

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的
第二轮审核问询函的回复

保荐机构（主承销商）



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

（住所：上海市静安区新闻路 1508 号）

二〇二二年六月

深圳证券交易所：

贵所于 2022 年 5 月 20 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第二轮审核问询函》（审核函〔2022〕010440 号）已收悉。浙江普莱得电器股份有限公司（以下简称“公司”、“发行人”、“申请人”）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”、“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）

目录

1.关于市场空间	4
2.关于核心竞争力和创业板定位	14
3.关于历史沿革	38
4.关于社保和公积金	46
5.关于劳务外包	53
6.关于募投项目消化措施	60
7.关于销售模式	66
8.关于客户与收入	73
9. 营业成本与供应商	94
10.关于期间费用	113
11.关于参股公司 BATAVIA B.V.....	122
12.关于资金流水核查	130
13.关于审计截止日后财务信息及经营状况	149

1.关于市场空间

申报材料显示，随着电动工具应用场景的增加和市场接受度的普及，全球电动工具行业呈现逐年上升趋势。

请发行人结合行业最新数据、行业竞争格局、发行人产品的市场占有率、市场地位、产品寿命情况等说明并补充披露发行人产品的市场空间和成长空间，是否存在业绩波动的风险，相关风险的披露是否充分。

请保荐人发表明确意见。

【回复】

一、电动工具行业规模与竞争格局

（一）电动工具行业规模

1、电动工具应用场景多元，全球市场广阔

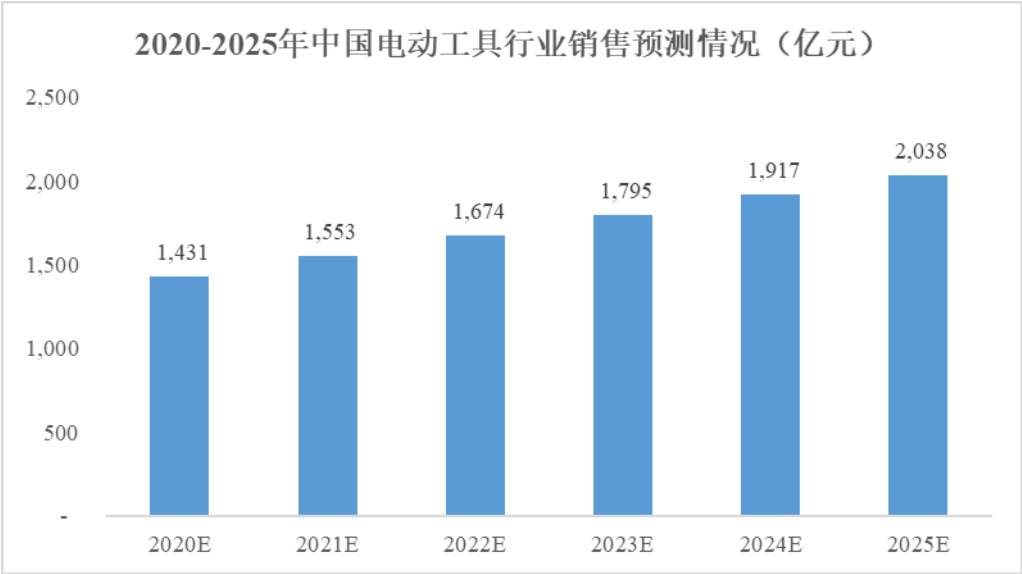
作为日常生产生活的重要工具，电动工具能够减轻劳动强度、提高工作效率，目前已广泛应用于航天航空、高铁建设、船舶制造、汽车工业等先进装备制造业领域以及建筑道路、装饰装潢、木业加工、金属加工等生产领域，并已进入家庭使用。随着需求的多元化发展，电动工具已衍生出繁多种类，如电钻、电锯、切割机、割草机等。不同种类的电动工具应用场景、产品功能也各不相同。以公司主要产品为例，热风枪可用于汽车保养贴膜、热收缩膜、弯曲塑料管材、清除旧漆、焊接镀锡、防水膜成型修补、解冻等多种用途；电动喷枪可用于室内装修、外墙喷涂、家庭护栏喷涂、金属喷涂、汽车改装喷涂、皮革染色等多种用途。

近年来，随着电动工具应用场景的增加和市场接受度的普及，全球电动工具行业呈现逐年上升趋势。根据 Markets and markets 数据，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，市场前景广阔。

2、我国已成为电动工具行业主要的新兴市场，未来前景可期

与欧美成熟市场相比，我国电动工具普及率相对较低，但随着产业发展和居民生活水平的提高，我国已成为电动工具行业主要的新兴市场之一，对电动工具

的市场需求持续提升。近年来，我国制造业的转型升级为电动工具行业带来了良好的发展契机，行业销售规模逐年提升。根据前瞻产业研究院数据统计，2019年我国电动工具行业销售收入为 1,411 亿元，预计 2025 年将达到 2,038 亿元，未来前景可期。



数据来源：前瞻产业研究院

（二）竞争格局

1、全球市场已形成稳定竞争格局，公司与行业头部企业建立稳固合作

从全球市场竞争格局来看，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，大型跨国公司仍然占据重要地位。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）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。公司已成为 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）、BOSCH（博世）、Makita（牧田）、Metabo（麦太保）、Einhell（安海）等行业头部企业的优质 ODM 供应商，与其形成了长期稳固的合作关系。

2、国内市场已形成差异化竞争格局，公司具备一定市场竞争力

从国内市场竞争格局来看，随着本土企业多年技术水平与经营规模的积累，

国内电动工具市场已形成了实力较强的跨国公司与本土优势企业共存的竞争格局。跨国公司掌握了电动工具行业中较为先进的技术并具有领先的品牌影响力，而本土优势企业通过持续的技术和管理创新不断提升市场竞争力，形成了一定的市场规模和美誉度。

电动工具产品种类众多，国内外代表性企业的主营业务类别、典型产品多元，具体如下：

公司类别	公司名称	主营业务	典型产品
代表性跨国企业	Stanley Black&Decker（史丹利·百得）	工具、五金和各类产品制造商和品牌商	冲击钻、电锤、研磨机、抛光机、曲线锯、角磨机、电锯、割草机、充电起子、抛光打蜡机、多功能激光水平仪等
	BOSCH（博世）	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	手电钻、锤钻和电镐、螺丝起子机、角磨机、砂磨机、型材切割机、曲线锯、刨刨机、吹风机、电动喷枪、打胶枪、激光标线仪等
	Makita（牧田）	专业电动工具的制造商和品牌商	起子电钻、喷雾器、草坪修剪机、冲击扳手、电钻、电锤、磨光机、链锯、砂光机、钉枪、搅拌机、吸尘器、除尘枪等
	HIKOKI（高壹工机）	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	手电钻、冲击电钻、电锤、电镐、冲击扳手、角向磨光机、砂纸机、砂带机、石材切割机、型材切割机、电锯、电刨、雕刻机、往复锯
代表性国内企业	TTI（创科）	设计、生产及销售电动工具、配件、手动工具、户外园艺电动工具及地板护理产品	吹风机、钉枪、吸尘器、铲雪机、电钻、电锯、修草机、篱笆机、鼓风机、链锯、剪草机等
	Chervon（泉峰）	电动工具、园林工具制造商和品牌商	角磨机、冲击钻、长柄砂光机、曲线锯、电圆锯、往复锯、割草机、链锯、修枝机、吹风机等
	巨星科技（002444）	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	电钻、鼓风机、钉枪、倍速螺丝刀、固定刀杆棘轮、笔式测距仪、工业级吸尘器等
	锐奇股份（300126）	电动工具的研发、生产、销售及相关技术服务	电钻、电动扳手、电锤、电镐、角向磨光机、电磨、抛光机、修边机、电圆锯、斜切锯、型材切割机、云石机等
	康平科技（300907）	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	手电钻、切割机、角磨机、吹吸机等

	本公司	电动工具研发、设计、生产和销售	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
--	-----	-----------------	------------------------------------

上述国内外电动工具代表性企业未有与公司主要产品完全一致的公司。目前，公司主要产品有热风枪、电动喷枪、电动钉枪等，系公司主营业务收入的主要组成，也是公司未来发展的重要方向。随着公司多年技术积累和发展，公司产品系列持续丰富，目前已覆盖电热类、喷涂类、钉枪类、吹吸类、冲磨类、蒸汽类等六大产品系列、300余种规格型号；公司产品和技术先进性进一步提升，其应用场景也更加多元，助力公司产品市场空间进一步扩大。

二、公司的市场占有率及市场地位

（一）市场占有率

1、公司主要产品的市场占有率逐步提升

根据同花顺 IFIND，报告期内，我国手提式电动工具全年产量分别为 20,224.50 万台、22,159.90 万台、27,226.80 万台，公司主要产品的合计产量分别为 290.51 万台、363.16 万台、486.09 万台，根据产量占比推测，公司主要产品的国内市场占有率分别为 1.44%、1.64%、1.79%。

单位：万台

项目	2021 年	2020 年	2019 年
我国手提式电动工具产量	27,226.80	22,159.90	20,224.50
公司主要产品产量	486.09	363.16	290.51
占比	1.79%	1.64%	1.44%

由于电动工具种类繁多，公司长期专注于电热类、喷涂类、钉枪类、吹吸类等电动工具产品的研发、生产和销售，保持并不断提高产品和技术先进性，从现有功能优化及新产品开发等多方面持续进行产品迭代和创新，不断推出新的产品系列，主要产品市场占有率逐年提升。

其中，公司主要产品之一热风枪占据我国热风枪市场的较大份额，具有较高的市场占有率。根据 Arizton Advisory&Intelligence 出具的《Heat gun market》，报告期内，我国热风枪市场销售规模分别约为 100,191.52 万元、104,574.58 万元、109,506.32 万元，公司热风枪系列产品销售收入分别为 14,953.38 万元、17,021.10

万元、24,563.62 万元，据此测算公司热风枪系列产品国内市场占有率分别约为 14.92%、16.28%、22.43%，具体测算过程如下：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
我国热风枪市场销售规模	109,506.32	104,574.58	100,191.52
公司热风枪系列产品销售收入	24,563.62	17,021.10	14,953.38
国内市场占有率	22.43%	16.28%	14.92%

注 1：我国热风枪市场销售规模数据根据期末汇率进行折算，数据来源于 Arizton Advisory&Intelligence 出具的《Heat gun market》，根据报告说明，其市场销售规模根据主要热风枪企业的销售收入统计所得；

注 2：公司热风枪系列产品的国内市场占有率=公司热风枪系列产品销售收入/我国热风枪市场销售规模

凭借出色的产品品质及与优质客户的合作深化，公司热风枪系列产品的国内市场占有率处于较高水平并持续稳步提升。

2、公司主要产品全球市场空间较为广阔

得益于下游市场多元化需求的持续提升，公司主要产品拥有较为广阔的全球市场空间，具体分析如下：

公司热风枪产品具有广阔的全球市场空间。根据 Arizton Advisory&Intelligence 数据，2021 年全球热风枪市场规模约为 12 亿美元，预计 2024 年将达到 14.09 亿美元，年复合增长率达 5.49%，热风枪系列产品市场需求旺盛且呈现持续较快增长趋势。凭借公司热风枪产品在国内市场的优势地位，以及多年积累的研发设计能力和生产制造能力，公司将继续通过优化产品性能、拓展产品应用领域和使用场景、开发新产品等方式，进一步提高热风枪系列产品的全球市场份额。

公司电动喷枪及电动钉枪产品具有广阔的全球市场空间。随着家庭装修、工业制造、建筑施工等应用场景需求的提升，全球电动喷枪及电动钉枪市场规模相应提升。根据 QYResearch 数据，2021 年全球喷枪市场规模约 13.21 亿美元，预计 2028 年将达到 17.09 亿美元，预计未来全球喷枪市场能够保持持续较快增长。根据 OrbisResearch 统计，2019 年全球电动钉枪市场规模为 7.78 亿美元，预计 2020 年至 2025 年，全球电动钉枪市场将从 7.93 亿美元增长至 9.06 亿美元。顺

应良好的行业发展态势，结合公司持续拓展的产品种类和出色的产品品质，公司喷涂类和钉枪类产品呈现较好的成长性，销售收入均实现较快增长。报告期内，公司喷涂类产品主营业务收入自 8,893.30 万元增长至 28,188.22 万元，年复合增长率达 78.03%，钉枪类产品主营业务收入自 2,597.91 万元增长至 7,586.38 万元，年复合增长率达 70.89%。

（二）市场地位

自成立以来，公司一直从事电动工具研发、设计、生产和销售，是国内具有较强竞争力的电动工具专业制造商之一。凭借多年的深耕与发展，公司已在行业内建立了良好的市场形象和品牌知名度，具有一定的市场地位。公司多次获得了来自政府、行业等各界的认可，公司系国家高新技术企业和国家级专精特新小巨人企业，相继获得“浙江出口名牌”、“浙江省商标品牌示范企业”、“浙江省知名商号”、“浙江名牌产品”、“国家知识产权优势企业”、“浙江省专利示范企业”等多项荣誉。根据中国电器工业协会电动工具分会出具的证明，报告期内公司的热风枪系列产品年销量在国内同类企业中位居全国第一。

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，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，拥有完整的自主知识产权和研发制造能力。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。公司的热风枪、喷枪、钉枪、吸尘器等产品获得“浙江省省级工业新产品”、“省级新产品试制计划项目”等荣誉。同时，公司的热风枪产品还获得了“浙江制造”的品质认证。公司是国家标准《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。

凭借优质的产品设计及良好的服务，公司在行业内享有较好的品牌声誉和美誉度，与两百余名客户建立了广泛、稳固的合作，产品畅销近百个国家和地区。公司已成为众多国际知名电动工具品牌商及零售商的优质 ODM 供应商，进入了如 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）、BOSCH（博世）、Makita（牧田）、Metabo（麦太保）、Einhell（安海）等行业头部企业的供应商体系，建立了长期

稳固的合作伙伴关系。

三、产品使用寿命情况

电动工具产品一般使用耐久寿命指标来衡量产品的使用寿命性能，耐久寿命是指产品使用运行时间的最低累计总和。报告期内，公司电热类、喷涂类、钉枪类、吹吸类主要产品的寿命情况如下：

产品系列	产品名称	耐久寿命
电热类	热风枪	≥400 小时
喷涂类	高压无气喷枪	≥50 小时
	电动喷枪	≥200 小时
	喷雾器	≥100 小时
钉枪类	电动钉枪	≥20,000 枚钉
吹吸类	吸尘器	≥100 小时
	吹风机	≥100 小时

注：上述产品的耐久寿命系最低累计总和，在更换易损易耗件后可继续使用。

公司产品的应用场景多元，不同行业、客户使用的频率也不尽相同，因此相同耐久寿命的产品能够被使用的时长也不相同，且国内尚未出台相关政策或行业标准来规范电动工具产品的更换周期，因此，公司未能统计其相关产品的平均使用寿命周期。

四、补充披露发行人产品的市场空间和成长空间，是否存在业绩波动的风险，相关风险的披露是否充分

（一）发行人产品的市场空间和成长空间

公司已在招股说明书“第六节/二/（五）/1、公司主要竞争优势”中补充披露其产品的市场空间和成长空间，具体如下：

“（7）公司产品具有较大的市场空间和成长空间

①公司所处行业具有稳定增长的市场空间和成长空间

作为日常生产生活的重要工具，电动工具广泛应用于航天航空、高铁建设、船舶制造、汽车工业等先进装备制造业领域以及建筑道路、装饰装潢、木业加工、金属加工等生产领域，并已进入家庭使用。全球电动工具行业呈现逐年上升趋势，

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，市场前景广阔。

我国作为电动工具行业的主要新兴市场之一，经济发展和制造业转型升级为行业带来了良好的发展契机，行业呈现快速发展态势。近年来，我国电动工具行业销售规模逐年提升，根据前瞻产业研究院数据统计，2019 年我国电动工具行业销售收入为 1,411 亿元，预计 2025 年将达到 2,038 亿元，未来前景可期。因此，公司所处行业具备持续增长的市场空间和成长空间。

②销售网络和产品布局实现公司市场空间和成长空间的延展

凭借多年的经营积累，公司拥有一批稳定优质的头部客户资源，结合日益完善的销售网络，公司订单需求持续增长，为公司经营业绩的快速提升奠定了良好的基础。而公司产品的持续升级和品类的不断拓展，从横向和纵深布局产品系列、拓宽市场覆盖领域，不断追求新品类业务增长点，为公司经营业绩增长注入动力。

A. 优质客户的稳固合作与销售网络的完善奠定经营业绩增长的基础

凭借优质的产品设计及良好的服务，公司在行业内享有较好的品牌声誉和美誉度，公司已成为众多国际知名电动工具品牌商及零售商的优质 ODM 供应商，进入了如 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）、BOSCH（博世）、Makita（牧田）、Metabo（麦太保）、Einhell（安海）等行业头部企业的供应商体系，建立了长期稳固的合作伙伴关系。前述国际知名品牌在全球电动工具行业占有较高市场规模，产品需求量大，以 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）为例，其 2021 年实现营业收入为 156.17 亿美元。在与前述国际知名品牌的合作过程中，公司协同整合资源组织产品设计、研发和生产，不断深化合作、拓展产品品类，为销售业绩的进一步提升增添助力。

经过多年的业务拓展和积累，公司建立了完善的销售网络和售后服务体系，公司与两百余名客户建立了广泛、持续的合作关系，产品进入了欧洲、美洲、亚太等市场的近百个国家和地区。另外，公司通过电商平台进行推广和销售，在天猫、亚马逊等平台设立旗舰店开展线上销售，在自有品牌推广方面取得了较快发

展。销售网络的持续完善为公司实现市场拓展和销售业绩提升奠定了坚实的基础。

B. 持续丰富的产品布局为经营业绩增长注入成长动力

基于电动工具种类的多元化，公司持续加大研发投入，提高产品和技术先进性，进而不断推出新的产品系列。经过多年技术积累和发展，公司产品已覆盖电热类、喷涂类、钉枪类、吹吸类、冲磨类、蒸汽类等六大产品系列、300余种规格型号，产品布局更加全面丰富，应用领域更加多元。目前，公司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，以追求新品类业务增长点。

以电热类为例，虽然公司电热类主要产品热风枪已在市场上具有较强的知名度与竞争力，根据中国电器工业协会电动工具分会出具的证明，报告期内公司的热风枪系列产品年销量在国内同类企业中位居全国第一。公司仍持续加大产品拓展力度与技术升级，以抢占电热类产品市场发展先机，获取更大的市场份额。首先，公司热风枪产品已覆盖通用级及专业级领域，基于热风枪在不同领域的多场景使用，公司正积极向专业级市场拓展，以拓宽产品的使用空间；其次，公司着力热风枪性能提升和新功能开发，在普通热风枪基础上推出调温款热风枪、数显恒温热风枪等多种型号，并积极提升热风枪出风口温度均匀、快速升温、多档调节等功能。因此，公司电热类产品具有较好的市场空间与成长空间。

以喷涂类为例，多年来，公司积极拓展产品品类和种类，在电动喷枪基础上开发雾化器、喷雾器、滚涂机等，在普通的电动喷枪基础上，相继推出三级五级增压喷枪、高压无气喷枪、HVL P 喷枪等，已逐渐形成了较为丰富的产品组合。受益于持续丰富的产品组合与持续改进的性能质量，公司喷涂类产品产销量显著增长。报告期内，公司喷涂类产品主营业务收入自 8,893.3 万元增长至 28,188.22 万元，年均复合增长率为 78.03%，呈现快速增长态势。目前，公司正积极研发“自重供液无气喷枪”、“分体式静电雾化器”、“多功能喷嘴喷雾器”等喷涂类产品进行前瞻性布局，以期持续推出符合市场需求的新产品和新品类，推动该类产品销售收入和市场份额的进一步提升，为公司经营业绩增长注入成长动力。

③精准把握锂电类赛道机遇为公司市场空间和成长空间带来巨大潜力

电动工具的应用领域包括航天航空、高铁建设、船舶制造、汽车工业等先进装备制造业领域以及建筑道路、装饰装潢、木业加工、金属加工等生产领域，并已进入家庭使用场景。由于大多数电动工具的应用场景为户外作业，锂电类电动工具能够扩大电动工具的作业半径、提升使用安全性。同时，由于电动工具大都是手持式作业，轻巧便携的锂电类电动工具能够减轻用户的手握负重，提升使用体验感。因此锂电类电动工具逐渐受到消费者的喜爱，其在电动工具产品销售占比逐渐提升。根据中国产业信息网，2019 年全球锂电类电动工具市场规模为 168.51 亿美元，年均复合增速达到 6%以上，占全球电动工具市场规模的一半以上，未来占比有望进一步提升，而目前锂电类电动工具占国内市场的比重仍处于低位，未来的发展空间巨大。

公司精准把握电动工具锂电化的发展趋势，依托现有产品布局，积极开发锂电类产品，目前，公司热风枪、电动喷枪、电动钉枪等主要产品均已形成交流类与锂电类产品覆盖。未来，公司将进一步推动锂电类产品的开发与投产，公司已投资建设“年产 800 万台 DC 锂电电动工具项目”，通过投入数字化生产线，建设兼具交流类（AC）和锂电类（DC）电动工具生产能力的智能化工厂，实现更多锂电类产品的研发成果转化，提升公司的盈利能力及市场竞争力。

综上所述，鉴于公司所处行业具有稳定增长的市场空间和成长空间；销售网络和产品布局实现公司市场空间和成长空间的延展；精准把握锂电类赛道机遇为公司市场空间和成长空间带来巨大潜力，公司产品具有较大市场空间和成长空间。”

（二）是否存在业绩波动的风险，相关风险的披露是否充分

相较于同行业知名企业，公司总体规模尚小，公司业绩受下游客户产品需求和行业景气度波动影响较大。公司已在招股书“第四节/三/（五）”中对业绩波动风险进行了补充披露，具体如下：

“（五）业绩波动的风险

随着业务规模扩大，公司业绩水平不断提高。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，净利润分别为 3,683.88 万元、6,876.12 万元和 9,515.83 万元，营业收入及净利润水平持续稳健增长。报告期内，公司

与主要客户之间的合作关系逐步深入，业绩稳步提升。但公司未来经营业绩的增长情况仍然受到行业发展、行业竞争格局、技术创新、原材料价格波动等诸多因素影响，如果上述影响因素出现较大不利变化，或公司不能在研发创新、生产工艺、销售推广、人力资源等方面保持持续有效的运营优势，则公司生产经营将会受到影响，进而可能导致经营业绩不能达到预期或出现较大幅度波动。”

五、核查意见

（一）核查过程

保荐人履行了以下核查程序：

- 1、查询电动工具行业公开信息、研究报告等，了解行业市场规模、行业竞争格局、同行业企业的业务开展情况等，分析发行人的市场占有率与市场地位；
- 2、访谈发行人销售负责人，了解发行人的市场定位、产品使用寿命情况；了解发行人主要产品的市场空间与发展规划；
- 3、结合发行人的收入结构，从行业、产品、客户等层面分析发行人的业绩波动风险。

（二）核查结论

经核查，保荐人认为：

- 1、根据行业最新数据、行业竞争格局、发行人产品的市场占有率、市场地位、发行人的产品寿命情况，发行人产品具有较大的市场空间与成长空间，发行人已于招股说明书“第六节/二/（五）/1、公司主要竞争优势”中补充披露相关信息；
- 2、发行人存在业绩波动的风险，已于招股说明书“第四节/三/（五）业绩波动的风险”披露相关风险，发行人对业绩波动的风险披露充分。

2.关于核心竞争力和创业板定位

申报材料显示：

(1) 发行人产品已覆盖电热类、喷涂类、钉枪类、吹吸类、冲磨类、蒸汽类等六大产品系列、300 余种规格型号，广泛应用于家庭装修、工业制造、建筑施工、园林维护等多个领域；

(2) 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；

(3) 发行人电动工具主要产品的关键部件主要以自产为主，常规部件中，动力组件和电子控制组件的外购比例超过 99%，电机的外购比例为 40% 左右。

请发行人：

(1) 说明各类产品核心技术的主要衡量指标，与国内外主要竞争对手在相应指标方面的差异情况，发行人各类产品与主要竞争对手的异同；

(2) 结合同行业可比公司技术水平情况，分析发行人核心技术是否在国内或国际处于领先地位，是否存在被其他技术替代、淘汰的风险，相关风险的披露是否充分；

(3) 说明上述国家标准和团体标准的参与编制单位情况，发行人在上述标准中所实际发挥的作用，上述标准目前是否仍被使用；

(4) 说明主要产品关键部件和常规部件的认定标准，是否符合行业惯例，发行人的生产过程是否仅为相关零部件的简单集成，核心零部件生产企业进入整机领域是否会导致行业竞争加剧、发行人市场份额被挤占、销量和毛利率下降等风险；

(5) 结合成长性、创新性的具体体现，与国内外竞争对手相比的竞争优势和核心竞争力，进一步说明发行人是否属于成长型创新创业企业、是否符合创业板定位。

请保荐人发表明确意见。

【回复】

一、说明各类产品核心技术的主要衡量指标，与国内外主要竞争对手在相应指标方面的差异情况，发行人各类产品与主要竞争对手的异同

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，并开发出品类多样、性能优异、市场认可度高的产品，并且已相继投入大批量生产中。公司的核心技术着重于实现产品功能开发、产品性能提升、生产工艺改进，该等技术并无市场公开可比的衡量指标，且该等技术的先进性和差异性最终均体现在公司产品的性能上，因此本题选取各主要产品的主要衡量指标作为与国内外主要竞争对手的对比依据。

（一）电热类

公司电热类产品以热风枪为主，本题选取热风枪产品进行对比。热风枪是一种利用发热电阻丝的枪芯吹出热风以实现加热、熔化、取焊等功能的电动工具，多用于汽车保养贴膜、热收缩膜、弯曲塑料管材、清除旧漆、焊接镀锡、防水膜成型修补、解冻等用途。调温范围、升温速度、控温功能、风量调节、温度可视性、多重保护功能是比较热风枪产品的主要衡量指标。

STEINEL（司登利）为国际知名的电动工具制造商，在欧洲有多个精密制造工厂，在德国和瑞士拥有自己的开发实验室，其热风枪产品在国际电动工具行业具有较高的认可度。江苏东成电动工具有限公司（以下简称：江苏东成）为国内较为知名的电动工具制造商，其热风枪产品在国内电动工具行业具有一定的知名度。本题选取公司数显恒温热风枪（型号 PLD2372）与 STEINEL（司登利）、江苏东成规格和结构相近的热风枪产品进行对比，分别为 HG-2320E 及 DQB03-2000，前述产品的主要衡量指标的具体对比情况如下：

项目	性能特点	STEINEL (HG-2320E)	江苏东成 (DQB03-2000)	本公司 (PLD2372)
产品示例	-			

调温范围	调温范围更广，热风枪的适用场景更多样	80℃-650℃	50℃-630℃	50℃-650℃
升温速度	温度的升温速度提升工作效率	快速升温	未披露	热风枪在额定电压、最大功率情况下运行时，从 50℃升到 600℃的时间应不超过 45s，实现快速升温效果
控温功能	恒定温度的精准把控直接影响热风枪的作业效果	具备精准控温技术	配置精准温控传感器	配置精准温控传感器，具备出风温度恒定功能
风量调节	风量的大小及出风稳定性适用不同的使用场景	风量自 150-500 升/分钟	风量为 300 升/分钟和 500 升/分钟，设有 2 档调节功能	风量自 250-500 升/分钟，设有 5 档调节功能
温度可视性	温度的可视性便于使用者精准调整温度	设置显示屏	设置数显调温调速控制面板	设置 LCD 液晶屏，实时反馈出风温度，便于精准调节
多重保护功能	多重保护功能能够有效提升产品的安全性	设置内置过热保护系统	未披露	设置集热电偶、NTC 热敏电阻、温度保险丝一体的三重过温保护系统

注 1：同行业竞争对手产品参数均来源于其公司官网、产品销售网页等公开信息渠道，下同；

注 2：STEINEL（HG-2320E）、江苏东成（DQB03-2000）与公司型号 PLD2372 款热风枪规格和结构相近，故选取上述产品型号参数进行对比；

由上表可知，公司热风枪产品与国际知名品牌的同类产品技术水平基本持平，相较于国内水平处于优势地位。在适用性方面，公司热风枪产品最高温度可达到 650℃，风量范围自 250-500 升/分钟并设有 5 档调节功能，能够适用更多作业场景的应用；在使用效果方面，公司热风枪产品配置精准温控传感器，具备出风温度恒定功能，结合较快的升温速度，能够实现快速升温 and 精准控温能力，达到精准稳定的加热效果；在精准调节方面，公司热风枪产品设置 LCD 液晶屏，实时反馈出风温度，便于使用者根据实际使用需求调节出风温度；在安全性方面，公司通过设置集热电偶、NTC 热敏电阻、温度保险丝一体的三重过温保护系统进一步提升了产品的安全性，增加了产品的附加价值。

多年来，公司已掌握了多项热风枪产品的核心技术，公司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。截至 2022 年 3 月 30 日，公司已积累了热风枪相关专利技术 109 项。凭借公司热风枪产品的先进性和持续的研发改进，公司的热风枪产品还获得了“浙江制造”的品质认证，多款热

风枪产品被评定为浙江省省级新产品、科学技术成果评审证书，如HG0043-EU220 型热风枪、PLD2381 多功能热风枪、HG0142-18E 型低功耗锂电数显热风枪等，根据鉴定结论，公司前述热风枪产品处于国内同类产品领先水平。

(二) 喷涂类

公司喷涂类产品以电动喷枪为主，本题选取电动喷枪产品进行对比。电动喷枪是一种以交流电或直流电为电源，将不易燃液体喷射成雾化并使之附着于目标物表面的电动工具，多用于室内装修、外墙喷涂、家庭护栏喷涂、金属喷涂、汽车改装喷涂、皮革染色等用途。喷涂压力、高压管长度、最大喷涂粘度、流量、表面覆盖率是比较电动喷枪产品的主要衡量指标。

WAGNER（瓦格纳尔）是一家专业致力于表面涂装设备的研制、生产、销售的跨国集团公司；GRACO（固瑞克）是一家美国纽交所上市公司，专业从事生产和销售用于输送、测量、控制、分配和喷涂各种流体和粉末材料的优质设备。WAGNER（瓦格纳尔）和 GRACO（固瑞克）的喷涂类产品在国际电动工具行业具有较高的认可度。本题选取公司高压无气喷枪（型号 SG0020）与 WAGNER（瓦格纳尔）、GRACO（固瑞克）规格和结构相近的高压无气喷枪产品进行对比，分别为 Control Pro 250 M 及 Magnum X7，前述产品的主要衡量指标的具体对比情况如下：

项目	性能特点	WAGNER (Control Pro 250 M)	GRACO (Magnum X7)	本公司（ SG0020）
产品示例	-			
喷涂压力	喷涂压力影响喷涂范围，同时喷涂压力越大，喷涂雾化效果更佳	约 1,595PSI	3,000PSI	3,000PSI

高压管长度	高压管长度影响喷涂范围	9m	约 15m	15m
最大喷涂粘度	喷涂粘度越大能够适用更多涂料，有利于提高喷枪的适用性	原液	原液	原液
流量	流量和表面覆盖率的提升有利于提升喷涂的工作效率，实现更佳的使用效果	1,250ml/min	1,200ml/min	1,150ml/min
表面覆盖率		15 m ² /2mins	未披露	13 m ² /2mins

注 1：WAGNER(Control Pro 250 M)、GRACO (Magnum X7) 与公司型号 SG0020 款高压无气喷枪规格和结构相近，故选取上述产品型号参数进行对比；

注 2：由于对比产品参数的披露单位不同，部分单位进行了单位换算，如 1,595PSI 由 110 巴换算所得，下同。

由上表可知，公司高压无气喷枪产品与国际知名品牌的同类产品技术水平基本持平。在喷涂范围和效果方面，公司高压无气喷枪的喷涂压力达到 3,000PSI，高压管长度可达 15 米，能实现用户较大的作业半径，达到细腻较好的雾化效果；在喷涂适用性方面，公司高压无气喷枪适用于多种涂料原液，满足不同用途对于涂料的需求，实现多场景应用；在喷涂效率方面，公司高压无气喷枪流量达到 1,150ml/min，其表面覆盖率达 13 m²/2mins，大流量、高覆盖能力实现了高效的喷涂作业。

多年来，公司已掌握了多项电动喷枪产品的核心技术，截至 2022 年 3 月 30 日，公司已积累了电动喷枪相关专利技术 99 项。凭借公司电动喷枪产品的先进性和持续的研发改进，公司多款电动喷枪产品被评定为浙江省省级新产品、科学技术成果评审证书，如 PLD3090 型高压无气喷涂机、SG0010-18 锂电喷枪、电动喷枪 PLD3030、电动喷枪 PLD3020 等，根据鉴定结论，公司前述电动喷枪产品处于国内同类产品领先水平。

（三）钉枪类

公司钉枪类产品以电动钉枪为主，本题选取电动钉枪产品进行对比。电动钉枪是一种利用电能产生的动力作用于内部装载的钉子，从而将钉子钉入木料、塑料、纤维板或类似材料的手持式电动工具，多用于家具制作、手工艺品制作、桌

椅加固、室内装潢、电缆固定等用途。出钉速度、最大钉子规格、产品重量、最大钉子容量和接触安全功能是比较电动钉枪产品的主要衡量指标。

ARROW 创建于 1929 年，是美国手动、电动射钉枪和耗材百年品牌，相关产品在美国大型连锁超市和工业领域拥有近 60%和 38%的市场份额。RAPID 创建于 1936 年，是主营装订紧固类工具的瑞典专业品牌商，产品覆盖全球 120 余个国家和地区。ARROW 和 RAPID 的电动钉枪产品在国际电动工具行业具有较高的认可度。本题选取公司电磁铁式钉枪（型号 NTC0040）与 ARROW、RAPID 规格和结构相近的电动钉枪产品进行对比，分别为 ET200 及 PRO R606，前述产品的主要衡量指标的具体对比情况如下：

项目	性能特点	ARROW (ET200)	RAPID (PRO R606)	本公司 (NTC0040)
产品示例	-			
出钉速度	出钉速度直接影响打钉效果	20pcs/min	20pcs/min	20pcs/min
最大钉子规格	打钉规格范围越大，钉枪适用的打钉场景越多	直钉 32mm	门钉 25mm 直钉 25mm	门钉 25mm 直钉 32mm
产品重量	钉枪的轻便性能减轻用户的手握负重，提升客户的使用体验	2.65Kg	1.6Kg	2Kg
最大钉子容量	蓄钉容量的提升能够减少补钉频次，提升用户体验	100 枚	100 枚	100 枚
接触安全功能	接触安全功能能够有效提升产品的安全性	在出钉扣口有工件接触保险装置，当工件接触保险装置未被操作时，扣动扳机钉枪不能工作	在出钉扣口有工件接触保险装置，当工件接触保险装置未被操作时，扣动扳机钉枪不能工作	在出钉扣口有工件接触保险装置，当工件接触保险装置未被操作时，扣动扳机钉枪不能工作

注：ARROW（ET200）、RAPID（PRO R606）与公司型号 NTC0040 款电动钉枪规格和结构相近，故选取上述产品型号参数进行对比。

由上表可知，公司电动钉枪产品与国际知名品牌的同类产品技术水平基本持平。在打钉效果方面，公司电动钉枪产品能够实现 20pcs/min 的出钉速度，实现

稳定较好的打钉效果；在适用场景方面，公司电动钉枪产品能同时适用门钉 25mm 和直钉 32mm 的最大打钉规格，满足更多打钉场景要求；在使用体验方面，公司电动钉枪产品重量较为轻便，能够减轻使用负重感，同时实现一次蓄钉 100 枚，减少了补钉频次，客户使用感较好；在安全性方面，公司电动钉枪产品在出钉扣口设置有工件接触保险装置，避免误触导致出钉问题，有效提升了产品的安全性。

多年来，公司已掌握了多项电动钉枪产品的核心技术，截至 2022 年 3 月 30 日，公司已积累了电动钉枪相关专利技术 36 项。凭借公司电动钉枪产品的先进性和持续的研发改进，公司多款电动钉枪产品被评定为浙江省省级新产品、科学技术成果评审证书，如 PLD6041 型智能重型电动钉枪、电动钉枪 PLD6010 等，根据鉴定结论，公司前述电动钉枪产品处于国内同类产品领先水平。

（四）吹吸类

公司吹吸类产品以吸尘器和吹风机为主，本题选取吸尘器产品进行对比。吸尘器是一种利用电动机带动叶片高速旋转，在密封的壳体内产生空气负压进行尘屑吸取的电动工具，多用于家庭家居、地毯、电器、车内、办公场所等清洁用途。真空度、流量、重量、尘杯容量是比较吸尘器产品的主要衡量指标。

CRAFTSMAN 和 RYOBI 分别是国内外电动工具龙头企业 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）和 TTI（创科）旗下品牌之一，其吸尘器产品在国际电动工具行业具有较高的认可度。本题选取公司手持式吸尘器（型号 (VC0130-18)）与 CRAFTSMAN、RYOBI 规格和结构相近的吸尘器产品进行对比，分别为 CMCVH001C1 及 PCL705B，前述产品的主要衡量指标的具体对比情况如下：

项目	性能特点	CRAFTSMAN (CMCVH001C1)	RYOBI (PCL705B)	本公司 (VC0130-18)
产品示例	-			
最大真	真空度越高能够产	未披露	7.1kpa	7.2kpa

空度	生更大的吸力，提高吸尘能力			
最大流量	流量越大，一次吸尘能力越强，清洁效果和效率越好	21L/s	17.3 L/s	17.7L/s
尘杯容量	大尘杯容量能够减少用户清理的频率，提高操作的便携性	未披露	0.4L	0.6L
重量	吸尘器的轻便性能能够减轻用户的手握负重，提升客户的使用体验	1.04 kg	0.94 kg	0.91kg

注：CRAFTSMAN（CMCVH001C1）、RYOBI（PCL705B）与公司型号 VC0130-18 款吹风机规格和结构相近，故选取上述产品型号参数进行对比。

由上表可知，公司吸尘器产品与国际知名品牌的同类产品技术水平基本持平。在清洁效果和效率方面，公司吸尘器产品的最高真空度能达到 7.2kpa，最大流量达到 17.7L/s，强劲的吸力使得吸尘效果更快、更佳；在使用体验方面，公司吸尘器产品在较大的尘杯容量下保持了较轻的重量，提升了用户的体验感。

多年来，公司已掌握了多项吹吸类产品的核心技术，截至 2022 年 3 月 30 日，公司已积累了吹吸类产品相关专利技术 21 项。凭借公司吸尘器产品的先进性和持续的研发改进，公司多款吸尘器产品被评定为浙江省省级新产品、科学技术成果评审证书等，如 PLD8020 型锂电池无绳节能吸尘器、环保型吸尘器 PLD801 等，根据鉴定结论，公司前述吸尘器产品处于国内同类产品领先水平。

综上，公司电热类、喷涂类、钉枪类、吹吸类等产品的的主要衡量指标与国际知名品牌的同类产品技术水平基本持平，主要产品处于国内同类产品领先水平。公司持续开展产品的研发创新，积累了多项核心技术，形成了 351 项国内外专利，具备产品的持续创新和提升实力。目前，公司产品在同行业内具有较好的知名度和美誉度，受到国际知名电动工具品牌商如 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）、Makita（牧田）、Einhell（安海）、ADEO（安达屋）、Harbor Freight Tools（HFT）的认可。

二、结合同行业可比公司技术水平情况，分析发行人核心技术是否在国内或国际处于领先地位，是否存在被其他技术替代、淘汰的风险，相关风险的披露是否充分

公司与招股书中选取的同行业可比公司基本情况、技术水平情况对比分析如下：

公司名称	主要产品	应用领域	专利数量	技术人员数量	技术人员占比	研发费用占比		
						2021 年	2020 年	2019 年
锐奇股份	角磨机、型材切割机、电钻、电锤、电磨、电镐等	工业制造、建筑建造等领域	414	112	11.98%	4.35%	5.09%	6.78%
巨星科技	手工具及动力工具、激光测量仪器、存储箱柜等	家庭住宅维护、建筑工程、车辆维修养护、地图测量测绘等领域	2,433	973	9.03%	2.84%	2.87%	3.08%
康平科技	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	手持式电动工具、员工工具及家用电器电机领域	181	147	7.91%	3.21%	3.68%	4.51%
本公司	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	家庭装修、工业制造、建筑施工、园林维护	351	81	10.67%	3.42%	3.69%	4.56%

注 1：可比公司专利权数量来自同花顺，截至 2022 年 3 月 30 日；

注 2：技术人员数量及占比为 2021 年末数据，数据来自定期报告。

电动工具行业属于技术密集、资金密集行业，同时由于电动工具产品种类繁多，公司与同行业可比公司在主要产品及应用领域上存在一定的差异。从专利情况来看，锐奇股份和巨星科技的上市时间长，企业规模、资金实力较强，其中巨星科技近年来连续收购全球多个工具类品牌，专利积累的数量较多。凭借着多年资本积累和持续的技术创新投入，公司已获得国内外专利 351 项，在知识产权和研发制造能力方面具有一定的竞争优势。从技术人员和研发费用占比来看，公司均处于中等以上水平，表明公司注重研发技术的持续创新，从人员储备、研发费用上持续加大投入，积累了较强的研发技术实力。

公司的核心技术着重于实现产品功能开发、产品性能提升、生产工艺改进，该等技术并无市场公开可比的衡量指标，且该等技术的先进性和差异性最终均体现在公司产品的性能上。公司产品的主要衡量指标与国内外同类型产品的主要竞

争对手的对比情况详见本题回复之“一、说明各类产品核心技术的主要衡量指标，与国内外主要竞争对手在相应指标方面的差异情况，发行人各类产品与主要竞争对手的异同”。公司主要产品的性能能够与国际知名品牌的同类产品技术水平基本持平、达到国内同类产品领先水平。

综上，公司核心技术在国内外市场具有一定的竞争优势，相关技术与工艺与同行公司相比具有一定的独特性，短期内被其他技术替代、淘汰的风险较小。

对于公司可能面临的核心技术被替代、淘汰的风险，公司已在招股说明书“第四节/二/（三）核心技术被替代的风险”及“第四节/二/（四）技术更新风险”中披露如下：

“（三）核心技术被替代的风险

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。

（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、说明上述国家标准和团体标准的参与编制单位情况，发行人在上述标准中所实际发挥的作用，上述标准目前是否仍被使用

公司参与编制的国家标准和团体标准共计 2 项，具体情况如下：

（一）《电烙铁和热风枪》GB/T 7157-2019

项目	内容		
标准名称	《电烙铁和热风枪》GB/T 7157-2019		
发布及实施情况	2019 年 8 月发布，2020 年 3 月实施，目前标准现行有效		
公司发挥的实际作用	作为参与编制单位之一，参与讨论并针对热风枪适用范围、检验规则等方面提供建议		
主要起草人员数量	7 人		
公司参与起草人员	丁小贞		
起草单位数量	7 家		
其他参与起草单位	序号	名称	简介
	1	中国电器科学研究院股份有限公司	成立于 2002 年，主营“质量技术服务、智能装备、环保涂料及树脂”三大业务领域，于 2019 年于上交所上市，是国内日用电器行业专业技术服务的龙头企业。
	2	广州黄花电子工具有限公司	成立于 2001 年，主营锡焊工具及热熔胶枪的研发、制造和销售。
	3	广州市谊华电子设备有限公司	成立于 2005 年，主营维修拆焊设备、电源设备等产品的制造，是焊台细分行业内知名的专业制造商。
	4	宁波市中迪工贸有限公司	成立于 1996 年，主营电烙铁、调温焊台、吸锡器、胶枪、放大镜和电子工具套装等产品。
	5	南京华夏电器有限公司	成立于 1991 年，是研制锡焊工具的专业公司，其“银星牌”电烙铁规格品种齐全。
	6	佛山市泽廷伊雯锡焊制品有限公司	成立于 2013 年，主营金属陶瓷芯电焊台和电烙铁的制造和销售。

《电烙铁和热风枪》国家标准由中国轻工业联合会提出，由电烙铁和热风枪业内较为知名的企业共同参与编制，如中国电器科学研究院股份有限公司系国家首批转制科研院所，其前身为始建于 1958 年的第一机械工业部广州电器科学研究所。作为参与编制单位之一，公司参与讨论并针对热风枪适用范围、检验规则等方面提供建议。

（二）《便携式热风枪》T/ZZB 0515-2018

项目	内容
标准名称	《便携式热风枪》T/ZZB 0515-2018
发布及实施情况	2018 年 9 月发布，2018 年 9 月实施，目前标准现行有效
公司发挥的实际作用	作为主要起草单位，提供总体编制方案并完成定稿
主要起草人员数量	8 人

项目	内容		
公司参与起草人员	丁小贞、杨伟明、夏慧韬		
主要起草单位	浙江普莱得电器股份有限公司		
参与起草单位	序号	名称	简介
	1	深圳市国王科技有限公司	成立于 2005 年，主营嵌入式软件研发、电子元器件及电子产品相关技术研发、销售等业务，是一家专业的集成电路方案供应商。
	2	浙江佳奔电子有限公司	成立于 1986 年，主营各类交、直流器具开关和线路板模块等产品，是集产品设计、研发、制造、销售和服务于一体的国家高新技术企业。

作为主要起草单位，公司发起并全程参与《便携式热风枪》的标准制定。浙江制造团体标准的制定流程主要分为立项阶段、研制阶段、评审阶段、报批阶段和发布阶段。公司提交立项申请文件，并于 2018 年 2 月收到浙江省浙江制造品牌建设促进会发布的《关于发布 2018 年第一批“浙江制造”标准制定计划的通知》，启动组建标准研制工作组；在研制阶段，公司提供总体编制方案，组织其他参与编制企业研讨，撰写基本参数、基本要求、技术要求、试验方法、检验规则等文件主体内容并完成定稿，经材料评审、报批工作后，最终实现团体标准的发布与实施。

四、说明主要产品关键部件和常规部件的认定标准，是否符合行业惯例，发行人的生产过程是否仅为相关零部件的简单集成，核心零部件生产企业进入整机领域是否会导致行业竞争加剧、发行人市场份额被挤占、销量和毛利率下降等风险

（一）说明主要产品关键部件和常规部件的认定标准，是否符合行业惯例

1、主要产品关键部件和常规部件的认定标准

公司产品部件分为关键部件和常规部件的认定标准系根据相关部件在公司产品的结构和功能中所起到的作用情况。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。

2、主要产品关键部件和常规部件的认定符合行业惯例

作为日常生产生活的重要工具，电动工具种类繁多。不同种类的电动工具应用领域不同，其产品功能各不相同，相应地，构成不同种类电动工具的主要部件也不尽相同，因此，行业内不同企业根据各自产品不同，对于其自身关键部件的认定不同。

鉴于不同种类的电动工具产品功能不同，其分别设置有特定的组件实现相应功能，如热风枪作为一种利用发热电阻丝的枪芯吹出热风以实现加热、熔化、取焊等功能的电动工具，以发热芯为核心的发热组件是实现热风枪发热功能的关键部件。因此，公司主要产品的主要部件认定为关键部件和常规部件符合产品的结构特征，具有合理性。

电动工具的功能是整机制造商基于下游客户多元化、个性化需求，结合合理的产品结构布局，不同零部件的选型调试，以及先进的研发设计理念和生产工艺所综合实现。同时，由于电动工具行业是资金与技术密集型行业，整机制造商出于合理分配资源、控制成本、提高生产效率等考虑，通常会首先选择掌握自身产品特定功能的核心技术与生产制造能力，以保持自身的竞争壁垒。而对于市场上已有成熟技术和稳定供应的常规性零部件，整机制造商多选择专业化分工、利用产业链协同优势，向供应商采购标准件或进行定制化采购。为了集中发挥公司的技术优势，充分利用市场资源进行配套协作，公司将主要精力和资源投入产品关键部件的持续研发和改进，在生产环节首先掌握附加值较高的关键部件的生产，对部分其他零部件采取外购的形式。因此，公司主要产品的主要部件认定为关键部件和常规部件符合行业特征，具有商业合理性。

综上，主要产品关键部件和常规部件的认定符合行业惯例。

（二）公司的生产过程并非仅为相关零部件的简单集成

1、公司具备先进的研发设计实力和知识产权优势

电动工具整机是基于下游客户多元化、个性化需求，结合合理的产品结构布局，不同零部件的选型调试，以及先进的研发设计理念和生产工艺后所输出的产品。电动工具整机通过结构化的综合控制技术和布线系统，将各个分离的部件集合到相互关联、统一和协调的系统中，其需要解决各个部件之间的互联和适配性问题，例如解决电机与传动件之间的契合、机加工件与外壳及操作手柄之间的契

合、各个部件之间对于功率及寿命要求的契合等。发热芯、泵体、电机、外壳、电池包、线路板等仅为电动工具的单个零部件，其简单集成无法实现需求功能、甚至无法适配。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，具备产出成本合理、高性能的优质电动工具整机的能力。

公司具备先进设计实力和知识产权优势，通过持续的研发投入和技术积累，已掌握产品及生产工艺的持续创新和提升能力。例如，为实现热风枪的出风口温度均匀，公司在原有热风枪基础上通过设置导流件，使得热风通过导流件上倾斜设置的导风通道以形成涡流，最终实现经由热风管出风口流出的热风温度更加均匀的效果，提升了热风枪的使用效果；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。对于关键的产品结构设计和生产工艺创新，公司均已通过申请专利形式对技术实现了保护。

2、公司具备关键部件自产能力和外购部件定制化能力

凭借着多年的行业经验与技术积累，公司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，并应用到公司的各类产品中，目前公司主要产品的关键部件以自产为主。报告期内公司主要产品的关键部件中，电热类产品发热组件，喷涂类产品泵体组件，钉枪类产品冲击组件、送钉组件、安全组件的自产比例均接近或高于 90%。公司积累和掌握了主要产品的核心研制能力，以公司主要产品之一的热风枪为例，发热芯的发热分布不均会导致局部温度过高、缩短产品使用寿命的问题，公司通过研究调整发热丝缠绕方式及分布位置，结合发热芯绕制和铆接工艺，控制铆接气压大小、铆钉高度等，提高发热芯制程一致性，实现热风枪的温度均匀，延长了使用寿命；通过全自动绕线工艺，提升了绕线效率和发热丝阻值稳定性，保证了热风枪温度的一致性。

同时，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，公司利用产业链协同优势外购部分零部件以实现生产效率的提升。而对于

线路板等具有一定程度定制化要求的零部件，公司具备较强的定制化采购能力。公司根据研发设计需求及对零部件性能的理解，对供应商提出明确的设计参数要求，定制开发后经公司测试验证使用，保障公司产品设计得以顺畅产业化。

3、公司具备全生产流程的制造能力

目前，公司拥有注塑、金工、分装、总装四大车间，拥有塑料外壳、机加工件、电机等多种零部件自产能力及相关制造技术，如注塑及吹塑技术、精密金加工技术、电机制造技术、高效精益装配技术等，具体如下：

（1）注塑及吹塑技术

公司产品系列丰富、型号多元，公司注塑车间能够通过注塑成型或吹塑成型生产多种型号的塑料外壳。注塑成型是指通过模具和注塑件压制出成型零件的过程。公司注塑车间拥有近百台注塑机，其中公司采用热流道全自动双色模技术，实现软硬胶一次成型，达到双色注塑成型的效果，提升了成型效率和品质。

吹塑是指利用气体压力使闭合在模具中的热型坯吹胀成为中空制品的过程。公司吹塑技术能够生产外形复杂的异型类产品，通过壁厚控制器调整实现制品的壁厚均匀，其强度和韧性更佳，适用范围更广。

（2）精密金加工技术

精密金加工技术用于加工电动工具的各类机加工件，如高压无气喷枪泵体和钉枪导轨等。公司引进钻攻中心利用成型刀装夹一次完成车、铣、钻等多道工序；投入采用 8-12 工位级进模的高速冲、四道连续拉伸自动化生产线等先进设备，大幅提升了金加工生产精度和加工能力。

（3）电机制造技术

公司已掌握了成熟的电机制造技术，如转子绕线技术、高温漆包线转子点焊技术、动平衡工艺等。公司创新的转子偏槽技术使得电机的转速更高、寿命更长、效率更高，同时，公司全自动柔性线保证了电机的工艺一致性，品质更有保障。

（4）高效精益装配技术

公司产品存在品类多、工序复杂的特点，公司通过提升总装车间的自动化、信息化水平实现高效精益的车间管理。公司总装车间配备了数十条精益生产线，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。另外，公司开发和投入了大量的自动化专机专线，例如高压无气喷枪的泵体组件采用自动生产线取代原先的人工装配，装配效率及品质提升了数倍。

综上，电动工具整机是基于下游客户多元化、个性化需求，结合合理的产品结构布局，不同零部件的选型调试，以及先进的研发设计理念和生产工艺后所输出的产品。作为整机制造商，公司具备产出成本合理、高性能的优质电动工具整机的能力以及先进设计实力和知识产权优势，通过持续的研发投入和技术积累，已掌握产品及生产工艺的持续创新和提升能力；公司具备关键部件自产能力和外购部件定制化能力；公司具备全生产流程的制造能力，因此，公司的生产过程并非仅为相关零部件的简单集成。

（三）核心零部件生产企业进入整机领域是否会导致行业竞争加剧、发行人市场份额被挤占、销量和毛利率下降等风险

电动工具整机与各类核心零部件生产企业在行业特性、产品技术、客户与供应商资源、投资规模等诸多方面形成专业化分工。随着技术积累和进步、专业分工深化、上下游资源积累以及投资规模要求提升而不断巩固产业链上的上下游合作关系，整机与核心零部件企业已分别形成各自行业的竞争优势。因此，核心零部件生产企业进入整机领域而可能导致行业竞争加剧、发行人市场份额被挤占、销量和毛利率下降等的风险较小，具体原因如下：

1、不同行业特性形成上下游专业分工

电动工具整机与核心零部件企业在产品的设计理念、技术特点、生产工艺、设备及人员等要求方面均不相同，上下游企业须深耕各自行业价值链环节，保持专业、专注，通过分工合作、加强协同，以满足各自产业技术的要求，实现自身的良好经营与快速发展。目前电动工具行业已形成了明确的上下游专业分工，上游零部件领域目前供应稳定充足、竞争较为激烈，整机企业也已经通过多年的行业深耕在投资规模、产品技术和上下游资源等方面构筑了较高的壁垒，具有较强的先发优势和市场竞争能力。

2、多年行业深耕及研发创新形成技术壁垒

电动工具整机是基于下游客户多元化、个性化需求，结合合理的产品结构布局，不同零部件的选型调试，以及先进的研发设计理念和生产工艺后所输出的产品，并非零部件简单集成。核心技术和生产工艺的积累需要长期的研发创新和对产品的深入理解，核心零部件生产企业如果进入整机领域很难在短期内实现前述技术和能力的积累。

近二十年的生产经营过程中，公司不断加大研发投入，积累研发经验，从产品和生产工艺维度持续改进和提升，逐渐掌握了多项核心技术及技术诀窍。公司主要产品性能及研制能力处于同行业优势地位，公司 HG0043-EU220 型热风枪、PLD3090 型高压无气喷涂机、PLD6041 型智能重型电动钉枪等多款产品获得浙江省省级新产品认定，产品技术处于国内同类产品领先水平，具有较强的市场竞争力。同时，对于先进的设计理念和研发技术，公司已形成了完善的知识产权保护体系，公司制定了知识产权保密控制程序和商业秘密管理制度。截至 2022 年 3 月 30 日，公司已拥有国内外专利 351 项，获得了“国家知识产权优势企业”、“浙江省专利示范企业”、“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”等荣誉认定。

3、上下游整合优势形成品牌和资源壁垒

出于对产品质量可靠性和服务稳定性等综合考量，下游的电动工具品牌商及零售商对于生产制造商的选择非常慎重，尤其是如 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）、BOSCH（博世）、Makita（牧田）等全球领先的企业。生产制造商不仅要达到行业较高的产品品质和服务质量，还需要通过下游客户严格的资格审查，才能够进入下游客户的合格供应商名录。一旦成为合格供应商，下游客户便会与其形成长期稳定的合作关系，通常不会轻易改变供应商。尤其是对于 ODM 模式而言，在与客户合作过程中，生产制造商掌握了产品研发改良的方向和技术，能够更加快速地响应、甚至预判客户的采购需求。随着合作时间的延续，双方之间建立了互相的信任和认可，合作关系更加稳固。核心零部件生产企业如果进入整机领域很难在短期内通过下游客户的资格审查，积累与客户的合作经验，构成了一定的品牌壁垒。

原材料采购的匹配性、质量与及时交付直接影响整机产品的生产周期和产品质量,需要电动工具整机企业多年挖掘、积累供应商资源并形成良好的合作关系;同时,部分零部件的定制化特征,要求整机企业具备对零部件性能的理解,能够明确具体设计参数的要求,同时具备测试验证能力。核心零部件生产企业如果进入整机领域很难在短期内积累各类其他原材料和零部件的供应商资源,并与之形成合作协同。

4、先发优势形成规模壁垒

作为资金与技术密集型行业,电动工具整机行业的规模壁垒较高。随着下游客户对产品多元化、性能提升及价格提出了更高的要求,具备一定规模的电动工具整机企业能够保持研发资金投入、固定资产投资以实现下游需求变化的快速响应。同时,规模的扩大有利于企业降低生产成本、提高产品品质,从而进一步提升盈利水平,并对上下游形成一定的议价能力。电动工具行业内优势整机企业凭借其多年来持续投入与生产管理,已占据一定的先发优势,形成了规模效应。核心零部件生产企业如果进入整机领域很难在短期内快速实现规模的扩张。

五、结合成长性、创新性的具体体现,与国内外竞争对手相比的竞争优势和核心竞争力,进一步说明发行人是否属于成长型创新创业企业、是否符合创业板定位

(一) 公司属于成长型创新创业企业

1、持续的研发投入与显著的研发成果夯实公司持续创新能力

基于应用场景的多元化,电动工具行业产品种类日益拓展、性能不断提升,行业具备持续的研发创新属性,例如行业内企业持续开发锂电类产品以顺应日益凸显的锂电化趋势等。作为国家高新技术企业和国家级专精特新小巨人企业,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%。

(1) 强大的研发力量与科研资源夯实公司持续创新之基

强大的研发力量与科研资源夯实公司持续创新之基。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。而在自主研发的基础上，公司也积极推进与国内高等院校及海外科研力量的结合，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，开展多款主要产品的重难点问题攻克。

(2) 显著的研发成果广泛应用于产品、生产工艺等技术革新，为公司发展持续注入成长动力

显著的研发成果广泛应用于产品、生产工艺等技术革新，为公司发展持续注入成长动力。截至 2022 年 3 月 30 日，公司共获得国内外专利 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。公司的多款产品获得了“浙江省省级工业新产品”、“省级新产品试制计划项目”等荣誉。公司的热风枪产品还获得了“浙江制造”的品质认证。公司是国家标准《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。公司从信息化管理水平、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，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；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、钢管自动拉伸工艺等自动化生产工艺，提升了产品的合格率和一致性，建立了一个全面高效的数字化车间，获得“金华市数字化车间和物联网工厂示范项目”验收认定。

2、多元化产品布局与产品性能优势构筑公司市场竞争优势

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，这就要求公司拥有多元化的产品布局和前瞻性的技术设计以应对市场变化。

(1) 公司拥有持续丰富的产品结构布局

公司紧跟市场需求，专注于电动工具领域的技术研发投入，保持并不断提高产品和技术的先进性，进而不断推出新的产品系列。经过多年技术积累和发展，公司产品已覆盖电热类、喷涂类、钉枪类、吹吸类、冲磨类、蒸汽类等六大产品系列、300余种规格型号。公司从现有功能优化及新产品开发等多方面持续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，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；在现有产品品类的基础上，相继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。持续丰富的产品结构布局有助于公司积极应对下游客户的差异化需求。

（2）公司产品性能及核心技术水平具有一定的先进性

公司主要产品性能及核心技术水平具有一定的先进性，产品深受国内外知名电动工具品牌商及零售商认可。公司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，公司的核心技术有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。公司主要产品的性能能够与国际知名品牌的同类产品技术水平基本持平、达到国内同类产品领先水平，公司产品的性能指标与国内外同类型产品的主要竞争对手的对比情况详见本题回复之“一、说明各类产品核心技术的主要衡量指标，与国内外主要竞争对手在相应指标方面的差异情况，发行人各类产品与主要竞争对手的异同”。

凭借优质的产品设计及良好的服务，公司服务了众多国际知名电动工具品牌商及零售商，进入了如 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）、BOSCH（博世）、Makita（牧田）等国际知名企业的供应商体系，为其提供 ODM 电动工具产品，建立了长期、良好的合作伙伴关系。

3、行业市场规模的稳健提升带来公司广阔的成长空间

电动工具产品被普遍应用于航天航空、高铁建设、船舶制造、汽车工业等先进装备制造业领域以及建筑道路、装饰装潢、木业加工、金属加工等生产领域，并已进入家庭使用。随着电动工具应用场景的增加和市场接受度的普及，全球电

动工具行业呈现逐年上升趋势。根据 Markets and markets 数据，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。在欧美等成熟市场，电动工具已成为了生产生活中不可或缺的工具之一。而在中国等新兴经济体，随着产业发展和居民生活水平的提高，电动工具的需求持续提升。

近年来，国家着力推进制造业的转型升级，大力推进制造业向智能化、绿色化、服务化方向发展。电动工具作为设备制造的基础工具，制造业转型与升级为电动工具产品带来了良好的发展契机，具有广阔的成长空间。

4、业绩规模的稳定增长和良好的盈利能力体现公司较好的成长性

(1) 公司营业收入呈现稳健增长，成长性处于行业前列

报告期内，公司与同行业可比公司营业收入成长性对比情况如下：

单位：万元

公司名称	2021 年		2020 年		2019 年	
	营业收入	增幅	营业收入	增幅	营业收入	增幅
锐奇股份	62,592.85	45.84%	42,918.61	-6.52%	45,911.74	-21.28%
康平科技	115,345.26	38.20%	83,461.69	37.63%	60,640.27	3.42%
巨星科技	1,091,968.33	27.80%	854,444.02	28.96%	662,546.41	11.64%
本公司	67,278.52	71.71%	39,180.90	32.87%	29,488.27	12.45%

注：数据来源于定期报告、招股说明书。

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，增幅变动分别为 12.45%、32.87%、71.71%，年复合增长率达 51.05%，营收规模增速处于同行业可比公司中前列。

(2) 公司具有较好的持续盈利能力

公司与同行业可比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分别为 33.66%、35.09%、29.39%，较同行业可比公司平均水平呈现较好的盈利能力。

综上，公司营业收入规模稳定增长，主营业务毛利率处于同行业靠前水平，公司具备良好的经营成长性和盈利能力。

（二）公司符合创业板定位

公司符合创业板定位，具体如下：

（1）公司所处行业不属于原则上不支持其申报在创业板发行上市的行业

根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司属于通用设备制造业（分类代码 C34）。根据国家统计局《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017），公司属于“C 制造业-C34 通用设备制造业”。公司所处行业不属于《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》原则上不支持其申报在创业板发行上市的行业范围。

（2）公司具备创新特征

作为国家高新技术企业和国家级专精特新小巨人企业，公司注重产品和核心技术的持续创新，在产品与技术、生产工艺方面均具有较强的创新性。

在产品与技术方面，公司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。公司核心技术水平及主要产品性能具有一定先进性，产品深受国内外知名电动工具品牌商及零售商认可。公司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，公司共获得国内外专利 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。公司的多款产品获得了“浙江省省级工业新产品”、“省级新产品试制计划项目”等荣誉。公司的热风枪产品还获得了“浙江制造”的品质认证。

在生产工艺方面，公司从信息化管理水平、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，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；通过制定产品工业设计标准流程，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实现标准化管理模式，实现产品研制效率的提升；通过开发自动化生产工艺、引进自动化设备，提升了产品的生产效率和一致性；

（3）公司属于成长型创新创业企业

公司属于成长型创新创业企业，具体参见本小题回复之“（一）公司属于成长型创新创业企业”。

六、核查意见

（一）核查过程

保荐人履行了以下核查程序：

1、查阅国内外主要竞争对手公开信息，了解其市场地位、声誉、核心技术与产品情况；

2、访谈发行人研发部门负责人，了解发行人核心技术与产品情况、衡量主要产品的指标，以及发行人的主要产品与主要竞争对手的异同；了解主要产品关键部件和常规部件的认定标准是否符合行业惯例；

3、查询同行业可比公司公开数据，对比分析同行业可比公司在产品及业务情况，专利数量、技术人员及研发费用占比等技术情况方面的异同；

4、获取发行人专利清单，查阅同行业专利获取情况，了解发行人产品获得浙江省省级新产品、科学技术成果评审证书等荣誉情况，分析发行人核心技术是否在国内或国际处于领先地位；

5、查阅发行人参与编制的国家标准和团体标准，了解上述标准目前是否仍现行有效；访谈相关参编人员，了解发行人在上述标准中所实际发挥的作用；

6、访谈发行人管理层，了解发行人具体生产环节、上下游关系、行业竞争格局和市场空间、行业地位等方面的优势与劣势；

7、查阅《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》，比照分析发行人属于成长型创新创业企业，符合创业板定位的规定。

（二）核查结论

经核查，保荐人认为：

1、发行人的核心技术无公开可比的衡量指标，核心技术的成果均体现在发行人生产的产品中，发行人各类产品的主要衡量指标与国内外主要竞争对手相比具有竞争优势，发行人热风枪、电动喷枪、电动钉枪、吸尘器等主要产品处于国内同类产品领先水平；

2、结合同行业可比公司技术水平情况，发行人的核心技术在电动工具行业具有一定的竞争优势，被其他技术替代、淘汰的风险较低，相关风险的披露充分；

3、发行人参与编制的国家标准《电烙铁和热风枪》（GB/T7157-2019）以及浙江制造团体标准《便携式热风枪》（T/ZZB0515-2018）目前均现行有效。公司参与讨论或主导执行了标准编制；

4、发行人主要产品关键部件和常规部件根据相关部件在公司产品的结构和功能中所起到的作用情况认定，符合行业惯例；公司的生产过程并非仅为相关零部件的简单集成；核心零部件生产企业进入整机领域而导致行业竞争加剧、发行人市场份额被挤占、销量和毛利率下降等的风险较小；

5、发行人属于成长型创新创业企业，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。

3.关于历史沿革

申报材料显示：

（1）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。其中诚昊电器的入股价格为15.24元/注册资本，科隆塑胶的入股价格为15.57元/注册资本；

(2) 2019 年，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，其中金华卓屹出资 2,158.13 万元，金华亿和出资 2,248.48 万元；

(3) 2020 年 10 月，发行人增资时入股价格为 14.11 元/股，估值为 7.82 亿元，2020 年 11 月增资时入股价格为 16.66 元/股，估值为 9.50 亿元。

请发行人：

(1) 说明诚昊电器和科隆塑胶以土地使用权及实物向普莱得有限出资的背景、原因、过程、定价依据以及公允性，诚昊电器和科隆塑胶入股价格不一致的原因及合理性；

(2) 结合金华卓屹和金华亿和合伙人在发行人的具体职务、股权激励实施时间等说明两个持股平台入股发行人价格不一致的原因及合理性；

(3) 说明 2020 年 11 月与 2020 年 10 月相比，发行人估值增加 1.68 亿的原因及合理性。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、说明诚昊电器和科隆塑胶以土地使用权及实物向普莱得有限出资的背景、原因、过程、定价依据以及公允性，诚昊电器和科隆塑胶入股价格不一致的原因及合理性

(一) 诚昊电器和科隆塑胶以土地使用权及实物向普莱得有限出资的背景、原因、过程、定价依据以及公允性

1、诚昊电器和科隆塑胶以土地使用权及实物向普莱得有限出资的背景、原因、过程

为增强发行人资产完整性，经控股股东、实际控制人杨伟明、韩挺协商一致，将诚昊电器和科隆塑胶名下土地使用权及实物资产以出资的形式注入发行人。双方明确以增资前各自持股比例（杨伟明持股 55%、韩挺持股 45%）出资，增资后保持二人持股比例不变。具体过程如下：

2017年10月25日，普莱得有限全体股东杨伟明和韩挺召开股东会一致同意，普莱得有限以股权支付方式收购诚昊电器和科隆塑胶名下土地使用权及厂房及附属设施等实物资产。

2017年12月4日，普莱得有限召开股东会并通过决议，将注册资本由615万元增至1000万元，注册资本增加385万元。其中，杨伟明控制的诚昊电器以土地使用权及厂房及附属设施等实物出资211.75万元；韩挺控制的科隆塑胶以土地使用权及厂房及附属设施等实物出资173.25万元，合计385万元。同日，普莱得有限分别与诚昊电器、科隆塑胶签订《资产收购协议》，约定以评估值为作价依据。对于诚昊电器和科隆塑胶出资的土地使用权及厂房及附属设施等实物评估价值超过计入注册资本的部分，计入公司资本公积。

2017年12月8日，普莱得有限就本次增资事项办理完毕工商变更登记手续。

2017年12月29日，金华纵横联合会计师事务所出具了“金华纵横验字[2017]第010号”《验资报告》，对上述出资事项进行了审验。

综上所述，为增强发行人资产完整性，经控股股东、实际控制人杨伟明、韩挺协商一致，将诚昊电器和科隆塑胶名下土地使用权及实物资产以出资的形式注入发行人，具有合理性。诚昊电器和科隆塑胶以土地使用权及实物向普莱得有限出资已履行了必要的合法合规程序。

2、出资定价依据以及公允性

金华金辰资产评估有限公司对诚昊电器和科隆塑胶出资资产进行了评估，2017年12月1日分别出具编号为“金辰评报(2017)第116号”和“金辰评报(2017)第117号”的《评估报告》。本次出资定价参考《评估报告》评估值，经控股股东、实际控制人杨伟明、韩挺协商一致，具有公允性。

(二) 诚昊电器和科隆塑胶入股价格不一致的原因及合理性

为保持控股股东、实际控制人杨伟明、韩挺各自持股比例不变，诚昊电器和科隆塑胶本次入股系按照控股股东、实际控制人在增资前各自持股比例（杨伟明持股55%、韩挺持股45%）向普莱得分别出资211.75万元和173.25万元，合计增加注册资本385万元。本次增资相关资产价值系参考《评估报告》评估值确定，

对于评估值超过注册资本的部分，计入资本公积。因此，以相关资产评估值计算得到的入股价格存在微小差异，具体如下：

单位：万元

增资方	出资额(A)	出资资产评估值(B)	入股价格(P=B/A)
诚昊电器	211.75	3,227.96	15.24 元/注册资本
科隆塑胶	173.25	2,698.13	15.57 元/注册资本

上述以评估值计算得到的入股价格差异为 0.33 元/注册资本，差异额较小。控股股东、实际控制人杨伟明、韩挺对上述仅系评估产生的入股价格差异进行了确认，不存在纠纷和争议。

二、结合金华卓屹和金华亿和合伙人在发行人的具体职务、股权激励实施时间等说明两个持股平台入股发行人价格不一致的原因及合理性

2019 年 3 月，两个持股平台入股发行人价格不一致系平台合伙人入伙价格及对应的合伙份额不同所致，具体分析如下：

在持股平台层面，金华卓屹和金华亿和合伙份额均为 1,768.50 万元。发行人于 2019 年 3 月和 12 月分别授予两批员工成为持股平台合伙人，并完成合伙份额缴纳。综合考虑员工具体职务及入伙时发行人估值水平等因素，两批员工入伙采取了不同的价格且不同员工授予了不同的合伙份额。具体情况如下：

单位：万元

持股平台	实施时间	合伙份额	价格	出资额
金华卓屹	2019 年 3 月	1,332.94	1.00 元/合伙份额	1,332.94
	2019 年 12 月	435.55	1.89 元/合伙份额	825.19
合计		1,768.50	-	2,158.13
金华亿和	2019 年 3 月	1,231.94	1.00 元/合伙份额	1,231.94
	2019 年 12 月	536.55	1.89 元/合伙份额	1,016.53
合计		1,768.50	-	2,248.47

其中，2019 年 3 月入伙员工主要系公司团队核心成员，入伙价格为 1.00 元/合伙份额；2019 年 12 月入伙员工主要系公司团队各个部门业务骨干成员，入伙价格按照 1.89 元/合伙份额。因此，按照既定的入伙价格和相应地合伙份额，最

终金华卓屹和金华亿和 1,768.50 万元的合伙份额分别收到合伙人实际出资 2,158.13 万元和 2,248.48 万元。

在发行人层面，2019 年 3 月，员工持股平台金华卓屹和金华亿和各自分别认缴普莱得有限注册资本 166.58 万元。在持股平台合伙份额完成实缴后，2019 年 12 月，普莱得有限股东会决议，员工持股平台金华卓屹和金华亿和以合伙人实际出资额 2,158.13 万元和 2,248.48 万元按照原认缴注册资本全部投入到普莱得有限，其中 166.58 万元计入实收资本，剩余计入资本公积。相应地，由此计算得到的 2019 年 3 月员工持股平台入股价格分别为 12.96 元/注册资本和 13.50 元/注册资本。

综上，两个员工持股平台 2019 年 3 月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，相应地确认了股份支付费用。

金华卓屹和金华亿和合伙人在发行人的具体职务、股权激励实施时间等具体情况如下：

（一）金华卓屹

单位：万元

实施时间	合伙人	职务	合伙份额	实际出资额
2019 年 3 月	杨伟明	董事长兼总经理	901.94	901.94
	张承伟	副总经理	115.00	115.00
	韩挺	董事	85.00	85.00
	金央	销售总监	85.00	85.00
	郭康丽	副总经理、董事会秘书	65.00	65.00
	郑小娟	财务负责人	45.00	45.00
	汤勇生	制造总监	36.00	36.00
2019 年 12 月	杨诚昊	董事、项目中心项目经理	287.97	545.58
	朱超颖	销售副总监	16.99	32.19
	谷洪科	IT 总监	15.93	30.18
	郑栋梁	工艺工程师	15.93	30.18
	邱天元	采购经理	14.87	28.17
	钟跃斌	生产副经理	12.74	24.14
	汤勇生	制造总监	9.00	17.05

	蒋玲玲	采购副经理	8.50	16.10
	孙小龙	生产副经理	7.43	14.08
	黄国锋	品检经理	6.90	13.08
	邢艳红	品质经理	6.90	13.08
	陆娅婷	销售经理	6.37	12.07
	蒋婷婷	销售经理	6.37	12.07
	叶建卫	销售经理	5.31	10.06
	徐剑彬	财务经理	5.31	10.06
	傅建忠	品质工程师	5.31	10.06
	沈俊华	物控经理	3.72	7.04
合计			1,768.50	2,158.13

(二) 金华亿和

单位：万元

实施时间	合伙人	职务	合伙份额	实际出资额
2019年3月	杨伟明	董事长兼总经理	901.94	901.94
	丁小贞	董事、副总经理、其他核心人员	130.00	130.00
	夏慧韬	技术副总监、其他核心人员	85.00	85.00
	李绍华	研发项目经理、其他核心人员	70.00	70.00
	邵伟红	品质总监	45.00	45.00
2019年12月	杨诚昊	董事、项目中心项目经理	400.63	759.01
	孙爱学	研发项目经理	38.23	72.43
	曹尚飞	研发工程师	15.93	30.18
	陈鹏	研发工程师	12.74	24.14
	潘文涛	研发项目经理	11.68	22.13
	张英俊	研发工程师	11.68	22.13
	杨磊	研发项目经理	11.68	22.13
	孙雪磊	研发工程师	10.62	20.12
	王慧腾	研发工程师	10.62	20.12
	章健	研发工程师	7.43	14.08
	陈正红	研发工程师	5.31	10.06
合计			1,768.50	2,248.48

三、说明 2020 年 11 月与 2020 年 10 月相比，发行人估值增加 1.68 亿的原因及合理性

随着公司业务快速发展，为进一步充实资本实力，满足发展资金需求，发行人引入了外部投资者并于 2020 年 10 月和 2020 年 11 月完成了两轮融资。两轮融资价格均系双方参考发行人过往业绩情况及未来发展预期，通过商业谈判的结果，交易价格具有公允性。2020 年 11 月与 2020 年 10 月相比，发行人估值增加 1.68 亿，主要系发行人业务发展迅速，两轮投资达成入股意向时点不同，随着公司未来发展前景预期确定性更高，因此估值水平有所提高具有合理性，具体分析如下：

（一）发行人业务规模及盈利水平快速提高，为估值水平的提高奠定了基础

凭借公司建立的产品技术和客户资源竞争优势，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，公司订单量不断增长，业务规模及盈利水平快速提高。2018-2020 年，公司营业收入分别为 26,224.31 万元、29,488.27 万元和 39,180.90 万元，营业收入年复合增长率 22.23%。随着业务规模扩大，公司业绩水平不断提高，2018-2020 年净利润分别为 3,194.58 万元、3,683.88 万元和 6,876.12 万元。

发行人业务发展迅速，营业收入和业绩水平快速提高，主要产品期末在手订单量由 2019 年末 6,731.85 万元增长至 2020 年末的 23,066.38 万元，未来发展前景预期确定性不断提高。因此，随着发行人业务规模及盈利水平快速提高，为估值水平的提高奠定了基础。考虑到公司过往业绩及未来可期的发展前景，投资者投资入股意向强烈，使得公司估值溢价水平有所提高。

（二）共青城盛富丽、猎鹰启程等第一轮投资人投资意向达成较早

共青城盛富丽、猎鹰启程等作为第一轮投资人，看好电动工具行业未来发展前景，2020 年上半年开始就与发行人进行了接洽，逐步展开项目尽职调查等程序对发行人进行多方面的考察。经过多次商业谈判，发行人与共青城盛富丽、猎鹰启程等投资人确定了合理的投资价格，履行完毕投资程序并于 2020 年 10 月完成了资金投入和工商登记信息变更等手续。

金华金投和金东国资作为第二轮投资人，在首轮投资基本落地之后才开始与发行人接洽。随着公司战略规划和业务布局顺利落地实施，公司业务发展、业绩水平和在手订单量增长迅速，同时首轮外部投资者的投资落地也增强了第二轮投资者的投资信心。首轮投资人接洽之前，2019年发行人实现净利润3,683.88万元，截至2019年末主要产品在手订单为6,731.85万元；而2020年发行人业务规模持续快速增长，实现净利润6,876.12万元较2019年增长86.65%，截至2020年末主要产品在手订单量已达到23,066.38万元较2019年末大幅提高。因此，金华金投和金东国资作为第二轮投资人，在2020年下半年与发行人商谈投资入股价格时，对公司未来业绩水平及订单规模的增长已有很强的可预见性，未来发展前景确定性更高，公司估值水平有所提高具有合理性。双方履行了投资程序后并于2020年11月完成了资金投入和工商登记信息变更。

综上所述，两轮融资价格均系双方参考发行人过往业绩情况及未来发展预期，通过商业谈判的结果，交易价格具有公允性。发行人估值增加主要系发行人业务发展迅速，两轮投资达成入股意向时点不同，随着公司未来发展前景预期确定性更高，因此估值水平有所提高具有合理性。

四、核查意见

（一）核查过程

1、访谈实际控制人杨伟明、韩挺，了解诚昊电器和科隆塑胶以土地使用权及实物向普莱得有限出资的背景、原因、过程、定价依据等，并确认双方对增资入股价格差异不存在争议或纠纷；

2、获取诚昊电器、科隆塑胶增资发行人的股东会决议、《资产收购协议》、《评估报告》及相关税收缴纳、产权变更及工商变更资料等，确认入股过程真实性及合法合规性，进一步核实确认价格差异形成过程原因的真实性和合理性；

3、访谈实际控制人杨伟明、韩挺及金华卓屹和金华亿和合伙人，了解员工激励计划的实施政策和过程，员工对入股价格是否存在争议等；

4、获取员工持股平台入伙协议、入伙资金缴纳凭证及制定的员工持股政策文件等，并取得员工持股平台增资入股普莱得有限股东会决议、缴款凭证等，核实员工持股平台入股价格差异合理性；

5、对发行人新增股东进行访谈，了解入股原因、定价依据等，取得并核查发行人新增股东增资协议、股权变动的出资凭证等，了解是否存在股份代持、交易对价确认方式、出资资金来源等情况；

6、取得并核查发行人工商登记资料、股东名册、机构股东的工商登记资料、股东出具的调查表及关于新股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员是否存在关联关系，与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员是否存在关联关系，是否存在股份代持等情形的书面确认。

（二）核查结论

经核查，保荐人、发行人律师认为：

（1）为增强发行人资产完整性，控股股东、实际控制人杨伟明、韩挺参考资产评估值将诚昊电器和科隆塑胶名下土地使用权及实物资产以出资的形式注入发行人，具有合理性且定价公允；以评估值作价计算的入股价格存在微小差异，经双方确认不存在争议和纠纷。

（2）在综合考虑员工具体职务及入伙时发行人估值水平等因素，两批员工入伙采取了不同的入伙价格且不同员工给予不同的入伙份额，最终金华卓屹和金华亿和 1,768.50 万元的合伙份额分别收到合伙人实际出资 2,158.13 万元和 2,248.48 万元。相应地，由此计算得到的 2019 年 3 月员工持股平台入股价格分别为 12.96 元/注册资本和 13.50 元/注册资本，价格存在差异具有合理性。

（3）两轮融资价格均系双方参考发行人过往业绩情况及未来发展预期，通过商业谈判的结果，交易价格具有公允性。两轮融资发行人估值增加 1.68 亿主要系发行人业务发展迅速，两轮投资达成入股意向时点不同，随着公司未来发展前景预期确定性更高，估值水平有所提高具有合理性。

4.关于社保和公积金

申报材料显示：

(1) 报告期各期, 发行人未缴纳社会保险的人数占比分别为 41.48%、34.45%、11.99%, 未缴纳公积金的人数占比分别为 91.48%、93.75%、56.13%;

(2) 报告期内公司未缴纳社会保险和住房公积金的主要原因系员工自愿放弃缴纳, 公司为部分未缴纳社会保险和住房公积金的员工提供了替代保障措施。

请发行人说明:

(1) 员工自愿放弃缴纳社会保险和住房公积金比例较高的原因、合理性, 与同行业可比公司、同地区上市公司情况是否一致;

(2) 替代保障措施的具体情况, 是否充分、有效。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、员工自愿放弃缴纳社会保险和住房公积金比例较高的原因、合理性, 与同行业可比公司、同地区上市公司情况是否一致

(一) 员工自愿放弃缴纳社会保险和住房公积金比例较高的原因、合理性

1、员工自愿放弃缴纳社会保险比例较高的原因及合理性

报告期各期末, 公司为员工缴纳社会保险的情况如下:

单位: 人

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
员工人数	759	688	446
社保缴纳人数	668	451	261
未缴纳社保人数	91	237	185
其中: 自愿放弃缴纳	54	197	166
自愿放弃缴纳占未缴纳比例	59.34%	83.12%	89.73%

报告期各期末, 公司未缴纳社保人数分别为 185 人、237 人、91 人, 其中员工自愿放弃缴纳人数分别为 166 人、197 人、54 人, 占未缴纳社保的比例为 89.73%、83.12%、59.34%。上述自愿放弃缴纳社会保险的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。该部分员工已签署自愿放弃社会保险缴纳的声明。

因此，公司部分员工自愿放弃缴纳社会保险具有合理性。

2、员工自愿放弃缴纳住房公积金比例较高的原因及合理性

报告期各期末，公司为员工缴纳住房公积金的情况如下：

单位：人

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
员工人数	759	688	446
公积金缴纳人数	333	43	38
未缴纳公积金人数	426	645	408
其中：自愿放弃缴纳	345	585	382
自愿放弃缴纳占未缴纳比例	80.99%	90.70%	93.63%

报告期各期末，公司未缴纳住房公积金人数分别为 408 人、645 人、426 人，其中员工自愿放弃缴纳人数分别为 382 人、585 人、345 人，占未缴纳住房公积金的比例为 93.63%、90.70%、80.99%。上述自愿放弃缴纳住房公积金的员工主要系农村籍和外省籍员工，其自愿放弃公司为其缴纳住房公积金的原因主要有：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。该部分员工已签署自愿放弃住房公积金缴纳的声明。

因此，公司部分员工自愿放弃缴纳住房公积金具有合理性。

（二）与同行业可比公司、同地区上市公司情况是否一致

1、公司社保缴纳比例处于合理水平，住房公积金缴纳比例偏低

由于同行业可比公司、同地区上市公司的上市时间及社会保险、住房公积金缴纳情况所披露的报告期间不同，本题选取上述公司上市前披露的最后一期期末（以下简称：报告期末）与公司报告期末之缴纳比例数据进行对比。

公司主要生产经营地位于浙江省金华市。在选取同地区上市公司时，出于数据时效性考虑，本题通过同花顺 IFIND 查询所在地位于浙江省金华市的上市公司，并选取其中截至 2022 年 5 月 31 日最近上市的四家企业作为同地区上市公司，分别为真爱美家（003041.SZ）、宏昌科技（301008.SZ）、嘉益股份（301004.SZ）、雅艺科技（301113.SZ）。

公司与同行业可比公司、同地区上市公司社会保险及住房公积金缴纳情况的对比如下：

同行业可比公司	锐奇股份	巨星科技	康平科技	-	平均值	公司
社保缴纳比例	-	-	84.58%	-	84.58%	88.01%
公积金缴纳比例	43.12%	-	63.03%	-	53.08%	43.87%
同地区上市公司	真爱美家	宏昌科技	嘉益股份	雅艺科技	平均值	公司
社保缴纳比例	95.45%	80.23%	92.97%	88.89%	89.39%	88.01%
公积金缴纳比例	9.11%	76.67%	93.18%	88.73%	66.92%	43.87%

注 1：锐奇股份社保缴纳人数及员工人数的统计口径存在差异，无法计算社保缴纳比例；

注 2：锐奇股份住房公积金缴纳比例根据应缴及实缴人数计算。根据锐奇股份披露时点相关公积金政策，其除上海市城镇户口职工外，还需为外省市城镇户口职工缴纳住房公积金，截至报告期末，其住房公积金应缴人数为 109 人，实缴人数 47 人；

注 3：巨星科技未披露具体社保及住房公积金缴纳人数。

由上表可知，报告期末，同行业可比公司、同地区上市公司的社会保险缴纳比例均在 80%至 95%之间，公司的社保缴纳比例为 88.01%，处于合理水平；同行业可比公司、同地区上市公司平均住房公积金缴纳比例分别为 53.08%、66.92%，公司公积金缴纳比例为 43.87%，处于中等偏低水平。

2、公司采取多重措施积极推动社保公积金缴纳工作，缴纳比例持续提升

公司致力于员工保障制度的完善，不断加大对社会保险、住房公积金相关政策的宣传及培训力度，使员工深入了解国家现行社会保障和住房公积金制度，并积极为有缴纳意愿的员工办理缴纳手续。报告期内，公司社会保险及住房公积金的缴纳比例持续提升，其中，社会保险缴纳比例自 58.52%提升 88.01%，住房公积金缴纳比例自 8.52%提升至 43.87%。同时，报告期内，公司自愿放弃缴纳人数占未缴纳人数的比重逐年下降。

对于目前部分员工仍自愿放弃缴纳社保、住房公积金的情形，公司基于尊重其个人意愿考虑，未替该部分员工办理社保、住房公积金的缴纳手续，但公司积极开展缴纳必要性的普及宣传、采取缴纳激励等措施，努力提升员工的缴纳意愿，劝导自愿放弃缴纳人员办理社保及公积金缴纳手续。截至 2022 年 5 月 31 日，公司社会保险及住房公积金的缴纳比例分别为 88.44%和 51.69%。

二、替代保障措施的具体情况，是否充分、有效

1、公司对于未缴纳社会保险情形采取的具体替代保障措施

公司已采取多种方式向员工宣传社会保险缴纳政策以鼓励员工积极参保。对于未缴纳社保的员工，公司根据未缴纳的具体原因采取了对应的替代保障措施：

（1）针对已达退休年龄无需缴纳社会保险的员工，公司为其购买了超龄意外保险；（2）针对当月未及时办理社会保险缴纳手续的新入职员工，公司在次月根据其个人意愿及时配合办理社会保险增员手续；（3）对于自愿放弃缴纳社保的员工，公司为其单独购买了工伤保险或平安意外险。

报告期各期末，公司为未缴纳社保的员工分别采取前述替代保障措施的具体情况如下：

单位：人

替代保障措施	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
单独购买商业保险	24	24	27
单独购买工伤保险	62	211	158
合计	86	235	185
占当期末未缴纳员工人数比例	94.51%	99.16%	100.00%

报告期各期末，公司采取替代保障措施涉及的员工人数分别达 185 人、235 人和 86 人，占当期末未缴纳社保的员工比例为 100.00%、99.16%和 94.51%。

2、公司对于未缴纳住房公积金情形采取的具体替代保障措施

针对未缴纳住房公积金的情况，公司根据未缴纳的具体原因采取了对应的替代保障措施：（1）对有缴纳意愿的员工或当月未及时办理住房公积金设立或转移手续的新入职员工，公司为其集中办理住房公积金账户的设立或转移手续；（2）为符合条件的员工免费提供集体宿舍；（3）对符合条件及放弃申请公司集体宿

舍的员工，给予其租房补贴。

报告期各期末，公司为未缴纳住房公积金的员工分别采取前述替代保障措施的具体情况如下：

单位：人

保障措施	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
提供集体宿舍	148	223	140
给予租房补贴	72	77	68
为有缴纳意愿的员工办理设立或转移手续	0	143	4
合计	220	443	212
占当期末未缴纳员工人数比例	51.64%	68.68%	51.96%

报告期各期末，公司采取替代保障措施涉及的员工人数分别达 212 人、443 人和 220 人，占当期末未缴纳住房公积金的员工比例为 51.96%、68.68%和 51.64%。其中，未提供替代保障措施的员工主要系：（1）普莱得（泰国）当地的外籍员工，因泰国无住房公积金制度故无法为其缴纳；（2）国内公司及子公司中在生产经营当地已有住房的本地籍员工，其无集体宿舍或租房需求。报告期末，前述两类员工总计 136 人，前述两类员工及公司采取替代保障措施涉及的员工总计占当期末未缴纳住房公积金的员工比例为 83.57%，

3、上述替代保障措施充分、有效

鉴于公司已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，并且：（1）报告期内，公司未因社会保险、住房公积金缴纳事宜与员工发生纠纷；（2）公司所在地的社会保险、住房公积金管理部门已出具合规证明，确认公司报告期内社会保险及住房公积金缴纳等情况未出现争议纠纷，未发现有违反劳动保障法律、法规和规章的行为，也未有因违法受到行政处罚或行政处理的情况；（3）公司实际控制人已对相关事项做出承诺。因此，该事项不会影响公司的持续经营。未来，公司将持续致力于积极推进并进一步提升员工社会保险及住房公积金缴纳比例的相关事宜。

综上所述，公司已采取多种方式保障员工权益，相关替代保障措施充分、有效。

三、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、查阅了发行人报告期末的员工花名册、社保及公积金参保证明，测算发行人各期末的社会保险、住房公积金缴纳比例；

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、未缴纳原因及采取的替代保障措施；

3、获取发行人员工自愿放弃社会保险及住房公积金缴纳的声明；

4、查阅并取得同行业可比公司、同地区上市公司社会保险及住房公积金的缴纳比例，并与发行人的缴纳情况进行比较分析；

5、获取发行人相关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；

6、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。

（二）核查结论

经核查，保荐人及发行人律师认为：

（1）发行人员工自愿放弃缴纳社会保险和住房公积金比例较高的原因具有合理性。发行人与同行业可比公司、同地区上市公司相比，社会保险的缴纳比例处于合理水平，住房公积金缴纳比例处于中等偏低水平。发行人积极推动员工保障制度的完善，提升社会保险、住房公积金缴纳比例并已取得显著成效，截至 2022 年 5 月 31 日，发行人社会保险及住房公积金缴纳比例已分别达到 88.44%和 51.69%。

(2) 发行人已对于未缴纳社会保险及住房公积金的情形采取了具体替代保障措施，相应措施充分、有效。

5.关于劳务外包

申报材料显示，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。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%。

请发行人说明：

(1) 劳务外包公司与发行人及其关联方是否存在关联关系，有无业务、资金往来，劳务外包的定价依据及公允性；

(2) 上述劳务关系实质上是否属于劳务派遣，是否存在以劳务外包规避劳务派遣的情形；

(3) 发行人与劳务公司是否均签署劳务外包合同，相关合同的主要内容，对工作量的核定标准和过程，劳务外包金额与发行人的业务规模是否匹配，是否存在跨期核算的情形。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、劳务外包公司与发行人及其关联方是否存在关联关系，有无业务、资金往来，劳务外包的定价依据及公允性

(一) 劳务外包公司与发行人及其关联方是否存在关联关系，有无业务、资金往来

报告期内，公司分别与宁波天坤人力资源服务有限公司（以下简称“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。

经获取并查阅前述劳务外包公司出具的《情况说明》、工商资料及公司董监高调查表，核查公司及其子公司、控股股东、实际控制人及董监高银行流水，检索国家企业信用信息公示系统、企查查等公开资料，查询劳务外包公司的注册地、注册时间、注册资本、经营范围和股权结构等信息，劳务外包公司为公司提供劳务外包服务，除此之外，与公司及其关联方不存在关联关系，亦不存在其他业务、资金往来。

（二）劳务外包的定价依据及公允性

由于公司生产规模持续扩大，公司将部分辅助性生产工序外包给前述劳务公司完成，如穿线护套、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。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。

公司与劳务外包公司的劳务费用根据相应生产工序的工作量进行结算，双方每月以劳务外包费用确认单的形式进行费用确认。由于公司各类外包工序的要求不同，无法直接衡量和比较单价，因此，公司根据生产中积累的数据合理估算相应工序完成量所需工时，并据此计算单位用工成本，具体情况如下：

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	-

由上表可知，2020 年和 2021 年，劳务外包人员的估算用工成本分别为 19.50 元/小时和 20.07 元/小时。根据金华市人民政府 2017 年 11 月 29 日发布的《关于

调整市区最低工资标准的通知》以及 2021 年 10 月 20 日发布的《关于调整全市最低工资标准的通知》（金政发〔2021〕26 号），2017 年 12 月至 2021 年 7 月金华市市区非全日制工作的最低小时工资标准为 16.5 元/小时，2021 年 8 月至今金华市市区非全日制工作的最低小时工资标准为 20 元/小时。由于公司劳务外包环节主要为辅助性生产工序，工作要求和流程简单，普通生产人员即可胜任。因此，公司劳务外包人员的用工成本与当地市场用工成本基本接近，符合业务特征。

同时，结合劳务外包公司出具的《情况说明》，其与公司的劳务费用定价参考市场公允价格确定，因此，公司劳务外包遵循市场规则，根据生产工序的工作量进行定价，且定价公允。

二、上述劳务关系实质上是否属于劳务派遣，是否存在以劳务外包规避劳务派遣的情形

根据《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国劳动合同法实施条例》《劳务派遣暂行规定》等法律法规的规定，劳务派遣是指劳务派遣单位和用工单位根据上述法律法规签订劳务派遣协议，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，接受用工单位的指挥、监督管理的一种用工方式。劳务外包是指企业将部分业务或职能工作发包给相关外包服务机构，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，企业以业务完成量或岗位人员开展情况与外包服务机构进行结算的服务模式。

劳务外包与劳务派遣在合同形式及主要合同条款、劳务人员管理、员工薪酬结算和支付、劳务费结算和支付方式等方面存在差异。同时，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》，结合劳务外包与劳务派遣的差异，对公司与上述劳务关系的具体分析如下：

内容	劳务派遣	劳务外包	公司实际情况
合同形式及主要合同条款	劳务派遣公司与用工单位签订劳务派遣协议，约定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、劳动报酬和社会保险费用的数额与支付方式等事项。	劳务外包公司与发包方签订外包协议，一般约定外包服务内容、服务定价、费用结算等事项。	公司与劳务外包公司均签订了《劳务外包协议》，约定公司作为发包单位，根据自身经营管理需要，将部分生产序段交由劳务外包公司承包。劳务外包公司自行选派

内容	劳务派遣	劳务外包	公司实际情况
			工作人员，在参照公司的管理体系前提下，完成其承揽的项目。
劳务人员管理	用工单位负责劳务派遣员工的日常管理，劳务派遣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，接受用工单位的管理和监督。	劳务外包公司直接管理外包员工，发包方不直接管理外包员工。	劳务外包公司与员工直接建立劳动合同或事实劳动关系，并对其进行管理，履行用人单位义务、承担用人单位责任。
员工薪酬结算和支付	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，并向外包员工支付报酬。	劳务外包公司负责为员工依法办理劳动用工手续，在员工的聘用、辞退、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。
劳务费结算和支付方式	用工单位向劳务派遣公司按所派员工数量支付派遣费用。	发包方与劳务外包公司以工作内容和结果为基础进行结算，发包方向劳务外包公司支付外包费用。	公司有权根据约定的服务标准，对劳务外包公司的成果进行评估和验收，根据服务项目工作量结算并向乙方支付外包费用。

经核查，公司向宁波天坤、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采购简单生产工序外包服务，并与前述劳务外包公司签订了劳务外包协议。劳务外包协议明确公司将部分生产序段交由劳务外包公司承包，双方根据服务项目工作量进行结算；劳务外包公司与外包员工直接建立劳动合同或事实劳动关系，对其日常工作、人事奖惩等进行管理，履行用人单位义务、承担用人单位责任；公司不直接与外包员工签订劳动合同、支付员工工资或缴纳社保，不直接管理外包员工。因此，公司与劳务外包公司之间的劳务关系为劳务外包关系而非劳务派遣关系，不存在以劳务外包规避劳务派遣的情形。

三、发行人与劳务公司是否均签署劳务外包合同，相关合同的主要内容，对工作量的核定标准和过程，劳务外包金额与发行人的业务规模是否匹配，是否存在跨期核算的情形

（一）发行人与劳务公司是否均签署劳务外包合同，相关合同的主要内容

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。

（二）对工作量的核定标准和过程

公司与劳务外包公司均签署了劳务外包协议，在实际工作的执行过程当中，按照双方的合同约定，公司与劳务外包公司依据约定的服务标准对成果进行评估和验收，根据服务项目完成量进行结算，双方每月以劳务外包费用确认单的形式进行费用确认，最终由公司向劳务外包公司支付相应劳务费用。

（三）劳务外包金额与发行人的业务规模是否匹配

报告期内，公司劳务外包金额占当期营业收入的比例、各期末主要产品在手订单金额情况如下：

单位：万元

项目	2021 年/2021.12.31	2020 年/2020.12.31	2019 年/2019.12.31
劳务外包金额合计	697.12	311.96	-
当期营业收入	67,278.52	39,180.90	29,488.27
占营业收入比重	1.04%	0.80%	-

主要产品在手订单金额	28,289.12	23,066.38	6,731.85
------------	-----------	-----------	----------

注：主要产品在手订单金额为期末时点数。

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，在手订单金额自 2019 年末的 6,731.85 万元增长至 2020 年末的 23,066.38 万元，客户订单需求大幅增长，同期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，随营业收入的增长呈现相应增长趋势。

报告期内，公司劳务外包金额占当期营业成本的比例情况如下：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
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%	-

公司 2020 年度及 2021 年度采购劳务外包金额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，导致报告期内采购金额占营业成本的比重小幅变动，变动原因合理。

综上，报告期内，公司劳务外包金额随营业收入的增长呈现相应增长趋势，同时其占营业成本的比重变动不大。报告期内，公司劳务外包金额与公司的业务规模基本匹配。

（四）是否存在跨期核算的情形

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。

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、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，核查劳务外包公司与公司是否存在关联关系、有无其他业务及资金往来；

2、核查了报告期内劳务外包的定价依据，通过估算相应工序完成量所需工时计算单位用工成本，并与金华市用工成本进行比较，了解定价公允性；

3、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，判断公司与劳务外包公司之间的劳务关系是否为劳务外包关系；

4、了解选择劳务外包公司的过程、对工作量的核定标准和过程、结算流程，判断结算是否存在跨期的情形；

5、计算劳务外包金额与公司营业收入、营业成本的占比情况，判断劳务外包金额与公司的业务规模是否匹配。

（二）核查结论

经核查，保荐人及发行人律师认为：

1、劳务外包公司与发行人及其关联方不存在关联关系，除向公司提供劳务外包服务外，不存在其他业务、资金往来；发行人与劳务外包公司的费用结算根据相应生产工序的工作量进行结算，定价公允；

2、发行人与劳务外包公司的劳务关系为劳务外包关系，不属于劳务派遣，不存在以劳务外包规避劳务派遣的情形；

3、发行人与劳务外包公司均签署劳务外包协议，协议明确了定价结算方式、双方权利义务等；在实际工作的执行过程中，双方根据相应生产工序的完成量进行结算，劳务费用不存在跨期核算的情形；报告期内，劳务外包金额随营业收入

和在手订单的增长而相应增长，且占营业成本的比重变动不大，与公司的业务规模基本匹配。

6.关于募投项目消化措施

申报材料显示，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。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%，合计产量为 486.09 万台。

请发行人说明募投项目是否与现有主营业务、生产经营规模、财务状况、技术条件、管理能力、发展目标等相匹配，对发行人未来期间财务状况的影响，并结合发行人在手订单数量、产能消化能力、资金需求等情况量化分析募投项目的必要性、合理性和可行性。

请保荐人发表明确意见。

【回复】

一、说明募投项目是否与现有主营业务、生产经营规模、财务状况、技术条件、管理能力、发展目标等相匹配，对发行人未来期间财务状况的影响，并结合发行人在手订单数量、产能消化能力、资金需求等情况量化分析募投项目的必要性、合理性和可行性

（一）募投项目是否与现有主营业务、生产经营规模、财务状况、技术条件、管理能力、发展目标等相匹配

1、募投项目是公司现有主营业务的延伸和扩展

发行人主要从事电动工具产品的研发、设计、生产和销售，公司产品覆盖电热类、喷涂类、钉枪类、吹吸类、冲磨类、蒸汽类等六大产品系列、300 余种规格型号，根据所使用的动力系统分为交流类（AC）和锂电类（DC）两大类。随着行业发展趋势和锂电池技术的不断发展，锂电类（DC）电动工具以其具有轻巧舒适、安全性高的优势成为未来发展的趋势。

本次募集资金的运用围绕公司主营业务展开，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。募投项目是公司现有主营业务的延伸和扩展，对扩展产品类型和提升产量具有显著的价值。一方面，募投项目能够支持公司产品类型向锂电类(DC)、专业应用要求更高、产品功能更丰富的方向发展；另一方面，募投项目拟通过投入数字化生产线、配套的智能仓储等，实现扩大公司产品产能，满足下游应用领域需求增长的需要。

综上，募投项目可以推动发行人主营业务发展，全面提升发行人的主营业务市场竞争力。

2、募投项目可有效突破目前生产经营规模瓶颈

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，年复合增长率为 51.05%，保持快速增长趋势。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，综合毛利率保持在 30%以上的较高水平。目前，公司各类产品线呈现稳步增长趋势，产能利用率及产销率维持在较高水平，公司现有生产各环节的生产能力得到了充分利用，但仍较难满足客户需求进一步增长的需要。

为提高公司生产能力，实现订单快速响应和交付，满足下游应用领域旺盛增长的需求，公司拟通过募投项目新建注塑生产中心、金加工中心、电机及控制系统生产中心、电池包生产中心、电动工具装配中心，以及配套的智能仓储及智能成品分流库等，并持续进行工艺优化并严格进行质量管控，确保产能和供货稳定性，并在大规模生产时仍能保持产品质量的可靠性和一致性。

此外，通过多年积累，公司与 Stanley Black&Decker（史丹利·百得）、BOSCH（博世）、Makita（牧田）、Metabo（麦太保）、Einhell（安海）等一系列国际知名电动工具品牌商建立了具有较强的稳定性和可持续性的合作关系，为募投项目相关产品的生产规模扩张奠定了市场和客户基础。

因此，稳定的高质量生产水平和可持续的客户需求，为募投项目突破目前生产经营规模瓶颈提供了产销两方面保障。

3、募投项目将进一步优化财务状况

截至 2021 年 12 月 31 日，公司资产总额为 78,101.07 万元，净资产为 47,081.79

万元，合并资产负债率为 39.72%，财务状况良好。同时，本次募集资金到位后公司资本实力将大幅增强，资产结构将进一步优化，盈利能力及抵御风险能力也将随之提升。因此本次募集资金投资项目和金额与公司的财务状况相匹配。

4、募投项目具备成熟丰富的技术储备和专业稳定的团队支持

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%。

因此，丰富的技术成果与专业的研发团队能够支持募投项目的实施。

5、募投项目拥有专业稳定的管理团队和健全有效的管理系统

公司通过自主培养和外部引进的方式，形成了稳定的管理层团队，主要经营环节的管理人员拥有多年行业相关经验，对行业的发展趋势具有良好的专业判断能力；另一方面，公司在经营过程中建立了完善的内控制度，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，使公司对各业务系统的信息整合及应用能力进一步增强。

因此，公司拥有的专业稳定的管理团队和健全有效的管理系统能为募投项目实施提供有力保障。

6、募投项目符合公司战略规划和发展目标

公司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。未来，公司将一如既往地坚持“恒久动力、益美生活”的企业使命，秉承“诚信、协作、创新、精益、卓越”的核心价值观，力争成为电动工具行业

最具竞争力的 ODM 和 OBM 供应商之一。

本次募集资金到位后将进一步增强公司的资本实力,可以有效支持募集资金投资项目的建设和实施,提升公司的研发实力和管理水平,从而提升公司竞争力。本次募投项目系根据公司战略规划与目标制定,与发行人发展目标相匹配。

（二）募投项目对发行人未来期间财务状况的影响

本次发行的募集资金投资于公司的主营业务,用于建设兼具交流类(AC)和锂电类(DC)生产能力的电动工具智能化工厂。募投项目将通过新建注塑生产中心、金加工中心、电机及控制系统生产中心、电池包生产中心、电动工具装配中心,以及配套的智能仓储及智能成品分流库等,大幅提高公司主要产品的产能、生产流程的自动化水平及仓储物流的智能化程度。项目达产后,可实现产能 800 万台/年。

本次募集资金项目达产后,预计每年新增折旧及摊销金额约 3,980.83 万元,对公司 2021 年度及募投项目达产后的经营业绩影响情况的测算如下:

单位:万元

项目	2021 年度	募投项目达产后
营业收入	67,278.52	128,000.00
新增折旧摊销占营业收入比例	5.92%	3.11%
毛利总额	21,885.02	43,314.58
新增折旧摊销占毛利总额比例	18.19%	9.19%

注:1、毛利总额已剔除与合同履行成本相关的运输费及亚马逊平台配送费的影响;2、募投项目达产后的毛利总额以报告期内平均毛利率(剔除合同履行成本的影响)33.84%测算。

前述每年新增折旧及摊销金额占公司 2021 年营业收入、毛利总额的比例分别约 5.92%和 18.19%。随着项目产能逐渐释放,募投项目将逐渐为公司带来经济效益。募投项目投产后预计每年产生营业收入 128,000 万元,为公司贡献毛利总额 43,314.58 万元,新增折旧摊销额占项目每年新增营业收入和毛利总额比重分别为 3.11%和 9.19%。本次募集资金投资项目预期效益良好,项目顺利实施后能够有效地消化新增折旧摊销的影响。

本次募投项目建设完工后，公司固定资产规模将大幅增长，公司的总资产规模将相应增加；首次公开发行后，公司净资产规模将相应增长，资产负债率将逐步降低、资本结构逐步优化。同时，公司目前在手订单充足，业务规模持续扩张。募集资金投资项目建成后，公司现有生产能力、研发能力将进一步提升，公司的市场开拓能力、核心竞争力将得到加强，有利于公司争取更多的市场份额，为进一步开拓市场奠定坚实基础，提高公司的营业收入和净利润水平。

（三）结合发行人在手订单数量、产能消化能力、资金需求等情况量化分析募投项目的必要性、合理性和可行性。

本次募投项目拟利用公司积累的核心技术，通过投入数字化生产线，建设兼具交流类（AC）和锂电类（DC）电动工具生产能力的智能化工厂，提升公司电动工具产品生产能力和品质水平，进一步提升生产效率，适应未来主营业务发展的需要。结合公司的在手订单数量、产能消化能力、资金需求等情况，前述募投项目的必要性、合理性和可行性具体分析如下：

1、充足的在手订单为募投项目实施奠定基础

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。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。

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。

2、产能利用率保持高位为产能消化提供保障

截至 2021 年末，发行人主要产品产能及产能利用率情况具体如下：

单位：万台、万元

产品类别	产能	产能利用率
电热类	296.92	98.11%
喷涂类	138.49	98.47%
钉枪类	60.06	97.28%

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、募投项目发展和公司融资结构优化存在较大的资金需求

募投项目总投资额为 6.3 亿元，拟以募集资金投入 56,144.72 万元，募投项目自启动至 2021 年末，累计投入 20,089.88 万元，后续仍需持续稳定的资金投入。流动资金方面，截至 2021 年末，公司货币资金余额为 10,073.60 万元；报告期各期，经营活动产生的现金流量净额分别为 4,252.79 万元、8,458.45 万元和 4,804.94 万元，经营活动现金流量情况较好。但从整体上看，发行人可支配货币资金少于本次募集资金项目需投入金额，发展募投项目需取得外部资金的支持。

公司充分考虑目前实际发展及未来资金需求状况，拟定了上市募集资金计划，同时，根据项目建设进度和资金需求，以自筹资金先行投入建设。自筹资金主要来源于公司经营形成的资金积累及银行长期借款。一方面，公司通过自身持续经营积累了一定的储备资金，能够保障公司日常经营活动需要，并为募投项目提供部分资金支持。另一方面，公司通过向银行融资，取得长期贷款专项用于募投项目建设，部分满足了项目前期建设的资金需求。公司前期投入资金将在募集资金到位后予以置换，能够扩充流动资金，降低借款规模，优化融资结构。

总体来看，发展募投项目尚存在较大资金需求，需要募集资金提供有效支持。

综上所述，公司在手订单充足，产能利用率维持高位，且募投项目尚存在较

大的资金需求。为顺利推进公司发展战略，实现扩产增效的既定目标，通过首次公开发行股票募集资金发展募投项目具有必要性、合理性和可行性。

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、查阅了发行人报告期内审计报告；
- 4、对发行人现有主营业务、生产经营规模、财务状况、技术条件、管理能力、发展目标与募投项目的关系对管理层进行了访谈；
- 5、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；
- 6、获取公司的产能情况，复核产能利用率计算结果。

（二）核查结论

经核查，保荐人认为：

- 1、募投项目与现有主营业务、生产经营规模、财务状况、技术条件、管理能力、发展目标等相匹配；
- 2、本次募集资金投资项目有效实施后，将提高公司的营业收入和净利润水平。
- 3、发行人在手订单充足，主要产品产能利用率接近 100%，资金需求符合目前实际发展及未来需求状况，本次募投项目具有切实必要性、合理性和可行性。

7.关于销售模式

申报材料显示：

（1）报告期内，发行人电热类、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明显高于 ODM 业务；

(2) 2021 年, 发行人向主要线上电商平台支付的平台服务费等费用的比例均在 40%以上;

(3) 亚马逊平台收入是根据亚马逊开具的月度结算单进行确认, 淘宝、天猫、京东等国内电商平台收入为将货物交付物流公司后 10 天确认收入。亚马逊平台收货后 30 天内可办理退换货服务, 淘宝、天猫、京东等国内电商平台收货后 7 天内可办理退换货服务。

请发行人:

(1) 结合 OBM 电商不同渠道销售的退换货条款, 进一步说明公司不同电商渠道收入确认时点是否存在差异, 退换货的具体会计处理, 是否符合《企业会计准则》的规定;

(2) 结合报告期内发行人 OBM 业务收入、成本以及向主要线上电商平台支付的平台服务费或渠道费金额、性质、计费基础、费率、折扣或返利情况, 说明公司 OBM 线上销售业务的盈利情况, 扣除支付的平台成本后 OBM 与 ODM 同类产品的定价差异情况, 并分析差异的合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、结合 OBM 电商不同渠道销售的退换货条款, 进一步说明公司不同电商渠道收入确认时点是否存在差异, 退换货的具体会计处理, 是否符合《企业会计准则》的规定

(一) 结合 OBM 电商不同渠道销售的退换货条款, 进一步说明公司不同电商渠道收入确认时点是否存在差异

1、OBM 电商不同渠道销售的退换货条款、收入确认时点

报告期内, 公司 OBM 电商不同渠道的退换货条款及收入确认时点情况具体如下:

电商平台	退换货条款	收入确认时点	备注
亚马逊	卖家在收到货件后 30	收入确认时点为商品已发	公司具体执行为亚马逊每

	天内提供商品退货服务	出，且相关商品控制权/风险报酬已转移时确认收入	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并与亚马逊平台导出的平台交易明细核对无误后确认收入。
天猫	收货后 7 天内可办理退换货服务		公司具体执行为公司已将货物交付至物流公司，考虑了预计运输期（3 天）及 7 天无理由退换货期后确认收入，即将货物交付物流公司后 10 天确认收入。
淘宝	收货后 7 天内可办理退换货服务		
京东	收货后 7 天内可办理退换货服务		
1688	平台有规定可设置收货后 7 天内可办理退换货服务，但公司在开设店铺时未开通该服务，故公司的 1688 平台无退换货政策		

公司 OBM 线上销售的收入确认政策以及相关会计处理符合企业会计准则的相关规定，不同电商渠道收入确认时点均为公司或亚马逊已将商品发出，相关商品控制权/风险报酬已转移时确认收入，收入确认原则不存在差异。

（二）退换货的具体会计处理，是否符合《企业会计准则》的规定

报告期内，公司 OBM 电商不同渠道的退换货的具体会计处理情况如下：

电商平台	退换货会计处理
亚马逊	对于当月退货的订单，直接冲减当期营业收入；亚马逊平台为卖家收到货物后 30 天内提供退换货服务，对于资产负债表日尚处于退货期的产品，根据该资产负债表日当月的销售额乘以过去 12 个月的月平均退货率计提预计负债，同时冲减销售收入。
天猫、淘宝、京东等国内电商平台	对于当月退货的订单，直接冲减当期营业收入；国内电商平台退换货周期较短、退换货金额较小且实际退换货率低，对公司营业收入影响较小。根据重要性原则，故公司对国内电商平台的退换货未计提预计负债。

综上所述，公司对 OBM 电商不同渠道退换货的会计处理符合《企业会计准则》的规定。

二、结合报告期内发行人 OBM 业务收入、成本以及向主要线上电商平台支付的平台服务费或渠道费金额、性质、计费基础、费率、折扣或返利情况，说

明公司 OBM 线上销售业务的盈利情况，扣除支付的平台成本后 OBM 与 ODM 同类产品的定价差异情况，并分析差异的合理性。

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 模式下的线上渠道为公司直接面向终端客户销售自有品牌产品，公司产品自工厂发货发生的运往终端客户的平台运费，以及公司在电商平台销售货物所发生的平台费用需由公司自行承担。对比之下，ODM 模式系公司直接将货物发往报关港口或 ODM 客户所在工厂，无平台费用发生，因此为比较 OBM 与 ODM 同类产品的定价差异情况，此处将平台费用予以扣减。

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，该两个电商平台费用的收费标准如下：

平台	项目	收费标准
亚马逊	平台销售费用	系亚马逊根据每件销售出去的商品收取的佣金。根据亚马逊平台列示的产品销售佣金率类别表，公司产品属于工具和家居装修大类，其中该类别一般适用于 15% 的佣金率，而对于基础设备电动工具适用 12% 的佣金率。公司目前多数产品属于基础设备电动工具适用 12% 的佣金率，少部分产品适用 15% 的佣金率。平台销售费用为支付亚马逊平台费用主要费用项目之一。
	平台物流费用	系亚马逊向买家配送在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。平台物流费用为支付亚马逊平台费用主要费用项目之一。
	平台广告费	费用标准根据亚马逊平台广告竞价浮动变化。公司根据广告投放时消费者点击次数和单次点击费用向亚马逊支付相应的广告费。平台广告费为支付亚马逊平台费用主要费用项目之一。
	平台仓储费用	系月度仓储费，基于按亚马逊物流政策和要求正确包装且准

平台	项目	收费标准
		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。公司在亚马逊平台业务尚处于发展阶段，平台仓储费用较小，占各期亚马逊平台费用总额比例约 3%。
	平台服务费	包括月服务费、优惠券费用和促销费用等。其中，月服务费为亚马逊按月向店铺收取的固定服务费用，每月约 40 美元；优惠券和促销费用为商家为消费者提供的购买商品时的优惠券的费用及平台的限时促销费用，如公司商品在亚马逊访问量最大的页面展示一段时间所花费的费用。平台服务费各期发生额较小，占各期亚马逊平台费用总额比例仅不到 2%。
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	公司根据需向天猫平台购买的软件服务，包括店小蜜、商家工具、平台使用费、支付宝费用、品牌新享、直通车和超级推荐等软件服务费用。其中，店小蜜为店铺接单机器人，收费为 1280 元/年；商家工具收费 9000 元/年；平台使用费 1000 元/月；支付宝费用系按照公司实际收款金额*对应产品的费率（一般为 5%）进行划扣。此外，品牌新享、直通车、超级推荐等费用计费依据为平台消费者有效点击次数及界面图片展示次数等。
	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，公司向电商平台支付的平台费用主要系在亚马逊电商平台发生的费用。其中，平台销售费用、平台物流费用和平台广告费为亚马逊平台费用的主要项目，报告期各期占亚马逊平台费用总额的比例约 95%，其他费用项目占比较小。

报告期内，公司向主要线上电商平台支付的平台费用情况如下：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
亚马逊平台费用	2,314.40	1,097.58	407.49
天猫平台费用	202.36	62.90	71.31
其他平台费用金额	15.43	10.61	2.49
平台费用合计	2,532.19	1,171.09	481.29

1、公司 OBM 线上销售业务的盈利情况

报告期内，扣除上述平台费用后，公司 OBM 线上销售业务的收益水平随 OBM 线上业务收入增长而提高，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
OBM 线上业务收入	5,653.64	3,110.93	1,290.78
OBM 线上业务成本	1,768.98	946.62	474.57
平台费用	2,532.19	1,171.09	481.29
OBM 线上业务扣除平台费用后的收益	1,352.47	993.22	334.92
OBM 线上业务扣除平台费用后的收益率	23.92%	31.93%	25.95%
ODM 业务的毛利率	28.92%	32.08%	32.31%

由上表可知，报告期内，公司 OBM 线上业务的收入金额分别为 1,290.78 万元、3,110.93 万元和 5,653.64 万元，OBM 线上业务扣除平台费用后的收益分别为 334.92 万元、993.22 万元和 1,352.47 万元，OBM 线上业务扣除平台费用后的收益率分别为 25.95%、31.93%和 23.92%。

2020 年 OBM 线上业务扣除平台费用后的收益率较 2019 年增加了 5.98 个百分点，与 ODM 业务的毛利率水平相当，主要系亚马逊平台收入增长所致。亚马逊平台收入增长，部分平台费用如平台广告费、平台仓储费等不属于随收入成比例增长的费用，平台费用增幅较小从而导致 2020 年 OBM 线上业务扣除平台费用后的收益率增长。

2021 年 OBM 线上业务扣除平台费用后的收益率较 2020 年减少 8.01 个百分点，低于 ODM 业务的毛利率水平。收益率减少的主要原因系公司在亚马逊平台增加了各类新产品的销售，为进行新产品推广在亚马逊平台大幅增加了广告费投入，导致平台费用增长较多所致。具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
平台费用	2,532.19	1,171.09	481.29
其中：广告费	652.82	222.85	127.14
OBM 线上业务收入	5,653.64	3,110.93	1,290.78
平台费用占 OBM 线上业务收入比例	44.79%	37.64%	37.29%
其中：广告费占 OBM 线上业务收入比	11.55%	7.16%	9.85%

例			
---	--	--	--

从上表可知，2021 年所有平台费用为 2,532.19 万元，占 OBM 线上业务收入比例为 44.79%，较 2020 年增加 7.15 个百分点。其中，2021 年平台广告费较 2020 年增加了 429.97 万元，其占 OBM 线上业务收入比例也从 2020 年的 7.16% 上升至 2021 年的 11.55%。因此，2021 年 OBM 线上业务扣除平台费用后的收益率较 2020 年减少 8.01 个百分点主要系公司加大产品推广，在亚马逊平台投放的广告费增长所致。

总体上，随着 OBM 业务收入的增长，扣除平台费用后公司 OBM 业务的整体收益在不断增加。

2、OBM 与 ODM 同类产品的定价差异情况

如前所述，此处将 OBM 产品销售相关的平台费用扣除后比较 OBM 与 ODM 同类产品的价格，总体上扣除平台费用后 OBM 产品价格高于同类 ODM 产品价格，具体情况如下：

单位：元/台

产品类别	项目	2021 年	2020 年	2019 年
电热类	OBM	81.08	87.01	86.59
	ODM	86.71	79.32	78.09
	差额	-5.63	7.69	8.50
喷涂类	OBM	133.69	143.47	103.82
	ODM	216.09	121.09	109.00
	差额	-82.40	22.39	-5.18
钉枪类	OBM	163.52	207.95	208.63
	ODM	101.94	93.13	91.11
	差额	61.58	114.82	117.52

其中 2021 年喷涂类 OBM 产品价格显著低于 ODM 产品价格，原因系 2021 年喷涂类 ODM 产品中高压无气喷枪销售占比提升，拉高了该类产品平均售价。报告期内，公司钉枪类 OBM 产品的价格高于同类 ODM 产品的价格，原因系多款配置较高的钉枪类产品销售占比较高拉高了 OBM 产品的平均单价。

总体上，公司 OBM 与 ODM 同类产品的定价差异具有合理性，由于公司目前 OBM 产品的推广尚处于快速发展阶段，公司为将自身品牌快速推向市场，公司在考虑到产品成本、平台费用及合理的利润水平后确定自身 OBM 产品的定价范围。未来随着公司持续加大产品研发投入，公司产品品牌认可度的提升、品牌溢价能力凸显，公司 OBM 产品预计仍有较高的盈利增长空间。

三、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、了解 OBM 模式下各渠道方的合作模式及退换货条款，分析差异及商业合理性，分析发行人各电商渠道收入确认时点是否存在差异及退换货会计处理的恰当性；

2、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费率规则；获取公司报告期内各电商平台费用账单明细，计算公司 OBM 业务扣除平台费用后的收益水平；

3、获取发行人 ODM 和扣除平台费用后 OBM 同类产品的销售单价比较数据，分析其中差异，了解差异原因及合理性。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、公司不同电商渠道收入确认时点均为公司或亚马逊已将商品发出，相关商品控制权/风险报酬已转移时确认收入，收入确认原则不存在差异。公司电商渠道退换货的会计处理符合会计准则规定。

2、随着 OBM 业务收入的增长，扣除平台费用后公司 OBM 业务的整体收益在不断增加。发行人 ODM 和扣除平台费用 OBM 同类产品的毛利率存在一定差异具有商业合理性。

8.关于客户与收入

申报材料显示：

(1) 报告期内，发行人主营业务收入分别为 29,216.41 万元、38,892.51 万元和 66,724.53 万元，呈不断增长趋势，年复合增长率为 51.05%；净利润分别为 3,683.88 万元、6,876.12 万元和 9,515.83 万元。

(2) 报告期内，发行人对客户 HFT 的平均销售单价分别 62.54 元/台、127.50 元/台和 291.46 元/台；对客户 Makita（牧田）的平均销售单价分别为 176.66 元/台、169.79 元/台和 217.51 元/台。

请发行人：

(1) 说明关税政策等贸易摩擦、新冠疫情、汇率波动、原材料价格波动、销售定价模式等对报告期内业绩的影响以及持续获取境外客户订单的影响，分析公司业绩变动趋势是否与同行业可比公司一致，如否，请说明原因及合理性；

(2) 结合报告期内产品所处市场发展情况、具体使用场景、产品性能、产能利用情况、各类产品在手订单数量、在建生产线投入使用计划、受疫情影响情况、同行业可比公司发展情况等，说明公司销售收入增长的可持续性；

(3) 结合对客户 HFT 销售产品的类型、结构以及同类产品价格波动情况说明报告期内平均销售单价大幅上升、毛利率下降的原因及合理性；

(4) 结合对客户 Makita（牧田）销售产品的类型、结构以及单价情况说明对其的销售毛利率显著高于其他客户的原因及合理性，以及报告期内平均销售单价上升的原因及合理性。

请保荐人、申报会计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 2021 年新增客户、新增供应商等情况进行的针对性核查情况，针对发行人各期境内外收入核查函证的发出及回收比例、是否存在回函不符的情形，若存在，请说明差异的原因。

【回复】

一、说明关税政策等贸易摩擦、新冠疫情、汇率波动、原材料价格波动、销售定价模式等对报告期内业绩的影响以及持续获取境外客户订单的影响，分析公司业绩变动趋势是否与同行业可比公司一致，如否，请说明原因及合理性

（一）关税政策等贸易摩擦、新冠疫情、汇率波动、原材料价格波动、销售定价模式等对报告期内业绩的影响以及持续获取境外客户订单的影响

报告期内，公司的经营业绩、主要产品在手订单变动情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年/2021.12.31	2020 年/2021.12.31	2019 年/2021.12.31
营业收入	67,278.52	39,180.90	29,488.27
净利润	9,515.83	6,876.12	3,683.88
各期末在手订单	28,289.12	23,066.38	6,731.85

受益于行业发展和公司竞争优势的不断加强，公司营业收入持续增长。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%。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。随着业务规模扩大，公司业绩水平不断提高，净利润由 2019 年的 3,683.88 万元增长至 2021 年的 9,515.83 万元。

公司始终坚持在研发设计、产品质量、服务及快速响应、交货及时性等方面提高公司竞争优势和客户认可度，以适应关税政策等贸易摩擦、新冠疫情、汇率波动、原材料价格波动等外部因素的变化，提高产品定价议价能力，从而获取更多优质客户订单，实现业绩水平进一步提高。

1、关税政策等贸易摩擦的影响

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。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。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。凭借自身产品竞争优势，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。

报告期内，公司向美国地区销售的产品中属于加征关税产品销售金额分别为 3,361.95 万元、6,547.39 万元和 18,877.95 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 11.51%、16.83%和 28.29%。报告期内，尽管美国对发行人部分产品加征关税，

但凭借自身产品竞争优势，发行人向美国地区销售规模和客户订单持续增长，并未受到重大不利影响。

2、新冠疫情的影响

总体来看，新冠疫情对发行人的经营业绩及境外客户订单并未造成重大不利影响，具体来看：（1）从需求端来看，公司电热类、喷涂类、钉枪类及吹吸类等主要产品广泛应用于家庭和工业生产等多种应用场景，境外客户需求未受新冠疫情重大不利影响；（2）从生产和供应端来看，国内新冠疫情控制较好，复工复产有序进行，上游供应商产品供应及时，整体未受到新冠疫情的较大影响。同时，发行人严格按照当地疫情防控要求，严格实施亮码测温、要求员工佩戴口罩等防护措施，生产有序进行并能按时完成产品交付。

综上所述，新冠疫情对发行人经营业绩和境外客户订单并未产生重大不利影响。发行人通过产品和技术创新，不断推出适应市场的新产品，与优质客户合作粘性不断增强，报告期内经营业绩及境外客户订单量持续增加。

3、汇率波动的影响

报告期内，发行人外销结算以美元为主，外销收入分别为 16,562.04 万元、21,239.78 万元和 41,011.15 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 56.69%、54.61%和 61.46%。报告期内，发行人因汇率波动产生的汇兑净损失分别为-125.93 万元、412.75 万元和 172.13 万元，占利润总额的比例分别为-2.97%、5.13%和 1.57%。报告期内，汇率波动产生的汇兑净损失占利润总额比例在 5%左右，对发行人经营业绩整体影响较小。

4、原材料价格波动的影响

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。报告期内，在其他因素均不发生变化的情况下，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。公司产品附加值较高，原材料价格上涨对公司经营业绩不会产生重大不利影响。

5、销售定价模式的影响

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。公司报价之后，与客户通过价格谈判方式确认最终的产品价格。凭借技术创新和核心竞争优势，一方面，发行人能够通过先进生产工艺技术和规模化优势，向客户提供优质且在价格上有竞争力的产品，从而获得更多客户订单；另一方面，发行人具有较强议价能力，电热类、喷涂类、钉枪类等主要产品能够获得较高附加值，毛利率维持较高水平。

作为国际知名电动工具品牌商及零售商的合作伙伴，公司研发设计能力、规模化效应及专利技术的积累是公司核心竞争优势。公司已在电热类、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。据行业统计，如热风枪产品多年来年销量在国内同类企业中位居全国第一。因此，凭借技术创新和核心竞争优势，公司能够持续获得客户订单，并通过较强议价能力获得较高产品附加值，从而保证公司经营业绩和订单量稳健持续增长。

综上所述，报告期内，关税政策等贸易摩擦、新冠疫情、汇率波动、原材料价格波动等并未对发行人经营业绩及持续获取境外客户订单产生重大不利影响。凭借技术创新和核心竞争优势，随着新产品的不断推出及与国际知名客户粘性不断增强，发行人获取境外客户订单量持续增长，同时，较强的议价能力使得公司业务规模增长的同时，经营业绩不断提高。

（二）公司业绩变动趋势是否与同行业可比公司一致，如否，请说明原因及合理性

报告期各期，公司营业收入及净利润与同行业可比公司对比情况如下：

单位：万元

公司名称	项目名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
------	------	---------	---------	---------

		金额	变动率	金额	变动率	金额
锐奇股份	营业收入	62,592.85	45.84%	42,918.61	-6.52%	45,911.74
	净利润	1,022.63	-11.21%	1,151.69	28.39%	897.00
康平科技	营业收入	115,345.26	38.20%	83,461.69	37.63%	60,640.27
	净利润	1,810.69	-69.90%	6,016.25	17.51%	5,119.70
巨星科技	营业收入	1,091,968.33	27.80%	854,444.02	28.96%	662,546.41
	净利润	129,731.52	-4.92%	136,449.46	51.00%	90,365.30
本公司	营业收入	67,278.52	71.71%	39,180.90	32.87%	29,488.27
	净利润	9,515.83	38.39%	6,876.12	86.65%	3,683.88

报告期内，在营业收入方面，受益于全球电动工具市场需求较快增长以及国内电动工具行业的不断发展，公司与同行业可比公司营业收入呈现增长趋势。在净利润方面，随着收入规模增长，2020 年公司与同行业可比公司净利润水平均有所提高。2021 年，公司与同行业可比公司营业收入均有所提高，但由于各公司产品附加值、销售价格调整及时性、业务规模及经营策略等方面存在差异，导致净利润变动有所不同，具体来看：

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，2021 年营业收入同比增长 45.84%。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；同时，在销售模式上，锐奇股份 30%以上销售采用经销模式。锐奇股份产品综合毛利率水平相对较低，2021 年受原材料价格上涨及美元贬值等因素影响，产品综合毛利率有所下降，加之投资收益减少，导致净利润水平同比下降。

康平科技主要产品包括电动工具用电机、电动工具整机等，其中，电动工具用电机产品占比 80%以上，属于电动工具行业上游产品。一方面，其电机产品主要原材料漆包线、钢片、轴等受大宗商品铜、钢等价格上涨传导较快，但与下游客户销售价格未能及时调整；另一方面，国际物流运费上涨、其越南子公司疫情防控等多重因素影响，运营成本增加，从而导致康平科技 2021 年净利润出现大幅下滑。

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，2021 年营业收入突破 100 亿元，同比增长 27.80%。巨星科技 2021 年 7 月完成了对基龙 100%股份的收购，完成收购基龙后，2021 年存储箱柜业务实现销售收入 23.71 亿元，同比增长 152.36%。由于原材料价格和运费上涨，导致毛利率下降，基龙公司下半年出现一定的亏损，从而导致巨星科技 2021 年净利润小幅下降。

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与国际知名客户持续深入合作，2021 年，公司实现营业收入 67,278.52 万元，同比增长 71.71%。而同行业可比公司 2021 年营业收入平均增长 37.28%，公司营业收入的持续较快增长，为公司利润水平的提高奠定了基础。同时，公司通过加强对核心客户 HFT 和 Makita（牧田）的需求分析、及时进行了附加值更高的产品开发和销售，同时采取有效措施降低原材料价格上涨等因素对毛利率的影响，相对同行业可比公司毛利率下降幅度较小，从而使得毛利率仍能维持较高水平。

公司一方面凭借较强新产品开发能力，优化产品结构，增加高附加值产品销售；另一方面凭借公司产品竞争力，通过较强议价能力及时调整销售价格，有效传导成本上涨压力。因此，2021 年随着业务规模持续较快增长，在产品毛利率维持较高水平情况下实现净利润 9,515.83 万元，经营业绩水平不断提高。

综上所述，报告期内在营业收入方面，受益于全球电动工具市场需求较快增长以及国内电动工具行业的不断发展，公司与同行业可比公司营业收入均呈现增长趋势，基本保持一致；在净利润方面，2020 年公司与同行业可比公司净利润水平均有所提高，2021 年公司与同行业可比公司相比在产品附加值、销售价格调整及时性、业务规模及经营策略等方面存在差异，导致净利润变动有所不同，具有合理性。

二、结合报告期内产品所处市场发展情况、具体使用场景、产品性能、产能利用情况、各类产品在手订单数量、在建生产线投入使用计划、受疫情影响情况、同行业可比公司发展情况等，说明公司销售收入增长的可持续性

从产品所处市场发展情况、具体使用场景、受疫情影响情况及同行业可比公司发展情况等外部因素来看，及从公司产品性能、产能利用情况、各类产品在手

订单数量及在建生产线投入使用计划等内部因素来看，公司销售收入增长具备可持续性，具体分析如下：

（一）良好的市场发展和广阔的市场空间，带动公司及同行业可比公司业务规模持续增长

随着电动工具应用场景的增加和市场接受度的普及，全球电动工具行业呈现上升趋势。据统计，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。目前北美是最主要的销售市场，其次是欧洲和亚太市场，市场规模占全球的比重分别为 38.65%、32.39% 和 19.87%，合计超过整体的 90%。

随着国内电动工具制造业在全球产业链中的竞争优势凸显，我国已成为世界电动工具市场的主要供应国。与全球销售市场情况一致，目前北美洲、欧洲和亚洲是我国最主要的出口地区。2021 年，我国手提式电动工具整机出口欧洲、北美洲和亚洲的出口金额分别为 47.60 亿美元、41.15 亿美元、21.37 亿美元，分别占整体出口比重的 37.59%、32.50%、16.88%，三地区合计近整体的 90%。

全球电动工具市场需求持续稳定增长以及国内电动工具行业竞争优势凸显，使得发行人及同行业可比公司呈现持续较快增长趋势，具体情况如下：

单位：万元

公司名称	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额
锐奇股份	62,592.85	45.84%	42,918.61	-6.52%	45,911.74
康平科技	115,345.26	38.20%	83,461.69	37.63%	60,640.27
巨星科技	1,091,968.33	27.80%	854,444.02	28.96%	662,546.41
本公司	67,278.52	71.71%	39,180.90	32.87%	29,488.27

（二）公司产品使用场景丰富，下游需求旺盛，为公司业务发展带来广阔空间

为满足下游客户的旺盛需求，公司不断加大新产品研发投入，持续丰富完善产品种类。公司已形成较为丰富的产品体系，包括六大产品系列，300 余种规格型号的电动工具。公司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。公司现有产品包括热风枪、电动喷枪、电动钉枪、吸尘器、吹风机、冲钻、轻锤、蒸汽清洗机等，主要应用于家庭装修、工业制造、建筑施工、园林维护等场景。

公司主要产品的用途及应用场景具体如下：电热类产品主要为热风枪系列产品，应用于拆焊电子元件、清除油渍、溶解黏胶、弯曲塑料胶管、汽车贴膜等，适用于家庭装修、工业生产等多种场景。喷涂类产品主要包括电动喷枪、喷雾器、滚涂机等系列产品，主要用于墙面装修、家具上色、工艺品上色、金属防锈、车辆喷漆等多种用途，应用场景较为广泛，是公司重点推广的产品之一。钉枪类产品包括电动钉枪、手动钉枪和气动钉枪等系列产品，广泛应用于室内装潢、建筑施工以及各类家具（如橱柜、组合家具等）加工。公司吹吸类产品主要包括吸尘器、吹吸机等产品，主要用于家庭室内、电器、车内、办公场所、庭院清扫、车间清理等等多种应用场景。

公司主要产品的应用场景示例如下：

热风枪应用场景示例-门窗除漆



电动钉枪应用场景示例-板材钉合



电动喷枪应用场景示例-家具喷漆



吸尘器应用场景示例-桌面除尘



综上所述，公司产品丰富的应用场景带来下游客户持续旺盛需求，为公司业务发展带来广阔空间。

（三）国内疫情有效防控及国外疫情趋于常态化，为公司发挥竞争优势及时满足客户需求提供了保障

2020 年第一季度，国内爆发新冠疫情，疫情防控措施给国内企业采购、生产带来一定影响。由于国内疫情防控及时有效，包括发行人在内的国内电动工具企业很快复工复产。公司配合政府积极采取有效防控措施，很快全面恢复生产经营。自疫情爆发以来，国外疫情出现反复，目前正趋于常态化，电动工具作为欧美地区提高工作效率的必备工具，其市场需求并未受疫情出现重大不利影响。

目前，公司在手订单充足，在国内疫情有效防控及国外疫情常态化的背景下，公司能够合理安排采购和生产，持续满足国内外客户需求。

（四）优异的产品性能使得公司与优质客户能够深入合作，为公司收入持续增长奠定了基础

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。公司通过不断改进和提升产品性能，与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）等客户展开了持续深入合作。

基于品牌影响力和产品品质稳定性考虑，国际知名电动工具品牌商及零售商一般会选择优质供应商并保持长期合作关系。公司已与优质客户建立了良性深入的合作模式，为公司销售收入持续增长奠定了基础，具体来讲：1、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，从而满足下游品牌商及时投入市场，抢占市场先机的需求；2、新产品投入市场并取得消费者认可后，品牌商为保证产品品质稳定性及合作惯例，会持续向公司进行采购，带来公司订单量持续增长；3、与此同时，合作过程中能够使公司研

发设计能力、生产工艺水平、售后服务等不断提高，从而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。

（五）充足的产品在手订单数量，有力保障了公司销售收入的持续增长

受益于电动工具行业下游市场需求持续增长及与国际知名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。

（六）有效的产能利用保障公司产品能够及时交付，满足公司订单持续增长需求

报告期内，发行人主要产品生产线的整体产能利用率较高，随着订单需求增长，产能及产能利用率不断提高，具体如下表所示：

单位：万台

产品类别	项目	2021 年	2020 年	2019 年
电热类	产能	296.92	235.04	227.76
	产能利用率	98.11%	90.61%	82.44%
喷涂类	产能	138.49	119.73	96.98
	产能利用率	98.47%	91.92%	79.43%

产品类别	项目	2021 年	2020 年	2019 年
钉枪类	产能	60.06	40.56	31.20
	产量	58.42	40.13	25.72
	产能利用率	97.28%	98.95%	82.43%

报告期内，为满足公司订单持续增长的需要，发行人加大固定资产投入和生产工艺改进，逐步提高产能及产能利用率。有效的产能利用使得公司产品能够及时交付，实现在手订单向销售收入的转化，保障了销售收入可持续增长。

（七）未来在建生产线投入使用后，将进一步提升公司实力和订单交付能力，增强公司收入增长可持续性

目前，公司各类产品呈现稳步增长趋势，产能利用率及产销率维持在较高水平。现有生产各环节的生产能力得到了充分利用，较难满足客户需求进一步增长的需要。公司正在建设“年产 800 万台 DC 锂电电动工具项目”，该项目利用公司积累的核心技术，通过投入数字化生产线，建设兼具交流类（AC）和锂电类（DC）电动工具生产能力的智能化工厂，提升公司电动工具产品生产能力和品质水平，进一步提升生产效率，适应未来主营业务发展的需要。项目实施完成后，既有助于提高公司生产能力，实现订单快速响应和交付，满足下游应用领域需求增长的需要；同时也有助于公司通过过硬的产品质量和优质的服务加速公司市场开拓，提高公司产品市场份额，增强公司收入增长可持续性。

综上所述，从产品所处市场发展情况、具体使用场景、受疫情影响情况及同行业可比公司发展情况等外部因素来看，及从公司产品性能、产能利用情况、各类产品在手订单数量及在建生产线投入使用计划等内部因素来看，公司销售收入增长具备可持续性。

三、结合对客户 HFT 销售产品的类型、结构以及同类产品价格波动情况说明报告期内平均销售单价大幅上升、毛利率下降的原因及合理性

报告期内，公司向 HFT 销售的主要产品类型、结构以及单价情况如下：

单价：元/台

产品类别	2021 年		2020 年		2019 年	
	销售数量占比	单价	销售数量占比	单价	销售数量占比	单价

喷涂类	58.94%	418.44	60.74%	144.54	70.91%	91.35
其中：高压无气喷枪	22.75%	736.32	4.10%	736.75	-	-
电热类	27.98%	99.62	26.96%	88.92	23.75%	71.30
吹吸类	9.87%	132.49	9.45%	129.03	5.34%	128.58
钉枪类	3.22%	121.44	2.85%	124.34	-	-
合计	100.00%	-	100.00%	-	100.00%	-

注 1：公司向 HFT 销售的产品主要为整机产品，配件数量较多且金额较小，故此处单价为整机平均价格；

注 2：销售数量占比=该产品类别销售数量/公司向 HFT 销售整机总数量。

报告期内，发行人向 HFT 销售产品的均价具有明显的上升趋势，2021 年毛利率较 2020 年下降 5.86 个百分点，主要原因系喷涂类中单价较高、毛利率较低的专业应用领域产品高压无气喷枪销售占比增加所致。

高压无气喷枪属于专业应用领域产品，2021 年高压无气喷枪平均单价为 736.32 元/台，显著高于一般喷涂类产品 97.30 元/台的单价，且其成本约为一般喷涂类产品约 3 倍以上，材料投入占成本比例比一般喷枪类产品高出约 5%。自 2020 年 10 月高压无气喷枪产品量产后，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%，销售数量占整机销售的比例分别提高到 4.10%和 22.75%。高压无气喷枪单台毛利额较高但毛利率相对较低，其销售占比提高带动发行人向 HFT 销售的整体均价增长，同时也拉低了当期毛利率水平。

报告期内发行人向 HFT 销售产品的平均销售单价大幅上升、毛利率下降的原因主要系产品结构变化引起，具有合理性。

四、结合对客户 Makita（牧田）销售产品的类型、结构以及单价情况说明对其的销售毛利率显著高于其他客户的原因及合理性，以及报告期内平均销售单价上升的原因及合理性

（一）发行人向 Makita（牧田）销售产品的类型、结构以及单价情况

报告期内，公司向 Makita（牧田）销售的主要产品类型、结构以及单价情况如下：

单价：元/台

产品类型	2021 年		2020 年		2019 年	
	销售数量占比	单价	销售数量占比	单价	销售数量占比	单价
热风枪	83.36%	183.64	99.98%	169.74	100.00%	176.66
锂电喷雾器	16.64%	387.22	0.02%	348.99	-	-
合计	100.00%	-	100.00%	-	100.00%	-

注 1：公司向 Makita（牧田）销售的产品主要为整机产品，配件数量较多且金额较小，故此处单价为整机平均价格；

注 2：销售数量占比=该产品类型销售数量/公司向 Makita（牧田）销售整机总数量。

报告期内，发行人向 Makita（牧田）销售的产品主要为热风枪和锂电喷雾器，其中，各期热风枪的销售数量占比均超过 80%；各类型产品销售单价较为稳定。

（二）报告期内发行人向 Makita（牧田）销售毛利率显著高于其他客户的原因及合理性

Makita（牧田）成立于 1915 年，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。2019 年，牧田在全球电动工具品牌市场份额排名中位列全球第五，其于 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，具有知名的行业地位和较大的业务规模。Makita（牧田）作为国际知名电动工具品牌商，其领先的行业地位和中高端产品定位决定了对产品品质的高标准和严要求。发行人向牧田提供高品质产品附加值较高具有合理性，具体分析如下：

1、较高的产品附加值是发行人多年技术积累和产品创新的价值体现

发行人生产的热风枪在市场上具有较强的知名度与竞争力，根据中国电器工业协会电动工具分会出具的证明，报告期内公司的热风枪系列产品年销量在国内同类企业中位居全国第一；凭借公司热风枪产品的先进性和持续的研发改进，公司的热风枪产品还获得了“浙江制造”的品质认证，多款热风枪产品被评定为浙江省省级新产品。公司不断优化产品质量、性能以巩固原有市场份额，并为发行人获取较强的议价能力提供基础。

基于牧田对产品品质的要求，公司开发了在产品性能和用户使用感受提升上要求更高的产品，可满足客户更高层次或个性化的使用需求。发行人向 Makita（牧田）销售的热风枪定位中高端市场，产品具有高性能、长寿命的特点，且优化了外观质感，产品用户体验明显提升。公司将多项自主研发的专利技术应用其

中，例如通过应用发热丝密绕工艺，提高了发热效率，实现了产品的低功耗高温；设置可收纳式悬挂装置，方便使用者高空作业，提高便携性；设有自锁自解锁开关，防止误操作烫伤使用者等。产品在性能、功能、安全性及便携性等方面的提升使得该产品制造的材料、人工等投入较向其他客户销售的热风枪产品平均成本提高了约 70%。相应地，多年技术积累和产品创新使得公司具有较强议价能力，发行人向 Makita（牧田）销售的热风枪产品平均价格较向其他客户销售的热风枪产品提高约 1.5 倍，为热风枪产品带来较高溢价。

综上，公司在热风枪领域具有较强的竞争优势，其向牧田提供的产品体现了发行人多年技术积累和产品创新的成果，可以获得较高产品溢价，毛利率水平相对较高，具有合理性。

2、较高产品溢价是发行人在产品开发设计、工艺提升和优质服务的价值体现

报告期内，发行人向 Makita（牧田）销售的产品主要面向中高端市场，其使用场景通常为需要持续长时间重复作业的场合，产品具有制造工艺难度大、精度要求高、设计领先性强等特征。为达到产品定位和品质性能双高的要求，发行人前期投入较大。

发行人在进行新产品或新功能设计开发的过程中，需要与 Makita（牧田）进行多轮沟通和论证，对产品性能、技术参数、功能设计等方面进行技术攻关和工艺质量验证，以实现其对产品或功能的需求，公司在针对牧田产品技术研发方面的前期投入较大。

3、下游较高产品售价是发行人产品获得消费者高度认可的价值体现

发行人自 2016 年与 Makita（牧田）合作至今，凭借自身较强研发设计和生产能力，持续向 Makita（牧田）提供高质量、高性能的产品，并且在产品品质和品类拓展上能够准确满足客户需求点。产品投入市场后得到牧田和消费者的高度认可，下游较高售价为发行人在报价上争取了更大的议价空间。凭借较高的议价能力和议价空间，发行人向 Makita（牧田）销售的热风枪等产品能够获得较高附加值具有合理性。

4、公司以产品为抓手深化合作，支撑毛利率持续保持较高水平

公司自 2016 年开始与 Makita（牧田）合作，凭借优异的研发设计水平和稳定的产品供应能力，与 Makita（牧田）建立了长期良好的合作关系。在合作过程中，发行人能够及时开发出适应市场的新产品，且一旦通过 Makita（牧田）样品测试、获得承认并实现量产后，牧田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，发行人与牧田的合作具有较高稳定性。

同时，公司能够持续为 Makita（牧田）研发设计出更多品类的产品，深化与发行人的合作关系。报告期内，公司向 Makita（牧田）销售总额由 2,260.98 万元增长至 8,276.83 万元，年复合增长率为 91.33%，销售收入持续快速增长，客户粘性不断增强。因此，公司凭借产品的稳定供应和品类拓展，与 Makita（牧田）建立了稳固向好的合作关系，使得发行人能够持续保持较高的毛利水平。

综上，发行人对 Makita（牧田）的销售毛利率较高具有合理性和可持续性。

（三）报告期内发行人向该客户销售产品的平均销售单价上升的原因及合理性

2021 年，发行人向 Makita（牧田）销售产品的均价为 217.51 元/台，较 2020 年的 169.79 元/台上升明显，主要原因系单价较高的锂电喷雾器销售占比增加所致。2020 年以前，发行人向 Makita（牧田）销售产品类型以热风枪为主，2020 年，经过多次产品试样和小批量试制，新产品锂电喷雾器达到客户的目标需求后开始大批量生产，发行人 2020 年和 2021 年向 Makita（牧田）销售该产品占当期向 Makita（牧田）销售收入的比例由 0.05%提高至 29.62%，销售数量占整机销售数量的比例由 0.02%提高至 16.64%。2021 年，锂电喷雾器价格为 387.22 元/台，是热风枪价格的 2 倍以上，其销售占比提高带动发行人向 Makita（牧田）销售的整体均价增长。

总体来看，报告期内发行人向 Makita（牧田）销售产品的平均销售单价上升主要系产品结构变化引起，具有合理性。

五、详细说明针对 2021 年新增客户、新增供应商等情况进行的针对性核查情况，针对发行人各期境内外收入核查函证的发出及回收比例、是否存在回函不符的情形，若存在，请说明差异的原因

2021 年，公司实现营业收入 67,278.52 万元，较上年增长 71.71%，公司营收快速增长的主要原因包括：①公司竞争优势和客户认可度不断提高，公司获取订单能力不断提高；②优质客户粘性较强，公司与下游客户保持长期合作，ODM 业务订单量不断增长。公司 2021 年营收增长更多来源于向已有客户销售收入的提高，向新增客户的销售金额占公司主营业务收入的比例较低。

2021 年，公司新增规模以上客户 6 家，新增规模以上客户销售金额 893.94 万元，占公司主营业务收入的比例为 1.34%。针对 2021 年新增客户，保荐人和申报会计师执行了如下核查程序：

（一）针对新增客户的核查程序：

1、对公司高管及销售人员进行访谈，了解相关新增客户基本情况、销售流程、销售收款情况等；

2、获取公司报告期内新增客户销售明细表，抽取销售订单，追查至出库单、报关单、提单、托运单或物流公司运输记录、客户签收记录等原始单据；获取公司的开票清单，抽取发票，追查至记账凭证、出库单、物流记录及客户签收记录等原始单据。

3、检查新增客户的协议或合同，检查合同中对控制权转移时点、运费承担方式等的约定，并与账面记录情况进行核对是否一致。

4、通过天眼查、企业信用信息公示系统等渠道对报告期内公司新增客户的工商资料进行调查，并与公司关联方清单进行对比，确认是否存在关联关系；

5、获取公司报告期内银行账户流水和银行对账单，抽取销售相关大额银行流水记录与银行日记账进行交叉核对；获取公司报告期内的销售收款记录，检查销售收款的原始单据。

6、对新增销售金额较大的客户执行函证、访谈程序，保荐人和申报会计师针对 2021 年新增规模以上客户发函金额 596.89 万元，占新增规模以上客户销售

金额比例为 66.77%；针对新增规模以上客户访谈金额 514.26 万元，占新增规模以上客户销售金额比例为 57.53%。

（二）针对新增供应商的核查程序：

1、了解公司采购与付款流程相关的内部控制设计，测试执行的有效性，采购交易是否合规；

2、访谈公司管理层、采购部门相关人员，了解新增采购交易的合规性及必要性、交易价格的确定、报告期内供应商是否发生重大变化等；

3、获取发行人新增采购合同，查看主要交易内容、合同中的权利和义务约定等条款；

4、通过天眼查、企业信用信息公示系统等渠道对报告期内公司新增供应商的工商资料进行调查，并与公司关联方清单进行对比，确认是否存在关联关系；

5、对公司新增供应商执行分析性程序，对新增供应商按采购品类、采购金额等进行纵向、横向对比分析；比较公司采购品类的单价、采购金额变动等。

6、对新增采购金额较大的供应商执行函证、访谈程序，2021 年公司新增采购金额 5 万元以上的供应商 46 家，新增供应商采购金额 3,031.31 万元，占当年采购总额比例 6.96%，由于供应商采购金额较为分散，保荐人、申报会计师针对新增规模以上客户进行了函证、访谈程序，其中对采购金额 100 万元以上新增供应商全部执行了函证程序，发函金额 2,143.71 万元，占新增供应商采购金额比例为 69.29%；对采购金额 100 万元以上新增供应商访谈金额 1,341.02 万元，占新增供应商采购金额比例为 43.35%。

（三）函证情况

1、外销函证情况

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
发函金额	32,960.37	15,935.73	14,069.41
发函比例	80.73%	75.03%	84.95%

回函金额	32,429.48	15,698.83	13,621.47
回函比例	79.07%	73.91%	82.25%
其中：回函直接确认金额	11,019.51	5,250.41	5,950.60
差异调节后确认金额	21,409.97	10,448.42	7,670.87

报告期内，公司外销函证回函不符的情况主要系双方入账时间差异所致。保荐人及申报会计师已针对回函不符情况执行了相关核查程序，回函差异金额能够得到确认。

2、内销函证情况

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
内销收入金额	25,713.38	17,652.73	12,654.38
发函金额	22,584.21	15,316.55	10,846.55
发函比例	87.83%	86.77%	85.71%
回函金额	22,348.03	15,316.55	10,846.55
回函比例	86.91%	86.77%	85.71%
其中：回函直接确认金额	12,409.29	12,404.64	8,159.54
差异调节后确认金额	9,938.74	2,911.92	2,687.01

报告期内，公司内销函证回函金额不符主要系公司针对 Makita（牧田）的销售，双方财务入账时间有所差异所致。2021 年公司对 Makita（牧田）销售金额为 8,276.83 万元较 2020 年大幅增长，针对该金额的函证由于双方入账时间差异导致回函不符，从而使得 2021 年公司内销函证差异调节后确认金额为 9,938.74 万元，较 2020 年有较大幅度的增加。公司与 Makita（牧田）财务入账时间差异产生的原因具体情况如下：

公司每月陆续向 Makita（牧田）发货，根据既定的内销收入确认原则，在将产品交付至 Makita（牧田）指定地点并取得签收凭证时确认收入，同时公司每月末根据当月已完成交付的产品销售金额统一向 Makita（牧田）开具发票。而 Makita（牧田）在次月以收到公司开具的发票作为采购入账时点，从而导致双方入账时间有所差异。

综上，Makita（牧田）回函不符的情况主要系由双方入账时间差异所致。保荐人及申报会计师已针对回函不符情况执行了核查程序，回函差异金额能够得到确认。

3、回函不符情况

针对收入回函存在不符的情形，经核查，主要系双方入账时间的差异等原因造成。对于回函不符情形，保荐人及申报会计师相应执行了以下程序：

（1）获取客户回函时提供的采购明细表或对账单，与发行人的销货明细单进行逐一核对，确认双方进销货记录之间的差异，了解差异产生的原因并编制回函差异调节表。

（2）针对双方进销货记录的差异部分，保荐机构及申报会计师获取相关的订单和发票，其中，内销部分追查至对应的出库单、物流记录以及客户签收单；外销部分检查对应的报关单、提单等。保荐机构及申报会计师通过上述检查核实差异部分销货记录的客户签收日期、提单日期等，并与发行人营业收入账务记录日期核对，确认发行人营业收入是否在恰当期间确认，核实是否存在跨期情形；

（3）获取发行人资产负债表日后的销售退回记录，检查是否与客户回函差异相关；检查客户期后银行回单以验证期后收款情况。

（4）针对主要客户，保荐人及申报会计师还执行了访谈程序，以核实发行人营业收入记录的真实性。

通过上述核查程序，客户回函差异均能得到合理解释和确认，无需发行人调整账务记录，发行人各期收入金额记录真实、准确、完整。

六、核查意见

（一）核查过程

1、获取收入成本明细表、外销收入明细等资料，分析复核报告期内销售收入变化情况及业绩变动情况；

2、访谈公司管理层和相关销售人员，了解关税政策等贸易摩擦、新冠疫情、汇率波动、原材料价格波动、销售定价模式等对报告期内业绩及持续获取境外客户订单的影响；

3、访谈公司销售、生产及财务等管理层人员，了解行业发展情况、公司产品具体适用场景、产品性能、产能利用情况、在手订单数量、在建生产线投入使用计划、新冠疫情影响情况及同行业可比公司发展情况等，分析该等因素变化及对公司销售收入增长的可持续性影响；

4、查询电动工具行业公开数据、同行业可比公司定期报告、招股说明书等公开资料，分析公司销售收入增长及业绩变动与同行业可比公司差异原因及其合理性；

5、访谈公司销售、财务等人员，了解报告期内公司向 HFT 销售产品的类型、结构和单价变动等情况，获取发行人对 HFT 销售明细表，复核单价和毛利率统计过程，并分析其合理性；

6、访谈公司销售、财务等人员，了解报告期内公司向 Makita（牧田）销售产品的研发投入、产品特点、技术含量等，分析毛利率较高原因及合理性；获取发行人对 Makita（牧田）销售明细表，复核单价统计过程，并分析平均单价上升的合理性。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、报告期内，发行人能够通过提高公司竞争优势和客户认可度，持续获得客户订单，经营业绩持续增长；报告期内，发行人与同行业可比公司营业收入均呈现增长趋势，由于各公司在产品附加值、销售价格调整及时性、业务规模及经营策略等方面存在差异，导致净利润变动有所不同，具有合理性；

2、从报告期内产品所处市场发展情况、具体使用场景等影响发行人收入增长的内外部因素来看，发行人销售收入增长具有可持续性；

3、报告期内发行人向 HFT 销售产品的平均销售单价大幅上升、毛利率下降的原因主要系产品结构变化引起，具有合理性；

4、发行人向 Makita（牧田）销售的产品市场定位及产品品质要求均较高，且公司在针对牧田产品技术研发方面的前期投入较大，产品得到消费者的高度认可，具有较高的议价能力和议价空间，因此发行人对 Makita（牧田）的销售毛利率较高具有合理性；报告期内，发行人向 Makita（牧田）销售产品的平均销售单价上升主要系产品结构变化引起，具有合理性。

9.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%、82.21%，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，各项主要原材料采购金额占原材料采购总额的比例存在一定的变动；

（3）报告期内，发行人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。

请发行人：

（1）结合影响成本结构的因素进一步量化分析并披露各项原材料采购金额比例变动的原因及合理性；

（2）结合同类型原材料供应商之间的采购价格说明是否存在差异，若存在，请说明具体原因及合理性，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；

（3）结合报告期内喷涂类产品成本构成、原材料价格波动等进一步量化分析喷涂类产品单位成本大幅上涨的原因及合理性。

请保荐人、申报会计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供应商采购情况核查函证的发出及回收比例、是否存在回函不符的情形，若存在，请说明差异的原因。

【回复】

一、结合影响成本结构的因素进一步量化分析并披露各项原材料采购金额比例变动的原因及合理性

报告期内，公司各项原材料采购金额、比例的变动受不同类别产品成本金额、比例变动的影响。

（一）报告期内公司主要原材料采购金额变动幅度与公司主营业务成本的变动幅度相匹配

报告期内，公司主要原材料采购金额及占比情况如下表所示：

单位：万元

原材料类别	2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
电子电气类	16,863.83	39.57%	9,536.55	43.81%	6,930.99	46.25%
五金件类	9,343.98	21.93%	3,879.66	17.82%	2,060.16	13.75%
塑料加工件类	6,945.07	16.30%	3,076.08	14.13%	1,962.46	13.09%
塑料粒子类	4,185.21	9.82%	2,468.28	11.34%	1,869.30	12.47%
包装材料类	4,268.97	10.02%	2,413.11	11.09%	1,765.70	11.78%
金属原材料类	661.55	1.55%	305.88	1.41%	262.95	1.75%
合计	42,268.61	99.19%	21,679.55	99.59%	14,851.57	99.09%

报告期内，公司主要原材料的采购金额分别为 14,851.57 万元、21,679.55 万元和 42,268.61 万元，2020 年和 2021 年公司主要原材料的采购金额分别较上年增长 45.25%和 95.77%。报告期内，公司主营业务成本金额分别为 19,382.40 万元、26,317.65 万元和 47,111.24 万元，2020 年和 2021 年公司主营业务成本的增长比例分别为 35.78%和 79.01%。由上可知，报告期内公司主要原材料采购金额变动幅度与公司主营业务成本的变动幅度相匹配。

（二）报告期内，公司各项原材料采购金额、比例的变动受不同类别产品成

本金额、比例变动的影响

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%，占比有所提高原因系不同类别产品因产品结构、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。

公司采取“以销定产”、“以产定购”的生产和采购模式，因此报告期各期公司销售的不同类别产品成本金额、比例的变动会对公司各类材料的采购金额、比例的变动产生影响。

报告期内，公司主营业务成本按产品分类情况如下：

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	15,252.04	33.80%	10,662.77	42.23%	9,567.66	49.36%
喷涂类	20,286.83	44.96%	9,088.99	36.00%	5,972.54	30.81%
钉枪类	4,953.20	10.98%	3,011.53	11.93%	1,964.22	10.13%
吹吸类	3,496.45	7.75%	1,775.40	7.03%	1,252.06	6.46%
其他类	528.04	1.17%	362.23	1.43%	417.66	2.15%
配件	606.52	1.34%	345.77	1.37%	208.27	1.07%
合计	45,123.09	100.00%	25,246.70	100.00%	19,382.40	100.00%

从上表可知，报告期内，公司电热类产品成本占主营业务成本的比例分别为 49.36%、42.23%和 33.80%，喷涂类产品成本占主营业务成本的比例分别为 30.81%、36.00%和 44.96%，报告期内电热类产品占主营业务成本的比例有所下降，喷涂类产品占主营业务成本的比例有所增加。

具体到公司各类别材料采购，塑料粒子类、包装材料类和金属原材料类为各类产品均需使用的材料，报告期内采购占比变动较小。不同产品类别因产品结构、功能及生产工艺有所区别，所使用的电子电气类、五金加工件类和塑料加工件类材料占比不同。报告期内，受销售产品结构变动影响，电子电气类、五金加工件类和塑料加工件类材料采购金额在报告期内存在一定程度变动。总体上，报告期内，随着喷涂类产品成本金额及其占主营业务成本比例的提升，公司所需的五金

件类原材料金额占原材料采购总额的比例会随之提升；电子电气类材料占原材料采购总额的比例会略有下降。

报告期内，公司上述各类别原材料的采购金额及占采购总额的比例变动原因具体分析如下：

1、电子电气类

报告期内，公司电子电气类原材料的采购金额分别为 6,930.99 万元、9,536.55 万元和 16,863.83 万元，占公司原材料采购总额的比例分别为 46.25%、43.81%和 39.57%，报告期内电子电气类原材料的采购金额增加、采购金额占原材料采购总额的比例有所降低。

电子电气类主要包括线路板、电源线、电机、漆包线等材料，以上述材料为例，报告期内上述材料采购金额及占比情况如下：

单位：万元

原材料	2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
线路板	3,846.99	9.03%	2,175.70	9.99%	1,628.86	10.87%
电源线	2,901.05	6.81%	1,615.78	7.42%	1,565.20	10.44%
电机	2,859.95	6.71%	1,254.52	5.76%	1,018.34	6.79%
漆包线	1,884.94	4.42%	1,190.02	5.47%	722.57	4.82%
合计	11,492.93	26.97%	6,236.02	28.64%	4,934.97	32.92%

从上表可知，报告期内线路板等原材料的采购金额增加，原材料的采购金额占原材料采购总额的比例总体呈下降趋势，主要原因系公司成本结构变动所致。

由于公司不同类别产品或同一类别不同型号的产品物料构成不同，一般来说电热类产品中线路板和电源线等电子电气类材料占材料总额的比例较喷涂类产品中占比要高。随着喷涂类产品成本占主营业务成本的比例提高，线路板、电源线等材料的成本占材料总额的比例会有所降低，相应的线路板、电源线等电子电气类材料采购金额占原材料采购总额的比例也会相应的有所降低。

2、五金件类

报告期内，公司五金件类原材料的采购金额分别为 2,060.16 万元、3,879.66 万元和 9,343.98 万元，占公司原材料采购总额的比例分别为 13.75%、17.82%和 21.93%，报告期内五金件类原材料的采购金额及占原材料采购总额的比例均有所增加。

五金件类原材料主要包括钢管、定子铁芯、轴承、转子铁芯等金属件。报告期内五金件类原材料的采购金额和采购金额占原材料采购总额的比例增加系由于定子铁芯、转子铁芯、喷嘴和喷枪组件等材料采购增加所致，具体情况如下：

单位：万元

原材料	2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
喷枪组件	956.93	2.25%	189.14	0.87%	57.73	0.39%
喷嘴	690.52	1.62%	196.07	0.90%	66.36	0.44%
定子铁芯	435.43	1.02%	202.12	0.93%	110.10	0.74%
转子铁芯	220.75	0.52%	101.20	0.46%	64.99	0.43%
合计	2,303.63	5.41%	688.53	3.16%	299.18	2.00%

由上表可知，喷枪组件、喷嘴等原材料的采购金额及占原材料采购总额的比例增加较多，主要原因系上述材料用于生产喷枪等喷涂类产品，上述喷涂类产品所需原材料采购金额及占比提升与公司喷涂类产品产量和成本增加的趋势相符。

3、塑料加工件类

报告期内，公司塑料加工件类原材料的采购金额分别为 1,962.46 万元、3,076.08 万元和 6,945.07 万元，占原材料采购总额的比例分别为 13.09%、14.13%和 16.30%，报告期内塑料加工件类原材料的采购金额增加，采购金额占原材料采购总额的比例基本保持稳定。

塑料加工件类原材料主要包括吹塑盒、波纹管组件、高压管、左右机壳等塑料定制加工件，以上述材料为例，报告期内上述材料采购金额及占比情况如下：

单位：万元

原材料	2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
吹塑盒	1,023.82	2.40%	581.93	2.67%	595.04	3.97%

波纹管	286.86	0.67%	220.41	1.01%	169.73	1.13%
高压管	665.05	1.56%	131.70	0.60%	31.86	0.21%
左右机壳	415.63	0.98%	142.81	0.66%	3.68	0.02%
合计	2,391.36	5.61%	1,076.85	4.94%	800.31	5.33%

由上表可知，吹塑盒、波纹管等塑料加工件类原材料整体采购金额均有所增加，报告期各年采购金额占原材料采购总额的比例变化不一，主要系由于公司成本结构变动所致。

以高压管为例，高压管为生产高压无气喷枪等产品所需材料之一，报告期内高压无气喷枪的产、销量均呈上升趋势，报告期内，公司高压无气喷枪类产品成本占主营业务成本的比例分别为 2.01%、4.84%和 17.77%。高压管采购金额占原材料采购总额的比例提升与高压无气喷枪类产品成本占比提升的趋势一致。

综上，报告期内公司各项原材料采购金额、比例变动与公司成本结构变动匹配，原材料采购金额、比例变动具有合理性。

上述内容，公司已在招股书“第六节/四/（一）/1、主要原材料采购情况及价格变动趋势”中对原材料采购金额比例变动的原因进行了补充披露。

二、结合同类型原材料供应商之间的采购价格说明是否存在差异，若存在，请说明具体原因及合理性，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。

（一）同类型原材料供应商之间的采购价格是否存在差异

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向不同供应商采购的情形，主要包括电源线、保险丝、喷嘴、吹塑盒、PP、PA 等。发行人严格执行采购制度，通过与供应商进行市场化洽谈的形式，协商确认采购价格，具有公允性。

公司产品类别跨度较大，同类型原材料包含的品牌、规格和材质不一，且部分原材料定制化，通用性较低。同时，部分原材料为试购比价或零星采购等小额交易，不具有代表性。因此，此处选取同型号采购金额 50 万元以上且向不同供应商采购的原材料进行分析，具体如下：

（1）2021 年度

类别	原材料种类	型号	供应商	采购金额 (万元)	单价	单位	差异情况及原因
电子电气类	电源线	电源线 /YK002,16A,H05RN-F,2*1*2.1 M	杭州鼎丰电气有限公司	16.13	4.81	元/根	公司向杭州鼎丰电气有限公司采购时间集中在 2021 年 1 月，其余月份主要向杭州永联电缆有限公司（以下简称“永联电缆”）进行采购。由于
			杭州永联电缆有限公司	279.44	5.25		
		电源线 /YK002,16A,H05RN-F,2*1*3.1 M	杭州鼎丰电气有限公司	13.91	6.63		
			杭州永联电缆有限公司	139.51	7.33		

		电源线 /YK002,16A,H05RN-F,2*1*2.1M,REACH	杭州鼎丰电气有限公司	9.78	4.89		2021 年原材料价格进入上升通道, 采购时点不同导致公司向永联电缆采购价格较鼎丰电气偏高, 价格具有公允性
			杭州永联电缆有限公司	109.71	5.46		
		电源线 /YK002,16A,H05RN-F,2*1*3.15M,REACH	杭州鼎丰电气有限公司	6.60	6.85		
			杭州永联电缆有限公司	84.97	7.76		
		电源线/BS 连体,13A,SW368 II,H05RN-F,2*1*2.1M	杭州鼎丰电气有限公司	4.73	7.71		
			杭州永联电缆有限公司	53.89	8.55		
		电源线/YSC-02,13A,UL 极性,SJTW,16AWG,2*1.31*1.95M	宁波耀盛电气有限公司	40.15	5.50		公司向宁波耀盛电气有限公司采购时间集中在 2021 年下半年, 向余姚市海得宝电器有限公司进行采购时点主要为 2021 年 1-3 月。电源线主要构成材质之一为铜, 2021 年下半年金属铜市场价格较上半年有所增长, 价格差异系采购时点不同导致, 价格具有公允性
			余姚市海得宝电器有限公司	11.95	4.74		
	保险丝	NEC,SF240E,240℃,250V,10A	深圳市浩伦电子有限公司	69.37	0.75	元/个	采购单价不存在差异, 价格公允
			深圳市喜登达电子有限公司	18.75	0.75		
		NEC,SF188E,192℃,250V,10A	深圳市浩伦电子有限公司	66.81	0.75		采购单价不存在差异, 价格公允
			深圳市喜登达电子有限公司	20.25	0.75		
		艾默生,G6A00,240℃,250V,16A	上海联一数码科技有限公司	41.06	0.98		采购单价差异较小, 价格公允
			天津市诺达行电器有限公司	28.99	0.96		

五金 件类	喷嘴	喷枪/SG0021,喷嘴黑色	钱滋勒贸易（上海）有限公司	446.81	45.13	元/个	采购单价不存在差异，价格公允
			乔贸贸易（上海）有限公司	100.22	45.13		
	阀座	PLD3090/59-1 黄铜	宁波宏泰轴承有限公司	0.14	8.56	元/个	采购单价差异较小，价格公允
			余姚东锐五金有限公司	112.47	8.44		
		SG0020-US850/59-1 黄铜,美规螺纹,18 牙	宁波宏泰轴承有限公司	0.12	7.53		采购单价差异较小，价格公允
			余姚东锐五金有限公司	88.88	7.56		
	进料阀合金片	PLD3090/硬质合金	常州市孟河轴承工具厂	179.11	12.54	元/个	发行人向任丘市瑞鑫硬质合金模具有限公司采购系为新产品向新供应商小批量试购原材料，价格公允
			任丘市瑞鑫硬质合金模具有限公司	0.23	11.27		
	进料螺塞	PLD3090/59-1 黄铜	宁波宏泰轴承有限公司	0.23	14.08	元/个	采购单价差异较小，价格公允
			余姚东锐五金有限公司	169.30	13.23		
	钨钢球	PLD3090/钨钢,SΦ12.7mm	常州市孟河轴承工具厂	103.72	7.52	元/个	采购单价差异较小，价格公允
			任丘市瑞鑫硬质合金模具有限公司	0.14	7.06		
	球头柱塞杆	PLD3090/3Gr13,12.78*86mm	常州市孟河轴承工具厂	137.36	10.01	元/个	采购单价差异较小，价格公允
			宁波宏泰轴承有限公司	0.16	9.83		
			任丘市瑞鑫硬质合金模具有限公司	0.19	9.50		
	吸铁芯	PLD6050/φ18.6×85,孔深 36mm,电工纯铁	金华市博翔机械厂	11.58	3.12	元/个	采购单价差异较小，价格公允
			金华市婺城区马炜松机械加工厂	41.82	3.09		
			金华市永达五金厂	0.13	3.09		

	出料阀合金片	PLD3090/硬质合金	常州市孟河轴承工具厂	69.38	5.02	元/个	发行人向任丘市瑞鑫硬质合金模具有限公司采购系为新产品向新供应商小批量试购原材料, 价格公允
			任丘市瑞鑫硬质合金模具有限公司	0.09	4.41		
	泄压阀合金片	PLD3090/硬质合金	常州市孟河轴承工具厂	57.74	4.18	元/个	发行人向任丘市瑞鑫硬质合金模具有限公司采购系为新产品向新供应商小批量试购原材料, 价格公允
			任丘市瑞鑫硬质合金模具有限公司	0.07	3.63		
	调节座嵌件	PLD3090/59-1 黄铜	宁波宏泰轴承有限公司	0.06	3.72	元/个	采购单价差异较小, 价格公允
			余姚东锐五金有限公司	51.17	3.44		
	柱塞杆螺塞	PLD3090/59-1 黄铜	宁波宏泰轴承有限公司	0.12	7.80	元/个	采购单价差异较小, 价格公允
			余姚东锐五金有限公司	101.53	7.52		
塑料加工件类	吹塑盒	PLD2417 BMC-A/1000g	浙江鸿天工具有限公司	1.78	8.90	元/只	采购单价差异较小, 价格公允
			浙江武义恒兴工贸有限公司	113.20	9.42		
塑料粒子类	PP	PPM2600/热风枪, 喷枪	江苏金发科技新材料有限公司	56.51	9.42	元/千克	该型号价格随行就市, 采购单价存在较小差异系因采购时间点不同导致, 价格公允
			宁波德胜进出口有限公司	242.56	9.64	元/千克	
			宁波正万进出口有限公司	60.82	9.73	元/千克	
			余姚龙焱塑料有限公司	72.18	10.46	元/千克	
	PA	PA6-GF30, HIA4L-S0043, PLD2440, 2441, 2442 机壳	会通新材料股份有限公司	8.97	17.93	元/千克	采购单价差异较小, 价格公允
			江苏金发科技新材料有限公司	133.00	17.73		
		PA6GF30/电钻, 钉枪, 风罩\机座	慈溪市盛达塑化有限公司	11.50	11.50		该型号属于改性塑料粒

			余姚龙焱塑料有限公司	65.50	12.84		子,不同供应商的配方和产品性能有所差异,价格公允
	ABS	ABS/奇美 757/吹风机,吸尘器系列	宁波德胜进出口有限公司	154.08	16.75	元/千克	采购单价差异较小,价格公允
			余姚龙焱塑料有限公司	31.86	15.93		
			浙江前浪进出口有限公司	252.39	16.83		
	PE	PE/壶专用	宁波顺创进出口有限公司	56.12	8.50	元/千克	公司向余姚市永佳经贸有限公司采购集中在2021年上半年,向宁波顺创进出口有限公司采购时间主要为2021年第四季度。2021年下半年PE市场价格整体高于上半年,采购时点不同导致采购价格存在差异,价格具有公允性
			余姚市永佳经贸有限公司	100.86	7.47		

(2) 2020 年度

类别	原材料种类	型号	供应商	采购金额 (万元)	单价	单位	差异情况及原因
电子电气类	漆包线	QZ-2,180,Φ0.6	金华市太极机电设备有限公司	1.21	44.34	元/千克	公司向金华市太极机电设备有限公司零星采购且因采购时间点不同导致供应商采购价格存在差异,差异较小,价格公
			浙江长城电工科技股份有限公司	226.48	48.08		

							允
	保险丝	NEC,SF188E,192℃,250V,10A	深圳市浩伦电子有限公司	56.84	0.75	元/个	采购单价不存在差异, 价格公允
			深圳市喜登达电子有限公司	3.00	0.75		采购单价差异较小, 价格公允
		艾默生,G6A00,240℃,250V,16A	上海联一数码科技有限公司	21.25	0.97		采购单价不存在差异, 价格公允
			天津市诺达行电器有限公司	32.98	0.96		采购单价不存在差异, 价格公允
		NEC,SF240E,240℃,250V,10A	深圳市浩伦电子有限公司	46.13	0.75		采购单价不存在差异, 价格公允
			深圳市喜登达电子有限公司	6.75	0.75		采购单价不存在差异, 价格公允
塑料加工件类	吹塑盒	HG0010\1200g	昆山市华大塑业有限公司	0.79	21.24	元/只	通过产品试制和比价后, 公司将采购订单陆续转向浙江鸿天工具有限公司, 价格公允
			浙江鸿天工具有限公司	104.96	17.76		采购单价差异较小, 价格公允
		PLD2417 BMC-A\1000g	浙江鸿天工具有限公司	9.90	9.49		通过产品试制和比价后, 公司将采购订单陆续转向浙江鸿天工具有限公司, 价格公允
			浙江武义恒兴工贸有限公司	62.63	9.53		采购单价差异较小, 价格公允
		HG0012\1200g	昆山市华大塑业有限公司	6.55	21.24		通过产品试制和比价后, 公司将采购订单陆续转向浙江鸿天工具有限公司, 价格公允
			浙江鸿天工具有限公司	44.99	17.81		采购单价差异较小, 价格公允
塑料粒子类	PP	PPGF30,JF-1,热风枪,喷枪	昆山力兆塑胶有限公司	363.42	9.41	元/千克	采购单价差异较小, 价格公允
			盱眙县昌之海塑胶有限公司	4.56	9.12		采购单价差异较小, 价格公允
		PPM2600\热风枪,喷枪	江苏金发科技新材料有限公司	143.83	7.99		采购单价差异较小, 价格公允
			宁波德胜进出口有限公司	54.35	7.76		采购单价差异较小, 价格公允
			宁波正万进出口有限公司	100.84	8.07		采购单价差异较小, 价格公允
		PP,E451,A1N12,PP-20	昆山力兆塑胶有限公司	101.72	11.07		该型号属于改性塑料粒
			盱眙县昌之海塑胶有限公司	4.32	10.80		
	PA	PA6-GF30,HIA4L-S0043,PLD2	会通新材料股份有限公司	26.46	16.66	元/千克	

		440,2441,2442 机壳	江苏金发科技新材料有限公司	30.23	17.78		子,不同供应商的配方和产品性能有所差异,价格公允
		PA6GF30\电钻,钉枪,风罩\机座	慈溪市盛达塑化有限公司	10.88	10.88		该型号属于改性塑料粒子,不同供应商的配方和产品性能有所差异,价格公允
			会通新材料股份有限公司	5.97	11.95		
			余姚龙焱塑料有限公司	38.93	11.12		
	ABS	ABS/奇美 757/吹风机,吸尘器系列	宁波德胜进出口有限公司	67.79	12.33	元/千克	ABS 价格在 2020 年下半年价格有较大幅度的增长,于 11 月达到峰值。公司向宁波德胜的采购集中在 2020 年 6 月和 7 月,该时段属于价格爬升期;公司向余姚龙焱采购 ABS 集中在 10 月和 11 月;公司向浙江前浪的采购集中在 11 月当月。因此,采购时间越集中在 11 月份左右,采购价格越高。采购时点不同导致的采购单价差异符合 ABS 的整体价格走势,价格公允
			余姚龙焱塑料有限公司	119.31	14.04		
			浙江前浪进出口有限公司	24.16	16.11		
		ABS/日本-TE-10S,透明,尘杯\透明盖用	宁波德胜进出口有限公司	12.92	25.84		采购单价差异较小,价格公允
			余姚龙焱塑料有限公司	48.29	26.83		
	PE	PE/壶专用	宁波德胜进出口有限公司	7.35	7.35	元/千克	采购单价差异较小,价格

			余姚龙焱塑料有限公司	7.96	7.96		公允
			余姚市永佳经贸有限公司	121.13	7.17		

(3) 2019 年度

类别	原材料种类	型号	供应商	采购金额 (万元)	单价	单位	差异情况及原因
电子电气类	线路板	PQ0F010\GBL,18,Li	苏州华之杰电讯股份有限公司	13.85	18.97	元/个	采购单价差异较小, 价格公允
			张家港华捷电子有限公司	85.52	19.08		
	电机	PLD8050\RS555PM,18VDC,150W,带 2 个 104 瓷片电容	绍兴恒力电机有限公司	12.45	10.65	元/个	采购单价差异较小, 价格公允
			余姚市隆利电机有限公司	68.97	11.00		
	开关	DSE-2316\16A,125V(DSE-2310\10A,250V)	佛山市顺德区德厚电子有限公司	49.65	1.08	元/个	采购单价差异较小, 价格公允
			上海科杰电子有限公司	20.18	1.03		
	保险丝	NEC,SF240E,250V,10A,240℃	深圳市浩伦电子有限公司	49.49	0.76	元/个	采购单价差异较小, 价格公允
			深圳市喜登达电子有限公司	6.75	0.75		
五金件类	定子铁芯	WW800,冷轧,29.4×58×24,400W	杭州旭烈电机有限公司	0.92	1.81	元/个	采购单价差异较小, 价格公允
			永康市伟宏农机有限公司	52.05	1.68		
塑料加工件类	吹塑盒	PLD2417 BMC-A\1000g	浙江鸿天工具有限公司	0.48	9.50	元/只	采购单价差异较小, 价格公允
			浙江武义恒兴工贸有限公司	100.41	9.97		
		HG0010\1200g	昆山市华大塑业有限公司	79.04	21.16	元/只	通过产品试制和比价后, 公司将采购订单陆续转向浙江鸿天工具有限公司, 价格公允
			浙江鸿天工具有限公司	17.01	17.90		
塑料粒子类	PP	PPGF30,JF-1,热风枪,喷枪	昆山力兆塑胶有限公司	266.78	9.81	元/千克	采购单价差异较小, 价格公允
			武义县桐琴康盛工程塑料厂	23.55	10.05		
			盱眙县昌之海塑胶有限公司	5.09	10.18		

		PPM2600\热风枪,喷枪	江苏金发科技新材料有限公司	51.86	8.64	元/千克	采购单价差异较小, 价格公允
			宁波德胜进出口有限公司	126.05	8.97		
			宁波正万进出口有限公司	109.85	8.55		
		PP,E451,A1N12,PP-20	横店集团得邦工程塑料有限公司	31.50	10.43	元/千克	采购单价差异较小, 价格公允
			昆山力兆塑胶有限公司	5.18	10.35		
			盱眙县昌之海塑胶有限公司	22.59	10.76		
	PA	PA6 阻燃-V0\黑色前套专用	慈溪市盛达塑化有限公司	47.17	15.11	元/千克	该型号属于改性塑料粒子, 不同供应商的配方和产品性能有所差异, 价格公允
			余姚龙焱塑料有限公司	35.40	13.61		
		PA6GF30\电钻,钉枪,风罩\机座	慈溪市盛达塑化有限公司	37.04	14.60	元/千克	该型号属于改性塑料粒子, 不同供应商的配方和产品性能有所差异, 价格公允
			会通新材料股份有限公司	15.11	14.05		
			余姚龙焱塑料有限公司	5.97	11.95		
	ABS	ABS/奇美 757/吹风机,吸尘器系列	宁波德胜进出口有限公司	53.46	11.88	元/千克	采购单价差异较小, 价格公允
			余姚市顺祥塑化商行	22.59	11.29		
			浙江前浪进出口有限公司	11.77	11.77		

总体来看, 报告期内, 同类型原材料供应商之间的采购价格差异较小。部分采购单价存在差异主要系采购时点不同、向新增供应商小规模试购或材料配方、性能有所差异等原因导致, 具有合理性。

(二) 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

经核查, 同类型原材料采购价格存在差异的供应商及其关联方与发行人之间不存在关联关系或其他利益安排。

三、结合报告期内喷涂类产品成本构成、原材料价格波动等进一步量化分析喷涂类产品单位成本大幅上涨的原因及合理性。

公司喷涂类产品单位成本增加主要由产品结构变动影响所致。报告期内，公司喷涂类产品的单位成本变动情况如下：

单位：元/台

项目	2021 年	变动比例	2020 年	变动比例	2019 年
喷涂类单位成本	155.79	84.93%	84.25	12.42%	74.94
其中：直接材料	133.77	94.87%	68.65	13.08%	60.71
直接材料占单位成本比例	85.86%	-	81.48%	-	81.58%

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。由上表可知，报告期内喷涂类产品单位成本变动幅度与单位直接材料的变动幅度相当，报告期内直接材料占喷涂类单位成本的比例均在 80%以上，且报告期内占比略有提高，喷涂类产品单位成本增加，主要由单位直接材料成本增加影响所致。

喷涂类产品包括电动喷枪、高压无气喷枪、锂电喷枪等各类细分产品，不同类别的细分产品单位成本、材料成本不同，随着单位成本、材料成本较高的产品的销售比例的提升，导致喷涂类产品单位成本提高。

报告期内，各细分类别产品对喷涂类产品单位成本的影响如下：

单位：元/台

产品类别	项目	2021 年	2020 年	2019 年
高压无气喷枪	单位成本①	632.87	594.84	566.66
	数量占比②	10.16%	1.98%	0.86%
	成本贡献③=①*②	64.30	11.81	4.89
	成本贡献变动（1） ^注	52.49	6.91	-
锂电喷雾器	单位成本	156.27	116.06	94.93
	数量占比	14.75%	5.70%	0.99%
	成本贡献④	23.05	6.62	0.94
	成本贡献变动（2）	16.43	5.68	-
电动喷枪	单位成本	91.56	71.38	71.07

	数量占比	67.73%	90.49%	95.12%
	成本贡献⑤	62.01	64.60	67.60
	成本贡献变动(3)	-2.58	-3.01	-
滚涂机	单位成本	53.93	49.12	49.43
	数量占比	1.31%	1.23%	3.02%
	成本贡献⑥	0.71	0.60	1.49
	成本贡献变动(4)	0.10	-0.89	-
锂电喷枪	单位成本	94.56	105.56	72.65
	数量占比	6.05%	0.59%	0.00%
	成本贡献⑦	5.72	0.62	-
	成本贡献变动(5)	5.10	0.62	-
总计③+④+⑤+⑥+⑦		155.79	84.24	74.93
成本贡献变动总计 (1) + (2) + (3) + (4) + (5)		71.55	9.31	-

注：成本贡献变动=当年成本贡献-前一年成本贡献

从上表可知，报告期内随着公司高压无气喷枪和锂电喷雾器销量占比的提升及单位成本的提高，持续拉高了喷涂类产品的单位成本。

公司 2021 年喷涂类产品单位成本 155.79 元/台，较上年上升 71.55 元/台，其中高压无气喷枪成本由 2020 年的 594.84 元/台上升至 632.87 元/台，销售数量占喷涂类产品销量的比例由 1.98% 上升至 10.16%，由此导致 2021 年喷涂类产品成本上升 52.49 元；锂电喷雾器成本由 2020 年的 116.06 元/台上升至 156.27 元/台，销售数量占比由 5.70% 上升至 14.75%，由此导致 2021 年喷涂类产品成本上升 16.43 元。

2021 年公司锂电喷雾器平均单位成本由 2020 年的 116.06 元/台上升至 156.27 元/台，单位成本较上年上升幅度较大。锂电喷雾器单位成本上升的主要原因系 2021 年公司新开发的多款新型锂电喷雾器产品开始量产并销售所致，新型锂电喷雾器的平均单位成本高达 175.82 元/台且销售数量已达锂电喷雾器销售总量的 54.81%，导致整体锂电喷雾器的平均单位成本上涨较快。新型锂电喷雾器成本较高主要由如下原因所致：①新开发的肩挂式等新型锂电喷雾器因面向中高端市场、产品制造工艺难度大、精度要求高，在普通塑料粒子平均采购价格较 2020 年有所上涨的基础上，发行人在生产过程中还会选择如金发科技等供应商的高品质塑

料粒子（如 PA）进行注塑加工，而高品质塑料粒子的平均采购价较普通塑料粒子采购价高约 4-6 元/kg 不等，导致产品单位成本较高；②2021 年部分新型锂电喷雾产品体积较大，水箱体积普遍从 2020 年的 3.5L 和 7.5L 提高至 2021 年的 7.5L 和 15L，从而导致产品单位成本提高。以某客户 2021 年 7.5L 和 15L 水箱的成本对比为例，7.5L 规格水箱的产品单位成本约在 140 元左右，而配备 15L 水箱的锂电喷雾器产品单位成本已经提高至 160 元左右；③2021 年部分新型锂电喷雾产品在销售时应客户要求额外配备了电池包和充电器等配件，也提高了产品的单位成本。

综上，报告期内，公司喷涂类产品单位成本大幅上涨主要系由产品结构变动与原材料价格波动两方面因素共同影响所致，公司喷涂类产品单位成本大幅上涨具有合理性。

四、核查意见

（一）核查过程

保荐人、申报会计师主要执行了如下核查程序：

1、访谈了发行人采购负责人，了解报告期内公司各类别原材料采购金额变动情况；

2、针对同类型原材料供应商之间的采购价格是否存在差异及原因分析，执行了如下程序：（1）获取发行人报告期各期采购明细表，复核计算发行人对同型号不同供应商采购价格，并进行对比分析；（2）对于采购时点不同导致的采购单价差异，通过公开市场渠道查询对应主要原材料的市场公开价格变动，对比分析发行人采购价格差异与不同采购时点市场公开价格的变动趋势是否一致；（3）访谈供应商并查询公开信息，获取同类型原材料采购价格存在差异的供应商及其关联方与发行人之间是否存在关联关系或其他利益安排等信息；

3、获取发行人报告期内采购入库明细表，分析各类别材料波动情况，并与发行人成本明细表进行对比分析，分析采购金额变动与成本结构变动的匹配性；

4、访谈发行人生产部门负责人、财务总监，获取发行人报告期内成本明细表，分析报告期内发行人喷涂类产品单位成本大幅上涨的合理性。

5、采购函证情况

(1) 函证发出及回收情况

报告期内，公司采购函证发出及回收情况如下：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
采购金额	43,523.44	22,262.58	15,411.84
发函金额	35,969.19	16,596.32	11,845.36
发函比例	82.64%	74.55%	76.86%
回函金额	31,810.73	15,464.01	11,075.49
回函比例	73.09%	69.46%	71.86%
其中：回函直接确认金额	31,488.49	15,333.46	10,976.26
差异调节后确认金额	322.24	130.55	99.24

(2) 回函不符情况

从上表可知，报告期内，采购函证存在回函不符情况较少，回函不符情况主要系双方核算的口径差异所致，公司依据货物采购入库作为核算采购金额的时点，而回函有差异的供应商依据的为开具发票作为销售入账时点，双方核算存在时间性差异。

(二) 核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、报告期内，公司各项原材料采购金额、比例的变动与公司成本结构变动匹配，原材料采购金额、比例变动具有合理性。

2、报告期内，同类型原材料供应商之间的采购价格差异较小。部分采购单价存在差异主要系采购时点不同、向新增供应商小规模试购或材料配方、性能有所差异等原因导致，具有合理性，相关供应商及其关联方与发行人之间不存在关联关系或其他利益安排。

3、报告期内公司喷涂类产品单位成本大幅上涨主要受产品结构变动因素影响，原材料价格波动也会对喷涂类产品单位成本变动产生一定影响，公司喷涂类产品单位成本大幅上涨具有合理性。

10.关于期间费用

申报材料显示：

（1）报告期内，销售费用分别为 1,890.96 万元、1,431.39 万元和 3,094.22 万元，占营业收入的比例分别为 6.41%、6.39%和 7.55%。发行人销售费用率低于锐奇股份、巨星科技，高于康平科技；

（2）报告期内，研发费用分别为 1,345.97 万元、1,445.03 万元和 2,301.85 万元，占营业收入的比例分别为 4.56%、3.69%和 3.42%。

请发行人：

（1）结合同行业可比公司销售模式的区别说明所选取对比公司的可比性，公司销售费用率低于行业平均水平的原因及合理性；

（2）说明研发人员的划分标准，是否存在与生产人员混同的情形，研发费用中直接投入的构成、主要用途，相关直接材料对应的研发项目情况，研发过程中的原材料的投入与产出情况、损耗情况及废料处理情况。

请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见。

【回复】

一、结合同行业可比公司销售模式的区别说明所选取对比公司的可比性，公司销售费用率低于行业平均水平的原因及合理性

（一）结合同行业可比公司销售模式的区别说明所选取对比公司的可比性

发行人同行业可比公司包括锐奇股份、康平科技和巨星科技，其中公司与康平科技的销售模式比较相近，各可比公司与发行人的销售模式对比情况如下：

序号	公司名称	销售模式
1	锐奇股份（300126）	公司内销业务基本为公司自有品牌的电动工具产品，销售模式以经销模式为主导；外销业务包括 ODM 和 OBM 两类，销售模式以直销模式为主导，部分自有品牌产品出口也为经销模式。锐奇股份约 40%左右业务为经销模式。
2	康平科技（300907）	康平科技销售渠道以直销模式为主，部分整机产品采用经销模式销售。康平科技销售模式包括 OEM 和 OBM 两大类。

序号	公司名称	销售模式
3	巨星科技（002444）	巨星科技销售模式可分为 ODM 和 OBM 两大类，其主要客户为欧美大型连锁超市，且在欧美等国家收购当地公司建立本土化的仓储物流分销渠道和售后服务中心。
4	本公司	公司采取直销模式，销售渠道包括线下直销和电商平台线上直销两种，具体包括 ODM 和 OBM 两大类，其中以 ODM 业务为主。

根据上表，同行业可比公司中康平科技产品以直销模式为主，其客户主要为百得、TTI、麦太保等，康平科技的直销模式和主要客户均与发行人较为类似，即产品生产之后直接交付于客户，该类业务一般销售费用率较低。

相比之下，同行业可比公司锐奇股份约 40%左右业务为经销模式，需要开展零售门店活动、多元渠道推广等促进产品销售；巨星科技目前在全球范围内，有两万家以上的大型五金、建材、汽配等连锁超市销售其产品，且通过在欧美等国家收购当地公司建立本土化的仓储物流分销渠道和售后服务中心的方式向客户销售产品。相应地，锐奇股份、巨星科技在相关的人员配备、业务宣传、差旅支出等方面相较发行人投入较大。

综上，在销售模式方面，发行人与康平科技较为接近，与锐奇股份、巨星科技存在一定差异。

（二）公司销售费用率低于行业平均水平的原因及合理性

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各期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。

报告期内公司业务包括 ODM 和 OBM 两类，其中以 ODM 业务为主该类业务占比在 90%以上。该类业务与康平科技的直销业务类似，均为产品生产之后直接交付于客户，需要配备的销售人员较少、相关的业务招待费、宣传费和差旅费等较少，呈现销售费用率较低的特点。此外，公司还存在部分 OBM 业务，该业务通过电商平台向终端消费者等销售产品会产生较多平台服务费，销售费用率较高，因此发行人销售费用率高于康平科技具有合理性。

同行业可比公司锐奇股份约 40%左右业务为经销模式、巨星科技采用在欧美等国家收购当地公司建立本土化的仓储物流分销渠道和售后服务中心的方式向客户销售产品，上述销售模式需配备较多销售人员、产生较多业务宣传费等销售费用，故公司销售费用率低于锐奇股份和巨星科技平均水平。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%
	平均值①	2.33%	2.55%	2.79%
	发行人②	0.69%	0.74%	0.75%
	差额 1（②-①）	-1.63%	-1.81%	-2.04%
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%
	差额 2	-0.59%	-0.69%	-0.46%
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%

项目	公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
	差额 3	-0.19%	-0.21%	-0.14%

从上表可知，从具体销售费用科目构成来看，报告期内，公司销售费用率低于同行业可比公司平均水平，主要系职工薪酬和业务宣传费等低于锐奇股份和巨星科技所致，具体情况如下：

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%，同行业可比公司平均水平为 2.79%、2.55%和 2.33%，低于同行业可比公司平均水平，主要原因系：

（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，与欧洲、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	1,073	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。

锐奇股份约有 40%左右业务采用经销模式，且其自有品牌电动工具销售需持续开展各种品牌及产品推广活动，需要配备的销售人员较多，报告期内配备的销售人员数量分别为 138 人、130 人和 120 人，销售人员占员工总数比例分别为 12.59%、12.72%和 12.83%。

巨星科技目前在全球范围内，有两万家以上的大型五金、建材、汽配等连锁超市销售其产品，且在欧美等国家收购当地公司建立本土化的仓储物流分销渠道和售后服务中心，相关人员配备较多。报告期各期末，巨星科技销售人员数量分

别为 930 人、934 人和 1,073 人，销售人员占员工总数比例分别为 14.45%、12.66% 和 9.96%。

报告期内，公司 ODM 业务采取直销模式，销售模式与康平科技最接近，所需销售人员数量相对较少。公司销售人员总数及占比与康平科技接近，而锐奇股份和巨星科技的销售人员占比约为发行人的 3-4 倍，明显高于发行人。

(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，销售人员平均薪酬情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
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
发行人	10.89	11.12	9.97

总体来说，公司 2020 年和 2021 年销售人员平均薪酬与同行业可比公司锐奇股份和康平科技较为接近，同行业可比公司巨星科技由于在欧美等国家设有境外子公司，境外子公司雇员薪酬较高，从而导致巨星科技销售人员平均薪酬明显高于发行人。2021 年由于公司营收快速增长，公司新进较多基础销售人员，从而导致公司销售人员平均薪酬略微降低。

总体来看，由于公司与锐奇股份和巨星科技的销售模式存在差异，上述两家可比公司的销售人员占员工总数的比例约为公司的 3-4 倍，且由于巨星科技销售人员平均工资明显高于发行人，导致发行人销售人员平均薪酬低于同行业可比公司平均水平，两方面因素导致公司销售人员职工薪酬占营业收入比例低于同行业可比公司平均水平。

2、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%，同行业可比公司平均水平为 1.04%、0.90%和 0.72%，低于同行业可比公司平均

水平。

同行业可比公司中锐奇股份采用经销模式推广自有品牌，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，会产生较多业务宣传费；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。

报告期内，由于公司以 ODM 业务为主，产品生产后直接交付给客户，产生的业务宣传费较少。

3、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%，同行业可比公司平均水平分别为 0.36%、0.22%和 0.20%，略低于同行业平均水平。

同行业可比公司中锐奇股份 40%左右业务为经销模式，开展零售门店活动、多元渠道推广等促进产品销售，配备较多销售人员，相关的差旅费费用支出较多。锐奇股份差旅费占营业收入比例较高，拉高了同行业可比公司平均水平。而公司主要以 ODM 业务为主，与主要客户沟通中采取邮件、电话等方式较多，相对来说产生的差旅费较少。

综上，公司 ODM 业务为主的销售模式与康平科技最为接近；同行业可比公司中锐奇股份约有 40%左右业务采用经销模式，巨星科技采用在欧美等国家收购当地公司建立本土化的仓储物流分销渠道和售后服务中心的方式向客户销售产品，该两家的销售模式与发行人均存在一定差异，上述销售模式需配备较多销售人员、产生较多业务宣传费等销售费用，报告期内发行人销售费用率低于同行业可比公司平均水平具有合理性。

二、说明研发人员的划分标准，是否存在与生产人员混同的情形，研发费用中直接投入的构成、主要用途，相关直接材料对应的研发项目情况，研发过程中的原材料的投入与产出情况、损耗情况及废料处理情况。

（一）说明研发人员的划分标准，是否存在与生产人员混同的情形

发行人以员工所属部门和承担的职责作为研发人员的划分标准，将直接从事研究开发项目的专业人员确定为研发人员。发行人的研发人员主要任职于技术中心和项目中心。技术中心负责新技术、新产品的开发与项目申报等工作；项目中心负责技术管理、产品跟踪，完善产品工艺、操作规程等技术文件的工作。报告期内，公司从事研发活动的人员具体包括电子工程师、工艺工程师、工艺技术员、机械工程师等。

公司研发人员与生产人员能够明确划分，有明确的岗位职责分工，不存在与生产人员混同的情形。

（二）研发费用中直接投入的构成、主要用途

公司研发直接投入主要包括材料及动力、模具工装和购置费三个部分：

材料及动力为研发领用的原材料及购置电力等动力费用，主要为研发部门领用材料进行零部件打样、组装样机等所需的材料及电力费用；模具工装主要系发行人为提升现有产品生产效率和新产品开发等进行的试验性模具的研发投入，包括手板模具、试模费用等；购置费主要系为进行研发活动所购置的各种小型检测仪器、测试工具的费用，小型检测仪器和测试工具等一般单位价值较低。

报告期内，公司研发费用中直接投入的构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
材料及动力	243.69	104.99	106.68
其中：材料	192.78	64.85	69.47
动力	50.91	40.14	37.21
模具工装	396.68	195.71	234.58
购置费	144.17	88.72	37.02
直接投入合计	784.54	389.42	378.28

从上表可知，报告期内，公司研发直接投入金额分别为 378.28 万元、389.42 万元和 784.54 万元，总体有所增加。

（三）相关直接材料对应的研发项目情况，研发过程中的原材料的投入与产出情况、损耗情况及废料处理情况

1、相关直接材料对应的研发项目情况

报告期各期，研发费用相关直接材料对应的主要研发项目情况如下：

单位：万元

项目名称	2021 年	2020 年	2019 年
尘风分离高效吸尘器			5.61
基于凸轮连杆联动控制技术高精度高强度锂电钉枪		7.58	8.78
水箱分离式喷雾器			1.31
高效发热效率和密度热风枪			23.71
高气密性软壶喷枪			29.52
低风阻吹风机			0.24
旋风式吸尘器		6.23	
恒速打胶枪		0.82	
背负式喷雾器		1.85	
低功耗数显锂电热风枪		14.32	
喷雾均匀的喷枪	0.17	34.05	
打钉稳定的气缸式钉枪	52.58		
低后座力弹簧钉枪	12.66		
低噪音简易热风枪	4.66		
防静电吹吸机	5.51		
高真空旋风吸尘器	6.09		
高转速 HVLP 喷枪	14.50		
恒定无级调温热风枪	7.81		
简易高效无气喷枪	40.58		
静电雾化器	5.06		
双向旋转动平衡清洗机	6.40		
一种水泵内置喷雾器	12.02		
智能控制打胶枪	3.57		
高效分离真空吸尘器	4.02		
高性能锂电热风枪	1.22		
手持式大功率锂电吹风机	0.16		
自重供液无气喷枪	15.75		
合计	192.78	64.85	69.16

在研发样品试制时，研发人员根据样品试制的内容，在系统中生成研发项目“研发领料单”，经审批后向仓库领料，仓库管理人员、样品试制的领料人员审核后完成研发材料领用。“研发领料单”系按照研发项目建立，单据上显示产品型号为对应的研发项目，均计入研发费用-材料及动力。

2、研发过程中的原材料的投入与产出情况、损耗情况及废料处理情况

对于公司研发活动中领用的各种材料经研发试制后形成研发样机并产生少部分废料。公司对于研发形成的样品，经公司内部检测合格后，主要发往第三方机构或客户处用于产品测试、认证使用；少部分研发样机可对外销售，对于对外销售的样机，公司已冲减相应的研发费用，报告期内冲减研发费用的金额分别为 5.04 万元、4.17 万元和 3.34 万元。

公司研发试制产品过程中产生的废料以及无使用价值的结存样品，一般价值很低，对于研发废料公司会统一从研发费用转出，并结转至废品仓库后续对外销售，对于对外销售的废料收入部分已冲减研发费用。报告期内，公司废料销售金额分别为 0.83 万元、3.47 万元和 6.11 万元。

三、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、了解公司销售费用的主要构成项目，查验公司账务处理是否符合实际情况。依据公开资料取得同行业可比公司销售费用数据并进行对比，分析其数据，并对比差异的原因。

2、查阅公司研发员工花名册，抽取部分人员劳动合同，查看其岗位情况，确认其学历、专业等是否符合其岗位要求；

3、获取研发项目台账、抽查研发物料领用清单，并检查研发项目直接材料投入情况等相关资料，核实与实际发生的研发项目、金额是否一致；

4、访谈公司研发负责人、财务负责人，了解公司的研发流程、研发过程中废料的产生、实物管理以及会计处理。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、公司销售模式与康平科技较为接近，在产品生产完成后直接交付客户，与锐奇股份、巨星科技相比，公司在相关的人员配备、业务宣传、差旅支出等方面投入相对较少。因此，发行人销售费用率低于同行业可比公司平均水平具有合理性。

2、报告期内，公司研发人员不存在与生产人员混同的情况。公司研发费用中的直接投入归集准确。研发材料投入后形成的样机一般用于第三方机构或客户测试、认证使用；部分对外销售的样机，公司已冲减研发投入。公司研发废料实物管理按公司内部控制执行，废料销售已冲减研发费用直接投入。

11.关于参股公司 BATAVIA B.V.

申报材料显示：

（1）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。

（2）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、1,029.91 万元。截至 2021 年 12 月 31 日，公司对关联方 BATAVIA B.V.的应收账款余额为 762.19 万元。

请发行人：

（1）结合 BATAVIA B.V.经营情况、财务状况等进一步量化分析发行人长期股权投资减值准备计提的依据及合理性；

（2）结合向 BATAVIA B.V.销售价格、信用期等与其他客户的对比情况等说明交易价格的公允性，期末应收账款占销售金额比例较高的原因及合理性，对应的应收账款坏账准备计提是否充分。

请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见。

【回复】

一、结合 BATAVIA B.V.经营情况、财务状况等进一步量化分析发行人长期股权投资减值准备计提的依据及合理性

（一）参股 BATAVIA B.V.系发行人长期战略投资，目前该公司经营基本面良好

BATAVIA B.V.成立于 2008 年 12 月，主要从事电动工具产品设计、品牌运营及产品销售，属于轻资产运营的公司。经过多年的发展，BATAVIA B.V.在产品研发设计能力、品牌运营及客户资源等核心价值方面有较强的积累。目前，该公司经营基本面良好。

在产品研发设计方面，BATAVIA B.V.拥有一支经验丰富的研发团队，目前拥有专利近 40 项，在产品研发设计方面一直具有较强实力。在品牌运营方面，BATAVIA B.V.获得欧洲地区多个奖项，其中，包括迷你锯荣获英国 DIY Week Awards 2020 年度秋季最佳工具奖、锂电冲钻荣获 WORD TOOLS Awards 2022 年度最具购买价值奖等。在客户资源方面，BATAVIA B.V.在荷兰、德国、比利时等欧洲地区主要国家和地区与 280 余家零售商、批发商等客户建立了业务关系，其中，包括德国 OBI、英国 Kingfisher、意大利 MTZ 集团等知名电动工具或建材五金工具企业。

综上所述，目前参股公司 BATAVIA B.V.在产品研发设计、品牌运营及客户资源合作及拓展等方面运营良好，公司经营基本面整体良好。

（二）受欧洲疫情及大宗商品价格、国际物流费用上涨等短期因素影响，参股公司经营业绩出现一定的波动

BATAVIA B.V.公司作为以产品设计、品牌运营和客户资源管理为核心的轻资产运营企业，受到欧洲疫情多次爆发的影响，尤其是 2021 年大宗商品价格、国际物流运费上涨等短期因素影响，采购、运输等成本费用上涨较快，短期内经营业绩受到一定的影响。报告期内，BATAVIA B.V.公司经营情况如下：

单位：万欧元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
----	--------	--------	--------

营业收入	1,769.92	1,387.87	1,421.22
毛利额	272.45	249.28	261.03
净利润	-55.89	-23.10	-43.88

发行人参股 BATAVIA B.V.公司系以此为抓手，借助 BATAVIA B.V.在欧洲地区渠道和客户资源为拓展海外业务、发展自有品牌积累经验，并通过与其团队合作，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。因此，发行人经过考察和商业谈判于 2020 年 5 月完成对 BATAVIA B.V.公司投资。投资完成后，BATAVIA B.V.积极落实经营规划，改善和提高经营业绩。其经营情况持续向好，虽然 2020 年全年并未实现盈利，但在 2020 年 5-12 月期间实现了约 20 万欧元的盈利。

进入 2021 年以后，BATAVIA B.V.持续落实既定经营规划，通过客户拓展、增加代理品牌的销售等方式，营业收入较 2020 年增长 382.05 万欧元，增长率约 27%，毛利额也相应地增长 23.17 万欧元，增长率约 9%。但是由于欧洲疫情多次爆发、大宗商品价格及国际物流运费上涨等因素，导致净利润较 2020 年下降了 32.79 万欧元，短期内其经营业绩受到一定的影响。

（三）基于谨慎性，考虑到短期因素的影响，对长期股权投资进行了减值测试并计提了相应的减值准备

如前述，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，虽然 BATAVIA B.V.业务收入较快增长，经营基本面良好，但考虑到短期内 BATAVIA B.V.业务发展未达到经营预期，基于谨慎性发行人对期末 BATAVIA B.V.的长期股权投资余额进行了减值测试，并聘请中瑞世联资产评估集团有限公司对 BATAVIA B.V.进行了价值评估。

中瑞世联资产评估集团有限公司在 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。经评估，发行人持有 BATAVIA B.V.长期股权投资的价值评估结果为 979.99 万元。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 327.63 万元的减值准备，占长期股权投资期末余额的 27.37%，相关减值准备计提充分。

综上所述，BATAVIA B.V.经营基本面良好，业务收入较快增长，但受国际物流运费上涨等因素影响，2021 年经营业绩受到一定影响。发行人基于谨慎性对长期股权投资进行减值测试，并根据评估报告结果计提了相应的减值准备，相关减值准备计提依据充分合理。

二、结合向 BATAVIA B.V.销售价格、信用期等与其他客户的对比情况等说明交易价格的公允性，期末应收账款占销售金额比例较高的原因及合理性，对应的应收账款坏账准备计提是否充分

（一）结合向 BATAVIA B.V.销售价格、信用期等与其他客户的对比情况等说明交易价格的公允性

1、公司向 BATAVIA B.V.销售价格与其他客户的对比情况

BATAVIA B.V.经营的产品包括各类电钻、电锯、电池包、伸缩梯、角磨机、砂光机、喷枪、热风枪、割草机等产品。公司向 BATAVIA B.V.销售的主要系热风枪和喷枪等产品，目前 BATAVIA B.V.对外销售的热风枪和喷枪等电热类、喷涂类电动工具均系向发行人采购。由于公司向不同客户销售的产品型号众多，不同型号的产品销售单价差异较大、相近型号的产品价格具有一定可比性，此处选取发行人向其他客户销售的与向 BATAVIA B.V.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	-

总体上，公司向 BATAVIA B.V.销售的热风枪、喷枪产品与向其他客户销售的相近型号的产品平均价格基本一致。2021 年向 BATAVIA B.V 销售的个别型

号热风枪产品价格存在一定差异，主要系基于 BATAVIA B.V.要求而设计的多功能热风枪，可实现多种功能的切换，价格相对略高，具有合理性。

2、公司与 BATAVIA B.V.的信用期与其他客户的对比情况

报告期内，公司与 BATAVIA B.V.之间的信用期与公司主要客户的信用期约定对比如下：

客户名称	销售单体	信用政策
BATAVIA B.V.	BATAVIA B.V.	提单日后 120 天
Stanley Black&Decker (史丹利·百得)	Black & Decker Limited BVBA - UK branch	提单日后 135 天
	BLACK & DECKER MACAO COMMERCIAL OFFSHORE LIMITED	提单日后 120 天
	Stanley Black & Decker Asia Holdings, LLC, Macao Branch	
	BLACK & DECKER GLOBAL HOLDINGS SARL	提单日后 120 天
	史丹利五金工具（上海）有限公司	月结 75 天
	百得（苏州）科技有限公司	开票日后 60 天
BOSCH（博世）	ROBERT BOSCH POWER TOOL GMBH	提单日后 120 天
	Robert Bosch Power Tool Kft.	提单日后 90 天
	Robert Bosch Power Tool Kft.	提单日后 60 天
	BOSCH LIMITED	提单日后 60 天
Harbor Freight Tools (HFT)	BOSCH Power Tools - Scintilla AG	提单日后 60 天
	Harbor Freight Tools (HFT)	提单日后 30 天

从上表可知，公司给予 BATAVIA B.V.的信用期在公司主要客户的信用期范围内，不存在较大差异。

综上所述，公司向 BATAVIA B.V.销售产品的价格与向其他近似型号客户销售的平均价格基本一致，因销售具体产品型号存在差异而价格上略有差异，具有合理性。公司给予 BATAVIA B.V.的信用期在公司主要客户的信用期范围内，不存在较大差异。公司向 BATAVIA B.V.销售产品按照市场价格进行，具有公允性。

（二）期末应收账款占销售金额比例较高的原因及合理性，对应的应收账款坏账准备计提是否充分。

1、期末应收账款占销售金额比例较高的原因及合理性

2021 年末，公司对 BATAVIA B.V.的应收账款余额为 762.19 万元，2021 年度，公司对 BATAVIA B.V.全年销售收入金额为 1,029.91 万元，BATAVIA B.V.的期末应收账款占销售金额的比例为 74.00%。

BATAVIA B.V.的期末应收账款占销售金额的比例较高，主要系 2021 年上半年，受欧洲疫情加剧影响，许多国家和地区陆续实施封城等措施，公司对 BATAVIA B.V.上半年销售收入较少，2021 年下半年，随着许多国家和地区疫情影响减弱及公司为其开发的锂电喷枪等新产品逐步量产，公司对 BATAVIA B.V.的销售收入增多，且由于公司对 BATAVIA B.V.的信用政策为提单后 120 天，截至 2021 年 12 月 31 日，公司对 BATAVIA B.V.的应收账款尚在信用期内，导致其期末应收账款占销售金额比例较高。

综上，BATAVIA B.V.期末应收账款占销售金额比例较高具有合理性。

2、应收账款坏账准备计提是否充分

公司制定了较为严格的信用政策，结合主要客户的信用期，历史坏账损失发生的情况，在遵循《企业会计准则》的基础上制定了严谨的坏账准备计提政策。报告期末，发行人依据既定的坏账计提政策对应收 BATAVIA B.V.货款余额计提坏账准备 38.11 万元，占比 5%。发行人对 BATAVIA B.V.货款余额坏账计提准备充分，具体分析如下：

（1）BATAVIA B.V.期后已陆续回款，货款回收风险较小

截至 2022 年 6 月 17 日，BATAVIA B.V.期后回款金额为 336.56 万元，尚余 425.63 万元在陆续回款中，货款回收风险较小。剩余货款未能及时回款主要系 BATAVIA B.V.与下游客户订单执行延误及业务拓展而短期内所需营运资金增加所致，具体原因如下：

一方面受国际海运延误的影响，BATAVIA B.V.原本计划 2021 年第四季度向其下游客户交付的订单延期至 2022 年第一季度才陆续交付，相应地，其库存有所增加且下游客户回款相应延后；另一方面，欧洲地区疫情趋于常态化，BATAVIA B.V.下游电动工具或建材五金工具企业需求持续回升。为抓住机遇提

升市场份额，BATAVIA B.V.通过增加销售团队向客户拜访频次、社交网络新媒体宣传、亚马逊电子商务平台业务拓展等方式加强业务推广，从而导致其短期内所需营运资金的增加。上述因素叠加导致 BATAVIA B.V.应付发行人部分货款未能及时回款。

随着 BATAVIA B.V.向下游客户陆续完成产品交付，资金陆续回流，剩余款项已陆续回款中。因此，发行人期末应收 BATAVIA B.V.的货款回收风险较小。

(2) BATAVIA B.V.业务规模持续扩大，其综合实力和持续经营能力持续增强，发生信用违约的风险较低

如前述，随着欧洲疫情趋于常态化、国际海运物流运输紧张情况逐步缓解，BATAVIA B.V.下游客户需求和上游供应向好发展。BATAVIA B.V.去年下半年以来，借助在欧洲多个国家与下游知名电动工具或建材五金工具企业建立的合作关系及在消费者中的品牌知名度，采取丰富产品线、建立线上和线下相结合的销售模式以及差异化的产品策略，并加强各类营销计划的推广实施，已初步取得成效。

从 BATAVIA B.V.期后经营情况来看，2022 年 1-4 月，BATAVIA B.V.实现营业收入 717.97 万欧元，较同期增长 52.13%，在 2021 年全年同比增长约 27% 的基础上，业务规模持续扩大。随着其业务拓展规划的逐步实施，在拓宽公司产品线和业务渠道、提升业务规模的同时，提高了品牌知名度、增强了其综合实力和持续经营能力。由于短期内营业收入增长带来的收益未能覆盖较大的费用投入，使得 2022 年 1-4 月 BATAVIA B.V.亏损 22.45 万欧元，亏损额较同期有所增加。预计随着业务拓展计划成效的逐步显现，其业务规模持续增长将带来更高收益并逐步覆盖目前较大的费用投入，从而能够逐步实现盈利。

BATAVIA B.V.作为从事电动工具产品设计、品牌运营及产品销售的公司，客户和业务渠道拓展、品牌知名度提升及业务规模增长是其综合实力的体现和持续经营的基础。因此，随着业务规模持续扩大，其综合实力和持续经营能力能够持续得到增强，发生信用违约的风险较低。

综上所述，结合 BATAVIA B.V.期后回款情况及目前业务发展情况，发行人

对期末 BATAVIA B.V.的应收款项可收回性进行了充分、合理的评估，目前应收账款坏账准备计提充分。

三、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、访谈公司管理层并获取参股公司经营情况相关资料，了解并分析参股公司报告期经营情况、财务状况及未来经营规划等；

2、查阅有关欧洲新冠疫情、国际物流运输等变化情况，进一步分析新冠疫情、国际物流对参股公司经营情况影响及未来变化情况；

3、取得参股公司报告期内财务报表及评估公司出具的评估报告等资料，进一步分析确认发行人对参股公司长期股权投资减值计提的依据及合理性；

4、访谈公司及 BATAVIA B.V.相关人员，查阅交易合同，了解对 BATAVIA B.V.销售的背景、定价原则、交易价格的合理性、应收账款回款情况及 BATAVIA B.V.近年来的经营情况；

5、将与 BATAVIA B.V.的交易价格、信用期和其他第三方客户的销售均价、信用期进行对比，分析确认销售价格的公允性；

6、查阅公司对 BATAVIA B.V.的销售明细账及往来明细账，并获取其期后的财务报表，分析确认销售收入及应收账款金额的准确性、坏账准备计提的合理性。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、发行人结合 BATAVIA B.V.经营情况、财务状况等进行量化分析，基于谨慎性对长期股权投资进行减值测试，并根据评估报告结果计提了相应的减值准备，相关减值准备计提依据充分合理；

2、发行人按照市场价格向 BATAVIA B.V.销售产品并给予了合理的信用期，交易价格具有公允性；发行人向 BATAVIA B.V.销售产品主要发生在下半年且截

至报告期末应收账款余额尚在信用期内，导致期末应收账款占销售金额比例较高具有合理性；发行人结合期后回款及 BATAVIA B.V.经营情况对该应收款项可收回性进行了充分、合理的评估，目前应收账款坏账准备计提充分。

12.关于资金流水核查

请保荐人、申报会计师结合中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 54 的规定说明：

（1）对发行人及其控股股东、实际控制人及其配偶、发行人主要关联方、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员等开立或控制的银行账户流水的具体核查情况，包括但不限于资金流水核查的范围、核查账户数量、取得资金流水的方法、核查完整性、核查金额重要性水平、核查程序、异常标准及确定程序、受限情况及替代措施等。

（2）核查中发现的异常情形，包括但不限于是否存在大额取现、大额收付等情形，是否存在相关个人账户与发行人客户及实际控制人、供应商及实际控制人、发行人股东、发行人其他员工或其他关联自然人的大额频繁资金往来；若存在，请说明对手方情况，相关个人账户的实际归属、资金实际来源、资金往来的性质及合理性，是否存在客观证据予以核实。

（3）结合上述情况，进一步说明针对发行人是否存在资金闭环回流、是否存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用、是否存在股份代持、实际控制人是否存在大额未偿债务等情形所采取的具体核查程序、各项核查措施的覆盖比例和确认比例、获取的核查证据和核查结论，并就发行人内部控制是否健全有效、发行人财务报表是否存在重大错报风险发表明确意见。

【回复】

一、对发行人及其控股股东、实际控制人及其配偶、发行人主要关联方、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员等开立或控制的银行账户流水的具体核查情况，包括但不限于资金流水核查的范围、核查账户数量、取得资金流水的方法、核查完整性、核查金额重要性水平、核查程序、异常标准及确定程序、受限情况及替代措施等。

（一）资金流水核查的范围及核查账户数量

保荐人和申报会计师资金流水核查的发行人及其控股股东、实际控制人及其配偶、发行人主要关联方、董事（不包括外部独立董事）、监事、高级管理人员、关键岗位人员等在 2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日期间开立或控制的银行账户范围如下：

核查对象类型	具体核查对象名称	核查账户数量
发行人及其子公司	浙江普莱得电器股份有限公司、斯巴达工具（深圳）有限公司、普莱得电器（泰国）有限公司、浙江纽迈特科技有限公司、金华恒动物资有限公司、珍珠实业（香港）有限公司、斯巴达（浙江自贸区）工具有限公司	51
控股股东、实际控制人及其主要亲属	控股股东、实际控制人：杨伟明、韩挺 实际控制人主要亲属：宋丽敏（杨伟明配偶）、韩长洪（韩挺之父）、徐杏芳（韩挺之母）、郑依依（韩挺配偶）	70
发行人主要关联方	实际控制人控制的其他企业：诚昊电器、科隆塑胶、金华卓屹、金华亿和、盛康物资、盛康轴承、斯贝斯	8
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	董事（不包括外部独立董事）：杨诚昊、丁小贞 监事：夏慧韬、朱超颖、潘文涛 高级管理人员：郭康丽、刘瑜珩、张承伟、郑小娟 其他核心人员：李绍华 关键岗位人员：金央、邱天元、金美珍	78

（二）取得资金流水的方法、核查完整性及核查金额重要性水平

针对上述各类核查对象，保荐人和申报会计师取得资金流水的方法、核查完整性及核查金额重要性水平如下：

核查对象类型	取得资金流水的方法	核查完整性	核查金额重要性水平
发行人及其子公司	保荐人及申报会计师获取发行人属地人民银行分支机构打印的企业信用报告，陪同企业人员实地前往发行人各开户银行现场打印报告期内存续及注销的所有的银行结算账户清单和银行账户流水。	对于发行人及其子公司，通过获取银行开立户清单等与银行函证中确认的发行人报告期各期末的相关银行账户（包括零余额账户）以及各报告期内注销的银行账户情况比对，复核相关银行账户的完整性。通过将银行对账单和	单笔10万元人民币或等值外币以上。

		日记账核对，比对银行账户期初期末余额的连续性，复核相关账户银行流水的完整性。	
控股股东、实际控制人及其主要亲属	保荐人及申报会计师陪同控股股东、实际控制人杨伟明、韩挺，以及实际控制人主要亲属实地前往其各开户银行现场打印报告期内存续及注销银行卡的流水，对于无法现场打印的境外银行账户，提供电子版银行交易流水。	针对核查范围内人员，保荐人及申报会计师取得关于账户完整性的承诺；保荐人及申报会计师对个人账户间转账记录进行交叉核对，核查账户的完整性。通过支付宝APP的“添加银行卡”功能查询其在主要银行的账户开立情况，进一步核查账户完整性。	单笔5万元人民币或等值外币以上。
发行人主要关联方	保荐人及申报会计师陪同企业经办人员获取主要关联方报告期内开户清单和所有已开立或在报告期内注销的银行账户清单和银行流水。	保荐人及申报会计师通过获取银行开户清单以及账户间转账记录进行交叉核对，核查账户的完整性。	单笔5万元人民币或等值外币以上。
董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员	保荐人、申报会计师陪同发行人主要董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员实地前往其开户银行现场打印报告期内银行流水以及报告期内注销银行卡的流水。	保荐人及申报会计师取得关于账户完整性的承诺；保荐人及申报会计师对个人账户间转账记录进行交叉核对，核查账户的完整性。通过支付宝APP的“添加银行卡”功能查询其在主要银行的账户开立情况，进一步核查账户完整性。	单笔5万元人民币或等值外币以上。

（三）核查程序

1、发行人及其子公司

（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

保荐人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

保荐人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。

2、主要关联方

（1）获取诚昊电器、科隆塑胶、金华卓屹、金华亿和、盛康物资、盛康轴承、斯贝斯已开立银行账户清单和报告期内银行流水；

（2）通过交叉核查发行人、主要关联方、核查范围人员银行账户之间发生的交易进一步核查账户完整性；

（3）对报告期内超过重要性水平的收支进行核查；关注是否存在大额取现情形；对于大额收付，核查交易对手方是否为发行人主要客户及其实际控制人、主要供应商及其实际控制人、发行人股东、发行人员工、发行人董事、监事、高级管理人员、发行人其他关联方，核查是否存在异常情形。

3、实际控制人及其主要亲属，董事（不包括外部独立董事）、监事、高级管理人员、关键岗位人员

(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“添加银行卡”功能、交叉核查个人银行账户之间的交易记录等方式，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) 发行人实际控制人及其主要亲属、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”。

(四) 异常标准及确定程序

针对各类核查对象的资金流水，保荐人和申报会计师设定的异常标准及履行的确定程序如下：

核查对象类型	异常标准及确定程序
发行人及其子公司	1、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；2、发行人大额资金往来是否存在重大异常，是否与发行人经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配；3、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；4、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；5、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。
控股股东、实际控制人及其主要亲属	1、是否存在个人账户大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形；2、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；3、与发行人关联方、客户、供应商是否存在异常大额资金往来。
发行人主要关联方	1、与发行人关联方、客户、供应商是否存在异常大额资金往来；是否存在大额取现、大额支付等异常情形；2、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。
董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员	1、是否存在大额取现、大额支付等异常情形；2、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；3、与发行人关联方、客户、供应商是否存在异常大额资金往来。

若存在上述情形，保荐人和申报会计师逐笔进行核查，核查相关账户的实际归属、资金来源及其合理性。

（五）受限情况及替代措施

保荐人和申报会计师在资金流水核查过程中遇到的受限情况及替代措施如下：

受限情况类型	具体受限情况及原因	替代措施
部分核查对象未提供银行流水	发行人独立董事夏祖兴、徐跃增、于元良不参与发行人实际日常经营管理，未提供银行卡流水。	通过对发行人及子公司报告期内银行流水、银行记账等的核查，独立董事及其控制或任董事、监事、高级管理人员的关联法人在报告期内与发行人不存在大额异常资金往来。通过对发行人实际控制人、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、关键岗位人员等报告期内的银行资金流水的核查，关注独立董事及其控制的或任董事、监事、高级管理人员的关联法人在报告期内与发行人实际控制人、董事（不含独立董事）、高级管理人员、核心岗位人员不存在大额异常资金往来。

二、核查中发现的异常情形，包括但不限于是否存在大额取现、大额收付等情形，是否存在相关个人账户与发行人客户及实际控制人、供应商及实际控制人、发行人股东、发行人其他员工或其他关联自然人的大额频繁资金往来；若存在，请说明对手方情况，相关个人账户的实际归属、资金实际来源、资金往来的性质及合理性，是否存在客观证据予以核实。

保荐人和申报会计师针对各类核查对象资金流水异常情况的核查结果如下：

（一）发行人及其子公司

经核查，报告期内，发行人及其子公司不存在大额取现情况；发行人及其子公司银行账户发生的大额收付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，发行人及其子公司的资金流水不存在异常情形。

（二）控股股东、实际控制人及其主要亲属

1、大额取现

报告期内，发行人实际控制人及其主要亲属核查范围内人员不存在大额取现情形。

2、大额收付

经核查报告期内发行人实际控制人及其主要亲属达到重要性标准的资金流水，实际控制人及其主要亲属发生的大额收付主要为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、发行人员工持股平台的股权转让款、亲属朋友间往来款、买卖住房款等款项。保荐人和申报会计师查阅了交易内容，获取了获取理财产品月结单、投资协议及房屋买卖合同等资料，查验相关往来的真实性，未发现异常的大额收付情形。

3、相关个人账户与发行人客户及其实际控制人、供应商及其实际控制人、发行人股东、发行人其他员工或其他关联自然人的大额频繁资金往来情况

(1) 杨伟明的个人账户

报告期内，杨伟明个人账户与发行人供应商实际控制人、发行人股东、发行人其他员工、其他关联自然人存在如下大额资金往来情形：

单位：万元

交易对手方性质	往来原因	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		流入	流出	流入	流出	流入	流出
发行人供应商实际控制人	资金周转	-	-	-	-	100.00	-
发行人股东	受托理财资金归还	-	-	-	413.91	-	-
发行人股东	员工持股平台出资款	-	-	-	-	-	1,803.87
发行人其他员工	员工持股平台合伙份额受让款	-	13.44	-	-	-	-
关联自然人	杨伟明受让发行人前高管刘瑜珩员工持股平台合伙份额受让款	-	122.49	-	-	-	-

杨伟明与发行人供应商实际控制人资金往来系2017年3月，发行人供应商金华市云霄科技有限公司（以下简称“云霄科技”）的实际控制人徐立峰因个人资金周转需求，向杨伟明借款100万元，徐立峰已于2019年3月归还100万元。该笔借款系杨伟明与徐立峰之间的个人拆借，与发行人业务无关，不存在异常情形。

杨伟明对发行人股东韩挺资金净流出413.91万元，系杨伟明代韩挺理财资金归还。

保荐人和申报会计师取得了上述资金往来的相关凭证等资料，并对相关事项进行核实。经核查，上述资金用途具有合理性，杨伟明不存在与发行人客户及其实际控制人大额往来的情形。

（2）韩挺的个人账户

报告期内，韩挺个人账户与发行人供应商实际控制人、发行人股东存在如下大额资金往来情形：

单位：万元

交易对手方性质	往来原因	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		流入	流出	流入	流出	流入	流出
发行人供应商实际控制人	资金周转	-	-	-	-	490.00	-
发行人股东	委托理财资金收回	-	-	413.91	-	-	-
发行人股东	员工持股平台份额出资款	-			-	-	85.00

报告期内，韩挺对发行人供应商云霄科技的实际控制人徐立峰资金净流入490万元，原因为：韩挺父亲韩长洪与徐立峰均在金华市孝顺镇当地从事塑料制品行业，两人系多年朋友关系。2019年1月，韩长洪因资金周转需求，通过韩挺舅舅向银行申请个人助业借款490万元，后经徐立峰将该笔款项转至韩挺账户。韩长洪已于2019年8月向韩挺舅舅直接归还490万元，韩挺舅舅已向银行归还该笔借款。该笔借款系韩挺父亲韩长洪短期资金拆借，与发行人业务无关，不存在异常情形。

韩挺对发行人股东杨伟明资金净流入413.91万元，系韩挺委托杨伟明代其理

财款项收回。

保荐人和申报会计师取得了上述资金往来的相关凭证等资料，并对相关事项进行核实。经核查，上述资金用途具有合理性，韩挺不存在与发行人客户及其实际控制人、发行人其他员工或其他关联自然人大额往来的情形。

（3）宋丽敏的个人账户

报告期内，宋丽敏个人账户与发行人其他员工、关联自然人存在如下大额资金往来情形：

单位：万元

交易对手方性质	往来原因	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		流入	流出	流入	流出	流入	流出
发行人其他员工	杨诚昊受让发行人员工曹尚飞员工持股平台合伙份额转让款	-	-	-	15.95	-	-
关联自然人	委托韩长洪理财资金归还	-	-	-	-	750.00	-
关联自然人	收取韩长洪租借商品房租金	24.59	-	14.14	-	27.71	-

注：宋丽敏与杨诚昊系母子关系。

经核查，上述资金用途具有合理性，宋丽敏不存在与发行人客户及其实际控制人、供应商及其实际控制人、发行人股东大额往来的情形。

（4）韩长洪的个人账户

报告期内，韩长洪个人账户与发行人供应商实际控制人、其他关联自然人存在如下大额资金往来情形：

单位：万元

交易对手方性质	往来原因	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		流入	流出	流入	流出	流入	流出
发行人供应商实际控制人	资金周转	50.00	158.63	660.08	866.00	1,580.00	2,160.00

关联自然人	支付宋丽敏租借商品房租金	-	24.59	-	14.14	-	27.71
-------	--------------	---	-------	---	-------	---	-------

①资金拆借发生原因及流入流出情况

韩长洪与发行人供应商云霄科技的实际控制人徐立峰系多年朋友关系，韩长洪经营的浙江百隆塑料制品股份有限公司（以下简称“百隆塑料”）和徐立峰经营的云霄科技均在金华市孝顺镇当地塑料制品行业经营多年，双方之间较为信任，但不存在关联关系。双方之间拆借资金主要用于公司经营的临时资金周转需要。

报告期内，韩长洪与徐立峰之间的资金流入和流出均能核对一致，不存在单向流入或流出的情况。报告期内，韩长洪对徐立峰的资金净流出为894.55万元，其中，794.55万元系韩长洪归还报告期外向徐立峰的借款余额，100万元系韩长洪2021年借予徐立峰的款项。徐立峰已于2022年5月归还向韩长洪的借款100万元。上述往来借款均系韩长洪与徐立峰之间的个人拆借，与发行人业务无关，且流入流出能够核对一致、不存在异常情形。

②发行人遵循市场化的方式向云霄科技采购原材料满足生产经营需要，不存在异常情况

金华市孝顺镇塑料制品行业起步较早，相关塑料制品业务在当地具有一定产业聚集。云霄科技、百隆塑料均在金华市孝顺镇从事塑料制品行业多年，形成了一定规模并聚焦不同的产品领域。发行人基于产品生产需要，就近向云霄科技采购部分机壳等塑料制品及齿轮箱等五金产品具有合理性。

云霄科技前身为金华市云霄工具厂，成立于2004年，主要从事塑料制品、五金件加工和销售，主要产品包括机壳、电机座等塑料加工件及齿轮箱、泵体等五金件。

百隆塑料成立于1998年，系发行人实际控制人韩挺父母韩长洪、徐杏芳控股的企业，主要从事塑料制品加工与销售，其产品主要为各类塑料制品，如晾衣架塑料配件、跑步机塑料配件等。主要下游客户主营智能晾衣设备、健身设备等产品，例如浙江好易点智能科技有限公司、浙江荣顺科技有限公司等。

发行人自2017年起向云霄科技批量采购塑料加工件和五金件，发行人与云霄

科技、百隆塑料的交易情况具体如下表：

单位：万元

主体	2021年度	2020年度	2019年度	2018年度	2017年度	采购内容
云霄科技	1,458.97	737.94	428.72	469.65	511.34	塑料加工件、五金件等
占发行人当年采购总额的比例	3.35%	3.31%	2.78%	2.96%	3.99%	
百隆塑料	-	-	-	-	169.79	塑料加工件等
占发行人当年采购总额的比例	-	-	-	-	1.33%	

注：云霄科技包括金华市云霄科技有限公司、金华市云霄工具厂。

云霄科技生产经营电动工具相关的塑料制品及五金配件产品多年，具有一定的规模实力，2021年度实现营业收入约为3,500万元，其产品质量较高、品质稳定、价格合理，能够较好地满足发行人对塑料加工件和五金件的采购需求；同时，云霄科技与发行人同处金华市孝顺镇，运输半径较小，发行人能够有效地节约物流成本和沟通成本，提高采购效率。报告期外及报告期各期，发行人向云霄科技的采购额及占采购总额的比例均较小，采购金额随着发行人的生产规模扩大而增长，采购占比每年在3%左右，无异常变动情况。报告期各期，发行人向云霄科技采购金额占云霄科技当期销售总额的比例为30%左右。发行人与云霄科技不存在关联关系，公司向其采购价格公允，云霄科技不存在为发行人承担成本费用、形成体外支付、利益输送或其他利益安排。

2017年，发行人向百隆塑料零星采购塑料加工件等合计169.79万元，占发行人当年采购总额的比例为1.33%，采购金额和占比均较小。报告期内，发行人不存在向百隆塑料进行采购的情形，亦不存在百隆塑料通过云霄科技向发行人销售而规避关联交易非关联化的情形。

③中介机构核查过程及结论

A. 核查过程

保荐人和申报会计师履行进行了如下核查程序：

a. 通过公开途径查询股权结构关系等方式核查云霄科技与发行人、百隆塑

料之间是否存在关联关系；通过实地走访云霄科技经营场所，了解其生产经营情况、与发行人的合作背景、合作时间及交易情况；通过访谈获知云霄科技的收入规模情况，确认其与发行人和百隆塑料之间不存在关联关系并取得了其出具的与发行人和百隆塑料之间不存在关联关系的书面承诺函；

b. 查阅了上述资金往来的借款、还款凭证等资料，并就其往来背景、资金用途等情况向韩长洪和徐立峰进行访谈确认；查阅了报告期内和报告期外各年发行人与云霄科技之间的交易明细表，抽取了主要交易合同及支付凭证予以核实；复核了报告期各年发行人向云霄科技采购额及分别占发行人当年采购总额和云霄科技当年销售收入的比例；对比分析了向云霄科技的采购单价与向同类型原材料其他供应商采购单价是否存在异常差异；

c. 查阅了报告期内和报告期外各年百隆塑料的财务报表及对外采购、销售明细表，并向百隆塑料管理层访谈了解百隆塑料与发行人和云霄科技具体的交易情况。

B. 核查结论

a. 韩长洪与徐立峰之间资金往来系因个人原因拆借，资金用途具有合理性；韩长洪除与徐立峰存在上述资金往来外，不存在与发行人客户及其实际控制人、发行人其他供应商及其实际控制人、发行人股东大额往来的情形；

b. 云霄科技与发行人、百隆塑料之间不存在关联关系，发行人向云霄科技的采购具有真实性和合理性、采购价格公允，云霄科技不存在为发行人承担成本费用、形成体外支付、利益输送或其他利益安排等情形；

c. 报告期内发行人不存在直接或者通过云霄科技间接向百隆塑料进行采购的情形，不存在关联交易非关联化的情形。

（三）发行人主要关联方

1、大额取现

报告期内，发行人主要关联方诚昊电器、科隆塑胶、金华卓屹、金华亿和、盛康物资、盛康轴承、斯贝斯不存在大额取现情形。

2、大额收付

经核查，报告期内诚昊电器、科隆塑胶无达到重要性水平的资金流水，金华卓屹、金华亿和发生的大额收付主要为员工持股平台投资款的收付，盛康物资、盛康轴承、斯贝斯发生的大额收付主要为日常经营产生的收付、缴纳税款等。保荐人和申报会计师查阅了交易内容，查验相关往来的真实性，未发现异常的大额收付情形。

（四）董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员

1、大额取现

报告期内，发行人董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员不存在大额取现情形。

2、大额收付

经核查报告期内发行人董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员达到重要性标准的资金流水，董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员发生的大额收付主要为名下账户互转、理财款、与亲戚及家人往来款、发行人员工持股平台的股权转让款、个人拆借等。保荐人和申报会计师查阅了交易内容，查验相关往来的真实性，未发现异常的大额收付情形。

3、相关个人账户与发行人客户及其实际控制人、供应商及其实际控制人、发行人股东、发行人其他员工或其他关联自然人的大额频繁资金往来

（1）杨诚昊的个人账户

报告期内，杨诚昊个人账户与发行人关联自然人存在如下大额资金往来情形：

单位：万元

交易对手方 性质	往来原因	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		流入	流出	流入	流出	流入	流出
关联自然人	员工持股平台合 伙份额转让款	-	-	114.02	-	-	-

经核查，上述资金用途具有合理性，杨诚昊不存在与发行人客户及其实际控制人、供应商及其实际控制人、发行人股东或发行人其他员工大额往来的情形。

(2) 丁小贞的个人账户

报告期内，丁小贞个人账户与发行人股东存在如下大额资金往来情形：

单位：万元

交易对手方 性质	往来原因	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		流入	流出	流入	流出	流入	流出
发行人股东	员工持股平台合 伙份额出资款	-	-	-	-	-	130.00

经核查，上述资金用途具有合理性，丁小贞不存在与发行人客户及其实际控制人、供应商及其实际控制人、发行人其他员工或其他关联自然人大额往来的情形。

(3) 夏慧韬的个人账户

报告期内，夏慧韬个人账户与发行人股东存在如下大额资金往来情形：

单位：万元

交易对手方 性质	往来原因	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		流入	流出	流入	流出	流入	流出
发行人股东	员工持股平台合 伙份额出资款	-	-	-	-	-	85.00

经核查，上述资金用途具有合理性，夏慧韬不存在与发行人客户及其实际控制人、供应商及其实际控制人、发行人其他员工或其他关联自然人大额往来的情形。

(4) 朱超颖的个人账户

报告期内，夏慧韬个人账户与发行人股东存在如下大额资金往来情形：

单位：万元

交易对手方 性质	往来原因	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		流入	流出	流入	流出	流入	流出
发行人股东	员工持股平台合 伙份额出资款	-	-	-	-	-	32.19

经核查，上述资金用途具有合理性，朱超颖不存在与发行人客户及其实际控制人、供应商及其实际控制人、发行人其他员工或其他关联自然人大额往来的情形。

形。

(5) 潘文涛的个人账户

报告期内，潘文涛个人账户与发行人股东存在如下大额资金往来情形：

单位：万元

交易对手方 性质	往来原因	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		流入	流出	流入	流出	流入	流出
发行人股东	员工持股平台合 伙份额出资款	-	-	-	-	-	22.13

经核查，上述资金用途具有合理性，潘文涛不存在与发行人客户及其实际控制人、供应商及其实际控制人、发行人其他员工或其他关联自然人大额往来的情形。

(6) 郭康丽的个人账户

报告期内，郭康丽个人账户与发行人股东存在如下大额资金往来情形：

单位：万元

交易对手方 性质	往来原因	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		流入	流出	流入	流出	流入	流出
发行人股东	员工持股平台合 伙份额出资款	-	-	-	-	-	65.00

经核查，上述资金用途具有合理性，郭康丽不存在与发行人客户及其实际控制人、供应商及其实际控制人、发行人其他员工或其他关联自然人大额往来的情形。

(7) 刘瑜珩的个人账户

2021 年 7 月，刘瑜珩因个人原因辞去副总经理职务。报告期内，刘瑜珩个人账户与发行人股东、关联自然人存在如下大额资金往来情形：

单位：万元

交易对手方 性质	往来原因	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		流入	流出	流入	流出	流入	流出
发行人股东	员工持股平台合 伙份额转让款	122.49	-	-	-	-	-

关联自然人	员工持股平台合伙份额受让款	-	-	-	114.02	-	-
-------	---------------	---	---	---	--------	---	---

经核查，上述资金用途具有合理性，刘瑜珩不存在与发行人客户及其实际控制人、供应商及其实际控制人、发行人其他员工大额往来的情形。

(8) 张承伟的个人账户

报告期内，张承伟个人账户与发行人股东存在如下大额资金往来情形：

单位：万元

交易对手方性质	往来原因	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		流入	流出	流入	流出	流入	流出
发行人股东	员工持股平台合伙份额出资款	-	-	-	-	-	115.00

经核查，上述资金用途具有合理性，张承伟不存在与发行人客户及其实际控制人、供应商及其实际控制人、发行人其他员工或其他关联自然人大额往来的情形。

(9) 郑小娟的个人账户

报告期内，郑小娟个人账户与发行人股东、关联企业存在如下大额资金往来情形：

单位：万元

交易对手方性质	往来原因	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		流入	流出	流入	流出	流入	流出
发行人股东	员工持股平台合伙份额出资款	-	-	-	-	-	45.00

经核查，上述资金用途具有合理性，郑小娟不存在与发行人客户及其实际控制人、供应商及其实际控制人、发行人其他员工或其他关联自然人大额往来的情形。

(10) 李绍华的个人账户

报告期内，李绍华个人账户与发行人股东存在如下大额资金往来情形：

单位：万元

交易对手方 性质	往来原因	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		流入	流出	流入	流出	流入	流出
发行人股东	员工持股平台合 伙份额出资款	-	-	-	-	-	70.00

经核查，上述资金用途具有合理性，李绍华不存在与发行人客户及其实际控制人、供应商及其实际控制人、发行人其他员工或其他关联自然人大额往来的情形。

（11）金央的个人账户

报告期内，金央个人账户与发行人股东存在如下大额资金往来情形：

单位：万元

交易对手方 性质	往来原因	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		流入	流出	流入	流出	流入	流出
发行人股东	员工持股平台合 伙份额出资款	-	-	-	-	-	85.00

经核查，上述资金用途具有合理性，金央不存在与发行人客户及其实际控制人、供应商及其实际控制人、发行人其他员工或其他关联自然人大额往来的情形。

（12）邱天元的个人账户

报告期内，邱天元个人账户与发行人股东、关联自然人存在如下大额资金往来情形：

单位：万元

交易对手方 性质	往来原因	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		流入	流出	流入	流出	流入	流出
发行人股东	员工持股平台合 伙份额出资款	-	-	-	-	-	28.17

经核查，上述资金用途具有合理性，邱天元不存在与发行人客户及其实际控制人、供应商及其实际控制人、发行人其他员工大额往来的情形。

三、结合上述情况，进一步说明针对发行人是否存在资金闭环回流、是否存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用、是否存在股份代持、实际控制人是否存在大额未偿债务等情形所采取的具体核查程序、各项核查措施的覆

盖比例和确认比例、获取的核查证据和核查结论，并就发行人内部控制是否健全有效、发行人财务报表是否存在重大错报风险发表明确意见。

（一）发行人不存在资金闭环回流、不存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用的情形

针对发行人报告期内是否存在资金闭环回流、是否存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用等情形，保荐人和申报会计师履行了以下核查程序：

1、将达到重要性水平的银行流水中显示的交易对方的名称与发行人报告期内的主要客户、供应商、实际控制人及其配偶、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员等进行了交叉核对。检查大额流水相关记账凭证、银行转账凭证、银行对账单三者金额、交易对方的名称是否一致。若为销售收款，检查交易对方是否为发行人真实客户；若为采购付款，检查交易对方是否为发行人真实供应商；若交易对方为个人，检查该个人是否为关联方或主要客户、供应商的实际控制人。该核查措施覆盖100%重要性水平以上的银行流水；

2、查阅了实际控制人及其配偶、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员的银行账户清单及银行流水，检查交易对方是否为客户及其实际控制人或供应商及其实际控制人。关注发行人与实际控制人及其配偶、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员等相关重要人员是否存在异常往来。该核查措施覆盖100%重要性水平以上的银行流水；

3、核查发行人资金流水中是否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是否存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形。该核查措施覆盖100%重要性水平以上的银行流水；

4、取得发行人采购明细表，核查发行人主要供应商采购金额、价格等情况，抽查主要供应商相关采购合同、入库单据，核对采购明细表的准确性；

5、对发行人报告期内主要客户和供应商进行访谈，核查主要客户、供应商及其实际控制人、董事、监事和高级管理人员是否存在直接或间接持有发行人股份的情况。其中客户访谈覆盖报告期各期收入的比例分别为73.58%、72.80%及71.29%，供应商访谈覆盖报告期各期采购的比例分别为79.30%、76.84%及70.94%。

经上述核查，保荐人和申报会计师认为，发行人报告期内不存在资金闭环回流，不存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用的情形。

（二）发行人不存在股份代持的情形

针对发行人报告期内是否存在股份代持的情形，保荐人和申报会计师履行了以下核查程序：

1、核查实际控制人、董事、监事、高管和关键岗位人员的资金流水，关注是否不存在其他与发行人股东的大额异常资金往来情况，该核查措施覆盖100%重要性水平以上的银行流水；

2、核查发行人员工持股平台金华卓屹、金华亿和的银行流水，关注是否存在金华卓屹、金华亿和合伙人以外的交易对方。经核查，不存在金华卓屹、金华亿和合伙人以外人员与员工持股平台交易的异常情形；

3、获取发行人股东历次增资入股资料，包括股东会决议、增资协议、银行回单、公司章程、验资报告等，核查发行人报告期内是否存在股份代持情形；

4、查阅发行人股东的登记资料，访谈部分发行人股东、董事、监事、高级管理人员、发行人员工持股平台人员，取得并查阅发行人员工持股平台的工商档案、合伙协议、财产份额转让凭证、银行流水，获取《股东情况调查表》及关于持有发行人股份情况的相关声明，确认其持有发行人的股份是否存在股份代持情形；

5、对发行人报告期内主要客户和供应商进行访谈，核查主要客户、供应商及其实际控制人、董事、监事和高级管理人员是否存在直接或间接持有发行人股份的情况。其中客户访谈覆盖报告期各期收入的比例分别为73.58%、72.80%及71.29%，供应商访谈覆盖报告期各期采购的比例分别为79.30%、76.84%及70.94%。

经上述核查，保荐人和申报会计师认为，发行人报告期内不存在股份代持的情形。

（三）发行人实际控制人不存在大额未偿债务

针对发行人实际控制人是否存在大额未偿债务，保荐人和申报会计师履行了

以下核查程序：

1、核查实际控制人报告期内的资金流水，关注是否存在与借款、还款相关的资金往来记录；

2、取得实际控制人的个人信用报告，查阅是否存在与贷款相关的信息；

3、向实际控制人询问是否存在大额未偿债务，取得其签字的确认文件。

经上述核查，截至报告期末，发行人实际控制人不存在大额未偿债务。

（四）发行人内部控制健全有效，发行人财务报表不存在重大错报

根据《公司法》、《证券法》、《上市公司章程指引》等相关法律、法规和规范性文件的要求，发行人制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《总经理工作细则》等规范各机构运作的制度，完善了由股东大会、董事会、监事会和高级管理人员组成的治理结构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间的相互协调和相互制衡机制，保证了发行人高效、合法、透明的经营架构。发行人相对完善的公司治理是内部控制有效运作的保证。

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》等资金管理相关的内部控制制度。保荐人和申报会计师了解了发行人和销售与收款循环、采购与付款循环、生产与仓储循环、货币资金循环、筹资与投资循环、固定资产循环、薪酬与人事循环等相关的关键内部控制情况，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的运行有效性。申报会计师已出具《浙江普莱得电器股份有限公司内部控制鉴证报告》（立信中联专审字[2022]D-0072号），认为发行人按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于2021年12月31日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

经核查，保荐人和申报会计师认为，发行人内部控制健全有效，发行人报告期内的财务报表不存在重大错报。

13.关于审计截止日后财务信息及经营状况

请发行人：

(1) 结合各类产品最新的在手订单情况及实施进展，说明审计截止日后的主要经营状况，包括 2022 年 1-3 月的主要业绩情况，新冠疫情、汇率波动、原材料价格上涨、国际货运运力紧张等因素对发行人业绩的影响；

(2) 说明 2022 年上半年的业绩预计情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、结合各类产品最新的在手订单情况及实施进展，说明审计截止日后的主要经营状况，包括 2022 年 1-3 月的主要业绩情况，新冠疫情、汇率波动、原材料价格上涨、国际货运运力紧张等因素对发行人业绩的影响。

(一) 结合各类产品最新的在手订单情况及实施进展，说明审计截止日后的主要经营状况

1、各产品在手订单及实施情况

2021 年末，公司主要产品在手订单金额为 28,289.12 万元，截至 2022 年 5 月 31 日，公司各类产品的在手订单金额约为 25,664.45 万元，与 2021 年末相比在手订单金额略有下降，原因系每年年末为客户下单旺季，导致年末在手订单金额较高。截止目前，公司各项在手订单在有序实施中，在一定程度上反映了公司产品具有可持续性。

2、审计截止日后的主要业绩情况

公司财务报告审计基准日为 2021 年 12 月 31 日，财务报告审计基准日至本审核问询函回复出具日，公司经营业绩状况良好，经营模式、主要销售客户和供应商、主要产品销售方式和定价原则、主要原材料采购方式和价格水平、核心技术人员、执行的主要税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项未发生重大变化。

根据公司 2022 年 1-3 月未经审计财务报表，公司审计截止日后的主要业绩情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-3 月	2021 年 1-3 月	变动比例
营业收入	16,169.82	10,506.18	53.91%
净利润	2,573.79	1,137.16	126.34%
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2,413.01	1,137.16	112.20%

公司 2022 年 1-3 月未经审计的营业收入为 16,169.82 万元，同比增加 53.91%；未经审计净利润为 2,573.79 万元，同比增加 126.34%，净利润增长的主要原因为：一方面，2021 年末公司主要产品在手订单金额为 28,289.12 万元，公司营收增长较快；另一方面，继续开发优质客户及与现有主要客户继续保持良好的合作关系，加强应收账款回款管理，应收账款坏账损失有所减少。

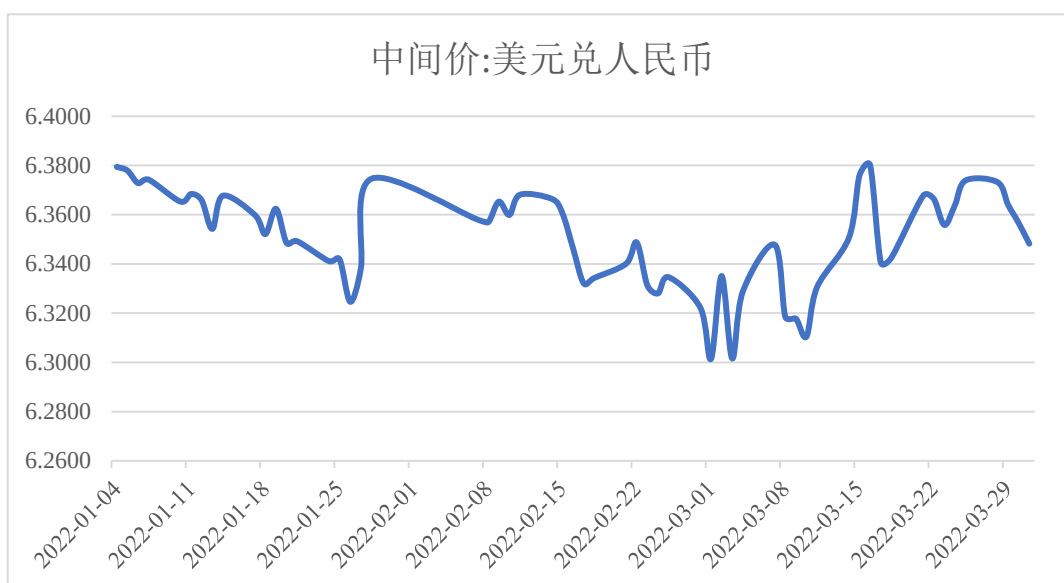
（二）新冠疫情、汇率波动、原材料价格上涨、国际货运运力紧张等因素对发行人业绩的影响

1、新冠疫情对公司业绩的影响

2022 年 1-3 月，我国新冠肺炎疫情已得到有效控制，公司及国内上下游供应商、客户生产经营未受到严重影响，国外新冠肺炎疫情形势依然严峻，但各国各类防疫措施的实施，欧美、日本等发达国家和地区新冠疫情略有好转，公司国外客户生产经营正常。2022 年 1-3 月，新冠疫情对公司采购、生产及销售影响较小，未对公司业绩产生重大不利影响。

2、汇率波动对公司业绩的影响

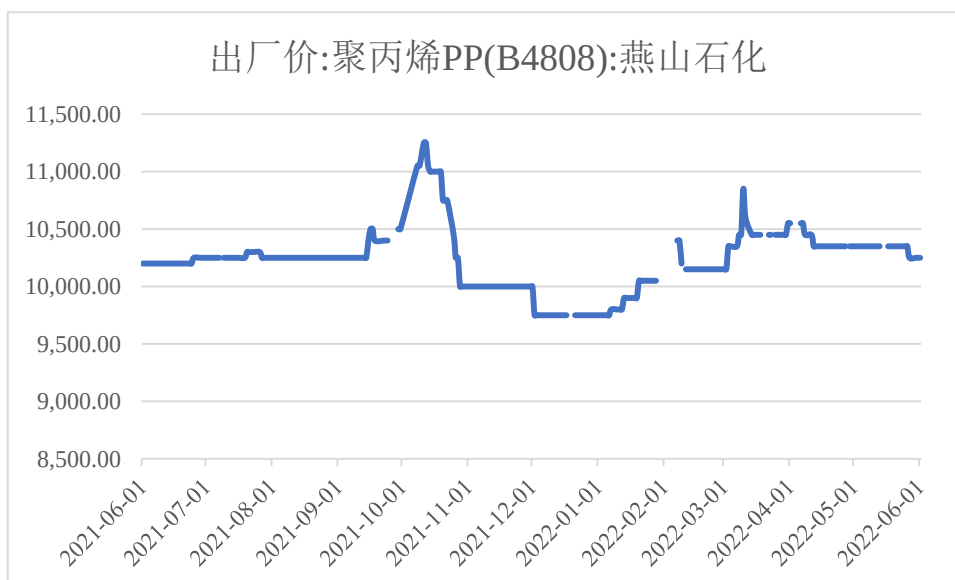
公司主要结算外币为美元，2022 年 1-3 月美元兑人民币汇率总体保持平稳，汇兑损益为 19.96 万元，占当期利润总额的比例为 0.64%，对发行人经营业绩影响较小。



数据来源: Wind 资讯

3、原材料价格波动对公司业绩的影响

公司生产所需原材料品类、型号较多,材料采购价格会受到一种或多种大宗商品价格的影响。近一年来,公司生产所需的 PP 塑料粒子和冷轧板近期的市场价格走势如下:



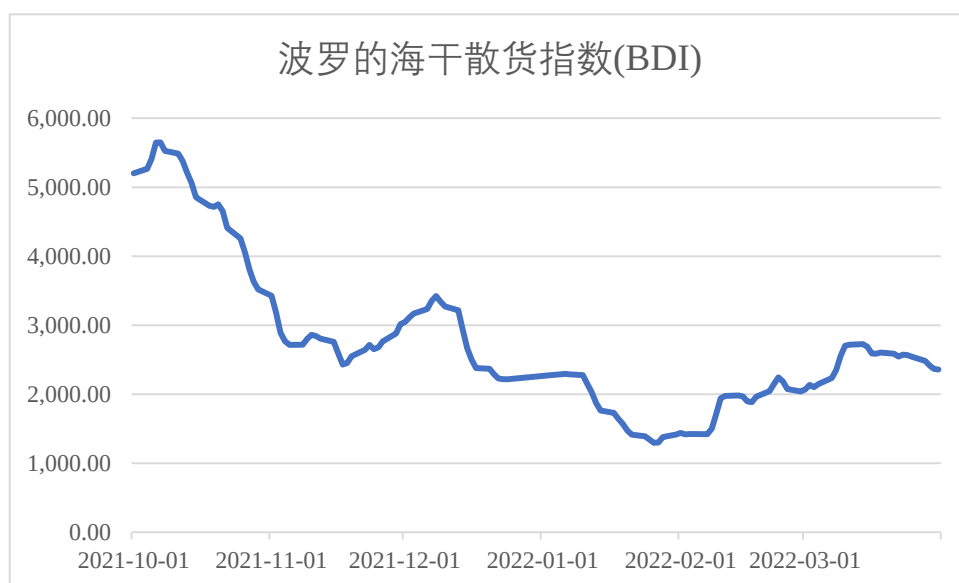


数据来源：Wind 资讯

由上图可知，公司生产所需的 PP 塑料粒子和冷轧板的市场价格已较 2021 年的价格高点有所回落。公司通过产品结构调整、提高产品附加值、与下游客户协商谈判提高产品价格、合理备货等多项措施降低材料价格波动对公司经营业绩的影响。

4、国际货运运力紧张对公司业绩的影响

2021 年上半年受全球新冠疫情的影响，间接造成了全球海运体系的失衡，导致全球海运运力严重不足，海运费持续上涨。但由于公司通常只需承担货物由工厂运送至报关港口的费用，因此海运费上涨对公司没有造成明显的不利影响。2021 年 10 月以来，波罗的海干散货指数大幅度回落（如下图），运力紧张有所缓解。



二、说明 2022 年上半年的业绩预计情况。

基于公司目前的经营状况和市场环境，经初步测算，公司 2022 年上半年的业绩预计情况以及同比变动情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年 1-6 月	变动比例
营业收入	33,500-35,200 万元	29,288.66	14.38%-20.18%
归属于母公司所有者的净利润	5,000-5,500 万元	3,262.97	53.23%-68.56%

注：上述业绩预计中的相关财务数据系公司初步测算的结果，未经审计或审阅，不代表公司最终可实现的收入、净利润等，亦不构成盈利预测。

公司 2022 年上半年预计营业收入同比增长 14.38%-20.18%，主要受益于电动工具行业市场快速增长，公司积极开发新的客户，并与现有客户深化合作。

公司预计 2022 年上半年归属于母公司所有者的净利润同比增长 53.23%-68.56%，高于营业收入的增长幅度，主要原因系：（1）公司积极开拓市场，并深化与现有客户合作，新冠疫情对公司生产经营影响较小，公司营收保持持续增长；（2）2022 年以来美元兑人民币汇率企稳，相较 2021 年 1-6 月的汇兑损失，公司预计 2022 年 1-6 月会获得部分汇兑收益；（3）2022 年以来大宗商品及海运费价格均较 2021 年有所回落，上述价格因素对公司经营业绩的影响有所缓解；（4）公司 2022 年以来积极进行应收账款回款管理，预期信用减值损失较 2021 年 1-6 月会有所降低。

三、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：

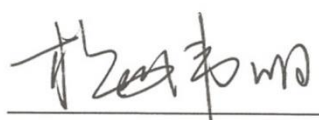
- 1、获取公司在手订单数据、公司 2021 年 1-3 月和 2022 年 1-3 月的财务报表及相关资料，分析公司在手订单规模、对主要会计报表项目进行同期对比分析；
- 2、查阅国内外新冠疫情相关报道，访谈发行人管理层，了解新冠疫情对公司销售情况的影响；
- 3、访谈公司管理层，获取汇率走势、大宗商品价格走势等数据，了解汇率波动、原材料价格波动和海运费价格变化等因素对发行人生产经营的影响。
- 4、获取公司出具的 2022 年上半年业绩预计文件，并将发行人 2022 年上半年业绩与 2021 年同期业绩情况进行对比分析。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

- 1、新冠疫情未对公司业绩造成重大不利影响，未对公司持续经营能力形成重大风险，公司已采取并稳步实施积极开拓市场的策略应对疫情影响。2022 年 1-3 月，公司业绩同比有所增长，汇率波动、原材料价格波动、国际海运运力紧张等因素对公司审计截止日后的业绩影响总体较小。
- 2、受益于电动工具行业市场快速增长及公司对新客户的积极开发和现有客户的深化合作，公司预计 2022 年上半年营业收入和归属于母公司股东的净利润比去年同期均有所增长，具有合理性。

（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的第二轮审核问询函的回复》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的第二轮审核问询函的回复》之签章页)

保荐代表人：



何科嘉

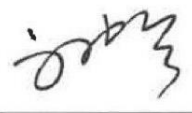


方 键



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

