浙江普莱得电器股份有限公司
光大证券股份有限公司
关于浙江普莱得电器股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件
审核问询函的回复

保荐机构（主承销商）

光大证券股份有限公司
EVERBRIGHT SECURITIES CO., LTD.

（住所：上海市静安区新闸路 1508 号）

二〇二二年六月

深圳证券交易所：

贵所于 2021 年 10 月 19 日出具的《关于浙江普莱得电器股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》（审核函〔2021〕011182 号）已收悉。浙江普莱得电器股份有限公司（以下简称“普莱得”、“公司”或“发行人”）已会同光大证券股份有限公司（以下简称“光大证券”、“保荐机构”或“保荐人”）、立信中联会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）、上海邦信阳中建中汇律师事务所（以下简称“发行人律师”）对问询函的有关事项进行了认真核查与落实，现就相关问题作以下回复说明，请予以审核。

除非另有说明，本问询函回复中简称或专有名词与《浙江普莱得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》具有相同含义。

本问询函回复中若各加数直接相加之和与合计数在尾数上存在差异，这些差异是由四舍五入造成的。

本问询函回复的字体：

问询函所列问题	**黑体（加粗）**
对问询函所列问题的回答	宋体（不加粗）
年报数据更新的内容	**楷体（加粗）**

目录

1.关于历史沿革 2

2.关于实际控制人 24

3.关于子公司 32

4.关于社保和公积金 44

5.关于劳务外包 50

6. 关于业务与技术 63

7.关于行业政策 97

8.关于房屋和土地使用权 101

9.关于经营资质 112

10.关于关联方和关联交易 123

11.关于募投项目消化措施 131

12.关于销售模式 137

13.关于客户与收入 160

14.关于营业成本与供应商 194

15.关于毛利率 253

16.关于期间费用 268

17.关于应收账款和应收款项融资 291

18.关于存货 308

19.关于非流动资产 327

20.关于资金流水核查 341

1.关于历史沿革

招股说明书披露：

（1）发行人前身浙江普莱得电器有限公司（以下简称普莱得有限）于 2005 年 11 月 1 日由杨伟明、韩挺、许兴虎以现金方式出资设立，设立时注册资本 500 万元；

（2）报告期内，发行共增资三次。最近一年新增股东 6 名，其中包括 4 名机构股东，2 名自然人股东徐宇光、杨婧雯，其中，徐宇光现任浙江八咏建设集团有限公司董事长，杨婧雯现任 Morgan Creek Capital 高级分析师；

（3）发行人股东中，金华卓屹和金华亿和均为发行人员工持股平台；

（4）发行人股东中，有 2 名国有股东，为金华金投、金东国资。

请发行人说明：

（1）杨伟明、韩挺、许兴虎合作设立普莱得有限的背景、原因、资金来源及合法合规性；

（2）发行人历次股权转让和增资的背景、原因、价格、定价依据及公允性、资金来源及合法合规性，款项是否支付完毕，是否存在违法违规情形，是否双方真实意思表示，是否存在委托持股、信托持股、利益输送或其他利益安排，是否存在纠纷或者潜在纠纷；

（3）历次股权转让、增资、转增股本、利润分配及整体变更等过程中涉及到的控股股东及实际控制人缴纳所得税、发行人代扣代缴情况，是否存在违反税收法律法规等情形，是否构成重大违法行为；

（4）申报前新增股东的情形是否符合中国证监会及《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定及其依据，徐宇光、杨婧雯任职单位或施加重大影响的企业与发行人及其实际控制人、其他股东、董监高之间是否存在资金、业务往来、关联关系或其他利益安排；

（5）设立两个员工持股平台的原因及合理性，出资人资金来源及合法合规性，员工持股计划的实施和相关信息披露是否符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定及其依据；

（6）股权变动中涉及国资股东的相关审批、备案、评估等必备程序是否均已履行，是否合法合规，是否造成国有资产流失，请结合相关法律法规的具体规定进行分析。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、杨伟明、韩挺、许兴虎合作设立普莱得有限的背景、原因、资金来源及合法合规性

（一）杨伟明、韩挺、许兴虎合作设立普莱得有限的背景、原因及资金来源

杨伟明、韩挺、许兴虎三人基于看好电动工具行业发展前景合作设立普莱得有限。自 20 世纪 90 年代以后，随着中国制造业在全球产业链的竞争优势凸显，中国电动工具行业在承接国际分工转移的过程中不断发展，中国逐渐成为全球电动工具行业重要的生产制造国。而我国电动工具产地主要分布在浙江、江苏等地，发行人所在浙江金华地区电动工具产业发展起步较早，相关配套较为齐全。基于看好电动工具行业发展前景，杨伟明、韩挺、许兴虎三人合作设立普莱得有限。

普莱得有限设立时，各股东出资额及出资比例如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	韩挺	250.00	50.00%
2	杨伟明	200.00	40.00%
3	许兴虎	50.00	10.00%
合计		**500.00**	**100.00%**

杨伟明、韩挺、许兴虎三人设立普莱得有限的出资来源均来自于个人及家庭积蓄，为自有资金投入，资金来源合法合规。

（二）合作设立普莱得有限的合法合规性

2005 年 10 月 24 日浙江省工商行政管理局核发（浙工商）名称预核内[2005]第 017108 号《企业名称预先核准通知书》，核准设立的企业名称为“浙江普莱

得电器有限公司”。同日，韩挺、杨伟明、许兴虎签署了《浙江普莱得电器有限公司章程》。

2005 年 10 月 28 日，金华众泰会计师事务所有限公司对普莱得有限的股东出资进行查验，并出具金众会验[2005]84 号验资报告。根据该验资报告，普莱得申请登记的注册资本为人民币 500 万元，由全体股东于 2005 年 10 月 27 日之前缴足。其中，韩挺应出资 250 万元，杨伟明应出资 200 万元，许兴虎应出资 50 万元。截至 2005 年 10 月 27 日，普莱得有限收到三位股东缴纳的注册资本合计人民币 500 万元。

2005 年 11 月 1 日，金华市工商行政管理局核发注册号为 3307212002658 的《企业法人营业执照》。

综上，普莱得有限的设立符合法律规定。

二、发行人历次股权转让和增资的背景、原因、价格、定价依据及公允性、资金来源及合法合规性，款项是否支付完毕，是否存在违法违规情形，是否双方真实意思表示，是否存在委托持股、信托持股、利益输送或其他利益安排，是否存在纠纷或者潜在纠纷

自普莱得有限于 2005 年 11 月成立以来，截至报告期末，发行人经 6 次增资、1 次股权转让和 1 次变更公司形式，具体情况如下：

序号	时间	股权变动	转让方/增资方	受让方	出资额（万元）/持股数（万股）	股权变动背景/原因	资金来源	入股价格/转让价格	定价依据及公允性	是否支付完毕
1	2005 年 11 月	设立	杨伟明	-	200.00	公司设立	自有资金	1 元/注册资本	公司设立，按照 1 元/注册资本出资。	是
			韩挺	-	250.00					
			许兴虎	-	50.00					
2	2006 年 7 月	第一次股权转让	许兴虎	杨伟明	25.00	老股东股权转让	自有资金	1 元/注册资本	公司成立时间较短，股东之间协商按出资价格转让，按注册资本定价。	是
				韩挺	25.00					
3	2013 年 6 月	第一次增资	杨伟明	-	50.00	老股东增资	自有资金	1 元/注册资本	经老股东协商以 1 元/注册资本增资，按注册资本定价。	是
4	2015 年 12 月	第二次增资	杨伟明	-	63.25	老股东增资	自有资金	1 元/注册资本	经老股东协商以 1 元/注册资本增资，按注册资本定价。	是
			韩挺	-	1.75					

序号	时间	股权变动	转让方/增资方	受让方	出资额（万元）/持股数（万股）	股权变动背景/原因	资金来源	入股价格/转让价格	定价依据及公允性	是否支付完毕
5	2017 年 12 月	第三次增资	诚昊电器	-	211.75	为增强发行人资产完整性，经老股东杨伟明、韩挺协商一致，收购诚昊电器、科隆塑胶土地使用权及厂房等资产。	土地使用权及实物出资	15.24 元/注册资本	2017 年 12 月 4 日，普莱得有限分别与诚昊电器、科隆塑胶签订了《资产收购协议》，约定以普莱得有限的股权作为支付对价，以标的资产中的厂房、土地使用权的评估值作为增资入股价格，由诚昊电器和科隆塑胶向普莱得有限增资。经老股东杨伟明、韩挺协商一致，明确按照增资前各自持股比例（杨伟明持股 55%、韩挺持股 45%）新增注册资本 385 万元。因最终的资产评估值略有差异，导致增资入股计算出的入股价格存在微小差异。各方已对因评估值产生的差异进行了确认，不存在纠纷和争议。综上，本次增资系杨伟明、韩挺协商一致的结果，相关投入资产已经过评估，定价依据合理，价格具有公允性。	是
			科隆塑胶	-	173.25			15.57 元/注册资本		

序号	时间	股权变动	转让方/增资方	受让方	出资额（万元）/持股数（万股）	股权变动背景/原因	资金来源	入股价格/转让价格	定价依据及公允性	是否支付完毕
6	2019 年 3 月	第四次增资	金华卓屹	-	166.58	员工持股平台用于员工激励。	自有资金	12.96 元/注册资本	2019 年 3 月，员工持股平台金华卓屹和金华亿和各自认缴注册资本 166.58 万元成为普莱得有限股东。2019 年 3 月和 12 月，公司分别授予两批员工成为持股平台合伙人。在持股平台层面，综合考虑员工职级及入伙时公司估值等因素，被激励员工两次入伙价格不同。最终，金华卓屹和金华亿和分别收到合伙人实际出资 2,158.13 万元和 2,248.48 万元。在普莱得有限层面，2019 年 12 月 1 日，普莱得有限股东会决议，员工持股平台以实际收到的合伙人出资额投入到普莱得有限，其中 166.58 万元计入实收资本，剩余计入资本公积。因此，员工持股平台增资价格差异具有合理性。同时，公司已按照授予日发行人权益的公允价值，相应地确认	是
			金华亿和	-	166.58			13.50 元/注册资本		

序号	时间	股权变动	转让方/增资方	受让方	出资额（万元）/持股数（万股）	股权变动背景/原因	资金来源	入股价格/转让价格	定价依据及公允性	是否支付完毕
									了股份支付费用，价格具有公允性。有关权益授予时公允价值计量情况详见本回复“16 题/五”。	
7	2020 年 8 月	整体变更为股份有限公司	-	-	-	-	-	-	-	-
8	2020 年 10 月	第五次增资	共青城盛富丽	-	233.88	新股东看好公司未来发展，发行人引入新股东增资以满足公司发展资金需求。	自有资金	14.11 元/股	入股价格参考发行人过去业绩情况及未来发展预期，经各方协商确定估值 7.82 亿元，对应 PE 值为 15.09 倍。	是
			杨婧雯	-	96.40					
			猎鹰启程	-	85.05					
			徐宇光	-	28.38					
9	2020 年 11 月	第六次增资	金华金投	-	90.04	新股东看好公司未来发展，发行人引入新股东增资以满足公司发展资金需求。	自有资金	16.66 元/股	入股价格参考发行人过去业绩情况及未来发展预期，经各方协商确定估值 9.50 亿元，对应 PE 值为 18.32 倍。	是
			金东国资	-	66.26					

发行人历次增资及股权转让不存在违法违规情形，均为双方真实意思表示，不存在委托持股、信托持股、利益输送或其他利益安排，不存在纠纷或者潜在纠纷。

三、历次股权转让、增资、转增股本、利润分配及整体变更等过程中涉及到的控股股东及实际控制人缴纳所得税、发行人代扣代缴情况，是否存在违反税收法律法规等情形，是否构成重大违法行为

自设立以来，发行人历次股权转让、增资、转增资本及整体变更等过程中仅 2020 年 8 月发行人整体变更涉及控股股东、实际控制人缴纳个人所得税的情形。控股股东、实际控制人杨伟明、韩挺已对整体变更涉及个人所得税事项按照税务部门要求及时进行了缴纳。自设立以来，发行人未进行过利润分配，不存在发行人代扣代缴情形。

综上所述，在发行人历次股权转让、增资、转增股本、利润分配及整体变更等过程中，涉及需要公司控股股东、实际控制人缴纳个人所得税的情况均依法进行了缴纳，不涉及发行人代扣代缴的情况，不存在违反税收法律法规等规范性文件的情形，不存在重大违法行为。

四、申报前新增股东的情形是否符合中国证监会及《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定及其依据，徐宇光、杨婧雯任职单位或施加重大影响的企业与发行人及其实际控制人、其他股东、董监高之间是否存在资金、业务往来、关联关系或其他利益安排

（一）申报前新增股东的情形是否符合中国证监会及《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定及其依据

最近一年发行人共新增股东 6 名，其中包括 4 名机构股东，2 名自然人股东。新增股东均通过增资方式，以协商定价取得相应的股份，具体如下：

单位：万元

序号	股东姓名/名称	持股数（万股）	持股比例（%）	投资金额	取得股份时间
1	共青城盛富丽	233.88	4.10	3,300.00	2020 年 10 月
2	杨婧雯	96.40	1.69	1,360.14	
3	猎鹰启程	85.05	1.49	1,200.00	
4	徐宇光	28.38	0.50	400.46	
5	金华金投	90.04	1.58	1,500.00	2020 年 11 月
6	金东国资	66.26	1.16	1,103.96	

申报前一年新增股东有关股权变动均属于双方真实意思表示，不存在争议或潜在纠纷，新股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益安排，新增股东具备法律、法规规定股东资格，新增股东已就股份锁定情况进行了承诺，新增股东基本情况、产生新股东的原因、增资价格及定价依据等具体情况如下：

1、2020 年 10 月新增股东情况

2020 年 10 月 10 日，普莱得召开 2020 年度第二次临时股东大会，会议决议将公司的注册资本从原来的 5,100.00 万元增加到 5,543.70 万元。普莱得新增的注册资本 443.70 万元以每股 14.11 元的价格由共青城盛富丽以货币资金 3,300.00 万元认购 233.88 万股，猎鹰启程以货币资金 1,200.00 万元认购 85.05 万股，杨婧雯以货币资金 1,360.14 万元认购 96.40 万股，徐宇光以货币资金 400.46 万元认购 28.38 万股。

（1）入股原因

为进一步充实资本实力，且投资者对公司发展前景较为看好，发行人引入了外部投资者共青城盛富丽、猎鹰启程、杨婧雯和徐宇光。

（2）入股价格及定价依据

外部投资者共青城盛富丽、猎鹰启程、杨婧雯和徐宇光本次入股价格参考了发行人过去业绩情况及未来发展预期，经各方协商确认入股价格为 14.11 元/股，定价具有合理性。

（3）新增股东基本情况

①共青城盛富丽基本情况

公司名称	共青城盛富丽投资合伙企业（有限合伙）
注册资本	3,306万元
成立时间	2020年9月27日
执行事务合伙人	蒋汗
注册地	江西省九江市共青城市基金小镇内

经营范围	一般项目：项目投资，实业投资。（未经金融监管部门批准，不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）	
合伙人份额情况	**合伙人**	**认缴份额比例**
	蒋琦	36.36%
	蒋汗	33.33%
	汪建梅	30.30%

共青城盛富丽系由蒋琦等 3 名自然人出资设立的合伙企业，未以非公开方式向投资者募集资金，因此，其不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》规定的私募投资基金，无需进行私募基金备案。

②猎鹰启程

公司名称	厦门市猎鹰启程股权投资合伙企业（有限合伙）	
注册资本	12,910万元	
成立时间	2017年5月5日	
执行事务合伙人	厦门市猎鹰投资管理有限公司	
注册地	厦门市集美区杏林湾路492号2104单元B08	
经营范围	依法从事对非公开交易的企业股权进行投资以及相关咨询服务。	
合伙人份额情况	**合伙人**	**认缴份额比例**
	王佳强	48.02%
	黄炫凯	28.66%
	傅国庆	21.30%
	叶彦君	1.16%
	金孝奇	0.77%
	厦门市猎鹰投资管理有限公司	0.08%

猎鹰启程属于私募基金范畴，已按规定履行备案程序，其基金管理人员需履行基金管理人登记程序，具体情况如下：

股东名称	基金编号	备案时间	基金管理人名称	登记编号	登记时间
猎鹰启程	SEW872	2019-01-14	厦门市猎鹰投资管理有限公司	P1068747	2018-07-25

③杨婧雯

杨婧雯女士，1992 年 4 月出生，现任 Morgan Creek Capital 高级分析师。

④徐宇光

徐宇光先生，1968 年 11 月出生，现任浙江八咏建设集团有限公司董事长兼总经理，浙江八咏公路工程集团有限公司董事长及金华市八咏公路施工技术有限公司监事。

2、2020 年 11 月新增股东情况

2020 年 11 月 25 日，普莱得召开 2020 年度第四次临时股东大会，会议决议将公司的注册资本从原来的 5,543.70 万元增加到 5,700.00 万元。普莱得新增的注册资本 156.30 万元以每股 16.66 元的价格由金华金投以货币资金 1,500.00 万元认购 90.04 万股，金东国资以货币资金 1,103.96 万元认购 66.26 万股。

（1）入股原因

为进一步充实资本实力，且投资者对公司发展前景较为看好，发行人引入了外部投资者金华金投和金东国资。

（2）入股价格及定价依据

外部投资者金华金投和金东国资本次入股价格参考了发行人过去业绩情况及未来发展预期，经各方协商确认入股价格为 16.66 元/股，定价具有合理性。

（3）新增股东基本情况

①金华金投

公司名称	金华市金投集团有限公司
注册资本	180,000万元人民币
成立时间	2019-10-11
法定代表人	刘永辉
注册地	浙江省金华市西关街道丹溪路1388号财富大厦17楼
经营范围	股权投资管理；政府产业引导基金管理；项目投资咨询；企业管理咨询；国家法律、法规、政策允许的实业投资和现代服务业的项目投资；经营管理政府授权范围内的国有资产；房屋租赁；物业管理；政府批准的国家法律法规允许的其他投资活动。（未经金融等行业监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

股权结构	**股东**	**认缴持股比例**
	金华市人民政府国有资产监督管理委员会	93.61%
	浙江省财务开发有限责任公司	6.39%

②金东国资

公司名称	金华市金东国有资产经营有限公司	
注册资本	10,000万元人民币	
成立时间	2002-05-29	
法定代表人	陈锡成	
注册地	金华市金东区光南路836号	
经营范围	法律法规及政策允许的受托国有资产的经营管理。	
股权结构	**股东**	**认缴持股比例**
	金华市金东区国资运营发展中心	100.00%

3、股份锁定承诺情况

发行人申报前 12 个月内新增股东共青城盛富丽、猎鹰启程、杨婧雯、徐宇光、金华金投和金东国资承诺：

（1）若发行人股票在证券交易所上市，自发行人股票上市之日起 12 个月内，且自发行人完成本人/本企业对其增资扩股工商变更登记之日起 36 个月（以下简称“锁定期”）内，本人/本企业不转让或者委托他人管理本人/本企业本次发行前已直接或间接持有的公司股份，也不由发行人回购该部分股份。

（2）锁定期满后，本人/本企业转让所持有的发行人股份，应遵守《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》及其他法律法规、中国证监会及深圳证券交易所的规定。

（3）在本人/本企业持股期间，若股份锁定和股份变动（包括减持）的法律、法规、规范性文件政策及证券监管机构的要求发生变化，则本人/本企业愿意自动适用更新后的法律、法规、规范性文件政策及证券监管机构的要求。

（4）若本人/本企业违反上述股份锁定承诺擅自转让所持股份的，转让所得将归发行人所有。

综上所述，申报前新增股东的情形符合中国证监会及《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定。

（二）徐宇光、杨婧雯任职单位或施加重大影响的企业与发行人及其实际控制人、其他股东、董监高之间是否存在资金、业务往来、关联关系或其他利益安排

报告期内，徐宇光、杨婧雯任职单位或施加重大影响的企业与发行人及其实际控制人、其他股东、董监高之间不存在资金、业务往来、关联关系或其他利益安排。徐宇光、杨婧雯任职单位或施加重大影响的企业情况如下：

1、徐宇光任职单位或施加重大影响的企业

徐宇光先生任职和施加重大影响的企业包括浙江八咏建设集团有限公司在内共计 14 家。14 家企业主要经营公路施工、市政工程施工等相关业务，与发行人及其实际控制人、其他股东、董监高之间不存在资金、业务往来、关联关系或其他利益安排。截至本回复出具之日，其任职单位或投资的企业如下：

序号	单位名称	注册资本（万元）	经营范围	持股比例	任职情况
1	浙江八咏建设集团有限公司	12,550	公路工程施工、市政工程施工、园林工程绿化、水利水电工程、建筑工程、土石方工程施工，工程机械设备租赁、混凝土构件加工、销售，国家法律法规政策允许范围内的项目投资。（凡涉及专项审批和许可证的凭证件经营）	徐宇光持股32%	董事长、经理
1.1	金华市八咏公路施工技术有限公司	2,600	预拌混凝土生产,水泥预制构件加工（除危险品及有污染的工艺），公路施工技术开发、咨询、技术服务；自有机械设备租赁；道路货物运输。（凡涉及后置审批项目的，凭相关许可证经营，浙江省后置审批目录详见浙江省人民政府官网）（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）	浙江八咏建设集团有限公司持股100%	监事

1.2	浙江咏达沥青路面工程有限公司	2,000	许可项目：各类工程建设活动(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，具体经营项目以审批结果为准)。一般项目：机械设备租赁；非金属矿物制品制造；非金属矿及制品销售(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)	浙江八咏建设集团有限公司持股100%	-
1.3	浙江咏屹新型材料有限公司	2,000	一般项目：新型建筑材料制造（不含危险化学品）；建筑用石加工；非金属矿物制品制造；非金属矿及制品销售(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)	浙江八咏建设集团有限公司持股100%	-
1.4	浙江咏新建筑劳务有限公司	1,000	建筑工程劳务分包（不含涉外劳务）、市政工程施工、公路工程施工、房屋建筑工程施工。（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）	浙江八咏建设集团有限公司持股100%	-
1.5	武义八咏建设有限公司	50	许可项目：各类工程建设活动(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，具体经营项目以审批结果为准)	浙江八咏建设集团有限公司持股100%	-
1.6	金华市咏盛劳务有限公司	30	建筑工程劳务分包、公路工程施工、市政工程施工，房屋建筑工程施工。(凡涉及后置审批项目的，凭相关许可证经营，浙江省后置审批目录详见浙江省人民政府官网)（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）	浙江八咏建设集团有限公司持股100%	-

1.7	浙江八咏公路工程集团有限公司	30,800	公路工程施工，市政工程施工，园林绿化工程施工，承包与其实力、规模、业绩相适应的国外工程项目，对外派遣实施上述境外工程所需的劳务人员，自有机械设备租赁，国家法律法规允许的，无需前置审批的货物与技术进出口。(凡涉及后置审批项目的，凭相关许可证经营，浙江省后置审批目录详见浙江省人民政府官网)（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）	1.浙江八咏建设集团有限公司持股 99.6721% 2.徐宇光持股 0.3279%	董事长
1.7.1	西藏咏鑫交通工程有限公司	20,100	公路工程施工、市政工程施工。【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。】	浙江八咏公路工程集团有限公司持股 100%	-
1.7.2	金华市汇腾投资有限公司	3,000	国家法律法规允许的项目投资，投资咨询(证券、期货、金融业务除外)，投资管理及咨询，经济信息咨询，企业财务管理咨询。（以上经营范围未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）	浙江八咏公路工程集团有限公司持股 60%	-
1.7.3	金华市八咏交通工程检测有限公司	280	建筑材料、路基路面、构造物检测；室内环境质量、地下障碍物检测（凭资质经营）。(凡涉及后置审批项目的，凭相关许可证经营，浙江省后置审批目录详见浙江省人民政府官网)（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）	浙江八咏公路工程集团有限公司持股 51.4286%	-
1.8	浙江咏正新型材料有限公司	5,050	一般项目：环保型温拌沥青混合料生产、销售(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)	浙江八咏建设集团有限公司持股 99.0099%	-

1.9	浙江八咏新型材料有限责任公司	5,800	一般项目：新型建筑材料制造（不含危险化学品）；机械设备租赁(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)。许可项目：各类工程建设活动(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，具体经营项目以审批结果为准)	1. 浙江八咏建设集团有限公司持股 62.6087% 2.徐宇光持股 6.9565%	-
1.9.1	金华咏新机械租赁有限公司	10	一般项目：机械设备租赁(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)	浙江八咏新型材料有限责任公司持股 100%	-

2、杨婧雯任职单位或施加重大影响的企业

杨婧雯女士，现任 Morgan Creek Capital 高级分析师，截至本回复出具之日，杨婧雯女士不存在其他任职或施加重大影响的企业情形。

综上所述，报告期内，徐宇光、杨婧雯任职单位或施加重大影响的企业与发行人及其实际控制人、其他股东、董监高之间不存在资金、业务往来、关联关系或其他利益安排。

五、设立两个员工持股平台的原因及合理性，出资人资金来源及合法合规性，员工持股计划的实施和相关信息披露是否符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定及其依据

（一）设立两个员工持股平台的原因及合理性，出资人资金来源及合法合规性

公司为现有骨干员工稳定性及未来引进人才做准备，设立两个员工持股平台主要系为满足法律法规的要求和便于管理的需要：

1、根据《中华人民共和国合伙企业法（2006 修订）》第六十一条第一款规定，有限合伙企业由二个以上五十个以下合伙人设立。虽然目前两个员工持股平台人数合计未超过 50 人，但未来随着公司发展的需要将引进更多优秀人才，为满足合伙企业设立人数限制要求，公司设立两个员工持股平台为未来更多吸引更多优秀人才做准备；

2、为便于管理，除高级管理人员外，金华亿和主要持股员工为公司技术骨干，金华卓屹主要为销售、采购、财务等业务条线的骨干人员。

因此，公司成立金华卓屹和金华亿和作为两个员工持股平台，具有合理性。

上述员工持股平台合伙人均系公司员工，均以货币出资且资金来源均为出资合伙人自有和自筹资金，并按约定及时足额缴纳出资款或支付份额转让款。员工持股平台合伙人出资不存在股权代持或其他利益安排，亦不存在实际控制人向员工提供财务资助情形，出资来源合法合规。

（二）员工持股计划的实施和相关信息披露是否符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定及其依据

1、员工持股计划的人员构成情况

截至报告期末，员工持股平台金华卓屹和金华亿和分别持有公司 637.50 万股股份，分别占公司发行前总股本的 11.18%。发行人员工持股计划均通过员工持股平台实施，且合伙人均为公司员工。

（1）金华卓屹人员构成情况

金华卓屹的出资人情况如下：

序号	合伙人姓名	出资数额（万元）	出资比例（%）	合伙人类别
1	杨伟明	980.68	55.45	普通合伙人
2	杨诚昊	127.83	7.23	有限合伙人
3	张承伟	115.00	6.50	有限合伙人
4	金央	85.00	4.81	有限合伙人
5	韩挺	85.00	4.81	有限合伙人
6	郭康丽	65.00	3.68	有限合伙人
7	匡伟	63.80	3.61	有限合伙人
8	汤勇生	45.00	2.54	有限合伙人
9	郑小娟	45.00	2.54	有限合伙人
10	谢伟祥	19.42	1.10	有限合伙人
11	张缔舒	19.42	1.10	有限合伙人
12	朱超颖	16.99	0.96	有限合伙人
13	谷洪科	15.93	0.90	有限合伙人

序号	合伙人姓名	出资数额（万元）	出资比例（%）	合伙人类别
14	郑栋梁	7.97	0.45	有限合伙人
15	邱天元	14.87	0.84	有限合伙人
16	钟跃斌	12.74	0.72	有限合伙人
17	蒋玲玲	8.50	0.48	有限合伙人
18	孙小龙	7.43	0.42	有限合伙人
19	黄国锋	6.90	0.39	有限合伙人
20	陆娅婷	6.37	0.36	有限合伙人
21	傅建忠	5.31	0.30	有限合伙人
22	叶建卫	5.31	0.30	有限合伙人
23	徐剑彬	5.31	0.30	有限合伙人
24	沈俊华	3.72	0.21	有限合伙人
合计		**1,768.50**	**100.00**	-

（2）金华亿和人员构成情况

金华亿和的出资人情况如下：

序号	合伙人姓名	出资数额（万元）	出资比例（%）	合伙人类别
1	杨伟明	909.37	51.42	普通合伙人
2	杨诚昊	278.59	15.75	有限合伙人
3	丁小贞	130.00	7.35	有限合伙人
4	周永星	130.00	7.35	有限合伙人
5	夏慧韬	85.00	4.81	有限合伙人
6	李绍华	70.00	3.96	有限合伙人
7	邵伟红	45.00	2.54	有限合伙人
8	孙爱学	38.23	2.16	有限合伙人
9	陈鹏	12.74	0.72	有限合伙人
10	杨磊	11.68	0.66	有限合伙人
11	张英俊	11.68	0.66	有限合伙人
12	潘文涛	11.68	0.66	有限合伙人
13	王慧腾	10.62	0.60	有限合伙人
14	孙雪磊	10.62	0.60	有限合伙人
15	曹尚飞	7.97	0.45	有限合伙人
16	陈正红	5.31	0.30	有限合伙人

序号	合伙人姓名	出资数额（万元）	出资比例（%）	合伙人类别
合计		**1,768.50**	**100.00**	-

2、人员离职后的股份处理

根据发行人员工持股管理办法，有关人员离职后合伙份额按照如下规则执行：

“（一）在服务期限内离职的：

1、员工所持有的合伙企业出资，按协商确定的金额作为转让价格，由合伙企业普通合伙人或其指定的第三人回购。

2、若仍处于上市时承诺的锁定期内，则员工应当继续持有合伙企业出资份额，直到锁定期满后，按照上述第 1 项规定执行。

（二）在服务期限届满后离职的，按照下述情形分别处理：

1、若仍处于上市时承诺的锁定期内，员工应当继续持有合伙企业出资份额；

2、若已过上市时承诺的锁定期，员工可以选择继续持有合伙企业出资；或按照合伙协议规定对外转让其合伙份额；或按协商确定的金额作为转让价格，由合伙企业普通合伙人或其指定的第三人回购；

3、在持有出资份额期间，若员工在离职后 5 年内为公司同行业其他企业工作、提供服务或从事与公司存在竞争关系的业务时，合伙企业普通合伙人有权要求员工以“投资成本－分红”所得的金额作为转让价格，将其持有的出资份额转让给指定方；若员工不愿意依据本款前述约定转让出资份额的，则该员工的出资额及其所对应的价值金额，作为该员工违反本条约定而给予普莱得的损失赔偿。”

3、股份锁定期

金华亿和及金华卓屹对于股份锁定期承诺如下：

（1）本企业自公司股票上市之日起 36 个月（以下简称“锁定期”）内，不转让或者委托他人管理本企业本次发行前已直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

（2）本企业直接或间接所持公司股票在锁定期满后 2 年内减持的，该等股

票的减持价格不低于发行价；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（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）股票收盘价低于发行价的，本企业直接或间接持有公司股票的锁定期限自动延长 6 个月。前述发行价指公司首次公开发行股票的发行价格，公司上市后如有派发股利、送股、转增股本等除权除息事项的，则按照深圳证券交易所的有关规定作除权除息处理。

（3）本企业减持公司股份时，将严格遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》的相关规定实施。若中国证监会和深圳证券交易所在本企业减持公司股份前有其他规定的，则本企业承诺将严格遵守本企业减持公司股份时有效的规定实施减持。

发行人已经在招股说明书 “第五节/七/（二）/3、金华卓屹”和“第五节/七/（二）/4、金华亿和”、 “第十节/五/（一）/2、其他持股 5%以上股东承诺”及“第五节/十五/（一）申报前已经制定或实施的股权激励及相关安排”披露了员工持股计划的人员构成、人员离职后的股份处理、股份锁定期等内容。

六、股权变动中涉及国资股东的相关审批、备案、评估等必备程序是否均已履行，是否合法合规，是否造成国有资产流失，请结合相关法律法规的具体规定进行分析

根据《企业国有资产评估管理暂行办法》第四条规定，地方国有资产监督管理机构及其所出资企业的资产评估项目备案管理工作的职责分工，由地方国有资产监督管理机构根据各地实际情况自行规定。金华金投、金东国资已经根据金华市资产评估项目备案管理工作相关规定，履行了备案、评估程序，具体情况如下：

1、金华金投必备程序履行情况

根据金华市国资委 2020 年 1 月 3 日发布“金国资发【2020】1 号”《金华市国资委关于进一步加强市属国有企业企业投资项目管理的通知》第一条第三款有关审批权限及流程规定：“单项投资额在 2000 万元以下的项目，由企业董事会审议通过后 10 个工作日报市国资委备案”。

2020 年 11 月 18 日，金华中勤资产评估事务所出具了“金华中勤评字【2020】第 130 号”《资产评估报告》，对发行人股东全部权益在评估基准日 2020 年 9 月 30 日的市场价值进行了评估。

2020 年 11 月 19 日，金华金投第一届董事会第十七次会议决议同意金投集团出资 14,999,997.60 元投资浙江普莱得电器股份有限公司。

2020 年 11 月 25 日，金华金投完成了向市国资委报备。

2、金东国资必备程序履行情况

根据金东区《金东区政府产业引导基金投资决策程序》规定，投资项目由金东区产业引导基金工作管委会审议决策。

2020 年 11 月 18 日，金华中勤资产评估事务所出具了 “金华中勤评字【2020】第 152 号”《资产评估报告》，对发行人股东全部权益在评估基准日 2020 年 9 月 30 日的市场价值进行了评估。

2020 年 11 月 23 日，金东区政府产业引导基金管理委员会《金东区产业引导基金管委会第一次会议纪要》（区基金办【2020】1 号）会议决议同意由金东国资对浙江普莱得电器股份有限公司进行投资。

2020 年 11 月 25 日，金东国资完成了向市国资委报备。

综上所述，金华金投、金东国资均履行了必备的决策程序，并参考评估值经双方协商确定投资价格，合法合规，未造成国有资产流失。

七、核查意见

（一）核查过程

1、查阅普莱得有限设立时的工商登记文件、验资报告、支付凭证，并对杨伟明、韩挺、许兴虎进行了访谈确认设立普莱得有限的原因背景，资金来源情况等；

2、取得并核查发行人历次工商登记文件、股东名册、历次股权变化的增资协议、转让协议、相关支付凭证、验资报告、评估报告、财务报表等资料；

3、访谈了发行人及其股东的相关人员，了解股权变动原因背景、资金来源等，并取得股东出具的调查表及关于不存在股份代持等情形的书面确认函；

4、查阅了历次股权变动涉及控股股东与实际控制人税收缴纳情况并取得了相关税收缴款书；

5、查阅了新增股东、持股平台成员的调查表、款项支付凭证、并对新增股东和持股平台成员进行了访谈确认；

6、取得徐宇光、杨婧雯确认的任职单位或施加重大影响的企业情况，并确认与发行人及其实际控制人、其他股东、董监高之间是否存在资金、业务往来、关联关系或其他利益安排；登陆国家企业信用信息公示系统等网站查阅徐宇光、杨婧雯控制的企业情况；

7、查阅了股权变动中涉及国资股东变动相关法律法规及国资股东相关备案文件、评估报告等文件。

（二）核查结论

经核查，保荐人和发行人律师认为：

1、杨伟明、韩挺、许兴虎基于看好电动工具行业发展前景设立普莱得有限具有合理性，资金来源及设立合法合规；

2、历次股权转让和增资不存在违法违规情形，均是双方真实意思表示，不存在委托持股、信托持股、利益输送或其他利益安排，不存在纠纷或者潜在纠纷；

3、发行人股改过程中涉及到的控股股东及实际控制人所得税已经缴纳，不存在违反税收法律法规的情形；

4、申报前新增股东的情形符合中国证监会及《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定；徐宇光、杨婧雯任职单位或施加重大影响的企业与发行人及其实际控制人、其他股东、董监高之间不存在资金、业务往来、关联关系或其他利益安排；

5、两个员工持股平台的设立合法合规，员工持股计划的实施和相关信息披露符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定；

6、国资股东入股已经履行相关审批、备案、评估等必备程序，符合相关法律法规规定，未造成国有资产流失。

2.关于实际控制人

招股说明书披露：

（1）发行人的控股股东、实际控制人为杨伟明、韩挺；

（2）杨伟明通过直接持有及金华亿和、金华卓屹和诚昊电器合计控制发行人 59.27%的股份；杨伟明配偶宋丽敏通过诚昊电器间接持有发行人 7.82%股份；杨伟明之子杨诚昊系公司董事，通过金华卓屹和金华亿和间接持有发行人 2.57%股份；

（3）韩挺直接持有发行人 18.57%股份，通过科隆塑胶控制发行人 11.63%股份，科隆塑胶的股东为韩长洪、徐杏芳二人，系韩挺父母。

请发行人：

（1）说明未将宋丽敏、杨诚昊、韩长洪、徐杏芳认定为共同实际控制人是否合理，具体分析是否符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定；

（2）说明韩挺能够通过科隆塑胶控制发行人 11.63%股份的原因及合理性。

请保荐人、发行人律师根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》相关规定发表明确意见，说明发行人实际控制人的认定是否准确、合理。

【回复】

一、说明未将宋丽敏、杨诚昊、韩长洪、徐杏芳认定为共同实际控制人是否合理，具体分析是否符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定

发行人认定杨伟明、韩挺为共同实际控制人，系以报告期内二人对公司始终形成共同控制的基本事实为前提和依据。发行人认定实际控制人为杨伟明、韩挺系经全体股东一致确认的结果，符合审核问答关于实际控制人认定的基本原则。宋丽敏、杨诚昊、韩长洪、徐杏芳对发行人股东大会、董事会决议无重

大影响，且未在发行人经营决策和日常经营管理中发挥重要作用，未认定为共同实际控制人具有合理性。具体分析如下：

（一）未将宋丽敏、杨诚昊、韩长洪、徐杏芳认定为共同实际控制人的原因

1、未将宋丽敏、韩长洪、徐杏芳认定为共同实际控制人的原因

（1）宋丽敏、韩长洪、徐杏芳未参与发行人经营管理，未在公司经营决策中发挥重要作用

杨伟明配偶宋丽敏因持有诚昊电器股权而成为发行人间接股东，韩挺父母韩长洪、徐杏芳因持有科隆塑胶股权而成为发行人间接股东。宋丽敏、韩长洪、徐杏芳未担任发行人任何职务，一直不参与、未来也无意参与发行人经营管理，未在发行人经营决策和日常经营管理中发挥重要作用。

（2）宋丽敏、韩长洪、徐杏芳对发行人股东大会（股东会）、董事会决议事项无重大影响

2017 年，诚昊电器、科隆塑胶成为发行人股东后，除持有发行人股权外，无实际经营业务。在发行人历次股东大会（股东会）决议、董事的提名及任免中，诚昊电器的表决权均由作为诚昊电器执行董事的杨伟明出席并按照自身意愿行使，科隆塑胶的表决权均由作为科隆塑胶执行董事的韩挺出席并按照自身意愿行使。

为进一步明确杨伟明能够支配诚昊电器表决权、韩挺能够支配科隆塑胶表决权的事实，杨伟明与其配偶宋丽敏、韩挺与其父母韩长洪和徐杏芳分别签署了《表决权委托协议》，明确分别将杨伟明、韩挺作为其唯一的、排他代理人，行使对诚昊电器和科隆塑胶包括对发行人表决权在内的全部决策权。杨伟明、韩挺可行使诚昊电器和科隆塑胶在发行人股东大会的全部表决权。

因此，宋丽敏、韩长洪、徐杏芳虽然间接持有发行人股份，但其所有表决权均全权由杨伟明、韩挺行使，未参与发行人经营管理且对股东大会（股东会）、董事会决议事项无重大影响。发行人未将宋丽敏、韩长洪、徐杏芳认定为共同实际控制人具有合理性。

2、未将杨诚昊认定为共同实际控制人的原因

（1）杨诚昊对发行人股东大会（股东会）决议、董事的提名及任免无重大影响

杨伟明之子杨诚昊通过金华卓屹和金华亿和间接持有发行人 2.57%股份，持股比例较小。而且杨伟明持有金华卓屹和金华亿和合伙份额均超过 50%且作为执行事务合伙人，能够支配金华卓屹和金华亿和的表决权。杨诚昊作为间接股东，对发行人股东大会（股东会）决议、董事的提名及任免无重大影响。

（2）杨诚昊未在发行人经营决策中发挥重要作用

杨诚昊 2019 年 7 月毕业之后入职发行人研发部门，现任项目经理。虽然 2020 年 7 月开始任公司董事，但仅为 7 名董事之一，且未在公司担任高级管理人员职务。从其工作经历和职务来看，杨诚昊对董事会运作及决策影响有限。因此，杨诚昊未在公司经营决策中发挥重要作用。

综上所述，发行人未将杨诚昊认定为共同实际控制人具有合理性。

（二）发行人不存在为满足发行条件而调整实际控制人认定范围的情况

1、未认定宋丽敏、杨诚昊、韩长洪、徐杏芳为共同实际控制人，不存在规避同业竞争、关联方认定及关联交易的情形

发行人已在招股说明书“第七/关联方及关联交易”中对发行人关联方及关联交易进行了完整披露。发行人不存在若认定宋丽敏、杨诚昊、韩长洪、徐杏芳为共同实际控制人，从而存在新增关联方认定及关联交易的情形。上述关联方实际经营业务亦不存在与发行人存在同业竞争的情况。

因此，未认定宋丽敏、杨诚昊、韩长洪、徐杏芳为共同实际控制人，不存在规避同业竞争、关联方认定及关联交易的情形。

2、未认定宋丽敏、杨诚昊、韩长洪、徐杏芳为共同实际控制人，不存在规避认定不适格担任实际控制人的情形

宋丽敏、杨诚昊、韩长洪、徐杏芳等实际控制人近亲属，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

的情形。因此，未认定宋丽敏、杨诚昊、韩长洪、徐杏芳为共同实际控制人，不存在规避认定不适格担任实际控制人的情形。

综上所述，发行人不存在为满足发行条件而调整实际控制人认定范围的情况。

（三）宋丽敏等实际控制人近亲属已比照实际控制人作出股份锁定承诺

控股股东、实际控制人之一杨伟明近亲属宋丽敏、杨诚昊及控股股东、实际控制人之一韩挺近亲属韩长洪、徐杏芳承诺：

“1、本人自公司股票在深圳证券交易所创业板上市交易之日起 36 个月（以下简称“锁定期”）内，不转让或者委托他人管理本人本次发行前已直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

2、本人直接或间接所持公司股票在锁定期满后 2 年内减持的，该等股票的减持价格不低于发行价；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（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）股票收盘价低于发行价的，本人直接或间接持有公司股票的锁定期限自动延长 6 个月。前述发行价指公司首次公开发行股票的发行价格，公司上市后如有派发股利、送股、转增股本等除权除息事项的，则按照深圳证券交易所的有关规定作除权除息处理。

3、本人担任公司董事或高级管理人员期间，在遵守上述锁定期要求外，每年转让的股份不超过本人直接和间接持有的公司股份总数的 25%；离职后半年内，不转让本人直接和间接持有的公司股份。本人在任期届满前离职的，在本人就任时确定的任期内和任期届满后六个月内，本人将继续遵守下列限制性规定：①每年转让的股份不得超过本人直接和间接所持公司股份总数的 25%；②离职后半年内不得转让本人直接或间接所持公司股份；③《公司法》等对董监高股份转让的其他规定。

4、本人减持公司股份时，将严格遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》的相关规定实施。若中国证监会和深圳证券交易所在本人减

持公司股份前有其他规定的，则本人承诺将严格遵守本人减持公司股份时有效的规定实施减持。”

（四）未将宋丽敏、杨诚昊、韩长洪、徐杏芳认定为共同实际控制人符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定

如前述分析，发行人未将宋丽敏、杨诚昊、韩长洪、徐杏芳认定为共同实际控制人具有合理性，且符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定，具体对比分析如下：

审核问答要求	发行人实际情况	是否符合相关规定
实际控制人认定基本原则：实际控制人是拥有公司控制权的主体。在确定公司控制权归属时，应当本着实事求是的原则，尊重企业的实际情况，以发行人自身的认定为主，由发行人股东予以确认。	发行人认定实际控制人为杨伟明、韩挺系经全体股东一致确认的结果，符合审核问答关于实际控制人认定的基本原则。	符合
法定或约定形成的一致行动关系并不必然导致多人共同拥有公司控制权的情况，发行人及中介机构不应为扩大履行实际 控制人义务的主体范围或满足发行条件而作出违背事实的认定。	虽然宋丽敏、杨诚昊、韩长洪、徐杏芳系实际控制人近亲属，但遵循“法定或约定形成的一致行动关系并不必然导致多人共同拥有公司控制权的情况”的原则，结合公司实际情况，宋丽敏、杨诚昊、韩长洪、徐杏芳不构成公司共同实际控制人。	符合
实际控制人的配偶、直系亲属，如其持有公司股份达到 5%以上或者虽未超过5%但是担任公司董事、高级管理人员并在公司经营决策中发挥重要作用，保荐人、发行人律师应说明上述主体是否为共同实际控制人。	如前述分析，宋丽敏、杨诚昊、韩长洪、徐杏芳对发行人股东大会、董事会决议无重大影响，且未在发行人经营决策和日常经营管理中发挥重要作用，未认定为共同实际控制人具有合理性。	符合
对于作为实际控制人亲属的股东所持的股份，应当比照实际控制人自发行人上市之日起锁定 36 个月。	如前述分析，宋丽敏等实际控制人近亲属已比照实际控制人作出股份锁定承诺。	符合
保荐人及发行人律师应重点关注最近 2 年内公司控制权是否发生变化，存在为满足发行条件而调整实际控制人认定范围嫌疑的，应从严把握，审慎进行核查及信息披露。	如前述分析，发行人最近 2 年公司控制权未发生变化，且发行人不存在为满足发行条件而调整实际控制人认定范围的情况。	符合

综上所述，发行人未将宋丽敏、杨诚昊、韩长洪、徐杏芳认定为共同实际控制人具有合理性，符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定。

二、说明韩挺能够通过科隆塑胶控制发行人 11.63%股份的原因及合理性

2017 年，科隆塑胶自成为发行人股东以来，除持有发行人股份以外未开展实际经营。虽然韩挺父母韩长洪、徐杏芳作为科隆塑胶持股 100%的股东，但一直未参与、未来也无意参与科隆塑胶和发行人的经营决策和日常经营管理。报告期内，韩挺一直系科隆塑胶执行董事，且已与韩长洪和徐杏芳签订了《表决权委托协议》，能够通过科隆塑胶控制发行人 11.63%股份。

在发行人历次股东大会（股东会）决议、董事的提名及任免中，科隆塑胶的表决权均由作为科隆塑胶执行董事的韩挺出席并按照自己的意思行使。为进一步明确韩挺能够实际支配科隆塑胶表决权的事实，韩挺与韩长洪、徐杏芳已签署了《表决权委托协议》，明确将韩长洪、徐杏芳作为科隆塑胶股东拥有的相关权利委托给韩挺行使。

综上所述，韩挺父母韩长洪、徐杏芳虽然持有科隆塑胶 100%股权，但在包括对发行人股东大会表决事项在内的重要决策中，均由韩挺作出决策和行使。因此，韩挺能够通过科隆塑胶控制发行人 11.63%股份具有合理性。

三、请保荐人、发行人律师根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》相关规定发表明确意见，说明发行人实际控制人的认定是否准确、合理

发行人认定杨伟明、韩挺为共同实际控制人，系以报告期内二人对公司形成共同控制的基本事实为前提和依据。发行人认定实际控制人为杨伟明、韩挺系经全体股东一致确认的结果，符合审核问答关于实际控制人认定的基本原则。发行人实际控制人的认定符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》相关规定，实际控制人的认定准确且具有合理性，具体依据如下：

（一）杨伟明、韩挺在发行人重大经营决策中共同作出决策，形成事实上的共同控制关系

杨伟明、韩挺作为发行人创始股东，在历次股东大会（股东会）决议、董事会决议及公司重大经营决策等事项表决中，始终通过良好的协商和沟通，共同做出决策且保持一致意见，已形成事实上的共同控制关系。

为进一步明确两人一致行动的事实，杨伟明、韩挺于 2020 年 7 月签署了《一致行动人协议》，以保持共同控制关系在未来可预期的期限内持续稳定。协议约定“（杨伟明和韩挺）就有关公司经营发展的重大事项向股东大会、董事会提出议案之前，或在行使股东大会、董事会等事项的表决之前，一致行动人内部先对相关议案或表决事项进行协商并形成统一意见；如果协商无法统一意见时，以杨伟明的意见为最终意见。”

（二）杨伟明、韩挺对发行人股东大会（股东会）表决起着决定性作用

杨伟明直接持有发行人 22.70%的股份，并通过金华亿和、金华卓屹及诚昊电器控制发行人 36.57%的股份，合计控制发行人 59.27%的股份；韩挺直接持有发行人 18.57%的股份，并通过科隆塑胶控制发行人 11.63%的股份，合计控制发行人 30.20%的股份，二人合计控制发行人 89.47%的股份。

根据发行人的《公司章程》，股东大会作出普通决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 1/2 以上通过；股东大会作出特别决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 2/3 以上通过。

报告期内，杨伟明、韩挺二人实际支配发行人股份表决权超过总表决权的 2/3 以上，对发行人股东大会普通决议及特殊决议审议事项的表决均起着决定性作用。二人在公司历次股东大会（股东会）重大决策前均进行了充分沟通，对重大事项的表决均保持了一致。

（三）杨伟明、韩挺对发行人董事提名和任命起着决定性作用，在董事会重大决策中具有重大影响

如上所述，杨伟明、韩挺实际支配发行人股份表决权超过总表决权的 2/3 以上，对发行人董事的提名和任命起着决定性作用。目前，杨伟明任公司董事长，韩挺担任公司董事，且其余董事均由杨伟明、韩挺二人共同提名。因此，杨伟明、韩挺对董事会重大决策的提议和表决有重大影响。

报告期内，二人在公司历次董事会重大决策前均进行了充分沟通，对重大事项的表决均保持了一致。

（四）杨伟明、韩挺在发行人经营决策中发挥重要作用

作为发行人创始股东，在公司经营管理方面，二人分工明确、紧密合作，形成稳定的协作关系：目前，杨伟明为公司董事长兼总经理，对内负责主持制定公司发展战略、协调内部沟通，对外沟通公共关系；韩挺为公司董事及子公司普莱得（泰国）和斯巴达（深圳）执行董事兼总经理，全面负责其日常生产经营管理，主导公司海外业务及电商平台业务。杨伟明、韩挺一直共同协作，在发行人经营决策中发挥重要作用。

综上所述，作为发行人创始股东，杨伟明和韩挺二人在股东大会（股东会）表决、董事提名和任命、董事会表决及经营管理等重大事项的决策中共同决策，具有绝对控制权。发行人基于二人对公司始终形成共同控制的基本事实为前提和依据，认定杨伟明、韩挺为公司共同实际控制人准确、合理。

四、核查意见

（一）核查过程

1、查阅了发行人《公司章程》、工商档案、报告期内发行人股东大会和董事会会议文件、日常经营管理相关的会议及各专门委员会会议等文件；

2、访谈了杨伟明、韩挺及发行人其他股东、董事，了解公司实际控制人情况；查阅了杨伟明、韩挺签订的《一致行动人协议》，取得其出具的说明文件、发行人关于实际控制人认定的确认文件；

3、访谈了宋丽敏等实际控制人近亲属并取得了其填写的《关联方关系调查表》；

4、查阅杨伟明与其配偶宋丽敏、韩挺与其父母韩长洪和徐杏芳分别签署的《表决权委托协议》；

5、登陆国家企业信用信息公示系统等网站查询宋丽敏等实际控制人近亲属控制的企业情况；

6、取得了主管机关出具的关于宋丽敏等实际控制人近亲属无犯罪记录证明，登陆中国执行信息公开网、中国裁判文书网、信用中国、证券期货市场失信记录查询平台、户籍所在地法院等公开网站查询其是否有违法犯罪情况；

7、取得宋丽敏等实际控制人近亲属无犯罪记录证明及其签署的股份锁定承诺。

8、访谈了韩长洪、徐杏芳了解并确认科隆塑胶的股东会决议、重大事项决策安排和实际执行情况；

9、查阅了发行人内部治理相关制度文件、发行人关于本次发行上市的董事会、股东大会会议资料（含上市后适用的内部治理制度）。

（二）核查结论

经核查，保荐人和发行人律师认为：

1、发行人未将宋丽敏、杨诚昊、韩长洪、徐杏芳认定为共同实际控制人具有合理性，符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定；

2、韩挺能够通过科隆塑胶控制发行人 11.63%股份具有合理性；

3、发行人实际控制人的认定符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》相关规定，认定准确、合理。

3.关于子公司

招股说明书披露：

（1）发行人拥有 5 家一级子公司、3 家二级子公司和 1 家三级子公司，其中 4 家为海外子公司；发行人子公司中，3 家为亏损状态；

（2）发行人拥有一家参股公司 BATAVIA B.V，持有 37.50%股份。

请发行人：

（1）结合业务、产品、战略等方面说明各子公司的定位及其与发行人主营业务之间的关系，母子公司以及子公司间是否涉及转移定价，简要说明子公司历史沿革情况，3 家子公司亏损的原因以及后续业务规划；

（2）说明海外子公司设立及生产经营是否符合外汇、投资审批以及当地法律法规的相关规定，是否存在违法违规事项；

（3）说明控股子公司和参股公司除发行人以外其他股东的基本情况、成立时间、注册地、注册及实缴资本、实际从事的业务、主要产品及与发行人业务、产品的关系，合作设立前述公司的背景，其他股东的实际控制人、主要股东与发行人、控股股东、实际控制人、董监高的关系。发行人是否存在与其控股股东、实际控制人、董监高及其亲属直接或者间接共同设立公司情形；

（4）说明报告期内是否存在注销和转让子公司的情形；

（5）说明报告期内合并报表范围内各级子公司是否存在重大违法行为。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、结合业务、产品、战略等方面说明各子公司的定位及其与发行人主营业务之间的关系，母子公司以及子公司间是否涉及转移定价，简要说明子公司历史沿革情况，3 家子公司亏损的原因以及后续业务规划

（一）各子公司的定位及其与发行人主营业务之间的关系及子公司简要历史沿革情况

公司发展战略目标是通过不断改进和提升产品性能，设计研发新产品，积极延伸电动工具产品系列，满足国内外知名品牌商的需求，同时积极发展自有品牌，提升行业地位与影响力。为落实公司发展战略，公司一方面通过设立普莱得（泰国）、恒动物资等子公司满足业务增长带来的产能需求增长，同时能够提升国际化运营水平；另一方面通过设立斯巴达（深圳）、纽迈特等子公司利用电商业务在电动工具领域的兴起，发展自有品牌业务。

各子公司业务是公司业务体系的组成部分，定位清晰且符合公司战略目标要求，能够很好协同公司主营业务的发展和品牌价值提升。发行人子公司的定位及其与发行人主营业务之间的关系及子公司简要历史沿革情况如下：

序号	公司名称	子公司的定位及其与发行人主营业务之间的关系	简要历史沿革
1	普莱得（泰国）	设立泰国生产基地主要为满足业务增长带来的产能需求和应对过去及未来可能出现的国际贸易摩擦，同时通过海外研发、生产和销售以提升国际化运营水平及品牌知名度。	2018 年 11 月成立，注册资本 131,000,000.00（泰铢），目前发行人持股 98%，子公司纽迈特和恒动物资各持股 1%。《企业境外投资证书》

			（N3300201800770）显示，普莱得（泰国）由发行人、科隆塑胶、诚昊电器新设设立。科隆塑胶、诚昊电器持股普莱得（泰国）当时系为满足泰国法律关于在当地设立公司至少需要三名股东的要求，科隆塑胶、诚昊电器并未对普莱得（泰国）进行实缴出资。2019 年 7 月，恒动物资设立后，发行人将普莱得（泰国）的另两个股东由科隆塑胶、诚昊电器变更为纽迈特和恒动物资。发行人就本次股权变更取得了新的《企业境外投资证书》（N3300201900509）。2020 年 5 月和 2021 年 5 月，恒动物资和纽迈特分别对普莱得（泰国）进行了实缴出资。截止目前，未发生变动。
2	恒动物资	设立恒动物资主要系利用国内设备和原材料供应条件，为普莱得（泰国）提供部分设备和原料需求。	2019 年 7 月成立，注册资本 20 万元，发行人持股 100%。截止目前，未发生变动。
3	斯巴达（深圳）	发行人先后设立斯巴达（深圳）、珍珠实业（香港）、斯巴达（浙江）、PHALANX（新加坡）和 PHALANX（美国）等主要负责通过亚马逊等电商平台在北美、欧洲等海外市场推广和销售自有品牌电动工具产品，发展自有品牌国际业务。	2018 年 6 月成立，注册资本 100 万，成立时发行人持股 70%；2021 年 2 月，发行人受让少数股东 30%股权。截止目前，发行人持股 100%。截止目前，未发生变动。
4	珍珠实业（香港）		2019 年 10 月成立，注册资本 10 万港币，子公司斯巴达（深圳）持股 100%。截止目前，未发生变动。
5	斯巴达（浙江）		2021 年 4 月 25 日成立，注册资本 100 万元，斯巴达（深圳）持股 100%。截止目前未发生变化。
6	PHALANX（新加坡）		2021 年 04 月 30 日成立，注册资本 1000 新加坡元，子公司普莱得（泰国）持股 100%。截止目前，未发生变动。
7	PHALANX（美国）		2021 年 5 月 12 日成立，注册资本 5 万美元，PHALANX（新加坡）持股 100%。截止目前，未发生变动。
8	德致工具		2021 年 10 月 21 日成立，注册资本 10 万元，纽迈特持股 100%。

			截止目前，未发生变动。
9	荣云工具		2021 年 10 月 21 日成立，注册资本 10 万元，纽迈特持股 100%。截止目前，未发生变动。
10	恒兆工具		2021 年 10 月 20 日成立，注册资本 10 万元，纽迈特持股 100%。截止目前，未发生变动。
11	拓高工具		2021 年 10 月 21 日成立，注册资本 10 万元，恒动物资持股 100%。截止目前，未发生变动。
12	诚启盛工具		2021 年 10 月 21 日成立，注册资本 10 万元，恒动物资持股 100%。截止目前，未发生变动。
13	纽迈特	负责通过天猫、淘宝等电商平台在国内推广和销售自有品牌电动工具产品，发展自有品牌国内业务。	2018 年 10 月成立，注册资本 1000 万元，发行人持股 100%。截止目前，未发生变动。
14	普诚科技	拟开展电动工具相关的软件及电机和控制系统开发，提升公司在电动工具相关的软件开发及电机和控制系统开发能力	2020 年 8 月成立，注册资本 1000 万元，发行人持股 100%。截止目前未发生变动。

（二）母子公司以及子公司间是否涉及转移定价

报告期内，合并范围内母子公司及子公司间交易均基于各子公司业务定位与发行人和子公司之间发生的正常业务往来。发行人母子公司及子公司之间定价参考产品生产成本、运营费用等确定，不存在通过转移定价将利润留在低税率公司以避税的情况。母子公司及子公司之间交易情况具体如下：

单位：万元

期间	销售方	购买方	交易内容	交易金额	毛利率
2021 年	发行人	斯巴达（深圳）	电动工具	1,870.96	18.28%
	发行人	纽迈特	电动工具	1,072.40	15.93%
	发行人	恒动物资	电动工具生产材料	652.01	9.01%
	恒动物资	普莱得（泰国）	电动工具生产材料、模具	766.31	2.74%
2020 年	发行人	斯巴达（深圳）	电动工具	924.43	16.15%
	发行人	纽迈特	电动工具	334.56	23.18%
	发行人	恒动物资	电动工具生产材料	205.93	0.10%
	恒动物资	普莱得（泰国）	电动工具生产	255.37	2.08%

			材料		
2019 年	发行人	斯巴达（深圳）	电动工具	310.56	15.03%

报告期内，母子公司和子公司之间交易主要包括子公司斯巴达（深圳）、纽迈特向发行人采购电动工具产品用于亚马逊、淘宝、天猫等电商平台销售及发行人通过恒动物资向普莱得（泰国）销售电动工具生产材料和部分模具等。上述交易属于正常业务往来，具有商业合理性。

报告期内，发行人所得税税率适用 15%，子公司斯巴达（深圳）、纽迈特所得税税率适用 25%。发行人销售给子公司产品销售毛利率在 15%左右，不高于各期发行人主要产品毛利率水平。发行人通过恒动物资向普莱得（泰国）销售的电动工具生产材料和部分模具主要由发行人从外部采购而来，直接销售给普莱得（泰国）用于生产，目前交易金额较小属于简单贸易，毛利率处于合理水平。

综上所述，报告期内，母子公司及子公司间交易均基于各子公司业务定位与发行人和子公司之间发生的正常业务往来，不存在通过转移定价将利润留在低税率公司以避税的情况。

（三）3 家子公司亏损的原因以及后续业务规划

报告期内，普莱得（泰国）、恒动物资和纽迈特 3 家子公司因生产或业务刚起步、产能和业务规模扩张处于爬坡阶段及新冠疫情影响导致出现亏损，具体原因及后续业务规划情况如下：

序号	子公司名称	亏损的原因	后续业务规划
1	普莱得（泰国）	2020 年 10 月普莱得（泰国）生产基地建成后，陆续投入生产，因产能利用处于爬坡阶段，固定成本较高，且受到新冠疫情影响，2020 年和 2021 年分别实现净利润-326.62 万元和-22.99 万元。随着产能利用率逐渐提升，亏损情况有所好转。	（1）增加泰国生产基地订单量，逐渐提升产能利用率； （2）派驻更多国内专业技术人员和生产技术人员进驻泰国生产基地，加强产品质量管控并提升生产效率； （3）在疫情稳定情况下，招聘更多生产人员，满足生产需要。
2	恒动物资	恒动物资主要负责普莱得（泰国）生产所需的设备和部分原材料采购，因普莱得（泰国）采购需求有待进一步提高，目前采购业务量较小，2020 年	随着普莱得（泰国）生产基地产量提升，预计未来恒动物资亏损情况将有所改善。

		和 2021 年分别实现净利润-3.87 万元和 4.30 万元。	
3	纽迈特	纽迈特负责通过天猫、淘宝等电商平台推广和销售自有品牌电动工具产品。目前处于业务开拓阶段，相关运营、推广费用、人员投入较高，2020 年和 2021 年分别实现净利润-142.54 和-155.50 万元。	（1）通过提升产品性能和卖点，从而提高产品单价，以确保更多销售利润； （2）增加产品种类，从喷枪延伸到热风枪，钉枪，锂电类产品等； （3）品牌的多元化发展， 以恒动、纽迈特和邦他等多品牌发展； （4）销售渠道的多元化，在传统天猫、淘宝等线上平台基础上，逐渐引入小红书、抖音等新媒体，持续不断地提升产品的知名度和销量。

二、说明海外子公司设立及生产经营是否符合外汇、投资审批以及当地法律法规的相关规定，是否存在违法违规事项

截至报告期末，发行人海外子公司包括普莱得（泰国）、珍珠实业（香港）、PHALANX（新加坡）和 PHALANX（美国）等 4 家海外子公司，其设立及生产经营均符合外汇、投资审批及当地法律法规的相关规定，不存在违法违规事项，具体情况如下：

（一）普莱得（泰国）

2018 年 12 月 17 日，发行人就投资普莱得（泰国）取得了浙江省商务厅颁发的《企业境外投资证书》。

2018 年 12 月 26 日，发行人就向普莱得（泰国）支付投资款取得了国家外汇管理局金华市中心支局颁发的《业务登记凭证》。

2018 年 12 月 28 日，发行人取得了金华市金义都市新区招商发展局颁发的《境外投资项目备案通知书》。

根据泰国大拓律师事务所出具的泰国法律意见书，普莱得（泰国）根据泰国法律成立，并有效存续，已获得经营主营业务所需的许可证、执照和证书，不存在针对普莱得（泰国）及其董事的诉讼请求或任何行政处罚。

（二）珍珠实业（香港）

2021 年 1 月 7 日子公司斯巴达（深圳）就投资珍珠实业（香港）取得了深圳市商务局颁发的《企业境外投资证书》。

2021 年 1 月 22 日，子公司斯巴达（深圳）取得了深圳市发展和改革委颁发的《境外投资项目备案通知书》。子公司斯巴达（深圳）对珍珠实业（香港）投资款尚未汇出，因此不涉及外汇相关审批登记。

根据香港杨汉源林炳坤律师事务所出具的法律意见书，珍珠实业是一间根据及按照香港《公司条例》（香港法例第 622 章）及前公司条例《公司条例》（香港法例第 32 章）于香港合法注册成立并有效存续的公司；截至 2022 年 1 月 13 日该公司自设立以来没有涉及任何诉讼（包括产品责任、税务、员工方面的诉讼）。

（三）PHALANX（新加坡）

2021 年 4 月 30 日，普莱得（泰国）在新加坡注册 PHALANX（新加坡），普莱得（泰国）持有其 100%股权。该公司目前刚完成注册，尚未开展经营活动。根据商务部《境外投资管理办法（2014）》第二十五条规定，企业投资的境外企业开展境外再投资，在完成境外法律手续后，企业应当向商务主管部门报告。2021 年 10 月 26 日，发行人已就该事项向浙江省商务厅填报报告材料并得到确认。

（四）PHALANX（美国）

2021 年 5 月 12 日，PHALANX（新加坡）在美国注册 PHALANX（美国）公司，PHALANX（新加坡）公司持有其 100%股权。该公司目前刚完成注册，尚未开展经营活动。根据商务部《境外投资管理办法（2014）》第二十五条规定，企业投资的境外企业开展境外再投资，在完成境外法律手续后，企业应当向商务主管部门报告。2021 年 10 月 26 日，发行人已就该事项向浙江省商务厅填报报告材料并得到确认。

综上所述，发行人海外子公司设立及生产经营均符合外汇、投资审批及当地法律法规的相关规定，不存在违法违规事项。

三、说明控股子公司和参股公司除发行人以外其他股东的基本情况、成立时间、注册地、注册及实缴资本、实际从事的业务、主要产品及与发行人业务、

产品的关系，合作设立前述公司的背景，其他股东的实际控制人、主要股东与发行人、控股股东、实际控制人、董监高的关系。发行人是否存在与其控股股东、实际控制人、董监高及其亲属直接或者间接共同设立公司情形

（一）说明控股子公司和参股公司除发行人以外其他股东的基本情况、成立时间、注册地、注册及实缴资本、实际从事的业务、主要产品及与发行人业务、产品的关系，合作设立前述公司的背景，其他股东的实际控制人、主要股东与发行人、控股股东、实际控制人、董监高的关系

1、子公司斯巴达（深圳）

子公司斯巴达（深圳）于 2018 年 6 月成立，注册资本 100 万元，设立时，发行人持股 70%，自然人股东匡伟先生持股 30%。2021 年 2 月，为更好协调母子公司业务发展，经双方协商一致，发行人受让股东匡伟先生 30%股权。子公司斯巴达（深圳）成为发行人全资子公司。

在综合考虑斯巴达（深圳）已实现的经营积累及未来发展前景的基础上，经双方协商确定 30%股权交易价格为 197.78 万元。截至 2020 年 12 月 31 日，斯巴达（深圳）经审计净资产为 303.96 万元，匡伟先生持股 30%对应净资产为 91.19 万元。上述交易价格为斯巴达（深圳）2020 年末匡伟先生持股 30%对应净资产的 2.17 倍，且经双方协商确定，定价合理且具有公允性。

（1）自然人股东匡伟基本情况

匡伟先生，曾在 Masco（马斯科）集团（全球知名的品牌家居消费品制造商之一）下属子公司 Arrow（箭牌）负责亚洲区采购工作，2018 年 6 月与发行人合作设立斯巴达（深圳），目前主要负责子公司斯巴达（深圳）在亚马逊等电商平台运营业务。

（2）合作设立前述公司的背景，自然人股东匡伟先生与发行人、控股股东、实际控制人、董监高的关系

为拓展自有品牌在欧美市场的发展，公司与匡伟先生合作设立子公司斯巴达（深圳）。子公司斯巴达（深圳）目前主要通过亚马逊等电商平台推广和销售自有品牌电动工具产品，在北美、欧洲等海外市场发展自有品牌国际业务。匡伟先生对欧美市场消费者偏好、市场变化趋势、品牌定位和运营等方面具有

丰富经验和资源优势。公司为落实自有品牌产品在欧美市场的拓展，与匡伟先生达成了合作意向，成立了斯巴达（深圳）公司。

经核查，自然人股东匡伟先生与发行人除合作设立斯巴达（深圳）外，与发行人、控股股东、实际控制人、董监高之间无其他股权投资或亲属关系等关联关系。

2、参股公司 BATAVIA B.V.

截止报告期末，参股公司 BATAVIA B.V.的股权结构情况如下：

股东名称	持股比例（%）
发行人	37.50
Acton International Ltd	37.50
Vinceabale Holding B.V.	25.00

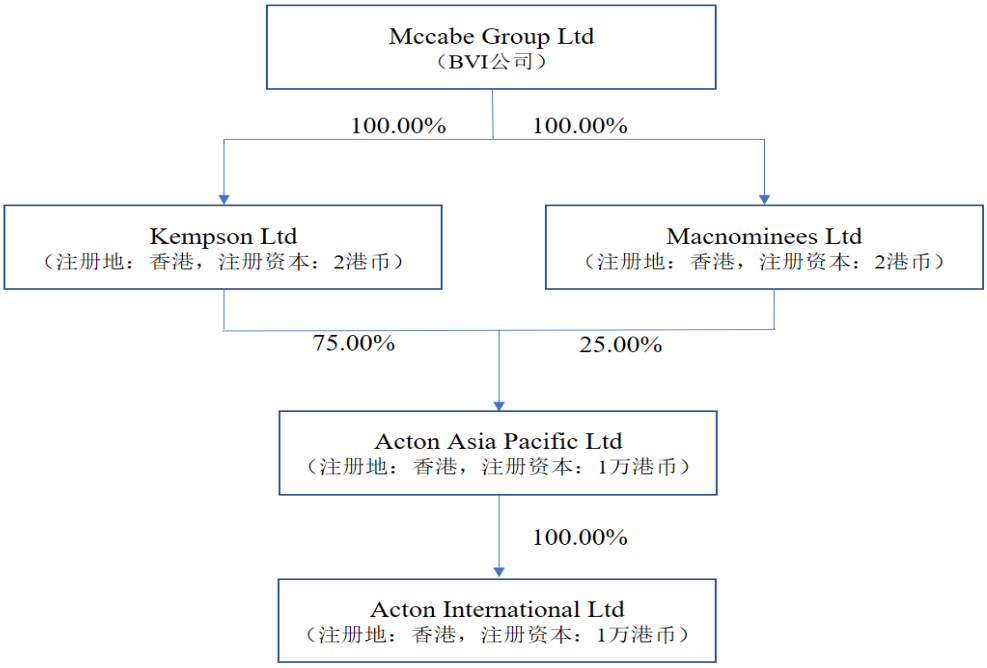
除发行人外，参股公司其他股东 Acton International Ltd 和 Vinceabale Holding B.V.分别持股 37.50%和 25.00%，均为法人股东。

（1）其他股东的基本情况、成立时间、注册地、注册及实缴资本、实际从事的业务、主要产品及与发行人业务、产品的关系

①Acton International Ltd

公司名称	Acton International Ltd	**成立时间**	2008年12月22日
注册资本	1万港币	**实收资本**	1万港币
注册地	香港中环干诺道中111号永安中心16楼		
股东构成及控制情况	**股东名称**	**持股比例（%）**	
	Acton Asia Pacific Ltd	100%	
实际从事的业务、主要产品及与发行人业务、产品的关系	经访谈确认，Acton International Ltd仅为持股平台，未实际开展经营活动。		

根据工商资料显示，Acton International Ltd 的股权结构情况具体如下：



Acton International Ltd 仅为持股平台，未实际开展经营活动；Acton Asia Pacific Ltd 主要从事电动工具、电子产品、家庭用品采购贸易业务，报告期内向发行人采购了少量电热类、吹吸类等电动工具产品；Kempson Ltd、Macnominees Ltd 及 Mccabe Group Ltd 仅为持股平台，未开展实际经营活动。

经访谈确认，Acton International Ltd 及其股东、实际控制人与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人之间不存在关联关系。

②Vinceabale Holding B.V.

公司名称	Vinceabale Holding B.V.	**成立时间**	2008年5月29日
注册资本	1.8万欧元	**实收资本**	1.8万欧元
注册地	Spiegel 3,7944SN Meppel		
股东构成及控制情况	**股东名称**	**持股比例（%）**	
	Henk Van Ommen	100%	
实际从事的业务、主要产品及与发行人业务、产品的关系	经访谈确认，Vinceable Holding B.V.仅作为自然人股东Henk Van Ommen的持股平台，并未实际开展经营活动。Henk Van Ommen为参股公司BATAVIA B.V.的总经理，一直具体负责BATAVIA B.V.日常经营。		

（2）合作设立前述公司的背景，其他股东的实际控制人、主要股东与发行人、控股股东、实际控制人、董监高的关系

①合作设立 BATAVIA B.V.的背景

BATAVIA B.V.成立于 2008 年 12 月，主要从事电动工具产品设计和销售。经过多年的发展，其拥有一支经验丰富的研发设计团队及销售团队，主要面向荷兰、德国、比利时等欧洲地区主要国家和地区的电动工具零售商提供自有品牌和代理品牌产品。除拥有渠道和客户资源外，其自有品牌 BATAVIA 在欧洲地区具有一定的知名度。

在发行人参股之前，Acton International Ltd 和 Vinceable Holding B.V.分别持有 BATAVIA B.V.75%和 25%的股份。2020 年，发行人受让股东 Acton International Ltd37.5%的股份，成为 BATAVIA B.V.股东之一。发行人参股 BATAVIA B.V.是发行人、老股东及 BATAVIA B.V.三方合作共赢的结果。

对于发行人来说，参股 BATAVIA B.V.一方面能够借助 BATAVIA B.V.在欧洲地区渠道和客户资源，开拓欧洲市场和发展自有品牌；另一方面，电动工具主要消费地在欧洲和北美，发行人参股 BATAVIA B.V.能够与其团队合作，利用其先进的产品设计理念和设计开发能力，提升产品市场认可度。

对于老股东和 BATAVIA B.V.来说，一方面能够借助发行人多年积累的生产制造经验及规模效应，获得优质产品满足欧洲地区市场需求；另一方面，中国作为电动工具主要生产供应国，BATAVIA B.V.能够通过发行人更好了解国内产品生产、供应等信息，从而获得产品采购优势。

②BATAVIA B.V.其他股东的实际控制人、主要股东与发行人、控股股东、实际控制人、董监高的关系

如前述，发行人参股 BATAVIA B.V.属于正常的商业投资，发行人及发行人控股股东、实际控制人和董监高与参股公司 BATAVIA B.V.的其他股东 Acton International Ltd 和 Vinceabale Holding B.V.的实际控制人、主要股东不存在关联关系。

（二）发行人是否存在与其控股股东、实际控制人、董监高及其亲属直接或者间接共同设立公司情形

发行人根据公司业务发展规划设立子公司或参股 BATAVIA B.V.，不存在与其控股股东、实际控制人、董监高及其亲属直接或者间接共同设立公司情形。

四、说明报告期内是否存在注销和转让子公司的情形

发行人已招股书说明书中完整披露了其子公司的情况。报告期内，发行人不存在注销或转让子公司的情形。

五、说明报告期内合并报表范围内各级子公司是否存在重大违法行为

根据发行人各级境内子公司所在地相关政府主管部门出具的无违法违规证明及境外律师出具的境外子公司法律意见书，并经查询公开信息确认：报告期内，发行人合并报表范围内各级子公司均不存在重大违法违规行为的情况。

六、核查意见

（一）核查过程

1、访谈了发行人管理人员、销售负责人等，了解公司的业务、产品及发展战略等，确认各子公司定位及与发行人主营业务的关系；了解 3 家子公司亏损的原因及后续业务规划情况；

2、取得母子公司及子公司之间的交易明细，了解交易内容、交易金额及定价和毛利率等，核查母子公司以及子公司之间是否涉及转移定价的情况；

3、取得子公司工商资料、对外投资备案资料、境外法律意见书等了解子公司简要历史沿革情况；

4、查阅海外子公司的境外投资、外汇的审批、登记文件、境外律师的法律意见书等资料确认合法合规性；

5、访谈了参股公司其他股东的实际控制人、董事，了解股权转让原因背景等事项；

6、取得并查阅了参股公司其他股东的工商登记文件，了解确认其股权结构、简要历史沿革等信息；

7、访谈控股股东、实际控制人、董监高及其亲属，查阅国家信用信息公示系统、企查查等，确认是否存在共同投资的情况；

8、查阅国家企业信用信息公示系统，确认各主体历史沿革、经营范围等情况；

9、查阅各子公司主管部门出具的无违法违规证明及境外律师出具的法律意见书，并查询公开信息确认各级子公司是否存在重大违法行为。

（二）核查结论

经核查，保荐人及发行人律师认为：

1、发行人根据公司业务和战略规划设立各子公司，各子公司业务为发行人主营业务的组成部分；报告期内，母子公司以及子公司间不存在转移定价的情形；发行人 3 家子公司因业务处于起步阶段而出现亏损具有合理性，并对后续业务作出了合理规划；

2、发行人海外子公司设立及生产经营符合外汇、投资审批以及当地法律法规的相关规定，不存在违法违规事项；

3、发行人合作设立参股公司 BATAVIA B.V.，具有商业合理性；BATAVIA B.V.其他股东的实际控制人、主要股东与发行人、控股股东、实际控制人、董监高不存在关联关系；发行人不存在与其控股股东、实际控制人、董监高及其亲属直接或者间接共同设立公司情形；

4、报告期内，发行人不存在注销和转让子公司的情形；

5、报告期内，发行人合并报表范围内各级子公司不存在重大违法行为。

4.关于社保和公积金

招股说明书披露，报告期各期，发行人未缴纳社会保险的人数占比分别为 41.05%、41.48%、34.45%、12.68%，未缴纳公积金的人数占比分比为 91.65%、91.48%、93.75%、75.05%。

请发行人说明是否存在需要补缴的情况，如是，说明需补缴的金额、补救措施及对发行人经营业绩的具体影响，发行人是否存在因此受到行政处罚的风险。

请保荐人、发行人律师核查社保和住房公积金缴纳情况是否符合相关法律法规和所在地政府主管部门的规定，是否存在补缴风险或受到行政处罚的法律风险，并发表明确意见。

【回复】

一、是否存在需要补缴的情况，如是，说明需补缴的金额、补救措施及对发行人经营业绩的具体影响，发行人是否存在因此受到行政处罚的风险。

（一）是否存在需要补缴的情况，如是，说明需补缴的金额、补救措施及对发行人经营业绩的具体影响

1、公司社会保险和住房公积金缴纳的基本情况

截至报告期各期末，公司社会保险和住房公积金缴纳情况如下：

时间点	员工人数	项目	缴纳人数	未缴纳人数	未缴纳原因
2021.12.31	759	社会保险	668	91	其中 23 人为退休返聘，14 人为当月新入职，54 人自愿放弃缴纳
		住房公积金	333	426	其中 23 人为退休返聘，14 人为当月新入职，44 人为境外人员，345 人自愿放弃缴纳
2020.12.31	688	社会保险	451	237	其中 21 人为退休返聘，19 人为当月新入职，197 人自愿放弃缴纳
		住房公积金	43	645	其中 21 人为退休返聘，19 人为当月新入职，20 人为境外人员，585 人自愿放弃缴纳
2019.12.31	446	社会保险	261	185	其中 16 人为退休返聘，3 人为当月新入职，166 人自愿放弃缴纳
		住房公积金	38	408	其中 16 人为退休返聘，3 人为当月新入职，7 人为境外人员，382 人自愿放弃缴纳

其中，报告期内公司未缴纳社会保险的主要原因系员工自愿放弃缴纳，该部分员工主要系农村籍员工，其自愿放弃公司为其缴纳社保的原因主要有：（1）已参加新型农村合作医疗保险、新型农村社会养老保险，若在公司缴纳社会保险，按现行政策未来无法享受双重社会保险待遇；（2）部分员工年龄较大，其参保意愿受个人缴费比例、经济承受能力、工作流动性等影响较大；（3）部分员工更看重当期实际收入，而个人承担的社保费用将降低其实际收入。截至报告期末，公司通过单独购买商业保险或工伤保险为大部分未缴纳社保的员工提供了替代保障措施。

报告期内公司未缴纳住房公积金的主要原因系员工自愿放弃缴纳，该部分员工中农村籍和外省籍员工较多，已有自有住房或短期内无在公司所在地购房的意愿或能力，同时，缴纳住房公积金将降低其个人当期收入，因此其参与缴纳公积金的意愿较低，个人自愿放弃了公司为其缴纳公积金。截至报告期末，

公司通过提供集体宿舍、租房补贴等为部分未缴纳住房公积金的员工提供了替代保障措施。

2、存在可能需要补缴社保及住房公积金的情况，补缴金额及对发行人经营业绩的具体影响

根据《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国社会保险法》《实施〈中华人民共和国社会保险法〉若干规定》《住房公积金管理条例》等有关法律、法规、规章及规范性文件的规定，依法为劳动者缴纳社会保险、住房公积金属于用人单位应履行的法定义务。虽然公司应缴未缴社保和公积金的情形主要系员工自愿放弃缴纳所致，但公司仍存在可能需要为员工补缴社会保险和住房公积金的风险。

根据公司正式员工人数、报告期内适用的社会保险和住房公积金缴纳基数及比例、报告期内社会保险和住房公积金的实际缴纳情况，公司应缴未缴的社会保险和住房公积金的具体金额及其占利润总额、净利润的比例测算如下：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
需补缴的社会保险金额测算	270.42	55.34	151.33
需补缴的住房公积金金额测算	73.56	61.41	39.55
需补缴的金额合计	**343.98**	**116.75**	**190.88**
当期利润总额	10,948.73	8,048.71	4,244.85
占当期利润总额的比例	**3.14%**	**1.45%**	**4.50%**
当期净利润	9,515.83	6,876.12	3,683.88
占当期净利润的比例	**3.61%**	**1.70%**	**5.18%**

注 1：2019 年需补缴的社保缴纳金额考虑浙江省为降低企业生产经营成本、优化营商环境，对符合条件的企业给予 2019 年 5-6 月阶段性降低社会保险单位缴费部分的减免政策。

注 2：2020 年需补缴的社保缴纳金额较低主要系受疫情影响，为支持企业复工复产，浙江省及深圳市分别出台阶段性减免企业社保费用的文件，在 2020 年 2-12 月给予一定的社保减免。

上述测算的具体过程为：（1）依据报告期内各月应缴纳社保及公积金的员工人数和实际缴纳情况，统计各月应缴未缴社保及公积金的员工人数；（2）依据报告期各月未缴员工人数，按当地缴费比例要求及最低缴费基数测算应补缴金额。上述测算过程中，已考虑报告期内当地社保及公积金的相关减免政策。

经合理测算，如公司补缴报告期内的社会保险及住房公积金，需补缴的金额分别为 190.88 万元、116.75 万元和 343.98 万元，占当期利润总额的比例分别为 4.50%、1.45%和 3.14%，占当期净利润的比例分别为 5.18%、1.70%和 3.61%，金额及占比均较小，不会对公司经营业绩产生重大不利影响。

3、发行人已采取的补救措施

针对报告期内未缴纳社会保险、住房公积金的情况，发行人已采取如下补救措施：

（1）加强关于社会保险和住房公积金的法律、法规、政策、制度文件相关知识的宣传和普及，通过采取在员工入职时介绍、不定期召开会议进行宣讲、张贴公告等多种方式，使员工更深入地了解社会保险和住房公积金制度，理解缴纳社会保险和住房公积金的益处，增强员工的缴纳意愿，努力提高缴纳人数和缴纳比例；

（2）采取单独缴纳工伤保险、单独购买商业保险、免费提供集体宿舍或给予租房补贴等方式为未缴纳社会保险和住房公积金的员工提供替代保障措施，以积极保障员工的合法权益，同时，积极主动对有意愿缴纳的新入职员工、已放弃但再次提出缴纳要求的员工及时办理缴纳手续；

（3）持续推动公司业务发展和业绩增长，增强公司的管理能力和盈利能力，适当提升员工的收入水平，降低因缴纳社保和公积金对员工到手收入的影响。

4、发行人控股股东、实际控制人出具的相关承诺

公司控股股东、实际控制人杨伟明、韩挺就公司为员工缴纳社会保险及住房公积金之相关事宜已出具承诺，具体如下：

（1）若公司（包括其前身）及其控股子公司、分公司因其自设立之日起至存续期间存在任何漏缴、未缴或迟缴社会保险费和住房公积金等瑕疵缴纳行为，而导致任何费用支出、经济赔偿或其他经济损失，则由承诺人无条件全额承担赔偿责任；

（2）如果存在公司及其控股子公司、分公司必须先行支付该等费用的情况下，承诺人将及时向公司及其控股子公司、分公司给予全额补偿，以保证不因

上述社保费用和住房公积金的瑕疵缴纳行为致使公司及其控股子公司、分公司和公司未来上市后的公众股东遭受任何损失。

综上，经测算公司需补缴的社会保险及住房公积金金额及占比均较小，同时，公司已采取了相应替代保障措施并进一步采取相关补救措施，且公司控股股东、实际控制人已出具相应承诺，如需补缴社会保险及住房公积金事宜不会对公司经营业绩产生重大不利影响。

（二）发行人是否存在因此受到行政处罚的风险

根据浙江省人力资源和社会保障厅、金华市金东区人力资源和社会保障局、金华市医疗保障中心、深圳市社会保险基金管理局、金华市住房公积金管理中心、深圳市住房公积金管理中心出具的相关合规证明文件，以及公司及其子公司所在地主管部门网站等公开披露信息，公司报告期内不存在因违反社会保险及住房公积金管理相关法律、法规而受到行政处罚的情形。同时，报告期内，公司未因劳动用工及社会保险、住房公积金缴存事项而与公司员工、其他用人单位等第三方产生劳动仲裁或诉讼纠纷。

根据《中华人民共和国社会保险法》第八十六条的规定：“用人单位未按时足额缴纳社会保险费的，由社会保险费征收机构责令限期缴纳或者补足，并自欠缴之日起，按日加收万分之五的滞纳金；逾期仍不缴纳的，由有关行政部门处欠缴数额一倍以上三倍以下的罚款。”根据《住房公积金管理条例》第三十八条的规定：“违反本条例的规定，单位逾期不缴或者少缴住房公积金的，由住房公积金管理中心责令限期缴存；逾期仍不缴存的，可以申请人民法院强制执行。”因此，若公司被相关主管部门责令限期缴纳、缴存未缴之社会保险和住房公积金且公司逾期仍不缴纳、缴存的，则存在受到行政处罚的风险。

公司控股股东、实际控制人已出具《承诺函》，如公司存续期间存在任何漏缴、未缴或迟缴社会保险费和住房公积金等瑕疵缴纳行为，而导致任何费用支出、经济赔偿或其他经济损失，则由其无条件全额承担赔偿责任。

综上，虽然报告期内公司存在未给部分员工缴纳社保、公积金的情况，但鉴于上述法律法规规定了行政处罚系以相关主管部门要求限期缴纳、缴存或补足作为前置程序，且社保及住房公积金主管部门已就公司及其子公司报告期内

社保及公积金缴纳情况出具了合规证明，公司及其子公司报告期内不存在因违反社会保险及住房公积金管理相关法律、法规而受到行政处罚的情形。同时，公司控股股东、实际控制人已就报告期内社保及公积金的瑕疵缴纳行为出具了承诺。因此，公司存在可能为员工补缴社保和公积金、受到行政主管部门处罚的风险，但不构成重大违法行为以及本次发行上市的法律障碍。

公司已在招股说明书“第四节/八、被追缴社会保险和住房公积金及被主管部门处罚的风险”披露了公司未足额缴纳的社会保险和住房公积金存在被追缴的风险及被主管部门行政处罚的风险。

二、请保荐人、发行人律师核查社保和住房公积金缴纳情况是否符合相关法律法规和所在地政府主管部门的规定，是否存在补缴风险或受到行政处罚的法律风险，并发表明确意见

（一）具体情况

发行人报告期内存在未按相关法律法规和所在地政府主管部门的规定缴纳社保和住房公积金情况，存在可能补缴或受到行政处罚的法律风险。详见本题回复之“一、是否存在需要补缴的情况，如是，说明需补缴的金额、补救措施及对发行人经营业绩的具体影响，发行人是否存在因此受到行政处罚的风险”。

（二）核查过程

针对上述事项，保荐人、发行人律师执行的主要核查程序如下：

1、查阅了发行人报告期末的员工花名册、社保及公积金参保证明；查阅了国家及地方社会保险、住房公积金缴纳相关法律、法规和政策，将发行人缴纳社保、公积金的情况与法规条款对比，判断报告期内发行人缴纳社会保险和住房公积金的合规性；

2、对发行人负责人力资源的主管进行访谈，了解社保及公积金缴纳的具体情况、未缴纳原因及补救措施；

3、获取浙江省人力资源和社会保障厅、金华市金东区人力资源和社会保障局、金华市医疗保障中心、深圳市社会保险基金管理局、金华市住房公积金管理中心、深圳市住房公积金管理中心等主管机构出具的证明文件，并通过中国

裁判文书网、企查查等网络平台查询公开信息，确认发行人及其子公司报告期内不存在因社保、公积金缴纳事宜受到行政处罚的情形；

4、根据发行人报告期内实际缴纳社保及公积金的情况、当地缴费基数及比例、社保减免政策、发行人各期员工人数等资料，测算应缴未缴的社保、公积金金额及占比，查阅发行人财务数据、了解测算的补缴金额对发行人财务状况的影响；

5、取得了发行人控股股东、实际控制人杨伟明、韩挺关于补偿发行人因社保、住房公积金缴纳而遭受损失的承诺函。

（三）核查结论

经核查，保荐人及发行人律师认为：

1、报告期内，发行人及子公司存在未为部分员工缴纳社会保险和住房公积金的情况，因此存在可能需要补缴的风险。根据对补缴金额的相关测算，发行人预计需补缴的社会保险及住房公积金占当期利润总额及净利润的比例均较低，对发行人经营业绩不构成重大不利影响。

2、报告期内，发行人及子公司不存在因社会保险、住房公积金相关事项而受到行政处罚的情形，但存在可能因未缴纳部分员工社会保险、住房公积金受到行政处罚的风险。发行人已在招股说明书“第四节/八、被追缴社会保险和住房公积金及被主管部门处罚的风险”中对相关风险进行了披露。

5.关于劳务外包

招股说明书披露：

发行人与宁波天坤人力资源服务有限公司、金华市神盾保安服务有限公司签订《劳务派遣协议》，约定由前述劳务派遣公司向发行人临时或辅助岗位提供劳务派遣用工。截至 2021 年 6 月 30 日，公司劳务派遣人数为 62 人，占用工总量的 5.92%。

请保荐人、发行人律师根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定，说明认定为劳务派遣用工而非劳务外包的具体依据，并发表明确意见。

【回复】

一、请保荐人、发行人律师根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定，说明认定为劳务派遣用工而非劳务外包的具体依据，并发表明确意见。

由于订单需求和生产规模的逐步扩大，公司采用劳务派遣与劳务外包相结合的用工方式应对临时性的用工需求，提高产能调节和生产组织的灵活性。

报告期内，公司与宁波天坤人力资源服务有限公司（以下简称“宁波天坤”）签订了《劳务派遣协议》、与金华市神盾保安服务有限公司（以下简称“金华神盾”）签订了《保安派遣协议》，约定由前述劳务派遣公司向公司临时或辅助岗位提供劳务派遣用工。公司根据实际生产计划、厂区管理确定用工人数，用工需求根据订单变化有所调整。用工派遣的岗位主要为部分专业技术含量较低的临时或辅助性工作岗位，如操作工、仓管、安保等。前述岗位员工的可替代性较高，对工人学历、技能及经验的要求较低，不涉及公司的核心业务与岗位。

报告期内，公司分别与宁波天坤、金华市锦程人才服务有限公司（以下简称“金华锦程”）、浙江万诺网络科技有限公司（以下简称“浙江万诺”）、浙江捷达人力资源有限公司（以下简称“浙江捷达”）、金华市祺胜人力资源有限公司（以下简称：金华祺胜）、金华市网格人力资源服务有限公司（以下简称“金华网格”）、安徽沃创人力资源有限公司（以下简称“安徽沃创”）等劳务公司签订了劳务外包协议，通过劳务外包的方式将部分生产工序外包给前述劳务外包公司完成。前述生产工序主要为穿线护套、打接线柱、压线扣穿螺丝等部分技术含量较低的工序以及包说明书、包附件、装箱打包、成品码垛等辅助性工序，不涉及公司的核心业务与工序。

（一）公司与宁波天坤及金华神盾的劳务派遣用工关系认定为劳务派遣而非劳务外包的具体依据

1、报告期内劳务派遣公司的基本情况

（1）宁波天坤人力资源服务有限公司

宁波天坤合法存续，拥有合法有效的营业执照，在杭州湾新区、福州、厦门、苏州、贵阳等多地设立分公司。

宁波天坤持有宁波市鄞州区人力资源和社会保障局颁发的《劳务派遣经营许可证》（编号：330204201609180029），有效期自 2016 年 9 月 18 日至 2019 年 9 月 17 日。因原劳务派遣经营许可证到期，宁波天坤换发了《劳务派遣经营许可证》（编号：330204201609180029），有效期自 2019 年 7 月 23 日至 2022 年 7 月 22 日，具有劳务派遣资质。

宁波天坤的基本情况如下：

<table>
<tr><th>项目</th><th colspan="3">内容</th></tr>
<tr><td>公司名称</td><td colspan="3">宁波天坤人力资源服务有限公司</td></tr>
<tr><td>统一社会信用代码</td><td colspan="3">913302040538169518</td></tr>
<tr><td>注册资本（万元）</td><td colspan="3">600 万元</td></tr>
<tr><td>类型</td><td colspan="3">有限责任公司（自然人投资或控股）</td></tr>
<tr><td>登记机关</td><td colspan="3">宁波市鄞州区市场监督管理局</td></tr>
<tr><td>法定代表人</td><td colspan="3">鲁雨</td></tr>
<tr><td>营业期限</td><td colspan="3">2012-10-11 至 2023-10-10</td></tr>
<tr><td>注册地址</td><td colspan="3">宁波市鄞州区百丈东路 892 号（6-1）</td></tr>
<tr><td>经营范围</td><td colspan="3">人才中介、对外劳务合作；国内劳务派遣（在许可证有效期限内经营）；代办劳动和社会保障事务手续，企业管理服务；物业服务，房屋租赁中介服务，计算机软件开发；普通货物仓储，装卸搬运服务，以承接服务外包方式从事生产技术开发、生产线管理、人力资源管理的技术性业务流程外包服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）</td></tr>
<tr><td>实际控制人</td><td colspan="3">卢涛</td></tr>
<tr><td rowspan="3">股权结构</td><td>序号</td><td>股东</td><td>持股比例</td></tr>
<tr><td>1</td><td>卢涛</td><td>80%</td></tr>
<tr><td>2</td><td>赵娜</td><td>20%</td></tr>
<tr><td>是否拥有开展业务所需的必要资质</td><td colspan="3">持有《劳务派遣经营许可证》</td></tr>
</table>

（2）金华市神盾保安服务有限公司

金华神盾合法存续，持有《保安服务许可证》（编号：浙公保服 20140368 号），服务范围为门卫、巡逻、守护、随身护卫、安全检查、安全技术防范。同时，金华神盾持有金华市人力资源和社会保障局颁发的《劳务派遣经营许可证》（编号：330701201712120010），有效期自 2017 年 12 月 12 日至 2020 年

12 月 11 日。因原劳务派遣经营许可证到期，金华神盾换发了《劳务派遣经营许可证》（编号：330702202011100007），有效期自 2020 年 11 月 10 日至 2023 年 11 月 9 日，具有劳务派遣资质。

金华神盾的基本情况如下：

<table>
<tr><th>项目</th><th colspan="3">内容</th></tr>
<tr><td>公司名称</td><td colspan="3">金华市神盾保安服务有限公司</td></tr>
<tr><td>统一社会信用代码</td><td colspan="3">913307013073600940</td></tr>
<tr><td>注册资本（万元）</td><td colspan="3">1000 万元</td></tr>
<tr><td>类型</td><td colspan="3">有限责任公司（自然人投资或控股）</td></tr>
<tr><td>登记机关</td><td colspan="3">金华市婺城区市场监督管理局</td></tr>
<tr><td>法定代表人</td><td colspan="3">朱宾生</td></tr>
<tr><td>营业期限</td><td colspan="3">2014-07-03 至 2024-07-02</td></tr>
<tr><td>注册地址</td><td colspan="3">浙江省金华市婺城区宾虹西路 2999 号婺城城市广场 C1 幢 502 室靠东第一间</td></tr>
<tr><td>经营范围</td><td colspan="3">许可项目：保安服务；劳务派遣服务(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准)。一般项目：物业管理；家政服务；停车场服务；代驾服务；服装服饰零售；服装服饰批发；消防器材销售；安防设备销售；仓储设备租赁服务(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)。</td></tr>
<tr><td>实际控制人</td><td colspan="3">朱宾生</td></tr>
<tr><td rowspan="4">股权结构</td><td>序号</td><td>股东</td><td>持股比例</td></tr>
<tr><td>1</td><td>朱宾生</td><td>64%</td></tr>
<tr><td>2</td><td>张荣水</td><td>18%</td></tr>
<tr><td>3</td><td>朱旭凡</td><td>18%</td></tr>
<tr><td>是否拥有开展业务所需的必要资质</td><td colspan="3">持有《劳务派遣经营许可证》、《保安服务许可证》</td></tr>
</table>

2、发行人与宁波天坤及金华神盾合作实质认定

劳务外包是指企业将其部分业务或职能工作发包给相关机构，由该机构自行安排人员按照企业的要求完成相应的业务或工作；劳务派遣是指由劳务派遣单位与被派遣劳动者签订劳动合同，然后向用工单位派出该员工，使其在用工单位的工作场所内劳动，接受用工单位的指挥、监督，以完成劳动力和生产资料的结合的一种特殊用工方式。

劳务外包与劳务派遣在主要合同条款、劳务人员管理、劳务费用计算和支付方式、收费标准等方面存在一定差异。报告期内，公司与宁波天坤、金华神盾的合同及实际执行方面的具体情况如下表所示：

内容	劳务派遣	劳务外包	宁波天坤	金华神盾
主要合同条款	派遣岗位名称和岗位性质、工作地点、派遣人员数量、派遣期限、按照同工同酬原则确定的劳动报酬数额和支付方式、劳务派遣员工社保缴费基数等事项。	外包服务内容、服务定价、费用结算，并未有人员数量、社保缴费基数。	明确派遣岗位为生产线普通岗位劳务人员，由公司提供工作场地和劳务保护，明确人员数量。	明确派遣岗位为保安，从事公司指定范围内的安防工作； 明确保安人员数量、派遣期限、派遣费用标准。
劳务人员管理	日常管理由用工单位负责，劳务派遣公司员工必须按照用工单位确定的工作组织形式和工作时间安排进行劳动，用工单位对被派遣的劳动者有监督管理的权力。	劳务外包公司管理外包人员，发包方不直接管理外包人员。	派遣员工在公司工作期间，公司可根据工作需要和派遣员工的技能，调换其工作岗位； 员工应当遵守公司的劳动纪律、操作规程、考核办法、规章制度等，员工在公司工作期间，其劳动纪律、教育培训、绩效考核等事务由公司实施。	公司安排保安员具体的工作岗位，监督、检查、考核保安人员的工作完成情况，并负责日常管理。
劳务费用计算和支付方式	用工单位直接向派遣员工支付报酬（部分情况存在由劳务公司代收代付），且应实行同工同酬。	劳务外包公司自主决定外包人员薪酬标准。	按照同工同酬标准确定劳务人员工资；明确劳务人员每月每人的社保费用；由公司统一支付给乙方后，由乙方代收代付。	按照同工同酬标准确定劳务人员工资，并统一支付给乙方后，由乙方代为支付。
收费标准	用工单位向劳务派遣公司按所派员工的数量支付派遣费用。	由用工单位与劳务外包公司以工作内容和工作结果为基础以及外包合同约定进行结算。	甲方每月根据劳务派遣员工人数向乙方结算劳务管理费。	派遣费用根据派遣人员数量确定，内容包括：保安工资、社保、人身意外险费、服装装备费、督查培训费用等。

经核查，公司分别向宁波天坤、金华神盾采购简单生产劳务（操作工、仓管）及后勤工作（保安）。劳务派遣合同明确了具体的派遣岗位、人员数量要求；均由公司安排劳务派遣人员的具体岗位，并对其进行日常管理、监督和考核；劳务派遣人员与劳务派遣公司签订劳动合同，其工资、社保等均由公司确定并统一支付给劳务派遣公司，由其代收代付；公司与劳务派遣公司结算均按

照劳务人员人数确定劳务管理费用。因此，公司与劳务派遣公司的关系为劳务派遣关系而非劳务外包关系。

（二）根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定，对发行人劳务外包的具体核查情况

1、劳务公司的经营合法合规性等情况，比如是否为独立经营的实体，是否具备必要的专业资质，业务实施及人员管理是否符合相关法律法规规定，发行人与其发生业务交易的背景及是否存在重大风险

（1）报告期内劳务外包公司的基本情况

报告期内，公司与宁波天坤、金华锦程、浙江万诺、浙江捷达、金华祺胜、金华网格、安徽沃创等劳务公司签订《劳务外包协议》，将装箱打包、穿线护套等辅助性工作进行了劳务外包。前述劳务外包公司为公司提供常规的劳务外包服务，提供该等劳务外包服务无需特定资质，不涉及前置性行政许可事项，在为公司提供服务期间，前述劳务外包公司均为独立经营的实体且合法存续，拥有合法有效的营业执照。

报告期内，前述劳务外包公司的基本情况如下：

①宁波天坤人力资源服务有限公司

宁波天坤人力资源服务有限公司基本情况详见本题回复之“（一）公司与宁波天坤及金华神盾的劳务派遣用工关系认定为劳务派遣而非劳务外包的具体依据”。

②金华市锦程人才服务有限公司

项目	内容
公司名称	金华市锦程人才服务有限公司
统一社会信用代码	91330701765229165J
注册资本（万元）	3000 万元
类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
登记机关	金华市市场监督管理局经济技术开发区分局
法定代表人	周维厚
营业期限	2004-08-04 至无固定期限

项目	内容		
注册地址	浙江省金华市工业园区花溪路 678 号浙江菁英电商产业园共享服务楼三楼三层 301 室		
经营范围	人才中介；劳务派遣业务；受用人单位委托在法律法规允许范围内从事无需许可审批的劳务外包服务（不含涉外劳务）；网页设计；网络技术开发、技术推广；企业管理咨询；商务信息咨询（不含金融、证券、期货业务咨询），教育信息咨询（不含法律、行政法规规定需前置审批的项目），市场调查；物业管理；家庭服务。劳动和社会保障事务代理；保洁服务；普通货物搬运、装卸服务；商业流通仓储（不含危险化学品仓储、成品油仓储、港口货物仓储及其他需国家前置审批的仓储服务）；叉车租赁；一般商品包装服务（不含印刷）；会务服务，展览展示服务，文化艺术交流活动策划，礼仪服务；婚姻服务；设计、制作、代理、发布国内广告。（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）		
实际控制人	周维厚		
控股结构	序号	股东	持股比例
	1	周维厚	51%
	2	王锦珊	49%

③浙江万诺网络科技有限公司

项目	内容		
公司名称	浙江万诺网络科技有限公司		
统一社会信用代码	91330702MA2DEHTBX6		
注册资本（万元）	1000 万元		
类型	有限责任公司（自然人投资或控股）		
登记机关	金华市市场监督管理局经济技术开发区分局		
法定代表人	刘义		
营业期限	2018-08-23 至无固定期限		
注册地址	浙江省金华市婺城区秋滨街道九峰街 139 号 1 号楼 B209 室(自主申报)		
经营范围	网络技术开发、技术成果转让，计算机软件开发，网页设计，集成电路设计，信息系统集成服务，计算机、软件及辅助设备的网上销售，为劳动者介绍用人单位，为用人单位推荐劳动者，为用人单位和个人提供职业介绍信息服务，根据国家有关规定从事互联网人力资源信息服务，组织开展现场招聘会，开展网络招聘，劳务派遣业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
实际控制人	杨棕文		
控股结构	序号	股东	持股比例
	1	杨棕文	40%
	2	刘义	30%
	3	李伟成	30%

④浙江捷达人力资源有限公司

项目	内容		
公司名称	浙江捷达人力资源有限公司		
统一社会信用代码	91330703MA2JWE3P4L		
注册资本（万元）	1000 万元		
类型	有限责任公司（自然人投资或控股）		
登记机关	金华市金东区市场监督管理局		
法定代表人	刘小阔		
营业期限	2020-08-07 至无固定期限		
注册地址	浙江省金华市金东区孝顺镇金山大道公交枢纽站对面第七间(俞成金户)(自主申报)		
经营范围	许可项目：劳务派遣服务；建筑劳务分包；职业中介活动(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，具体经营项目以审批结果为准)。一般项目：人力资源服务（不含职业中介活动、劳务派遣服务）；劳务服务（不含劳务派遣）；装卸搬运；国内货物运输代理；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；生产线管理服务；工程管理服务；企业管理咨询；企业形象策划；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；安全咨询服务；环保咨询服务；大气环境污染防治服务；环境保护专用设备销售；社会经济咨询服务；城市绿化管理；园林绿化工程施工；物业管理；集贸市场管理服务；家政服务；工商登记代理代办；外卖递送服务(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)。		
实际控制人	刘小阔		
控股结构	序号	股东	持股比例
	1	刘小阔	60%
	2	张社洲	40%

⑤金华市祺胜人力资源有限公司

项目	内容
公司名称	金华市祺胜人力资源有限公司
统一社会信用代码	91330703MA29RPNF3P
注册资本（万元）	200 万元
类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
登记机关	金华市金东区市场监督管理局
法定代表人	章兴刚
营业期限	2018-02-24 至无固定期限
注册地址	浙江省金华市金东区多湖街道金源街 505 号 B3 栋 103-31 室(自主申报)
经营范围	人才供求信息的收集、整理、储存、发布和咨询服务，人才中介，房产经纪服务、货物装卸服务（除危险品），劳务分包，企业管理咨询（除证券期货金融业务咨询）（未经金融等行业监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务），商务信息咨询，会务服务， 教育信息咨询（不得变相从事教育培训），劳

项目	内容		
	务派遣业务（凭有效劳务派遣经营许可证经营）。（凡涉及后置审批项目的，凭相关许可证经营，浙江省后置审批目录详见浙江省人民政府官网）（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）		
实际控制人	章兴刚		
控股结构	序号	股东	持股比例
	1	章兴刚	50%
	2	宋苗苗	50%

⑥金华市网格人力资源服务有限公司

项目	内容		
公司名称	金华市网格人力资源服务有限公司		
统一社会信用代码	91330702MA2M1A3L4W		
注册资本（万元）	200 万元		
类型	有限责任公司（自然人投资或控股）		
登记机关	金华市婺城区市场监督管理局		
法定代表人	郭柳仙		
营业期限	2021-01-29 至无固定期限		
注册地址	浙江省金华市婺城区白龙桥镇宾虹西路 2899 号紫金玉澜小区 14 幢 102 铺室(自主申报)		
经营范围	一般项目：人力资源服务（不含职业中介活动、劳务派遣服务）；劳务服务（不含劳务派遣）；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；工程管理服务；装卸搬运；企业管理咨询；物业管理；生产线管理服务(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)。许可项目：职业中介活动(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，具体经营项目以审批结果为准)。		
实际控制人	郭柳仙		
控股结构	序号	股东	持股比例
	1	郭柳仙	90%
	2	郭柳青	10%

⑦安徽沃创人力资源有限公司

项目	内容
公司名称	安徽沃创人力资源有限公司
统一社会信用代码	91340202MA2UEQCCXQ
注册资本（万元）	500 万元
类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
登记机关	芜湖市鸠江区市场监督管理局
法定代表人	秦朝晖

项目	内容		
营业期限	2019-12-26 至 2069-12-25		
注册地址	安徽省芜湖市鸠江区清水街道芜屯快速通道金都檀宫小区 1 幢 5-1 号		
经营范围	劳务派遣业务；人力资源服务；猎头服务；职业介绍服务；人才中介服务；电子产品研发；汽车配件、电子产品、电子元器件生产及销售；后勤管理；装卸服务；酒店管理；物业管理；餐饮管理(除餐饮)；仓储服务；家政服务；企业管理咨询；建筑劳务分包；生产线劳务外包。（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）		
实际控制人	秦朝晖		
控股结构	序号	股东	持股比例
	1	秦朝晖	60%
	2	贾亚民	40%

综上，前述劳务外包公司均为独立经营的法人实体，系成立多年或其相关主管人员具有资深人力资源服务行业从业经验，其经营合法合规，与公司的业务合作符合相关法律法规规定，不存在重大风险。

2、劳务公司是否专门或主要为发行人服务，如存在主要为发行人服务的情形的，应关注其合理性及必要性、关联关系的认定及披露是否真实、准确、完整

根据前述劳务外包公司出具的说明，其向公司提供劳务外包服务收入占其各年度收入比例均不超过 20%，并经国家企业信用信息公示系统的查询，前述劳务外包公司均面向市场正常开展劳务外包业务，不存在专门或主要为公司服务的情形，也不属于公司的关联方。

3、劳务公司的构成及变动情况，劳务外包合同的主要内容，劳务数量及费用变动是否与发行人经营业绩相匹配，劳务费用定价是否公允，是否存在跨期核算情形

（1）劳务公司的构成及变动情况

由于业务规模持续扩大，公司自 2020 年开始采购劳务外包服务。公司劳务外包公司的构成及变动情况详见本题回复之“（二）/1/（1）报告期内劳务外包公司的基本情况”。

（2）劳务外包合同的主要内容

报告期内，公司与劳务外包公司均签订了劳务外包协议，合同相关内容具体如下：

合同条款	主要内容
劳务服务内容	部分生产序段工作（如穿线护套、打接线柱、装箱打包等）
定价结算方式	根据服务项目工作量情况结算，外包服务费的确定已综合考虑到乙方的用人成本、固定投入、管理成本等
公司（甲方）权利义务	1. 有权监督、指导乙方工作人员的相关工作，并向乙方提出改进意见，并进行服务效果评估和考核； 2. 根据约定的服务标准，对乙方外包的成果进行针对性评估和验收，对于不合格或不能达到要求的外包服务，有权要求乙方重新安排合适人选服务； 3. 有权根据外包项目的工作需要制订相应的服务规范、考评办法，并及时以书面形式通知乙方执行； 4. 根据约定向乙方结算费用。
劳务外包公司（乙方）权利义务	1. 根据服务外包的项目选聘合格的工作人员承担服务工作；指定项目管理人员，负责处理包括乙方工作人员的日常管理、岗位指导、工作过程控制和结果反馈、费用结算和支付等问题； 2. 乙方工作人员在工作期间若发生工伤等用工风险则由乙方承担； 3. 乙方负责外包服务人员依法办理劳动用工手续，在外包服务人员的聘用、辞退、工资福利、保险、奖惩升降、劳动保护等事项上依法保证乙方外包服务人员的合法权益。

（3）劳务数量及费用变动是否与发行人经营业绩相匹配

报告期内，公司劳务数量、劳务外包金额占当期营业成本的比例情况如下：

单位：人/万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
劳务外包人数	40	152	-
劳务外包金额合计	697.12	311.96	-
当期营业成本	47,381.66	26,475.17	19,513.02
占营业成本比重	**1.47%**	**1.18%**	-
当期营业收入	67,278.52	39,180.90	29,488.27

注：上述劳务外包人数为年末或期末时点数。

报告期内，公司的营业收入分别为 29,488.27 万元、39,180.90 万元、67,278.52 万元，呈稳健增长态势。2020 年度，公司业务快速发展，劳务用工需求量持续增加，尤其是以车间普工为主的一线作业人员用工需求大幅增加。为应对订单增加或突发性用工需求等情况，提高产能调节与生产组织的灵活性，公司于 2020 年开始采购劳务外包服务，2020 年末及 2021 年末，公司采购劳务外包的人数分别为 152 人和 40 人，人数有所下降的主要原因系公司自有员工的

人数提升、用工紧张程度减轻，从而降低了对劳务外包服务的需求所致。2020 年度及 2021 年度，公司采购劳务外包的金额分别为 311.96 万元和 697.12 万元，占营业成本的比重为 1.18%和 1.47%，各年度金额占比变动不大，且对公司财务数据影响较小。公司劳务外包服务通常按需采购，各年度因生产需求存在差异、用工紧张程度不同，导致报告期内采购数量和金额小幅变动，变动原因合理。

（4）劳务费用定价是否公允

公司在进行劳务外包服务采购时，会结合行业平均水平、历年招聘经验、当年人力资源市场价格波动、生产地薪酬水平等因素评估劳务外包公司用人成本，综合考虑劳务外包公司固定投入、管理成本、合理利润等因素，并通过向不同供应商询价确定最终供应商和劳务费用价格。公司劳务外包定价方式遵循市场规则，定价公允，符合业务特征。

（5）是否存在跨期核算情形

公司劳务费用结算周期为月度结算。每月公司人事部会向劳务外包公司发送劳务外包费用确认单，经劳务外包公司核对无误后向公司开具发票，公司财务部对结算费用进行复核，并进行相关账务处理。报告期内公司建立了完善的成本归集核算体系，成本在各期间准确归集，劳务费用不存在跨期核算的情形。

二、核查意见

（一）核查过程

保荐人及发行人律师履行了以下核查程序：

1、查阅了公司与劳务派遣公司签订的劳务派遣协议，核查合同具体条款并结合实际执行情况，判断公司与宁波天坤、金华神盾的劳务采购行为是否为劳务派遣；

2、查阅公司报告期内合作的劳务派遣公司的相关资质要求，核查劳务派遣公司是否拥有相关资质；

3、访谈了公司人事部负责人及劳务派遣公司的相关业务负责人，了解公司劳务派遣的原因、合作背景、工作岗位及内容、具体合作模式等情况；

4、查阅了公司支付劳务费用的结算单、付款凭证与劳务派遣公司开具的发票；

5、查阅了公司与劳务外包公司签订的劳务外包协议，核查合同具体条款情况和劳务外包公司的基本情况；

6、获取公司报告期内合作的劳务外包公司的相关资质及说明，通过公开网站检索劳务外包公司的工商信息和经营规范性情况，核查劳务外包公司是否专门或主要为公司服务、是否是公司的关联方；

7、核查了报告期内劳务外包费用情况及占营业成本的比例情况，了解选择劳务外包公司的过程及结算流程，并抽取每月结算单分析劳务外包费用的价格公允性和是否存在跨期。

（二）核查结论

经核查，保荐人及发行人律师认为：

（1）发行人与宁波天坤及金华神盾签订《劳务派遣协议》，约定由前述劳务派遣公司向发行人提供操作工、仓管、安保等岗位的派遣人员，双方的用工关系为劳务派遣，而非劳务外包；

（2）针对发行人劳务外包的情况，保荐人、发行人律师根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定进行了核查，认为：

①劳务外包公司均为独立经营的实体且合法存续，拥有合法有效的营业执照，无需特定的劳务外包资质，其经营合法合规，与发行人的业务合作符合相关法律法规规定，不存在重大风险；

②劳务外包公司不存在专门或主要为发行人服务的情形，也不属于发行人的关联方；

③报告期内，为发行人提供劳务外包服务的公司较为稳定，不存在重大变动；报告期内发行人经营规模整体呈稳步增长趋势，劳务外包费用亦呈现一定增长趋势，其占营业成本的比重较小且变动不大，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。

6. 关于业务与技术

招股说明书披露：

（1）经过多年的业务经验积累和研发投入，公司已掌握了多项电动工具产品的核心技术，拥有完整的自主知识产权和研发制造能力；

（2）电动工具的主要部件为电机、传动件、塑料外壳、标准件等，公司主要部件由公司自主生产，所有部件备齐后由装配生产线完成产品组装；

（3）如果说电机是电动工具“心脏”的话，那么电子控制技术就是电动工具的“中枢神经系统”；

（4）发行人选取了锐奇股份、康平科技、巨星科技三家上市公司作为可比公司，对于竞争劣势的披露仅为“融资渠道单一”和“产能受限”。

发行人未根据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 28 号——创业板公司招股说明书》的要求，在招股说明书“业务与技术”部分披露自身的创新、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

请发行人：

（1）结合主要竞争对手的研发情况、技术水平，说明发行人的核心技术为行业通用技术还是独创技术，核心技术的竞争优劣势及护城河，是否存在被其他技术替代的风险，发行人对核心技术的保护措施及执行情况，是否存在核心技术人员流失或技术泄露的情形；结合上述情况，优化招股说明书中关于核心技术的信息披露；

（2）说明目前在研项目和新产品相关技术在行业中的成熟度、是否属于行业内领先技术，同行业公司是否已就相关新产品完成研发或实现产业化，发行人是否存在丧失技术领先优势的风险，是否可能对发行人业绩造成不利影响，并充分揭示风险；

（3）结合同行业竞争对手专利取得情况，说明发行人是否存在未经授权使用他人专利等侵权情形或风险；

（4）补充披露报告期内发行人电动工具主要部件自主生产的比例，说明发行人电动工具产品中的电子控制系统系自产还是外购，自产的比例；

（5）说明同行业可比公司（含境内外上市公司、拟上市公司、新三板公司）的选取标准、准确性和完整性；

（6）结合行业市场空间、发行人行业地位、技术储备、人员储备等方面客观、具体地披露发行人的竞争劣势；

（7）结合与发行人主要产品密切相关的核心技术，围绕发行人创新、创造、创意的某项特征，在招股说明书“业务与技术”部分进行补充披露，并进一步说明发行人是否符合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》等关于创业板定位的规定及具体依据。

请保荐人发表明确意见。

【回复】

一、结合主要竞争对手的研发情况、技术水平，说明发行人的核心技术为行业通用技术还是独创技术，核心技术的竞争优劣势及护城河，是否存在被其他技术替代的风险，发行人对核心技术的保护措施及执行情况，是否存在核心技术人员流失或技术泄露的情形；结合上述情况，优化招股说明书中关于核心技术的信息披露

（一）结合主要竞争对手的研发情况、技术水平，说明发行人的核心技术为行业通用技术还是独创技术，核心技术的竞争优劣势及护城河，是否存在被其他技术替代的风险

1、公司与同行业可比公司在研发领域的比较情况

在电动工具行业的发展进程中，包括公司在内的同行业企业通过加大研发投入、持续创新，积极推进产品技术和生产工艺的革新。

现阶段公司主要竞争对手为国内外电动工具公司，主要包括 Steinel GmbH、Wagner Spray Tech Corporation、创科实业有限公司、宝时得科技（中国）有限公司、锐奇股份、康平科技、巨星科技等。考虑到数据的可获得性和可比性，故选取其中三家境内上市公司锐奇股份、康平科技、巨星科技的相关情况与公

司进行比较。

报告期内，公司与同行业可比上市公司研发费用率对比情况如下：

公司名称	2021 年	2020 年	2019 年
锐奇股份（300126）	**4.35%**	5.09%	6.78%
康平科技（300907）	3.21%	3.68%	4.51%
巨星科技（002444）	2.84%	2.87%	3.08%
平均值	**3.47%**	**3.88%**	**4.79%**
本公司	**3.42%**	**3.69%**	**4.56%**

注：数据来源于各上市公司招股说明书、定期报告。

报告期内，公司研发费用投入占营业收入比例与同行业基本一致。为丰富公司产品结构，提升生产效率，持续保持公司竞争优势，公司高度重视产品研发和创新，持续加大研发投入。

2、公司核心技术为行业通用技术还是独创技术，核心技术的竞争优劣势及护城河，是否存在被其他技术替代的风险

公司通过多年的自主研发与创新，在热风枪、电动喷枪、电动钉枪等电动工具产品的研发与生产方面积累了丰富的行业经验，逐渐掌握了多项核心技术及技术诀窍，具有一定的独创性，并且已相继应用于产品的大批量生产中。

公司目前掌握的主要核心技术情况具体如下：

序号	核心技术名称	技术特点	竞争优劣势及护城河	技术类型	取得方式	主要应用产品	对应专利情况
1	一种可检测温度的热风枪	热风枪对外部进行加热时，红外检测头接收被加热物体的红外辐射能量，从而得到被加热物体的表面温度，进而可很好地控制被加热物体的加热状态，使得被加热物体达到良好的工作状态，而不会因温度不可知或不可控导致被加热物体熔化或着火等安全隐患，提升了热风枪使用时的安全性。	竞争优势： 1、该技术通过获得发明专利实现对技术的保护，形成技术壁垒； 2、该技术通过采用红外检测功能和热风枪一体化集成，解决了被测物体加热的不均衡性问题，实现了被加热物体温度的可视化功能，提高了热风枪使用的安全性。 竞争劣势： 制造工艺难度加大，成本相对增高。	独创技术	原始取得	热风枪	ZL201710719664.7
2	自适应式智能控制系统	自适应式智能控制系统可以自动识别各种不同容量的电池包，根据电池包的容量自动调节输出最合适的工作负载，达到最佳的工作状态。该系统可防止因长期过载使用而损坏电池包的问题，提高了电池包的安全可靠性，延长了电池包的使用寿命。	竞争优势： 1、该技术通过获得实用新型专利实现对技术的保护，形成技术壁垒； 2、该技术通过自适应式智能控制系统可以自动识别不同容量的电池包，解决了电池包不匹配造成过载损坏的问题，提高了机器使用的安全性，实现了各种不同容量的电池包通配。 竞争劣势： 电路设计较复杂，成本相对增高。	在通用技术基础上改进	原始取得	热风枪	ZL201922377441.4
3	一种热风枪用发热芯及热风枪	这种低功耗高效率的热风枪，在发热丝的表面设有特种绝缘层，使发热丝可进行密绕，以增加发热丝的发热面积，提高单位空间的发热密度，从而大大提高热风枪的出风温度，获得了更佳的工作效率。	竞争优势： 1、该技术通过获得实用新型专利实现对技术的保护，形成技术壁垒； 2、该技术通过发热丝密绕工艺，提高了发热效率，解决了锂电热风枪温度低的问题，实现了产品的低功耗高温度。	在通用技术基础上改进	原始取得	热风枪	ZL201820496761.4

			竞争劣势： 使用密绕工艺成本相对增高。				
4	一种使用方便的热风枪	使用后的热风枪喷嘴温度过高，存在使用者不易更换所需喷嘴的问题。该技术在热风枪的前套上设有喷嘴快拆装置，直接旋转前套即可拆除喷嘴，避免了误操作烫伤使用者，实现了快速更换各种喷嘴的功能，提高工作效率及安全性。同时，该技术在热风枪另一端设置可收纳的金属挂钩，方便使用者高空作业，提高携带性。	竞争优势： 1、该技术通过获得实用新型专利实现对技术的保护，形成技术壁垒； 2、设置可收纳的挂钩，提高了便携性； 3、设置喷嘴快拆装置，实现了喷嘴的快速更换，提高了使用安全性。 竞争劣势： 成本相对增高。	在通用技术基础上改进	原始取得	热风枪	ZL201820122355.1
5	一种具有延长杆及旋转机构的喷枪	带延长杆及旋转机构的喷枪，在延长杆的前段设有枪体的快拆及旋转结构，在不借助任何辅助工具的前提下，实现更高工作面的喷涂，给使用者带来方便，提高了工作效率。	竞争优势： 1、该技术通过获得发明专利实现对技术的保护，形成技术壁垒； 2、设置了枪体快拆及旋转结构，实现了更大范围的喷涂，提高了工作效率。 竞争劣势： 成本相对增高。	独创技术	原始取得	喷枪	ZL201310116462.5
6	一种喷枪及其枪头	在喷枪的前端设有宽幅调节装置及快速加液装置，即通过喷涂宽幅大小可调，实现喷枪在不同工作面的喷涂，既节省涂料，又提高了喷涂质量；通过快速加液装置，方便使用者在使用过程中加液，避免涂料滴落造成污染，提高了工作效率。	竞争优势： 1、该技术通过获得发明专利实现对技术的保护，形成技术壁垒； 2、设置了宽幅调节装置及快速加液装置，实现了喷枪适应各种工作面的喷涂，提高了喷涂质量和工作效率。 竞争劣势： 加工精度要求高，成本相对增高。	独创技术	原始取得	喷枪	US10421087B2
7	一种工作效率高的喷枪	一种工作效率高的喷枪泵体上设有连通喷壶与外界的排气结构，喷壶壳体设有镂空部以使软壶体可被手动挤压，并通过排气结构将软壶体内的空	竞争优势： 1、该技术通过获得实用新型专利实现对技术的保护，形成技术壁垒； 2、采用软体喷壶，解决了吸液不顺畅的问	在通用技术基础上改进	原始取得	喷枪	ZL201921439744.8

		气排出，使软壶体内的液体更易于进入喷腔内，从而使得喷枪能快速且稳定地实现喷涂，以提升喷枪的喷涂效率和工作效率。	题，提高了喷涂效率。 竞争劣势： 软体壶是一次性的易耗品，使用成本相对增高。				
8	一种使用寿命长的喷枪	一种使用寿命长的喷枪，机体内设有压力调节装置，通过设置出气口和加压口并将其连通实现了泄压放大功能；通过对阀杆辅助推压以保证实现泄压，达到了安全使用，延长了使用寿命；并且马达内的气压稳定，使得喷出液体均匀稳定，提升了喷涂效果。	竞争优势： 1、该技术通过获得实用新型专利实现对技术的保护，形成技术壁垒； 2、通过设置创新的排气结构，提高了喷涂质量。 竞争劣势： 增加了泄压装置，成本相对增高。	在通用技术基础上改进	原始取得	喷枪	ZL201921438137.X
9	一种柱塞泵结构及喷涂机、滚涂机	柱塞在往复运动过程中，密封圈由于高速摩擦易产生高温变形失效的问题，从而导致漏液、机器失效。为了解决上述问题，该技术在泵体与齿轮箱设计了可拆卸式结构，实现在漏液时快速更换密封圈的同时机器可继续使用的功能，既延长了机器使用时间，又降低了使用成本。另外，泵体的侧壁上设有回流孔，防止液体倒流到机器里面，提高了整机的寿命和安全性。	竞争优势： 1、该技术通过获得实用新型专利实现对技术的保护，形成技术壁垒； 2、通过设置创新的密封圈快速拆换结构，提高了整机寿命，降低了使用成本。 竞争劣势： 需要定期更换密封圈。	在通用技术基础上改进	原始取得	喷枪	ZL201620296539.0
10	单开关联动控制装置及钉枪	通常钉枪是断续工作的机器，即扣一次扳机工作一次。为了防止钉枪连发与死机，该技术通过扳机、连杆和凸轮联动组成自锁机构，控制电机的通断状态，在打钉结束时自锁机构自动解除触发开关的接通状态，控制电机断电刹车，实现了机器精准停机，提	竞争优势： 1、该技术通过获得发明专利实现对技术的保护，形成技术壁垒； 2、通过设置创新的开关联动控制装置，解决了电子系统失效导致的误触发现象，提高了产品的安全性。 竞争劣势：	独创技术	原始取得	钉枪	ZL201610322678.0

		高了机器的使用安全和可靠性。	装配工艺相对复杂，精度要求高。				
11	一种打钉效果好的电动气缸式钉枪	一种打钉效果好的电动气缸式钉枪，在机壳内设置大气缸和小气缸，气缸内设置大、小活塞，通过机械锁扣结构来保持活塞的压力并释放，利用大、小气缸的体积差所产生的压力差进行冲击打钉，不仅能很好保证打钉效果，且不会因零部件本身不稳定性因素而影响打钉效果，并且结构简单、易于生产加工。	竞争优势： 1、该技术通过获得实用新型专利实现对技术的保护，形成技术壁垒； 2、通过设置创新的机械锁扣结构，实现了稳定的打钉效果，提高了机器的使用效率，降低了成本。 竞争劣势： 机器重量偏重。	在通用技术基础上改进	原始取得	钉枪	ZL201822119462.1
12	锂电钉枪	一种可以调节打钉力度的锂电钉枪，在冲击弹簧一端设置调节旋钮、旋钮转轴和旋套的距离调节装置，通过调节旋钮改变冲击弹簧的预压缩力，从而实现打钉力的大小可调节功能，即可针对不同软硬物体调节需要的打钉力，防止物体因受力过大而损坏或受力过小而效果不佳。	竞争优势： 1、该技术通过获得实用新型专利实现对技术的保护，形成技术壁垒； 2、通过设置创新的调节打钉力度的结构，减少了打钉的后坐力，提升了打钉的舒适度； 竞争劣势： 成本相对增高。	在通用技术基础上改进	原始取得	钉枪	ZL201520223184.8
13	手柄可旋转式吹风机	吹风机由吹风盘和手柄组成，吹风盘安装在手柄基座上，基座上设有限位连接件、调节按钮，实现了手柄基座的旋转功能。手柄可旋转式吹风机适用于各种工作场合，整体结构简单、紧凑，易于收纳、使用方便。	竞争优势： 1、该技术通过获得发明专利实现对技术的保护，形成技术壁垒； 2、通过设置创新的手柄基座旋转结构，实现了多种角度吹风，解决了包装体积偏大的问题，易于收纳。 竞争劣势： 成本相对增高。	独创技术	原始取得	吹风机	ZL201610096791.1
14	一种刷子清洗机	刷子清洗机包括上方敞口的箱体和可扣合于箱体上的箱盖，箱体内设有清洗装置和用于固定刷子的夹刷装置。	竞争优势： 1、该技术通过获得发明专利实现对技术的保护，形成技术壁垒；	独创技术	原始取得	清洗机	ZL201410255361.0

		通过清洗装置将清洗液送至固定在夹刷装置上的刷毛处，以冲击的方式清洗刷子，机构简单成本低，且操作方便，清洗液可循环使用，节约水资源。	2、以冲击的方式替代传统手动清洗刷子，解决了手动清洗不易洗且费时费力问题，实现了自动化清洗操作。 竞争劣势： 机械控制结构，相对于手动方式的成本高。				
15	一种雾化器的控制开关及调节机构	雾化器设有防误启动开关装置，通过弹簧对固定杆提供一个远离按钮方向的力使固定杆的下端卡接在卡槽内，使用时较为方便有效地避免误触按钮导致雾化器启动的情况出现，提高了使用安全性。	竞争优势： 1、该技术通过获得实用新型专利实现对技术的保护，形成技术壁垒； 2、通过设置创新的防误启动开关装置，解决了雾化器误启动的问题，提高了使用安全性。 竞争劣势： 成本相对增高。	在通用技术基础上改进	原始取得	雾化器	ZL202021831352.9
16	背负式喷雾器	背负式喷雾器，在水箱的下方且水泵的正下方设置电源；在电源安装口处设置可翻转的保护罩，提高了使用安全性。 针对水泵、电源的布置问题以及喷杆的安置等问题，将水泵和电源均内置于水箱，有利于减小喷雾器整体的体积；给水箱增设支撑架，使喷雾器放置更稳定且起到保护下部电源的作用；水箱和支撑架上可多方位放置喷杆，提升了产品的稳定性和功能性。	竞争优势： 1、该技术通过获得实用新型专利实现对技术的保护，形成技术壁垒； 2、通过合理设置水泵、电源以及喷杆，解决了喷雾器体积大的问题，同时在水箱增设支撑架，提高了喷雾器的稳定性。 竞争劣势： 成本相对增高。	在通用技术基础上改进	原始取得	喷雾器	ZL202020985855.5

报告期内，公司的核心技术着重于新产品、新功能与新工艺的开发、现有功能与性能的持续提升等方面，以推动公司整体的技术创新水平。报告期内，公司核心技术中有 6 个为独创技术，10 个为在通用技术基础上进一步改进的技术。前述核心技术是公司为客户提供有竞争力的产品与服务的技术基础，该等核心技术具有明确的竞争优势与先进性，例如，公司的热风枪产品通过设置红外检测头能够检测被加热物体的表面温度，从而提升热风枪使用时的安全性，而发热丝密绕工艺能够提高发热效率，从而实现锂电热风枪的低功耗高温度输出；例如，公司的电动气缸式钉枪通过设置大、小气缸和创新的机械锁扣结构，实现了稳定的打钉效果。公司在保持该等技术先进性的同时，不断深入细分产品的生产工艺、产品功能与性能的研发创新，从而形成公司自有的核心技术体系和差异化竞争能力。

电动工具行业属于技术密集、资金密集行业，同行业公司均投入大量资源用于产品和技术的研发升级，以保持公司的竞争力。若发行人未来研发创新、技术提升等更新缓慢，或无法准确预测产品的市场发展趋势，未能及时研究开发新技术、新工艺及新产品，或者科研与生产不能满足市场日益增长的需求，发行人目前所掌握的核心技术可能被国内、国际同行业更先进的技术所代替，未来将可能对发行人产生一定的不利影响。上述风险提示已在招股说明书“第四节/二/（三）核心技术被替代的风险”中补充披露。

（二）发行人对核心技术的保护措施及执行情况，是否存在核心技术人员流失或技术泄露的情形

公司通过持续的自主研发与创新，在热风枪、电动喷枪、电动钉枪等电动工具的研发制造领域已掌握了多项核心技术。为保持公司核心竞争力，避免技术流失，公司采取了严密的技术保护措施，并在实践执行中取得了良好效果。公司主要采取的技术保护措施如下：

（1）公司建立了严格的保密制度和管理体系，其中《知识产权保密控制程序》明确了公司涉密人员及其保密职责、涉密事项及其等级，同时明确约定了涉密管理工作程序；《商业秘密管理制度》则进一步明确了商业秘密的使用权限、违反商业秘密保护的处罚措施等。

（2）公司与技术人员签订了保密条例及竞业协议，明确了员工的保密义务，约定员工“非经本企业书面同意，不得使用本企业技术秘密进行生产与经营活动，不得利用本企业技术秘密进行企业项目以外的新的研究和开发”，“员工违约泄露企业技术秘密，造成损害的，承担赔偿损失和其他民事责任”，并约定竞业限制条款。

（3）公司通过申请专利的方式，以达到通过国家法律法规层面保护其核心技术的目的。公司已拥有的专利情况请参见招股说明书“第六节/五、发行人的主要固定资产和无形资产”相关内容。公司制定了《专利管理制度》，对管理职责及范畴、专利申请及内部审批程序、专利资产评估的情形、查新检索规范、合作研发知识产权归属、专利保护和应用、奖励等进行了明确的规定。

（4）公司通过将新产品研发成果与自动化水平的提升纳入薪酬考核中，并制定绩效奖励机制以激励员工的研发主动性。同时，公司实行股权激励制度，维持骨干技术团队的长期稳定。

报告期内，公司不存在核心技术人员流失或技术泄露的情形。

针对上述情况，发行人已在招股说明书“第六节/六/（一）核心技术情况”中优化了关于核心技术的信息披露。

二、说明目前在研项目和新产品相关技术在行业中的成熟度、是否属于行业内领先技术，同行业公司是否已就相关新产品完成研发或实现产业化，发行人是否存在丧失技术领先优势的风险，是否可能对发行人业绩造成不利影响，并充分揭示风险

（一）说明目前在研项目和新产品相关技术在行业中的成熟度、是否属于行业内领先技术，同行业公司是否已就相关新产品完成研发或实现产业化

截至 2022 年 3 月 30 日，公司在研项目的基本情况如下：

序号	在研项目名称	研发目标	技术领先性和创新点	应用产品	所处阶段	自主研发	同业是否已完成研发或产业化
1	低后座力弹簧钉枪	实现量产	冲击弹簧由钢丝件螺旋环绕而成，冲击弹簧的钢丝截面为扁状，钢丝件横截面的高度大于宽度。在机壳内部空间不变的前提下，弹簧的伸缩幅度增大，解决了钉枪后座力大的问题。	钉枪	试制阶段	是	暂未发现同行业已就该在研项目相同技术手段对应的新产品完成研发或实现产业化的情形；
2	打钉稳定的气缸式钉枪	实现量产	产品在手柄部设置触发开关，扳机上设有在扣动扳机后能触发触发开关的触发顶杆，传动机构包括减速器、与减速器传动连接的传动轴及套设于传动轴上的凸轮，凸轮与触发开关之间设有自锁顶杆。凸轮运动至高点时以推动自锁顶杆触发触发开关，并使触发顶杆脱离触发开关；凸轮运动至低点时自锁顶杆脱离触发开关，实现电机刹车。这种凸轮连杆的机械机构实现了钉枪打钉周期的精准定位，比电子检测和控制更稳定，从而保证了打钉的可靠性。	钉枪	投模阶段	是	暂未发现同行业已就该在研项目相同技术手段对应的新产品完成研发或实现产业化的情形；
3	静电雾化器	实现量产	雾化器的送风系统，一部分风通过管道送到水箱内，把液体压到出水口；另一部分风量通过出水口排水，同时把喷嘴的水打散，吹向远方。 流量的调节装置：通过调节外面的旋钮，进而调节喷嘴的阀芯，通过阀芯与喷嘴的距离来控制出水量。提手上设有水门开关和电机电压开关，把电机开关打开后才能打开喷嘴开关，避免意外启动机器。 在实现可调节的雾化效果的基础上，安装静电发生装置，使喷出去的雾滴带静电，利用静电吸附作用，提高药液的利用率和药效。雾化距离能达到 4.5 米以上，效率更高，吸附范围更广。	雾化器	试制阶段	是	暂未发现同行业已就该在研项目相同技术手段对应的新产品完成研发或实现产业化的情形；
4	智能控制打胶枪	实现量产	产品采用了由控制线路板为电机提供电源，并由控制线路板按设计要求提供对打胶的控制。在电池包电量下降及电压下降时，控制线路板检测到此时电池包的电压，并自动调整到该电压设置的占空比供电，保持电机转速在电池包电压下降时电机转速基本保持不变。	打胶枪	试制阶段	是	同行业已有类似技术，公司在现有技术路线基础上更新改进、优化产品功能；

5	双向旋转动平衡清洗机	实现量产	双向旋转结构通过基座齿轮自转带动外轴转动，双联齿和定齿轮的啮合传动带动内轴转动。外轴和内轴旋转方向相反且同轴，最终能够分别带动外盘刷和内盘刷同步转动，且两者的转动方向相反，实现双向旋转。头部有角度调节功能，根据用户不同使用习惯来调节刷盘的角度，适应用户多种握持角度的需求。	清洗刷	投模阶段	是	暂未发现同行业已就该在研项目相同技术手段对应的新产品完成研发或实现产业化的情形；
6	自重供液无气喷枪	实现量产	泵体突破原来分体式结构，设计成一体注塑成型，泵体吸液口在贮液桶的下方，实现自重供液，同时曲柄上设置滚轮，让传动更加稳定可靠，使得噪音、振动更小，喷涂压力更稳定，提高了雾化效果。	电动喷枪	结构设计	是	暂未发现同行业已就该在研项目相同技术手段对应的新产品完成研发或实现产业化的情形；
7	分体式静电雾化器	实现量产	采取水箱与机体分体设计的方案，通过软管与机体连接，使用时可以将水箱背在身上，解决手持雾化器负重过大、操作不便的问题，提高产品的使用便捷性。同时，机体内设有静电发生装置，带有静电功能，实现更好的喷雾效果。	雾化器	结构设计	是	暂未发现同行业已就该在研项目相同技术手段对应的新产品完成研发或实现产业化的情形；
8	高性能锂电热风枪	实现量产	发热丝采用扁状丝工艺，绕制成圆柱螺旋线，相同体积下扁丝的发热面积相比于圆丝更大，能够提供更大发热量，实现更高的发热效率。	热风枪	结构设计	是	同行业已有类似技术，公司在现有技术路线基础上更新改进、优化产品功能；
9	高效分离真空吸尘器	实现量产	使用旋风分离结构实现尘风分离的基础上，调整进风路径，以降低能量损耗，通过提高吸力以进一步提高吸尘效率。	吸尘器	结构设计	是	同行业已有类似技术，公司在现有技术路线基础上更新改进、优化产品功能；
10	手持式大功率	实现量产	采用高转速高效率的电机和风盘渐开线风道设计，提高吹风效率同时降低机器噪音和震动。吹风机可连接延长管和吹风管，实现多种组合以适应各种应	吹风机	手板阶段	是	同行业已有类似技术，公司在现

	锂电吹风机		用场合。				有技术路线基础上更新改进、优化产品功能；
11	多功能喷嘴喷雾器	实现量产	设有水泵快速清洗结构，便于清洗水泵，提高机器使用寿命；机器具有电池弹出装置，便于电池包取出，提高用户体验感；电池仓采用防水设计，安全可靠；采用可切换单头/双头工作模式的多功能喷嘴，提高工作效率。	喷雾器	结构设计	是	同行业已有类似技术，公司在现有技术路线基础上更新改进、优化产品功能；
12	镭射集尘式手持金属锯	实现量产	设置激光对准装置，实现了切割面的平准和精准性。为了防止切割铁屑飞溅污染及伤人，在机器上设置了一种带可观测窗的集尘盒，铁屑收集率达到70%以上，提高了机器的安全使用。	金属锯	投模阶段	是	同行业已有类似技术，公司在现有技术路线基础上更新改进、优化产品功能；
13	手持式大力打胶枪	实现量产	采用大功率电机驱动，实现了更高效率的挤胶力；托盘设计了快速拆装防松结构，实现使用便捷和稳定性。控制系统采用智能识别技术,实现电机转速恒定，达到挤胶更稳定的效果。	打胶枪	结构设计	是	同行业已有类似技术，公司在现有技术路线基础上更新改进、优化产品功能；
14	可伸缩双向旋转动平衡清洗机	实现量产	手柄采用伸缩锁紧结构，适用不同高度的场景。通过内、外轴的双向设计，实现了外刷盘和内刷盘的同步转动，且两者旋转方向相反，达到清洗工作时稳定、高效的效果。	清洗机	结构设计	是	暂未发现同行业已就该在研项目相同技术手段对应的新产品完成研发或实现产业化的情形；
15	热风枪自动装配线	实现量产	通过工艺合并及人机结合的合理化设计，实现零部件自动传递和自动装配，从而减少产线装配人员，提高装配效率、合格率和产品品质。	热风枪生产工艺	立项阶段	是	暂未发现同行业已就该在研项目相同技术手段对应的新产品完成研发或实现产业化的情形；

16	钢管自动冲制化生产工艺	实现量产	实现自动上料，利用级进模实现各工位按顺序关联完成不同的加工工序，在冲床的一次行程中完成一系列不同的冲压加工，以完成钢管制作，与手动冲压拉伸工艺相比效率和产品合格率提升，人工需求减少，并达到品质一致性要求。	通用生产工艺	立项阶段	是	同行业已有类似技术，公司在现有技术路线基础上更新改进、优化产品功能；

公司的在研项目为公司基于客户日益增长的差异化需求，针对新产品、新功能与新工艺的开发、现有产品功能及性能的创新升级。电动工具行业发展较为成熟，属于技术密集、资金密集行业，公司积极发挥创新创造实力，通过在研项目对产品和技术进行开发升级以实现产品功能和性能的双重创新，通过深入对细分领域和先进技术的探索以保持公司在行业竞争中的技术领先优势，如“低后座力弹簧钉枪”、“打钉稳定的气缸式钉枪”、“静电雾化器”、“双向旋转动平衡清洗机”、“自重供液无气喷枪”、“热风枪自动装配线”等项目目前暂未发现同行业已就该在研项目相同技术手段对应的新产品已完成研发或实现产业化的情形，相关产品技术在行业中的成熟度较低、属于行业内较为领先的技术。

（二）发行人是否存在丧失技术领先优势的风险，是否可能对发行人业绩造成不利影响，并充分揭示风险

发行人将根据电动工具行业的发展趋势，通过不断增加研发投入，持续进行技术升级及工艺优化，巩固并进一步提升公司核心竞争能力。如果行业主流技术出现更新，且公司技术研发未能及时跟进、研发方向不符合行业发展趋势、在研项目或新产品研发未能达到预期效果，从而无法在技术水平、研发能力、新产品开拓上保持应有的竞争力，则公司将可能丧失技术领先优势，也有可能对公司的经营业绩造成不利影响。发行人已在招股说明书“第四节/二/（四）技术更新风险”中补充披露如下：

“（四）技术更新风险

通过多年的生产积累和技术研发，公司具备丰富的研发设计及生产制造经验，组建了具有较强研发创新能力的专业技术团队，形成了多项核心技术。随着行业技术水平的不断发展，如果行业主流技术出现更新，且公司技术研发未能及时跟进、研发方向不符合行业发展趋势、在研项目或新产品研发未能达到预期效果，从而无法在技术水平、研发能力、新产品开拓上保持应有的竞争力，则公司将可能丧失技术领先优势，也有可能对公司的经营业绩造成不利影响。”

三、结合同行业竞争对手专利取得情况，说明发行人是否存在未经授权使用他人专利等侵权情形或风险

电动工具行业是一个细分领域和产品种类较多的行业，同行业竞争对手中未有与公司主要产品完全一致的公司。从可比公司的公开信息来看，巨星科技的产品范围涵盖手工具及动力工具、激光测量仪器、存储箱柜等，康平科技的产品范围涵盖电机、电动工具整机及相关零配件，锐奇股份的产品则主要为角磨机、型材切割机、电锤、电镐等，而公司的主要产品则为热风枪、电动喷枪、电动钉枪等。因此，公司专利的研发方向与应用领域均与可比公司不完全相同。

截至 2022 年 3 月 30 日，公司与同行业可比公司已取得的专利数量情况如下：

单位：项

公司	锐奇股份	巨星科技	康平科技	本公司
专利数量	414	2,433	181	351
其中：发明专利	156	614	23	21
实用新型	163	598	128	175
外观设计	95	1221	30	155

注：上述可比公司专利数据来源于同花顺。

报告期内，发行人未涉及专利侵权相关诉讼，不存在未经授权使用他人专利等侵权情形或风险。

四、补充披露报告期内发行人电动工具主要部件自主生产的比例，说明发行人电动工具产品中的电子控制系统系自产还是外购，自产的比例

（一）公司电动工具主要部件自主生产情况

1、公司电动工具主要产品的主要部件类别

电动工具种类繁多，不同种类的电动工具应用领域不同，其功能和结构也各不相同。相应地，构成不同种类电动工具的主要部件也不尽相同，根据主要部件在公司产品的结构和功能中所起到的作用情况，公司电动工具部件可以分为关键部件和常规部件。其中，关键部件指实现特定电动工具产品关键功能的组件，如热风枪的发热组件、喷枪的泵体组件、钉枪的送钉组件等；常规部件

指构成电动工具基础结构的组件，如外壳组件、驱动组件、动力组件和电子控制组件。

公司主要产品的关键部件具体情况如下：

产品系列	应用产品	主要部件	主要功能介绍	主要组成零配件	主要来源
电热类	热风枪 烧草机	发热组件	通过发热丝加热枪体内温度，使得热风枪吹风快速升温，以实现热风枪基本功能。	发热丝、支架、温控器、钢管、云母纸	主要自产
喷涂类	喷枪 滚涂机 喷涂机 喷雾器	泵体组件	利用泵体原理，将喷涂的液体传输给枪体组件。	柱塞杆、缸套、密封圈等	主要自产
		枪体组件	通过泵体组件和软管组件提供的液体进行雾化喷涂。	喷嘴、喷头、阀芯、枪座	主要外购
		软管组件	提供风道，传送动力源给枪体。	软管、接头等	主要外购
钉枪类	钉枪	冲击组件	将驱动组件的机械能转换成打钉的冲击力，实现钉枪的打钉，通过改进冲击机构，能够提高钉枪的打钉能力。	冲击弹簧、电磁线圈、吸铁芯、冲片、冲击锤、减震垫等	主要自产
		送钉组件	将钉子自动输送给冲击机构，通过改进送钉机构，能够实现钉枪对钉子的适配性。	送钉导轨、包壳、推钉块、推钉弹簧等	主要自产
		安全组件	设置于钉枪出钉口的接触安全装置，以防止钉枪意外射钉造成的安全问题。	保险杆、保险杆连杆等	主要自产
吹吸类	吹风机 吹吸机 吸尘器	过滤组件	通过海帕或无纺布等过滤介质阻隔灰尘，起到保护电机和出风口的作用，避免二次污染	海帕、无纺布袋、过滤网组件、尘袋架等	主要外购

公司主要产品的常规部件具体情况如下：

主要部件	主要功能介绍	主要组成零配件	主要来源
外壳组件	电动工具实体的最外层结构件，对内部结构起到支撑和保护作用，同时通过改进外观设计提升产品的美观度，使产品更符合人体工学设计。	塑料外壳、前套、后罩等	主要自产
驱动组件	将电能转换成电动工具的机械能的装置，以实现电动工具基本功能。	电机、电磁铁、减速器、柱塞泵等	主要自产
动力组件	提供电源或者电源连接的装置，确保驱动组件的运行。	电池包、电源线、充电器、接线柱等	主要外购
电子控制组件	又称电动工具的电子控制系统，以电子电路为中心采集信息、进行数据处理并输出执行结果。	线路板、电阻、电容、磁环、电感等	主要外购

2、公司电动工具主要产品主要部件的外购自产比例

（1）公司电动工具主要产品关键部件的外购自产比例

①电热类

报告期内，公司电热类产品关键部件的外购自产比例具体如下：

单位：万元

主要部件	自产/外购	2021 年		2020 年		2019 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
发热组件	自产	2,985.29	98.78%	2,054.63	98.60%	1,795.15	98.56%
	外购	36.81	1.22%	29.14	1.40%	26.18	1.44%
	小计:	**3,022.09**	**100.00%**	**2,083.77**	**100.00%**	**1,821.33**	**100.00%**

由上表可知，报告期内，公司电热类产品发热组件的自产比例分别为98.56%、98.60%、98.78%，以公司自产为主。

②喷涂类

报告期内，公司喷涂类产品关键部件的外购自产比例具体如下：

单位：万元

主要部件	自产/外购	2021 年		2020 年		2019 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
泵体组件	自产	2,247.12	99.84%	295.43	92.79%	101.76	89.59%
	外购	3.53	0.16%	22.97	7.21%	11.83	10.41%
	小计:	**2,250.65**	**100.00%**	**318.40**	**100.00%**	**113.59**	**100.00%**
枪体组件	自产	920.72	32.31%	526.33	41.59%	424.35	53.33%
	外购	1,928.72	67.69%	739.31	58.41%	371.35	46.67%
	小计:	**2,849.44**	**100.00%**	**1,265.65**	**100.00%**	**795.71**	**100.00%**
软管组件	自产	2.45	0.20%	0.71	0.19%	0.19	0.10%
	外购	1,233.81	99.80%	371.48	99.81%	184.57	99.90%
	小计:	**1,236.26**	**100.00%**	**372.19**	**100.00%**	**184.76**	**100.00%**

由上表可知，报告期内，公司喷涂类产品泵体组件的自产比例分别为89.59%、92.79%、99.84%，以公司自产为主；枪体组件的自产比例分别为53.33%、41.59%、32.31%，软管组件的自产比例分别为 0.10%、0.19%、0.20%，以外购为主。其中，公司枪体组件外购比例有所上升的主要原因系公司高压无气喷枪的产销量逐年上升，其枪体已在上游市场形成标准化供应，且生产枪体

组件需要投入一系列的专业设备（如数控加工设备、研磨设备、专用检测设备）及人员，出于专业分工及成本优化等考虑，公司采取外购高压无气喷枪枪体组件的方式以满足生产需要。而软管组件则为标准件，主要为波纹管、高压管、接头等，其生产工艺简单、技术含量不高，故公司根据产品的尺寸型号采取外购软管组件的方式满足生产所需。

③钉枪类

报告期内，公司钉枪类产品关键部件的外购自产比例具体如下：

单位：万元

主要部件	自产/外购	2021 年		2020 年		2019 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
冲击组件	自产	1,206.53	91.19%	680.01	91.70%	466.35	92.51%
	外购	116.53	8.81%	61.58	8.30%	37.77	7.49%
	小计:	**1,323.06**	**100.00%**	**741.59**	**100.00%**	**504.12**	**100.00%**
送钉组件	自产	787.01	98.41%	493.45	98.13%	325.55	98.12%
	外购	12.71	1.59%	9.40	1.87%	6.24	1.88%
	小计:	**799.72**	**100.00%**	**502.85**	**100.00%**	**331.78**	**100.00%**
安全组件	自产	26.21	98.71%	19.63	97.77%	15.73	96.35%
	外购	0.34	1.29%	0.45	2.23%	0.60	3.65%
	小计:	**26.55**	**100.00%**	**20.08**	**100.00%**	**16.33**	**100.00%**

由上表可知，报告期内，公司钉枪类产品冲击组件的自产比例分别为 92.51%、91.70%、91.19%；送钉组件的自产比例分别为 98.12%、98.13%、98.41%；安全组件的自产比例分别为 96.35%、97.77%、98.71%，均以公司自产为主。

④吹吸类

报告期内，公司吹吸类产品关键部件的外购自产比例具体如下：

单位：万元

主要部件	自产/外购	2021 年		2020 年		2019 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
过滤组件	自产	29.66	30.03%	17.59	27.07%	11.13	24.88%
	外购	69.11	69.97%	47.40	72.93%	33.59	75.12%

	小计:	**98.77**	**100.00%**	**64.99**	**100.00%**	**44.71**	**100.00%**

由上表可知，报告期内，公司吹吸类产品过滤组件的外购比例分别为75.12%、72.93%、69.97%，以外购为主。过滤组件的组成零配件主要为海帕、无纺布袋、过滤网组件、尘袋架等，其生产工艺简单、技术含量不高，故公司根据产品的尺寸型号采取外购过滤组件的方式满足生产所需。

综上，公司电动工具主要产品的关键部件主要以公司自产为主。

（2）公司电动工具主要产品常规部件的外购自产比例

报告期内，公司电热类、喷涂类、钉枪类和吹吸类四类主要产品常规部件的外购自产比例具体如下：

单位：万元

主要部件	自产/外购	2021 年		2020 年		2019 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
外壳组件	自产	4,216.96	68.02%	2,374.09	69.30%	1,730.83	74.33%
	外购	1,982.80	31.98%	1,051.86	30.70%	597.67	25.67%
	小计:	**6,199.76**	**100.00%**	**3,425.96**	**100.00%**	**2,328.51**	**100.00%**
驱动组件	自产	4,632.59	53.17%	2,478.77	55.04%	1,799.76	56.42%
	外购	4,080.93	46.83%	2,024.47	44.96%	1,390.30	43.58%
	小计:	**8,713.52**	**100.00%**	**4,503.25**	**100.00%**	**3,190.06**	**100.00%**
动力组件	自产	21.58	0.64%	12.45	0.58%	6.38	0.36%
	外购	3,371.38	99.36%	2,138.57	99.42%	1,780.91	99.64%
	小计:	**3,392.96**	**100.00%**	**2,151.02**	**100.00%**	**1,787.29**	**100.00%**
电子控制组件	自产	0.04	0.00%	-	-	36.29	1.69%
	外购	4,882.72	100.00%	2,786.00	100.00%	2,107.40	98.31%
	小计:	**4,882.76**	**100.00%**	**2,786.00**	**100.00%**	**2,143.69**	**100.00%**

由上表可知，公司电热类、喷涂类、钉枪类和吹吸类四类主要产品的常规部件中，外壳组件和驱动组件主要以公司自产为主，并结合部分外购，报告期内，前述组件的自产比例均在 50%以上；动力组件和电子控制组件则主要以外购为主。

常规部件广泛应用于各类电动工具中，目前相关技术较为成熟，上下游分工较为清晰，市场供应较为充足，部分通用于不同产品的零配件已经逐渐形成

了标准化，如电池包、电源线、充电器、电机等，且行业内的电动工具整机企业出于成本优化和规模经济等考虑也多选择外购常规部件的方式。

以驱动组件的主要组成零配件“电机”为例，报告期内，公司电热类、喷涂类、钉枪类和吹吸类四类主要产品的电机外购自产比例具体如下：

单位：万元

项目	自产/外购	2021 年		2020 年		2019 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
电机	自产	3,705.46	60.18%	1,931.88	60.92%	1,278.35	56.54%
	外购	2,452.33	39.82%	1,239.16	39.08%	982.78	43.46%
	小计:	**6,157.78**	**100.00%**	**3,171.04**	**100.00%**	**2,261.13**	**100.00%**

由上表可知，报告期内，公司主要产品中常规部件电机的自产比例合计分别为 56.54%、60.92%、60.18%，随着公司持续的设备及人员投入，公司电机的自产比例有一定的提升。未来，公司计划通过本次募投项目新建电机及控制系统生产中心，以进一步扩充电机的自产能力。

公司外购部分电机主要是受制于公司设备、人员及场地资源紧张，自有产能有限所致。另外，目前电机的市场供应稳定充足，专业电机供应商已形成了一定的规模效应，且同行业也存在外购电机的情况，因此，公司向供应商采购部分电机具有合理性。

从电动工具用电机的市场供应情况来看，首先，国内的电机行业发展历程较长、技术成熟度高，电机技术已经成为国内一项基础的通用性技术，目前国内已经涌现出大量电机供应商，如宁波德昌电机股份有限公司、莱克电气股份有限公司、阿美德格工业技术（上海）有限公司、万宝至马达（江西）有限公司等，电机的市场供应稳定充足、质量可靠、可替代性高。其次，电机属于标准化程度高、批量大的产品，专业供应商更具有生产规模优势，可有效控制成本。电动工具整机企业如 Stanley Black&Decker（史丹利•百得）、TTI（创科）、Metabo（麦太保）、HIKOKI（高壹工机）、BOSCH（博世）等均存在向上游电机供应商采购电机的情况，具体如下：

序号	电动工具整机企业	电机供应商	采购内容
1	Stanley Black&Decker（史丹利•百得）、TTI（创科）、Metabo（麦太	康平科技（苏州）股份有限公司	电动工具用电机

	保）、HIKOKI（高壹工机）、BOSCH（博世）		
2	TTI（创科）	苏州华之杰电讯股份有限公司	无刷电机
3	TTI（创科）	宁波德昌电机股份有限公司	吸尘器用电机、吸尘器
4	宁波大叶园林设备股份有限公司	余姚市兰山电机企业有限公司	电机

注：数据来源于康平科技（苏州）股份有限公司、苏州华之杰电讯股份有限公司、宁波德昌电机股份有限公司和宁波大叶园林设备股份有限公司之招股说明书。

因此，作为整机制造商，出于合理分配资源、控制成本、提高生产效率及参考行业通行方式等考虑，公司选择专业化分工、利用产业链协同优势，向供应商采购部分常规组件。

针对上述情况，发行人已在招股说明书“第六节/四/（三）主要部件自主生产情况”中进行了补充披露。

（二）公司电子控制系统外购自产情况

公司电子控制系统即电子控制组件，报告期内，公司电热类、喷涂类、钉枪类和吹吸类四类主要产品的电子控制组件的自产比例分别为 1.69%、0、0，以外购为主。

公司电子控制组件的主要组成零配件为线路板、电阻、电容、磁环、电感等。其中，线路板作为电子控制组件的主要组成零配件，目前已被广泛应用于消费电子、通信设备、汽车电子、工业工具等领域，随着电子技术的演进，线路板生产技术成熟，市场供应稳定充足，国内已有大量规模化的线路板供应商，如苏州华之杰电讯股份有限公司、深圳市国王科技有限公司、深圳晶辰电子科技股份有限公司、江苏海四达电源股份有限公司、常州云奕凯电子有限公司等。同时，线路板的生产制造工艺成熟，电动工具整机企业如 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）、TTI（创科）等均存在向上游供应商采购线路板的情况，具体如下：

序号	电动工具整机企业	电控供应商	采购内容
1	Stanley Black&Decker（史丹利·百得）	苏州华之杰电讯股份有限公司	智能控制器（即线路板组件）
2	TTI（创科）	深圳和而泰智能控制股份有限公司	智能控制器（即线路板组件）
3	TTI（创科）	深圳贝仕达克技术股份有限公司	智能控制器（即线路板组件）

4	TTI（创科）	深圳市朗科智能电气股份有限公司	智能控制器（即线路板组件）

注：数据来源于苏州华之杰电讯股份有限公司、深圳贝仕达克技术股份有限公司和深圳市朗科智能电气股份有限公司之招股说明书。

对于线路板等具有一定程度定制化要求的零配件，公司采用定制化采购的方式，即由公司确定功能需求并提供明确的设计方案，供应商根据公司要求执行试制，经公司验证通过后方可进行生产。合作过程中，公司与供应商签订保密协议，约定供应商对合作涉及的产品样品、技术方案、设计要求、技术指标、图纸模型等技术信息和技术资源具有保密义务，不得向不承担同等保密义务的任何第三方披露项目秘密。目前，公司研发部配备专业的电路设计工程师，在新产品或新功能开发过程中，电路设计工程师会对新产品或新功能进行可研评估、制定相应的功能方案，并根据功能确定具体的技术参数，最终形成完整的开发要求文件，涵盖产品特点、技术参数、功能要求、线路板设计图样及尺寸图、工作流程等要求。同时，公司已就部分电路设计获取相应专利保护，如“设控制电路的有刷热风枪（专利号：ZL201620526139.4）”、“设有控制电路的无刷热风枪（专利号：ZL201620526586.X）”及“自适应式智能控制系统（专利号：ZL201922377441.4）”等。

同时，电动工具产品的功能主要通过产品结构实现，公司作为整机制造商，承担并整体把控产品设计、部件加工、集成组装和调试检测等关键环节，掌握了电动工具的研发设计和生产制造的核心能力。例如，为实现喷枪适应各种工作面的喷涂，公司在原有喷枪基础上设置了宽幅调节装置及快速加液装置，提高了喷涂质量和工作效率；为了解决锂电热风枪温度低的问题，公司通过在发热丝的表面设置特种绝缘层，结合公司创新的发热丝密绕工艺，增加了发热丝的发热面积、提高了发热效率。对于前述关键的产品结构设计和生产工艺创新，公司已通过申请专利形式对技术实现了保护。

综上所述，由于电子控制组件的相关零配件行业上下游分工明确、市场供应稳定充足，公司作为整机制造商，出于合理分配资源、控制成本、提高生产效率及参考行业通行方式等考虑，选择外购电子控制组件的方式，但具体的设计方案由公司自主研发完成，并通过专利或保密协议的形式形成了一定的技术保护。

五、说明同行业可比公司（含境内外上市公司、拟上市公司、新三板公司）的选取标准、准确性和完整性

（一）选取标准及完整性

公司在选取同行业可比公司时的标准主要包括行业与业务特点、数据可得性与可比性。首先，由于境外上市公司采用的会计准则不同，财务数据不具有可比性，同时考虑到数据的可获得性，公司在境内上市公司中选择同行业可比公司。其次，目前境内上市公司中，尚无与公司主营业务、主要产品完全一致的公司，因此，公司通过同花顺 iFIND 查询境内上市公司中与电动工具相关的企业，选取其中与公司主营业务类似或主营产品中包含与公司类似电动工具整机产品的公司作为备选公司，具体情况如下：

序号	证券代码	证券简称	主营产品类型	主要产品名称
1	603355.SH	莱克电气	家居清洁健康电器	吸尘器、空气净化器、净水器、挂烫机、加湿器、料理机、榨汁机、割草机、吹吸机、打草机、清洗机等
2	300879.SZ	大叶股份	割草机、打草机/割灌机、其他动力机械及配件	割草机、打草机、割灌机、扫雪机、梳草机、吹吸叶机、微耕机等
3	002779.SZ	中坚科技	园林机械及便携式数码发电机	各类油锯、割灌机、绿篱修剪机、坐骑式草坪割草机、清扫机、手推式割草机、便携式数码发电机
4	002282.SZ	博深股份	涂附磨具、金刚石工具、轨道交通装备零部件	金刚石圆锯片、金刚石工程薄壁钻头、金刚石磨盘、金刚石软磨片等金刚石工具，电动工具及配件、合金工具、纸基涂附磨具、布基涂附磨具、轨交装备零部件等
5	300126.SZ	锐奇股份	电动工具的研发、生产、销售及相关技术服务	角磨机、型材切割机、电钻、电锤、电磨、电镐等
6	300907.SZ	康平科技	电动工具用电机、电动工具整机及相关零配件的研发、设计、生产和销售。	交流电机、直流有刷电机、直流无刷电机、手电钻、切割机、角磨机、吹吸机等
7	002444.SZ	巨星科技	手工具及动力工具、激光测量仪器、存储箱柜以及个人防护用品的研发生产和销售	手工具及动力工具、激光测量仪器、存储箱柜等

注：数据来源于招股说明书、定期报告。

公司已将所有涉及电动工具整机业务的企业纳入可比公司的备选范围，并作进一步比较分析，可比公司的选取具有完整性。

（二）准确性

大叶股份、中坚科技主要从事割草机、割灌机等园林工具的研发设计、生产制造和销售，其产品主要应用于园林绿化的修剪、树叶清理等，与公司主要电动工具产品的应用场景差距较大，因此未被选为同行业可比公司。

莱克电气主要从事家居清洁健康电器的设计、研发、制造和销售业务，其核心业务体系为部分吸尘器、空气净化器、净水器、挂烫机、加湿器等，电动工具如割草机、吹吸机、打草机等为其补充业务体系，且该部分电动工具主要为园林工具，因此未被选为同行业可比公司。

博深股份主要从事涂附磨具、金刚石工具、轨道交通装备零部件，其 2021 年 1-6 月，电动工具的营业收入占比仅 4.46%，为其非核心业务板块，与公司业务差距较大，因此未被选为同行业可比公司。

因此，公司结合行业与业务特点、产品相关性、应用领域等标准进行选择，进一步选取了锐奇股份（300126.SZ）、康平科技（300907.SZ）、巨星科技（002444.SZ）三家可比上市公司。

同行业可比公司符合公司选取标准的具体情况如下：

项目	锐奇股份（300126.SZ）	巨星科技（002444.SZ）	康平科技（300907.SZ）	本公司
主营业务	电动工具的研发、生产、销售及相关技术服务	手工具及动力工具、激光测量仪器、存储箱柜以及个人防护用品的研发生产和销售	电动工具用电机、电动工具整机及相关零配件的研发、设计、生产和销售	电动工具的自主研发、设计、生产和销售
主要产品	角磨机、型材切割机、电钻、电锤、电磨、电镐等	手工具及动力工具、激光测量仪器、存储箱柜等	交流电机、直流有刷电机、直流无刷电机、手电钻、切割机、角磨机、吹吸机等	热风枪、电动喷枪、电动钉枪、吸尘器、吹风机、冲钻、轻锤、蒸汽清洗机等
下游应用领域	建筑建造、工业制造	家庭住宅维护、建筑工程、车辆维修养护、机器人及自动化、地图测量测绘等	建筑工程、建材施工、室内装潢等	家庭装修、工业制造、建筑施工、园林维护
客户结构	经销商、分销商；2020 年前五大客户销售占比 50.03%	建材五金超市、百货连锁超市、工具供应商、专业汽配连锁等；2020 年前五大客户销售占比	下游电动工具厂商、经销商等；2020 年前五大客户销售占比 87.35%	国际知名电动工具品牌商及零售商等；2020 年前五大客户销售占比 49.65%

		45.19%		
主要客户	Stanley Black&Decker（史丹利•百得）、TTI（创科）	Home Depot、Walmart（沃尔玛）、Kingfisher（翠丰）、BOSCH（博世）	Stanley Black&Decker（史丹利•百得）、TTI（创科）、Metabo（麦太保）、HIKOKI（高壹工机）	Stanley Black&Decker（史丹利•百得）、BOSCH（博世）、Makita（牧田）、Metabo（麦太保）、Einhell（安海）、ADEO（安达屋）、Kingfisher（翠丰）、Harbor Freight Tools（HFT）
销售模式	ODM 和 OBM 相结合，自有品牌以经销为主	ODM 和 OBM 相结合，大力发展自有品牌	直销与经销相结合，OEM、ODM 和 OBM 相结合	直销为主，ODM 和 OBM 相结合，大力发展自有品牌
生产模式	订单式生产	订单式生产	订单式生产	订单式生产
经营规模	2020 年公司营业收入为 4.29 亿元，净利润 1,151.69 万元；截至 2020 年末，公司总资产 12.68 亿元，员工总数 1,022 人	2020 年公司营业收入为 85.44 亿元，净利润 13.64 亿元；截至 2020 年末，公司总资产 136.78 亿元，员工总数 7,376 人	2020 年公司营业收入为 8.35 亿元，净利润 6,016.25 万元；截至 2020 年末，公司总资产 11.41 亿元，员工总数 2,065 人	2020 年公司营业收入为 3.92 亿元，净利润 6,876.12 万元；截至 2020 年末，公司总资产 5.47 亿元，员工总数 688 人
与本公司的可比性	行业相似，部分下游客户相似，经营规模相似，销售及生产模式相似	行业相似，部分下游客户相似，销售及生产模式相似	行业相似，部分下游客户相似，经营规模相似，销售及生产模式相似	-

注：上述可比公司数据来源于招股说明书、定期报告。

由上表可知，公司选取锐奇股份、康平科技和巨星科技作为可比公司的主要原因系其均主要从事电动工具产品的研发、生产和销售，与公司处于同一行业，同时，其下游应用领域、客户均与公司有一定的相似性，在行业属性、产品技术特点、生产及销售模式方面具备一定的可比性，因此公司将上述 3 家境内上市公司列为同行业可比公司。

综上所述，公司已在包括境内外上市公司、拟上市公司、新三板公司的范围内准确、完整地选取了同行业可比公司。

六、结合行业市场空间、发行人行业地位、技术储备、人员储备等方面客观、具体地披露发行人的竞争劣势

结合行业市场空间、发行人行业地位、技术储备、人员储备等情况，发行人的竞争劣势具体如下，且已在招股说明书“第六节/二/（五）/2、公司主要竞争劣势”中补充披露：“

（2）产能受限

近年来，受益于市场需求增加和公司产品认可度提高，公司订单量持续增长。长期合作客户对公司产品与品质高度认可，不断新增产品订单。同时，公司销售团队全力开拓新市场、挖掘新客户，研发团队不断开发新产品、挖掘新需求。然而由于现有场地、设备和人员规模有限，近年来公司生产能力处于饱和状态，产能利用率处于高位。2021 年，公司电热类、喷涂类、钉枪类产能利用率分别为 98.11%、98.47%、97.28%。为满足客户订单需求，公司采取了新建生产基地、适当加班等措施以提升产量，产能瓶颈一定程度上制约了公司进一步发展。

（3）市场规模与行业地位有待进一步提高

随着电动工具应用场景的增加和市场接受度的普及，电动工具行业市场空间呈现逐年上升趋势，国内也涌现出了一批兼具研发创新与生产制造实力的规模化企业。报告期内，公司营业收入和盈利能力不断增长，但与行业内知名企业相比，公司营业收入和利润规模依然偏小。2020 年，国内同行业 TTI（创科）、巨星科技的营业收入分别为 686 亿元、85.44 亿元，而公司 2020 年营业收入为 3.92 亿元。相比于国内外知名企业，公司在市场规模、品牌影响力方面仍存在一定的差距，公司需通过增强资本实力、扩大产销规模、做好人才储备等多种途径进一步保持增长势头、提高行业地位。

（4）研发团队建设有待进一步增强

随着电动工具行业的发展，消费者对产品功能和性能的需求也愈加多元化、个性化，这要求公司拥有过硬的研发能力和充分的技术储备以应对市场变化。公司研发团队专注于电动工具产品的研究、设计和开发，积累了丰富的经验，具备较强的技术创新水平，是公司历年来开拓市场空间、赢得客户认可的重要

技术基石。但在公司市场及产品领域进一步开拓的过程中，公司的高端研发人才储备仍然难以满足公司发展和研发技术革新的需求，公司对高端技术人才的需求仍然非常迫切。未来，公司将持续加大对研发人才的引进，通过积极引进和自主培养提升研发队伍综合实力，打造更强、更专业的研发团队，为公司未来的业务发展奠定坚实的基础。”

七、结合与发行人主要产品密切相关的核心技术，围绕发行人创新、创造、创意的某项特征，在招股说明书“业务与技术”部分进行补充披露，并进一步说明发行人是否符合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》等关于创业板定位的规定及具体依据

《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》（以下简称“《推荐暂行规定》”）中关于创业板定位的规定如下：

“第二条 创业板定位于深入贯彻创新驱动发展战略，适应发展更多依靠创新、创造、创意的大趋势，主要服务成长型创新创业企业，并支持传统产业与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合。

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

（一）公司属于通用设备制造业，不在《推荐暂行规定》第四条原则上不支持申报创业板的行业清单之内

发行人主营业务为电动工具研发、设计、生产和销售，主要产品按用途可分为电热类、喷涂类、钉枪类、吹吸类、冲磨类、蒸汽类等，产品涵盖热风枪、电动喷枪、电动钉枪、吸尘器、吹风机、冲钻、轻锤、蒸汽清洗机等。报告期内，发行人主营业务收入占营业收入的比重均超过 99%，其构成情况如下：

单位：万元

产品类别	2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
电热类	24,563.62	36.81%	17,021.10	43.76%	14,953.38	51.18%
喷涂类	28,188.22	42.25%	13,454.24	34.59%	8,893.30	30.44%
钉枪类	7,586.38	11.37%	4,611.90	11.86%	2,597.91	8.89%
吹吸类	4,691.93	7.03%	2,622.52	6.74%	1,886.35	6.46%
其他类	571.32	0.86%	454.73	1.17%	525.52	1.80%
配件	1,123.05	1.68%	728.03	1.87%	359.95	1.23%
合计	**66,724.53**	**100.00%**	**38,892.51**	**100.00%**	**29,216.41**	**100.00%**

根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，当上市公司某类业务的营业收入比重大于或等于 50%，则将其划入该业务相对应的行业。报告期内，发行人电动工具产品占营业收入的比重均超过 50%，发行人所处行业应隶属于“C34 通用设备制造业”，不属于《推荐暂行规定》原则上不支持申报创业板的行业清单之内。

根据 2021 年 3 季度上市公司行业分类结果，可比上市公司中锐奇股份（300126.SZ）、康平科技（300907.SZ）均被归为“C34 通用设备制造业”，发行人与上述可比公司在行业属性、产品技术特点、下游应用领域、生产及销售模式上相似，因此发行人在上市公司的行业分类归属于“C34 通用设备制造业”准确合理。

综上，发行人所属行业不在《推荐暂行规定》第四条原则上不支持申报创业板的行业清单之内。

（二）发行人具备创新特征，具备较好的成长性，符合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第二条的规定

1、发行人的创新特征

发行人作为国家高新技术企业，于 2021 年 7 月入选工业和信息化部评定的第三批专精特新“小巨人”企业名单。公司注重产品和核心技术的持续创新，并不断加大自主研发和创新投入，提升技术与生产实力。报告期内，公司研发投入分别为 1,345.97 万元、1,445.03 万元和 2,301.85 万元，占营业收入比重分别为 4.56%、3.69%和 3.42%，研发费用率与同行业基本一致，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
研发投入	2,301.85	1,445.03	1,345.97
营业收入	67,278.52	39,180.90	29,488.27
占营业收入比例	**3.42%**	**3.69%**	**4.56%**
同行业可比公司平均值	**3.47%**	**3.88%**	**4.79%**

注：同行业可比公司指锐奇股份、康平科技和巨星科技，数据来源于上市公司招股说明书、定期报告。

公司建立了电动工具研究、设计与开发一系列完善的研发体系，拥有“浙江省普莱得手持式电动工具研究院”、“电动工具省级高新技术企业研究开发中心”、“海外院士专家工作站”、“浙江省博士后工作站”等科研力量，在产品与技术、生产工艺方面均具有较强的创新性。

（1）产品与技术创新

发行人主要产品为热风枪、电动喷枪、电动钉枪等电动工具产品，在家庭装修、工业制造、建筑施工、园林维护等具有广泛应用场景。随着电动工具应用场景的拓宽和市场接受度的普及，终端消费者对产品性能、外观、结构、动力类型及操作方式等具有多样化和个性化的需求。同时，发行人下游客户主要为 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）、Makita（牧田）、Einhell（安海）、ADEO（安达屋）、Harbor Freight Tools（HFT）等世界知名品牌商和零售商，对其供应商的研发设计能力、产品功能先进性和性能稳定性等多方面有较为严苛的要求。上述行业特点对发行人产品与技术创新提出了较高的要求。

发行人注重新产品与新技术的持续开发与提升，在关键技术攻克方面取得了多项成果，已掌握了多项电动工具产品的核心技术，拥有完整的自主知识产权和研发制造能力。报告期内，发行人的核心技术有 6 个为独创技术，10 个为在通用技术基础上进一步改进的技术，该等核心技术在行业内具有明显的竞争优势与先进性，使其产品的功能性能持续改良精进，具有工作效率高、噪音振动小、使用寿命长、便捷性强，以及符合人体工程学特点、质量可靠稳定、安全性好、创新性强等多重优势。例如，原有热风枪不能有效反应被加热物体的温度，在操作中更换喷嘴时也存在高温烫人的安全隐患，发行人通过设置红外

检测头能够有效检测被加热物体的表面温度，通过在热风枪的前套上设置喷嘴快拆装置，提升了热风枪使用时的安全性。

凭借着十五余年的行业经验与技术积累，发行人从现有功能优化及新产品开发等多方面进行产品迭代和创新。在普通热风枪、喷枪、钉枪产品的基础上，发行人相继推出数显恒温热风枪、高压无气喷枪、三级五级增压喷枪、气缸式钉枪等；同时，发行人积极拓宽产品品类，开发出了高压无气滚涂机、旋风式吸尘器、智能控制打胶枪、背负式喷雾器、蒸汽剥墙纸机、蒸汽杀菌清洁机等新产品。

发行人的产品与技术创新获得了来自多方的认可与肯定。截至 2022 年 3 月 30 日，发行人共获得国内外专利 351 项，其中发明专利 21 项，实用新型专利 175 项，外观设计专利 155 项。发行人的多款产品获得了“浙江省省级工业新产品”、“省级新产品试制计划项目”等荣誉。发行人的热风枪产品还获得了“浙江制造”的品质认证。发行人是国家标准《电烙铁和热风枪》（GB/T7157-2019）的参与编制单位，是浙江制造团体标准《便携式热风枪》（T/ZZB0515-2018）的主要起草单位。

发行人获得的有关产品创新或技术创新相关的主要奖项情况如下：

序号	产品/技术	证书名称	颁发单位	时间
1	HG0142-18E 型低功耗锂电数显热风枪	浙江省省级工业新产品	金华市经济和信息化局	2021 年 1 月
2	发热效果好且使用方便的热风枪	浙江省省级工业新产品	金华市经济和信息化委员会	2019 年 12 月
3	PLD3131 方便高效手持式电动喷枪	金华市本级电动工具行业产品升级改造项目	金华市经济和信息化局	2019 年 7 月
4	SG0010-18 型锂电喷枪	浙江省省级工业新产品	金华市经济和信息化委员会	2018 年 11 月
5	木炭点火器的研发及产业化	金华市技术创新项目	金华市经济和信息化委员会	2018 年 11 月
6	HG0043-EU220 型热风枪	浙江省省级工业新产品	金华市经济和信息化委员会	2018 年 11 月

发行人负责、参与制定的国家标准和团体标准情况如下：

序号	标准名称	采用标准	标准类别	发布日期
1	《电烙铁和热风枪》	GB/T 7157-2019	国家标准	2019 年 8 月

2	《便携式热风枪》	T/ZZB 0515-2018	团体标准	2018 年 9 月

（2）生产工艺及技术创新

发行人的产品存在品类多、工序复杂的特点。为提高生产效率、提升出品品质、降低产品成本，发行人从信息化管理水平、标准化规范模式、自动化生产工艺多方面提升生产制造能力。

信息化管理水平方面，发行人通过导入易飞 ERP 系统、MES 系统、智物流系统、PLM 系统和 SCM 系统，打造了物控和生产全流程一体化集成的信息管理平台。物料需求通过 ERP 系统运算生成，通过 SCM 系统与供应商以云平台方式实现无缝连接。MES 系统执行生产任务分解及排产计划，实现了生产计划的实时跟踪、进度管控和质量管控，在生产现场实现了排产、数字化叫料、质量数据预警、车间看板等功能。在仓储环节，发行人采用智物流系统作业，用智能移动终端扫码获取工单物料信息（如物料存放储位、数量、批号等）并完成物料、成品的出入库、调拨等作业，实现了移动扫码进货、移动盘点、仓储定位等。通过整体信息规划，发行人建立了一个全面高效的数字化车间，深度融合信息技术与工业生产技术，实现了生产制造的信息化和智能化提升。2021 年 9 月，发行人的生产车间顺利通过了金华市经济和信息化局的“金华市数字化车间和物联网工厂示范项目”验收认定。

标准化规范模式方面，针对零配件种类繁多、产品更新迭代较快的特点，发行人制定了产品工业设计标准流程，积极推进设计环境的统一、三维模板的标准化配置、工程图的规范配置等，建立标准统一的零部件库和规范，进行统一的协同管理，通过标准化管理模式进一步实现产品设计和生产的效率提升。

自动化生产工艺方面，发行人在电机、注塑、金工和装配四大车间实施了全方位工艺和设备的自动化改进，引进了线圈自动焊接和自动装云母片设备、高速冲、四道连续拉伸自动化生产线、精益生产线等自动化设备，依据产品特性设计专用产线和通用产线，实现灵活和高效的装配生产。同时，发行人通过持续生产技术创新投入，掌握了发热芯绕线工艺、无气喷枪泵体组装工艺、无气喷枪气压检测工艺、钢管自动拉伸工艺、说明书自动包装技术、压线扣自动穿螺钉工艺等自动化生产工艺，提升了产品的合格率和一致性。

2、发行人具有较好的成长性

电动工具自欧美发达国家兴起以来，随着应用场景的不断拓宽和新兴市场接受度的普及，行业呈现逐年上升趋势。在多年的业务拓展和积累中，发行人已经建立了完善的销售网络，拥有丰富的国内外客户资源和较高的品牌知名度。发行人紧跟市场变化，在发展线下业务的同时，通过天猫、亚马逊等电商平台拓宽线上销售渠道，进一步优化市场拓展策略。同时，结合企业发展阶段，发行人在发展 ODM 业务的同时，逐步发展 OBM 自有品牌业务，建立自有品牌影响力。

随着业务规模扩大，公司业绩水平不断提高。报告期内，公司营业收入分别为 29,488.27 万元、39,180.90 万元和 67,278.52 万元，年复合增长率 51.05%。报告期内，公司净利润分别为 3,683.88 万元、6,876.12 万元和 9,515.83 万元。整体而言，发行人顺应行业趋势，确立清晰的发展战略目标，不断研发和推出符合市场需求的产品，具有较好的成长性。

综上所述，发行人作为高新技术企业和专精特新“小巨人”企业，通过自主研发和创新投入，积累了多项核心技术，产品与技术创新优势明显；同时，发行人从信息化管理水平、标准化规范模式、自动化生产工艺多方面持续提升生产制造能力，具有较强的生产工艺与技术创新能力；发行人顺应行业趋势，确立清晰的发展战略目标，不断研发和推出符合市场需求的产品，具有较好的成长性，发行人符合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》等关于创业板定位的规定。

上述创新特征以及符合创业板定位的情况，发行人已在招股说明书“第六节/八、发行人的创新特征及符合创业板定位情况”中补充披露。

八、核查意见

（一）核查过程

保荐人履行了以下核查程序：

1、访谈发行人核心技术人员，了解核心技术人员的研发工作情况以及发行人对核心技术保密工作的开展情况；查阅发行人核心技术人员的《保密条例》及《竞业协议》；

2、获取发行人在研项目和核心技术清单，了解发行人的研发活动在创新创意方面的成果，在研项目与核心技术相比电动工具行业竞争对手的创新点和领先性；

3、获取发行人专利清单，查阅同行业专利获取情况，并通过中华人民共和国知识产权局网站查询有关发行人专利获取情况，通过裁判文书网等公开信息渠道查询发行人及其子公司专利侵权诉讼情况；

4、访谈了发行人技术部门负责人，了解公司主要产品的主要部件分类情况以及电子控制系统的情况；获取发行人主要产品的主要部件自产与外购的情况，并计算了相关部件的自产外购比例；

5、查阅可比公司官网、年报、招股说明书等公开披露的文件，了解相关可比公司的主营业务、主要产品、下游应用领域、客户结构、主要客户、销售模式、生产模式、经营规模等，与发行人进行对比；

6、访谈发行人销售负责人，了解发行人在行业市场空间、行业地位、技术储备、人员储备等方面的优势与劣势；

7、收集电动工具行业信息，了解行业发展趋势，发行人产品与技术的创新、创造、创意特征。

（二）核查结论

经核查，保荐人认为：

1、发行人拥有 6 个为独创核心技术，10 个在通用技术基础上进一步改进的核心技术，该等技术具有竞争优势和先进性，若发行人未来不能在研发和产品方面保持现有的市场竞争力，则可能存在被其他技术替代的风险，发行人已采取恰当和充分的方法对核心技术进行保护，不存在核心技术人员流失或技术泄露的情形；

2、发行人计划通过在研项目进行技术的创新升级，保持公司在技术水平方面的领先性；发行人已在招股说明书“第四节/二/（四）研发失败风险”中补充披露了丧失技术领先优势对发行人经营业绩的风险；

3、发行人不存在未经授权使用他人专利等侵权情形或风险；

4、发行人的关键部件以自产为主，常规部件中外壳组件和驱动组件以自产为主结合部分外购、动力组件和电子控制组件则主要以外购为主，主要系出于合理分配资源、控制成本、提高生产效率及行业通行方式等考虑，具有合理性；

5、同行业可比公司选取锐奇股份（300126.SZ）、康平科技（300907.SZ）、巨星科技（002444.SZ）三家可比上市公司主要考虑行业与业务特点、数据可得性与可比性，具有准确性和完整性；

6、发行人的产能瓶颈一定程度上制约了其进一步发展；发行人的市场规模与行业地位有待进一步提高、研发团队建设有待进一步增强；

7、发行人已于招股说明书“第六节/八、发行人的创新特征及符合创业板定位情况”章节补充披露发行人的创新特征；发行人符合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》等关于创业板定位的规定。

7.关于行业政策

招股说明书披露：

电动工具行业的发展一直受惠于国家产业政策的大力扶持。

请发行人：

（1）对招股说明书进行优化，披露与发行人业务密切相关的行业主管部门出台的主要法律法规和产业政策；

（2）对报告期内的行业政策进行梳理，列表说明行业政策的主要内容、对电动工具行业以及发行人的影响。

请保荐人发表明确意见。

【回复】

一、对招股说明书进行优化，披露与发行人业务密切相关的行业主管部门出台的主要法律法规和产业政策

发行人已删除与公司业务不直接相关的法律法规和产业政策，并在招股说明书“第六节/二/（二）/2、行业的主要法律法规及产业政策”中补充披露如下：

“电动工具行业的发展一直受惠于国家产业政策的大力扶持，近年来行业的相关法律法规及主要产业政策如下：

主要法律法规及产业政策	颁布主体	发布时间	相关内容
《2021 年度实施企业标准“领跑者”重点领域》	市场监管总局	2021 年 6 月	将电动工具行业列为实施企业标准“领跑者”重点领域。
《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》	全国人大	2021 年 3 月	推动制造业优化升级，深入实施智能制造和绿色制造工程，推动制造业高端化智能化绿色化。 实施制造业降本减负行动，强化要素保障和高效服务，巩固拓展减税降费成果，降低企业生产经营成本，提升制造业根植性和竞争力。
《关于支持“专精特新”中小企业高质量发展的通知》	财政部、工信部	2021 年 1 月	通过中央财政资金引导，促进上下联动，将培优中小企业与做强产业相结合，加快培育一批专注于细分市场、聚焦主业、创新能力强、成长性好的专精特新“小巨人”企业，推动提升专精特新“小巨人”企业数量和质量，助力实体经济特别是制造业做实做强做优，提升产业链供应链稳定性和竞争力。
《关于优化强制性产品认证目录的公告》	市场监管总局	2020 年 4 月	重新修订《强制性产品认证目录描述与界定表》，明确电动工具项下需要实施强制性认证具体产品种类及需实施的认证程序。
《产业结构调整指导目录（2019 年本）》	发改委	2019 年 10 月	将“锂二硫化铁、锂亚硫酰氯等新型锂原电池；锂离子电池、氢镍电池、新型结构（双极性、铅布水平、卷绕式、管式等）密封铅蓄电池、铅碳电池、超级电池、燃料电池、锂/氟化碳电池等新型电池和超级电容器”列为鼓励类产业投资项目。
《关于调整工业产品生产许可证管理目录和试行简化审批程序的决定》	国务院	2017 年 6 月	调整后，继续实施工业产品生产许可证管理的产品共计 38 类，其中，由质检总局实施的 19 类，由省级人民政府质量技术监督部门实施的 19 类。
《国务院关于促进加工贸易创新发展的若干意见》	国务院	2016 年 1 月	增强企业创新能力。推动加工贸易企业由单纯的贴牌生产（OEM）向委托设计（ODM）、自有品牌（OBM）方式发展。鼓励加大研发投入和技术改造力度，加强与高等院校、科研机构协同创新，提高生产自动化、智能化水平。 支持企业创建和收购品牌，拓展营销渠道，从被动接单转向主动营销。顺应互联网发展带来的新机遇，实现价值链攀升。
《中国制造 2025》	国务院	2015 年 5 月	加强关键核心技术研发。强化企业技术创新主体地位，支持企业提升创新能力，推进国家技术创新示范企业和企业技术中心建设，充分吸纳企业参与国家科技计划的决策和实施。

主要法律法规及产业政策	颁布主体	发布时间	相关内容
			加快机械、航空、船舶、汽车、轻工、纺织、食品、电子等行业生产设备的智能化改造，提高精准制造、敏捷制造能力。统筹布局和推动智能交通工具、智能工程机械、服务机器人、智能家电、智能照明电器、可穿戴设备等产品研发和产业化。
《手持式、可移式电动工具和园林工具的安全》	国家质量监督检验检疫总局及国家标准化管理委员会	2014 年 12 月	规范手持式、可移式电动工具的安全通用要求。
《强制性产品认证管理规定》	国家质量监督检验检疫总局	2009 年 9 月	为保护国家安全、防止欺诈行为、保护人体健康或者安全、保护动植物生命或者健康、保护环境，国家规定的相关产品必须经过认证，并标注认证标志后，方可出厂、销售、进口或者在其他经营活动中使用。

二、对报告期内的行业政策进行梳理，列表说明行业政策的主要内容、对电动工具行业以及发行人的影响

政策名称	发布单位	发布时间	主要内容	对电动工具行业的影响	对发行人的影响
《2021 年度实施企业标准“领跑者”重点领域》	市场监管总局	2021 年 6 月	将电动工具行业列为实施企业标准“领跑者”重点领域。	将电动工具行业纳入企业标准领跑者重点领域，激励企业积极开展技术创新并同步研制实施先进标准，引领行业向高水平、高品质方向发展。	行业高标准的建立和普及进一步推动公司企业标准指标的持续提升，激励公司持续提升自主创新能力和核心竞争力。
《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》	全国人大	2021 年 3 月	推动制造业优化升级，深入实施智能制造和绿色制造工程，推动制造业高端化智能化绿色化。 实施制造业降本减负行动，强化要素保障和高效服务，巩固拓展减税降费成果，降低企业生产经营成本，提升制造业根植性和竞争力。	旨在推动工业制造领域的高端化、智能化发展，在为电动工具行业带来新的市场增量的同时，也对电动工具企业生产的智能化与绿色化改进起到了指导作用，为行业提供了良好的政策环境。	制造业优化升级为公司带来新的市场机遇，也激励着公司加强生产工艺及设备的智能化与绿色化提升。
《关于支持“专精特新”中小企业高质量发展的通知》	财政部、工信部	2021 年 1 月	通过中央财政资金引导，促进上下联动，将培优中小企业与做强产业相结合，加快培育一批专注于细分	促使电动工具行业专业化、精细化、特色化、新颖化发展，加速通用设备制造业和电动工具行业的领域细分，引导	获得专精特新小巨人企业认定有利于提升公司市场认可度和行业影响力。关于专

			市场、聚焦主业、创新能力强、成长性好的专精特新“小巨人”企业，推动提升专精特新“小巨人”企业数量和质量，助力实体经济特别是制造业做实做强做优，提升产业链供应链稳定性和竞争力。	电动工具行业的企业聚焦主营业务，重视产品和技术创新，提升企业核心竞争力。	精特新小巨人企业的培育和支持政策能够进一步帮助公司专注细分市场，持续研发创新，推出高品质的新产品，进一步提升核心竞争力。
《关于优化强制性产品认证目录的公告》	市场监管总局	2020年4月	重新修订《强制性产品认证目录描述与界定表》，明确电动工具项下需要实施强制性认证具体产品种类及需实施的认证程序。	减少了需要实施强制性认证的电动工具产品种类，部分适用产品通过实施自我声明程序代替强制性认证，简化认证流程同时也降低了行业的市场准入门槛，加大了行业内部竞争。	强制性认证流程的简化使得公司相应产品能够更快速地进入市场流通，但也相应降低了同行业的准入门槛，可能给公司带来更多的竞争对手，督促公司加强核心技术研发工作，提升公司市场竞争力。
《产业结构调整指导目录（2019年本）》	发改委	2019年10月	将“锂二硫化铁、锂亚硫酰氯等新型锂原电池；锂离子电池、氢镍电池、新型结构（双极性、铅布水平、卷绕式、管式等）密封铅蓄电池、铅碳电池、超级电池、燃料电池、锂/氟化碳电池等新型电池和超级电容器”列为鼓励类产业投资项目。	锂电化是电动工具行业发展的趋势之一。国家产业政策对锂电池项目的鼓励有利于进一步推进锂电池行业的快速发展和充足供应，加速电动工具锂电池应用的普及。	公司积极跟踪行业技术发展方向，近年来持续加大锂电类产品的研发投入，本次募投项目高度重视锂电类电动工具产品的生产建设。因此，对锂电池行业的鼓励与引导，为公司产品锂电化创造了良好的政策环境。

三、核查意见

（一）核查过程

保荐人履行了以下核查程序：

1、访谈发行人技术负责人，了解管理层对与公司业务密切相关的法律法规与政策的判断；

2、查阅国家法律法规与政策、电动工具行业研究报告等资料，了解国家政策动态与电动工具行业走向；

3、分析报告期内与发行人业务密切相关的政策对电动工具行业和发行人的影响。

（二）核查结论

经核查，保荐人认为：

1、发行人已根据公司经营情况，针对性地披露与其业务密切相关的主要法律法规和产业政策；

2、发行人已对报告期内的行业政策进行梳理，并列表说明行业政策的主要内容、对电动工具行业以及发行人的影响。

8.关于房屋和土地使用权

招股说明书披露：

（1）发行人共拥有 6 处自有房产以及 7 宗境内国有建设用地使用权，全部处于抵押状态；

（2）发行人存在部分临时建筑物未办理产权登记的情况，发行人已取得金华市自然资源和规划局出具的《临时建设工程规划许可证》，且均在有效期限内；

（3）发行人部分房屋系租赁使用，且存在向关联方租赁房屋的情形。

请发行人说明：

（1）自有房产和土地使用权用于抵押的具体情况，相关的债权信息，是否存在无法清偿导致抵押权被实现的风险；

（2）《临时建设工程规划许可证》的有效期以及相关临时建筑物产权证书的办理进展情况；

（3）租赁房产占发行人全部房产的比例，发行人使用上述房产进行生产经营产生的收入、毛利、净利润情况，是否为发行人主要生产经营场所，租赁上述房产是否对发行人持续稳定经营造成重大不利影响；

（4）发行人对租赁的生产经营场所是否要求较高，是否具有较高依赖性，如需搬迁，是否能较容易地找到替代的房产，预计的搬迁周期，搬迁费用或损失金额，发行人是否制定了应对措施；

（5）向关联方租赁房产的具体用途、对发行人的重要程度、是否属于生产经营所必需的主要厂房、未投入发行人的原因、租赁费用的公允性、是否能够确保发行人长期使用、今后的处置方案，是否对发行人资产完整和独立性构成重大不利影响。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、自有房产和土地使用权用于抵押的具体情况，相关的债权信息，是否存在无法清偿导致抵押权被实现的风险

截至报告期末，发行人自有房产与土地使用权的抵押情况及相关的债权情况如下：

序号	权利人	证件编号	抵押物	主要用途	抵押权人	抵押金额（万元）	借款方	贷款方	借款金额（元）	借款期限	借款合同项下的其他担保
1	普莱得	浙（2020）金华市不动产权第 0065982 号	土地	生产及办公（在建）	中国建设银行股份有限公司金华分行	3,541	普莱得	中国建设银行股份有限公司金华分行	93,000,000.00	2021/2/4-2025/12/15	韩挺，杨伟明、诚昊电器、科隆塑胶
2	普莱得	浙（2020）金华市不动产权第 0066299 号	土地及房屋	生产及办公	交通银行股份有限公司金华分行	4,022	普莱得	交通银行股份有限公司金华分行	8,000,000.00	2021/1/22-2022/1/20	宋丽敏，杨伟明；位于金华市二环北路 2158 号（上城华府）36 幢 1-101 室的房产
							普莱得	交通银行股份有限公司金华分行	4,000,000.00	2021/7/20-2022/7/6	
3	普莱得（泰国）	57614	土地及房屋	生产及办公	中国工商银行（泰国）股份有限公司	9000 万泰铢	普莱得（泰国）	中国工商银行（泰国）股份有限公司	6,577.8 万泰铢	2020/5/28-2025/4/17	普莱得、杨伟明、宋丽敏

注：泰铢按报告期末即期汇率计算。

截至报告期末，前述抵押房产与土地项下的借款主要系公司日常生产经营活动中支付货款、扩建办公和生产用房等事项的融资行为提供担保，属于公司在银行融资过程中常见的增信措施，系公司正常的经营行为。截至报告期末，前述不动产抵押项下未清偿的借款共计 11,757.68 万元，仅占发行人截至报告期末经审计流动资产的 31.29%，占总资产的 15.05%，占比均较低。发行人实际控制人韩挺、杨伟明及其配偶宋丽敏为发行人履行相关债务提供连带责任保证。报告期内，公司经营业绩及盈利能力持续增长，在债务到期日前，通过合理安排资金使用，公司有足够的经营性现金流入偿还前述借款，因不能及时清偿前述借款导致抵押权被实现的风险较小。

截至报告期末，公司合并报表总资产 7.81 亿元，净资产 4.71 亿元，资产负债率为 39.72%，流动比率为 1.85。公司流动资产主要为货币资金、应收账款、交易性金融资产和存货等，并且主要客户为电动工具行业头部企业，应收账款回款预期良好，存货变现能力强。

同时，截至报告期末，与上述抵押事项相关的债务到期后均由公司按约清偿，未发生逾期或其他违反合同的情形，亦不存在与该等融资相关的纠纷。根据发行人的企业信用报告及网络平台公开查询的信息，发行人资信状况良好，不存在贷款逾期未归还等情形。

综上，发行人无法清偿上述借款导致抵押权被实现的风险较小。

二、《临时建设工程规划许可证》的有效期以及相关临时建筑物产权证书的办理进展情况

公司为满足生产经营需求，在其名下的“浙（2020）金华市不动产权第 0066003 号”和“浙（2020）金华市不动产权第 0066299 号”土地之上搭建两处临时建筑用房。公司已分别取得金华市自然资源和规划局出具的金自然资规临建字（2019）第 04003 号和第 04004 号《临时建设工程规划许可证》，且上述许可证书均在有效期限内，具体如下：

序号	建设单位名称	临时建设工程规划许可证号	建设项目名称	建设位置	建筑面积	有效期至
1	普莱得	金自然资规临建字（2019）第 04003 号	1#厂房临时扩建用房	金义都市新区孝顺镇镇北功能区	2309.38 ㎡	2022 年 10 月 28 日

2	普莱得	金自然资规临建字（2019）第 04004 号	5#厂房临时扩建用房	金义都市新区孝顺镇镇北功能区	585.59 ㎡	2022 年 10 月 28 日

就上述两处临时建筑物，公司暂未办理产权证书。该两处临时建筑主要系报告期内公司业务快速增长、生产场地受限而临时使用，目前主要作为公司注塑车间及金工车间的辅助性用房，用作原材料及半成品存放使用，非公司生产经营或办公场所必需的核心房产，对公司业务经营无重大影响。待新厂房建成后，公司拟将大部分产能搬迁至新厂房，届时将自行拆除临时建筑。

截至报告期末，该两处临时建筑的建筑面积占自有房产面积的比例仅 4.46%，其账面价值仅占固定资产账面价值的 0.58%，占比及影响均较小，具体如下：

序号	名称	建筑面积（m^2）	账面价值（万元）
1	1#厂房临时扩建用房	2,309.38	44.84
2	5#厂房临时扩建用房	585.59	24.51
合计		**2,894.97**	**69.35**
占比		**4.46%**	**0.58%**

就上述两处临时建筑，发行人实际控制人承诺如下：①若公司（包括其前身）因临时建筑被相关主管部门要求拆除或因临时建筑而导致任何费用支出、经济赔偿或其他经济损失，则由承诺人无条件全额承担赔偿责任；②如果存在公司必须先行支付该等费用的情况下，承诺人将立即向公司给予全额补偿，以保证不因上述使用临时建筑行为致使公司和公司未来上市后的公众股东遭受任何损失。

根据金华市金东区住房和城乡建设局出具的证明，公司及其子公司纽迈特、恒动物资、普诚科技、斯巴达（浙江）、荣云工具、德致工具、恒兆工具、诚启盛工具、拓高工具在报告期内无违反住房和城乡建设相关方面的法律、法规、规章及规范性文件的处罚记录。

综上，截至本问询函回复出具日，公司上述临时建筑的《临时建设工程规划许可证》均在有效期内，目前暂未办理产权证书，但鉴于：该两处临时建筑均不属于公司生产经营或办公所必需的核心房产，对公司业务经营无重大影响；公司计划于新厂房建成后自行拆除；公司实际控制人已出具承诺函；相关主管

部门已出具合规证明；因此，公司尚未取得该两处临时建筑产权证书不会对公司的生产经营产生重大不利影响。

三、租赁房产占发行人全部房产的比例，发行人使用上述房产进行生产经营产生的收入、毛利、净利润情况，是否为发行人主要生产经营场所，租赁上述房产是否对发行人持续稳定经营造成重大不利影响

（一）租赁房产占发行人全部房产的比例

截至报告期末，发行人及其子公司的租赁房产情况如下：

序号	承租方	出租方	租赁地址	用途	使用面积（㎡）	租赁期限	是否取得租赁备案
1	普莱得	浙江百隆塑料制品有限公司	浙江百隆塑料制品有限公司 3 号厂房	办公	600 ㎡	2020/1/1-2023/12/31	是
2	普莱得	金华市孝顺磨料磨具厂	孝顺镇镇北工业园	仓库	1,769 ㎡	2021/12/20-2022/3/20	是
3	普莱得	浙江凯尼威针织服饰有限公司	浙江省金华市金东区孝顺镇镇北功能区 D 地块	员工宿舍	10 间公寓	2021/3/31-2022/3/30	是
4	普莱得	浙江凯尼威针织服饰有限公司	浙江省金华市金东区孝顺镇镇北功能区 D 地块	员工宿舍	10 间公寓	2021/5/31-2022/3/30	是
5	斯巴达（深圳）	深圳天安云谷投资发展有限公司	深圳市龙岗区坂田街道天安云谷产业园二期 6 栋 22 层 2201 号	办公	405.83 ㎡	2021/4/10-2026/4/9	是
6	普莱得（泰国）	泰中罗勇工业园开发有限公司 00013 分部	No.7/26-7/31,7/44-7/47 Moo.3, Bowin Subdistrict,Sriracha District, Chonburi 20230 的 TC TOWN 公寓 F 栋 F208，F209，F309，F518	员工宿舍	F208，F209，F309，F518 共 4 个房间	2021/2/21-2022/2/20	否

注 1：上述 1-6 项租赁房产以下分别以“百隆办公租房”、“磨料磨具仓库租房”、“凯尼威宿舍租房（一）”、“凯尼威宿舍租房（二）”、“天安云谷办公租房”、“TC TOWN 宿舍租房”指代。

注 2：根据《房屋租赁备案证》，“凯尼威宿舍租房（一）”、“凯尼威宿舍租房（二）”涉及的 20 间宿舍面积为 400 ㎡。

注 3：根据泰国 TC TOWN 提供的平面图纸，TC TOWN 宿舍租房涉及的 4 间宿舍面积为 101.6 ㎡。

截至报告期末，发行人自有房屋建筑物面积为 64,962.32 ㎡，租赁房产面积 3,276.43 ㎡，自有和租赁房产合计面积为 68,238.75 ㎡，租赁房产占自有和租赁房产合计面积的比例为 4.80%。

（二）发行人使用上述房产进行生产经营产生的收入、毛利、净利润情况，是否为发行人主要生产经营场所

截至报告期末，发行人使用的上述房产均非发行人主要生产经营场所，具体情况如下：

序号	租赁房产	具体用途
1	百隆办公租房	系发行人的办公场所，包括 8 间会议室、1 间储物间、1 处卫生间，系发行人的辅助经营场所。
2	磨料磨具仓库租房	系发行人的仓库，主要用作产成品的仓储使用，系发行人的辅助经营场所。
3	凯尼威宿舍租房（一）	系发行人的员工宿舍，非生产经营场所。
4	凯尼威宿舍租房（二）	系发行人的员工宿舍，非生产经营场所。
5	天安云谷办公租房	系斯巴达（深圳）在深圳的办公场所，系发行人的辅助经营场所。
6	TC TOWN 宿舍租房	系发行人的员工宿舍，非生产经营场所。

发行人使用的上述租赁房产中，“百隆办公租房”、“天安云谷办公租房”主要用于办公使用，“磨料磨具仓库租房”为产成品仓库，“凯尼威宿舍租房（一）”、“凯尼威宿舍租房（二）”、“TC TOWN 宿舍租房”为员工宿舍，均为非主要生产经营场所，均不直接独立产生营业收入。

（三）租赁上述房产是否对发行人持续稳定经营造成重大不利影响

发行人租赁房产占其使用的房产面积的比例较低，且均非发行人主要经营场所，因此，租赁上述房产对发行人持续稳定经营不构成重大不利影响。

四、发行人对租赁的生产经营场所是否要求较高，是否具有较高依赖性，如需搬迁，是否能较容易地找到替代的房产，预计的搬迁周期，搬迁费用或损失金额，发行人是否制定了应对措施

（一）发行人对租赁的生产经营场所是否要求较高，是否具有较高依赖性

发行人的主要生产经营场所位于浙江金华，其租赁房产主要用于日常办公、仓库和员工宿舍，不存在需要租赁有特殊要求场所的情形，相关子公司的日常办公和员工住宿对于所使用房屋类型、结构、装修、位置等亦无特别要求，相关租赁房产周边常见的厂房、宿舍楼或写字楼均可满足其需要。

因此，发行人对上述租赁房产并无较高要求，亦不具有较高依赖性。

（二）如需搬迁，是否能较容易地找到替代的房产，预计的搬迁周期，搬迁费用或损失金额

如因出租方原因致使发行人需搬迁租赁房产，发行人租赁房产的替代房产、预计搬迁周期、搬迁费用或损失金额具体如下：

序号	租赁房产	周边房源情况	搬迁周期	预计搬迁费用和损失金额
1	百隆办公租房	周边同等价位、能满足使用面积需求（500 ㎡-1000 ㎡）的房源充足	房屋内需要搬迁的物品主要为办公家具，极少部分需要拆卸，预计在 3 天内可以完成搬迁	预计搬迁费用 4,800 元，主要为人工及车辆费用。
2	磨料磨具仓库租房	周边同等价位、能满足使用面积需求（1,500 ㎡-2,000 ㎡）的房源充足	房屋内需要搬迁的物品主要为成品、货架及小部分办公家具，易拆卸搬运，预计 3 天内可以完成搬迁	预计搬迁费用为 5,400 元，主要为人工及车辆费用。
3	凯尼威宿舍租房（一）	周边为生活区，同类价格房源充足	房屋内需要搬迁的物品主要为员工生活用品，体积小、易包装拆卸，预计在 2 天内可以完成搬迁	因租赁房屋为员工宿舍，员工可自行搬迁，无需搬迁费用。
4	凯尼威宿舍租房（二）	周边为生活区，同类价格房源充足	房屋内需要搬迁的物品主要为员工生活用品，体积小、易包装拆卸，预计在 2 天内可以完成搬迁	因租赁房屋为员工宿舍，员工可自行搬迁，无需搬迁费用。
5	天安云谷办公租房	周边同等价位、能满足使用面积需求（300 ㎡-500 ㎡）的房源充足	房屋内需要搬迁的物品主要为办公家具、检测设备等，易包装拆卸、体积较小且无需调试，预计 1 天内可以完成搬迁	预计搬迁费用为 3,000 元，主要为人工及车辆费用。
6	TC TOWN 宿舍租房	周边为生活区，同类价格房源充足	房屋内需要搬迁的主要物品主要为员工生活用品，易包装拆卸、体积较小且无需调试，预计 7 天内可以完成。	员工可自行搬迁，无需搬迁费用。

此外，百隆办公租房的出租方浙江百隆塑料制品有限公司系发行人实际控制人韩挺父母控股的企业，磨料磨具仓库租房的出租方金华市孝顺磨料磨具厂、凯尼威宿舍租房（一）和凯尼威宿舍租房（二）的出租方浙江凯尼威针织服饰有限公司与发行人合作情况良好，因此前述房屋的搬迁风险较小。

综上，从搬迁费用或损失来看，预计搬迁涉及的损失主要为搬迁产生的人工及车辆费用，预计总体金额不超过 1.32 万元，对公司经营业绩的影响较小。

（三）发行人制定了应对措施

为保障持续经营能力，减少因租赁房产搬迁可能造成的损失，发行人采取以下应对措施：

（1）与租赁房产业主保持良好的合作关系，避免因合作不愉快而导致被迫搬迁的情形；

（2）对租赁房产本身及周边租赁市场相关信息保持关注，制订替代性搬迁预案，如发现可能导致搬迁的情形，提前进行相关准备；

（3）通过新建厂房扩充自身的容纳能力，增强总部的管理能力和应变能力，保证发行人生产经营不受租赁场所使用限制或中断的影响。

综上所述，发行人对租赁的生产经营场所要求较低、不具有较高依赖；发行人已制定应对措施，如需搬迁能够较容易地找到替代的房产，对发行人造成的损失较小。

五、向关联方租赁房产的具体用途、对发行人的重要程度、是否属于生产经营所必需的主要厂房、未投入发行人的原因、租赁费用的公允性、是否能够确保发行人长期使用、今后的处置方案，是否对发行人资产完整和独立性构成重大不利影响

（一）向关联方租赁房产的具体用途、对发行人的重要程度、是否属于生产经营所必需的主要厂房

发行人向关联方租赁的房产主要用于办公使用，不构成生产经营所必需的主要经营场所，且发行人对办公房屋无特殊要求，结合同类型房屋较为常见，周边市场供应充足，具有较高的可替代性。因此，发行人对目前所租赁的房屋不具有重大依赖，即使发生因任何原因需要搬迁的情况，也不会对发行人的正常业务开展造成实质性的不利影响。发行人向关联方租赁房产的具体用途、对发行人的重要程度、是否属于生产经营所必需的主要厂房等详见本题回复之“三、租赁房产占发行人全部房产的比例，发行人使用上述房产进行生产经营

产生的收入、毛利、净利润情况，是否为发行人主要生产经营场所，租赁上述房产是否对发行人持续稳定经营造成重大不利影响”。

（二）未投入发行人的原因

向关联方租赁的房产未投入发行人的原因主要系：一方面，发行人向百隆租赁房产的面积仅 600 ㎡且用于办公使用，不是其生产经营必要场所，且发行人目前处于高速发展阶段，需持续增加研发及生产投入，持续新建生产基地、购置自动化生产设备、进行市场开拓及研发创新，需要更多资金投入到生产经营中；另一方面，发行人正在建设新厂房，待建设完成后，发行人拟将办公区域搬迁至新厂房并将对向关联方租赁的房产进行退租处理。因此，向关联方租赁的房产未投入发行人具有合理性。

（三）租赁费用的公允性

百隆办公租房的租赁单价与周边租赁房源价格对比情况如下：

租赁房产	地址	租赁面积（㎡）	租赁单价（元/㎡/天）	可比价格情况
百隆办公租房	浙江百隆塑料制品有限公司3号厂房	600	0.53	百隆办公租房所在的金华市金东区孝顺镇办公厂房的租赁单价主要分布在 0.4-0.7 元/㎡/天

根据网络平台公开信息比较相关租赁价格，百隆办公租房的租赁价格与该等房产附近房产的租赁价格不存在显著差异，价格公允。

（四）是否能够确保发行人长期使用、今后的处置方案

发行人向关联方租赁房产为办公使用，无特殊条件需要，周边类似房源供应充足且预计搬迁损失较小，因此，发行人对前述房产并不具有依赖性。同时，发行人正在周边地块新建厂房，待建成后拟将办公区域搬迁至新厂房，并将租赁房产退租处理，具体详见本题回复之“四、发行人对租赁的生产经营场所是否要求较高，是否具有较高依赖性，如需搬迁，是否能较容易地找到替代的房产，预计的搬迁周期，搬迁费用或损失金额，发行人是否制定了应对措施”。

（五）是否对发行人资产完整和独立性构成重大不利影响

截至报告期末，发行人向关联方承租的一处房产主要用于日常办公，不开展生产活动，不属于生产经营所必需的主要房产，对发行人的重要程度较低；该等房产面积较小，占发行人使用房产面积的比例较小；其所在地区周边同类型房产较多，不具有不可替代性，对向关联方承租的房产依赖程度较低；发行人计划新建厂房扩充自身的容纳能力，并将办公场所搬迁至新厂房。

综上所述，发行人向关联方租赁的房产对发行人资产完整和独立性不构成重大不利影响。

六、核查意见

（一）核查过程

保荐人及发行人律师履行了以下核查程序：

1、查阅发行人自有房产的不动产权证书、抵押合同、借款合同、不动产登记部门的查询证明，查阅租赁房屋的租赁合同及租赁备案文件，确认发行人自有不动产及租赁房屋的情况，现场查看部分租赁房屋；

2、计算发行人自有房屋、租赁房屋面积及其占比情况；

3、查阅发行人审计报告、财务报表，了解发行人的偿债能力；查阅发行人及其子公司企业信用报告，并通过网络平台查询公开信息，了解发行人资信状况；

4、了解租赁房屋用途、重要性、搬迁计划方案及费用预测；通过网络平台查询公开信息，了解租赁房产周边替代性房屋的数量、租赁价格等信息，与发行人现有租赁房屋的租赁价格进行比较；

5、查阅发行人关联方房屋租赁的合同及凭证；现场查看关联租赁房产及分割情况；通过网络平台查询公开信息并比较相关租赁价格以确认价格公允性；

6、取得发行人《临时建设工程规划许可证》，了解相关产权办理情况及后续搬迁计划，现场查看临时建筑用途；取得并查阅发行人实际控制人关于临时建筑的承诺；取得并查阅相关主管部门出具的合规证明。

（二）核查结论

经核查，保荐人及发行人律师认为：

1、发行人自有房产用于抵押的情况及相关的债权债务信息真实，无法清偿导致抵押权被实现的风险较小；

2、发行人《临时建设工程规划许可证》在有效期内，目前暂未办理产权证书，但不会对发行人正常的生产经营产生实质性影响；

3、租赁房产占发行人全部房产的比例较低，且均不直接独立产生营业收入，不构成发行人主要生产经营场所，租赁房产对发行人持续稳定经营不构成重大不利影响；

4、发行人对租赁的生产经营场所不存在较高要求，不具有较高依赖性，如需搬迁，能较容易地找到替代的房产，预计的搬迁周期较短、搬迁费用或损失金额较小，发行人已制定了合理的应对措施；

5、向关联方租赁房产的具体用途真实合理，对发行人的重要程度较低，不属于生产经营所必需的主要厂房，未投入发行人的原因真实合理，租赁费用公允，能够确保发行人长期使用，发行人已制定了合理的处置方案，对发行人资产完整和独立性不构成重大不利影响。

9.关于经营资质

招股说明书披露：

发行人及其子公司目前拥有《海关进出口货物收发货人备案回执》等资质。

请发行人说明：

（1）是否已取得从事生产经营活动所必需的全部行政许可、备案、注册或者认证等，取得过程是否合法合规，相关资质、认证、许可的有效期及是否覆盖报告期；

（2）已经取得的上述行政许可、备案、注册或者认证等，是否存在到期无法延续的风险，如是，是否会对发行人持续经营造成重大不利影响；

（3）报告期内发行人是否存在商业贿赂等违法违规行为，是否有股东、董事、高级管理人员、员工等因商业贿赂等违法违规行为受到处罚或被立案调查。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、是否已取得从事生产经营活动所必需的全部行政许可、备案、注册或者认证等，取得过程是否合法合规，相关资质、认证、许可的有效期及是否覆盖报告期

（一）发行人及其子公司的经营范围、主营业务

公司及其子公司的经营范围、主营业务情况如下：

主要生产经营地	公司名称	经营范围	主营业务
境内	普莱得	家用电器、园艺工具、电动工具、五金工具、模具、电子元器件、玩具（除危险品）、发光气球、微电机及其他电机的制造（除废塑料、危险品及有污染的工艺）、销售与研发；橡胶制品的销售与研发；道路货物运输；国家法律法规规定允许的、无需前置审批的货物与技术的进出口（凡涉及后置审批项目的，凭相关许可证经营，浙江省后置审批目录详见浙江省人民政府官网）（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）	主要从事电动工具产品的研发、设计、生产和销售
	斯巴达（深圳）	家用电器、园艺工具、电动工具、五金工具的销售；国内贸易；货物及技术进出口。	主要从事电动工具的销售，是发行人主营业务的一部分。
	纽迈特	一般项目：软件开发；信息技术咨询服务；工程和技术研究和试验发展；风动和电动工具销售；家用电器销售（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）。许可项目：货物进出口（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，具体经营项目以审批结果为准）。	主要从事电动工具的销售，是发行人主营业务的一部分。
	恒动物资	五金工具、电动工具、园林工具、家用电器、电子产品（除电子出版物和电子信息产品）、通用机械设备及配件、塑料原料、金属材料（除贵金属等国家限制或禁止的项目）、包装材料及制品、模具的销售；货物或技术进出口（国家禁止或涉及前置审批的货物和技术进出口除外）。（凡涉及后置审批项目的，凭相关许可证经营，浙江省后置审批目录详见浙江省人民政府官网）（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）	主要从事电动工具原材料的采购。
	普诚科技	一般项目：软件开发；电机及其控制系统研发；工程和技术研究和试验发展；信息技术咨询服务；模具制造；模具销售；电子元器件与机电组件设备制造；风动和电动工具销售；家用电器制造；家用电器销售（除依法须经批准的项目外，	截至报告期末，尚未实际开展经营。

		凭营业执照依法自主开展经营活动）。	
	斯巴达（浙江）	一般项目：风动和电动工具销售；五金产品批发；家用电器销售（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）。许可项目：货物进出口（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，具体经营项目以审批结果为准）。	主要从事电动工具的销售，是发行人主营业务的一部分。
	德致工具	一般项目：风动和电动工具销售；家用电器销售(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)。	截至报告期末，尚未实际开展经营。
	荣云工具	一般项目：风动和电动工具销售；家用电器销售(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)。	截至报告期末，尚未实际开展经营。
	恒兆工具	一般项目：风动和电动工具销售；家用电器销售(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)。	截至报告期末，尚未实际开展经营。
	拓高工具	一般项目：风动和电动工具销售；家用电器销售(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)。	截至报告期末，尚未实际开展经营。
	诚启盛工具	一般项目：风动和电动工具销售；家用电器销售；五金产品批发(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)。	截至报告期末，尚未实际开展经营。
境外	珍珠实业（香港）	经营电动工具产品贸易。	经营电动工具产品贸易。
	普莱得（泰国）	（1）科技产品、家用电器、园林工具、五金工具、注塑、吹塑制品及各类模具的制造、经销、研发，以及进出口；（2）电动工具的制造、经销、进出口，小型电机及各类电机制造；（3）电动热风机、电动喷漆机制造和经销。	主要从事电动工具的生产和销售，是发行人主营业务的一部分。
	PHALANX（新加坡）	电动工具等产品贸易。	截至报告期末，尚未实际开展经营。
	PHALANX（美国）	电动工具等产品贸易。	截至报告期末，尚未实际开展经营。

（二）发行人生产经营所必需的经营资质取得情况

1、公司及其境内子公司生产经营所必需的经营资质取得情况

公司主要从事电动工具产品的研发、设计、生产和销售。国内现行有效的相关法律、法规、规章及规范性文件对公司主营业务所处行业并无针对性的准入要求，公司亦不涉及重污染、危险化学品等需要特殊监管的情形；公司所生产产品均不属于《国务院关于调整工业产品生产许可证管理目录和试行简化审批程序的决定》（国发[2017]34 号）中发布的《调整后继续实施工业产品生产许可证管理的产品目录（共计 38 类）》，无须取得相关生产许可证书。

因此，公司生产经营活动所必需的资质或认证包括对其部分产品的强制性认证及其出口业务涉及的相关资质，具体情况如下：

（1）发行人产品适用强制性产品认证管理情况

根据《强制性产品认证管理规定》（国家质量监督检验检疫总局第 117 号令）规定，“国家规定的相关产品必须经过认证，并标注认证标志后，方可出厂、销售、进口或者在其他经营活动中使用。”

根据《关于发布强制性产品认证目录描述与界定表的公告》（国家认证认可监督管理委员会 2014 年第 45 号）及其所附的《强制性产品认证目录描述与界定表》，电动工具类目下有 16 种产品、家用和类似用途设备类目下有 18 种产品需要办理强制性认证。公司所生产的冲钻、轻锤、电动喷枪、吸尘器属于强制性产品认证管理范围。

根据《关于改革调整强制性产品认证目录及实施方式的公告》（国家认证认可监督管理委员会 2018 年第 11 号），“不易燃液体电喷枪”属于“不再实施强制性产品认证管理的产品清单”，公司所生产的冲钻、轻锤、吸尘器仍属于强制性产品认证管理范围。

根据《关于调整完善强制性产品认证目录和实施要求的公告》（市场监管总局 2019 年第 44 号），公司所生产的冲钻、轻锤强制性产品认证由原来的第三方认证方式改为自我声明评价方式。根据该公告的规定，2020 年 10 月 31 日前，仍持有强制性产品认证证书的企业应按自我声明评价方式实施要求完成转换，并及时办理相应强制性产品认证证书注销手续。

根据《关于优化强制性产品认证目录的公告》（国家市场监督管理总局 2020 年第 18 号）规定，优化后的强制性产品认证目录共 17 大类 103 种产品。其中，公司所生产的冲钻、轻锤属于电动工具类目下需要经过自我声明程序 A（自选实验室型式试验+自我声明）后方可在境内销售。另外，公司的吸尘器属于“由可拆卸电源装置供电且销售时不带有可拆卸电源装置的器具”，不再属于家用和类似用途设备类目下需要进行强制性产品认证的真空吸尘器。

同时，根据国家认证认可监督管理委员会强制性产品认证专栏相关问题解答（1）的规定，对于根据外贸合同的约定而特殊加工专供出口的产品，可以不申请强制性认证。

上述强制性认证相关法律法规的主要内容及对公司产品的影响情况梳理如下：

序号	政策名称	发布时间	对公司产品的影响
1	《强制性产品认证管理规定》	2009 年 7 月 3 日	规定符合国家规定的产品必须经过强制性认证并标注认证标志后方可对外销售
2	《关于发布强制性产品认证目录描述与界定表的公告》	2014 年 12 月 24 日	冲钻、轻锤、电动喷枪、吸尘器需进行强制性认证
3	《关于改革调整强制性产品认证目录及实施方式的公告》	2018 年 6 月 15 日	冲钻、轻锤、吸尘器需进行强制性认证，电动喷枪不再需要进行强制性认证
4	《关于调整完善强制性产品认证目录和实施要求的公告》	2019 年 10 月 16 日	冲钻、轻锤改为自我声明方式，吸尘器仍需进行强制性认证
5	《关于优化强制性产品认证目录的公告》	2020 年 4 月 21 日	冲钻、轻锤需实施自我声明程序 A，吸尘器不再需要进行强制性认证
6	国家认证认可监督管理委员会强制性产品认证专栏相关问题解答（1）	-	根据外贸合同约定而专供出口的冲钻、轻锤、吸尘器可以不申请强制性认证

根据上述法规，报告期内公司所产的冲钻、轻锤、吸尘器均为根据外贸合同的约定而专供出口的产品，根据规定可以不申请强制性认证。同时，自报告期期初至《关于改革调整强制性产品认证目录及实施方式的公告》（国家认证认可监督管理委员会 2018 年第 11 号）发布日，公司已按照相关规定取得电动喷枪的强制性产品认证证书，目前电动喷枪已不属于需要实施强制性认证管理的产品。

报告期内，公司依据强制性认证相关规定所取得的证书情况如下：

持证主体	资质名称	证书编号	产品名称	发证时间	有效期至
普莱得	《强制性认证证书》	2016010507902472	电动喷枪	2016 年 9 月 13 日	2021 年 9 月 13 日
普莱得	《强制性认证证书》	2017010507968553	电动喷枪	2017 年 5 月 23 日	2022 年 5 月 23 日

综上，报告期内，公司已按照相关法律法规的要求对属于强制性产品认证范围的产品取得了生产经营活动所必需的强制性认证证书，目前，公司产品均无须取得强制性认证证书或实施自我声明程序。

（2）发行人出口业务相关资质的取得情况

公司产品出口需要的审批备案主要包括《海关进出口货物收发货人备案》、《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》、《对外贸易经营者备案登记表》等。截至本问询回复出具日，公司及其境内子公司就其出口业务所取得的资质情况具体如下：

持证主体	资质名称	证书编号	最早备案日期	有效期	发证单位/登记机关
普莱得	《海关进出口货物收发货人备案回执》	海关注册编码3307961337/检验检疫备案号3302601061	2006年4月28日	长期	金华海关
	《对外贸易经营者备案登记表》	04403686	2006年4月25日	无期限	浙江金华对外贸易经营者备案登记机关
恒动物资	《海关进出口货物收发货人备案回执》	海关注册编码33079609T5/检验检疫备案号3352400135	2019年9月20日	长期	金华海关
	《对外贸易经营者备案登记表》	03387687	2019年7月17日	无期限	浙江金华对外贸易经营者备案登记机关
斯巴达（深圳）	《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4403161SFN	2018年10月11日	长期	深圳海关
	《对外贸易经营者备案登记表》	03680388	2018年9月26日	无期限	深圳龙华对外贸易经营者备案登记机关
斯巴达（浙江）	《海关进出口货物收发货人备案回执》	海关注册编码3307960BXZ/检验检疫备案号3352101001	2021年8月24日	长期	金华海关
	《对外贸易经营者备案登记表》	04403993	2021年5月18日	无期限	浙江金华对外贸易经营者备案登记机关

公司及其境内子公司的出口销售业务已根据《中华人民共和国对外贸易法》、《中华人民共和国海关报关单位注册登记管理规定》等相关法律、法规、规章、规范性文件的规定，取得了海关进出口货物收发货人备案、对外贸易经

营者备案等行政许可、备案、注册，公司及其境内子公司具备在我国开展出口销售业务所需资质。

2、境外子公司生产经营所必需的经营资质情况

根据公司的说明、境外律师出具的法律意见书，普莱得（泰国）已获得经营主营业务所需的许可证、执照和证书，具体情况如下：

序号	资质名称	证书编号	发证日期	有效期	授权部门
1	工业园区使用和经营许可证（IEAT01/02）	No.2-25-1-101-12886-2562	2019 年 8 月 8 日	2023 年 12 月 31 日	泰国工业地产管理局（IEAT）
		No.2-25-1-102-00160-2563	2020 年 2 月 11 日	2023 年 12 月 31 日	
2	工业区工业经营通知书（IEAT 03/2）	No.SorNor.AorTor.（RorYor.）006/2563	2020 年 2 月 25 日	-	泰国工业地产管理局（IEAT）
3	《经营有害健康业务许可证》	AorPor.2 NO.06-20-2565	2022 年 3 月 16 日	2023 年 3 月 14 日	泰中罗勇工业园管理机构
4	《工业废弃物管理及处置许可证》	SorGor.2 No.Aor Gor 6501-4231	2022 年 4 月 5 日	2023 年 4 月 4 日	泰国工业部

注 1：根据公司地址的变更，IEAT01/2 许可证由 No.2251101128862562 变更为 No.2251102001602563；

（三）相关资质取得过程的合法合规情况

公司及其子公司在取得上述资质的过程中均根据当地的相关法律、法规、规章、规范性文件的规定经历了申请、受理、审核、核发等程序并提交了相关材料，取得过程合法合规。

（四）相关资质覆盖报告期的情况

公司及其境内子公司已分别取得了强制性认证证书、《海关进出口货物收发货人备案回执》、《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》、《对外贸易经营者备案登记表》等生产经营所必需的资质，普莱得（泰国）已分别取得《工业园区使用和经营许可证（IEAT01/02）》、《工业区工业经营通知书（IEAT 03/2）》、《经营有害健康业务许可证》、《工业废弃物管理及处置许可证》等境外生产经营所必需的资质，前述证书的有效期均覆盖公司及其子公司报告期内开展相关生产经营的活动期间。

根据金华市金东区市场监督管理局出具的《证明》，公司及其子公司恒动物资、纽迈特、斯巴达（浙江）、普诚科技、荣云工具、德致工具、恒兆工具、诚启盛工具、拓高工具无违反市场监督管理法律法规记录。根据杭州市市场监督管理局出具的《企业无违法违规证明》，杭州分公司无因违法违规被杭州市各级市场监管部门行政处罚的记录。根据深圳市市场监督管理局出具的《违法违规记录证明》，斯巴达（深圳）报告期内没有违反市场（包括工商、质量监督、知识产权、食品药品、医疗器械、化妆品和价格检查等）监督管理有关法律法规的记录。

根据金华海关出具的证明，公司及子公司恒动物资报告期内在海关未有过因违反相关法律、法规而受到海关处罚的情事。根据福中海关出具的《福中海关关于反馈深圳市品道餐饮管理有限公司等 16 家企业违法违规情况的函》、《福中海关关于深圳市酷开网络科技股份有限公司等 81 家企业违法违规情况的函》及《福中海关关于反馈深圳市华鹏飞供应链管理有限公司等 112 家企业违法违规情况的函》，报告期内斯巴达（深圳）无违法违规情况。

根据泰国大拓律师事务所出具的《法律意见书》，根据其在相关司法管辖区法院的独立调查，不存在针对普莱得（泰国）及其董事的诉讼请求或任何行政处罚。

综上所述，公司已取得从事生产经营活动所必需的全部行政许可、备案、注册或者认证等，取得过程合法合规，且有效期覆盖报告期或公司及其子公司开展相关生产经营活动期间。

二、已经取得的上述行政许可、备案、注册或者认证等，是否存在到期无法延续的风险，如是，是否会对发行人持续经营造成重大不利影响

（一）公司及其境内子公司的经营资质

1、公司的强制性产品认证自我声明

根据相关法律、法规、规章、规范性文件的规定，目前公司现有产品中仅冲钻、轻锤属于强制性产品认证目录下需要进行自我声明程序的产品，但由于前述相关产品均根据外贸合同的约定而专供出口，根据规定可以不申请强制性产品认证，故不存在到期无法延续的风险。

2、公司的出口业务相关资质

根据相关法律、法规、规章、规范性文件的规定，公司及其子公司持有的海关进出口货物收发货人备案回执、对外贸易经营者备案、海关报关单位注册登记证等与出口业务相关的资质证书不存在有效期限制或有效期为长期。

根据《中华人民共和国对外贸易法》《对外贸易经营者备案登记办法》的规定，从事货物进出口的对外贸易经营者适用备案管理，办理备案登记除需提交已填写的登记表、营业执照复印件、组织机构代码证书复印件等，无特别的备案条件，故保持备案登记不存在障碍。另外，根据《中华人民共和国海关法》《海关报关单位注册登记管理规定》，除海关另有规定外，进出口货物收发货人《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》长期有效，故不涉及续期障碍。

（二）境外子公司的经营资质

根据境外律师出具的法律意见书，普莱得（泰国）已申请并获得其当前合法经营的必要资格，且相应证书的有效期覆盖报告期内开展相关生产经营的活动期间，普莱得（泰国）应在证书到期日前提交延续申请，并在其经营活动发生任何变化或增加时按照相关政府法律法规和条款条件开展业务。因此，普莱得（泰国）目前已取得的前述经营资质不存在到期无法延续的风险，不会对其持续经营造成重大不利影响。

综上所述，公司已经取得的上述行政许可、备案、注册或者认证等不存在到期无法延续的重大风险。

三、报告期内发行人是否存在商业贿赂等违法违规行为，是否有股东、董事、高级管理人员、员工等因商业贿赂等违法违规行为受到处罚或被立案调查

发行人已建立完善的《反腐败反贿赂控制程序》《出差报销管理制度》《产品成本控制流程》等反商业贿赂相关内部控制制度，严令禁止员工在市场开拓、客户维护、物料采购及公务交往活动中实施商业贿赂行为。与此同时，发行人与合格供应商签署的《供应商廉洁自律协议书》中明确约定供应商在合作期间应当廉洁自律的事项，以更好地维护双方合同关系、规范采购行为和合同的履行，保证双方在合作过程中做到诚信、廉洁。

发行人主要客户为国内外知名电动工具品牌商及零售商，具有较强的风险管理能力与严格的内部控制制度，如 Makita（牧田）、Harbor Freight Tools（HFT）、皇冠投资集团有限公司、傲基科技股份有限公司等，发行人在与该等客户合作过程中已按照客户的要求签署了相应的廉洁承诺协议或相关条款，明确严禁在合作过程中可能发生的商业贿赂行为，保证商业合作关系的健康有序发展。发行人未以私下利益交换的方式与客户进行交易，不存在通过任何方式向客户补偿利益从而要求调整发行人向客户提供的产品价格的情形，客户与发行人间不存在特殊利益安排。

报告期内，发行人销售费用分别为 1,890.96 万元、1,431.39 万元、3,094.22 万元，占当期营业收入的比例分别为 6.41%、3.65%、4.60%；发行人的销售费用主要为平台服务费用、运输费、职工薪酬、业务招待费、保险费、业务宣传费、差旅费等正常业务开展支出，不存在大额的异常支出。

综上所述，结合查询发行人各级境内子公司所在地相关政府主管部门出具的合规证明及境外律师出具的法律意见书，并经查询公开信息，报告期内发行人不存在商业贿赂等违法违规行为，发行人股东、董事、高级管理人员、其他主要员工等不存在因与发行人相关的商业贿赂等违法违规行为受到处罚或被立案调查的情形。

其他主要员工的核查范围：报告期内发行人销售部门、采购部门及财务部门的所有员工，未核查生产、研发等其他部门员工的原因及合理性：该部分员工从事生产流水线作业、技术研发、后勤保障等岗位，与发行人的客户、供应商之间不发生直接的商业往来，不存在发生商业贿赂等违法违规行为的商业基础，因此，核查范围不包括前述部门具有合理性。

四、核查意见

（一）核查过程

保荐人及发行人律师履行了以下核查程序：

1、取得发行人说明文件、营业执照，通过网络平台查询发行人营业范围等公开信息，了解发行人现有的产品系列；

2、查阅《强制性产品认证管理规定》、《关于发布强制性产品认证目录描述与界定表的公告》、《关于改革调整强制性产品认证目录及实施方式的公告》、《关于调整完善强制性产品认证目录和实施要求的公告》、《关于优化强制性产品认证目录的公告》及《强制性产品认证目录描述与界定表》等法规文件，确认发行人及其子公司所生产的电动工具产品是否属于需要实行强制性认证的产品类型及相应的认证方式；

3、查阅发行人及其子公司主管工商部门出具的证明文件，并查询发行人及其子公司所在地相关主管部门网站等公开披露信息，确认报告期内发行人及其子公司无违反工商行政管理法律法规而受到行政处罚的记录；

4、查阅发行人及其子公司现持有的相关资质和许可证书，与《中华人民共和国对外贸易法》、《中华人民共和国海关报关单位注册登记管理规定》、《对外贸易经营者备案登记办法》、《海关报关单位注册登记管理规定》等相关规定进行对照，确认发行人已取得开展出口销售业务所需资质，取得过程合法合规；

5、查阅发行人及其子公司主管海关部门出具的证明文件，并查询发行人及其子公司所在地相关主管部门网站等公开披露信息，确认报告期内发行人及其子公司不存在因违反相关法律、法规而受到海关处罚的情形；

6、查阅境外律师出具的法律意见书及境外子公司相关业务资质文件；

7、通过网络平台查询发行人公开信息，确认报告期内发行人不存在商业贿赂等违法违规行为；查阅发行人自然人股东、董事、监事、高级管理人员的调查表、个人信用报告及有无违法犯罪记录证明，并通过网络平台查询相关自然人公开信息，确认发行人股东、董事、高级管理人员、其他主要员工等不存在因与发行人相关的商业贿赂等违法违规行为受到处罚或被立案调查的情形；

8、取得并查阅发行人《反腐败反贿赂控制程序》《出差报销管理制度》《产品成本控制流程》等内部控制制度，取得并查阅发行人主要销售合同、采购合同及与上下游合作商签订的廉洁协议。

（二）核查结论

经核查，保荐人及发行人律师认为：

1、发行人已取得从事生产经营活动所必需的全部行政许可、备案、注册或者认证等，取得过程合法合规，相关资质、认证、许可的有效期覆盖报告期或开展相关生产经营活动的期间；

2、发行人已经取得的行政许可、备案、注册或者认证等不存在到期无法延续的风险，不会对发行人持续经营造成重大不利影响；

3、报告期内发行人不存在商业贿赂等违法违规行为，股东、董事、高级管理人员、其他主要员工等不存在因与发行人相关的商业贿赂等违法违规行为受到处罚或被立案调查的情形。

10.关于关联方和关联交易

招股说明书披露：

（1）报告期内，公司向关联方斯贝斯进出口采购橄榄油用于员工福利等，采购金额分别为 90.55 万元、38.59 万元、19.80 万元和 5.20 万元；报告期内，关联方 BATAVIA B.V.为公司提供产品外观设计和测试服务，金额分别为 0.00 万元、27.82 万元、10.74 万元和 1.54 万元；

（2）报告期内，公司向关联方 BATAVIA B.V.销售热风枪、电动钉枪等产品，销售金额分别为 130.33 万元、230.72 万元；

（3）2020 年，公司向关联方百隆塑料采购中空成型机 1 台，金额 9.56 万元；

（4）2017 年至 2018 年，公司作为担保方，向百隆塑料 600 万元的债务进行担保。

请发行人说明：

（1）报告期内关联销售和关联采购的必要性、商业合理性、定价依据以及公允性；

（2）关联方资产转让的原因、商业合理性、定价依据以及公允性；

（3）发行人对百隆塑料 600 万元的债务进行担保的原因、商业合理性，是否存在纠纷及潜在纠纷；

（4）持有发行人 5%以上股份的股东、实际控制人控制的其他企业诚昊电器科隆塑胶，发行人实际控制人杨伟明控制或施加重大影响的其他企业金华斯贝斯进出口有限公司、金华市盛康轴承有限公司、普得莱（浙江）商业管理有限公司与发行人之间是否存在同业竞争及其依据；

（5）控股股东、实际控制人杨伟明曾持股 25.00%，控股股东、实际控制人韩挺之父韩长洪曾持股 25.00%的江苏安牧轴承有限公司目前的股权结构及实际控制人，杨伟明、韩长洪对外转出股权的价格及其定价公允性，受让方的基本情况；

（6）发行人是否严格按照《公司法》《企业会计准则》及中国证监会及本所的有关规定披露关联方和关联交易，是否存在关联交易非关联化的情形。

请保荐人、发行人律师、申报会计师根据《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》“问题 16、关联交易”的相关规定发表明确意见。

【回复】

一、报告期内关联销售和关联采购的必要性、商业合理性、定价依据以及公允性

（一）关联采购的必要性、商业合理性、定价依据及公允性

报告期内，公司关联采购金额及占营业成本的比例情况如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例
斯贝斯进出口	采购商品	28.17	0.06%	19.80	0.08%	38.59	0.20%
BATAVIA B.V.	设计测试费	1.54	0.00%	10.74	0.04%	27.82	0.14%

1、向斯贝斯进出口进行关联采购的情况

报告期内，公司向关联方斯贝斯进出口采购橄榄油用于员工节日福利等，采购金额分别为 38.59 万元、19.80 万元和 28.17 万元。

斯贝斯进出口主营批发兼零售预包装食品兼散装食品，该公司能够批量进口到品质较高且符合员工节日福利需求的橄榄油产品。公司向斯贝斯进出口采购橄榄油主要用于员工节日福利，在中秋、元旦、春节等法定节假日及公司年

会时进行发放；与此同时，由于斯贝斯进出口所进口的橄榄油品质较好，公司亦使用其作为餐厅烹饪用油，因此上述关联采购具有商业合理性。

报告期内，公司采购斯贝斯进出口的橄榄油产品的金额逐年下降，采购单价分别为 34.14 元/瓶、30.00 元/瓶和 28.33 元/瓶，上述采购单价与淘宝等电商网站上类似规格的进口橄榄油产品的价格差异不大，公司采购橄榄油产品按市场价格进行定价，该关联交易价格公允。

2、向 BATAVIA B.V.进行关联采购的情况

报告期内，公司向 BATAVIA B.V.采购设计测试费，上述设计主要应用于喷枪喷嘴和流道的外形设计，以实现更佳的喷枪雾化效果，关联采购金额分别为 27.82 万元、10.74 万元和 1.54 万元，金额较小。

公司基于自身海外发展战略，需要逐步开发适应欧洲市场需求的相关电动工具，从而符合欧洲市场对于不同外形和功能产品的需求。BATAVIA B.V. 在 2008 年 12 月 29 日成立于荷兰，团队主要成员在欧洲经营多年，在电动工具零售商方面具有一定的渠道资源，其设计和品牌也在欧洲地区具有一定知名度，因此公司向其采购设计服务具有商业合理性。

报告期内，公司与 BATAVIA B.V.发生的设计费金额较小，采购的设计服务基于市场价格定价，交易价格公允。

（二）关联销售的必要性、商业合理性、定价依据及公允性

报告期内，公司关联销售金额及占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2021 年度		2020 年度	
		金额	比例	金额	比例
BATAVIA B.V.	销售商品	1,029.91	1.53%	130.33	0.33%

2020 年和 2021 年，公司向关联方 BATAVIA B.V.销售热风枪、电动钉枪等产品，销售金额分别为 130.33 万元和 1,029.91 万元。

BATAVIA B.V. 在 2008 年 12 月 29 日成立于荷兰，团队主要成员在欧洲经营多年，在电动工具零售商方面具有一定的渠道资源，其设计和品牌也在欧洲地区具有一定知名度，其需要采购各类电动工具产品进行销售。普莱得主营各

类电动工具的生产、研发与销售，基于自身海外发展战略，向 BATAVIA B.V.销售产品可借助其渠道、设计和品牌优势开发欧洲市场，因此该等关联交易为基于双方业务开展需要正常进行的，具有必要性和商业合理性。

普莱得向 BATAVIA B.V.销售的主要系热风枪和喷枪等产品，此处选取普莱得向其他客户销售的相近型号的产品进行比价，具体情况如下：

单位：美元/台

序号	客户名称	产品型号	2021 年	2020 年
1	BATAVIA B.V.	PLD2383 和 PLD2384 热风枪	14.04	12.03
	其他客户	PLD2370 等热风枪	11.76	11.35
2	BATAVIA B.V.	PLD2452 热风枪	11.54	-
	其他客户	PLD24 系列热风枪	8.98	-
3	BATAVIA B.V.	SG0066 电动喷枪	16.00	-
	其他客户	SG006 系列喷枪	15.95	-

公司向 BATAVIA B.V.销售的热风枪产品与相近型号的产品价格存在一定差异，主要系公司向 BATAVIA B.V.销售的产品系基于 BATAVIA B.V.要求而设计的多功能热风枪、喷枪，可实现多种功能的切换，而相近型号的产品多为单一功能热风枪、喷枪，因此销售价格存在差异具有合理性。

公司向 BATAVIA B.V.等客户销售产品的价格均基于市场价格定价，与向其他客户销售的单价差异具备合理性，关联销售价格公允。

二、关联方资产转让的原因、商业合理性、定价依据以及公允性

2020 年，发行人向关联方百隆塑料采购中空成型机 1 台，合计金额 9.56 万元。该中空成型机系百隆塑料于 2017 年 2 月购入设备，主要用于吹塑成型。百隆塑料因吹塑产品生产需求下降，该设备已闲置并计划处置，而发行人因业务发展，产能扩大需要新增设备用于产品配件的吹塑成型。因此，该交易具有商业合理性。

该设备原值为 14.19 万元，折旧年限为 10 年，至 2020 年下半年转让该设备时，账面净值 9.56 万元。转让价格考虑设备的可使用年限和新旧程度，根据设备账面净值确定为 9.56 万元，价格具有公允性。该关联交易金额较小，对发行人经营成果及主营业务无重大影响。

三、发行人对百隆塑料 600 万元的债务进行担保的原因、商业合理性，是否存在纠纷及潜在纠纷

2017 年 12 月，公司与交通银行金华分行签订保证合同，为百隆塑料在 2017 年 12 月 11 日至 2018 年 12 月 11 日之间签订的全部借款合同提供最高保证担保，担保金额 600 万元。百隆塑料被担保的主债务已于 2018 年履行完毕，上述担保情况不存在纠纷或潜在纠纷。

发行人向百隆塑料提供担保，系因对方临时资金紧张，向银行提出借款需求，银行要求第三方提供担保。发行人结合相关借款风险、利率情况等进行判断后，予以提供借款担保，具有商业合理性。

股份公司成立后，公司建立健全了《对外担保管理制度》等一系列内部控制制度未再发生对外担保的情形。

四、持有发行人 5%以上股份的股东、实际控制人控制的其他企业诚昊电器科隆塑胶，发行人实际控制人杨伟明控制或施加重大影响的其他企业金华斯贝斯进出口有限公司、金华市盛康轴承有限公司、普得莱（浙江）商业管理有限公司与发行人之间是否存在同业竞争及其依据

诚昊电器、科隆塑胶自 2017 年将资产并入发行人之后，除持有发行人股权外，未开展实际经营。金华斯贝斯进出口有限公司主要经营橄榄油等食品批发和销售；金华市盛康轴承有限公司主要经营轴承贸易业务；普得莱（浙江）商业管理有限公司主要经营商务办公场地租赁。上述企业经营范围和主营业务与发行人具有明显不同，与发行人之间不存在同业竞争的情形。上述企业经营范围、主营业务情况具体如下：

序号	企业名称	经营范围	主营业务
1	诚昊电器	家用电器的制造（除危险品及有污染的工艺）、销售；国家法律法规允许的，无需前置审批的货物与技术进出口。（凡涉及后置审批项目的，凭相关许可证经营，浙江省后置审批目录详见浙江省人民政府官网）（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）	未开展实际经营
2	科隆塑胶	塑胶制品的生产（除危险化学品及有污染的工艺）、销售。（凡涉及后置审批项目的，凭相关许可证经营，浙江省后置审批目录详见浙江省人民政府官网。）（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）	未开展实际经营

3	金华斯贝斯进出口有限公司	国家法律法规允许的，无需前置审批的货物与技术进出口，批发兼零售：预包装食品兼散装食品。	橄榄油等食品批发和散装销售
4	金华市盛康轴承有限公司	轴承、机电设备、钢材批发；道路货物运输（凭有效许可证件经营）。（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）	轴承贸易
5	普得莱（浙江）商业管理有限公司	一般项目：品牌管理；项目策划与公关服务；社会经济咨询服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；工程管理服务；财务咨询；企业管理；组织文化艺术交流活动；市场营销策划；网络技术服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；计算机系统服务；软件开发；信息技术咨询服务；电子产品销售；计算机软硬件及辅助设备零售；物业管理；非居住房地产租赁（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）。许可项目：第二类增值电信业务；餐饮服务；食品经营（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，具体经营项目以审批结果为准）。	商务办公场地租赁

综上，发行人与诚昊电器、科隆塑胶、金华斯贝斯进出口有限公司、金华市盛康轴承有限公司、普得莱（浙江）商业管理有限公司之间均不存在实际从事相同、相似业务的情况，不存在同业竞争的情形。

五、控股股东、实际控制人杨伟明曾持股 25.00%，控股股东、实际控制人韩挺之父韩长洪曾持股 25.00%的江苏安牧轴承有限公司目前的股权结构及实际控制人，杨伟明、韩长洪对外转出股权的价格及其定价公允性，受让方的基本情况

江苏安牧轴承有限公司主要经营轴承类产品的生产和销售。因产品研发和市场开发投入不足，且前期固定资产投入较大，经营业绩一直未能达到预期。2020 年 11 月，经各方协商一致，杨伟明和韩长洪分别将持有的 25%股份转让给江苏安牧轴承有限公司老股东宝碟轴承集团有限公司。

（一）江苏安牧轴承有限公司的目前股权结构及实际控制人

截止本回复出具日，江苏安牧轴承有限公司的目前股权结构情况如下：

序号	股东姓名	认缴出资额（万元）	股权比例（%）
1	宝碟轴承集团有限公司	800	80
2	王金锋	100	10
3	胡瑞富	100	10
合计		**1,000**	**100**

江苏安牧轴承有限公司由宝碟轴承集团有限公司和胡瑞富合计持股 90%，经访谈确认宝碟轴承集团有限公司和江苏安牧轴承有限公司的实际控制人为胡瑞富。

（二）杨伟明、韩长洪对外转出股权的价格及其定价公允性，受让方的基本情况

1、杨伟明、韩长洪对外转出股权的价格及其定价公允性

2020 年 11 月，杨伟明、韩长洪按照原出资额以 1 元/注册资本价格向老股东宝碟轴承集团有限公司转让了股权。截止到 2020 年 10 月末，江苏安牧轴承有限公司每股净资产为 0.78 元。本次转让价格略高于每股净资产，主要系一方面江苏安牧轴承有限公司虽然一直处于亏损状态，但经营多年积累了一些专利资产、技术和管理团队、客户资源等；另一方面对于宝碟轴承集团有限公司来说，取得控股权后能够整合双方的资源，实现协同效应。

综上，经各方协商一致，杨伟明、韩长洪以原出资额转出股权，价格具有公允性。

2、受让方的基本情况

公司名称	宝碟轴承集团有限公司	**成立时间**	2006年10月16日
注册资本	1,158万美元	**实收资本**	1,158万美元
法定代表人	胡瑞富		
注册地	宁波杭州湾新区滨海三路398号		
股东构成	**股东名称**	**持股比例（%）**	
	喜亚有限公司	100.00	
经营范围	精密轴承制造、加工，道路货运经营。		

六、发行人是否严格按照《公司法》《企业会计准则》及中国证监会及本所的有关规定披露关联方和关联交易，是否存在关联交易非关联化的情形

发行人已严格按照《公司法》《企业会计准则》及中国证监会、深圳证券交易所的有关规定披露了关联方和关联交易，不存在关联交易非关联化的情形。

七、核查意见

（一）核查过程

保荐人、发行人律师及申报会计师履行了以下核查程序：

1、查阅发行人控股股东、董事、监事、高级管理人员银行流水及其填写的《关联方关系调查表》；

2、通过国家企业信用信息公示系统等查询相关关联方的工商信息，查阅相关关联方工商档案、财务报表；

3、登陆国家企业信用信息公示系统、执行信息公开网等网站核查相关关联企业的合法合规情况及纠纷情况；

4、查阅发行人银行流水及客户、供应商明细表；

5、查阅发行人客户、供应商的工商资料，走访主要供应商和主要客户，取得其无关联方关系声明，核查发行人与主要供应商和主要客户是否存在关联关系；

6、访谈发行人相关人员及有交易的关联方，查阅关联交易合同，了解关联交易的背景、定价原则、交易价格的合理性；

7、将关联交易价格与第三方客户、供应商的销售、采购单价进行对比，确认交易定价公允性；

8、取得杨伟明、韩长洪转让江苏安牧轴承有限公司的股权协议及江苏安牧轴承有限公司的工商资料，并对其控股股东、实际控制人进行了访谈确认；

（二）核查结论

经核查，保荐人、发行人律师及申报会计师认为：

1、报告期内关联销售和关联采购具有必要性、商业合理性、定价依据合理且具有公允性；

2、报告期内，关联方资产转让具有商业合理性、定价依据合理且具有公允性；

3、发行人对百隆塑料 600 万元的债务进行担保具有商业合理性，不存在纠纷及潜在纠纷；

4、持有发行人 5%以上股份的股东、实际控制人控制的其他企业诚昊电器、科隆塑胶，发行人实际控制人杨伟明控制或施加重大影响的其他企业金华斯贝斯进出口有限公司、金华市盛康轴承有限公司、普得莱（浙江）商业管理有限公司与发行人之间不存在同业竞争且依据合理充分；

5、杨伟明、韩长洪对外转出江苏安牧轴承有限公司股权的价格及其定价具有公允性；

6、发行人已严格按照《公司法》《企业会计准则》及中国证监会及交易所的有关规定披露关联方和关联交易，不存在关联交易非关联化的情形；

7、报告期内公司关联交易已履行关联交易决策程序，关联交易不影响发行人的独立性，不对发行人产生重大不利影响。

11.关于募投项目消化措施

招股说明书披露，发行人本次募集资金将投资于年产 800 万台 DC 锂电电动工具项目。

请发行人：

说明募投项目新增产能的消化措施，结合市场拓展方式、在手订单、潜在项目等，说明维护现有客户、开拓新客户的措施，发行人是否具备持续开发新产品或开拓新客户资源的能力，在客户稳定性和业务持续性方面是否存在重大风险，相关风险是否充分披露。

请保荐人发表明确意见。

【回复】

一、说明募投项目新增产能的消化措施，结合市场拓展方式、在手订单、潜在项目等，说明维护现有客户、开拓新客户的措施，发行人是否具备持续开发新产品或开拓新客户资源的能力，在客户稳定性和业务持续性方面是否存在重大风险，相关风险是否充分披露。

（一）说明募投项目新增产能的消化措施

随着全球电动工具行业的迅速发展，行业容量不断扩大。2021 年全球电动工具市场规模为 343 亿美元，预计未来仍将以 5.7%的年均复合增长率呈现稳定

增长态势，并在 2026 年达到 452 亿美元左右的市场规模。行业市场规模的稳定增长为发行人业务扩张提供了良好的发展空间，公司紧抓机遇，扩大电动工具产品的生产能力，提高产品市场占有率。发行人本次募集资金拟投资于年产 800 万台 DC 锂电电动工具项目，建设兼具交流类（AC）和锂电类（DC）生产能力的电动工具智能化工厂，为公司现有业务的延伸和扩展。

公司将通过以下措施保障新增产能顺利消化：

1、持续保持生产稳定性，满足市场和客户的需求增长

在生产方面，发行人采取“以销定产”的生产模式，生产的稳定性和订单交付的及时性是募集资金投资项目顺利实施的重要保障。公司持续进行工艺优化并严格进行质量管控，在大规模生产时仍能保持产品性能的一致性。同时，在产品升级更新的过程中，公司能够根据市场和客户的需求，通过技术和规模优势保持产能和供货稳定性。

2、高度重视自主研发与创新技术，保持产品和技术的先进性

在产品先进性方面，凭借十五余年的行业经验和技术积累，公司在产品性能上对标国际先进水平，通过持续加大关键技术攻克方面的投入，取得了多项成果，如闭环式恒温控制电路及记忆储存技术、内置红外测温技术等。公司产品具有工作效率高、噪音振动小、使用寿命长、便捷性强，以及符合人体工程学特点、质量可靠稳定、安全性好、创新性强等优势。

在技术先进性方面，公司通过持续生产技术创新投入，积极提升生产技术水平，以提高产品的合格率和生产效率。例如，公司通过投入大量成本，实现了无气喷枪泵体的自动装配。泵体组装自动线通过自动上料、红外线检测等技术，避免了漏装物料或物料没有按标准组装造成的缺陷，大幅提高了泵体组装的一次合格率和产品的一致性，减少了组装人工数量，从而降低了产品的生产成本、提升了产能。

3、完善营销网络深度和广度，提高客户资源的利用率

募投项目对应产品是交流类（AC）和锂电类（DC）电动工具系列的延伸和拓展，在客户资源上具有延续性。一方面，公司始终与现有客户保持良好的沟通，深度挖掘客户需求，拓展现有合作领域，充分利用客户资源，提高对现

有客户的资源转化；另一方面，公司将在做好现有客户关系维护工作的同时，积极获取客户新产品的技术要求、成本要求等信息，争取在参与新项目研发前期阶段掌握客户的诉求和痛点，保持研发工作的领先性和针对性，以适应客户个性化需求。

综上所述，结合发行人稳定的生产能力、先进的产品与技术、完善的营销网络分析，本次募投项目发行人新增产能能够得到有效消化。

（二）结合市场拓展方式、在手订单、潜在项目等，说明维护现有客户、开拓新客户的措施

1、发行人市场拓展方式、在手订单、潜在项目

（1）发行人市场拓展方式

发行人主要从事电动工具研发、设计、生产和销售，公司根据行业特点及客户资源等因素，结合国内外市场不同发展阶段及行业发展趋势，通过多年探索逐步形成了适应自身和行业发展的销售模式，实现了内外销均衡发展，ODM 业务稳步增长，OBM 业务大幅提升。公司主要通过行业展会、线上平台、广告宣传、业内推荐等形式接触并开拓新客户。

（2）发行人在手订单情况

截至 2021 年末，发行人主要产品在手订单量情况具体如下：

单位：万台、万元

产品类别	订单数量	订单金额
电热类	104.81	11,439.44
喷涂类	52.13	11,816.69
钉枪类	18.50	2,151.86
吹吸类	19.05	2,881.13
合计	**194.50**	**28,289.12**

基于产品品类拓展和产品升级，报告期内发行人在手订单量不断增长。报告期末，公司主要产品类别在手订单数量合计 194.50 万台，占募投项目 800 万台产能的比例为 24.31%，在手订单金额合计为 2.83 亿元，充足的在手订单为新增产能消化提供坚实的市场基础。同时，目前公司主要产品产能利用率接近

100%，公司生产能力处于饱和状态，产能利用率保持较高水平。未来，新产品、新功能的持续开发将进一步加大市场及客户对发行人产品的需求，募投项目建成后将较大幅度地提高产能，可以有效缓解发行人现有饱和生产的现状，提升公司的在手订单消化能力。

（3）发行人潜在项目情况

公司现有主要客户的未来订单是潜在项目的重要来源和业绩稳定性的良好保障。公司与主要客户签订框架性协议，根据客户的具体订单安排生产、销售，与国内外主要客户保持了长期、稳定的合作关系。鉴于公司与国内外主要客户的合同关系仍在有效期内、与客户之间未发生影响合作关系的不利因素，以及对客户需求的预测，国内外主要客户将延续与公司的合作关系，持续向公司下订单采购。报告期内，公司向 Stanley Black&Decker（史丹利•百得）、Makita（牧田）、BOSCH（博世）、Harbor Freight Tools（HFT）、汉斯安海等主要客户销售收入稳定增长，并将继续保持良好的合作关系。

2、维护现有客户、开拓新客户的措施

（1）公司维护现有客户的措施

对于现有客户，公司主要采取以下措施进行维护：

①不定期拜访客户，了解客户的需求并保持及时有效地沟通，高效地完成在手订单的交付；深入挖掘技术难点或痛点问题，根据客户需求升级或开发产品，增强客户粘性；

②定期进行客户满意度调查，跟踪产品的使用情况，做好反馈意见的收集和汇总，整理反馈给技术、生产部门，为产品开发和生产制造提供建议，并针对性地对服务改善、售后反馈等方面提出改进方案；

③坚持产品创新，推动生产线的自动化改造，进一步提高产品质量，降低产品成本，为客户提供具有高性价比的产品和服务。

（2）公司开拓新客户的措施

对于新客户，公司主要采取以下措施进行开拓：

①公司主要通过参加国内外的行业展会、查询海关数据、网络检索等方式了解潜在客户信息。经与客户的初步接洽后，发行人向其展示公司的产品、技术等相关实力，并结合客户需求开展试合作等；

②主动拜访意向客户，与其深入沟通产品配置、应用、维护等专业技术方案，全面了解和匹配客户关于产品的技术要求，并及时开发出满足客户需求的产品，提高新客户的开拓成功率；

③坚持自主创新，加大研发投入，一定程度上引领或创造客户需求。公司在行业内树立了良好的口碑和品牌知名度，通过存量客户推介，挖掘潜在客户资源。

（三）发行人是否具备持续开发新产品或开拓新客户资源的能力，在客户稳定性和业务持续性方面是否存在重大风险，相关风险是否充分披露。

1、公司具备持续开发新产品的能力

（1）完备的硬件设备为技术研发提供保障

公司自成立以来，重视产品的技术研发和投入，目前已拥有研发场地、检测场地、实验室等研发面积共计近两千平方米，且投资引进了 X 荧光光谱仪、电机特性系统、红外热像仪、电池测试系统、微电机检测仪、EMC 测试仪、高压测试仪、高低温湿热试验箱、示波器等国内外先进的专业科研、检测设备，在研发前期进行原始数据检测、确定技术指标，后期进行新产品验证，为公司研发能力的持续提升提供了良好的保障基础。

（2）丰富的技术成果与专业的研发团队构筑产品开发软实力

公司是国家高新技术企业，被工业和信息化部评定为专精特新“小巨人”企业，从事电动工具的技术研究和产业化应用已达十五余年。自设立以来，公司结合市场需求持续开展电动工具产品的自主研发以积累行业核心技术。截至 2022 年 3 月 30 日，公司已获得国内外专利 351 项，其中发明专利 21 项，实用新型专利 175 项，外观设计专利 155 项。公司成立技术中心专注于技术与研发工作，建立了一支结构布局合理、深谙客户需求，具有较好专业基础和丰富研发经验的研发团队，截至报告期末，公司技术与研发人员数量为 81 人，占公司员工总数的 10.67%。

（3）广泛的客户基础和合作研发助推产品品类拓展和产品升级

公司通过多年的业务和技术积累，与大量的优质客户建立了持续稳定的合作关系。公司先后与 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）、BOSCH（博世）、Makita（牧田）等建立了持续稳定的合作关系，随着公司热风枪、电动喷枪、电动钉枪等产品类型不断得到优质客户的认可及订单的持续增长，未来这些优质的客户将为募投项目的实施提供持续的市场支持。

公司在坚持自主研发创新的基础上，积极推动与国内高等院校及海外科研力量的有机结合，进行新型产品研发和重难点技术的攻克，进一步提升了公司研发的理论基础和技术水平。公司与西安交通大学、浙江师范大学、金华职业技术学院、金华市质量技术监督检测院等机构建立了密切合作，2020 年 6 月 30 日，公司与浙师大的乌克兰工程热物理专家 Khalatov Artem 教授成立了院士专家工作站，开展高性能电动钉枪系列产品、出风口温度均匀分布的热风枪系列产品等合作研发项目。

综上所述，公司在硬件设施、研发成果、技术团队和项目经验等方面具有明显的竞争优势，具备持续开发新产品的能力。

2、公司具备开拓新客户资源的能力

（1）销售团队和销售布局优势

公司销售团队负责市场的开发、运作和管理工作，主要通过参加展会、主动拜访等方式接触客户获取订单，并与生产、技术等部门联动，快速响应客户需求。凭借较强的研发实力、成熟的生产工艺、完善的服务体系，公司进入了欧洲、美洲、亚太等市场的近百个国家和地区，与两百余名客户建立了广泛、持续的合作关系。

（2）产品质量和技术认证优势

公司高度重视质量控制，建立了一套完整、高效的质量管理体系，在产品开发、供应商管理、原材料采购、自制零部件及成品生产检测、仓储和销售等各环节建立了完备的质量管理程序，配备了精密的质量检测设备，并且拥有一个经验丰富、高素质的质量管理团队，确保产品质量的稳定性和一致性。

公司产品目前已进入欧美等电动工具成熟市场，严格按照主要出口国家和地区的准入标准进行质量控制，主要产品已分别通过 GS 认证、欧洲的 CE/EMC 认证、美国的 UL/ETL 认证、澳大利亚 SAA 认证、韩国 KC 认证等国际认证标准。凭借严格的工艺技术标准和完善的质量控制体系，公司获得了众多国际知名电动工具品牌商及零售商的认可。

综上所述，公司具备持续开发新产品、持续开拓新客户资源的能力并与重点客户建立了稳定的合作关系，在客户稳定性和业务持续性方面不存在重大风险。

二、核查意见

（一）核查过程

针对上述事项，保荐人执行的主要核查程序如下：

1、查阅公司所在行业的相关行业研究报告，分析公司所处行业的市场状况；

2、查阅本次募投项目的可行性研究报告，了解募投项目的基本情况；

3、访谈公司高级管理人员，了解在生产、销售和服务体系建设方面采取的措施以及产能消化措施；了解公司现有客户维护及市场开拓的主要方式、新产品开发情况、新客户拓展情况、客户稳定性及可能存在的相关风险等；

4、获取公司与主要客户签署的相关合同，统计公司在手订单情况。

（二）核查结论

经核查，保荐人认为：

1、发行人募投项目产能能够得到有效消化；

2、发行人具备持续开发新产品和拓展新客户资源的能力，在客户稳定性和业务连续性方面不存在重大风险。

12.关于销售模式

申报材料显示：

（1）发行人业务模式分为 ODM 和 OBM 业务，其中 ODM 业务收入占比在 90%以上，两类业务在报告期均增长较快；

（2）OBM 业务主要通过亚马逊、天猫等线上平台销售。

请发行人：

（1）对于 OBM 电商渠道销售，披露与主要第三方平台合作销售的金额及占比情况，以及与各第三方平台的合作模式（入仓/自营、买断式/代销）的具体收入分布情况，并结合与相关电商的主要合同条款、退换货情况及物流、资金流流转过程等，进一步说明相关电商渠道收入确认的时点及依据，并说明相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；

（2）说明 OBM 模式下各个渠道方的合作模式及主要商业条款，如定价方式及同类产品价格、合作方式、买断约定、返利或折扣政策、退换货政策等及各渠道的主要差异，分析各类差异的商业合理性；

（3）说明报告期内发行人向主要线上电商平台支付的平台服务费或渠道费金额、费率、折扣或返利情况，并分析相关销售平台费用金额及占比与发行人销售规模是否匹配；

（4）针对线上 B2C 模式，说明线上 B2C 模式报告期涉及各平台的名称、收入金额、交易次数、平均单次交易金额、客户数量、人均消费金额等，分析其合理性，是否存在异常情形及原因；

（5）结合发行人业务开展情况、主要客户需求等因素，进一步分析说明发行人两类业务收入快速增长的原因；

（6）说明发行人 ODM 和 OBM 同类产品的相关定价、毛利率的差异情况，并分析差异的合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并详细说明针对不同渠道销售收入及客户的核查方法、核查比例、取得的核查证据及核查结论，并对各渠道销售收入的真实性发表明确意见。如申报会计师对发行人进行了 IT 审计，概括说明 IT 审计的基本情况并提供相关 IT 审计报告。

【回复】

一、对于 **OBM** 电商渠道销售，披露与主要第三方平台合作销售的金额及占比情况，以及与各第三方平台的合作模式（入仓/自营、买断式/代销）的具

体收入分布情况，并结合与相关电商的主要合同条款、退换货情况及物流、资金流流转过程等，进一步说明相关电商渠道收入确认的时点及依据，并说明相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

（一）对于 OBM 电商渠道销售，披露与主要第三方平台合作销售的金额及占比情况，以及与各第三方平台的合作模式（入仓/自营、买断式/代销）的具体收入分布情况

1、与各第三方平台的合作模式

报告期内，发行人通过亚马逊、天猫等第三方线上销售平台销售产品，主要合作模式如下：

（1）发行人与亚马逊的合作模式为 FBA 模式，亚马逊将自身平台开放给发行人，将其库存纳入到亚马逊全球的物流网络，为其提供拣货、包装以及终端配送的服务，亚马逊则收取服务费用。即发行人在亚马逊平台开设自营店铺将产品在店铺内展示，售卖并自行确定价格，并将货物发送给亚马逊仓库，而亚马逊为发行人提供配送货物等服务，并收取物流服务费用。

（2）发行人与淘宝、天猫、京东等国内电商平台的合作模式为发行人在淘宝、天猫、京东等平台开设自营店铺将产品在店铺内展示，售卖并自行确定价格，并自行向消费者发货的方式。

2、与主要第三方平台合作销售的金额及占比情况

报告期内，对于 OBM 电商渠道销售，公司与主要第三方平台合作销售的金额、占比情况如下：

单位：万元

第三方平台	2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
亚马逊	5,038.62	89.12%	2,684.17	86.28%	779.24	60.37%
天猫	495.70	8.77%	265.64	8.54%	358.98	27.81%
1688	75.54	1.34%	154.28	4.96%	141.26	10.94%
淘宝	5.33	0.09%	6.84	0.22%	11.02	0.85%
京东	38.45	0.68%	-		-	

速卖通	-	-	-	-	0.28	0.02%
合计	**5,653.64**	**100.00%**	**3,110.93**	**100.00%**	**1,290.78**	**100.00%**

报告期内，公司与各第三方平台的合作模式均为公司在电子商务平台开设店铺，通过店铺直接销售给终端客户。因此，公司与各第三方平台的合作模式均为自营店铺的销售模式，不存在买断或代销的情况，收入分布情况如下：

单位：万元

销售模式	2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
自营	5,653.64	100.00%	3,110.93	100.00%	1,290.78	100.00%
合计	**5,653.64**	**100.00%**	**3,110.93**	**100.00%**	**1,290.78**	**100.00%**

针对上述情况，发行人已在招股说明书“第六节/一/（二）/1、盈利模式”中进行了补充披露。

（二）结合与相关电商的主要合同条款、退换货情况及物流、资金流流转过程等，进一步说明相关电商渠道收入确认的时点及依据，并说明相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

1、公司主要电商渠道销售收入中的合同条款、物流及资金流转过程

项目	亚马逊	天猫	淘宝	京东	1688
合同条款	相关合同为亚马逊与公司签订的开设店铺的合同，主要为批准加入亚马逊物流服务，须申请以注册您提供的每个希望纳入亚马逊物流计划的商品。	相关合同为天猫与公司签订的开设店铺的合同，商户登陆天猫网站并完成信息提交、协议签署、费用缴纳后，经天猫审查通过，天猫允许商户于天猫开设网络店铺、使用天猫服务并对商户进行通知	相关合同为淘宝与公司签订的开设店铺的合同，会员满足相关条件后，方可根据淘宝网设置的流程创建店铺。正常情况下，一个会员作为卖家仅能开设一个店铺，具备一定持续经营能力、满足一定经营条件的诚信卖家，可享有开设多店的权益	相关合同为京东与公司签订的开设店铺的合同，商家注册指欲成为“京东平台”第三方经营者的商家，依据“京东平台”入驻流程和要求完成在线信息提交，经“京东”审核同意后，商家可以使用设定的京东平台用户名和密码登陆“京东平台”，以开立店铺开展经营；商家入驻，亦称“店铺入驻”指第三方经营者完成商家注册，通过资质审核且满足本协议第四条店铺服务开通条件后成为“京东平台”第三方经营者的过程	通过阿里巴巴的技术服务，订购方发布的符合特定条件的商业信息（总数不超过 5000 条）可进入阿里巴巴中国网站搜索结果页面
退换货情况	亚马逊向消费者提供退换货服务，公司处理亚马逊平台总体退换货需求	公司直接向消费者提供退换货服务	公司直接向消费者提供退换货服务	公司直接向消费者提供退换货服务	公司直接向消费者提供退换货服务
物流流转	斯巴达（深圳）发货给亚马逊仓库，亚马逊海外仓库出货销售	公司直接向消费者发货	公司直接向消费者发货	公司直接向消费者发货	公司直接向消费者发货
资金流流转	亚马逊支付给公司第三方支付账户，第三方支付账户转给斯巴达（深圳）银行账户	消费者在天猫平台确认签收后，货款实时结转到公司支付宝账户	消费者在淘宝平台确认签收后，货款实时结转到公司支付宝账户	消费者在京东平台签收后，电商平台在次日将资金支付给公司的京东账户	消费者签收后，电商平台按合同约定结算资金支付给公司的支付宝账户

如前所述，发行人与电商平台的合作模式主要是自营店铺，发行人通过在亚马逊、天猫、京东等电商平台开设的线上店铺直接向消费者销售商品。消费者直接通过电商平台下达订单、向第三方支付平台或电商平台支付货款后，亚马逊仓库或公司安排发货，在相关条件满足后公司收取货款。

2、各平台退换货情况

根据电商平台规定，如果产品存在质量问题，客户可按约定对产品进行退换货。报告期内，公司电商渠道销售的退换货金额情况如下：

单位：万元

客户名称	2021 年	2020 年	2019 年
退换货金额	558.40	257.20	72.43
线上销售收入合计	5,653.64	3,110.93	1,290.78
退货率	9.88%	8.27%	5.61%

报告期内，发行人发生的退换货情形主要系产品质量问题和运输过程中的包装破损问题；报告期各期，公司电商渠道销售的退换货金额占电商渠道销售收入比例分别为 5.61%、8.27%和 9.88%。

报告期内，公司退货率提高，主要系亚马逊平台销售金额增长，该平台退货率较高，从而导致报告期内公司退货率提高。亚马逊平台退货率高，主要系公司在亚马逊平台销售中适用“收货后 30 天内无理由退货”，退换货政策较国内电商平台宽松，客户购买商品试用后，存在退货情形。

3、相关电商渠道收入确认的时点及依据

（1）亚马逊平台收入确认时点及依据

公司开设亚马逊店铺，使用亚马逊提供的物流服务，由亚马逊海外仓库根据订单将货物发货给消费者，亚马逊每月根据销售情况开具月度结算单发送给公司，公司收到月度结算单核对无误后确认收入。

（2）淘宝、天猫、京东等国内电商平台收入确认时点及依据

公司在上述电商平台开设自营店铺，将产品在店铺内展示，售卖并自行确定价格、自行向消费者发货。按照天猫、京东等电商平台交易规则，客户收到产品

后在平台上确认收货。公司实际确认收入的时点为将货物交付物流公司后 10 天确认收入，确认依据为线上平台发货签收记录。

4、相关会计处理是否符合会计准则的规定

2018 年至 2019 年，公司执行《企业会计准则第 14 号-收入》（2006 年）（以下简称“原收入准则”），对电商渠道的销售收入在公司实现商品所有权上的主要风险和报酬的转移时确认收入。

公司自 2020 年 1 月 1 日起执行《企业会计准则第 14 号-收入》（2017 年修订）（以下简称“新收入准则”），对电商渠道的销售收入在公司履行了合同的履约义务，即客户取得相关商品控制权时确认收入。

原收入准则与新收入准则对销售商品收入确认的具体规定如下：

收入准则	收入确认依据
《企业会计准则第 14 号-收入》（2006 年）	销售商品收入同时满足下列条件的，才能予以确认：（一）企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；（二）企业既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；（三）收入的金额能够可靠地计量；（四）相关的经济利益很可能流入企业；（五）相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。
《企业会计准则第 14 号-收入》（2017 年修订）	第四条企业应当在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。取得相关商品控制权，是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。 第五条当企业与客户之间的合同同时满足下列条件时，企业应当在客户取得相关商品控制权时确认收入：（一）合同各方已批准该合同并承诺将履行各自义务；（二）该合同明确了合同各方与所转让商品或提供劳务（以下简称“转让商品”）相关的权利和义务；（三）该合同有明确的与所转让商品相关的支付条款；（四）该合同具有商业实质，即履行该合同将改变企业未来现金流量的风险、时间分布或金额；（五）企业因向客户转让商品而有权取得的对价很可能收回。

新旧收入准则均以商品控制权/风险报酬转移并且金额能够可靠计量作为收入确认的时点及依据。公司电商渠道销售系公司或亚马逊将商品已发出，并于收到平台结算单后确认收入。根据企业会计准则的相关规定并结合电商销售的行业特点分析：

（1）从商品控制权转移/风险报酬转移的角度考虑。公司将商品交付物流公司后，客户也可以更改收件地址、收件人，公司不再保留或行使对商品的有效控

制，物流公司需要承担货物在运输途中的毁损灭失风险，相关商品控制权/风险报酬已转移。

（2）从金额可靠计量的角度考虑。亚马逊平台销售，销售商品的相关物流运输工作系由亚马逊完成，亚马逊提供的结算单对相关商品的销售收入和金额予以确认；对于国内电商平台销售，公司已将货物交付至物流公司，考虑了 7 天无理由退换货期及预计运输期（3 天）后确认收入。相关收入、成本和费用金额能够可靠计量。

（3）公司从各电商平台可及时获知消费者的退货申请，按照退货申请及处理情况可靠计量销售收入退回金额，并按照预计退货率在各报告期末确认计提预计负债。

综上所述，发行人电商收入确认的相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

二、说明 OBM 模式下各个渠道方的合作模式及主要商业条款，如定价方式及同类产品价格、合作方式、买断约定、返利或折扣政策、退换货政策等及各渠道的主要差异，分析各类差异的商业合理性

（一）OBM 模式下各渠道方的合作情况

OBM 模式下，公司通过线下直销以及借助电商平台开设亚马逊、天猫等线上电商平台两大类渠道进行自有品牌电动工具的销售，具体收入分布情况如下：

单位：万元

销售渠道	2021 年		2020 年		2019 年	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例
线上	5,653.64	**93.23%**	3,110.93	84.93%	1,290.78	71.92%
线下	410.72	6.77%	551.94	15.07%	503.87	28.08%
合计	**6,064.36**	**100.00%**	**3,662.87**	**100.00%**	**1,794.65**	**100.00%**

OBM 模式下各主要渠道方的合作模式及主要商业条款等情况如下：

渠道	合作方式	定价方式	买断约定	返利或折扣政策	退换货政策
亚马逊	自营店铺，使用亚马逊的仓储物流	发行人自主定价，与平台之间无价格约定	亚马逊仓库代为发货，与平台之间无关于买断的	无返利或折扣	收货后 30 天内可办理退换货服务

	服务		约定		
天猫	自营店铺	发行人自主定价，与平台之间无价格约定	与平台之间无关于买断的约定	无返利或折扣	收货后 7 天内可办理退换货服务
淘宝	自营店铺	发行人自主定价，与平台之间无价格约定	与平台之间无关于买断的约定	无返利或折扣	收货后 7 天内可办理退换货服务
京东	自营店铺	发行人自主定价，与平台之间无价格约定	与平台之间无关于买断的约定	无返利或折扣	收货后 7 天内可办理退换货服务
1688	自营店铺	发行人自主定价，与平台之间无价格约定	与平台之间无关于买断的约定	无返利或折扣	无退换货政策
线下直销	直接销售给客户	发行人自主定价	向客户正常销售产品，无买断约定	无返利或折扣	根据具体合同约定若出现产品质量问题则可退换货

报告期内，公司与亚马逊的合作为公司使用亚马逊的仓储物流服务，由亚马逊负责货物收发，商品控制权或产品风险报酬自买家成功支付货款并确认收货后方转移至客户，双方按照亚马逊开具的月度结算单进行结算。在国内电商平台合作上，公司在天猫、京东等平台上开设自营店铺，公司采用第三方物流公司提供的物流服务运输商品。

公司线上销售采取自营店铺的销售模式，有助于公司推广自身的电动工具品牌，提高品牌线上知名度。公司与亚马逊的合作为公司自营店铺并使用亚马逊的物流服务，在国内电商平台合作方面均为自营店铺并自行发货给消费者，各国内电商平台合作方式差异不大。公司在与亚马逊合作中使用亚马逊物流服务，可依托于亚马逊的物流服务实现在各国家即时配送商品的目的，有利于降低在各国外销售地区自选物流服务带来的成本。

（二）各销售渠道下同类产品价格对比情况

单位：元/台

产品类别	电商平台	2021 年	2020 年	2019 年
电热类	亚马逊	146.89	142.04	150.30
	天猫	138.76	65.69	75.59
	淘宝	90.50	58.77	72.15
	京东	166.88	-	-
	1688	179.51	167.96	83.83

	速卖通	-	-	226.79
喷涂类	亚马逊	308.94	386.17	343.72
	天猫	171.79	153.94	165.88
	淘宝	228.32	223.06	206.74
	京东	173.56	-	-
	1688	120.30	114.42	123.01
	速卖通	-	-	238.73
钉枪类	亚马逊	296.68	350.32	337.18
	天猫	-	246.81	233.59
	淘宝	317.50	408.90	-
	京东	-	-	-
	1688	193.03	174.85	155.14
	速卖通	-	-	275.75

报告期内，亚马逊平台产品的销售价格总体高于国内平台价格，2020 年和 2021 年 1688 平台电热类产品的平均价格较高，主要系 2020 年和 2021 年 1688 平台锂电类产品销售较多所致。国内电商平台中淘宝平台喷涂类和钉枪类产品的价格高于其他平台，主要系淘宝平台整体规模较小，部分单价较高的产品拉高了整体单价。

线上各销售平台的定价综合考虑当地市场需求、用户习惯、竞争状况、汇率、平台费用率、当地税率等因素确定合理的利润空间，同时参考平台内其他竞争对手的同类产品价格确定各销售平台产品上线的基准定价，一般相同地区不同平台的线上销售价格相对接近，同类产品在国内的线上销售价格一般低于在亚马逊的线上销售价格，主要系境外线上销售需承担更高的平台费等成本，且境外发达国家的消费者的消费能力及价格接受度更高。

综上所述，公司于不同模式、不同渠道的退换货政策、与平台的合作方式以及产品的定价等存在差异属于公司的合理商业安排，符合公司的整体战略，具有商业合理性。

三、说明报告期内发行人向主要线上电商平台支付的平台服务费或渠道费金额、费率、折扣或返利情况，并分析相关销售平台费用金额及占比与发行人销售规模是否匹配

报告期内，公司线上电商平台的销售主要集中在亚马逊和天猫平台，该两个电商平台线上服务费的收费标准如下：

平台	项目	收费标准
亚马逊	平台销售费用	为每件销售出去的商品支付的佣金，公司适用的费率为 12%和 15%
	平台仓储费用	月度仓储费基于按亚马逊物流政策和要求正确包装且准备发货的商品的尺寸，根据日均体积（以立方英尺为单位）计算得出。
	平台物流费用	向买家配送在亚马逊店铺购买的商品而按件收取的费用，费率基于商品类型、尺寸分段和发货重量计算得出
	平台服务费	包括月服务费、优惠券费用和促销费用等
	平台广告费	根据市场广告竞价浮动变化
天猫	佣金	实时划扣软件服务费=费率*交易额，根据公司实际交易成功的商品信息自动套用天猫《对应年度各类目年费软件服务费一览表》中所对应的费率 除实时划扣软件服务费外，公司还根据自身需要购买天猫软件服务
	软件服务费	公司根据需要向天猫平台购买的软件服务
	积分系统软件服务费	积分系统软件服务费=天猫向消费者分发的积分数量*1%

报告期内，公司向主要线上电商平台支付的平台服务费情况如下：

单位：万元

平台	项目	2021 年	2020 年	2019 年
亚马逊	亚马逊平台费用	2,314.40	1,097.58	407.49
	其中：平台销售费用	664.53	341.85	99.22
	仓储费	53.70	29.15	20.17
	物流费	894.29	487.57	153.35
	平台服务费	49.06	16.16	7.61
	广告费	652.82	222.85	127.14
	亚马逊平台销售收入金额	5,038.62	2,684.17	779.24
	平台费用占销售收入比例	45.93%	40.89%	52.29%
	其中：平台销售费用占收入比例	13.19%	12.74%	12.73%
	仓储费占收入比例	1.07%	1.09%	2.59%
	物流费占收入比例	17.75%	18.16%	19.68%
	平台服务费占收入比例	0.97%	0.60%	0.98%
	广告费占收入比例	12.96%	8.30%	16.32%

平台	项目	2021 年	2020 年	2019 年
天猫	天猫平台费用	202.36	62.90	71.31
	其中：佣金	39.19	16.65	24.84
	天猫积分费用	2.66	1.09	2.30
	软件费用	160.51	45.16	44.17
	天猫平台销售收入金额	495.70	266.61	358.98
	平台费用占销售收入的比例	40.82%	23.59%	19.87%
	佣金占交易额比例	7.91%	6.24%	6.92%
	天猫积分占交易额比例	0.54%	0.41%	0.64%
	软件费占交易额比例	32.38%	16.94%	12.30%
其他平台	其他平台服务费金额	15.43	10.61	2.49
	平台费用合计	**2,532.19**	**1,171.09**	**481.29**

注：此处为便于分析，将 2020 年和 2021 年亚马逊平台运费中重分类至营业成本的部分进行了还原。

亚马逊电商平台服务费收费标准显示，平台销售和平台物流费用均为亚马逊向商家收取的与商家在平台的销售商品的量和金额具有比例或正相关的费用，报告期内，公司亚马逊平台销售费用占亚马逊平台收入的比例分别为 12.73%、12.74%和 13.19%；亚马逊物流费占亚马逊平台收入的比例分别为 19.68%、18.16%和 17.75%，上述两项费用比例变动不大，与亚马逊平台收费标准相符。除上述费用外，亚马逊平台仓储费、平台服务费和广告费与平台销售收入的相关性不大。

天猫平台佣金占交易额比例分别为 6.92%、6.24%和 7.91%，天猫积分费用占交易额比例分别为 0.64%、0.41%和 0.54%，上述两项费用占交易额的比例在报告期内的变化不大，与平台收费规则相符。软件费占交易额比例分别为 12.30%、16.94%和 32.38%。2021 年软件费比例较高，主要系公司在 2021 年增设天猫店铺，发生较多软件费所致。

四、针对线上 B2C 模式，说明线上 B2C 模式报告期涉及各平台的名称、收入金额、交易次数、平均单次交易金额、客户数量、人均消费金额等，分析其合理性，是否存在异常情形及原因

针对线上 B2C 模式，报告期内各期涉及各平台的名称、收入金额、交易次数、平均单次交易金额、客户数量、人均消费金额情况如下表所示：

年份	电商平台	交易金额（万元）	客户数量（人）	交易次数（次）	平均单次消费金额（元/次）	人均消费金额（元/人）
2021 年	亚马逊	5,038.62	196,843.00	209,314.00	240.72	255.97
	天猫	495.70	21,375.00	24,831.00	199.63	231.91
	淘宝	5.33	92.00	125.00	426.23	579.11
	京东	38.45	1,675.00	1,831.00	210.00	229.55
	速卖通	-	-	-	-	-
	1688	**75.54**	109.00	2,637.00	**286.48**	**6,930.69**
	合计	**5,653.64**	**220,094.00**	**238,738.00**	**236.81**	**256.87**
2020 年	亚马逊	2,684.17	98,660.00	106,451.00	252.15	272.06
	天猫	265.64	12,252.00	14,522.00	182.92	216.81
	淘宝	6.84	155.00	285.00	239.86	441.03
	京东	-	-	-	-	-
	速卖通	-	-	-	-	-
	1688	154.28	194.00	6,564.00	235.04	7,952.45
	合计	**3,110.93**	**111,261.00**	**127,822.00**	**243.46**	**279.69**
2019 年	亚马逊	779.24	31,601.00	34,792.00	223.97	246.59
	天猫	358.98	17,295.00	21,070.00	170.38	207.56
	淘宝	11.02	463.00	813.00	135.49	237.91
	京东	-	-	-	-	-
	速卖通	0.28	12.00	12.00	235.75	235.75
	1688	141.26	324.00	5,547.00	254.66	4,359.92
	合计	**1,290.78**	**49,695.00**	**62,234.00**	**207.41**	**259.74**

报告期内，公司各电商平台合计交易金额分别为 1,290.78 万元、3,110.93 万元和 5,653.64 万元。公司电商平台交易金额增加，主要系亚马逊平台销售额增加所致。报告期内，亚马逊平台的销售收入分别为 779.24 万元、2,684.17 万元和 5,038.62 万元。报告期内，公司各电商平台总体人均消费金额分别为 259.74 元/人、279.69 元/人和 256.87 元/人，人均消费金额受客户数量、客户下单金额和交易频次等因素影响，总体来看人均消费金额变化不大。

报告期内，公司 1688 平台的人均消费金额显著高于其他平台，主要系 1688 系阿里巴巴旗下的采购批发网，属于 B2B 平台，该平台上客户以商家为主。商家客户大多为在淘宝、天猫等平台经营 2C 业务，在其接到 C 端客户订单时会再

从 1688 平台上向公司采购，因此重复购买的次数较多。而公司在淘宝、天猫等平台主要客户为终端消费者，重复购买的次数相对较少。另外，淘宝平台的人均消费金额升高，主要系淘宝平台整体规模较小，单个消费者单次消费金额较多会拉升整体人均消费金额。

五、结合发行人业务开展情况、主要客户需求等因素，进一步分析说明发行人两类业务收入快速增长的原因

近年来，发行人主营业务收入持续较快增长，这不仅得益于电动工具市场规模的日益扩大，更源于发行人多年来深耕电动工具领域所积累的技术研发能力、生产制造能力、客户资源优势和品牌影响力等。

首先，随着电动工具应用场景的增加和市场接受度的普及，电动工具行业市场空间呈现逐年上升趋势。2021 年全球电动工具市场规模为 343 亿美元，预计未来仍将以 5.7%的年均复合增长率呈现稳定增长态势，并在 2026 年达到 452 亿美元左右的市场规模。行业市场规模的稳定增长为发行人业务拓展提供了良好的发展空间。

其次，在十五余年的发展历程中，发行人注重研发创新，持续加大研发投入，掌握了多项电动工具产品的核心技术，拥有完整的自主知识产权和研发制造能力，不仅在产品功能性能上持续改良精进，产品具有质量可靠稳定、安全性好、创新性强等多重优势，同时还实现产品种类的持续创新，与时俱进地推出符合市场需求的新产品。

另外，发行人从信息化管理水平、标准化规范模式、自动化生产工艺等多方面提升生产制造能力，通过引入易飞 ERP 系统、MES 系统、智物流系统、PLM 系统和 SCM 系统等实现了生产制造信息化和智能化的提升，通过建立标准化管理模式、制定工业设计标准等实现产品设计和生产效率的提升，通过掌握多项自动化生产工艺、引入自动化生产设备等实现产品可靠性和一致性的提升。生产制造水平的持续优化与创新进一步提升了发行人的生产品质和效率，降低了生产和运营成本。

综上所述，随着行业市场规模的稳定增长，公司凭借研发创新和生产工艺水平的持续提升，一方面与客户 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）、BOSCH

（博世）、Makita（牧田）、Harbor Freight Tools（HFT）等国际知名电动工具品牌商及零售商建立了持续稳定的合作关系，获得了持续订单需求；另一方面，借助电商平台通过建立专业运营团队和全系列品牌体系，实现了自有品牌产品销售持续增长。报告期内，公司主营业务收入按 ODM 与 OBM 业务模式分类的具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
ODM 业务	60,660.17	90.91%	35,229.64	90.58%	27,421.76	93.86%
OBM 业务	6,064.36	9.09%	3,662.87	9.42%	1,794.65	6.14%
合计	**66,724.53**	**100.00%**	**38,892.51**	**100.00%**	**29,216.41**	**100.00%**

报告期内，公司 ODM 业务和 OBM 业务均实现了持续较快增长，其中，公司 ODM 业务销售收入由 2019 年的 27,421.76 万元增长至 2021 年的 60,660.17 万元，年复合增长率 48.73%；公司 OBM 业务实现销售收入分别为 1,794.65 万元、3,662.87 万元和 6,064.36 万元，占主营业务收入的比例分别为 6.14%、9.42%和 9.09%，OBM 销售持续快速增长。

（一）发行人 ODM 业务收入快速增长的原因

1、稳定优质的客户资源带来 ODM 业务持续较快发展

凭借在业内多年积累的竞争优势，公司已积累了一批合作关系稳定的优质客户资源。稳定优质的客户资源带来持续增长的订单需求，带动了公司 ODM 业务收入持续较快增长。

首先，客户 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）、BOSCH（博世）、Makita（牧田）、Harbor Freight Tools（HFT）等国际知名电动工具品牌商及零售商出于对产品质量可靠性和服务稳定性等综合考量，对于供应商的选择非常慎重，不仅要求供应商的产品品质和服务质量达到行业内较高水准，其对供应商的企业管理水平、快速响应能力、及时交货能力、质量管控水平、研发和设计能力、社会责任履行情况、经营稳定性也有着较高要求。因此，下游客户一般会选择优质供应商并保持长期合作关系。

其次，公司积累的优质客户资源在全球电动工具行业占有较高市场规模，产品需求量大。如公司长期持续合作的客户 Stanley Black&Decker（史丹利•百得），其 2021 年已经实现营业收入 156.17 亿美元。公司通过研发设计能力、生产工艺水平、售后服务等不断提高，为客户研发设计出更多品类符合品牌客户要求的产品，从而与客户实现合作共赢、增强客户粘性，带来公司订单量持续增长。

2、产品升级和品类拓展带来 ODM 业务客户订单量持续增长

凭借着十五余年的行业经验与技术积累，发行人一方面从产品功能升级、性能提升及新产品开发等多方面进行产品升级，不断增强产品竞争力；另一方面从横向和纵深布局产品系列、拓宽市场覆盖领域，不断提高新品类业务增长点。在产品功能升级和性能提升方面，发行人在普通热风枪、喷枪、钉枪产品的基础上，相继推出数显恒温热风枪、高压无气喷枪、三级五级增压喷枪、气缸式钉枪以及锂电类相关产品等，实现产品的功能升级和应用领域拓宽。在新品类拓展方面，从电热类拓展至喷涂类、钉枪类、吹吸类、冲磨类、蒸汽类等，开发出了如高压无气滚涂机、旋风式吸尘器、智能控制打胶枪、背负式喷雾器、蒸汽剥墙纸机、蒸汽杀菌清洁机等新产品，丰富产品类型。

产品升级和品类拓展提升了公司竞争力水平，客户认可度不断提高，公司电热类、喷涂类、钉枪类、吹吸类等主要产品类别的订单量不断增长。报告期各期末，公司主要产品类别在手订单金额情况具体如下：

单位：万元

产品类别	2021 年末	2020 年末	2019 年末
电热类	11,439.44	7,184.21	3,390.86
喷涂类	11,816.69	12,748.46	2,303.48
钉枪类	2,151.86	1,734.32	547.81
吹吸类	2,881.13	1,399.39	489.70
合计	**28,289.12**	**23,066.38**	**6,731.85**

截至报告期各期末，发行人主要产品类别在手订单总额由 2019 年末 6,731.85 万元增至 2021 年末 28,289.12 万元，年复合增长率 104.99%。从电热类、喷涂类、钉枪类和吹吸类产品来看，在手订单量均不断增加。因此，报告期内发行人收入增长均是基于客户订单需求量持续增长所致。预计未来，随着公司产能提升，公司 ODM 业务收入将会有更进一步提升。

（二）发行人 OBM 业务收入快速增长的原因

随着公司加大自有品牌业务布局和拓展，报告期内，公司 OBM 业务实现销售收入分别为 1,794.65 万元、3,662.87 和 6,064.36 万元，占主营业务收入的比例分别为 6.14%、9.42%和 9.09%，OBM 业务收入持续快速增长。报告期内，发行人 OBM 业务收入快速增长的原因具体如下：

1、丰富的产品品类布局与全系列品牌体系建立和推广

公司主要产品在家庭装修、工业制造、建筑施工、园林维护等多个领域具有广泛应用场景，终端消费者对产品性能、外观、结构、动力类型及操作方式等具有多样化和个性化的需求。因此，公司不断加大自主研发和创新投入，在工业设计创新、结构设计创新及生产技术创新等方面获得了客户和市场的高度认可。丰富的产品品类布局为公司 OBM 业务发展奠定了产品基础。

依托较强研发设计能力和生产制造能力，借助与国际知名品牌商及零售商合作积累的品牌运作经验，发行人针对不同国家和地区市场成熟度、产品性能要求、应用场景等市场差异，建立了“恒动”、“纽迈特（NEUMASTER）”、“PRULDE”、“邦他”等不同档次品牌组合。全系列品牌体系建立和推广满足了不同终端消费者的差异化需求，为公司 OBM 业务发展奠定了品牌定位基础。

2、多元化电商运营平台搭建及专业运营团队组建

公司紧跟行业发展趋势，主动布局自有品牌销售渠道，借助电商平台发展 OBM 自有品牌业务。多年来，公司通过亚马逊、天猫、淘宝、京东等电商平台建立了线上直营旗舰店，目前已覆盖国内、北美及欧洲等市场。同时，发行人不断加大电商平台运营投入，通过组建专业运营团队，不断优化和完善电商运营、营销策划、物流运转等环节，提高电商平台业务运营效率。如亚马逊平台报告期内实现的销售收入分别为 779.24 万元、2,684.17 万元和 5,038.62 万元，呈现较快增长趋势。电商平台业务的发展，拓宽了产品销售渠道，扩大了企业品牌影响力，实现了 OBM 业务收入快速增长。

六、说明发行人 ODM 和 OBM 同类产品的相关定价、毛利率的差异情况，并分析差异的合理性

报告期内，公司 ODM 和 OBM 业务同类产品的价格和毛利率情况如下：

产品类别	OBM/ODM	2021 年		2020 年		2019 年	
		单价	毛利率	单价	毛利率	单价	毛利率
电热类	OBM	143.46	66.04%	126.47	63.51%	101.32	54.70%
	ODM	86.71	36.44%	79.32	36.19%	78.09	35.57%
	差异率	**65.45%**	**29.60%**	**59.45%**	**27.32%**	**29.75%**	**19.13%**
喷涂类	OBM	222.78	60.94%	196.58	58.87%	150.39	50.24%
	ODM	216.09	25.96%	121.09	30.20%	109	31.25%
	差异率	**3.10%**	**34.98%**	**62.34%**	**28.67%**	**37.97%**	**18.99%**
钉枪类	OBM	287.82	69.69%	322.17	69.64%	239.73	59.47%
	ODM	101.94	15.84%	93.13	19.23%	91.11	15.01%
	差异率	**182.34%**	**53.85%**	**245.94%**	**50.41%**	**163.12%**	**44.46%**
吹吸类	OBM	376.08	54.85%	176.38	45.98%	181.2	52.78%
	ODM	114.41	25.25%	104.37	31.78%	112.77	33.18%
	差异率	**228.71%**	**29.60%**	**68.99%**	**14.20%**	**60.68%**	**19.60%**

报告期内，电热类、喷涂类、钉枪类和吹吸类整机产品 OBM 业务的单价和毛利率总体均高于 ODM 业务。

OBM 业务的售价和毛利率总体高于 ODM 业务，主要原因系：（1）公司 OBM 业务以在电商平台直销为主，公司产品多直接面向终端消费者，而 ODM 业务主要客户为国际知名电动工具品牌商及零售商等，OBM 业务相比 ODM 业务节省了中间环节，提高了销售的效率；（2）公司 OBM 业务为销售自有品牌产品，直接面向终端消费者，具有较高品牌溢价因而定价相对较高；（3）公司自有品牌多采用电商渠道销售，需要花费较多运营及营销成本，因而产品定价较 ODM 业务高。

因此，OBM 业务销售价格和毛利率高于 ODM 业务具有合理性。

七、详细说明针对不同渠道销售收入及客户的核查方法、核查比例、取得的核查证据及核查结论，并对各渠道销售收入的真实性发表明确意见。如申报会计师对发行人进行了 IT 审计，概括说明 IT 审计的基本情况并提供相关 IT 审计报告。

发行人销售模式可分为 ODM 模式和 OBM 模式。报告期内，公司 ODM 业务收入分别为 27,421.76 万元、35,229.64 万元和 60,660.17 万元，占主营业务收

入比例分别为 93.86%、90.58%和 90.91%。OBM 业务收入分别为 1,794.65 万元、3,662.87 和 6,064.36 万元，占主营业务收入的比例分别为 6.14%、9.42%和 9.09%。

1、针对发行人 ODM 业务收入及客户的核查程序

保荐机构、申报会计师针对发行人 ODM 销售收入的核查程序详见本回复“13、关于客户与收入/八、详细说明针对发行人各期境外、境内客户及收入的核查方法、核查范围、核查比例、取得的相关证据及结论，并对收入真实性发表明确核查意见”的具体内容。

2、针对发行人 OBM 业务收入及客户的核查程序

发行人 OBM 销售模式主要系电商平台销售，以亚马逊、淘宝、天猫、京东等平台为主。针对上述各销售渠道，中介机构执行了如下核查程序：

（1）登陆电商平台后台并导出报告期内交易明细流水，与发行人账面记录进行比对。报告期内，账面收入金额与平台交易金额总体差异率仅为 0.40%，差异较小。该差异主要系二者统计口径差异所致。天猫等国内电商平台收入确认时点系按照行业惯例在将货物交付物流公司，考虑了 7 天无理由退换货期及预计运输期（3 天）后确认收入，即发货后 10 天为收入确认时点；而天猫等国内电商平台交易金额系取自官方提供的卖家软件如千牛平台等统计数据，该数据按照客户下单日期后 10 天为统计时点进行统计。因此，二者统计口径差异会导致公司账面收入确认金额与国内电商平台交易金额存在微小差异，具体核对结果如下：

单位：万元

期间	平台	平台交易金额	账面金额	差异金额	差异率
2021 年	亚马逊	5,038.62	5,038.62	-	-
	天猫	485.67	495.70	-10.06	-2.02%
	淘宝	5.28	5.33	-0.05	-0.94%
	京东	37.72	38.45	-0.73	-1.90%
	速卖通	-	-	-	-
	1688	77.11	75.54	1.18	2.07%
	小计	**5,644.40**	**5,653.64**	**-9.24**	**-0.16%**
2020 年	亚马逊	2,684.17	2,684.17	-	-
	天猫	259.78	265.64	-5.86	-2.21%

期间	平台	平台交易金额	账面金额	差异金额	差异率
	淘宝	6.60	6.84	-0.24	-3.50%
	京东	-	-	-	-
	速卖通	-	-	-	-
	1688	148.70	154.28	-5.58	-3.62%
	小计	**3,099.25**	**3,110.93**	**-11.68**	**-0.38%**
2019 年	亚马逊	779.23	779.24	-0.00	0.00%
	天猫	349.75	358.98	-9.23	-2.57%
	淘宝	12.04	11.02	1.02	9.29%
	京东	-	-	-	-
	速卖通	0.29	0.28	0.01	2.85%
	1688	130.11	141.26	-11.15	-7.89%
	小计	**1,271.43**	**1,290.78**	**-19.35**	**-1.50%**
合计		**10,015.08**	**10,055.35**	**-40.27**	**-0.40%**

（2）查阅电商平台收入明细情况表，抽查相关销售订单、收款记录；核对相应的出库单、物流单据、客户签收单等；

（3）查阅发行人与主要电商平台签订的《服务协议》，登陆电商平台后台查阅销售情况，并与发行人账面记录进行对比；

（4）查阅各电商平台销货记录，分析客户数量、交易次数、平均单次交易金额、人均消费金额是否存在异常；

综上，中介机构获取了亚马逊、淘宝、天猫、京东等平台的交易明细流水、平台收入明细；核对了相关订单凭证、查阅了销售情况、获取了店铺聊天记录，核查金额及比例如下：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
核查金额	5,653.64	3,110.93	1,290.78
OBM 业务收入	6,064.36	3,662.87	1,794.65
核查比例	93.23%	84.93%	71.92%

3、信息化系统一般控制测试

发行人目前线上交易量规模相对较小且以亚马逊平台销售为主，主要使用亚马逊、天猫、京东等电商平台官方提供的交易系统完成线上交易和信息管理。其中，亚马逊平台采取的销售模式为 FBA 模式，发行人主要依据亚马逊的物流管理及结算系统进行管理和核算；国内线上交易信息化系统主要包括千牛平台、京麦平台和聚水潭系统等，千牛平台为阿里巴巴的官方卖家平台、京麦平台为京东的官方卖家平台，发行人作为商家可依据上述平台实现订单管理等功能；聚水潭系统系公司天猫、京东等店铺接入的仓库管理系统，该系统可获取千牛平台、京麦平台等管理的订单信息，并依据订单信息实现联系快递公司、生成快递单发送货物的功能。

为核查发行人信息系统运行的稳定性和准确性，申报会计师独立获取发行人信息系统的后台数据进行对比印证。申报会计师获取了发行人电商平台的店铺账号和千牛平台、聚水潭等系统的登录账号、密码，独立从各电商平台下载了对应原始订单明细数据和聚水潭发货数据，并将两方数据进行对比印证，确认所依据基础数据的准确性。

对于发行人的信息系统，申报会计师对发行人 ERP 系统运行稳定性、数据记录准确性、安全性等进行了测试。经测试，公司信息系统运行稳定，有关数据记录稳定，能够有效支持财务准确核算营业收入。

发行人与电商业务相关的信息化系统内部控制情况如下：发行人电商业务以亚马逊平台销售收入为主，其收入金额分别为 779.24 万元、2,684.17 万元和 5,038.62 万元，占 OBM 业务收入比例分别为 43.42%、72.28%和 83.09%。发行人在亚马逊平台采取的销售模式为 FBA（Fulfillment by Amazon，指亚马逊店铺卖家将自身产品运送至亚马逊的仓库，由亚马逊在海外提供专业的仓储和物流服务，由亚马逊负责货物的选捡、储存、包装和运输，并由亚马逊将货物发送给消费者），消费者下达订单后，由亚马逊统一配送并收取货款，然后亚马逊再定期与发行人进行款项结算。亚马逊结算系统较为完备，具有公信力，发行人主要依赖亚马逊结算系统进行结算，对自身的信息系统依赖程度较低，因此对发行人实施 IT 审计并非必要程序。

虽然申报会计师未对发行人执行 IT 审计程序，但发行人目前电商平台直销收入占营业收入比例较小，中介机构执行上述核查程序后确认与发行人账面记录收入无重大差异，因此可确认电商平台销售业务内部控制有效。

经核查，保荐人、申报会计师认为，发行人各渠道销售收入具有真实性。

八、核查意见

（一）核查过程

1、结合发行人经营模式、合同条款等，分析发行人电商渠道收入确认依据的充分性及会计处理的恰当性；

2、了解 OBM 模式下各渠道方的合作模式及商业条款，分析差异及商业合理性；

3、获取公司与线上销售主要电商平台签署的相关协议，查阅关于电商平台服务使用及平台服务费用约定的具体条款；通过公开渠道查阅主要电商平台公开披露的商家经营商品类目对应的平台服务费率规则；获取公司报告期内各电商平台费用账单明细，与实际入账情况进行核对分析；

4、获取各电商平台销货记录，分析客户数量、交易次数、平均单次交易金额、人均消费金额是否存在异常；

5、访谈公司销售负责人，了解公司收入增长的原因及合理性；

6、获取发行人 ODM 和 OBM 同类产品的价格和毛利率数据，分析其中差异，了解差异原因及合理性；

7、电商渠道销售收入核查程序：

（1）访谈公司管理层、财务负责人、线上销售负责人并查阅公司线上直销相关管理制度，了解公司线上直营销售管理模式、线上销售系统运行及财务核算情况、线上销售经营情况等情况；

（2）访谈负责线上销售运营人员及查询各平台官方网站、搜索网站等公开渠道信息，确认报告期内公司不存在因刷单等情形被相关平台处罚的情况；

（3）获取报告期各期公司线上销售明细数据，对销售产品结构变动、主要客户、产品销售单价等数据进行波动分析，核查相关数据是否具有合理性；

（4）统计报告期内公司各店铺客户的消费金额、消费次数、单次消费金额、消费时间间隔等数据，分析并核查是否存在异常情形；

（5）按照顾客收货手机号码等作为客户的唯一代码，查询是否存在同一个收货地址在多笔交易流水中由不同的顾客下单的情况；

（6）查阅报告期内公司及子公司、控股股东及实际控制人控制的其他企业的银行流水，核查是否存在将资金用于刷单等异常资金流入或流出的情况；

（7）查阅实际控制人、董事、监事、高级管理人员的银行流水，核查是否存在将资金用于刷单等异常资金流入或流出的情况。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人电商销售渠道合作模式均为自营式销售，主要系通过亚马逊、天猫等电商平台网站实现的销售；发行人的相关电商渠道收入确认的时点及依据合理、准确，相关会计处理在所有重大方面符合《企业会计准则》的规定；

2、发行人说明的 OBM 模式下各渠道方的合作模式、定价方式、退换货机制等相关内控健全完善并能够有效执行，各渠道方合作方式、产品定价等存在差异具有商业合理性；

3、报告期内，发行人向主要电商平台支付的平台服务费与销售规模相匹配；

4、报告期内，发行人各电商平台的收入金额、交易次数、平均单次交易金额、客户数量、人均消费金额等变动合理，不存在异常情形；

5、报告期内，得益于电动工具市场规模的日益扩大和发行人技术研发能力、生产制造能力、客户资源优势和品牌影响力的提升，发行人两类业务收入快速增长具有合理性；

6、报告期内，发行人同类产品 OBM 业务销售价格和毛利率总体高于 ODM 业务具有合理性；

7、发行人报告期内各渠道收入真实，保荐机构、申报会计师对发行人各期各渠道下境外、境内客户及收入的核查方法、核查范围、核查比例、取得的相关证据足以支持核查结论。

13.关于客户与收入

申报材料显示：

（1）发行人主要客户包括国内外电动工具品牌商及零售商等，报告期前五大客户销售占比分别为 41.67%、47.94%、49.65%和 61.17%，其中 2021 年上半年对第一大客户的销售收入大幅增长，其收入占比由 13.70%上升至 30.68%；

（2）报告期发行人主营业务收入分别为 26,016.31 万元、29,216.41 万元、38,892.51 万元和 29,017.11 万元，呈不断增长趋势，其中产品结构存在一定变化，2021 年上半年喷涂类产品销售收入增长大幅高于其他产品；

（3）报告期发行人超过 50%的收入来自于境外，主要集中于北美及欧洲地区。

请发行人：

（1）结合发行人下游行业的竞争格局、主要客户在相关市场的市场份额、相关产品在客户同类产品采购占比等情况，分析说明发行人客户集中度是否符合行业特点，并说明第一大客户销售占比大幅提升的原因及合理性，发行人与 HFT 等主要客户相关交易的稳定性、持续性、价格公允性和业务获取的独立性；

（2）结合下游需求、各期末在手订单等有关因素分析报告期各类产品以及主营业务收入增长的原因和合理性；

（3）补充披露相关境外销售对应的主要国家销售分布情况，并结合发行人对各地区客户销售的产品属于海外国家和地区贸易摩擦加征关税和反倾销政策的具体类型和报告期内收入占比、加征关税和反倾销后对海外销售的实际影响，有关税收承担机制的最新进展等情况，分析是否存在影响发行人经营业绩的重大国际贸易风险，相关风险是否充分揭示；

（4）说明报关数据与发行人自身数据是否匹配，出口退税情况是否与发行人境外销售规模相匹配，相关数据差异产生的原因及合理性；

（5）补充说明内外销分别对应的前五大客户的基本情况、合作历史及订单获取方式、定价原则、结算周期、交易价格及变动趋势、毛利率、退换货情况、向发行人采购占其同类产品采购的比例等，并结合有关因素分析相关交易的稳定性和持续性；

（6）结合各期客户增减变动情况，分析披露报告期是否存在异常新增客户等情形，发行人的客户及其实际控制人或主要股东、关键经办人员与发行人是否存在关联关系或利益安排；

（7）补充说明向各主要 ODM 客户销售相关产品的品牌情况。

请保荐人、申报会计师、发行人律师对上述事项发表明确意见；另请保荐人、申报会计师详细说明针对发行人各期境外、境内客户及收入的核查方法、核查范围、核查比例、取得的相关证据及结论，并对收入真实性发表明确核查意见。

【回复】

一、结合发行人下游行业的竞争格局、主要客户在相关市场的市场份额、相关产品在客户同类产品采购占比等情况，分析说明发行人客户集中度是否符合行业特点，并说明第一大客户销售占比大幅提升的原因及合理性，发行人与 HFT 等主要客户相关交易的稳定性、持续性、价格公允性和业务获取的独立性

（一）结合发行人下游行业的竞争格局、主要客户在相关市场的市场份额、相关产品在客户同类产品采购占比等情况，分析说明发行人客户集中度是否符合行业特点

报告期内，发行人前五大客户销售占比与可比上市公司对比情况如下：

公司名称	2021 年	2020 年	2019 年
锐奇股份（300126）	**57.20%**	50.03%	45.62%
康平科技（300907）	85.49%	87.35%	84.19%
巨星科技（002444）	46.51%	45.19%	38.58%
平均值	**63.07%**	**60.86%**	**56.13%**
本公司	**61.65%**	**49.65%**	**47.94%**

报告期内，发行人前五客户销售占比分别为 47.94%、49.65%和 61.65%。从上表可以看出，与可比上市公司相比，发行人对前五大客户销售占比处于行业中等水平。发行人主要客户包括 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）、BOSCH（博世）、Makita（牧田）、Harbor Freight Tools（HFT）等世界知名电动工具品牌商及零售商等。上述大型跨国公司在电动工具行业占据主要市场份额，处于行业领先地位，因此，电动工具行业集中度相对较高。从下游行业竞争格局及发行人主要客户在电动工具行业市场份额来看，发行人客户集中度符合行业特征。

1、下游行业的竞争格局和主要客户在相关市场份额情况

经过多年发展，全球电动工具行业已经形成了较为稳定的市场格局，大型跨国公司占据重要地位。根据中国电器工业协会电动工具分会数据统计，Stanley Black&Decker（史丹利·百得）、TTI（创科）、BOSCH（博世）、Hilti（喜利得）、Makita（牧田）、HIKOKI（高壹工机）、Metabo（麦太保）2019 年合计占据了全球 90%以上的市场份额。2019 年，Stanley Black&Decker（史丹利·百得）、TTI（创科）、BOSCH（博世）分别占据电动工具市场份额的 32.5%、24.9%和 14.2%，合计占比 71.6%，稳居行业前三。

凭借持续的技术创新能力、高品质的产品供应、快速的客户响应和良好的售后服务等优势，公司成为 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）、BOSCH（博世）、Makita（牧田）、Metabo（麦太保）、Einhell（安海）、ADEO（安达屋）、Kingfisher（翠丰）、Harbor Freight Tools（HFT）等众多国际知名电动工具品牌商和零售商的合格供应商，并建立了长期、良好的合作伙伴关系。上述客户在电动工具行业占据主要市场份额，处于行业领先地位，行业集中度较高。因此，发行人集中优势资源长期服务于上述客户具有合理性。

综上，发行人客户集中度与下游行业竞争格局特征和主要客户的市场份额情况相符，符合行业特征。

2、相关产品在客户同类产品采购占比情况

公司合作的主要客户尤其是前五大客户为 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）、Makita（牧田）、ADEO（安达屋）等世界知名企业，其电动工具业务规模庞大且业务遍布全球。上述客户出于商业保密考虑，发行人无法获取其同类采

购占客户总体采购比例数据。据公开资料显示，上述主要客户销售规模庞大，如ADEO（安达屋）2020 年度的营业收入为 260 亿欧元，客户 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）2021 年已经实现营业收入 156.17 亿美元。公司主要客户具有较高的市场地位，公司销售占其业务规模的比例较小。

（二）第一大客户 HFT 销售占比提升的原因及合理性

报告期内，发行人向客户 HFT 主要销售产品类别、金额及占当期营业收入比例情况：

单位：万元

产品类别	2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
喷涂类	12,849.07	19.10%	3,696.03	9.43%	2,067.14	7.01%
电热类	1,452.07	2.16%	1,009.40	2.58%	540.30	1.83%
吹吸类	681.27	1.01%	513.27	1.31%	219.15	0.74%
钉枪类	203.73	0.30%	149.21	0.38%	-	-
配件	13.26	0.02%	0.19	-	-	-
其他	0.26	-				
合计	**15,199.66**	**22.59%**	**5,368.10**	**13.70%**	**2,826.58**	**9.59%**

报告期内，发行人向客户 HFT 销售金额分别为 2,826.58 万元、5,368.10 万元和 15,199.66 万元，占当期营业收入比例分别为 9.59%、13.70%和 22.59%。随着双方合作深入及客户粘性不断增强，HFT 向发行人采购的产品品类和规模不断增加，尤其是喷涂类产品采购规模较快增长，提升了客户 HFT 在发行人客户中的销售占比。第一大客户 HFT 销售占比提升具有合理性，具体原因如下：

1、客户 HFT 作为世界知名电动工具零售商，产品需求量较大

HFT 成立于 1977 年，是一家美国设备和工具零售商，在美国主要各州开设超过 1,200 家门店，提供超过 7,000 种工具和相关产品。自 2011 年双方建立合作关系后，发行人成功开发出多个品类产品，以过硬产品品质和价格优势不断满足客户需求，双方交易产品品类和规模不断增加。

2、合作关系深入及客户粘性不断增强，客户 HFT 采购品类不断拓展

凭借持续的技术创新能力和高品质的产品供应、快速的客户响应和良好的售后服务等优势，发行人自 2011 年开始与客户 HFT 展开持续深入合作。近年来，随着双方合作关系深入及客户粘性不断增强，客户 HFT 向发行人采购产品品类不断拓展。在产品类别上，双方由喷涂类、电热类向吹吸类、钉枪类、配件等多个类别产品展开合作。在细分产品上，双方交易的产品类型也在不断增加，如喷涂类产品由 2018 年仅采购电磁铁型喷枪向高流量低压力喷枪、高压无气喷枪等多个类型的喷涂类产品拓展。

3、新产品获得客户及终端消费者认可，客户 HFT 采购规模不断提高

报告期内，客户 HFT 向发行人采购的喷涂类产品金额分别为 2,067.14 万元、3696.03 万元和 12,849.07 万元，占当期营业收入比例分别为 10.59%、9.43%和 19.10%，提升了客户 HFT 销售占比。喷涂类产品采购规模较快增长主要系新产品获得客户及终端消费者认可，量产后客户采购规模自然增长所致。

2020 年和 2021 年，客户 HFT 向发行人采购喷涂类产品金额为 3,696.03 万元和 12,849.07 万元，实现了较快增长。除高流量低压力喷枪增长外，主要系公司开发的高压无气喷枪自 2020 年 10 月开始实现量产，2020 年和 2021 年客户 HFT 分别采购了 1,270.90 万元和 8,728.31 万元。该款高压无气喷枪属于专业应用领域产品，单台产品材料成本投入较大，单台成本和价格是一般喷枪类产品约 3 倍以上。自 2020 年 10 月实现量产后，因客户及下游终端消费者认可度较高，客户 HFT 持续不断向发行人采购，实现了喷涂类产品较快增长。

综上所述，随着双方合作深入及客户粘性不断增强，客户 HFT 作为世界知名电动工具零售商，向发行人采购的产品品类和规模不断增加，尤其是喷涂类产品采购规模较快增长，提升了客户 HFT 在发行人客户中的销售占比，具有合理性。

（三）发行人与 HFT 等主要客户相关交易的稳定性、持续性、价格公允性和业务获取的独立性

1、发行人与 HFT 等主要客户相关交易具有稳定性、持续性

（1）电动工具行业前景广阔，客户需求具有可持续性

从全球范围来看，随着电动工具应用场景的增加和市场接受度的提高，全球电动工具的需求量呈现逐年上升趋势。据统计，2019 年全球电动工具市场规模为 318 亿美元，较 2016 年市场规模增长了 24.7%，年均复合增长率达 7.64%。未来几年，预计全球电动工具市场规模仍将保持在每年 6%以上的稳定增长率。电动工具行业前景广阔，下游客户需求具有可持续性。

（2）下游客户合作关系稳定且具有可持续性

国际知名电动工具品牌商及零售商对其供应商的研发实力、专利技术积累、产品品质稳定性、交货周期、快速响应、售后服务等均有很高要求，因此该类客户建立了严格的合格供应商认证体系。基于品牌影响力和产品品质稳定性考虑，下游客户一般会选择优质供应商并保持长期合作关系。

公司与主要客户均保持了长期、良好的合作关系，并不断拓展新客户，行业内认可度不断提高。主要客户基本情况介绍如下：

类别	序号	主要客户名称	LOGO（标志）	开始合作时间	所属国家	主营业务
品牌商	1	Stanley Black&Decker（史丹利·百得）	StanleyBlack&Decker	2008 年	美国	工具、五金和各类产品制造商和品牌商
	2	BOSCH（博世）	BOSCH	2011 年	德国	汽车与智能交通技术、工业技术、消费品以及能源与建筑技术
	3	Makita（牧田）	makita	2016 年	日本	专业电动工具的制造商和品牌商
	4	HIKOKI（高壹工机）/Metabo（麦太保）	HiKOKI metabo work. don't play.	2012 年	日本	专业从事电动工具、引擎工具以及生命科学仪器的设计制造商和品牌商
	5	Einhell（安海）	Einhell	2014 年	德国	电动工具、园林工具品牌商
	6	Chervon（泉峰）	CHERVON	2010 年	中国	电动工具、园林工具制造商和品牌

类别	序号	主要客户名称	LOGO（标志）	开始合作时间	所属国家	主营业务
						商
	7	RAPID		2015 年	瑞典	电动工具制造商和品牌商
	8	CROWN（皇冠）		2008 年	中国	电动工具制造商和品牌商
零售商	9	Harbor Freight Tools（HFT）		2011 年	美国	设备和工具连锁超市
	10	ADEO（安达屋）		2014 年	法国	家居建材五金工具连锁超市
	11	Kingfisher（翠丰）		2020 年	英国	家居建材五金工具连锁超市

（3）公司竞争优势显著，与客户粘性不断增强

作为服务国际知名电动工具品牌商及零售商的 ODM 供应商，研发设计能力和专利技术的积累是公司核心竞争优势。公司专注于电热类、喷涂类、钉枪类、吹吸类、冲磨类、蒸汽类等多品类电动工具产品的研发设计和生产，截至 2022 年 3 月 30 日已获得国内外专利 351 项，其中发明专利 21 项，实用新型专利 175 项，外观设计专利 155 项，在行业内具有较强技术实力。公司先后获得“国家知识产权优势企业”、“浙江省专利示范企业”、“电动工具省级高新技术企业研究开发中心”、专精特新“小巨人”企业等荣誉。随着公司研发投入不断增加，公司产品的竞争优势不断增强。

公司在研发设计、产品质量、服务及快速响应、交货及时等方面得到合作客户的高度认可，成为国际知名电动工具品牌商及零售商如 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）、BOSCH（博世）、Makita（牧田）、Metabo（麦太保）、Einhell（安海）、ADEO（安达屋）、Kingfisher（翠丰）、Harbor Freight Tools（HFT）等客户的优质 ODM 供应商，公司在行业内的影响力和客户认可度不断增强。

随着竞争优势及行业影响力逐步提高，与客户粘性不断增强，公司获取订单能力不断提高。

综上所述，发行人与 HFT 等主要客户相关交易具有稳定性、持续性。

2、发行人与 HFT 等主要客户交易价格公允且业务获取具有独立性

（1）发行人与 HFT 等主要客户交易价格具有公允性

公司一般采用成本加成的定价模式，基本原则是根据产品预估成本，加上一定比例的毛利作为报价依据。实际执行中，公司会根据产品技术要求、研发投入、服务投入和品质要求、自身产能利用率、竞争程度等具体情况作出适当调整。公司报价之后，与客户通过价格谈判最终确认产品价格。公司与客户通过市场化洽谈形式，协商确认价格，具有公允性。

客户通常会选择多家合格供应商进行询价、议价，最终确定交易价格。包括 HFT 在内的主要客户为世界知名电动工具品牌商和零售商，其内控制度健全、完善，与公司不存在关联关系，基于市场化方式确定交易价格，具有公允性。

因此，公司与客户交易价格均采用市场化方式确定，交易价格具有公允性。

（2）发行人从 HFT 等主要客户获取业务具有独立性

发行人与主要客户均不存在关联关系，业务获取方式上具有独立性，且具备独立面向市场获取业务的能力。

①发行人业务获取方式具有独立性

发行人主要通过公开渠道、商务洽谈等市场化的方式自主开发客户并获取业务。具体来讲，公司主要通过行业展会、线上平台、广告宣传、业内推荐等渠道获取客户，经过客户对公司的管理水平、快速响应能力、及时交货能力、质量管控水平、研发和设计能力、社会责任履行情况、经营稳定性等全方面的考核后进入客户的供应商名录。在达成合作意向后，双方对产品参数、交货周期、付款方式、产品定价等内容进行商业谈判，并签订合作协议。

凭借较强的研发实力、成熟的生产工艺、完善的服务体系，公司进入了欧洲、美洲、亚太等市场的近百个国家和地区，与包括 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）、Makita（牧田）、BOSCH（博世）、Harbor Freight Tools（HFT）等世界知名品牌商和零售在内的近两百余名客户建立了广泛、持续的合作关系。

综上所述，公司与主要客户均不存在关联关系，业务获取方式具有独立性。

②发行人具有面向市场独立获取业务的能力

A、公司拥有完整、独立的业务体系，与 HFT 等主要客户之间不存在关联关系

公司凭借多年的技术和生产制造经验积累，经过持续开发、设计投入，生产出具有市场竞争力的产品以满足客户需求。发行人拥有完整的采购、生产、销售团队和业务体系。在业务经营上与 HFT 等主要客户之间均不存在关联关系。公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、持股 5%以上的主要股东以及实际控制人均没有在主要客户中占有权益。公司与 HFT 等主要客户的业务合作是建立在双方正常商业需求的基础上，是通过市场化方式相互选择的结果。

B、公司凭借核心竞争优势与客户进行合作，独立获取相关业务

发行人自设立以来，一直致力于电动工具产品的研发、设计、生产和销售，经过多年的发展和积累，形成了独立的核心竞争优势，主要体现为可靠的产品品质优势、强大的技术研发优势、自动化和规模化生产优势等。公司凭借其核心竞争优势，积累了一批合作关系稳定的优质客户资源。公司能够为客户研发设计出更多品类符合客户要求的产品，从而与客户实现长期合作，获取更多业务，带来公司业务规模持续增长。

综上所述，公司与 HFT 等主要客户均不存在关联关系，具备独立面向市场获取业务的能力，业务获取具有独立性。

二、结合下游需求、各期末在手订单等有关因素分析报告期各类产品以及主营业务收入增长的原因和合理性

（一）全球电动工具市场需求持续上升

1、全球电动工具市场空间较大，下游行业需求持续较快增长

从全球范围来看，随着电动工具应用场景的增加和市场接受度的提高，全球电动工具的需求量呈现逐年上升趋势。据统计，2019 年全球电动工具市场规模为 318 亿美元，较 2016 年市场规模增长了 24.7%，年均复合增长率达 7.64%。未来几年，预计全球电动工具市场规模仍将保持在每年 6%以上的稳定增长率，为公司业务增长带来了良好的市场机遇。

2、优质产品和服务提高了客户粘性，下游客户需求持续较快增长

公司在研发设计、产品质量、服务及快速响应、交货及时等方面得到合作客户的高度认可，成为众多国际知名电动工具品牌商及零售商合格供应商。与客户长期合作过程中，通过优质产品和服务提高客户粘性，增加下游客户向发行人采购需求。一方面，公司与世界知名品牌商长期合作过程中，能够及时获取相关产品换代升级、消费者偏好变化等市场信息，凭借自身较强研发设计和生产能力，及时开发出适应市场的新产品，新产品投入市场并取得终端消费者认可后，品牌商为保证产品品质稳定性，会持续向公司进行采购，带来公司订单量持续增长；另一方面，随着研发设计能力、生产工艺水平、售后服务等不断提高，公司通过向客户需求的其他品类产品拓展，从而与客户实现合作共赢、增强客户粘性，带来公司订单量进一步增长。报告期内，公司 ODM 业务销售收入由 2019 年的 27,421.76 万元增长至 2021 年的 60,660.17 万元，年复合增长率 48.73%，实现持续较快增长。

3、在手订单量不断增加，带动各类产品及主营业务收入持续增长

受益于电动工具行业下游市场需求持续增长及主要客户合作的持续深入，发行人截至报告期各期末主要产品类别在手订单量不断增长，具体情况如下：

单位：万元

产品类别	2021 年末	2020 年末	2019 年末
电热类	11,439.44	7,184.21	3,390.86
喷涂类	11,816.69	12,748.46	2,303.48
钉枪类	2,151.86	1,734.32	547.81
吹吸类	2,881.13	1,399.39	489.70
合计	**28,289.12**	**23,066.38**	**6,731.85**

截至报告期各期末，发行人主要产品类别在手订单总额由 2019 年末 6,731.85 万元增至 2021 年 28,289.12 万元，在手订单总额持续增长。从电热类、喷涂类、钉枪类和吹吸类产品来看，在手订单量均不断增加。因此，报告期内发行人收入增长均是基于客户订单需求量持续增长所致。预计未来，随着公司产能提升，公司业务收入将会有更进一步提升。

综上所述，凭借公司建立的竞争优势，受益于电动工具下游行业需求的持续增长及合作客户的需求增长，报告期内公司获取订单的能力不断增强，在手订单

量不断增加带动各类产品及主营业务收入持续增长。因此，发行人收入增长具有合理性。

三、补充披露相关境外销售对应的主要国家销售分布情况，并结合发行人对各地区客户销售的产品属于海外国家和地区贸易摩擦加征关税和反倾销政策的具体类型和报告期内收入占比、加征关税和反倾销后对海外销售的实际影响，有关税收承担机制的最新进展等情况，分析是否存在影响发行人经营业绩的重大国际贸易风险，相关风险是否充分揭示

（一）补充披露相关境外销售对应的主要国家销售分布情况

报告期内，公司主营业务外销收入按主要国家或地区分布的情况如下：

单位：万元

国家或地区	2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
美洲地区	**22,018.80**	**53.69%**	**8,467.30**	**39.87%**	**4,171.30**	**25.19%**
其中：美国	21,297.49	51.93%	8,026.28	37.79%	3,932.73	23.75%
阿根廷	334.42	0.82%	134.46	0.63%	70.35	0.42%
巴西	228.62	0.56%	166.43	0.78%	137.39	0.83%
其他	158.28	0.39%	140.14	0.66%	30.82	0.19%
欧洲地区	**13,615.17**	**33.20%**	**8,318.00**	**39.16%**	**5,507.90**	**33.26%**
其中：英国	3,109.53	7.58%	1,274.00	6.00%	508.14	3.07%
法国	3,280.93	8.00%	2,020.28	9.51%	2,294.53	13.85%
卢森堡	2,627.32	6.41%	2,573.70	12.12%	677.43	4.09%
德国	2,797.16	6.82%	1,560.98	7.35%	1,426.70	8.61%
荷兰	1,111.96	2.71%	301.20	1.42%	190.56	1.15%
其他	688.27	1.68%	587.84	2.77%	410.54	2.48%
亚洲地区	**5,201.00**	**12.68%**	**4,278.76**	**20.15%**	**6,715.15**	**40.55%**
其中：中国澳门	2,999.88	7.31%	1,804.73	8.50%	3,330.11	20.11%
中国香港	896.51	2.19%	1,210.47	5.70%	2,435.26	14.70%
菲律宾	427.24	1.04%	381.60	1.80%	243.91	1.47%
韩国	221.38	0.54%	221.10	1.04%	181.22	1.09%
其他	655.98	1.60%	660.86	3.11%	524.66	3.17%
其他各洲	**176.18**	**0.43%**	**175.71**	**0.83%**	**167.68**	**1.01%**

外销收入合计	**41,011.15**	**100.00%**	**21,239.78**	**100.00%**	**16,562.04**	**100.00%**

凭借较强的研发实力、成熟的生产工艺、完善的服务体系，公司进入了欧洲、美洲、亚太等市场多个国家和地区，与众多世界知名电动工具品牌商和零售商建立了广泛、持续的合作关系。报告期内，随着公司竞争优势不断增强和客户认可度不断提高，销往多个国家和地区的规模不断增长。

针对上述情况，发行人已在招股说明书“第六节/一/（二）/2/①内外销情况”进行了补充披露。

（二）结合发行人对各地区客户销售的产品属于海外国家和地区贸易摩擦加征关税和反倾销政策的具体类型和报告期内收入占比、加征关税和反倾销后对海外销售的实际影响，有关税收承担机制的最新进展等情况，分析是否存在影响发行人经营业绩的重大国际贸易风险，相关风险是否充分揭示

1、结合发行人对各地区客户销售的产品属于海外国家和地区贸易摩擦加征关税和反倾销政策的具体类型和报告期内收入占比、加征关税和反倾销后对海外销售的实际影响，有关税收承担机制的最新进展等情况

报告期内，发行人海外销售的国家或地区中，仅美国加征关税。不同期间内，美国加征关税力度有所不同，主要产品加征关税的具体情况如下：

出口美国商品名称	海关编码	加征税率
热风枪	8419.89.9585	2018 年 8 月 23 日起加征 25%；2019 年 7 月 31 日起免除加征关税，并可申请退回之前加征的关税；2020 年 7 月 31 日起恢复加征 25%
电动喷枪	8424.20.90	2018 年 9 月 24 日起加征 10%关税，2019 年 5 月 10 日起加征 25%关税
电动/锂电喷雾器	8424.82.00	2018 年 8 月 23 日起加征 25%关税
锂电吹风机	8414.59.6590	2018 年 9 月 24 日起加征 10%关税；2019 年 5 月 10 日起加征 25%关税；后被纳入排除清单，免除加征关税，并可申请退回之前加征的关税；2020 年 8 月 8 日起恢复加征 25%关税
吹吸机	8467.29.0090	2019 年 9 月 1 日起加征 15%关税，2020 年 2 月 14 日起关税下降至 7.5%
锂电吸尘器（小）	8508.11.0000	2018 年 9 月 24 日起加征 10%关税；2019 年 5 月 10 日起加征 25%关税；后被纳入排除清单，免除加征关税，并可申请退回之前加征的关税；2021 年 1 月 1 日起恢复加征 25%关税
气动/手动钉枪	8467.19.5090	2018 年 9 月 24 日起加征 10%关税，2019 年 5 月 10 日起加征 25%关税

报告期内，公司向美国地区销售产品中属于加征关税产品的销售金额及占比情况如下：

产品大类	产品品名	2021 年		2020 年		2019 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
电热类	热风枪	3,669.38	19.44%	1,613.09	24.64%	927.59	27.59%
喷涂类	电动喷枪	13,593.79	72.01%	4,050.73	61.87%	2,151.15	63.99%
喷涂类	电动/锂电喷雾器	294.86	1.56%	145.94	2.23%	-	-
钉枪类	气动/手动钉枪	290.79	1.54%	50.49	0.77%	-	-
吹吸类	吹吸机	356.01	1.89%	241.19	3.68%	16.05	0.48%
吹吸类	吸尘器	329.61	1.75%	293.00	4.48%	214.11	6.37%
吹吸类	吹风机	14.63	0.08%	34.90	0.53%	13.24	0.39%
配件类	其他配件	328.90	1.74%	118.06	1.80%	39.81	1.18%
合计		**18,877.95**	**100.00%**	**6,547.39**	**100.00%**	**3,361.95**	**100.00%**
占主营业务收入比例			**28.29%**		**16.83%**		**11.51%**

综上所述，虽然报告期内出现中美贸易摩擦，美国对发行人部分产品加征关税，但历次加征关税均由客户承担。凭借竞争优势，发行人向美国客户销售的产品规模并未受到重大不利影响。 其他国家或地区对公司出口产品相关的贸易政策相对稳定，未发生重大不利变化。

（二）分析披露是否存在影响发行人经营业绩的重大国际贸易风险，相关风险是否充分揭示

发行人已在招股说明书“第四节/四/（四）贸易政策变化风险”补充披露如下：近年来，美国贸易保护主义政策倾向逐渐增大，陆续对中国进口商品加征关税。报告期内，公司海外销售业务未因贸易摩擦加征关税遭受重大不利影响。若未来中美贸易摩擦进一步加剧，或发生其他贸易摩擦事件，将对公司业绩产生不利影响。

四、说明报关数据与发行人自身数据是否匹配，出口退税情况是否与发行人境外销售规模相匹配，相关数据差异产生的原因及合理性

（一）外销收入与海关数据匹配性

报告期内，公司境内外销出口报关包括母公司普莱得、子公司斯巴达（深圳）和恒动物资，以下对比外销收入与电子口岸统计数据，具体情况如下：

1、普莱得

单位：万美元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
电子口岸	5,424.84	2,681.63	2,299.16
外销收入	5,430.53	2,682.67	2,291.53
差异	-5.69	-1.04	7.63

经核查，报告期内，外销收入与电子口岸统计数据差异较小，外销数据与海关数据具有匹配性。

2、斯巴达（深圳）

单位：万美元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
电子口岸	537.63	196.84	50.13
外销收入	542.48	204.20	56.05
差异	-4.85	-7.36	-5.93

经核查，报告期内，外销收入与电子口岸统计数据差异较小，外销数据与海关数据具有匹配性。

3、恒动物资

单位：万美元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
电子口岸	118.21	36.77	-
外销收入	118.21	36.77	-
差异	-	-	-

经核查，报告期内，外销收入与电子口岸统计数据差异较小，外销数据与海关数据具有匹配性。

（二）外销收入与出口退税金额匹配性

报告期内，公司外销出口母公司普莱得、子公司斯巴达（深圳）和恒动物资，外销收入与出口退税申报表数据，具体情况如下：

1、普莱得

单位：人民币万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
出口退税申报境外销售金额	37,686.34	15,547.64	15,770.47

减：本期申报上期出口退税销售额	6,081.45	3,094.47	3,091.22
加：下期申报本期出口退税销售额	3,400.31	6,081.45	3,094.47
调节后出口退税申报境外销售金额	35,005.20	18,534.62	15,773.72
外销收入	35,042.41	18,555.61	15,782.80
调节后出口退税申报境外销售金额与外销收入的差异	-37.21	-20.98	-9.08

经核查，报告期内，外销收入与电子口岸统计数据差异较小，外销数据与出口退税申报数据具有匹配性。

2、斯巴达（深圳）

单位：万美元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
出口退税申报境外销售金额	369.69	195.34	50.13
减：本期申报上期出口退税销售额	-	-	-
加：下期申报本期出口退税销售额	-	-	-
调节后出口退税申报境外销售金额	369.69	195.34	50.13
外销收入	542.48	204.20	56.05
调节后出口退税申报境外销售金额与外销收入的差异	-172.79	-8.85	-5.93

经核查，2019 年-2020 年，外销收入与电子口岸统计数据差异较小，外销数据与出口退税申报数据具有匹配性。2021 年差异-172.79 万元系斯巴达作为贸易型企业，税务部门对出口退税单证齐备性要求较高，正在收集单证尚未申报所致。

3、恒动物资

单位：万美元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
出口退税申报境外销售金额	18.00	-	-
减：本期申报上期出口退税销售额	-	-	-
加：下期申报本期出口退税销售额	-	-	-
调节后出口退税申报境外销售金额	18.00	-	-

外销收入	118.21	36.77	-
调节后出口退税申报境外销售金额与外销收入的差异	-100.21	-36.77	-

经核查，作为贸易型企业，税务部门对出口退税单证齐备性要求较高，恒动物资通常在单证收集齐全后才办理出口退税申报。另外，恒动物资因首次申报出口退税需税务部门现场进行一次查验才能确认出口退税申报结果，程序上需要一定时间。截止目前，恒动物资陆续向税务部门申报了出口退税金额并提交了相关单证。

五、补充说明内外销分别对应的前五大客户的基本情况、合作历史及订单获取方式、定价原则、结算周期、交易价格及变动趋势、毛利率、退换货情况、向发行人采购占其同类产品采购的比例等，并结合有关因素分析相关交易的稳定性和持续性

【回复】

（一）外销前五大客户的基本情况、合作历史及订单获取方式、定价原则、结算周期、交易价格及变动趋势、毛利率、退换货情况、向发行人采购占其同类产品采购的比例

1、与外销各年度前五大客户的交易情况

（1）报告期内，公司向外销各年度前五大客户的销售情况如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售收入	占营业收入比例
2021 年	1	Harbor Freight Tools（HFT）	15,199.66	22.59%
	2	Stanley Black&Decker（史丹利•百得）	6,837.42	10.16%
	3	Kingfisher（翠丰）	2,983.64	4.43%
	4	BOSCH（博世）	2,643.84	3.93%
	5	ADEO（安达屋）	2,308.72	3.43%
	合计		**29,973.28**	**44.54%**
2020 年	1	Harbor Freight Tools（HFT）	5,368.10	13.70%
	2	Stanley Black&Decker（史丹利•百得）	4,439.08	11.33%
	3	ADEO（安达屋）	1,715.42	4.38%

	4	BOSCH（博世）	1,575.49	4.02%
	5	Kingfisher（翠丰）	1,105.54	2.82%
	合计		**14,203.63**	**36.25%**
2019 年	1	Stanley Black&Decker（史丹利·百得）	4,057.90	13.76%
	2	Harbor Freight Tools（HFT）	2,826.58	9.59%
	3	ADEO（安达屋）	1,873.50	6.35%
	4	泰格特	1,530.12	5.19%
	5	BOSCH（博世）	1,379.19	4.68%
	合计		**11,668.35**	**39.57%**

注 1：Stanley Black&Decker（史丹利·百得）销售金额为其集团下属境外单体销售金额之总计，包括 BLACK & DECKER MACAO COMMERCIAL OFFSHORE LIMITED、BLACK & DECKER GLOBAL HOLDINGS SARL、Black & Decker Limited BVBA - UK branch、Stanley Black & Decker Asia Holdings, LLC,Macao Branch 、 STANLEY BLACK & DECKER,INC、BLACK&DECKER(US)INC.。

注 2：Kingfisher（翠丰）销售金额为其集团下属单体销售金额之总计，包括 SCREWFIX DIRECT LTD、B&Q Limited、BRICO DEPOT S.A.S.、CASTORAMA FRANCE SAS、CASTORAMA POLSKA SP. Z O.O.、KOCTAS YAPI MARKETLERI TICARET. A.S.、BRICO DEPOT SPAIN、BRICOSTORE ROMANIA SA。

注 3：泰格特包括泰格特（全球）采购有限公司、泰格特（亚洲）采购有限公司。

注 4：BOSCH（博世）销售金额为其集团下属境外单体销售金额之总计，包括 ROBERT BOSCH POWER TOOL GMBH、BOSCH LIMITED、BOSCH Power Tools - Scintilla AG。

报告期内，公司前五大外销客户较为稳定，且多为世界知名的电动工具品牌商和零售商，双方保持着长期稳定的合作关系。

报告期各期外销前五大客户的毛利率已申请豁免披露。

（2）向发行人采购占其同类产品采购的比例

出于商业信息保密的考虑，外销客户未提供其向发行人采购占其同类产品采购比例的数据。据公开资料显示，上述主要客户销售规模庞大，如 BOSCH（博世）2021 年销售额为 788 亿欧元，ADEO（安达屋）2020 年度的营业收入为 260 亿欧元，客户 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）2021 年已经实现营业收入 156.17 亿美元。公司主要外销客户具有较高的市场地位，公司销售占其业务规模的比例较小。

（3）报告期内，公司与外销各年度前五大客户的交易价格及变动趋势如下：

单价：元/台

客户名称	2021 年		2020 年		2019 年
	单价	增长率	单价	增长率	单价
Harbor Freight Tools（HFT）	291.46	128.59%	127.50	43.94%	88.58
Stanley Black&Decker（史丹利•百得）	64.54	1.95%	63.31	-0.31%	63.50
Kingfisher（翠丰）	142.22	31.84%	107.87	-	-
BOSCH（博世）	106.56	4.03%	102.43	3.82%	98.66
ADEO（安达屋）	98.53	2.93%	95.73	-3.33%	99.03
泰格特	-	-	107.81	12.71%	95.66

注：公司向主要客户销售的产品主要为整机产品，配件数量较多且金额较小，故此处交易价格为整机平均价格。

报告期内，公司向各年度境外前五大客户销售产品的均价存在一定变动，主要原因系公司销售的细分产品型号、规格众多，报告期各期，公司向客户销售的不同产品数量结构存在一定变动。

报告期内，发行人向 HFT 销售产品的均价分别为 88.58 元/台、127.50 元/台和 291.46 元/台，具有明显的上升趋势，主要原因系单价较高的专业应用领域产品如高压无气喷枪、三级五级增压喷枪等销售占比增加所致。尤其是高压无气喷枪产品自 2020 年 10 月量产后，发行人 2020 年和 2021 年向 HFT 销售该产品占当期向 HFT 销售收入的比例分别提高到 23.67%和 57.43%。因高压无气喷枪价格较高，是一般喷枪类产品约 3 倍以上，其销售占比提高带动发行人向 HFT 销售的整体均价增长。

2021 年，发行人向翠丰销售产品的均价由 2020 年 107.87 元/台增长至 142.22 元/台，主要系单价较高的高压无气喷枪和拉杆式喷枪销售量增长所致。

此外，市场情况、原材料价格波动、结算汇率波动等因素变化，也使得销售均价在报告期各期存在一定波动。

2、与外销各年度前五大客户的合作情况

（1）报告期内，公司与外销各年度前五大客户的合作情况如下：

客户名称	基本情况	开始合作时间	订单获取方式	定价原则
Harbor Freight Tools（HFT）	HFT 成立于 1977 年，是一家美国工具和设备零售商，在美国 48 个州开设超过 1,200 家门店，提供包括手工具、气动工具和电动工具等在内的超过 7,000 个品类的工具和配件，年销售额超过 60 亿美元，员工数量超过 24,000 名，服务 4,000 万余名客户。	2011 年	公司提供样品和报价，客户比较产品品质、价格等条件后，双方通过商业谈判达成订单	成本+运营费用+合理毛利率
Stanley Black&Decker（史丹利·百得）	史丹利百得公司是世界工具行业最具核心竞争力、最具专业性和信赖性的工业及家用手工具、电动工具、汽保工具、气动工具、存储设备制造商之一，旗下拥有史丹利 STANLEY、瑞驰 RACING、得伟 DeWALT、百得 BLACK&DECKER、GMT、FACOM、PROTO、威帝玛 VIDMAR、BOSTITCH、LaBounty、都百瑞 DUBUIS 等多个一线工具品牌。	2008 年	公司提供样品和报价，客户比较产品品质、价格等条件后，双方通过商业谈判达成订单	成本+运营费用+合理毛利率
Kingfisher（翠丰）	Kingfisher 是英国的一家商品零售商，在 8 个国家有 1,380 家分店。公司旗下的商店包括：B&Q（百安居），Castorama, Brico Dépôt, Screwfix, TradePoint and Koçtaş。公司所属的商店分为电器商店，日用品商店，娱乐品商店和电子商店。英国翠丰集团是世界 500 强企业之一，在全球家装零售业排名第三，在亚洲和欧洲市场总共拥有 600 多家店。集团旗下百安居目前在中国拥有 58 家连锁店。	2020 年	客户发布招标公告，公司递送投标材料，客户经审核后公布中标结果，双方通过商业谈判确定价格和产品信息后达成订单	成本+运营费用+合理毛利率
BOSCH（博世）	博世集团是一家创新的技术及服务供应商。博世集团在全球拥有约 39.5 万名员工（截至 2020 年 12 月 31 日）。集团在 2020 财政年度创造了约 715 亿欧元的销售业绩，在 2020 年世界五百强中排名第 95 位。博世业务划分为汽车与智能交通技术、工业技术、消费品以及能源与建筑技术 4 个业务领域。	2011 年	公司提供样品和报价，客户比较产品品质、价格等条件后，双方通过商业谈判达成订单	成本+运营费用+合理毛利率

ADEO（安达屋）	ADEO 原名 Leroy Merlin（乐华梅兰集团），成立于 1923 年，2007 年正式更名为安达屋集团，是全球第四、欧洲第二的连锁建材超市集团，总部在法国里尔，在法国、意大利、西班牙、葡萄牙、希腊、巴西、波兰、中国和俄罗斯设有连锁商场，拥有 900 家综合商店、市场和平台合作伙伴的网络。2020 年集团营业额为 260 亿欧元，在法国境外实现了 50%以上的营业额，境外店铺数占全集团一半以上。ADEO 属于法国穆里叶欧尚集团，穆里叶欧尚集团旗下拥有 15 个大型零售集团，除了 ADEO 还包括欧尚百货超市、迪卡侬体育用品连锁集团、连锁餐厅等。 ADEO 旗下有 8 个连锁品牌，超过 800 家商场，分别是大型建材超市：LEROYMERLIN（乐华梅兰），中型便利建材超市：BRICO-CENTER（装修城）、AKI、Dom Pro、Weldom，建材折扣连锁店：BRICOMAN（装修人），专业家居装饰连锁店：ZODIO，以可持续发展为主题的专业店：KBANE。	2014 年	客户发布招标公告，公司递送投标材料，客户经审核后公布中标结果，双方通过商业谈判确定价格和产品信息后达成订单	成本+运营费用+合理毛利率
泰格特	泰格特（亚洲）采购有限公司成立于 2005 年（后由泰格特（全球）采购有限公司承继相关业务），是一家从事机电动工具贸易的公司，主要服务于欧美商超，为其提供符合需求的电动工具产品。	2009 年	公司提供样品和报价，客户比较产品品质、价格等条件后，双方通过商业谈判达成订单	成本+运营费用+合理毛利率

（2）报告期内，公司与外销各年度前五大客户的结算周期情况如下：

报告期内，公司外销前五大销售客户中，除 BOSCH（博世）集团旗下 ROBERT BOSCH POWER TOOL GMBH 主体信用期由 2019 年的提单日后 90 天调整为提单日后 120 天外，其他客户销售收款信用期未发生重大变化。该公司信用政策变化主要原因系 2019 年客户由于自身的结算政策调整，2021 年因疫情、物流等原因，主动向发行人提出合理延长信用期的要求。发行人基于良好的长期合作基础、稳定的客户关系等因素同意延长信用期的要求。

客户名称	销售单体	期间	信用政策
Harbor Freight Tools（HFT）	Harbor Freight Tools（HFT）	2019 年-2021 年	提单日后 30 天
Stanley Black&Decker（史丹利·百得）	BLACK & DECKER MACAO COMMERCIAL OFFSHORE LIMITED	2019 年-2021 年	提单日后 120 天
	Stanley Black & Decker Asia Holdings, LLC,Macao Branch		
	BLACK & DECKER GLOBAL HOLDINGS SARL	2019 年-2021 年	提单日后 120 天
	Black & Decker Limited BVBA - UK branch	2019 年-2021 年	提单日后 135 天
Kingfisher（翠丰）	Kingfisher International Products Limited	2020 年-2021 年	信用证交单后 90 天
	SCREWFIX DIRECT LTD		
	CASTORAMA POLSKA SP. Z O.O.		
	CASTORAMA FRANCE SAS		
	B&Q Limited		
	KOCTAS YAPI MARKETLERI TICARET. A.S.		
	BRICO DEPOT S.A.S.		
	BRICO DEPOT SPAIN		
	BRICOSTORE ROMANIA SA		
BOSCH（博世）	ROBERT BOSCH POWER TOOL GMBH	2019 年-2020 年	提单日后 90 天
		2021 年	提单日后 120 天

	Robert Bosch Power Tool Kft.	2019 年-2021 年	提单日后 60 天
	BOSCH LIMITED	2019 年-2021 年	提单日后 60 天
	BOSCH Power Tools - Scintilla AG	2019 年-2021 年	提单日后 60 天
ADEO（安达屋）	ADEO SERVICES SAS	2019 年-2021 年	提单日后 120 天
泰格特	泰格特（亚洲）采购有限公司	2019 年-2020 年	提单日后 90 天
	泰格特（全球）采购有限公司	2020 年	提单日后 90 天

（3）报告期内，公司与外销各年度前五大客户的退换货情况如下：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
ADEO（安达屋）	-	-	24.75
退换货金额合计	-	-	24.75
当期营业收入	-	-	29,488.27
退换货金额占当期营业收入比重	-	-	0.08%

基于与主要客户的长期合作，公司深刻把握客户的产品设计理念和技术要求，严格执行产品质量控制制度，在技术成熟性和产品质量稳定性方面优势凸显。

报告期内，公司境外前五大客户中，仅存在 2019 年向 ADEO 的销售存在退换货情况，合计金额为 24.75 万元，占当期营业收入的比重极小，未对公司的实际生产经营产生影响。

（二）内销各年度前五大客户的基本情况、合作历史及订单获取方式、定价原则、结算周期、交易价格及变动趋势、毛利率、退换货情况、向发行人采购占其同类产品采购的比例

1、与内销各年度前五大客户的交易情况

（1）报告期内，公司向内销各年度前五大客户的销售情况如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售收入	占营业收入比例
2021 年	1	Makita（牧田）	8,276.83	12.30%
	2	Einhell（安海）	7,820.61	11.62%

	3	皇冠投资集团有限公司	1,675.88	2.49%
	4	Chervon（泉峰）	1,337.35	1.99%
	5	青岛捷马机电设备有限公司	506.44	0.75%
	合计		**19,617.11**	**29.15%**
2020 年	1	Einhell（安海）	5,017.60	12.81%
	2	Makita（牧田）	2,450.60	6.25%
	3	皇冠投资集团有限公司	1,886.68	4.82%
	4	傲基科技股份有限公司	1,059.75	2.70%
	5	江苏汇鸿鸣骏进出口有限公司	746.27	1.90%
	合计		**11,160.90**	**28.49%**
2019 年	1	Einhell（安海）	2,848.96	9.66%
	2	Makita（牧田）	2,260.98	7.67%
	3	皇冠投资集团有限公司	991.27	3.36%
	4	傲基科技股份有限公司	887.20	3.01%
	5	江苏汇鸿鸣骏进出口有限公司	664.38	2.25%
	合计		**7,652.79**	**25.95%**

注 1：Einhell（安海）销售金额为其集团下属单体销售金额之总计，包括重庆市汉斯·安海酉阳进出口有限公司、翰斯铵海（上海）贸易有限公司。

注 2：皇冠投资集团有限公司销售金额为其集团下属单体销售金额之总计，包括浙江格致商贸有限公司、上海脉链五金工具有限公司、上海脉拓商贸有限公司、上海托盛商贸有限公司、浙江恒泰皇冠园林工具有限公司、永康市皇冠电动工具制造有限公司、上海脉链五金工具有限公司金华分公司。

注 3：Chervon（泉峰）销售金额为其集团下属单体销售金额之总计，包括南京德朔实业有限公司、泉峰（中国）贸易有限公司、泉峰（中国）工具销售有限公司。

注 4：汇鸿鸣骏销售金额为其集团下属单体销售金额之总计，包括江苏汇鸿鸣骏进出口有限公司、苏州亮明工具有限公司。

报告期内，公司前五大内销客户较为稳定，包括世界知名的电动工具品牌商和零售商在国内设立的采购主体和国内知名品牌商，双方保持着长期持续的合作关系。

报告期各期内销前五大客户的毛利率已申请豁免披露。

（2）向发行人采购占其同类产品采购的比例

出于商业信息保密的考虑，客户未提供其向发行人采购占其同类产品采购比例的数据。据公开资料显示，上述主要内销客户销售规模较大，如牧田公司 2020-2021 财年实现营收 6,083 亿日元，其中电动工具收入 3,565 亿日元，占总

营收的 58.60%；客户 Chervon（泉峰）2021 年度销售电动工具收入为 8.85 亿美元。公司主要内销客户具有较大业务规模，公司销售占其业务规模的比例较小。

（3）报告期内，公司与内销各年度前五大客户的交易价格及变动趋势如下：

单位：元/台

客户名称	2021 年		2020 年		2019 年
	单价	增长率	单价	增长率	单价
Makita（牧田）	217.51	28.11%	169.79	-3.89%	176.66
Einhell（安海）	107.91	13.84%	94.79	-0.09%	94.87
皇冠投资集团有限公司	90.20	6.61%	84.61	-21.63%	107.96
Chervon（泉峰）	168.75	20.86%	139.62	28.44%	108.71
青岛捷马机电设备有限公司	83.94	-1.08%	84.86	10.87%	76.54
傲基科技股份有限公司	119.07	-0.08%	119.16	7.35%	111.00
汇鸿鸣骏	84.32	29.91%	64.91	12.58%	57.65

注：交易价格为整机售价。

公司向报告期各期内销前五大客户销售产品的均价相对稳定，价格波动主要系由于公司不同细分产品的销售结构存在一定变动。此外，考虑到近期原材料价格上涨及人工费用上涨等因素，发行人为保持合理的利润空间，经与客户友好协商，对交易价格进行了调整。

2、与内销各年度前五大客户的合作情况

（1）报告期内，公司各年度内销前五大客户的合作情况

客户名称	基本情况	开始合作时间	订单获取方式	定价原则
Makita（牧田）	牧田株式会社是目前世界上最大的专门生产专业电动工具的制造商之一，总部位于日本国爱知县安城市，创业于 1915 年，先后在日本东京、名古屋、美国 NASDAQ 证券市场上市，注册资金达 242 亿日元，整个集团员工超过 9,000 人。主营业务包括电动工具、木工机械、气动工具、家用及园艺用机器等的制造和销售。	2016 年	公司提供样品和报价，客户比较产品品质、价格等条件后，双方通过商业谈判达成订单	成本+运营费用+合理毛利率
Einhell（安海）	安海（Einhell）是一家德国电动工具和电动园艺设备制造商，总部位于伊萨尔河畔兰道。公司于 1964 年成立，目前在全球拥有 1,800 余名员工，40 家子公司。	2014 年	公司提供样品和报价，客户比较产品品质、价格等条件后，双方通过商业谈判达成订单	成本+运营费用+合理毛利率
皇冠投资集团有限公司	中国皇冠投资集团有限公司创办于 1983 年，经过 25 年的艰苦奋斗，现已发展成为中国工具行业名列前茅的制造商和销售商。	2008 年	公司提供样品和报价，客户比较产品品质、价格等条件后，双方通过商业谈判达成订单	成本+运营费用+合理毛利率
Chervon（泉峰）	泉峰专注于手持式电动工具、台型电动工具、电子激光工具及花园工具产品业务。凭借先进的研发、测试、制造实力和全球营销、工业设计和	2010 年	公司提供样品和报价，客户	成本+运营费用+合理毛利率

	售后服务团队，泉峰为客户提供优秀解决方案，赢得客户满意和认可。泉峰的产品在全球 100 个国家超过 30,000 家连锁商店行销。		比较产品品质、价格等条件后，双方通过商业谈判达成订单	
青岛捷马机电设备有限公司	青岛捷马机电设备有限公司成立于 2007 年 07 月 12 日，法定代表人夏禄清，公司经营范围包括销售：机电产品（不含汽车）；货物进出口、技术进出口等。	2010 年	公司提供样品和报价，客户比较产品品质、价格等条件后，双方通过商业谈判达成订单	成本+运营费用+合理毛利率
傲基科技股份有限公司	傲基科技成立于 2010 年 9 月，主要从事具有创新用户体验的智能、数码消费和家居产品的自主研发、设计与销售。公司在 3C 数码、电动工具、智能家电、家居及大健康品类等领域打造了 Aukey、Tacklife、Aicok、Homfa 和 Naipo 等品牌。傲基连续多年获得德国红点设计大奖和德国 iF 设计奖；全球最大传播集团 WPP 与 Google 联合发布的“BrandZ™中国出海品牌 50 强”评选中，公司连续三年上榜；2019 年，旗下三个品牌入围“亚马逊全球开店中国出口跨境品牌百强”榜单，成为中国品牌出海的典型代表。	2016 年	公司提供样品和报价，客户比较产品品质、价格等条件后，双方通过商业谈判达成订单	成本+运营费用+合理毛利率
汇鸿鸣骏	江苏汇鸿鸣骏进出口有限公司于 2008 年 10 月 06 日在江苏省工商行政管理局登记成立。法定代表人孙小明，公司经营范围包括自营和代理各类商品及技术的进出口业务，国内贸易等。	2008 年	公司提供样品和报价，客户比较产品品质、价格等条件后，双方通过商业谈判达成订单	成本+运营费用+合理毛利率

（2）报告期内，公司与内销各年度前五大客户的结算周期情况

报告期内，公司与前五大内销客户的结算周期未发生重大变化。

客户名称	销售单体	期间	信用政策
Makita（牧田）	牧田（中国）有限公司	2019 年-2021 年	货到后 60 天
Einhell（安海）	重庆市汉斯•安海酉阳进出口有限公司	2019 年-2021 年	提单日后 40 天
	OZITO INDUSTRIES PTY LTD.	2019 年-2021 年	提单日后 40 天
皇冠投资集团有限公司	浙江格致商贸有限公司	2019 年-2021 年	货到后 60 天
	上海脉链五金工具有限公司		
	上海脉链五金工具有限公司金华分公司		
	上海脉拓商贸有限公司		
	上海托盛商贸有限公司		
	永康市皇冠电动工具制造有限公司		
Chervon（泉峰）	泉峰（中国）贸易有限公司	2019 年-2021 年	提单日后 60 天
	泉峰（中国）工具销售有限公司		
	南京德朔实业有限公司		
青岛捷马机电设备有限公司	青岛捷马机电设备有限公司	2019 年-2021 年	货到后 75 天
傲基科技股份有限公司	傲基科技股份有限公司	2019 年-2021 年	月结 30 天
汇鸿鸣骏	江苏汇鸿鸣骏进出口有限公司	2019 年-2021 年	货到后 60 天
	苏州亮明工具有限公司	2019 年-2021 年	

注：Einhell（安海）和 Chervon（泉峰）通过其境内采购主体向合格供应商采购，发行人完成产品交付后，货物由客户直接运输至境外销售。根据客户的结算惯例，双方协商后以提单日后一定天数作为结算周期。

（3）报告期内，公司与内销各年度前五大客户的退换货情况

报告期内，公司与内销各年度前五大客户不存在退换货情况。

（三）相关交易的稳定性和持续性

近年来，发行人所处的电动工具行业规模稳定增长，市场前景广阔，下游客户需求稳定且具有可持续性。公司凭借突出的产品、技术和服务优势，与多

家国内外知名电动工具品牌商及零售商保持长期良好的合作关系，其中，公司与史丹利·百得、Chervon（泉峰）、Harbor Freight Tools（HFT）、BOSCH（博世）、CROWN（皇冠）等主要客户的合作时间均超过十年，合作关系稳定。依托稳定的产品质量和较强的成本控制能力，公司能够保持较低的退换货率和稳定的毛利率水平，客户粘性不断增强。因此，发行人与主要客户的相关交易具有稳定性和持续性。具体说明详见本回复“13、关于客户与收入/一、结合发行人下游行业的竞争格局、主要客户在相关市场的市场份额、相关产品在客户同类产品采购占比等情况，分析说明发行人客户集中度是否符合行业特点，并说明第一大客户销售占比大幅提升的原因及合理性，发行人与 HFT 等主要客户相关交易的稳定性、持续性、价格公允性和业务获取的独立性/（三）发行人与 HFT 等主要客户相关交易的稳定性、持续性、价格公允性和业务获取的独立性”。

六、结合各期客户增减变动情况，分析披露报告期是否存在异常新增客户等情形，发行人的客户及其实际控制人或主要股东、关键经办人员与发行人是否存在关联关系或利益安排

（一）各期客户增减变动情况，报告期是否存在异常新增客户等情形

1、客户变动情况

报告期内，公司客户群尾部存在较多零散且小额交易的客户，主要为中小客户根据自身规模需求小额采购的情形且占总体销售额比例较小。因此，此处选取规模以上的客户（即销售金额超过 50 万元）进行分析。

2、报告期各期，公司规模以上客户数量变动情况如下：

项目	2021 年	2020 年	2019 年
规模以上客户数量（个）	82	72	59
规模以上客户销售金额（万元）	64,352.59	35,725.16	26,404.15
规模以上客户销售金额占主营业务收入的比重	96.25%	91.86%	90.37%
新增规模以上客户数量（个）	6	4	5
新增规模以上客户销售金额（万元）	893.94	1,198.32	952.25

新增规模以上客户销售金额占主营业务收入的比重	1.34%	3.08%	3.26%
减少规模以上客户数量（个）	4	3	6
减少规模以上客户上年度销售金额（万元）	642.23	378.34	547.58
减少规模以上客户上年度销售金额占上年度主营业务收入的比重	1.65%	1.29%	2.10%

注：1、客户数量按客户单体口径统计；2、当年“新增规模以上客户”统计口径为上年度无交易，本年度有交易且本年度销售金额在 50 万元以上的客户；当年“减少规模以上客户”统计口径为上年度有交易，本年度无交易且上年度销售金额在 50 万元以上的客户。

报告期内，发行人规模以上客户总数较为稳定，且各期新增、退出客户数量小于 10 家，各期新增、退出客户合计收入占比均低于主营业务收入 5%。

报告期各期，公司新增规模以上客户销售金额占主营业务收入的比重分别为 3.26%、3.08%和 1.34%，其中包括持续合作客户史丹利·百得、翠丰等集团公司新增采购主体的情形，新增规模以上客户总体占比较小，报告期内不存在异常新增客户等情形。

报告期各期，公司当年减少规模以上客户上年度销售金额占上年度主营业务收入的比重分别为 2.10%、1.29%和 1.65%。报告期内，公司减少规模以上客户金额占比均在 5%以下，不存在重大或异常的客户流失情形。

（二）发行人的客户及其实际控制人或主要股东、关键经办人员与发行人是否存在关联关系或利益安排

发行人主要客户及其实际控制人或主要股东、关键经办人员与公司不存在关联关系或利益安排。

针对上述情况，发行人已在招股说明书“第六节/三/（六）客户增减变动情况”进行了补充披露。

七、补充说明向各主要 ODM 客户销售相关产品的品牌情况

发行人服务的主要 ODM 客户的销售相关产品的品牌为客户重要品牌，在行业内具有较高知名度。发行人以 ODM 模式合作的报告期各期前五大客户涉及的主要品牌情况如下：

客户	品牌
Harbor Freight Tools（HFT）	AVANTI、BAUER、HERCULES、KRAUSE&BECKER
Stanley Black&Decker（史丹利·百得）	Black+Decker、Craftsman、PorterCable、Stanley、BLACK&DECKER、DEWALT、STANLEY FAYMAX
Makita（牧田）	Makita
Einhell（安海）	EINHELL、OZITO、DECO、KRAFTRONIC、XU1
Kingfisher（翠丰）	ERBAUER、TITAN、MAC、PP、ENERGER
皇冠投资集团有限公司	CROWN、DWT、STANLO、LUSQTOFF、TOSAN
ADEO（安达屋）	DEXTERPOWER、KENSTON、PRACTYL
青岛捷马机电设备有限公司	RYOBI、KYOCERA、JEMAR、EXSO
傲基科技股份有限公司	TACKLIFE

八、详细说明针对发行人各期境外、境内客户及收入的核查方法、核查范围、核查比例、取得的相关证据及结论，并对收入真实性发表明确核查意见

1、核查过程

保荐机构、申报会计师对发行人各期境外、境内客户及收入的核查程序包括内控测试、细节测试、客户函证、客户访谈、获取出口数据、出口退税数据与收入核对等，具体核查情况如下：

（1）管理层访谈

对发行人管理人员进行访谈，了解发行人主要产品的用途、市场容量、订单获取方式、下游主要客户的需求、发行人收入增长的主要来源等情况；

（2）内控测试

询问并了解发行人销售收款相关内部控制制度，获取公司的销售合同、订单、发货单、销售出库单、报关单、销售发票或形式销售发票、签收单、银行回单等业务单据，执行穿行测试及控制测试，测试公司销售与收款循环内部控制制度是否设计合理并得到有效执行。

（3）细节测试

取得发行人销售明细账，抽取销售记录检查对应的销售合同、订单、发货单、销售出库单、报关单、销售发票或形式销售发票等业务单据，执行销售细节测试。

（4）客户函证

对报告期内主要客户进行函证，函证内容包括各期间交易金额、各期末应收账款、预收款项余额等。函证样本选择包括：收入发生金额较大的客户、应收账款余额较大的客户等。核查比例情况如下：

①外销

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
外销收入金额	41,011.15	21,239.78	16,562.04
回函确认金额	**32,429.48**	**15,698.83**	**13,621.47**
回函确认比例	**79.07%**	**73.91%**	**82.25%**

②内销

项目	2021 年	2020 年	2019 年
内销收入金额	25,713.38	17,652.73	12,654.37
回函确认金额	**22,348.03**	**15,316.55**	**10,846.55**
回函确认比例	**86.91%**	**86.77%**	**85.71%**

（5）客户走访

对报告期内境内外主要客户进行实地走访及小部分客户受疫情影响而采取视频访谈，了解其基本情况、经营状况、与发行人之间的交易情况、合作模式等以及主要客户与发行人及其股东、董事、监事、高级管理人员之间是否存在关联关系等，具体核查比例情况如下：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
营业收入金额	66,724.53	38,892.51	29,216.41
访谈核查金额	47,566.26	28,311.82	21,497.49
核查比例	71.29%	72.80%	73.58%
其中：内销收入金额	25,713.38	17,652.73	12,654.37

项目	2021 年	2020 年	2019 年
客户访谈核查金额	20,764.10	14,314.80	10,134.27
内销核查比例	80.75%	81.09%	80.09%
外销收入金额	41,011.15	21,239.78	16,562.04
客户访谈核查金额	26,802.16	13,997.02	11,363.22
外销核查比例	65.35%	65.90%	68.61%

（6）查询公开信息并获取中国出口信用保险公司报告

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

（7）查询主要客户工商信息资料

保荐机构及申报会计师针对走访及发出函证的主要客户（不含境外客户），通过全国企业信用信息公示系统、企查查等查询其企业工商信息，检查客户营业范围、主要股东、董监高、注册资本及经营状态等信息，了解并分析其主营业务及与发行人交易的背景。

（8）比对海关报关数据、出口退税数据与发行人自身数据的匹配性

通过获取发行人电子口岸数据和出口退税数据，并与母公司和子公司的外销售收入进行比对。通过比对，发行人电子口岸数据、出口退税数据与自身数据相匹配。具体详见本回复“13、关于客户与收入/四、说明报关数据与发行人自身数据是否匹配，出口退税情况是否与发行人境外销售规模相匹配，相关数据差异产生的原因及合理性。”

（9）收入截止性测试

对发行人报告期各期初、期末（含期前、前后）的销售收入各抽取 5 笔进行了截止性测试，检查发行人营业收入截止情况。

（10）收入季节性波动分析

报告期内，公司按季度列示的主营业务收入情况如下所示：

单位：万元

季度	2021 年	2020 年	2019 年

	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	11,361.24	17.03%	5,360.20	13.78%	6,665.50	22.81%
第二季度	17,655.87	26.46%	9,508.01	24.45%	7,935.80	27.16%
第三季度	17,584.41	26.35%	10,417.06	26.78%	7,750.48	26.53%
第四季度	20,123.01	30.16%	13,607.24	34.99%	6,864.64	23.50%
合计	**66,724.53**	**100.00%**	**38,892.51**	**100.00%**	**29,216.41**	**100.00%**

总体来看，报告期内，除第一季度受春节放假因素影响，销售收入占全年主营业务收入比例相对较低外，其他三个季度收入占比相对均衡，不存在收入季节性波动较为明显的情形。

2、核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为，发行人收入具有真实性。

九、核查意见

（一）核查过程

1、获取电动工具行业近年来行业统计数据，了解行业竞争格局、主要客户的市场份额情况；

2、获取发行人各期末在手订单情况，了解下游客户需求及在手订单来源及执行情况；

3、获取发行人销售明细表，复核境外销售对应国家的统计过程，了解各个国家和地区增长的背景和原因，并分析其合理性；

4、获取报告期内美国历次加征关税清单，并查询相关官方网站进行确认；复核报告期内相关加征关税货物销售统计情况；

5、获取发行人电子口岸数据及出口退税申报数据，与发行人外销收入进行比对，了解并分析差异合理性；

6、对发行人销售相关责任人和财务人员进行了访谈，了解报告期各期内外销前五大客户的基本情况、合作历史、订单获取方式、结算周期、信用政策、退换货情况等信息；

7、取得发行人收入明细表，比对报告期各期客户增减变动情况；

8、查询 ODM 主要客户的官网，了解其主要品牌情况；访谈销售人员，了解 ODM 主要客户的主要品牌情况；查阅 ODM 主要客户签订的合同、订单中关于授权贴牌的相关内容。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师、发行人律师认为：

1、与下游行业的竞争格局和主要客户在相关市场的市场份额相符，发行人客户集中度符合行业特点；随着双方合作深入及客户粘性不断增强，HFT 向发行人采购的产品品类和规模不断增加，尤其是喷涂类产品采购规模较快增长，客户 HFT 销售占比提升具有合理性；发行人与 HFT 等主要客户相关交易具有稳定性和持续性，交易价格公允且业务获取具有独立性；

2、受下游需求持续增长，发行人各期末在手订单持续较快增长，报告期各类产品以及主营业务收入增长具有合理性；

3、报告期内，发行人海外销售的国家或地区中仅在美国地区销售产品受到贸易摩擦加征关税的情况，但并未对发行人销售产生重大不利影响；若中美贸易摩擦进一步升级，则可能对发行人产生重大不利影响，发行人对相关风险进行了充分揭示；

4、发行人报关数据与发行人自身数据相匹配，出口退税情况与发行人境外销售规模相匹配；

5、发行人对内外销分别对应的前五大客户的基本情况、合作历史及订单获取方式、定价原则、结算周期、交易价格及变动趋势、毛利率、退换货情况、向发行人采购占其同类产品采购的比例等情况说明与实际情况相符，发行人与主要客户相关交易具有稳定性和持续性；

6、报告期发行人不存在异常新增客户等情形，发行人的客户及其实际控制人或主要股东、关键经办人员与发行人不存在关联关系或利益安排；

7、发行人服务的主要 ODM 客户的销售相关产品的品牌为客户重要品牌，在行业内具有较高知名度。

14.关于营业成本与供应商

申报材料显示：

（1）发行人主营业务成本主要由直接材料成本构成，报告期内，直接材料占主营业务成本的比例分别为 77.79%、78.93%、76.15%和 79.24%，各期成本结构存在一定变动；

（2）发行人生产所需的原材料主要包括电子电气类、五金件类、塑料加工件类等，供应商相对分散，前五大供应商采购占比在 20%左右；

（3）发行人报告期存在部分工序委托加工的情形。

请发行人：

（1）结合各期产品结构及影响料、工、费的相关因素，进一步量化分析并披露各期成本结构变动的原因及合理性；

（2）比较分析各期主要原材料的采购价格与市场价格是否存在重大差异、各期各原材料采购价格是否存在重大差异，如有说明其原因及合理性；

（3）说明报告期内主要原材料采购量、耗用量与产量的匹配关系，生产人员人均产量变动情况及原因，并分析说明报告期原材料、人工的投入产出及变动情况是否异常；

（4）量化分析说明产品结构、原材料价格变动对单位成本的影响，并分析大宗商品涨价对发行人成本和毛利率的影响；

（5）比较发行人与同行业公司在生产人员工资的差异情况，并分析说明发行人生产人员工资水平的合理性；

（6）进一步详细说明制造费用各细分项目构成及变动原因，包括结合各期相关固定资产及其变动情况匡算相关制造费用-折旧费金额的合理性、准确性，结合各期的产销情况匡算相关燃料动力、物料消耗、间接人工等发生额是否处于合理区间；

（7）补充说明报告期内发行人各类材料对应的主要供应商的基本情况和合作情况，包括主营业务、股权结构、实际控制人、注册资本、行业地位、经营规模、采购内容、平均采购单价、发行人向供应商的采购额及占该类产品采

购额的比例、发行人采购额占供应商该类产品的销售额比例、开始合作时间等，并说明相关供应商及其关联方与发行人是否存在关联关系或其他利益安排；

（8）补充说明各期供应商的数量，并对供应商按适当的采购金额标准进行分层，列示不同层级的供应商数量、采购金额及占比；新增供应商数量、对应新增供应商采购金额占比和变动情况；新增供应商的开拓过程，报告期内贸易类供应商数量及变动情况，向贸易类供应商采购金额和比例；同一类产品向贸易类供应商采购和向终端供应商采购价格的差异和合理性；成立不久（两年以内）的供应商和发行人产生合作的原因、背景、对应的金额和占比；

（9）补充说明报告期内外协加工涉及的产品、工序、加工费及占成本的比例、主要外协厂商的基本情况及是否与发行人存在关联关系及其他利益约定等情况，是否存在员工或前员工设立的外协厂商的情形；外协价格确定的依据、变动情况及是否具有公允性；发行人采购占主要外协厂商提供同类产品或服务的占比。

请保荐人和申报会计师发表明确意见，并说明对供应商的核查方法、核查比例及对采购真实性、成本完整性及准确性的核查结论。

【回复】

一、结合各期产品结构及影响料、工、费的相关因素，进一步量化分析并披露各期成本结构变动的原因及合理性

报告期内，公司主营业务成本由直接材料、直接人工、制造费用、委托加工费和合同履约成本组成。其中，直接材料、直接人工和制造费用为公司主营业务成本主要构成要素。公司各期成本结构基本稳定，具体构成及变动情况如下：

单位：万元

成本类别	2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直接材料	37,097.85	82.21%	20,041.64	79.38%	15,297.84	78.93%
直接人工	4,334.08	9.61%	2,849.84	11.29%	2,468.48	12.74%
制造费用	2,957.17	6.55%	1,842.61	7.30%	1,192.47	6.15%
委托加工费	733.99	1.63%	512.61	2.03%	423.62	2.19%

合计	45,123.09	100.00%	25,246.70	100.00%	19,382.40	100.00%

注：为了保持各期成本结构可比性，剔除了 2020 年和 2021 年合同履约成本的影响。

（一）直接材料变动分析

报告期内，公司主营业务成本直接材料占比分别为 78.93%、79.38%和 82.21%，占比有所提高主要系一方面公司提高产品品质和性能，将产品向锂电化、系列化及性能要求更高的专业应用领域拓展，相关材料投入有所增加；另一方面，不同产品类别因产品结构、功能及生产工艺有所区别，材料投入比例有所不同，随着材料投入比例较高的产品销售比例的提升而拉高了公司主营业务成本中直接材料的占比。报告期内，公司各类产品的直接材料占比及各类产品主营业务成本占比情况如下：

产品类别	项目	2021 年	2020 年	2019 年
电热类	直接材料占比	76.30%	75.88%	76.09%
	主营业务成本占比	33.80%	42.23%	49.36%
喷涂类	直接材料占比	85.86%	81.48%	81.01%
	主营业务成本占比	44.96%	36.00%	30.81%
钉枪类	直接材料占比	84.80%	84.24%	84.35%
	主营业务成本占比	10.98%	11.93%	10.13%
吹吸类	直接材料占比	82.28%	79.68%	81.50%
	主营业务成本占比	7.75%	7.03%	6.46%
其他类	直接材料占比	84.16%	85.73%	81.01%
	主营业务成本占比	1.17%	1.43%	2.15%
配件类	直接材料占比	85.87%	81.65%	78.62%
	主营业务成本占比	1.34%	1.37%	1.07%
直接材料占主营业务成本比例		**82.21%**	**79.38%**	**78.93%**

注：主营业务成本占比=该类产品主营业务成本/当期主营业务成本总额*100%，下同；且为保持各期成本结构可比性，剔除了 2020 年和 2021 年合同履约成本的影响，下同。

2019-2020 年，公司主营业务成本直接材料占比整体较为稳定但略有提升主要系喷涂类、钉枪类等产品在主营业务成本中占比有所提高，因该类产品直接材料占比相对较高，随着占比提升提高了公司主营业务成本中直接材料整体比例。

2021 年，公司主营业务成本直接材料占比为 82.21%，较 2020 年提升 2.83 个百分点主要系喷涂类产品影响。一方面，公司开发的高压无气喷枪产品自

2020 年 10 月份开始量产后，销售规模持续增长，喷涂类产品主营业务成本占比由 2020 年 36.00%提升到 44.96%；另一方面，由于高压无气喷枪属于专业应用领域产品，材料投入占成本比例比一般喷枪类产品高出约 5%，使得喷涂类产品直接材料占比由 2020 年 81.48%提升到 85.86%，提升了 5 个百分点。因此，随着喷涂类产品销售规模增加和自身直接材料占比提升，2021 年公司直接材料整体比例有所提高。

（二）直接人工变动分析

报告期内，公司各类产品的直接人工占比及各类产品主营业务成本占比情况如下：

产品类别	项目	2021 年	2020 年	2019 年
电热类	直接人工占比	12.71%	12.86%	13.81%
	主营业务成本占比	33.80%	42.23%	49.36%
喷涂类	直接人工占比	7.54%	10.32%	12.07%
	主营业务成本占比	44.96%	36.00%	30.81%
钉枪类	直接人工占比	8.67%	9.23%	9.94%
	主营业务成本占比	10.98%	11.93%	10.13%
吹吸类	直接人工占比	9.44%	10.91%	11.55%
	主营业务成本占比	7.75%	7.03%	6.46%
其他类	直接人工占比	9.79%	8.82%	13.42%
	主营业务成本占比	1.17%	1.43%	2.15%
配件类	直接人工占比	8.94%	10.91%	14.49%
	主营业务成本占比	1.34%	1.37%	1.07%
直接人工占主营业务成本比例		**9.61%**	**11.29%**	**12.74%**

报告期内，公司主营业务成本直接人工占比分别为 12.74%、11.29%和 9.61%，占比有所下降主要系一方面公司过持续生产技术创新投入，进行生产设备和工艺的自动化改造，积极提升生产技术水平，提升了生产效率；另一方面，喷涂类、钉枪类等直接人工占比相对较低的产品销售占比的提升拉低了公司主营业务成本中直接人工的比例。尤其是 2021 年，因高压无气喷枪产品直接材料占比较高，使得喷涂类产品直接人工占比由 2020 年 10.32%下降到 7.54%，从而拉低了公司主营业务成本中直接人工的比例。

（三）制造费用变动分析

报告期内，公司各类产品的制造费用占比及各类产品主营业务成本占比情况如下：

产品类别	项目	2021 年	2020 年	2019 年
电热类	制造费用占比	7.80%	7.68%	6.31%
	主营业务成本占比	33.80%	42.23%	49.36%
喷涂类	制造费用占比	5.68%	7.15%	6.19%
	主营业务成本占比	44.96%	36.00%	30.81%
钉枪类	制造费用占比	5.76%	5.77%	5.05%
	主营业务成本占比	10.98%	11.93%	10.13%
吹吸类	制造费用占比	7.76%	9.03%	6.73%
	主营业务成本占比	7.75%	7.03%	6.46%
其他类	制造费用占比	5.97%	5.40%	5.76%
	主营业务成本占比	1.17%	1.43%	2.15%
配件类	制造费用占比	4.45%	5.87%	5.94%
	主营业务成本占比	1.34%	1.37%	1.07%
制造费用占主营业务成本比例		**6.55%**	**7.30%**	**6.15%**

报告期内，公司制造费用占比分别为 6.15%、7.30%和 6.55%，整体占比稳定。2020 年制造费用相较 2019 年上升 1.15 个百分点，主要系由于受新冠疫情影响，公司部分生产人员返工较晚，为解决生产辅助工作的临时性用工需要，公司针对辅助性工作岗位采用了劳务外包方式以解决生产辅助工作的临时性用工需求，劳务外包费用的增加提高了当期制造费用比例。

（四）委托加工费变动分析

报告期内，公司各类产品的委托加工费占比及各类产品主营业务成本占比情况如下：

产品类别	项目	2021 年	2020 年	2019 年
电热类	委托加工费占比	3.20%	3.58%	3.79%
	主营业务成本占比	33.80%	42.23%	49.36%
喷涂类	委托加工费占比	0.91%	1.05%	0.73%
	主营业务成本占比	44.96%	36.00%	30.81%
钉枪类	委托加工费占比	0.77%	0.75%	0.67%

产品类别	项目	2021 年	2020 年	2019 年
	主营业务成本占比	10.98%	11.93%	10.13%
吹吸类	委托加工费占比	0.52%	0.38%	0.22%
	主营业务成本占比	7.75%	7.03%	6.46%
其他类	委托加工费占比	0.09%	0.04%	0.02%
	主营业务成本占比	1.17%	1.43%	2.15%
配件类	委托加工费占比	0.75%	1.57%	0.95%
	主营业务成本占比	1.34%	1.37%	1.07%
委托加工费占主营业务成本比例		**1.63%**	**2.03%**	**2.19%**

公司委托加工费用主要为电镀、丝印、去毛刺等工序委托加工厂商完成产生的费用。报告期内，公司委托加工费占比分别为 2.19%、2.03%和 1.63%，规模较小且呈下降趋势，主要系由于仅部分产品需要电镀、丝印、去毛刺工序，随着公司生产规模扩大，委托加工费占比相应下降。

针对上述情况，发行人已在招股说明书“第八节/十一/（二）/2、主营业务成本按构成要素分析”中进行了补充披露。

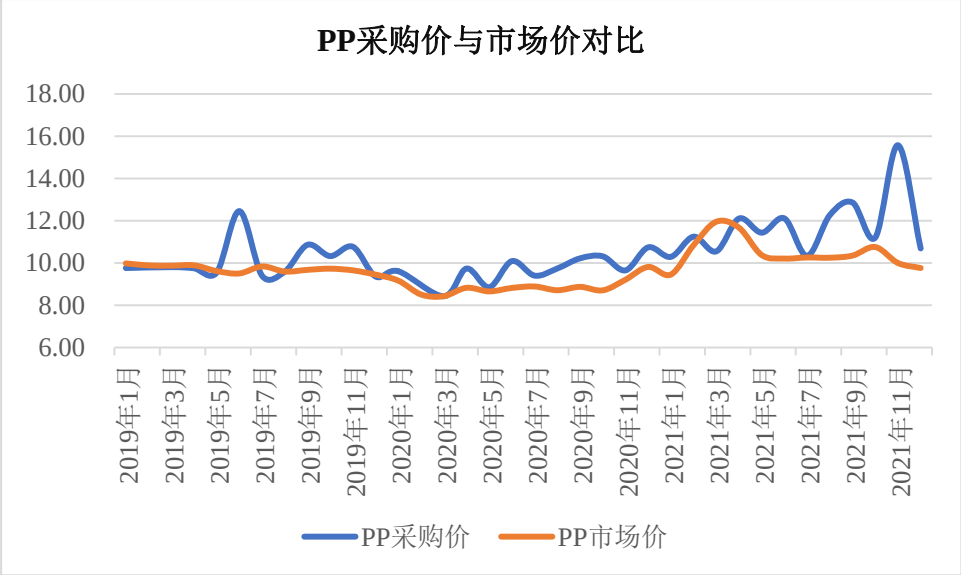
二、比较分析各期主要原材料的采购价格与市场价格是否存在重大差异、各期各原材料采购价格是否存在重大差异，如有说明其原因及合理性

公司采购品种繁多，不同材料采购价格差异大，同一类别、不同型号的材料采购价格也存在差异，材料平均采购价格除受到钢材、铜、塑料粒子等上游大宗材料价格波动的影响外，各期采购的不同材料结构占比不同，也会造成各类材料的平均价格在报告期出现波动。因此此处选取其中与市场价格具有可比性的细分原材料的采购价格与市场价格进行对比分析。

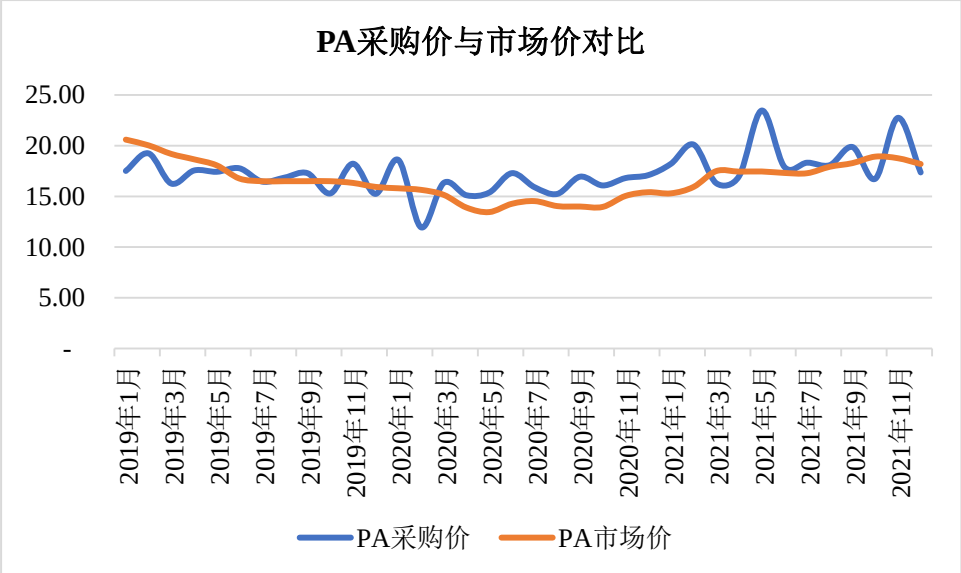
（一）比较分析各期主要原材料的采购价格与市场价格是否存在重大差异

报告期内，公司主要原材料的采购价格及变动情况如下：

1、PP 和 PA



数据来源：Wind 资讯



数据来源：Wind 资讯

从公司采购的 PP 和 PA 的采购价走势与 PP 和 PA 的市场价格走势波动可以看出，虽然部分月份公司材料采购价格与市场价存在一定差异，但在报告期内均呈现先降后升的整体趋势。

2019 年 6 月和 2021 年 11 月，公司 PP 采购价较市场价存在一定差异，主要系公司在该月份采购的具有阻燃性能的 PP 比例较高，具有阻燃性能的 PP 价格较普通 PP 材料高，从而导致该月 PP 采购价与市场价存在偏差。

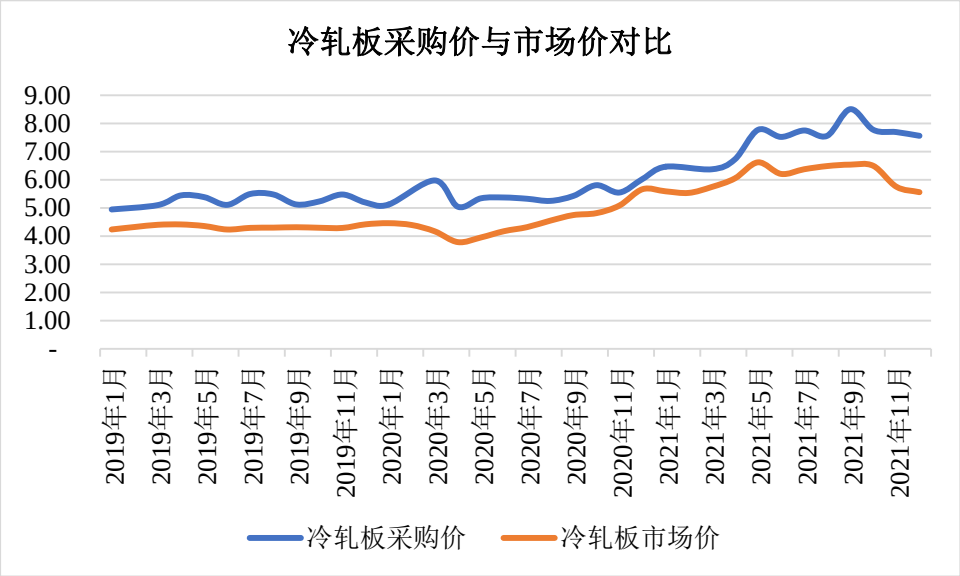
整体来看，公司 PP 材料的采购价高于市场价，主要系一方面公司采购的 PP 材料为特定型号的 PP 材料，属于改性 PP，即在普通 PP 材料基础上做进一

步改性加工形成的适合公司生产用途的 PP 材料，另一方面受限于数据的可获得性，此处选取的为以聚丙烯 PP（B4808）为代表的 PP 材料的市场价。因此公司 PP 材料的采购价高于市场价具有合理性。

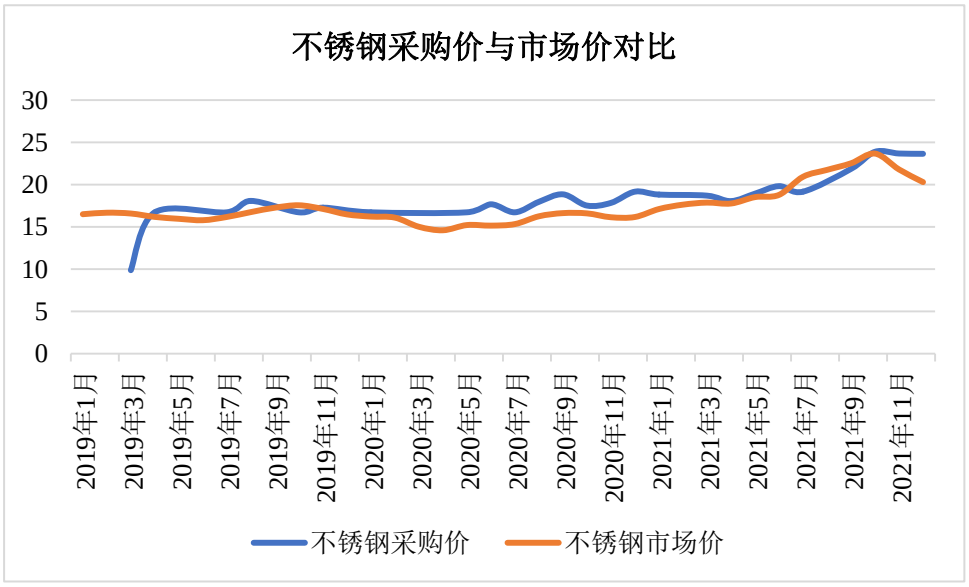
2019 年上半年，公司 PA 采购单价较市场价低，2020 年以来，公司 PA 采购单价较市场价高，主要系公司自昆山力兆和金发科技采购的 PA 材料占比提高所致，上述公司供应的材料性能较高，更能满足公司产品需求。

综上，公司 PP 和 PA 等塑料粒子的采购价格与市场价不存在重大差异。

2、冷轧板和不锈钢



数据来源：Wind 资讯



数据来源：Wind 资讯

从公司冷轧板和不锈钢的采购价格曲线与市场价对比可知，公司冷轧板和不锈钢的采购单价均与市场价格接近，且价格变动趋势与市场价格走势一致。

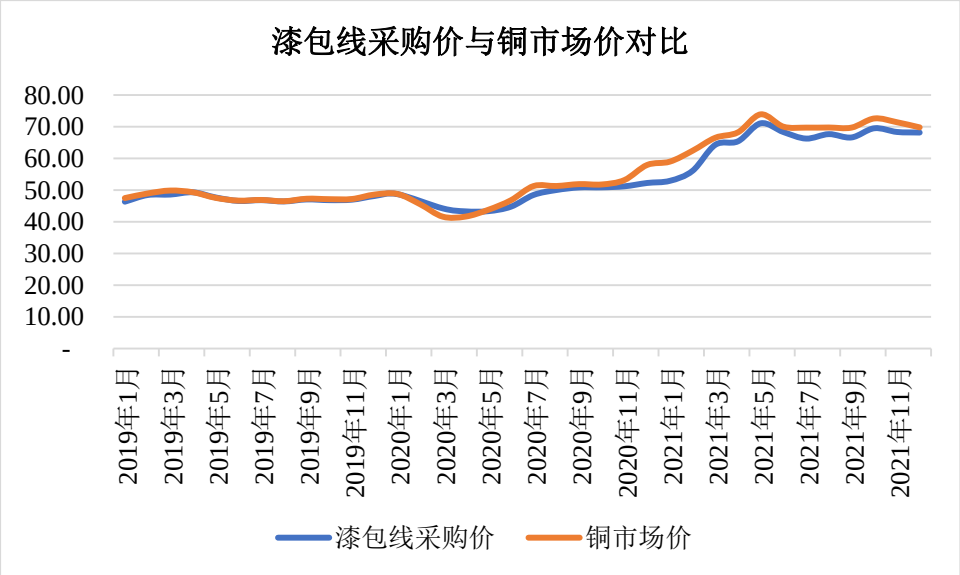
报告期内，公司冷轧板采购价格略高于市场价格，主要系一方面受限于数据的可获得性，上述冷轧板所取的市场价仅为厚度为 1mm 的冷轧板卷，另一方面公司采购的冷轧板系按照公司本身产品生产特定需求进行的定制化采购，部分所采购的冷轧板需经过淬火等加工工艺，因此公司冷轧板采购价相对高于市场价具有合理性。

3、漆包线、电源线和电机

由于公司所需原材料品类、型号较多，且存在定制化材料，因此各类材料价格差异较大，许多原材料的采购价格会受到一种或多种大宗商品价格的影响，因此除前述所列大宗材料原材料外，此处选出部分与大宗商品价格走势具有相对较强相关性的原材料进行价格对比分析。

（1）漆包线

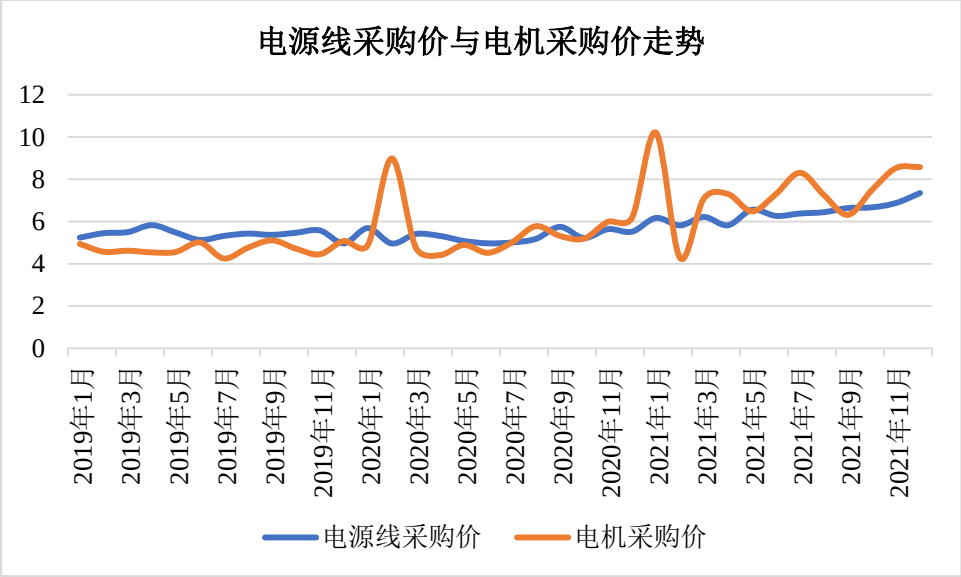
漆包线是将绝缘漆涂在裸导体材料上，经烘干形成的漆膜作为绝缘层的电磁线，漆包线的主要成分导体材料为铜线，因此其价格与铜的市场价格相关性较高，此处选择长江有色金属市场铜的市场价作为与公司漆包线采购价的比较基准，比较结果如下：



数据来源：Wind 资讯

由上图可知，报告期内，公司漆包线采购价呈现先降后升的趋势，与市场价变动趋势一致。

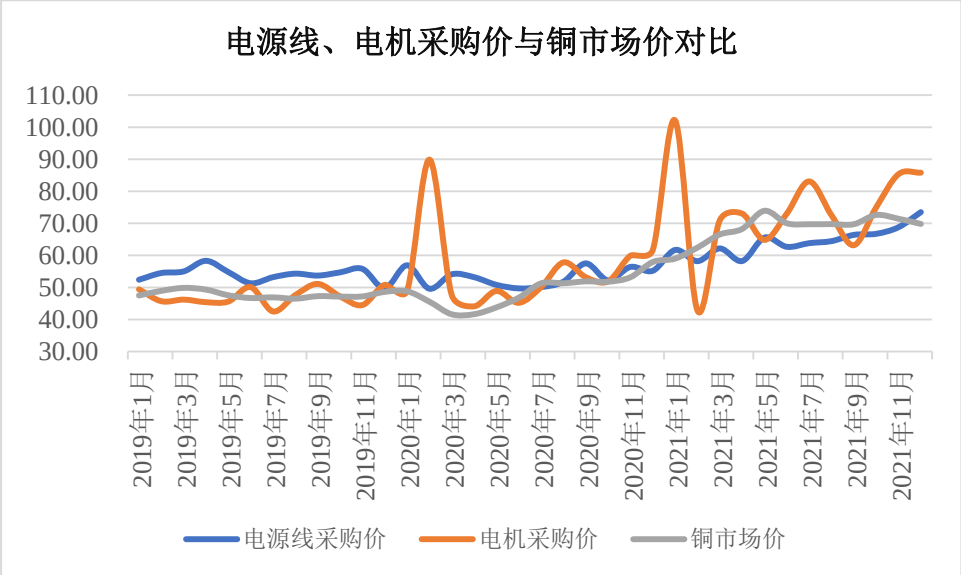
（2）电源线、电机



数据来源：Wind 资讯

由上图可知，2019-2020 年，公司电源线和电机的采购价总体上处于相对稳定的趋势，2021 年以来，公司电源线和电机的采购价格呈现较为明显的上升趋势。

电源线和电机的构成材质之一为金属铜，因此我们将金属铜的价格与电源线和电机的价格走势进行对比，对比情况如下：



注：由于单个电源线和电机的采购价与铜市场价存在数量级差异，此处为保证数据可

比，选取的为 10 个电源线和 10 个电机的价格与铜市场价进行对比。

由上图可知，2021 年公司电源线和电机价格上升与前述铜价上升趋势一致。电源线、电机采购价与铜市场价存在一定差异原因主要系电源线和电机分别以根和个为计量单位，金属铜以重量千克作为计量单位，双方计量单位存在差异，且金属铜只是电源线和电机的主要成分之一，电源线和电机的价格还受到塑料塑胶、金属铁等材料价格的影响，因此电源线和电机价格与金属铜价格存在差异具有合理性。

2020 年 2 月和 2021 年 1 月，公司电机采购单价较高，主要系该两个月份公司采购的高性能电机占比提高所致，上述高性能电机主要用于生产锂电钉枪和锂电喷枪，可提供更高的产品动力，材料价格相对较高，从而导致公司采购均价提高。

（二）各期各原材料采购价格是否存在重大差异

类别	品名	单位	2021 年			2020 年			2019 年		
			价格	变动	采购占比	价格	变动	采购占比	价格	变动	采购占比
电子电气类	线路板	元/个	7.77	18.62%	8.84%	6.55	8.96%	9.77%	6.01	12.15%	10.57%
	电源线	元/根	6.42	20.61%	6.57%	5.33	-1.07%	8.27%	5.38	0.73%	10.16%
	电机	元/个	7.54	44.05%	6.67%	5.23	10.92%	5.64%	4.72	6.18%	6.61%
	漆包线	元/KG	66.09	36.18%	4.33%	48.53	2.10%	5.35%	47.54	-3.39%	4.69%
五金件类	轴承	元/个	1.87	41.49%	1.32%	1.32	15.46%	1.15%	1.15	-10.42%	0.89%
塑料加工件类	吹塑盒	元/只	11.39	7.51%	2.35%	10.59	-4.76%	2.61%	11.12	5.70%	3.86%
	波纹管	元/根	6.33	-6.56%	0.66%	6.78	3.89%	0.99%	6.52	-3.34%	1.10%
塑料粒子类	PP	元/KG	11.67	19.11%	3.01%	9.79	-2.16%	4.22%	10.01	-3.61%	5.06%
	PA	元/KG	18.93	16.25%	2.95%	16.28	-4.32%	3.18%	17.02	-2.97%	3.75%
金属原材料类	冷轧板	元/KG	7.40	33.60%	1.19%	5.54	4.74%	1.04%	5.29	4.33%	1.33%
	不锈钢	元/KG	20.64	20.81%	0.24%	17.08	12.97%	0.29%	15.12	10.76%	0.29%
合计					**38.12%**			**42.51%**			**48.29%**

公司采购材料品名繁多，形态差异较大，计量单位多样，不同品名的材料采购价格差异大，同一品名、不同型号的材料采购价格也存在差异，因而会导致材料价格在各年间出现波动。

2019-2020 年，公司各材料采购价格总体变动幅度不大，2019-2020 年间线路板、电机等材料价格涨幅较高主要系由于采购品种变化所致。2021 年，受大宗商品材料价格上涨和采购结构的共同影响，公司各主要原材料采购价格均出现不同程度的上涨。

三、说明报告期内主要原材料采购量、耗用量与产量的匹配关系，生产人员人均产量变动情况及原因，并分析说明报告期原材料、人工的投入产出及变动情况是否异常

报告期内，发行人主要原材料采购量、耗用量与产量的匹配关系如下：

（一）线路板

单位：万个

项目	2021 年	2020 年	2019 年
本期直接外购材料	506.62	332.04	270.85
本期材料耗用	446.76	316.52	268.40
产品产量（折算产量）	445.09	316.84	267.37
投入产出比（投料耗用/产量）	100.38%	99.90%	100.39%

（二）电源线

单位：万根

项目	2021 年	2020 年	2019 年
本期直接外购材料	445.22	345.53	290.69
本期材料耗用	422.50	340.86	285.10
产品产量（折算产量）	420.10	342.07	284.89
投入产出比（投料耗用/产量）	100.57%	99.65%	100.07%

（三）电机

单位：万个

项目	2021 年	2020 年	2019 年
本期直接外购材料	384.83	239.74	215.84
自产材料	97.48	79.60	52.02
本期材料耗用	438.68	324.22	264.06
产品产量	438.06	324.18	264.22
投入产出比（投料耗用/产量）	100.14%	100.01%	99.94%

（四）吹塑盒

单位：万个

项目	2021 年	2020 年	2019 年
本期直接外购材料	89.88	57.26	53.49
本期材料耗用	88.81	60.07	53.42
产品产量（折算产量）	88.57	60.30	53.38
投入产出比（投料耗用/产量）	100.27%	99.61%	100.09%

（五）开关

单位：万个

项目	2021 年	2020 年	2019 年
本期直接外购材料	688.35	528.17	348.29
本期材料耗用	503.97	382.12	262.97
配件领用等	172.55	106.06	90.19
产品产量	506.13	380.24	263.96
投入产出比（投料耗用/产量）	99.57%	100.50%	99.63%

报告期内，发行人主要产品的原材料的采购量、耗用量和产品产量总体保持匹配。

报告期内，公司生产人员人均产量变动情况如下：

项目	2021 年	2020 年	2019 年
电热类（万台）	291.30	212.98	187.76
喷涂类（万台）	136.37	110.05	77.03
钉枪类（万台）	58.42	40.13	25.72
产品产量（万台）	486.09	363.16	290.51
生产人员数量（人）	690	457	382
人均产量（万台/人）	0.70	0.79	0.76

注：生产人员数量=各月实际计薪人数的平均值。

报告期内，公司生产人员人均产量分别为 0.76 万台、0.79 万台和 0.70 万台，2021 年公司生产人员人均产量下降主要系公司喷雾器和高压无气喷枪等产品产量提高所致，近年来公司生产自动化程度在逐步提升，但高压无气喷枪和喷雾器等产品生产工艺复杂，所需生产人员数量较多，从而导致 2021 年人均产量略微降低。

四、量化分析说明产品结构、原材料价格变动对单位成本的影响，并分析大宗商品涨价对发行人成本和毛利率的影响

（一）量化分析说明产品结构、原材料价格变动对单位成本的影响

报告期内，公司主要产品大类的单位成本变动情况如下：

单位：元/台

项目	2021 年	2020 年	2019 年
整机单位成本	**86.80**	**64.00**	**60.42**
其中：直接材料	71.32	50.75	47.70
整机销量（万台）	512.86	388.12	314.28
电热类单位成本	**54.92**	**50.44**	**50.23**
其中：直接材料	41.90	38.28	38.22
电热类销量（万台）	277.72	211.39	190.47
喷涂类单位成本	**155.79**	**84.25**	**74.94**
其中：直接材料	133.77	68.65	60.71
喷涂类销量（万台）	130.22	107.89	79.70
钉枪类单位成本	**86.02**	**77.10**	**79.25**
其中：直接材料	72.95	64.95	66.85
钉枪类销量（万台）	57.58	39.06	24.78

由上表可知，报告期内，公司电动工具整机的单位成本整体呈上升趋势，分别为 60.42 元/台、64.00 元/台和 86.80 元/台，其中单位直接材料成本分别为 47.70 元/台、50.75 元/台和 71.32 元/台，2020 年以来，整机单位成本上升系原材料成本上涨和喷涂类产品销售占比提升共同影响所致。

报告期内，喷涂类产品销量占电动工具整机销量的比例分别为 25.36%、27.80%和 25.39%，喷涂类产品整体单位成本较其他产品高，从而导致报告期内电动工具整机单位成本提高。

发行人产品生产所需原材料品种繁多，单一材料在产品成本中占比不高，且不同材料在产品中的用量、价格差异大，因此难以分析全部材料价格变动对公司电动工具产品单位成本的总体影响。

因此，我们选取了线路板、电机和电源线作为代表材料，以上述材料价格变动分析原材料价格波动对单位成本的影响。

1、电热类产品

报告期内，公司电热类产品的成本分别为 50.23 元/台、50.44 元/台和 54.92 元/台，其中单位直接材料的成本分别为 38.22 元/台、38.28 元/台和 41.90 元/台，总体呈上升趋势。

（1）原材料价格变动对单位成本的影响

报告期内，假定除线路板、电机和电源线以外其他原材料价格不变且各类原材料用量占比不变的情况下，上述材料价格变动对单位成本的影响量化分析如下：

项目	2021 年	2020 年	2019 年
线路板	2.83%	1.28%	1.74%
电源线	3.16%	-0.13%	0.09%
电机	2.93%	0.78%	0.44%

由上表可知，报告期内，2021 年由于材料价格上涨较多，导致公司材料对产品单位成本影响略高于其他年份，总体来说由于单一类别材料在电热类产品中所占比例较小，单一材料价格波动对电热类产品成本变动影响不大。

（2）产品结构等对单位成本的影响

公司电热类产品按产品种类列示单位成本情况如下：

单位：元/台

项目	2021 年		2020 年		2019 年	
	AC	DC	AC	DC	AC	DC
单位成本	53.64	90.67	49.51	77.13	49.98	98.57
其中：直接材料	40.85	71.38	37.66	55.88	38.00	80.84

注：公司每个大类的电动工具产品均可分为 AC 类和 DC 类，此处按照 AC 和 DC 进行产品明细分类。

电热类（AC）产品和电热类（DC）产品对电热类产品单位成本的影响如下：

产品类别	项目	2021 年	2020 年	2019 年
交流（AC）	单位成本①	53.64	49.51	49.98
	数量占比②	96.55%	96.61%	99.48%

	成本贡献③=①*②	51.79	47.83	49.72
直流（DC）	单位成本	90.67	77.13	98.57
	数量占比	3.45%	3.39%	0.52%
	成本贡献④	3.13	2.61	0.51
总计③+④		54.92	50.44	50.23

2019-2020 年，由于电热类（DC）产品的销售占比提高，电热类（DC）产品的单位成本较电热类（AC）产品高，从而导致 2019-2020 年电热类产品单位成本提高。2021 年，由于原材料价格上涨，电热类（AC）产品和电热类（DC）产品的成本均出现不同程度上涨从而导致电热类产品成本上升。具体到电热类（AC）产品和电热类（DC）产品各自的单位成本变动情况如下：

报告期内，公司电热类（AC）产品的单位成本分别为 49.98 元/台、49.51 元/台和 53.64 元/台。

2021 年，电热类（AC）产品的单位成本提高，一方面原因系 2021 年以来原材料采购价格上涨导致直接材料成本提升；另一方面，公司多款新型热风枪销售占比提升，部分新型热风枪因配件齐全等原因成本相对较高，从而导致 2021 年电热类（AC）产品的单位成本提高。

报告期内，电热类（DC）产品的单位成本分别为 98.57 元/台、77.13 元/台和 90.67 元/台，除 2020 年单位成本降低外，其他年份单位成本总体呈上升趋势。

2020 年，电热类（DC）产品的单位成本较 2019 年下降，主要原因一方面系 2019 年销售额最高的热风枪（DC）产品因配备电池包等配件单位成本较高，2020 年该型号热风枪（DC）产品销售占比降低且因客户要求未再配备电池包等配件导致单位成本也降低；另一方面，2020 年因多款新型号热风枪产品销售增加，新型号热风枪产品未配备电池包等配件成本相对较低，从而导致 2020 年电热类（DC）产品的单位成本降低。

2021 年，电热类（DC）产品的单位成本较 2020 年上升，一方面系 2021 年材料价格上涨导致产品材料成本上升，另一方面多款配件配备齐全的电热类（DC）产品销售占比提高，配件配备齐全的电热类（DC）产品材料成本总体较高，从而导致 2021 年电热类（DC）产品的单位成本上升。

2、喷涂类产品

报告期内，公司喷涂类产品的单位成本分别为 74.94 元/台、84.25 元/台和 155.79 元/台，其中单位直接材料的成本分别为 60.71 元/台、68.65 元/台和 133.77 元/台，呈上升趋势。

（1）原材料价格变动对单位成本的影响

报告期内，假定除线路板、电机和电源线以外其他原材料价格不变且各类原材料用量占比不变的情况下，上述材料价格变动对单位成本的影响量化分析如下：

项目	2021 年	2020 年	2019 年
线路板	0.64%	0.19%	0.26%
电源线	0.53%	-0.05%	0.03%
电机	10.19%	2.82%	1.60%

由上表可知，报告期内，2021 年由于材料价格上涨较多，导致公司材料对产品单位成本影响略高于其他年份。由于电机材料在喷涂类产品中所占成本比例较高， 2021 年电机材料价格较快上涨导致喷涂类产品单位成本上涨较多。

（2）产品结构等对单位成本的影响

报告期内，公司喷涂类产品按产品种类列示单位成本情况如下：

单位：元/台

项目	2021 年		2020 年		2019 年	
	AC	DC	AC	DC	AC	DC
单位成本	161.22	138.32	82.62	115.08	75.53	94.87
其中：直接材料	138.67	118.01	67.24	95.10	61.18	80.66

喷涂类（AC）产品和喷涂类（DC）产品对喷涂类产品单位成本的影响如下：

产品类别	项目	2021 年	2020 年	2019 年
交流（AC）	单位成本①	161.22	82.62	75.53
	数量占比②	78.58%	92.48%	95.98%
	成本贡献③=①*②	126.69	76.40	72.50
直流（DC）	单位成本	138.32	115.08	94.87
	数量占比	20.80%	6.29%	1.00%

	成本贡献④	28.77	7.24	0.95
其他类	单位成本	53.22	49.12	49.43
	数量占比	0.62%	1.23%	3.02%
	成本贡献⑤	0.33	0.61	1.49
总计③+④+⑤		155.79	84.25	74.94

2019 年至 2021 年，随着喷涂类（DC）产品的销售占比提高，相应的喷涂类产品的单位成本呈现上升趋势，2021 年，由于原材料价格上涨，喷涂类（AC）产品和喷涂类（DC）产品的成本均出现较快上涨从而导致喷涂类产品成本上升。具体到喷涂类（AC）产品和喷涂类（DC）产品各自的单位成本变动情况如下：

报告期内，喷涂类（AC）产品单位成本分别为 75.53 元/台、82.62 元/台和 161.22 元/台。其中，2021 年，公司喷涂类（AC）产品的单位成本和单位直接材料成本分别较 2020 年上升 95.15%和 106.24%，单位成本和单位直接材料成本上涨较快，主要原因系一方面 2021 年公司材料采购成本上涨，导致公司生产成本提升；另一方面，2021 年公司高压无气喷枪销量进一步增加，2021 年高压无气喷枪销量 13.23 万台，占喷涂类（AC）产品销量的比例由 2020 年的 2.15%增长到 2021 年的 12.93%，高压无气喷枪销量的增加导致喷涂类产品单位成本和单位直接材料成本提高。高压无气喷枪属于专业应用领域产品，单台成本是一般喷枪类产品约 3 倍以上，且材料投入占成本比例比一般喷枪类产品高出约 5%，该类产品销量增加导致喷涂类（AC）产品单位成本上涨。

报告期内，喷涂类（DC）产品单位成本分别为 94.87 元/台、115.08 元/台和 138.32 元/台，呈现上升的趋势。

2020 年，喷涂类（DC）产品的单位成本和单位直接材料成本分别较 2019 年上升 21.29%和 17.91%，一方面原因系公司多款喷雾器类（DC）产品销售金额增长，该部分单位成本和单位材料成本均较高；另一方面，2020 年公司向主要客户销售的喷涂类（DC）产品多附带电池包、线路板等部件，导致公司单位成本和单位材料成本上升。

2021 年，单位成本和单位直接材料成本上涨一方面原因系 2021 年公司材料采购成本上涨，导致公司产品单位成本提升，另一方面 2021 年公司多款新型锂电喷雾器产品销售较多，从而导致单位成本和单位直接材料成本上涨。

3、钉枪类产品

报告期内，公司钉枪类产品的单位成本分别为 79.25 元/台、77.10 元/台和 86.02 元/台，其中单位直接材料成本分别为 66.85 元/台、64.95 元/台和 72.95 元/台。

（1）原材料价格变动对单位成本的影响

报告期内，假定除线路板、电机和电源线以外其他原材料价格不变且各类原材料用量占比不变的情况下，上述材料价格变动对单位成本的影响量化分析如下：

项目	2021 年	2020 年	2019 年
线路板	2.18%	1.08%	1.47%
电源线	1.52%	-0.07%	0.05%
电机	5.91%	1.47%	0.83%

由上表可知，报告期内，2021 年由于材料价格上涨较多，导致公司材料对产品单位成本影响略高于其他年份。由于电机材料在钉枪类产品中所占成本比例较高， 2021 年电机材料价格较快上涨导致钉枪类产品单位成本上涨较多。

（2）产品结构等对单位成本的影响

报告期内，公司钉枪类产品按产品种类列示单位成本情况如下：

单位：元/台

项目	2021 年		2020 年		2019 年	
	AC	DC	AC	DC	AC	DC
单位成本	79.66	121.84	73.22	100.82	74.08	130.05
其中：直接材料	66.75	104.91	61.41	85.94	61.93	115.09

钉枪类（AC）产品和钉枪类（DC）产品对喷涂类产品单位成本的影响如下：

产品类别	项目	2021 年	2020 年	2019 年
交流（AC）	单位成本①	79.66	73.22	74.08
	数量占比②	75.54%	84.83%	90.75%
	成本贡献③=①*②	60.18	62.11	67.23
直流（DC）	单位成本	121.84	100.82	130.05

	数量占比	19.67%	14.34%	9.25%
	成本贡献④	23.96	14.46	12.03
其他类	单位成本	39.40	63.68	-
	数量占比	4.79%	0.82%	-
	成本贡献⑤	1.89	0.52	-
总计③+④+⑤		86.02	77.10	79.25

2021 年，由于原材料价格上涨，导致钉枪类（AC）产品和钉枪类（DC）产品的成本均出现不同程度上升，从而导致钉枪类产品单位成本提升。具体到钉枪类（AC）产品和钉枪类（DC）产品各自的单位成本变动情况如下：

报告期内，公司钉枪类（AC）产品的单位成本分别为 74.08 元/台、73.22 元/台和 79.66 元/台，2021 年钉枪类（AC）产品单位成本提高。

2021 年，钉枪类（AC）产品的单位成本较 2020 年上升，主要系 2021 年以来材料价格上涨导致产品成本上升。

报告期内，钉枪类（DC）产品的单位成本分别为 130.05 元/台、100.82 元/台和 121.84 元/台。

2020 年度，公司钉枪类（DC）产品的单位成本和单位直接材料成本下降较多，主要原因系一方面 2019 年公司销售占比最高的钉枪类（DC）产品因配备配备电池包等配件，单位成本较高，2020 年该型号产品销售占比降低；另一方面 2020 年多款不配备配件的钉枪类（DC）产品的销售占比提高，从而导致 2020 年钉枪类（DC）产品的单位成本较 2019 年下降。

2021 年，钉枪类（DC）产品的单位成本和单位直接材料成本分别较上年上升 20.85%和 22.07%；钉枪类（DC）产品的成本上升，一方面系 2021 年公司自有品牌钉枪类产品销售增长所致，公司自有品牌产品功能齐全，成本相对较高；另一方面，2021 年以来材料采购价格上升，材料成本上涨推动公司产品成本提高。

（二）分析大宗商品涨价对发行人成本和毛利率的影响

发行人生产经营所需的原材料主要包括电子电气类、五金件类、塑料加工件类、包装材料类、塑料粒子类、金属原材料类等。报告期内，直接材料占主

营业务成本比例分别为 78.93%、76.15%和 78.75%，为主营业务成本重要构成部分。原材料价格波动将对公司的生产成本造成一定的影响。

大宗商品涨价对发行人成本和毛利率的影响参见本反馈意见回复之“15.关于毛利率”之“二、量化分析原材料价格上涨对发行人毛利率的影响及未来趋势”。

为应对采购价格上涨导致的毛利率下降的风险，公司采取了若干应对措施：不断提升自己的研发能力和采购议价能力，加强对原材料的价格跟踪和预测，灵活进行原材料采购和库存管理，提升自己的成本管控能力；不断优化现有产品结构，未来公司会加大对技术含量较高、盈利空间稳定的产品的研发和营销投入，努力打造新的盈利增长点。通常，发行人与客户之间存在价格调整谈判机制，通过谈判、订单取舍等方式向下游客户转嫁成本压力。

五、比较发行人与同行业公司在生产人员工资的差异情况，并分析说明发行人生产人员工资水平的合理性

报告期各期，发行人与同行业可比公司生产人员工资的差异情况：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
锐奇股份（300126）	**11.01**	7.94	7.31
康平科技（300907）	7.22	6.54	7.18
巨星科技（002444）	15.22	15.72	19.10
平均值	**11.15**	**10.07**	**11.20**
普莱得	**7.29**	**6.59**	**6.10**

注：**发行人**平均员工人数=各月实际计薪人数的平均值。

报告期内，发行人生产人员平均工资分别为 6.10 万元、6.59 万元和 7.29 万元，人均薪酬整体呈上升趋势，其中 2021 年增幅明显，主要系公司产量较上年大幅增加，且公司通过优化生产工艺和技术改造提高生产效率，员工计件工资相应增长。

报告期各期，发行人生产人员平均薪酬低于同行业平均水平，但 2020 年、**2021 年**高于康平科技，且保持逐年上涨的趋势。生产人员人均工资差异主要系经营区域不同，各地经济发展水平和平均工资差异导致。锐奇股份主要生产经

营地位于上海市；康平科技集团总部位于苏州市，其集团内的子公司位于深圳市、中国香港、韩国、越南等地；巨星科技主要经营地位于杭州市，其拥有 60 余家纳入合并报表范围的子公司，主要分布在浙江、江苏、广东、上海、中国香港、美国、日本、欧洲等地。由于地区间经济发展水平的差异，公司与同行业可比公司的生产人员平均薪酬存在一定的差异。

综上，报告期内公司生产人员工资水平处于同行业可比公司的合理区间内，具有合理性。

六、进一步详细说明制造费用各细分项目构成及变动原因，包括结合各期相关固定资产及其变动情况匡算相关制造费用-折旧费金额的合理性、准确性，结合各期的产销情况匡算相关燃料动力、物料消耗、间接人工等发生额是否处于合理区间

报告期内，公司“主营业务成本-制造费用”明细如下：

单位：万元

项目	2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
折旧与摊销	714.89	24.17%	573.09	31.10%	437.82	36.72%
间接人工	875.90	29.62%	452.75	24.57%	115.82	9.71%
物料消耗	759.46	25.68%	473.21	25.68%	352.33	29.55%
燃料动力	381.00	12.88%	287.72	15.61%	215.19	18.05%
其他	225.92	7.64%	55.84	3.03%	71.31	5.98%
合计	**2,957.17**	**100.00%**	**1,842.61**	**100.00%**	**1,192.47**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务成本中制造费用分别为 1,192.47 万元、1,842.61 万元和 2,957.17 万元，占主营业务成本比例分别为 6.15%、7.00%和 6.28%。

报告期内，公司制造费用主要由折旧与摊销、间接人工、物料消耗和燃料动力构成，各明细变动情况如下：

（一）折旧与摊销

报告期内，公司制造费用内的折旧与摊销构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年

折旧费	647.62	549.67	429.17
长期待摊费用	67.27	23.42	8.65
合计	**714.89**	**573.09**	**437.82**

报告期内，公司制造费用内的折旧与摊销金额分别为 437.82 万元、573.09 万元和 714.89 万元，其中主要为厂房和生产设备的折旧费，折旧费金额分别为 429.17 万元、549.67 万元和 647.62 万元；制造费用内的长期待摊费用主要为厂房装修摊销费及资产置换免租期租金价值的摊销，金额较小。

报告期内，公司生产用固定资产变动情况如下：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
生产固定资产原值-期初①	9,172.40	7,429.97	7,091.84
生产固定资产增加	2,305.80	1,755.58	678.95
生产固定资产减少	58.30	13.15	340.82
生产固定资产原值-期末②	11,419.90	9,172.40	7,429.97
年均原值③=（①+②）/2	10,296.15	8,301.18	7,260.90
当期折旧④	730.28	603.32	504.19
其中：营业成本-制造费用-折旧费	647.62	549.67	429.17
存货-折旧费	82.66	53.65	75.02
折旧费率⑤=④/③	7.09%	7.27%	6.94%

报告期内，公司生产用固定资产按资产类别的各期期末原值如下：

单位：万元， %

资产类别	年折旧率	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
房屋及建筑物	3.17-4.75	4,422.17	3,932.78	3,146.71
生产设备	9.50-19.00	6,119.31	4,785.63	3,950.15
通用设备	9.50-31.67	644.12	333.59	271.62
运输设备	9.50-19.00	110.18	86.06	66.96
电子设备	9.50-31.67	124.12	107.82	68.02
合计		**11,419.90**	**9,245.88**	**7,503.46**

报告期内，公司生产用固定资产折旧金额分别为 504.19 万元、603.32 万元和 730.28 万元。随着生产用固定资产原值增加，折旧金额相应增加。

2020 年，生产用固定资产综合折旧率为 7.27%，较 2019 年上升 0.32 个百分点，主要系 2020 年公司新增除房屋及建筑物外折旧率较高的生产用固定资产 956.38 万元，占当期新增固定资产总额的 54.89%。从而使得当期生产用固定资产的综合折旧费率同比下降 0.19 个百分点。

2021 年，公司生产用固定资产的年化综合折旧率为 7.09%，较 2020 年下降，主要系 2021 年折旧率较低的房屋及建筑物新增 562.88 万元，占当期新增固定资产总额的 25.00%，从而导致 2021 年生产用固定资产综合折旧率同比下降。

综上所述，报告期内制造费用-折旧费的变动情况与公司生产用固定资产的增减情况一致，符合公司的实际经营情况，具有合理性。

（二）间接人工

报告期内，公司营业成本制造费用的间接人工包括职工薪酬和劳务外包两部分，具体情况如下：

项目	2021 年	2020 年	2019 年
营业成本-制造费用-职工薪酬（万元）	178.78	140.80	115.82
存货-职工薪酬（万元）	22.82	13.74	20.24
合计	**201.60**	**154.54**	**136.06**
制造费用员工数量（人）	15.00	14.00	13.00
人均薪酬（万元/人）	13.44	11.04	10.47
主要产品产量（万台）	**486.09**	363.16	290.51
单位产量制造费用人工成本（元/台）	0.41	0.43	0.47
单位产量制造费用人工人数（人/台）	0.031	0.039	0.041

报告期内，公司生产成本的间接人工职工薪酬分别为 136.06 万元、154.54 万元和 201.60 万元，其中当期销售结转“制造费用-职工薪酬”金额分别为 115.82 万元、140.80 万元和 178.78 万元，期末计入存货的金额分别为 20.24 万元、13.74 万元和 22.82 万元。间接人工主要包括车间管理、物控相关人员，占公司生产人员的比例较低。

报告期内，公司单位产量制造费用人工成本分别为 0.47 元/台、0.43 元/台和 0.41 元/台，随着产量提高，单位制造费用人工成本金额有所下降。

公司营业成本-制造费用的间接人工内还存在部分劳务外包费用，报告期内，公司劳务外包情况如下：

项目	2021 年	2020 年	2019 年
劳务费（万元）	697.12	311.96	-
工作工时（万小时）	34.73	16.00	-
用工成本（元/小时）	20.07	19.50	-

报告期内，由于公司生产规模持续扩大，公司于 2020 年开始尝试采用劳务外包的形式来完成部分辅助岗位的用工需求，报告期内，公司采用市场化的方式对外采购劳务外包服务，随着业务规模扩大，公司采购劳务费有所增加。2020 年和 2021 年，劳务外包人员的用工成本分别为 19.50 元/小时和 20.07 元/小时。

总体来看，公司间接人工处于合理区间，其变动情况符合公司各期主要产品的产销情况，具有合理性。

（三）物料消耗

报告期内，公司物料消耗与主要产品产量的配比情况如下：

项目	2021 年	2020 年	2019 年
物料消耗（万元）	759.46	473.21	352.33
主要产品产量（万台）	486.09	363.16	290.51
单位产量物料消耗（元/台）	1.56	1.30	1.21

报告期内，公司物料消耗分别为 352.33 万元、473.21 万元和 759.46 万元，物料消耗主要为生产辅料、劳保用品等。

报告期内，公司物料消耗金额与当期主要产品产量的比例分别为 1.21、1.30 和 1.56。报告期各期公司物料消耗金额与产量的比例变动不大，无重大异常。2021 年单位产量物料消耗增加系公司材料采购价格上涨，且生产高压无气喷枪等大体积产品耗用物料较多所致。

综上所述，报告期内，公司物料消耗处于合理区间，其变动情况符合公司各期主要产品的产销情况，具有合理性。

（四）燃料及动力

报告期内，公司生产用燃料及动力主要为电力和水，具体能源消耗情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		
	数量	单价	金额
电力（万度）	617.62	0.67	411.62
自来水（万吨）	3.88	3.82	14.82
合计			426.44
其中：存货-燃料及动力			45.44
营业成本-制造费用-燃料及动力			381.00
项目	2020 年度		
	数量	单价	金额
电力（万度）	454.11	0.68	307.33
自来水（万吨）	2.64	3.21	8.48
合计	-	-	**315.81**
其中：存货-燃料及动力			28.08
营业成本-制造费用-燃料及动力	-	-	287.72
项目	2019 年度		
	数量	单价	金额
电力（万度）	341.59	0.72	246.21
自来水（万吨）	2.10	3.15	6.60
合计	-	-	**252.81**
其中：存货-燃料及动力			37.61
营业成本-制造费用-燃料及动力	-	-	215.19

由上表可知，报告期内，公司营业成本-制造费用中主要燃料及动力为电力，此处主要分析公司电力耗用情况。报告期内，公司营业成本-制造费用-燃料及动力与公司主要产品产量的匹配情况如下：

项目	2021 年	2020 年	2019 年
制造费用用电量（万度）	617.62	454.11	341.59
主要产品产量（万台）	486.09	363.16	290.51
单位产量用电（度/台）	1.27	1.25	1.18

报告期内，公司主要产品单位产量用电量分别为 1.18 度、1.25 度和 1.27 度。

2019 年以来，公司单位产量用电量上升，主要原因系 2019 年以来，公司逐步增加自动化设备、淘汰手工机器，增加了高压无气喷枪泵体组装自动化生产线、小型加工中心、钻攻中心等自动化产线及设备，使得公司单位产量用电量上升。

报告期内，公司营业成本-制造费用-燃料及动力中用水量与公司主要产品产量的匹配情况如下：

项目	2021 年	2020 年	2019 年
制造费用用水量（吨）	38,792.00	26,390.48	20,952.38
主要产品产量（万台）	486.09	363.16	290.51
单位产量用水（吨/万台）	79.80	72.67	72.12

报告期内，公司主要产品单位产量用水量分别为 72.12 吨、72.67 吨和 79.80 吨，整体变化不大。2021 年，公司单位产量产品用水量增加主要系 2021 年原用于对外出租的厂房改为自用，生产用水量有所增加所致。

综上所述，报告期内，公司单位产品产量耗用的燃料及动力处于合理区间，其变动情况符合公司各期主要产品的产销情况，具有合理性。

七、补充说明报告期内发行人各类材料对应的主要供应商的基本情况和合作情况，包括主营业务、股权结构、实际控制人、注册资本、行业地位、经营规模、采购内容、平均采购单价、发行人向供应商的采购额及占该类产品采购额的比例、发行人采购额占供应商该类产品的销售额比例、开始合作时间等，并说明相关供应商及其关联方与发行人是否存在关联关系或其他利益安排

报告期内，公司主要原材料包括电子电气类、五金件类、塑料加工件类、塑料粒子类、包装材料类、金属原材料类等。

（一）电子电气类

1、电子电气类前五名供应商的基本情况和合作情况

报告期内，电子电气类前五名供应商的基本情况和合作情况，包括主营业务、股权结构、实际控制人、注册资本、行业地位、经营规模、开始合作时间，以及相关供应商及其关联方与发行人是否存在关联关系或其他利益安排等情况如下：

序号	供应商名称	主营业务	股权结构/实际控制人	注册资本	行业地位和经营规模	开始合作时间	是否存在关联关系或其他利益安排
1	浙江长城电工科技股份有限公司	电磁线的研发、生产和销售	系上市公司（603897.SH），第一大股东为湖州长城电子科技有限公司，实控人为顾林祥	2,0643.5681 万元	目前国内电磁线同类产品的主要制造商之一，产品销量居于国内同行业前列。2021 年度营业收入为 107.27 亿元。	2016 年	否
2	余姚市隆利电机有限公司	生产直流电机	陈国焕（50%，实控人）、戚飞珍（50%）	20 万元	2021 年度营业收入约为 3,800 万元。	2009 年	否
3	常州云奕凯电子有限公司	设计和生产线路板组件	沈艳（50%，实控人）、侯荣（50%）	50 万元	2021 年度营业收入约为 3,000 万元。	2011 年	否
4	金华恒勤科技有限公司	电子类线路板 PCBA 的研发和生产	张平（52%，实控人）、张祥（24%）、张辉（24%）	500 万元	2021 年度营业收入约为 2,500 万元。	2020 年	否
5	浙江永康盛达电线股份有限公司	生产电源线	新四板挂牌公司（803892），李加进（80%，实控人）、李文革（20%）	4,000 万元	2021 年度营业收入约为 2.50 亿元。	2006 年	否
6	杭州鼎丰电气有限公司	生产电源线	韩月飞（50%，实控人）、沈利军（50%）	1,000 万元	未取得	2008 年	否
7	杭州永联电缆有限公司	生产电源线、电缆	韩铁毅（34.6699%，实控人）、娄伟江（33.3301%）、韩月飞	1,875 万元	2021 年度营业收入约为 7,900 万元。	2021 年	否

			（17.6%）、王利（14.4%）				

注：浙江长城电工科技股份有限公司包括浙江长城电工科技股份有限公司、浙江长城电工智能科技有限公司；余姚市隆利电机有限公司包括余姚市隆利电机有限公司、余姚市马拓其微电机有限公司；金华恒勤科技有限公司包括金华恒勤科技有限公司、金华荣胜电子科技有限公司。

2、发行人向电子电气类前五名供应商的采购情况

报告期内，发行人向电子电气类前五名供应商的采购内容、平均采购单价、采购额及占该类产品采购额的比例、发行人采购额占供应商该类产品的销售额比例情况如下：

期间	序号	供应商名称	采购内容	采购金额（万元）	采购额占比	平均采购单价	单位	采购额占供应商该类产品的销售额比例
2021 年度	1	浙江长城电工科技股份有限公司	漆包线等	1,883.84	11.17%	66.08	元/千克	0.16%
	2	余姚市隆利电机有限公司	电机等	1,693.73	10.04%	5.72	元/个	44.57%
	3	常州云奕凯电子有限公司	线路板等	1,315.32	7.80%	3.34	元/个	43.87%
	4	金华恒勤科技有限公司	线路板等	943.51	5.59%	14.91	元/个	38.19%
	5	杭州永联电缆有限公司	电源线等	892.58	5.29%	6.36	元/根	19.84%
	小计		-	**6,728.98**	**39.90%**	-	-	-
2020 年度	1	浙江长城电工科技股份有限公司	漆包线等	1,188.12	12.46%	48.54	元/千克	0.19%
	2	余姚市隆利电机有限公司	电机等	959.05	10.06%	5.10	元/个	46.06%
	3	常州云奕凯电子有限公司	线路板等	882.62	9.26%	3.77	元/个	50.38%
	4	杭州鼎丰电气有限公司	电源线等	589.45	6.18%	5.72	元/根	31.02%
	5	浙江永康盛达电线股份有限公司	电源线等	545.77	5.72%	4.56	元/根	3.41%

期间	序号	供应商名称	采购内容	采购金额（万元）	采购额占比	平均采购单价	单位	采购额占供应商该类产品的销售额比例
	小计		-	**4,165.01**	**43.67%**	-	-	-
2019 年度	1	余姚市隆利电机有限公司	电机等	774.62	11.18%	4.82	元/个	49.50%
	2	杭州鼎丰电气有限公司	电源线等	727.57	10.50%	5.84	元/根	38.29%
	3	浙江长城电工科技股份有限公司	漆包线等	720.45	10.39%	47.53	元/千克	0.14%
	4	常州云奕凯电子有限公司	线路板等	662.10	9.55%	3.44	元/个	47.37%
	5	浙江永康盛达电线股份有限公司	电源线等	363.52	5.24%	4.47	元/根	2.42%
	小计		-	**3,248.26**	**46.87%**	-	-	-

（二）五金件类

1、五金件类前五名供应商的基本情况和合作情况

报告期内，五金件类前五名供应商的基本情况和合作情况，包括主营业务、股权结构、实际控制人、注册资本、行业地位、经营规模、开始合作时间，以及相关供应商及其关联方与发行人是否存在关联关系或其他利益安排等情况如下：

序号	供应商名称	主营业务	股权结构/实际控制人	注册资本	行业地位和经营规模	开始合作时间	是否存在关联关系或其他利益安排
1	余姚东锐五金有限公司	铜件加工	黄力壮（100%，实控人）	58 万元	2021 年度营业收入约为 2,700 万元。	2019 年	否
2	无锡思普锐工业科技有限公司	生产喷枪、喷嘴、精密件等	李庆华（48.5%，实控人）、孙明娟（46.5%）、王朋（5%）	500 万元	2021 年度营业收入约为 4,500 万元。	2020 年	否

序号	供应商名称	主营业务	股权结构/实际控制人	注册资本	行业地位和经营规模	开始合作时间	是否存在关联关系或其他利益安排
3	永康市双日五金制品厂	日用五金制品、电动工具配件制造、加工和销售	刘晨（100%，实控人）	60 万元	2021 年度营业收入约为 3,000 万元。	2017 年	否
4	常州市孟河轴承工具厂	钨钢产品加工	巢建国（100%，实控人）	100 万元	2021 年度营业收入约为 1,600 万元。	2014 年	否
5	金华市云霄科技有限公司	塑料制品和五金产品加工制造	徐立峰（90%，实控人）、徐凌霄（10%）	300 万元	2021 年度营业收入约为 3,500 万元。	2016 年	否
6	永康市伟宏农机有限公司	金属材料、农机配件销售	楼绍红（54.3478%，实控人）、楼凌（45.6522%）	368 万元	2021 年度营业收入约为 8,000 万元。	2015 年	否
7	宁波市鄞州昌腾金属制品厂（普通合伙）	五金件、冲件和模具制造加工	陈祥书（50%，实控人）、闻爱君 50%	26 万元	2021 年度营业收入约为 500 万元。	2007 年	否
8	海门市万达标准件厂	生产标准件和特制非标件	周健（100%，实控人）	40 万元	2021 年度营业收入约为 2,900 万元。	2006 年	否
9	宁波银球科技股份有限公司	轴承、机械配件、磁性材料制造加工	新四板挂牌公司（720196），实控人为胡永朋（36.61%）	9,480 万元	2021 年度营业收入约为 10 亿元。	2018 年	否

2、发行人向五金件类前五名供应商的采购情况

报告期内，发行人向五金件类前五名供应商的采购内容、平均采购单价、采购额及占该类产品采购额的比例、发行人采购额占供应商该类产品的销售额比例情况如下：

期间	序号	供应商名称	采购内容	采购金额（万元）	采购额占比	平均采购单价	单位	采购额占供应商该类产品的销售额比例
2021 年度	1	余姚东锐五金有限公司	阀座、螺塞等	908.79	9.73%	3.05	元/PCS	33.91%
	2	无锡思普锐工业科技有限公司	喷枪组件等	849.40	9.09%	66.27	元/PCS	18.88%
	3	永康市双日五金制品厂	支架、拉杆、扁嘴等	785.99	8.41%	1.45	元/PCS	26.20%
	4	常州市孟河轴承工具厂	进料阀合金片、钨钢球等	589.80	6.31%	6.96	元/PCS	37.19%
	5	金华市云霄科技有限公司	齿轮箱等	463.78	4.96%	6.24	元/PCS	13.36%
	小计		-	**3,597.75**	**38.50%**	-	-	-
2020 年度	1	永康市伟宏农机有限公司	定子铁芯、转子铁芯、电磁铁组件等	345.95	8.92%	1.82	元/个	54.09%
	2	余姚东锐五金有限公司	阀座、螺塞等	301.44	7.77%	2.25	元/PCS	46.37%
	3	永康市双日五金制品厂	支架、拉杆、扁嘴等	252.71	6.51%	0.82	元/PCS	24.42%
	4	宁波市鄞州昌腾金属制品厂（普通合伙）	钢管等	225.70	5.82%	2.20	元/根	57.87%
	5	海门市万达标准件厂	螺钉等	191.61	4.94%	0.02	元/个	10.14%
	小计		-	**1,317.39**	**33.96%**	-	-	-
2019 年度	1	永康市伟宏农机有限公司	定子铁芯、电磁铁组件、衔铁组件等	237.85	11.55%	2.00	元/个	44.68%
	2	宁波市鄞州昌腾金属制品厂（普通合伙）	钢管等	158.61	7.70%	2.11	元/根	42,87%
	3	永康市双日五金制品厂	扁嘴、延长杆、十字架等	148.00	7.18%	0.53	元/PCS	18.50%
	4	宁波市镇海银球轴承有限公司	轴承等	103.58	5.03%	1.03	元/个	0.15%

期间	序号	供应商名称	采购内容	采购金额（万元）	采购额占比	平均采购单价	单位	采购额占供应商该类产品的销售额比例
	5	海门市万达标准件厂	螺钉等	102.10	4.96%	0.02	元/个	5.93%
	小计		-	**750.15**	**36.41%**	-	-	-

（三）塑料加工件类

1、塑料加工件类前五名供应商的基本情况和合作情况

报告期内，塑料加工件类前五名供应商的基本情况和合作情况，包括主营业务、股权结构、实际控制人、注册资本、行业地位、经营规模、开始合作时间，以及相关供应商及其关联方与发行人是否存在关联关系或其他利益安排等情况如下：

序号	供应商名称	主营业务	股权结构/实际控制人	注册资本	行业地位和经营规模	开始合作时间	是否存在关联关系或其他利益安排
1	金华市云霄科技有限公司	塑料制品和五金产品加工制造	徐立峰（90%，实控人）、徐凌霄（10%）	300 万元	2021 年度营业收入约为 3,500 万元。	2016 年	否
2	珠海市派特尔科技股份有限公司	工业软管及总成、汽车软管及总成的研发，生产和销售	新三板挂牌公司（836871），第一大股东为陈宇，实控人为陈宇（70.71%）	5,332.5216 万元	客户遍布国内外，主要客户有徐工集团、伊之密集团、浙江荣鹏、金华金顺等。2021 年前三季度营业收入 1.32 亿元。	2014 年	否
3	金华市云凯塑业有限公司	塑料制品生产及销售	是宇峰（50%，实控人）、陈亚平（50%）	100 万元	2021 年度营业收入约为 2,000 万元。	2017 年	否
4	磐安县远胜塑胶厂	生产塑料软管	张钦元（100%，实控人）	20 万元	2021 年度营业收入约为 1,800 万元。	2015 年	否

序号	供应商名称	主营业务	股权结构/实际控制人	注册资本	行业地位和经营规模	开始合作时间	是否存在关联关系或其他利益安排
5	浙江鸿天工具有限公司	塑料制品生产及销售	留云鸿（60%，实控人）、吴春晓（40%）	500 万元	2021 年度营业收入约为 7,000 万元。	2019 年	否
6	浙江武义恒兴工贸有限公司	塑料制品制造和销售	汪刚（40%，实控人）、金舍德（30%）、蒋优（20%）、朱国平（10%）	100 万元	2021 年度营业收入约为 3,000 万元。	2016 年	否
7	昆山市华大塑业有限公司	塑料制品制造和销售	徐伟东（35%，实控人）、王建青（30.4%）、朱红锋（11.6%）、邹小巧（8%）、汪金元（8%）、金小坤（7%）	200 万元	未取得	2017 年	否

注：金华市云霄科技有限公司包括金华市云霄科技有限公司、金华市云霄工具厂。

2、发行人向塑料加工件类前五名供应商的采购情况

报告期内，发行人向塑料加工件类前五名供应商的采购内容、平均采购单价、采购额及占该类产品采购额的比例、发行人采购额占供应商该类产品的销售额比例情况如下：

期间	序号	供应商名称	采购内容	采购金额（万元）	采购额占比	平均采购单价	单位	采购额占供应商该类产品的销售额比例
2021 年度	1	金华市云霄科技有限公司	左右机壳、电机座、尘杯等	978.12	14.08%	0.58	元/PCS	28.17%
	2	金华市云凯塑业有限公司	机壳、前套、电机座等	824.88	11.88%	0.44	元/PCS	41.72%
	3	珠海市派特尔科技股份有限公司	高压管等	665.05	9.58%	47.28	元/PCS	5.03%

期间	序号	供应商名称	采购内容	采购金额（万元）	采购额占比	平均采购单价	单位	采购额占供应商该类产品的销售额比例
	4	浙江鸿天工具有限公司	吹塑盒等	606.63	8.73%	13.85	元/只	8.93%
	5	磐安县远胜塑胶厂	波纹管、进料管等	474.82	6.84%	2.60	元/根	26.09%
	小计		-	**3,549.50**	**51.11%**	-	-	-
2020 年度	1	金华市云霄科技有限公司	电机座、前套、尘杯等	634.44	20.62%	0.41	元/PCS	32.70%
	2	金华市云凯塑业有限公司	机壳、前套、电机座等	475.38	15.45%	0.36	元/PCS	45.36%
	3	浙江武义恒兴工贸有限公司	吹塑盒等	287.70	9.35%	8.75	元/只	11.16%
	4	浙江鸿天工具有限公司	吹塑盒等	272.27	8.85%	11.74	元/只	5.81%
	5	磐安县远胜塑胶厂	波纹管等	193.82	6.30%	2.88	元/根	9.40%
	小计		-	**1,863.60**	**60.58%**	-	-	-
2019 年度	1	金华市云霄科技有限公司	前套、枪座、漏斗等	389.58	19.85%	0.35	元/PCS	21.28%
	2	浙江武义恒兴工贸有限公司	吹塑盒等	333.57	17.00%	9.05	元/只	12.96%
	3	金华市云凯塑业有限公司	隔热圈、电机座、开关推片等	270.46	13.78%	0.28	元/PCS	42.26%
	4	昆山市华大塑业有限公司	吹塑盒等	186.84	9.52%	21.97	元/只	未取得
	5	磐安县远胜塑胶厂	波纹管等	112.91	5.75%	3.05	元/根	6.10%
	小计		-	**1,293.36**	**65.91%**	-	-	-

（四）塑料粒子类

1、塑料粒子类前五名供应商的基本情况和合作情况

报告期内，塑料粒子类前五名供应商的基本情况和合作情况，包括主营业务、股权结构、实际控制人、注册资本、行业地位、经营规模，以及相关供应商及其关联方与发行人是否存在关联关系或其他利益安排等情况如下：

序号	供应商名称	主营业务	股权结构/实际控制人	注册资本	行业地位和经营规模	开始合作时间	是否存在关联关系或其他利益安排
1	昆山力兆塑胶有限公司	工程塑料的研发、生产和销售	谭志明（70%，实控人）、王彩蓉（30%）	2,124.796265万元	2021年度营业收入约为2.2亿元。	2015年	否
2	江苏金发科技新材料有限公司	改性塑料粒子的研发、生产和销售	系上市公司金发科技（600143.SH）全资子公司，实控人为袁志敏	68,000万元	2021年度营业收入约69.1亿元。	2018年	否
3	宁波德胜进出口有限公司	销售塑料粒子原料	黄荣芬（60%，实控人）、黄建荣（40%）	150万元	2021年度营业收入约为2.1亿元。	2018年	否
4	余姚龙焱塑料有限公司	塑料粒子原料的研发、生产和销售	王雪丰（60%，实控人）、陈建军（40%）	50万元	2021年度营业收入约为3,300万元。	2017年	否
5	浙江前浪进出口有限公司	销售塑料粒子原料	徐洪泽（55%，实控人）、徐波（20%）、徐秀华（5%）、陈忠海（5%）、毛茂昌（5%）、马珍龙（5%）、励丹（5%）	1,000万元	2021年度营业收入约为16亿元。	2018年	否
6	余姚市永佳经贸有限公司	化工原料的批发和零售	吕建芳（86%，实控人）、鲁华娟（14%）	2,800万元	2020年度营业收入约为3.6亿元。	2018年	否
7	宁波正万进出口有限公司	销售塑料粒子原料	鲍民锋（80%，实控人）、郑坚钢（20%）	1,000万元	2020年度营业收入约为7,400万元。	2017年	否

序号	供应商名称	主营业务	股权结构/实际控制人	注册资本	行业地位和经营规模	开始合作时间	是否存在关联关系或其他利益安排
8	慈溪市盛达塑化有限公司	塑料造粒	许冠艇（60%，实控人）、张红吉（40%）	550 万元	2021 年度营业收入约为 1.3 亿元。	2016 年	否

2、发行人向塑料粒子类前五名供应商的采购情况

报告期内，发行人向塑料粒子类前五名供应商的采购内容、平均采购单价、采购额及占该类产品采购额的比例、发行人采购额占供应商该类产品的销售额比例情况如下：

期间	序号	供应商名称	采购内容	采购金额（万元）	采购额占比	平均采购单价	单位	采购额占供应商该类产品的销售额比例
2021 年度	1	昆山力兆塑胶有限公司	PP、PA 等	1,295.24	30.95%	14.08	元/千克	5.08%
	2	江苏金发科技新材料有限公司	PA、ABS、PP、PE 等	932.88	22.29%	21.38	元/千克	0.14%
	3	宁波德胜进出口有限公司	PP、ABS 等	473.36	11.31%	11.02	元/千克	2.21%
	4	余姚龙焱塑料有限公司	PC 、 PA 、ABS、PP 等	430.23	10.28%	15.69	元/千克	13.04%
	5	浙江前浪进出口有限公司	ABS 等	252.39	6.03%	16.83	元/千克	0.16%
	小计		-	**3,384.11**	**80.86%**	-	-	-
2020 年度	1	昆山力兆塑胶有限公司	PP、PA 等	834.52	33.81%	11.64	元/千克	6.56%
	2	江苏金发科技新材料有限公司	PP 、 PA 、ABS 等	508.87	20.62%	15.08	元/千克	0.11%
	3	余姚龙焱塑料有限公司	ABS、PA 等	337.21	13.66%	14.40	元/千克	13.35%

期间	序号	供应商名称	采购内容	采购金额（万元）	采购额占比	平均采购单价	单位	采购额占供应商该类产品的销售额比例
	4	宁波德胜进出口有限公司	ABS、PA 等	144.75	5.86%	10.12	元/千克	1.27%
	5	余姚市永佳经贸有限公司	PE 等	121.13	4.91%	7.17	元/千克	0.34%
	小计		-	**1,946.49**	**78.86%**	-	-	-
2019 年度	1	昆山力兆塑胶有限公司	PP、PA 等	589.46	31.53%	12.84	元/千克	5.23%
	2	江苏金发科技新材料有限公司	PP 、 PA 、 ABS 等	273.56	14.63%	17.01	元/千克	0.07%
	3	宁波德胜进出口有限公司	PP、ABS 等	260.42	13.93%	11.86	元/千克	17.50%
	4	宁波正万进出口有限公司	PP 等	109.85	5.88%	8.55	元/千克	1.35%
	5	慈溪市盛达塑化有限公司	PA 等	88.62	4.74%	14.87	元/千克	1.26%
	小计		-	**1,321.90**	**70.72%**	-	-	-

（五）包装材料类

1、包装材料类前五名供应商的基本情况和合作情况

报告期内，包装材料类前五名供应商的基本情况和合作情况，包括主营业务、股权结构、实际控制人、注册资本、行业地位、经营规模，以及相关供应商及其关联方与发行人是否存在关联关系或其他利益安排等情况如下：

序号	供应商名称	主营业务	股权结构/实际控制人	注册资本	行业地位和经营规模	开始合作时间	是否存在关联关系或其他利益安排
1	浙江丁丁包装彩印有限公司	印刷品印制	韩琛（40%，实控	5,000 万元	2021 年度营业收入约	2006 年	否

序号	供应商名称	主营业务	股权结构/实际控制人	注册资本	行业地位和经营规模	开始合作时间	是否存在关联关系或其他利益安排
			人）、韩志龙（30%）、杨育芬（30%）		为 8,600 万元。		
2	金华市润奇纸箱厂	彩盒、纸衬、纸卡生产和销售	袁平（100%，实控人）	50 万元	2021 年度营业收入约为 3,000 万元。	2010 年	否
3	金华市联盛印业有限公司	印刷品印制	徐俊莹（99%，实控人）、寿文标（1%）	150 万元	2021 年度营业收入约为 2,000 万元。	2008 年	否
4	永康市振丽印务有限公司	印刷品印制	潘金多（100%，实控人）	50 万元	2021 年度营业收入约为 800 万元。	2017 年	否
5	金华市亚亨纸制品有限公司	纸塑制造	姜雄（40%实控人）、林忠平（30%）、龚巍（30%）	100 万元	2021 年度营业收入约为 600 万元。	2020 年	否
6	金华市威雅包装厂	纸箱制作及销售	傅华静（100%，实控人）	50 万元	2021 年度营业收入约为 700 万元。	2011 年	否
7	金华市金东彩印厂（普通合伙）	印刷品印制	余娴（25%，执行事务合伙人）、方周娟（50%）、余莱（25%）	600 万元	2020 年度营业收入约为 2,000 万元。	2010 年	否
8	金华市富顺包装有限公司	纸箱制作及销售	傅向斌（58%，实控人）、沈剑梅（21%）、叶树涛（21%）	150 万元	2021 年度营业收入约为 2,000 万元。	2013 年	否

2、发行人向包装材料类前五名供应商的采购情况

报告期内，发行人向包装材料类前五名供应商的采购内容、平均采购单价、采购额及占该类产品采购额的比例、发行人采购额占

供应商该类产品的销售额比例情况如下：

期间	序号	供应商名称	采购内容	采购金额（万元）	采购额占比	平均采购单价	单位	采购额占供应商该类产品的销售额比例
2021 年度	1	浙江丁丁包装彩印有限公司	彩盒、外箱等	1,007.98	23.61%	3.13	元/PCS	11.72%
	2	金华市联盛印业有限公司	说明书等	638.62	14.96%	0.82	元/PCS	31.93%
	3	金华市润奇纸箱厂	彩盒等	487.09	11.41%	1.57	元/PCS	16.24%
	4	永康市振丽印务有限公司	标贴等	295.53	6.92%	0.65	元/PCS	36.94%
	5	金华市威雅包装厂	外箱等	223.89	5.24%	3.20	元/PCS	32.68%
	小计		-	**2,653.12**	**62.15%**	-	-	-
2020 年度	1	浙江丁丁包装彩印有限公司	彩盒、外箱等	493.51	20.45%	2.10	元/PCS	7.59%
	2	金华市润奇纸箱厂	彩盒等	401.79	16.65%	1.81	元/PCS	29.76%
	3	金华市联盛印业有限公司	说明书等	271.75	11.26%	0.58	元/PCS	37.75%
	4	金华市威雅包装厂	外箱等	147.69	6.12%	3.65	元/PCS	40.80%
	5	金华市金东彩印厂（普通合伙）	说明书等	138.58	5.74%	0.54	元/PCS	8.96%
	小计		-	**1,453.33**	**60.23%**	-	-	-
2019 年度	1	浙江丁丁包装彩印有限公司	彩盒、彩套等	323.85	18.34%	1.79	元/PCS	5.40%
	2	金华市润奇纸箱厂	彩盒等	291.04	16.48%	1.96	元/PCS	26.46%
	3	金华市联盛印业有限公司	说明书等	193.25	10.94%	0.59	元/PCS	33.21%

期间	序号	供应商名称	采购内容	采购金额（万元）	采购额占比	平均采购单价	单位	采购额占供应商该类产品的销售额比例
	4	金华市威雅包装厂	外箱等	131.27	7.43%	2.86	元/PCS	25.99%
	5	金华市富顺包装有限公司	外箱等	103.02	5.83%	3.24	元/PCS	6.87%
	小计		-	**1,042.42**	**59.04%**	-	-	-

（六）金属原材料类

1、金属原材料类前五名供应商的基本情况和合作情况

报告期内，金属原材料类前五名供应商的基本情况和合作情况，包括主营业务、股权结构、实际控制人、注册资本、行业地位、经营规模，以及相关供应商及其关联方与发行人是否存在关联关系或其他利益安排等情况如下：

序号	供应商名称	主营业务	股权结构/实际控制人	注册资本	行业地位和经营规模	开始合作时间	是否存在关联关系或其他利益安排
1	永康市综奥贸易有限公司	五金制品销售	程康美（60%，实控人）、邓国华（40%）	50 万元	2021 年度营业收入约为 1.6 亿元。	2015 年	否
2	金华市华寅冷拉型钢厂	五金加工	童志娟（100%，实控人）	8 万元	2021 年度营业收入约为 1,600 万元。	2018 年	否
3	永康市同立机械制造有限公司	铝制品压铸加工	吴子成（80%，实控人）、胡爱姿（20%）	20 万元	2021 年度营业收入约为 1,200 万元。	2018 年	否

2、发行人向金属原材料类前五名供应商的采购情况

报告期内，发行人向金属原材料类前五名供应商的采购内容、平均采购单价、采购额及占该类产品采购额的比例、发行人采购额

占供应商该类产品的销售额比例情况如下：

期间	序号	供应商名称	采购内容	采购金额（万元）	采购额占比	平均采购单价	单位	采购额占供应商该类产品的销售额比例
2021 年度	1	永康市综奥贸易有限公司	冷轧钢、不锈钢等	643.18	97.22%	8.39	元/千克	4.95%
	2	金华市华寅冷拉型钢厂	型材等	16.49	2.49%	5.48	元/千克	1.01%
	小计		-	**659.66**	**99.71%**	-	-	
2020 年度	1	永康市综奥贸易有限公司	冷轧钢、不锈钢等	296.47	96.92%	6.48	元/千克	24.71%
	2	金华市华寅冷拉型钢厂	型材等	9.13	2.99%	4.27	元/千克	0.74%
	小计		-	**305.60**	**99.91%**	-	-	-
2019 年度	1	永康市综奥贸易有限公司	冷轧钢、不锈钢等	251.14	95.51%	6.03	元/千克	22.83%
	2	金华市华寅冷拉型钢厂	型材等	10.11	3.85%	4.46	元/千克	0.85%
	3	永康市同立机械制造有限公司	壶等	1.66	0.63%	1.14	元/个	0.33%
	小计		-	**262.91**	**99.99%**	-	-	-

注：金属原材料类列示前三名供应商情况，报告期各期，公司向前三名供应商采购金额合计覆盖该类原材料采购总额的比例均超过 90%，未覆盖的供应商主要为零星采购，公司对其采购金额较少且采购占比极低。

八、补充说明各期供应商的数量，并对供应商按适当的采购金额标准进行分层，列示不同层级的供应商数量、采购金额及占比；新增供应商数量、对应新增供应商采购金额占比和变动情况；新增供应商的开拓过程，报告期内贸易类供应商数量及变动情况，向贸易类供应商采购金额和比例；同一类产品向贸易类供应商采购和向终端供应商采购价格的差异和合理性；成立不久（两年以内）的供应商和发行人产生合作的原因、背景、对应的金额和占比

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

根据采购总额、供应商数量及向各供应商采购金额，公司对年度采购金额划分了三个层级：100 万元以下、100 万元-500 万元及 500 万元以上。各层级供应商数量、采购金额及占比情况如下：

期间	采购金额层级	供应商数量（家）	数量占比（%）	采购金额（万元）	采购金额占比（%）
2021 年度	500 万元及以上	20	4.71	19,116.68	43.92
	100 万元-500 万元	77	18.12	17,881.27	41.08
	100 万元以下	328	77.18	6,525.50	14.99
	合计	**425**	**100.00**	**43,523.44**	**100.00**
2020 年度	500 万元及以上	8	2.31	6,236.66	28.01
	100 万元-500 万元	52	14.99	10,349.69	46.49
	100 万元以下	287	82.71	5,676.23	25.50
	合计	**347**	**100.00**	**22,262.58**	**100.00**
2019 年度	500 万元及以上	5	1.41	3,487.84	22.63
	100 万元-500 万元	36	10.17	6,887.42	44.69
	100 万元以下	313	88.42	5,036.58	32.68
	合计	**354**	**100.00**	**15,411.84**	**100.00**

报告期内，随着业务规模的扩大和技术水平的提升，公司对供应商的供货稳定性和产品品质的要求逐步提高，综合考虑产品品质、生产能力、交付时长等因素，发行人不断优化供应商体系，采购额 100 万元以上层级的供应商数量及金额均呈现上升趋势。采购规模较小（100 万元以下）的供应商数量总体占

比较高但呈下降趋势，对应的采购规模在报告期各期均低于采购总额的 40%且比例逐年降低，主要原因系公司产品覆盖六大产品系列、300 余种规格型号，产品类别跨度较大，原材料通用性较低，且零部件繁多，每个产品由少则数十、多则数百个零部件组成，公司通常根据实际需求从不同供应商处采购差异化的原材料。随着合作的深入，公司逐渐甄选品质优良、价格合理、供货稳定的供应商达成长期合作。报告期内，公司供应商的数量相对稳定，与公司实际业务需求相匹配。

（二）新增供应商数量、对应新增供应商采购金额占比和变动情况；新增供应商的开拓过程

1、新增供应商数量、对应新增供应商采购金额占比和变动情况

随着产品种类和型号的扩充，公司通过试购比较多家供应商的物料质量和价格，最终甄选较优者进入合格供方名录。报告期内，公司存在较多小额交易的新增供应商，主要为试购比价或零星采购。因此，此处选取采购金额 5 万元以上的供应商进行分析。

报告期内，公司新增供应商数量、对应新增供应商采购金额占比和变动情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
新增供应商（家）	46	13	14
占当年供应商总数的比例	10.82%	3.75%	3.95%
新增供应商采购金额（万元）	3,031.31	863.69	240.08
占当年采购总额的比例	6.96%	3.88%	1.56%

注：新增供应商统计口径为采购金额 5 万以上的供应商。

报告期各期，公司向主要新增供应商采购金额占当期采购总额比例分别为 1.56%、3.88%和 6.96%，占比较低。

报告期内，公司与主要供应商合作关系稳定，公司采购部门为优化供应商选择范围，持续增加供应商资源开拓，为部分物料增加供应商渠道选择；同时，公司为顺应客户需求及行业发展变化，不断进行技术革新，研发推出新的规格、型号、材质的产品，新产品的研发、生产需要采购新品类的零部件或配件。新增供应商的变化符合公司原材料采购多样性、高频次的特点，公司报告期内各

期新增供应商变化情况具有合理性。

2、新增供应商的开拓过程

公司根据生产需求、产品技术要求、现有供应情况、成本策略等因素综合选择供应商。存在新增供应商需求时，公司首先进行供应市场竞争分析，寻找有合作意向供应商，并通过基础信息评估、询价和报价、小批量采购试用、测试验证等环节对潜在供应商进行评审，与经小批验证合格的供应商进行合同条款谈判，选择质量、价格兼优的供应商列入《合格供方名录》后，进行批量采购。

为保证供应商长期稳定地提供品质、价格、交期、服务等方面符合要求的各类材料，公司制定了《供应商管理作业流程》。根据相关制度规定，公司开拓新供应商的过程主要为：

①公司采购部门负责组织检验部和技术中心对有合作意向且报价合理的供应商或委外加工商，按照样品评审、基础资料调查评审、第三方认证资料评审、实地评估等方式进行考察，并通过对品质、价格、交期、服务进行综合评价，评定合格后纳为合格供应商，列入《合格供方名录》。公司采用年度框架协议模式，对于原材料采购和委外加工服务，均按照原材料或服务性质从《合格供方名录》中选择合适供应商进行采购；

②采购每年对供应商进行一次筛选，依据进料检验部每月定期评估编制的《供应商品质评分表》，以及计划部和物控部编制的《供应商交货统计分析表》等，对供应商的质量、交期、服务、价格等方面进行评估打分。由采购部门将相关数据信息录入《供应商定期评估汇总表》中进行综合评估考核。

③经过综合评估被评为不合格的供应商暂不列入《合格供方名录》中，公司责成不合格供应商限期整改，并跟踪确认改善效果，如仍不合格，则淘汰该供应商，同时按照上述程序寻找合格供应商替代。

（三）报告期内贸易类供应商数量及变动情况，向贸易类供应商采购金额和比例；同一类产品向贸易类供应商采购和向终端供应商采购价格的差异和合理性

1、报告期内贸易类供应商数量及变动情况，向贸易类供应商采购金额和

比例

报告期内，发行人贸易类供应商的数量及变动情况、采购金额及采购占比情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
贸易类供应商数量（家）	40	35	38
贸易类供应商数量占比	9.41%	10.09%	10.73%
变动率	14.29%	-7.89%	-
贸易类供应商采购金额（万元）	3,570.78	1,488.49	1,216.34
贸易类供应商采购金额占比	8.20%	6.69%	7.89%

报告期内，公司贸易类供应商数量及向贸易类供应商采购金额相对稳定，贸易类供应商数量分别为 38、35、40 家，公司向其主要采购粒料、钢板等大宗材料及少部分进口材料。由于塑料粒子、钢板等部分原材料为通用材料，且供应商规模较大，通常有最低起订量要求。公司采购量整体较小，即使达到最低起订量，也难以取得最优价格。而通过贸易类供应商采购，其大批量订购，取得的优惠价格可向下传导给公司。报告期内，公司向贸易类供应商采购金额占比约为 10%，整体占比较小且呈现下降趋势。

2、同一类产品向贸易类供应商采购和向终端供应商采购价格的差异和合理性

公司的主要原材料中，电子电气类、五金件类、塑料加工件类和塑料粒子类原材料中存在部分物料同时向贸易类供应商和终端供应商采购的情形，主要包括开关、电机、喷嘴、轴承、PP 等。基于公司自身产品种类丰富的特点，原材料种类繁多，规格和材质不一，部分产品对应的原材料具有非标准、定制化的要求，同时部分产品需根据客户需求向贸易类供应商采购进口原料。同类原材料包括多种规格型号，单价差异较大，公司一般向不同供应商采购的是不同规格型号的产品。因此，公司就主要原材料向终端供应商和贸易供应商当期采购金额均超过 5 万元的采购情况进行比较。

采购内容		单位	供应商类别	2021 年度			2020 年度			2019 年度			差异原因
				采购金额（万元）	采购占比（%）	单价（元/单位）	采购金额（万元）	采购占比（%）	单价（元/单位）	采购金额（万元）	采购占比（%）	单价（元/单位）	
电子电气类	开关	个	终端供应商	686.31	62.81	1.74	516.40	66.63	1.61	274.92	59.08	1.47	向终端供应商采购的部分开关内部配置线路板，此种开关单价较一般的开关高
			贸易供应商	406.41	37.19	1.41	258.65	33.37	1.25	190.41	40.92	1.18	
			合计	**1,092.72**	**100.00**	**-**	**775.05**	**100.00**	**-**	**465.32**	**100.00**	**-**	
	跳制	个	终端供应商	83.52	50.77	0.41	63.15	59.80	0.40	51.61	70.70	0.41	向贸易商采购的主要为进口跳制
			贸易供应商	81.00	49.23	0.99	42.46	40.20	0.76	21.39	29.30	0.75	
			合计	**164.52**	**100.00**	**-**	**105.61**	**100.00**	**-**	**73.00**	**100.00**	**-**	
	电机	PCS	终端供应商	2,899.81	100.00	-	1,254.52	100.00	5.23	1,009.84	99.17	4.70	向贸易商采购的主要为定制化电机
			贸易供应商	-	-	-	0.00	0.00	8.77	8.50	0.83	8.54	
			合计	**2,899.81**	**100.00**	**-**	**1,254.52**	**100.00**	**-**	**1,018.34**	**100.00**	**-**	
	电容	个	终端供应商	65.63	80.12	0.13	65.43	99.63	0.15	46.95	99.49	0.13	向贸易商采购的电容主要应用于电钻、电锤等产品，向终端供应商采购的电容主要应用于热风枪等产品，功能性存在差异
			贸易供应商	16.29	19.88	0.24	0.24	0.37	0.06	0.24	0.51	0.06	
			合计	**81.91**	**100.00**	**-**	**65.67**	**100.00**	**-**	**47.19**	**100.00**	**-**	
五金件类	轴承	个	终端供应商	198.09	34.57	0.95	174.02	67.68	0.99	115.17	83.76	1.01	向贸易商采购的主要为进口轴

采购内容		单位	供应商类别	2021 年度			2020 年度			2019 年度			差异原因
				采购金额（万元）	采购占比（%）	单价（元/单位）	采购金额（万元）	采购占比（%）	单价（元/单位）	采购金额（万元）	采购占比（%）	单价（元/单位）	
			贸易供应商	374.84	65.43	3.83	83.09	32.32	4.59	22.32	16.24	3.92	承，且规格型号、结构大小不同
			合计	**572.93**	**100.00**	**-**	**257.11**	**100.00**	**-**	**137.49**	**100.00**	**-**	
	垫片	个	终端供应商	35.26	84.70	0.07	68.59	94.26	2.07	7.94	65.52	0.05	向终端供应商采购的垫片主要材质为铁、不锈钢和铝等，向贸易供应商采购的垫片主要材质为铜
			贸易供应商	6.37	15.30	11.16	4.18	5.74	83.60	4.18	34.48	29.85	
			合计	**41.63**	**100.00**	**-**	**72.77**	**100.00**	**-**	**12.12**	**100.00**	**-**	
塑料加工件类	喷嘴	个	终端供应商	163.70	23.03	1.06	100.50	47.87	0.88	73.28	98.83	1.02	向终端供应商采购的喷嘴主要材质为塑料，向贸易供应商采购的喷嘴主要材质为金属，规格型号、结构大小存在差异
			贸易供应商	547.04	76.97	45.13	109.45	52.13	45.13	0.87	1.17	45.13	
			合计	**710.74**	**100.00**	**-**	**209.95**	**100.00**	**-**	**74.15**	**100.00**	**-**	
	螺母	个	终端供应商	102.24	92.98	0.18	74.93	93.57	0.16	43.76	92.07	0.19	向终端生产商采购的螺母含有定制件或体积较大的铜质螺母，价格高于向贸易商采购的标准件螺母
			贸易供应商	7.72	9.42	0.07	5.15	6.43	0.10	3.77	7.93	0.06	
			合计	**109.95**	**100.00**	**-**	**80.08**	**100.00**	**-**	**47.53**	**100.00**	**-**	
塑料粒子类	ABS	KG	终端供应商	255.68	38.09%	22.64	240.41	69.63	17.50	96.33	40.77	17.53	向终端供应商采购改性塑料粒

采购内容		单位	供应商类别	2021 年度			2020 年度			2019 年度			差异原因
				采购金额（万元）	采购占比（%）	单价（元/单位）	采购金额（万元）	采购占比（%）	单价（元/单位）	采购金额（万元）	采购占比（%）	单价（元/单位）	
			贸易供应商	415.63	61.91%	16.96	104.87	30.37	13.98	139.95	59.23	16.66	子，性能优良，价格较高，向贸易供应商采购的主要为普通塑料粒子
			合计	**671.31**	**100.00%**	**-**	**345.28**	**100.00**	**-**	**236.27**	**100.00**	**-**	
	PE	KG	终端供应商	87.47	28.03%	14.11	38.76	22.86	12.11	4.50	7.67	14.41	向终端供应商采购改性塑料粒子，性能优良，价格较高，向贸易供应商采购的主要为普通塑料粒子
			贸易供应商	224.55	71.97%	7.91	130.81	77.14	7.19	54.23	92.33	7.75	
			合计	**312.02**	**100.00%**	**-**	**169.57**	**100.00**	**-**	**58.74**	**100.00**	**-**	
	PP	KG	终端供应商	1,004.91	76.81%	12.45	784.57	83.49	10.26	535.40	68.86	10.71	向终端供应商采购改性塑料粒子，性能优良，价格较高，向贸易供应商采购的主要为普通塑料粒子
			贸易供应商	303.37	23.19%	9.66	155.19	16.51	7.96	242.09	31.14	8.84	
			合计	**1,308.28**	**100.00%**	**-**	**939.76**	**100.00**	**-**	**777.49**	**100.00**	**-**	
	色粉	KG	终端供应商	18.26	17.32%	26.37	11.27	18.53	43.36	10.58	26.42	48.25	向贸易供应商采购的色粉着色力强、稳定性高、色彩性能更优
			贸易供应商	87.16	82.68%	144.19	49.56	81.47	187.30	29.47	73.58	187.35	
			合计	**105.42**	**100.00%**	**-**	**60.83**	**100.00**	**-**	**40.05**	**100.00**	**-**	

选取标准：终端供应商和贸易供应商当期采购金额均超过 5 万元。

（四）成立不久（两年以内）的供应商和发行人产生合作的原因、背景、对应的金额和占比

公司与成立不久（两年以内）供应商的合作原因及背景主要系两类，一类为新增主体承接与之有关联的原有供应商的业务，另一类为公司优化供应商选择范围的考虑或新产品的需求，对比交货期及价格有优势的新增合格供应商。

报告期内，公司向刚成立不久（两年以内）的供应商采购金额合计占比均低于采购总额的 10%，其中向单个供应商采购金额在 50 万元以下的采购占比合计低于 2%。因此，下表列示采购金额在 50 万元以上的供应商，具体情况如下：

1、2021 年度

供应商名称	成立时间	合作原因及背景	采购内容	采购金额（万元）	占采购总额的比例（%）
浙江长城电工智能科技有限公司	2019-07-23	承继母公司浙江长城电工科技股份有限公司与普莱得的原有合作	漆包线等	1,560.59	3.59%
金华恒勤科技有限公司	2019-11-05	原供应商金华荣胜电子科技有限公司（2013 年成立）关联公司	线路板、LCD 显示板、调速板、LED 灯组件等	933.50	2.14%
余姚东锐五金有限公司	2019-07-18	比价后交货期及价格有优势的供应商	阀座、进料螺塞、柱塞杆螺塞、喷嘴、调节座嵌件等	930.30	2.14%
无锡思普锐工业科技有限公司	2019-03-28	比价后交货期及价格有优势的供应商	喷枪组件、喷嘴座等	850.18	1.95%
余姚市中聪机械部件厂	2019-09-23	原供应商余姚市铭浩机械部件厂（2012 年成立）关联方	喷嘴、风叶连接件、弹簧等	212.14	0.49%
嘉兴和卓科技有限公司	2019-07-04	比价后交货期及价格有优势的供应商	轴承等	174.63	0.40%
武义县容大塑业有限责任公司	2019-03-26	原供应商金华市容大塑业有限公司（2015 年成立）关联公司	TPE、TPR 等	145.83	0.34%
宜兴市佳顺陶瓷有限公司	2020-05-26	比价后交货期及价格有优势的供应商	陶瓷套、陶瓷架等	127.92	0.29%

兰溪市寰宇铝业有限公司	2021-01-14	负责人新成立的公司，前身为兰溪市环宇铝型材厂（普通合伙）（2008 年成立）	铝合金板等	161.27	0.37%
永康市荣坚工贸有限公司	2021-03-09	比价后交货期及价格有优势的供应商	喷枪组件、过滤网等	111.96	0.26%
合计				**5,208.31**	**11.97%**

2、2020 年度

供应商名称	成立时间	合作原因及背景	采购内容	采购金额（万元）	占采购总额的比例（%）
余姚市隆利电机有限公司	2018-09-04	负责人新成立的公司，前身为余姚市马拓其微电机有限公司（2009 年成立）	电机、马达、电枢组件、机壳总成等	959.56	4.31%
金华恒勤科技有限公司	2019-11-05	原供应商金华荣胜电子科技有限公司（2013 年成立）关联公司	线路板、LCD 显示板、调速板、LED 灯	398.90	1.79%
余姚东锐五金有限公司	2019-07-18	比价后交货期及价格有优势的供应商	阀座、进料螺塞、喷嘴、柱塞杆螺塞、螺母等	300.49	1.35%
余姚市中聪机械部件厂	2019-09-23	原供应商余姚市铭浩机械部件厂（2012 年成立）关联方	喷嘴、风叶连接件、阀芯、弹簧、阀座等	126.89	0.57%
武义县容大塑业有限责任公司	2019-03-26	原供应商金华市容大塑业有限公司（2015 年成立）关联公司	TPE、TPR、TPU	93.08	0.42%
无锡思普锐工业科技有限公司	2019-03-28	比价后交货期及价格有优势的供应商	喷枪组件、喷嘴座	54.86	0.25%
合计				**1,933.78**	**8.69%**

3、2019 年度

供应商名称	成立时间	合作原因及背景	采购内容	采购金额（万元）	占采购总额的比例（%）
余姚市隆利电机有限公司	2018-09-04	负责人新成立的公司，前身为余姚市马拓其微电机有限公司（2009 年成	电机、风叶连接件	774.79	5.03%

		立）			
金华市云凯塑业有限公司	2017-03-29	比价后交货期及价格有优势的供应商	隔热圈、电机座、开关推片、旋钮、后盖、骨架等	270.46	1.75%
永康市双日五金制品厂	2017-07-10	比价后交货期及价格有优势的供应商	扁嘴、延长杆、十字架、圆嘴、支架等	150.06	0.97%
金华金东区浩翔标牌厂	2017-08-07	比价后交货期及价格有优势的供应商	密封垫、过滤网、防尘网等	91.20	0.59%
温州江帆实业有限公司	2017-11-15	负责人新成立的公司，前身为温州市江帆箱包配件厂（2002 年成立）	拉杆	67.28	0.44%
南通帝孚电动工具有限公司	2017-09-13	比价后交货期及价格有优势的供应商	电池、充电器	57.51	0.37%
合计				**1,411.31**	**9.16%**

综上所述，报告期内，成立不久（两年以内）即与发行人产生合作的供应商均具有合理的商业逻辑，且相关供应商的交易金额及占比均较小。发行人的大部分主要供应商系公司的长期合作伙伴。

九、补充说明报告期内外协加工涉及的产品、工序、加工费及占成本的比例、主要外协厂商的基本情况及是否与发行人存在关联关系及其他利益约定等情况，是否存在员工或前员工设立的外协厂商的情形；外协价格确定的依据、变动情况及是否具有公允性；发行人采购占主要外协厂商提供同类产品或服务的占比

（一）报告期内外协加工涉及的产品、工序、加工费及占成本的比例

由于报告期内业务增长迅速，设备、产能、人员及场地资源紧张，公司将部分技术含量较低的丝印、电镀等工序委托给外协厂商完成。公司在外协厂商的开发评定、日常管理、定期考核等方面制定了相应的制度，对外协厂商的资质条件、技术设备、供货能力进行全方面的严格管控。采购科根据业务需求向外协厂商采购加工服务。外协工序完成后由品质部根据送检单对其品质进行检验，检验合格后由仓储科安排入库。

公司采用委外加工具有必要性且不影响公司核心竞争力和生产稳定性。首先，公司出于优化资源配置、降低管理成本、提高产能等方面考量，将技术含

量较低、工艺相对简单的加工工序通过委外加工方式完成，有利于提高公司的经营效率。其次，丝印、电镀等工序行业门槛不高，外协厂商的可替代性较强且市场供应充足。另外，公司实际发生的委外加工采购金额及占比较小，不存在对外协厂商的重大依赖。

发行人报告期内外协加工费情况及占营业成本的比例具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	加工费	比例	加工费	比例	加工费	比例
电镀	345.33	0.73%	233.20	0.88%	218.62	1.12%
抛光、抛毛刺	121.35	0.26%	56.61	0.21%	64.15	0.33%
铝合金氧化	51.87	0.11%	56.84	0.21%	32.00	0.16%
丝印	72.58	0.15%	34.93	0.13%	24.53	0.13%
转子一次成型	31.99	0.07%	12.32	0.05%	5.15	0.03%
其他	284.65	0.60%	100.28	0.38%	80.14	0.41%
总计	**907.77**	**1.92%**	**494.18**	**1.87%**	**424.59**	**2.18%**

（二）主要外协厂商的基本情况及是否与发行人存在关联关系及其他利益约定等情况，是否存在员工或前员工设立的外协厂商的情形；外协价格确定的依据、变动情况及是否具有公允性；发行人采购占主要外协厂商提供同类产品或服务的占比

1、发行人报告期内前五大外协加工商采购情况

发行人报告期内前五大外协加工商采购情况如下：

2021 年				
序号	外协加工商名称	外协内容	外协金额	占同类产品或服务比例
1	衢州市泓森电镀有限公司	电镀	195.25	20.00%
2	衢州市晟发电镀有限公司	电镀	130.56	15.00%
3	方军	抛光、抛毛刺	119.34	100.00%
4	衢州市岳泰铝业有限公司	铝合金氧化	102.78	9%
5	金华金东区浩翔标牌厂	丝印	71.41	75%
合计			**619.33**	
2020 年				
序号	外协加工商名称	外协内容	外协金额	占同类产品或服务比例

1	衢州市泓森电镀有限公司	电镀	136.35	25.00%
2	衢州市晟发电镀有限公司	电镀	76.89	25.00%
3	衢州市岳泰铝业有限公司	铝合金氧化	56.84	2%-3%
4	方军	抛光、抛毛刺	56.61	100.00%
5	金华金东区浩翔标牌厂	丝印	34.93	40%-50%
合计			**361.63**	
2019 年				
序号	**外协加工商名称**	**外协内容**	**外协金额**	**占同类产品或服务比例**
1	衢州市泓森电镀有限公司	电镀	155.19	25.00%
2	方军	抛光、抛毛刺	64.15	100.00%
3	衢州市岳泰铝业有限公司	铝合金氧化	32.00	2%-3%
4	余姚市康华电镀有限公司	电镀	31.54	未能取得供应商答复
5	金华金东区浩翔标牌厂	丝印	24.53	40-50%
合计			**307.40**	

2、公司主要外协厂商的基本情况如下：

（1）衢州市泓森电镀有限公司

供应商名称	衢州市泓森电镀有限公司
成立时间	2012 年 10 月 12 日
注册地址	衢州市柯城区芦林中路 15 号
注册资本	600 万元
经营范围	表面电镀；金属制品销售。
主营业务	电镀加工
发行人主要采购内容	电镀加工
股东	陈为忠 60%、李晓俊 40%
是否与发行人存在关联关系或利益约定	无
是否员工或前员工设立厂商	否

（2）余姚市康华电镀有限公司

供应商名称	余姚市康华电镀有限公司
成立时间	2002 年 12 月 30 日
注册地址	浙江省余姚市小曹娥镇海涂工业园区
注册资本	60 万元

经营范围	电镀的加工
主营业务	电镀加工
发行人主要采购内容	电镀加工
股东	周伯宁 62.5%、宋华杰 25%、陈欣华 12.5%
是否与发行人存在关联关系或利益约定	无
是否员工或前员工设立厂商	否

（3）方军

公司于 2018 年与供应商方军签订合作协议，由方军承接公司不锈钢抛光的加工业务。不锈钢抛光是公司生产过程中的一种工艺，需要专业的技术能力、专门的抛亮设备和特殊工艺处理。综合考虑订单需求和需要的设备人工投入，为提升公司的生产效率和投入产出比率，公司委托距离生产厂区较近的专业从事抛光加工的方军进行合作。公司与方军合作期间，对方提供材料的质量合格率较高，及时满足了公司相关业务需求。方军非公司员工或前员工，与发行人不存在关联关系或利益约定。报告期内，公司向方军的采购加工业务的金额较小，对发行人经营状况无重大影响。

（4）金华金东区浩翔标牌厂

供应商名称	金华金东区浩翔标牌厂
成立时间	2017 年 8 月 7 日
注册地址	浙江省金华市金东区澧浦郑店村上马石路 7 号
注册资本	5 人民币（该标牌厂为个体工商户，不适用注册资本概念，5 人民币为其工商资料显示数据）
经营范围	不干胶普通标牌、金属制普通标牌、注塑类塑料制品加工（除废塑料加工、危险品及有污染的工艺）。（凡涉及后置审批项目的，凭相关许可证经营，浙江省后置审批目录详见浙江省人民政府官网）（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	丝印等加工
发行人主要采购内容	丝印加工
股东	郑建林
是否与发行人存在关联关系或利益约定	无
是否员工或前员工设立厂商	否

（5）衢州市岳泰铝业有限公司

供应商名称	衢州市岳泰铝业有限公司
成立时间	2006 年 9 月 11 日
注册地址	衢州市衢江区岑一路 27 号
注册资本	500 万元
经营范围	铝制品加工及氧化染色，化工原料及产品（不含危险化学品）销售，货物进出口（法律法规限制的除外，应当取得许可证的凭许可证经营）。金属门窗的销售及安装。
主营业务	抛光、铝合金氧化
发行人主要采购内容	抛光、铝合金氧化
股东	翁岳龙 90%、翁明仙 10%
是否与发行人存在关联关系或利益约定	无
是否员工或前员工设立厂商	否

（6）衢州市晟发电镀有限公司

供应商名称	衢州市晟发电镀有限公司
成立时间	2013 年 2 月 21 日
注册地址	衢州经济技术开发区芦林中路 17 号
注册资本	258 万元
经营范围	各种五金产品电镀。
主营业务	电镀加工
发行人主要采购内容	电镀加工
股东	徐颖超 70%、丁彩惠 14%、王土兰 11%、张芳红 5%
是否与发行人存在关联关系或利益约定	无
是否员工或前员工设立厂商	否

3、外协价格确定的依据、变动情况及是否具有公允性

受公司定制化的产品特性影响，对应的材料规格、大小、类型存在差异，材料种类很多，导致外协加工的产品也是多品种、小批量、定制化。外协价格在综合考虑加工量、加工产品类别、加工难度及市场行情等因素的基础上协商确定。此外，公司会不定期根据市场行情，和主要外协供应商就合作价格进行协商，价格随行就市，符合行业惯例，具有公允性。

十、核查意见

（一）核查过程

中介机构主要执行了如下核查程序：

1、访谈了发行人采购负责人，了解采购部门设置、采购模式及整体采购情况。查阅发行人采购相关的管理制度，了解与采购管理相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制运行的有效性；

2、获取了采购入库明细表，分析发行人采购的主要材料品种、采购数量及采购金额是否与发行人的生产及销售相匹配，是否具有合理性；

3、了解发行人日常采购的主要内容及影响采购价格的主要因素，复核主要原材料采购定价、外协供应商加工的定价，并将部分原材料采购价格与市场价格进行比较；

4、供应商走访

保荐人及申报会计师根据采购规模及期末应付余额等因素综合考虑，按重要性原则将部分供应商纳入实地走访范围，访谈内容主要包括供应商与发行人之间的合作背景/原因、主要业务往来金额及交易金额占供应商经营规模的比例、定价方式、付款交货方式、结算周期，核实发行人采购真实性；核查供应商与发行人之间是否存在关联方关系，与发行人之间是否存在利益输送。报告期内，保荐人及申报会计师对发行人 80 家供应商进行实地走访，核查金额及占比情况如下：

（1）材料采购

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
核查金额	30,159.70	16,690.97	11,870.96
原材料采购总额	42,615.67	21,768.40	14,987.25
核查金额占原材料采购总额比例	70.77%	76.68%	79.21%

（2）委外加工

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
核查金额	714.21	416.24	351.31
委外加工费总额	907.77	494.18	424.59
核查金额占委外加工费总额比例	78.68%	84.23%	82.74%

5、供应商函证

根据重要性原则，按照报告期各期末应付账款的余额和采购金额较高的供应商名单筛选进行函证，以验证采购及往来余额的真实性、准确性、完整性。报告期内保荐人及申报会计师对供应商的发函情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
回函确认金额	31,810.73	**15,464.01**	**11,075.49**
当期采购总额	43,523.44	22,262.58	15,411.84
比例	73.09%	**69.46%**	**71.86%**

6、取得并查阅发行人销售收入及成本明细表，复核产品成本结构中料、工、费变动的具体影响因素，以及单位成本波动的具体原因；

7、对生产成本进行分析性复核，检查并分析报告期各期产品成本波动情况；

8、对发行人高级管理人员进行访谈，了解主要产品对应的原材料、各期原材料耗用量和产品产量等；选取主要规格型号的原材料，对比分析产品产量、原材料耗用量、原材料采购量是否匹配；

9、获取发行人报告期各期制造费用明细表，分析其变动情况及原因；

10、获取发行人生产人员工资表，查询同行业公司生产人员工资数据，与发行人生产人员平均工资进行对比，分析差异原因及合理性；

11、结合采购明细表分析复核向供应商采购具体内容、采购金额、平均采购价格、采购占比及其变动情况；

12、获取主要供应商出具的关于其主营业务、营业收入、开始合作时间、发行人采购内容、向发行人销售的同类产品的销售额、是否存在关联关系等信息确认资料；

13、按照采购金额对供应商分层，核查不同层级的供应商数量、采购金额

及占比。获取发行人报告期内新增供应商名单，核查新增供应商数量、新增供应商采购金额及占比。获取发行人报告期内贸易类供应商名单，核查报告期各期发行人贸易类供应商的数量、采购金额。访谈发行人采购部门负责人，核查主要贸易类供应商采购内容及终端供应商情况；

14、通过企查查、天眼查、国家企业信用信息公示系统等公开渠道检索，核实发行人各期主要供应商基本信息，包括成立时间、注册资本、营业范围，确认其与发行人及其关联方是否存在关联关系，并结合供应商基本情况以及公司采购明细，核查公司新增供应商情况、贸易类供应商情况、成立不久的供应商情况。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、报告期内，发行人成本结构中料、工、费的变动具备合理性。

2、报告期内，发行人主要原材料采购价格变动具有合理性，与市场价格趋势不存在重大差异。

3、报告期内，发行人主要原材料采购量、耗用量与产品产量相匹配，原材料、人工的投入和产出变动合理。

4、报告期内，原材料价格波动和产品结构会对公司成本造成一定影响，公司已采取多种措施应对材料采购价格上涨的压力。

5、报告期内，与同行业可比公司相比，公司生产人员工资水平处于合理水平，具有合理性。

6、报告期内发行人制造费用各细分项目构成的变动具备合理性，相关固定资产及其变动情况与匡算的制造费用-折旧费金额差异较小，燃料动力、物料消耗、间接人工等发生额与各期产销情况相匹配。

7、发行人已说明了报告期内各类材料对应的主要供应商的基本情况、合作情况，除正常购销业务以外，发行人与主要供应商不存在关联关系或其他利益安排的情况。

8、报告期内，公司供应商的数量相对稳定，与公司业务需求相匹配；发行

人存在一定数量的贸易型供应商，贸易型供应商数量、采购额与发行人业务发展情况相匹配；发行人主要原材料存在部分物料同时向贸易类供应商和终端供应商采购的情形，向贸易类供应商采购和向终端供应商采购价格差异合理，符合实际情况，具备合理性；报告期内，发行人存在向成立两年以内的供应商采购的情况，相关供应商与公司开展业务具有合理的商业背景，与发行人业务实际开展情况相匹配。

9、发行人与其他主要原材料及外协供应商不存在关联关系及其他利益约定，不存在发行人员工或前员工设立外协厂商的情况，发行人的外协采购价格公允。

10、通过实地走访、函证等核查程序，经核查，报告期内，发行人的采购真实，成本核算完整、准确。

15.关于毛利率

申报材料显示：

（1）报告期发行人主营业务毛利率分别为 30.31%、33.66%、32.33%和28.19%，2018-2020 年发行人毛利率呈上升趋势、2021 年上半年受原材料价格上涨影响毛利率有所下降；

（2）发行人毛利率高于同行业公司锐奇股份、康平科技，与巨星科技接近。

请发行人：

（1）结合产品结构及影响单价、单位成本的有关因素，量化分析披露各产品报告期毛利率变化的原因及合理性；

（2）量化分析原材料价格上涨对发行人毛利率的影响及未来趋势；

（3）结合发行人与可比公司在产品、业务模式、客户、主要原材料以及其他影响毛利率的主要因素，进一步分析并披露发行人与同行业各可比公司及可比产品毛利率存在差异的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师说明对上述事项核查的方法、范围、过程、依据及结论，并发表明确意见。

【回复】

一、结合产品结构及影响单价、单位成本的有关因素，量化分析披露各产品报告期毛利率变化的原因及合理性

报告期内，公司各主要产品毛利率及变动情况如下表所示：

产品类别	2021 年		2020 年		2019 年
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
电热类	37.91%	0.55%	37.36%	1.34%	36.02%
喷涂类	28.03%	-4.41%	32.45%	-0.39%	32.84%
钉枪类	34.71%	0.01%	34.70%	10.31%	24.39%
吹吸类	25.48%	-6.82%	32.30%	-1.33%	33.63%
其他类	7.58%	-12.77%	20.34%	-0.19%	20.53%
配件	45.99%	-6.51%	52.51%	10.37%	42.14%
合计	**32.37%**	**-2.71%**	**35.09%**	**1.43%**	**33.66%**

注：为保持数据可比性，2020 年和 2021 年毛利率已剔除新收入准则将合同履约成本计入主营业务成本的影响。

（一）电热类产品毛利率变动分析

1、产品结构变化对电热类产品毛利率变动影响分析

报告期内，电热类产品中交流类（AC）和锂电类（DC）产品毛利率、收入占比及对电热类产品毛利率贡献情况具体如下：

产品类别	项目	2021 年		2020 年		2019 年
		数值	变动	数值	变动	数值
交流类（AC）	毛利率	37.37%	0.49%	36.88%	0.91%	35.97%
	收入占比	93.49%	-0.62%	94.11%	-4.80%	98.91%
	毛利率贡献①	**34.93%**	**0.22%**	**34.71%**	**-0.87%**	**35.58%**
锂电类（DC）	毛利率	45.68%	0.75%	44.94%	5.12%	39.82%
	收入占比	6.51%	0.62%	5.89%	4.79%	1.10%
	毛利率贡献②	**2.98%**	**0.33%**	**2.65%**	**2.21%**	**0.44%**
总计 ①+②		**37.91%**	**0.55%**	**37.36%**	**1.34%**	**36.02%**

注：毛利率贡献=毛利率*收入占比，下同。

报告期内，公司电热类产品毛利率分别为 36.02%、37.36%和 37.91%，受益于公司在电热类产品多年积累的多项技术专利和较强议价能力，毛利率能够保持较高水平且较为稳定。报告期内，产品结构变化对电热类产品毛利影响具体分析如下：

2020 年，电热类产品毛利率同比上升 1.34 个百分点，从产品结构来看，主要系一方面锂电类（DC）产品拉动了电热类产品毛利率上升 2.21 个百分点，主要系锂电类（DC）产品收入占比提升 4.79 个百分点，贡献了 2.16 个百分点；另一方面，交流类（AC）产品收入占比下降了 4.80 个百分点，使得电热类产品毛利率下降 0.87 个百分点。因此，2020 年，电热类产品毛利率上升 1.34 个百分点主要系附加值较高的锂电类（DC）产品收入占比提升所致。

2021 年，电热类产品毛利率上升 0.55 个百分点，主要系热风枪产品具有较强的议价能力，原材料价格上涨虽然带来成本上涨压力，但是通过及时调整产品价格，使得电热类产品毛利率水平略有提升。

2、单价、单位成本变化对电热类产品毛利率变动影响分析

报告期内，电热类产品单价、单位成本及毛利率情况如下：

单位：元/台

项目	2021 年		2020 年		2019 年
	数值	毛利率变动贡献	数值	毛利率变动贡献	数值
毛利率	37.91%	0.55%	37.36%	1.34%	36.02%
销售均价	88.45	5.61%	80.52	1.60%	78.51
单位成本	54.92	-5.06%	50.44	-0.26%	50.23
其中：单位材料	41.90	-4.10%	38.28	-0.07%	38.22
单位人工	6.98	-0.56%	6.48	0.56%	6.94
单位制造费用	4.28	-0.46%	3.87	-0.87%	3.17
单位加工费	1.76	0.06%	1.81	0.12%	1.90

注:上表中各数据变动影响计算公式如下：销售均价的影响=（本期销售均价-上期单位成本）/本期销售均价×100%-上期毛利率；单位成本变动的影响=（上期单位成本-本期单位成本）/本期销售均价×100%；毛利率变动幅度=本期毛利率-上期毛利率=单价的影响+单位成本的影响；单位成本的影响=单位材料的影响+单位人工的影响+单位制造费用的影响+单位加工费的影响；下同。

报告期内，公司电热类产品毛利率分别为 36.02%、37.36%和 37.91%，毛利率总体较为稳定。报告期内，电热类产品单价、单位成本变化对电热类产品毛利影响具体分析如下：

2020 年，电热类产品毛利率同比上升 1.34 个百分点，主要系售价较高的锂电类（DC）产品销售占比由 2019 年的 1.10%提高到 5.89%，使得销售均价由

78.51 元/台增长到 80.52 元/台，拉动了电热类产品毛利率提高了 1.60 个百分点。

2021 年，电热类产品毛利率上升 0.55 个百分点，主要系虽然原材料价格上涨等因素导致单位材料成本提高，平均单位成本有所提升，但公司在热风枪等电热类产品竞争优势明显，具有较强议价能力，及时调整了销售价格，使得电热类产品毛利率略有提高。

（二）喷涂类产品毛利率变动分析

1、产品结构变化对喷涂类产品毛利率变动影响分析

报告期内喷涂类产品中交流类（AC）、锂电类（DC）产品和手动类产品毛利率、收入占比及对喷涂类产品毛利率贡献情况具体如下：

产品类别	项目	2021 年		2020 年		2019 年
		数值	变动	数值	变动	数值
交流类（AC）	毛利率	26.39%	-6.15%	32.54%	-0.52%	33.06%
	收入占比	79.51%	-11.30%	90.81%	-6.25%	97.06%
	毛利率贡献①	**20.98%**	**-8.56%**	**29.54%**	**-2.55%**	**32.09%**
锂电类（DC）	毛利率	34.51%	2.44%	32.06%	7.09%	24.97%
	收入占比	20.29%	11.75%	8.55%	7.42%	1.13%
	毛利率贡献②	**7.00%**	**4.26%**	**2.74%**	**2.46%**	**0.28%**
手动类	毛利率	23.28%	-1.55%	24.83%	-1.11%	25.94%
	收入占比	0.20%	-0.45%	0.65%	-1.16%	1.81%
	毛利率贡献③	**0.05%**	**-0.11%**	**0.16%**	**-0.31%**	**0.47%**
总计①+②+③		**28.03%**	**-4.41%**	**32.45%**	**-0.39%**	**32.84%**

报告期内，公司喷涂类产品毛利率分别为 32.84%、32.45%和 28.03%，毛利率变化主要由于不同毛利率产品结构变化。报告期内，产品结构变化对喷涂类产品毛利影响具体分析如下：

2020 年，公司喷涂类产品毛利率较 2019 年下降 0.39 个百分点，略有下降。从产品结构来看，一方面，交流类（AC）产品因收入占比下降，毛利率贡献下降 2.55 个百分点；另一方面，锂电类（DC）产品毛利率贡献增加 2.46 个百分点，主要原因系锂电类（DC）产品持续发力，销售收入占比提高 7.42 个百分点，同时，电商平台业务的发展使得自有品牌锂电类（DC）产品销售收入增加，自有品牌线上销售毛利率较高，提升锂电类（DC）产品毛利率 7.09 个百分点，总

体上，锂电类（DC）产品毛利率贡献增长了 2.46 个百分点。因此，综合因素导致公司 2020 年喷涂类产品毛利率较为稳定。

2021 年，公司喷涂类产品毛利率下降了 4.41 个百分点，其中交流类（AC）产品的毛利率较 2020 年下降了 6.15 个百分点，主要系高压无气喷枪销量增加所致，高压无气喷枪属于专业应用领域产品，单台成本和价格较高是一般喷枪类产品约 3 倍以上，且材料投入占成本比例比一般喷枪类产品高出约 5%，该产品单台毛利额较高但毛利率相对较低。2021 年，高压无气喷枪销售占当期喷涂类产品销售收入的 34.35%，占比较高拉低了当期毛利率水平。

2、单价、单位成本变化对喷涂类产品毛利率变动影响分析

报告期内，喷涂类产品单价、单位成本及毛利率情况如下：：

单位：元/台

项目	2021 年		2020 年		2019 年
	数值	毛利率变动贡献	数值	毛利率变动贡献	数值
毛利率	28.03%	-4.41%	32.45%	-0.39%	32.84%
销售均价	216.47	28.64%	124.71	7.07%	111.58
单位成本	155.79	-33.05%	84.25	-7.47%	74.94
其中：单位材料	133.77	-30.08%	68.65	-6.37%	60.71
单位人工	11.75	-1.41%	8.69	0.28%	9.05
单位制造费用	8.86	-1.31%	6.02	-1.11%	4.64
单位加工费	1.42	-0.25%	0.89	-0.28%	0.54

报告期内，公司喷涂类产品毛利率分别为 32.84%、32.45%和 28.03%，毛利率变化主要由于不同毛利率产品结构变化。报告期内，喷涂类产品单价、单位成本变化对喷涂类产品毛利影响具体分析如下：

2020 年，喷涂类产品毛利率相比 2019 年下降 0.39 个百分点，主要系销售均价上升毛利率贡献 7.07 个百分点以及单位成本上升毛利率贡献-7.47 个百分点综合影响，使得 2020 年喷涂类产品毛利率相对稳定。一方面，锂电类（DC）产品及自有品牌产品销售占比提升，使得平均销售价格由 2019 年的 111.58 元/台增长至 2020 年的 124.71 元/台，对毛利率贡献 7.07 个百分点；另一面，产品性能和配置的提高尤其锂电类（DC）产品附带电池包、线路板等部件，材料投

入较高，使得平均成本由 2019 年的 74.94 元/台增加至 2020 年的 84.25 元/台，对毛利率贡献-7.47 个百分点。综合因素导致 2020 年喷涂类产品毛利率较为稳定。

2021 年，喷涂类产品毛利率相比 2020 年下降 4.41 个百分点，其中，受单价较高的高压无气喷枪以及锂电喷雾器销售占比提升影响，销售均价由 2020 年的 124.71 元/台增长至 2021 年的 216.47 元/台，销售单价上升对贡献 28.64 个百分点，同时，该类产品成本投入也较高，使得单位成本由 2020 年的 84.25 元/台增加至 2021 年的 155.79 元/台，成本投入的增加对毛利率贡献-33.05 个百分点。因此，虽然高压无气喷枪产品单台售价较高，毛利额较高，但毛利率相对较低。2021 年，高压无气喷枪销售占当期喷涂类产品销售收入的 34.35%，占比较高拉低了当期毛利率水平。

（三）钉枪类产品毛利率变动分析

1、产品结构变化对钉枪类产品毛利率变动影响分析

报告期内，钉枪类产品中交流类（AC）、锂电类（DC）产品和其他类产品毛利率、收入占比及对钉枪类产品毛利率贡献情况具体如下:

产品类别	项目	2021 年		2020 年		2019 年
		数值	变动	数值	变动	数值
交流类（AC）	毛利率	24.68%	-9.04%	33.72%	10.38%	23.34%
	收入占比	60.64%	-18.73%	79.37%	-4.29%	83.66%
	毛利率贡献①	**14.97%**	**-11.79%**	**26.76%**	**7.24%**	**19.52%**
锂电类（DC）	毛利率	46.47%	9.26%	37.22%	7.42%	29.80%
	收入占比	33.98%	14.47%	19.51%	3.17%	16.34%
	毛利率贡献②	**15.79%**	**8.53%**	**7.26%**	**2.39%**	**4.87%**
其他类	毛利率	73.40%	12.88%	60.52%	0.00%	-
	收入占比	5.38%	4.26%	1.13%	0.00%	-
	毛利率贡献③	**3.95%**	**3.27%**	**0.68%**	**0.00%**	-
总计①+②+③		**34.71%**	**0.01%**	**34.70%**	**10.31%**	**24.39%**

报告期内，公司钉枪类产品毛利率分别为 24.39%、34.70%和 34.71%，毛利率较大提升主要原因如下：

2020 年，公司钉枪类产品毛利率提升了 10.31 个百分点，主要系一方面，

公司适应市场需求，不断提升钉枪类产品的打钉力度、适配钉子尺寸范围等方面的技术要求，交流类（AC）产品和锂电类（DC）毛利率均有所提升；另一方面，附加值相对较高的锂电类（DC）产品销售占比提升所致。

2021 年，公司钉枪类产品毛利率提升了上升 0.01 个百分点，维持较为稳定主要系：一方面，由于钉枪类产品材料投入较高，受原材料价格上涨影响，交流类（AC）产品成本有所上升，使得交流类（AC）产品毛利率下降了 9.04 个百分点，同时，交流类（AC）产品收入占比下降了 18.73 个百分点，综合因素导致交流类（AC）产品对钉枪类产品毛利率贡献下降 11.79 个百分点；另一方面，由于自有品牌溢价较高，随着消费者对公司自有品牌钉枪类产品认可度逐步提升，锂电类（DC）产品和其他类产品中自有品牌销售占比提高了 14.66 个百分点，使得锂电类（DC）产品和其他类产品对钉枪类产品毛利率贡献提高 11.80 个百分点。总体上，2021 年，公司钉枪类产品毛利率维持稳定水平。

2、单价、单位成本变化对钉枪类产品毛利率变动影响分析

报告期内，钉枪类产品单价、单位成本及毛利率情况如下：

单位：元/台

项目	2021 年		2020 年		2019 年
	数值	毛利率变动贡献	数值	毛利率变动贡献	数值
毛利率	34.71%	0.01%	34.70%	10.31%	24.39%
销售均价	131.76	6.79%	118.07	8.48%	104.82
单位成本	86.02	-6.78%	77.10	1.83%	79.25
其中：单位材料	72.95	-6.07%	64.95	1.61%	66.85
单位人工	7.46	-0.26%	7.12	0.65%	7.88
单位制造费用	4.96	-0.38%	4.45	-0.38%	4.00
单位加工费	0.66	-0.06%	0.58	-0.04%	0.53

报告期内，公司钉枪类产品毛利率分别为 24.39%、34.70%和 34.71%，钉枪类产品单价、单位成本变化对钉枪类产品毛利影响具体分析如下：

2020 年，公司钉枪类产品毛利率提升了 10.31 个百分点，主要系公司通过提升钉枪类产品的打钉力度、适配钉子尺寸范围等方面的技术指标，以提升产品附加值。随着客户对产品品质、性能等认可度的提高，相应地销售价格由

2019 年的 104.82 元/台提高到 2020 年的 118.07 元/台，产品附加值提高较快。因此，2020 年，公司钉枪类产品毛利率有较快提升具有合理性。

2021 年，公司钉枪类产品毛利率上升了 0.01 个百分点主要系一方面，公司材料采购成本上涨及功能性更多的产品销售增加，导致产品平均成本增加了 8.93 元/台，拉低了钉枪类产品毛利率下降 6.78 个百分点；另一方面，功能性更多的产品及自有品牌产品销售占比提升，导致产品平均价格上涨了 13.69 元/台，使得钉枪类产品毛利率上升了 6.79 个百分点，综合因素导致 2021 年钉枪类产品毛利率略有上升。

（四）吹吸类产品毛利率变动分析

1、产品结构变化对吹吸类产品毛利率变动影响分析

报告期内，公司吹吸类产品均为锂电类（DC）产品，主要包括吸尘器、吹吸机等，各类产品毛利率、收入占比及对吹吸类产品毛利率贡献情况具体如下:

产品类别	项目	2021 年		2020 年		2019 年
		数值	变动	数值	变动	数值
吹吸机	毛利率	27.36%	-5.77%	33.13%	-2.76%	35.89%
	收入占比	53.30%	4.92%	48.38%	7.22%	41.16%
	毛利率贡献①	**14.58%**	**-1.45%**	**16.03%**	**1.26%**	**14.77%**
吸尘器	毛利率	23.33%	-8.19%	31.52%	-0.52%	32.04%
	收入占比	46.70%	-4.92%	51.62%	-7.22%	58.84%
	毛利率贡献②	**10.90%**	**-5.38%**	**16.27%**	**-2.58%**	**18.85%**
总计①+②		**25.48%**	**-6.82%**	**32.30%**	**-1.33%**	**33.63%**

公司吹吸类产品占各期主营业务收入的 5%左右，金额及占比较小。2019-2020 年，吹吸类产品毛利率分别为 33.63%和 32.30%，吹吸机和吸尘器产品毛利率较为稳定；2021 年，受原材料价格上涨等因素影响，吹吸机和吸尘器毛利率均有所下降，导致吹吸类产品毛利率下降 6.82 个百分点。

2、单价、单位成本变化对吹吸类产品毛利率变动影响分析

报告期内，吹吸类产品单价、单位成本及毛利率情况如下：:

单位：元/台

项目	2021 年	2020 年	2019 年

	数值	毛利率变动贡献	数值	毛利率变动贡献	数值
毛利率	25.48%	-6.82%	32.30%	-1.32%	33.63%
销售均价	115.04	5.34%	105.96	-4.88%	113.75
单位成本	85.73	-12.16%	71.74	3.55%	75.50
其中：单位材料	70.54	-11.63%	57.16	4.13%	61.53
单位人工	8.09	-0.23%	7.83	0.84%	8.72
单位制造费用	6.65	-0.15%	6.48	-1.32%	5.08
单位加工费	0.45	-0.15%	0.27	-0.10%	0.16

2019-2020 年，吹吸类产品销售单价和成本变动整体较为稳定，毛利率保持较为稳定水平。2021 年，公司吹吸类产品毛利率下降 6.82 个百分点主要系吹吸类产品销售规模相对较小，毛利率受原材料价格上涨影响较大所致。

（五）其他类和配件产品毛利率变动分析

报告期内，公司其他类产品包括冲钻、轻锤、胶枪、发光气球等；配件类产品主要为电动工具整机产品配套的发热芯、电池包、电机、开关、喷嘴、碳刷等适配件和易损易耗件。报告期内，其他类产品和配件产品销售金额较小且具体产品种类繁多，单价和成本差异较大，单价、成本变动和毛利率变化主要系产品结构影响。鉴于此，以下主要分析其他类产品和配件产品细分产品结构变化对毛利率影响。

1、其他类产品毛利率分析

报告期内，公司其他类产品中主要产品毛利率、收入占比及对其他类产品毛利率贡献情况具体如下

产品类别	项目	2021 年		2020 年		2019 年
		数值	变动	数值	变动	数值
冲磨类	毛利率	-6.49%	-12.82%	6.33%	5.05%	1.28%
	收入占比	69.17%	0.62%	68.55%	28.49%	40.06%
	毛利率贡献①	**-4.49%**	**-8.82%**	**4.34%**	**3.83%**	**0.51%**
胶枪	毛利率	38.43%	-16.10%	54.53%	-6.32%	60.85%
	收入占比	22.09%	-5.76%	27.85%	21.16%	6.69%
	毛利率贡献②	**8.49%**	**-6.70%**	**15.19%**	**11.12%**	**4.07%**
其他	毛利率	40.88%	18.15%	22.73%	-7.21%	29.94%

	收入占比	8.75%	5.14%	3.60%	-49.65%	53.25%
	毛利率贡献③	**3.58%**	**2.76%**	**0.82%**	**-15.12%**	**15.94%**
总计①+②+③		**7.58%**	**-12.77%**	**20.34%**	**-0.19%**	**20.53%**

公司其他类产品包括冲磨类、胶枪及其他产品，毛利率分别为 20.53%、20.34%和 7.62%。其中， 2021 年，其他类产品毛利率下降 12.77 个百分点主要受原材料价格上涨影响，冲磨类等产品毛利率下降所致。

总体上，其他类产品规模较小，毛利率受产品结构和原材料价格变化影响较大，毛利率变化具有合理性。

2、配件产品毛利率分析

报告期内，公司配件类产品主要为电动工具整机产品配套的发热芯、电池包、电机、开关、喷嘴、碳刷等适配件和易损易耗件，各类产品毛利率、收入占比及对配件产品毛利率贡献情况具体如下:

产品类别	**项目**	**2021 年**		**2020 年**		**2019 年**
		数值	**变动**	**数值**	**变动**	**数值**
适配件	毛利率	44.38%	-5.43%	49.80%	12.04%	37.76%
	收入占比	68.22%	11.93%	56.29%	1.70%	54.59%
	毛利率贡献①	**30.27%**	**2.24%**	**28.04%**	**7.43%**	**20.61%**
易损易耗件	毛利率	49.46%	-6.52%	55.98%	8.58%	47.40%
	收入占比	31.78%	-11.93%	43.71%	-1.70%	45.41%
	毛利率贡献②	**15.72%**	**-8.75%**	**24.47%**	**2.95%**	**21.52%**
总计①+②		**45.99%**	**-6.51%**	**52.51%**	**10.38%**	**42.13%**

2019-2020 年，配件类产品毛利率有所提升，主要一方面随着公司保持并不断提高产品和技术的先进性，进而不断推出和改进产品性能和品质，整机产品附加值提高的同时，如发热芯、电池包、喷嘴等相关适配件和易损易耗件产品附加值有所增长；另一方面，通过电商平台面向终端消费者销售的配件产品毛利率相对较高，随着该类销售较快增长，配件产品毛利率有所增加。2021 年，配件类产品毛利率下降 6.51 个百分点，主要系配件类产品种类较多，受产品结构影响较大所致。

针对上述情况，发行人已在招股说明书“第八节/十一/（三）/4、结合产品结构及影响单价、单位成本的有关因素，量化分析披露各产品报告期毛利率变

化的原因及合理性”中进行了补充披露。

二、量化分析原材料价格上涨对发行人毛利率的影响及未来趋势

发行人生产经营所需的原材料主要包括电子电气类、五金件类、塑料加工件类、包装材料类、塑料粒子类、金属原材料类等。报告期内，直接材料占主营业务成本比例分别为 78.93%、76.15%和 78.75%，为主营业务成本重要构成部分。原材料价格波动将对公司的生产成本造成一定的影响。假设原材料的采购价格平均上涨 5.00%和 10.00%，其他因素均不发生变化，原材料的采购价格对公司主营业务毛利率影响的敏感性分析如下：

情形	项目	2021 年	2020 年	2019 年
原材料价格不变	毛利率	29.39%	32.33%	33.66%
原材料价格上涨 5%	毛利率	26.61%	29.76%	31.04%
	影响程度	2.78%	2.57%	2.62%
原材料价格上涨 10%	毛利率	23.83%	27.18%	28.42%
	影响程度	5.56%	5.15%	5.24%

经测算，报告期内，其他因素均不发生变化的情形下，假设原材料的采购价格平均上涨 5.00%，则公司主营业务毛利率下降不到 3 个百分点；假设原材料的采购价格平均上涨 10.00%，则公司主营业务毛利率下降不到 6 个百分点。

公司通过开发高附加值产品及提高高附加值产品销售规模，与下游客户协商谈判提高产品价格，根据在手订单及时下达采购订单和合理备货以锁定采购价格等措施降低原材料价格上涨对公司毛利率的影响。预计未来，随着公司积极应对措施效果显现，原材料价格上涨压力对毛利率影响将有所降低。

三、结合发行人与可比公司在产品、业务模式、客户、主要原材料以及其他影响毛利率的主要因素，进一步分析并披露发行人与同行业各可比公司及可比产品毛利率存在差异的原因及合理性

公司与可比上市公司主营业务毛利率对比情况如下：

公司名称	2021 年	2020 年	2019 年
锐奇股份（300126）	**12.14%**	19.00%	20.21%
康平科技（300907）	24.77%	33.15%	27.82%
巨星科技（002444）	24.91%	32.98%	32.59%

平均值	**20.61%**	**28.38%**	**26.87%**
本公司	**29.39%**	**35.09%**	**33.66%**

注：数据来源于上市公司招股说明书、定期报告；康平科技主要产品中电机产品属于电动工具产品上游材料，差异较大，故主营业务毛利率选择其电动工具整机业务毛利率；为保持各公司同期数据可比性，上表中 2020 年各公司毛利率已剔除新收入准则将合同履约成本计入主营业务成本的影响。

报告期内，公司主营业务毛利率水平和变动趋势与巨星科技、康平科技基本一致，高于锐奇股份。由于各公司产品类别及应用领域、业务模式、客户类型、主要原材料及经营规模等存在差异，主营业务毛利率存在一定差异。公司与同行业可比公司在上述主要方面的对比情况如下：

项目	锐奇股份	康平科技	巨星科技	本公司
产品类型及应用领域	主要产品包括角向磨光机、钢材机、电钻、电锤等，主要应用于工业制造加工、轨道路政桥梁等基础设施建设、建筑装饰等行业，其产品属于电动工具门类中的大类产品。	主要产品为电动工具用电机和电动工具整机产品，其中电动工具整机产品约占20%。整机产品包括手电钻、切割机、角磨机和吹吸机。	主要产品包括手工具及动力工具、激光测量仪器、工业存储箱柜三大类，主要用于家庭日用、建筑工程、机器人及自动化、地图测量测绘等领域。	公司主要专注于电热类、喷涂类、钉枪类、吹吸类等产品研发和生产，尤其在热风枪、喷枪和钉枪领域具有较强研发和生产能力。
业务模式	公司内销业务基本为公司自有品牌的电动工具产品且以经销代理模式为主，外销业务包括 ODM 业务和自有品牌产品的出口业务。	公司电动工具整机产品业务包括 OEM 和 ODM 业务及自有品牌买断式经销模式。	公司目前主要为 ODM 业务和自有品牌业务，其中主要为 ODM 业务，通过国际并购等方式形成自有品牌业务约占 1/3。	公司以 ODM 业务为品牌商和零售商提供优质产品，以电商平台发展自有品牌业务。
客户类型	国内用户主要集中在建筑建造、工业制造领域中，且以经销代理模式为主。	主要客户为百得、TTI、麦太保及高壹工机等国际知名企业	主要客户为家得宝、劳式和沃尔玛等品牌商和零售商。	主要为 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）、BOSCH（博世）、Makita（牧田）、Metabo（麦太保）、Harbor Freight Tools（HFT）等世界知名品牌商和零售商。
主要原材料	根据锐奇股份首发招股说明书披露显示，主要原材料包括漆包铜	根据康平科技首发招股说明书披露显示，主要为漆包线、钢片	根据巨星科技首发招股说明书披露主要原材料包括塑料、铝、钢	原材料主要包括电子电气类、五金件类、塑料加工件类、塑料粒

	线、铝件、塑料粒子等	（铁芯）、轴、换向器	等。	子类、包装材料类、金属原材料类等
经营规模	**2021** 年实现营业收入 **6.26** 亿元。	**2021** 年实现营业收入 **11.53** 亿元。	**2021** 年实现营业收入 **109.20** 亿元	**2021** 年实现营业收入 **6.67** 亿元。

（一）与锐奇股份比较

公司主营业务毛利率水平高于锐奇股份主要系在产品类型和产品应用领域、业务模式和客户类型上存在差异。

在具体产品类型和产品应用领域上，公司主要专注于电热类、喷涂类、钉枪类、吹吸类等产品研发和生产，尤其在热风枪、喷枪和钉枪领域具有较强研发和生产能力，产品竞争力较强。而锐奇股份主要产品包括角向磨光机、钢材机、电钻、电锤等，主要应用于工业制造加工、轨道路政桥梁等基础设施建设、建筑装饰等行业，其产品属于电动工具门类中的大类产品，产品竞争相对激烈。因此，公司在热风枪、喷枪和钉枪等产品上竞争优势突出，具有较强议价能力，主营业务毛利率相对较高具有合理性。

在业务模式和客户类型上，公司凭借持续的技术创新和丰富的产品设计和生产经验等竞争优势为 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）、BOSCH（博世）、Makita（牧田）、Metabo（麦太保）、Harbor Freight Tools（HFT）等国际知名电动工具品牌商及零售商提供 ODM 产品，并依托多年来积累的研发设计和生产制造优势，通过电商平台不断加强自有品牌产品的推广和销售。而锐奇股份目前主营业务收入主要来自于内销和外销两方面，其中内销业务基本为公司自有品牌的电动工具产品且以经销代理模式为主，外销业务包括 ODM 业务和自有品牌产品的出口业务。因此，公司一方面在服务国际知名企业时，通过高品质产品获得较高产品附加值，另一方面，通过电商平台直接面向终端消费者发展自有品牌业务，能够获得较高品牌溢价，主营业务毛利率相对较高具有合理性。

综上所述，公司凭借持续的技术创新和丰富的产品设计和生产经验等竞争优势为国际知名企业提供 ODM 产品，并通过电商平台发展自有品牌业务。产品竞争力使得公司具有较强议价能力，同时，自有品牌业务快速增长提高了品牌溢价对毛利率提升的贡献，毛利率相对高于锐奇股份具有合理性。

（二）与康平科技比较

公司与康平科技毛利率水平和变动趋势整体较为接近，但略有差异。公司与康平科技在具体产品类型和业务模式上存在一定差异，但在客户类型较为相似。

在具体产品类型上，康平科技电动工具整机产品主要包括手电钻、切割机、角磨机和吹吸机；在业务模式上，康平科技电动工具整机产品业务包括 OEM 和 ODM 业务及自有品牌买断式经销模式；在客户类型上，康平科技电动工具整机产品主要客户为百得、TTI、麦太保等，与公司客户类型较为相似。

2019 和 2020 年，康平科技电动工具整机产品毛利率分别为 27.82%、33.15%。根据康平科技招股书说明书披露显示，2019 年整机产品整体毛利率相对较低，主要系韩国市场竞争激烈，韩国 ES 品牌认知度不及竞争对手，经营业绩下滑，且各类产品型号结构有所调整所致，而 2019 年主要销售给客户百得的整机业务毛利率为 31.69%。 2021 年，康平科技整机产品毛利率为 24.77%，较 2020 年下降主要由于原材料价格上涨等导致成本增加未能及时向下游客户传导及受国家“节能减碳”目标的推进以及相关措施的落实、国际航线运费的上涨、公司越南子公司疫情的防控等多重 因素的影响，致使产品毛利率下降。

因此，公司与康平科技毛利率水平和变动趋势较为接近，具有合理性。

（三）与巨星科技比较

公司与巨星科技毛利率水平和变动趋势整体较为接近，但略有差异。公司与巨星科技在产品类型和业务规模上存在一定差异，但在客户类型和业务模式上具有一定相似性。

在产品类型上，巨星科技主要产品包括手工具及动力工具、激光测量仪器、工业存储箱柜三大类，主要用于家庭日用、建筑工程、机器人及自动化、地图测量测绘等领域；在业务规模上，2020 年实现营业收入 85.44 亿元，行业中处于较高水平；在业务模式上，巨星科技包括 ODM 业务和自有品牌业务，其中，ODM 为其主要业务，并且通过并购等方式形成自有品牌业务约占 1/3；在客户类型上，巨星科技主要客户为家得宝、劳式和沃尔玛等品牌商和零售商。因此，在客户类型和业务模式上具有一定相似性。2019 年和 2020 年，巨星科技主营

业务毛利率分别为 32.59%、32.98%（包含合同履约成本的毛利率为 30.53%）；2021 年，巨星科技主营业务毛利率为 24.91%（该毛利率包含合同履约成本），较 2020 年下降主要原因系原材料价格和国际海运费上涨等因素影响其存储箱柜等业务毛利率下降较大所致。

因此，公司与巨星科技毛利率水平和变动趋势基本一致，具有合理性。

针对上述情况，发行人已在招股说明书“第八节/十一/（三）/5、同行业可比公司毛利率对比分析”中进行了补充披露。

四、核查意见

（一）核查过程

保荐人、申报会计师执行了如下核查程序：

1、获取并检查公司报告期各期的销售收入和成本明细表，复核各类别产品销售数量、单位售价、单位成本、毛利率等相关数据是否准确、完整；

2、访谈公司采购部门、生产部和销售部等部门，了解公司产品定价机制及成本控制措施，了解市场竞争情况及下游行业变动趋势，分析产品结构及单价、单位成本变化对毛利率变动影响情况；

3、获取并查阅报告期原材料采购明细，了解报告期原材料价格波动情况；复核原材料价格上涨对各期毛利率影响计算是否准确，访谈发行人采购、生产、销售及财务负责人，了解未来原材料变化趋势及对发行人毛利率影响情况；

4、查询公司同行业可比公司的公开披露文件，依据产品、业务模式、客户类型等多方面与公司毛利率进行对比，分析公司与同行业企业毛利率差异原因及合理性。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为，

1、公司主要产品毛利率变化主要受产品结构、原材料价格、汇率变动等因素影响，单价、单位成本、毛利率变化具有合理性；

2、原材料价格上涨对公司毛利率具有一定的不利影响。预计未来，随着公

司积极应对措施效果显现，原材料价格上涨压力对毛利率影响将有所降低。

3、可比公司与发行人均专注于自身产品，在具体产品上存在差异且可比公司均未披露具体产品毛利率情况；在整体层面上，公司主营业务毛利率水平和变动趋势与巨星科技、康平科技基本一致，高于锐奇股份主要系产品类别及应用领域、业务模式、客户类型、主要原材料及经营规模等方面具有一定相似性和差异，具有合理性。

16.关于期间费用

申报材料显示：

（1）报告期发行人的期间费用分别为 4,329.77 万元、5,673.30 万元、6,292.60 万元和 4,109.77 万元，占当期营业收入的比例分别为 16.51%、19.24%、16.06%和 14.03%；

（2）发行人销售费用率低于锐奇股份、巨星科技，高于康平科技；管理费用率、研发费用率和各同行业公司存在一定差异；

（3）2019 年至 2021 年上半年发行人因股权激励分期确认股份支付费用分别为 64.80 万元、155.78 万元、106.92 万元，招股书未披露相关股权激励具体情况。

请发行人：

（1）补充说明销售人员、管理人员、研发人员的平均工资与当地和同行业平均工资水平的比较情况，是否存在其他主体为发行人员工支付费用的情形，并结合销售人员、管理人员、研发人员人数以及平均工资的变动情况进一步分析各项费用中职工薪酬变动的合理性；

（2）结合报告期各期运输量、单位运输费用、收入的区域分布、运输距离的变化等情况，分析说明运费占收入比例及单位运费变动的原因及合理性；

（3）进一步分析说明报告期各期销售费用率、管理费用率变动的原因及合理性；

（4）结合有关因素进一步量化分析披露报告期各期发行人与各可比公司管理、销售、研发费用率差异的原因，并论证合理性；

（5）补充说明股权激励的具体过程、对象范围等制度安排，相关权益工具公允价值的确定依据等，并结合《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》“问题 26、股份支付”规定的关于确定权益工具的公允价值所需考虑的相关因素及发行人的具体情况，进一步论证权益工具公允价值的计量方法及结果是否合理，与同期可比公司估值是否存在重大差异及原因，并结合相关服务期的具体约定情况分析相关分期摊销的依据是否充分。

请保荐人和申报会计师说明对上述事项核查的方法、范围、过程、依据及结论，并发表明确意见。

【回复】

一、补充说明销售人员、管理人员、研发人员的平均工资与当地和同行业平均工资水平的比较情况，是否存在其他主体为发行人员工支付费用的情形，并结合销售人员、管理人员、研发人员人数以及平均工资的变动情况进一步分析各项费用中职工薪酬变动的合理性

（一）补充说明销售人员、管理人员、研发人员的平均工资与当地和同行业平均工资水平的比较情况，是否存在其他主体为发行人员工支付费用的情形

报告期各期，发行人与同行业可比公司销售人员、管理人员、研发人员的平均薪酬变动情况：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
销售人员			
锐奇股份（300126）	**16.66**	13.71	14.07
康平科技（300907）	13.75	15.03	18.28
巨星科技（002444）	32.86	24.82	19.71
平均值	**21.09**	**17.85**	**17.36**
普莱得	**10.89**	**11.12**	**9.97**
管理人员			
锐奇股份（300126）	**18.93**	17.81	17.47
康平科技（300907）	19.24	17.20	16.82
巨星科技（002444）	34.14	23.77	21.53
平均值	**24.10**	**19.60**	**18.61**

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
普莱得	**10.15**	**9.37**	**9.99**
研发人员			
锐奇股份（300126）	**12.81**	7.35	8.18
康平科技（300907）	16.33	12.36	11.91
巨星科技（002444）	21.01	18.96	16.43
平均值	**16.72**	**12.89**	**12.17**
普莱得	**12.55**	**9.83**	**10.10**
金华平均工资	**-**	**6.06**	**6.59**

注：1、**发行人**平均员工人数=各月实际计薪人数的平均值；2、康平科技 2019 年度各类员工平均薪酬=该类员工年度薪酬总额/该类员工月度平均人数；3、金华平均工资数据来源于当地统计局发布的全社会单位就业人员平均工资，2020 年金华市平均工资数据选取当地统计局发布的规上私营企业就业人员年平均工资，2021 年相关数据尚未披露。

报告期各期，发行人销售人员、管理人员、研发人员的平均薪酬显著高于金华市全社会单位就业人员平均工资。但与同行业相比，销售人员和管理人员平均薪酬低于同行业平均水平，而研发人员平均薪酬处于同行业中等水平，主要系一方面，发行人主要生产经营地位于金华市，同行业公司位于上海、苏州、杭州等一、二线城市，各地经济发展水平和平均工资差异所致；另一方面，公司经营模式和发展阶段与同行业上市公司存在差异。

上述三类人员平均薪酬差异原因如下：

销售人员人均薪酬低于同行业可比公司主要原因除地域差异外，在业务开展过程中，公司作为 ODM 制造商主要以产品设计开发及成本质量管控为立身之本，为国外知名品牌商提供优质、稳定的产品，并与主要客户保持长期良好的合作关系。公司大部分销售人员以事务性工作为主，且销售部门跟单人员占比较高。而同行业可比公司中，锐奇科技内销以经销为主，康平科技生产的独立品牌整机采用经销模式，销售模式差异导致投入与销售推广相关的人力支出存在差异；巨星科技全球化经营布局，在美国、日本、欧洲、东南亚等国家和地区进行海外并购或设立子公司，因其境外员工工资水平较高，使得巨星科技整体工资较高且增长较快。

管理人员人均薪酬低于同行业可比公司主要原因除地域差异外，公司主营业务突出，组织架构和管理体系相对精简化和扁平化，员工结构中从事行政基

础工作的管理人员较多，该类员工薪酬水平较低，但仍显著高于当地平均工资。

研发人员人均薪酬处于同行业可比公司中等水平，公司始终以技术和产品创新为核心，不断完善研发激励机制与研发人员培养体系，公司研发人员平均薪酬远高于当地平均工资水平。

报告期内，公司销售人员、管理人员、研发人员的平均工资均显著高于金华市全社会单位就业人员平均工资，且变动趋势与其一致。与同行业相比，研发人员平均薪酬处于同行业中等水平，销售人员和管理人员平均薪酬虽低于同行业平均水平，但符合公司所在地的实际情况，具有合理性，不存在其他主体为发行人员工支付费用的情形。

（二）结合销售人员、管理人员、研发人员人数以及平均工资的变动情况进一步分析各项费用中职工薪酬变动的合理性

单位：人、万元

费用类别	项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
销售费用	销售人员平均人数	42.75	26.08	22.25
	销售人员平均工资	10.89	11.12	9.97
	职工薪酬	465.54	289.99	221.87
管理费用	管理人员平均人数	186.25	130.00	106.08
	管理人员平均工资	10.15	9.37	9.99
	职工薪酬	1,891.18	1,218.10	1,059.48
研发费用	研发人员平均人数	66.33	54.75	45.25
	研发人员平均工资	12.55	9.83	10.10
	职工薪酬	832.38	538.46	457.13

注：平均员工人数=各月实际计薪人数的平均值

随着业务规模的扩张，公司对各类人才的需求与日俱增。报告期内，发行人上述三类人员的数量整体保持上涨，人均薪酬水平总体保持平稳，公司销售费用、管理费用、研发费用中职工薪酬总额呈上升趋势。

在销售费用方面，2021 年销售人员平均工资较 2020 年略有减少，主要系公司扩大销售团队规模，基层销售人员数量增加所致。由于公司经营业绩攀升，销售人员业绩完成情况良好，报告期内销售人员薪酬总额相应增长。

在管理费用方面，随着业务规模的扩大，对管理提出人员数量、组织架构、

管理水平等多方面需求，自 2020 年起，管理人员数量有较大幅度的增加以提升业务与管理的协同性。2020 年管理人员平均工资小幅下降，主要是基于疫情期间社保减免政策，公司相应费用有所下降所致，除上述情况外，报告期内公司管理人员人均薪酬稳步增长。

在研发费用方面，公司通过内部培养和外部引进人才等方式逐步扩充研发团队，报告期内研发人员数量逐年增加。除 2020 年因公司享受阶段性减免社保政策，导致社保费下降外，公司研发人员平均工资整体呈上升趋势。

综上，公司销售人员、管理人员、研发人员的员工人数、薪酬总额呈增长趋势，人均薪酬亦整体提高。各项费用中职工薪酬的逐年增长主要受员工人数增加和人均薪酬提高的影响，职工薪酬变动合理，符合公司的实际情况；发行人制定了较为完善的薪酬考核制度，并得到有效的执行；发行人期间费用中的职工薪酬归集准确、完整。

二、结合报告期各期运输量、单位运输费用、收入的区域分布、运输距离的变化等情况，分析说明运费占收入比例及单位运费变动的原因及合理性

发行人运输费主要包括线下销售运输费、线上销售运输费和货代费。线下销售运输费为公司将货物运输至海关报关港口或客户指定仓库发生的运输费用，主要为向 ODM 客户交付产品产生的运输费用；线上销售运输费为公司在亚马逊、淘宝、天猫等电商平台销售自有品牌产品所产生亚马逊平台物流费、海运费等；货代费主要为公司出口报关的集装箱费用、码头费、报关费等，主要为外销业务产生的费用。报告期内，发行人运输费具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
线下销售运输费	628.11	333.94	287.95
线上销售运输费	1,427.70	608.62	282.88
货代费	429.08	210.72	186.20
合计	**2,484.88**	**1,153.28**	**757.03**

注：此处运费已包括 2020 年和 2021 年因执行新收入准则将合同履约成本计入主营业务成本部分。

报告期内，公司运输费占营业收入比例情况如下所示：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
运输费	2,484.88	1,153.28	757.03
主营业务收入	66,724.53	38,892.51	29,216.41
运输费占主营业务收入的比例	3.72%	2.97%	2.59%

注：为保证数据可比，2020 年和 2021 年已包括因执行新收入准则产生计入营业成本的运输费。

报告期内，发行人运输费占主营业务收入的比例分别为 2.59%、2.97%和 3.72%，运输费占主营业务收入的比例有所提高。运输费占比提高的主要原因系亚马逊平台物流费率较高，随着线上销售收入提高，导致运输费占主营业务收入比例有所提高，具有合理性。以下具体分析各类运输费与收入、销售量的匹配情况，具体如下：

（一）线下销售运输费

1、线下运输费与销售收入的匹配情况

报告期内，线下销售运输费主要为向 ODM 客户交付产品产生的运输费用，线下销售运输费及占线下销售收入的情况如下：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
线下销售运输费	628.11	333.94	287.95
线下销售收入	61,070.89	35,781.59	27,925.64
运输费占销售收入比例	1.03%	0.93%	1.03%

报告期内，公司线下销售运输费占线下销售收入比例分别为 1.03%、0.93%和 1.03%，总体相对稳定。报告期内，线下运输费主要为按照 ODM 客户要求发往宁波港和上海港及主要在长三角地区的指定仓库发生的运输费用，未发生较大变化。因此，报告期内，线下运输费占线下销售收入的比例总体相对稳定具有合理性。

2、线下运输费与销售数量的匹配情况

报告期内，公司线下销售运输费与整机产品销售量的匹配情况如下：

单位：万元、万台

项目	2021 年	2020 年	2019 年
线下销售运费	628.11	333.94	287.95
线下整机销售数量	489.71	375.11	307.99
线下单位运费（元/台）	1.28	0.89	0.93

报告期内，公司线下单位运费分别为 0.93 元/台、0.89 元/台和 1.28 元/台。2019-2020 年较为稳定，而 2021 年，公司线下单位运费有所增加，主要系体积较大的高压无气喷枪等产品销售占比提升所致。从销售量来看，2020 年高压无气喷枪销量 2.14 万台，占 2020 年喷涂类产品销量的比例为 1.99%，而 2021 年高压无气喷枪销量 13.23 万台，占 2021 年喷涂类产品销量的比例为 10.16%。高压无气喷枪等产品单台售价和成本是一般喷枪类产品的 3 倍以上，因此，材料投入和体积较大，单台产品平均运费较高，随着该类产品销售量占比提高，拉高了整体单位运费水平，具有合理性。

（二）线上销售运输费

1、线上销售运输费与销售收入的匹配情况

公司线上销售运输费为公司在亚马逊、淘宝、天猫等电商平台销售自有品牌产品所产生亚马逊平台物流费、海运费等。报告期内，线上销售运费占线上销售收入的情况如下：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
线上销售运输费	1,427.70	608.62	282.88
线上销售收入	5,653.64	3,110.93	1,290.78
运输费占销售收入比例	25.25%	19.56%	21.92%

报告期内，公司线上销售运输费占线上销售收入的比例分别为 21.92%、19.56%和 25.25%，总体相对稳定。

2020 年，线上销售运费占线上销售收入比例为 19.56%，相对稳定。2021 年，线上销售运费占线上销售收入比例为 25.25%，较 2020 年有所提高主要系 2021 年国际物流运费价格上升，海运费上涨所致。

2、线上运输费与销售数量的匹配情况

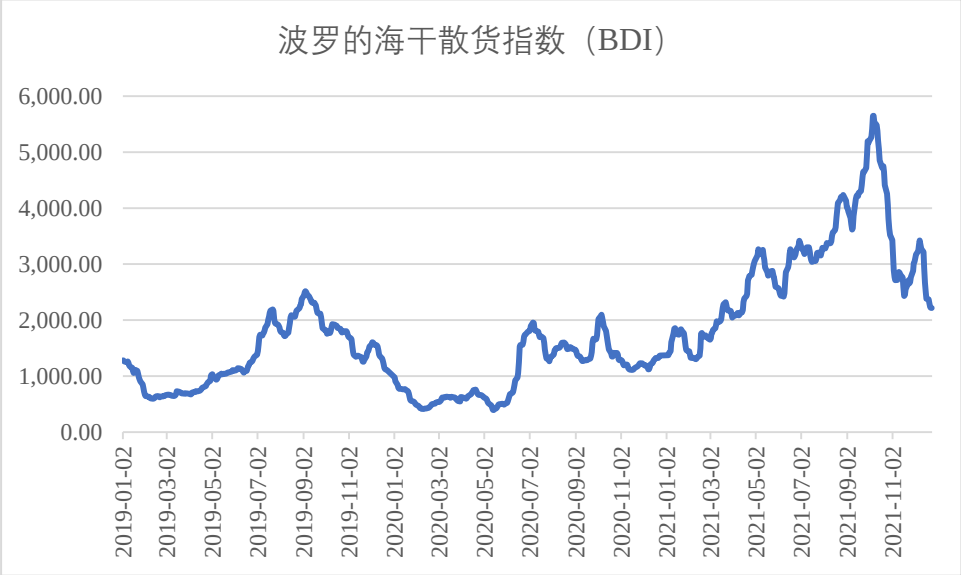
报告期内，公司线上销售运输费用与销售数量的匹配情况如下：

单位：万元、万台

项目	2021 年	2020 年	2019 年
线上销售运费	1,427.70	608.62	282.88
线上整机销售数量	23.15	13.01	6.64
线上单位运费（元/台）	61.67	46.77	42.63

发行人线上运输费主要包括亚马逊电商平台物流费、海运费等线上销售相关的运输费用。报告期内，发行人线上运输费随着线上销售数量增长而增加，具有匹配性。其中，2021 年由于国际物流运费价格上涨较快，海运费上涨导致单位运费由 2020 年的 46.77 元/台上涨至 2021 年的 61.67 元/台，上涨幅度较大。

2021 年，受全球疫情的影响，全球海运运输资源较为紧张，海运运输价格增幅较大。2021 年初以来，表征全球海运景气度的波罗的海干散货指数呈现增长趋势，具体如下图所示：



数据来源：Wind 资讯

因此，公司 2021 年以不同计价方式的海运费价格均出现上涨，其中，主要以重量计价的海运费均价和以立方米计价的海运费均价分别较 2020 年上涨 14.86%和 19.65%，故导致公司 2021 年线上单位运费上涨幅度较大，具有合理性。

综上所述，公司报告期内线上销售运费及占线上销售收入的比例变动原因合理，与各期线上整机销售数量相匹配，符合公司实际经营情况。

（三）货代费

货代费主要为公司出口报关的集装箱费用、码头费、报关费等，公司货代费与销售收入匹配情况如下：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
货代费	429.08	210.72	186.20
外销收入	41,011.15	21,239.78	16,562.04
货代费占外销收入比例	1.05%	0.99%	1.12%

报告期内，公司货代费占外销收入比例分别为 1.12%、0.99%和 1.05%，总体相对稳定。总体来看，随着外销收入提高，货代费随之增加，具有匹配性。

综上，报告期内，公司运输费占营业收入比例及单位运费变动具有合理性。

三、进一步分析说明报告期各期销售费用率、管理费用率变动的原因及合理性；

（一）销售费用率变动分析

公司销售费用主要为平台服务费用、运输费和职工薪酬等，报告期内，销售费用总额分别为 1,890.96 万元、2,502.34 万元和 5,082.38 万元，占当期营业收入的比例分别为 6.41%、6.39%和 7.55%。

公司销售费用及占营业收入比例如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
平台服务费用	3.76%	2.99%	1.63%
运输费	2.36%	1.70%	2.05%
职工薪酬	0.69%	0.74%	0.75%
业务招待费	0.27%	0.35%	0.85%
保险费	0.27%	0.34%	0.16%
业务宣传费	0.13%	0.20%	0.58%
差旅费	0.01%	0.01%	0.22%
其他	0.05%	0.06%	0.16%
合计	**7.55%**	**6.39%**	**6.41%**

注：为保证数据可比，已将 2020 年和 2021 年因执行新收入准则产生计入营业成本的运输费等还原至销售费用对应科目。

2020 年度销售费用率为 6.39%，较 2019 年度下降 0.02 个百分点，变动相对平稳，主要系受疫情影响，公司业务招待、业务宣传及差旅费等较 2019 年度减少 266.58 万元，从而导致上述费用占营业收入的比例下降 1.09 个百分点；2020 年度，随着斯巴达的产品销量、销售收入进一步增长，相应导致平台服务费用增加 202.23 万元，从而导致平台服务费用占营业收入的比例上升 1.36 个百分点；上述因素导致 2020 年度销售费用占营业收入的比例与 2019 年相比波动不大。

2021 年销售费用率为 7.55%，较 2020 年度上升 1.17 个百分点，主要系斯巴达销售收入增长，导致平台服务费用占营业收入比例由 2020 年度的 2.99%上升至 2021 年的 3.76%，增加 0.77 个百分点所致。

（二）管理费用率变动分析

公司管理费用主要由职工薪酬、中介费、折旧及摊销和办公费等构成。报告期内，公司管理费用分别为 2,148.33 万元、2,554.84 万元和 3,578.78 万元，管理费用率分别为 7.29%、6.52%和 5.32%。

公司管理费用占营业收入比例如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
职工薪酬	2.81%	3.11%	3.59%
中介费	0.76%	0.93%	0.95%
折旧及摊销	0.48%	0.81%	0.61%
办公费	0.36%	0.47%	0.56%
招待费	0.21%	0.30%	0.46%
股权激励费用	0.20%	0.26%	0.09%
差旅费	0.18%	0.25%	0.42%
信息化费	0.19%	0.14%	0.27%
残保金	0.02%	0.11%	0.15%
其他	0.13%	0.14%	0.19%
合计	**5.32%**	**6.52%**	**7.29%**

2020 年度，公司管理费用率为 6.52%，较上年下降 0.76 个百分点，主要系由于（1）公司 2020 年营业收入较快增长，管理费用中的职工薪酬由于与收入相关性不明显而增长不多，从而导致职工薪酬占营业收入的比例被摊薄而有所

降低；以及（2）因疫情原因，公司招待费用和差旅费用等支出减少所致。

2021 年度，公司管理费用率为 5.32%，较上年下降 1.20 个百分点，主要系公司营收快速增加，管理费用中各项费用占营业收入的比例被摊薄而有所降低。

四、结合有关因素进一步量化分析披露报告期各期发行人与各可比公司管理、销售、研发费用率差异的原因，并论证合理性一步分析说明报告期各期销售费用率、管理费用率变动的原因及合理性

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（四）期间费用分析”披露如下：

（一）销售费用率分析

报告期各期，公司与同行业可比公司的销售费用率对比情况如下：

公司名称	2021 年	2020 年	2019 年
锐奇股份（300126）	**4.97%**	8.10%	9.01%
康平科技（300907）	1.09%	2.46%	2.40%
巨星科技（002444）	5.43%	7.80%	8.86%
平均值	**3.83%**	6.12%	6.76%
剔除康平科技后同行业平均值	**5.20%**	**7.95%**	**8.94%**
本公司	4.60%	6.39%	6.41%

数据来源：各上市公司招股说明书、定期报告。为保持各公司同期数据可比性，已将本公司和巨星科技 2020 年执行新收入准则计入主营业务成本的合同履约成本进行还原。2021 年为保持口径与同行业可比公司一致，未将计入营业成本的运输费进行还原。

报告期各期，公司的销售费用率分别为 6.41%、6.39%和 4.60%，总体上公司销售费用率与同行业上市公司平均水平相近，剔除康平科技后**报告期内**同行业可比公司销售费用率平均值分别为 8.94%、7.95%**和 5.20%**，高于发行人。近年来，公司通过亚马逊、天猫等电商平台开展自有品牌线上销售业务，随着自有品牌线上业务快速增长，相应的线上销售平台服务费有所增长，导致销售费用率有所提升。发行人与同行业上市公司销售费用对比具体情况如下：

项目	公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
职工薪酬	锐奇股份	**3.33%**	4.28%	4.71%
	康平科技	0.63%	0.68%	0.93%
	巨星科技	3.02%	2.71%	2.73%

项目	公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
	平均值	**2.33%**	2.55%	2.79%
	发行人	0.69%	0.74%	0.75%
运输费	锐奇股份	-	1.34%	1.55%
	康平科技	0.10%	1.42%	1.05%
	巨星科技	-	2.44%	2.96%
	平均值	**0.10%**	1.73%	1.85%
	发行人	0.74%	1.70%	2.05%
业务宣传费	锐奇股份	**0.51%**	0.77%	0.88%
	康平科技	0.06%	0.07%	0.05%
	巨星科技	1.59%	1.85%	2.20%
	平均值	**0.72%**	0.90%	1.04%
	发行人	0.13%	0.20%	0.58%
差旅费	锐奇股份	**0.35%**	0.59%	0.88%
	康平科技	-	0.02%	0.04%
	巨星科技	0.05%	0.07%	0.17%
	平均值	**0.20%**	0.22%	0.36%
	发行人	0.01%	0.01%	0.22%

注：此处运输费不包括亚马逊平台物流费。

1、职工薪酬

报告期内，发行人职工薪酬分别为 221.87 万元、289.99 万元和 465.54 万元，占营业收入比例分别为 0.75%、0.74%和 0.69%，高于康平科技，低于锐奇股份和巨星科技，主要原因为：

（1）公司主要凭借较强的研发实力、成熟的生产工艺、完善的服务体系，公司进入了欧洲、美洲、亚太等市场的近百个国家和地区的两百余名客户建立了广泛、持续的合作关系，公司大部分销售人员以事务性工作为主，且销售部门跟单人员占比较高，公司销售投入相对较少。报告期各期末，公司销售人员与同行业可比公司对比情况如下：

公司名称	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	销售人员数量	销售人员占比	销售人员数量	销售人员占比	销售人员数量	销售人员占比
锐奇股份	**120**	**12.83%**	130	12.72%	138	12.59%

康平科技	63	3.39%	43	2.08%	未披露	未披露
巨星科技	1073	9.96%	934	12.66%	930	14.45%
发行人	**43**	**4.37%**	**26**	**3.89%**	**22**	**3.96%**

注：数据来源于各公司定期公告、招股说明书。

报告期内，公司采取直销模式，销售模式与康平科技接近，所需销售人员数量相对较少。报告期内，公司销售人员总数及占比与康平科技接近，低于锐奇股份和巨星科技。锐奇股份主要采用经销模式，需持续开展各种品牌及产品推广活动，**报告期内**配备的销售人员数量分别为 138 人、130 人**和 120 人**，销售人员占比较高。巨星科技产品以出口为主，且在欧美等国家收购当地公司建立本土售后服务中心，需要配备的销售人员数量较高，报告期内配备的销售人员数量分别为 930 人、934 人和 1073 人，销售人员占比也高于发行人。

（2）发行人销售人员主要在金华地区，金华地区的薪酬水平较锐奇股份等同行业可比公司所在的上海、苏州和杭州地区要低。从而导致公司销售人员薪酬占营业收入的比例低于同行业可比公司平均水平，具体职工薪酬情况参见本反馈意见“16、关于期间费用/（1）补充说明销售人员、管理人员、研发人员的平均工资与当地和同行业平均工资水平的比较情况”。

2、运输费

报告期内，公司运输费占营业收入的比例分别为 2.05%、1.70%和 0.74%，高于康平科技，与锐奇股份相近，低于巨星科技，主要系康平科技以直销为主，主要客户指定供货地与公司生产基地基本保持一致，均在同一或相邻城市，运输半径较小，运输费率较低；巨星科技因与海外商超开展合作，在北美等国家和地区建立了售后服务体系，需要承担海外运输费用及北美等当地的运输费用，且公司存在较多存储箱柜销售业务，该类产品体积大、运输成本高，因此导致运输费率较高。

公司主要以 ODM 为主，报告期内该部分业务占比在 90%以上，该类业务通常只需承担国内工厂发货至港口的运费，此外公司还存在部分自有品牌的线上销售业务通过快递等方式发货的情形，其中公司通过亚马逊平台开展的线上销售，需承担商品运输至亚马逊海外仓库的海运费，由于公司目前 OBM 业务尚处于快速发展阶段，在公司营收占比在 10%左右，因此该部分业务运输费占

比不高。因此，公司运输费率高于康平科技、低于巨星科技具有合理性。

3、业务宣传费

报告期内，公司业务宣传费占营业收入的比例分别为 0.58%、0.20%和 0.13%，高于康平科技，低于锐奇股份和巨星科技。康平科技的客户主要为百得和 TTI，上述两家客户占康平科技营业收入的比例约在 60%以上，康平科技客户集中度较高，因而业务宣传费率较低；锐奇股份以经销模式推广自有品牌为主，为推广自有品牌，锐奇股份会不定期在经销商门店等开展宣传活动，并借助网络销售平台、视频直播带货及微信营销等方式不断增加品牌曝光率和品牌热度，会产生部分业务宣传费；巨星科技近年来持续扩展全球大型连锁超市这一销售渠道，且通过收购国外工具品牌加大对自有品牌的宣传，投入的业务宣传费较高。

公司作为 ODM 制造商主要以产品设计开发及成本质量管控为立身之本，为国外知名品牌商提供优质、稳定的产品，主要通过行业展会、线上平台、广告宣传、业内推荐等渠道获取客户，与主要客户保持长期良好的合作关系。业务宣传费支出较少。

4、差旅费

报告期内，公司差旅费占营业收入的比例分别为 0.22%、0.01%和 0.01%，与同行业平均水平接近。公司差旅费占营业收入的比例低于锐奇股份，主要系锐奇股份通过开展各类活动增强与经销商的联系，并通过持续打造品牌形象店提升品牌知名度，在开展各类营销活动的过程中会产生较多差旅费。公司主要通过行业展会、线上平台、广告宣传、业内推荐等渠道获取客户，销售人员发生的差旅费用为参加行业展会等的费用，2020 年以来由于疫情影响，销售人员出差减少，差旅费相应降低。因此，公司差旅费占营业收入的比例低于锐奇股份具有合理性。

（二）管理费用率分析

报告期内，公司与同行业可比公司管理费用率对比情况如下：

公司名称	2021 年	2020 年	2019 年
锐奇股份（300126）	**4.70%**	7.23%	6.69%

康平科技（300907）	3.25%	3.89%	5.04%
巨星科技（002444）	6.28%	5.86%	7.21%
平均值	**4.74%**	5.66%	6.31%
剔除康平科技后同行业平均值	**5.49%**	**6.55%**	**6.95%**
本公司	5.32%	6.52%	7.29%

数据来源：各上市公司招股说明书、定期报告。

报告期各期，公司的管理费用率分别为 7.29%、6.52%和 5.32%，高于同行业可比公司平均水平，主要系公司管理费用中折旧及摊销、中介费等占营业收入比重较高，剔除康平科技后同行业可比公司**报告期内**管理费用率平均值分别为 6.95%、6.55%**和 5.49%**，与发行人接近，具体情况如下：

项目	公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
职工薪酬	锐奇股份	**2.54%**	4.13%	4.03%
	康平科技	1.80%	2.13%	3.00%
	巨星科技	3.79%	3.72%	4.47%
	平均值	**2.71%**	3.33%	3.83%
	发行人	2.81%	3.11%	3.59%
折旧及摊销	锐奇股份	**0.66%**	1.00%	0.88%
	康平科技	0.19%	0.19%	0.34%
	巨星科技	0.62%	0.56%	0.50%
	平均值	**0.49%**	0.58%	0.58%
	发行人	0.48%	0.81%	0.61%
中介费	锐奇股份	-	-	-
	康平科技	0.38%	0.37%	0.42%
	巨星科技	0.81%	0.60%	0.69%
	平均值	**0.60%**	0.48%	0.55%
	发行人	0.76%	0.93%	0.95%
业务招待费	锐奇股份	**0.15%**	0.22%	0.22%
	康平科技	0.17%	0.44%	0.30%
	巨星科技	0.04%	0.03%	0.06%
	平均值	**0.12%**	0.23%	0.20%
	发行人	0.21%	0.30%	0.46%
办公费	锐奇股份	-	-	-
	康平科技	-	-	-

项目	公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
	巨星科技	0.68%	0.61%	0.97%
	平均值	**0.68%**	0.61%	0.97%
	发行人	0.36%	0.47%	0.56%

注：无数字部分系上市公司未在定期报告内披露该项费用。

1、职工薪酬

报告期内，公司职工薪酬占营业收入的比例分别为 3.59%、3.11%和 2.81%，高于康平科技，低于锐奇股份和巨星科技。

相比于康平科技，公司业务包含自有品牌和 ODM 业务，业务复杂程度较康平科技要高，管理难度和需求更大；另外，公司在泰国设有子公司，从事生产、销售等多项业务。因此，公司职工薪酬占营业收入比例高于康平科技。

相比于锐奇股份，由于锐奇股份位于上海，上海地区整体消费水平较发行人所在的金华地区要高，因此锐奇股份管理人员职工薪酬占营业收入比例高于发行人具有合理性。相比于巨星科技，一方面巨星科技销售收入规模更大，管理复杂程度更高；另一方面近年来巨星科技在海外方面收购、投资更大，工资薪酬费用更高，但由于巨星科技规模较发行人大，对薪酬的摊薄效应也较高，综合因素使得巨星科技的职工薪酬占营业收入的比例高于发行人。

报告期各期末，公司管理类人员与同行业可比公司对比情况如下：

公司名称	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	管理人员数量	管理人员占比	管理人员数量	管理人员占比	管理人员数量	管理人员占比
锐奇股份	**79**	**8.45%**	89	8.71%	110	10.04%
康平科技	104	5.59%	112	5.42%	未披露	未披露
巨星科技	1270	11.78%	1157	15.69%	1,518	23.59%
发行人	**186**	**18.86%**	**130**	**19.43%**	**106**	**19.10%**

注：数据来源于各公司定期公告、招股说明书。

2、折旧及摊销

报告期内，公司折旧费率分别为 0.61%、0.81%和 0.48%，高于康平科技，低于锐奇股份，总体高于同行业公司平均水平，主要系公司报告期内逐渐扩大销售规模，为支持业务扩张需要投入各类资产并进行办公场所装修，资产折旧及装修费用的摊销导致公司折旧摊销费率较高。2021 年，随着公司收入快速增

长，折旧及摊销金额占营业收入比例有所降低。

3、中介费

报告期内，公司中介费占营业收入比例分别为 0.95%、0.93%和 0.76%，高于同行业可比公司平均水平，主要系公司筹划上市发生部分会计师、律师等中介机构提供的审计、法律咨询服务费用及因申请专利产生专利代理费用等。发行人中介费占营业收入的比例与巨星科技相近，主要系巨星科技近年来在资本市场进行收购及非公开发行股票等会产生部分中介费。

4、业务招待费

报告期内，公司业务招待费率分别为 0.46%、0.30%和 0.21%，高于同行业平均水平，与康平科技接近，主要系公司前两年收入规模与同行业公司比相对较低，同行业可比公司营收规模较大，对业务招待费的摊薄效应高于本公司。随着公司营收规模扩大，公司业务招待费占营业收入比例逐年降低。

5、办公费

报告期内，公司办公费占营业收入的比例分别为 0.56%、0.47%和 0.36%，低于巨星科技。主要系公司与巨星科技相比整体规模较小，管理人员较少，管理架构较为精简，与管理活动相关的办公费用也相应较少，且巨星科技在美国、日本、欧洲等国家和地区进行海外并购或设立子公司，上述地区消费水平较高，会产生较多办公费。

（三）研发费用率分析

报告期内，公司与同行业可比上市公司研发费用率对比情况如下：

公司名称	2021 年	2020 年	2019 年
锐奇股份（300126）	**4.35%**	5.09%	6.78%
康平科技（300907）	3.21%	3.68%	4.51%
巨星科技（002444）	2.84%	2.87%	3.08%
平均值	**3.47%**	3.88%	4.79%
本公司	3.42%	3.69%	4.56%

数据来源：各上市公司招股说明书、定期报告。

报告期内，发行人研发费用投入占营业收入比例与同行业基本一致。为丰

富公司产品结构，提升生产效率，持续保持公司竞争优势，公司高度重视产品研发和创新，持续加大研发投入。具体情况如下：

项目	公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
职工薪酬	锐奇股份	**3.10%**	3.42%	4.83%
	康平科技	2.05%	2.03%	2.69%
	巨星科技	1.61%	1.51%	1.67%
	平均值	**2.25%**	2.32%	3.06%
	发行人	1.24%	1.37%	1.55%
直接投入	锐奇股份	**0.19%**	0.37%	1.10%
	康平科技	0.97%	1.45%	1.60%
	巨星科技	0.89%	1.03%	1.06%
	平均值	**0.68%**	0.95%	1.25%
	发行人	1.17%	0.99%	1.28%
折旧及摊销	锐奇股份	**0.08%**	0.30%	0.40%
	康平科技	0.12%	0.16%	0.19%
	巨星科技	0.11%	0.15%	0.15%
	平均值	**0.11%**	0.20%	0.25%
	发行人	0.10%	0.16%	0.20%

1、职工薪酬

报告期内，公司职工薪酬占营业收入的比例分别为 1.55%、1.37%和 1.24%，低于同行业可比公司平均水平。研发人员薪酬水平与同行业可比公司对比情况如下所示：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
锐奇股份	**12.81**	7.35	8.18
康平科技	16.33	12.36	14.44
巨星科技	21.01	18.96	16.43
平均值	**16.72**	12.89	12.17
发行人	**12.55**	**9.83**	**10.10**

报告期内，发行人研发人员人均薪酬略低于同行业可比公司，主要原因系公司与可比公司所处地域差异所致，同行业公司位于上海、苏州、杭州等城市，其人均薪酬水平高于发行人所处金华市。

公司职工薪酬占营业收入的比例低于同行业可比公司平均水平具有合理性。

2、直接投入

报告期内，公司直接投入占营业收入的比例分别为 1.28%、0.99%和 1.17%，**报告期内**同行业可比公司平均水平为 1.25%、0.95%**和 0.68%**，发行人直接投入占营业收入的比例与同行业可比公司平均水平接近。

3、折旧及摊销

报告期内，公司折旧及摊销占营业收入的比例分别为 0.20%、0.16%和 0.10%，**报告期内**同行业可比公司平均水平为 0.25%、0.20%**和 0.11%**，发行人折旧及摊销占营业收入的比例与同行业可比公司平均水平接近。

五、补充说明股权激励的具体过程、对象范围等制度安排，相关权益工具公允价值的确定依据等，并结合《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》“问题 26、股份支付”规定的关于确定权益工具的公允价值所需考虑的相关因素及发行人的具体情况，进一步论证权益工具公允价值的计量方法及结果是否合理，与同期可比公司估值是否存在重大差异及原因，并结合相关服务期的具体约定情况分析相关分期摊销的依据是否充分

（一）补充说明股权激励的具体过程、对象范围等制度安排，相关权益工具公允价值的确定依据

为建立健全公司长效激励机制，充分调动骨干员工的积极性和创造性，保持管理团队和人才队伍的稳定，公司通过员工持股平台采用骨干员工间接持股的方式对其进行股权激励。公司股权激励的具体过程、对象范围和相关权益工具公允价值的确定依据具体如下：

1、股权激励的具体过程

报告期内，发行人通过员工持股平台金华卓屹和金华亿和实施了股权激励。发行人股权激励的具体过程如下：

2019 年 1 月 22 日，发行人员工签署合伙协议，成立金华卓屹和金华亿和作为员工持股平台。

2019 年 3 月 5 日，普莱得有限股东会通过决议同意将有限公司注册资本从

原来的 1,000.00 万元增加到 1,333.16 万元。有限公司新增的注册资本 333.16 万元由金华卓屹和金华亿和分别认缴 166.58 万元。

2019 年 3 月 25 日，普莱得有限在金华市金东区市场监督管理局办妥变更登记手续。

金华卓屹和金华亿和成立后，发行人陆续通过员工持股平台实施了股权激励，分别在 2019 年 3 月和 12 月授予了 9 名和 28 名员工，2020 年 4 月、6 月和 8 月各授予了 1 名员工，2021 年 2 月授予了 3 名员工。

2、股权激励对象范围

公司通过金华卓屹和金华亿和实施股权激励，根据发行人员工持股管理办法，公司股权激励对象为包括管理层在内的公司骨干员工。员工持股平台金华卓屹和金华亿和持股员工构成情况详见本回复“1.关于历史沿革/五/（二）员工持股计划的实施和相关信息披露是否符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定及其依据”相关内容。

3、相关权益工具公允价值的确定依据

报告期内，发行人股权公允价值参考了授予时普莱得股权评估价值或最近一次新增外部股东入股价格，公允价值确定依据充分。

（二）结合《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》“问题 26、股份支付”规定的关于确定权益工具的公允价值所需考虑的相关因素及发行人的具体情况，进一步论证权益工具公允价值的计量方法及结果是否合理，与同期可比公司估值是否存在重大差异及原因，并结合相关服务期的具体约定情况分析相关分期摊销的依据是否充分

报告期内，发行人历次股权激励确定权益工具的公允价值具体情况如下：

单位：万元

授予时间	授予员工人数	发行人估值水平	确认股份支付金额	市盈率	市净率	公允价值参考依据
2019 年 3 月	9	24,889.25	512.76	8.37	1.78	截至 2019 年 2 月末评估值
2019 年 12 月	28	29,136.23	159.47	8.52	1.31	截至 2019 年 11 月末评估值

授予时间	授予员工人数	发行人估值水平	确认股份支付金额	市盈率	市净率	公允价值参考依据
2020 年 4 月	1	78,221.61	612.92	15.09	2.07	最近一次外部股东入股价格
2020 年 6 月	1					
2020 年 8 月	1					
2021 年 2 月	3	94,962.00	366.66	18.32	2.51	最近一次外部股东入股价格

发行人在确定权益工具的公允价值时，充分考虑了权益授予时发行人过去业绩情况及未来预期、市场环境变化、市盈率、市净率等因素，并参考授予时普莱得股权评估价值或最近一次新增外部股东入股价格，依据充分合理。

发行人权益工具公允价值的计量方法及结果符合《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》“问题 26、股份支付”的相关规定，具体理由如下：

1、发行人权益工具公允价值的计量方法及结果是否合理

报告期内，发行人通过员工持股平台共组织实施了 6 次股权激励，每次权益工具公允价值的计量方法及结果具有合理性：

2019 年 3 月和 2019 年 12 月，发行人集中组织实施了两批员工间接持股激励方案，分别授予了 9 名和 28 名员工。因股权激励实施时不存在外部股东入股情况，发行人参考截至授予日上月末的股权评估值作为公允价价值。根据中瑞世联资产评估集团有限公司出具的评估报告，截至 2019 年 2 月末和 12 月末发行人评估值分别为 2.48 亿元和 2.91 元，对应市盈率分别为 8.37 和 8.52，市净率为 1.78 和 1.31。在采用评估值确定公允价值时，该评估值采用未来收益法进行评估，估计技术方法合理。相应地，在股份支付实施时，发行人估值水平也充分考虑了市盈率、市净率等指标，具有合理性。

2020 年分别于 4 月、6 月和 8 月及 2021 年 2 月，发行人实施股权激励时，权益工具公允价值依据最近一次外部股东入股价值，对应市盈率分别为 15.09 和 18.32，市净率为 2.07 和 2.51。外部股东入股价格均为熟悉情况并按公平原则自愿交易的各方最近达成的入股价格，价格公允。

综上所述，发行人每次权益工具公允价值均在充分考虑入股时间阶段、业绩基础与变动预期、市场环境变化的基础上，参考授予日上月末评估价值和最

近一次外部股东入股价格确定权益工具公允价值，依据充分合理。发行人权益工具公允价值的计量方法及结果符合《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》“问题 26、股份支付”的相关规定。

2、与同期可比公司估值是否存在重大差异及原因

发行人确定的权益工具公允价值与同期可比公司估值比较情况具体如下：

时间	公司名称	市盈率	市净率
2019 年 3 月	巨星科技	16.98	1.80
	锐奇股份	亏损	1.67
	康平科技	未上市	
	本公司	**8.37**	**1.78**
2019 年 12 月	巨星科技	13.14	1.60
	锐奇股份	亏损	1.86
	康平科技	未上市	
	本公司	**8.52**	**1.31**
2020 年 6 月	巨星科技	13.82	1.67
	锐奇股份	116.95	3.79
	康平科技	未上市	
	本公司	**15.09**	**2.07**
2021 年 2 月	巨星科技	28.71	4.27
	锐奇股份	88.77	1.97
	康平科技	45.08	4.01
	本公司	**18.32**	**2.51**

从市盈率上来看，一方面由于各公司发展阶段、经营规模和业务规模存在一定差异，另一方面上市公司股份在资本市场上具有很强的流动性，因此，在确认股份支付费时的市盈率低于同期可比上市公司具有合理性。从市净率来看，各次确认股份支付时的市净率水平与可比上市公司较为接近。

因此，股份支付相关权益工具公允价值的计算方法和结果合理，虽与同期可比公司估值存在一定差异，但具有合理性。

3、结合相关服务期的具体约定情况分析相关分期摊销的依据是否充分

根据普莱得员工持股管理办法约定：“在合伙企业出资的员工，服务期限

为普莱得股票挂牌上市后五年或者自该员工成为合伙企业合伙人且合伙企业已持有普莱得的股份之日起七年，以其长者为准”。报告期内，基于谨慎性原则，发行人按照最低七年服务期限进行分期确认，分摊依据充分合理。按照该分期确认方法，发行人因股权激励分期确认股份支付费用分别为 2019 年 64.80 万元、2020 年 155.78 万元、2021 年 182.45 万元。

六、核查意见

（一）核查过程

1、查阅员工花名册、工资表，抽查了工资费用银行支付记录；查阅员工薪酬管理制度、绩效管理制度，了解公司职工薪酬内部控制制度；

2、查阅发行人所在地全社会单位就业人员平均工资，将销售人员、管理人员、研发人员平均薪酬同所在地全社会单位就业人员平均工资进行比较分析；

3、查阅了同行业可比公司年度报告、招股说明书，比较分析销售费用、管理费用、研发费用职工薪酬的金额、人数，测算并比较平均工资；

4、核查了报告期内的销售出库单、运费、运输合同、对账单、物流费用报销单等原始凭证；计算运输费占收入比例、单位产品运输费用等，进一步分析运输费金额的准确性以及与收入、销量是否匹配；

5、分析各项明细费用的波动情况，对金额重大或者波动较大项目进行重点关注，分析相关费用支出的合理性及波动原因；

6、查阅股权激励相关的会议文件、员工持股平台的合伙协议，分析复核股份支付费用的计算过程，以及权益工具公允价值的确定依据；

7、取得发行人董事、监事、高级管理人员银行流水，核查是否存在其他主体为发行人员工支付费用的情形。

（二）核查结论

1、报告期内，发行人的销售人员、管理人员、研发人员平均工资高于当地平均工资水平，和同行业平均工资水平存在一定差异，差异存在合理原因，发行人不存在其他主体为发行人员工支付费用的情形。

2、报告期内，发行人运费占收入比例及单位运费变动的原因具有合理性。

3、报告期内，发行人销售费用、管理费用支出变动处于合理范围。

4、报告期内，发行人与各可比公司管理、销售、研发费用率差异的原因具有合理性。

5、发行人权益工具公允价值的计量方法及结果符合《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》“问题 26、股份支付”的相关规定，与同期可比公司估值差异情况具有合理性，发行人按照相关服务期的具体约定情况分期摊销的依据充分。

17.关于应收账款和应收款项融资

申报材料显示：

（1）报告期各期末，发行人应收账款净额分别为 3,855.76 万元、4,792.97 万元、6,398.77 万元和 10,952.27 万元，应收账款余额占营业收入比例分别为 15.48%、17.11%、17.19%和 19.68%；

（2）基于客户 Stanley Black&Decker（史丹利 百得）与花旗银行之间的合作，花旗银行对 Stanley Black&Decker（史丹利 百得）应付供应商的货款提供贴现服务。因 Stanley Black&Decker（史丹利 百得）给供应商回款周期一般为 120 天，信用期较长，为尽快回收货款，普莱得与花旗银行签订协议加入了该项目。2019 年末、2020 年末和 2021 年 6 月末，公司由此产生的应收款项融资余额分别为 679.75 万元、104.42 万元和 250.85 万元；

（3）发行人销售通过第三方回款的金额分别为 4,264.89 万元、3,872.24 万元、5,407.10 万元和 2,448.77 万元，占当期营业收入的比例分别为 16.26%、13.13%、13.80%和 8.36%，主要为花旗银行的贴现付款。

请发行人：

（1）说明报告期主要客户信用期情况及在报告期内是否发生变化，发生变化的原因及对发行人销售收入的影响；

（2）补充分析说明各期末应收账款及应收款项融资余额及占收入比变动的原因及合理性，并结合发行人在信用政策、销售模式等方面与同行业公司的差异情况，分析并披露发行人应收周转率与同行业公司差异的原因；

（3）补充披露报告期内应收账款及应收款项融资的逾期情况，包括逾期客户、金额、比例、原因、期后回款情况,并结合各期末相关应收款项账龄变化情况、逾期情况、期后回款情况、坏账实际核销情况等补充分析公司应收账款坏账准备计提是否充分；

（4）补充披露发行人划分应收款项融资的依据，以及各期应收账款因供应链融资而终止确认的金额及对应客户、情况，并结合发行人相关供应链融资业务的重要合同条款，如是否存在追索权、商业纠纷的范畴界定是否合理、相关融资费率及公允性、融资费用的承担方等，分析说明相关应收款项是否符合终止确认条件，以及发行人关于应收账款保理的相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；

（5）根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 26 题的规定，分析说明发行人各类第三方回款是否能合理区分，相关第三方回款的必要性、合理性，以及相关第三方回款是否与相关销售收入勾稽一致，具有可验证性，不影响销售循环内部控制有效性的认定等；

（6）补充说明各期质保金的计提比例以及各期末属于质保金的应收款项变动情况，结合业务情况分析披露质保金发生额、期末余额与业务的匹配关系。

请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见，详细说明对发行人应收账款的函证情况，包括发函率、回函率、回函金额占各期应收账款余额比例、各期函证选取的标准等，说明相关核查是否支持核查结论；对于第三方回款的核查按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 26 题的规定发表明确意见。

【回复】

一、说明报告期主要客户信用期情况及在报告期内是否发生变化，发生变化的原因及对发行人销售收入的影响

报告期内，公司主要客户信用期情况如下：

各期主要客户名称	销售单体	期间	信用政策
Harbor Freight Tools（HFT）	Harbor Freight Tools（HFT）	2019 年-2021 年	提单日后 30 天
Stanley	BLACK & DECKER MACAO	2019 年-2021 年	提单日后 120

各期主要客户名称	销售单体	期间	信用政策
Black&Decker（史丹利•百得）	COMMERCIAL OFFSHORE LIMITED		天
	Stanley Black & Decker Asia Holdings, LLC,Macao Branch		
	百得（苏州）科技有限公司	2019 年-2021 年	开票日后 60 天
	BLACK & DECKER GLOBAL HOLDINGS SARL	2019 年-2021 年	提单日后 120 天
	Black & Decker Limited BVBA - UK branch	2019 年-2021 年	提单日后 135 天
	史丹利五金工具（上海）有限公司	2019 年-2021 年	月结 75 天
BOSCH（博世）	ROBERT BOSCH POWER TOOL GMBH	2019 年-2020 年	提单日后 90 天
		2021 年	提单日后 120 天
	Robert Bosch Power Tool Kft.	2019 年-2021 年	提单日后 60 天
	BOSCH LIMITED	2019 年-2021 年	提单日后 60 天
	BOSCH Power Tools - Scintilla AG	2019 年-2021 年	提单日后 60 天
Makita（牧田）	牧田（中国）有限公司	2019 年-2021 年	货到后 60 天
Einhell（安海）	重庆市汉斯•安海酉阳进出口有限公司	2019 年-2021 年	提单日后 40 天
	OZITO INDUSTRIES PTY LTD.	2019 年-2021 年	提单日后 40 天
Kingfisher（翠丰）	Kingfisher International Products Limited	2020 年-2021 年	信用证交单后 90 天
	SCREWFIX DIRECT LTD		
	CASTORAMA POLSKA SP. Z O.O.		
	CASTORAMA FRANCE SAS		
	B&Q Limited		
	KOCTAS YAPI MARKETLERI TICARET. A.S.		
	BRICO DEPOT S.A.S.		
	BRICO DEPOT S.A.S.		
	BRICO DEPOT SPAIN		
	BRICOSTORE ROMANIA SA		
皇冠投资集团有限公司	浙江格致商贸有限公司	2019 年-2021 年	货到后 60 天
	永康市皇冠电动工具制造有限公司		
	上海托盛商贸有限公司		
	上海脉拓商贸有限公司		
	上海脉链五金工具有限公司		

各期主要客户名称	销售单体	期间	信用政策
	上海脉链五金工具有限公司金华分公司		
泰格特	泰格特（亚洲）采购有限公司	2019 年-2020 年	提单日后 90 天
	泰格特（全球）采购有限公司	2020 年	提单日后 90 天
ADEO（安达屋）	ADEO SERVICES SAS	2019 年-2021 年	提单日后 120 天
傲基科技股份有限公司	傲基科技股份有限公司	2019 年-2021 年	月结 30 天

报告期内，公司主要销售客户中，除 BOSCH（博世）集团旗下 ROBERT BOSCH POWER TOOL GMBH 主体信用期由 2021 年的提单日后 90 天调整为提单日后 120 天外，其他客户销售收款信用期未发生重大变化。该公司信用政策变化主要原因系 2019 年客户由于自身的结算政策调整，2021 年因疫情、物流等原因，主动向发行人提出合理延长信用期的要求。发行人基于良好的长期合作基础、稳定的客户关系等因素同意延长信用期的要求。除上述情况外，公司对主要客户的信用政策未发生重大变化，不存在放松信用政策增加收入的情况。

二、补充分析说明各期末应收账款及应收款项融资余额及占收入比变动的原因及合理性，并结合发行人在信用政策、销售模式等方面与同行业公司的差异情况，分析并披露发行人应收周转率与同行业公司差异的原因

（一）补充分析说明各期末应收账款及应收款项融资余额及占收入比变动的原因及合理性

报告期各期末，公司应收账款和应收款项融资余额的变动趋势如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年末/2021 年	2020 年末/2020 年	2019 年末/2019 年
应收账款余额	10,430.60	6,736.01	5,046.60
应收账款融资余额	289.87	109.92	715.52
小计	**10,720.47**	**6,845.93**	**5,762.12**
营业收入	67,278.52	39,180.90	29,488.27
应收账款和应收款项融资余额占营业收入比例	15.93%	17.47%	19.54%

2019 年末、2020 年末和 2021 年末，公司应收账款和应收款项融资合计余额分别为 5,762.12 万元、6,845.93 万元和 10,720.47 万元，占当期营业收入的比例分别为 19.54%、17.47%和 15.93% 。

报告期内，公司应收账款和应收款项融资余额占当期营业收入的占比逐年下降，主要原因系报告期内公司收入快速增长，同时客户回款情况良好所致。

（二）结合发行人在信用政策、销售模式等方面与同行业公司的差异情况，分析并披露发行人应收周转率与同行业公司差异的原因

报告期内，公司应收账款周转率与同行业上市公司比较情况如下：

公司名称	2021 年	2020 年	2019 年
锐奇股份（300126）	**6.68**	5.20	5.13
康平科技（300907）	5.82	5.38	4.44
巨星科技（002444）	6.76	6.83	5.55
平均值	**6.42**	**5.80**	**5.04**
本公司	**7.84**	**6.65**	**6.48**

数据来源：各上市公司招股说明书、定期报告。

报告期内，公司主要客户为世界知名电动工具品牌商及零售商，与公司保持长期合作关系，资信状况较好，主要客户信用期一般在 30-120 天。公司销售回款良好，公司应收账款周转率高于同行业可比上市公司平均水平。

锐奇股份主营电钻、电磨等电动工具，以经销代理模式为主，目前公开资料无法查询到该公司近年来的信用政策情况。通过查阅公司年度报告，公司应收账款存在比例较高的长期未回收款项，该因素导致公司应收账款周转率低于发行人。

康平科技主营电动工具用电机产品，同时存在电动工具整机业务，公司采用直销模式，主要客户为百得、TTI、麦太保等，上述客户占公司销售比例在80%左右，上述客户给与的信用期多为 60-120 天，其中占公司销售比重 50%左右的第一大客户百得的信用期为 90-120 天，百得给与发行人的信用期与康平科技相近，此外发行人还存在 HFT 等信用期较短的客户，从而导致公司应收账款周转率高于康平科技。

巨星科技主营工具五金和智能产品，公司主要为直销模式，产品以出口为主，出口客户主要是如 Walmart 等欧美大型连锁超市等终端零售商，根据客户的资信状况设定赊销信用期为 1-4 个月不等，该信用期与公司主要客户的信用期相当，因此公司的应收账款周转率和巨星科技接近具有合理性。

针对上述情况，发行人已在招股说明书“第八节/十二/（四）/2/（1）同行业上市公司应收账款周转率比较”中进行了补充披露。

三、补充披露报告期内应收账款及应收款项融资的逾期情况，包括逾期客户、金额、比例、原因、期后回款情况,并结合各期末相关应收款项账龄变化情况、逾期情况、期后回款情况、坏账实际核销情况等补充分析公司应收账款坏账准备计提是否充分

（一）补充披露报告期内应收账款及应收款项融资的逾期情况，包括逾期客户、金额、比例、原因、期后回款情况

报告期各期末，公司应收账款及应收款项融资逾期前五大客户的名称、逾期金额、逾期比例、逾期原因、期后回款情况如下：

1、2021 年末

单位：万元

序号	客户	逾期金额	逾期金额占比	逾期原因	期后回款
1	KSO KOCTAS	27.61	14.93%	客户内部审批流程慢，目前已结清	27.61
2	上海脉拓	25.09	13.57%	客户内部审批流程慢	8.12
3	浙江新山	22.58	12.21%	客户内部审批流程慢，目前已结清	22.58
4	DP AR -NEW GREAT	17.53	9.48%	客户内部审批流程慢	-
5	博世杭州	15.83	8.56%	客户内部审批流程慢，目前已结清	15.83
合计		**108.63**	**58.74%**		**74.20**

注：期后回款情况统计截至 2022 年 3 月 28 日，下同。

2、2020 年末

单位：万元

序号	客户	逾期金额	逾期金额占比	逾期原因	期后回款
1	上海沃丰	13.18	21.03%	客户内部审批流程慢，目前已结清	13.18
2	义乌斯帕克	7.08	11.30%	客户内部审批流程慢，目前已结清	7.08
3	IBL	6.61	10.55%	客户内部审批流程慢，目前已结清	6.61
4	百得（苏州）	6.20	9.90%	客户内部审批流程慢，目前已结清	6.20

序号	客户	逾期金额	逾期金额占比	逾期原因	期后回款
5	宁波中基（钟泽）	4.98	7.95%	客户内部审批流程慢，目前已结清	4.98
合计		**38.06**	**60.74%**	-	**38.06**

3、2019 年末

单位：万元

序号	客户	逾期金额	逾期金额占比	逾期原因	期后回款
1	江苏苏美达	131.09	49.64%	客户内部审批流程慢，目前已结清	131.09
2	维川贸易（魏海枫）	45.44	17.21%	客户内部审批流程慢，目前已结清	45.44
3	汇鸿鸣骏	26.06	9.87%	客户内部审批流程慢，目前已结清	26.06
4	IBL	18.75	7.10%	客户内部审批流程慢，目前已结清	18.75
5	永康华瑞	7.92	3.00%	客户内部审批流程慢，目前已结清	7.92
合计		**229.27**	**86.82%**	-	**229.27**

对于上述逾期的应收账款，公司已积极催收，并按照既定会计政策计提坏账准备。

针对上述情况，发行人已在招股说明书“第八节/十二/（二）/3/(4)报告期各期末逾期客户情况”中进行了补充披露。

（二）结合各期末相关应收款项账龄变化情况、逾期情况、期后回款情况、坏账实际核销情况等补充分析公司应收账款坏账准备计提是否充分

1、期后回款情况

报告期内公司逾期应收款项期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2021年末	2020年末	2019年末
应收款项余额	10,720.47	6,845.93	5,762.12
逾期余额	184.94	62.65	264.07
其中：6个月以内	172.86	52.53	249.58
6个月以上	12.08	10.12	14.49
期后回款金额	8,352.27	6,845.93	5,762.12
期后回款比例	77.91%	100.00%	100.00%

项目	2021年末	2020年末	2019年末
逾期应收款项占比	1.73%	0.92%	4.58%
逾期6个月以内应收款项占逾期应收款项总额比例	93.47%	83.85%	94.51%
截至目前逾期应收款项收回金额	133.10	62.65	264.07
截至目前逾期应收款项收回比例	71.97%	100.00%	100.00%

注：上述统计截止到 2022 年 3 月 28 日。

报告期各期末，逾期应收账款余额占应收款项余额的比例分别为 4.58%、0.92%和 1.73%，逾期主要在 6 个月以内。逾期 6 个月以内的应收款项占逾期应收款项的比例分别为 94.51%、83.85%和 93.47% 。

截至 2022 年 3 月 28 日，公司各期末逾期应收款项回款金额分别为 264.07 万元、62.65 万元和 133.10 万元，占逾期应收款项的比例分别为 100.00%、100.00%和 71.97%。

2、应收款项期末余额账龄分布情况

报告期各期末，公司应收款项账龄结构和坏账准备情况如下：

单位：万元

账龄	2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	10,719.35	99.99%	6,837.15	99.87%	5,750.44	99.80%
其中：120 天以内	10,433.55	97.32%	6,776.59	98.99%	5,617.72	97.49%
120 天以上	285.80	2.67%	60.56	0.88%	132.72	2.30%
1 至 2 年	0.06	-	8.78	0.13%	10.88	0.20%
2 至 3 年	1.06	0.01%	-	-	-	-
3 年以上	-	-	-	-	0.80	0.02%
合计	**10,720.47**	**100.00%**	**6,845.93**	**100.00%**	**5,762.12**	**100.00%**
坏账准备	**536.29**	**-**	**342.74**		**289.41**	

注：此处为应收账款和应收款项融资的合计金额。

报告期各期末，1 年以内应收款项余额占比分别为 99.80%、99.87%和 99.99% ，其中账龄 1 年以内的应收款项中账龄在 120 天以上金额分别为 132.72 万元、60.56 万元和 285.80 万元，占应收款项余额比例分别为 2.30%、0.88%和 2.67%，占比较小，反映公司应收账款状况良好，公司客户回款较为及时。

3、报告期末应收账款核销情况

报告期内公司无应收账款核销的情形。

综上，公司报告期各期末应收账款逾期账龄基本在 6 个月以内，且期后回款情况良好，各期末应收账款余额结构较为稳定，账龄变化不大。公司已根据《企业会计准则》和公司应收账款坏账计提政策计提坏账，对实际发生的坏账，及时进行账务处理，故公司应收账款坏账计提充分。

四、补充披露发行人划分应收款项融资的依据，以及各期应收账款因供应链融资而终止确认的金额及对应客户、情况，并结合发行人相关供应链融资业务的重要合同条款，如是否存在追索权、商业纠纷的范畴界定是否合理、相关融资费率及公允性、融资费用的承担方等，分析说明相关应收款项是否符合终止确认条件，以及发行人关于应收账款保理的相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

（一）补充披露发行人划分应收款项融资的依据，以及各期应收账款因供应链融资而终止确认的金额及对应客户、情况

1、发行人将部分应收款项划分为应收款项融资的依据

（1）会计准则相关规定

《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》（财会[2017]7 号）第十八条规定，企业管理金融资产的业务模式为既以收取合同现金流为目标又以出售为目标，且根据该金融资产合同条款约定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。该类金融资产应当分类为以公允价值即将且变动计入其他综合收益的金融资产。

根据财政部《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2019〕 6 号），“应收款项融资”项目，反映资产负债表日以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的应收票据和应收账款等。

（2）发行人将部分应收款项划分为应收款项融资的分析

报告期内，基于客户 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）与花旗银行之间的合作，花旗银行对 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）应付供应商的货

款提供贴现服务。为了尽快回收货款，普莱得与花旗银行签署协议加入了该项目。根据公司与花旗银行签署的供应链融资协议，公司向花旗银行转让的应收款项系买断性质，银行就购买的应收款项对公司无追索权，公司将应收款项转让给花旗银行时，已将应收账款所有权上几乎所有的风险和报酬转移，因此公司管理层判断管理此类应收账款的业务模式为既以收取合同现金流量为目标又以出售为目标。同时，根据公司与百得的销售合同及与花旗银行签署的供应链融资协议，公司对相关应收账款收取的现金流仅为本金和以未偿付本金为基础的利息的支付。

综上所述，根据企业会计准则的规定，公司将上述应收 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）的应收账款计入应收款项融资科目列示。

2、各期应收账款因供应链融资而终止确认的金额及对应客户、情况

单位：万元

客户名称	供应链服务提供商	2021 年度	2020 年度	2019 年度
史丹利·百得	花旗银行	6,255.61	4,972.43	3,449.27
合计		**6,255.61**	**4,972.43**	**3,449.27**

针对上述情况，发行人已在招股说明书“第八节/十二/（二）/4 应收款项融资”中进行了补充披露。

（二）结合发行人相关供应链融资业务的重要合同条款，如是否存在追索权、商业纠纷的范畴界定是否合理、相关融资费率及公允性、融资费用的承担方等，分析说明相关应收款项是否符合终止确认条件，以及发行人关于应收账款保理的相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

发行人与花旗银行签署的《Supplier Agreement and Supplier Setup Form Checklist》中重要合同条款如下：

1、关于追索权

供应商和花旗银行的意图是，根据本第二条进行的每笔应收款项的买卖应构成真正的销售，该销售将是绝对和不可撤销的，并为花旗银行提供该应收款项所有权的全部利益和负担。本协议项下的应收款项的出售是在不追索供应商的情况下进行的，除非供应商违反与任何应收款项有关的任何资产陈述；但是，

这种出售并不构成也无意导致花旗银行承担供应商或任何其他人员与应收款项有关的任何义务或供应商的任何其他义务。

2、商业纠纷的范畴界定

供应商应维护、赔偿并使花旗银行及其附属机构、雇员、董事、高级职员和代理人（各自为〞受赔偿方〞）免受所有损失，包括与执行本赔偿有关的损失，这些损失是由于以下原因引起的或以任何方式与之关联：（i）供应商违反本协议规定的任何义务，包括第 5 条规定的任何陈述失实或不准确。（ii）花旗银行对供应商使用本系统发送的任何消息的依赖 （iii）与引起任何应收款项的商业交易有关的任何争议，或 （iv）关于供应商传送或上载到本系统的任何信息或其他材料侵犯或盗用任何第三方知识产权的任何索赔，除非该等损失是由该受赔偿方的重大过失或故意不当行为造成。

3、相关融资费率及公允性

（1）融资费率确定方法

合同约定的融资费率以 LIBOR 为基础确定，融资费率=LIBOR+利差

LIBOR:伦敦银行同业拆借利率

利差:年利率 1.5%

（2）实际融资费率情况

报告期内，公司实际融资费率情况如下：

客户名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
实际融资费率	1.57%-1.91%	1.73%-3.41%	3.42%-3.49%

金融机构向公司收取融资费率的计算方式以及使用的利率与同期市场利率无重大差异。

4、融资费用的承担方

融资费用的承担方为公司。

根据《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》相关规定：

“第七条企业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

的，应当终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，不应当终止确认该金融资产。

第八条企业在判断是否已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给了转入方时，应当比较转移前后该金融资产未来现金流量净现值及时间分布的波动使其面临的风险。

企业面临的风险因金融资产转移发生实质性改变的，表明该企业已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给了转入方，如不附任何保证条款的金融资产出售等。

企业面临的风险没有因金融资产转移发生实质性改变的，表明该企业仍保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，如将贷款整体转移并对该贷款可能发生的信用损失进行全额补偿等。”

公司与花旗银行签署供应链融资协议，将应收 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）款项转让给花旗银行，依据供应链融资协议的相关约定，公司转让应收款后，银行就转让的应收款对公司无追索权，公司已转让了应收账款所有权上几乎所有的风险和报酬转，企业面临的风险因金融资产转移发生了实质性改变。

因此，公司转让相关应收账款符合企业准则规定的终止确认条件。发行人关于应收账款保理的相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

五、根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 26 题的规定，分析说明发行人各类第三方回款是否能合理区分，相关第三方回款的必要性、合理性，以及相关第三方回款是否与相关销售收入勾稽一致，具有可验证性，不影响销售循环内部控制有效性的认定等

报告期内，发行人销售通过第三方回款的金额分别为 4,196.30 万元、5,713.57 万元和 6,961.40 万元，占当期营业收入的比例分别为 14.23%、14.58%和 10.35%，主要为客户 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）通过供应链融资委托花旗银行支付货款。发行人报告期内第三方回款符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 26 的要求，具体情况如下：

（一）发行人各类第三方回款是否能合理区分，相关第三方回款的必要性、合理性

报告期内，发行人销售业务存在销售合同签订方与付款方不一致的情形，包括客户委托银行支付及委托其他第三方代付款项的情形，具体金额情况如下：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
第三方回款金额	6,961.40	5,713.57	4,196.30
其中：委托花旗银行支付	6,255.61	4,972.43	3,449.27
其他代为支付	705.79	741.14	747.03
营业收入	67,278.52	39,180.90	29,488.27
占比	**10.35%**	**14.58%**	**14.23%**

注：第三方回款金额包含增值税。

1、委托花旗银行支付货款

委托花旗银行支付货款主要系基于客户 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）与花旗银行之间的合作，Stanley Black&Decker（史丹利·百得）推荐优选的供应商加入花旗银行供应商融资项目，由花旗银行对其应付供应商的货款提供贴现服务。因 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）给供应商回款周期一般为 120 天，信用期较长，为了尽快回收货款，普莱得作为 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）的优质供应商，与花旗银行签订协议并加入了该项目。报告期内，发行人收到花旗银行支付的货款金额分别为 3,449.27 万元、4,972.43 万元和 **6,255.61** 万元，占当期营业收入的比例分别为 11.70%、12.69%和 **9.30%**。该第三方回款系基于客户 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）与花旗银行供应链融资项目而发生，具有必要性和商业合理性。

2、其他代为支付

报告期内，发行人客户其他代付货款的金额分别为 747.03 万元、741.14 万元和 705.79 万元，占当期营业收入的比例分别为 2.53%、1.89%和 1.05%，金额和占比均较小。

项目	2021 年	2020 年	2019 年
其他代为支付	705.79	741.14	747.03
其中：境内客户委托法人代付	116.01	272.49	277.34

项目	2021 年	2020 年	2019 年
境外客户委托第三方代付	589.77	468.65	469.69
营业收入	67,278.52	39,180.90	29,488.27
占比	**1.05%**	**1.89%**	**2.53%**

报告期内，发行人客户通过其他代付货款的情形主要系个别境内客户为个人独资企业，其企业法定代表人等代为付款，或者个别外销客户因外汇管制出于外贸结算便捷性等原因委托第三方代为付款。

（1）境内客户委托法定代表人、实际控制人支付货款

报告期内，个别境内客户为自然人控制的企业，该企业的法定代表人、实际控制人或其关联人代为支付货款。报告期内，个别客户通过法人代付金额分别为 277.34 万元、272.49 万元和 116.01 万元，占营业收入比例分别为 0.94%、0.70%和 0.17%，金额和占比较小。

（2）境外客户委托第三方支付货款

报告期内，境外客户委托第三方支付货款金额分别为 469.69 万元、468.65 万元和 589.77 万元，占营业收入的比例分别为 1.59%、1.20%和 0.88%。其中，个别境外客户所在的国家如乌克兰、俄罗斯、印度、伊朗等存在外汇管制或外汇储备不足等情况。上述国家的个别客户在与发行人交易时，部分货款委托第三方支付至发行人账户。报告期内，因外汇管制原因委托第三方付款金额分别为 142.37 万元、161.35 万元和 141.05 万元，占营业收入比例分别为 0.48%、0.41%和 0.21%，金额和占比均较小。另外，个别境外客户为了统一结算管理上的便利性，委托采购代理商等支付货款的金额分别为 324.05 万元、306.47 万元和 448.72 万元，占营业收入比例分别为 1.11%、0.78%和 0.67%。

综上所述，报告期内，发行人第三方回款主要系基于客户 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）与花旗银行供应链融资项目而发生，具有必要性和商业合理性。

（二）相关第三方回款是否与相关销售收入勾稽一致，具有可验证性，不影响销售循环内部控制有效性的认定

针对第三方回款，公司已建立并执行了规范有效的第三方回款相关内控制

度，能够保证第三方款回款与收入勾稽一致，具有可验证性性，不影响销售循环内部控制有效性认定，具体如下：

1、针对 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）与花旗银行的供应商融资项目产生的第三方回款，发行人通过花旗银行的电子银行平台 CitiDirect BE 进行管理，具体情况如下：发行人发货后向 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）寄出或以电子形式提供发票、装箱单、提单；然后由 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）向花旗银行的融资系统提交发票；花旗银行就发票信息向发行人付款并附有订单单号、发票金额等信息；发行人收到花旗银行支付的货款后，根据订单单号进行匹配并审核确认，能够确保回款完整准确并与销售收入勾稽一致。

2、针对其他第三方回款，发行人的内控制度具体情况如下：发行人业务人员根据客户订单在 ERP 系统中生成销售订单，按照客户要求及时安排发货并更新和追踪订单状态。客户回款为第三方回款时，业务人员则会要求客户在付款时提供第三方付款方的全称、回款金额及对应客户订单信息，并及时与 ERP 系统销售订单匹配。财务部门根据银行收款信息与业务人员及时对接，复核并确认客户回款，确保回款记录完整准确并与销售收入勾稽一致。

通过以上措施，公司第三方回款能够与相关销售收入勾稽一致，具有可验证性，不影响销售循环内部控制有效性的认定。

六、补充说明各期质保金的计提比例以及各期末属于质保金的应收款项变动情况，结合业务情况分析披露质保金发生额、期末余额与业务的匹配关系

质保金是由合同双方约定从应付合同价款中预留的、当标的物出现质量问题时用于支付修理费用的资金。公司与主要客户签订的合同未约定质保金，按照合同约定，每笔订单的总价款均需在合同约定的信用期限内全额结算，不存在因质量保证预留而延迟结算的款项。

七、详细说明对发行人应收账款的函证情况，包括发函率、回函率、回函金额占各期应收账款余额比例、各期函证选取的标准等，说明相关核查是否支持核查结论

（一）函证过程

保荐人和申报会计师对应收账款及应收账款款项融资的函证程序具体执行情况如下：

1、样本选取标准

保荐人和申报会计师选取主要客户实施独立函证程序，根据各期应收账款及营业收入发生额的大小，筛选应收账款余额及营业收入发生额重大的客户实施了询证程序，以及随机抽取剩余客户执行了应收账款的询证程序。针对应收款项融资各期均全额实施了函证程序。

2、函证结果

报告期各期，应收账款及应收账款款项融资函证情况如下：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
应收账款和应收款项融资期末余额	10,720.47	6,845.93	5,762.12
发函金额	9,598.53	6,002.42	5,356.55
发函比例	89.53%	87.68%	92.96%
回函金额	9,489.49	5,970.66	5,282.90
回函比例	88.52%	87.21%	91.68%

保荐人和申报会计师向报告期内发行人主要客户寄发了询证函，发函比例为 92.96%、87.68%和 89.53%，回函比例分别为 91.68%、87.21%和 88.52%。针对未回函的客户，保荐人和申报会计师执行了替代程序，包括检查销售订单、销货单、报关单、提单和银行回单等。通过上述程序，发行人的应收账款和应收款项融资余额可以确认。

（二）核查结论

经上述核查，可以验证应收账款和应收款项融资余额的存在性和准确性，回函确认比例较高，可以支持该核查结论。

八、对于第三方回款的核查按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 26 题的规定发表明确意见

1、核查过程

保荐人及申报会计师履行了以下核查程序：

（1）对发行人管理层进行访谈，了解公司与第三方回款相关的内部控制制度，并测试关键内部控制执行的有效性；

（2）检查第三方回款明细表，核查发行人与第三方回款相关业务涉及的销售合同、销售订单、销售明细、发货单及银行流水，确认发行人第三方回款涉及的销售业务是否真实；

（3）针对付款方与合同签订方不一致的情形，通过国家信用信息公示系统、供应链融资协议等，确认实际付款方与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间不存在关联关系；

（4）抽样选取实际付款人和合同签订方不一致业务的明细样本和银行对账单回款记录，追查至相关业务合同、业务执行记录及资金流水凭证，以核实和确认委托付款的真实性以及代付行为的商业实质和合法合规性；

（5）对客户进行访谈，并取得客户盖章或签字确认的访谈记录。

2、核查意见

经核查，保荐人及申报会计师认为：

（1）报告期内发行人第三方回款真实，不存在虚构交易或调节账龄的情形；

（2）第三方回款具备商业合理性，发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其他关联方与第三方回款方不存在关联关系或其他利益安排；

（3）境外销售涉及境外第三方，其代付行为具有商业合理性及合法合规性；

（4）报告期内，发行人不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷；

（5）发行人在签订合同时不存在明确约定由其他第三方代购买方付款的交易安排；

（6）发行人已对第三方回款制定了相关内部控制制度且能得到有效执行；

（7）报告期内，发行人存在个别客户第三方回款情况，但资金流、实物流与合同能够相互验证，发行人销售业务资金流、实物流与合同约定及商业实质一致，销售业务具有真实性。

18.关于存货

申报材料显示：

（1）报告期各期末发行人存货账面价值分别为 5,401.47 万元、5,161.32 万元、6,937.58 万元和 11,507.87 万元，最近一期末存货余额大幅上升；

（2）报告期各期末存货库龄、相关存货的订单支持情况、存货跌价准备的计提政策及充分性等未披露。

请发行人：

（1）说明发行人各期存货的订单支持情况，分析各期末存货余额与在手订单的匹配关系；

（2）结合发行人的订单情况、生产模式、产品生产周期、销售模式等，说明公司确定各类存货备货量的方法、存货中属于备货的金额及占比，并分析披露各期末各类存货余额的合理性，以及报告期各期末各类存货余额变动的原因及合理性，特别是最近一期末存货余额大幅上升的合理性；

（3）补充说明发行人各期末库存商品、发出商品期后结转成本情况；

（4）补充说明各期末各类存货（特别是库存商品和原材料）的库龄、状态及存放地点等情况，并说明计提存货跌价准备的具体方式，各类存货可变现净值的具体确认方法，结合库龄、产品价格等分析各类存货各期末跌价准备计提是否充分；

（5）说明各期末存货的盘点情况，包括各存货所在地对相关存货的管理、盘点方式，并披露相关存货管理的内部控制建立情况，是否有效并得到执行；

（6）结合公司与同行业可比公司在存货备货、生产、销售周期等方面的差异，分析披露公司存货周转率与同行业存在差异的原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对报告期存货实施的监盘程序、监盘范围、各类存货的监盘比例及监盘结果，是否存在异常情形。

【回复】

一、说明发行人各期存货的订单支持情况，分析各期末存货余额与在手订单的匹配关系

公司采取“以销定产”的生产模式，按照客户需求和在手订单情况制定生产计划，并通过生产线及仓储系统智能化改造，实现生产流程的数字化和可视化管理，满足产品品质管控的有效性和订单交付的及时性。

报告期内，公司在手订单金额与存货余额的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
存货账面余额	13,507.17	7,012.13	5,251.51
在手订单余额	29,283.10	23,455.37	6,881.93
在手订单/存货	2.17	3.34	1.31

报告期各期末，公司在手订单金额与存货余额的比例分别为 1.31、3.34 和 2.17，在手订单金额及存货余额总体呈逐年上升态势。公司各期末的存货的订单支持率较高，公司存货规模合理。

二、结合发行人的订单情况、生产模式、产品生产周期、销售模式等，说明公司确定各类存货备货量的方法、存货中属于备货的金额及占比，并分析披露各期末各类存货余额的合理性，以及报告期各期末各类存货余额变动的原因及合理性，特别是最近一期末存货余额大幅上升的合理性

（一）结合发行人的订单情况、生产模式、产品生产周期、销售模式等，说明公司确定各类存货备货量的方法、存货中属于备货的金额及占比

1、发行人的订单情况、生产模式、产品生产周期、销售模式

公司主要包括 ODM 和 OBM 两种业务模式，其中 ODM 业务采用“以销定产、以产定购”的生产和采购模式，根据在手订单情况拟定生产和采购计划；OBM 业务主要系公司在亚马逊、淘宝、天猫等电商平台上销售自有品牌产品，主要基于产品的过往销售情况进行预测，安排生产和采购。

报告期各期末，公司有订单支持的存货金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
订单存货	10,576.61	78.30%	5,229.55	74.58%	4,209.20	80.15%
备货存货	2,930.57	21.70%	1,782.58	25.42%	1,042.31	19.85%
存货账面余额	**13,507.17**	**100.00%**	**7,012.13**	**100.00%**	**5,251.51**	**100.00%**

报告期内，公司订单存货余额分别为 4,209.20 万元、5,229.55 万元和 10,576.61 万元，占存货余额的比例分别为 80.15%、74.58%和 78.30%，备货存货占存货余额的比例分别为 19.85%、25.42%和 21.70%，备货存货占存货余额的比例略有提高。

2019 年以来，公司备货存货余额增长，一方面系公司在手订单金额持续增长，公司基于生产需要采购通用原材料，通用原材料无法直接对应具体在手订单，而是根据在手订单总量并结合现有库存数量安排采购，从而导致备货存货余额增加；另一方面，公司 OBM 销售持续增长，该部分与自有品牌销售有关的原材料和库存商品无法对应订单，属于备货存货，随着电商平台销售增加，公司的备货存货相应增加。

2、公司确定各类存货备货量的方法、存货中属于备货的金额及占比

发行人报告期末存货包括原材料、委托加工物资、在产品、半成品、库存商品和发出商品，其中订单存货主要包含委托加工物资、在产品、库存商品、发出商品、部分原材料及半成品，备货存货主要为原材料和库存商品，各类存货备货确定方法如下：

（1）原材料备货方法

公司生产所需的原材料主要包括电子电气类、五金件类、塑料加工件类、塑料粒子类、包装材料类、金属原材料类等。

公司主要采用“以销定产、以产定购”的生产和采购模式，原材料主要按照在手订单状况进行采购，公司原材料存在备货，主要系①针对部分原材料，公司会根据供应商的交付能力设置一定数量的安全库存，公司根据在手订单安排生产计划，当生产所需原材料低于安全库存时，公司会及时安排采购；②此外，对于部分通用性较强的原材料，如塑料粒子等，该部分原材料无法直接对

应具体在手订单，而是根据在手订单总量并结合现有库存数量安排采购。

报告期内，公司原材料采购类别主要包括电子电气类、五金件类、塑料加工件类、包装材料类、塑料粒子类、金属原材料类等，原材料中属于备货的金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
订单原材料	3,507.77	66.18%	1,698.09	56.27%	1,067.47	54.16%
备货原材料	1,792.53	33.82%	1,319.51	43.73%	903.50	45.84%
原材料账面余额	**5,300.30**	**100.00%**	**3,017.60**	**100.00%**	**1,970.97**	**100.00%**

（2）库存商品备货方法

公司主要包括 ODM 和 OBM 两种业务模式，其中 ODM 业务采用“以销定产、以产定购”的生产和采购模式，根据在手订单情况拟定生产和采购计划；OBM 业务主要系公司在亚马逊、淘宝、天猫等电商平台上销售自有品牌产品，主要基于产品的过往销售情况进行预测，安排生产和采购。公司库存商品存在备货主要系 OBM 业务产生的。

报告期各期末，公司库存商品备货情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
订单库存商品	3,267.49	74.25%	1,352.50	76.19%	1,362.48	91.07%
备货库存商品	1,132.95	25.75%	422.57	23.81%	133.61	8.93%
库存商品账面余额	**4,400.44**	**100.00%**	**1,775.07**	**100.00%**	**1,496.09**	**100.00%**

报告期各期末，公司备货库存商品期末余额分别为 133.61 万元、422.57 万元和 1,132.95 万元，占库存商品期末余额的比例分别为 8.93%、23.81%和 25.75%，公司库存商品绝大多数为与销售订单匹配的，少数不属于对应订单的库存商品系电商平台销售产品备货，随着公司 OBM 业务销售增加，公司备货库存商品余额也相应增加。

（二）分析披露各期末各类存货余额的合理性，以及报告期各期末各类存

货余额变动的原因及合理性，特别是最近一期末存货余额大幅上升的合理性

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（二）流动资产分析”之“7、存货”披露如下：

报告期各期末，公司存货构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料	5,300.30	39.24%	3,017.60	43.03%	1,970.97	37.53%
委托加工物资	193.65	1.43%	108.89	1.55%	128.86	2.45%
在产品	1,187.86	8.79%	749.34	10.69%	490.08	9.33%
半成品	1,406.72	10.41%	674.18	9.61%	769.20	14.65%
库存商品	4,400.44	32.58%	1,775.07	25.31%	1,496.09	28.49%
发出商品	1,018.20	7.54%	687.04	9.80%	396.30	7.55%
合计	**13,507.17**	**100.00%**	**7,012.13**	**100.00%**	**5,251.51**	**100.00%**
减：存货跌价准备	163.92	1.21%	74.55	1.06%	90.19	1.72%
账面价值	**13,343.26**	**98.79%**	**6,937.58**	**98.94%**	**5,161.32**	**98.28%**
账面价值占流动资产的比重	**-**	**35.51%**	**-**	**21.17%**	**-**	**27.77%**

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 5,161.32 万元、6,937.58 万元和 13,343.26 万元，占期末流动资产的比重分别为 27.77%、21.17%和 35.51%。

1、原材料

公司原材料主要包括电子电气件、五金件、塑料粒子、钢材等。报告期各期末，公司原材料余额分别为 1,970.97 万元、3,017.60 万元和 5,300.30 万元，占存货余额的比例分别为 37.53%、43.03%和 39.24%。随着公司业务规模增长，为满足在手订单及时交货，增加了采购规模，相应的原材料余额有所增加。

2020 年末，发行人原材料余额相比 2019 年增加，主要系公司在手订单大幅增长所致。2021 年末，公司在手订单进一步增加，公司相应的增加原材料采购，从而导致原材料余额较 2020 年末进一步提高。

2、委托加工物资

公司委托加工物资主要为发往受托加工商加工的相关物资。报告期内，委

托加工物资规模较小，期末结存金额较小。

3、在产品和半成品

在产品和半成品为公司生产过程中处于各主要工序在制及已完成部分工序的半成品。

2020 年末和 2021 年末，公司在产品金额逐年上涨，主要系公司在手订单较多所致。

4、库存商品

报告期各期末，公司库存商品余额分别为 1,496.09 万元、1,775.07 万元和 4,400.44 万元，占存货余额的比例分为 28.49%、25.31%和 32.58%。库存商品占比相对较高，主要为满足客户订单产品的及时交付，公司根据交付时间制定排产计划，在交货前完成生产并入库。

2020 年末和 2021 年末，公司库存商品余额逐年增加，主要原因一方面系公司近两年业务量逐年增长，为满足订单需求而相应增加生产、备货，报告期各期末，公司主要产品在手订单金额由 2019 年末的 6,881.93 万元增长至 2021 年末的 29,283.10 万元，增长较快，为满足在手订单及时交付，库存商品余额 2021 年增长较多；另一方面，2021 年以来受境外疫情影响，出口境外的海上运力紧张，公司的期末发货也相应受到影响，从而也导致库存商品余额出现一定程度增加。为应对国际海运运力紧张对公司产品发运可能造成的影响，公司采取以下措施保障产品能及时发出：①合理安排订单并组织生产，及时根据客户要求完成订单交付；②与客户及时沟通，提前安排货运渠道，及时根据运输安排组织发货。2022 年以来，随着海外疫情逐步缓和，不少国家已逐步取消疫情防控措施，海运运力紧张已有所缓解。

5、发出商品

公司根据销售合同或者订单，安排组织生产，产品完工后，按客户约定日期发货。公司发出商品为报告期各期末已经发出但尚不满足销售收入确认条件的产品。报告期各期末，公司发出商品余额分别为 396.30 万元、687.04 万元和 1,018.20 万元，占存货余额的比例分为 7.55%、9.80%和 7.54%，金额及占比总体随着公司销售规模扩大而增加。

报告期内，公司发出商品余额逐年上升，主要系公司近年来业务持续增长，来自 HFT、百得等客户的业务量增多，相应的发出商品余额增长。

综上所述，由于公司近两年业务量逐年增长，为满足订单需求而相应增加生产、备货；另一方面，受境外疫情影响，国内出口贸易需求大幅增长，出口境外的海上运力紧张，公司的期末发货也相应受到影响，导致库存商品无法及时发出，从而导致库存商品金额较大。报告期内，公司存货周转率稳中有升，因此，公司最后一期末存货余额增长较多具有合理性。

三、补充说明发行人各期末库存商品、发出商品期后结转成本情况

报告期各期末库存商品、发出商品余额及期后结转成本情况如下：

单位：万元

年度	存货项目	存货余额	期后结转成本金额	期后结转成本占比
2021.12.31	库存商品	4,400.44	2,592.68	58.92%
	发出商品	1,018.20	1,006.80	98.88%
2020.12.31	库存商品	1,775.07	1,723.52	97.10%
	发出商品	687.04	687.04	100.00%
2019.12.31	库存商品	1,496.09	1,494.09	99.87%
	发出商品	396.30	396.30	100.00%

注：期后数据截止日为 2022 年 2 月 28 日

报告期各期末，公司库存商品期后结转成本的比例分别为 99.87%、97.10%和 58.92%，发出商品期后结转成本的比例分别为 100.00%、100.00%和 98.88%。报告期各期末，公司库存商品和发出商品已按照与客户约定进行发货，并及时进行了成本结转。

四、补充说明各期末各类存货（特别是库存商品和原材料）的库龄、状态及存放地点等情况，并说明计提存货跌价准备的具体方式，各类存货可变现净值的具体确认方法，结合库龄、产品价格等分析各类存货各期末跌价准备计提是否充分

（一）说明各期末各类存货（特别是库存商品和原材料）的库龄、状态及存放地点等情况

1、各期末各类存货的库龄情况

报告期各期末，公司各类存货的库龄情况如下：

单位：万元、%

项目	库龄	2021 年		2020 年		2019 年	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料	1 年以内	5,105.43	96.32	2,847.24	94.35	1,823.90	92.54
	1 年以上	194.87	3.68	170.36	5.65	147.07	7.46
	小计	**5,300.30**	**100.00**	**3,017.60**	**100.00**	**1,970.97**	**100.00**
委托加工物资	1 年以内	193.65	100.00	108.89	100.00	128.86	100.00
	1 年以上	-	-	-	-	-	-
	小计	**193.65**	**100.00**	**108.89**	**100.00**	**128.86**	**100.00**
在产品	1 年以内	1,187.86	100.00	749.34	100.00	490.08	100.00
	1 年以上	-	-	-	-	-	-
	小计	**1,187.86**	**100.00**	**749.34**	**100.00**	**490.08**	**100.00**
半成品	1 年以内	1,382.13	98.25	648.46	96.19	752.35	97.81
	1 年以上	24.59	1.75	25.71	3.81	16.85	2.19
	小计	**1,406.72**	**100.00**	**674.18**	**100.00**	**769.20**	**100.00**
库存商品	1 年以内	4,321.42	98.20	1,762.54	99.29	1,411.84	94.37
	1 年以上	79.02	1.80	12.53	0.71	84.24	5.63
	小计	**4,400.44**	**100.00**	**1,775.07**	**100.00**	**1,496.09**	**100.00**
发出商品	1 年以内	1,018.20	100.00	687.04	100.00	396.30	100.00
	1 年以上	-	-	-	-	-	-
	小计	**1,018.20**	**100.00**	**687.04**	**100.00**	**396.30**	**100.00**
存货总计	1 年以内	13,208.69	97.79	6,803.52	97.03	5,003.34	95.27
	1 年以上	298.48	2.21	208.61	2.97	248.17	4.73
	合计	**13,507.17**	**100.00**	**7,012.13**	**100.00**	**5,251.51**	**100.00**

报告期各期末，发行人存货库龄 1 年以内的占比分别为 95.27%、97.03%和 97.79%，存货库龄以 1 年以内为主，存货周转情况较好。

2、各期末各类存货状态及存放地点

报告期各期末，公司各类存货的状态及存放地点情况如下：

项目	存放地点	2021 年		具体状态	2020 年		具体状态	2019 年		具体状态
		金额	比例		金额	比例		金额	比例	
原材料	金华厂区	5,118.58	96.57%	正常	2,952.44	97.84%	正常	1,970.97	100.00%	正常
	泰国厂区	181.72	3.43%	正常	65.17	2.16%	正常	-	0.00%	正常
	小计	**5,300.30**	**100.00%**	**正常**	**3,017.60**	**100.00%**	**正常**	**1,970.97**	**100.00%**	**正常**
委托加工物资	委外厂商仓库	193.65	100.00%	正常	108.89	100.00%	正常	128.86	100.00%	正常
	小计	**193.65**	**100.00%**	**正常**	**108.89**	**100.00%**	**正常**	**128.86**	**100.00%**	**正常**
在产品	金华厂区	1,163.50	97.95%	正常	730.78	97.52%	正常	490.08	100.00%	正常
	泰国厂区	24.36	2.05%	正常	18.56	2.48%	正常	-	0.00%	正常
	小计	**1,187.86**	**100.00%**	**正常**	**749.34**	**100.00%**	**正常**	**490.08**	**100.00%**	**正常**
半成品	金华厂区	1,387.28	98.62%	正常	674.18	100.00%	正常	769.20	100.00%	正常
	泰国厂区	19.45	1.38%	正常	-	-	-	-	-	-
	小计	**1,406.72**	**100.00%**	**正常**	**674.18**	**100.00%**	**正常**	**769.20**	**100.00%**	**正常**
库存商品	金华厂区	3,673.22	83.47%	正常	1,336.55	75.30%	正常	1,362.48	91.07%	正常
	泰国厂区	78.42	1.78%	正常	146.96	8.28%	正常	-	0.00%	正常
	亚马逊 FBA 仓	236.23	5.37%	正常	146.67	8.26%	正常	115.27	7.70%	正常
	货代仓库	102.70	2.33%	正常	39.13	2.20%	正常	16.72	1.12%	正常

项目	存放地点	2021 年		具体状态	2020 年		具体状态	2019 年		具体状态
		金额	比例		金额	比例		金额	比例	
	在途	309.87	7.04%	正常	105.78	5.96%	正常	1.62	0.11%	正常
	小计	**4,400.44**	**100.00%**	**正常**	**1,775.07**	**100.00%**	**正常**	**1,496.09**	**100.00%**	**正常**
发出商品	在途	1,018.20	100.00%	正常	687.04	100.00%	正常	396.30	100.00%	正常
	小计	**1,018.20**	**100.00%**	**正常**	**687.04**	**100.00%**	**正常**	**396.30**	**100.00%**	**正常**

注：库存商品中在途状态的存货系指已报关出口但尚未到达亚马逊 FBA 仓库的货物。

公司的原材料及产成品主要组成部分为各类金属件和塑料件，不属于易损坏、变质的材料或产品。报告期各期末，公司存货状态良好，不存在大额报废、毁损、无法销售或使用的情况。

（二）说明计提存货跌价准备的具体方式，各类存货可变现净值的具体确认方法，结合库龄、产品价格等分析各类存货各期末跌价准备计提是否充分

1、计提存货跌价准备的具体方式，各类存货可变现净值的具体确认方法

（1）计提存货跌价准备的具体方式

公司于资产负债表日对存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰低计提存货跌价准备。产成品、发出商品等直接用于出售的商品存货，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，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一般以销售价格为基础计算。计提存货跌价准备后，若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。

公司结合存货使用状态、性能及是否有订单支持对于各类存货分析计提存货跌价准备，具体情况如下：

①原材料、半成品、在产品和委托加工物资

基于谨慎性原则，公司对于 6 个月内无收发记录的原材料、半成品、在产品和委托加工物资，按存货成本全额计提跌价准备，对 6 个月内有收发记录的材料按可变现净值计提跌价准备。

存货类别	报告期各期
原材料	对 6 个月内无收发记录的材料全额计提跌价准备，对 6 个月内有收发记录的材料按可变现净值计提跌价准备
半成品	对 6 个月内无收发记录的材料全额计提跌价准备，对 6 个月内有收发记录的材料按可变现净值计提跌价准备
在产品	对 6 个月内无收发记录的材料全额计提跌价准备，对 6 个月内有收发记录的材料按可变现净值计提跌价准备
委托加工物资	对 6 个月内无收发记录的材料全额计提跌价准备，对 6 个月内有收发记录的材料按可变现净值计提跌价准备

②库存商品和发出商品

对于有订单支持的库存商品和发出商品，按照订单价格和销售费用率确定

存货可变现净值，当存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，按存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。

对无订单支持的库存商品，如生产入库后 6 个月内未销售且未来销售订单尚不明确的库存商品，基于谨慎原则，按照存货成本全额计提存货跌价准备。

报告期内，公司均按上述政策计提存货跌价准备，并在各期末对各类存货进行减值测试。

（2）各类存货可变现净值的具体确认方法

报告期内，发行人根据《企业会计准则》第十五条的规定对存货采用成本与可变现净值孰低原则计量，按照存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备，存货可变现净值是以存货的估计售价减去至完工时将要发生的成本、销售费用以及相关税费后的金额。各类存货可变现净值的具体确认方法如下：

存货类别	报告期各期
原材料、半成品、在产品、委托加工物资	按照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。估计售价为该产品对应的订单销售单价。 对于长期未领用的呆滞物料，基于谨慎性原则，确定可变现净值为零。
库存商品和发出商品	为执行销售合同而持有的存货，以订单销售单价减去销售费用以及相关税费后的金额作为其可变现净值的计量基础。

报告期各期，发行人对存货可变现净值的确定依据不存在变化。

2、结合库龄、产品价格等分析各类存货各期末跌价准备计提是否充分

报告期各期末，公司存货跌价准备情况如下：

单位：万元

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
原材料	118.94	47.32	63.22
半成品	15.33	10.25	4.28
库存商品	29.65	16.98	22.69
合计	**163.92**	**74.55**	**90.19**

报告期各期末，公司计算各类存货的可变现净值，并结合库龄情况对存货进行减值测试，根据期末存货成本超过可变现净值的部分计提存货跌价准备。除上述已计提减值准备的存货外，公司其他存货不存在跌价迹象，公司计提存货跌价准备充足，具体分析如下：

（1）存货周转率较高，长库龄存货占比较低

报告期内，发行人的存货周转率分别为 3.64、4.32 和 4.62，1 年以上存货余额分别为 248.17 万元、208.61 万元和 298.48 万元，占各期末存货比例分别为 4.73%、2.97%和 2.21%，较高的存货周转率使得公司存货库龄平均较短，长库龄存货占比较低。

（2）产品售价相对稳定，公司毛利率维持在合理区间

公司采取“以销定产”的生产模式，按照客户需求和订单合理备货。公司结合主要业务毛利率、存货周转率和期后材料价格变动等情况，综合考虑相关因素对存货可变现净值的影响。报告期内，公司主营业务毛利率分别为 33.66%、32.33%和 29.39%，公司产品售价和主营业务毛利率基本保持稳定，合理估计公司处于各状态的存货整体无重大减值风险。

综上所述，报告期各期末，公司 1 年以上库龄的存货占各期末存货余额比例较低，其变动主要是为了保障公司生产经营效率和质量以及满足客户对于订单的需求，符合公司实际情况；公司采取“以销定产、适当库存”的生产经营模式，存货周转率较高，产品价格和毛利率相对稳定。因此，报告期各期末公司存货跌价准备计提充分，符合《企业会计准则》的相关规定。

五、说明各期末存货的盘点情况，包括各存货所在地对相关存货的管理、盘点方式，并披露相关存货管理的内部控制建立情况，是否有效并得到执行

（一）各期末的存货盘点情况，包括各存货所在地对对相关存货的管理、盘点方式

为保障公司资产的安全性、完整性和准确性，发行人建立了一系列与存货管理和盘点相关的制度。在存货管理方面，公司严格按不同物料所需的存储条件保管物资，存货出入库均办理相应手续。在存货盘点方面，发行人按照永续盘存制和公司存货盘点制度的规定，组织存货盘点，盘点后财务部门会同仓库管理部门梳理盘点结果，并及时处理盘点过程中发现的存货管理问题。报告期各期末，发行人根据存货盘点制度，对主要存货均已实施了盘点，并形成了盘点报告。

报告期各期末，公司存货盘点具体情况如下：

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
盘点时间	2021 年 12 月 29 日-2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 29 日-2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 29 日-2019 年 12 月 31 日
盘点范围	原材料、在产品、半成品、库存商品	原材料、在产品、半成品、库存商品	原材料、在产品、半成品、库存商品
盘点地点	金华厂区、泰国厂区	金华厂区、泰国厂区	金华厂区
盘点人员	财务人员及仓库管理人员		

（二）相关存货管理的内部控制建立情况，是否有效并得到执行

发行人已建立完善的存货管理制度，制定了《仓库管理制度》、《盘点管理制度》等主要存货管理制度，对物料验收入库、储存保管、物料领用、期末盘点等各个环节进行严格规定。报告期内，发行人各部门均严格执行存货管理相关规定，上述与存货管理相关的内部控制制度得到有效执行。

针对上述情况，发行人已在招股说明书“第八节/六/（五）/6、相关存货管理的内部控制建立及执行情况”中进行了补充披露。

六、结合公司与同行业可比公司在存货备货、生产、销售周期等方面的差异，分析披露公司存货周转率与同行业存在差异的原因

报告期内，公司存货周转率与同行业上市公司比较情况如下：

公司名称	2021 年	2020 年	2019 年
锐奇股份（300126）	**3.15**	2.46	2.40
康平科技（300907）	3.45	3.28	3.22
巨星科技（002444）	3.80	4.47	4.00
平均值	**3.47**	**3.40**	**3.21**
本公司	**4.62**	**4.32**	**3.64**

数据来源：各上市公司招股说明书、定期报告。

报告期内，公司存货周转率分别为 3.64、4.32 和 4.62，存货周转率总体高于锐奇股份和康平科技，低于巨星科技，处于同行业中等水平。其中公司与同行业上市公司各类别存货的周转天数情况如下：

单位：天

项目	公司	2021 年	2020 年	2019 年
原材料	锐奇股份	**43.35**	56.89	41.93
	康平科技	55.26	76.04	47.44
	巨星科技	36.47	22.25	24.84

项目	公司	2021 年	2020 年	2019 年
	发行人	40.27	41.03	36.36
在产品	锐奇股份	**13.86**	10.83	12.11
	康平科技	8.76	9.27	9.82
	巨星科技	18.12	11.12	9.06
	发行人	9.03	10.19	9.04
库存商品和发出商品	锐奇股份	**70.01**	88.19	73.42
	康平科技	51.39	59.20	43.16
	巨星科技	71.31	52.33	65.14
	发行人	41.17	33.48	34.91

锐奇股份主营电动工具的研发、生产和销售，主要产品包括角磨机、石材切制机、电钻等，公司在销售方面以经销模式和自有品牌推广为主，因此为满足线下经销及自有品牌销售需求，会安排一定数量的库存商品备货，导致锐奇股份库存商品的周转天数相对较高。

康平科技主营电动工具用电机、电动工具整机及相关配件的研发、生产和销售，主要产品包括电动工具电机和整机产品，在销售方面，康平科技采取直销加经销的销售模式，按客户订单或公司销售部门预测订单生产的模式组织生产。康平科技主要产品为电动工具电机，在生产周期方面较以整机生产为主的发行人、锐奇股份以及巨星科技短，因此该公司在产品周转天数相对较短。对于原材料和库存商品，康平科技招股书披露，公司受部分产品滞销、产品更新换代、原材料备货等因素影响，存在部分库龄超过 1 年的库存商品及原材料，，上述因素导致公司原材料和库存商品周转天数较高。

巨星科技主营手工具、激光测量仪器、工业存储等工具五金产品的研发、生产和销售。在销售方面，巨星科技主要客户为欧美大型连锁超市。报告期内，公司存货周转率低于巨星科技，主要系产品结构差异，巨星科技产品以手工具为主，产品通用性较电动工具强，因而生产所需原材料采购相对便利，且其主要以外协生产为主，上述因素导致巨星科技原材料采购和生产周期均相对较短，使得其存货周转较快。

公司主要采取“以产定购”的采购模式；在生产方面，公司采取“以销定产”的生产模式，按照客户需求和订单制定生产计划；在销售方面，公司以内

销周边客户和宁波、上海报关外销为主，外销为主的销售模式导致公司的产品销售周期较同行业可比公司要短，从而导致公司存货周转率相对较高。

针对上述情况，发行人已在招股说明书“第八节/十二/（四）/2/（2）同行业上市公司存货周转率比较”中进行了补充披露。

七、说明对报告期存货实施的监盘程序、监盘范围、各类存货的监盘比例及监盘结果，是否存在异常情形

保荐机构、申报会计师针对发行人存货实施了监盘程序，具体情况如下：

1、监盘程序

报告期内，保荐人会同申报会计师对发行人的原材料、在产品、半成品、库存商品执行了监盘程序。具体情况如下：

（1）监盘前：

①了解发行人存货盘存制度及相关的内部控制制度并评价相关制度及程序的有效性；

②获取发行人盘点计划，评价发行人盘点工作安排是否合理，盘点的范围是否已涵盖已获悉的全部存放地点；

③根据发行人的盘点计划，安排相应的监盘人员，并编制相关的监盘计划；

④在盘点前观察盘点现场，检查存货是否已经适当整理和排列，存货是否有盘点标识；关注存货是否已经停止流动；对未纳入盘点范围的存货，查明未纳入的原因。

（2）监盘中：

①观察发行人盘点人员是否按照盘点计划执行盘点，确定盘点人员是否准确地记录存货的数量和状况；

②关注存货的状况，是否存在滞销、无法使用等情况的存货，询问盘点人员是否已经恰当区分所有毁损、残次的存货；

③盘点过程中实行“从表到实物、从实物到表”的双向抽盘，并随机抽取样本进行开箱检查核对，确认盘点记录的准确性和完整性。

（3）监盘后：

①收集所有的经发行人确认的盘点表，对于盘点过程中发现的差异，获取发行人差异汇总表并关注发行人的处理措施；

②根据监盘计划的实施情况，以及监盘过程中发现的问题，对监盘结果进行评价，形成存货监盘小结。

（4）评价存货计价方法的合理性

了解发行人存货所采用的计价方法，评价存货计价方法的合理性，并复核存货计价的准确性。

2、监盘范围

保荐机构与申报会计师对存货的监盘主要包括金华厂区及泰国厂区的原材料、在产品、库存商品及半成品等。受国外疫情影响，保荐机构与申报会计师对泰国厂区采取视频方式执行监盘程序。

3、监盘比例及结果

根据上述程序，2020 年末和 2021 年末，保荐人会同申报会计师对发行人存货监盘的金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	账面余额	监盘金额	监盘比例
2021.12.31			
原材料	5,300.30	3,539.11	66.77%
在产品	1,187.86	967.00	81.41%
库存商品	4,400.44	3,570.32	81.14%
半成品	1,406.72	1,001.48	71.19%
合计	**12,295.32**	**9,077.91**	**73.83%**
2020.12.31			
原材料	3,017.60	1,917.99	63.56%
在产品	749.34	563.73	75.23%
库存商品	1,775.07	1,389.86	78.30%
半成品	674.18	489.63	72.63%
合计	**6,216.19**	**4,361.21**	**70.16%**

通过期末监盘，保荐人、申报会计师监盘结果与发行人账面无重大差异，不存在重大盘盈盘亏情况。

八、核查意见

（一）核查过程

保荐人、申报会计师执行了如下核查程序：

1、查阅公司存货管理制度，对公司存货管理相关内部控制的设计和运行有效性进行了评估和测试；

2、访谈公司财务负责人、采购负责人、生产负责人、销售负责人，了解各类存货的采购周期、生产周期、销售周期以及备货标准；

3、获取各期末在手订单资料，抽查库存商品期后实现销售情况；保荐人与申报会计师对 2020 年末和 2021 年末发出商品盘点补充了替代程序，查验了出库单、报关单、提单、签收单、发票等单据，核查比例在 80%以上；

4、复核库存商品期后结转成本情况；

5、获取公司各类存货库龄明细表，与财务负责人、仓库负责人了解各类存货库龄较长的原因及对长库龄存货的管理；

6、了解并评价公司关于存货跌价准备计提的会计政策，并检查这些会计政策是否于各会计期间得到一贯执行；结合发行人存货跌价计提政策分析存货跌价准备是否计提充分、完整；

7、计算发行人存货周转率，并将其与同行业可比公司相比较，分析发行人存货周转情况差异原因；

8、对公司年末/期末存货盘点实施监盘程序，核查存货状态、结存数量真实性、准确性。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、发行人存货金额与在手订单金额匹配，符合业务实际需要。

2、公司实行“以销定产”的生产模式，原材料、库存商品报告期各期末余

额与公司备货政策匹配，具有合理性；报告期各期末各类存货余额变动具有合理性，符合公司实际业务经营情况。

3、发行人报告期各期末的库存商品、发出商品期后结转成本情况正常。

4、报告期内发行人大部分存货库龄在 1 年内并处于正常周转中，存在少量库龄 1 年以上的存货，发行人按存货的可变现净值并结合存货的库龄情况充分计提了存货跌价准备。

5、报告期内，发行人期末长库龄库存较低，产品售价相对稳定，公司毛利率维持在合理区间，存货周转和管控情况良好，发行人已根据企业会计准则相关规定对存货计提了充分的跌价准备。

6、报告期各期末，公司严格按照存货相关制度实施盘点，盘点差异经查明原因后按照相关审批制度审批后进行账务调整，发行人已建立了相关存货管理的内部控制制度，报告期内相关内部控制制度运行有效。

7、公司存货周转率总体高于锐奇股份和康平科技，低于巨星科技，处于同行业中等水平，具有合理性。

19.关于非流动资产

申报材料显示：

报告期各期末发行人固定资产账面价值分别为 7,467.44 万元、9,296.61 万元、11,950.75 万元和 11,463.29 万元，主要为房屋及建筑物和机器设备等；在建工程账面价值分别为 32.20 万元、2,429.27 万元、595.82 万元和 10,667.65 万元，最近一期末大幅增加，主要为年产 800 万台 DC 锂电电动工具项目。

请发行人：

（1）说明在建工程相关投入的具体构成、项目预算、施工情况及预计完工时间等，并说明相关投入规模是否合理，是否存在应计入费用的支出计入在建工程的情形；

（2）结合用于生产、管理的固定资产的具体情况及其变动情况，分析各期相关成本、费用计提、分摊的合理性；

（3）补充说明报告期内对主要非流动资产进行减值测试的具体方法及结

果，减值准备计提是否充分，并请中介机构结合相关资产持有目的、用途、使用状况等，核查发行人长期资产可收回金额的确定方法是否恰当、资产减值相关会计处理是否谨慎。

请保荐人、申报会计师说明对上述事项核查的方法、范围、过程、依据及结论，并发表明确意见。

【回复】

一、说明在建工程相关投入的具体构成、项目预算、施工情况及预计完工时间等，并说明相关投入规模是否合理，是否存在应计入费用的支出计入在建工程的情形

（一）在建工程相关投入的具体构成、项目预算、施工情况及预计完工时间

报告期各期末，发行人在建工程相关投入的具体构成、项目预算、施工情况及预计完工时间如下：

单位：万元

项目	明细	2021 年末	2020 年末	2019 年末	项目预算	施工情况及预计完工时间
年产 800 万台 DC 锂电电动工具项目	土建工程	14,366.35	442.89	-	20,000.00	该项目于 2020 年 11 月正式开工建设，前期主要系厂房和宿舍楼主体工程，截至报告期末，1-5#厂房主体及宿舍楼主体完成，室内砌体施工完成，地坪清理、窗框安装、水电敷设和内外墙抹灰施工基本完成，进入细部工作面修补、剩余零星工作施工。按照施工进度和计划，预计完工时间为 2022 年 10 月。
	设备及安装	138.99	-	-	32,800.00	
	待摊费用	1,454.60	152.93	0.60	9,200.00	
	小计	**15,959.94**	**595.82**	**0.60**	**62,000.00**	
泰国工厂项目	土建工程	-	-	2,078.86	2,179.00	泰国工厂项目于 2019 年 1 月正式开工建设，历时 13 个月，于 2020 年 2 月完工转固。
	设备及安装	-	-	169.82	198.00	
	待摊费用	-	-	103.45	382.47	
	小计	-	-	**2,352.13**	**2,759.47**	
其它	零星工程	-	-	76.54	-	-
合计		**15,959.94**	**595.82**	**2,429.27**	-	-

注：“年产 800 万台 DC 锂电电动工具项目”备案投资额为 6.3 亿元，除土建工程、设备及安装、待摊费用外，项目预算还包括铺底流动资金 1,000 万元。

（二）相关投入规模是否合理，是否存在应计入费用的支出计入在建工程的情形

为了适应业务发展的需要，公司自 2019 年起，分别在泰国和金华购置土地，加大厂房和设备投入，扩大产能，稳步推进公司业务发展。报告期内，公司在建工程新增投入主要包括泰国工厂项目和金华年产 800 万台 DC 锂电电动工具项目，各期投入情况如下：

单位：万元

项目	投入明细	2021 年度	2020 年度	2019 年度
年产 800 万台 DC 锂电电动工具项目	土建工程	13,923.45	442.89	-
	设备及安装	757.50	-	-
	待摊费用	1,301.68	152.93	0.60
	小计	**15,982.64**	**595.82**	**0.60**
泰国工厂项目	土建工程	-	124.97	2,078.86
	设备及安装	-	4.05	169.82
	待摊费用	-	172.28	103.45
	小计-	**-**	**301.30**	**2,352.13**
零星工程	零星工程	-	-	44.34
	小计	**-**	**-**	**44.34**

报告期内，发行人在建工程成本的归集主要包含土建工程支出、设备及安装款、待摊费用及其他。公司根据设备采购合同、施工合同、第三方监理报告、发票、结算单、支付凭证等确认相关成本。

报告期内公司在建工程投入规模合理，具体分析如下：

（1）在建工程成本具有合理明确的用途

①土建工程

报告期内，公司主要在建工程项目的相关投入以土建工程为主。土建工程支出主要包括建筑工程在建期间发生的按合同规定结算的工程投入、钢材投入等。公司以质量、成本为原则确定工程施工方并签订建设工程施工合同，由施工方依据计划推进施工进度，并由第三方工程监理负责定期审查工程量进度并出具监理报告，公司内部工程项目负责人员根据监理报告确认土建工程进度，进而确认计入在建工程的成本。

其中，泰国工厂项目为发行人在泰国新建的生产基地，于 2019 年 1 月开工投入建设，土建工程累积投入 2,203.83 万元，并于 2020 年 2 月完工达到可使用状态转为固定资产；年产 800 万台 DC 锂电电动工具项目于 2020 年 10 月正式开工投入建设，按照施工进度，2020 年和 2021 年度，土建工程施工投入分别为 442.89 万元和 13,923.45 万元。因此，报告期内，发行人在建工程土建工程能够对应合理明确的用途，且按照施工进度归集相应土建成本。

②设备及安装

报告期内，公司设备及安装成本系已到货尚未完成安装验收的设备采购成本。其中，泰国工厂项目设备及安装投入主要为注塑机、电动起重机、永磁空压机等设备，合计投入 173.87 万元，并于达到预定可使用状态时转为固定资产；年产 800 万台 DC 锂电电动工具目前主要设备投入为电梯设备、电机组装线、转子自动线及软件等，共计投入 757.50 万元。报告期内，发行人设备均为生产所需的设备投入，具有合理明确的用途，不存在其他费用计入的情况。

③待摊费用

报告期内，待摊费用主要系与工程相关的勘察设计费、土地使用权摊销、借款利息支出等在建工程相关的费用支出。其中，泰国工厂待摊费用主要为厂房水电工程、装修等零星工程费用和勘察设计费等，合计确认 275.73 万元；年产 800 万台 DC 锂电电动工具目待摊费用主要为勘察设计费和无形资产摊销等，累计确认 1,454.60 万元，其中确认长期借款利息资本化 207.21 万元。

④零星工程

其他为零星工程发生的成本或费用。

综上所述，土建工程、设备及安装、待摊费用等支出与项目本身密切相关，均为建造该项目达到预定可使用状态前所发生的必要支出，不存在其他费用计入的情况。

（2）在建工程内控制度健全且有效执行

公司对在建工程实施过程制定了健全的内控制度并有效执行，合理保证了在建工程项目成本归集的真实性、准确性和完整性。

在建项目实施前，公司组织技术部门、销售部门、研发部门、财务部门等根据公司制定的战略和投资计划，结合公司实际情况和资金安排从公司研发、生产和市场需求出发拟定工程建设和设备采购计划。经相应权限审批后，公司以质量、成本为原则确定供应商并签订合同。财务部门严格按照相关制度检查与在建工程相关的工程预算、施工合同，根据发票、结算单、支付凭证等确认计入工程成本。

（3）在建工程相关投入与施工进度和预算基本一致

①泰国工厂项目已于 2020 年 2 月完工，项目总投入为 2,653.42 万元，其中：土建工程 2,133.48 万元，设备及安装 164.37 万元，待摊费用 355.57 万元。该项目备案预算为 2,759.47 万元，实际投入与预算基本一致。

②年产 800 万台 DC 锂电电动工具项目计划总投资 6.3 亿元，截至报告期末，项目计入在建工程成本为 16,579.06 万元，主要为土建工程投入。目前，厂房主体已完工，进入细部工作面修补、剩余零星工作施工阶段。项目整体工程按计划推进，相关投入与施工进度基本一致。

综上所述，报告期内公司在建工程投入规模合理，不存在应计入费用的支出计入在建工程的情形。

二、结合用于生产、管理的固定资产的具体情况及其变动情况，分析各期相关成本、费用计提、分摊的合理性

报告期内，公司生产、管理用固定资产主要包括房屋及建筑物、生产设备、通用设备、运输设备和电子设备，其中，房屋及建筑物原值占固定资产原值比例约 50%，生产设备原值占固定资产原值比例约 30%，为固定资产主要构成类型。报告期内，用于生产、管理的固定资产各期相关成本、费用计提、分摊占固定资产原值比例情况如下：

单位：万元

类别	项目	2021 年	2020 年	2019 年
生产用固定资产	计入制造费用折旧金额	730.28	603.32	504.19
	年均原值	10,464.36	8,301.19	7,260.90
	占比	**6.98%**	**7.27%**	**6.94%**

类别	项目	2021 年	2020 年	2019 年
管理用固定资产	计入期间费用的折旧金额	291.06	323.22	199.08
	年均原值	5,534.32	5,517.36	3,691.07
	占比	**5.26%**	**5.86%**	**5.39%**

注 1：年均原值=（该类固定资产期初原值+该类固定资产期末原值）/2；
注 2：占比=该类固定资产计入相关费用的折旧金额/该类固定资产年均原值；
注 3：期间费用包括销售费用、管理费用和研发费用。

报告期内，随着业务规模的扩大，公司购建厂房、购置办公场所并增加注塑机、干燥机等设备投入，固定资产逐年增加。随着固定资产投入增加，计入相应成本、费用金额逐年增长。报告期各期，相关成本、费用的计提和分摊具有合理性，具体分析如下：

1、生产用固定资产变动及各期相关成本计提、分摊的合理性

报告期内，生产用固定资产规模分别为 7,260.90 万元、8,301.19 万元和 10,464.36 万元，相应地计入制造费用折旧金额分别为 504.19 万元、603.32 万元和 730.28 万元，同期占比分别为 6.94%、7.27%和 6.98%。报告期内，随着生产用固定资产规模增加，相应计入制造费用折旧金额有所增加，各期占比较为平稳。

报告期内，生产用固定资产规模增加主要为泰国新工厂建设和金华厂区购置生产设备以扩充产能。报告期内，分摊计入制造费用的折旧金额占生产用固定资产年均原值的比例总体较为稳定，由于新增生产用固定资产以生产设备和房屋及建筑物为主，生产设备规模增长的幅度和绝对值超过房屋建筑物，且生产设备年折旧率为 9.50%-19.00%，高于房屋及建筑物年折旧率 3.17%-4.75%，因此折旧金额逐年小幅上涨。具体分析详见本问询回复之“14.关于营业成本和供应商”之“六、进一步详细说明制造费用各细分项目构成及变动原因，包括结合各期相关固定资产及其变动情况匡算相关制造费用-折旧费金额的合理性、准确性，结合各期的产销情况匡算相关燃料动力、物料消耗、间接人工等发生额是否处于合理区间”。

2、管理用固定资产变动及各期相关费用计提、分摊的合理性

报告期内，管理用固定资产规模分别为 3,691.07 万元、5,517.36 万元和 5,534.32 万元，相应地计入期间费用折旧金额分别为 199.08 万元、323.22 万元

和 291.06 万元，同期占比分别为 5.39%、5.86%和 5.26%。报告期内，随着公司业务及经营规模扩张，管理用固定资产规模不断扩大，计入期间费用的折旧金额处于合理水平。

管理用固定资产主要为管理、研发和销售部门使用的房屋建筑物、生产设备以及运输和电子设备。报告期内，计入期间费用的折旧费金额呈现上升的趋势，2020 年增长明显，主要系泰国在建工程于 2020 年 2 月转固，新增管理用房屋建筑物和办公运输设备。2019 年和 2021 年，分摊计入期间费用的折旧金额占管理用固定资产规模的比例较低，主要系年折旧率较低的房屋及建筑物占比较高。报告期内各项明细科目折旧费用金额占年均原值的比例波动较小，折旧费用的分配合理。

综上所述，发行人各期固定资产折旧计入相关成本和费用具有合理性。

三、补充说明报告期内对主要非流动资产进行减值测试的具体方法及结果，减值准备计提是否充分，并请中介机构结合相关资产持有目的、用途、使用状况等，核查发行人长期资产可收回金额的确定方法是否恰当、资产减值相关会计处理是否谨慎

（一）报告期内对主要非流动资产进行减值测试的具体方法及结果，减值准备计提是否充分

报告期内，公司的主要非流动资产为固定资产、在建工程、无形资产、其他非流动资产、长期股权投资和投资性房地产等，公司对主要非流动资产进行减值测试的情况如下：

1、固定资产的减值测试方法及结果，减值准备计提是否充分

报告期内，公司固定资产主要为房屋建筑物和机器设备，报告期内，公司各项固定资产均处于正常使用状态。

固定资产减值测试的具体方法为：（1）每年末对固定资产执行盘点程序，从固定资产的实际使用状态判断是否存在损坏、无法使用、需大修、闲置的固定资产，判断固定资产的减值迹象；（2）结合外部市场因素，对相关固定资产是否存在市价大幅下跌、技术更新改造、经济下滑等重大因素，判断固定资产的减值迹象；（3）在存在减值迹象的前提下，对相关固定资产进行减值测试，

确定其可回收金额，并计提减值准备。

报告期内，公司的固定资产不存在减值迹象，因此未对固定资产计提减值准备，符合企业会计准则的规定和公司实际经营情况，不存在应计提减值准备未计提的情况。

2、在建工程的减值测试方法及结果，减值准备计提是否充分

报告期内，公司在建工程主要为正常建设中的房屋建筑物、尚未完成安装验收的设备等，已在其达到可使用状态时结转为固定资产。

在建工程减值测试的具体方法为：（1）每年末对在建工程进行全面检查，判断在建工程是否存在长期停建情况，是否存在所建设项目无论在性能上、还是在技术上已经落后，并且给企业带来的经济效益具有很大的不确定性，以及其他重大减值迹象；（2）如存在减值迹象，对相关在建工程进行减值测试，确定其可回收金额，并计提减值准备。

综上，公司的在建工程不存在减值迹象，因此未对在建工程计提减值准备，符合企业会计准则的规定和公司实际经营情况，不存在应计提减值准备未计提的情况。

3、无形资产的减值测试方法及结果，减值准备计提是否充分

公司无形资产主要为土地使用权和软件。其中：土地使用权为公司金华厂区和泰国厂区生产经营用地，软件主要为公司生产经营用信息管理系统。

无形资产减值测试的具体方法为：公司的无形资产均为使用寿命确定的无形资产，公司根据无形资产的使用状态判断无形资产是否存在减值迹象，如存在减值迹象，对相关无形资产进行减值测试，确定其可回收金额，并计提减值准备。

报告期内，公司拥有的无形资产均正常使用，不存在减值迹象，未计提减值准备的依据充分，符合企业会计准则的规定。

4、其他非流动资产的减值测试方法及结果，减值准备计提是否充分

公司其他非流动资产主要为预付土地出让金、预付设备款和工程款。具体情况如下：

单位：万元

项目	2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
预付设备款、工程款	3,851.67	98.62%	1,149.86	100.00%	377.93	13.57%
待抵扣进项税（预计一年以上抵扣）	53.81	1.38%	-	-	152.01	5.46%
预付土地出让金	-	-	-	-	2,254.77	80.97%
合计	**3,905.48**	**100.00%**	**1,149.86**	**100.00%**	**2,784.71**	**100.00%**

（1）报告期各期末预付设备款和工程款系公司生产经营和基建工程项目预付款，相关工程项目或者设备购置安装进度正常，无减值迹象。

（2）待抵扣进项税：公司生产经营正常，预计后续期间相关进项税可正常抵扣，无减值迹象。

（3）预付土地出让金系公司购买金华土地使用权的预付款项，相关土地权证已于 2020 年办妥，工程项目建设正常推进，相关土地款已转入无形资产核算。

报告期内，公司各项其他非流动资产不存在减值迹象，未计提减值准备具有合理性。

5、长期股权投资的减值测试方法及结果，减值准备计提是否充分

长期股权投资减值测试的具体方法为：公司对子公司的长期股权投资，其可收回金额根据长期股权投资的公允价值减去处置费用后的净额与其预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。可回收金额的计量结果表明，长期股权投资的可收回金额低于其账面价值的，将长期股权投资的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的长期股权投资减值准备。

为拓展海外市场，提升产品设计理念和开发能力，公司于 2020 年 5 月完成了 BATAVIA B.V.37.5%股权的受让交易。2020 年 5 月完成投资后，BATAVIA B.V.经营状况一直持续向好，不存在减值迹象。2021 年，受原材料和国际物流费用上涨的影响，同时因欧洲疫情加剧，许多国家和地区陆续实施封城等措施，BATAVIA B.V.业务发展未达到经营预期，公司按照企业会计准则的规定对期末

BATAVIA B.V.的长期股权投资余额进行了减值测试，并根据评估报告结果计提了 327.63 万元的减值准备，相关减值准备计提充分。

6、投资性房地产的减值测试方法及结果，减值准备计提是否充分

报告期内，公司投资性房地产主要为公司及子公司纽迈特用于出租的部分房产。投资性房地产减值测试的具体方法为：通过查询发行人所在地区周边商业用房均价，以及核查发行人收取租金的金额和稳定性，判断资产负债表日投资性房地产是否存在可能发生减值的迹象。对于有迹象表明发生减值的，公司估计其可收回金额，可收回金额根据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较高者确定。

报告期内，公司投资性房地产能获取稳定且覆盖资产折旧摊销的租金，当地房价地价相对稳定，公司经营所处的经济技术法律环境在当期或预计近期不会发生重大变化，资产市价预计不会出现大幅下跌，故公司投资性房地产不存在减值迹象，无需计提减值准备。

（二）请中介机构结合相关资产持有目的、用途、使用状况等，核查发行人长期资产可收回金额的确定方法是否恰当、资产减值相关会计处理是否谨慎

1、固定资产

报告期内，发行人主要固定资产持有目的、用途和使用状况如下所示：

固定资产类别	主要资产	持有目的	用途	使用状况
房屋及建筑物	厂房和办公楼等	自用	主要用于公司生产、办公和研发等	正常使用
生产设备	高压无气喷枪生产线、注塑机、中空成型机、自动绕线器等	自用	主要用于产品生产	正常使用
运输设备	车辆等	自用	主要用于员工公务出行	正常使用
通用设备	搬运车、中央空调等	自用	主要用于公司办公和产品生产	正常使用
办公设备、电子设备	办公设备、家具等	自用	主要用于员工办公	正常使用

报告期内，发行人主要固定资产为用于生产和管理用房屋及建筑、生产设备、运输设备等。保荐机构、申报会计师获取了固定资产明细表，于 2020 年末和 2021 年末对主要固定资产进行了盘点，现场查看了资产使用情况。经核查，

上述资产均正常使用，不存在减值迹象。

2、在建工程

报告期内，发行人主要在建工程持有目的、用途和使用状况如下所示：

项目	主要资产	持有目的	用途	使用状况
泰国工厂项目	土建工程、设备	自用	主要用于扩大产能	已于 2020 年转固并正常投入使用
年产 800 万台 DC 锂电电动工具项目	土建工程、设备	自用	主要用于扩大产能	按施工计划正常建设中，不存在减值迹象

报告期内，公司主要在建工程为年产 800 万台 DC 锂电电动工具项目和泰国工厂项目，具体情况如下：

2019 年末公司在建工程主要为泰国工厂工程项目。2019 年末泰国工厂项目账面余额 2,352.13 万元，该项目于 2019 年末处于正常建造过程中，并已于 2020 年竣工转入固定资产，转固后相关固定资产均正常使用。

2020 年末和 2021 年末，公司在建工程余额为年产 800 万台 DC 锂电电动工具项目。截止 2020 年末和 2021 年末，项目处于正常建造过程中，未发生停建等异常情况，项目所处行业未发生重大变化，未发现存在企业会计准则规定的减值迹象，因此未进行减值测试。

3、无形资产

报告期内，公司无形资产主要为土地使用权和软件。其中土地使用权主要是为建设厂房取得的工业用地，软件主要是财务管理和生产管理等软件信息系统。公司的无形资产主要用于公司日常经营活动，报告期内，公司业务规模持续扩大，经营业绩不断提高，结合无形资产使用情况良好、所处市场不存在重大不利变化等内外部信息综合判断，公司无形资产于资产负债表日均不存在减值迹象，未计提减值准备，不存在应计提减值准备未足额计提的情况。

4、其他非流动资产

报告期内，公司其他非流动资产主要为预付工程和设备采购款、预付土地出让金及购房款等。报告期内，上述款项对应的工程项目均稳步推进中，不存在减值迹象，未计提减值准备，不存在应计提减值准备未足额计提的情况。

5、长期股权投资

为拓展海外市场，提升产品设计理念和开发能力，公司于 2020 年 5 月完成了 BATAVIA B.V.37.5%股权的受让交易。BATAVIA B.V.成立于 2008 年 12 月，主要从事电动产品设计和销售。经过多年的发展，其拥有一支经验丰富的研发设计团队及销售团队，主要面向荷兰、德国、法国等欧洲地区主要国家和地区的电动工具零售商提供自有品牌和代理品牌产品。除拥有渠道和客户资源外，其自有品牌 BATAVIA B.V.在欧洲地区具有一定的知名度。

2020 年 5 月完成投资后，BATAVIA B.V.经营状况一直持续向好，2020 年 5-12 月实现了净利润 180.24 万元。2021 年，受原材料和国际物流费用上涨的影响，同时因欧洲疫情加剧，许多国家和地区陆续实施封城等措施，BATAVIA B.V.业务发展未达到经营预期，基于谨慎性考虑，公司对该投资计提了减值准备。报告期末，发行人结合 BATAVIA B.V.未来经营计划并根据中瑞世联资产评估集团有限公司对 BATAVIA B.V.股权价值评估结果计提 327.63 万元减值准备。中瑞世联资产评估集团有限公司本次评估是在 BATAVIA B.V.持续经营的假设基础上，结合 BATAVIA B.V.未来经营成果和以前年度各项财务指标变动情况，采用收益法（预计未来现金流量现值法）进行评估。发行人基于评估结果确定长期股权投资可收回金额，并相应地计提了减值准备。

目前，BATAVIA B.V.通过拓展渠道、寻求品牌合作等方式将负面影响降到最低，随着全球疫情防控常态化，原材料和国际物流费用上涨压力趋于缓和，预计 2022 年和未来经营将有所好转。

因此，发行人对长期股权投资可收回金额的确定方法恰当、资产减值相关会计处理具有谨慎性。

6、投资性房地产

报告期内，公司投资性房地产主要为公司及子公司纽迈特用于出租的部分房产。报告期内，公司投资性房地产能获取稳定且覆盖资产折旧摊销的租金，当地房价地价相对稳定，故公司投资性房地产不存在减值迹象，无需计提减值准备。

四、核查意见

（一）核查过程

1、查阅了报告期内公司固定资产明细，检查主要固定资产的购置合同、验收及结算单、发票、付款凭证等；

2、查询了固定资产的折旧摊销政策，了解摊销年限及方法的确定依据，对照企业会计准则相关规定，并结合同行业可比公司的相关政策对比分析，分析折旧摊销政策的合理性；

3、获取了现有生产线的备案、环评备案并核查发行人的产能情况；

4、查阅了同行业上市公司招股说明书、年度报告，结合发行人经营模式对机器设备原值与产能、经营规模进行分析；

5、获取相关在建工程建设工程施工合同、监理报告、安装工程合同、工程完工进度表、工程结算书，对项目支出明细进行检查；对工程完成进度进行现场查看，检查建筑或安装工程进度；

6、检查公司报告期内在建工程项目中重大设备采购合同、发票、付款支出明细、银行流水、设备安装工程验收单等，检查重大设备交付使用情况；

7、向主要工程及设备供应商函证，确认工程进度、验收情况及付款金额；

8、询问了管理层关于公司当年在建工程的增加情况，并与在建工程的明细表进行核对；

9、现场查看了发行人在建工程，实地观察在建工程的调试及使用状况，观察报告期各期末是否存在已达到预定可使用状态但尚未转固的在建工程情况；

10、获取各期固定资产、在建工程盘点表，并对 2020 年末、2021 年末相关资产执行监盘程序，关注固定资产、在建工程的完工情况以及是否存在毁损、闲置等减值迹象；

11、获取长期股权投资中被投资单位的基本情况，了解被投资单位未来经营计划和安排，并查阅评估机构出具的评估报告，分析评估结果的合理性，确认长期股权投资减值计提是否充分；

（二）核查结论

1、发行人在建工程相关投入具有明确的用途，相关投入规模合理，不存在应计入费用的支出计入在建工程的情形。

2、发行人相关固定资产、无形资产的折旧、摊销政策合理、谨慎，各期相关成本、费用计提、分摊合理，与生产、管理的固定资产的具体情况及其变动情况相匹配。

3、发行人对主要非流动资产减值测试的具体方法合理，相关减值准备计提金额充分、准确，长期资产可收回金额的确定方法恰当，资产减值相关会计处理谨慎，与相关资产持有目的、用途、使用状况等相匹配。

20.关于资金流水核查

请保荐人和申报会计师按照《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》“问题 54、资金流水核查”的要求，逐项详细说明相关事项的核查落实情况，并发表明确意见。

【回复】

保荐机构、申报会计师对照《首发业务若干问题解答》（2020 年 6 月修订）关于资金流水核查的要求，逐项对发行人及相关人员资金流水进行了核查，具体的核查范围、核查程序及核查结论如下：

一、对发行人资金流水的核查情况

（一）核查范围

保荐人及申报会计师获取并核查了发行人及其子公司的已开立银行结算账户清单、企业信用报告及 2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日期间存续及注销的所有银行账户流水，具体核查的账户情况如下：

序号	核查主体	核查账户数量（个）
1	浙江普莱得电器股份有限公司	31
2	斯巴达工具（深圳）有限公司	3
3	普莱得电器（泰国）有限公司	4
4	浙江纽迈特科技有限公司	4

5	金华恒动物资有限公司	2
6	珍珠实业（香港）有限公司	4
7	斯巴达（浙江自贸区）工具有限公司	3
合计		**51**

核查标准：对单笔 10 万元人民币或等值外币以上的资金往来逐笔核查。

（二）核查程序

针对上述事项，保荐人与申报会计师执行了以下程序：

1、核查发行人资金管理相关内部控制制度和运行有效性

获取并查阅发行人的《货币资金管理制度》、《筹资管理制度》、《采购与付款管理制度》、《销售与收款管理制度》等资金管理相关的内部控制制度，访谈发行人财务负责人，了解发行人资金管理内部控制的设计和运行，并通过实质性测试、查阅资金支付审批单据等手段测试关键内部控制运行的有效性。

2、获取发行人资金流水核查资料

保荐人及申报会计师获取及核查资金流水资料的具体程序如下：（1）获取发行人属地人民银行分支机构打印的企业信用报告；（2）取得发行人银行基本户开户行开具的已开立银行结算账户清单；（3）取得已开立银行账户清单所列示的其报告期内存续及注销的所有的银行账户流水，并对资金流水是否涵盖业务发生日期、交易金额、对方户名、对方账号、摘要等关键信息进行核对；（4）将取得的企业信用报告、开户清单和银行流水与公司账面信息进行核对；（5）访谈发行人财务负责人，了解发行人对银行账户开立和注销的管控情况。

3、核查银行账户基本信息

保荐机构及申报会计师对发行人报告期各期末所有银行账户的数量、类型、存款余额、银行借款、注销情况等信息进行函证，确认账户信息的真实、准确。

4、银行流水与货币资金日记账核对

保荐机构及申报会计师将发行人前述资金流水与货币资金日记账进行双向核对，核查两者记录的交易金额、往来单位名称、业务内容等信息的一致性，并将每笔大于等于前述核查标准的资金流水交易明细，与日记账中每笔金额大

于等于核查标准的交易明细进行比对。

（三）重点核查事项及核查结论

保荐机构和申报会计师在资金流水核查中，结合重要性原则和支持核查结论需要，重点核查报告期内发生的以下事项：

1、发行人资金管理相关内部控制制度是否存在较大缺陷

（1）对发行人财务岗位的设置进行了核查，包括但不限于发行人货币资金支付的审批与执行岗位、出纳人员等岗位设置等；获取了发行人股东大会、董事会相关会议资料、内部控制制度，并对发行人内部员工进行了访谈，了解内部控制的设计及执行情况。

经核查，发行人制定了《货币资金管理制度》、《筹资管理制度》、《采购与付款管理制度》、《销售与收款管理制度》、《成本费用管理制度》、《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》等财务内控制度，明确了财务管理授权权限、资金活动的业务流程，资金业务中不相容岗位已恰当分离，相关经办人员间存在相互制约关系。

（2）取得发行人出具的关于内部会计控制制度有关事项的说明及申报会计师出具的《内部控制鉴证报告》（立信中联专审字[2022]D-0072 号），核查发行人是否建立健全了法人治理结构，是否建立了完整的与财务报表相关的内控制度，相关制度能否合理、正常运行并持续有效，核查发行人资金管理相关内部控制制度是否存在较大缺陷。

经核查，保荐人、申报会计师认为发行人已制定了较为严格的授权批准程序，对办理货币资金业务的不相容岗位进行分离，相关机构和人员存在相互制约的关系。发行人建立了较为完备的内部控制体系，相应制度及内部控制体系执行有效，截至报告期末，发行人的资金管理相关内部控制制度不存在较大缺陷。

2、是否存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，是否存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况

（1）保荐机构及申报会计师已获取发行人已开立银行账户清单、企业信用

报告及财务明细账，将获取的开立账户清单与企业信用报告进行交叉核对，并对银行对账单中出现的银行账户进行勾稽，核查是否存在账户清单以外的账户；

（2）查验各账户性质、实际用途及必要性；针对报告期内新增及注销的账户，核查其具体新增或注销原因，分析其行为的商业合理性；对各账户的开立时间、开户地址等信息进行核查，确认发行人开户数量与公司发展阶段是否匹配、开户地址与公司业务经营区域是否匹配；

（3）对报告期内单笔 10 万元以上金额的交易，将银行流水与发行人财务明细账进行双向核对，核查资金流入流出是否均已入账。

经核查，报告期内，发行人各账户用途清晰，不存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，也不存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况。

3、发行人大额资金往来是否存在重大异常，是否与公司经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配

（1）保荐机构及申报会计师已获取报告期内发行人主要客户、供应商、关联方清单和员工花名册等，并通过国家企业信用信息公示系统、上市公司公开披露的年度报告等公开渠道查询上述客户、供应商的法定代表人、董监高及主要股东名单；

（2）针对货款及采购款的大额资金流水，将其相关信息与主要客户及供应商名单进行比对；查验交易金额是否与相关订单中约定的金额匹配；

（3）针对对手方涉及自然人的大额资金流水，核查涉及的自然人是否是发行人员工、关联方以及上述客户、供应商的法定代表人、董监高、主要股东。

经核查，报告期内，发行人大额资金往来主要为日常经营产生的收付、支付员工薪酬、缴纳税款、银行贷款和理财产品，与发行人经营投资、资产购置、对外投资等相匹配，不存在重大异常情况。

4、发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等是否存在异常大额资金往来

（1）保荐机构及申报会计师获取了控股股东、实际控制人、董事（不含独

立董事）、监事、高管、关键岗位人员等核查对象报告期内的资金流水、员工花名册及工资明细表，并将上述文件与发行人大额资金流水进行交叉复核；

（2）若存在大额资金往来，向相关人员做进一步了解，确认资金实际用途与目的。

经核查，报告期内发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员资金往来均为正常工资薪金、报销等。发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等不存在异常大额资金往来。

5、发行人是否存在大额或频繁取现的情形，是否无合理解释；发行人同一账户或不同账户之间，是否存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形，是否无合理解释

（1）保荐机构及申报会计师查阅了公司现金支取的记账凭证，核查相关审批流程是否存在异常；

（2）查阅发行人银行账户资金流水，并与货币资金日记账进行双向核对，核查发行人是否存在大额或频繁取现的情况；

（3）筛选出往来单位名称为发行人的大额资金流水，核查发行人不同账户之间是否存在金额、日期相近的资金进出情况。

经核查，报告期内，发行人不存在大额或频繁取现的情形；发行人同一账户或不同账户之间不存在金额、日期相近的异常大额资金进出情形。

6、发行人是否存在大额购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术、咨询服务等）的情形，如存在，相关交易的商业合理性是否存在疑问

保荐机构及申报会计师取得了发行人的无形资产清单、相关费用明细表，了解了报告期内新增无形资产和取得其他服务的具体内容；对发行人银行流水中涉及购买无实物形态资产或服务的情形进行针对性核查，了解相关商业背景。报告期内，发行人大额购买无实物形态资产或服务的情形主要系购买土地使用权、支付中介机构服务费和保险费等，相关交易具有商业合理性。

二、对相关人员及主体资金流水核查情况

（一）核查范围

发行人实际控制人、董事（不包括外部独立董事）、监事、高级管理人员、其他核心人员、关键岗位人员（销售负责人、采购负责人、主要财务人员）、实际控制人直系亲属以及实际控制人控制的其他企业 2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日的所有银行账户信息及银行流水。

上述核查对象具体情况如下：

序号	与发行人关系	姓名	核查账户数目（个）
1	实际控制人	杨伟明	5
2		韩挺	12
3	董事	杨诚昊	7
4		丁小贞	9
5	监事	夏慧韬	7
6		朱超颖	4
7		潘文涛	4
8	高级管理人员	郭康丽	6
9		刘瑜珩	3
10		张承伟	6
11		郑小娟	11
12	其他核心人员	李绍华	4
13	关键岗位人员	金央	4
14		邱天元	6
15		金美珍	7
16	实际控制人直系亲属	宋丽敏	8
17		韩长洪	17
18		徐杏芳	18
19		郑依依	10
20	实际控制人控制的其他企业	诚昊电器	1
21		科隆塑胶	1
22		金华卓屹	1
23		金华亿和	1
24		盛康物资	1

25		盛康轴承	1
26		斯贝斯	2

核查标准：对单笔 5 万元人民币或等值外币以上的资金往来逐笔核查。

（二）核查程序

对上述相关人员及主体，保荐机构及申报会计师执行的核查方法具体包括：

1、取得了前述核查对象报告期内全部银行账户的交易明细，并通过支付宝 APP 交叉核查个人银行账户之间的交易记录，核查相关人员提供的银行账户完整性；

2、对相关人员及主体银行流水中单笔 5 万元及以上的大额交易以及虽低于前述金额但异常的资金收支进行核查，就核查过程中发现的大额频繁及异常交易访谈相关人员，核实原因或资金用途，同时核查上述人员是否存在与发行人主要客户、供应商或关联方异常资金往来的情况；

3、发行人实际控制人、股东、实际控制人控制的其他企业、内部董事、监事、高级管理人员及关键岗位人员均已出具承诺：“已如实提供了申报期内本人名下已开立、存续和注销的所有个人银行账户及银行对账单”。

（三）重点核查事项及核查结论

1、发行人实际控制人个人账户是否存在大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形

保荐机构及申报会计师查阅报告期内发行人实际控制人杨伟明、韩挺的个人银行账户资金流水，分析款项性质、交易对手、交易用途的合理性。对于理财产品申购及赎回款、个人投资款及买卖住房款等，保荐人及申报会计师通过获取理财产品月结单、投资协议及房屋买卖合同等方式，确认前述资金往来的合理性和必要性。

经核查，实际控制人杨伟明、韩挺个人账户中发生的大额资金流水具有合理性，主要系用于理财产品的申购与赎回、个人不同账户间的划转、个人投资款、买卖住房款、亲属朋友间往来款等，不存在频繁存现、取现的情形，亦不存在与发行人关联方、客户、供应商间的大额资金往来及代收取客户款项或支

付供应商款项的情况。

2、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员是否从发行人获得大额现金分红款、薪酬或资产转让款、转让发行人股权获得大额股权转让款，主要资金流向或用途存在重大异常

（1）现金分红款

报告期内，发行人不存在现金分红的情况。

（2）薪酬

保荐机构、申报会计师查阅了报告期内控股股东、实际控制人、董事（不含独立董事）、监事、高管、关键岗位人员的银行对账单，核查其从发行人取得薪酬及其使用情况。经核查，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员报告期内不存在从发行人领取大额异常薪酬的情况，其正常领取的薪酬主要用于家庭及个人日常消费以及个人投资等。

（3）资产转让款

保荐机构、申报会计师查阅了报告期内控股股东、实际控制人、董事（不含独立董事）、监事、高管、关键岗位人员的银行对账单，核查其从发行人处获得资产转让款的情况。经核查，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员报告期内不存在从发行人取得资产转让款的情况。

（4）转让发行人股权

保荐机构、申报会计师查阅了报告期内控股股东、实际控制人、董事（不含独立董事）、监事、高管、关键岗位人员的银行对账单，核查其从发行人处获得股权转让款的情况。经核查，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员报告期内不存在转让发行人股权的情况。

综上所述，报告期内，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员不存在从发行人获得大额现金分红款的情形；不存在从发行人领取大额异常薪酬、资产转让款的情形以及股权转让款的情况，亦不存在转让发行人股权的情形。

3、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人关

联方、客户、供应商是否存在异常大额资金往来

保荐人、申报会计师获取控股股东、实际控制人、非独立董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、关键岗位人员、实际控制人直系亲属以及实际控制人控制的其他企业等主要人员或公司的银行流水，并对其报告期内单笔交易金额 5 万元及以上交易进行逐笔核查，对往来款项的性质、交易对方、交易背景的合理性进行分析，并对报告期内发行人关联方、主要客户、供应商进行访谈，确认其与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、其他核心人员、关键岗位人员、实际控制人直系亲属以及实际控制人控制的其他企业是否存在异常大额资金往来或其他利益安排。

经核查，报告期内，发行人控股股东、实际控制人、非独立董事、监事、高管、其他核心人员、关键岗位人员、实际控制人直系亲属以及实际控制人控制的其他企业报告期内与发行人关联方、客户、供应商之间不存在异常大额资金往来。

4、是否存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形

保荐机构、申报会计师查阅发行人实际控制人、非独立董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、关键岗位人员、实际控制人直系亲属以及实际控制人控制的其他企业报告期内的银行流水，对报告期内单笔金额在 5 万元以上的流水、与发行人之间除了正常工资发放以外的其他收支往来，以及与发行人客户、供应商等主体之间发生的异常资金流水逐笔核查，对款项性质、交易对手方的合理性进行分析，重点关注与发行人主要关联方、客户、供应商之间是否存在异常大额资金往来或其他利益安排。同时，访谈发行人报告期内主要供应商和客户，取得其出具的与发行人关联方不存在资金往来或其他利益安排的声明。

经核查，报告期内，发行人不存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。

（以下无正文）

（本页无正文，为浙江普莱得电器股份有限公司《关于浙江普莱得电器股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件审核问询函的回复》之签章页）

法定代表人签名：

杨伟明

浙江普莱得电器股份有限公司

2022年 6 月 22 日

（本页无正文，为光大证券股份有限公司《关于浙江普莱得电器股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件审核问询函的回复》之盖章页）

保荐代表人：

何科嘉　　方　键

光大证券股份有限公司

2022 年 6 月 22 日

保荐机构（主承销商）总裁声明

本人已认真阅读浙江普莱得电器股份有限公司本次审核问询回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核问询函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

总裁：

刘秋明

光大证券股份有限公司

2022 年 6 月 22 日