经理**的企业
		南京创源天地建设有限公司	董事	董事林劲担任董事，5%以上股东黄宏生担任董事长的企业
		创源天地（中国）投资有限公司	董事	董事林劲担任董事，5%以上股东黄宏生担任董事长的企业
		深圳创维数字技术有限公司	董事	同属创维集团**（百慕大）**控制
		南京创源天地新能源科技有限公司	董事	董事林劲担任董事，5%以上股东黄宏生担任董事长、总经理的企业
		深圳创维融资租赁有限公司	**董事**	**同属创维集团（百慕大）控制**
田仕民	董事	北京炬德电器科技有限公司	监事	董事吴启楠持股

姓名	公司职务	其他任职单位	任职单位的职务	与发行人关系
				89.2857%，担任法定代表人、经理兼执行董事的企业
		南京市溧水市田嫂快餐店	经营者	**董事田仕民担任经营者的企业**
吴尚杰	独立董事	安徽扬子空调股份有限公司	独立董事	无关联关系
		浙江珠城科技股份有限公司	独立董事	无关联关系
胥正川	独立董事	复旦大学	副教授	无关联关系
		上海载德信息科技股份有限公司	**独立董事**	**无关联关系**
徐丽军	独立董事	沈阳城市建设学院	特聘教授	无关联关系
		辽宁省会计与珠算心算学会	副会长	无关联关系
		沈阳大学	系主任	无关联关系
贾宏伟	监事	北京新七天	监事会主席	**董事长刘棠枝担任董事的企业**
		深圳创维前海国际发展有限公司	监事	同属创维集团（百慕大）控制
		深圳创维置业有限公司	监事	同属创维集团（百慕大）控制
		南京创维数字乐园建设有限公司	董事	同属创维集团（百慕大）控制
		深圳创维融资租赁有限公司	监事	同属创维集团（百慕大）控制
		深圳创维创业投资有限公司	监事	同属创维集团（百慕大）控制
		深圳创维科技咨询有限公司	监事	同属创维集团（百慕大）控制
		深圳创维创客发展有限公司	监事	同属创维集团（百慕大）控制
		南京维恒置业有限公司	监事	同属创维集团（百慕大）控制
		北京新七天科技有限公司	监事	**曾经的关联方**
		深圳创维数字技术有限公司	监事	**同属创维集团（百慕大）控制**
		江苏国安创维信息产业有限责任公司	董事	监事贾宏伟担任董事的企业
		灵犀技术（深圳）有限公司	监事	**同属创维集团（百慕大）控制**

除上述已披露情况外，截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在在其他单位兼职的情形。

（六）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间的亲属关系情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间不存在亲属关系。

（七）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员了解发行上市相关法律法规及其法定义务责任的情况

公司的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员通过参加保荐机构、发行人律师和会计师组织的上市辅导培训，自行学习与发行上市相关的法律法规，已充分了解股票发行上市相关法律法规及其法定义务责任的情况，并在工作经营过程中能够认真履行职责。

十一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签订的协议及履行情况

在公司工作并领薪的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均与公司签订了劳动合同、保密协议和竞业禁止协议。截至本招股说明书签署日，上述协议均得到了有效的执行，不存在违约情况。

十二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员近两年的变动情况及原因

报告期内公司董事、监事及高级管理人员变动主要为完善公司内部治理及业务发展的需要，公司核心管理层始终保持稳定，相关人员变动对公司日常管理不构成重大影响，不影响公司的持续经营。

（一）董事变动情况

时间	成员	职位	变动情况
2019 年 1 月至 2020 年 12 月	刘棠枝	董事长	-
	吴启楠	董事	
	顾铿（GU Kenny）	董事	
2020 年 12 月至今	刘棠枝	董事长	公司于 2020 年 12 月 21 日召开创立大会，选举刘棠枝、吴启楠、林劲、应一鸣、田仕民、吴尚杰、胥正川、徐丽军为公司第一届董事会董事，其中吴尚杰、胥正川、
	吴启楠	董事	
	林劲	董事	

时间	成员	职位	变动情况
	应一鸣	董事	徐丽军为独立董事；同日，公司召开第一届董事会第一次会议，选举刘棠枝为公司第一届董事长。
	田仕民	董事	
	吴尚杰	独立董事	
	胥正川	独立董事	
	徐丽军	独立董事	

（二）监事变动情况

时间	成员	职位	变动情况
2019 年 1 月至 2020 年 12 月	贾宏伟	监事	-
2020 年 12 月至今	贾宏伟	监事	公司于 2020 年 12 月 5 日召开职工代表大会，选举何玉平为职工代表监事；公司于 2020 年 12 月 21 日召开创立大会，选举贾宏伟、曾昭建为公司第一届监事会股东代表监事；同日，公司第一届监事会第一次会议选举贾宏伟为监事会主席。
	曾昭建	监事	
	何玉平	职工代表监事	

（三）高级管理人员变动情况

时间	成员	职位	变动情况
2019 年 1 月至 2020 年 12 月	吴启楠	总经理	-
	田仕民	副总经理	
	周国贤	副总经理	
	文坚	副总经理	
	顾铿（GU Kenny）	财务总监	
2020 年 12 月至 2021 年 7 月	吴启楠	总经理	公司于 2020 年 12 月 21 日召开第一届董事会第一次会议，聘任吴启楠为公司总经理，刘红明为公司董事会秘书；同时，根据总经理的提名，聘任田仕民、郑世武、周国贤、文坚为公司副总经理，刘红明为公司财务总监。
	田仕民	副总经理	
	郑世武	副总经理	
	周国贤	副总经理	
	文坚	副总经理	
	刘红明	董事会秘书、财务总监	
2021 年 7 月至今	吴启楠	总经理	文坚因个人年龄原因，辞去公司副总经理职务。公司于 2021 年 7 月 21 日召开第一届董事会第四次会议，免去文坚副总经理职务。
	田仕民	副总经理	
	郑世武	副总经理	
	周国贤	副总经理	
	刘红明	董事会秘书、	

时间	成员	职位	变动情况
		财务总监	

（四）其他核心人员变动情况

截至本招股说明书签署日，肖华、李树强为公司其他核心人员，报告期内未发生变动。

（五）最近两年内，董事、监事、高级管理人员及其他核心人员未发生重大不利变化

最近两年内公司董事、监事人员的变动，系因公司经营管理的需要而进行的正常变动，履行了必要的法律程序，符合相关法律、法规和《公司章程》的规定。

报告期内，公司管理层成员稳定，上述变动未对公司经营战略、经营模式产生重大影响。报告期内，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员未发生重大不利变化。

十三、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有发行人股份的情况

（一）直接持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接持股情况如下：

姓名	职务/亲属关系	直接持股比例
吴启楠	董事、总经理	2.67%
田仕民	董事、副总经理	0.17%
郑世武	副总经理	0.25%
周国贤	副总经理	0.08%
刘红明	董事会秘书、财务总监	0.42%
曾昭建	监事	0.17%

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员及其近亲属除上述持股情况外，不存在其他直接持有公司股份的情况。

（二）间接持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员

及其近亲属间接持股情况如下：

姓名	职务/亲属关系	间接持股主体	间接持股比例
刘棠枝	董事长	炬德合伙/创维集团（百慕大）	0.36%
吴启楠	董事、总经理	炬德实业	12.85%
林劲	董事	炬德合伙/创维集团（百慕大）	0.17%
应一鸣	董事	炬德合伙/创维集团（百慕大）	0.12%
田仕民	董事、副总经理	炬德实业/炬德合伙	1.44%
郑世武	副总经理	炬德实业	1.20%
周国贤	副总经理	炬德实业	0.40%
刘红明	董事会秘书、财务总监	炬德实业	0.40%
贾宏伟	监事会主席	炬德合伙/创维集团（百慕大）	0.04%
曾昭建	监事	炬德实业	0.80%

截至本招股说明书签署日，除上述情况外，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属不存在直接及间接持股的情况。

（三）股份质押或冻结情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接或间接持有公司股份不存在股份质押或冻结的情况。

十四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的投资情况

截至本招股说明书签署日，除发行人外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的其他对外投资情况如下：

姓名	发行人职务	对外投资单位	出资额（万元）	出资比例
刘棠枝	董事长	深圳市棠舟管理合伙企业（有限合伙）	82.80	29.59%
		炬德合伙	65.00	2.75%
吴启楠	总经理、董事兼法定代表人	深圳市同晟金泉投资合伙企业（有限合伙）	350.00	5.00%
		北京炬德电器科技有限公司	50.00	89.29%
		炬德实业	**3.20（万港元）**	**69.57%**
应一鸣	董事	炬德合伙	50.00	2.12%
林劲	董事	深圳沃宇科技咨询有限公司	10.00	100.00%

姓名	发行人职务	对外投资单位	出资额（万元）	出资比例
		酷金（深圳）投资企业（有限合伙）	413.02	23.02%
		炬德合伙	50.00	2.12%
		创维集团（百慕大）	-	**0.15%**
		深圳市赛氪美瑞微电子有限公司	22.50	4.50%
田仕民	董事、副总经理兼营销中心总经理	北京炬德电器科技有限公司	1.00	1.79%
		炬德合伙	500.00	21.19%
		炬德实业	**0.20（万港元）**	**4.35%**
贾宏伟	监事	深圳君道创智科技有限公司	125.00	6.45%
		炬德合伙	20.00	0.85%
曾昭建	副总经理	北京炬德电器科技有限公司	1.00	1.79%
		炬德实业	**0.20（万港元）**	**4.35%**
郑世武	副总经理	北京炬德电器科技有限公司	1.00	1.79%
		炬德实业	**0.30（万港元）**	**6.52%**
		深圳市新瑞品科技有限公司	6.00	持股 12.00%（由李知恩代持）
周国贤	副总经理	北京炬德电器科技有限公司	1.00	1.79%
		炬德实业	**0.10（万港元）**	**2.17%**
刘红明	财务总监、董事会秘书	北京炬德电器科技有限公司	1.00	1.79%
		炬德实业	**0.10（万港元）**	**2.17%**

截至本招股说明书签署日，除直接或间接持有公司股权的对外投资外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在与发行人及其业务相关或与发行人存在利益冲突的对外投资。

十五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况

（一）薪酬政策的情况

1、薪酬的组成

公司董事（除独立董事和外部董事）、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬主要由基本薪酬与绩效薪酬组成。基本薪酬依据公司职务，按月发放；绩

效薪酬由公司董事会薪酬与考核委员会依据其年度经营管理业绩予以考核以后一次性发放；公司外部董事不在公司担任任何工作职务，**报告期内**亦不在公司领取薪酬以及津贴；公司独立董事在公司领取独立董事津贴。

2、薪酬的确定原则与依据

公司董事、高级管理人员的薪酬由公司薪酬与考核委员会拟定。薪酬与考核委员会根据董事及高级管理人员岗位、职责、工作范围，参照同地区、同行业或竞争对手相关岗位的薪酬水平，研究和审查公司董事和高级管理人员的薪酬政策和方案。

3、履行的程序

薪酬与考核委员会提出的公司董事的薪酬计划和方案，须报经董事会同意后，提交股东大会审议通过方可实施；公司高级管理人员的薪酬政策方案须报董事会批准。

（二）最近三年的薪酬总额及占公司利润总额的比重情况

最近三年内，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员从公司及其子公司领取的薪酬总额及其占公司利润总额的比重情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
董事、监事、高级管理人员、其他核心人员薪酬总额	**1,180.09**	1,417.43	1,580.63
公司利润总额	**13,088.59**	17,197.79	19,471.49
占比	**9.02%**	**8.24%**	**8.12%**

注：上述人员指董事（独立董事和外部董事除外）、监事、高级管理人员及其他核心人员。

（三）最近一年从公司及其关联企业领取薪酬的情况

2021 年公司现任董事、监事、高级管理人员及其他核心人员从公司及其子公司，以及其关联企业领取薪酬情况如下表所示：

单位：万元

姓名	职务	2021 年度薪酬	最近一年是否从关联企业领取收入
刘棠枝	董事长	-	是
吴启楠	董事、总经理	**386.03**	否
林劲	董事	-	是

姓名	职务	2021 年度薪酬	最近一年是否从关联企业领取收入
应一鸣	董事	-	是
田仕民	董事、副总经理	144.65	否
吴尚杰	独立董事	5.00	否
胥正川	独立董事	5.00	否
徐丽军	独立董事	5.00	否
贾宏伟	监事会主席	-	是
曾昭建	监事	100.81	否
何玉平	监事	19.52	否
郑世武	副总经理	141.57	否
周国贤	副总经理	150.10	否
文坚	副总经理（已卸任）	47.61	否
刘红明	财务总监、董事会秘书	111.78	否
肖华	其他核心人员	31.00	否
李树强	其他核心人员	32.02	否

注 1：刘棠枝、林劲为创维集团（深圳）提名的股东代表董事，应一鸣为香港创维提名的股东代表董事，贾宏伟为香港创维提名的股东代表监事，前述人员在创维集团（百慕大）及其他下属企业任职并领取薪酬

注 2：文坚自 2021 年 7 月 21 日起不再担任公司高级管理人员，其上表薪酬计算时间范围为 2021 年 1-7 月

除上述披露情况外，截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均未在公司享受其他待遇和退休金计划。

十六、发行人本次公开发行申报前已经制定或实施的股权激励及相关安排

截至本招股说明书签署日，公司本次公开发行申报前已经制定或实施的股权激励如下：

（一）以炬德合伙为持股平台的员工股权激励安排

1、基本信息

企业名称	南京炬德电器合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91320117MA22JNE081
执行事务合伙人	张锦旗
注册地	南京市溧水经济开发区滨淮大道 96 号

合伙企业类型	有限合伙企业
经营范围	家用电器销售；企业管理咨询（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
成立时间	2020 年 9 月 25 日

2、主营业务情况

炬德合伙系发行人与股东创维集团（深圳）的员工的持股平台，除持有发行人 3.00%股份外，未开展实际经营业务，自设立以来主营业务未发生重大变化。

3、出资结构情况

截至本招股说明书签署日，炬德合伙合伙人构成情况如下：

序号	合伙人姓名	出资金额（万元）	出资比例
1	张锦旗（执行事务合伙人）	450.00	19.07%
2	田仕民	500.00	21.19%
3	席磊	130.00	5.51%
4	郑小松	100.00	4.24%
5	邹政	90.00	3.81%
6	邱艳芬	80.00	3.39%
7	刘棠枝	65.00	2.75%
8	赖伟德	65.00	2.75%
9	林劲	50.00	2.12%
10	李林	50.00	2.12%
11	廖小鱼	50.00	2.12%
12	应一鸣	50.00	2.12%
13	黄启胜	50.00	2.12%
14	周艳青	50.00	2.12%
15	种衍习	50.00	2.12%
16	景友军	50.00	2.12%
17	高荣	50.00	2.12%
18	林成财	35.00	1.48%
19	吴伟	35.00	1.48%
20	梁晓明	30.00	1.27%
21	喻召福	30.00	1.27%
22	郑青青	25.00	1.06%

序号	合伙人姓名	出资金额（万元）	出资比例
23	蔡兼鸿	25.00	1.06%
24	黄奔	20.00	0.85%
25	贾宏伟	20.00	0.85%
26	李钊	20.00	0.85%
27	宁江	20.00	0.85%
28	郭斌	20.00	0.85%
29	黄文波	20.00	0.85%
30	李远辉	20.00	0.85%
31	向波	20.00	0.85%
32	刘晓明	20.00	0.85%
33	肖新福	15.00	0.64%
34	陈影	15.00	0.64%
35	郭玲霞	10.00	0.42%
36	简大永	10.00	0.42%
37	李从想	10.00	0.42%
38	陈戈	10.00	0.42%
合计		**2,360.00**	**100.00%**

（二）创维集团（百慕大）对发行人高管实施的股权激励

创维集团（百慕大）董事会为了表彰吴启楠等人员在发行人的工作业绩以及由此对创维集团（百慕大）的贡献、激励其继续努力，根据吴启楠等人员在发行人的任职情况和工作业绩，2020 年 11 月 10 日向上述人员一次性奖励创维集团（百慕大）的股份，报告期内相关人员获得创维集团（百慕大）股份奖励情况如下：

序号	姓名	公司职务	股权激励股数（股）
1	吴启楠	董事、总经理	500,000.00
2	周国贤	副总经理	100,000.00
3	田仕民	董事、副总经理	100,000.00
4	文坚	总工程师	100,000.00
5	顾铿（GU Kenny）	子公司副总经理	50,000.00
6	刘红明	财务总监、董事会秘书	50,000.00
7	郑世武	副总经理	50,000.00

序号	姓名	公司职务	股权激励股数（股）
合计			**950,000.00**

创维集团（百慕大）向吴启楠等人员共授予股份合计 95.00 万股，授予日创维集团（百慕大）的收盘股价为 2.13 港元/股，2020 年度应确认股权支付费用 202.35 万港元，折合人民币 172.50 万元。

（三）股权激励对公司的影响

1、股权激励对经营状况的影响

通过实施股权激励，公司建立、健全了激励机制，充分调动了公司中高层管理人员及骨干员工的工作积极性。

2、股权激励对财务状况的影响

为公允地反映股权激励对公司财务状况的影响，公司 2020 年对以炬德合伙为持股平台的员工股权激励、创维集团（百慕大）对发行人高管实施的股权激励分别确认了股份支付，金额分别为 1,886.63 万元、172.50 万元，合计 2020 年度确认的股份支付金额为 2,059.12 万元，未对公司财务状况造成重大影响。

3、股权激励对公司控制权的影响

股权激励实施前后，公司控股股东未发生变化，股权激励对公司控制权变化无影响。

（四）上市后的行权安排

公司实施的股权激励不涉及期权激励计划，不涉及上市后的行权安排。

十七、发行人员工情况

（一）员工人数及其变化情况

2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日及 2021 年 **12** 月 **31** 日，公司及下属子公司共拥有在册员工 1,769 人、1,938 人及 **1,779** 人。

（二）员工专业结构情况

截至 2021 年 **12 月 31 日**，公司员工专业构成如下：

专业结构	人数	比例
生产人员	1,113	62.56%
销售人员	283	15.91%
采购人员	20	1.12%
研发人员	202	11.35%
管理人员	161	9.05%
合计	1,779	100.00%

（三）员工受教育程度

截至 2021 年 12 月 31 日， 公司员工按照受教育程度划分，具体情况如下：

专业结构	人数	比例
本科及以上学历	394	22.15%
大专	331	18.61%
中专及以下	1,054	59.25%
合计	1,779	100.00%

（四）员工年龄分布

截至 2021 年 12 月 31 日，公司员工按照年龄划分，具体情况如下：

专业结构	人数	比例
30 岁及以下	543	30.52%
31-40 岁	796	44.74%
41-50 岁	342	19.22%
51 岁及以上	98	5.51%
合计	1,779	100.00%

（五）公司为员工办理社会保险和住房公积金的情况

公司实行劳动合同制，员工聘用按照《劳动法》《劳动合同法》及有关法律、法规和规范性文件的要求办理。公司已按照国家法律、法规及地方有关规定，为员工办理了包括养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险以及生育保险在内的各项社会保险，并建立了住房公积金制度。

单位：人

项目	2021 年末	2020 年末	2019 年末
员工人数	1,779	1,938	1,769
社保缴纳人数	1,581	1,589	1,235

项目	2021 年末	2020 年末	2019 年末
社会保险缴纳比例	**88.87%**	81.99%	69.81%
公积金缴纳人数	**1,582**	1,570	659
公积金缴纳比例	**88.93%**	81.01%	37.25%

报告期各期末，公司社会保险、住房公积金实缴人数与应缴人数存在差异，主要原因包括：（1）部分员工已缴纳新农保、新农合而放弃缴纳；（2）对于部分新入职员工，公司尚未完成其社保公积金缴纳的办理手续；（3）部分员工为退休返聘员工，不参保社会保险与公积金；（4）个人申请自愿放弃在公司缴纳社保和住房公积金；（5）在其他单位缴纳社保公积金而未在发行人处缴纳等。

根据公司及其子公司当地社会保险及住房公积金主管部门出具的证明，公司及其子公司在报告期内不存在因违反有关法律规章和规范性文件而受到人力资源和社会保障部门及住房公积金主管部门行政处罚的情形。

公司控股股东香港创维承诺，如因有权部门要求或决定，公司需要为员工补缴社会保险和住房公积金，或公司因此须承担任何罚款、赔偿责任或损失，将由本公司无条件全额承担该等补缴、处罚或赔偿款项，不使公司因此遭受任何损失或不利影响。

（六）劳务派遣及劳务外包情况

1、劳务派遣情况

报告期各期末，发行人劳务派遣用工情况具体如下：

时间	2021 年 12 月末	2020 年 12 月末	2019 年 12 月末
劳务派遣人数	0	31	763
正式员工人数	1,779	1,938	1,769
用工总人数	1,779	1,969	2,532
劳务派遣比例	0.00%	1.57%	30.13%

报告期内，发行人曾存在劳务派遣用工比例超过 10%的情形，但劳务派遣用工主要从事包装、保洁、配送、装配等非核心岗位，2020 年以后发行人已大幅降低劳务派遣的用工人数，并通过吸收劳务派遣工为正式员工方式对劳务派遣问题进行整改。截至 2021 年 **12 月 31 日**，发行人及子公司不存在劳务派遣用工情况，符合《中华人民共和国劳动合同法》和《劳务派遣暂行规定》等相关法律

法规的规定。

因用工流动性较大，家电行业企业普遍存在劳务派遣用工的情形，发行人的劳务派遣用工形式符合所在行业企业的经营特点。

报告期内，为发行人提供劳务派遣服务的机构共 28 家，均已取得劳务派遣资质，且与发行人不存在关联关系。报告期内，发行人已根据《劳务派遣协议》的约定向各劳务派遣单位足额支付了包括社会保险费用在内的相关费用，符合法律法规的规定。截至本招股说明书出具日，发行人与劳务派遣单位及劳务派遣人员之间不存在诉讼或纠纷。

2、劳务外包情况

报告期内，发行人及其子公司存在劳务外包的情形，发行人以劳务外包之形式，将部分非核心工序外包给劳务服务企业，劳务外包人员由劳务服务企业管理，发行人向劳务服务企业结算费用。

报告期内，发行人劳务外包费用分别为 0 万元、573.11 万元和 **8,247.91 万元**。

（1）劳务外包公司的经营合法合规性

报告期内，与发行人合作的 11 家劳务外包公司均为独立经营的实体。

劳务外包公司向发行人提供劳务的工序为包装、保洁、配送、装配等基础性工序，均为发行人生产环节中的非核心工序，从事上述劳务的人员无需具备特殊资质，从事上述业务的劳务外包公司亦无需具体特殊资质。

11 家劳务外包公司的经营范围已经包括“劳务外包”、“劳务分包”、“人力资源服务”等内容，其承接发行人劳务外包业务属于在其工商核准的经营范围内开展业务。劳务外包公司与员工签订劳动合同建立劳动关系，负责向员工发放薪资、福利。劳务外包人员由劳务外包公司派人进行管理，劳务外包业务的实施工艺和质量按照发行人的标准执行。上述劳务外包公司不存在因为向发行人提供劳务外包服务受到行政处罚的情形。劳务外包公司的业务实施及人员管理符合相关法律法规规定。

发行人为应对订单波动，提高生产组织的灵活性，缓解突发性用工需求对

公司生产经营的影响，将生产环节中技术含量较低、可替代性较强的非关键工序及辅助性工作进行外包，劳务外包公司安排劳务人员在发行人指定工作场地完成相关工作任务，发行人根据劳务外包公司完成工作量向其核算、支付劳务外包费用，其业务交易具有真实合理背景，符合商业逻辑，不存在重大风险。

（2）劳务公司不存在专门或主要为发行人服务的情形

上述劳务外包公司均为独立经营的实体，其业务实施及人员管理符合相关法律、法规规定；其主要经营以服务外包方式提供包装、保洁、配送、装配等劳务外包服务，除为发行人提供劳务外包外，上述劳务外包公司还为其他客户提供相关服务，如得润双飞电气系统南京有限公司、江苏沃元精密机械有限公司、南京沃特电机有限公司、江苏泰茂车业有限公司、帕艾斯电子科技（南京）有限公司、南京奥优美特压铸技术有限公司、艾斯梯电子（南京）有限公司等，不存在专门或主要为发行人服务的情形。

（3）劳务公司的构成及变动情况、劳务外包合同的主要内容

2020 年及 2021 年，发行人及其子公司存在劳务外包的情形，涉及的劳务外包公司共 11 家，劳务外包公司构成及变动情况如下：

序号	劳务外包公司	项目	2021 年	2020 年
1	南京嘉华人力资源有限公司	采购额（万元）	2,482.07	152.50
		占比（%）	30.09	26.61
2	南京明展企业管理咨询有限公司	采购额（万元）	787.69	41.83
		占比（%）	9.55	7.30
3	南京宁达人力资源有限公司	采购额（万元）	42.64	23.01
		占比（%）	0.52	4.01
4	南京奇胜人力资源有限公司	采购额（万元）	1,617.18	87.15
		占比（%）	19.61	15.21
5	安徽圣高人力资源有限公司	采购额（万元）	327.17	60.76
		占比（%）	3.97	10.60
6	萍乡市天辰人力资源有限公司	采购额（万元）	2,570.55	179.25
		占比（%）	31.17	31.28
7	深圳市超逸劳务派遣有限公司	采购额（万元）	69.72	-
		占比（%）	0.85	-

序号	劳务外包公司	项目	2021 年	2020 年
8	东莞市中宏劳务派遣有限公司	采购额（万元）	94.05	-
		占比（%）	1.14	-
9	江苏圣源复信息科技有限公司芜湖分公司	采购额（万元）	50.09	28.61
		占比（%）	0.61	4.99
10	商丘市国友劳务派遣有限公司	采购额（万元）	140.93	
		占比（%）	1.71	
11	洪江市众鼎人力商务咨询有限公司	采购额（万元）	65.83	
		占比（%）	0.80	
合计		采购额（万元）	8,247.91	573.11
		占比（%）	100.00	100.00

发行人与劳务外包公司签订的《劳务外包协议》从服务内容、管理方式等方面进行了约定，主要条款约定如下：

合同条款	劳务外包协议的主要内容
劳务外包内容	根据发行人工作需要，发行人同意将部分“生产工序业务”发包给劳务外包公司作业，劳务外包公司按发行人技术/生产等要求保质保量的完成生产业务。
费用结算	1、外包劳务费用以月度完成工作量为结算基础，按照一定标准结算。 2、双方应于次月 15 日前结算上月外包费用，劳务外包公司开具发票，发行人收到发票后 3 个工作日内支付上一个月的外包费用。
双方权利义务	发行人： 1、发行人应当为劳务外包公司提供安全完备的生产作业场地，设备及合格的原材料； 2、发行人应负责操作设备的检修、保养，确保为劳务外包公司提供生产作业正常运转； 3、发行人应提供相应的操作流程与质量检验标准，确保乙方劳务外包公司按标准生产； 4、发行人有权指定相关人员迸行产品质量与进度的跟进、巡检，按质量要求进行产品验收，对不合格品有权拒绝接受并要求返工； 5、发行人有权对不符合技术要求与操作规程子以制止与纠正； 劳务外包公司： 1、劳务外包公司有权要求发行人提供合格的原材料与生产设备，有权要求发行人对新产品提供相应的作业指导与质量认可标准。 2、劳务外包公司应确保员工按发行人提供的操作流程、技术标准、按时保质保量完成加工生产计划及任务。对于劳务外包公司员工未按照发行人生产要求加工生产出的不合格品及工序瑕疵，劳务外包公司应当安排无条件返工，直至满足发行人生产要求及技术标准。 3、劳务外包公司应确保员工对发行人加工与生产相关产品、图纸、专有技术做好保密工作，不得泄露给第三方。未经发行人许可，严禁私自带出发行人任何配件、物料。 4、劳务外包公司应当安排专人对其员工进行有效管理，保证员工队伍的稳定。

报告期内，劳务外包费用及其占比情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
劳务外包费用	8,247.91	573.11	-
营业成本	353,204.31	324,632.60	313,412.20
劳务外包费用占营业成本的比例	2.34%	0.18%	-

注：劳务外包费用为含税数据。

发行人从 2020 年 12 月开始与劳务外包公司开始合作，并逐步增加采购金额，同时，发行人减少了劳务派遣的用工数量，用工方式的变更导致报告期内发行人劳务外包费用大幅增长，故劳务外包金额占当期营业成本比例逐渐提高。报告期内，发行人外包金额随营业收入增长而增加，报告期内劳务数量及费用变动原因合理，与发行人经营业绩相匹配。发行人劳务费用定价公允，不存在跨期核算情形。

第六节 业务和技术

一、公司主营业务、主营产品及设立以来的变化情况

（一）发行人主营业务、主要服务及产品的基本情况

1、发行人主营业务概况

创维电器主要从事冰箱、洗衣机、平板电脑等产品的研发、生产和销售，目前已形成自主品牌与 ODM 协同发展的业务模式。创维电器自成立以来始终致力于成为智能家电行业中的一线品牌和**优质**企业，坚持以技术为驱动、以客户需求为引导，不断推出引领市场的创新产品，创造全场景智能生活体验，满足用户美好生活的需求。

公司研发实力雄厚，设有先行技术研究院、创维白电研究院及冰洗技术中心等完备的研发体系，掌握了互联互通、Ai 智能语音、主变一体、超静音变频、六代 IDD 七星洗、智能投放等多项核心技术，截至本招股说明书签署日，公司拥有境内专利 **202** 项（其中发明专利 **18** 项），境外专利 5 项，软件著作权 98 项，在行业内形成了较强的技术优势。

公司以用户为导向，不断进行产品升级创新紧跟用户需求变化，同时为用户提供优质的配套服务。经过多年的发展，创维电器获得了较高的用户认可度，建立了良好的品牌形象。

目前，创维电器已成长为智能家电领域的优质企业，先后获得国家高新技术企业、工信部两化融合贯标企业、双软企业、江苏省智能车间示范单位、国家认可的 CNAS 实验室、“十三五”中国十大洗衣机出口企业、省市级工业设计中心、省市级工程技术研究中心等荣誉称号。

2、主要产品的基本情况

公司主要产品包括冰箱、洗衣机及平板电脑三大类。

公司的冰箱产品具备智能、节能、健康等优点：①创维冰箱搭载了智能语音系统，可实现全语音交互，在食材选购、菜谱选择、烹饪、语音调温、售后联络等方面为用户提供全新的体验；②创维冰箱配置的 180°矢量直流变频压缩机具

有高效节能的特性，一体式直流变频风机使得动平衡能力更强、风速更均匀，全直流双变频技术使得冰箱温度更为恒定，上述设备确保创维冰箱具有良好的节能特性；③创维冰箱采用可再生循环的 HIPS 内胆材料和食品级的 GPPS 健康透明内饰，内饰材料添加了强效抗霉抗菌因子，低温状态下不会释放有害物质，有效防止食物在存放期间被二次污染，保障健康生活；与此同时，创维冰箱采用 ACS 空气净化系统，设有杀菌除味滤芯、多种天然草本活性因子，具有良好的杀菌性能。

创维洗衣机产品具有智能、节能、健康等优点：①创维洗衣机搭载“i-health”智能控制系统，可与手机互动操作，能够随时感知衣物的清洗状况、精确检测洗衣机用水情况等；同时，创维洗衣机配置了第三代 AI 智能语音，能够实现“可离线、多语言、多麦克、支持升级、多场景、60+指令”的先进功能，为用户提供智能便捷的操作体验；②创维高端洗衣机使用 DD 直流变频电机，搭配“i-health”系统，采用 1Hz 变频矢量控制技术、直流变频技术，大幅度提升电能向动能的转化效率，节能效果明显；③创维洗衣机使用 360°双喷瀑技术，对内桶外壁进行充分冲刷，实现侧壁的自动清洗，全方位冲刷衣物和视窗上的泡沫残留；同时，采用行业领先的 96℃高温消毒洗技术，避免桶内污垢和洗涤剂残留对衣物的二次污染，具有优良的杀菌能力。

公司平板电脑产品机身超薄、轻盈便携；显示屏采用多点触控电容屏，具备灵敏快捷的操控体验；性能较好，兼具娱乐和商务属性。

（1）冰箱

公司冰箱产品分为风冷及直冷两大门类。其中，风冷冰箱主要利用内部空气循环进行制冷，高温空气流经内置的蒸发器（与冰箱内壁分开）并与蒸发器发生热交换，空气温度降低后吹入冷冻室使得其温度下降。

直冷冰箱由蒸发器进行制冷，蒸发器与冷冻室的内壁直接接触进行热交换从而达到降温的效果。蒸发器由 S 形的制冷盘管组成，压缩机制出的冷气流经制冷盘管使得蒸发器温度降低，从而导致冷冻室温度下降。

公司主要风冷系列冰箱产品如下表所示：

序号	系列	容积	配置及功能	图例
1	对开门	545L/485L/450L/408L/**610L/558L**	变频一级、21 吋大屏、WiFi	
2	美式对开门	505L	变频一级、6 吋彩屏、宽幅变温、WiFi	
3	十字四门	540L/505L/455L/420L	变频一级、21 吋大屏、变温、WiFi	
4	法式四门	418L/345L/325L/286L/268L	变频一级、WiFi	
5	风冷三门	266L/ 220L /212L	变频一级、宽幅变温、WiFi	
6	风冷二门	330L/ 256L/ 210L/ 186L	变频风机	

公司主要直冷系列冰箱产品如下表所示：

序号	系列	容积	配置及功能	图例
1	直冷三门	216L/195L	机身小巧，微霜设计	
2	直冷二门	186L/170L	机身小巧，微霜设计	

（2）洗衣机

公司洗衣机产品主要分为滚筒洗衣机、波轮洗衣机两大门类，由不锈钢内桶、金属外壳、电机及机械程序控制器组成。其中，滚筒洗衣机，通过内筒顺时针和逆时针转动，利用筒壁上的提升筋带动衣物不断被提起，衣物至一定高度后由于重力作用自然落下产生摔打作用，从而实现洗涤功能。波轮洗衣机通过波轮运动所产生的旋流形成悬浮运动，促使洗涤液冲刷衣物并在衣物与衣物、衣物与筒壁之间产生冲击和摩擦，最终实现对衣物的洗涤功能。

公司主要滚筒系列洗衣机产品如下表所示：

序号	系列	细分型号	配置及功能	图例
1	大 V 系列	30 单洗/洗烘	i-DD 直驱变频、隐藏式触摸面板、520mm 黑门大视窗、活水双喷淋、一键智洗、空气洗、除菌消毒洗、除螨抗过敏	
2	大 V 系列	28 单洗/洗烘一体	i-DD 直驱变频、隐藏式触控彩屏、520mm 钻石肌理防烫罩、活水双喷淋、一键智洗、智选脏污度、智能筒灯、空气洗、除菌消毒洗、除螨抗过敏	
3	Classic 系列	07 系列/08 系列	LED 显示、触摸按键、大视窗、自动门锁、冰晶内筒设计、96℃高温洗、桶自洁功能	
4	Premium 系列	40 系列/39 系列	隐藏式触摸面板、大视窗、3D 全方面喷淋、智能筒灯、除螨杀菌	
5	Fancy 系列	30 系列/28 系列	隐藏式触摸面板、大视窗、3D 全方面喷淋、智能筒灯、除螨杀菌	
6	Luxury 系列	42 系列/16 系列/19 系列	LED 显示、触摸按键、大视窗、自动门锁、冰晶内筒设计、96℃高温洗、桶自洁功能	
7	46 系列	45 系列/46 系列	LED 显示、镀铬外门、智能筒灯、除螨杀菌、i-DD 电机	
8	12kg 大容量系列	36 系列/37 系列/21 系列	12kg 大容量、i-DD 电机	

公司主要波轮系列洗衣机产品如下表所示：

序号	系列	细分型号	配置及功能	图例
1	Win 系列	6-7kg/8kg 塑料门/8kg 玻璃门	塑料翻盖、Fuzzy 智能模糊控制、预约功能	
2	玻璃门系列	53A 系列/52B 系列/59A 系列	钢化玻璃面板、一体式玻璃盖板、Fuzzy 智能模糊控制	
3	全不锈钢系列	59B 系列/55B 系列/55A 系列	一体化玻璃门、Fuzzy 智能模糊控制	

（3）平板电脑

公司平板电脑产品主要分为便携式平板电脑、数码相框两大类。便携式平板电脑，由主板、触摸屏、显示屏、电池、摄像头和金属外壳等硬件设备组成，搭载 Android 系统，可满足用户基本的娱乐办公需求。

数码相框，系用于观看和分享数码照片的专用设备，采用传统相框的外框造型，将相框的中间照片部分替换成液晶显示屏，搭配电源、存储介质等部件，可直接展示或播放数码照片，为用户提供一个更好的照片展示平台。

公司便携式平板电脑产品如下表所示：

序号	系列	细分型号	配置及功能	图例
1	**智控家居终端**	**D 系列**	**机身轻薄，造型经典。搭载云端服务，数据一键传输，操作简单，实现实时更新**	
2	智控支付终端	NQ 系列	行业应用操作流畅、适配于移动与物联网、多尺寸深度定制	
3	智控医护终端	Y 系列	11.6 寸全高清显示屏、眼球追踪操作高科技应用、超大容量内外电池、附件包功能强	

公司主要数码相框产品如下表所示：

序号	系列	细分型号	配置及功能	图例
1	日系东芝线	SD-P 系列	7/9/10 多尺寸 180 度旋转显示屏、红光标清/蓝光高清碟片播放、USB/SD 外设支持	

3、主营业务收入的构成

报告期内，公司主营业务收入的构成情况如下表所示：

单位：万元，%

产品	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
冰箱	**165,310.36**	**42.22**	173,611.15	47.26	171,094.28	46.89
洗衣机	**172,625.72**	**44.09**	149,925.26	40.81	153,058.88	41.95
平板电脑	**42,015.89**	**10.73**	31,454.48	8.56	23,346.52	6.40
其他	**11,618.07**	**2.97**	12,365.67	3.37	17,384.44	4.76
合计	**391,570.04**	**100.00**	**367,356.55**	**100.00**	**364,884.12**	**100.00**

报告期内，公司收入主要来自对冰箱、洗衣机产品的销售，两者合计占营业收入比例在 85%以上。报告期内，平板电脑产品销售收入保持快速增长的趋势，占营业收入比例持续提升。

4、主要荣誉

近年来，公司获得的主要荣誉如下：

序号	颁发时间	颁发单位	授予对象	奖项名称
1	**2022**	**江苏省发展和改革委员会**	**创维电器**	**江苏省第四批产教融合型试点企业**
2	2021	中华人民共和国工业和信息化部	创维 BCD-505WTGPSi/F1046RD	绿色设计产品
3	2021	江苏省工业和信息化厅	创维电器	江苏省绿色工厂
4	2021	江苏省发展和改革委员会	创维电器	江苏省工程研究中心
5	2021	中国家用电器研究院	创维电器	洗衣机行业十强品牌
6	2021	中国家用电器研究院	创维洗衣机 F1058RD（H）	年度优秀产品
7	2020	中华人民共和国工业和信息化部	创维 E1221TDi/WX45CPS	绿色设计产品
8	2020	德国红点奖委员会	创维 WM Ffesher	德国红点奖
9	2020	中国设计红星奖委员会	创维 46 系列滚筒洗衣机	中国设计红星奖
10	2020	中国设计红星奖委员会	创维清新洗衣机	中国设计红星原创奖
11	2020	江苏省科学技术厅	创维电器	江苏省工程技术研究中心
12	2020	南京市溧水区人民政府	创维电器	溧水区政府质量奖
13	2020	南京市人民政府	创维电器	南京市总部企业
14	2020	南京市科学技术局	创维有限	南京市创新型领军企业
15	2020	南京市发展和改革委员会	创维有限	南京市工程研究中心智能家用电器

序号	颁发时间	颁发单位	授予对象	奖项名称
16	2020	中国机电产品进出口商会	创维有限	2016-2020“十三五”中国十大洗衣机出口企业
17	2019	江苏省发展和改革委员会	创维有限	江苏省先进制造业和现代服务业深度融合试点
18	2019	中国设计红星奖委员会	创维 BCD-420WXGP	中国设计红星奖
19	2019	江苏省安全生产协会	创维有限	安全生产标准化二级企业
20	2019	中国冰箱行业高峰论坛组委会	创维有限	2019 中国冰箱行业 AIoT 智能倡导品牌
21	2019	中国冰箱行业高峰论坛组委会	创维 BCD-536WGPi	2019 中国冰箱行业智能体验之星
22	2019	中国家电园&京东家电	创维 W450BP	2019 中国冰箱行业线上纤薄无霜变频之星
23	2018	中国机电产品进出口商会	创维有限	2018 年中国十大洗衣机出口企业
24	2017	江苏省经济和信息化委员会	创维有限	江苏省认定企业技术中心
25	2017	江苏省经济和信息化委员会	创维有限	江苏省认定工业设计中心
26	2017	江苏鸿信系统集成有限公司	创维有限	两化融合管理体系评定证书
27	2017	洗衣机 干衣机行业高峰论坛	创维有限	2017 年度中国洗衣机行业健康除菌品牌
28	2017	江苏省软件行业协会	创维研究院	软件企业证书
29	2017	南京市科学技术委员会	创维有限	南京市工程技术研究中心
30	2017	南京市经济和信息化委员会	创维有限	南京市工业设计中心
31	2016	南京市经济和信息化委员会	创维有限	南京市认定企业技术中心
32	2016	中国冰箱行业高峰论坛组委会	创维有限	2016-2017 年度冰箱行业健康科技新锐品牌
33	2016	江苏省经济和信息化委员会、江苏省财政厅	创维电器	江苏省示范智能车间
34	2016	江苏省科学技术厅、江苏省财政厅、江苏省国家税务局、江苏省地方税务局	创维有限	高新技术企业
35	2016	江苏省民营企业联合会、江苏省民营企业家协会、江苏名牌事业促进会	创维有限	江苏省优秀企业

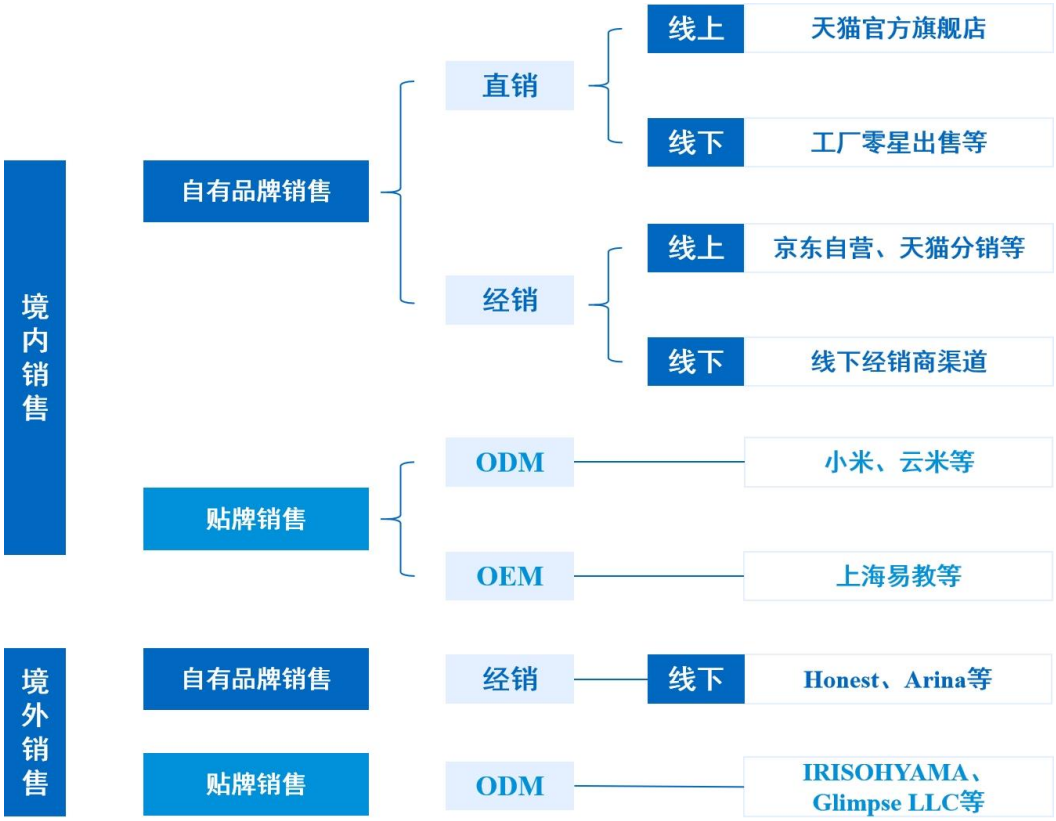
（二）发行人主要经营模式

1、盈利模式

公司主要从事冰箱、洗衣机、平板电脑等产品的研发、生产和销售。报告期内，公司收入及盈利主要来自于冰箱、洗衣机、平板电脑产品的销售。

2、销售模式

报告期内，公司采取直销、ODM/OEM 和经销相结合，线上销售和线下销售相结合的销售模式，销售区域包含境内与境外，如下图所示：



（1）境内销售

报告期内，境内销售主要包括自有品牌销售、贴牌销售两大类，其中自有品牌销售包含直销、经销两种销售模式，贴牌销售为 ODM/OEM，其中 ODM 占大多数，OEM 相对较少。

1）直销模式

直销模式分为线上、线下两类。线上直销，是指公司通过在第三方 B2C 平台开设的自营店铺直接向消费者销售产品，包括创维天猫旗舰店、京东 POP 店以及抖音、快手和有赞店铺。公司线上直销模式店铺如下表所示：

序号	平台	店铺名称	网址链接
1	天猫	创维冰洗旗舰店	https://skyworthbx.tmall.com/shop/view_shop.htm?spm=a220m.1000862.1000730.3.43c92185Re34nN&user_number_id=1706743563&rn=20dd024cdcf31d1daefb1bbb51c060ab

序号	平台	店铺名称	网址链接
2	京东	创维冰箱洗衣机旗舰店	https://mall.jd.com/index-10162254.html?from=pc
3	抖音	创维大家电旗舰店	https://fxg.jinritemai.com/ffa/mshop/homepage/index
4	快手	创维电器专卖店	https://app.kwaixiaodian.com/merchant/shop/list?id=2333601177
5	有赞	创维电器官方旗舰店	-

注：有赞店铺为微信小程序，无网址链接。

线下直销模式下，公司直接向消费者销售产品，主要系工厂零星出售等。

2）经销模式

经销模式分为线上经销、线下经销两类。

线上经销，根据合作模式的不同，具体有以下四类：

①公司将产品销售给京东，再由京东销售给终端消费者；

②公司先将产品销售给经销商，再由经销商将产品销售给合作的电商平台，最终由电商平台实现对终端消费者的销售；

③公司先将产品销售给经销商，再由经销商通过网店销售给终端消费者，并由经销商负责订单管理及后续的物流配送。

④经销代发货，即终端消费者在经销商的网店下单后，订单信息转至公司并由公司直接发货给终端消费者。

线下经销，是指公司与经销商签署经销协议，经销商以买断的方式向公司采购产品，后续将产品销售至零售门店等销售网点或直接向终端消费者销售。

可比上市公司中，海尔智家、澳柯玛、长虹美菱、惠而浦均涉及经销模式，公司销售模式与同行业可比上市公司不存在重大差异。

公司名称	销售模式说明
海尔智家	多元化的渠道体系，实现国内一二三四线市场的全覆盖，提供随时随地购物便捷体验。与国美、苏宁等家电专业连锁、天猫、京东等电商平台保持良好战略合作关系；自有渠道，全国建设 8,000 多家县级专卖店、27,000 余家乡镇网络；综合店渠道，成立 V58、V140 俱乐部等，与区域家电分销龙头企业保持密切合作；加速推进如建材、装修市场等前置渠道的触点网络建设，触点数量超过 2,500 家。
海信家电	未披露

公司名称	销售模式说明
澳柯玛	公司主要产品内销以“代理+直营（直销）”的营销模式为主。公司产品外销以自有品牌和 OEM 并重，聚焦、精耕重点核心市场，积极开展跨境电商业务。
长虹美菱	公司运用智慧交易平台，有效提高运营效率、降低成本，为后续发展积蓄力量；海外市场通过加大海外营销机构、研发基地、生产基地等投入，与国际知名的家电品牌商、经销商合作，不断优化客户结构和提升产品结构，积极开拓海外市场，产品出口 130 多个国家和地区。
惠而浦	本集团的产品销售主要分为国内销售和出口销售。国内销售主要分为经销模式、代销模式及网络销售模式；出口销售为自营出口。
奥马电器	国外市场采用 ODM 经营模式，以高性价比产品及稳定的供货能力赢得众多客户信赖。国内市场主要采取 OBM 经营模式，生产和销售自主品牌“Homa 奥马”牌冰箱和冷柜。

3）ODM/OEM 模式

ODM 模式，是指公司按照客户的订单要求进行设计研发、生产，由客户对产成品进行验收，并以客户的品牌实现最终销售。OEM 模式，是指公司按照客户的订单要求进行生产，但不负责设计研发工作。报告期内，公司与云米、小米等的合作属于 ODM 模式，与好成绩网络、上海易教的合作属于 OEM 模式。

（2）境外销售

报告期内，境外销售主要包括自有品牌销售、贴牌销售两大类，其中自有品牌销售为线下经销模式，贴牌销售为 ODM 模式。

对于境外销售，公司主要采用“FOB”、“CIF”和“EXW”的条款。对于采用“FOB”、“CIF”条款的，公司按照合同或订单规定期限将货物运送至装运港口，在出口货物越过船舷时视为货物的风险及报酬已经转移，公司确认收入；对于采用“EXW”条款的，出口货物在合同规定的工厂交付于客户后，公司确认收入。

报告期内，公司不同销售模式下的主营业务收入构成情况如下：

单位：万元，%

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直销	**11,894.49**	**3.04**	9,935.59	2.70	11,490.46	3.15
经销	**151,718.85**	**38.75**	151,064.04	41.12	172,687.46	47.33
ODM	**227,219.42**	**58.03**	202,583.63	55.15	176,550.25	48.39
OEM	**737.29**	**0.19**	3,773.29	1.03	4,155.96	1.14

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营营业收入合计	391,570.04	100.00	367,356.55	100.00	364,884.12	100.00

发行人采取自主品牌销售与 ODM 协同发展的业务模式。发行人较好的技术实力及优秀的品控能力获得了较多家电品牌企业的认可，加之新兴互联网品牌企业的崛起，公司 ODM 业务**收入持续增长**，已成为公司业绩强有力的支撑。未来，公司将进一步加深与 ODM 客户的合作，保持 ODM 业务稳定增长，为公司提供稳定的盈利来源。

公司自成立开始，始终注重自身品牌的塑造。经过多年的经营，凭借良好的产品质量及优质的服务获得了客户的青睐。公司自主品牌销售主要包括直销及经销两种模式，并分为线上及线下两类渠道。2020 年，受到新冠疫情的影响，线下经销渠道受到较大的影响导致该渠道下销售收入出现较大幅度的下降；而公司线上渠道起步较晚，线上直销及线上经销收入未实现快速增长，从而导致自主品牌销售规模 2020 年出现一定的下降。未来，公司将加大在线上渠道的投入，大力拓展线上渠道，从而促进自主品牌销售规模的持续增长；同时，公司将持续加大品牌宣传力度，增强自身品牌的市场知名度及影响力，为自主品牌销售业务的增长提供助力。

未来，公司将继续保持自主品牌销售与 ODM 业务协同发展的业务模式，保持业绩稳定增长。

按照销售渠道进一步细分，公司主营业务收入构成情况进一步列示如下：

单位：万元，%

渠道				2021 年		2020 年		2019 年	
				收入	占比	收入	占比	收入	占比
国内	自有品牌销售	直销	线上	11,288.35	2.88	9,745.18	2.65	11,226.81	3.08
			线下	606.14	0.15	190.41	0.05	263.65	0.07
		经销	线上	74,859.73	19.12	76,461.92	20.81	67,064.04	18.38
			线下	71,344.08	18.22	69,553.26	18.93	99,903.67	27.38
	贴牌销售	ODM		109,780.13	28.04	102,961.19	28.03	84,887.01	23.26
		OEM		737.29	0.19	3,773.29	1.03	4,155.96	1.14
	小计			268,615.72	68.60	262,685.26	71.51	267,501.13	73.31

渠道			2021 年		2020 年		2019 年	
			收入	占比	收入	占比	收入	占比
国外	贴牌销售	ODM	**117,439.29**	**29.99**	99,622.43	27.12	91,663.24	25.12
	自有品牌销售	线下经销	**5,515.03**	**1.41**	5,048.86	1.37	5,719.75	1.57
	小计		**122,954.32**	**31.40**	**104,671.30**	**28.49**	**97,382.99**	**26.69**
合计			**391,570.04**	**100.00**	**367,356.55**	**100.00**	**364,884.12**	**100.00**

（3）第三方回款情况

报告期各期，发行人存在第三方回款的情形，第三方回款金额分别为31,683.45 万元、28,999.45 万元和 **33,260.36 万元**，占当期含税收入的比例分别为 7.39%、6.69%和 **7.53%**。

公司客户通过第三方付款的主要原因有：1）部分客户通过实控人、直系亲属等关联方代为支付；2）部分客户出于自身支付便利性或受所在国家外汇管制，委托合作伙伴、第三方代理机构等代为向公司支付货款。扣除企业客户所控制企业、企业客户法人、实控人及实控人所控制企业、集团财务公司、个体工商户或自然人客户所控制企业及直系亲属、应收账款保理等合理回款情形后的第三方回款金额占含税收入的比例分别为 5.52%、4.45%和 **2.87%**。

单位：万元

项　目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
第三方回款金额	**33,260.36**	28,999.45	31,683.45
其中：企业客户所控制企业、企业客户法人、实控人及实控人所控制企业、集团财务公司回款	**9,535.88**	9,489.06	7,487.87
个体工商户或自然人客户所控制企业及直系亲属回款	**152.50**	206.91	547.12
应收账款保理	**10,890.21**	-	-
扣除上述情形后的第三方回款金额	**12,681.78**	**19,303.48**	**23,648.46**
扣除上述情形后的第三方回款占收入比例	**2.87%**	**4.45%**	**5.52%**

公司第三方回款均基于正常的经营活动产生，具有商业合理性。第三方回款占收入比例处于合理可控范围，第三方回款相关销售真实、准确，不存在虚构交易或调节账龄情形，公司也不存在因第三方回款导致的相关纠纷。

3、采购模式

公司采购主要分为原材料及零部件采购、OEM 采购两类，其中原材料及零部件采购分为自主采购、双经销采购两种模式。

（1）自主采购

自主采购系公司最主要的采购模式，该模式下公司直接向原材料生产商或贸易商采购原材料或零部件，主要包括吸塑原料、异氰酸酯等原材料，压缩机、电机、电脑板等电器件，以及箱壳板材等机械件。

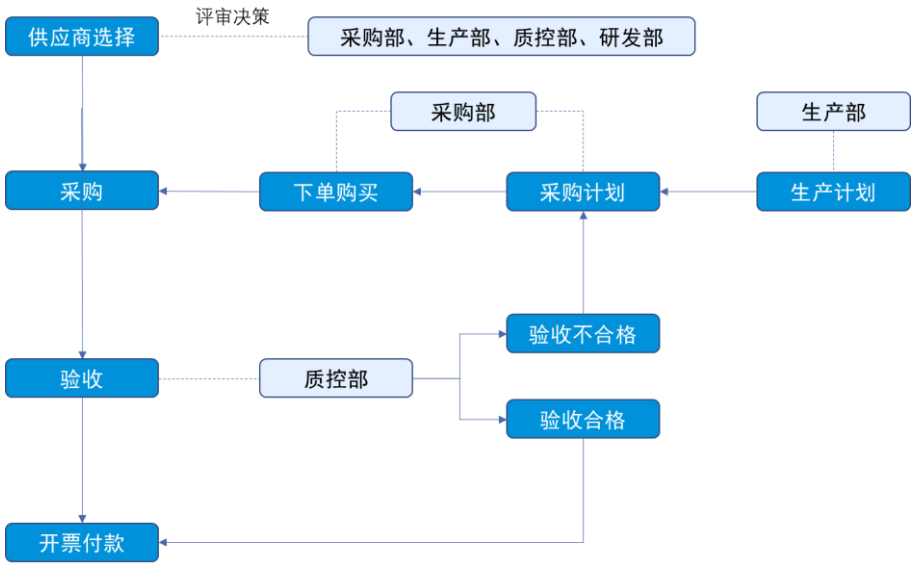
在供应商选择上，公司从品质、价格、交货速度等方面进行综合考核，最终由公司采购、生产、质控部以及研发部门集体评审决策，评审合格的供应商纳入公司供应商体系。

公司采购部根据生产部门制定的生产计划编制月度采购计划，由采购人员将采购计划进行分解形成分项采购计划，并结合安全库存、进货周期确定需采购货物的品种、数量，并据此选择原材料供应商并下达原材料采购订单。在主要原材料价格发生大幅波动时，公司会在安全库存范围内适当调整原材料采购计划。

公司的原材料、零部件、辅料等标准化采购产品在入库前需经公司质量控制部门验收，若物资质量不合格则由采购部以书面形式反馈给供应商，向其提出退换货要求。

原材料及零部件采购是公司品质管理及成本控制的重要环节，公司在 ERP 软件系统中对采购订单申请、采购订单发送、产品入库、发票核销及付款等整个采购环节进行管控。

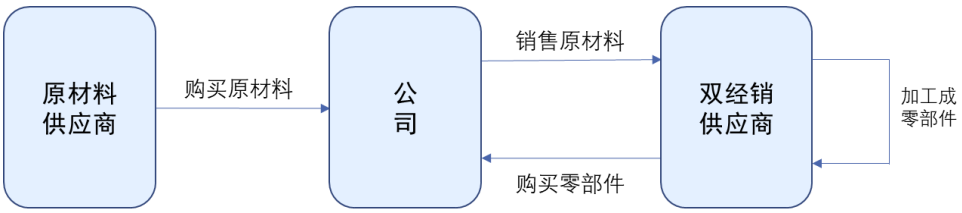
公司采购的具体流程如下图所示：



（2）双经销采购

双经销采购模式，是指公司集中采购原材料并销售给供应商，供应商将原材料加工成零部件之后再销售给公司。双经销采购是家电行业公司较为常用的采购模式，公司采用双经销采购模式，主要系①对原材料的品质进行管控；②由公司集中采购原材料具有一定的价格优势，有助于降低公司成本。

双经销采购的流程如下图所示：



双经销模式下，公司主要向供应商销售塑料粒子、风机、减震器、门封、WiFi 模块等原材料，主要向供应商采购控板、抽屉、上盖板、桶底、桶盖、搁架、电脑板等零部件。

（3）OEM 采购

报告期前期，公司存在 OEM 采购情形，主要原因为：部分冰箱、洗衣机型号的销售规模较低、生产技术要求较高，而开发模具、购置生产设备、开发相关生产技术的成本较高，公司自行生产不具备规模效应，因此通过 OEM 采购的方式将其外包给其他生产厂商。

随着相关型号产品销售规模的提升、公司生产技术体系的逐步完善，公司已

逐步将 OEM 采购替换为自行生产，报告期内 OEM 采购的规模大幅下降。

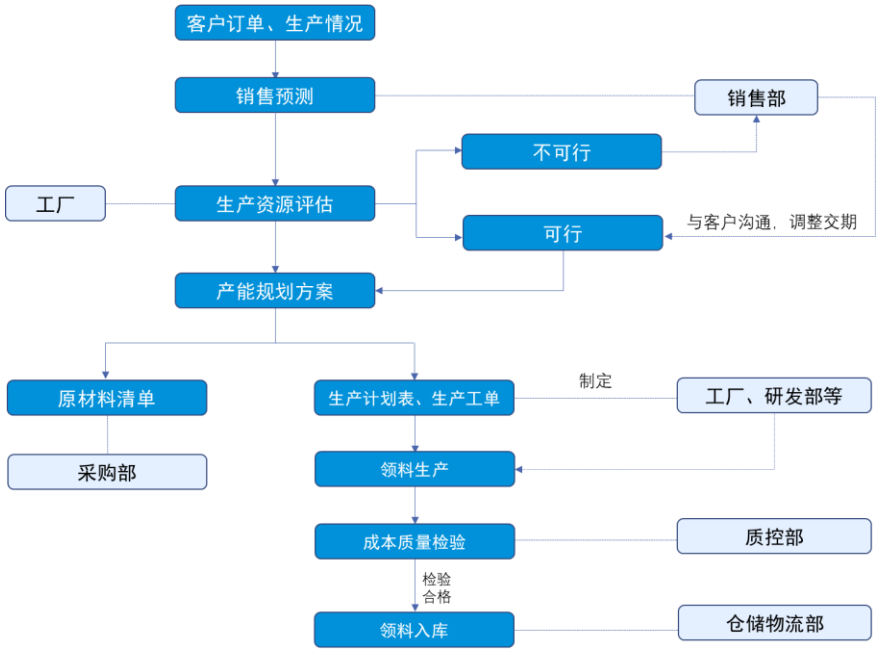
4、生产模式

公司根据客户订单情况、市场情况决定生产计划。对于 ODM/OEM 客户，公司主要采用以销定产的生产模式；对于经销客户，结合订单情况及市场情况制定生产计划；对于零售客户，根据市场情况制定生产计划，进行提前备货。

报告期内，公司主要采用自主生产的方式，并采用少量的委托加工。

（1）自主生产

公司的产品生产主要由工厂、研发、采购、销售、仓储物流等部门协调配合、共同完成。销售部门根据客户订单、市场情况提出销售预测，对于工厂评估后认为难以满足客户交期的订单，由销售部门跟客户沟通后调整交期。其后，工厂会同研发等各部门讨论后制定产能规划方案，由采购部门准备原材料，由工厂制订生产计划表、开立生产工单，并据此领料进行生产。成品完成后进行质量检验，检验合格后由仓储物流部安排入库。公司生产流程如下图所示：



（2）委托加工

公司平板产品生产过程中需要通过贴片工序将集成电路、电阻、电容的电子料贴合在印刷线路板上。2020 年及以前年度，公司未组建贴片生产线，因此将该工序委托给深圳粤宇科技有限公司、深圳创维液晶有限公司等公司进行。

自 2021 年开始，公司组建了贴片生产线，已将大部分贴片工序替换为自主生产，后续将持续减少委托加工的规模。

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

公司采用目前的经营模式系根据行业特性、公司发展规划、客户需求情况等多方面综合确定，公司经营模式和关键影响因素在报告期内未发生重大变化，预计未来短期内也不会发生重大变化。

（三）设立以来发行人主营业务、主要产品或服务、主要经营模式的演变情况

1、主营业务的演变情况

（1）2013 年至 2018 年：探索期

公司成立于 2013 年，成立之初主要从事冰箱、洗衣机的研发、生产及销售。依靠严格的品质管控、创维品牌的市场知名度逐渐积累客户资源及行业影响力。

（2）2018 年至 2020 年：快速发展期

自成立以来，公司始终重视技术创新与产品质量管控，为客户提供良好的产品使用体验，逐步赢得了市场的认可。

自 2018 年开始，公司抓住电商市场飞速发展的契机大力发展线上销售渠道，线上自营店铺、线上经销商的收入都实现了大幅增长。另一方面，公司凭借深厚的技术实力、良好的产品品质获得了诸多家电品牌企业的青睐并与其建立了合作关系，通过 ODM/OEM 的方式向其销售产品，ODM/OEM 收入也实现大幅增长。与此同时，公司积极开拓海外市场并初具成效，外销规模开始快速增长。

（3）2020 年至今：稳定发展期

2020 年，公司通过同一控制下企业合并收购深圳电器，深圳电器主要经营平板电脑的研发、生产及销售业务。深圳电器纳入创维电器旗下后发展情况良好，2020 年以来，受疫情影响远程办公、在线教育等下游市场需求旺盛，平板电脑产品销售快速增长。

完成对深圳电器的整合后，公司产品包含冰箱、洗衣机、平板电脑，销售模式涵盖直销、经销、ODM/OEM，覆盖境内外，形成了产品丰富、渠道多样的业

务格局，进入稳定发展期。

2、主要产品的演变情况

2020 年，公司收购深圳电器，在冰箱、洗衣机的基础上扩展了平板电脑业务，形成了丰富的产品线。

随着物联网、人工智能、5G 通信等技术的不断普及，公司紧抓智慧家居行业发展机遇，在智能互联方面不断进行技术创新，掌握了互联互通、Ai 智能语音、主变一体、超静音变频、六代 IDD 七星洗、智能投放等多项核心技术，在行业内形成了较强的技术优势。

公司冰箱产品搭载了公司和百度联合打造的智能语音系统，可实现全语音交互，在食材选购、菜谱选择、烹饪、语音调温、售后联络等方面为用户提供全新的体验。

洗衣机产品搭载“i-health”智能控制系统，可与手机互动操作，能够随时感知衣物的清洗状况、精确检测洗衣机用水情况等；同时，创维洗衣机配置了第三代 AI 智能语音，能够实现“可离线、多语言、多麦克、支持升级、多场景、60+指令”的先进功能，为用户提供智能便捷的操作体验

3、经营模式的演变情况

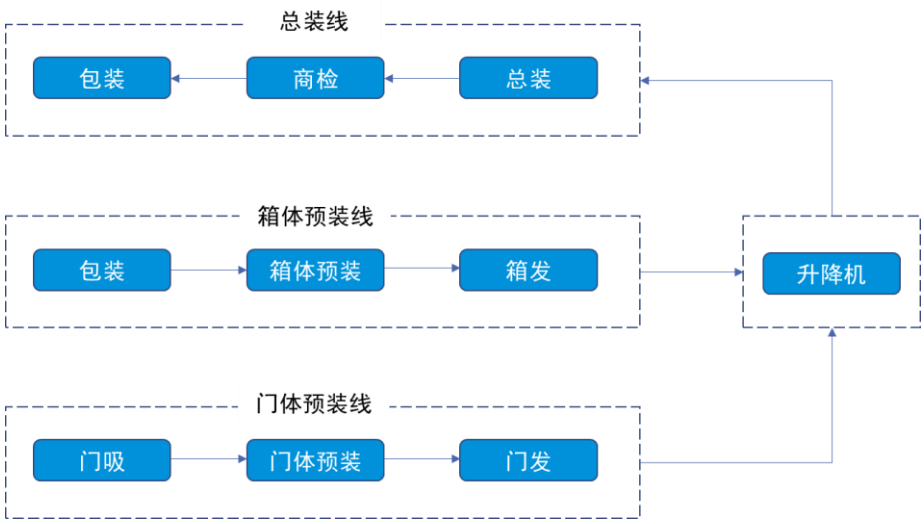
报告期内，公司采用自主品牌销售与 ODM 协同发展的业务模式，以自主生产为主的生产方式，自主采购、双经销采购及 OEM 采购相结合的采购方式。

报告期内，公司凭借深厚的技术实力、优良的产品品质获得了众多家电品牌企业的青睐，与其建立了深厚的合作关系，导致 ODM/OEM 收入占比逐年升高。

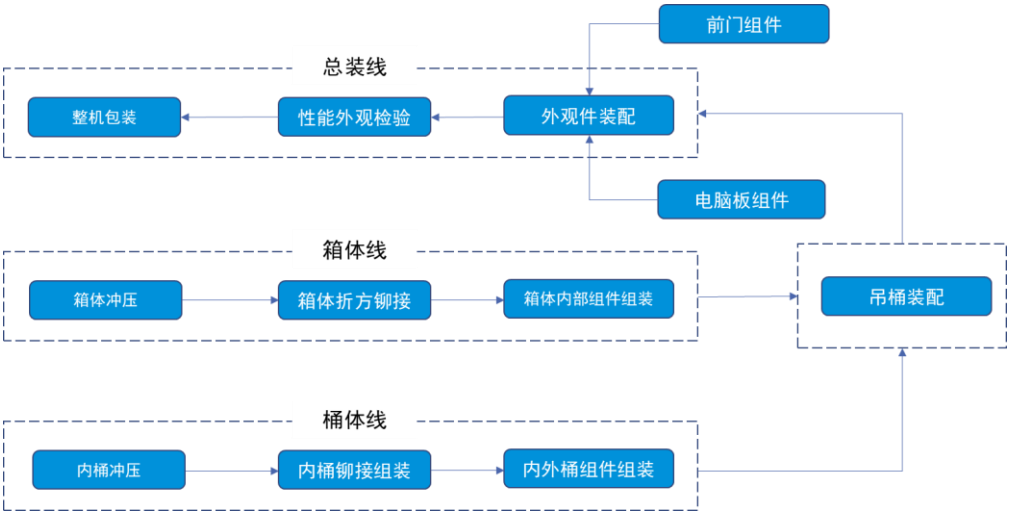
报告期内，公司主要经营模式未发生变化。

（四）发行人主要产品及工艺流程图

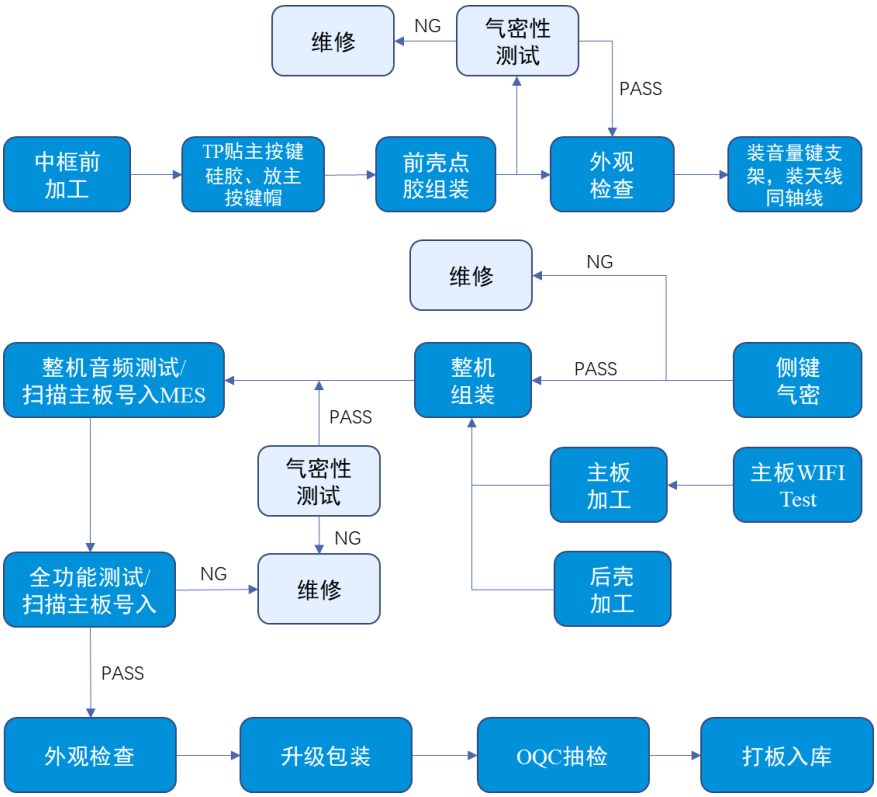
1、冰箱产品生产工艺



2、洗衣机产品生产工艺



3、平板电脑产品生产工艺



（五）生产经营中涉及的主要环境污染物及其处置情况

公司主营业务为冰箱、洗衣机、平板电脑产品的研发、生产和销售，根据《国民经济分类》公司主营业务属于家用电力器具制造，属于机械制造行业，不属于重污染行业。公司自成立以来，一贯重视环境保护工作，制定了《生态环境保护管理制度》、《固体废弃物管理制度》、《环保设备设施管理制度》，通过对生产活动进行监测和管理，确保公司生产废水、废气、噪声、固体废弃物的排放达标。

公司生产经营中涉及的主要污染物及其处理情况如下表所示：

污染种类	主要污染物	处理方式	处理能力
固体垃圾	生活垃圾	委托有资质的第三方处理	充足
	工业垃圾		充足
	危险废物		充足
废水	pH	接溧水经济开发区污水管网进入秦源污水处理厂处理	充足
	悬浮物		充足
	化学需氧量		充足

污染种类	主要污染物	处理方式	处理能力
	氨氮		充足
	总磷		充足
废气	VOCs	废气处理设施	充足
噪声	噪音污染	设备下沉式安装、隔音板、隔音耳罩	充足

二、发行人所处行业的基本情况

（一）发行人所属行业及依据

根据《国民经济行业分类与代码》（GB/T4754-2017），公司所属行业为“电气机械和器材制造业（C38）”下的“家用电力器具制造（C385）”，具体细分行业为“家用制冷电器具制造（C3851）”和“家用清洁卫生电器具制造（C3855）”。根据《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所处行业为“电气机械和器材制造业（C38）”。

（二）行业主管部门、监管体制、主要法律法规及政策

1、行业主管部门

报告期内，国家发展与改革委员会、工业与信息化部、国家市场监督管理总局为我国家用电器行业的主管部门。

国家发展与改革委员会及其各地分支机构的主要职能是制定产业政策，研究制定行业发展规划，指导行业结构调整，实施行业管理，参与行业体制改革、技术进步和技术改造、质量管理等工作。工业与信息化部的主要职能为拟订实施行业规划、产业政策和标准，监测工业行业日常运行，推动重大技术装备发展和自主创新等。国家市场监督管理总局的主要职能是负责市场综合监督管理、市场主体统一登记注册，组织和指导市场监管综合执法工作，反垄断统一执法，监督管理市场秩序、宏观质量、产品质量安全、特种设备安全、食品安全，统一管理计量工作、标准化工作、检验检测工作、全国认证认可工作等。

2、行业监管体制

家用电器行业所属行业协会主要为中国家用电器协会。中国家用电器协会成立于 1988 年 12 月，是由在中国登记注册的家用电器行业的制造商企业、零配件和原材料配套企业等自愿组成的行业性、全国性、非营利性社会组织，是社会团

体法人，受业务主管部门国务院国有资产管理委员会、中国轻工业联合会和社团登记管理机关民政部的业务指导和监督管理。其主要职能是代表行业企业的利益，维护行业合法权益，反映会员企业诉求，协调会员之间关系，规范会员行为，维护公平竞争与市场秩序，为行业、会员、政府提供服务，促进行业的健康发展。

3、行业主要法律法规和政策

（1）行业主要法律法规

家用电器行业为拉动国家工业增长的重要力量，国家产业政策鼓励企业做大做强，支持行业产业结构调整。家用电器行业的主要法律法规如下：

发布日期	发布单位	文件名称	主要内容
2019 年 8 月	工信部	《2019 年制造业与互联网融合发展试点示范实施方案》	提升重点行业数字化、网络化、智能化水平。鼓励制造企业、信息技术企业、互联网企业等建设行业工业互联网平台，基于平台打造设计制造协同、生产管理优化、设备健康管理、产品增值服务、制造能力交易等解决方案，推动行业内企业核心业务和关键设备上云上平台，提升企业生产制造全过程、全产业链的精准化、柔性化、敏捷化水平
2016 年 2 月	国务院	《中华人民共和国认证认可条例》	规范认证认可活动。未经批准擅自从事认证活动的，予以取缔，处 10 万元以上 50 万元以下的罚款，有违法所得的，没收违法所得。伪造、冒用、买卖认证标志或者认证证书的，依照《中华人民共和国产品质量法》等法律的规定查处
2016 年 1 月	国家质检总局	《缺陷消费品召回管理办法》	规范缺陷消费品召回活动。生产者应当对其生产的消费品质量安全负责，加强消费品质量安全信息管理，建立健全相关信息档案
2016 年 1 月	工信部、发改委、科技部、财政部、商务部、质检总局	《电器电子产品有害物质限制使用管理办法》	限制电器电子产品中有害物质的使用。在设计、生产过程中，通过改变设计方案、调整工艺流程、更换使用材料、革新制造方式等限制使用电器电子产品中的有害物质
2009 年 7 月	国家质检总局	《强制性产品认证规定》	规范强制性产品认证工作。凡列入强制性产品认证目录的产品、必须经国家制定的认证机构认证合格，取得相关证书并加施认证标识后，方能出厂、进口、销售和在经营服务场所使用
2005 年 8 月	国家质检总局、中国国家标准化管理委员会	《家用和类似用途电器的安全第 1 部分：通用要求》	统一对家用电器和类似用途电器的安全要求。对于单相器具额定电压不超过 250V，其他器具额定电压不超过 480V 的家具，规定了各种基础定义，给出了各种器具的相关要求等

（2）主要产业政策

家用电器行业发展相关扶持政策及主要内容如下：

发布日期	发文单位	文件名称	主要相关内容
2021 年 6 月	中国家用电器协会	《中国家电工业“十四五”发展指导意见》	“十四五”中国家电工业的总体发展目标是，持续提升行业的全球竞争力、创新力和影响力，到 2025 年，成为全球家电科技创新的引领者
2020 年 5 月	发改委、工信部、财政部、生态环境部、住建部、商务部、市场监管总局	《关于完善废旧家电回收处理体系推动家电更新消费的实施方案》	促进家电加快更新升级。鼓励企业加快产品创新迭代，优化产品功能款式，开展个性化定制业务，提高家电供给水平。引导消费者加快家电消费升级，使用网络化、智能化、绿色化产品，有条件的地方可对消费者购置节能型家电产品给予适当补贴。按照法治化、市场化原则，发展二手家电交易。引导消费者按照安全年限使用和更新家电，及时淘汰能耗高、安全性差的家电产品
2019 年 4 月	中国家用电器协会	《中国家用电器协会团体标准管理办法》	促进家电产业的科学进步和技术创新。推动新技术、新产业、新业态和新模式的发展，填补标准空白，同时提高家电产业的经济效益、社会效益、生态效益
2019 年 1 月	发改委、工信部、财政部、住建部等	《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案（2019 年）》	支持绿色、智能家电销售。有条件的地方可对产业链条长、带动系数大、节能减排协同效应明显的新型绿色、智能化家电产品销售，给予消费者适当补贴
2018 年 9 月	国务院	《关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》	优化质量标准满足消费结构升级需求。围绕消费需求旺盛、与群众日常生活息息相关的新型消费品领域，充分发挥市场机制与企业主体作用，构建新型消费品标准体系，以标准实施促进质量提升。结合消费细分市场发展趋势，开展个性定制消费品标准化工作。引领智能家居、智慧家庭等领域消费品标准制定，加大新技术新产品等创新成果的标准转化力度。完善绿色产品标准体系，创新领跑者指标和相关技术标准的衔接机制，加大绿色产品标识认证制度实施和采信力度
2017 年 11 月	工信部、发改委、科技部、财务部等	《关于发挥民间投资作用推进实施制造强国战略的指导意见》	激发民间投资活力。按照“市场主导、问题导向、协同推进、公平共享”的原则，从民营企业反映强烈、制约民间投资、影响提质增效升级的突出问题出发，提出了八项提升民营制造业转型升级的主要任务，鼓励支持制造业民营企业提升创新发展能力、两化融合水平、工业基础能力和质量品牌水平，推动绿色制造升级、产业结构布局优化、服务化转型以及国际化发展，指出了民营企业转型升级的方向任务和工作措施

发布日期	发文单位	文件名称	主要相关内容
2017 年 11 月	发改委	《增强制造业核心竞争力三年行动计划（2018-2020 年）》	坚持创新驱动。把创新作为制造业实现引领发展的第一动力。以全球视野谋划创新，推动包括科技创新、模式创新、产品创新、业态创新、管理创新等在内的全面创新，引导创新资源向制造业领域汇聚，培育提升原始创新、集成创新和引进消化吸收再创新能力。探索弹性治理新机制，构建保护创新、包容创新的社会氛围
2016 年 9 月	国务院	《消费品标准和质量提升规划（2016-2020 年）》	提升消费品的标准和质量水平。适应家用电器高端化、智能化发展趋势，加大团队标准和高水平企业标准的供给力度；开展家用电器产品分等分级和评价标准化工作等
2016 年 8 月	工信部	《轻工业发展规划（2016-2020 年）》	推动家用电器工业向智能、绿色、健康方向发展。适应家用电器高端化、智能化发展趋势，加大团队标准和高水平企业标准的供给力度；开展家用电器产品分等分级和评价标准化工作等
2016 年 3 月	国务院	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》	加快发展新型制造业。实施高端装备创新发展工程，明显提升自主设计水平和系统集成能力。实施智能制造工程，加快发展智能制造关键技术装备，强化智能制造标准、工业电子设备、核心支撑软件等基础。加强工业互联网设施建设、技术验证和示范推广，推动“中国制造+互联网”取得实质性突破。培育推广新型智能制造模式，推动生产方式向柔性、智能、精细化转变。鼓励建立智能制造产业联盟。实施绿色制造工程，推进产品全生命周期绿色管理，构建绿色制造体系推动制造业由生产型向生产服务型转变，引导制造企业延伸服务链条、促进服务增值。推进制造业集聚区改造提升，建设一批新型工业化产业示范基地，培育若干先进制造业中心
2015 年 12 月	中国家用电器协会	《中国家用电器工业“十三五”发展指导意见》	加快转变经济发展方式。要求电器工业实现产业结构调整，由“传统制造业”向“现代制造业”转变，以增强行业的竞争能力。加快转变经济发展方式，要求电器工业继续增强自主创新能力，由“技术追随者”转变“技术引领者”，谋求未来发展主动权
2015 年 11 月	国务院	《关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》	改造提升传统产业。加快推动轻工、纺织、食品加工等产业转型升级，瞄准国际标准和细分市场需求，从提高产品功效、性能、适用性、可靠性和外观设计水平入手，全方位提高消费品质量；支持可穿戴设备、智能家居、数字媒体等市场前景广阔的新兴消费品发展
2015 年 5 月	国务院	《中国制造 2025》	推进智能制造为主攻方向。提出加快发展智能制造装备和产品，统筹布局和推动智能交通工具、智能工程机械、智能家电等产品研发和产业化

发布日期	发文单位	文件名称	主要相关内容
2013 年 8 月	国务院	《关于加快发展节能环保产业的意见》	扩大节能产品市场消费。继续实施并研究调整节能产品惠民政策，实施能效“领跑者”计划，推动超高效节能产品市场消费。强化能效标识和节能产品认证制度实施力度，引导消费者购买高效节能产品。继续采取补贴方式，推广高效节能照明、高效电机等产品
2011 年 11 月	中国家用电器协会	《中国家电产业技术路线》	组织实施产业的科技创新活动。对社会和市场需求、产业目标、技术瓶颈进行分析，从节能、低碳环保、性能及可靠性、智能化等方面编制了家电产业技术路线图

4、对发行人经营发展的影响

公司所处行业的上述行业监管体制及主要法律法规和产业政策对发行人经营发展的影响详见本节“二、发行人所处行业的基本情况”之“（七）行业发展态势及面临的机遇和挑战”。

（三）行业发展特点与现状及市场分析

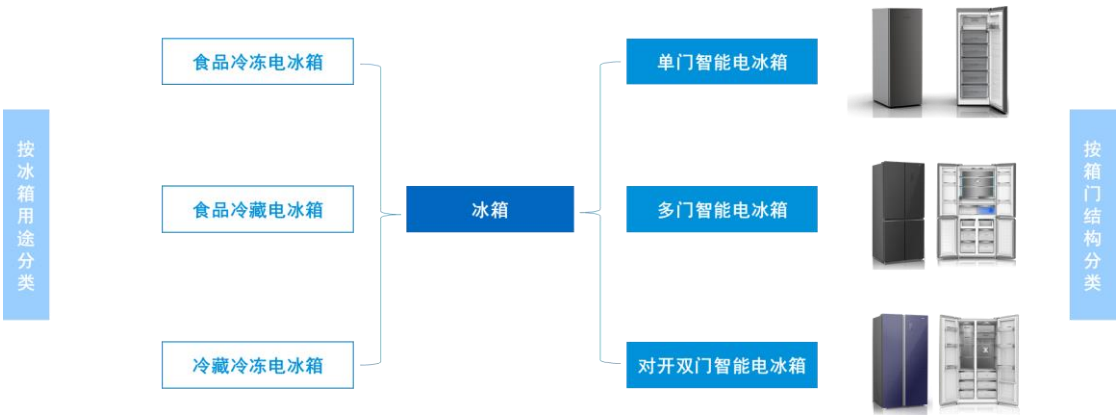
1、行业定义及分类

家用电器主要指在家庭及类似场所中使用的各种电气和电子器具，又称民用电器、日用电器。家用电器使人们从繁重、琐碎、费时的家务劳动中解放出来，为人类创造了更为舒适优美、更有利于身心健康的生活和工作环境，提供了丰富多彩的文化娱乐条件，已成为现代家庭生活的必需品。

按品类划分，我国家用电器主要有冰箱、洗衣机、空调、电视机、厨卫、小家电等系列产品。公司当前产品主要为冰箱与洗衣机，属于家用电器大类中的冰洗行业。此外，公司也生产平板电脑产品。

其中，冰箱是保持恒定低温的一种制冷设备，也是一种使食物或其他物品保持恒定低温状态的民用产品，按用途可划分为食品冷冻电冰箱、食品冷藏电冰箱、冷藏冷冻电冰箱；按箱门结构可划分为单门智能电冰箱、多门智能电冰箱、对开双门智能电冰箱。

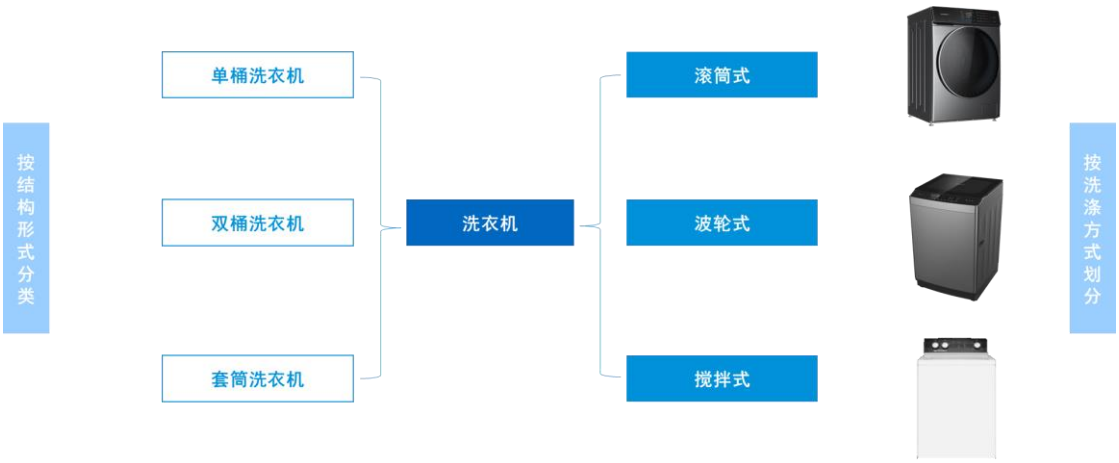
冰箱的分类



数据来源：公开资料整理

洗衣机是利用电能产生机械作用来洗涤衣物的清洁电器，按洗涤方式可以分为滚筒式、波轮式、搅拌式。按结构形式可以分为单桶洗衣机、双桶洗衣机、套桶洗衣机。

洗衣机的分类



数据来源：公开资料整理

平板电脑是一种小型、方便携带的个人电脑，以触摸屏作为基本的输入设备。平板电脑具有多指触摸输入、海量的移动应用选择、互联网接入便捷、电池寿命长、价格合理等优点，深受消费者喜爱。

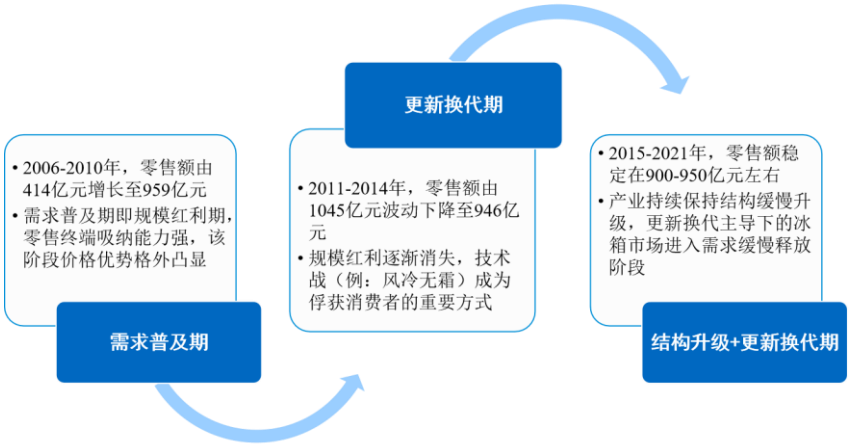
2、行业发展概况

（1）冰箱行业发展情况

受益于改革开放以来经济的持续高速增长，我国冰箱行业快速发展，经历了需求普及期（2006-2010 年）——更新换代期（2011-2014 年）——结构升级+更

新换代期（2015 年至今）三个阶段。经过十余年的发展，国内冰箱生产企业已从当初的单纯引进和仿制为主转变为依靠自主研发、注重创新为主，冰箱产品在品种、规格、技术、性能、质量等方面均取得长足进步与发展，国际市场竞争优势不断凸显。

冰箱行业发展历程

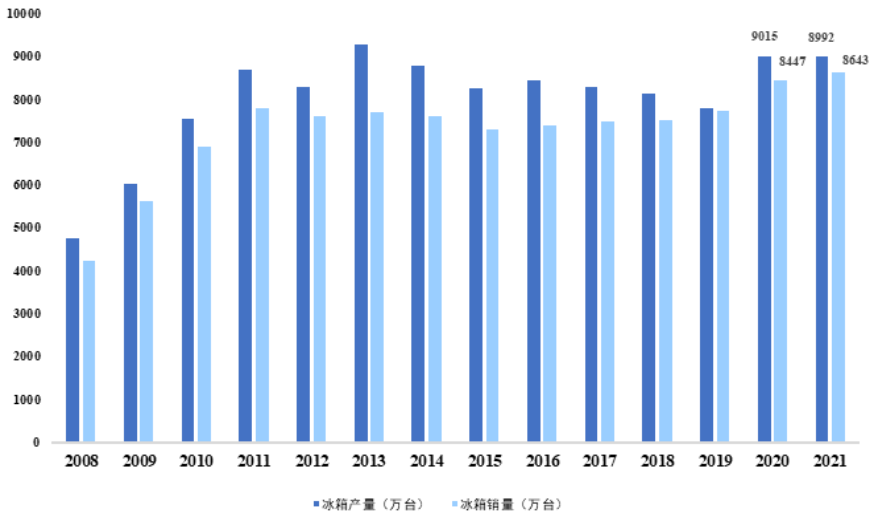


数据来源：前瞻产业研究院

作为家庭食材存储和管理的核心家电，冰箱的消费需求较为刚性，使得冰箱产品在复杂环境下，其销售稳定性相对较强。同时，随着全球范围内的冰箱产能对中国市场依赖度显著提高，助推我国冰箱产量与销量呈持续增长趋势。

国家统计局数据显示，我国冰箱产量从 2005 年的 3,105.58 万台增长至 **2021** 年的 **8,992.10** 万台，年复合增长率为 **6.87%**，冰箱销量从 2005 年的 2,665.05 万台增长至 **8,643.30** 万台，年复合增长率为 **7.63%**。2020 年受疫情影响，海外市场供需关系严重失衡，海外需求订单转移至国内，海外订单暴涨带动国内生产形势积极向好，2020 年冰箱产量累计达到 9,014.70 万台，同比增长 14.05%，2020 年冰箱销售累计达到 8,446.90 万台，同比增长 9.17%。**2021 年冰箱销售累计达 8,643.30 万台，同比增长 2.33%。**

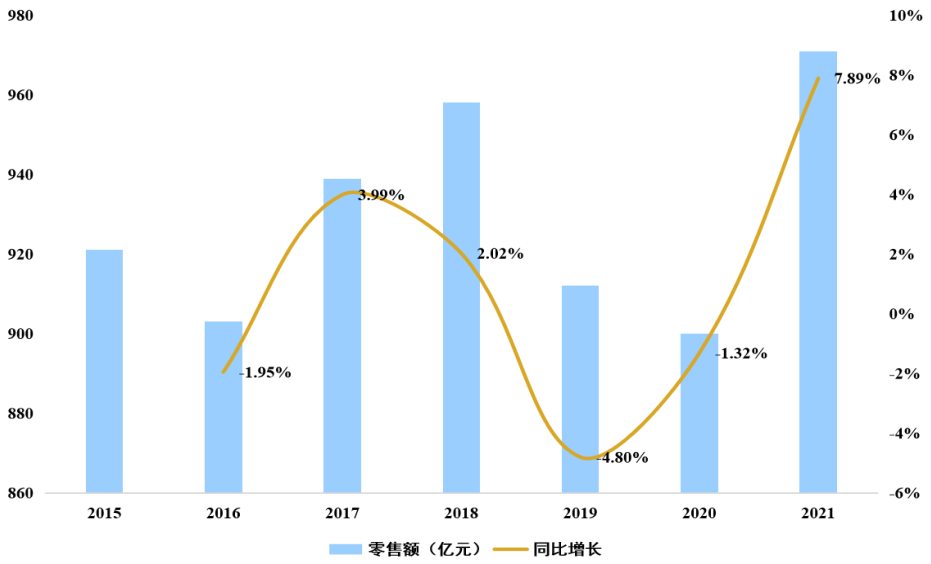
2008-2021 年冰箱产量与销量情况



数据来源：国家统计局，产业在线

从零售额方面看，2015 年以后，我国冰箱行业零售额增速放缓，进入结构升级与更新换代的稳定发展阶段，2015 年-2021 年冰箱零售额稳定在 900-950 亿元左右。2020 年，在疫情等多方面因素影响下，我国家电市场零售额同比下降 11.3%，但冰箱市场零售额同比仅下降 1.4%，零售额为 899 亿元，整体表现仍然不俗。**2021 年，冰箱市场零售额为 971 亿元，同比增长 7.9%。**

2015 年-2021 年冰箱市场零售额规模及同比变化情况

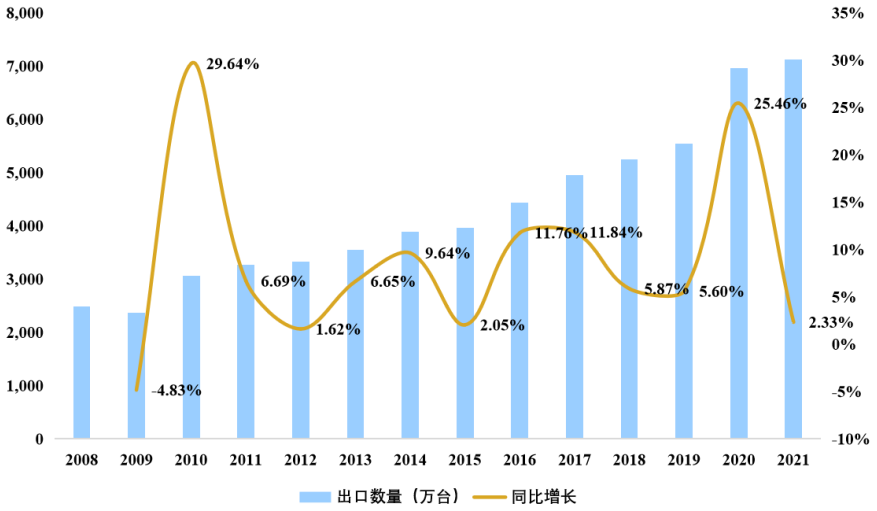


数据来源：奥维云网

从出口方面看，国外市场已成为我国冰箱产品重要市场。2008 年至 2021 年，我国冰箱出口保持稳定增长，出口量从 2008 年的 2,485.00 万台增长至 2021 年的

7,116.00 万台，年复合增长率为 8.43%。未来，随着全球经济水平的发展，冰箱在发展中国家的普及率将得到进一步提升，我国冰箱出口数量仍将保持稳步增加的态势。

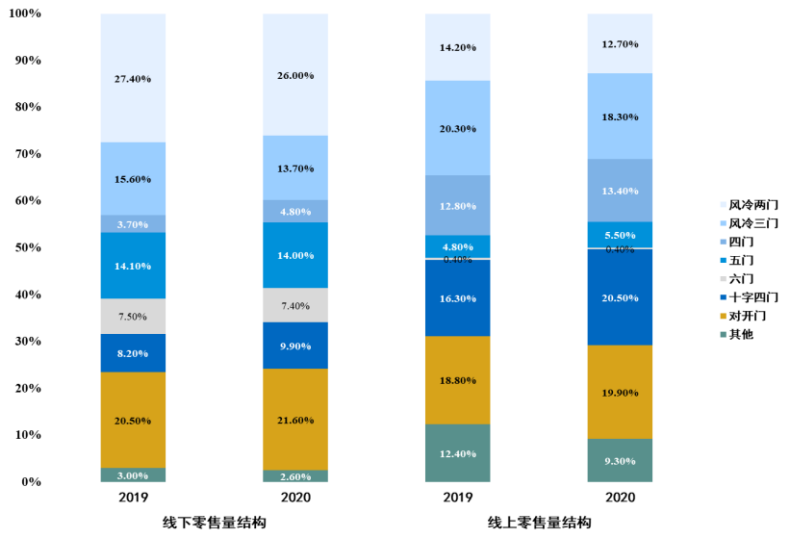
2008 年-2021 年冰箱行业出口情况



数据来源：海关总署

从产品结构上看，线上、线下市场需求均向大容积、多温区冰箱倾斜，其中线下市场，对开门冰箱销量较为平稳，十字等多温区产品结构扩张较为迅速；线上市场，对开门冰箱销量占据绝对优势，十字等多温区产品结构增长突出，销售额仅次于对开门产品，成为线上第二大细分市场。

2020 年冰箱产品类型结构及其变化



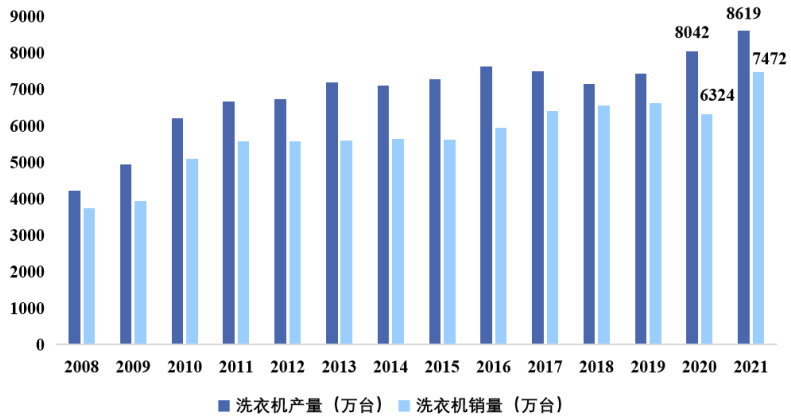
数据来源：奥维云网

（2）洗衣机行业发展情况

洗衣机作为普及率极高的家电之一，已经逐步从普及期开始步入更新换代期。

根据奥维云网及国家统计局数据，我国洗衣机行业在经历 2007 年以前的快速发展期和 2008 年至 2011 年的高速增长期后，目前已进入平稳增长阶段。2008 年-2011 年，我国洗衣机产量由 4,231.16 万台增长至 6,671.20 万台，年复合增长率为 16.40%，保持较高的增长水平。2012 年-**2021** 年，我国洗衣机从 2012 年的 6,741.50 万台增长至 **2021** 年的 **8,618.50** 万台，年复合增长率为 **2.77%**，增速逐渐放缓。

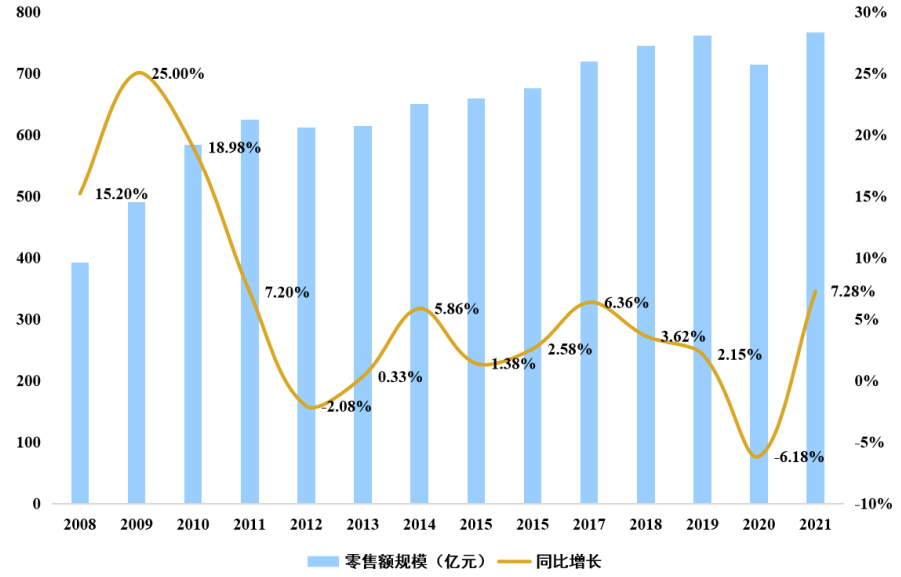
2008-2021 年洗衣机产量与销量情况



数据来源：国家统计局、产业在线

从零售额方面看，2011 年以后，我国洗衣机行业零售额增速明显放缓，增速下滑至个位数。2020 年，在疫情因素冲击下，洗衣机市场零售额仅 714 亿元，同比下降 6.2%，所受冲击较大，但依旧低于家电市场零售额同比 11.3%的下降幅度，表现出较好的抗冲击性。**2021 年，洗衣机市场零售额为 766 亿元，同比增长 7.3%。**

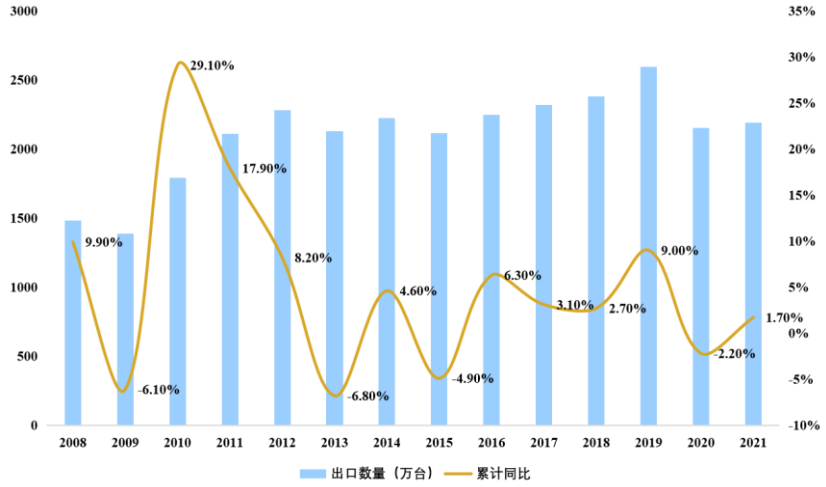
2008 年-2021 年洗衣机市场零售额规模及同比变化情况



数据来源：奥维云网

从出口方面看，与冰箱一样，国外市场也已成为我国洗衣机产品重要市场。2008 年至 2021 年，除少数年份外，我国洗衣机出口整体保持稳定增长的趋势，出口量从 2008 年的 1,481.00 万台增长至 2021 年的 2,191.00 万台，年复合增长率为 3.06%。未来，随着疫情冲击的减弱及全球经济水平的发展，洗衣机在发展中国家的普及率将得到进一步提升，我国洗衣机出口数量预计仍将保持稳步增加的态势。

2008 年-2021 年洗衣机行业出口情况

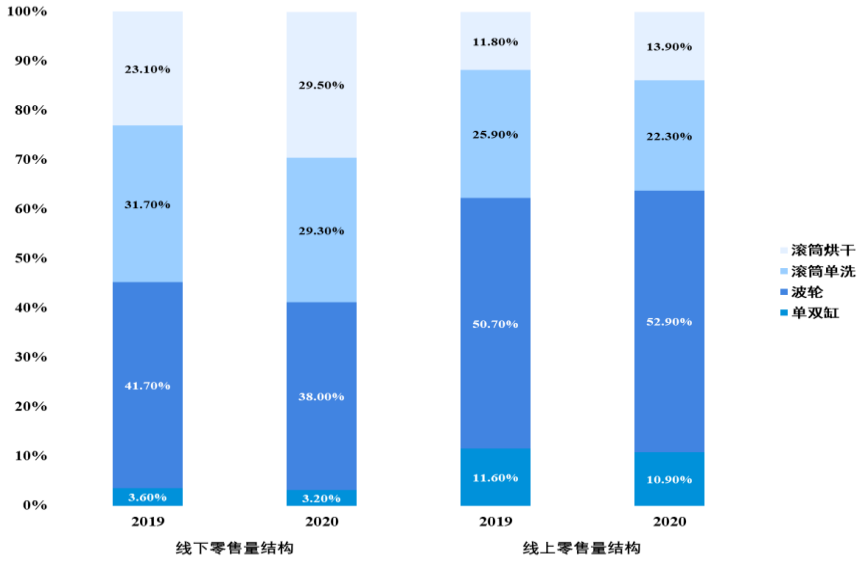


数据来源：海关总署

从产品结构上看，无论是线上渠道还是线下渠道，滚筒的销量和金额都高于波轮，市占率逐年提升，且滚筒销量优势在线下市场更为明显。此外，洗烘一体

机的市占率也大为提升，产品高端化趋势明显。

2020 年洗衣机产品类型结构及其变化



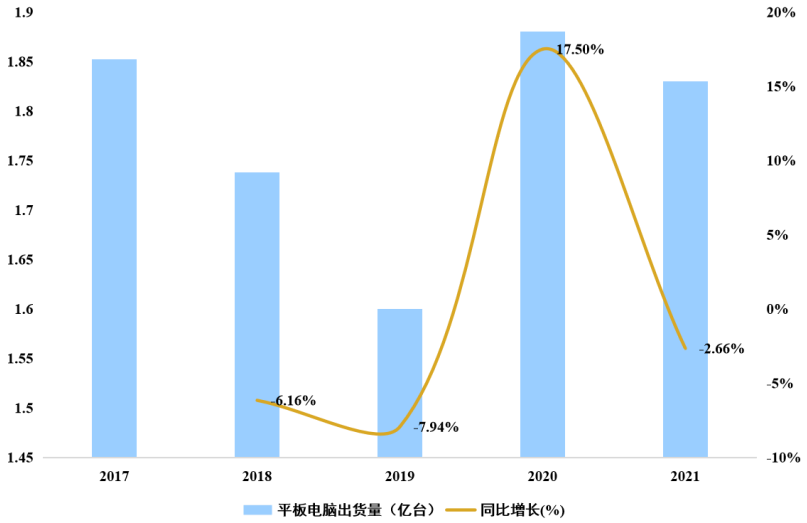
数据来源：奥维云网

（3）平板电脑行业发展情况

近年来，随着手机屏幕尺寸的持续增大，在拥有智能手机的基础上购置平板电脑的价值逐渐降低，使得 2017 年至 2019 年全球平板电脑销量降低，整体市场规模不断缩减。

但疫情的爆发，改变了全球人们的生活方式和工作方式，在线教育、远程工作安排以及移动娱乐的需要大大刺激了对平板电脑的需求，使消费者能够更有效地在网上进行远程工作、学习和交流，平板电脑市场规模得以快速增长。根据 Strategy Analytics 数据，平板电脑出货量由 2019 年的 1.60 亿台增至 2020 年的 1.88 亿台，同比增长 17.54%，预计 2021 年仍将保持较快的增长速度。**2021 年，平板电脑出货量为 1.83 亿台，与 2020 年基本持平。**

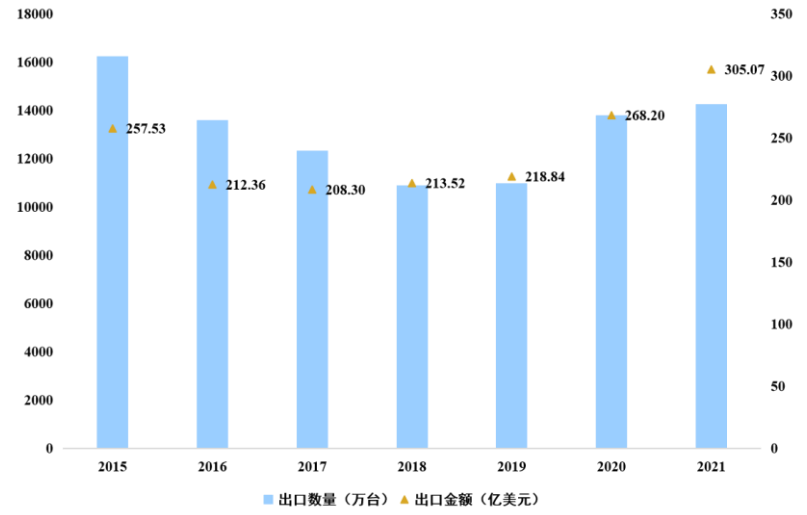
2017-2021 年全球平板电脑出货量及增长情况



数据来源：Strategy Analytics

从出口情况看，2015-2020 年，我国平板电脑出口金额及数量呈现先下降后回升的趋势。2020 年，平板电脑回升态势明显，其中，2020 年出口数量为 13,795 万台，同比增长 25.67%，2020 年出口金额为 268.2 亿美元，同比增长 22.55%。**2021 年平板电脑出口数量为 14,264 万台，同比 3.40%，2021 年出口金额为 305.07 亿美元，同比增长 13.75%。**

2015-2021 年我国平板电脑出口情况

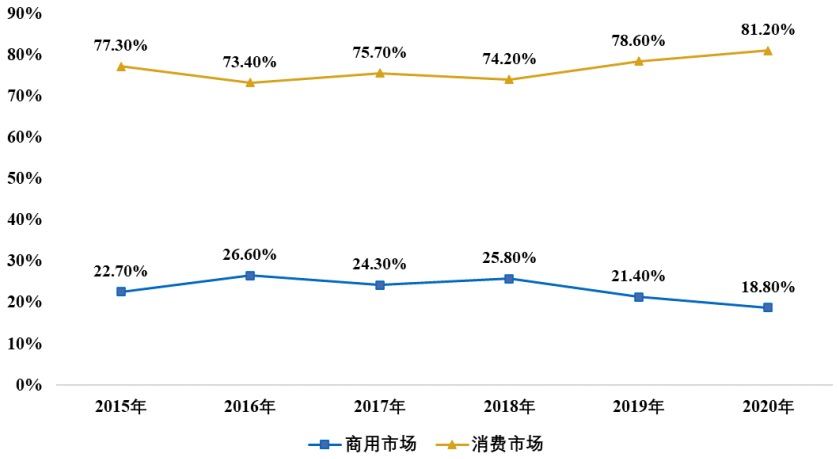


数据来源：海关总署

从平板电脑细分市场来看，消费市场一直是平板电脑的主要市场，且增速快于商用市场。2016-2020 年，平板电脑消费市场需求占比呈逐年上升趋势，而商用市场占比逐年下降。2020 年，消费市场平板电脑出货量占比为 81.2%，商用市

场出货量占比仅 18.8%。

2015-2020 年我国平板电脑需求结构



数据来源：IDC

3、行业未来发展趋势

（1）冰洗渗透率将不断提升，国内市场增量空间依旧较大

冰箱和洗衣机作为生活的刚需产品，其需求具有较强的稳定性，还有进一步扩大的空间。从渗透率来看，城镇与农村冰洗产品保有量仍存在较大差距，根据国家统计局和产业信息网数据，2020 年中国城镇家庭的洗衣机、冰箱每百户拥有量为 98 台、98.5 台，而农村家庭的洗衣机、冰箱每百户拥有量为 67.2 台、67.3 台。随着农村经济发展水平的不断提高及相关政策的持续出台，农村家庭的冰洗产品保有量会继续提升，市场仍然存在较大空间。从城镇化率来看，相比发达国家，我国城镇化率（**2021 年 64.72%**）仍有较大提升空间，使得冰洗产品增量需求长期具有可持续性。

（2）冰洗出口将延续良好势头，国外市场成为重要增长点

近年来，中国替代欧美日韩，成为全球冰箱和洗衣机的第一大出口国。受疫情影响，这一趋势显现的更为明显。据中国家用电器协会数据，2019 年全球家用电器出口规模 1,446 亿美元，中国家用电器出口额以 40%的占比稳居第一位且远超其他出口国，2019 年我国洗衣机、冰箱出口金额分别为 118 亿元、181 亿元，占全球出口额比重分别为 29%、28%。2020 年，得益于对疫情的成功防控和产业链、供应链配套优势，我国作为世界家用电器生产中心产业地位进一步巩固，

冰箱和冷柜出口大幅增长，全年冰箱出口 4,946.1 万台，较去年同期增长 26.1%，出口额 62.2 亿美元，增长 25%；冷柜出口 2,448.8 万台，较去年同期增长 53.8%，出口额 32.2 亿美元，增长 23.9%。

随着新兴经济体的快速发展及居民收入水平的提高，新兴经济体的冰洗保有量将得到显著提升，进而提升对我国冰洗产品的进口需求。因此，从中长期看，我国冰洗出口市场仍将迎来较大的增长空间。

（3）智能化、高端化、健康化新需求引领行业转型升级

随着居民收入水平的提高和健康、品质消费观念的普及，冰洗产品智能化、高端化、健康化升级趋势逐渐凸显，进而引领行业不断转型升级。智能化方面，随着人工智能和物联网技术的不断发展与成熟，智能冰箱、智能洗衣机的产品占比将不断提升，使消费者不断实现对冰箱和洗衣机的智能化控制、智能化管理。高端化方面，随着消费者生活水平的提升，对高端冰箱与洗衣机的需求大幅提高，其中洗衣机主要围绕滚筒、变频、大容量、分类、迷你洗、干衣机、智能、洗烘一体等高端性能进行产品迭代更新，冰箱则围绕多温区设计、纳米保鲜、玻璃镜面等进行升级换代。健康化方面，受疫情影响，消费者对在家中构建一个清新自然的健康生活环境需求较为强烈，从而使得“健康”、“绿色”等概念将成为冰洗产品创新和增长的一个重要方向，如健康杀菌、分类洗护、洗烘一体的洗衣机，健康保鲜、净味除菌的冰箱成为市场的关注焦点。

（4）冰洗 ODM 厂商受益于与国内外品牌商的深度合作

随着我国居民消费水平的不断提升和互联互通技术的发展，以互联网企业为代表的非传统家电制造商不断布局包括冰洗产品在内的智能家电领域，但这些新兴品牌崛起主要依赖的是对国内消费需求的敏锐把握和对营销手段的熟练运用，通常缺乏较为深厚的行业经验，需要寻求能够提供生产制造全套解决方案的 ODM 厂家进行合作。同时，当前国内冰洗市场已成红海，各互联网品牌商竞争激烈，但品质稳定且具备规模的产能仍属稀缺资源，市场上能为各大品牌提供 ODM 的厂商数量较少，ODM 厂商为品牌商分配的产能多寡严重影响品牌商的市场铺货能力。同时，对国外品牌商而言，在国内寻求具有稳定品质、较低成本的冰洗代工企业，也成为其在本国销售中取得竞争优势的基础。

因此，具有较强研发能力、质量控制能力和成本控制能力的冰洗制造业企业，可为品牌商客户提供从产品设计到生产制造，再到供应链保障的全流程服务，让品牌商客户能够专注于自身擅长的营销领域，从而实现双方的共同成长和合作共赢，打造与品牌商优势互补、深度合作、合作共赢的商业模式。

（5）线上与线下融合发展，共同致力于消费者服务体验的提升

近年来，伴随物流、电商以及线上支付业务的高度发展，冰洗产品线上销售增长明显，对所有冰洗厂商而言，线上已经成为与线下并重的渠道，加速渠道变革、拓深线上布局的重要性进一步凸显。目前，冰洗行业头部企业纷纷开始探索直播等线上新零售形态，家电渠道扁平化趋势已不可逆转。与此同时，家电线下渠道也不可或缺，在用户体验方面扮演着重要角色。因此，对于冰洗企业而言，提升线上与线下全渠道运营和服务能力，充分利用线上和线下渠道优势，不断优化客户服务体验，将成为行业发展的重要方向之一。

（四）公司创新、创造、创意特征以及科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

1、公司的技术优势、产品创新情况、市场空间、市场容量、客户拓展能力、成长性、核心竞争力等情况

（1）技术优势

技术优势及产品创新是公司保持核心竞争力的有力保障，也是公司创新、创意、创造的重要体现。发行人自成立以来便十分重视核心技术的创新，将产品和技术作为公司立根之本。公司设有先行技术研究院、创维电器研究院、前瞻性技术研究机构、高校联合开发实验室及冰洗技术中心等完备的研发体系，拥有专业研发团队202人，其中核心技术骨干从业经验均在10年以上。同时，公司拥有通过国家合格评定认可委员会（CNAS）认可的检测实验室和通过SGS通标标准技术服务有限公司评定认可的实验室。

经过多年技术积累，公司在冰箱领域掌握了主变一体、双变频、全域净味、房车冰箱、智能多温、IoT全屋互联、智能家居一体、智能静音等核心技术，在洗衣机领域掌握了DD电机矢量变频控制、多腔智能投放技术、波轮DD漩瀑洗、智能烘干、IoT全屋互联、热泵烘干、一机双筒等核心技术。

冰箱主要核心技术		
序号	核心技术简称	技术创新点
1	双变频技术	变频板+变频压缩机，双变频节能提升
2	全域净味技术	“全程+全域”净味杀菌健康保鲜技术，ACE 动态离子引擎+NPE 植萃净味
3	房车冰箱技术	解决移动场景（房车）和频繁断电场景（部分国家和区域），用直流替代交流供电以及特殊结构设计的冰箱技术需求
4	智能多温区技术	七温区冰箱温控技术，满足消费者对食物/饮料等多样化温控的需求
5	IOT 全屋互联技术	将冰箱使用功能和智能化控制功能相结合，实现人机交互
6	智能家居一体化技术	融合制冷、无线充电、音箱、茶几美居等多项技术，创造跨界产品“鲜吧”
7	智能静音技术	创新专利算法，实现实际应用场景下的人体舒适的静音体验
8	超节能技术	变频控制技术、制冷技术、保温技术和 VIP 节能技术的综合应用，使冰箱节能水平达到欧洲 D 级
洗衣机主要核心技术		
序号	核心技术简称	技术创新点
1	DD 电机矢量变频控制技术	取消传统皮带传动，通过 DD 电机直接驱动，采用 1Hz 矢量控制技术，精准控制电机转动角度，提升系统稳定性，降低振动噪音
2	多腔智能投放技术	通过对储液盒及回路系统优化设计，实现两种以上洗涤液智能、精准投放，精度可达 1ml，满足洗衣机对多种洗涤剂的需求及减少洗涤液残留
3	波轮 DD 旋瀑洗涤技术	通过 DD 电机强大驱动及内筒特殊结构设计，提高洗净比，减少负载缠绕
4	智能烘干技术	洗涤、烘干功能二合一，通过多点传感器实时感知洗涤、烘干状态，实现洗涤、脱水、烘干过程全自动进行
5	滚筒七星洗涤技术	通过对 DD 电机的多角度和不同加速度的精准控制，根据不同的衣物，可实现洗涤筒的多种旋转形态，减少对衣物的损伤
6	IOT 全屋互联技术	可通过 2G\4G\蓝牙\WIFI 多种互联技术及语音控制技术，实现洗衣机远程控制管理
7	热泵烘干技术	通过压缩机、蒸发器、冷凝器，借助冷媒特性，可实现 42℃低温烘干，有效呵护衣物，适合对常规衣物、精细衣物、羊毛、鞋子、帽子等多种衣物干燥
8	一机双筒控制技术	通过对减振系统、水路系统、电控系统设计优化，可实现上下筒独立分区控制，上下筒同时洗脱
9	日式滚筒洗烘一体技术	地台与洗衣机一体式设计生产，并通过系统优化，有效解决振动问题；带毛絮搜集的烘干系统

公司的核心技术均为自主研发及创新，拥有与生产经营相关的核心技术的完整所有权，并通过申请专利、 软件著作权以及严格的管理相结合的方式对核心技术予以保护。截至本招股说明书签署日，公司拥有境内专利 202 项（其中发明专利 18 项），境外专利 5 项，软件著作权 98 项，已形成一定的技术优势。

（2）产品创新

基于这些核心技术积累，公司以用户为导向，紧跟用户需求，围绕“健康、节能、智能”三个方向不断深化产品研发，不断实现产品的迭代更新，推出了变频系列冰箱、全域净味系列冰箱、房车系列冰箱、鲜吧系列、宝马系列冰箱、高容积率系列冰箱（日式多门、零嵌式、超窄系列）、滚筒全变频系列洗衣机、滚筒 DD 直驱系列产品、双驱滚筒洗衣机、热泵洗烘套装系列洗衣机等产品，实现了除味杀菌、健康保鲜、分类洗护、洗烘一体等多方面功能。

冰箱创新产品		
序号	创新产品	产品创新点
1	变频系列冰箱	1、主变一体技术，节省了空间、降低了成本； 2、360°实时变频技术，根据环温和使用情况，调整压缩机开停、压缩机转速，实现冷量的智能调节； 3、控制算法，实现压缩机的柔性启停及转速调节，降低冰箱运行噪音，改善用户的体感噪音
2	全域净味系列冰箱	1、从冰箱开箱到冰箱使用全生命周期的净味（全程）； 2、离子净味模块设计在主风路上，实现对冰箱各个空间的净味杀菌（全域）； 3、通过自动感应启动智能控制杀菌模块进行杀菌
3	房车系列冰箱	1、解决移动场合的冰箱需求； 2、采用低功率直流化霜加热器，实现低压（12V）、较小电流，解决无霜风冷冰箱额化霜问题； 3、实现低环温（≤ -10℃）下无补偿冷冻储温，高环温（≥ -43℃）下的低负荷启动
4	鲜吧系列	1、茶几、冰箱跨界功能结合，实现家电与家具的统一； 2、无线充电+无线热饮保温+高品质音响+WIFI 互联+手机 APP 远程操控+制冷保鲜，多功能模块组合，一机多用
5	零嵌冰箱	1、解决冰箱放在厨房，凸出橱柜太多，占地、不方便的使用痛点； 2、超薄整机深度，500L 以上大容积，占地小容积大； 3、采用底部散热+微通道技术，解决在橱柜内冰箱的散热问题； 4、冰箱门完全与橱柜平齐、侧面≤1cm 的安装空间，与橱柜融为一体
6	宝马系列冰箱	1、宝马工业设计公司设计，宝马汽车设计元素应用与家电，提升外观颜值； 2、搭载鸿蒙系统，物联互通； 3、全时全域净味+主动保鲜技术，实现食品健康、养鲜； 4、智能变频+智能算法，智能控制峰值噪音，改善体感噪音
7	超窄系列冰箱	1、35cm 宽，窄的无霜风冷冰箱，适合狭小空间； 2、全温区设计，实现-26℃-10℃自由调节； 3、35mm 超薄冷冻发泡层，薄壁大空间； 4、实现日本 105%的能耗要求
8	日式多门冰箱	1、日式六门冰箱，采用多元混合发泡+真空绝热技术+微通道冷凝技术+360°实时变频技术，容积率达到 57%，并实现日本 100%的能耗要求； 2、六门七温区，多温区设计

洗衣机创新产品		
序号	创新产品	产品创新点
1	滚筒全变频系列产品	1、旋钮+彩屏双屏显示，皮纹设计外观，家装与家电的完美融合； 2、采用全变频、双喷淋技术，节能、静音、高洗净比，洗净比 1.1，洗涤/脱水噪音 48dB/68dB
2	滚筒 DD 直驱系列产品	静音、稳定，电机 10 年质保
3	滚筒双驱产品	一机双筒，独立分区，同步洗脱，婴儿专用洗涤液，精致呵护
4	滚筒洗烘一体产品	衣物称重感知，自动判干感知，衣干即停，即停即穿，洗涤剂 1ml 智能精准投放
5	IOT 互联洗衣机	WIFI 互联，手机 APP 远程操控，语音操控，全屋互联，OTA 远程程序升级
6	滚筒健康系列产品	可选脏污度，纳米银离子杀菌，96 高温桶自洁，健康专用程序除螨洗、消毒洗
7	独立式热泵干衣机系列	42℃低温柔烘，多档烘干度选择，支架烘干，专用羊毛、羽绒服烘干程序，满足多种烘干需求
8	商用共享洗衣机	通过 2G/4G/蓝牙/Wifi 互联技术，可实现商用共享洗衣机，手机扫码使用，便于商用管理
9	大容量产品	波轮容量 15kg，滚筒洗涤容量 12kg
10	Mini 类产品	台式波轮 1.5kg，台式滚筒 0.5kg，内衣专用洗涤

同时，公司积极利用新技术、新工艺加速推进冰洗产品的智能化，分别推出了多款互联互通的智能产品，开启冰洗产品智能操控新模式。

优质产品的不断推出，是公司科技创新成果转化的重要体现。公司优秀的产品创新能力，获得了国内外多方的认可。成立至今，公司设计推出的产品荣获了德国红点奖委员会颁发的“德国红点奖”，中国设计红星奖委员会颁发的“中国设计红星奖”、“中国设计红星原创奖”，中国家用电器研究院颁发的“年度优秀产品”，“金选奖”，中国机电产品进出口商会颁发的“2016-2020‘十三五’中国十大洗衣机出口企业”、“2018 年中国十大洗衣机出口企业”等国内外奖项。公司及产品也荣获工信部颁发的“绿色设计产品”、江苏省经济和信息化委员会、江苏省财政厅颁发的“江苏省示范智能车间”、江苏省经济和信息化委员会颁发的“江苏省认定企业技术中心”、江苏省科学技术厅颁发的“江苏省工程技术研究中心”、江苏省发改委颁发的“江苏省工程研究中心”、南京市政府颁发的“南京市总部企业”等多项荣誉。

在行业标准制订层面，凭借良好的技术实力，公司积极参与《智能家用电器的适老化技术》（CSA 500.3-2021/T/CSA 500.4-2021T）、《家用和类似

用途电器的抗病毒、除病毒功能通用技术要求评价方法》（T/CAS 408-2020）、《消费类电器产品卫生健康技术要求》（T/CPQS E0003-2020）等多项行业技术标准的制定，持续推动行业的技术升级与创新。

（3）市场空间、市场容量及成长性

冰箱和洗衣机作为生活的刚需产品，其需求具有较强的稳定性，还有进一步扩大的空间。从渗透率来看，城镇与农村冰洗产品保有量仍存在较大差距，根据国家统计局和产业信息网数据，2020 年中国城镇家庭的洗衣机、冰箱每百户拥有量为 98 台、98.5 台，而农村家庭的洗衣机、冰箱每百户拥有量为 67.2 台、67.3 台。随着农村经济发展水平的不断提高及相关政策的持续出台，农村家庭的冰洗产品保有量会继续提升，市场仍然存在较大空间。从城镇化率来看，相比发达国家，我国城镇化率（2021 年 64.72%）仍有较大提升空间，使得冰洗产品增量需求长期具有可持续性。

与此同时，随着生育政策的放开，二胎、三胎家庭将增加，家庭第二台冰箱的需求有望快速增长。未来随着 5G 和 AIoT 技术的不断成熟，家居智能化程度将不断增加，智能化、高端化、健康化等新需求推动冰洗产品不断更新换代，叠加生育政策的刺激，国内冰洗产品市场需求有望进一步释放。

除了国内市场需求之外，冰洗出口延续相对较好的势头，国外市场正成为重要的增长点。近年来，中国替代欧美日韩，成为全球冰箱和洗衣机的第一大出口国。受疫情影响，这一趋势显现的更为明显。据中国家用电器协会数据，2019 年全球家用电器出口规模 1,446 亿美元，中国家用电器出口额以 40%的占比稳居第一位且远超其他出口国，2019 年我国洗衣机、冰箱出口金额分别为 118 亿元、181 亿元，占全球出口额比重分别为 29%、28%。

2020 年，得益于对疫情的成功防控和产业链、供应链配套优势，我国作为世界家用电器生产中心产业地位进一步巩固，冰箱和冷柜出口大幅增长，全年冰箱出口 4,946.1 万台，较去年同期增长 26.1%，出口额 62.2 亿美元，增长 25%；冷柜出口 2,448.8 万台，较去年同期增长 53.8%，出口额 32.2 亿美元，增长 23.9%。随着新兴经济体的快速发展及居民收入水平的提高，新兴经济体的冰洗保有量

将得到显著提升，进而提升对我国冰洗产品的进口需求。从中长期看，我国冰洗出口市场仍将迎来较大的增长空间。

综上，随着我国城镇化进程的持续推进，城镇化率及人均可支配收入的提高，消费者购买力的提升，冰洗产品智能化、高端化、健康化、节能化、美观化的趋势增强，以及国外新兴市场崛起带来的市场需求的增加，使得我国冰箱与洗衣机行业仍具有较好的发展前景和增长空间。

在行业保持稳健增长的趋势下，公司开拓创新，顺势而为，在扩大国内市场份额的同时，坚持全球化经营战略，积极开拓国际市场，外销收入稳步提高，通过国内市场和国外市场的双发力，保障公司业务具有良好的成长性。报告期内，公司营业收入分别为 368,547.73 万元、373,941.34 万元和 400,182.07 万元，保持增长趋势，成长性良好。

（4）客户拓展能力

公司长期专注于冰洗产品的研发、生产和销售，凭借良好的技术优势、产品质量优势、快速反应优势，逐步获得了较多客户的信赖和认可。国内市场方面，公司持续优化线上直销渠道，在京东和天猫开设了自营店铺，实现对线上消费者的直接触达；持续加强与京东自营的合作，不断扩大线上经销渠道的规模；不断发挥公司制造优势，为小米等进行 ODM 贴牌生产。公司通过国内多渠道的持续的客户开拓，积累了京东、小米等优质客户。

国外市场方面，公司对重点领域进行重点突破，对国外市场重点国家、地区进行合理化布局，并通过积极参加大型展会带动国际业务快速成长，积累了 IRISOHYAMA CO.,LTD、Glimpse LLC、ARINA COMPUTERS 等国际优质客户并成为其重要供应商。

公司通过持续积累的技术优势、产品质量优势、服务优势等，逐步建立了市场口碑，获得了客户的认可，为公司未来进一步提升与重要客户的合作关系、获取新客户的合作机会，打下了良好的基础。

（5）核心竞争力

经过多年的发展，公司在持续经营中不断沉淀自身的核心竞争力，已形成较好的品牌优势、研发优势、成本优势、制造优势和产品质量优势。成立至今，

公司坚持研发为本、技术为本，将不断的技术创新和高质量的好产品作为持续发展的核心竞争力，不断提升冰洗产品的设计、研发、制造的能力。公司冰箱与洗衣机的自主产品设计和研发能力突出，产品在工艺、结构、外观设计等方面科学合理，成本节约，同时让产品性能和美观兼备。公司根据市场动向及潜在热点，提前分析并判断未来热点产品方向，进行针对性研究并及时精准的推出相应产品，以维持产品知名度与销售规模。报告期内，公司陆续推出了诸多不同型号的冰箱与洗衣机产品，如全域净味系列冰箱、房车系列冰箱、鲜吧系列、宝马系列冰箱、日式多门冰箱等，滚筒全变频系列洗衣机、滚筒 DD 直驱系列产品、双驱滚筒洗衣机、热泵洗烘套装系列洗衣机等。同时，公司也密切关注国际市场发展，在部分产品的工业设计上贴合全球不同市场的生活场景，不断获得国际市场客户的认可。

随着我国供给侧改革的深入，新一轮产业调整将加速推动家电行业进入结构调整、产品与消费升级的运营新周期。数字化、智能化的科技革命正在深度影响家电业的产业变革。公司积极响应智能制造的趋势，立足于提升精益制造、智能制造能力，建设了现代化的智能工业园区，并被评为江苏省智能车间示范单位。冰箱工厂采用意大利进口 COMI 吸塑机、日本安川机械手、德国亨内基发泡枪头等核心进口设备，可靠提升生产效率与产品品质；洗衣机工厂采用自动连线机械手、德国 TOX 全自动箱体折方铆接连线、自动涂阻尼脂机等设备，拥有箱体成型、内桶成型、整机组装一整套智能化生产线体。制造优势的不断建立，不仅让公司具有规模化的定制生产能力，能快速推出符合市场热点的新产品、新工艺，精准满足各类客户的需求，也能让公司生产制造更具成本优势，实现良好的成本控制。

2、公司的创新、创造、创意特征

公司的创新特征主要体现在技术创新、产品创新等方面。 公司一贯坚持自主创新，始终把技术创新作为提高公司核心竞争力的重要路径。

（1）积极探索新技术、新工艺在冰洗产品中的使用

随着技术的不断成熟及消费者需求的迭代变化，公司在新技术、新工艺方面展开了积极探索。基于对市场趋势的了解、对客户需求的把握，公司主动创新，

围绕“健康、节能、智能”三个方向不断深化产品开发，先后研发出以主变一体、双变频、高效无霜风道、**房车冰箱、智能多温区**、银离子、七星洗涤、智能烘干、**DD 电机矢量变频控制、DD 全变频、多腔智能投放、波轮 DD 漩瀑洗、一机双筒**等多项核心技术为主的创新产品，实现了除味杀菌、健康保鲜、分类洗护、洗烘一体等多方面功能。同时，公司积极利用物联网、大数据、人工智能等新技术加速推进冰洗产品的智能化，分别推出了多款互联互通的智能产品，开启冰洗产品智能操控新模式。

（2）不断丰富产品设计，提升产品美观度和艺术感

公司聚焦产品设计创新，持续加大在新产品上的研发投入，不断实现产品的迭代更新，在洗衣机领域打造了洗烘一体、智能投放、双子星滚筒、AI 语音交互等多类型的产品风格，在冰箱领域打造了智慧大屏、美式自由风尚、光合养鲜、纤薄机身、APP 智能控温等多类型的产品特性，满足各类消费群体的审美和使用需求。2021 年，公司推出系列新品，该新品由发行人联合宝马集团全球创意咨询公司设计，将豪华设计理念注入创维冰洗产品中，打造了集豪华、现代与艺术为一体的新锐产品，将豪车的设计理念与电器的实用性、创新性有机结合，满足了消费者对空间、功能、科技、审美等多方面的诉求。公司通过优秀的工业设计，不断开发了具有创意的家电产品，提升了产品的美观度和艺术感，不断获得更多消费者的认同和青睐。

（3）打造多元化产品，满足消费者个性化需要

公司秉承“开放、创新、务实、奋斗”的企业精神，以客户为导向，坚持技术开发能力、规模制造能力和渠道运营能力的同步提升，不断强化产品的智能化升级、精细化提升和中高端拓展。公司下设有专业的技术研究院及冰洗技术中心，研发体系完备，可基于不同消费人群的场景需求，开发各种类型的直冷/风冷、定频/变频冰箱、**家用/商用、单门/多门等不同容积段制冷产品，**及不同容积段的定频/变频波轮、滚筒洗衣机、洗烘一体机等产品。公司通过对消费人群需求的挖掘和把握，并结合当下冰洗产品智能化、高端化、健康化发展趋势，推出了一系列可满足用户个性化需求的优质产品，如“创维智能投放洗衣机”、“创维四维鲜净系列冰箱”、**“鲜吧系列”**，契合了当下消费者对健康、智能家电产品的需求，从而为消费者带来更美好的生活。

发行人自成立以来，始终强调科技研发，重视技术自主化，着力培养视野广阔、技术过硬的研发团队，并通过专利申请和在研项目研发逐渐凝聚技术核心竞争力，技术水平不断提升。报告期内，公司相关技术均来源于自主研发，公司对该等技术拥有完整的权利，仅公司自身使用，多项技术具有较好的竞争优势，相关技术及成果转化能够较好地体现发行人自身创新、创造和创意特征。

3、科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

（1）科技创新情况

公司注重产品研发，将产品和技术作为公司立根之本。近年来公司保持较高的研发投入比例，以保证公司技术创新能力的持续提高和丰富。**2019 年至 2021 年**，公司研发费用投入分别为 13,623.38 万元、13,682.80 万元及 **15,127.42 万元**，占营业收入的比例分别为 3.70%、3.66%及 **3.78%**，报告期内公司研发费用金额和占营业收入的比例整体呈上升趋势。截至本招股说明书签署日，公司已取得境内专利 **202** 项（其中发明专利 **18** 项），境外专利 5 项。经过多年的研发和科技创新，公司已将主变一体、双变频、i-DD 变频、高效无霜风道、银离子、七星洗涤、智能烘干等核心技术应用于冰洗产品中，推出了**全域净味系列冰箱、房车系列冰箱、鲜吧系列、宝马系列冰箱、日式多门冰箱，滚筒全变频系列洗衣机、滚筒 DD 直驱系列产品、双驱滚筒洗衣机、热泵洗烘套装系列洗衣机**等产品。

（2）模式创新情况

公司采取自主品牌与 ODM/OEM 相结合的经营模式。自主品牌方面，公司根据市场需求和客户需要，自主研发、生产、销售“创维（Skyworth）”品牌的冰箱与洗衣机产品。同时，依托公司在冰洗行业的全产业链优势，顺势开展 ODM/OEM 业务，为众多国内外一线品牌客户提供优质产品研发、生产服务，不断拓展公司产品的市场占有率。

（3）业态创新和新旧产业融合情况

随着冰洗制造技术的迭代发展以及互联网、物联网、人工智能技术的应用普及，以互联互通为代表的智能化家电产品市场规模快速增长，受众群体持续扩大。为此，公司坚持客户导向，以满足用户需要和提升用户体验为中心，不断推动模式变革和创新，加速数字化转型，以互联网思维赋能制造业提升自动化率与产能

利用率，降低人力成本，实现产业链的成本和效率的最大化。同时，公司持续加大研发投入，利用物联网、人工智能等新兴技术助力冰洗产品智能化升级，推动冰洗行业朝着“节能环保”之路发展。

（五）行业市场化程度及竞争格局

1、行业市场化程度

冰洗行业是市场化程度较高的行业之一。20 世纪 90 年代以后，随着改革开放的推进、居民收入的增长、城镇化比率的提高、消费习惯的改变和消费理念的提升，经过十几年的培育和发展，冰洗行业市场规模不断扩大，呈现稳步增长的发展趋势。在此期间，冰洗行业经历较为激烈、残酷的市场竞争后，才逐渐形成当前的市场格局。

随着国家刺激政策的退出及经济周期等的影响，冰洗行业增速逐步放缓，市场竞争愈加激烈。同时，随着居民经济水平的提升及消费需求的改变，消费者对产品的设计和品质不断提出新的更高的要求，促使行业内企业不断向产品智能化、高端化、互联互通等方向进行创新和探索，用差异化的产品满足用户的新需求。其中，少数能及时应对客户需求变化的冰洗企业将脱颖而出，逐渐形成较为明显的品牌优势和市场优势，为整个冰洗行业的发展注入新活力。

2、行业内主要企业情况

公司在行业内的主要竞争对手包括境内的海尔智家、海信家电、澳柯玛、长虹美菱、奥马电器、惠而浦等，境外的西门子等，具体情况如下：

（1）海尔智家

海尔智家原名青岛海尔，创立于 20 世纪 80 年代，主要从事冰箱/冷柜、洗衣机、空调、热水器、厨电、小家电等智能家电产品与智慧家庭场景解决方案的研发、生产和销售。公司于 1993 年、2018 年、2020 年分别在上海证券交易所上市（600690.SH）、法兰克福交易所上市（690D）和香港证券交易所上市（6690.HK）。海尔智家 2021 年末总资产为 21,745,949.42 万元，净资产为 8,108,296.14 万元，2021 年营业收入为 22,755,614.36 万元，净利润为 1,321,706.72 万元。

（2）海信家电

海信家电创立于 1984 年，主营业务涵盖了空调、冰箱、冷柜等白色家电领域产品的研发、制造、营销和售后服务。1996 年和 1999 年，公司股票分别在香港（0921.HK）和深圳（000921.SZ）两地发行上市。海信家电 2021 年末总资产为 5,594,854.95 万元，净资产为 1,559,125.12 万元，2021 年营业收入为 6,756,260.37 万元，净利润为 234,280.10 万元。

（3）澳柯玛

澳柯玛创建于 1987 年，近年来由以冷柜为主的传统家电企业，向以全冷链产品为基础的冷链物联网企业转型。澳柯玛 2000 年在上海证券交易所上市（600336.SH）。澳柯玛 2021 年末总资产为 758,208.28 万元，净资产为 263,714.92 万元，2021 年营业收入为 862,573.50 万元，净利润为 21,918.41 万元。

（4）长虹美菱

长虹美菱是中国重要的电器制造商之一，主营产品覆盖了冰箱、洗衣机、空调、厨卫、小家电等全产品线，同时布局了生鲜电商、生物医疗等新产业领域。长虹美菱 1993 年于深圳证券交易所上市。长虹美菱 2021 年末总资产为 1,519,046.98 万元，净资产为 499,479.14 万元，2021 年营业收入为 1,803,295.75 万元，净利润为 8,709.27 万元。

（5）奥马电器

奥马电器是中国最大的冰箱 ODM 生产商，主营产品为冰箱和冷柜，在国内市场采用以直销为主的经营模式，在国外市场采用 ODM 经营模式。2012 年，奥马电器在深圳证券交易所上市（002668.SZ）。奥马电器 2021 年末总资产为 713,799.39 万元，净资产为 150,862.57 万元，2021 年营业收入为 1,012,210.21 万元，净利润为 38,496.05 万元。

（6）惠而浦

公司旗下拥有惠而浦、三洋、帝度、荣事达四大品牌，业务遍及全球 40 多个国家和地区，涵盖冰箱、洗衣机等白色家电，以及厨房电器、生活电器等系列

产品线。2004 年，惠而浦在上海证券交易所上市（600983.SH）。惠而浦 **2021 年末**总资产 **595,264.09** 万元，净资产 **296,185.59** 万元，**2021 年**营业收入 **493,116.37 万元**，净利润**-58,894.07 万元**。

3、行业的技术特点、周期性、区域性和季节性特征

（1）行业的技术特点

近年来，我国冰洗产业围绕智能化、高端化、健康化不断进行技术升级，技术革新较快，技术迭代明显。在冰箱领域，由定频到变频，由风冷、直冷到风直冷，在洗衣机领域，由波轮到滚筒，由洗衣机到洗烘一体机，新技术的出现不断给行业发展带来新的机遇。目前，冰箱和洗衣机都在向大容量、低能耗、除菌健康等方向发展，冰洗产品与互联网、硬科技、音视频等技术进一步紧密结合将成为冰洗行业发展的关键。关注与聚焦技术创新，强化产品功能的提升，能够为消费者提供高品质智能生活整体解决方案的冰洗公司将在未来行业竞争中更多地受益。

（2）周期性特征

冰洗行业与经济发展情况、国民收入水平具有较大的相关性，同时，出口市场也与全球经济发展密切相关。因此，当全球经济发展较好时，冰洗产品的需求量将同步提高；当全球经济发展放缓时，冰洗产品的需求也将受到抑制。但整体而言，冰洗产品属于耐用消费品，也是生活刚需品，市场需求较为稳定，抗周期性能力较为明显。

（3）区域性特征

从产品制造看，我国冰洗制造业具有一定区域性，产业集群效应较为明显，行业内企业主要集中于长三角与珠三角等地区。这些地区冰洗厂商较多，产业配套较为齐全，物流运输较为发达，从而形成了一定的区域集群效应。

从国内消费市场看，冰箱和洗衣机日益成为现代生活的刚需品，且家电下乡、节能惠民等政策使冰洗产品不断向乡村普及，因此冰洗产品覆盖的区域十分广泛，在国内消费市场上，不存在明显的区域性特征。

从海外出口市场看，我国冰洗企业积极开展全球化布局，侧重于全球经营和

品牌建设，已形成一定出口规模。其中美国、欧洲、日韩是主要出口市场，而“一带一路”也有力带动我国冰洗产品出口，近五年来，我国对“一带一路”沿线国家的冰洗产品出口额增幅总体保持正增长，出口市场日趋多元化。

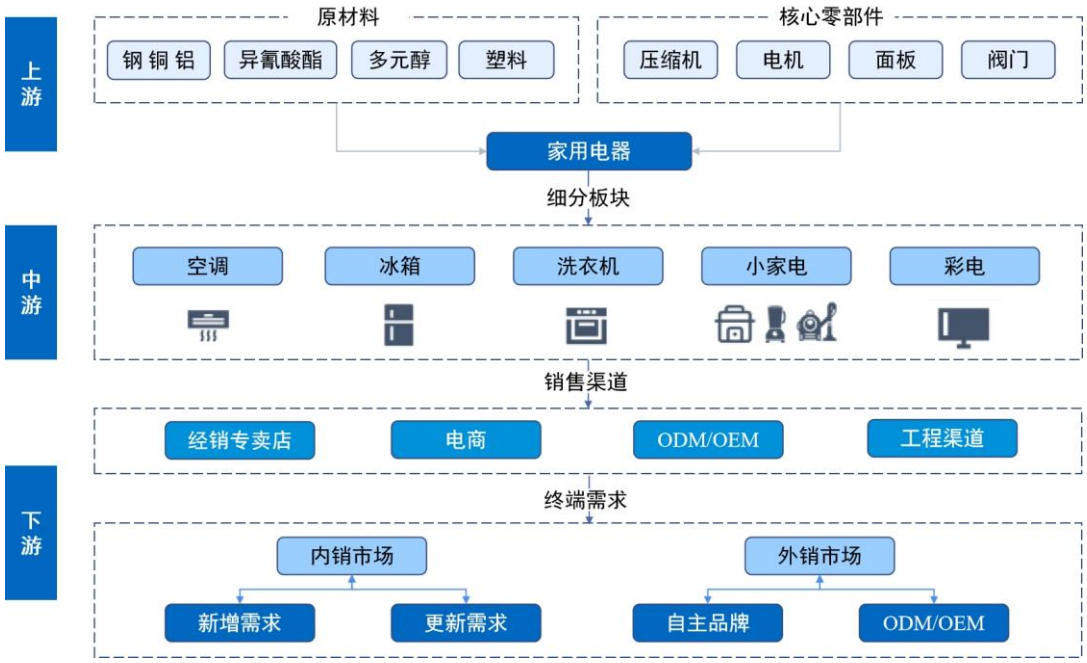
（4）季节性特征

冰箱与洗衣机产品已成为越来越多家庭的必需品，下游需求较为平稳，导致冰箱与洗衣机产品不具有明显的季节性特征。但受春节等传统节日的影响，通常第一季度的销售占比相对较低。

4、行业上下游关系

发行人所处的冰洗行业，已经形成了较为完整的产业供应链，上游行业包括钢、铝、铜、异氰酸酯、多元醇、塑料等原材料，以及压缩机、电机、阀门、面板等核心零部件；下游则通过电商、经销门店、ODM/OEM 等渠道进行销售。

冰洗行业产业链情况



数据来源：公开资料整理

（1）上游行业情况

冰洗行业的上游主要为钢板、铜管、铝箔、塑胶等原材料的生产企业，以及压缩机、电机、电控组件与离合器等模式化零部件的供应商。原材料成本在冰洗产品中的占比很高，故原材料价格对冰洗企业的成本会产生一定的影响；相较原

材料成本，零部件行业存在结构性产能过剩，激烈的竞争使冰洗整机制造商对零部件的采购有较好的议价权。

（2）下游行业情况

冰洗行业的下游主要为电商、经销门店、工程渠道等销售平台以及家电品牌企业，受市场整体消费水平及需求影响较大。线下经销门店是冰洗产品销售的主要渠道之一，但此同时，电商行业的快速发展以及互联网家电品牌的兴起，使得线上电商渠道及 ODM/OEM 模式增长迅速，并逐渐成为冰洗企业重要的销售渠道。

（六）发行人产品的市场地位及竞争优势

1、公司的行业地位

发行人深耕冰箱、冷柜、洗衣机和平板电脑等产品领域，业务规模保持增长、技术水平较好，被认定为国家高新技术企业、工信部两化融合贯标企业、江苏省认定企业技术中心、江苏省认定工业设计中心。公司基于用户体验而打造的创新产品，先后获得 2020 年工信部绿色设计产品奖、德国红点奖、中国设计红星奖等国内外奖项。公司先后获得中国机电产品进出口商会颁发的“十三五”中国十大洗衣机出口企业等荣誉。

与国内同行业竞争对手相比，公司在产量规模、收入规模、技术和工艺水平、产品质量等方面已形成了一定的优势，具备了较好的品牌知名度和市场影响力。公司掌握了包括主变一体、双变频、高效无霜风道、银离子、七星洗涤、智能烘干等在内的多项核心技术，同时实现制造系统高度集成，智能化、信息化程度较高。

2、发行人竞争优势

（1）品牌优势

发行人隶属于创维集团（百慕大），其成立于 1988 年，三十多年来，创维、Skyworth 已成为家喻户晓的世界级家电品牌，产品覆盖电视影音、生活家电、智能厨卫等系列。发行人自成立以来也始终注重形成和积累创维在冰洗方面的品牌优势，逐步实现从冰洗制造商向冰洗品牌商的转变。根据中国家用电器研究院

发布的“2020-2021 年度中国家用电器行业品牌评价报告”，创维电器被评为“洗衣机行业十强品牌”，创维洗衣机 F1058RD（H）被评为“年度优秀产品”。经中国家用电器研究院与知电实验室联合专业评测，创维电器自由鲜系列十字四门 BCD-540WXGPS 冰箱荣获“母婴适用家电”的证书和标识，各项评测指标均符合且优于“母婴适用家电”标准要求，达到了行业先进水平。

（2）研发优势

公司始终坚持产品主义原则，坚持提升产品研发能力，围绕“健康、节能、智能”三个方向不断深化产品研发。创维电器设有先行技术研究院、创维电器研究院、前瞻性技术研究机构、高校联合开发实验室及冰洗技术中心等完备的研发体系，拥有专业研发团队 202 人，其中核心技术骨干从业经验均在 10 年以上。同时，公司拥有通过国家合格评定认可委员会（CNAS）认可的检测实验室和通过 SGS 通标标准技术服务有限公司评定认可的实验室。截至本招股说明书签署日，公司拥有境内专利 202 项（其中发明专利 18 项），境外专利 5 项。

（3）成本优势

公司立足长三角，在丰富的家电行业原材料厂商布局和发达的运输系统配套下，公司逐步形成了领先的采购及供应链管理体系，成本优势凸显。公司各业务线定期从产品升级、制造升级、渠道升级、效率升级、品牌升级等角度切实提升公司的运营效率。在激烈的行业竞争中，公司不断以调结构、保利润、冲规模、控费用为目标，具备大规模、高效率、高周转的经营特征，运营优势明显。

（4）制造优势

公司始终坚持提升精益制造能力，不断提升制造品质，拥有现代化的智能工业园区，是江苏省智能车间示范单位。冰箱工厂采用意大利进口 COMI 吸塑机、日本安川机械手、德国亨内基发泡枪头等核心进口设备，可靠提升生产效率与产品品质；洗衣机工厂采用自动连线机械手、德国 TOX 全自动箱体折方铆接连线、自动涂阻尼脂机等设备，拥有箱体成型、内桶成型、整机组装一整套智能化生产线体；平板电脑产品产线拥有 MES 等先进制造系统，提升了现代化制造水平。

（5）产品质量优势

公司以产品质量为优先，坚持对产品品质问题进行专攻改善，定期、专项提

高直通率及验货合格率，从用户体验角度出发，多维度评审并提高产品质量标准，识别并改善影响产品质量的问题点，持续提升产品品质。发行人与中国家用电器研究院、合肥通用技术研究院等专业权威家电研究机构深度合作，建设了包括性能检测室、环境检测室、半消音室、理化室、ROHS 等在内的多功能实验室，可对冰箱、冷柜、洗衣机等各类产品进行试验及检测，以确保每台产品的结构、安全和性能符合国家标准要求。在中国质量检验协会 2021 年主办的“3•15”国际消费者权益日“产品和服务质量诚信承诺”主题活动中，公司荣获“全国家电行业质量领先企业”、“全国消费者质量信誉保障产品”、“全国质量检验稳定合格产品”、“全国质量信用优秀企业”、“全国产品和服务质量诚信示范企业”等五项荣誉称号。

3、发行人竞争劣势

（1）融资渠道单一

公司业务目前处于快速增长阶段，随着产品市场份额的提高，业务规模的拓展，公司对于资金需求的规模也将进一步增大。为进一步扩大市场份额并提升综合竞争力，公司需要拓宽融资渠道，提高自身资金实力，满足未来发展的要求。因此，扩大融资渠道，筹集充足的发展资金，对于公司发展具有至关重要的作用。

（2）人才储备尚需加强

冰洗行业的技术研发、产品设计、产品生产及销售涉及多种技术的综合应用，对专业人才要求极高。公司目前正处于快速发展的阶段，对中高级管理人才、核心技术人才的需求迅速增加，特别是随着募集资金投资项目的实施，公司现有人才储备将有所不足，在一定程度上也制约了公司的快速发展。

（七）行业发展态势及面临的机遇和挑战

1、机遇

（1）国家政策的有力支持

冰洗产品是我国居民日常生活重要的消费品，其市场规模的扩大与我国国内消费市场的整体发展息息相关。随着国家政策的不断颁布与实施，冰洗行业不断迎来发展利好。

2017 年第十九次全国代表大会上，明确指出“完善促进消费的体制机制，增强消费对经济发展的基础性作用”。2019 年年初，发改委等十部委联合发布的《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案》提出通过补贴等优惠政策，顺应消费升级大趋势，促进形成强大国内市场，推动消费平稳增长。2020 年 5 月，发改委等多部委印发《关于完善废旧家电回收处理体系推动家电更新消费的实施方案》，方案鼓励家电生产、销售企业及电商平台采取新销售模式带动行业发展。2020 年 11 月，国务院常务会议要求促进家电家具家装消费。鼓励有条件的地区对淘汰旧家电家具并购买绿色智能家电、环保家具给予补贴。在一系列国家政策的支持下，将进一步刺激冰洗市场的增长，推动冰洗产业转型和高质量发展。

（2）居民收入增长和消费持续升级

近年来，我国经济平稳增长，国民收入水平显著提高。根据国家统计局数据，2013-2020 年，我国居民人均可支配收入由 18,311 元增长至 32,189 元，年复合增长率为 8.39%，居民人均消费支出由 13,220 元增长至 21,210 元，年复合增长率为 6.99%。居民收入和支出的增长，是冰洗产品销量增长的重要基础。

随着生活水平的提高，居民消费升级趋势近年来也较为明显，消费者对功能性冰洗产品的需求也上升到一个新的高度，消费者对于冰箱和洗衣机的品质与体验提出了更高的要求，对冰箱的节能、保鲜功能、储物空间和对洗衣机分类洗涤、衣物护理、噪音能耗和智能交互等因素成为消费者关注的重点，使得主打高端、智能、健康的冰洗产品更加受到消费者欢迎，由此不断加速现有冰洗市场产品的更新换代和品类升级，进一步拓展冰洗市场的增量空间。

（3）电商直播等模式助力销售渠道多样化

电商的快速发展，让线上商流、信息流、资金流和线下物流相结合，推动了冰洗企业变革创新，也为冰洗企业的销售提升起到了较大的作用。电商之后，直播也快速兴起，直播带货快速成为冰洗企业又一重要销售渠道。通过直播，可强化与消费者的互动，同时，视频形式也有利于消费者更加直观的了解具体产品，更加融入购物场景，因此，直播带货具有很好的购买转化率。疫情期间，电商及直播等销售方式，对冰洗行业的复苏起到了关键性的作用。未来，更加多样化的

销售渠道，将进一步提升冰洗产品的市场销量。

2、挑战

（1）原材料成本上涨

从 2020 年下半年起，大宗原材料价格进入持续上行阶段，冰洗企业常用的铜、铝、钢材、塑料、**异氰酸酯**等价格快速上涨，在成本端给企业带来了较大的盈利压力。由于本轮原材料成本上涨持续时间较长、上涨幅度较大，使得冰洗企业无法完全实现成本压力转移，盈利能力均受到一定程度的影响。

（2）疫情导致出口受阻

受疫情影响，全球货物出口运输运力紧张，导致物流成本大幅上涨，使得冰洗企业的出口受到较大的阻碍，境外客户下单及出货都受到较大程度的干扰，这在一定程度上影响了行业的整体发展，不利于冰洗企业扩大对国外市场的占有率。

（八）上述情况在最近三年的变化情况及未来可预见的变化趋势

公司的上述产品市场地位、技术水平和特点及公司竞争优势与劣势在近三年未发生重大变化，预计随着公司市场覆盖的不断深化、产品研发水平的不断提高、产品丰富程度的不断拓展、市场地位的不断确立，将进一步强化竞争优势，同时公司也在积极通过加强市场开拓、产品研发、完善融资渠道等补足短板，缩小与国内国际竞争对手的差距。

（九）发行人与同行业可比公司在经营情况、市场地位、技术实力、衡量核心竞争力的关键业务数据、指标等方面的比较情况

公司名称	经营情况	市场地位	技术实力	关键业务数据、指标
海信家电	公司是中国大型的白电产品制造企业之一，主营业务涵盖了空调、冰箱、冷柜等白色家电领域产品的研发、制造、营销和售后服务，产品远销130多个国家和地区。	公司是国内最早致力于变频空调研发、生产和推广普及的企业，拥有海信空调、科龙空调两大知名品牌。	截至2021年末，研发人员2,892人，2021年研发投入21.49亿元。公司拥有国家级企业技术中心、企业博士后科研工作站、国家认可实验室、广东省重点工程技术研究开发中心等多个省级以上科技创新平	2021年营业收入675.63亿元，净利润23.43亿元，2021年末在职员工48,263人。根据中怡康统计数据，2018年度海信家电冰箱产品线下累计零售量市场占有率为

公司名称	经营情况	市场地位	技术实力	关键业务数据、指标
			台。	17.92%，位居行业第二。
海尔智家	公司是全球大家电行业的领导者和全球智慧家庭解决方案的引领者，形成包括中国智慧家庭业务、海外智慧家庭业务和其他业务在内的三大业务布局。公司在全球运营 14 个研发中心、122 个制造中心、108 个营销中心，并在海外市场覆盖接近 13 万个销售网点。	公司连续 12 年蝉联全球大型家用电器品牌零售量第一名。公司拥有全球家电品牌集群，包括海尔、卡萨帝、Leader、GE Appliances、Candy、Fisher&Paykel 及 AQUA。2009 年至 2020 年，海尔品牌制冷设备、洗衣设备的零售量在全球大家电品牌中分别连续 13 年和 12 年蝉联第一。	截至 **2021 年末**，研发人员 **22,161 人**，**2021 年**研发投入 **89.67 亿元**。在 2020 年“全球智慧家庭发明专利排行榜”中，海尔智家以 2034 件排名榜首，连续四次排名全球第一。	**2021 年**营业收入 **2,275.56 亿元**，净利润 **132.17 亿元**，**2021 年末**在职员工 **104,874 人**。根据欧睿国际数据统计，海尔洗衣机品牌零售量连续 12 年蝉联全球第一，2020 年市场销量占有率为 16.3%，较 2019 年增长 1.2 个百分点。
澳柯玛	公司已经形成了以冰柜、冰箱、生活电器等家用产品为核心业务，以商用冷链产品、冷链物流装备、超低温设备、自动售货机等为发展业务，以新能源电动工具车、新能源家电为未来业务的多层次、多梯度产业格局，营销网络覆盖全球 100 多个国家和地区。	公司被国家工业和信息化部列为“全国工业品牌培育示范企业”，入选由世界品牌实验室（World Brand Lab）发布的“中国 500 最具价值品牌”。	截至 **2021 年末**，研发人员 **679 人**；**2021 年**研发投入 **2.29 亿元**。公司为国家高新技术企业，建设有国家级企业技术中心、国家级博士后科研工作站、山东省商用冷链工程技术研究中心等 10 余个创新平台，拥有专利 2000 余项，历年获得国家级产品奖项 300 余项。	**2021 年**营业收入 **86.26 亿元**；净利润 **2.19 亿元**，**2021 年末**在职员工 **7,164** 人
长虹美菱	公司是中国重要的电器制造商之一，拥有合肥、绵阳、中山和景德镇四大国内制造基地，印尼和巴基斯坦两大海外制造基地。目前，公司已基本完成了综合白电的产业布局，覆盖了冰、洗、空、厨卫、小家电等全产品线，同时进入生鲜电商、生物医疗等新产业领域。	近年来公司荣获“智慧冰箱智能制造试点示范项目”、“国家级绿色工厂”及“国家级工业设计中心”三项国家级荣誉称号。	截至 **2021 年末**研发人员 **1,312 人**，**2021 年**研发投入 **6.24 亿元**。公司拥有安徽省首家 RoHS 公共检测中心、国家级企业技术中心，获得发明专利近千项。	**2021 年**营业收入 **180.33 亿元**，净利润 **0.87 亿元**，**2021 年末**在职员工 **12,815 人**。
惠而浦	公司旗下拥有惠而浦、三洋、帝度、荣事达四大品牌，业务遍及全球 40 多个国	洗碗机工厂项目和冻龄冰箱项目获得惠而浦全球质量大奖。	截至 **2021 年末**研发人员 **285 人**，2020 年研发投入 **1.13 亿元**。	**2021 年**营业收入 **49.31 亿元**，净利润 **-5.89 亿元**，**2021 年末**在职员

公司名称	经营情况	市场地位	技术实力	关键业务数据、指标
	家和地区，涵盖冰箱、洗衣机等白色家电，以及厨房电器、生活电器等系列产品线。			工 4,632 人。
奥马电器	奥马电器是中国最大的冰箱 ODM 生产商，主营产品为冰箱和冷柜，在国内市场采用以直销为主的经营模式，在国外市场采用 ODM 经营模式。	2009 年至 2021 年连续 13 年蝉联中国冰箱出口全球总量第一。	截至 2021 年末研发人员 752 人，2021 年研发投入 3.57 亿元。	2021 年营业收入 101.22 亿元，净利润 3.85 亿元，2021 年末在职员工 10,322 人。

数据来源：Wind、公司公告、公司官网

三、发行人销售情况及主要客户

（一）报告期内发行人主要产品的产能、产量及销量情况

1、主要产品产量、销量情况

报告期内，公司主要产品的产量及销量情况如下表所示：

单位：万台

产品类别	会计期间	自有产量	外协采购产量（OEM）	产量小计	销量	产销率
冰箱	2021 年度	158.13	0.16	158.29	156.59	98.93%
	2020 年度	176.28	0.11	176.39	176.77	100.22%
	2019 年度	167.39	1.28	168.67	168.87	100.12%
洗衣机	2021 年度	171.89	1.03	172.92	172.31	99.65%
	2020 年度	166.01	0.23	166.24	165.31	99.44%
	2019 年度	167.60	1.08	168.68	166.43	98.67%
平板电脑	2021 年度	91.78	-	91.78	88.19	96.09%
	2020 年度	78.19	-	78.19	80.88	103.45%
	2019 年度	51.75	-	51.75	50.63	97.84%

2、主要产品产能及产能利用率情况

报告期内，公司产品以自主生产为主，各主要产品自有产能及产能利用率情况如下表所示：

单位：万台

产品类别	会计期间	产能	自有产量	产能利用率
冰箱	2021 年度	213.28	158.13	74.14%

产品类别	会计期间	产能	自有产量	产能利用率
	2020 年度	207.36	176.28	85.01%
	2019 年度	172.80	167.39	96.87%
洗衣机	**2021 年度**	**209.66**	**171.89**	**81.99%**
	2020 年度	180.54	166.01	91.95%
	2019 年度	180.54	167.60	92.83%
平板电脑	**2021 年度**	**77.88**	**91.78**	**117.85%**
	2020 年度	77.88	78.19	100.40%
	2019 年度	58.41	51.75	88.59%

（二）发行人主要产品及服务的销售收入情况

报告期内，公司主要产品的销售收入具体如下表所示：

单位：万元，%

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
冰箱	**165,310.36**	**42.22**	173,611.15	47.26	171,094.28	46.89
洗衣机	**172,625.72**	**44.09**	149,925.26	40.81	153,058.88	41.95
平板电脑	**42,015.89**	**10.73**	31,454.48	8.56	23,346.52	6.40
其他	**11,618.07**	**2.97**	12,365.67	3.37	17,384.44	4.76
合计	**391,570.04**	**100.00**	**367,356.55**	**100.00**	**364,884.12**	**100.00**

报告期内，公司采取直销、经销和 ODM/OEM 相结合的销售模式，销售区域包含境内与境外。

报告期内，境内销售主要包括自有品牌销售、贴牌销售两大类，其中自有品牌销售包含直销、经销两种销售模式，贴牌销售为 ODM/OEM，其中 ODM 占大多数，OEM 相对较少。

报告期内，境外销售主要包括自有品牌销售、贴牌销售两大类，其中自有品牌销售为线下经销模式，贴牌销售为 ODM/OEM 模式。对于境外销售，公司主要采取 ODM 模式。

报告期各期，发行人在不同销售模式下的收入情况如下表所示：

单位：万元，%

渠道				2021 年		2020 年		2019 年	
				收入	占比	收入	占比	收入	占比
国内	自有品牌销售	直销	线上	**11,288.35**	**2.88**	9,745.18	2.65	11,226.81	3.08
			线下	**606.14**	**0.15**	190.41	0.05	263.65	0.07
		经销	线上	**74,859.73**	**19.12**	76,461.92	20.81	67,064.04	18.38
			线下	**71,344.08**	**18.22**	69,553.26	18.93	99,903.67	27.38
	贴牌销售	ODM		**109,780.13**	**28.04**	102,961.19	28.03	84,887.01	23.26
		OEM		**737.29**	**0.19**	3,773.29	1.03	4,155.96	1.14
	小计			**268,615.72**	**68.60**	**262,685.26**	**71.51**	**267,501.13**	**73.31**
国外	贴牌销售	ODM		**117,439.29**	**29.99**	99,622.43	27.12	91,663.24	25.12
	自有品牌销售	线下经销		**5,515.03**	**1.41**	5,048.86	1.37	5,719.75	1.57
	小计			**122,954.32**	**31.40**	**104,671.30**	**28.49**	**97,382.99**	**26.69**
合计				**391,570.04**	**100.00**	**367,356.55**	**100.00**	**364,884.12**	**100.00**

（三）发行人产品及服务的主要客户群体

公司销售模式包括直销、经销、ODM/OEM 三大类，其中直销模式仅限于境内，经销模式、ODM/OEM 均涵盖境内外，三种销售模式分别对应境内终端消费者、境内外经销商、境内外家电品牌企业三类客户群体。

（四）销售价格的总体变动情况

2019 年至 2021 年，公司主要产品年度平均销售价格变动情况如下表所示：

单位：万台，元/台

产品类别	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价
冰箱	**156.59**	**1,055.70**	176.77	982.12	168.87	1,013.20
洗衣机	**172.31**	**1,001.83**	165.31	906.91	166.43	919.67
平板电脑	**88.19**	**476.44**	80.88	388.88	50.63	461.12

（五）报告期内前五大客户销售情况

报告期内，公司前五名客户情况如下表所示：

单位：万元

序号	客户名称	销售内容	销售金额	占当期销售总额的比例
2021 年度				
1	**小米通讯技术有限公司**	**冰箱、洗衣机**	**53,623.25**	**13.40%**
2	**北京京东世纪贸易有限公司**	**冰箱、洗衣机**	**51,429.02**	**12.85%**
3	**Glimpse LLC**	**平板电脑**	**19,954.51**	**4.99%**
4	**IRISOHYAMA CO.,LTD**	**冰箱、洗衣机**	**17,229.05**	**4.31%**
5	**佛山市云米电器科技有限公司**	**冰箱、洗衣机**	**11,582.67**	**2.89%**
合计			**153,818.51**	**38.44%**
2020 年度				
1	北京京东世纪贸易有限公司	冰箱、洗衣机	45,048.27	12.05%
2	佛山市云米电器科技有限公司	冰箱、洗衣机	37,322.99	9.98%
3	小米通讯技术有限公司	冰箱、洗衣机	29,035.83	7.76%
4	上海怡谐家用电器有限公司	冰箱、洗衣机	20,353.65	5.44%
5	Glimpse LLC	平板电脑	9,742.72	2.61%
合计			**141,503.46**	**37.84%**
2019 年度				
1	佛山市云米电器科技有限公司	冰箱、洗衣机	47,508.72	12.89%
2	北京京东世纪贸易有限公司	冰箱、洗衣机	37,465.82	10.17%
3	上海怡谐家用电器有限公司	冰箱、洗衣机	21,164.78	5.74%
4	小米通讯技术有限公司	洗衣机	13,056.77	3.54%
5	国美智能科技有限公司	冰箱、洗衣机	7,151.85	1.94%
合计			**126,347.93**	**34.28%**

注 1：上表所示客户的销售金额均按照同一实际控制下客户的合并收入数据进行汇总披露。
注 2：小米通讯技术有限公司的交易数据为小米通讯技术有限公司、北京小米移动软件有限公司的交易金额合计数。
注 3：佛山市云米电器科技有限公司的交易数据为佛山市云米电器科技有限公司、佛山市小鲜互联电器科技有限公司的交易金额合计数。
注 4：上海怡谐家用电器有限公司的交易数据为上海怡谐家用电器有限公司、上海振羽商贸有限公司的交易金额合计数。
注 5：国美智能科技有限公司的交易数据为国美智能科技有限公司、天津战圣瑞达物流有限公司的交易金额合计数。

报告期内，公司向前五大客户销售比例不超过 50%，也不存在严重依赖少数客户的情况。

报告期内，公司与前五大客户不存在关联关系，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、持有发行人 5%股份以上的股东、公司的其他关联方未在

上述客户中拥有权益。

报告期内，公司各年前五大客户相比上年不存在较大变化。2020 年新增前五大客户 Glimpse LLC、**2021 年新增前五大客户 IRISOHYAMA CO.,LTD。前五名新增客户在成为公司报告期内前五名客户之前均与公司存在交易，订单具有连续性和持续性。**

（六）重合客户情况

报告期内，发行人与关联方存在客户重合的情况，与关联方重合的客户销售收入占发行人的比例分别为 47.28%、39.09%、30.98%，报告期内逐年下降。若剔除京东、国美、云米、倍科电器等国内外较为知名的客户，报告期内重合客户销售收入占比分别为 22.22%、16.27%、13.15%。

单位：万元，个

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
重合客户数	380	382	406
重合客户销售收入合计	123,985.23	146,189.92	174,250.21
创维电器营业收入合计	400,182.07	373,941.34	368,547.73
重合客户销售收入占比	30.98%	39.09%	47.28%
重合客户销售收入合计（扣除京东自营、国美、云米、倍科电器）	52,620.59	60,846.46	81,899.27
重合客户销售收入占比（扣除京东自营、国美、云米、倍科电器）	13.15%	16.27%	22.22%

注：根据公开资料，京东为国内最大的自营电商平台；国美为国内排名前三的家电连锁企业；云米为小米生态链公司，国内全屋互联网家电龙头企业；倍科电器为全球家电巨头 beko 旗下公司，Beko 是欧洲白色家电行业领导品牌，世界五百强企业，欧洲销量前三的家电品牌。

报告期内，发行人与关联方存在重合客户的原因主要有三类：

第一类为家电行业内主要的线上销售平台如京东等，第一大重合客户京东系家电行业主要的国内线上销售渠道，基于客户的行业地位，发行人与创维集团（百慕大）及其控制下企业同时与其合作具有合理性。

第二类为行业内主要的定制家电厂商如云米、国美等，云米、国美系国内家电行业较为知名的品牌，具有向各电器品牌制造厂商采购各类家电产品的交易需求，如电视、冰箱、洗衣机、空调等产品，因此，与创维集团（百慕大）及其控制下企业存在重合客户具有合理性。

第三类为线下渠道中特定区域内的主要家电经销商，在某一区域内经销家用电器类产品，发行人与创维集团（百慕大）及其控制下企业在线下渠道的重叠具有合理性。如前十大客户中的毕节市永鑫电器有限公司、云南易邦电器销售有限公司等经销商客户，为线下渠道特定区域内的主要家电经销商，在具体市、县等渠道具有唯一性或相对垄断地位，发行人与创维集团（百慕大）及其控制下企业在线下渠道的重叠具有合理性。上述重合经销商客户往往也销售创维品牌下的彩电等黑电产品、空调等白电产品，以此为终端客户提供更全面的购买选择，具有商业合理性。

国内外知名客户主要依据知名度、行业地位、销售规模、客户群体数量、公信力认定，相关名单及行业地位情况如下：

客户名称	行业地位
北京京东世纪贸易有限公司	京东系国内电子商务市场的龙头电商平台，国内最大的自营电商平台，在线销售家电、数码通讯、电脑、家居百货、服装服饰、母婴、图书、食品、在线旅游等数万个品牌商品，于 2014 年 5 月在美国纳斯达克上市，2021 年营业收入 9,515.92 亿元。
国美智能科技有限公司	国美智能系国美电器下属企业，国美电器是家电及消费电子产品零售领域全国性连锁企业，成为国内外众多知名家电厂家的重要经销商，2004 年国美电器在香港联交所上市，2021 年营业收入 469.26 亿元。
佛山市云米电器科技有限公司	云米为小米生态链公司，国内全屋互联网家电龙头企业，2018 年在美国纳斯达克上市公司，2021 年营业收入 53.04 亿元。
倍科电器有限公司	倍科为全球家电巨头 Beko 旗下公司，Beko 是欧洲白色家电行业领导品牌，世界五百强企业，欧洲销量前三的家电品牌。

资料来源：公司官网、年报及其他公开信息

由上表可见，京东、国美、云米、倍科电器均系家电领域实力较强、行业知名度较高的企业。

四、发行人采购情况及主要供应商

（一）报告期内发行人主要原材料及能源供应情况

公司的对外采购主要有原材料及零部件采购、OEM 采购及水电气等能源采购。报告期内，公司采购额变动情况如下：

单位：万元；%

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料及零部件采购	315,922.41	98.05	294,656.33	97.92	281,991.43	97.50

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
OEM 采购	**2,492.07**	**0.77**	2,643.37	0.88	3,801.89	1.31
能源采购	**3,806.67**	**1.18**	3,618.33	1.20	3,416.36	1.18
合计	**322,221.15**	**100.00**	**300,918.03**	**100.00**	**289,209.68**	**100.00**

1、公司主要原材料采购情况

公司对外采购的原材料主要包括异氰酸酯、多元醇、吸塑原料、压缩机、电机、电脑板、箱壳板材、U 壳板材、离合器等，报告期内，公司主要对外采购原材料的情况如下：

单位：万元，%

原材料名称	会计期间	采购金额	占采购总额的比例	采购数量	采购单价
异氰酸酯（吨，万元/吨）	**2021 年度**	**14,674.76**	**4.61**	**7,758.96**	**1.89**
	2020 年度	12,809.11	4.31	9,099.00	1.41
	2019 年度	11,770.61	4.12	8,823.86	1.33
多元醇（吨，万元/吨）	**2021 年度**	**9,073.98**	**2.85**	**5,628.28**	**1.61**
	2020 年度	8,137.73	2.74	6,633.26	1.23
	2019 年度	7,319.21	2.56	6,238.39	1.17
吸塑原料（吨，万元/吨）	**2021 年度**	**8,295.97**	**2.61**	**7,113.85**	**1.17**
	2020 年度	7,940.68	2.67	8,956.40	0.89
	2019 年度	7,634.42	2.67	7,593.50	1.01
压缩机（万个，元/个）	**2021 年度**	**17,275.69**	**5.43**	**160.98**	**107.32**
	2020 年度	19,831.93	6.67	199.46	99.43
	2019 年度	18,797.05	6.58	189.73	99.07
电机（万个，元/个）	**2021 年度**	**16,187.46**	**5.08**	**239.07**	**67.71**
	2020 年度	14,956.96	5.03	197.55	75.71
	2019 年度	15,137.93	5.30	180.41	83.91
电脑板（万个，元/个）	**2021 年度**	**11,892.21**	**3.73**	**183.69**	**64.74**
	2020 年度	10,899.23	3.67	167.12	65.22
	2019 年度	10,965.47	3.84	166.97	65.67
箱壳板材（万个，元/个）	**2021 年度**	**9,388.72**	**2.95**	**150.93**	**62.21**
	2020 年度	8,762.38	2.95	161.72	54.18
	2019 年度	7,419.21	2.60	144.79	51.24

原材料名称	会计期间	采购金额	占采购总额的比例	采购数量	采购单价
U 壳板材（万个，元/个）	**2021 年度**	**8,607.24**	**2.70**	**170.80**	**50.39**
	2020 年度	8,486.87	2.85	192.23	44.15
	2019 年度	8,016.58	2.81	187.21	42.82
离合器（万个，元/个）	**2021 年度**	**3,556.68**	**1.12**	**49.25**	**72.21**
	2020 年度	3,414.40	1.15	48.16	70.90
	2019 年度	4,204.53	1.47	62.23	67.56
主要原材料合计	**2021 年度**	**98,952.71**	**31.08**	**-**	**-**
	2020 年度	**95,239.30**	**32.03**	**-**	**-**
	2019 年度	**91,265.01**	**31.93**	**-**	**-**

注：上表所示“占采购总额比例”=某一原材料采购金额/（原材料采购总额+OEM 采购总额）

2、公司 OEM 采购情况

报告期内，公司 OEM 采购的情况如下：

单位：万元，%

项目	期间	采购金额	占 OEM 采购总额的比例
冰箱	**2021 年度**	**257.91**	**10.35**
	2020 年度	196.12	7.42
	2019 年度	2,223.09	58.47
洗衣机	**2021 年度**	**473.06**	**18.98**
	2020 年度	148.73	4.98
	2019 年度	1,407.66	37.03
其他	**2021 年度**	**1,761.10**	**70.67**
	2020 年度	2,315.62	87.60
	2019 年度	171.14	4.50
合计	**2021 年度**	**2,492.07**	**100.00**
	2020 年度	**2,643.37**	**100.00**
	2019 年度	**3,801.89**	**100.00**

（二）主要能源供应及价格变动情况

公司经营所需的主要能源为水、电和燃气。报告期内，公司主要能源的采购金额变动情况如下：

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
水	采购金额（万元）	**183.72**	196.09	168.21
	采购数量（万吨）	**45.13**	46.54	38.09
	平均单价（元/吨）	**4.07**	4.21	4.42
电	采购金额（万元）	**3,600.10**	3,398.17	3,221.80
	采购数量（万度）	**5,578.30**	5,449.40	5,020.65
	平均单价（元/度）	**0.65**	0.62	0.64
燃气	采购金额（万元）	**22.86**	24.07	26.35
	采购数量（万立方米）	**7.23**	7.44	7.34
	平均单价（元/立方米）	**3.16**	3.24	3.59

（三）报告期内前五大供应商采购情况

报告期内，公司主要供应商的采购情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	采购产品类别	采购金额	占营业成本比重
2021 年度				
1	**万华化学（烟台）销售有限公司**	**异氰酸酯、多元醇**	**18,758.44**	**5.31%**
2	**南京永湖电子有限公司**	**注塑件**	**14,222.50**	**4.03%**
3	**南京昌德成电器有限公司**	**主控板、显示板、线束等**	**12,293.79**	**3.48%**
4	**江阴市润信电器配件有限公司**	**压铸件、烘道等**	**9,539.24**	**2.70%**
5	**湖北东贝贸易有限公司**	**压缩机**	**9,187.41**	**2.60%**
合计			**64,001.38**	**18.12%**
2020 年度				
1	万华化学（烟台）销售有限公司	异氰酸酯、多元醇	16,007.05	4.93%
2	南京永湖电子有限公司	注塑件	12,339.15	3.80%
3	南京昌德成电器有限公司	主控板、显示板、线束等	10,101.26	3.11%
4	合肥河钢新材料科技有限公司	PCM 板材	9,308.43	2.87%
5	湖北东贝贸易有限公司	压缩机	8,335.95	2.57%
合计			**56,091.84**	**17.28%**
2019 年度				
1	万华化学（烟台）销售有限公司	异氰酸酯、多元醇	14,527.29	4.64%
2	南京永湖电子有限公司	注塑件	11,833.51	3.78%
3	合肥河钢新材料科技有限公司	PCM 板材	9,951.55	3.18%

序号	供应商名称	采购产品类别	采购金额	占营业成本比重
4	南京昌德成电器有限公司	主控板、显示板、线束等	8,890.61	2.84%
5	湖北东贝贸易有限公司	压缩机	8,125.89	2.59%
合计			**53,328.86**	**17.02%**

注 1：上表所示供应商的采购金额均按照同一实际控制下供应商的合并采购数据进行汇总披露。
注 2：万华化学（烟台）销售有限公司的交易数据为万华化学（烟台）销售有限公司、万华化学（宁波）容威聚氨酯有限公司的交易金额合计数。
注 3：湖北东贝贸易有限公司的交易数据为芜湖欧宝机电有限公司、湖北东贝贸易有限公司的交易金额合计数。
注 4：合肥河钢新材料科技有限公司的交易数据为合肥河钢新材料科技有限公司、合肥海尔特种钢板研制开发有限公司（曾用名）的交易金额合计数。

报告期内，公司向前五大供应商采购比例不超过 50%，也不存在严重依赖少数供应商的情况。

报告期内，公司与前五名供应商之间不存在关联关系，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、持有发行人 5%股份以上的股东、公司的其他关联方未在上述应商中拥有权益。

报告期内，公司各年前五大供应商相比上年不存在较大变化。2019 年新增前五大供应商南京永湖电子有限公司、**2021 年**新增前五大供应商江阴市润信电器配件有限公司在成为公司报告期内前五名供应商之前均与公司存在交易。公司与前五名新增供应商的订单具有连续性和持续性。

五、发行人主要固定资产及无形资产情况

（一）发行人拥有的固定资产情况

截至 2021 年 12 月 31 日，公司固定资产情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	减值准备	账面净值	成新率
房屋及建筑物	49,132.17	13,476.91	-	35,655.27	72.57%
机器设备	71,126.15	42,799.55	-	28,326.60	39.83%
运输设备	575.50	344.02	-	231.48	40.22%
办公及其他设备	1,110.41	653.47	-	456.94	41.15%
合计	121,944.23	57,273.94	-	64,670.29	-

1、房屋建筑物

（1）自有房产

截至本招股说明书签署日，公司拥有已取得房屋权属证书的自有房产具体情况如下表所示：

序号	权利人	地址	产权证号	建筑面积（㎡）	用途	他项权利
1	创维电器	溧水区经济开发区滨淮大道96号	苏（2021）宁溧不动产权第0001924号	91,185.71	工业用地/厂房，仓库	**抵押**
2	创维电器	溧水区经济开发区滨淮大道96号	苏（2021）宁溧不动产权第0001932号	184,509.43	工业用地/研发楼，仓库，宿舍，食堂，厂房	抵押

注1：“苏（2021）宁溧不动产权第0001924号”不动产的抵押权人为招商银行股份有限公司南京分行，最高债权数额为18,421万元，债务履行期限为2021年12月22日至2022年12月21日止，抵押权登记时间为2021年12月24日，登记证明号为苏（2021）宁溧不动产证明0030163号。

注2：“苏（2021）宁溧不动产权第0001932号”不动产的抵押权人为江苏银行股份有限公司溧水支行，最高债权数额为50,000万元，债务履行期限为2020年12月11日至2023年7月31日止，抵押权登记时间为2020年12月17日，登记证明号为苏（2020）宁溧不动产证明0036430号。

发行人上述不动产主要用于生产、研发、办公、仓储等，“苏（2021）宁溧不动产权第0001932号”、**“苏（2021）宁溧不动产权第0001924号”**地块用于为公司借款提供抵押担保以满足正常生产运营所需资金，除此之外不存在其他权属瑕疵或权利受限情形。

（2）租赁房产

截至本招股说明书签署日，公司子公司深圳电器承租了1处**生产用**房屋，具体情况如下表所示：

序号	承租方	出租方	房屋产权证号	租赁面积（㎡）	房屋用途	租赁期限	租赁备案
1	深圳电器	创维集团科技园管理有限公司	粤（2019）深圳市不动产第0157655号	8,090.90	工业用地/研发楼	2018.01.01-2023.12.31	是

2、主要设备

截至2021年12月31日，与公司生产相关的主要机器设备情况主要如下：

单位：台，套，万元，%

序号	所有权人	设备名称	数量	账面原值	账面净值	成新率
1	创维电器	冰箱-线体	1	826.26	266.65	32.27
2	创维电器	冰箱-吸塑车间 1 号 COMI 机	1	719.21	189.69	26.37
3	创维电器	冰箱-门体车间进口发泡机	1	770.19	209.24	27.17
4	创维电器	冰箱-吸塑车间 2 号 COMI 机	1	719.13	195.36	27.17
5	创维电器	冰箱-吸塑车间 3 号 COMI 机	1	714.72	199.82	27.96
6	创维电器	冰箱-CD 线线体	1	774.76	278.86	35.99
7	创维电器	冰箱-吸塑车间 4 号 COMI 机	1	648.83	217.36	33.50
8	创维电器	冰箱-吸塑车间 5 号 COMI 机	1	649.09	217.45	33.50
9	创维电器	冰箱-吸塑车间 6 号 COMI 机	1	647.72	216.98	33.50
10	创维电器	洗衣机-滚筒箱体铆接成型全自动线	1	770.32	597.82	77.61
11	创维电器	洗衣机-自动折方铆接线	1	1,017.70	864.62	84.96
12	创维电器	冰箱-COMI 真空成型机	1	877.54	787.23	89.71
13	创维电器	洗衣机-滚筒 C 线 TOX 箱体折弯铆接机	1	955.75	940.62	98.42
合计			13	10,091.22	5,181.70	-

（二）发行人拥有的无形资产情况

截至 2021 年 12 月 31 日，公司无形资产情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计摊销	减值准备	账面净值
土地使用权	8,074.55	988.34	-	7,086.21
软件	927.94	330.03	-	597.91
合计	9,002.50	1,318.38	-	7,684.12

1、土地使用权

截至 2021 年 12 月 31 日，公司及控股子公司所拥有土地情况如下表所示：

序号	权利人	地址	产权证号	面积（㎡）	用途	使用权类型	使用期限至	他项权利
1	发行人	溧水区经济开发区滨淮大道 96 号	苏（2021）宁溧不动产权第 0001924 号	127,144.01	工业用地/厂房，仓库	出让	2067.08.10	抵押

序号	权利人	地址	产权证号	面积（㎡）	用途	使用权类型	使用期限至	他项权利
2	发行人	溧水区经济开发区滨淮大道 96 号	苏（2021）宁溧不动产权第 0001932 号	197,056.80	工业用地/研发楼，仓库，宿舍，食堂，厂房	出让	2064.02.19	抵押

注 1：“苏（2021）宁溧不动产权第 0001924 号”不动产的抵押权人为招商银行股份有限公司南京分行，最高债权数额为 18,421 万元，债务履行期限为 2021 年 12 月 22 日至 2022 年 12 月 21 日止，抵押权登记时间为 2021 年 12 月 24 日，登记证明号为苏（2021）宁溧不动产证明 0030163 号。

注 2：“苏（2021）宁溧不动产权第 0001932 号”不动产的抵押权人为江苏银行股份有限公司溧水支行，最高债权数额为 50,000 万元，债务履行期限为 2020 年 12 月 11 日至 2023 年 7 月 31 日止，抵押权登记时间为 2020 年 12 月 17 日，登记证明号为苏（2020）宁溧不动产证明 0036430 号。

截至本招股说明书出具日，发行人有部分建筑物尚未取得产权证书，具体情况如下：

序号	权利人	座落	用途	面积（平方米）
1	发行人	溧水区经济开发区滨淮大道 96 号	东门门卫房	70.00
2	发行人	溧水区经济开发区滨淮大道 96 号	三期物流门	200.00
3	发行人	溧水区经济开发区滨淮大道 96 号	临时废品仓库	600.00
4	发行人	溧水区经济开发区滨淮大道 96 号	仓库	10,000.00
5	发行人	溧水区经济开发区滨淮大道 96 号	钢结构雨棚	13,500.00
合计				**24,370.00**

注：上述第 5 项雨棚面积为若干处雨棚的合计面积。

上述 5 项建筑，因发行人未办理建设工程规划许可或当地政策原因，无法办理不动产权证书。

2021 年 12 月 2 日，南京市溧水区城乡建设局出具了《证明》，该局确认：“创维电器在南京市溧水经济开发区滨淮大道 96 号的厂区内有一处仓库、一处废品站、两个门卫房及若干钢结构雨棚尚未取得产权证书，上述情况我局已经知晓。我局认为，上述建筑均建设在创维电器自有土地上，建设程序虽然存在瑕疵，但不属于重大违法违规行为”。

就发行人上述无产权证建筑问题，发行人控股股东香港创维已出具了《承诺函》，承诺：“若创维电器因发行上市前的无产权证建筑物被政府主管部门处罚或者无产权证建筑物被责令拆除，本公司将承担创维电器的全部经济损失，包括但不限于拆除费用、资产损失、罚款等”。

综上，发行人上述无法取得产权证书的建筑存在被责令改正、罚款等行政处罚的法律风险，但根据南京市溧水区城乡建设局出具的证明文件，该等建筑物涉及的违建情形不属于重大违法违规行为。由于相关无产权证书的建筑物占发行人建筑总面积的比例较小，主要用途为仓储和雨棚，且控股股东已出具承担发行人损失的《承诺函》，建筑瑕疵不会对发行人业务经营造成重大不利影响。

2、专利

截至本招股说明书签署日，公司共有境内专利 **202** 项，其中发明专利 **18** 项，具体如下表所示：

序号	专利名称	专利权人	专利类型	申请号	专利申请日	取得方式	他项权利
1	一种家用电器按键结构及洗衣机	发行人	实用新型	201521059318.3	2015.12.18	原始取得	无
2	一种洗衣机及其振动失衡检测方法	发行人	发明	201710818010.X	2017.09.12	原始取得	无
3	一种洗衣机旋钮结构	发行人	实用新型	201820224933.2	2018.02.08	原始取得	无
4	一种滚筒洗衣机控制面板组件结构	发行人	实用新型	201820223363.5	2018.02.08	原始取得	无
5	一种推弹方式的滚筒洗衣机洗涤剂盒结构	发行人	实用新型	201820433968.7	2018.03.29	原始取得	无
6	一种防松的洗衣机可调节脚	发行人	实用新型	201820827963.2	2018.05.31	原始取得	无
7	一种调节洗衣机转速的电机风叶	发行人	实用新型	201821156072.5	2018.07.20	原始取得	无
8	一种调节洗衣机桶组稳定性的装置	发行人	实用新型	201821372639.2	2018.08.24	原始取得	无
9	滚筒洗衣机控制面板固定结构	发行人	实用新型	201920618210.5	2019.04.30	原始取得	无
10	一种滚筒洗衣机溢水保护结构	发行人	实用新型	201920615965.X	2019.04.30	原始取得	无
11	可拆卸的银离子容器结构	发行人	实用新型	201920934188.5	2019.06.20	原始取得	无
12	一种具有旋瀑洗涤装置的洗衣机桶组及波轮洗衣机	发行人	实用新型	201921095103.5	2019.07.14	原始取得	无
13	一种带杀菌功能的洗衣机	发行人	实用新型	201921087776.6	2019.07.12	原始取得	无
14	一种滚筒洗衣机面板触摸控制系统	发行人	实用新型	201921308929.5	2019.08.13	原始取得	无
15	一种带触摸功能显示屏的洗衣机	发行人	实用新型	201921308962.8	2019.08.13	原始取得	无

序号	专利名称	专利权人	专利类型	申请号	专利申请日	取得方式	他项权利
16	一种具有偏心检测功能的洗衣机平衡圈组件	发行人	实用新型	201921308957.7	2019.08.13	原始取得	无
17	一种滚筒洗衣机控板旋钮	发行人	实用新型	201921717179.7	2019.10.14	原始取得	无
18	一种双筒滚筒洗衣机	发行人	实用新型	201921847873.0	2019.10.30	原始取得	无
19	一种新的双筒滚筒洗衣机	发行人	实用新型	201921847847.8	2019.10.30	原始取得	无
20	一种新型双筒滚筒洗衣机	发行人	实用新型	201921848745.8	2019.10.30	原始取得	无
21	一种设有万向连接杆的双筒滚筒洗衣机	发行人	实用新型	201921847845.9	2019.10.30	原始取得	无
22	一种使用单阻尼器的波轮洗衣机玻璃盖板	发行人	实用新型	201922160584.X	2019.12.05	原始取得	无
23	一种带吸振器的双筒滚筒洗衣机	发行人	实用新型	201922161518.4	2019.12.05	原始取得	无
24	一种气体与液体共用出口的四通结构	发行人	实用新型	202020000120.2	2020.01.01	原始取得	无
25	一种洗涤剂带喷淋功能的滚筒洗衣机	发行人	实用新型	202020364485.3	2020.03.20	原始取得	无
26	一种能够实现洗衣和洗鞋互换的洗衣机	发行人	实用新型	202020895219.3	2020.05.25	原始取得	无
27	一种波轮内桶可上升式洗衣机	发行人	实用新型	202020895271.9	2020.05.25	原始取得	无
28	一种洗衣机用调整脚底角结构	发行人	实用新型	202021917164.8	2020.09.05	原始取得	无
29	一种集烘干冷凝过滤为一体的洗衣机洗烘系统	发行人	实用新型	202021917163.3	2020.09.05	原始取得	无
30	一种洗衣机用排水泵	发行人	实用新型	202022400327.1	2020.10.26	原始取得	无
31	一种带有旋转承物架的冷藏箱胆及冰箱	发行人	实用新型	201620576545.1	2016.06.14	原始取得	无
32	一种 GPPS 高光泽冰箱内衬、冰箱及制备方法	发行人	发明	201611116223.X	2016.12.07	原始取得	无
33	一种冰箱门封条	发行人	实用新型	201621483282.6	2016.12.30	原始取得	无
34	一种具有蛋架的冰箱门及其冰箱	发行人	实用新型	201621477026.6	2016.12.30	原始取得	无
35	密封件、风道结构及风冷冰箱	发行人	实用新型	201720068419.X	2017.01.19	原始取得	无
36	一种冰箱及其控制方法	发行人	发明	201710213722.9	2017.04.01	原始取得	无
37	一种冰箱门搁架及其冰箱	发行人	实用新型	201720374351.8	2017.04.11	原始取得	无

序号	专利名称	专利权人	专利类型	申请号	专利申请日	取得方式	他项权利
38	一种止脱螺栓、可调底脚、冰箱及洗衣机	发行人	实用新型	201720215845.1	2017.03.07	原始取得	无
39	一种底板组件和冰箱	发行人	实用新型	201720502224.1	2017.05.08	原始取得	无
40	一种变频冰箱的控制方法、存储介质及冰箱	发行人	发明	201710697300.3	2017.08.15	原始取得	无
41	一种冰箱冷冻风道组件及冰箱	发行人	发明	201711058391.2	2017.11.01	原始取得	无
42	对开门风冷冰箱	发行人	外观设计	201730642251.4	2017.12.15	原始取得	无
43	一种冰箱压缩机控制方法	发行人	发明	201810005042.2	2018.01.03	原始取得	无
44	一种带快速除冰功能的直冷冷柜	发行人	实用新型	201820224934.7	2018.02.08	原始取得	无
45	一种冰箱食物搬运装置	发行人	实用新型	201820598200.5	2018.04.25	原始取得	无
46	一种快速左右换开门的冰箱	发行人	实用新型	201820599527.4	2018.04.25	原始取得	无
47	一种可变空间的组合式托盘结构	发行人	实用新型	201820599526.X	2018.04.25	原始取得	无
48	一种冰箱食物解冻搬运装置	发行人	实用新型	201820599015.8	2018.04.25	原始取得	无
49	一种冰箱密封门的防漏冷密封结构	发行人	发明	201810995554.8	2018.08.29	原始取得	无
50	一种改变风向的冷藏风道、冷冻风道和含有此风道的冰箱	发行人	实用新型	201822129107.2	2018.12.18	原始取得	无
51	一种风冷冰箱冷冻风道结构	发行人	实用新型	201822215415.7	2018.12.27	原始取得	无
52	一种冰箱冷藏室	发行人	实用新型	201920526175.4	2019.04.18	原始取得	无
53	一种饮料冷却装置	发行人	实用新型	201920607067.X	2019.04.29	原始取得	无
54	可独立控制温湿度的存酒框	发行人	实用新型	201920526451.7	2019.04.18	原始取得	无
55	一种瓶框拦条固定及翻转结构	发行人	实用新型	201920607032.6	2019.04.29	原始取得	无
56	一种隐藏式玻璃门铰链安装结构	发行人	实用新型	201920607065.0	2019.04.29	原始取得	无
57	一种无边界门体装饰条固定结构	发行人	实用新型	201920934187.0	2019.06.20	原始取得	无
58	一种冰箱组合式端盖结构	发行人	实用新型	201920897781.7	2019.06.14	原始取得	无
59	一种立式独立蔬菜储存间及具有该结构的冰箱	发行人	实用新型	201921095112.4	2019.07.14	原始取得	无

序号	专利名称	专利权人	专利类型	申请号	专利申请日	取得方式	他项权利
60	一种冰箱内小型门体的安全锁扣结构	发行人	实用新型	201921095111.X	2019.07.14	原始取得	无
61	一种用于冰箱门体的屏幕组件安装结构	发行人	实用新型	201921308027.1	2019.08.13	原始取得	无
62	一种冷藏室储物空间可变的冰箱结构	发行人	实用新型	201921308015.9	2019.08.13	原始取得	无
63	一种适应多种抽屉结构的箱胆筋条	发行人	实用新型	201921422429.4	2019.08.29	原始取得	无
64	一种一体式压机仓组件及具有该组件的冰箱	发行人	实用新型	201921717976.5	2019.10.14	原始取得	无
65	一种翻转玻璃层架组件及具有该组件的冰箱	发行人	实用新型	201921717191.8	2019.10.14	原始取得	无
66	一种将温度控制板内置于其中的冰箱冷藏室结构	发行人	实用新型	201921978559.6	2019.11.15	原始取得	无
67	一种内置变温室控制系统的冰箱冷藏室	发行人	实用新型	201921979313.0	2019.11.15	原始取得	无
68	一种可快速冷却啤酒和饮料的装置及具有该装置的冰箱	发行人	实用新型	201922137568.9	2019.12.03	原始取得	无
69	冰箱（美式 503）	发行人	外观设计	201930717137.2	2019.12.20	原始取得	无
70	冰箱（BCD-500WTGPi）	发行人	外观设计	202030052370.6	2020.02.16	原始取得	无
71	一种冰箱上食材解冻装置	发行人	实用新型	202020363817.6	2020.03.20	原始取得	无
72	一种食材解冻冰箱中的冷解冻结构	发行人	实用新型	202020364486.8	2020.03.20	原始取得	无
73	一种解冻冰箱中冷冻室内结构	发行人	实用新型	202020363779.4	2020.03.20	原始取得	无
74	一种食材解冻冰箱的解冻结构	发行人	实用新型	202020363802.X	2020.03.20	原始取得	无
75	一种食材解冻冰箱的水平推拉结构	发行人	实用新型	202020363808.7	2020.03.20	原始取得	无
76	一种冰箱拼接式风道结构及具有其的冰箱	发行人	实用新型	202020895246.0	2020.05.25	原始取得	无
77	解冻冰箱	发行人	外观设计	202030374676.3	2020.07.12	原始取得	无
78	波轮洗衣机波轮	发行人	外观设计	201930672794.X	2019.12.03	原始取得	无
79	滚筒洗衣机 mini（2）	创维有限	外观设计	201630603758.4	2016.12.09	原始取得	无
80	滚筒洗衣机 mini（1）	创维有限	外观设计	201630603757.X	2016.12.09	原始取得	无
81	滚筒洗衣机	创维有限	外观设计	201630603734.9	2016.12.09	原始取得	无

序号	专利名称	专利权人	专利类型	申请号	专利申请日	取得方式	他项权利
82	波轮洗衣机（1）	创维有限	外观设计	201630603733.4	2016.12.09	原始取得	无
83	波轮洗衣机（2）	创维有限	外观设计	201630603755.0	2016.12.09	原始取得	无
84	一种机械风门风冷冰箱低温启动控制方法	创维有限	发明	201910632699.6	2019.07.14	原始取得	无
85	一种风冷冰箱压缩机防液击保护控制方法	创维有限	发明	201910632704.3	2019.07.14	原始取得	无
86	一种能够阻挡泡料流动的冰箱门体结构	创维有限	实用新型	202021355368.7	2020.07.12	原始取得	无
87	一种滚筒洗衣机控板旋钮晃动优化结构	创维有限	实用新型	202022158542.5	2020.09.27	原始取得	无
88	一种多功能迷你洗衣机门盖	创维有限	实用新型	202022399517.6	2020.10.26	原始取得	无
89	一种洗衣机脱水前的衣物自动分散方法和系统	电器研究院	发明	201610353685.7	2016.05.25	原始取得	无
90	一种制冷设备商检系统	电器研究院	实用新型	201820601374.2	2018.04.25	原始取得	无
91	一种变频冰箱的控制方法、装置及变频冰箱	电器研究院	发明	201710947348.5	2017.10.12	原始取得	无
92	一种解决压机串扰大屏触摸问题的控制板	电器研究院	实用新型	202020000121.7	2020.01.01	原始取得	无
93	一种显示与控制集成一体的显示屏	电器研究院	实用新型	202021355361.5	2020.07.12	原始取得	无
94	音频定向处理方法和装置	深圳电器	发明	201310053552.4	2013.02.19	受让取得	无
95	平板电脑（T007）	深圳电器	外观设计	201430043122.X	2014.03.06	原始取得	无
96	平板电脑（T015）	深圳电器	外观设计	201530012412.2	2015.01.15	原始取得	无
97	耳机座及终端	深圳电器	实用新型	201520598679.9	2015.08.11	原始取得	无
98	异常死机自动恢复系统	深圳电器	实用新型	201520601077.4	2015.08.11	原始取得	无
99	一种信息安全保护终端	深圳电器	实用新型	201520670652.6	2015.09.01	原始取得	无
100	一种接入设备的串口检测电路及测试夹具	深圳电器	实用新型	201520670124.0	2015.08.31	原始取得	无
101	一种具有时序控制的SOC 模块	深圳电器	实用新型	201520681258.2	2015.09.06	原始取得	无
102	一种家电升级系统及家电升级设备	深圳电器	实用新型	201520725186.7	2015.09.18	原始取得	无
103	广告投放机及广告投放系统	深圳电器	实用新型	201520658782.8	2015.08.28	原始取得	无
104	平板电脑	深圳电器	外观设计	201530394658.0	2015.10.12	原始取得	无

序号	专利名称	专利权人	专利类型	申请号	专利申请日	取得方式	他项权利
105	平板电脑支架	深圳电器	外观设计	201530394657.6	2015.10.12	原始取得	无
106	一种防静电干扰的触摸装置	深圳电器	实用新型	201521065210.5	2015.12.18	原始取得	无
107	平板电脑（T106）	深圳电器	外观设计	201630380306.4	2016.08.10	原始取得	无
108	医疗平板电脑（S116）	深圳电器	外观设计	201630604938.4	2016.12.09	原始取得	无
109	平板电脑（T837）	深圳电器	外观设计	201730022100.9	2017.01.19	原始取得	无
110	北斗手机（BD503）	深圳电器	外观设计	201630605704.1	2016.12.09	原始取得	无
111	一种仓门卡扣结构及便携式 DVD	深圳电器	实用新型	201720057118.7	2017.01.18	原始取得	无
112	一种自适应适配器的充电控制装置及方法	深圳电器	发明	201510794396.6	2015.11.18	原始取得	无
113	医疗 TV（T133）	深圳电器	外观设计	201730581947.0	2017.11.23	原始取得	无
114	对讲机（LT130）	深圳电器	外观设计	201730649138.9	2017.12.18	原始取得	无
115	一种 Android 系统自动化程序构建方法及系统	深圳电器	发明	201510695738.9	2015.10.23	原始取得	无
116	平板电脑（J6-5inch）	深圳电器	外观设计	201830599238.X	2018.10.25	原始取得	无
117	平板电脑（J6-7inch）	深圳电器	外观设计	201830599235.6	2018.10.25	原始取得	无
118	平板电脑（S786）	深圳电器	外观设计	201830598359.2	2018.10.25	原始取得	无
119	平板电脑（S1036）	深圳电器	外观设计	201830598365.8	2018.10.25	原始取得	无
120	平板电脑（S806）	深圳电器	外观设计	201830598364.3	2018.10.25	原始取得	无
121	平板电脑（M1016 pro）	深圳电器	外观设计	201830738039.2	2018.12.18	原始取得	无
122	平板电脑（S1016 pro）	深圳电器	外观设计	201830738038.8	2018.12.18	原始取得	无
123	平板电脑（S1016）	深圳电器	外观设计	201830738037.3	2018.12.18	原始取得	无
124	平板电脑（S1026 pro）	深圳电器	外观设计	201830735507.0	2018.12.18	原始取得	无
125	智慧电子班牌	深圳电器	外观设计	201930514976.4	2019.09.19	原始取得	无
126	智能室内控制终端底座（Z806）	深圳电器	外观设计	201930514964.1	2019.09.19	原始取得	无
127	智能室内控制终端（Z806）	深圳电器	外观设计	201930514967.5	2019.09.19	原始取得	无

序号	专利名称	专利权人	专利类型	申请号	专利申请日	取得方式	他项权利
128	床旁交互终端（Y1016）	深圳电器	外观设计	201930749458.0	2019.12.31	原始取得	无
129	平板电脑（S1020）	深圳电器	外观设计	201930747622.4	2019.12.31	原始取得	无
130	床旁交互终端（Y706）	深圳电器	外观设计	202030660614.9	2020.11.03	原始取得	无
131	人脸识别测温仪（Y8）	深圳电器	外观设计	202030660620.4	2020.11.03	原始取得	无
132	平板电脑（M808）	深圳电器	外观设计	202030660646.9	2020.11.03	原始取得	无
133	床旁交互终端呼叫器	深圳电器	外观设计	202030661575.4	2020.11.03	原始取得	无
134	医疗显示终端（Y430）	深圳电器	外观设计	202030661577.3	2020.11.03	原始取得	无
135	医疗显示终端（Y185）	深圳电器	外观设计	202030661578.8	2020.11.03	原始取得	无
136	平板电脑（M108R）	深圳电器	外观设计	202030661585.8	2020.11.03	原始取得	无
137	手机（S500）	深圳电器	外观设计	202030660641.6	2020.11.03	原始取得	无
138	智能遥控器	深圳电器、深圳创维智能系统技术研究院	外观设计	202030819621.9	2020.12.30	原始取得	无
139	电源系统及其电池切换电路	深圳电器	实用新型	202022988378.0	2020.12.11	原始取得	无
140	存储芯片自毁装置	深圳电器	实用新型	202022990002.3	2020.12.11	原始取得	无
141	平板电脑（M103）	深圳电器	外观设计	202130203563.1	2021.04.12	原始取得	无
142	一种新型立式多功能mini 冰箱	发行人	实用新型	202022929932.8	2020.12.07	原始取得	无
143	一种冰箱储藏区中的密码锁结构	发行人	实用新型	202022930000.5	2020.12.07	原始取得	无
144	一种一体式内置冷凝器	发行人	实用新型	202120124319.0	2021.01.18	原始取得	无
145	冰吧（T3）	发行人	外观设计	202130405617.2	2021.06.29	原始取得	无
146	冰箱（496）	发行人	外观设计	202130406191.2	2020.06.29	原始取得	无
147	一种减少冷藏室出风口结冰风险的控制方法	创维有限	发明	201911047427.6	2019.10.30	原始取得	无
148	一种支持无线充电的洗衣机	发行人	实用新型	202023003259.1	2020.12.14	原始取得	无
149	一种复式洗衣机	发行人	实用新型	202023004453.1	2020.12.14	原始取得	无

序号	专利名称	专利权人	专利类型	申请号	专利申请日	取得方式	他项权利
150	一种柔性热交换装置	创维有限	实用新型	202022622339.9	2020.11.13	原始取得	无
151	一种进水系统带水液分离自动投放的滚筒洗衣机	创维有限	实用新型	202022820653.8	2020.11.30	原始取得	无
152	基于互联网的智能家用电器设备远程控制系统及其方法	发行人	发明	202110878428.6	2021.08.02	原始取得	无
153	基于多系统集成高识别率的远程语音识别控制系统及方法	发行人	发明	202110893901.8	2021.08.05	原始取得	无
154	一种翻转梁以及该翻转梁的冰箱	发行人	实用新型	202121243570.5	2021.06.04	原始取得	无
155	一种带有智能药品管理系统的冰箱	发行人	实用新型	202023108610.3	2020.12.22	原始取得	无
156	一种设有自动投放装置的洗衣机	发行人	实用新型	202120237745.5	2021.01.28	原始取得	无
157	一种具有自动投放功能的洗衣机	发行人	实用新型	202120238175.1	2021.01.28	原始取得	无
158	一种无线智能化 MINI 冰箱	发行人	实用新型	202120490140.7	2021.03.08	原始取得	无
159	一种冰箱中具备平衡功能的导轨结构	发行人	实用新型	202120631733.0	2021.03.29	原始取得	无
160	一种带储物格的双筒洗衣机	发行人	实用新型	202120631990.4	2021.03.29	原始取得	无
161	一种具有压缩机冷却方式的热泵式干衣机	发行人	实用新型	202120632010.2	2021.03.29	原始取得	无
162	一种具有平衡功能的冰箱	发行人	实用新型	202120632012.1	2021.03.29	原始取得	无
163	一种带厚膜蒸汽发生器及四通分流器的滚筒洗衣机	发行人	实用新型	202120796621.0	2021.04.19	原始取得	无
164	一种带扫地机器人的干衣机或者洗衣机底座	发行人	实用新型	202120798043.4	2021.04.19	原始取得	无
165	一种用于冰箱中的具有防呆功能的翻转梁	发行人、北京小米移动软件有限公司	实用新型	202120810786.9	2021.04.20	原始取得	无
166	一种洗衣机前门板上的洗涤剂投入和储液组件	发行人	实用新型	202120881390.3	2021.04.27	原始取得	无
167	一种洗衣机前门板上的洗涤剂投入盒装置	发行人	实用新型	202120881402.2	2021.04.27	原始取得	无
168	一种干衣机电容固定结构	发行人	实用新型	202121720017.6	2021.07.27	原始取得	无

序号	专利名称	专利权人	专利类型	申请号	专利申请日	取得方式	他项权利
169	一种可伸缩的香薰结构以及带可伸缩香薰结构的干衣机	发行人	实用新型	202122001192.6	2021.08.24	原始取得	无
170	客厅冰箱（T3）	发行人	外观设计	202130520658.6	2021.08.11	原始取得	无
171	冰箱（T3）	发行人	外观设计	202130575414.8	2021.09.01	原始取得	无
172	一种洗衣机前门板上的洗涤剂投入盒组件	发行人	实用新型	202120882531.3	2021.04.27	原始取得	无
173	一种翻转梁结构以及该翻转梁结构的冰箱	发行人	实用新型	202121245361.4	2021.06.04	原始取得	无
174	一种用于固定水路管道及电源线的排水管卡	发行人	实用新型	202121720000.0	2021.07.27	原始取得	无
175	一种房车冰箱内玻璃层固定架	发行人	实用新型	202121999212.7	2021.08.24	原始取得	无
176	复式滚筒洗衣机	发行人	外观设计	202130405610.0	2021.06.29	原始取得	无
177	净味盒	发行人	外观设计	202130406196.5	2021.06.29	原始取得	无
178	一种兼具无线充电和加热保温功能的冰吧	发行人	实用新型	202120701963.X	2021.04.07	原始取得	无
179	立式冷柜	创维有限	外观设计	202030749755.8	2020.12.07	原始取得	无
180	一种可替换式复式洗衣机	创维有限	实用新型	202023003242.6	2020.12.14	原始取得	无
181	平板电脑（C2）	深圳电器	外观设计	202130568945.4	2021.08.30	原始取得	无
182	平板电脑（T805）	深圳电器	外观设计	202130568292.X	2021.08.30	原始取得	无
183	智能家电的电路装置、智能冰箱和智能橱柜	深圳电器	实用新型	202121993229.1	2021.08.23	原始取得	无
184	自动虹吸排水装置和排水设备	深圳电器	实用新型	202121981931.6	2021.08.20	原始取得	无
185	智能家电设备及其显示屏自动开关装置	深圳电器	实用新型	202121958047.0	2021.08.19	原始取得	无
186	具备减小导通压降的电路和智能终端	深圳电器	实用新型	202121738354.8	2021.07.28	原始取得	无
187	过压保护电路和智能终端	深圳电器	实用新型	202121736773.8	2021.07.28	原始取得	无

序号	专利名称	专利权人	专利类型	申请号	专利申请日	取得方式	他项权利
188	智能显示设备（壁挂式）	深圳电器、深圳创维智能系统技术研究院	外观设计	202030819681.0	2020.12.30	原始取得	无
189	冰箱（茶几 T3）	发行人	外观设计	202130545944.8	2021.08.20	原始取得	无
190	冰箱（电视柜 T3）	发行人	外观设计	202130538032.8	2021.08.18	原始取得	无
191	一种可折叠的干衣机支架	发行人	实用新型	202122058244.3	2021.08.30	原始取得	无
192	一种干衣机堆叠支架	发行人	实用新型	202121719980.2	2021.07.27	原始取得	无
193	一种用于干衣机烘干鞋或毛绒玩具的支架	发行人	实用新型	202121719142.5	2021.07.27	原始取得	无
194	一种冷媒循环热交换装置	发行人	实用新型	202120123039.8	2021.08.18	原始取得	无
195	一种改善低环温条件下风冷冰箱化霜效果的控制方法	创维有限	发明	202010665933.8	2020.07.12	原始取得	无
196	一种冰箱冷藏室食品气味采集与探测的多风道结构	发行人	实用新型	202122431685.3	2021.10.10	原始取得	无
197	一种超薄半导体制冷储物盒	发行人	实用新型	202122557358.2	2021.10.21	原始取得	无
198	音乐冰箱（T3）	发行人	外观设计	202130538020.5	2021.08.18	原始取得	无
199	一种带薄膜蒸汽发生器的滚筒式干衣机	发行人	实用新型	202120555967.1	2021.03.18	原始取得	无
200	平板电脑（T1016）	深圳电器	外观设计	202130782730.2	2021.11.26	原始取得	无
201	平板电脑（T1018）	深圳电器	外观设计	202130782100.5	2021.11.26	原始取得	无
202	一种基于半导体制冷的抽烟机送冷风装置	发行人	实用新型	202123228866.2	2021.12.21	原始取得	无

截至本招股说明书签署日，公司共有 5 项境外专利，具体如下表所示：

序号	权利人	专利名称	国家/地区	类型	专利号	申请日
1	发行人	一种冰箱上食材解冻装置	德国	实用新型	21 2020 000 203.7	2020.09.07
2	发行人	一种解冻冰箱中冷冻室内结构	德国	实用新型	21 2020 000 209.6	2020.09.07
3	发行人	一种洗涤剂盒带薄膜	德国	实用	21 2020 000 211.8	2020.09.07

序号	权利人	专利名称	国家/地区	类型	专利号	申请日
		蒸汽发生器的滚筒洗衣机		新型		
4	发行人	一种可快速冷却啤酒和饮料的装置及具有该装置的冰箱	德国	实用新型	21 2020 000 202.9	2020.09.07
5	发行人	一种带吸振器的双筒滚筒洗衣机	德国	实用新型	21 2020 000 205.3	2020.09.07

3、商标

截至本招股说明书签署日，发行人生产经营中所使用的商标均为创维集团（深圳）授权，具体如下表所示：

序号	商标名称	商标标识	注册号	权利人	取得方式	注册有效期	核定使用商品类别	许可产品
1	创维	创维	24455379	创维集团（深圳）	原始取得	2018.06.07-2028.06.06	7	洗衣机
2	Skyworth 创维	Skyworth 创维	7643377	创维集团（深圳）	原始取得	2012.08.14-2022.08.13	7	洗衣机
3	SKYWORTH	SKYWORTH	3026970	创维集团（深圳）	原始取得	2013.05.07-2023.05.06	7	洗衣机
4	Skyworth	Skyworth	11301212	创维集团（深圳）	原始取得	2014.01.07-2024.01.06	7	洗衣机
5	创维	创维	11301211	创维集团（深圳）	原始取得	2013.12.28-2023.12.27	11	冰箱、冰柜
6	Skyworth 创维	Skyworth 创维	7643518	创维集团（深圳）	原始取得	2021.03.07-2031.03.06	11	冰箱、冰柜
7	Skyworth	Skyworth	11301210	创维集团（深圳）	原始取得	2013.12.28-2023.12.27	11	冰箱、冰柜
8	SKYWORTH	SKYWORTH	31275964	创维集团（深圳）	原始取得	2019.05.07-2029.05.06	11	冰箱、冰柜
9	创维	创维	5443566	创维集团（深圳）	原始取得	2019.05.27-2029.05.27	11	冰箱、冰柜
10	SKYWORTH	SKYWORTH	3087017	创维集团（深圳）	原始取得	2013.06.21-2023.06.20	11	冰箱、冰柜
11	Skyworth	Skyworth	5443568	创维集团（深圳）	原始取得	2019.05.27-2029.05.27	11	冰箱、冰柜
12	**SKYWORTH**	SKYWORTH	**56614892**	**创维集团（深圳）**	**原始取得**	**2021.12.28-2031.12.27**	**11**	**冰箱、冰柜**

2021 年 6 月 24 日，创维集团（深圳）与公司签署《商标商号使用许可协议》，授权公司在全球范围内无偿使用“创维”商号、将上表所示的商标用于许可商品（即冰箱、冷柜、冰吧、洗衣机、干衣机）。许可商标及许可商号的使用期限为相关商标及商号的剩余有效期，相关商标到期续展后，许可使用期限自动无偿延长至商标续展后的有效期。

报告期内，存在发行人与经销商共用商号的情形，使用“创维”或

“skyworth”商号的经销商共计 6 家，该等经销商的合作模式、报告期内的交易金额基本情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	客户类别	合作模式	报告期内交易金额		
				2021 年	2020 年	2019 年
1	龙口市黄城创维家电部	经销商	买断式销售	34.38	18.51	48.53
2	深圳创维-RGB 电子有限公司	经销商	买断式销售	1,449.66	878.61	2,704.11
3	新天地商贸文化城创维专卖店	经销商	买断式销售	0.02	57.51	116.62
4	宜春经济技术开发区创维工厂直营店	经销商	买断式销售	377.52	412.62	610.62
5	深圳创维智家销售有限公司	经销商	买断式销售	486.62	76.63	-
6	Skyworth Overseas Sales LTD.（HK）	经销商	买断式销售	93.58	-	513.24

注：宜春经济技术开发区创维工厂直营店因经营需要，已于 2022 年 5 月更名为宜春经济技术开发区兴华家电。

上述经销商中深圳创维-RGB 电子有限公司、深圳创维智家销售有限公司、Skyworth Overseas Sales LTD.（HK）均为创维集团（百慕大）控制的其他企业，系由创维集团（深圳）授权该等企业使用“创维”或“skyworth”商号，与发行人无关。

龙口市黄城创维家电部、新天地商贸文化城创维专卖店、宜春经济技术开发区创维工厂直营店系由发行人授权使用“创维”商号，其与发行人签署了《商标商号许可协议》，该协议对许可费用、双方权利义务主要约定如下：

1、发行人免费授权经销商使用发行人产品相关的“创维”相关商标及商号，许可方式为普通许可且经销商不能转授权，许可期限至经销商与发行人的经销合作关系结束之日止；

2、经销商仅限在销售“创维”品牌产品过程中，合理使用相关商标和商号，不得对经销关系作夸大宣传，不得侵害发行人及消费者的合法权益；

3、在经销商与发行人的经销关系终止时，经销商须立即停止使用“创维”商标和商号；

4、发行人有权对经销商使用“创维”商标和商号的行为进行监督，一经发现经销商违规使用相关商标商号、侵害发行人或消费者合法权益的，发行人有权单方解除授权合同，并要求经销商赔偿相应损失。

发行人与共用商号的经销商采取的合作模式均为买断式销售，即公司与经销商签订销售合同，经销商向公司买断产品后销售给下游客户的销售模式。报告期内发行人按照相关销售内控管理制度对上述共用商号的经销商进行日常管理，并严格遵循公司的销售政策与其交易，交易定价公允合理，合作关系稳定。

报告期内，发行人与上述与共用商号的经销商之间的业务往来真实，不存在利益输送或其他利益安排。

4、计算机软件著作权

截至本招股说明书签署日，公司共拥有计算机软件著作权 98 项，具体情况如下：

序号	著作权人	软件产品	证书号	登记日期	首次发表日期	登记号	有效期	取得方式	他项权利
1	电器研究院	创维高端洗衣机智能控制软件 V1.0	软著登字第 0729136 号	2014.05.14	未发表	2014SR059892	50 年	原始取得	无
2	电器研究院	创维全自动洗衣机智能驱动控制软件 V1.0	软著登字第 0942813 号	2015.03.27	2014.05.05	2015SR055727	50 年	原始取得	无
3	电器研究院	创维滚筒洗衣机智能驱动控制软件 V1.0	软著登字第 0942810 号	2015.03.27	2014.07.10	2015SR055724	50 年	原始取得	无
4	电器研究院	创维滚筒洗衣机智能变频控制软件 V1.0	软著登字第 0942801 号	2015.03.27	2014.12.29	2015SR055715	50 年	原始取得	无
5	电器研究院	创维直冷三系统冰箱智能控制软件 V1.0	软著登字第 0941740 号	2015.03.26	2014.09.30	2015SR054654	50 年	原始取得	无
6	电器研究院	创维风冷冰箱智能控制软件 V1.0	软著登字第 0942806 号	2015.03.27	2014.10.28	2015SR055720	50 年	原始取得	无
7	电器研究院	创维高端洗衣机自动投放驱动控制软件 V1.0	软著登字第 1217688 号	2016.02.26	2015.11.13	2016SR039071	50 年	原始取得	无
8	电器研究院	创维高端洗衣机 DD 直驱变频控制软件 V1.0	软著登字第 1217616 号	2016.02.26	2015.06.09	2016SR038999	50 年	原始取得	无
9	电器研究院	创维全自动洗衣机精准触摸控制软件 V1.0	软著登字第 1222303 号	2016.03.03	2015.12.03	2016SR043686	50 年	原始取得	无
10	电器研究院	创维滚筒洗衣机 DD 直驱变频控制软件	软著登字第 1246670 号	2016.04.05	2015.09.15	2016SR068053	50 年	原始取得	无

序号	著作权人	软件产品	证书号	登记日期	首次发表日期	登记号	有效期	取得方式	他项权利
		V1.0							
11	电器研究院	创维滚筒洗衣机智能水量驱动控制软件 V1.0	软著登字第 1226742 号	2016.03.08	2015.05.25	2016SR047125	50 年	原始取得	无
12	电器研究院	创维智能 wifi 触控冰箱控制软件 V1.0	软著登字第 1217783 号	2016.02.26	2015.10.28	2016SR039166	50 年	原始取得	无
13	电器研究院	创维多功能智慧厅吧软件 V1.0	软著登字第 2024663 号	2017.08.11	2017.05.01	2017SR439379	50 年	原始取得	无
14	电器研究院	创维高保湿电冰箱控制技术软件 V1.0	软著登字第 2024602 号	2017.08.11	2017.05.31	2017SR439318	50 年	原始取得	无
15	电器研究院	创维滚筒洗衣机 BLDC 变频控制软件 V1.0	软著登字第 2025025 号	2017.08.11	2017.03.25	2017SR439741	50 年	原始取得	无
16	电器研究院	创维滚筒洗衣机 LCD 显示及触控按键控制软件 V1.0	软著登字第 2024472 号	2017.08.11	2017.05.20	2017SR439188	50 年	原始取得	无
17	电器研究院	创维滚筒洗衣机欧系触控按键串口通信控制软件 V1.0	软著登字第 2024982 号	2017.08.11	2017.05.31	2017SR439698	50 年	原始取得	无
18	电器研究院	创维智能控制型滚筒洗衣机控制软件 V1.0	软著登字第 2024971 号	2017.08.11	2017.03.05	2017SR439687	50 年	原始取得	无
19	电器研究院	创维智能控制型波轮洗衣机控制软件 V1.0	软著登字第 2026532 号	2017.08.11	2017.05.22	2017SR441248	50 年	原始取得	无
20	电器研究院	创维波轮洗衣机 DDM 变频控制软件 V1.0	软著登字第 2027337 号	2017.08.11	2017.05.06	2017SR442053	50 年	原始取得	无
21	电器研究院	创维家用电冰箱彩色液晶屏智能控制技术软件 V1.0	软著登字第 2029159 号	2017.08.14	2017.04.20	2017SR443875	50 年	原始取得	无
22	电器研究院	创维高端家用电冰箱控制技术软件 V1.0	软著登字第 2029169 号	2017.08.14	2017.03.12	2017SR443885	50 年	原始取得	无
23	电器研究院	创维滚筒洗衣机 DD 直驱变频控制软件 V2.0	软著登字第 2035090 号	2017.08.15	2017.05.19	2017SR449806	50 年	原始取得	无
24	电器研究院	创维滚筒洗衣机智能模糊控制软件 V1.0	软著登字第 2926898 号	2018.07.30	2018.01.25	2018SR597803	50 年	原始取得	无
25	电器研究院	创维智能物联型波轮洗衣机控制软件 V1.0	软著登字第 2926691 号	2018.07.30	2018.03.06	2018SR597596	50 年	原始取得	无
26	电器研究院	创维全自动洗衣机智能模糊控制软件 V1.0	软著登字第 2927197 号	2018.07.30	2018.02.28	2018SR598102	50 年	原始取得	无
27	电器研究院	创维多门变频冰箱通用控制	软著登字第 2927222 号	2018.07.30	2018.01.18	2018SR598127	50 年	原始取得	无

序号	著作权人	软件产品	证书号	登记日期	首次发表日期	登记号	有效期	取得方式	他项权利
		软件 V1.0							
28	电器研究院	创维互联网智能冰箱控制软件 V1.0	软著登字第 2926854 号	2018.07.30	2018.01.11	2018SR597759	50 年	原始取得	无
29	电器研究院	创维对开门定频冰箱通用控制软件 V1.0	软著登字第 2926841 号	2018.07.30	2018.01.02	2018SR597746	50 年	原始取得	无
30	电器研究院	创维对开门变频冰箱通用控制软件 V1.0	软著登字第 2925830 号	2018.07.30	2018.02.02	2018SR596735	50 年	原始取得	无
31	电器研究院	创维洗烘一体 i-DD 直驱变频滚筒洗衣机智能控制软件 V1.0	软著登字第 2926701 号	2018.07.30	2018.03.28	2018SR597606	50 年	原始取得	无
32	电器研究院	创维变频滚筒洗衣机智能驱动控制软件 V1.0	软著登字第 2926866 号	2018.07.30	2018.05.01	2018SR597771	50 年	原始取得	无
33	电器研究院	创维洗烘一体矢量变频滚筒洗衣机智能控制软件 V1.0	软著登字第 2926734 号	2018.07.30	2018.04.19	2018SR597639	50 年	原始取得	无
34	电器研究院	创维智能物联型 i-DD 直驱变频滚筒洗衣机控制软件 V1.0	软著登字第 2951365 号	2018.08.06	2018.04.22	2018SR622270	50 年	原始取得	无
35	电器研究院	创维全自动洗衣机 i-DD 直驱控制软件 V1.0	软著登字第 2926859 号	2018.07.30	2018.04.12	2018SR597764	50 年	原始取得	无
36	电器研究院	创维全屋智能语音控制型变频滚筒洗衣机控制软件 V1.0	软著登字第 2923653 号	2018.07.30	2018.04.25	2018SR594558	50 年	原始取得	无
37	电器研究院	创维 i-DD 直驱变频滚筒洗衣机驱动控制软件 V1.0	软著登字第 2926713 号	2018.07.30	2018.03.06	2018SR597618	50 年	原始取得	无
38	电器研究院	创维智能物联型矢量变频滚筒洗衣机控制软件 V1.0	软著登字第 2926740 号	2018.07.30	2018.02.08	2018SR597645	50 年	原始取得	无
39	电器研究院	创维 2 门、3 门冰箱通用控制软件 V1.0	软著登字第 2927000 号	2018.07.30	2018.01.10	2018SR597905	50 年	原始取得	无
40	电器研究院	创维波轮智能物联 WiFi 型洗衣机控制软件 V1.0	软著登字第 4788130 号	2019.12.13	2019.06.18	2019SR1367373	50 年	原始取得	无
41	电器研究院	创维波轮 i-DD 智能变频洗衣机电机驱动器控制软件 V1.0	软著登字第 4787904 号	2019.12.13	2019.06.24	2019SR1367147	50 年	原始取得	无
42	电器研究院	创维滚筒 i-DD 变频洗衣机电机驱动器控制	软著登字第 4781806 号	2019.12.13	2019.08.10	2019SR1361049	50 年	原始取得	无

序号	著作权人	软件产品	证书号	登记日期	首次发表日期	登记号	有效期	取得方式	他项权利
		软件 V1.0							
43	电器研究院	创维滚筒 BLDC 变频洗衣机驱动控制软件 V1.0	软著登字第 4781704 号	2019.12.13	2019.08.10	2019SR1360947	50 年	原始取得	无
44	电器研究院	创维变频冰箱单芯控制软件 V1.0	软著登字第 4781144 号	2019.12.13	2019.06.19	2019SR1360387	50 年	原始取得	无
45	电器研究院	创维多功能智慧厅吧控制软件 V1.0	软著登字第 4788140 号	2019.12.13	2019.06.19	2019SR1367383	50 年	原始取得	无
46	电器研究院	创维机械风冷冰箱主显一体控制软件 V1.0	软著登字第 4788149 号	2019.12.13	2019.07.29	2019SR1367392	50 年	原始取得	无
47	电器研究院	创维美式变频冰箱通用控制软件 V1.0	软著登字第 4705535 号	2019.12.04	2019.11.01	2019SR1284778	50 年	原始取得	无
48	电器研究院	创维滚筒 46 平台主显一体控制软件 V1.0	软著登字第 5627476 号	2020.07.09	2020.05.06	2020SR0748780	50 年	原始取得	无
49	电器研究院	创维波轮新特价四键平台主控板控制软件 V1.0	软著登字第 5628280 号	2020.07.09	2019.11.28	2020SR0749584	50 年	原始取得	无
50	电器研究院	创维风冷冰箱蓝光保鲜控制软件 V1.0	软著登字第 5627483 号	2020.07.09	2020.03.28	2020SR0748787	50 年	原始取得	无
51	电器研究院	创维智能彩屏美式风冷冰箱主控软件 V1.0	软著登字第 5628682 号	2020.07.09	2020.04.10	2020SR0749986	50 年	原始取得	无
52	电器研究院	创维智能风冷法式冰箱控制软件 V1.0	软著登字第 5626066 号	2020.07.09	2019.10.10	2020SR0747370	50 年	原始取得	无
53	电器研究院	创维滚筒主显一体 BLDC 主控板控制软件 V1.0	软著登字第 5632170 号	2020.07.10	2020.01.03	2020SR0753474	50 年	原始取得	无
54	电器研究院	创维多功能智慧大屏厅吧控制软件 V1.0	软著登字第 5648700 号	2020.07.14	2020.04.25	2020SR0770004	50 年	原始取得	无
55	电器研究院	创维智能 WiFi 风冷冰箱控制软件 V1.0	软著登字第 5654611 号	2020.07.15	2019.08.25	2020SR0775915	50 年	原始取得	无
56	电器研究院	创维滚筒 DD 直驱无霍尔驱动板控制软件 V1.0	软著登字第 5659642 号	2020.07.16	2020.01.22	2020SR0780946	50 年	原始取得	无
57	电器研究院	创维自主开发智能冰箱控制 APP 软件 V1.0	软著登字第 5668773 号	2020.07.17	2020.03.05	2020SR0790077	50 年	原始取得	无
58	电器研究院	创维简约鲜吧控制软件 V1.0	软著登字第 8122310 号	2021.09.17	2021.05.25	2021SR1399684	50 年	原始取得	无
59	电器研究院	创维京东 WiFi 双直连美式冰箱控制软件 V1.0	软著登字第 8127310 号	2021.09.18	2021.05.30	2021SR1404684	50 年	原始取得	无

序号	著作权人	软件产品	证书号	登记日期	首次发表日期	登记号	有效期	取得方式	他项权利
60	电器研究院	创维波轮智能化台式洗衣机控制软件 V1.0	软著登字第 8122322 号	2021.09.17	2021.05.20	2021SR1399696	50 年	原始取得	无
61	电器研究院	创维直流房车机械风冷冰箱控制软件 V1.0	软著登字第 8122395 号	2021.09.17	2021.05.30	2021SR1399769	50 年	原始取得	无
62	电器研究院	创维直流房车风冷冰箱控制软件 V1.0	软著登字第 8127566 号	2021.09.18	2021.05.30	2021SR1404940	50 年	原始取得	无
63	电器研究院	创维滚筒 DD 直驱全直流三重变频控制软件 V1.0	软著登字第 8127648 号	2021.09.18	2021.05.30	2021SR1405022	50 年	原始取得	无
64	电器研究院	创维波轮可 OTA 远程升级智能化洗衣机控制软件 V1.0	软著登字第 8127649 号	2021.09.18	2021.05.30	2021SR1405023	50 年	原始取得	无
65	电器研究院	创维分区洗双滚筒洗衣机主控制器控制软件 V1.0	软著登字第 8127655 号	2021.09.18	2021.06.05	2021SR1405029	50 年	原始取得	无
66	发行人	创维衣量识别用水用电自动调节洗衣机控制软件 V1.0	软著登字第 3171894 号	2018.10.23	2018.06.20	2018SR842799	50 年	原始取得	无
67	发行人	创维电器分销管理软件 V1.0	软著登字第 3641590 号	2019.03.06	2018.07.31	2019SR0220833	50 年	原始取得	无
68	发行人	创维电器基于 AI 技术智能管家云平台软件 V1.0	软著登字第 3881929 号	2019.05.14	未发表	2019SR0461172	50 年	原始取得	无
69	发行人	创维电器基于物联网技术的家用电器智能控制系统软件 V1.0	软著登字第 3882118 号	2019.05.14	未发表	2019SR0461361	50 年	原始取得	无
70	发行人	创维电器基于人工智能的家用电器控制系统软件 V1.0	软著登字第 3882999 号	2019.05.14	未发表	2019SR0462242	50 年	原始取得	无
71	发行人	创维全自动洗衣机智能触控控制软件 V1.0	软著登字第 3559272 号	2019.02.13	2018.11.20	2019SR0138515	50 年	原始取得	无
72	发行人	创维全自动洗衣机蓝牙物联控制软件 V1.0	软著登字第 3559011 号	2019.02.13	2018.10.15	2019SR0138254	50 年	原始取得	无
73	发行人	创维变频全自动洗衣机主控制器控制软件 V1.0	软著登字第 3559131 号	2019.02.13	2018.12.10	2019SR0138374	50 年	原始取得	无
74	发行人	创维滚筒洗衣机 i-DD 直驱变频低电压产品控制软件 V1.0	软著登字第 3561755 号	2019.02.14	2018.10.10	2019SR0140998	50 年	原始取得	无
75	发行人	创维滚筒洗衣机 i-DD 直驱变频洗烘一体低	软著登字第 3559127 号	2019.02.13	2018.12.10	2019SR0138370	50 年	原始取得	无

序号	著作权人	软件产品	证书号	登记日期	首次发表日期	登记号	有效期	取得方式	他项权利
		电压产品控制软件 V1.0							
76	发行人	创维滚筒洗衣机 i-DD 直驱变频多运动模式控制软件 V1.0	软著登字第 3561904 号	2019.02.14	2018.12.16	2019SR0141147	50 年	原始取得	无
77	发行人	创维变频滚筒洗衣机主控制器控制软件 V1.0	软著登字第 3557625 号	2019.02.13	2018.06.15	2019SR0136868	50 年	原始取得	无
78	发行人	创维 i-DD 直驱变频滚筒洗衣机无霍尔驱动控制软件 V1.0	软著登字第 2336491 号	2019.02.13	2018.12.15	2019SR0135734	50 年	原始取得	无
79	发行人	创维滚筒洗衣机高效节能 BLDC 方案控制软件 V1.0	软著登字第 3559137 号	2019.02.13	2018.12.20	2019SR0138380	50 年	原始取得	无
80	发行人	创维洗衣机多彩动态显示控制软件 V1.0	软著登字第 3561673 号	2019.02.14	2018.12.21	2019SR0140921	50 年	原始取得	无
81	发行人	创维滚筒单洗主显一体控制软件 V1.0	软著登字第 5627929 号	2020.07.09	2020.01.20	2020SR0749233	50 年	原始取得	无
82	发行人	创维滚筒洗烘苏宁型号主显一体控制软件 V1.0	软著登字第 5627936 号	2020.07.09	2020.03.30	2020SR0749240	50 年	原始取得	无
83	发行人	创维滚筒洗烘小米型号主显一体控制软件 V1.0	软著登字第 5627922 号	2020.07.09	2020.04.20	2020SR0749226	50 年	原始取得	无
84	发行人	创维滚筒洗烘出口低电压型号控制软件 V1.0	软著登字第 5628178 号	2020.07.09	2020.03.23	2020SR0749482	50 年	原始取得	无
85	发行人	创维风冷变频制冰冰箱控制软件 V1.0	软著登字第 5628903 号	2020.07.09	2020.05.05	2020SR0750207	50 年	原始取得	无
86	发行人	创维主变一体风冷控制软件 V1.0	软著登字第 5628917 号	2020.07.09	2020.04.20	2020SR0750221	50 年	原始取得	无
87	发行人	创维主显一体风冷冰箱控制软件 V1.0	软著登字第 5628924 号	2020.07.09	2020.03.10	2020SR0750228	50 年	原始取得	无
88	发行人	创维滚筒 TFT 屏智能洗衣控制软件 V1.0	软著登字第 8136377 号	2021.09.22	2021.05.30	2021SR1413751	50 年	原始取得	无
89	发行人	创维风冷大对开冰箱控制软件 V1.0	软著登字第 8122337 号	2021.09.17	2021.05.30	2021SR1399711	50 年	原始取得	无
90	发行人	创维带 OTA 远程升级十字风冷冰箱控制软件 V1.0	软著登字第 8122338 号	2021.09.17	2021.05.30	2021SR1399712	50 年	原始取得	无
91	发行人	创维滚筒 i-DD 第六代直流变	软著登字第 8127613 号	2021.09.18	2021.05.30	2021SR1404987	50 年	原始取得	无

序号	著作权人	软件产品	证书号	登记日期	首次发表日期	登记号	有效期	取得方式	他项权利
		频控制软件 V1.0							
92	发行人	创维滚筒智能化自动投放洗衣机控制软件 V1.0	软著登字第 8127619 号	2021.09.18	2021.05.30	2021SR1404993	50 年	原始取得	无
93	发行人	创维滚筒三合一多功能洗衣机控制软件 V1.0	软著登字第 8127637 号	2021.09.18	2021.05.30	2021SR1405011	50 年	原始取得	无
94	发行人	创维风冷对开抽屉式冰箱控制软件 V1.0	软著登字第 8127680 号	2021.09.18	2021.05.30	2021SR1405054	50 年	原始取得	无
95	深圳电器	PCBA 自动测试软件 V1.0	软著登字第 3910949 号	2019.05.21	未发表	2019SR0490192	50 年	原始取得	无
96	深圳电器	医疗动态实时显示系统 V1.0	软著登字第 7621151 号	2021.06.16	2021.04.12	2021SR0898525	50 年	原始取得	无
97	深圳电器	智能床旁交互辅助设备系统 V1.0	软著登字第 7621242 号	2021.06.16	2021.05.20	2021SR0898616	50 年	原始取得	无
98	深圳电器	医疗设备与显示终端同步兼容系统 V1.0	软著登字第 7621241 号	2021.06.16	2021.03.22	2021SR0898615	50 年	原始取得	无

（三）与所提供产品的内在联系

发行人目前所拥有的固定资产、无形资产等资源要素，是所提供产品或服务的必要基础。公司固定资产、无形资产各要素不存在瑕疵、纠纷和潜在纠纷，不存在对发行人持续经营存在重大不利影响的情况。

六、发行人特许经营权与资质情况

（一）特许经营权情况

截至本招股说明书签署日，公司无特许经营权。

（二）资质情况

截至本招股说明书签署日，公司及其控股子公司的主要资质情况如下：

资质主体	发证/注册日期	资质情况	核发单位
创维电器	2021-01-05	《对外贸易经营者备案登记表》（备案登记表编号：03366889）	对外贸易经营者备案登记（南京溧水）
	2014-08-18	《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》（海关注册编码：3201947287）；有效期为长期	金陵海关
	2020-01-06	《城镇污水排入排水官网许可证》（溧审批综许 2020002 号）；有效期：自 2020 年 01	南京市溧水区行政审批局

资质主体	发证/注册日期	资质情况	核发单位
		月 06 日至 2025 年 01 月 05 日止	
	2021-01-11	《海关进出口货物收发货人备案回执》（海关注册编码：320193910Q）；有效期为长期	金陵海关
	2020-04-08	《固定污染源排污登记回执》（登记编号：91320117062631908C001Z）有效期：2020 年 04 月 08 日至 2025 年 04 月 07 日	全国排污许可证管理信息平台
深圳电器	2020-10-22	《对外贸易经营者备案登记表》（备案登记表编号：04965336）	对外贸易经营者备案登记（深圳宝安）
	2018-01-10	《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》（海关注册编码：4403042649）；有效期为长期	中华人民共和国深圳海关
	2020-10-26	《海关进出口货物收发货人备案回执》（海关注册编码：4403961AT0）；有效期为长期	福中海关
	2021-08-26	《固定污染源排污登记回执》（证书编号：91440300693952206 2001X）；有效期：2020 年 7 月 10 日至 2025 年 7 月 9 日	全国排污许可证管理信息平台

七、发行人核心技术与研发情况

（一）发行人拥有的核心技术先进性及具体表征

研发是公司优质产品打造和迭代更新的强大推动力，自公司设立以来技术研发始终处于核心地位，公司核心技术均来源于自主研发。不断创新的研发能力是公司品牌塑造的核心基础。报告期内，公司研发的具体情况如下：

1、发行人的核心技术

截至本招股说明书签署日，公司拥有 51 项核心技术，相关技术均来源于自主研发。公司主要核心技术的具体情况如下表所示：

序号	研发项目	类别	研发项目形成的核心技术	技术先进性
1	风冷双变频技术开发	冰箱	形成专利：一种冰箱压缩机控制方法（专利号：ZL2018100050422）	变频板+变频压缩机，双变频节能提升 15%
2	高通用性对开门冰箱平台开发	冰箱	形成专利：一种改变风向的冷藏风道、冷冻风道和含有此风道的冰箱（专利号：ZL2018221291072）	可变向风道设计，兼容所有对开门冰箱，产品标准化率 100%
3	i-health 智能低霜冷柜开发	冰箱	形成专利：一种带快速除冰功能的直冷冷柜（专利号：	智能低霜，升级用户体验

序号	研发项目	类别	研发项目形成的核心技术	技术先进性
			ZL2018202249347）	
4	低成本节能风冷冰箱开发	冰箱	形成专利：一种风冷冰箱冷冻风道结构（专利号：ZL2018222154157）	性价比高，节能提升20%
5	产品能耗升级项目开发	冰箱	形成专利：一种冰箱密封门的防漏冷密封结构（专利号：ZL2018109955548）	通过门封结构的改进，大大降低冰箱门体和箱体间密封程度，能耗升级，压缩机可降低一档
6	Home Consle 智能大屏冰箱开发	冰箱	形成专利：一种冰箱食物搬运装置（专利号：ZL2018205982005）	食品保存升级到食品管理
7	Home Consle 智能厅吧开发	冰箱	形成专利：一种可变空间的组合式托盘结构（专利号：ZL201820599526x）	跨界产品
8	直冷冰箱结构优化项目	冰箱	形成专利：一种快速左右换开门的冰箱（专利号：ZL2018205995274）	特有的零部件对称式设计，满足不同用户的需求
9	基于 AI 技术智能冰箱的研究开发	冰箱	形成专利：一种立式独立蔬菜储存间及具有该结构的冰箱（专利号：ZL2019210951124；形成专利：一种用于冰箱门体的屏幕组件安装结构（专利号：ZL2019213080271）	实现智能冰箱添加语音功能
10	冰箱内部独立温湿度间室的研究开发	冰箱	形成专利：可独立控制温湿度的存酒框（专利号：ZL 2019205264517）	精准温控，独立控制，实现储物精细化管理
11	OEM 定制产品设计开发项目	冰箱	形成专利：一种无边界门体装饰条固定结构（专利号：ZL2019209341870）	创新性的将门体结构进行设计和处理，行业领先
12	匀冷冰箱开发项目	冰箱	形成专利：一种冷藏室储物空间可变的冰箱结构（专利号：ZL2019213080159）	将制冷部件进行隐藏，冰箱容积率提升 20%
13	一体式发泡冷柜开发项目	冰箱	形成专利：一种一体式压机仓组件及具有该组件的冰箱（专利号：ZL2019217179765）	解决行业痛点
14	超节能双变频风冷冰箱开发	冰箱	形成专利：一种翻转玻璃层架组件及具有该组件的冰箱（专利号：ZL2019217171918）	存储空间灵活可变
15	智能人居交互式冰箱研究开发	冰箱	形成专利：一种冰箱冷藏室（专利号：ZL2019205261754）；形成专利：一种冰箱内小型门体的安全锁扣结构（专利号：ZL201921095111X）；形成专利：一种冰箱组合式端盖结构（专利号：ZL2019208977817）	将冰箱使用功能和智能化控制功能相结合，实现人机交互

序号	研发项目	类别	研发项目形成的核心技术	技术先进性
16	小容积段直冷冰箱升级项目	冰箱	形成专利：一种瓶框拦条固定及翻转结构（专利号：ZL2019206070326）	颠覆性改变冰箱间室抽屉结构
17	高端美式冰箱的研究开发	冰箱	形成专利：一种隐藏式玻璃门铰链安装结构（专利号：ZL2019206070650）	提升产品外观美感
18	带有饮水机装置冰箱的研究开发	冰箱	形成专利：一种饮料冷却装置（专利号：ZL201920607067X）；形成专利：一种可快速冷却啤酒和饮料的装置及具有该装置的冰箱（专利号：ZL2019221375689）	创新性设计，饮水机借用冰箱的制冷效果，对饮用水降温，达到冷饮水目的
19	T 型气候冷柜项目开发	冰箱	形成专利：一种饮料冷却装置（专利号：201920607067X）	饮料快速冷却，满足 T 型温区制冷需求
20	带有 PE 合金材料内胆冰箱的研究开发	冰箱	形成专利：一种适应多种抽屉结构的箱胆筋条（专利号：ZL2019214224294）	提高冰箱内胆耐腐蚀性，基本杜绝内胆开裂市场投诉
21	自由鲜系列冰箱的研究开发	冰箱	形成专利：一种内置变温室控制系统的冰箱冷藏室（专利号：ZL2019219793130）；形成专利：一种将温度控制板内置于其中的冰箱冷藏室结构（专利号：ZL2019219785596）	食品保鲜能力提升，保鲜效果延长 50%
22	外销能耗升级项目开发	冰箱	形成专利：一种一体式内置冷凝器（专利号：ZL2021201243190）；**形成专利：一种机械风门风冷冰箱低温启动控制方法（专利号：ZL2019106326996）**	创新性将分体冷凝器进行整合，减少焊点，减少制冷剂泄露率，同时成本降低 5-8%
23	日本冷冻冷藏转化箱的研究开发	冰箱	形成专利：一种新型立式多功能 mini 冰箱（专利号：ZL2020229299328）	冰箱小型化设计
24	风冷超静音变频冰箱开发	冰箱	形成专利：一种冰箱拼接式风道结构及具有其的冰箱（专利号：ZL2020208952460）	风道优化，噪音降低到国标 36 分贝以下
25	大容积超节能高端冰箱的研究开发	冰箱	**形成专利：一种翻转梁以及该翻转梁的冰箱（专利号：ZL2021212435705）**	超级节能设计，能耗达到一级以上
26	外销冷柜产品升级项目开发	冰箱	形成专利：一种可变空间的组合式托盘结构（专利号：201820599526X）	空间最大化利用，有效提升存储体验
27	高端智能厅吧的研究开发	冰箱	**形成专利：一种无线智能化 MINI 冰箱（专利号：ZL2021204901407）；形成专利：一种兼具无线充电和加热保温功能的冰吧（专利**	跨界产品，兼顾无线传输和功能扩展

序号	研发项目	类别	研发项目形成的核心技术	技术先进性
			号：ZL202120701963X）；形成专利：一种带有智能药品管理系统的冰箱（专利号：ZL2020231086103）；形成专利：一种冰箱储藏区中的密码锁结构（专利号：ZL2020229300005）	
28	家用电冰箱直流产品项目开发	冰箱	**形成专利：一种具有平衡功能的冰箱（专利号：ZLZL2021206320121）**	传统交流电源改为特有的直流电源，满足出口需要
29	洗脱烘一体滚筒洗衣机的研发	洗衣机	形成专利：一种防松的洗衣机可调节脚（专利号：ZL2018208279632）	洗衣机、干衣机二合一
30	滚筒12kg大容量新产品开发	洗衣机	形成专利：一种调节洗衣机桶组稳定性的装置（专利号：ZL2018213726392）	通过动平衡、噪音、振动改善，突破家用洗衣机容积极限
31	定制客户开发项目	洗衣机	形成专利：一种调节洗衣机转速的电机风叶（专利号：ZL2018211560725）	双效节能，降噪降耗
32	波轮商用洗衣机的开发	洗衣机	**形成专利：一种调节洗衣机桶组稳定性的装置（专利号：ZL2018213726392）**	解决行业痛点
33	变频波轮技术研发和应用	洗衣机	形成专利：一种带杀菌功能的洗衣机（专利号：ZL2019210877766）	变频技术嫁接到波轮洗衣机，实现节能技术
34	渠道拓展定制新品	洗衣机	形成专利：滚筒洗衣机控制面板固定结构（专利号：ZL2019206182105）；形成专利：滚筒洗衣机增加溢水保护结构（专利号：ZL201920615965X）	解决行业痛点
35	具有旋瀑洗涤装置的波轮洗衣机的研究开发	洗衣机	形成专利：一种具有旋瀑洗涤装置的洗衣机桶组及波轮洗衣机（专利号：ZL2019210951035）	利用旋瀑动力冲刷洗涤衣物，提高洗涤质量
36	滚筒洗衣机面板触摸控制系统的研究开发	洗衣机	形成专利：一种滚筒洗衣机面板触摸控制系统（专利号：ZL2019213089295）	手动控制提升到触摸控制
37	BLDC变频滚筒洗衣机研究开发	洗衣机	**形成专利：一种具有自动投放功能的洗衣机（专利号：ZL2021202377455）；**形成专利：可拆卸的银离子容器结构（专利号：ZL2019209341885）	电机和结构改善，二级能耗提升到一级能耗
38	带WIFI控制功能的智能洗衣机开发	洗衣机	形成专利：一种带触摸功能显示屏的洗衣机（专利号：ZL2019213089628）	洗衣机实现远程控制管理
39	外销差异化产品	洗衣机	**形成专利：一种滚筒洗衣机控**	创新性的解决行业痛点

序号	研发项目	类别	研发项目形成的核心技术	技术先进性
	项目开发		**板旋钮晃动优化结构（专利号：ZL2020221585425）**	
40	日本向 IRIS 定制滚筒开发	洗衣机	形成专利：一种滚筒洗衣机控板旋钮（专利号：ZL2019217171797）	人体工学设计
41	电商产品升级项目开发	洗衣机	形成专利：一种具有偏心检测功能的洗衣机平衡圈组件（专利号：ZL2019213089577）	洗衣机动平衡改善
42	智能商用洗衣机的设计开发	洗衣机	**形成专利：一种进水系统带水液分离自动投放的滚筒洗衣机（专利号：ZL2020228206538）**	洗衣机振动噪音降低 13%
43	波轮洗衣机差异化开发项目	洗衣机	形成专利：一种波轮内桶可上升式洗衣机（专利号：ZL2020208952719）； 形成专利：一种使用单阻尼器的波轮洗衣机玻璃盖板（专利号：ZL201922160584X）	盖板硬碰撞改善为软着陆，解决行业痛点
44	滚筒 10kg 超薄平台研究开发	洗衣机	形成专利：一种带吸振器的双筒滚筒洗衣机（专利号：ZL2019221615184）； **形成专利：一种洗衣机脱水前的衣物自动分散方法和系统（专利号：ZL2016103536857）**	集成设计
45	智能双投放洗衣机的研究开发	洗衣机	形成专利：一种气体与液体共用出口的四通结构（专利号：ZL2020200001202）； **形成专利：一种多功能迷你洗衣机门盖（专利号：ZL2020223995176）**	通过洗涤剂盒的优化改造，满足使用习惯，解决行业痛点
46	智能洗鞋机的研究开发	洗衣机	形成专利：一种能够实现洗衣和洗鞋互换的洗衣机（专利号：ZL2020208952193）	产品使用对象扩容，提升产品竞争力
47	OEM 型号结构改善项目开发	洗衣机	形成专利：一种洗涤剂带喷淋功能的滚筒洗衣机（专利号：ZL2020203644853）； 形成专利：洗衣机用新调整脚底角结构（专利号：ZL2020219171648）； **形成专利： 一种洗衣机前门板上的洗涤剂投入盒组件（专利号：ZL2021208825313）**	产品结构优化，实现低成本竞争力目标
48	滚筒双 DD 驱动项目开发	洗衣机	**形成专利：一种带厚膜蒸汽发生器及四通分流器的滚筒洗衣机（专利号：ZL2021207966210）；** 形成专利：一种带储物格的双筒洗衣机或干衣机（专利号：	DD 电机升级

序号	研发项目	类别	研发项目形成的核心技术	技术先进性
			ZL2021206319904）	
49	定制节能产品升级项目开发	洗衣机	**形成专利：一种洗衣机前门板上的洗涤剂投入盒装置（专利号：ZL2021208814022）；形成专利：一种带扫地机器人的干衣机或者洗衣机底座（专利号：ZL2021207980434）**	通过洗涤剂盒的优化改造，满足使用习惯，解决行业痛点
50	波轮洗衣机优化升级项目	洗衣机	**形成专利：一种具有旋瀑洗涤装置的洗衣机桶组及波轮洗衣机（专利号：ZL2019210951035）**	低成本超薄箱体设计
51	智能干衣机项目开发	洗衣机	**形成专利：一种带扫地机器人的干衣机或者洗衣机底座（专利号：ZL2021207980434）；形成专利：一种干衣机电容固定结构（专利号：ZL2021217200176）形成专利：一种干衣机堆叠支架（专利号：ZL2021217199802）形成专利：一种可伸缩的香薰结构以及带可伸缩香薰结构的干衣机（专利号：ZL2021220011926）形成专利：一种可折叠的干衣机支架（专利号：ZL2021220582443）形成专利：一种具有压缩机冷却方式的热泵式干衣机（专利号：2021206320102）形成专利：一种带扫地机器人的干衣机或者洗衣机底座（专利号：ZL2021207980434）**	公司新品类

2、核心技术对应产品情况

核心技术对应的产品情况如下表所示：

序号	研发项目	类别	研发项目形成的核心技术	产品类别
1	风冷双变频技术开发	冰箱	形成专利：一种冰箱压缩机控制方法（专利号：ZL2018100050422）	BCD-483WGY；BCD-485WGP；BCD-545WGP；W53LP；W48A 等
2	高通用性对开门冰箱平台开发	冰箱	形成专利：一种改变风向的冷藏风道、冷冻风道和含有此风道的冰箱（专利号：ZL2018221291072）	BCD-480WY；BCD-543WY；W48AP；W478LM；BCD-GM480WY 等

序号	研发项目	类别	研发项目形成的核心技术	产品类别
3	i-health 智能低霜冷柜开发	冰箱	形成专利：一种带快速除冰功能的直冷冷柜（专利号：ZL2018202249347）	BD/C-160G；BD/C-180；BD/C-200
4	低成本节能风冷冰箱开发	冰箱	形成专利：一种风冷冰箱冷冻风道结构（专利号：ZL2018222154157）	BCD-455WY；BCD-210WTY；BCD-GM221WG；BCD-GM219WY；
5	产品能耗升级项目开发	冰箱	形成专利：一种冰箱密封门的防漏冷密封结构（专利号：ZL2018109955548）	BCD-280WY；SRS-90DT；SRD-510DT；SRD-495WTD；W21A；
6	Home Consle 智能大屏冰箱开发	冰箱	形成专利：一种冰箱食物搬运装置（专利号：ZL2018205982005）	BCD-GM395WGPi；GM418WGPi
7	Home Consle 智能厅吧开发	冰箱	形成专利：一种可变空间的组合式托盘结构（专利号：ZL201820599526x）	CTB-130EY；SM-130EY
8	直冷冰箱结构优化项目	冰箱	形成专利：一种快速左右换开门的冰箱（专利号：ZL2018205995274）	BCD-195T 银；BCD-188G；BCD-215TD；
9	基于 AI 技术智能冰箱的研究开发	冰箱	形成专利：一种立式独立蔬菜储存间及具有该结构的冰箱（专利号：ZL2019210951124；形成专利：一种用于冰箱门体的屏幕组件安装结构（专利号：ZL2019213080271）	BCD-415WP；BCD-419WXGY；BCD-456WGP；BCD-450WYA；W450BP；
10	冰箱内部独立温湿度间室的研究开发	冰箱	形成专利：可独立控制温湿度的存酒框（专利号：ZL 2019205264517）	BCD-420WXGP；SBS-450WPG；BCD-453WXP；
11	OEM 定制产品设计开发项目	冰箱	形成专利：一种无边界门体装饰条固定结构（专利号：ZL2019209341870）	BCD-210WMSDMJ01；BCD-398WMSD；BCD-483WMSAMJ01；
12	匀冷冰箱开发项目	冰箱	形成专利：一种冷藏室储物空间可变的冰箱结构（专利号：ZL2019213080159）	BCD-216T；BCD-GM186F；
13	一体式发泡冷柜开发项目	冰箱	形成专利：一种一体式压机仓组件及具有该组件的冰箱（专利号：ZL2019217179765）	WCD-185D；WCD-165D；WCD-180D；
14	超节能双变频风冷冰箱开发	冰箱	形成专利：一种翻转玻璃层架组件及具有该组件的冰箱（专利号：ZL2019217171918）	BCD-186WY；BCD-178WY；BCD-256WGY；
15	智能人居交互式冰箱研究开发	冰箱	形成专利：一种冰箱冷藏室（专利号：ZL2019205261754）；形成专利：一种冰箱内小型门体的安全锁扣结构（专利号：ZL201921095111X）；形成专利：一种冰箱组合式端盖结构（专利号：ZL2019208977817）	BCD-GM532WPi；BCD-GM412WPi；

序号	研发项目	类别	研发项目形成的核心技术	产品类别
16	小容积段直冷冰箱升级项目	冰箱	形成专利：一种瓶框拦条固定及翻转结构（专利号：ZL2019206070326）	BCD-188；BCD-215TD；BCD-220T；BCD-223TQ；
17	高端美式冰箱的研究开发	冰箱	形成专利：一种隐藏式玻璃门铰链安装结构（专利号：ZL2019206070650）	BCD-501WTGY；BCD-GM408WP；BCD-540WXGPS；BCD-505WXGP；
18	带有饮水机装置冰箱的研究开发	冰箱	形成专利：一种饮料冷却装置（专利号：ZL201920607067X）；形成专利：一种可快速冷却啤酒和饮料的装置及具有该装置的冰箱（专利号：ZL2019221375689）	BCD-450WGSAIMJ01；BCD-450WMSAD01A；BCD-416WGSA；
19	T 型气候冷柜项目开发	冰箱	形成专利：一种饮料冷却装置（专利号：201920607067X）	BD-110；BD-170；BD-320；
20	带有 PE 合金材料内胆冰箱的研究开发	冰箱	形成专利：一种适应多种抽屉结构的箱胆筋条（专利号：ZL2019214224294）	BCD-412WKY；BCD-480WP；WK53LPS；WM33BPS；
21	自由鲜系列冰箱的研究开发	冰箱	形成专利：一种内置变温室控制系统的冰箱冷藏室（专利号：ZL2019219793130）；形成专利：一种将温度控制板内置于其中的冰箱冷藏室结构（专利号：ZL2019219785596）	BCD-405WXY；BCD-408WP；BCD-409WXY；
22	外销能耗升级项目开发	冰箱	形成专利：一种一体式内置冷凝器（专利号：ZL2021201243190）；**形成专利：一种机械风门风冷冰箱低温启动控制方法（专利号：ZL2019106326996）**	SRD-235DB；SRD-330DT；SRD-355CB1；
23	日本冷冻冷藏转化箱的研究开发	冰箱	形成专利：一种新型立式多功能 mini 冰箱（专利号：ZL2020229299328）	SRS-160CBP；SRS-180CB；
24	风冷超静音变频冰箱开发	冰箱	形成专利：一种冰箱拼接式风道结构及具有其的冰箱（专利号：ZL2020208952460）	BCD-472WXGPS；BCD-GM455WXY；BCD-343WLMGY；
25	大容积超节能高端冰箱的研究开发	冰箱	**形成专利：一种翻转梁以及该翻转梁的冰箱（专利号：ZL2021212435705）**	BCD-496WMSA；BCD-425WSPM；BCD-412WSPH；
26	外销冷柜产品升级项目开发	冰箱	形成专利：一种可变空间的组合式托盘结构（专利号：201820599526X）	BD-260；BD-320；BD-400；
27	高端智能厅吧的研究开发	冰箱	**形成专利：一种无线智能化 MINI 冰箱（专利号：ZL2021204901407）；形成专利：一种兼具无线充电和加热保温功能的冰吧（专利号：ZL202120701963X）；**	SRD-130BL；AHYQ-130；YQ-130；

序号	研发项目	类别	研发项目形成的核心技术	产品类别
			形成专利：一种带有智能药品管理系统的冰箱（专利号：ZL2020231086103）； 形成专利：一种冰箱储藏区中的密码锁结构（专利号：ZL2020229300005）	
28	家用电冰箱直流产品项目开发	冰箱	**形成专利：一种具有平衡功能的冰箱（专利号：ZLZL2021206320121）**	SRD-162DB；BD-170A；
29	洗脱烘一体滚筒洗衣机的研发	洗衣机	形成专利：一种防松的洗衣机可调节脚（专利号：ZL2018208279632）	F100PC5；F101207LCA，F8015MC1；
30	滚筒 12kg 大容量新产品开发	洗衣机	形成专利：一种调节洗衣机桶组稳定性的装置（专利号：ZL2018213726392）	EWF12832SW；F1221TDHi；F1221TDi；
31	定制客户开发项目	洗衣机	形成专利：一种调节洗衣机转速的电机风叶（专利号：ZL2018211560725）	F101211LC；F901210NC；W8S；WT8S；
32	波轮商用洗衣机的开发	洗衣机	**形成专利：一种调节洗衣机桶组稳定性的装置（专利号：ZL2018213726392）**	TBT60-21C；CBT55-21C；BT55-21C；
33	变频波轮技术研发和应用	洗衣机	形成专利：一种带杀菌功能的洗衣机（专利号：ZL2019210877766）	T60B；T75F；T85Q；
34	渠道拓展定制新品	洗衣机	形成专利：滚筒洗衣机控制面板固定结构（专利号：ZL2019206182105）； 形成专利：滚筒洗衣机增加溢水保护结构（专利号：ZL201920615965X）	XQB80-52G；XQB90-59BSA；XQG80-B15MC；
35	具有旋瀑洗涤装置的波轮洗衣机的研究开发	洗衣机	形成专利：一种具有旋瀑洗涤装置的洗衣机桶组及波轮洗衣机（专利号：ZL2019210951035）	WD8SA；WT8G；XQG100-SC507CH；
36	滚筒洗衣机面板触摸控制系统的研究开发	洗衣机	形成专利：一种滚筒洗衣机面板触摸控制系统（专利号：ZL2019213089295）	EWW12034SG；BF101411LD；
37	BLDC 变频滚筒洗衣机研究开发	洗衣机	**形成专利：一种具有自动投放功能的洗衣机（专利号：ZL2021202377455）；** 形成专利：可拆卸的银离子容器结构（专利号：ZL2019209341885）	F100PB；F1030LC；
38	带 WIFI 控制功能的智能洗衣机开发	洗衣机	形成专利：一种带触摸功能显示屏的洗衣机（专利号：ZL2019213089628）	F1028LDi；F1028LDHi；F9028NDi；
39	外销差异化产品项目开发	洗衣机	**形成专利：一种滚筒洗衣机控板旋钮晃动优化结构（专利号：ZL2020221585425）**	F60148UU；F60242SD；F90209NU；F90408NBH；

序号	研发项目	类别	研发项目形成的核心技术	产品类别
40	日本向 IRIS 定制滚筒开发	洗衣机	形成专利：一种滚筒洗衣机控板旋钮（专利号：ZL2019217171797）	F80216ND；F80211MU；
41	电商产品升级项目开发	洗衣机	形成专利：一种具有偏心检测功能的洗衣机平衡圈组件（专利号：ZL2019213089577）	XQG100-B15LB； WT80-PDX； WT80-PDG；
42	智能商用洗衣机的设计开发	洗衣机	**形成专利：一种进水系统带水液分离自动投放的滚筒洗衣机（专利号：ZL2020228206538）**	BT60-21CQJ； XQB100-16N； XQB100-96A；
43	波轮洗衣机差异化开发项目	洗衣机	形成专利：一种波轮内桶可上升式洗衣机（专利号：ZL2020208952719）； 形成专利：一种使用单阻尼器的波轮洗衣机玻璃盖板（专利号：ZL201922160584X）	T90M25；T85R； T90M26；T80Q；
44	滚筒 10kg 超薄平台研究开发	洗衣机	形成专利：一种带吸振器的双筒滚筒洗衣机（专利号：ZL2019221615184）； **形成专利：一种洗衣机脱水前的衣物自动分散方法和系统（专利号：ZL2016103536857）**	F100QDH；F1046LDH； F10440LD；
45	智能双投放洗衣机的研究开发	洗衣机	形成专利：一种气体与液体共用出口的四通结构（专利号：ZL2020200001202）； **形成专利：一种多功能迷你洗衣机门盖（专利号：ZL2020223995176）**	F100A；F12236TB；
46	智能洗鞋机的研究开发	洗衣机	形成专利：一种能够实现洗衣和洗鞋互换的洗衣机（专利号：ZL2020208952193）	BT60-21C；
47	OEM 型号结构改善项目开发	洗衣机	形成专利：一种洗涤剂带喷淋功能的滚筒洗衣机（专利号：ZL2020203644853）； 形成专利：洗衣机用新调整脚底角结构（专利号：ZL2020219171648）； **形成专利：一种洗衣机前门板上的洗涤剂投入盒组件（专利号：ZL2021208825313）**	WD10FD-B1A； WD10FD-G1A； WM10FD-B1A；
48	滚筒双 DD 驱动项目开发	洗衣机	**形成专利：一种带厚膜蒸汽发生器及四通分流器的滚筒洗衣机（专利号：ZL2021207966210）；** 形成专利：一种带储物格的双筒洗衣机或干衣机（专利号：ZL2021206319904）	F1026RBH；F1032RD；
49	定制节能产品升级项目开发	洗衣机	**形成专利：一种洗衣机前门板上的洗涤剂投入盒装置（专利号：ZL2021208814022）；**	T10N53；XQG80-B09M； F1018LU；

序号	研发项目	类别	研发项目形成的核心技术	产品类别
			形成专利：一种带扫地机器人的干衣机或者洗衣机底座（专利号：ZL2021207980434）	
50	波轮洗衣机优化升级项目	洗衣机	形成专利：一种具有旋瀑洗涤装置的洗衣机桶组及波轮洗衣机（专利号:ZL2019210951035）	T80F；XQB10MJ501；
51	智能干衣机项目开发	洗衣机	形成专利：一种带扫地机器人的干衣机或者洗衣机底座（专利号：ZL2021207980434）； 形成专利：一种干衣机电容固定结构（专利号：ZL2021217200176） 形成专利：一种干衣机堆叠支架（专利号:ZL2021217199802） 形成专利：一种可伸缩的香薰结构以及带可伸缩香薰结构的干衣机（专利号：ZL2021220011926） 形成专利：一种可折叠的干衣机支架（专利号：ZL2021220582443） 形成专利：一种具有压缩机冷却方式的热泵式干衣机（专利号：2021206320102） 形成专利：一种带扫地机器人的干衣机或者洗衣机底座（专利号：ZL2021207980434）	F10416LD；F10411LB；F10446LDC；

3、核心技术的保护措施

公司核心技术均申请了专利保护，并与核心人员签订了保密协议，对其在保密义务作出了严格的约定，以保护公司的合法权益。公司通过授予股权或奖金的方式对核心技术人员进行激励，实现个人利益与公司利益的统一。

4、核心技术的科研实力和成果情况

近年来，公司取得的主要技术认证或荣誉情况具体如下：

序号	认证或荣誉名称	颁发单位	颁发时间
1	南京市创新型领军企业	南京市科学技术局	2020 年
2	南京市工程研究中心智能家用电器	南京市发展和改革委员会	2020 年
3	工信部两化融合贯标企业	国家工信部	2020 年
4	2019 中国冰箱行业 AIoT 智能倡导品牌	中国冰箱行业高峰论坛组委会	2019 年
5	2017 年度中国洗衣机行业健康	洗衣机 干衣机行业高峰论坛	2017 年

	除菌品牌		
6	江苏省示范智能车间	江苏省经济和信息化委员会、江苏省财政厅	2016 年
7	CNAS 国家级认可证书	国家认可委员会	2016 年
8	江苏省信息化与工业化融合转型升级	江苏省经济和信息化委员会	2014 年

（二）发行人报告期内研发投入情况

报告期内，公司研发投入的构成及占营业收入比例如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
研发投入合计	**15,127.42**	13,682.80	13,623.38
营业收入	**400,182.07**	373,941.34	368,547.73
研发投入占营业收入比例	**3.78%**	3.66%	3.70%

（三）正在从事的研发项目

截至本招股说明书签署日，公司正在从事的主要研发项目情况如下：

序号	项目名称	所处研发阶段	预算经费（万元）	主要内容
1	双驱分舱洗衣机 ODM 拓展项目开发	正在进行	1,240	上下桶双驱分仓洗技术，MCU 实现双驱同步运行控制；全变频 BLDC 技术，联合主控与变频分离式设计，运行更稳定、更安静；自动投放全新升级，翻开式打开联动 LED 照明，投放更轻松；排水过滤，开关门体验等细节优化，实用性功能更完善。
2	滚筒宝马拓展外观项目开发	正在进行	1,170	导入宝马设计团队创新理念，产品新外观设计；采用电机/风机/排水泵电机的全变频核心驱动，实现超低音，超高洗净比产品设计。
3	鸿蒙系统智能冰箱项目的开发	正在进行	930	首次将鸿蒙系统应用在冰箱产品上，实现冰箱互联互通，提升使用便捷性；首次采用宝马外观设计，提升产品外观档次
4	房车冰箱开发项目	正在进行	800	针对汽车直流低压电源，开发的满足车用低温保存食品的车用冰箱，采用直流 12V 压缩机制冷、嵌入式安装结构，能够实现快速制冷、快速保鲜，具有防震，防抖功能
5	直冷电子温控冰箱项目的开发	正在进行	800	改变现有直冷冰箱使用的机械温控器，改为控温更为精准的电子温控器，增加控制面贴，冰箱线缆增加电控板，感温探头改为电子传感器
6	隐形多维风道冰箱项目的开发	正在进行	721	改变原来单一方向出风口设计，将冷藏风道与冷藏箱胆融为一体，环绕式出风口，上中下，前后三维立体式环抱送风，使得箱体内温度更加均匀，从而达到快速制冷，快速降温，保住了食材的新鲜，减少水分的流失，同时也大大提高了箱体的容积利用率。
7	8Kg 波轮新外观开发项目	样机阶段	520	操作面板首次附带盲文内容，门盖保护采用门锁+磁敏开关双重保护技术，进水盒通过两处虹吸结构设计，保证清洗液导入干净不残留

序号	项目名称	所处研发阶段	预算经费（万元）	主要内容
8	1kg Mini 波轮项目开发	正在进行	510	小型化设计：小容积产品，采用内衬支撑外桶组件设计，便于长距离运输；集成化设计：门盖上首次新增光电感应开关及预留 NFC 模块；新开发 800W 加热管、温度传感器，让洗衣机带加热及精准的温度控制；支持 Wifi 控制及遥控。
9	智能鲜吧开发项目	小批阶段	461	茶几和冰箱的有机结合，具备茶几的功能，也设有带密封门体的冷藏抽屉与冷冻抽屉的冰箱结构，可以低温储藏食品和物品等，茶几本体上表面嵌有控制面板，具有电脑办公功能，还带有电磁感应充电结构，是一种居家、休闲、办公的跨界产品
10	智能教育平板终端 T101	正在进行	350	1、智慧教育平板中终端开发；2、4G+WiFi 智慧教育内容终端坐姿检测设计；3、超薄金属工艺结构的设计。
11	冰柜智控模组 G01	正在进行	335	1、冰柜的智能控制板开发；2、稳定性可靠性设计；3、WiFi 模块与智控板通讯协议设计；4、智控板与电控板通讯协议设计。
12	智能教育平板终端 S101	正在进行	310	1、智慧教育平板中终端开发；2、超高性能慧教育终端设计；3、超薄金属工艺结构的设计。
13	智能云相框 D156	正在进行	290	1、大尺寸智能云相框的设计开发。2、智能云端相框软件的开发。3、新外观结构工艺的设计。
14	双驱分区滚筒洗衣机控制软件开发	正在进行	280	双筒双电机驱动，主控与变频驱动分离式的程控器、双面板，功能实现上下筒的洗衣过程控制、时间系统、电器件控制、传感器功能、外部通讯、双 DD 直驱电机驱动功能、烘干功能、智能三自动投放技术；排水泵堵塞、毛絮收集器堵塞动态监测技术
15	风冷净味杀菌冰箱控制技术软件开发	正在进行	210	在冰箱冷藏风道内部增加负离子发生器，冰箱工作期间，通过算法控制负离子发生器工作时间，提高冰箱内部食材新鲜程度达到净味杀菌的效果
16	MiNi 波轮洗衣机控制软件的开发	正在进行	170	双板程控器，两颗芯片完成洗衣机洗衣过程控制、时间系统、按键侦测、显示、声音、电器件控制、电机控制、故障侦测、水位感知等；针对能效、水位传感、脱水转速等进行了优化设计
17	滚筒 i-DD 第 6 代直流变频控制技术软件开发	正在进行	120	核心驱动部采用国产南洋 DD 无霍尔电机，无位置传感器 FOC 矢量控制算法控制，实现能效和超静音控制；电机控制单元核心采用世界先进的 32 位微控制器；功能变换单元，以 ST/MitsubishiIPM 为核心；检测保护单元，以速度电流双闭环的电机驱动控制、无霍尔传感器的位置检测技术

公司坚持自主研发为主、积极引进先进技术及先进标准的原则，目前公司处于研发阶段的项目均为自主研发项目。

（四）发行人核心技术人员及研发人员情况

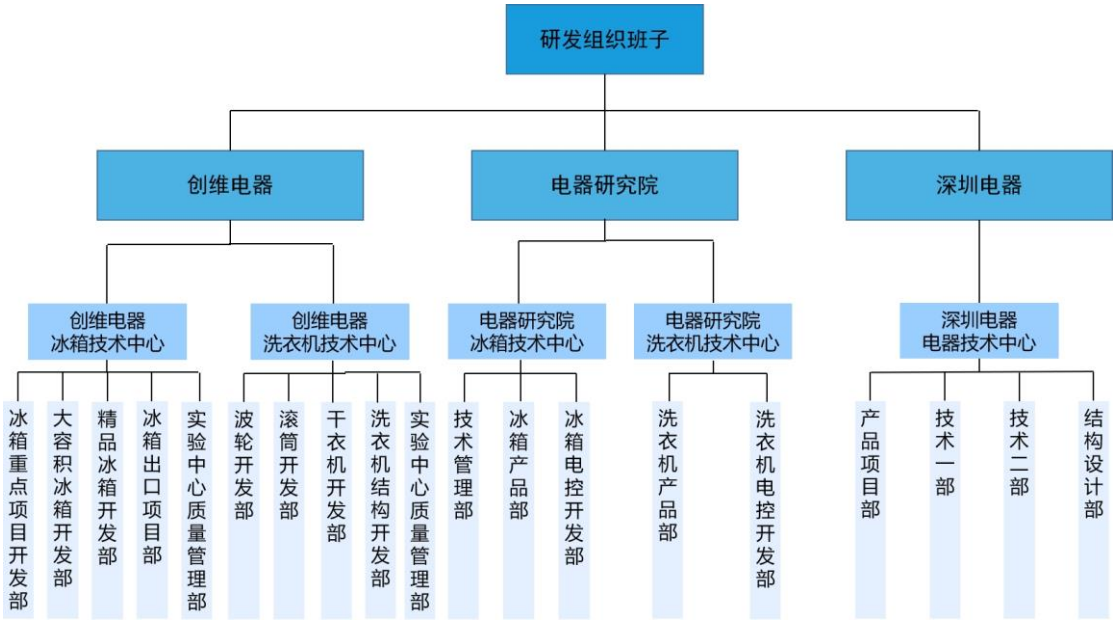
截至 2021 年 12 月 31 日，拥有研发人员 **202 人**，占员工总数的比例为 **11.35%**。公司核心技术人员为肖华、李树强，核心技术人员最近两年未发生较大变动。个

人简历详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“（四）其他核心人员”。

（五）发行人的技术创新机制

1、公司的研发机构设置

公司建立了完整的研发体系，公司研发机构的设置如下图所示：



公司始终注重研发实力的积累，在创维电器及深圳电器两个经营主体均设立了相关的研发部门；与此同时，公司专门设立了创维电器研究院，专注于冰箱、洗衣机相关技术的研发工作。创维电器研究院坚持自主开发、产学研合作并存的方针，注重高素质技术人才的引进及培养，争取成为具有可持续创新发展能力的、在冰洗行业起引领作用的研究开发基地。

2、公司技术创新的保障

（1）公司创新的机制

公司建立了健全的研发体系，设置了研发相关职能部门，制定了《研发管理制度》《冰箱专利管理规定》《洗衣机专利管理规定》等研发管理制度和奖励制度。公司根据家电行业发展趋势和国内市场需求，以自主研发为主，积极引进先进技术和先进标准；加大对专业人才的引进、创新能力的提高和高质量技术人员的培养推动企业及行业的技术进步，引领行业发展。

（2）公司的技术储备

截至本招股说明书签署日，公司拥有境内专利 202 项（其中发明专利 18 项），境外专利 5 项。

冰箱技术中心密切联系市场持续推进冰箱智能技术、节能技术和抗菌技术的研究；产品开发方面，通过无霜风冷、智能大屏、物联网冰箱、啤酒速冷技术、自动制冰技术、逆向营养保鲜解冻技术和外取冷饮加热技术的设计开发，进一步拓展产品的多样性及差异化体验。

洗衣机技术中心持续推进节能、节水和智能化方面的研究，通过加大 DD 变频电机的推广提高产品的节能性能；产品开发方面，持续加大分区洗衣机、抗菌杀菌洗衣机、干衣机等品类的开发力度，满足消费者日益多样化的消费需求。

（3）公司技术创新的安排

人才是公司研发实力的核心，公司为实现技术创新的可持续性，建立有人才引进制度和研发人员培训机制，不断提升技术团队素质。与此同时，公司制定了《冰箱专利管理规定》、《洗衣机专利管理规定》等激励制度，充分调动员工参与科技创新、技术与工艺改进工作的积极性。

八、发行人境外生产经营情况

境外孙公司炬德国际，主营业务为商品贸易。

炬德国际的具体情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人控股和参股公司情况”。除上述主体外，发行人未在中国境外进行生产经营，也不在境外拥有其他资产。

第七节 公司治理与独立性

一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度及董事会专门委员会的建立健全及运行情况

公司自整体变更为股份公司以来，根据《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》等有关法律、法规、规范性文件和中国证监会的相关要求，逐步建立健全了公司治理结构，建立了由股东大会、董事会、监事会和管理层组成的治理架构，聘请了独立董事，聘任了董事会秘书，设置了审计委员会、薪酬与考核委员会等董事会专门委员会，建立了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间相互协调和相互制衡的机制，为公司的高效运营提供了制度保证。同时，公司还按照《公司章程》和相关公司治理规范性文件的要求先后制订并完善了相关公司治理文件和内控制度，并能够有效落实、执行上述制度；公司的股东大会、董事会、监事会、管理层、独立董事之间权责明确，均能按照《公司章程》和相关治理规范性文件规范运行，相互协调和相互制衡、权责明确。

参照公司治理相关法规与规范性文件的标准，公司管理层认为公司治理规范，不存在重大缺陷。公司董事会、监事会及高级管理人员不存在违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

（一）股东大会、董事会、监事会运行情况

1、股东大会运行情况

股东大会是公司的最高权力机构，《公司章程》规定了股东的权利和义务，以及股东大会的职权。2020 年 12 月 21 日，公司召开了创立大会暨首次股东大会，根据《公司法》及《公司章程》的有关规定，公司制定了《股东大会议事规则》。报告期内，公司股东大会严格依照《公司章程》及《股东大会议事规则》的规定规范运行。

截至本招股说明书签署日，自股份公司设立以来，公司已累计召开了 **5** 次股东大会。股东大会均按照《公司章程》、《股东大会议事规则》及其他相关法律法规规定的程序召集、召开，严格按照相关规定进行表决、形成决议，全体股东以通讯、授权委托及现场方式出席了历次股东大会，股东依法履行股东义务、行

使股东权利。股东大会的召集、召开及表决程序合法，决议合法有效，不存在违反《公司法》、《股东大会议事规则》及其他相关法律法规行使职权的情形。

2、董事会运行情况

2020 年 12 月 21 日，公司召开了创立大会暨首次股东大会，根据《公司法》及《公司章程》的有关规定，公司制定了《董事会议事规则》。报告期内，公司董事会严格依照《公司章程》及《董事会议事规则》的规定规范运行。

公司董事会由 8 名董事组成，其中独立董事 3 名。董事会设董事长 1 人，董事长由董事会以全体董事过半数选举产生。董事任期每届为 3 年，董事任期届满，可以连选连任。

截至本招股说明书签署日，自股份公司设立以来，公司已累计召开了 **6** 次董事会。历次董事会均按照《公司章程》、《董事会议事规则》及其他相关法律法规规定的程序召集、召开，严格按照相关规定进行表决、形成决议。公司董事会运行规范、有效，对公司选聘高级管理人员、设置专门委员会、制定公司主要管理制度、公司重要经营决策、关联交易、公司发展战略等事项进行审议并作出有效决议，对需要股东大会审议的事项提交股东大会审议决定，切实发挥了董事会的作用。历次董事会会议均由公司全体董事出席，董事会会议的召开和决议内容合法有效，不存在违反《公司法》、《董事会议事规则》及其他相关法律法规行使职权的情况。

3、监事会运行情况

2020 年 12 月 21 日，公司召开了创立大会暨首次股东大会，根据《公司法》及《公司章程》的有关规定，公司制定了《监事会议事规则》。报告期内，公司监事会严格依照《公司章程》及《监事会议事规则》的规定规范运行。

公司监事会由 3 名监事组成，其中：非职工代表 2 人，由股东大会投票选举产生；职工代表 1 人，由公司职工代表大会选举产生。监事会设主席 1 人，由全体监事过半数选举产生。监事任期每届为 3 年，监事任期届满，可以连选连任，董事、高级管理人员不得兼任监事。

截至本招股说明书签署日，自股份公司设立以来，公司已累计召开了 **4** 次监事会会议，监事会会议的人员出席情况符合相关规定，会议的召集方式、议事程

序及决议内容均合法有效，不存在违反《公司法》、《监事会议事规则》及其他规定行使职权的情形。

（二）独立董事制度的运行情况

1、独立董事制度的建立

为进一步完善公司治理结构，改善董事会结构，强化对非独立董事及经理层的约束和监督机制，保护中小股东及利益相关者的利益，促进公司的规范运作，公司根据《公司法》、《证券法》、中国证监会《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》、《上市公司治理准则》等有关法律、行政法规、规范性文件，公司制定了《独立董事工作细则》。独立董事对公司及全体股东负有诚信和勤勉义务，应当按照相关法律法规的要求，认真履行职责，维护公司整体利益，尤其要关注中小股东的合法权益不受损害。

2020 年 12 月 21 日，公司召开了创立大会暨首次股东大会，选举产生 3 名独立董事，分别为吴尚杰、胥正川、徐丽军，达到公司董事会人数的三分之一，其中徐丽军为会计专业人士。

2、独立董事制度的运行情况

自受聘以来，公司独立董事严格按照《公司法》、《公司章程》、《独立董事工作细则》等要求，严格履行独立董事职责，在对公司的重大决策提供专业意见，对公司法人治理结构等方面完善起到了积极作用，不存在独立董事对公司有关事项曾提出异议的情况。

（三）董事会秘书制度的运行情况

2020 年 12 月 21 日，公司召开第一届董事会第一次会议，聘任刘红明先生为公司董事会秘书。董事会秘书是公司的高级管理人员，对公司董事会负责。董事会秘书负责公司股东大会和董事会议案的筹备、文件保管以及公司资料管理，办理信息披露事务等事宜。

发行人设立董事会秘书以来，公司董事会秘书筹备了历次董事会会议和股东大会，确保了公司董事会会议和股东大会依法召开、依法行使职权，及时向公司股东、董事通报公司的有关信息，建立了与股东的良好关系，为公司治理结构的

完善和董事会、股东大会正常行使职权发挥了重要的作用。

（四）董事会专门委员会的设置和运行情况

董事会设立审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、战略委员会，并制定了各专门委员会实施细则。董事会专门委员会为董事会的专门工作机构，专门委员会对董事会负责。

1、审计委员会人员构成和运行情况

根据《公司法》《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》《公司章程》及其他有关规定，公司董事会设立了审计委员会，并制定了《董事会审计委员会实施细则》。审计委员会主要负责公司内、外部审计的沟通、监督和核查工作；对公司的内控制度的健全和完善提出意见和建议。

（1）审计委员会的人员构成

根据《董事会审计委员会实施细则》的规定，审计委员会成员由三名董事组成，其中独立董事委员应当占审计委员会成员总数的 1/2 以上；且独立董事中必须有符合有关规定的会计专业人士；审计委员会委员由董事长、二分之一以上独立董事或者全体董事的三分之一以上提名，并由董事会选举产生。

公司目前的审计委员会由徐丽军、胥正川、应一鸣三人组成。其中，徐丽军、胥正川为独立董事；徐丽军为会计专业人士并担任会议召集人。

（2）公司审计委员会的运行情况

公司审计委员会自设立以来，严格按照《公司章程》和《董事会审计委员会实施细则》的有关规定开展工作。截至本招股说明书签署日，审计委员会共召开了 **7** 次会议，审核了公司报告期内的财务报告、内部控制自我评估报告、重大关联交易等内容。上述会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规和《公司章程》的规定。

公司审计委员会的设立，对强化董事会决策功能，确保董事会对经理层的有效监督，完善公司治理结构起到了积极作用。

2、提名委员会人员构成和运行情况

根据《公司法》《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》《公司章

程》及其他有关规定，公司设立董事会提名委员会，并制定了《董事会提名委员会实施细则》。提名委员会主要负责对公司董事和高级管理人员的人选、选择标准和程序进行选择并提出建议。

（1）提名委员会的人员构成

根据《董事会提名委员会实施细则》的规定，提名委员会成员由三名董事组成，独立董事占多数。提名委员会委员由董事长、二分之一以上独立董事或者全体董事的三分之一提名，由董事会选举产生。

公司目前的提名委员会由胥正川、吴尚杰、吴启楠三人组成。其中，胥正川、吴尚杰为独立董事；胥正川担任会议召集人。

（2）公司提名委员会的运行情况

公司提名委员会自设立以来，严格按照《公司章程》和《董事会提名委员会实施细则》的有关规定开展工作。截至本招股说明书签署日，提名委员会共召开了 1 次会议。上述会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规和《公司章程》的规定。

3、薪酬与考核委员会人员构成和运行情况

根据《公司法》《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》《公司章程》及其他有关规定，公司设立董事会薪酬与考核委员会，并制定了《董事会薪酬与考核委员会实施细则》。薪酬与考核委员会主要负责对公司董事及高级管理人员的薪酬和考核管理并提出建议。

（1）薪酬与考核委员会的人员构成

根据《董事会薪酬与考核委员会实施细则》的规定，薪酬与考核委员会成员由三名董事组成，其中独立董事二名。薪酬与考核委员会由董事会选举产生。

公司目前的薪酬与考核委员会由吴尚杰、徐丽军、林劲三人组成。其中，吴尚杰、徐丽军为独立董事；吴尚杰、徐丽军担任会议召集人。

（2）公司薪酬与考核委员会的运行情况

公司薪酬与考核委员会自设立以来，严格按照《公司章程》和《董事会薪酬与考核委员会实施细则》的有关规定开展工作。截至本招股说明书签署日，薪酬

与考核委员会共召开了 **2** 次会议。上述会议在召集方式、议事程序、表决方式和 决议内容等方面均符合有关法律、法规和《公司章程》的规定。

4、战略委员会人员构成和运行情况

根据《公司法》《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》《公司章程》及其他有关规定，公司设立战略委员会，并制定了《董事会战略委员会实施细则》。战略委员会是董事会下设的专门工作机构，主要负责对公司长期发展战略和重大投资决策进行研究并提出建议。

（1）战略委员会的人员构成

根据《董事会战略委员会实施细则》的规定，战略委员会由三名董事组成，战略委员会委员由董事长、二分之一以上独立董事或者三分之一以上的全体董事提名，并由董事会选举产生。公司目前的战略委员会由刘棠枝、吴启楠、吴尚杰三人组成。其中，董事长刘棠枝担任会议召集人。

（2）公司战略委员会的运行情况

公司战略委员会自设立以来，严格按照《公司章程》和《董事会战略委员会实施细则》的有关规定开展工作。截至本招股说明书签署日，战略委员会共召开了 2 次会议，该次会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规和《公司章程》的规定。

自公司聘任各专门委员会委员以来，各专门委员会委员依照《公司法》等法律、法规和规范性文件及《公司章程》的规定勤勉尽责地履行职权，对完善公司治理结构和规范公司运作发挥了积极的作用。

二、发行人内部控制制度情况

（一）公司管理层的自我评估意见

公司董事会认为，公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。根据公司非财务报告内部控制重大缺陷认定情况，于内部控制评价报告基准日，公司未发现非财务报告内部控制重大缺陷。

（二）注册会计师对发行人内部控制制度的鉴证意见

立信会计师事务所（特殊普通合伙）对公司内部控制的有效性进行了专项审核，出具了《创维电器股份有限公司内部控制鉴证报告》（信会师报字[2022]第ZA11459号），报告的结论性意见为：“创维电器于2021年12月31日按照《企业内部控制基本规范》的相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制”。

三、发行人自报告期初以来违法违规情况

公司严格按照《公司法》及相关法律法规和《公司章程》的规定规范运作、依法经营，报告期内不存在重大违法违规行为。

报告期内，发行人及子公司深圳电器存在受到行政处罚的情形，具体情况如下：

1、2019年6月18日，发行人收到南京市溧水区城乡建设局出具的《行政处罚决定书》（溧建罚决字[2019]16号），发行人因现场扬尘管控不到位等问题，被处以罚款3万元的处罚。该处罚发生后，发行人积极整改并及时缴纳了罚款。

根据南京市溧水区城乡建设局于2021年1月12日出具的证明，认定发行人上述行为不属于重大违法行为，上述行政处罚也不属于重大行政处罚。

2、2021年9月22日，发行人收到南京市应急管理局出具的《行政处罚决定书》（苏宁应急罚告[2021]119号），发行人因未对危化品库区可燃气体检测系统进行经常性维护保养等问题，被处以罚款1.8万元的处罚。该处罚发生后，发行人积极整改并及时缴纳了罚款。

根据南京市应急管理局于2022年4月13日出具的情况说明，认定发行人上述违法行为未造成严重危害后果，且发行人已依法整改并消除了安全隐患，不属于重大违法行为。

四、发行人资金占用和对外担保情况

公司有严格的资金管理制度，截至本招股说明书签署日，公司不存在资金被控股股东及其控制的其他企业占用，以及为控股股东及其控制的其他企业提供担保的情形。报告期内，公司的关联资金往来情况详见本节“七、关联方、关联关

系和关联交易情况”之“（二）报告期内关联交易情况”。

五、公司独立经营情况

公司成立以来，严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，在资产、人员、财务、机构和业务等方面与现有股东完全分开，具有完整的资产、采购和销售业务体系，具备面向市场自主经营的能力。

（一）资产完整情况

公司资产完整，具备与生产经营有关的主要生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的主要土地、厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或使用权，具有独立的原材料采购和产品销售系统，与控股股东及其控制的其他企业的资产界定明确、划分清楚，不存在资产、资金被非正常占用而损害公司利益的情形。

（二）人员独立情况

公司人员独立，总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员未在控股股东及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，未在控股股东及其控制的其他企业领薪；财务人员未在控股股东及其控制的其他企业中兼职。公司具有独立的人力资源管理体系，对劳动、人事、工资报酬以及相应的社会保障实行独立管理，与控股股东及其控制的其他企业完全分开。

（三）财务独立情况

发行人设立独立的财务部门，配备了专门的财务人员，按照企业会计准则的要求建立了一套独立、完整、规范的财务会计核算体系、财务会计制度和财务管理制度，符合《会计法》等有关会计法规的规定；发行人能够根据法律法规及《公司章程》的相关规定并结合自身的实际情况独立做出财务决策，独立对外签订合同；公司在银行单独开立账户，拥有独立的银行账号，不存在与控股股东及其控制的其他企业共用银行账户的情形；公司作为独立的纳税人，依法独立纳税。

（四）机构独立情况

公司形成了完善的法人治理结构和规范化的运作体系。公司拥有独立的生产

经营和办公场所，根据生产经营的需要设置相应的职能部门，各机构、部门均按规定的职责独立运作，与控股股东及其控制的其他企业之间不存在混合经营、合署办公的情形。

（五）业务独立情况

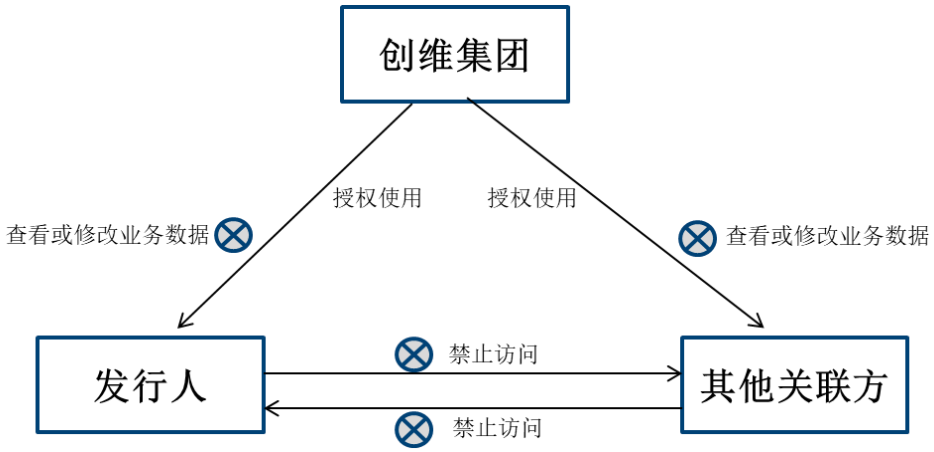
公司业务独立，具有完整的业务流程、独立的生产经营场所以及独立的研发、采购、生产和销售系统。公司的业务独立于控股股东及其控制的其他企业，与控股股东及其控制的其他企业不存在同业竞争和显失公允的关联交易。公司不存在影响公司独立性的重大或频繁的关联交易，不可避免或有正当商业目的的关联交易均采取公允市场价格并履行法定的决策程序。

创维集团旗下拥有众多涵盖不同业务领域的子公司，出于合并报表需要，在创维集团层面统一建立 SAP 系统，并根据下属企业业务实际需要，授权下属公司（包括发行人在内）有偿使用 SAP 系统并保留超级用户权限，即管理员账号。具体权限如下表所示：

账号类别	权限范围
管理员账号	指拥有最高权限的静态账号，可以对系统所有配置进行查看、变更；但是无权限修改系统内的业务信息
普通账号	指允许业务人员使用而不影响系统配置的操作系统业务功能的账号

管理员账号为拥有最高权限的静态账号，主要用于 SAP 系统日常运维及系统配置升级，如服务器日常运维、服务器升级、员工权限赋予、开发权限分配等，以保证创维集团 SAP 使用的稳定性、运行的流畅性，具有必要性。管理员账号无权对业务表单、业务凭证进行修改，为系统底层功能性、保障系统运行正常有效的账号。

创维集团授权旗下公司使用 SAP 系统的情况如下图所示：



根据创维集团信息管理制度，对创维集团就授权发行人使用 SAP 系统承担相关信息保密义务、用户权限、信息隔离等提出了严格的要求。发行人与创维集团及其关联方就授权使用 SAP 系统建立了相应的隔离、权限或流程管理等内控措施，通过用户隔离管理、流程及权限隔离管理、业务数据隔离管理以及接口隔离管理的方式有效保障发行人独立使用授权系统，创维集团仅仅作为技术提供方，负责相关系统的运行及维护，创维集团并不参与发行人相关的具体财务及业务决策流程。发行人使用授权 SAP 系统期间，创维集团不得擅自访问授权系统，或从授权系统中擅自提取与发行人相关的财务信息，并应对授权系统中存储或传递的所有与公司相关的信息承担保密义务。

发行人建立完善的信息管理制度，采取一系列可行的措施，对业务信息系统运行状况和信息进行有效监督和检查，明确业务信息系统用户的分级授权与管理，确保不存在与创维集团存在交叉、混同的情形。

创维集团（深圳）就发行人报告期内及未来授权使用 SAP 系统签署《SAP 系统使用独立性承诺函》确保相关信息保密和使用独立。公司根据授权使用 SAP 系统并对相关业务流程进行独立审批决策，发行人 SAP 系统内的普通账号均为发行人员工使用，创维集团及 SAP 系统服务提供方仅拥有维护集团整体 SAP 系统运维权限的管理员账号。另外，发行人的间接控股股东创维集团（百慕大）签署《关于保证公司 SAP 系统独立性的承诺》，创维集团保证发行人持续独立使用相关授权系统，在人员权限、业务数据、财务数据和业务流程方面与创维集团及其关联方实现有效隔离。

除 SAP 系统外，发行人的销售管理、研发项目管理、研发物料管理、生产制造管理、供应链管理、办公 OA、人力资源等其他 7 个业务信息系统根据自身业务特点自主开发与购买，独立承担该等自主开发系统的运营及维护，在开发、运营与维护上独立于创维集团，具有独立性。

申报会计师 IT 审计团队对发行人进行了信息系统审计，检查了系统开发与程序变更管理、系统权限账户及记录、系统运行环境设置、安全控制流程等，认为发行人信息系统在数据应用层具有独立性。

综上所述，发行人核心信息系统，除 SAP 外，其他 7 个业务系统均为自主购买或开发、运营与维护，具有独立性；SAP 虽授权使用、且存在超级账户权限，主要系便于创维集团对 SAP 系统进行日常运维及系统配置升级，发行人与创维集团就 SAP 系统建立了相应的隔离、权限或流程管理等内控措施，能够保障较好的独立性。综上，上述事项对发行人独立性和内部控制的影响较低。

（六）主营业务、控制权、管理团队稳定性

发行人主营业务、控制权、管理团队稳定，最近两年内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；控股股东和受控股股东支配的股东所持发行人的股份权属清晰，最近两年无实际控制人且控制权未发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

（七）发行人不存在对持续经营有重大不利影响的事项

发行人的主要资产、核心技术、商标等详见本招股说明书“第六节 业务与技术” 之“五、发行人主要固定资产及无形资产情况” 及“七、发行人核心技术及研发情况”。

截至本招股说明书签署日，发行人不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，重大偿债风险， 重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，不存在经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

六、同业竞争

（一）同业竞争情况说明

1、发行人与控股股东及其控制的其他企业的同业竞争情况

公司主营业务为冰箱、洗衣机、平板电脑等产品的研发、生产和销售。公司控股股东香港创维为持股平台，未实际经营业务。截至 2021 年 12 月 31 日，香港创维未控制或参股其他企业。香港创维为创维集团（百慕大）控制的企业。

综上所述，发行人与控股股东及其控制的其他企业不存在同业竞争。

2、发行人与创维集团（百慕大）及其控制的其他企业的同业竞争情况

创维集团（百慕大）为联交所上市公司，依次通过创维控股有限公司、创维实业有限公司、香港创维及创维投资（控股）有限公司、创维电视控股有限公司、新创维注塑（深圳）有限公司、创维集团（深圳）间接持有发行人 74.69%权益。

截至 2021 年 12 月 31 日，创维集团（百慕大）及其控制的主要企业共计 227 家（包括各级子公司），业务范围涵盖多媒体业务、智能系统技术业务、智能电器业务、新能源业务及现代服务业等五大板块。具体情况如下：

多媒体业务	
1	创维 RGB
2	创维集团智能装备有限公司
3	成都创维电器有限公司
4	南京创维平面显示科技有限公司
5	新创维电器（深圳）有限公司
6	创维多媒体（深圳）有限公司
7	创维液晶器件（深圳）有限公司
8	创维半导体（深圳）有限公司
9	创维光电科技（深圳）有限公司
10	深圳惠民城电器有限公司
11	禹州市惠民城电器有限公司
12	河南惠民城电器有限公司
13	深圳市酷开网络科技股份有限公司
14	深圳创维照明电器有限公司

15	深圳创维半导体设计中心有限公司
16	创维电子器件（宜春）有限公司
17	成都市利佳壹网络科技有限公司
18	陕西创维电子有限公司
19	南京创维信息技术研究院有限公司
20	深圳创维联铖科技有限公司
21	深圳创维新世界科技有限公司
22	深圳创维智能系统技术研究院
23	深圳创维光学科技有限公司
24	霍尔果斯创维酷开文化传媒有限公司
25	创维集团智能科技有限公司
26	内蒙古创维智能科技有限公司
27	创维集团智能电器有限公司
28	IDIGITAL ELECTRONICS SDN. BHD
29	深圳耐看科技有限公司
30	遂宁创维光电科技有限公司
31	宁波创维智能科技有限公司
32	南京酷开智慧屏科技有限公司
33	四川创维智能科技有限公司
34	江门创维显示科技有限公司
35	合肥悦修智能科技有限公司
36	深圳创维智能系统技术有限公司
37	深圳创维智家销售有限公司
38	成都市维酷文化传播有限公司（曾用名：成都连海智能科技有限公司）
39	东莞市声活智能科技有限公司
40	天津市百利溢通电泵有限公司
41	深圳小维商用科技有限公司
42	宜春创维建设发展有限公司
43	江门创维半导体科技有限公司
44	扬州市龙川酷开融媒体技术有限公司
45	Coocaa Hong Kong Development Limited 酷开香港发展有限公司
46	青岛酷开新视界科技有限公司
47	深圳市酷开网络发展有限公司
48	深圳市酷开数字文化科技有限公司

49	深圳市酷开软件技术有限公司
50	Skyworth International Trading Limited
51	Skyworth Wireless Hong Kong Limited 创维无线香港有限公司
52	Coocaa Hong Kong Limited 酷开香港有限公司
53	Skyworth Overseas Sales Limited 创维海外销售有限公司
54	HONEST （MACAO COMMERCIAL OFFSHORE） LIMITED 至诚（澳门离岸商业服务）有限公司
55	Metz Consumer Electronics GmbH
56	Skyworth Air Conditioning Overseas Sales Company Limited 创维空调海外销售有限公司
57	Skyworth Overseas Investment Holdings Limited 创维海外投资控股有限公司
58	KAIRVAM ELECTRONICS INDIA PRIVATE LIMITED （曾用名：Shenzhen Skyworth Digital India Private Limited）
59	PT. Skyworth Industry Indonesia
60	SKYWORTH DEVELOPMENT MALAYSIA SDN.BHD.
61	Skyworth Investments Africa （Pty） Ltd 创维海外投资控股有限公司（南非公司）
62	SKYWORTH USA CORPORATION
63	JDW Electronics Store Holdings Limited 佳电屋控股有限公司
64	Skyworth Vietnam Company Limited 创维海外越南公司
65	PT. Skyworth Indonesia
66	Skyworth LCD Holdings Limited
67	Skyworth Display Technology Holdings Limited
68	Skyworth （Philippines） Corporation
69	Skyworth Australia Pty Limited 创维（澳洲）有限公司
70	SKYWORTH INDIA ELECTRONIC PRIVATE LIMITED
71	Skyworth （Thailand） Co., Ltd
72	Skyworth Moulds Industrial Company Limited
73	Skyworth Intellectual Property Holdings Limited
74	Skyworth Optical-Electronic Company Limited 创维光电科技有限公司
75	Skyworth Semi-conductor Company Limited 创维半导体有限公司
76	Skyworth LCD Technology Limited 创维液晶科技有限公司
77	Skyworth Financial Management Company Limited 创维财资管理有限公司
78	Skyworth Overseas Development Limited （incorporated in BVI）
79	WEIRONG INTERNATIONAL LIMITED 维融国际有限公司（曾用名：Skyworth Multimedia International Limited 创维多媒体国际有限公司）
80	Skyworth Overseas Limited 创维海外有限公司

81	Skyworth Overseas Development Limited 创维海外发展有限公司
82	**武汉创维平面科技有限公司**
83	**广东创智维观科技有限公司**
84	**创维视芯电子（宜春）有限公司**
85	**武汉创维光显电子有限公司**
86	**江苏迅维电子科技有限公司**
87	**创维华中（武汉）电子有限公司**
88	**海南省创先锋传媒有限公司**
智能系统技术业务	
1	创维数字
2	深圳创维数字技术有限公司
3	深圳市创维软件有限公司
4	深圳创维汽车智能有限公司
5	北京创维海通数字技术有限公司
6	深圳蜂驰信息服务有限公司
7	创维无线
8	深圳创维智慧科技有限公司
9	深圳蜂驰电子科技有限公司
10	遂宁创维电子有限公司
11	广州创维汽车智能有限公司
12	深圳市声活智能科技有限公司
13	创维智能汽车韩国研究院
14	北京创维汽车智能科技有限公司
15	深圳津御科技有限公司
16	济南宏观电子服务有限公司
17	灵犀技术（深圳）有限公司
18	惠州创维数字技术有限公司
19	灵犀技术（中山）有限公司
20	上海六橙科技有限公司
21	深圳宝龙群欣科技有限公司
22	Smart Choice Store Company Limited 才智商店有限公司
23	Best Made Electronic Manufacturing SA （PTY） Ltd
24	Strong Media Group Limited
25	Strong International Limited

26	Strong Nederland B.V.
27	Strong Ukraine LLC
28	Strong CEE Kft.
29	Strong Scandinavia A/S
30	Strong Ges.m.b.H.
31	Strong France SARL
32	Strong Bulgaria Ltd.
33	Strong Digital GmbH LG
34	Strong Italia SRL
35	SKW Digital Technology MX. S. de R.L. de C.V.
36	**惠州创维智显科技有限公司**
37	**深圳创智维兴科技有限公司**
智能电器业务	
1	创维电器股份有限公司
2	深圳电器
3	电器研究院
4	炬德国际
5	香港创维
6	深圳创维空调科技有限公司
7	深圳创维智能厨电有限公司
8	创维空调科技（安徽）有限公司
新能源业务	
1	**深圳创维光伏科技有限公司**
2	**北京创维清洁能源科技有限公司**
3	**南京创维光伏科技有限公司**
4	**定州市博能新能源科技有限公司**
5	**梅州创旅清洁能源科技有限公司**
现代服务业	
1	创维集团（深圳）
2	创维集团财务有限公司
3	创维集团建设发展有限公司
4	创维集团科技园管理有限公司
5	深圳安时达技术服务有限公司
6	呼和浩特市创维建设发展有限公司

7	南京创维数字乐园建设有限公司
8	宜春创维置业有限公司
9	深圳创维置业有限公司
10	南京维泓置业有限公司
11	呼和浩特市鸿泰置业有限公司
12	深圳创维科技咨询有限公司
13	深圳维卓投资管理有限公司
14	深圳安时达电商有限公司
15	南京绿浩园林景观有限公司
16	南京瑞展房地产营销策划有限公司
17	南京维恒置业有限公司
18	南京维隆商业管理有限公司
19	深圳创维创业投资有限公司
20	深圳创维创客发展有限公司
21	深圳创维融资租赁有限公司
22	深圳市凤梨科技有限公司
23	深圳创维投资管理企业（有限合伙）
24	深圳创维前海国际发展有限公司
25	深圳创维小额贷款有限公司
26	深圳南山创维信息技术产业创业投资基金 （有限合伙）
27	深圳创维国际贸易有限公司
28	鼎言（深圳）投资管理有限公司
29	深圳南山创赛双创天使股权投资基金合伙企业（有限合伙）
30	青岛赟智投资管理合伙企业（有限合伙）
31	佳熠（深圳）投资企业（有限合伙）
32	嘉熠（深圳）投资企业（有限合伙）
33	遂宁安时达智能科技有限公司
34	滁州创维建设发展有限公司
35	宁波创维建设发展有限公司
36	深圳神彩物流有限公司
37	南京神彩供应链服务有限公司
38	青岛赟科投资管理合伙企业（有限合伙）
39	北京千家悦网络科技有限公司
40	滁州创维酒店管理有限公司

41	深圳创智战新一期创业投资企业（有限合伙）
42	青岛赟泽投资管理合伙企业（有限合伙）
43	天津创维海河投资管理有限公司
44	天津创维海河新兴产业投资合伙企业（有限合伙）
45	**灵犀技术（南京）有限公司（曾用名：**南京安必达电子科技有限公司**）**
46	广州创维建设发展有限公司
47	杭州安时达智能科技有限公司
48	广州安时达智能科技有限公司
49	深圳神彩国际物流有限公司
50	深圳神彩国际货运代理有限公司
51	广州安时达电子科技有限公司
52	南京创维建设发展有限公司
53	武汉安时达智能技术有限公司
54	长沙安时达智能科技有限公司
55	惠州安时达智能科技有限公司
56	宜春创维置地有限公司
57	小维（深圳）信息技术有限公司
58	江西省今创房产开发有限公司
59	郑州安时达智能科技有限公司
60	阜阳安时达智能科技有限公司
61	襄阳安时达智能科技有限公司
62	深圳创维天使投资私募基金合伙企业（有限合伙）
63	深圳创智战新三期创业投资企业（有限合伙）
64	宁波创维创业投资合伙企业（有限合伙）
65	创维实业（萨摩亚）
66	创维控股（萨摩亚）
67	创维控股有限公司
68	Skyworth Investment （Holdings） Limited 创维投资（控股）有限公司
69	Skyworth TV Holdings Limited 创维电视控股有限公司
70	Skyworth Western China Industries Limited 创维中国西部工业有限公司
71	Winform Inc.
72	Diamond Ray Holdings Limited 光钻控股有限公司
73	SKYBLU TECHNOLOGIES （PTY） LTD
74	Sinoprima Investments and Manufacturing SA （PTY） Ltd

75	CN-TRONICS SERVICE CENTRE （PTY） LTD
76	CALDERO HOLDINGS LIMITED
77	CALDERO LIMITED
78	**深圳南山创维信息技术产业创业投资基金（有限合伙）**
79	**深圳创趣汇娱乐有限公司**
80	**滁州创维物业发展有限公司**
81	**济南赟正股权投资合伙企业（有限合伙）**
82	**惠州创维建设发展有限公司**
83	**宁波创欣东铧股权投资基金有限公司**
84	**珠海横琴强科二号股权投资合伙企业（有限合伙）**
85	**珠海横琴强科三号股权投资合伙企业（有限合伙）**
86	**南京创维置业有限公司**
87	**江苏乾龙建筑工程有限公司**
88	**珠海横琴创维强科一号股权投资合伙企业（有限合伙）**
89	**深圳晶创新能源工程有限公司**

注：根据创维集团（百慕大）2021 年年报，创维集团（百慕大）新增新能源业务板块，由此前四大业务板块扩展至五大业务板块。

创维集团（百慕大）**五**大业务板块情况及主要运营实体进一步概括列示如下：

类型	具体业务	主要运营实体
多媒体业务	主要包括智能电视系统及酷开系统的互联网增值服务等，主要产品有创维彩电、酷开智能网络系统	创维-RGB、酷开科技
智能系统技术业务	主要包括家庭接入系统、智能制造、汽车电子系统等，主要产品为数字电视机顶盒、专业显示器件	创维数字
智能电器业务	主要包括智能冰箱、洗衣机、空调、厨卫等	创维电器、创维空调科技（安徽）有限公司、深圳创维智能厨电有限公司
新能源业务	**主要包括光伏业务**	**深圳创维光伏科技有限公司**
现代服务业务	主要包括家电保养维修、大物流服务业、对外贸易、建设发展、融资租赁、园区物业经营等业务	深圳安时达技术服务有限公司、创维集团建设发展有限公司、创维集团科技园管理有限公司、 Skyworth Overseas Development Limited、创维集团（深圳）、创维集团财务公司

发行人业务包括冰箱、洗衣机、平板电脑的生产销售。根据上表，发行人冰洗业务属于智能电器业务板块。

智能电器业务板块，创维空调科技（安徽）有限公司及其下属企业主要从事

空调产品的研发、生产与销售，深圳创维智能厨电有限公司主要从事厨房电器产品的研发、生产与销售，与发行人冰箱、洗衣机、平板电脑产品存在明显差异。

智能系统技术业务板块，创维数字股份有限公司及其下属企业主要从事数字电视机顶盒、专业显示器件、宽带网络通信连接等业务，其中，数字电视机顶盒主要产品为数字 4K、AndroidTV、IPTV、OTT 等各种类别的机顶盒，专业显示器件主要产品为显示触控系统、数字液晶仪表、液晶显示模组、商显及拼接，宽带网络通信连接主要产品为 PON、Wi-Fi 路由器、Cable Modem、CPE 等，与发行人冰箱、洗衣、平板电脑等产品存在明显差异。

多媒体业务板块所属企业，主要从事智能电视系统及酷开系统的互联网增值服务，**新能源业务板块所属企业，主要从事光伏电站的开发、设计、建设、运营、管理、咨询服务等服务，**现代服务业务板块所属企业，主要从事家电保养维修、大物流服务业、对外贸易、建设发展、融资租赁、园区物业经营等业务，与发行人冰箱、洗衣机、平板电脑等产品亦存在明显差异。

综上，发行人业务与创维集团（百慕大）其他板块业务区分度较高，创维集团（百慕大）及其控制下企业不存在从事冰箱、洗衣机、平板电脑产品研发与生产的情况。

上述主要经营实体中，创维集团（百慕大）下属的创维 RGB、Skyworth Overseas Development Limited、深圳安时达电商有限公司等存在少量从事冰箱、洗衣机产品的销售业务的情况，主要系为扩充下属零售商场或贸易公司业务品类，推广创维品牌的需要，该等公司本身不从事冰箱、洗衣机产品的研发和生产业务，所销售的冰箱、洗衣机产品也主要向发行人采购，该等公司实际为发行人的经销商，不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

此外，经核查，创维无线 2019 年存在销售大屏手机产品的情况，但与发行人平板电脑产品存在明显区别，一是产品功能及用途不同，产品间亦不具有可替代性；二是销售渠道相互独立，2019 年双方不存在重合客户情况。此外，报告期内，创维无线大屏手机营业收入和营业毛利占发行人主营业务收入和主营业务毛利的比例分别为 1.23%、0.00%、0.00%和 1.24%、0.00%、0.00%，占比较低，对发行人不构成重大影响；**创维 RGB 全资子公司联铖科技目前存在销售学习机的**

情况，但与发行人平板电脑产品存在明显区别，一是产品技术特点、功能、用途及应用场景存在较大差异；二是销售、采购渠道相互独立，发行人平板电脑业务与联铖科技学习机业务不存在客户与供应商重合情况，联铖科技销售学习机事项对发行人不构成重大不利影响。

综上，发行人与控股股东及其控制的其他企业之间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

（二）避免同业竞争承诺

为避免今后与发行人之间可能出现的同业竞争，维护公司全体股东的利益和保证公司的长期稳定发展，发行人控股股东香港创维出具了关于避免同业竞争的承诺：

“1、截至本承诺函签署之日，本公司未直接或间接经营任何与创维电器及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的公司、企业或其他经营实体，本公司与创维电器及其下属子公司不存在同业竞争。

2、自本承诺函签署之日起，本公司将不直接或间接经营任何与创维电器及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务，也不参与投资任何与创维电器及其下属子公司生产的产品或经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他公司、企业或其他经营实体。

3、自承诺函签署之日起，如创维电器及其下属子公司进一步拓展产品和业务范围，本公司保证不直接或间接经营任何与创维电器及其下属子公司经营拓展后的产品或业务相竞争的业务，也不参与投资任何与创维电器及其下属子公司生产的产品或经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他公司、企业或其他经营实体。

4、在本公司与创维电器存在控制关系期间，本承诺函为有效之承诺。如上述承诺被证明为不真实或未被遵守，本公司将向创维电器赔偿一切直接和间接损失，并承担相应的法律责任。”

为避免今后与发行人之间可能出现的同业竞争，维护公司全体股东的利益和保证公司的长期稳定发展，创维集团（百慕大）向发行人出具了关于避免同业竞争的承诺：

“1、截至本承诺函签署之日，除本公司下属创维 RGB、Skyworth Overseas Development Limited 和深圳安时达电商有限公司等公司从事少量冰箱、洗衣机产品的销售业务可能与创维电器存在竞争外，本公司及本公司控制的其他企业与创维电器及其下属子公司主营业务之间不存在同业竞争。

2、在本公司与创维电器存在控制关系期间，本公司将对下属企业的经营活动进行监督和约束，尽一切合理努力保证本公司控制的其他企业不新从事与创维电器形成同业竞争的业务；如果本公司及本公司所控制的其他企业未来从任何第三方获得的任何商业机会与创维电器构成实质性竞争，则本公司及本公司控制的其他企业将立即通知创维电器，并尽力将该商业机会让渡予创维电器，及/或采取有利于避免和解决同业竞争的其他措施。

3、本公司承诺不会利用本公司作为创维电器控股股东的地位，损害创维电器及创维电器其他股东的合法权益。

4、在本公司与创维电器存在控制关系期间，本承诺函为有效之承诺。如上述承诺被证明为不真实或未被遵守，本公司将向创维电器赔偿一切直接和间接损失，并承担相应的法律责任。”

七、关联方、关联关系和关联交易情况

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则》等相关法律、法规及规范性文件的有关规定，截至 2021 年 12 月 31 日，公司的关联方及关联关系如下：

1、关联自然人

（1）直接或间接持股 5%以上股东

序号	关联方姓名或名称	关联关系
1	黄宏生及其一致行动人	间接控制发行人 35.21%的股份
2	吴启楠	直接持有发行人 2.67%的股份，并通过持有炬德实业 69.57%的出资份额，间接持有发行人司 12.85%的股份，共计持有发行人 15.52%的股份

注：截至 2022 年 3 月 31 日，黄宏生持有创维集团（百慕大）1.41%股份，黄宏生夫人林卫平持有创维集团（百慕大）0.35%的股份，黄宏生控制的 Target Success Group（PTC）Limited 控制创维集团（百慕大）45.24%的股份，黄宏生及林卫平之子林劲持有创维集团（百慕大）0.15%的股份，上述各方合计控制创维集团（百慕大）47.14%的股份，合称“黄宏生及其一致行动人”。

（2）发行人的董事、监事、高级管理人员

序号	姓名	在发行人处任职
1	刘棠枝	董事长
2	吴启楠	董事、总经理
3	林劲	董事
4	应一鸣	董事
5	田仕民	董事、副总经理
6	吴尚杰	独立董事
7	胥正川	独立董事
8	徐丽军	独立董事
9	贾宏伟	监事会主席
10	曾昭建	监事
11	何玉平	职工代表监事
12	刘红明	董事会秘书、财务总监
13	周国贤	副总经理
14	郑世武	副总经理

（3）发行人直接或间接控股股东的董事、监事、高级管理人员

序号	姓名	关联关系
1	赖伟德	创维集团（百慕大）董事会主席
2	刘棠枝	创维集团（百慕大）**董事会副主席**
3	林卫平	创维集团（百慕大）执行董事、香港创维董事、创维实业（萨摩亚）执行董事、创维控股（萨摩亚）执行董事
4	施驰	创维集团（百慕大）执行董事**兼行政总裁**
5	林劲	创维集团（百慕大）执行董事
6	林成财	创维集团（百慕大）执行董事、香港创维董事、创维实业（萨摩亚）执行董事、创维控股（萨摩亚）执行董事
7	应一鸣	创维集团（百慕大）财务总监
8	李伟斌	创维集团（百慕大）独立非执行董事
9	张英潮	创维集团（百慕大）独立非执行董事
10	洪嘉禧	创维集团（百慕大）独立非执行董事
11	吴启楠	香港创维董事

（4）其他关联自然人

直接或间接持有发行人 5%以上股份的自然人股东和公司及其控股股东董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员，包括配偶、父母、年满 18 周岁

的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶，配偶的父母、兄弟姐妹，子女配偶的父母等，均为发行人的关联自然人。公司董事、监事、高级管理人员的基本情况请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”的相关内容。

2、关联法人

（1）直接或间接控股股东

序号	关联方名称	关联关系
1	香港创维	控股股东，持有发行人 45.78%的股份
2	创维实业（萨摩亚）	间接控股股东，持有香港创维 100%的股权
3	创维控股（萨摩亚）	间接控股股东，持有创维实业（萨摩亚）100%的股权并持有创维投资（控股）有限公司 100%的股权
4	创维集团（百慕大）	间接控股股东，持有创维控股（萨摩亚）100%的股权

（2）直接或间接持股 5%以上股东

序号	关联方姓名或名称	关联关系
1	创维集团（深圳）	直接持有发行人 28.91%的股份
2	炬德实业	直接持有发行人 18.47%的股份
3	Skyworth TV Holdings Limited 创维电视控股有限公司	间接持有发行人 28.91%的股份
4	创维控股有限公司	间接持有发行人 28.91%的股份
5	Skyworth Investment （Holdings） Limited 创维投资（控股）有限公司	间接持有发行人 28.91%的股份

（3）公司直接或间接控股股东控制的其他主要企业

序号	关联方名称	关联关系
1	香港创维	创维集团（百慕大）间接控制的企业
2	创维实业（萨摩亚）	创维集团（百慕大）间接控制的企业
3	创维控股（萨摩亚）	创维集团（百慕大）直接控制的企业
4	创维集团（深圳）	创维集团（百慕大）间接控制的企业
5	Skyworth TV Holdings Limited 创维电视控股有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
6	创维控股有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
7	Skyworth Investment（Holdings）Limited 创维投资（控股）有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
8	创维 RGB	创维集团（百慕大）间接控制的企业
9	呼和浩特市创维建设发展有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业

序号	关联方名称	关联关系
10	Skyworth Western China Industries Limited 创维中国西部工业有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
11	创维集团智能装备有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
12	创维集团建设发展有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
13	成都创维电器有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
14	创维集团科技园管理有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
15	南京创维平面显示科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
16	新创维电器（深圳）有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
17	深圳创维数字技术有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
18	深圳市创维软件有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
19	Skyworth Overseas Development Limited（incorporated in BVI）	创维集团（百慕大）间接控制的企业
20	**WEIRONG INTERNATIONAL LIMITED 维融国际有限公司（曾用名：**Skyworth Multimedia International Limited 创维多媒体国际有限公司**）**	创维集团（百慕大）间接控制的企业
21	Skyworth Overseas Limited 创维海外有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
22	Skyworth Overseas Development Limited 创维海外发展有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
23	创维多媒体（深圳）有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
24	深圳创维汽车智能有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
25	Skyworth LCD Technology Limited 创维液晶科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
26	创维液晶器件（深圳）有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
27	Skyworth Semi-conductor Company Limited 创维半导体有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
28	创维半导体（深圳）有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
29	Skyworth Optical-Electronic Company Limited 创维光电科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
30	创维光电科技（深圳）有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
31	Winform Inc.	创维集团（百慕大）间接控制的企业
32	Skyworth Moulds Industrial Company Limited	创维集团（百慕大）间接控制的企业
33	Skyworth Intellectual Property Holdings Limited	创维集团（百慕大）间接控制的企业
34	北京创维海通数字技术有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
35	深圳蜂驰信息服务有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
36	Smart Choice Store Company Limited 才智商店有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
37	深圳惠民城电器有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业

序号	关联方名称	关联关系
38	禹州市惠民城电器有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
39	河南惠民城电器有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
40	酷开科技	创维集团（百慕大）间接控制的企业
41	深圳创维照明电器有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
42	南京创维数字乐园建设有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
43	创维无线	创维集团（百慕大）间接控制的企业
44	深圳创维半导体设计中心有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
45	Skyworth （Philippines） Corporation	创维集团（百慕大）间接控制的企业
46	Skyworth Australia Pty Limited 创维（澳洲）有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
47	SKYWORTH INDIA ELECTRONIC PRIVATE LIMITED	创维集团（百慕大）间接控制的企业
48	Skyworth （Thailand） Co., Ltd	创维集团（百慕大）间接控制的企业
49	创维电子器件（宜春）有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
50	成都市利佳壹网络科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
51	陕西创维电子有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
52	宜春创维置业有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
53	PT. Skyworth Indonesia	创维集团（百慕大）间接控制的企业
54	深圳创维置业有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
55	深圳创维智慧科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
56	南京维泓置业有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
57	呼和浩特市鸿泰置业有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
58	Skyworth LCD Holdings Limited	创维集团（百慕大）直接控制的企业
59	Skyworth Display Technology Holdings Limited	创维集团（百慕大）间接控制的企业
60	南京创维信息技术研究院有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
61	Diamond Ray Holdings Limited 光钻控股有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
62	JDW Electronics Store Holdings Limited 佳电屋控股有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
63	创维集团财务有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
64	深圳创维科技咨询有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
65	Skyworth Vietnam Company Limited 创维海外越南公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
66	SKYBLU TECHNOLOGIES （PTY） LTD	创维集团（百慕大）间接控制的企业
67	深圳维卓投资管理有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
68	深圳安时达电商有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业

序号	关联方名称	关联关系
69	Sinoprima Investments and Manufacturing SA （PTY） Ltd	创维集团（百慕大）间接控制的企业
70	CN-TRONICS SERVICE CENTRE （PTY） LTD	创维集团（百慕大）间接控制的企业
71	深圳创维空调科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
72	Best Made Electronic Manufacturing SA （PTY） Ltd	创维集团（百慕大）间接控制的企业
73	南京绿浩园林景观有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
74	南京瑞展房地产营销策划有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
75	创维数字	创维集团（百慕大）间接控制的企业
76	南京维恒置业有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
77	深圳创维联铖科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
78	南京维隆商业管理有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
79	深圳蜂驰电子科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
80	Metz Consumer Electronics GmbH	创维集团（百慕大）间接控制的企业
81	遂宁创维电子有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
82	深圳创维创业投资有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
83	Skyworth Air Conditioning Overseas Sales Company Limited 创维空调海外销售有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
84	深圳创维创客发展有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
85	深圳创维融资租赁有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
86	Strong Media Group Limited	创维集团（百慕大）间接控制的企业
87	Strong International Limited	创维集团（百慕大）间接控制的企业
88	Strong Nederland B.V.	创维集团（百慕大）间接控制的企业
89	Strong Ukraine LLC	创维集团（百慕大）间接控制的企业
90	Strong CEE Kft.	创维集团（百慕大）间接控制的企业
91	Strong Scandinavia A/S	创维集团（百慕大）间接控制的企业
92	Strong Ges.m.b.H.	创维集团（百慕大）间接控制的企业
93	Strong France SARL	创维集团（百慕大）间接控制的企业
94	Strong Bulgaria Ltd.	创维集团（百慕大）间接控制的企业
95	Strong Digital GmbH LG	创维集团（百慕大）间接控制的企业
96	Strong Italia SRL	创维集团（百慕大）间接控制的企业
97	深圳安时达技术服务有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
98	Skyworth Overseas Investment Holdings Limited 创维海外投资控股有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
99	KAIRVAM ELECTRONICS INDIA PRIVATE	创维集团（百慕大）间接控制的企业

序号	关联方名称	关联关系
	LIMITED （曾用名：Shenzhen Skyworth Digital India Private Limited）	
100	PT. Skyworth Industry Indonesia	创维集团（百慕大）间接控制的企业
101	深圳市凤梨科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
102	深圳创维投资管理企业（有限合伙）	创维集团（百慕大）间接控制的企业
103	SKW Digital Technology MX. S. de R.L. de C.V.	创维集团（百慕大）间接控制的企业
104	深圳创维前海国际发展有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
105	SKYWORTH DEVELOPMENT MALAYSIA SDN.BHD.	创维集团（百慕大）间接控制的企业
106	CALDERO HOLDINGS LIMITED	创维集团（百慕大）间接控制的企业
107	CALDERO LIMITED	创维集团（百慕大）间接控制的企业
108	深圳创维小额贷款有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
109	Skyworth Investments Africa （Pty） Ltd 创维海外投资控股有限公司（南非公司）	创维集团（百慕大）间接控制的企业
110	SKYWORTH USA CORPORATION	创维集团（百慕大）间接控制的企业
111	深圳南山创维信息技术产业创业投资基金 （有限合伙）	创维集团（百慕大）间接控制的企业
112	深圳创维新世界科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
113	Skyworth Overseas Sales Limited 创维海外销售有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
114	HONEST （MACAO COMMERCIAL OFFSHORE） LIMITED 至诚（澳门离岸商业服务）有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
115	深圳创维智能系统技术研究院	创维集团（百慕大）间接控制的企业
116	深圳创维光学科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
117	霍尔果斯创维酷开文化传媒有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
118	深圳创维国际贸易有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
119	鼎言（深圳）投资管理有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
120	Skyworth Wireless Hong Kong Limited 创维无线香港有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
121	Coocaa Hong Kong Limited 酷开香港有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
122	深圳创维智能厨电有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
123	广州创维汽车智能有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
124	创维集团智能科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
125	深圳市声活智能科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
126	内蒙古创维智能科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
127	创维集团智能电器有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业

序号	关联方名称	关联关系
128	IDIGITAL ELECTRONICS SDN. BHD	创维集团（百慕大）间接控制的企业
129	创维智能汽车韩国研究院	创维集团（百慕大）间接控制的企业
130	深圳南山创赛双创天使股权投资基金合伙企业（有限合伙）	创维集团（百慕大）间接控制的企业
131	青岛赟智投资管理合伙企业（有限合伙）	创维集团（百慕大）间接控制的企业
132	佳熠（深圳）投资企业（有限合伙）	创维集团（百慕大）间接控制的企业
133	嘉熠（深圳）投资企业（有限合伙）	创维集团（百慕大）间接控制的企业
134	深圳耐看科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
135	遂宁安时达智能科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
136	滁州创维建设发展有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
137	遂宁创维光电科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
138	北京创维汽车智能科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
139	宁波创维智能科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
140	宁波创维建设发展有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
141	深圳神彩物流有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
142	南京神彩供应链服务有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
143	青岛赟科投资管理合伙企业（有限合伙）	创维集团（百慕大）间接控制的企业
144	南京酷开智慧屏科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
145	北京千家悦网络科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
146	滁州创维酒店管理有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
147	Skyworth International Trading Limited	创维集团（百慕大）间接控制的企业
148	深圳津御科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
149	四川创维智能科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
150	济南宏观电子服务有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
151	深圳创智战新一期创业投资企业（有限合伙）	创维集团（百慕大）间接控制的企业
152	江门创维显示科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
153	合肥悦修智能科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
154	青岛赟泽投资管理合伙企业（有限合伙）	创维集团（百慕大）间接控制的企业
155	天津创维海河投资管理有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
156	天津创维海河新兴产业投资合伙企业（有限合伙）	创维集团（百慕大）间接控制的企业
157	**灵犀技术（南京）有限公司（曾用名：**南京安必达电子科技有限公司**）**	创维集团（百慕大）间接控制的企业
158	深圳创维光伏科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业

序号	关联方名称	关联关系
159	Skyworth Financial Management Company Limited 创维财资管理有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
160	深圳创维智能系统技术有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
161	深圳创维智家销售有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
162	广州创维建设发展有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
163	杭州安时达智能科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
164	**成都市维酷文化传播有限公司（曾用名：**成都连海智能科技有限公司**）**	创维集团（百慕大）间接控制的企业
165	创维空调科技（安徽）有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
166	东莞市声活智能科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
167	天津市百利溢通电泵有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
168	深圳小维商用科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
169	广州安时达智能科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
170	深圳神彩国际物流有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
171	深圳神彩国际货运代理有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
172	广州安时达电子科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
173	南京创维建设发展有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
174	武汉安时达智能技术有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
175	长沙安时达智能科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
176	惠州安时达智能科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
177	宜春创维建设发展有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
178	江门创维半导体科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
179	扬州市龙川酷开融媒体技术有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
180	宜春创维置地有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
181	小维（深圳）信息技术有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
182	江西省今创房产开发有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
183	郑州安时达智能科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
184	阜阳安时达智能科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
185	襄阳安时达智能科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
186	深圳创维天使投资私募基金合伙企业（有限合伙）	创维集团（百慕大）间接控制的企业
187	灵犀技术（深圳）有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
188	惠州创维数字技术有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
189	灵犀技术（中山）有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业

序号	关联方名称	关联关系
190	Coocaa Hong Kong Development Limited 酷开香港发展有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
191	青岛酷开新视界科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
192	深圳市酷开网络发展有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
193	深圳市酷开数字文化科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
194	深圳市酷开软件技术有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
195	深圳创智战新三期创业投资企业（有限合伙）	创维集团（百慕大）间接控制的企业
196	宁波创维创业投资合伙企业（有限合伙）	创维集团（百慕大）间接控制的企业
197	上海六橙科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
198	深圳宝龙群欣科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
199	深圳南山创维信息技术产业创业投资基金（有限合伙）	创维集团（百慕大）间接控制的企业
200	南京创维光伏科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
201	深圳创趣汇娱乐有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
202	武汉创维平面科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
203	滁州创维物业发展有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
204	惠州创维智显科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
205	济南赞正股权投资合伙企业（有限合伙）	创维集团（百慕大）间接控制的企业
206	广东创智维观科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
207	北京创维清洁能源科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
208	创维视芯电子（宜春）有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
209	惠州创维建设发展有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
210	宁波创欣东铧股权投资基金有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
211	梅州创旅清洁能源科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
212	武汉创维光显电子有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
213	深圳创智维兴科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
214	江苏迅维电子科技有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
215	创维华中（武汉）电子有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
216	珠海横琴强科二号股权投资合伙企业（有限合伙）	创维集团（百慕大）间接控制的企业
217	珠海横琴强科三号股权投资合伙企业（有限合伙）	创维集团（百慕大）间接控制的企业
218	南京创维置业有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
219	海南省创先锋传媒有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业
220	江苏乾龙建筑工程有限公司	创维集团（百慕大）间接控制的企业

序号	关联方名称	关联关系
221	**珠海横琴创维强科一号股权投资合伙企业（有限合伙）**	**创维集团（百慕大）间接控制的企业**
222	**定州市博能新能源科技有限公司**	**创维集团（百慕大）间接控制的企业**
223	**深圳晶创新能源工程有限公司**	**创维集团（百慕大）间接控制的企业**

（4）发行人关联自然人控制或担任重要职务的其他主要企业

序号	关联方名称	关联关系
1	深圳市棠舟管理合伙企业（有限合伙）	董事长刘棠枝持股 29.5883%的企业
2	北京新七天	董事长刘棠枝担任董事的企业
3	乐金显示（中国）有限公司	董事长刘棠枝担任董事的企业
4	北京炬德电器科技有限公司	董事吴启楠持股 89.2857%，担任法定代表人、经理兼执行董事的企业
5	北京国通合源科技有限公司	董事吴启楠担任董事的企业
6	广东创华投资有限公司	董事应一鸣担任董事的企业
7	深圳沃宇科技咨询有限公司	董事林劲持股 100%并担任执行董事、总经理的企业
8	**深圳沃宇创源科技有限公司**	**董事林劲持股 65%的企业**
9	**深圳信产创融科技发展有限公司**	**董事林劲持股 51%的企业**
10	南京金龙新能源汽车研究院有限公司	董事林劲担任董事、总经理，5%以上股东黄宏生担任董事长的企业
11	南京创源天地置业有限公司	董事林劲担任董事、总经理，5%以上股东黄宏生担任董事长的企业
12	南京怡华房地产开发有限公司	董事林劲担任董事、总经理，5%以上股东黄宏生担任董事长的企业
13	开沃新能源汽车集团股份有限公司	董事林劲担任董事，5%以上股东黄宏生担任董事长、总经理的企业
14	南京创源天地电器有限公司	董事林劲担任董事，5%以上股东黄宏生担任董事长、总经理的企业
15	南京创源天地动力科技有限公司	董事林劲担任董事，5%以上股东黄宏生担任董事长的企业
16	南京创源天地建设有限公司	董事林劲担任董事，5%以上股东黄宏生担任董事长、总经理的企业
17	南京创源天地新能源科技有限公司	董事林劲担任董事，5%以上股东黄宏生担任董事长、总经理的企业
18	创源天地（中国）投资有限公司	董事林劲担任董事，5%以上股东黄宏生担任董事长、总经理的企业
19	南京金龙客车制造有限公司	董事林劲担任董事，5%以上股东黄宏生担任董事长的企业
20	海南黄阿婆红薯产业园有限公司	5%以上股东黄宏生持股 60%，担任执行董事、总经理的企业
21	南京沃峰电子科技有限公司	5%以上股东黄宏生担任执行董事、总经理的企业
22	江苏开沃汽车有限公司	5%以上股东黄宏生担任董事长的企业

序号	关联方名称	关联关系
23	深圳创源新能源汽车技术有限公司	5%以上股东黄宏生担任执行董事、总经理的企业
24	前海开沃融资租赁（深圳）有限公司	5%以上股东黄宏生担任董事长的企业
25	广州开沃新能源汽车有限公司	5%以上股东黄宏生担任执行董事、总经理的企业
26	南京创源动力科技有限公司	5%以上股东黄宏生担任董事长的企业
27	南京创源物业管理有限公司	5%以上股东黄宏生担任执行董事、总经理的企业
28	渭南开沃新能源汽车有限公司	5%以上股东黄宏生担任董事的企业
29	武汉开沃汽车有限公司	5%以上股东黄宏生担任执行董事的企业
30	西安开沃汽车有限公司	5%以上股东黄宏生担任执行董事的企业
31	呼和浩特开沃汽车有限公司	5%以上股东黄宏生担任执行董事的企业
32	南京开沃新能源汽车科技有限公司	5%以上股东黄宏生担任执行董事的企业
33	南京开沃重工有限公司	5%以上股东黄宏生担任董事长的企业
34	南京睿可电子科技有限公司	5%以上股东黄宏生担任总经理、执行董事的企业
35	青岛开沃新能源汽车有限公司	5%以上股东黄宏生担任执行董事的企业
36	深圳开沃汽车有限公司	5%以上股东黄宏生担任执行董事的企业
37	**创维汽车设计有限公司**	**5%以上股东黄宏生控制并担任执行董事的企业**
38	Target Success Group （PTC） Limited	5%以上股东黄宏生控制的企业
39	Skywell Group Inc.开沃集团有限公司（注册地萨摩亚）	5%以上股东黄宏生控制的企业
40	SKYSOURCE CENTRAL HOLDINGS LIMITED 创源天地控股有限公司（注册地香港）	5%以上股东黄宏生控制并担任董事的企业
41	**前海开沃供应链（深圳）有限公司**	**5%以上股东黄宏生控制的企业**
42	**深圳市金铭利资产管理有限公司**	**5%以上股东黄宏生控制的企业**
43	**唐山开沃新能源汽车有限公司**	**5%以上股东黄宏生控制的企业**
44	**新疆开沃新能源汽车有限公司**	**5%以上股东黄宏生控制的企业**
45	**四川开沃汽车有限公司**	**5%以上股东黄宏生控制的企业**
46	**江苏合一新能源科技有限公司**	**5%以上股东黄宏生控制的企业**
47	**沃行科技（南京）有限公司**	**5%以上股东黄宏生控制的企业**
48	**湖南开沃新能源汽车有限公司**	**5%以上股东黄宏生控制的企业**
49	**鄂尔多斯市开沃重工有限公司**	**5%以上股东黄宏生控制的企业**
50	**鄂尔多斯市君沃资产管理中心（有限合伙）**	**5%以上股东黄宏生控制的企业**
51	**南京酷沃智行科技有限公司**	**5%以上股东黄宏生控制的企业**

序号	关联方名称	关联关系
52	江苏国安创维信息产业有限责任公司	监事贾宏伟担任董事的企业
53	深圳市环通认证中心有限公司	董事林劲的配偶的父亲担任董事长的企业
54	深圳市国信认证培训中心有限公司	董事林劲的配偶的父亲担任董事的企业
55	深圳市环通投资管理有限公司	董事林劲的配偶的父亲持股 25.3732%，担任董事、总经理的企业
56	CIMCEnricHoldingsLimited 中集安瑞科控股有限公司（於開曼群島註冊成立之有限公司）（中集安瑞科 03899.HK）	高管周国贤的配偶的胞兄担任执行董事、总经理的企业
57	深圳市鹏瑞森茂投资发展有限公司	高管周国贤的配偶的胞兄持股 95%并担任执行董事、总经理的企业
58	珠海鹏瑞森茂企业管理合伙企业（有限合伙）	高管周国贤的配偶的胞兄持股 44.8434%的企业
59	**中集安瑞醇科技有限公司（曾用名：**南通中集安瑞科食品装备有限公司**）**	高管周国贤的配偶的胞兄担任董事长的企业
60	中集安瑞科（荆门）能源装备有限公司	高管周国贤的配偶的胞兄担任董事长的企业
61	深圳市安瑞祺控股有限公司	高管周国贤的配偶的胞兄担任执行董事、总经理的企业
62	乔特波工程设计咨询（上海）有限公司	高管周国贤的配偶的胞兄担任董事长的企业
63	梯杰易贸易（上海）有限公司	高管周国贤的配偶的胞兄担任董事长的企业
64	中集安瑞科投资控股（深圳）有限公司	高管周国贤的配偶的胞兄担任董事、总经理的企业
65	山东中集环保科技有限公司	高管周国贤的配偶的胞兄担任董事长的企业
66	南通中集太平洋海洋工程有限公司	高管周国贤的配偶的胞兄担任董事长的企业
67	中集安瑞科能源装备（苏州）有限公司	高管周国贤的配偶的胞兄担任董事长的企业
68	上海梯杰易气体工程技术有限公司	高管周国贤的配偶的胞兄担任董事长的企业
69	中集安瑞环科技股份有限公司	高管周国贤的配偶的胞兄担任董事长的企业
70	宁夏长明天然气开发有限公司	高管周国贤的配偶的胞兄担任董事长的企业
71	上海中集天照清洁能源有限公司	高管周国贤的配偶的胞兄担任董事长的企业
72	中国浦实电子有限公司	控股股东董事赖伟德担任董事长的企业
73	天津光电通信技术有限公司	控股股东董事赖伟德担任董事长的企业
74	深圳知马实业有限公司	控股股东董事施驰 100%持股并担任执行董事、总经理的企业
75	北京中视联数字系统有限公司	控股股东的董事施驰担任董事的企业
76	深圳知马科技合伙企业（有限合伙）	控股股东的董事施驰的配偶持股 99%并担任执行事务合伙人的企业

序号	关联方名称	关联关系
77	深圳锋从文化传媒有限公司	控股股东的董事施驰的配偶担任执行董事的企业
78	深圳小湃科技有限公司	控股股东的董事施驰的配偶担任执行董事的企业
79	深圳锋芒信息技术有限公司	控股股东的董事施驰的配偶担任执行董事的企业
80	**知马科技有限公司**	**控股股东的董事施驰的配偶实际控制的企业**
81	**深圳洋葱智能科技有限公司**	**控股股东的董事施驰的配偶实际控制的企业**
82	**深圳玑之智能科技有限公司**	**控股股东的董事施驰的配偶实际控制的企业**
83	**深圳佳电屋电器有限公司**	**控股股东的董事施驰的配偶实际控制的企业**
84	南京市溧水区田嫂快餐店	董事田仕民担任经营者的企业

（5）公司子公司

序号	关联方名称	关联关系
1	电器研究院	发行人全资子公司
2	深圳电器	发行人全资子公司
3	炬德国际	深圳电器的全资子公司

3、报告期内曾经的主要关联方

自报告期初至招股说明书签署日，公司关联方变更为非关联方的具体情况如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	顾铿（GU Kenny）	报告期内曾担任发行人董事、财务总监职务，已于 2020 年 12 月辞去财务总监和董事职务
2	文坚	报告期内担任发行人副总经理职务，已于 2021 年 7 月辞去副总经理职务
3	SKIES SERENE LIMITED	董事吴启楠报告期内曾控制的企业，已于 2021 年 5 月注销
4	深圳赟挚管理咨询合伙企业（有限合伙）	控股股东创维集团（百慕大）报告期内曾控制的企业，已于 2019 年 9 月注销
5	山西惠民城电器有限公司	控股股东创维集团（百慕大）报告期内曾控制的企业，已于 2020 年 5 月注销
6	永城市惠民城电器有限公司	控股股东创维集团（百慕大）报告期内曾控制的企业，已于 2020 年 7 月注销
7	江苏天美汽车有限公司	5%以上股东黄宏生曾经担任执行董事的企业，已于 2021 年 1 月注销
8	创维群欣智控科技（中山）有限公司	控股股东创维集团（百慕大）报告期内曾控制的企业，已于 2021 年 1 月对外转让控制权，已于 2021 年 4 月注销

序号	关联方名称	关联关系
9	广州创维平面显示科技有限公司	控股股东创维集团（百慕大）报告期内曾控制的企业，已于 2020 年 12 月对外转让控制权
10	广州创维电子有限公司	控股股东创维集团（百慕大）报告期内曾控制的企业，已于 2020 年 6 月对外转让控制权
11	江西有线盘云科技有限公司	控股股东创维集团（百慕大）报告期内曾控制的企业，已于 2021 年 1 月注销
12	李明	报告期内，曾任创维集团（百慕大）独立非执行董事
13	珠海创维制冷设备有限公司	控股股东创维集团（百慕大）报告期内曾控制的企业，已于 2019 年 8 月注销
14	遂宁锦华纺织有限公司	控股股东创维集团（百慕大）报告期内曾控制的企业，已于 2018 年 6 月对外转让控制权，并于 2021 年 9 月转让全部股权
15	SKYWORTH PT CO., LTD 创维精密有限责任公司	控股股东创维集团（百慕大）报告期内曾控制的企业，已于 2019 年 5 月注销
16	山西盘云网络科技有限公司	控股股东创维集团（百慕大）报告期内曾控制的企业，已于 2021 年 6 月注销
17	SKYWORTH GROUP LIMITED 创维集团有限公司	控股股东创维集团（百慕大）报告期内曾控制的企业，已于 2020 年 4 月注销
18	Caldero Malaysia SDN. BHD.	控股股东创维集团（百慕大）报告期内曾控制的企业，已于 2020 年 1 月注销
19	北京新七天科技有限公司	控股股东创维集团（百慕大）报告期内曾控制的企业，已于 2020 年 3 月对外转让控制权
20	天津开沃新能源汽车有限公司	5%以上股东黄宏生曾经担任董事长、经理的企业，已于 2021 年 6 月注销
21	南京金龙襄阳新能源汽车有限公司	5%以上股东黄宏生曾经担任执行董事的企业，已于 2021 年 10 月 21 日注销
22	西安西沃客车有限公司	5%以上股东黄宏生曾经担任董事长的企业，已于 2021 年 12 月 17 日辞任
23	山东开沃新能源汽车有限公司	5%以上股东黄宏生曾经担任董事长的企业，已于 2021 年 7 月 9 日辞任
24	深圳创源天地房地产开发有限公司	5%以上股东黄宏生担任执行董事、总经理的企业，已于 2021 年 8 月 31 日辞任
25	**南京开沃环境服务有限公司**	**5%以上股东黄宏生曾经控制的企业，已于 2021 年 10 月 18 日注销**
26	**天津阳光美创科技有限公司**	**董事长刘棠枝曾经担任董事的企业，已于 2022 年 4 月辞任**
27	**西安基业长青教育科技有限公司**	**董事林劲的配偶曾经担任董事兼总经理的企业，已于 2022 年 2 月注销**
28	**中集世联达物流科技（集团）股份有限公司**	**高管周国贤的配偶的胞兄曾经担任董事的企业，已于 2022 年 3 月辞任**

（二）报告期内关联交易情况

1、报告期内，公司所发生的全部关联交易简要汇总表

单位：万元

交易内容	2021 年度	2020 年	2019 年
经常性关联交易			
销售商品和提供劳务	**6,102.80**	3,374.44	6,742.05
采购商品和接受劳务	**6,227.37**	5,102.43	4,485.26
关键管理人员薪酬	**1,180.09**	1,417.43	1,580.63
关联租赁	详见本节“2、（3）关联租赁”		
关联票据开立	详见本节“2、（5）关联票据开立”		
商标授权	详见本节“2、（7）商标授权”		
偶发性关联交易			
关联方资产转让、债务重组	**364.15**	-	-
关联方代收代付	**39.70**	52.98	131.93
收购深圳电器股权	详见本节“3、（1）收购深圳电器股权”		
关联担保	详见本节“3、（2）关联担保”		

2、经常性关联交易

（1）向关联方采购商品和接受劳务的关联交易

单位：万元

关联方	关联交易内容	2021 年度	2020 年度	2019 年度
深圳创维光学科技有限公司	采购商品	**1,140.18**	1,325.99	368.91
创维液晶器件（深圳）有限公司	采购商品	**553.79**	239.99	312.86
创维电子器件（宜春）有限公司	采购商品	**0.29**	0.03	0.27
深圳创维照明电器有限公司	采购商品	**-**	-	58.04
创维光电科技（深圳）有限公司	采购商品	**-**	-	37.21
创维集团有限公司	接受劳务	**201.52**	319.09	493.02
灵犀技术（南京）有限公司	**接受劳务**	**166.50**	-	-
创维集团科技园管理有限公司	接受劳务	**163.06**	50.08	49.10
创维液晶器件（深圳）有限公司	接受劳务	**93.51**	31.93	54.02
深圳创维-RGB 电子有限公司	接受劳务	**59.48**	65.22	76.91
南京神彩供应链服务有限公司	接受劳务	**34.67**	-	-
深圳创维照明电器有限公司	接受劳务	**9.65**	6.00	-

关联方	关联交易内容	2021 年度	2020 年度	2019 年度
创维光电科技（深圳）有限公司	接受劳务	0.07	-	-
南京金龙客车制造有限公司	接受劳务	-	175.06	-
南京创维信息技术研究院有限公司	接受劳务	0.82	-	18.87
南京创维平面显示科技有限公司	接受劳务	1.16	-	2.57
深圳安时达技术服务有限公司	售后维修相关劳务	3,802.67	2,889.05	3,013.49
合计		6,227.37	5,102.43	4,485.26
合计占当期营业成本的比例		1.76%	1.57%	1.43%

报告期内，发行人主要根据市场化原则向关联方采购部分电脑板、显示屏、售后维修服务等。发行人向关联方采购上述原材料或服务为公司开展日常生产经营的常规采购行为。发行人可以从独立第三方以类似交易条款及价格获得相同或类似的产品和服务。

发行人关联采购定价政策遵循协商一致、公平交易的原则，价格参考同类产品的第三方市场价格及该等产品的生产成本，经双方协商后确定，定价公允。

报告期内，发行人向关联方的采购交易额占发行人同期营业成本的比例低于2%，占比较低，向关联方采购商品和接受劳务的关联交易对发行人财务状况无重大影响。

（2）向关联方出售商品和提供劳务的关联交易

1）向关联方出售商品和提供劳务的关联交易

单位：万元

关联方	关联交易内容	2021 年度	2020 年度	2019 年度
HONEST（MACAO COMMERCIAL OFFSHORE）LIMITED	销售商品	1,501.71	1,383.97	937.86
深圳安时达技术服务有限公司	销售商品	1,554.08	21.55	438.25
深圳创维-RGB 电子有限公司	销售商品	1,449.66	878.61	2,704.11
深圳创维智家销售有限公司	销售商品	486.62	76.63	-
深圳安时达电商有限公司	销售商品	804.54	51.74	-
河南惠民城电器有限公司	销售商品	69.16	556.57	1,378.22
创维集团有限公司	销售商品	23.40	21.80	-
创维液晶器件（深圳）有限公司	销售商品	8.21	4.43	7.74

关联方	关联交易内容	2021 年度	2020 年度	2019 年度
深圳创维智能系统技术有限公司	销售商品	1.24	2.12	-
Skyworth Overseas SalesLTD.（HK）	销售商品	93.58	0.00	513.24
灵犀技术（南京）有限公司	销售商品	17.14	-	-
灵犀技术（南京）有限公司	提供服务	30.49	-	-
Skyworth Development Malaysia Sdn.Bhd.	销售商品	3.37	-	-
深圳安时达技术服务有限公司	提供服务	44.62	-	-
南京神彩供应链服务有限公司	销售商品	2.10	-	-
南京金龙客车制造有限公司	销售商品	2.05	-	-
创维空调科技（安徽）有限公司	销售商品	-	24.03	-
北京新七天电子商务技术股份有限公司	销售商品	-	27.61	260.31
创维集团科技园管理有限公司	销售商品	-	18.51	20.39
深圳创维智能系统技术研究院	销售商品	-	4.26	-
宁波创维建设发展有限公司	销售商品	-	0.51	-
杭州新七天网络科技有限公司	销售商品	-	0.34	47.99
创维集团智能电器有限公司	销售商品	7.37	0.30	-
深圳创维光学科技有限公司	销售商品	0.13	-	-
深圳创维智能厨电有限公司	销售商品	-	0.27	16.51
南京维泓置业有限公司	销售商品	-	-	6.47
Skyworth Philippines Corporation	销售商品	-	-	0.74
创维电子器件（宜春）有限公司	销售商品	-	-	0.14
创维光电科技（深圳）有限公司	销售商品	-	-	0.55
南京创维信息技术研究院有限公司	销售商品	-	-	0.15
创维集团财务有限公司	利息收入	3.34	301.19	409.38
合计		6,102.80	3,374.44	6,742.05
合计占当期营业收入的比例		1.53%	0.90%	1.83%

报告期内，发行人主要根据市场化原则向关联方销售冰箱、洗衣机等产品。发行人关联销售遵循协商一致、公平交易的原则。公司以统一的销售政策和销售指导价格为基础，经双方协商后确定，发行人对关联方的销售价格与第三方的销售价格不存在显著差异，定价公允。

报告期内，关联销售金额占公司营业收入的比重分别为 1.83%、0.90%和

1.53%，报告期内关联销售比例较低，对公司经营业绩影响很小，向关联方销售商品和提供劳务的关联交易对发行人财务状况无重大影响。

2）关联经销商情况

①关联经销商基本情况

上述关联销售中，有 8 家为经销商，基本情况下：

客户名称	成立时间	注册地址	注册资本	股权结构	控股股东	实际控制人
HONEST（MACAO COMMERCIAL OFFSHORE）LIMITED	2007/1/19	澳门南湾大马路 610 号时代商业中心 7 楼 K 室	2,000 万澳门币	SKYWORTH OVERSEAS DEVELOPMENT LIMITED 持股 100%	SKYWORTH OVERSEAS DEVELOPMENT LIMITED	无
深圳创维-RGB 电子有限公司	1988/3/8	深圳市南山区粤海街道深南大道南创维大厦 A 座 13-16 楼	185,000 万元人民币	创维集团有限公司持股 72.86%，创维电视控股有限公司 27.14%	创维集团有限公司	无
深圳创维智家销售有限公司	2019/11/4	深圳市宝安区石岩街道塘头社区塘头一号路 8 号创维创新谷 6#楼 6#-1401	1,000 万人民币	深圳创维-RGB 电子有限公司持股 100%	深圳创维-RGB 电子有限公司	无
深圳安时达电商有限公司	2014/2/19	深圳市前海深港合作区南山街道临海大道 59 号海运中心口岸楼 3 楼 311 号-E336	1,000 万人民币	深圳安时达技术服务有限公司持股 100%	深圳安时达技术服务有限公司	无
河南惠民城电器有限公司	2009/7/14	郑州高新区翠竹街 1 号 82 幢 6-7 层 05、06 房	10,000 万人民币	深圳惠民城电器有限公司持股 80%，河南商邦达企业管理咨询中心（有限合伙）持股 20%	深圳惠民城电器有限公司	无
Skyworth Overseas Sales LTD	2017/6/29	鲗鱼涌华兰路 20 号华兰中心 1601-04 室	100 万港币	Skyworth Overseas Development Limited 持股 100%	Skyworth Overseas Development Limited	无
北京新七天电子商务技	2013/8/5	北京市石景山区鲁谷路	3,700 万人民币	深圳市杰峰科鑫投资合伙企	深圳市杰峰科鑫投资合	左英杰

客户名称	成立时间	注册地址	注册资本	股权结构	控股股东	实际控制人
术股份有限公司		74 号中国瑞达大厦 18 层 M1805、M1807、M1809 室		业（有限合伙）持股 53%，深圳创维创业投资有限公司持股 25%，北京华谊嘉信整合营销顾问集团股份有限公司持股 22%	伙企业（有限合伙）	
杭州新七天网络科技有限公司	2016/11/25	浙江省杭州市余杭区五常街道五常大道 150 号 3 号楼 2 层 2001 室	200 万人民币	北京新七天电子商务技术股份有限公司持股 65%，杭州溪聚朝宗股权投资合伙企业（有限合伙）持股 35%	北京新七天电子商务技术股份有限公司	左英杰

②关联经销商与普通经销商的销售政策对比

发行人与关联经销商以及普通经销商均采取市场化的交易定价方式，销售价格均依据经销商的询价情况，结合成本因素、市场环境因素及外部可取得第三方价格情况，与经销商通过协商谈判方式确定最终交易价格。发行人与关联经销商的交易定价，结算条款，退换货条款等与普通经销商不存在显著差异。

（A）线下关联经销商与普通经销商条款对比

从前五大线下经销商中，选取关联经销商与普通经销商对比条款如下：

线下经销商	是否关联经销商	交易定价	结算条款	退换货条款
深圳创维-RGB 电子有限公司	是	市场化定价	月结 30 天	产品在使用过程中，由于产品质量问题引起的用户投诉和纠纷，销售方应及时配合解决。所有产品质量问题由销售方的售后服务团队进行判定
山西祥佰迪家电有限公司	否	市场化定价	100 万信用额度以内月结 30 天	对有质量缺陷产品经维修不能正常使用的，有权要求按原产品开单价格扣除补差及返利后给予退货

（B）线上关联经销商与普通经销商条款对比

关联经销商中，北京新七天属于线上经销，选取前五大线上经销商的上海振羽商贸有限公司对比条款如下：

线上经销商	是否关联经销商	交易定价	结算条款	退换货条款
北京新七天电子商务技术股份有限公司	是	市场化定价	月结 30 天	因产品质量、物流、延迟发货等原因引起的退换货，产生的费用由发行人承担
上海振羽商贸有限公司	否	市场化定价	信用额度内月结 30 天	因质量问题产生的退货物流费用由发行人承担，七天无理由退货产生的物流费用由上海振羽自行承担

③关联经销商交易价格公允性

发行人与主要关联经销商交易价格公允性分析如下：

（A）发行人向深圳创维-RGB 电子有限公司的销售

（a）发行人向创维 RGB 销售的必要性

创维 RGB 系创维集团（百慕大）旗下主营创维彩电研发、生产与销售的公司，创维 RGB 在全国布局的销售渠道相对广泛，发行人通过其渠道进行销售，增加销售额。随着发行人销售渠道的拓展，报告期内逐步降低了对创维 RGB 的销售规模。报告期内，发行人向创维 RGB 的销售收入分别为 2,704.11 万元、878.61 万元、1,449.66 万元。

（b）发行人对创维 RGB 销售的公允性

按细分产品主要型号进行分类，报告期各期前十大型号产品的销售金额占发行人对其的销售比例分别为 49.78%、44.40%、46.85%，相对集中，且对创维 RGB 的销售方式主要为国内自主品牌线下经销方式，因此选取对创维 RGB 销售的前十大型号产品与对国内自主品牌线下经销非关联客户的销售单价进行对比分析。

i）2021 年

单位：台、万元、元/台

产品型号	数量	收入金额	均价	同渠道非关联客户均价	均价差异率
1	1,007	142.95	1,419.61	1,402.62	1.21%
2	1,388	134.38	968.14	880.77	9.92%
3	1,178	97.31	826.03	819.60	0.78%
4	442	67.99	1,538.32	1,443.47	6.57%
5	488	58.52	1,199.12	1,102.28	8.78%

产品型号	数量	收入金额	均价	同渠道非关联客户均价	均价差异率
6	372	41.80	1,123.53	1,068.00	5.20%
7	685	37.55	548.23	566.37	-3.20%
8	198	34.88	1,761.84	1,620.96	8.69%
9	435	32.39	744.55	-	-
10	303	31.44	1,037.56	-	-
合计	-	679.21	-	-	-

发行人向创维RGB销售的上述前十大型号产品,均价差异影响金额为-27.13万元，整体差异影响较小。

ii）2020年度

单位：台、万元、元/台

产品型号	数量	收入金额	均价	同渠道非关联客户均价	均价差异率
1	584	91.38	1,564.66	1,424.44	9.84%
2	592	65.71	1,110.00	-	-
3	1,000	63.13	631.26	589.87	7.02%
4	229	34.86	1,522.38	1,459.49	4.31%
5	540	31.78	588.50	-	-
6	260	27.15	1,044.25	-	-
7	160	20.99	1,311.67	-	-
8	250	19.80	792.04	789.99	0.26%
9	88	17.75	2,016.56	1,837.94	9.72%
10	210	17.58	837.17	-	-
合计	-	390.12	-	-	-

发行人向创维RGB销售的五款产品型号是发行人接受创维RGB委托，为其定制化产品，该产品未有对非关联方客户的销售，不再进行单价对比。除此之外，发行人向创维RGB销售的其他型号产品，均价差异影响金额为-15.39万元，虽然个别产品价格出现一定程度的波动，但整体差异影响较小。

iii）2019年度

单位：台、万元、元/台

产品型号	数量	收入金额	均价	同渠道非关联客户均价	均价差异率
1	3,162	271.47	858.54	836.00	2.70%

产品型号	数量	收入金额	均价	同渠道非关联客户均价	均价差异率
2	6,401	261.18	408.04	414.12	-1.47%
3	3,878	198.31	511.37	511.49	-0.02%
4	2,904	181.57	625.25	599.73	4.26%
5	106	19.06	1,798.26	1,829.65	-1.72%
6	220	35.33	1,605.98	1,600.49	0.34%
7	791	111.57	1,410.54	1,438.34	-1.93%
8	939	97.80	1,041.49	1,080.38	-3.60%
9	1,530	85.89	561.40	538.32	4.29%
10	563	83.97	1,491.44	-	-
合计	-	1,346.16	-	-	-

发行人向创维 RGB 销售的上述前十大型号产品，均价差异影响金额为-8.07 万元，整体差异影响较小。

报告期各期，前十大型号产品定价公允性情况汇总如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
前十大型号产品收入（万元）	679.21	390.12	1,346.16
占对创维 RGB 主营业务收入比例	46.85%	44.40%	49.78%
前十大型号产品均价差异乘以销售数量计算的差异金额（万元）	-27.13	-15.39	-8.07

注：前十大产品型号均价差异乘以销售数量计算的总差异金额=Σ（线下渠道非关联客户具体产品型号均价*发行人对创维 RGB 销售数量-发行人对创维 RGB 同类产品型号均价*发行人对创维 RGB 销售数量），下同。

综上，报告期各期，发行人对创维 RGB 为买断式经销，前十大型号产品的销售均价与对国内自主品牌线下经销非关联客户的销售均价差异较小，对整体收入金额影响较小，发行人各期对创维 RGB 销售产品的价格与同渠道非关联客户不存在实质性差异，定价具有公允性。

（B）发行人向河南惠民城电器有限公司的销售

（a）发行人向河南惠民城销售的必要性

河南惠民城系在河南拥有直营家电卖场，具有一定的渠道优势，发行人通过河南惠民城销售冰箱与洗衣机产品，为买断式经销。报告期内，河南惠民城经营策略与主营业务调整，逐步压缩了家电板块业务规模，导致向发行人的采购金额降低，同时，随着发行人销售渠道的拓展，报告期内逐步降低对河南惠

民城的销售规模。报告期内，发行人向河南惠民城的销售收入分别为 1,378.22 万元、556.57 万元、69.16 万元。

（b）发行人对河南惠民城销售的公允性

按细分产品型号进行分类，报告期各期前十大型号产品的销售金额占比分别为 49.15%、65.41%、93.15%，相对集中，且对河南惠民城的销售模式主要为国内自主品牌线下经销方式，因此选取对河南惠民城销售的前十大型号产品与对国内自主品牌线下经销非关联客户的销售单价进行对比分析。

i）2021 年

单位：台、万元、元/台

产品型号	数量	收入金额	均价	同渠道非关联客户均价	均价差异率
1	258.00	12.48	483.69	521.33	-7.22%
2	87.00	11.72	1,347.67	1,440.33	-6.43%
3	65.00	10.85	1,669.38	1,811.09	-7.82%
4	55.00	5.64	1,026.33	1,120.81	-8.43%
5	40.00	5.28	1,318.94	1,323.62	-0.35%
6	35.00	4.22	1,205.44	1,334.43	-9.67%
7	18.00	4.06	2,255.77	2,423.27	-6.91%
8	20.00	3.46	1,728.15	1,795.78	-3.77%
9	18.00	3.41	1,896.33	2,019.10	-6.08%
10	12.00	3.30	2,746.75	2,855.18	-3.80%
合计	-	64.42	-	-	-

发行人向河南惠民城销售的上述前十大型号产品，价格较同渠道非关联客户差异率较小，均价差异影响金额为 4.48 万元，差异影响小。

ii）2020 年

单位：台、万元、元/台

产品型号	数量	收入金额	均价	同渠道非关联客户均价	均价差异率
1	332.00	76.66	2,309.12	2,352.86	-1.86%
2	337.00	66.70	1,979.12	2,002.90	-1.19%
3	790.00	61.85	782.91	795.84	-1.63%
4	563.00	44.08	782.91	795.89	-1.63%

产品型号	数量	收入金额	均价	同渠道非关联客户均价	均价差异率
5	401.00	37.02	923.15	932.18	-0.97%
6	142.00	18.16	1,278.72	1,299.44	-1.59%
7	90.00	15.96	1,773.70	1,715.52	3.39%
8	54.00	14.70	2,721.61	2,747.12	-0.93%
9	104.00	14.58	1,401.64	1,419.60	-1.27%
10	79.00	14.34	1,815.17	1,836.36	-1.15%
合计	-	364.04	-	-	-

2020 年发行人对河南惠民城的销售均价，与对同渠道非关联客户的销售均价，基本持平，差异率较小。

iii）2019 年

单位：台、万元、元/台

产品型号	数量	收入金额	均价	同渠道非关联客户均价	均价差异率
1	789.00	101.69	1,288.86	1,418.03	-9.11%
2	1,611.00	86.31	535.74	538.29	-0.47%
3	1,729.00	84.75	490.20	513.23	-4.49%
4	1,274.00	76.76	602.55	599.60	0.49%
5	451.00	74.06	1,642.18	1,783.40	-7.92%
6	1,078.00	65.67	609.22	603.77	0.90%
7	431.00	53.32	1,237.10	1,295.12	-4.48%
8	321.00	49.12	1,530.09	1,545.80	-1.02%
9	207.00	43.85	2,118.59	2,259.76	-6.25%
10	291.00	41.80	1,436.53	1,432.11	0.31%
合计	-	677.35	-	-	-

发行人向河南惠民城销售的上述前十大型号产品，价格较同渠道非关联客户差异率较小，均价差异影响金额为 25.79 万元，差异影响小。

报告期各期，前十大型号产品定价公允性情况汇总如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
前十大产品型号收入（万元）	64.42	364.04	677.35
占对河南惠民城的主营业务收入比例	93.15%	65.41%	49.15%
前十大产品型号均价差异乘以销售数量计算的差异金额（万元）	4.48	4.63	25.79

综上，报告期各期，发行人对河南惠民城为买断式经销，前十大型号产品的销售均价与对国内自主品牌线下经销非关联客户的销售均价差异较小，对整体收入的金额影响较小，发行人各期对河南惠民城销售产品的价格与同渠道非关联客户不存在实质性差异，定价具有公允性。

（C）发行人向深圳安时达电商有限公司的销售分析

（a）发行人向安时达电商销售的必要性

安时达电商系创维集团内从事维修服务的深圳安时达技术服务有限公司控制的公司，具有一定的渠道优势，报告期内发行人通过安时达电商的渠道销售冰箱与洗衣机产品，为买断式经销，具有合理性。报告期内，发行人向安时达电商的销售分别为 0.00 万元、51.74 万元、804.54 万元。

（b）发行人对安时达电商销售的公允性

发行人对安时达电商的销售主要发生在 2021 年,按细分产品型号对比,2021 年前十大产品的销售金额占比为 42.30%，且对安时达电商的销售方式为国内自主品牌线下经销方式，选取对安时达电商销售的前十大品种与对同渠道非关联客户的销售单价进行对比分析。

i）2021 年

单位：台、万元、元/台

产品型号	数量	收入金额	均价	同渠道非关联客户均价	均价差异率
1	807.00	69.15	856.89	840.57	1.94%
2	196.00	45.33	2,312.56	2,285.73	1.17%
3	286.00	42.90	1,500.17	1,440.84	4.12%
4	526.00	36.17	687.56	675.88	1.73%
5	197.00	26.54	1,347.08	1,310.63	2.78%
6	215.00	25.41	1,182.04	1,129.70	4.63%
7	137.00	24.51	1,789.34	1,700.49	5.23%
8	94.00	24.23	2,577.20	2,552.02	0.99%
9	143.00	23.07	1,613.03	1,621.16	-0.50%
10	171.00	23.05	1,348.06	1,325.57	1.70%
合计	-	340.36	-	-	-

2021 年发行人对安时达电商的销售均价，与对同渠道非关联客户的销售均价基本持平，差异率较小。

ii）2020 年

2020 年度发行人向安时达电商的销售规模较小，不再将发行人向安时达电商的产品销售单价与发行人同渠道非关联客户的产品销售单价进行对比。

2021 年，前十大型号产品定价公允性情况汇总如下：

项目	2021 年度
前十大产品型号收入（万元）	340.36
占对安时达电商的主营业务收入比例	42.30%
前十大产品型号均价差异乘以销售数量计算的差异金额(万元)	-7.72

综上，报告期内，发行人对安时达电商为买断式经销，前十大型号产品的销售均价与对国内自主品牌线下经销非关联客户的销售均价差异较小，对整体收入的金额影响较小，发行人各期对安时达电商销售产品的价格与同渠道非关联客户不存在实质性差异，定价具有公允性。

（D）发行人向 HONEST（MACAO COMMERCIAL OFFSHORE）LIMITED 的销售分析

（a）发行人向 HONEST 销售的必要性

HONEST 系创维集团旗下主要从事电视机海外销售的公司，在海外市场具有一定的渠道优势,报告期内发行人通过 HONEST 海外渠道销售冰箱与洗衣机产品，为买断式经销，具有合理性。报告期内，发行人向 HONEST 的销售分别为 937.86 万元、1,383.97 万元、1,501.71 万元。

（b）发行人对 HONEST 销售的公允性

按细分产品型号进行分类，报告期各期前十大产品的销售金额占比分别为 60.66%、63.63%、54.79%，且对 HONEST 销售方式主要为国外自主品牌线下经销方式，因此选取对 HONEST 销售的前十大产品与对外销自主品牌线下经销非关联客户的销售单价进行对比分析。

i）2021 年

单位：台、万元、元/台

产品型号	数量	收入金额	均价	同渠道非关联客户均价	均价差异率
1	1,270.00	101.69	800.71	-	-
2	486.00	93.36	1,921.07	2,002.63	-4.07%
3	2,098.00	90.24	430.10	-	-
4	714.00	84.64	1,185.42	1,131.23	4.79%
5	1,016.00	84.12	827.95	827.98	0.00%
6	1,064.00	82.27	773.19	-	-
7	2,100.00	80.73	384.43	-	-
8	486.00	76.22	1,568.22	1,619.77	-3.18%
9	912.00	72.99	800.32	762.29	4.99%
10	336.00	56.60	1,684.60	-	-
合计	-	822.85	-	-	-

发行人向 HONEST 销售的五款产品型号是发行人接受 HONEST 委托，为其定制化产品，该产品未有对非关联方客户的销售，不再进行单价对比。除此之外，发行人向 HONEST 销售的其他产品，均价差异影响金额为-0.86 万元，差异影响金额较小。

ii）2020 年

单位：台、万元、元/台

产品型号	数量	收入金额	均价	同渠道非关联客户均价	均价差异率
1	4,063.00	194.86	479.59	-	-
2	2,093.00	139.67	667.30	641.90	3.96%
3	1,592.00	130.06	816.93	789.00	3.54%
4	2,798.00	115.46	412.64	387.14	6.59%
5	742.00	78.84	1,062.57	1,094.87	-2.95%
6	675.00	57.82	856.57	821.10	4.32%
7	403.00	55.31	1,372.35	1,340.29	2.39%
8	624.00	36.44	584.00	-	-
9	162.00	36.39	2,246.45	-	-
10	548.00	35.84	654.08	597.37	9.49%
合计	-	880.68	-	-	-

发行人向 HONEST 销售的三款产品型号是发行人接受 HONEST 委托，为其定

制化产品，该产品未有对非关联方客户的销售，不再进行单价对比。除此之外，发行人向 HONEST 销售的其他产品价格，均价差异影响金额为-21.30 万元，虽然个别产品价格出现一定程度的波动，但整体差异影响较小。

iii）2019 年

单位：台、万元、元/台

产品型号	数量	收入金额	均价	同渠道非关联客户均价	均价差异率
1	2,801.00	119.71	427.39	400.22	6.79%
2	1,015.00	86.41	851.32	893.52	-4.72%
3	537.00	78.86	1,468.55	1,554.80	-5.55%
4	453.00	57.14	1,261.40	1,250.67	0.86%
5	692.00	52.62	760.36	716.53	6.12%
6	420.00	43.27	1,030.34	1,124.82	-8.40%
7	384.00	35.55	925.70	936.52	-1.16%
8	306.00	34.59	1,130.35	1,131.30	-0.08%
9	396.00	30.54	771.10	760.31	1.42%
10	162.00	30.24	1,866.54	-	-
合计	-	568.92	-	-	-

发行人向 HONEST 销售的上述前十大产品，除上表第十款产品定制化程度较高之外，其余产品均价与同渠道非关联客户均价基本持平，均价差异影响金额为 1.77 万元，差异影响较小。

报告期各期，前十大产品交易公允性情况汇总如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
前十大型号产品收入（万元）	822.85	880.68	568.92
占对 HONEST 的主营业务收入比例	54.79%	63.63%	60.66%
前十大型号产品均价差异乘以销售数量计算的差异金额（万元）	-0.86	-21.30	1.77

综上，报告期各期，发行人对 HONEST 为买断式经销，产品均价与同渠道非关联客户的销售均价差异较小，对整体销售收入影响较小，发行人各期对 HONEST 销售产品的价格与同渠道非关联客户不存在实质性差异，定价具有公允性。

（E）发行人向深圳安时达技术服务有限公司的销售分析

发行人向安时达技术销售根据销售内容分类为：

销售内容	2021 年度	2020 年度	2019 年度
冰箱、洗衣机	478.88	-	60.64
备品备件	1,075.19	21.55	377.28
提供劳务	44.62	-	0.34
合计	1,598.70	21.55	438.25

（a）发行人向安时达技术销售的必要性

发行人向安时达技术销售内容包括冰箱洗衣机、备品备件。安时达技术是创维集团（百慕大）旗下专业维修公司，为发行人提供售后维修服务的过程中，向发行人采购冰箱洗衣机的零配件，由此形成发行人对安时达技术备品备件的销售。安时达技术利用自身的渠道优势，向发行人采购少量冰洗产品进行销售，有利于发行人市场拓展和产品销售，因此具有必要性。

发行人为提高售后维修效率，2021 年改变与安时达技术的合作方式，将仓库用于维修的全部备品备件以买断方式销售给安时达技术，由安时达技术安排售后服务及相关管理，由此导致 2021 年备品备件销售额的增加。

（b）发行人向安时达技术销售配件等维修用材料的价格公允性分析

i）发行人向安时达技术销售冰箱洗衣机价格比对

2019 年、2020 年，发行人向安时达技术销售冰箱洗衣机金额较小，不再进行比对。以下对 2021 年发行人向安时达技术销售的冰箱洗衣机进行价格比对：

单位：台、万元、元/台

产品型号	销售数量	收入金额	均价	同渠道非关联客户均价	均价差异率
1	444.00	38.27	861.84	901.55	-4.41%
2	410.00	36.52	890.68	976.89	-8.83%
3	387.00	33.92	876.54	841.53	4.16%
4	211.00	33.80	1,601.94	1,481.97	8.10%
5	316.00	31.36	992.32	982.65	0.98%
6	124.00	19.34	1,559.31	-	-
7	258.00	16.11	624.49	569.30	9.70%
8	190.00	13.64	717.75	690.73	3.91%
9	202.00	11.71	579.56	529.23	9.51%
10	86.00	10.24	1,190.50	1,103.37	7.90%

合计	-	244.89	-	-	-

2021 年，前十大产品交易公允性情况汇总如下：

项目	2021 年
前十大型号产品收入	244.89
占对安时达技术收入比例	51.14%
前十大型号产品均价差异乘以销售数量计算的差异金额（万元）	-2.60

综上，2021 年发行人对安时达技术销售的冰箱、洗衣机为买断式经销，产品均价与同渠道非关联客户的销售均价差异较小，对整体销售收入影响较小，发行人对安时达技术销售产品的价格与同渠道非关联客户不存在实质性差异，定价具有公允性。

ii）发行人向安时达技术销售备品配件价格比对

发行人向安时达技术销售备品备件等维修用材料，由于销售的备品备件种类繁多、规格多样，且发行人向其他非关联客户销售物料，客户分散，较难进行价格比对。发行人对安时达技术销售物料，采用成本加成方式进行定价，加成比例根据物料特点确定，平均加成 10%，定价具有合理性。

（3）关联租赁

公司作为承租方（新租赁准则适用）：

单位：万元

出租方名称	租赁资产种类	确认的租赁费		
		2021 年	2020 年度	2019 年度
创维集团科技园管理有限公司	房屋建筑物	203.89	203.89	203.89

单位：万元

出租方名称	租赁资产种类	增加的使用权资产		
		2021 年	2020 年度	2019 年度
创维集团科技园管理有限公司	房屋建筑物	-	-	1,496.36

单位：万元

出租方名称	租赁资产种类	承担的租赁负债利息支出		
		2021 年	2020 年度	2019 年度
创维集团科技园管理有限公司	房屋建筑物	78.82	86.67	94.03

（4）关键管理人员薪酬

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
关键管理人员报酬	**1,180.09**	1,417.43	1,580.63

（5）关联票据开立

报告期内，公司关联票据开立主要为通过集团财务公司开具承兑汇票用于日常经营，报告期内金额分别为 180,511.88 万元、79,537.93 万元及 0 万元。报告期内，公司因开立票据向财务公司支付的开票手续费分别为 86.08 万元、37.75 万元及 0 万元。

（6）商标授权

①2019 年 3 月，创维集团（深圳）和深圳电器签订《商标商号使用许可合同》，创维集团（深圳）授权深圳电器使用“SKYWORTH（创维）”商标商号用于平板电脑产品，许可使用期限自 2019 年 9 月 1 日起 2 年，许可费用为 0 元。

②2020 年 1 月，酷开科技与发行人签订《商标商号使用许可合同》，酷开科技授权发行人使用“酷开（COOCAA）”相关商标商号用于冰箱、洗衣机产品，许可使用期限为自 2019 年 10 月 1 日起 2 年，许可费用为 0 元。

③2017 年 3 月 24 日、2019 年 3 月 25 日、2021 年 6 月 24 日，创维集团（深圳）与发行人签订《商标商号使用许可合同》，将商标授权许可发行人使用，报告期内，发行人支付创维集团（深圳）的商标许可费用为 0 元，授权商标的具体情况详见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、发行人主要固定资产及无形资产情况”之“（二）发行人拥有的无形资产情况”之“3、商标”。

3、偶发性关联交易

（1）收购深圳电器股权

2020 年 9 月，创维有限与创维集团（深圳）及吴启楠、刘红明、郑世武、曾昭建、田仕民、文坚、周国贤等 7 人签署了《股权转让协议书》，收购了其合计持有的深圳电器 100%股权转让，收购价格为 13,072.15 万元，创维有限以增加 3,227.3056 万元注册资本的形式支付。

（2）关联担保

本公司作为被担保方：

单位：万元

担保方	担保金额	担保起始日	担保到期日	担保是否已履行完毕
创维集团（深圳）	150,000.00	2018/4/1	2019/3/31	是
创维集团（深圳）	150,000.00	2019/4/1	2021/3/31	是

（3）关联方资产转让、债务重组情况

单位：万元

关联方	关联交易内容	2021 年度	2020 年度	2019 年度
创维液晶器件（深圳）有限公司	购买固定资产	362.28	-	-
创维光电科技（深圳）有限公司	**购买固定资产**	**1.88**	**-**	**-**

（4）关联方代收代付

报告期内，公司**存在**委托创维 RGB 为公司外地员工缴纳社保及公积金等服务**的情况**。报告期内，创维 RGB 为公司提供代收代付情况如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2021 年度	2020 年度	2019 年度
创维 RGB	代收代付金额	**39.70**	52.98	131.93

4、关联方应收应付款项

（1）应收款项

报告期各期末， 公司与关联方的应收款项余额情况如下：

单位：万元

项目名称	关联方	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
货币资金	创维集团财务有限公司	**-**	3,090.50	58,740.50
应收票据	**深圳安时达电商有限公司**	**623.44**	**-**	**-**
	深圳创维智家销售有限公司	**278.34**	**-**	**-**
	深圳安时达技术服务有限公司	**44.68**	**-**	**-**
	深圳创维-RGB 电子有限公司	**35.39**	101.67	1,133.18
	河南惠民城电器有限公司	**-**	279.90	520.42
	北京新七天电子商务技术股份有限公司	**-**	-	11.73
	小计	**981.84**	**381.56**	**1,665.33**
应收账款	HONEST（MACAO COMMERCIAL OFFSHORE）LIMITED	**114.78**	35.50	119.09

项目名称	关联方	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
	深圳创维-RGB 电子有限公司	**227.65**	103.70	436.80
	深圳安时达电商有限公司	**173.39**	7.57	-
	Skyworth Overseas SalesLTD.（HK）	**45.93**	-	112.15
	深圳创维智家销售有限公司	**-**	22.97	-
	北京新七天电子商务技术股份有限公司	**-**	-	1.26
	创维电子器件（宜春）有限公司	**-**	-	0.16
	小计	**561.75**	**169.73**	**669.45**
预付账款	创维液晶器件（深圳）有限公司	**79.12**	292.28	393.50
	创维集团科技园管理有限公司	**30.58**	**-**	**-**
	创维光电科技（深圳）有限公司	**-**	0.49	-
	创维集团财务有限公司	**-**	-	9.31
	小计	**109.70**	**292.77**	**402.81**
其他应收款	刘红明	**-**	-	25.00
其他非流动资产	深圳创维智慧科技有限公司	**111.00**	-	-

（2）应付款项

报告期各期末， 公司与关联方的应付款项余额情况如下：

单位：万元

项目名称	关联方	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
应付票据	创维液晶器件（深圳）有限公司	**26.23**	6.11	-
	深圳创维光学科技有限公司	**641.92**	529.72	221.73
	小计	**668.15**	**535.83**	**221.73**
应付账款	深圳创维光学科技有限公司	**275.98**	289.17	184.03
	创维集团有限公司	**1,353.79**	1,193.35	962.03
	深圳创维照明电器有限公司	**2.42**	2.42	2.42
	创维电子器件（宜春）有限公司	**-**	0.03	-
	创维光电科技（深圳）有限公司	**-**	-	1.01
	小计	**1,632.19**	**1,484.97**	**1,149.49**
其他应付款	深圳创维-RGB 电子有限公司	**2.62**	54.25	2,353.20
	创维集团科技园管理有限公司	**-**	2.93	3.59
	深圳创维光学科技有限公司	**10.00**	5.00	-
	深圳创维智慧科技有限公司	**10.00**	-	-

项目名称	关联方	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
	南京神彩供应链服务有限公司	**14.91**	10.00	-
	创维集团有限公司	**240.00**	263.90	240.00
	深圳安时达技术服务有限公司	**263.96**	286.37	269.73
	小计	**541.50**	**622.45**	**2,866.52**
合同负债	深圳创维智家销售有限公司	**276.65**	-	-
	杭州新七天网络科技有限公司	**-**	31.70	30.77
	北京新七天电子商务技术股份有限公司	**-**	1.94	-
	南京维泓置业有限公司	**-**	0.86	0.86
	河南惠民城电器有限公司	**7.28**	0.10	31.11
	南京金龙客车制造有限公司	**-**	0.00	0.00
	小计	**283.93**	**34.61**	**62.74**
其他流动负债	**深圳创维智家销售有限公司**	**35.96**	**-**	**-**
	深圳创维-RGB 电子有限公司	**-**	6.07	-
	河南惠民城电器有限公司	**0.95**	4.52	16.63
	深圳安时达电商有限公司	**-**	0.21	-
	小计	**36.91**	**10.80**	**16.63**
租赁负债	创维集团科技园管理有限公司	**1,010.77**	1,144.21	1,269.28
一年内到期的非流动负债	创维集团科技园管理有限公司	**133.45**	125.07	117.22
应付股利	创维电器有限公司	**-**	-	3,469.09
	创维集团有限公司	**-**	-	1,000.00
	小计	**-**	-	**4,469.09**

（3）期末应收票据中，出票人为关联方的情况

单位：万元

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
关联方应收票据	**5,597.20**	3,341.59	7,238.25

（三）关联交易决策机制及其运行情况

1、关联交易内部决策机制

公司关联交易相关制度制定后，公司能够严格执行相关关联交易审批程序，没有发生损害公司及非关联股东利益的情形。

2、关联交易决策程序履行情况及独立董事意见

发行人报告期内各项关联交易均经发行人董事会或股东大会审议通过或追认，发行人独立董事就上述关联交易发表了独立意见，认为公司2019年至2021年所发生的关联交易是在平等协商的基础上进行的，交易价格公允、公平、合理，关联交易决策程序符合当时公司章程和有关法律法规的相关规定，不存在损害公司及其他股东利益的情况，不会影响公司的独立性、不会对发行产生重大不利影响。

3、公司为减少关联交易而采取的措施

公司在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》等公司治理准则中明确规定了关联交易的决策程序，要求关联股东和关联董事分别在股东大会和董事会审议有关关联交易事项时采取回避表决的措施；在《独立董事工作细则》规定了独立董事对关联交易事项的职权和要求；在《关联交易制度》中就关联关系的界定、关联交易的内容、关联交易的实施权限及信息披露做出了明确规定，保证公司与关联方进行交易符合公开、公平、公正的三公原则。公司将不断提升内部治理水平，严格遵守以上规章制度，按规定履行程序，以保证公司关联交易的公允性，确保关联交易行为不损害公司和全体股东的利益。

公司在业务、机构、资产、人员、财务上均独立于各关联方，公司具备面向市场的独立运营能力。公司将根据实际情况规范和减少关联交易，杜绝发生不必要的关联交易。对于正常的、有利于公司发展的、预计将持续存在的关联交易，公司将继续遵循公开、公平、公正的市场原则，严格履行公司的决策程序和关联方回避制度，遵守有关合同协议的规定，做好信息披露工作，切实维护其他股东的权益。

（四）减少关联交易的承诺

公司依照《公司法》等法律、法规建立了规范、健全的法人治理结构，公司制定的《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《关联交易决策制度》《独立董事工作制度》等规章制度，对关联交易决策权力和程序、关联董事、关联股东的回避表决制度作出了详细的规定，有利于公司规范和减少关联交易，保证关联交易的公允性。

为进一步规范和减少关联交易，公司控股股东香港创维及创维集团（百慕大）出具了《关于规范和减少关联交易的承诺函》：

“1、本公司将尽量避免或减少本公司及本公司控制的企业与发行人之间的关联交易。若本公司及本公司控制的企业与发行人发生无法避免的关联交易，则此种关联交易必须按公平、公允、等价有偿的原则进行，交易价格应按市场公认的合理价格确定，避免损害中小股东权益的情况发生，保证关联交易的必要性和公允性；

2、本公司及本公司控制的企业与公司所发生的关联交易将严格遵守有关法律、法规以及公司章程，关联交易决策制度等规定，履行各项批准程序和信息披露义务；

3、本公司及本公司控制的企业不会通过关联交易损害公司以及其他股东的合法权益，如因关联交易损害公司及其他股东合法权益的，本公司自愿承担赔偿责任。”

发行人直接控股股东创维电器有限公司对保持发行人的财务独立性做出以下承诺：

“本公司作为创维电器股份有限公司（以下简称“发行人”）的直接控股股东，郑重承诺：

1、保证发行人的财务独立；

2、保证发行人具有独立的财务部门和独立的财务核算体系；

3、保证发行人能够独立作出财务决策；

4、保证发行人具有规范的财务会计制度和对分、子公司的财务管理制度；

5、保证发行人独立在银行开户，不与本公司及本公司控制的其他企业共用银行账户；

6、保证发行人依法独立纳税；

7、保证发行人的财务人员不在本公司及本公司控制的其他企业中兼职；

8、保证不干预发行人的资金使用。”

第八节 财务会计信息与管理层分析

本节的财务会计数据及有关分析说明反映了公司最近三年经审计的财务状况、经营成果，本节引用的财务数据，非经特别说明，均引自立信会计师审计的会计报表。立信会计师对公司 2019 年度、2020 年度及 2021 年度的财务报告出具了标准无保留意见的“信会师报字[2022]第 ZA11458 号”审计报告。投资者欲详细了解公司财务会计信息，请认真阅读审计报告和财务报告全文。

一、盈利能力或财务状况的主要影响因素分析

（一）产品特点的影响因素

公司的主要产品包括冰箱、洗衣机、平板电脑等智能家电产品。公司的产品结构和产量规模直接影响公司的销售收入与盈利状况。公司主要原材料包括吸塑原料、异氰酸酯等原材料，压缩机、电机、电脑板等电器件，以及箱壳板材等机械件。相关原材料的价格波动将对公司产品成本、盈利状况产生较大影响。

（二）业务模式的影响因素

在销售模式方面，公司采取直销、经销和 ODM/OEM 相结合的销售模式。直销模式分为线上、线下两类。线上直销，是指公司通过在第三方 B2C 平台开设的自营店铺直接向消费者销售产品，主要包括创维天猫旗舰店、京东 POP 店。线下直销，是指公司直接向消费者销售产品，主要系工厂零星出售等。经销模式也分为线上、线下两类。线上经销是指公司授权电商平台或者授权经销商在约定的电商平台开设网店向消费者销售公司产品。线下经销，是指公司对各地的经销商进行授权，经销商向公司采购产品，后续向终端消费者进行销售。ODM 模式，是指公司按照客户的订单要求进行设计研发、生产，由客户对产成品进行验收，并以客户的品牌实现最终销售。OEM 模式，是指公司按照客户的订单要求进行生产，但不负责设计研发工作。

在生产模式方面，公司根据客户订单情况、市场情况决定生产计划。对于 ODM/OEM 客户，公司主要采用以销定产的生产模式；对于经销客户，结合订单情况及市场情况制定生产计划；对于直销客户，根据市场情况制定生产计划，进行提前备货。

（三）行业竞争程度的影响因素

我国冰洗行业市场化程度较高，竞争较为激烈。自改革开放以来，国民收入水平不断增长、城镇化比例持续提高，国民消费理念也得到了较大的改变及提升，在上述背景下冰洗行业实现了快速的发展。目前，冰洗行业已步入较为稳定的发展阶段，市场规模增速逐渐趋缓，行业进入到更加激烈的存量竞争阶段，行业竞争的加剧有可能导致发行人盈利能力下滑。

为应对行业竞争加剧的影响，公司以良好的品牌影响力、深厚的技术实力为基础，通过多元化的渠道网络拓展新的市场，在下沉市场、线上销售、ODM/OEM 定制等领域提前进行布局，发掘新的业绩增长点。

公司以用户为导向，紧跟用户需求变化不断进行技术升级、产品创新，同时为用户提供优质的配套服务。经过多年的发展，创维电器获得了较高的用户认可度、建立了良好的品牌形象，先后获得国家高新技术企业、工信部两化融合贯标企业、双软企业、江苏省智能车间示范单位、国家认可的 CNAS 实验室、“十三五”中国十大洗衣机出口企业、省市级工业设计中心、省市级工程技术研究中心等荣誉称号。

报告期内，公司抓住发展机遇，不断拓展销售渠道，巩固并提升市场份额及品牌影响力。2019 年度、2020 年度及 **2021 年度**，公司分别实现主营业务收入 364,884.12 万元、367,356.55 万元和 **391,570.04** 万元，实现业绩的快速增长。

（四）外部市场环境的影响因素

冰箱和洗衣机作为生活的刚需产品，其需求具有较强的稳定性，还有进一步扩大的空间。从渗透率来看，城镇与农村冰洗产品保有量仍存在较大差距，农村冰洗产品增长还将保持较高的需求。根据国家统计局和产业信息网数据，2020 年中国城镇家庭的洗衣机、冰箱每百户拥有量为 98 台、98.5 台，而农村家庭的洗衣机、冰箱每百户拥有量为 67.2 台、67.3 台。同时，近几年，我国冰洗产品对外出口亦保持较为稳健的发展态势。随着新兴经济体的快速发展及居民收入水平的提高，新兴经济体的冰洗保有量将得到显著提升，进而提升对我国冰洗产品的进口需求。因此，从中长期看，我国冰洗出口市场仍将迎来较好的增长空间。

关于公司盈利能力和财务状况的详细分析见本节“十三、经营成果分析”和

“十四、资产质量分析”。

二、财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
流动资产：			
货币资金	**339,291,600.44**	381,378,080.27	650,699,598.06
交易性金融资产	**236,742,855.54**	175,647,916.67	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	**-**	-	-
衍生金融资产	**-**	-	-
应收票据	**312,359,525.12**	416,443,008.31	452,215,238.43
应收账款	**449,771,178.28**	428,590,084.78	300,487,352.82
应收款项融资	**238,013,885.09**	342,058,516.71	135,534,248.81
预付款项	**32,161,638.07**	37,262,351.58	32,098,731.96
其他应收款	**8,339,058.92**	7,183,930.31	6,863,325.14
其中：应收利息	**-**	-	-
应收股利	**-**	-	-
存货	**242,176,220.66**	230,560,720.29	192,422,521.55
持有待售资产	**-**	-	-
一年到期的非流动资产	**-**	-	-
其他流动资产	**17,327,463.11**	23,892,849.92	11,219,774.48
流动资产合计	**1,876,183,425.23**	**2,043,017,458.84**	**1,781,540,791.25**
非流动资产：			
其他债权投资	**-**	-	8,000,000.00
可供出售金融资产	**-**	-	-
持有至到期投资	**-**	-	-
长期应收款	**-**	-	-
长期股权投资	**-**	-	-
其他权益工具投资	**-**	-	-
其他非流动金融资产	**-**	-	-
投资性房地产	**-**	-	-
固定资产	**646,702,873.92**	629,191,703.20	496,304,551.40

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
在建工程	**7,009,592.75**	822,534.98	68,718,280.98
生产性生物资产	**-**	-	-
油气资产	**-**	-	-
使用权资产	**10,474,535.31**	11,970,897.51	13,467,259.71
无形资产	**76,841,211.71**	78,951,174.03	79,862,741.62
开发支出			
商誉			
长期待摊费用	**735,180.03**	299,065.38	501,357.39
递延所得税资产	**22,364,418.53**	16,902,746.47	20,311,385.04
其他非流动资产	**379,386,255.44**	24,681,392.00	20,887,150.00
非流动资产合计	**1,143,514,067.69**	762,819,513.57	708,052,726.14
资产总计	**3,019,697,492.92**	**2,805,836,972.41**	**2,489,593,517.39**
负债和所有者权益			
流动负债：			
短期借款	**-**	-	2,500,000.00
以公允价值计量且其变动进入当期损益的金融负债	**-**	-	-
衍生金融负债		-	732,000.00
应付票据	**1,341,558,133.95**	1,016,367,763.52	917,463,075.65
应付账款	**704,637,164.92**	880,195,999.83	683,440,240.59
预收款项	**189,543.86**	626,448.29	361,099.39
合同负债	**86,648,953.20**	86,340,903.33	68,292,268.84
应付职工薪酬	**35,435,317.49**	41,630,508.57	49,336,830.81
应交税费	**13,617,179.00**	19,049,721.37	14,182,825.07
其他应付款	**101,373,978.01**	111,815,869.12	192,887,062.83
其中：应付利息			
应付股利			
持有待售负债			
一年内到期的非流动负债	**1,334,460.10**	1,250,698.49	1,172,194.46
其他流动负债	**52,056,204.28**	88,372,074.14	86,717,347.79
流动负债合计	**2,336,850,934.81**	**2,245,649,986.66**	**2,017,084,945.43**
非流动负债：	**-**	-	-
长期借款	**-**	-	-

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
应付债券	-	-	-
其中：优先股	-	-	-
永续债	-	-	-
长期应付款	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-
租赁负债	10,107,650.86	11,442,110.96	12,692,809.45
预计负债	26,601,346.20	26,596,007.33	24,539,444.23
递延收益	-	-	209,833.20
递延所得税负债	111,428.34	97,187.50	-
其他非流动负债	-	-	-
非流动负债合计	36,820,425.40	38,135,305.79	37,442,086.88
负债合计	2,373,671,360.21	**2,283,785,292.45**	**2,054,527,032.31**
所有者权益：			
股本	193,500,000.00	193,500,000.00	117,356,625.00
其中：优先股	-	-	-
资本公积	193,963,025.08	193,963,025.08	57,811,950.00
其他综合收益	-121,181.37	-154,832.55	-864,513.65
专项储备	-	-	-
盈余公积	14,067,078.11	-	31,945,139.11
未分配利润	244,617,210.89	134,743,487.44	206,584,317.43
归属于母公司所有者权益合计	646,026,132.71	522,051,679.96	412,833,517.89
少数股东权益	-	-	22,232,967.19
所有者权益合计	646,026,132.71	522,051,679.96	435,066,485.08
负债和所有者权益总计	3,019,697,492.92	**2,805,836,972.41**	**2,489,593,517.39**

（二）合并利润表

单位：元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
一、营业总收入	4,001,820,679.37	**3,739,413,401.33**	**3,685,477,314.11**
其中：营业收入	4,001,820,679.37	3,739,413,401.33	3,685,477,314.11
二、营业总成本	3,944,252,797.04	**3,647,400,723.27**	**3,523,042,065.08**
其中：营业成本	3,532,043,082.74	3,246,325,965.34	3,134,122,012.52
税金及附加	13,766,733.11	12,794,007.41	10,608,181.45

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
销售费用	**191,328,767.34**	181,897,767.66	215,674,959.41
管理费用	**66,853,537.01**	78,190,434.13	52,140,400.56
研发费用	**151,274,173.85**	136,828,003.01	136,233,774.75
财务费用	**-11,013,497.01**	-8,635,454.28	-25,737,263.61
其中：利息费用	**841,822.74**	866,712.34	1,326,399.36
利息收入	**4,324,589.09**	4,547,056.54	4,265,936.89
加：其他收益	**69,801,628.33**	73,109,543.23	36,337,592.06
投资收益（损失以“-”号填列）	**12,370,042.68**	13,395,896.05	-4,576,100.00
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	**-**	-	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	**658,272.21**	647,916.67	-
信用减值损失（损失以“-”号填列）	**-10,719,930.23**	-6,057,751.57	37,222.69
资产减值损失（损失以“-”号填列）	**-855,219.50**	-629,689.57	1,065,743.85
资产处置收益（损失以“-”号填列）	**-3,549,730.88**	644,554.64	-957,409.83
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	**125,272,944.94**	**173,123,147.51**	**194,342,297.80**
加：营业外收入	**5,852,948.36**	361,771.29	632,284.40
减：营业外支出	**239,958.81**	1,507,064.74	259,660.91
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	**130,885,934.49**	**171,977,854.06**	**194,714,921.29**
减：所得税费用	**6,945,132.93**	19,872,939.90	19,808,916.99
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	**123,940,801.56**	**152,104,914.16**	**174,906,004.30**
（一）按经营持续性分类			
1. 持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	**123,940,801.56**	152,104,914.16	174,906,004.30
（二）按所有权归属分类			
1. 归属于母公司股东的净利润（净亏损以“-”号填列）	**123,940,801.56**	148,426,550.90	169,009,067.17
2. 少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	**-**	3,678,363.26	5,896,937.13
六、其他综合收益的税后净额	**33,651.18**	**784,254.38**	**-693,123.38**
归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额	**33,651.18**	709,681.10	-676,811.00
（一）不能重分类进损益的其他综合收益			

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
1. 重新计量设定受益计划变动额			
2. 权益法下不能转损益的其他综合收益			
3. 其他权益工具投资公允价值变动			
4. 企业自身信用风险公允价值变动			
（二）将重分类进损益的其他综合收益	**33,651.18**	709,681.10	-676,811.00
1. 权益法下可转损益的其他综合收益			
2. 其他债权投资公允价值变动			
3. 可供出售金融资产公允价值变动损益			
4. 金融资产重分类计入其他综合收益的金额			
5. 持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益			
6. 其他债权投资信用减值准备			
7. 现金流量套期储备（现金流量套期损益的有效部分）		622,200.00	-622,200.00
8. 外币财务报表折算差额	**33,651.18**	87,481.10	-54,611.00
9. 其他			
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	-	74,573.28	-16,312.38
七、综合收益总额	**123,974,452.74**	**152,889,168.54**	**174,212,880.92**
归属于母公司所有者的综合收益总额	**123,974,452.74**	149,136,232.00	168,332,256.17
归属于少数股东的综合收益总额	-	3,752,936.54	5,880,624.75
八、每股收益：			
（一）基本每股收益（元/股）	**0.64**	0.77	
（二）稀释每股收益（元/股）	**0.64**	0.77	

（三）合并现金流量表

单位：元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
一、经营活动产生的现金流量			
销售商品、提供劳务收到的现金	**4,494,503,210.49**	3,718,115,773.71	4,014,905,292.77

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
收到的税费返还	**203,465,488.03**	129,921,344.94	155,234,370.84
收到其他与经营活动有关的现金	**39,760,298.32**	53,408,224.20	19,876,432.53
经营活动现金流入小计	**4,737,728,996.84**	3,901,445,342.85	4,190,016,096.14
购买商品、接受劳务支付的现金	**3,518,179,929.26**	3,182,875,239.05	2,998,830,682.26
支付给职工以及为职工支付的现金	**240,122,617.88**	281,209,002.38	265,877,312.57
支付的各项税费	**102,167,217.81**	92,837,054.28	73,772,849.72
支付其他与经营活动有关的现金	**218,379,521.55**	225,335,468.64	206,340,167.21
经营活动现金流出小计	**4,078,849,286.50**	3,782,256,764.35	3,544,821,011.76
经营活动产生的现金流量净额	**658,879,710.34**	**119,188,578.50**	**645,195,084.38**
二、投资活动产生的现金流量			
收回投资收到的现金	**1,840,933,858.61**	20,000,000.00	-
取得投资收益收到的现金	**12,852,442.68**	13,395,896.05	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	**4,010,706.92**	4,237,538.14	1,226,775.43
收到的其他与投资活动有关的**现金**	**-**	2,511,211.80	-
投资活动现金流入小计	**1,857,797,008.21**	40,144,645.99	1,226,775.43
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	**156,385,315.72**	210,547,836.51	136,463,880.29
投资支付的现金	**2,121,933,858.61**	195,000,000.00	12,576,100.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	**-**	-	-
支付的其他与投资活动有关的现金	**-**	-	2,518,117.24
投资活动现金流出小计	**2,278,319,174.33**	405,547,836.51	151,558,097.53
投资活动产生的现金流量净额	**-420,522,166.12**	**-365,403,190.52**	**-150,331,322.10**
三、筹资活动产生的现金流量			
吸收投资收到的现金	**-**	23,504,864.00	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	**-**	-	-
取得借款收到的现金	**-**	-	18,455,776.68
收到其他与筹资活动有关的现金	**-**	194,020,615.63	-
筹资活动现金流入小计	**-**	217,525,479.63	18,455,776.68
偿还债务支付的现金	**-**		

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	124,690,909.09	35,309,090.91
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	**132,038,906.80**	32,038,906.80	196,059,522.43
筹资活动现金流出小计	**132,038,906.80**	156,729,815.89	231,368,613.34
筹资活动产生的现金流量净额	**-132,038,906.80**	**60,795,663.74**	**-212,912,836.66**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**-6,295,207.75**	**-15,868,888.14**	**2,288,680.51**
五、现金及现金等价物净增加额	**100,023,429.67**	**-201,287,836.42**	**284,239,606.13**
加：期初现金及现金等价物余额	**187,705,228.17**	388,993,064.59	104,753,458.46
六、期末现金及现金等价物余额	**287,728,657.84**	**187,705,228.17**	**388,993,064.59**

三、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

公司财务报表以持续经营假设为基础。

（二）合并财务报表范围及其变化情况

报告期各期末公司合并财务报表范围内的子公司情况如下：

公司名称	是否纳入合并范围		
	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
电器研究院	是	是	是
深圳电器	是	是	是
炬德国际	是	是	是

四、审计意见及关键审计事项

（一）审计意见

立信会计师事务所接受公司委托，审计了公司 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日及 **2021 年 12 月 31 日**的合并及母公司资产负债表，2019 年度、2020 年度及 **2021 年度**的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司股东权益变动表以及财务报表附注，并出具了“信会师报字**[2022]**第 **ZA11458** 号”标准无保留意见的审计报告，认为公司财务报表在所有重大方面按

照企业会计准则的规定编制，公允反映了公司 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日及 **2021 年 12 月 31 日**的合并及母公司财务状况以及 2019 年度、2020 年度、**2021 年度**的合并及母公司经营成果和现金流量。

（二）关键审计事项

关键审计事项汇总如下：

关键审计事项	该事项在审计中是如何应对的
（一）收入确认	
事项描述 2019 年度、2020 年度、**2021 年度**营业收入分别为 368,547.73 万元、373,941.34 万元、**400,182.07** 万元。营业收入是公司的关键业绩指标之一。对于公司的经营成果有着重大影响，从而产生管理层为了达到某种特定目标或者期望而改变收入确认金额或者确认时点的固有风险。因此我们将营业收入的确认作为关键审计事项。	审计应对 针对收入确认所实施的主要审计程序包括： 1、了解和评价公司管理层（以下简称“管理层”）对主营业务收入确认相关的内部控制的设计和运行的有效性；并对关键活动控制点执行控制测试； 2、对主营业务收入各项指标进行分析性复核，包括：对报告期各月销售毛利率进行波动分析，对主要产品占收入比重及毛利的变动进行分析，对主要产品单价进行波动分析； 3、选取样本进行检查，获取与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、订单、销售发票、客户签收单等，以核对账面收入金额是否正确，并且收入确认时点是否符合公司的会计政策； 4、结合应收账款检查销售收款记录，向主要客户进行函证；实施走访，了解公司销售的交易背景、是否存在关联关系等； 5、对主营业务收入执行截止测试，确认收入是否记录在正确的会计期间。

（三）与财务会计信息相关的重要性水平的判断标准

公司根据自身业务特点和所处行业，从项目性质及金额两方面判断与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平。在判断项目性质重要性时，公司主要考虑在性质上是否属于日常活动、是否显著影响公司的财务状况、经营成果和现金流量等因素；在判断金额大小的重要性时，公司主要考虑金额占经常性业务的税前利润的比重。公司选取净利润的 5%作为重要性水平的计算基准。

五、财务报告审计基准日后的主要经营状况

公司财务报表审计基准日后经营状况良好。公司经营模式，主要产品的策划、运营，主要产品的价格，主要客户及供应商的构成，税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项等方面不存在重大不利变化。

六、主要会计政策和会计估计

重要提示：根据实际生产经营特点制定了具体会计政策和会计估计，主要体现在应收款项坏账准备的计提。

（一）遵循企业会计准则的声明

公司所编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了公司的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。

（二）会计期间

会计年度自公历 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。本财务报表所载财务信息的会计期间为 2019 年 1 月 1 日起至 2021 年 12 月 31 日止。

（三）营业周期

公司经营业务的营业周期较短，以 12 个月作为资产和负债的流动性划分标准。

（四）记账本位币

采用人民币为记账本位币。

（五）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1、同一控制下企业合并的会计处理方法

合并方在企业合并中取得的资产和负债（包括最终控制方收购被合并方而形成的商誉），按照合并日被合并方资产、负债在最终控制方合并财务报表中的账面价值为基础计量。在合并中取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

2、非同一控制下企业合并的会计处理方法

合并成本为购买方在购买日为取得被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值。合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。在合并中取得的

被购买方符合确认条件的各项可辨认资产、负债及或有负债在购买日按公允价值计量。为企业合并发生的直接相关费用于发生时计入当期损益；为企业合并而发行权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

（六）合并财务报表的编制方法

母公司将其控制的所有子公司纳入合并财务报表的合并范围。合并财务报表以母公司及其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由母公司按照《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》编制。

（七）现金及现金等价物的确定标准

列示于现金流量表中的现金是指库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金等价物是指企业持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

（八）外币业务和外币报表折算

1、外币业务折算

外币业务采用交易发生日的即期汇率作为折算汇率将外币金额折合成人民币记账。资产负债表日外币货币性项目余额按资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，除属于与购建符合资本化条件的资产相关的外币专门借款产生的汇兑差额按照借款费用资本化的原则处理外，均计入当期损益。

2、外币财务报表折算

资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算；所有者权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用发生时的即期汇率折算。利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日的即期汇率折算。处置境外经营时，将与该境外经营相关的外币财务报表折算差额，自所有者权益项目转入处置当期损益。

（九）金融工具

1、金融工具的分类

根据公司管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，金融资产于初始确认时分类为：以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产和以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

公司将同时符合下列条件且未被指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，分类为以摊余成本计量的金融资产：

（1）业务模式是以收取合同现金流量为目标；

（2）合同现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

公司将同时符合下列条件且未被指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）：

（3）业务模式既以收取合同现金流量又以出售该金融资产为目标；

（4）合同现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

对于非交易性权益工具投资，公司可以在初始确认时将其不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）。该指定在单项投资的基础上作出，且相关投资从发行者的角度符合权益工具的定义。

除上述以摊余成本计量和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产外，公司将其余所有的金融资产分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。在初始确认时，如果能够消除或显著减少会计错配，公司可以将本应分类为摊余成本计量或以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和以摊余成本计量的金融负债。

符合以下条件之一的金融负债可在初始计量时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债：

（1）该项指定能够消除或显著减少会计错配。

（2）根据正式书面文件载明的企业风险管理或投资策略，以公允价值为基础对金融负债组合或金融资产和金融负债组合进行管理和业绩评价，并在企业内部以此为基础向关键管理人员报告。

（3）该金融负债包含需单独分拆的嵌入衍生工具。

2、金融工具的确认依据和计量方法

（1）以摊余成本计量的金融资产

以摊余成本计量的金融资产包括应收票据、应收账款、其他应收款、长期应收款、债权投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额；不包含重大融资成分的应收账款以及公司决定不考虑不超过一年的融资成分的应收账款，以合同交易价格进行初始计量。

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

收回或处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额计入当期损益。

（2）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）包括应收款项融资、其他债权投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动除采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得和汇兑损益之外，均计入其他综合收益。

终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

（3）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）包括其他权益工具投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入其他综合收益。取得的股利计入当期损益。

终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

（4）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产包括交易性金融资产、衍生金融资产、其他非流动金融资产等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入当期损益。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入当期损益。

（5）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债包括交易性金融负债、衍生金融负债等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入当期损益。该金融负债按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入当期损益。

终止确认时，其账面价值与支付的对价之间的差额计入当期损益。

（6）以摊余成本计量的金融负债

以摊余成本计量的金融负债包括短期借款、应付票据、应付账款、其他应付款、长期借款、应付债券、长期应付款，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

终止确认时，将支付的对价与该金融负债账面价值之间的差额计入当期损益。

3、金融资产终止确认和金融资产转移

满足下列条件之一时，公司终止确认金融资产：

（1）收取金融资产现金流量的合同权利终止；

（2）金融资产已转移，且已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方；

（3）金融资产已转移，虽然公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但是未保留对金融资产的控制。

发生金融资产转移时，如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。

公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）所转移金融资产的账面价值；

（2）因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）、可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）终止确认部分的账面价值；

（2）终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）、可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

4、金融负债终止确认

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部分；公司若与债权人签定协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，则终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的，则终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认时，终止确认的金融负债账面价值与支付对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

公司若回购部分金融负债的，在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相对公允价值，将该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

5、金融资产和金融负债的公允价值的确定方法

存在活跃市场的金融工具，以活跃市场中的报价确定其公允价值。不存在活跃市场的金融工具，采用估值技术确定其公允价值。在估值时，公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术，选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值，并优先使用相关可观察输入值。只有在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，才使用不可观察输入值。

6、金融资产减值的测试方法及会计处理方法

公司以单项或组合的方式对以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）和财务担保合同等的预期信用损失进行估计。

公司考虑有关过去事项、当前状况以及对未来经济状况的预测等合理且有依据的信息，以发生违约的风险为权重，计算合同应收的现金流量与预期能收到的现金流量之间差额的现值的概率加权金额，确认预期信用损失。如果该金融工具的信用风险自初始确认后已显著增加，公司按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备；如果该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加，公司按照相当于该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量其损失准备。由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。

公司通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具预计存续期内发生违约风险的相对变化，以评估金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。通常逾期超过 30 日，公司

即认为该金融工具的信用风险已显著增加，除非有确凿证据证明该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

如果金融工具于资产负债表日的信用风险较低，公司即认为该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

如果有客观证据表明某项金融资产已经发生信用减值，则公司在单项基础上对该金融资产计提减值准备。

（1）应收账款

对于由《企业会计准则第 14 号——收入》（2017）规范的交易形成的应收账款，无论是否包含重大融资成分，公司选择运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备，由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。

公司将应收账款按类似信用风险特征进行组合（应收客户货款），参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄表与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

如果有客观证据表明某项应收账款已经发生信用减值，则公司对该应收账款单项计提坏账准备并确认预期信用损失。

（2）应收票据

公司依据信用风险特征对应收票据划分组合，在组合基础上计算预期信用损失，确认组合的依据如下：

应收票据组合 1：银行承兑汇票

应收票据组合 2：商业承兑汇票-财务公司承兑汇票

应收票据组合 3：商业承兑汇票-财务公司之外其他法人单位承兑汇票

①银行承兑汇票，由于期限较短、违约风险较低，在短期内履行其支付合同现金流量义务的能力很强，因此公司将银行承兑票据视为具有较低信用风险的金融工具，不计提坏账准备。

②商业承兑汇票-财务公司承兑汇票，该类票据承兑单位为集团财务公司，财务公司属于非银行金融机构，其预期信用损失的确认方法及会计处理，参照银行承兑汇票处理，不计提坏账准备。

③商业承兑汇票-财务公司之外其他法人单位承兑汇票，其预期信用损失的确认方法及会计处理比照前述应收账款。

商业承兑汇票的账龄起算点追溯至对应的应收款项账龄起始日。

（3）其他应收款

公司依据信用风险特征对其他应收款划分组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据如下：

其他应收款组合 1：押金和保证金

其他应收款组合 2：个人暂借款

其他应收款组合 3：代扣代缴款项

对划分为组合的其他应收款，公司通过考虑所有合理且有依据的信息和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

公司不再合理预期金融资产合同现金流量能够全部或部分收回的，直接减记该金融资产的账面余额。

（十）存货

1、存货的分类

存货分类为：原材料、周转材料、库存商品、在产品、发出商品、委托加工物资等。存货按成本进行初始计量，存货成本包括采购成本、加工成本和其他使存货达到目前场所和状态所发生的支出。

2、发出存货的计价方法

存货发出时按加权平均法计价。

3、存货可变现净值的确定依据

资产负债表日，存货应当按照成本与可变现净值孰低计量。当存货成本高于其可变现净值的，应当计提存货跌价准备。可变现净值，是指在日常活动中，存

货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。

产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，转回的金额计入当期损益。

4、存货的盘存制度

存货的盘存制度为永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

（1）低值易耗品

按照一次转销法进行摊销。

（2）包装物

按照一次转销法进行摊销。

（十一）合同资产

1、合同资产的确认方法及标准

公司根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。公司已向客户转让商品或提供服务而有权收取对价的权利（且该权利取决于时间流逝之外的其他因素）列示为合同资产。同一合同下的合同资产和合同负债以净额列示。公司拥有的、无条件（仅取决于时间流逝）向客户收取对价的权利作为应收款项单独列示。

2、合同资产预期信用损失的确定方法及会计处理方法

合同资产的预期信用损失的确定方法及会计处理方法详见本节“六、主要会计政策和会计估计”之“（九）金融工具”之“6、金融资产减值的测试方法及会计处理方法”中新金融工具准则下有关应收账款的会计处理。

（十二）长期股权投资

1、共同控制、重要影响的判断

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。公司与其他合营方一同对被投资单位实施共同控制且对被投资单位净资产享有权利的，被投资单位为公司的合营企业。

重大影响，是指对被投资单位的财务和经营决策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。公司能够对被投资单位施加重大影响的，被投资单位为公司联营企业。

2、投资成本的确定

（1）企业合并形成的长期股权投资

对于同一控制下的企业合并形成的对子公司的长期股权投资，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付对价账面价值之间的差额，调整资本公积中的股本溢价；资本公积中的股本溢价不足冲减时，调整留存收益。因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资单位实施控制的，按上述原则确认的长期股权投资的初始投资成本与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整股本溢价，股本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

对于非同一控制下的企业合并形成的对子公司的长期股权投资，按照购买日确定的合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和作为初始投资成本。

（2）通过企业合并以外的其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

3、后续计量及损益确认方法

（1）成本法核算的长期股权投资

公司对子公司的长期股权投资，采用成本法核算，除非投资符合持有待售的条件。除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，公司按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认当期投资收益。

（2）权益法核算的长期股权投资

对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，不调整长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益，同时调整长期股权投资的成本。

公司按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动（简称“其他所有者权益变动”），调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

在确认应享有被投资单位净损益、其他综合收益及其他所有者权益变动的份额时，以取得投资时被投资单位可辨认净资产的公允价值为基础，并按照公司的会计政策及会计期间，对被投资单位的净利润和其他综合收益等进行调整后确认。

公司与联营企业、合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照应享有的比例计算归属于公司的部分，予以抵销，在此基础上确认投资收益，但投出或出售的资产构成业务的除外。与被投资单位发生的未实现内部交易损失，属于资产减值损失的，全额确认。

公司对合营企业或联营企业发生的净亏损，除负有承担额外损失义务外，以长期股权投资的账面价值以及其他实质上构成对合营企业或联营企业净投资的长期权益减记至零为限。合营企业或联营企业以后实现净利润的，公司在收益分享额弥补未确认的亏损分担额后，恢复确认收益分享额。

（3）长期股权投资的处置

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。

部分处置权益法核算的长期股权投资，剩余股权仍采用权益法核算的，原权益法核算确认的其他综合收益采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础按相应比例结转，其他所有者权益变动按比例结转入当期损益。

因处置股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，其他所有者权益变动在终止采用权益法核算时全部转入当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位控制权的，在编制个别财务报表时，剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整，对于取得被投资单位控制权之前确认的其他综合收益采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础按比例结转，因采用权益法核算确认的其他所有者权益变动按比例结转入当期损益；剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，确认为金融资产，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益，对于取得被投资单位控制权之前确认的其他综合收益和其他所有者权益变动全部结转。

通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权，属于一揽子交易的，各项交易作为一项处置子公司股权投资并丧失控制权的交易进行会计处理；

在丧失控制权之前每一次处置价款与所处置的股权对应得长期股权投资账面价值之间的差额，在个别财务报表中，先确认为其他综合收益，到丧失控制权时再一并转人丧失控制权的当期损益。不属于一揽子交易的，对每一项交易分别进行会计处理。

（十三） 固定资产

1、固定资产的确认和初始计量

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

（1）与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；

（2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

固定资产按成本（并考虑预计弃置费用因素的影响）进行初始计量。

与固定资产有关的后续支出，在与其有关的经济利益很可能流入且其成本能够可靠计量时，计入固定资产成本；对于被替换的部分，终止确认其账面价值；所有其他后续支出于发生时计入当期损益。

2、各类固定资产的折旧方法

固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率。对计提了减值准备的固定资产，则在未来期间按扣除减值准备后的账面价值及依据尚可使用年限确定折旧额。如固定资产各组成部分的使用寿命不同或者以不同方式为企业提供经济利益，则选择不同折旧率或折旧方法，分别计提折旧。

各类固定资产折旧方法、折旧年限、残值率和年折旧率如下：

类　别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	5-20	0-5	4.75-20.00
机器设备	年限平均法	5-10	5	9.50-19.00
运输工具	年限平均法	3-5	5	19.00-31.67
办公设备及其他	年限平均法	2-5	5	19.00-47.50

3、固定资产处置

当固定资产被处置、或者预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

（十四）在建工程

在建工程按实际发生的成本计量。实际成本包括建筑成本、安装成本、符合资本化条件的借款费用以及其他为使在建工程达到预定可使用状态前所发生的必要支出。在建工程在达到预定可使用状态时，转入固定资产并自次月起开始计提折旧。

（十五）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

2、借款费用资本化期间

资本化期间，指从借款费用开始资本化时点到停止资本化时点的期间，借款费用暂停资本化的期间不包括在内。

借款费用同时满足下列条件时开始资本化：

（1）资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；

（2）借款费用已经发生；

（3）为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

当购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用停止资本化。

3、暂停资本化期间

符合资本化条件的资产在购建或生产过程中发生的非正常中断、且中断时间连续超过 3 个月的，则借款费用暂停资本化；该项中断如是所购建或生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用状态或者可销售状态必要的程序，则借款费用继续资本化。在中断期间发生的借款费用确认为当期损益，直至资产的购建或者生产活动重新开始后借款费用继续资本化。

4、借款费用资本化率以及资本化金额

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入的专门借款，以专门借款当期实际发生的借款费用，减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，来确定借款费用的资本化金额。

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用的一般借款，根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的借款费用金额。资本化率根据一般借款加权平均实际利率计算确定。

在资本化期间内，外币专门借款本金及利息的汇兑差额，予以资本化，计入符合资本化条件的资产的成本。除外币专门借款之外的其他外币借款本金及其利息所产生的汇兑差额计入当期损益。

（十六）无形资产

1、无形资产的计价方法

（1）公司取得无形资产时按成本进行初始计量；

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。

（2）后续计量

在取得无形资产时分析判断其使用寿命。

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内摊销；无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。

2、使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况

项　目	摊销年限（年）	摊销方法	残值率	依据
土地使用权	50	年限平均法	0	预计可使用年限
软件	5、10	年限平均法	0	预计可使用年限

3、使用寿命不确定的无形资产的判断依据以及对其使用寿命进行复核的程序

报告期内，公司无使用寿命不确定的无形资产。

4、划分研究阶段和开发阶段的具体标准

公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

5、开发阶段支出资本化的具体条件

研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。开发阶段的支出同时满足下列条件的，确认为无形资产，不能满足下述条件的开发阶段的支出计入当期损益：

（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；

（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

无法区分研究阶段支出和开发阶段支出的，将发生的研发支出全部计入当期损益。

（十七）长期资产减值

长期股权投资、固定资产、在建工程、使用权资产、使用寿命有限的无形资产、油气资产等长期资产，于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

对于因企业合并形成的商誉、使用寿命不确定的无形资产、尚未达到可使用状态的无形资产，无论是否存在减值迹象，至少在每年年度终了进行减值测试。

公司进行商誉减值测试，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。相关的资产组或者资产组组合，是能够从企业合并的协同效应中受益的资产组或者资产组组合。

在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，并与相关账面价值相比较，确认相应的减值损失。然后对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较其账面价值与可收回金额，如可收回金额低于账面价值的，减值损失金额首先抵减分摊至资产组或者资产组组合中商誉的账面价值，再根据资产组或者资产组组合中除商誉之外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值。

上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

（十八）长期待摊费用

长期待摊费用为已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。

（十九）合同负债

公司根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品或提供服务的义务列示为合同负债。同一合同下的合同资产和合同负债以净额列示。

（二十）职工薪酬

1、短期薪酬的会计处理方法

公司在职工为公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

公司为职工缴纳的社会保险费和住房公积金，以及按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工为公司提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额。

公司发生的职工福利费，在实际发生时根据实际发生额计入当期损益或相关资产成本，其中，非货币性福利按照公允价值计量。

2、离职后福利的会计处理方法

（1）设定提存计划

公司按当地政府的相关规定为职工缴纳基本养老保险和失业保险，在职工为公司提供服务的会计期间，按以当地规定的缴纳基数和比例计算应缴纳金额，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

此外，公司还参与了由国家相关部门批准的企业年金计划/补充养老保险基金。公司按职工工资总额的一定比例向年金计划/当地社会保险机构缴费，相应支出计入当期损益或相关资产成本。

（2）设定受益计划

公司根据预期累计福利单位法确定的公式将设定受益计划产生的福利义务归属于职工提供服务的期间，并计入当期损益或相关资产成本。

设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，公司以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产。

所有设定受益计划义务，包括预期在职工提供服务的年度报告期间结束后的十二个月内支付的义务，根据资产负债表日与设定受益计划义务期限和币种相匹配的国债或活跃市场上的高质量公司债券的市场收益率予以折现。

设定受益计划产生的服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本；重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不转回至损益，在原设定受益计划终止时在权益范围内将原计入其他综合收益的部分全部结转至未分配利润。

在设定受益计划结算时，按在结算日确定的设定受益计划义务现值和结算价格两者的差额，确认结算利得或损失。

3、辞退福利的会计处理方法

公司向职工提供辞退福利的，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

（二十一）预计负债

与或有事项相关的义务同时满足下列条件时，公司将其确认为预计负债：

（1）该义务是公司承担的现时义务；

（2）履行该义务很可能导致经济利益流出公司；

（3）该义务的金额能够可靠地计量。

预计负债按履行相关现时义务所需的支出的最佳估计数进行初始计量。

在确定最佳估计数时，综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。对于货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。

所需支出存在一个连续范围，且该范围内各种结果发生的可能性相同的，最佳估计数按照该范围内的中间值确定；在其他情况下，最佳估计数分别下列情况处理：

（1）或有事项涉及单个项目的，按照最可能发生金额确定。

（2）或有事项涉及多个项目的，按照各种可能结果及相关概率计算确定。

清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方补偿的，补偿金额在基本确定能够收到时，作为资产单独确认，确认的补偿金额不超过预计负债的账面价值。

公司在资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核，有确凿证据表明该账面价值不能反映当前最佳估计数的，按照当前最佳估计数对该账面价值进行调整。

（二十二）股份支付

公司的股份支付是为了获取职工或其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。公司的股份支付分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

1、以权益结算的股份支付及权益工具

以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，以授予职工权益工具的公允价值计量。对于授予后立即可行权的股份支付交易，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。对于授予后完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的股份支付交易，在等待期内每个资产负债表日，公司根据对可行权权益工具数量的最佳估计，按照授予日公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

如果修改了以权益结算的股份支付的条款，至少按照未修改条款的情况确认取得的服务。此外，任何增加所授予权益工具公允价值的修改，或在修改日对职工有利的变更，均确认取得服务的增加。

在等待期内，如果取消了授予的权益工具，则公司对取消所授予的权益性工具作为加速行权处理，将剩余等待期内应确认的金额立即计入当期损益，同时确认资本公积。但是，如果授予新的权益工具，并在新权益工具授予日认定所授予的新权益工具是用于替代被取消的权益工具的，则以与处理原权益工具条款和条件修改相同的方式，对所授予的替代权益工具进行处理。

2、以现金结算的股份支付及权益工具

以现金结算的股份支付，按照公司承担的以股份或其他权益工具为基础计算确定的负债的公允价值计量。授予后立即可行权的股份支付交易，公司在授予日按照承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。对于授予后完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的股份支付交易，在等待期内的每个资产负债表日，公司以对可行权情况的最佳估计为基础，按照公司承担负债的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，并相应计入负债。在相关负债结算前的每个资产负债表日以及结算日，对负债的公允价值重新计量，其变动计入当期损益。

（二十三）收入

1、收入确认和计量所采用的会计政策

公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务控制权时确认收入。取得相关商品或服务控制权，是指能够主导该商品或服务的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

合同中包含两项或多项履约义务的，公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务。公司按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

交易价格是指公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项以及预期将退还给客户的款项。公司根据合同条款，结合其以往的习惯做法确定交易价格，并在确定交易价格时，考虑可变对价、合同中存在的重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等因素的影响。公司以不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额确定包含可变对价的交易价格。合同中存在重大融资成分的，公司按照假定客户在取

得商品或服务控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格，并在合同期间内采用实际利率法摊销该交易价格与合同对价之间的差额。

满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务，否则，属于在某一时点履行履约义务：

（1）客户在公司履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益。

（2）客户能够控制公司履约过程中在建的商品。

（3）公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且公司在整个合同期内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，公司在该段时间内按照履约进度确认收入，但是，履约进度不能合理确定的除外。公司考虑商品或服务的性质，采用产出法或投入法确定履约进度。当履约进度不能合理确定时，已经发生的成本预计能够得到补偿的，公司按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

对于在某一时点履行的履约义务，公司在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品或服务控制权时，公司考虑下列迹象：

（1）公司就该商品或服务享有现时收款权利，即客户就该商品或服务负有现时付款义务。

（2）公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权。

（3）公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品。

（4）公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬。

（5）客户已接受该商品或服务等。

2、具体原则

（1）主营业务收入确认原则

内销各模式下收入确认原则：

①ODM/OEM 模式下，货物经客户签收确认或者交付给客户指定的物流公司，确认商品销售收入；

②线上直销模式下，货物于终端消费者签收或系统默认终端消费者签收，确认收入；在该收入确认原则下，公司根据物流数据计算平均到货期为 3 天内，故实际操作中公司**参考发货后 3 天确认收入**。

③线下直销模式下，货物已经发出并经客户签收确认，确认商品销售收入；

④线上经销模式下，货物已经发出并经经销商签收确认，确认商品销售收入；

⑤线上经销代发货模式下，货物于终端消费者签收或系统默认终端消费者签收，确认收入；在该收入确认原则下，公司根据物流数据计算平均到货期为 3 天内，故实际操作中公司**参考发货后 3 天确认收入**。

⑥线下经销模式下，货物已经发出并经经销商签收确认或者交付于经销商指定的物流公司，确认商品销售收入。

外销各模式下收入确认原则：

外销业务每个销售模式下的结算方式主要有 FOB、CIF、EXW 以及其他零星方式。每个模式列示该三种结算方式下的收入确认政策：

①ODM 模式：对于采用 FOB 条款，在合同规定的装运港将货物装箱上船并货物越过船舷时，确认销售收入；对于采用 CIF 条款，在合同规定的装运港将货物装箱上船并货物越过船舷时，确认销售收入；对于采用 EXW 条款，在合同规定的工厂将货物交付于客户后时，确认销售收入。

②线下经销模式：对于采用 FOB 条款，在合同规定的装运港将货物装箱上船并货物越过船舷时，确认销售收入；对于采用 CIF 条款，在合同规定的装运港将货物装箱上船并货物越过船舷时，确认销售收入。

（2）其他业务收入确认原则

项目	收入确认原则
原材料	货物已经发出并经客户签收后确认收入
废品销售	废品交付给客户后确认收入
水电费	月度水电费抄表确认单经客户签字确认后确认收入

项目	收入确认原则
服务费	收汇后根据产品开发进度，取得客户确认书后确认收入
租赁	依据租赁合同约定分期确认收入
运保费	货物运送至目的港后确认收入

（二十四）合同成本

合同成本包括合同履约成本与合同取得成本。

公司为履行合同而发生的成本，不属于存货、固定资产或无形资产等相关准则规范范围的，在满足下列条件时作为合同履约成本确认为一项资产：

（1）该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关。

（2）该成本增加了公司未来用于履行履约义务的资源。

（3）该成本预期能够收回。

公司为取得合同发生的增量成本预期能够收回的，作为合同取得成本确认为一项资产。

与合同成本有关的资产采用与该资产相关的商品或服务收入确认相同的基础进行摊销；但是对于合同取得成本摊销期限未超过一年的，公司在发生时将其计入当期损益。

与合同成本有关的资产，其账面价值高于下列两项的差额的，公司对超出部分计提减值准备，并确认为资产减值损失：

（1）因转让与该资产相关的商品或服务预期能够取得的剩余对价；

（2）为转让该相关商品或服务估计将要发生的成本。

以前期间减值的因素之后发生变化，使得前述差额高于该资产账面价值的，公司转回原已计提的减值准备，并计入当期损益，但转回后的资产账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该资产在转回日的账面价值。

（二十五）政府补助

1、类型

政府补助，是公司从政府无偿取得的货币性资产或非货币性资产，分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，是指公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

公司将政府补助划分为与资产相关的具体标准为：政府文件规定用于购建或以其他方式形成长期资产的，作为与资产相关的政府补助。

公司将政府补助划分为与收益相关的具体标准为：与资产相关的政府补助之外的政府补助。

对于政府文件未明确规定补助对象的，公司将该政府补助划分为与资产相关或与收益相关的判断依据为：政府文件不明确的，以取得该补助必须具备的基本条件为基础进行判断，以购建或其他方式形成长期资产为基本条件的作为与资产相关的政府补助，除此之外的作为与收益相关的政府补助。

2、确认时点

政府补助在公司能够满足其所附的条件并且能够收到时，予以确认。

3、会计处理

与资产相关的政府补助，冲减相关资产账面价值或确认为递延收益。确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入当期损益（与公司日常活动相关的，计入其他收益；与公司日常活动无关的，计入营业外收入）；

与收益相关的政府补助，用于补偿公司以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益（与公司日常活动相关的，计入其他收益；与公司日常活动无关的，计入营业外收入）或冲减相关成本费用或损失；用于补偿公司已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益（与公司日常活动相关的，计入其他收益；与公司日常活动无关的，计入营业外收入）或冲减相关成本费用或损失。

（二十六）递延所得税资产、递延所得税负债

所得税包括当期所得税和递延所得税。除因企业合并和直接计入所有者权益（包括其他综合收益）的交易或者事项产生的所得税外，公司将当期所得税和递延所得税计入当期损益。

递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额（暂时性差异）计算确认。

对于可抵扣暂时性差异确认递延所得税资产，以未来期间很可能取得的用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

对于应纳税暂时性差异，除特殊情况外，确认递延所得税负债。

不确认递延所得税资产或递延所得税负债的特殊情况包括：

（1）商誉的初始确认；

（2）既不是企业合并、发生时也不影响会计利润和应纳税所得额（或可抵扣亏损）的交易或事项。

对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的应纳税暂时性差异，确认递延所得税负债，除非公司能够控制该暂时性差异转回的时间且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，当该暂时性差异在可预见的未来很可能转回且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额时，确认递延所得税资产。

资产负债表日，对于递延所得税资产和递延所得税负债，根据税法规定，按照预期收回相关资产或清偿相关负债期间的适用税率计量。

资产负债表日，公司对递延所得税资产的账面价值进行复核。如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，减记的金额予以转回。

当拥有以净额结算的法定权利，且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同时进行时，当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列报。

资产负债表日，递延所得税资产及递延所得税负债在同时满足以下条件时以抵销后的净额列示：

（1）纳税主体拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利；

（2）递延所得税资产及递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者是对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产及负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债或是同时取得资产、清偿负债。

（二十七）租赁

自 2019 年 1 月 1 日起的会计政策

租赁，是指在一定期间内，出租人将资产的使用权让与承租人以获取对价的合同。

在合同开始日，公司评估合同是否为租赁或者包含租赁。如果合同中一方让渡了在一定期间内控制一项或多项已识别资产使用的权利以换取对价，则该合同为租赁或者包含租赁。

合同中同时包含多项单独租赁的，公司将合同予以分拆，并分别各项单独租赁进行会计处理。合同中同时包含租赁和非租赁部分的，承租人和出租人将租赁和非租赁部分进行分拆。

对于由新冠肺炎疫情直接引发的、就现有租赁合同达成的租金减免、延期支付等租金减让，同时满足下列条件的，本公司对所有租赁选择采用简化方法，不评估是否发生租赁变更，也不重新评估租赁分类：

（1）减让后的租赁对价较减让前减少或基本不变，其中，租赁对价未折现或按减让前折现率折现均可；

（2）减让仅针对 2022 年 6 月 30 日前的应付租赁付款额，2022 年 6 月 30 日后应付租赁付款额增加不影响满足该条件，2022 年 6 月 30 日后应付租赁付款

额减少不满足该条件；

（3）综合考虑定性和定量因素后认定租赁的其他条款和条件无重大变化。

1、公司作为承租人

（1）使用权资产

在租赁期开始日，公司对除短期租赁和低价值资产租赁以外的租赁确认使用权资产。使用权资产按照成本进行初始计量。该成本包括：

1）租赁负债的初始计量金额；

2）在租赁期开始日或之前支付的租赁付款额，存在租赁激励的，扣除已享受的租赁激励相关金额；

3）公司发生的初始直接费用；

4）公司为拆卸及移除租赁资产、复原租赁资产所在场地或将租赁资产恢复至租赁条款约定状态预计将发生的成本，但不包括属于为生产存货而发生的成本。

公司后续采用直线法对使用权资产计提折旧。对能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，公司在租赁资产剩余使用寿命内计提折旧；否则，租赁资产在租赁期与租赁资产剩余使用寿命两者孰短的期间内计提折旧。

（2）租赁负债

在租赁期开始日，公司对除短期租赁和低价值资产租赁以外的租赁确认租赁负债。租赁负债按照尚未支付的租赁付款额的现值进行初始计量。租赁付款额包括：

1）固定付款额（包括实质固定付款额），存在租赁激励的，扣除租赁激励相关金额；

2）取决于指数或比率的可变租赁付款额；

3）根据公司提供的担保余值预计应支付的款项；

4）购买选择权的行权价格，前提是公司合理确定将行使该选择权；

5）行使终止租赁选择权需支付的款项，前提是租赁期反映出公司将行使终止租赁选择权。

公司采用租赁内含利率作为折现率，但如果无法合理确定租赁内含利率的，则采用公司的增量借款利率作为折现率。

公司按照固定的周期性利率计算租赁负债在租赁期内各期间的利息费用，并计入当期损益或相关资产成本。

未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益或相关资产成本。

在租赁期开始日后，发生下列情形的，公司重新计量租赁负债，并调整相应的使用权资产，若使用权资产的账面价值已调减至零，但租赁负债仍需进一步调减的，将差额计入当期损益：

1）当购买选择权、续租选择权或终止选择权的评估结果发生变化，或前述选择权的实际行权情况与原评估结果不一致的，公司按变动后租赁付款额和修订后的折现率计算的现值重新计量租赁负债；

2）当实质固定付款额发生变动、担保余值预计的应付金额发生变动或用于确定租赁付款额的指数或比率发生变动，公司按照变动后的租赁付款额和原折现率计算的现值重新计量租赁负债。但是，租赁付款额的变动源自浮动利率变动的，使用修订后的折现率计算现值。

（3）短期租赁和低价值资产租赁

公司选择对短期租赁和低价值资产租赁不确认使用权资产和租赁负债，并将相关的租赁付款额在租赁期内各个期间按照直线法计入当期损益或相关资产成本。短期租赁，是指在租赁期开始日，租赁期不超过 12 个月且不包含购买选择权的租赁。低价值资产租赁，是指单项租赁资产为全新资产时价值较低的租赁。公司转租或预期转租租赁资产的，原租赁不属于低价值资产租赁。

（4）租赁变更

租赁发生变更且同时符合下列条件的，公司将该租赁变更作为一项单独租赁进行会计处理：

1）该租赁变更通过增加一项或多项租赁资产的使用权而扩大了租赁范围；

2）增加的对价与租赁范围扩大部分的单独价格按该合同情况调整后的金额相当。

租赁变更未作为一项单独租赁进行会计处理的，在租赁变更生效日，公司重新分摊变更后合同的对价，重新确定租赁期，并按照变更后租赁付款额和修订后的折现率计算的现值重新计量租赁负债。

租赁变更导致租赁范围缩小或租赁期缩短的，公司相应调减使用权资产的账面价值，并将部分终止或完全终止租赁的相关利得或损失计入当期损益。其他租赁变更导致租赁负债重新计量的，公司相应调整使用权资产的账面价值。

（5）新冠肺炎疫情相关的租金减让

对于采用新冠肺炎疫情相关租金减让简化方法的，本公司不评估是否发生租赁变更，继续按照与减让前一致的折现率计算租赁负债的利息费用并计入当期损益，继续按照与减让前一致的方法对使用权资产进行计提折旧。发生租金减免的，本公司将减免的租金作为可变租赁付款额，在达成减让协议等解除原租金支付义务时，按未折现或减让前折现率折现金额冲减相关资产成本或费用，同时相应调整租赁负债；延期支付租金的，本公司在实际支付时冲减前期确认的租赁负债。

对于短期租赁和低价值资产租赁，本公司继续按照与减让前一致的方法将原合同租金计入相关资产成本或费用。发生租金减免的，本公司将减免的租金作为可变租赁付款额，在减免期间冲减相关资产成本或费用；延期支付租金的，本公司在原支付期间将应支付的租金确认为应付款项，在实际支付时冲减前期确认的应付款项。

2、公司作为出租人

在租赁开始日，公司将租赁分为融资租赁和经营租赁。融资租赁，是指无论所有权最终是否转移，但实质上转移了与租赁资产所有权有关的几乎全部风险和报酬的租赁。经营租赁，是指除融资租赁以外的其他租赁。公司作为转租出租人时，基于原租赁产生的使用权资产对转租赁进行分类。

（1）经营租赁会计处理

经营租赁的租赁收款额在租赁期内各个期间按照直线法确认为租金收入。公司将发生的与经营租赁有关的初始直接费用予以资本化，在租赁期内按照与租金收入确认相同的基础分摊计入当期损益。未计入租赁收款额的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益。经营租赁发生变更的，公司自变更生效日起将其作为一项新租赁进行会计处理，与变更前租赁有关的预收或应收租赁收款额视为新租赁的收款额。

（2）融资租赁会计处理

在租赁开始日，公司对融资租赁确认应收融资租赁款，并终止确认融资租赁资产。公司对应收融资租赁款进行初始计量时，将租赁投资净额作为应收融资租赁款的入账价值。租赁投资净额为未担保余值和租赁期开始日尚未收到的租赁收款额按照租赁内含利率折现的现值之和。

公司按照固定的周期性利率计算并确认租赁期内各个期间的利息收入。

未纳入租赁投资净额计量的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益。

融资租赁发生变更且同时符合下列条件的，公司将该变更作为一项单独租赁进行会计处理：

1）该变更通过增加一项或多项租赁资产的使用权而扩大了租赁范围；

2）增加的对价与租赁范围扩大部分的单独价格按该合同情况调整后的金额相当。

融资租赁的变更未作为一项单独租赁进行会计处理的，公司分别下列情形对变更后的租赁进行处理：

1）假如变更在租赁开始日生效，该租赁会被分类为经营租赁的，公司自租赁变更生效日开始将其作为一项新租赁进行会计处理，并以租赁变更生效日前的租赁投资净额作为租赁资产的账面价值；

2）假如变更在租赁开始日生效，该租赁会被分类为融资租赁的，公司按照本节“六、主要会计政策和会计估计”之“（九）金融工具”关于修改或重新议定合同的政策进行会计处理。

3）新冠肺炎疫情相关的租金减让

①对于采用新冠肺炎疫情相关租金减让简化方法的经营租赁，本公司继续按照与减让前一致的方法将原合同租金确认为租赁收入；发生租金减免的，本公司将减免的租金作为可变租赁付款额，在减免期间冲减租赁收入；延期收取租金的，本公司在原收取期间将应收取的租金确认为应收款项，并在实际收到时冲减前期确认的应收款项。

②对于采用新冠肺炎疫情相关租金减让简化方法的融资租赁，本公司继续按照与减让前一致的折现率计算利息并确认为租赁收入。发生租金减免的，本公司将减免的租金作为可变租赁付款额，在达成减让协议等放弃原租金收取权利时，按未折现或减让前折现率折现金额冲减原确认的租赁收入，不足冲减的部分计入投资收益，同时相应调整应收融资租赁款；延期收取租金的，本公司在实际收到时冲减前期确认的应收融资租赁款。

3、售后租回交易

公司按照本节“六、主要会计政策和会计估计”之“（二十四）收入”所述原则评估确定售后租回交易中的资产转让是否属于销售。

（1）作为承租人

售后租回交易中的资产转让属于销售的，公司作为承租人按原资产账面价值中与租回获得的使用权有关的部分，计量售后租回所形成的使用权资产，并仅就转让至出租人的权利确认相关利得或损失；售后租回交易中的资产转让不属于销售的，公司作为承租人继续确认被转让资产，同时确认一项与转让收入等额的金融负债。

（2）作为出租人

售后租回交易中的资产转让属于销售的，公司作为出租人对资产购买进行会计处理，并根据前述“2、公司作为出租人”的政策对资产出租进行会计处理；售后租回交易中的资产转让不属于销售的，公司作为出租人不确认被转让资产，但确认一项与转让收入等额的金融资产。

（二十八）套期会计

1、套期保值的分类

（1）公允价值套期，是指对已确认资产或负债，尚未确认的确定承诺（除外汇风险外）的公允价值变动风险进行的套期。

（2）现金流量套期，是指对现金流量变动风险进行的套期，此现金流量变动源于与已确认资产或负债、很可能发生的预期交易有关的某类特定风险，或一项未确认的确定承诺包含的外汇风险。

（3）境外经营净投资套期，是指对境外经营净投资外汇风险进行的套期。境外经营净投资，是指企业在境外经营净资产中的权益份额。

2、套期关系的指定及套期有效性的认定

在套期关系开始时，公司对套期关系有正式的指定，并准备了关于套期关系、风险管理目标和套期策略的正式书面文件。该文件载明了套期工具性质及其数量、被套期项目性质及其数量、被套期风险的性质、套期类型、以及公司对套期工具有效性的评估。套期有效性，是指套期工具的公允价值或现金流量变动能够抵销被套期风险引起的被套期项目公允价值或现金流量变动的程度。

公司持续地对套期有效性进行评价，判断该套期在套期关系被指定的会计期间内是否满足运用套期会计对于有效性的要求。如果不满足，则终止运用套期关系。

运用套期会计，应当符合下列套期有效性的要求：

（1）被套期项目与套期工具之间存在经济关系。

（2）被套期项目与套期工具经济关系产生的价值变动中，信用风险的影响不占主导地位。

（3）采用适当的套期比率，该套期比率不会形成被套期项目与套期工具相对权重的失衡，从而产生与套期会计目标不一致的会计结果。如果套期比率不再适当，但套期风险管理目标没有改变的，应当对被套期项目或套期工具的数量进行调整，以使得套期比率重新满足有效性的要求。

3、套期会计处理方法

（1）公允价值套期

套期衍生工具的公允价值变动计入当期损益。被套期项目的公允价值因套期风险而形成的变动，计入当期损益，同时调整被套期项目的账面价值。

就与按摊余成本计量的金融工具有关的公允价值套期而言，对被套期项目账面价值所作的调整，在调整日至到期日之间的剩余期间内进行摊销，计入当期损益。按照实际利率法的摊销可于账面价值调整后随即开始，并不得晚于被套期项目终止针对套期风险产生的公允价值变动而进行的调整。

如果被套期项目终止确认，则将未摊销的公允价值确认为当期损益。

被套期项目为尚未确认的确定承诺的，该确定承诺的公允价值因被套期风险引起的累计公允价值变动确认为一项资产或负债，相关的利得或损失计入当期损益。套期工具的公允价值变动亦计入当期损益。

（2）现金流量套期

套期工具利得或损失中属于有效套期的部分，直接确认为其他综合收益，属于无效套期的部分，计入当期损益。

如果被套期交易影响当期损益的，如当被套期财务收入或财务费用被确认或预期销售发生时，则将其他综合收益中确认的金额转入当期损益。如果被套期项目是一项非金融资产或非金融负债的成本，则原在其他综合收益中确认的金额转出，计入该非金融资产或非金融负债的初始确认金额（或则原在其他综合收益中确认的，在该非金融资产或非金融负债影响损益的相同期间转出，计入当期损益）。

如果预期交易或确定承诺预计不会发生，则以前计入其他综合收益中的套期工具累计利得或损失转出，计入当期损益。如果套期工具已到期、被出售、合同终止或已行使（但并未被替换或展期），或者撤销了对套期关系的指定，则以前计入其他综合收益的金额不转出，直至预期交易或确定承诺影响当期损益。

（3）境外经营净投资套期

对境外经营净投资的套期，包括作为净投资的一部分的货币性项目的套期，其处理与现金流量套期类似。套期工具的利得或损失中被确定为有效套期的部分计入其他综合收益，而无效套期的部分确认为当期损益。处置境外经营时，任何计入其他综合收益的累计利得或损失转出，计入当期损益。

七、主要会计政策、会计估计的变更

（一）重要会计政策变更

1、执行《企业会计准则第 21 号——租赁》（2018 年修订）

财政部于 2018 年度修订了《企业会计准则第 21 号——租赁》（简称“新租赁准则”）。公司自 2019 年 1 月 1 日起执行新租赁准则。根据修订后的准则，对于首次执行日前已存在的合同，公司选择在首次执行日不重新评估其是否为租赁或者包含租赁。执行新租赁准则对公司无影响。

（二）其他重要会计政策和会计估计变更情况

1、执行《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》（2019 修订）

财政部于 2019 年 5 月 9 日发布了《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》（2019 修订）（财会〔2019〕8 号），修订后的准则自 2019 年 6 月 10 日起施行，对 2019 年 1 月 1 日至本准则施行日之间发生的非货币性资产交换，应根据本准则进行调整。对 2019 年 1 月 1 日之前发生的非货币性资产交换，不需要按照本准则的规定进行追溯调整。

公司 2019 年度及以后期间的财务报表已执行该准则，执行该准则未对公司财务状况和经营成果产生重大影响。

2、执行《企业会计准则第 12 号——债务重组》（2019 修订）

财政部于 2019 年 5 月 16 日发布了《企业会计准则第 12 号——债务重组》（2019 修订）（财会〔2019〕9 号），修订后的准则自 2019 年 6 月 17 日起施行，对 2019 年 1 月 1 日至本准则施行日之间发生的债务重组，应根据本准则进行调整。对 2019 年 1 月 1 日之前发生的债务重组，不需要按照本准则的规定进行追溯调整。

公司 2019 年度及以后期间的财务报表已执行该准则，债务重组损益计入其他收益和投资收益。

3、执行《企业会计准则解释第 13 号》

财政部于2019年12月10日发布了《企业会计准则解释第13号》〔财会〔2019〕21 号，以下简称“解释第 13 号”），自 2020 年 1 月 1 日起施行，不要求追溯调整。

（1）关联方的认定

解释第 13 号明确了以下情形构成关联方：企业与其所属企业集团的其他成员单位（包括母公司和子公司）的合营企业或联营企业；企业的合营企业与企业的其他合营企业或联营企业。此外，解释第 13 号也明确了仅仅同受一方重大影响的两方或两方以上的企业不构成关联方，并补充说明了联营企业包括联营企业及其子公司，合营企业包括合营企业及其子公司。

（2）业务的定义

解释第 13 号完善了业务构成的三个要素，细化了构成业务的判断条件，同时引入“集中度测试”选择，以在一定程度上简化非同一控制下取得组合是否构成业务的判断等问题。

公司自 2020 年 1 月 1 日起执行解释第 13 号，2019 年度的财务报表不做调整，执行解释第 13 号未对公司财务状况和经营成果产生重大影响。

4、执行《碳排放权交易有关会计处理暂行规定》

财政部于 2019 年 12 月 16 日发布了《碳排放权交易有关会计处理暂行规定》（财会[2019]22 号），适用于按照《碳排放权交易管理暂行办法》等有关规定开展碳排放权交易业务的重点排放单位中的相关企业（以下简称重点排放企业）。该规定自 2020 年 1 月 1 日起施行，重点排放企业应当采用未来适用法应用该规定。

公司自 2020 年 1 月 1 日起执行该规定，2019 年度的财务报表不做调整，执行该规定未对公司财务状况和经营成果产生重大影响。

5、执行一般企业财务报表格式的修订

财政部分别 2019 年度发布了《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会（2019）6 号）和《关于修订印发合并财务报表格式（2019 版）的通知》（财会（2019）16 号），对一般企业财务报表格式进行了修订。

公司已按修订后的格式编制报告期内的财务报表。

6、执行《新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定》

财政部于 2020 年 6 月 19 日发布了《新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定》（财会〔2020〕10 号），自 2020 年 6 月 19 日起施行，允许企业对 2020 年 1 月 1 日至该规定施行日之间发生的相关租金减让进行调整。按照该规定，对于满足条件的由新冠肺炎疫情直接引发的租金减免、延期支付租金等租金减让，企业可以选择采用简化方法进行会计处理。

公司对于属于该规定适用范围的租金减让全部选择采用简化方法进行会计处理并对 2020 年 1 月 1 日至该规定施行日之间发生的相关租金减让根据该规定进行相应调整。

7、执行《关于调整<新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定>适用范围的通知》

财政部于 2021 年 5 月 26 日发布了《关于调整<新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定>适用范围的通知》（财会〔2021〕9 号），自 2021 年 5 月 26 日起施行，将《新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定》允许采用简化方法的新冠肺炎疫情相关租金减让的适用范围由“减让仅针对 2021 年 6 月 30 日前的应付租赁付款额”调整为“减让仅针对 2022 年 6 月 30 日前的应付租赁付款额”，其他适用条件不变。

公司对适用范围调整前符合条件的租赁合同已全部选择采用简化方法进行会计处理，对适用范围调整后符合条件的类似租赁合同也全部采用简化方法进行会计处理（提示：如果不是全部采用，还应披露采用简化方法处理的租赁合同的性质，但对于简化方法的选择应当一致应用于《新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定》适用范围调整前后符合条件的类似租赁合同），并对通知发布前已采用租赁变更进行会计处理的相关租赁合同进行追溯调整，但不调整前期比较财务

报表数据；对 2021 年 1 月 1 日至该通知施行日之间发生的未按照该通知规定进行会计处理的相关租金减让，根据该通知进行调整。该通知对公司无影响。

8、执行《企业会计准则解释第 14 号》

财政部于 2021 年 2 月 2 日发布了《企业会计准则解释第 14 号》〔财会〔2021〕1 号，以下简称“解释第 14 号”），自公布之日起施行。2021 年 1 月 1 日至施行日新增的有关业务，根据解释第 14 号进行调整。该解释对公司无影响。

八、报告期内适用的主要税种税率及享受的税收优惠

（一）主要税种及税率

税　种	计税依据	税　率		
		2021 年度	2020 年度	2019 年度
增值税	按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	13%、6%、5%	13%、6%、5%	16%、13%、6%、5%
城市维护建设税	按实际缴纳的增值税计缴	7%	7%	7%
企业所得税	按应纳税所得额计缴	15%	15%	15%

不同税率的纳税主体企业所得税税率说明：

纳税主体名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
炬德国际	16.50%	16.50%	16.50%

（二）税收优惠

1、企业所得税

（1）2016 年 11 月 30 日，公司取得经江苏省科学技术厅、江苏省财政厅、国家税务总局江苏省税务局共同颁发的编号为 GR201632000540 的《高新技术企业证书》，有效期三年。2019 年 11 月 22 日，公司取得经江苏省科学技术厅、江苏省财政厅、国家税务总局江苏省税务局共同颁发的编号为 GR201932003930 的《高新技术企业证书》，有效期三年。故 2019 年至 2021 年公司享受高新技术企业税收优惠政策，企业所得税税率 15%。

（2）2016 年 11 月 30 日，公司之子公司电器研究院取得经江苏省科学技术厅、江苏省财政厅、国家税务总局江苏省税务局共同颁发的编号为

GR201632000528 的《高新技术企业证书》，有效期三年。2019 年 11 月 22 日，电器研究院取得经江苏省科学技术厅、江苏省财政厅、国家税务总局江苏省税务局共同颁发的编号为 GR201932004324 的《高新技术企业证书》，有效期三年。

根据《财政部国家税务总局关于集成电路设计和软件产业企业所得税政策的公告》（财税〔2019〕68 号）第一条规定，依法成立且符合条件的集成电路设计企业和软件企业，在 2018 年 12 月 31 日前自获利年度起计算优惠期，第一年至第二年免征企业所得税，第三年至第五年按照 25%的法定税率减半征收企业所得税，并享受至期满为止。

故 2019 年至 **2021 年**电器研究院享受高新技术企业税收优惠政策，企业所得税税率 15%。

（3）2016 年 11 月 15 日，深圳电器取得经深圳市科技创新委员会、深圳市财政委员会、深圳市国家税务局、深圳市地方税务局共同颁发的编号为 GR201644200403 的《高新技术企业技术证书》，有效期三年。2019 年 12 月 9 日，公司之子公司深圳电器取得经深圳市科技创新委员会、深圳市财政局、国家税务总局深圳市税务局共同颁发的编号为 GR201944200590 的《高新技术企业技术证书》，有效期三年。故 **2019 年**至 **2021 年**深圳电器享受高新技术企业税收优惠政策，企业所得税税率 15%。

2、增值税

自 2011 年 1 月 1 日起，根据财政部及国家税务总局发布的财税[2011]100 号关于软件产品增值税政策的通知，公司销售其自行开发生产的软件产品，按 17%税率征收增值税后，对其增值税实际税负超过 3%的部分实行即征即退政策。

九、经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表

（一）非经常性损益的具体内容、金额

公司根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益》（证监会公告[2008]43 号）编制了 2019 年度、2020 年度及 **2021 年度**的非经常性损益明细表，并经立信会计师事务所出具的《非经常性损益明细表鉴证报告》（信会师报字**[2022]**第 **ZA11460** 号）鉴证。

报告期内，公司非经常性损益具体内容、金额明细如下：

单位：万元

项　目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
非流动资产处置损益	**-354.97**	66.72	-91.63
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	**5,020.18**	4,920.04	1,900.24
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	1,599.29	2,563.89
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	**1,237.00**	1,339.59	-457.61
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	**561.30**	-114.59	33.38
其他符合非经常性损益定义的损益项目	**-**	-2,059.12	-
小计	**6,463.51**	**5,751.93**	**3,948.27**
所得税影响额	**-969.53**	-931.76	-207.66
少数股东权益影响额（税后）	-	-367.84	-589.69
合计	**5,493.98**	**4,452.33**	**3,150.92**
归属于母公司股东的净利润	**12,394.08**	14,842.66	16,900.91
归属于母公司股东的非经常性损益占归属于母公司股东的净利润的比例	**44.33%**	30.00%	18.64%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	**6,900.10**	10,390.32	13,749.99

报告期各期，公司归属于母公司股东的非经常性损益净额分别为 3,150.92 万元、4,452.33 万元和 **5,493.98** 万元，对非经常性损益影响较大的项目要是计入当期损益的政府补助、一次性确认的股份支付费用及同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益。 报告期各期， 公司非经常性损益占归属于母公司股东的净利润的比例分别为 18.64%、30.00%和 **44.33%**。

十、主要财务指标

（一）主要财务指标

财务指标	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
流动比率（倍）	**0.80**	0.91	0.88
速动比率（倍）	**0.70**	0.81	0.79
资产负债率（合并）	**78.61%**	81.39%	82.52%
资产负债率（母公司）	**79.70%**	83.30%	88.48%
应收账款周转率（次/年）	**9.11**	10.26	12.95
存货周转率（次/年）	**14.94**	15.35	17.45
息税折旧摊销前利润（万元）	**25,574.36**	28,576.51	29,862.86
归属于发行人股东的净利润（万元）	**12,394.08**	14,842.66	16,900.91
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	**6,900.10**	10,390.32	13,749.99
研发投入占营业收入的比例	**3.78%**	3.66%	3.70%
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	**3.41**	0.62	5.50
每股净现金流量（元/股）	**0.52**	-1.04	2.42
归属于发行人股东的每股净资产（元）	**3.34**	2.70	3.52

注：上述财务指标的计算公式如下：
1、流动比率＝流动资产÷流动负债
2、速动比率＝（流动资产-存货）÷流动负债
3、资产负债率＝总负债÷总资产
4、应收账款周转率＝营业收入÷应收账款平均账面价值
5、存货周转率=营业成本÷存货平均账面价值
6、息税折旧摊销前利润＝净利润+所得税费用+利息支出-利息收入+折旧费用+摊销费用
7、归属于发行人股东的净利润=归属于母公司所有者的净利润
8、归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润=净利润-少数股东损益-税后非经常性损益
9、研发投入占营业收入的比例＝研发投入／营业收入
10、每股经营活动的现金流量净额＝经营活动产生的现金流量净额÷当期股本总额
11、每股净现金流量＝现金及现金等价物净增加（或减少）额／期末总股本
12、归属于发行人股东的每股净资产（元）=期末净资产÷当期股本总额

（二）净资产收益率和每股收益

按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号—净资产收益率和每股收益的计算及披露（2010 年修订）》，公司报告期加权平均的净资产收益率和每股收益如下：

报告期利润	报告期	加权平均净资产收益率	每股收益（元）	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	**2021 年度**	**21.22%**	**0.64**	**0.64**
	2020 年度	33.14%	0.77	0.77
	2019 年度	47.51%	-	-
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	**2021 年度**	**11.81%**	**0.36**	**0.36**
	2020 年度	23.20%	0.54	0.54
	2019 年度	38.95%	-	-

注：净资产收益率和每股收益的计算公式如下：

1、加权平均净资产收益率=P/（E0＋NP/2＋Ei×Mi/M0－Ej×Mj/M0±Ek×Mk/M0）

其中：P 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产下一月份起至报告期末的月份数；Mj 为减少净资产下一月份起至报告期末的月份数；Ek 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动下一月份起至报告期末的月份数

2、基本每股收益=P/S

S=S0＋S1＋Si×Mi/M0－Sj×Mj/M0－Sk

其中：P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 报告期月份数；Mi 为增加股份下一月份起至报告期末的月份数；Mj 为减少股份下一月份起至报告期末的月份数

3、稀释每股收益=[P+（已确认为费用的稀释性潜在普通股利息－转换费用）×（1-所得税率）]/（S0＋S1＋Si×Mi/M0－Sj×Mj/M0－Sk+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数）

报告期内公司不存在稀释潜在普通股

十一、经营成果分析

（一）经营成果总体分析

报告期内，公司主要经营成果列示如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
营业收入	**400,182.07**	373,941.34	368,547.73
营业成本	**353,204.31**	324,632.60	313,412.20
营业利润	**12,527.29**	17,312.31	19,434.23
利润总额	**13,088.59**	17,197.79	19,471.49
净利润	**12,394.08**	15,210.49	17,490.60
毛利率	**11.74%**	13.19%	14.96%

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
净利润率	**3.10%**	4.07%	4.75%

注：毛利率=（营业收入-营业成本）/营业收入；净利润率=净利润/营业收入

报告期内，公司持续拓展业务，收入规模逐年上升。2019 年、2020 年和 **2021 年**，公司实现营业收入分别为 368,547.73 万元、373,941.34 万元和 **400,182.07 万元**，实现净利润分别为 17,490.60 万元、15,210.49 万元和 **12,394.08 万元**。最近**两年**，受疫情及原材料成本上涨等因素影响，公司净利润有所下降。

（二）营业收入分析

1、营业收入构成分析

报告期内，公司营业收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	**391,570.04**	**97.85%**	367,356.55	98.24%	364,884.12	99.01%
其他业务收入	**8,612.03**	**2.15%**	6,584.79	1.76%	3,663.61	0.99%
营业收入合计	**400,182.07**	**100.00%**	**373,941.34**	**100.00%**	**368,547.73**	**100.00%**

报告期内，公司聚焦主业，营业收入主要为主营业务收入。报告期各期，公司的主营业务收入分别为 364,884.12 万元、367,356.55 万元和 **391,570.04 万元**。

2、主营业务收入按产品种类分析

报告期内，公司主营业务收入分产品种类情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
冰箱	**165,310.36**	**42.22%**	173,611.15	47.26%	171,094.28	46.89%
洗衣机	**172,625.72**	**44.09%**	149,925.26	40.81%	153,058.88	41.95%
平板电脑	**42,015.89**	**10.73%**	31,454.48	8.56%	23,346.52	6.40%
其他	**11,618.07**	**2.97%**	12,365.67	3.37%	17,384.44	4.76%
主营业务收入合计	**391,570.04**	**100.00%**	**367,356.55**	**100.00%**	**364,884.12**	**100.00%**

报告期内，公司收入主要来自对冰箱、洗衣机产品的销售，两者合计占营业收入比例在 85%以上。报告期内，平板电脑产品销售收入保持快速增长的趋势，

占营业收入比例持续提升。

（1）冰箱产品销售收入变动分析

报告期内，公司冰箱产品销售收入分别为 171,094.28 万元、173,611.15 万元及 **165,310.36 万元**，分别占主营业务收入的 46.89%、47.26%及 **42.22%**。**2021 年**占比明显下降，**冰箱产品销售收入较 2020 年下降 4.78%，**主要系冰箱产品成本受原材料成本上涨影响较大，**影响了当年度公司冰箱产品的生产与销售策略，冰箱产量和销售均有所下降**。2020 年冰箱产品销售收入较 2019 年同比增加 1.47%，波动较小。

（2）洗衣机产品销售收入变动分析

报告期内，公司洗衣机产品销售收入分别为 153,058.88 万元、149,925.26 万元及 **172,625.72 万元**，分别占主营业务收入的 41.95%、40.81%及 **44.09%**。2019 年-2020 年，洗衣机产品占比保持相对稳定，**2021 年**，洗衣机产品占比明显提升，主要系冰箱产品占比下降较大所致。2020 年洗衣机产品销售收入较 2019 年同比下降 2.05%，主要系疫情影响所致。**2021 年洗衣机产品销售收入较 2020 年提升 15.14%，主要系公司加大了与小米、IRISOHYAMA CO.,LTD 的战略合作，为其定制生产的产品深受市场欢迎，使得公司对上述客户的销售收入同比大幅增加，从而带动公司洗衣机产品销售收入的明显增长。**

（3）平板电脑产品销售收入变动分析

报告期内，公司平板电脑产品销售收入分别为 23,346.52 万元、31,454.48 万元及 **42,015.89 万元**，分别占主营业务收入的 6.40%、8.56%及 **10.73%**。2020 年**-2021 年**，平板电脑产品占比较 2019 年快速提升，主要系疫情影响，远程办公、**居家娱乐**等需求刺激了电子产品等终端需求的爆发，从而导致公司平板电脑销售明显增长。

（4）其他收入变动分析

报告期内，公司主营业务收入中“其他”项的构成情况如下表所示：

单位：万元，%

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
冷柜	9,546.05	82.17	9,849.49	79.65	12,968.08	74.60
PDVD	1,744.84	15.02	2,262.97	18.30	4,061.47	23.36
其他	327.17	2.82	253.21	2.05	354.88	2.04
合计	11,618.07	100.00	12,365.67	100.00	17,384.44	100.00

报告期内，公司主营业务收入中“其他”项主要是冷柜和 PDVD 销售收入，合计占比 97%以上。2020 年冷柜销售收入有所下降，主要系疫情影响及公司调整产品结构所致。2020 年-2021 年 PDVD 产品销售收入持续减少，主要系伴随流媒体的兴起，PDVD 等物理介质媒体的销量出现了显著下滑。

3、主营业务收入按市场区域构成分析

报告期内，公司主营业务收入按市场区域的销售情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内	268,615.72	68.60%	262,685.26	71.51%	267,501.13	73.31%
境外	122,954.32	31.40%	104,671.30	28.49%	97,382.99	26.69%
主营业务收入合计	391,570.04	100.00%	367,356.55	100.00%	364,884.12	100.00%

报告期内，公司销售以境内为主，境内收入占主营业务收入比例超过 65%。随着公司品牌影响力的提升，公司逐渐加大海外市场的开拓力度，境外收入增长较快，占比逐年提高，由 2019 年的 26.69%提升至 2021 年的 31.40%。

4、主营业务收入按销售模式构成分析

报告期内，公司产品的销售模式主要分为经销、直销和 ODM/OEM。各销售模式产生的收入情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直销	11,894.49	3.04%	9,935.59	2.70%	11,490.46	3.15%
经销	151,718.85	38.75%	151,064.04	41.12%	172,687.46	47.33%
ODM	227,219.42	58.03%	202,583.63	55.15%	176,550.25	48.39%

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
OEM	**737.29**	**0.19%**	3,773.29	1.03%	4,155.96	1.14%
主营业务收入合计	**391,570.04**	**100.00%**	**367,356.55**	**100.00%**	**364,884.12**	**100.00%**

报告期内，公司主要通过经销、ODM 的模式进行销售，其中，ODM 占比逐年提升。报告期内，公司凭借较好的技术实力和研发实力获得了较多家电品牌企业的青睐，与其建立了良好的合作关系，从而导致 ODM 销售收入快速增长。

（1）直销模式

近年来，公司通过在淘宝、京东等平台开设直营店铺的方式进行直销模式，报告期各期公司直销模式销售收入分别为 11,490.46 万元、9,935.59 万元及 **11,894.49 万元，占主营业务收入的比例分别为 3.15%、2.70%和 3.04%，占比相对稳定。**

（2）经销模式

通过多年的经营积累，公司建立了完善的经销网络体系，包含线上经销及线下经销，报告期各期公司经销收入分别为 172,687.46 万元、151,064.04 万元和 **151,718.85** 万元，占主营业务收入的比例分别为 47.33%、41.12%和 **38.75%**，占比逐年下降。2020 年经销模式收入较 2019 年下降 12.52%，主要系疫情影响，公司线下经销模式收入下降 30.38%所致。**2021 年经销模式收入较 2020 年增长 0.43%，波动较小。**

（3）ODM

公司 ODM 业务收入主要来自于冰箱、洗衣机产品的销售，少部分来自于子公司深圳电器平板电脑产品的销售。随着公司产品质量和制造优势的提升，公司与国内外越来越多的客户建立了较为良好的 ODM 生产关系。报告期各期公司 ODM 销售收入分别为 176,550.25 万元、202,583.63 万元和 **227,219.42 万元**，占主营业务收入的比例分别为 48.39%、55.15%和 **58.03%**，占比逐年上升。**2020 年、2021 年 ODM 销售收入分别同比增长 14.75%、12.16%，主要系随着销售规模的提升，公司技术优势、产品质量优势、快速反应优势不断提升，行业口碑良好，在产品品质、工艺技术、响应速度等方面达到了主要品牌商的标准和要求，获**

得小米、IRISOHYAMA CO.,LTD、Glimpse LLC 等国内外品牌客户的认可，使得 ODM 销售收入稳定增长。

（4）OEM

公司 OEM 业务收入来自于子公司深圳电器的平板电脑产品。报告期各期公司 OEM 销售收入分别为 4,155.96 万元、3,773.29 万元和 **737.29 万元**，占主营业务比例分别为 1.14%、1.03%和 **0.19%**，占比逐年下降，主要系公司加大了对平板电脑 ODM 业务的拓展所致。2021 年，公司 OEM 销售收入大幅下降，主要系受教育行业政策趋紧影响，2020 年 OEM 模式重要客户如上海易教、好成绩网络，暂停或减少了对公司平板电脑产品的采购规模。

5、主营业务收入的季节性分析

报告期内，公司每季度主营业务收入情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一季度	84,961.77	**21.70%**	56,370.58	15.34%	74,247.99	20.35%
二季度	104,557.03	**26.70%**	97,034.54	26.41%	95,657.23	26.22%
三季度	**104,803.66**	**26.76%**	106,307.50	28.94%	100,980.92	27.67%
四季度	**97,247.59**	**24.84%**	107,643.94	29.30%	93,997.97	25.76%
主营业务收入合计	**391,570.04**	**100.00%**	**367,356.55**	**100.00%**	**364,884.12**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务收入无明显的季节性特征。一季度公司的主营业务收入占比较低，主要是由于生产和销售受到春节假期的因素影响。2020 年第一季度收入占比同比出现较大幅度的下滑，主要系疫情影响，公司当季度的生产及销售均受到较大影响所致。

6、主营业务收入变动分析

报告期各期，公司分别实现主营业务收入 364,884.12 万元、367,356.55 万元及 **391,570.04 万元**，**2019-2021 年**年均复合增长率为 **3.59%**。

报告期内公司经营情况良好，主营业务收入保持增长趋势，主要原因如下：

（1）品牌影响力逐步提升，行业认可度不断提高

经过多年的发展，创维冰箱、洗衣机品牌知名度逐步提高，消费者认可度不断提升。同时，公司积极拓展 ODM/OEM 渠道，在产品品质、工艺技术、响应速度等方面达到了主要品牌商的标准和要求，获得小米、云米、IRISOHYAMA CO.,LTD 等国内外客户的认可，为公司进一步扩大产能、开拓市场奠定了坚实的基础。报告期各期，发行人 ODM/OEM 业务收入合计分别为 180,706.21 万元、206,356.92 万元和 **227,956.70 万元**，保持持续增长趋势，已成为发行人主营业务收入的主要来源。

（2）产品线日益丰富，产品不断迭代升级，市场竞争力不断提升

①公司冰箱与洗衣机产品产品不断迭代升级，质量优势和生产优势在报告期内稳步提升，但受疫情及原材料成本大幅上涨等因素影响，**报告期内**销售收入处于相对稳定状态

报告期各期，公司冰洗产品分别实现业务收入 324,153.16 万元、323,536.41 万元及 **337,936.08 万元**。公司经过持续多年的积累之后，品牌影响力明显提升，得到较多客户的认可，在基础产品单门冰箱、波轮洗衣机基础上，逐步开发出多门冰箱、滚筒洗衣机等高端产品，产品线进一步完善，可满足客户更加多样化的需求。

2020 年，受疫情冲击，公司冰洗产品销售受到一定的负面影响，同比略有下降。**2021 年**，受原材料价格上涨，尤其是冰箱原材料价格大幅上涨的影响，公司冰箱产品销售收入明显下降。

②平板电脑产品保持快速增长

公司 2020 年 9 月通过同一控制下业务合并收购深圳电器平板电脑业务。上述业务纳入公司后发展情况良好，同时，受疫情影响，远程办公、在线教育等下游市场需求旺盛，刺激了公司平板电脑产品的销售增长。**2019-2021 年**，公司平板电脑产品销售收入分别为 23,346.52 万元、31,454.48 万元及 **42,015.89 万元**，报告期内实现快速增长。

（3）渠道开拓成效显著

报告期内，公司不断加大渠道开拓力度。线下渠道方面，公司持续优化经销商结构，不断增强经销商服务终端消费者的能力，持续提升公司自有品牌在下沉

县市的影响力；线上渠道方面，公司组建了专业的电商管理运营团队，一方面加强了对线上经销商的管理，另一方面加大了自营店铺的人员及资金投入；ODM/OEM 渠道方面，公司持续优化产品质量、降低制造成本，不断加大对核心客户的开拓工作。

随着公司销售渠道的不断拓展与优化，公司在报告期内：1）与小米、云米、IRISOHYAMA CO.,LTD、Glimpse LLC 等多家主要品牌商建立了持续稳定的合作伙伴关系；2）线上渠道加强了与京东的合作，对京东的销售收入保持持续增长；3）天猫平台直营店铺运营良好，极大地丰富了公司产品的市场曝光度，助力公司销售收入保持持续增长。

7、报告期内产品产销量等业务执行数据与收入确认数据的一致性

报告期内，公司各期间产量和销量数据如下所示：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
冰箱			
产量（万台）	**158.29**	**176.39**	**168.67**
销量（万台）	**156.59**	176.77	168.87
冰箱产品收入（万元）	**165,310.36**	173,611.15	171,094.28
冰箱产品单价（元/台）	**1,055.70**	982.12	1,013.20
洗衣机			
产量（万台）	**172.92**	166.24	**168.68**
销量（万台）	**172.31**	165.31	166.43
洗衣机产品收入（万元）	**172,625.72**	149,925.26	153,058.88
洗衣机产品单价（元/台）	**1,001.83**	906.91	919.67
平板电脑			
产量（万台）	**91.78**	**78.19**	**51.75**
销量（万台）	**88.19**	80.88	50.63
平板电脑产品收入（万元）	**42,015.89**	31,454.48	23,346.52
平板电脑产品单价（元/台）	**476.44**	388.88	461.12

报告期内，公司各类产品产销情况整体保持匹配。

8、其他业务收入构成分析

报告期内，公司其他业务收入的构成情况如下表所示：

单位：万元，%

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料销售	3,285.99	38.16	3,982.56	60.48	1,823.50	49.77
运保费	2,787.33	32.37	512.69	7.79	-	-
水电费	862.95	10.02	804.63	12.22	735.11	20.07
废品销售	692.55	8.04	521.47	7.92	477.44	13.03
服务费	495.37	5.75	322.25	4.89	214.31	5.85
租赁费	487.83	5.66	441.19	6.70	413.24	11.28
合计	8,612.03	100.00	6,584.79	100.00	3,663.61	100.00

报告期内，公司其他业务收入主要为冰洗产品原材料销售收入、运保费。原材料销售收入具体为售后维修用配件、相关模具的销售产生的收入，2020 年金额较 2019 年有所增加，主要系随着销售规模的增加，备品备件等原材料的销售也随之增加所致。运保费系外销 CIF 模式下为客户办理海运及保险费收取的费用，2021 年金额较大，主要系 2020 年之前公司外销以 FOB 模式为主，2020 年开始有 CIF 模式，公司为客户办理海运和保险相关服务。

9、主营业务与其他业务之间的关系

公司其他业务收入包括冰洗产品原材料销售收入、运保费、水电费和租赁费、废品销售收入、服务费等。其中原材料销售收入系售后维修用零配件及模具，运保费系外销 CIF 模式下为客户办理海运及保险费收取的费用，水电费和租赁费系公司对外租赁房屋收取的费用，废品销售收入系生产废料销售产生的收入，服务费主要系对 IRISOHYAMA CO.,LTD 提供的冰洗产品前期开发服务收入，均与主营业务密切相关。

10、直播平台收入分析

（1）各直播平台收入金额和占比、直播平台下收益分成及销售费用的列支情况

2021 年下半年，公司在抖音、快手平台探索直播带货，2021 年各直播平台的收入、收益分成及销售费用情况如下：

单位：万元

直播平台	直播收入	占比	收益分成	销售费用	销售费用率

抖音	2.57	25.55%	-	11.79	458.75%
快手	7.48	74.45%	0.70	1.48	19.79%
合计	10.05	100.00%	0.70	13.27	132.04%

（2）直播平台模式下税费缴纳的合规性及是否存在税务风险

对于直播收入，公司按规定缴纳了企业所得税和增值税，不存在税务风险。公司直播业务处于探索期，收入金额小，2021 年直播收入仅 10.05 万元，对公司收入影响较小。

（三）营业成本分析

1、营业成本构成分析

报告期内，公司营业成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	345,745.88	97.89%	319,618.84	98.46%	310,509.94	99.07%
其他业务成本	7,458.43	2.11%	5,013.76	1.54%	2,902.26	0.93%
合计	353,204.31	100.00%	324,632.60	100.00%	313,412.20	100.00%

报告期各期，公司营业成本分别为 313,412.20 万元、324,632.60 万元和 **353,204.31 万元**，随着公司营业收入的持续增长，营业成本在报告期内保持同步增长。报告期内，公司营业成本主要为主营业务成本，各期占比在 **97%**以上，与主营业务收入的占比相一致。

2、主营业务成本按性质构成分析

报告期内，公司主营业务成本按性质分类如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	301,660.23	87.25%	277,192.01	86.73%	270,316.38	87.06%
直接人工	9,367.88	2.71%	14,463.91	4.53%	13,817.90	4.45%
制造费用	23,929.35	6.92%	16,523.27	5.17%	13,793.54	4.44%
其他	10,788.41	3.12%	11,439.65	3.58%	12,582.12	4.05%
主营业务	345,745.88	100.00%	319,618.84	100.00%	310,509.94	100.00%

成本合计						

报告期各期，公司主营业务成本结构稳定，主要由直接材料、直接人工、制造费用构成，其中直接材料占比较大，保持在87%左右，是公司主营业务成本的主要构成项目，直接材料包括压缩机、异氰酸酯、多元醇、U壳板材、电机、电脑板等。

3、主营业务成本按产品构成分析

报告期内，公司主营业务成本分产品的构成如下：

单位：万元

项目	2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
冰箱	147,840.02	42.76%	151,348.00	47.35%	145,330.19	46.80%
洗衣机	152,063.51	43.98%	130,202.60	40.74%	130,695.10	42.09%
平板电脑	34,782.32	10.06%	26,956.35	8.43%	19,632.68	6.32%
其他	11,060.03	3.20%	11,111.88	3.48%	14,851.97	4.78%
主营业务成本合计	345,745.88	100.00%	319,618.84	100.00%	310,509.94	100.00%

按产品类别分类，公司主营业务成本构成及变动与主营业务收入情况基本一致。报告期内，冰箱、洗衣机的营业成本是公司主营业务成本的主要组成部分，各期占比均在85%以上，与冰箱、洗衣机收入在主营业务收入中的占比相匹配。

报告期内，公司主营业务收入中“其他”项的成本构成情况如下表所示：

单位：万元，%

项目	2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
冷柜	9,221.04	83.37	8,826.81	79.44	11,322.27	76.23
PDVD	1,788.46	16.17	2,128.85	19.16	3,430.57	23.10
其他	50.52	0.46	156.22	1.41	99.14	0.67
合计	11,060.03	100.00	11,111.88	100.00	14,851.97	100.00

公司主营业务收入中“其他”项的成本系为生产冷柜、PDVD等产品而发生的成本，其中冷柜、PDVD占比最高，合计占比在98%左右。

4、主要原材料和能源的采购情况

公司采购的主要原材料为压缩机、异氰酸酯、多元醇、U壳板材、电机、电

脑板等，主要能源采购为水电气等，具体情况见“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购情况及主要供应商”之“（一）报告期内发行人主要原材料及能源供应情况”

5、其他业务成本构成分析

单位：万元，%

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料销售	2,684.29	35.99	2,977.45	59.39	1,465.56	50.50
运保费	2,884.91	38.68	489.26	9.76	-	-
水电费	826.70	11.08	742.66	14.81	721.39	24.86
废品销售	547.05	7.33	436.97	8.72	415.74	14.32
服务费	281.50	3.77	175.20	3.49	113.73	3.92
租赁费	233.99	3.14	192.22	3.83	185.84	6.40
合计	7,458.43	100.00	5,013.76	100.00	2,902.26	100.00

公司其他业务成本构成及变动与其他业务收入情况基本一致。报告期内，原材料销售、废品销售、水电费和运保费的成本是公司其他业务成本的主要组成部分，各期合计占比均在89%以上，与原材料、废品销售、服务费和运保费在其他业务收入中的占比相匹配。

6、成本核算方法

发行人基于 SAP 系统和标准成本法，建立了较为完善的成本核算体系。

生产领用的原材料计入材料成本。直接生产人员的薪酬费用直接计入人工成本。间接生产人员的薪酬费用、能耗、折旧等费用计入制造费用。

原材料入库时，按照采购成本记账。原材料被领用时，按照标准成本和实际领用数量计算出库成本。月末将原材料实际成本和标准成本之间的差异，在本期领用金额和期末结存金额之间按比例进行分配。月末将生产成本中的实际材料、人工和制造费用与标准成本之间的差异在本期生产成本结转金额和期末结存金额之间按比例进行分配。月末将库存商品实际成本和标准成本之间的差异，在本期发出金额和期末结存金额之间按比例进行分配。

（四）毛利额及毛利率分析

1、营业毛利构成情况

报告期内，公司毛利额分产品的构成如下：

单位：万元

项目		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务毛利	冰箱	17,470.34	37.19%	22,263.15	45.15%	25,764.09	46.73%
	洗衣机	20,562.20	43.77%	19,722.65	40.00%	22,363.78	40.56%
	平板电脑	7,233.58	15.40%	4,498.13	9.12%	3,713.85	6.74%
	其他	558.04	1.19%	1,253.78	2.54%	2,532.46	4.59%
其他业务毛利		1,153.59	2.46%	1,571.03	3.19%	761.35	1.38%
合计		46,977.76	100.00%	49,308.74	100.00%	55,135.53	100.00%

报告期内，公司营业毛利主要来自于主营业务，其他业务毛利占比较低。报告期各期，主营业务毛利占比分别为 98.62%、96.81%和 97.54%。

报告期内，公司分产品的主营业务毛利额受主营业务收入和主营业务成本的影响而有所波动。其中，冰箱与洗衣机产品毛利是公司毛利的主要来源。冰箱产品毛利占比 2021 年较 2020 年下降 7.96%，主要系冰箱产品因原材料异氰酸酯价格大幅上涨而导致成本显著提升所致。报告期各期，平板电脑毛利逐年提升，主要系①公司平板电脑产品市场影响力提升，客户结构不断改善；②受疫情影响导致的远程办公、居家娱乐需求提升，平板电脑下游市场需求扩大，导致产品议价能力提高、毛利有所提升。

2、主要产品毛利率分析

报告期内，公司分产品毛利率具体明细如下表所示：

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率
冰箱	42.22%	10.57%	47.26%	12.82%	46.89%	15.06%
洗衣机	44.09%	11.91%	40.81%	13.15%	41.95%	14.61%
平板电脑	10.73%	17.22%	8.56%	14.30%	6.40%	15.91%
其他	2.97%	4.80%	3.37%	10.14%	4.76%	14.57%

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率
合计	100.00%	11.70%	100.00%	12.99%	100.00%	14.90%

报告期各期，公司主营业务毛利率分别为 14.90%、12.99%及 11.70%。

（1）冰箱产品毛利率分析

报告期各期，冰箱产品的毛利率分别为 15.06%、12.82%及 10.57%。

2020 年，公司冰箱产品毛利率较 2019 年下降 2.23 个百分点，主要系疫情因素，市场竞争加剧，公司冰箱产品平均售价下降带动毛利率下降 2.69 个百分点、平均成本下降带动毛利率上升 0.45 个百分点所致。

2021 年，公司冰箱产品毛利率较 2020 年下降 2.26 个百分点，主要系上游原材料价格快速上涨，与冰箱产品生产相关的异氰酸酯、多元醇等原材料价格上涨较大，导致冰箱产品单位成本上升带动毛利率下降 8.33 个百分点，但同时公司为应对成本上涨而进行了相应的提价，公司冰箱产品平均售价上升带动毛利率提升 6.08 个百分点。

报告期内，冰箱产品单位售价及单位成本情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
销售数量（万台）	156.59	176.77	168.87
销售收入（万元）	165,310.36	173,611.15	171,094.28
营业成本（万元）	147,840.02	151,348.00	145,330.19
平均销售单价（元/台）	1,055.70	982.12	1,013.20
平均销售成本（元/台）	944.13	856.18	860.63
平均价格变动对毛利率的影响	6.08%	-2.69%	-6.21%
平均成本变动对毛利率的影响	-8.33%	0.45%	10.00%
毛利率	10.57%	12.82%	15.06%
毛利率同比变动	-2.26%	-2.23%	3.79%

（2）洗衣机产品毛利率分析

报告期各期，洗衣机产品的毛利率分别为 14.61%、13.15%及 11.91%。

2020 年，公司洗衣机产品毛利率较 2019 年下降 1.46 个百分点，主要系疫情因素，市场竞争加剧，公司洗衣机产品平均售价下降带动毛利率下降 1.20 个百

分点，但由于高端、滚筒洗衣机产品的成本提升带动毛利率下降 0.25 个百分点所致。

2021 年，公司洗衣机产品毛利率较 2020 年下降 **1.24** 个百分点，主要系上游原材料价格快速上涨**及产品结构的变化、高单价/高成本的产品占比提升**，导致洗衣机产品单位成本上升带动毛利率下降 **9.47** 个百分点，但同时公司为应对成本上涨而进行了相应的提价**及高单价的产品占比的提升**，公司洗衣机产品平均售价上升带动毛利率提升 **8.23** 个百分点所致。

报告期内，洗衣机产品单位售价及单位成本情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
销售数量（万台）	**172.31**	165.31	166.43
销售收入（万元）	**172,625.72**	149,925.26	153,058.88
营业成本（万元）	**152,063.51**	130,202.60	130,695.10
平均销售单价（元/台）	**1,001.83**	906.91	**919.67**
平均销售成本（元/台）	**882.50**	787.61	785.13
平均价格变动对毛利率的影响	**8.23%**	-1.20%	2.47%
平均成本变动对毛利率的影响	**-9.47%**	-0.25%	-1.25%
毛利率	**11.91%**	13.15%	14.61%
毛利率同比变动	**-1.24%**	-1.46%	1.22%

（3）平板电脑产品毛利率分析

报告期各期，平板电脑产品的毛利率分别为 15.91%、14.30%及 **17.22%**。

2020 年，公司平板电脑产品毛利率较 2019 年下降 1.61 个百分点，主要系上游电子元器件、显示屏等原材料价格的进一步下降，公司平板电脑单位成本下降带动毛利率提升 14.01 个百分点，但由于市场竞争的不断加剧及成本的下降，公司对部分核心客户的价格优惠力度有所提升，平板电脑产品价格下降带动毛利率下降 15.62 个百分点。

2021 年，公司平板电脑产品毛利率较 2020 年增长 **2.92** 个百分点，主要系疫情持续影响，上游电子元器件、显示屏出现明显短缺情况，公司平板电脑单位成本大幅上涨带动毛利率下降 **12.83** 个百分点，但由于疫情以来市场需求的提升及公司客户结构的不断改善，公司主动进行了价格提升，平板电脑产品价格上涨

带动毛利率提升 15.75 个百分点。

报告期内，平板电脑产品单位售价及单位成本情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
销售数量（万台）	88.19	80.88	50.63
销售收入（万元）	42,015.89	31,454.48	23,346.52
营业成本（万元）	34,782.32	26,956.35	19,632.68
平均销售单价（元/台）	476.44	388.88	461.12
平均销售成本（元/台）	394.42	333.27	387.77
平均价格变动对毛利率的影响	15.75%	-15.62%	-10.38%
平均成本变动对毛利率的影响	-12.83%	14.01%	16.49%
毛利率	17.22%	14.30%	15.91%
毛利率同比变动	2.92%	-1.61%	6.12%

（4）其他业务毛利率分析

报告期内，公司主营业务收入中“其他”项的成本构成情况如下表所示：

单位：万元，%

类别	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
冷柜	325.01	3.40	1,022.68	10.38	1,645.81	12.69
PDVD	-43.62	-2.50	134.11	5.93	630.90	15.53
其他	276.65	84.56	96.99	38.30	255.75	72.07
合计	558.04	4.80	1,253.78	10.14	2,532.46	14.57

公司冷柜产品主要销往海外，2021 年冷柜产品毛利率下降较多，主要系 2020 年三季度起海运费上涨，大型冷柜单台运费高，客户转而需求单台运费更低的小型冷柜，小型冷柜价格和毛利率较低，同时 2021 年原材料价格上涨，综合导致毛利率水平低。

3、主要渠道毛利率情况

报告期内，公司分渠道的毛利率具体明细如下表所示：

单位：万元

渠道模式	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
直销	11,894.49	18.42%	9,935.59	21.68%	11,490.46	24.49%

经销	**151,718.85**	**11.99%**	151,064.04	13.49%	172,687.46	15.62%
ODM	**227,219.42**	**11.12%**	202,583.63	12.29%	176,550.25	13.72%
OEM	**737.29**	**24.71%**	3,773.29	7.81%	4,155.96	8.66%

4、主要渠道毛利率变动分析

报告期内，公司分渠道的毛利率及变动情况如下表所示：

渠道模式	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	毛利率	变动情况	毛利率	变动情况	毛利率
直销	**18.42%**	**-3.26%**	21.68%	-2.81%	24.49%
经销	**11.99%**	**-1.51%**	13.49%	-2.13%	15.62%
ODM	**11.12%**	**-1.18%**	12.29%	-1.43%	13.72%
OEM	**24.71%**	**16.90%**	7.81%	-0.85%	8.66%

（1）直销渠道

报告期内，公司直销渠道销售毛利率分别为 24.49%、21.68%及 **18.42%**。

2020 年，直销渠道毛利率较 2019 年下降了 2.81 个百分点，主要系 2020 年下半年原材料成本上涨所致。

2021 年，直销渠道毛利率较 2020 年下降了 **3.26** 个百分点，主要系原材料成本大幅上涨，但价格上涨幅度略低于原材料成本上涨幅度所致。

（2）经销渠道

报告期内，公司经销渠道销售毛利率分别为 15.62%、13.49%及 **11.99%**。

2020 年，经销渠道毛利率较 2019 年下降了 2.13 个百分点，主要系疫情影响，公司线下经销渠道部分产品价格有所下降所致。

2021 年，经销渠道毛利率较 2020 年下降了 **1.51** 个百分点，主要系原材料成本大幅上涨所致。

（3）ODM 渠道

报告期内，公司 ODM 渠道销售毛利率分别为 13.72%、12.29%及 **11.12%**。

2020 年，ODM 渠道毛利率较 2019 年下降了 1.43 个百分点，主要来自于境外 ODM 渠道毛利率的下降，主要原因系 2020 年下半年原材料成本有所上涨所

致。

2021 年，ODM 渠道毛利率较 2020 年下降了 1.18 个百分点，主要系①原材料成本上涨较快；②2021 年人民币兑美元平均汇率较同期升值 6.92%，导致外销毛利率下降。

（4）OEM 渠道

报告期内，公司 OEM 渠道销售毛利率分别为 8.66%、7.81%及 24.71%，毛利率相对较高，部分年份较 ODM 毛利率高，主要系产品结构差异所致。发行人 ODM 主要为冰箱、洗衣机及少部分平板电脑产品，而 OEM 为均为平板电脑产品，由于 2021 年部分平板电脑产品的毛利率高于冰箱、洗衣机产品，导致发行人 2021 年 OEM 毛利率相对较高。

2019 年-2020 年，OEM 渠道毛利率保持相对稳定，波动较小。

2021 年，OEM 渠道毛利率较 2020 年增加了 16.90 个百分点，主要系 2021 年，系受教育行业政策趋紧的影响，子公司深圳电器 2021 年对部分教育类 OEM 客户的销售减少，导致 OEM 收入由 2020 年度的 3,773.29 万元降低至 737.29 万元，而这些教育类 OEM 客户毛利率较其他客户低，由此导致毛利率有所提升。

5、其他业务毛利率分析

报告期内，其他业务毛利情况如下：

单位：万元，%

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
原材料销售	601.69	18.31	1,005.11	25.24	357.94	19.63
运保费	-97.58	-3.50	23.44	4.57	-	-
水电费	36.26	4.20	61.97	7.70	13.73	1.87
废品销售	145.51	21.01	84.50	16.20	61.70	12.92
服务费	213.87	43.17	147.04	45.63	100.58	46.93
租赁费	253.84	52.04	248.97	56.43	227.40	55.03
合计	1,153.59	13.40	1,571.03	23.86	761.35	20.78

报告期内，公司其他业务毛利分别为 761.35 万元、1,571.03 万元、1,153.59 万元，金额较小，毛利率呈先升后降的趋势，主要系受原材料销售业务毛利率

波动的影响所致。2019 年与 2021 年，毛利率相对稳定。2020 年，原材料销售业务毛利率同比增加 5.61 个百分点,主要系当年向 RUBIX GENERAL TRADING LLC、GREATBAM TRADING PLC 等公司销售模具实现的毛利率较高所致。

6、同行业可比公司毛利率比较

2019 年至 2021 年，同行业可比公司的毛利率情况如下：

公司名称	证券代码	2021 年度	2020 年度	2019 年度
海信家电	000921.SZ	**19.70%**	24.05%	21.44%
海尔智家	600690.SH	**31.23%**	29.68%	29.83%
澳柯玛	600336.SH	**16.63%**	19.65%	21.14%
长虹美菱	000521.SZ	**12.00%**	16.49%	18.71%
惠而浦	600983.SH	**9.62%**	16.20%	21.39%
奥马电器	002688.SZ	**21.25%**	22.13%	25.05%
行业平均		**18.41%**	**21.37%**	**22.93%**
创维电器		**11.74%**	**13.19%**	**14.96%**

注 1：长虹美菱、澳柯玛于 2021 年将合同履约成本——运输费从销售费用调整到营业成本；奥马电器、惠而浦于 2020 年将合同履约成本——运输费从销售费用调整到营业成本。
注 2：发行人于 2018 年将合同履约成本—运输费从销售费用调整到营业成本。若将运输费用还原回销售费用，则发行人报告期内毛利率为 18.37%、16.25%、14.43%。

报告期内，公司综合毛利率分别为 14.96%、13.19%及 **11.74%**，低于同行业平均值。**同行业公司长虹美菱报告期内毛利率为 18.71%、16.49%、12.00%，其于 2021 年将运输费从销售费用调整到营业成本，若发行人口径与其保持一致，则发行人报告期内毛利率分别为 18.37%、16.25%、11.74%，与长虹美菱基本接近。发行人毛利率低于同行业平均值的**主要原因系：

1）公司 ODM/OEM 业务收入占比较大，**报告期内 ODM 业务收入占比分别为 48.39%、55.15%、58.03%**。相比自有品牌产品，ODM/OEM 产品毛利率较低。相比自主品牌，ODM/OEM 业务的经营逻辑以生产制造为核心，ODM/OEM 厂商需要通过大规模的标准化生产分摊固定成本，生产规模越大，其代工产品的单位生产成本越低，从而使得其向品牌商客户提供的产品报价越具有竞争力，ODM/OEM 厂商的盈利能力越强从经营成果来看，ODM/OEM 业务通常体现为高销量、低毛利率。而自主品牌业务的经营逻辑以产品销售为核心，为实现产品的销售，厂商需要投入销售费用进行品牌及渠道建设、维持销售团队等，产品定

价通常较高，因此从经营成果来看，自主品牌业务通常体现为高单价、高毛利率的特点。两者经营逻辑上的差异，导致报告期内发行人在 ODM 业务占比较高的情况下，毛利率呈现下降的水平。

2）公司为联交所上市公司创维集团（0751.HK）下属子公司，自 2018 年执行新收入准则，将满足条件的运输费用计入主营业务成本，而同行业公司**部分年份**仍将运输费用计入销售费用，若从营业成本中扣除运输费用的影响，则发行人报告期内毛利率将提升至 18.37%、16.25%、**14.43%**，整体提升 3 个百分点左右。

整体而言，尽管六家可比公司主营业务均含有冰箱、洗衣机产品的生产和销售，业务类型较为相近，但各家主营的具体产品类型、产品结构、销售渠道以及业务规模等均有较大差异，不具备完全的可比性。

（五）期间费用分析

报告期内公司的销售费用、管理费用、研发费用和财务费用的金额及占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	**19,132.88**	**4.78%**	18,189.78	4.86%	21,567.50	5.85%
管理费用	**6,685.35**	**1.67%**	7,819.04	2.09%	5,214.04	1.41%
研发费用	**15,127.42**	**3.78%**	13,682.80	3.66%	13,623.38	3.70%
财务费用	**-1,101.35**	**-0.28%**	-863.55	-0.23%	-2,573.73	-0.70%
合计	**39,844.30**	**9.96%**	**38,828.08**	**10.38%**	**37,831.19**	**10.26%**

报告期内，公司期间费用合计分别为 37,831.19 万元、38,828.08 万元及 **39,844.30 万元**，占营业收入的比重分别为 10.26%、10.38%及 **9.96%**，报告期内费用率保持较为稳定。

1、销售费用

（1）销售费用构成

报告期内，公司销售费用构成如下：

单位：万元

项　目	2021 年度	2020 年度	2019 年度

	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	**4,708.20**	**24.61%**	4,771.58	26.23%	6,337.49	29.38%
售后维修费	**3,893.87**	**20.35%**	3,600.95	19.80%	3,782.14	17.54%
运输费	**3,220.72**	**16.83%**	2,510.98	13.80%	2,200.42	10.20%
市场推广费	**3,124.80**	**16.33%**	2,559.42	14.07%	2,329.43	10.80%
机物料消耗	**1,032.01**	**5.39%**	1,226.43	6.74%	1,254.11	5.81%
终端建设费	**605.08**	**3.16%**	917.16	5.04%	1,509.65	7.00%
差旅费	**438.19**	**2.29%**	442.09	2.43%	1,047.25	4.86%
折旧摊销费	**431.04**	**2.25%**	387.03	2.13%	375.61	1.74%
保险费	**478.10**	**2.50%**	354.64	1.95%	284.33	1.32%
广告费	**146.57**	**0.77%**	637.45	3.50%	1,081.11	5.01%
租赁费	**159.19**	**0.83%**	81.56	0.45%	85.41	0.40%
维修费	**260.22**	**1.36%**	155.22	0.85%	154.11	0.71%
办公费	**125.02**	**0.65%**	81.91	0.45%	73.50	0.34%
业务招待费	**115.34**	**0.60%**	133.07	0.73%	182.66	0.85%
会议费	**135.80**	**0.71%**	168.08	0.92%	610.83	2.83%
水电费	**83.13**	**0.43%**	52.62	0.29%	52.24	0.24%
咨询费	**46.12**	**0.24%**	7.20	0.04%	51.10	0.24%
其他	**129.46**	**0.68%**	102.38	0.56%	156.11	0.72%
合计	**19,132.88**	**100.00%**	**18,189.78**	**100.00%**	**21,567.50**	**100.00%**

报告期内，公司销售费用分别为 21,567.50 万元、18,189.78 万元及 **19,132.88 万元**，占营业收入比例分别为 5.85%、4.86%及 **4.78%**。销售费用主要包括职工薪酬、售后服务费、运输费、市场推广费等。

报告期内，销售费用中各主要项目变动分析如下：

（1）职工薪酬

报告期各期，公司计入销售费用中的职工薪酬分别为 6,337.49 万元、4,771.58 万元及 **4,708.20 万元**，占销售费用的比例分别为 29.38%、26.23%及 **24.61%**。2020 年，公司职工薪酬较 2019 年下降 24.71%，主要系受 2020 年疫情影响，导致销售人员业绩考核未达预期，提成及奖金减少。**2021 年，公司职工薪酬较 2020 年下降 1.33%，保持相对稳定。**

（2）售后维修费

报告期各期，售后维修费分别为 3,782.14 万元、3,600.95 万元和 **3,893.87 万元**，占销售费用的比例分别为 17.54%、19.80%和 **20.35%**。**2019 年-2021 年**，售后维修费金额较为稳定。

（3）运输费

报告期各期，运输费分别为 2,200.42 万元、2,510.98 万元和 **3,220.72 万元**，占销售费用的比例分别为 10.20%、13.80%和 **16.83%**。

2019 年-2021 年，公司运输费**保持增长趋势**，主要系**公司为提升在拼多多平台的销售收入，在全国部分中心城市布局了仓库，2020 年开始随着公司拼多多平台销售收入的增长，公司商品从工厂调拨至上述仓库产生的运费及仓库的仓储费用随之增长所致**。

（4）市场推广费

报告期各期，市场推广费分别为 2,329.43 万元、2,559.42 万元和 **3,124.80 万元**，占销售费用的比例分别为 10.80%、14.07%和 **16.33%**。

2019 年-2021 年，公司市场推广费逐年上升，主要系公司因业务规模**持续**扩大，为提升产品销量，持续加大业务推广投入所致。

（5）同行业销售费用率对比分析

公司与同行业可比上市公司销售费用率的比较情况如下：

公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
海尔智家	**16.06%**	16.04%	16.78%
海信家电	**11.36%**	14.24%	15.14%
澳柯玛	**8.17%**	11.53%	13.75%
长虹美菱	**7.57%**	12.64%	14.02%
惠而浦	**8.36%**	12.72%	18.93%
奥马电器	**3.84%**	4.18%	6.33%
可比公司平均值	**9.23%**	11.89%	14.16%
创维电器	**4.78%**	**4.86%**	**5.85%**

注 1：销售费用率=销售费用÷营业收入

注 2：长虹美菱、澳柯玛于 2021 年将合同履约成本——运输费从销售费用调整到营业成本；奥马电器、惠而浦于 2020 年将合同履约成本——运输费从销售费用调整到营业成本。

注 3：发行人于 2018 年将合同履约成本—运输费从销售费用调整到营业成本。若将运输费用还原回销售费用，则发行人报告期内销售费用率为 9.26%、7.92%、7.48%。

报告期内，公司的销售费用率分别为 5.85%、4.86%及 **4.78%**，低于可比公司平均值，主要原因系：1）公司 ODM/OEM 销售模式收入占比较高，该模式下的销售费用率较低，与冰箱 ODM 产品为主的奥马电器较为一致；2）公司产品结构较为单一，聚焦冰箱与洗衣机等品类，销售费用率较低，而同行业可比公司海尔智家、海信家电、澳柯玛、长虹美菱、惠而浦均为全品类布局，销售费用率较高；3）公司自 2018 年执行新收入准则，将满足条件的运输费用放入主营业务成本，**而同行业公司部分年份仍将运输费用计入销售费用，**若将运输费用还原回销售费用，则销售费用率将增加约 3-5 个百分点。

2、管理费用

（1）管理费用构成

报告期内，公司管理费用构成如下：

单位：万元

项　目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	**3,818.59**	**57.12%**	3,407.09	43.57%	3,065.96	58.80%
折旧摊销费	**1,361.56**	**20.37%**	1,187.04	15.18%	1,150.73	22.07%
中介咨询费	**605.06**	**9.05%**	297.61	3.81%	100.27	1.92%
办公费	**265.42**	**3.97%**	189.19	2.42%	189.64	3.64%
业务招待费	**116.83**	**1.75%**	89.57	1.15%	104.62	2.01%
维修费	**142.85**	**2.14%**	254.01	3.25%	155.90	2.99%
水电费	**154.31**	**2.31%**	155.45	1.99%	192.47	3.69%
差旅费	**57.74**	**0.86%**	56.34	0.72%	67.96	1.30%
股份支付	**-**	**0.00%**	2,059.12	26.33%	-	-
租赁费	**21.52**	**0.32%**	1.90	0.02%	3.92	0.08%
运输费	**21.93**	**0.33%**	43.51	0.56%	18.16	0.35%
会议费	**23.89**	**0.36%**	36.43	0.47%	31.33	0.60%
其他	**95.65**	**1.43%**	41.77	0.53%	133.07	2.55%
合计	**6,685.35**	**100.00%**	**7,819.04**	**100.00%**	**5,214.04**	**100.00%**

报告期各期，公司管理费用分别为 5,214.04 万元、7,819.04 万元及 **6,685.35 万元**，占营业收入的比例分别为 1.41%、2.09%及 **1.67%**。公司管理费用主要包

括职工薪酬、折旧摊销费、股份支付费用等。

2020 年，公司管理费用较 2019 年增加 2,605.00 万元，主要系股份支付费用增加所致，其中①炬德合伙增资入股，一次性确认股份支付费用 1,886.63 万元；②创维集团（百慕大）向发行人高管授予股份激励，计提股份支付费用 172.50 万元。剔除上述股份支付费用因素影响，**2019 年-2020 年**，公司管理费用率较为稳定。**2021 年，公司管理费用较 2020 年（剔除股份支付费用后的管理费用）增加 925.43 万元，主要系职工薪酬、中介咨询费有所增加所致。**

（2）同行业管理费用率对比分析

公司与同行业可比上市公司管理费用率的比较情况如下：

公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
海尔智家	**4.59%**	4.79%	5.04%
海信家电	**1.96%**	1.28%	1.38%
澳柯玛	**2.10%**	2.07%	2.52%
长虹美菱	**1.85%**	1.82%	2.00%
惠而浦	**3.80%**	4.41%	3.63%
奥马电器	**4.65%**	4.88%	6.72%
可比公司平均值	**3.29%**	**3.21%**	**3.55%**
创维电器	**1.67%**	**2.09%**	**1.41%**

注：管理费用率=管理费用÷营业收入，以下同

公司管理费用占营业收入的比例低于同行业平均水平，主要原因系：1）公司处于快速发展阶段，业务线单一、管理扁平，管理层次较少，管理人员数量较少，对应职工薪酬、招待费、差旅费较少；2）公司为拟上市公司，同行业可比公司为上市公司，基于自身的管理和经营特征，公司管理费用支出低于可比公司，如办公费用、中介机构服务费等支出；3）与公司当前阶段的发展战略和竞争策略有关，公司管理效率较高，对费用支出控制较为严格。

3、研发费用

（1）研发费用构成

报告期内，公司研发费用构成如下：

单位：万元

项　目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接投入	**5,696.87**	**37.66%**	5,083.18	37.15%	4,957.15	36.39%
职工薪酬	**4,649.42**	**30.74%**	3,924.45	28.68%	3,895.56	28.59%
折旧摊销费	**1,928.75**	**12.75%**	1,923.57	14.06%	1,976.40	14.51%
试验检测费	**895.53**	**5.92%**	965.17	7.05%	804.91	5.91%
修理费	**767.20**	**5.07%**	761.50	5.57%	696.07	5.11%
物料消耗费	**574.87**	**3.80%**	425.76	3.11%	722.62	5.30%
水电费	**322.06**	**2.13%**	331.57	2.42%	335.63	2.46%
其他	**292.72**	**1.94%**	267.60	1.96%	235.04	1.73%
合计	**15,127.42**	**100.00%**	**13,682.80**	**100.00%**	**13,623.38**	**100.00%**

报告期各期，公司研发费用分别为 13,623.38 万元、13,682.80 万元及 **15,127.42 万元**，占营业收入的比例分别为 3.70%、3.66%及 **3.78%**。公司研发费用主要包括直接投入、职工薪酬、折旧摊销费等。

报告期内，公司研发费用占营业收入比例较为稳定。公司重视研发活动，研发投入持续增长，以保持公司技术前瞻性、领先性和核心竞争优势。

报告期内，公司研发项目的费用支出金额及进度情况如下：

单位：万元

序号	实施主体	研发项目名称	研发费用支出金额			项目完成情况
			2021 年度	2020 年度	2019 年度	
1	创维电器	基于 AI 技术智能冰箱的研究开发	-	-	1,013.14	已完成
2	创维电器	OEM 定制产品设计开发项目	-	-	936.67	已完成
3	创维电器	匀冷冰箱开发项目	-	-	348.48	已完成
4	创维电器	渠道拓展定制新品	-	-	650.37	已完成
5	创维电器	一体式发泡冷柜开发项目	-	-	678.47	已完成
6	创维电器	具有旋瀑洗涤装置的波轮洗衣机的研究开发	-	-	886.76	已完成
7	创维电器	滚筒洗衣机面板触摸控制系统的研究开发	-	-	818.76	已完成
8	创维电器	BLDC 变频滚筒洗衣机研究开发	-	-	665.54	已完成
9	创维电器	带 WIFI 控制功能的智能洗衣机开发	-	-	491.70	已完成
10	创维电器	冰箱内部独立温湿度间室的研究开发	-	-	772.04	已完成

序号	实施主体	研发项目名称	研发费用支出金额			项目完成情况
			2021年度	2020年度	2019年度	
11	创维电器	外销差异化产品项目开发	-	1,166.66	800.12	已完成
12	创维电器	超节能双变频风冷冰箱开发	-	-	804.50	已完成
13	创维电器	智能人居交互式冰箱研究开发	-	-	741.01	已完成
14	创维电器	日本向 IRIS 定制滚筒开发	-	-	356.93	已完成
15	创维电器	高端美式冰箱的研究开发	-	1,103.63	349.73	已完成
16	创维电器	带有饮水机装置冰箱的研究开发	-	1,303.85	419.69	已完成
17	创维电器	电商产品升级项目开发	-	578.87	25.33	已完成
18	创维电器	小容积段直冷冰箱升级项目	-	726.72	108.78	已完成
19	创维电器	T 型气候冷柜项目开发	-	337.01	-	已完成
20	创维电器	带有 PE 合金材料内胆冰箱的研究开发	-	1,002.97	-	已完成
21	创维电器	智能商用洗衣机的设计开发	77.15	749.34	-	已完成
22	创维电器	智能双投放洗衣机的研究开发	188.93	312.57	-	已完成
23	创维电器	OEM 型号结构改善项目开发	-	265.24	-	已完成
24	创维电器	波轮洗衣机差异化开发项目	-	1,160.43	-	已完成
25	创维电器	自由鲜系列冰箱的研究开发	-	1,206.93	-	已完成
26	创维电器	智能洗鞋机的研究开发	-	105.86	-	已完成
27	创维电器	滚筒 10kg 超薄平台研究开发	427.50	283.59	-	已完成
28	创维电器	外销能耗升级项目开发	604.89	276.17	-	已完成
29	创维电器	日本冷冻冷藏转化箱的研究开发	169.67	134.79	-	已完成
30	创维电器	风冷超静音变频冰箱开发	1,180.31	220.86	-	已完成
31	创维电器	家用电冰箱直流产品项目开发	670.06	-	-	已完成
32	创维电器	大容积超节能高端冰箱的研究开发	1,888.11	-	-	已完成
33	创维电器	外销冷柜产品升级项目开发	542.11	-	-	已完成
34	创维电器	高端智能厅吧的研究开发	377.87	-	-	已完成
35	创维电器	滚筒双 DD 驱动项目开发	937.22	-	-	已完成
36	创维电器	定制节能产品升级项目开发	1,335.17	-	-	已完成
37	创维电器	波轮洗衣机优化升级项目	575.94	-	-	已完成
38	创维电器	智能干衣机项目开发	300.65	-	-	已完成
39	创维电器	多门冰箱开发	726.18	-	-	已完成
40	创维电器	直三升容改善项目开发	346.62	-	-	进行中
41	创维电器	智能鲜吧开发项目	253.37	-	-	进行中

序号	实施主体	研发项目名称	研发费用支出金额			项目完成情况
			2021年度	2020年度	2019年度	
42	**创维电器**	**8Kg 波轮新外观开发项目**	**303.29**	**-**	**-**	**进行中**
43	**创维电器**	**主变一体 BLDC 变频洗衣机的开发**	**794.83**	**-**	**-**	**进行中**
44	创维研究院	创维全屋智能语音控制型变频滚筒洗衣机控制软件 V1.0	-	-	71.45	已完成
45	创维研究院	创维波轮智能物联 WiFi 型洗衣机控制软件开发	-	-	142.86	已完成
46	创维研究院	创维波轮 i-DD 智能变频洗衣机电机驱动器控制软件开发	-	-	127.68	已完成
47	创维研究院	创维滚筒 i-DD 变频洗衣机电机驱动器控制软件开发	-	-	133.93	已完成
48	创维研究院	创维滚筒 BLDC 变频洗衣机驱动控制软件开发	-	-	142.86	已完成
49	创维研究院	基于 GSM 通信及 RFID 射频技术的洗衣机控制软件	-	-	150.00	已完成
50	创维研究院	创维变频冰箱单芯片控制软件开发	-	-	260.37	已完成
51	创维研究院	创维机械风冷冰箱主显一体控制软件开发	-	-	263.87	已完成
52	创维研究院	创维美式变频冰箱通用控制软件开发	-	93.02	113.60	已完成
53	创维研究院	创维滚筒主变分离控制技术开发	-	194.49	-	已完成
54	创维研究院	创维滚筒自动投放控制技术开发	-	173.84	-	已完成
55	创维研究院	创维滚筒主显一体技术开发	-	182.35	-	已完成
56	创维研究院	创维滚筒无霍尔 DD 控制技术开发	-	194.50	-	已完成
57	创维研究院	创维风冷冰箱七彩养鲜控制软件	-	195.32	-	已完成
58	创维研究院	创维美式冰箱新显示控制软件	-	188.36	-	已完成
59	创维研究院	创维迷你智能厅吧控制软件	-	191.84	-	已完成
60	创维研究院	创维物联网风冷冰箱控制软件	**54.39**	116.25	-	**已完成**
61	创维研究院	145 冷藏冷冻转换智能变频控制技术	**190.62**	-	-	**已完成**
62	创维研究院	大容量智能对开门冰箱控制技术	**170.34**	-	-	**已完成**
63	创维研究院	创维带远程升级 IOT 智能十字冰箱技术	**178.70**	-	-	**已完成**
64	创维研究院	创维多功能家用智能 mini 厅吧控制技术	**193.44**	-	-	**已完成**
65	创维研究院	洗衣机配置 WIFI 和 NFC 的智能互联控制技术	**212.60**	-	-	**已完成**
66	创维研究院	滚筒一机三用洗烘一体控制技术	**205.02**	-	-	**已完成**
67	创维研究院	滚筒 TFT 彩屏智能互联 DD 直驱矢量变频技术	**208.77**	-	-	**已完成**
68	创维研究院	滚筒 i-DD 第 6 代直流变频控制技	**79.80**	-	-	进行中

序号	实施主体	研发项目名称	研发费用支出金额			项目完成情况
			2021年度	2020年度	2019年度	
		术软件开发				
69	深圳电器	全高清 WIFI 教育平板	-	-	431.23	已完成
70	深圳电器	医院信息终端	-	-	471.78	已完成
71	深圳电器	智能家居显控终端	-	-	363.58	已完成
72	深圳电器	智能 AI 语音云音箱	-	-	82.15	已完成
73	深圳电器	智能远程控制终端	-	254.19	-	已完成
74	深圳电器	智慧教育 4G 高清学习终端	-	299.34	-	已完成
75	深圳电器	医院信息显控终端	-	332.54	-	已完成
76	深圳电器	10 寸多模转换高清旋转多用途播放终端	-	331.27	-	已完成
77	深圳电器	医护信息追踪终端	757.15	-	-	已完成
78	深圳电器	智能扫码支付大屏终端	531.19	-	-	已完成
79	深圳电器	IPS 广角高清学习终端	645.53	-	-	已完成
合计			15,127.42	13,682.80	13,623.38	-

（2）同行业研发费用率对比情况

公司与同行业可比上市公司研发费用率的比较情况如下：

公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
海尔智家	3.67%	3.27%	3.12%
海信家电	2.94%	2.66%	2.49%
澳柯玛	2.54%	2.31%	2.09%
长虹美菱	2.58%	2.47%	2.02%
惠而浦	2.31%	2.98%	2.85%
奥马电器	3.53%	3.64%	3.40%
可比公司平均值	**2.93%**	**2.89%**	**2.66%**
创维电器	**3.78%**	**3.66%**	**3.70%**

注：研发费用率=研发费用÷营业收入

公司研发费用占营业收入的比例略高于行业均值，与海尔之家、奥马电器较为接近，整体处于相对合理的区间。报告期内，公司逐步提高研发费用的投入，主要用于提高产品性能、优化产品质量，确保公司能够根据市场需求迅速地推出新产品，提高产品的竞争力。

4、财务费用

（1）财务费用构成

报告期内，公司财务费用构成如下：

单位：万元

项　目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
利息费用	**84.18**	86.67	132.64
减：利息收入	**432.46**	454.71	426.59
汇兑损益	**632.90**	1,603.09	-235.96
手续费	**259.39**	199.80	216.60
其他	**-1,645.37**	-2,298.41	-2,260.42
合计	**-1,101.35**	**-863.55**	**-2,573.73**

报告期内，公司财务费用主要为利息收入、汇兑损失和其他，其他主要系提前偿还供应商货款而由供应商给予的现金折扣。报告期各期，公司财务费用分别为-2,573.73 万元、-863.55 万元和**-1,101.35 万元**，占营业收入的比例分别为-0.70%、-0.23%和**-0.28%**，金额及占比较低。2020 年财务费用较 2019 年增加 1,710.18 万元，主要系公司进出口业务主要以美元定价和结算，受人民币 **2020 年下半年**大幅升值影响，公司产生汇兑损失 1,603.09 万元。**2021 年财务费用较 2020 年有所减少，主要系汇兑损失减少 970.19 万元，但 2021 年商业银行给予公司的授信额度增加，公司更多选择按合同约定到期支付银行承兑汇票的方式进行结算，票据结算比例增加，由此提前偿还债务而获取的现金折扣收益减少 628.88 万元，综合导致 2021 年财务费用减少 237.80 万元。**

（2）同行业财务费用率对比分析

公司与同行业可比上市公司财务费用率的比较情况如下：

公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
海尔智家	**0.30%**	0.57%	0.44%
海信家电	**0.08%**	-0.23%	-0.02%
澳柯玛	**-0.23%**	0.49%	-0.03%
长虹美菱	**-0.32%**	-0.04%	-0.09%
惠而浦	**0.66%**	1.84%	-0.41%
奥马电器	**2.38%**	2.72%	2.44%

公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
可比公司平均值	0.48%	0.89%	0.39%
创维电器	-0.28%	-0.23%	-0.70%

注：财务费用率=财务费用÷营业收入

公司财务费用率低于同行业可比公司平均水平，主要系公司有息负债规模较同行业上市公司低，利息支出较少。

（六）其他项目分析

1、税金及附加

报告期各期，公司的税金及附加如下表：

单位：万元

项　目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
城市维护建设税	439.05	423.69	318.32
教育费附加	313.61	302.64	227.37
印花税	115.03	104.06	105.03
城镇土地使用税	97.26	97.26	97.26
房产税	411.73	351.75	312.83
合　计	1,376.67	1,279.40	1,060.82

报告期内，公司税金及附加主要包括城市维护建设税、教育费附加税、房产税等，金额保持逐年稳定增长，与营业收入增长趋势相一致。

2、其他收益

报告期内，公司发生的其他收益情况如下：

单位：万元

项　目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
政府补助	3,599.79	3,956.53	1,036.89
增值税即征即退	1,959.99	2,209.54	1,598.31
代扣个人所得税手续费	21.06	19.29	30.48
税费返还	1,399.33	1,125.60	968.07
合计	6,980.16	7,310.95	3,633.76

报告期各期，公司其他收益分别为 3,633.76 万元、7,310.95 万元和 **6,980.16 万元**，主要为与**政府补助及增值税即征即退，政府补助**具体情况如下：

单位：万元

补助项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	与资产相关/与收益相关
产业扶持基金	1,500.00	-	-	与收益相关
税收增长补助	-	1,500.00	-	与收益相关
外贸出口奖励	500.00	466.00	303.00	与收益相关
技术装备补助	215.70	-	-	与收益相关
先进制造业奖励	-	620.34	125.00	与收益相关
技改普惠奖励	223.10	515.90	14.00	与收益相关
省工业互联网标杆工厂奖励	-	150.00	-	与收益相关
出口信用保险费用补贴	50.59	121.37	37.92	与收益相关
疫情技改补贴	-	120.46	-	与收益相关
经济发展补助	100.00	-	-	与收益相关
高新企业奖励	-	90.00	-	与收益相关
科技创新奖励	18.41	57.03	10.00	与收益相关
研发加计扣除奖励	70.70	66.40	145.70	与收益相关
稳岗补贴	7.71	69.93	5.54	与收益相关
人工智能产业补助	-	15.00	45.00	与收益相关
深圳市战略性新兴产业发展专项资金资助	-	20.98	16.56	与资产相关
开发区互采奖励	-	35.40	200.00	与收益相关
省企业技术中心绩效评价	-	30.00	50.00	与收益相关
工业企业规模成长奖励	-	30.00	-	与收益相关
第二批奖励-两化融合贯标省级奖励	-	-	30.00	与收益相关
展会补贴	-	-	28.46	与收益相关
工业和信息化资金	-	-	0.00	与收益相关
直购电政府补贴款	-	-	0.00	与收益相关
培训补贴	125.83	12.70	-	与收益相关
专利奖励	14.81	4.30	9.15	与收益相关
高质量发展奖	**342.10**	**-**	**-**	**与收益相关**
上市辅导验收奖励	**280.00**	**-**	**-**	**与收益相关**
房租补贴	**30.00**	**-**	**-**	**与收益相关**
商务发展基金	**70.14**	**-**	**-**	**与收益相关**
其他项目补贴	50.70	30.72	16.56	与收益相关
合计	**3,599.79**	**3,956.53**	**1,036.89**	

3、投资收益

报告期内，公司发生的投资收益情况如下：

单位：万元

项　目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
交易性金融资产的投资收益	**1,268.63**	16.70	-
处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产取得的投资收益	**-48.24**	817.44	-497.61
其他债权投资持有期间取得的利息收入	**16.61**	505.45	40.00
合计	**1,237.00**	**1,339.59**	**-457.61**

报告期内，公司投资收益主要为处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产取得的投资收益及理财产品收益，报告期内产生的投资收益分别为-457.61 万元、1,339.59 万元和 **1,237.00 万元**。

4、公允价值变动损益

报告期内，公司公允价值变动损益情况如下：

单位：万元

项　目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
交易性金融资产	**65.83**	64.79	-
合计	**65.83**	**64.79**	-

报告期内，公司公允价值变动损益金额分别为 0.00 万元、64.79 万元和 **65.83** 万元，主要系购买的理财产品公允价值变动所致。

5、信用减值损失、资产减值损失

报告期内，信用减值损失和资产减值损失系根据公司会计政策和会计估计合理计提的坏账准备。公司自 2018 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则，根据财政部颁布的新金融工具准则要求，应收账款、其他应收款等金融资产减值损失计入信用减值损失，以前年度应收账款、其他应收款坏账损失在资产减值损失中列报。

（1）信用减值损失

报告期内，公司信用减值损失构成情况如下：

单位：万元

项　目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
应收票据坏账损失	**-14.22**	-52.40	-231.10

项　目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
应收账款坏账损失	**1,028.71**	658.17	227.38
其他应收款坏账损失	**57.50**	**-**	**-**
合　计	**1,071.99**	**605.78**	**-3.72**

报告期内，公司发生的信用减值损失金额分别为-3.72 万元、605.78 万元和**1,071.99 万元，金额逐年增加，主要系随着公司销售规模的扩大，公司应收账款金额增加，导致坏账准备计提增多所致**。

（2）资产减值损失

报告期内，公司**资产**减值损失构成情况如下：

单位：万元

项　目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
存货跌价损失	**85.52**	62.97	-106.57
合　计	**85.52**	**62.97**	**-106.57**

报告期内，公司发生的资产减值损失金额分别为-106.57 万元、62.97 万元和**85.52 万元**。

6、资产处置收益

报告期内，公司资产处置收益构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
处置固定资产收益	**-354.97**	64.46	-95.74
合计	**-354.97**	**64.46**	**-95.74**

报告期内，公司发生的资产处置收益金额分别为-95.74 万元、64.46 万元和**-354.97 万元**。

7、营业外收支

（1）营业外收入

报告期内，公司发生的营业外收入情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
赔偿罚款收入	**76.10**	28.79	26.76

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
无需支付的应付款	**358.39**	7.39	34.63
其他	**150.80**	0.00	1.84
合计	**585.29**	**36.18**	**63.23**

报告期各期，公司营业外收入分别为 63.23 万元、36.18 万元和 **585.29 万元**，**2019 年-2020 年**金额较小。**2021 年营业外收入较 2020 年增加 549.11 万元，主要系对长期未再合作的供应商的零星货款进行清理导致无需支付的应付款项增加及预计负债转回 150 万元所致。**

（2）营业外支出

报告期内，公司发生的营业外支出情况如下：

单位：万元

项　目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
非流动资产毁损报废损失	**-**	0.03	-
滞纳金	**17.44**	0.66	-
未决诉讼预计损失	**-**	150.00	-
赔款支出	**0.46**	-	-
无法收回的款项	**-**	-	23.26
对外捐赠	**4.32**	-	-
其他	**1.78**	0.02	2.71
合计	**24.00**	**150.71**	**25.97**

报告期各期，公司营业外支出分别为 25.97 万元、150.71 万元和 **24.00 万元**。报告期内，公司营业外支出金额较小，主要系未决诉讼预计损失及罚款支出。2020 年未决诉讼预计损失金额较大，主要系子公司深圳电器因买卖合同纠纷而产生未决仲裁，为此计提 150 万元的预计负债所致。**2021 年，上述未决诉讼事项已终结，发行人冲回 2020 年计提的 150 万元预计负债，计入当期营业外收入。**

8、所得税费用

报告期内，公司所得税费用如下：

单位：万元

项　目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
当期所得税费用	**1,239.26**	1,647.69	1,308.68

递延所得税费用	**-544.74**	339.60	672.21
合计	**694.51**	**1,987.29**	**1,980.89**
利润总额	**13,088.59**	17,197.79	19,471.49
占利润总额比例	**5.31%**	**11.56%**	**10.17%**

报告期各期，公司所得税费用分别为 1,980.89 万元、1,987.29 万元和 **694.51 万元**，占当期利润总额的比例分别为 10.17%、11.56%和 **5.31%**。**2021 年，所得税费用较 2020 年有所下降，主要系由于应收账款增加，计提坏账准备导致资产减值损失增加，形成递延所得税资产所致。**

（七）纳税情况及税收优惠影响

1、纳税情况

报告期内，公司纳税情况如下：

单位：万元

期间	项目	所得税	增值税	房产和土地使用税	应缴废弃电器电子处理基金	其他税种
2019 年度	期初未交数	273.66	127.62	104.74	561.26	17.19
	本期应交数	1,759.36	2,749.63	410.09	2,590.77	1,399.82
	本期已交数	1,614.41	2,762.56	413.92	2,520.73	1,264.23
	期末未交数	418.61	114.69	100.91	631.30	152.77
2020 年度	期初未交数	418.61	114.69	100.91	631.30	152.77
	本期应交数	2,270.88	4,202.83	449.01	2,610.88	2,621.86
	本期已交数	2,187.86	4,156.21	424.42	2,225.69	2,674.58
	期末未交数	501.63	161.31	125.49	1,016.48	100.05
2021 年度	期初未交数	**501.63**	**161.31**	**125.49**	**1,016.48**	**100.05**
	本期应交数	**1,992.61**	**4,677.36**	**508.99**	**2,368.65**	**867.68**
	本期已交数	**2,127.14**	**4,624.28**	**506.35**	**2,790.36**	**910.41**
	期末未交数	**367.10**	**214.39**	**128.13**	**594.77**	**57.32**

报告期内，公司税收政策不存在重大变化。

2、税收优惠

报告期内，公司享受的税收优惠政策请参见本节“八、报告期内适用的主要税种税率及享受的税收优惠”之“（二）税收优惠”。

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
增值税优惠	**1,959.99**	2,209.54	1,598.31
所得税优惠	**798.81**	975.70	883.62
税收优惠合计	**2,758.80**	3,185.23	2,481.93
利润总额	**13,088.59**	17,197.79	19,471.49
占比	**21.08%**	18.52%	12.75%

报告期内，公司享受的税收优惠占利润总额比重为 12.75%、18.52%和**21.08%**。即使扣除税收优惠，公司仍具备稳定的盈利能力且业绩满足上市条件，公司对税收优惠不存在重大依赖；公司享受的税收优惠政策主要为高新技术企业所得税优惠和软件企业增值税退税，相关政策取消的可能性较小，未来预计对公司经营业绩影响有限。

十二、资产质量分析

（一）资产构成分析

报告期各期末，发行人的资产的主要结构如下：

单位：万元，%

项目	2021 年度		2020 年末		2019 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	**187,618.34**	**62.13**	204,301.75	72.81	178,154.08	71.56
非流动资产	**114,351.41**	**37.87**	76,281.95	27.19	70,805.27	28.44
资产总计	**301,969.75**	**100.00**	**280,583.70**	**100.00**	**248,959.35**	**100.00**

报告期各期末，随着公司经营规模持续扩大，资产总额整体呈上升趋势。报告期内各期末，流动资产占比分别为 71.56%、72.81%、**62.13%**，为公司资产的主要构成。

1、主要流动资产项目

报告期各期末，公司流动资产分别为 178,154.08 万元、204,301.75 万元和**187,618.34 万元**，主要为货币资金、交易性金融资产、应收票据、应收款项融资、应收账款、存货，具体情况如下：

单位：万元，%

项目	2021 年度	2020 年末	2019 年末

	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	**33,929.16**	**18.08**	38,137.81	18.67	65,069.96	36.52
交易性金融资产	**23,674.29**	**12.62**	17,564.79	8.60	-	-
应收票据	**31,235.95**	**16.65**	41,644.30	20.38	45,221.52	25.38
应收款项融资	**23,801.39**	**12.69**	34,205.85	16.74	13,553.42	7.61
应收账款	**44,977.12**	**23.97**	42,859.01	20.98	30,048.74	16.87
预付款项	**3,216.16**	**1.71**	3,726.24	1.82	3,209.87	1.80
其他应收款	**833.91**	**0.44**	718.39	0.35	686.33	0.39
存货	**24,217.62**	**12.91**	23,056.07	11.29	19,242.25	10.80
其他流动资产	**1,732.75**	**0.92**	2,389.28	1.17	1,121.98	0.63
流动资产合计	**187,618.34**	**100.00**	**204,301.75**	**100.00**	**178,154.08**	**100.00**

（1）货币资金

报告期各期末，公司货币资金情况如下：

单位：万元，%

项目	2021 年度		2020 年末		2019 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存现金	**1.93**	**0.01**	1.98	0.01	2.49	0.00
银行存款	**28,943.80**	**85.31**	19,164.22	50.25	58,035.86	89.19
其他货币资金	**4,983.43**	**14.69**	18,971.61	49.74	7,031.61	10.81
合计	**33,929.16**	**100.00**	**38,137.81**	**100.00**	**65,069.96**	**100.00**

报告期各期末，公司货币资金余额分别为 65,069.96 万元、38,137.81 万元及 **33,929.16 万元**，主要为银行存款。2020 年和 **2021 年**，公司货币资金余额较 2019 年下降较大，主要系购买理财产品所致。

各报告期末，公司其他货币资金主要系公司用于开具银行承兑汇票的保证金。**2021 年末**，其他货币资金大幅减少，主要系公司逐渐用质押开票的方式替代原先的保证金开票方式，从而导致保证金金额减少。各报告期末，公司货币资金中其他货币资金明细如下：

单位：万元

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
银行承兑汇票保证金	**4,700.00**	18,904.98	6,510.78
三方平台存款	**282.75**	59.94	263.01
衍生品保证金	**0.68**	0.69	251.81

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
保函保证金	-	6.00	6.00
合计	**4,983.43**	**18,971.61**	**7,031.61**

注：三方平台存款为发行人在支付宝等的账户余额

（2）交易性金融资产

报告期各期末，公司交易性金融资产情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年末	2019 年末
理财产品	**23,674.29**	17,564.79	-

报告期内公司保持稳定盈利的状态，资金规模随之增长，公司保留一定的货币资金用于维持日常经营，将剩余的资金用于购买理财产品获取一定的收益。

截至报告期末，公司理财产品的具体明细如下：

单位：万元

序号	受托银行	产品名称	类型	期末本金余额	公允价值变动损益	起息日	到期日
1	江苏银行溧水支行	对公结构性存款2021年第41期6个月B	保本浮动收益	10,000.00	60.28	2021/7/29	2022/1/29
2	江苏银行溧水支行	对公结构性存款2021年第46期6个月B	保本浮动收益	1,500.00	7.06	2021/9/1	2022/3/1
3	江苏银行溧水支行	对公结构性存款2021年第50期6个月B	保本浮动收益	1,600.00	5.72	2021/9/30	2022/3/30
4	江苏银行溧水支行	对公结构性存款2021年第62期1个月B	保本浮动收益	8,000.00	0.62	2021/12/29	2022/1/29
5	江苏银行溧水支行	对公结构性存款2021年第61期1个月B	保本浮动收益	1,500.00	0.53	2021/12/22	2022/1/22
6	江苏银行溧水支行	对公结构性存款2021年第62期3个月B	保本浮动收益	1,000.00	0.08	2021/12/29	2022/3/29
	合计			23,600.00	74.29	账面价值	23,674.29

截至报告期末，公司使用暂时闲置的自有资金购买的理财产品主要系结构性存款产品等保本理财产品，旨在满足公司各项资金使用需求的基础上提高资金的使用管理效率，不属于收益波动大且风险较高的金融产品，不属于财务性投资，对公司的资金安排或流动性无重大不利影响。公司根据银行提供的产品净值及产

品合约等确定上述交易性金融资产的公允价值，截至报告期末上述金融资产不存在减值风险。

（3）应收票据/应收款项融资

报告期各期末，公司应收票据（含应收款项融资）分别为 58,774.95 万元、75,850.15 万元和 **55,037.34 万元**，占流动资产比重分别为 32.99%、37.13%和 **29.33%，呈先升后降的趋势。**

公司应收票据（含应收款项融资）全部为银行承兑汇票和商业承兑汇票。报告期各期末，公司应收票据（含应收款项融资）构成如下：

单位：万元

项目	2021 年末	2020 年末	2019 年末
银行承兑汇票	**23,435.97**	38,379.14	38,028.78
商业承兑汇票	**7,799.98**	3,279.38	7,259.36
应收票据账面余额	**31,235.95**	41,658.52	45,288.14
应收票据坏账准备	**-**	14.22	66.61
应收票据账面价值	**31,235.95**	**41,644.30**	**45,221.52**
应收款项融资账面价值	**23,801.39**	**34,205.85**	**13,553.42**
账面价值合计	**55,037.34**	**75,850.15**	**58,774.95**

报告期各期末，公司应收票据系银行承兑汇票、商业承兑汇票，以银行承兑汇票为主。报告期各期末公司应收票据规模较大，系公司主要采取票据结算的方式与客户结算货款所致。公司应收票据余额逐年降低，主要系以票据结算较多的经销模式销售收入占比下降所致。

① 应收票据

报告期内，公司应收票据余额呈现下降趋势。2021 年较 2020 年应收票据余额有所下降，主要系上海怡谐家用电器有限公司此前主要通过票据进行支付，2021 年受苏宁易购平台销售下降影响，上海怡谐家用电器有限公司向发行人采购金额减少，发行人收到其应收票据也随之减少所致。

报告期各期末，商业承兑汇票构成如下：

单位：万元

项目	2021 年末	2020 年末	2019 年末

商业承兑汇票-财务公司承兑	7,799.98	2,991.05	5,594.03
商业承兑汇票--一般企业承兑	-	355.42	1,665.33
合计	7,799.98	3,279.38	7,259.36

基于财务公司的信用状况，公司会接收一部分财务公司承兑的汇票，2019年-2020 年财务公司承兑的汇票全部是创维集团财务有限公司承兑，2021 年财务公司承兑的汇票包括创维集团财务有限公司承兑的汇票金额 5,597.20 万元、美的集团财务有限公司承兑的汇票金额 2,202.79 万元。

公司控制接收一般企业承兑的商业汇票，报告期内一般企业承兑的商业汇票逐步下降。截至 2021 年末，公司不存在一般企业承兑的商业汇票。

公司制定的应收票据坏账政策如下：①银行承兑汇票，考虑违约风险较低、期限短，在短期内履行其支付合同现金流量义务的能力强，因此将银行承兑票据视为具有较低信用风险的金融工具，不计提坏账准备。②财务公司承兑汇票，根据新金融工具准则，公司考虑有关过去事项、当前状况以及对未来经济状况的预测等合理且有依据的信息，以发生违约的风险为权重，计算合同应收的现金流量与预期能收到的现金流量之间差额的现值的概率加权金额，确认预期信用损失。根据相关规定，财务公司属于非银行金融机构，受银保监会监管，违约风险较低，在短期内履行其支付合同现金流量义务的能力较强，因此公司将财务公司承兑的汇票参照银行承兑汇票处理。③除银行、财务公司之外其他法人单位承兑的汇票，其预期信用损失的确认方法参照应收账款处理，账龄起算时点追溯至对应的应收款项账龄起始日。

根据上述政策，报告期各期末，应收票据坏账准备分别为 66.61 万元、14.22 万元、0 万元。

如果对未予终止确认的应收票据，根据应收账款坏账准备计提政策计提坏账准备，对报告期各期利润总额影响情况如下：

单位：万元

账龄	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
1 年以内（含 1 年）	31,235.95	41,658.52	45,288.14
坏账准备模拟计提	1,249.44	1,666.34	1,811.53
坏账准备已计提	-	14.22	66.61

账龄	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
对报告期利润总额影响（“-”代表减少利润）	402.69	92.79	-97.91

② 应收款项融资

报告期各期末，公司应收款项融资情况如下：

项目	2021 年末	2020 年末	2019 年末
应收款项融资-应收票据	23,801.39	34,205.85	13,553.42

报告期内，公司应收款项融资均是符合终止确认条件的银行承兑汇票。

公司管理票据既以收取合同现金流量为目标，同时兼有出售为目标。因此，对于由较高信用等级商业银行承兑的银行承兑汇票，公司依据新金融工具准则的相关规定，将其分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，在“应收款项融资”项目列报。

公司将信用级别较高的 15 家银行开具的银行承兑汇票,符合终止确认条件,列报于应收款项融资。信用等级较高的银行包括中国银行、中国农业银行、中国建设银行、中国工商银行、中国邮政储蓄银行和交通银行 6 家大型商业银行及招商银行、浦发银行、中信银行、中国光大银行、华夏银行、中国民生银行、平安银行、兴业银行、浙商银行 9 家全国性股份制商业银行。

报告期各期末，公司已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据（含应收款项融资）情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	期末终止确认金额	期末未终止确认金额	期末终止确认金额	期末未终止确认金额	期末终止确认金额	期末未终止确认金额
银行承兑汇票	4,913.91	800.03	90.00	3,709.12	5,428.42	4,883.00
商业承兑汇票	-	1,573.16	-	849.26	-	-
合计	4,913.91	2,373.19	90.00	4,558.38	5,428.42	4,883.00

公司终止确认的银行承兑汇票所涉银行均属于信用等级较高的 6 家国有大型商业银行和 9 家上市股份制商业银行，符合终止确认条件。

（4）应收账款

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 30,048.74 万元、42,859.01 万元及 **44,977.12 万元**，占当期流动资产的比例分别为 16.87%、20.98%和 **23.97%**。

报告期内，公司营业收入逐年增加，公司各期末应收账款变动趋势与当年营业收入的变动趋势具备一定关联性，各期末应收账款余额与营业收入关联情况如下：

单位：万元

项目	2021 年末/ 2021 年度	2020 年末/ 2020 年度	2019 年末/ 2019 年度
应收账款余额	**47,873.19**	44,726.37	31,391.68
营业收入	**400,182.07**	373,941.34	368,547.73
应收账款余额占营业收入的比例	**11.96%**	11.96%	8.52%
应收账款余额净增加值	**3,146.82**	13,334.69	3,348.99
应收账款余额净增加值/营业收入	**0.79%**	3.57%	0.91%

报告期各期末应收账款余额占营业收入的比例分别为 8.52%、11.96%和 **11.96%**。公司主要客户回款情况良好，各期末应收账款余额占营业收入的比例较为稳定。2019 年度、2020 年度及 **2021 年度**应收账款余额新增金额占当期营业收入的比例分别为 0.91%、3.57%和 **0.79%**，公司应收账款风险较小。

1）应收账款按账龄披露

报告期内，公司应收账款的账龄主要集中在 1 年以内。报告期各期末，公司应收账款情况如下：

单位：万元

账龄	2021 年末	2020 年末	2019 年末
1 年以内（含 1 年）	**46,542.44**	44,573.64	31,352.77
1-2 年（含 2 年）	**1,250.07**	136.62	16.32
2 年以上	**80.68**	16.11	22.58
小计	**47,873.19**	**44,726.37**	**31,391.68**
减：坏账准备	**2,896.07**	1,867.36	1,342.94
合计	**44,977.12**	**42,859.01**	**30,048.74**

2）应收账款坏账计提情况

①**2021 年末**

2021 年末，公司应收账款主要通过组合计提坏账准备及单项计提坏账准备，

具体情况如下表所示：

单位：万元，%

类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	占应收账款比例	金额	计提比例	
按单项计提坏账准备	**714.48**	**1.49**	**357.24**	**50.00**	**357.24**
按组合计提坏账准备	**47,158.71**	**98.51**	**2,538.83**	**5.38**	**44,619.88**
其中：1年以内（含1年）	**45,827.96**	**95.73**	**1,833.12**	**4.00**	**43,994.84**
1-2年（含2年）	**1,250.07**	**2.61**	**625.03**	**50.00**	**625.03**
2年以上	**80.68**	**0.17**	**80.68**	**100.00**	**0.00**
合计	**47,873.19**	**100.00**	**2,896.07**	**6.05**	**44,977.12**

②2020年末

2020年末，公司应收账款主要通过组合计提坏账准备，具体情况如下表所示：

单位：万元，%

类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	占应收账款比例	金额	计提比例	
按单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备	**44,726.37**	**100.00**	**1,867.36**	**4.18**	**42,859.01**
其中：1年以内（含1年）	44,573.64	99.66	1,782.95	4.00	42,790.69
1-2年（含2年）	136.62	0.31	68.31	50.00	68.31
2年以上	16.11	0.04	16.11	100.00	0.00
合计	**44,726.37**	**100.00**	**1,867.36**	**4.18**	**42,859.01**

③2019年末

2019年末，公司应收账款主要通过组合计提坏账准备及单项计提坏账准备，具体情况如下表所示：

单位：万元，%

类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	占应收账款比例	金额	计提比例	
按单项计提坏账准备	**60.51**	**0.19**	**60.51**	**100.00**	-
按组合计提坏账准备	**31,331.17**	**99.81**	**1,282.44**	**4.09**	**30,048.74**

类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	占应收账款比例	金额	计提比例	
其中：1 年以内（含 1 年）	31,292.26	99.68	1,251.69	4.00	30,040.73
1-2 年（含 2 年）	16.32	0.05	8.16	50.00	8.16
2 年以上	22.58	0.07	22.58	100.00	0.00
合计	**31,391.68**	**100.00**	**1,342.94**	**4.28**	**30,048.74**

3）按欠款方归集的期末余额前五名的应收账款情况

报告期各期末，公司应收账款前五名单位与公司主要客户基本一致，应收账款前五名具体情况如下：

单位：万元，%

时点	序号	单位名称	余额	占比	坏账准备
2021.12.31	1	小米通讯技术有限公司	23,024.73	48.10	920.99
	2	北京京东世纪贸易有限公司	9,723.55	20.31	388.94
	3	伊莱克斯（中国）电器有限公司	1,861.11	3.89	960.67
	4	国美智能科技有限公司	1,249.30	2.61	49.97
	5	倍科电器有限公司	1,125.30	2.35	45.01
	合计		36,983.98	77.25	2,365.58
时点	**序号**	**单位名称**	**余额**	**占比**	**坏账准备**
2020.12.31	1	小米通讯技术有限公司	13,551.17	30.30	542.05
	2	北京京东世纪贸易有限公司	7,798.64	17.44	311.95
	3	Glimpse LLC	1,802.57	4.03	72.10
	4	伊莱克斯（中国）电器有限公司	1,683.61	3.76	67.34
	5	国美智能科技有限公司	1,613.69	3.61	64.55
	合计		**26,449.68**	**59.14**	**1,057.99**
时点	**序号**	**单位名称**	**余额**	**占比**	**坏账准备**
2019.12.31	1	北京京东世纪贸易有限公司	8,129.04	25.90	325.16
	2	佛山市云米电器科技有限公司	7,050.94	22.46	282.04
	3	小米通讯技术有限公司	2,209.53	7.04	88.38
	4	国美智能科技有限公司	1,697.43	5.41	67.90
	5	天津战圣瑞达物流有限公司	1,144.46	3.65	45.78
	合计		**20,231.39**	**64.45**	**809.26**

报告期各期末，公司应收账款前五名单位占期末应收账款余额的比例分别为64.45%、59.14%及**77.04%**，公司主要应收账款客户均与公司保持较大规模合作，具备较好的资信水平，同时公司实行较为严格的应收账款管理制度，上述应收账款已按照公司制定的金融资产减值测试方法及会计处理方法计提相应的减值损失。

（5）预付款项

公司预付款主要为预付供应商货款，报告期各期末，公司预付款项分别为3,209.87 万元、3,726.24 万元及 **3,216.16 万元**。公司预付款项的账面价值情况如下：

单位：万元，%

项目	2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	**3,201.46**	**99.54**	3,553.14	95.35	3,190.26	99.39
1—2 年	**14.45**	**0.45**	171.10	4.59	8.32	0.26
2—3 年	**0.25**	**0.01**	-	-	11.30	0.35
3 年以上	**-**	**-**	2.00	0.05	-	-
合计	**3,216.16**	**100**	**3,726.24**	**100.00**	**3,209.87**	**100.00**

报告期内，公司预付款项规模**呈先增后降的趋势，整体相对稳定**。

（6）其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款构成情况如下表所示：

单位：万元

款项性质	账面余额		
	2021 年末	2020 年末	2019 年末
往来款	**172.36**	89.32	92.85
保证金押金备用金	**556.04**	529.50	414.58
个人暂借款	**124.96**	70.98	124.39
代扣代缴款项	**38.05**	28.59	54.50
合计	**891.41**	**718.39**	**686.33**

报告期各期末，公司其他应收款主要系保证金押金备用金；报告期内公司其他应收款规模保持增长趋势，**其中，2020 年末较 2019 年末增加 32.06 万元，**主要系公司经营规模扩大导致保证金押金备用金增加所致。**2021 年末较 2020 年末**

增加 173.02 万元，主要系往来款、保证金押金备用金、个人暂借款均有所增加所致。

报告期各期末，公司其他应收款账龄情况如下表所示：

单位：万元，%

账龄	2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内（含 1 年）	**478.41**	**53.67**	292.31	40.69	492.41	71.75
1-2 年（含 2 年）	**107.92**	**12.11**	246.00	34.24	24.09	3.51
2-3 年（含 3 年）	**170.00**	**19.07**	15.08	2.10	90.30	13.16
3-4 年（含 4 年）	**14.58**	**1.64**	90.00	12.53	34.54	5.03
4-5 年（含 5 年）	**75.30**	**8.45**	30.00	4.18	15.00	2.19
5 年以上	**45.20**	**5.07**	45.00	6.26	30.00	4.37
小计	**891.41**	**100.00**	**718.39**	**100.00**	**686.33**	**100.00**
减：坏账准备	**57.50**	**-**	-	-	-	-
合计	**833.91**	**-**	**718.39**	-	**686.33**	-

2021 年末，公司其他应收款余额前五名情况如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	账面余额	账龄	占其他应收款项期末余额合计数的比例（%）	坏账准备期末余额
伊莱克斯（中国）电器有限公司	**质保金**	**85.00**	**1-3 年**	**9.54**	**42.50**
展讯通信（上海）有限公司	**质保金**	**44.49**	**1 年以内**	**4.99**	**-**
北京京东世纪贸易有限公司	**质保金**	**35.00**	**1-5 年**	**3.93**	**-**
河南新飞制冷器具有限公司	**质保金**	**30.00**	**2-3 年**	**3.37**	**-**
天津国美战圣物流有限公司	**质保金**	**30.00**	**4-5 年**	**3.37**	**-**
佛山市云米电器科技有限公司	**质保金**	**30.00**	**1-2 年**	**3.37**	**-**
苏宁智能终端有限公司	**质保金**	**30.00**	**1 年以内**	**3.37**	**15.00**
合计	-	**284.49**	-	**31.94**	**57.50**

（7）存货

报告期各期末，公司存货的构成情况如下：

单位：万元，%

2021 年末

项目	账面余额	占比	跌价准备	账面价值
原材料	**5,638.10**	**22.78**	**263.51**	**5,374.59**
在产品	**498.72**	**2.01**	**0.00**	**498.72**
委托加工物资	**221.69**	**0.90**	**0.00**	**221.69**
发出商品	**3,117.60**	**12.60**	**0.00**	**3,117.60**
产成品	**15,276.30**	**61.72**	**271.28**	**15,005.02**
合计	**24,752.41**	**100.00**	**534.79**	**24,217.62**
2020 年末				
项目	**账面余额**	**占比**	**跌价准备**	**账面价值**
原材料	7,026.55	29.89	248.46	6,778.09
在产品	831.23	3.54	0.00	831.23
委托加工物资	239.88	1.02	0.00	239.88
发出商品	2,143.14	9.12	0.00	2,143.14
产成品	13,264.55	56.43	200.81	13,063.73
合计	**23,505.34**	**100.00**	**449.27**	**23,056.07**
2019 年末				
项目	**账面余额**	**占比**	**跌价准备**	**账面价值**
原材料	3,309.39	16.86	226.98	3,082.41
在产品	1,132.00	5.77	30.01	1,101.99
委托加工物资	356.76	1.82	0.00	356.76
发出商品	2,064.82	10.52	0.00	2,064.82
产成品	12,765.59	65.04	129.30	12,636.28
合计	**19,628.55**	**100.00**	**386.30**	**19,242.25**

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 19,242.25 万元、23,056.07 万元和 **24,217.62 万元**，占流动资产的比重分别为 10.80%、11.29%和 **12.91%**，公司存货主要构成为原材料、产成品。报告期内公司存货规模持续提升，主要系公司经营规模持续扩大所致。

报告期各期末，公司存货按类别的库龄情况如下：

单位：万元

存货类别	4 个月以内		5-6 个月		7-12 个月		12 个月以上		合计金额
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	
2021.12.31									
原材料	4,226.56	74.96%	374.39	6.64%	971.28	17.23%	65.87	1.17%	5,638.10

存货类别	4个月以内		5-6个月		7-12个月		12个月以上		合计金额
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	
在产品	485.57	97.36%	6.78	1.36%	4.34	0.87%	2.03	0.41%	498.72
委托加工物资	221.69	100.00%	-	-	-	-	-	-	221.69
发出商品	3,117.60	100.00%	-	-	-	-	-	-	3,117.60
产成品	14,354.35	93.96%	380.14	2.49%	361.05	2.36%	180.76	1.18%	15,276.30
合计	22,405.77	90.52%	761.31	3.08%	1,336.67	5.40%	248.66	1.00%	24,752.41
2020.12.31									
原材料	5,944.41	84.60%	819.63	11.66%	100.07	1.42%	162.44	2.31%	7,026.55
在产品	764.98	92.03%	41.79	5.03%	9.17	1.10%	15.29	1.84%	831.23
委托加工物资	239.88	100.00%	-	-	-	-	-	-	239.88
发出商品	2,143.14	100.00%	-	-	-	-	-	-	2,143.14
产成品	12,486.34	94.13%	533.49	4.02%	181.73	1.37%	62.98	0.47%	13,264.55
合计	21,578.74	91.80%	1,394.91	5.93%	290.98	1.24%	240.71	1.02%	23,505.34
2019.12.31									
原材料	2,693.24	81.38%	202.55	6.12%	85.39	2.58%	328.22	9.92%	3,309.39
在产品	1,011.29	89.34%	5.34	0.47%	5.54	0.49%	109.83	9.70%	1,132.00
委托加工物资	356.76	100.00%	-	-	-	-	-	-	356.76
发出商品	2,064.82	100.00%	-	-	-	-	-	-	2,064.82
产成品	12,437.73	97.43%	94.36	0.74%	191.76	1.50%	41.73	0.33%	12,765.59
合计	18,563.83	94.58%	302.26	1.54%	282.68	1.44%	479.78	2.44%	19,628.55

综上，报告期内发行人库存管理严格、库存周转较快，报告期各期末 4 个月以内库龄的存货占比均超过 90%。

（8）其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年末	2020 年末	2019 年末
留抵进项税	**294.22**	678.62	435.96
预缴其他税金	**141.29**	25.59	12.03
应收退货成本	**378.17**	330.26	427.57
应收出口退税	**919.07**	1,354.81	246.42

项目	2021 年末	2020 年末	2019 年末
合计	**1,732.75**	**2,389.28**	**1,121.98**

公司其他流动资产主要为留抵进项税、**应收退货成本、应收出口退税**，报告期各期末其他流动资产金额分别为 1,121.98 万元、2,389.28 万元及 **1,732.75 万元。2020 年末公司其他流动资产较 2020 年末增加 1,267.30 万元，主要系应收出口退税大幅增加所致。2021 年末公司其他流动资产较 2020 年末减少 656.53 万元，主要系未抵扣的留抵进项税、应收出口退税减少所致。**

2、主要非流动资产分析

报告期各期末，公司非流动资产分别为 70,805.27 万元、76,281.95 万元及 **114,351.41** 万元，主要为固定资产，具体情况如下：

单位：万元，%

项目	2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他债权投资	-	-	-	-	800.00	1.13
固定资产	**64,670.29**	**56.55**	62,919.17	82.48	49,630.46	70.09
在建工程	**700.96**	**0.61**	82.25	0.11	6,871.83	9.71
使用权资产	**1,047.45**	**0.92**	1,197.09	1.57	1,346.73	1.90
无形资产	**7,684.12**	**6.72**	7,895.12	10.35	7,986.27	11.28
长期待摊费用	**73.52**	**0.06**	29.91	0.04	50.14	0.07
递延所得税资产	**2,236.44**	**1.96**	1,690.27	2.22	2,031.14	2.87
其他非流动资产	**37,938.63**	**33.18**	2,468.14	3.24	2,088.72	2.95
非流动资产合计	**114,351.41**	**100.00**	**76,281.95**	**100.00**	**70,805.27**	**100.00**

（1）固定资产

报告期各期末，公司固定资产的构成情况如下：

单位：万元，%

项目	2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
房屋及建筑物	**35,655.27**	**55.13**	36,705.36	58.34	26,813.64	54.03
机器设备	**28,326.60**	**43.80**	25,677.92	40.81	22,349.00	45.03
运输设备	**231.48**	**0.36**	234.49	0.37	208.49	0.42
办公及其他设备	**456.94**	**0.71**	301.39	0.48	259.32	0.52

项目	2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	**64,670.29**	**100.00**	**62,919.17**	**100.00**	**49,630.46**	**100.00**

报告期各期末，公司固定资产分别为 49,630.46 万元、62,919.17 万元及 **64,670.29 万元**，公司固定资产主要为房屋及建筑物、机器设备，报告期各期末两者合计占固定资产比例分别为 99.06%、99.15%和 **98.94%**。2020 年末固定资产较 2019 年增加 13,288.72 万元，增幅为 26.78%，主要系 2019 年投入建设的三期扩建工程由在建工程转为固定资产所致。**2021 年较 2020 年增加 1,751.12 万元，增幅为 2.78%，基本稳定。**

报告期各期末，公司固定资产不存在减值迹象，无需计提减值准备。公司固定资产原值、折旧、减值情况如下表所示：

单位：万元

2021 年末				
项目	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值
房屋及建筑物	**49,132.17**	**13,476.91**	-	**35,655.27**
机器设备	**71,126.15**	**42,799.55**	-	**28,326.60**
运输设备	**575.50**	**344.02**	-	**231.48**
办公及其他设备	**1,110.41**	**653.47**	-	**456.94**
合计	**121,944.23**	**57,273.94**	-	**64,670.29**
2020 年末				
项目	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值
房屋及建筑物	47,294.63	10,589.27	-	36,705.36
机器设备	61,349.96	35,672.04	-	25,677.92
运输设备	520.37	285.88	-	234.49
办公及其他设备	964.61	663.22	-	301.39
合计	**110,129.57**	**47,210.40**	-	**62,919.17**
2019 年末				
项目	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值
房屋及建筑物	35,240.46	8,426.81	-	26,813.64
机器设备	53,229.33	30,880.33	-	22,349.00
运输设备	448.56	240.07	-	208.49
办公及其他设备	995.96	736.63	-	259.32

合计	**89,914.31**	**40,283.85**	**-**	**49,630.46**

报告期内，公司与同行业可比公司固定资产折旧政策对比如下：

① 长虹美菱

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋建筑物	年限平均法	30-40 年	4-5	2.375-3.20
机器设备	年限平均法	10-14 年	4-5	6.786-9.60
运输设备	年限平均法	5-12 年	4-5	7.92-19.20
其他设备	年限平均法	8-12 年	4-5	7.92-12.00

② 奥马电器

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	20	10.00	4.50
机器设备	年限平均法	10	10.00	9.00
运输设备	年限平均法	5	10.00	18.00
办公及电子设备	年限平均法	3-5	0.00-5.00	18.00-33.33

③ 惠而浦

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	20-40	0-10	5.00-2.25
机械设备	年限平均法	10-14	0-10	10.00-6.43
模具	年限平均法	3-4	0-10	33.33-22.50
运输设备	年限平均法	5	3-10	19.40-18.00
电子设备	年限平均法	5-10	3-10	19.40-9.00
其他设备	年限平均法	3-5	0-10	33.33-18.00

④ 澳柯玛

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	30-40	5	2.38-3.17
机器设备	年限平均法	8-21	5	4.52-11.88
运输设备	年限平均法	6-12	5	7.92-15.83
其他设备	年限平均法	5-8	5	11.88-19.00

⑤ 海信家电

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）

房屋及建筑物	平均年限法	20-50	0-10	1.8-5
机器设备	平均年限法	5-20	5-10	4.5-19
电子设备、器具及家具	平均年限法	3-10	0-10	9-33.33
运输设备	平均年限法	5-10	5-10	9-19

⑥ 海尔智家

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	8-40 年	0-5	2.38-12.50
机器设备	年限平均法	4-20 年	0-5	4.75-25.00
运输设备	年限平均法	5-10 年	0-5	9.50-20.00
办公设备及其他	年限平均法	3-10 年	0-5	9.50-33.33

⑦ 发行人

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	5-20	0-5	4.75-20.00
机器设备	年限平均法	5-10	5	9.50-19.00
运输工具	年限平均法	3-5	5	19.00-31.67
办公设备及其他	年限平均法	2-5	5	19.00-47.50

发行人各类固定资产折旧方法、折旧年限、残值率和年折旧率与同行业不存在重大差异。

（2）在建工程

报告期各期末，公司在建工程构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年末	2020 年末	2019 年末
在建工程	**700.96**	82.25	6,871.83
工程物资	-	-	-
合计	**700.96**	**82.25**	**6,871.83**

报告期各期末，公司在建工程对应项目情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年末	2020 年末	2019 年末
三期扩建工程	-	-	6,625.85
钣金厂及倒班楼建设	**593.71**	14.34	-
零星工程	**107.25**	67.91	245.97

合计	**700.96**	**82.25**	**6,871.83**

由上表可知，2019 年末公司在建工程规模**较大**，主要系新增三期扩建工程所致。

（3）使用权资产

2019 年公司开始执行新租赁准则，对除短期租赁和低价值资产租赁以外的租赁确认使用权资产，详见本节“六、主要会计政策和会计估计” 之“（二十八）租赁”。报告期各期末，公司使用权资产余额分别为 1,346.73 万元、1,197.09 万元和 **1,047.45 万元**。

（4）无形资产

报告期各期末，公司无形资产的构成情况如下：

单位：万元，%

项目	2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
土地使用权	**7,086.21**	**92.22**	7,248.64	91.81	7,411.06	92.80
软件	**597.91**	**7.78**	646.48	8.19	575.21	7.20
合计	**7,684.12**	**100.00**	**7,895.12**	**100.00**	**7,986.27**	**100.00**

报告期各期末，公司无形资产分别为 7,986.27 万元、7,895.12 万元及 **7,684.12 万元**，报告期内无形资产规模基本稳定。

报告期各期末，公司无形资产原值、摊销、减值情况如下表所示：

单位：万元

2021 年末				
项目	**账面原值**	**累计摊销**	**减值准备**	**账面价值**
土地使用权	**8,074.55**	**988.34**	**-**	**7,086.21**
软件	**927.94**	**330.03**	**-**	**597.91**
合计	**9,002.50**	**1,318.38**	**-**	**7,684.12**
2020 年末				
项目	**账面原值**	**累计摊销**	**减值准备**	**账面价值**
土地使用权	8,074.55	825.92	-	7,248.64
软件	883.02	236.54	-	646.48
合计	**8,957.57**	**1,062.45**	**-**	**7,895.12**

2019 年末				
项目	账面原值	累计摊销	减值准备	账面价值
土地使用权	8,074.55	663.49	-	7,411.06
软件	728.88	153.67	-	575.21
合计	**8,803.43**	**817.15**	**-**	**7,986.27**

报告期各期末，公司无形资产不存在减值迹象，无需计提减值准备。

（5）长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用分别为 50.14 万元、29.91 万元和 **73.52 万元**，均为装修费用，占非流动资产比例分别为 0.07%、0.04%和 **0.06%**，占比较小。

（6）递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产分别为 2,031.14 万元、1,690.27 万元和 **2,236.44 万元**，占非流动资产比例分别为 2.87%、2.22%和 **1.96%**，主要由资产减值准备、预计负债和可抵扣亏损三部分组成，具体构成如下：

单位：万元

项目	2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	**3,481.04**	**522.16**	2,330.85	347.47	1,795.86	265.18
预计负债	**2,660.13**	**399.02**	2,659.60	398.94	2,453.94	368.09
可抵扣亏损	**8,768.44**	**1,315.27**	6,292.44	943.87	9,245.93	1,386.89
衍生金融负债	**-**	**-**	-	-	73.20	10.98
合计	**14,909.61**	**2,236.44**	**11,282.88**	**1,690.27**	**13,568.94**	**2,031.14**

递延所得税资产中资产减值准备主要由应收账款、应收款项融资计提的减值准备构成，预计负债主要由售后保修和预估退货构成。可抵扣亏损主要由发行人的未弥补亏损所致，根据发行人当地税收政策及发行人未来经营状况，报告期内亏损可结转以后年度抵扣。

（7）其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年末	2020 年末	2019 年末
预付设备款	**2,727.26**	2,385.65	1,996.23
住房基金	**57.99**	82.49	92.48
3 年期定期存单	**35,153.38**	**-**	**-**
合计	**37,938.63**	**2,468.14**	**2,088.72**

公司其他非流动资产主要系预付设备款、**三年期定期存单**，报告期各期末预付设备款分别为 1,996.23 万元、2,385.65 万元及 **2,727.26 万元**，保持持续增长的趋势，主要系公司经营规模扩大使得设备采购规模相应增加所致。其他非流动资产中的住房基金系公司为员工买房支付的款项，要求员工在公司服务 5 年时间。**2021 年，公司为提高资金使用效率持有银行发行的 3 年期定期存单，属于固定利率、保本的低风险产品。**

（二）负债构成分析

报告期各期末，公司负债主要构成如下：

单位：万元，%

项目	2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	**233,685.09**	**98.45**	224,565.00	98.33	201,708.49	98.18
非流动负债	**3,682.04**	**1.55**	3,813.53	1.67	3,744.21	1.82
负债合计	**237,367.14**	**100.00**	**228,378.53**	**100.00**	**205,452.70**	**100.00**

报告期各期末，公司负债以流动负债为主，流动负债占总负债比例分别为 98.18%、98.33%及 **98.45%**，整体保持稳定。

1、流动负债构成及变动分析

报告期各期末，公司流动负债及构成情况如下：

单位：万元，%

项目	2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	-	-	-	-	250.00	0.12
衍生金融负债	**-**	**-**	-	-	73.20	0.04
应付票据	**134,155.81**	**57.41**	101,636.78	45.26	91,746.31	45.48
应付账款	**70,463.72**	**30.15**	88,019.60	39.20	68,344.02	33.88

预收款项	**18.95**	**0.01**	62.64	0.03	36.11	0.02
合同负债	**8,664.90**	**3.71**	8,634.09	3.84	6,829.23	3.39
应付职工薪酬	**3,543.53**	**1.52**	4,163.05	1.85	4,933.68	2.45
应交税费	**1,361.72**	**0.58**	1,904.97	0.85	1,418.28	0.70
其他应付款	**10,137.40**	**4.34**	11,181.59	4.98	19,288.71	9.56
一年内到期的非流动负债	**133.45**	**0.06**	125.07	0.06	117.22	0.06
其他流动负债	**5,205.62**	**2.23**	8,837.21	3.94	8,671.73	4.30
流动负债合计	**233,685.09**	**100.00**	**224,565.00**	**100.00**	**201,708.49**	**100.00**

（1）短期借款

报告期各期末，公司短期借款余额分别为 250.00 万元、0 万元和 **0 万元**，金额较小，主要系公司已贴现未到期的信用等级一般的银行承兑汇票不予终止确认产生。

（2）衍生金融负债

衍生金融负债系公司所购买的远期合约确认的公允价值变动。报告期各期末，公司衍生金融负债的情况如下：

单位：万元

项目	2021 年末	2020 年末	2019 年末
	金额	金额	金额
衍生金融负债：远期合约	-	-	73.20
合计	-	-	**73.20**

（3）应付票据

报告期各期末，公司应付票据情况如下：

单位：万元，%

项目	2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
银行承兑汇票	**134,155.81**	100.00	95,453.04	93.92	-	-
商业承兑汇票	**-**	-	6,183.74	6.08	91,746.31	100.00
合计	**134,155.81**	**100.00**	**101,636.78**	**100.00**	**91,746.31**	**100.00**

报告期各期末，公司应付票据余额分别为 91,746.31 万元、101,636.78 万元和 **134,155.81 万元**，占流动负债的比例分别为 45.48%、45.26%和 **57.41%**。

报告期内，应付票据主要用于支付原材料采购款等款项，应付票据逐年增长，与公司销售规模增长趋势匹配。2020 年，公司与供应商之间的结算方式由主要通过开具商业承兑汇票支付转变为主要通过开具银行承兑汇票支付，导致当年末银行承兑汇票金额大幅增加。**2021 年，公司与供应商之间的票据结算方式以银行承兑汇票为主，导致当年末银行承兑汇票金额进一步增加。**

（4）应付账款

报告期各期末，公司应付账款账面价值分别为 68,344.02 万元、88,019.60 万元和 **70,463.72 万元**，占流动负债的比例分别为 33.88%、39.20%和 **30.15%**，具体如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年末	2020 年末	2019 年末
采购材料款	**65,766.11**	83,463.44	65,511.88
接受劳务	**4,697.61**	4,556.16	2,832.14
合计	**70,463.72**	**88,019.60**	**68,344.02**

公司应付账款主要为应付材料款，公司应付账款**报告期内呈现先升后降的趋势**。2020 年末，公司应付账款较 2019 年末增加 19,675.58 万元，同比增长 28.79%，主要系 2020 年下半年原材料价格上涨较大，公司进行了提前备货所致。**2021 年末，公司应付账款余额较 2020 年末减少 17,555.88 万元，同比减少 19.95%，主要系公司更多通过应付票据的方式向供应商支付货款所致。**

（5）预收款项及合同负债

报告期各期末，公司预收款项和合同负债的情况如下：

单位：万元，%

项目	2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
预收款项	**18.95**	**0.22**	62.64	0.72	36.11	0.53
合同负债	**8,664.90**	**99.78**	8,634.09	99.28	6,829.23	99.47
合计	**8,683.85**	**100.00**	**8,696.74**	**100.00**	**6,865.34**	**100.00**

公司为联交所上市公司创维集团（百慕大）下属公司，自 2018 年 1 月 1 日起公司执行新收入准则，将与合同相关的预收款项重分类至合同负债核算，将预收款项中的待转销项税额调整至其他流动负债核算。报告期各期末，公司预收款

项及合同负债分别为 6,865.34 万元、8,696.74 万元和 **8,683.85 万元**，占流动负债的比例分别为 3.40%、3.87%和 **3.71%**。公司合同负债均为销售产品预收的货款，预收款项主要系租金。

随着业务规模和新签订单金额的持续扩大，**2020 年**公司预收款项及合同负债**金额较 2019 年有所增长。2021 年公司预收款项及合同负债金额较 2020 年略有下降，主要系预收款项有所减少所致。**

（6）应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬的情况如下：

单位：万元，%

项目	2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期薪酬	**3,543.53**	**100.00**	4,143.05	99.52	4,903.68	99.39
辞退福利	-	-	20.00	0.48	30.00	0.61
合计	**3,543.53**	**100.00**	**4,163.05**	**100.00**	**4,933.68**	**100.00**

报告期各期末，公司应付职工薪酬分别为 4,933.68 万元、4,163.05 万元和 **3,543.53 万元**，占流动负债的比例分别为 2.45%、1.85%和 **1.52%**。公司应付职工薪酬主要为尚未发放的应付职工的工资、奖金等。

报告期各期末，公司短期薪酬余额**呈下降趋势**，主要受疫情、**原材料成本上涨等因素**影响，员工考核未达预期目标，奖金等下降所致。

（7）应交税费

报告期各期末，公司应交税费情况如下：

单位：万元

项目	2021 年末	2020 年末	2019 年末
增值税	**214.39**	161.31	114.69
企业所得税	**321.59**	467.71	373.73
个人所得税	**45.51**	33.93	44.89
城市维护建设税	**33.04**	57.21	88.25
房产税	**103.82**	101.18	76.59
教育费附加	**23.60**	40.86	63.03
印花税	**0.68**	1.98	1.49

土地使用税	**24.32**	24.32	24.32
应缴废弃电器电子处理基金	**594.77**	1,016.48	631.30
合计	**1,361.72**	**1,904.97**	**1,418.28**

报告期各期末，公司应交税费金额为1,418.28万元、1,904.97万元和**1,361.72万元**，占流动负债的比例分别为 0.70%、0.85%和 **0.58%**。公司应交税费主要包括增值税、企业所得税、房产税、应缴废弃电器电子处理基金等**。2019年与2021年，公司应付税费金额较为接近，波动较小，2020 年，应交税费金额较大，主要系公司部分应缴废弃电器电子处理基金费用跨期缴纳所致。**

（8）其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款情况如下：

单位：万元

项目	2021 年末	2020 年末	2019 年末
应付利息	-	-	-
应付股利	-	-	4,469.09
其他应付款项	**10,137.40**	11,181.59	14,819.62
合计	**10,137.40**	**11,181.59**	**19,288.71**

报告期各期末，公司其他应付款分别为 19,288.71 万元、11,181.59 万元和**10,137.40万元**，占流动负债的比例分别为9.56%、4.98%和**4.34%**。报告期内，公司其他应付款主要为往来款、应付工程款、预提费用、保证金押金等。

（9）一年内到期非流动负债

报告期各期末，公司一年内到期的非流动负债情况如下

单位：万元

项目	2021 年末	2020 年末	2019 年末
一年内到期的租赁负债	**133.45**	125.07	117.22
合计	**133.45**	**125.07**	**117.22**

报告期各期末，公司一年内到期的非流动负债分别为 117.22 万元、125.07万元和**133.45万元**，占流动负债比例分别为0.06%、0.06%和**0.06%**。

（10）其他流动负债

报告期各期末，公司其他流动负债情况如下：

单位：万元

项目	2021 年末	2020 年末	2019 年末
销售返利	**2,460.25**	3,653.15	3,551.94
已背书未到期票据	**2,373.19**	4,757.74	4,633.00
待转销增值税	**372.18**	426.31	486.79
合计	**5,205.62**	**8,837.21**	**8,671.73**

报告期各期末，公司其他流动负债分别为 8,671.73 万元、8,837.21 万元和 **5,205.62 万元**，占流动负债的比例分别为 4.30%、3.94%和 **2.23%**，主要由销售返利、已背书未到期票据构成。

2、非流动负债构成及变动分析

报告期各期末，公司非流动负债及构成情况如下：

单位：万元，%

项目	2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
租赁负债	**1,010.77**	**27.45%**	1,144.21	30.00	1,269.28	33.90
预计负债	**2,660.13**	**72.25%**	2,659.60	69.74	2,453.94	65.54
递延收益	**-**	**-**	-	-	20.98	0.56
递延所得税负债	**11.14**	**0.30%**	9.72	0.25	-	-
非流动负债合计	**3,682.04**	**100.00%**	**3,813.53**	**100.00**	**3,744.21**	**100.00**

（1）租赁负债

报告期各期末，公司租赁负债情况如下：

单位：万元

项目	2021 年末	2020 年末	2019 年末
租赁负债-本金	**1,223.34**	1,427.23	1,631.13
减：租赁负债-未确认融资费用	**212.58**	283.02	361.84
合计	**1,010.77**	**1,144.21**	**1,269.28**

报告期各期末，公司租赁负债余额分别为 1,269.28 万元、1,144.21 万元和 **1,010.77 万元**，占非流动负债的比例分别为 33.90%、30.00%和 **27.45%**。报告期内，租赁负债为子公司深圳电器经营场所租赁。

（2）预计负债

报告期各期末，公司预计负债情况如下：

单位：万元，%

项目	2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
售后保修费	**2,204.67**	**82.88**	2,097.30	78.86	1,913.52	77.98
预估退货	**455.46**	**17.12**	412.30	15.50	540.42	22.02
未决诉讼	**-**	**-**	150.00	5.64	-	-
合计	**2,660.13**	**100.00**	**2,659.60**	**100.00**	**2,453.94**	**100.00**

报告期各期末，公司预计负债余额分别为 2,453.94 万元、2,659.60 万元和 **2,660.13 万元**，占非流动负债的比例分别为 65.54%、69.74%和 **72.25%**。报告期内，预计负债主要为计提的售后维修费。

公司销售的产品在经客户验收后，仍需提供一定期限的售后维修服务。公司综合考虑历史实际发生的售后维修费用，在收入实现时按照一定比例计提售后维修费，并确认为预计负债。随着报告期内收入规模的不断扩大，公司计提的售后维修费用金额逐年上升，从而使得预计负债金额持续增长。

（3）递延收益

报告期各期内，公司递延收益均为与资产相关的政府补助，情况如下：

单位：万元

项目	2021 年末	2020 年末	2019 年末
政府补助	-	-	20.98
合计	**-**	**-**	**20.98**

报告期各期内，公司与资产相关的政府补助分别为 20.98 万元、0.00 万元和 **0.00 万元**，占非流动负债的比例分别为 0.56%、0.00%和 **0.00%**。报告期内，递延收益均为深圳市战略性新兴产业发展专项资金资助。

（4）递延所得税负债

报告期各期末，公司递延所得税负债主要由交易性金融资产公允价值变动造成，情况如下：

单位：万元

项目	2021 年末	2020 年末	2019 年末
递延所得税负债	**11.14**	9.72	-
合计	**11.14**	**9.72**	**-**

报告期各期末，公司递延所得税负债分别为 0.00 万元、9.72 万元和 **11.14 万元**，占非流动负债的比例分别为 0.00%、0.25%和 **0.30%**。

（三）股东权益结构及变动分析

报告期内，公司股东权益的主要构成及变动情况如下：

单位：股，万元

项目	2021 年末	2020 年末	2019 年末
股本	**193,500,000.00**	193,500,000.00	117,356,625.00
资本公积	**19,396.30**	19,396.30	5,781.20
其他综合收益	**-12.12**	-15.48	-86.45
盈余公积	**1,406.71**	-	3,194.51
未分配利润	**24,461.72**	13,474.35	20,658.43
归属于母公司所有者权益合计	**64,602.61**	52,205.17	41,283.35
少数股东权益	**-**	-	2,223.30
所有者权益合计	**64,602.61**	52,205.17	43,506.65

报告期各期末，公司所有者权益分别为 43,506.65 万元、52,205.17 万元和 **64,602.61 万元**，呈逐年上升的态势。

（四）资产周转能力分析及与同行业上市公司比较情况

报告期各期，公司与同行业上市公司的资产周转能力指标情况如下：

指标	公司	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
存货周转率（次/年）	海尔智家	**4.52**	5.11	5.57
	海信家电	**8.52**	9.43	9.12
	澳柯玛	**5.04**	4.31	5.15
	长虹美菱	**10.33**	8.09	7.40
	惠而浦	**7.93**	5.62	5.30
	奥马电器	**9.90**	8.77	7.14
	平均值	**7.71**	**6.89**	**6.61**
	创维电器	**14.94**	15.35	17.45
应收账款周转率（次/年）	海尔智家	**14.89**	15.57	18.72
	海信家电	**8.80**	9.16	10.60
	澳柯玛	**7.18**	6.03	7.90
	长虹美菱	**14.03**	12.22	10.82

指标	公司	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
	惠而浦	**3.07**	3.47	3.77
	奥马电器	**7.70**	5.06	3.86
	平均值	**9.28**	**8.59**	**9.28**
	创维电器	**9.11**	10.26	12.95

报告期内，公司存货周转率高于同行业可比上市公司均值，主要原因系：1）公司业务规模扩张速度快，产销率高；2）公司 ODM/OEM 模式销售占比较高，一般按照客户合同约定生产后立即发货，库存商品积压较少，产品生产周期及发货周期相对较短。

报告期内，公司应收账款周转率与同行业平均水平不存在明显差异。报告期内，公司客户的回款情况逐步向好，应收账款周转率与同行业平均水平逐年接近。

十三、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

（一）偿债能力分析

1、主要债项情况

报告期末，公司主要债项为应付账款、应付票据及预收账款，应付账款情况详见本节“十二、资产质量分析”之“（二）负债构成分析”之“1、流动负债构成及变动分析”之“（4）应付账款”；应付票据见详见本节“十二、资产质量分析”之“（二）负债构成分析”之“1、流动负债构成及变动分析”之“（3）应付票据”；预收账款情况详见本节“十二、资产质量分析”之“（二）负债构成分析”之“1、流动负债构成及变动分析”之“（5）预收账款及合同负债”。

报告期末，公司不存在逾期未偿还债项，不存在借款费用资本化情形。

2、未来偿还债务及利息金额与偿债能力分析

截至报告期末，公司可预见的未来需偿还的负债主要为应付票据、应付账款、预收账款及合同负债，**2019 年-2021 年**合计数额分别为 166,955.67 万元、198,353.11 万元和 **213,303.38 万元**。公司营业收入整体呈增长趋势、经营活动现金流良好，同时公司银行资信状况良好，与大部分供应商保持了良好的合作关系，预计未来不存在债务无法偿还的风险。

3、偿债能力与资本结构指标

报告期内，公司主要短期偿债能力及资本结构指标情况如下：

财务指标	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
流动比率（倍）	**0.80**	0.91	0.88
速动比率（倍）	**0.70**	0.81	0.79
资产负债率（合并）	**78.61%**	81.39%	82.52%
资产负债率（母公司）	**79.70%**	83.30%	88.48%
财务指标	**2021 年度**	**2020 年度**	**2019 年度**
息税折旧摊销前利润（万元）	**25,574.36**	28,576.51	29,862.86
利息保障倍数（倍）	**156.48**	199.43	147.80
归属于发行人股东的每股净资产（元）	**3.34**	2.70	3.52
无形资产占净资产的比例（扣除土地使用权）	**0.93%**	1.24%	1.32%

注：上述财务指标的计算公式如下：
1、流动比率＝流动资产÷流动负债
2、速动比率＝（流动资产-存货）÷流动负债
3、资产负债率＝总负债÷总资产
4、息税折旧摊销前利润＝净利润+所得税费用+利息支出-利息收入+折旧费用+摊销费
5、利息保障倍数＝（税前利润+利息支出）÷利息支出

报告期内，随着生产经营规模的迅速增长，公司流动比率和速动比率不断提升，资产负债率持续下降。

报告期各期，公司息税折旧摊销前利润分别为 29,862.86 万元、28,576.51 万元和 **25,574.36 万元**，利息保障倍数**分别为 147.80 倍、199.43 倍和 156.48 倍**。

报告期内，公司不存在影响日常运营的偿债风险，不存在对正常生产经营活动有重大影响的或有负债，公司在流动性方面不存在重大不利变化或风险因素。

4、偿债能力分析及与同行业上市公司比较情况

报告期各期末，公司与同行业上市公司的偿债能力指标情况如下：

指标	公司	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
流动比率	海尔智家	**0.99**	1.04	1.05
	海信家电	**1.04**	1.13	1.18
	澳柯玛	**1.04**	1.29	1.07
	长虹美菱	**1.11**	1.11	1.25
	惠而浦	**1.42**	1.46	1.48

指标	公司	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
	奥马电器	**1.11**	1.13	1.27
	平均值	**1.12**	**1.19**	**1.22**
	创维电器	**0.80**	0.91	0.88
速动比率	海尔智家	**0.67**	0.78	0.76
	海信家电	**0.82**	0.97	1.01
	澳柯玛	**0.76**	0.94	0.80
	长虹美菱	**0.97**	0.95	1.08
	惠而浦	**1.25**	1.27	1.25
	奥马电器	**0.93**	1.02	1.11
	平均值	**0.90**	**0.99**	**1.00**
	创维电器	**0.70**	0.81	0.79
合并资产负债率	海尔智家	**62.71%**	66.52%	65.33%
	海信家电	**72.13%**	65.54%	63.28%
	澳柯玛	**65.22%**	66.29%	67.14%
	长虹美菱	**67.12%**	69.19%	64.01%
	惠而浦	**50.24%**	49.36%	50.49%
	奥马电器	**78.86%**	79.33%	70.87%
	平均值	**66.05%**	**66.04%**	**63.52%**
	创维电器	**78.61%**	81.39%	82.52%

报告期内，公司流动比率和速动比率略低于同行业可比公司均值，公司资产负债率高于同行业可比公司均值，主要原因系：1）公司充分利用供应商的信用期，导致期末应付票据及应付账款等金额较高所致；2）公司股权融资渠道有限，而同行业公司在上市过程中通过股权融资，有效改善了其资本结构，优化了各项偿债指标。

5、受限资产情况

报告期各期末，公司受限资产的具体情况如下：

单位：万元

项目	账面价值						受限原因
	2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31		
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	
货币资金	4,700.68	4.44%	18,911.67	14.96%	26,170.65	54.61%	保证金及定期存单质押开具承兑汇票

货币资金	455.62	0.43%	455.62	0.36%	-	-	诉讼冻结银行存款
交易性金融资产	13,100.00	12.37%	9,500.00	7.51%	-	-	交易性金融资产质押开具承兑汇票
应收票据	17,165.03	16.21%	29,362.92	23.22%	-	-	票据质押开具承兑汇票
应收款项融资	23,717.03	22.39%	32,955.95	26.07%	-	-	票据质押开具承兑汇票
固定资产	26,693.00	25.20%	27,999.38	22.15%	17,363.71	36.23%	房屋建筑物抵押开具承兑汇票
无形资产	7,086.21	6.69%	7,248.64	5.73%	4,386.47	9.15%	土地使用权抵押开具承兑汇票
其他非流动资产	13,000.00	12.27%	-	-	-	-	质押3年期定期存单开具承兑汇票
合计	105,917.56	100.00%	126,434.17	100.00%	47,920.83	100.00%	-
资产总计	301,969.75		280,583.70		248,959.35		-
受限资产占当期末总资产比例	35.08%		45.06%		19.25%		-

报告期各期末，公司受限资产分别为47,920.83万元、126,434.17万元和105,917.56，占当期末总资产的比例分别为19.25%、45.06%和35.08%，占比较高，公司受限资产主要是根据生产经营及业务发展需要质押或抵押用于开具银行承兑汇票。

报告期内，公司质押的货币资金、理财产品及定期存单的合计金额有所增加，主要系公司业务量持续扩大，开具银行承兑汇票的金额增加，导致相应的票据保证金金额有所增加。2020年与2021年，公司质押的应收票据及应收款项融资金额较大，主要公司与银行开展票据池业务，将收到的票据用于质押开具银行承兑汇票所致。

报告期内，公司相关融资均能严格按照合同约定的还款计划归还本金和利息，无违约的情况，公司发生债务到期未能足额及时兑付的可能性较低，上述受限资产主要用于质押或抵押开具银行承兑汇票，被强制行权的风险较低，不会对公司的正常生产经营造成重大不利影响。但如果未来公司经营情况出现变化，无法按期履约，则存在抵押或质押资产被强制行权的风险。

总体而言，公司各项偿债指标和资产负债结构良好，流动性风险和偿债风险较低。

（二）报告期内股利分配的实施情况

报告期内，公司的股利分配情况如下：

2019 年 5 月 29 日，公司召开股东会，决议向全体股东按出资比例分配现金分红 3,000.00 万元；

2019 年 12 月 10 日，公司召开股东会，决议向全体股东按出资比例分配现金分红 5,000.00 万元；

2020 年 7 月 20 日，公司召开股东会，决议向全体股东按出资比例分配现金分红 8,000.00 万元。

报告期内，公司利润分配方案均履行了公司内部相应的决策程序，现金股利的分配情况符合《公司章程》相关条款的规定。

（三）现金流量分析

报告期各期，公司现金流量情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经营活动产生的现金流量净额	**65,887.97**	11,918.86	64,519.51
投资活动产生的现金流量净额	**-42,052.22**	-36,540.32	-15,033.13
筹资活动产生的现金流量净额	**-13,203.89**	6,079.57	-21,291.28
现金及现金等价物净增加额	**10,002.34**	-20,128.78	28,423.96
净利润	**12,394.08**	15,210.49	17,490.60

1、经营活动现金流量分析

报告期内，公司经营活动现金流量的主要情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	**449,450.32**	371,811.58	401,490.53
收到的税费返还	**20,346.55**	12,992.13	15,523.44
收到其他与经营活动有关的现金	**3,976.03**	5,340.82	1,987.64
经营活动现金流入小计	**473,772.90**	390,144.53	419,001.61
购买商品、接受劳务支付的现金	**351,817.99**	318,287.52	299,883.07
支付给职工以及为职工支付的现金	**24,012.26**	28,120.90	26,587.73
支付的各项税费	**10,216.72**	9,283.71	7,377.28
支付其他与经营活动有关的现金	**21,837.95**	22,533.55	20,634.02
经营活动现金流出小计	**407,884.93**	378,225.68	354,482.10

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经营活动产生的现金流量净额	**65,887.97**	**11,918.86**	**64,519.51**

报告期各期，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 64,519.51 万元、11,918.86 万元及 **65,887.97 万元**。公司经营活动现金流入主要为销售商品、提供劳务收到的现金，现金流量表现为逐年持续净流入，主要受益于公司业务规模快速增长，反映出公司将销售收入转化为现金的能力较强。

报告期内，公司经营活动现金流出主要为购买商品、接受劳务支付的现金、支付给职工以及为职工支付的现金、支付的各项税费以及支付其他与经营活动有关的现金。随着经营规模迅速扩大，采购原材料、支付职工薪酬和各项税费的支出也随之提高。

总体来看，公司销售回款情况较好，销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入规模基本匹配。

报告期内，公司 2020 年经营活动产生的现金流量净额较 2019 年减少 52,600.65 万元，主要系公司销售商品收到的现金有所减少、购买原材料付出的现金有所增加所致。**公司 2021 年经营活动产生的现金流量净额较 2020 年增加 53,969.11 万元，主要系公司销售商品收到的现金有所增加、收到的税费返还有所增加，及支付给职工以及为职工支付的现金有所下降等原因所致。**

报告期内，公司经营性活动现金流与净利润的勾稽关系对比分析如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
净利润	**12,394.08**	**15,210.49**	**17,490.60**
加：信用减值损失	**1,071.99**	605.78	-3.72
资产减值准备	**85.52**	62.97	-106.57
固定资产折旧	**11,540.52**	10,404.75	9,419.43
使用权资产折旧	**149.64**	149.64	149.64
无形资产摊销	**255.92**	245.30	226.43
长期待摊费用摊销	**23.04**	37.67	36.64
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“－”号填列）	**354.97**	-64.46	95.74
固定资产报废损失（收益以“－”号填列）	**-**	0.03	-

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
公允价值变动损失（收益以“－”号填列）	**-65.83**	-64.79	-
财务费用（收益以“－”号填列）	**558.34**	1,689.77	-137.59
投资损失（收益以“－”号填列）	**-1,237.00**	-1,339.59	457.61
递延所得税资产减少（增加以“－”号填列）	**-546.17**	329.88	672.21
递延所得税负债增加（减少以“－”号填列）	**1.42**	9.72	-
存货的减少（增加以“－”号填列）	**-1,247.07**	-3,876.79	-2,448.87
经营性应收项目的减少（增加以“－”号填列）	**18,175.35**	-30,219.23	14,632.66
经营性应付项目的增加（减少以“－”号填列）	**10,162.26**	29,528.43	30,546.08
其他	**14,210.98**	-10,790.70	-6,510.78
经营活动产生的现金流量净额	**65,887.97**	**11,918.86**	**64,519.51**
差额	**53,493.89**	**-3,291.63**	**47,028.91**

注：其他为经营性保证金。

报告期各期，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润的差额分别为 47,028.91 万元、-3,291.63 万元、**53,493.89 万元**。其中，2020 年度经营活动现金流量净额较 2019 年下降 52,600.65 万元，主要系当期经营性应收余额增加 44,851.89 万元所致。**2021 年度经营活动现金流量净额较 2020 年增加 53,969.11 万元，主要系当期经营性应收余额增加 48,394.58 万元、当期经营性应付余额减少 19,366.79 万元所致。**

2、投资活动现金流量分析

报告期内，公司投资活动现金流量的主要情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
收回投资收到的现金	**184,093.39**	2,000.00	-
取得投资收益收到的现金	**1,285.24**	1,339.59	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	**401.07**	423.75	122.68
收到的其他与投资活动有关的现金	**-**	251.12	-
投资活动现金流入小计	**185,779.70**	4,014.46	122.68
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	**15,638.53**	21,054.78	13,646.39

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
投资支付的现金	**212,193.39**	19,500.00	1,257.61
支付的其它与投资活动有关的现金	**-**	-	251.81
投资活动现金流出小计	**227,831.92**	40,554.78	15,155.81
投资活动产生的现金流量净额	**-42,052.22**	**-36,540.32**	**-15,033.13**

报告期各期，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-15,033.13 万元、-36,540.32 万元及**-42,052.22 万元**。

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额为负数，主要系购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金及投资支付的现金增加较多所致。

3、筹资活动现金流量分析

报告期内，公司筹资活动现金流量的主要情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
吸收投资收到的现金	**-**	2,350.49	-
取得借款收到的现金	**-**	-	1,845.58
收到其他与筹资活动有关的现金	**-**	19,402.06	-
筹资活动现金流入小计	**-**	21,752.55	1,845.58
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	**-**	12,469.09	3,530.91
支付其他与筹资活动有关的现金	**13,203.89**	3,203.89	19,605.95
筹资活动现金流出小计	**13,203.89**	15,672.98	23,136.86
筹资活动产生的现金流量净额	**-13,203.89**	**6,079.57**	**-21,291.28**

报告期各期，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-21,291.28 万元、6,079.57 万元及**-13,203.89 万元**。

2020 年，**公司筹资活动现金流量净额为正，**主要系 2019 年质押的定期存单于 2020 年到期收回款项所致。2019 年度和 **2021 年度**，公司筹资活动现金流量净额为负，主要系支付其他与筹资活动有关的现金较多，即公司因融资需要质押的定期存单增加所致。

（四）重大资本性支出计划及资金需求量

截至报告期末，公司未来可预见的重大资本性支出主要为本次发行募集资金投资项目，具体参见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划” 。

（五）流动性变化、风险趋势及具体应对措施

截至报告期末，公司负债主要为流动负债，公司偿债能力指标良好，公司不存在影响现金流量的重要事件或承诺事项，发行人的流动性没有产生重大变化或风险。

未来，公司将积极加强财务及资金管理能力，密切跟踪行业市场动态，加强对客户信用的管理，提高应收账款的回款效率。同时，公司将积极拓展外部融资渠道，加强与各大银行的合作与联系，为公司持续发展提供有效的资金保障。公司将通过首次公开发行股票等方式筹集资金优化财务结构，以提升公司应对流动性风险的能力。

（六）持续经营能力分析

公司主要从事冰箱、洗衣机、平板电脑等智能家电产品的研发、生产和销售，成立以来以用户为导向，不断进行产品升级创新紧跟用户需求变化，为用户提供更为优质的产品。经过多年的发展，创维电器获得了较高的用户认可度、建立了良好的品牌形象，成长为智能家电领域的优质企业，先后获得国家高新技术企业、工信部两化融合贯标企业、双软企业、江苏省智能车间示范单位、国家认可的CNAS 实验室、“十三五”中国十大洗衣机出口企业、省市级工业设计中心、省市级工程技术研究中心等荣誉称号。

截至本招股说明书签署日，公司在持续经营能力方面不存在重大不利变化。基于公司报告期内的业绩、国家近年来刀剪制造行业发展状况，公司认为自身不存在重大持续经营风险。

十四、主要资本性支出与资产业务重组分析

（一）主要资本性支出

报告期内，公司主要资本性支出为建造公司厂房、购置机器设备和土地使用权等。报告期各期，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 13,646.39 万元、21,054.78 万元和 **15,638.53 万元，2019 年-2020 年**金额呈现逐年上升趋势，与公司经营规模的扩大，主营业务发展趋势相符合，**2021 年主要资本性支出较 2020 年有所下降，主要系三期扩建工程基本建成投产、其他新增投资项目较少所致**。

（二）资产业务重组

为进一步完善公司产业布局，发行人 2020 年 9 月换股收购深圳电器 100%股权。截至本招股说明书签署日，该等资产重组已全部完成资产交付及过户，发行人及其子公司均正常运营。具体详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、重大资产重组情况” 。

十五、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

截至本招股说明书签署日，不存在应披露的资产负债表日后事项。

（二）或有事项

截至本招股说明书签署日，发行人不存在应披露的或有事项。

（三）重大担保、诉讼等事项及其他重要事项

截至本招股说明书签署日，发行人不存在应披露的其他重大担保、诉讼及其他重要事项。

十六、发行人盈利预测情况

公司未编制盈利预测报告。

十七、填补被摊薄即期回报的措施及承诺

（一）首次发行股票摊薄即期回报对公司每股收益的影响

本次公开发行募集资金将用于公司主营业务发展，募集资金使用计划已经公司管理层的详细论证，符合公司的发展规划。由于募集资金投资项目需要一定的建设期，对公司的经济效益需要一定时间才能显现，同时募集资金到位当年公司的股本将有所增加，因此预计募集资金到位当年扣除非经常性损益后的基本每股收益和稀释每股收益将存在下降趋势。

（二）董事会选择本次融资的必要性和合理性

公司董事会选择本次融资的必要性和合理性的详细内容详见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”之“二、募集资金投资项目的可行性

分析”及“三、募集资金投资项目的必要性分析”。

（三）本次募集资金投资项目与发行人现有业务的关系，发行人从事募集资金项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

公司专注于冰箱与洗衣机领域，凭借优质的产品和服务，业务规模迅速扩大，产品获得了消费者越来越广泛的认可，市场影响力不断增强。随着公司客户和订单数的增多，公司产能已达饱和状态，现有的生产规模无法满足日益增长的市场需求。同时，由于市场的快速变化，消费者对冰洗产品的外观设计、生产工艺、技术水平、产品质量等有更高的要求。目前，加大产能、充实研发实力、拓宽营销渠道，是公司未来可持续发展的关键。

本次公开发行募集资金建设的“年产 80 万台商用冷柜、多门冰箱及 80 万台干衣机、双子星洗衣机生产线扩建项目”，有利于公司丰富产品类型、完善产品布局，有效满足消费者升级换代的需求。

本次公开发行募集资金建设的“研发中心建设项目”将提升产品开发效率，缩短新产品研发周期，加速冰洗产品升级迭代，满足消费者对新技术、新产品的个性化、差异化需求，提升产品的附加价值为公司在激烈的行业竞争中提供持续的技术保障。

本次公开发行募集资金建设的“高效营销网络建设项目”将进一步优化营销网络体系，加快线上线下销售资源的融合，扩大业务覆盖面积，拓展海内外市场。

综上，本次募集资金投资项目是公司现有业务的强化与延伸，募集资金投资项目实施后，公司主营业务、经营模式不会发生变化。

（四）填补被摊薄即期回报的措施

1、持续提高主营业务规模及盈利能力

公司将在现有规划及政策支持下，将持续整合业务资源，不断拓展品类与渠道，以提高营业收入，降低成本费用，提升利润水平；提升产品质量，不断塑造品牌影响力，提升行业综合竞争力。

2、加快募投项目实施进度，加强募集资金管理

本次募投项目均围绕公司主营业务展开，其实施有利于提升公司竞争力和盈

利能力。本次发行募集资金到位后，公司将根据《公司章程（草案）》、《募集资金管理制度》等相关法律法规的要求，加强募集资金管理，规范使用募集资金，以保证募集资金按照既定用途实现预期收益。同时，公司将加快推进募投项目实施，以确保募投项目早日实现预期收益。

3、加强经营管理和内部控制，提升经营效率

公司已根据相关法律法规和规范性文件的规定建立健全了股东大会、董事会及其各专门委员会、监事会、独立董事、董事会秘书和高级管理层的管理结构，形成了科学的决策机制、执行机制和监督机制。公司内部控制总体完整、合理且有效。公司将继续加强企业内部控制，加强成本管理并强化预算执行监督，全面有效地控制公司经营和管控风险。

另外，公司将努力提高资金的使用效率，完善并强化投资决策程序，设计更为合理的资金使用方案，合理运用各种融资工具和渠道，控制公司资金成本，节省财务费用支出，提升公司的经营效率和盈利能力。

4、完善利润分配政策，强化投资者回报

为了进一步规范公司利润分配政策，公司按照《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》、《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》的要求，并结合公司实际情况，经公司股东大会审议通过了公司上市后适用的《公司章程（草案）》。公司的利润分配政策和未来利润分配规划重视对投资者的合理、稳定投资回报，公司将严格按照其要求进行利润分配。

（五）公司董事、高级管理人员对上述填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺

公司董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行作出如下承诺：

1、承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益。

2、承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束。

3、承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动。

4、承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行

情况相挂钩。

5、若公司后续推出公司股权激励政策，承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

（六）公司控股股东、实际控制人作出的承诺

公司控股股东香港创维作出如下承诺：承诺不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

（七）中介机构核查意见

保荐机构认为：公司本次公开发行募集资金将用于主营业务发展，募集资金使用计划已经公司管理层的详细论证，符合公司的发展规划；由于募集资金投资项目需要一定的建设期，对公司的经济效益需要一定时间才能显现，同时募集资金到位当年公司的股本将有所增加，因此预计募集资金到位当年扣除非经常性损益后的基本每股收益和稀释每股收益将存在下降趋势；本次融资具有必要性和合理性；本次募集资金投资项目围绕公司现有业务展开，关联度较高，公司在人员、技术、市场等方面储备充足；公司已制定切实可行的填补即期回报、增强持续回报能力的措施，公司董事、高级管理人员已对公司填补回报措施切实履行作出承诺，该等措施有助于减少首次发行股票摊薄即期回报的不利影响、有利于公司的健康可持续发展。

第九节 募集资金运用与未来发展规划

一、募集资金投资概况

（一）募集资金的具体

根据公司第一届董事会第五次会议、2021 年第二次临时股东大会审议通过的《关于公司首次公开发行股票募集资金用途及其可行性研究报告的议案》等决议，公司拟向社会公众公开发行境内人民币普通股（A 股）不超过 6,450 万股，发行股份募集资金扣除发行费用后的净额，将全部用于公司主营业务相关的项目及主营业务发展所需的流动资金。

本次募集资金扣除发行费用后，公司将投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	拟投入募集资金金额
1	年产 80 万台商用冷柜、多门冰箱及 80 万台干衣机、双子星洗衣机生产线扩建项目	36,424.75	36,424.75
2	研发中心建设项目	11,426.31	11,426.31
3	高效营销网络建设项目	10,003.99	10,003.99
4	补充营运资金	24,000.00	24,000.00
合计		**81,855.05**	**81,855.05**

注：受募集资金未能及时到位影响，本次募集资金投资项目的计划投资进度与实际情况可能会存在一定差异

（二）募投项目审批及用地情况

本次募集资金建设项目的备案、环评及用地情况如下表所示：

序号	项目名称	项目备案情况	环评情况	用地情况
1	年产 80 万台商用冷柜、多门冰箱及 80 万台干衣机、双子星洗衣机生产线扩建项目	2108-320117-89-05-997347	宁环（溧）建[2021]58 号	苏（2021）宁溧不动产权第 0001924 号，苏（2021）宁溧不动产权第 0001932 号
2	研发中心建设项目	无需备案	无需环评	苏（2021）宁溧不动产权第 0001924 号
3	高效营销网络建设项目	无需备案	无需环评	-
4	补充运营资金	无需备案	无需环评	-

（三）募集资金使用管理制度

公司 2021 年第二次临时股东大会审议通过了《公司募集资金管理制度》，

明确公司募集资金的存放应当坚持专户存放，便于监督管理的原则，主要内容如下：

公司募集资金应当存放于经董事会批准设立或授权管理层审批设立的募集资金专项账户中集中管理。公司应当按照招股说明书或者募集说明书所列用途使用募集资金。公司募投项目发生变更的，必须经董事会、股东大会审议通过，且经独立董事、保荐机构、监事会发表明确同意意见后方可变更。

（四）募集资金使用安排

为加快项目建设进度以满足公司业务发展需要，在募集资金到位前公司依据项目的建设进度和资金需求，通过自筹资金先行投入，待募集资金全部到位后，按公司有关募集资金使用管理的相关规定置换本次发行前已投入使用的自筹资金。

若实际募集资金数额（扣除发行费用后）不足以满足以上全部项目的投资需要，不足部分公司将通过自筹方式解决。若募集资金超过上述项目需要投入的募集资金总额时，则超额部分用于补充公司流动资金。

（五）募集资金投资项目实施后对同业竞争及独立性的影响

1、对同业竞争的影响

本次募集资金投资项目不会产生同业竞争的情形。

2、对独立性的影响

公司在资产、人员、财务、机构、业务等方面与股东之间相互独立，具有完整的业务体系及直接面向市场独立经营的能力；本次募集资金投资项目建成后，也将由公司独立运营，并且公司目前已经进行了必要的人员、技术及市场方面的储备。因此，本次募集资金投资项目的实施不会导致公司依赖于控股股东及其控制的其他企业，不会对公司的独立性产生不利影响。

（六）募集资金投资项目与公司主营业务及核心技术的关系、对主营业务发展的贡献及其对发行人未来经营战略的影响，对发行人业务创新创造创意性的支持作用

本次募集资金投资项目均为与公司主营业务相关的项目，募投项目的顺利实

施有利于扩大公司业务规模、提升生产能力，拓宽营销渠道，增强研发实力，巩固公司的竞争优势。发行人专注于冰箱、洗衣机的研发、设计、生产及销售，产品覆盖风冷冰箱、直冷冰箱、滚筒洗衣机、波轮洗衣机等品类，可满足不同消费群体的需求；构建了覆盖线下经销、电商、ODM/OEM 等多渠道的国内外销售网络。

二、募集资金投资项目的可行性分析

（一）国家政策支持为募投项目实施提供了良好的市场环境

随着我国经济的增长和居民可支配收入的提高，农村地区冰洗产品渗透率将进一步提升，同时，城镇居民对冰洗产品多样化的消费需求也在不断提升，进而推动我国冰洗市场规模的进一步增长。近些年，我国相继出台了一系列法规政策，为冰洗行业的持续发展提供政策保障，如《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案》、《关于完善废旧家电回收处理体系推动家电更新消费的实施方案》、《中国家电工业“十四五”发展指导意见》等政策。各项政策充分显示国家鼓励冰洗行业的发展，尤其是积极支持高端、智能、绿色、环保型冰洗产品市场的发展。在一系列国家政策的支持下，冰洗市场有望迎来持续稳定的增长，为冰洗企业提供良好的发展机遇。综上，国家相关支持政策的出台和实施，为本项目建设创造了良好的政策环境，有助于本项目的顺利实施。

（二）公司客户与渠道基础为募投项目产能消化提供了有效保障

经过多年的发展，公司已建立起全方位客户合作体系，与众多国内外优质客户建立了稳定的合作合作关系，并凭借优质的产品和服务，在客户群体中树立了良好的市场口碑。本次募投项目投产后，公司将进一步扩大产能、推出更多优质的高端产品，进一步满足客户多样化的需求，依托良好的客户基础，不断扩大销售规模。

与此同时，公司已建立良好的渠道网络、搭建经验丰富的销售团队，通过线上线下、直销经销等多种方式精准触达目标客户。与此同时，公司计划通过开展“高效营销网络建设项目”，扩大并完善销售网络布局，提升线上销售和重要区域的本地化销售服务能力，助力公司在增强原有渠道实力的同时，不断打开新的渠道和销售市场。良好的渠道基础，使得公司可以更有效地与客户进行对接，并

针对客户需求不断研究开发定制化的新产品，从而以高品质的产品和优质的服务增强客户粘性。

综上，公司稳定的客户资源、完善的渠道网络、丰富的运营经验、较高的品牌知名度，为募投项目产能消化提供了良好的基础。

（三）完善的全过程管理体系，是本次募投项目实施的有力保障

公司管理层均具有多年企业管理的实践经验，市场意识强烈，对冰洗行业的发展现状和未来的发展趋势有着深刻的理解，并形成了一套行之有效的经营管理模式。在生产管理方面，信息传递迅速、管理决策高效，能够有效提高生产效率，建立安全责任制度，保证项目生产安全；在成本和费用控制方面，公司本着精简、高效的原则，生产层根据公司的设备配备和生产规模确定各岗位具体人员数量，严格控制成本，并通过改善工艺、改良设备、优化生产，不断提高生产效率、降低单位生产成本；在人力资源管理方面，公司建立了完善的人才储备机制和员工培训体系，为其择优选择人才提供了广阔的空间；此外公司还针对管理人员、核心生产技术人员以及研发人员制定了一系列的选拔和激励制度，由此形成了稳定的管理团队、生产团队和研发团队，为项目的实施提供了制度保障。

（四）公司丰富的技术和人才储备为项目建设奠定了基础

公司秉承“人才是企业发展的源驱动力”的理念，持续注重对人才的培养，经过多年的累积和发展，公司已拥有一支经验丰富、创新力强、高素质的研发团队，负责技术标准和产品生产工艺操作流程的制定、修订，并协调、组织相关部门解决生产中重大工艺技术难题，确定公司产品研发方向、推陈出新，并成立各类专项研发小组对于相应的新工艺、新技术、新产品等研发进行具体实施。

公司研发团队有着丰富的行业及技术经验，对冰洗市场的需求走势和未来发展有着较好的把握，能够把握市场机遇、紧抓客户需求，研发出与最新技术相适应、与消费者多元化需求相适配的产品，满足客户需求，积极抢占市场份额，并推动公司产品及服务的技术水平和竞争实力的不断提升。综上，公司丰富的技术研发与完善的人才储备将会为项目的实施建设奠定良好的基础。

三、募集资金投资项目的必要性分析

（一）扩大公司产能、丰富产品类型，满足客户多元化的消费需求

近年来，公司专注于冰箱与洗衣机领域，凭借优质的产品和服务，业务规模迅速扩大，产品获得了消费者越来越广泛的认可，市场影响力不断增强。随着公司客户和订单数的增多，公司产能已达饱和状态，现有的生产规模无法满足日益增长的市场需求。为此，公司拟购置先进生产设备、利用公司先进工艺技术，对生产线进行扩能生产，提高公司产品生产能力，解决产品需求快速增长带来的产能瓶颈问题，增强公司的盈利能力和竞争实力。

与此同时，公司也在不断根据市场变化，迭代升级自身产品，以满足消费者日益多元化的市场需求，实现公司的可持续发展。随着居民生活水平的提高以及消费者对生活品质的不断追求，高端化、健康化、智能化的产品面临越来越大的市场需求。通过本项目的实施，公司可推出全新的干衣机产品、多门冰箱及双子星洗衣机等，丰富产品类型、完善产品布局，有效满足消费者升级换代的需求。

综上，本项目有利于扩大公司产能，丰富产品结构，满足消费者日益多元化需求，推动公司未来可持续发展。

（二）提升综合研发实力，应对未来激烈的市场竞争

研发中心的建设是公司战略的重要组成部分，承担着核心产品的创新以及前沿技术的探索和研发任务。公司的研发创新能力是企业竞争的核心优势，拥有先进的研发及检测能力是公司获取客户的先决条件，也是产品质量的有效保证。创维电器自成立以来，一直将研发能力的提升作为公司可持续发展的重要战略方向，公司现有的研发团队具备优秀的技术实力和行业经验。然而，随着公司下游应用领域的不断拓展以及业务规模的迅速扩张，下游市场对冰箱、洗衣机产品技术创新、升级改良等方面的需求不断增强，公司研发人员、研发设备的配置和研发、检测能力需要匹配冰箱、洗衣机产品更为多元化、智能化的发展需求，目前公司的研发场地、研发人才和软硬件设施不足以满足公司可持续发展的需要。

通过研发中心建设项目的实施，公司将购进先进的研发及检测用软、硬件，改善研发办公与实验室环境，为技术研发人才提供良好的研发环境，为其施展才华创造良好的平台，同时有利于吸引更多高素质人才，打造高水平研发团队，深

度满足公司长期发展战略需求。同时，项目建成后，将大幅提升产品开发效率，缩短新产品研发周期，加速冰洗产品升级迭代，满足消费者对新技术、新产品的个性化、差异化需求，提升产品的附加价值，实现品牌、市场、价值的全方位升级，为公司在激烈的行业竞争中提供持续的技术保障。

（三）拓展营销网络布局，提升线上销售及重点地区的服务能力

营销网络体系的建设直接关系到企业的产品销售能力，是家用电器消费类企业发展的重中之重。经过多年的快速发展，公司已形成了基本覆盖全国主要市场的营销网络体系，涵盖线上线下、直销经销等多种业务模式，但随着公司业务规模的扩大，公司营销网络仍需从广度和深度两个方面不断拓展和延伸。同时，随着募集资金投资项目投产后，公司的产能将得到较大的提升，加大对营销网络建设的投入力度、扩充营销队伍，显得越发重要。

本项目拟以南京为基础建立天猫电商团队，持续保障公司线上销售运营质量，助力公司深入发展线上业务；拟在全国主要区域建立区域营销分部，促进公司营销网络在区域内的深入拓展，进一步提升公司业务服务效率及市场问题反馈速度，以更加全面深入的服务提升公司在国内市场的竞争能力。

通过高效营销网络建设项目的实施，公司将进一步优化营销网络体系，实现“线上+线下”渠道的融合，加强与客户之间的业务交流，提升品牌影响力和客户服务水平，从而帮助企业获得市场竞争优势，增加产品销量，扩大产品市场份额。

（四）补充流动资金，满足业务快速发展需求

受益于下游市场的增长及公司产品竞争力的提升，公司报告期内营业收入增长迅速。随着行业的发展、公司订单数量的增加、以及本次发行募投项目的实施，公司收入仍将保持良好的发展态势，业务规模的扩大对公司资金实力提出了更高的要求，工厂建设、产品研发、市场开拓、原材料采购等方面均需要大量的资金投入。通过本次募集资金补充流动资金，将有力支撑公司业务稳步扩张，顺利实现公司发展战略。

四、募集资金投资项目的基本情况

（一）年产 80 万台商用冷柜、多门冰箱及 80 万台干衣机、双子星洗衣机生产线扩建项目

1、项目概况

项目名称：年产 80 万台商用冷柜、多门冰箱及 80 万台干衣机、双子星洗衣机生产线扩建项目

项目公司：创维电器股份有限公司

项目主要内容：本项目拟在创维电器（南京）工业园进行建设，利用现有厂区厂房装修改造并扩建生产线，总建筑面积 35,000.00 平方米。项目建成投产后，将主要用于生产商用冷柜、多门冰箱、干衣机与双子星洗衣机系列产品，达产后预计产能将达到商用冷柜与多门冰箱共 80 万台、干衣机与双子星洗衣机共 80 万台，将扩大公司现有生产规模从而进一步提高公司盈利能力与市场响应能力。

2、项目投资概算

项目预计投资总额为 36,424.75 万元，其中建设投资 36,424.75 万元，包含设备购置费 32,947.88 万元、安装工程费 1,263.91 万元，工程建设其他费用 478.45 万元，预备费 1,734.51 万元，项目无建筑工程费，无铺底流动资金及建设期利息。各项具体投资情况及占比情况如下：

单位：万元

序号	项目	项目资金	占比
一	**建设投资**	**36,424.75**	**100.00%**
1	建筑工程费	-	-
2	设备购置费	32,947.88	90.45%
3	安装工程费	1,263.91	3.47%
4	工程建设其他费用	478.45	1.31%
5	预备费	1,734.51	4.76%
二	**铺底流动资金**	-	-
三	**建设期利息**	-	-
四	**项目总投资**	**36,424.75**	**100.00%**

3、项目实施进度

本项目建设期拟定为 2 年。项目进度计划内容包括项目前期准备、装修改造、设备采购、设备安装调试、项目试运营等，具体进度如下表所示：

序号	建设内容	月 份											
		2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
1	项目前期准备	△	△										
2	装修改造		△	△	△	△							
3	设备采购、安装与调试					△	△	△	△	△	△	△	
4	人员招聘与培训									△	△	△	△
5	竣工验收												△

4、项目的环境保护

本项目环境影响报告表已获南京市生态环境局“宁环（溧）建[2021]58 号”文件批复。

本项目建设地点位于江苏省南京市溧水经济开发区，在项目运营及建设过程中的环境保护工作首先从“治本”着手，尽可能采用无污染或少污染的先进工艺和装备；其次再“治标”，针对产生的污染源加以治理，以达到国家规定的排放标准，严格执行环保设施与主体工程建设“三同时”的设计原则。

5、项目用地

本项目选址于南京市溧水经济开发区新能源大道 96 号，建设地点位于南京市溧水经济开发区创维电器（南京）工业园，利用现有厂区厂房装修改造。溧水区位于南京市中南部，区内交通便利，生态环境良好。公司已取得募投项目实施地的不动产权证书，可以满足项目的需求。

（二）研发中心建设项目

1、项目概况

项目名称：研发中心建设项目

项目公司：创维电器股份有限公司

项目主要内容：本项目选址于南京市溧水经济开发区新能源大道 96 号，拟利用现有场地建设研发中心，建设面积 4,000.00 m^2。本项目拟购置研发及实验设

备共计 32 台（套），包括洗衣机实验室设备、冰箱实验室设备、冷柜实验室设备等，新增软件及信息化系统 352 套。本项目建成后，正常年耗用电量 20.71 万 kW ħ，耗水 672.00 吨，消耗能源总量 25.52tce/年（当量值），将进一步增强公司的研发实力。

2、项目投资概算

项目预计投资总额为 11,426.31 万元，其中建设投资 11,426.31 万元，包含建筑工程费 200.00 万元，设备购置费 3,058.00 万元，工程建设其他费用 7,624.20 万元，预备费 544.11 万元，项目无安装工程费，无铺底流动资金及建设期利息。各项具体投资情况及占比情况如下：

序号	项目	项目资金	占比
一	**建设投资**	**11,426.31**	**100.00%**
1	建筑工程费	200.00	1.75%
2	设备购置费	3,058.00	26.76%
3	安装工程费	-	-
4	工程建设其他费用	7,624.20	66.72%
5	预备费	544.11	4.76%
二	**铺底流动资金**	-	-
三	**建设期利息**	-	-
四	**项目总投资**	**11,426.31**	**100.00%**

3、项目实施进度

根据资金投入计划、设备配置等综合考虑，本项目建设期拟定为 3 年。项目进度计划内容包括项目前期准备（含设计）、装修改造、设备购置及安装调试、人员招聘与培训、课题研发。具体进度如下表所示：

序号	内容	月进度											
		3	**6**	**9**	**12**	**15**	**18**	**21**	**24**	**27**	**30**	**33**	**36**
1	前期工作准备	△											
2	装修改造		△	△	△								
3	设备购置			△	△	△	△	△					
4	安装调试				△	△	△	△	△				
5	人员招聘培训						△	△	△	△	△		

序号	内容	月进度											
		3	6	9	12	15	18	21	24	27	30	33	36
6	课题研发							△	△	△	△	△	△

4、项目的环境保护

根据南京溧水经济开发区管理委员会出具的《关于创维电器股份有限公司研发中心建设项目、高效营销网络建设项目环境影响评价的说明》，本项目不产生废气、废水及危险废物，无需开展环境影响评价。

本项目建设地点位于南京市溧水区溧水经济开发区新能源大道 96 号，在项目运营及研发过程中的环境保护工作从“治本”着手，尽可能采用无污染和少污染的先进材料和装备。针对产生的少量污染根据国家法律规定的排放标准进行排放。

5、项目用地

本项目选址于南京市溧水经济开发区新能源大道 96 号，拟利用现有场地建设研发中心，建设面积 4,000.00 m^2。

（三）高效营销网络建设项目

1、项目概况

项目名称：高效营销网络建设项目

项目公司：创维电器股份有限公司

项目主要内容：本项目营销网络建设分为内销渠道及海外渠道，内销渠道拟在国内贵阳、成都、太原等地建设 15 个营销分部，在南京建设电商天猫团队办公室，合计租赁建筑面积 1,540.00 m^2；海外渠道拟在南京本部建设海外营销中心，利用现有面积 150 m^2。本次募投项目总租赁建筑面积 1,540 m^2；利用现有建筑面积 150 m^2。南京本部位于南京市溧水经济开发区新能源大道 96 号。

2、项目投资概算

项目预计投资总额为 10,003.99 万元，其中建设投资 10,003.99 万元，包含建筑工程费 68.20 万元，设备购置费 29.13 万元，工程建设其他费用 9,430.28 万元，预备费 476.38 万元，项目无安装工程费，无铺底流动资金及建设期利息。各项

具体投资情况及占比情况如下：

序号	项目	项目资金	占比
一	**建设投资**	**10,003.99**	**100.00%**
1	建筑工程费	68.20	0.68%
2	设备购置费	29.13	0.29%
3	安装工程费	-	-
4	工程建设其他费用	9,430.28	94.27%
5	预备费	476.38	4.76%
二	**铺底流动资金**	-	-
三	**建设期利息**	-	-
四	**项目总投资**	**10,003.99**	**100.00%**

3、项目实施进度

本项目建设期为 3 年，具体进度如下表所示：

序号	内容	月进度											
		3	6	9	12	15	18	21	24	27	30	33	36
1	项目前期准备	△	△										
2	建筑装修改造		△	△	△								
3	硬件采购与安装			△	△	△	△						
4	软件采购与安装				△	△	△	△					
5	人员招聘与培训						△	△	△	△			
6	竣工验收、试运营											△	△

4、项目的环境保护

根据南京溧水经济开发区管理委员会出具的《关于创维电器股份有限公司研发中心建设项目、高效营销网络建设项目环境影响评价的说明》，本项目不产生废气、废水及危险废物，无需开展环境影响评价。

根据《中华人民共和国环境保护法》等相关法律规定，在项目实施过程中对排出的污染物质采取必要的措施，本着从根源治理的原则使之达到国家规定的标准。

5、项目用地

本项目拟在国内贵阳、成都、太原等地建设 15 个营销分部，在南京建设电

商天猫团队办公室，合计租赁建筑面积 1,540.00m2；拟在南京本部建设海外营销中心，利用现有面积 150 m2。本次募投项目总租赁建筑面积 1,540m2；利用现有建筑面积 150m2。南京本部位于南京市溧水经济开发区新能源大道 96 号。

（四）补充流动资金

公司拟使用 24,000.00 万元募集资金用于补充流动资金，以有效满足公司经营规模迅速扩张所带来的资金需求，并改善财务结构。

（五）公司产能消化能力分析

募投项目建设将提高公司产能，公司预计具有充足的产能消化能力，具体分析如下：

1、冰洗行业市场需求较为稳定，未来仍有进一步增长的空间

冰箱和洗衣机产品作为生活的刚需产品，其需求具有较强的稳定性，一是随着冰洗存量产品使用年限的增长，冰洗产品存量市场正迎来持续的更新换代的需求；二是随着居民收入水平的提高和健康、品质消费观念的普及，随着“85后”和“90 后”人群逐步成为消费主力军，冰洗产品智能化、高端化、健康化升级趋势逐渐凸显，进而引领行业进入较好的新增需求通道；三是相比城镇市场，农村市场冰洗产品保有量仍较低，随着城镇化率的提升、农村居民消费水平的提高及相关政策的持续出台，农村市场有望成为重要增长点；四是随着新兴经济体的快速发展及居民收入水平的提高，新兴经济体的冰洗保有量将得到显著提升，进而提升对我国冰洗产品的进口需求。以上四个方面的需求，有望带动冰洗行业市场保持增长趋势。

2、持续加强研发投入与积累，深化产品研发、提升产品质量

公司持续强化自身在核心技术方面的投入与积累，目前管理及研发团队汇集了多学科的各类专业人才，在市场需求发现、产品方向选择、产品设计、产品研发制造等方面具备一定优势。管理及研发团队能够准确把握市场动向，挖掘消费者的潜在需求，并可结合潜在市场机会开发出优质产品，从而实现公司产品持续满足市场需求，紧跟行业潮流，并在消费需求多元化趋势下保持优良的品质、良好的市场竞争力。

3、持续强化销售渠道布局， 深化与重点客户的合作

随着募投项目的建设，发行人产能得到提升，未来公司将进一步加强销售渠道的拓展和建设。一方面，强化自有品牌业务，力争实现规模和市场份额的提升。线上，改善产品结构，提升产品均价，加大营销投入、优化营销策略，进一步扩大销售规模；线下，深耕渠道，加大对终端用户的持续触达，强化产品培训与产品推广，进一步扩大线下经销商的销售规模。另一方面，持续开发优质 ODM 客户、扩大与新客户的合作，提升公司在 ODM 领域的销售收入和市场竞争力。

4、持续拓展海外市场，提升全球市场份额

发行人近年来十分重视海外市场的拓展，在巩固国内市场份额的同时，积极拓展海外业务，与欧洲、亚太、中东、非洲地区的客户建立了合作关系，实现了公司产品在当地的销售。未来，公司将持续拓展海外市场，扩大产品在全球范围内的销售覆盖区域，提升产品在全球的市场份额。

综上，鉴于①冰箱与洗衣机市场需求较为稳定，未来仍有进一步增长的空间；②发行人持续强化研发技术积累和人才储备，在市场需求发现、产品方向选择、产品设计、产品研发制造等方面具备一定优势；③发行人在冰箱与洗衣机领域具有较好的技术积累和渠道网络，营业收入保持稳健增长；④发行人海外业务规模持续扩张，未来海外市场发展潜力较大；⑤发行人积累了丰富的行业经验，对未来市场动向把握能力较强，相关产品产能利用率及产销率均保持在较高水平，产品销售情况良好，在国内疫情受到有效控制和外部市场环境未发生重大不利变化的背景下，发行人本次募投项目新增产能预期能够顺利消化。

五、募集资金运用对公司经营和财务状况的影响

本次发行募集资金投入使用后，将对公司的财务状况及经营成果产生一定影响。

（一）对公司核心业务的影响

本次募集资金的投入，将有效提升公司的生产能力，有效推动公司产品结构的调整升级；同时增强公司的研发和创新能力，进一步增强公司的技术实力；此外，本次募集资金的投入还将完善销售渠道，拓展公司未来发展的市场空间。通

过本次募集资金投资项目的实施，公司的盈利能力和核心竞争能力将有所提升，对巩固公司现有的行业地位、进一步提高市场占有率起到积极作用。

（二）对净资产和每股净资产的影响

本次募集资金到位后，公司的股本、净资产、每股净资产将大幅提高，资本结构更加稳健，股本扩张能力进一步增强，整体实力将进一步增强，为公司进一步发展创造了良好条件。

（三）对资产负债率和资本结构的影响

募集资金到位后，在负债金额不发生较大变化的情况下，公司各项偿债指标均会得到较大改善，流动比率和速动比率将会大幅提高，资产负债率也将进一步下降，融资能力得到进一步提升。

（四）对公司净资产收益率和盈利能力的影响

本次募集资金到位后，短期内由于净资产的迅速扩张，公司的净资产收益率将被摊薄，每股收益将出现一定程度的下降。但从中长期来看，募集资金投资项目均具有良好的盈利前景，随着项目的投产比例提高，营业收入和利润水平将大幅增长，净资产收益率和盈利水平也会有较大提高。

（五）新增固定资产折旧及无形资产摊销对公司未来经营成果的影响

本次发行募集资金主要投向“年产 80 万台商用冷柜、多门冰箱及 80 万台干衣机、双子星洗衣机生产线扩建项目”、“研发中心建设项目”、“高效营销网络建设项目”和“补充流动资金”。项目建设完成后公司的折旧及摊销费用将有所增加，短期内对公司业绩增长构成一定不利影响。根据募集资金投资项目可行性研究报告测算，募投项目投入运营后新增息税折旧摊销前利润将超过新增折旧和摊销费用，因此新增折旧和摊销费用不会对公司未来经营成果产生重大不利影响。

六、发行人未来发展与规划

（一）发行人的发展战略与规划

1、公司总体发展战略

创维电器始终坚持产品主义、长期主义、专业主义、开放学习四个原则，持续进行产品研发、精益制造和渠道运营三个能力建设。公司立志通过 3-5 年的努力奋斗，使公司成为**冰洗**行业产品精良、效率领先的**优质**企业。

2、公司主要发展规划

（1）产品研发规划

关注产品力提升，明确产品“向上不向下”的研发定位，逐步提高高端产品的占比。注重产品升级，提升核心竞争力，明确自身的市场根据地并构建护城河；聚焦资源，找准产品的核心突破口、核心型号及核心业务渠道，针对性开发，精准锁定市场发展趋势。

强化产品部职能，从市场调研、用户分析、竞品及行业对标等维度对项目进行充分的可行性分析；常态性对项目进行复盘，总结经验补足短板、实现内部经验分享；标准化、通用化要同步推进，发挥平台优势、降本提效；处理好项目进度及设计质量之间的问题，实现产品全生命周期管理。

积极与行业进行对标，寻求高校资源合作，并着力研究市场需求、未来产品发展方向，夯实技术基础，稳步推进产品升级，推出符合市场趋势的好产品和精品。对上市新品做好客户体验内测，对反馈信息进行检讨、研究并不断进行改善；关注产品的标准化、通用化，发挥规模优势。

（2）销售规划

产品驱动营销，营销牵引产品。在营销方面细分市场、全面布局，做好利润的可视管控；营销人员需紧跟市场发展趋势，并主动向研发提出需求。

ODM/OEM 渠道方面，对现有的 ODM/OEM 客户群进行分类，制定差异化的服务方案及策略；同时，根据不同的客户设立产品线的“护城河”保证规模和利润。

线下经销方面，多维度开拓渠道和终端、丰富渠道资源，拓展跨界、新零售、工程机等新增长点。增加对市场的了解和代理商的沟通，有针对性地出台相关政策。同时，内部完善包括分销系统在内的 IT 系统，为业务赋能、提高效率。

线上销售方面，以流量产品和中高端新品推动销售规模的稳步增长，同时将追求数量增长向追求均价增长的方向转变。营销端应会同产品线将线上平台进行梳理，研发线上渠道定制款式，针对性地规划产品平台投放。

外销方面，营销端与产品线充分沟通、协同配合，做好大客户的开发和培育，在欧洲等主流市场培育数个重点战略客户。在国外合适区域积极拓展自有品牌业务，鼓励开拓新市场、新客户，挖掘有粘性、紧密度高的客户。

（3）生产方面

持续进行自动化、信息化投入，提升制造效率。聚焦质量及成本两大目标，重产品精细化水平提升，提高全员质量意识和标准，形成产品线质量战略，从根本上改善产品质量；重点关注质量、工艺的持续改善，以降低售后费用，同时发挥供应链优势实现规模性产品降本增效；借鉴 ODM/OEM 项目的实施对自有品牌质量及工艺进行改善，以降低产品退机率及返修率。

（二）报告期内为实现战略目标已采取的措施及实施效果

1、引进研发人才、持续研发投入

公司建立了健全的研发体系，在发行人及子公司层面均设有相应的研发部门；此外，公司设立了电器研究院，专门从事研发工作。在此基础上，公司大力引进研发人才，并建立了人才引进制度和研发人员培训机制，不断提升技术团队素质，并通过激励制度充分调动员工参与科技创新、技术与工艺改进工作的积极性。

截至本招股说明书签署日，公司拥有境内专利 202 项（其中发明专利 18 项），境外专利 5 项。

2、坚持全渠道发展

为适应家电市场的快速发展，公司积极采取营销渠道多元化战略，线上线下全面发展，覆盖电商、线下经销、ODM/OEM 等渠道，实现渠道资源的最大化利

用。

近年来，电商行业发展迅速，电商逐渐成为居民消费的主流渠道，公司抓住电商行业快速发展的趋势开发了众多线上经销客户，同时在天猫、京东平台开设了自营店铺，积极布局线上销售渠道。

随着小米、云米等互联网家电品牌的兴起，公司凭借深厚的技术实力与其建立了合作关系，通过 ODM/OEM 的方式为其进行代工，从而快速扩大销售规模，并据此提升自身的技术实力。

在巩固国内市场份额的同时，公司积极拓展海外业务，与欧洲、亚太、中东、非洲地区的客户建立了合作关系，实现了公司产品在当地的销售。

3、全方位产品质量管理

公司向来重视产品质量的管控，从而为客户提供良好的产品使用体验。在设计研发新产品时，技术中心从用户、工艺、质量、降本等多角度进行内部测试，关注细节及用户体验感。积极与行业对标，夯实自身技术基础，稳步提升产品品质；对上市新品做好客户体验内测，对反馈信息进行检讨、研究及不断改善。

第十节 投资者保护

一、公司投资者权益保护的情况

为充分保护投资者的合法权益，促进公司诚信自律、规范运作，根据《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《上市公司信息披露管理办法》、《上市公司与投资者关系工作指引》等相关法律法规，公司制定了《信息披露管理制度》和《投资者关系管理制度》等制度。

（一）建立健全内部信息披露制度和流程

为规范公司信息披露行为，加强信息披露事务管理，保护投资者合法权益，公司制定了《信息披露管理制度》，对公司信息披露管理工作做了明确规定，主要原则包括：

公司董事长为实施信息披露事务管理制度的第一责任人，董事会秘书为公司信息披露的直接责任人，公司董事会全体成员负有连带责任；公司及公司的董事、监事、高级管理人员应当忠实、勤勉地履行职责，保证披露信息的真实、准确、完整、及时、公平，不能保证披露的信息内容真实、准确、完整的，应当在公告中作出相应声明并说明理由。

（二）投资者沟通渠道建立以及投资者关系管理

公司已按照上市公司的要求在公司章程中规定了基本的信息披露制度，并制订了《信息披露管理办法》。公司由董事会秘书担任投资者关系管理负责人；董事会办公室是公司投资者关系管理职能部门，由董事会秘书领导，负责公司投资者关系管理日常事务。董事会办公室有专用的场地及设施，设置了联系电话、网站、电子邮箱等投资者沟通渠道。

（三）未来开展投资者关系管理的规划

公司将严格按照《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020 年修订）》等相关法律、法规、规章和规则及《公司章程》的要求，认真履行信息披露义务，保证信息披露的真实、准确、完整，进一步提升公司规范运作水平和透明度。

公司将不断提高公司投资者关系管理工作的专业性，加强投资者对公司的了解，促进公司与投资者之间的良性互动关系，切实维护全体股东利益，特别是中小股东的利益，努力实现公司价值最大化和股东利益最大化。

二、股利分配政策

（一）最近三年股利分配情况

最近三年公司股利分配情况详见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（二）报告期内股利分配的实施情况”。

（二）本次发行上市后的股利分配政策

经公司 2021 年第二次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》，本次发行上市后，公司的股利分配政策如下：

1、利润分配原则

（1）公司实行持续稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报，并兼顾公司的可持续发展；

（2）在公司盈利、现金流满足公司正常经营和中长期发展战略需要的前提下，公司优先选择现金分红方式，并保持现金分红政策的一致性、合理性和稳定性，保证现金分红信息披露的真实性；

（3）公司利润分配不得超过当年累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

2、利润分配形式

公司采取现金、股票或者法律许可的其他方式分配股利。在符合现金分红的条件下，公司应当优先采取现金分红的方式进行利润分配。

3、利润分配条件

（1）现金分红的条件：

①公司该年度实现的可供分配利润为正；

②公司累积可分配利润为正；

③审计机构对公司该年度财务报表出具标准无保留意见的审计报告；

④公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生；

重大投资计划或重大现金支出是指：公司未来十二个月内拟对外投资、购买资产累计支出达到或者超过公司最近一期经审计净资产的 10%且金额达到 5,000 万元。

⑤公司资金充裕，盈利水平和现金流量能够持续经营和长期发展。

若同时符合上述①-⑤项时，公司应当进行现金分红，每年以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 10%。

（2）股票股利分配条件：

在公司经营情况良好，且公司董事会认为每股收益、股票价格与公司股本规模不匹配时，公司可以在提出现金分红的同时采取股票股利的利润分配方式。采用股票股利进行利润分配的，公司董事会应综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄因素制定分配方案。

4、利润分配的期间间隔和现金分红比例

公司每一会计年度进行一次利润分配，通常由年度股东大会上审议上一年度的利润分配方案；根据公司当期的盈利规模、现金流状况、发展阶段及资金需求等实际经营情况，公司可以进行中期现金分红，由董事会提出并经股东大会审议通过。

公司董事会综合考虑公司利润分配时行业的平均利润分配水平、公司经营盈利情况、发展阶段以及是否有重大资金支出安排等因素区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到百分之八十；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到百分之四十；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到百分之二十；

5、利润分配的决策机制和程序

公司每年利润分配预案由公司董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金供给和需求情况提出、拟定，并经董事会审议通过后提交股东大会审议批准。董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。

独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

如公司当年盈利且满足现金分红条件、但董事会未按照既定利润分配政策向股东大会提交利润分配预案的，应当在定期报告中说明原因、未用于分红的资金留存公司的用途和使用计划，并由独立董事发表独立意见。

6、调整利润分配政策的决策机制和程序

（1）受外部经营环境或者自身经营的不利影响，经公司股东大会审议通过后，可对利润分配政策进行调整或变更。调整或变更后的利润分配政策不得违反法律法规、中国证监会和证券交易所的有关规定，不得损害股东权益。

下列情况为上述所称的外部经营环境或者自身经营状况的不利影响：

①因国家法律法规、行业政策发生重大变化，非因公司自身原因而导致公司经审计的净利润为负；

②因出现地震、台风、水灾、战争等不能预见、不能避免并不能克服的不可抗力因素，对公司生产经营造成重大不利影响导致公司经审计的净利润为负；

③出现《公司法》规定不能分配利润的情形；

④公司经营活动产生的现金流量净额连续两年均低于当年实现的可供分配利润的 10%；

⑤中国证监会和证券交易所规定的其他事项。

（2）确有必要对公司章程确定的利润分配政策进行调整或者变更的，公司

董事会制定议案并提交股东大会审议，公司独立董事应当对此发表独立意见。审议利润分配政策调整或者变更议案时，公司应当向股东提供网络投票平台，鼓励股东出席会议并行使表决权。利润分配政策调整或者变更议案需经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。

（三）本次发行前后股利分配政策的差异情况

本次发行前后，公司的股利分配政策不存在重大差异。

（四）本次发行前滚存利润的分配

经公司 2021 年第二次临时股东大会审议通过，公司首次公开发行股票前形成的剩余滚存未分配利润由本次股票发行后的新老股东依其所持股份比例共同享有。

三、股东投票机制的建立情况

公司上市后将采取累积投票制选举公司董事、监事，中小投资者单独计票机制，法定事项采取网络投票方式召开股东大会进行审议表决、征集投票权机制等股东投票机制。

（一）累积投票制度

根据《公司章程（草案）》，股东大会就选举董事、监事进行表决时，根据章程的规定或者股东大会的决议，可以实行累积投票制。累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。

（二）中小投资者单独计票机制

根据《公司章程（草案）》，股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

（三）法定事项采取网络投票方式召开股东大会进行审议表决

根据《公司章程（草案）》，股东大会将设置会场，以现场会议形式召开。公司还将提供网络或其他方式为股东参加股东大会提供便利。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。

（四）征集投票权的相关机制

根据《公司章程（草案）》，公司董事会、独立董事和符合一定条件的股东可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

四、发行人、发行人的股东、发行人的董事、监事、高级管理人员以及本次发行的中介机构作出的重要承诺与承诺履行情况

（一）本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限承诺

1、发行人控股股东承诺

（1）自公司股票上市之日起 36 个月内，本公司不转让或委托他人管理本公司直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该等股份；

（2）本公司所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于公司首次公开发行股票的发行价（若公司股票在此期间发生派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整，下同）；公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本公司持有公司股票的锁定期限自动延长 6 个月；

（3）在本公司所持公司股份锁定期满后，将严格遵守证监会、深圳证券交易所关于减持的相关规则，并履行相关信息披露义务。

2、发行人持股 5%以上股东创维集团（深圳）承诺

（1）自公司股票上市之日起 36 个月内，本公司不转让或委托他人管理本公司直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该等股份；

（2）在本公司所持公司股份锁定期满后，将严格遵守证监会、深圳证券交易所关于减持的相关规则，并履行相关信息披露义务。

3、发行人持股 5%以上股东炬德实业承诺

（1）自公司股票上市之日起 24 个月内，本公司不转让或委托他人管理本公司直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该等股份；

（2）在本公司所持公司股份锁定期满后，将严格遵守证监会、深圳证券交易所关于减持的相关规则，并履行相关信息披露义务。

4、股东炬德合伙承诺

（1）自公司股票上市之日起 24 个月内，本合伙企业不转让或委托他人管理本合伙企业直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该等股份；

（2）在本合伙企业所持公司股份锁定期满后，将严格遵守证监会、深圳证券交易所关于减持的相关规则，并履行相关信息披露义务。

5、股东文坚承诺

（1）自公司股票上市之日起 24 个月内，本人不转让或委托他人管理本人直接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该等股份；

（2）在本人所持公司股份锁定期满后，将严格遵守证监会、深圳证券交易所关于减持的相关规则，并履行相关信息披露义务。

6、持股董事、监事、高级管理人员承诺

（1）自公司股票上市之日起 24 个月内不转让或委托他人管理本人直接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该等股份；

（2）在任职期间，每年转让的股份不超过所持有公司股份总数的百分之二十五；自离职后半年内，不转让所持的公司股份；

（3）任职期间拟买卖公司股票将根据相关规定提前报深圳证券交易所备案；所持公司股份发生变动的，将及时向公司报告并由公司在深圳证券交易所网站公告；

（4）所持公司股票在锁定期满后两年内进行减持的，其减持价格不低于发

行价（若公司股票在此期间发生派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整）；若公司上市后 6 个月内发生公司股票连续 20 个交易日的收盘价均价低于发行价或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价的情形，本人所持公司股票的锁定期限自动延长 6 个月。

（二）股东持股及减持意向的承诺

本人/本企业对于本次公开发行前所持有的公司股份，将严格遵守已作出的自愿锁定股份的承诺，在限售期内，不出售本次公开发行前持有的公司股份；限售期满后两年内，本人/本企业将根据自身需要及已作出的自愿锁定股份的承诺，选择集中竞价、大宗交易及协议转让等法律、法规规定的方式减持，减持价格不低于本次公开发行时的发行价（若公司股票在此期间发生派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整）。本人/本企业保证将严格遵守中国证监会、深圳证券交易所相关法律、法规的规定减持公司的股份，并及时履行信息披露义务。

（三）稳定股价的措施和承诺

为强化公司及董事和高级管理人员的诚信义务，保护中小股东权益，公司制定了《关于上市后三年内稳定公司股价的预案》，本议案于公司完成首次公开发行股票并上市后生效，有效期 36 个月。主要包括下列内容：

1、启动稳定股价措施的条件

首次公开发行股票并上市后 36 个月内，公司股票如出现连续 20 个交易日收盘价均低于最近一年经审计的每股净资产（已经披露的最近一年的年度财务报表期末之后公司股票有除权除息事项的，每股净资产作相应调整）时，则触发股价稳定措施的启动条件。公司董事会办公室负责前述启动条件的监测。自股价稳定措施启动条件触发之日起 5 个交易日内，公司应召开董事会会议制定稳定股价的具体措施并告知稳定预案履行义务人。

2、稳定股价的具体措施

股价稳定措施的方式包括：（1）公司回购股票；（2）公司控股股东增持公司股票；（3）在公司任职并领取薪酬的公司董事（不含独立董事）、高级管理人员增持公司股票。选用前述方式时应满足下列基本原则：（1）不能导致公司

的股权分布不满足法定上市条件；（2）不能使增持主体履行要约收购义务。

（1）公司回购股票

①公司为稳定股价之目的回购股份，应符合《公司法》、《证券法》、《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》及《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》等相关法律、法规的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件；

②公司股东大会对回购股份作出决议，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过；

③公司为稳定股价之目的进行股份回购的，除应符合相关法律法规之要求之外，还应符合下列各项：1）公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行新股所募集资金的总额；2）公司单次用于回购股份的资金不超过公司经审计的上一会计年度合并报表归属于母公司股东净利润的 20%，单一年度用于回购股份的资金不超过公司经审计的上一会计年度合并报表归属于母公司股东净利润的 50%；

④公司董事会公告回购股份预案后，公司股票若连续 5 个交易日收盘价超过每股净资产时，公司董事会可以作出决议终止回购股份事宜。

（2）控股股东增持股票

①公司回购股票方案实施完毕后的连续 5 个交易日的收盘价均低于公司最近一期定期报告经审计的每股净资产，控股股东应在符合法律、法规规定的条件和要求，对公司股票进行增持；

②控股股东单次增持金额不超过自公司上市后累计从公司取得现金分红（税后）的 20%；累计增持金额不超过自公司上市后累计从公司取得现金分红（税后）的 50%；

③在增持义务触发之日后，公司股票若连续 5 个交易日收盘价超过每股净资产时，控股股东可以终止增持公司股份。

（3）董事、高级管理人员增持股票

①公司回购股票、控股股东增持股票方案均实施完毕后的连续 5 个交易日的

收盘价均低于公司最近一期定期报告经审计的每股净资产，在公司任职并领取薪酬的公司董事（不包括独立董事，下同）、高级管理人员应在符合法律、法规规定的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持；

②有义务增持的公司董事、高级管理人员承诺其用于增持公司股份的金额不低于其个人上年度自公司领取的税后薪酬总和的 10%，不高于其个人上年度自公司领取的税后薪酬总和的 20%；

③在增持义务触发之日后，公司股票若连续 5 个交易日收盘价超过每股净资产时，董事、高级管理人员可以终止增持公司股份；

④公司在未来聘任新的董事、高级管理人员前，将要求其签署承诺书，保证其履行公司制定的《关于上市后三年内稳定公司股价的预案》中的义务。

3、未履行稳定股价措施的约束措施

在启动股价稳定措施的条件满足时，如公司、控股股东、董事、高级管理人员均未采取上述稳定股价的具体措施，公司、控股股东、有增持义务的董事、高级管理人员承诺接受以下约束措施：

（1）公司、控股股东、董事、高级管理人员将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；

（2）若控股股东未履行或未完全履行上述稳定股价义务，则公司应将该年度及以后年度应付控股股东的现金分红款项予以暂扣，直至其按承诺采取相应的增持措施并实施完毕为止；

（3）若董事、高级管理人员未履行或未完全履行上述稳定股价义务，则公司可将其个人的薪酬予以暂扣，其按承诺采取相应的增持措施并实施完毕为止。

（四）依法承担赔偿责任的承诺

1、发行人承诺

（1）本公司向中国证监会、深圳证券交易所提交的首次公开发行股票并在创业板上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。本公司对招股说明书真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任；

（2）若中国证监会、深圳证券交易所或其他有权部门认定招股说明书所载内容存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏之情形，且该等情形对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将在证券监管部门依法对上述事实作出认定或处罚决定后依法赔偿投资者的损失。

2、控股股东香港创维及间接控股股东创维集团（百慕大）的相关承诺

（1）公司向中国证监会、深圳证券交易所提交的首次公开发行股票并在创业板上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。本公司对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

（2）若中国证监会、深圳证券交易所或其他有权部门认定招股说明书所载内容存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏之情形，且该等情形对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将在证券监管部门依法对上述事实作出认定或处罚决定后依法赔偿投资者的损失。

3、发行人董事、监事、高级管理人员承诺

（1）公司向中国证监会、深圳证券交易所提交的首次公开发行股票并在创业板上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。本人对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任；

（2）若中国证监会、深圳证券交易所或其他有权部门认定招股说明书所载内容存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏之情形，且该等情形对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将在证券监管部门依法对上述事实作出认定或处罚决定后依法赔偿投资者的损失。

4、本次发行相关中介的承诺

（1）中信证券股份有限公司承诺：本公司已对创维电器股份有限公司招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

本公司为创维电器股份有限公司首次公开发行股票制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；若因本公司为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成直接经

济损失的，将依法赔偿投资者损失。

（2）立信会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：根据《证券法》等法律、法规以及中国证监会和深圳证券交易所的有关规定，按照中国注册会计师执业准则和中国注册会计师职业道德守则的要求，立信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称"本所"）为创维电器股份有限公司（以下简称"发行人"）申请首次公开发行股票并在创业板上市依法出具相关文件，本所保证所出具文件的真实性、准确性和完整性。

因本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，在该等违法事实被认定后，将依法赔偿投资者损失。

（3）北京国枫律师事务所承诺：本所为本项目制作、出具的申请文件真实、准确、完整，无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；若因本所未能勤勉尽责，为本项目制作、出具的申请文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。

（4）深圳市鹏信资产评估土地房地产估价有限公司承诺：本公司已对创维电器股份有限公司招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

因本公司为创维电器股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

（五）对于欺诈发行上市的股份回购和股份购回承诺

1、发行人承诺

（1）保证公司本次公开发行股票并在创业板上市不存在任何欺诈发行的情形；

（2）如公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，公司将在中国证监会等有权部门确认后五个工作日内启动股份购回程序，购回公司本次公开发行的全部新股。

2、控股股东的相关承诺

（1）保证公司本次公开发行股票并在创业板上市不存在任何欺诈发行的情形；

（2）如公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，本公司将在中国证监会等有权部门确认后五个工作日内启动股份购回程序，购回公司本次公开发行的全部新股。

（六）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

1、填补被摊薄即期回报的主要措施

（1）加快募集资金投资项目建设进度，尽早实现募投项目预期收益

本次发行募集资金投资项目围绕公司主营业务，项目建成后有利于提升公司研发和生产能力、优化公司产品结构并提高市场份额，有利于促进公司盈利、核心竞争力和可持续发展能力的提升。公司将加快推进募集投资项目的投资和建设，及时、高效完成募集资金投资项目建设，通过全方位推动措施，争取募集资金投资项目早日建成并实现预期效益，增强以后年度的股东回报，降低本次发行导致的股东即期回报摊薄的风险。

（2）加强募集资金管理，提高募集资金使用效率

公司已按照《公司法》、《证券法》、《上市公司监管指引第 2 号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》等法律法规、规范性文件及公司章程的规定，制定了《募集资金管理制度》。本次发行募集资金将存放于募集资金专户中，并建立募集资金三方监管制度，由保荐机构、存管银行、公司共同监管募集资金使用，保荐机构定期对募集资金使用情况进行检查。本次募集资金到账后，公司将根据相关法律法规和《募集资金管理制度》的要求，严格管理募集资金，保证募集资金按照计划用途充分有效使用，并积极提高募集资金使用效率。

（3）强化主营业务，提高公司持续盈利能力

公司主要从事冰箱、洗衣机、平板电脑的生产、研发和销售，积累了较为丰富的产品生产及研发经验。目前公司处于业务快速发展阶段，公司营业收入和利润均快速增长，公司快速发展面临的主要风险有下游行业需求下降、成本波动等

风险。为了应对风险，增强公司持续回报能力，公司将继续与客户保持良好的合作关系，扩大并完善原有销售网络，不断开拓市场；同时，公司将继续加大研发投入和技术储备，加强自身核心技术的开发和积累，提高公司竞争能力和持续盈利能力。

（4）注重内部控制制度的建设和执行，严格控制成本费用

在加强公司研发能力、推进公司业务发展的同时，公司将更加注重内部控制制度的建设和有效执行，进一步保障公司的生产经营，提高运营效率，降低财务风险。公司将不断提高管理水平，通过建立有效的成本和费用考核体系，对预算、采购、生产、销售等各方面进行管控，加大成本、费用控制力度，提升经营效率和盈利能力。

（5）实行积极的利润分配政策，强化投资者回报机制

为充分保障公司股东的合法权益，为股东提供持续、稳定的投资回报，公司已经在上市后适用的公司章程中明确了公司的利润分配政策。本公司将按照相关规定，实行可持续、稳定、积极的利润分配政策，将结合公司实际情况、政策导向和市场意愿，不断提高公司运营绩效，完善公司股利分配政策，增加分配政策执行的透明度，以更好的保障并提升公司股东利益。上述填补被摊薄即期回报措施的实施，有利于增强公司的核心竞争力和持续盈利能力，增厚未来收益，填补股东回报，然而，由于公司经营面临的内外部风险客观存在，上述措施的实施不等于对公司未来利润做出保证。

2、控股股东香港创维关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

本公司作为创维电器股份有限公司（以下简称“公司”）控股股东，为降低本次公开发行摊薄公司即期回报的影响，就公司首次公开发行股票填补被摊薄即期回报措施的事项承诺如下：

本公司承诺不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

3、董事、高级管理人员关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

公司董事、高级管理人员承诺：

（1）本人承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不

采取其他方式损害公司利益；

（2）本人承诺对公司董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

（3）本人承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

（4）本人承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（5）若公司未来推出股权激励计划，本人承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

（七）利润分配政策的承诺

公司关于利润分配政策的承诺请详见本节“二、股利分配政策”。

（八）未能履行承诺的约束措施

1、发行人的承诺

（1）本公司保证将严格履行在公司上市招股说明书中所披露的全部公开承诺事项中的各项义务和责任；

（2）若本公司非因不可抗力原因导致未能履行上述全部公开承诺事项中各项义务或责任，则本公司承诺将采取以下措施予以约束：

①本公司将按照有关法律法规的规定及监管部门的要求承担相应责任；

②本公司将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会投资者道歉；

③若因本公司未能履行上述承诺事项导致投资者在证券交易中遭受损失，本公司将依法向投资者赔偿损失；投资者损失根据证券监管部门、司法机关认定的方式及金额确定或根据本公司与投资者协商确定。本公司将自愿按照相应的赔偿金额申请冻结自有资金，从而为本公司根据法律法规的规定及监管部门要求赔偿投资者的损失提供保障。

2、发行人控股股东香港创维的承诺

（1）本公司保证将严格履行在公司上市招股说明书中所披露的全部公开承诺事项中的各项义务和责任；

（2）若本公司非因不可抗力原因导致未能履行上述全部公开承诺事项中各项义务或责任，则本人承诺将采取以下措施予以约束：

①本公司将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会投资者道歉；

②本公司将按照有关法律法规的规定及监管部门的要求承担相应责任；

③若因本公司未能履行上述承诺事项导致投资者在证券交易中遭受损失，本公司将依法向投资者赔偿损失；投资者损失根据证券监管部门、司法机关认定的方式及金额确定或根据发行人与投资者协商确定。本公司将自愿按照相应的赔偿金额申请冻结本公司所持有的相应市值的发行人股票，从而为本公司根据法律法规的规定及监管部门要求赔偿投资者的损失提供保障；

④如果本公司未承担前述赔偿责任，则本公司持有的发行人上市前的股份在本公司履行完毕前述赔偿责任前不得转让，同时发行人有权扣减本公司所获分配的现金红利用于承担前述赔偿责任；

⑤如本公司因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有。

3、发行人持股 5%以上股东创维集团（深圳）的承诺

（1）本公司保证将严格履行在公司上市招股说明书中所披露的全部公开承诺事项中的各项义务和责任；

（2）若本公司非因不可抗力原因导致未能履行上述全部公开承诺事项中各项义务或责任，则本公司承诺将采取以下措施予以约束：

①本公司将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会投资者道歉；

②本公司将按照有关法律法规的规定及监管部门的要求承担相应责任；

③若因本公司未能履行上述承诺事项导致投资者在证券交易中遭受损失，本公司将依法向投资者赔偿损失；投资者损失根据证券监管部门、司法机关认定的方式及金额确定或根据发行人与投资者协商确定。本公司将自愿按照相应的赔偿金额申请冻结本公司所持有的相应市值的发行人股票，从而为本公司根据法律法规的规定及监管部门要求赔偿投资者的损失提供保障。如果本公司未承担前述赔

偿责任，则本公司持有的发行人上市前的股份在本公司履行完毕前述赔偿责任前不得转让，同时发行人有权扣减本公司所获分配的现金红利用于承担前述赔偿责任。

4、发行人持股 5%以上股东炬德实业的承诺

（1）本公司保证将严格履行在公司上市招股说明书中所披露的全部公开承诺事项中的各项义务和责任；

（2）若本公司非因不可抗力原因导致未能履行上述全部公开承诺事项中各项义务或责任，则本公司承诺将采取以下措施予以约束：

①本公司将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会投资者道歉；

②本公司将按照有关法律法规的规定及监管部门的要求承担相应责任；

③若因本公司未能履行上述承诺事项导致投资者在证券交易中遭受损失，本公司将依法向投资者赔偿损失；投资者损失根据证券监管部门、司法机关认定的方式及金额确定或根据发行人与投资者协商确定。本公司将自愿按照相应的赔偿金额申请冻结本公司所持有的相应市值的发行人股票，从而为本公司根据法律法规的规定及监管部门要求赔偿投资者的损失提供保障。如果本公司未承担前述赔偿责任，则本公司持有的发行人上市前的股份在本公司履行完毕前述赔偿责任前不得转让，同时发行人有权扣减本公司所获分配的现金红利用于承担前述赔偿责任。

5、股东炬德合伙承诺

（1）本合伙企业保证将严格履行在公司上市招股说明书中所披露的全部公开承诺事项中的各项义务和责任；

（2）若本合伙企业非因不可抗力原因导致未能履行上述全部公开承诺事项中各项义务或责任，则本合伙企业承诺将采取以下措施予以约束：

①本合伙企业将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会投资者道歉；

②本合伙企业将按照有关法律法规的规定及监管部门的要求承担相应责任；

③若因本合伙企业未能履行上述承诺事项导致投资者在证券交易中遭受损失，本合伙企业将依法向投资者赔偿损失；投资者损失根据证券监管部门、司法机关认定的方式及金额确定或根据发行人与投资者协商确定。本合伙企业将自愿按照相应的赔偿金额申请冻结本合伙企业所持有的相应市值的发行人股票，从而为本合伙企业根据法律法规的规定及监管部门要求赔偿投资者的损失提供保障。如果本合伙企业未承担前述赔偿责任，则本合伙企业持有的发行人上市前的股份在本合伙企业履行完毕前述赔偿责任前不得转让，同时发行人有权扣减本合伙企业所获分配的现金红利用于承担前述赔偿责任。

6、股东文坚承诺

（1）本人保证将严格履行在公司上市招股说明书中所披露的全部公开承诺事项中的各项义务和责任；

（2）若本人非因不可抗力原因导致未能履行上述全部公开承诺事项中各项义务或责任，则本人承诺将采取以下措施予以约束：

①本人将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会投资者道歉；

②本人将按照有关法律法规的规定及监管部门的要求承担相应责任；

③若因本人未能履行上述承诺事项导致投资者在证券交易中遭受损失，本人将依法向投资者赔偿损失；投资者损失根据证券监管部门、司法机关认定的方式及金额确定或根据发行人与投资者协商确定。本人将自愿按照相应的赔偿金额申请冻结本人所持有的相应市值的发行人股票，从而为人根据法律法规的规定及监管部门要求赔偿投资者的损失提供保障。如果本人未承担前述赔偿责任，则本人持有的发行人上市前的股份在本人履行完毕前述赔偿责任前不得转让，同时发行人有权扣减本人所获分配的现金红利用于承担前述赔偿责任。

7、发行人董事、监事和高级管理人员的承诺

（1）本人保证将严格履行在公司上市招股说明书中所披露的全部公开承诺事项中的各项义务和责任；

（2）若本人非因不可抗力原因导致未能履行上述全部公开承诺事项中各项

义务或责任，则本人承诺将采取以下措施予以约束：

①本人将按照有关法律法规的规定及监管部门的要求承担相应责任；

②本人将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会投资者道歉；

③若因本人未能履行上述承诺事项导致投资者在证券交易中遭受损失，本人将依法向投资者赔偿损失；投资者损失根据证券监管部门、司法机关认定的方式及金额确定或根据发行人与投资者协商确定。自本人完全消除未履行相关承诺事项所产生的不利影响之前，本人不得以任何方式减持所持有的发行人股份（如有）或以任何方式要求发行人为本人增加薪资或津贴；

④如果本人未承担前述赔偿责任，公司有权扣减本人从公司所获分配的现金分红（如有）用于承担前述赔偿责任；

⑤如本人因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有。

（九）关于避免新增同业竞争的承诺

1、发行人控股股东香港创维承诺

经查验，为有效防止及避免同业竞争，发行人直接控股股东香港创维向发行人出具了关于避免同业竞争的如下承诺：

（1）截至本承诺函签署之日，本公司未直接或间接经营任何与创维电器及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的公司、企业或其他经营实体，本公司与创维电器及其下属子公司不存在同业竞争。

（2）自本承诺函签署之日起，本公司将不直接或间接经营任何与创维电器及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务，也不参与投资任何与创维电器及其下属子公司生产的产品或经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他公司、企业或其他经营实体。

（3）自承诺函签署之日起，如创维电器及其下属子公司进一步拓展产品和业务范围，本公司保证不直接或间接经营任何与创维电器及其下属子公司经营拓展后的产品或业务相竞争的业务，也不参与投资任何与创维电器及其下属子公司生产的产品或经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他公司、企业或其他经营

实体。

（4）在本公司与创维电器存在控制关系期间，本承诺函为有效之承诺。如上述承诺被证明为不真实或未被遵守，本公司将向创维电器赔偿一切直接和间接损失，并承担相应的法律责任。

2、发行人间接控股股东创维集团（百慕大）承诺

发行人间接控股股东创维集团（百慕大）向发行人出具了关于避免同业竞争的如下承诺：

（1）截至本承诺函签署之日，除本公司下属创维 RGB、Skyworth Overseas Development Limited 和深圳安时达电商有限公司等公司从事少量冰箱、洗衣机产品的销售业务可能与创维电器存在竞争外，本公司及本公司控制的其他企业与创维电器及其下属子公司主营业务之间不存在同业竞争。

（2）在本公司与创维电器存在控制关系期间，本公司将对下属企业的经营活动进行监督和约束，尽一切合理努力保证本公司控制的其他企业不新从事与创维电器形成同业竞争的业务；如果本公司及本公司所控制的其他企业未来从任何第三方获得的任何商业机会与创维电器构成实质性竞争，则本公司及本公司控制的其他企业将立即通知创维电器，并尽力将该商业机会让渡予创维电器，及/或采取有利于避免和解决同业竞争的其他措施。

（3）本公司承诺不会利用本公司作为创维电器控股股东的地位，损害创维电器及创维电器其他股东的合法权益。

（4）在本公司与创维电器存在控制关系期间，本承诺函为有效之承诺。如上述承诺被证明为不真实或未被遵守，本公司将向创维电器赔偿一切直接和间接损失，并承担相应的法律责任。

（十）关于避免和规范关联交易的承诺

发行人控股股东香港创维、间接控股股东创维集团（百慕大）承诺：

1、本公司将尽量避免或减少本公司及本公司控制的企业与发行人之间的关联交易。若本公司及本公司控制的企业与发行人发生无法避免的关联交易，则此种关联交易必须按公平、公允、等价有偿的原则进行，交易价格应按市场公认的

合理价格确定，避免损害中小股东权益的情况发生，保证关联交易的必要性和公允性；

2、本公司及本公司控制的企业与公司所发生的关联交易将严格遵守有关法律、法规以及公司章程，关联交易决策制度等规定，履行各项批准程序和信息披露义务；

3、本公司及本公司控制的企业不会通过关联交易损害公司以及其他股东的合法权益，如因关联交易损害公司及其他股东合法权益的，本公司自愿承担赔偿责任。

（十一）股东信息披露专项承诺

根据 2021 年 2 月证监会发布的《监管规则适用指引—关于申请首发上市企业股东信息披露》的相关要求，发行人出具如下关于股东情况的专项承诺，具体内容如下：

1、本公司已在招股说明书中真实、准确、完整地披露了股东信息。

2、本次发行前本公司共有 11 名股东，均具备持有本公司股份的主体资格，不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有本公司股份的情形。

3、本公司控股股东创维电器有限公司（以下简称“香港创维”）和股东创维集团有限公司（以下简称“创维集团（深圳）”）为香港联交所主板上市公司创维集团有限公司（证券简称：创维集团，证券代码：00751.HK）的下属子公司，前述两家公司不适用《监管规则适用指引—发行类第 2 号》的相关规定。

除香港创维和创维集团（深圳）外，本公司之直接或间接股东（追溯至最终持有人），具备合法的主体资格，不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有公司股份，直接或间接股东里不存在离开证监会系统未满十年的工作人员，具体包括从证监会会机关、派出机构、沪深证券交易所、全国股转公司离职的工作人员，从证监会系统其他会管单位离职的会管干部，在发行部或公众公司部借调累计满 12 个月并在借调结束后三年内离职的证监会系统其他会管单位的非会管干部，从会机关、派出机构、沪深证券交易所、全国股转公司调动到证监会系统其他会管单位并在调动后三年内离职的非会管干部。

除香港创维和创维集团（深圳）外，本公司之直接或间接股东（追溯至最终持有人）不存在以下不当入股的情况：

（1）利用原职务影响谋取投资机会；

（2）入股过程存在利益输送；

（3）在入股禁止期内入股；

（4）作为不适格股东入股；

（5）入股资金来源违法违规。

4、本公司不存在以发行人股权进行不当利益输送情形。

5、除保荐机构中信证券及其控制企业可能因正常的二级市场证券投资少量持有本公司间接控股股东创维集团（百慕大）股票外，本公司本次发行上市的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有本公司股份的情形。

6、本公司及本公司股东已及时向本次发行的中介机构提供了真实、准确、完整的资料，积极和全面配合了本次发行的中介机构开展尽职调查，依法在本次发行的申报文件中真实、准确、完整地披露了股东信息，履行了信息披露义务。

7、若本公司违反上述承诺，将承担由此产生的一切法律后果。

（十二）其他承诺事项

关于社会保险、住房公积金缴纳事项，公司控股股东香港创维承诺：

若创维电器股份有限公司（以下简称“公司”）及其控股子公司被要求为其员工补缴未足额缴纳的社会保险或住房公积金，以及公司及其控股子公司因未足额缴纳员工社会保险和住房公积金而需要承担任何费用、支出、罚款或损失，作为公司的控股股东，本公司承诺将无条件承担所有补缴款项、罚款的经济责任。

（十三）承诺事项的履行情况

截至本招股说明书签署日，上述承诺方的承诺履行情况良好，未出现不履行承诺的情形。

第十一节 其他重要事项

一、重要合同

截至报告期末，公司已签署的对公司的经营活动、财务状况或未来发展等具有重要影响的已履行和正在履行的合同如下：

（一）销售合同

截至 2021 年 12 月 31 日，发行人及其全资子公司正在履行的重大销售合同（合同金额在 5,000.00 万元人民币以上或预计达到上述标准的框架协议）情况如下：

序号	卖方	买方	产品	合同金额（元）	签订时间
1	发行人	北京京东世纪贸易有限公司	冰箱、洗衣机	框架协议	2021.01.01
2	发行人	小米通讯技术有限公司	冰箱、洗衣机	框架协议	2019.05.21
3	发行人	佛山市小鲜互联电器科技有限公司	冰箱、洗衣机	框架协议	2020.08.01
4	深圳电器	Glimpse LLC	平板电脑	框架协议	2020.07.08
5	深圳电器	Ascom Sweden AB	平板电脑	框架协议	2017.12.12

（二）采购合同

截至 2021 年 12 月 31 日，发行人及其全资子公司正在履行的重大采购合同（合同金额在 5,000.00 万元人民币以上或预计达到上述标准的框架协议）情况如下：

序号	买方	卖方	产品	合同金额（元）	签订时间
1	发行人	南京永湖电子有限公司	抽屉、端盖、搁架	框架协议	2021.01.10
2	发行人	万华化学（烟台）销售有限公司	多亚甲基多苯基异氰酸酯	框架协议	2021.01.01
3	发行人	南京昌德成电器有限公司	线束、LED灯、门灯开关、显示板	框架协议	2020.12.29
4	发行人	江苏尚源智能科技有限公司	抽屉、端盖、搁架	框架协议	2020.12.27
5	发行人	江阴市润信电器配件有限公司	压铸件	框架协议	2020.12.29

序号	买方	卖方	产品	合同金额（元）	签订时间
6	发行人	湖北东贝贸易有限公司	压缩机	框架协议	2021.02.06
7	发行人	芜湖威灵电机销售有限公司	洗衣机电机	框架协议	2021.01.15
8	发行人	合肥河钢新材料科技有限公司	PCM 板材（门壳、U 壳）	框架协议	2021.01.17
9	发行人	江苏君安新材料科技有限公司	PCM 板材（门壳、U 壳）	框架协议	2021.01.19
10	发行人	南京汇康玻璃制品有限公司	抽屉、端盖、搁架	框架协议	2020.12.23
11	深圳电器	星源电子科技（深圳）有限公司	显示屏物料	长期采购合同	2018.11.14
12	发行人	南京红宝丽新材料有限公司	箱发白料-H8401-多元醇（ROHS）	框架协议	2021.01.19
13	深圳电器	深圳市信利康供应链管理有限公司	电子元器件进口代理服务	长期采购合同	2015.09.02
14	**深圳电器**	**鞍山飞鑫液晶显示有限公司**	**液晶屏**	**采购合同**	**2021.08.01**
15	**发行人**	**南京路昶恒工贸实业有限公司**	**冰洗产品物料**	**采购合同**	**2021.01.01**

（三）融资合同

1、授信合同

截至 2021 年 12 月 31 日，公司正在履行的金额超过 5,000 万元的银行授信及借款合同如下：

单位：万元

序号	受信人/贷款人	授信人/借款人	合同编号	类型	授信额度/借款金额	授信期限/借款期限	担保情况
1	发行人	北京银行股份有限公司南京分行	0671016	授信	10,000.00	2021/3/29-2022/9/28	保证担保
2	发行人	中国民生银行股份有限公司南京分行	公授信字第2H2100000045208	授信	10,000.00	2021/5/26-2022/5/25	保证担保
3	创维有限	江苏银行股份有限公司溧水支行	SX011620003227	授信	50,000.00	2020/12/11-2023/07/31	抵押担保

序号	受信人/贷款人	授信人/借款人	合同编号	类型	授信额度/借款金额	授信期限/借款期限	担保情况
4	发行人	华夏银行股份有限公司南京城南支行	NJ05（融资）20210004	授信	11,000.00	2021/4/20-2022/4/20	无
5	**发行人**	**招商银行股份有限公司南京分行**	**2021 年授字第 211212602 号**	**授信**	**50,000.00**	**2021/12/22-2022/12/21**	**抵押担保+保证担保**

注：截至 2021 年 12 月 31 日，上述授信合同项下借款余额为 0。

2、融资担保合同

截至 2021 年 12 月 31 日，发行人及其全资子公司正在履行的重大担保合同（合同金额在 5,000.00 万元人民币以上）情况如下：

序号	合同名称及编号	债权人	担保主债权/主合同	担保主债权/主合同履行期间	担保人	担保方式
1	《最高额抵押合同》（DY011620000069）	江苏银行股份有限公司溧水支行	债权人与发行人自2020.12.11至2023.7.21期间产生的最高为5亿元债权	2020.12.11-2023.07.31	发行人	房地产抵押担保
2	《最高额保证合同》（0671016-001）	北京银行股份有限公司南京分行	债权人与发行人自2021.03.29至2022.03.28期间产生的最高为1亿元债权	2021.03.29-2022.09.28	深圳电器	最高额保证
3	《最高额保证合同》（DB2100000024411）	中国民生银行股份有限公司南京分行	债权人与发行人自2021.05.26至2022.05.25期间产生的最高为1亿元债权	2021.05.26-2022.05.25	电器研究院	最高额保证
4	**《最高额抵押合同》（2021年抵字第211212602号）**	**招商银行股份有限公司南京分行**	**债权人与发行人自2021.12.22至2022.12.21期间产生的最高为18,421万元债权**	**2021.12.22-2022.12.21**	**发行人**	**房地产抵押担保**
5	**《最高额质押合同》**	**北京银行股份有限公**	**债权人与发行人自2021.12.28至**	**2021.12.28-2024.10.27**	**发行人**	**对公存单质押**

序号	合同名称及编号	债权人	担保主债权/主合同	担保主债权/主合同履行期间	担保人	担保方式
		司南京分行	2024.10.27期间产生的最高为3000万元债权			

3、资产池、票据池协议

2020 年 10 月 30 日，深圳电器与招商银行股份有限公司深圳分行签署《票据池业务授信协议》（编号：755XY2020033195），约定招商银行股份有限公司深圳分行向深圳电器提供票据池业务（含共享票据池业务），服务期间为 2020 年 10 月 29 日起到 2022 年 10 月 28 日止。

（四）工程合同

截至 2021 年 12 月 31 日，公司正在履行的主要工程合同如下：

序号	协议名称	合同对方	合同内容	签订日期
1	年产200万台高端智能冰箱生产线技术改造项目钣金厂房及倒班楼施工总承包工程和室外附属工程	安徽瑶海钢构建设集团股份有限公司	工程施工	2021.6.15

（五）承兑汇票合同

截至 2021 年 12 月 31 日，发行人及全资子公司正在履行的合同金额在 5,000.00 万元以上的承兑汇票合同如下：

序号	协议名称	申请人	承兑银行	承兑金额（万元）	合同签订日期	担保方式
1	商业汇票银行承兑合同（DP202111301000033531）	发行人	江苏银行股份有限公司溧水支行	7,995.80	2021.11.30	质押担保

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在对外担保情况。

三、重大诉讼或仲裁事项

（一）发行人的诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

（二）控股股东及控股子公司的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司控股股东及控股子公司均未涉及作为一方当事人可能对发行人产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

（三）董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均未涉及作为一方当事人可能对发行人产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

四、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员最近三年涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员最近三年不存在行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况。

五、控股股东报告期内涉及重大违法行为情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东在报告期内不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

六、香港联交所关于创维集团（百慕大）分拆本公司于境内上市的审批情况

创维集团（百慕大）系香港联交所上市公司，间接控制公司的控股股东香港创维 100.00%股权。根据《香港联交所证券上市规则》第 15 项应用指引的相关规定，创维集团（百慕大）拟将其下属公司分拆上市必须将有关建议呈交香港联交所审批；同时根据该应用指引第 3f）条的规定，创维集团（百慕大）的股东应享有获得新公司股份的权利，但由于并非每一创维集团（百慕大）的股东均符合境外投资者资格从而可以持有被分拆公司的股份，有关的分拆亦须取得香港联交所对股东保证获得新公司股份的权利的豁免。

就本次发行上市事项，创维集团（百慕大）已向香港联交所申请就分拆上市

事项进行批准，香港联交所已于 2021 年 7 月 16 日发出了书面通知，同意创维集团（百慕大）依据《第 15 项应用指引》的相关规定实施分拆，同时豁免了创维集团（百慕大）在 PN15 下的保证配额义务。

第十二节 声明

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：

刘棠枝　吴启楠　林劲

应一鸣　田仕民　吴尚杰

胥正川　徐丽军

创维电器股份有限公司

2022 年 6 月 14 日

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体监事签名：

贾宏伟　　曾昭建　　何玉平

创维电器股份有限公司

2022 年 6 月 14 日

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体高级管理人员签名：

吴启楠　　田仕民　　刘红明

郑世武　　周国贤

创维电器股份有限公司

2022 年 6 月 14 日

二、发行人控股股东声明

本公司承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东： 创维电器有限公司

授权代表：

吴启楠

创维电器股份有限公司

2022 年 6 月 14 日

二、发行人控股股东声明

本公司或本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

间接控股股东： SKYWORTH GROUP LIMITED

創維集團有限公司（盖章）

间接控股股东授权代表：

赖伟德

创维电器股份有限公司

2022 年 6 月 14 日

三、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

保荐代表人：

何广锋　　凌　鹏

项目协办人：

王之通

法定代表人：

张佑君

中信证券股份有限公司

2022 年 6 月 14 日

保荐人（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读创维电器股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构董事长：

张佑君

中信证券股份有限公司

2022 年 6 月 14 日

保荐人（主承销商）总经理声明

本人已认真阅读创维电器股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：

杨明辉

中信证券股份有限公司

2022 年 6 月 14 日

发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

负 责 人 _____

张利国

北京国枫律师事务所

经办律师 _____

张 骐

_____

薛洁琼

2022年 6月 14日

首次公开发行股票审计业务的审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读创维电器股份有限公司（以下简称“发行人”）招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等无矛盾之处。

本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

本声明仅供创维电器股份有限公司申请向境内社会公众公开发行人民币普通股股票之用，并不适用于其他目的，且不得用作任何其他用途。

签字注册会计师：

徐志敏

董军红

会计师事务所负责人：

杨志国

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二二年六月十四日

六、资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读创维电器股份有限公司招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字资产评估师：

钟玉峰　　陈奕芝

资产评估机构负责人：

聂竹青

深圳市鹏信资产评估土地房地产估价有限公司

2022 年 6 月 14 日

七、验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

徐志敏

董军红

会计师事务所负责人：

杨志国

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二二年六月十四日

验资复核机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资复核报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资复核报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

徐志敏

董军红

会计师事务所负责人：

杨志国

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二二年六月十四日

第十三节 附件

一、备查文件

在本次发行承销期内，投资者可查阅与本次发行有关的所有正式法律文件，具体如下：

（一）发行保荐书；

（二）上市保荐书；

（三）法律意见书；

（四）财务报表及审计报告；

（五）公司章程（草案）；

（六）与投资者保护相关的承诺（详见后附）；

（七）内部控制鉴证报告；

（八）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；

（九）中国证监会同意发行人本次公开发行注册的文件；

（十）其他与本次发行有关的重要文件。

二、文件查阅时间

本次股票发行期内工作日上午 9:30-11:30，下午 13:30-16:30。

三、文件查阅地点

1、深圳证券交易所网站（http://www.szse.cn）

2、巨潮资讯网（http://www.cninfo.com.cn）

3、公司和保荐人（主承销商）办公地点