关于广州腾龙健康实业股份有限公司

IPO 审核问询函中有关财务事项的说明

关于广州腾龙健康实业股份有限公司
IPO 审核问询函中有关财务事项的说明

天健函〔2023〕3-151 号

深圳证券交易所：

由国信证券股份有限公司转来的《关于广州腾龙健康实业股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件的审核问询函》（审核函〔2023〕110082 号，以下简称审核问询函）奉悉。我们已对审核问询函所提及的广州腾龙健康实业股份有限公司（以下简称腾龙健康公司或公司）财务事项进行了审慎核查，现汇报如下。

一、关于依凡润博

申请材料显示：（1）公司位于泰国的孙公司依凡润博于 2017 年 10 月 31 日设立，依凡润博用于购买土地、建设厂房的资金来源于实缴注册资本及公司股东借款。（2）2020 年 9 月公司通过设立 3 个法人股东，以同一控制下合并收购依凡润博，拟用于经营公司产品的生产业务。（3）公司在泰国租赁厂房及办公室及宿舍，并聘任员工，目前依凡润博已开始试生产。

请公司：（1）结合依凡润博股权历史沿革、出资来源、实缴过程、财务状况、收购前经营情况、关联方资金拆借等情况，说明依凡润博在设立、股权转让、生产经营过程中，是否符合外汇、投资审批、税务以及当地法律法规的相关规定，是否存在违法违规风险。（2）结合依凡润博设立目的、业务定位、建设和经营进度，说明公司收购依凡润博的原因，目前仍处于试生产阶段的原因，预计试生产周期，与正式生产的区别，目前正式生产销售所需要的生产经营及进出口所需的资质、许可及备案手续等是否已经齐备，尚未齐备的，请具体列举并说明所需用时。（3）说明评估价格与收购价格是否公允。支付收购评估机构的评估服务费用是否公允，具体列示评估服务价格明细项目。交易相关方是

否存在影响收购价格的其他未披露利益安排或利益输送情形。（4）简要说明依凡润博自有土地及厂房相关情况，相关资产是否存在瑕疵，租赁境外房产是否存在瑕疵，是否履行当地法律法规要求的相关程序。（5）结合依凡润博投资预算、投资进度安排、汇率波动风险、海外经营风险、外汇管理要求等，说明依凡润博后续投资建设安排和资金来源、相关经营管理风险及应对措施，相关风险。

请保荐人发表明确意见，申报会计师、公司律师就相关内容发表明确意见。请保荐人、申报会计师说明盘点依凡润博资产、查看生产线建设现场的核查方式、取得的证据和核查结论，相关核查依据是否充分。（审核问询函问题 4）

（一）说明评估价格与收购价格是否公允。支付收购评估机构的评估服务费用是否公允，具体列示评估服务价格明细项目。交易相关方是否存在影响收购价格的其他未披露利益安排或利益输送情形

1. 公司收购依凡润博评估价格与收购价格是否公允

(1) 被收购前，依凡润博资产主要为土地资产，评估机构采用资产基础法进行评估，评估价格公允

2020 年 9 月，香港子公司受让依凡润博 100%股权。广东中广信资产评估有限公司出具了中广信报字[2020]第-222 号《凡风润博香港有限公司（RISING DRAGON FFRB (HONGKONG) CO., LIMITED）及其子公司拟购买股权所涉及的依凡润博（泰国）有限公司（E-PHONE RAINBOW (THAILAND) CO.,LTD）股东全部权益资产评估报告》，以 2020 年 5 月 31 日为评估基准日，评估依凡润博整体股权价值（土地资产采用市场比较法）为人民币 741.15 万元（按照评估基准日汇率换算为美元约 103.9248 万美元）。

本次股权收购前，依凡润博仅有土地资产、货币资金和对股东的负债，无其他资产。该等资产和负债的评估详情如下表所示：

单位：万元

项　目	账面数	评估数	评估增值率	评估方法
库存现金	1.80	746.28		对库存现金进行盘点，依据盘点结果对评估基准日现金数额进行倒轧核对
银行存款	744.48			进行函证，检查银行对账单和银行存款余额调节表

项　目	账面数	评估数	评估增值率	评估方法
其他非流动资产-预付土地款	695.38	909.54	30.80%	采用市场法：低价=比较案例低价×交易情况比较指数×交易期日比较指数×区域因素条件×个别因素条件比较指数×权益因素条件比较指数
资产总计	1,441.14	1,655.82	14.86%	
应付账款	0.04	0.04		审查核实账簿记录，查阅合同、账册，对大额应付款型进行函证核实，按照基准日后依凡润博实际承担的负债金额作为负责评估值
其他应付款	914.63	914.63		
负债合计	914.67	914.67		
净资产（所有者权益）	526.99	741.15	40.64%	

如上表所示，本次评估中主要增值部分为依凡润博其他非流动资产-预付土地款，该土地系依凡润博于2018年5月从台中罗勇工业园开发有限公司处购买，土地面积约16,000平方米，土地总价31,062,570.00泰铢，依凡润博于评估基准日2020年5月31日前支付完毕所有土地款，并于2020年6月取得地契。土地的详细情况如下表所示：

序 号	地契编号	位置	证载地址	用途	土地面积	开发程度
1)	79958	泰国泰中罗勇工业园	泰国罗勇府尼空帕塔纳县帕纳尼空镇第179号地块	工业用地	16,000平方米	未开发

该土地资产评估增值率30.80%，增值原因系土地购买协议签署时间为2018年5月，签署时间比较早，签署当时工业园区基础设施尚不完善，且处于招商引资早期，所以土地价格较低。截至评估基准日2020年5月31日，随着工业园区不断加大基础设施投资力度和完善配套设施，改善投资环境，工业园区的土地价格也随之大幅上涨。

(2) 公司依据经审计的账面净资产价格确定收购价格，与评估价格不存在重大差异，收购价格公允

香港子公司受让依凡润博100%股权的受让价格为2,020,846.93美元，依据依凡润博调整后的经审计的净资产值确定。且股权受让价格与调整后的经审计的账面净资产值和调整后的依凡润博的整体股权价值评估不存在重大差异，转让价格公允。

公司收购依凡润博的审计/评估基准日为2020年5月31日，基准日后依凡润博的原自然人股东将其对依凡润博的 40,856,521.73 泰铢债权（即基准日

914.63 万人民币的其他应付款，折合美元约 128.35 万元）转为实缴出资，所以经调整后的审计账面净资产数和评估数均应增加 914.63 万人民币（折合美元约 128.35 万元）。调整比较详情如下表所示：

项　目	基准日的审计数/评估价值①	基准日后的调增数额②	经调整后的审计账面价值/评估价值③=①+②	换算成美元④=③*基准日汇率	与股权转让价格的差额=④-202.08
评估数据	741.15	914.63	1,655.78	232.18	30.10
审计数据	526.99	914.63	1,441.62	202.25	0.17

注：表格中除换算成美元④为美元币种金额外，其他均为人民币币种金额

2. 支付收购评估机构的评估服务费用是否公允，具体列示评估服务价格明细项目

(1) 因依凡润博资产较为简单，评估成本较低，所以评估服务较低

2020 年公司收购依凡润博，公司原独立董事蒋自安担任副总经理的广东中广信资产评估有限公司就依凡润博股权价值出具了资产评估报告，并收取评估费人民币 1.50 万元。

如前文所述，依凡润博截至评估基准日的资产为：货币资产、其他非流动资产-预付土地款；负债为：应付账款、其他应付款。除此外，依凡润博无其他资产和负债项目。即依凡润博的资产负债较为简单，导致评估机构需要付出的成本较低。

1) 对货币资金、应付账款、其他应付款核对真实准确性，无需复杂估值技术和测算方法，评估成本低

对于货币资金（包括现金、银行存货）及应付账款（金额 0.04 万人民币）和其他应付款（为依凡润博对股东彭学文的负债），评估机构通过查阅合同、账簿、盘点（针对货币资金）和函证（针对其他应付款和银行存款）方式确认资产和负债的真实性和准确性，且函证对象分别为境内自然人彭学文和泰国银行，即针对该等资产的评估，评估机构无需投入过多人力和物力成本。

2) 对于其他流动资产-预付土地款，采用视频方式勘察和公开途径取得土地报价，评估成本相对较低

截至基准日 2020 年 5 月 31 日依凡润博账面上的其他流动资产-预付土地款，因依凡润博于 2020 年 6 月 9 日已取得土地权属证书地契，所以评估机构按照土

地的市场价格对该部分资产进行评估。土地资产评估机构取得土地权属证书基础上通过视频方式对土地实物资产进行勘测后，通过网络公开数据查找同一工业园区土地市场售价情况，并利用估值技术进行调整、测试和评估，相对投入的评估成本也较低。

(2) 评估服务价格明细项目情况

根据评估机构出具的说明，评估机构广东中广信资产评估有限公司就相关资产评估的对外的一般报价和对本次评估的委托人凡风润博的报价不存在重大差异。

1) 评估机构的一般收费标准

评估机构项目收费一般参考两方面因素确定：①被评估的资产的金额大小；②需要付出的评估服务工时多少。

按照评估资产金额的收费标准如下表所示：

评估金额	费率	备注
100 万元以下部分	0.50%	①收费实行差额定率累进计费； ②收费不足 2000 元按 2000 元计算； ③计费基数：A 单项资产评估按账面原值计算；B 企业价值评估按资产总额加负债总额合计计费
100 万元—1,000 万元部分	0.20%	
1000 万元—5,000 万元部分	0.10%	
5,000 万元---10,000 万元部分	0.065%	
10,000 万元以上	0.035%	

对无形资产、破产清算、法律纠纷、上市等较复杂的资产评估，经双方协商同意，根据评估项目的繁简程度、时间要求、风险责任等因素，收费标准可高于或低于上述标准，可视具体情况收费另议。

按照评估服务的工时收费标准如下表所示：

评估师级别	工时费率
首席评估师、总评估师	800 元/人/小时
合伙人、部门经理	500 元/人/小时
注册评估师	300 元/人/小时
助理评估师	200 元/人/小时

2) 依凡润博评估的收费标准

依凡润博本次收费考虑到评估资产简单，且 50%以上资产为明确的货币资金和其他应收款，所以采用了按照工时费率收取评估费，评估费的具体计算方法如下表所示：

工时收费	单位小时费率	耗用工时	应收取费用（人民币元）
合伙人、部门经理	500 元/人/小时	15 小时	7,500.00
注册评估师	300 元/人/小时	25 小时	7,500.00
合　计		40 小时	15,000.00

根据上表所示，评估机构广东中广信资产评估有限公司对凡风润博的报价系考虑依凡润博资产较为简单，采用工时计费，向公司的收费标准与向第三方收费标准不存在重大差异，报价公允。

3. 交易相关方不存在影响收购价格的其他未披露利益安排或利益输送情形

如前文所述，①被收购前，依凡润博资产主要为土地资产，评估机构采用资产基础法进行评估，对依凡润博的评估价格公允；②公司依据经审计的账面净资产价格确定收购价格，与评估价格不存在重大差异，收购价格公允；③评估机构系因依凡润博资产负债简单，评估成本较低，所以收取的评估服务费较低，具有合理性，关联交易价格公允。因此，公司本次股权收购公允，交易相关方不存在影响收购价格的其他未披露利益安排或利益输送情形。

（二）说明盘点依凡润博资产、查看生产线建设现场的核查方式、取得的证据和核查结论，相关核查依据是否充分

1. 依凡润博资产主要组成明细

报告期各期末，依凡润博主要资产类别及账面价值明细如下表所示：

单位：万元

项 目	2022-12-31	占总资产比例	2021-12-31	占总资产比例	2020-12-31	占总资产比例
货币资金	896.40	16.50%	874.38	49.33%	662.03	48.69%
存货	546.60	10.06%				
固定资产	776.84	14.30%	731.72	41.28%	676.85	49.78%
在建工程	2,948.01	54.28%	16.93	0.96%		
使用权资产	11.76	0.22%	78.14	4.41%		
长期待摊费用	17.64	0.32%	27.62	1.56%		
其他	234.12	4.31%	43.81	2.47%	20.90	1.54%
总资产	5,431.37	100.00%	1,772.60	100.00%	1,359.78	100.00%

依凡润博货币资金绝大部分为银行存款；其固定资产主要系土地所有权；

2020 年、2021 年在筹备阶段，未进行厂区基建建设，2022 年厂区基建工程开始建设，车间开始试生产，故存货、在建工程增加较多。

报告期各期末依凡润博需要盘点的资产主要为存货及在建工程，我们对上述资产已进行视频监盘程序，中介机构拟于 2023 年 6 月末去泰国进行现场监盘。

2. 对于依凡润博存货的核查方式、取得的证据和核查结论

详见本说明十一(六)相关回复内容。

3. 对于依凡润博固定资产、在建工程的核查方式、取得的证据和核查结论

(1) 报告期内固定资产、在建工程的类别明细如下表所示

单位：万元

项　目	2022-12-31	2021-12-31	2020-12-31
固定资产（原值）	820.52	741.53	676.85
其中：房屋及建筑物	625.60	593.92	676.85
机器设备	104.69	125.30	
运输工具	47.63	15.42	
其他设备	42.60	6.89	
在建工程	2,201.93	16.93	

(2) 核查方式

我们实施了如下核查程序：

1) 取得公司报告期各期末固定资产盘点表、在建工程盘点表，复核盘点表，通过远程视频监盘，观察是否存在固定资产盘亏、毁损和闲置等情形；

2) 对 2022 年末在建工程余额较大的项目，向工程承包方进行函证，核实在建工程的预算金额、工程进度、付款进度等关键信息；

3) 对公司报告期内新增的重大固定资产，核查其相关的购买合同、付款流水、验收报告及发票等信息。

(3) 核查过程以及取得的证据

1) 我们对固定资产、在建工程的监盘情况

报告期内我们对公司 2021 年末、2022 年末固定资产、在建工程实施了监盘程序；未在 2020 年末对固定资产实施监盘程序主要系 2020 年末固定资产期末余额系土地所有权，已核查相关土地产权证书，无需实施监盘程序。

监盘前，我们监盘人员获取了公司的盘点计划和固定资产清单、在建工程清

单，对公司计划的盘点范围、盘点时间、盘点地点、盘点方法进行了合理性分析。

监盘过程中，我们监盘人员随公司盘点人员参与了公司盘点的全过程（视频远程监盘）。监盘过程中，监盘人员重点关注了以下事项：①查看公司现场固定资产、在建工程的状态，是否存在毁损、故障等减值迹象；②对于盘点时不在公司现场的固定资产（如在外车辆），通过核对行驶证、拍照或视频的方式，核实资产存在性、资产状态等；③关注在建工程是否达到预定可使用状态，是否存在延迟转固等迹象。

公司盘点结束后，监盘人员根据盘点表，随机抽取部分固定资产明细项目及在建工程项目，进行了抽查盘点。抽查盘点结果显示，与公司盘点结果一致。

2) 我们对公司固定资产、在建工程视频远程监盘的时间、地点、人员、方法等如下表所示

项　目	内　容
监盘/抽盘地点	公司办公场所、生产车间
监盘/抽盘时间	盘点基准日：2022 年 12 月 31 日 监盘时间：2022 年 12 月 29 日
	盘点基准日：2021 年 12 月 31 日 监盘时间：2022 年 2 月 23 日
公司盘点人员	行政人员、生产人员、财务人员
监盘/抽盘执行人员	项目组成员
监盘/抽盘范围	房屋建筑物、机器设备、运输设备、其他设备、在建工程
监盘/抽盘方法	各报告期末抽盘情况如下：从盘点表中选取固定资产/在建工程项目追查至实物，以测试盘点表的准确性，并将监盘结果记录于盘点表中。同时从实物中选取项目追查至盘点表，以测试盘点表的完整性，抽盘过程中观察是否存在明显报废、闲置的固定资产，以及观察是否存在明显延迟转固的在建工程

3) 报告期各期末固定资产、在建工程的抽盘情况以及取得的相关证据如下表所示

单位：万元

项 目	盘点基准日	账面金额	盘点金额	盘点比例	取得的证据
固定资产	2022-12-31	820.52	808.08	98.48%	监盘视频、照片
	2021-12-31	741.53	741.53	100.00%	监盘视频、照片
在建工程	2022-12-31	2,948.01	2,948.01	100.00%	监盘视频、照片

项 目	盘点基准日	账面金额	盘点金额	盘点比例	取得的证据
	2021-12-31	16.93	16.93	100.00%	监盘视频、照片

4）报告期内在建工程的函证情况如下

单位：万元

项 目	资产负债表日	账面金额	函证金额	函证比例	回函是否相符
在建工程	2022-12-31	2,948.01	2,528.34	85.76%	是

5）报告期内在新增固定资产的检查情况如下

单位：万元

项 目	资产负债表日	当期新增金额	当期检查金额	检查比例	是否异常
固定资产	2022-12-31	39.43	34.07	86.40%	否
固定资产	2021-12-31	147.61	88.64	60.05%	否
固定资产	2020-12-31	676.85	676.85	100.00%	否

综上，公司固定资产账实相符，固定资产均在正常使用中，不存在长期未使用、损毁等情形。公司在建工程账实相符，在建工程相关项目均在正常建造中，不存在延期转固、损毁等情形。

（三）核查程序和结论

针对上述事项，我们实施了以下程序：

1. 取得公司收购依凡润博的评估报告、审计报告及评估机构关于评估服务的收费标准，确认评估服务价格的公允性、收购泰国公司股权收购价格的公允性；

2. 对依凡润博的资产和生产线进行视频查看确认，核实其资产、生产线情况；

3. 取得依凡润博报告期各期末固定资产盘点表、在建工程盘点表，复核盘点表，通过远程视频监盘，观察是否存在固定资产盘亏、毁损和闲置等情形；

4. 对依凡润博 2022 年期末在建工程余额中金额较大的项目进行函证，核查在建工程的预算金额、工程进度、付款进度等信息；

5. 对依凡润博报告期内新增的重大固定资产，核查其相关的购买合同、付款流水、验收报告及发票等信息。

经核查，我们认为：

1. 公司收购依凡润博评估价格与收购价格公允。本次股权收购前，依凡润

博仅有土地资产、货币资金和对股东的负债，无其他资产。考虑到评估资产简单，且 50%以上资产为明确的货币资金和其他应收款，所以采用了按照工时费率收取评估费，向公司的收费标准与向第三方收费标准不存在重大差异，报价公允。香港子公司受让依凡润博 100%股权的受让价格为 2,020,846.93 美元，依据依凡润博调整后的经审计的净资产值确定。且股权受让价格与调整后的经审计的账面净资产值和调整后的依凡润博的整体股权价值评估不存在重大差异，转让价格公允；

2. 依凡润博固定资产账实相符，固定资产均在正常使用中，不存在长期未使用、损毁等情形。依凡润博在建工程账实相符，在建工程相关项目均在正常建造中，不存在延期转固、损毁等情形。

二、关于兴合资本

申报材料显示：（1）公司通过设立的员工持股平台兴合资本，分别于 2019 年、2020 年对 48 名在职员工、1 名在职员工实施股权激励，截至报告期末，兴合资本合计 49 名合伙人。（2）兴合资本中 3 名合伙人从公司处离职，均保留合伙权益，分别为财务经理黄丹循、财务主管沈方林、中山分公司财务经理张翠华。（3）公司直接股东、兴合资本的合伙人之间存在关联关系，其中部分股东与公司实控人存在亲属关系。

请公司：（1）说明兴合资本出资方式及出资来源，是否存在公司及控股股东、实际控制人或第三方为激励对象参加持股提供奖励、资助、补贴等安排，是否存在委托持股或其他未披露的利益安排。（2）说明兴合资本离职员工岗位、离职时间及原因，离职后去向以及是否仍在公司关联方处任职。说明公司财务人员更换调整的具体原因和合理性，是否对任职期间公司财务数据的真实、准确、完整作出确认，是否与公司及主要股东存在纠纷或潜在纠纷。（3）兴合资本合伙人与公司实际控制人、董监高、关键核心人员、客户、供应商是否存在关联关系、亲属关系、其他密切关系或利益安排，如是，以表格列示股份占比等情况。结合《证券期货法律适用意见第 17 号》关于锁定期安排相关规定要求，说明本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限承诺及相关约束措施是否合规。

请保荐人发表明确意见，公司律师、申报会计师就相关内容发表明确意见。（审核问询函问题 5）

（一）说明兴合资本离职员工岗位、离职时间及原因，离职后去向以及是否仍在公司关联方处任职。说明公司财务人员更换调整的具体原因和合理性，是否对任职期间公司财务数据的真实、准确、完整作出确认，是否与公司及主要股东存在纠纷或潜在纠纷

自兴合资本设立至今，兴合资本的合伙人中共有 3 名合伙人从公司处离职，离职员工基本情况如下表所示：

离职人员姓名	离职时岗位	离职时间	离职原因	离职后去向	是否在公司关联方处任职
黄丹循	财务经理	2020.01	家庭原因	自由职业，在佛山市顺德区迎达物流有限公司、佛山市丰航顺物流有限公司兼职	否
张翠华	中山分公司财务经理	2020.01	身体原因	工银安盛人寿保险有限公司任职、佛山世纪逸康健康咨询有限公司兼职	否
沈方林	内审部经理	2022.02	个人职业规划原因	深圳市前海方拓投资策划咨询有限公司任职、深圳巨石东方财税管理咨询有限公司任职	否

综上，兴合资本上述离职合伙人均系个人原因自公司离职，离职后更换生活和工作地点到其他城市工作，离职后再任职的单位与公司无关联关系。根据上述离职人员出具的确认，该等人员对其任职期间公司财务数据的真实、准确、完整以及可靠性进行确认，对其任职期间公司财务数据不存在异议。

经离职人员并经其确认，同时根据公司及主要股东的确认，并经查询中国裁判文书网、公司所在地法院官方网站，上述离职人员与公司及主要股东之间不存在纠纷或潜在纠纷的情形。

（二）兴合资本合伙人与公司实际控制人、董监高、关键核心人员、客户、供应商是否存在关联关系、亲属关系、其他密切关系或利益安排，如是，以表格列示股份占比等情况。结合《证券期货法律适用意见第 17 号》关于锁定期安排相关规定要求，说明本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限承诺及相关约束措施是否合规

1. 兴合资本合伙人与公司实际控制人、董监高、关键核心人员、客户、供应商是否存在关联关系、亲属关系、其他密切关系或利益安排

经核查，除下表列示的关联关系和亲属关系外，兴合资本的其他合伙人与公

司实际控制人、董监高、关键核心人员、客户和供应商不存在关联关系、亲属关系、其他密切关系或利益安排。存在关联关系、亲属关系的合伙人及关系情况如下表所示：

序号	合伙人姓名	持有财产份额（万元）	通过兴合资本间接持有公司股份比例	与公司其他董监高、实际控制人、关键核心人员、客户/供应商的关联关系、亲属关系
1	谢宇	124.20	0.7262%	与公司的实际控制人、董事长彭学文系表叔侄关系，与公司的董事、副总经理郑捷系表叔侄关系
2	彭皓	99.00	0.5787%	系公司的董事会秘书，与公司的实际控制人、董事长彭学文系叔侄关系，与公司董事、副总经理郑捷系表叔侄关系
3	程四海	50.40	0.2949%	与公司的实际控制人、董事长彭学文系表连襟关系
4	彭学兵	39.60	0.2319%	与公司的实际控制人、董事长彭学文系兄弟关系，与公司的董事、副总经理郑捷系表兄弟关系
5	彭婵凤	10.80	0.0630%	与公司的实际控制人、董事长彭学文系堂叔侄女关系

2. 结合《证券期货法律适用意见第 17 号》关于锁定期安排相关规定要求，说明本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限承诺及相关约束措施是否合规

(1)《证券期货法律适用意见第 17 号》和《民法典》的相关规定

根据《证券期货法律适用意见第 17 号》第二条第（五）项的规定：

“（五）锁定期安排

1. 公司控股股东和实际控制人所持股份自公司股票上市之日起三十六个月内不得转让，控股股东和实际控制人的亲属（依据《民法典》相关规定认定）、一致行动人所持股份应当比照控股股东和实际控制人所持股份进行锁定。

……”

《中华人民共和民法典》第一千零四十五条规定：“亲属包括配偶、血亲和姻亲。配偶、父母、子女、兄弟姐妹、祖父母、外祖父母、孙子女、外孙子女为近亲属。配偶、父母、子女和其他共同生活的近亲属为家庭成员。”

(2) 公司的相关股东已按照上述规定承诺锁定 36 个月

截至本说明出具日，相关股东持有公司股份、在公司任职和其与公司实际控制人的关系情况如下表所示：

序号	股东姓名	持股情况	公司任职	与实际控制人的亲属关系
1	郑捷	直接持有公司8.61%的股权	董事、副总经理	与公司的控股股东、实际控制人彭学文先生系表兄弟关系（彭学文的母亲和郑捷的母亲为姐妹）
2	谢宇	通过兴合资本间接持有公司 0.7262%的股权	采购总监	与公司的控股股东、实际控制人彭学文系表叔侄关系（彭学文的母亲与谢宇的爷爷系兄妹关系）
3	彭皓	通过兴合资本间接持有公司 0.5787%的股权	董事会秘书	系公司的董事会秘书，与公司的控股股东、实际控制人彭学文系叔侄关系（彭学文与彭皓父亲彭学兵为兄弟关系）
4	程四海	通过兴合资本间接持有公司 0.2949%的股权	财务副总监	与公司的控股股东、实际控制人彭学文系表连襟关系（程四海的配偶和彭学文的配偶系表姐妹关系）
5	彭学兵	通过兴合资本间接持有公司 0.2319%的股权	中山分公司经理	与公司的控股股东、实际控制人彭学文系兄弟关系
6	彭婵凤	通过兴合资本间接持有公司 0.0630%的股权	采购副经理	与公司的控股股东、实际控制人彭学文系堂叔侄女关系（彭学文与彭婵凤的父亲为堂兄弟关系）

上表所示与彭学文存在亲属关系的直接或间接股东均已做出股份锁定 36 个月的承诺，详情如下：

“自公司首次公开发行人民币普通股股票在证券交易所上市之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本人在公司首次公开发行股票前已直接或间接持有的公司的股份（包括由该部分派生的股份，如送红股、资本公积金转增等），也不提议由公司回购该部分股份。”

综上所述，与公司控股股东、实际控制人存在亲属关系的直接股东和间接股东均比照实际控制人自公司上市之日起锁定 36 个月，公司股东和间接股东的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限承诺及相关约束措施承诺符合《证券期货法律适用意见第 17 号》规定。

（三）核查程序和结论

针对上述事项，我们执行了以下程序：

1. 取得兴合资本合伙人出具的调查表、确认函，并对公司主要客户/供应商穿透核查其权益人及直接董监高情况，并将核查情况与兴合资本的合伙人进行比对，核查确认兴合资本的合伙人和公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键核心人员/核心技术人员、客户、供应商之间是否存在关联关系、亲属关系、

其他密切关系或利益安排进行确认；

2. 取得公司出具关于股权激励及离职员工情况的确认，核查确认股权激励的背景、原因和离职员工的相关事项；

3. 访谈兴合资本中已离职的合伙人，了解其离职的原因背景以及对任职期间对公司财务数据的真实准确完整等事项的确认；

4. 查阅《证券期货法律适用意见第 17 号》《民法典》规定，并比对相应人员出具的关于限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限承诺及相关约束措施的承诺文件，核查其承诺锁定事项符合相关法律法规的规定。

经核查，我们认为：

1. 自兴合资本设立至今，有 3 名合伙人因个人原因自公司离职，上述人员离职后到其他公司任职，不存在在公司控股股东或其关联方处任职的情形；公司财务人员系因员工离职正常更换调整，相关人员已对任职期间公司财务数据的真实、准确、完整作出确认，且相关离职人员与公司及主要股东不存在纠纷或潜在纠纷；

2. 截至本说明出具日，兴合资本合伙人中 5 名与公司实际控制人兼董事彭学文存在亲属关系，除此之外，兴合资本的其他合伙人与公司的实际控制人兼董事彭学文不存在亲属关系、关联关系或其他利益安排；兴合资本全体合伙人与公司除彭学文以外的董监高、关键核心人员、客户、供应商均不存在关联关系、亲属关系、其他密切关系或利益安排；

3. 公司的直接和间接股东与公司实际控制人彭学文之间存在亲属关系的股东均已按照《证券期货法律适用意见第 17 号》的规定作出锁定 36 个月的承诺，符合相关法律法规的规定。

三、关于客户与销售模式

申报材料显示：（1）报告期内，公司产品主要采取直销模式销售，存在少量经销模式销售，下游客户主要为国内外水疗按摩缸生产商。前五名客户收入占当期营业收入的比例分别为 76.78%、70.01%、71.76%和 84.18%。（2）报告期，公司对 Watkins、Blue Falls、Bullfrog 等主要境外客户销售快速增长。（3）前五大客户的交易主体、货物流、结算模式、下单及运输周期、信用政策、

交货方式、付款方式存在差异。因第一大客户 Watkins 的母公司调整对供应商付款政策，公司报告期对 Watkins 结算模式及信用期相应调整。（4）报告期内，公司的产品主要通过境外子公司向境外销售。公司内部交易主要为公司将产品销售给境外子公司凡风润博、腾龙国际，再将产品销售给终端客户。境外子公司的净利润占公司合并报表净利润的比重分别为 15.82%、15.04%、11.48%、11.06%。境外 5 家子公司章程未对其分红做出任何限制。

请公司：（1）结合主要合同条款，说明前五大客户及境内主要客户的基本情况、销售内容、最终销售区域、合作背景、订单获取方式、合作模式、生产运输收货流程、质量评审考核机制等；结合销售数量和单价变动情况，量化分析前五大客户收入波动以及对部分客户收入大幅增长的原因及合理性，是否与相关客户的收入和产品出货量相匹配。（2）区分交易主体、货物流、结算模式、下单及运输周期、信用政策、交货方式、付款方式等，说明报告期公司外销收入具体构成。相关销售模式与合同约定或行业惯例是否相符,与可比公司是否存在较大差异，销售收入和运保费的会计处理是否符合《企业会计准则》规定，是否存在利用收入确认时点调节收入的情形。（3）说明 MASCO 集团统一管理供应商货款付款的政策背景，与 MASCO 集团信用期调整、Watkins 与公司结算模式调整的关系，相关调整覆盖供应商的范围，Watkins 是否仍保留寄售模式，供应商是否有权自主选择结算模式。结合上述情况，说明公司由寄售模式转换为一般销售模式的原因及合理性，是否存在刺激销售情形。（4）说明寄售模式下对于发出商品的风险控制机制，结合寄售产品灭失或损毁时的权责划分等，说明公司对寄售仓是否具有控制权，寄售模式收入确认时点是否符合收入准则要求。补充说明公司寄售模式收入确认的依据、主要客户各期销售金额，寄售产品存放地及期后结转情况，是否存在提前确认收入情况。（5）结合业务发展历程、经营模式及销售模式补充说明公司设立子公司、分公司的目的和业务定位，说明内部交易定价的具体情况，是否存在转移定价减少纳税的情形，是否存在相关税务风险。（6）说明经销模式下销售对象、主要产品等情况，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的相关规定。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。（审核问询函问题 8）

（一）结合主要合同条款，说明前五大客户及境内主要客户的基本情况、销售内容、最终销售区域、合作背景、订单获取方式、合作模式、生产运输收货流程、质量评审考核机制等；结合销售数量和单价变动情况，量化分析前五大客户收入波动以及对部分客户收入大幅增长的原因及合理性，是否与相关客户的收入和产品出货量相匹配

1. 前五大客户及境内主要客户的基本情况

报告期内，公司前五大客户及境内主要客户的基本情况如下：

(1) Watkins

公司名称	Watkins Manufacturing Corporation
成立时间	1977 年
上市/挂牌情况	上市公司 Masco 的子公司
地址	Headquarters（Subsidiary）1280 Park Center Dr, Vista, CA 92081, United States of America
情况介绍	是一家世界领先的水疗按摩缸和水上健身产品制造商。
品牌和定位	拥有 Hot Spring、Endless Pools、Caldera Spas、Freeflow Spas 和 Fantasy Spas 等品牌，其中，Endless Pools 是高端定位的泳池产品品牌，HotSpring 是高端定位的水疗按摩缸产品品牌，Caldera 是普通定位的水疗按摩缸产品品牌。
公司网址	https://watkinsmfg.com/

(2) Blue Falls

1) Blue Falls Manufacturing LTD

公司名称	Blue Falls Manufacturing LTD
成立时间	1994 年
上市/挂牌情况	未上市
地址	4549 52nd Street, Thorsby, Alberta TOC 200, Canada
情况介绍	是一家专注于水疗按摩缸和泳池的制造企业。
品牌和定位	Arctic Spas 是该公司最成功的原创品牌，该品牌的水疗按摩缸产品适用于极端气候条件，如极寒、高温、干燥等自然条件，消费者可以在严苛的户外条件下使用该产品。上述适用环境是 Arctic Spas 与其他品牌的最大差异所在。
公司网址	https://www.bluefallsbrands.com/

2) Blue Falls USA, LLC

公司名称	Blue Falls USA, LLC

成立时间	2010-09-14
上市/挂牌情况	否
地址	3808 N. Sullivan Road, Spokane Valley, WA 99216 , USA
情况介绍	是 Blue Falls Manufacturing LTD 的美国分公司，主营业务与 Blue Falls Manufacturing LTD 一致。
品牌和定位	同 Blue Falls Manufacturing LTD
公司网址	https://www.bluefallsbrands.com/

(3) Bullfrog

公司名称	Bullfrog International LLC
成立时间	1996 年
上市/挂牌情况	未上市
地址	7017 West 11800 South, Herriman, UT 84096, United States of America
情况介绍	是一家水疗按摩缸制造商。
品牌和定位	Bullfrog 主打高端产品定位，包含 SWIM 系列、M 系列、A 系列、STIL 系列、X 系列等，其中，SWIM 系列为泳池产品，其余为水疗按摩缸产品。Bullfrog 的水疗按摩缸产品使用了 JetPak 模块系统，为其最具特色的产品设计，即模块化的喷嘴设计，不同的模块上安装有不同尺寸和数量的喷嘴，客户可以选择配置不同的模块，以针对肩部、背部、腰部、腿部等提供舒适的按摩体验。
公司网址	https://www.bullfrogspas.com/

(4) S.R.Smith

公司名称	S.R.Smith, LLC
成立时间	1932 年
上市/挂牌情况	未上市
地址	1017 SW Berg Parkway, P.O. Box 400, Canby, OR 97013
情况介绍	是一家世界领先的商用和家用泳池设备的生产商。
品牌和定位	于 2021 年被西班牙上市公司 Fluidra 收购。Fluidra 是一家生产泳池及其零部件产品的公司，主要品牌包括 Jandy®、AstralPool®、Polaris®、Cepex®、Zodiac®、CTX Professional®、Certikin 和 Gre® 等。
公司网址	https://www.srsmith.com/

(5) Strong Spas

公司名称	Strong Industrials, Inc.
成立时间	1992 年

上市/挂牌情况	未上市
地址	3204 Pt Township Dr Ste Northumberland, PA 17857
情况介绍	是一家水疗按摩缸产品制造商
品牌和定位	包括 Premiun Series、Summit Series、Ascent Series、Embark Series、G-2 Series、Durasport Spas 和 Iconic Spas 等系列，产品覆盖面较广。
公司网址	https://strongspas.com/

(6) 广东水晶岛智能健康股份有限公司

公司名称	广东水晶岛智能健康股份有限公司
成立时间	2008 年
上市/挂牌情况	未上市
地址	佛山市南海区里水镇河村西紫村民小组
情况介绍	是一家生产和销售按摩泳池、移动泳池、按摩浴缸等产品的制造商。在澳洲、欧洲等地设立有全资子公司。
公司网址	http://www.crystalisland.com.cn/

(7) 广州市天滢卫浴科技有限公司

公司名称	广州市天滢卫浴科技有限公司
成立时间	2012 年 2 月
上市/挂牌情况	未上市
地址	广州市花都区花东镇华植西路 8 号 2 栋 101 房
情况介绍	是一家生产无边际恒温成品泳池、温泉浴池的厂家，产品主要销往欧洲地区
公司网址	http://www.aifeel.com/

2. 前五大客户及境内主要客户的销售内容、最终销售区域、合作背景、订单获取方式、合作模式、生产运输收货流程、质量评审考核机制

客户名称	主要销售内容	最终销售区域	合作背景	订单获取方式	合作模式	生产运输收货流程	质量评审考核机制等
Watkins	浴缸灯、水消毒配件、喷嘴、喷嘴座等等	美国等地区	公司于 2005 年通过展会与 Watkins 建立初步关系。2006 年公司前往美国拜访 Watkins，并向 Watkins 推介公司的水底灯、浴缸灯产品，2007 年开始为 Watkins 开发定制化的浴缸灯，并于 2007 年底实现销售。	自主开发	公司自主研发产品，自主生产并销售给客户。	主要为客户下单给美国子公司或香港子公司，广州工厂生产完工后出口报关运往客户。部分小批量订单直接由美国子公司销售发货。	1.向客户的样品检测质量团队提交所有首样数据，并参照 ISO 标准，检测完成后大批量采购； 2.控制供应商所有的生产过程； 3.发生不合格产品时使用闭环纠正措施系统。
Blue Falls	喷嘴、浴缸盖/罩、水消毒配件	美国、加拿大等北美地区	2005 年，公司与 Blue Falls 开始合作。合作初期，公司主要向 Blue Falls 销售的主要产品为浴缸盖及少量喷嘴和浴缸灯产品，2009 年发行开始向 Blue Falls 销售过滤消毒品。	自主开发	公司自主研发产品，自主生产并销售给客户。	1) Blue Falls Manufacturing LTD： 客户下单给香港子公司，广州工厂生产完工后出口报关运往客户； 2) Blue Falls USA, LLC： 客户下单给美国子公司，广州工厂生产完工后出口报关运送至美国子公司仓库，再由美国子公司发货给客户。	对新产品进行质量检测，参照 ISO 标准，检测合格后大批量采购。
Bullfrog	喷嘴、浴缸灯	美国、加拿大等地区	公司于 2007 年通过美国公司 Tektube 与 Bullfrog 建立合作关系。Tektube 是美国的一家从事软管生产业务的公司，Bullfrog 为	自主开发	公司自主研发产品，自主生产并销售给客户。	客户下单给美国子公司，广州工厂生产完工后出口报关运送至美国子公司仓库，再由美国子公司发货给客户。对于部分紧急订单，由广州	对新产品进行质量检测，参照 ISO 标准，检测合格后大批量采购。

客户名称	主要销售内容	最终销售区域	合作背景	订单获取方式	合作模式	生产运输收货流程	质量评审考核机制等
			Tektube 的客户。2008 年，由于 Tektube 原实控人将其公司出售，新实控人对 Tektube 进行战略调整，遂停止了三方的合作模式，由公司直接与 Bullfrog 进行合作。			工厂生产完工后出口报关运往客户。	
S. R. Smith	泳池灯	美国、加拿大等地区	2011 年公司前往美国参加展会，Energy Focus 公司对公司的 LED 灯感兴趣。公司根据 Energy Focus 的要求进行开发，2012 年正式出货。2014 年 1 季度，Energy Focus 将泳池灯业务整体出售给 S.R. Smith，2014 年 5 月起 S.R. Smith 成为公司客户。	自主开发	公司自主研发产品，自主生产并销售给客户。	客户下单给香港子公司，广州工厂生产完工后出口报关运往客户。	对新产品进行质量检测，参照 ISO 标准，检测合格后大批量采购。
Strong Spas	浴缸灯、水循环配件、灯光系统配件、喷嘴等	美国、加拿大等地区	2011 年公司前往美国参加展会，与 Strong 接洽，2012 年起下单开始业务合作。	自主开发	公司自主研发产品，自主生产并销售给客户。	客户下单给美国子公司，广州工厂生产完工后出口报关运送至美国子公司仓库，再由美国子公司发货给客户。对于部分紧急订单，由广州工厂生产完工后出口报关运往客户。	对新产品进行质量检测，参照 ISO 标准，检测合格后大批量采购。
水晶岛	喷嘴、浴缸灯、水循环配件、喷嘴座等	欧洲地区	公司与水晶岛的合作始于水晶岛前身特乐思。2006 年底公司开始拓展国内市场，特乐思主动通过	自主开发	公司自主研发产品，自主生产并销售	客户下单给广州工厂，广州工厂生产完工后自行运往客户。	1.产品满足相关行业标准和国家标准要求，并满足耐高低温、耐盐雾等关键特性要求；

客户名称	主要销售内容	最终销售区域	合作背景	订单获取方式	合作模式	生产运输收货流程	质量评审考核机制等
			同行介绍寻求与公司合作。		给客户。		2.对到货物料进行检验，并于每年不定期进行型式试验考核。[注]
天滢卫浴	喷嘴、喷嘴座等	欧洲地区	公司与天滢卫浴的合作始于2006年度，系天滢卫浴上门拜访建立合作关系。	自主开发	公司自主研发产品，自主生产并销售给客户。	客户下单给广州工厂，广州工厂生产完工后自行运往客户。	对新产品进行质量检测，参照ISO标准，检测合格后大批量采购。

［注］型式试验指的是在设计完成后，对试制出来的新产品进行的定型试验

3. 结合销售数量和单价变动情况，量化分析前五大客户收入波动以及对部分客户收入大幅增长的原因及合理性，是否与相关客户的收入和产品出货量相匹配

(1) Watkins

1) 收入大幅增长的原因及合理性

报告期内，公司对 Watkins 的销售收入快速增长，按照产品类别的收入情况如下：

单位：万元

产品类型	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
灯光产品	7,199.23	55.64%	4,625.46	42.63%	3,243.03
水处理产品	6,920.55	157.87%	2,683.71	60.31%	1,674.11
按摩产品	3,484.69	69.09%	2,060.79	39.21%	1,480.39
附件产品	368.22	72.03%	214.04	43.73%	148.92
其他	406.24	120.35%	184.36	59.70%	115.44
合　计	18,378.92	88.15%	9,768.35	46.63%	6,661.89

根据上表，公司对 Watkins 销售的产品主要为灯光产品、水处理产品和按摩产品，销售收入均处于快速增长的变化趋势。其中，销售收入增长速度最快的为水处理产品，2021 年度和 2022 年度的销售收入增长率分别为 60.31%和 157.87%，是公司收入增长的主要来源。

① 灯光产品

报告期内，公司向 Watkins 销售的灯光产品的销量和单价情况如下：

单位：万元、万个、元/个、美元/个

项　目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额或数量	增长率	金额或数量	增长率	金额或数量
销售收入	7,199.23	55.64%	4,625.46	42.63%	3,243.03
销售数量	605.86	41.11%	429.34	106.73%	207.68
销售单价（人民币）	11.88	10.30%	10.77	-31.01%	15.62
销售单价（美元）	1.78	4.76%	1.70	-24.54%	2.25

注：公司对 Watkins 销售的产品是以美元定价，人民币单价波动包含了汇率波动的影响，由于报告期内汇率波动较大，单列出美元单价更能够体现公司的产

品价格波动

根据上表，公司向 Watkins 销售的灯光产品收入增长主要系销量增长的原因所致。

公司销售的灯光产品中包含了灯壳锁母和灯壳调整环等配件产品，上述产品需搭配灯壳产品使用，单位价值较低，数量较大，通用性较强，Watkins 将从公司购入的部分灯壳锁母和灯壳调整环装配于其从其他供应商购入的灯壳产品，因此，公司上述产品销量增长率较高。为匹配公司的销量增长和 Watkins 的产品出货数量波动，将灯壳锁母和灯壳调整环产品剔除后的情况如下：

单位：万元、万个、元/个、美元/个

项　目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额或数量	增长率	金额或数量	增长率	金额或数量
销售收入	7,103.72	55.27%	4,575.04	41.07%	3,243.03
销售数量	393.79	28.88%	305.54	47.12%	207.68
销售单价（人民币）	18.04	20.47%	14.97	-4.11%	15.62
销售单价（美元）	2.71	14.43%	2.36	4.88%	2.26

根据上表，2021 年度和 2022 年度，公司向 Watkins 销售的灯光产品的数量增长分别为 47.12%和 28.88%，与 Watkins 的产品出货情况比较如下：

单位：万个

主体名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	数量	增长率	数量	增长率	数量
Watkins		5.45%		15.74%	
公司	393.79	28.88%	305.54	47.12%	207.68

注 1： Watkins 的销售数量增长率来源于 QYResearch 出具的《2023-2029 全球与中国水疗按摩浴缸市场现状及未来发展趋势》报告

根据上表，公司报告期内的灯光产品销量逐年增长，销量增长率有所下降，上述波动趋势与 Watkins 的产品出货量增长波动趋势一致。报告期内，公司的灯光产品销量增长率高于 Watkins 的出货量增长率，主要受到公司在 Watkins 的供应份额增长的影响所致。

报告期内，公司在 Watkins 的产品供应份额有所增长，即公司产品装配的整缸数量占 Watkins 全部对外销售的整缸数量比例有所增长，具体情况如下：

单位：万个

项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
公司产品装配量			
Watkins 总销量			
供应份额	37.85%	34.21%	26.73%

注 1：公司产品装配量根据喷嘴数量匡算的公司供应产品装配的整缸数量

注 2：Watkins 总销量的数据来源为 QY Research 出具的《2023-2029 全球与中国水疗按摩浴缸市场现状及未来发展趋势》

根据上表，报告期内，公司在 Watkins 的产品供应份额有所增长，公司销量增长快于 Watkins 的产品出货量增长，具有合理性。

② 水处理产品

报告期内，公司向 Watkins 销售的水处理产品的销量和单价情况如下：

单位：万元、万个、元/个、美元/个

项　目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
销售收入	6,920.55	157.87%	2,683.71	60.31%	1,674.11
销售数量	116.43	48.13%	78.60	56.70%	50.16
销售单价（人民币）	59.44	74.08%	34.14	2.31%	33.37
销售单价（美元）	8.91	65.27%	5.39	11.99%	4.81

根据上表，报告期内，公司向 Watkins 销售的水处理产品收入快速增长，其中，2021 年度增长主要受到销量增长所致，受到下游需求增长和公司在 Watkins 的供应份额增长的共同影响；而 2022 年度增长主要是配套 Watkins 新产品的氯发生器的销售收入大幅增长所导致，2022 年氯发生器销售收入较上年增长了 3,526.11 万元。2022 年销售单价大幅增长，主要系新产品氯发生器增长导致的产品结构波动影响所致。

报告期内，公司向 Watkins 销售的水处理产品的收入情况如下：

产品类型	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
水消毒配件	5,945.29	153.00%	2,349.91	61.55%	1,454.62
其中：氯发生器	5,666.26	164.76%	2,140.16	62.35%	1,318.21
水循环配件	454.73	107.31%	219.35	43.57%	152.78
水过滤配件	520.52	354.84%	114.44	71.57%	66.70

产品类型	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
合　计	6,920.55	157.87%	2,683.71	60.31%	1,674.11

根据上表，公司向 Watkins 销售的氯发生器产品收入增长是销量和单价波动的主要原因。

报告期内，公司向 Watkins 销售的水处理产品的销售情况如下：

单位：万元、万个、元/个

产品编号	产品名称	项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
			金额	增长率	金额	增长率	金额
14504-016-00	氯发生器 D10 插件（整箱）	销售收入	4,868.57	146.05 倍	33.11		
		销售数量		139.00 倍			
		销售单价		5.03%			
14504-015-00	氯发生器 D10 插件（单个）	销售收入	323.76	301.56 倍	1.07		
		销售数量		252.09 倍			
		销售单价		19.55%			
14504-021-00	氯发生器 T12 插件	销售收入	122.95				
		销售数量					
		销售单价					
14504-007-00	氯发生器插件（整箱）	销售收入	119.91	-93.11%	1,740.09	71.51%	1,014.57
		销售数量		-94.74%		55.74%	
		销售单价		30.96%			
其他产品		销售收入	1,485.35	63.33%	909.44	37.89%	659.54
		销售数量		42.78%		56.65%	
		销售单价		14.39%		-11.98%	
合　计			6,920.55	157.87%	2,683.71	60.31%	1,674.11

注：14504-016-00 和 14504-007-00 产品的出货单位为箱，为便于比较，上表已将其单位换算为个

根据上表，14504-016-00、14504-007-00、14504-015-00、14504-021-00 四款氯发生器产品是水消毒产品收入增长的主要来源。这四款产品是应用在 Watkins 的 Hotspring 品牌和 Caldera 品牌的全新水疗按摩缸中的氯发生器产品。

2020 年，Watkins 旗下的 Hotspring 品牌新推出了 High Life、Limelight 两个系列水疗按摩浴缸产品，Caldera 品牌也推出了全新产品，均装配氯发生器产品以实现对浴缸内水体消毒的功能，使得水疗按摩浴缸内的水体满足卫生要求。公司自 2020 年起逐步供应 Watkins 的上述三个水疗按摩浴缸产品的氯发生器产品，装配比例为 1:1。

受公司的氯发生器产品生产产能的影响，2021 年交付的氯发生器较少，2022 年，公司的产能提升以后，集中交付了之前订单的氯发生器产品，同时，Watkins 基于销售预期增加了采购备货，因此，2022 年度，Watkins 对公司氯发生器产品的采购订单增长较快。

剔除上述四款氯发生器后，公司其他水处理产品的销售收入波动情况如下：

单位：万元、万个

产品类型	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额或数量	增长率	金额或数量	增长率	金额或数量
销售收入	1,485.35	63.33%	909.44	37.89%	659.54
数量	110.63	42.78%	77.48	56.65%	49.46
Watkins 销量		5.45%		15.74%	

根据上表，2022 年度，公司其他水处理产品的销量收入增长率为 63.33%，增长了 575.91 万元，主要系 Hotspring 品牌的 Highlife 系列新推出了一款水疗按摩缸产品，公司向该款产品供应的空气开关、分水阀、撇渣器等产品销售收入快速增长，具体情况如下：

单位：万元、万个、元/个

产品类别		2022 年度		2021 年度		2020 年度
		数量或金额	增长率	数量或金额	增长率	数量或金额
Highlife 新系列产品	数量	14.77	1,341.67 倍	0.01		
	金额	207.61	373.70 倍	0.55		
	单价	14.06		50.37		

根据上表，公司 2022 年度向 Watkins 销售的应用在 Highlife 系列新产品的销售收入快速增长。

同时，2021 年度和 2022 年度，公司水处理产品的销量增长高于 Watkins 的产品出货量增长，主要受到公司在 Watkins 供应份额增长和耗材类产品属性的原因所致。其中，供应份额的增长参见前文灯光产品部分的说明，耗材类产品属性的原因分析如下：

公司的水处理产品主要包括水过滤配件、水消毒配件和水循环配件，其中，水过滤配件产品包括熔喷过滤芯等耗材产品，消费者需要定期更换。因此，公司下游客户下达采购订单会同时考虑整缸生产计划、耗材配件的库存数量，和耗材

配件的预计使用寿命等因素。基于此，公司的销售数量和销售收入高于整缸的销售数量，具有合理性。

综上所述，公司水处理产品的销售收入和销售数量增长率高于 Watkins 的出货量增长率具有合理性。

③ 按摩产品

报告期内，公司向 Watkins 销售的按摩产品的销量和单价情况如下：

单位：万元、万个、元/个

产品类型	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
销售收入	3,484.69	69.09%	2,060.79	39.21%	1,480.39
销售数量	744.47	63.74%	454.67	38.90%	327.33
销售单价（人民币）	4.68	3.27%	4.53	0.22%	4.52
销售单价（美元）	0.70	-1.89%	0.72	9.74%	0.65

根据上表，公司向 Watkins 销售的按摩产品的销售收入增长主要来源于销量增长。其中，2022 年度，销量增长较快的原因系 Watkins 旗下 Hotspring 品牌的 Highlife 系列全新推出了一款水疗按摩缸产品，主打中低端产品，主要通过大卖场销售，该产品使用最多的按摩产品为 1 寸的喷嘴产品，因此，公司的按摩产品快速增长。同时，1 寸的喷嘴和喷嘴座的应用最广，可以通用于多个系列的水疗按摩缸产品。

按照产品尺寸的销量数据划分情况如下：

单位：万个

产品类型	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	数量	增长率	数量	增长率	数量
1 寸相关产品	590.67	78.21%	331.45	41.06%	234.96
其他尺寸产品	153.80	24.81%	123.22	33.41%	92.37
Watkins 销量		5.45%		15.74%	

根据上表，公司的 1 寸喷嘴产品增长速度较快，主要系其通用性特性所致，其中，2022 年度，1 寸喷嘴的数量增长 78.21%，主要受到 Hotspring 品牌的 Highlife 系列全新推出了一款水疗按摩缸产品所致。除 1 寸产品外，其他尺寸产品的增长幅度仍然高于 Watkins 出货量增长，主要系受到公司在 Watkins 的供应份额增长所致，供应份额的增长参见前文灯光产品部分的说明。

2) 与客户收入和产品出货量匹配情况

报告期内，公司与客户 Watkins 的收入与产品出货情况如下：

项　目	主体名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	单位
		金额或数量	增长率	金额或数量	增长率	金额或数量	
销售收入	Masco	8,680	3.64%	8,375	16.51%	7,188	百万美元
	Watkins		2.30%		18.03%		百万美元
	公司	18,378.92	88.15%	9,768.35	46.63%	6,661.89	万元
销售数量	Watkins		5.45%		15.74%		万个
	公司	2,200.75	46.31%	1,504.21	49.13%	1,008.63	万个

注 1：Watkins 是美国上市公司 Masco 的子公司，Masco 未对外披露 Watkins 的单体销售收入，上表中 Watkins 销售收入及销售数量的增长率来源于 QY Research 出具的《2023-2029 全球与中国水疗按摩浴缸市场现状及未来发展趋势》

注 2：Masco 的销售收入、销售数量增长率来源于其对外公告的年报数据

根据上表，报告期内，Watkins 的销售收入和销售数量均呈增长的波动趋势，与公司的销售收入和销售数量增长趋势一致。公司的销售收入和销售数量增长率高于 Watkins 的销售收入和销售数量增长率，主要原因系新产品氯发生器销售收入快速增长及公司的供应份额增长所致，具体参见前文表述。

综上所述，公司的销售收入和销售数量增长率高于 Watkins 的销售收入和销售数量增长率具有合理性。

(2) Blue Falls

1) 收入波动的原因及合理性

报告期内，公司对 Blue Falls 的销售收入呈现增长后下降的变动趋势，按照产品类别的收入情况如下：

单位：万元

产品类型	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
按摩产品	2,280.44	-20.28%	2,860.42	112.96%	1,343.16
水处理产品	2,048.64	-18.83%	2,523.86	112.11%	1,189.89
附件产品	1,716.16	-15.73%	2,036.41	74.92%	1,164.20
灯光产品	605.89	-8.98%	665.66	36.17%	488.84

其他	-1.25	101.35%	-0.62	765.26%	-0.07
合　计	6,649.88	-17.76%	8,085.73	93.16%	4,186.01

根据上表，公司对 Blue Falls 销售的产品主要为按摩产品、水处理产品和附件产品，2021 年度，上述产品均处于快速增长的变化趋势，2022 年度，上述产品的销售收入有所下滑。

2) 销售单价和销售数量的变动情况

报告期内，公司对 Blue Falls 的销售收入情况如下：

单位：万元、万个、元/个

项　目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额或数量	增长率	金额或数量	增长率	金额或数量
销售收入	6,649.88	-17.76%	8,085.73	93.16%	4,186.01
销售数量	293.99	-26.10%	397.84	78.60%	222.76
销售单价	22.62	11.29%	20.32	8.16%	18.79

根据上表，报告期内，公司对 Blue Falls 的销售收入呈现先增长后下降的变化趋势，主要受到销量波动的影响。

2021 年度，公司对 Blue Falls 销售的产品平均单价同比上涨幅度较小，销售收入快速增长主要系销售数量快速增长所致。2022 年度，公司向 Blue Falls 的销售单价进一步上涨，销售收入下滑主要受到销量下降所致，销量下滑部分受到消化上年采购库存的影响。具体分析如下：

① 销量

报告期内，公司对 Blue Falls 的销售数量增长情况如下：

单位：万个

项　目	2022 年度			2021 年度			2020 年度	
	数量	占比	增长率	数量	占比	增长率	数量	占比
销售数量	293.9	100.00%	-26.10	397.8	100.00%	78.60%	222.76	100.00%
其中：								
按摩	133.5	45.43%	-30.51	192.2	48.31%	127.28	84.56	37.96%
水处理产	97.45	33.15%	-24.83	129.6	32.59%	101.81	64.24	28.84%
附件产品	42.36	14.41%	-18.82	52.18	13.12%	-9.55%	57.69	25.90%
灯光产品	20.62	7.01%	-13.39	23.81	5.98%	46.41%	16.26	7.30%

根据上表，公司对 Blue Falls 销售的产品数量增长主要系按摩、水处理和附件产品，其中，2021 年度销量增长最快的是按摩和水处理产品，主要包括喷嘴、喷嘴座和过滤芯等，2022 年度上述产品销量有所下滑。

2021 年度，Blue Falls 向公司采购量快速增长，一方面受到下游水疗按摩缸市场需求增长的影响，一方面受到公司提出涨价需求提前安排采购的影响。2021 年 5 月，公司因原材料上涨向 Blue Falls 提出了涨价需求，自 2022 年 1 月 1 日起 Blue Falls 新下单的产品单价将有所上涨，基于此，自 2021 年 5 月起，Blue Falls 对公司的订单量快速增长。2022 年度，公司向 Blue Falls 的销量下降，部分受到消化上年采购库存的影响。

② 单价

报告期内，公司对 Blue Falls 销售产品平均单价情况如下：

单位：元/个

客户名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
Blue Falls	22.62	11.29%	20.32	8.16%	18.79

根据上表，报告期内，公司向 Blue Falls 销售产品的单价呈现增长趋势，一方面由于原材料价格上涨，公司提高了对 Blue Falls 产品的销售单价，报告期内，2021 年上调幅度为 10%，2022 年上调幅度为 4%。

另一方面由于高单价产品的销售占比有所增长导致的产品平均单价有所上涨。具体变动情况如下：

单位：元/个

项 目	2022 年度			2021 年度			2020 年度	
	单价	单价波动	收入占比	单价	单价波动	收入占比	单价	收入占比
平均单价	22.62	11.29%	100%	20.32	8.16%	100%	18.79	100%
其中：								
14504-010-01		19.33%	6.86%		17.37%	5.91%		3.59%
14504-002-00		25.10%	5.58%		6.83%	4.89%		1.79%
14504-008-00		9.94%	1.53%		1.01%	0.67%		0.57%
其他产品	19.60	8.25%	87.55%	18.11	2.09%	89.19%	17.74	94.06%

注：上表中的收入占比为该产品销售收入占向该客户全部销售收入的比重

根据上表，公司向 Blue Falls 销售的 14504-010-01、14504-002-00 和 14504-008-00 产品单价波动影响较大，该三种产品是由公司独家供应的氯发生器产品，产品单价较高，销售收入增长较快，导致产品整体平均单价上涨。受上游原材料铱和钌金属价格上涨影响，产品单价逐年增长。

除上述三款氯发生器产品外，其余产品的单价波动较小。

3) 与客户收入和产品出货量匹配情况

公司客户 Blue Falls 的收入与产品出货情况如下：

项　目	名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	单位
		金额或数量	增长率	金额或数量	增长率	金额或数量	
销售收入	Blue Falls		-7.04%		35.96%		万美元
	公司	6,649.88	-17.76%	8,085.73	93.16%	4,186.01	万元
销售数量	Blue Falls		-4.16%		33.33%		万个
	公司	293.99	-26.10%	397.84	78.60%	222.76	万个

注： Blue Falls 的销售收入及销售数量的增长率来源于 QYResearch 出具的《2023-2029 全球与中国水疗按摩浴缸市场现状及未来发展趋势》报告

根据上表，2021 年度，公司向 Blue Falls 销售的产品数量和收入增长均快于 Blue Falls 的收入和销量增长率，主要受到公司价格调整的影响所致。2021 年 5 月，公司因原材料上涨向 Blue Falls 提出了涨价需求，自 2022 年 1 月 1 日起 Blue Falls 新下单的产品单价将有所上涨，基于此，自 2021 年 5 月起，Blue Falls 对公司的订单量快速增长，导致其采购的增速高于销量增速。2022 年度，公司的销量和销售收入下滑受到 Blue Falls 消化部分上年采购备货的影响，下滑幅度高于 Blue Falls 的出货情况。

综上所述，公司的销售收入和销售数量波动幅度高于 Blue Falls 的销售收入和销售数量波动幅度具有合理性。

(3) Bullfrog

1) 收入波动的原因及合理性

报告期内，公司对 Bullfrog 的销售收入呈逐年增长的变动趋势，按照产品类别的收入情况如下：

单位：万元

产品类型	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
按摩产品	5,271.01	22.37%	4,307.61	66.66%	2,584.73
灯光产品	2,815.72	27.37%	2,210.69	62.83%	1,357.68
水处理产品	1,126.67	30.87%	860.88	57.44%	546.80
其他	436.14	137.40%	183.72	1175.49%	14.40
附件产品	72.61	54.66%	46.95	84.44%	25.45
合　计	9,722.14	27.76%	7,609.85	68.02%	4,529.07

根据上表，公司对 Bullfrog 销售的产品主要为按摩产品、灯光产品、水处理产品等。报告期内，上述产品销售收入均呈现逐年增长的变动趋势。

2) 销售单价和销售数量的变动情况

报告期内，公司对 Bullfrog 的销售收入情况如下：

单位：万元、万个、元/个

项　目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额或数量	增长率	金额或数量	增长率	金额或数量
销售收入	9,722.15	27.76%	7,609.85	68.02%	4,529.07
销售数量	575.86	14.88%	501.25	59.99%	313.30
销售单价	16.88	11.20%	15.18	5.02%	14.46

根据上表，报告期内，公司向 Bullfrog 的销售收入呈现逐年增长的波动趋势，其中，2021 年度，公司向 Bullfrog 销售收入增长 68.02%，主要受到销售数量增长的影响。2022 年度，公司向 Bullfrog 的销售收入增长同时受到单价上涨和销售数量增长两个因素所致。

① 销量

报告期内，公司对 Bullfrog 的销售数量增长情况如下：

单位：万个

项目	2022 年度			2021 年度			2020 年度	
	数量	占比	增长率	数量	占比	增长率	数量	占比
销售数量	575.86	100.00%	14.88%	501.25	100.00%	59.99%	313.30	100.00%
其中：								
按摩产品	341.53	59.31%	12.42%	303.79	60.61%	59.94%	189.95	60.63%

项目	2022 年度			2021 年度			2020 年度	
	数量	占比	增长率	数量	占比	增长率	数量	占比
水处理产品	87.01	15.11%	13.39%	76.73	15.31%	65.15%	46.46	14.83%
灯光产品	111.34	19.33%	18.92%	93.62	18.68%	51.41%	61.83	19.74%
附件产品	35.58	6.18%	31.49%	27.06	5.40%	80.25%	15.01	4.79%

根据上表，公司向 Bullfrog 销售的产品数量增长主要系按摩、水处理和灯光产品，其中，2021 年度销量增长较快，主要系 Bullfrog 的下游市场需求快速增长，导致向公司采购快速增长。

② 单价

报告期内，公司对 Bullfrog 销售产品以美元定价。按照美元单位统计的产品平均单价情况如下：

单位：美元/个、元/个

货币单位	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
美元	2.50	6.16%	2.35	12.29%	2.10
人民币	16.88	11.20%	15.18	5.02%	14.46

根据上表，报告期内，公司向 Bullfrog 销售产品的单价呈现增长趋势，主要受到原材料价格上涨和海运成本上涨导致的产品单价上涨。

报告期内，BG 通过美国子公司向公司下达订单，公司广州母公司向美国子公司销售后，美国子公司再对 BG 销售。公司从广州仓库运往美国子公司这段海运成本由公司自行承担，2021 年度受海运成本上涨的影响，公司相应调高了产品单价，涨价幅度约 10%，因此，公司 2021 年度的产品平均单价增长较快。

报告期内，公司向 Bullfrog 销售的产品的具体情况如下：

单位：美元/个

项　目	产品名称	2022 年度			2021 年度			2020 年度	
		单价	单价波动	收入占比	单价	单价波动	收入占比	单价	收入占比
平均单价		2.50	6.16%	100%	2.35	12.29%	100%	2.10	100%
其中：									
13311-001-00	喷嘴		3.04%	4.13%		6.93%	3.93%		3.66%
13411-001-00	喷嘴		2.92%	4.06%		6.80%	3.76%		3.58%

项　目	产品名称	2022 年度			2021 年度			2020 年度	
		单价	单价波动	收入占比	单价	单价波动	收入占比	单价	收入占比
13211-001-00	喷嘴		2.35%	3.91%		7.30%	4.81%		4.45%
10110-029-00	浴缸灯		3.97%	3.57%		5.84%	3.32%		4.12%
10108-001-00	浴缸灯		2.80%	3.36%		6.99%	4.76%		3.91%
合　计				19.04%			20.58%		19.72%

注：上表中的收入占比为该产品销售收入占向该客户全部销售收入的比重

根据上表，公司向 Bullfrog 销售的产品集中度较低，前五大产品的收入占比分别为 19.72%、20.58%和 19.04%。上述产品受上游原材料价格上涨影响，公司产品单价在不同年度有不同程度上调。

3) 与客户收入和产品出货量匹配情况

公司客户 Bullfrog 的收入与产品出货情况如下：

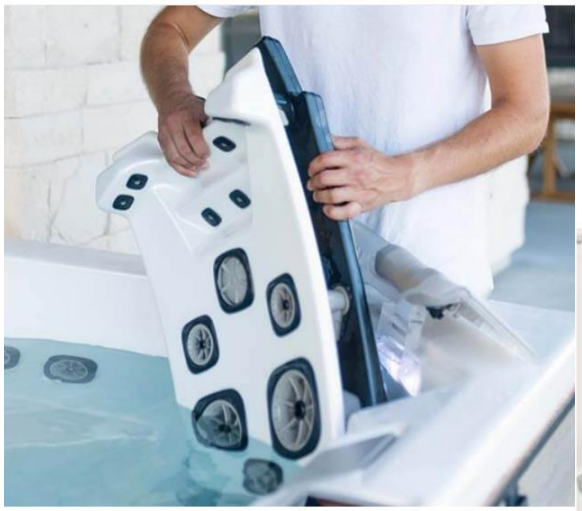
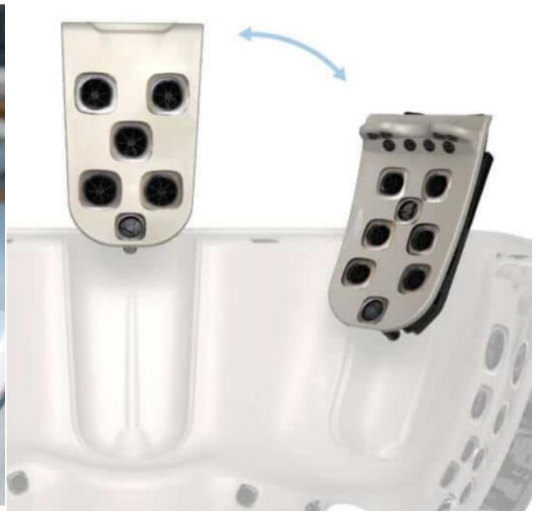
项　目	名 称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	单位
		金额或数量	增长率	金额或数量	增长率	金额或数量	
销售收入	Bullfrog		14.19%		30.09%		百万美元
	公司	9,722.15	27.76%	7,609.85	68.02%	4,529.07	万元
销售数量	Bullfrog		17.72%		27.56%		万个
	公司	575.86	14.88%	501.25	59.99%	313.30	万个

注：Bullfrog 的销售数量和收入增长率来源于 QYResearch 的研究报告

根据上表，2021 年度，公司的销量和收入增长幅度均高于 Bullfrog 销量和收入增长，受到下游需求增长所致，并与 Bullfrog 水疗按摩缸产品的喷嘴模块化特性高度相关。2022 年度，公司的销量和收入增速回落，受到 Bullfrog 消耗部分上年库存的影响所致。具体分析如下：

① JetPak 模块的喷嘴配置差异情况较大

报告期内，公司向 Bullfrog 销售的产品中超过 53%数量均为喷嘴和喷嘴座。Bullfrog 的水疗按摩缸产品使用了 JetPak 模块系统，即模块化的喷嘴设计，不同的模块上安装有不同尺寸和数量的喷嘴，客户可以选择配置不同的模块，以针对肩部、背部、腰部、腿部等提供舒适的按摩体验。

Bullfrog 的水疗按摩缸产品配置的 JetPak 模块数量情况如下：

系列名称	SWIM 系列	M 系列	A 系列	STIL 系列	X 系列
使用人数	9-13 人	7-10 人	3-9 人	4-6 人	3-8 人
JetPak 模块个数	4 个	4-7 个	3-7 个	3 个	0 个

数据来源：Bullfrog 官方网站

Bullfrog 的 JetPak 模块配置的喷嘴数量情况如下：

JetPak 模块名称	Oscillato	Gyrossage	Lumbar	DeepRelief	RainShower
单个模块配置的喷嘴数量	5	6	7	11	43
模块示意图					

注：Jetpak 可供选择的模块数量众多，上表中仅列示部分模块的情况

数据来源：Bullfrog 官方网站

根据上表，Bullfrog 生产的水疗按摩缸所需要的喷嘴和喷嘴座数量波动范围较大，导致 Bullfrog 向公司采购的喷嘴数量波动较高，高于 Bullfrog 出厂的水疗按摩浴缸数量波动。

② Bullfrog 单独销售 JetPak 模块

在 Bullfrog 出厂原装的 Jetpak 模块之外，终端消费者还可以向经销商选装其他模块，以提升水疗按摩缸的按摩体验。因此，Bullfrog 向下游经销商单独销售了 JetPak 模块，即单独销售了向公司购买的喷嘴和喷嘴座产品，这部分喷嘴和喷嘴座的数量与整缸销量没有明确对应关系，受到终端消费者的个性化需求

影响较大，这导致了公司的销量增长高于 Bullfrog 产品的出库数量增长。

③ Bullfrog 预期 2022 年销量增长提前备货

2021 年度，Bullfrog 销售收入快速增长，处于快速增长的阶段，Bullfrog 预期 2022 年度将会保持快速增长，基于对 2021 年度原材料成本上涨和海运紧张形势的判断，向公司增加了采购订单，以应对 2022 年度的快速增长。

综上所述，公司向 Bullfrog 销售的产品数量和收入增长高于 Bullfrog 销量和收入具有合理性。

(4) S.R.Smith

1) 收入波动的原因及合理性

报告期内，公司对 S. R. Smith 的销售收入呈逐年增长的变动趋势，按照产品类别的收入情况如下：

单位：万元

产品类型	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
灯光产品	1,754.39	32.50%	1,324.06	79.73%	736.69
其他	33.10	-34.45 倍	-0.99	-112.08%	8.19
合　计	1,787.50	35.10%	1,323.07	77.62%	744.88

根据上表，公司对 S. R. Smith 销售的产品主要为灯光产品。报告期内，上述产品销售收入呈现逐年增长的变动趋势。

2) 销售单价和销售数量的变动情况

报告期内，公司对 S. R. Smith 的销售收入情况如下：

单位：万元、万个、元/个

项　目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额或数量	增长率	金额或数量	增长率	金额或数量
销售收入	1,787.50	35.10%	1,323.07	77.62%	744.88
销售数量	4.99	6.56%	4.68	66.41%	2.81
销售单价	358.14	26.79%	282.47	6.74%	264.64

根据上表，报告期内，公司向 S. R. Smith 销售的产品收入逐年增长。2021 年度，公司向 S. R. Smith 销售的产品平均单价较上年小幅上涨，销售数量增长

是销售收入增长的主要因素。2022 年度，公司向 S. R. Smith 的销售收入增长主要受到单价上涨所致。

① 销量

报告期内，公司对 S. R. Smith 的销售数量增长情况如下：

单位：万个

项目	2022 年度			2021 年度			2020 年度	
	数量	占比	增长率	数量	占比	增长率	数量	占比
销售数量	4.99	100.00%	6.56%	4.68	100.00%	66.41%	2.81	100.00%
其中：								
灯光	4.99	100.00%	6.48%	4.68	100.00%	66.45%	2.81	100.00%

根据上表，公司向 S. R. Smith 销售的产品均为泳池灯产品，2021 年度销量增长较快，主要系 A.游泳池市场快速增长，公司新增加了新款无线泳池灯、壁挂式泳池灯、2016 版 T 款泳池灯等产品系列；B.客户担心疫情影响供应中断，向公司加大采购数量所致。

② 单价

报告期内，公司对 S. R. Smith 销售产品以美元定价。按照美元单位统计的产品平均单价情况如下：

单位：美元/个、元/个

货币单位	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
美元	53.16	20.85%	43.98	14.54%	38.40
人民币	358.14	26.79%	282.47	6.74%	264.64

根据上表，报告期内，公司向 S. R. Smith 销售产品的单价呈现增长趋势，主要受到原材料价格上涨导致的产品单价上涨所致。具体变动情况如下：

单位：美元/个

项 目	品名	2022 年度			2021 年度			2020 年度	
		单价	单价波动	收入占比	单价	单价波动	收入占比	单价	收入占比
平均单价		53.16	20.85%	100.00%	43.98	14.54%	100.00%	38.40	100.00%
其中：									

项　目	品名	2022 年度			2021 年度			2020 年度	
		单价	单价波动	收入占比	单价	单价波动	收入占比	单价	收入占比
10202-010-00	泳池灯 T 款（全彩 80）		16.23%	40.69%		5.71%	43.49%		33.81%
10204-001-01	无线供电泳池灯		13.24%	11.62%		13.51%	10.10%		15.66%
10202-010-01	泳池灯 T 款（全彩 150）		18.07%	8.76%		9.39%	9.46%		12.23%
合　计				61.07%			63.05%		61.70%

注：上表中的收入占比为该产品销售收入占向该客户全部销售收入的比重

根据上表，公司向 S. R. Smith 销售的产品单价出现不同程度的上涨，主要受到原材料价格上涨的影响。泳池灯的主要原材料包括灯珠、电缆和控制器等，其中，电缆线占原材料成本的比重较高，金属铜上涨导致材料成本上涨，公司调高了产品单价。

公司的泳池灯产品均包括了电缆线，不同型号的泳池灯电缆线长度不同，如 10202-010-01 泳池灯 T 款(全彩 150)产品的电缆长度为 150 尺,而 10202-010-00 泳池灯 T 款(全彩 80)的电缆长度为 80 尺,前者的长度较长耗用金属材料较多，单价涨幅较大，因此报告期内不同型号的泳池灯价格涨幅不一致。

3) 与客户收入和产品出货量匹配情况

项　目	名 称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	单位
		金额或数量	增长率	金额或数量	增长率	金额或数量	
销售收入	S. R. Smith	238,900.00	9.24%	218,690.00	46.96%	148,810.00	万欧元
	公司	1,787.50	35.10%	1,323.07	77.62%	744.88	万元
销售数量	S. R. Smith						万个
	公司	4.99	6.62%	4.68	66.55%	2.81	万个

注 1：2021 年 9 月，Fluidra 收购了 SR Smith，Fluidra 未对外公告子公司 SR Smith 的财务数据。上表中 SR Smith 销售收入为 Fluidra 的销售收入

注 2：未取得 SR Smith 销售数量

根据上表，2021 年度，公司向 S.R. Smith 销售的产品收入增幅高于 S.R. Smith 的销售增幅，主要系客户担心疫情管控供应中断，增加了对公司的采购。

2022 年度，公司对 S.R. Smith 销售收入增长速度快于 S.R. Smith 主要系原材料单价上涨导致的产品单价上涨所致，2022 年度销售单价较上年增长 26.79%，具有合理性。

综上所述，公司的销售收入波动幅度高于 S.R.Smith 的销售收入波动幅度具有合理性。

(5) Strong Spas

1) 收入波动及收入大幅增长的原因及合理性

报告期内，公司对 Strong Spas 的销售收入呈先增长后下降的变动趋势，按照产品类别的收入情况如下：

单位：万元

产品类型	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
灯光产品	639.22	-13.85%	741.96	36.07%	545.28
按摩产品	168.36	-0.61%	169.39	127.06%	74.60
水处理产品	152.78	-29.99%	218.23	53.33%	142.33
附件产品	1.32	-37.98%	2.13	34.05%	1.59
其他	-0.55	-100.80%	69.24	500.19%	11.54
合　计	961.12	-19.97%	1,200.94	54.89%	775.33

根据上表，公司对 Strong Spas 销售的产品主要为灯光产品。报告期内，上述产品销售收入呈现先增长后下降的变动趋势。

2) 销售单价和销售数量的变动情况

报告期内，公司对 Strong Spas 的销售收入情况如下：

单位：万元、万个、元/个

项　目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额或数量	增长率	金额或数量	增长率	金额或数量
销售收入	961.12	-19.97%	1,200.94	54.89%	775.33
销售数量	98.44	-34.34%	149.93	40.71%	106.55
销售单价	9.76	21.89%	8.01	10.08%	7.28

根据上表，报告期内，公司对 Strong Spas 的销售收入先增长后下降。2021 年度，公司向 Strong Spas 销售的产品平均单价较上年小幅上涨，销售数量增长

是销售收入增长的主要因素。2022 年度，公司向 Strong Spas 的销售收入下降主要受到销量下滑所致。

① 销量

报告期内，公司对 Strong Spas 的销售数量增长情况如下：

单位：万个

项　目	2022 年度			2021 年度			2020 年度	
	数量	占比	增长率	数量	占比	增长率	数量	占比
销售数量	98.44	100.00%	-34.34%	149.93	100.00%	40.71%	106.55	100.00%
其中：								
水处理产品	47.91	48.67%	-40.82%	80.95	53.99%	39.22%	58.14	54.57%
按摩产品	26.27	26.69%	-18.29%	32.15	21.45%	44.19%	22.30	20.93%
灯光产品	22.58	22.93%	-33.83%	34.12	22.76%	41.88%	24.05	22.57%
附件产品	0.47	0.48%	-63.57%	1.28	0.86%	24.15%	1.03	0.97%

根据上表，公司向 Strong Spas 销售的产品主要为水处理产品、按摩产品和灯光产品，2021 年度，上述产品的销量增长较快，主要系下游需求增长所致。2022 年度，公司向 Strong Spas 销售的产品销量有所下降，其中水处理产品销量下降最快。

② 单价

报告期内，公司对 Strong Spas 销售产品以美元定价。按照美元单位统计的产品平均单价情况如下：

单位：美元/个、元/个

货币单位	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
美元	1.45	16.80%	1.24	17.27%	1.06
人民币	9.76	21.89%	8.01	10.08%	7.28

根据上表，报告期内，公司向 Strong Spas 销售产品的单价呈现增长趋势，主要受到原材料价格上涨导致的产品单价上涨所致。公司向 Strong Spas 销售的前五大产品的具体单价变动情况如下：

单位：美元/个

项　目	产品名称	2022 年度			2021 年度			2020 年度	
		单价	单价波动	收入占比	单价	单价波动	收入占比	单价	收入占比
平均单价		1.45	16.80%	100%	1.24	17.27%	100%	1.06	100%
其中：									
10110-022-02	浴缸灯		6.80%	28.37%		8.98%	25.44%		24.67%
10103-004-00	浴缸灯		8.91%	14.04%		7.89%	13.68%		13.75%
10110-028-01	浴缸灯		8.79%	6.82%		8.06%	6.33%		12.80%
13120-003-00	1 寸喷嘴		9.11%	6.50%		8.76%	6.15%		6.40%
14305-002-00	2 寸转接		8.91%	5.34%		7.89%	6.90%		7.59%
合　计				61.08%			58.50%		65.21%

注：上表中的收入占比为该产品销售收入占向该客户全部销售收入的比重

根据上表，公司向 Strong Spas 销售的前五大产品在 2021 年度和 2022 年度单价均有所上涨，涨幅在 7%至 8%之间较为稳定，主要系受上游原材料价格上涨影响，产品单价逐年上调。

3) 与客户收入和产品出货量匹配情况

公司客户 Strong Spas 的收入与产品出货情况如下：

项目	名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	单位
		金额或数量	增长率	金额或数量	增长率	金额或数量	
销售收入	Strong Spas		-1.98%		3.61%		万美元
	公司	961.12	-19.97%	1,200.94	54.89%	775.33	万元
销售数量	Strong Spas		1.05%		1.55%		万个
	公司	98.44	-34.34%	149.93	40.71%	106.55	万个

注：Strong Spas 的销售收入及销售数量的增长率来源于 QYResearch 出具的《2023-2029 全球与中国水疗按摩浴缸市场现状及未来发展趋势》报告

根据上表，2021 年度，公司向 Strong Spas 销售的产品收入和数量增幅高于 Strong Spas 的销售收入和数量波动，主要系客户为应对原材料涨价加大采购量所致，以及收取的模具费收入增长所致。2022 年度，公司对 Strong Spas 的销售收入和数量有所下滑，主要系客户消化上年采购库存所致。

综上所述，公司的销售收入和销量波动幅度高于 Strong Spas 的销售收入和销量波动幅度具有合理性。

（二）区分交易主体、货物流、结算模式、下单及运输周期、信用政策、交货方式、付款方式等，说明报告期发行人外销收入具体构成。相关销售模式与合同约定或行业惯例是否相符,与可比公司是否存在较大差异，销售收入和运保费的会计处理是否符合《企业会计准则》规定，是否存在利用收入确认时点调节收入的情形

1. 区分交易主体、货物流、结算模式、下单及运输周期、信用政策、交货方式、付款方式等，说明报告期公司外销收入具体构成

(1) 公司外销销售的交易主体、货物流转情况

公司的境外销售通过境外子公司转售的方式实现，按照交易主体和货物流转类型划分为 1)通过境外香港子公司凡风润博对外销售 2)通过境外美国子公司腾龙国际销售。

公司的外销收入按交易主体进行分类：

单位：万元

外销交易主体	2022 年度	2021 年度	2020 年度
凡风润博转售	30,196.16	23,898.88	11,334.20
腾龙国际转售	12,374.59	11,069.91	10,008.62
外销收入合计	42,570.75	34,968.79	21,342.82

通过凡风润博对外销售的货物均为广州腾龙直发客户。通过腾龙国际对外销售的货物主要由腾龙国际仓库发运至客户，少量由广州腾龙直发至客户。

(2) 公司外销销售的下单及运输周期、交货方式情况

1) 凡风润博转售

营销部接受客户邮件下达的订单后，生产部门根据出货计划及境内仓库的即期库存进行统筹排产。货物从境内直接发运至客户目的港，运输方式主要为船运，海运的运输周期约 22 至 30 天。部分订单货物运输方式为空运，空运的运输周期约 3 至 7 天。凡风润博转售收入按运输方式进行分类如下：

单位：万元

外销运输方式	2022 年度	2021 年度	2020 年度
海运	25,957.46	20,829.36	10,222.17
空运	3,406.42	2,653.46	965.53
其他[注]	832.27	416.06	146.50
外销收入合计	30,196.16	23,898.88	11,334.20

［注］其他为模具销售收入实物未出口，按照客户确认模具样品验收合格的时间确认收入

2）腾龙国际转售

营销部接受客户邮件下达的订单后，生产部门根据出货计划及腾龙国际仓库的即期库存进行统筹排产及发货。从境内发运至腾龙国际目的港的货物运输方式、报关交货方式、货物运输周期，与货物从境内发运至客户目的港的情况基本相同。

货物从腾龙国际发运至客户目的地，货物运输方式为陆运，运输周期约 3 至 7 天。存在少量客户到腾龙国际仓库自提。腾龙国际转售收入按运输方式进行分类如下：

单位：万元

外销运输方式	2022 年度	2021 年度	2020 年度
物流承运	12,314.55	11,030.44	9,975.84
客户自提	60.04	39.47	32.78
外销收入合计	12,374.59	11,069.91	10,008.62

(3) 公司外销销售的结算模式、信用政策、付款方式情况

1）凡风润博转售

凡风润博转售的外销结算模式分为寄售领用结算、货物装船离港结算和预收款结算三种。凡风润博转售收入按结算模式分类如下：

单位：万元

结算模式	2022 年度	2021 年度	2020 年度
寄售领用结算	2,888.59	9,112.84	3,198.31
货物装船离港结算	23,199.88	9,560.45	4,974.85
预收款结算	4,107.69	5,225.59	3,161.04
外销收入合计	30,196.16	23,898.88	11,334.20

三种结算模式的主要客户及信用政策、付款方式情况如下：

客户名称	结算模式、信用政策、付款方式
Watkins Manufacturing Corporation	①2020 年至 2022 年 2 月，寄售领用结算模式，信用期为寄售领用后开票 30 天，付款方式为银行电汇； ②2022 年 2 月以后，货物装船离港结算模式，信用期为发货后 120 天，付款方式为银行电汇，款项由应收账款保理业务的第三方供应链金融服务平台支付。
Blue Falls Manufacturing Ltd.	货物装船离港结算模式，信用期为发货后 45 天，付款方式为银行电汇。

客户名称	结算模式、信用政策、付款方式
S.R.Smith, LLC	货物装船离港结算模式，信用期为发货后 30 天，付款方式为银行电汇。
Bullfrog International LLC	货物装船离港结算模式，信用期为发货后 30 天，付款方式为银行电汇。
Crystal Clear Spa & Leisure Products Inc	预收款结算模式，预收 30%、尾款到货后 30 天内结清，付款方式为银行电汇。
IBERSPA S.L.	预收款结算模式，预收全款，付款方式为银行电汇。
DE FONTEYN BV	预收款结算模式，预收 50%、尾款发货后结清，付款方式为银行电汇。
Vagnerpool Scandinavia AB	预收款结算模式，预收 50%、尾款发货前结清，付款方式为银行电汇。
WA Conception	预收款结算模式，预收 30%、尾款发货前结清，付款方式为银行电汇。

另外，公司对客户模具销售及回款均通过凡风润博，亦为预收款结算模式，付款方式为下订单预收 30%-50%或全款的开模费用，模具样品验收合格后结清尾款。

2）腾龙国际转售

公司通过腾龙国际的外销以货物发运后结算模式为主,主要客户及信用政策、付款方式情况如下：

客户名称	结算模式、信用政策、付款方式
Watkins Manufacturing Corporation	①2020 年至 2022 年 2 月，寄售领用结算模式，信用期为寄售领用后开票 30 天，付款方式为银行电汇； ②变更销售模式以后，销售均通过凡风润博转售，详见本说明(二）1.(3)1)相关回复内容。
Bullfrog International LLC	①货物发运后结算模式，信用期为发货后 30 天，付款方式为银行电汇； ②另外，2022 年 9 月起，腾龙国际入库超 120 天的货物，预收全款，付款方式为银行电汇。
Strong Spas	货物发运后结算模式，信用期为发货后 90 天，付款方式为支票。
Blue Falls USA LLC	货物发运后结算模式，信用期为发货后 30 天，付款方式为银行电汇。
Clearwater Spas	货物发运后结算模式，信用期为发货后 30 天，付款方式为银行电汇。

2. 相关销售模式与合同约定或行业惯例是否相符,与可比公司是否存在较大差异，销售收入的会计处理是否符合《企业会计准则》规定，销售收入和运保费的会计处理是否符合《企业会计准则》规定，是否存在利用收入确认时点调节收入的情形

(1) 公司外销销售模式与合同约定或行业惯例是否相符，与可比公司外销收

入确认时点是否较大差异

公司的外销收入按不同销售模式进行分类：

单位：万元

外销销售模式	2022 年度	2021 年度	2020 年度
非寄售模式：	39,677.54	25,849.93	14,839.06
凡风润博转售	27,307.56	14,786.05	8,138.29
腾龙国际转售	12,369.98	11,063.89	6,700.77
寄售模式	2,893.20	9,118.86	6,504.52
外销收入合计	42,570.75	34,968.79	21,343.58

注：报告期内，寄售模式的收入减少，主要由于 2022 年 2 月公司第一大客户 Watkins 由寄售转为非寄售模式导致

公司外销销售模式与可比公司外销收入确认时点对比情况如下

1）公司收入确认时点

外销销售模式	外销报关方式及收入确认政策
非寄售模式；	
凡风润博转售	公司根据合同约定将产品报关并办妥报关手续，取得提单时确认收入，以 FOB 方式报关出口给凡风润博后实现对外销售。
腾龙国际转售	客户已接受该商品时确认收入。
寄售模式	公司根据合同约定将产品送达客户指定地点，取得客户确认的寄售领用清单时确认收入。

2）可比公司的收入确认时点

公司名称	外销报关方式及收入确认政策
Fluidra	未披露
Hayward	未披露
望圆科技	FOB、CIF：在货物完成报关手续后，公司在货物在指定的装运港越过船舷后确认产品销售收入； EXW：在客户指定承运人上门提货，本公司完成产品交付义务后确认产品销售收入； DDP、DAP、DDU：在指定的目的地办理完货物的进口清关手续，本公司将货物交付给客户后确认产品销售收入。
渡远户外	FOB、CIF：将产品报关并取得提单时确认产品收入。
凌霄泵业	FOB、CIF：在货物报关出口确认销售收入； DDP：按照客户要求将货物装运至客户指定目的地后取得客户确认签收单，以签收日确认销售收入。

公司名称	外销报关方式及收入确认政策
斯普智能	FOB：在合同约定的装运港将货物交至指定地点，已根据合同或订单的约定将商品装船报关后，确认商品销售收入； EXW：在工厂或其他指定地点将货物交给购货方或其指定的承运人处置后，确认商品的销售收入。

非寄售模式下通过凡风润博转售的，以 FOB 方式报关出口给凡风润博后实现对外销售。公司根据合同约定将产品报关并办妥报关手续，取得提单时确认收入，与可比公司望圆科技、渡远户外、凌霄泵业、斯普智能披露 FOB 外销收入确认时点一致。可比公司 Fluidra、Hayward 未见披露收入确认具体政策。收入确认时点符合合同约定及行业惯例。

非寄售模式下通过腾龙国际转售的，以 FOB 方式报关出口给腾龙国际后，腾龙国际根据合同约定将产品发出，按照客户已接受商品时确认收入，符合行业惯例。寄售模式下，公司按照合同约定将产品送达至客户指定地点，取得客户确认的寄售领用清单时确认收入，寄售模式下按照寄售领用清单确认收入符合行业惯例。我们另外查阅了深交所上市公司披露的寄售模式收入确认政策如下：

上市公司名称	外销报关方式及收入确认政策
龙星化工（002442）	对于寄售库模式的销售，公司将货物发货至指定仓库后根据客户出具的耗用结算单据确认收入。
丽臣实业（001218）	寄售制销售：公司按销售合同规定将产品运至买方指定地点，把产品交付给客户，客户按生产需要领用，公司每月按客户提供消耗确认单时确认收入。
宝莱高科（002106）	寄售：货物送达客户寄售仓，每月根据客户领用情况进行对账，对账开具发票确认销售收入实现。
欧晶科技（002106）	产品寄售方式：公司将产品交付至客户指定的仓库，客户根据其生产需求自仓库领用产品，公司对客户实际领用产品数量及金额进行对账确认收入。
晶瑞电材（300655）	寄售制模式下，公司产品经客户领用并取得客户的结算单，产品销售收入金额已确定，且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量。

(2) 销售收入和运保费的会计处理是否符合《企业会计准则》规定，是否存在利用收入确认时点调节收入的情形

1）外销收入确认政策符合企业会计准则的规定

2020 年 1 月 1 日起，公司适用于《企业会计准则第 14 号-收入》（2017 年修订）的收入确认政策，根据新收入准则的规定，“对于在某一时点履行的履约义务，企业应当在客户取得相关商品控制权时点确认收入”、“在判断客户是否

已取得商品控制权时，企业应当考虑下列迹象：企业就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务；企业已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权；企业已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品；企业已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬”；“客户已接受该商品”。

序号	企业会计准则规定	非寄售凡风润博转售	非寄售腾龙国际转售	寄售
①	企业就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务。	公司将货物按约定交至指定承运人办理报关且装船后，公司享有现时收款权利，客户负有现时付款义务。	客户收货并签收后，公司享有现时收款权利，客户负有现时付款义务。	客户领用产品并出具寄售领用清单后，公司享有现时收款权利，客户负有现时付款义务。
②	企业已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权。	公司在货物装船并取得货运提单后，公司对货物无管理权或控制，客户已拥有该商品的法定所有权。	公司在取得客户签收后，即代表客户已确认货物满足要求，公司对货物无管理权或控制，客户已拥有该商品的法定所有权。	取得客户确认的寄售领用清单时，即代表客户已确认货物满足要求，公司对货物无管理权或控制，客户已拥有该商品的法定所有权。
③	企业已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品。	公司将货物按约定交至指定承运人办理报关且装船后，该商品实物转移至客户。	客户收货并签收后，该商品实物转移至客户。	客户领用产品并出具寄售领用清单时，该商品实物已转移至客户。
④	企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方。	根据订单约定及实际操作，在将货物交至指定承运人前，该商品的所有损害和损失风险由供应商承担，在交付承运人办理报关手续，且货物装船后，与该商品有关的主要风险和报酬转移至客户。	根据订单约定及实际操作，客户收货并签收后，与该商品有关的主要风险和报酬转移给客户。	根据订单约定及实际操作，客户领用产品并出具寄售领用清单，与该商品有关的主要风险和报酬转移给客户。
⑤	客户已接受该商品。	公司将货物按约定交至指定承运人办理报关且装船，代表客户已接受该商品	客户收货并签收，代表客户已接受该商品。	客户领用产品并出具寄售领用清单，代表客户已接受该商品。

综上，报告期内，公司外销销售收入的会计处理符合企业会计准则的规定，公司销售商品的收入确认时点已达到收入确认的条件，不存在利用收入确认时点

调节收入的情形。

2）各销售模式下，运保费的会计处理是否符合《企业会计准则》规定

① 公司外销各模式下外销运保费的会计处理

A. 货物流转环节运费的会计处理情况如下：

运输方式及货物流转环节	空运运费	海运运费		陆运运费
	广州腾龙至客户	广州腾龙至出口港	离出口港后	腾龙国际至客户
非寄售模式：				
凡风润博转售	公司支付计入主营业务成本-运输成本。	客户支付为主，公司不做账务处理。部分由公司支付的 FOB 销售运费、港杂费计入主营业务成本-运输成本。	客户支付，公司不做账务处理。	
腾龙国际转售	公司支付计入主营业务成本-运输成本。	公司支付计入主营业务成本-运输成本。	公司支付计入主营业务成本-运输成本。	公司支付计入主营业务成本-运输成本。
寄售模式	公司支付计入主营业务成本-运输成本。	2020 年 1 至 5 月公司支付，计入主营业务成本-运输成本。2020 年 5 月以后客户支付，公司不做账务处理。	2020 年 1 至 5 月公司支付，计入主营业务成本-运输成本。2020 年 5 月以后客户支付，公司不做账务处理。	

注：寄售方式下 2020 年 1 至 5 月由于海运紧张，由公司负责安排运输及支付运费

B. 公司外销各模式下保费的会计处理情况如下：

外销销售模式	保费
非寄售模式:	
凡风润博转售	客户支付，公司不做账务处理。
腾龙国际转售	公司支付，计入主营业务成本-运输成本。
寄售模式:	客户支付，公司不做账务处理

② 运保费的会计处理是否与可比公司一致，是否符合行业惯例

A. 可比公司外销各模式下对运保费情况和会计处理如下：

公司名称	运保费	会计处理
Fluidra	未披露	未披露
Hayward	未披露	未披露
望圆科技	FOB 为主，海运费由客户支付，公司仅支付公司至港口相关运费、港杂费。	公司支付的运费、港杂费计入销售费用-运杂费。

公司名称	运保费	会计处理
渡远户外	FOB 为主，海运费由客户支付，公司仅支付至港口相关运费、港杂费。CIF 模式下，运输费用中还包含保险费和运送到客户指定港口发生的海运费。	公司支付的 FOB 销售运费、港杂费，CIF 销售运费和保费，计入营业成本。
凌霄泵业	未披露	公司支付的运费计入营业成本。
斯普智能	FOB:公司支付货物装船前运费；EXW:公司不支付运费。线上销售:公司支付运费。	公司支付的 FOB 销售装船前运费，线上销售运费，计入营业成本。

B. 与可比公司运保费会计处理具体分析如下：

公司非寄售模式通过凡风润博转售的，以 FOB 方式报关出口给凡风润博后实现对外销售，海运费、保费主要由客户支付，不做账务处理。部分由公司支付的 FOB 销售运费、港杂费计入主营业务成本-运输成本，与可比公司渡远户外、凌霄泵业、斯普智能披露一致，符合行业惯例。可比公司望圆科技，支付的公司至港口的运费、港杂费计入销售费用-运杂费，该金额占其主营业务收入比例在 1%以下。Fluidra、Hayward 则未见披露运保费相关情况。

非寄售模式通过腾龙国际转售的，以 FOB 方式报关出口给腾龙国际后，腾龙国际将货物发运至客户，由腾龙国际支付运费计入主营业务成本-运输成本。可比公司未见披露此种销售情况及相关运保费的会计处理，不具有可比性。公司寄售模式以 FOB 方式报关出口给凡风润博或腾龙国际后发运至客户的寄售仓库，海运费、保费主要由客户支付，不做账务处理，与可比公司披露的 FOB 销售一致。

综上所述，公司运保费计入主营业务成本-运输成本的会计处理方式符合《企业会计准则》的规定。

（三）说明 MASCO 集团统一管理供应商货款付款的政策背景，与 MASCO 集团信用期调整、Watkins 与发行人结算模式调整的关系，相关调整覆盖供应商的范围，Watkins 是否仍保留寄售模式，供应商是否有权自主选择结算模式。结合上述情况，说明发行人由寄售模式转换为一般销售模式的原因及合理性，是否存在刺激销售情形

1. 调整供应商货款结算模式的政策背景及具体情况

MASCO 公司成立于 1929 年，总部设在美国密歇根州泰勒，是全球最大的品牌家居消费品制造商之一，旗下拥有 60 多家子公司，2022 年度营业收入约 86.80 亿美元，净利润约 9.05 亿美元。

在结算模式调整之前，MASCO 子公司货款由 MASCO 集团统一支付，而不同供应商的账期不同、结算模式不同，增加了 MASCO 集团的货款管理成本。为了统一管理集团旗下子公司的供应商结算模式和账期，MASCO 持续的在子公司推行保理结算。

应收账款保理融资是美国企业的主要融资方式之一。在保理结算模式下，MASCO 将供应商账期统一为发货后 120 天，MASCO 集团仅需在货款到期时，与保理平台（Prime Revenue）进行结算，不再需要依据各个供应商的不同账期与多个供应商结算。对于 MASCO 集团而言，通过保理结算不仅减少 MASCO 集团的资金占用，也很大程度地提高了 MASCO 集团的供应商货款管理效率。

2. 与 MASCO 集团信用期调整、Watkins 与公司结算模式调整的关系

Watkins 根据 MASCO 集团政策，向公司提出调整原有寄售模式改为一般销售模式，将信用账期由原本的寄售领用后开票 30 天调整为发货后 120 天，并引入第三方平台 Prime Revenue，将结算模式调整为保理结算。公司可以根据自身资金安排选择支付保理费用（保理费率：LIBOR 利率+1.95%）以提前收回货款，或持有至到期。

对于公司而言，一般销售模式相比原寄售模式也有更大的优势：

(1) 在寄售模式下，信用期为寄售领用后开票 30 天，但考虑到发货后的运输周期通常为 1-2 个月，Watkins 的寄售仓备货通常为 2-3 个月的需求量，平均领用时间为 1-1.5 个月。因此，在寄售模式下，以发货为时间基点，公司理论资金占用期约 3-4.5 个月，与保理结算模式下资金占用期相近。而在保理结算模式下，公司可以自主选择提前回款，资金周转更为灵活、高效。

(2) 寄售模式下供应商需定期与 Watkins 就寄售仓库存情况进行对账，存货管理更为复杂，双方沟通成本较高。因此，将寄售模式调整为一般模式，结合保理结算方式，在很大程度上简化双方的交易流程，减轻供应商的存货管理成本。

3. 相关调整覆盖供应商的范围，Watkins 是否仍保留寄售模式

2022 年度， Watkins 将境外供应商的结算模式调整为保理结算。此次调整覆盖了 Watkins 主要中国供应商，Watkins 对中国供应商不再保留寄售模式。

4. 供应商是否有权自主选择结算模式

如前所述，结算模式变更实际上是对双方交易流程的优化，对公司而言，理论回款周期与原寄售模式下相近。在本次模式变更中，MASCO 集团因其规模巨大，

在与供应商合作模式上有更强的话语权和决定权，但在考虑合作模式变更时，MASCO 集团也会结合供应商的需求考虑，寻求互利共赢、可持续发展的方式。

5. 公司由寄售模式转换为一般销售模式的原因及合理性，是否存在刺激销售情形

(1) 公司由寄售模式转换为一般销售模式的原因及合理性

如前所述，公司由寄售模式转为一般销售模式主要是因为 MASCO 集团为统一调整对供应商的结算政策而发生的变更，并非由公司主动要求变更。对于公司而言，一般销售模式相比原寄售模式也有更大的优势，不仅简化双方交易流程，减少公司的存货管理成本，也使得公司的资金周转更为灵活、高效。因此，公司由寄售模式转换为一般销售模式，具有商业合理性。

(2) 结算模式变更对收入的影响

根据 Watkins 的要求，公司自 2022 年 2 月开始从寄售模式切换至一般销售模式。Watkins 通过一般销售模式正常下单，对于寄售模式下尚存放在 Watkins 寄售仓的存货在 2022 年 4 月之前集中确认领用，公司根据 Watkins 仓的存货领用记录确认了收入。截至 2022 年 1 月 31 日，公司寄售仓的存货金额为 1,848.62 万元，该部分存货在 2022 年度确认收入为 4,046.49 万元，短期内增加了公司 2022 年的销售收入。该部分集中确认的收入占公司 2022 年度全年销售比例约 9.18%，上述变化为应客户 Watkins 结算模式改变所导致，对公司销售收入的影响是暂时性的，结算模式的调整对公司后续的销售收入的确认不存在影响，不存在公司通过调整信用期刺激销售的情形。

综上，公司对 Watkin 的信用期、结算模式的调整，实际上是对双方合作模式的优化。虽然过程是由 Watkins 主导，但 Watkins 在考虑合作模式变更时，也会结合供应商的需求，寻求互利共赢、可持续发展的合作模式。模式变更对公司 2022 年全年销售收入影响较小，不存在公司通过调整信用期刺激销售的情形。

(四) 说明寄售模式下对于发出商品的风险控制机制，结合寄售产品灭失或损毁时的权责划分等，说明公司对寄售仓是否具有控制权，寄售模式收入确认时点是否符合收入准则要求。补充说明公司寄售模式收入确认的依据、主要客户各期销售金额，寄售产品存放地及期后结转情况，是否存在提前确认收入情况

1. 说明寄售模式下对于发出商品的风险控制机制

公司对寄售模式下的发出商品建立了健全的内控制度：

(1) 发货：根据合作协议约定，公司将货物交予客户指定的货运公司运送货物到海运码头，客户指定的货运公司从公司接收货物出厂后，相关的货运途中的一切损毁风险最终由货运公司承担；货物到达寄售仓后，客户核对实物数量与提运单数量，核对无误后将货物信息输入存货管理系统，并提供给公司入库报告，公司对入库报告和提运单上的数量进行核对，核对无误后计入寄售仓商品；

(2) 寄售领用：客户根据生产需求领用寄售仓商品，每周与公司就领用的货物品名、规格、数据进行核对，通过邮件向公司发出领用清单报告和库存明细，公司根据领用清单在寄售仓中做发货处理，并开具 INVOICE 发票，确认销售收入；

(3) 对账收款：公司于当月月末或次月月初再次与客户核对上月的全部领用情况，并根据订单的结算价格，形成当月结算清单，经公司销售部人员核对数量、结算价格后，与客户就该月领用的货物进行对账，完成对账后，客户根据付款条款约定时间支付货款；

(4) 寄售仓盘点：公司会对寄库存货不定期进行盘点。

2. 结合寄售产品灭失或损毁时的权责划分等，说明公司对寄售仓是否具有控制权，寄售模式收入确认时点是否符合收入准则要求

寄售模式约定：在买方未领用货物之前，货物所有权归卖方所有，货物在买方工厂使用后视为所有权的转移（即：货物交付），在买方使用之前，买方代为保管，出现管理上的货物灭失或损毁等情况由买方承担，出现不可抗力情况下由卖方承担。由于不可抗力情况下寄售产品灭失或损毁还是由卖方承担并且公司可以对寄售仓的存货进行不定期的盘点，故公司对寄售仓的存货具有控制权。

根据新收入准则规定，企业应当在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。取得相关商品控制权，是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。在寄售模式下，公司以客户实际领用作为收入确认时点，客户实际领用时取得相关商品控制权，符合新收入准则要求。

3.补充说明公司寄售模式收入确认的依据、主要客户各期销售金额，寄售产品存放地及期后结转情况，是否存在提前确认收入情况

报告期各期末公司寄售产品存放地及期后结转情况如下表所示：

单位：万元

项　目	账面价值	期后已销售金额	期后销售占比	寄售产品存放位置
2022 年 12 月 31 日				
2021 年 12 月 31 日	1,375.07	1,375.07	100.00%	客户仓库
2020 年 12 月 31 日	930.38	930.38	100.00%	客户仓库

公司寄售模式下的收入确认方式为：产品发出到达客户指定第三方仓库，经客户领用并获取领用清单后确认收入。寄售模式下收入具体依据为：根据客户向公司提供的领用清单，按领用时点、领用数量确认收入。

报告期内，公司寄售模式客户仅有 Watkins，2020-2022 年 Watkins 寄售模式下销售收入分别为：6,504.52 万元、9,118.86 万元和 2,893.20 万元。报告期内公司严格根据会计政策要求和合同约定，在取得客户提供的领用清单，按领用时点、领用数量确认收入，不存在提前确认收入情况。

（五）结合业务发展历程、经营模式及销售模式补充说明公司设立子公司、分公司的目的和业务定位，说明内部交易定价的具体情况，是否存在转移定价减少纳税的情形，是否存在相关税务风险

1. 结合业务发展历程、经营模式及销售模式补充说明公司设立子公司、分公司的目的和业务定位

公司设立子公司、分公司的目的和业务定位情况如下表所示：

序号	子公司名称	设立的目的	业务定位
1	凡风润博	凡风润博成立于 2017 年 10 月，注册地为香港，公司以外销为主，能更方便的对境外客户进行开拓，进而实现境外销售，其主营业务及产品与公司一致，为公司位于香港的销售平台。	境外销售平台
2	腾龙国际	腾龙国际成立于 2018 年 8 月，注册地为美国，公司的主要客户位于北美，通过子公司转售的方式能更接近客户，了解客户的需求及快速供货，其主营业务及产品与公司一致，为公司位于美国的仓储及销售平台。	美国仓储和销售平台
3	元和永荣	元和永荣成立于 2020 年 3 月，注册地为香港，从事境外投资。	境外投资平台，无实际经营
4	泰佳兴平	泰佳兴平成立于 2020 年 3 月，注册地为香港，从事境外投资。	境外投资平台，无实际经营
5	依凡润博	依凡润博成立于 2017 年 10 月，注册地为泰国，公司以外销为主，考虑公司的主要客户群体地位分布，同时响应“一带一路”发展号召，在泰国	境外生产和销售基地

序号	子公司名称	设立的目的	业务定位
		成立依凡润博，其主营业务及产品与公司一致，为公司位于泰国的主要生产、销售基地。	
6	中山三角分公司	中山三角分公司成立于 2017 年 10 月，从事境内部分产品的附件产品的生产活动。	境内附件产品的生产基地

2.说明内部交易定价的具体情况，是否存在转移定价减少纳税的情形，是否存在相关税务风险

(1) 报告期内，公司与其子公司之间内部交易定价的具体情况

报告期内，公司根据各主体承担的功能定位比例和风险比例确定各主体交易的毛利率情况，详情如下：

公司向凡风润博销售：因生产集中在公司，凡风润博在对外销售产品时，必须先从公司采购相应产品，而凡风润博在销售过程中仅主要执行贸易流通环节的服务。报告期内，内部交易价格一般根据终端相关产品订单价格或平均销售价格的 95%左右进行确定。2020-2022 年凡风润博的毛利率分别为 5.62%、5.13%、4.76%，销售净利率分别为 4.38%、3.82%、3.25%。公司作为低税率主体，向凡风润博销售，不存在通过转移定价调节利润以逃避所得税的情况，不存在相关的税务风险。

公司向腾龙国际销售：因生产集中在公司，腾龙国际在对外销售产品时，必须先从公司采购相应产品，而腾龙国际在销售过程中主要执行贸易流通环节的服务以及仓储职能。报告期内，内部交易价格一般根据相关产品订单价格或平均销售价格的 88%左右进行确定。2020-2022 年腾龙国际的毛利率分别为 11.60%、13.29%、12.49%，销售净利率分别为 4.92%、5.09%、4.39%，公司作为低税率主体，向腾龙国际销售，不存在通过转移定价调节利润以逃避所得税的情况，不存在相关的税务风险。

公司向依凡润博销售：报告期内公司将少量原材料、半成品按照成本加成 20%的价格售予依凡润博，公司作为低税率主体，向依凡润博销售，不存在通过转移定价调节利润以逃避所得税的情况，不存在相关的税务风险。

中山三角公司向公司销售：中山三角公司与公司所得税税率相同，且为合并纳税，不存在通过转移定价调节利润以避税的情况，不存在相关的税务风险。

综上，公司内部关联交易定价是基于历史和现实情况以及合理的商业目的做出的，内部交易定价公允、合理，且符合独立交易原则、具有连贯性和持续性，

不存在税务风险。

(2) 报告期内，公司适用税率低于境外子公司的整体税率，不存在转移定价减少纳税的情况

报告期内，公司及其子公司实际适用的税率情况如下表所示：

纳税主体	2022 年度	2021 年度	2020 年度
公司	15.00%	15.00%	15.00%
凡风润博	8.25%/16.5%	8.25%/16.5%	8.25%/16.5%
腾龙国际	联邦 21%/田纳西州 6.5%	联邦 21%/田纳西州 6.5%	联邦 21%/田纳西州 6.5%
元和永荣	8.25%/16.5%	8.25%/16.5%	8.25%/16.5%
泰佳兴平	8.25%/16.5%	8.25%/16.5%	8.25%/16.5%
依凡润博	15%/20%	15%/20%	15%/20%
中山三角分公司	15.00%	15.00%	15.00%

报告期内，公司及其子公司间内部交易是基于各公司业务定位所发生的正常业务往来，具体交易情况如下表所示：

单位：万元

销售方	购买方	所得税率是否相同	交易金额		
			2022 年度	2021 年度	2020 年度
公司	凡风润博	综合税率 15.02%，略低于购买方	25,300.77	23,930.46	12,541.21
公司	腾龙国际	销售方低于购买方	11,360.74	9,772.33	7,410.99
公司	依凡润博	销售方低于购买方	227.82	27.78	
中山三角分公司	公司	税率一致	500.62	856.24	393.81

报告期内，公司与中山三角分公司所得税税率相同均为 15%；凡风润博应纳税所得额 200 万港币以内的部分适用 8.25%的税率，高于 200 万港币的部分适用 16.5%的税率，报告期内凡风润博综合所得税税率为 15.02%，略高于公司；腾龙国际联邦税税率为 21%，所在州州所得税税率为 6.5%，整体税率 27.5%高于公司税率；依凡润博适用 15%或者 20%的税率，税率高于公司税率。

综上，报告期内，公司所得税税率低于境外子公司凡风润博、腾龙国际、依凡润博的整体税率，公司不存在通过将利润转移到低税率公司以逃避所得税的情况。

(3) 公司及其子公司不存在相关税务风险

报告期内，公司根据《中华人民共和国企业所得税法》及其实施条例以及《关于完善关联申报和同期资料管理有关事项的公告》（国家税务总局公告 2016 年第 42 号）的规定，向税务部门提交关联交易同期资料本地文档等并完成报备，税务部门对公司报备的材料未提出异议。根据广州文健税务师事务所出具的报告，运用交易净利润法进行分析，选择完全成本加成率作为评估公司在验证交易中的利润率指标，得出公司最近三个会计年度的境外关联交易完全成本加成率处于同行业独立可比公司三年加权平均完全成本加成率四分位区间之内，且高于中位值，符合独立交易原则，也符合税收法律法规的规定，不存在税务风险。

美国俄核俄州 Dubyak Nelson LLC 律师事务所律师就公司美国子公司腾龙国际的税务情况出具法律意见：腾龙国际已根据美国联邦、州和地方法律法规的要求进行税务申报，根据美国国内税收法规和适用的州税收法规设定的适用税率已经足额缴纳了所有联邦、州和地方的税款；腾龙国际没有因为税务违规收到联邦、州或地方税务的警告、处罚或禁令；腾龙国际没有面临来自任何联邦、州和地方税务当局的税务审计和检查。

泰国文华律师事务所有限公司就泰国子公司依凡润博税务情况出具法律意见：依凡润博除 2017 年-2018 年期间因延期申报被泰国税务局给予行政罚款 4,000 泰铢外，自 2017 年设立至报告期末发生与税收有关的任何行政处罚，履行了相应的税款申报及缴纳义务。

香港袁庆文律师楼就三家香港子公司凡风润博、元和永荣、泰佳兴平的税务情况出具法律意见：三家香港子公司自成立至报告期末，已按照香港法例履行税务责任，未欠缴任何香港政府税款、罚款，也没有被香港税务监管机关处罚的情况。

据此，公司及子公司在中国大陆、美国、泰国和中国香港均已按照法定要求履行了纳税义务，不存在税务风险。

（六）说明经销模式下销售对象、主要产品等情况，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的相关规定

报告期内公司存在少量的经销模式，经销商销售收入及占比如下表：

单位：万元

项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度

	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直销模式	43,737.82	99.41%	38,632.04	99.33%	23,899.73	99.29%
经销模式	259.16	0.59%	261.73	0.67%	170.69	0.71%
合　计	43,996.98	100.00%	38,893.77	100.00%	24,070.42	100.00%

公司以直销为主，直销占公司收入 99%以上，存在少量经销收入，经销模式下销售对象为境外贸易商，经销商均为境外合作机构，涉及的产品为公司全系列产品。在经销模式下，公司的收入确认时点为公司已根据合同约定将产品报关并办妥报关手续，取得提单时确认收入。

根据收入准则规定，企业应当在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。取得相关商品控制权，是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。在经销模式下，根据合同约定，在将货物交至指定承运人，且货物装船并取得提单后，公司对货物无管理权或控制，客户已拥有该商品的法定所有权，公司按照提单确认经销商收入符合收入准则要求。

（七）核查程序及意见

针对上述事项，我们执行了以下程序：

1. 实地走访境内外客户： 对主要客户进行实地走访，包含不限于公司前五大客户 Watkins、Blue Falls、Bullfrog、S.R Smith、Strongs Spas，参观客户的主要生产经营地点。包括生产线及仓库，了解公司与客户的合作历史、合作情况、交易情况、是否存在关联关系、客户下游市场销售等情况。并实地走访了位于美国的主要 4 家水疗按摩缸门店，了解水疗按摩缸的市场情况以及公司客户产品的销售定位情况；

2. 分析收入波动与客户的收入和产品需求、实际销售是否匹配：获取公司所属细分行业，即水疗按摩缸制造业的相关研究报告，QY Research 出具的《2023-2029 全球与中国水疗按摩浴缸市场现状及未来发展趋势》及 IBISWorld 出具的《增长:不断增长的可支配收入和消费者信心将刺激水疗按摩缸产品消费》，等，并分析公司收入波动与行业市场、客户收入及产品出货量的匹配性；

3. 执行穿行及控制测试程序：访谈公司销售负责人和业务人员，了解公司不同销售模式下的货物流、结算模式、下单及运输周期、信用政策、交货方式、付款方式等情况；了解与收入确认相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；获取客户的销售合同，

了解主要合同条款或条件，查阅同行业收入确认政策，评价收入确认方法的适当性；

4. 执行收入细节测试程序：获取公司报告期内，包含且不限于寄售与非寄售、或直销与经销分类下的各销售模式收入明细表，检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同或订单、出库单、报关单、货运提单运单）、寄售领用清单、签收记录、销售发票、银行回款凭证等，评价收入是否在恰当期间确认，是否存在提前确认收入等情形；

5. 核查公司对客户 Watkins 销售模式变更的原因及合理性：获取客户与公司就销售模式变更的沟通邮件以及访谈 Masco 中国区采购负责人，了解 Masco 关于调整集团及其子公司的供应商合作模式相关背景及原因；获取变更模式后，公司与 Masco 及子公司 Watkins、Prime Revenue 间的供应链保理融资协议；查阅 Prime Revenue 的工商信息、官方网站及相关资料；获取模式变更后原寄售仓期后收入明细，测算模式变更对收入的影响；

6. 核查公司内部定价是否存在转移定价减少纳税情形，是否存在税务风险：获取公司内部交易明细，了解公司内部定价制度，查阅公司及子公司的纳税地区税率、税法及相关资料，评价公司内部交易及定价是否具有商业合理性，是否存在税务风险。

经核查，我们认为：

1. 前五大客户收入波动以及对部分客户收入的大幅增长具有合理性，公司收入波动与客户的收入和产品出货量匹配情况，符合公司及客户的产品实际销售状况；

2. 公司相关销售模式与合同约定一致，符合行业惯例，与可比公司不存在较大差异。公司销售收入和运保费的会计处理符合《企业会计准则》的规定，不存在利用收入确认时点调节收入的情形；

3. 公司对 Watkin 的信用期、结算模式的调整是对双方交易流程的优化，虽然过程是由 Watkins 主导，但 Watkins 在考虑合作模式变更时，也会结合供应商的需求，寻求互利共赢、可持续发展的合作模式，确定最终的合作模式；此模式变更影响 2022 年收入确认 4,046.49 万元，占公司 2022 年度销售比例约 9.18%，公司不存在通过调整信用期刺激销售的情形；

4. 公司对寄售仓具有控制权，寄售模式收入确认时点符合收入准则要求；公司寄售模式客户仅有 Watkins，2020-2022 年 Watkins 寄售模式下销售收入分别为：6,504.52 万元、9,118.86 万元、2,893.20 万元。报告期内，根据合同约定，公司在取得客户提供的领用清单，按领用时点确认收入，不存在提前确认收入情况；

5. 报告期公司内部交易定价合理，不存在转移定价减少纳税的情形，不存在相关税务风险；

6. 在经销模式下，根据合同约定，在将货物交至指定承运人，且货物装船并取得提单后，公司对货物无管理权或控制，客户已拥有该商品的法定所有权，公司按照提单确认经销商收入符合收入准则要求。

四、关于营业收入

申报材料显示：（1）报告期，发行人主营业务收入分别为 19,993.42 万元、24,070.42 万元、38,893.77 万元和 25,979.53 万元，归属于母公司股东的净利润分别为 2,602.85 万元、6,496.95 万元、11,451.10 万元和 8,893.15 万元。（2）报告期内发行人对第一大客户 Watkins 销售收入分别为 6,300.12 万元、6,661.89 万元、9,748.70 万元和 10,316.66 万元，最近一期销售收入大幅增长。2022 年上半年，发行人变更对 Watkins 的信用政策和结算模式。（3）根据 TechNavio 数据，水疗按摩缸市场规模 2020-2025 年的年复合增长率预计为 9.34%。

请发行人：（1）结合下游客户需求及市场占有率变动、新客户开拓情况等，量化分析发行人报告期内各年营业收入增长的驱动因素，现有客户需求变动、新客户开拓等对相关产品销售收入的影响；分产品说明报告期尤其是 2021 年、2022 年上半年销售收入增长与同行业可比公司、下游客户业绩情况是否相符。（2）按照细分产品说明销售单价与公开市场价格、主要竞争对手销售价格差异情况，分析各产品单价波动的原因及合理性。（3）说明第一大客户 Watkins 主要情况；结合对 Watkins 销售产品的售价、销量变动情况，量化分析最近一期对 Watkins 销售收入大幅增长的原因及合理性；说明对 Watkins 的信用政策和结算模式变更情况及对发行人当期收入的影响。（4）发行人营业收入增长率与

行业报告中水疗按摩缸市场规模增长率是否匹配，发行人引用报告数据来论证业绩增幅的客观性和公正性。（5）结合产品使用寿命、增量与存量市场情况等，说明下游市场需求增长是否可持续；结合发行人审计截止日后的主要经营状况、财务数据及同比变动情况、下游行业发展趋势等，充分论证发行人收入增长的可持续性，是否存在业绩下滑的风险。

请保荐人和申报会计师发表明确意见。（审核问询函问题 9）

（一）结合下游客户需求及市场占有率变动、新客户开拓情况等，量化分析公司报告期内各年营业收入增长的驱动因素，现有客户需求变动、新客户开拓等对相关产品销售收入的影响；分产品说明报告期尤其是 2021 年、2022 年上半年销售收入增长与同行业可比公司、下游客户业绩情况是否相符

1. 结合下游客户需求及市场占有率变动、新客户开拓情况等，量化分析公司报告期内各年营业收入增长的驱动因素，现有客户需求变动、新客户开拓等对相关产品销售收入的影响

报告期内，公司销售收入情况如下：

单位：万元

项　目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额
营业收入	44,102.46	13.09%	38,996.65	61.58%	24,135.12

根据上表，报告期内，公司的营业收入快速增长，其中，2021 年度营业收入增速较快，主要受到国外疫情管控影响下居家时间增长带来的消费需求增长所致，水疗按摩缸的市场需求集中爆发式增长，整个行业在 2021 年度均实现了快速增长。随着国外疫情管控放松以及通胀因素影响，2022 年度，水疗按摩缸市场需求增速逐渐回归正常，公司的营业收入增速较 2021 年度有所回落。

(1) 下游客户需求情况

报告期内，公司下游客户需求情况如下：

单位：万元

项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
客户订单金额	28,642.38	59,919.34	30,661.93

根据上表，2021 年度，公司的客户订单金额快速增长，主要受到国外疫情管控影响下居家时间增长带来的消费需求增长所致，整个行业迎来了集中爆发式

增长时期。随着国外疫情管控放松以及通胀因素影响，2022 年度第四季度，水疗按摩缸市场需求增速逐渐回归正常，公司的客户订单有所下降。

报告期内，公司 2021 年度收入大幅增长，2022 年度增速放缓，与客户订单金额的变动趋势保持一致。

(2) 新开户开拓情况

报告期内，公司新增客户情况如下：

项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
新增客户数量（个）	23	28	35
新增客户当年度销售收入（万元）	145.02	141.74	85.90
占当年度收入比例	0.33%	0.36%	0.36%

由上表可知，报告期内，公司当年度新增客户占当年度收入的比例分别为 0.36%、0.36%和 0.33%，占比较小，公司收入增长驱动因素主要来源于其老客户。报告期内，公司报告期内前五大客户保持稳定，前五大客户收入占比分别为 70.01%、71.16%和 85.02%，是公司主要收入来源。

(3) 下游客户市场占有率变动

报告期内，公司下游主要客户市场份额如下：

客户名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
Watkins	23.55%	23.51%	22.56%
Bullfrog	5.98%	5.35%	4.65%
Blue Falls	2.66%	2.92%	2.43%
Strong Spas	2.14%	2.23%	2.44%
S.R.Smith	2.43%	2.39%	2.55%

注 1：数据来源为 QY Research 出具的《2023-2029 全球与中国水疗按摩浴缸市场现状及未来发展趋势》

注 2：S.R.Smith 数据来源其母公司 Fluidra 的市场份额

报告期内，公司主要客户市场份额呈上涨的变化趋势，其中 2021 年度客户 Strong Spas 和 S.R.Smith 的市场份额有略微下降，主要系全球水疗按摩缸市场容量增长所致。

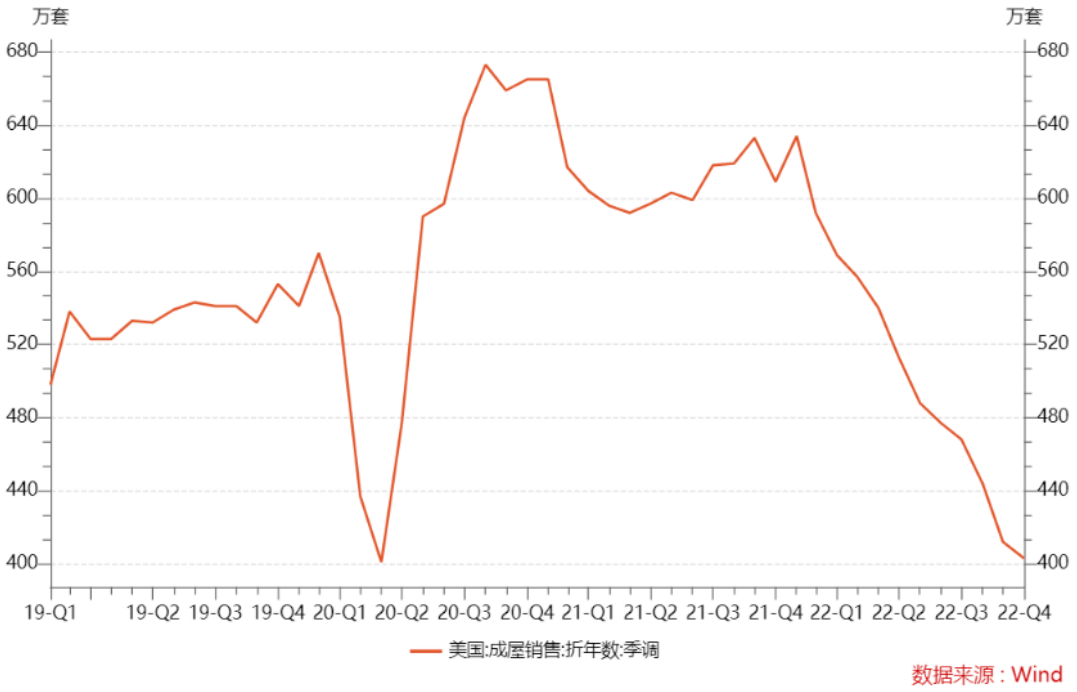
公司收入增长主要系以下因素导致：

1) 2021 年度，受国外疫情因素影响，欧美人群居家办公、休闲的时间增加，

由此产生的居家休闲、娱乐需求快速增长，水疗按摩缸作为具有休闲、娱乐和保健功能的家用产品，产品需求随之增长。2021 年度，水疗按摩缸行业整体迎来了集中爆发式增长时期。随着国外疫情管控放松以及通胀因素影响，2022 年度第四季度水疗按摩缸市场需求增速逐渐回归正常。

同时，由于 2021 年度海运成本上涨、港口运输紧张等情况，国外客户提前进行囤货准备，因此 2021 年度订单量大幅增加，客户维持了较高的产品库存量，受前述消费需求下降的影响，客户倾向于有限消耗现有库存，因此 2022 年度减少了产品采购量，2022 年增速放缓。

2）2021 年度，美国房地产市场快速增长，家用水疗按摩缸作为购置房产的可选消费支出，产品需求迎来了快速增长。根据全美地产经纪商协会统计数据，2019 年 1 月至 2022 年 12 月，美国成屋销售（季调折年数）情况如下：



根据上表，2020 年第二季度起，美国房地产销量快速增长，家用水疗按摩缸作为购置房产的可选消费支出，产品需求迎来了快速增长，公司生产的水疗按摩缸配件产品销量随之快速增长。

3）受上游原材料价格、国际运费价格上涨导致，公司因此分别于 2021 年和 2022 年对大部分客户普遍上调了价格，2021 年上调幅度为 10%，2022 年上调幅度为 4%，2021 年调价幅度较高，客户于 2021 年度进行了提前备货，因此 2021

年度订单金额大幅上涨，2022 年度消耗了部分 2021 年度库存，因此新增订单金额减少。

4）2021 年度，公司第一大客户 Watkins 市场份额较 2020 年度有所增长。根据 QY Research 出具的《2023-2029 全球与中国水疗按摩浴缸市场现状及未来发展趋势》报告，2021 年，Watkins 的市场份额由 2020 年度的 22.56%增长至 2021 年度的 23.51%。

2021 年度，Watkins 水疗按摩缸出货量为 10.52 万个，较 2020 年度增长 15.74%，实现了快速增长。受到下游客户的增长驱动，公司的营业收入也随之快速增长。2022 年度，Watkins 水疗按摩缸出货量为 11.10 万个，较去年同期增长 5.45%，增速有所放缓，公司营业收入增幅亦有所放缓。

5）公司对第一大客户 Watkins 的供应份额占比增长，即公司产品装配的 Watkins 整缸数量占其全部对外销售的整缸数量比例有所增长，具体情况如下：

单位：万个、万缸

项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
公司产品装配量			
Watkins 总销量			
供应份额	37.85%	34.21%	26.73%

注 1：公司产品装配量为根据喷嘴数量匡算的公司供应产品装配的整缸数量

注 2：Watkins 总销量的数据来源为 QY Research 出具的《2023-2029 全球与中国水疗按摩浴缸市场现状及未来发展趋势》

根据上表，报告期内，公司对 Watkins 的供应份额逐年增长，其中 2021 年度增长幅度较大，公司供应份额的增加导致公司水疗按摩缸配件产品销售数量增加。

2. 分产品说明报告期尤其是 2021 年、2022 年上半年销售收入增长与同行业可比公司、下游客户业绩情况是否相符

2019-2022 年上半年，公司按产品类别列示情况如下：

单位：万元

项	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度

目	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
水疗按摩	9,607.15	51.95%	13,837.10	53.17%	9,033.68	17.86%	7,664.87
水疗按摩	7,198.50	40.51%	11,053.02	62.66%	6,795.19	36.17%	4,990.32
水疗按摩	6,281.46	65.95%	7,693.12	72.30%	4,465.07	25.61%	3,554.68
水疗按摩	2,566.73	-8.93%	5,446.06	66.61%	3,268.75	40.55%	2,325.66
其他	325.68	-30.89%	864.47	70.27%	507.72	-65.17%	1,457.90
合计	25,979.53	40.28%	38,893.77	61.58%	24,070.42	20.39%	19,993.42

由上表可知，2020 年营业收入较 2019 年增长 4,077.00 万元，增幅为 20.39%，2021 年营业收入较 2020 年增长 14,823.35 万元，增幅为 61.58%，2022 年 1-6 月营业收入较 2021 年同期增长 7,459.20 万元，增幅为 40.28%。

(1) 同行业可比公司业绩情况

根据公开披露的信息，可比公司未就水疗按摩缸配件细分产品进行单独分类披露其收入情况，因此，根据公开数据的可获得性，公司选取同行业可比公司披露的包含公司同类产品的细分产品类别收入与公司水疗按摩缸配件明细产品类别进行对比。

可比公司 2019 年至 2022 年上半年收入增长情况如下：

可比公司	单位	产品类别	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
			销售收入	变动率	销售收入	变动率	销售收入	变动率	销售收入
Fluidra	万欧元	家用及商用泳池设备	144,540.00	21.80%	218,690.00	46.96%	148,810.00	8.81%	136,760.00
Hayward	万美元	泳池设备	80,990.20	15.90%	140,179.40	60.13%	87,540.00	19.36%	73,340.00
望圆科技	万元	泳池清洁机器人	30,439.38	未披露	29,032.47	121.79%	13,090.08	125.47%	5,805.57
渡远户外	万元	房车游艇配套	11,349.83	未披露	22,079.61	47.41%	14,977.94	69.12%	8,856.24
凌霄泵业	万元	水泵制造	86,318.33	-6.41%	206,288.01	43.72%	143,539.52	26.45%	113,515.61
斯普智能	万元	泳池水循环	19,755.15	未披露	38,970.54	45.20%	26,838.71	57.29%	17,063.58

根据上表，可比公司 2021 年度销售收入均实现了大幅增长，由于可比公司与公司其产品种类、终端应用产品、销售区域等差异，增长幅度有所差异。

2022 年上半年，公司可比公司 Fluidra 和 Hayward 均实现了增长，凌霄泵业 2022 年上半年有所下滑，主要系国内销售收入减少导致，凌霄泵业国内销售

占比较高，2022 年上半年为 35.71%。受到国内宏观经济形势的影响，国内经济下行压力大，下游市场需求疲软，国内销售同比下降 40.16%，同时由于部分地区受防控措施影响，物流不畅，公司的推销活动也受到一定影响因此导致国内销售收入降低。

然而，凌霄泵业 2022 年上半年国外销售同比增长 36.27%，受益于 2021 年海外订单增长的延续，出口情况良好。海外受宏观因素影响，人们多居家办公或隔离，对家居类的产品需求增加，塑料卫浴泵作为按摩浴缸、SPA 浴缸、游泳池的配套产品，需求有所增长；当地的供应链尚未恢复，部分订单转向国内，同时海外客户担心海运、港口等困难，做了存货和备货准备，因此订单量增加。

公司收入主要以外销为主，2022 年上半年收入同比增长 40.28%，与凌霄泵业海外销售收入增长基本保持一致。

(2) 下游客户业绩情况

报告期内，公司下游主要客户业绩情况如下：

客户名称	单位	2022 年 1-6 月	2021 年度		2020 年度		2019 年度
		收入	收入	增长率	收入	增长率	收入
Watkins	亿美元			24.15%		3.82%	
Bullfrog	万美元			77.51%		1.13%	
Blue Falls	万加币			59.68%		17.44%	
Strong Spas	百万美元			3.61%		7.47%	
S.R.Smith	万美元			46.96%		8.81%	

注：Watkins 收入取数来自其母公司 Masco 卫浴产品收入；Bullfrog 、Blue Falls、Strong Spas 收入取自 QY Research 出具的《2023-2029 全球与中国水疗按摩浴缸市场现状及未来发展趋势》；S.R.Smith 收入取自其母公司 Fluidra 的产品收入

由上表可看出，公司下游主要客户 2021 年度均实现了大幅增长，下游客户需求增长的驱动下带动了公司收入的增长。

（二）按照细分产品说明销售单价与公开市场价格、主要竞争对手销售价格差异情况，分析各产品单价波动的原因及合理性

1. 销售单价与公开市场价格、主要竞争对手销售价格差异情况

主要竞争对手 Waterway 同类型产品的公开市场报价，选取了五种报告期内

存在销售收入且对比性较强的产品型号，对比情况如下：

产品类别	产品型号	公司报价	Waterway 型号	Waterway 公开报价
水疗按摩缸按摩产品-喷嘴	13503-001-00	RMB 16.20	239-0670	USD 25.04
水疗按摩缸按摩产品-喷嘴	13619-010-00	RMB 17.32	239-7710	USD 19.13
水疗按摩缸按摩产品-喷嘴	13513-001-00	RMB 25.72	239-0670S	USD 44.98
水疗按摩缸水处理产品-水过滤配件	14501-007-01	RMB 118.50	510-4600	USD 264.55
水疗按摩缸水处理产品-水循环配件	14301-005-00	RMB 8.22	413-5080	USD 14.48

注：waterway 报价来源官网

https://waterwayplastics.com/resources/catalog-choices/

由上表可看出，Waterway 的产品报价远高于公司同类产品市场报价，主要系公司为批发价格，而 Waterway 为零售价格，且公司的水疗按摩缸配件产品属于非标准化产品，其产品型号众多，不同产品的规格、结构复杂度、结构及加工工艺等有所不同，导致不同产品的销售价格有所差异。

2. 各产品单价波动的原因及合理性

(1) 水疗按摩缸灯光产品

报告期内，公司水疗按摩缸灯光产品包括浴缸灯、泳池灯和灯光产品配件，上述产品的单价波动情况如下：

单位：元/个

项　目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	单价	收入占比	单价	收入占比	单价	收入占比
浴缸灯	49.00	71.97%	44.31	69.83%	42.29	69.74%
泳池灯	296.32	11.71%	231.80	12.64%	231.09	13.43%
灯光产品配件	3.74	16.32%	3.74	17.53%	4.40	16.84%
合　计	17.02	100.00%	15.84	100.00%	18.06	100.00%

2022 年度，水疗按摩缸灯光产品的平均单价较 2021 年度有所上升，主要系浴缸灯和泳池灯产品平均销售单价上升导致。浴缸灯和泳池灯产品 2022 年度产品平均单价上升，一方面是因为公司出口产品主要以美元定价结算，2022 年随着美元对人民币汇率持续走高，人民币单价上升；另一方面，受到原材料、运费上涨等因素影响，公司 2022 年对产品价格进行了普遍上调，因此整体平均单价上升。

2021 年度，水疗按摩缸灯光产品整体的平均单价下降，主要系单价较低的灯光产品配件 2021 年销售占比由 16.84%上升至 17.53%，且灯光配件产品整体平均单价下滑导致。2020 年度灯光产品配件单价较高主要系产品结构波动导致。公司灯光产品配件主要包括电源及控制器、连接线、灯壳产品，其中电源及控制器产品的单价较高，连接线和灯壳类产品的单价较低，2021 年度，电源及控制器类产品销售收入占灯光产品配件整体销售收入的比重由 2020 年度的 14.73%下滑至 2021 年度的 12.18%，因此 2021 年度灯光产品配件的整体平均单价降低。

(2) 水疗按摩缸按摩产品

报告期内，公司水疗按摩缸按摩产品包括喷嘴、喷嘴座和枕头，上述产品的单价波动情况如下：

单位：元/个

项　目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	单价	收入占比	单价	收入占比	单价	收入占比
喷嘴	10.07	72.85%	10.69	72.47%	9.69	71.55%
喷嘴座	6.27	21.21%	5.91	20.81%	5.93	21.33%
枕头	13.15	5.94%	14.97	6.71%	12.96	7.12%
合　计	9.03	100.00%	9.30	100.00%	8.67	100.00%

根据上表，水疗按摩缸按摩产品平均单价呈先上升后下降的变动趋势，主要受到不同尺寸的喷嘴产品结构变动的影响。

报告期内，公司喷嘴按照不同尺寸的明细如下所示：

单位：元/个

项　目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	单价	收入占比	单价	收入占比	单价	收入占比
1 寸	2.05	9.09%	2.13	7.12%	1.88	7.69%
2 寸	8.41	15.99%	8.88	18.31%	8.67	19.20%
3 寸	18.15	27.88%	16.46	29.79%	16.69	29.84%
4 寸	24.44	12.36%	22.05	11.64%	22.38	10.88%
5 寸	32.85	22.01%	31.25	21.68%	31.43	21.99%
其他	14.08	12.68%	12.43	11.45%	9.94	10.40%
合　计	10.07	100.00%	10.69	100.00%	9.69	100.00%

由上表可看出，报告期内，公司相同尺寸的喷嘴产品单价波动较小，整体单价的变动主要系不同尺寸的喷嘴产品结构波动导致。

(3) 水疗按摩缸水处理产品

报告期内，公司水疗按摩缸水处理产品包括水消毒配件、水循环配件和水过滤配件产品。水疗按摩缸水处理产品的单价波动情况如下：

单位：元/个

项　目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	单价	收入占比	单价	收入占比	单价	收入占比
水消毒配件	120.01	62.95%	67.37	46.98%	56.22	41.39%
水循环配件	7.59	19.32%	6.28	29.10%	6.59	31.89%
水过滤配件	27.26	17.73%	25.61	23.92%	26.74	26.73%
合　计	26.88	100.00%	15.96	100.00%	15.22	100.00%

根据上表，水疗按摩缸水处理产品平均单价呈逐年上升的变动趋势，主要受到水消毒配件产品价格变动的影响。水消毒配件产品主要包括氯发生器和臭氧混气筒等产品。报告期内，公司向 Watkins、Blue Falls 等客户销售的氯发生器产品因设计工艺变更、原材料价格上涨等因素，单价有所增长，导致水消毒配件产品的平均单价有所上涨，具体情况如下：

单位：元/个

产品编号	客户名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		单价	收入占比	单价	收入占比	单价	收入占比
14504-**0-01	Blue Falls		6.46%		13.23%		8.12%
14504-**2-00	Blue Falls		5.26%		10.95%		4.06%
14504-**7-00	Watkins		1.70%		48.14%		54.90%
14504-**6-00	Watkins		68.95%		0.92%		

注：收入占比为产品收入占全部水消毒配件产品收入的比重

从上表可看出，水消毒配件产品平均单价的上升主要系销售给 Watkins 的水消毒配件产品占比上升导致，2020-2021 年度，公司主要向 Watkins 销售 14504-**7-00 型号的水消毒配件产品，2022 年，应 Watkins 要求，公司对产品进行升级和改良，因此型号 14504-**6-00 的水消毒配件产品销售收入占比大幅提高，且产品单价上升，因此 2022 年度水消毒配件产品的平均单价上升。

(4) 水疗按摩缸附件产品

报告期内，公司水疗按摩缸附件产品包括浴缸盖、浴缸罩、支架和扶手、其他附件等产品，上述产品的单价波动情况如下：

单位：元/个

项　目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	单价	收入占比	单价	收入占比	单价	收入占比
浴缸盖/罩	220.91	47.83%	232.45	47.25%	233.14	45.16%
支架和扶手	412.10	31.94%	363.33	38.31%	339.79	37.23%
其他附件	1.06	20.23%	1.13	14.44%	1.07	17.61%
合　计	5.14	100.00%	7.61	100.00%	5.97	100.00%

根据上表，2020 年至 2022 年，水疗按摩缸附件产品平均单价呈先上升后下降的变动趋势，2021 年度产品单价较高，主要系单价较高的浴缸盖/罩、支架和扶手等产品的收入占比有所上升，因此水疗按摩缸附件产品整体的平均单价上升。2021 年，公司向 Blue Falls 推出了多款浴缸盖/罩的新产品，公司对 Blue Falls 销售的浴缸盖/罩、支架和扶手等产品较去年同期销售收入增加 819.28 万元，而浴缸盖/罩、支架和扶手等产品的单价较高，因此 2021 年度水疗按摩缸附件产品的整体平均单价上升。

综上所述，公司产品销售价格与主要竞争对手价格差异明显，主要系竞争对手公开价格为零售价格，而公司价格为批发价格，且公司的水疗按摩缸配件产品属于非标准化产品，其产品型号众多，不同产品的规格、结构复杂度、结构及加工工艺等有所不同，导致不同产品的销售价格有所差异导致。公司各产品单价波动的主要受到涨价、汇率以及产品结构的波动影响导致，具有合理性。

（三）说明第一大客户 Watkins 主要情况；结合对 Watkins 销售产品的售价、销量变动情况，量化分析最近一期对 Watkins 销售收入大幅增长的原因及合理性；说明对 Watkins 的信用政策和结算模式变更情况及对公司当期收入的影响

1. 第一大客户 Watkins 主要情况

报告期内，第一大客户 Watkins 主要情况如下：

客户名称	基本情况	主要股东	公司销售金额占其采购总金额比例	业务合作情况	是否存在关联关系

Watkins Manufacturing Corporation	Watkins 成立于 1977 年，是一家设立在美国的水疗按摩缸整缸和水上健身产品制造商，为全球最大的品牌家居消费品制造商 Masco 的子公司。2022 年度 Masco 的销售收入为 86.8 亿美元，为全球最大的水疗按摩缸制造商	Masco（美国上市公司，股票代码 MAS.N）	35%左右	公司自 2007 年开始与公司合作，向其销售水疗按摩缸配件产品，业务合作关系保持稳定	否

2. 量化分析最近一期对 Watkins 销售收入大幅增长的原因及合理性

2021-2022 年，公司对 Watkins 的收入分别为 9,768.35 万元和 18,378.92 万元，增长幅度较大。公司对 Watkins 按产品分类的售价、销量情况如下所示：

单位：万元、元/个、万个

项　目		2022 年度		2021 年度
		金额/数量	变动幅度	金额/数量
水疗按摩缸灯光产品	收入	7,199.23	55.64%	4,625.46
	单价	11.88	10.31%	10.77
	数量	605.86	41.11%	429.34
水疗按摩缸水处理产品	收入	6,920.55	157.87%	2,683.71
	单价	59.44	74.11%	34.14
	数量	116.43	48.13%	78.60
水疗按摩缸按摩产品	收入	3,484.69	69.09%	2,060.79
	单价	4.68	3.31%	4.53
	数量	744.47	63.74%	454.67
水疗按摩缸附件	收入	368.22	72.03%	214.04
	单价	0.63	23.53%	0.51
	数量	588.31	39.35%	422.19
其他	收入	406.24	120.35%	184.36
	单价	2.79	81.17%	1.54
	数量	145.68	22.00%	119.41

2022 年度，公司向 Watkins 销售的水疗按摩缸附件产品收入及销量规模整体较小，公司对 Watkins 的销售收入大幅增长主要系对水疗按摩缸灯光产品、水疗按摩缸水处理产品和水疗按摩缸按摩产品的收入增长导致，具体分析如下：

(1) 水疗按摩缸灯光产品

2022 年度公司向 Watkins 销售的水疗按摩缸灯光产品收入整体上升 55.64%，

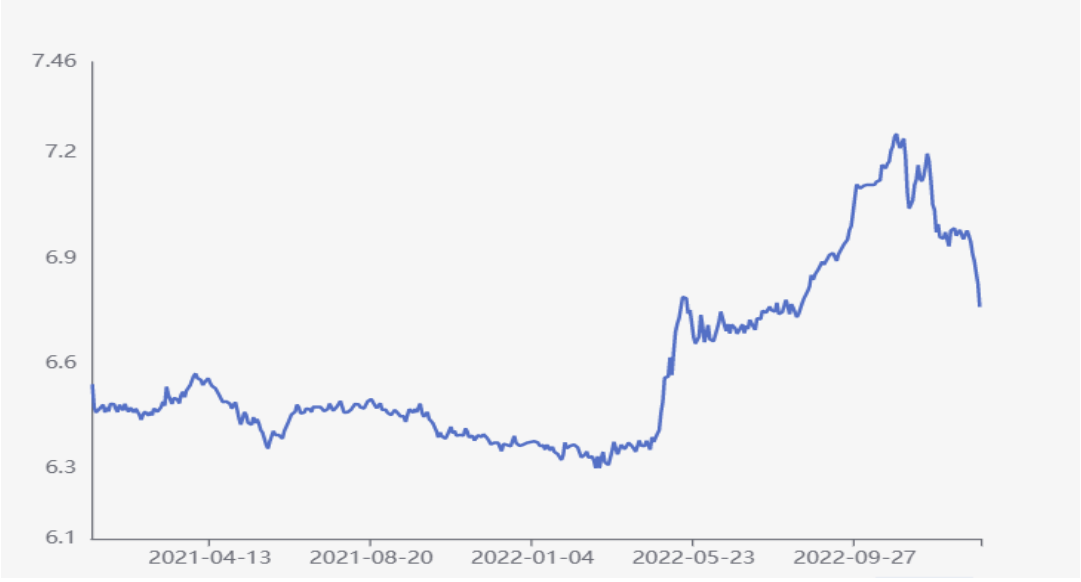
主要系水疗按摩缸灯光产品销售单价和数量较去年同期分别增长 10.31%和41.11%导致。2021-2022 年，公司向 Watkins 销售的水疗按摩缸灯光产品销售单价和数量明细如下：

单位：万元、元/个、万个

项　目		2022 年度		2021 年度
		金额/数量	变动幅度	金额/数量
浴缸灯	收入	6,289.92	54.39%	4,074.01
	单价	44.49	18.07%	37.68
	数量	141.38	30.75%	108.13
灯光系统配件	收入	909.31	64.89%	551.45
	单价	1.96	13.95%	1.72
	数量	464.48	44.60%	321.21

2022 年度，公司销售给 Watkins 水疗按摩缸灯光产品收入的增长主要系浴缸灯收入较去年增长 54.39%。2022 年度向 Watkins 销售的浴缸灯产品销售单价和数量较去年同期分别上升 18.07%和 30.75%。

2021-2022 年，一方面，受到原材料价格、运费上涨等因素影响，公司分别于 2021 年和 2022 年对产品价格进行了普遍上调，其中对 Watkins 2021 年度上调幅度为 10%，2022 年度上调幅度为 4%，因此产品平均单价有所上升；另一方面，公司出口产品主要以美元定价结算，如下图所示，2022 年随着美元对人民币汇率持续走高，因此人民币单价上升。



数据来源：中国人民银行官网

2022 年度，Watkins 水疗按摩缸出货量较去年同期增长 5.45%，且 2022 年度，公司对 Watkins 的供应份额由 2021 年度的 34.21%上升至 2022 年度的 37.85%，受到下游客户增长和对 Watkins 供应份额增加的双重因素驱动，公司对 Watkins 浴缸灯销量增长 30.75%。综上因素导致公司对 Watkins 水疗按摩缸灯光产品收入增加 54.39%。

(2) 水疗按摩缸水处理产品

2022 年度公司向 Watkins 销售的水疗按摩缸水处理产品收入整体上升 157.87%，主要系水疗按摩缸水处理产品销售单价和数量较去年同期上升 74.11%和 48.13%导致，销售单价的上升主要系产品结构变化导致。2021-2022 年，公司向 Watkins 销售的水疗按摩缸水处理产品销售单价和数量明细如下：

单位：万元、元/个、万个

项　目		2022 年度		2021 年度
		金额/数量	变动幅度	金额/数量
水消毒配件	收入	5,945.29	153.00%	2,349.91
	单价	126.11	107.73%	60.71
	数量	47.14	21.81%	38.70
水过滤配件	收入	520.52	354.84%	114.44
	单价	27.85	131.89%	12.01
	数量	18.69	96.12%	9.53
水循环配件	收入	454.73	107.31%	219.35
	单价	8.99	24.52%	7.22
	数量	50.60	66.61%	30.37

2022-2021 年，公司销售给 Watkins 的水消毒配件产品收入上升 153.00%主要系产品水消毒配件产品单价上升 107.73%导致。公司向 Watkins 销售的水消毒配件产品主要包括 2 种型号，其单价和收入占比明细如下：

单位：元/个

产品编号	产品名称	客户名称	2022 年度		2021 年度	
			单价	收入占比	单价	收入占比
14504-007-00	WKS 氯发生器插件（整箱）	Watkins		2.02%		74.05%
14504-016-00	WKS 氯发生器 T10 插件（10 天配方-整箱）	Watkins		81.89%		1.41%

注：收入占比为产品收入占 Watkins 全部水消毒配件产品收入的比重

从上表可看出，2022 年度公司水消毒配件产品平均单价的上升主要系向 Watkins 的销售的 14504-016-00 型号的水消毒配件产品占比由 1.41%上升至 81.89%导致，该型号的平均单价较高为 2,318.37 元/个，高于水消毒配件整体的平均单价 60.71 元/个，因此整体单价大幅上升。

2021 年度，公司主要向 Watkins 销售 14504-007-00 型号的水消毒配件产品，2022 年，应 Watkins 要求，公司对产品进行升级和改良，因此型号 14504-016-00 的水消毒配件产品销售收入占比大幅提高，且产品单价上升，因此 2022 年度水消毒配件产品的平均单价上升。

Watkins 于 2020 年推出 Hot Spring 品牌旗下 High Life 和 Limelight 两个系列和 Caldera 品牌的按摩浴缸产品，均需预装氯发生器产品，同时，氯发生器产品属于耗材需要在按摩浴缸使用过程中定期更换，Watkins 向公司采购的该产品数量增加。受公司的氯发生器产品生产产能的影响，2021 年交付的氯发生器较少， 2022 年，公司的产能提升以后，集中交付了之前订单的氯发生器产品，同时，Watkins 基于销售预期增加了采购备货，因此，2022 年度，Watkins 对公司氯发生器产品的采购订单增长较快。

2021-2022 年，公司向 Watkins 销售的水过滤配件产品收入大幅上升 354.84%，主要系随着 Watkins 新产品系列的推出，公司水过滤配件产品整体量价齐升，水过滤配件产品的销售单价和销售数量分别上升 131.89%和 96.12%导致收入增加 354.84%。

2021-2022 年，公司向 Watkins 销售的水循环配件产品收入上升 107.31%，主要系原材料价格上升、国际运费以及美元兑人民币汇率等综合因素影响导致产品的单价上升 24.52%，同时下游客户需求增加，产品销量增加 66.61%，使得水循环配件产品收入增加 107.31%。

(3) 水疗按摩缸按摩产品

2022 年度公司向 Watkins 销售的水疗按摩缸按摩产品收入整体上升 69.09%，主要系水疗按摩缸按摩产品销售数量较去年同期上升 63.74% 导致。2021-2022 年，公司向 Watkins 销售的水疗按摩缸按摩产品销售单价和数量明细如下：

单位：万元、元/个、万个

项　目		2022 年度		2021 年度
		金额/数量	变动幅度	金额/数量
喷嘴	收入	2,241.60	69.34%	1,323.75
	单价	4.72	1.29%	4.66
	数量	474.82	67.27%	283.86
喷嘴座	收入	1,243.08	68.66%	737.04
	单价	4.61	6.96%	4.31
	数量	269.65	57.87%	170.81

2021-2022 年，公司向 Watkins 销售的喷嘴产品收入增加 69.34%，主要系受下游客户收入增长驱动导致公司产品销量增加 67.27%导致。

2022 年度，Watkins 旗下 Hotspring 品牌的 Highlife 系列全新推出了一款水疗按摩缸产品，主打中低端产品，主要通过大卖场销售，因此相应的喷嘴数量大幅增长，喷嘴座与喷嘴配套使用，因此喷嘴座销量亦有所增加，因此，公司向 Watkins 销售的按摩产品快速增长。

3. 说明对 Watkins 的信用政策和结算模式变更情况及对公司当期收入的影响

2022年2月，Masco为了统一管理集团旗下子公司的供应商结算模式和账期，推行了保理结算。在保理结算模式下，Masco将供应商账期统一为发货后120天，同时与供应链金融服务平台Prime Revenue签订合同，对所有上传其发票等相关信息到Prime Revenue的供应链金融服务平台的供应商，可以选择提前兑现货款，支付保理费给 Prime Revenue，Masco 及其子公司的供应商货款到期后统一由Masco支付给Prime Revenue。

变更前后的情况对比如下：

项　目	变更前	变更后
信用政策	寄售领用开票后 30 天	发货后 120 天
结算模式	银行转账、电汇	保理

公司基于 Watkins 的市场地位、经营情况以及多年以来的良好合作关系，公司同意对其信用政策由领用后开票 30 天变为发货后 120 天，为客户自身原因导致，并非公司主动放宽信用政策，具备商业合理性，不存在明显异常。公司 2022 年度对 Watkins 销售收入的大幅增长主要系受到原材料价格、国际运费、美元兑

人民币汇率等综合因素导致的产品单价上升和受下游客户增长驱动导致的产品销量增加导致，与信用政策变更无关。结算模式的变更对公司当期收入的影响，详见本说明三(三)相关回复内容。

（四）发行人营业收入增长率与行业报告中水疗按摩缸市场规模增长率是否匹配，公司引用报告数据来论证业绩增幅的客观性和公正性

公司的主要产品是水疗按摩缸配件产品，应用于水疗按摩缸，公司的收入变动情况直接受到下游水疗按摩缸市场的波动影响，公司引用报告数据来论证业绩波动具有客观性。该报告数据是第三方出具的，数据具有公正性。

报告期内，公司营业收入快速增长，与下游水疗按摩缸市场规模波动趋势相一致。公司收入增长率与水疗按摩缸市场规模增长率存在差异，主要受到客户市场地位、公司的供应份额波动等因素的影响，具体分析如下：

1. 公司营业收入的增长情况

公司主要从事水疗按摩缸配件的研发、设计、生产和销售。主要产品按功能分为按摩产品、水处理产品、灯光产品和附件产品。按摩产品主要包括按摩喷嘴和喷嘴座，水处理产品主要包括水过滤配件、水消毒配件和水循环配件，灯光产品主要包括浴缸灯和泳池灯，附件产品主要包括浴缸盖、浴缸盖支架等。

报告期内，公司营业收入增长情况如下：

单位：万元

项　目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额
营业收入	44,102.46	13.09%	38,996.65	61.58%	24,135.12

根据上表，报告期内，公司主营业务收入持续增长，主要受到下游市场需求增长、下游客户市场份额增长、原材料价格和海运成本波动等因素的影响，具体分析见本说明四(一)相关回复内容。

2. 公司业绩增长率高于行业报告数据的原因

根据 IBISWorld 于 2022 年 1 月出具的水疗按摩缸制造业研究报告《增长：不断增长的可支配收入和消费者信心将刺激水疗按摩缸产品消费》，2016 年至 2021 年度，水疗按摩缸制造业的收入规模年化增长率为 3.24%；其中，2021 年度，水疗按摩缸制造业的收入规模增长率为 6.35%。而公司 2021 年度的营业收

入增长率为 61.58%，高于该报告列示的行业同期收入规模增长率，主要原因如下：

(1) 公司客户主要为头部生产商，市场需求增长率高于行业平均水平

公司第一大客户 Watkins 是行业排名第一的水疗按摩缸制造企业，品牌享誉度较高，而其他主要客户 Blue Falls 和 Bullfrog 均位于行业排名前十。根据 IBIS 研究报告，在截至 2021 年度的过去五年中，水疗按摩池行业的市场集中度在增长，这主要归因于并购活动增加和部分竞争者退出市场，因此，头部水疗按摩缸的市场需求增长高于行业平均水平，带动公司的业绩增长高于行业平均水平。

报告期内，公司主要客户的产品出货数量情况如下：

单位：万缸、万个

名　称	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	数量	增长率	数量	增长率	数量
Watkins		5.45%		15.74%	
Blue Falls		-4.16%		33.33%	
Bullfrog		17.72%		27.56%	
公司	2,200.75	46.31%	1,504.21	49.13%	1,008.63

根据上表，2021 年度，Watkins、Blue Falls、Bullfrog 对外销售的按摩浴缸数量较上一年增长 15.74%、33.33%和 27.56%，显著高于同期行业收入规模增长率 6.35%。头部水疗按摩缸的市场需求增长显著高于行业平均水平，因此，作为上述客户的供应商，公司的业绩增长高于行业平均水平具有合理性。

公司第一大客户 Watkins 是美国上市公司 Masco Corporation 的子公司。Masco 未披露 Watkins 的收入情况，仅披露了集团合并收入情况。根据 Masco 披露的财务数据，报告期内，Masco 的收入波动情况如下：

项　目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	单位
	金额	增长率	金额	增长率	金额	
Masco 营业收入	8,680	3.64%	8,375	16.51%	7,188	万美元
其中：卫浴相关产品	5,252	2.28%	5,135	24.15%	4,136	万美元
公司营业收入	43,996.98	13.12%	38,893.77	61.58%	24,070.42	万元
其中：对 Watkins 销售收入	18,360.30	88.34%	9,748.70	46.34%	6,661.89	万元
行业水平[注]				6.35%		

[注] 2021 年度行业水平增长率数据来源为 IBISWorld 水疗按摩缸制造业研究报告

根据上表，公司第一大客户的 Watkins 所在的 Masco 集团的销售收入在 2021 年度增长率为 16.51%，其中卫浴相关产品的销售收入增长率 24.15%，显著高于同期水疗按摩池行业收入规模增长率 6.35%。Masco 集团的销售收入波动情况能在一定程度上反映头部企业的业绩增长快于行业平均水平。

综上所述，水疗按摩缸行业市场集中度有所增长，公司的主要客户 Watkins、Blue Falls、Bullfrog 的市场地位较高，其市场需求增长高于行业平均水平，因此，作为上述客户的供应商，公司的业绩增长高于行业平均水平具有合理性。

(2) 公司在下游客户的供应份额增长

公司的主要产品为水疗按摩缸配件产品，主要包括按摩喷嘴、喷嘴座、水过滤配件、水消毒配件和水循环配件、浴缸灯、浴缸盖、浴缸盖支架等，上述配件产品装配于水疗按摩浴缸内以实现特定的功能。

公司的客户包括 Watkins、Blue Falls、Bullfrog 等国际知名水疗按摩缸制造企业，下游均有多个品牌和系列的水疗按摩浴缸产品，保证不同消费者的消费需求。

公司的下游客户出于商业机密的考虑，未能提供公司产品的装配数量，公司根据自己了解到的某些较为稳定的数量关系，如 3 寸喷嘴在单个缸体内的装配数量较为稳定，不同系列间的差异较小，结合公司产品的销售数量，对公司产品的装配数量进行了合理估计。该数量与公司的实际装配数量存在差异，但其已经为可以取得的最接近实际情况的数据。具体数量情况如下：

报告期内，发行人在主要客户的供应份额情况如下：

1) Watkins

单位：万个、万缸

项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
公司产品装配量			
Watkins 总销量			
供应份额	37.85%	34.21%	26.73%

注 1：公司产品装配量为根据喷嘴数量匡算的公司供应产品装配的整缸数量

注 2：Watkins 总销量的数据来源为 QY Research 出具的《2023-2029 全球与中国水疗按摩浴缸市场现状及未来发展趋势》

根据上表，报告期内，公司在 Watkins 的产品供应份额有所增长。

2) Blue Falls

单位：万个

项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
公司产品装配量			
Blue Falls 总销量			
供应份额	68.97%	78.29%	71.05%

注 1：公司产品装配量为根据浴缸盖/罩数量匡算的公司供应产品装配的整缸数量

注 2：Blue Falls 总销量的数据来源为 QY Research 出具的《2023-2029 全球与中国水疗按摩浴缸市场现状及未来发展趋势》

根据上表，2021 年度，公司在 Blue Falls 的供应份额较上年有所增长，2022 年度，公司的供应份额小幅下降，主要系 Blue Falls 消耗上年库存导致采购下降所致，跟据浴缸盖/罩销售量匡算的产品装配量随之下降。

3) Bullfrog

单位：万个

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
公司产品装配量			
Bullfrog 总销量			
供应份额	100.72%	109.70%	108.11%

注 1：公司产品装配量为根据喷嘴数量匡算的公司供应产品装配的整缸数量

注 2：Bullfrog 总销量的数据来源为 QY Research 出具的《2023-2029 全球与中国水疗按摩浴缸市场现状及未来发展趋势》

上表中，公司对 Bullfrog 的供应份额高于 100%，且小幅波动，主要原因系 Bullfrog 存在 JetPak 模块化设计的原因所致。公司产品装配量是根据喷嘴销售数量匡算而来，由于①各缸体配置的 JetPak 模块数量存在差异，且单个模块配置的喷嘴数量差异情况较大，从 5 个至 43 个不等，导致根据喷嘴数量匡算产品

装配量存在一定的误差；②Jetpark 模块作为终端消费者可以选装的配件，Bullfrog 单独销售了模块，导致了公司根据喷嘴数量匡算的整缸装配量高于Bullfrog 的整缸销量。

Bullfrog 的 JetPak 模块具体情况详见本说明三(一)相关回复内容。

综上所述，2021 年度，公司在 Watkins、Blue Falls 和 Bullfrog 的产品供应份额有所增长，导致公司的销售收入增长速度较快，高于行业的平均水平，公司业绩增长率高于行业报告数据的原因具有合理性。

(3) 公司新产品销售收入快速增长

2020 年，公司第一大客户 Watkins 旗下的 Hotspring 品牌新推出了 High Life、Limelight 系列产品和 Caldera 品牌下的新产品，上述新产品装配氯发生器产品以实现对浴缸内水体消毒的功能，使得水疗按摩浴缸内的水体满足卫生要求。公司自 2020 年起，供应 Watkins 的上述三个系列浴缸的氯发生器产品，单个浴缸内装配一个氯发生器产品，公司在 Watkins 的供应份额随之增长，产品销售收入快速增长，导致了产品销售收入的增长高于下游浴缸销售数量的增长。

同时，氯发生器属于耗材产品，使用寿命约 2-3 个月，水疗按摩浴缸的使用者需要再行购买氯发生器产品保证水体的卫生环境，因此，公司向 Watkins 销售收入的增长高于下游浴缸销售数量的增长。

报告期内，公司向 Watkins 销售的氯发生器产品销售收入如下：

单位：万元、万缸

产品名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
氯发生器收入	5,666.26	164.76%	2,140.16	62.35%	1,318.21
Watkins 销量		5.45%		15.74%	

根据上表，公司向 Watkins 销售的氯发生器产品销售收入快速增长，高于 Watkins 的产品出货增长率，具体原因见本说明三（一）3 相关回复内容。

综上所述，公司在主要客户的供应份额增长导致了公司的业绩增长高于行业平均水平，具有合理性。

(4) 公司客户的市场占有率增长

报告期内，公司下游主要客户的市场占有率情况如下：

客户名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度

Watkins	23.55%	23.51%	22.56%
Bullfrog	5.98%	5.35%	4.65%
Blue Falls	2.66%	2.92%	2.43%
Strong Spas	2.14%	2.23%	2.44%
S.R.Smith	2.43%	2.39%	2.55%
合　计	36.76%	36.40%	34.63%

注 1：数据来源：QY Research

注 2：S.R.Smith 数据为其母公司 Fluidra 的市场份额

报告期内，公司主要客户 Watkins、Bullfrog 的市场份额逐年上涨，合计市场份额约 28%，而 Blue Falls 的市场份额先增长后小幅回落，Strong Spas 和 S.R.Smith 的市场份额小幅下滑。在水疗按摩缸市场总量快速增长的背景下，公司主要客户的市场份额变动使得公司的收入增长高于行业平均水平，具有合理性。

(5) 公司部分客户为应对原材料价格上涨和海运紧张提前采购

2021 年度，公司的主要原材料塑料、电子元器件、金属等受大宗商品价格上涨影响有所涨价，同时，海运价格持续增长，运力紧张导致海运运输时间拉长。公司的部分客户基于上述原因，在公司正式涨价之前进行了集中采购，同时为降低部分海运运力紧张导致的供应风险向公司提前下达了部分采购订单。

因此，公司 2021 年度的收入增长幅度较高，高于下游整缸的销量波动，高于行业报告中水疗按摩缸的市场规模增长。

3. 引用报告数据来论证业绩增幅的客观性和公正性

(1) 公司产品为配件产品，终端产品的销量波动可以反映配件产品的需求波动

公司主要从事水疗按摩缸配件的研发、设计、生产和销售。配件产品需要装配于下游水疗按摩浴缸内使用，无法脱离水疗按摩浴缸实现产品功能。因此，公司的业绩波动受下游水疗按摩浴缸市场需求的影响较大，市场需求增长时，下游客户对公司的需求增长，公司的业绩快速增长。

因此，终端产品的销量数据可以较好反映配件产品的需求情况，印证公司业绩波动的合理性。

(2) 报告出具方是第三方机构，数据来源客观公正

公司引用的报告为 IBIS World 于 2022 年 1 月出具的水疗按摩缸制造业研究报告《增长：不断增长的可支配收入和消费者信心将刺激水疗按摩缸产品消费》。IBIS World 成立于 1971 年，为全球数千个行业提供研究报告。其客户包括数以千计的澳大利亚和美国大公司和机构，以及各个国家、州和地方政府机构。基于统计的各类数据，对行业、全球市场的影响因素进行分析，已成为美国、加拿大、澳大利亚、中国和英国的主要行业信息提供商。

（五）结合产品使用寿命、增量与存量市场情况等，说明下游市场需求增长是否可持续；结合公司审计截止日后的主要经营状况、财务数据及同比变动情况、下游行业发展趋势等，充分论证公司收入增长的可持续性，是否存在业绩下滑的风险

1. 结合产品使用寿命、增量与存量市场情况等，说明下游市场需求增长是否可持续

(1) 产品使用寿命

公司主要产品为水疗按摩缸配件产品，水疗按摩缸配件产品的设计可使用寿命一般为 5-10 年，实际使用寿命受下游客户更换周期和更换频率影响。水疗按摩缸可长期使用，更换频率较低，但是在使用过程中，消费者需对水泵、喷嘴、过滤器、加热器和浴缸盖等配件进行日常维护，因此，水疗按摩缸配件的更换频率高于整缸的更换频率，比如水过滤配件和水消毒配件等耗材的使用寿命通常为 2-3 个月，更换频率较快。

(2) 增量和存量市场情况

水疗按摩缸作为高档消费品，其发源地和主要市场为北美地区，以家用市场为主。水疗按摩缸配件产品的需求与水疗按摩缸行业市场紧密相关，主要包括新建水疗按摩缸的生产装配需求及建设后的维护售后市场需求。

1) 全球水疗按摩缸市场规模不断扩大，为上游配件行业带来广阔的市场空间

北美地区是公司出口贸易的主要地区，目前，美国是全球最大的水疗按摩缸及相关配件的生产国和消费国。据 Pkdata 统计，2020 年度，美国水疗按摩缸市场规模达到 36 亿美元，其中新装水疗按摩缸规模约为 20 亿美元，作为高价消费品，随着全球经济的发展与进步，人们的消费能力和消费需求不断增长，水疗按

摩缸的市场规模呈现稳步上升的趋势，水疗按摩缸市场规模的扩大直接拉动了相关配件的需求，为水疗按摩缸配件行业带来广阔的市场空间。

2）存量水疗按摩缸维修升级促进配件行业市场需求进一步扩大

经过数十年的发展，水疗按摩缸在北美、欧洲等发达地区中高收入家庭中逐渐普及，根据 Pkdata 统计，2020 年美国拥有约 550 万个水疗按摩缸。水疗按摩缸的平均寿命在 5 年到 15 年之间，水疗按摩缸可长期使用，更换频率较低，但是在使用过程中，消费者需对水泵、喷嘴、过滤器、加热器和浴缸盖等配件进行日常维护，消杀以及香薰耗材也需要定期更换。同时，水疗按摩缸具备娱乐社交属性，并被广泛用于举办聚会和其他社交活动，随着消费者对产品外观和娱乐功能的要求提高，消费者通常选择以更换配件的方式美化产品设计、优化和增加产品功能，提升产品的使用体验。因此，水疗按摩缸配件的更换频率高于整缸的更换频率，比如过滤芯等耗材的清理频率一般为 3-6 个月。

综上所述，公司主要产品的市场需求主要来源于新增市场以及存量市场的升级、替换等需求。下游客户的更换周期较短且较快使得下游客户对公司产品产生持续的采购需求，下游市场需求的增长可持续，公司产品需求具有持续性。

2. 结合公司审计截止日后的主要经营状况、财务数据及同比变动情况、下游行业发展趋势等，充分论证公司收入增长的可持续性，是否存在业绩下滑的风险

（1）审计截止日后的主要经营状况

公司最新财务报告审计基准日为 2022 年 12 月 31 日，财务报告审计基准日至本说明出具日，公司经营业绩由于市场需求下滑、产品替换周期变长等因素影响有所下滑，但公司产业政策、行业市场环境、主要原材料的采购、主要产品的生产和销售、主要客户和供应商、公司经营模式均未发生重大变化，董事、监事、高级管理人员及其他核心人员未发生重大变更。

（2）审计截止日后的财务数据及同比变动情况

2023 年 1-4 月，公司主要财务数据及同比变化情况如下：

单位：万元

项　目	2023 年 4 月 30 日/ 2023 年 1-4 月	2022 年 4 月 30 日/ 2022 年 1-4 月	同比变动幅度
总资产	40,843.41	35,710.87	14.37%

项　目	2023 年 4 月 30 日/2023 年 1-4 月	2022 年 4 月 30 日/2022 年 1-4 月	同比变动幅度
总负债	5,327.07	5,877.59	-9.37%
归属于母公司所有者权益	35,516.34	29,833.28	19.05%
营业收入	8,038.18	17,406.66	-53.82%
营业成本	3,851.56	8,158.59	-52.79%
营业利润	2,189.85	7,418.35	-70.48%
利润总额	2,159.56	7,452.60	-71.02%
净利润	1,914.67	6,450.50	-70.32%

注：2023 年 1-4 月和 2022 年 1-4 月报表数据未经审计

2023 年 4 月末，公司总资产为 40,843.41 万元，所有者权益为 35,516.34 万元，较上年末分别增长 14.37%和 19.05%，随着公司业务规模逐渐扩大，公司资产规模、所有者权益规模均稳步增长。

2023 年 1-4 月，公司营业收入为 8,038.18 万元，较去年同期下滑 53.82%，主要系以下因素影响：

1）根据外部环境的发展，美国等国家逐步放松了或取消了政策调控，生活逐步回归常态，导致由外部环境引发的居家办公需求刺激减弱，同时受到欧美通货膨胀、欧洲能源危机等因素影响，市场需求出现了短暂下滑，同时由于下游客户 2022 年 1-3 季度对市场较为乐观，加大了公司订单量，然而第四季度由于市场不及预期，因此公司订单有所减少；

2）2022 年 2 月 Watkins 由寄售模式改为一般销售模式，截至 2022 年 1 月 31 日，寄售仓的存货金额为 1,848.62 万元，该部分存货在 2022 年度 4 月末确认收入为 4,046.49 万元，短期内增加了公司 2022 年的销售收入；

3）2020-2021 年，公司第一季度主营业务收入占比分别为 19.91%和 24.18%，受国际海运市场扰动影响，2022 年第一季度主营业务收入占比达到 31.04%，明显高于往常年份。2021 年国际海运市场运力极为紧张，海运集装箱甚至出现“一柜难求”的情况，导致 2021 年下半年的部分已完工订单无法及时出货，延后至 2022 年才完成交付并确认收入 460.09 万元，使得 2022 年第一季度营业收入金额及占比均高于往常年份；

4）公司主要产品氯发生器产品由于产品改良和升级原因，产品更换周期由 2-3 个月变更为 10 个月，替换频率大幅下降，因此产品需求有所降低；

5) 2022 年末及 2023 年初受员工感染率提高影响，公司生产人员到岗率降低，2023 年春节较 2022 年提前且复工时间较晚，导致 2023 年一季度生产出货有所减少。

为应对上述影响因素，公司主要采取以下措施积极应对：

1) 公司加强与原有客户的合作，原有客户与公司合作时间较长，对公司的产品种类、质量较为了解，有更强的意愿增加对公司产品的采购，主要大客户如 Watkins、Bullfrog、Blue Falls 等系公司长期合作客户；

2) 凭借可靠的产品质量和良好的信誉提高公司产品在境外的知名度，为公司与潜在客户合作打下良好的基础，深挖澳洲、欧洲、亚洲地区境外客户，积极开拓市场；

3) 公司不断挖掘市场需求并完善产品结构。公司通过市场调研，进行自主创新研发和技术改造，针对客户个性化需求进行快速响应，拓展公司市场边界；

4) 扩大售后存量市场的份额，水疗按摩缸在使用过程中需要对水泵、喷嘴、过滤器、加热器和浴缸盖等配件进行日常维护，配件的更换频率高于整缸的替换频率，公司加大氯发生器，滤芯等产品的研发力度和产品种类，拓展售后存量市场供应份额。

报告期及期后公司在手订单变化情况如下：

单位：万元

项　目	2023-4-30	2022-12-31	2021-12-31	2020-12-31
在手订单	14,527.72	14,453.20	29,913.28	8,990.59

截止 2023 年 4 月末，公司在手订单金额为 14,527.72 万元，较 2022 年末基本持平。

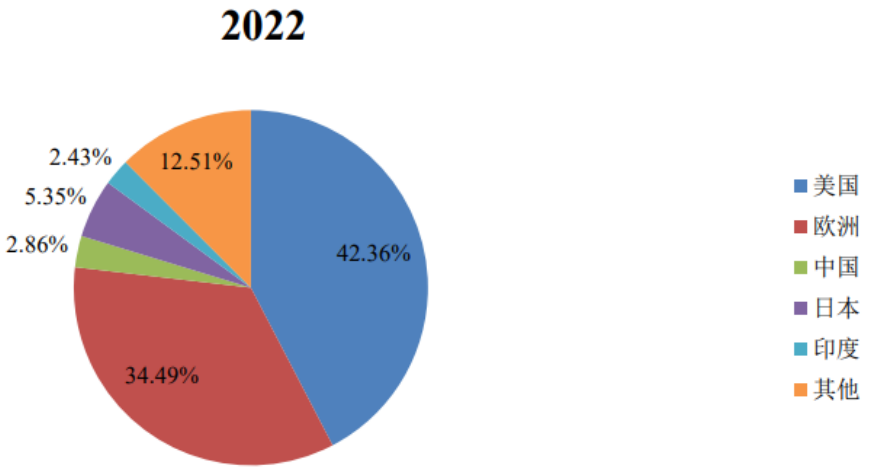
公司 2021 年度在手订单金额较高主要系 2021 年受到国外疫情因素影响，人们居家办公、休闲的时间增加，由此产生的居家休闲、娱乐需求快速增长，水疗按摩缸作为具有休闲、娱乐和保健功能的家用产品，产品需求随之增长，同时由于供应链尚未恢复，海外客户担心海运、港口等困难，提前进行囤货准备，因此 2021 年度订单量大幅增加。随着外部环境的发展，美国等国家逐步放松了或取消了政策调控，生活逐步回归常态，导致由外部环境引发的居家办公需求刺激减弱，同时国际海运市场逐渐回归常态化，因此下游客户订单金额有所下滑。

随着国际海运市场波动、公司无法有效参与海外推广宣传等影响业绩短期波动的不利因素消除或逐步弱化，公司积极采取相关措施应对经营中存在的风险，且公司前五大客户保持稳定，对第一大客户 Watkins 的供应份额逐年增加，能够依托研发创新和客户开拓等优势，不断推陈出新、深挖市场需求，预计 2023 年公司业绩下滑风险可控。

(3) 下游行业发展趋势

水疗按摩缸行业起源、发展于欧洲和北美地区，在市场份额占据主导地位，因此行业发展较为成熟，行业集中度较高。北美和欧洲地区良好的经济基础与舒适的居住空间给水疗按摩缸市场创造了完美的使用条件，市场需求强劲。目前，美国是全球最大的水疗按摩缸及相关配件的生产国和消费国，根据 QY research 的研究，2022 年度，美国是全球水疗按摩缸的最大的消费国，占比达 51.43%。随着全球经济的发展与进步，人们的消费能力和消费需求不断增长，根据 TechNavio 数据，水疗按摩缸市场规模 2020-2025 年的年复合增长率预计为 9.34%。水疗按摩缸市场规模的扩大直接拉动了相关配件的需求，为水疗按摩缸配件行业带来广阔的市场空间。

图：全球主要地区水疗按摩浴缸销售收入市场份额



数据来源：QY Research

综上，水疗按摩缸配件市场在未来保持稳定增长的可能性较大，此外，公司经过多年的发展，也积累了大量优质客户资源，水疗按摩缸配件的维修更新也具有一定的规模空间，若宏观经济及市场需求在未来大幅下滑，维修更新也能为发

行人的收入提供一定的缓冲。

（六）核查程序和核查意见

针对上述事项，我们执行了以下程序：

1. 获取了公司报告期内各期新增订单明细，分析各期订单情况，访谈公司销售负责人，了解各期订单金额变动的原因；查阅同行业可比公司相关公开信息，了解同行业可比公司业绩情况；对主要境内外客户进行了实地走访；

2. 获取公司报告期内销售明细表，对销售单价、数量、金额等执行变动分析性程序；查询公开竞争对手 waterway 产品的价格信息，并与公司同类产品价格进行对比分析；

3. 对 Watkins 进行了实地走访，了解主要客户的基本情况、合作背景、产品采购及对外销售情况、关联关系或其他利益关系等情况；获取公司境外主要客户的中信保资信报告，核查主要客户的信息及背景调查；对 Watkins 进行访谈，了解 Watkins 由寄售变更为直销模式的原因；

4. 查阅了行业报告中关于水疗按摩缸市场规模的增长率，访谈公司的总经理，了解公司收入增长率高于行业的主要原因；

5. 访谈公司高管和研发总监，了解产品使用寿命及迭代周期、下游应用领域拓展情况和未来行业发展趋势；获取公司 2023 年 1-4 月及 2022 年 1-4 月的财务报表，对主要会计报表项目进行同期对比分析，与公司财务负责人及管理层进行沟通，了解并分析审计截止日后公司主要经营情况、业绩变动情况、变动原因以及未来的变动趋势。

经核查，我们认为：

1. 报告期内，公司收入增长与下游客户需求变动趋势保持一致，公司收入增长驱动因素主要来源于其老客户，新增客户收入金额占比较小。公司收入增长趋势与同行业可比公司、下游客户业绩基本保持一致，由于可比公司与公司其产品种类、终端应用产品、销售区域等差异，增长幅度有所差异；

2. 公司产品销售价格与主要竞争对手价格差异明显，主要系竞争对手公开价格为零售价格，而公司价格为批发价格，且公司的水疗按摩缸配件产品属于非标准化产品，其产品型号众多，不同产品的规格、结构复杂度、结构及加工工艺等有所不同，导致不同产品的销售价格有所差异导致。报告期内，公司各产品单

价波动的主要受到上游原材料价格波动、汇率以及产品结构的波动影响导致，具有合理性；

3. 报告期内，公司对 Watkins 收入的增长主要系产品单价的上升与下游客户需求驱动导致的产品销量增加综合因素导致，信用政策变更为客户自身原因导致，并非公司主动放宽信用政策，具备商业合理性，不存在明显异常；

4. 报告期内，公司营业收入快速增长，与下游水疗按摩缸市场规模波动趋势相一致。公司收入增长率与水疗按摩缸市场规模增长率存在差异，主要受到客户市场地位、公司的供应份额波动等因素的影响。公司引用报告数据来论证业绩增幅具有客观性和公正性；

5. 公司产品的使用寿命一般为 5 至 10 年，实际使用寿命受下游客户更换周期和更换频率影响，耗材类产品的使用寿命通常为 2 至 3 个月。公司主要产品的市场需求主要来源于新增市场以及存量市场的升级、替换等需求，公司产品需求具有持续性。审计截止日后的公司营业收入由于市场需求下滑、产品替换周期变长等因素有所下滑。随着国际海运市场波动，公司无法有效参与海外推广宣传等影响业绩短期波动的不利因素消除或逐步弱化，公司积极采取相关措施应对经营中存在的风险，长期来看，公司业绩下滑风险可控。

五、关于境外销售

申报材料显示：（1）报告期各期，发行人主营业务收入中外销收入分别为 18,504.64 万元、21,343.58 万元、34,968.79 万元和 24,949.80 万元，占比分别为 92.55%、88.67%、89.91%和 96.04%。（2）中介机构对主要客户执行实地走访及收入、应收账款函证等核查程序。（3）报告期各期，发行人境内销售占比分别为 7.45%、11.33%、10.09%、3.96%。

请发行人：（1）按国家/地区分类说明境外销售具体情况，包括主要产品、销售金额及占比、主要客户、与发行人是否签订框架协议及相关协议的主要条款内容、境外销售模式、订单获取方式、定价原则、信用政策、实物流和资金流的具体流转情况、退换货政策等；结合可比公司外销收入情况、境内及主要境外市场竞争格局等，说明发行人外销收入占比较高的原因及商业合理性。（2）说明外销客户的主要贸易模式，不同贸易方式下的收入金额及占比；结合不同

贸易方式收入确认政策、时点与同行业可比公司的对比情况等，说明收入确认时点是否符合准则规定；分析不同贸易方式毛利率差异的合理性。（3）说明外销收入与海关数据、出口退税数据的差异情况和差异原因，境外销售是否实现真实销售；外销是否由中信保等保险机构承保及具体情况，主要境外客户的资信情况，海外销售数据与中信保数据的差异情况及差异原因；报告期内对境外各地区出口所需资质及认证情况，是否存在被检查及处罚风险。（4）说明国际贸易政策、航运波动、经济政治环境变化等因素对外销业务的具体影响，发行人应对相关风险的具体措施。（5）说明报告期境内主要客户情况，按照境内主要客户和产品种类，说明销售单价、收入及占比、毛利率等的变化原因及合理性。

请保荐人和申报会计师发表明确意见，并说明：（1）针对境外销售收入真实性及截止性的具体核查方法、核查程序、核查比例和核查结论。（2）境内外客户函证、实地走访、视频访谈的情况，包括但不限于尽调实施主体、客户数量、收入金额及比例；实地走访客户的选择标准及范围，报告期内实地走访比例波动的原因，是否足已获取充分的核查证据；视频访谈对象、访谈程序、访谈结果的可靠性，相关核查依据是否充分。（3）针对客户未回函及回函不符的情况采取的替代性程序及其充分性。（审核问询函问题 10）

（一）按国家/地区分类说明境外销售具体情况，包括主要产品、销售金额及占比、主要客户、与发行人是否签订框架协议及相关协议的主要条款内容、境外销售模式、订单获取方式、定价原则、信用政策、实物流和资金流的具体流转情况、退换货政策等；结合可比公司外销收入情况、境内及主要境外市场竞争格局等，说明发行人外销收入占比较高的原因及商业合理性

1. 按国家/地区分类说明境外销售具体情况，包括主要产品、销售金额及占比、主要客户

报告期内，公司境外销售主要以水疗按摩缸灯光产品、水疗按摩缸按摩产品、水疗按摩缸水处理产品和水疗按摩缸附件产品，具体情况如下：

单位：万元

产　品	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占外销收入比例	金额	占外销收入比例	金额	占外销收入比例

产　品	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占外销收入比例	金额	占外销收入比例	金额	占外销收入比例
水疗按摩缸灯光产品	15,143.82	35.57%	12,697.49	36.31%	8,191.49	38.38%
水疗按摩缸按摩产品	11,558.12	27.15%	9,652.94	27.60%	5,862.07	27.47%
水疗按摩缸水处理产品	10,924.38	25.66%	6,954.62	19.89%	3,921.64	18.37%
水疗按摩缸附件产品	3,720.74	8.74%	4,812.75	13.76%	2,890.46	13.54%
其他	1,223.69	2.87%	850.99	2.43%	477.92	2.24%
合　计	42,570.75	100.00%	34,968.79	100.00%	21,343.58	100.00%

(1) 外销水疗按摩缸灯光产品按照国家/地区分类的主要情况

报告期内，公司水疗按摩缸灯光产品外销收入按照国家/地区分类的销售金额及占比情况如下：

单位：万元

区　域	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
北美洲	14,134.73	93.34%	10,968.35	86.38%	7,096.76	86.64%
其中：美国	13,141.60	86.78%	9,606.89	75.66%	6,295.19	76.85%
加拿大	989.82	6.54%	1,355.08	10.67%	795.04	9.71%
其他	3.31	0.02%	6.38	0.05%	6.53	0.08%
欧洲	727.95	4.81%	1,165.83	9.18%	834.15	10.18%
其中：西班牙	216.40	1.43%	298.27	2.35%	115.07	1.40%
瑞典	157.35	1.04%	167.96	1.32%	100.86	1.23%
匈牙利	137.29	0.91%	50.45	0.40%	35.41	0.43%
法国	53.05	0.35%	356.29	2.81%	451.80	5.52%
其他	163.86	1.08%	292.86	2.30%	131.01	1.60%
大洋洲	239.64	1.58%	465.55	3.67%	199.26	2.43%
其他大洲	41.50	0.27%	97.75	0.77%	61.31	0.75%
合　计	15,143.82	100.00%	12,697.49	100.00%	8,191.49	100.00%

报告期内，公司水疗按摩缸灯光产品主要面向北美洲地区，其收入占水疗按摩缸灯光产品外销收入比重超过 85%，主要集中在美国和加拿大。

报告期内，公司水疗按摩缸灯光产品外销前五大客户具体情况如下：

单位：万元

年度	客户名称	金额	占外销水疗按摩缸灯光产品收入比重	客户所在区域
2022 年度	Watkins	7,199.23	47.54%	美国
	Bullfrog	2,815.72	18.59%	美国
	S.R.Smith	1,754.39	11.58%	美国
	Strong Spas	639.22	4.22%	美国
	Blue Falls	605.89	4.00%	加拿大、美国
	合　计	13,014.46	85.94%	
2021 年度	Watkins	4,625.46	36.43%	美国
	Bullfrog	2,210.69	17.41%	美国
	S.R.Smith	1,324.06	10.43%	美国
	Strong Spas	741.96	5.84%	美国
	Blue Falls	665.66	5.24%	加拿大、美国
	合　计	9,567.82	75.35%	
2020 年度	Watkins	3,243.03	39.59%	美国
	Bullfrog	1,357.68	16.57%	美国
	S.R.Smith	736.69	8.99%	美国
	Strong Spas	545.28	6.66%	美国
	Blue Falls	488.84	5.97%	加拿大、美国
	合　计	6,371.52	77.78%	

注：同一集团客户合并列示

报告期内，水疗按摩缸灯光产品外销主要客户与公司建立了长期稳定的合作关系，主要分布于美国和加拿大等地区，相对较为稳定。

(2) 外销水疗按摩缸按摩产品按照国家/地区分类的主要情况

报告期内，公司水疗按摩缸按摩产品外销收入按照国家/地区分类的销售金额及占比情况如下：

单位：万元

区　域	2022 年度	2021 年度	2020 年度

	金额	占比	金额	占比	金额	占比
北美洲	11,371.46	98.39%	9,493.02	98.34%	5,736.70	97.86%
其中：美国	9,316.77	80.61%	6,949.67	72.00%	4,520.45	77.11%
加拿大	2,053.34	17.77%	2,540.35	26.32%	1,214.84	20.72%
其他	1.35	0.01%	3.00	0.02%	1.41	0.03%
欧洲	178.70	1.55%	157.58	1.63%	120.21	2.05%
其中：西班牙	6.48	0.06%	6.66	0.07%	5.57	0.10%
瑞典	0.27	0.00%			0.71	0.01%
匈牙利	128.20	1.11%	59.29	0.61%	49.36	0.84%
法国	11.04	0.10%	17.61	0.18%	6.81	0.12%
其他	32.71	0.28%	74.02	0.77%	57.76	0.98%
大洋洲	1.82	0.02%	0.92	0.01%	0.15	0.00%
其他大洲	6.14	0.05%	1.43	0.01%	5.01	0.09%
合　计	11,558.12	100.00%	9,652.94	100.00%	5,862.07	100.00%

报告期内，公司水疗按摩缸按摩产品主要面向北美洲地区，其收入占水疗按摩缸灯光产品外销收入比重超过 95%，主要集中在美国和加拿大。

报告期内，公司水疗按摩缸按摩产品外销前五大客户具体情况如下：

单位：万元

年度	客户名称	金额	占外销水疗按摩缸按摩产品收入比重	客户所在区域
2022 年度	Bullfrog	5,271.01	45.60%	美国
	Watkins	3,484.69	30.15%	美国
	Blue Falls	2,280.44	19.73%	加拿大、美国
	Strong Spas	168.36	1.46%	美国
	Méta Hungary Kft	65.38	0.57%	匈牙利
	合　计	11,269.88	97.51%	
2021 年度	Bullfrog	4,307.61	44.62%	美国
	Blue Falls	2,860.42	29.63%	加拿大、美国
	Watkins	2,060.79	21.35%	美国
	Strong Spas	169.39	1.75%	美国
	Méta Hungary Kft	44.25	0.46%	匈牙利

年度	客户名称	金额	占外销水疗按摩缸按摩产品收入比重	客户所在区域
	合　计	9,442.45	97.82%	
2020 年度	Bullfrog	2,584.73	44.09%	美国
	Watkins	1,480.39	25.25%	美国
	Blue Falls	1,343.16	22.91%	加拿大、美国
	Tuff Spas	209.14	3.57%	美国
	Strong Spas	74.60	1.27%	美国
	合　计	5,692.02	97.10%	

注：同一集团客户合并列示

报告期内，水疗按摩缸按摩产品外销主要客户与公司建立了长期稳定的合作关系，主要分布于美国和加拿大等地区，相对较为稳定。

(3) 外销水疗按摩缸水处理产品按照国家/地区分类的主要情况

报告期内，公司水疗按摩缸水处理产品外销收入按照国家/地区分类的销售金额及占比情况如下：

单位：万元

区域	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
北美洲	10,475.40	95.89%	6,465.26	92.96%	3,671.00	93.61%
其中：美国	8,526.50	78.05%	4,030.14	57.95%	2,521.20	64.29%
加拿大	1,948.90	17.84%	2,435.11	35.01%	1,149.80	29.32%
欧洲	434.51	3.98%	479.37	6.89%	235.97	6.02%
其中：西班牙	77.11	0.71%	130.00	1.87%	39.09	1.00%
瑞典	100.94	0.92%	100.96	1.45%	93.20	2.38%
匈牙利	173.22	1.59%	129.40	1.86%	43.82	1.12%
法国	28.04	0.26%	25.63	0.37%	4.45	0.11%
其他	55.20	0.50%	93.38	1.34%	55.41	1.41%
大洋洲	2.98	0.03%	2.14	0.03%	2.25	0.06%
其他大洲	11.49	0.11%	7.86	0.11%	12.42	0.32%
合　计	10,924.38	100.00%	6,954.62	100.00%	3,921.64	100.00%

报告期内，公司水疗按摩缸水处理产品主要面向北美洲地区，其收入占水疗

按摩缸水处理产品外销收入比重超过 90%，主要集中在美国和加拿大。

报告期内，公司水疗按摩缸水处理产品外销前五大客户具体情况如下：

单位：万元

年度	客户名称	金额	占外销水疗按摩缸水处理产品收入比重	客户所在区域
2022 年度	Watkins	6,920.55	63.35%	美国
	Blue Falls	2,048.64	18.75%	加拿大、美国
	Bullfrog	1,126.67	10.31%	美国
	Strong Spas	152.78	1.40%	美国
	Wellis Magyar Orszag Kft	133.45	1.22%	匈牙利
	合　计	10,382.10	95.04%	
2021 年度	Watkins	2,683.71	38.59%	美国
	Blue Falls	2,523.86	36.29%	加拿大、美国
	Bullfrog	860.88	12.38%	美国
	Strong Spas	218.23	3.14%	美国
	IBERSPA S.L.	127.75	1.84%	西班牙
	合　计	6,414.42	92.23%	
2020 年度	Watkins	1,674.11	42.69%	美国
	Blue Falls	1,189.89	30.34%	加拿大、美国
	Bullfrog	546.80	13.94%	美国
	Strong Spas	142.33	3.63%	美国
	Vagner pool Scandinavia AB	82.01	2.09%	瑞典
	合　计	3,635.14	92.69%	

注：同一集团客户合并列示

报告期内，水疗按摩缸水处理产品外销主要客户与公司建立了长期稳定的合作关系，主要分布于美国和加拿大等地区，相对较为稳定。

(4) 外销水疗按摩缸附件产品按照国家/地区分类的主要情况

报告期内，公司水疗按摩缸按摩附件产品外销收入按照国家/地区分类的销售金额及占比情况如下：

单位：万元

区域	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
北美洲	3,086.12	82.94%	3,340.96	69.42%	1,773.31	61.35%
其中：美国	846.54	22.75%	686.60	14.27%	309.16	10.70%
加拿大	2,239.57	60.19%	2,654.36	55.15%	1,464.15	50.65%
欧洲	624.10	16.77%	1,447.69	30.08%	1,096.11	37.92%
其中：西班牙	12.10	0.33%	38.48	0.80%	104.11	3.60%
荷兰	212.26	5.70%	305.36	6.34%	260.58	9.02%
瑞典	203.26	5.46%	234.33	4.87%	197.84	6.84%
匈牙利	51.03	1.37%	90.70	1.88%	130.48	4.51%
法国	94.24	2.53%	157.85	3.28%	26.53	0.92%
英国	49.55	1.33%	371.24	7.71%	156.49	5.41%
其他	1.66	0.05%	249.73	5.20%	220.08	7.62%
大洋洲	0.47	0.01%	0.09	0.00%		
其他大洲	10.05	0.27%	24.01	0.50%	21.04	0.73%
合　计	3,720.74	100.00%	4,812.75	100.00%	2,890.46	100.00%

报告期内，公司水疗按摩缸附件产品主要面向北美洲和欧洲地区，其收入占水疗按摩缸水处理产品外销收入比重超过 95%，主要集中在美国和加拿大。

报告期内，公司水疗按摩缸附件产品外销前五大客户具体情况如下：

单位：万元

年度	客户名称	金额	占外销水疗按摩缸附件产品收入比重	客户所在区域
2022 年度	Blue Falls	1,716.16	46.12%	加拿大、美国
	Crystal Clear Spa & Leisure Products Inc.	488.29	13.12%	加拿大
	Watkins	368.22	9.90%	美国
	Essentials	229.88	6.18%	美国
	DE FONTEYN BV	212.26	5.70%	荷兰
	合　计	3,014.80	81.03%	
2021 年度	Blue Falls	2,036.41	42.31%	加拿大、美国

年度	客户名称	金额	占外销水疗按摩缸附件产品收入比重	客户所在区域
	Crystal Clear Spa & Leisure Products Inc.	545.40	11.33%	加拿大
	Roto spa UK Ltd	351.57	7.31%	英国
	Essentials	341.03	7.09%	美国
	DE FONTEYN BV	305.36	6.34%	荷兰
	合 计	3,579.78	74.38%	
2020 年度	Blue Falls	1,164.20	40.28%	加拿大、美国
	Crystal Clear Spa & Leisure Products Inc.	281.59	9.74%	加拿大
	DE FONTEYN BV	260.57	9.01%	荷兰
	Watkins	148.92	5.15%	美国
	Vagner pool Scandinavia AB	137.04	4.74%	瑞典
	合 计	1,992.31	68.93%	

注：同一集团客户合并列示

报告期内，水疗按摩缸附件产品外销主要客户与公司建立了长期稳定的合作关系，主要分布于美国和加拿大等地区，相对较为稳定。

2. 主要客户与公司是否签订框架协议及相关协议的主要条款内容、境外销售模式、订单获取方式、定价原则、信用政策、实物流和资金流的具体流转情况、退换货政策等

报告期内，公司与主要客户境外销售模式主要为直销，与主要客户通过签署框架协议和具体订单的形式合作，框架协议通常为长期主要对双方的权利义务关系进行原则性约定，当客户有具体产品需求时，会下发具体采购订单给公司，订单内容包括产品的型号和规格、数量、单价、金额、交货期限、信用期等实质性商业条款。公司以市场化定价基础，考虑适当的利润空间后，不同客户价格结合市场行情、产品型号、客户资信、订单规模、合作情况、汇率波动等多种因素，经与客户协商后确定销售价格。

客户名称	销售模式	是否签订框架	协议主要内容	订单获取方式	定价原则	信用政策	实物流	资金流	退换货政策
Watkins	寄售	是	寄售协议约定了寄售商品的所有权、寄售仓库的地点、双方权利与义务、货物毁损、灭失的风险等主要内容。	自主开发	双方协商定价	寄售领用后开票 30 天	广州发货-客户寄售仓	客户外币回款给公司	出现质量问题协商解决
	直销	是	框架协议约定了双方权利与义务、运输方式、信用政策、付款方式、采购和验收等主要内容。	自主开发	双方协商定价	发货后 120 天	广州发货-客户	由第三方支付平台 Prime Revenue 统一支付给公司	出现质量问题协商解决
Bullfrog	直销	是	框架协议约定了双方权利与义务、信用政策、付款方式、定价方式、货物运输等主要内容	自主开发	双方协商定价	发货后 30 天	广州发货-美国子公司-客户	客户外币回款给公司	出现质量问题协商解决
Blue Falls Manufacturing Ltd.	直销	是	框架协议约定了双方权利与义务、运输方式、信用政策、付款方式、采购和验收等主要内容。	自主开发	双方协商定价	发货后 45 天	广州发货-客户	客户外币回款给公司	出现质量问题协商解决
Strong Spas	直销	是	框架协议约定了双方权利与义务、信用政策、付款方式、定价方式、货物运输等主要内容。	自主开发	双方协商定价	发货后 90 天	广州发货-美国子公司-客户	客户外币回款给公司	出现质量问题协商解决
S.R. Smith	直销	否	交易内容以客户采购订单为主。	自主开发	双方协商定价	发货后 30 天	广州发货-客户	客户外币回款给公司	出现质量问题协商解决

3. 结合可比公司外销收入情况、境内及主要境外市场竞争格局等，说明公司外销收入占比较高的原因及商业合理性

(1) 可比公司外销收入情况

报告期内，可比公司外销收入情况如下：

可比公司	单位	销售区域	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
			境外销售收入	收入占比	境外销售收入	收入占比	境外销售收入	收入占比
Fluidra	万欧元	西欧	63,820.40	26.71%	60,072.60	27.47%	45,869.40	30.82%
		欧洲剩余区域	32,611.50	13.65%	37,970.30	17.36%	28,495.30	19.15%
		北美	104,288.00	43.65%	89,078.60	40.73%	48,630.90	32.68%
		其他	38,200.60	15.99%	31,570.40	14.44%	25,815.20	17.35%
Hayward	万美元	美国	99,019.60	75.35%	101,171.00	72.17%	62,359.80	71.24%
		加拿大	11,866.30	9.03%	14,914.00	10.64%	8,291.60	9.47%
		欧洲	12,085.70	9.20%	16,994.90	12.12%	11,891.30	13.58%
		其他	8,442.00	6.42%	7,099.50	5.06%	4,997.50	5.71%
望圆科技	万元	境外	15,229.41	48.74%	27,343.36	95.90%	12,174.63	95.65%
渡远户外	万元	境外	25,535.02	82.77%	28,703.20	82.37%	15,811.99	82.84%
凌霄泵业	万元	境外	88,008.81	59.33%	105,266.97	51.03%	62,808.08	43.76%
斯普智能	万元	境外	未披露	未披露	65,772.76	93.29%	47,384.44	93.44%
公司	万元	境外	42,570.75	96.76%	34,968.79	89.91%	21,343.58	88.67%

由上表可知，公司及同行业可比公司中，均存在一定比例的境外销售收入，该现象为行业普遍现象。可比公司 Fluidra 和 Hayward 的销售区域主要集中在美国和加拿大等北美洲区域，与公司情况保持一致，渡远户外、斯普智能销售区域以境外为主，与公司保持一致。凌霄泵业作为国内小型民用电泵和工业配套电泵大型制造商，是塑料卫浴泵系列产品国内最大配套供应商之一，其销售区域以国内为主，但报告期内境外销售收入占比逐年提高。

(2) 境内及主要境外市场竞争格局

水疗按摩缸与传统浴缸相比，可以供多人同时使用，为家庭或商业用户提供舒适放松的生活体验，其行业起源、发展于欧美等发达国家和地区，行业经多年

发展已趋于成熟，产业市场化程度较高，由于国外企业起步早，技术比较成熟，因此国外地区企业在品牌影响力、销售渠道等方面具备一定优势。国内企业在下游客户上存在一定劣势，但国内企业凭借完善的产业配套、人力成本等优势，以中国为主的发展中国家在产品设计、生产工艺等方面的经验持续提升，积极探索自有品牌销售模式，国际竞争力不断增强，打破了国外厂商在水疗按摩缸配件行业内的垄断，以公司为代表的国内优秀企业在国际市场上的地位不断提高，产品销往欧洲、北美等海外地区，形成了与 Waterway、CMP 等国际水疗按摩缸配件制造企业共同竞争的格局。

受限于居民消费观念差异、人均居住面积及消费能力等因素，国内高端水疗按摩缸整缸市场发展相对缓慢，产品主要集中于低端水疗按摩缸领域。目前市场规模小于欧美等发达国家，家用水疗按摩缸普及率相对较低。商用应用方面，主要包括酒店、度假村、专业水疗中心、健身工作室等。快速发展的房地产市场、酒店及旅游业，有效加速了商用水疗按摩缸的市场渗透。总体来看，目前我国水疗按摩市场以商用性质为主，普及率低于北美、欧洲等成熟市场。但随着我国经济的发展、人们生活水平的提高以及居民消费观念的转变，健康、家庭生活意识日益增强，为水疗按摩缸市场的发展获取了有力的支撑。未来，我国水疗按摩缸行业发展空间广阔。目前国内水疗按摩池配件市场供应商数量较少，国内市场公司主要竞争对手为银浪卫浴，银浪卫浴主要集中于大众消费市场，与公司属于错位竞争关系。

国内外竞争对手的产品类型和行业梯队等情况如下：

公司	产品类型	应用领域	行业地位
Waterway	产品约 2/3 为泳池配件，1/3 为按摩浴缸配件，近年也开发了 LED 系统、水疗扬声器等	游泳池和水疗按摩缸	生产基地在美国，市场主要以北美为主，泳池产品为其销售收入的最主要来源。欧洲和澳洲均有其代理商，为行业内头部企业
CMP	产品 50%为泳池配件，50%为按摩缸配件，公司塑胶产品的主要竞争对手	泳池和水疗按摩缸	西班牙泳池龙头上市公司 Fluidra 的子公司，生产基地在美国和中国上海两个地方。市场主要以北美，欧洲和澳洲为主。在中国国内也有少量销售，属于行业龙头企业
银浪	主要生产和销售按摩浴缸按摩系统产品，主要产品包括按摩喷嘴系列、缸内水循环系列和气分流管道系列	按摩浴缸按摩系统	市场主要集中于国内，是业内知名品牌，主要集中于大众消费领域

公司	产品类型	应用领域	行业地位
公司	水疗按摩缸附件产品（包括灯光产品、按摩产品、水处理产品和附件产品）	水疗按摩缸	生产基地在中国，市场主要以北美为主，为行业内领先企业

综上所述，公司销售业务以境外为主，产品主要销往美国和加拿大发达国家，与可比公司基本保持一致。由于水疗按摩缸行业起源、发展于欧美等发达国家和地区，行业经多年发展已趋于成熟，产业市场化程度较高，国内水疗按摩缸普及率低，市场规模小，因此外销收入占比较高，具备商业合理性。

（二）说明外销客户的主要贸易模式，不同贸易方式下的收入金额及占比；结合不同贸易方式收入确认政策、时点与同行业可比公司的对比情况等，说明收入确认时点是否符合准则规定；分析不同贸易方式毛利率差异的合理性

1. 说明外销客户的主要贸易模式，不同贸易方式下的收入金额及占比

报告期内，公司外销贸易模式包括 FOB、寄售和腾龙国际转售的三种贸易模式。不同贸易模式下的控制权转移时点判断如下：(1)FOB 模式下：公司将货物在指定的地点交给买方指定的承运人，并办理了出口清关手续并取得提单即完成交货，该模式下的主要客户包括 Blue Falls、S.R.Smith 以及 2022 年 2 月份变更销售模式后的 Watkins；(2)寄售模式：在寄售模式下，公司将货物由广州运输至客户寄售仓，客户自寄售仓库中提货并领用产品时，货物所有权转移给客户，相关的风险、报酬及控制权也相应转移，因此，公司在客户提货并领用产品时确认收入。公司仅有客户 Watkins 采用此模式，2022 年 2 月后 Watkins 将寄售模式变更为 FOB 模式；(3)腾龙国际转售：在该模式下，由广州腾龙仓库将货物运输至腾龙国际，广州仓库至腾龙国际的运费由腾龙国际承担，然后经腾龙国际仓库直接发货至客户，该类销售模式下腾龙国际确认收入执行内销收入确认政策，在客户签收时方表明控制权转移，该贸易模式下的客户主要包括 Bullfrog、Strong Spas 等。

报告期内，公司不同贸易模式下的收入金额和占比情况如下：

单位：万元

贸易模式	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占外销收入比例	金额	占外销收入比例	金额	占外销收入比例
FOB	27,307.56	64.15%	14,786.05	42.28%	8,174.87	38.30%
寄售	2,893.20	6.80%	9,118.86	26.08%	6,504.52	30.48%

腾龙国际转售	12,369.98	29.06%	11,063.89	31.64%	6,664.19	31.22%
合 计	42,570.75	100.00%	34,968.79	100.00%	21,343.58	100.00%

注 1：FOB 模式系公司以 FOB 方式出口报关给凡风润博子公司实现的对外销售收入

注 2：腾龙国际转售系腾龙美国子公司销售给境外客户，该类销售合并口径分类为外销，但不适用国际贸易术语

报告期内，FOB 贸易模式的收入增加，寄售模式的收入减少，主要由于 2022 年 2 月公司第一大客户 Watkins 由寄售转为 FOB 模式导致。

2. 不同贸易方式收入确认政策、时点与同行业可比公司的对比情况等，收入确认时点是否符合准则规定

不同贸易模式下收入确认政策、具体时间情况如下：

贸易模式		收入确认政策	收入确认时点
外销	寄售	寄售模式下，客户自寄售仓库中提货并领用产品时，货物所有权转移给客户，相关的风险、报酬及控制权也相应转移。因此，公司在客户提货并领用产品时确认收入。	公司根据合同约定将产品送达客户指定地点，取得客户确认的寄售领用清单时确认收入。
	FOB	由境内公司将产品交付境外客户的，公司已根据合同约定将产品报关并办妥报关手续，取得提单时确认收入。	公司根据提单确认收入。
	腾龙国际转售	由美国子公司将产品交付境外客户的，客户已接受该商品时确认收入。	公司在货物送达客户签收时确认收入。

根据同行业可比公司定期报告或招股说明书，同行业可比公司外销收入确认的具体时点与公司对比情况如下：

可比公司名称	收入确认时点
Fluidra	未披露外销收入确认政策，与境内外收入确认准则存在一定差异。
Hayward	未披露外销收入确认政策，且境内外收入确认准则存在一定差异。
望圆科技	对于国外销售业务： (1) 整机销售:采用 FOB、CIF 贸易方式的销售在货物完成报关手续后，公司在货物在指定的装运港越过船舷后确认产品销售收入；采用 EXW 贸易方式的销售在客户指定承运人上门提货，本公司完成产品交付义务后确认产品销售收入；采用 DDP、DAP、DDU 贸易方式者未约定方式的销售在指定的目的地办理完货物的进口清关手续，本公司将货物交付给客户后确认产品销售收入； (2) 配件销售：在发货时确认收入。
渡远户外	外销收入确认需满足以下条件：公司已根据合同约定将产品控制权转移给购买方，将产品报关并取得提单，已收取货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入。

凌霄泵业	在 FOB 和 CIF 两种交易方式下，公司在货物报关出口日确认销售收入，在 DDP 交易方式下，公司按照客户要求将货物装运至客户指定目的地后取得客户确认签收单，以签收日确认销售收入。
斯普智能	境外销售业务：FOB 模式下，公司在合同约定的装运港将货物交至指定地点，已根据合同或订单的约定将商品装船报关后，确认商品销售收入；EXW 模式下，公司在工厂或其他指定地点将货物交给购货方或其指定的承运人处置后，确认商品的销售收入。
公司	在 FOB 模式下，公司根据合同约定将产品报关、离港、取得提单时确认收入。

综上，公司与同行业可比公司对外销收入不存在显著差异，收入确认方法符《企业会计准则》的规定。

3. 不同贸易方式毛利率差异的合理性

报告期内，公司不同贸易方式的毛利率情况如下：

贸易模式	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	毛利率	占外销收入比例	毛利率	占外销收入比例	毛利率	占外销收入比例
FOB	48.99%	64.15%	51.81%	42.28%	51.47%	38.30%
寄售	52.12%	6.80%	50.39%	26.08%	47.81%	30.48%
腾龙国际转售	52.11%	29.06%	54.43%	31.64%	57.30%	31.22%
合　计	50.11%	100.00%	52.27%	100.00%	52.17%	100.00%

报告期内，公司采用寄售模式和 FOB 模式的毛利率有所差异主要系不同贸易模式客户群体和产品结构等多重因素影响导致。公司寄售模式下全部为对 Watkins 的收入，而 FOB 模式下主要为 Blue Falls、S.R.Smith 等客户，因此毛利率有所差异。

寄售模式下，公司主要客户、毛利率和收入占比等情况如下：

客户名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	毛利率	占寄售模式收入比	毛利率	占寄售模式收入比	毛利率	占寄售模式收入比
Watkins		100.00%		100.00%		100.00%
合　计		100.00%		100.00%		100.00%

FOB 模式下，公司主要客户、毛利率和收入占比等情况如下：

客户名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	毛利率	占 FOB 模式收入比	毛利率	占 FOB 模式收入比	毛利率	占 FOB 模式收入比
Watkins		56.71%		4.39%		1.93%

Blue Falls		22.51%		50.36%		48.17%
S.R.Smith		6.55%		8.95%		9.11%
合　计		85.76%		63.70%		59.21%

由上表可知，2020-2021 年，FOB 模式下公司主要客户为 Blue Falls，随着 2022 年 2 月 Watkins 由寄售改为直销模式，2022 年度 FOB 模式下 Watkins 的占收入比由 2020 年度的 1.93%上升至 2022 年度的 56.71%，而 Blue Falls 的收入占比由 2022 年度的 48.17%下降至 22.51%，因此 2022 年度毛利率有所下滑。

综上，公司寄售模式和 FOB 模式下的毛利率有所差异主要系客户群体和产品结构差异导致，毛利率差异具有合理性。

（三）说明外销收入与海关数据、出口退税数据的差异情况和差异原因，境外销售是否实现真实销售；外销是否由中信保等保险机构承保及具体情况，主要境外客户的资信情况，海外销售数据与中信保数据的差异情况及差异原因；报告期内对境外各地区出口所需资质及认证情况，是否存在被检查及处罚风险

1. 外销收入与海关数据、出口退税数据的差异情况和差异原因，公司境外销售是否实现真实销售

报告期内，公司采取子公司转售的方式对境外进行销售：(1)非寄售模式下，通过香港子公司对外销售，按照货物装船离港时间确认收入；(2)非寄售模式下，通过美国子公司对外销售，按照货物发运且客户签收时间确认收入，且美国子公司存在库存。(3)寄售模式，按照客户领用后确认收入。故海关数据、出口退税数据与外销收入可比性不高，而与公司对境外子公司的销售收入可比性较高。

(1) 公司对境外子公司的销售收入与海关数据的差异情况和原因

单位：万元

项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
①海关报关金额[注]	35,973.27	33,555.75	19,606.23
②对境外子公司销售金额	36,889.33	33,730.56	19,833.56
③差异金额（③=②-①）	916.06	174.81	227.33
其中：模具销售未报关收入	792.89	360.47	107.15
收入确认时间与海关系统录入时间差及其他	123.17	-185.65	120.19

[注] 海关报关数据已折算成人民币金额

海关出口金额与对境外子公司销售金额差异原因为模具等销售收入因实物未出口，未在海关系统进行申报（已视同内销缴纳增值税）；其余主要为外销收入确认与海关系统录入存在时间差，报告期内公司收入确认时间与海关系统录入时间差及其他总计为 57.71 万元，占报告期内对境外子公司销售总额的比例为 0.06%，差异较小。

(2) 公司对境外子公司的销售收入与出口退税申报数据差异情况和原因

单位：万元

项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
①出口退税申报金额[注]	36,733.23	35,484.95	16,616.00
②对境外子公司销售金额	36,889.33	33,730.56	19,833.56
③差异金额（③=②-①）	156.10	-1,754.39	3,217.56
其中：模具销售未报关收入	792.89	360.47	107.15
收入确认时间与出口退税申报时间差及其他	-636.79	-2,114.85	3,110.42

[注] 出口退税申报数据为退税申报系统离岸人民币金额

出口退税申报金额与境外子公司销售金额差异原因为模具销售收入因实物未出口，未在海关系统进行申报（已视同内销缴纳增值税）；剩余的主要为外销收入确认与出口退税申报存在时间差。

其中，2020、2021 年度时间差异金额较大原因系，公司在海关的备案登记变更后，于 2020 年末集中处理了货代按公司旧海关编码报关货物的出口退税事项，导致公司本应在 2020 年 12 月正常申报的出口退税销售金额，延迟到了 2021 年 1 月份申报退税，此部分金额为 2,295.57 万元。剔除此事项后，收入确认时间与出口退税申报时间差及其他的金额如下：

单位：万元

项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
收入确认时间与出口退税申报时间差及其他	-636.79	180.72	814.85

剔除上述事项后，收入确认与出口退税数据差异主要为，公司次月初申报上月账面确认的收入，因而导致的时间差异。报告期内公司收入确认时间与出口退税申报时间差及其他总计为 358.78 万元，占报告期内对境外子公司销售总额的比例为 0.40%，差异较小。

(3) 公司通过境外子公司实现对外销售情况

报告期内，公司对子公司销售金额与外销收入勾稽差异如下：

单位：万元

项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
①境外子公司购入成本(即母公司对境外子公司销售金额)	36,889.33	33,730.56	19,833.56
②境外子公司购入期初余额	6,797.63	4,562.40	3,847.02
③境外子公司购入期末余额	6,367.91	6,797.63	4,562.40
④其他[注]	227.82	27.77	
⑤境外子公司存货采购结转成本(即外销收入对应的成本)=①+②-③-④	37,091.23	31,467.56	19,118.18
⑥境外子公司运费成本	1,319.10	1,046.97	675.71
⑦外币报表折算影响成本	1,179.87	-243.68	-248.42
⑧销售成本=⑤+⑥+⑦	39,590.20	32,270.85	19,545.47
⑨外销收入	42,570.75	34,968.79	21,342.82
⑩差异=⑨-⑧	2,980.55	2,697.94	1,797.35
其中：凡风润博留存毛利	1,434.79	1,226.70	636.50
腾龙国际留存毛利	1,545.76	1,471.24	1,160.85

[注] 其他为公司对泰国子公司依凡润博的固定资产以及低值易耗品销售金额，报告期内泰国子公司尚未实现对外销售

公司外销收入与对境外子公司的销售存在差异，主要系公司通过境外子公司转售的方式实现销售，境外子公司期末有结余存货，并且境外子公司保留了维持境外经营用的部分毛利。如上表公司对子公司销售金额与外销收入勾稽差异合理。公司的境外销售已实现真实销售。

1）报告期内，公司通过境外子公司转售的方式实现对外销售，子公司对外销售具体情况

单位：万元

项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
子公司凡风润博转售	30,196.16	23,898.88	11,334.20
子公司腾龙国际转售	12,374.59	11,069.91	10,008.62

合　计	42,570.75	34,968.79	21,342.82

2）子公司凡风润博、腾龙国际期末结余存货，留存利润情况

凡风润博转售：

项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
①存货购入成本(即母公司对凡风润博销售金额)	25,300.77	23,930.46	12,469.84
②凡风润博存货期初结余	2,884.62	1,755.68	8.32
③凡风润博存货期末结余	9.31	2,884.62	1,755.68
④存货采购结转成本=①+②-③	28,176.08	22,801.52	10,721.70
⑤外币报表折算影响成本	585.29	-129.34	-24.78
⑥总销售成本=④+⑤	28,761.37	22,672.18	10,697.70
⑦销售收入	30,196.16	23,898.88	11,334.20
⑧销售毛利=⑦-⑥	1,434.79	1,226.70	636.50
⑨毛利留存率=⑧/⑦	4.76%	5.13%	5.62%

腾龙国际转售：

项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
①存货购入成本(即母公司对腾龙国际销售金额)	11,360.74	9,772.33	7,363.72
②腾龙国际存货期初结余	3,913.01	2,806.72	3,838.70
③腾龙国际存货期末结余	6,358.60	3,913.01	2,806.72
④存货采购结转成本=①+②-③	8,915.15	8,666.04	8,395.70
⑤运费成本	1,319.10	1,046.97	675.71
⑥外币报表折算影响成本	594.58	-114.34	-223.64
⑦总销售成本=④+⑤+⑥	10,828.83	9,598.67	8,847.77
⑧销售收入	12,374.59	11,069.91	10,008.62
⑨销售毛利=⑧-⑦	1,545.76	1,471.24	1,160.85
⑩毛利留存率=⑨/⑧	12.49%	13.29%	11.60%

报告期内，凡风润博、腾龙国际利润留存率较稳定，凡风润博的毛利留存率分别为 5.62%、5.13%、4.76%，腾龙国际的毛利留存率分别为 11.60%、13.29%、12.49%。各子公司毛利留存率系根据其承担的功能定位比例和风险比例确定的，其内部交易定价详见本说明三(五)相关回复内容。

综上，公司外销收入与对境外子公司的销售存在差异，主要系公司通过境外子公司转售的方式实现销售，境外子公司期末有结余存货，并且境外子公司保留了维持境外经营用的毛利。

2. 外销是否由中信保等保险机构承保及具体情况，主要境外客户的资信情况，海外销售数据与中信保数据的差异情况及差异原因

公司外销由中信保及人保保险机构进行承保。

(1) 报告期内，公司外销承保的具体情况如下：

考虑外销客户主要为国际知名公司，规模较大且信用状况良好，信用风险的较低，公司海外销售的参保范围为主要客户每月未回款且大于 2 万美金的赊销销售，由公司业务部门，于每月初将上月的销售发票明细，导入中信保及人保信保机构系统申请参保。

(2) 报告期内，公司主要境外客户的资信情况如下：

序号	客　户	所在地	资信情况
1	Watkins Manufacturing Corporation	美国	1977 年成立，上市公司 Masco 的子公司，世界领先的水疗按摩缸和水上健身产品制造商，实力较强，违约风险较小，合作以来一直保持良好的合作关系。
2	Bullfrog International LLC	美国	1996 年成立，市场上最具创新性和最先进的水疗按摩缸制造商，合作以来一直保持良好的合作关系。
3	Blue Falls Manufacturing Ltd	加拿大	1994 年成立，合作以来一直保持良好的合作关系，整体资信情况较好。
	Blue Falls USA,LLC	美国	2010 年成立，Blue Falls Manufacturing Ltd 的美国分公司，合作以来一直保持良好的合作关系，整体资信情况较好。
4	S.R.Smith,LLC	美国	1931 年成立，合作以来一直保持良好的合作关系，整体资信情况较好。
5	Strong Spas	美国	1905 年成立，合作以来一直保持良好的合作关系，整体资信情况较好。

(3) 报告期内，公司海外销售收入与中信保及人保参保数据差异情况如下：

2022 年度

单位：万元

客　户	外销收入	参保数据	差异金额	差异率
Watkins Manufacturing Corporation	18,360.30	17,120.90	1,239.40	6.75%
Bullfrog International LLC	9,722.14	4,715.92	5,006.22	51.49%
Blue Falls Manufacturing Ltd	6,146.98	6,227.60	-80.62	-1.31%

Strong Spas	961.12	828.78	132.34	13.77%
S.R.Smith,LLC	1,787.50	891.22	896.28	50.14%
Crtstal Clear Spa & Leisure Products Inc	488.29	354.76	133.53	27.35%
合　计	37,466.33	30,139.18	7,327.15	19.56%

2021 年度

单位：万元

客　户	外销收入	参保数据	差异金额	差异率
Watkins Manufacturing Corporation	9,748.70	9,303.21	445.49	4.57%
Bullfrog International LLC	7,609.85	4,341.55	3,268.30	42.95%
Blue Falls Manufacturing Ltd	7,449.64	7,605.10	-155.46	-2.09%
Strong Spas	1,200.94	691.93	509.01	42.38%
S.R.Smith	1,323.07	1,026.04	297.03	22.45%
Crtstal Clear Spa & Leisure Products Inc	561.46	473.17	88.29	15.73%
合　计	27,893.66	23,441.00	4,452.66	15.96%

2020 年度

单位：万元

客　户	外销收入	参保数据	差异金额	差异率
Watkins Manufacturing Corporation	6,661.89	3,880.34	2,781.55	41.75%
Bullfrog International LLC	4,529.07	2,263.06	2,266.01	50.03%
Blue Falls Manufacturing Ltd	3,944.54	3,564.32	380.22	9.64%
Strong Spas	775.33	596.82	178.51	23.02%
S.R.Smith	744.88	548.15	196.73	26.41%
Crtstal Clear Spa & Leisure Products Inc	286.58	245.98	40.60	14.17%
合　计	16,942.29	11,098.67	5,843.62	34.49%

注:参保数据为原币折算金额，差异金额包含折算差异

参保金额随着公司外销收入增长而增长，具有一定的匹配性。海外销售收入与参保数据的主要差异说明如下：①本月已销售并回款的外销收入不在参保范围内；②实物未报关的模具外销收入为预收款销售，不在参保范围，2020-2022 年度模具外销收入分别为 49.48 万元、394.66 万元、807.88 万；③2020 年 1 至 3 月份，对客户 Watkins 按已出货未回款的销售金额参保，与当期已确认收入未回

款的金额不一致；④对客户 Bullfrog，由于其信用期为 30 天、回款更为及时，故参保金额占外销收入的比例相对较低，参保数据与外销收入的差异率较其他客户大；⑤金额小于 2 万美金的外销收入，不在参保范围。

3. 报告期内对境外各地区出口所需资质及认证情况，是否不存在被检查及处罚风险

报告期内，公司境外销售的客户主要集中在北美洲的美国、加拿大以及欧洲地区，境外销售的按摩缸配件产品主要应用于家庭用水疗按摩缸等。

公司在向境外出口产品前会了解出口地区及客户对销售产品的资质和认证要求，并按照要求提前获得资质或认证，公司已取得行政许可、备案、注册或者认证。具体情况如下：

(1) 出口销售相关的资质

序号	主体	证书名称	编号	发证单位	发证日期	有效期至	是否覆盖报告期
1	公司	对外贸易经营者备案登记表	04785177		2019.11.01		是
			03668495		2020.01.06		
2	公司	海关进出口货物收发货人备案	4401269 01V	中华人民共和国海关	2019.12.26	长期	是

注：根据《全国人民代表大会常务委员会关于修改<中华人民共和国对外贸易法>的决定》，对外贸易经营者备案登记已于 2022 年 12 月 30 日取消

(2) 主要境外认证证书

序号	产品类别	认证产品	申请人	生产商	国家/地区	认证标准	认证时间	有效期至
A01	户外按摩浴缸灯	两线系统浴缸灯及其控制器	公司	公司	欧洲	CE	2020-03-26	/
A02		两线系统浴缸灯及其控制器	公司	公司	北美洲	ETL	2022-07-25	/
A03		四线系统浴缸灯	公司	公司	欧洲	CE	2021-10-19	2026-10-18
A04		方形灯迷你灯组单元系统	公司	公司	欧洲	CE	2022-05-18	2027-05-17
A05		方形灯迷你灯组单元系统	公司	公司	欧洲/北美洲	RoHS	2022-04-26	/
A06		EP 四线系统浴缸灯	公司	公司	欧洲	CE	2021-10-19	2026-10-18
A07		EP 四线系统浴缸灯	公司	公司	澳洲	RCM	2021-11-05	2026-11-04
A08		E+四线系统浴缸灯及其控制	公司	公司	北美洲	ETL	2020-04-02	/

序号	产品类别	认证产品	申请人	生产商	国家/地区	认证标准	认证时间	有效期至
A09		客户定制浴缸灯及灯条	公司	公司	北美洲	ETL	2022-05-09	/
A10		客户定制浴缸灯及灯条	公司	公司	欧洲/北美洲	RoHS	2020-10-28	/
A11		客户定制浴缸灯及配件	公司	公司	欧洲/北美洲	RoHS	2022-10-19	/
A12		客户定制浴缸灯及配件	公司	公司	欧洲/北美洲	REACH	2022-10-19	/
A13		客户定制浴缸灯及配件	公司	公司	北美洲	CA Prop 65	2022-10-19	/
B01	户外按摩浴缸配件	客户定制浴缸配件(塑胶)	公司	公司	欧洲/北美洲	RoHS	2020-10-28	/
B02		氯发生器	公司	公司	欧洲/北美洲	RoHS	2021-11-17	/
B03		氯发生器	公司	公司	欧洲/北美洲	REACH	2021-11-17	/
B04		氯发生器	公司	公司	北美洲	CA Prop 65	2021-11-17	/
B05		客户定制香薰组件(薰衣草)	公司	公司	欧洲/北美洲	MSDS	2021-09-30	/
B06		回水器	公司	公司	北美洲	UL	2022-12-06	/
B08		电磁水疗器	公司	公司	北美洲	ETL	2022-07-25	/
B09		客户定制浴缸产品的主要塑胶原材料	公司	公司	欧洲/北美洲	RoHS	2022-11-09	/
B10		客户定制浴缸产品的主要塑胶原材料	公司	公司	欧洲/北美洲	REACH	2022-11-09	/
B11		客户定制浴缸产品的主要塑胶原材料	公司	公司	北美洲	CA Prop 65	2022-11-09	/
C01	泳池水底灯	T 款泳池灯	S.R.Smith,LLC	公司	欧洲	CE	2022-08-15	/
C02		T 款泳池灯	S.R.Smith,LLC	公司	澳洲	RCM	2020-04-22	/
C03		T 款泳池灯	S.R.Smith,LLC	公司	北美洲	ETL	2022-07-27	/
C04		无线供电泳池灯	S.R.Smith,LLC	公司	欧洲	CE	2022-06-28	/
C05		无线供电泳池灯	S.R.Smith,LLC	公司	澳洲	RCM	2022-06-28	2027-08-12
C06		无线供电泳池灯	S.R.Smith,LLC	公司	北美洲	FCC	2022-05-11	/
C07		无线供电泳池灯	S.R.Smith,LLC	公司	北美洲	ETL	2022-07-29	/
C08		无线供电泳池灯	S.R.Smith,LLC	公司	欧洲/北美洲/澳	IP69K	2021-11-29	/
C09		壁挂式泳池灯	S.R.Smith,LLC	公司	北美洲	FCC	2021-11-18	/

序号	产品类别	认证产品	申请人	生产商	国家/地区	认证标准	认证时间	有效期至
C10		壁挂式泳池灯	S.R.Smith,LLC	公司	北美洲	ETL	2021-12-02	/
C11		WA 泳池灯(2 个系列共 17 个型	S.A.S.W.A.CONCEPTION	公司	欧洲	CE	2022-11-17	/
C12		EP 浴缸灯串	公司	公司	北美洲	ETL	2023-01-17	/
C13		EP 浴缸灯串	公司	公司	北美洲	FCC	2022-11-08	/
C14		EP 浴缸灯串	公司	公司	欧洲	CE	2022-11-08	/
D01	装饰灯	刺穿球泡&模块灯	公司	公司	北美洲	ETL	2020-08-17	/
D02		球泡灯&像素灯	公司	公司	北美洲	ETL	2020-08-21	/
D04		VIVID 高空条屏	Vivid RGB Lighting LLC	公司	北美洲	ETL	2022-11-08	/

注：部分产品系公司为客户独家设计而成，产品设计采用的专利技术系公司拥有，客户拿到公司独家设计的产品申请资格认证

综上，公司已取得出口一般货物所需的出口资质以及境外各地区出口客户要求的相关认证，目前不存在被检查并受到重大行政处罚的风险。

（四）说明国际贸易政策、航运波动、经济政治环境变化等因素对外销业务的具体影响，发行人应对相关风险的具体措施

报告期内，公司主营业务收入按地区分布如下所示：

单位：万元

项　目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境外	42,570.75	96.76%	34,968.79	89.91%	21,343.58	88.67%
北美洲	40,135.06	91.22%	30,931.18	79.53%	18,603.71	77.29%
其中：美国	32,889.34	74.75%	21,878.09	56.25%	13,944.80	57.93%
加拿大	7,241.07	16.46%	9,043.72	23.25%	4,651.07	19.33%
欧洲	2,096.45	4.76%	3,420.42	8.79%	2,432.36	10.11%
大洋洲	261.48	0.59%	481.86	1.24%	209.24	0.87%
其他	77.75	0.18%	135.14	0.35%	98.28	0.41%
境内	1,426.24	3.24%	3,924.97	10.09%	2,726.84	11.33%
合　计	43,996.98	100.00%	38,893.77	100.00%	24,070.42	100.00%

根据上表，公司主营业务收入实现方式以境外销售为主，主要来源于美国和加拿大，合计占主营业务收入比例合计分别为 77.26%、79.50%和 91.21%。

1. 航运国际贸易政策对公司外销业务的具体影响

报告期内，除美国向中国发起了多轮贸易战，对自中国进口商品加征关税外，其他国家对公司产品没有特别的限制性贸易政策。因此，国际贸易政策的影响主要体现在中美贸易摩擦的影响。

(1) 国际贸易政策对公司外销业务的影响

自 2018 年 7 月 6 日起，美国对中国 340 亿美元商品加征 25%关税，公司对美国出口的氯发生器产品（整套）在此次加征关税商品清单之列。2018 年 9 月 24 日起，美国开始对 2,000 亿美元的中国输美产品加征 10%关税，公司对美国出口的氯发生器产品（插件）和泳池灯产品在此次加征关税商品清单之列。2019 年 5 月 10 日起，美国对 2,000 亿美元的进口商品加征 25%关税，公司对美国出口的氯发生器产品（插件）和泳池灯在此次加征关税商品清单之列。

截至本说明出具日，公司主要产品加征关税税率的具体情况如下：

产品类别	美国商品编码	2019 年 5 月至今	2018 年 9 月至 2019 年 5 月	2018 年 7 月至 2018 年 9 月
氯发生器（插件）	8543.90.8885	25%	10%	0%
氯发生器（整套）	8543.30.9080	25%	25%	25%
泳池灯	9405.42.8200	25%	10%	0%

2020 年至 2022 年，公司向美国地区销售产品中属于加征关税产品的销售金额及占比情况如下：

单位：万元

产品类型	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
泳池灯	1,754.47	3.98%	1,336.99	3.43%	734.74	3.04%
氯发生器	5,466.11	12.39%	2,161.55	5.54%	1,325.92	5.49%
合　计	7,220.58	16.37%	3,498.54	8.97%	2,060.67	8.54%

注：上表中的销售收入占比为该产品出口至美国的销售收入占公司全部营业收入的比重

根据上表，报告期内，公司加征关税的产品销售收入逐年增长，美国对从中国进口上述商品加征关税的行为并未降低公司产品的竞争力，未对公司出口美国业务造成不利影响。

(2) 公司的应对措施

1）加强与美国地区客户的沟通

公司对美销售客户自行承担关税成本。公司主要美国客户具有一定的价格消化能力，美国政府公布加征关税后，公司与美国客户积极及时地进行了沟通，以确保加征关税事项不影响美国地区客户与公司的合作。

2）设立泰国子公司开展生产活动

2017 年 10 月，公司于泰国曼谷设立全资子公司依凡润博，作为公司主要产品的境外生产工厂，截至报告期末，依凡润博已开始试生产。根据公司的规划，依凡润博的水疗按摩池灯光产品计划产能为 380 万个/年，约为 2022 年公司灯光系统总产量的 50%，随着泰国子公司的不断扩产，产品会通过泰国子公司出口销售，进一步降低中美贸易战等国际贸易政策对公司的不利影响。

3）提供丰富的产品系列，增加客户粘性

2006 年，公司设立初期的产品以浴缸盖/罩、浴缸盖支架、扶手等附件产品为主，另有少部分按摩喷嘴、按摩喷嘴座、LED 灯、管件、阀门等水疗按摩缸配件。公司不断拓展产品种类，丰富产品线，目前的主要产品按功能分为按摩产品、水处理产品、灯光产品和附件产品。公司的主要客户 Watkins、Blue Falls、Bullfrog 均向公司采购多种类型的产品，具体情况如下：

客户名称	产品类型	产品名称
Watkins	灯光产品	浴缸灯、灯光系统配件（连接线、控制盒、灯条）等
	水处理产品	氯发生器、过滤筒、撇渣器等
	按摩产品	喷嘴、喷嘴座等
	附件产品	浴缸支架、锁母、O 型圈等
Blue Falls	灯光产品	浴缸灯、灯光系统配件（连接线、控制盒、灯条）等
	水处理产品	过滤芯、氯发生器、过滤筒、空气阀、分水阀等
	按摩产品	喷嘴、喷嘴座、枕头等
	附件产品	浴缸盖/罩、支架等
Bullfrog	灯光产品	浴缸灯、灯光系统配件（连接线、控制盒、灯条）等
	水处理产品	水帘、回水器、过滤筒、撇渣器等
	按摩产品	喷嘴、喷嘴座、枕头等
	附件产品	裙边等

根据上表，公司向主要客户销售的种类较多，下游客户对公司的依赖性较强。

同时，依赖自主技术创新，公司自主开发新产品，推动下游客户的产品升级，得到了下游客户的认可，增强了客户粘性。

4）进一步开拓全球市场

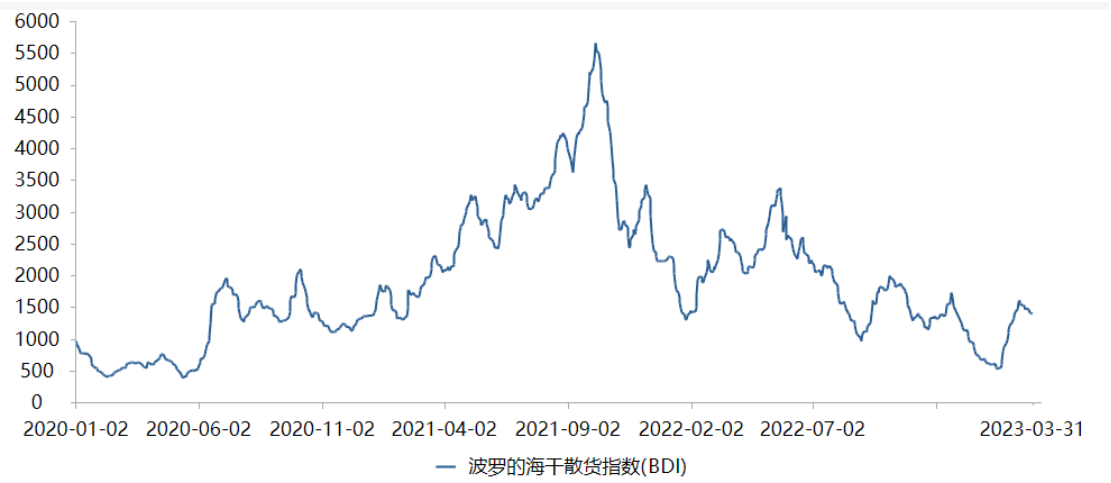
在保持与美国客户的良好合作关系的基础上，公司进一步加强国内市场及全球其他国家与地区的市场开拓，重点挖掘欧洲市场的业务机会，从而降低中美贸易摩擦对于公司业务经营的整体性风险。

2. 航运波动对公司外销业务的具体影响

报告期内，公司大部分客户采用 FOB 模式销售，海运成本上涨未对公司的经营业绩造成不利影响；公司的部分客户是美国子公司发货，广州工厂运至美国子公司的海运成本由公司自行承担，公司主要通过提高单价的方式转嫁海运费成本的影响，海运成本上涨未对公司的经营业绩造成不利影响。具体情况如下：

(1) 航运波动的具体情况

2021 年上半年起，全球海运体系的失衡，全球海运运力严重不足，导致海运费持续上涨。但 2021 年 9 月以来，波罗的海干散货指数（BDI）大幅度回落，运力紧张有所缓解，海运费价格有较大幅度下降，目前已趋于平稳。波罗的海干散货指数（BDI）如下图所示：



注 1：数据来源：Choice 数据

注 2:波罗的海干散货指数(BDI)是由几条主要航线的即期运费(Spot Rate)加权计算而成，指数的涨跌反映运费价格的高低及国际海运景气程度

根据上表，海运成本于 2021 年 9 月达到峰值，此后开始回落，截至目前，海运成本处于平稳小幅波动的状态。

(2) 公司海运的具体情况

公司外销收入主要以 FOB 方式形式结算，即公司按照合同规定的装运港，在规定期限内送达出口货运代理指定仓库并等待装运，在货物越过船舷后被视为产品交付。在 FOB 结算方式下，公司仅承担将货物运送至国内装运港口的国内陆运

费用，不承担产品的海运费用。因此海运费波动对公司该类业务没有造成明显的不利影响，对主要客户的生产经营、合作关系、货运发货和清关时效等方面均未造成直接重大不利影响。

报告期内，公司的部分客户 Bullfrog 等客户是直接向美国子公司下单，在该种销售模式下，公司广州工厂先将产品运往美国子公司，再由美国子公司运往客户，其中广州运至美国地区的运输费用包含在了产品报价中。

报告期内，公司海运费及对应收入情况如下表：

单位：万元

期　间	2022 年	2021 年	2020 年
海运费	912.73	703.23	383.52
对应的营业收入	12,374.59	11,069.91	10,006.99
占　比	7.38%	6.35%	3.83%

根据上表，公司的海运费占对应收入的比重逐年增长。根据中国出口集装箱运价综合指数(CCFI),2020 年-2022 年的指数平均值分别为 976.77 点、2,615.54 点、2,792.14 点,2021 年较 2020 年增长 167.77%,2022 年较 2021 年增长 6.75%，运价的增长推动了公司运费的增长，报告期内公司海运费的增长趋势与 CCFI 趋势一致。该比重处于较低水平，海运费波动对公司业绩的直接影响较小。

公司外销以 FOB 模式为主，在该种模式下公司不承担运费，仅在通过美国子公司转售实现的销售收入才需要承担海运成本，该种方式实现的平均毛利率高于 FOB 模式，海运成本波动对公司的影响较小。同时，随着海运成本上涨，公司向下游客户提出涨价要求，以转嫁海运费上涨对公司经营业绩的影响。

综上所述，海运成本波动对公司的影响较小，报告期内海运成本上涨未对公司的经营业绩造成重大不利影响。

(3) 公司的应对措施

为应对海运成本波动对公司产生的影响，公司主要采取以下措施：

1) 加强与客户的沟通

公司销售主要采用 FOB 模式，由客户承担海运成本。公司主要客户具有一定的价格消化能力，公司与客户积极及时地进行了沟通，合理安排订单生产和运输，以确保海运成本的上升不影响客户与公司的合作。

对于部分直接向美国子公司下单的客户，公司广州工厂将产品运往美国子公

司的海运费用由公司承担，上述费用包含在了产品报价中，公司积极通过协商沟通将上述成本上涨体现在产品价格中，减少海运成本上涨对公司的影响。

2）积极保障国际物流运输能力

为应对国际海运运力紧张、集装箱供应不足的情况，公司合理安排订单并组织生产，避免订单交付延误；积极联系多方货运渠道，缓解海运运力紧张、运费上涨对公司业务的影响。

3. 经济政治环境对公司外销业务的具体影响

2022 年 2 月下旬俄罗斯与乌克兰发生冲突，截至本说明出具日，俄乌战争冲突尚未结束。2022 年 3 月 17 日，商务部召开例行新闻发布会表示，中方将继续本着相互尊重、平等互利的原则，与俄罗斯和乌克兰开展正常的经贸合作。公司在俄乌地区的业务仍在正常开展。

报告期内，公司在俄罗斯和乌克兰市场的销售收入及占比情况如下：

单位：万元

项　目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	收入占比	金额	收入占比	金额	收入占比
欧洲地区	2,096.45	4.76%	3,420.42	8.79%	2,432.36	10.11%
其中：俄罗斯	10.37	0.00%	12.68	0.00%	4.08	0.00%
乌克兰						
全部外销收入	42,570.75	96.76%	34,968.79	89.91%	21,343.58	88.67%

根据上表，公司销往欧洲地区的销售收入较低，其中，销往俄罗斯的产品销售收入较少，主要为装饰灯产品，不是应用在水疗按摩池中，不属于公司的主要产品。公司产品未销往乌克兰地区。报告期内，公司受俄乌冲突的影响较小，不会对公司外销业务稳定性构成重大不利影响。

（五）说明报告期境内主要客户情况，按照境内主要客户和产品种类，说明销售单价、收入及占比、毛利率等的变化原因及合理性

报告期内，公司境内主要客户的明细如下：

单位：万元、元/个

2022 年度					
序号	客户名称	销售收入	销售单价	占内销收入比例	毛利率

1	广东水晶岛智能健康股份有限公司	699.46	6.97	49.04%	
2	广州市天滢卫浴科技有限公司	195.74	8.36	13.72%	
3	广州市寰通实业有限公司	110.02	9.12	7.71%	
4	广东欧威斯科技有限公司	63.58	8.27	4.46%	
5	南通佳景健康科技股份有限公司	59.10	5.88	4.14%	
合　计		1,127.91	7.34	79.08%	

2021 年度

1	广东水晶岛智能健康股份有限公司	926.99	5.66	23.62%	
2	广州市天滢卫浴科技有限公司	624.84	6.18	15.92%	
3	广州市寰通实业有限公司	460.60	9.00	11.74%	
4	南通佳景健康科技股份有限公司	452.82	12.33	11.54%	
5	广州蒙娜丽莎卫浴股份有限公司	296.25	5.17	7.55%	
合　计		2,761.50	6.73	70.36%	

2020 年度

1	广东水晶岛智能健康股份有限公司	609.77	5.87	22.36%	
2	南通佳景健康科技股份有限公司	396.79	7.71	14.55%	
3	广州市天滢卫浴科技有限公司	384.69	6.76	14.11%	
4	佛山市南海贺泺卫浴有限公司	268.29	6.48	9.84%	
5	广州市寰通实业有限公司	221.63	8.52	8.13%	
合　计		1,881.17	6.73	68.99%	

报告期内，公司境内销售产品的金额、单价和毛利率情况如下：

单位：万元、元/件

项　目	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	金额	单价	毛利率	金额	单价	毛利率	金额	单价	毛利率
水疗按摩缸按摩产品	590.89	8.36	45.72%	1,400.08	7.58	52.98%	933.12	7.57	57.44%
水疗按摩缸灯光产品	359.59	8.29	17.82%	1,139.62	7.97	46.36%	842.19	7.55	43.53%
水疗按摩缸水处理产品	292.32	13.65	19.35%	738.50	12.19	36.88%	543.43	12.29	47.10%
水疗按摩缸附件产品	176.61	4.24	17.94%	633.31	3.69	34.29%	378.29	3.30	34.16%
其他	6.82	0.96	23.56%	13.47	1.80	-63.14%	29.80	0.87	-5.28%
合　计	1,426.24	7.74	29.73%	3,924.97	6.92	44.61%	2,726.84	6.37	47.17%

报告期内，公司境内销售收入呈先上升后下降的变动趋势，2021 年度，公司销售的各类产品收入均大幅上涨，主要系 2021 年度下游行业发展较为景气，水疗按摩缸配件产品市场需求增加，公司销售数量增加。

2022 年度，公司各类产品销售收入有所下滑，主要受国内经济、社会等不可抗力因素的影响，国内经济下行压力较大，下游市场需求疲软导致水疗按摩缸配件的市场需求减少。

报告期内，2022 年度公司产品单价有所上升，主要系产品结构波动导致。公司原材料品种较多，以塑料件及金属件为主；原材料采购成本主要受原材料市场价格影响，报告期内，公司主要原材料单价变动情况如下：

单位：元/件

项　目	2022 年		2021 年		2020 年
	单价	变动率	单价	变动率	单价
塑胶原料	17.79	2.60%	17.34	15.29%	15.04
电子元器件	0.18	0.00%	0.18	28.57%	0.14
五金	2.89	134.96%	1.23	29.47%	0.95
线材	1.54	45.28%	1.06	9.28%	0.97
包材	0.48	-12.73%	0.55	-6.78%	0.59

由上表可看出，报告期内，公司主要原材料平均采购单价呈逐年上涨的变动趋势，受原材料价格普涨影响，毛利率有所下降。

2022 年度，公司内销毛利率较低的原因：(1)原材料采购单价逐年上涨，公司对内销客户未提过价，与外销客户的毛利率相比较低；(2)公司对客户天滢卫浴在 2022 年给予单价返利补偿，返利金额约 37.8 万元，对内销客户的毛利率下降影响较大；(3)公司逐渐进入销售淡季以及国内经济下行因素影响，市场需求有所回落影响，产能利用率相较上年度有所下降，产能利用率由 2021 年度的 101.54%下降至 2022 年度的 84.05%，由于固定成本是一定的，因此单位产品分摊的制造费用和单位人工均大幅上涨，因此公司 2022 年内销毛利率有所降低。

（六）针对境外销售收入真实性及截止性的具体核查方法、核查程序、核查比例和核查结论

1. 对境外销售收入真实性核查方法及程序

(1) 了解与收入确认相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是

否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性。具体包括获取公司与收入相关的内部控制制度文件，对财务人员和销售人员进行访谈，选取样本进行穿行测试及控制测试；

(2) 检查公司各类业务的收入确认方法是否符合公司实际经营情况，与主要销售合同条款及实际执行情况是否一致，是否符合《企业会计准则》的规定；了解公司的信用政策、结算方式等是否在报告期内发生重大变化等；核查具体情况见本说明三(二)相关回复内容；

(3) 对营业收入及毛利率按月度、产品、客户等实施实质性分析程序，识别是否存在重大或异常波动，并查明波动原因；查阅同行业可比公司披露的年度报告、招股说明书等资料，检查其与公司毛利率是否存在重大差异；

(4) 针对境外客户，我们查阅了主要客户的官方网站、公开资料，获取了中信保及人保信保机构查询的资信报告，通过相关资料核实了客户的公司地址、经营业务以及客户是否属于境外知名企业、上市公司，是否与公司存在关联关系等。核查的范围包含且不限于申报期外销的前十大客户。报告期内，我们已获取资信报告的境外客户累计数为 35 家；

(5) 走访及函证：我们前往美国实地走访公司的主要客户，实地走访了公司前五大客户 Watkins、Blue Falls、Bullfrog、S.R.Smith、Strong Spas 及小客户 Harmonic Spa，参观了客户的主营生产经营地点，包括生产线和仓库，了解客户与公司的合作历史和背景及 Watkins、Blue Falls、Bullfrog 的整缸销售情况，实地查看了客户仓库内的产品，重点关注腾龙健康向其销售的产品情况，并走访主要 4 家水疗按摩缸门店，了解水疗按摩缸的市场情况及公司客户产品的销售定位情况。同时走访了主要境内客户，对其与公司的合作历史、合作情况、交易情况、是否存在关联方关系等进行了核查；

2020 年至 2022 年半年度，实地走访的销售金额占比为 79.51%、80.55%、87.84%。2020 年至 2022 年，客户函证的回函金额占审定金额的比例为 90.28%、90.96%、93.79%。核查具体情况见本说明五(七)相关回复内容；

(6) 公司在北美地区的竞争对手主要为 CMP，其为上市公司 Fluidra 的子公司，我们查阅了公开资料，分析其业绩波动、毛利率情况等，与公司的相关情况进行比对分析，同时结合其他可比公司的公开数据分析公司业绩波动、毛利率情况；

(7) 在审计人员亲自查看下，获取公司财务人员直接从电子口岸系统导出的海关电子口岸数据、出口免抵退数据并与账面记录核对，核查差异情况；
具体情况见本说明五(三)相关回复内容；

(8) 检查公司销售合同、 出库单、报关单、货运提单(运单)、寄售领用单、发票、货运签收记录、回款凭证等，对销售收入执行细节测试，核查公司销售收入的真实性；

外销销售收入细节测试核查的收入关键单据类型、数量及金额比例如下：

单位：单、万元

项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
货运提单（运单）数量	158	161	115
寄售领用单数量	9	53	14
货运签收记录数量	346	360	347
回款凭证数量	165	209	127
抽查销售额	27,341.60	24,663.28	17,692.51
外销收入金额	42,570.75	34,968.79	21,343.58
抽查占外销收入比例	64.23%	70.53%	82.89%

(9) 获取并检查公司银行流水和收款银行回单，核查主要境外客户大额银行流水、期后回款情况，关注是否存在第三方回款。了解第三方回款的原因，获取客户与第三方签订的代付款协议或付款确认函；

(10) 获取市场权威机构出具的行业研究报告，了解公司主要客户的基本情况、其市场份额、水疗按摩缸产品的市场销售情况等，结合公司销售情况，分析公司收入波动与行业市场、客户收入及产品出货量的匹配性，并查明原因。

2.对境外销售收入截止性核查方法及程序

对销售收入执行截止性测试，确认收入是否记录在正确的会计期间，包括但不限于：

(1) 了解公司不同模式业务流程及销售收入确认政策；

(2) 取得并查阅了公司报告期内销售合同及订单，将出库单、报关单、货运提单(运单)、寄售领用单、发票、货运签收记录等与账务记录核对，检查收入是否确认至正确的期间；

(3) 对公司主要客户进行函证，将客户回函收入数据与公司收入确认核对，

并与公司收入确认时点进行比对，检查收入是否确认至正确期间；

(4) 以抽样方式对资产负债表日前后确认的收入核对至出库单、客户签收单、货运提单(运单)、寄售领用清单等支持性文件，评价收入是否在恰当期间确认。

外销销售收入截止性测试核查的收入关键单据类型、数量及金额比例如下：

截止日前： 单位：单、万元

项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
货运提单（运单）数量	11	12	15
寄售领用单数量		4	6
货运签收记录数量	8	32	15
截止日前抽查销售额	2,083.30	2,421.68	2,141.84
报告期 12 月外销收入	2,283.82	2,450.57	2,450.57
抽查占截止日前外销收入比例	91.22%	98.82%	87.40%

截止日后： 单位：单、万元

项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
货运提单（运单）数量	14	16	17
寄售领用单数量		4	3
货运签收记录数量	9	12	34
截止日后抽查销售额	1,910.54	2,571.30	1,961.15
报告期后 1-2 月外销收入	3,816.39	7,963.96	5,766.29
抽查占截止日后外销收入比例	50.06%	32.29%	34.01%

截止日前后的公司外销销售收入关键单据时点与收入确认时点一致。

3.核查结论

我们认为，公司境外销售收入确认符合《企业会计准则》相关要求，收入确认真实准确，不存在大额跨期确认收入的情形。

(七) 境内外客户函证、实地走访、视频访谈的情况，包括但不限于尽调实施主体、客户数量、收入金额及比例；实地走访客户的选择标准及范围，报告期内实地走访比例波动的原因，是否足已获取充分的核查证据；视频访谈对象、访谈程序、访谈结果的可靠性，相关核查依据是否充分

1. 境内外客户函证

我们对客户执行了函证程序：选取申报期实际执行重要性水平以上的所有样本全部函证，对微小错报重要性和实际执行重要性水平之间采取货币单元抽样方法选样。函证客户总数量为 39 家，函证的销售回函情况及金额比例如下：

单位：万元

项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
营业收入金额①	44,102.46	38,996.65	24,135.12
发函金额②	42,367.74	36,776.80	22,947.15
发函金额占营业收入比例③=②/①	96.07%	94.31%	95.08%
回函直接确认金额④	41,365.20	35,472.88	21,788.90
回函直接确认比例⑤=④/①	93.79%	90.96%	90.28%
未回函替代测试确认金额⑥	1,002.54	1,303.92	1,158.25
核查比例合计⑦=（④+⑥）/①	96.07%	94.31%	95.08%

注：回函直接确认金额包括回函相符部分以及回函不符但回函结果调节后相符部分，回函不符情况详见本说明五(八)相关回复内容。

2. 境内外客户实地走访、视频访谈

我们对公司实施了境外走访核查，本次境外核查的工作主要是四个方面：

(1) 对广州腾龙的境外客户进行了走访，走访客户包括报告期前五大客户 Watkins Manufacturing Corporation、BLUE FALLS MANUFACTURING LTD 和 Blue Falls USA LLC、Bullfrog International LLC、Strong Industries INC、S.R. Smith LLC 以及目前交易金额较小但未来存在较大增长的客户 Harmonic Spa。核实客户的地理位置并记录访谈地址，拍摄照片、视频记录访谈过程，了解客户与腾龙健康的交易情况，查看客户产线的实际生产并拍照，查看仓库中摆放的腾龙健康产品并拍照，在客户的存货管理系统查看腾龙产品的周转及库存结余；

(2) 走访了四家水疗按摩池卖场，了解各品牌产品的销售价格及定位等情况，了解报告期内卖场的产品销售波动情况；

(3) 实地走访了公司美国子公司，了解实地情况并对公司的存货进行了抽盘；

(4) 前往美国银行查询公司银行账户并现场打印银行流水。

同时，我们对公司的主要国内客户进行了走访，对其与公司的合作历史、合作情况、交易情况、是否存在关联方关系等进行了核查。

实地走访时间为 2022 年 9 月 2 日至 2022 月 10 月 24 日，实地走访客户的选

择标准及范围为公司申报各期的前十大客户，走访数量为 13 家，走访的销售金额及比例如下：

单位：万元

项　目	2022 半年度	2021 年度	2020 年度
实地走访金额	22,874.88	31,411.86	19,189.96
营业收入金额	26,040.23	38,996.65	24,135.12
实地走访占比	87.84%	80.55%	79.51%

注：2022 年度我们通过函证予以确认全年数据

由于实地走访客户 S.R.Smith 时，原计划的被访谈对象 Brett Fritts(职位为首席执行官)不在现场，由客户工厂负责人带我们查看和了解实地生产经营。因此，实地走访后我们对其首席执行官补充了视频访谈程序。除上述情况外，我们对客户的走访均通过实地走访完成。

综上所述，我们认为境内外客户的实地走访、视频访谈相关的核查证据充分，访谈结果具有可靠性。

（八）针对客户未回函及回函不符的情况采取的替代性程序及其充分性

1. 报告期内，客户未回函及回函不符的情况如下：

单位：万元

项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
营业收入金额①	44,102.46	38,996.65	24,135.12
未回函金额②	1,002.54	1,303.92	1,158.25
未回函比例③=②/①	2.27%	3.34%	4.80%
未回函替代测试金额④	1,002.54	1,303.92	1,158.25
回函差异金额⑤	876.54	-127.43	-59.62
回函差异比例⑥=⑤/①	1.99%	-0.33%	-0.25%

针对未回函的情况，我们实施了替代程序，包括：检查与交易有关的原始凭证，境外销售通过凡风润博转售的，检查了销售订单、出库单、报关单、货运提单、商业发票以及回款单等；境外销售通过腾龙国际转售的，检查了销售订单、出库单、运单、运单签收记录、商业发票以及回款单等。

针对回函不符的情况，我们获取了客户回函的明细，进一步了解并核查了回函不符原因。对不符的差异明细，我们检查了公司相关交易凭证，包括销售合同、

销售订单、出库单、货运提单、运单签收记录、模具样品合格客户确认记录等。

2. 不符的回函明细及不符差异金额如下：

单位：万元

会计期间	2022 年度				
客户	发函金额	回函金额	差异金额	差异金额拆分	差异事项分类及明细
Bullfrog International LLC	10,001.73	10,879.76	878.03	198.61	①模具事项：2022 年尚未验收合格的编号为 RDM1084、RDM1128、RDM1058、RDM1120 的模具销售，客户按预付口径记录在 2022 年。
				-419.51	②签收与发票时间差事项：2023 年签收的发票号为 IN15968-IN15978 的货物销售，客户记录在 2022 年；2022 年签收 IN12759、IN12760、IN12886、IN13031 货物销售，客户记录在 2021 年。
				78.37	③运费事项：2021 年的发票号为 IN12724-IN12919 对应的运费收入，客户记录在 2022 年。
				1,333.36	④入库超 120 天预收款事项：2022 年腾龙国际入库超过 120 天，Bullfrog 提前支付的货款中尚未发货的部分，客户按预付口径记录在 2022 年。
				-312.8	⑤返利预提事项：发函金额未包含对客户预提的 2022 年销售返利金额，客户已记录在 2022 年。
小　计	10,001.73	10,879.76	878.03	878.03	
Blue Falls Manufacturing Ltd	6,146.98	6,145.46	-1.52	-1.52	其他事项：已发货装船离港的货物，客户未记录。
合　计	16,148.71	17,025.22	876.51	876.51	

会计期间	2021 年度				
客户	发函金额	回函金额	差异金额	差异金额拆分	差异事项分类及明细
Bullfrog International LLC	7,608.49	7,428.64	-179.86	7.13	①模具事项：2021 年尚未验收合格的编号为 RDM0712、RDM0713 模具销售，客户按预付口径记录在 2021 年。
				-26.44	②签收与发票时间差事项：2022 年签收的发票号为 IN13031、IN12760、IN12759、IN12886 货物销售，客户记录在 2021 年；2021 年签收的发票号为 IN11286、IN11295、IN11298、IN11410、IN12304、IN12704 货物销售，客户记录在 2020 年。
				-160.54	③运费事项：2021 年的发票号为 IN12724-IN12919 对应的运费收入，客户记录在 2022 年。
小　计	7,608.49	7,428.64	-179.86	-179.86	

南通佳景健康科技股份有限公司	452.82	506.47	53.64	53.64	签收与发票时间差事项：2020 年 12 月签收的货物，客户记录在 2021 年。
杭州博乐惠进出口有限公司	57.80	56.58	-1.21	-1.21	时间差事项：已发货并签收的货物，客户未记录。
合　计	8,119.11	7,991.69	-127.43	-127.43	
会计期间	2020 年度				
客户	发函金额	回函金额	差异金额	差异金额拆分	差异事项分类及明细
Bullfrog International LLC	4,529.10	4,523.12	-5.98	0.83	①模具事项：2020 年尚未验收合格的编号为 RDM0654、RDM0709、RDM0732 模具销售，客户按预付口径记录在 2020 年。
				-6.81	②签收与发票时间差事项：2021 年签收的发票号为 IN11286、IN11295 货物销售，客户记录在 2020 年；2020 年签收的发票号为 IN9955、IN10473、IN10756 货物销售，客户记录在 2019 年。
小　计	4,529.10	4,523.12	-5.98	-5.98	
南通佳景健康科技股份有限公司	396.79	343.15	-53.64	-53.64	签收与发票时间差事项：2020 年 12 月签收的货物，客户记录在 2021 年。
合　计	4,925.89	4,866.27	-59.62	-59.62	

报告期内，回函不符差异的具体原因说明如下：

(1) 模具事项：模具销售一般为下单预收定金，模具样品验收合格后收尾款的结算方式。公司按照客户对模具样品确认合格时间确认模具费收入，客户按照预收模具款的时间记录模具费。我们查阅模具销售订单中双方的约定，认为客户对模具样品确认合格表明公司模具销售的履约义务完成，满足相关经济利益流入的条件，公司对相关模具收入的会计处理正确。

(2) 签收与发票时间差事项：对客户“南通佳景健康科技股份有限公司”，发货后月结对账开票，客户签收时间约发货后一周，公司按客户签收确认的收入时点比发票时点要早。对客户“Bullfrog International LLC”，货物发运后开具商业发票，通过凡风润博转售的公司按照报关的货运提单时间确认收入，通过腾龙国际转售的公司按照客户签收的时间确认收入，均在发运时点之后。客户 Bullrog、南通佳景，按照收到发票时点统计回函金额,故与公司记账金额存在差异。我们查阅销售合同及订单中双方的约定，认为客户对货物的签收确认表明公司货物销售的履约义务完成，满足相关经济利益流入的条件，公司对相关货物销售收入的会计处理正确。

(3) 运费事项：对于客户 Bullfrog 通过腾龙国际转售的销售收入中，发票 IN12724-IN12919 为公司 2021 年发运货物支付的运费，公司计入 2021 年的运费

收入。客户对此运费记录在 2022 年，与公司记录存在时间差。我们查阅销售合同及订单中双方的约定，认为公司完成表明公司货物销售的履约义务完成，满足相关经济利益收回的条件，公司对相关货物销售收入的会计处理正确。

(4) 入库超 120 天预收款事项：

回函数据与公司收入差异为，腾龙国际入库超 120 天，客户已付款但尚未签收的货物销售额。

根据公司与客户 Bullfrog 的邮件沟通事项，2022 年下半年，客户 Bullfrog 对其库存管理系统升级，已经发运至腾龙国际的部分存货未能及时转移至其仓库，为缓解供方仓库存货管理的压力，对供方仓库入库超过 120 天的货物，提前支付结算。

根据双方约定，预收客户货款时，公司需按照客户要求安排发货的履约义务尚未达成，相关商品控制权尚未转移，不能作为公司确认收入的依据。我们认为，公司对此部分销售收入按照发货后并客户签收货物时点确认的会计处理正确，符合收入确认准则的要求。

(5) 预提销售返利事项：

发函数据未包含公司对客户 Bullfrog 预提的销售返利金额。我们查阅了公司与 Bullfrog 的邮件约定，由于双方合作关系良好，2022 年起双方同意，公司按照销售额的 3%给予 Bullfrog 销售返利。对于销售额的具体统计口径，相关邮件中未明确说明，公司按照 2022 年对 Bullfrog 确认的商品销售收入的 3%计提，会计处理为借：主营业务收入，贷：其他应付款-预提返利。客户回函金额按照其收到商品销售发票金额的 3%计算，计算基数差异为上表格中所述。公司将在 2023 年与客户对账且实际抵扣时，对预提的销售返利进行调整，我们认为公司对返利事项的会计处理正确。

综上，我们认为客户未回函及回函不符的情况采取的替代性程序是充分的。

（九）核查程序和核查结论

针对上述事项，我们执行了以下程序：

1. 获取报告期内公司收入成本明细表，分析不同销售区主要产品销售金额、主要客户等情况；

2. 查阅了公司主要客户的框架协议，对管理层就框架协议的内容、定价原则、实物流与资金流、退换货政策等内容进行访谈；

3. 获取同行业可比公司的公开资料，分析同行业可比公司外销收入占比，分析与同行业可比公司是否存在显著差异；

4. 访谈了公司财务负责人及出纳，核查公司报告期内境外销售的结算方式、跨境资金流动及结换汇情况；查阅了公司出具的确认文件；

5. 获取外销不同贸易模式下的收入金额、毛利率及销售占比，分析不同贸易方式下毛利率差异的合理性，结合与客户合同约定及同行业的收入确认政策，对比同行业分析外销不同模式下的收入确认是否符合《企业会计准则》的规定；

6. 在审计人员亲自查看下，获取公司财务人员直接从电子口岸系统导出的海关电子口岸出口数据、出口退税申报数据明细并与公司销售收入进行核对，核查差异情况是否合理；

7. 获取公司中信保及人保参保数据明细与公司销售收入进行比对，核查差异情况是否合理；

8. 查阅了公司出口相关资质证书及认证证书、《中华人民共和国出口管制法》相关规定、海关、税务主管部门出具无违法违规证明文件，登录了中国海关企业进出口信用信息公示平台查询行政处罚信息；

9. 查阅了国际贸易的相关政策，查阅了海运成本的波动情况，查阅了俄乌冲突的相关背景和进展情况，并展开分析国际贸易政策、海运成本波动、俄乌冲突对公司外销业务的影响；

10. 查阅了公司的收入成本台账，了解公司在欧洲地区，特别是俄罗斯和乌克兰的销售情况；

11. 获取报告期公司内销销售收入成本明细表，了解主要内销客户情况，对销售单价、数量、金额、毛利率等执行变动分析性程序；访谈公司内销负责人，了解内销销售收入增长原因；

12.对境外销售收入真实性及截止性的具体核查方法、核查程序见本说明五(六)相关回复内容；

13.对境外客户实地走访、视频访谈的核查程序见本说明五(七)相关回复内容；

14.对客户未回函及回函不符的核查情况见本说明五(八)相关回复内容。

经核查，我们认为：

1. 报告期内，公司主要客户主要分布于美国和加拿大等地区，与公司建立

了长期稳定的合作关系，相对较为稳定。由于按摩浴缸行业的终端市场主要在北美及欧洲地区，公司销售业务以境外为主，产品主要销往美国和加拿大发达国家，与可比公司基本保持一致；

2. 公司外销以 FOB、寄售的贸易模式为主，收入确认政策与同行业可比公司不存在显著差异，收入确认方法符《企业会计准则》的规定；

3. 公司销售收入与电子口岸出口数据、出口退税申报数据的差异情况合理，境外销售已实现真实销售，公司已取得出口一般货物所需的出口资质以及境外各地区出口所需的相关认证，目前不存在被检查并受到重大行政处罚风险；

4. 报告期内，公司部分产品落入被加征关税的产品清单，上述产品的销售收入逐年增长，美国对从中国进口上述商品加征关税的行为并未降低公司产品的竞争力，未对公司出口美国业务造成不利影响，公司进一步采取了在泰国新设子公司、新增产品类型增强客户粘性等方式应对未来国际局势变动的不利风险；海运成本波动和俄乌冲突未对公司的生产经营活动造成不利影响；

5. 公司境内主要客户产品单价、毛利率的波动主要系产品结构变化、上游原材料价格影响以及产能利用率等因素影响导致，其变化具备合理性；

6. 境外销售收入真实、收入确认不存在大额跨期的情形；

7. 境内外客户的实地走访、视频访谈相关的核查证据充分，访谈结果具有可靠性；

8. 客户未回函及回函不符的情况采取的替代性程序是充分的。

六、关于主营业务成本

申报材料显示：（1）报告期，发行人主营业务成本分别为 8,743.58 万元、11,648.41 万元、18,864.43 万元和 13,053.15 万元。（2）报告期内，发行人直接材料成本分别为 5,703.97 万元、7,074.62 万元、11,745.94 万元和 8,341.16 万元，占主营业务成本的比例分别为 65.24%、60.73%、62.26%和 63.90%。（3）报告期，发行人委托加工费金额分别为 200.87 万元、380.50 万元、1608.93 万元和 864.63 万元。（4）最近一期，发行人对宝鸡市德臣工贸有限责任公司采购五金的金额占采购总额的比例较以往年度大幅上升。（5）报告期内，中国出口集装箱运价大幅波动。

请发行人：（1）按照细分产品说明报告期内各产品的单位料工费情况及变

动原因，各产品间单位成本结构的差异情况及合理性；主要产品的料工费结构与同行业可比公司可比产品的差异情况及合理性。(2)列示各产品主要原材料、能源的单耗情况，分析报告期内主要原材料、能源单耗变动原因；主要原材料投入量、能源消耗量与产品产量的匹配关系；最近一期向德臣工贸采购五金的金额占采购总额的比例较以往年度大幅上升的原因。(3)说明委托加工的内容、涉及的主要产品或工序环节、金额及占比情况，是否存在将核心工序或关键工序交由外协厂商完成的情形，相关交易定价是否公允；结合发行人产能情况，说明 2021 年委托加工费大幅增加的原因及合理性。（4）说明生产工人的人均薪酬与同行业可比公司和当地平均工资水平的比较情况，分析单位直接人工变动的合理性，人均产值与同行业可比公司的差异情况及合理性。（5）补充说明制造费用的明细构成，具体说明各成本项目报告期内变动情况及原因，并分析与业务规模的匹配性。（6）结合美国子公司业务情况、各销售模式下运费承担方式，说明集装箱运价对发行人运输费用的影响，分析产品销售与运费的匹配情况。（7）说明废料量与产量是否匹配，废料处理、废料收入会计处理等相关内控是否健全有效。

请保荐人和申报会计师发表明确意见。（审核问询函问题 11）

（一）按照细分产品说明报告期内各产品的单位料工费情况及变动原因，各产品间单位成本结构的差异情况及合理性；主要产品的料工费结构与同行业可比公司可比产品的差异情况及合理性

1. 按照细分产品说明报告期内各产品的单位料工费情况及变动原因

报告期内，公司产品受产品功能、客户需求因素影响，产品种类、型号多样，各类产品的单位成本存在一定差异。

(1) 灯光产品

单位：元/件

项　目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	单位成本	变动（%）	单位成本	变动（%）	单位成本
直接材料	4.87	11.95	4.35	-12.65	4.98
直接人工	1.71	19.58	1.43	-20.11	1.79
制造费用	1.58	20.61	1.31	-31.41	1.91

加工费	0.49	2.08	0.48	200.00	0.16
合　计	8.65	14.27	7.57	-14.37	8.84

2021 年度灯光产品直接材料的单位成本较低，主要系受销售结构的影响。公司灯光产品构成有浴缸灯、灯光系统配件、泳池灯，其中灯光系统配件主要系延长线、转接线、灯控制器及灯壳，产品材料构成相较简单，单位材料成本较低。2021 年度受客户需求影响，灯光系统配件销量占灯光产品总销量比较 2020 年提高了 5.01%，导致拉低平均单价。

2021 年度灯光产品的直接人工、制造费用以及总的单位成本较低，主要系受生产规模影响。公司直接人工、制造费用根据产品定额工时进行分摊，生产规模提高单位成本下降。灯光产品主要系由电子生产部进行生产，受终端市场需求影响，2020 年度、2021 年度电子生产部的完工产品定额工时分别为 41.43 万小时和 69.98 万小时。

2020 年度灯光产品单位加工费较低主要系 2020 年度产能饱和度较低，线材零部件注塑、裁线工序基本自产，公司委外加工的工序较少，单位加工费较低。

(2) 按摩产品

单位：元/件

项　目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	单位成本	变动（%）	单位成本	变动（%）	单位成本
直接材料	2.18	-2.68	2.24	2.75	2.18
直接人工	0.49	16.67	0.42	-8.70	0.46
制造费用	0.86	21.13	0.71	-15.48	0.84
加工费	0.35	-41.67	0.60	200.00	0.20
合　计	3.88	-2.52	3.97	7.88	3.68

2021 年度按摩产品的直接人工、制造费用较低，主要系受生产规模影响。公司直接人工、制造费用根据产品定额工时进行分摊，生产规模提高单位成本下降。按摩产品主要系由塑胶生产部进行生产，受终端市场需求影响，2020 年度、2021 年度塑胶生产部的完工产品定额工时分别为 26.79 万小时和 35.14 万小时。

按摩产品委托加工工序主要系注塑、装配工序的产能委外，2021 年度按摩产品单位加工费较高主要系 2021 年度产能饱和度较高，公司委外加工量占总产量比增加，拉高了单位平均加工成本。

(3) 水处理产品

单位：元/件

项　目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	单位成本	变动（%）	单位成本	变动（%）	单位成本
直接材料	11.28	100.36	5.63	16.80	4.82
直接人工	1.14	29.55	0.88	-3.30	0.91
制造费用	1.54	46.67	1.05	-28.57	1.47
加工费	0.50	-23.08	0.65	160.00	0.25
合　计	14.46	76.13	8.21	10.35	7.45

2022 年度水处理产品直接材料、直接人工及总单位成本较高，主要受销售产品结构的影响。水处理产品包括水消毒配件、水循环配件、水过滤配件，其中水消毒配件系在通电的情况下与盐进行电解释放次氯酸根离子，从而对水达到杀菌消毒的作用，为确保功能的稳定性需在生产过程中进行测试，组件较多，需人工进行多项装配处理，故材料成本、人工成本较高。报告期内，单位成本较高的水消毒配件销售收入占水处理产品收入比分别为 41.39%、46.98%、62.95%，单位成本分别为 30.98 元/件、34.65 元/件、66.37 元/件，其中 2022 年度水消毒配件单位成本较高，主要系水消毒配件中氯发生器的原材料电极片上游贵金属铱、钌材料，因受宏观环境影响，市场价格大幅上涨，公司电极片的平均单位采购成本较 2021 年度提高 36.55%。



数据来源：同花顺 iFinD



数据来源：同花顺 iFinD

2021 年度水处理产品的制造费用较低，主要系受生产规模影响。公司制造费用根据产品定额工时进行分摊，生产规模提高单位成本下降。水处理产品主要系由塑胶生产部进行生产，受终端市场需求影响，2020 年度、2021 年度塑胶生产部的完工产品定额工时分别为 26.79 万小时和 35.14 万小时。

2020 年度水处理产品单位加工费较低主要系受产能利用率影响。公司水处理产品主要系注塑工序的产能委外，2020 年度产能饱和度较低，公司委外加工量占总产量比较小，拉低了单位平均加工成本。

(4) 附件产品

单位：元/每件

项　目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	单位成本	变动（%）	单位成本	变动（%）	单位成本
直接材料	2.07	-33.44	3.11	30.13	2.39
直接人工	0.62	12.73	0.55	14.58	0.48
制造费用	0.40	8.11	0.37	-11.90	0.42
加工费	0.08	-61.90	0.21	75.00	0.12
合　计	3.17	-25.24	4.24	24.34	3.41

2021 年度附件产品单位直接材料成本较高，主要系产品销售结构、上游原材料市场价格影响。附件产品主要包括浴缸盖罩、支架和扶手，其中支架和扶手规格较大成本较高，主要材料由金属铝构成，供应商根据上游市场价格传导机制进行定价，市场铝价格由 2020 年年均 14,412.55 元/吨上涨到 2021 年年均

18,915.33 元/吨，导致公司升降架采购成本上涨。另外，支架和扶手销售量占附件产品总销量上涨，进一步拉高了平均单价，报告期内支架和扶手销售量占比分别为 0.65%、0.80%、0.43%。

2021 年度附件产品单位加工费较高主要系 2021 年度产能饱和度较高，公司委外加工量占总产量比较高，拉高了单位平均加工成本。附件类产品委外加工工序主要系喷涂、装配。其中，装配受公司当下产能利用率情况影响较大。因附件产品订单不似其他产品消耗性较强，客户订单连续性较低，故公司按照销售订单进行排产，不备库存。2021 年因终端市场需求旺盛，客户交期紧张，公司为满足客户交期需求，装配工序的委外加工量占比提高，拉高了单位平均加工成本。

2. 说明各产品间单位成本结构的差异情况及合理性

报告期内，公司产品以水疗按摩缸灯光产品、按摩产品、水处理产品和附件产品为主，合计营业收入占主营业务收入的比例分别为 97.89%、97.78%和 97.20%。

报告期内各产品的主要材料投入和工序如下表：

项　目	主要材料投入	工序
灯光产品	电线、灯珠 LED、接插件连接器、集成电路 IC、印刷板 PCB	设计工艺图纸-裁线-贴片-焊接-半成品测试-洗板刷油-注塑-灌胶-装配-老化-成品测试-包装
按摩产品	ABS 原料、PVC 原料、不锈钢面盖	模具设计制造-盐雾、耐候及功能测试确认首件-注塑-放含啤镶件-品质抽样检查-产品装配-装配来料检查-压面盖-装喷嘴芯、芯座-插件功能测试-喷嘴座组装-品质抽样检查
水处理产品	电极片、PVC 原料、ABS 原料、其他五金件	模具设计制造-品质全尺寸测量-试水、试气、耐候及功能测试-注塑-放含啤镶件-品质抽样检查-外发超声波焊接-装手柄-装转体-装胶圈-装主体-功能测试-阀门组装-品质抽样检查
附件产品	人造皮革、泡沫、编织布、其他五金件	支架：铝加工-表面处理-装配+打包 浴缸盖及皮套：泡沫加工-裁床-针车-PE 袋封装泡沫抽真空-套皮套-品质抽样检查

报告期内，公司料、工、费、委托加工费占单位总成本比例如下：

(1) 2020 年度

项　目	灯光产品（%）	按摩产品（%）	水处理产品（%）	附件产品（%）
直接材料	60.92	65.32	69.72	71.93
直接人工	21.93	13.95	13.10	14.42

项　目	灯光产品（%）	按摩产品（%）	水处理产品（%）	附件产品（%）
制造费用	15.22	14.74	13.56	10.02
委托加工费	1.93	5.99	3.62	3.63
合　计	100.00	100.00	100.00	100.00

注：因运输费产生的成本无法体现产品特点，为比较各产品间单位成本结构的差异，上表数据已剔除运输费成本，下同

(2) 2021 年度

项　目	灯光产品（%）	按摩产品（%）	水处理产品（%）	附件产品（%）
直接材料	62.86	62.44	72.06	75.85
直接人工	20.72	11.77	11.26	13.53
制造费用	9.48	9.14	8.37	5.54
委托加工费	6.94	16.65	8.31	5.08
合　计	100.00	100.00	100.00	100.00

(3) 2022 年度

项　目	灯光产品（%）	按摩产品（%）	水处理产品（%）	附件产品（%）
直接材料	60.72	63.12	80.80	67.86
直接人工	21.24	14.12	8.16	20.20
制造费用	11.87	12.76	7.44	9.15
委托加工费	6.17	10.00	3.60	2.79
合　计	100.00	100.00	100.00	100.00

报告期内，公司各产品间单位成本结构，呈现如下特点：

(1) 水处理产品、附件产品直接材料占比较灯光产品、按摩产品高，直接人工、制造费用占比则较低，主要系：1)水处理产品主要为水消毒、水循环及过滤配件，通过定制型模具注塑成型后，经包装或装配后可直接出货，涉及人工的生产工序较灯光产品、按摩产品少，生产工时较少。另外，主要水消毒产品氯发生器及其相关配件的用料为贵金属，材料采购成本较灯光产品、按摩产品高；2)附件类产品主要为浴缸盖/罩和支架扶手，产品规格较大，材料成本高，其主要工序为裁切、冲压、针车缝纫，涉及人工处理较灯光产品、按摩产品少，故直接人工、制造费用相对较低。

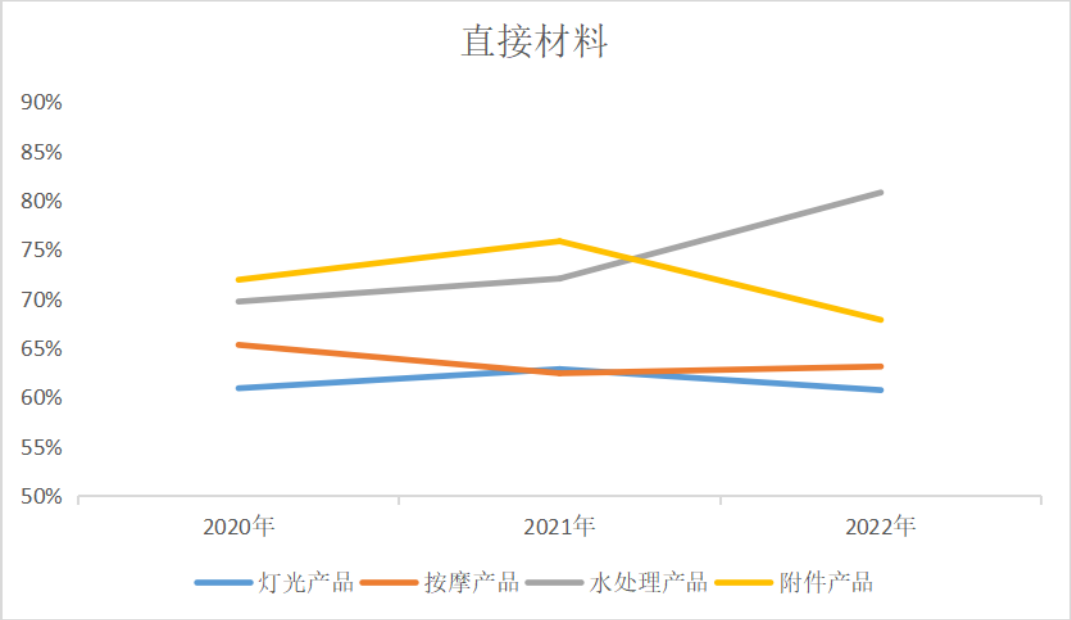
(2) 灯光产品直接人工占比较其他产品高，主要系：灯光产品多为定制型产

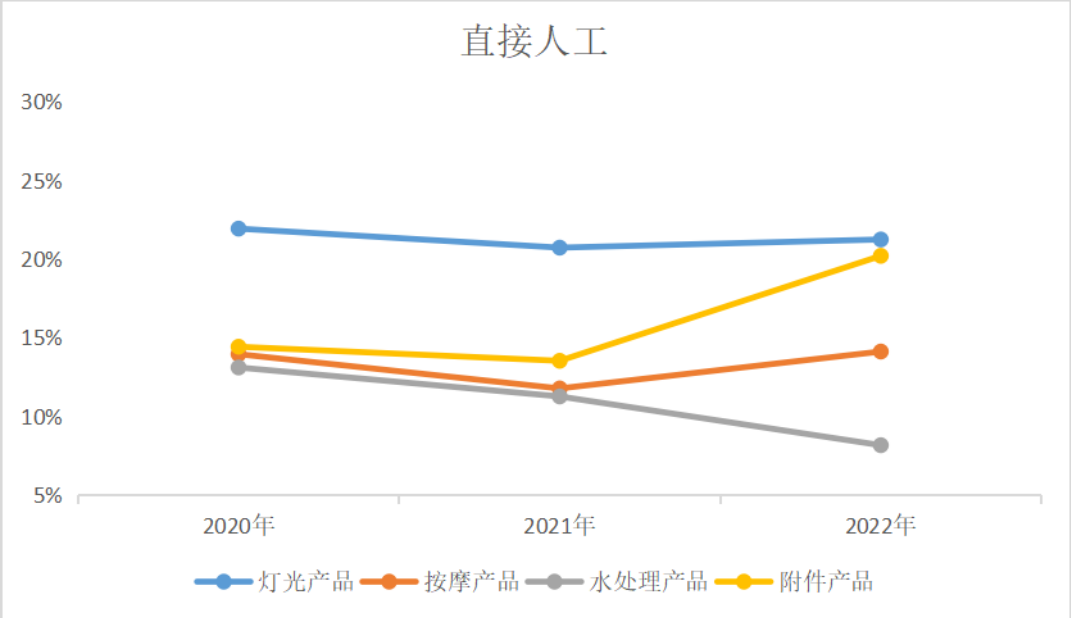
品，品类多、批量小且涉及工序较多，主要有裁线、镀锡、打端子、注塑、贴片、焊接以及老化测试等，其中工序需生产人员花费较长时间，生产用工数占总生产人员比例最高。

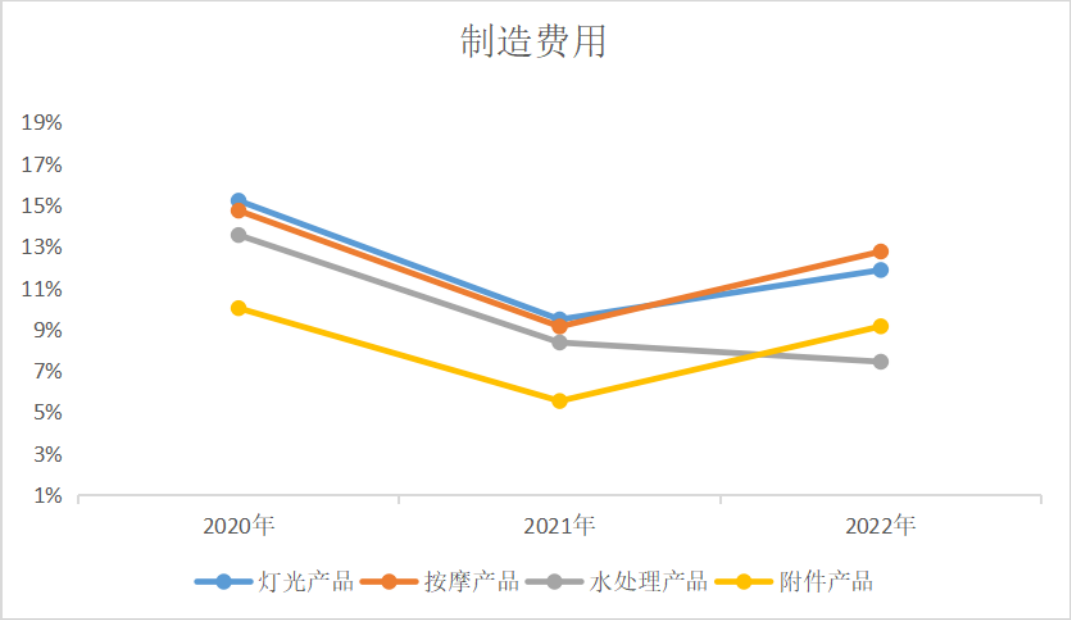
(3) 按摩产品委托加工费占比较其他产品高，报告期内按摩产品主要为喷嘴及喷嘴座，由塑胶或塑胶与不锈钢结合做成，生产中涉及注塑、装配工序。公司基于产能情况、专业分工、及时交付等因素的考虑，在生产过程中将部分工序简单重复、技术要求较低的注塑、装配工序委托加工供应商加工。

报告期内，各产品成本结构变动情况：

(1) 直接材料、直接人工、制造费用







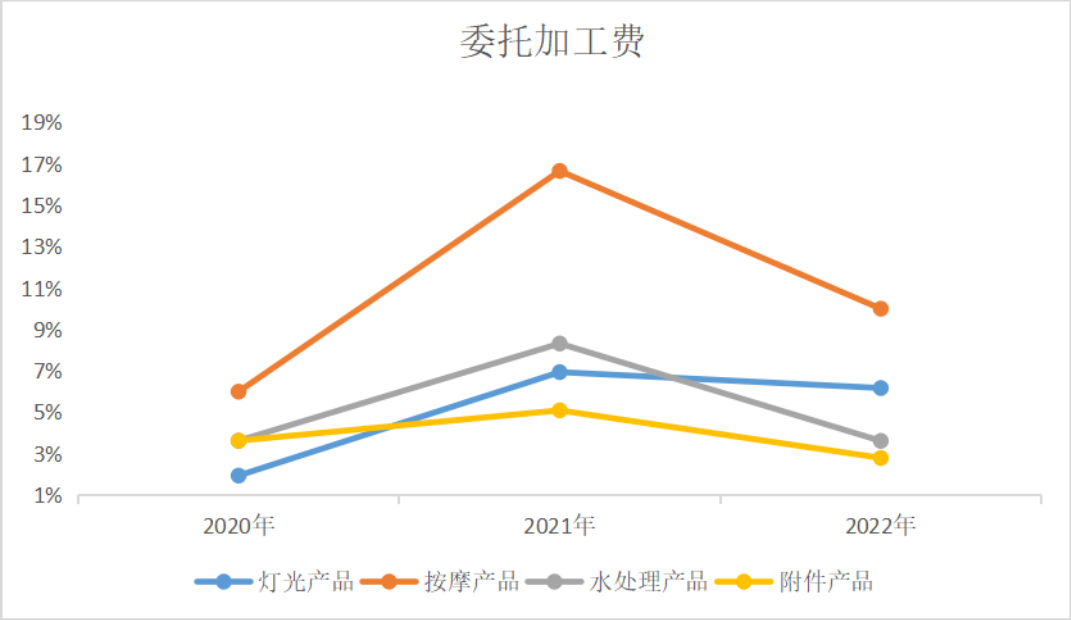
如上图所示，报告期内各类产品的直接材料、直接人工、制造费用成本结构整体稳定。其中，

1）2022 年水处理产品直接材料占比提高、直接人工及制造费用占比下降主要系：水消毒配件氯发生器及其相关配件销量增长，该产品主要材料为贵金属钛、铱、钌，单价较高。受宏观环境影响，以上材料的市场价格于 2021 年开始逐步上涨，2022 年仍维持较高的价格水平，公司材料采购成本上涨，故直接材料占比提高较多；

2）2022 年附件产品直接材料占比下降，直接人工及制造费用占比提高系受订单需求下降影响。附件产品主要系中山分公司车间生产，受 2022 年终端市场需求阶段性回落等宏观因素的影响，2022 年完工产品定额工时较 2021 年下降 48.05%，生产规模下降，导致直接人工、制造费用占比提高，直接材料占比下降；

3）2022 年按摩产品制造费用占比增长较多，主要系公司 2022 年提高注塑车间产能，新增购置 39 台注塑机，折旧费用增加导致。其中，按摩产品由塑胶或塑胶与不锈钢结合做成，均涉及注塑工序，报告期内约占注塑车间工时的 41%-50%，故制造费用占比增长较多。

（2）委外加工费



如上图所示，报告期内，各类产品委托加工费占比变动趋势基本一致，其中，按摩产品 2021 年委托加工费占比较高主要系：2021 年生产订单快速增长，产能饱和，公司将简单重复、技术要求较低的常规工序委托供应商加工，其中注塑、装配工序占比约 59%，按摩产品类委托加工费占比增长较高。

3. 主要产品的料工费结构与同行业可比公司可比产品的差异情况及合理性

报告期内，同行业可比公司与公司产品的应用领域、主要产品情况如下表：

项　目	应用领域	主要产品
Fluidra	泳池和水疗设备	水消毒设备、泳池灯光产品
Hayward	泳池配套产品	无线泳池清理机器人、泳池消毒设备、泳池水泵
望圆科技	泳池清洁机器人	无缆款泳池清洁机器人、有缆款泳池清洁机器人和手持款泳池清洁机
渡远户外	房车游艇配套产品和水上休闲运动产品	小微型水泵、便携油桶等放些游艇配套产品和皮划艇、桨板等水上休闲运动产品
凌霄泵业	民用离心泵、民用通用泵、节能机电及高效电机	不锈钢泵、康体娱乐泵、清水泵、潜水泵、管道泵、电机等系列产品
斯普智能	家用泳池设备	泳池泵、过滤器、泳池排水器、泳池机器人、自动吸污机等、其他泳池设备系列包括淋浴器、泳池扶梯、氯化筒、景观灯、景观喷泉等
公司	水疗按摩缸配件	按摩缸的灯光、按摩、水处理配件产品及浴缸附件产品

由上表可见，同行业公司产品的应用领域、主要产品均与公司存在差异。报告期内，公司竞争对手主要系美国 Waterway、美国 CMP，与公司具有同类可比产品，但本身主体均非上市公司。上述公司的主要市场、生产经营模式与公司具有

一定相似性，故按照各公司整体业务的料、工、费结构进行对比。

因部分同行业公司未披露委外加工费、运输费用占营业成本的比例，因此，公司将委外加工费与直接人工合并、运输费用与制造费用合并后与同行业公司的料工费结构进行对比，具体如下：

(1) 2020 年度

单位：%

项　目	Fluidra	Hayward	望圆科技	渡远户外	凌霄泵业	斯普智能	平均值	公司
直接材料	未披露	未披露	78.94	76.53	82.38	78.02	78.97	60.73
直接人工	未披露	未披露	15.17	9.07	14.29	11.17	12.43	19.19
制造费用	未披露	未披露	5.89	14.40	3.33	10.81	8.61	20.08
合　计	未披露	未披露	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

注：数据来源于招股说明书、上市公司年度报告

(2) 2021 年度

单位：%

项　目	Fluidra	Hayward	望圆科技	渡远户外	凌霄泵业	斯普智能	平均值	公司
直接材料	未披露	未披露	79.88	72.97	84.33	77.43	78.65	62.26
直接人工	未披露	未披露	16.12	9.31	12.69	11.81	12.48	22.77
制造费用	未披露	未披露	4.00	17.72	2.98	10.76	8.87	14.97
合　计	未披露	未披露	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

注：数据来源于招股说明书、上市公司年度报告

(3) 2022 年度

单位：%

项　目	Fluidra	Hayward	望圆科技	渡远户外	凌霄泵业	斯普智能	平均值	公司
直接材料	未披露	未披露	77.65	72.01	85.54	75.36	77.64	64.03
直接人工	未披露	未披露	17.32	10.58	10.49	12.20	12.65	19.84
制造费用	未披露	未披露	5.03	17.41	3.97	12.44	9.71	16.13
合　计	未披露	未披露	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

注 1：数据来源于招股说明书、上市公司年度报告

注 2：斯普智能尚未披露 2022 年数据，以上按 2022 年 1-6 月数据列示

报告期内，公司直接材料占比低于同行业公司，直接人工、制造费用占比高

于同行业公司，主要系受产品功能、产品规格、市场需求等影响。公司产品主要应用于水疗按摩浴缸、浴池内，产品尺寸较小，且因定制化程度较高，产品规格较多，属于多品种、小批量的产品生产模式，故直接人工、制造费用的占比会高些。同行业公司产品标准化程度较高，大批量生产的模式下可实现更高的规模效应，导致单位产品直接人工、制造费用占比较低。

（二）列示各产品主要原材料、能源的单耗情况，分析报告期内主要原材料、能源单耗变动原因；主要原材料投入量、能源消耗量与产品产量的匹配关系；最近一期向德臣工贸采购五金的金额占采购总额的比例较以往年度大幅上升的原因

1. 列示各产品主要原材料、能源的单耗情况，分析报告期内主要原材料、能源单耗变动原因；主要原材料投入量、能源消耗量与产品产量的匹配关系

(1) 主要原材料单耗情况、投入量与产品产量的匹配关系

报告期内，公司的主要产品包括的种类及型号较多，不同种类或型号间的主要原材料及单耗均不相同，可比性较差。因此，公司对报告期内的主要产品进行主要原材料单耗分析，具体如下：

1) 主要胶料

公司胶料系注塑成型的关键材料。根据产品规格型号不同，胶料的标准用量由约 0.09 至 3,345.03 克不等，报告期内单位耗用量情况如下:

类型	项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
PVC 胶料	耗用量（克）	582,950,054.06	740,493,543.61	395,536,884.30
	主要产品产量（件）	8,755,805.00	10,926,160.00	6,693,050.00
	单位耗用量（克/件）	66.58	67.77	59.10
ABS 胶料	耗用量（克）	612,715,376.41	639,501,020.93	406,523,034.17
	主要产品产量（件）	15,170,680.00	16,947,530.00	10,063,353.00
	单位耗用量（克/件）	40.39	37.73	40.40

注 1：主要产品包括灯光产品、按摩产品、水处理产品及附件产品

注 2：产量系耗用对应材料的产品产量，因公司委外非全工序委外，故产品产量亦包含委外完工的产量，材料耗用量包含委外发料量，下同

如上表所示，报告期内公司 PVC 胶料单位耗用量 2020 年度较小，主要系受产品结构影响。受客户需求影响，公司 2021 年、2022 年生产了更多规格普遍较

大的水处理产品分水器，2021 年、2022 年分别较 2020 年拉高平均单耗 5.23 克、2.44 克。

报告期内公司 ABS 胶料单位耗用 2021 年度较小，主要系受生产规模变动影响。公司 ABS 胶料主要用于注塑成型生产，生产中注塑机每次更换产品模具均需要损耗胶料进行调机、洗机，以生产出符合尺寸质量要求的产品。2021 年度公司生产规模较大，单一产品生产批量高，换模频次降低，故因调机、洗机产生的损耗减少，单位耗用量下降。

综上，报告期内公司胶料的单位耗用量的变化具备合理性，其耗用量与产品产量具有匹配关系。

2）主要线材

公司线材系灯光产品的关键材料。根据产品规格型号不同，线材的标准用量由约 0.03 至 91.44 米不等，报告期内单位耗用量情况如下：

类型	项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
线材	耗用量（万米）	771.93	1,109.04	632.99
	灯光产品产量（万件）	284.63	386.73	242.28
	单位耗用量（米/件）	2.71	2.87	2.61

如上表所示，报告期内公司线材单位耗用量基本稳定，其耗用量与产品产量具有匹配关系。

3）灯珠 LED

公司灯珠 LED 系灯光产品中泳池灯、浴缸灯的关键材料。根据产品规格型号不同，灯珠 LED 的标准用量由 1 至 576 件不等，报告期内单位耗用量情况如下：

类型	项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
灯珠 LED	耗用量（万件）	982.78	1,402.96	822.45
	泳池灯、浴缸灯产量（万件）	193.58	271.82	156.30
	单位耗用量（件）	5.08	5.16	5.26

如上表所示，报告期内公司灯珠 LED 单位耗用量基本稳定，其耗用量与产品产量具有匹配关系。

4）不锈钢面盖/环

公司不锈钢面盖/环系按摩产品的关键材料。喷嘴、喷嘴座的标准用量分别有 1 件、2 件、4 件、23 件及 29 件，报告期内单位耗用量情况如下：

类型	项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度

不锈钢面盖/环	耗用量（万件）	138.40	174.86	184.57
	按摩产品产量（万件）	133.09	173.94	184.22
	单位耗用量（件）	1.04	1.01	1.00

如上表所示，报告期内公司不锈钢面盖/环单位耗用量基本稳定，其耗用量与产品产量具有匹配关系。

5）电极片及其配件

公司电极片及其配件系水处理产品中主要产品水消毒配件的关键材料。报告期内水消毒配件收入占水处理产品的41.39%、46.98%和62.95%。水消毒配件根据产品规格型号不同，电极片的标准用量分别有2片、3片、5片及36片，报告期内单位耗用量情况如下：

类型	项　目	2022年度	2021年度	2020年度
电极片及其配件	耗用量（万片）	94.51	50.22	52.95
	水消毒配件产量（万件）	11.75	8.83	12.20
	单位耗用量（片/件）	8.04	5.69	4.34

如上表所示，公司2022年度电极片及其配件单位耗用量较高，主要系受产品结构影响。受客户需求影响，公司2022年生产了更多标准用量为36片的水消毒配件，其完工产量占水消毒配件总体产量比由2021年的7.60%提高到了2022年的15.15%。

综上，报告期内公司关键材料的单位耗用量的变化具备合理性，其耗用量与产品产量具有匹配关系。

(2) 能源消耗量单耗情况、消耗量与产品产量的匹配关系

公司主要从事水疗按摩缸配件的研发、设计、生产和销售，生产经营的主要能源消耗为电力，生产用电主要系生产机器运转、照明用电、车间空调等，单个机器用电量及产品能源的单耗消耗较小，各主要产品单耗与电费的耗用可比性较小。报告期内，公司总体电费金额分别为182.29万元、230.31万元和257.90万元，电费耗用占营业成本的比例较低。因此，公司对报告期内的主要产品进行整体单耗分析，具体如下：

报告期内，能源耗用量与主要产品产量的对应关系如下：

类型	项　目	2022年度	2021年度	2020年度
电力	耗用量（万度）	270.24	297.46	247.95
	主要产品产量（万件）	2,762.86	2,875.65	1,748.46
	单位耗用量（度/件）	0.10	0.10	0.14

注：因其他类型产品零星、耗电量较小，主要产品产量按照灯光产品、按摩产品、水处理产品以及附件产品进行统计,不包含委外完工产量

由上表看，报告期内，公司生产电力耗用量分别为247.95万度、297.46万度和270.24万度，随产量的变化而变化，产品单位耗用量分别为0.14度/件、0.10度/件和0.10度/件，较为稳定。其中，2020年度单位耗用量较高主要系注塑车间生产规模影响：为保证生产过程的流畅性，注塑机换模过程中保持待机状态，消耗电力。2020年度因生产规模相较小，单一产品生产批量小，换模频次高，上下模套数较2021年多15.77%，导致拉高电力耗用。

综上所述，报告期内公司电力的单位耗用量的变化情况符合公司实际生产经营情况，能源消耗量与产品产量相匹配。

2. 最近一期向德臣工贸采购五金的金额占采购总额的比例较以往年度大幅上升的原因

2021-2022年度，公司对德臣工贸采购情况如下表：

单位：万元

项　目	2022年度	2021年度	变化比例
采购金额	2,437.68	1,363.84	78.74%

公司对德臣工贸采购水消毒配件产品氯发生器的材料电极片，最近一期向德臣工贸采购五金的金额占采购总额的比例较以往年度大幅上升的原因如下：

(1) 受终端市场需求增长的影响，氯发生器订单增长，带动了公司对电极片的采购，报告期内销售的氯发生器对应的标准耗用量情况如下：

项　目	2022年度	2021年度
Watkins氯发生器/PCS	123,122.00	101,999.00
Blue falls氯发生器/PCS	23,204.00	35,779.00
电极片耗用量/片	1,087,368.00	737,383.00

注：一个氯发生器按不同规格的电极片标准用量分别有2片、3片、5片及36片

由上表可见,报告期内,公司氯发生器销量2022年度较2021年增长6.20%,对应电极片用量也相应增长了47.46%。

(2) 电极片采购单价上涨：

2021年度、2022年度电极片及相关配件的采购单价如下；

单位：万元、元/件

项　目	2022 年		2021 年	
	采购金额	采购单价	采购金额	采购单价
Watkins 氯发生器电极片	2,074.22	27.34	866.25	19.18
Watkins 氯发生器主体接触片	10.93	1.55	22.55	1.55
氯发生器电极片(5 片/PCS)	334.51	192.04	380.17	145.38
氯发生器电极片(3 片/PCS)	18.02	80.44	94.62	59.61
其他			0.25	15.00
合　计	2,437.68	28.71	1,363.84	21.33

2021-2022 年，公司电极片及其配件的采购单价由 2021 年度的 21.33 元/件上升至 2022 年度的 28.71 元/件，原因如下：

1）应客户要求，公司改善了电极片涂层配方、加大了涂层应用面积，提高了氯发生器的质量与功效。供应商依据材料用量报价，故而公司电极片采购单价上升。

2）电极片涂层上游材料主要为贵金属铱、钌，受宏观环境影响，其市场价格于 2021 年逐步上涨，供应商不定期根据上游材料价格传导机制调整价格。



数据来源：同花顺 iFinD



数据来源：同花顺 iFinD

尽管 2021 年度的市场价格最高，但由于供应商主要原材料系进口材料，受宏观经济影响供应不稳定，公司已采用预付货款的方式下单稳定供应，故 2021 年度的采购单价较 2022 年度低。

（三）说明委托加工的内容、涉及的主要产品或工序环节、金额及占比情况，是否存在将核心工序或关键工序交由外协厂商完成的情形，相关交易定价是否公允；结合发行人产能情况，说明 2021 年委托加工费大幅增加的原因及合理性

1. 说明委托加工的内容、涉及的主要产品或工序环节、金额及占比情况，将核心工序或关键工序交由外协厂商完成的情形，相关交易定价公允性

(1) 委托加工的内容、涉及的主要产品或工序环节、金额及占比情况，将核心工序或关键工序交由外协厂商完成的情形

公司电子类产品委外加工主要为裁线、贴片和焊接等工序，具体为由公司向委托加工商提供主要材料 LED 灯珠、IC 芯片、电感、芯线等电子元器件，受托加工商按照要求进行贴片、焊接及裁线。

公司塑胶类产品委外加工主要为注塑、装配工序，具体为由公司向委托加工商提供主要材料塑胶原料、塑胶件及成型模具，受托加工商按照要求进行注塑、装配。

报告期内，公司主要产品的委托加工金额及占比情况：

单位：万元

产品分类	主要产品	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
灯光产品	浴缸灯	393.96	32.90	342.91	21.31	54.50	14.32

按摩产品	喷嘴	313.93	26.22	462.76	28.76	136.05	35.76
	喷嘴座	124.03	10.36	201.94	12.55	12.73	3.35
水处理产品	水循环配件	84.36	7.05	134.80	8.38	21.29	5.59
	水过滤配件	70.46	5.88	87.64	5.45	25.11	6.60
合　计		986.74	82.41	1,230.05	76.45	249.68	65.62

涉及的主要产品或工序环节、简易程度情况：

产品分类	主要产品	工序环节	工序内容	工序简易程度	是否核心工序
灯光产品	浴缸灯	贴片	PCB 裸板→刷锡膏→贴片机贴片→回流焊，检查锡点→测试功能	简单	否
		裁线	根据图纸、作业指导书要求调整参数，用裁线机裁线	简单	否
		焊接	根据工艺、作业指导书要求将灯珠和元器件进行焊接	简单	否
		测试	根据作业指导书用交直流控制器，主要检查程序是否正确，灯珠是否缺色，颜色转换是否同步，功率输出是否正常	简单	否
按摩产品	喷嘴	注塑	使用注塑机和相关辅助设备，将塑胶原材料注射进模具成型	简单	否
		装配	利用人工或工装设备，将注塑成型的半成品按产品配套关系组装成套	简单	否
	喷嘴座	注塑	使用注塑机和相关辅助设备，将塑胶原材料注射进模具成型	简单	否
水处理产品	水循环配件	注塑	使用注塑机和相关辅助设备，将塑胶原材料注射进模具成型	简单	否
	水过滤配件	注塑	使用注塑机和相关辅助设备，将塑胶原材料注射进模具成型	简单	否

公司基于产能情况、专业分工、及时交付等因素的考虑，在生产过程中存在少量委托加工。如上表所示，公司委外加工的工序为简单重复、技术要求较低的常规工序，可供选择的外协厂商较多，市场供给充分，不存在将核心工序或关键工序交由外协厂商完成的情形。

(2) 外协厂商各工序的交易定价公允性

公司委外加工产品，因产品规格型号、种类的不同，市场无公开报价，且同一型号的产品同时委托多家外协厂商加工的金额较低，因此我们比较定价原则确认价格公允性。

公司与外协厂商的定价原则为成本加成法，主要考虑外协加工品种要求，根据各产品规格、型号测算外协供应商的工时、材料的耗用量，并考虑合理的损耗率及合理的利润等情形，双方确认一致后确定定价水平，报告期内公司各主要工

序及供应商的定价基础如下表所示：

主要工序	主要供应商	是否关联方	定价基础
注塑	广州新景生模塑科技有限公司	否	按注塑机台费率、成型周期、加工工时作为基础
	广州市柏森塑料制品有限公司	否	按注塑机台费率、成型周期、加工工时作为基础
	广州市精和锐塑胶有限公司	否	按注塑机台费率、成型周期、加工工时作为基础
	广州中亚实业有限公司	否	按注塑机台费率、成型周期、加工工时作为基础
	广州力友祥模具塑料有限公司	否	按注塑机台费率、成型周期、加工工时作为基础
电子加工	东莞市诚然电子有限公司	否	按各工序的设备费率、辅材费用、人工费用作为基础
	惠州市杰通电子有限公司	否	按各工序的设备费率、辅材费用、人工费用作为基础
装配	佛山市鑫凌五金制品有限公司	否	以产品件数、加工工时作为基础
	广州市亿之固五金制品有限公司	否	以产品件数、加工工时作为基础
电镀	东莞市万景通真空科技有限公司	否	按照加工产品的规格尺寸、件数作为基础
	东莞市华晨真空科技有限公司	否	按照加工产品的规格尺寸、件数作为基础

注：公司对电子类产品一般采用贴片、裁线、焊接、测试、注塑工序多种组合外协加工的方式，合并结算，此处统一划分为“电子加工”工序

如上表所示，报告期内，公司的外协厂商均与公司不存在关联关系，同一工序采用的定价基础一致，交易定价公允。

2. 结合公司产能情况，说明2021年委托加工费大幅增加的原因及合理性

报告期内，公司产能利用率情况：

单位：小时

产品名称	项　目	2022年度	2021年度	2020年度
塑胶类产品	理论产能工时	220,500	157,500	157,500
	实际耗用工时	185,333	159,930	151,645
	产能利用率	84.05%	101.54%	96.28%
电子类产品	理论产能工时	100,800	97,913	60,900
	实际耗用工时	100,122	102,648	60,389
	产能利用率	99.33%	104.84%	99.16%

报告期内，公司电子类产品产能利用率分别为99.16%、104.84%和99.33%，塑胶类产品产能利用率分别为96.28%、101.54%和84.05%。其中2021年产能利用率水平最高，主要系2021年水疗按摩池市场受海外人民居家生活时间增多的

影响，呈现高速增长态势，带动了客户对公司水疗按摩池配件的需求，公司生产订单快速增长导致的。

在生产订单增长，产能饱和的情况下，公司增加了对裁线、贴片、焊接、注塑、装配等常规、重复性加工生产环节的委托加工采购，其中，注塑、电子加工类委外增长约占 2021 年委托加工费整体增长额的 86.70%，具备合理性。

（四）说明生产工人的人均薪酬与同行业可比公司和当地平均工资水平的比较情况，分析单位直接人工变动的合理性，人均产值与同行业可比公司的差异情况及合理性

1. 生产工人的人均薪酬与同行业可比公司和当地平均工资水平的比较情况

单位：万元/人/年

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
望圆科技	9.92	10.66	7.34
渡远户外	10.54	10.74	10.31
凌霄泵业	未披露	未披露	未披露
斯普智能	未披露	未披露	未披露
平均值	10.23	10.70	8.82
广东省城镇私营单位就业人员年平均工资	尚未公布	7.32	6.73
公司	8.57	8.68	7.36

注 1：人均薪酬=直接人工金额/（各月末生产人员人数之和/12），生产人员包括劳务派遣人员

注 2：Fluidra、Hayward 在全球多个地区均设有生产基地，人均薪酬无可比性，不予比较

注 3：国内同行业公司数据取自招股说明书或审核问询函

注 4：广东省城镇私营单位就业人员年平均工资取自广东省统计局

报告期内，公司生产人员平均薪酬均高于广东省城镇私营单位就业人员年平均工资，其中 2022 年泰国子公司初步投产增加了生产人员，人均薪酬约 3.78 万元。据 2021 年泰国劳动部门的统计数据，泰国每月平均工资在 14,656 泰铢到 14,892 泰铢之间，按 2021 年末泰铢与人民币换算人均薪酬 3.36-3.42 万元间，公司与之数据无重大偏差。

报告期内公司生产人员平均薪酬低于同行业平均值，原因系公司产品种类、型号多样，主要为小批量生产模式，故公司对普通技术人员的需求更大些。

2020 年度公司生产人员平均薪酬与望圆科技相近，2021 年望圆科技的生产人员平均薪酬上涨较多主要系其产量从 2020 年度的 18.79 万台，上升至 2021 年度的 50.75 万台，产量增长 170.09%，平均薪酬上涨。

2. 报告期内单位直接人工变动的合理性

报告期内单位直接人工变动的合理性详见本说明六(一)1 相关回复内容。

3. 说明人均产值与同行业可比公司的差异情况及合理性

报告期内，公司人均产值与同行业可比公司的对比情况，具体如下：

单位：万元/人

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
望圆科技	205.69	228.38	104.11
渡远户外	98.50	95.36	84.02
凌霄泵业	181.57	204.25	157.74
斯普智能	123.04	130.88	158.08
平均值	152.20	164.72	125.99
公司	120.72	104.41	85.28

数据来源：上市公司年报或招股书

注 1：人均产值=营业收入/（各月末生产人员人数之和/12），生产人员包括劳务派遣人员

注 2：Fluidra、Hayward 在全球多个地区均设有生产基地，人均产值无可比性，不予比较

注 3：斯普智能 2022 年度数据尚未更新，故用 2022 年半年度数据

注 4：除凌霄泵业外，其他同行业公司未披露前期年度生产人员人数，上表数据系根据最近一期披露的生产人员占员工总数比*各期总职工数、营业收入测算得出。其中望圆科技 2020 年存在劳务派遣用工，用工所在岗位为物料搬运、组装、仓库管理、注塑等辅助性岗位，因此将该等劳务派遣人员作为望圆科技的生产人员计算人均产值

报告期内，公司人均产值高于渡远户外，低于望圆科技、凌霄泵业、斯普智能，人均产值在合理区间内。报告期内，公司人均产值低于望圆科技、凌霄泵业、

斯普智能主要系公司产品定制化程度较高，批量化程度较同行业低。

报告期内，公司人均产值逐步提高，主要系客户需求增长，公司生产订单增长，产能利用率提高导致的。其中，2022 年产能利用率较 2021 年下降，但人均产值较 2021 年增长主要系：公司增加了注塑设备、电子生产人员产能有所提高，但生产受终端市场需求阶段性回落等宏观因素的影响，公司在手订单减少。公司根据客户需求排产用工，合理管控库存水平，产量、总体生产人员数量及产能利用率下降。随着 2021 年在手订单逐步交付，2022 年营业收入较 2021 年增长 13.09%。故 2022 年人均产值较 2021 年增长。

综上，报告期内，公司人均产值水平与同行业可比公司的差异具备合理性。

（五）补充说明制造费用的明细构成，具体说明各成本项目报告期内变动情况及原因，并分析与业务规模的匹配性

报告期内，公司制造费用明细构成如下：

单位：万元

项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
运输费	1,442.30	1,330.28	824.79
工资薪酬	1,016.53	928.25	741.31
物料消耗	466.80	425.17	277.72
折旧与摊销	384.14	213.19	124.55
水电费	211.72	205.03	159.91
其他	114.75	117.05	161.40
合　计	3,636.24	3,218.97	2,289.68

如上表所示，报告期内，公司制造费用为 2,289.68 万元、3,218.97 万元和 3,636.24 万元，随着业务规模不断扩大，制造费用持续增加。

报告期内，公司制造费用主要包括运输费、车间管理人员薪酬、折旧摊销、物料消耗、水电费以及部分其他费用等，均与公司业务开展相关，具体分析如下：

1. 运输费

公司 2020 年开始执行新收入准则，销售产品运费在确认收入时结转计入营业成本，报告期内，制造费用中的运费金额分别为 824.79 万元、1,330.28 万元和 1,442.30 万元，占营业收入比例如下：

单位：万元

项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
营业收入	44,102.46	38,996.65	24,135.12
运输费	1,442.30	1,330.28	824.79
占比	3.27%	3.41%	3.42%

如上表所示，报告期内运输费占营业收入比例变动较小，与业务规模具备匹配性。

2. 工资薪酬

报告期内，职工薪酬主要核算车间管理人员、生产计划部人员、品质部人员的工资、奖金、福利费及社保公积金。

2020-2022 年度，职工薪酬分别为 741.31 万元、928.25 万元和 1,016.53 万元，随着公司业务规模不断扩大而逐步上涨，与业务规模具备匹配性。

3. 物料消耗

报告期内，物料消耗主要核算生产领用的包材、化学助剂、低值易耗品等辅助性生产材料。2020-2022 年度，物料消耗分别为 277.72 万元、425.17 万元和 466.80 万元，2021 年增长较高主要系因为产量较 2020 年增长 64.47%。2022 年产量较 2021 年下降 3.92%，但物料消耗增长 9.79%，主要系公司产能提升，减少了工序委外加工量，转为自产，导致辅助性材料耗料增长。

4. 折旧与摊销

报告期内，公司折旧摊销金额分别为 124.55 万元、213.19 万元和 384.14 万元，金额逐年增长，主要系：

(1) 2021 年度折旧及摊销增长，主要系公司 2021 年开始执行新租赁准则，中山分公司厂租在使用权资产科目核算，通过折旧摊销计入制造费用，同时也新增了部分生产辅助设备折旧摊销增加；

(2) 2022 年度折旧及摊销增长，主要 2022 年度为扩大注塑类产品产能，公司新增投入 39 台注塑机，另泰国子公司于 2022 年开始逐步投产，相关生产设备折旧计入制造费用。

5. 水电费

公司生产工序以注塑、装配、焊接等为主，用电比例较高，水费则以生活用水为主，占比较低。报告期内，制造费用中的水电费分别为 159.91 万元、205.03 万元和 211.72 万元，随着公司业务规模不断扩大而逐步上涨。

报告期内，公司整体电力耗用情况如下：

项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
数量/万度	339.85	362.40	298.46
单价/元	0.76	0.64	0.61
金额/万元	257.90	230.31	182.29

2021 年度电费增加较多主要系产量较 2020 年度增长 64.47%，用电量增加；2022 年度因产量下降 3.92%，用电量下降了 6.22%，但因电费平均单价上涨 18.75%，2022 年度电费仍较 2021 年增长了 3.26%。

综上，报告期内制造费用的变动与业务规模的具备匹配性。

（六）结合美国子公司业务情况、各销售模式下运费承担方式，说明集装箱运价对发行人运输费用的影响，分析产品销售与运费的匹配情况

1. 说明集装箱运价对公司运输费用的影响

公司外销的销售模式为寄售模式、非寄售子公司凡风润博转售、非寄售子公司腾龙国际转售。对于寄售模式，2020 年 1-5 月由公司承担海运费，2020 年 5 月之后由客户自行承担海运费；非寄售凡风润博转售模式下，由客户承担海运费用，集装箱运价的波动对公司没有影响；非寄售腾龙国际转售下，广州至腾龙国际的海运费需公司承担。

公司海运费及对应收入情况如下表：

单位：万元

年 份	海运费	营业收入	占比
2022 年	912.73	12,374.59	7.38%
2021 年	703.23	11,069.91	6.35%
2020 年	383.52	10,006.99	3.83%

根据中国出口集装箱运价综合指数（CCFI），2020 年-2022 年的指数平均值分别为 976.77 点、2,615.54 点、2,792.14 点，2021 年较 2020 年增长 167.77%，2022 年较 2021 年增长 6.75%，运价的增长推动了公司运费的增长，报告期内公司海运费的增长趋势与 CCFI 趋势一致。

2. 产品销售与运费的匹配情况

报告期内，公司运费及收入情况如下：

单位：万元

年份		2022 年	2021 年	2020 年
总体	运费	1,442.30	1,330.28	824.79
	营业收入	44,102.46	38,996.65	24,135.12
	占比	3.27%	3.41%	3.42%
子公司腾龙国际转售	运费	1,359.36	1,216.19	766.21
	营业收入	12,374.59	11,069.91	10,006.99
	占比	10.99%	10.99%	7.66%
子公司凡风润博转售	运费	69.31	101.81	48.71
	营业收入	2,182.43	1,294.75	1,012.94
	占比	3.18%	7.86%	4.81%
内销	运费	13.63	12.27	9.86
	营业收入	1,530.08	4,027.85	2,791.54
	占比	0.89%	0.30%	0.35%

公司运费与营业收入的占比分析如下：(1)2020 年-2022 年，公司运费占营业收入的比例分别为 3.42%、3.41%、3.27%，占比波动较小；(2)子公司腾龙国际转售的运费包括海运费及美国仓库运输至客户处的物流费，2021 年及 2022 年运费占营业收入比较高主要系海运运价上涨所致；(3)子公司凡风润博转售的运费主要系空运快递费及小部分广州工厂至港口的拖车费。2021 年运费占营业收入比较高主要系因交期问题发空运的加急订单较多所致；(4)内销部分的运费包括公司货车的费用及部分物流费。2022 年运费占营业收入较高主要系 2022 年度，内销收入下降，所载的货物虽减少，货运频次未降低，故而单位运费上升较多。

（七）说明废料量与产量是否匹配，废料处理、废料收入会计处理等相关内控是否健全有效

1.废料量与产量是否匹配

报告期内，公司的废料量与产量如下：

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
废料总量/KG	219,738.21	271,615.25	198,933.19
产量/PCS	63,136,397.22	78,968,803.00	53,533,758.00
废料量占产量的比例	0.35%	0.34%	0.37%

注：产量系注塑车间半成品及成品产量、电子车间成品产量、塑胶件委外完工产量的合计数

公司的废料主要系注塑机产生的水口料，此外还有零星的废旧物品、不良品、

废铁铜等。2020 年-2022 年，公司废料量占产量的比例分别为 0.37%、0.34%、0.35%，占比波动较小，废料量与产量大致匹配。

2. 废料处理、废料收入会计处理等相关内控是否健全有效

公司对于废料处理及废料收入相关内部控制流程如下：

(1) 生产部根据计划部的生产订单进行生产，注塑环节的水口料，车间分品种、颜色进行盛装，如：PVC、ABS、PP、PE 等，再按班次统一交碎料房进行破碎装袋，碎料员称出重量，并在袋上标注重量与废料类别；

(2) 碎料房员工将废料交回仓库时，由仓库保管员与生产交接人员清点数量，核实后仓库文员及时录入 ERP 系统，仓库主管审核，存放指定区域；

(3) 对外销售废料时，采购部联系废料收购商，前来收购废料，现场由采购部、仓库保管员、仓库主管以及废料收购方一起过磅，确认销售品类、数量；仓库制作废料销售清单，由仓管保管员、仓库主管、总经理签名确认，仓库文员录入出库单；

(4) 财务部根据经审核的废料销售清单、出库单确认收入，并据此申报纳税；出纳根据废料销售清单与公司银行流水进行核对。

综上，公司的废料处理及废料收入的内控管理由生产部、仓储部、采购部、财务部、总经办五个部门共同配合和监督，能够保证内控的健全有效。

（八）核查程序及核查意见

针对上述事项，我们执行了以下程序：

1. 访谈公司财务人员，了解公司各类产品的单位成本变动情况，结合公司不同年度的产品销售类型分析单位直接材料、单位直接人工、单位制造费用和单位委托加工费变动的原因及合理性；查阅同行业公司公开披露数据，了解同行业公司营业成本的构成情况，并与公司进行对比分析；

2. 获取公司直接材料成本构成明细，询问公司采购人员、生产人员及财务人员，了解直接材料构成变动原因；获取公司库存明细表、材料用量表、BOM 表，了解公司主要原材料的耗用情况，结合主要原材料与主要产品的匹配关系，分析其产品产量与耗用量的匹配关系；获取公司能源耗用明细表，了解能源耗用情况，分析其与产品产量的匹配关系；

3. 询问公司采购人员，并对供应商宝鸡市德臣工贸有限责任公司进行实地走访，了解采购额增加的原因，并查询公开上游原材料价格变动趋势进行交叉验

证；

4. 获取公司委托加工明细表、产能统计表，了解公司报告期主要委托加工工序情况，并对同一工序不同供应商的定价原则进行比较分析，结合产能利用率情况分析 2021 年委托加工费增长是否具有合理性；

5. 查阅同行业可比公司公开披露数据以及当地平均工资水平，分析比较公司平均薪酬与同行业可比公司的差异及合理性；根据生产人员数量、营业收入，分析比较各期人均产值与同行业可比公司的差异及合理性；

6. 获取公司制造费用明细表，询问公司财务人员、PMC 部门经理，了解制造费用构成明细的波动情况及原因；获取公司报告期内电费、水费的耗用明细，询问公司财务人员、PMC 部门经理，分析其变动的合理性；

7. 了解公司内外销的运费承担方式，取得运费台账，并与公司明细账核对一致；通过公开网站查询海运费的变化趋势，进一步分析公司运费与收入的合理性；

8. 查阅公司的废料台账，获取公司报告期内的产量数据并分析废料量与产量的匹配性。访谈了解公司的内控制度，抽取废料相关单据进行检查。

经核查，我们认为：

1. 报告期内，公司的产品种类、规格较多，受客户需求、产品功能、原材料市场价格等影响，公司各产品的单位料工费有所变动，具有其合理性；公司的料工费结构与同行业可比公司的营业成本料工费结构具有差异，差异主要系不同公司的产品具体应用领域、生产模式不同导致的，该等差异具有其合理性；

2. 公司报告期内的主要产品的主要原材料单耗、能源单耗基本保持稳定，差异部分均有其合理原因；报告期内主要原材料耗用、能源耗用整体呈现先上升后下降的趋势，与公司产品产量及业务规模的变动具有一定的匹配性；

3. 最近一期向德臣工贸采购五金的金额占采购总额的比例较以往年度大幅上升主要系受原材料采购单价上涨、对应产品氯发生器销量增加的影响；

4. 公司委外加工的工序属于简单重复、技术要求较低的常规工序，可供选择的外协厂商较多，市场供给充分，不存在将核心工序或关键工序交由委外厂商完成的情况；报告期内，公司主要外协工序对不同供应商的定价原则一致，相关交易定价公允；

5. 报告期各期生产人员的人均薪酬与公司实际经营情况相匹配，与同行业

可比公司相比具有差异，差异主要系受生产模式、工艺技术不同影响，该等差异具有合理性；与当地平均工资水平不存在较大差异；报告期内，公司单位直接人工受产品销售结构、规模效应影响，变动具有其合理性；人均产值与同行业可比公司相比具有差异，差异主要系受生产模式的影响，该等差异具有合理性；

6. 报告期内，公司制造费用主要包括运输费、车间管理人员薪酬、折旧摊销、物料消耗、水电费以及部分其他费用等，均与公司业务开展相关，公司业务快速发展，制造费用呈增长趋势，与业务规模具有匹配性；

7. 公司运输费变动具有合理性，运输费用与业务规模相匹配；

8. 公司废料量与产量大致匹配，废料处理、废料收入会计处理等相关内控健全有效。

七、关于采购及供应商

申报材料显示：（1）报告期内，发行人前五名供应商主要为原材料和委托加工商，采购金额分别为 2,269.75 万元、3,505.10 万元、7,291.72 万元和 3,715.62 万元，占采购总额比分别为 39.80%、34.96%、40.72%和 49.04%。（2）报告期，发行人委托加工费金额分别为 200.87 万元、380.50 万元、1,608.93 万元和 864.63 万元。

请发行人：（1）结合发行人主要直接材料采购价格与市场价格、可比公司同类产品采购价格差异情况，说明发行人直接材料采购价格是否公允；同类原材料向不同供应商采购单价、同一供应商报告期内采购价格是否存在差异，说明差异的原因及合理性。（2）说明报告期原材料前五大供应商的基本情况、合作历史、采购金额及占比，报告期内主要供应商新增及减少的原因；是否存在成立时间较短、注册资本较小、主要为发行人服务的供应商，并说明发行人与上述供应商合作的合理性。（3）说明委托加工供应商的基本情况、合作历史、合作方式、交易内容、发行人采购金额占供应商收入的比例，主要委托加工供应商新增或退出的原因；委托加工的定价模式和单位成本，相关质量控制措施，供应商是否具备业务资质。（4）说明发行人与供应商或外协供应商之间是否存在商品购销以外的其他资金和业务往来，是否存在供应商或外协供应商为发行人承担成本费用的情形，是否存在利益输送的情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对主要供应商的核查情况，

包括但不限于核查比例、获取的核查证据及核查结论。（审核问询函问题 12）

（一）结合发行人主要直接材料采购价格与市场价格、可比公司同类产品采购价格差异情况，说明发行人直接材料采购价格是否公允；同类原材料向不同供应商采购单价、同一供应商报告期内采购价格是否存在差异，说明差异的原因及合理性

报告期内，公司采购的原材料主要包括塑胶原料、五金件、电子元器件、线材、包材等。对应的市场价格情况如下：

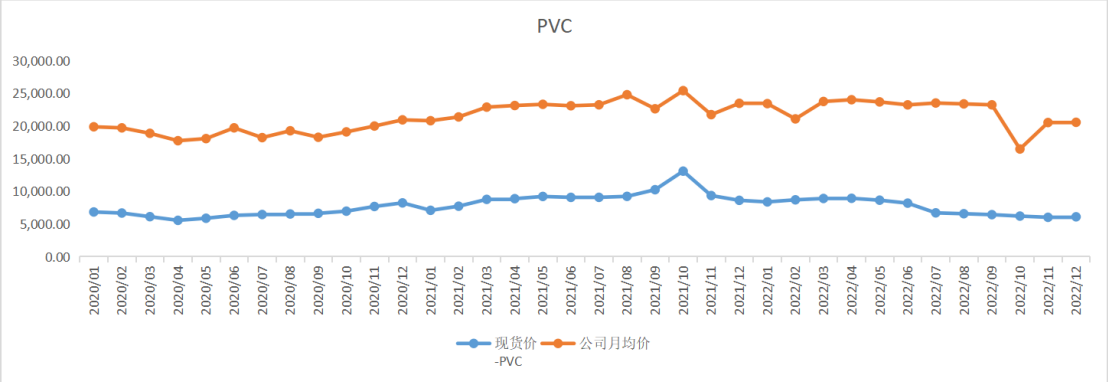
项　目	主要采购材料	材料性质	市场价格情况
塑胶原料	PVC、ABS，约占报告期内塑胶原料采购额的 73%	因公司下游产品水疗按摩池应用环境较为复杂，对产品质量要求较高，故主要采购定制化的改性塑胶原料，同时也存在部分采购通用原料的情况	塑胶原料采购价格主要受到通用 PVC、ABS 市场价格的影响。针对改性塑胶原料，除通用原料市场价格外，还受到改性添加剂及供应商人工成本的影响
电子元器件	LED 灯珠、接插件连接器、集成电路 IC、印刷版 PCB，约占报告期内电子元器件采购额的 78%	因适用不同的灯光产品，元器件的规格型号种类较为繁杂	市场无公开市场价参考，公司主要通过货比三家的形式确定供应商
五金	电极片、不锈钢面盖，约占报告期内五金采购额的 81%	电极片主要构成包括涂层材料铱、钌金属，主体材料钛金属；不锈钢面盖主要系由 304/316 不锈钢拉丝做成，根据公司产品要求定制成不同规格尺寸	针对电极片，供应商主要依据铱、钌、钛的市场价格、人工成本进行定价。即，公司采购价格受到铱、钌、钛市场价格影响； 针对不锈钢面盖，供应商主要依据不锈钢的市场价格、人工成本进行定价。即，公司采购价格受到不锈钢市场价格影响
线材	电缆线、芯线、支线、排线等，其中线径 16、18、20、26AWG 的线材，约占报告期内线材采购额的 85%	线材主要构成包括铜线以及外包的塑胶材料。因适用不同规格的灯光产品，线材的规格型号种类较为繁杂	供应商主要依据铜材的市场价格、人工成本进行定价。即，公司采购价格受到铜材市场价格影响
包材	纸箱、标签、卡板类，约占报告期内包材采购额的 74%	因适用不同规格的产品，包材的规格型号主要系定制型，种类较为繁杂	市场无公开市场价参考，公司主要通过货比三家的形式确定供应商

1．采购价格与市场价格

(1) 塑胶原料

1) PVC

单位：元/吨



注 1：现货价-PVC 数据来源于同花顺 iFinD

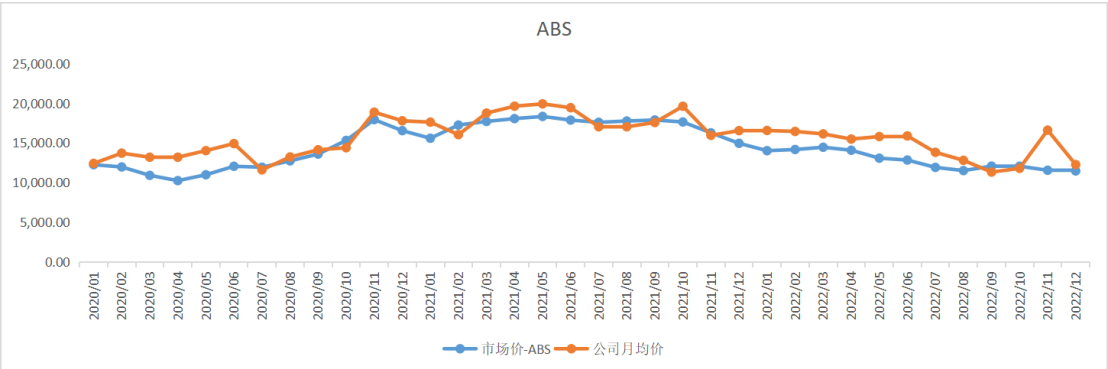
注 2：公司未采购的期间，按照上期月均价列示

由上图可见，报告期内，公司采购的 PVC 均价变动趋势与市场价格变动趋势基本一致。

公司 PVC 采购均价普遍高于市场价格主要系因为公司采购的 PVC 系定制型的改性材料，供应商定价还需考虑改性添加剂、加工费成本。报告期内公司主要向金发科技股份有限公司、广东顺德金康业塑料有限公司（以下简称金康业）采购 PVC，其中受应用产品特性影响，金康业材料主要应用于灯光产品线材零部件注塑，对 PVC 性能要求相较低，改性配方不同，故成本较低，采购价格低。由上图可见，2022 年 10 月采购单价低于其他月份，主要系当期仅向供应商金康业采购导致的。

2）ABS

单位：元/吨



注 1：市场价-ABS 数据来源于同花顺 iFinD

注 2：公司未采购的期间，按照上期月均价列示

由上图可见，报告期内，公司采购的 ABS 均价变动趋势与市场价格变动趋势基本一致。

(2) 电子元器件

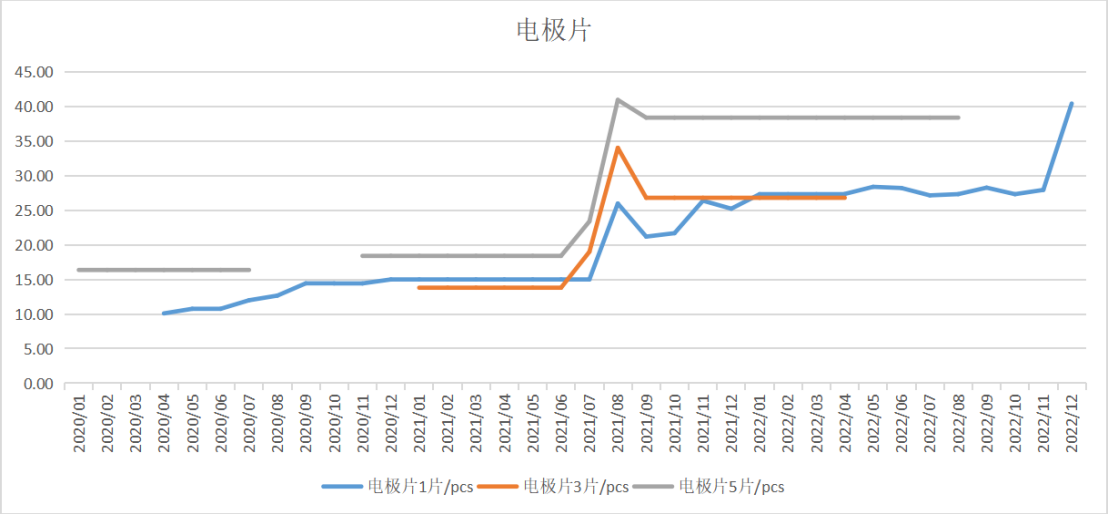
因适用不同规格的灯光产品，元器件的规格型号种类较为繁杂，市场无公开市场价参考，公司主要通过货比三家的形式确定供应商。具体价格比较详见本说明七(一)3(2)相关回复内容。

(3) 五金

1) 电极片

公司电极片月均采购价格变动趋势：

单位：元/片



注：公司电极片根据不同规格分为 1 片装、3 片装、5 片装，为增强可比性，上述单价均按单片计算

报告期内，供应商根据电极片的主要上游原材料铱、钌的市场价格进行定价。电极片采购价格受上游原材料市场价格影响较大，具体市场价格变动情况如下：

① 电极片上游原材料铱市场价格变动趋势：



数据来源：同花顺 iFinD

② 电极片上游原材料钌市场价格变动趋势：



数据来源：同花顺 iFinD

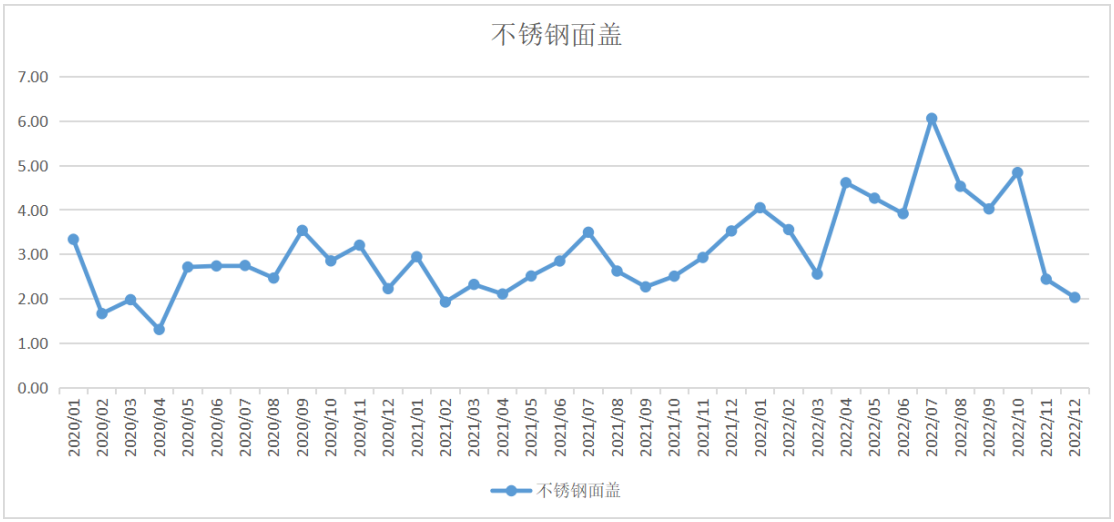
由上图可见，报告期内，公司采购的电极片上游原材料市场价格变动呈现 2020 年较低，2021 年大幅增长，2022 年略有下降但仍在高位的情况，与公司电极片采购均价变动趋势整体上一致。在上游原材料市场价格月度间变动较大的情况下，公司电极片月度间采购均价相较稳定，主要系上游原材料系进口贵金属，受宏观环境影响供应不稳定，供应商申请预付货款备库以稳定供应，相应价格上给予了公司优惠。

公司电极片（1 片/PCS）、电极片（3 片/PCS）、电极片（5 片/PCS）应用于不同客户的产品，单价差异主要系不同客户要求不同，具体涂层配方、电极片规格不同导致的，其中 5 片/PCS 规格的电极片最宽，涂层接触面积最大，故单价最高。2022 年电极片（1 片/PCS）采购价格 12 月变动较大主要系受采购结构的影响，公司应客户要求，提升电极片的质量、性能，于 2022 年逐步开发新涂层配方，供应商采购成本更高，对公司销售价格相应提升。2022 年 12 月公司仅采购了新涂层配方的电极片，故单价较高。

2）不锈钢面盖

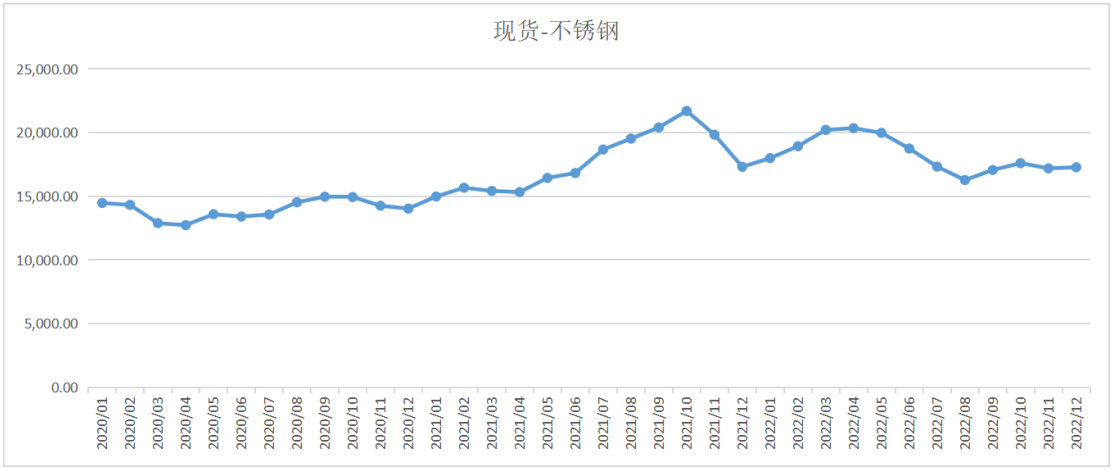
公司不锈钢面盖月均采购价格变动趋势：

单位：元/件



不锈钢面盖上游原材料不锈钢市场价格变动趋势：

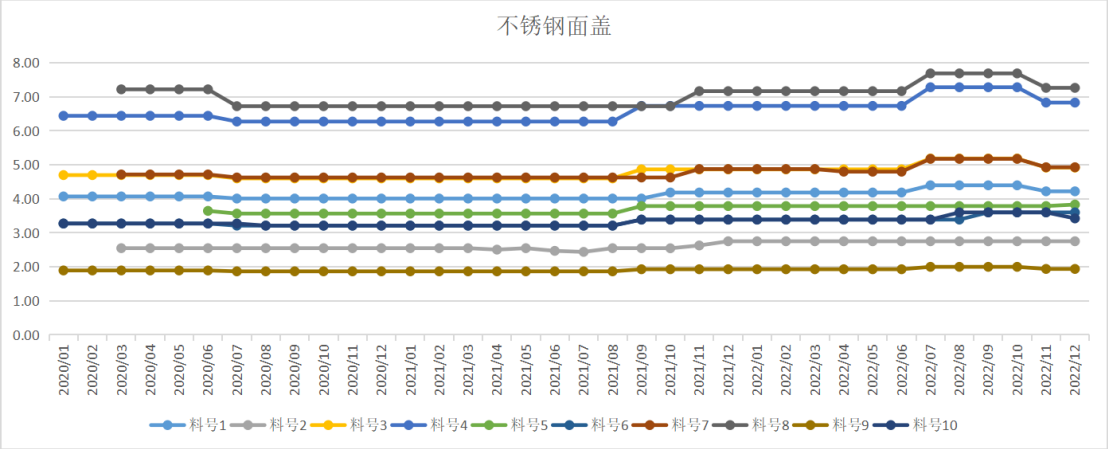
单位：元/吨



数据来源：同花顺 iFinD

由上图可见，报告期内，公司采购的不锈钢面盖均价变动较大与市场价格变动趋势具有差异，主要系公司不锈钢面盖根据客户产品进行定制，具有多种规格型号，并按照每件计价，公开市场价格系按照每吨不锈钢计价，故产生不一致的情况。为增加可比性，选取前十大采购额的具体料号进行价格走势比较，其采购额约占不锈钢面盖总采购额的 82.49%：

单位：元/件



注：公司未采购的期间，按照上期月均价列示

由上图可见，报告期内不锈钢面盖前十大料号的月均采购价格变动趋势与市场价格变动趋势基本一致。2022 年 7 月、8 月月均价格上涨较多，主要系对供应商佛山市鑫凌五金制品有限公司（以下简称鑫凌五金）采购单价上涨：公司 2022 年下半年开始，为降低供应商管理成本、减少不锈钢面盖在电镀加工商、鑫凌五金与公司之间多次往返运输造成的损耗，公司直接从鑫凌五金采购完成电镀工序后的不锈钢面盖，采购单价相应上涨。

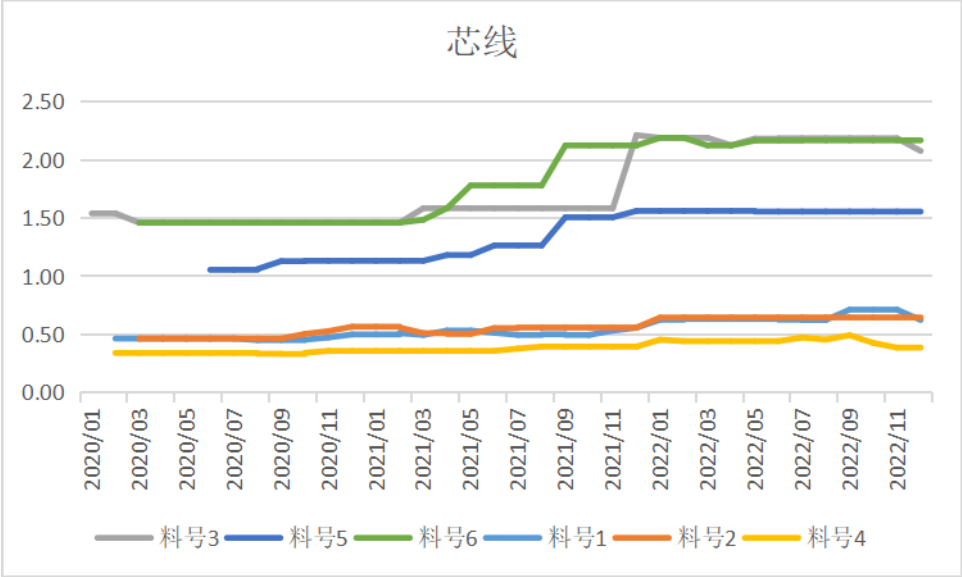
（4）线材



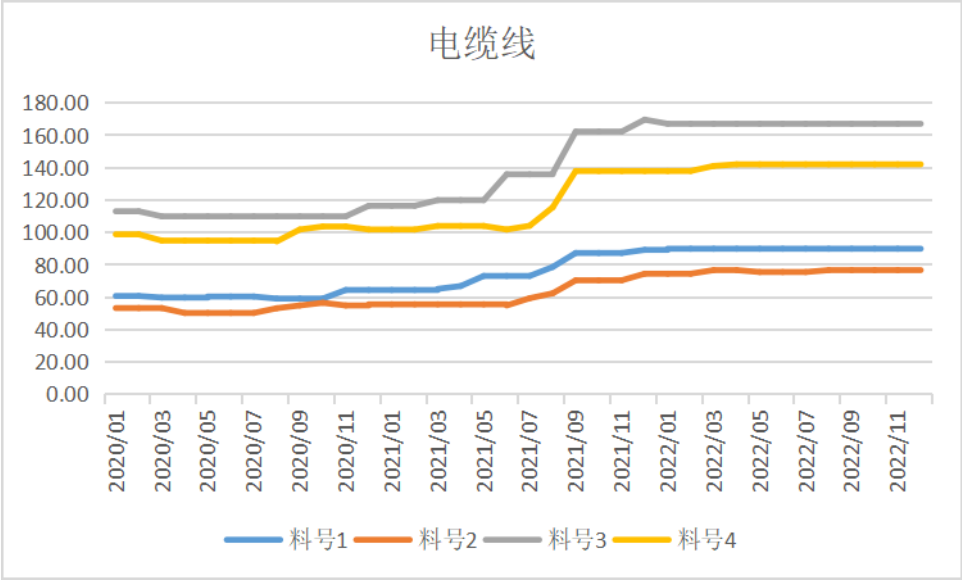
数据来源：同花顺 iFinD

公司线材根据客户产品进行定制，具有多种规格型号，并按照每米/件计价，公开市场价格系按照每吨铜材计价，故不具备可比性。为增加可比性，选取前十大采购额的具体料号进行价格走势比较，采购额约占线材总采购额的 80.58%。按照低价位的芯线、高价位电缆线分别进行比较：

单位：元/件



单位：元/件



报告期内线材上游原材料铜材市场价格由 2020 年的年均 48,899.22 元/吨，逐步上涨到 2022 年的年均 67,410.25 元/吨。 线材前十大料号的月均采购价格变动趋势与市场价格变动趋势整体一致。其中 2022 年下半年铜市场价格由半年度年平均 71,842.79 元/吨下降到 63,261.40 元/吨，但公司前十大料号价格仍保持高位，主要系因为公司与供应商定价节点为单笔订单下单时间，2022 年公司上半年因生产需求用料较多，2022 年 5 月及以前期间采购下单量占全年约 72.64%。

(5) 包材

因适用不同规格的产品，包材的规格型号主要系定制型，种类较为繁杂，市场无公开市场价参考，公司主要通过货比三家的形式确定供应商。具体价格比较详见本说明七(一)3(5)相关回复内容。

2. 可比公司同类产品采购价格差异情况

(1) 塑胶原料

单位：元/千克

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
Fluidra	未披露	未披露	未披露
Hayward	未披露	未披露	未披露
凌霄泵业	未披露	未披露	未披露
望圆科技	12.49	12.00	10.28
渡远户外	10.53	10.66	8.78
斯普智能	未披露	15.43	12.05
平均值	11.51	12.70	10.37
公司	17.79	17.34	15.04

注 1：取自同行业公司招股说明书、反馈问询函

注 2：斯普智能塑胶原料类披露有 ABS 类、PP 类与公司的具有可比性，但报告期内公司 PP 类材料采购金额仅占塑胶原料类约 1%-2%，较小不予比较，上述表格中斯普智能的单价仅系 ABS 类材料单价

如上表可见，公司塑胶原料类平均采购单价略高于同行业公司平均采购单价主要系因为公司采购改性胶料、具体细分胶料采购结构不同，但均受到上游通用塑料市场价格变动影响，公司与同行业公司的年均采购单价变动趋势一致。

(2) 其他

公司名称	其他主要分类	是否可比	说明
Fluidra	未披露		
Hayward	未披露		
凌霄泵业	未披露		
斯普智能	包装箱、金属管件、钢片卷料	否	材料类别不同，不具备可比性
望圆科技	五金件、包装物、电子电器件、电池组、电机组件、注塑件	否	“五金件”“包装物”分别与公司大类“五金件”“包材”一致，但因材料规格繁多、细分材料属性价格区间较大，同行业公司未披露具体细分材料分类，不具备可比性
渡远户外	五金件、包装物、电机、电器配件、橡胶件	否	
公司	五金件、包材、电子元器件、线材	否	

除塑胶原料外，公司其他主要材料电子元器件、五金件、线材、包材等，因各同行业具体应用领域不同，具体采购内容、规格型号不同，不具备可比性。

综上，公司主要材料年均采购单价与可比公司同类产品年均采购价格无重大差异。

3. 同类原材料向不同供应商采购单价、同一供应商报告期内采购价格情况

(1) 塑胶原料

单位：元/千克

项　目	主要供应商	2022 年	2021 年	2020 年
PVC 原料	金发科技股份有限公司	15.14	14.37	12.81
	广东顺德金康业塑料有限公司	11.38	11.65	9.66
ABS 原料	深圳市中达化工科技有限公司	15.64	16.81	12.99
	佛山市顺德区荣裕生贸易有限公司	15.84	18.40	15.57
	建生裕科贸易（深圳）有限公司	14.91	16.87	
	金发科技股份有限公司	28.18	26.92	26.66
	中化塑料有限公司	12.01		

1) PVC 原料

报告期内公司向金发科技股份有限公司（以下简称金发科技）采购的单价较高，主要系受改性配方添加剂价格的影响。金发科技的材料主要应用于按摩产品、水处理产品的关键配件注塑，对 PVC 性能要求较高，而金康业的材料主要应用于灯光产品线材零部件注塑，对 PVC 性能要求相较低，相应改性配方成本低，供应商依据通用 PVC 市场价格、改性添加剂价格进行定价，故采购单价较金发科技低。

报告期内公司向金发科技、金康业采购单价于 2021 年开始上涨，主要系受上游原材料 PVC 单价由 2020 年年均 6,658.48 元/吨上涨至 2021 年 9,141.75 元/吨影响，供应商相应提价。

2) ABS 原料

报告期内公司向同一供应商采购的单价基本稳定，各主要供应商 2021 年采购单价上涨较多，主要系受公开市场价格的影响，ABS 市场价格由 2020 年平均 15,469.23 元/吨，上涨到 2021 年平均 17,522.51 元/吨。

报告期内公司向金发科技股份有限公司采购的单价高于其他供应商，主要系公司向其采购的是定制型改性的 ABS，改性配方成本较高；2022 年中化塑料有限公司主动与公司联系开展合作，主要向其采购奇美 ABS 材料，因该供应商为中国中化下属企业，系亚洲最大的化工品分销商，规模较大，受其运营模式及仓储物

流模式等因素影响，材料成本相较低，故公司向中化塑料有限公司采购的单价低于其他供应商。除上述 2 家供应商外，其他供应商采购单价不存在重大差异。

(2) 电子元器件

单位：元/件

项　目	主要供应商	2022 年度	2021 年度	2020 年度
集成电路 IC	深圳市永旭兴业科技有限公司	0.65	0.79	0.87
	深圳中电港技术股份有限公司	2.32	2.38	2.18
	深圳市汇德科技有限公司	0.52	0.48	0.39
	广州市昱芯微科技有限公司	1.49	2.19	1.00
	东莞乐拓实业有限公司	1.58	4.08	2.68
灯珠 LED	深圳市巨能光电有限公司	0.46	0.44	0.41
	江门市永荃科技有限公司	1.37	1.33	1.28
接插件连接器	深圳市一点一滴科技有限公司	0.92	0.95	1.02
	深圳市金锦山科技有限公司	0.10	0.11	0.11
	东莞市鸿儒连接器有限公司	0.68	0.49	0.40
印刷板 PCB	佛山市野枫山田电子配件有限公司	0.25	0.21	0.23
	佛山民宇电子科技有限公司		3.42	6.22

1) 集成电路 IC

报告期内公司向深圳中电港技术股份有限公司采购的单价较高，主要系其供应的为美国 MICROCHIP 品牌程序控制类 IC，系原装进口产品，价格相较高；向深圳市永旭兴业科技有限公司、深圳市汇德科技有限公司采购的单价较低，主要系公司向其采购电源管理类芯片，此类芯片制程低，价格较低。

报告期内公司向同个供应商采购的单价略有变动，2021 年平均采购单价普遍较高，主要系受 IC 类市场需求变动影响，2021 年因 IC 类供应短缺价格普遍上涨，2022 年供应商产能有所缓解，价格下调。其中，公司对广州市昱芯微科技有限公司、东莞乐拓实业有限公司采购均价上涨幅度较大主要系还受采购结构的影响，2021 年采购单价较高 IC 量占比分别较 2020 年提高了 9.27%、10.40%，进一步拉高了平均单价。

2) 灯珠 LED

报告期内公司向深圳市巨能光电有限公司（以下简称巨能光电）采购的单价较低，主要系公司向其采购的灯珠的主要材料国产化，材料成本、加工人工成本相较低。初期公司主要跟江门市永荃科技有限公司（以下简称永荃科技）合作采购灯珠，永荃科技为贸易商，应用的晶片、支架等主要系进口材料，单价较高。

为管控成本，后期公司开发了性价比较高的巨能光电供应商，灯珠的主要材料国产化，单价相较低。为稳定供应货源，后期公司在交期紧张时仍继续向永茎科技采购，采购份额约占比 3%-10%，占比较小。

3）接插件连接器

报告期内公司向深圳市金锦山科技有限公司采购的单价较低，系公司主要向其采购普通端子及配套胶壳，工艺简单，单价较低。公司向深圳市一点一滴科技有限公司和东莞市鸿儒连接器有限公司主要采购冷压端子、刺破端子、航空插件等工艺相较复杂的材料，故采购单价较高。

2022 年公司对东莞市鸿儒连接器有限公司采购单价较高，主要系受采购结构的影响，2022 年采购单价较高的刺破端子量占比较 2021 年提高了 18.56%，拉高了平均单价。

4）印刷板 PCB

报告期内公司向佛山市野枫山田电子配件有限公司采购的单价较低，主要系供应商按规格尺寸计算单价，公司向其采购的材料规格较小导致的。

2021 年向佛山民宇电子科技有限公司采购价格较 2020 年下降，主要系受采购结构的影响。公司 2021 年采购的大规格灯板数量占比下降 42.81%，导致平均采购价格下降。

(3) 五金

单位：元/件

项　目	主要供应商	2022 年	2021 年	2020 年
电极片/单片装	宝鸡市德臣工贸有限责任公司	27.34	19.18	12.91
	深圳市世铭达实业有限公司	40.20	28.62	
电极片/组合装	宝鸡市德臣工贸有限责任公司	179.32	112.98	86.22
不锈钢面盖	佛山市鑫凌五金制品有限公司	4.60	3.08	3.08
	广州市亿之固五金制品有限公司	2.75	2.63	2.53
	东莞市迪伦五金制品有限公司	1.57		

注：公司向宝鸡市德臣工贸有限责任公司采购电极片及相关配件-氯发生器主体接触片，接触片单价较低，报告期内接触片均向该供应商采购，为增强可比性在单价中未予以统计

1）电极片

报告期内公司向深圳市世铭达实业有限公司采购的单价较高，主要系电极片

为定制型产品，价格受到涂层配方贵金属含量的影响。公司为稳定电极片货源，开发了深圳市世铭达实业有限公司供应商，其电极片涂层配方较宝鸡市德臣工贸有限责任公司升级，可使电极片寿命得到有效延长，故单价较高。

公司 2022 年向深圳市世铭达实业有限公司采购的单价较 2021 年增长，主要系受涂层配方变更的影响。公司 2021 年初步开发深圳市世铭达实业有限公司的电极片采购渠道，初步定下配方后报价并开始采购。后期应客户对氯发生器需求的变更，公司于 2022 年升级了涂层配方，相关工艺同步更进，供应商重新报价，价格有所提高。报告期内公司向宝鸡市德臣工贸有限责任公司采购单价逐年上涨原因，详见本说明六(二)2 相关回复内容。

2) 不锈钢面盖

报告期内公司向佛山市鑫凌五金制品有限公司采购的单价较高，向东莞市迪伦五金制品有限公司采购的单价较低，主要系受采购材料的规格影响。供应商主要依据不锈钢材料用量、加工费进行定价。公司不锈钢面盖规格需要根据不同客户的产品及规格进行定制生产，其中向佛山市鑫凌五金制品有限公司采购的不锈钢面盖规格普遍较大，故单价较高。

2022 年向佛山市鑫凌五金制品有限公司采购的单价较 2021 年增长，主要系①不锈钢材料市场价格上涨；②增加了电镀加工工序价格：为增加公司不锈钢面盖的抗腐蚀性等，需要委托供应商进行电镀加工。2022 年上半年以前，公司电镀加工主要系委托东莞市万景通真空科技有限公司，2022 年下半年开始，为降低供应商时间管理成本，减少不锈钢面盖因多次运输往返于电镀加工商、公司与鑫凌五金间造成的损耗，直接向佛山市鑫凌五金制品有限公司采购电镀后的不锈钢面盖，价格相应提高。

(4) 线材

单位：元/件

项　目	主要供应商	2022 年	2021 年	2020 年
线径 16	广东永锐线缆科技有限公司	52.83	52.69	38.92
线径 26	鹤山市永锐实业有限公司	0.64	0.54	0.47
	惠州市嘉叶电子有限公司	0.63	0.58	
	东莞中钜资讯光电有限公司		0.57	0.57
	长沙富春科技有限责任公司	0.72		
	深圳市巨能光电有限公司	0.69		

项　目	主要供应商	2022 年	2021 年	2020 年
线径 20	广东永锐线缆科技有限公司	1.84	1.43	1.18
	惠州市嘉叶电子有限公司	1.08	1.12	
	东莞中钜资讯光电有限公司			1.14
线径 18	广东永锐线缆科技有限公司	7.09	2.81	3.11

报告期内，公司同类材料向不同供应商的采购单价无重大差异，单价呈现逐年上涨的趋势，主要系受线材上游原材料铜材的市场价格上涨的影响，铜材市场价格由 2020 年平均 48,899.22 元/吨逐步上涨到 2022 年平均 67,410.25 元/吨。

线径 20：2022 年对惠州市嘉叶电子有限公司采购单价下降主要系受采购结构的影响；公司主要向嘉叶电子采购单支线和芯线，单支线无护套、单股铜丝材料用量少价格低，2022 年采购此类材料数量占比较 2021 年提高 13.33%，拉低了平均采购单价。

线径 18：2022 年对广东永锐线缆科技有限公司采购单价增长较大，除受铜材市场价格上涨的影响外，还受到采购结构变动的影响；公司主要向广东永锐采购电缆线和芯线，电缆线组成芯数多、长度较长，价格高，2022 年采购数量占比较 2021 年提高 6.00%，进一步拉高了平均采购单价。

(5) 包材

单位：元/件

项　目	主要供应商	2022 年度	2021 年度	2020 年度
纸箱类	广州市致兴包装制品有限公司	3.55	4.51	4.94
	东莞市利羽彩艺印刷有限公司	8.11	7.56	6.88
	佛山市南海区里水昊祺纸箱厂	8.55	8.74	7.91
标签类	广州舜都印刷有限公司	0.16	0.15	0.17
	中山市小榄镇今茂印刷厂	0.58	0.58	0.55
卡板类	广州市致兴包装制品有限公司	0.42	0.42	0.41
	广州广顺塑胶有限公司		12.04	12.04

1）纸箱类

公司 2022 年向广州市致兴包装制品有限公司（以下简称致兴包装）采购的单价较 2021 年下降，主要系受采购结构的影响。报告期内公司向致兴包装采购同规格纸箱的单价基本保持稳定，但 2022 年公司采购了更多小规格的纸箱，拉低了平均采购单价。

报告期内，公司向广州市致兴包装制品有限公司采购的单价较低，主要系采

购产品不同的影响。公司主要向致兴包装采购瓦楞纸箱，材料成本较低，相应采购单价较低。东莞市利羽彩艺印刷有限公司主要向公司供应彩盒，生产工艺复杂，单价较高。佛山市南海区里水昊祺纸箱厂主要向公司供应瓦楞纸箱和彩箱，但因应用于浴缸附件支架类产品的包装，规格尺寸较致兴包装大，单价也较高。比较同类规格单价如下：

单位：元/件

项　目	供应商	2022 年度	2021 年度	2020 年度
料号 1	东莞市利羽彩艺印刷有限公司	24.60	24.60	24.65
	广州市致兴包装制品有限公司	7.83	7.83	
料号 2	东莞市利羽彩艺印刷有限公司	2.49	2.49	2.51
	广州市致兴包装制品有限公司	1.35	1.35	
料号 3	东莞市利羽彩艺印刷有限公司	10.40	10.40	10.46
	广州市致兴包装制品有限公司	2.92	2.92	

如上表所示，同规格料号下，公司向东莞市利羽彩艺印刷有限公司采购单价较高，主要系东莞市利羽彩艺印刷有限公司为专门从事彩盒生产的公司，产品质量较好，另外供应商为外商企业，报价中利润加成较高。为把控成本，公司于 2021 年开发了广州市致兴包装制品有限公司采购同类型材料，总体质量满足公司产品包装需求。故后期对东莞市利羽彩艺印刷有限公司采购额下降，仅在交期紧张时进行采购。

2）标签类

报告期内，公司向中山市小榄镇今茂印刷厂采购的单价较高，主要系受采购材料规格的影响。中山市小榄镇今茂印刷厂主要向公司供应大规格的标签，故单价较高。

3）卡板类

报告期内，公司向广州广顺塑胶有限公司采购的单价较高，主要系受具体采购产品不同的影响。广州广顺塑胶有限公司向公司供应 PP 塑料材质的隔板，规格较大，价格高。广州市致兴包装制品有限公司向公司供应纸卡板，供应商材料成本低，价格低。

综上，公司同类原材料向部分不同供应商采购单价、同一供应商报告期内部分采购单价具有一定差异主要系受具体采购材料规格、性质、采购结构、上游材料市场价格变动的影响，差异具备合理性。

（二）说明报告期原材料前五大供应商的基本情况、合作历史、采购金额及占比，报告期内主要供应商新增及减少的原因；是否存在成立时间较短、注册资本较小、主要为发行人服务的供应商，并说明发行人与上述供应商合作的合理性

1. 说明报告期原材料前五大供应商的基本情况、合作历史、采购金额及占比，报告期内主要供应商新增及减少的原因

(1) 报告期原材料前五大供应商的基本情况及合作历史

报告期各期前五大原材料供应商基本情况及合作历史汇总如下：

1）宝鸡市德臣工贸有限责任公司

项　目	内容
供应商名称	宝鸡市德臣工贸有限责任公司
注册时间	2004-06-15
注册资本	50 万元人民币
供应商主要股权结构	股东为张建钢、李秀玲
供应商经营范围	水处理产品、金属表面处理产品、化工产品及设备的生产、销售
公司主要采购内容	五金
合作历史	自 2011 年开始合作

2）佛山市鑫凌五金制品有限公司

项　目	内容
供应商名称	佛山市鑫凌五金制品有限公司
注册时间	2014-11-04
注册资本	210 万元人民币
供应商主要股权结构	股东为佛山市意达高商业管理服务有限公司、刘涌波、丁祥武
供应商经营范围	金属制品的生产、制造及销售
公司主要采购内容	委托加工、五金
合作历史	自 2005 年开始合作（与该供应商前身佛山市南海鑫凌五金制品厂合作）

3）佛山市速臻环境科技有限公司

项　目	内容
供应商名称	佛山市速臻环境科技有限公司
注册时间	2016-05-17
注册资本	300 万元人民币
供应商主要股权结构	股东为丁建田、和畅管理咨询（广州）有限公司
供应商经营范围	金属制品的生产、制造及销售
公司主要采购内容	委托加工、五金
合作历史	自 2018 年开始合作

4）金发科技股份有限公司

项　目	内容
供应商名称	金发科技股份有限公司
注册时间	1993-05-26
注册资本	257,362.23 万元人民币
供应商主要股权结构	股东为袁志敏、熊海涛等
供应商经营范围	塑料制品的生产、制造及销售
公司主要采购内容	塑胶原料
合作历史	自 2010 年开始合作

5）广东永锐线缆科技有限公司

项　目	内容
供应商名称	广东永锐线缆科技有限公司
注册时间	2005-01-10
注册资本	1000 万元人民币
供应商主要股权结构	股东为武冈市永锐电子科技有限公司
供应商经营范围	电线、电缆及周边产品的生产、销售
公司主要采购内容	线材
合作历史	自 2010 年开始合作

6）鹤山市永锐实业有限公司

项　目	内容
供应商名称	鹤山市永锐实业有限公司
注册时间	2007-06-04
注册资本	1000 万元人民币
供应商主要股权结构	股东为武冈市永锐电子科技有限公司
供应商经营范围	塑料制品、金属丝绳、电力电子元器件、电线电缆等产品的生产制造及销售
公司主要采购内容	线材
合作历史	自 2018 年开始合作

7）深圳市巨能光电有限公司

项　目	内容
供应商名称	深圳市巨能光电有限公司
注册时间	2006-07-21
注册资本	2000 万元人民币
供应商主要股权结构	股东为文静、周鹏
供应商经营范围	LED 发光二极管的生产、加工、销售；照明器具制造。
公司主要采购内容	电子元器件
合作历史	自 2010 年开始合作

8）佛山市顺德区荣裕生贸易有限公司

项　目	内容
供应商名称	佛山市顺德区荣裕生贸易有限公司
注册时间	2004-06-30
注册资本	500 万元人民币
供应商主要股权结构	股东为黎旭亮
供应商经营范围	国内商业、物资供销业
公司主要采购内容	塑胶原料
合作历史	自 2010 年开始合作

(2) 报告期原材料前五大供应商的采购金额及占比

2022 年度

单位：万元

序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占采购总额的比例
1	宝鸡市德臣工贸有限责任公司	五金	2,437.68	18.41%
2	佛山市鑫凌五金制品有限公司	委托加工、五金	1,707.89	12.90%
3	金发科技股份有限公司	塑胶原料	991.17	7.49%
4	广东永锐线缆科技有限公司	线材	616.36	4.66%
	鹤山市永锐实业有限公司	线材	98.49	0.74%
	小　计		714.85	5.40%
5	深圳市巨能光电有限公司	电子元器件	551.94	4.17%
合　计			6,403.53	48.37%

2021 年度

单位：万元

序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占采购总额的比例
1	佛山市鑫凌五金制品有限公司	委托加工、五金	2,192.12	12.24%
2	金发科技股份有限公司	塑胶原料	1,902.37	10.62%
3	宝鸡市德臣工贸有限责任公司	五金	1,363.84	7.62%
4	广东永锐线缆科技有限公司	线材	762.44	4.26%
	鹤山市永锐实业有限公司	线材	348.24	1.94%
	小　计		1,110.68	6.20%
5	深圳市巨能光电有限公司	电子元器件	722.71	4.04%
合　计			7,291.72	40.72%

2020 年度

单位：万元

序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占采购总额的比例
1	佛山市鑫凌五金制品有限公司	委托加工、五金	933.03	9.31%
	佛山市速臻环境科技有限公司	委托加工、五金	7.61	0.07%
	小　计		940.64	9.38%
2	金发科技股份有限公司	塑胶原料	871.87	8.70%
3	广东永锐线缆科技有限公司	线材	395.68	3.95%
	鹤山市永锐实业有限公司	线材	196.38	1.96%
	小　计		592.06	5.91%
4	宝鸡市德臣工贸有限责任公司	五金	559.81	5.58%
5	佛山市顺德区荣裕生贸易有限公司	塑胶原料	540.72	5.39%
合　计			3,505.10	34.96%

(3) 报告期内主要供应商新增及减少的原因

报告期内，伴随着产销量的增长，公司原材料采购总额逐年增长。为保证原材料供应的充分性与及时性，以及考虑环保政策、采购价格及可替代产品等因素的影响，公司积极开拓采购渠道，开发新的供应商，分散采购风险。

报告期内，公司各期前五大供应商变动情况如下(“√”为当期前五大客户)：

序号	供应商名称	采购内容	2022 年度	2021 年度	2020 年度
1	宝鸡市德臣工贸有限责任公司	五金	√	√	√
2	佛山市鑫凌五金制品有限公司	委托加工、五金	√	√	√
	佛山市速臻环境科技有限公司	委托加工、五金			√
3	金发科技股份有限公司	塑胶原料	√	√	√
4	广东永锐线缆科技有限公司	线材	√	√	√
	鹤山市永锐实业有限公司				
5	深圳市巨能光电有限公司	电子元器件	√	√	
6	佛山市顺德区荣裕生贸易有限公司	塑胶原料			√

各年度前五大供应商新增或退出原因如下：

年度	变动类型	供应商名称	变动原因
2021 年较 2020 年	退出	佛山市顺德区荣裕生贸易有限公司	公司与该供应商主要为现货采购，由于 2020 年开始公司采购需求量增加，为了避免缺货断料，同时考虑库容的情况，公司开发了其他供应商（如深圳中达、深圳建生等），减少了对荣裕生的采购份额
2021 年较 2020 年	新增	深圳市巨能光电有限公司	2020 年该供应商为公司第六大供应商，2021 年公司电子元器件采购需求量增加，相应加大了对该供应商的采购，该供应商 2021 年成为前五大供应商
2021 年较 2020 年	退出	佛山市速臻环境科技有限公司	2020 年公司在该供应商采购浴缸支架的一个五金零件，2021 年开始公司转到由该供应商同一控制下的鑫凌五金生产交货结算

2. 是否存在成立时间较短、注册资本较小、主要为公司服务的供应商，并说明公司与上述供应商合作的合理性

(1) 是否存在成立时间较短、注册资本较小、主要为公司服务的供应商

报告期内，存在上述情况的供应商情况如下：

1) 宝鸡市德臣工贸有限责任公司

德臣工贸的注册资本为 50 万元，且报告期内公司采购额占该供应商同类产

品销售收入比例较高，属于注册资本较小、主要为公司服务的供应商。报告期内，公司采购金额占该供应商的比例如下：

单位：万元

年度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
采购金额	2,437.68	1,363.84	559.81
该供应商营收	约 3,400 万元	约 2,100 万元	约 1,100 万元
占比	约 70%	约 65%	约 50%

该供应商为电极片贸易商，因此注册资本较小，公司向该供应商主要采购电极片，2021 年起电极片价格持续上涨，同时公司出于公司业务发展需要，电极片采购需求大幅增加，该供应商与公司合作多年，供应产品的品质符合公司的要求，因此公司在该供应商处的采购额大幅增加。

2）佛山市鑫凌五金制品有限公司

鑫凌五金的注册资本为 210 万元，且报告期内公司采购额占该供应商同类产品销售收入比例较高，属于注册资本较小、主要为公司服务的供应商。报告期内，公司采购金额占该供应商的比例如下：

单位：万元

年度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
采购金额	1,707.89	2,192.12	933.03
该供应商营收	约 2,600 万元	约 3,300 万元	约 1,700 万元
占比	约 65%	约 65%	约 55%

水疗按摩缸行业具有定制化特点，故公司采购原材料亦具备一定程度的定制性。该供应商位于佛山，距离公司地理位置较近，在与公司长期的合作过程中能够快速响应公司的采购加工需求，同时保证稳定的产品质量。双方保持了良好的合作关系，因此，公司在该供应商处采购量较大，占该供应商销售额的大多数。

综上，报告期内公司与上述供应商的合作为合作历史久远、采购需求增加等原因，均具有正常的商业逻辑，不存在异常情况，具有合理性。

（三）说明委托加工供应商的基本情况、合作历史、合作方式、交易内容、发行人采购金额占供应商收入的比例，主要委托加工供应商新增或退出的原因；委托加工的定价模式和单位成本，相关质量控制措施，供应商是否具备业务资

质

1. 报告期各期，公司前十大委托加工供应商基本情况、合作历史、合作方式、交易内容

(1) 报告期各期前十大委托加工供应商采购情况

报告期内，公司对前十大委托加工供应商委托加工金额如下：

单位：万元

供应商	2022 年度	2021 年度	2020 年度
东莞市诚然电子有限公司	86.74	518.99	269.27
广州市柏森塑料制品有限公司	4.59	198.48	212.41
广州新景生模塑科技有限公司	83.63	348.77	127.52
广州力友祥模具塑料有限公司		114.64	57.87
佛山市鑫凌五金制品有限公司	93.42	110.99	52.53
东莞市万景通真空科技有限公司	34.41	94.57	51.66
深圳市金锦山科技有限公司		19.67	35.89
佛山市南海区里水湛盛五金喷涂厂	9.80	34.87	35.66
广州中亚实业有限公司	26.90	117.40	31.88
广州市精和锐塑胶有限公司	28.99	163.94	28.71
惠州市杰通电子有限公司	66.80	96.27	11.02
广州星宝莱实业有限公司		56.70	11.22
巨源弘（广州）智能科技有限公司	53.97	56.18	18.68
中山市匠心塑胶模具有限公司	53.24	6.22	
珠海和威科技有限公司	52.68	46.14	
合　计	595.17	1,983.83	944.32
占委托加工费总额比	89.15%	93.57%	90.62%

(2) 委托加工供应商基本情况、合作历史、合作方式、交易内容

1) 东莞市诚然电子有限公司

项　目	内容
公司名称	东莞市诚然电子有限公司
成立日期	2017/12/14
注册资本	100 万元人民币

项　目	内容
注册地址	东莞市横沥镇新四村三江工业区 140 栋三楼
法定代表人	张桂君
实际控制人	张桂君
股权结构	张桂君：100%
统一社会信用代码	91441900MA514QLM3B
经营范围	产销：电子产品、电子零件、电子半成品、线路板、变压器、散热片、电源供应器、塑胶配件、计算机周边器材、手机周边器材、五金冲压件。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
合作历史	2017 年开始合作，合作关系稳定
合作方式	框架合同+制式订单
交易内容	电子加工工序如裁线、焊接、贴片等

2）广州市柏森塑料制品有限公司

项　目	内容
公司名称	广州市柏森塑料制品有限公司
成立日期	2002/5/30
注册资本	1000 万元人民币
注册地址	广州市黄埔区新业路 46 号 1 栋，3 栋 101,5 栋 101 房，5 栋 201 之三房，7 栋 103 房，7 栋 104 房，8 栋 102 房
法定代表人	蔡诗源
实际控制人	蔡诗源
股权结构	蔡诗源：75% 何广威：25%
统一社会信用代码	9144011673970545 59
经营范围	机械零部件加工；货物进出口（专营专控商品除外）；橡胶零件制造；再生橡胶制造；塑料粒料制造；塑料零件制造；塑料制品批发；橡胶制品批发；橡胶制品零售
合作历史	2015 年之前开始合作，至 2022 年 8 月
合作方式	框架合同+制式订单
交易内容	注塑加工

3）广州新景生模塑科技有限公司

项　目	内容

项　目	内容
公司名称	广州新景生模塑科技有限公司
成立日期	2018/8/8
注册资本	100 万元人民币
注册地址	广州市黄埔区骏达路 29 号 B 栋之一号
法定代表人	冯志根
实际控制人	缪凌郁
股权结构	缪凌郁：66% 陈俊昇：34%
统一社会信用代码	91440101MA5C3UM13F
经营范围	模具增材制造设备的制造、研究开发与销售；五金产品批发与零售；汽车生产专用设备制造；汽车维修工具设计；电子产品批发与设计；医疗卫生用塑料制品制造；电器辅件、配电或控制设备的零件制造；灯用电器附件及其他照明器具制造；LED 显示屏制造；商品信息与信息技术咨询服务
合作历史	2019 年开始合作，合作关系稳定
合作方式	框架合同+制式订单
交易内容	注塑加工

4）广州力友祥模具塑料有限公司

项　目	内容
公司名称	广州力友祥模具塑料有限公司
成立日期	2017/6/19
注册资本	100 万元人民币
注册地址	广州市增城区新塘镇上邵村大岭岗（土名）厂房 A3
法定代表人	钱剑英
实际控制人	钱剑英
股权结构	钱剑英：90% 徐多艺：10%
统一社会信用代码	91440101MA59PC2A83
经营范围	塑胶或金属表面处理；塑料或金属包装箱及容器制造；塑料、橡胶、金属日用品制造；汽车零部件及配件制造；金属材料及包装容器及材料制造；模具销售；塑料制品销售；高品质合成橡胶销售；橡胶及金属制品研发及销售；汽车零配件批发及研发；住房租赁；非居住房地产租赁；集成电路制造；电子元器件零售；电子产品销售；专业设计服务；金属切削加工服务；机械零件、零部件加工；五金产品制造、研发、批发
合作历史	2020 年 9 月至 2021 年 8 月

项　目	内容
合作方式	框架合同+制式订单
交易内容	注塑加工

5）佛山市鑫凌五金制品有限公司

项　目	内容
公司名称	佛山市鑫凌五金制品有限公司
成立日期	2014/11/4
注册资本	210 万元人民币
注册地址	佛山市南海区里水镇流潮水口村公园路 4 号 A 座
法定代表人	丁建田
实际控制人	丁建田
股权结构	佛山市意达高商业管理服务有限公司：73.84% 刘涌波：17.99% 丁祥武：8.17%
统一社会信用代码	91440605315239841B
经营范围	金属结构制造；金属工具制造；金属制日用品制造；建筑、安全用金属制品制造；模具制造；电子元器件与机电组件设备制造；其他电子专用设备制造；其他电子设备制造；建材批发；五金产品批发；其他机械设备及电子产品批发；其他电子产品零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）
合作历史	2005 年开始合作，合作关系稳定
合作方式	长期合作协议+制式订单
交易内容	装配加工

注：佛山市鑫凌五金制品有限公司前身为佛山市南海鑫凌五金制品厂，成立于 2005-08-05

6）东莞市万景通真空科技有限公司

项　目	内容
公司名称	东莞市万景通真空科技有限公司
成立日期	2018/6/19
注册资本	500 万元人民币
注册地址	广东省东莞市长安镇上角民兴三路 2 号 1 栋 301 室
法定代表人	肖小伟
实际控制人	陈小波
股权结构	陈小波：95% 肖小伟：5%

项　目	内容
统一社会信用代码	91441900MA51UX4F93
经营范围	研发、产销：真空设备、五金产品、通用机械设备、包装制品、模具制品、装饰制品、工艺品（象牙及其制品除外）、电子产品；真空镀膜；加工：五金制品；销售：黄金制品；物业租赁、物业投资、企业管理咨询、市场营销策划；货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
合作历史	2019 年开始至今，合作关系稳定
合作方式	长期合作协议+制式订单
交易内容	电镀加工

7）深圳市金锦山科技有限公司

项　目	内容
公司名称	深圳市金锦山科技有限公司
成立日期	2010/9/13
注册资本	100 万元人民币
注册地址	深圳市龙华区观湖街道松元厦社区锦绣大地 9 号楼 401
法定代表人	刘军平
实际控制人	刘艳梅
股权结构	刘艳梅：62% 刘军平：38%
统一社会信用代码	91440300561536622K
经营范围	一般经营项目是：电子连接线、电子元器件、五金制品的技术开发、生产与销售；电子产品的技术开发与销售；国内贸易，货物及技术进出口。（法律、行政法规、国务院决定规定在登记前须经批准的项目除外）
合作历史	2015 年开始合作，合作关系稳定
合作方式	框架合同+制式订单
交易内容	线材注塑加工

8）佛山市南海区里水湛盛五金喷涂厂

项　目	内容
公司名称	佛山市南海区里水湛盛五金喷涂厂
成立日期	2003/5/26
注册资本	8 万元人民币
注册地址	佛山市南海区里水北沙鹿眠村工业区

项　目	内容
法定代表人	黄湛权
实际控制人	黄湛权
股权结构	黄湛权：100%
统一社会信用代码	914406057510651553
经营范围	五金制品。加工，销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
合作历史	2010 年开始合作，合作关系稳定
合作方式	框架合同+制式订单
交易内容	喷涂、包装

9）广州中亚实业有限公司

项　目	内容
公司名称	广州中亚实业有限公司
成立日期	2008/8/7
注册资本	5,000 万元人民币
注册地址	广州经济技术开发区永和经济区永顺大道西路 2 号
法定代表人	张小刚
实际控制人	付焕生
股权结构	付焕生：80%　张小刚：10% 李旭：10%
统一社会信用代码	91440101677789381X
经营范围	塑料板、管、型材制造；五金配件制造、加工；销售本公司生产的产品（国家法律法规禁止经营的项目除外；涉及许可经营的产品需取得许可证后方可经营）；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；商品零售贸易（许可审批类商品除外）；货物进出口（专营专控商品除外）；材料科学研究、技术开发；新材料技术开发服务
合作历史	2020 年开始合作，至 2022 年 3 月
合作方式	框架合同+制式订单
交易内容	注塑加工

10）广州市精和锐塑胶有限公司

项　目	内容
公司名称	广州市精和锐塑胶有限公司
成立日期	2010/8/10
注册资本	1,000 万元人民币

项　目	内容
注册地址	广州市增城区永宁街简村村齐岭桥边
法定代表人	吴锡柱
实际控制人	梁国生
股权结构	梁国生：42% 梁军明：40% 吴锡柱：18%
统一社会信用代码	91440183560217 89XG
经营范围	金属、塑料、橡胶制品批发与制造；模具制造；包装材料销售；机械配件零售与批发；橡胶零件制造与批发；塑料包装箱及容器制造；五金产品批发；金属包装容器制造；电子产品批发与零售；电子产品检测与设计服务；电工仪器仪表制造；环境监测专用仪器仪表制造；通用和专用仪器仪表的元件、器件制造；仪器仪表修理与批发；电子自动化工程安装服务；环保设备批发；通用及电气机械设备销售
合作历史	2020 年开始合作，至 2022 年 5 月
合作方式	框架合同+制式订单
交易内容	注塑加工

11）惠州市杰通电子有限公司

项　目	内容
公司名称	惠州市杰通电子有限公司
成立日期	2019/12/27
注册资本	50 万元人民币
注册地址	博罗县石湾镇宏明西路 139 号第四层
法定代表人	向诗忠
实际控制人	向诗忠
股权结构	向诗忠：100%
统一社会信用代码	91441322MA548JGG87
经营范围	加工、销售：电子产品、音箱设备、音频智能设备、通讯设备、数据线、音频线、充电线、五金制品。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
合作历史	2020 年 4 月开始，合作关系稳定
合作方式	框架合同+制式订单
交易内容	激光打标、线材注塑焊接

12）广州星宝莱实业有限公司

项　目	内容
公司名称	广州星宝莱实业有限公司
成立日期	2013/10/25
注册资本	500 万元人民币
注册地址	广州经济技术开发区永和街道永和经济区九岭路 4 号（自主申报）
法定代表人	刘佳奇
实际控制人	刘佳奇
股权结构	刘佳奇：100%
统一社会信用代码	91440116080382458K
经营范围	专用设备制造；通用零部件制造；通用设备制造；机械零件、零部件加工；食品、酒、饮料及茶生产专用设备制造；塑料制品制造；塑料制品销售；橡胶制品销售；紧固件制造；金属密封件制造；通用设备修理；模具销售；货物进出口
合作历史	2020 年 11 月至 2021 年 8 月
合作方式	框架合同+制式订单
交易内容	注塑加工

13）巨源弘（广州）智能科技有限公司

项　目	内容
公司名称	巨源弘（广州）智能科技有限公司
成立日期	2011/12/29
注册资本	150 万元人民币
注册地址	广州经济技术开发区永和经济区黄旗山路 11 号一楼
法定代表人	陈志杰
实际控制人	周兰
股权结构	周兰：36.6667% 曹风：20% 张潮晖：18% 李爱萍：13.3333% 陈志杰：12%
统一社会信用代码	914401165895045341
经营范围	3D 扫描及打印设备的研究开发与制作；电子、通信与自动控制技术研究、开发；日用塑料制品制造；办公用机械制造；塑料零件制造；办公设备耗材零售；计算机零部件制造；办公设备批发；通用和专用仪器仪表的元件、器件制造；机械零部件加工；文具用品零售与批发；印刷专用设备制造；摩托车与汽车零部件及配件制造；家用电力器具专用配件制造；模具制造；办公设备耗材批发；计算机应用电子设备制造；照明灯具制造；电子产品批发与零售；其他文教办公用品制造
合作历史	2020 年开始合作，至 2022 年 5 月

项　目	内容
合作方式	框架合同+制式订单
交易内容	注塑加工

14）中山市匠心塑胶模具有限公司

项　目	内容
公司名称	中山市匠心塑胶模具有限公司
成立日期	2016/12/12
注册资本	200 万元人民币
注册地址	中山市三乡镇鸦岗村三洲工业大街三巷 8 号 A 幢二楼 7-12 卡
法定代表人	盘水丽
实际控制人	盘水丽
股权结构	盘水丽：100%
统一社会信用代码	91442000MA4W2F3N2M
经营范围	生产、加工、销售：塑胶制品、模具、五金制品（不含电镀）、电子产品、金属铸件、电气设备及配件、五金机械及零配件。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
合作历史	2021 年开始合作，合作关系稳定
合作方式	框架合同+制式订单
交易内容	注塑加工

15）珠海和威科技有限公司

项　目	内容
公司名称	珠海和威科技有限公司
成立日期	2020/8/11
注册资本	100 万元人民币
注册地址	珠海市高新区唐家湾镇金恒二路 6 号丙类厂房第二层
法定代表人	夏少茂
实际控制人	夏少茂
股权结构	夏少茂：90% 高佩云：10%
统一社会信用代码	91440400MA554MB45B
经营范围	生产、加工、销售；电子产品、模具、打印耗材及配件、电脑及周边产品；研发；电子产品、模具。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

项　目	内容
合作历史	2021 年开始合作，至 2022 年 4 月
合作方式	框架合同+制式订单
交易内容	注塑加工

2. 公司采购金额占供应商收入的比例

规范名称	2022 年	2021 年	2020 年
东莞市诚然电子有限公司	42.00%	57.00%	39.00%
广州市柏森塑料制品有限公司	0.20%	3.00%	6.00%
广州新景生模塑科技有限公司	5.00%	25.00%	11.00%
广州力友祥模具塑料有限公司	未合作	0.70%	2.00%
佛山市鑫凌五金制品有限公司	70.00%	65.00%	50.00%
东莞市万景通真空科技有限公司	1.20%	3.40%	2.40%
深圳市金锦山科技有限公司	4.00%	6.00%	9.00%
佛山市南海区里水湛盛五金喷涂厂	4.70%	15.33%	28.45%
广州中亚实业有限公司	12.00%	15.00%	13.00%
广州市精和锐塑胶有限公司	5.00%	7.00%	6.00%
惠州市杰通电子有限公司	25.20%	28.90%	5.80%
广州星宝莱实业有限公司	未合作	5.42%	2.85%
巨源弘（广州）智能科技有限公司	16.00%	20.00%	13.00%
中山市匠心塑胶模具有限公司	32.00%	21.00%	未合作
珠海和威科技有限公司	28.00%	25.00%	未合作

注：数据来自上述供应商的走访资料、供应商情况说明

如上表所示，报告期内公司采购额占供应商收入的比例基本呈现 2021 年上升，2022 年下降的情况，主要系公司委外占比最多的为注塑、装配及电子加工类委外，属于产能委外，委外加工量受公司当下产能利用率的影响较大。公司 2021 年生产订单快速增长，产能饱和，增加了委托加工服务的采购规模，导致 2021 年公司采购额占供应商收入的比例普遍提高。2022 年受到终端消费产品市场需求阶段性回落等宏观因素的影响，生产订单逐步下降，产能得到缓解，另外公司新增购置 39 台注塑机投入使用，产能得到了提升，故委托加工服务的采购

规模下降，公司采购额占供应商收入的比例普遍下降。

2022 年公司采购额占中山市匠心塑胶模具有限公司、珠海和威科技有限公司收入比例持续提升，主要系公司 2021 年委外加工需求增加，开发了性价比高的中山市匠心塑胶模具有限公司、珠海和威科技有限公司，并分别于 2021 年 12 月、2021 年 10 月开始合作，故 2021 年的采购额较小，占比较小，2022 年持续合作采购额增加，占比增加。

2022 年公司采购额占佛山市鑫凌五金制品有限公司收入比例持续提高，主要系供应商自身收入整体下降较多。

3. 委托加工供应商新增或退出情况

单位：万元

项　目	年度	数量(家)	金额	占委外加工费比（%）
新增	2020 年度	14	229.15	21.99
	2021 年度	12	70.15	3.31
	2022 年度	3	16.64	2.49
退出	2020 年度	9	11.59	1.11
	2021 年度	9	26.17	1.23
	2022 年度	12	209.64	31.40

报告期内，2020 年新增供应商占比高，2022 年退出供应商占比较高，主要系公司委外占比最多的为注塑、装配及电子加工类委外，主要系产能委外。2020 年下半年受到终端消费产品市场需求增长旺盛的影响，生产订单增长，产能饱和，为满足客户交期，开发了较多供应商委托注塑加工。2022 年受到终端消费产品市场需求阶段性回落等宏观因素的影响，生产订单逐步下降，产能得到缓解，另外公司新增购置 39 台注塑机投入使用，产能得到了提升，故委托加工服务的采购规模下降，退出供应商采购额占比较高。

除上述原因外，其他主要供应商的新增退出原因如下：

供应商	变动类型	工序	占比	原因
东莞市华晨真空科技有限公司	退出	电镀	0.94%	合作系电镀工序，因性价比较低，暂停合作
珠海和威科技有限公司	新增	注塑	2.18%	2021 年注塑产品委外需求增加，两家公司分别地处珠海、中山，人工成本相较低，性价比较高
中山市匠心塑胶模具有限公司	新增	注塑	0.29%	

4. 委托加工的定价模式和单位成本

单位：元/件

规范名称	定价模式	2022 年度	2021 年度	2020 年度
东莞市诚然电子有限公司	按各加工工序的设备费率、辅材费用、人工费用等进行加工费结算	1.50	1.97	2.17
佛山市鑫凌五金制品有限公司	按加工工时进行加工费结算	0.17	0.17	0.14
惠州市杰通电子有限公司	按注塑机台费率、成型周期、加工工时进行加工费结算	0.67	0.54	0.35
广州市柏森塑料制品有限公司	按注塑机台费率、成型周期、件数进行加工费结算	3.11	0.37	0.32
广州新景生模塑科技有限公司		0.25	0.38	0.56
广州力友祥模具塑料有限公司			0.24	0.28
深圳市金锦山科技有限公司			0.01	0.02
广州中亚实业有限公司		0.60	0.50	0.60
广州市精和锐塑胶有限公司		0.31	0.22	0.31
广州星宝莱实业有限公司			0.82	0.87
巨源弘（广州）智能科技有限公司		0.15	0.13	0.14
中山市匠心塑胶模具有限公司		0.24	0.36	
珠海和威科技有限公司		0.20	0.22	
东莞市万景通真空科技有限公司	按照加工产品的规格尺寸、件数进行加工费结算	0.36	0.42	0.56
佛山市南海区里水湛盛五金喷涂厂		14.15	14.30	13.66

2022 年公司对广州市柏森塑料制品有限公司加工平均单价较高，主要系 2022 年公司注塑产能提升，减少了低吨位注塑委外加工，仅保留了 480T、700T 注塑委外加工，故单价较高。

2021 年公司对广州中亚实业有限公司加工平均单价较低，主要系受委外产品结构影响，2021 年委外大规格加工单价较高的产品量较 2020 年下降 10.76%。

2022 年公司对中山市匠心塑胶模具有限公司加工平均单价较低，主要系受委外产品结构影响，2022 年委外大规格加工单价较高的产品量较 2021 年下降 20.84%。

5. 公司对委托加工产品相关质量控制措施及供应商业务资质管理情况

公司高度关注委托加工产品的交付质量。在合作之前，对委托加工厂商建立完善的资质准入管理，并签订质量保证协议、环保协议，在合作过程中，实施严格的质量控制措施。

在与委托加工厂商建立合作之前，公司会对其厂房、机器设备、批量供应能力、专业技术水平、环保生产等方面由品质部、开发部、工程部、生产部及采购部从多个维度对供应商进行分项评审，均评审通过方可进入合格供应商名录，其

中，对于环保物料的合格供应商，每隔一年需按要求提供有效的环保资料。

在合作过程中，公司对委托加工厂商进行严格的来料检验，保证产品符合公司的质量要求，必要时派相关人员驻厂指导与检验。公司按月统计来料合格率，及时同委托加工厂商沟通品质问题，对于改善效果不佳或者无改善空间的供应商，将停止与其合作关系。

（四）说明发行人与供应商或外协供应商之间是否存在商品购销以外的其他资金和业务往来，是否存在供应商或外协供应商为发行人承担成本费用的情形，是否存在利益输送的情形

报告期内，公司存在与供应商商品购销以外的其他资金和业务往来。2020年3月，收到佛山市顺德区荣裕生贸易有限公司通过监事个人银行账户返回公司预付的款项15.38万元，其转回刘佩妮的个人卡作为实际控制人对公司的借款。公司已正确入账，对财务报表数据影响较小。

报告期内，公司不存在供应商为公司承担成本费用、利益输送的情形。

（五）说明对主要供应商的核查情况，包括但不限于核查比例、获取的核查证据及核查结论

对主要供应商，我们执行了以下程序：

1. 了解和评价采购与付款流程内部控制的相关设计是否合理，并在报告期内测试相关关键控制的运行有效性；

2. 通过国家企业信用信息公示系统、企查查等平台，查阅主要供应商的注册时间、注册资本、经营范围、主要股东或实际控制人等基本情况，并与公司关联方清单进行对比，核查主要供应商与公司及其实际控制人、董监高、核心技术人员等是否存在关联关系；

3. 获取公司报告期内采购明细表，通过访谈公司管理层、采购人员、主要供应商等方式，了解公司向主要供应商的采购内容及采购金额、采购单价变动的原因，并与公开上游材料市场价格变动趋势进行对比验证；

4. 通过与公司采购部门负责人访谈、查询企查查等公开网站信息、查阅公司采购台账，了解报告期原材料前五大供应商的基本情况、合作历史、采购金额及占比，报告期内主要供应商新增及减少的原因；

5. 以抽样的方式对报告期内公司的采购业务执行细节测试，选取样本检查至合同、订单、送货单、入库单、银行回单、发票等支持性依据；

6. 获取并核查公司及主要关联方、董监高的银行流水，检查该等银行流水中是否存在与主要供应商及其主要股东、董监高之间存在大额异常资金往来；

7. 对报告期内的主要供应商执行函证程序，确认报告期内与主要供应商发生的采购交易额和往来余额，具体情况如下表所示：

单位：%

项　目	比例	2022 年度	2021 年度	2020 年度
采购额	发函占采购比例	86.77	86.03	85.64
	回函占采购比例	84.94	85.11	84.26
	回函金额及执行替代性程序确认采购金额比例	86.77	86.03	85.64
应付账款	发函占余额比例	79.03	80.77	84.55
	回函占余额比例	76.78	80.41	84.07
	回函金额及执行替代性程序确认余额比例	79.03	80.77	84.55
预付账款	发函占余额比例	67.76	63.52	81.88
	回函占余额比例	67.76	63.52	81.88
	回函金额及执行替代性程序确认余额比例	67.76	63.52	81.88

针对回函存在差异的情形，我们与供应商进行联系，核对了解回函差异的具体原因，差异主要为公司暂估入库与开具发票的时间差异，我们制作函证结果调节表并检查相关支持性文件；

针对未收到回函的情形，实施替代性程序，逐笔检查报告期内采购金额及付款的相关支持性依据，包括合同订单、入库单、发票、付款凭证等单据，确认采购金额和应付账款余额的真实性。

8. 对主要供应商进行实地走访或视频访谈，获取供应商的营业执照复印件、受访人身份证明等资料，在访谈中询问供应商与公司之间的合作历史、交易模式、是否存在交易纠纷、关联关系等内容，确认报告期内与该供应商的交易是否存在异常，具体情况如下：

项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
访谈数量（家）	48	47	44
已访谈供应商的采购金额（万元）	11,016.47	14,631.04	7,834.44
占采购总额比例（%）	83.22	81.71	78.15
其中：视频访谈占比（%）	4.76	1.52	1.63

（六）核查程序及核查意见

针对上述事项，我们执行了以下程序：

1. 获取公司报告期内采购明细表，通过访谈公司管理层、采购人员、主要供应商等方式，了解公司向主要供应商的采购内容、定价模式、采购单价变动的原因，并与公开上游材料市场价格变动趋势进行对比验证；了解报告期原材料前五大供应商的基本情况、合作历史、采购金额及占比，报告期内主要供应商新增及减少的原因；

2. 通过企查查、国家企业信用信息公示系统等渠道，核查主要供应商背景信息等情况，核查是否存在成立时间较短、注册资本较小的供应商，并分析判断与上述供应商合作的商业背景及合理性；

3. 对主要供应商进行实地走访或视频访谈，获取供应商的营业执照复印件、受访人身份证明等资料，在访谈中询问供应商与公司之间的合作历史、交易模式、是否存在交易纠纷、关联关系、具备业务资质，是否存在商品购销以外的其他资金和业务往来、为公司承担成本费用、利益输送的情况；

4. 访谈公司管理层、采购人员，了解公司委托加工供应商新增或退出的原因，对委托加工供应商质量控制的措施；

5. 获取公司采购额占供应商收入比较大的供应商的纳税申报表，查看是否存在大额亏损可能为公司承担成本费用的情况。

经核查，我们认为：

1. 公司直接材料采购价格变动趋势与市场价格变动趋势基本一致，直接材料采购价格与可比公司同类产品采购价格趋势无重大差异，直接材料采购价格公允；

2. 公司同类原材料向部分不同供应商采购单价、同一供应商报告期内部分采购单价具有一定差异主要系受具体采购材料规格、性质、采购结构、上游材料市场价格变动的影响，差异具备合理性；

3. 报告期内公司主要供应商新增及减少均存在合理商业背景；公司主要供应商中除德臣工贸（由于公司采购电极片需求大幅增加导致其成为主要为公司供货的供应商）、鑫凌五金（双方合作历史较长，鑫凌五金能够为公司提供定制化需求）外，不存在其他成立时间较短、注册资本较小、主要为公司服务的供应商；

4. 报告期内主要委托加工供应商新增或退出主要系受公司产能利用率的影

响，具有合理性；

5. 公司对委托加工供应商已进行质量控制、资质管理，不存在同不具备业务资质的委托加工供应商合作的情形；

6. 报告期内，公司与供应商存在商品购销以外的其他资金和业务往来，已正确入账，对财务报表数据影响较小；报告期内，公司不存在供应商为公司承担成本费用、利益输送的情形；

7. 主要供应商与公司及其关联方不存在关联关系，报告期内公司向主要供应商的采购价格公允。

八、关于毛利率

申报材料显示：（1）发行人选取的可比上市公司主要产品为房车游艇配套产品和水上休闲运动产品、民用离心泵、泳池清洁等产品，产品功能及应用领域和发行人主营产品存在差异。（2）报告期内，发行人主营业务毛利率分别为 56.27%、51.61%、51.50%和 49.76%。（3）发行人主营业务毛利率高于同行业可比公司平均水平。

请发行人：（1）结合主要客户、供应商所处行业地位及毛利率水平、产业链议价能力、产品可替代性、竞争格局等，说明发行人毛利率水平的合理性及可持续性。（2）按销售区域列示发行人各类产品主营业务毛利率、毛利贡献率情况，结合客户差异、定价策略、市场情况等，量化分析相同产品各期毛利率波动原因及合理性；说明境内外业务销售单价、毛利率差异情况及其合理性。（3）结合同行业可比产品毛利率情况，说明毛利率高于同行业可比公司均值的合理性，对比同行业可比公司毛利率变动趋势，说明发行人毛利率变动合理性，毛利率是否存在进一步下滑风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。（审核问询函问题 13）

（一）结合主要客户、供应商所处行业地位及毛利率水平、产业链议价能力、产品可替代性、竞争格局等，说明发行人毛利率水平的合理性及可持续性

1. 公司毛利率情况

报告期内，公司主营业务的毛利率情况如下：

单位：万元

项　目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	毛利率	增幅	毛利率	增幅	毛利率
公司	49.45%	-2.05%	51.50%	-0.11%	51.61%

根据上表，公司的毛利率略有下降，但仍然处于较高水平。公司毛利率较高的合理性主要体现在以下几个方面：

(1) 公司产品的应用领域是高价可选消费品，消费者价格敏感度低

公司的产品主要应用于水疗按摩缸，安装于家庭后院或者自有庭院中，终端消费者为购置带有较大面积后院的独栋别墅的家庭，具备较强的资产实力和消费水平。为家庭购置水疗按摩缸属于家庭休闲娱乐开支，在北美地区具有特定的消费文化背景，且购置水疗按摩缸支出占购置独栋别墅及相关装修支出的比重较低，消费者对于水疗按摩缸的价格敏感度较低。

同时，水疗按摩缸属于高价可选消费品，具有品牌溢价较高、品质要求较高、单价较高等特点，公司产品应用于水疗按摩缸产品，相应保有较高的毛利率水平。

(2) 公司产品占下游整缸产品的成本较低

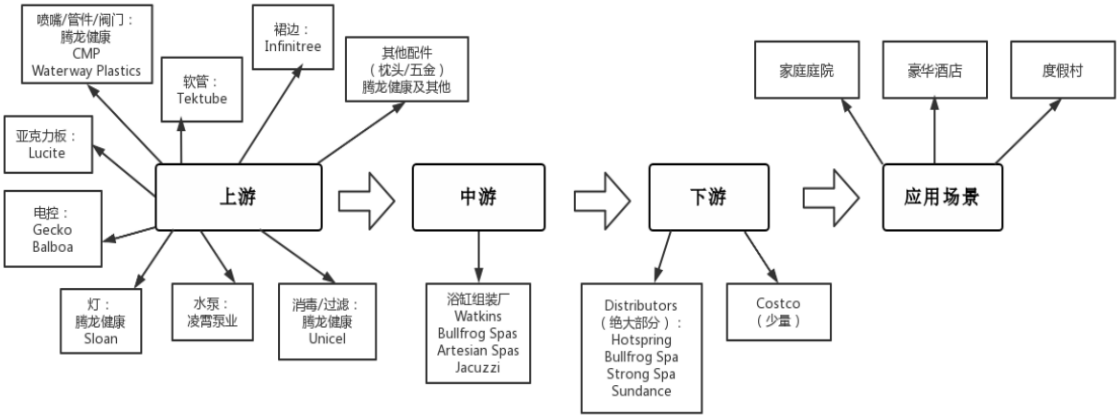
水疗按摩缸主要包括缸体、灯光产品、按摩产品、水处理产品、电控产品、水推进产品、温控产品、娱乐产品几大部分，公司的水疗按摩缸产品涵盖了灯光产品、按摩产品、水处理产品等，公司产品占下游整缸产品的成本较低。因此，下游客户对于公司产品的价格不具有敏感性，公司能将部分原材料成本波动及时传递给下游客户，保持稳定的毛利率。

(3) 公司的产品具有多品种小批量的特征

公司的主要产品按功能分为灯光产品、按摩产品、水处理产品和附件产品，具体包括按摩喷嘴及喷嘴座、水过滤配件、水消毒配件、水循环配件、浴缸灯、泳池灯、浴缸盖、浴缸盖支架等。公司的产品存在较为明显的品类多、个性化、规格多的特征，基于此，产品售价通常会考虑批量数量、开发成本、研发费用、机台开机费用等，毛利率较高。

2. 公司毛利率的合理性和可持续性

水疗按摩缸产业上游主要配件及供应商、公司的主要竞争对手、下游面向消费者的销售渠道如下图所示：



根据上表，公司处在水疗按摩缸产业的上游位置。公司的下游客户为水疗按摩浴缸的组装厂，公司的上游包括塑料原料、电子元器件、金属等原材料供应商。

(1) 主要客户所处行业地位、产品毛利率水平、产业链议价能力、产品可替代性和竞争格局

1) 主要客户所处行业地位及产品毛利率水平

报告期内，公司的主要客户为 Watkins、Blue Falls、Bullfrog、S.R.Smith、Strong Spas 等国际知名水疗按摩缸和泳池配件的制造企业，其中，Watkins 为行业排名第一的水疗按摩缸制造企业，品牌享誉度较高。Blue Falls、Bullfrog 均为排名前十的水疗按摩缸制造商。

公司主要客户中，Watkins 所在的 Masco 集团和 S.R.Smith 所在的 Fluidra 集团为上市公司对外披露了财务数据，具体情况如下：

① Watkins

Watkins 是美国上市公司 Masco 的子公司。Masco 未披露 Watkins 的利润情况，仅披露了集团合并利润情况。根据 Masco 披露的财务数据，报告期内，Masco 的毛利率情况如下：

项　目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	毛利率	增长率	毛利率	增长率	毛利率
Masco 集团	31.26%	-2.94%	34.20%	-1.79%	35.99%
公司	49.45%	-1.74%	51.50%	-0.11%	51.61%
其中：对 Watkins 销售		-0.98%		2.47%	

根据上表，报告期内，公司毛利率高于 Watkins 所在集团公司的毛利率水平。Masco 集团除 Watkins 的水疗按摩缸业务外，还有家居产品及家庭装饰业务等，

毛利率与公司可比性不强，同时公司处于水疗按摩缸产业链的上游位置，Watkins处于该产业链的中游位置，两者的产业链位置不同，也导致两者的毛利率可比性不强。

② S.R.Smith

S.R.Smith是西班牙上市公司Fluidra的子公司，Fluidra未披露S.R.Smith的利润情况，仅披露了集团合并利润情况。根据Fluidra披露的财务数据，报告期内，Fluidra的毛利率情况如下：

项　目	2022年度		2021年度		2020年度
	毛利率	增长率	毛利率	增长率	毛利率
Fluidra	51.05%	-1.79%	52.84%	0.02%	52.82%
公司	49.76%	-1.74%	51.50%	-0.11%	51.61%
其中：对S.R.Smith销售		-1.38%		-4.80%	

根据上表，报告期内，公司毛利率与S.R.Smith所在的Fluidra集团公司的毛利率水平较为接近。

2）主要客户在产业链中的议价能力报告期内，公司的主要客户市场地位较高，其具备较强的议价能力，然而，下游客户对于供应商配件的品质要求高于价格要求，公司基于较高的产品品质，对销售价格仍然具有较强的谈判能力，主要基于以下原因：

① 水疗按摩缸的售后维修成本较高

公司的产品是水疗按摩缸配件产品，在缸体使用过程中，如果单一零配件出现质量问题，将由整缸厂商上门进行更换。虽然单个配件产品占整缸的成本较低，但是整缸售出后更换单个配件产品需要将整缸拆卸，取出零配件更换并将整缸复原。水疗按摩缸的缸体体积较大，内部电控系统、管件分布等较为复杂，拆卸并复原整缸的全过程需要专业人员的操作，耗时较长，所耗费的人力成本较高，远远高于单一的零配件成本。

基于此，下游客户对配件的品质要求较高，以减少消费者使用整缸过程中出现售后问题，降低售后维护成本。虽然下游客户具有较强的议价能力，但是下游客户仍将产品品质放在第一位，公司对于销售价格仍然具有较强的谈判能力。

② 消费者重视产品使用体验

水疗按摩缸用以休闲娱乐活动，是高价可选消费品，下游消费者主要为有较

高资产水平的人群，具有品牌意识，对于使用体验有较高的要求，对产品价格不敏感。因此，作为产品使用体验的重要组成部分，配件产品的品质稳定性影响终端消费者的使用体验，进一步影响消费者对于整缸产品的评价和选择。因此，整缸厂在选择浴缸配件生产商时关注配件品质。

由于高价消费品的消费者对于价格并不敏感，整缸生产厂商可以通过较高的定价保持合理的利润水平，并在保证配件产品品质的同时给与上游供应商较高的毛利水平。

③ 公司产品的成本占整缸成本的比重较低

水疗按摩缸主要包括缸体、灯光产品、按摩产品、水处理产品、电控产品、水推进产品、温控产品、娱乐产品几大部分，公司的水疗按摩缸产品涵盖了灯光产品、按摩产品、水处理产品等，公司产品占下游整缸产品的成本较低。

因此，下游客户对于公司产品的价格不具有敏感性，公司能保持稳定的毛利率。

3) 主要客户产品的可替代性和竞争格局

公司的主要客户 Watkins、Blue Falls、Bullfrog、Strong 等国际知名水疗按摩缸制造企业存在不同的市场定位，而 S.R.Smith 产品种类与其他主要客户不同。其中，Watkins 的产品系列最多，产品价格区间较广，既有 Caldera 等普通系列产品，也有 Endless Pools、HotSpring 等高端系列产品，还可以根据具体客户需求进行定制，下游消费者覆盖面最广；Bullfrog Spas 主打高端系列产品，具有较强的定制化特征，而 Blue Falls 专门针对严酷气候进行室内或室外使用设计，产品特色较为鲜明，Strong Spas 则主打产品的舒适体验。因此，上述客户在部分终端客户存在直接竞争。

① Watkins

Watkins 是热水浴缸和水上健身产品的领导者，也是世界上最大的热水浴缸制造商。Watkins 旗下的水疗按摩浴缸品牌主要包括 HotSpring 和 Caldera 等，产品定位覆盖面较广，产品零售价的波动区间较大。

单位：美元/个

品牌名称	HotSpring（高端定位）			Caldera		
系列名称	Hot Spot	Limelight	Highlife	Vacanza	Paradise	Utopia

零售价	6,800-8,600	10,600-19,500	12,700-18,400	5,000-8,000	7,000-9,000	11,000-18,000

数据来源：Top Consumer Reviews 发布的《The Best Hot Tubs》

根据上表，Watkins 的不同品牌产品价格差异较大，产品覆盖的消费人群较广。

② Bullfrog Spas

Bullfrog Spas 设计和制造高端热水浴缸系列产品，定制化特征是其最大的卖点，具有创新性，市场增长较快。Bullfrog 采用专利 JetPak Therapy System ™设计和制造豪华热水浴缸。JetPaks®是模块化喷射水疗座椅，包含了 18 个可供选择的定制化喷嘴方案，允许用户随时定制、更换和升级热水浴缸的喷射按摩。同时还有 16 个可供选择的座椅方案。

Bullfrog 主要产品系列的建议零售价情况如下：

单位：美元/个

系列名称	SWIM 系列	M 系列	A 系列	STIL 系列	X 系列
制造商建议零售价（起步价）	33,795-42,395	22,245-27,295	13,995-24,795	15,295-16,995	7,995-12,645

数据来源：Bullfrog 官方网站

根据上表，Bullfrog 高端系列产品的价格较高，与其他品牌的水疗按摩缸存在差异。

③ Blue Falls

Blue Falls 自 1994 年开始针对世界上最严酷的气候进行室内或室外使用设计。Arctic Spas 是该公司最成功的原创品牌，专门生产适用于寒冷或极端气候条件的户外热水浴缸，在加拿大艾伯塔省埃德蒙顿附近生产，并通过全球 25 个国家/地区的零售店销售。

Blue Falls 旗下 Arctic Spas 产品系列的建议零售价情况如下：

单位：美元/个

项　目	入门级别	中等级别	高端级别
预算参考价	8,500-10,750	10,750-14,750	14,750-28,250

数据来源：Blue Falls 官方网站，上表数据并非实际售价，而是官方网站给出的预算参考

根据上表，Blue Falls 产品的价格波动区间较大，其主打的严酷气候适用条件与其他品牌的水疗按摩缸形成了对比。

④ S.R.Smith

S.R.Smith 是一家生产家用和商用泳池配件产品的美国公司。2021 年 9 月，西班牙上市公司 Fluidra 收购了 S.R.Smith。Fluidra 的产品组合包括一些知名品牌，如 Jandy®、AstralPool®、Polaris®、Cepex®、Zodiac®、CTX Professional®、Certikin 和 Gre®等。

⑤ Strong Spas

Strong Spas 是一家生产热水浴缸的美国公司，在美国拥有生产工厂，产品采用行业领先且获得专利的双壁 DURA-LAST®池柜和集成的 DURA-BASE®系统，产品符合人体工学设计，最大化舒适体验度。Strong Spas 包括 Premiun Series、Summit Series、Ascent Series、Embark Series、G-2 Series、Durasport Spas 和 Iconic Spas 等系列产品，覆盖面较广。

综上所述，公司主要客户 Watkins、Blue Falls、Bullfrog、Strong Spas 存在不同的市场定位，在部分下游客户存在直接竞争；而 S.R.Smith 主要生产泳池配件，与其他主要客户的产品类型不一致。

(2) 主要供应商所处行业地位、产品毛利率水平、产业链议价能力、产品可替代性和竞争格局

报告期内，公司采购的主要原材料如下：

单位：万元

项　目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
塑胶原料	2,664.18	20.13%	3,967.55	22.16%	2,170.81	21.65%
电子元器件	1,764.74	13.33%	2,888.77	16.13%	1,849.00	18.44%
五金	3,264.68	24.66%	2,651.33	14.81%	1,448.98	14.45%
线材	890.74	6.73%	1,216.70	6.79%	644.20	6.43%
包材	586.66	4.43%	804.01	4.49%	596.76	5.95%
合　计	9,171.00	69.28%	11,528.36	64.38%	6,709.75	66.92%

根据上表，公司采购的原材料主要为塑胶原料、电子元器件和五金产品等，其中，塑胶原料主要为 PVC、PPE 等，电子元器件主要为电极片、电缆、LED 灯珠等，五金产品主要为不锈钢等。

(3) 主要供应商所处行业地位及产品毛利率水平

报告期内，公司采购塑胶产品的供应商主要为金发科技股份有限公司、广东顺德金康业塑料有限公司；采购电子元器件产品的主要供应商为宝鸡市德臣工贸

有限责任公司，采购不锈钢等五金产品的供应商主要为佛山市鑫凌五金制品有限公司等。

公司的主要原材料塑胶、电子元器件和五金产品受到上游大宗商品价格波动的影响较大，下游应用领域较广，上述原材料的生产厂商之间竞争充分。公司的主要供应商市场份额有限，所处的行业地位不显著。

公司的上述供应商中，金发科技股份有限公司为上市公司，主要从事高性能塑料材料的科研、生产、销售和服务，其主要产品广泛应用于建筑工程、医疗健康、家用器具等领域。报告期内，金发科技的相关财务情况如下：

单位：万元

项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
营业收入	4,041,233.12	4,019,862.32	3,506,117.09
归母净利润	199,189.92	166,149.53	458,769.65
毛利率	15.20%	16.62%	25.77%

注：2022 年度数据为前三季度数据

报告期内，公司主要采购的塑胶、电子元器件和五金产品的行业平均毛利率情况如下：

项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
塑胶	16.00%	18.53%	16.16%
电子元器件	12.84%	13.64%	12.43%
五金	11.81%	12.18%	12.39%

注 1：上表中塑胶行业的平均毛利率为我国化学原料及化学制品制造业毛利率当季值年化数

注 2：上表中电子元器件行业的平均毛利率为我国计算机、通信和其他电子设备制造业毛利率当季值年化数

注 3：上表中五金行业的平均毛利率为我国金属制品业毛利率当季值年化数

根据上表，公司主要原材料所属行业的平均毛利率在 12%至 18%之间，处于中间水平。上述原材料价格波动受到上游大宗商品的价格波动影响较大，不会受到单一厂商的影响，公司的主要供应商没有主导这些原材料产品价格波动的能力。

3）主要供应商在产业链中的议价能力、产品的可替代性和竞争格局

公司的主要原材料塑胶、电子元器件和五金产品受到上游大宗商品价格波动的影响较大，下游应用领域较广，上述原材料的生产厂商之间竞争充分。公司的

主要供应商市场份额有限，均不能主导上述材料的市场价格走势。

因公司的产品规格型号众多，公司采购的部分材料具有定制化特征，如向金发科技股份有限公司采购的改性塑料材料，用以生产喷嘴、浴缸灯、过滤器等产品，系专为严苛的室外使用环境（高温、日晒、潮湿、极寒等）开发，相比于普通的塑料材料，该材料具有较高的技术难度，其供应商具有一定的议价能力。

基于上述定制化开发的特点，公司与供应商签订了配料保密协议，非因质量问题一般不会轻易更换供应商。

(4) 公司毛利率的合理性和可持续性

公司处在水疗按摩缸产业的上游位置，采购的原材料价格受到大宗商品价格波动的影响较大，大宗商品的市场价格公开透明，公司接受上游原材料价格波动和部分定制化开发的价格溢价，并通过合理定价和调整产品价格等方式传递给下游客户，保持合理的盈利水平。

公司的下游客户是水疗按摩缸整缸生产厂商，其终端客户是个人消费者，由于水疗按摩浴缸是可选消费品，用于休闲娱乐活动，具有高价消费品的属性，终端消费者对产品价格不敏感，因而产业链各环节的厂商保持了合理的毛利水平。

如未来终端消费者对水疗按摩缸的需求发生变化，或者水疗按摩缸行业的市场竞争格局发生较大变化，或者原材料及生产成本等因素发生了不利变化，且公司无法采取调整产品结构、优化产能配置、适时推出满足下游客户需求的新产品等应对措施，公司的毛利率水平将存在下降的风险.

（二）按销售区域列示发行人各类产品主营业务毛利率、毛利贡献率情况，结合客户差异、定价策略、市场情况等，量化分析相同产品各期毛利率波动原因及合理性；说明境内外业务销售单价、毛利率差异情况及其合理性

1. 相同产品各期毛利率波动原因及合理性

报告期内，公司业务主要集中于北美洲地区，公司按销售区域的收入和收入占比情况如下：

单位：万元

销售区域	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	销售收入	收入占比	销售收入	收入占比	销售收入	收入占比
北美洲	40,135.06	91.22%	30,931.18	79.53%	18,603.71	77.29%
欧洲	2,096.45	4.76%	3,420.62	8.79%	2,432.36	10.11%

销售区域	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	销售收入	收入占比	销售收入	收入占比	销售收入	收入占比
大洋洲	261.48	0.59%	481.86	1.24%	209.24	0.87%
中国大陆	1,426.24	3.24%	3,924.97	10.09%	2,726.84	11.33%
其他	77.75	0.18%	135.14	0.35%	98.28	0.41%
合　计	43,996.98	100.00%	38,893.77	100.00%	24,070.42	100.00%

报告期内，公司按销售区域划分的毛利率情况如下：

销售区域	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	毛利率	毛利贡献率	毛利率	毛利贡献率	毛利率	毛利率献率
北美洲	49.96%	45.57%	52.78%	41.98%	52.41%	40.51%
欧洲	51.37%	2.45%	52.15%	4.59%	52.03%	5.26%
大洋洲	65.89%	0.39%	64.78%	0.80%	60.50%	0.53%
中国大陆	29.73%	3.24%	44.61%	4.50%	47.17%	5.34%
其他	43.07%	0.18%	-106.18%	-0.37%	-7.32%	-0.03%
合　计	49.45%	49.45%	51.50%	51.50%	51.61%	51.61%

报告期内，公司各个区域毛利率有所差异，由于公司产品的客户群体相对较为集中，公司不同销售区域毛利率的差异主要是由市场情况、客户差异、产品结构等多重因素导致，具体分析如下：

(1) 北美洲分产品毛利率分析

报告期内，公司北美洲区域的主要产品结构及占比情况如下：

产品	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	毛利率	毛利贡献率	毛利率	毛利贡献率	毛利率	毛利贡献率
灯光产品	48.91%	17.23%	51.29%	18.19%	51.31%	19.57%
按摩产品	57.65%	16.34%	57.85%	17.76%	57.35%	17.68%
水处理产品	46.48%	12.13%	49.27%	10.30%	50.88%	10.04%
附件产品	40.65%	3.13%	46.68%	5.04%	44.87%	4.28%
其他	42.75%	1.14%	69.70%	1.50%	47.83%	0.84%
合 计	49.96%	49.96%	52.78%	52.78%	52.41%	52.41%

报告期内，公司在北美洲地区销售产品的各期毛利率分别为 52.41%、52.78%和 49.96%，销售占比均在 75%以上，毛利率水平较高且相对较为稳定，北美洲地区的主要客户为 Watkins、Blue Falls、Bullfrog 等水疗按摩缸整缸制造商。水

疗按摩缸行业起源、发展于欧美等发达国家和地区，行业经多年发展已趋于成熟，产业市场化程度较高，竞争较为激烈。但由于水疗按摩缸产品属于高价可选消费品，终端消费者对价格相对不敏感，且与国外企业相比，公司具备完整的供应链体系、较低的人力成本等优势，因此公司产品保持较高的毛利率。

报告期内，公司 2021 年度各类产品毛利率保持相对稳定，2022 年度公司各类产品毛利率有所下降，主要系公司主要原材料价格上涨，使得毛利率有所下降。2021-2022 年，公司主要原材料采购单价变动情况如下：

单位：元/件

项　目	2022 年度		2021 年度
	单价	变动率	单价
塑胶原料	17.79	2.60%	17.34
电子元器件	0.18	0.00%	0.18
五金	2.89	134.96%	1.23
线材	1.54	45.28%	1.06
包材	0.48	-12.73%	0.55

2022 年度，公司主要原材料平均采购单价呈上升的变化趋势，且 2022 年受当期公司逐渐进入销售淡季及疫情常态化及全球通胀等多重因素导致市场需求有所回落影响，产能利用率相较上年度有所下降，导致单位人工及单位制造费用均有所增加，综合因素下毛利率小幅下滑。

(2) 欧洲分产品毛利率分析

报告期内，公司欧洲区域的主要产品结构及占比情况如下：

产品	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	毛利率	毛利贡献率	毛利率	毛利贡献率	毛利率	毛利贡献率
灯光产品	64.25%	22.31%	62.32%	21.24%	55.33%	18.97%
按摩产品	61.74%	5.26%	64.65%	2.98%	66.71%	3.30%
水处理产品	57.57%	11.93%	56.88%	7.97%	62.91%	6.10%
附件产品	33.06%	9.84%	43.13%	18.25%	42.89%	19.33%
其他	32.36%	2.03%	34.31%	1.71%	72.23%	4.33%
合　计	51.37%	51.37%	52.15%	52.15%	52.03%	52.03%

报告期内，公司在欧洲区域销售产品的各期毛利率分别为 52.03%、52.15%和 51.37%，毛利率相对较高且保持稳定。欧洲地区主要客户为 Wellis Magyar

Orszag Kft、IBERSPA S.L 等，主要销往匈牙利、瑞典、西班牙等地区。

欧洲地区水疗按摩缸行业同样发展较早，产业成熟，市场化程度高，竞争较为激烈，且欧洲人均收入水平及消费能力较高，水疗按摩缸普及率广，因此，公司产品在欧洲地区的定价较高，毛利率因此较高。2021 年度销往欧洲地区的灯光产品毛利率有所上涨，主要系销往该区域的为多种产品型号的浴缸灯产品，2021 年度，毛利率较高的浴缸灯产品销售占比上升，因此拉高了整体的毛利率。

(3) 大洋洲分产品毛利率分析

报告期内，公司大洋洲区域的主要产品结构及占比情况如下：

产品	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	毛利率	毛利贡献率	毛利率	毛利贡献率	毛利率	毛利贡献率
灯光产品	67.48%	61.84%	65.71%	63.49%	62.10%	59.14%
按摩产品	60.86%	0.42%	74.46%	0.14%	51.04%	0.04%
水处理产品	36.58%	0.42%	33.69%	0.15%	52.67%	0.57%
附件产品	49.83%	0.09%	52.56%	0.01%	-308.50%	0.00%
其他	49.17%	3.12%	36.07%	0.99%	20.85%	0.76%
合　计	65.89%	65.89%	64.78%	64.78%	60.50%	60.50%

报告期内，公司在大洋洲区域销售产品的各期毛利率分别为 60.50%、64.78%和 65.89%，毛利率相对较高且保持稳定，公司毛利率的主要来源为灯光产品，大洋洲地区主要客户为 Spa Stores、McFall Management Limited 等，主要销往新西兰、澳大利亚等地区。由于大洋洲客户的采购量较小，报告期内，公司对大洋洲地区的销售收入占比分别为 0.87%、1.24%和 0.59%，因此公司在制定销售价格时会适当考虑产品溢价，故毛利率相对较高。2020 年度大洋洲地区附件产品毛利率为负数，主要系 2020 年向 Total Events Co 客户销售密封胶耗品，用于客户产品周期性替换，其销售收入仅为 3.44 元，但生产成本为 14.05 元，因此毛利率为负数。

(4) 中国大陆分产品毛利率分析

报告期内，公司中国大陆区域的主要产品结构及占比情况如下：

产品	2022 年度	2021 年度	2020 年度

	毛利率	毛利贡献率	毛利率	毛利贡献率	毛利率	毛利贡献率
灯光产品	17.82%	4.49%	46.36%	13.46%	43.53%	13.44%
按摩产品	45.72%	18.94%	52.99%	18.91%	57.44%	19.66%
水处理产品	19.35%	3.97%	36.88%	6.94%	47.10%	9.39%
附件产品	17.94%	2.22%	34.29%	5.53%	34.16%	4.74%
其他	23.56%	0.11%	-67.40%	-0.23%	-5.28%	-0.06%
合　计	29.73%	29.73%	44.61%	44.61%	47.17%	47.17%

报告期内，公司在中国大陆销售产品的各期毛利率分别为 47.17%、44.16%和 29.73%，毛利率呈逐年下降的变动趋势，公司毛利率的主要来源为灯光产品和按摩产品，主要客户为水晶岛、天滢卫浴等。报告期内，公司对中国大陆地区的销售收入占比分别为 11.33%、10.09%和 3.24%，占比逐年降低。

国内高端水疗按摩缸整缸市场发展相对缓慢，产品主要集中于中低端水疗按摩缸领域。目前市场规模小于欧美等发达国家，家用水疗按摩缸普及率相对较低。报告期内，公司对中国大陆客户的毛利率较低，主要系市场竞争程度及境内外客户对产品价格预期及接受度存在差异所致。

2. 境内外业务销售单价、毛利率差异情况及其合理性

报告期内，公司境内外业务的毛利率、占比情况如下：

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
外销	50.11%	96.76%	52.27%	89.91%	52.17%	88.67%
内销	29.73%	3.24%	44.61%	10.09%	47.17%	11.33%

由上表可看出，报告期内，公司主营业务收入实现方式以境外销售为主，外销收入占比逐年提升，分别为 88.67%、89.91%和 96.76%。

报告期内，公司境内外产品的销售单价、毛利率情况如下：

单位：元/个

项 目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	销售单价	毛利率	销售单价	毛利率	销售单价	毛利率
灯光产品						
外销	17.45	49.91%	17.38	52.70%	21.08	51.83%
内销	8.29	17.82%	7.97	46.36%	7.55	43.53%

按摩产品						
外销	9.07	57.73%	9.62	57.97%	8.88	57.56%
内销	8.36	45.72%	7.58	52.98%	7.57	57.44%
水处理产品						
外销	27.6	46.93%	16.51	49.80%	15.74	51.63%
内销	13.65	19.35%	12.19	36.88%	12.29	47.10%
附件产品						
外销	5.19	39.34%	8.85	45.65%	6.68	44.14%
内销	4.24	17.94%	3.69	34.29%	3.3	34.16%
其他						
外销	6.61	41.81%	5.18	38.90%	3.82	44.98%
内销	0.96	23.56%	1.8	-63.14%	0.87	-5.28%

报告期内，公司境外销售毛利率均高于境内销售，主要系市场竞争程度及境内外客户对产品价格预期接受度存在差异、产品类别及应用领域差异所致。

(1) 市场竞争差异及产品价格预期接受差异

公司境外销售以欧美市场为主，行业经多年发展已趋于成熟，产业市场化程度较高，而国内市场仍处于发展起步阶段，整体市场规模相对较小，产业市场化程度较低。水疗按摩缸属于高价可选消费品，具有品牌溢价较高、品质要求较高、单价较高等特点，因此客户单价接受度相对较高。且公司产品占下游整缸产品的成本较低，因此，下游客户对于公司产品的价格不具有敏感性。同时受到外销产品包装、运输成本差异，使得具体型号产品初始定价相对较高，因此境外毛利率高于境内毛利率。

(2) 产品类别及应用领域差异

公司的水疗按摩缸配件产品属于非标准化产品，其产品型号众多，不同产品的规格、结构复杂度、结构及加工工艺等有所不同，导致不同产品的销售价格有所差异，售价区间自数十元至百元均有分布，境外销售和境内销售的具体产品型号存在差异，因此境内外产品的产品单价差异较大。此外，公司外销水疗按摩缸配件产品终端应用领域为高端水疗按摩缸，整缸的销售价格较高。以 Watkins 为例，根据 QY Research《2023-2029 全球与中国水疗按摩浴缸市场现状及未来发展趋势》研究报告，2022 年度 Watkins 销售的水疗按摩缸浴缸的平均销售单价

为 6,264 美元/个，单价较高。由于其产品的质量直接影响着消费者的使用体验，进而影响相关产品的市场认可度和销量，因此境外市场存在一定的进入壁垒，对配件产品的产品品质、产品功能性、安全性要求更高。而公司内销水疗按摩缸配件产品终端应用领域为中低端水疗按摩缸，产品的溢价水平较低，水疗按摩缸整缸的销售单价相对较低，2022 年度水晶岛销售的水疗按摩缸浴缸的平均销售单价为 3,399 美元/个，单价较低，因此毛利率较低。

（三）结合同行业可比产品毛利率情况，说明毛利率高于同行业可比公司均值的合理性，对比同行业可比公司毛利率变动趋势，说明发行人毛利率变动合理性，毛利率是否存在进一步下滑风险

报告期内，同行业可比公司主营业务毛利率情况如下所示：

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
Fluidra	51.05%	52.84%	52.82%
Hayward	45.43%	46.78%	45.35%
望圆科技	56.01%	55.39%	55.50%
渡远户外	48.58%	47.26%	50.44%
凌霄泵业	35.81%	31.53%	33.47%
斯普智能	38.38%	37.56%	42.46%
平均值	45.88%	45.23%	46.67%
公司	49.45%	51.50%	51.61%

注：斯普智能 2022 年报数据尚未更新，暂用半年报数据，斯普智能的毛利率采用其与公司相似的水循环产品销往北美地区的毛利率。渡远户外的毛利率采用其与公司产品重合的房车游艇配套产品中小微型水泵的毛利率

报告期内，公司综合毛利率高于同行业可比公司平均水平，公司与同行业可比公司综合毛利率水平的差异，主要系双方在产品类别、销售区域及客户类型以及下游应用领域等不同所致，公司与同行业可比公司毛利率的具体对比如下：

1. Fluidra 与公司毛利率水平及变动趋势差异分析

Fluidra 创立于 1969 年，总部位于西班牙巴塞罗那，2007 年在西班牙马德里证券交易所上市，是全球泳池行业领导者之一。公司在美国的竞争对手 Custom Molded Products 是 Fluidra 的子公司，Custom Molded Products 是一家总部位于格鲁吉亚的泳池和水疗设备公司，主要产品包括水消毒设备、泳池灯

光产品等，主要生产工厂位于中国上海，销售渠道分布于美国加州、荷兰和澳大利亚等地区。而公司的主要产品包括水疗按摩缸灯光产品、水疗按摩缸按摩产品和水疗按摩缸水处理产品等产品，主要生产工厂位于广州，销售渠道分布于中国香港和美国田纳西州，两者类似，因此 Fluidra 与公司毛利率接近。

毛利率变动趋势方面，Fluidra 主营业务毛利率变动趋势与公司保持一致，均呈整体小幅下降的变动趋势，主要系其产品种类、终端应用产品、产品生产和销售区域等方面与公司具有较高的可比性和相似性。

2. Hayward 与公司毛利率水平及变动趋势差异分析

Hayward Holdings Inc 是美国纽交所上市公司（HAYW），主营业务是泳池设备及相关自动化产品设计制造，是全球最大的泳池设备安装基地之一，其主要产品为泳池配套产品，包括无线泳池清理机器人、泳池消毒设备、泳池水泵等产品。

报告期内，公司产品的毛利率略高于 Hayward，主要系产品种类差异和公司的成本优势所致。Hayward 与公司产品均属于水上泳池设备的配套产品，但具体种类存在一定差异。Hayward 的主要生产基地位于美国，相较之下，公司具备完整的供应链体系、较低的人力成本等优势。因此，公司产品毛利率略高于 Hayward 具有合理性。

毛利率变动趋势方面，2021 年度 Hayward 毛利率有所上升，主要系 2021 年度 Hayward 基于原材料上涨的压力、通货膨胀和运费压力，对产品销售价格进行了上调，同时，毛利率更高的北美地区销售占比上升，因此毛利率上升。而公司产品涨价幅度与上游成本、运费、汇率等因素的变化幅度相匹配，因此 2021 年度毛利率保持稳定。

3. 望圆科技与公司毛利率水平及变动趋势差异分析

望圆科技成立于 2005 年 12 月，公司主要从事泳池清洁机器人的研发、设计、生产及销售。望圆科技的主要产品为泳池清洁机器人，望圆科技的产品主要销往欧洲和北美地区，其拟在深圳证券交易所的主板上市。

望圆科技的产品毛利率高于公司，主要系产品技术壁垒所致。望圆科技的主要产品为泳池清洁机器人，产品设计与技术功能实现具有一定的技术难度，涉及的技术领域主要包括自动控制、水下密封、水下定位与导航、水下通信、能源供应等。泳池机器人行业存在较高的技术壁垒，其无缆款泳池清洁机器人产品具有

较高的附加值，有利于增加该公司的议价能力，进而获得相对较高的毛利率。

而公司的产品主要为水疗按摩缸的配件，行业进入壁垒主要集中在客户资源、产品品质、生产工艺等方面，与望圆科技存在一定差异，因此毛利率与望圆科技存在差异。

毛利率变动趋势方面，望圆科技 2022 年度毛利率有所上升，主要系 2022 年度，毛利率较高的无缆款泳池清洁机器人销售占比上升，因此整体毛利率上升。同时其主要产品尤其是无缆款产品的价格总体呈上升趋势，抵消了因原材料价格上涨带来的成本上升，使得其主要产品的毛利率较为稳定。而公司 2022 年在原材料价格上涨、产量下降等背景下导致毛利率有所下降。

4. 渡远户外与公司毛利率水平及变动趋势差异分析

渡远户外主要从事房车游艇配套产品和水上休闲运动产品的研发、设计、生产和销售，其中，房车游艇配套产品主要以小微型水泵为主。渡远户外的产品主要销往美国、加拿大和澳大利亚等地。渡远户外拟在深圳证券交易所的创业板上市。

渡远户外的主要产品应用于房车、游艇等高价值的消费品，与公司的产品均属于应用于休闲娱乐消费品的配套产品，均销往美国、加拿大等地区，产品毛利率较为接近。但由于渡远户外的小微型水泵产品主要应用于房车游艇的增压设备及排水设备，例如隔膜泵、潜水泵等，产品种类与公司不同，因此渡远户外的毛利率与公司存在差异。

毛利率变动趋势方面，报告期内，公司主营业务毛利率变动趋势与渡远户外基本一致。

5. 凌霄泵业与公司毛利率水平及变动趋势差异分析

凌霄泵业是深交所上市公司，主要从事不锈钢泵、康体娱乐泵、清水泵、潜水泵等民用离心泵的设计、生产、销售和售后服务。

报告期内，公司产品的毛利率高于凌霄泵业，主要系定制化特点、产品种类数量和内外销占比差异所致。具体情况分析如下：

(1) 泵是通用机械设备，而公司产品具有定制化特点

凌霄泵业的主要产品为民用离心泵，主要应用于水上康体设备和卫浴产品，与公司的产品同属于水上康体设备的配件产品。泵是一种输送流体介质的通用机械设备，而公司的产品属于定制化的专用配件，下游客户对于定制化设计具有较

高要求，因此公司的产品毛利率较高。

(2) 公司产品种类多样，与客户的绑定更为深入

凌霄泵业的主要产品为离心泵，而公司的产品包括水疗按摩缸灯光产品、水疗按摩缸按摩产品、水疗按摩缸水处理产品和水疗按摩缸附件等多种产品，产品类型较凌霄泵业更加丰富。报告期内，公司向主要客户销售的产品类型涵盖了多种产品类型，从按摩浴缸盖、按摩喷嘴、氯发生器、浴缸支架等塑胶件，到浴缸灯、泳池灯等电子件，公司产品与客户终端产品的绑定较为深入，与客户的粘性较强，因而保持了较高的毛利率。

(3) 公司外销比例较高

公司 90%的产品销往国外，而凌霄泵业存在较大比例的内销收入，公司盈利能力受人民币汇率波动的影响更大，且公司产品的应用领域水疗按摩缸受众群体主要为欧美中高收入消费者，属于高端可选消费品，具有一定的“奢侈品”属性，整体而言，消费者价格敏感度相对较弱，因此公司产品整体毛利率更高。

毛利率变动趋势方面，2022 年度凌霄泵业毛利率有所上升，与公司毛利率变动有所差异，主要系凌霄泵业生产工艺逐渐从按型号生产向模块化方向发展，随着产品的标准化、生产规模的扩大，使公司在原材料采购方面议价能力上掌握更多的主动权，摊薄制造成本，降低单位产品生产成本，因此毛利率上升。

6. 斯普智能与公司毛利率水平及变动趋势差异分析

斯普智能从事家用泳池设备的研发、设计、生产与销售，产品包括泳池水循环系列、泳池清洁系列和其他泳池设备。2021 年度，斯普智能实现营业收入 71,197.05 万元，斯普智能拟在上海交易所主板上市。

报告期内，公司产品的毛利率高于斯普智能，主要系产品种类、经营模式和竞争程度差异所致。斯普智能的主要产品包括泳池水循环系列、泳池清洁系列和其他泳池设备，其中，仅有泳池水循环系列产品与公司的产品具有相似性。报告期内，公司的水循环产品和斯普智能的水循环产品的毛利率情况如下：

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
斯普智能	38.38%	37.56%	42.46%
腾龙健康	46.25%	44.64%	50.27%

注：为增强可比性，斯普智能的毛利率采用其与公司相似的水循环产品销往北美地区的产品毛利率，斯普智能 2022 年度数据尚未披露，暂用 2022 半年度数

据

根据上表，公司毛利率高于斯普智能，主要系经营模式、产品类型和产品竞争程度差异所致。斯普智能的销售模式以 ODM 为主，主要客户为品牌商，客户集中度较低，产品以客户品牌或其制定品牌出售，经由客户直接流入大型商超、经销商门店对外销售；而公司的产品主要系自有品牌 RDT，下游客户为水疗按摩缸的生产商，产品需要安装入水疗按摩缸整缸后对外销售，较少经由下游客户直接对外销售，绕开了中间商环节，销售渠道更加扁平化，因此整体毛利率高于斯普智能。

斯普智能的泳池水循环系列产品包括泳池泵、过滤器、泳池排水器（墙面过滤器、循环管道组件），其中，仅有过滤器产品与公司的产品较为相似，且公司的过滤器除应用于泳池外，还应用于水疗按摩缸产品，应用领域更广。公司的水循环产品还包括了分水阀、空气阀、回水器等产品，产品种类的差异导致了公司毛利率与斯普智能有所差异。

斯普智能所属的泳池设备供给端已形成一批具备相当体量、在全球或主要消费市场布局、拥有较高品牌知名度的大型公司，生产环节如 Fluidra、Pentair、Hayward，分销环节如 Pool corp，零售环节如 Leslie's。中国已成为主要的泳池设备生产供应国家，产品以出口为主，行业集中度较低，竞争较为激烈，市场化程度较高。而公司的竞争对手主要位于境外，国内的竞争程度较低。

毛利率变动趋势方面，2022 年度斯普智能有所上升，主要系 2021 年度斯普智能对标准产品价格名录进行调整，但从价格调整之日起至实际销售价格实现上涨存在一定的传导时期，2022 年 1-6 月销售单价有所显现，但同时 2022 年产能利用率降低，因此单位人工及单位制造费用有所上升，综合作用下导致 2022 年 1-6 月产品毛利率存在小幅上升。

综上所述，可比公司毛利率水平的变动主要受到各公司特异性因素影响，公司毛利率水平变动具备其合理性。

（四）核查程序和核查意见

针对上述事项，我们执行了以下程序：

1. 查阅了主要客户、供应商的工商档案、年度报告、官方网站等信息，了解主要客户、供应商的毛利率水平、产业链议价能力、产品可替代性、竞争格局等信息；

2. 获取了报告期内公司销售收入成本明细表，了解各销售区域客户情况，对毛利率执行变动分析性程序；访谈公司销售业务负责人，了解各销售区域客户差异、定价策略、市场情况等，内外销毛利率差异情况等；

3. 查阅同行业可比公司招股说明书、审计报告等，结合可比公司的在主营业务、产品类别、销售模式、销售区域及客户类型或应用领域对公司与同行业可比公司毛利率差异情况进行比较分析。

经核查，我们认为

1. 公司处在水疗按摩缸产业的上游位置，能通过合理定价和调整产品价格等方式传递给下游客户，保持合理的盈利水平；公司的下游客户是水疗按摩缸整缸生产厂商，公司产品的成本占比较低，且终端消费者对产品价格不敏感，公司拥有较高毛利率水平具有合理性；但如未来终端消费者对水疗按摩缸的需求发生变化，或者水疗按摩缸行业的市场竞争格局发生较大变化，或者原材料及生产成本等因素发生了不利变化，且公司无法采取调整产品结构、优化产能配置、适时推出满足下游客户需求的新产品等应对措施，公司的毛利率水平将存在下降的风险；

2. 公司不同销售区域毛利率的差异主要系受到不同地区市场竞争、客户差异、产品结构等多重因素导致，北美洲和欧洲地区人均收入水平及消费能力较高，水疗按摩缸普及率广，因此，公司产品在北美洲和欧洲地区的定价较高，毛利率因此较高，公司对大洋洲客户的销售较小，销售收入占比分别为 0.87%、1.24%和0.59%，因此公司在制定销售价格时适当考虑产品溢价，而中国大陆区域市场规模小于欧美等发达国家，家用水疗按摩缸普及率相对较低，且中国大陆客户对产品价格较境外客户更为敏感因此中国大陆区域毛利率较低，各销售区域毛利率差异具备合理性；公司境外销售毛利率均高于境内销售，主要系市场竞争程度及境内外客户对产品价格预期接受度存在差异、产品类别及应用领域差异所致；

3. 公司综合毛利率高于同行业可比公司平均水平，主要系双方在产品类别、销售区域及客户类型以及下游应用领域等不同所致，毛利率变动趋势的差异具备合理性。

九、关于期间费用

申报材料显示：(1)报告期，发行人期间费用分别为 7,472.73 万元、4,812.52

万元、6,438.75 万元和 2,320.74 万元，占营业收入的比例分别为 37.23%、19.94%、16.51%和 8.91%。（2）报告期内，发行人销售费用分别为 1,498.45 万元、749.91 万元、984.77 万元和 550.89 万元。2020 年后，发行人一直未能前往境外参加水疗行业相关国际展销会。（3）报告期内，发行人管理费用分别为 4,885.17 万元、2,325.56 万元、3,594.37 万元和 1,759.84 万元，发行人 2019 年股权激励计提股份支付费用 2,667.76 万元。（4）报告期内，发行人研发费用分别为 1,106.61 万元、1,063.74 万元、1,463.69 万元和 796.92 万元，占营业收入的比重分别为 5.51%、4.41%、3.75%和 3.06%。（5）报告期内，发行人财务费用分别为-17.50 万元、430.32 万元 395.93 万元和-786.91 万元，主要由汇兑损益构成。

请发行人：（1）说明报告期内期间费用率逐期下降的原因及合理性，与发行人经营规模、收入变化的匹配性，与同行业可比公司期间费用率的差异情况；各岗位类别人均薪酬与同行业可比公司、当地平均薪酬水平的对比情况，分析差异原因及合理性；期间费用的归集与分配方法、依据，费用核算的准确性、完整性，是否符合《企业会计准则》相关规定。（2）说明报告期内剔除履约运输成本影响后的销售费用率变动情况，与营业收入的匹配性；结合发行人业务拓展模式、境外客户维护方式等，说明 2020 年开始发行人差旅、业务宣传活动明显受限的情况下，2021 年及 2022 年上半年收入大幅增长的合理性。（3）说明股权激励的决策过程，对服务期、锁定期、离职回购、上市后转让等条款的约定情况，是否实质构成隐含的可行权条件；股权激励每股公允价值对应的 P/E 倍数，服务期的确定依据及合理性，股份支付费用的计算过程及其准确性，结合《监管规则使用指引——发行类第 5 号》等规则要求，说明一次性确认股份支付费用是否符合规定。（4）说明研发活动是否与生产活动共用设备、人员，研发费用的归集、分摊与结转的准确性，是否存在研发费用与生产成本混淆的情况；研发活动形成产品是否对外销售及具体情况，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。（5）说明报告期各期汇兑损益的计算过程，与美元结算的应收账款、外币借款以及汇率变动的匹配性，应对汇率波动风险的具体措施。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。（审核问询函问题 14）

（一）说明报告期内期间费用率逐期下降的原因及合理性，与发行人经营规模、收入变化的匹配性，与同行业可比公司期间费用率的差异情况；各岗位类

别人均薪酬与同行业可比公司、当地平均薪酬水平的对比情况，分析差异原因及合理性；期间费用的归集与分配方法、依据，费用核算的准确性、完整性，是否符合《企业会计准则》相关规定

1. 报告期内期间费用率逐期下降合理性分析

(1) 期间费用率变动及与公司经营规模、收入变化匹配性分析

报告期内，公司期间费用及期间费用率情况如下：

单位：万元

项　目	2022年度		2021年度		2020年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
销售费用	1,244.24	2.82%	984.77	2.53%	749.91	3.11%
管理费用	3,867.32	8.77%	3,594.37	9.22%	2,325.56	9.64%
研发费用	1,606.96	3.64%	1,463.69	3.75%	1,063.74	4.41%
财务费用	-1,206.48	-2.74%	395.93	1.02%	673.31	2.79%
合　计	5,512.04	12.49%	6,438.75	16.51%	4,812.52	19.94%

报告期内，公司期间费用占营业收入的比重分别为19.94%、16.51%和12.49%，期间费用率逐年下降。根据上表，报告期内期间费用率下降主要受到财务费用下降的影响。

1）财务费用变动分析

报告期内，公司财务费用构成及占营业收入比重情况如下：

单位：万元

项　目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重
利息支出	49.02	0.11%	27.76	0.07%	16.14	0.07%
银行手续费	72.03	0.16%	28.65	0.07%	18.44	0.08%
利息收入	-7.07	-0.02%	-5.07	-0.01%	-7.63	-0.03%
汇兑损益	-1,320.46	-2.99%	344.59	0.88%	646.36	2.68%
合　计	-1,206.48	-2.74%	395.93	1.02%	673.31	2.79%

公司营业收入以境外销售为主。如上表，财务费用主要由汇率波动产生的汇兑损益构成，与公司经营规模、销售收入并非线性相关。2020 年初至 2022 年末美元兑人民币汇率情况如下：



根据上图，2020 年初至 2021 年末，美元兑人民币汇率整体处于贬值趋势。其中，2020 年度美元贬值幅度较大，2021 年度贬值幅度较小；相对应的，2020 年度因美元贬值产生的汇兑损失较大，2021 年度因美元贬值产生的汇兑损失较小。2022 年度，美元兑人民币汇率一路走高，由此产生较大的汇兑收益，导致 2022 年度公司财务费用为负数，使得 2022 年度期间费用整体大幅下降。

报告期内，公司与同行业可比公司财务费用率对比情况如下：

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
Fluidra	不可比	不可比	不可比
Hayward	不可比	不可比	不可比
望圆科技	-1.51%	0.25%	0.48%
渡远户外	0.02%	0.51%	1.46%
凌霄泵业	-2.78%	-1.24%	0.39%
斯普智能	-3.09%	0.52%	2.99%
行业平均值	-1.84%	0.01%	1.33%
本公司	-2.74%	1.02%	2.79%

注 1：上述数据来源于（拟）上市公司公开披露数据；斯普智能 2022 年度数据尚未披露，上述为 2022 半年度数据

注 2：Fluidra、Hayward 为境外企业，其外汇敞口与境内企业不同，因此不具有可比性

如上表，同行业可比公司财务费用率变动趋势与公司一致。2021 年度财务费用率与凌霄泵业存在差异主要系凌霄泵业银行定期存款及大额存单利息收入

增加导致。

综上，财务费用主要由汇率波动产生的汇兑损益构成，与公司经营规模、销售收入并非线性相关。报告期内，公司财务费用率大幅下降主要受到美元汇率波动的影响，财务费用变动趋势与美元汇率、同行业财务费用变动趋势一致，具有合理性。

2）管理费用变动分析

报告期内，公司管理费用率分别为 9.64%、9.22%和 8.77%。2020 年度管理费用率较高，主要系 2020 年管理费用中包含股份支付，剔除股份支付后，2020 年度管理费用率为 9.18%，与 2021 年度管理费用率基本持平。

2022 年度管理费用率小幅下降，主要是因为随着公司经营规模持续提升，公司经营管理体系、制度的进一步完善、精细化，公司经营管理的规模经济效应逐渐凸显，公司营业收入与管理人员数量比持续上升、管理费用率下降。

3）研发费用变动分析

报告期内，公司研发费用率分别为 4.41%、3.75%和 3.64%，研发费用率逐年下降，主要是因为研发费用投入增长不及营收增幅所致。

报告期内，公司收入增长主要来源于现有产品的需求增长，公司新产品的推出通常需要经过较长时间的客户试装验证，对于新品的研发投入通常在 1-2 年后产生较大的收入增长，因此研发投入与营业收入增长并非线性相关。报告期内，公司不断加大研发投入，研发费用金额分别为 1,063.74 万元、1,463.69 万元和 1,606.96 万元。但由于 2021 年度下游客户需求大幅增长，公司销售收入快速增长，因此，研发费用率同比下降。2022 年度公司收入增速减缓，研发费用率小幅下降。

4）销售费用变动分析

报告期内，公司销售费用构成及占营业收入比重情况如下：

单位：万元

项　目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重
工薪及福利	693.42	1.57%	560.83	1.44%	436.04	1.81%
保险费	167.52	0.38%	136.05	0.35%	84.10	0.35%

项　目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重
办公费	114.75	0.26%	71.39	0.18%	94.58	0.39%
差旅费	43.98	0.10%	36.12	0.09%	23.34	0.10%
业务宣传费	86.97	0.20%	57.38	0.15%	20.30	0.08%
其他	137.60	0.31%	123.00	0.32%	91.54	0.38%
合　计	1,244.24	2.82%	984.77	2.53%	749.91	3.11%
营业收入	44,102.46	100.00%	38,996.65	100.00%	24,135.12	100.00%

报告期内，公司销售费用率分别为 3.11%、2.53%和 2.82%。2021 年度销售费用率较 2020 年度下降约 0.58 个百分点，主要系工薪及福利占比营业收入比重下降所致。

2021 年度工薪及福利总额较 2020 年度增加约 124.79 万元，增幅 28.62%，但工薪及福利占营业收入比重下降，主要系公司销售人员工资不与销售收入完全挂钩。公司主要客户都是公司长期合作的客户，报告期内公司收入的增长主要来自于原有客户采购量大幅增加，订单增长并不依赖公司销售人员的推销。销售人员的核心工作是跟进销售订单进度、售后服务等，而非开拓新订单，故公司销售人员没有业绩提成。因此，销售人员工资与公司销售收入并不完全正相关，在公司业绩大涨的情况下，销售人员整体待遇也相应提高，但增幅未达到营收增幅，导致工薪及福利占收入比重下降。

(2) 与同行业可比公司期间费用率的差异情况

报告期内，公司与同行业可比公司期间费用率情况如下：

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
Fluidra	不可比	不可比	不可比
Hayward	不可比	不可比	不可比
望圆科技	21.81%	15.87%	15.78%
渡远户外	14.44%	12.94%	16.53%
凌霄泵业	3.53%	4.31%	6.48%
斯普智能	5.93%	10.37%	21.98%
行业平均值	11.43%	10.87%	15.19%
本公司	12.49%	16.51%	19.94%

注 1：上述数据来源于（拟）上市公司公开披露数据；斯普智能 2022 年度数据尚未披露，上表中为 2022 半年度数据

1）同行业可比公司中，望圆科技期间费用率逐年提升，尤其是 2022 年度期间费用率大幅提高，主要系：“①因公司规模扩大，管理人员数量增加，管理人员薪酬支出大幅增加；②因 IPO 上市工作聘请审计、律师、评估等中介机构，以及境外诉讼事项聘请律师，导致中介机构费用大幅增加；③管理人员股权激励导致管理费用增加。”从变动趋势上来看，报告期内公司期间费用率变动趋势与斯普智能、凌霄泵业、渡远户外的变动趋势一致，均呈逐年下降的趋势。

2）从期间费用率数据上来看，报告期内，公司期间费用率高于同行业可比公司平均水平，差异主要系公司管理费用率高于行业平均水平，公司销售费用率、研发费用率与同行业可比公司不存在显著差异。报告期内，公司管理费用率为 9.64%、9.22%和 8.77%，同行业可比公司平均管理费用率为 6.85%、4.71%和 6.09%，主要系可比公司规模较大，受规模效应影响，其管理费用率较低。

2. 各岗位类别人均薪酬与同行业可比公司、当地平均薪酬水平的对比情况

(1) 公司各岗位人均薪酬与同行业可比公司的对比分析

1）管理人员平均薪酬

报告期内，公司管理人员人均薪酬与同行业可比公司情况如下：

单位：万元/人

项　目	公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
管理人员	Fluidra	不可比	不可比	不可比
	Hayward	不可比	不可比	不可比
	望圆科技	14.86	15.09	9.42
	渡远户外	17.82	16.68	未披露
	凌霄泵业	13.39	15.02	13.48
	斯普智能	未披露	13.53	12.13
	行业平均值	15.36	15.08	11.68
	本公司	21.69	19.21	13.54

注 1：同行业可比公司指标来源于公开披露的定期报告数据整理；人均薪酬=管理费用-职工薪酬/平均员工人数。平均员工人数系各期期初和期末员工人数的平均数

注 2：Fluidra、Hayward 为境外上市公司，与境内薪资水平不具有可比性

注 3：渡远户外未披露 2020 年管理人员、销售人员人数，无法取得管理、

销售人员平均薪酬。2021 年平均薪酬（管理、销售）=当期发生的人工成本/2021 年末员工人数

注 4：望圆科技各岗位人员薪酬取自招股说明书，其中，管理人员平均薪酬为“行政管理人员”，不包含财务人员

报告期内，公司管理人员平均薪酬高于同行业可比公司平均水平，主要是因为公司主要客户为 Watkins、Blue Falls、Bullfrog 等国际水疗按摩缸制造龙头企业，公司产品定位较高、盈利能力强。因此，公司管理人员平均薪酬高于同行业可比公司。

2) 销售人员平均薪酬

报告期内，公司销售人员人均薪酬与同行业可比公司情况如下：

单位：万元/人

项　目	公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
销售人员	Fluidra	不可比	不可比	不可比
	Hayward	不可比	不可比	不可比
	望圆科技	19.39	24.37	20.26
	渡远户外	17.13	18.71	未披露
	凌霄泵业	11.99	11.95	9.40
	斯普智能	未披露	10.33	10.41
	行业平均值	16.17	16.34	13.36
	本公司	29.51	28.00	23.57

注 1：同行业可比公司指标来源于公开披露数据整理；人均薪酬=销售费用-职工薪酬/平均员工人数。平均员工人数系各期期初和期末员工人数的平均数

注 2：Fluidra、Hayward 为境外上市公司，与境内薪资水平不具有可比性

注 3：渡远户外未披露 2020 年管理人员、销售人员人数，无法取得管理、销售人员平均薪酬。2021 年平均薪酬（管理、销售）=当期发生的人工成本/2021 年末员工人数

注 4：望圆科技各岗位人员薪酬取自招股说明书

报告期内，公司销售人员平均薪酬高于同行业可比公司平均水平，主要是因为：一方面，公司产品以海外市场为主，对销售人员的英语水平要求较高，因此薪资水平较高；此外，为了能够给客户提供更及时、更优质的服务，部分销售人员工作地位于美国，由于美国地区薪资水平较高，导致公司销售人员薪资高于行业平均水平。

3) 研发人员平均薪酬

单位：万元/人

项　目	公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
研发人员	Fluidra	不可比	不可比	不可比
	Hayward	不可比	不可比	不可比
	望圆科技	26.33	25.98	21.00
	渡远户外	17.72	17.46	15.26
	凌霄泵业	6.31	10.63	7.63
	斯普智能	未披露	11.18	10.22
	行业平均值	16.79	16.31	13.53
	本公司	20.14	20.26	16.11

注 1：同行业可比公司指标来源于公开披露的定期报告数据整理；人均薪酬=研发费用-职工薪酬/平均员工人数。平均员工人数系各期期初和期末员工人数的平均数

注 2：Fluidra、Hayward 为境外上市公司，与境内薪资水平不具有可比性

注 3：望圆科技各岗位人员薪酬取自招股说明书

公司研发人员平均薪酬高于渡远户外、斯普智能、凌霄泵业，低于望圆科技，公司研发人员薪资水平相比于同行业可比公司处于较高水平，具有较强竞争力。望圆科技研发人员平均薪酬远高于行业平均水平，主要是因为望圆科技主营业务产品为泳池机器人，产品较为复杂，研发设计难度较高，故研发人员工资水平较高。

(2)各岗位类别人均薪酬与当地平均薪酬水平对比分析

报告期内，公司人均薪酬与广州市职工平均薪酬情况如下：

单位：万元/人

项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
销售人员	29.51	28.00	23.57
管理人员	21.69	19.21	13.54
研发人员	20.14	20.26	16.11
广州市职工平均薪酬	未公布	7.45	6.88

注：广州市职工平均薪酬来源于广州市统计局，为城镇私营单位职工平均薪酬

由上表可见，公司各岗位平均薪酬均高于当地城镇私营单位平均薪酬水平，

公司薪酬水平具有一定竞争力。

3. 期间费用会计核算

(1) 费用的归集与分配方法、依据

销售费用科目核算与销售活动相关的各项费用，包括工资及福利、保险费、办公费、差旅费、业务宣传费及其他等。

管理费用科目核算公司为组织和管理企业生产经营所发生的各项费用，包括工资薪酬、业务招待费、中介机构费、折旧摊销、交通及差旅费、办公费、维修及水电费、股份支付及其他费用等。

研发费用科目核算公司研发活动相关费用，主要包括职工薪酬、直接投入、折旧与摊销、设计费及其他费用等。

财务费用科目核算公司日常经营过程中发生的银行存款利息支出、银行手续费、利息收入、外币性项目产生的汇兑损益等。

(2) 费用核算的准确性、完整性

公司在费用核算方面建立了较为完善的内部控制制度，且日常业务活动中能够遵照执行，具体情况如下：

1) 内控制度的制定情况

① 费用核算制度。

报告期内，公司建立了《财务管理制度》、《费用报销管理制度》等制度和内部审批流程，从而确保公司能够通过合理的内部控制流程真实、准确、完整地核算各费用项目。

② 员工薪酬制度

报告期内，公司建立了《薪酬、福利管理制度》等，公司员工根据各自岗位职责从事相应工作。公司计入费用的薪酬依据员工所处的部门及岗位职责内容进行划分。

2) 内控制度的执行情况

报告期内，公司执行内控制度情况如下：

① 对于差旅费、业务招待费等费用的报销及审批，主要涉及业务部门、财务部门和公司董事会。费用发生后，经办人填写报销审批单，依据公司审批权限表，经由部门负责人、财务负责人及公司管理层审批，由会计复核后入账。业务部门主要对费用事项的真实性、必要性、合理性予以审核确认，财务部负责审核

费用单据及所填报信息是否准确、完整、合法、合规，审核通过后执行付款流程。

② 针对人员薪酬核算，月末由各业务部门向人力资源部门工资核算人员提交考勤情况，由人力资源部门根据公司薪酬、福利管理制度编制月度工资表，经财务人员复核，报公司总经理审批后发放。

综上，公司制定了费用核算相关的内部控制制度并有效执行，公司费用核算准确、完整，符合《企业会计准则》相关规定。

（二）说明报告期内剔除履约运输成本影响后的销售费用率变动情况，与营业收入的匹配性；结合发行人业务拓展模式、境外客户维护方式等，说明 2020 年开始公司差旅、业务宣传活动明显受限的情况下，2021 年及 2022 年上半年收入大幅增长的合理性

1.说明报告期内剔除履约运输成本影响后的销售费用率变动情况，与营业收入的匹配性

报告期内的销售费用率如下表：

单位：万元

项　目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例
工薪及福利	693.42	1.57%	560.83	1.44%	436.04	1.81%
保险费	167.52	0.38%	136.05	0.35%	84.1	0.35%
办公费	114.75	0.26%	71.39	0.18%	94.58	0.39%
业务宣传费	86.97	0.20%	57.38	0.15%	20.3	0.08%
差旅费	43.98	0.10%	36.12	0.09%	23.34	0.10%
其他	137.6	0.31%	123	0.32%	91.54	0.38%
合　计	1,244.24	2.82%	984.77	2.53%	749.91	3.11%
营业收入金额	44,102.46		38,996.65		24,135.12	

注：报告期，销售费用中无履约运输成本

报告期内，公司销售费用率分别为 3.11%、2.53%和 2.82%。2021 年度销售费用率较 2020 年度下降约 0.58 百分点，主要系工薪及福利占比营业收入比重下降所致，在公司业绩大涨的情况下，销售人员整体待遇也相应提高，但增幅未达到营收增幅，导致工薪及福利占收入比重下降。2022 年销售费用率较 2021 年

增加 0.29 百分点，主要系 2022 年较 2021 年平均新增了四名销售人员，且随着销售收入的增加，销售人员待遇进一步提高，工薪及福利费增加较多所致。

2. 结合公司业务拓展模式、境外客户维护方式等，说明 2020 年开始公司差旅、业务宣传活动明显受限的情况下，2021 年及 2022 年上半年收入大幅增长的合理性

公司 2021 年及 2022 年上半年收入大幅增长主要源于老客户的订单增加。由于公司产品主要应用于家庭休闲消费品，根据 IBISWorld 出具的水疗按摩缸行业研究报告显示，随着消费者的休闲时间和可支配收入增加，以及对安全、在家娱乐的渴望，消费者对水疗按摩浴缸的需求增加。同时受宏观经济影响，墨西哥等其他海外浴缸配件生产商产能不足，导致部分订单向公司转移。前述因素综合导致公司 2021 年及 2022 年上半年收入大幅增长。

公司业务拓展模式主要为老客户介绍、参加展会获取订单与客源、主动拜访新客户等。在境外客户的维护方面，公司一般通过邮件及其他线上软件进行日常的联系与沟通。2020 年之前，公司主要通过实地拜访客户或参加展会的方式向客户展示新产品，共同碰撞研发思路，频次大概为一年两次。2020 年及之后，公司主要通过线上会议或参加线上展会向客户介绍公司的新产品。由于公司大部分客户为合作十余年的老客户，双方较为熟悉，故面对面线下沟通的减少对双方交流没有造成实质性障碍。

综上，公司 2021 年度及 2022 年上半年收入大幅增长主要系由于市场需求增加，导致老客户对公司订单增加所致。

（三）说明股权激励的决策过程，对服务期、锁定期、离职回购、上市后转让等条款的约定情况，是否实质构成隐含的可行权条件；股权激励每股公允价值对应的 P/E 倍数，服务期的确定依据及合理性，股份支付费用的计算过程及其准确性

1. 股权激励的决策过程，对服务期、锁定期、离职回购、上市后转让等条款的约定情况，是否实质构成隐含的可行权条件

报告期内，公司分别于 2019 年 12 月和 2020 年 12 月分两次共对 49 名员工

实施股权激励。2019 年 12 月系通过员工持股平台兴合资本认购公司新增注册资本实现，由公司股东大会审议通过了关于增资的决议；2020 年 12 月股权激励系被激励对象受让员工持股平台合伙份额后间接取得公司股份方式实施，由兴合资本全体合伙人同意。

报告期内，两次股权激励均不存在实质构成隐含可行权条件的情况，两次股权激励的相关条款约定均相同，具体内容如下：

(1) 无服务期约定。报告期内股权激励，系公司一次性授予被激励对象，未限定被激励对象的服务期；

(2) 直接股东兴合资本遵守法定锁定期，间接股东无锁定期安排。兴合资本作为公司的股东，按照《公司法》规定，兴合资本持有的公司股份自公司上市之日起 12 个月内不得转让。兴合资本的合伙人持有的兴合资本合伙份额无锁定期要求，合伙人可以自由转让，但转让对象仅能为公司员工；

(3) 无离职回购条款。员工离职后可自主决定是否仍持有兴合资本股份，公司未要求员工离职后必须转让份额，退出员工持股平台。

(4) 公司上市前后，兴合资本合伙人均可自由转让其持有的合伙份额（但受让方需为公司员工）。但公司上市后，兴合资本法定期届满前，兴合资本合伙人不得退伙；兴合资本的法定锁定期届满后，合伙人可通知持股平台在二级市场销售其持有份额对应的公司股份，并对相应份额做退伙处理。

2. 公司的股权激励每股公允价值对应的 P/E 倍数，服务期的确定依据及合理性，股份支付费用的计算过程及其准确性

2019 年 12 月公司公允价格，系参考国众联资产评估土地房地产估价有限公司对截至 2019 年 12 月 31 日公司全部股权的评估值 53,121.91 万元确定，计算得出每股价格 5.59 元，P/E 倍数为 9.73 倍；2020 年 12 月公司公允价格，参考 2020 年净利润（剔除股份支付）和 2019 年净资产评估值确定的 P/E 倍数 9.73 倍，计算得出每股价格 6.00 元。

报告期内公司股权激励无服务期限及其他的隐含的可行权条件限制，根据

《企业会计准则第 11 号-股份支付》的规定对于授予激励对象的立即生效的股份，公司应按照授予日一次性确认相关的成本费用，具体股份支付费用计算过程如下：

单位：万元、万股

时间	取得股份所支付金额（A）	股数（B）	公司股份公允价格（元/股）（C）	取得股份公允价值（D=B*C）	当年股份支付费用（E=D-A）	分摊方式
2019.12	1,267.20	704	5.59	3,935.36	2,668.16	2019 年度一次性确认
2020.12	46.80	26	6.00	156.00	109.20	2020 年度一次性确认

综上，公司历次股份支付费用的结算过程准确，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

（四）说明研发活动是否与生产活动共用设备、人员，研发费用的归集、分摊与结转的准确性，是否存在研发费用与生产成本混淆的情况；研发活动形成产品是否对外销售及具体情况，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

1. 说明研发活动未与生产活动共用设备、人员，研发费用的归集、分摊与结转的准确，不存在研发费用与生产成本混淆的情况

(1) 说明研发活动未与生产活动共用设备、人员

1) 研发设备

截至 2022 年 12 月 31 日，公司用于研发设备情况如下：

单位：万元

类型	原值	累计折旧	净值
机器设备	547.71	372.56	175.16
运输工具	36.29	2.04	34.25
办公设备及其他	206.98	68.32	138.67

主要研发设备明细情况如下：

单位：万元

类型	资产名称	原值	用途
机器设备	桥式坐标测量	40.71	用于电子、塑胶件、不锈钢件、模具的曲线、曲面等

	机		的测量，也可以对工件的尺寸、形状和形位公差进行精密检测，从而完成零件检测、外形测量、过程控制等任务。
	φ90 拼 45 共挤 PS 发泡板生产线	24.78	为浴缸裙边的样品制作及研制。
	CNC 机	21.37	用于制作五金件的样品。
	三维打印快速成型机	16.07	根据零件的三维数字模型在计算机控制下，迅速将 CAD 数字模型（电脑里的设计图档）变为零件的物理模型（手板），能快速检测、评价零件是否达到设计要求。
	可程式冷热冲击试验机	7.07	主要用于电子电器零组件、电子芯片、IC 半导体、塑胶件、金属五金件及各类高分子材料之物理性变化，测试其对高、低温的反复热胀冷缩产出的化学变化或物理伤害，用来测试材料结构或复合材料，在经高温和低温的连续环境下所能忍受的程度。作为其产品性能判定及出货品质判定的依据或参考。
	大功率定位旋熔焊接机 5.5KW	6.12	主要用于旋熔焊接新技术的研究、试样。研究用旋熔焊接代替手工涂胶的技术。适用于过滤筒、浮筒、止回阀等管状产品的旋熔焊接试样。
	EMI 传导辐射测试系统	5.80	用于测试产品的信号辐射及传导。
办公设备及其他	模拟测试中心	108.10	用于测试产品的性能。
	绘图仪	25.56	画图设备。
运输设备	雷克萨斯汽车	36.29	配备给研发部门车辆专用于研发人员外出工作需求专用。

公司的研发设备使用频率较高，且操作要求高，其他部门的日常活动不会使用到研发设备，因此研发设备的折旧摊销全额计入研发费用。

综上所述，研发活动不存在与生产活动共用设备的情形。

2）研发人员

根据《国家税务总局关于研发费用税前加计扣除归集范围有关问题的公告》（国家税务总局公告 2017 年第 40 号）的有关规定，直接从事研发活动人员包括研究人员、技术人员、辅助人员。研究人员是指主要从事研究开发项目的专业人员；技术人员是指具有工程技术、自然科学和生命科学中一个或一个以上领域的技术知识和经验，在研究人员指导下参与研发工作的人员；辅助人员是指参与研究开发活动的技工。

公司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，属研发中心，具体工作由技术总监负责。研发中心下设 6 个小组：水件组、电件组、外观组、综合组、设备组、实验室。另有 2 名项目管理人员和 1 名文员，分别负责项目的设立、研发、验证。

报告期内，公司研发中心包括三位核心技术人员，其他人员包括工程师、助理工程师、实验员等。公司研发人员具备相关专业背景及行业工作经验，能对公司研发项目起到支持作用，研发人员划分标准明确。不存在研发人员和生产人员混同的情形。

(2) 研发费用的归集、分摊与结转的准确，不存在研发费用与生产成本混淆的情况

1) 研发费用的归集、分摊方法

研发费用科目核算公司进行研究开发活动过程中发生的各项费用支出，包括工资薪酬、直接投入、折旧与摊销、设计费及其他费用等。

公司对计入研发费用的支出按照项目进行归集，对于能够直接对应具体研发项目的支出直接归集至该项目，对于不能直接对应到具体研发项目的支出，主要按员工实际参与各项目的当月人工工时占当月总工时占比来进行分摊并归集至具体项目，具体的归集和分摊方法如下：

归集内容	归集与分摊方法	核算内容
工资薪酬	根据研发项目人员实际参与的项目工时情况归集至各研发项目。	研发人员的工资、奖金、员工福利、社保和公积金等薪酬费用。
直接投入	① 研发项目的材料费按研发领料单填列的项目进行归集；② 动力费主要归集研发活动中使用的水、电能耗，依据实际发生金额核算。	主要包括研发活动过程中领用的直接材料和辅助材料、研发过程中需要的水、电、燃气费用等。
折旧与摊销	将用于研发活动的仪器、设备折旧及摊销费，按各研发项目人员工时比例进行分摊。	用于研发活动的仪器、设备等折旧。
设计费	按照研发项目实际发生直接归集。	为新产品和新工艺的构思、开发和制造，进行工序、技术规范、操作特性方面的设计等发生的费用。
其他费用	将用于研发活动发生的其他费用按照研发项目直接归集，涉及到共用的，按照项目人员工时比例进行分摊。	与研发活动直接相关的其他费用。

公司按照研发费用的范围和标准列支研发费用，并合理、恰当归集和分摊各项目的支出。公司建立了研发项目台账，对各项目的支出明细进行了记录。此外，研发部门与财务部门定期对各项研发费用的发生进行交叉审核，确保研发支出的归集和分摊真实、准确、完整，不存在研发费用与生产成本混淆的情况。

2) 研发费用的结转

报告期内公司发生的研发支出全部在发生时计入当期损益，财务部门于各月末将各项目归集、分摊的研发支出直接结转计入当期研发费用。

综上所述,公司的研发活动不存在共用设备、人员的情形,研发费用的归集、分摊与结转具备准确性，不存在研发费用与生产成本混淆的情况。

2. 研发活动形成产品是否对外销售及具体情况，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

公司研发活动投入后续去向分为研发合理损耗、送检样品、报废处理三类。

(1) 研发合理损耗

研发项目经历多轮次的打样、试产和设计修改才会形成新产品，在此之后，需要经过生产工艺的反复摸索，才能形成批量稳定的生产能力，随后交由下游客户进行检测，验证产品各项指标性能以及批量生产的质量和稳定性。整体研发过程历时长、环节多，产品存在未能达到预期效果的概率。此外，研发过程中配方变化大，工艺尚处于摸索阶段，因此会出现塑胶废料等不可避免的正常损耗。此部分材料量少且不具备回收价值，不单独称重统计，会在设备停机检修时进行统一清理，与其他工业固废进行集中堆放和统一处理。

(2) 送检样品

公司研发过程中的样品必须经过多步测试，进行研发结果的分析判定，研发项目人员根据反馈结果进行配方、工艺参数、生产设备的反复调整和不断优化。实验检测部门会对研发产出进行内部测试分析，判定研发样品外观指标、物理性能和化学性能是否符合预期效果，并形成《设计开发验证报告》。实验通过的研发样品会送至客户进行后加工效果测试,测试合格的研发样品寄送至德凯质量认证《上海）有限公司广州分公司、广州弘诺检测技术有限公司、深圳天祥质量技术服务有限公司广州分公司和东莞市信准检测技术服务有限公司等国际认可的第三方检测机构进行特定指标检测，并形成第三方的《检测报告》。

(3) 报废处理

研发试制过程会测试不同的配方和工艺参数,导致出现比正常生产更频繁的材料破损、配方转换排料等现象，此过程会产出大量边角废料。另外，研发配方中会添加各类特殊的添加剂或母料，成分较为复杂，与正常生产产品配方相差较大，测试结果一旦判定为不合格，便无法对其进行回收利用，除研发部门留存少量样张外，其余达不到预期性能的材料均作报废处理。

综上,公司不存在研发活动形成产品对外出售的情况,相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

（五）说明报告期各期汇兑损益的计算过程，与美元结算的应收账款、外币借款以及汇率变动的匹配性，应对汇率波动风险的具体措施

1. 公司汇兑损益的计算过程

发生外币业务时，外币金额按月初汇率折算为记账本位币入账，即当月第一个工作日的中国人民银行公布的当日外汇牌价的中间价。月末各外币货币性项目的外币余额，按照月末汇率折算为记账本位币金额，即中国人民银行公布的资产负债表日即期汇率；月末汇率折算的记账本位币金额与原账面记账本位币金额之间的差额，计入汇兑损益。对于以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其记账本位币金额。实际结汇时，按照结汇当日即期汇率折算，即期汇率折算记账本位币金额与账面记账本位币金额之间的差额，计入汇兑损益。

2. 与美元结算的应收账款、外币借款以及汇率变动的匹配性如下：

项　目	2022.12.31/ 2022 年度	2021.12.31/ 2021 年度	2020.12.31/ 2020 年度
期初美元汇率	6.3757	6.5249	6.9762
期末美元汇率	6.9646	6.3757	6.5249
汇率变动比例	9.24%	-2.29%	-6.47%
期初美元应收账款（万美元）	1,826.88	953.04	736.17
期末美元应收账款（万美元）	1,432.46	1,826.88	953.04
美元应收账款平均值（万美元）	1,629.67	1,389.96	844.60
简单计算出的应收账款汇兑（万元）	-959.71	207.38	381.17
财务费用-汇兑损益（万元）	-1,320.46	344.59	646.36
其中：与销售交易相关的汇兑收益（万元）	-975.35	254.63	517.09
与银行存款、结汇相关的汇兑收益（万元）	-321.86	84.41	129.72
其他项目（万元）	-23.25	5.55	-0.45

注：简单计算出的应收账款汇兑=美元应收账款平均值（万美元）*（期初美元汇率-期末美元汇率）

由上表可知，与美元结算的应收账款产生的汇兑损益与美元汇率的变化大致匹配。2020 年至 2021 年美元汇率整体呈下降趋势，公司当年的汇兑损益为正数，简单计算出的应收账款汇兑损益金额与总数大致相符。2022 年美元汇率整体呈

上升趋势，且变动比例较大，公司当年的汇兑损益为负数，简单计算出的应收账款汇兑损益金额与销售交易相关的汇兑收益大致相符，2020 年相差较多主要系公司以美元结算的应收账款受到收入确认金额、收款时点综合影响，在 2020 年汇率波动较大的月份应收账款的期末余额较 2020 年平均值相差较多，故简单计算的应收账款汇兑差异较大。综上所述，美元结算的应收账款的金额与美元汇率变动大致一致。

以美元结算的外币借款为美国子公司日常经营运转产生的银行信用卡借款，美国子公司以美元记账，期末将报表折算为人民币，产生的外币财务报表折算差额，计入其他综合收益，不影响汇兑损益。

3. 应对汇率波动风险的具体措施

公司适时采取以下措施应对汇率波动风险：

(1) 财务部实时观察汇率变化趋势，结合公司的流动资金需求，在适当的时候进行结汇，降低外币资产；

(2) 进行远期结汇业务。根据公司的结汇需求，在银行进行远期结汇业务；

(3) 对部分应收账款较大的客户，积极开展多种回款途径，如对应收款开展保理业务并及时结汇，减少外币资产，降低可能的汇率风险；

(4) 公司对境外客户的销售订单报价时，提前考虑汇率变动预期，与客户签订合同时考虑汇率可能变化的趋势，采取有利的汇率进行报价；

(5) 在合理预算安全资金保有量的基础上，对富余的资金进行定期存款、短期理财等无风险、低风险措施安排，以获取更多收益抵消汇率波动的影响。

（六）核查程序及结论

针对上述事项，我们实施了如下核查程序：

1. 访谈公司管理层，了解公司期间费用的归集方法及依据，分析期间费用核算的准确性和完整性；获取报告期内公司期间费用明细账，核查公司期间费用构成情况，计算公司期间费用率，分析其变动原因；

2. 抽查了发生的期间费用的原始单据、对期间费用进行细节性测试和截止性测试、分析期间费用年度间增减变动原因，确认期间费用的真实性以及是否存在跨期；

3. 获取公司销售人员、管理人员、研发人员花名册；查询同行业可比公司招股说明书、定期报告等公开信息，获取同行业可比公司销售人员、管理人员的

数量和平均薪酬，对比分析与公司的差异情况；查询公司所在地平均薪酬水平，并与公司的员工薪酬水平进行对比分析；

4. 访谈公司业务人员，了解公司业务拓展模式、境外客户维护方式；

5. 查阅持股平台历次工商变更资料、员工持股协议等资料，了解员工持股平台内部的流转、退出机制，确认是否存在限制性条款，是否存在服务期限制；复核公司股份支付费用的计算过程和公允价值的确认依据；获取国众联资产评估土地房地产估价有限公司出具的《资产评估报告》(国众联评报字（2020）第2-0468)， 分析公司股权激励公允价值确定的合理性；复核公司股份支付的相关会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定；

6. 获取公司报告期各期汇兑损益的计算过程，分析与美元结算的应收账款以及汇率变动的匹配性，访谈公司主要管理人员，了解公司应对汇率波动风险的具体措施；

7. 访谈公司的研发、生产部门相关人员，了解研发及技术人员的职能区别、划分依据，核对公司的研发台账中员工与花名册的员工部门归属是否一致；了解公司的研发过程及了解研发活动是否存在与生产活动共用设备、人员的情况，实地观察研发设备的用途，核查归入研发费用的设备是否与账面记载一致、均用于研发活动；

8. 访谈公司管理层，了解公司研发部门的构成及研发活动内容，检查研发费用归集、分摊与结转是否准确；

9. 访谈公司研发部门、仓库管理部门、财务部等相关人员，了解研发活动形成产品的情况，以及是否对外销售的情况，判断研发产品销售的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

经核查，我们认为：

1. 报告期内，公司期间费用率逐期下降具有合理性；报告期内，公司管理人员、销售人员、研发人员平均薪酬均高于同行业平均水平具有合理性；各岗位人均薪酬高于当地人均薪酬，公司具有一定的竞争力；公司期间费用的归集方法、依据，符合《企业会计准则》相关规定，期间费用核算准确、完整；

2. 报告期内剔除履约运输成本影响后的销售费用率变动情况，符合经营情况特点，变动情况合理；2020 年开始公司差旅、业务宣传活动明显受限的情况下，2021 年度及 2022 年上半年公司收入大幅增长系客户的订单需求增长所致，

具有合理性；

3. 公司未约定实质构成隐含的可行权条件或等待期，无需分摊确认股份支付费用；股权激励每股公允价值对应的 P/E 倍数为 9.33，公允价值确认合理；历次股份支付费用的结算过程准确，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定；

4. 报告期内，公司的研发活动不存在与生产活动共用设备、人员的情形，研发费用的归集、分摊与结转具备准确性，不存在研发费用与生产成本混淆的情况；公司的研发活动形成产品不涉及对外销售，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定；

5. 总体来看，公司汇兑损益金额与汇率波动变化趋势基本一致，变动具有合理性；针对汇率波动可能带来的不利影响，公司通过积极采取措施进行了有效应对。

十、关于应收账款

申报材料显示：（1）报告期各期末，发行人应收账款账面净额分别为 1,404.05 万元、2,267.58 万元、3,716.30 万元和 6,398.63 万元。（2）报告期内，发行人对第一大客户 Watkins 信用政策、结算方式变更。Watkins 母公司 MASCO 集团与供应链金融服务平台 Prime Revenue 合作，供应商可选择保理服务。截至 2022 年 11 月 30 日，发行人保理回款金额为 254.55 万美元。（3）报告期内，发行人对 Blue Falls 销售金额为 3,295.57、4,186.01、8,085.73、5,084.34 万元，最近一期末对 Blue Falls 应收账款大幅增加，主要原因为 Blue Falls 资金较为紧张，部分货款逾期。

请发行人：（1）说明对主要客户的信用政策，除第一大客户外，其他客户报告期内信用政策是否发生变化，是否存在放宽信用政策刺激销售的情形；结合对主要客户信用政策与可比公司的差异情况，说明发行人应收账款周转率低于同行业可比公司平均水平的原因及合理性。（2）说明报告期内对第一大客户 Watkins 信用政策、结算方式变更的原因及合理性，量化分析 Watkins 信用政策变化对发行人回款周期、坏账准备的影响，是否对发行人应收账款质量、现金流状况、持续经营能力产生重大不利影响。（3）列示报告期各期末应收账款期后累计回款情况，说明与客户信用政策的匹配性，相关坏账准备计提是否充分。

（4）说明报告期各期末应收账款逾期情况及期后累计回款情况、逾期应收账款的账龄分布情况、逾期比例变动原因、涉及主要客户情况，是否存在需单项计提坏账准备的情形；结合 Blue Falls 货款逾期原因、逾期货款期后回款情况，说明该客户资金紧张情况是否将持续，发行人是否调整对其销售规模和信用政策，是否对发行人经营业绩产生不利影响。（5）说明最近一期 1 年以上应收账款余额增加的原因，是否存在纠纷或潜在纠纷，是否形成可执行的回款计划，相关坏账准备计提比例是否谨慎。(6)说明报告期应收账款保理业务具体情况、保理合同权利义务约定、保理业务成本费用等，保理业务相关会计处理是否符合准则规定。按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-2 的要求补充披露应收账款回款方式。请保荐人、申报会计师发表明确意见。（审核问询函问题 15）

（一）说明对主要客户的信用政策，除第一大客户外，其他客户报告期内信用政策是否发生变化，是否存在放宽信用政策刺激销售的情形；结合对主要客户信用政策与可比公司的差异情况，说明发行人应收账款周转率低于同行业可比公司平均水平的原因及合理性

1. 对主要客户的信用政策，除第一大客户外，其他客户报告期内信用政策是否发生变化，是否存在放宽信用政策刺激销售的情形

报告期内，公司对主要客户的信用政策如下：

客户名称	报告期期内信用政策是否发生变化	信用政策
Watkins	是	2019 年-2022 年 1 月信用政策为寄售领用开票后 30 天；2022 年 2 月起，信用政策改为发货后 120 天
Blue Falls	否	发货后 45 天
Bullfrog	否	发货后 30 天
S.R. Smith, LLC	否	发货后 30 天
Strong Spas	否	发货后 90 天

根据上表，报告期内除 Watkins 的信用政策发生变更外，其他主要客户信用政策均未发生变化，不存在放宽信用政策刺激销售的情形。

2. 结合对主要客户信用政策与可比公司的差异情况，说明公司应收账款周

转率低于同行业可比公司平均水平的原因及合理性

由于 Fluidra 和 Hayward 均为境外上市公司，而信用账期受到地区经营环境、商业习惯等因素影响，具有一定的地区性，Fluidra 和 Hayward 的应收账款周转率与公司应收账款周转率可比性不高。剔除 Fluidra 和 Hayward 后，公司应收账款周转率与同行业可比公司对比情况如下：

可比公司	2022 年度	2021 年度	2020 年度
渡远户外	20.61	24.27	15.91
凌霄泵业	9.37	13.05	16.71
望圆科技	17.08	14.10	6.74
斯普智能	未披露	8.87	8.25
平均值	15.69	15.07	11.90
腾龙健康	13.93	13.03	13.15

根据上表，报告期内，公司应收账款周转率较为稳定。2020 年度公司应收账款周转率高于同行业可比公司平均水平，2021 年度、2022 年度公司应收账款周转率低于同行业可比公司平均水平。总体来看，公司应收账款周转率与同行业可比公司平均水平不存在显著差异。具体而言：

(1) 渡远户外

渡远户外主营业务产品为小微型水泵、便携油桶等房车游艇配套产品和皮划艇、桨板等水上休闲运动产品。渡远户外应收账款周转率远高于同行业平均水平，主要系渡远户外信用政策较为严格。渡远户外对客户的信用政策有三种情形：1）发货前预付货款，发货后支付尾款；2）对少部分稳定合作的客户给予一定期限的信用期；3）零散客户发货前全额支付货款。因此，期末应收账款账面余额相对较低，应收账款周转率相对较快。

渡远户外主要客户信用政策情况如下：

序号	客户名称	信用政策
1	Seaflo Marine	预收 30%，发货后 60 天内付清尾款
2	KD	预收 20%，收到提单后 30 天内付清尾款
3	Anaconda	见票 30 天内付款
4	泗洪语牧机电有限公司	2019 年-2021 年的信用政策为预收款后发货，2022 年开始调整为发货次月 15 日前付款

5	Sea River	预收款后发货
6	Lippert	预收 30%，收到提单后 30 天内付清尾款
7	Super Retail Group	见票 180 天后付款
8	Birgma	见提单后付款
9	Saray	预收 30%，收到提单后一周内付清尾款

注：上述信用政策为渡远户外申报期间公开披露信息

如上表所示，渡远户外的信用政策较为严格，对主要客户多数采用预收部分或者全款的形式，而公司对主要客户给予 1-4 个月的账期，信用政策相对宽松。因此，渡远户外应收账款周转率较高。

(2) 凌霄泵业

凌霄泵业的主营业务产品为民用离心泵，根据凌霄泵业 2022 年报披露，凌霄泵业的销售结算政策依据销售模式不同，主要包括：

1) 内销：直销客户信用账期一般在 30-120 天左右，以月结 30 天为主；对于经销商客户，一般采用“先款后货”和“货到付款”销售政策。

2) 外销：TT 模式下，采用销售款项 30%左右预收及余款在客户收到货物提单前（后）予以支付的即期模式，一般即期余款信用周期为 20-60 天左右；OA（赊销）模式为货到付款销售模式，信用账期一般为 60-120 天左右。

由于内销客户存在较大比例的无信用账期的经销商客户，因此内销客户平均回款周期低于 30 天，外销客户信用账期相对较长。

报告期内，凌霄泵业的内销、外销比例如下：

类别	2022 年度	2021 年度	2020 年度
国外销售	59.33%	51.03%	43.76%
国内销售	40.67%	48.97%	56.24%

2020 年度，凌霄泵业应收账款周转率高于公司，主要系 2020 年凌霄泵业内销客户占比较高，平均信用账期较短。2020 年-2022 年度，凌霄泵业的内销占比逐渐下降，外销占比持续上升。随着凌霄泵业国内销售占比下降，应收账款周转率也逐年下降，2022 年凌霄泵业应收账款周转率低于公司。

(3) 斯普智能

斯普智能销售模式以 ODM 模式为主。根据斯普智能招股说明书披露，斯普智能的主要客户信用政策情况如下：

序号	集团客户名称	具体客户名称	结算及信用政策
1)	Asia Connection LLC		提单签发后 60 天
2)	Bridging China International Limited	Bridging China International Limited	因目的地不同，信用期不同： （1）发往奥地利：12 月至次年 4 月为提单后 30 天；5-11 月为提单签发后 60 天； （2）发往其他地区：见单付款
		Reliant Pool Products Limited	见单付款
		佛山市库比克电器有限公司	100%出货后结清
3)	Stark Group Llc		（1）2019-2021 年度：2019 年 4 月从见单付款转为提单签发后 60 天，2021 年 11 月从提单签发后 60 天重新转为见单付款； （2）2022 年 1-6 月：见单付款
4)	Pool master,Inc		见单付款
5)	Vidaxl Trading(HK) Limited		提单签发后 60 天
6)	Fermar Importacion Exportacion Sl		提单签发后 60 天内信用证结算
7)	Doheny'S,Llc		2019 年：预付 10%，剩余 90%到港前付清；2020 年后：提单签发后 45 天
8)	International Leisure Products,Inc		预付 20%，尾款见单支付

注：上述信用政策为斯普智能申报期间公开披露信息，适用期间为 2019 年-2022 年 6 月

如上表，斯普智能主要客户信用政策主要为 60 天，信用期较长，因此应收账款周转率较低。

(4) 望圆科技

截至本说明出具日，望圆科技未披露信用政策及主要客户信用账期情况，无法就主要客户信用账期情况进行比较。

2020 年-2022 年，望圆科技应收账款周转率分别为 6.74、14.10 和 17.08，应收账款周转率大幅提高，主要系望圆科技的销售收入各季度分布不均，2022 年四季度销售收入大幅下降，期末应收账款金额较低，故应收账款周转率大幅提高。此外，望圆科技也不断强化应收款项管理，导致应收账款周转率持续提高。

项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
第一季度	64.93%	34.71%	38.94%
第二季度	29.90%	41.34%	21.28%
第三季度	3.33%	4.28%	9.15%
第四季度	1.84%	19.67%	30.62%

相比于望圆科技，公司报告期内应收账款周转率较为稳定，分别为 13.15、13.03 和 13.93，公司报告期内销售收入不存在明显季节性。报告期内，公司应收账款周转率水平与望圆科技应收账款周转率中位值相近。

综上所述，公司应收账款周转率与同行业可比公司平均水平相近，与同行业可比公司的差异主要与公司的销售模式及信用政策相关，具有合理性。

（二）说明报告期内对第一大客户 Watkins 信用政策、结算方式变更的原因及合理性，量化分析 Watkins 信用政策变化对发行人回款周期、坏账准备的影响，是否对发行人应收账款质量、现金流状况、持续经营能力产生重大不利影响

1. Watkins 信用政策变更合理性

Watkins 信用政策变更合理性详见本说明三(三)相关回复内容。

2. Watkins 信用政策变更影响的量化分析

(1) 对回款周期的影响

在寄售模式下，公司对 Watkins 的账期为寄售领用后 30 天内付款，报关后的运输周期约 1 个月，Watkins 的寄售仓备货通常为 2-3 个月的需求量，平均领用时间为 1-1.5 个月。因此，在寄售模式下，以发货后为基点，公司理论资金占用时间约 3-4.5 个月。在一般销售模式下，公司对 Watkins 的账期为发货后 120 天内付款，理论回款周期与原寄售模式下接近。而在一般销售模式下，公司可以自主选择提前回款，按 Libor+1.95%利率支付保理费用，资金周转更为灵活、高效。

报告期各期末，公司对 Watkins 的应收账款平均回款周期如下：

单位：万元

项　目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
应收账款余额	1,986.82	1,516.67	1,063.87
期后回款金额	1,980.43	1,516.67	1,063.87
回款比例	99.68%	100.00%	100.00%
平均回款天数	63.83	147.60	114.83

注：寄售模式下账期为寄售领用后，一般销售模式下账期为发货后，为使得两种模式下的回款天数具有可比性，以上数据的平均回款天数，均以发货为起始点

如上表，寄售模式下，2020 年末、2021 年末平均回款时间约 4-4.5 个月，2022 年度，公司在一般销售模式下，可以自主选择提前回款，按 Libor+1.95%利率支付保理费用，资金周转加快，公司平均回款时间约 2 个月，大大缩短回款周期。

(2) 对坏账准备的影响

若公司对 Watkins 的销售模式、结算模式未发生变更，则报告期各期末应收账款余额占当年度营业收入比重将保持稳定。如下表，2020 年末、2021 年末应收账款余额占营业收入比重相近。因此，以 2020 年末、2021 年末应收账款占营业收入比例为依据，模拟测算寄售模式下 2022 年末应收账款余额，并按现行预期信用减值损失率（5%）模拟测算减值损失。测算结果如下：

单位：万元

项　目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
销售收入	18,378.92	9,768.35	6,661.89
应收账款金额-实际	1,986.82	1,516.67	1,063.87
应收账款/营业收入	10.81%	15.53%	15.97%
应收账款金额-模拟[1]	2,894.30		
信用减值损失-实际	99.34	75.83	54.85
信用减值损失-模拟[2]	144.71		
差异	45.37		
净利润	13,967.04		
占比	0.32%		

注 1：应收账款金额-模拟=期末应收账款余额*历史平均应收账款占营业收入比重；历史平均应收账款占营业收入比重为 2020 年、2021 年平均值

注 2：信用减值损失-模拟=应收账款金额-模拟*5%

如上表，假设 2022 年合作模式未发生变更，则对 Watkins 的应收账款应计提减值损失金额 144.71 万元，在现行一般销售模式下，应收账款减值损失金额为 99.34 万元，差额为 45.37 万元，占 2022 年净利润比重约 0.32%，影响较小。

（三）列示报告期各期末应收账款期后累计回款情况，说明与客户信用政策的匹配性，相关坏账准备计提是否充分

1. 应收账款期后回款情况及与客户信用政策匹配性分析

截止 2023 年 4 月 30 日，报告期各期末应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

项　目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
账面余额	2,754.35	3,912.70	2,389.54
期后回款金额	2,717.06	3,910.07	2,380.01
期后回款比例	98.65%	99.93%	99.60%

注：2022 年末公司对 Watkins 的应收账款因采用保理结算方式，计入应收款项融资科目。考虑业务实质，2022 年 12 月 31 日应收账款金额包含应收款项融资

如上表，报告期各期末，公司应收账款回款比例较高，回款情况较好。对于各期末公司应收账款主要客户而言，报告期内，公司主要客户的信用政策、应收账款余额等情况如下：

2022 年 12 月 31 日　　单位：万元

序号	单位名称	余额	信用期内	信用期外	信用政策
1	Watkins Manufacturing Corporation	1,986.82	1,986.82		发货后 120 天
2	Strong Spas	196.90	196.90		发货后 90 天
3	Crystal Clear Spa & Leisure Products Inc	107.60	107.60		30%订金，70%到货后 30 天付清
4	广东水晶岛智能健康股份有限公司	96.01	96.01		开票后 30 天
5	广州市天滢卫浴科技有限公司	77.43	77.43		货款满 30W 开票，7-14 天收款
6	Marquis Spas	67.28	67.28		发货后 30 天
合　计		2,532.04	2,532.04		

2021 年 12 月 31 日　　单位：万元

序号	单位名称	余额	信用期内	信用期外	信用政策
1	Watkins Manufacturing Corporation	1,505.48	1,505.48		寄售领用开票后 30 天
	Wellness Marketing Corporation	11.19		11.19	发货后 60 天
	小　计	1,516.67	1,505.48	11.19	
2	Bullfrog International LLC	1,017.60	1,017.60		发货后 30 天

3	Strong Spas	386.92	371.61	15.31	发货后 90 天立即付款
4	广东水晶岛智能健康股份有限公司	241.40	241.40		开票后 30 天
5	广州市天滢卫浴科技有限公司	117.05	117.05		货款满 30W 开票，7-14 天收款
合　计		3,279.64	3,253.14	26.50	

2020 年 12 月 31 日　　单位：万元

序号	单位名称	余额	信用期内	信用期外	信用政策
1	Watkins Manufacturing Corporation	1,057.25	1,057.25		寄售领用开票后 30 天
	Wellness Marketing Corporation	6.63		6.63	发货后 60 天
	小　计	1,063.87	1,057.25	6.63	
2	Bullfrog International LLC	371.78	371.78		发货后 30 天
3	Blue Falls Manufacturing Ltd.	248.00	248.00		发货后 45 天
	Blue Falls USA LLC	2.78	2.78		发货后 45 天
	小　计	250.78	250.78		
4	Strong Spas	206.60	206.60		发货后 90 天
5	广东水晶岛智能健康股份有限公司	159.48	159.48		开票后 30 天
合　计		2,052.51	2,045.89	6.63	

由上表可见，报告期各期末，公司主要客户应收账款余额在信用期内的占比较高，分别为 99.68%、99.19%和 100.00%，与公司信用政策匹配，小额逾期情况系模具改版，客户待改版确定后支付尾款所致，未出现信用风险明显增加的情况。报告期内，公司应收账款实际坏账率低于应收账款信用损失率，信用减值准备计提充分。

（四）说明报告期各期末应收账款逾期情况及期后累计回款情况、逾期应收账款的账龄分布情况、逾期比例变动原因、涉及主要客户情况，是否存在需单项计提坏账准备的情形；结合 Blue Falls 货款逾期原因、逾期货款期后回款情况，说明该客户资金紧张情况是否将持续，发行人是否调整对其销售规模和信用政策，是否对发行人经营业绩产生不利影响

1. 逾期情况及期后回款情况

报告期各期末，应收账款逾期情况，以及截至 2023 年 4 月 30 日逾期款项回款情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
应收账款账面余额	2,754.35	3,912.70	2,389.54
其中：信用期内	2,658.11	3,768.25	2,368.23
信用期外	96.24	144.45	21.31
逾期款项账龄：			
1 年以内	95.42	129.14	5.87
1-2 年	0.82	15.31	6.87
2-3 年			8.58
逾期比例	3.46%	3.68%	0.89%
逾期款项期后回款金额	83.03	141.78	12.55
逾期款项期后回款比例	86.28%	98.15%	58.91%

注：公司对 Watkins 的应收账款采用保理结算方式，计入应收款项融资科目。考虑业务实质，2022 年 12 月 31 日应收账款金额包含应收款项融资

报告期各期末，公司应收账款逾期比例均处于较低水平，低于公司 1 年以内的信用减值损失计提比例。2021 年末、2022 年末应收账款逾期比例较 2020 年末增幅较大，主要系 2021 年公司订单爆发，客户要求的发货时间通常较急，出现部分款项对账偏差，客户遗漏支付货款等情形，导致部分货款出现逾期。经双方对账沟通后，绝大部分逾期款项均已回款；对于未回款部分，公司已全额计提减值并核销。

2. 逾期主要客户情况

报告期各期，主要逾期客户及逾期原因如下：

2022 年 12 月 31 日 单位：万元

客户名称	逾期金额	期后回款	逾期原因
Marquis Spas	47.62	47.62	客户遗漏支付
Endless Pools	19.08	6.93	客户遗漏支付
Clearwater Spas	16.34	16.34	客户遗漏支付
Sovereign Spas International Pte Ltd	5.01	5.01	未及时催款
合 计	88.05	75.90	

2021 年 12 月 31 日 单位：万元

客户名称	逾期金额	期后回款	逾期原因
S4 LIGHTS	41.65	41.65	与后续订单合并付款
MK Illumination Limited	23.23	23.23	对账差异，延迟付款
Targetti USA Inc.	21.15	21.15	对账差异，延迟付款
Strong Spas	15.31	15.31	模具改版，尾款待支付
Vivid RGB Lighting	15.04	15.04	退换货，补货完成后付款
Wellness Marketing Corporation	11.19	11.19	模具改版，尾款待支付
CG Air Systemes Inc.	5.35	5.35	尾款，下次订单合并支付
合 计	132.92	132.92	

2020 年 12 月 31 日 单位：万元

客户名称	逾期金额	期后回款	逾期原因
河南省信达国际贸易有限责任公司	6.87		无法联系客户，已于 2021 年全额计提坏账并核销
Wellness Marketing Corporation	6.63	6.63	模具改版，尾款待支付
合 计	13.49	6.63	

注：期后回款时间截至 2023 年 4 月 30 日

报告期内，公司主要客户应收账款逾期主要系对账差异、客户遗漏支付、公司未及时催款、多次订单合并支付等原因造成的，信用风险自初始确认后并未显著增加，无需单项计提。对于少数无法联系客户、客户破产等情况，公司已于报告期内全额计提减值并核销。因此，报告期期末，不存在需单项计提减值的情况。

3. Blue Falls 货款逾期原因及逾期货款期后回款情况

报告期各期末，客户 Blue Falls 货款逾期情况如下：

项 目	2022 年 12 月 31 日	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
应收账款余额	46.76	2,420.86	69.58	250.78
其中：信用期内	46.76	1,149.62	69.58	250.78
信用期外		1,271.24		

2022 年 6 月末，Blue Falls 存在部分应收账款逾期的情况，主要是由于 2022 年上半年 Blue Falls 对工厂升级改造，资金需求较大，短期内延迟了对其供应商的付款，导致 2022 年 6 月末公司对 Blue Falls 应收账款余额较 2021 年末大

幅增长。2022 年下半年，Blue Falls 回款情况恢复正常，公司 2022 年 6 月末对 Blue Falls 的应收账款已于 2022 年下半年全部回款。2022 年 12 月末，Blue Falls 应收账款余额为 46.76 万元，均在信用期内，不存在逾期情况。

Blue Falls 成立于 1994 年，是加拿大前十大水疗按摩池整缸厂商，拥有 Arctic Spas、All weather pools 等自营品牌。公司自成立起便开始与 Blue Falls 合作，双方合作已近 20 年，历史上未出现过坏账情况。Blue Falls 具有良好的信用记录，2022 年上半年 Blue Falls 因建设工厂延迟付款的情况已经消除，不会影响公司的经营业绩。因此，公司未调整对 Blue Falls 的信用政策及销售规模。

（五）说明最近一期 1 年以上应收账款余额增加的原因，是否存在纠纷或潜在纠纷，是否形成可执行的回款计划，相关坏账准备计提比例是否谨慎

1. 1 年以上应收账款总体情况

截至报告期各期末，公司应收账款账龄如下表所示：

单位：万元

项　目	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
1 年以内	2,753.53	99.97%	3,897.38	99.61%	2,374.10	99.35%
1-2 年	0.82	0.03%	15.31	0.39%	6.87	0.29%
2-3 年					8.58	0.36%
合　计	2,754.34	100.00%	3,912.70	100.00%	2,389.54	100.00%

注：2022 年末公司对 Watkins 的应收账款因采用保理结算方式，计入应收款项融资科目。考虑业务实质，2022 年 12 月 31 日应收账款金额包含应收款项融资

公司应收账款账龄主要集中在 1 年以内，报告期各期末，账龄 1 年以上应收账款余额分别为 15.45 万元、15.31 万元以及 0.82 万元，占比分别为 0.65%、0.39%以及 0.11%。

2. 1 年以上应收账款主要客户情况

报告期各期末，公司账龄 1 年以上应收账款主要客户情况如下：

单位：万元

2022 年 12 月 31 日

序号	客户名称	期末应收账款余额	1年以上应收账款	坏账准备余额	截至2023年4月30日回款金额
(1)	Badog Fritid AS	0.08	0.08	0.01	
(2)	AIDA GmbH	0.74	0.74	0.07	
合　计		0.82	0.82	0.08	
2021年12月31日					
(1)	Strong Spas	386.92	15.31	20.11	386.92
合　计		386.92	15.31	20.11	386.92
2020年12月31日					
(1)	中山市按摩思卫浴有限公司	1.89	1.89	0.57	
(2)	河南省信达国际贸易有限责任公司	6.87	6.87	0.69	
(3)	Wellness Marketing Corporation	6.63	6.62	1.99	6.63
(4)	IMPORT CHINA	0.06	0.06	0.02	0.06
合　计		15.45	15.45	3.27	6.69

2020年末,1年期以上应收账款金额为15.45万元,账龄较长的主要原因为:(1) 公司无法联系客户、以及客户因经营不善面临破产，导致应收账款逾期金额为8.76万元。经公司多次催收无果，已于2021年全额计提减值损失并核销；(2)模具版型升级，客户待定版后支付模具尾款，因此账龄较长，金额为6.62万元。

2021年末，1年期以上应收账款金额为15.31万元，账龄较长的主要原因为模具版型升级,客户待定版后支付模具尾款,因此账龄较长,金额为15.31万元，该笔模具款已于2022年1月支付。

2022年末，1年期以上应收账款金额大幅下降，金额为0.82万元，主要为小额尾款，客户要求与下次订单合并支付。

对于逾期应收账款，公司定期对未回款金额进行催收并与客户商定回款计划，对于确定无法回收的款项，公司全额计提减值损失并核销。报告期内，公司应收账款回款基本符合预期，公司与客户不存在纠纷或潜在纠纷。

3. 公司应收账款坏账准备计提谨慎性分析

报告期各期末，公司按照坏账计提政策计提应收账款坏账准备，即参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收款项账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

截止 2023 年 4 月 30 日，报告期各期末应收账款期后回款及坏账准备计提情况如下：

单位：万元

项　目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
账面余额	2,754.34	3,912.70	2,389.54
期后回款金额	2,717.06	3,910.07	2,380.01
期后回款比例	98.65%	99.93%	99.60%
坏账准备金额	137.76	196.40	121.97
计提比例	5.00%	5.02%	5.10%

注：2022 年末公司对 Watkins 的应收账款因采用保理结算方式，计入应收款项融资科目。考虑业务实质，2022 年 12 月 31 日应收账款金额包含应收款项融资

由上表可见，公司应收账款期后回款情况较好，2020 年末、2021 年末应收账款回款率达 99%以上，结合公司预期信用减值损失计提政策，报告期各期末公司应收账款坏账准备计提比例分别为 5.10%、5.02%和 5.01%，计提比例高于实际坏账率。因此，公司应收账款坏账准备计提较为谨慎。

（六）说明报告期应收账款保理业务具体情况、保理合同权利义务约定、保理业务成本费用等，保理业务相关会计处理是否符合准则规定。按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-2 的要求补充披露应收账款回款方式

1. 保理业务具体情况及合同权利义务约定

2022 年 3 月，公司对 Watkins 销售模式由寄售模式转为一般销售模式，信用期由寄售领用开票后 30 天调整为发货后 120 天。为了 Masco 统一管理集团旗下子公司的供应商结算模式和账期，Watkins 引入第三方供应链金融服务平台 Prime Revenue，将结算模式调整为保理结算，Prime Revenue 为该保理业务提供信息平台服务，供应商可自主选择支付保理费用以提前回款。

Prime Revenue 成立于 2003 年，是营运资金和 B2B 支付解决方案的全球领导者，平台已引入超过 100 家金融机构，支持 90 多个国家和 30 多种货币。全球超过 3 万家公司利用 Prime Revenue 的解决方案，每年处理超过 3,000 亿美元的支付交易。

具体操作流程为：MASCO 与第三方供应链金融服务平台 Prime Revenue 签订

合同，MASCO 收到供应商发票后，将经审核的发票上传到 Prime Revenue 的技术平台系统。技术平台系统发票信息匹配成功后，供应商可以选择提前兑现货款或持有至到期。如提前兑付，由供应商在技术平台系统上发起保理申请，Prime Revenue 联系金融机构为应收账款出售方提供买断资金，金融机构可以自行选择是否购买该保理。金融机构购买保理后，根据协议约定的平台服务费率和利率将扣除费用和利息后的净额支付给公司（保理总费率：LIBOR 利率+1.95%）。货款到期后，MASCO 及其子公司的供应商货款到期后由 MASCO 统一支付给提供融资的金融机构。

根据合同约定，除非特别规定，金融机构购买保理不附追索权，金融机构有权出售、处置或转让该应收账款权益，无需向供应商支付任何费用。因此，金融机构对公司无追索权。

2. 保理业务成本费用及相关会计处理

2022 年度，公司通过 Prime Revenue 平台开展的相关保理业务的融资总额为 5,020.54 万元，融资费用为 48.82 万元，融资费用占融资总额比例为 0.97%。根据《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》相关规定：

“第七条 企业已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，应当终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，不应当终止确认该金融资产。

第八条 企业在判断是否已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给了转入方时，应当比较转移前后该金融资产未来现金流量净现值及时间分布的波动使其面临的风险。

企业面临的风险因金融资产转移发生实质性改变的，表明该企业已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给了转入方，如不附任何保证条款的金融资产出售等。

企业面临的风险没有因金融资产转移发生实质性改变的，表明该企业仍保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，如将贷款整体转移并对该贷款可能发生的信用损失进行全额补偿等。”

根据保理协议，公司将对 Watkins 的销售应收款转让给供应链融资服务商后，由 MASCO（Watkins 母公司）向服务商直接偿还，服务商即享有相关销售应收款下的所有风险和报酬，即使 MASCO 无法向服务商偿还，服务商也无权向公司追偿，

故公司终止确认相关应收账款。公司根据《企业会计准则》的相关规定，在收到应收账款保理款时，借记“银行存款”和“财务费用-利息支出”（扣除的融资费用），贷记“应收账款”，其会计处理符合规定。

（七）核查程序与核查结论

针对上述事项，我们执行了以下程序：

1. 访谈公司财务负责人，了解公司主要客户信用政策及执行情况；查阅同行业上市公司公开信息，比较分析公司应收账款周转率与同行业平均水平的差异情况；获取公司的应收账款坏账计提政策、坏账计提表，复核其坏账准备计提是否充分，并与同行业公司进行比较；获取公司与主要客户报告期内签订的销售合同及订单，审阅其主要合同条款，了解公司主要客户的信用政策变化原因；

2. 获取客户与公司就销售模式变更的沟通邮件，访谈 Masco 中国区采购负责人，了解 Masco 关于调整集团及其子公司的供应商合作模式相关背景及原因；获取模式变更后，公司与 Masco 及子公司 Watkins、Prime Revenue 间的供应链保理融资协议；查询 Prime Revenue 的官方网站及网络公开信息，了解 Prime Revenue 的业务实力；获取报告期各期末 Watkins 应收账款期后回款明细表，测算模式变更对应收账款回款周期及坏账准备的影响；

3. 获取公司报告期内应收账款期后回款统计表，结合公司对主要客户的信用政策，分析公司期后回款情况与信用政策的匹配性及坏账准备计提充分性；

4. 获取公司报告期各期末应收账款逾期明细表，了解各期主要逾期客户情况和造成逾期的主要原因，检查期后回款情况及回款比例，对于逾期较长时间的客户分析是否存在收款风险增加的情况；访谈公司销售负责人，了解 Blue Falls 应收账款逾期原因、期后回款情况及公司对 Blue Falls 的信用政策及销售规模调整情况，查看 Blue Falls 期后回款单据；

5. 获取公司报告期各期末应收账款账龄表，复核应收账款账龄划分是否正确，测算应收账款坏账计提是否充分，并了解应收账款账龄 1 年以上形成的原因及期后回款情况；

6. 获取公司与 Masco 及子公司 Watkins、Prime Revenue 间的供应链保理融资协议，检查合同权利及义务约定条款，以及公司相应财务处理。

经核查，我们认为：

1. 公司对主要客户的信用政策较为稳定，除第一大客户 Watkins 外，报告

期内其他主要客户不存在信用政策变化情况；报告期内客户的回款情况良好，不存在为放宽信用政策刺激销售的情形，相关销售可持续；公司应收账款周转率与同行业可比公司平均水平不存在显著差异，具有合理性；

2. 公司报告期内对 Watkins 信用政策、结算方式变更具有商业合理性；Watkins 信用政策变化对公司回款周期、坏账准备的影响较小，不会对公司应收账款质量、现金流状况、持续经营能力产生重大不利影响；

3. 报告期各期末公司应收账款逾期应收账款期后回款情况较好，对于长时间未回款并已确认无法收回的，公司已全额计提减值并核销，报告期各期末公司应收账款余额不存在需要单项计提跌价准备的情形；

4. 2022 年 6 月末，客户 Blue Falls 部分货款逾期，是因为对工厂升级改造，资金需求较大，短期内延迟了对其供应商的付款，下半年回款恢复正常，逾期款项已于 2022 年下半年全部回款，不会对公司经营业绩产生不利影响，公司也未调整对其销售规模和信用政策；

5. 公司主要客户期后回款情况与信用政策相匹配，报告期各期末应收账款回款情况较好，坏账准备计提比例谨慎；报告期各期末 1 年以上应收账款余额占比较低，不存在纠纷或潜在纠纷；

6. 公司将对 Watkins 的应收账款转让给金融机构为不附追索权转让，公司终止确认相关应收账款，符合《企业会计准则》规定。

十一、关于存货

申报材料显示：（1）报告期各期末，发行人存货账面余额分别为 5,003.31 万元、6,850.35 万元、11,479.75 万元、9,566.56 万元。（2）报告期各期，发行人存货跌价准备金额分别为 477.54 万元、535.96 万元、404.96 万元、489.70 万元。（3）报告期各期，发行人存货周转率分别为 1.72 次、1.97 次、2.06 次和 2.48 次，低于同行业可比公司平均水平。

请发行人：（1）结合经营模式、销售模式、在手订单覆盖情况等，说明存货结构的合理性，存货构成与同行业可比公司是否存在差异；发行人存货周转率低于同行业平均水平的原因及合理性。（2）说明发行人是否存在提前安排生产、提前调拨货物至境外的情况，报告期内客户是否推迟、取消现有采购订单，如有，说明具体原因及对发行人影响。（3）说明各类别存货的库龄分布情况，

发行人存货跌价准备计提政策与可比公司是否存在差异；各类存货库龄超过 1 年的具体构成及原因，是否存在滞销或销售退回情形，是否与客户存在纠纷或潜在纠纷。（4）说明各类别存货的期后累计结转金额及比例，是否存在长期未结转的情形，是否存在将当期应结转成本费用计入存货科目的情形；结合存货库龄结构、期后结转情况、存货跌价测试方法和覆盖范围、可变现净值的确定依据等说明存货跌价准备计提的充分性。（5）列示报告期各期末，海外子公司存货仓库数量、面积、存货金额及占比；寄售模式下各报告期末客户寄售仓存货情况；发行人对各类存货盘点的具体情况，包括盘点时间、地点、人员、范围、盘点比例、盘点差异数量和金额、盘点差异原因及影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明：（1）对发行人各处存货盘点的监盘程序、监盘范围、监盘标准、监盘比例、监盘证据和结果。（2）是否采用远程视频、境外第三方核查等方式对境外子公司存货进行监盘，相关核查程序能否支持核查结论。（审核问询函问题 16）

（一）结合经营模式、销售模式、在手订单覆盖情况等，说明存货结构的合理性，存货构成与同行业可比公司是否存在差异；发行人存货周转率低于同行业平均水平的原因及合理性

1. 结合经营模式、销售模式、在手订单覆盖情况等因素，说明存货结构的合理性，存货构成与同行业可比公司是否存在差异

报告期，公司存货结构的情况如下：

单位：万元

项　目	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料类	3,732.70	35.42%	4,232.51	35.62%	2,443.10	33.08%
半成品及在产品	1,546.51	14.68%	1,583.36	13.32%	1,216.16	16.47%
成品类	5,257.50	49.90%	6,068.83	51.06%	3,727.04	50.45%
合　计	10,536.71	100.00%	11,884.70	100.00%	7,386.30	100.00%

注：为便于进行结构比较，将原材料、委托加工物资归入原材料类；将库存商品、发出商品以及在途物资归入成品类

报告期内公司存货结构较为稳定，存货结构表现为原材料类占比相对较低、成品类相对较高的特点。

(1) 原材料占比较低

从采购模式及备货政策来看，公司主要采用“以销定产，适量备货” 的方式进行定量采购，即获取客户的采购计划及正式订单后汇总各类生产所需物料数量、规格，结合物料采购周期和安全库存要求，确定具体采购需求。PMC 部门根据销售订单情况计算物料需求，经过审批后生成采购订单。经过多年经营实践，公司生产计划的排定较为精准，在此基础上，对生产所需主要原材料，公司通过与供应商建立稳定合作关系，执行快速周转模式，原材料保持在相对较低水平，因此存货中原材料占比相对较低。

(2) 在产品及半成品的占比较低

从生产模式及生产周期来看，公司销售的水疗按摩缸灯光产品、水疗按摩缸按摩产品、水疗按摩缸水处理产品、水疗按摩缸附件产品等定制化程度较高，因此公司主要按照“以销定产”的原则组织生产。公司产品的生产周期较短，根据订单批次安排生产，公司产品批次的生产周期约在两周至一个月之间。

(3) 成品类占比较高

报告期各期末，公司的在手订单分别为 8,990.59 万元、29,913.28 万元和 14,453.20 万元，在手订单可覆盖存货比例分别为 58.74%、121.75%、69.17%，在手订单覆盖率较高，为满足下游订单及提货的需求，公司提前生产，导致期末存在订单的成品类较多；同时考虑到海运不确定性，部分已完成生产的外销成品可能无法及时出口需要公司增加对成品类的备货；另从销售模式来看，公司采用了美国子公司腾龙国际转售的方式销售商品，从广州发往美国子公司的运输周期一般为 30-45 天，需要增加公司的成品类备货，故报告期各期末成品类存货占比相对较高。

综上所述，公司存货结构合理，与公司的实际生产经营状况匹配。

报告期各期末，公司与同行业可比公司的存货构成情况如下：

单位：%

年度	产品类型	公司	平均值	Fluidra	Hayward	望圆科技	渡远户外	凌霄泵业	斯普智能
2022年末	原材料类	35.42	41.77	39.97	47.06	32.63	44.47	44.74	未披露
	半成品及在产品	14.68	19.02		5.81	40.30	16.12	13.84	未披露
	成品类	49.90	43.01	60.03	47.13	27.07	39.41	41.42	未披

年度	产品类型	公司	平均值	Fluidra	Hayward	望圆科技	渡远户外	凌霄泵业	斯普智能
									露
2021年末	原材料类	35.62	37.04	28.49	53.35	46.69	37.29	36.38	20.02
	半成品及在产品	13.32	16.55		9.71	20.14	14.30	16.54	22.06
	成品类	51.06	49.17	71.51	36.94	33.17	48.41	47.08	57.92
2020年末	原材料类	33.08	40.07	26.39	46.73	55.75	41.66	39.57	30.31
	半成品及在产品	16.47	18.83		9.28	19.65	21.77	18.89	24.58
	成品类	50.45	44.24	73.61	43.99	24.60	36.57	41.54	45.11

注：为便于进行对比，将原材料、周转材料以及委托加工物资归入原材料类；将半成品、在产品以及合同履约成本归入半成品及在产品；将库存商品、发出商品以及在途物资归入成品类

如上表所示公司存货构成与同行业可比公司存货结构无较大差异。

2. 公司存货周转率低于同行业平均水平的原因及合理性

公司存货周转率与同行业可比上市公司的具体情况如下：

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
渡远户外	3.12	4.17	3.36
凌霄泵业	2.69	3.95	3.79
望圆科技	1.17	1.37	1.69
斯普智能	未披露	4.37	4.37
Fluidra	2.13	2.66	2.59
Hayward	2.77	3.94	3.39
平均值	2.38	3.41	3.20
腾龙健康	2.07	2.06	1.97

注：可比公司数据来源于招股说明书、上市公司定期报告

报告期内，公司存货周转率分别为 1.97 次、2.06 次和 2.07 次，存货周转率变化不大。

报告期内，公司存货周转率高于望圆科技，与 Fluidra 接近，低于渡远户外、凌霄泵业、斯普智能、Hayward，整体低于同行业平均水平，主要系公司的经营模式、市场区域与同行业公司存在一定差异所致。

公司通常根据客户订单进行适配性生产，导致公司的产品种类、规格、型号较多，公司需根据不同产品的生产用料需求，保持合理规模的原材料库存储备；

同时，公司销售主要面向海外市场，为了保障产品供应及时性，提高客户需求响应速度，公司通常会提前与客户沟通未来几个月的采购需求，提前安排生产；对于部分北美客户，公司提前将货物调拨至美国子公司腾龙国际仓库，由腾龙国际对外销售，在途运输时间较长，因此存货周转天数较长。而凌霄泵业、斯普智能、Hayward 未采用子公司转售的方式实现销售，并且凌霄泵业、Hayward 内销销售占比远高于公司，因此，公司存货周转率低于部分同行业可比上市公司符合公司的业务模式，具有合理性。

（二）说明发行人是否存在提前安排生产、提前调拨货物至境外的情况，报告期内客户是否推迟、取消现有采购订单，如有，说明具体原因及对发行人影响

1. 生产模式

公司存货的生产模式主要采用“以销定产、适量备货”的生产模式，根据不同客户的需求，采用订单式、备货式生产。在备货式生产模式下，公司根据客户历史采购情况，以及与客户沟通的需求预测情况，提前安排生产，以满足客户采购的时间要求；在订单式生产情况下，公司根据客户的订单进行排产，同时也会结合未来预计的需求量，以及公司固定开机成本等，适当增加单批次生产数量，以降低单件成本。因此，公司存在提前安排生产的情况。

2. 货物调拨情况

公司营业收入以境外销售为主，境外销售的货物调拨情况根据客户需求不同而不同。报告期内，公司境外销售的货物调拨方式包括：

(1) 寄售仓：公司根据 Watkins 的需求计划安排生产，产品完工后由广州仓直接发往 Watkins 寄售仓为客户备货，待 Watkins 领用后确认收入。2022 年 2 月起，公司与 Watkins 不再以寄售模式销售。

(2) 腾龙美国仓：由于部分客户对供应商发货周期要求较高，为保证及时响应客户需求，公司于美国设立美国仓库，实现本土配送，极大缩短物流周期。公司根据客户预计需求情况，提前将产品从广州仓发至美国仓库。客户直接向美国子公司下采购订单，由美国子公司发货，客户签收后确认收入。

(3) 广州仓：产品完工后由广州仓直接发往客户指定地点，销售为 FOB 模式，即报关取得提单后确认收入。

根据上述货物调拨模式，公司存在提前调拨货物至境外的情况，主要系公司销售模式需要。公司收入确认按照《企业会计准则》规定执行，在满足收入确认条件之前，调拨境外的货物仍在账面核算为存货。因此，提前调拨货物至境外仅影响公司存货细项的披露，而不影响存货账面余额。

3. 推迟、取消现有采购订单

(1) 推迟采购订单

报告期内，公司存在订单交期推迟的情况：一方面，公司为按摩浴缸配件厂商，客户通常会保留一定数量的安全库存，依据生产计划提前向公司下订单。而客户的生产计划是动态调整的，并非对未来需求的精确预测，客户会根据实时需求变动情况调整订单交期；另一方面，公司的产品种类繁多，订单生产排期会根据原材料库存情况、公司产能情况以及订单情况等因素进行调整，并与客户沟通达成一致后调整订单交期。上述订单提前或推迟交付为公司正常生产计划的动态调整，未对公司产生不利影响。

(2) 取消采购订单

报告期内，存在少量因客户需求变动而取消订单的情况，取消的订单合计金额约 186.59 万元。其中，金额较大的订单变动主要为 Glass 1989 S.r.l.，金额为 123.75 万元，该笔订单因客户未支付定金，公司未安排生产，因此客户取消订单未对公司造成实质性影响。总体来看，报告期内，客户取消订单的情况较少，且部分订单公司尚未排产，因此对公司影响微小。

综上所述，根据公司的业务模式需要，公司存在提前安排生产、提前调拨货物至境外的情况。虽然提前生产、备货一定程度上增加公司的存货管理成本，但也能降低公司单位生产成本，缩短客户订单物流周期，提高客户满意度，推动公司销售量持续增长。报告期内，公司存在订单交期推迟的情况，为公司正常生产计划的动态调整，未对公司产生不利影响；报告期内，公司存在少量订单取消的情况，对公司影响微小。

（三）说明各类别存货的库龄分布情况，发行人存货跌价准备计提政策与可比公司是否存在差异；各类存货库龄超过 1 年的具体构成及原因，是否存在滞销或销售退回情形，是否与客户存在纠纷或潜在纠纷

1. 说明各类别存货的库龄分布情况，公司存货跌价准备计提政策与可比公

司比较情况

公司客户需求呈现“品类多、频次高、个性化”的特点。为满足客户需要，公司主要采用“以销定产、适量备货”的生产模式。公司常用材料留存 1-2 个月的库存储备，其中受市场价格影响较大的大宗材料会在适当价位进行战略储备，库存储备量增加至 6 个月左右。产品的生产周期通常在一个月以内。

(1) 报告期内，库龄分布情况如下：

单位：万元

日期	存货分类	余额	库龄			
			1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
2022/12/31	在途物资	501.05	501.05			
	原材料	3,702.07	3,274.94	338.24	53.20	35.69
	半成品	852.16	726.97	95.14	11.64	18.41
	在产品	694.35	694.35			
	库存商品	4,753.44	4,332.71	222.35	64.86	133.52
	发出商品	3.01	3.01			
	委外加工物资	30.63	30.63			
	小　计	10,536.71	9,563.66	655.73	129.70	187.62
2021/12/31	在途物资	1,043.29	1,043.29			
	原材料	3,916.62	3,735.10	118.39	19.89	43.24
	半成品	1,006.04	919.79	18.16	18.69	49.40
	在产品	577.32	577.32			
	库存商品	3,629.92	3,369.08	79.09	34.89	146.86
	发出商品	1,395.62	1,392.47	0.63	1.91	0.61
	委外加工物资	315.89	315.89			
	小　计	11,884.70	11,352.94	216.27	75.38	240.11
2020/12/31	在途物资	1,123.80	1,123.80			
	原材料	2,005.87	1,774.75	99.55	76.26	55.31
	半成品	752.55	624.75	54.33	49.95	23.52
	在产品	463.61	463.61			
	库存商品	1,660.54	1,344.52	92.11	74.56	149.35
	发出商品	942.70	940.10	2.10	0.50	
	委外加工物资	437.23	437.23			
	小　计	7,386.30	6,708.76	248.09	201.27	228.18

从上表可知，公司期末存货主要由原材料、半成品、库存商品和在途物资构成。

报告期内库龄超过 1 年的存货余额占比分别为 9.17%、4.47%和 9.23%，主要

系标准备品备件，因应用于客户售后维护方面产品，周转速度相对较慢。其中部分库龄超过 2 年的原材料、库存商品存在产品更新换代、客户定制要求变更、工艺提升等因素无法使用的情况，公司对其已全额计提跌价准备。

(2) 公司存货跌价准备计提政策与可比公司情况

可比公司存货跌价准备计提政策列示如下：

公司名称	存货跌价准备计提政策
Fluidra	资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。原材料和其他耗料：可变现净值按重置成本确定，但是公司没有针对该项目计提跌价，因为原材料和其他耗料对应的成品预计将以相当于其生产成本或更高的价格出售。库存商品：可变现净值按该存货的估计售价减去估计的销售费用确定；在产品：可变现净值按所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、销售环节必要成本确定
Haywa rd	资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，对成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益
望圆科技	对资产负债表日的存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。 基于谨慎性，公司除按照成本与可变现净值孰低的方式计提存货跌价准备外，对于呆滞品、停产产品等库存较长的存货单独计提存货跌价准备
渡远户外	资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。
凌霄泵业	存货可变现净值按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额确定。期末，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备，计入当期损益；以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额应当予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提存货跌价准备。
斯普智能	存货可变现净值按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额确定。期末，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备，计入当期损益；以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额应当予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提存货跌价准备。库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其

公司名称	存货跌价准备计提政策
	可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。
公司	资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

注：以上数据均取自同行业可比公司披露的年度报告、招股说明书或问询函

由上表可知，公司存货跌价测试方法、覆盖范围及可变现净值的确定依据符合会计准则相关规定，与同行业可比公司相比无较大差异，符合行业惯例。

2. 各类存货库龄超过 1 年的具体构成及原因，是否存在滞销或销售退回情形，是否与客户存在纠纷或潜在纠纷

(1) 存货库龄超过 1 年的具体构成及原因

1) 原材料

单位：万元

项　目	2022 年末余额	2021 年末余额	2020 年末余额
电子元器件	193.60	67.53	109.94
塑胶原料	82.79	39.78	49.18
线材	10.40	12.28	14.14
五金	30.63	17.65	10.12
包材	19.69	15.45	9.28
塑胶件	36.95	13.17	4.99
其他	53.07	15.66	33.47
合　计	427.13	181.52	231.12

如上表所示，报告期各期末库龄超过 1 年的原材料余额分别为 231.12 万元、181.52 万元和 427.13 万元，存货跌价准备余额分别为 134.32 万元、73.54 万元、118.71 万元，库龄超过 1 年的原材料余额占原材料余额的比例分别为 11.52%、4.63%和 11.54%。

公司客户需求呈现“品类多、频次高、个性化”的特点，相应导致原材料规

格型号种类繁多，供货的及时性直接关系下游客户产品生产的连续性，故需要预备一定数量的原材料。公司结合客户长交付周期订单、批量采购经济性、最低订购量，以及上游大宗原材料市场价格变动进行采购，一次性采购的数量规模相对较大，导致出现部分长库龄原材料。公司采取“以销定产，适量备货”采购方式，原材料采购主要根据在手订单与库存情况进行，故总体 1 年以上库龄的原材料占比较小，符合公司实际经营情况。

2）半成品

单位：万元

项　目	2022 年末余额	2021 年末余额	2020 年末余额
灯光产品	47.76	71.94	101.03
按摩产品	51.21	9.45	19.69
附件产品	0.86	0.27	0.03
水处理产品	20.81	3.97	5.67
其他	4.55	0.62	1.38
合　计	125.19	86.25	127.80

如上表所示，报告期各期末库龄超过 1 年的半成品金额分别为 127.80 万元、86.25 万元和 125.19 万元，存货跌价准备余额分别为 99.05 万元、75.76 万元、56.21 万元，库龄超过 1 年的半成品余额占半成品余额的比例分别为 16.98%、8.57%和 14.69%。

灯光产品半成品 1 年以上报告期内均占比较多，主要系灯光类产品整体生产工时较长，备用一定数量的半成品库存，可以提高生产效率，保证交付的及时性；水处理产品类半成品 1 年以上主要系阀类、管连接器类等注塑产品；按摩产品类半成品亦主要系注塑产品，注塑类产品受到膜腔数限制、频繁开机换模调试的损耗增加的影响，一次性上模生产批量通常大于订单需求量。

综上，公司存在部分库龄较长的半成品，符合公司实际经营情况。

3）库存商品

单位：万元

项　目	2022 年末余额	2021 年末余额	2020 年末余额
灯光产品	180.73	80.26	93.07

项　目	2022 年末余额	2021 年末余额	2020 年末余额
按摩产品	144.94	129.07	164.76
附件产品	44.65	14.72	13.73
水处理产品	34.00	19.31	28.94
其他	16.41	17.48	15.52
合　计	420.73	260.84	316.02

如上表所示，报告期各期末库龄超过 1 年的库存商品金额分别为 316.02 万元、260.84 万元和 420.73 万元，存货跌价准备余额分别为 277.91 万元、208.78 万元、238.90 万元，库龄超过 1 年的库存商品余额占库存商品余额的比例分别为 19.03%、7.19%和 8.85%。

报告期内，库存商品 1 年以上的主要是非定制型产品，主要系于产能充足时，根据预测的客户需求以及生产计划，进行生产备货，以缓解日后定制型产品订单的产能。部分产品因系应用于客户售后维护方面，导致周转速度相对较慢，库龄较长。

综上，公司存在部分库龄较长的库存商品，符合公司实际经营情况。

4）发出商品

单位：万元

项　目	2022 年末余额	2021 年末余额	2020 年末余额
灯光产品		2.08	1.73
按摩产品		0.94	0.83
附件产品		0.09	0.00
水处理产品		0.04	0.04
其他		0.00	0.00
合　计		3.15	2.60

如上表所示，报告期各期末库龄超过 1 年的发出商品金额分别为 2.60 万元、3.15 万元和 0.00 万元，其期后已全部确认收入结转成本，报告期各期末库龄超过 1 年的发出商品占发出商品余额的比例分别为 0.28%、0.23%和 0.00%。

报告期内发出商品库龄大于 1 年的情况较少，均为客户 Watkins 寄售仓的库存。

(2) 是否存在滞销或销售退回情形，是否与客户存在纠纷或潜在纠纷

公司产品属于非易损品，报告期各期末存货库龄一年以内占比均在90%以上，整体库龄较短，且公司在手订单较为充足，报告期各期末在手订单覆盖率分别为58.74%、121.75%、69.17%，公司主要产品不存在大量滞销的情况。

报告期内销售退回情形如下：

单位：万元

项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
退货成本	5.38	6.78	0.37

报告期内，公司存在极小部分因产品质量问题导致的销售退回情形。公司为日后产品的改善提供数据支持与客户协商退回以进行测试，但公司与客户不存在纠纷或潜在纠纷。

（四）说明各类别存货的期后累计结转金额及比例，是否存在长期未结转的情形，是否存在将当期应结转成本费用计入存货科目的情形；结合存货库龄结构、期后结转情况、存货跌价测试方法和覆盖范围、可变现净值的确定依据等说明存货跌价准备计提的充分性

1. 说明各类别存货的期后累计结转金额及比例，是否存在长期未结转的情形

报告期各期末，各类存货的期后结转情况如下：

单位：万元

类别	项　目	2022 年末	2021 年末	2020 年末
原材料	期末余额	3,702.07	3,916.62	2,005.87
	期后结转金额	1,399.74	3,560.79	1,937.30
	结转比例(%)	37.81	90.91	96.58
在产品	期末余额	694.35	577.32	463.61
	期后结转金额	531.02	577.32	463.61
	结转比例(%)	76.48	100.00	100.00
委托加工物资	期末余额	30.63	315.89	437.23
	期后结转金额	30.10	315.89	437.23
	结转比例(%)	98.27	100.00	100.00
库存商品	期末余额	4,753.44	3,629.92	1,660.54
	期后结转金额	1,894.64	3,261.83	1,513.80
	结转比例(%)	39.86	89.86	91.16
半成品	期末余额	852.16	1,006.04	752.55
	期后结转金额	429.48	910.59	728.46
	结转比例(%)	50.40	90.51	96.80

类别	项　目	2022 年末	2021 年末	2020 年末
发出商品	期末余额	3.01	1,395.62	942.70
	期后结转金额	3.01	1,395.62	942.70
	结转比例(%)	100.00	100.00	100.00
在途物资	期末余额	501.05	1,043.29	1,123.80
	期后结转金额	501.05	1,043.29	1,123.80
	结转比例(%)	100.00	100.00	100.00
合　计	期末余额	10,536.71	11,884.70	7,386.30
	期后结转金额	4,789.04	11,065.33	7,146.90
	结转比例(%)	45.45	93.11	96.76

注：期后结转比例为截至 2023 年 4 月 30 日数据

报告期各期末，公司存货期后结转比例分别为 96.76%、93.11%、45.45%，2022 年末期后结转比例较低主要系统计周期较短所致。2020 年末、2021 年末公司存货结转比例较高。

2020 年末、2021 年末原材料、半成品及库存商品期后结转比例低于 100.00%，分析如下：

2020 年原材料期后未结转金额为 68.57 万元，原材料跌价准备余额为 146.14 万元，原材料跌价准备余额高于未结转金额，原材料跌价准备计提充分；2021 年原材料期后未结转金额为 355.83 万元，原材料跌价准备余额为 102.70 万元，原材料期后未结转金额较多主要系 2021 年度市场需求旺盛，并且考虑到公司原材料主要为非易损标准件，故对原材料备货较多。截至 2023 年 4 月 30 日公司在手订单 14,527.72 万元，订单充足，不存在滞销，存货跌价准备计提充分。

2020 年库存商品未结转金额为 146.74 万元，库存商品跌价准备余额为 283.45 万元，库存商品跌价准备余额高于未结转金额，库存商品跌价准备计提充分；2021 年库存商品期后未结转金额为 368.09 万元，库存商品跌价准备余额为 217.08 万元，计提比例达 58.97%，计提比例较高。公司少量 1 年以上未结转的库存商品主要包括用于售后维护用的老型号配件，该类存货虽然库龄较长但仍可以满足客户售后维护需求，不存在大量积压的情况，公司已按照预计售价充分计提跌价准备。

2020 年半成品未结转金额为 24.09 万元，半成品跌价准备余额为 104.79 万元，半成品跌价准备余额高于未结转金额，半成品跌价准备计提充分；2021 年半成品期后未结转金额为 95.45 万元，半成品跌价准备余额为 81.87 万元，计提

比例达 85.77%，计提比例较高，存货跌价准备计提充分。

综上，公司期末存在少量 1 年以上未结转的存货，但已对其充分计提了存货跌价准备。

2. 是否存在将当期应结转成本费用计入存货科目的情形

(1) 公司完善并修订了《仓库管理制度》《生产管理制度》《成本核算控制制度》《存货管理制度》等相关存货内部控制制度，并得到有效执行；

(2) 公司与存货相关的成本、费用的结转方法具备合理性

公司存货流转均通过 ERP 系统核算，相关流转单据经复核与审批后执行，由系统自动按月末一次加权平均法进行计价，核算出库成本，并根据权责发生制原则结合领用部门、领用目的结转至当期相关成本费用。

公司采用永续盘存制度，根据《存货管理制度》定期对存货进行盘点，经核实盘点差异原因、审批后进行盘盈、盘亏处理，确保数量账实相符。

综上，公司不存在将当期应结转成本费用但计入存货科目的情形。

3. 结合存货库龄结构、期后结转情况、存货跌价测试方法和覆盖范围、可变现净值的确定依据等说明存货跌价准备计提的充分性

(1) 存货跌价测试方法和覆盖范围、可变现净值的确定依据

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。存货可变现净值是按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响，除有明确证据表明资产负债表日市场价格异常外，期末存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定，具体情况如下：

覆盖范围	可变现净值确定依据	跌价准备测试的方法
原材料	因公司原材料主要系通用性，可广泛应用于各类产品中，无法准确确定用以生产的产成品，以计算可变现净值。同时，公司原材料无保质期限制，产品毛利率亦远高于销售费用率，故跌价风险较小，但考虑到存货的价值存在随时间推移有所下降的风险，公司出于谨慎性考虑，按照原材料近期采购成本确定其可变现净值	按照原材料账面成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。 其中定制型、库龄 1 年以上的原材料和非定制型、库龄 2 年以上的原材料，产品更新换代、工艺提升等因素导致相应材料呆滞风险较高，预计可变现净值为零，全额计提跌价

覆盖范围	可变现净值确定依据	跌价准备测试的方法
库存商品 在途物资	以单项存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值	按照库存商品账面成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。 其中定制型、库龄 1 年以上的库存商品和非定制型、库龄 2 年以上的库存商品，更新换代、工艺提升等因素导致呆滞风险较高，预计可变现净值为零，全额计提跌价
发出商品	以单项存货的订单售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值	按照发出商品账面成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。
在产品 半成品 委托加工物资	以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值	若所生产的产成品存在跌价，按照在产品账面成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备； 其中定制型、库龄 1 年以上的半成品和非定制型、库龄 2 年以上的半成品，更新换代、工艺提升等因素导致呆滞风险较高，预计可变现净值为零，全额计提跌价

(2) 存货跌价准备计提的充分性

报告期内，存货各库龄阶段存货跌价准备计提情况：

1) 2020 年末

单位：万元

类别	项　目	1 年以内	1-2 年	2 年以上
在途物资	期末余额	1,123.80		
	跌价准备	0.37		
	计提比例(%)	0.03		
原材料	期末余额	1,774.75	99.55	131.57
	跌价准备	11.82	2.75	131.57
	计提比例(%)	0.67	2.76	100.00
半成品	期末余额	624.76	54.33	73.46
	跌价准备	5.74	25.59	73.46
	计提比例(%)	0.92	47.10	100.00
库存商品	期末余额	1,344.52	92.11	223.91
	跌价准备	5.55	54.00	223.91
	计提比例(%)	0.41	58.63	100.00
发出商品	期末余额	940.10	2.10	0.50
	跌价准备	1.21		
	计提比例(%)	0.13		

2) 2021 年末

单位：万元

类别	项　目	1 年以内	1-2 年	2 年以上
在途物资	期末余额	1,043.29		
	跌价准备	2.87		
	计提比例(%)	0.28		
原材料	期末余额	3,735.10	118.39	63.13
	跌价准备	29.15	10.41	63.13
	计提比例(%)	0.78	8.79	100.00
半成品	期末余额	919.79	18.16	68.09
	跌价准备	6.12	7.67	68.09
	计提比例(%)	0.67	42.24	100.00
库存商品	期末余额	3,369.08	79.09	181.76
	跌价准备	8.30	27.02	181.76
	计提比例(%)	0.25	34.16	100.00
发出商品	期末余额	1,392.47	0.63	2.52
	跌价准备	0.43		
	计提比例(%)	0.03		

3）2022 年末

单位：万元

类别	项　目	1 年以内	1-2 年	2 年以上
在途物资	期末余额	501.05		
	跌价准备			
	计提比例(%)			
原材料	期末余额	3,274.94	338.24	88.90
	跌价准备	100.75	29.81	88.90
	计提比例(%)	3.08	8.81	100.00
半成品	期末余额	726.97	95.14	30.05
	跌价准备	3.16	26.16	30.05
	计提比例(%)	0.43	27.50	100.00
库存商品	期末余额	4,332.71	222.35	198.38
	跌价准备	29.91	40.52	198.38
	计提比例(%)	0.69	18.22	100.00
发出商品	期末余额	3.01		
	跌价准备			
	计提比例(%)			

综上所述，公司各类存货期后结转比例较高，存在少量长期未结转的情况，但已充分计提跌价准备，不存在将当期应结转成本费用计入存货科目的情形；计提存货跌价准备的测试方法符合《企业会计准则》的规定和行业特点，测试覆盖

范围完整，存货跌价准备计提充分。

（五）列示报告期各期末，海外子公司存货仓库数量、面积、存货金额及占比；寄售模式下各报告期末客户寄售仓存货情况；发行人对各类存货盘点的具体情况，包括盘点时间、地点、人员、范围、盘点比例、盘点差异数量和金额、盘点差异原因及影响

1. 列示报告期各期末，海外子公司存货仓库数量、面积、存货金额及占比

期间	项　目	美国子公司	泰国子公司
2022 年末	面积/㎡	2,206.45	288.00
	数量/个	1	1
	存货金额/万元	2,518.12	473.68
	占存货总额比/%	23.90	4.50
2021 年末	面积/㎡	2,206.45	已租赁厂房仓库，尚未投入使用
	数量/个	1	
	存货金额/万元	1,189.18	
	占存货总额比/%	10.01	
2020 年末	面积/㎡	2,206.45	无
	数量/个	1	
	存货金额/万元	601.79	
	占存货总额比/%	8.15	

如上表可见，公司 2022 年末美国子公司的存货占比较高，主要系客户 Bullfrog International LLC 2022 年下半年开始，对其存货管理系统升级，已经发运至腾龙国际的部分存货未能及时转移至其仓库。

2. 寄售模式下各报告期末客户寄售仓存货情况

单位：万元

年度	项　目	存货余额
2022 年末	在途	
	在库	
	占比	
2021 年末	在途	831.64
	在库	543.44
	占比	11.57%
2020 年末	在途	541.72
	在库	388.66
	占比	12.60%

注：在途系指公司已报关取得提单但寄售仓库尚未入库的存货

报告期内，公司只有对客户 Watkins 的 1 个寄售仓，该仓库非公司所有或租赁，系客户内部仓库。2022 年客户 Watkins 取消寄售模式转为一般销售模式，其库存均已在 2022 年确认收入结转成本，故 2022 年期末寄售仓无存货余额。

如上表可见，公司 2020 年末、2021 年末寄售模式下存货占比基本保持稳定。2021 年末寄售存货余额较 2020 年末增长 47.80%，主要系受下游终端消费市场需求增长的影响。

3. 公司对各类存货盘点的具体情况，包括盘点时间、地点、人员、范围、盘点比例、盘点差异数量和金额、盘点差异原因及影响

(1) 报告期各期末，存货盘点的具体情况

时间	盘点范围以及地点	盘点人员	盘点时间
2020 年末	对存放在仓库的原材料、半成品、库存商品以及车间在产品、委托加工商的委托加工物资进行盘点	仓库保管员、生产车间人员等负责初盘、复盘，财务人员负责监盘	2020 年 12 月 24 日-31 日
2021 年末			2021 年 12 月 25 日-31 日
2022 年末			2022 年 12 月 24 日-31 日

注：因公司存货种类繁多、库存水平较高，盘点时间相较长，次日需盘点仓库已于前一天封账，停止移动

(2) 盘点比例、盘点差异数量和金额、盘点差异原因及影响

1) 报告期各期末，公司盘点的具体情况如下：

单位：万元

时间	项　目	期末金额	盘点金额	盘点比例
2022 年末	原材料	3,702.07	3,702.07	100.00%
	半成品	852.16	852.16	100.00%
	在产品	694.35	694.35	100.00%
	库存商品	4,753.44	4,753.44	100.00%
	在途物资	501.05		
	委托加工物资	30.63	8.64	28.21%
	发出商品	3.01		
	合　计	10,536.71	10,010.66	95.01%
2021 年末	原材料	3,916.62	3,916.62	100.00%
	半成品	1,006.04	1,006.04	100.00%

时间	项　目	期末金额	盘点金额	盘点比例
	在产品	577.32	577.32	100.00%
	库存商品	3,629.92	3,629.92	100.00%
	在途物资	1,043.29		
	委托加工物资	315.89	290.26	91.89%
	发出商品	1,395.62		
	合　计	11,884.70	9,420.16	79.26%
2020 年末	原材料	2,005.87	2,005.87	100.00%
	半成品	752.55	752.55	100.00%
	在产品	463.61	463.61	100.00%
	库存商品	1,660.54	1,660.54	100.00%
	在途物资	1,123.80		
	委托加工物资	437.23	317.34	72.58%
	发出商品	942.70		
	合　计	7,386.30	5,199.91	70.40%

报告期各期末，公司盘点金额占存货账面合计金额的比重分别为 70.40%、79.26%和 95.01%。盘点比例均低于 100%主要系在途物资、发出商品在运输途中无法进行盘点，其中发出商品里寄售仓未盘点系出行受限导致的。

2）报告期各期末盘点差异的具体情况如下：

单位：万元

项　目	2022 年末	2021 年末	2020 年末
存货余额（A）	10,536.71	11,884.70	7,386.30
盘点差异（B）	-87.37	-28.31	8.27
差异比例（C=B/A）	-0.83%	-0.24%	0.11%

由上表可见，报告期内公司整体盘点差异金额、占比均较低。公司已核实盘点差异原因，主要系小部分单据未及时录入系统导致的，已呈报总经理审批，由财务人员进行盘盈、盘亏调整，对财务报表准确性影响较小。

（六）说明对公司各处存货盘点的监盘程序、监盘范围、监盘标准、监盘比例、监盘证据和结果

报告期内，对公司各处存货盘点执行监盘程序，具体情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年末	2021 年末	2020 年末
监盘时间	2022/12/26-2022/12/27	2021/12/30-2021/12/31	2020/12/30-2020/12/31
监盘地点	1. 腾龙健康公司、分公司厂区及租赁仓库（仓库租赁始于 2022 年，仅 2022 年适用）； 2. 美国子公司仓库； 3. 泰国子公司仓库（仓库于 2022 年达到可使用状态，仅 2022 年适用）； 4. 客户 Watkins 寄售仓（2022 年取消寄售模式，仅 2020 年末、2021 年末适用）；		
监盘范围	在途物资我们检查了期后入库情况、船位轨迹、出港及到港时间； 除在途物资外，所有存放在库的存货，具体核查程序见本说明十一（八）相关回复内容。		
监盘标准	达到实际执行重要性水平以上的仓库		
监盘程序	监盘前	1. 获取公司盘点计划，复核盘点人员分工及时间安排的合理性，存货存放地点的完整性； 2. 了解是否存在毁损、陈旧、过时、残次的存货，观察是否已分开堆放，并获取相应清单； 3. 制定监盘计划，明确监盘人员、时间、地点，确定监盘工作的重点。	
	监盘中	1. 全程跟随被审计单位的盘点进程，并观察盘点进程是否按原盘点计划予以实施； 2. 从盘点表中选取项目追查至存货实物，以测试盘点表的准确性，并将复盘结果记录于存货盘点表中； 3. 从存货实物中选取项目追查至盘点表，以测试盘点表的完整性； 4. 对成堆、成板的存货进行随机开箱检查； 5. 观察是否存在已获取清单之外的不属于公司的存货，毁损、残次的存货、盘点进程中是否停止移动。	
	监盘后	1. 再次观察现场并检查盘点表单，以确定所有应纳入盘点范围的存货是否均已盘点； 2. 将抽盘结果与公司盘点结果进行比较，并对于金额较大的差异查明原因； 3. 将公司盘点结果与资产负债表日 ERP 存货数量进行比较，并对于金额较大的差异查明原因。	

	项 目	存货余额	抽盘金额	抽盘比例	差异金额	差异率
2022 年末	原材料	3,702.07	2,523.68	68.17%	-16.87	-0.67%
	在产品	1,546.51	502.90	32.52%	-0.27	-0.05%
	库存商品	4,753.44	3,132.13	65.89%	-54.10	-1.73%
	发出商品	3.01				
	合 计	10,005.03	6,158.71	61.56%	-71.24	-1.16%
2021 年末	项 目	存货余额	抽盘金额	抽盘比例	差异金额	差异率
	原材料	3,916.62	2,592.82	66.20%	0.11	0.00%
	在产品	1,583.36	498.53	31.49%	0.00	0.00%
	库存商品	3,629.92	2,538.14	69.92%	-17.23	-0.68%
	发出商品	1,395.62	268.86	19.26%		0.00%

	合　计	10,525.52	5,898.35	56.04%	-17.12	-0.29%
2020年末	项　目	存货余额	抽盘金额	抽盘比例	差异金额	差异率
	原材料	2,005.87	753.89	37.58%	-0.07	-0.01%
	在产品	1,216.16	386.45	31.78%	-0.06	-0.02%
	库存商品	1,660.54	766.12	46.14%	-5.01	-0.65%
	发出商品	942.70	599.41	63.58%		0.00%
	合　计	5,825.27	2,505.87	43.02%	-5.14	-0.21%
监盘证据	获取公司存货存放地点清单 获取盘点日前后存货收发和移动凭证的复印件 获取公司盘点人员、复盘人员及中介机构监盘人员签字的盘点表 获取公司编制的存货盘点报告、存货差异调整记录					
监盘结果	抽盘差异主要系1.库位表登记错位导致仅抽盘了其中一个或几个位置；2.规格较小的存货采用称量方式进行盘点，存在称量合理范围误差。 经核实账实无重大差异，无重大毁损、陈旧、过时及残次的存货					

（七）说明是否采用远程视频、境外第三方核查等方式对境外子公司存货进行监盘，相关核查程序能否支持核查结论

报告期内通过远程视频、境外第三方核查方式对境外子公司存货进行监盘的情况如下：

年度	仓库	监盘地点	监盘时间	境外第三方	监盘范围	抽盘比例(%)	监盘方式	境内中介机构
2020年末	美国仓库	1510 Randolph Dr sw, Cleveland, TN 37311	2021/2/27-2021/2/28	Baker Tilly US	全部仓库	70.20	简单计数现场监盘	天健会计师事务所
	寄售仓库	视频监盘	2021/4/10		腾龙健康产品货架	52.69	简单计数视频监盘	天健会计师事务所
2021年末	美国仓库	1510 Randolph Dr sw, Cleveland, TN 37311	2022/1/8-2022/1/9		全部仓库	100.00	简单计数现场监盘	天健会计师事务所
	寄售仓库	1280 Park Center Drive Vista, Ca 92081	2021/12/28		腾龙健康产品货架	71.98	简单计数现场监盘	天健会计师事务所
2022年末	美国仓库	1510 Randolph Dr sw, Cleveland, TN 37311	2022/12/30		全部仓库	77.56	简单计数现场监盘	天健会计师事务所 国信证券
	泰国子公司	视频监盘	2022/12/29	无	全部仓库	23.70	简单计数视频监盘	天健会计师事务所 国信证券

注：抽盘比例系占监盘日的库存比例

1. 远程视频监盘

报告期内，2020年末，2022年末因出行受限的原因，采用远程视频的方式执行寄售仓库、泰国子公司的监盘程序，2023年6月30日审计我们拟现场亲自

执行监盘程序。

监盘程序开始前，我们通过邮件、通话与仓库管理员进行沟通，并获取腾龙产品所有存货的库位明细表。

监盘前，我们通过远程实时视频的方式要求仓库管理员进行自我介绍、分工情况，展示厂区或货架情况。

监盘中，我们选取了余额较大的存货进行抽盘、并进行随机开箱检查、选取实物追查到表格，由仓库管理员在盘点中播报与展示具体库位、料号、规格标签，清点库位中存货长、宽、高构成箱数，并由我们、仓库盘点人员分别记录盘点数量。

监盘后，我们同仓库管理员核对了记录的数量，对有差异的存货进行复盘，确保登记的数量与实际盘点数量一致。

监盘程序结束后，我们获取了盘点日与资产负债表日存货收发存明细表，并从盘点日的盘点数量倒推或顺推至资产负债表日的数量，并与资产负债表日存货结存数量核对，编制存货监盘倒轧核对表。

经核查，我们认为通过远程视频方式对公司境外存货的监盘程序及结果有效，能支持存货存在性、完整性、权利与义务相关核查结论。

2. 境外第三方监盘

报告期内因出行受限，我们协调天职国际会计师事务所海外成员所 Baker Tilly US 依据《审计准则第 1311 号》的指引对境外子公司的存货进行监盘，并通过远程视频的方式实时参与。

监盘程序开始前，我们获取了第三方监盘机构出具的承诺函，确认与公司及其董监高不存在任何身份和经济利益上的关系及其他导致关联关系的特殊安排，具备独立性；

监盘前，我们通过邮件或视频与第三方机构沟通监盘的具体要求，并发送监盘程序指引文件，确保其按照境内审计准则的要求对存货执行监盘程序，包括监盘范围、监盘方式、监盘时间及注意事项等内容，并评价其是否具备专业胜任能力；

在第三方机构到达盘点现场后，我们通过远程实时视频的方式要求第三方机构监盘人员展示其身份信息、即时位置信息，确认为第三方机构人员、盘点地点正确；

监盘中，由仓库管理员及第三方机构人员组成多个小组，一人负责清点，一人负责监盘登记。监盘过程中，关注存货的数量是否正确、包装是否完整，产品标签是否正确，并执行双向抽盘、随机开箱清点等程序。我们通过远程实时视频的方式参与监盘，并评价其程序是否合理；

监盘后，第三方机构、仓库现场协助人员对盘点记录进行核对，并对差异进行复盘，确保登记的数量与实际盘点数量一致。

监盘程序结束后，我们获取了第三方机构监盘底稿，复核报告中所使用的数据是否完整和准确，使用的方法是否恰当，评价其结论是否合理；获取了盘点日与资产负债表日存货收发存明细表，并从盘点日的盘点数量倒推或顺推至资产负债表日的数量，并与资产负债表日存货结存数量核对，编制存货监盘倒轧核对表。

经核查，我们认为第三方机构具备独立性、专业胜任能力，其公司境外存货的监盘程序及结果有效，能支持存货存在性、完整性、权利与义务相关核查结论。

（八）核查程序及核查意见

针对上述事项，我们执行了以下核查程序：

1. 访谈公司生产管理部门、采购部门、销售部门相关管理人员，了解公司的采购模式、生产模式和销售模式，了解公司排产、存货备库周期及标准；

2. 获取公司存货收发存明细表及库龄明细表，了解存货结构、库龄分布情况及期后结转情况；了解存货库龄超过 1 年的具体构成及原因，确认是否存在滞销或销售退回情形、是否与客户存在纠纷或潜在纠纷；

3. 查阅同行业公司公开披露信息，比较公司与同行业公司存货结构、存货周转率、存货跌价准备计提政策是否存在差异；

4. 了解与存货可变现净值相关的关键内部控制，评价其设计是否有效，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

5. 访谈公司销售负责人，了解报告期内是否存在订单推迟、取消情况；获取报告期内取消订单的明细，了解订单取消原因、是否存在异常情形；

6. 获取公司存货跌价计提表，以抽样方式复核管理层对存货估计售价的预测，将估计售价与订单价格、期后销售价格等进行比较，评价管理层对存货至完工时将要发生的成本、销售费用和相关税费估计的合理性，测算管理层对存货可变现净值的计算是否准确；

7. 结合存货监盘、库龄情况，关注期末存货的状况，是否存在长库龄的产

品，评价管理层存货跌价准备计提的充分性；

8. 检查公司存货盘点相关内部控制制度，获取公司报告期各期存货盘点表、盘点计划与盘点总结报告，访谈公司相关人员，了解公司报告期存货盘点情况，检查公司盘点差异处理情况；

9. 对公司存货执行监盘程序，检查存货的数量及状况，对于在途物资无法盘点的存货检查报关单、提单以及期后入库单，并通过第三方网站“船队在线”、船运公司官网查看期末在途物资的运输轨迹、开船时间、抵达时间是否异常；

10. 对报告期各期末发出商品、委托加工物资实施函证程序，具体比例如下：

单位：%

存货类别	项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
发出商品	发函金额占余额比例		98.53	97.49
	回函金额占余额比例		98.53	97.49
委托加工物资	发函金额占余额比例		79.70	76.94
	回函金额占余额比例		79.70	76.94

注：2022 年度因期末余额较小，未达到实际执行重要性水平，不予以函证

经核查，我们认为：

1. 报告期内公司存货结构的合理，与公司的实际生产经营状况匹配；公司存货构成与同行业可比公司存货结构无较大差异；公司存货周转率低于部分同行业可比上市公司符合公司的业务模式，具有合理性；

2. 公司存在提前安排生产、提前调拨货物至境外的情况，系公司业务模式需要，不存在重大异常情况；报告期内，公司存在订单交期推迟的情况，为配件行业正常现象，未对公司产生不利影响；报告期内，公司存在少量订单取消的情况，对公司影响微小；

3. 公司存货库龄主要以 1 年以内为主，整体库龄结构较为合理。报告期各期末，公司存在少部分存货库龄超过 1 年的情况，主要系公司根据采购模式、订单需求、库存情况等提前进行的备货，主要产品不存在大量滞销的情形，虽存在极小部分销售退回情形，但与客户不存在纠纷或潜在纠纷；

4. 公司整体存货周转情况良好，报告期各期末的存货在期后大部分已经结转，不存在当期应结转成本费用计入存货科目的情形；

5. 公司按照会计准则制定存货跌价准备政策并执行，与同行业公司存货跌

价准备政策基本一致，存货跌价准备已计提充分；

6. 报告期各期末，公司根据存货盘点制度均已实施了盘点程序，盘点结果显示，公司存货账实存在小额差异，差异经核实后已进行调整，对财务报表准确性影响较小；

7. 我们通过远程视频、境外第三方机构对境外子公司存货执行监盘程序，该核查程序能够支持存货相关的核查结论。

十二、关于固定资产及在建工程

申报材料显示：（1）最近一期末，发行人固定资产账面价值为 2,615.84 万元、3,287.78 万元、3,428.81 万元和 4,966.48 万元。其中机器设备账面原值分别为 479.98 万元，508.05 万元，774.01 万元和 2,156.69 万元，截至 2022 年 6 月 30 日，原值 1085.63 万元的设备成新率在 95%以上。（2）报告期各期末，发行人在建工程账面价值分别为 39.93 万元、94.47 万元、499.40 万元和 2,261.90 万元，2022 年 6 月末，在建工程金额增加主要为发行人在泰国新建工厂。

请发行人：（1）说明报告期内机器设备采购情况，最近一期大额采购机器设备的原因，采购前发行人生产活动使用机器设备情况，与报告期内产能是否匹配；单位收入对应的机器设备原值情况，与同行业可比公司的差异情况及合理性；机器设备、运输工具等固定资产是否满足现有生产需求，是否与业绩规模、产能情况相匹配。（2）说明在建工程的预算金额、实际投入、工程进度、转入固定资产的时间及标准，是否存在延迟转入固定资产的情形；在建工程中主要项目增加的具体成本构成，相关资产价格与市场价格的差异情况及合理性；是否存在其他无关成本费用混入在建工程的情形。（3）说明在建工程供应商选取标准、流程、定价方式及公允性；在建工程主要供应商的名称、采购金额，与发行人及其主要客户、供应商等是否存在关联关系或利益安排。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对境外在建工程的核查程序、核查方式、取得的证据及核查结论。（审核问询函问题 17）

（一）说明报告期内机器设备采购情况，最近一期大额采购机器设备的原因，采购前公司生产活动使用机器设备情况，与报告期内产能是否匹配；单位收入对应的机器设备原值情况，与同行业可比公司的差异情况及合理性；机器设备、

运输工具等固定资产是否满足现有生产需求，是否与业绩规模、产能情况相匹配

1. 报告期内机器设备采购情况，最近一期大额采购机器设备的原因，采购前公司生产活动使用机器设备情况，与报告期内产能是否匹配

(1) 报告期内，公司机器设备期末账面价值变动明细如下表所示

单位：万元

项　目	2022/12/31		2021/12/31		2020/12/31
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
机器设备	2,220.23	186.85%	774.01	52.35%	508.05

2022 年公司的机器设备账面价值增加主要系购买 39 台注塑机以及配套设备、26 台快速换模系统、1 台桥式坐标测量机以及 15 台三机一体设备所致。

最近一期内具体新增采购主要机器设备明细如下：

单位：万元

采购年度	设备名称	数量（台/套）	设备原值	账面价值	成新率
2022 年	海天注塑机	25	476.11	440.40	92.50%
2022 年	日钢电动注塑机	8	314.84	291.22	92.50%
2022 年	横走式五轴伺服机械手	38	167.74	160.19	95.50%
2022 年	东芝电动注塑机	3	126.11	116.65	92.50%
2022 年	快速换模系统	26	69.44	65.28	94.01%
2022 年	桥式坐标测量机	1	40.71	37.67	92.53%
2022 年	三机一体	15	38.74	36.41	93.99%
2022 年	14 台 PVC 机中央供料系统	1	38.58	36.85	95.52%
2022 年	立式 3 工位转盘注塑机	1	23.01	21.80	94.75%
2022 年	注塑机及热流道	1	18.41	17.85	96.96%
2022 年	低压注塑机	1	5.93	5.66	95.50%
2022 年	其他		383.73		

(2) 最近一期大额采购机器设备的原因

2021 年末，公司旧的注塑机使用年限已接近 10 年，考虑到产能上限和机器效率等问题，公司 2022 年度处置了 22 台旧的注塑机，并且新增采购了 39 台新的注塑机。

(3) 采购前公司生产活动使用设备情况,与报告期内产能是否匹配

报告期内，公司机器设备原值与产能的情况如下表所示：

项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
机器设备原值（万元）	3,265.40	1,944.06	1,569.36
其中：注塑机原值（万元）	1,023.92	345.96	345.96
注塑机月均数量（台）[注 2]	35	25	25
理论产能工时（小时）[注 1]	220,500	157,500	157,500
实际耗用工时（小时）	185,333	159,930	151,645
产能利用率	84.05%	101.54%	96.28%
产量（万件）	4,746.93	3,920.19	3,698.41

[注 1] 理论产能工时=注塑机设备月均数量×20 小时×315 天

[注 2] 报告期内各期末的注塑机数量为 25 台、25 台、40 台，该部分统计的注塑机数量及对应产能是属于注塑车间的;电子车间也涉及注塑工序(注塑机),但由于电子车间工序较多，注塑只是其中一道工序,主要工序是焊接手（生产员工），故电子车间的产能系由生产员工工时组成，因此未统计电子车间的注塑机的产能

2021 年度，市场需求大，订单增多，导致其实际产能大于理论产能，产能利用率高于 100%；2022 年由于新更换一批注塑机，理论产能以及实际产能均提高，虽然产能利用率下降，但实际产能是增多的，报告期内各期产量与产能变动情况相匹配。

综上所述，采购前公司生产活动使用设备情况，与报告期内产能是匹配的。

2. 单位收入对应的机器设备原值情况，与同行业可比公司的差异情况及合理性

报告期内,公司与可比公司的单位收入对应的机器设备原值的比较情况如下表所示：

单位：%

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
Fluidra	7.58	7.49	10.84
Hayward	10.61	8.82	12.92

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
望圆科技	5.56	5.25	2.75
渡远户外	8.86	7.00	7.75
凌霄泵业	12.91	7.87	9.58
斯普智能	未披露	7.30	7.03
平均值	9.13	7.64	11.08
腾龙健康	7.40	4.99	6.5

注：单位收入对应的机器设备原值=机器设备原值/营业收入，平均值为可比公司的加权平均值

报告期内，公司单位收入对应的机器设备原值低于 Fluidra、Hayward、渡远户外、凌霄泵业及斯普智能同行业可比公司平均值：凌霄泵业主要产品包括不锈钢泵、康体娱乐泵；渡远户外主要产品包括房车游艇配套产品和水上休闲运动产品；斯普智能主要产品包括泳池水循环系列、泳池清洁系列和其他泳池设备；Fluidra 主要产品包括泳池和水疗设备；Hayward 主要产品包括泳池配套产品，上述 5 家可比公司的比例均高于公司，该 5 家可比公司所生产的产品,其生产过程涉及到较大机器设备，而公司的产品只是浴缸中的配件，其品类多，不适合批量生产，生产自动化程度不高，因此单位收入对应的机器设备原值低于可比公司平均值。

公司单位收入对应的机器设备原值与同行业可比公司平均值变动趋势一致。2021 年，水疗按摩缸的收入规模增长率为 6.4%，因 2020 年起受居家办公、休闲时间增加的影响，带动了公司营业收入的快速增长，2021 年营业收入较 2020 年增长 14,861.53 万元，增幅为 61.58%，其中由于订单增多，公司机器设备超负荷运转,进而加大外协采购力度,2021 年度外协采购金额较 2020 年度增长 627.89 万元，增幅 87.24%，导致公司单位收入对应的机器设备原值比例降低，同行业可比公司 Fluidra、Hayward、凌霄泵业均与公司变化趋势相同。

综上所述，经与同行业可比公司比较，公司的单位收入对应期末机器设备原值合理，不存在异常情形。

3. 机器设备、运输工具等固定资产满足现有生产需求，与业绩规模、产能情况相匹配

报告期内，公司的产能主要与两类产能有关：(1)与塑胶类产品相关的注塑

机产能；(2)与电子类产品相关的生产人员产能，两者的产能合计情况反映了公司整体产能情况。

报告期内，公司各期机器设备、运输工具等固定资产与业绩规模、产能情况的匹配关系如下表所示：

项　目	2022 年度 /2022-12-31	2021 年度 /2021-12-31	2020 年度 /2020-12-31
固定资产原值（万元）	8,580.36	6,705.02	6,307.22
其中：房屋及建筑物	3,644.37	3,526.15	3,618.07
机器设备（a）	3,265.40	1,944.06	1,569.36
其中：注塑机（b）	1,023.92	345.96	345.96
运输工具	697.05	631.98	569.20
办公设备及其他	973.53	602.83	550.58
报告期各期总产能（小时）（c）	185,333.00	159,930.00	151,645.00
产能与机器设备原值的比值（小时/万元）（c/a）	56.76	82.27	96.63
产能与注塑机原值的比值（小时/万元）（c/b）	181.00	462.28	438.33
报告期各期营业收入（万元）（d）	44,102.46	38,996.65	24,135.12
营业收入与机器设备原值的比值（d/a）	13.51	20.06	15.38
营业收入与注塑机原值的比值（d/b）	43.07	112.72	69.76

报告期各期末，公司的固定资产原值分别为 6,307.22 万元、6,705.02 万元及 8,580.36 万元，其中房屋及建筑物的原值为分别为 3,618.07 万元、3,526.15 万元及 3,644.37 万元，此部分固定资产与产能不存在明显匹配关系。

报告期各期末，公司的运输工具的原值分别为 569.20 万元、631.98 万元及 697.05 万元，这部分固定资产主要系由办公用汽车组成，与产能不存在明显匹配关系。

报告期各期末，公司的办公设备及其他的原值分别为 550.58 万元、602.83 万元及 973.53 万元，该部分固定资产主要系办公设备及非生产相关设备组成，与产能不存在明显匹配关系。

公司的机器设备为主要生产设备，与产能存在一定匹配关系。2020-2022 年度，公司产能与机器设备原值的比值分别为 96.63 小时/万元、82.27 小时/万元及 56.76 小时/万元。公司产能与机器设备原值的比值逐年降低，2021 年较 2020

比值降低主要系新增的机器设备主要为辅助性设备，与产能未有匹配关系。2022年较2021年降低主要系2022年新采购了一批注塑机,原值增长比例超过产能增长比例。

2020-2022 年度公司产能与注塑机原值的比值分别为 438.33 小时/万元、462.28 小时/万元及 181.00 小时/万元。2021 年相较 2020 年比例有所上升，主要系两年的注塑机原值相同，而 2021 年注塑机的产能利用率提高 5.26%，使得产能与注塑机原值比值有所上升。2022 年相较 2021 年比例下降较多，主要系注塑机更新换代，原值增长比例超过产能增长比例。

2020-2022 年度，公司营业收入与机器设备原值的比值分别为 15.38、20.06及 13.51。2021 年相较 2020 年比值有所上升，主要系 2021 年市场情形较好，营业收入同比增长 61.58%；2022 年相较 2021 年营业收入与机器设备下降，主要系 2022 年市场增长速率放缓以及公司采购新的机器设备较多，使得营业收入与机器设备原值下降。营业收入与注塑机原值的比值变动情况与营业收入与机器设备原值变动情况同理。

综上，2022 年度的机器设备的产能利用率为 84.05%，各期机器设备等固定资产能满足现有生产需求，其与业绩规模、产能情况相匹配，具备合理性。

（二）说明在建工程的预算金额、实际投入、工程进度、转入固定资产的时间及标准，是否存在延迟转入固定资产的情形；在建工程中主要项目增加的具体成本构成，相关资产价格与市场价格的差异情况及合理性；是否存在其他无关成本费用混入在建工程的情形

1. 说明在建工程的预算金额、实际投入、工程进度、转入固定资产的时间及标准，是否存在延迟转入固定资产的情形

(1) 2022 年度

单位：万元

项　目	泰国厂区建设工程	机器设备	装修工程	软件工程
预算金额	2,986.62	不适用	不适用	不适用
截至 12 月 31 日的实际投入	2,948.01	不适用	不适用	不适用
期初金额	16.93	369.20	106.29	6.98
本期增加金额	2,931.08	23.06	93.81	

项　目	泰国厂区建设工程	机器设备	装修工程	软件工程
本期转固/减少金额		369.20	166.87	6.98
期末余额	2,948.01	23.06	33.22	
工程进度	98.88%	不适用	不适用	不适用
转固时间	截至 2022 年 12 月末，基建土建变更部分项目、场内部分装修项目尚在建设，还未达到预定使用状态	2022 年 2 月	2022 年 6 月/12 月	2022 年 5 月
转固标准		达到预定使用状态，验收交接表	达到预定使用状态，验收交接表	达到预定使用状态，验收交接表
是否延迟转固	否	否	否	否

(2) 2021 年度

单位：万元

项　目	泰国厂区建设工程	机器设备	装修工程	软件工程
预算金额	3,673.04	不适用	不适用	不适用
截至 12 月 31 日的实际投入	16.93	不适用	不适用	不适用
期初金额		94.47		
本期增加金额	16.93	369.20	106.29	110.47
本期转固/减少金额		94.47		103.49
期末余额[注]	16.93	369.20	106.29	6.98
工程进度	0.46%	不适用	不适用	不适用
转固时间	截至 2021 年 12 月末，基建土建尚未开始建设，还未达到预定使用状态	2021 年 1 月/6 月	截至 2021 年 12 月末，模拟测试中心装修尚未完工，还未达到预定使用状态	2021 年 1 月
转固标准		达到预定使用状态，验收交接表		达到预定使用状态，验收交接表
是否延迟转固	否	否	否	否

[注] 机器设备本期转固/减少包括多个项目，列举了主要项目的转固时间

(3) 2020 年度

单位：万元

项　目	机器设备
预算金额	不适用
截至 12 月 31 日的实际投入	不适用
期初金额	39.93
本期增加金额	94.47

项　目	机器设备
本期转固/减少金额	39.93
期末余额	94.47
工程进度	不适用
转固时间	2022 年 5 月/12 月
转固标准	达到预定使用状态，验收交接表
是否延迟转固	否

公司的转入固定资产的标准为资产达到预定可使用状态，主要建设工程为泰国厂区基建工程，项目建设进度基本符合预期，不存在延迟转固的情形。

2. 在建工程中主要项目增加的具体成本构成，相关资产价格与市场价格的差异情况及合理性

(1) 2022 年，公司在建工程主要项目为泰国厂区基建工程，占期末余额的 98.13%，其预算金额、实际投入、工程进度和主要项目增加的具体成本构成如下表所示

单位：万元

项目名称	预算数	2022 年末实际投入金额	2022 年度增加成本构成	金额	工程进度
泰国厂区基建工程	2,986.62	2,948.01	土建建设工程	2,528.34	98.88%
			电气系统安装工程	246.14	
			电梯安装工程	86.20	
			监理费	24.87	
			其他费用	44.62	
合　计				2,930.18	

公司建立了完善的在建工程管理制度，在建工程达到预定可使用状态时，及时组织相关部门验收，按工程实际成本转入固定资产。对于泰国厂区基建工程项目，公司根据建设工程施工合同、施工单位及监理单位出具的工程量清单确认工程款，根据权责发生制确认与厂房建设项目相关的监理费、其他费用；待工程项目验收合格达到预定可使用状态后及时转入固定资产核算。

(2) 泰国厂区基建工程的单位造价处于工程所在地及周边同类工程项目区间范围内，价格合理，不存在显著较高的异常情形

泰国厂区基建工程项目位于泰国罗勇府，该工程为专门定制，无法获取相关

资产市场平均价格，故将该工程项目造价与在泰国罗勇府以及周边城市的上市公司及招标公司的同类工程的造价进行比较，经对比，泰国厂区基建工程项目的单位造价处于工程所在地及周边同类工程项目合理区间范围内。

招标公司在泰国罗勇府以及周边城市同类投资项目情况如下表所示：

公司/招标人名称	项目	项目所在城市	主要用途	预算金额（万元）	产权总面积（㎡）	单位造价（元/㎡）
普莱得	泰国工厂项目	泰国罗勇府	办公、生产	2,759.47	11,900.00	2,318.88
乖宝宠物	乖宝泰国工厂工程	泰国罗勇府	办公、生产	5,537.53	18,343.00	3,018.88
平均值						2,743.44
腾龙健康	泰国厂区基建工程	泰国罗勇府	办公、生产	2,986.62	11,863.75	2,517.43

注 1：上表预算金额不包括土地购置费，包括建筑施工、安装等费用

注 2：资料来源于相关企业招股说明书、募集说明书等公开披露资料

3. 是否存在其他无关成本费用混入在建工程的情形

根据《企业会计准则第 4 号——固定资产》第九条，自行建造固定资产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。报告期内公司在建工程中厂房及建筑物安装工程、勘察设计费、监理费、设备购置及安装调试、测试固定资产正常运转的支出归集的均为均为建造该项目达到预定可使用状态前所发生的必要支出，其中，施工工程款根据总包合同按照完工进度确认的工程成本，公司根据建筑工程总包合同、工程监理报告确认完工进度并根据完工进度确认在建工程及应付款项；其余款项根据采购合同、发票、支付凭证等确认相关成本。

综上，公司在建工程成本归集准确，不存在将其他无关成本费用混入在建工程的情形。

（三）说明在建工程供应商选取标准、流程、定价方式及公允性；在建工程主要供应商的名称、采购金额，与发行人及其主要客户、供应商等是否存在关联关系或利益安排

1. 说明在建工程供应商选取标准、流程、定价方式及公允性

(1) 公司制定了完善的采购制度，在建工程供应商选取标准、流程合理

公司按照市场化原则采取公开招标或议标的方式邀请业内公司参与，并进行资格审查，主要步骤参考如下：

1) 在国内或项目地挑选专业的招投标公司和工程顾问监理公司，借助其专

业经验，为公司的招投标工作提供支持；

2) 聘请监理公司审查工程设计图纸、招标文件、邀请投标厂商名单，代表公司发出招投标邀请；

3) 进入招投标环节，在经过多轮报价、核价、议价之后，综合考虑投标厂商的各方面资质，以及报价、付款条件、履约能力等因素后，进行最终谈价并决标；

4) 通过多方推荐和了解，筛选出意向的工程供应商，对其施工相关资质、注册人员、项目业绩、在建项目情况和声誉等因素进行综合评价，同时结合公司自身项目的实际需求选出最优的工程供应商；

5) 在监理方的协助下，与中标厂商签订决标通知书、施工合同等，并随后按期开工；

6) 项目完成后，按照合同约定、工程施工进度及结算情况，直接向承包商支付相应工程款项。

(2) 公司报告期内在建工程分重大工程定价和非重大工程定价，购建价格具有公允性

1) 针对重大工程项目：在定价原则及方式方面，公司在工程项目前期会针对各项目具体情况出具工程项目投资估算，在工程项目立项后，交由专业人士（如工程顾问监理公司）出具整体概算。公司采用清单计价方式，价格遵循市场定价的原则，参考了施工图设计文件、预算定额、工程量计算规则、计价规范、当地相关的法律法规和地方性政策标准等各方面因素，人工和材料单价方面则是按当地相关部门公布的市场信息价计取，具备公允性；在定价程序方面，公司根据提供的各项工程项目合同及相关招投标文件，公司聘请的第三方专业人士参照国家相关预算定额和当地市场价格编制施工图预算作为标底价，再通过参考不同工程供应商提供的工期及合同报价，并与自己的标底价进行比对，从而选定合适的工程建筑商以确保合同定价的公允性；

2) 针对非重大工程项目：公司报告期内在建工程购建价格主要是通过市场化询价和比价的方式确定，择优采购，具有合理性且定价公允。

2. 在建工程主要供应商的名称、采购金额，与公司及其主要客户、供应商等是否存在关联关系或利益安排

(1) 截至报告期末，公司在建工程明细对应主要供应商如下表所示

单位：万元

项目名称	主要在建工程供应商	金额	占比
泰国厂区基建工程	NEW NANYANG CONSTRUCTION CO.,LTD.	2,528.34	84.16%
	HUACHENG ENGINEERING CO.,LTD.	246.14	8.19%
	其他	173.53	5.78%
其他		56.28	1.87%
合　计		3,004.30	100.00%

注：以上主要在建工程供应商选择标准为项目金额超过 200 万元

公司在建工程供应商提供的服务内容主要为建筑安装工程、装修服务、水电气工程等。公司在建工程主要供应商包括 NEW NANYANG CONSTRUCTION CO.,LTD.（以下简称“新南洋建设”）、HUACHENG ENGINEERING CO.,LTD.（以下简称“华诚工程”），注册地址均在泰国当地。基本情况如下：

1）新南洋建设

企业名称	NEW NANYANG CONSTRUCTION CO.,LTD.
统一社会信用代码	0105559113769
成立日期	2016 年
注册资本	1.3 亿泰铢
股东情况	韦战江、陈渭声、马志龙
注册地址	80 Soi Supapong3 Yaek8 （Srinakarin 40） Nongbon Prawet Bangkok ,Thailand10250
经营范围	土木工程承包、办公楼建筑、酒店大型工业厂房及设施、火电厂、余热发电厂土建及安装、地下隧道；建筑设计与建筑装饰；机电工程承包；房地产开发；建筑材料贸易和设备租赁。

注：新南洋建设主要承建泰国厂区的土建工程

2）华诚工程

企业名称	NEW NANYANG CONSTRUCTION CO.,LTD.
统一社会信用代码	0105558003684
成立日期	2015 年
注册资本	5 千万泰铢
股东情况	余猛、RONKRAKNAPORN

注册地址	235 Ratchadaphisek （Thaphra-Taksin） Rd,Kwang Bukkhalo,Khet Thonbur Bangkok 106,Thailand10250
经营范围	变电站设计建造安装承包；厂房高压电力安装承包；机电安装工程承包；消防、管道、照明安装工程承包。

注：华诚工程主要承建泰国厂区的电气系统安装工程

上述在建主要工程供应商中与公司及其主要客户、供应商不存在关联关系或其他利益安排。

（四）对境外在建工程的核查程序、核查方式、取得的证据及核查结论

详见本说明一相关回复内容。

（五）核查程序及意见

针对上述事项，我们实施了以下程序：

1. 获取报告期内公司的固定资产明细清单，抽查大额固定资产的入账凭证及采购合同、验收单据、发票等资料，检查固定资产的使用状态、入账时点准确性，分析固定资产变动的合理性、与产能的对应关系及与营业收入的对应关系；

2. 访谈公司生产负责人、采购负责人及财务负责人，了解公司产能需求、产能情况及与主要生产设备的匹配关系，新增采购设备的原因；

3. 查阅同行业可比公司招股说明书、定期报告等公开资料，了解其单位收入对应机器设备原值情况，与公司进行对比分析；

4. 取得并查阅公司在建工程明细表，对在建工程支出进行检查，检查相关支出是否符合《企业会计准则》的规定，是否存在与项目无关的支出；

5. 检查公司在建工程入账依据及在建工程构成明细，查阅采购合同、发票、进度款支付申请等原始凭据；向主要供应商实施函证，核实在建工程的工程进度，检查在建工程的入账价值、转固时点、转固依据及会计处理是否正确；访谈实际控制人、工程负责人、财务负责人等，了解在建工程的转固时间；

6. 获取公司项目所在城市及周边城市同类工程的造价情况，查阅公开信息，与公司在建工程预计单位造价进行比较，了解公司单位造价的合理性；

7. 了解公司在建工程采购及结算流程，获取并查阅公司采购主要工程询价、比价记录，核查采购价格是否公允；

8. 对在建工程相关的供应商检查相关工商资料，核查是否与主要客户、公司、供应商存在关联关系。

经核查，我们认为：

1. 公司固定资产的变动趋势与生产经营情况、产能变动相匹配，单位收入对应机器设备原值比和同行业可比公司不具有重大差异，具有合理性；

2. 在建工程的会计核算准确，不存在混入其他成本费用的情况，报告期各期在建工程在达到预计可使用状态时转固，与相关工程记录时点相符，在建工程转固及时，转固时间符合企业会计准则相关规定；

3. 2022 年度，公司在建工程主要项目为泰国厂区基建工程，不存在延迟转固情形；主要项目增加的具体成本是与工程建设相关的支出；在建工程主要项目的单位造价处于工程所在地及周边同类工程项目区间范围内，价格合理，不存在显著较高的异常情形；在建工程主要供应商与公司及其主要客户、主要供应商等不存在关联关系或利益安排；

4. 报告期内，公司境外在建工程真实、准确，监盘结果账实相符。

十三、关于产能及募投项目

申报材料显示：（1）报告期内，发行人营业收入分别为 2.01 亿元、2.41 亿元、3.90 亿元和 2.60 亿元。最近一期末，发行人固定资产账面价值为 4,966.48 万元。本次发行拟募集资金 10.13 亿元。（2）发行人募投项目包括水疗按摩池配件生产基地升级项目、水疗按摩池关键部件产业化项目、智能仓储及信息化建设项目、研发中心升级建设项目和补充流动资金，上述项目拟投资金额中设备购置费、软硬件购置费金额较高。

请发行人：（1）说明募投项目投资金额的测算依据和测算过程，募投项目募集资金使用和项目建设的进度安排，结合发行人最近一期固定资产规模，说明各项目工程费用中设备购置费、软硬件购置费的合理性。（2）结合目前主要产品产能、产量、销量、在手订单、已开发和拟开发客户等情况，充分分析募投项目的必要性及可行性，募投项目产能消化方式，募投项目效益测算过程及谨慎性；测算募投项目建成后资产折旧或摊销金额及对利润的影响，并充分揭示摊薄即期回报的风险。（3）说明水疗按摩池配件生产基地升级项目、水疗按摩池关键部件产业化项目产品与发行人现有产品之间的异同，发行人是否具备相关人员、技术、市场等方面的资源储备及业务基础，募投项目实施是否存在重大不确定性。（4）结合募投项目的具体用途和配套功能，说明是否存在募集资金变相投入房地产的情形，是否符合相关产业政策和监管政策。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。（审核问询函问题 18）

（一）募投项目投资金额的测算依据和测算过程，募投项目募集资金使用和项目建设的进度安排，结合发行人最近一期固定资产规模，说明各项目工程费用中设备购置费、软硬件购置费的合理性

1. 募投项目投资金额的测算依据和测算过程，募投项目募集资金使用和项目建设的进度安排

(1) 水疗按摩池配件生产基地升级项目

本项目测算总投资金额与拟使用募集资金均为 40,933.39 万元，建设期为 24 个月。具体募集资金使用及安排明细如下：

单位：万元

序号	项　目	投资总额	T+1	T+2
一	建设投资	37,672.39	11,538.94	26,133.45
1	工程费用	35,019.20	10,365.00	24,654.20
1.1	建筑工程费	20,145.00	10,365.00	9,780.00
1.2	设备购置费	14,874.20		14,874.20
2	工程建设其他费用	520.79	520.79	
3	预备费	2,132.40	653.15	1,479.25
二	铺底流动资金	3,261.00		3,261.00
项目总投资		40,933.39	11,538.94	29,394.45

其中，项目进度安排如下：

序号	项　目	T+1				T+2			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	基础设施建设及装修改造	▲	▲	▲	▲	▲	▲		
2	设备购置					▲	▲	▲	
3	设备安装调试							▲	▲
4	员工招聘及培训							▲	▲
5	试生产							▲	▲
6	竣工验收								▲

1）建筑工程费

本项目拟于公司原有厂房基础上扩改建，并购置新设备。其中，建筑工程费

用包括扩改基础设施的建造及装修费用，合计 20,145.00 万元。建筑面积测算依据主要基于公司原厂房面积，建造及装修单价测算依据主要基于公司市场询价并结合所在地区特征等因素。其测算过程如下：

项目用途		建筑面积（平方米）	建筑建造单价（元/平方米）	装修单价(元/平方米）	建造及装修金额（万元）
新建厂房 1	停车场	3,000.00	3,000.00	1,000.00	1,200.00
	塑胶生产车间	9,000.00	3,000.00	2,000.00	4,500.00
	电子生产车间（六至八层）	3,000.00	3,000.00	4,500.00	2,250.00
		3,000.00	3,500.00	5,000.00	2,550.00
		3,000.00	4,000.00	5,500.00	2,850.00
新建厂房 2	员工活动中心	5,600.00	3,000.00	3,000.00	3,360.00
	食堂	2,800.00	3,000.00	2,500.00	1,540.00
老厂房	注塑车间自动化改造	3,200.00		2,500.00	800.00
配套设施建设					1,095.00
合　计		32,600.00			20,145.00

2）设备购置费

其中，设备购置费金额合计为 14,874.20 万元。设备数量测算依据基于项目建设期规划投入量，单价测算依据则基于同类产品历史采购价格、市场可比价格及公司向供应商询价结果。其测算过程如下：

设备类别	设备名称	数量（条/套/台）	单价（万元）	设备金额(万元）
塑胶类产品生产设备	注塑机	39.00	55.00	2,145.00
	机械手或机器人	66.00	20.00	1,320.00
	快速换模快速装夹系统	66.00	10.00	660.00
	自动输送系统	11.00	30.00	330.00
	自动吸料系统	11.00	30.00	330.00
	自动送料系统	11.00	80.00	880.00
	自动检测系统	66.00	15.00	990.00
	组装自动化	11.00	50.00	550.00
	5T 行车	1.00	11.00	11.00
	模具加工设备更新	12.00	50.00	600.00
电子类产品生产设备	立式注塑机	18.00	12.00	216.00
	贴片机	4.00	50.00	200.00
	自动焊接机	4.00	50.00	200.00
	无铅回流焊	4.00	40.00	160.00
	端子机	9.00	1.00	9.00

设备类别	设备名称	数量（条/套/台）	单价（万元）	设备金额(万元)
	自动裁线机	6.00	2.00	12.00
	真空机	4.00	2.50	10.00
	封箱机	2.00	3.50	7.00
	料斗乾燥机	4.00	1.00	4.00
	混色机	4.00	1.50	6.00
	高低温实验箱	2.00	2.60	5.20
	分板机	4.00	0.50	2.00
	微电脑切管机	4.00	0.50	2.00
	IC 自动烧录测试机	6.00	1.00	6.00
	振动仪器	4.00	0.50	2.00
	洗板水过滤机	2.00	3.00	6.00
	雕刻机	2.00	5.00	10.00
	立式齿轮钻铣床	2.00	3.00	6.00
	激光打标机	3.00	3.00	9.00
	钢网拉力测试清洗	1.00	30.00	30.00
	自动焊锡工作站	1.00	400.00	400.00
	立式注塑工作站	2.00	500.00	1,000.00
	自动灌胶烘烤线	4.00	250.00	1,000.00
	PCBA 自动清洗	2.00	80.00	160.00
	三防漆涂覆线	2.00	70.00	140.00
	智能老化设备	2.00	300.00	600.00
	组装包装工作站	2.00	300.00	600.00
	自动印刷机	2.00	200.00	400.00
	超声波自动清洗机	2.00	10.00	20.00
	带挂钩流水线	4.00	200.00	800.00
检测设备	锡膏厚度测试	2.00	3.00	6.00
	首检检测	2.00	5.00	10.00
	AOI	2.00	30.00	60.00
	钢网拉力测试仪	2.00	25.00	50.00
	钢网超声波清洗仪	2.00	25.00	50.00
运输工具	商务车	3.00	50.00	150.00
	公务车	5.00	30.00	150.00
辅助设备	洗地机	3.00	8.00	24.00
	冷却塔	1.00	6.00	6.00
	空气压缩机	3.00	10.00	30.00
	电缆、桥架、车间电柜等	1.00	250.00	250.00
	监控系统及电子围栏	1.00	100.00	100.00
	弱电工程	1.00	50.00	50.00

设备类别	设备名称	数量（条/套/台）	单价（万元）	设备金额（万元）
	消防设备	1.00	100.00	100.00
合　计		435.00		14,874.20

3）工程建设其他费用

其中，工程建设其他费用金额合计为 520.79 万元。测算依据基于本项目建筑工程费、建筑面积及各项费用的市场询价。其测算过程如下：

单位：万元

序号	项　目	金额
1	建设单位管理费	241.45
2	厂房拆迁费	100.00
3	咨询评估费	38.22
4	勘察设计费	82.32
5	监理费	35.28
6	临时设施费	23.52
合　计		520.79

4）预备费

本项目所需的预备费，按工程费用及工程建设其他费用之和的 6%计算，测算合计所需 2,132.40 万元。

5）铺底流动资金

铺底流动资金系公司为维持募投项目建设成功后，产品顺利量产所必需的流动资金。在测算的新增产能数据基础上，测算得出本项目正式实施后 10 年内所需要的全部流动资金为 10,870.72 万元，取其 30%的金额作为项目铺底流动资金，合计为 3,261.00 万元。

(2) 研发中心升级建设项目

本项目测算总投资金额为 6,575.91 万元，拟使用募集资金为 6,540.91 万元，建设期为 36 个月。具体募集资金使用及安排明细如下：

单位：万元

序号	项　目	投资总额	拟使用募集资金	T+1	T+2	T+3
一	建设投资	2,397.11	2,362.11	2,060.49	336.61	

序号	项　目	投资总额	拟使用募集资金	T+1	T+2	T+3
1	场地装修改造费	560.00	525.00	560.00		
2	设备购置费	1,517.33	1,517.33	1,220.63	296.70	
3	软件购置费	184.09	184.09	163.23	20.86	
4	预备费	135.69	135.69	116.63	19.05	
二	研发投入	4,178.80	4,178.80	895.60	1,453.00	1,830.20
1	新增研发人员	2,338.80	2,338.80	435.60	828.00	1,075.20
2	材料费用	1,365.00	1,365.00	340.00	460.00	565.00
3	外部合作费用	475.00	475.00	120.00	165.00	190.00
项目总投资		6,575.91	6,540.91	2,956.09	1,789.61	1,830.20

其中，项目进度安排如下：

序号	项　目	T+1				T+2				T+3			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	场地装修改造	▲	▲	▲	▲								
2	设备购置			▲	▲	▲	▲						
3	设备安装调试				▲	▲	▲	▲					
4	员工招聘及培训	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
5	研发课题研究开展	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲

1）场地装修改造费

本项目拟对公司现有研发中心实施升级建设，购买研发设备和检测装置，同时新建产品体验中心。其中，场地装修改造费为 560.00 万元。装修面积测算依据主要基于公司原研发办公室面积，装修单价测算依据主要基于公司市场询价并结合所在地区特征等因素。其测算过程如下：

序号	项　目	面积（平方米）	装修改造单价（万元/平方米）	装修改造金额（万元）	初步规划
1	研发办公及实验区	1,000.00	0.30	300.00	原办公楼 3-4 层
2	体验中心	400.00	0.65	260.00	办公楼一楼，前期已支付 35 万元
合　计		1,400.00		560.00	

2）软硬件购置费

其中，软硬件购置费合计为 1,701.42 万元。测算依据基于公司历史研发经

验、现有设备数量和配置等因素及向供应商询价结果。其测算过程如下：

序号	设备类别	设备名称	总数量（条/套/台）	单价（万元）	设备金额（万元）
1	实验室设备	应力检测	1.00	30.00	30.00
2		X 射线断层扫描复合测量中心	1.00	400.00	400.00
3		全切口蠕变试验机	1.00	100.00	100.00
4		光学分度计	1.00	50.00	50.00
5		光谱仪	1.00	16.80	16.80
6		精密注塑机	1.00	60.00	60.00
7		低压注塑机	5.00	8.00	40.00
8		压力缸/空压机	1.00	20.00	20.00
9		生物检测综合台	1.00	20.00	20.00
10		自动双平板导热系数分析测量仪	1.00	5.78	5.78
11		元器件推力测试仪	2.00	2.50	5.00
12		端子截面分析仪	2.00	5.00	10.00
13		电路板脱焊测试机	2.00	1.00	2.00
14		塑料金属分离器	1.00	2.00	2.00
15		环境综合试验箱	1.00	60.00	60.00
16		全自动硬度计	1.00	1.35	1.35
17		实验室废水处理设备	1.00	15.00	15.00
18		频谱分析仪	2.00	2.20	4.40
19		ROHS 检测仪	1.00	12.70	12.70
20		透光率雾度测定仪	1.00	7.00	7.00
21		光泽仪	1.00	3.50	3.50
22		多功能标准光源箱	1.00	2.80	2.80
23		便携式色差计	1.00	6.00	6.00
24		3D 扫描仪	1.00	80.00	80.00
25	其他研发设备	全彩 3D 打印机	1.00	100.00	100.00
26		复合三坐标测量机	1.00	200.00	200.00
27		接触式三坐标	1.00	45.00	45.00
28		螺纹专用测量仪	1.00	70.00	70.00
29		超声波塑料焊接	1.00	10.00	10.00
	机器设备小计		37.00		1,379.33
30	电子及其他办公设备	电脑	52.00	0.70	36.40
31		大型一体机	1.00	1.60	1.60
32		体验中心设备	1.00	100.00	100.00
电子设备小计			54.00		138.00

序号	设备类别	设备名称	总数量（条/套/台）	单价（万元）	设备金额（万元）
硬件设备小计			91.00		1,517.33
33	软件工具	三维结构 Creo	12.00	2.68	32.16
34		模具制造 UG	2.00	15.60	31.20
35		光学模拟 tracepro	2.00	20.00	40.00
36		Coredraw	2.00	0.86	1.72
37		Photoshop	1.00	0.32	0.32
38		Illustrator	1.00	0.32	0.32
39		3DMAX	1.00	0.92	0.92
40		PADS	1.00	8.80	8.80
41		MAKES-KD-40000	1.00	4.60	4.60
42		Keyshot	1.00	0.75	0.75
43		EWSTM8	1.00	3.30	3.30
44		有限元分析	1.00	50.00	50.00
45		Minitab	1.00	10.00	10.00
软件设备小计			27.00		184.09
合　计			118.00		1,701.42

3）预备费

本项目所需的预备费，按场地装修改造费用及软硬件购置费用之和的 6%计算，测算合计需 135.69 万元。

4）研发投入

本项目还拟新增研发人员 52 人。本项目研发投入金额合计 4,178.80 万元。其中，新增研发人员项目建设期薪酬合计为 2,338.80 万元。测算依据主要基于公司研发人员岗位需求及现有各岗位薪酬情况。其中，材料费用为 1,365.00 万元，外部合作费用为 475.00 万元。测算依据主要基于公司往年研发费用及其增长水平。

(3) 智能仓储及信息化建设项目

本项目测算总投资金额与拟使用募集资金均为 13,228.02 万元，建设期为 24 个月。具体募集资金使用及安排明细如下：

单位：万元

序号	投资类别	项目资金	T+1 年	T+2 年
一	建设投资	12,764.82	5,700.82	7,064.00
1	工程费用	11,824.15	5,160.00	6,664.15

序号	投资类别	项目资金	T+1 年	T+2 年
1.1	建筑工程费	7,768.00	5,160.00	2,608.00
1.2	软硬件设备购置费	3,863.00		3,863.00
1.2.1	硬件购置费	2,248.00		2,248.00
1.2.2	软件购置费	1,615.00		1,615.00
1.3	设备安装调试费	193.15		193.15
2	工程建设其他费用	218.14	218.14	
3	预备费	722.54	322.69	399.85
二	新增人员投入	463.20	133.20	330.00
项目总投资		13,228.02	5,834.02	7,394.00

其中，项目进度安排如下：

序号	项　目	T+1				T+2			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	房屋建筑及装修	▲	▲	▲	▲	▲	▲		
2	软硬件设备购置及安装调试	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
3	定制系统软件开发、安装及上线	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
4	安全体系构建	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
5	试运行及竣工验收								▲

1）建筑工程费

本项目拟新建 2 个立体仓库及国际营销中心办公场地。其中，建筑工程费为 7,768.00 万元。建筑面积测算依据主要基于公司原厂房面积，建造及装修单价测算依据主要基于公司市场询价并结合所在地区特征等因素。其测算过程如下：

建筑物名称	建筑面积（平方米）	建造单价（万元/平方米）	装修单价（万元/平方米）	建造及装修金额（万元）
新建智能立体成品仓	6,000.00	0.30	0.08	2,280.00
新建原材料立体仓	5,600.00	0.30	0.08	2,128.00
国际营销中心及会议室	5,600.00	0.30	0.30	3,360.00
合　计	17,200.00			7,768.00

2）软硬件购置费

其中，硬件购置费和软件购置费分别为 2,248.00 万元和 1,615.00 万元，设备安装调试费按软硬件购置费的 5%计算，合计 193.15 万元。设备数量测算依据

基于公司历史仓储经验、设备购置经验、现有设备数量、用途与未来拟配置人员等的匹配关系，并结合本项目建筑占地大小和实际仓储难度，单价测算依据主要基于市场普遍平均价格及公司向供应商询价结果。其硬件购置费测算过程如下：

设备种类	设备名称		总数量（个/台/套）	含税单价（万元）	总价（万元）
立体货架	智能立体成品仓货架		4,800.00	0.08	384.00
	普通立体原材料仓货架		3,680.00	0.04	147.20
巷道堆垛机	堆垛机系统		6.00	50.00	300.00
搬运设备	出入库输送系统		1.00	100.00	100.00
	AGV 自动导引车		4.00	55.00	220.00
	电动托盘搬运车		4.00	9.00	36.00
	全电动叉车		5.00	10.00	50.00
辅助设备	托盘		8,480.00	0.02	169.60
	caps 辅助拣货系统		1.00	200.00	200.00
	RF 手持终端		8.00	0.65	5.20
	终端设备		2.00	30.00	60.00
机房及网络建设	网络安全设备		1.00	40.00	40.00
	服务器		1.00	100.00	100.00
	网络核心交换机		1.00	60.00	60.00
	网络综合布线		1.00	60.00	60.00
	机房	环境相关设备	1.00	50.00	50.00
		机柜	6.00	6.00	36.00
		消防	1.00	100.00	100.00
		发电机	2.00	50.00	100.00
		环境监测系统	1.00	30.00	30.00
合　计			17,006.00		2,248.00

其软件购置费测算过程如下：

设备种类	设备名称	总数量(个/台/套)	含税单价(万元)	总价（万元）
信息系统	Basecamp 系统	1.00	40.00	40.00
	Richmax 系统	1.00	45.00	45.00
	MES 系统	1.00	300.00	300.00
	PLM 系统	1.00	80.00	80.00
	ERP 系统一期（总部）	1.00	300.00	300.00
	ERP 系统二期（泰国）	1.00	500.00	500.00
	仓储管理系统（WMS）	1.00	200.00	200.00
	仓储控制系统（WCS）	1.00	150.00	150.00
合　计		8.00		1,615.00

3）工程建设其他费用

其中，工程建设其他费用金额合计为 218.14 万元。测算依据基于本项目建筑工程费、建筑面积及各项费用的市场询价。其测算过程如下：

单位：万元

序号	费用名称	金额
1	建设单位管理费	113.22
2	咨询评估费	22.36
3	勘察设计费	48.16
4	监理费	20.64
5	临时设施费	13.76
合　计		218.14

4）预备费

本项目所需的预备费，按建筑工程费用及软硬件购置费用之和的 6%计算，测算合计需 722.54 万元。

5）新增人员投入

本项目建设期内拟投入营销人员、信息化人员和智能仓储人员合计 18 人，其建设期内薪酬合计 463.20 万元。测算依据主要基于公司仓储管理人员岗位需求及现有各岗位薪酬情况。

(4) 水疗按摩池关键部件产业化项目

本项目测算总投资金额与拟使用募集资金均为 12,598.88 万元，建设期为 18 个月。具体募集资金使用及安排明细如下：

单位：万元

序号	项　目	投资总额	T+1	T+2
一	建设投资	9,700.88	5,559.78	4,141.10
1	工程费用	9,111.20	5,204.50	3,906.70
1.1	厂房租赁费	252.00	126.00	126.00
1.2	厂房改造费	1,297.80	1,297.80	
1.3	设备购置费	7,561.40	3,780.70	3,780.70
2	工程建设其他费用	40.57	40.57	
3	预备费	549.11	314.70	234.40

二	铺底流动资金	2,898.00		2,898.00
项目总投资		12,598.88	5,559.78	7,039.10

其中，项目进度安排如下：

序号	项　目	T+1				T+2	
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2
1	厂房装修改造	▲	▲	▲			
2	设备购置			▲	▲	▲	
3	设备安装调试					▲	▲
4	员工招聘及培训						▲
5	试生产						▲
6	竣工验收						▲

1）厂房租赁费

本项目拟租赁厂房用于新产品生产。其中，厂房租赁费每年为 126.00 万元，建设期内合计需 252.00 万元。其租金测算依据主要基于公司询价结果。

2）厂房改造费

本项目拟将租赁场地进行改造。其中，厂房改造费为 1,297.80 万元。装修面积测算依据主要基于公司拟租赁厂房面积，装修单价及其他改造金额测算依据主要基于公司市场询价并结合所在地区特征等因素。其测算过程如下：

序号	项　目	建筑面积 （平方米）	装修改造单价 （万元/平方米）	改造金额 （万元）
1	10 万级洁净车间	1,400.00	0.30	420.00
2	普通防尘车间	1,639.00	0.20	327.80
3	市政道路雨水管道			100.00
4	室外绿化			50.00
5	消防喷淋系统			400.00
合　计		3,039.00		1,297.80

3）设备购置费

其中，设备购置费金额合计为 7,561.40 万元。设备数量测算依据基于项目建设期规划投入量，单价测算依据则基于同类产品历史采购价格、市场可比价格及公司向供应商询价结果。其测算过程如下：

产品分类	序号	设备分类	设备名称	设备数量（台/套）	单价（万元）	总价（万元）
按摩浴缸泳池水处理组件	1	生产设备	退火炉（大）	2.00	100.00	200.00
	2		烧结炉（大）	8.00	260.00	2,080.00
	3		烧结炉（中）	2.00	96.00	192.00
	4		真空手套箱	5.00	52.00	260.00
	5		冷却箱	8.00	30.00	240.00
	6		实验室超纯水机	6.00	36.00	216.00
	7		工业炉专用测温系统	10.00	28.00	280.00
	8		粗糙度测试仪器	6.00	16.00	96.00
	9		热成像仪	10.00	24.00	240.00
	10		烧结炉（小）	8.00	18.00	144.00
	11		工业级除湿机	8.00	6.00	48.00
	12		磁力搅拌器	6.00	8.00	48.00
	13		自动吹淋无尘用风淋房	4.00	5.00	20.00
	14		干燥箱/防潮柜	6.00	4.00	24.00
	15		便捷粗糙度测试仪	10.00	4.00	40.00
	16		恒温加热台	120.00	2.00	240.00
	17	检测设备	高精度直流稳压电源	20.00	2.00	40.00
	18		有效氯测定仪	10.00	2.00	20.00
	19		数显恒温水箱	10.00	2.00	20.00
	20		光学轮廓仪	4.00	200.00	800.00
	21		激光精密切割机	4.00	160.00	640.00
	22		全自动显微硬度计	6.00	70.00	420.00
	23		全自动镶嵌机	6.00	8.00	48.00
	24		倒极电源	12.00	2.00	24.00
	25		合金分析仪	4.00	80.00	320.00
	26		全自动金相磨抛机	4.00	24.00	96.00
	27		多参数水质探测仪	2.00	10.00	20.00
	28		晶粒度自动分析仪	2.00	12.00	24.00
	29	废气处理	pp喷淋塔不锈钢废气处理设备	1.00	12.00	12.00
	30		PP 活性炭吸附塔	1.00	35.00	35.00
	31	运输工具	商务车	1.00	50.00	50.00
	32		公务车	1.00	30.00	30.00
	33		电动叉车	2.00	16.00	32.00
	34	网络建设	网络安全设备	1.00	36.00	36.00
	35		服务器	1.00	100.00	100.00
	36		网络核心交换机	1.00	50.00	50.00
	37		网络综合布线	1.00	50.00	50.00

产品分类	序号	设备分类	设备名称	设备数量（台/套）	单价（万元）	总价（万元）
	38	消防	感应报警系统/灭火器材	2.00	50.00	100.00
按摩浴缸裙边等塑胶挤出件	39	生产设备	Φ100 挤出机生产线	6.00	30.00	180.00
	40		空压机	1.00	6.00	6.00
	41		高精度电子称	12.00	0.40	4.80
	42	其他设备	壁挂式风扇	12.00	0.30	3.60
	43	材料运输	电动叉车	2.00	16.00	32.00
合　计				348.00		7,561.40

4）工程建设其他费用

其中，工程建设其他费用金额合计为 40.57 万元。测算依据基于本项目厂房改造费、装修改造面积及各项费用的市场询价。其测算过程如下：

单位：万元

序号	费用名称	金额
1	建设单位管理费	24.47
2	咨询评估费	3.65
3	勘察设计费	7.60
4	监理费	3.04
5	临时设施费	1.82
合　计		40.57

5）预备费

本项目所需的预备费，按厂房租赁费用、厂房改造费用、设备购置费用及工程建设其他费用之和的 6%计算，测算合计需 549.11 万元。

6）铺底流动资金

铺底流动资金系公司为维持募投项目建设成功后，产品顺利量产所必需的流动资金。在测算的新增产能数据基础上，测算得出本项目正式实施后 10 年内所需要的全部流动资金为 9,659.52 万元，取定其 30%的金额作为项目铺底流动资金，合计为 2,898.00 万元。

2. 结合公司最近一期固定资产规模，说明各项目工程费用中设备购置费、软硬件购置费的合理性

（1）公司固定资产规模

报告期各期末，公司固定资产构成情况如下：

单位：万元

项　目	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	账面原值	账面净值	账面原值	账面净值	账面原值	账面净值
房屋及建筑物	3,644.37	2,220.15	3,526.15	2,228.65	3,618.07	2,443.55
机器设备	3,265.40	2,220.23	1,944.06	774.01	1,569.36	508.05
运输工具	697.05	249.30	631.98	190.72	569.20	188.29
办公设备及其他	973.53	536.89	602.83	235.43	550.58	147.88
合　计	8,580.36	5,226.56	6,705.02	3,428.81	6,307.22	3,287.78
设备及运输工具占比	57.53%	57.52%	47.41%	35.00%	42.64%	25.68%

如上表所示，公司报告期各期末固定资产账面原值分别为 6,307.22 万元、6,705.02 万元、8,580.36 万元，账面净值分别为 3,287.78 万元、3,428.81 万元、5,226.56 万元。随市场需求增加，公司产能瓶颈的问题逐步显现，为满足市场需求，报告期内公司固定资产规模逐年增长。

(2) 各项目工程费用中设备购置费、软硬件购置费的合理性

1) 公司现有设备规模及变化趋势

最近一期末公司各类设备及运输工具的账面价值合计为 3,006.42 万元，占固定资产账面价值的 57.52%。而本次拟募投的水疗按摩池配件生产基地升级项目、研发中心升级建设项目、智能仓储及信息化建设项目和水疗按摩池关键部件产业化项目中的设备购置费及软硬件购置费分别为 14,874.20 万元、1,701.42 万元、3,863.00 万元、7,561.40 万元，合计为 28,000.02 万元。其中，水疗按摩池配件生产基地升级项目和水疗按摩池关键部件产业化项目为有实际产品产出的项目，其设备购置费相比其余两个研发类和信息化建设类募投项目较大。本次募投项目中固定资产投资额合计为 58,550.32 万元，设备购置费占比为 47.82%，考虑到本次拟募投项目建筑物类固定资产投资额较大，与公司最近一期末设备及运输工具账面价值占比相近。同时，设备购置数量参照历史厂房和办公室设备配置经验，以实际生产及研发目标为基础进行相关设备需求数量的配套，总体符合公司原有的设备种类配置结构。

近年来，随市场需求增长，公司主要业务发展较快，采购的机器设备、办公设备及运输工具也随之增加。2020 年至 2022 年，公司各类设备及运输工具的账面价值年均复合增长率为 88.71%。本次拟募投的各项目建设期为 18 至 36 个月

不等，若 2025 年末所有项目均已达产，不考虑公司其他设备采购，公司各类设备及运输工具的账面原值将从 4,935.98 万元增加至 32,936.00 万元，年均复合增长率为 88.26%，接近报告期内账面价值增速。考虑到项目建设期内的折旧摊销金额，且水疗按摩池关键部件产业化项目生产基地为新租赁厂房，其 2022 年至 2025 年账面价值增速预计略低于报告期内增速。

本次募投项目设备及软硬件投资额规模及增长速度同公司现有固定资产情况相适应，具有合理性。

2）数量及价格的公允性

本次各募投项目中拟购置的设备及软硬件均为公司生产、研发及仓库管理所必需的设备，设备数量按各项目实际需求及规划投入量测算，单价也主要基于公司同类设备历史采购价格、市场可比价格或向供应商询价结果测算。其中，水疗按摩池配件生产基地升级项目中拟购置的注塑机等核心生产设备由于技术迭代的原因，其设备性能和性价比也会更高，故测算使用的单价会稍高于最近一期末固定资产中同类设备单价；水疗按摩池关键部件产业化项目中拟购置的部分生产及检测设备定制化程度高，如烧结炉、光学轮廓仪和激光精密切割机等设备都需进行定制以符合公司生产标准，故定制设备单价会略高于市场普遍平均价格。公司各募投项目设备数量及价格测算依据明确，具有合理性。

3）市场及公司客户需求

近年来，随全球经济的不断发展，消费者生活水平逐步提高，更多的消费者开始注重健康生活，健康产业的市场需求不断增加。公司与国际水疗按摩缸制造龙头企业，如 Watkins、Bullfrog、Blue Falls 建立了长期稳定的合作关系，结合市场趋势，为实现提高公司市场占有率，实现业务规模可持续性增长，本次募投项目将进一步提升公司整体竞争力。同时，随国内收入水平的提高，度假村、高档酒店、民宿、健身房和休闲会所等休闲度假场所对水疗浴缸产品的需求更加明显。募投项目中拟购置的各类设备及软硬件，将扩大公司生产、研发及管理能力，提升需求反应能力，并拓展国内市场，开发新的市场需求。

4）产能及其他需求

截至最近一期末，公司的主要机器设备包含超过 50 台注塑机，其 2020 年至 2022 年产量年均复合增长率为 22.25%。

目前公司急需解决产能瓶颈所带来的问题，本次水疗按摩池配件生产基地升

级项目和水疗按摩池关键部件产业化项目将大幅改善现有产能状况。水疗按摩池配件生产基地升级项目新增产能将约为每年 3,350 万个产品，较 2022 年自主产量约增长 111.29%，若本项目于 2025 年正式达产，不考虑其他影响产能因素，则 2022 年至 2025 年期间年均复合增长率约为 28.32%，若于 2025 年后达产，此年均复合增长率会稍有降低，接近报告期内增速；水疗按摩池关键部件产业化项目生产的按摩浴缸泳池水处理组件和按摩浴缸裙边等塑胶挤出件的新增产能分别将约为每年 230 万套和 1,300 吨，其中本项目将自产氯发生器核心部件——钛电极插件，对产能需求较高。

在研发中心升级建设项目中，基于现有及未来拟研发课题需求和研发人员配置需求等情况，公司制定了合理的研发软硬件配置计划，通过引进先进设备，加快公司研发效率，缩短研发周期。

目前公司还存在仓库缺乏库容管理和库存面积太小等问题，特别是对海外订单、客户及市场需求的营销和管理难度高，借助信息化工具提升运营水平和运营效率的需求日益增加。在智能仓储及信息化建设项目中，针对现有仓储能力、仓储配送管理模式、信息化程度的不足，公司拟购置的各式信息化软硬件将极大改善其现有仓储能力。

（二）结合目前主要产品产能、产量、销量、在手订单、已开发和拟开发客户等情况，充分分析募投项目的必要性及可行性，募投项目产能消化方式，募投项目效益测算过程及谨慎性；测算募投项目建成后资产折旧或摊销金额及对利润的影响，并充分揭示摊薄即期回报的风险

1. 结合目前主要产品产能、产量、销量、在手订单、已开发和拟开发客户等情况，充分分析募投项目的必要性及可行性，募投项目产能消化方式，募投项目效益测算过程及谨慎性

(1) 产能情况

报告期内，公司自主产能及产能利用率情况如下：

单位：小时

产品名称	项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
塑胶类产品	理论产能工时	220,500.00	157,500.00	157,500.00
	实际耗用工时	185,333.00	159,930.00	151,645.00

产品名称	项　目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
	产能利用率	84.05%	101.54%	96.28%
电子类产品	理论产能工时	100,800.00	97,913.00	60,900.00
	实际耗用工时	100,122.00	102,648.00	60,389.00
	产能利用率	99.33%	104.84%	99.16%

报告期内，公司水疗按摩缸配件产品的产品种类和型号较多，不同类别或者不同型号的产品在材料、形状、大小和生产流程上存在一定的差异。公司主要根据订单进行生产，并根据在手订单状况合理安排生产设备的使用和员工的生产，由于产品差异较大，不同产品所耗用的生产时间、所需生产流程和所使用的模具设备均不尽相同，因此，以生产设备或产线数量为产能统计标准无法真实反映公司的生产能力，而以生产小时数代表产能标准更为客观、准确。

塑胶类产品以注塑设备理论产能工时计算，产量以注塑设备实际开工时间计算。电子类产品以生产人员理论产能工时计算，产量以生产人员实际工时计算。

随着市场需求日益增加，公司产能不足矛盾凸显，公司报告期内各期产能利用率均超过 80%，其中，2021 年产能利用率已超过 100%。公司需通过本次拟募投项目的实施来扩充公司产品种类并扩大产能规模。

(2) 产量、销量情况

报告期内，公司主要产品的产量和销量情况如下：

单位：万个

产品类别	报告期	产量	销量	产销率
灯光产品	2022 年	744.33	875.98	117.69%
	2021 年	969.71	852.58	87.92%
	2020 年	548.00	487.31	88.92%
按摩产品	2022 年	1,338.99	1,294.47	96.68%
	2021 年	1,158.58	977.83	84.40%
	2020 年	740.42	734.34	99.18%
水处理产品	2022 年	303.52	366.20	120.65%
	2021 年	416.65	383.19	91.97%
	2020 年	314.35	255.32	81.22%
附件产品	2022 年	623.22	710.47	114.00%
	2021 年	502.16	494.07	98.39%
	2020 年	411.19	320.20	77.87%

注：产销率=销量/产量，产量为生产完工入库的产成品数量，销量为确认销

售收入的产成品销售数量，为匹配产量和销量数据得出产销率，产量和销量均剔除了通过外协加工生产、销售的产成品数量，销量还剔除了研发领用的产成品、外购材料、半成品直接对外销售的部分

报告期内，公司产销率总体而言呈上升趋势，且 2022 年除按摩产品外的所有种类产品产销率均超过 100%。基于全球水疗按摩缸市场需求增长的趋势，并结合公司进一步开拓国内水疗按摩缸市场的战略，现有产销规模相对饱和的现状需通过本次拟募投项目的实施来改善。

(3) 在手订单情况

截至 2022 年底，公司在手订单金额合计为 14,453.20 万元，在手订单充足。截至 2023 年 4 月 30 日，公司在手订单金额约 1.45 亿元，其中主要客户在手订单金额约 1.35 亿元，主要客户需求稳定，在手订单充足，未来业绩具有保障。

(4) 已开发和拟开发客户情况

报告期内，公司已积累多名以 Watkins、Blue Falls 和 Bullfrog 为首的优质海外客户，其营收占比一直处于较高位置，有力地保障了公司持续稳健的发展。在与上述水疗按摩浴缸制造行业领先客户的持续合作中，公司始终保持行业领军地位。随国内收入水平的提高，度假村、高档酒店、民宿、健身房和休闲会所等休闲度假场所对水疗浴缸产品的需求更加明显，以水晶岛和天滢为首，公司正逐步开发国内水疗按摩浴缸配件产品的潜在客户。本次募投项目的实施，将扩大公司生产能力，提升需求反应能力，并拓展国内市场，开发新的市场需求。

(5) 募投项目的必要性

1) 水疗按摩池配件生产基地升级项目

随着水疗按摩缸市场不断扩大，下游水疗按摩整缸生产商对配件产品的需求量也不断增长，而当前公司产品的产能利用率已经饱和。考虑到公司新业务、新产品的开发拓展，公司现有生产场地和产能已不能满足持续增长的市场需求。公司拟通过水疗按摩池配件生产基地升级项目的实施，引进一批行业先进设备，通过新增生产车间和生产线等方式，来解决公司目前的产能瓶颈问题，提高公司产品的生产能力。

此外，本项目是结合公司生产水平现状并依托行业先进的自动化技术而进行的技术升级。本项目实施后，将缩短产品的生产周期，缩减材料成本，减少企业人工成本，提高生产效率，从而提升交货速度；同时，还可以减少生产过程中不

必要的浪费，节省原材料数量，达到降低流动资金的效果。本项目还将提高生产车间的建设标准与建造水平，部分车间依据公司电子类产品发展需要建造为 10 万级无尘车间和 30 万级净化车间，可以提升公司现有产品的生产环境，提高产品品质，同时也是为了满足公司未来做智能驱动、智能控制等高精尖产品的发展需要。

未来随着公司业务的不断扩张以及产品的不断延伸，多品种、小批量生产会越来越多，本项目采取柔性化、自动化的生产方式，能够更加灵活地适应各种需求，有效减少生产过程的制品库存以及对空间的占用。

2）研发中心升级建设项目

水疗按摩缸为与人体直接接触产品，并长期置于室外环境，对产品的安全性、稳定性等要求极高。公司高度重视产品的安全性、防水性、耐用性等多方面性能，产品性能与品质稳定对公司的实验检测能力提出了较高要求。

研发中心升级建设项目将通过引进复合三坐标测量机、X 射线断层扫描复合测量中心、生物检测综合台、螺纹专用测量仪、频谱分析仪等先进设备，进一步完善升级公司实验功能，加快公司研发效率，缩短研发周期。研发平台功能完善将为公司新产品新技术新工艺研发提供强大的支撑，为公司产品品质提升提供了有效保障，是公司研发体系完善的必要支出。

3）智能仓储及信息化建设项目

水疗按摩缸配件为专用配件，不同水疗按摩整缸制造企业对于配件产品的规格、尺寸、外观、功能等基本参数均有定制化需求，由于公司产品定制化程度较高，且产品种类繁多，按照不同规格、型号、品牌、材质划分有两千余种，具有产品小、数量多的特征，因此存在存货管理难度较大的问题。随着公司规模的不断扩大，仓库管理的物资种类数量和出入库频率不断增加，仓库管理作业日趋复杂和多样化，现有的仓储条件，包括仓储场地的限制，仓储物流设备的陈旧，以及现有传统的仓储管理方式和水平的滞后，已难以满足公司后续业务增长对仓储管理速度和准确性的要求。

本项目从公司仓储作业痛点和仓储管理需求入手，将通过搭建仓储管理系统（WMS）和仓储控制系统（WCS）实现公司库存物品入库、出库、分拣、运输、投料、堆垛及仓储等环节的智能化操作，提高订单响应速度，实现准确发货。本项目将通过科学的场地规划、引进先进的智能化仓储物流设备和现代化仓储管理方

式，提升公司仓储管理水平。

4）水疗按摩池关键部件产业化项目

公司目前主要供应按摩喷嘴、氯发生器、过滤桶、阀门、管件、浴缸灯、浴缸盖、浴缸支架等配件产品。随着公司规模的不断壮大，公司有计划地开拓新的产品品类市场，拓宽公司产品线，为公司可持续发展赋能。

近年来，随着市场对氯发生器产品的接受度不断提高，市场需求不断释放，公司主要客户 Watkins 和 Blue Falls 等在整缸设计时采取了氯发生器的消毒方式。氯发生器的核心部件——钛电极插件是针对按摩浴缸、游泳池及水疗休闲设施的水处理特性而开发出的一种便携式、易更换、低能耗的钛阳极水体消毒组件的核心部件，属于损耗品，2 至 3 个月需更换一次。另外，按摩浴缸裙边产品属于全天候户外装饰件，采用挤出发泡工艺，需要具备防水、防潮、防虫蛀、耐腐蚀、耐紫外、耐严寒、耐高温等性能要求，使用寿命可以达到 8 至 10 年，对材料配方和工艺要求较高，目前按摩浴缸裙边产品的工艺配方主要控制在国外企业手中。

本项目将扩大公司氯发生器产能，并自制其中的核心部件——钛电极插件，同时新建按摩浴缸裙边塑料挤出件产品生产线。本项目建设，有助于丰富公司产品品类，扩大公司业务规模，实现核心部件的进口替代，进一步促进公司的可持续发展。

(6) 募投项目的可行性

1）公司拥有优质且稳定的客户资源和良好的市场口碑

经过多年在水疗按摩缸配件行业的深耕和发展，公司凭借过硬的产品质量及持续的研发创新，在市场中形成了良好的市场口碑，并与 Watkins、Bullfrog、Blue Falls 等国际水疗按摩缸制造龙头企业建立了长期稳定的合作关系，已发展成为上述国际知名水疗按摩缸企业的核心配件供应商之一。公司与国际大型知名品牌客户长期、稳定的商业合作关系，使得公司能够了解行业的最新发展趋势和高端客户的需求动向，并在产品设计中快速作出反应，为本次拟募投项目新增产能消化提供了强大保障。

2）公司拥有完善的生产管理经验和优质的产品质量

水疗按摩缸配件在使用过程中面临多种复杂情境，需要考虑配件的水、电、温度等兼容的安全性问题、配件在氯水或臭氧等消毒环境下的可靠性问题、配件

材料有害物质析出问题等多种技术问题，对配件制造商的产品质量稳定性及生产管理能力具有较高要求。公司多年来积累了丰富的生产管理经验，建立了完善的质量管理体系和质量控制标准，在采购、来料检验、研发设计、生产装配、销售等各环节均制定了完备的内控制度和严格的品质检验标准，并在实际运行中严格执行。公司设有专业检测人员，从来料、制程、首件、出货各阶段均设立了全方位的品质检验过程和要求。公司配备频谱分析仪、智能电量测量仪、盐雾测试机、扭力测试仪等多种先进检验设备，有效提升了检验精度，保证了产品质量的稳定性和可靠性。

目前，公司已取得 ISO9001 质量管理体系认证、ISO14001 环境管理体系认证、知识产权管理体系认证，并在生产过程中按照质量认证体系的要求严格控制生产工艺和制造流程。公司产品质量可靠，已通过澳洲 RCM、欧盟 CE、美国 UL 等多项国外严苛的质量认证，产品质量获得下游客户的广泛认可。

3) 公司拥有经验丰富的研发团队和完善的研发管理体系

公司在水疗按摩缸配件技术领域具备深厚的技术储备和丰富的开发经验，在产品技术方面已达到行业先进水平。公司还与多个高等院校进行产学研合作，进一步强化公司技术实力。截至 2022 年 12 月 31 日，公司及子公司共拥有境内外专利权 189 项。公司技术研发中心于 2019 年被认定为广东省省级企业技术中心。公司多年来形成的技术积累和持续的创新能力为本次拟募投项目建设提供了技术保障。

此外，公司建立了以研发中心为关键载体的研发管理体系。为加强公司研发和技术创新工作的管理，充分整合公司资源，公司制定了《技术研发管理制度》、《产品（服务）研发管理程序》等管理制度和作业指导，全面有效实现研发和技术创新管理的全流程管控和制度化。

近年来，公司产品研发稳步推进，以每年 60-70 个大小型的研发课题进度稳步前进，主要包括水消毒与过滤处理、未来概念性项目自发电喷嘴、BGM 系列可调节枕头、clearwater 钻石喷嘴、wks 隐藏式喷嘴等，公司力求通过课题研发，增强产品创新能力，从外观、性能、体验感等多方面提升产品价值，保持公司产品的技术领先性，提升客户满意度。完善的研发管理体系，有效保障本次拟募投项目的良好实施和落地，并加快技术成果的产业转化速度。

4) 公司的信息化基础为项目的顺利实施提供了技术支撑

公司在信息化建设与实施的落地上具有相应的基础与经验，公司目前已建设或正开发建设外贸管理软件 Richmax、Basecamp 研发会议平台、PLM、U9 用友 ERP 系统、Q5 自主开发系统、OA 等系统，实现了对基础管理业务的信息化支撑，已具备了一定的信息化系统的开展和实施能力。公司多年来积累的信息系统建设经验将为本次拟募投项目的顺利实施提供技术支撑。

(7) 募投项目产能消化方式

1) 募集资金投资项目的行业背景

① 募集资金投资项目涉及产品市场空间广阔

经过数十年的发展，水疗按摩缸在北美、欧洲等发达地区中高收入家庭中逐渐普及，根据 Pkdata 统计，2020 年美国拥有约 550 万个水疗按摩缸，2020 年度，水疗按摩缸市场规模达到 36 亿美元，其中新装水疗按摩缸规模约为 20 亿美元，零售及配件市场规模约为 13 亿美元、服务市场规模约为 3 亿美元。作为高价消费品，随着全球经济的发展与进步，人们的消费能力和消费需求不断增长，水疗按摩缸的市场规模呈现稳步上升的趋势。根据 TechNavio 数据，水疗按摩缸市场规模 2020-2025 年的年复合增长率预计为 9.34%。水疗按摩缸市场规模的扩大直接拉动了相关配件的需求，为水疗按摩缸配件行业带来广阔的市场空间。

庞大的存量水疗按摩缸以及日益增长的新装水疗按摩缸孕育了广阔的泳池用品消费市场，同时消费者日益增强的健康与休闲意识以及对智能化、环保化、个性化、时尚化的需求也不断推动市场增长和产品升级。公司募集资金投资项目涉及产品在全球拥有广阔的市场空间。

② 募集资金投资项目涉及产业发展前景良好

北美及欧洲地区泳池行业发展早，产业成熟，市场化程度高，相关企业在品牌影响力、销售渠道及研发设计方面具备领先的竞争优势，诞生了 Waterway、CMP 等全球知名水疗按摩缸配件生产供应企业。发展中国家或地区的水疗按摩缸配件行业起步较晚，在产业分工背景下，一般根据国外客户的需求进行产品研发、设计或生产，然而，凭借完整的供应链体系、较低的人力成本等优势，中国在产品设计、生产工艺等方面的经验不断提升，国际竞争力不断增强，在全球水疗按摩缸配件供给端地位逐步加大，随着经济水平的提升及消费理念的升级，公司募集资金投资项目涉及产品拥有良好的发展前景。

2) 新增产能消化保障措施

① 加强客户合作，巩固现有客户资源

经过多年发展，公司积累了一批信誉良好、合作稳定、互助共赢的客户，公司价值涉及客户的产品设计、使用测试、性能评价等环节，部分客户也为公司产品开发、技术改进等方面予以积极建议，前述合作模式强化了公司与客户的关系。募集资金投资项目实施后，公司将通过参加行业展会、定期客户走访、技术交流会议等方式，进一步加强现有客户的关系管理工作，努力保证公司继续伴随优质客户的成长而发展壮大。

② 加强市场开发，积极拓展新客户

目前，公司主要市场在国外，随着国外疫情的爆发、蔓延，消费者对健康、休闲的生活方式日益重视，加之国外疫情爆发初期疫情管控导致出行受限、户外及运动场馆封闭，家用水疗按摩缸配件的市场潜力得到进一步释放。募集资金投资项目实施后，公司将把握行业发展机遇加大市场开发力度，积极拓展海内外新客户。

③ 加强产品创新，开拓新应用领域

消费者日益增强的健康意识以及对智能化、环保化的需求不断推动市场增长和产品升级，此外，个性化、时尚化的追求也对水疗按摩缸配件产品设计和技术创新持续提出新的要求。相较于同质化产品激烈的市场竞争，差异化产品将为公司带来新的发展机遇。募集资金投资项目实施后，公司将迎合客户差异化需求，持续加强技术创新，开拓产品新应用领域，抢占差异化市场，提高募集资金投资项目新增产能消化能力。

④ 加强品质管理，扩大高端市场份额

公司始终坚持质量至上的发展理念，产品声誉得到客户的广泛认可，收获了良好的市场口碑。募集资金投资项目实施后，公司将继续加强生产管理、质量监测及成本控制，持续推进技术和工艺研发，进一步提高产品质量，深化与水疗按摩缸产品国际一线品牌 Watkins、Bullfrog、Blue Falls 等公司的多维度合作，不断优化产品结构，稳步扩大高端产品市场份额，推进募集资金投资项目新增产能的合理消化。

⑤ 加强品牌建设，提高公司知名度

募集资金投资项目实施后，公司将通过广告投放、参加展览会、加强客户售后服务、提升公司网站建设等方式，进一步加大自有品牌宣传力度，提高公司知

名度，扩大自有品牌影响力，吸引国内外知名客户，为将来的市场开拓和新增产能消化奠定坚实基础。

(8) 募投项目效益测算过程及谨慎性

1) 水疗按摩池配件生产基地升级项目

本项目效益测算过程如下：

① 营业收入测算

本项目营业收入的测算以公司塑胶及电子类产品的历史平均单价为基础并结合往年产品单价的上涨速度估算未来产品单价，同时根据项目测算新增产能估算产品销量，塑胶及电子类产品估算单价分别乘以估算销量合计为本项目营业收入。

本项目计算期 10 年，以 T+1 年作为计算期第一年，依此类推。 达产期 T+3 年的新增产能释放为 70%，自 T+4 年开始至计算期最后一年的新增产能释放为 100%。

其明细如下：

产　品	新增年产能（万个）	销售单价（元/个）	销售产值（万元）	占比
电子类产品	450	41.08	18,485.11	46.76%
塑胶类产品	2,900	7.26	21,045.52	53.24%
合　计	3,350		39,530.63	100.00%

目前公司报告期内各期电子类产品产能利用率均于 100%徘徊，其中 2021 年已达到近 105%，产能已饱和；各期塑胶类产品产能利用率均处于高位，其中 2021 年已超过 100%，2022 年公司新采购了一批注塑机，产能压力得到些许缓和。而公司报告期内各期末在手订单金额增长较快，截至 2023 年 4 月 30 日，主要客户的在手订单金额已达到约 1.35 亿元，其中电子类产品数量约超 100 万件，塑胶类产品数量约超 1,000 万件。随市场需求逐步增大及公司销售增加，若维持现有产能水平，在手订单中各类产品数额将进一步上涨。综合公司目前生产销售情况，该新增产能的消化切实可行，各项测算数值的选取具有谨慎性。

② 生产成本测算

本项目生产成本包括直接材料、外协费、人工成本、折旧摊销和其他制造费用，基于塑胶及电子类产品的各项成本历史平均的主营业务收入占比，并结合公司工资年增长率 5%进行估算。其达产后新增产能 100%释放的第一年，T+4 年的

生产成本明细如下：

项　目	金额（万元）
直接材料	11,298.54
外协费	1,742.37
人工成本	1,601.51
折旧摊销	2,073.69
其他制造费用	1,351.14
生产成本	18,067.25

③ 费用测算

本项目费用包括销售费用、管理费用和研发费用，基于各项费用历史平均的主营业务收入占比进行估算。其新增产能 100%释放后的费用明细如下：

项　目	金额（万元）
销售费用	2,114.89
管理费用	3,881.91
研发费用	1,802.60

④ 收益测算

按企业所得税为 15%进行测算。其收益明细如下：

单位：万元

年份	销售收入	营业成本	税金及附加	费用	利润总额	净利润
T+1						
T+2						
T+3	27,671.44	13,215.80		5,459.58	8,996.07	7,835.93
T+4	39,530.63	18,067.25	338.61	7,799.39	13,325.38	11,596.96
T+5	39,530.63	18,147.33	440.42	7,799.39	13,143.49	11,442.36
T+6	39,530.63	18,231.41	440.42	7,799.39	13,059.41	11,370.89
T+7	39,530.63	18,259.95	440.42	7,799.39	13,030.87	11,346.63
T+8	39,530.63	18,352.65	440.42	7,799.39	12,938.17	11,267.83
T+9	39,530.63	18,449.98	440.42	7,799.39	12,840.84	11,185.10
T+10	39,530.63	18,552.18	440.42	7,799.39	12,738.64	11,098.23

⑤ 效益指标

本项目所得税后内部收益率为正，本项目的实施有利于提升公司整体盈利水

平，提高股东回报。同时，项目税后净现值为正，投资回收期合理，项目总体的预期经济效益良好，财务风险较低。

目前公司在手订单充足，客户源稳定且有望开拓国内市场，上述测算主体基于公司历史数据，充分考虑了市场竞争的影响，本项目效益测算具有谨慎性。

2）研发中心升级建设项目

本项目研发投入较大，短期内不会产生直接的经济效益，只在后期潜在的收益中体现。

3）智能仓储及信息化建设项目

本项目实施后，虽不产生直接的经济效益，但新建后的智能仓储及信息化建设投入将满足公司业务规模不断扩大的需求，有助于降低公司的运营管理成本，提高公司盈利能力，提升公司整体运营和管理的信息化水平，从而增强公司的整体核心竞争力，为公司未来带来巨大潜在的经济效益。

4）水疗按摩池关键部件产业化项目

本项目效益测算过程如下：

① 营业收入测算

本项目营业收入的测算以公司拟新生产的按摩浴缸泳池水处理组件和裙边等塑胶挤出件产品的市场平均单价为基础估算产品单价，同时根据项目规划新增产能估算产品销量，按摩浴缸水处理组件和裙边等塑胶挤出件产品估算单价分别乘以估算销量合计为本项目营业收入。

本项目建设期 36 个月，计算期 10 年，以 T+1 年作为计算期第一年，依此类推。T+1 年、T+2 年和 T+3 年的新增产能释放分别为 0%、30%和 60%，自 T+4 年开始至计算期最后一年的新增产能释放为 100%。

其新增产能 100%释放后销售收入明细如下：

产　品	新增年产能	产能单位	销售单价	价格单位	销售产值（万元）
按摩浴缸泳池水处理组件	230.00	万套	103.54	元/套	23,814.16
按摩浴缸裙边等塑胶挤出件	1,300.00	吨	3.98	万元/吨	5,176.99
合　计					28,991.15

本项目中的按摩浴缸裙边等塑胶挤出件为公司拟生产的全新产品，主要类别为附件产品。公司报告期内各期水处理产品产量分别为 314.35 万个、416.65 万

个、303.52 万个，产销率分别达到 81.22%、91.97%、120.65%，呈逐年上升趋势，且已于 2022 年超过 120%，按摩浴缸泳池水处理组件产能与水处理产品现有产能相匹配。随公司订单数额逐年增加，结合公司目前生产销售情况，该新增产能的消化切实可行，各项测算数值的选取具有谨慎性。

② 生产成本测算

本项目生产成本包括直接材料、外协费、人工成本、折旧摊销、厂房租赁费和其他制造费用，其中厂房租赁费基于当地实际租赁费用估算，其余项基于氯发生器和附件裙边产品的各项成本历史平均的主营业务收入占比，并结合公司工资年增长率 5%进行估算。其达产后新增产能 100%释放的第一年，T+4 年的生产成本明细如下：

项　目	金额（万元）
直接材料	12,401.84
外协费	1,061.28
人工成本	1,985.99
折旧摊销	884.98
厂房租赁费	126.00
其他制造费用	476.93
生产成本	16,937.02

③ 费用测算

本项目费用包括销售费用、管理费用和研发费用，基于各项费用历史平均的主营业务收入占比进行估算。其新增产能 100%释放后的费用明细如下：

项　目	金额（万元）
销售费用	1,552.01
管理费用	2,845.65
研发费用	1,321.38

④ 收益测算

按企业所得税为 15%进行测算。其收益明细如下：

单位：万元

年份	销售收入	营业成本	税金及附加	费用	利润总额	净利润
T+1						
T+2	8,697.35	5,290.91		1,715.71	1,690.72	1,496.57
T+3	17,394.69	10,509.86	115.27	3,431.43	3,338.13	2,956.34
T+4	28,991.15	16,937.02	258.79	5,719.04	6,076.29	5,363.05
T+5	28,991.15	17,004.52	258.79	5,719.04	6,008.80	5,305.68
T+6	28,991.15	17,062.64	258.79	5,719.04	5,950.67	5,256.28
T+7	28,991.15	17,047.27	258.79	5,719.04	5,966.04	5,269.34
T+8	28,991.15	17,051.72	258.79	5,719.04	5,961.60	5,265.56
T+9	28,991.15	17,172.42	258.79	5,719.04	5,840.90	5,162.97
T+10	28,991.15	17,299.15	258.79	5,719.04	5,714.16	5,055.25

⑤ 效益指标

经综合测算，本项目所得税后内部收益率为正，本项目的实施有利于提升公司整体盈利水平，提高股东回报。同时，项目税后净现值为正，投资回收期合理，项目总体的预期经济效益良好，财务风险较低。

目前公司在手订单增长空间大，客户源稳定且有望开拓国内市场，上述测算主体基于公司历史数据，充分考虑了市场竞争的影响，本项目效益测算具有谨慎性。

2. 测算募投项目建成后资产折旧或摊销金额及对利润的影响，并充分揭示摊薄即期回报的风险。

(1) 募投项目建成后资产折旧或摊销金额及对利润的影响

本测算使用公司折旧政策，折旧方法均使用年限平均法，剔除增值税税率取房屋建筑物为 9%和设备为 13%，其选定折旧年限、残值率和折旧率明细如下：

类别	本项目折旧年限取值（年）	残值率（%）	本项目年折旧率
土地	50.00	0.00	2.00%
房屋建筑物	20.00	10.00	4.50%
房屋装修改造	5.00	10.00	18.00%
机器设备	10.00	10.00	9.00%

类别	本项目折旧年限取值（年）	残值率（%）	本项目年折旧率
专用设备	3.00	10.00	30.00%
运输工具	4.00	10.00	22.50%
电子设备及其他	3.00	10.00	30.00%
软件	10.00	0.00	10.00%

其中，水疗按摩池配件生产基地升级项目达产后折旧摊销明细如下：

单位：万元

序号	项　目	原值	年折旧费及摊销费
1	房屋建筑物	18,959.44	853.17
2	机器设备	12,897.52	1,160.78
3	运输设备	265.49	59.73
合　计		32,122.45	2,073.69

其中，研发中心升级建设项目建成后折旧摊销明细如下：

单位：万元

序号	项　目	原值	年折旧费及摊销费
1	房屋建筑物	513.76	23.12
2	机器设备	1,220.65	109.86
3	电子设备及其他	122.12	36.64
4	软件	162.91	16.29
合　计		2,019.44	185.91

其中，智能仓储及信息化建设项目建成后折旧摊销明细如下：

单位：万元

序号	项　目	原值	年折旧费及摊销费
1	房屋建筑物	7,326.73	329.70
2	机器设备	824.07	74.17
3	电子设备及其他	894.51	268.35
4	运输设备	270.80	60.93
5	软件	1,429.20	142.92
合　计		10,745.31	876.07

其中，水疗按摩池关键部件产业化项目达产后折旧摊销明细如下：

单位：万元

序号	项　目	原值	年折旧费及摊销费
1	房屋装修改造	1,227.87	221.02
2	机器设备	6,352.04	571.68
3	电子设备及其他	212.04	63.61
4	运输设备	127.43	28.67
合　计		7,919.37	884.98

上述四个公司募投项目合计明细如下：

单位：万元

项　目	固定资产及无形资产原值	年折旧费及摊销费
水疗按摩池配件生产基地升级项目	32,122.45	2,073.69
研发中心升级建设项目	2,019.44	185.91
智能仓储及信息化建设项目	10,745.31	876.07
水疗按摩池关键部件产业化项目	7,919.37	884.98
合　计	52,806.58	4,020.65

本次募集资金投资项目全部顺利实施后，公司每年新增折旧摊销费用共 4,020.65 万元，每年新增营业收入 68,521.78 万元，新增折旧摊销费用占新增营业收入的比重仅为 5.87%，对公司经营状况的影响较小。

(2) 摊薄即期回报的风险

本次募集资金到位前的每股收益情况如下：

2022 年度	每股收益（元/股）	
	基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	1.47	1.47
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	1.44	1.44

公司本次发行新股总数不超过 3,168.00 万股，发行完毕后总股本不超过 12,672.00 万股，发行股数占发行后总股本的比例不低于 25%，本次发行的募集资金将按照使用计划投放到募集资金项目中。由于投资项目的收益尚有一定期限，无法在发行当年产生效益，且其中的研发中心升级建设项目和智能仓储及信息化建设项目短期内不会产生直接的经济效益，预计发行完成后当年基本每股收益或稀释每股收益低于上年度，导致公司即期回报被摊薄。

（三）说明水疗按摩池配件生产基地升级项目、水疗按摩池关键部件产业化项目产品与发行人现有产品之间的异同，公司是否具备相关人员、技术、市场等方面的资源储备及业务基础，募投项目实施是否存在重大不确定性

1. 水疗按摩池配件生产基地升级项目、水疗按摩池关键部件产业化项目产品与公司现有产品之间的异同

(1) 水疗按摩池配件生产基地升级项目

本项目主要内容为自动化改造注塑车间、扩建生产车间、食堂、员工活动中心和停车场等公司基础设施，以提升生产效率，解决现有产能瓶颈。本项目达产后拟生产的产品与公司现有产品无区别，不会对现有产品结构产生实质性影响。

(2) 水疗按摩池关键部件产业化项目

本项目主要内容为生产按摩浴缸泳池水处理组件（即氯发生器组件钛电极）及按摩浴缸裙边塑胶挤出件，以助于丰富公司产品种类，扩大公司业务规模。其中，本项目达产后拟生产的按摩浴缸裙边塑胶挤出件产品为全新产品，该产品 PS 发泡挤出板材，可以根据客户的需求，定制相应的尺寸规格。具有防水、防潮、防虫蛀、耐腐蚀、外观美观耐看。耐磨性、耐老化，不易变形及褪色，使用寿命可以达到 8 至 10 年，主要用于提升按摩浴缸整体外观效果的同时提高浴缸的保温性能。拟生产的按摩浴缸泳池水处理组件产品为公司现有产品氯发生器的核心组件钛电极片，目前均为外购，该产品主要是针对按摩浴缸 Spa、游泳池及水疗休闲设施的水处理特性而开发出的一种便携式、易更换、低能耗的钛阳极水体消毒组件，属于损耗品，2 至 3 个月需更换一次，主要用于按摩浴缸和游泳池的消毒及水处理，达到净化水质的目的；该新产品与现有氯发生器产品的核心区别是其核心部件钛电极插件为自制，以实现核心部件的进口替代。

2. 公司是否具备相关人员、技术、市场等方面的资源储备及业务基础，募投项目实施是否存在重大不确定性

1）人员储备

水疗按摩池配件生产基地升级项目主要为公司扩产现有产品。公司一直致力于高端水疗按摩浴缸配件技术的研究与开发，拥有经验丰富的技术研发团队，自主研发了螺纹喷嘴和两线照明控制系统等技术，此外还与多个高等院校进行产学研合作，充分利用外部资源推进创新研究。

同时，募投项目中拟自制的钛电极片分多道工序，其中前期工序如钛基体的

喷砂、冲压等均为委外，酸洗和冲洗等排放污染较重的工序也均为委外。中后期溶液配制、涂刷、烧结及检查等工序为劳动密集型，生产所需技术含量低，在人工就位的情况下无生产难度。投产可行性高。

2）市场储备及业务基础

公司已在高端水疗按摩缸配件行业深耕多年，与 Watkins、Bullfrog、Blue Falls 等国际水疗按摩缸制造龙头企业建立了长期稳定的合作关系，其良好的市场口碑及与下游客户稳固的合作关系为本项目新增产能消化提供了保障。

3）技术储备及研发能力

截至最近一期末，公司及子公司共拥有境内外专利权 189 项，其中国内专利 173 项，包含 14 项发明专利，境外专利 16 项，均为发明专利。

水疗按摩池关键部件产业化项目拟生产的钛电极片所配套的水处理氯发生器目前公司已实现批量生产，并拥有 3 项实用新型专利，按摩浴缸裙边产品已于 2021 年完成研发及小试，于 2022 年进行中试。目前市面上浴缸泳池常用的消毒技术主要有加氯消毒、紫外线消毒、臭氧消毒等，而本项目计划生产的次氯酸钠发生器以两片钛电极插件为核心部件，相较传统加氯消毒及紫外线消毒、臭氧消毒等其他消毒方式具有氯释放稳定、副产物少、环保安全、经济实惠等优势，符合行业技术趋势，能更好的满足客户需求。

在氯发生器的核心部件钛电极的研发上，公司 2021 年已完成两项课题研发及验收，分别为：两片电极测试台（用于检测两片电极的加速老化寿命）和多片电极测试台（用于检测多片电极的加速老化寿命），并已成功申请多项专利及软著，其中，公司 2022 年已被授权两片电极测试台相关实用新型专利和软件著作权各 1 项，并有于实审阶段的发明专利 1 项，已被授权多片电极测试台相关实用新型专利 2 项。

同时 2021 年公司与广东省科学院资源利用与稀土开发研究所开展战略合作，计划投资建设 DSA 涂层钛电极材料产业化建设项目，主要生产应用于水处理领域用的高性能涂层钛电极产品。广东省科学院资源利用与稀土开发研究所于 1973 年开始从事钛电极的研究和生产，研究过适用于多种水溶液电解用的涂层配方，研究了析氯涂层、析氧涂层、析氯涂层和析氧混合涂层钛电极，并形成了多元氧化物混合涂层钛电极。目前氯化体系涂层钛电极产业化生产配方、工艺及技术已研发完成，公司与该院已达成书面协议，公司通过向该院支付技术研究开发费用

获取该核心技术及该院对产业化生产线建立的协助。

公司持续的自主创新能力及优秀的产学研合作对象为项目建设提供了技术保障。

公司氯发生器产品取得的相关专利情况如下：

专利名称	专利权人	申请号	申请日	授权公告日	专利类型
一种次氯酸钠发生器	广州腾龙健康实业股份有限公司	202122741856.2	2021.11.10	2022.04.05	实用新型
一种次氯酸钠发生器的无线传电系统	广州腾龙健康实业股份有限公司	202122743839.2	2021.11.10	2022.04.05	实用新型
一种无线供电次氯酸钠发生器	广州腾龙健康实业股份有限公司	202122743832.0	2021.11.10	2022.05.13	实用新型

公司钛电极产品所含核心技术如下：

序号	所含核心技术名称	核心技术内容	核心技术在产品中的应用	技术来源（自主研发/合作研发）	技术先进性	技术所处阶段
1	氯化体系高频倒极涂层钛电极制备及产业化技术	通过叠层结构、元素掺杂等技术手段，研制新型多元氧化物电极，探讨涂层的耐腐蚀机理；研究涂层钛氧化物电极的电化学特性；优化氧化物涂层电极的制备装置；并协助建立产业化生产线。	浴缸、游泳池氯化电解体系中高频倒极涂层钛电极的产业化应用	与广东省科学院合作研发	与同行业比较，技术处于先进水平； 目标使用寿命：公司基本做到了寿命可控，及通过不同的加工方法可以做不同的寿命的产品； 从市场需求出发，目前规定寿命为 120 天。以后随着情况的变化，在酌情增加寿命不同产品。	研发试制评估

公司近年来已完成的钛电极研发课题如下：

序号	项目名称	项目研究成果	有无认定证书、达到何种效果、获得奖项情况	验收年度
1	两片电极测试台（用于检测两片电极的加速老化寿命）	1.装置已投入使用，正常测试来料两片电极的加速老化寿命； 2.装置可以正常运行，智能控制实验水体的温度与余氯浓度，智能测量记录电极的电压电流； 3.装置具体的功能如下： 1)控制板采集温度探头信号，在线检测水体温度，并且编程设置温度，控制循环水泵与加热器的工作状态以将实验水体恒温在 39.5-40℃； 2)控制板采集盐度探头信号，在线监测水体盐度，控制水体盐度为 0.18-0.22%； 3)控制板采集余氯变送器的信号，在线检测水体余氯浓度，并且编程设置余氯浓度范围，控制双氧水投料水泵的工作状态，将实验水体的余氯浓度控制 30ppm 以内； 4)通过控制板的降压电路/通断电路/电压电路采样电路/树莓派电路，电极以恒流 3.9-4.1A、5 分钟/次倒极频率的方式工作，电压达到 25V 后停止工作。在电路工作的同时可实时显示记录 10 组电极的电压电流数据，并每分钟记录存档，以此获得电极的加速老化寿命数据； 5)通过工作水泵将浴缸水均匀供给 10 个电极测试槽然后回流浴缸，每个电极槽出水口水流速为 15-17L/Min。	发明专利：一种电极测试系统。（200210829913.9）已受理，初步审查已通过，进入实审阶段； 软件著作权：电极寿命测试设备控制系统软件 v1.0，2022SR0842856，已授权，授权日 2022-06-24； 实用新型专利：一种电极测试装置（20221079979.2)已授权； 测试系统对产品的寿命品质进行更严格的管控以增强竞争力。	2021

序号	项目名称	项目研究成果	有无认定证书、达到何种效果、获得奖项情况	验收年度
2	多片电极测试台（用于检测多片电极的加速老化寿命）	1.装置已投入使用，正常测试来料多片电极的加速老化寿命，对产品的寿命品质进行更严格的管控以增强竞争力； 2.装置可以正常运行，智能控制实验水体的温度与余氯浓度，智能测量记录电极的电压电流； 3.装置具体的功能如下： 1)通过水循环恒温控制系统，将实验水体恒温在39.5-40℃； 2)控制板采集盐度探头信号，在线监测水体盐度，控制水体盐度为 0.18-0.22%； 3)控制板采集余氯变送器的信号，在线检测水体余氯浓度，并且编程设置余氯浓度范围，控制双氧水投料水泵的工作状态，将实验水体的余氯浓度控制 30ppm 以内； 4)通过控制板的降压电路/通断电路/电压电路采样电路/树莓派电路，电极以恒流 7.8-8.2A、5 分钟/次倒极频率的方式工作，电压达到 16V 后停止工作。在电路工作的同时可实时显示记录 9 组电极的电压电流数据，并每分钟记录存档，以此获得电极的加速老化寿命数据； 5）电极的供电电源的恒流电流可调，范围为 1A-10A。	实用新型专利：一种可同时进行的多个电极寿命测试的装置（202221290155.X），已授权。授权日：2022-10-14； 实用新型专利：一种电解水消毒装置（202221113267.8），已授权，授权日：2022-09-06； 完成多个的同时测试，并自动记录数据。提高了工效，且保证的数据的及时性与准确性，为后续的研发工作提供完备的基础数据。	2021

公司正在研发的钛电极研发课题如下：

序号	项目名称	项目简介	进展情况
1	对两片电极性能的系统性测试分析	测试以下项目，以深入了解钛电极的工作性能； 1.测试研究电极工作电流对电极制氯量的影响； 2.测试研究盐度对电极制氯量的影响； 3.测试研究温度对电极制氯量的影响； 4.测试研究电极有效工作过程中不同时段的制氯量。 5.测试研究倒极时长对电极制氯量的影响。 6.测试水体流速对电极制氯量的影响； 7.测试倒极时长对电极寿命的影响； 8.测试电极涂层损伤程度对电极制氯量的影响； 9.检测电极工作后水体的物质	研发阶段

综上所述，公司人员、技术、市场等方面的资源储备充沛，业务基础牢固，募投项目实施不存在重大不确定性。

（四）结合募投项目的具体用途和配套功能，说明是否存在募集资金变相投入房地产的情形，是否符合相关产业政策和监管政策

1. 募投项目的具体用途和配套功能

本次发行上市募投项目的具体用途和配套功能情况如下表所示：

序号	募投项目名称	具体用途	配套功能
1	水疗按摩池配件生产基地升级项目	扩大公司生产能力，解决产能瓶颈	本项目拟在广东省广州经济技术开发区新建一栋厂房，用于生产车间、食堂、员工活动中心及停车场，并对公司现有注塑车间实施自动化改造，提升塑胶类产品生产效率
2	水疗按摩池关键部件产业化项目	丰富公司按摩浴缸配件产品品类，扩大公司业务规模	本项目拟通过在广州市黄埔区永华路 31 号租赁厂房建设水疗按摩缸关键部件产业化生产车间，预计租赁厂房面积 3,039.00 平方米，用于按摩浴缸泳池水处理组件及按摩浴缸裙边塑胶挤出件的生产
3	智能仓储及信息化建设项目	提升公司智能化仓储管理水平，从而满足公司产品种类繁多和业	本项目拟在广东省广州经济技术开发区新建 2 个立体仓库及国际营销中心办公场地，项目总建筑面积为 17,200.00 平米，以现代化信息技术和自动化为核心，通过完善采购、生产、库存、运输、销售等各环节的信息系统，提高生产经营效率，降低经

序号	募投项目名称	具体用途	配套功能
		务增长所带来的仓储物流管理	营成本；通过建立新型智能立体仓库，优化公司的仓储物流环节，扩大仓储空间，提高存货周转和物流配送速度，实现整个物流仓储过程的实时跟踪、安全监控和管理
4	研发中心升级建设项目	提升产品品质、完善研发体系	本项目拟在广东省广州经济技术开发区对公司现有研发中心实施升级建设，购买研发设备和检测装置，扩充公司研发人员，进一步完善研发实验室，提升公司研发能力；同时本项目计划新建产品体验中心，收集消费数据，了解用户消费偏好，进而为公司产品研发提供数据支撑
5	补充流动资金项目	满足公司发展带来的资金需求、优化资本结构、降低财务风险	拟使用 28,000.00 万元募集资金用于补充流动资金，以期保证生产经营的顺利开展，把握行业发展机遇，提高市场占有率

2. 是否存在募集资金变相投入房地产的情形

根据《中华人民共和国城市房地产管理法》《房地产开发企业资质管理规定》的规定，房地产开发企业是以营利为目的，从事房地产开发和经营的企业，房地产开发企业应当依法申请核定企业资质等级，未取得房地产开发资质等级证书的企业，不得从事房地产开发经营业务。

截至本说明出具日，公司不具有房地产开发资质，也未从事房地产开发经营业务，不属于房地产开发企业。公司的募投项目内容不属于房地产开发，公司拟使用部分募集资金建设厂房主要用于生产活动，建设配套的立体仓库、国际营销中心办公场地、生产车间、食堂、员工活动中心、停车场等建筑物，主要目的是用于生产、仓储、研发、办公、生活等活动，不存在以出售为目的购买或建设房产的情况。公司不存在将募集资金变相投入房地产的情形。

3. 是否符合相关产业政策和监管政策

截至本说明出具日，公司主要产品涉及按摩产品、水处理产品、灯光产品及附件产品，募投项目主要围绕主要产品的产能扩大、品质提升等方面实施，不属于《产业结构调整指导目录（2021 修改）》中记载的“限制类”、“淘汰类”产业。

在遵循国家发展和改革委员会及全国照明电器标准化技术委员会制定的产业政策及行业标准的基础上，公司水处理产品和灯光产品，如氯发生器和按摩浴缸 LED 灯，持续秉持低碳理念，推动绿色化制造业，符合《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》等政策要求；其自主研发的按摩产品拥有多样且可定制化的按摩喷嘴，与家电家具制造业向创新发

展的趋势一致，符合《工业企业技术改造升级投资指南》等政策要求。同时公司的产品及业务符合国家工业和信息化部的国家产业发展战略和总体规划，深入欧美等地区市场，与我国的国内外贸易和国际经济合作发展战略紧密结合，也符合国家出口导向贸易战略目标。

（五）核查程序和核查意见

针对上述事项，我们实施了如下核查程序：

1. 查阅本次募投项目的可行性研究报告、项目总投资汇总表，了解本次募投项目募集资金的使用和项目建设的进度安排，并复核本次募投项目具体投资构成和金额明细的测算依据、测算过程和测算结果，获取本次募投项目相关工程建设、设备购置、研发投入等大额投入的确定依据；

2. 访谈公司管理层，了解设备购置数量、设备单价、建筑面积确定依据及本次募投项目的必要性及设备购置费、软硬件购置费金额的合理性；

3. 查阅公司固定资产明细表、固定资产折旧明细表和减值准备明细表，将公司现有固定资产结构、规模和增长趋势比对募投项目中拟投资固定资产的结构和规模，分析设备购置费的合理性；

4. 计算本次募投建筑工程投资、设备投资等与新增产能的匹配情况，并与公司目前设备和产能作比对，分析本次募投项目设备购置费、软硬件购置费的合理性；

5. 获取公司最近一期末产能、产量、销量、在手订单数据，访谈公司管理层，了解已开发和拟开发客户情况，分析募投项目的必要性及可行性、募投项目产能消化方式；

6. 查阅本次募投项目的项目效益测算依据，了解公司历史销售数据，同时复核测算过程和测算结果；

7. 查阅并了解本次募投项目资产折旧或摊销的计算标准，与公司历史使用标准作比对，复核募投项目建成后资产折旧或摊销金额的测算，分析其对利润的影响，披露公司最近一期末每股收益并做出摊薄即期回报的风险提示；

8. 访谈公司管理层，结合募投项目的可行性研究报告，了解水疗按摩池配件生产基地升级项目、水疗按摩池关键部件产业化项目产品的材料、用途和工艺

流程，分析项目拟生产产品与公司现有产品之间的异同；

9. 查阅公司首次公开发行股票的招股说明书，结合募投项目的可行性研究报告，了解公司目前的研发人员团队及项目相关的专利、核心技术、研发课题和研发技术，分析募投项目实施是否存在不确定性；

10. 查阅了本次发行募投项目相关的可行性研究报告，确认各募投相关的具体用途和配套功能；

11. 查阅了《中华人民共和国城市房地产管理法》《房地产开发企业资质管理规定》等房地产行业监管法规，核查从事房地产开发业务需要取得的资质；

12. 查阅了《产业结构调整指导目录（2021 修改）》《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》《工业企业技术改造升级投资指南》等相关产业政策和监管政策，核查公司募投项目是否符合相关产业政策和监管政策；

13. 访谈了公司董事长、实际控制人，核查募投项目的具体用途和配套功能，是否存在募集资金变相投入房地产的情形，是否符合相关产业政策和监管政策；

14. 查阅公司出具的关于募投项目相关事项的确认函。

经核查，我们认为：

1. 公司本次募投项目投资金额的测算依据、测算过程具有合理性，设备购置费及软硬件购置费与现有固定资产情况相适应，建筑面积、设备购置数量与新增产能相匹配，各项目工程费用中的设备购置费、软硬件购置费具有合理性；

2. 公司目前产能利用率已饱和、在手订单充足，已开发客户源稳定且未来拟逐步开发国内按摩浴缸市场，且就募投项目新增产能制定了切实可行的产能消化保障措施，募投项目的建设具有必要性和可行性；

3. 公司募投效益测算过程使用的数据基于公司历史销售数据，充分考虑可能的成本增长，具有合理性和谨慎性；

4. 公司募投项目达产后新增资产折旧或摊销金额的测算基于公司历史折旧或摊销计算标准，测算结果仅占新增营业收入的 5.87%，对公司的利润影响较小；但由于募投项目无法在发行当年产生效益，预计发行完成后当年基本每股收益或稀释每股收益低于上年度，存在一定摊薄即期回报的风险；

5. 水疗按摩池配件生产基地升级项目产品为公司现有产品的扩产；水疗按摩池关键部件产业化项目新增全新产品按摩浴缸裙边塑胶挤出件，用于提升按摩浴缸整体外观效果的同时提高浴缸的保温性能，按摩浴缸泳池水处理组件产品为公司现有量产产品氯发生器的扩产，且其核心组件钛电极片将转为自制；

6. 公司具有相关人员、技术、市场等方面的资源储备及业务基础，募投项目不存在重大不确定性；

7. 公司不存在将募集资金变相投入房地产的情形，募投项目符合相关产业政策和监管政策。

十四、关于财务规范性

申报材料显示，发行人存在第三方回款、关联方代收货款和代收关联方货款、个人卡收支等财务内控不规范情形。

请发行人：（1）说明第三方回款涉及的主要客户及商业合理性，是否存在虚构交易或调节账龄情形；第三方回款比例与同行业可比公司的差异情况及原因；第三方回款方式是否在合同中明确约定，是否取得第三方签订的代付款协议或付款确认函，报告期内是否存在因第三方回款导致的货款纠纷。（2）说明个人卡收支的具体情况、相关资金流入流出金额、用途、交易对手方，整改前与整改后的会计处理方式；相关收入和支出的识别依据及相关金额是否真实、准确、完整，结合具体整改措施说明相关内控是否健全有效。（3）说明报告期内是否存在其他财务内控不规范情形，如是，请补充披露具体情况、整改措施、是否存在被处罚情形或风险。

请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见，说明对发行人财务内控不规范情形是否采取了针对性核查措施，是否予以了重点关注，并说明核查方法、核查程序、核查比例、取得的核查证据及核查结论。（审核问询函问题19）

（一）说明第三方回款涉及的主要客户及商业合理性，是否存在虚构交易或调节账龄情形；第三方回款比例与同行业可比公司的差异情况及原因；第三方回款方式是否在合同中明确约定，是否取得第三方签订的代付款协议或付款确认函，报告期内是否存在因第三方回款导致的货款纠纷

1. 报告期内，涉及第三方回款的主要客户情况如下：

单位：万元

客户名称	第三方回款方	2022 年度	2021 年度	2020 年度	第三方回款原因
Watkins Manufacturing Corporation	Masco Corp	13,222.95	8,975.78	726.66	集团内指定公司付款
	Prime Revenue	4,830.72			第三方支付平台
VISKAN SPA SVERIGE AB	MISS LIN NINGHUA	147.66	307.42	165.84	货运代理
Crystal Clear Spa & Leisure Products Inc.	KELOWNA ARCTIC SPAS INC.	51.80			同一控制人控制的公司支付
	Beach Leisure Marketing Inc.			16.02	
Méta Hungary Kft	AKCENTA CZ A.S.	50.28	40.98	43.79	第三方支付平台
其他客户		12.00	43.63	20.35	主要为客户的董事、客户实控人朋友以及实控人控制下的关联公司付款
第三方回款总额		18,315.41	9,367.81	972.66	
第三方回款总额占营业收入比例		41.53%	24.02%	4.03%	
第三方回款金额（剔除集团内指定公司付款及第三方支付平台）占营业收入比例		0.45%	0.85%	0.81%	

公司第三方回款主要系 Watkins 采用集团内指定公司付款及第三方支付平台支付货款。Watkins 存在第三方支付平台支付货款的原因，系其集团母公司 MASCO 为统一管理供应商货款管理，于 2022 年度引进了第三方供应链融资平台 PRIME REVENUE 付款。此付款方式下，由 MASCO 上传腾龙健康的发票等相关信息到 Prime Revenue 平台，Prime Revenue 提前支付货款给公司，并以扣款的形式向腾龙健康收取服务费用。

除上述情况外，公司存在第三方回款的原因主要系：(1)部分客户委托货运代理代付货款，并签订代付款委托书；(2)部分客户规模较小，出于交易习惯、结算便利、减少结汇费用等方面考虑，由合作服务的第三方支付平台代为付款。剔除集团内指定公司付款及第三方支付平台外，公司 2020-2022 年度第三方回款金额为 195.58 万元、329.69 万元、199.46 万元，比例分别为 0.81%、0.85%、0.45%，占比较低。

综上，公司剔除集团内指定公司付款及第三方支付平台情形后，各期第三方回款的金额占营业收入的比例均在 1.00%以内，占比较小，且原因具有商业合理性，其不存在虚构交易或调节账龄情形。

2. 公司第三方回款比例高于同行业可比公司，具有商业合理性

报告期内，公司第三方回款比例与同行业可比公司对比如下：

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
Fluidra	未披露	未披露	未披露
Hayward	未披露	未披露	未披露
望圆科技	0.58%	0.76%	7.36%
渡远户外	9.18%	10.91%	11.84%
凌霄泵业	未披露	未披露	未披露
斯普智能	未披露	未披露	未披露
腾龙健康	41.53%	24.02%	4.03%

公司第三方回款比例高于同行业可比公司，主要系第一大客户 Watkins 存在集团关联公司付款，以及供应链融资平台付款情况，此类型的第三方回款金额较大，占比较高。

剔除集团内指定公司付款及第三方支付平台后，公司第三方回款的比例仅为 0.45%、0.85%、0.81%，与可比公司望圆科技剔除后比例较接近。可比公司渡远户外剔除后比例高，系其经销商和贸易商模式销售第三方回款较高。具体数据如下：

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
望圆科技(剔)	0.18%	0.28%	0.36%
渡远户外(剔)	2.35%	4.55%	4.45%
腾龙健康(剔)	0.45%	0.85%	0.81%

3. 报告期内第三方回款方式大部分未在销售合同或订单中有明确约定，公司已取得客户与第三方签订的代付款协议或付款确认函。报告期内公司未发生因第三方回款导致的货款纠纷。具体情况如下：

客户名称	第三方付款方	是否在合同中明确约定	是否取得第三方代付款协议或付款确认函	报告期是否存在因第三方回款导致的货款纠纷
Watkins Manufacturing Corporation	Masco Corp	否	是	否
	Prime Revenue	是	否	否
VISKAN SPA SVERIGE AB	MISS LIN NINGHUA	否	是	否
Crystal Clear Spa & Leisure Products Inc.	KELOWNA ARCTIC SPAS INC.	否	是	否
	Beach Leisure Marketing Inc.	否	是	否

客户名称	第三方付款方	是否在合同中明确约定	是否取得第三方代付款协议或付款确认函	报告期是否存在因第三方回款导致的货款纠纷
Méta Hungary Kft	AKCENTA CZ A.S.	否	是	否

（二）说明个人卡收支的具体情况、相关资金流入流出金额、用途、交易对手方，整改前与整改后的会计处理方式；相关收入和支出的识别依据及相关金额是否真实、准确、完整，结合具体整改措施说明相关内控是否健全有效

1. 个人卡收支的具体情况、相关资金流入流出金额、用途、交易对手方

报告期内，公司曾存在通过 1 张个人卡代收付少量款项的情况，该张个人卡为刘佩妮华夏银行个人卡（尾号 3640）。公司已于 2021 年完成上述行为的清理并注销了个人卡，清理后未再通过个人卡代付款项。

报告期内，刘佩妮个人卡全部资金收入项目汇总分类情况如下：

单位：万元

类别	具体款项用途	2022 年度	2021 年度	2020 年度	交易对手方
公司相关收入	废料废旧设备处置收入		18.95	71.52	公司客户、员工、存现
	公司零星杂项收入		26.34	14.52	公司员工、存现、废品公司、拼柜公司等
	收到公司转账后转支出的费用		5.94	22.84	公司、公司员工持股平台 GP、公司出纳等
	供应商返还货款			15.38	供应商监事/员工
	小　计		51.23	124.26	
关联公司相关收入	关联公司往来款		20.00	0.38	关联公司
	关联公司零星杂项收入（费用退款、代收押金等）			11.38	关联公司、关联公司离职员工、存现
	小　计		20.00	11.76	
实控人个人相关收入	实控人个人因私借贷			5.00	实控人亲属、朋友
	实控人个人其他杂项收入（物业管理费退款、消费退款等）			4.07	实控人亲属、朋友、商家
	小　计			9.07	
其他	付款失败退回		0.14		
	结息		0.01	0.07	
	小　计		0.15	0.07	
合　计			71.38	145.16	

报告期内，刘佩妮个人卡全部资金流出项目汇总分类情况如下：

单位：万元

类别	具体款项用途	2022 年度	2021 年度	2020 年度	交易对手方
公司相关支出	公司费用支出（福利费、业务招待费、差旅费等）		55.41	49.57	公司员工、商家、取现

类别	具体款项用途	2022年度	2021年度	2020年度	交易对手方
	其他零星支出			0.79	公司出纳、取现
	小　计		55.41	50.36	
关联公司相关支出	关联公司往来款		5.50	116.97	实控人配偶、关联公司、关联公司员工等
	关联公司工资及奖金		16.00		关联公司员工
	关联公司其他零星开支(向员工提供借款、捐赠、费用报销等)		2.70	9.93	关联公司员工、湖南师范大学校友联络人
	小　计		24.20	126.90	
实控人相关支出	实控人个人往来、支出			20.00	实控人
	实控人个人及其亲属消费			7.64	实控人配偶、实控人亲属、公司出纳
	实控人个人借款给亲属			5.00	公司出纳
	小　计			32.64	
其他	取现（未使用）		7.41		
	付款失败退回		0.14		
	小　计		7.55		
合　计			87.16	209.90	

2. 个人卡纳入会计核算、整改前与整改后的会计处理方式

公司已按报告期内个人卡收支对应的业务实质对相关成本费用等科目进行相应会计处理。

由于报告期前公司出纳已负责刘佩妮个人卡的日常管理及流水账记录，所以整改前个人卡与公司相关的部分往来款项已纳入会计核算。

报告期上述与公司支出相关的个人卡收入、费用已全部调整纳入账内核算。其中货款收入根据业务实质计入主营业务收入、废品废料处理收入计入其他业务收入，职工薪酬按照员工费用属性分别计入销售费用、制造费用、管理费用，供应商返还款项调整为其他应收款等。调整后，相关会计科目列示真实、准确、完整。

3. 相关收入和支出的识别依据及相关金额是否真实、准确、完整，结合具体整改措施说明相关内控是否健全有效

我们已取得公司出纳及关联公司出纳记录的个人卡流水账以及保存的相关收入支出原始凭证、部分交易对手方声明等作为底稿及交易性质认定的依据，逐一判断相关往来的款项性质，确认与公司相关且未纳入公司财务核算的收付款项均已调整入账，不涉及账务调整的，均为与公司无关的收付款项或公司已纳入账

务核算的往来款项。相关收入和支出的识别依据及相关金额真实、准确、完整。

公司针对报告期内使用个人卡收付款的内部控制不规范情形采取了以下整改措施：

(1) 相关个人卡已停止使用并已完成注销；

(2) 针对个人卡中与公司相关且未纳入公司财务核算的收付款项，公司已根据其交易实质调整入账，按照会计核算要求于公司财务报表中反映；涉及税收部分已补缴了税金及滞纳金；控股股东已于 2021 年 11 月将资金占用款归还完毕；

(3) 公司已经依照相关法律法规，建立健全公司法人治理机构，进一步完善资金管理制度，杜绝使用个人卡进行收付款的情况再次发生。

经核查，公司已停止并注销了个人卡，收回了控股股东占用的款项，并建立了相应的资金管理制度，2021 年以来未再发现控股股东占用公司资金的情况，整改后公司的内控健全有效。

(三) 报告期内不存在其他财务内控不规范情形

报告期内，除上述公司使用个人卡收支款项及控股股东/实际控制人通过个人卡占用发行人资金事项外，尚存在公司为前控股股东润博国际垫付税款 78.72 万元事项（垫付款项已于 2020 年清偿）。

报告期内，除上述事项外，公司不存在其他重大财务内控不规范的情形。

(四) 核查程序及核查意见

1. 核查程序

我们对公司财务内控不规范情形采取了针对性核查措施，并予以重点关注，主要核查方法、核查程序、核查比例、取得的核查证据如下：

(1) 第三方回款事项

我们核查了报告期内第三方回款事项情况，核查比例为 100%，主要核查方法、核查程序、取得的核查证据如下：

1) 查阅公司第三方回款相关的内部控制文件，并进行穿行测试；

2) 获取报告期内公司第三方回款统计明细表，查阅第三方回款相对应销售业务的销售订单、出库单、物流运输单据、签收单、发票等，并进行函证、走访核实交易的真实性；

3）查阅公司客户签署的《委托付款协议书》，获取客户对报告期内委托付款情况的确认；

4）访谈公司业务人员及财务负责人，了解存在第三方回款的原因、必要性和商业合理性；

5）获取公司实际控制人及董监高的关联方调查表，核查公司实际控制人、董监高及其关联方与第三方回款方之间是否存在关联关系。

(2) 个人卡收支事项

我们核查了报告期内个人卡收支情况，核查比例为 100%，主要核查方法、核查程序、取得的核查证据如下：

1）获取并核查公司实际控制人银行账户及其控制使用的他人账户的资金流水，访谈公司实际控制人及账户相关管理人，了解各账户的开立背景、主要用途、内部管理及控制情况；

2）对交易对手身份、资金流水背景等访谈公司实际控制人及账户管理人，核查相关账户资金来源与去向、收付公司经营款项的情况；

3）获取公司个人卡收付款登记台账，结合收入及费用真实性核查，复核实际控制人控制账户收付公司经营款项金额的准确性和完整性；

4）核查公司实际控制人及董事、监事、高级管理人员相关资金流水，就前述账户中大额资金流水的交易对手身份、资金流水背景等对相关人员进行访谈，并与主要客户、供应商的实际控制人名单进行比对。

(3) 其他财务不规范行为

我们对公司报告期内是否存在其他财务不规范行为的情形进行了核查：

1）访谈公司财务负责人，了解公司是否存在除第三方回款、关联方代收货款和代收关联方货款、个人卡收支等其他财务内控不规范的情形；

2）查阅报告期内公司实际控制人及董事（除独立董事外）、监事、高级管理人员、业务负责人、主要财务人员的 5 万元以上个人银行流水明细，核查公司是否存在其他利用个人账户对外收付款项；

3）获取公司银行账户清单，查阅其报告期内的银行对账单以及其他应收应付明细账，核查公司是否通过关联方或第三方代收货款，是否出借公司账户为他

人收付款项等；

4）对公司相关银行账户资金流水进行核查，核查与业务不相关的大额资金流动原因，以确定公司是否存在违反内部资金管理规定对外支付大额款项、大额现金借支和还款、挪用资金等重大不规范情形等。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 公司第三方回款的情况原因合理，具有必要性、商业合理性；公司及实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排；第三方回款对应交易真实，不存在虚构交易情况；公司对第三方回款执行内部审批制度，取得三方共同签署的《委托付款书》,不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷，内部控制措施控制得当；

(2) 报告期内公司曾经存在使用个人账户对外收付款项的财务内控不规范情形，经有效整改后，公司会计基础工作规范，内部控制制度健全且运行有效；不存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形；

(3) 2019 年公司存在为前控股股东润博国际垫付 78.72 万元税款事项，该垫付款项已于 2020 年清偿。除上述事项外，公司报告期内不存在其他影响财务报表的重大内控不规范情形。

十五、关于资金流水

请保荐人、申报会计师按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的相关要求，结合报告期内分红等情况，对发行人、控股股东、实际控制人、主要关联方、董监高等关键主体的资金流水进行核查，并提交专项说明。（审核问询函问题 20）

根据《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-15 的要求，我们已对公司、控股股东、实际控制人、主要关联方、董监高等关键主体的资金流水进行核查。经核查，我们认为，公司、控股股东、实际控制人、主要关联方、董监高等关键主体银行账户资金流水符合中国证监会《监管规则适用指引——发行类第 5 号》中资金流水核查的要求，公司内部控制健全有效、不存在体外资金循环形成销售

回款、承担成本费用或其他重大异常的情形。

具体的核查范围、重要性水平、核查程序及核查结论详见《关于广州腾龙健康实业股份有限公司资金流水的专项核查报告》。

专此说明，请予察核。

天健会计师事务所（特殊普通合伙）　　中国注册会计师：

中国·杭州　　中国注册会计师：

二〇二三年五月三十日

会计师事务所

执业证书

名　　称：天健会计师事务所（特殊普通合伙）

首席合伙人：胡少先

主任会计师：

经营场所：浙江省杭州市西湖区灵隐街道西溪路128号

组织形式：特殊普通合伙

执业证书编号：33000001

批准执业文号：浙财会〔2011〕25号

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

证书序号：0015310

说　明

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

2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。

3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。

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

发证机关：浙江省财政厅

2023 年 3 月 14 日

中华人民共和国财政部制

仅为关于广州腾龙健康实业股份有限公司 IPO 申报之目的而提供文件的复印件（原件与复印件一致），仅用于说明天健会计师事务所（特殊普通合伙）具有执业资质未经本所书面同意，此文件不得用作任何其他用途，亦不得向第三方传送或披露。

统一社会信用代码

91330000579342121 3 (1/3)

营业执照

（副 本）

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

名　　称　天健会计师事务所（特殊普通合伙）

类　　型　特殊普通合伙企业

执行事务合伙人　胡少先

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

出　资　额　壹亿捌仟壹佰伍拾伍万元整

成立日期　2011 年 07 月 18 日

主要经营场所　浙江省杭州市西湖区灵隐街道西溪路 128 号

登记机关

2023 年 02 月 28 日

仅为关于广州腾龙健康实业股份有限公司 IPO 申报之目的而提供文件的复印件，仅用于说明天健会计师事务所（特殊普通合伙）合法经营，未经本所书面同意，此文件不得用作任何其他用途，亦不得向第三方传送或披露。

国家企业信用信息公示系统网址：http://www.gsxt.gov.cn

市场主体应当于每年 1 月 1 日至 6 月 30 日通过国家信用公示系统报送公示年度报告。

国家市场监督管理总局监制



仅为关于广州腾龙健康实业股份有限公司 IPO 申报之目的而提供文件的复印件（原件与复印件一致），仅用于说明李立影是中国注册会计师，未经本人书面同意，此文件不得用作任何其他用途，亦不得向第三方传送或披露。





仅为关于广州腾龙健康实业股份有限公司 IPO 申报之目的而提供文件的复印件，仅用于说明刘冬群是中国注册会计师，未经本人书面同意，此文件不得用作任何其他用途，亦不得向第三方传送或披露。

