

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
第二轮审核问询函有关财务会计问题的专项说明

立信中联专复字[2022] D-0148 号

立信中联会计师事务所（特殊普通合伙）
LixinZhonglian CPAs (SPECIAL GENERAL PARTNERSHIP)



立信中联会计师事务所（特殊普通合伙）

LixinZhonglian CPAs (SPECIAL GENERAL PARTNERSHIP)

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 第二轮审核问询函有关财务会计问题的专项说明

立信中联专复字[2022]D-0148 号

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）（以下简称“问询函”）已收悉。立信中联会计师事务所（特殊普通合伙）以下简称（“发行人会计师”或“申报会计师”）对问询函中涉及申报会计师的相关问题进行了逐项落实，现回复如下，请予审核。

说明：

一、如无特别说明，本回复报告所用简称及名词释义与招股说明书一致。

二、本回复报告中的字体代表以下含义：

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）

三、本回复报告为发行人与发行人会计师就相关问题履行的核查程序及核查意见。

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

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 天内提供商品退货服务	收入确认时点为商品已发出，且相关商品控制权/风险报酬已转移时确认收入	公司具体执行为亚马逊每月根据销售情况开具月度结算单发送给公司，公司收到月度结算单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	项目	收费标准
	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 线上业务收入比例	11.55%	7.16%	9.85%

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

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，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%
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度；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所，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，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，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，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。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。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，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，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。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, 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和完整性。

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，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*2.1M	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 2021 年原材料价格进入上升通道，采购时
			杭州永联电缆有限公司	279.44	5.25		
		电源线/YK002,16A,H05RN-F,2*1*3.1M	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		
			杭州永联电缆有限公司	109.71	5.46		
		电源线/YK002,16A,H05RN-	杭州鼎丰电气有限公司	6.60	6.85		

		F,2*1*3.15M,REACH	杭州永联电缆有限公司	84.97	7.76		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	
		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			
			宁波耀盛电气有限公司	40.15	5.50			
		电源线/YSC-02,13A,UL 极性,SJTW,16AWG,2*1.31*1.95M	余姚市海得宝电器有限公司	11.95	4.74		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	
	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			宁波宏泰轴承有限公司	0.12	7.53	采购单价差异较小，价		

		螺纹,18 牙	余姚东锐五金有限公司	88.88	7.56		格公允
	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，
			任丘市瑞鑫硬质合金模具有限公司	0.07	3.63		

							价格公允
	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	65.50	12.84		
	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
			余姚市永佳经贸有限公司	100.86	7.47		

							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
--	--	--	--	--	--	--	---

(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, 价格公允
			浙江长城电工科技股份有限公司	226.48	48.08		
	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		
		艾生,G6A00,240℃,250V,16A 默	上海联一数码科技有限公司	21.25	0.97		采购单价差异较小, 价格公允
			天津市诺达行电器有限公司	32.98	0.96		
		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		
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		
		PLD2417 BMC-A\1000g	浙江鸿天工具有限公司	9.90	9.49		采购单价差异较小, 价格公允
			浙江武义恒兴工贸有限公司	62.63	9.53		

		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		
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		
		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		
			宁波正万进出口有限公司	100.84	8.07		
		PP,E451,A1N12,PP-20	昆山力兆塑胶有限公司	101.72	11.07		采购单价差异较小，价格公允
			盱眙县昌之海塑胶有限公司	4.32	10.80		
	PA	PA6-GF30,HIA4L-S0043,PLD2440,2441,2442 机壳	会通新材料股份有限公司	26.46	16.66	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
			江苏金发科技新材料有限公司	30.23	17.78		
		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
			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		

							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
		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，价格公允
			余姚龙焱塑料有限公司	7.96	7.96		
			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

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，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

序号	公司名称	销售模式
		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。
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%

项目	公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
	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%
	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业可比公司所在的上海、苏州和杭州地区要低。从而导致公司销售人员薪酬占营业收入的比例低于同行业可比公司平均水平，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

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，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
		提单日后 90 天

客户名称	销售单体	信用政策
BATAVIA B.V.	BATAVIA B.V.	提单日后 120 天
	Robert Bosch Power Tool Kft.	提单日后 60 天
	BOSCH LIMITED	提单日后 60 天
	BOSCH Power Tools - Scintilla AG	提单日后 60 天
Harbor Freight Tools (HFT)	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

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状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，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

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	51

	区)工具有限公司	
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，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	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。	单笔10万元人民币或等值外币以上。
控股股东、实际控制人及其主要亲属	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，申报会计师取得关于账户完整性的承诺；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	申报会计师陪同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	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	单笔5万元人民币或等值外币以

	已开立或在报告期内注销的银行账户清单和银行流水。	账户的完整性。	上。
董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员	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。	申报会计师取得关于账户完整性的承诺；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

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

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

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，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，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

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。

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。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。

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 平台合伙 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。

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

占发行人当年采购总额的比例	-	-	-	-	1.33%	件等
---------------	---	---	---	---	-------	----

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

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。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。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。

(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	-	-	-	114.02	-	-

	伙份额受让款						
--	--------	--	--	--	--	--	--

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，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，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，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，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，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。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，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

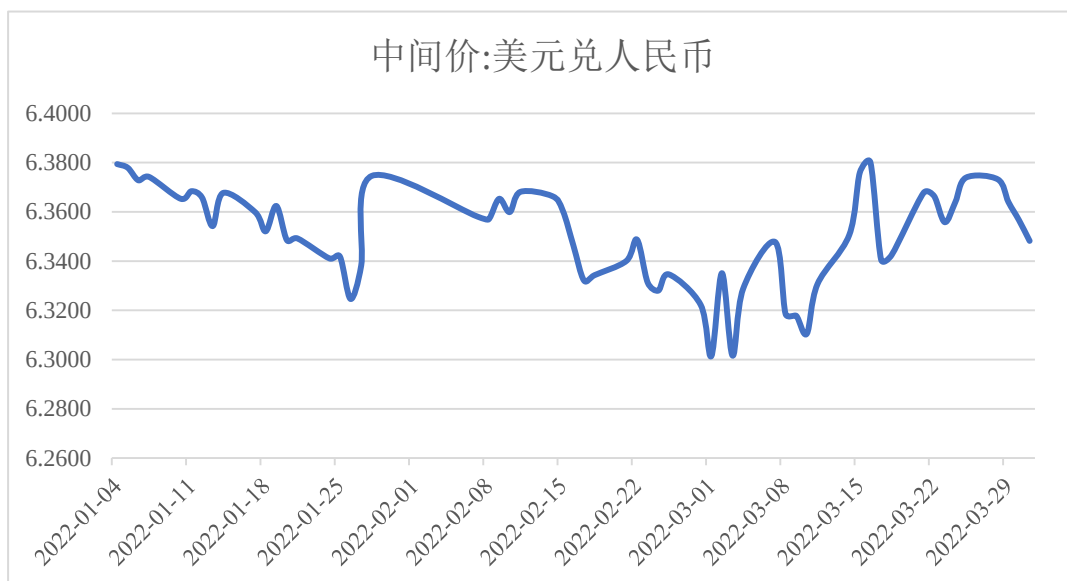
1、新冠疫情对公司业绩的影响

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,

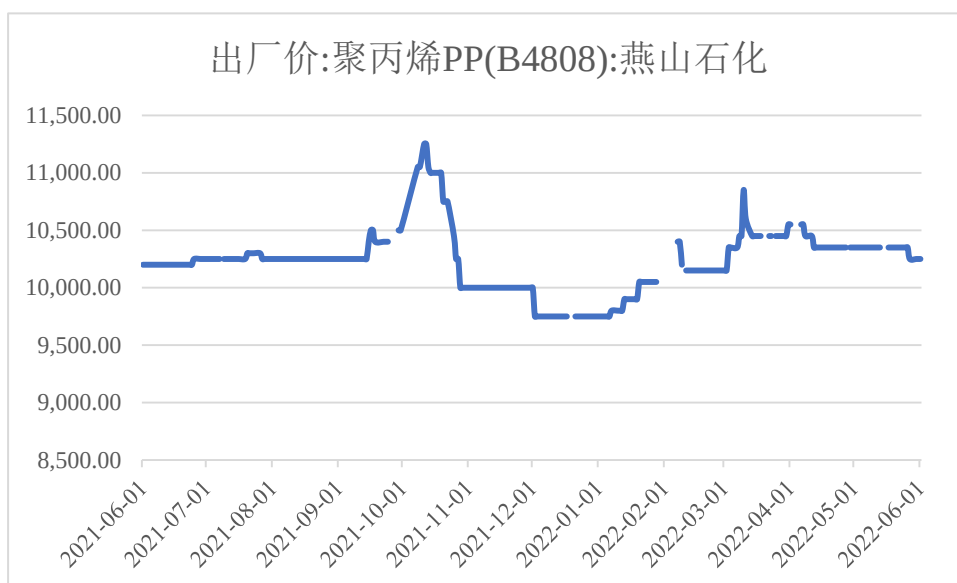
汇兑损益为 19.96 万元，占当期利润总额的比例为 0.64%，对发行人经营业绩影响较小。

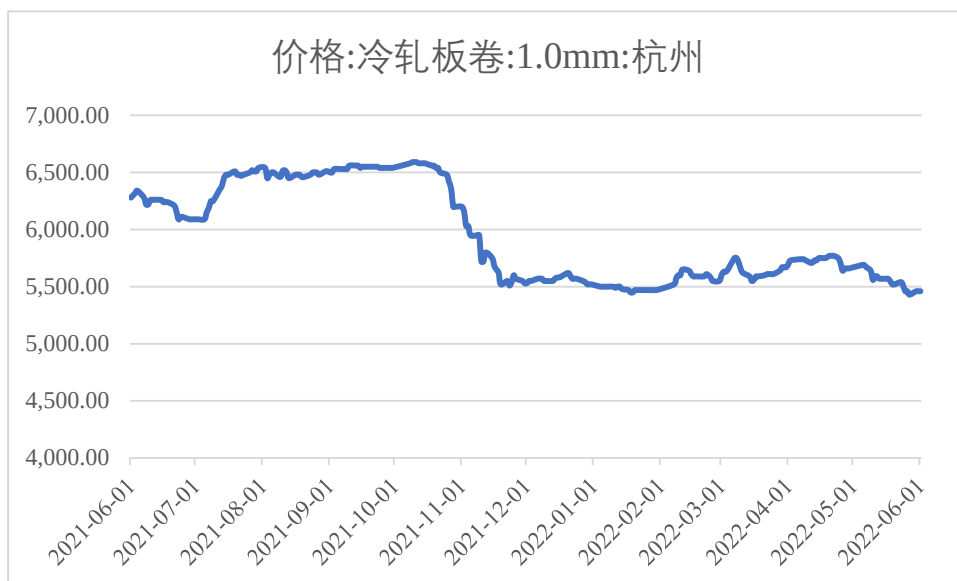


数据来源: Wind 资讯

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：



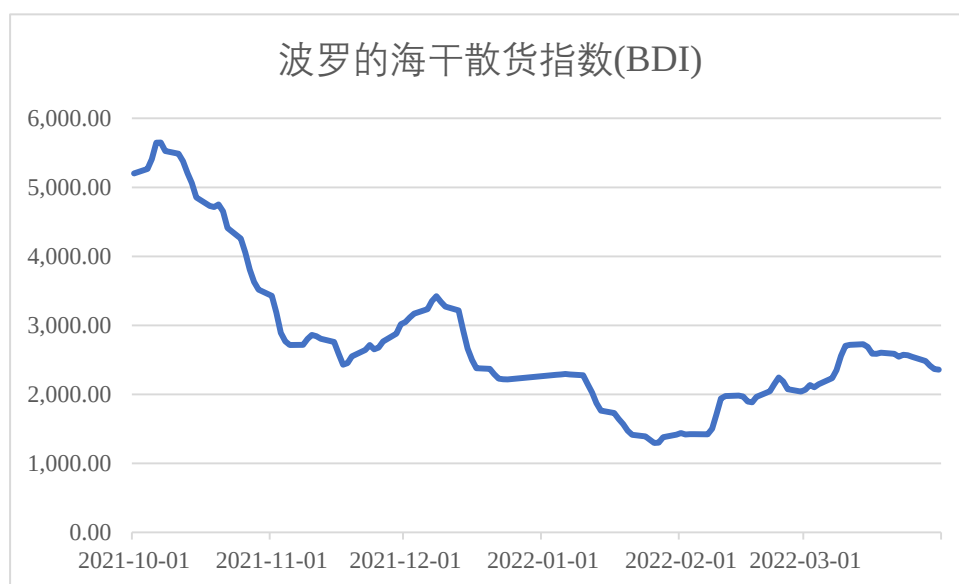


数据来源: Wind 资讯

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

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，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。

(以下无正文)

（此页无正文，系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有关财务会计问题的专项说明》之签章页）

立信中联会计师事务所
（特殊普通合伙）



中国注册会计师： 李春华
（项目合伙人）

李春华



中国注册会计师： 李 静

李静



中国天津市

2022 年 6 月 22 日