

SANFER 帅丰®

浙江帅丰电器股份有限公司

ZHEJIANG SANFER ELECTRIC CO., LTD.

(住所：浙江省绍兴市嵊州市经济开发区城东区)

首次公开发行股票

招股意向书

保荐人（主承销商）



国信证券股份有限公司
GUOSEN SECURITIES CO., LTD.

(住所：深圳市红岭中路 1012 号国信证券大厦 16~26 层)

发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	3,520.00 万股，公开发行的股份合计占发行后公司总股本的比例不低于 25.00%。
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	人民币【】元
预计发行日期	2020 年 9 月 24 日
拟上市证券交易所	上海证券交易所
发行后的总股本	14,080.00 万股
本次发行前股东所持股份的流通限制及股东对所持股份自愿锁定的承诺	<p>1、公司实际控制人商若云、邵贤庆、邵于佶，及公司股东帅丰投资、丰福投资承诺：自公司首次公开发行的股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其所直接或间接持有的公司本次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该等股份。</p> <p>2、持有公司股份的董事、监事和高级管理人员丁寒忠、李波、朱益峰承诺：自公司首次公开发行的股票在证券交易所上市交易之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其间接持有的公司本次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该等股份。</p> <p>3、持有公司股份的董事、监事和高级管理人员商若云、邵于佶、邵贤庆、丁寒忠、李波、朱益峰承诺：在其任职期间每年转让的股份不超过其直接或间接持有公司股份总数的百分之二十五；离职后半年内，不转让其所直接或间接持有的公司股份。</p> <p>4、除商若云、邵贤庆、邵于佶、帅丰投资、丰福投资以外，其他股东承诺：自首次公开发行的股票在证券交易所上市交易之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其所直接或间接持有的公司本次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该等股份。</p>
保荐人（主承销商）	国信证券股份有限公司
签署日期	2020 年 9 月 15 日

发行人声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股意向书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股意向书及其摘要中财务会计资料真实、完整。

保荐人承诺因其为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。

中国证监会、其他政府部门对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

投资者若对本招股意向书及其摘要存在任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、会计师或其他专业顾问。

重大事项提示

本公司特别提醒投资者认真阅读本招股意向书全文，并特别注意下列重大事项提示：

一、本次发行方案

2018年7月26日，公司2018年第三次临时股东大会审议通过了《关于公司申请首次公开发行股票并上市的议案》。根据该议案，本次公开发行新股数量由募集资金投资项目所需的资金总额、公司承担的发行费用和最终确定的每股发行价格等共同决定；本次公开发行股票总数量3,520万股，且发行股票数量占公司发行后总股本的比例不低于25%；本次发行不涉及老股东公开发售其所持有的公司股份。

二、股东所持股份的限售安排、自愿锁定的承诺

（一）控股股东承诺

公司控股股东帅丰投资承诺：

“（1）自公司股票上市之日起36个月内，不转让或者委托他人管理本公司直接和间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行股份，也不由发行人回购该部分股份。

“（2）发行人上市后6个月内如股票价格连续20个交易日的收盘价均低于发行价（如因派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股等原因除权、除息的，则须按照上海证券交易所的有关规定进行调整，下同），或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，本公司所持发行人股票的锁定期限自动延长6个月。

“（3）锁定期届满后，本公司拟减持帅丰电器股份的，应按照相关法律、法规、规章、规范性文件及上海证券交易所的相关规定进行减持，且不违背本公司已作出的承诺，减持方式包括二级市场集中竞价交易、大宗交易或其他上海证券交易所认可的合法方式。锁定期届满后两年内，本公司拟减持帅丰电器股份的，

减持价格根据届时的二级市场价格确定，且不低于发行价，并应符合相关法律、法规、规范性文件及上海证券交易所的相关规定。”

（二）实际控制人承诺

公司实际控制人商若云、邵贤庆、邵于佑承诺：

“（1）自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接和间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行股份，也不由发行人回购该部分股份。

“（2）发行人上市后 6 个月内如股票价格连续 20 个交易日的收盘价（如因派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股等原因除权、除息的，则须按照上海证券交易所的有关规定进行调整）均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人所持发行人股票的锁定期自动延长 6 个月。

“（3）除遵守前述关于股份锁定的承诺外，本人在任职期间内（于本承诺中的所有股份锁定期结束后）每年转让的发行人股份数量将不超过本人通过直接或间接方式持有发行人股份总数的 25%。如本人出于任何原因离职，则在离职后半年内，将不转让或者委托他人管理本人通过直接或间接方式持有的发行人的股份。

“（4）锁定期届满后，本人拟减持帅丰电器股份的，应按照相关法律、法规、规章、规范性文件及上海证券交易所的相关规定进行减持，且不违背本人已作出的承诺，减持方式包括二级市场集中竞价交易、大宗交易或其他上海证券交易所认可的合法方式。锁定期届满后两年内，本人拟减持帅丰电器股份的，减持价格根据届时的二级市场价格确定，且不低于发行价，并应符合相关法律、法规、规范性文件及上海证券交易所的相关规定。”

（三）发行前持股 5%以上其他股东承诺

公司发行前持股 5% 以上其他股东丰福投资承诺：

“（1）自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本企业直接和间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行股份，也不由发行人回购该

部分股份。

“（2）发行人上市后六个月内如股票价格连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价（如因派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股等原因除权、除息的，则须按照上海证券交易所的有关规定进行调整，下同），或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本企业所持发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。

“（3）锁定期届满后，本企业拟减持帅丰电器股份的，应按照相关法律、法规、规章、规范性文件及上海证券交易所的相关规定进行减持，且不违背本企业已作出的承诺，减持方式包括二级市场集中竞价交易、大宗交易或其他上海证券交易所认可的合法方式。”

（四）发行人其他股东承诺

发行人其他股东居然之家、宫明杰、黄怡、南山投资、维新力特、马国英、刘涛成承诺：

“（1）自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本公司/本人直接和间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行股份，也不由发行人回购该部分股份。

“（2）锁定期届满后，本公司/本人拟减持帅丰电器股份的，应按照相关法律、法规、规章、规范性文件及上海证券交易所的相关规定进行减持，且不违背本公司/本人已作出的承诺，减持方式包括二级市场集中竞价交易、大宗交易或其他上海证券交易所认可的合法方式。”

（五）持有发行人股份的其他董事、高级管理人员承诺

通过丰福投资间接持有公司股份的其他董事、高级管理人员丁寒忠承诺：

“（1）自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接和间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行股份，也不由发行人回购该部分股份。

“（2）发行人上市后 6 个月内如股票价格连续 20 个交易日的收盘价（如因派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股等原因除权、除息的，则须按照上

海证券交易所的有关规定进行调整)均低于发行价,或者上市后6个月期末收盘价低于发行价,本人所持发行人股票的锁定期限自动延长6个月。

“(3)本人通过丰福投资间接持有帅丰电器的股份,自帅丰电器上市之日起的1年内,不得转让本人所持有的丰福投资的出资额;本人在帅丰电器任职期间内每年转让的丰福投资的出资额不得超过本人所持有的丰福投资出资额总数的25%;本人在帅丰电器离职后半年内,不得转让本人所持有的丰福投资的出资额;本人基于帅丰电器董事、监事或高级管理人员身份,而需遵守其他与锁定期或转让限制有关的相关法律、法规之规定。”

(六) 持有发行人股份的监事承诺

通过丰福投资间接持有公司股份的监事李波、朱益峰承诺:

“(1)自公司股票上市之日起12个月内,不转让或者委托他人管理本人直接和间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行股份,也不由发行人回购该部分股份。

“(2)本人通过丰福投资间接持有帅丰电器的股份,自帅丰电器上市之日起的1年内,不得转让本人所持有的丰福投资的出资额;本人在帅丰电器任职期间内每年转让的丰福投资的出资额不得超过本人所持有的丰福投资出资额总数的25%;本人在帅丰电器离职后半年内,不得转让本人所持有的丰福投资的出资额;本人基于帅丰电器董事、监事或高级管理人员身份,而需遵守其他与锁定期或转让限制有关的相关法律、法规之规定。”

三、持有公司5%以上股份股东的持股意向和减持意向

(一) 公司控股股东、实际控制人关于持股意向和减持意向承诺

公司控股股东帅丰投资和实际控制人商若云、邵贤庆、邵于佶关于持股意向和减持意向承诺如下:

“(1)本公司/本人持续看好帅丰电器业务前景,全力支持帅丰电器发展,拟长期持有帅丰电器股票。

“（2）如在锁定期满后两年内，拟减持股票，减持价格不低于发行价。在锁定期满后两年内，在符合《减持规定》及届时有效的相关减持规定的前提下，本公司/本人每年减持公司股份数量合计不超过上一年度最后一个交易日登记在本公司/本人名下的股份数量的 25%，且减持不影响本公司/本人对帅丰电器的控制权。若在减持发行人股票前，发行人已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则减持价格应不低于发行人首次公开发行股票的发价价格经相应调整后的价格。”

“（3）除前述承诺外，本公司/本人承诺相关减持行为将严格遵守《减持规定》及届时有效的相关减持规定办理。”

（二）公司其他持股 5%以上股份股东关于持股意向和减持意向承诺

公司股东丰福投资的持股意向和减持意向承诺：

“（1）本企业持续看好帅丰电器业务前景，全力支持帅丰电器发展，拟长期持有帅丰电器股票。”

“（2）如在锁定期满后两年内，拟减持股票，减持价格不低于发行价。在锁定期满后两年内，在符合《减持规定》的前提下，本企业将按照届时市场情况进行减持，且该等减持行为将按照届时有效的减持规定进行。”

“（3）除前述承诺外，本企业承诺相关减持行为将严格遵守《减持规定》及届时有效的相关减持规定办理。”

四、关于稳定股价的预案

为保护投资者利益，进一步明确稳定帅丰电器上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定公司股价的措施，按照中国证监会《关于进一步推进新股发行体制改革的意见》的相关要求，公司特制定《浙江帅丰电器股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价的预案》（以下简称“稳定股价预案”或“本预案”）：

（一）稳定股价预案的有效期及触发条件

公司上市后三年内,如公司股票连续 20 个交易日除权后的加权平均价格(按当日交易数量加权平均,不包括大宗交易)低于公司上一财务年度经审计的除权后每股净资产值(以下简称“启动条件”),则公司应按下述规则启动稳定股价措施。

(二) 稳定股价预案的具体措施

1、公司回购

(1) 公司为稳定股价之目的回购股份,应符合《上市公司回购社会公众股份管理办法(试行)》及《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》等相关法律、法规的规定,且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

(2) 公司董事会对回购股份作出决议,公司董事承诺就该等回购事宜在董事会中投赞成票。

(3) 公司股东大会对回购股份作出决议,须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过,公司控股股东承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成票。

(4) 公司为稳定股价进行股份回购的,除应符合相关法律法规之要求之外,还应符合下列各项:

①公司回购股份的价格不高于上一会计年度经审计的每股净资产;

②公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行股票所募集资金的净额;

③公司单次用于回购股份的资金不得低于人民币 500 万元;

④公司单次回购股份不超过公司总股本的 2%。

(5) 公司董事会公告回购股份预案后,公司股票若连续 5 个交易日除权后的加权平均价格(按当日交易数量加权平均,不包括大宗交易)超过公司上一财务年度经审计的除权后每股净资产值,公司董事会应作出决议终止回购股份事宜,且在未来 3 个月内不再启动股份回购事宜。

2、实际控制人、控股股东增持

(1) 下列任一条件发生时，公司实际控制人、控股股东应在符合《上市公司收购管理办法》、《上海证券交易所上市公司控股股东、实际控制人行为指引》及《上市公司股东及其一致行动人增持股份行为指引》等法律法规及规范性文件的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持：

①公司回购股份方案实施期限届满之日后的连续 10 个交易日除权后的公司股份加权平均价格（按当日交易数量加权平均，不包括大宗交易）低于公司上一财务年度经审计的除权后每股净资产值；

②公司回购股份方案实施完毕之日起的 3 个月内启动条件再次被触发。

(2) 公司实际控制人、控股股东为稳定公司股价之目的进行股份增持的，除应符合相关法律法规之要求之外，还应符合下列各项条件：

①增持股份的价格不高于公司上一会计年度经审计的每股净资产；

②单次增持总金额不应少于人民币 500 万元；

③单次增持公司股份数量不超过公司总股本的 2%。

3、董事、高级管理人员增持

(1) 下列任一条件发生时，在公司领取薪酬的公司董事（不包括独立董事）、高级管理人员应在符合《上市公司收购管理办法》及《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律法规的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持：

①控股股东增持股份方案实施期限届满之日后的连续 10 个交易日除权后的公司股份加权平均价格（按当日交易数量加权平均，不包括大宗交易）低于公司上一会计年度经审计的除权后每股净资产值；

②控股股东增持股份方案实施完毕之日起的 3 个月内启动条件再次被触发。

(2) 公司董事、高级管理人员为稳定公司股价之目的进行股份增持的，除应符合相关法律法规之要求之外，还应符合下列各项条件：

①增持股份的价格不高于公司上一会计年度经审计的每股净资产；

②单次用于增持公司股份的货币资金不少于该等董事、高级管理人员上年度在公司领取薪酬总和的 30%，但不超过该等董事、高级管理人员上年度的在公司领取薪酬总和；

③公司全体董事、高级管理人员对该等增持义务的履行承担连带责任。

(3) 在公司董事、高级管理人员增持完成后，如果公司股票价格再次出现连续 20 个交易日除权后的加权平均价格（按当日交易数量加权平均，不包括大宗交易）低于公司上一财务年度经审计的除权后每股净资产值，则公司应依照本预案的规定，依次开展公司回购、控股股东增持及董事、高级管理人员增持工作。

(4) 本公司如有新聘任董事、高级管理人员，本公司将要求其接受公司稳定股价预案和相关措施的约束。

(三) 稳定股价措施的启动程序

1、公司回购

(1) 公司董事会应在上述公司回购启动条件触发之日起的 15 个工作日内作出回购股份的决议。

(2) 公司董事会应当在作出回购股份决议后的 2 个工作日内公告董事会决议、回购股份预案，并发布召开股东大会的通知。

(3) 公司回购应在公司股东大会决议作出之日起次日开始启动回购，并应在履行相关法定手续后的 30 日内实施完毕。

(4) 公司回购方案实施完毕后，应在 2 个工作日内公告公司股份变动报告，并在 10 日内依法注销所回购的股份，办理工商变更登记手续。

2、公司控股股东及董事、高级管理人员增持公司股票

(1) 公司董事会应在上述控股股东及董事、高级管理人员增持启动条件触发之日起 2 个工作日内作出增持公告。

(2) 控股股东及董事、高级管理人员应在增持公告作出之日起次日开始启

动增持，并应在履行相关法定手续后的 30 日内实施完毕。

（四）稳定股价的具体承诺

1、控股股东承诺

公司控股股东帅丰投资承诺：

“自帅丰电器上市后三年内，若公司股票连续 20 个交易日除权后的加权平均价格（按当日交易数量加权平均，不包括大宗交易）低于公司上一财务年度经审计的除权后每股净资产值，本公司将按照《浙江帅丰电器股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价的预案》增持帅丰电器股票；在启动条件首次被触发后，本公司的股份锁定期自动延长 6 个月。”

2、实际控制人、持有公司股份的董事和高级管理人员承诺

公司实际控制人、持有公司股份的董事和高级管理人员商若云、邵贤庆、邵于信、丁寒忠承诺：

“自帅丰电器上市后三年内，若公司股票连续 20 个交易日除权后的加权平均价格（按当日交易数量加权平均，不包括大宗交易）低于公司上一财务年度经审计的除权后每股净资产值，本人将按照《浙江帅丰电器股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价的预案》增持帅丰电器股票；本人将根据帅丰电器股东大会批准的《浙江帅丰电器股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价的预案》中的相关规定，在帅丰电器就回购股票事宜召开的董事会上对回购股票的相关决议投赞成票；在启动条件首次被触发后，本人的股份锁定期自动延长 6 个月。”

五、关于首次公开发行股票并上市招股意向书真实性之承诺

（一）发行人承诺

帅丰电器关于首次公开发行股票并上市招股意向书真实性的承诺：

“（1）如招股意向书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在买卖本公司股票的证券交易中遭受损失的，本公司将在该等违法事实被中国

证监会或其他有权机关认定后 30 个工作日内赔偿投资者损失。

“（2）若中国证监会或其他有权部门认定招股意向书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，且该情形对判断本公司是否符合法律、法规、规范性文件规定的首次公开发行股票并上市的发行条件构成重大、实质影响的，则本公司承诺将按如下方式依法回购本公司首次公开发行的全部新股，具体措施为：

“①在法律允许的情形下，若上述情形发生于本公司首次公开发行的新股已完成发行但未上市交易之阶段内，自中国证监会或其他有权机关认定本公司存在上述情形之日起 30 个工作日内，本公司将按照发行价并加算银行同期存款利息向网上中签投资者及网下配售投资者回购本公司首次公开发行的全部新股；

“②在法律允许的情形下，若上述情形发生于本公司首次公开发行的新股已完成上市交易之后，自中国证监会或其他有权机关认定本公司存在上述情形之日起 15 个工作日内制订股份回购方案并提交董事会、股东大会审议批准。回购价格将以发行价为基础并参考相关市场因素确定。若公司股票有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项的，回购的股份包括首次公开发行的全部新股及其派生股份，回购价格将相应进行除权、除息调整。

“若招股意向书所载内容存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，则本公司将依法赔偿投资者损失。”

（二）实际控制人承诺

公司实际控制人商若云、邵贤庆、邵于佶关于首次公开发行股票并上市招股意向书真实性的承诺：

“（1）招股意向书所载内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，且对招股意向书所载内容之真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

“（2）若中国证监会或其他有权部门认定招股意向书所载内容存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，且该等情形对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大且实质影响的，则本人承诺将极力促使发行人依法回购其首次公开发行的全部新股。回购价格将以发行价为基础并参考相关市场因素确定。若公司股票有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项的，回购的股份

包括首次公开发行的全部新股及其派生股份，回购价格将相应进行除权、除息调整。

“（3）若招股意向书所载内容存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，则本人将依法赔偿投资者损失。”

（三）公司其他董事、监事、高级管理人员承诺

公司其他董事、监事、高级管理人员丁寒忠、李波、朱益峰、徐锦关于首次公开发行股票并上市招股意向书真实性的承诺：

“（1）招股意向书所载内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，且对招股意向书所载内容之真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

“（2）若中国证监会或其他有权部门认定招股意向书所载内容存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏之情形，且该等情形对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大且实质影响的，将促使发行人依法回购其首次公开发行的全部新股。

“（3）若招股意向书所载内容存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，则将依法赔偿投资者损失。”

（四）本次发行相关中介机构承诺

保荐机构国信证券股份有限公司承诺：

“本保荐机构为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；因本保荐机构为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。”

发行人会计师安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：

“本所承诺，因本所为浙江帅丰电器股份有限公司首次公开发行人民币普通股（A股）股票出具的以下文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，从而给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失：

“(1) 于 2020 年 7 月 15 日出具的审计报告（报告编号：安永华明（2020）审字第 61444050_B02 号）。

“(2) 于 2020 年 7 月 15 日出具的内部控制审核报告（报告编号：安永华明（2020）专字第 61444050_B05 号）。

“(3) 于 2020 年 7 月 15 日出具的非经常性损益的专项说明（专项说明编号：安永华明（2020）专字第 61444050_B06 号）。”

发行人律师国浩律师（杭州）事务所承诺：

“若因本所律师未能依照法律、法规及行业准则的要求勤勉尽责、存在过错致使本所为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，经司法机关生效判决认定后，本所将依法赔偿投资者损失，如能证明没有过错的除外。

“国浩保证遵守以上承诺，勤勉尽责地开展业务，维护投资者合法权益，并对此承担相应的法律责任。”

发行人验资机构天健会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：

“因本所为浙江帅丰电器股份有限公司首次公开发行股票并上市制作、出具的文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失，如能证明本所没有过错的除外”。

发行人资产评估机构坤元资产评估有限公司承诺：

“如因本公司为浙江帅丰电器股份有限公司首次公开发行制作、出具的《评估报告》（坤元评报【2016】417 号）和坤元评报【2017】697 号）有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，在该等事项依法认定后，将依法赔偿投资者损失。”

六、关于首次公开发行填补被摊薄即期回报的措施及承诺

（一）发行人的相关措施及承诺

为保证本次募集资金有效使用、有效防范即期回报被摊薄的风险和提高未来

的回报能力，公司拟通过如下措施提升资产质量、增加营业收入、增厚未来收益、实现可持续发展，以填补被摊薄即期回报：

1、加强经营管理和内部控制

未来几年，公司将进一步提高经营管理水平、加快项目建设周期，提升公司的整体盈到能力。另外，公司也将继续加强企业内部控制，加强成本管理并强化预算执行监督，全面有效地控制公司经营和管理风险。

2、加快募投项目建设进度

公司本次募集资金投资项目均围绕于主营业务，从现有业务出发，增强公司的经营能力。本次发行募集资金到位后，公司将加快推进募投项目建设，争取募投项目早日达产并实现预期效益。

3、加大研发和市场拓展力度，持续增强公司竞争力

公司将继续在主营业务领域不断探索新技术，一方面坚持对现有产品进行研发与创新，持续提升产品品质和生产效率，从而持续增强产品竞争力，提高公司的市场地位和盈利能力；另一方面加强对行业内前沿技术及对应产品的研究投入，努力寻求突破并实现产业化，丰富公司的产品线，提升公司的综合实力。

4、不断完善利润分配政策，维护投资者资产收益权

为建立对投资者持续、稳定的利润分配机制和回报规划，公司已根据中国证监会的规定和监管要求，对利润分配等作出了详细规定，完善了公司利润分配的决策程序及机制。公司将严格执行相关规定，结合公司经营情况与发展规划，在符合条件的情况下积极推动对广大股东的利润分配以及现金分红，努力提升股东回报水平。

5、不断提升公司治理水平，为公司发展提供制度保障

公司将不断完善提升公司的治理结构，确保股东能够充分行使权力，确保董事会能够按照法律、法规和公司章程的规定行使职权，确保独立董事能够认真履行职责，维护公司整体利益，尤其是中小股东的权益，确保监事会能够独立有效地行使对董事、高级管理人员及公司财务等的监督权和监察权，为公司发展提供

制度保障。

上述填补回报措施的实施，有利于增强公司的核心竞争力和持续盈利能力，增厚未来收益，填补股东回报。然而，由于公司经营面临的内外部风险客观存在，上述措施的实施不等于对公司未来利润作出保证。

（二）发行人控股股东、实际控制人承诺

公司控股股东帅丰投资，实际控制人商若云、邵贤庆、邵于佶关于填补回报措施能够切实履行的承诺：

“（1）本人/本公司承诺不越权干预公司经营管理活动，不会侵占公司利益。

“（2）本人/本公司承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人/本公司对此作出的承诺，若本人/本公司违反该等承诺或拒不履行承诺，本人/本公司将在公司股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉；若给公司或者股东造成损失的，本人/本公司将依法承担对公司或者股东的补偿责任。”

（三）发行人董事、高级管理人员承诺

公司董事、高级管理人员商若云、邵贤庆、邵于佶、丁寒忠关于填补回报措施能够切实履行的承诺：

“（1）本人承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益。

“（2）本人承诺对本人的职务消费行为进行约束。

“（3）本人承诺不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动。

“（4）本人承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

“（5）本人承诺未来如公司实施股权激励，拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

“（6）本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出

的有关填补回报措施的承诺，若本人违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。”

七、关于承诺事项约束措施的承诺

（一）发行人承诺

发行人关于承诺事项约束措施的承诺如下：

“（1）本公司将严格履行在首次公开发行股票并上市过程中所作出的全部公开承诺事项（以下简称“承诺事项”）中的各项义务和责任。

“（2）若本公司非因不可抗力原因导致未能履行承诺事项中各项义务或责任，则本公司承诺将视具体情况采取以下措施予以约束：

“①在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

“②如因违反承诺给投资者造成损失的，将以自有资金赔偿投资者因依赖相关承诺实施交易而遭受的直接损失，赔偿金额依据发行人与投资者协商确定的金额，或证券监督管理部门、司法机关认定的方式或金额确定；

“③对公司该等未履行承诺的行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员调减或停发薪酬或津贴。

“（3）如本公司因不可抗力原因导致未能充分且有效履行公开承诺事项的，本公司应在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明并向股东和社会投资者道歉，披露未能充分且有效履行承诺事项的不可抗力具体情况，提出补充承诺或替代承诺等处理方案，以尽可能地保护公司及投资者的利益。”

（二）控股股东帅丰投资承诺

公司控股股东帅丰投资关于承诺事项约束措施的承诺：

“本公司将积极采取合法措施履行就本次发行上市所做的所有承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。若本公司未履行上述承诺，本公司将在股份公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履

行的具体原因并向股份公司股东和社会公众投资者道歉，并在违反承诺发生之日起 5 个工作日内，停止在股份公司处领取股东分红，同时本公司直接或间接持有的股份公司股份将不得转让，直至按承诺采取相应的措施并实施完毕时为止。若因违反上述承诺而被司法机关和/或行政机关作出相应裁判、决定，本公司将严格依法执行该等裁判、决定。”

（三）实际控制人承诺

公司实际控制人商若云、邵贤庆、邵于佑关于承诺事项约束措施的承诺：

“本人将积极采取合法措施履行就本次发行上市所做的所有承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。若本人未履行上述承诺，本人将在股份公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股份公司股东和社会公众投资者道歉，并在违反承诺发生之日起 5 个工作日内，停止在股份公司处领取股东分红，停止在股份公司处领取薪酬或津贴，同时本人直接或间接持有的股份公司股份将不得转让，直至按承诺采取相应的措施并实施完毕时为止。若因违反上述承诺而被司法机关和/或行政机关作出相应裁判、决定，本人将严格依法执行该等裁判、决定。”

（四）董事、监事、高级管理人员承诺

公司董事、监事以及高级管理人员丁寒忠、李波、朱益峰、徐锦关于承诺事项约束措施的承诺：

“本人将积极采取合法措施履行就本次发行上市所做的所有承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。若本人未履行就本次发行上市所做的承诺，本人将在股份公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股份公司股东和社会公众投资者道歉，并在违反承诺发生之日起 5 个工作日内，停止在股份公司处领取薪酬或津贴，本人直接或间接持有股份公司的股份不得转让，直至本人按承诺采取相应的措施并实施完毕时为止。若因违反上述承诺而被司法机关和/或行政机关作出相应裁判、决定，本人将严格依法执行该等裁判、决定。”

八、其他承诺

（一）关于避免同业竞争的承诺

为避免同业竞争，公司控股股东帅丰投资，实际控制人商若云、邵贤庆、邵于佶均出具了《有关避免同业竞争的承诺函》：

“1、本人/本企业除直接或间接持有公司股份外，不存在通过投资关系或其他安排控制或重大影响任何其他与公司从事相同或相似业务的经济实体、机构和经济组织的情形。

“2、本人/本企业今后也不会通过投资关系或其他安排控制或重大影响任何其他与公司从事相同或相似业务的企业。

“3、如公司认定本人/本企业通过投资关系或其他安排控制或重大影响任何其他与公司从事相同或相似业务的经济实体、机构和经济组织与公司存在同业竞争，则在公司提出异议后，本人/本企业将及时转让或终止上述业务。如公司提出受让请求，则本人/本企业应无条件按经有证券从业资格的中介机构评估后的公允价格将上述业务和资产优先转让给公司。

“4、本人/本企业保证不利用股东地位谋求不当利益，不损害公司和其他股东的合法权益。

“上述承诺自出具日起具有法律效力，对本人/本企业具有法律约束力，如有违反并因此给公司造成损失，本人/本企业愿意承担法律责任。本承诺持续有效且不可变更或撤销，直至本人/本企业不再对公司有重大影响为止。”

（二）关于规范和减少关联交易的承诺

公司控股股东帅丰投资，实际控制人商若云、邵贤庆、邵于佶，公开发行前持股 5%以上其他股东丰福投资承诺：

“1、除发行人首次公开发行申报的经审计财务报告披露的关联交易以外，本人/本企业、本人关系密切的家庭成员以及所控制的其他企业与发行人之间现时不存在其他任何依照法律法规和中国证监会有关规定应披露而未披露的关联交易。

“2、本人/本企业将尽量避免本人/本企业、本人关系密切的家庭成员以及所

控制的其他企业与发行人发生关联交易事项,对于必要合理的关联业务往来或交易将在平等、自愿的基础上,按照公平、公允原则进行,交易价格将按照市场公认的合理价格确定。

“3、本人/本企业及关联方将严格遵守发行人《公司章程》等规范性文件中关于关联交易事项的回避规定,所涉及的关联交易均将按照规定的决策程序进行,并将履行合法程序,及时对关联交易事项进行信息披露。本人/本企业承诺不会利用关联交易转移、输送利润,不会通过对发行人行使不正当股东权利损害发行人及其他股东的合法权益。

“4、如违反上述承诺给发行人造成损失的,本人/本企业承担全额赔偿责任。

“5、本承诺函在本人/本企业作为发行人控股股东、实际控制人或持股 5% 以上股东期间内持续有效,并不可撤销。”

九、发行前滚存的未分配利润的分配方案

根据公司 2018 年 7 月 10 日召开的第一届董事会第四次会议和 2018 年 7 月 26 日召开的 2018 年第三次临时股东大会决议,如果公司本次公开发行股票成功,则公司在本次公开发行人民币普通股(A 股)股票前实现的所有累计滚存未分配利润,由本次发行新股完成后的全体新老股东按持股比例共同享有。

十、本次发行上市后的利润分配政策

(一) 利润分配原则

公司分配股利应坚持以下原则:1、公司的利润分配政策保持连续性和稳定性,重视对投资者的合理投资回报,兼顾全体股东的整体利益及公司的可持续发展;2、公司对利润分配政策的决策和论证应当充分考虑独立董事和公众投资者的意见;3、公司按照合并报表当年实现的归属于公司股东的可分配利润的规定比例向股东分配股利;4、公司优先采用现金分红的利润分配方式。

(二) 利润分配形式及时间间隔

公司利润分配可采取现金、股票、现金与股票相结合的方式或法律、法规允

许的其他方式分配利润，分配的利润不得超过累计可分配利润的范围。具备现金分红条件的，公司优先考虑采取现金方式分配利润。公司原则上每年度进行一次现金分红，董事会可以根据公司的盈利规模、现金流状况、发展阶段及资金需求等情况提议公司进行中期分红。

（三）现金分红的具体条件

- 1、公司该年度或半年度实现的可分配利润为正值，且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；
- 2、公司累计可供分配利润为正值；
- 3、公司审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告。

（四）现金分红的比例

在符合现金分红的条件且公司未来十二个月内无重大资金支出发生的情况下，公司每个年度以现金方式累计分配的利润不少于当年实现的可分配利润的20%，且任意连续三年以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的30%。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

- 1、公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到80%；
- 2、公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到40%；
- 3、公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

（五）发放股票股利的具体条件

公司采用股票股利进行利润分配的，应当考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。公司经营情况良好，且董事会认为公司股本规模与公司规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金分红的条件下，根据公司的累计可分配利润、公积金及现金流情况提出股票股利分配预案。

（六）利润分配的决策程序和机制

1、公司每年利润分配预案由公司董事会结合公司章程的规定、公司财务经营情况提出、拟定，并经全体董事过半数表决通过后提交股东大会批准；

2、公司在制定现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议；

3、股东大会对现金分红具体方案进行审议前，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题；股东大会对利润分配方案进行审议时，除设置现场会议投票外，公司应为股东提供网络投票方式以方便中小股东参与表决；

4、监事会应对董事会和管理层执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督。监事会应对利润分配预案、利润分配政策的修改进行审议；

5、公司上一个会计年度实现盈利，但董事会未提出年度现金分红预案的，公司董事会应当在年度报告中披露未分配现金红利的原因及未用于分配现金红利的资金留存公司的用途，独立董事应当对此发表独立意见；

6、公司存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

（七）利润分配方案的实施

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后

2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

（八）利润分配政策的调整

若公司根据生产经营情况、投资规划、长期发展需要或因外部经营环境、自身经营状况发生较大变化，需要调整或者变更利润分配政策的，董事会应当经过详细论证后，以股东权益保护为出发点拟定利润分配调整政策。公司利润分配政策的修改由公司董事会向公司股东大会提出，并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上表决通过。独立董事应当对利润分配政策的修改发表意见。调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。

（九）利润分配信息披露机制

公司应严格按照有关规定在年度报告、半年度报告中详细披露利润分配方案和现金分红政策执行情况，说明是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求，分红标准和比例是否明确和清晰，相关的决策程序和机制是否完备，独立董事是否尽职履责并发挥了应有的作用，中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到充分维护等。对现金分红政策进行调整或变更的，还要详细说明调整或变更的条件和程序是否合法、合规和透明等。

十一、特别风险提示

本公司提请投资者关注下列风险，并请认真阅读“第四节 风险因素”一节的全部内容：

（一）宏观经济波动风险

集成灶产品的最终消费者是居民家庭，因此宏观经济的景气程度会在较大程度上影响消费者的购买能力及购买意愿。根据国家统计局数据，2019 年我国国内生产总值（GDP）同比增长 6.10%，增速创下近年新低，2020 年一季度，由于新冠肺炎疫情的影响，我国一季度 GDP 同比降低 6.80%。在宏观经济增速放缓的大环境下，消费者保持谨慎的消费态度，国内厨电行业整体增速呈现放缓趋势。若中国宏观经济发生波动，经济增长持续放缓或停滞，消费者对厨电产品的消费能力可能出现下滑，从而对集成灶市场需求和公司经营业绩产生不利影响。

（二）市场竞争加剧的风险

近年来，集成灶行业保持快速增长，吸引了众多品牌纷纷布局加入集成灶市场，市场竞争较为激烈。2018年集成灶品牌数量约300家¹，同时传统厨电、家电品牌甚至非家电背景的企业陆续涌入集成灶市场，参与到集成灶的市场竞争中。行业竞争逐渐从粗放式价格竞争转为品牌、产品、渠道、服务等综合能力竞争，如果行业的利润率水平随着行业竞争的加剧出现下降，或者公司在市场竞争中无法继续保持优势地位，可能会对公司经营业绩产生不利影响。

（三）房地产市场波动的风险

公司主营业务是集成灶等厨房电器的研发、生产和销售，核心产品集成灶的消费市场主要来源于新房装修和更新换代的配置需求，因此与国内房地产市场的变化存在一定的相关性。近年来，为抑制房价过快上涨以及房地产投机行为，稳定房地产市场运营环境，政府出台多项调控政策，导致房地产市场出现较大波动。因此短期内厨电市场需求可能会受到房地产调控的周期性影响，从而会对公司经营业绩产生不利影响。

（四）“精装修”政策对集成灶市场的风险

目前全国31省市（不含香港、澳门、台湾地区）均陆续出台了关于“精装修”相关政策，对本省（市）的全装修比率提出目标和要求，从税收优惠、减免相关费用等方面鼓励全装修的发展，2017年住建部《建筑业十三五规划》提出2020年我国新开工全装修成品住宅面积达到30%。根据奥维云网地产数据统计，2017-2018年精装房渗透率分别18.0%、27.5%，精装房规模达到160万套、253万套。2019年预计精装房规模达336万套，精装房渗透率将达到31.8%，有望提前完成2020年精装房渗透率达到30%的目标，随着“精装修”政策的颁布，未来精装房的渗透率将稳步上升。

与传统吸油烟机相比，集成灶产品作为新型厨电产品，在品牌知名度方面存在一定劣势，尚未普遍进入精装工程类采购渠道；如果“精装修”政策全面推广，而集成灶产品又长期无法普遍进入精装工程渠道，可能使集成灶未来市场需求受

¹ 北京中怡康时代市场研究有限公司官方微信公众号，2018年集成灶线上市场盘点，作者中怡康时代，2019年1月24日

到影响，从而对公司经营业绩产生不利影响。

（五）原材料价格波动的风险

公司采购的原材料、零部件、辅料等规格型号众多，按类别分主要包括不同规格的板材、燃气器件、电气件等等。报告期内，公司集成灶直接材料成本占其营业成本的比例分别为 80.37%、80.70%、81.74%和 79.42%，占比较高。受宏观经济环境和需求影响，公司主要原材料采购价格存在一定的波动。其中公司最主要的原材料为不同规格的板材（不锈钢板、冷轧板等），其采购价格与铁矿石、煤炭等大宗商品的价格波动密切相关。虽然公司密切关注原材料价格波动情况和变动趋势，并对主要原材料采取规模化采购以降低原材料价格波动带来的部分风险。但如果未来主要原材料价格出现大幅波动，公司仍将面临主要原材料价格波动对公司经营业绩带来不利影响的风险。

（六）销售渠道集中度较高的风险

报告期内，经销渠道是公司最主要的销售渠道，截至 2020 年 3 月末，公司经销商数量达到 1,204 家。同时，公司也在不断通过电商平台、线下体验店等方式拓展多元化的销售渠道，但销售收入仍主要通过经销商渠道实现。2017 年至 2020 年 3 月末公司经销模式收入占主营业务收入的比重分别是 96.11%、87.21%、91.51%和 95.55%，因此公司销售渠道具有较高的集中度。

目前经销模式已成为公司销售收入的重要来源，如果未来公司无法持续管理和维护经销渠道或经销商因自身的经营恶化而退出与公司的合作，同时未能及时、有效开拓其他销售渠道，则可能会对公司的经营业绩产生不利影响。

（七）产品结构单一的风险

公司主营业务是集成灶等厨房电器的研发、生产和销售，核心产品为集成灶。报告期内公司集成灶产品销售收入占公司营业收入的 95%左右，存在产品结构单一的风险，受宏观经济形势和行业发展变化影响较大。如果发行人不能及时推出新产品，或新产品无法获得市场认可，宏观经济的波动和行业的变化可能会对发行人经营业绩造成不利影响。

（八）新型冠状病毒肺炎疫情对发行人业绩影响的风险

公司主要从事以集成灶为核心的现代新型厨房电器的研发、设计、生产和销售，销售模式主要以经销模式为主，公司产品主要通过经销商开设门店向终端消费者的销售，报告期公司经销收入占公司营业收入 90%左右。

2020 年初爆发的新型冠状病毒肺炎疫情对公司经销商门店的正常营业造成了较大的影响，目前随着疫情的逐渐缓解，发行人经销商已基本恢复正常经营。但未来如果本次疫情出现反复，疫情防控措施重启而长期无法得到解除，经销商无法正常营业或经销商因自身的经营恶化而退出与公司的合作，则可能会对公司经营业绩产生重大不利影响。

十二、新型冠状病毒肺炎疫情对公司影响的分析

2020 年初爆发的新型冠状病毒肺炎疫情对公司生产经营产生一定的影响，但整体影响不大，主要情况如下：

（一）对发行人生产的影响

随着疫情的爆发，发行人响应当地政府生产、复工时间推迟的要求，积极落实疫情防控，按照政府要求于 2020 年 2 月 17 日开始逐步恢复生产，疫情对发行人生产的影响较小。

（二）对发行人原材料采购的影响

公司原材料主要为不锈钢、冷轧板、燃气和电气组件等，供应商主要为浙江、绍兴本地的生产厂商，随着上游厂商逐渐复工、复产，公司原材料供应未受到重大影响。

（三）对发行人产品销售的影响

集成灶类产品属于耐用消费品，主要的市场需求来源于普通消费者房屋装修，属于房屋装修需求中刚性需求品类，短期内的疫情爆发或推迟消费者装修时间，不会对当前消费者的装修需求市场容量造成较大的影响。目前，随着疫情的缓解，各地商场、市场销售逐渐恢复正常，发行人经销商也逐渐恢复正常经营。

综上，本次疫情对发行人生产经营方面主要为短期内的暂时性影响，不会对

集成灶的市场环境及消费者需求造成较大的冲击。发行人已积极采取措施，通过网络推广等方式降低本次疫情的影响，随着疫情的缓解及复工、复产，发行人已逐渐恢复正常生产经营状态。

十三、财务报告审计截止日后的经营状况

（一）2020年1-6月财务信息与经营状况

公司财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营状况，详见本招股意向书“第十一节 财务会计信息与管理层分析”之“七、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况”。相关财务信息未经审计，已经安永华明会计师事务所审阅，并出具了安永华明（2020）专字第 61444050_B09 号审阅报告。

根据审阅报告，公司 2020 年 1-6 月的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020年6月末/ 2020年1-6月	2019年末/ 2019年1-6月	变动比例
资产合计	102,535.15	101,091.13	1.43%
负债合计	23,618.38	29,752.70	-20.62%
股东权益合计	78,916.77	71,338.43	10.62%
营业收入	26,147.67	30,726.11	-14.90%
净利润	7,578.34	7,165.00	5.77%
扣除非经常性损益后归属于母 公司所有者/股东的净利润	6,479.50	5,295.22	22.37%

其中 2020 年 2 季度与去年 2 季度的主要财务数据对比情况如下：

项目	2020年2季度	2019年2季度	变动比例
营业收入	20,268.24	20,467.04	-0.97%
净利润	6,074.28	5,931.89	2.40%
扣除非经常性损益后归属于母 公司所有者/股东的净利润	5,759.21	4,585.30	25.60%

除已披露的疫情影响外，财务报告审计截止日后发行人经营模式、销售模式、采购规模及采购价格，主要产品的生产、销售规模及销售价格，主要客户及供应商的构成，税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项等方面不存在重大不利变化。

（二）2020 年 1-9 月经营业绩情况预计

根据公司目前经营情况，公司预计 2020 年 1-9 月营业收入为 42,000 万元至 44,000 万元，同比下降 7%-11%；预计实现扣除非经常性损益前归属于母公司所有者净利润 10,800 万元至 11,200 万元，同比下降 1%-4%；预计实现扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 9,400 万元至 9,800 万元，同比上升 0%-5%。

公司上述 2020 年 1-9 月业绩预告情况系公司初步测算结果，未经会计师审计或审阅，不构成公司盈利预测或业绩承诺。

目 录

重大事项提示.....	4
第一节 释义.....	34
一、常用词语.....	34
二、专业词语.....	35
第二节 概览.....	37
一、公司基本情况.....	37
二、公司控股股东和实际控制人.....	38
三、公司主要财务数据及财务指标.....	39
四、本次发行情况.....	40
五、募集资金的用途.....	41
第三节 本次发行概况.....	42
一、本次发行的基本情况.....	42
二、本次发行股票的有关当事人.....	42
三、发行人与中介机构关系.....	45
四、与本次发行上市有关的重要日期.....	45
第四节 风险因素.....	46
一、市场风险.....	46
二、经营风险.....	47
三、财务风险.....	49
四、募集资金投资项目相关风险.....	50
五、本次发行摊薄即期回报风险.....	51
六、实际控制人不当控制风险.....	51
第五节 发行人基本情况.....	52
一、发行人基本情况.....	52
二、发行人改制重组情况.....	52
三、发行人的历史沿革.....	55
四、发行人历次验资情况.....	67
五、发行人的实际控制关系和组织结构.....	69
六、发行人控股子公司、参股公司或企业、分公司的简要情况.....	71
七、发行人的控股股东、实际控制人及持有 5% 以上股份的主要股东情况.....	74
八、公司新股东情况.....	79
九、发行人的股本情况.....	85
十、发行人工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股情况.....	88
十一、发行人员工及其社会保障情况.....	88
十二、持有 5% 以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事及高级管理人员的重要	

承诺及其履行情况.....	95
第六节 业务与技术.....	97
一、发行人的主营业务、主要产品及其设立以来的变化情况.....	97
二、发行人所处行业的基本情况.....	105
三、发行人所处行业的竞争情况.....	130
四、发行人的主营业务具体情况.....	134
五、发行人的主要固定资产、无形资产.....	182
六、发行人生产许可情况.....	201
七、发行人主要产品生产技术所处的阶段以及发行人研发、技术创新情况.....	202
八、发行人境外生产经营情况.....	210
九、发行人的质量控制情况.....	210
第七节 同业竞争与关联交易.....	213
一、公司独立性情况.....	213
二、公司同业竞争情况.....	214
三、关联方、关联关系和关联交易情况.....	215
第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员.....	233
一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员情况.....	233
二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持股情况.....	237
三、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其亲属对外投资的企业情况.....	238
四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬情况.....	242
五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况.....	243
六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间存在的近亲属关系.....	244
七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与本公司签订的协议、作出的承诺及其履行情况.....	244
八、董事、监事、高级管理人员的任职资格情况.....	244
九、董事、监事、高级管理人员的变动情况.....	247
第九节 公司治理.....	249
一、公司组织机构和制度的建立健全及运行.....	249
二、违法违规行为.....	256
三、资金占用及对外担保情况.....	256
四、公司对外投资、担保事项的制度安排及执行情况.....	256
五、投资者权益保护情况.....	258
六、内部控制制度有效性的自我评估和审核意见.....	258
第十节 财务会计信息.....	260
一、财务报表.....	260
二、审计意见.....	275
三、关键审计事项.....	275
四、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况.....	276

五、发行人采用的重要会计政策和会计估计	277
六、经注册会计师核验的非经常性损益明细表	305
七、最近一期末主要资产情况	305
八、最近一期末主要负债情况	306
九、报告期内各期末所有者权益情况	307
十、报告期内现金流量情况	307
十一、财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项	307
十二、财务指标	308
十三、发行人设立时及报告期内资产评估情况	311
十四、历次验资情况	311
第十一节 管理层讨论与分析	312
一、财务状况分析	312
二、盈利能力分析	337
三、现金流量分析	398
四、资本性支出分析	402
五、重大或有事项和期后事项	403
六、新型冠状病毒肺炎疫情对公司影响的分析	403
七、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营情况	403
八、发行人财务状况和盈利能力的未来趋势分析	407
九、本次发行对公司即期回报摊薄影响及填补措施	409
第十二节 业务发展目标	411
一、发行人的发展战略及目标	411
二、发行人未来三年的业务发展计划	411
三、发行人拟定上述计划所依据的假设条件	412
四、实施上述计划将面临的主要困难	413
五、发行人确保实现上述发展计划拟采用的方式、方法或途径	413
六、上述业务发展计划与现有业务的关系	413
第十三节 募集资金运用	415
一、募集资金运用概况	415
二、募集资金投资项目具体情况	417
三、募集资金运用对财务状况和经营成果的影响	433
第十四节 股利分配政策	435
一、报告期股利分配政策及实际股利分配情况	435
二、本次发行上市后的股利分配政策	436
三、本次发行完成前滚存利润分配政策	439
第十五节 其他重要事项	440
一、信息披露制度和投资者服务计划	440
二、正在履行的重大合同	440
三、对外担保情况	442

四、诉讼及仲裁事项.....	442
五、涉及刑事诉讼的情况.....	444
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明.....	445
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明.....	445
二、保荐机构（主承销商）声明.....	447
三、发行人律师声明.....	448
四、会计师事务所声明.....	449
五、验资机构声明.....	450
六、资产评估机构声明.....	451
七、验资复核机构声明.....	452
第十七节 备查文件.....	453
一、招股意向书备查文件.....	453
二、查阅时间和查阅地点.....	453

第一节 释义

在本招股意向书中，除非另有说明，下列词语具有如下含义：

一、常用词语

发行人、公司、股份公司、帅丰电器、帅丰	指	浙江帅丰电器股份有限公司
帅丰有限	指	浙江帅丰电器有限公司，公司前身
帅丰投资	指	浙江帅丰投资有限公司，公司控股股东
丰福投资	指	嵊州市丰福投资管理合伙企业（有限合伙），公司持股 5% 以上股东
元美电器	指	浙江元美电器有限公司，公司全资子公司
帅丰科技	指	杭州帅丰科技有限公司，公司全资子公司
居然之家	指	北京居然之家联合投资管理中心（有限合伙），公司股东
南山投资	指	龙口南山投资有限公司，公司股东
维新力特	指	苏州维新力特投资管理有限公司，公司股东
中居和家	指	中居和家（北京）投资基金管理有限公司，居然之家的执行事务合伙人
凯泽电器	指	上海凯泽电器有限公司
浙江美大、美大	指	浙江美大实业股份有限公司
火星人	指	火星人厨具股份有限公司
浙江亿田、亿田	指	浙江亿田智能厨电股份有限公司
老板电器、老板	指	杭州老板电器股份有限公司
方太厨具、方太	指	宁波方太厨具有限公司
华帝股份、华帝	指	华帝股份有限公司
国信证券、保荐人、保荐机构、主承销商	指	国信证券股份有限公司
发行人律师、国浩所	指	国浩律师（杭州）事务所
审计机构、发行人会计师、安永所	指	安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）
坤元资产	指	坤元资产评估有限公司
天健所	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
中怡康	指	北京中怡康时代市场研究有限公司
国家认可委员会	指	中国合格评定国家认可委员会
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
上交所、交易所	指	上海证券交易所
国家统计局	指	中华人民共和国国家统计局
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》

《减持规定》	指	《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》
《公司章程（草案）》	指	《浙江帅丰电器股份有限公司章程（草案）》
《公司章程》	指	《浙江帅丰电器股份有限公司章程》
本次发行	指	发行人首次公开发行股票并上市
招股意向书	指	《浙江帅丰电器股份有限公司首次公开发行股票招股意向书》
元/万元	指	人民币元/人民币万元，特别注明的除外
报告期	指	2017年、2018年、2019年和2020年1-3月
报告期各期末	指	2017年末、2018年末、2019年末和2020年3月末
报告期末	指	2020年3月末

二、专业词语

集成灶	指	由吸油烟机、灶具、消毒柜等不同功能的厨房电器进行集成后形成的多功能厨电产品，其中最为核心的部件是灶具和吸油烟机
集成水槽	指	在传统水槽的基础上集成了净水处理系统、垃圾处理系统等功能的新型水槽
水槽洗碗机	指	将水槽、洗碗机产品功能整合一体，符合中国式厨房使用习惯的新型洗碗机
嵌入式蒸箱/烤箱	指	可与橱柜一体安装的新型厨电，节省厨房空间，整体美观整洁
整体橱柜	指	是将橱柜与水槽以及厨房电器等各种功能部件有机结合在一起进行个性化定制的橱柜产品
吸油烟机	指	安装在炉灶上部，用于收集、处理烹饪所产生油烟的电器
燃气灶	指	含有燃气燃烧器的明火烹饪装置
热效率	指	燃料转换的热量中有效热量所占的百分数
油烟吸净率	指	气味降低度，即吸油烟机在规定的试验条件下，降低室内异常气味的能力，分为“常态气味降低度”和“瞬时气味降低度”
常态气味降低度	指	指集成灶或吸油烟机在规定的试验条件下，降低室内异常气味的能力
瞬时气味降低度	指	吸油烟机开机3分钟后的气味降低程度
油脂分离度	指	吸油烟机在规定实验条件下，从油烟气体中分离出油脂的能力
直营门店	指	由公司自行投资、自行开设、自主运营管理并自负盈亏的公司产品专卖店
经销门店	指	由经销商通过与公司签署《经销协议》并按约定开设的、销售公司产品、并由经销商自负盈亏的公司产品专卖店
CRM系统	指	经销商管理信息系统
OEM	指	原始设备制造商（Original Equipment Manufacturer），是受托厂商按来样厂商之需求与授权，按照厂家特定的条件而生产，所有的设计图等完全依照来样厂商的设计来进行制造

		加工
外协生产	指	公司部分原材料加工处理等工序委托外部单位代加工,外协单位按照公司提供的原材料、图纸、检验规程、验收准则等进行产品或服务的生产和提供,并由公司验收
信用证	指	银行根据进口商(买方)的请求,开给出口商(卖方)的一种保证承担支付货款责任的书面凭证。在信用证内,银行授权出口人在符合信用证所规定的条件下,以该行或其指定的银行为付款人,开具不得超过规定金额的汇票,并按规定随附装运单据,按期在指定地点收取货款
T/T	指	电汇,是指汇出行应汇款人申请,拍发加押电报\电传或SWIFT 给在另一国家的分行或代理行(即汇入行)指示解付一定金额给收款人的一种汇款方式

本招股意向书中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上有差异,这些差异是由四舍五入造成的。

第二节 概览

本概览仅对招股意向书全文做扼要提示。投资者在作出投资决策前，应认真阅读招股意向书全文。

一、公司基本情况

（一）发行人简介

公司名称：浙江帅丰电器股份有限公司

注册资本：10,560.00 万元人民币

法定代表人：商若云

有限公司成立日期：1998 年 12 月 15 日

股份公司成立日期：2017 年 12 月 28 日

住所：浙江省绍兴市嵊州市经济开发区城东区

经营范围：制造、销售：集成灶、吸排油烟机、燃气灶具、烤箱、水槽、集成水槽、橱柜、整体橱柜、电蒸箱、臭氧消毒柜、废弃食物处理器、电热水器、燃气热水器、洗碗机、净水器、空气净化器、空气能设备、集成吊顶、烘干机、电机、微电机、电扇、通风器、换气扇、取暖器、保洁柜、浴霸、饮水机、空调；设计、研发、销售：家居用品、五金配件、木饰品；货物进出口、技术进出口；设计、制作、发布国内各类广告；实业投资；投资咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

（二）主营业务情况

公司主要从事以集成灶为核心的现代新型厨房电器的研发、设计、生产和销售，销售的产品以集成灶为主，报告期内公司集成灶产品销售收入占公司营业收入的 95% 左右。

作为国内集成灶行业的领先企业之一，公司竞争优势明显。集成灶作为现代

新型厨房电器，具有显著的性能优势，集成灶产品的客户认知度和市场渗透率正在快速提升；公司拥有集成灶行业内首家经国家认可委员会认可的实验室以及行业领先的检测设备，为集成灶行业国际、国家、行业以及团体标准的制定提供了核心性能数据；同时凭借多年持续的技术研发，公司积累了集成灶生产的核心技术，产品多项性能指标处于行业前列。优质的产品与服务使公司获得了良好的行业和市场口碑，公司产品获得“中国轻工业联合会科学技术发明奖”、“高效净化环保之星”、“浙江制造”等荣誉，“帅丰”被认定为“浙江省知名商号”、“浙江名牌产品”。

未来，公司将继续秉承“以人为本、创新创造”的核心理念，以集成灶为核心，延伸其他配套厨房产品，为中国家庭打造健康、环保、集成、智能的现代厨房。

二、公司控股股东和实际控制人

发行人控股股东为浙江帅丰投资有限公司，实际控制人为商若云、邵贤庆及邵于佶。

截至本招股意向书签署日，帅丰投资直接持有公司本次发行前 50.00% 的股份，为帅丰电器控股股东。

邵于佶、商若云和邵贤庆分别直接持有发行人 23.87%、4.10% 和 4.10% 的股份，合计直接持有发行人 32.07% 的股份；邵于佶、商若云和邵贤庆持有公司控股股东帅丰投资股权分别为 60.00%、20.00% 和 20.00%，即三人通过帅丰投资间接持有公司 50.00% 的股份；另外丰福投资持有发行人 8.85% 的股份，商若云系丰福投资普通合伙人兼执行事务合伙人，且持有丰福投资 71.16% 的份额，即商若云通过丰福投资间接控制公司 8.85% 的股份。综上，三人合计控制公司 90.92% 的股份。最近三年，公司实际控制人未发生变化。

控股股东帅丰投资与实际控制人商若云、邵贤庆和邵于佶的基本情况参见本招股意向书之“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人的控股股东、实际控制人及持有 5% 以上股份的主要股东情况”。

三、公司主要财务数据及财务指标

(一) 简要资产负债表（合并报表）

单位：元

项目	2020年3月末	2019年末	2018年末	2017年末
流动资产	329,845,705.48	408,816,695.40	493,817,359.02	250,724,145.52
非流动资产	615,736,106.90	602,094,569.16	289,865,601.11	209,186,449.22
资产合计	945,581,812.38	1,010,911,264.56	783,682,960.13	459,910,594.74
流动负债	211,119,034.98	293,295,909.00	243,632,861.58	270,655,598.39
非流动负债	6,037,880.12	4,231,067.39	632,441.15	273,350.24
负债合计	217,156,915.10	297,526,976.39	244,265,302.73	270,928,948.63
股东权益合计	728,424,897.28	713,384,288.17	539,417,657.40	188,981,646.11
归属于母公司所有者/股东权益合计	728,424,897.28	713,384,288.17	539,417,657.40	188,981,646.11

(二) 简要利润表（合并报表）

单位：元

项目	2020年1-3月	2019年	2018年	2017年
营业收入	58,794,269.83	698,223,676.08	631,381,597.98	564,730,597.91
营业利润	19,204,113.72	205,687,086.23	175,503,337.62	156,749,132.29
利润总额	17,654,667.89	205,333,959.03	175,145,274.56	156,437,714.11
净利润	15,040,609.11	173,966,630.77	150,180,011.29	134,203,609.32
归属于母公司所有者/股东的净利润	15,040,609.11	173,966,630.77	150,180,011.29	134,203,609.32
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者/股东的净利润	7,202,945.95	148,775,557.60	136,329,198.12	132,056,457.92

(三) 简要现金流量表（合并报表）

单位：元

项目	2020年1-3月	2019年	2018年	2017年
经营活动（使用）/产生的现金流量净额	-88,544,747.62	243,347,050.70	157,782,835.63	150,220,961.08
投资活动产生（使用）/的现金流量净额	37,046,134.76	-234,448,436.68	-327,105,697.97	-23,627,106.09
筹资活动（使用）/产生的现金流量净额	-	-775,471.70	153,622,603.99	-61,699,780.83
汇率变动对现金及现金等价物的影响	0.02	-302.33	880.23	-0.02
现金及现金等价物净（减少）/增加额	-51,498,612.84	8,122,839.99	-15,699,378.12	64,894,074.14

(四) 主要财务指标

财务指标	2020年1-3月 /2020年3月末	2019年 /2019年末	2018年/ 2018年末	2017年 /2017年末
流动比率（倍）	1.56	1.39	2.03	0.93
速动比率（倍）	1.06	1.09	1.71	0.68
资产负债率（合并，%）	22.97	29.43	31.17	58.91
资产负债率（母公司，%）	22.93	29.39	31.04	58.86
应收账款周转率（次）	-	-	-	-
存货周转率（次）	1.29	4.28	4.25	5.04
息税折旧摊销前利润（万元）	2,152.03	21,879.15	18,516.54	16,653.94
息税前利润（万元）	1,765.47	20,533.40	17,514.53	15,702.75
归属于发行人股东的净利润（万元）	1,504.06	17,396.66	15,018.00	13,420.36
扣除非经常性损益后归属于发行人股东的净利润（万元）	720.29	14,877.56	13,632.92	13,205.65
利息保障倍数（倍）	无利息支出	无利息支出	无利息支出	266.26
每股经营活动现金净流量（元）	-0.84	2.30	1.49	1.56
每股净现金流量（元）	-0.49	0.08	-0.15	0.68
归属于发行人股东的每股净资产（元）	6.90	6.76	5.11	1.97
无形资产（扣除土地使用权、采矿权）占净资产比例（%）	0.17	0.19	0.24	0.74

注：1、公司的销售政策为先款后货，仅出口业务存在零星应收账款，因此未计算应收账款周转率；

2、2020年1-3月的存货周转率已经年化处理。

四、本次发行情况

股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	人民币1.00元
公开发行股票数量	3,520.00万股，公开发行的股份合计占发行后公司总股本的比例不低于25.00%
发行价格	【】元/股
发行方式	采取网下向符合资格的询价对象询价配售与网上向持有上海市场非限售A股股份市值的投资者定价发行相结合的方式
发行对象	符合资格并在上海证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	主承销商以余额包销方式承销

五、募集资金的用途

序号	募集资金投资项目	项目投资总额 (万元)	拟使用募集资金 (万元)
1	年新增 40 万台智能化高效节能集成灶产业化示范项目	97,100.00	53,124.82
2	高端厨房配套产品生产线项目	13,649.38	11,000.00
3	营销网络建设项目	20,141.67	15,000.00
合计		130,891.05	79,124.82

本次募集资金运用的详细情况请参阅本招股意向书“第十三节 募集资金运用”相关部分内容。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	人民币 1.00 元
公开发行股票数量	3,520.00 万股，公开发行的股份合计占发行后公司总股本的比例不低于 25.00%
发行价格	【】元/股（由公司和主承销商根据询价结果确定）
市盈率	【】倍（按询价确定的每股发行价格除以发行后每股收益计算）
发行前每股净资产	6.90 元/股（按报告期末经审计的归属于母公司股东净资产除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】元/股（按报告期末经审计的归属于母公司股东的净资产加上本次发行筹资净额之和除以本次发行后总股本计算）
市净率	【】倍（按照发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式	采取网下向符合资格的询价对象询价配售与网上向持有上海市场非限售 A 股股份市值的投资者定价发行相结合的方式
发行对象	在中国证券登记结算有限责任公司上海分公司开立账户的自然人、法人及其他投资者（法律、法规禁止者除外）
承销方式	主承销商余额包销
募集资金总额	【】万元
募集资金净额	【】万元
发行费用总额 （不含税，下同）	6,375.98 万元
其中：保荐及承销费用	4,839.67 万元
审计及验资费用	458.78 万元
律师费用	513.68 万元
用于本次发行的 信息披露费用	518.86 万元
发行手续费及材 料制作费用	44.99 万元

二、本次发行股票的有关当事人

（一）发行人：浙江帅丰电器股份有限公司

法定代表人：商若云

住所：浙江省绍兴市嵊州市经济开发区城东区

电话：0575-83356233

传真：0575-83539088

联系人：丁寒忠

(二) 保荐人（主承销商）：国信证券股份有限公司

法定代表人：何如

住所：深圳市红岭中路 1012 号国信证券大厦十六至二十六层

电话：021-60933128

传真：021-60936933

保荐代表人：孙婕、郑文英

项目协办人：柳志强

项目经办人：宋蕾、栾小飞、刘嘉

(三) 发行人律师：国浩律师（杭州）事务所

事务所负责人：颜华荣

住所：杭州市上城区老复兴路白塔公园 B 区 2 号、15 号国浩律师楼

电话：0571-85775888

传真：0571-85775643

经办律师：王侃、孙敏虎

(四) 会计师事务所、验资复核机构：安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）

事务所负责人：毛鞍宁

住所：北京市东城区东长安街 1 号东方广场安永大楼 16 层

电话：010-58153000

传真：010-85188298

经办注册会计师：谈朝晖、何佩

（五）资产评估机构：坤元资产评估有限公司

法定代表人：俞华开

住所：浙江省杭州市西溪路 128 号 901 室

电话：0571-87178826

传真：0571-87178826

经办注册评估师：王传军、陈晓南、应丽云

（六）验资机构：天健会计师事务所（特殊普通合伙）

执行事务合伙人：胡少先

住所：浙江省杭州市西湖区西溪路 128 号 9 楼

电话：0571-88216888

传真：0571-88216999

经办会计师：孙文军、边珊珊

（七）股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司上海分公司

住所：上海市浦东新区陆家嘴东路 166 号

电话：021-58708888

传真：021-58899400

（八）申请上市证券交易所：上海证券交易所

住所：上海市浦东新区浦东南路 528 号证券大厦

电话：021-68808888

传真：021-68804868

(九) 收款银行：中国工商银行股份有限公司深圳市分行深港支行

户名：国信证券股份有限公司

账户：4000029129200042215

三、发行人与中介机构关系

发行人与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、与本次发行上市有关的重要日期

初步询价日期	2020年9月17日至2020年9月18日
刊登发行公告日期	2020年9月23日
申购日期	2020年9月24日
缴款日期	2020年9月28日
股票上市日期	本次发行结束后将尽快申请在上海证券交易所挂牌交易

第四节 风险因素

投资者在评价公司本次发行的股票时，除招股意向书提供的其他各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述风险根据重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、市场风险

（一）宏观经济波动风险

集成灶产品的最终消费者是居民家庭，因此宏观经济的景气程度会在较大程度上影响消费者的购买能力及购买意愿。根据国家统计局数据，2019年我国国内生产总值（GDP）同比增长6.10%，增速创下近年新低，2020年一季度，由于新冠肺炎疫情的影响，我国一季度GDP同比降低6.80%。在宏观经济增速放缓的大环境下，消费者保持谨慎的消费态度，国内厨电行业整体增速呈现放缓趋势。若中国宏观经济发生波动，经济增长持续放缓或停滞，消费者对厨电产品的消费能力可能出现下滑，从而对集成灶市场需求和公司经营业绩产生不利影响。

（二）市场竞争加剧的风险

近年来，集成灶行业保持快速增长，吸引了众多品牌纷纷布局加入集成灶市场，市场竞争较为激烈。2018年集成灶品牌数量约300家，同时传统厨电、家电品牌甚至非家电背景的企业陆续涌入集成灶市场，参与到集成灶的市场竞争中。行业竞争逐渐从粗犷式价格竞争转为品牌、产品、渠道、服务等综合能力竞争，如果行业的利润率水平随着行业竞争的加剧出现下降，或者公司在市场竞争中无法继续保持优势地位，可能会对公司经营业绩产生不利影响。

（三）房地产市场波动的风险

公司主营业务是集成灶等厨房电器的研发、生产和销售，核心产品集成灶的消费市场主要来源于新房装修和更新换代的配置需求，因此与国内房地产市场的变化存在一定的相关性。近年来，为抑制房价过快上涨以及房地产投机行为，稳定房地产市场运营环境，政府出台多项调控政策，导致房地产市场出现较大波动。

因此短期内厨电市场需求可能会受到房地产调控的周期性影响，从而会对公司经营业绩产生不利影响。

（四）“精装修”政策对集成灶市场的风险

目前全国 31 省市（不含香港、澳门、台湾地区）均陆续出台了关于“精装修”相关政策，对本省（市）的全装修比率提出目标和要求，从税收优惠、减免相关费用等方面鼓励全装修的发展，2017 年住建部《建筑业十三五规划》提出 2020 年我国新开工全装修成品住宅面积达到 30%。根据奥维云网地产数据统计，2017-2018 年精装房渗透率分别 18.0%、27.5%，精装房规模达到 160 万套、253 万套。2019 年预计精装房规模达 336 万套，精装房渗透率将达到 31.8%，有望提前完成 2020 年精装房渗透率达到 30% 的目标，随着“精装修”政策的颁布，未来精装房的渗透率将稳步上升。

与传统吸油烟机相比，集成灶产品作为新型厨电产品，在品牌知名度方面存在一定劣势，尚未普遍进入精装工程类采购渠道；如果“精装修”政策全面推广，而集成灶产品又长期无法普遍进入精装工程渠道，可能使集成灶未来市场需求受到影响，从而对公司经营业绩产生不利影响。

（五）原材料价格波动的风险

公司采购的原材料、零部件、辅料等规格型号众多，按类别分主要包括不同规格的板材、燃气器件、电气件等等。报告期内，公司集成灶直接材料成本占其营业成本的比例分别为 80.37%、80.70%、81.74% 和 79.42%，占比较高。受宏观经济环境和需求影响，公司主要原材料采购价格存在一定的波动。其中公司最主要的原材料为不同规格的板材（不锈钢板、冷轧板等），其采购价格与铁矿石、煤炭等大宗商品的价格波动密切相关。虽然公司密切关注原材料价格波动情况和变动趋势，并对主要原材料采取规模化采购以降低原材料价格波动带来的部分风险。但如果未来主要原材料价格出现大幅波动，公司仍将面临主要原材料价格波动对公司经营业绩带来不利影响的风险。

二、经营风险

（一）销售渠道集中度较高的风险

报告期内，经销渠道是公司最主要的销售渠道，截至 2020 年 3 月末，公司经销商数量达到 1,204 家。同时，公司也在不断通过电商平台、线下体验店等方式拓展多元化的销售渠道，但销售收入仍主要通过经销商渠道实现。报告期内，公司经销模式收入占主营业务收入的比重分别是 96.11%、87.21%、91.51% 和 95.55%，因此公司销售渠道具有较高的集中度。

目前经销模式已成为公司销售收入的重要来源，如果未来公司无法持续管理和维护经销渠道或经销商因自身的经营恶化而退出与公司的合作，同时未能及时、有效开拓其他销售渠道，或者因公司经销商可能存在的不当经营行为导致公司品牌形象受损，则可能会对公司的经营业绩产生不利影响。

（二）产品结构单一的风险

公司主营业务是集成灶等厨房电器的研发、生产和销售，核心产品为集成灶。报告期内公司集成灶产品销售收入占公司营业收入的 95% 左右，存在产品结构单一的风险，受宏观经济形势和行业发展变化影响较大。如果发行人不能及时推出新产品，或新产品无法获得市场认可，宏观经济的波动和行业的变化可能会对发行人经营业绩造成不利影响。

（三）技术研发风险

经过多年的积累，公司已具备较强的研发能力，但随着消费者的消费水平升级和对产品各方面要求的不断提高，公司需不断加快产品技术更新，加大对新产品的研发以应对消费者更加多元化的需求。面对日益激烈的市场竞争，如果不能及时应对市场需求的变化，提升自身研发水平，不断推出智能、健康、环保等方面满足市场需求的产品，将面临着所掌握的核心技术被赶超或替代的风险，从而对公司盈利能力和经营业绩产生不利影响。

（四）产品质量与安全控制风险

产品质量和安全控制对厨房电器制造企业至关重要，由于产品直接面对大众消费者，与消费者日常生活息息相关，一旦爆发产品质量问题或者引发安全事故，将对公司品牌形象、产品销售等造成重大影响。报告期内公司未发生重大的产品

质量问题或安全事故。但未来随着公司经营规模的持续扩大，如果公司不能持续有效地对产品质量进行严格把控，一旦出现质量问题或安全事故，将对公司的市场声誉和经营业绩产生不利影响。

（五）新型冠状病毒肺炎疫情对发行人业绩影响的风险

公司主要从事以集成灶为核心的现代新型厨房电器的研发、设计、生产和销售，销售模式主要以经销模式为主，公司产品主要通过经销商开设门店向终端消费者的销售，报告期公司经销收入占公司营业收入 90%左右。

2020 年初爆发的新型冠状病毒肺炎疫情对公司经销商门店的正常营业造成了较大的影响，目前随着疫情的逐渐缓解，发行人经销商已基本恢复正常经营。但未来如果本次疫情出现反复，疫情防控措施重启而长期无法得到解除，经销商无法正常营业或经销商因自身的经营恶化而退出与公司的合作，则可能会对公司经营业绩产生重大不利影响。

三、财务风险

（一）存货规模扩大风险

报告期内，随着公司业务规模的扩大，公司存货同步增加。报告期各期末，公司的存货账面价值分别为 6,545.33 万元、7,792.94 万元、8,943.88 万元和 10,610.72 万元，呈现逐年上升的趋势。

公司存货规模的逐渐扩大，主要原因是为了满足生产经营的需要，与公司的经营特点相符。存货金额的扩大对公司的库存管理能力提出了较高要求，若公司后续不能有效地管理存货，将存在存货减值或损失的风险。

（二）固定资产增加风险

报告期内，随着“年新增 40 万台智能化高效节能集成灶产业化示范项目”的推进，公司的固定资产金额逐步提升。报告期各期末，固定资产账面价值分别为 7,732.96 万元、15,458.41 万元、16,453.18 万元和 16,199.15 万元。

公司投资建设新的生产线项目是为了业务的持续健康发展进行的提前战略布局，但是如果公司未能充分利用好相关资产，则新增固定资产的折旧会对公司的盈利能力产生不利影响。

（三）销售费用投入提高风险

公司持续在品牌打造、市场拓展等方面投入较大，由此导致销售费用较高。报告期内，公司的销售费用分别为 6,203.06 万元、9,669.23 万元、9,391.79 元和 1,177.18 万元，占营业收入的比例分别为 10.98%、15.31%、13.45%和 20.02%。

较高规模的销售费用投入有利于进一步增加产品的知名度，持续提升市场影响力。但如果销售费用持续扩大，且未能达到预期效果，则会对公司的盈利产生不利影响。

（四）所得税优惠政策变化风险

公司为高新技术企业，自报告期期初至 2020 年可享受减按 15%的税率缴纳企业所得税的税收优惠政策。若未来国家相关税收优惠政策发生改变，或者公司不能被继续认定为高新技术企业，则公司存在无法享受国家有关税收优惠政策进而影响到经营业绩的风险。

四、募集资金投资项目相关风险

（一）募集资金投资项目实施风险

本次募集资金拟投资于“年新增 40 万台智能化高效节能集成灶产业化示范项目”、“高端厨房配套产品生产线项目”以及“营销网络建设项目”。该等项目均围绕公司主营业务展开，用于扩大公司生产规模、提高公司营销能力和信息化能力。根据现有技术水平、国家现行产业政策及产品市场现状，本公司对本次募集资金投资项目进行了审慎的可行性论证和充分的市场调查，认为项目如能顺利实施，则可增强公司盈利能力、保证公司持续快速发展。

但本次募集资金投资项目建设计划的完成时间和实施效果等存在一定不确定性，如果市场环境发生不利变化或是公司未能按既定计划完成募投项目实施，则本次募集资金投资项目可能存在无法实现预期收益的风险。

（二）募集资金投资项目固定资产折旧增加的风险

公司本次募集资金投资项目建设投产后，公司固定资产将大幅增加，固定资产折旧也将随之增加。由于募投项目从建设到达到预期收益需要一定时间，固定资产折旧的增加短期内将对公司的盈利水平带来一定的不利影响。

（三）净资产收益率波动的风险

本次发行完成后，公司净资产规模将有较大幅度提高，而募集资金从投入到产生效益有一定的建设及运营周期。因此本次发行后在一定期限内，预计公司净利润增长幅度将小于净资产增长幅度，从而导致净资产收益率较以前年度有所降低。因此，公司存在短期内净资产收益率下降的风险。

五、本次发行摊薄即期回报风险

本次发行募集资金到位后，公司总股本和净资产将会相应增加，但募集资金产生经济效益需要一定的时间，募集资金投资项目回报的实现需要一定周期。本次募集资金到位后的短期内，公司预计净利润增长幅度会低于净资产和总股本的增长幅度，预计每股收益和加权平均净资产收益率等财务指标将出现一定幅度的下降，股东即期回报存在被摊薄的风险。

六、实际控制人不当控制风险

本次发行前，公司实际控制人商若云、邵贤庆、邵于佶直接和间接合计控制本公司 90.92%的股份，控制的股份比例较高，可通过行使其股东大会表决权等方式控制本公司的生产经营决策、施加影响或者实施其他控制。同时，本次发行后公司实际控制人通过直接及间接的方式持有公司的股份数量仍然较高。因此，公司存在实际控制人不当控制的风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

名称：浙江帅丰电器股份有限公司

住所：浙江省绍兴市嵊州市经济开发区城东区

注册资本：10,560.00 万元人民币

法定代表人：商若云

成立日期：1998 年 12 月 15 日

经营范围：制造、销售：集成灶、吸排油烟机、燃气灶具、烤箱、水槽、集成水槽、橱柜、整体橱柜、电蒸箱、臭氧消毒柜、废弃食物处理器、电热水器、燃气热水器、洗碗机、净水器、空气净化器、空气能设备、集成吊顶、烘干机、电机、微电机、电扇、通风器、换气扇、取暖器、保洁柜、浴霸、饮水机、空调；设计、研发、销售：家居用品、五金配件、木饰品；货物进出口、技术进出口；设计、制作、发布国内各类广告；实业投资；投资咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

主营业务：主要从事以集成灶为核心的现代新型厨房电器的研发、设计、生产和销售。

邮政编码：312400

电话：0575-83356233

传真：0575-83539088

互联网网址：<http://www.sanfer.com>

电子信箱：security@sanfer.cn

二、发行人改制重组情况

（一）设立方式

公司是由帅丰有限整体变更而来，公司自成立之日起的历史沿革详见本节之“三、发行人的历史沿革”的相关内容。

帅丰有限整体变更为股份有限公司的过程如下：

2017年10月28日，帅丰有限召开股东会，决议审议通过帅丰有限整体变更为股份有限公司。

2017年11月22日，天健所出具《审计报告》（天健审【2017】8439号）：截至2017年10月31日，公司经审计净资产为166,907,724.37元。

2017年11月24日，坤元资产评估有限公司出具《资产评估报告》（坤元评报【2017】697号）：截至2017年10月31日，帅丰有限公司资产净额的评估价值为244,558,116.03元。

2017年12月1日，帅丰有限召开股东会，决议同意以变更基准日（2017年10月31日）经审计的账面净资产166,907,724.37元中的96,000,000.00元折股整体变更为股份公司，变更后股份公司的股份总数为9,600.00万股，每股面值为1元，注册资本为9,600.00万元，净资产超过注册资本的部分70,907,724.37元计入资本公积。2017年12月1日，全体发起人签署《发起人协议书》。

2017年12月16日，帅丰电器召开创立大会暨第一次股东大会并作出决议，同意公司以整体变更的方式发起设立股份有限公司。公司整体变更前后，各股东的持股比例不变。

2017年12月19日，天健所出具《验资报告》（天健验【2017】544号）。经审验，截至2017年12月18日，公司已收到全体出资者以帅丰有限净资产缴纳的实收资本9,600.00万元。

2017年12月28日，帅丰电器完成工商变更登记，注册资本9,600.00万元，并取得统一社会信用代码为913306837045254701的《营业执照》。

（二）发起人

发行人设立时，各发起人的持股情况如下：

序号	股东名称	持有股份（万股）	股权比例（%）
1	浙江帅丰投资有限公司	5,280.00	55.00
2	邵于佶	2,519.16	26.25
3	嵊州市丰福投资管理合伙企业（有限合伙）	934.27	9.73
4	商若云	433.29	4.51
5	邵贤庆	433.29	4.51
合计		9,600.00	100.00

（三）发行人设立前后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

公司的主要发起人系浙江帅丰投资有限公司。在公司改制设立前后，帅丰投资所拥有的主要资产为持有的发行人的股权，不存在实际经营业务。

（四）发行人设立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

公司是由帅丰有限整体变更而来，公司形式的变更未对公司拥有的主要资产和实际从事的主要业务产生影响。

发行人改制设立时拥有的主要资产为承继帅丰有限的整体资产，主要包括房屋及其他建筑物、生产设备、土地使用权、存货、货币资金及应收款项等。发行人改制设立以来，实际从事的主要业务沿袭了改制前的全部业务，即集成灶及配套厨房电器的研发、生产和销售。

（五）改制前原企业的业务流程、改制后发行人的业务流程，以及原企业和发行人业务流程间的联系

公司整体变更为股份有限公司时，沿袭了变更前的全部业务，因此改制前后发行人的业务流程不存在本质变化，改制后发行人制定了一系列内部管理制度，健全了风险控制体系和规章。具体的业务流程详见本招股意向书“第六节 业务与技术”之“四、发行人的主营业务具体情况”的相关内容。

（六）发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

发行人主要发起人帅丰投资自 2017 年成立以来，其所拥有的主要资产为持有的发行人的股权，不存在实际经营业务。因此发行人自设立以来，在生产经营方面与帅丰投资不存在业务往来。

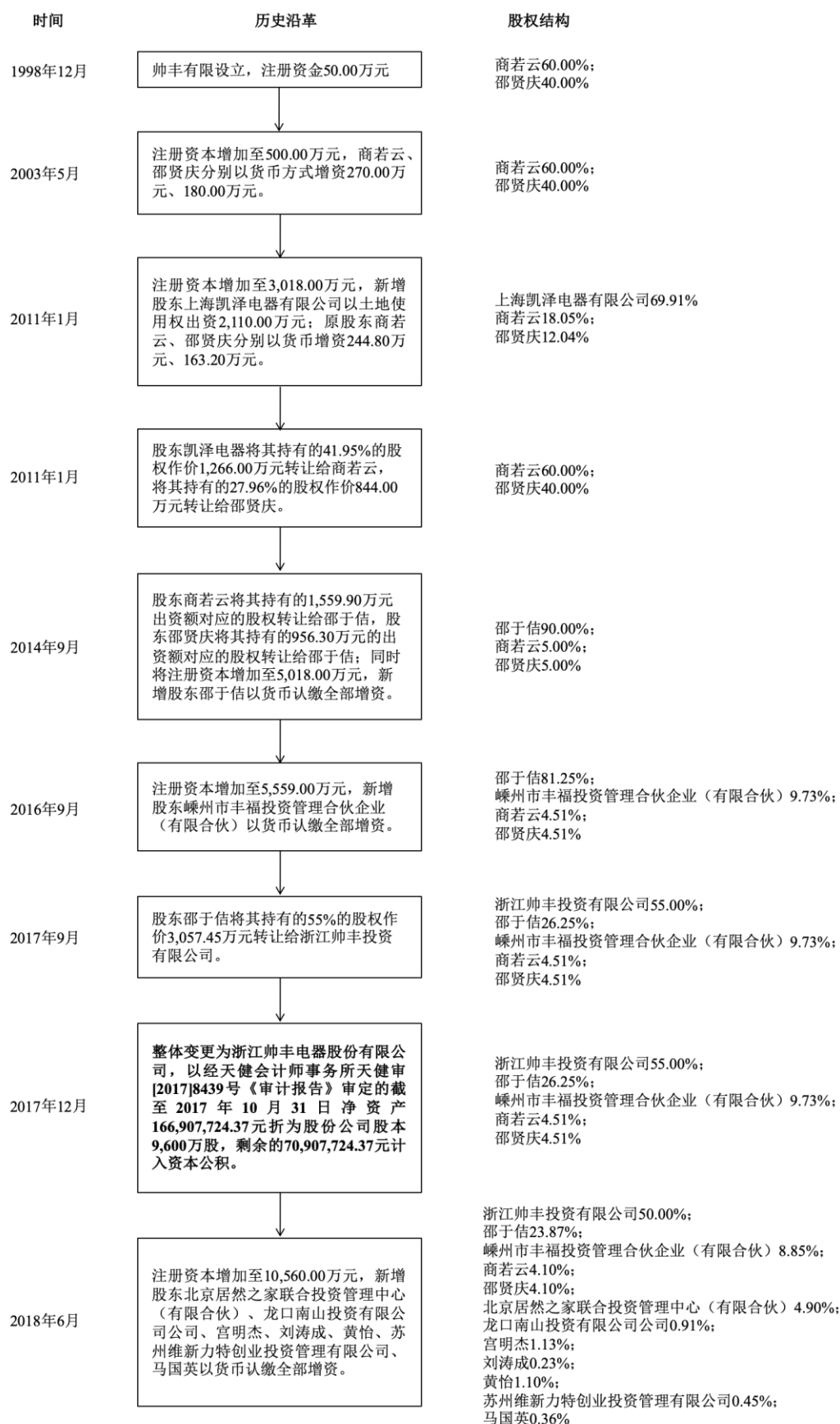
（七）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

发行人由帅丰有限整体变更而来，原帅丰有限所有的资产、承担的负债全部由发行人承继，相关资产的产权变更手续均已办理完毕。

三、发行人的历史沿革

（一）发行人设立以来股本的形成及变化情况

发行人股权演变过程如下图所示：



1、股份公司设立前的股权结构变化情况

(1) 1998年12月，设立帅丰有限

帅丰有限设立于1998年12月15日，注册资本为50.00万元，是由自然人商若云、邵贤庆共同出资设立的有限责任公司，其中商若云以货币资金出资30.00万元，占公司注册资本的60.00%；邵贤庆以机器设备出资20.00万元，占公司注册资本的40.00%。由于邵贤庆本次实物出资未履行评估程序，存在出资程序瑕疵，2016年3月29日经帅丰有限股东会决议同意，邵贤庆向公司缴纳现金20万元，以确保该等实物出资未经评估的程序瑕疵不会影响公司注册资本的充足性。

1998年12月8日，嵊州市审计师事务所出具了《验资报告》（嵊审所验字【1998】第264号）对上述出资进行了验证。

1998年12月15日，帅丰有限取得了嵊州市工商行政管理局核发的注册号为3306832100321的《营业执照》。

帅丰有限设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	股权比例（%）
1	商若云	30.00	60.00
2	邵贤庆	20.00	40.00
合计		50.00	100.00

帅丰有限设立时股东邵贤庆以实物出资未按照《公司法》的规定履行评估程序，虽存在出资程序瑕疵，但设立时实物出资的到位且注册资本充足，不存在行政处罚风险，主要原因如下：

①帅丰有限设立时，邵贤庆已将用于出资的相关机器设备转移至帅丰有限。截至招股意向书签署日，该等机器设备尚在正常使用中。

②根据嵊审所验字（1998）264号《验资报告》，帅丰有限设立时，股东邵贤庆以机器设备出资经嵊州市审计师事务所验证，确认其出资的真实性。

③2019年9月，嵊州大诚联合资产评估事务所出具《浙江帅丰电器有限公司机器设备价值评估咨询报告》对以机器设备出资事项进行追溯评估，认为“经

评估测算，浙江帅丰电器股份有限公司所委托评估的机器设备于 1998 年 12 月 17 日的评估价值为 201,600 元”。

帅丰有限设立时，邵贤庆用作出资的机器在出资时虽未经评估机构评估，但经评估机构追溯评估及会计师审验，其出资作价与实物资产价值相当，公司设立时股东的出资均已到位，不存在违反当时适用的《公司法》禁止的高估或者低估作价的情形。

④2016 年 3 月 29 日，帅丰有限召开股东会并作出决议，同意邵贤庆向公司缴纳货币资金 20 万元，用以确保实物出资未经评估的瑕疵不会影响公司注册资本的充足性，原股东以实物出资的出资方式并未因此发生变更。由此，原出资股东缴纳的该笔资金计入公司资本公积。

⑤2019 年 2 月，发行人主管工商行政机关嵊州市市场监督管理局出具《确认函》确认：“绍兴市帅丰电器有限公司设立时实物出资未履行评估程序的行为不属于违法违规行为。”

⑥2018 年 6 月，发行人控股股东帅丰投资、实际控制人商若云、邵贤庆和邵于佶就邵贤庆用于出资的实物资产未经评估机构评估事宜共同出具书面承诺，“公司设立时股东出资真实，用于出资的实物资产已投入公司，不存在虚假出资行为。邵贤庆用于出资的实物资产未经评估机构评估，若第三方就此提出异议并被认定为实物出资价值低于出资时确定的价格的，本企业/本人自愿对公司和全体股东因此造成的直接损失承担赔偿责任。”

综上，帅丰有限设立时邵贤庆以机器设备出资未经评估机构评估，未对股东出资作价的真实性和合规性构成实质影响；截至招股意向书签署日，发行人不存在因其设立行为导致的行政处罚或诉讼、仲裁及其他相关风险。该等情形不会影响帅丰有限及发行人现有注册资本的充足性，也不会对本次发行并上市构成法律障碍。

(2) 2003 年 5 月，增资至 500 万元

为增加公司营运资金，更好地拓展业务，2003 年 4 月 26 日，帅丰有限召开股东会，决议同意将公司注册资本由 50.00 万元增加至 500.00 万元。新增注册资

本由公司原股东以自有或自筹货币资金方式缴纳，参考公司负债、经营业绩，经全体股东协商确定增资价格为每 1 元注册资本 1 元，其中商若云、邵贤庆分别增资 270.00 万元、180.00 万元。

2003 年 5 月 7 日，嵊州信元会计师事务所有限公司出具了《验资报告》（嵊信会验字【2003】第 174 号）对上述出资进行了验证。

2003 年 5 月 7 日，帅丰有限完成此次增资事项的工商变更登记，领取新的《营业执照》。

本次增资完成后，帅丰有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	股权比例（%）
1	商若云	300.00	60.00
2	邵贤庆	200.00	40.00
合计		500.00	100.00

（3）2011 年 1 月，增资至 3,018.00 万元

因生产经营需要扩大生产经营场所，2010 年 12 月 15 日，帅丰有限召开股东会，决议同意将公司注册资本由 500.00 万元增加至 3,018.00 万元，增资作价系参考帅丰有限资产负债、经营业绩，经全体股东协商确定。新股东凯泽电器以其拥有的房屋建筑物、土地使用权认缴新增注册资本 2,110.00 万元，增资价格为每 1 元注册资本 1 元，嵊州信元资产评估有限公司对房屋建筑物、土地使用权作价系根据进行了资产评估；原股东商若云以货币方式认缴新增注册资本 244.80 万元，增资价格为每 1 元注册资本 1 元；原股东邵贤庆以货币方式认缴新增注册资本 163.20 万元，增资价格为每 1 元注册资本 1 元，出资均来自于其自有资金。

2010 年 12 月 15 日，嵊州信元资产评估有限公司对凯泽电器所拥有“嵊州国用（2002）字第 1-939 号”土地使用权、“嵊房权证城字第 20051167 号”房产、“嵊房产证城字第 20051168 号”房产、“嵊房产证城字第 20051169 号”房产进行了评估，并出具了《上海凯泽电器有限公司评估项目资产评估报告书》（嵊信评字【2010】第 160 号），评估价值总计为 2,113.50 万元。

2010 年 12 月 31 日，嵊州信元会计师事务所有限公司出具了《验资报告》（嵊信会验字【2010】第 763 号）对上述出资进行了验证。

2011年1月4日，帅丰有限完成此次增资事项的工商变更登记，领取新的《营业执照》。

本次增资完成后，帅丰有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	股权比例（%）
1	上海凯泽电器有限公司	2,110.00	69.91
2	商若云	544.80	18.05
3	邵贤庆	363.20	12.04
合计		3,018.00	100.00

（4）2011年1月，股权转让

2011年1月5日，帅丰有限召开股东会，决议同意股东凯泽电器将其持有的帅丰有限2,110.00万元的出资额（占注册资本比例为69.91%）转让给商若云和邵贤庆，转让价格为每1元注册资本1元。

其中，凯泽电器将其持有的帅丰有限1,266.00万元的出资额（占注册资本比例为41.95%）转让给商若云；将其持有的844.00万元出资额（占注册资本比例为27.96%）转让给邵贤庆。2011年1月5日，凯泽电器与商若云、邵贤庆分别签订《出资转让协议》。股权转让款来源于商若云、邵贤庆自有或自筹资金。

2011年1月5日，帅丰有限完成此次股权转让事项的工商变更登记。

本次股权转让完成后，帅丰有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	股权比例（%）
1	商若云	1,810.80	60.00
2	邵贤庆	1,207.20	40.00
合计		3,018.00	100.00

①凯泽电器增资入股及股权转让的合理性

2010年凯泽电器实际控制人钱国进因其身体原因无法继续经营，同时发行人因生产经营需要扩大生产经营场所，为满足生产经营用地，具有购置凯泽电器所持有土地使用权及所属房屋建筑物的客观需求。

基于房产、土地交易过户手续及相应交易成本考量，2011年1月，凯泽电器以房屋建筑物、土地使用权增资帅丰有限，增资完成后即将取得的帅丰有限股

权转让给帅丰有限原股东，系以增资和股权转让的方式进行相关房产和土地使用权转让。

在该交易过程中，嵊州经济开发区管理委员会出具了嵊开【2010】99号《关于同意以厂房、国有土地使用权投资入股的批复》，对凯泽电器以房产、土地使用权作价入股事宜予以确认和同意。

该交易系其双方真实意思表示，股权受让方商若云和邵贤庆已根据凯泽电器房屋建筑物、土地使用权的资产评估价格支付转让价款，转让过程、转让价格等均不存在纠纷或潜在纠纷。股权转让完成后，凯泽电器及其实际控制人不再持有帅丰有限股权，亦未直接、间接或通过委托持股方式持有发行人的股权，不存在代持情形。

②增资入股及股权转让符合税收相关法律法规的规定

根据本次土地增资及股权转让时所适用的《中华人民共和国城市房地产管理法》、《中华人民共和国土地管理法》及《中华人民共和国税收征收管理法》，本次产权交易由凯泽电器以该等实物资产评估作价入股，其后通过股权转让方式最终实现相关房产和土地使用权转让，未受当时适用的前述法律法规所禁止。

本次房产、土地增资过程中，发行人涉及的相关税费，在本次增资入股办理相关土地使用权及房屋所有权权属证书变更时已经全部缴纳。

2018年6月，浙江省嵊州市地方税务局就本次实物出资和股权转让涉税事项进行确认，凯泽电器“在以土地使用权及房屋所有权作价出资入股帅丰电器，以及将此股权转让帅丰电器现有自然人股东商若云、邵贤庆过程中，帅丰电器及其当时之股东商若云、邵贤庆不存在代扣代缴相关税收的义务，也不存在相应的纳税申报和缴纳义务。”同时，“截至目前，帅丰电器及其现有股东就上述情况不存在应缴未缴纳税事项，亦不存在应履行而未履行的代扣代缴义务。”

发行人取得所在地税务、国土等部门出具的合法合规证明以及上述浙江省嵊州市地方税务局的专项确认，发行人取得上述土地、房产未违反土地管理相关的法律法规，发行人及股权受让方不存在应缴未缴的税款，也不存在因上述事项而被相关行政部门处罚的情况。

因此，凯泽电器上述产权转让事宜未受当时适用的税收相关法律法规所禁止，符合当时税收相关法律法规的规定。

③凯泽电器与发行人控股股东、实际控制人的关系

凯泽电器及其股东未曾持有发行人控股股东股权或在发行人控股股东处担任董事、监事、高级管理人员或其他任职，凯泽电器股东与发行人实际控制人不存在亲属关系及其他关联关系；自凯泽电器设立起，发行人控股股东、实际控制人未曾在凯泽电器持有股权或担任董事、监事、高级管理人员或其他职务。

(5) 2014年9月，股权转让并增资至5,018.00万元

因实际控制人家族对内部持股进行调整，同时为增强公司资本实力，筹集经营发展所需资金，2014年9月12日，帅丰有限召开股东会，决议同意股东商若云将其持有的1,559.90万元出资额无偿转让给邵于佶，同意股东邵贤庆将其持有的956.30万元出资额无偿转让给邵于佶。

同时，股东会决议同意将公司注册资本由3,018.00万元增加至5,018.00万元，其中股东邵于佶以货币方式认缴2,000.00万元，占新增注册资本的100.00%，增资价格参考帅丰有限资产负债、经营业绩，经全体股东协商确定，每1元注册资本1元，出资资金来源于其家族自有资金。

2019年6月14日，安永所出具了《验资报告》（安永华明（2019）验字第61444050_B01），对上述出资进行了验证。

2014年9月22日，帅丰有限完成此次股权转让并增资事项的工商变更登记，领取新的《营业执照》。

本次增资完成后，帅丰有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	股权比例（%）
1	邵于佶	4,516.20	90.00
2	商若云	250.90	5.00
3	邵贤庆	250.90	5.00
	合计	5,018.00	100.00

(6) 2016年9月，增资至5,559.00万元

发行人为实施员工股权激励，引入员工持股平台。2016年9月27日，帅丰有限召开股东会，决议同意将公司注册资本由5,018.00万元增加至5,559.00万元。新增股东嵊州市丰福投资管理合伙企业（有限合伙）以货币方式认缴全部增资541.00万元，增资价格为每1元注册资本8.25元，剩余投资额3,922.25万元计入资本公积。丰福投资合伙人出资均来源于其自有或自筹资金。

2016年9月9日，坤元资产评估有限公司出具了《浙江帅丰电器有限公司拟了解其股东全部权益价值评估项目资产评估报告》（坤元评报【2016】417号）对帅丰有限的股东全部权益价值进行评估。经评估，截至2016年7月31日，帅丰有限股东全部权益的评估价值为69,361.68万元，即1元注册资本价格为13.82元。

2016年9月30日，嵊州信元会计师事务所有限公司出具了《验资报告》（嵊信内验字【2016】第059号）对上述出资进行了验证。2019年6月14日，安永所出具了《验资复核报告》（安永华明（2019）专字第61444050_B05号），对上述验资事项进行了复核确认。

2016年9月28日，帅丰有限完成此次增资事项的工商变更登记，领取新的《营业执照》。

本次增资完成后，帅丰有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	股权比例（%）
1	邵于佶	4,516.20	81.25
2	嵊州市丰福投资管理合伙企业 （有限合伙）	541.00	9.73
3	商若云	250.90	4.51
4	邵贤庆	250.90	4.51
合计		5,559.00	100.00

（7）2017年9月，股权转让

为实现实际控制人家族内部持股方式调整，2017年9月28日，帅丰有限召开股东会，决议同意股东邵于佶将其持有的3,057.45万元出资额（占注册资本的比例为55.00%）转让给帅丰投资，采取原始投资成本作价转让，转让价格为每1

元注册资本 1 元，转让价款来源于帅丰投资自有或自筹资金。2017 年 9 月 28 日，邵于佶与帅丰投资签署《股权转让协议》。

帅丰投资系邵于佶、商若云、邵贤庆出资设立的公司，帅丰投资具体情况参见本招股意向书“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人的控股股东、实际控制人及持有 5% 以上股份的主要股东情况”。

2017 年 10 月 13 日，帅丰有限完成此次股权转让事项的工商变更登记。

本次股权转让完成后，帅丰有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	股权比例（%）
1	浙江帅丰投资有限公司	3,057.45	55.00
2	邵于佶	1,458.75	26.25
3	嵊州市丰福投资管理合伙企业 （有限合伙）	541.00	9.73
4	商若云	250.90	4.51
5	邵贤庆	250.90	4.51
合计		5,559.00	100.00

2、股份公司设立情况

2017 年 10 月 28 日，帅丰有限召开股东会，决议同意以帅丰有限截至 2017 年 10 月 31 日经审计的净资产为基础，整体变更为股份有限公司。

2017 年 11 月 22 日，天健所出具《审计报告》（天健审【2017】8439 号）：截至 2017 年 10 月 31 日，公司经审计净资产为 166,907,724.37 元。

2017 年 11 月 24 日，坤元资产评估有限公司出具《资产评估报告》（坤元评报【2017】697 号）：截至 2017 年 10 月 31 日，帅丰有限公司资产净额的评估价值为 244,558,116.03 元。

2017 年 12 月 1 日，帅丰有限召开股东会，决议同意以变更基准日（2017 年 10 月 31 日）经审计的账面净资产 166,907,724.37 元中的 96,000,000.00 元折股整体变更为股份公司，变更后股份公司的股份总数为 9,600.00 万股，每股面值为 1 元，注册资本为 9,600.00 万元，净资产超过注册资本的部分 70,907,724.37 元计入资本公积。2017 年 12 月 1 日，全体发起人签署《发起人协议书》。

2017年12月16日，帅丰电器召开创立大会暨第一次股东大会并作出决议，同意公司以整体变更的方式发起设立股份有限公司。公司整体变更前后，各股东的持股比例不变。

2017年12月19日，天健所出具《验资报告》（天健验【2017】544号）。经审验，截至2017年12月18日，公司已收到全体出资者以帅丰有限净资产缴纳的实收资本9,600.00万元。

2017年12月28日，帅丰电器领取了绍兴市市场监督管理局核发的统一社会信用代码为913306837045254701的《营业执照》。

公司名称变更为浙江帅丰电器股份有限公司，股份公司设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	持有股份（万股）	股权比例（%）
1	浙江帅丰投资有限公司	5,280.00	55.00
2	邵于佶	2,519.16	26.25
3	嵊州市丰福投资管理合伙企业（有限合伙）	934.27	9.73
4	商若云	433.29	4.51
5	邵贤庆	433.29	4.51
	合计	9,600.00	100.00

3、股份公司设立后的变化情况

（1）2018年6月，增资至10,560.00万元

为增强发行人资本规模，提升经营管理水平，通过引入第三方投资人以进一步完善法人治理结构，2018年6月21日，帅丰电器召开股东大会，决议同意将公司注册资本由9,600.00万元增加至10,560.00万元。新增股东北京居然之家联合投资管理中心（有限合伙）、龙口南山投资有限公司、苏州维新力特创业投资管理有限公司3家非自然人股东，以及宫明杰、刘涛成、黄怡、马国英4名自然人股东，前述股东以货币方式认缴全部新增注册资本960.00万元，增资定价系在综合发行人市场地位、经营状况、盈利能力以及未来发展前景等因素上，经发行人与财务投资者协商，参考2017年净利润的基础上，按照约15倍市盈率，以每股20.86元的价格增资，出资资金均为股东自有或自筹资金。

其中，新股东北京居然之家联合投资管理中心（有限合伙）出资 10,793.80 万元认缴新增注册资本 517.44 万元，占增资后总股本的 4.90%，剩余部分计入资本公积；

新股东宫明杰出资 2,500.07 万元认缴新增注册资本 119.85 万元，占增资后总股本的 1.13%，剩余部分计入资本公积；

新股东黄怡出资 2,431.44 万元认缴新增注册资本 116.56 万元，占增资后总股本的 1.10%，剩余部分计入资本公积；

新股东龙口南山投资有限公司出资 2,000.06 万元认缴新增注册资本 95.88 万元，占增资后总股本的 0.91%，剩余部分计入资本公积；

新股东苏州维新力特创业投资管理有限公司出资 1,000.03 万元认缴新增注册资本 47.94 万元，占增资后总股本的 0.45%，剩余部分计入资本公积；

新股东马国英出资 800.19 万元认缴新增注册资本 38.36 万元，占增资后总股本的 0.36%，剩余部分计入资本公积；

新股东刘涛成出资 500.01 万元认缴新增注册资本 23.97 万元，占增资后总股本的 0.23%，剩余部分计入资本公积。

2018 年 6 月 27 日，天健所出具《验资报告》（天健验【2018】206 号）对上述出资进行了验证。

2018 年 6 月 27 日，帅丰电器完成此次增资事项的工商变更登记，领取新的《营业执照》。

本次增资完成后，帅丰电器的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	股权比例（%）
1	浙江帅丰投资有限公司	5,280.00	50.00
2	邵于佶	2,519.16	23.87
3	嵊州市丰福投资管理合伙企业（有限合伙）	934.27	8.85
4	北京居然之家联合投资管理中心（有限合伙）	517.44	4.90
5	商若云	433.29	4.10
6	邵贤庆	433.29	4.10
7	宫明杰	119.85	1.13
8	黄怡	116.56	1.10

序号	股东名称	出资额（万元）	股权比例（%）
9	龙口南山投资有限公司公司	95.88	0.91
10	苏州维新力特创业投资管理有限公司	47.94	0.45
11	马国英	38.36	0.36
12	刘涛成	23.97	0.23
合计		10,560.00	100.00

发行人历次增资及股权转让均基于发行人经营发展需要，均拥有合理的增资及股权转让背景，增资及股权转让定价与公司发展阶段及股权转让背景相匹配，各股东出资来源合法，股权变动决策程序合法合规，历次股权转让及增资均为各股东真实、自愿意思表示，不存在委托持股、利益输送或其他利益安排，就增资或股权转让的作价依据、持股结果均不存在纠纷或潜在争议。

（二）发行人重大资产重组情况

报告期内，发行人无重大资产重组情况。

四、发行人历次验资情况

（一）1998年12月，帅丰有限设立时的验资情况

1998年12月8日，嵊州市审计师事务所出具了《验资报告》（嵊审所验字【1998】第264号），对设立帅丰有限截至1998年12月7日的实收资本进行了验证。根据该《验资报告》，截至1998年12月7日，帅丰有限已收到其股东投入的资本50.00万元，其中以货币资金出资30.00万元，以实物资产出资20.00万元。

（二）2003年5月，帅丰有限增资的验资情况

2003年5月7日，嵊州信元会计师事务所有限公司出具了《验资报告》（嵊信会验字【2003】第174号），对新增注册资本及实收资本情况进行了验证。根据该《验资报告》，截至2003年5月6日，公司已收到商若云、邵贤庆缴纳的新增注册资本合计人民币450.00万元，各股东共以货币出资450.00万元。

（三）2010年12月，帅丰有限增资的验资情况

2010年12月31日，嵊州信元会计师事务所有限公司出具了《验资报告》（嵊信会验字【2010】第763号），对新增注册资本及实收资本情况进行了验证。根据该《验资报告》，截至2010年12月31日，公司已收到全体股东投入的新增注册资本（实收资本）合计人民币2,518.00万元。股东以实物（房屋建筑物、土地使用权）出资2,110.00万元，货币资金出资408.00万元。

（四）2014年9月，帅丰有限增资的验资情况

2019年6月14日，安永所出具了《验资报告》（安永华明（2019）验字第61444050_B01号），对新增注册资本及实收资本情况进行了验证。根据该《验资报告》，截至2014年9月30日，公司已收到股东邵于佶缴纳的新增注册资本（实收资本）合计人民币2,000.00万元，股东邵于佶以货币出资人民币2,000.00万元，变更后的累计注册资本（实收资本）为人民币5,018.00万元。

（五）2016年9月，帅丰有限增资的验资情况

2016年9月30日，嵊州信元会计师事务所有限公司出具了《验资报告》（嵊信内验字【2016】第059号），对新增注册资本及实收资本情况进行了验证。根据该《验资报告》，截至2016年9月30日，公司已收到丰福投资缴纳的新增注册资本（实收资本）合计人民币541.00万元。股东丰福投资本次实际缴纳新增投资额为4,463.25万元，其中实收资本541.00万元，资本公积3,922.25万元，变更后的累计注册资本人民币5,559.00万元。2019年6月14日，安永所出具了《验资复核报告》（安永华明（2019）专字第61444050_B05号），对上述验资事项进行了复核确认。

（六）2017年12月，帅丰电器改制的验资情况

2017年12月19日，天健所出具《验资报告》（天健验【2017】544号），对公司整体变更为股份有限公司的注册资本实收情况进行了验证。根据该《验资报告》，截至2017年12月18日，公司已收到全体出资者所拥有的截至2017年10月31日帅丰有限经审计的净资产166,907,724.37元，根据《公司法》的有关规定，按照公司的折股方案，将上述净资产折合实收资本96,000,000.00元，其余净资产70,907,724.37元作为公司的资本公积。

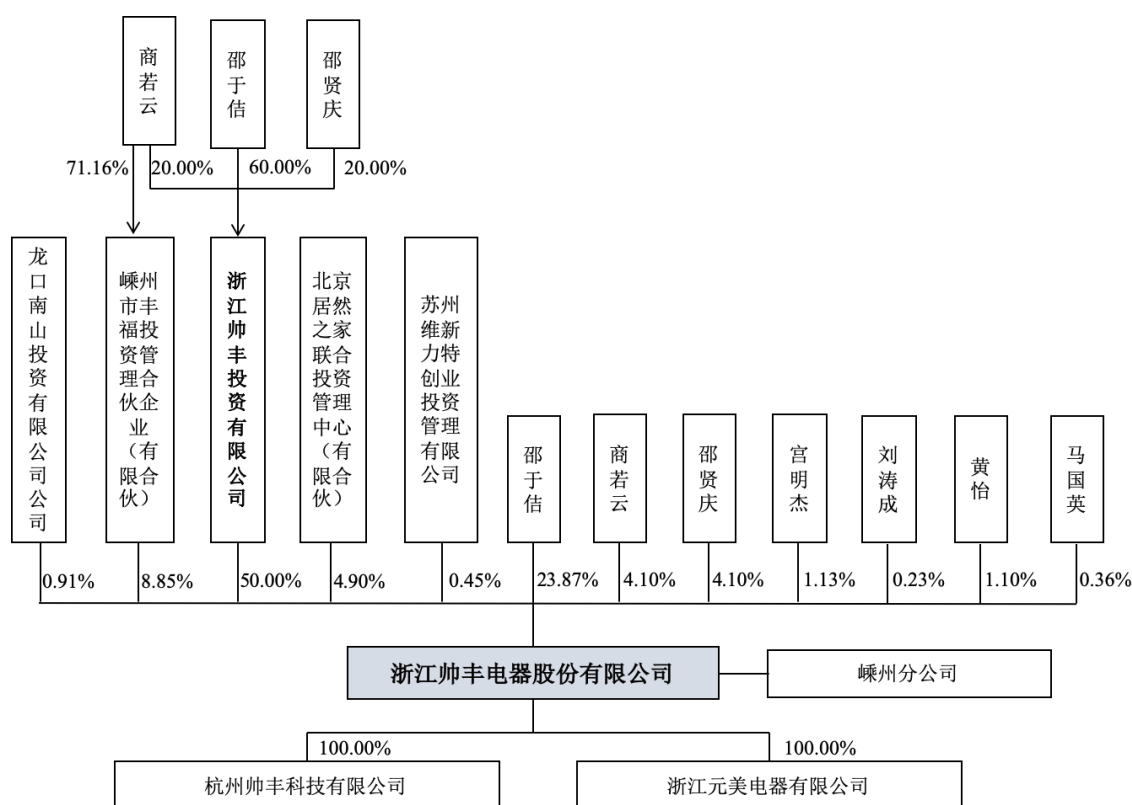
（七）2018年6月，帅丰电器增资的验资情况

2018年6月27日，天健所出具《验资报告》（天健验【2018】206号），对新增注册资本及实收资本情况进行了验证。根据该《验资报告》，截至2018年6月22日，新增股东本次实际缴纳新增投资额为20,025.60万元，其中实收资本960.00万元，资本公积19,065.60万元，各出资者均以货币出资。变更后的累计注册资本人民币10,560.00万元。

五、发行人的实际控制关系和组织结构

（一）实际控制关系图

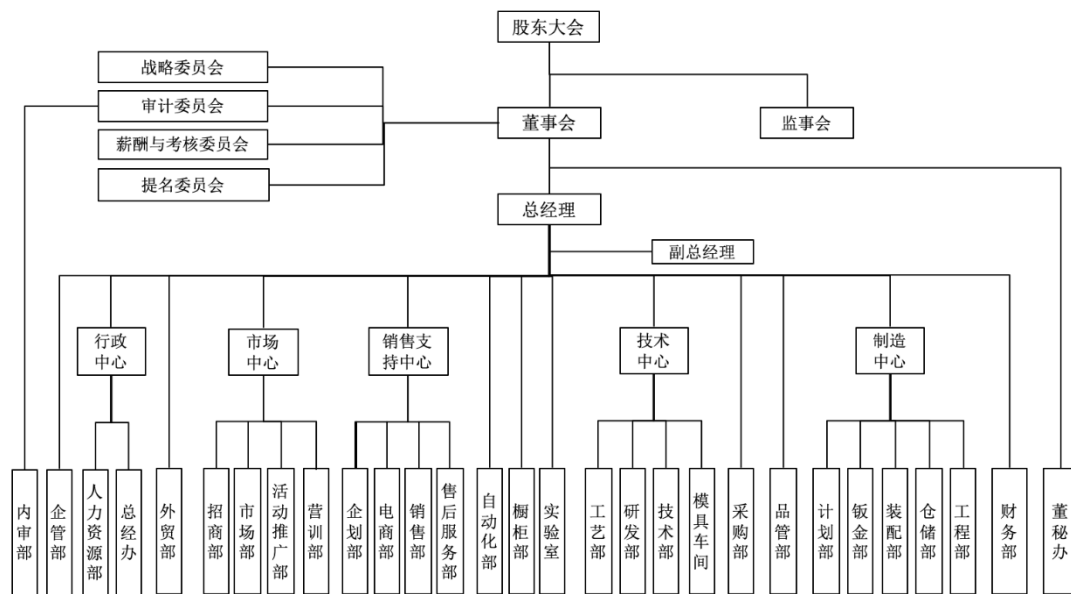
截至本招股意向书签署日，公司的实际控制关系如下图所示：



（二）内部组织结构图

截至本招股意向书签署日，公司的组织结构如下图所示：

浙江帅丰电器股份有限公司组织架构图



（三）公司各主要职能部门的情况

公司权力机构是股东大会，股东大会下设董事会和监事会，董事会成员、监事会成员（职工代表监事由职工代表大会选举产生）通过股东大会选举产生。董事会是股东大会常设的执行机构，负责公司重大事项的决策，向股东大会负责，董事长由董事会成员过半数选举产生。董事会聘任总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员。监事会是公司的监督机构，负责检查公司财务，对董事、高级管理人员的行为进行监督，监事会主席由监事会成员过半数选举产生。经理层在董事会的领导下负责公司的日常经营与管理。

公司主要职能部门的职责如下：

主要部门	部门职责
市场部	负责制定年度/月度国内销售目标与策略；开展区域招商和换商、市场推广活动；负责新品上市与推广；参与公司品牌/市场策划；负责区域经销商团队的指导和培训；负责处理区域经销商、消费者的咨询、问题及投诉；负责区域市场信息收集、整理与分析工作。
销售部	负责销售订单接收、审核、跟进；负责合同签订、接受咨询等工作；负责接收、跟进、处理客户售后服务问题；负责定期做好客户销售分析工作。
售后服务部	负责处理经销商和消费者的售后问题；负责组织开展售后服务培训；负责建立售后问题处理方案与方法库；负责将售后问题反馈到生产、品管、技术等部门，并跟进处理结果；负责售后配件管理工作；负责对区域经销商售后服务质量进行监督。
电商部	负责线上店铺运营；开展客户管理工作；负责竞品线上销售信息的收集、统计、分析；参与线上产品规划和优化工作。

主要部门	部门职责
外贸部	负责外贸老客户维护，包括订单管理、客户管理等工作；负责外贸新客户开发工作；负责通过展会、网络等方式进行市场推广工作；参与外销产品线规划工作。
企划部	负责公司品牌策划与传播；负责线上线下市场活动策划与监督落实情况，并对相关活动进行总结分析；参与公司产品线规划与产品优化等工作；负责新媒体渠道的策划与传播工作；负责公司展会的设计与策划，跟进相关制作和实施工作。
采购部	负责及时保质完成物料采购工作；供应商管理工作；采购成本控制工作；跟进不断提升外购物料的质量水平。
钣金部	负责完成钣金件生产任务管理工作；钣金件产品质量管理工作；钣金车间现场、设备、安全等管理工作；钣金件产品制造成本的控制工作。
装配部	负责完成产品装配生产任务管理工作；装配车间产品质量管理工作；装配车间现场、设备、安全等管理工作；装配车间相关产品制造成本的控制工作。
研发部	负责制定年度新产品开发计划，并组织落实和执行；负责新产品评审、试验、小批量等过程工作；负责处理生产过程中的产品设计与技术问题；负责产品专利申报与管理工作；负责公司新产品线规划工作。
技术部	负责参与相关产品行业、国家、国际及企业标准的编制；负责公司产品外部检测认证及许可证管理工作；负责 ERP 系统物料管理以及正品控系统维护工作。
实验室	负责完成产品委托检测任务；负责做好实验设备与软件管理工作；负责做好实验室体系管理与认证工作。
财务部	负责组织开展财务核算、报表编制等工作；负责推进成本管理与管理会计工作；负责推进预算、资金管理等工作。
内审部	负责建立公司审计管控机制，组织制定、实施审计工作计划；负责对公司财务账务、对外投资、财务预决算等的执行情况进行审计，并提出意见和建议；负责对中高层管理人员进行任期经济责任审计、管理干部离任审计，并提出意见和建议。
人力资源部	负责组织设计与人员招聘工作；员工培训工作；员工绩效考核管理工作；员工薪酬与激励管理工作；员工档案、社会保险等人事管理工作。
董事会秘书办公室	负责制定和落实公司上市规划与计划；推进公司治理结构的合理性与管理规范性；筹备董事会和股东大会相关工作。

六、发行人控股子公司、参股公司或企业、分公司的简要情况

目前，公司共拥有 2 家全资子公司、1 家分公司，其基本情况如下：

（一）全资子公司

1、帅丰科技

（1）基本情况

名称：杭州帅丰科技有限公司

类型：一人有限责任公司（私营法人独资）

住所：浙江省杭州市西湖区古墩路 808 号新时代家居生活广场 F 座 3 层 3F11-1

法定代表人：邵于佶

注册资本：200.00 万元

成立日期：2017 年 6 月 29 日

营业期限：2017 年 6 月 29 日至长期

经营范围：服务：新型材料、环保材料、建筑材料、网络技术的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让；批发、零售（含网上销售）：家用电器，厨房设备，电子元器件；（上述经营范围应在《市场名称登记证》有效的营业期限内经营）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

主营业务：主要经营“帅丰集成灶”直营店，目前已在浙江省杭州市开设有一家直营门店。

（2）股东构成及控制情况

帅丰科技是发行人的全资子公司。

（3）主要财务数据

帅丰科技最近一年一期主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 3 月末	2019 年末
期末总资产	146.43	76.26
期末净资产	-87.15	-64.85
项目	2020 年 1-3 月	2019 年
营业收入	0.00	126.88
净利润	-22.30	-107.66

注：以上财务数据已纳入经安永所审计的合并财务报表。

2、元美电器

(1) 基本情况

名称：浙江元美电器有限公司

类型：一人有限责任公司（私营法人独资）

住所：嵊州市经济开发区城东区纬一路 28 号

法定代表人：丁城

注册资本：1,000.00 万元

成立日期：2016 年 03 月 07 日

营业期限：2016 年 03 月 07 日至长期

经营范围：制造、销售：集成灶、吸排油烟机、燃气灶具、烤箱、水槽、集成水槽、橱柜、电热水器、洗碗机、净水器、空气净化器、空气能设备、集成吊顶、烘干机、电机、微电机、电扇、通风器、换气扇、取暖器、保洁柜、浴霸、饮水机、空调；户外广告设计、制作、发布；货物进出口；技术进出口。

主营业务：元美电器主要承担“元美”品牌的独立运营，主要销售产品为元美品牌集成灶、集成水槽、不锈钢柜体。

(2) 股东构成及控制情况

元美电器是发行人的全资子公司。

(3) 主要财务数据

元美电器最近一年一期主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 3 月末	2019 年末
期末总资产	28.90	13.76
期末净资产	26.16	0.40
项目	2020 年 1-3 月	2019 年
营业收入	0.00	12.50
净利润	-22.24	-55.84

注：以上财务数据已纳入经安永所审计的合并财务报表。

（二）分公司

名称：浙江帅丰电器股份有限公司嵊州分公司

类型：股份有限公司分公司（非上市、自然人投资或控股）

住所：嵊州市经济开发区城东区纬一路 28 号

负责人：商若云

成立日期：2012 年 02 月 29 日

营业期限：2012 年 02 月 29 日至长期

经营范围：制造：吸排油烟机、通风器、换气扇、取暖器、电扇、电机、微电机、煤气灶、洗碗机、浴霸、饮水机、空调、电热水器。

七、发行人的控股股东、实际控制人及持有 5%以上股份的主要股东情况

公司的实际控制人为商若云、邵贤庆及邵于佶，公司控股股东系浙江帅丰投资有限公司，持有公司股份比例为 50.00%，其他持有公司 5%以上股份的股东为邵于佶、嵊州市丰福投资管理合伙企业（有限合伙），持有公司股份比例分别为 23.87%和 8.85%。

（一）公司控股股东

1、基本情况

名称：浙江帅丰投资有限公司

类型：有限责任公司（自然人投资或控股）

住所：浙江省绍兴市嵊州市三江街道仙景花苑 16 号

法定代表人：商若云

注册资本：5,000.00 万元

成立日期：2017 年 05 月 12 日

营业期限：2017年05月12日至长期

经营范围：实业、高新技术产业项目的投资；企业管理策划及咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

主营业务：股权投资

2、股东构成

帅丰投资股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	股权比例（%）
1	邵于佶	3,000.00	60.00
2	商若云	1,000.00	20.00
3	邵贤庆	1,000.00	20.00
合计		5,000.00	100.00

3、主要财务数据

帅丰投资最近一年一期母公司口径主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020年3月末	2019年末
期末总资产	3,060.08	3,066.07
期末净资产	3,060.08	3,066.07
项目	2020年1-3月	2019年
营业收入	-	-
净利润	-5.99	-12.63

注：以上数据经嵊州大诚联合会计师事务所（普通合伙）审计。

（二）公司实际控制人

公司实际控制人为商若云、邵贤庆及邵于佶，其中商若云、邵贤庆系夫妻关系，邵于佶为商若云、邵贤庆的女儿。

邵于佶、商若云和邵贤庆分别直接持有发行人 23.87%、4.10%和 4.10%的股份，合计直接持有发行人 32.07%的股份；邵于佶、商若云和邵贤庆持有公司控股股东帅丰投资股权分别为 60.00%、20.00%和 20.00%，即三人通过帅丰投资间接持有公司 50.00%的股份；另外丰福投资持有发行人 8.85%的股份，商若云系丰福投资普通合伙人兼执行事务合伙人，且持有丰福投资 71.16%的份额，即商

若云通过丰福投资间接控制公司 8.85% 的股份。综上，商若云、邵贤庆及邵于佶三人合计控制公司 90.92% 的股份，为公司的实际控制人。

近三年，公司实际控制人始终为商若云、邵贤庆及邵于佶，实际控制人未发生变更。三人直接持有公司的股份和通过帅丰投资、丰福投资间接持有公司的股份均不存在质押或其他有争议的情况。

商若云，女，1969 年生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号 330623196901****，住所：嵊州市卧龙绿都月溪苑***，上海交通大学研修学历，高级经济师。商若云详细简历参见“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员情况”之“（一）董事会成员”。

邵贤庆，男，1962 年生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号 330623196212****，住所：嵊州市卧龙绿都月溪苑***，初中学历，设计工程师。邵贤庆详细简历参见“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员情况”之“（一）董事会成员”。

邵于佶，女，1990 年生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号 330683199004****，住所：浙江省嵊州市剡湖街道官河里***，本科学历。邵于佶详细简历参见“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员情况”之“（一）董事会成员”。

（三）控股股东、实际控制人控制的其他企业基本情况

截至本招股意向书签署日，公司实际控制人商若云、邵贤庆及邵于佶，三人共同持有控股股东帅丰投资 100% 的股权，商若云系公司股东丰福投资的普通合伙人并担任执行事务合伙人。除此之外，公司实际控制人无其他对外投资或控制的企业。

帅丰投资基本情况参见“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人的控股股东、实际控制人及持有 5% 以上股份的主要股东情况”之“（一）公司控股股东”；丰福投资基本情况参见“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人的控

股股东、实际控制人及持有 5% 以上股份的主要股东情况”之“（四）持有公司 5% 以上股份的非自然人股东”。

（四）持有公司 5% 以上股份的非自然人股东

持有公司 5% 以上股份的非自然人股东为丰福投资，丰福投资主要情况如下：

1、基本情况

名称：嵊州市丰福投资管理合伙企业（有限合伙）

类型：有限合伙企业

住所：浙江省绍兴市嵊州市三江街道仙景花苑 15 号

执行事务合伙人：商若云

成立日期：2016 年 09 月 27 日

经营范围：投资管理（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款，融资担保，代客理财等金融服务）

主营业务：股权投资

2、合伙人构成情况

丰福投资合伙人构成及出资情况如下：

编号	合伙人姓名	出资金额（万元）	占出资总额比例（%）	任职情况	关联关系情况
1	商若云	3,176.25	71.16	1998 年 12 月入职，现任董事长	持有发行人控股股东帅丰投资 20% 股权，实际控制人之一
2	邵小阳	99.00	2.22	1998 年 12 月入职，现任钣金部经理	——
3	丁寒忠	82.50	1.85	2017 年 9 月入职，现任董事、董事会秘书、财务负责人	——
4	丁城	82.50	1.85	2016 年 3 月入职，现任元美电器执行董事兼总经理	实际控制人之一邵于估之配偶
5	李波	82.50	1.85	2015 年 9 月入职，现任监事会主席、实验室主任，核心技术人员	——
6	祝剑江	82.50	1.85	2010 年 5 月入职，现任技术中心总监	——
7	朱益峰	82.50	1.85	2013 年 3 月入职，现任监事、销售支持中心总监	——

编号	合伙人姓名	出资金额 (万元)	占出资总额比例 (%)	任职情况	关联关系情况
8	全学中	82.50	1.85	2010年6月入职,现任制造中心总监	---
9	商俊锋	66.00	1.48	2010年7月入职,现任电商部经理	---
10	王丽英	66.00	1.48	2014年5月入职,现任财务部经理	---
11	张英	49.50	1.11	2015年9月入职,现任装配组长	---
12	贵刚强	49.50	1.11	2015年8月入职,现任行政中心总监	---
13	王珍	41.25	0.92	2010年3月入职,现任采购部经理	---
14	商乐飞	41.25	0.92	2003年6月入职,现任仓库主管	---
15	钱剑江	41.25	0.92	2014年7月入职,现任驾驶员	---
16	邵庆良	41.25	0.92	2015年3月入职,现任后勤人员	实际控制人之一邵贤庆之兄
17	过增华	24.75	0.55	2001年1月入职,现任后勤人员	---
18	赵芳	24.75	0.55	2009年2月入职,现任销售部经理兼销售二部组长	---
19	王卓贞	24.75	0.55	2008年1月入职,现任销售一部组长	---
20	袁科雯	24.75	0.55	2008年3月入职,现任外贸部经理	---
21	邵进良	24.75	0.55	2009年10月入职,现任后勤人员	实际控制人之一邵贤庆之兄
22	钱东明	24.75	0.55	2008年1月入职,现任装配部经理	---
23	茹永龙	24.75	0.55	2009年9月入职,现任研发部经理	---
24	钱松飞	24.75	0.55	1998年12月入职,现任采购员	---
25	胡孝正	24.75	0.55	2013年5月入职,现任工程部副经理	---
26	俞相东	24.75	0.55	2009年6月入职,现任模具车间主任	---
27	金美林	24.75	0.55	2010年7月入职,现任销售三部组长	---
28	茹金芳	24.75	0.55	2009年2月入职,现任外贸部副经理	---
合计		4,463.25	100.00	---	---

丰福投资主要为激励发行人核心员工而设立,发行人实际控制人之一商若云担任合伙企业普通合伙人。丰福投资有限合伙人均为发行人员工,入股员工的范围限于公司部分中层以上管理人员、核心技术人员、管理骨干及部分普通员工等。发行人根据员工任职岗位与级别、在发行人处的工作年限、业绩表现、对公司历史发展的贡献情况和对公司未来发展的重要性等因素进行综合评估,选定入股员

工，并确定其所获得的股权激励份额。

3、主要财务数据

丰福投资最近一年及一期主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020年3月末	2019年末
期末总资产	4,466.12	4,466.12
期末净资产	4,463.85	4,463.85
项目	2020年1-3月	2019年
营业收入	-	-
净利润	0.00	0.30

注：以上数据未经审计。

（五）持有公司5%以上股份的自然人股东

持有公司5%以上股份的自然人股东邵于佶女士的身份信息如下：

姓名	国籍	是否拥有永久 境外居留权	公民身份号码	住所
邵于佶	中国	否	330683199004*****	浙江省嵊州市剡湖街道官河里 ***

八、公司新股东情况

2018年6月21日，帅丰电器召开股东大会同意引入新股东北京居然之家联合投资管理中心（有限合伙）、龙口南山投资有限公司、苏州维新力特创业投资管理有限公司等3家非自然人股东，以及宫明杰、刘涛成、黄怡、马国英等4名自然人股东，并于2018年6月27日完成工商变更登记。公司新引入股东的基本情况如下：

（一）新引入非自然人股东情况

1、居然之家

（1）基本情况

名称：北京居然之家联合投资管理中心（有限合伙）

类型：有限合伙企业

住所：北京市东城区东直门南大街甲3号5层525室

成立日期：2015年1月29日

执行事务合伙人：中居和家（北京）投资基金管理有限公司

经营范围：投资管理；资产管理；项目投资。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”；下期出资时间为2022年11月10日；企业依法自主选择经营项目,开展经营活动；依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

主营业务：股权投资

（2）合伙人构成情况

居然之家合伙人构成及出资情况如下：

合伙人名称	合伙人类型	认缴额（万元）	股权比例（%）
中居和家（北京）投资基金管理有限公司	普通合伙人	100.00	0.03
居然之家金融控股有限公司	有限合伙人	113,700.00	37.90
顾家集团有限公司	有限合伙人	50,000.00	16.67
显骏实业（惠州）有限公司	有限合伙人	30,000.00	10.00
梅州柘岭投资实业有限公司	有限合伙人	30,000.00	10.00
佛山市乐华恒业实业投资有限公司	有限合伙人	20,000.00	6.67
温世权	有限合伙人	10,000.00	3.33
深圳索菲亚投资管理有限公司	有限合伙人	10,000.00	3.33
东莞市慕腾投资有限公司	有限合伙人	5,000.00	1.67
安徽昱志晟邦股权投资有限公司	有限合伙人	4,200.00	1.40
谭毅	有限合伙人	3,000.00	1.00
娄彦华	有限合伙人	3,000.00	1.00
周旭恩	有限合伙人	3,000.00	1.00
戚麟	有限合伙人	3,000.00	1.00
乔印军	有限合伙人	3,000.00	1.00
运时通（中国）家具有限公司	有限合伙人	3,000.00	1.00
惠达卫浴股份有限公司	有限合伙人	3,000.00	1.00
广州康耐登家居用品有限公司	有限合伙人	3,000.00	1.00

合伙人名称	合伙人类型	认缴额（万元）	股权比例（%）
克拉斯（北京）投资有限公司	有限合伙人	3,000.00	1.00
合计		300,000.00	100.00

（3）普通合伙人情况

①基本情况

名称：中居和家（北京）投资基金管理有限公司

类型：其他有限责任公司

住所：北京市东城区东直门南大街甲3号5层506室

法定代表人：陈亮

注册资本：5,000.00 万元人民币

实收资本：2,000.00 万元人民币

成立日期：2016年11月4日

营业期限：2016年11月4日至2086年11月03日

经营范围：非证券业务的投资管理（不得从事下列业务：1、发放贷款；2、公开交易证券类投资或金融衍生品交易；3、以公开方式募集资金；4、对除被投资企业以外的企业提供担保；）；资产管理。（“1、未经有关部门批准,不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”；企业依法自主选择经营项目,开展经营活动；依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

②股东构成及控制情况

中居和家的股东结构如下：

股东名称	出资额（万元）	股权比例（%）
居然之家金融控股有限公司	3,000.00	60.00
曾文省	500.00	10.00
顾家集团有限公司	500.00	10.00

股东名称	出资额（万元）	股权比例（%）
梅州栢岭投资实业有限公司	500.00	10.00
温世权	250.00	5.00
谭毅	250.00	5.00
合计	5,000.00	100.00

2、南山投资

（1）基本情况

名称：龙口南山投资有限公司

类型：有限责任公司（自然人投资或控股）

住所：山东省龙口市东江镇南山工业园

法定代表人：宋建波

注册资本：7,930.00 万元人民币

实收资本：7,930.00 万元人民币

成立日期：2005 年 2 月 2 日

营业期限：2005 年 2 月 2 日至 2055 年 1 月 30 日

经营范围：自有资金对企业进行投资、管理（国家限制的行业除外）。（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）

主营业务：自有资金投资

（2）股东构成及控制情况

南山投资的股东结构如下：

股东名称	出资额（万元）	股权比例（%）
宋建波	7,050.00	88.90
孙志亮	100.00	1.26
宋昌明	100.00	1.26
王玉海	100.00	1.26
宋建岑	100.00	1.26
宋日友	100.00	1.26
宋建鹏	100.00	1.26
邢济君	100.00	1.26

股东名称	出资额（万元）	股权比例（%）
刘文胜	60.00	0.76
陈爱君	60.00	0.76
刘志敏	60.00	0.76
合计	7,930.00	100.00

（3）实际控制人情况

南山投资实际控制人是宋建波，其基本信息如下：

宋建波先生，男，1970 年出生，新加坡国籍，拥有澳大利亚长期居留权，大专学历。2001 年 9 月至 2015 年 8 月任山东南山铝业股份有限公司董事长；2015 年 1 月至 2015 年 9 月任南山集团有限公司董事长；2015 年 9 月至今任南山集团有限公司董事长兼总经理；1993 年 3 月至今任山东南山铝业股份有限公司董事。

3、维新力特

（1）基本情况

名称：苏州维新力特创业投资管理有限公司

类型：有限责任公司（自然人投资或控股）

住所：苏州工业园区苏虹东路 183 号东沙湖股权投资中心 19 号楼 244 室

法定代表人：卫哲

注册资本：100.00 万元人民币

实收资本：100.00 万元人民币

成立日期：2015 年 8 月 10 日

营业期限：2015 年 8 月 10 日至无固定期限

经营范围：创业投资管理，投资管理及咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

主营业务：股权投资管理业务

（2）股东构成及控制情况

维新力特的股东结构如下：

股东名称	出资额（万元）	股权比例（%）
卫哲	60.00	60.00
朱海龙	40.00	40.00
合计	100.00	100.00

（3）实际控制人情况

维新力特实际控制人是卫哲，其基本信息如下：

卫哲，男，1970年出生，中国香港籍，硕士学历。1995年1月至1995年10月担任上海万国证券公司资产管理总部副总经理；1995年11月至1996年12月担任永道会计财务咨询公司企业融资部经理；1997年1月至1998年6月担任普华永道会计财务咨询公司伦敦收购及兼并部高级经理；1998年7月至2000年7月担任东方证券投资银行总部总经理；2000年7月至2006年10月担任百安居（中国）中国总部历任CFO和CEO；2006年11月至2011年2月担任阿里巴巴集团执行副总裁；2011年9月至今担任嘉御基金创始合伙人、董事长。

（二）新引入自然人股东情况

公司新引入自然人股东基本信息如下：

宫明杰，男，1962年生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历。1983年7月至1984年9月担任山东省烟台市建筑学校教师，1984年9月至1993年4月担任山东省烟台市建筑委员会工程师，1995年10月至1997年10月担任山东龙大企业集团有限公司出口部部长，1997年10月至2002年3月担任山东龙大企业集团有限公司代理总经理，2002年3月至2015年10月担任龙大食品集团有限公司董事长兼总经理，2015年10月至今担任担任龙大食品集团有限公司董事长。

刘涛成，男，1962年生，中国国籍，无境外永久居留权，初中学历。2001年2月至今担任招远市泰和电讯器材有限公司执行董事兼总经理，2007年4月至今担任招远昊天照明器材有限公司执行董事兼总经理。

黄怡，女，1977年生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，演员。2001年7月至今担任国家话剧院二级演员。

马国英，女，1958年生，中国国籍，无境外永久居留权，初中学历。1976年1月至1993年12月就职于温岭花边厂，1994年1月至2003年12月就职于温岭工业品公司，2004年1月至2010年1月就职于温岭正峰动力有限公司，2010年2月至今担任杭州荣正投资咨询有限公司执行董事。

九、发行人的股本情况

（一）本次发行前的总股本、本次发行的股份及其占发行后总股本的比例

本次发行前的总股本为 10,560.00 万股。本次公开发行的股票数量 3,520.00 万股，占发行后公司总股份的 25%。本次公司公开发行新股的最终数量将在综合考虑本次发行的定价结果及公司募集资金投资项目资金需求的基础上合理确定，并以中国证监会等监管机构的核准为准。

本次发行前后公司股本结构如下表：

序号	股东姓名	发行前		发行后	
		所持股本 (万股)	持股比例 (%)	所持股本 (万股)	持股比例 (%)
1	浙江帅丰投资有限公司	5,280.00	50.00	5,280.00	37.50
2	邵于佶	2,519.16	23.87	2,519.16	17.89
3	嵊州市丰福投资管理合伙企业（有限合伙）	934.27	8.85	934.27	6.64
4	北京居然之家联合投资管理中心（有限合伙）	517.44	4.90	517.44	3.68
5	商若云	433.29	4.10	433.29	3.08
6	邵贤庆	433.29	4.10	433.29	3.08
7	宫明杰	119.85	1.13	119.85	0.85
8	黄怡	116.56	1.10	116.56	0.83
9	龙口南山投资有限公司公司	95.88	0.91	95.88	0.68
10	苏州维新力特创业投资管理有限公司	47.94	0.45	47.94	0.34
11	马国英	38.36	0.36	38.36	0.27
12	刘涛成	23.97	0.23	23.97	0.17
13	本次公开发行	-	-	3,520.00	25.00
	合计	10,560.00	100.00	14,080.00	100.00

截至招股意向书签署日，发行人现有股东不存在相关法律、行政法规及规范性文件规定的禁止从事经营活动或担任股东的情形，发行人现有股东均为适格股

东。

（二）发行人的前十名股东

截至本招股意向书签署日，发行人前十名股东名称及持股情况如下：

序号	股东名称	股份数（万股）	持股比例（%）
1	浙江帅丰投资有限公司	5,280.00	50.00
2	邵于佶	2,519.16	23.87
3	嵊州市丰福投资管理合伙企业（有限合伙）	934.27	8.85
4	北京居然之家联合投资管理中心（有限合伙）	517.44	4.90
5	商若云	433.29	4.10
6	邵贤庆	433.29	4.10
7	宫明杰	119.85	1.13
8	黄怡	116.56	1.10
9	龙口南山投资有限公司公司	95.88	0.91
10	苏州维新力特创业投资管理有限公司	47.94	0.45

（三）前十名自然人股东及其在发行人处担任职务情况

截至本招股意向书签署日，发行人前十名自然人股东及其在发行人处担任职务情况如下：

序号	股东名称	担任职务
1	邵于佶	董事、总经理
2	商若云	董事长
3	邵贤庆	董事、副总经理
4	宫明杰	-
5	黄怡	-
6	马国英	-
7	刘涛成	-

（四）股东中的战略投资者持股情况

截至本招股意向书签署之日，公司股东中无战略投资者。

（五）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

发行人直接及间接股东与发行人及其实际控制人、董事、监事和高级管理人员、核心技术人员、本次发行中介机构负责人及其签字人员的亲属关系或关联关系如下：

直接/间接股东名称/姓名	直接+间接合计持股比例 (%)	与发行人及其实际控制人的关联关系或亲属关系
邵于佶	53.87	发行人董事、总经理、实际控制人之一，商若云、邵贤庆之女儿
帅丰投资	50.00	发行人实际控制人控制的企业
商若云	20.40	发行人董事长、实际控制人之一，邵贤庆配偶，邵于佶母亲
邵贤庆	14.10	发行人董事、副总经理、核心技术人员、实际控制人之一，商若云配偶，邵于佶父亲
丰福投资	8.85	发行人实际控制人之一商若云控制的企业
邵小阳	0.20	发行人实际控制人之一邵贤庆之堂侄
丁寒忠	0.16	发行人董事、董事会秘书、财务负责人
丁城	0.16	实际控制人之一邵于佶之配偶
李波	0.16	发行人监事会主席、核心技术人员
朱益峰	0.16	发行人监事
商俊锋	0.13	实际控制人之一商若云之外甥
张英	0.10	实际控制人之一邵贤庆之表妹
邵庆良	0.08	实际控制人之一邵贤庆之兄
邵进良	0.05	实际控制人之一邵贤庆之兄

发行人股东商若云、邵贤庆及邵于佶系公司实际控制人，其中商若云、邵贤庆系夫妻关系，邵于佶为商若云、邵贤庆的女儿。商若云直接持有公司 4.10% 的股份，邵贤庆直接持有公司 4.10% 的股份，邵于佶直接持有公司 23.87% 的股份。

控股股东帅丰投资系自然人股东邵于佶、商若云、邵贤庆三人共同出资设立的公司，直接持有发行人 50.00% 的股份。邵于佶、商若云、邵贤庆三人分别持有帅丰投资 60.00%、20.00% 和 20.00% 的股权。

丰福投资系员工持股平台公司，直接持有发行人 8.85% 的股份。其合伙人均为发行人员工，其中商若云为丰福投资普通合伙人，持有丰福投资 71.16% 的份额；邵小阳、丁寒忠、丁城、李波、朱益峰、商俊锋、张英、邵庆良、邵进良均为丰福投资有限合伙人，间接持有发行人股份。

除上述关联关系或亲属关系外，发行人现有直接及间接股东与发行人及其其他股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员、核心技术人员、本次发行中介机构负责人及其签字人员之间不存在亲属关系、关联关系。

本次发行前，发行人股东间不存在除上述关联关系之外的其他关联关系。

（六）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

详情参见本招股意向书“重大事项提示”之“二、股东所持股份的限售安排、自愿锁定的承诺”的相关内容。

十、发行人工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股情况

发行人成立至今，不存在工会持股、职工持股会持股、信托持股或股东超过200人的情况。发行人现有直接间接股东与发行人及其其他股东、实际控制人、董监高、核心技术人员及中介机构及其负责人、签字人员之间不存在委托持股、信托持股或利益输送安排、对赌协议等特殊协议或安排，也不存在纠纷或潜在争议情况。

十一、发行人员工及其社会保障情况

（一）员工情况

1、员工人数及变化情况

报告期内，发行人与所有员工系直接雇佣关系，直接签订劳动合同，不存在劳务派遣员工的情形。发行人（包含子公司）员工总数及其变化情况如下：

年份	2020年3月末	2019年末	2018年末	2017年末
员工总数	950	987	959	888

2、员工岗位结构情况

截至2020年3月31日，发行人（包含子公司）员工岗位结构如下：

岗位结构	员工人数（人）	占员工总人数比例（%）
生产人员	569	59.89
销售人员	144	15.16
研发人员	144	15.16
管理及后勤人员	93	9.79
合计	950	100.00

3、员工学历结构情况

截至 2020 年 3 月 31 日，发行人（包含子公司）员工受教育程度情况如下：

受教育程度	员工人数（人）	占员工总人数比例（%）
本科	59	6.21
专科	152	16.00
高中	213	22.42
高中以下	526	55.37
合计	950	100.00

4、员工年龄结构情况

截至 2020 年 3 月 31 日，发行人（包含子公司）员工年龄分布情况如下：

年龄分布	员工人数（人）	占员工总人数比例（%）
25 岁以下	44	4.63
25-40 岁	473	49.79
41-60 岁	393	41.37
60 岁以上	40	4.21
合计	950	100.00

5、员工薪酬情况

发行人普通员工及董事、监事、高级管理人员人均薪酬水平如下：

单位：万元

人员	2019 年	2018 年	2017 年
发行人董监高	51.16	57.27	77.50
发行人普通员工	8.79	8.34	8.10
同行业上市公司董监高平均薪酬	63.11	59.73	58.74
浙江省在岗职工	7.21	6.64	6.11
绍兴市在岗职工	7.00	6.43	5.75

注：1、董监高不包含独立董事，独立董事薪酬为 7.2 万元/年；

2、同行业上市公司董监高平均薪酬所统计的公司为老板电器、华帝股份、浙江美大。

根据政府公开数据对比，发行人普通员工人均薪酬高于浙江省和绍兴市在岗职工年均薪酬；发行人董监高年均薪酬波动较大，主要是因为 2017 年公司董事、监事、高级管理人员共 3 人，分别为商若云、邵贤庆、邵于佳，均为公司实际控制人，人均工资相对较高。2017 年 12 月，发行人选聘新任董事会、监事会、高级管理人员，除 3 名实际控制人之外，还包括丁寒忠、徐锦、朱益峰、李波，合计为 7 人，2018 年、2019 年人均薪酬按照 7 人测算，平均薪酬较 2017 年有所下降。通过与同行业上市公司董监高平均薪酬对比可见，发行人董监高与同行业上

市公司董监高年均薪酬不存在较大差异。

发行人已在董事会下设薪酬与考核委员会，并制定了较为健全的薪酬管理制度，薪酬政策在未来将持续保持稳定。发行人将根据公司经营发展状况、市场物价消费指数及当地人均薪酬水平对其董事、监事、高级管理人员及核心技术人员、普通员工的薪酬水平进行不断完善，使其收入水平保持竞争力，实现人力资源的可持续发展。

综上，截至招股意向书签署日，发行人已经建立较为健全的薪酬管理制度，发行人董事、监事、高级管理人员及普通员工的薪酬水平与同地区在岗职工以及同行业上市公司相比处于合理区间。

（二）公司执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况

报告期内，公司根据《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规的规定，实行劳动合同制，并按照国家有关社会保险制度和住房公积金制度的法律法规和地方的具体政策，为员工缴纳了养老、医疗、失业、工伤、生育等社会保险，提供了基本社会保障，并建立了住房公积金制度，为员工缴存了住房公积金。具体情况如下：

1、社会保险缴纳情况

报告期内，公司（包含子公司）已按照国家及所在地劳动和社会保障法律、法规及相关政策，基本为全部应缴纳社保员工缴纳社会保险，公司缴纳社保具体情况如下：

项目	2020年3月末	2019年末	2018年末	2017年末
员工总数	950	987	959	888
无需缴纳人数	90	61	42	58
其中：退休返聘（注）	68	52	38	36
期末新入职员工	22	9	4	22
应缴人数	860	926	917	830
实缴人数	858	925	916	829
应缴未缴人	2	1	1	1

注：社保及公积金统计的退休返聘人数不一致是由于公司为部分社保未缴满15年的退休返聘员工继续缴纳了社保。

发行人及其（分）子公司报告期内已为应当缴纳社会保险的在职员工缴纳相应社会保险。存在的个别差异原因为：2017年至2019年、2020年3月末分别存在1名、2名集体企业改制分流的员工，根据其或其原所在单位确认，依照改制时相关政策，由原单位为其缴纳社会保险。由此，发行人无法为其另行开设社会保险账户缴纳相应费用。

2、住房公积金缴纳情况

2018年7月起，除部分员工自愿放弃外，公司已全面为应缴纳员工缴纳住房公积金。报告期内，公司缴纳住房公积金具体情况如下：

项目	2020年3月末	2019年末	2018年末	2017年末
员工总数	950	987	959	888
无需缴纳人数（注）	90	61	58	71
其中：退休返聘员工	68	52	54	49
期末新入职员工	22	9	4	22
应缴人数	860	926	901	817
实缴人数	721	833	805	122
应缴未缴人数	139	93	96	695

注：根据《住房公积金管理条例》，企业可以不用为退休返聘人员缴纳住房公积金；同时对于当年期末新入职的员工由于需要办理住房公积金缴存登记手续，当月暂无法为其缴纳住房公积金。

报告期各期末，发行人住房公积金应缴人数和实缴人数差异（即应缴未缴人数）分别为695人、96人、93人和139人，应缴未缴的原因具体如下：

项目	2020年3月末	2019年末	2018年末	2017年末
自愿放弃缴纳	108	63	79	41
试用期员工	30	29	16	49
其他员工	1	1	1	605
合计	139	93	96	695

自2017年起，公司开始逐步为员工缴纳住房公积金。发行人建立住房公积金缴存制度后，报告期各期末，发行人住房公积金缴存在差异的原因如下：

① 自愿放弃员工

报告期内，发行人聘用的员工中存在已有住房或持有农村宅基地或属于外地员工不愿在异地缴纳住房公积金的情形。上述员工已出具了自愿放弃缴纳住房公

公积金的声明承诺。报告期各期末，发行人自愿放弃缴纳住房公积金人数分别为 41 人、79 人、63 人和 108 人。

② 试用期员工

鉴于发行人非核心岗位的生产人员流动性较大以及试用期考核等因素，发行人仅为正式在职员工缴纳住房公积金，新入职员工缴纳住房公积金需其试用期结束并通过考核、正式任职。由此，报告期内发行人存在部分新入职员工在入职试用期末结束时尚未能办理住房公积金手续。报告期各期末，发行人由于试用期员工未缴纳住房公积金人数分别为 49 人、16 人、29 人和 30 人。公司已为前述试用期满转正后仍在职的员工缴纳了住房公积金。

③ 其他员工

报告期内，发行人存在 2 名集体企业改制分流的员工，根据其原所在单位确认，依照改制时相关政策，由原单位为其缴纳住房公积金，发行人无法为其另行开设住房公积金账户缴纳相应费用。

此外，2017 年年末发行人还存在 604 名其他员工未缴纳住房公积金，主要原因系 2017 年发行人主要为公司中高层管理人员和其他核心人员缴纳住房公积金，由此导致 2017 年年底未缴纳人数较多；自 2018 年 7 月起，除部分员工自愿放弃缴纳住房公积金以及试用期员工外，发行人已全面为应缴纳员工缴纳住房公积金，2018 年末、2019 年末、2020 年 3 月末发行人未缴纳住房公积金人员数量大幅减少。

3、公司执行社会保障制度、住房制度改革及医疗改革的合法合规的情况

2020 年 7 月，嵊州市人力资源和社会保障局、嵊州市医疗保障局出具《证明》，确认自 2017 年 1 月 1 日起至《证明》出具日，发行人及其子公司元美电器“已按照法律、法规的相关规定办理社会保险登记并通过历年年检，且依法按时缴纳各项社会保险，未发现存在欠缴社会保险费用的情形，不存在因违反社会保险相关法律法规而受到行政处罚的情形，不存在尚未了结的或可预见的重大社会保险行政处罚案件”。作为发行人及其子公司元美电器的社会保险费征收主管机关，国家税务总局嵊州市税务局第二税务所已确认不会要求发行人及其子公司补

缴报告期内的社会保险费。2019年8月，杭州市西湖区人力资源和社会保障局出具《证明》，确认发行人子公司帅丰科技自2017年6月29日（帅丰科技设立之日）起至2019年12月31日期间，已开立社会保险账户并参保，未受到主管机关行政处罚，无重大劳动纠纷。2020年1月，出具《征信意见书》，确认发行人2017年01月01日至2019年12月31日无严重违反劳动保障法律法规的行为。

2020年7月，绍兴市住房公积金管理中心嵊州分中心出具《证明》，自2017年1月1日起至《证明》出具日，发行人不存在因违反住房公积金相关法律法规而受到行政处罚的情形，也不存在尚未了结或可预见的重大住房公积金行政处罚案件。同时，作为发行人及其子公司元美电器住房公积金缴存主管部门，绍兴市住房公积金管理中心嵊州分中心已确认不会要求发行人及其子公司元美电器补缴报告期内的住房公积金。2020年7月，杭州住房公积金管理中心出具《证明》，确认截至《证明》出具日，发行人子公司帅丰科技无住房公积金行政处罚的记录。

4、未缴纳社会保险和住房公积金的金额及足额缴纳对持续经营的影响

根据发行人所在地社会保险和住房公积金缴纳标准，经测算，报告期内未缴纳社会保险和住房公积金的金额以及对发行人业绩的影响情况如下：

单位：万元

年度	2020年1-3月	2019年	2018年	2017年
应缴未缴社保金额	0.22	0.94	0.92	0.83
应缴未缴公积金金额	7.67	13.49	14.52	112.7
合计	7.89	14.43	15.44	113.53
利润总额	1,765.47	20,533.40	17,514.53	15,643.77
占利润总额比例	0.45%	0.07%	0.09%	0.73%

报告期内，发行人及其子公司应缴未缴社会保险和住房公积金的金额占发行人同期利润总额的比例分别为0.73%、0.09%、0.07%和0.45%，占比较低。如足额缴纳，不会对发行人的持续经营产生重大影响。

发行人自建立住房公积金制度以来积极宣传住房公积金政策，鼓励员工缴纳住房公积金。自愿放弃员工与试用期员工部分为当地居民，已拥有住房或持有农村宅基地；部分为外地员工，发行人已为愿意住宿的员工提供宿舍，客观上解决了员工的住房问题。

因此，未及时缴纳社会保险和住房公积金的金额及足额缴纳无受到行政处罚的风险，不存在重大违法行为。

5、公司实际控制人、控股股东的承诺

就上述员工社保及住房公积金缴纳事宜，发行人实际控制人商若云、邵贤庆、邵于佶及控股股东浙江帅丰投资有限公司出具了《关于社保及住房公积金缴纳事宜的承诺函》，承诺：

“若经有关主管部门认定公司需为员工补缴相关社会保险费、住房公积金，或因未缴纳上述费用而导致公司受到处罚或被任何利益相关方以任何方式提出权利要求且司法机关认定合理时，本公司/本人将无条件全额承担公司应补缴的全部社会保险、住房公积金款项及处罚款项，并全额承担利益相关方提出的赔偿、补偿款项，以及由上述事项产生的应由公司负担的其他所有相关费用。”

（三）公司劳动用工、内部控制制度健全并有效运行

为确保公司人力资源管理工作的有序开展，发行人已经制定了《人力资源管理制度》、《员工招聘管理制度》、《人员管理程序》、《新员工培训管理规定》、《绩效数据收集及使用管理办法》、《绩效考核管理制度》、《员工薪酬和工价调整规定》、《考勤管理制度》等与员工聘用、考评、薪酬福利相关的劳动用工制度。依据前述制度，发行人已从人力资源计划、招聘管理、培训管理、绩效考核管理、薪酬与福利管理、员工日常管理、劳动合同管理、员工退出管理、人力资源评估等方面建立健全了公司的人力资源管理相关内部控制制度。

（1）劳动用工相关的机构部门设置及运行情况

发行人已经建立了董事会下设的提名委员会和薪酬与考核委员会、独立的人力资源部门，并选聘了相应的人员，相关机构和人员依照法律法规及发行人制定的上述制度履行职责。其中，发行人董事会下设的提名委员会和薪酬与考核委员会主要负责发行人董事和高级管理人员的候选、聘任以及薪酬标准制定与工作业绩考核。发行人人力资源部门主要负责员工聘用、考评、晋升，以及负责公司员工劳动合同、五险一金、人事档案等日常管理工作和劳动用工制度的规范及劳动关系的处理工作。

(2) 发行人劳动合同的签署与薪酬福利的执行情况

发行人已依法与在职员工签署了劳动合同、保密协议，与相关核心岗位员工签署了竞业限制协议，按时、足额发放员工劳动报酬，并按照相关规定为员工缴纳各项社会保险和住房公积金；贯彻了发行人已经建立的劳动合同制度、绩效考核与薪酬福利管理等人力资源管理相关内部控制制度。

(3) 发行人劳动用工的合法合规情况

报告期内，发行人（帅丰有限）被绍兴市人力资源和社会保障局连续认定为年度劳动保障诚信示范企业（劳动保障信用 AAAAA 级单位），确认发行人（帅丰有限）符合劳动用工、劳动合同、工时制度、工资支付、社会保险、职业培训等方面的劳动保障法律、法规、规章。

报告期内，发行人不存在因劳动用工而受到主管部门行政处罚的情形，亦不存在劳动用工相关的重大诉讼或仲裁案件。

综上，截至招股意向书签署日，发行人已建立健全劳动用工、内部控制等相关制度，并有效执行。

十二、持有 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事及高级管理人员的重要承诺及其履行情况

(一) 关于招股意向书无虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺

发行人控股股东帅丰投资，实际控制人商若云、邵贤庆、邵于佶，公司全体董事、监事、高级管理人员已就招股意向书无虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏作出承诺，具体情况详见本招股意向书“重大事项提示”。

(二) 关于所持股份的流通限制及自愿锁定的承诺

发行人控股股东帅丰投资，实际控制人商若云、邵贤庆、邵于佶，公司其他股东以及持有公司股份的董事、监事及高级管理人员已就本次发行前所持股份的流通限制及自愿锁定作出承诺，具体情况详见本招股意向书“重大事项提示”。

(三) 关于切实履行公司填补回报措施的承诺

鉴于董事会预计公司首次公开发行股票摊薄即期回报，且公司制定了填补回报措施，公司控股股东帅丰投资，实际控制人商若云、邵贤庆、邵于佶，以及公司全体董事、高级管理人员已就切实履行公司填补回报措施作出承诺，具体情况详见本招股意向书“重大事项提示”。

（四）关于公司上市后三年内股价低于每股净资产时稳定公司股价的承诺

发行人控股股东帅丰投资，实际控制人商若云、邵贤庆、邵于佶，以及持有公司股份的董事、监事及高级管理人员已就公司上市后三年内股价低于每股净资产时稳定公司股价作出承诺，具体情况详见本招股意向书“重大事项提示”。

（五）关于避免同业竞争的承诺

发行人控股股东帅丰投资，实际控制人商若云、邵贤庆、邵于佶已就避免与公司产生同业竞争作出承诺，具体情况详见本招股意向书“重大事项提示”。

（六）关于减少关联交易的承诺

发行人控股股东帅丰投资，实际控制人商若云、邵贤庆、邵于佶以及其他持股5%以上股份的股东丰福投资已就与公司之间的关联交易事项作出承诺，具体情况详见本招股意向书“重大事项提示”。

（七）关于未能履行公开承诺事项时采取约束措施的承诺

发行人控股股东帅丰投资，实际控制人商若云、邵贤庆、邵于佶以及全体董事、监事、高级管理人员已就未能履行公开承诺事项时采取约束措施作出承诺，具体情况详见本招股意向书“重大事项提示”。

第六节 业务与技术

一、发行人的主营业务、主要产品及其设立以来的变化情况

（一）公司的主营业务

公司主要从事以集成灶为核心的现代新型厨房电器的研发、设计、生产和销售，销售的产品以集成灶为主，报告期内公司集成灶产品销售收入占公司营业收入的 95%左右。

作为国内集成灶行业的领先企业之一，公司竞争优势明显。集成灶作为现代新型厨房电器，具有显著的性能优势，集成灶产品的客户认知度和市场渗透率正在快速提升；公司拥有集成灶行业内首家经国家认可委员会认可的实验室以及行业领先的检测设备，为集成灶行业国际、国家、行业以及团体标准的制定提供了核心性能数据；同时凭借多年持续的技术研发，公司积累了集成灶生产的核心技术，产品多项性能指标处于行业前列。优质的产品与服务使公司获得了良好的行业和市场口碑，公司产品获得“中国轻工业联合会科学技术发明奖”、“高效净化环保之星”、“浙江制造”等荣誉，“帅丰”被认定为“浙江省知名商号”、“浙江名牌产品”。

未来，公司将继续秉承“以人为本、创新创造”的核心理念，以集成灶为核心，延伸其他配套厨房产品，为中国家庭打造健康、环保、集成、智能的现代厨房。

（二）公司的主要产品及用途

公司的核心产品是集成灶，并围绕集成灶产品研发推出集成水槽、水槽洗碗机、嵌入式烤箱/蒸箱、橱柜等配套厨房产品。

1、集成灶产品

（1）概述

集成灶是一种集吸油烟机、燃气灶/电磁炉、消毒柜/蒸箱/烤箱/储藏柜等多

种功能于一体的新型厨房电器，采用下排油烟技术和集成设计，将油烟由“往上走”改为“向下排”，实现吸排距离最小化，从源头处吸净油烟，让油烟远离面部口鼻，避免侵害人体；同时大大降低燃烧废气的排放，有效解决厨房空气污染，带来居室健康。与传统烟灶相比，集成灶具有油烟吸净效果好、功能集成、节省厨房空间、健康、环保等优点。

集成灶功能集成示意图



（2）集成灶产品特点

集成灶与传统的吸油烟机、燃气灶在产品结构及特点方面存在一定的不同之处。集成灶在控烟能力、油烟分离、空间、降噪等方面相比传统烟灶具有一定的优势，具体对比情况如下：

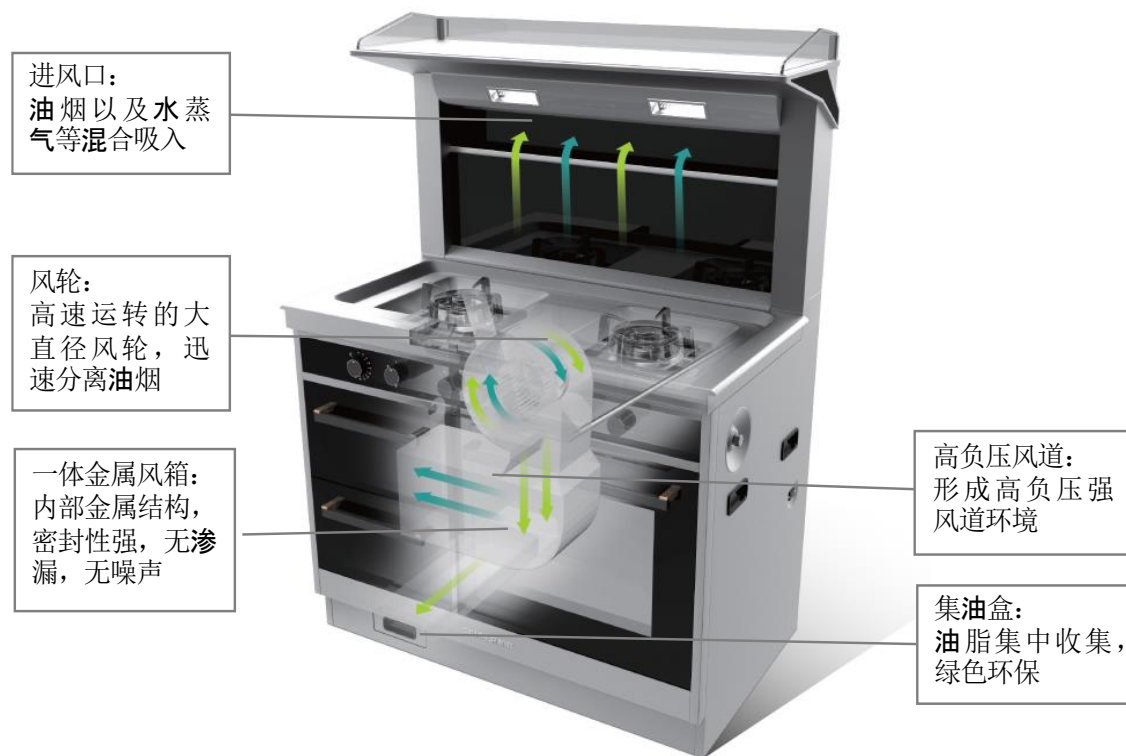
项目	集成灶	传统分体式吸油烟机及燃气灶
结构	将吸油烟机、燃气灶/电磁炉、消毒柜/电蒸箱/电烤箱等功能融为一体，不仅结构紧凑、美观，而且实现各功能之间优化组合，全自动智能化控制。	从设计、运行、控制来看，油烟机和燃气灶是独立的，虽然两者配套使用，但本身是两个完全独立的产品。
控烟能力	集成灶吸烟腔距离灶具约20-30公分，更贴近油烟产生源头，油烟在扩散前就被及时吸走，避免了油烟弥漫，大幅降低了油烟对人体健康的损害，减少异味，营造出清爽不油腻的	传统油烟机往往安装在灶具上方，吸烟腔距离灶具约 65-75 公分，离油烟产生源头较远，油烟流通距离长，存在油烟逃逸、倒灌的问题，控烟能力差。

项目	集成灶	传统分体式吸油烟机及燃气灶
	厨房作业环境。	
油烟分离	油污还处于较大颗粒的时候就被吸入风口，通过凝结、离心、阻挡等一系列方式，可高效地将油烟分离，一方面减少了机器内部的油污附着，延长风机及整机寿命，另一方面通过油烟分离对油脂进行收集，减少油脂的大气排放。	受到高度的影响，油烟进入吸口时油滴已雾化变得很小，油与烟的重量差异大幅缩小，油烟的分离难度提高，导致吸油烟机尤其是风机油污附着严重，烟气中的油污直接排放到大气。
空间利用率	将多种厨电产品集为一体，提高空间利用率。下排式设计使风轮置于灶面下方，节省了传统上挂式吸油烟机所占的上方空间，厨房更加宽敞。	吸油烟机、燃气灶、消毒柜/烤箱/蒸箱等独立放置所占空间较大，传统中式和顶吸式吸油烟机占用了厨房上部空间。
降噪	集成灶采用下排风设计，电机位于灶台侧下部，避免了位于人体头部附近的噪声源，从结构上规避噪声。	吸油烟机一般安装于头顶位置，处于人体听觉器官附近，噪声较大。
清洁维护	集成灶快速吸附油烟，使厨房清爽，橱柜和墙面不沾油污，且产品采用模块化设计，各部分拆卸简单，易于日常清洁维护。	吸油烟机长期工作产生的油烟使厨房橱柜和墙面油污附着严重，且烟机不易拆卸，需单独报修、单独更换，导致清洗维护困难。

(3) 公司集成灶产品特点

公司在 2005 年开始研发侧吸下排集成灶技术，并在 2008 年首次将产品推向市场，经过十余年的发展，公司集成灶产品已发展成为品质优良、节能环保、功能丰富的新型厨电产品，具有较高的市场占有率和良好的市场口碑。公司集成灶产品采用侧吸下排技术，从根本上解决了环吸下排式集成灶进风口距离燃烧器过近的安全隐患，极大地提高了热效率，同时进风口、风轮、一体金属风箱、高负压风道与集油盒等构成产品“生态核”体系，形成一个完整的净烟系统。

公司集成灶产品结构示意图



经过多年的持续研发积累，公司掌握了集成灶多项生产核心技术，公司集成灶产品具有吸油烟效果好、节能低耗环保、噪声低、节省空间、拆洗方便等优点，各项关键性能指标位于行业领先地位：

①**油烟吸净率高**。公司集成灶采用侧吸下排的吸油烟方式，在不影响操作视线和不经人体呼吸途径的前提下，将油烟和蒸气在未经扩散前有效排除。按照国家标准，吸油烟机常态气味降低度应高于 90%，瞬时气味降低度应高于 50%；根据国家日用金属制品质量监督检验中心出具的《检验报告》，公司集成灶常态气味降低度高达 99.96%，瞬时气味降低度为 68.40%²，高于国家相关标准且高于常态气味降低度 99.75%和瞬时气味降低度 66.21%的集成灶行业平均水平³。2019 年，公司部分中高端产品开始采用直流变频电机，该电机可根据外部环境自主调节烟机转速，进一步提升产品整体油烟吸净效果。

² 国家日用金属制品质量监督检验中心（沈阳），《检验报告》（2016）国日金检字第 WH3 号，2016 年 11 月 12 日

³ 国家日用金属制品质量监督检验中心（沈阳），2017 年吸油烟机及集成灶“高效净化环保之星”产品质量分析，作者薛瑞刚，2016 年 11 月 12 日

②**燃气灶热效率高**。公司集成灶产品采用自主研发的“焱动力”燃烧器，热效率高达 71%（不开风机），开启风机最强档时高达 66%。2019 年，公司自主研发的“火焱三”燃烧器开始在部分中高端产品中应用，开启风机热效率可达 68%。按照最新国家标准三级能效规定，集成灶的一级热效率为 59%⁴，公司集成灶燃烧器的热效率高于国家标准；

③**油脂分离度高**。采用三重油脂分离技术，油脂分离度达到 98.91%，清新厨房的同时能够有效减少室外空气污染。按照 GB/T17713-2011《吸油烟机》的规定，外排式吸油烟机的油脂分离度应不低于 80%，根据中国五金制品协会联合国家日用金属制品质量监督检验中心的检测，2017 年集成灶行业油脂分离度平均水平约为 95.61%⁵；

④**低噪静音设计**。公司自行设计研发的斑彩螺高效静音风道系统，下排风设计消除了置于人体头部的噪声源，风量大噪声低，工作噪声低至 67dB⁶。按照 GB/T17713-2011《吸油烟机》的规定，吸油烟机噪声上限值为 73dB⁷（A 声功率级），公司斑彩螺高效静音风道系统工作噪声低于上述规定的上限值且优于 69.48dB 的集成灶行业平均水平；

⑤**独立设计，拆洗方便**。公司拥有可拆洗的集成环保灶发明专利，进风口导烟板独立设计，可单独拆卸进行维修和清洗，有效解决了困扰集成灶行业多年的清洗、维护等难题；

⑥**安全性能高**。公司产品采用安全防火墙技术，当明火进入风道系统时，自动切断燃气和电源。并配有熄火安全保护装置，出现意外情况时自动切断气源，可在产品使用过程中起到安全防护作用，安全保障系数高。

（4）公司集成灶主要产品系列及用途

公司的集成灶按照产品定位的不同，可以大体分为经济适用款、中高端款和

⁴ 中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局、中国国家标准化管理委员会，《家用燃气灶具能效限定值及能效等级》GB 30720-2014，2014 年 6 月 9 日

⁵ 国家日用金属制品质量监督检验中心（沈阳），2017 年吸油烟机及集成灶“高效净化环保之星”产品质量分析，作者薛瑞刚，2018 年 2 月

⁶ 国家日用金属制品质量监督检验中心（沈阳），《检验报告》（2016）国日金检字第 WH3 号，2016 年 11 月 12 日

⁷ 中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局、中国国家标准化管理委员会，《吸油烟机》GB/T 17713-2011，形成时间：2011 年 10 月 31 日

渠道款三大类，各款产品包括不同产品系列和产品型号。其中经济适用款系公司早期推出的产品，功能较为单一，主要配备消毒柜功能；中高端款产品系公司近年来新推出的产品，配备了蒸箱、蒸烤等新的多样化功能，产品定位较高；渠道款产品为公司面向电商、工程渠道的专门产品。各款产品面向全国销售，区域之间不存在差异。

上述三款集成灶产品的收入合计占公司集成灶产品收入的 95%左右，其他型号集成灶产品销量较少，合计销售收入占比约 5%，占比较小。各款产品的基本情况如下：

产品定位	产品系列	产品型号	推出时间	配备功能	外观
经济适用款	基础系列	UX8	2011 年	储藏柜、消毒柜（采用早期产品设计）	
		FU	2014 年		
		2019FU2	2019 年	消毒柜、蒸箱、蒸烤一体	
	V 系列	V5	2014 年	消毒柜	
		V6	2016 年		
		V7	2017 年	消毒柜、蒸箱，蒸烤一体（2019 年推出）	
		V9	2018 年	消毒柜、蒸箱	
		2019V9	2019 年	消毒柜、蒸箱、蒸烤一体	
		V3	2019 年	储藏柜、消毒柜	
		V10	2019 年		
中高端款	F 系列	F16	2015 年	蒸箱、消毒柜	
		2019F16	2019 年	蒸箱、蒸烤一体、消毒柜	
		F18	2019 年	蒸箱、消毒柜、蒸烤一体	
	E 系列	E3	2019 年	蒸箱、消毒柜、蒸烤一体	
		E6	2019 年		
		ZK1	2019 年	蒸烤一体	
渠道款	电商系列（U 系列、N 系列）	U1	2017 年	消毒柜、蒸烤一体（2019 年推出）	
		U2	2017 年	储藏柜	
		U3	2019 年	消毒柜	
		U6	2018 年	蒸箱	
		2019U6	2019 年	蒸箱、消毒柜	
		U7	2019 年	消毒柜	
		N1	2017 年	消毒柜	

产品定位	产品系列	产品型号	推出时间	配备功能	外观
		N2	2017年	储藏柜	
	工程系列	FUX1	2018年	消毒柜	
		FUX3	2018年	消毒柜	
		FUX5	2018年	储存柜	
		FUX6	2018年	蒸箱	
其他	S63、S65、S69、S7、T9等各型号产品。其中S63、S65、S69为2020年新推出的中高端产品系列。			根据型号选配消毒柜、蒸箱、蒸烤一体等功能	-

2、公司其他产品概述

近年来，公司基于产品集成的设计理念，在集成灶产品之外逐步向厨房其他电器产品延伸和扩充，陆续推出集成水槽、水槽洗碗机、嵌入式蒸箱/烤箱、整体橱柜等厨房配套产品。

(1) 集成水槽、水槽洗碗机

集成水槽是在传统水槽的基础上，将多项厨房功能加以集成，主要包括净水处理系统、垃圾处理系统、皂液器、菜板、沥水篮等功能。

水槽洗碗机则是将水槽、洗碗机产品功能整合一体，提升厨房空间利用率，符合当前厨电整合趋势和消费者的厨房空间规划需求。公司水槽洗碗机加入微处理器技术，可以 2,500R/min 高速研磨残渣，直接冲走厨余垃圾；搭配专研导流板，有效避免残渣吸附，使产品拥有“自清洁”的功效。

集成水槽和水槽洗碗机是继集成灶后对厨房空间的二次整合，符合“时间效率”和“空间效率”的双重标准。

集成水槽、水槽洗碗机示意图



(2) 嵌入式蒸箱、烤箱

公司推出的嵌入式蒸箱是以动态蒸汽平衡技术,通过蒸汽流动来保持内部的蒸汽平衡,具备全面循环受热效果,温度达到 100°C 以上,使得食材能够均匀受热,最大化地保留食材新鲜的口感。嵌入式烤箱均由多组加热管组成,可以根据食物的不同,分别控制,精准控温,通过选择不同的烘焙功能来调节上下加热管的温度。嵌入式厨电系与橱柜一体,不占用额外厨房空间,引领整洁、方便、高效的现代厨房生活。

嵌入式蒸箱、烤箱示意图



(3) 整体橱柜

为更好地打造敞开式厨房,契合当下厨电橱柜一体化的发展趋势和整体厨房的设计理念,公司围绕集成灶和蒸箱、烤箱等厨电产品,配套推出了金属不锈钢橱柜。公司橱柜具有坚固耐用、防水、防火、防潮、防腐蚀、零甲醛等优势,具

有较好的市场前景。

（三）公司主营业务、主要产品设立以来的变化情况

公司致力于以集成灶为核心的现代新型厨房电器产品的研发、设计、生产和销售，主营业务和主要产品未发生重大变化。

二、发行人所处行业的基本情况

（一）公司所处的行业

根据《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所处行业为制造业中的电气机械和器材制造业，行业代码为“C38”。根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司所从事的行业为“电气机械和器材制造业（C38）”下的“家用电力器具制造（C385）”之“家用厨房电器具制造（C3854）”，具体细分行业为集成灶行业。

（二）行业主管部门、监管体制和主要法律法规及政策

1、行业主管部门

我国家电行业行政主管部门为国家发展与改革委员会、工业和信息化部、国家市场监督管理总局。国家发展与改革委员会及各地分支机构的主要职能是制定产业政策，研究制定行业发展规划，指导行业结构调整，实施行业管理，参与行业体制改革、技术进步和技术改造、质量管理等工作。

工业和信息化部的主要职能为拟定实施行业规划、产业政策和标准，监测工业行业日常运行，推动重大技术装备发展和自主创新等。

国家市场监督管理总局的主要职能是市场综合监督管理，统一登记市场主体并建立信息公示和共享机制，组织市场监管综合执法工作，承担反垄断统一执法，规范和维护市场秩序，组织实施质量强国战略，负责工业产品质量安全、食品安全、特种设备安全监管，统一管理计量标准、检验检测、认证认可工作等。

家用厨房电器制造行业的自律组织主要为中国五金制品协会。中国五金制品协会的主要职能包括引导行业、企业技术发展的方向，解决市场可持续发展中的

产业协同、横向协作、科技创新、品牌建设、政策立法、行业宣传与国际交流合作等现实问题。

2、行业主要法律法规、产业政策及相关规定

目前，对集成灶行业发展有重大影响的经济政策或产业政策主要有：

序号	法律法规、产业政策	发布单位	颁布时间
1	《燃气燃烧器具安装维修管理规定》(建设部令第73号)	住房和城乡建设部	2000年1月
2	《关于燃气燃烧器具安装、维修企业资质管理有关事项的通知》(建城(2007)250号)	住房和城乡建设部	2007年10月
3	《家用燃气灶具》国家标准(GB16410-2007)	国家质量监督检验检疫总局、国家标准化管理委员会	2007年6月
4	《住宅厨房及相关设备基本参数》GB/T11228-2008	国家质量监督检验检疫总局、国家标准化管理委员会	2008年11月
5	《强制性产品认证管理规定》(总局第117号令)	国家质量监督检验检疫总局	2009年7月
6	《城镇燃气管理条例》(国务院令第666号)	国务院	2016年2月
7	《燃气器具产品生产许可证实施细则》	国家质量监督检验检疫总局	2016年9月
8	《关于修改<产业结构调整指导目录(2011年本)>有关条款的决定》(发改令第21号)	国家发展和改革委员会	2013年2月
9	《关于加快发展节能环保产业的意见》	国务院	2013年8月
10	《吸油烟机能效限定值及能效等级》GB29539-2013	国家质量监督检验检疫总局、国家标准化管理委员会	2013年10月
11	《家用燃气灶具能效限定值及能效等级》GB30720-2014	国家质量监督检验检疫总局、国家标准化管理委员会	2014年6月
12	《吸油烟机能源效率标识实施规则》	国家发展和改革委员会、国家质检总局、国家认监委	2016年8月
13	《中国制造2025》	国务院	2015年5月
14	《贯彻实施质量发展纲要2016年行动计划》	国务院	2016年4月
15	《轻工业发展规划(2016-2020年)》(工信部规(2016)241号)	工业和信息化部	2016年7月
16	《轻工业技术进步“十三五”发展指导意见》	中国轻工业联合会	2016年10月
17	《关于创建“中国制造2025”国家级示范区的通知》	国务院	2017年11月
18	《增强制造业核心竞争力三年行动计划(2018-2020年)》	国家发展和改革委员会	2017年11月
19	《关于发挥民间投资作用推进实施制造强国战略的指导意见》	工业和信息化部、发展改革委、科技部、财政部	2017年11月
20	《深化“互联网+先进制造业”发展工业互联网的指导意见》	国务院	2017年11月
21	《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》	国务院	2016年11月
22	《全国重点工业产品质量监督目录(2018年版)》	国家市场监督管理总局	2018年4月

序号	法律法规、产业政策	发布单位	颁布时间
23	《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案（2019年）》	国家发展和改革委员会、工业和信息化部、财政部、住房和城乡建设部	2019年1月

（三）发行人所处行业的发展情况

1、我国厨房电器制造业发展概况

“无灶不成厨、无厨不成家”，厨房在中国家庭中的角色不仅仅是承担食物料理的场所，更是承担家人健康、体现家庭温馨、承载情感交流的空间，因此厨房在家庭生活中扮演着重要的作用；而灶具生火、烟机排烟，一灶一烟构成厨房的根基。

（1）我国厨房电器制造业发展历程

我国厨房电器制造业发展始于 20 世纪 70 年代末，大致经历了三个阶段。我国厨房电器制造业与厨房形态的发展相互促进，不同发展阶段的厨电产品呈现不同特点：

第一阶段为 1979 年至 1997 年，借助改革开放东风，我国市场经济、商品经济得到高速发展，厨房电器随之快速更替。在我国燃气工业发展大趋势下，性能更为优良、安全性更高的燃气灶产品出现在消费者的视野，煤炉灶等老式灶台逐渐被燃气灶取代，燃气灶市场渗透率得到迅速提高。与此同时，吸油烟机的技术、产品形态也开始逐步成熟，吸油烟机噪声大、净化效果差等问题得到了较好地解决，直吸式吸油烟机等产品逐步替代老式排风扇等。

第二阶段为 1998 年至 2008 年，随着住房商品化逐步推进，居民厨房面积显著提升，消费者对厨房配套化、电气化程度的需求大幅提升，催生了厨电产品的设计理念、产品质量和用户体验的升级，整体厨房概念开始普及。在新兴厨电领域，消毒柜、电磁炉、烤箱等电器产品开始市场中崭露头角，受到消费者的欢迎；在燃气灶方面，随着燃烧效率的提高，消费者对产品的安全性、环保性关注度提升，并日益成为消费者选购厨电产品的关注重点。

第三阶段为 2008 年以来，厨电行业发展进入新时期，燃气灶、吸油烟机等传统厨电产品已十分成熟，在经济发达地区的人均保有量逐渐趋于饱和，市场增

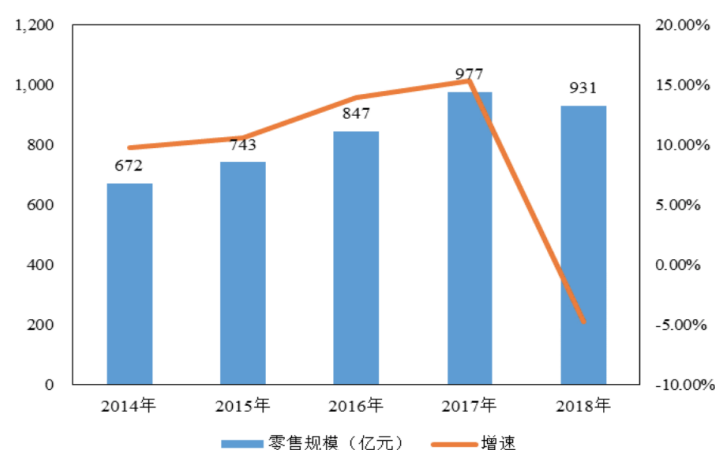
量下沉至三、四线城市，传统生产厂商通过引入互联网技术提高产品的智能化水平、人机交互水平以提升其产品竞争力。与此同时，产品新形态开始出现，尤其是产品功能集成化的概念得到推崇，集成灶、集成水槽、水槽洗碗机等产品通过产品功能的集成设计给消费者带来了更好的用户体验，快速成为厨电行业极具竞争力的产品品种。

未来，随着我国居民收入水平提高、城镇化进程推进、消费者消费理念升级，健康意识逐步增强，我国厨房电器制造行业将向健康、环保、集成化、智能化等方向发展，厨房电器产品品类将继续增加，市场前景广阔。

（2）我国厨房电器制造业市场规模

改革开放以来，我国厨房电器制造业特别是大型厨房电器领域稳步快速发展，市场规模逐年扩大，2018年由于受到宏观经济环境和房地产市场的双重影响，厨电市场出现下滑。根据中怡康数据统计，2014年至2018年厨电市场⁸零售规模复合增长率达8.49%。2018年厨电市场零售规模为931亿元，同比下滑4.71%。

2014年至2018年厨电市场零售规模变化情况⁹



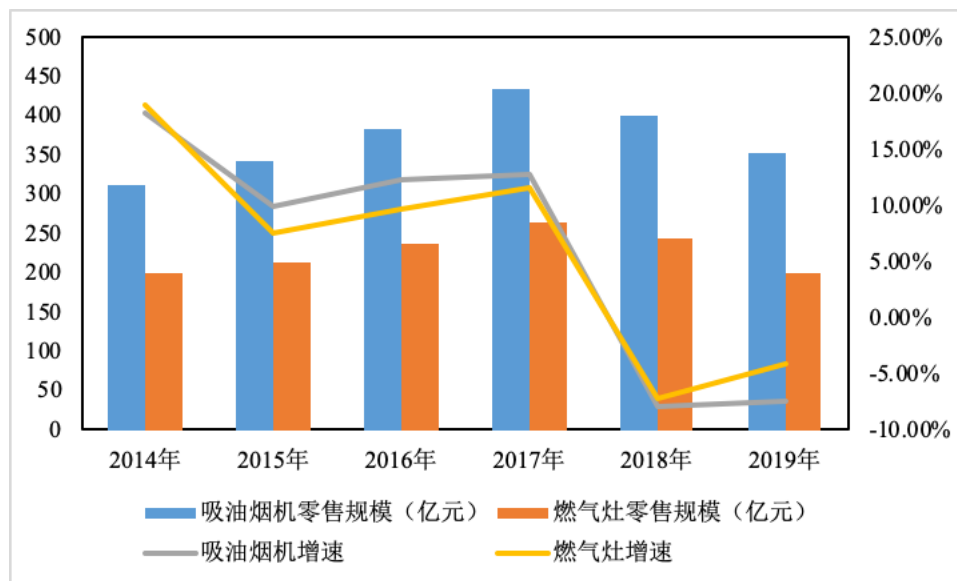
数据来源：中怡康

⁸ 统计对象包括吸油烟机、燃气灶、消毒柜、微波炉、电烤箱、洗碗机、蒸汽炉等

⁹ 2014年至2016年厨电市场零售规模数据来自于北京中怡康时代市场研究有限公司官方微信公众号，干货 | 2016 厨卫市场扫描，作者中怡康时代，2017年2月4日；2017年厨电市场零售规模数据来自于北京中怡康时代市场研究有限公司官方微信公众号，厨卫市场2017年总结与2018年展望，作者中怡康时代，2018年1月19日；2018年厨电市场零售规模数据来自于北京中怡康时代市场研究有限公司官方微信公众号，厨卫市场2018年总结与2019年展望，作者中怡康时代，2019年1月30日

传统吸油烟机和燃气灶市场规模在 2018 年之前呈较快速增长，2014 年至 2018 年复合增长率分别达 6.43%和 5.20%；2018 年受到宏观经济增速放缓和房地产调整的影响，以及消费升级下的新型厨电产品替代，吸油烟机和燃气灶零售市场均出现下滑，同比下滑比例分别为 7.85%和 7.06%；2019 年吸油烟机、燃气灶零售规模继续分别下滑 7.50%和 4.10%。

2014 年至 2019 年吸油烟机、燃气灶零售规模变化情况¹⁰



数据来源：中怡康、奥维云网

2、集成灶行业发展概况

(1) 集成灶行业发展历程

集成灶作为一种新型厨房电器于 2003 年在国内市场首次出现，至今仅有十余年的发展历史。尽管集成灶的发展时间较短，从外观及内部结构来划分，产品至今已发展至第三代，与此相对应地，我国集成灶行业的发展也大致经历了三个阶段：

第一代环吸下排式集成灶（2003 年）：环吸式集成灶是第一代集成灶产品。

¹⁰ 2014 年至 2016 年厨电市场零售规模数据来自于北京中怡康时代市场研究有限公司官方微信公众号，干货 | 2016 厨卫市场扫描，作者中怡康时代，2017 年 2 月 4 日；2017 年吸油烟机和燃气灶零售规模数据来自于北京中怡康时代市场研究有限公司官方微信公众号，厨卫市场 2017 年总结与 2018 年展望，作者中怡康时代，2018 年 1 月 19 日；2018 年吸油烟机和燃气灶零售规模数据来自于北京中怡康时代市场研究有限公司官方微信公众号，厨卫市场 2018 年总结与 2019 年展望，作者中怡康时代，2019 年 1 月 30 日；2019 年吸油烟机、燃气灶零售规模数据来自于奥维云网官方微信公众号，厨电年报 | 2019 年厨电市场总结报告，作者奥维云网，2020 年 1 月 17 日

灶面采用下凹设计，宛如“井”状，故又称为“深井式集成灶”。其进风口分布在“井口”边缘一周。烹饪时灶具需放入“井”中，环绕“井口”周边的吸烟腔可以在油烟升腾前以极近的距离吸走油烟，具有较好的吸油烟效果。然而环吸下排式集成灶作为初代产品并非完美无缺，除清洗困难、热效率低、灶具限制等结构上的问题之外，由于其相对密闭的燃烧空间、距离火焰过近的油污累积，这类产品存在着一定安全隐患。因此初代集成灶产品虽然属于“从无到有”的划时代创新产品，但其缺陷仍限制了该产品的市场推广和普及，集成灶行业未出现快速增长。

第二代侧吸下排式集成灶（2008年）：侧吸式集成灶是目前市场上的“主力军”。为解决第一代集成灶产品所存在的技术性、结构性缺陷，包括公司在内的部分企业对环吸下排式集成灶进行技术改造和结构革新，于2008年正式向市场推出侧吸下排式集成灶。侧吸下排式集成灶通过侧面的吸烟腔，由下到上逐层强力吸烟；油路下滑式设计也降低了灶体内部积油的可能，起到了油烟分离和吸净油烟的效果；同时，由于灶火无法达到风口位置，有效降低了热效率的损失。侧吸式集成灶有效解决了深井式集成灶的产品缺陷，随着新产品的推出，包括公司在内的多家企业进入集成灶领域，市场参与者不断增加。

第三代侧吸模块化集成灶（2011年）：侧吸模块化集成灶是行业“新生代”产品。在第二代集成灶基础上，该产品采用模块式结构，将吸油烟机、燃气灶、消毒柜/蒸箱/烤箱进行独立式设计，功能更加丰富，空间上又巧妙地集成在一起。随着集成灶产品技术历次革新，消费者认知度和接受度得到大幅提升，市场规模不断扩大，集成灶在烟灶市场中的产品渗透率逐渐提升，行业从导入期进入初步成长期。

（2）集成灶市场需求分析

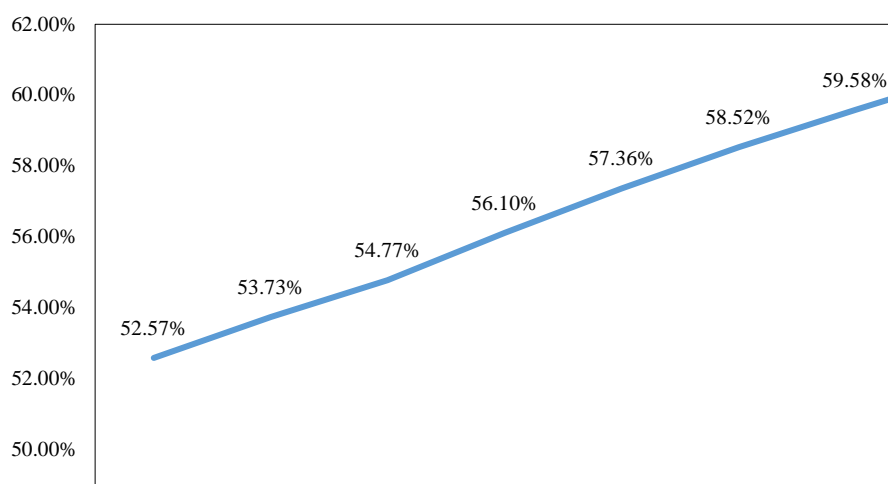
近年来，包括集成灶产品在内的厨房电器制造行业规模整体呈现增长趋势，厨电市场需求持续增长，呈现以下特点：

①城镇化率提升带动居民厨电产品需求上升

相比农村居民，城镇居民对于厨房环境要求更高、对于大型厨电产品的使用

和需求程度也更强烈。在城镇化建设的推动下，这部分需求将会持续释放。截至 2019 年末我国城镇化率为 60.60%，比上年末提高 1.02 个百分点¹¹，但仍低于发达国家的平均水平。而党的“十八大”已经明确提出“新型城镇化”的概念，新型城镇化已成为国家新时期发展的战略方针。

2012 年至 2019 年我国常住人口城镇化率情况



数据来源：国家统计局

我国城镇化建设未来将进一步使农村人口向城市聚集，城乡居民的生活水平将得到进一步提升，城镇人口的不断增加将加大厨电产品用户基数，促进我国家用厨房电器市场需求的提升。

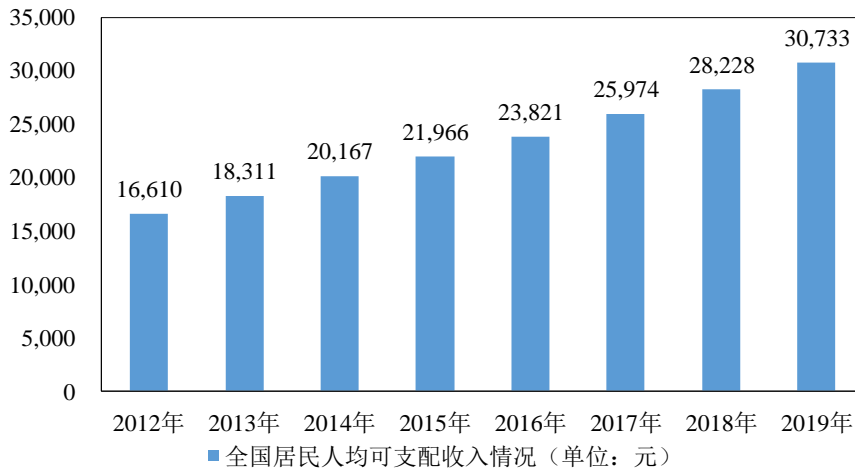
②人均可支配收入不断增长，逐步提升居民厨房电器保有率

我国经济保持稳步增长，居民人均可支配收入相应增加。2019 年，全年全国居民人均可支配收入 30,733 元，比上年增长 8.87%。按常住地分，城镇居民人均可支配收入 42,359 元，比上年增长 7.92%；农村居民人均可支配收入 16,021 元，比上年增长 9.61%¹²。近年来全国居民人均可支配收入情况具体如下：

¹¹ 国家统计局官方网站，2019 年国民经济运行总体平稳 发展主要预期目标较好实现，作者国家统计局，2020 年 1 月 17 日

¹² 2019 年全国居民人均可支配收入、城镇居民人均可支配收入和农村居民人均可支配收入数据来自于国家统计局官方网站，2019 年国民经济运行总体平稳 发展主要预期目标较好实现，作者国家统计局，2020 年 1 月 17 日；2018 年全国居民人均可支配收入、城镇居民人均可支配收入和农村居民人均可支配收入数据来自于国家统计局官方网站，2018 年居民收入和消费支出情况，作者国家统计局，2019 年 1 月 21 日

2012年至2019年全国居民人均可支配收入情况



数据来源：国家统计局

居民人均可支配收入水平的提高为居民生活质量和消费水平的提高奠定了经济基础，居民消费结构升级步伐加快，发展享受型消费占比明显上升，越来越多的消费者开始追求更加健康、整洁的家庭生活。冰箱、洗衣机等基础家用电器产品已基本普及，燃气灶、吸油烟机、集成灶等烟灶产品也逐渐受到越来越多消费者的认可，烟灶产品保有量有望缩小与冰箱和洗衣机的差距。以吸油烟机为例，2016年我国城镇居民每百户吸油烟机保有量为71.5台，低于96.4台的冰箱保有量和94.2台的洗衣机保有量¹³，未来随着人均收入不断提高有望缩小保有量差距。

③消费群体更新换代，消费观念升级

近年来，中国宏观经济环境的良好积累，使得居民消费水平不断增长，购买力增强。伴随着高速发展的中国经济与互联网一同成长起来的80后、90后两代人，构成了中国人口结构中占比最大的年龄阶段（19岁-39岁），80后和90后无疑将成为未来消费市场中的重要推动力量，这一代消费者所具有的特质将成为消费市场转向的风向标，即注重享受生活，追求高性能、高质量、智能化的产品，

¹³ 2016年我国城镇居民每百户吸油烟机保有量数据来自于中国产业信息网，2018年我国油烟机行业现状及市场竞争格局分析【图】，作者中国产业信息网，2018年6月5日；2016年我国城镇居民每百户冰箱保有量数据来自于中国产业信息网，2017年中国软体家具行业发展现状及市场前景预测【图】，作者中国产业信息网，2017年11月14日；2016年我国城镇居民每百户洗衣机保有量数据来自于中国产业信息网，2017年我国洗衣机行业市场数据分析及消费量预测【图】，作者中国产业信息网，2017年10月13日

强调产品的外观，希望科技将生活变得更轻松，对产品附加服务提出更高要求。消费者消费观念和需求的变化推动着中国厨电市场进一步转型升级。

④中小户型及开放式厨房提升集成灶刚性需求

在我国尤其是一二线城市的房地产销售中，中小户型住宅为绝对主体（通常称建筑面积在 90 m²以下住宅为小户型，90-144 m²为中户型，高于 144 m²属于大户型）。万科销售数据显示，2010 年至 2017 年间中小户型住宅占销售比例自 88% 升至 93%，2016 年底甚至一度升至 95%¹⁴。中小户型住宅的厨房可用空间普遍偏小，缺乏收纳空间，集成灶产品的集成化设计，大大节省了厨房空间，可以较好地满足中小户型的家装需求。

同时，开放式厨房日益兴起，正成为提升生活品质的新型装修格局。不同于传统厨房，开放式厨房将餐区与厨房区功能合一，免除墙面限制，弱化厨房、餐桌与客厅间的功能分界。然而油烟扩散在开放式厨房中被放大，若无法处理好油烟问题，易使全屋弥漫油烟气味，感官体验较差，因此烟机的吸油烟能力受到高度关注。而集成灶产品的油烟吸净率高达 95% 以上¹⁵，其高控烟能力可解决中式烹饪与开放式厨房的油烟扩散问题，从而构筑开放式厨房的刚需属性，具有较显著的竞争优势。

⑤集成灶旧厨房改造需求占比将进一步提升

集成灶产品属于耐用消费品，终端用户主要为家庭用户，根据最终用户的不同，可以将集成灶的销售来源分为新房装修（包括新楼盘和二手房整体装修）和旧厨房局部装修改造两大类。根据中怡康调研情况，2018 年国内集成灶市场零售量约为 175 万台，其中约 90% 为新增需求（家里没有相关厨电产品直接购买集成灶），10% 为替换需求（用集成灶替换原有传统烟灶）¹⁶，因此新房装修是目前集成灶的主要市场，旧厨房改造对集成灶企业收入贡献度相对较低。

2017 年 12 月住建部曾在厦门召开老旧小区改造试点工作座谈会，期间确定

¹⁴ 东兴证券股份有限公司证券研究报告，踏平坎坷见通途——集成灶行业深度报告，作者东兴证券，分析师郑闵钢，2018 年 9 月 11 日

¹⁵ 中商情报网，2018 年中国集成灶行业市场规模及发展趋势预测：智能化为未来发展所趋（图），作者中商产业研究院，2018 年 8 月 20 日

¹⁶ 北京中怡康时代市场研究有限公司官方微信公众号，集成灶行业深度解读：风华正茂意气风发，作者中怡康时代，2018 年 10 月 12 日

了广州、柳州、张家口、厦门、呼和浩特、沈阳、宁波等 15 个城市作为试点城市。根据住建部数据，截至 2018 年 12 月，上述 15 个试点城市共改造老旧小区 106 个¹⁷。进入 2019 年后老旧小区政策热度持续提升，2019 年 4 月住建部会同发改委、财政部下发了《关于做好 2019 年老旧小区改造工作的通知》，全面推进老旧小区改造。老旧小区改造政策或激发消费者房屋改造需求，集成灶旧房设备改造占比有望逐渐扩大。

根据东北证券研究报告，在传统油烟机的国内市场方面，新房装修需求占比约 70%，更新换代需求占比约 30%¹⁸。目前集成灶的旧房更新改造仅占总体需求的 10%左右¹⁹，旧房更新改造需求占比距离烟机行业整体水平还有较大差距。随着集成灶产品推广，消费者认可度逐步提升，旧房更新改造需求占比也将继续提升。

⑥ “精装修”政策出台，催生集成灶工程渠道需求

截至招股意向书签署日，全国 31 个省市（不含香港、澳门、台湾地区）均陆续出台了关于“精装修”相关政策，对本省（市）的全装修比率提出目标和要求，从税收优惠、减免相关费用等方面鼓励全装修的发展，2017 年住建部《建筑业十三五规划》提出 2020 年我国新开工全装修成品住宅面积达到 30%。根据奥维云网地产数据统计，2017-2018 年精装房渗透率分别 18.0%、27.5%，精装房规模达到 160 万套、253 万套。2019 年预计精装房规模达 336 万套，精装房渗透率将达到 31.8%，有望提前完成 2020 年精装房渗透率达到 30%的目标，随着“精装修”政策的颁布，未来精装房的渗透率将稳步上升，“精装房”工程需求将成为厨电产品重要的市场来源。

在精装修的过程中，开发商会有选择性地与供应商合作，对建材、厨卫品牌的选择集中度高于零售市场。2018 年全装修占有率前二十的房地产企业，在厨卫卫浴等主要部品方面，合作对象的前三位品牌平均份额占比 66.8%²⁰，在烟灶方面主要与老板、方太、美的合作。根据老板电器 2019 年半年报披露，“老板

¹⁷ 大众证券网，旧改万亿空间催生建材需求，作者大众证券报，2019 年月 7 日

¹⁸ 东北证券研究报告，地产红利渐微，厨电行业成长性怎么看，作者唐凯、何智超，2018 年 12 月 13 日

¹⁹ 北京中怡康时代市场研究有限公司官方微信公众号，集成灶行业深度解读：风华正茂意气风发，作者中怡康时代，2018 年 10 月 12 日

²⁰ 广发证券研究报告，2018 年全装修发生了哪些变化，作者赵中平、汪达，2018 年 11 月 19 日

品牌”吸油烟机在“精装修”市场份额为 37.8%²¹，位居行业第一。因此，烟灶类产品工程渠道主要被老板、方太、美的等传统烟灶品牌所垄断。

由于传统烟灶发展历史较长，传统烟灶企业与地产开发商已经形成成熟的工程渠道合作模式以及稳固的合作关系、集成灶普遍成本、售价高于传统烟灶产品等原因，集成灶企业尚未打破传统烟灶企业对“精装修”工程渠道的垄断。中怡康数据显示，集成灶行业工程渠道比重仅占 1%²²。根据同行业上市公司浙江美大的信息披露，其 2018 年全年仅完成住宅精装工程 10 余个，工程渠道仅占比 2%²³，集成灶工程渠道拓展仍处于初级阶段，短期内未能撼动传统烟灶企业在工程渠道地位，集成灶在“精装房”工程渠道市场份额占比较低。

但随着消费者对集成灶认可度的提升及集成灶企业工程渠道的加速布局，集成灶在“精装修”工程渠道需求的拓展具有较大空间，主要体现在以下方面：

A、安装标准层面，房屋建筑标准逐渐推广完善，为集成灶工程渠道推广提供有利条件

2019 年 8 月 14 日，浙江省住房和城乡建设厅印发了《关于批准〈住宅厨房集成灶安装详图〉为浙江省建筑标准设计图集的通知》，为集成灶安装工艺提供了标准化指引，标准于 2019 年 10 月 1 日起正式实施。

在全国房地产“精装修”的政策背景下，浙江省住建厅率先推出集成灶安装标准，为集成灶在“精装修”设计方面提供了设计依据，安装工艺更为标准化，为集成灶“精装修”工程渠道的推广创造更有利的条件。

B、市场需求层面，“精装修”标准的提升为集成灶提供推广机遇

随着“精装修”政策的推广及执行，新房交付时装修标准或成为房产销售竞争要点之一。奥维云网地产大数据显示，2018 年装修标准在每平方米 2,000-3,999 元区间的市场份额有明显增长，1,000-1,999 元区间择优明显降低，说明即使在楼市增幅放缓的环境下，适度提升装标结构，是开发商赢得消费者的重要手段。集

²¹ 杭州老板电器股份有限公司，杭州老板电器股份有限公司 2019 年半年度报告

²² 北京中怡康时代市场研究有限公司官方微信公众号，2018 年集成灶线上市场盘点，作者中怡康时代，2019 年 1 月 24 日

²³ 浙江美大实业股份有限公司，浙江美大实业股份有限公司 2018 年年度报告

集成灶在结构、油烟吸净效果、空间利用率等方面具有明显优势，系厨电领域消费升级产品，在消费者需求的倒逼之下，为增加房产销售卖点，房地产开发商将逐渐加大装修标准，配置产品特性更好的集成灶产品，从而有利于集成灶在“精装修”工程渠道的推广。

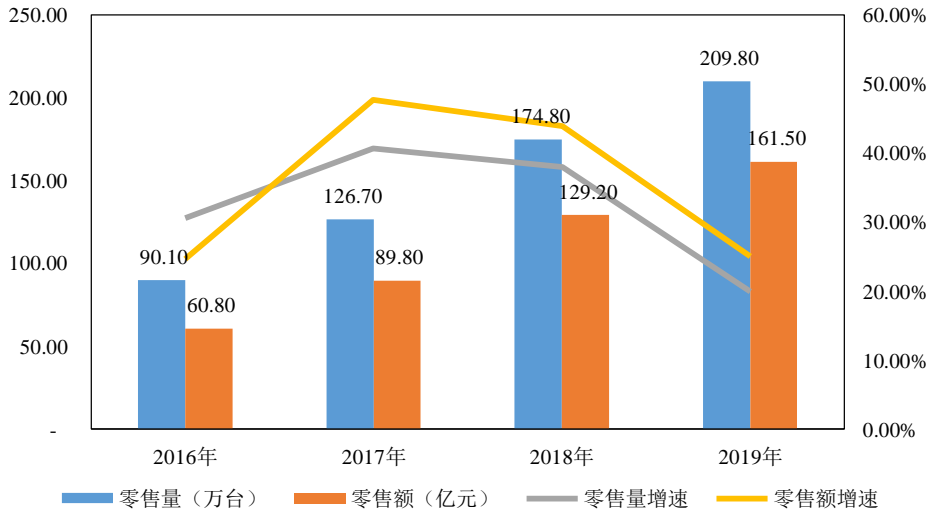
C、发行人自身层面，品牌优势及行业地位，有助于快速切入工程渠道

在“精装修”配套品牌选择方面，开发商为确保楼盘品质口碑、产品质量稳定，倾向于选择行业品牌处于领先地位的供应商企业，对品牌的选择集中度高于零售市场。2018 年全装修占有率前二十的房地产企业，在厨电卫浴等主要部品方面，合作对象的前三位品牌平均份额占比 66.8%，在烟灶方面主要与老板、方太、美的合作，集中于行业优势烟灶品牌。

开发商选择“精装修”配套产品特点同样适用于集成灶品牌的选择。经过近 20 年发展，发行人在品牌、产品、技术、质量等方面均已处于行业前列，拥有较好的用户口碑及较强的市场影响力，具备快速进入开发商采购品牌名录的客观优势。

(3) 集成灶行业市场规模

集成灶经过十几年的发展及多次技术更新变革，产品已逐渐为消费者所认可，市场逐渐成熟。根据中怡康统计数据，2019 年集成灶市场零售规模为 209.80 万台，2017 年至 2019 年行业复合增长率达到 28.68%。2018 年集成灶零售额已超百亿，成为继传统吸油烟机、燃气灶后厨电行业第三个规模过百亿元的厨电产品。

集成灶销售规模增长示意图²⁴

数据来源：中怡康

(4) 集成灶行业发展特点及未来发展趋势

①集成灶行业正处于初步成长期

集成灶于 2003 年首次在国内市场上市销售，但由于第一代环吸式集成灶产品在热效率、清洁便捷度、安全性能等方面尚不成熟，同时由于传统厨电产品的普及导致消费者对分体式吸油烟机和燃气灶的结构设计存在先入为主的固有印象和消费习惯，因而集成灶产品上市之初并未得到市场的全面认可。从产品生命周期上来看，这个阶段集成灶产品处于新产品的初始导入期。

2008 年侧吸下排式集成灶诞生以来，集成灶经历了油烟净化器、模块化设计等多项重大技术变革，安全环保、清洗维护等难题一一解决；且经过多年市场渗透和消费者教育，近年来集成灶产品逐渐被市场认可和接受，市场规模快速增长，集成灶行业已由导入期进入初步成长期。

②行业快速增长，市场渗透率仍处于较低水平

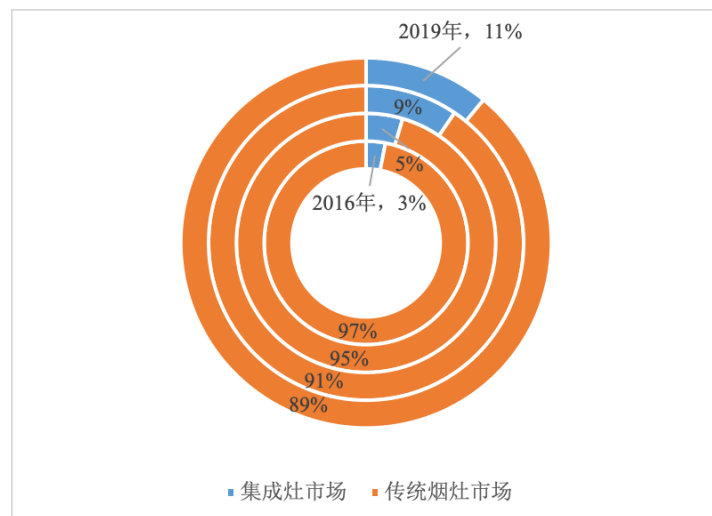
集成灶经过十几年的发展及多次技术更新变革，产品已逐渐为消费者所认可，市场逐渐成熟。2017 年至 2019 年集成灶销售规模复合增长率达到 28.68%，

²⁴ 2019 年集成灶零售量和零售额数据来自于中怡康官方微信公众号，集成灶的 2020：火力仍在，还需坚持，作者中怡康，2020 年 3 月 13 日；2016 至 2018 年集成灶零售量和零售额数据来自于北京中怡康时代市场研究有限公司官方微信公众号，2018 年集成灶线上市场盘点，作者中怡康时代，2019 年 1 月 24 日

2018 年零售额已超百亿，成为继传统吸油烟机、燃气灶后第三个规模超过百亿的厨电产品。

但从市场渗透率来看，集成灶产品在烟灶市场中的渗透率仍处于较低水平。根据中怡康测算数据，2017 年至 2019 年，国内厨电市场中集成灶销量占烟灶产品总销量的比例分别为 5%、9% 和 11%，集成灶产品在烟灶市场中的占比逐年提升，但仍处于较低水平。

2016 年至 2019 年集成灶渗透率变化情况²⁵



数据来源：中怡康

③集成灶行业参与者逐渐增加，产品认知度逐步提升

随着集成灶行业推广力度加大、市场培育逐渐完善，行业进入快速发展时期，众多品牌纷纷布局加入集成灶市场。根据中怡康监测数据，2018 年集成灶品牌数量约 300 家，其中线上市场共监测到 173 个品牌，较去年同期线上品牌数量增加了 45 个，行业活力不断增强²⁶。这些集成灶行业新的参与者大多为新设品牌，

²⁵ 2016 至 2017 年集成灶渗透率数据来自于家电行业研究报告-老板电器控股金帝，集成灶市场再起风云，作者爱建证券，分析师张志鹏，2018 年 7 月 23 日；2016 年至 2018 年集成灶销售量数据来自于北京中怡康时代市场研究有限公司官方微信公众号，2018 年集成灶线上市场盘点，作者中怡康时代，2019 年 1 月 24 日。2018 年、2019 年集成灶渗透率变化情况，系根据集成灶销量与吸油烟机销量比例测算而来。2018 年吸油烟机销量数据来自于北京中怡康时代市场研究有限公司官方微信公众号，集成灶行业深度解读：风华正茂意气风发，作者中怡康时代，2018 年 10 月 12 日；2019 年集成灶零售量和零售额数据来自于中怡康官方微信公众号，集成灶的 2020：火力仍在，还需坚持，作者中怡康，2020 年 3 月 13 日；2019 年吸油烟机销量数据来自于中国家用电器协会官方网站，【协会分析】2019 年家用电器行业运行情况分析及 2020 展望，作者中国家用电器协会，2020 年 2 月

²⁶ 北京中怡康时代市场研究有限公司官方微信公众号，2018 年集成灶线上市场盘点，作者中怡康时代，2019 年 1 月 24 日

或非家电背景的企业跨界进入。

此外，传统家电品牌，如海尔、美的、帅康、奥克斯等也陆续参与到集成灶的市场竞争中。传统优势家电品牌的加入，可以利用其自身完善的渠道布局和成熟的营销方法推动集成灶行业知名度提升，覆盖一二线城市更多消费市场，这在一定程度上标志着集成灶由小众化产品逐渐变为大众消费品，是行业加速发展的催化剂。

④销售渠道主要集中在三四线城市，正在向一二线城市延伸

目前大部分的集成灶企业将销售网络主要铺设在三四线城市，并逐步向一二线城市过渡聚拢。由于中国分布最广、数量最多的城市为三四线城市，且三四线城市人口总量为一二线城市的两倍左右，总的消费体量与市场潜力大于一二线城市。随着中国城镇化水平的不断提高，大量民众进入城市，进一步拉动厨电行业的消费与发展。

近年来，一二线城市已逐步完成家电品类的市场普及、逐渐进入以更新换代需求为主的消费阶段，集成灶产品凭借产品性能优势和产品知名度的拓展，正逐步向一二线城市延伸。

⑤集成灶功能趋向多样化、智能化

随着我国居民生活水平日益提高，消费者在集成灶功能方面不再满足于吸油烟机、燃气灶和消毒柜的单一组合，整体厨房设计理念的兴起和嵌入式产品的发展，使得集成灶功能日益丰富。目前行业内主流集成灶品牌均推出搭配电蒸箱、电烤箱等功能的集成灶产品，更有蒸烤一体式的新品集成灶面向市场。未来集成灶功能的多样化趋势，能够给用户带来丰富的烹饪体验，满足个性化的需求。

近年来，智能厨房成为发展潮流，众多国内厨电企业尝试在产品中融入互联网因素和智能创新科技，不断改善消费者的用户体验。目前集成灶产品智能化主要体现在人机交互技术的逐渐改善，在产品中融入触控装置、WiFi 联网、菜单浏览、语音控制、智能联动等元素，借助传感技术、触控技术、智能屏显技术等逐步实现语音交互、远程操控等功能。未来，随着厨房电器的消费升级以及智能厨房的不断发展，预计集成灶产品的智能化将进一步提升。

（5）集成灶产品的未来市场规模分析

集成灶是一种将吸油烟机、燃气灶、消毒柜、电蒸炉、电烤箱、储藏柜等多种厨房功能集成设计于一体的综合性厨房电器。与传统分离安装的烟机和灶具相比，集成灶具有节省厨房空间、油烟吸净率高以及环保、节能、无油烟、超静音等特点，具备消费升级属性，对传统烟灶类产品具有替代性。2016-2019年，我国烟灶类产品市场需求结构如下：

单位：万台

产品	2016	2017	2018	2019
吸油烟机	1,792.00	1,890.00	1,792.00	1,746.00
集成灶	90.10	126.70	174.80	209.80
合计	1,882.10	2,016.70	1,966.80	1,955.80

数据来源：中怡康时代、产业在线

2015年起，集成灶行业从导入期逐步进入成长期，经过前期的市场培育，集成灶产品逐渐被用户所认可和接受，进入高速增长阶段，市场逐渐成熟。根据中怡康数据测算，2019年国内市场集成灶销量占烟灶产品总销量约11%，渗透率仍处于较低水平，仍处于对烟灶类产品快速渗透期。

未来，基于集成灶产品相对于传统烟灶产品的性能优势，以及功能集成、节省空间等优点，集成灶产品在享有厨电行业的自然增长之外，还会加快对传统吸油烟机和燃气灶的替代速度，市场渗透率有望继续提升，从而进一步推动集成灶产品市场规模的增长。因此，从烟灶市场整体需求来看，集成灶仍拥有较大广阔的行业增长空间，市场容量广阔。

3、新兴厨电发展概况

新兴厨电产品主要包括洗碗机、水槽洗碗机、嵌入式厨电等。近年来随着消费结构转型升级，80后、90后成为消费主力，越来越多的消费者开始注重配置提高生活质量的家居品类。

（1）洗碗机及水槽洗碗机

目前洗碗机市场正处于高速发展阶段。中怡康数据显示，2018年洗碗机市场整体零售额59.20亿元，增速达36.50%，零售量135.60万台，增速为37.70%。

其中线上零售额达到 29 亿元，增速为 47.20%，零售量为 78.70 万台，增速达 50.20%；线下零售额为 30.20 亿元，增速为 27.70%，零售量 56.90 万台，增速为 23.40%²⁷。在整体家电市场景气度下滑的情况下，洗碗机行业逆势增长令人瞩目。

洗碗机包括多种形式，如台式、嵌入式、台嵌两用式、水槽式和抽屉式。其中水槽洗碗机自 2015 年诞生以来呈现出高速增长的态势。根据中怡康监测数据，水槽洗碗机 2018 年零售额 7.30 亿元²⁸。水槽洗碗机的诞生主要系应对中式厨房使用，不仅提高了水槽的使用效率，符合大多数用户的使用习惯，而且一机多用、安装便利，这些因素均为其快速成长奠定基础。

（2）嵌入式厨电

基于对厨房空间整洁、美观的需求，集成化、嵌入化正成为未来厨房的发展趋势。嵌入式厨电产品主要包括嵌入式微波炉、电烤箱、蒸汽炉等新兴品类，中怡康数据显示，2018 年嵌入式产品零售额达到 70 亿元，同比增幅为 6.90%²⁹。嵌入式产品市场发展势头良好，依然保持较好的增速。

（四）行业特有的经营模式和行业特征

1、行业特有的经营模式

集成灶产品属于终端消费品，最终消费者为家庭用户。目前大型集成灶企业大多采用自主品牌运营的经营模式，将生产的集成灶产品通过各种销售渠道销售给终端消费者。

在销售渠道方面，集成灶企业的销售模式主要有经销模式和直营模式，其中经销模式是大多数具有自主品牌的集成灶企业所采用的主要销售模式。集成灶企业选择经销模式主要原因有下：

（1）集成灶行业发展时间较短，其市场渗透率和产品认知度较低，通过经销模式可以在全国范围快速建立营销网络，借助专业经销商对集成灶产品进行市

²⁷ 北京中怡康时代市场研究有限公司官方微信公众号，2018 年洗碗机人气排行榜，作者中怡康时代，2019 年 2 月 12 日

²⁸ 北京中怡康时代市场研究有限公司官方微信公众号，从水槽洗碗机说起，作者中怡康时代，2019 年 2 月 1 日

²⁹ 北京中怡康时代市场研究有限公司官方微信公众号，厨卫市场 2018 年总结与 2019 年展望，作者中怡康时代，2019 年 1 月 30 日

场推广，有利于快速拓展销售渠道，提升产品知名度；

（2）作为新型厨电产品，与传统厨电产品相比，集成灶产品将多种厨房电器功能集成化设计，产品结构更为复杂，因而在销售当地需要经销商提供专业的安装及售后维修服务。

因此，包括公司在内的主要集成灶企业大多采用经销模式进行产品销售。同时，近年来随着电商的蓬勃发展，人们的消费方式发生较大改变，在注重线下消费体验的同时，也越来越关注线上产品的价格信息和用户评价，线上购买成为越来越多消费者的选择，线上渠道也成为集成灶企业传统经销模式的重要补充。

2、行业特征

（1）周期性

集成灶零售市场直接面向终端家庭或者个人消费者，其消费水平会受居民人均收入水平、城镇化水平及国家宏观经济发展水平波动的影响。集成灶作为大型厨房电器，属于耐用消费品，是消费者日常生活的必需品，随着我国经济发展水平的提高，总体上会保持稳定持续发展的态势。从中长期发展趋势来看，经济发展的周期性将在一定程度上对集成灶的发展产生影响，集成灶的需求量将受经济发展的周期性影响而呈现一定的变化。

（2）区域性

我国的厨房电器的生产主要集中在长江三角洲和珠江三角洲两大区域，具有一定的区域性特征。目前集成灶的生产区域形成了以美大、火星人等为代表的浙江海宁产业集群；以帅丰、亿田为代表的浙江嵊州产业集群；以及以金利、风田为代表的广东中山顺德产业集群。

（3）季节性

集成灶受居民的消费习惯、家装施工、传统节假日以及“双十一”等电商大促活动的影响较明显，每年十一到春节、“双十一”等均是厨房电器的购置高峰期，因此每年三、四季度是厨房电器行业的销售旺季。故行业呈现一定的季节性特点。

（五）发行人所处行业的利润水平变动趋势

近年来，集成灶行业保持了持续快速发展的势头。根据中怡康推总数据显示，2019年集成灶市场零售规模为209.8万台，2017年至2019年行业复合增长率达到28.68%³⁰。与此相对应，集成灶企业的销售毛利率也处于相对较高水平，行业领先企业的毛利率往往在45%-55%³¹。

随着行业发展，未来将有更多品牌进入集成灶市场，这一方面将导致市场参与者增加，市场竞争加剧，可能会使得行业利润水平下降；另一方面，对于行业领先企业，凭借持续的技术研发和长期积累的品牌口碑，产品品质不断提升，可以在一定程度上继续保持较高的利润水平。

（六）发行人所处行业的技术水平和技术特点

1、行业技术水平

集成灶是一种将烟灶及其他厨电功能集成于一体的新型厨房电器，运用微空气动力学原理，采用环吸下排或侧吸下排、下排风产生流体负压区的原理，油烟经过侧面的吸排油烟装置，从而起到油烟分离和吸进油烟的效果，使油烟往下吸走。与传统分离安装的烟机和灶具相比，集成灶具有油烟吸净率高、节省厨房空间以及节能环保等特点，具有消费升级属性。

近年来，随着健康、环保等观念日益深入人心，以及物联网、厨电智能化、一体化趋势的发展，行业在技术上朝着高效智能、健康环保、操作便捷、功能集成等方向发展。目前集成灶除满足基本功能需求以外，一方面安全性能更加优越，配有安全防火墙技术，当明火进入风道系统时，自动切断燃气和电源，并配有熄火安全保护装置，出现意外情况时自动切断气源，可在产品使用过程中起到安全防护作用，安全保障系数高；另一方面产品模块设计更加智能化，产品开发现代化操控系统，将燃气灶、吸油烟机、消毒柜等按人们通常使用模式有机结合，实现智能控制。

2、行业技术特点

³⁰ 中怡康官方微信公众号，集成灶的2020：火力仍在，还需坚持，作者中怡康，2020年3月13日

³¹ 老板电器【002508.SZ】、华帝股份【002035.SZ】、浙江美大【002677.SZ】的公开年度报告

集成灶的技术特点在于其油烟下排设计。传统烟机在使用时向上吸排油烟，油烟在上升过程中容易扩散污染室内环境。集成灶直接将烹饪时产生的油烟以近距离分布的吸烟孔向下抽离，不会向上扩散，油烟吸净率在 95% 以上³²；且集成灶的下排风设计避免了用户头部附近的噪声源，节省了厨房上部空间，也为打造开放式的现代厨房创造了条件。

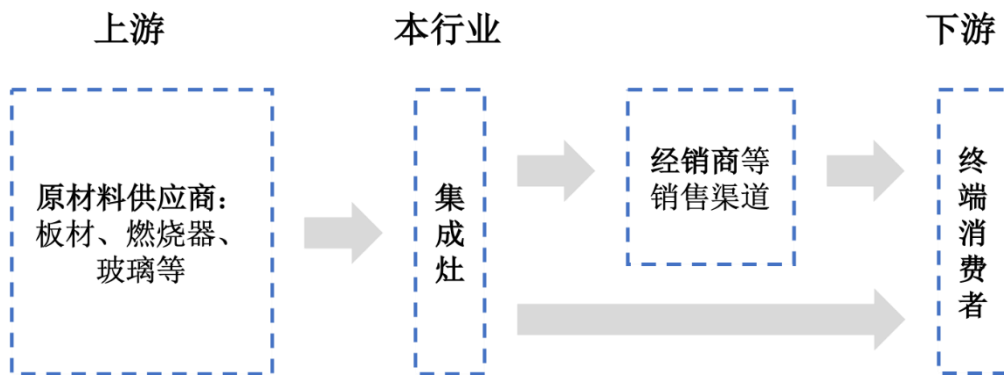
（七）发行人所处行业与上下游行业之间的关联性

1、与上下游行业之间的关系

集成灶的上游行业主要为板材类、燃气类零部件、电气类组件、玻璃类、包装材料等原材料生产企业。其中板材类主要包括不锈钢板、冷轧板等；燃气类零部件主要包括燃烧器、聚能盘、阀体等；电气类组件主要包括电源板、控制板等；包装材料企业提供集成灶产品包装所需的说明书、标贴、纸箱以及泡沫等。

集成灶的下游行业是各类销售渠道，主要包括经销商、零售卖场、建材市场、委托加工（OEM）品牌商、电商平台等，消费终端则直接面对消费者个人或家庭。公司所处行业上下游产业链如图所示：

行业上下游产业链示意图



2、上下游行业发展状况及对本行业的影响

（1）本行业与上游行业的关联性

集成灶等厨房电器产品的主要原材料为各种规格的板材、燃气类零部件、电气类组件、玻璃类和包装材料等。上游行业对本行业的影响主要表现在价格变化

³² 中商情报网，2018 年中国集成灶行业市场规模及发展趋势预测：智能化为未来发展所趋（图），作者中商产业研究院，2018 年 8 月 20 日

将直接影响原材料采购成本，从而影响行业盈利能力，如不锈钢板材等大宗产品等。由于本行业对原材料的需求在品种规格上较为分散，不存在对某一种原材料的高度依赖。

(2) 本行业与下游行业的关联性

厨房电器制造业的下游行业主要是各类销售渠道，包括经销商、零售卖场、建材市场、委托加工（OEM）品牌商、电商平台等，并通过这些销售渠道销售给终端消费者，下游行业的需求会受到宏观经济、房地产、城镇化水平、居民收入及消费水平的影响。同时，厨房电器作为终端消费品，可以通过各类销售渠道销售给终端用户，销售渠道的布局和发展态势直接影响厨电产品的销售规模，也影响到产业链上游生产企业与流通企业的利益划分。

随着我国的国民经济和居民收入水平持续稳定增长，我国城镇化进程不断推进、消费者消费观念的更新升级、电子商务的迅速崛起，行业市场需求规模不断扩大，销售渠道日益多样，将促进厨房电器的购置，为集成灶行业带来发展机遇。

(八) 进入行业的主要壁垒

1、品牌壁垒

品牌是品质优异的核心表现，可以为消费者的产品购买和使用提供借鉴，是企业质量和信誉的保证。随着我国消费者品牌意识的崛起以及对品牌关注度的不断提升，品牌已经成为我国厨房电器生产企业的核心竞争力之一。而一个生产型企业的品牌树立和打造需要优质的产品研发、生产以及管理能力，需要投入大量的人力、物力和财力做好产品营销的各个方面，与消费者建立长期可靠、相互需要的关系，为此对于一个行业新进入者很难在短时间内被消费者所熟悉并获得市场的认可。

2、营销网络和售后服务壁垒

营销网络的广度和深度对增强消费者对产品性能的了解、提高产品在市场中的认知度具有重要作用，对集成灶等厨房电器企业的销售活动具有重要意义，同时成熟的营销网络对提高公司的售后响应速度起到了很好的保障作用。营销网络的建立、经营和维护需要大量的人力、物力和财力投入，新进入企业难以在短时

间内建立覆盖大范围的营销网络。

集成灶产品具有集成化、一体化等特征，功能较为复杂，一旦产品在使用中出现问題，往往需要专业的人员进行维修，因此售后服务是衡量集成灶品牌优劣的标准之一。这就要求集成灶生产企业建设全面的售后服务体系和网点，同时配备充足的专业服务人员，这对潜在行业进入者的实力和人才积累提出了更高的要求。

3、技术创新壁垒

集成灶行业发展至今，行业内先进入者凭借多年技术研发经验，已经积累和掌握了大量的专利和关键性技术，新进入者在现有专利的限制下进行技术创新的难度较大，所需人力和物力投入也相对较高。而且随着健康环保观念日益深入人心，物联网、厨电智能化、一体化趋势快速发展，消费者在选择厨房电器等产品时不再满足于集成灶提供的基础功能，对集成灶的吸烟效果、热效率、空气净化能力、环保性、外观以及智能化设计等方面提出了更高的要求。为此集成灶生产企业需要加大对产品更新换代的持续研发投入，不断满足消费者的需求，紧跟行业发展趋势。

4、质量控制壁垒

厨房电器直接关系到广大消费者的身体健康与安全，对产品的质量和安全性要求较高，而成熟的生产工艺与质量控制体系是保证产品质量、提高产品安全性的重要保障。从生产工艺来看，目前大型厨电企业都已经配备了机械化、自动化的产品生产线，具有较为成熟的产品生产工艺。而生产工艺的改进和积累需要耗费较长时间，新进入企业难以在短期内形成成熟的生产工艺并大规模生产出质量过硬且具备成本优势的产品，因此本行业具有较高的质量控制壁垒。

（九）影响发行人所处行业发展的有利和不利因素

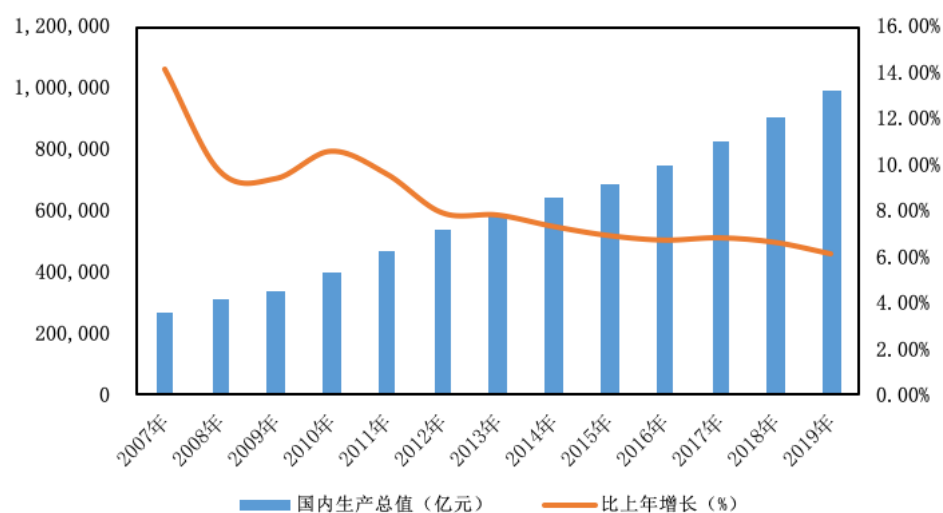
1、有利因素

（1）国民经济持续快速发展，城镇化水平不断提升

近些年来，我国经济一直保持着稳定增长的健康发展态势，在国家宏观经济

调控下，“十三五”期间经济加快结构调整，转型升级成效明显，经济发展向中高端水平不断迈进。2007年至2019年我国GDP增长情况如下：

2007年至2019年国内生产总值及其增长速度情况



数据来源：国家统计局

为促进区域协调发展，国家积极推进新型城镇化建设。截至2019年末我国城镇化率为60.60%，比上年末提高1.02个百分点；同时户籍制度改革和居住证制度全面推进，农业转移人口市民化进程加快，新型城镇化质量显著提升。目前我国农村居民的家电百户拥有量低于城镇居民拥有量，以厨电百户拥有量较高的吸油烟机产品为例，2017年吸油烟机城镇和农村的每百户保有量分别为72台和18台³³。相比农村居民，城镇居民对于厨房环境要求更高、对于大型厨电产品的使用和需求程度也更强烈。因此城镇化的推进，将进一步使农村人口不断向城市聚集，城镇人口的不断增加将进一步刺激我国集成灶等厨房电器市场需求的提升。

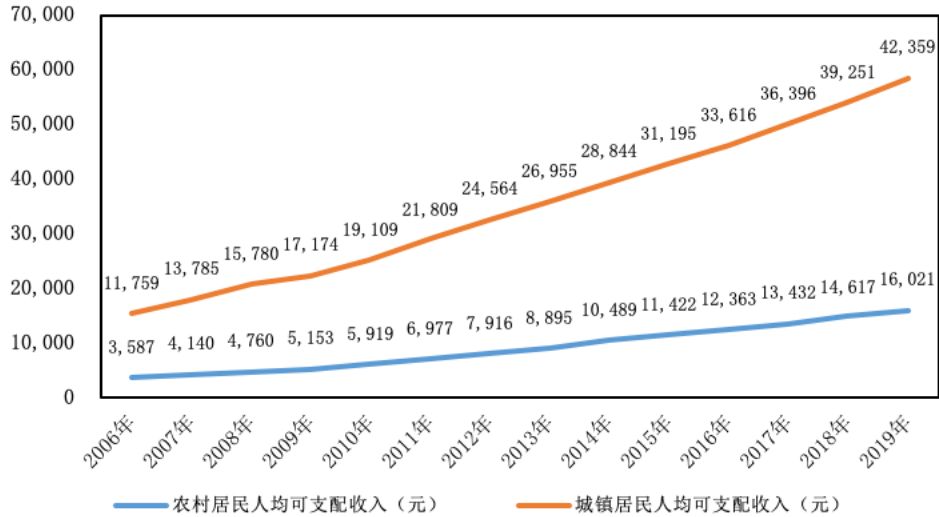
(2) 居民收入及消费水平不断提高，生活质量不断提升

2019年，全年全国居民人均可支配收入30,733元，比上年增长8.87%。按常住地分，城镇居民人均可支配收入42,359元，比上年增长7.92%；农村居民人均可支配收入16,021元，比上年增长9.61%。居民收入水平的提高为消费水平的

³³ 前瞻经济学人，2018年厨房电器行业市场现状与发展前景分析 油烟机保有量相对较低，增量空间巨大【组图】，作者江望月，2019年3月11日

提高奠定了经济基础。

2006年至2019年城镇居民和农村居民可支配收入情况



数据来源：国家统计局

近年来我国居民消费结构升级步伐加快，品质消费占比明显上升，消费日趋多元化。集成灶作为一种新兴的厨房电器，属于大型耐用消费品，也是一种中高端的厨房电器。居民收入及消费水平的提高为消费者购买集成灶等中高端的厨房电器奠定了经济基础。

(3) 消费主体人群结构改变，集成灶满足了消费升级下的消费者需求

随着 80 后、90 后逐步成为社会的中坚力量，消费主体人群结构也在逐步变化，在消费过程中更加注重品质、个性、服务体验等因素，购物理念已逐渐从“温饱需求”转向“品质需求”，因此 80 后、90 后的新一代消费群体在选择厨房电器时会更加追求产品质量、环保、外观、科技等因素。而集成灶集合了燃气灶具、吸油烟机的核心功能，安全环保；其侧吸下排式吸油烟结构，可在保证灶具热效率符合国家标准要求的同时，进一步增强吸油烟功能，油烟吸净度可达 95% 以上；同时还可以节省厨房空间，使厨房更加清洁、环保、健康，较好地满足了消费者的需求。

(4) 政策法规、产品标准不断健全，推动行业有序发展

国家质量监督检验检疫总局及国家标准化管理委员会以及五金制品行业协会、浙江省燃气具行业协会等针对集成灶等家用厨房设备制定了系列的标准，包含《家用燃气灶具能效限定值及能效等级（GB30720-2014）》、《家用燃气灶具节能环保认证规则（CQC61-448211-2015）》、《家用燃气灶具（GB16410-2007）》、《家用燃气灶具能源效率标识实施规则（CEL-038-2012）》、《集成灶（CJ/T386-2012）》、《集成灶（ZZB032-2015（浙江制造标准））》、《吸油烟机（GB/T17713-2011）》以及《住宅厨房集成灶安装详图（图集号：2019浙J79）》。标准对产品的关键技术指标，包含产品能耗水平、外观、油脂分离度等结构、功能方面进行了定义，提高了行业的门槛，有利于淘汰质量不合格和技术标准不达标的企业，确保产品质量以及消费安全，有利于行业的规范化、有序化发展。

2、不利因素

（1）行业发展时间较短，产品同质化较严重

集成灶从 2003 年上市发展至今仅有十几年的时间，但目前市场上的企业数量较多，2018 年集成灶品牌已达 300 余家³⁴。同时年轻消费者对产品有更高要求，集成灶企业需要不断进行产品创新与技术的更新换代，提升产品的质量与服务。然而部分企业规模较小、研发能力不足，行业内模仿现象严重，加之我国现阶段对知识产权的保护力度有待健全，集成灶行业的产品同质化现象较普遍，影响了行业健康有序发展。

（2）行业的高端厨房电器品牌建设较缺乏

传统厨电龙头企业凭借其在行业深耕多年的高端品牌建设和成熟的营销网络渠道，以及雄厚的资本积累，在市场中树立了较好的市场口碑，占据了我国一二线城市的大部分市场份额，并几乎垄断了精装修市场销售渠道。相比传统厨电产品，集成灶产品成长时间较短，且销售市场主要集中在三四线城市，品牌建设与市场推广力度不足，市场认知度仍较低。这导致集成灶生产企业在品牌塑造中相对弱势，未来仍需加大对产品的宣传推广力度，打造集成灶高端品牌，扩大集成灶在厨房电器行业影响力，引导行业长远发展。

³⁴ 北京中怡康时代市场研究有限公司官方微信公众号，2018 年集成灶线上市场盘点，作者中怡康时代，2019 年 1 月 24 日

三、发行人所处行业的竞争情况

（一）行业竞争格局与市场化程度

1、行业竞争格局

我国厨房电器制造行业市场需求旺盛，整体市场规模逐年扩大。集成灶作为新型厨电产品近年来持续快速成长，目前我国集成灶行业已经形成了完整产业体系，行业内企业众多，市场化程度较高，整体市场竞争较为激烈。

（1）集成灶企业与传统烟灶企业之间的竞争

传统烟灶产品进入市场时间较长，产品较为普及，导致消费者对分体式吸油烟机 and 燃气灶的结构设计存在先入为主的固有印象和消费习惯，目前传统烟灶产品仍占据烟灶市场的绝大多数份额。根据中怡康统计数据，2019 年分体式吸油烟机、燃气灶在烟灶市场的渗透率约 89%³⁵。

与传统烟灶产品相比，集成灶具有油烟吸净效果好、功能集成、节省厨房空间、健康、环保等优点，近年来呈快速增长趋势，但截至 2019 年末，集成灶产品的市场渗透率只有 11%³⁶，规模仍然较小。而且老板电器、方太厨具、华帝股份等传统烟灶龙头企业，拥有雄厚的资金实力，其产品技术、生产工艺、市场营销等方面经验成熟，对集成灶企业进一步提升市场份额形成了较大的阻力。

（2）集成灶企业之间的竞争

集成灶行业经过十余年的发展，行业参与者逐年增加，市场竞争日益激烈。根据中怡康监测数据，2018 年集成灶品牌数量约 300 家。但目前集成灶生产企业中普遍规模较小，大部分企业为贴牌生产企业。

整体而言，目前我国集成灶行业主要形成浙江海宁、浙江嵊州及广东顺德三

³⁵ 2019 年集成灶零售量和零售额数据来自于潮流家电网官方微信公众号，三大因素助力升温，2019 年集成灶零售额同比增长 25%，作者潮流家电网，2019 年 12 月 27 日；2019 年吸油烟机销量数据来自于中国家用电器协会官方网站，【协会分析】2019 年家用电器行业运行情况及 2020 展望，作者中国家用电器协会，2020 年 2 月 12 日

³⁶ 2019 年集成灶零售量和零售额数据来自于潮流家电网官方微信公众号，三大因素助力升温，2019 年集成灶零售额同比增长 25%，作者潮流家电网，2019 年 12 月 27 日；2019 年吸油烟机销量数据来自于中国家用电器协会官方网站，【协会分析】2019 年家用电器行业运行情况及 2020 展望，作者中国家用电器协会，2020 年 2 月

大产地集群。目前，行业主导品牌格局逐渐清晰，美大、帅丰、火星人、亿田等企业占据领先阵营，上述行业领先者通过在规模、品牌、产品、渠道等方面的优势，拓宽各自企业的护城河，增强自身的综合竞争能力。

(3) 集成灶企业与行业新进入者之间的竞争

近年来，随着集成灶行业的快速增长，也吸引了众多传统厨电或家电品牌加入，如老板、帅康、海尔、美的、长虹、TCL 等。这些厨电或家电领域的传统企业品牌知名度高，销售渠道和售后体系完善，在厨电或家电领域已经展现出较强的竞争优势，预计将对传统集成灶企业形成有力的竞争。

但与此同时，这些传统优势厨电或家电品牌的进入，也会利用其完善的渠道布局和成熟的营销方法推动集成灶产品知名度提升，改善消费者对集成灶产品的认知，使得集成灶产品可以覆盖更广的消费市场。这也标志着集成灶由小众化产品逐渐成长为大众消费品，是行业加速发展的催化剂。

2、市场化程度

厨房电器制造业的市场化程度较高，企业自主经营能力强，政府部门和行业自律组织对行业的管理主要在宏观层面，包括制定产业政策、规划行业发展战略、优化行业发展环境等。细分集成灶行业正处于由导入期进入初步成长期的发展阶段，行业内百花齐放，企业数量众多、竞争激烈。虽然梯队阵营分化较为显著，但尚未出现寡头垄断情形，还没有诞生如方太、老板同等级规模和认知度的消费者品牌，各个领先品牌之间的差距尚不明显。

(二) 行业内主要企业情况

集成灶作为传统厨房电器行业的细分产业，因此公司的竞争对手包括集成灶生产制造企业和传统厨房电器生产制造企业。目前，与发行人形成较大竞争的集成灶生产制造企业主要有浙江美大、火星人、浙江亿田等企业；传统厨房电器生产制造企业主要有老板电器、方太厨具、华帝股份等。行业内主要企业的基本情况介绍如下：

1、浙江美大实业股份有限公司

浙江美大成立于2001年,于2012年在深圳证券交易所中小企业板挂牌上市。浙江美大主要从事集成灶产品的设计研发、生产和经营,其主要产品为集成灶、橱柜、集成水槽、洗碗机、消毒柜、电蒸炉、电烤箱等配套产品。

根据浙江美大公开披露信息,2019年浙江美大实现营业收入168,447.57万元,净利润46,001.29万元³⁷;2020年1-3月,实现营业收入11,192.38万元,净利润2,031.85万元³⁸。

2、火星人厨具股份有限公司

火星人成立于2010年,集厨房电器研发、制造和销售为核心业务,主要产品以集成灶为中心,配套生产集成水槽、嵌入式电器、橱柜等厨房相关产品。火星人虽成立时间较短,但发展速度较快,其全国专卖店已达一千家以上³⁹,在集成灶行业内拥有较强的竞争力。

根据火星人招股说明书披露,2018年火星人实现营业收入95,564.27万元,净利润9,234.78万元;2019年,实现营业收入132,616.21万元,净利润23,973.32万元。

3、浙江亿田智能厨电股份有限公司

浙江亿田初创于1991年,主要从事厨房电器产品的研究、开发、生产与销售,主要产品包括集成灶、吸油烟机、燃气灶、水槽、消毒柜、烤蒸箱等厨房电器,是集成灶领域知名品牌,在集成灶行业内拥有较强的竞争力。

根据亿田股份招股说明书披露,2018年亿田股份实现营业收入61,445.91万元,净利润7,622.21万元;2019年,实现营业收入65,494.06万元,净利润9,833.60万元。

4、杭州老板电器股份有限公司

老板电器创立于1979年,于2010年在深圳证券交易所中小企业板挂牌上市,提供包括吸油烟机、燃气灶、消毒柜、烤箱、蒸汽炉、微波炉、洗碗机、净水器、

³⁷ 浙江美大实业股份有限公司,浙江美大实业股份有限公司2019年年度报告

³⁸ 浙江美大实业股份有限公司,浙江美大实业股份有限公司2020年第一季度报告

³⁹ 火星人集成灶官方网站,网址链接:<http://www.marssenger.com/invest.html>

净化水槽等厨房电器产品的整体解决方案，是中国厨房电器领导品牌之一。

根据老板电器公开披露信息，2019 年老板电器实现营业收入 776,058.19 万元，净利润 161,424.54 万元⁴⁰；2020 年 1-3 月，实现营业收入 126,568.96 万元，净利润 24,678.93 万元⁴¹。

5、宁波方太厨具有限公司

方太厨具创立于 1996 年，业务涉及厨房电器、集成厨房以及海外事业三大领域，其中方太品牌专注于嵌入式厨房电器业务，现拥有吸油烟机、嵌入式灶具、嵌入式消毒柜、嵌入式微波炉、嵌入式烤箱、嵌入式蒸箱、热水器、水槽洗碗机、蒸微一体机九大产品线，是中国厨房电器领导品牌之一。

6、华帝股份有限公司

华帝股份成立于 2001 年，于 2004 年在深圳证券交易所中小企业板挂牌上市，主要从事研发、制造和销售燃气用具、厨房用具、家用电器等业务。目前华帝股份已形成燃气灶具、热水器、吸油烟机、消毒柜、橱柜等系列产品为主的 500 多个品种，是中国厨房电器领导品牌之一。

根据华帝股份公开披露信息，2019 年华帝股份实现营业收入 574,805.76 万元，净利润 76,056.41 万元⁴²；2020 年 1-3 月，实现营业收入 69,131.24 万元，净利润 4,765.08 万元⁴³。

（三）发行人所处行业市场地位

随着集成灶行业的不断发展，集成灶行业的品牌效应已经初步显现，其中浙江美大、帅丰电器、火星人、浙江亿田等企业占据行业领先阵营，2019 年帅丰电器市场占有率约为 7%⁴⁴，行业内尚未形成寡头垄断，市场集中度相对分散。公司自成立以来，始终致力于以集成灶为核心的新型厨房电器的研发、生产和销售，坚持自主研发创新，产品具有较高的市场竞争力。

⁴⁰ 杭州老板电器股份有限公司，杭州老板电器股份有限公司 2019 年年度报告

⁴¹ 杭州老板电器股份有限公司，杭州老板电器股份有限公司 2020 年第一季度报告

⁴² 华帝股份有限公司，华帝股份有限公司 2019 年年度报告

⁴³ 华帝股份有限公司，华帝股份有限公司 2020 年第一季度报告

⁴⁴ 中怡康官方微信公众号，集成灶的 2020：火力仍在，还需坚持，作者中怡康，2020 年 3 月 13 日

四、发行人的主营业务具体情况

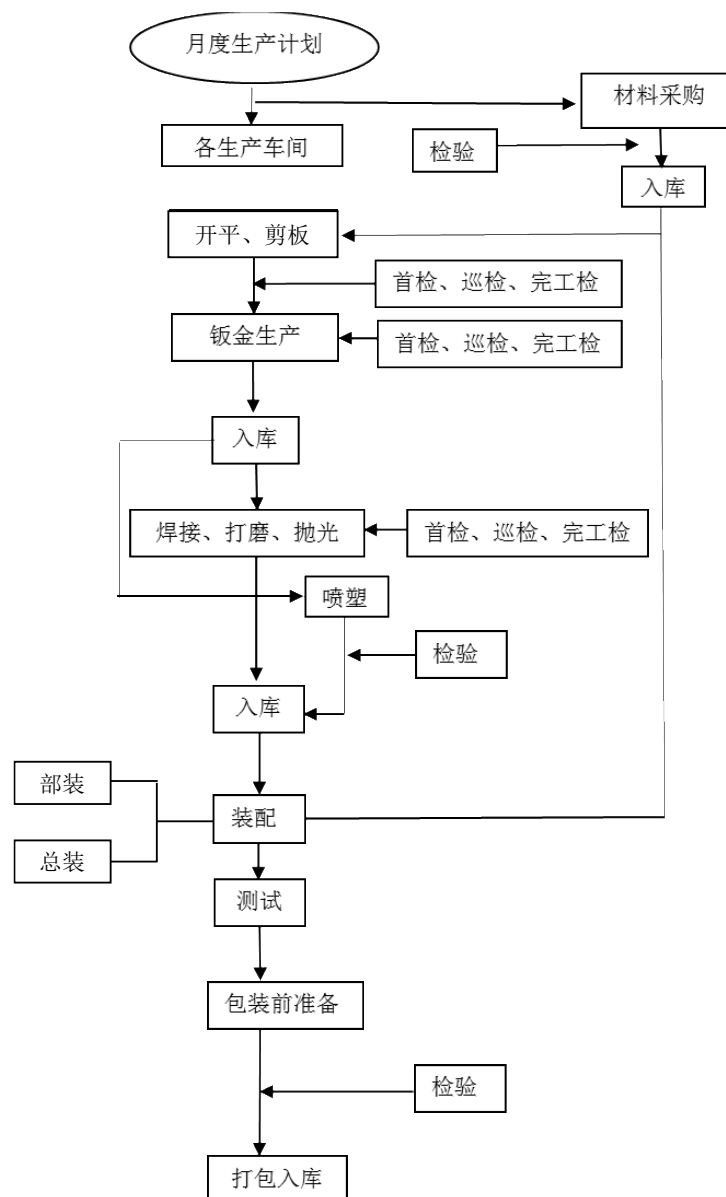
（一）公司主要产品的用途

公司主要产品的用途详见本招股意向书“第六节 业务与技术”之“一、发行人的主营业务、主要产品及其设立以来的变化情况”之“（二）公司的主要产品及用途”。

（二）公司主要生产产品的生产工艺流程

公司主要产品为集成灶，核心生产工艺流程包含开平、剪板、钣金生产、焊接、打磨、抛光、喷塑、装配等工序，其生产工艺流程如下图所示：

集成灶生产工艺流程图



（三）公司的经营模式

1、采购模式

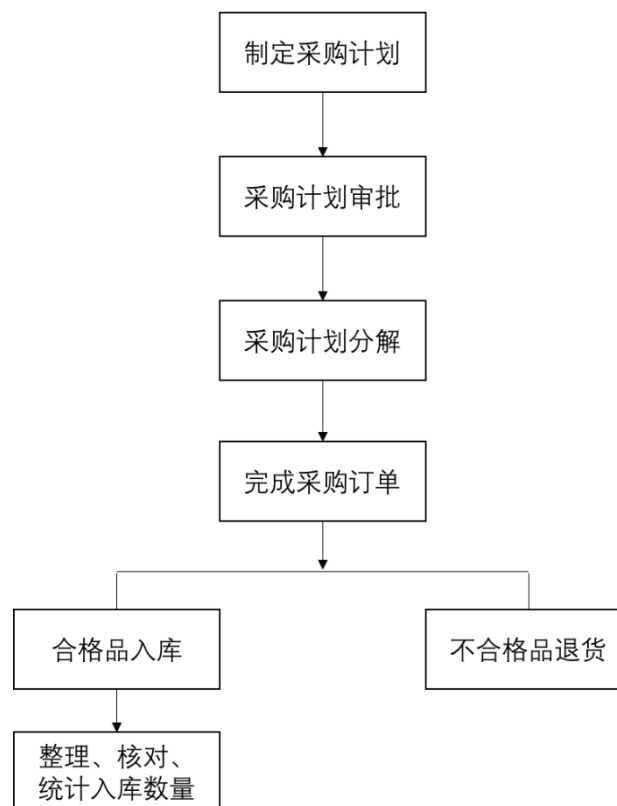
公司的采购内容主要是原材料、零部件、辅料，包含不锈钢材，冷轧板等原材料，电脑板、燃烧器、阀体等集成灶生产用零部件，印刷品，包装材料等辅料；以及嵌入式消毒柜、嵌入式蒸箱、垃圾处理器、净水器等少量厨房电器产品的OEM采购等。

公司通常的采购模式如下：①原材料采购：采购部根据制造中心下发的生产

计划，编制月度采购计划，采购人员将采购计划进行分解，形成分项采购计划，结合安全库存、进货周期确定需采购货物的品种、数量，选择原材料供应商并下达原材料采购订单。②OEM 采购：采购部结合近期销售和实际安全库存情况选择供应商下达 OEM 采购订单。

公司的原材料、零部件、辅料以及包装材料在组织入库前需经公司品管部验收，若因物资质量不合格，则采购部即以书面形式反馈给供应商，向其提出退货。

公司采购流程图如下：



2、生产模式

公司采用“以销定产”的生产模式。公司每月根据生产销售情况制定生产计划，以自主生产为主、外协生产为辅。公司核心生产工序全部采用自主生产的方式；主要原材料不锈钢开平及表面处理、内胆搪瓷、风轮电泳、烤漆加工等工序采取委托加工的方式。

公司制造中心每月结合近期的生产销售情况制定月度生产计划，采购部根据该计划安排原材料采购；同时，每周制造中心根据实际销售情况将月度生产计划

拆分为周生产计划，安排半成品生产；制造中心再根据销售部每日提供的订单安排整机组装等生产工作。制造中心不定期与采购部、销售部召开产销协调会，对采购、生产、销售工作安排进行及时沟通调整。为了防止由于突发性大量订货或供应商延期交货等不确定因素影响交货，制造中心建立了安全库存，以保证产品可在生产周期内按时交货。

公司自主生产的流程详见本节“四、发行人的主营业务具体情况”之“（二）公司主要产品的生产工艺流程”。

3、销售模式

公司的业务可以分为境内业务和出口业务。其中境内业务是报告期内公司的主要业务，从销售方式上可以分为线下销售和线上销售，从销售模式上可以分为经销模式和直营模式；公司的出口业务主要为替海外客户代工生产传统的烟机灶具产品，报告期内业务规模较小。公司不同销售方式、销售模式情况对应如下：

业务类型	境内业务				出口业务
	线下销售		线上销售		
销售模式	线下经销模式	线下直营模式	经销商线上采购	普通客户线上采购	OEM 代工
订单来源	经销商	普通客户	经销商	普通客户	海外客户
客户下单途径	公司 CRM 系统	直营门店	天猫直营店：网页或 APP； 京东“门店帮”：仅面向经销商开通微信下单端口	天猫、京东电商平台网页或 APP	为海外厨电厂商提供 OEM 代工
主要销售产品	主要为非电商系列产品		天猫直营店：主要为电商系列（U 系列）； 京东“门店帮”：N 系列及部分非电商系列产品	天猫直营店：主要为电商系列（U 系列）； 京东直营店：主要为电商系列（N 系列）	油烟机、灶具
下单价格	公司出厂价格	终端零售价格	天猫直营店：终端零售价格； 京东“门店帮”：出厂价格	终端零售价格	按合同约定
结算方式	先款后货，经销商直接向公司付款	先款后货，客户直接向公司付款	通过电商平台线上收款	通过电商平台线上收款	信用证、T/T

业务类型	境内业务				出口业务
	线下销售		线上销售		
配送方式及运费承担	第三方货运公司发货至经销商，经销商承担运费	由公司自有车辆或聘请第三方物流配送至终端用户，运费由直营店承担	第三方货运公司或天猫菜鸟物流发货至经销商，经销商承担运费	天猫：货运公司+天猫菜鸟物流；京东：第三方货运公司。当地有经销商，则由经销商承担并负责；若当地无经销商公司承担运费	客户指定货代负责办理提货、报关、运输等相关事宜
安装、售后服务	经销商	直营门店负责	经销商	当地有经销商，则由经销商承担并负责；若当地无经销商，则委托具有安装资质的第三方安装	客户自行负责
收入归类	经销模式收入	直营模式收入	经销模式收入	直营模式收入	出口业务收入

公司不同销售方式及销售模式具体情况如下：

（1）线下销售

①经销模式

经销模式是公司目前最主要的销售模式，经销商以买断的方式向公司采购产品。截至 2020 年 3 月末，公司各地经销商总数合计约 1,204 家。公司负责整个经销商体系的管理、渠道开发与维护，经销商进行产品的终端销售、安装及售后服务，目前公司的经销网络已经遍及除港澳台以外的全国各个省区。

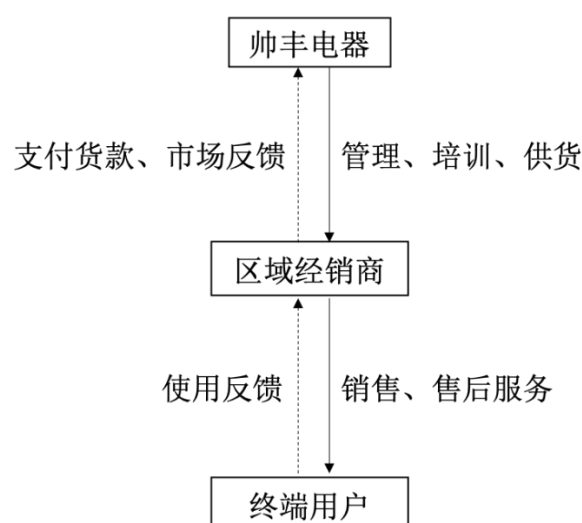
公司主要以区县级城市为单位设立经销商，负责完成在该区域的产品销售，包括专卖店开设、市场拓展以及售后服务等工作。公司制订了详细的经销商评定原则与政策，在业务独立性、资金实力、管理能力、运营环境、店面面积、布局装潢、售后服务等方面均提出了具体要求，并明确了评定程序。公司与经销商每年签订《经销协议》，协助经销商开立专卖店，向经销商提供业务培训和经营管理等方面的指导。

公司以买断的方式向经销商销售产品，并通过全国各区域专业的经销商对产品进行市场推广，销售方式以帅丰集成灶专卖店形式为主，经销商门店独立运营，

自负盈亏。该模式有利于公司在投入资金较少的情况下，拓宽销售渠道，提高公司品牌知名度。另外，相比传统烟灶产品，集成灶采用功能集成设计，产品结构更为复杂，技术含量更高，因而需专业的安装及售后维修等服务。公司各区域市场以该区域经销商自建团队为单位进行市场维护和客户服务，有利于提高服务质量和效率。

I、经销模式的业务流程

公司经销模式下的业务流程如下：



II、经销商管理

i、经销商的选取

A、选取标准

公司主要从经营资格、经营理念、资金和业务能力、店面选址等方面对意向经销商进行考察评估，意向客户表达合作意向且通过考核后，与公司签订正式的经销协议，成为公司的经销商。

经营资格方面，公司要求经销商在当地具有良好的信誉和口碑，不存在重大违法行为，且承诺在合理期限内注册成立个体户或公司等企业主体。

经营理念方面，公司要求经销商具有较强的品牌意识，长远的发展眼光，认同公司理念，接受公司规范化的管理及培训，以优质的服务贯穿经营过程。公司优先考虑具有家电、建材、家具品牌代理经验，且对家具建材市场有较深理解的

意向客户。

资金和业务能力方面，公司要求经销商具备较强的资金实力，承诺设立专门的人员团队。经销商需承诺在经销协议签署后的一定期限内支付履约保证金和首批进货款。其中，属地级市及以上的经销商履约保证金为 2 万元，首批进货款须达到 20 万元；属县、区级的经销商履约保证金为 1 万元，首批进货款须达到 10 万元。

店面选址方面，对于已经拥有店铺的意向客户，公司优先考虑在当地拥有建材卖场优势铺位或独立临街门店的意向客户。对于尚未设立店铺的意向客户，在合作前需要向公司阐明门店选址思路，并作出相应的承诺。此外，公司优先考虑承诺按照公司的装修方案进行门店装修的意向客户。

B、相关案例

a、案例一：长春市鑫鑫电器经销有限公司

长春市鑫鑫电器经销有限公司于 2013 年 12 月与公司确立合作关系，经销区域为吉林省长春市市区。该经销商原为其他油烟机品牌的经销商，经营业绩突出，在当地从事厨房电器经营十余年，了解熟悉厨电行业，看好集成灶行业的市场前景，对各个集成灶品牌进行对比之后，选择与帅丰电器确立合作关系。

在经营资格方面，该经销商在当地市场的长期经营中，形成了良好的市场口碑；在经营理念方面，该经销商认同帅丰电器的产品品质、品牌实力和经营理念，积累了十几年的品牌厨电经营经验，具有较强的品牌意识和管理经验，有助于其当地快速打开集成灶市场；资金和业务能力方面，该经销商经过十几年的经营已经拥有了一定的资金实力。该经销商在当地具有一定的客户资源和渠道资源，拥有成熟的团队，其中业务人员 10 人以上，售后服务人员 2 人以上，人员配备齐全，能够快速地对经营初期的各项工作；在店面选址方面，该经销商在当地客流量较大的两大家居卖场开设了门店，并承诺未来将继续增设门店。

公司对其进行综合考评后，认为其符合经销商的选取标准，与其正式确立合作关系。

b、案例二：谢家集区中易装饰建材店

谢家集区中易装饰建材店 2014 年 6 月与公司确立合作关系，经销区域为安徽省淮南市市区。该经销商此前主要从事厨房电器销售，在上海展会上与帅丰电器接洽后，达成合作关系。

在经营资格方面，该经销商在当地信誉良好；在经营理念方面，该经销商通过展会对各个集成灶品牌进行了对比，进一步了解并认可帅丰产品和经营理念，经销商拥有 5 年的厨电行业经验，具备了较强的品牌意识和管理经验，有助于其快速熟悉集成灶产品并开展销售工作；资金和业务能力方面，长期的厨电行业经营使其具备了一定的资金实力，并形成了一支二十几人的团队，人员配置齐备；在店面选址方面，该经销商已在当地家居厨电市场拥有多家门店，且有计划增设帅丰品牌专卖店。

公司对其进行综合考评后，认为其符合经销商的选取标准，与其正式确立合作关系。

ii、日常管理

A、经销商保证金

经销协议约定，双方确立合作关系时，属地市级及以上的经销商须向公司缴纳履约保证金 2 万元，属县、区级的经销商须缴纳履约保证金 1 万元。保证金作为经销商遵守经销协议约定，接受发行人管理的一种保证措施，在经销商出现违约行为时，发行人可按照经销协议规定扣缴其保证金。

B、绩效管理

公司在经销协议中与经销商约定每年的销售目标，销售目标通常为经销商上一年度的采购额加上一定的增长幅度，并结合各个经销商的具体情况相应调整。公司将年度销售目标分解为月销售目标，并定期对经销商进行考核。经销商连续三个月不能完成销售额指标，或连续六个月累计销售额指标完成率低于约定的 80%的，公司有权取消其经销资格。

C、经销商培训

对于新加盟的经销商，公司组织对其进行系统培训，主要包括向经销商传授集成灶行业、帅丰品牌及产品知识，对经销商的售后人员和导购员等员工进行售后服务培训、导购培训等。后续，公司通常每个月都会开展导购培训或售后服务培训，经销商可以根据自身情况自主报名参加。

D、日常监督

公司在各个区域安排了区域经理，负责具体协调管理相应区域的经销商，区域经理定期对所在区域的经销商进行走访。

区域经理在实际走访过程中，查看经销商的门店装修、店内样机展示和仓库库存等情况，了解经销商的销售情况和市场的最新动态，并向经销商提出相应的建议，对于发现的问题，督促经销商进行整改。公司出台新的重要销售政策或计划开展重大市场活动的，区域经理将在走访过程中，向经销商进行政策或活动讲解，推进政策的执行和市场活动的落地。

E、串货管理

经销商发生串货行为的，串货行为发生地的经销商有权向其索取串货销售货物同等金额的赔偿，同时公司有权按照经销协议约定对串货的经销商进行处罚。

F、经销商会议

公司每年举办年度经销商大会，并根据实际需要举办季度会议或年中会议。

公司一般会在经销商会议就行业和公司的最新动态、市场政策调整向经销商进行传达，向经销商讲解公司的目标和经营计划，对公司的新产品、活动政策等信息进行宣传，此外公司还会根据情况对经销商进行培训。通过经销商大会，有利于提高公司与经销商之间的沟通效率，维护好经销商关系，增强经销商对公司品牌的认可度和经销商凝聚力，保障经销商队伍的稳定性。

G、售后管理

公司建立了官方网站（www.sanfer.com），设立了全国统一服务热线（400-6969-666），以更好地开展售后管理工作。终端用户可以通过网站留言和

服务热线等方式与公司取得联系，公司根据用户反映的问题情况，对客户进行远程指导或联系当地经销商上门开展售后服务工作。

此外，公司要求经销商提供终端用户信息，并随机选取部分用户进行电话回访，了解用户对公司产品的评价和经销商的安装售后服务情况。用户对经销商的安装售后服务工作进行投诉的，公司会及时与经销商进行沟通，督促其及时纠正；情节严重的，公司将依据经销协议规定扣缴其一定的履约保证金。

H、门店管理

公司建立了经销商门店的装修标准，通过经销商准入和门店装修返利等方式鼓励引导经销商按照公司的门店装修标准进行装修，提升经销商的门店形象和公司的品牌形象。此外，经销商不得经销或代销与“帅丰”品牌产品相竞争的产品，否则公司有权按照经销协议约定取消其经销资格。

I、信息系统管理

公司于 2018 年上线运行 CRM 系统，加强对经销商的信息化管理。经销商统一通过 CRM 系统向公司申请支付货款、下达采购订单、查看订单进度，并在系统中进行收货确认。经销商将公司的产品对外销售之后，需要将终端用户信息录入 CRM 系统。

J、商标和商号的授权管理

经销商可以使用公司的商标和商号在经销区域内开展公司产品的销售业务，未经公司批准，不得将公司商标和商号用于任何与帅丰电器产品经销业务无关的业务。经销商不得经销或代销与“帅丰”品牌产品相竞争的产品，不得直接或通过任何关联公司使用、注册可能与许可商标构成竞争关系的商标或商号。经销商未按照经销协议约定规范使用公司商标和商号的，公司有权取消其经销资格并保留诉讼的权利。

iii、定价机制

A、价格体系

公司采取以经销模式为主的销售模式，产品价格体系包括对经销商的出厂价格和终端零售价格。在出厂价格方面，产品出厂价格由发行人确定，经销商不具有定价权；公司对经销商进行统一定价，对于同一种型号产品，对所有经销商均设定了相同的出厂价格。在终端零售价格方面，公司制定了全国统一的市场指导价格，经销商在参考公司统一市场指导价格基础上，根据当地市场竞争情况确定终端零售价格。

经销商在向发行人采购产品时，可以使用返利进行抵减货款，并按照返利抵减后的货款净额进行结算。

B、费用分担

公司与经销商之间不存在互相分担营销费用的情况，各自的营销费用全部由双方自行承担。

iv、物流相关方

除经销商上门自提之外，主要由公司为经销商代办物流运输，运费由经销商承担。在收到货物后，经销商应当对产品进行验收，对于外包装有损坏的货物进行开箱检查，如出现运输损坏，公司将协助经销商与货运公司进行协商处理，由货运公司向经销商赔付。

v、售后责任

2017年至2018年，公司按照国家质保政策规定，将产品保修期设定为12个月；对于2019年之后向经销商出售的产品，公司将保修期延长至18个月。经销商以买断的方式向发行人采购商品，产品对外销售之后，由经销商负责售后维修工作。若产品在公司保修期内出现质量问题，公司免费向经销商提供维修所需的零配件；超出公司保修期的，经销商需承担维修所需的零配件成本。公司根据经销商需求可以派遣相关技术人员进行现场技术指导。

vi、退换货机制

经销商向发行人采购集成灶等产品，应在收到产品后完成产品验收，验收时若因产品质量问题导致的产品不合格，可以向发行人要求退换货。报告期各期，

发行人发生的退货金额占当期营业收入的比例分别为 0.00%、0.03%、0.02% 和 0.05%，占比较低。

vii、信息系统建设情况

公司的销售存货信息系统为金蝶 ERP 系统。为了进一步加强对经销商的信息化管理，公司于 2018 年上线运行 CRM 系统，通过该系统可以实现经销商下采购订单、货款确认、发货、货物签收、售后以及产品终端安装信息报备、返利的管理等功能，对经销商管理的信息化程度进一步提高。

目前 CRM 系统已经和 ERP 系统进行了对接，经销商通过 CRM 系统下采购订单后，销售部人员对订单信息进行审核确认，订单信息将实时传送至 ERP 系统，生产部对 ERP 系统中的订单信息进行汇总，安排生产，确保在约定的时间内发货。货物发货之后，ERP 将发货信息反馈给 CRM 系统，CRM 系统将订单状态进行更新。货物送达经销商，经销商验收无误后可在 CRM 系统中对货物进行签收。

III、经销商的地域分布情况

公司将全国分为华东、华南、华西、华北、华中 5 个销售大区。截至报告期末，公司经销商的地域分布情况如下表所示：

所属区域	所属省市	经销商数量（家）
华东大区	上海、江苏、安徽、浙江、山东、福建、江西	382
华南大区	广东、海南、广西	66
华西大区	四川、甘肃、陕西、云南、重庆、青海、宁夏、新疆、西藏、贵州	272
华北大区	黑龙江、吉林、辽宁、河北、北京、天津、山西、内蒙古	226
华中大区	河南、湖北、湖南	258
合计		1,204

公司经销商分布于除港澳台地区之外的全国各省区和直辖市。从销售大区省平均经销商数量来看，华中大区、华东大区、华西大区经销商较为集中，经销商分布主要与烹饪、饮食习惯及区域经济发达程度有关。

报告期各期末，不同区域的经销商数量和占比情况如下表所示：

所属区域	2020年3月末		2019年末		2018年末		2017年末	
	数量 (家)	比重 (%)	数量 (家)	比重 (%)	数量 (家)	比重 (%)	数量 (家)	比重 (%)
华东大区	382	31.73	388	32.04	384	32.88	360	33.12
华西大区	272	22.59	270	22.30	254	21.75	237	21.80
华中大区	258	21.43	261	21.55	254	21.75	226	20.79
华北大区	226	18.77	229	18.91	216	18.49	214	19.69
华南大区	66	5.48	63	5.20	60	5.14	50	4.60
合计	1,204	100.00	1,211	100.00	1,168	100.00	1,087	100.00

总体而言，华南大区的经销商数量相对较少，华东大区数量较多，其他区域的经销商数量分布较为均衡。报告期内，各个区域经销商数量占比情况未发生重大变化。

IV、经销商增减变动情况

报告期内，经销商数量历年增减变动情况如下表所示：

单位：家

期间	期初家数	本期新增	本期减少	期末家数
2020年3月末	1,211	18	25	1,204
2019年	1,168	147	104	1,211
2018年	1,087	154	73	1,168
2017年	1,025	216	154	1,087

报告期内，发行人经销商退出大致包括以下两种情形：一是由于经销商业绩未达到销售考核目标，被发行人撤换。根据经销协议，发行人对经销商的销售业绩进行考核，如果经销商未能达到约定的业绩目标，发行人有权取消经销商的经销资格；二是由于经销商自身原因（如退休、转行等），自行与发行人解除经销关系。发行人与经销商解除经销关系后，一般会通过招商等方式补充该区域经销商，确保该区域的销售覆盖。发行人报告期内新增经销商则主要包括更换经销商形成的新增经销商和在市场空白区域招商形成的新增经销商。

V、不同性质经销商的占比情况

报告期内，发行人经销商主要包括个体户和自然人性质的非法人经销商，以及公司性质法人经销商。报告期各期末，不同性质的经销商占比情况如下：

性质		2020年3月末		2019年末		2018年末		2017年末	
		数量 (家)	比重 (%)	数量 (家)	比重 (%)	数量 (家)	比重 (%)	数量 (家)	比重 (%)
非法人	个体户	1,086	90.20	1,094	90.34	1,037	88.78	839	77.18
	自然人	6	0.50	7	0.58	26	2.23	167	15.36
法人	公司	112	9.30	110	9.08	105	8.99	81	7.45
合计		1,204	100.00	1,211	100.00	1,168	100.00	1,087	100.00

目前，公司的经销商仍以非法人主体为主，包括个体户和自然人，2020年3月末非法人经销商占比为90.70%，法人实体的经销商数量为112家，占比9.30%。

VI、与发行人关联关系情况

发行人报告期内选择合作的经销商通常为经销当地具有建材、电器等行业相关经验的经营者，与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员之间不存在关联关系。

VII、经销商是否专门销售发行人产品

发行人经销商不存在同时销售与发行人集成灶产品存在可替代性的其他产品。部分经销商门店为帅丰品牌产品专卖店，部分经销商门店除了销售发行人产品之外，还搭配销售瓷砖、门板等家装产品。

经销协议约定，在协议有效期内，经销商不得经销或代销与“帅丰”品牌产品相竞争的产品。随着公司产品线的拓展，公司将继续加强对经销商的管理，避免出现经销商经销或代销与发行人产品相竞争的产品。

VIII、经销商的终端销售及期末存货情况

集成灶产品属于耐用消费品，最终消费者主要为家庭用户。公司产品销售主要采取买断式一级经销模式，经销商向公司采购集成灶等产品之后，直接向终端用户进行出售。报告期内，经销商的终端销售情况良好，期末存货处于合理水平。

i、集成灶产品具有定制化特点，提前备货难度较大

从集成灶产品特点来看，集成灶产品规格型号众多，需要根据消费者的装修特点进行选型，不同用户在灶台方位（决定出风口方向）、厨房面积、装修风格或个人偏好等方面不同，所选择的集成灶除了外观有差异外，可能还在出风口（左

/右)、尺寸(宽度 70/80/90 公分)、材质(玻璃/不锈钢台面)、功能(消毒柜/蒸箱/烤箱/蒸烤一体等)等方面存在差异,因此集成灶产品在一定程度上具有定制化的特点。同时考虑到发行人会根据市场的需求不断丰富产品型号,经销商一般不会大批量备货,而是通常在客户确定购买产品的具体型号并支付一定比例的意向金之后才会向发行人进行采购,发行人经销商仓库库存约 80-90%为此类具有终端用户订单的备货,少量为热销型号产品的备货。

ii、集成灶产品单值较高,批量备货占用经销商较多资金

从发行人的信用政策来看,发行人采取先款后货的信用政策,经销商需要向发行人预付货款,才能进行采购。集成灶产品属于大件厨房电器,单值较高,体积较大,若经销商的库存水平较高,将会占用经销商较多的营运资金和较大的仓库空间;而发行人经销商大多为个体工商户或自然人,资金实力有限因此公司经销商一般也不会大批量备货。

IX、经销商使用“帅丰”商号情况

发行人允许经销商使用“帅丰”商号,主要是为了便于其借助“帅丰”品牌进行产品推广和销售。经过长期的品牌推广和培育,“帅丰”品牌在集成灶行业具有了较高的知名度和美誉度,逐渐获得消费者的认可。经销商使用“帅丰”商号有利于经销商在经营过程中进行产品的宣传和推广,有助于增强消费者对经销商的专业程度的认可,从而促进产品的销售,对发行人的生产经营具有积极影响。

i、报告期内相关经销商与发行人的业务往来情况

报告期各期,发行人使用“帅丰”商号的经销商数量及对应的采购金额如下:

年度	2020年3月末 /2020年1-3月	2019年末 /2019年度	2018年末 /2018年度	2017年末/ 2017年度
使用商号经销商数量(个)	369	371	384	344
占总经销商数量比例(%)	30.65	30.63	32.88	31.65
采购金额(万元)	1,851.56	21,619.73	18,480.76	18,058.47
占当期经销收入比例(%)	33.13	34.15	33.66	33.34

2017年至2020年3月末,使用“帅丰”商号经销商采购的金额分别为18,058.47万元、18,480.76万元、21,619.73万元和1,851.56万元,分别占发行人当期经销收入的比例为33.34%、33.66%、34.15%和33.13%,与使用“帅丰”商号

的经销商数量占比基本匹配。

使用“帅丰”商号的经销商与发行人不存在《公司法》、《上市公司信息披露管理办法》及《上市规则》规定的关联关系及潜在关联关系，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其直系亲属也不存在以直接或间接方式持有前述经销商股权或拥有权益的情形。

ii、经销商使用“帅丰”商号约束机制和规范措施

发行人为了规范并监督经销商使用“帅丰”商号、商标的行为，采取了以下约束机制和规范措施：

A、发行人已经制订了《无形资产管理制度》、《知识产权管理办法》，设置了企管部和专项岗位负责发行人商标的维护、运用、保护性注册检索等工作，销售部门负责日常检查落实各地区经销商对“帅丰”商标和商号的使用是否符合协议约定及发行人要求，法务部门协调外部律师对侵犯发行人商标和商号及恶意注册行为进行法律维权。基于前述措施，发行人实现了对“帅丰”商标和商号的主动管理和合法权益保护。

B、公司与经销商专项签署了《商标和商号许可协议》，就经销商在销售发行人产品时“帅丰”商号、商标事宜作出约定和规范，主要包括：a、经销商仅在授权经销范围内，从事销售发行人产品时才有权使用“帅丰”商号、商标；b、经销商应当以合理方式保护“帅丰”商号、商标，在使用时保持与发行人注册商标、商号一致的格式和颜色；c、经销商对外进行的销售宣传的文案、出版物等均需要事先取得发行人同意；d、经销商不得申请与“帅丰”商号、注册商标相同、相近之商标，若发展或使用“帅丰”但不属于发行人已注册商标的，则应当取得发行人同意；e、经销商与发行人终止合作后，应停止使用“帅丰”商号、商标及对外宣传、广告。若单位名称中使用“帅丰”的应当予以变更单位名称，以避免出现混淆；f、若经销商违反协议约定的，发行人有权追究违约责任并主张由此导致的损失。

C、截至2020年3月末，发行人使用“帅丰”作为单位名称的经销商369家，相关经销商承诺将严格按照帅丰电器之要求使用商号，决不以损害“帅丰”商号或损害、影响帅丰电器名声、商誉方式使用商号，若违反并给帅丰电器造成损失的，

其将承担帅丰电器因此受到的损失。并承诺于双方终止业务关系之日起三十日内完成工商登记名称之变更或注销手续，以避免与帅丰电器出现相同、相似或混淆情形。

iii、经销商使用“帅丰”商号未对发行人产生较大不利影响

经销商使用“帅丰”商号虽然可能会使得消费者对商号出现误读、混淆，但鉴于以下原因，不会对发行人造成重大不利影响：

A、发行人已经就“帅丰”字样及相关图案向国家知识产权局商标局申请并取得注册商标专用权，在已核准商标类别上使用“帅丰”字样及相关图案受到法律保护。发行人进一步对“帅丰”进行了防御性商标注册，在主要商品类别以及与“帅丰”相近似商标均申请了相应的注册商标。经采取前述措施，发行人使用“帅丰”作为商号，开展现有业务不存在权利限制；

B、“帅丰”作为浙江省著名商标、浙江省知名商号具有显著特征，且公司在央视等媒体营销广告中均突出了主营产品集成灶。发行人销售的产品均已在产品及产品包装显著位置标识了产品名称、商标。因此，发行人的产品与经销商销售的其他非集成灶等产品具有明显的区别。同时，集成灶产品单价较高，消费者一般在购买时对品牌具有较高关注度。因此，相关经销商使用“帅丰”作为商号，导致消费者在该经销商处采购其他产品时产生误读、混淆的可能性较低；

C、发行人已经对经销商使用“帅丰”商号的情形进行了规范。根据发行人与经销商签署的经销协议及相关附属协议，发行人对使用“帅丰”作为商号的经销商合理使用“帅丰”字样作出了明确约定。根据经销协议及经销商出具的承诺，在经销关系终止时，经销商应当停止使用“帅丰”作为其商号，并根据发行人要求拆除门店相关宣传设施或装修。除上述历史原因造成的使用“帅丰”作为经销商商号情形外，发行人已不再允许经销商擅自使用“帅丰”作为其商号；

D、相关经销商单位名称中使用“帅丰”商号，与发行人属于独立的法律主体，对外经营活动中均以其各自的全部财产独立承担责任，发行人与经销商未造成混淆。

报告期内，发行人使用“帅丰”商号的经销商不存在因销售发行人产品依据《中华人民共和国民法通则》第一百二十二条、《中华人民共和国侵权责任法》第五章“产品责任”以及《中华人民共和国产品质量法》第四十二条等法律法规所规定的，造成消费者或第三方重大人身或财产损失的产品质量问题，并进而被主管机关处罚或被消费者举报、起诉等情形。

综上所述，发行人经销商使用“帅丰”商号未对发行人业务开展造成重大不利影响。

②线下直营

线下直营模式一方面是指发行人直接设立的线下实体门店，派专门人员进行管理运行，并由直营门店将公司产品销售给终端消费者的销售模式；另一方面鉴于公司未在嵊州市及周边部分县市设置经销商，因此当地的少数消费者会选择直接向公司购买集成灶等产品。

公司直营店的设立系对于线下体验展示店的试点探索。通过直营门店，消费者可直接了解公司产品性能，对产品品质和价值建立初步认识。同时，消费者在体验产品的过程中可以全程享受公司专业化、标准化和人性化的服务，从而对公司品牌文化拥有更深刻的认识。此外，公司也能及时发现消费者对产品的潜在需求，并促使潜在需求变为显性需求，最终扩大公司产品销售。

截至本招股意向书签署日，发行人在杭州市设立运营一家直营店，销售政策及售后服务标准均与经销商专卖店保持一致。

(2) 线上销售

①公司线上销售业务模式

报告期内，公司线上业务由公司自主运营管理，产品同时在天猫平台、京东平台进行销售。其中公司在天猫平台以开设直营店模式进行产品销售，在京东平台除了以开设直营店模式销售外，2019年还以京东“门店帮”的形式向经销商进行产品销售，三种线上销售模式报告期内的销售收入情况如下：

销售模式	2020年1-3月		2019年		2018年		2017年	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
线上直营店	559.03	90.99	12,430.29	88.83	12,773.71	100.00	1,365.78	100.00
其中：天猫直营店	531.31	86.48	12,022.30	85.92	12,267.76	96.04	1,025.70	75.10
京东直营店	27.72	4.51	407.98	2.92	505.95	3.96	340.08	24.90
京东“门店帮”	55.37	9.01	1,562.51	11.17	-	-	-	-
合计	614.40	100.00	13,992.80	100.00	12,773.71	100.00	1,365.78	100.00

由上表可以看出，天猫直营店是公司线上销售的主要平台。报告期内，公司通过天猫直营店实现的销售收入占当期线上收入的比例分别为 75.10%、96.04%、85.92%和 86.48%。

三种线上销售渠道的具体模式对比如下表所示：

项目	线上直营店		京东“门店帮”
	天猫直营店	京东直营店	
开始时间	2013年	2015年	2019年5月
产品类别	主要为电商系列（U系列）	主要为电商系列（N系列）	N系列及部分非电商系列产品
订单来源	普通客户+经销商	主要为普通客户	经销商
下单方式	网页+APP	网页+APP	微信端口
下单价格	终端零售价格	终端零售价格	出厂价格
收款方式	电商平台线上收款	电商平台线上收款	电商平台线上收款
物流运输	货运公司+天猫菜鸟物流	货运公司	货运公司
运费承担及安装售后	当地有经销商，则由经销商承担并负责；若当地无经销商，则委托具有安装资质的第三方安装，公司承担运费	当地有经销商，则由经销商承担并负责；若当地无经销商，则委托具有安装资质的第三方安装，公司承担运费	由经销商承担并负责
返利考核	销售额作为市场推广返利考核的主要指标	销售额作为市场推广返利考核的主要指标	无
收入归类	普通客户下单计入线上直营收入，经销商下单计入经销收入	普通客户下单计入线上直营收入，经销商下单计入经销收入	经销收入

I、线上直营店销售

发行人线上直营店包括天猫直营店和京东直营店，两个线上直营店除主要销售的产品型号不同外，不存在其他差异。

在主要销售的产品型号方面，天猫直营店主要销售 U 系列集成灶产品，京东直营店主要销售 N 系列集成灶产品。

在订单来源、下单方式、下单价格和收款方式方面，经销商和普通客户均可通过电商平台的各自网页和 APP 在线上直营店下单采购，采购价格均为终端零售价格，发行人均通过电商平台线上收款。

在物流运输方面，公司线上直营店销售的产品，主要通过第三方货运公司运输，部分天猫直营店销售的产品通过天猫菜鸟物流运输。公司电商系列部分型号产品入驻天猫菜鸟物流仓库，该部分型号产品在天猫平台的销售均通过天猫菜鸟物流进行运输；除此之外，其他在线上直营店销售的产品主要通过第三方货运公司进行运输。

在运输费用承担及结算方面，无论是经销商线上直营店采购，还是普通客户线上直营店采购，运输费用均由当地经销商承担，与线下经销模式不存在差异。通过天猫菜鸟物流运输产生的运输费用系由发行人先行垫付，后从给予经销商的市场推广返利中进行扣减；通过第三方货运公司运输费用系由经销商直接与货运公司结算。

在产品安装、售后服务方面，产品安装及售后由当地经销商负责。对于普通客户在线上直营店采购的产品，经销商根据公司提供的客户信息，联系客户完成产品的安装及售后服务。

如果销售地当地无经销商，则由公司委托第三方货运公司进行运输，运输费用由发行人支付并承担。同时，产品的安装、售后等服务，由公司委托具备安装资质的第三方公司负责，相关费用由发行人支付并承担。

在返利考核方面，发行人对经销商在其经销区域内市场推广情况进行考核，并将经销商所在区域内的线上直营店销售额作为市场推广考核的主要指标，给予经销商一定比例的市场推广返利。由于发行人线上直营店销售的产品均需经销商在线下进行市场推广，并且进行运输、安装和售后服务，因此对于相同型号的产品，无论是经销商在线上直营店的采购亦或是普通客户在线上直营店的采购，发行人均在线上成交价的基础上给予经销商相同比例的返利。

在收入归类方面，发行人将经销商线上直营店采购对应的销售收入在收入分类时归入经销收入，将普通客户线上采购对应的销售收入归入直营收入。

II、京东“门店帮”销售

京东“门店帮”是京东平台于近年推出的新业务模式，目的在于促进线上线下的融合。2019年5月发行人加入京东“门店帮”销售，京东“门店帮”销售模式与线下经销模式基本一致。

经销商在京东“门店帮”下单的唯一端口为微信公众号“JD 门店助手”，经销商只能采用在发行人后台进行登记的账号登陆该系统，从而进行下单采购。因此，京东“门店帮”销售仅面向发行人经销商，销售价格为出厂价格，普通客户无法通过京东“门店帮”下单；此外，京东“门店帮”销售的产品不仅包括京东平台销售的电商系列产品（N系列），还包括其他非电商系列产品；京东“门店帮”订单物流运输与经销商线下采购订单一致，发行人通过京东“门店帮”向经销商销售产品的后续安装、售后服务均由经销商自主负责。经销商通过京东“门店帮”的采购，不纳入市场推广返利考核指标。

因此，京东“门店帮”业务模式与线下经销模式基本一致。所以，发行人将经销商通过京东“门店帮”采购产生的销售收入归入发行人经销收入。

②经销商线上下单的原因

部分经销商自2018年开始通过线上进行采购，主要原因包括以下几点：

I、从公司层面而言，线上销售是公司大力推广的销售渠道

随着互联网的持续发展，线上消费越来越受到消费者的青睐。包括老板电器、华帝股份、浙江美大、火星人等在内的厨电类企业均在不断地加大线上投入，为了顺应行业的发展，进一步扩大线上市场的影响力，自2018年开始公司大力推广线上渠道。

线上渠道的开拓有利于提升公司的品牌知名度，进而进一步促进公司产品销售。为此公司专门开发了电商系列产品，经销商采购该产品也需要通过线上渠道。公司对线上销售的高度重视是经销商进行线上采购的业务背景。

II、从消费者层面而言，线上线下的价格、服务相同，因此也愿意在线下成交

从消费者的角度而言，集成灶属于大件电器，产品的选型、安装、维修等一系列服务对于购买体验和购买决策至关重要。公司针对线上产品实行的是线上线下统一标价、统一标准的服务，部分消费者在经销商的门店体验后，因为对产品有更为直观的感受，所以也愿意在经销商门店成交。鉴于线上机型主要只能通过线上渠道购买，因此客观上经销商需要进行线上采购用于线下门店的销售。

III、从经销商层面而言，线上直营店销售额是市场推广返利的主要考核指标，通过获取返利可以保证一定的毛利空间

为了促进经销商在经销区域内的产品销售，激励经销商加大市场推广力度，公司对经销商在其经销区域内市场推广情况进行考核。由于各区域的线上直营店销售额能够较客观地体现经销商在其经销区域内的市场推广成果，因此公司将经销商所在区域内的线上直营店销售额作为市场推广考核的主要指标，并根据相应的考核政策给予经销商一定比例的返利。

根据上述政策，经销商通过线上直营店采购可以获得相应的返利，从而保证经销商线上直营店采购的毛利空间，因此经销商线上采购具有合理性。

③线上产品与线下产品的具体差别

2017年，发行人未区分线上、线下产品，线上产品与线下产品均为同款产品。2018年开始，发行人为加大电商渠道销售，将独立的电商系列产品专供线上销售。

电商系列产品与线下产品均出自相同生产线，在原材料采购、产品生产工艺、装配、检测等质量标准方面不存在差异。

④2020年1-6月，发行人及经销商线上业务开拓情况

2020年初，受新冠肺炎疫情疫情影响，发行人经销商线下实体门店受到一定冲击。在此背景下，发行人和发行人经销商积极采取相关措施，加大线上渠道开拓力度，尝试开展新的线上业务模式。具体情况如下：

I、发行人线上渠道开拓情况

自 2020 年 4 月起，发行人除继续通过公司自主在天猫、京东开设的直营店或京东“门店帮”进行产品线上销售外，还开始与苏宁易购开展线上业务合作。截至 2020 年 6 月末，发行人对苏宁易购的产品销售额约为 12.63 万元。

与公司在天猫、京东开设直营店的“店铺入驻”模式不同，发行人与苏宁易购之间的合作模式为“电商平台自营”模式，该合作模式具体如下：由苏宁易购负责通过其线上平台向客户销售产品及收款，公司根据苏宁易购提供的销售信息与苏宁易购结算开票并收取货款。客户在苏宁易购下单购买的产品由公司安排第三方物流公司配送，并由客户所在地的经销商上门安装并提供售后服务；如果客户所在地无经销商，则由公司委托具备安装资质的第三方公司负责。

发行人与苏宁易购之间采取代理销售模式，双方按月根据苏宁易购的实际对外销售情况进行货款结算。

II、发行人经销商线上业务开展情况

报告期内，发行人经销商全部通过线下实体门店进行产品销售。2020 年以来，为应对新冠肺炎疫情对经销门店的影响，部分公司经销商开始尝试通过“居然之家天猫旗舰店”和“红星美凯龙天猫旗舰店”进行产品展示和销售。截至 2020 年 6 月末，公司经销商尚未通过上述线上渠道形成产品销售收入。

“居然之家天猫旗舰店”和“红星美凯龙天猫旗舰店”是大型家装、建材卖场居然之家和红星美凯龙在天猫开设的线上销售平台，该线上销售平台的业务模式系居然之家和红星美凯龙为入驻其线下商场的实体店铺提供线上产品展示和销售平台，目的系通过线上引流、线下体验的方式增加线下商场实体门店的客户流量和产品销量，属于天猫“新零售”的一种方式。

截至本招股意向书签署日，发行人在“居然之家天猫旗舰店”和“红星美凯龙天猫旗舰店”进行产品展示和销售的线下经销商数量分别为 17 家、3 家。由于“居然之家天猫旗舰店”和“红星美凯龙天猫旗舰店”的作用更多在于产品展示、门店宣传、线上引流等，以促进线下门店的产品销售，加之该业务模式开展时间较短，故截至 2020 年 6 月末，相关经销商尚未通过上述线上渠道形成产品

销售。

(3) 出口业务

报告期内，公司存在部分出口业务，主要为替海外客户代工生产传统的烟机灶具产品，但销量和占比均较小。该模式系由公司与海外客户达成合作意向后，通过电子邮件方式确认订单，最终采取 OEM 的模式为客户提供满足个性化需求的烟灶产品。

(四) 公司门店情况

1、经销门店

(1) 经销门店分布情况

截至报告期末，公司拥有经销商约 1,204 家，每家经销商一般至少开设一家门店，部分地级市以上的经销商，可能会开设 2 家或 2 家以上的门店。截至 2020 年 3 月末，公司经销商共开设约 1,459 家门店，门店形式主要有临街店、建材市场店，以及位于红星美凯龙、居然之家等建材商场的店中店等，公司经销门店分布情况如下表所示：

所属区域	所属省市	门店数量(家)
华东大区	上海、江苏、安徽、浙江、山东、福建、江西	500
华南大区	广东、海南、广西	78
华西大区	四川、甘肃、陕西、云南、重庆、青海、宁夏、新疆、西藏、贵州	311
华北大区	黑龙江、吉林、辽宁、河北、北京、天津、山西、内蒙古	271
华中大区	河南、湖北、湖南	299
合计		1,459

(2) 经销门店变动情况

报告期内，公司各期经销门店数量变动情况如下表所示：

单位：家

期间	期初家数	本期新增	本期减少	期末家数
2020年3月末	1,496	27	64	1,459
2019年	1,452	283	239	1,496
2018年	1,340	279	167	1,452

期间	期初家数	本期新增	本期减少	期末家数
2017年	1,184	378	222	1,340

报告期各期末，公司经销门店数量整体呈逐年增加趋势，截至2020年由于新冠疫情的影响，经销商门店数量出现小幅下降，截至3月末公司经销门店数量达1,459家。报告期内，公司每年均存在一定比例的新开和关闭经销门店，其中经销门店关闭的原因主要包括：一是由于经销商不满足经营条件，公司终止与其合作，经销商关闭门店；二是由于城市规划变动、商场转型等原因，经销商变更门店地址。

2、直营门店

公司报告期内共设立了3家直营门店，其中2家门店因换址、商场改造等原因已关闭。截至招股意向书签署日，公司共有1家直营门店正在运营，门店地址位于浙江省杭州市。公司直营门店的具体情况如下表所示：

序号	门店名称	门店所在城市	门店类别	开店时间	关店时间	门店面积
1	帅丰集成灶	杭州市	商场店	2018年4月	-	160 m ²
2	帅丰集成灶	杭州市	商场店	2018年4月	2019年9月	224 m ²
3	帅丰集成灶	杭州市	街边店	2017年6月	2017年11月	200 m ²

（五）公司主要产品的销售情况

1、公司主营业务构成情况

（1）主营业务收入按销售模式分类

公司主要销售模式为经销、直营和出口业务，其中直营模式又分为线上直营（电商）、线下直营。报告期内，公司主营业务收入按销售渠道分类如下：

项目	2020年1-3月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
经销模式收入	5,588.57	95.55	63,304.10	91.51	54,910.65	87.21	54,159.30	96.11
直营模式收入	238.93	4.09	5,536.94	8.00	7,488.35	11.89	1,498.08	2.66
其中：线上直营 (电商)	230.84	3.95	5,330.16	7.71	7,318.09	11.62	1,365.78	2.42
线下直营	8.10	0.14	206.77	0.30	170.25	0.27	132.30	0.23
出口业务	21.39	0.37	334.10	0.48	563.29	0.89	691.24	1.23
合计	5,848.89	100.00	69,175.13	100.00	62,962.29	100.00	56,348.62	100.00

注：线上、线下直营均为境内销售。

(2) 主营业务收入构成

①按产品分类

项目	2020年1-3月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
集成灶	5,480.57	93.70	65,798.20	95.12	60,077.05	95.42	53,641.39	95.20
其他产品	368.32	6.30	3,376.93	4.88	2,885.24	4.58	2,707.23	4.80
主营业务收入合计	5,848.89	100.00	69,175.13	100.00	62,962.29	100.00	56,348.62	100.00

②按地域分类

项目	2020年1-3月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
境内地区	5,827.50	99.63	68,841.03	99.52	62,399.00	99.11	55,657.38	98.77
其中：华东地区	2,382.19	40.76	25,387.18	36.70	26,066.74	41.40	23,490.47	41.69
华中地区	1,061.39	18.15	15,493.66	22.40	14,527.55	23.07	13,049.54	23.16
华西地区	961.34	16.44	10,898.81	15.76	10,784.02	17.13	8,591.46	15.25
华北地区	871.69	14.90	12,126.36	17.53	8,371.72	13.30	8,193.90	14.54
华南地区	550.89	9.42	4,935.02	7.13	2,648.97	4.21	2,332.01	4.14
境外地区	21.39	0.37	334.10	0.48	563.29	0.89	691.24	1.23
合计	5,848.89	100.00	69,175.13	100.00	62,962.29	100.00	56,348.62	100.00

2、公司主要产品的产能、产量和产能利用率情况

报告期内，公司主要产品的产能、产量和产能利用率情况如下表所示：

期间	产品	产能（台）	产量（台）	产能利用率（%）
2020年1-3月	集成灶	40,000	14,293	35.73
2019年	集成灶	160,000	156,662	97.91
2018年	集成灶	160,000	151,331	94.58
2017年	集成灶	160,000	149,262	93.29

2020年1-3月，新冠疫情的爆发造成公司约1个月无法进行正常的生产经营，对公司生产、销售产生较大影响，致使公司一季度产量、产能利用率出现一定幅度的下滑。

3、主要产品的产量、销量和产销率情况

报告期内，公司主要产品的产量、销量和产销率情况如下表所示：

期间	产品名称	产量（台）	销量（台）	产销率（%）
2020年1-3月	集成灶	14,293	11,047	77.29
2019年	集成灶	156,662	152,962	97.64
2018年	集成灶	151,331	150,879	99.70
2017年	集成灶	149,262	149,501	100.16

4、报告期内主要产品的价格变动情况

报告期内，公司主要产品的销售均价及变动情况如下表所示：

单位：元/台

产品/期间	2020年1-3月		2019年		2018年		2017年
	单价	增幅	单价	增幅	单价	增幅	单价
集成灶	4,961.14	15.33%	4,301.60	8.03%	3,981.80	10.97%	3,588.03

5、报告期内向前五大客户销售情况

报告期内，公司对前五大客户销售明细情况如下：

时间	客户名称	销售金额（万元）	销售占比（%）
2020年 一季度	高安市文超建材有限公司	51.39	0.88
	泗阳县众兴镇于氏橱柜经营部	51.32	0.88
	奉新县帅丰集成灶营业部	47.33	0.81
	邵阳市建材城力创建材经营部	46.11	0.79
	长沙市芙蓉区携诚家电商行	42.90	0.73
	合计	239.04	4.09
2019年	谢家集区中易装饰建材店	766.06	1.11
	长春市鑫鑫电器经销有限公司	745.38	1.08
	蚌埠市乐宜家橱柜店	514.97	0.74
	郑州豫鲁家用电器有限公司	476.64	0.69
	湘潭市雨湖区帅丰集成灶九华经营部	472.98	0.68
	合计	2,976.02	4.30
2018年	上海帅沪实业有限公司	484.83	0.77
	谢家集区中易装饰建材店	467.63	0.74
	长春市鑫鑫电器经销有限公司	422.52	0.67
	南昌市西湖区帅丰电器商行	382.37	0.61
	宜宾市翠屏区建平建材经营部	377.77	0.60
	合计	2,135.13	3.38
2017年	上海帅沪实业有限公司	630.15	1.12
	南昌市西湖区帅丰电器商行	584.48	1.03
	长沙市芙蓉区携诚家电商行	536.19	0.95
	湖南省合纵展兴建材有限公司	534.25	0.95
	湘潭市雨湖区帅丰集成灶九华经营部	526.33	0.93
	合计	2,811.41	4.98

在公司产品的销售业务中，不存在向单个客户的销售比例超过公司全部销售额 50% 或严重依赖单一客户的情况，也不存在公司董事、监事、高级管理人员以及主要关联方或持有公司 5% 以上股份的股东在上述客户中持有股份的情况。

6、公司线上销售（除京东“门店帮”以外）前十大经销商

报告期内，发行人线上销售（除京东“门店帮”以外）的前十大经销商具体情况如下：

（1）2018 年

经销商名称	线上销售额（万元）	占线上销售额的比例
晋中市榆次区帅丰电器经销部	48.83	0.38%
龙口市东江镇帅丰集成灶商店	47.26	0.37%
七星关区帅丰电器经营部	45.61	0.36%
南昌市西湖区帅丰电器商行	43.71	0.34%
吉安市吉州区帅丰电器销售中心	42.44	0.33%
永州市冷水滩区月兔橱柜集成灶专卖店	40.93	0.32%
温州市鹿城区五马洪兴厨具店	37.19	0.29%
滨州市滨城区梦泽集成厨房电器销售中心	35.36	0.28%
榆林市高新区帅丰集成厨房用品经销店	31.16	0.24%
濂溪区小华电器经营部	30.71	0.24%
合计	403.18	3.16%

（2）2019 年

经销商名称	线上销售额（万元）	占线上销售额的比例
濂溪区小华电器经营部	64.88	0.52%
吉安市吉州区帅丰电器销售中心	64.02	0.52%
永安市帅丰集成厨房电器经营部	57.70	0.46%
长沙市芙蓉区携诚家电商行	56.30	0.45%
麻城市朝圣路盛林商行	54.71	0.44%
龙口市东江镇帅丰集成灶商店	54.08	0.44%
温州市鹿城区五马洪兴厨具店	54.02	0.43%
宜州市乐宜嘉橱柜电器商行	48.21	0.39%
霍山县戚露灶具经营部	46.17	0.37%
建始县富亿家贸易商行	45.51	0.37%
合计	545.60	4.39%

（3）2020 年一季度

经销商名称	线上销售额（万元）	占线上销售额的比例
长沙市芙蓉区携诚家电商行	23.75	7.24%

经销商名称	线上销售额（万元）	占线上销售额的比例
张家界智远建材有限公司	11.54	3.52%
遂川我乐橱柜	8.67	2.64%
淮安经济技术开发区帅丰智能家用电器经营部	5.39	1.64%
玉山县帅三厨房电器经销部	5.03	1.53%
宁乡县玉潭镇三泰橱柜店	4.38	1.33%
永安市帅丰集成厨房电器经营部	4.17	1.27%
江山市祥昊橱柜经营部	4.07	1.24%
宜州市乐宜嘉橱柜电器商行	4.05	1.24%
潜山县叶云厨房用品销售部	3.90	1.19%
合计	74.94	22.84%

由上表可以看出，发行人线上对经销商的销售集中度相对较低，不存在单个经销商大额线上采购的情形。发行人线上销售的前十大经销商与报告期内的前十大经销商存在一定差异，主要与不同地区的消费者对产品的需求偏好以及当地经销商对不同类型产品的推广力度有关。

发行人报告期内的前十大经销商系根据线上、线下的产品采购总额进行排序，其中线下产品占公司销售总额的80%左右，包含经济适用款、中高端款等产品，产品类型和产品定位更为丰富，而线上产品大多定位经济适用款，主打性价比。不同地区的消费者对线上、线下产品的需求偏好以及当地经销商对不同类型产品的推广力度存在差异，由此导致发行人线上销售的前十大经销商与报告期内的前十大经销商存在一定差异。

7、公司产品在居然之家销售情况

居然之家是以中高端为经营定位、为消费者提供家庭设计和装修、家居建材等“一站式”服务的大型家居消费平台，是国内有影响力的家居建材市场之一，其收入主要来自于门店租赁收入。

报告期内，发行人未在居然之家开设直营门店，因此未通过直营模式在居然之家进行销售。报告期内，发行人存在部分经销商在居然之家开设门店，并通过居然之家门店销售公司产品，经销商与居然之家系租赁关系。截至2020年3月末，发行人经销商在居然之家开设门店共47家。

发行人采取以经销模式为主的销售模式，公司产品以买断方式销售给经销商

（包括在居然之家开始门店的经销商），再由经销商销售给最终客户，经销商店址选择系根据其当地市场特点及竞争情况自行选择。因此，经销商是否选择在居然之家开设门店，系经销商自主决策的结果，发行人未干预经销商决策。

（1）居然之家销售“帅丰”产品定价情况

发行人所有经销商向发行人的采购价格均为发行人统一的出厂价格，在居然之家开设门店的经销商与未在居然之家开设门店的经销商向发行人的采购价格相同，价格公允。发行人经销商在居然之家所开设的门店的销售价格，系经销商在参考发行人全国统一的市场指导价格基础上根据当地市场情况确定，与其他渠道销售价格一致，价格公允。

（2）经销商居然之家门店数量、采购金额增幅稳定

2018年6月21日，发行人召开股东大会，决议通过了北京居然之家联合投资管理中心（有限合伙）出资10,793.80万元认缴新增注册资本517.44万元，增资后，居然之家占发行人总股本的4.90%。居然之家入股前后，发行人与在居然之家开设门店的经销商之间的合作模式、销售政策未发生变化，发行人经销商在居然之家开设的门店数量、相关经销商对发行人的采购总额也未发生大幅增长。

报告期内，发行人在居然之家开设门店的相关经销商数量、居然之家门店数量及相关经销商向发行人采购产品的总金额具体如下：

项目	2020年1-3月	2019年	2018年	2017年
相关涉及经销商数量（家）	47	61	50	43
相关经销商门店总数量（家）	83	102	95	91
其中：居然之家门店数量（家）	47	63	52	47
居然之家门店占比（%）	56.63	61.76	54.74	51.65
居然之家门店数量变动（%）	-25.40	21.15	10.64	95.83
经销商采购总金额（万元）	453.72	5,494.67	4,233.53	4,536.31
经销商采购总金额变动（%）	-	29.79	-6.67	176.55

注：经销商存在拥有多个门店的情形，表中所示采购金额为在居然之家开设门店的经销商向发行人的采购总额，非经销商在居然之家开设的门店向发行人采购额。

从上表可以看出，2017年末、2018年末、2019年末和2020年3月末相关经销商在居然之家开设的门店总数量分别同比增加95.83%、10.64%、21.15%和

-25.40%，2020年1-3月门店数量存在一定幅度的下滑系由于新冠疫情的影响，部分经销商选择性关闭部分租金费用较高的居然之家门店所致。2017年至2019年相关经销商向发行人的采购总额同比分别增长176.55%、-6.67%和29.79%，因此在居然之家投资入股后，发行人相关经销商在居然之家开设的门店数量、相关经销商对发行人的采购总额均未出现大幅增长。

(3) 居然之家未给发行人提供装修、广告等各方面的便利和支持

报告期内，发行人在居然之家销售的产品均系通过经销商完成，发行人未直接在居然之家开设门店，居然之家未给发行人提供装修、广告等各方面的便利和支持；在居然之家开设门店的经销商与居然之家为租赁关系，相关经销商向居然之家支付租金以享有商场开店销售产品的权利。在居然之家成为发行人股东后，居然之家与发行人相关经销商的合作模式未发生变化，未出台相关政策给发行人相关经销商提供装修、广告等各方面的便利和支持。

(六) 原材料采购和能源采购情况

1、主要原材料采购情况

公司主要原材料为各种规格的板材（不锈钢板、冷轧板等）、燃气类和电气类组件等。报告期内，公司主要原材料采购金额及占原材料采购总额的比例情况如下：

原材料类别	2020年1-3月		2019年		2018年		2017年	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
板材类	1,508.02	37.99	8,665.90	27.84	7,366.40	27.78	8,071.42	31.49
燃气类	482.68	12.16	4,713.56	15.14	4,354.02	16.42	4,298.49	16.77
电气类	621.01	15.64	5,065.33	16.27	3,633.27	13.70	3,176.05	12.39
玻璃类	293.21	7.39	2,831.59	9.10	2,316.60	8.74	2,158.74	8.42
其他原材料	1,064.52	26.82	9,852.86	31.64	8,848.15	33.37	7,923.39	30.91
合计	3,969.45	100.00	31,129.24	100.00	26,518.45	100.00	25,628.11	100.00

2、主要原材料的价格变动情况

报告期内，公司主要原材料价格的变化情况与行业趋势保持一致，具体波动情况如下：

材料类别	材料名称	2020年1-3月		2019年		2018年		2017年
		金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
板材类	201 不锈钢板 (元/吨)	7,697.09	-5.06%	8,107.34	-7.10%	8,727.30	-4.28%	9,117.16
	304 不锈钢板 (元/吨)	13,841.70	-0.88%	13,964.26	-1.26%	14,141.82	2.78%	13,759.18
	冷板 (元/吨)	3,984.66	-2.47%	4,085.59	-6.98%	4,391.95	5.61%	4,158.71
	平均价格 (元/吨)	8,667.27	-0.59%	8,719.06	-4.05%	9,087.02	0.84%	9,011.68
燃气类	平均价格 (元/个)	13.14	0.53%	13.07	0.68%	12.98	1.72%	12.76
电气类	平均价格 (元/块)	26.91	2.80%	26.18	22.19%	21.43	5.90%	20.23
玻璃类	平均价格 (元/块)	21.94	3.54%	21.19	6.30%	19.94	6.23%	18.77

注：由于燃气类、电气类、玻璃类材料的类别较多，因此选取了各类材料中采购金额占比约 70% 的材料平均采购价格作为代表。

3、主要能源供应情况

公司生产所需能源主要是电力。报告期内，公司电力采购情况如下表所示：

期间	采购数量 (万度)	采购金额 (万元)	采购单价 (元/度)
2020年1-3月	51	43.63	0.86
2019年	316	264.17	0.84
2018年	248	231.70	0.93
2017年	198	182.16	0.92

公司生产所需能源主要为电力，报告期公司对能源的需求呈现上升趋势，主要是由于公司新产品生产流程更长、外协加工转变为自主加工、公司生产自动化程度提升等原因。电力市场供应较为充足，价格相对稳定。

4、报告期内向前五名供应商采购的情况

报告期内，公司对前五名供应商采购明细情况如下：

时间	供应商名称	采购金额 (万元)	采购占比 (%)	采购内容
2020年1-3月	杭州大明万洲金属科技有限公司	843.52	21.25	板材类
	江西凤凰光学科技有限公司杭州分公司	214.95	5.41	电气类
	衢州市优尼新材料科技有限公司	204.81	5.16	玻璃类
	宁波聚全钢铁贸易有限公司	184.08	4.64	板材类
	上海鸿冶实业有限公司	160.15	4.03	板材类
	合计	1,607.50	40.50	
2019年	杭州大明万洲金属科技有限公司	4,290.36	13.78	板材类
	浙江新涛电子科技有限公司、浙江新涛智控科技股份有限公司	2,183.28	7.01	电气类、燃气类、小五金类等
	衢州市优尼新材料科技有限公司	1,591.40	5.11	玻璃类

时间	供应商名称	采购金额 (万元)	采购占比 (%)	采购内容
	嵊州市科力机械制造有限公司	1,579.30	5.07	燃气类、小五金类等
	上海鸿冶实业有限公司	1,474.95	4.74	板材类
	合计	11,119.29	35.72	
2018年	浙江新涛电子科技有限公司、浙江新涛智控科技股份有限公司	2,667.13	10.06	电气类、燃气类、小五金类等
	佛山市联禧钢铁贸易有限公司	2,092.22	7.89	板材类
	嵊州市强丰机电有限公司、绍兴市联翔电机有限公司	1,710.69	6.45	包装类、小五金类、电机类
	杭州万洲金属制品有限公司	1,386.88	5.23	板材类
	衢州市优尼新材料科技有限公司	1,373.54	5.18	玻璃类
	合计	9,230.46	34.81	-
2017年	佛山市联禧钢铁贸易有限公司	3,081.73	12.02	板材类
	浙江新涛电子科技有限公司、浙江新涛智控科技股份有限公司及新涛华宇控股集团有限公司	2,550.21	9.95	电气类、燃气类、小五金类等
	上海鸿冶实业有限公司	1,273.11	4.97	板材类
	杭州万洲金属制品有限公司	1,256.60	4.90	板材类
	嵊州市新锐电机有限公司	1,214.44	4.74	电机类
	合计	9,376.09	36.59	-

注：1、浙江新涛电子科技有限公司、浙江新涛智控科技股份有限公司及新涛华宇控股集团有限公司为同一控制下企业，因此合并列示；

2、嵊州市强丰机电有限公司、绍兴市联翔电机有限公司为同一控制下企业，因此合并列示；

3、2019年，第一大供应商杭州大明万洲金属科技有限公司为杭州万洲金属制品有限公司更名而来，并非新增供应商。

4、2020年1-3月，宁波聚全钢铁贸易有限公司、江西凤凰光学科技有限公司杭州分公司进入公司前五大供应商。2019年，浙江海康科技有限公司为公司前十大供应商，主要供应部分型号蒸烤一体机控制板，江西凤凰光学科技有限公司于2019年12月收购浙江海康科技有限公司智能控制器业务相关经营性资产和负债。2020年1-3月，公司蒸烤一体机销量占比增加，进入前五大供应商；宁波聚全钢铁贸易有限公司与上海鸿冶实业有限公司为公司供应冷板材料，2019年为前十大供应商，2020年1-3月由于其价格优势，公司加大对其产品采购。

在公司上述各类原材料和能源的采购中，不存在向单个供应商的采购比例超

过公司全部采购额 50%或严重依赖单一供应商的情况；除嵊州市新锐电机有限公司外，也不存在公司董事、监事、高级管理人员以及主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东在上述供应商中持有或曾经持有股份的情况。嵊州市新锐电机有限公司与公司之间的关联关系及报告期内的采购情况参见“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、关联方、关联关系和关联交易情况”。

（七）外协加工情况

1、外协加工合作模式

报告期内，发行人采用与外协加工厂商签订框架合同及批次订单的合作模式。发行人与符合要求的外协厂商签订年度委托加工框架合同，委托厂商根据发行人生产需求提交外协报价单，发行人通过横向对比市场报价、综合考虑委托厂商生产工艺水平及生产能力等方面，最终确定外协加工厂商。

公司将委托加工的原材料交给外协厂商，由外协厂商负责生产加工过程中的单个或若干个工序，发行人向其支付加工费，公司收回加工的半成品后继续生产为成品。

2、主要原材料外协加工情况

报告期各期，发行人外协加工费总额分别为 686.22 万元、601.03 万元、519.42 万元和 75.43 万元，占各期营业成本比例分别为 2.36%、1.94%、1.45%和 2.40%，外协加工费金额占营业成本比例较低。外协生产主要内容为不锈钢开平及表面处理、风轮电泳、烤漆加工、退火、内胆搪瓷等处理工序。报告期内，公司各外协生产处理工序加工费金额如下：

单位：万元

外协环节	2020年1-3月		2019年		2018年		2017年	
	加工费总额	占比(%)	加工费总额	占比(%)	加工费总额	占比(%)	加工费总额	占比(%)
不锈钢开平及表面处理	9.48	12.57	151.31	29.13	485.70	80.81	547.77	79.82
风轮电泳	5.98	7.93	48.52	9.34	72.41	12.05	77.67	11.32
烤漆加工	3.54	4.69	34.70	6.68	26.43	4.40	37.46	5.46
退火	-	0.00	40.70	7.84	6.82	1.13	9.29	1.35
内胆搪瓷	37.86	50.19	156.51	30.13	9.67	1.61	14.03	2.04

外协环节	2020年1-3月		2019年		2018年		2017年	
	加工费 总额	占比 (%)	加工费 总额	占比 (%)	加工费 总额	占比 (%)	加工费 总额	占比 (%)
不锈钢表面 喷涂	18.57	24.62	49.44	9.52	-	-	-	-
不锈钢切割	-	0.00	38.24	7.36	-	-	-	-
合计	75.43	100.00	519.42	100.00	601.03	100.00	686.22	100.00

不锈钢表面喷涂、不锈钢切割为2019年新增外协生产内容。其中不锈钢切割是由于发行人2019年不锈钢切割设备处于检修期，且新型号产品对不锈钢切割需求增大，导致短期内加工能力不足，短期内委托外协厂商加工，该工序外协加工于2019年8月停止；发行人于2019年开始对集成灶头部翻板及内胆侧盖板进行产品改进，增加了不锈钢表面喷涂特氟龙工艺，提升关键部位不沾油特性，便于产品清洗，因此引入该外协加工厂商进行该工艺的外协加工。

2019年，发行人不锈钢开平及表面处理外协加工金额大幅降低，主要是由于发行人逐渐将该部分原外协工艺转为自主加工。2019年发行人新厂区开始逐步投入使用，不锈钢表面处理设备完成调试，部分规格的不锈钢开平及表面处理工序已由发行人自行加工。

2019年发行人新推出多款具有蒸烤一体功能的集成灶，该功能集成灶的生产增加了对内胆搪瓷外协需求，因此发行人新引入内胆搪瓷外协厂商，内胆搪瓷外协加工金额上升。

上述外协加工环节系集成灶生产中的一般性环节，不涉及关键技术及工艺，发行人主要基于对生产场地限制及经济性评估，将上述工序部分采用外协加工方式，采取外协加工模式有利于发行人提高经济效益。

3、外协加工定价情况

报告期，发行人主要采用询价方式确定外协加工厂商及加工单价。外协厂商根据发行人外协加工需求提交外协加工报价单，发行人通过横向对比市场报价，综合考虑外协厂商生产工艺水平及生产能力，最终确定外协加工厂商及外协加工单价，并与相应外协加工厂商签订年度委托加工框架合同。

报告期内，发行人外协加工主要内容为不锈钢开平及表面处理工序，各期加工费占外协加工费总额的 79.82%、80.81%、29.13%和 12.57%，共涉及 4 家外协加工厂商，分别为嵊州市万兴不锈钢有限公司、嵊州市嘉瑞不锈钢有限公司、嵊州市嘉盛电器有限公司、嵊州市金杰威不锈钢有限公司，各年加工单价情况如下：

年度	公司	加工费总额 (万元)	加工单价 (元/平米)
2020 年 1-3 月	嵊州市金杰威不锈钢有限公司	5.76	4.70
	嵊州市嘉盛电器有限公司	3.72	5.00
2019 年	嵊州市万兴不锈钢有限公司	12.30	4.80
	嵊州市嘉瑞不锈钢有限公司	80.80	5.00
	嵊州市金杰威不锈钢有限公司	58.22	4.70
2018 年	嵊州市万兴不锈钢有限公司	88.37	4.80
	嵊州市嘉瑞不锈钢有限公司	225.01	5.00
	嵊州市嘉盛电器有限公司		
嵊州市金杰威不锈钢有限公司	172.33	4.70	
2017 年	嵊州市万兴不锈钢有限公司	153.94	4.80
	嵊州市嘉瑞不锈钢有限公司	240.98	5.00
	嵊州市金杰威不锈钢有限公司	152.85	4.70

注：嵊州市嘉瑞不锈钢有限公司与嵊州市嘉盛电器有限公司为同一实际控制人控制的公司。

报告期内，不锈钢开平及表面处理外协单价区间为 4.70-5.00 元/平米，外协厂商之间报价存在小幅差异，主要系由板材规格不同、工艺差异所致；报告期内，各外协加工厂商外协加工单价不存在重大变化。

2019 年发行人新增蒸烤一体内胆搪瓷外协加工需求，总金额为 156.51 万元，占外协加工费总额 30.13%。该工艺主要由嵊州市亚光搪瓷制品有限公司、绍兴市开欣搪瓷制品有限责任公司为发行人提供，加工型号主要为 K1-80、K1-90 两种规格，其中 K1-80 规格内胆搪瓷加工单价为 46-48 元/个，K1-80 烤盘加工单价为 7 元/个；K1-90 规格内胆搪瓷加工单价为 53 元/个，K1-90 烤盘加工单价为 9 元/个，相同加工型号外协厂商之间报价不存在大幅差异。

综上，报告期发行人主要外协加工厂商加工报价稳定未发生大幅变动，各厂商之间报价差异主要由于板材规格和加工工艺不同，外协加工价格系根据市场定价，价格公允。

4、报告期内向前五名外协厂商采购的情况

报告期各期，发行人前五大外协加工厂商占外协加工总额的 94.92%、97.26%、69.85%、89.58%，前五大外协加工厂商外协加工内容及金额如下：

报告期	外协厂商名称	外协内容	金额 (万元)	占比 (%)
2020年 1-3月	嵊州市亚光搪瓷制品有限公司	内胆搪瓷	35.50	47.06
	宁波润厨电器有限公司	不锈钢喷涂	18.57	24.62
	嵊州市金杰威不锈钢有限公司	不锈钢开平及表面处理	5.76	7.64
	绍兴市嵊丰电泳有限公司	风轮电泳	4.02	5.33
	嵊州市嘉盛不锈钢有限公司	不锈钢开平及表面处理	3.72	4.93
	合计			67.57
2019年	嵊州市亚光搪瓷制品有限公司	内胆搪瓷	125.96	24.25
	嵊州市嘉盛电器有限公司	不锈钢开平及表面处理	80.80	15.56
	嵊州市金杰威不锈钢有限公司	不锈钢开平及表面处理	58.22	11.21
	宁波润厨电器有限公司	不锈钢喷涂	49.44	9.52
	嵊州市坚美铝合金电化有限公司	风轮电泳	48.41	9.32
	合计			362.83
2018年	嵊州市嘉瑞不锈钢有限公司/嵊州市嘉盛电器有限公司	不锈钢开平及表面处理	225.01	37.44
	嵊州市金杰威不锈钢有限公司	不锈钢开平及表面处理	172.33	28.67
	嵊州市万兴不锈钢有限公司	不锈钢开平及表面处理	88.37	14.70
	嵊州市坚美铝合金电化有限公司	风轮电泳	72.41	12.05
	嵊州市都古厨具有限公司	烤漆加工	26.43	4.40
	合计			584.54
2017年	嵊州市嘉瑞不锈钢有限公司	不锈钢开平及表面处理	240.98	35.12
	嵊州市万兴不锈钢有限公司	不锈钢开平及表面处理	153.94	22.43
	嵊州市金杰威不锈钢有限公司	不锈钢开平及表面处理	152.85	22.27
	嵊州市坚美铝合金电化有限公司	风轮电泳	66.15	9.64
	嵊州市都古厨具有限公司	烤漆加工	37.46	5.46
	合计			651.37

前五大外协加工厂商基本情况如下：

委外加工厂商	成立时间	法定代表人	注册地	主营业务
嵊州市万兴不锈钢有限公司	2004-02-23	竺万兴	浙江省绍兴市嵊州市经济开发区中园 26 号	批发、零售：金属板材、钢材、小五金；加工、销售：金属制品
嵊州市嘉瑞不锈钢有限公司	2011-02-18	王潜	嵊州市经济开发区双塔路 111 号	不锈钢及其制品、厨房电器、五金电器的生产、加工、销售；不锈钢及有色金属材料的销售
嵊州市嘉盛电器有限公司	2017-06-23	干建校	浙江省绍兴市嵊州市经济开发区城东区	生产、销售：家用电器、电子产品、厨具、橱柜、不锈钢制品；加工、销售
嵊州市金杰威不锈钢有限公司	2015-05-07	金荣	嵊州市经济开发区浦南大道 298 号一楼	批发、零售：不锈钢、钢材；生产、加工、销售：不锈钢制品、厨房电器及配件、电机配件、五金制品、小五金
嵊州市都古厨具有限公司	2015-12-09	姚锋平	嵊州市黄泽镇工业功能区丽水路 11 号	生产、加工、销售：厨具及配件
嵊州市坚美铝合金电化有限公司	2009-10-26	宋学东	嵊州市浦口街道屠家埠村	电化处理铝合金；铝合金加工、销售
宁波润厨电器有限公司	2018-09-14	虞舜云	浙江省宁波市鄞州经济开发区宏围路 70 号 2 号楼	家用电器、厨房用品的制造、加工、批发、零售
嵊州市亚光搪瓷制品有限公司	2013-08-02	郑文飞	嵊州市三界镇工业园区	生产、加工、销售：搪瓷制品、油烟机、热水器、保洁柜、煤气灶配件、小五金
绍兴市嵊丰电泳有限公司	2018-07-13	钱科掀	浙江省绍兴市嵊州市剡湖街道罗东路 182 号	金属制品及其表面的酸洗、磷化、电泳；水性静电喷涂；电泳涂料生产、销售；货运：普通货物运输

报告期初，发行人与主要外协加工厂商均已建立合作关系，报告期内未出现外协加工厂商大幅变动情形。外协加工厂商实际控制人、董事、监事、高级管理人员与发行人及其控股股东、实际控制人、持股 5% 以上股东、董事、监事和高级管理人员均不存在关联关系。

5、前五名外协加工厂商变化情况、原因及合理性

2017 年至 2018 年，发行人外协加工工艺、前五大外协加工厂商均未发生变化。2019 年，前五名外协加工厂商中新增宁波润厨电器有限公司、嵊州市亚光搪瓷制品有限公司，2020 年 1-3 月，前五名外协加工厂商新增绍兴市嵊丰电泳有限公司，主要变化情况及原因如下：

(1) 嵊州市亚光搪瓷制品有限公司

嵊州市亚光搪瓷制品有限公司主要满足发行人内胆搪瓷工艺需求。2019年发行人新推出多款具有蒸烤一体功能的集成灶,该功能集成灶的生产增加了对内胆搪瓷外协需求,因此发行人新引入内胆搪瓷外协厂商。

(2) 宁波润厨电器有限公司

2019年,发行人新委托宁波润厨电器有限公司进行不锈钢特氟龙喷涂外协加工。发行人于2019年开始对集成灶头部翻板及内胆侧盖板进行产品改进,增加了特氟龙喷涂工艺,提升关键部位不沾油特性,便于产品清洗,因此引入该外协加工厂进行该工艺的外协加工。

(3) 绍兴市嵊丰电泳有限公司

绍兴市嵊丰电泳有限公司主要满足发行人风轮电泳工艺,公司综合评估外协厂商加工能力、环保等因素,对电泳工艺外协厂商进行一定调整。

(4) 2019年,前五大外协加工占比呈现下降趋势

2017年至2018年,发行人外协加工工艺主要为不锈钢开平及表面处理,主要委托4家外协厂商进行加工,占外协加工总额约80%。随着生产规模的不断扩大,以及生产场地限制的逐渐解决,发行人逐渐将部分原外协工艺转为自主加工。2019年发行人新厂区开始逐步投入使用,不锈钢表面处理设备完成调试,部分规格的不锈钢开平及表面处理工序已由发行人自行加工,导致发行人对不锈钢开平及表面处理需求下降,且内胆搪瓷等工序需求增加,导致前五大外协厂商集中度下降,前五大外协加工占比呈现下降趋势。

6、外协加工的必要性

(1) 外协加工的内容不涉及集成灶核心工艺

发行人外协加工内容主要包括不锈钢开平及表面处理、风轮电泳、退火、内胆搪瓷等工序,均属于集成灶生产中一般性环节,不涉及发行人核心技术、生产、装配的核心工艺,外协加工不存在较大的质量风险及技术泄露风险。

(2) 外协加工模式与发行人发展阶段相适应

报告期内，发行人外协加工工序主要为不锈钢开平及表面处理及内胆搪瓷，其中不锈钢开平及表面处理工序主要委托4家外协厂商代为加工。2017年至2018年上半年，发行人基于生产场地限制及经济性评估，将上述工序全部采用外协加工方式。内胆搪瓷工序2019年开始外协加工金额上升，主要系由于蒸烤一体集成灶的推出，该工序不存在较高的技术壁垒，不属于核心集成灶核心工序，采取外协加工模式有利于发行人提高经济效益。

随着生产规模的不断扩大，发行人在新厂区加大生产设备投入，将部分外协加工工序转变为自主加工。新厂区于2019年开始逐步投入使用，不锈钢表面处理设备完成调试，部分规格的不锈钢开平及表面处理工艺已由发行人自行加工，发行人该项外协加工金额大幅下降。

7、外协加工不涉及集成灶关键工序或关键技术，不存在对委托加工厂商依赖情形

发行人外协加工主要内容为不锈钢开平及表面处理、风轮电泳、退火、烤漆加工、内胆搪瓷等集成灶一般性生产环节，占发行人营业成本比例不足2%，工艺附加值不高，不属于集成灶核心成本组成，不涉及集成灶研发、生产关键工序及工艺。

发行人采取外协加工模式主要基于生产场地限制及企业发展过程中经济性考虑。2019年发行人已逐步将不锈钢开平及表面处理等零部件处理工序转为自行加工，并且发行人外协加工主要内容属于通用型技术，不存在较高的技术门槛，具备这类加工能力的外协加工厂商数量众多，市场竞争较为激烈。因此，公司在外协加工厂商的选取上存在较大选择空间。此外，报告期内，对涉及的主要外协加工业务，发行人与多家外协加工厂商建立了业务合作关系，未对单一外协加工厂商形成依赖。

综上，报告期内，发行人不存在对单一外协加工厂商依赖的情形。

（八）发行人的安全生产和环境保护情况

1、安全生产情况

公司已通过OHSAS18001:2007职业健康安全管理体系认证，严格按照相关

要求进行安全生产。为加强安全生产管理，防止和减少安全事故的发生并确保职工的生命安全和健康，公司建立了《环境和职业健康安全运行控制程序》、《环境和职业健康安全绩效测量和监视控制程序》、《社会责任管理制度》，并制定和实施了一系列安全生产技术措施和劳动保护计划，公司制造中心会定期对职工进行安全生产教育并实施安全生产情况检查，杜绝重大安全事故的发生。

报告期内，公司未发生重大安全生产事故，也未因违反安全管理有关法律法规而受到安全生产主管部门的行政处罚。

2、环境保护情况

发行人为家用厨房电器具制造企业，主要涉及电气机械和器材制造，不属于重污染企业。发行人生产中涉及污染的工艺均已配置相应的环保设备，运行情况良好，发行人生产过程中不涉及重大污染情况。公司已通过GB/T24001-2016/ISO14001:2015环境管理体系认证，严格遵守国家有关环境保护的法律法规，生产经营活动符合国家有关环保要求。

(1) 项目环评情况

截至招股意向书签署日，发行人生产经营及募集资金投资项目均已取得环保部门出具的环评批复，生产经营符合国家和地方环保要求。

(2) 发行人在环境保护方面合法合规

绍兴市环境生态局嵊州分局2020年7月出具证明，浙江帅丰电器股份有限公司、浙江元美电器有限公司、浙江帅丰电器股份有限公司嵊州分公司自2017年1月1日至今，在嵊州辖区没有发生环境污染事故，也没有受到环保部门的行政处罚。

(3) 发行人排污达标检测情况和环保部门现场检查情况

报告期内，发行人委托第三方检测机构对公司生产经营过程中的废水、废气和噪音情况进行了抽样检测，抽样检测结果均为达标。具体情况如下：

①2019年3月，杭州普洛赛斯检测科技有限公司出具的编号为普洛赛斯检字第2019Y021007号的《检验检测报告》，认定发行人天乐路169号厂区的废水、废气和厂界环境噪声排放符合相关标准；

②2019年6月，浙江国正安全技术有限公司出具的编号为GZ2019（HJJC）-0151、GZ2019（HJJC）-0152、GZ2019（HJJC）-0153的《检测报告》，认定发行人经禄路1号厂区的废水、废气和厂界环境噪声排放符合相关标准。

报告期内，发行人接受环保部门日常现场检查，主要包括当地环保局对发行人建设项目环评验收的例行检查。环保部门在相关现场检查中，未发现公司生产经营存在违反国家和地方环保要求的情形。

综上，发行人生产经营及募集资金投资项目符合国家和地方环保要求，报告期内不存在环保行政处罚。

3、主要污染环节、污染物排放、环保设施及处理能力和实际运行情况

发行人主要从事以集成灶为核心的现代新型厨房电器的研发、设计、生产和销售，主要产品为集成灶，发行人从事的主营业务所处行业属于“电气机械和器材制造业”。据环境保护部颁布的《环境保护综合名录》（2015年版），发行人的产品未被列入高污染、高环境风险产品名录。根据《上市公司环保核查行业分类管理名录》，发行人所从事的业务不属于重污染行业。

（1）发行人环境污染的具体环节、主要污染物名称及排放量

集成灶的生产主要包括不锈钢、冷板剪切-冲压-折弯-抛光打磨-焊接-喷塑-零部件组装-入库等环节。生产环节中涉及到污染的环节主要为抛光打磨及喷塑环节，其中抛光打磨环节主要污染物为对金属零部件打磨产生的粉尘颗粒，从而造成的大气污染；喷塑工艺系将喷塑粉利用静电吸附原理在冷板表面形成涂装的工艺，主要污染物包括水洗形成的污水及喷涂造成的大气污染；此外，冲压、折弯等其他生产环节过程中会产生一定的噪音污染。公司生产过程中产生的主要污染物具体如下：

生产工艺	污染物类型	污染物名称	处理措施	产生量/浓度	治理效果
抛光	大气污	粉尘颗粒	布袋除尘器处理	粉尘颗粒收集量	达到GB16297-1996新污

生产工艺	污染物类型	污染物名称	处理措施	产生量/浓度	治理效果
打磨	染物			200kg/年	染源二级标准
喷塑	大气污染物	粉尘颗粒	首先通过喷塑生产线内部回旋回收装置，再经过喷塑废气处理器处理后高空排放	粉尘颗粒收集量 500-600kg/年	达到 GB16297-1996 新污染源二级标准
		非甲烷总烃		产生端浓度 37.4mg/ m ³	
	水污染物	COD _{cr} 、氨氮、悬浮物、总磷、石油类、氟化物等	经公司的废水处理系统处理达标后纳管排放	喷塑废水产生量 20 吨/天	COD、悬浮物、氟化物、石油类符合《污水综合排放标准》（GB8978-1996）三级限值要求；氨氮、总磷符合《工业企业废水氮、磷污染物间接排放限值》限值要求
		脱脂陶化污泥	污泥为污水处理后生成的产物，委托有资质的单位进行处置	<2 吨/年	具有资质的第三方处置
多环节	噪声	噪声	墙体隔音、距离衰减，使用耳塞等隔音物	-	达到 GB12348-2008 厂界二类标准，对生活环境影响无较大影响。

(2) 主要环保设施、处理能力及运行情况

设施名称	存放厂区	处理能力	用途	运行情况
布袋除尘器 6 台	经禄路厂区	满足污染物处理需求	处理抛光粉尘	运行良好
布袋除尘器 7 台	天乐路厂区	满足污染物处理需求	处理抛光粉尘	运行良好
喷塑废气处理器（干式过滤器+静电除油烟+UV 光催化）		满足污染物处理需求	处理喷塑线粉尘	运行良好
喷塑线废水处理系统		40 吨/天	处理喷塑线污水	运行良好

发行人根据项目环评批复中对污染物排放要求，配置完整的废气、废水处理设备，建立了完善的污染物处理流程，处理能力能够覆盖生产过程中生成的污染，生产经营过程中产生的污染物经相应环保设备处理后均达到排放标准，符合环保排放要求。

(3) 发行人报告期各年环保投资和相关费用支出情况

报告期内，发行人环保投资和费用支出情况如下：

单位：万元

年度	环保设备投入	环保费用支出
2020年1-3月	-	9.86
2019年	34.25	58.59
2018年	-	50.91
2017年	42.25	33.15

集成灶生产制造所涉及污染环节及污染物排放量较少，不属于重污染行业。报告期内，发行人环保相关成本及费用主要体现在环保设备购置、排污权费、第三方处置费等。2017年开始，发行人持续加大环保投入，购置先进的环保设施，不断提高污染防治水平。目前，发行人环保设施完善，制定了岗位责任制和操作规程，加强现场管理，加强环保设备设施巡检，保证设备运行稳定良好，设备整体运行能力可以覆盖生产过程产生的污染物，实现了生产排放的废水、废气、固废处理达标的环保目标。

4、关于公司年产 10 万台集成灶、年产 2 万台洗碗机项目环评批复情况

截至首次申报日，公司年产 10 万台集成灶、年产 2 万台洗碗机项目未获取环评批复。截至招股意向书签署日，上述项目均已完成环评手续，具体情况如下：

(1) 未取得环评批复的背景原因

目前，发行人拥有三个生产厂区，分别为天乐路 169 号厂区、经禄路 1 号厂区和五合西路 100 号厂区，其中五合西路厂区为募投项目厂区，报告期内，公司产品生产主要位于天乐路及经禄路厂区。截至首次申报日，未取得环评批复的年产 10 万台集成灶、年产 2 万台洗碗机项目分别位于天乐路厂区及经禄路厂区。

①年产 10 万台集成灶项目

发行人在天乐路厂区投资建设年产 10 万台高档吸油烟机，项目于 2011 年 12 月取得嵊州市环境保护局出具的环评批复，2012 年 1 月完成环评验收。随着行业发展，集成灶拥有更好的市场前景，发行人决定加大对集成灶产品生产，在厂区内实施年产 10 万台集成灶生产线技改项目。由于吸油烟机与集成灶在生产设备、生产工艺流程等方面具有较高的相似性，发行人继续沿用原有吸油烟机生产线主要设备，转而生产集成灶产品。

因此，发行人年产 10 万台集成灶项目主要系基于原有生产线的技改变更，生产造成的污染环节未发生重大变化。发行人已于 2019 年 6 月取得绍兴市生态环境局出具的环评批复文件。

②年产 2 万台洗碗机项目

2011 年 12 月，发行人已取得嵊州市环保局关于天乐路 169 号厂区内建设年产 2 万台洗碗机项目的环评批复。随着发行人生产规模的扩大，2016 年经禄路厂区投入使用，公司对原洗碗机项目进行厂区间的内部调整，将年产 2 万台洗碗机项目生产地由天乐路厂区转移至经禄路厂区，该项目生产规模、生产工艺、生产设备均未发生变化。发行人已于 2019 年 7 月取得绍兴市生态环境局出具的环评批复文件。

(2) 项目已完成全部环评手续，不存在行政处罚风险

发行人年产 10 万台集成灶及年产 2 万台洗碗机项目均为对原有生产线产品类型或生产地址的变更，系对原有的、已取得环评批复项目的技改，不涉及增加污染环节。上述两个项目均已完成技改，且办理完成全部环保手续。

①发行人污染排放未超出环保标准

2019 年，发行人聘请第三方机构分别对天乐路及经禄路厂区污染物排放进行检测，污染物排放均符合环保排放标准，未造成环境污染。

②发行人未因环保问题受到行政处罚

绍兴市环境生态局嵊州分局 2020 年 7 月出具证明，浙江帅丰电器股份有限公司、浙江元美电器有限公司、浙江帅丰电器股份有限公司嵊州分公司自 2017 年 1 月 1 日至今，在嵊州辖区没有发生环境污染事故，也没有受到环保部门的行政处罚。

2019 年 10 月，绍兴市生态环境局嵊州分局对上述情况出具专项确认，发行人并未实质改变原有环境影响评价的各项清洁生产和污染防治措施要求，对上述事项不予行政处罚。

③项目均已取得环评批复

截至招股意向书签署日，上述两个项目均按环保要求完成所有的环保手续。发行人于 2019 年 6 月取得年产 10 万台集成灶环评批复；于 2019 年 7 月取得年产 2 万台洗碗机项目环评批复。

综上，年产 10 万台集成灶项目及年产 2 万台洗碗机项目均已取得环评批复，且项目均已通过环保部门验收，发行人不存在重大违法违规行为及受到行政处罚的风险，对发行人生产经营无重大影响。

（九）发行人的竞争优势和劣势

1、发行人竞争优势分析

（1）品牌优势

公司秉承“以人为本、创新创造”的核心理念，积极倡导“以科技创新提升生活品质”的发展思路，致力于成为现代健康厨房生活的引领者和中国集成灶行业领军品牌。在准确、清晰的品牌定位以及领先的品牌策略下，公司扎实做好产品研发、提升产品质量、树立良好口碑。通过长期的品牌推广和培育，“帅丰”品牌在集成灶行业具有了较高的知名度和美誉度。公司凭借优质的产品与服务获得了良好的市场口碑，“帅丰”被认定为“浙江省知名商号”、“浙江名牌产品”等荣誉称号，并于 2017、2018 年连续两年入选“浙江省企业社会责任优秀报告名单”。

（2）营销网络及售后服务优势

公司已建立覆盖全国范围的营销网络和服务体系，在全国拥有 1,204 家经销商和近 1,500 个营销终端，在天猫、京东等专业性电子商务平台也建立了线上销售渠道，同时拥有两家直营门店，形成了线上和线下相结合的具有公司特色的销售模式，为公司提升产品市场占有率、实现快速发展奠定了良好的基础。

公司制定了完善的销售管理制度，建立了一支业务素质高、执行力强的市场营销团队，对市场进行统一管理和督导，确保目标的达成和实现。同时，公司建立了售后服务部，为消费者提供专业、及时、周到、完善、便捷的服务。

（3）技术优势

公司系国家高新技术企业,被评为“省级企业技术中心”、“科技型中小企业”、“浙江省专利示范企业”、“省级高新技术企业研究开发中心”等称号。公司自主研发油烟侧吸下排技术,油烟吸净率达到 99.96%;公司的发明专利可拆卸导烟板技术,解决了集成灶产品油烟清洗难题;公司自主研发的焱动力及火炎三燃烧器,热效率可达 71%⁴⁵;三重油脂分离技术,油脂分离度高达 98.91%⁴⁶,能够有效减少室内外空气污染;斑彩螺高效静音风道系统,实现大吸力的同时保证静音效果。

作为集成灶行业的领军品牌,公司研发并掌握集成灶产品的核心技术,以及厨电行业的前沿技术。截至报告期末,发行人及其子公司合计拥有专利 209 项,其中发明专利 9 项、实用新型专利 88 项、外观设计专利 112 项。产品技术水平达到国内领先水平,多次获得国家、省、市级技术与产品创新奖、设计奖等,多款产品获得中国轻工业联合会颁发的“科学技术发明奖”和中国五金制品协会颁发的“高效净化环保之星”荣誉称号。

同时,公司作为技术标准和行业规范的引领者,近年来多次参与国际、国家、行业和地方团体标准的制定与起草,包括 1 个 ISO 国际标准、17 个国家标准,3 个行业标准,12 个地方团体标准。

(4) 产品优势

发行人创建于 1998 年,是最早进行集成灶研发、生产企业之一。公司高度注重新技术的研发以及在产品端的转化,引领集成灶产品更替换代,是新一代侧吸下排集成灶的领先者,也是率先推出具备蒸烤一体功能的集成灶产品的企业之一,通过不断的产品创新,引领行业的发展。公司以用户为中心,及时把握市场发展趋势和客户需求,并进行迅速响应,累积推出上百个产品型号,覆盖各产品档位需求,设定符合销售渠道特点的产品系列,通过不断优化产品结构,灵活、精准地应对新形势下日益多元化、个性化的消费需求。

公司的集成灶产品整机采用程序化、智能化、人性化设计,实现烹饪过程精

⁴⁵ 浙江方圆检测集团股份有限公司,检测报告(报告编号:1711306567),作者浙江方圆检测集团股份有限公司,2017 年 10 月 23 日

⁴⁶ 国家日用金属制品质量监督检验中心(沈阳),《检验报告》(2016)国日金检字第 WH3 号,2016 年 11 月 12 日

确控制，为产品带来多重安全保护。公司产品采用侧吸下排技术，在油烟吸进率、燃烧热效率、油脂分离度、噪声控制等性能指标方面处于行业领先水平，油烟距离吸风口仅 20-30cm，油烟吸净率高达 99.96%；高负压风道系统超静音，工作时噪声低至 67dB；独特的全封闭油路和油脂分离系统，油脂集中收集，油脂分离度高达 98.91%⁴⁷；公司自主研发可拆卸导烟板技术，解决了集成灶行业内部清洗难题；全智能控制吸烟导流板，一键操控实现烟灶联动，避免灶具工作时吸油烟机启动不及时而产生的油烟，当灶具停止工作后吸排烟系统延时 3-5 分钟自动关闭，以保证厨房油烟的吸净效果；产品设置童锁功能，可锁定操作面板，保证了产品使用的安全性；同时产品采用烟道防火装置，在明火意外进入风道后能自动切断电源和气源，保障人身安全。

在大数据爆炸的互联网时代，多元且易变的消费环境，公司采用柔性化生产方式，及时把握市场发展趋势和客户需求，以用户为中心，积极创新产品，不断优化产品结构，更加灵活、精准地应对新形势下日益多元化、个性化的消费需求。

(5) 质量优势

公司建立了完备的质量管理机构和质量控制体系，公司通过了 GB/T19001-2016/ISO9001：2015 质量管理体系认证；通过了 GB/T28001-2011/OHSAS18001:2007 职业健康安全管理体系认证；并通过了 GB/T24001-2016/ISO14001：2015 环境管理体系认证。公司实验室系行业内首家被中国合格评定国家认可委员会评定的“中国合格评定国家认可委员会认可实验室”。公司实验室包含燃气试验室、电气试验室、噪声试验室、气味降低度试验室、油脂分离度试验室、环境试验室、包装试验室等多个行业一流的试验室，拥有国际国内先进的专业检测设备，对集成灶产品各项指标进行全方位的检测，为公司集成灶产品提供了质量保障。公司多项产品通过“浙江制造”认证，被认定为“浙江名牌产品”；获得绍兴市人民政府颁发的“市长质量奖”和中国质量检验协会颁发的“全国产品和服务质量诚信示范企业”、“全国厨房电器行业质量领先品牌”等荣誉。

⁴⁷ 国家日用金属制品质量监督检验中心（沈阳），《检验报告》（2016）国日金检字第 WH3 号，2016 年 11 月 12 日

2、发行人竞争劣势分析

(1) 产能瓶颈

公司经过多年的发展,在主要产品技术研发和市场渠道拓展方面实现了重大突破。但是,公司目前主要产品产能受限,2019年产能利用率达97.91%,公司产能无法满足快速增长的市场需求。

(2) 融资渠道单一

本次发行上市前,公司主要通过公司自身盈余积累来满足企业发展过程中的资金需求。随着公司经营规模的不断扩大,融资渠道的单一成为制约公司发展壮大的重要因素。

五、发行人的主要固定资产、无形资产

(一) 发行人的主要固定资产

截至报告期末,公司主要固定资产情况如下:

单位:万元

固定资产构成	原值	账面价值	成新率
房屋及建筑物	13,297.25	11,070.30	83.25%
机器设备	6,305.88	4,769.84	75.64%
运输工具	1,064.71	262.89	24.69%
办公及其他设备	461.72	96.11	20.82%
合计	21,129.56	16,199.15	76.67%

1、发行人拥有的房屋及建筑物

截至报告期末,公司以出让方式共取得5宗不动产权,主要为车间、厂房、办公楼等生产经营场所占用土地及建筑物。具体情况如下:

编号	权利人	权证号	坐落位置	面积(m ²)	用途	权利期限	取得方式
1	发行人	浙(2019)嵊州市不动产权第0008797号	嵊州市经济开发区天乐路169号	17,613.00	工业用地	2051.11.29止	出让
2	发行人	浙(2018)嵊州市不动产权第0006675号	嵊州市经环北路99号	6,569.00	工业用地	2052.07.28止	其中29,007平方米系转让取得,

编号	权利人	权证号	坐落位置	面积 (m ²)	用途	权利期限	取得方式
3	发行人	浙(2018)嵊州市不动产权第0006678号	嵊州市经环北路99号	14,705.00	工业用地	2052.07.28止	82平方米系出让取得
4	发行人	浙(2019)嵊州市不动产权第0008796号	嵊州市经环北路99号	7,815.00	工业用地	2052.07.28止	
5	发行人	浙(2019)嵊州市不动产权第0027125号	嵊州市五合西路100号	150,707.00	工业用地	2066.11.09止	出让

注：上述编号为2号、3号和4号的土地使用权面积合计29,089平方米，其中29,007平方米系帅丰有限原股东以土地使用权投资方式转让给公司，82平方米系发行人以协议出让方式取得。发行人取得上述土地使用权后进行了调整分割，调整前后证载总面积不变，并已取得了国土主管部门审批同意。

2、发行人拥有的主要设备

截至报告期末，发行人固定资产中机器设备账面价值合计为4,769.84万元，主要为公司集成灶生产线及其配套设施。其中账面原值为50万元以上的主要机器设备情况如下：

单位：万元

序号	名称	账面原值	累计折旧	账面净值	成新率
1	冲床机器人	924.32	51.24	873.07	94.46%
2	折弯机	766.25	230.43	535.82	69.93%
3	压力机	681.83	255.50	426.33	62.53%
4	400T自动化冲床连冲线	657.12	36.43	620.69	94.46%
5	焊接机	522.66	247.70	274.96	52.61%
6	液压机	412.48	114.10	298.38	72.34%
7	整卷不锈钢带表面油磨线	370.09	43.94	326.14	88.13%
8	切割机	235.90	183.29	52.60	22.30%
9	ABB机器人	222.22	12.32	209.90	94.46%
10	不锈钢卷板纵剪切机	210.30	24.98	185.32	88.12%
11	不锈钢卷板横切机	175.97	20.90	155.06	88.12%
12	叉车	84.89	41.27	43.62	51.38%
13	大功率数控激光焊接主机系统	97.09	60.72	36.37	37.46%
14	日立液压挖掘机	85.73	26.46	59.27	69.13%
15	钢带式退火炉	74.04	1.76	72.28	97.62%
16	拉伸机	71.20	53.36	17.83	25.05%
17	喷塑线	54.70	11.69	43.01	78.62%

（二）发行人的主要无形资产

1、土地使用权

截至报告期末，公司的主要无形资产为土地使用权。土地使用权参见“第六节 业务与技术”之“五、发行人的主要固定资产、无形资产”中“（一）发行人的主要固定资产”之“1、发行人拥有的房屋及建筑物”。

对于通过出让方式取得的土地使用权，发行人已依据当时适用的《中华人民共和国土地管理法》、《中华人民共和国城镇国有土地使用权出让和转让暂行条例》、《浙江省城镇国有土地使用权出让和转让实施办法》等规定，履行了相应的出让程序，并与国土主管部门签署了国有土地使用权出让合同；通过第三方转让方式取得的土地使用权，发行人与转让方签署了转让合同，并取得了主管部门的批复同意。

据嵊州市自然资源和规划局出具的合规证明文件，报告期内，发行人对土地使用权的使用符合《土地管理法》等相关规定，不存在因违反土地管理法律法规的违法行为而受到土地管理机关行政处罚的记录，亦不存在尚未了结的或可预见的土地管理处罚案件。

综上，发行人土地使用权的取得、使用符合《土地管理法》等相关规定，已依法办理必要的审批程序。

2、商标

（1）公司商标基本情况

截至报告期末，公司及其子公司拥有商标 179 项，具体情况如下表：

序号	所有权人	商标	类别	注册号	有效期	取得方式
1	帅丰电器		第 1 类	11045945	2014.07.14 -2024.07.13	原始取得
2	帅丰电器		第 1 类	9547167	2012.06.28 -2022.06.27	原始取得
3	帅丰电器		第 5 类	9547234	2012.10.14 -2022.10.13	原始取得
4	帅丰电器		第 6 类	11018212	2014.02.07 -2024.02.06	原始取得

序号	所有权人	商标	类别	注册号	有效期	取得方式
5	帅丰电器	Sanfer帅丰	第6类	9547315	2012.07.07 -2022.07.06	原始取得
6	帅丰电器	YEMER元美	第7类	11018353	2013.11.21 -2023.11.20	原始取得
7	帅丰电器	吉尔康	第7类	11991440	2014.09.07 -2024.09.06	原始取得
8	帅丰电器	普天乐	第7类	11991449	2014.06.21 -2024.06.20	原始取得
9	帅丰电器	SANFER帅丰	第7类	12332003	2015.04.07 -2025.04.06	原始取得
10	帅丰电器	帅分	第7类	14867606	2015.09.14 -2025.09.13	原始取得
11	帅丰电器	帅枫	第7类	14867635	2015.09.14 -2025.09.13	原始取得
12	帅丰电器	帅凤	第7类	14867669	2015.09.14 -2025.09.13	原始取得
13	帅丰电器	师丰	第7类	14867744	2015.09.14 -2025.09.13	原始取得
14	帅丰电器	帅封	第7类	14867757	2015.09.14 -2025.09.13	原始取得
15	帅丰电器	Sanfer帅丰	第7类	9547368	2012.06.28 -2022.06.27	原始取得
16	帅丰电器	帅 丰	第7类	1917539	2012.10.21 -2022.10.20	原始取得
17	帅丰电器	天 乐	第7类	1917541	2012.10.21 -2022.10.20	原始取得
18	帅丰电器	YEMER元美	第8类	11054655	2013.10.21 -2023.10.20	原始取得
19	帅丰电器	Sanfer帅丰	第8类	9547386	2012.07.28 -2022.07.27	原始取得
20	帅丰电器	YEMER元美	第9类	11054704	2014.05.28 -2024.05.27	原始取得
21	帅丰电器	Sanfer帅丰	第9类	9549621	2012.08.07 -2022.08.06	原始取得
22	帅丰电器	YEMER元美	第10类	11054727	2013.10.21 -2023.10.20	原始取得
23	帅丰电器	帅分	第11类	14867890	2015.09.14 -2025.09.13	原始取得
24	帅丰电器	普乐天	第11类	10492612	2013.04.07 -2023.04.06	原始取得
25	帅丰电器	五好家庭	第11类	10492633	2013.06.28 -2023.06.27	原始取得

序号	所有权人	商标	类别	注册号	有效期	取得方式
26	帅丰电器		第 11 类	11018421	2013.10.07 -2023.10.06	原始取得
27	帅丰电器		第 11 类	11861625	2014.08.21 -2024.08.20	原始取得
28	帅丰电器		第 11 类	11876637	2014.05.21 -2024.05.20	原始取得
29	帅丰电器		第 11 类	13010551	2014.12.21 -2024.12.20	原始取得
30	帅丰电器		第 11 类	14867784	2015.09.14 -2025.09.13	原始取得
31	帅丰电器		第 11 类	14867835	2015.09.14 -2025.09.13	原始取得
32	帅丰电器		第 11 类	14867838	2015.09.14 -2025.09.13	原始取得
33	帅丰电器		第 11 类	1626077	2011.08.28 -2021.08.27	原始取得
34	帅丰电器		第 11 类	1920189	2013.01.28 -2023.01.27	原始取得
35	帅丰电器		第 11 类	1920194	2013.01.28 -2023.01.27	原始取得
36	帅丰电器		第 11 类	1920199	2013.12.14 -2023.12.13	原始取得
37	帅丰电器		第 11 类	1923093	2017.12.07 -2027.12.06	原始取得
38	帅丰电器		第 11 类	4333892	2017.05.14 -2027.05.13	原始取得
39	帅丰电器		第 11 类	6069102	2020.02.07- 2030.02.06	原始取得
40	帅丰电器		第 11 类	7907701	2011.09.07 -2021.09.06	原始取得
41	帅丰电器		第 11 类	9547420	2012.08.21 -2022.08.20	原始取得
42	帅丰电器		第 11 类	9997839	2013.03.07 -2023.03.06	原始取得
43	帅丰电器		第 12 类	11054757	2013.10.21 -2023.10.20	原始取得
44	帅丰电器		第 13 类	11054783	2013.10.21 -2023.10.20	原始取得
45	帅丰电器		第 14 类	11054806	2013.10.21 -2023.10.20	原始取得
46	帅丰电器		第 14 类	9549653	2012.06.28 -2022.06.27	原始取得

序号	所有权人	商标	类别	注册号	有效期	取得方式
47	帅丰电器	YEMER元美	第15类	11054719	2013.10.21 -2023.10.20	原始取得
48	帅丰电器	Sanfer帅丰	第15类	9549664	2012.06.28 -2022.06.27	原始取得
49	帅丰电器	YEMER元美	第16类	11059890	2013.10.21 -2023.10.20	原始取得
50	帅丰电器	Sanfer帅丰	第16类	9554464	2012.09.07 -2022.09.06	原始取得
51	帅丰电器	YEMER元美	第17类	11059962	2013.10.21 -2023.10.20	原始取得
52	帅丰电器	Sanfer帅丰	第17类	9554500	2012.06.28 -2022.06.27	原始取得
53	帅丰电器	YEMER元美	第18类	11060127	2013.12.28 -2023.12.27	原始取得
54	帅丰电器	Sanfer帅丰	第18类	9554520	2012.08.07 -2022.08.06	原始取得
55	帅丰电器	YEMER元美	第19类	11060153	2014.01.07 -2024.01.06	原始取得
56	帅丰电器	YEMER元美	第2类	11045965	2014.03.28 -2024.03.27	原始取得
57	帅丰电器	Sanfer帅丰	第2类	9547187	2012.08.14 -2022.08.13	原始取得
58	帅丰电器	SANFER	第20类	10648499	2013.07.21 -2023.07.20	原始取得
59	帅丰电器	YEMER元美	第20类	11018458	2013.12.14 -2023.12.13	原始取得
60	帅丰电器	元美	第20类	12912353	2014.12.07 -2024.12.06	原始取得
61	帅丰电器	帅分	第20类	14867921	2015.09.14 -2025.09.13	原始取得
62	帅丰电器	帅封	第20类	14867998	2015.09.14 -2025.09.13	原始取得
63	帅丰电器	师丰	第20类	14868018	2015.09.14 -2025.09.13	原始取得
64	帅丰电器	帅丰 SHUAI FENG	第20类	7907709	2011.03.07 -2021.03.06	原始取得
65	帅丰电器	Sanfer帅丰	第20类	9554582	2012.09.07 -2022.09.06	原始取得
66	帅丰电器	YEMER元美	第21类	11018483	2013.10.14 -2023.10.13	原始取得
67	帅丰电器	YEMER元美	第22类	11068180	2013.10.21 -2023.10.20	原始取得

序号	所有权人	商标	类别	注册号	有效期	取得方式
68	帅丰电器	Sanfer 帅丰	第 22 类	9554651	2012.07.28 -2022.07.27	原始取得
69	帅丰电器	YEMER 元美	第 23 类	11068200	2013.10.21 -2023.10.20	原始取得
70	帅丰电器	YEMER 元美	第 24 类	11068219	2014.07.14 -2024.07.13	原始取得
71	帅丰电器	Sanfer 帅丰	第 24 类	9554691	2012.08.07 -2022.08.06	原始取得
72	帅丰电器	YEMER 元美	第 26 类	11068264	2013.12.07 -2023.12.06	原始取得
73	帅丰电器	Sanfer 帅丰	第 26 类	9563315	2012.08.28 2022.08.27	原始取得
74	帅丰电器	Sanfer 帅丰	第 27 类	9563329	2012.08.28 2022.08.27	原始取得
75	帅丰电器	YEMER 元美	第 28 类	11072136	2014.02.14 -2024.02.13	原始取得
76	帅丰电器	Sanfer 帅丰	第 28 类	9563345	2012.08.28 2022.08.27	原始取得
77	帅丰电器	Sanfer 帅丰	第 21 类	9554631	2012.09.07 -2022.09.06	原始取得
78	帅丰电器	Sanfer 帅丰	第 29 类	9563367	2012.12.28 -2022.12.27	原始取得
79	帅丰电器	SANFER 帅丰	第 3 类	10669457	2014.08.07 -2024.08.06	原始取得
80	帅丰电器	YEMER 元美	第 3 类	11054554	2014.04.14 -2024.04.13	原始取得
81	帅丰电器	Sanfer 帅丰	第 30 类	9563674	2013.01.07 -2023.01.06	原始取得
82	帅丰电器	Sanfer 帅丰	第 32 类	9563704	2012.07.07 -2022.07.06	原始取得
83	帅丰电器	Sanfer 帅丰	第 33 类	9563737	2012.07.07 -2022.07.06	原始取得
84	帅丰电器	YEMER 元美	第 34 类	11072210	2013.10.28 -2023.10.27	原始取得
85	帅丰电器	Sanfer 帅丰	第 34 类	9563760	2012.06.28 -2022.06.27	原始取得
86	帅丰电器	YEMER 元美	第 35 类	11072259	2014.07.28 -2024.07.27	原始取得
87	帅丰电器	YEMER 元美	第 37 类	11072134	2013.10.28 -2023.10.27	原始取得
88	帅丰电器	SANFER 帅丰	第 37 类	9998250	2013.03.07 -2023.03.06	原始取得

序号	所有权人	商标	类别	注册号	有效期	取得方式
89	帅丰电器	YEMER元美	第38类	11072181	2013.10.28 -2023.10.27	原始取得
90	帅丰电器	Sanfer帅丰	第38类	9563784	2012.07.07 -2022.07.06	原始取得
91	帅丰电器	SANFER帅丰	第38类	9997838	2012.11.21 -2022.11.20	原始取得
92	帅丰电器	YEMER元美	第39类	11072391	2013.11.14 -2023.11.13	原始取得
93	帅丰电器	Sanfer帅丰	第39类	9568701	2012.11.14 -2022.11.13	原始取得
94	帅丰电器	YEMER元美	第4类	11054594	2013.10.21 -2023.10.20	原始取得
95	帅丰电器	Sanfer帅丰	第4类	9547222	2012.06.28 -2022.06.27	原始取得
96	帅丰电器	YEMER元美	第40类	11072446	2014.05.07 -2024.05.06	原始取得
97	帅丰电器	YEMER元美	第42类	11080352	2013.10.28 -2023.10.27	原始取得
98	帅丰电器	Sanfer帅丰	第42类	9568725	2012.07.07 -2022.07.06	原始取得
99	帅丰电器	YEMER元美	第43类	11080390	2014.02.14 -2024.02.13	原始取得
100	帅丰电器	Sanfer帅丰	第44类	9568747	2012.07.07 -2022.07.06	原始取得
101	帅丰电器	YEMER元美	第45类	11080526	2013.10.28 -2023.10.27	原始取得
102	帅丰电器	Sanfer帅丰	第45类	9568779	2012.07.07 -2022.07.06	原始取得
103	帅丰电器	YEMER元美	第5类	11054618	2015.03.28 -2025.03.27	原始取得
104	帅丰电器	帅峰	第11类	14867875	2015.12.21 -2025.12.20	原始取得
105	帅丰电器	帅风	第20类	15274281	2016.01.07 -2026.01.06	原始取得
106	帅丰电器	奥克丰	第11类	14238060	2016.01.21 -2026.01.20	原始取得
107	帅丰电器	奥博兰	第11类	14238046	2016.01.21 -2026.01.20	原始取得
108	帅丰电器	SANFER帅丰	第21类	16067952	2016.03.07 -2026.03.06	原始取得
109	帅丰电器	欧帅丰	第11类	15959493	2016.04.21 -2026.04.20	原始取得

序号	所有权人	商标	类别	注册号	有效期	取得方式
110	帅丰电器		第 11 类	15959554	2016.04.21 -2026.04.20	原始取得
111	帅丰电器		第 7 类	15959581	2016.05.07 -2026.05.06	原始取得
112	帅丰电器		第 35 类	15959711	2016.06.21 -2026.06.20	原始取得
113	帅丰电器		第 20 类	15959644	2016.06.28 -2026.06.27	原始取得
114	帅丰电器	SHUAI FENG	第 11 类	14752689	2016.07.21 -2026.07.20	原始取得
115	帅丰电器	帅枫	第 11 类	14867850	2016.08.14 -2026.08.13	原始取得
116	帅丰电器	帅峰	第 7 类	14867615	2016.12.07 -2026.12.06	原始取得
117	帅丰电器	帅峰	第 11 类	17720412	2016.12.21 -2026.12.20	原始取得
118	帅丰电器	帅风	第 20 类	17720856	2016.12.21 -2026.12.20	原始取得
119	帅丰电器	帅凤	第 20 类	14867978	2017.02.14 -2027.02.13	原始取得
120	帅丰电器	帅枫	第 20 类	14867969	2017.04.07 -2027.04.06	原始取得
121	帅丰电器	帅丰	第 8 类	18663195	2017.04.21 -2027.04.20	原始取得
122	帅丰电器	帅丰阳光	第 11 类	18663386	2017.04.21 -2027.04.20	原始取得
123	帅丰电器	欧帅丰	第 11 类	18663237	2017.04.21 -2027.04.20	原始取得
124	帅丰电器	帅丰	第 20 类	18663143	2017.04.21 -2027.04.20	原始取得
125	帅丰电器	Y·E·M·E·R 元美	第 7 类	19570443	2017.05.28 -2027.05.27	原始取得
126	帅丰电器	Y·E·M·E·R 元美	第 11 类	19570683	2017.05.28 -2027.05.27	原始取得
127	帅丰电器	 Y·E·M·E·R	第 11 类	19570448	2017.05.28 -2027.05.27	原始取得
128	帅丰电器	 YEMER 元美	第 11 类	19570494	2017.05.28 -2027.05.27	原始取得
129	帅丰电器	 Y·E·M·E·R	第 35 类	19570701	2017.05.28 -2027.05.27	原始取得

序号	所有权人	商标	类别	注册号	有效期	取得方式
130	帅丰电器		第 35 类	19325437	2017.06.28 -2027.06.27	原始取得
131	帅丰电器		第 35 类	19325693	2017.06.28 -2027.06.27	原始取得
132	帅丰电器	Y·E·M·E·R 元美	第 35 类	19570832	2017.07.07 -2027.07.06	原始取得
133	帅丰电器		第 35 类	19325588	2017.07.21 -2027.07.20	原始取得
134	帅丰电器		第 7 类	19570561	2017.09.07 -2027.09.06	原始取得
135	帅丰电器		第 11 类	14752695	2017.09.07 -2027.09.06	原始取得
136	帅丰电器	Y·E·M·E·R 元美	第 20 类	19570592	2017.09.07 -2027.09.06	原始取得
137	帅丰电器		第 20 类	19570607	2017.09.07 -2027.09.06	原始取得
138	帅丰电器		第 11 类	20797638	2017.11.28 -2027.11.27	原始取得
139	帅丰电器		第 17 类	21992165	2018.01.07 -2028.01.06	原始取得
140	帅丰电器		第 20 类	21992417	2018.02.14 -2028.02.13	原始取得
141	帅丰电器		第 1 类	22971345	2018.02.28 -2028.02.27	原始取得
142	帅丰电器		第 1 类	22971405	2018.02.28 -2028.02.27	原始取得
143	帅丰电器		第 10 类	22971899	2018.02.28 -2028.02.27	原始取得
144	帅丰电器		第 10 类	22972016	2018.02.28 -2028.02.27	原始取得
145	帅丰电器		第 11 类	21992043	2018.04.07 -2028.04.06	原始取得
146	帅丰电器		第 20 类	14867954	2018.06.14 -2028.06.13	原始取得
147	帅丰电器		第 7 类	25054678	2018.06.28 -2028.06.27	原始取得
148	帅丰电器		第 7 类	25045068	2018.06.28 -2028.06.27	原始取得

序号	所有权人	商标	类别	注册号	有效期	取得方式
149	帅丰电器		第 20 类	25043118	2018.06.28 -2028.06.27	原始取得
150	帅丰电器	元美	第 11 类	25041858	2018.06.28 -2028.06.27	原始取得
151	帅丰电器	元美	第 7 类	25034296	2018.06.28 -2028.06.27	原始取得
152	帅丰电器	SANFER 帅丰 举手之间 厨房无烟	第 35 类	25054921	2018.09.14 -2028.09.13	原始取得
153	帅丰电器	Y·E·M·E·R	第 20 类	25047786	2018.09.14 -2028.09.13	原始取得
154	帅丰电器	 YEMER元美	第 20 类	25045007	2018.09.14 -2028.09.13	原始取得
155	帅丰电器	Y·E·M·E·R	第 7 类	25041887	2018.09.14 -2028.09.13	原始取得
156	帅丰电器	 YEMER元美	第 35 类	25038367	2018.09.14 -2028.09.13	原始取得
157	帅丰电器	Y·E·M·E·R 元美	第 20 类	25034233	2018.09.14 -2028.09.13	原始取得
158	帅丰电器	创造家	第 35 类	26902130	2018.10.21 -2028.10.20	原始取得
159	帅丰电器	创造家	第 7 类	26902098	2018.10.21 -2028.10.20	原始取得
160	帅丰电器	SANFER 帅丰 举手之间 厨房无烟	第 20 类	26028163	2018.11.07 -2028.11.06	原始取得
161	帅丰电器	SANFER 帅丰 举手之间 厨房无烟	第 7 类	26011831	2018.11.07 -2028.11.06	原始取得
162	帅丰电器	SANFER 帅丰 举手之间 厨房无烟	第 35 类	26019141	2018.12.07 -2028.12.06	原始取得
163	帅丰电器	创造家	第 20 类	26887344	2018.12.28 -2028.12.27	原始取得

序号	所有权人	商标	类别	注册号	有效期	取得方式
164	帅丰电器	帅丰	第3类	8280687	2011.05.14 -2021.05.13	受让取得
165	帅丰电器	Sanfer	第3类	8280686	2011.08.21 -2021.08.20	受让取得
166	帅丰电器	创造家	第11类	24786616	2018.07.07 -2028.07.06	受让取得
167	帅丰电器	我的好老婆	第11类	30359105	2019.02.14 -2029.02.13	原始取得
168	帅丰电器	SANFER 帅丰	第29类	30358376	2019.02.21 -2029.02.20	原始取得
169	帅丰电器	SANFER 帅丰 举手之间 厨房无烟	第11类	26011856	2019.03.14 -2029.03.13	原始取得
170	帅丰电器	SHUAI FENG 帅丰	第11类	22454751	2019.04.07 -2029.04.06	原始取得
171	帅丰电器	SHUAI FENG 帅丰	第11类	26147925	2019.05.14 -2029.05.13	原始取得
172	帅丰电器	赛帅丰	第11类	34635114	2019.09.28 -2029.09.27	原始取得
173	帅丰电器	不老厨房	第35类	34650046	2019.09.28 -2029.09.27	原始取得
174	帅丰电器	不老厨房	第20类	34629666	2019.06.28 -2029.06.27	原始取得
175	帅丰电器	不老厨房	第11类	34641575	2019.06.28 -2029.06.27	原始取得
176	帅丰电器	不老厨房	第7类	34641586	2019.06.28.-2 029.06.27	原始取得

序号	所有权人	商标	类别	注册号	有效期	取得方式
177	帅丰电器		第 21 类	34645022	2019.06.28 -2029.06.27	原始取得
178	帅丰电器		第 37 类	34648439	2019.06.28 -2029.06.27	原始取得
179	帅丰电器	SHUAIFENGWMC 帅丰玩美厨房	第 11 类	35875238	2019.11.28 -2029.11.27	原始取得

(2) 受让取得商标情况

截至报告期末,发行人共有 3 项注册商标系以受让方式取得,基本情况如下:

编号	项目	转让过程与背景	出让方基本情况/关联关系
1	8280686 号 Sanfer 、 8280687 号 帅丰 注册商标	<p>(1) 转让过程: 2014 年 3 月, 陈少勋将其所持有的商标号为 8280686、8280687 的注册商标转让给帅丰有限, 并取得了国家工商行政管理总局商标局核发的《核准商标转让证明文件》;</p> <p>(2) 转让背景: 发行人已以“Sanfer”、“帅丰”为名称或图形注册了与主营业务相关的商标, 8280686、8280687 注册商标核定使用的商品类别为第 3 类(护发素、鞋油等)。发行人出于商标保护性注册目的, 要求该原经销商无偿将前述商标转让。</p>	<p>(1) 出让方基本情况: 陈少勋原系公司的经销商;</p> <p>(2) 关联关系: 截至招股意向书签署日, 陈少勋与发行人及其控股股东、实际控制人、持股 5% 以上的其他股东、董事、监事和高级管理人员不存在关联关系;</p> <p>(3) 转让结果: 商标转让事项已完成, 双方当事人对转让注册商标的过程、结果不存在纠纷或潜在纠纷。</p>
2	24786616 号 创造家 注册商标	<p>(1) 转让过程: 2019 年 5 月, 林草生将其所持有的商标号为 24786616 的注册商标转让给发行人, 并经国家知识产权局商标局核准变更登记至发行人名下;</p> <p>(2) 转让背景: 24786616 注册商标名称与发行人第四代销售门店装修方案名称相同, 发行人出于后续商业保护考虑, 要求该经销商无偿将前述商标转让。</p>	<p>(1) 出让方基本情况: 林草生系发行人的经销商;</p> <p>(2) 关联关系: 截至招股意向书签署日, 林草生与发行人及其控股股东、实际控制人、持股 5% 以上的其他股东、董事、监事和高级管理人员不存在关联关系;</p> <p>(3) 转让结果: 商标转让事项已完成, 双方当事人对转让注册商标的过程、结果不存在纠纷或潜在纠纷。</p>

发行人受让商标系为保护自身潜在商业利益和公司形象而进行的商标保护性措施, 但该等商标并未实际使用于发行人目前生产的产品, 对发行人生产经营

无重大影响。

3、专利

(1) 公司专利基本情况

截至报告期末，公司拥有专利 209 项，其中 9 项发明专利，88 项实用新型专利，112 项外观设计专利，具体情况如下表：

序号	专利名称	专利类型	专利号	专利权人	公告日期	取得方式
1	一种可拆洗的集成环保灶	发明专利	ZL201110081855.8	帅丰电器	2012.10.03	原始取得
2	一种可拆洗的翻盖集成环保灶	发明专利	ZL201210435891.4	帅丰电器	2015.09.30	原始取得
3	一种侧吸上排式吸油烟机	发明专利	ZL201310084874.5	帅丰电器	2015.12.23	原始取得
4	一种带可拆卸集油容器面板的集成灶	发明专利	ZL201410158392.4	帅丰电器	2017.01.11	原始取得
5	一种具有双引射器的上进风燃烧器	发明专利	ZL201410036695.9	帅丰电器	2017.02.08	原始取得
6	一体式燃烧器下座	发明专利	ZL201410554760.7	帅丰电器	2017.09.19	原始取得
7	一种带漏水孔的燃烧器	发明专利	ZL201511033047.9	帅丰电器	2018.07.10	原始取得
8	一种风道易于清洁的集成灶	发明专利	ZL201610328971.8	帅丰电器	2019.05.14	原始取得
9	一种隐藏式吸风口的集成灶	发明专利	ZL201610329575.7	帅丰电器	2019.05.14	原始取得
10	一种进风口带盖板的集成环保灶	实用新型	ZL201020276993.2	帅丰电器	2011.03.23	原始取得
11	一种带有风道筒的集成环保灶	实用新型	ZL201020516534.7	帅丰电器	2011.04.27	原始取得
12	一种进风箱可旋转的集成环保灶	实用新型	ZL201020658199.4	帅丰电器	2011.09.07	原始取得
13	一种集成灶导烟板	实用新型	ZL201120107431.X	帅丰电器	2011.11.30	原始取得
14	一种内循环净化式环保集成灶	实用新型	ZL201120514075.3	帅丰电器	2012.07.11	原始取得
15	一种电磁即热式热水器	实用新型	ZL201220012150.0	帅丰电器	2012.08.29	原始取得
16	一种集成灶六角调高脚	实用新型	ZL201220027375.3	帅丰电器	2012.09.05	原始取得
17	一种组合式集成灶	实用新型	ZL201220059149.3	帅丰电器	2012.09.19	原始取得
18	一种组合烤箱的集成灶	实用新型	ZL201220042766.2	帅丰电器	2012.09.19	原始取得
19	一种开闭式吸油烟机	实用新型	ZL201220027642.7	帅丰电器	2012.09.26	原始取得
20	一种侧吸下排式吸排油烟机	实用新型	ZL201220083964.3	帅丰电器	2012.10.03	原始取得
21	一种低噪音集成灶	实用新型	ZL201220236189.0	帅丰电器	2012.12.05	原始取得
22	一种集成灶的 U 形负压箱结构	实用新型	ZL201220253777.5	帅丰电器	2012.12.05	原始取得
23	一种进风箱内置玻璃的集成灶	实用新型	ZL201220223349.8	帅丰电器	2012.12.05	原始取得
24	一种全自动智能式集成灶	实用新型	ZL201220257637.5	帅丰电器	2013.01.30	原始取得
25	一种集成灶与橱柜的无缝安装结构	实用新型	ZL201220633607.X	帅丰电器	2013.04.24	原始取得
26	一种应用于集成灶的电源线倾斜插接结构	实用新型	ZL201320013278.3	帅丰电器	2013.06.12	原始取得
27	一种侧吸上排式吸油烟机	实用新型	ZL201320121300.6	帅丰电器	2013.07.31	原始取得
28	一种多功能锅架	实用新型	ZL201320218270.0	帅丰电器	2013.09.04	原始取得
29	一种集成灶的导烟板可拆卸结构	实用新型	ZL201420136220.2	帅丰电器	2014.07.30	原始取得

序号	专利名称	专利类型	专利号	专利权人	公告日期	取得方式
30	一种带盖板的上进风燃烧器	实用新型	ZL201420049222.8	帅丰电器	2014.10.29	原始取得
31	一种集成灶与橱柜的半包围无缝安装结构	实用新型	ZL201420159695.3	帅丰电器	2014.11.26	原始取得
32	一种侧吸式集成灶	实用新型	ZL201420239331.6	帅丰电器	2014.12.24	原始取得
33	一种升降吸油烟机系统	实用新型	ZL201420629670.5	帅丰电器	2014.12.31	原始取得
34	带水咀的集成式水槽	实用新型	ZL201420176366.X	帅丰电器	2014.12.31	原始取得
35	一种可拆卸式节能罩	实用新型	ZL201420457604.4	帅丰电器	2015.03.18	原始取得
36	一种节能炉架	实用新型	ZL201420459596.7	帅丰电器	2015.03.25	原始取得
37	一种带有烟道防火电子检测功能的集成灶	实用新型	ZL201520010197.7	帅丰电器	2015.06.10	原始取得
38	一种带聚能盘的炉架	实用新型	ZL201520252181.7	帅丰电器	2015.08.05	原始取得
39	一种带聚能架的炉架	实用新型	ZL201520251279.0	帅丰电器	2015.08.19	原始取得
40	一种模块化集成灶	实用新型	ZL201520769421.0	帅丰电器	2016.01.13	原始取得
41	一种集成灶包装结构	实用新型	ZL201520770604.4	帅丰电器	2016.02.03	原始取得
42	一种刚性架内藏的集成灶包装结构	实用新型	ZL201520768907.2	帅丰电器	2016.02.03	原始取得
43	一种齿轮升降的吸油烟机装置	实用新型	ZL201520927094.7	帅丰电器	2016.03.30	受让取得
44	一种带连体固定座的水嘴	实用新型	ZL201520770172.7	帅丰电器	2016.04.20	原始取得
45	一种带漏水孔的燃烧器	实用新型	ZL201521142048.2	帅丰电器	2016.05.18	原始取得
46	一种带方形集风箱的集成灶负压箱结构	实用新型	ZL201520824023.4	帅丰电器	2016.06.01	原始取得
47	一种集成水槽	实用新型	ZL201521022337.9	帅丰电器	2016.07.27	原始取得
48	一种隐藏式吸风口的集成灶	实用新型	ZL201620450324.X	帅丰电器	2016.09.28	原始取得
49	一种背面设容纳槽的集成灶	实用新型	ZL201620449280.9	帅丰电器	2016.10.12	原始取得
50	一种风道易于清洁的集成灶	实用新型	ZL201620450321.6	帅丰电器	2016.12.21	原始取得
51	一种智能集成灶具	实用新型	ZL201620494765.X	帅丰电器	2017.01.11	原始取得
52	一种用于集成灶的蒸箱	实用新型	ZL201620875710.3	帅丰电器	2017.06.20	原始取得
53	一种聚能炉架盘	实用新型	ZL201621494392.2	帅丰电器	2017.07.18	原始取得
54	一种带翻盖转动机构的洗碗机	实用新型	ZL201621389733.X	帅丰电器	2017.10.20	原始取得
55	水槽式洗碗机	实用新型	ZL201621390369.9	帅丰电器	2017.10.20	原始取得
56	一种简易式集成灶	实用新型	ZL201720819940.2	帅丰电器	2018.01.12	原始取得
57	一种大容量集成灶与橱柜的无缝安装结构	实用新型	ZL201621492428.3	帅丰电器	2018.02.27	原始取得
58	一种用于清洗的喷淋装置	实用新型	ZL201721268884.4	帅丰电器	2018.04.03	原始取得
59	一种螺旋叶轮	实用新型	ZL201721268885.9	帅丰电器	2018.04.03	原始取得
60	一种清洗槽	实用新型	ZL201721278380.0	帅丰电器	2018.04.06	原始取得
61	一种单槽嵌入式洗碗机	实用新型	ZL201720352359.4	帅丰电器	2018.04.13	原始取得
62	一种洗碗机用防堵塞的排水器	实用新型	ZL201720822802.X	帅丰电器	2018.07.06	原始取得
63	一种洗碗机用垃圾处理器	实用新型	ZL201721272155.0	帅丰电器	2018.07.06	原始取得
64	一种剩菜残羹粉碎机	实用新型	ZL201721665481.3	帅丰电器	2018.07.20	原始取得
65	一种清洗槽用导水板	实用新型	ZL201721395915.2	帅丰电器	2018.09.11	原始取得
66	一种带喷淋臂的防堵塞免清洗的洗碗机	实用新型	ZL201720822444.2	帅丰电器	2018.10.12	原始取得

序号	专利名称	专利类型	专利号	专利权人	公告日期	取得方式
67	一种带防堵塞免清洗排水器的洗碗机	实用新型	ZL201720822846.2	帅丰电器	2018.10.12	原始取得
68	一种残渣可直排的洗碗机	实用新型	ZL201720823029.9	帅丰电器	2018.10.12	原始取得
69	一种用于洗碗机的翻盖带头穿线结构	实用新型	ZL201721278256.4	帅丰电器	2018.12.18	原始取得
70	一种水龙头固定结构	实用新型	ZL201820993161.9	帅丰电器	2019.01.04	原始取得
71	一种具有冷凝作用的水、气通道构件	实用新型	ZL201820162258.5	帅丰电器	2019.03.15	原始取得
72	一种过滤用导水板	实用新型	ZL201721397009.6	帅丰电器	2019.03.19	原始取得
73	一种餐具清洗机的导水件	实用新型	ZL201721729631.2	帅丰电器	2019.03.26	原始取得
74	一种餐具清洗机	实用新型	ZL201721727054.3	帅丰电器	2019.03.29	原始取得
75	一种溢水构件	实用新型	ZL201721726556.4	帅丰电器	2019.03.29	原始取得
76	一种餐具清洗机的导水组件	实用新型	ZL201721726354.X	帅丰电器	2019.03.29	原始取得
77	橱柜脚快装结构	实用新型	ZL201820480001.4	帅丰电器	2019.04.02	原始取得
78	一种智能翻板控制结构	实用新型	ZL201721406401.2	帅丰电器	2019.04.09	原始取得
79	一种用于集成灶的灶面板	实用新型	ZL201821435587.9	帅丰电器	2019.04.26	原始取得
80	一种洗碗机用排水控制结构	实用新型	ZL201820717864.9	帅丰电器	2019.04.30	原始取得
81	一种用于燃烧器的喷嘴座	实用新型	ZL201821379549.6	帅丰电器	2019.05.07	原始取得
82	一种用于燃烧器的外环火盖	实用新型	ZL201821378334.2	帅丰电器	2019.05.07	原始取得
83	一种碗盘架	实用新型	ZL201821074780.4	帅丰电器	2019.05.24	原始取得
84	一种槽柜式洗碗机	实用新型	ZL201721726896.7	帅丰电器	2019.06.07	原始取得
85	一种具有水、气通道的构件	实用新型	ZL201721720590.0	帅丰电器	2019.06.07	原始取得
86	一种易于清洁的洗碗机	实用新型	ZL201721725894.6	帅丰电器	2019.06.07	原始取得
87	一种用于蒸烤箱的一体式内胆壳	实用新型	ZL201821622377.0	帅丰电器	2019.07.12	原始取得
88	一种多功能水槽	实用新型	ZL201621390303.X	帅丰电器	2019.07.12	原始取得
89	一种燃烧器	实用新型	ZL201821378335.7	帅丰电器	2019.07.26	原始取得
90	一种用于燃烧器的中心火盖	实用新型	ZL201821381023.1	帅丰电器	2019.07.30	原始取得
91	一种用于烟道的自动止回阀	实用新型	ZL201821622452.3	帅丰电器	2019.09.06	原始取得
92	一种具有测温功能的集成灶	实用新型	ZL201822255210.1	帅丰电器	2019.09.17	原始取得
93	一种带有坡度的集成灶台面	实用新型	ZL201822260434.1	帅丰电器	2019.10.01	原始取得
94	一种用于集成灶的火焰观察装置	实用新型	ZL201822260471.2	帅丰电器	2019.10.11	原始取得
95	一种带锅具感知和锅内温度检测功能的集成灶	实用新型	ZL201822260451.5	帅丰电器	2019.12.03	原始取得
96	一种带有称重装置的集成灶	实用新型	ZL201822260448.3	帅丰电器	2020.03.17	原始取得
97	一种用于集成灶的变温烹饪箱	实用新型	ZL201822262390.6	帅丰电器	2020.01.17	原始取得
98	型材（集成灶旋转筒乙）	外观设计	ZL201030669383.4	帅丰电器	2011.06.08	原始取得
99	型材（集成灶底座乙）	外观设计	ZL201030669448.5	帅丰电器	2011.06.08	原始取得
100	侧板（集成灶旋转筒）	外观设计	ZL201030676233.6	帅丰电器	2011.07.06	原始取得
101	集成灶（U100）	外观设计	ZL201030668953.8	帅丰电器	2011.07.06	原始取得
102	型材（集成灶旋转筒甲）	外观设计	ZL201030676257.1	帅丰电器	2011.07.06	原始取得
103	集成灶底座	外观设计	ZL201030676232.1	帅丰电器	2011.07.13	原始取得
104	集成灶（U100-2）	外观设计	ZL201030669843.3	帅丰电器	2011.07.13	原始取得
105	型材（集成灶底座甲）	外观设计	ZL201030669447.0	帅丰电器	2011.07.20	原始取得

序号	专利名称	专利类型	专利号	专利权人	公告日期	取得方式
106	集成灶的显示面板框	外观设计	ZL201030668979.2	帅丰电器	2011.08.03	原始取得
107	集成灶旋转筒	外观设计	ZL201030669883.8	帅丰电器	2011.08.24	原始取得
108	集成灶(UX8A)	外观设计	ZL201130063566.6	帅丰电器	2011.09.07	原始取得
109	导烟板底座	外观设计	ZL201130074811.3	帅丰电器	2011.09.07	原始取得
110	侧板(集成灶底座)	外观设计	ZL201030676234.0	帅丰电器	2011.09.07	原始取得
111	集成灶(带烤箱)	外观设计	ZL201230026018.0	帅丰电器	2012.06.27	原始取得
112	吸油烟机	外观设计	ZL201230051227.0	帅丰电器	2012.07.18	原始取得
113	油烟机	外观设计	ZL201230017569.0	帅丰电器	2012.07.18	原始取得
114	调高脚	外观设计	ZL201230017566.7	帅丰电器	2012.07.18	原始取得
115	集成灶(全自动液晶式)	外观设计	ZL201230100025.0	帅丰电器	2012.09.19	原始取得
116	集成灶(F35)	外观设计	ZL201230185085.7	帅丰电器	2012.09.19	原始取得
117	燃气灶	外观设计	ZL201230153348.6	帅丰电器	2012.10.10	原始取得
118	集成灶(F36)	外观设计	ZL201230454148.4	帅丰电器	2013.01.09	原始取得
119	水槽胆(F35-90A)	外观设计	ZL201230453950.1	帅丰电器	2013.01.23	原始取得
120	集成灶(翻盖)	外观设计	ZL201230533481.4	帅丰电器	2013.03.27	原始取得
121	台面板(天衣无缝)	外观设计	ZL201230533398.7	帅丰电器	2013.03.27	原始取得
122	集成灶(玻璃头)	外观设计	ZL201330004315.X	帅丰电器	2013.04.24	原始取得
123	锅架	外观设计	ZL201330138796.3	帅丰电器	2013.07.17	原始取得
124	吸油烟机(X315)	外观设计	ZL201330166011.3	帅丰电器	2013.10.02	原始取得
125	吸油烟机(X315方形)	外观设计	ZL201330165978.X	帅丰电器	2013.10.16	原始取得
126	集成灶盖板	外观设计	ZL201330393524.8	帅丰电器	2013.12.04	原始取得
127	机头(UF1)	外观设计	ZL201330608236.X	帅丰电器	2014.05.14	原始取得
128	机头(UF2)	外观设计	ZL201330607796.3	帅丰电器	2014.05.14	原始取得
129	灶面板(UF)	外观设计	ZL201330608361.0	帅丰电器	2014.05.21	原始取得
130	面板(1)	外观设计	ZL201430006231.4	帅丰电器	2014.06.11	原始取得
131	面板(2)	外观设计	ZL201430006267.2	帅丰电器	2014.06.18	原始取得
132	燃烧器底座	外观设计	ZL201430020718.8	帅丰电器	2014.06.25	原始取得
133	集成灶机身(UF)	外观设计	ZL201330608355.5	帅丰电器	2014.07.16	原始取得
134	水槽(80-7)	外观设计	ZL201430086008.5	帅丰电器	2014.07.30	原始取得
135	灶面板(UX8-3B)	外观设计	ZL201330607752.0	帅丰电器	2014.08.06	原始取得
136	机头(90T)	外观设计	ZL201430218652.3	帅丰电器	2014.11.05	原始取得
137	集成灶(FU2-3B-90T1)	外观设计	ZL201430218419.5	帅丰电器	2014.10.08	原始取得
138	集成灶机身(FU)	外观设计	ZL201430218783.1	帅丰电器	2014.10.08	原始取得
139	机头(90T1)	外观设计	ZL201430218708.5	帅丰电器	2014.11.12	原始取得
140	集成灶(FU2-3B-90T)	外观设计	ZL201430218693.2	帅丰电器	2014.11.19	原始取得
141	灶面板(玻璃)	外观设计	ZL201430218465.5	帅丰电器	2015.02.11	原始取得
142	炉架(聚能)	外观设计	ZL201530112149.4	帅丰电器	2015.09.02	原始取得
143	机头(方头拉深)	外观设计	ZL201530247328.9	帅丰电器	2015.11.04	原始取得
144	机头(圆头拉深)	外观设计	ZL201530247424.3	帅丰电器	2015.11.04	原始取得
145	集成灶机头(半圆头拉深)	外观设计	ZL201530247560.2	帅丰电器	2016.02.10	原始取得
146	机头(F18)	外观设计	ZL201530494109.0	帅丰电器	2016.04.20	原始取得
147	拉手(L1)	外观设计	ZL201530496407.3	帅丰电器	2016.04.20	原始取得

序号	专利名称	专利类型	专利号	专利权人	公告日期	取得方式
148	拉手 (L3)	外观设计	ZL201530496737.2	帅丰电器	2016.04.20	原始取得
149	拉手 (L2)	外观设计	ZL201530496778.1	帅丰电器	2016.04.27	原始取得
150	集成灶 (16.3.9-S-H60)	外观设计	ZL201630079317.9	帅丰电器	2016.07.27	原始取得
151	集成灶机头 (16.3.24-S2)	外观设计	ZL201630091824.4	帅丰电器	2016.08.10	原始取得
152	抽屉门拉手(L3)	外观设计	ZL201530496713.7	帅丰电器	2016.08.17	原始取得
153	集成灶机头(带智能显示屏型)	外观设计	ZL201630135299.1	帅丰电器	2016.10.12	原始取得
154	集成灶机头(带智能显示屏拉伸型)	外观设计	ZL201630135301.5	帅丰电器	2016.12.28	原始取得
155	集成灶机头(V6)	外观设计	ZL201630400838.X	帅丰电器	2017.01.04	原始取得
156	洗碗机 (集成式)	外观设计	ZL201630521326.9	帅丰电器	2017.02.15	原始取得
157	集成灶机头 (S8-7)	外观设计	ZL201630471836.X	帅丰电器	2017.02.15	原始取得
158	集成灶机头 (16.3.9-S-H60)	外观设计	ZL201630079315.X	帅丰电器	2017.02.15	原始取得
159	机头 (2016.12.28)	外观设计	ZL201630585639.0	帅丰电器	2017.03.08	原始取得
160	拉手 (LS-Q)	外观设计	ZL201630585640.3	帅丰电器	2017.03.29	原始取得
161	洗碗机 (水槽式)	外观设计	ZL201630521263.7	帅丰电器	2017.04.19	原始取得
162	集成灶机身 (80 蒸烤箱)	外观设计	ZL201630624964.3	帅丰电器	2017.04.26	原始取得
163	拉手 (2016-80-ls-00)	外观设计	ZL201630624494.0	帅丰电器	2017.05.03	原始取得
164	聚能盘	外观设计	ZL201630662709.8	帅丰电器	2017.05.31	原始取得
165	洗碗机 (单槽)	外观设计	ZL201730109864.1	帅丰电器	2017.08.15	原始取得
166	拉手 (蒸烤箱)	外观设计	ZL201730127700.1	帅丰电器	2017.09.01	原始取得
167	集成灶机头 (170527)	外观设计	ZL201730215228.7	帅丰电器	2017.11.07	原始取得
168	集成灶 (简易式)	外观设计	ZL201730297468.6	帅丰电器	2017.11.24	原始取得
169	集成灶机头 (简易式)	外观设计	ZL201730297467.1	帅丰电器	2017.12.01	原始取得
170	拉手 (170608)	外观设计	ZL201730231640.8	帅丰电器	2018.01.02	原始取得
171	洗碗机 (水槽式 SQ8)	外观设计	ZL201730635754.9	帅丰电器	2018.04.13	原始取得
172	洗碗机 (水槽式 SI8)	外观设计	ZL201730635369.4	帅丰电器	2018.04.13	原始取得
173	洗碗机 (槽柜)	外观设计	ZL201730635755.3	帅丰电器	2018.04.13	原始取得
174	盖板 (水槽式洗碗机)	外观设计	ZL201730635366.0	帅丰电器	2018.04.13	原始取得
175	导水板	外观设计	ZL201730517963.3	帅丰电器	2018.04.24	原始取得
176	洗碗机 (水槽式 SQ9)	外观设计	ZL201730635368.X	帅丰电器	2018.05.04	原始取得
177	机头 (7 形)	外观设计	ZL201730635750.0	帅丰电器	2018.05.22	原始取得
178	机头 (171122)	外观设计	ZL201730634936.4	帅丰电器	2018.05.25	原始取得
179	机头 (171211)	外观设计	ZL201730634895.9	帅丰电器	2018.05.25	原始取得
180	剩菜残羹粉碎机	外观设计	ZL201730610705.X	帅丰电器	2018.06.15	原始取得
181	过滤件	外观设计	ZL201730631975.9	帅丰电器	2018.06.19	原始取得
182	导水板	外观设计	ZL201730631973.X	帅丰电器	2018.07.20	原始取得
183	集成灶 (171122)	外观设计	ZL201730635751.5	帅丰电器	2018.07.31	原始取得
184	集成灶 (171211)	外观设计	ZL201730634894.4	帅丰电器	2018.09.14	原始取得
185	机头 (ds-jitzzt-12-25)	外观设计	ZL201730687511.X	帅丰电器	2018.10.12	原始取得
186	固定座	外观设计	ZL201830324475.5	帅丰电器	2018.11.06	原始取得
187	集成灶 (YM6)	外观设计	ZL201830363056.2	帅丰电器	2018.11.13	原始取得
188	碗盘架	外观设计	ZL201830363700.6	帅丰电器	2018.11.13	原始取得

序号	专利名称	专利类型	专利号	专利权人	公告日期	取得方式
189	机头 (S8)	外观设计	ZL201830363057.7	帅丰电器	2018.11.20	原始取得
190	机头 (YM6)	外观设计	ZL201830363058.1	帅丰电器	2018.11.20	原始取得
191	机头 (YR7)	外观设计	ZL201830363392.7	帅丰电器	2018.11.20	原始取得
192	燃烧器	外观设计	ZL201830474532.8	帅丰电器	2018.12.18	原始取得
193	集成灶 (YR7)	外观设计	ZL201830363703.X	帅丰电器	2019.01.01	原始取得
194	灶具旋钮	外观设计	ZL201830474933.3	帅丰电器	2019.01.01	原始取得
195	弓形拉手	外观设计	ZL201830556664.5	帅丰电器	2019.01.11	原始取得
196	灶面板 (YR 板材)	外观设计	ZL201830363702.5	帅丰电器	2019.02.19	原始取得
197	放置架	外观设计	ZL201830362980.9	帅丰电器	2019.03.19	原始取得
198	灶面板 (YR 玻璃)	外观设计	ZL201830363701.0	帅丰电器	2019.03.26	原始取得
199	集成灶机头 (半圆立柱)	外观设计	ZL201830674562.3	帅丰电器	2019.03.29	原始取得
200	集成灶机头 (网格)	外观设计	ZL201830674561.9	帅丰电器	2019.03.29	原始取得
201	自动止回阀	外观设计	ZL201830674563.8	帅丰电器	2019.03.29	原始取得
202	网板	外观设计	ZL201830774657.2	帅丰电器	2019.04.30	原始取得
203	旋钮开关	外观设计	ZL201830773940.3	帅丰电器	2019.06.04	原始取得
204	燃烧器	外观设计	ZL201930210107.2	帅丰电器	2019.08.23	原始取得
205	集成灶机头 (190325)	外观设计	ZL201930224742.6	帅丰电器	2019.08.23	原始取得
206	燃烧器底座	外观设计	ZL201930210090.0	帅丰电器	2019.08.23	原始取得
207	门板 (V3)	外观设计	ZL201930059470.9	帅丰电器	2019.11.08	原始取得
208	展示柜	外观设计	ZL201930356804.9	帅丰电器	2019.12.03	原始取得
209	集成灶机头 (190819)	外观设计	ZL201930455968.7	帅丰电器	2020.02.04	原始取得

(2) 受让取得专利情况

截至报告期末，发行人共有 1 项专利系受让取得，基本情况如下：

编号	项目	转让过程与背景	出让方基本情况/关联关系
1	专利号 ZL201520927094.7 的实用新型专利	<p>(1) 转让过程：2017 年 9 月 21 日，邵贤庆与帅丰有限签署《专利权转让协议书》，约定邵贤庆将其所持有的实用新型专利转让给帅丰有限；</p> <p>(2) 转让背景：邵贤庆原持有的该专利系属于职务发明，因此，本次专利转让为无偿转让。</p>	<p>(1) 出让方基本情况与关联关系：出让方邵贤庆为发行人实际控制人之一；</p> <p>(2) 转让结果：专利转让事项已完成，双方当事人对转让专利权利的过程、结果不存在纠纷或潜在纠纷。</p>

专利号 ZL201520927094.7 专利的出让方邵贤庆为发行人实际控制人之一。该专利转让事项系为了确保发行人与实际控制人的资产完全分离，产权关系清晰以及发行人技术、资产的独立性，且该专利系邵贤庆之职务发明，因此无偿转让给发行人。该专利非发行人核心技术保护性专利，对发行人生产经营影响程度有限，且该等专利在被实际控制人邵贤庆持有期间，并未影响发行人对相关专利和

技术的使用。截至招股意向书签署日，邵贤庆个人不再持有其他与发行人主营业务相关或因职务发明而形成的专利权利。

（三）发行人资产租赁情况

截至本招股意向书签署日，发行人及子公司共租赁三处房产，主要为子公司元美电器、帅丰科技直营店用于日常经营。具体租赁情况如下：

编号	出租方	承租方	租赁物业坐落	面积(m ²)	租赁用途	证载规划用途	产权证信息		房屋租赁备案登记
							权证号	产权人	
1	发行人	元美电器	嵊州市城东经济开发区经环北路99号(原纬一路28号)	30.00	办公	工业	浙(2018)嵊州市不动产权第0006678号	发行人	已办理
2	浙江研祥智能科技有限公司	帅丰科技	杭州市滨江区长河街道江虹路333号杭州研祥科技大厦A座11层1101单元	346.79	办公	非住宅	浙(2017)杭州市不动产权第0128940号	浙江研祥智能科技有限公司	已办理
3	杭州红星美凯龙世博家居有限公司	帅丰科技	杭州市西湖区古墩路701号杭州红星美凯龙世博家居生活广场四楼D8003-1	218.27	直营门店	非住宅	杭房权证西字第10300119号	杭州黄龙洞股份经济合作社	正在办理中

发行人子公司帅丰科技、元美电器所承租的房产，出租人均已提供合法有效的产权证明，其有权向发行人子公司出租房屋作为办公、门店及仓储使用，具体用途与相关产权证书登记的规划用途一致，并且发行人子公司已按照《商品房屋租赁管理办法》（中华人民共和国住房和城乡建设部令第6号）的相关规定办理房屋租赁备案登记。

六、发行人生产许可情况

（一）生产经营资质

发行人已按照国家相关法律法规要求，依法就其经营业务办理相关行业经营资质证书。发行人拥有的经营资质情况如下：

许可证书	许可范围	编号	有效期至	发证机关
全国工业产品生产许可证	产品名称：燃气灶	XK21-007-00353	2024.06.15	国家市场监督管理总局

许可证书	许可范围	编号	有效期至	发证机关
消毒产品生产企业卫生许可证	生产项目：消毒器械、 生产类别：食具消毒柜	浙卫消证字【2015】 第 0066 号	2023.10.19	浙江省卫生健康委员会
对外贸易经营者备案登记	-	02296604	-	-
中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	进出口货物收发货人	3306966542	长期	绍兴海关

（二）国家强制性产品认证

公司下列产品取得中国质量认证中心出具的中国国家强制性产品认证证书（3C 认证），具体如下：

序号	产品名称和系列、规格、型号	证书编号	制造商	有效期至
1	电磁灶（集成灶电磁灶部分）	2012010711521029	帅丰电器	2023.01.16
2	电磁灶（集成灶电磁灶部分）	2017010711936065	帅丰电器	2023.03.21
3	吸油烟机	2007010716252945	帅丰电器	2023.03.21
4	灶头（集成灶电陶炉部分）	2013010715651040	帅丰电器	2023.03.21
5	烤箱	2013010715652728	帅丰电器	2023.03.21
6	烤箱（集成灶烤箱部分）	2014010715669369	帅丰电器	2023.03.21
7	电蒸箱（集成灶电蒸箱部分）	2016010715913636	帅丰电器	2023.05.28
8	蒸烤一体机（集成灶蒸烤一体机部分）	2018010715139778	帅丰电器	2023.12.19
9	吸排油烟机用电动机	2018010401096207	帅丰电器	2023.07.15
10	蒸烤分体机（集成灶蒸烤分体机部分）	2020010715272949	帅丰电器	2025.01.19

（三）发行人拥有的特许经营权的情况

截至本招股意向书签署日，公司未拥有任何特许经营权。

七、发行人主要产品生产技术所处的阶段以及发行人研发、技术创新情况

（一）主要产品生产技术所处的阶段

1、公司主要产品技术

公司拥有多年集成灶产品的研发、生产经验，随着公司不断进行新产品、新技术的研发、革新和规模化生产，已研发并掌握了集成灶产品的核心和关键技术，产品技术水平达到行业内领先水平。

（1）燃烧器技术

公司燃烧器技术主要包括焱动力燃烧器及火炎三燃烧器。焱动力燃烧器是一款上进风燃烧器，可解决以下问题：①可解决燃烧所需的一次空气供应不足；②可避免燃烧产生的回火影响集成灶安全，如内部高温、明火等；③方便售后维修或气源置换。焱动力燃烧器采用5喷嘴结构，将火力均匀分布，有助于燃烧所需空气混合均匀，燃烧充分，提高火焰温度和热效率。

在焱动力燃烧器的基础上，公司自主研发火炎三燃烧器。火炎三燃烧器是一款完全上进风大气式燃烧器。完全上进风燃烧器，对集成灶结构而言，设计更合理，使用更安全，维护方便，燃烧充分。火炎三是燃气灶具产品标准允许的设计最大热负荷燃烧器，满足对猛火爆炒、猛火快煮的需求该燃烧器火力均匀，中心与外圈锅底沸腾同步。该燃烧器不但热负荷大，同时具有68%以上的高热效率，超过一级能效59%热效率。设计结构合理，制造工艺简单。

(2) 高效静音风道技术

斑彩螺风道系统是根据阿基米德螺线进行风道绘制，通过风量、出风面积、进风面积和流体运行等综合分析，使风道系统在运行过程中进出平衡、平稳，减少了扰流和不稳定的因素，同时在结构允许的范围内，将风道系统的高压风行程缩短，使整个系统运行效率更高，噪声更低。

(3) 可拆卸导烟板技术

可拆卸导烟板技术改变了集成灶负压腔体不能开放的观念，将处于灶面上方的排烟腔设计为易拆卸的结构，方便清洁烟腔内部，解决了集成灶烟腔清洁的难题。

(4) 聚能盘架

聚能盘架是锅架和聚能盘的组合，燃烧产生的热量不易散失，提升热量利用率；同时将燃烧所需的空气有效隔离。由于热空气膨胀，会影响燃烧所需空气量的供给，聚能盘可确保进入燃烧的空气不被加热，始终保证冷空气从聚能盘底部进入燃烧器进风口，保证燃烧所需空气量。具体特点为：①充分燃烧燃气，降低一氧化碳的排放；②使聚拢燃烧产生的热量不散失，提高热量利用率；③有效保护火焰燃烧状态，在集成灶工作状态下，火苗不受风的影响，燃烧更稳定。

2、主要生产技术所处阶段

公司拥有多年集成灶产品的研发、生产经验，随着公司不断进行新产品、新技术的研发、革新和规模化生产，已研发并掌握了集成灶产品的核心技术，主要包括燃烧器技术、高效静音风道技术、可拆卸导烟板技术、聚能盘架等，并均已对核心技术申请专利保护，技术水平处于行业内领先水平。公司主要核心技术情况如下：

技术	技术来源 取得时间	技术水平	重要 程度	专利保护情况			
				专利名称	专利号	申请日	专利状态
燃烧器技术	(1) 本核心技术由公司于 2015 年研发成功； (2) 本核心技术的形成及后续改进均为公司研发团队自主研发成果，核心研发人员包括邵贤庆、李波、祝剑江等。	公司产品能效指标优势的核心技术，产品高于 59% 的国家一级能效标准，达到行业领先水平。	批量生产	一种燃烧器	ZL201821378335.7	2018.08.24	已授权
				一种用于燃烧器的中心火盖	ZL201821381023.1	2018.08.24	已授权
				一种用于燃烧器的外环火盖	ZL201821378334.2	2018.08.24	已授权
				一种用于燃烧器的喷嘴座	ZL201821379549.6	2018.08.24	已授权
				燃烧器	ZL201830474532.8	2018.08.24	已授权
				一种带漏水孔的燃烧器	ZL201511033047.9	2015.12.31	已授权
				一种带漏水孔的燃烧器	ZL201521142048.2	2015.12.31	已授权
				燃烧器	ZL201930210107.2	2019.04.30	已授权
				燃烧器底座	ZL201930210090.0	2019.04.30	已授权
高效静音风道技术	(1) 本核心技术由公司于 2015 年研发成功； (2) 本核心技术的形成及后续改进均为公司研发团队自主研发成果，核心研发人员包括邵贤庆、李波、黄勇、茹永龙等。	油烟吸净率、噪声水平指标优势的核心技术，常态气味降低度、瞬时气味降低度、噪声水平均达到行业领先水平。	批量生产	一种带方形集风箱的集成灶负压箱结构	ZL201520824023.4	2015.10.23	已授权
				一种带有烟道防火电子检测功能的集成灶	ZL201520010197.7	2015.01.08	已授权
可拆卸导烟板技术	(1) 本核心技术由公司于 2011 年研发成功； (2) 本核心技术的形成及后续改进均为公司研发团队自主研发成果，核心研发人员包括邵贤庆	发明专利，有效解决了集成灶清洗、维护难题。	批量生产	一种集成灶的导烟板可拆卸结构	ZL201420136220.2	2014.03.25	已授权
				一种进风箱内置玻璃的集成灶	ZL201220223349.8	2012.05.17	已授权
				一种集成灶导烟板	ZL201120107431.X	2011.04.13	已授权

技术	技术来源 取得时间	技术水平	重要 程度	专利保护情况			
				专利名称	专利号	申请日	专利状态
	胡孝正、祝剑江、茹永龙等。			导烟板底座	ZL201130074811.3	2011.04.13	已授权
聚能 盘架	(1) 本核心技术由公司于 2015 年研发成功； (2) 本核心技术的形成及后续改进均为公司研发团队自主研发成果，核心研发人员包括邵贤庆、李波、祝剑江等。	公司产品能效指标优势的核 心技术，产品 高于 59% 的国 家一级能效标 准，达到行业 领先水平。	批 量 生 产	一种带聚能盘 的炉架	ZL201520252181.7	2015.04.23	已授权
				一种带聚能架 的炉架	ZL201520251279.0	2015.04.23	已授权
				炉架（聚能）	ZL201530112149.4	2015.04.23	已授权
				一种聚能炉架 盘	ZL201621494392.2	2016.12.31	已授权
				聚能盘	ZL201630662709.8	2016.12.31	已授权

（二）研究开发情况

1、公司拥有专业完善的研发中心

为了进一步提高公司的技术及研发水平，不断进行产品创新，确保公司的行业地位及持续快速发展，公司成立了专业的技术中心，设立了多项技术研发实验室，包含燃气试验室、可靠性试验室、电性能试验室、材料试验室、电磁兼容试验室、包装试验室、声学试验室、气质分析试验室、环境试验室等。公司实验室系集成灶行业内首个被中国合格评定国家认可委员会评定的“中国合格评定国家认可委员会认可实验室”。

2、报告期研发费用情况

公司的研发费用主要包括：研究开发人员的工资性支出、折旧费用和长期费用摊销、无形资产摊销及研发设备和实验材料的采购支出。报告期内，公司研发费用具体情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-3月	2019年	2018年度	2017年度
研发费用	268.69	2,816.57	2,361.22	2,342.01
营业收入	5,879.43	69,822.37	63,138.16	56,473.06
所占比例	4.57%	4.03%	3.74%	4.15%

3、正在研发项目情况

序号	项目名称	所处研发阶段	项目简介
----	------	--------	------

序号	项目名称	所处研发阶段	项目简介
1	微蒸一体集成灶	设计阶段	微波、蒸汽加热一体机
2	油烟净化杀菌集成灶	设计阶段	负离子杀菌、烟气净化
3	集成灶情感化设计研究及应用	设计阶段	以感性工学的研究方法，从集成灶的色彩、造型和材质三种主要的设计要素，建立与用户主观情感认知之间的映射关系，从而设计产品，满足用户主观的情感需求
4	智能集成灶	设计阶段	彩屏，燃气灶触摸控制，锅温监测，火力和风机智能联动；火力随智能菜谱程序化控制
5	集成水槽（消毒柜功能）	设计阶段	合理优化利用水槽下部空间
6	集成水槽（洗碗机功能）	设计阶段	合理优化利用水槽下部空间，设计洗碗机，以最大化利用空间
7	物联集成灶	设计阶段	增加人机交互互动性和娱乐性，App 工作控制，支持主动售后服务
8	智能辅助烹饪系统	设计阶段	根据火力、菜品的色泽变化，帮助掌控烹饪过程

4、对外技术合作情况

公司依托国内科研院所的技术力量、先进的分析测试技术手段、齐全的情报信息，进行产学研合作，开拓产品的应用领域，提高产品的应用水平，公司曾经或正在合作的单位如下：

合作情况	浙江工业大学	杭州飞思十工业设计有限公司	
合作时间	2018年5月1日至2021年4月30日止	2018年5月1日至2019年4月30日止	2019年6月15日至2020年6月14日止
研发内容	双方约定就产品创新研发战略规划、品牌研究与策划、产品开发和科研项目申报与人才项目合作等方面展开合作	双方约定就集成灶及周边产品辅助设计数据库研究、热效率优化及相关产品研发展开合作	双方约定就发行人新厂区环境设计、现有产品外观提升及新产品研发设计进行合作
权利义务	发行人根据自身需求下达项目开发计划，浙江工业大学接受发行人委托开展项目研发工作并提交研发成果	发行人负责提供基础参数、设计要求和相关产品样机，杭州飞思十接受发行人委托开展协议约定的项目研发工作并提交研发成果	发行人负责项目计划，并提供技术支持，杭州飞思十据此进行研究
成果归属	合作开发形成的专利及技术秘密等知识产权归属于发行人，浙江工业大学仅限于在教学科研活动中使用相关成果	杭州飞思十接受发行人委托设计所产生的开发设计成果、知识产权和其他相关所有权利均归属于发行人	合作开发的产品专利及产生的技术秘密均归属于发行人所有，未经发行人同意，杭州飞思十无权将开发设计成果转让给第三方
费用承担	由发行人承担	由发行人承担	由发行人承担

发行人与上述合作研发方的研究内容主要是基于发行人对市场、行业及未来产品的理论研究，涉及生产经营、产品工艺的研究主要是基于发行人在现有的技术和理论。该等合作研发项目主要集中在与主营业务的理论性、探索性和较为前沿性的项目课题，系为发行人未来的产品研发提供基础数据支持和积累经验。截至招股意向书签署日，上述主要合作研发项目尚处于技术层面的论证和产品开发测试，未形成批量化生产或产品应用，对报告期内发行人的生产经营未产生重大影响。

发行人已经建立了完整的研发体系，设置了独立的研发机构，成立了专业的技术中心，设立了技术研发实验室，拥有独立的研发团队，具备独立自主实施研发活动的条件，发行人所有对生产经营有重大影响的核心技术均来自于自主研发，不存在对其他方技术依赖的情形。

（三）发行人技术创新的保障

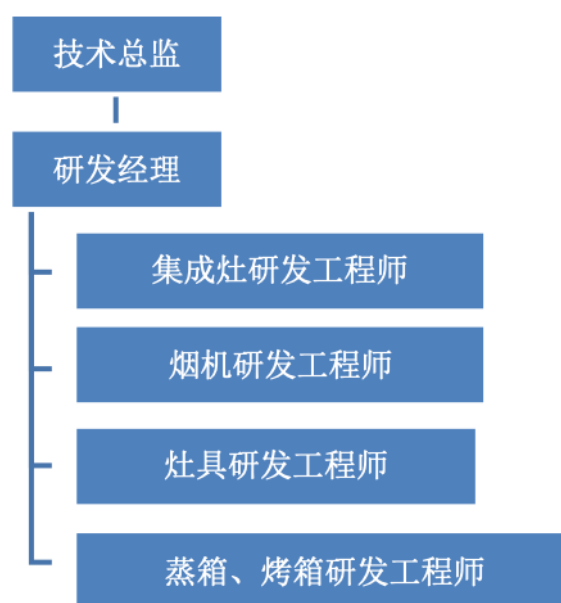
1、发行人的技术创新机制

公司始终坚持以自主研发为主的技术发展道路，不断完善技术创新各项制度，并建立了技术创新的组织领导体系，全面协调、加强公司的技术创新工作。

2、研发机构设置

发行人建立了完整的研发体系，研发机构的设置情况如下图所示：

研发部门组织架构图



3、发行人技术创新的保障措施

(1) 技术创新制度

公司先后制定了《研发管理制度》、《技术档案管理办法》、《知识产权管理办法》等制度，规定了公司与创新人员之间的权利与义务、科技成果的归属、相关人员的奖励措施等，调动了员工参与科技创新、技术与工艺改进工作的积极性。

(2) 人才的培养与研发费用的投入

公司制定了与发展战略及发展阶段相匹配的科技人才规划，有计划、有步骤地构建结构合理、分工优化的技术团队，为科技人才创造良好的工作环境，最大限度地释放科技人才的能量，不断激发科技人员的创新潜力。

报告期内，公司总计研发费用为 7,788.49 万元。随着规模的不断扩张，公司将持续加大研发费用的投入，保障新技术应用、新产品开发的顺利实施，提高公司整体技术水平和研发实力。

(3) 知识产权的保护

发行人重视知识产权和技术的保护，制定了《无形资产管理制度》、《知识产权管理办法》、《研究与开发管理制度》及《技术档案管理办法》等知识产权管理的内部控制制度，并设置了相关责任人的审批及记录、报备制度。通过相关制度的制定与人员岗位的设置，发行人在产品研发、技术运用、产品销售的生产经营过程中，执行了专利保护的规范化管理制度、健全的内部控制制度以及研发成果转化和知识产权的保护等相关措施。发行人于 2018 年 6 月通过知识产权管理体系认证，认证机构认为，发行人建立的知识产权管理体系已经有效实施、运行并持续改进，能够确保公司持续符合标准、体系文件和相关法律法规的要求。

①发行人加强对技术保密管理

发行人为确保日常经营中技术保密，与相关主体签署了与知识产权保护相关的协议，主要包括以下方面：

I、与员工签署《保密协议》，与相关核心岗位员工签署了《竞业禁止协议》，对发行人员工特别是技术人员在任职期间和离职后一定期限内的保密和竞业禁止作出约束；

II、与合作单位在进行技术研发合作时，也均已在技术研发合作协议中约定保密条款，并对知识产权归属作出明确约定，要求技术合作方履行相应的信息保密义务；

III、与经销商签署的经销协议中也专项设置了商标、商号许可和保密条款，对经销商在经销发行人产品中涉及的商标授权、知识产权归属与保密作出明确约定。

②相关专利的保护范围基本覆盖公司产品

截至 2020 年 3 月末，发行人已取得授权专利 209 项，该等专利的保护范围覆盖了发行人主营业务涉及的大部分产品，部分未覆盖产品的具体情况为：

I、发行人的部分产品会根据市场需求不时做出外观设计、功能等局部调整，该等产品可能因产品产量较小或专利申请与产品推出时间差问题，未能申请专利；

II、部分配套产品使用的技术属于行业通用技术及委外贴牌，不属于发行人直接生产，故未申请相关专利；

III、截至报告期末，发行人存在部分正在申请中但尚未获得授权专利，该等技术在于产品生产时也会导致阶段性未能取得专利。

综上，发行人已取得的专利的保护范围已涵盖公司的主要产品系列的大部分产品，由于发行人相关产品局部微调、委外贴牌和通用技术生产的产品、部分技术已经申请但尚未获批等原因，发行人尚有部分产品对应的技术未能够受专利保护。基于前述未能形成专利权利的具体原因，未取得的专利事项不会对发行人现有的生产经营产生重大不利影响。

八、发行人境外生产经营情况

截至本招股意向书签署日，除公司涉及部分产品的出口业务外，未在境外设立经营主体，未在境外开展生产经营，也未在境外拥有资产。

九、发行人的质量控制情况

（一）发行人执行的质量控制标准

序号	产品类别	标准编号	产品执行标准
1	集成灶	GB16410-2007	《家用燃气灶具》
		ZZB032-2015	《集成灶》
		IEC60335-2-31:2012	《家用和类似用途电器的安全吸油烟机及其他烹饪烟气抽吸装置的特殊要求》
		GB30720-2014	《家用燃气灶具能效限定值及能效等级》
2	燃气灶	GB16410-2007	《家用燃气灶具》
3	吸油烟机	GB4706.28-2008	《家用和类似用途电器的安全吸油烟机的特殊要求》
		GB/T17713-2011	《吸油烟机》
		GB29539-2013	《吸油烟机能效限定值及能效等级》
4	消毒柜	GB17988-2008	《食具消毒柜安全和卫生要求》
5	电蒸箱	GB4706.22-2008	《家用和类似用途电器的安全驻立式电灶、灶台、烤箱及类似用途电器的特殊要求》
6	电烤箱		
7	电磁灶	GB21456-2014	《家用电磁灶能效限定值及能效等级》

8	洗碗机	GB4706.25-2008	《家用和类似用途电器的安全洗碗机的特殊要求》
---	-----	----------------	------------------------

集成灶企业需执行的质量控制标准如下：

公司在产品生产过程中，严格遵守上述产品质量标准，并且建立了完善的、规范的质量管理体系。2016年12月20日，公司获得方圆标志认证集团有限公司颁发的《浙江制造认证证书》（证书号：CZJM2016P1002301R0M、CZJM2016P1002302R0M）；2018年4月27日，公司获得方圆标志认证集团有限公司颁发的GB/T19001-2016/ISO9001：2015质量管理体系认证证书（证书号：00217Q24556R0M）；公司产品获得中国质量认证中心颁发的《中国国家强制性产品认证证书》，产品符合强制性产品认证实施规则的要求。

（二）质量控制措施

公司建立了从研发、采购、生产全过程的严格质量控制措施，具体包括：

1、产品研发立项控制

公司技术中心研发的新产品，必须保证工艺的可行性、先进性、安全性和质量的稳定性。公司品管部按成品检验规范进行产品常规外观、功能、性能、安全测试；委托实验室按企业标准、地方标准、团体标准、国家标准、国际标准进行全性能测试，评估产品结构安全性，确认工艺安全成熟稳定，可进行首样和小试。在公司技术中心组织新产品认证与鉴定以及生产前培训后，方可进入产品批量生产。

2、原材料采购控制

采购部以质量、价格、物流、交付能力等作为筛选供应商的基本依据，根据公司的生产计划编制采购计划。对供应商的产品质量、售后服务、合同履行能力等情况进行跟踪监督，当供应商业绩达不到公司考核要求时，供应商的供货状态无法满足公司或客户要求时，可以取消其合格供应商资格。

3、生产全过程控制

生产车间根据《生产任务单》和《领料单》安排员工到仓库领料。若出现在生产开始及换线后对质量有影响、生产设备经过较大维修后等情况，生产车间均

须进行首件生产并交品管部确认检验，只有经检验合格后，生产车间才能安排批量生产并根据《作业指导书》进行生产。各生产车间需确保使用标识清晰的经检验合格的物资进行生产，生产过程中各工序员工需进行自检、互检，车间依《生产过程检验控制程序》进行巡回检验，若发现的不合格物资（包括配件、原料、半成品），按《不合格品控制程序》进行处理。品管部按《成品检验控制程序》进行检验，检验合格的成品，办理入库，检验不合格的成品依《不合格品控制程序》处理。

通过严格执行质量管理体系，使得公司的产品质量稳步提高，产品销量逐年上升。

（三）产品质量纠纷的情况

报告期内，公司始终遵循相关法律法规和生产标准进行生产，产品质量符合国家、行业有关质量技术标准。不存在因前述产品安全问题而受到监管部门、行业自律组织的处罚、处分。公司及子公司不存在依据《中华人民共和国民法通则》第一百二十二条、《中华人民共和国侵权责任法》第五章“产品责任”以及《中华人民共和国产品质量法》第四十一条等法律法规所规定的，因产品缺陷造成消费者或第三方重大人身或财产损失的产品安全问题或产品安全事故，并由此被消费者投诉、举报或起诉的情形；没有因违反有关产品质量和技术监督方面的法律法规或产品安全问题受到监管部门、行业自律组织处罚、处分的情况，也未发生过重大的产品质量纠纷，亦不存在关于发行人产品安全问题的负面报道。

第七节 同业竞争与关联交易

一、公司独立性情况

公司自设立以来，严格按照《公司法》和《公司章程》的有关规定规范运作，建立、健全了公司法人治理结构，在资产、人员、财务、机构、业务等方面均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，公司具有完整的业务体系及面向市场独立经营的能力。

（一）资产完整情况

公司是整体变更设立的股份公司，原帅丰有限的资产和人员全部进入股份公司，公司设立后，相关资产的权属变更登记手续均已办理完毕。公司拥有独立于控股股东、实际控制人的与主营业务相关的土地、厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或者使用权，具有独立的原材料采购和产品销售系统。

（二）人员独立情况

公司的董事、监事、高级管理人员的任职，均按照《公司法》及其他法律、法规、规范性文件、《公司章程》规定的程序进行。公司总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员没有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，没有在控股股东、控股股东或实际控制人控制的其他企业领薪；公司的财务人员没有在控股股东、控股股东或实际控制人控制的其他企业中兼职。公司建立了独立的人事档案、人事聘用和任免制度以及考核、奖惩制度，与公司员工签订了劳动合同，建立了独立的工资管理、福利与社会保障体系。

（三）财务独立情况

公司设有独立的财务会计部门，配备专职财务管理人员。公司根据现行会计制度及相关法规、条例，结合公司实际情况制定了《营运资金管理制度》、《内部审计制度》等内部财务会计管理制度，建立了独立、完整的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理

制度。公司独立在银行开户、独立办理纳税登记、依法独立纳税。截至本招股意向书签署日，公司不存在货币资金或其他资产被股东单位或其他关联方占用的情况，也不存在为股东及其下属单位、其他关联企业提供担保的情况。

（四）机构独立情况

公司拥有独立的经营办公场所、健全的内部经营管理机构，能够独立行使经营管理职权。不存在与关联企业混合经营、合署办公的情形。公司的机构设置均独立于控股股东、实际控制人控制的其他关联企业，不存在机构混同的情况，也未发生股东或其他关联企业干预公司机构设置和生产经营活动的情况。

（五）业务独立情况

公司的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。公司控股股东、实际控制人出具了避免同业竞争的承诺函，承诺不从事任何与公司构成同业竞争的业务。公司具有面向市场自主经营的能力，不存在其它需要依赖股东及其他关联方进行生产经营活动的情况。

保荐机构认为：本招股意向书对公司资产、人员、财务、机构、业务等方面独立性的表述真实、准确、完整。

二、公司同业竞争情况

（一）公司与控股股东、实际控制人、其关系密切的家庭成员及其控制的企业不存在同业竞争情况

截至招股意向书签署日，公司实际控制人邵于佶、商若云和邵贤庆分别持有公司控股股东帅丰投资 60.00%、20.00%和 20.00%的股权，帅丰投资的经营范围为：实业、高新技术产业项目的投资；企业管理策划及咨询。帅丰投资除持有帅丰电器 50.00%的股份外，未进行实际业务的经营，因此帅丰投资与公司不存在同业竞争的情形。

公司实际控制人中商若云为公司股东丰福投资执行事务合伙人且持有其 71.16%的份额。丰福投资系员工持股平台公司，除持有帅丰电器的股权外，未进

行实际业务的经营，因此丰福投资与公司不存在同业竞争的情形。

除帅丰投资和丰福投资之外，公司实际控制人及其关系密切的家庭成员无其他控制或施加重大影响的企业。

（二）实际控制人及控股股东做出的避免同业竞争的承诺

为避免同业竞争，公司控股股东帅丰投资、实际控制人商若云、邵贤庆、邵于佶均出具了《关于避免同业竞争的承诺函》：

“1、本人/本企业除直接或间接持有公司股份外，不存在通过投资关系或其他安排控制或重大影响任何其他与公司从事相同或相似业务的经济实体、机构和经济组织的情形。

“2、本人/本企业今后也不会通过投资关系或其他安排控制或重大影响任何其他与公司从事相同或相似业务的企业。

“3、如公司认定本人/本企业通过投资关系或其他安排控制或重大影响任何其他与公司从事相同或相似业务的经济实体、机构和经济组织与公司存在同业竞争，则在公司提出异议后，本人/本企业将及时转让或终止上述业务。如公司提出受让请求，则本人/本企业应无条件按经有证券从业资格的中介机构评估后的公允价格将上述业务和资产优先转让给公司。

“4、本人/本企业保证不利用股东地位谋求不当利益，不损害公司和其他股东的合法权益。

“上述承诺自出具日起具有法律效力，对本人/本企业具有法律约束力，如有违反并因此给公司造成损失，本人/本企业愿意承担法律责任。本承诺持续有效且不可变更或撤销，直至本人/本企业不再对公司有重大影响为止。”

三、关联方、关联关系和关联交易情况

（一）关联方与关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则》和《上市公司信息披露管理办法》等相关规定，本公司存在的关联方及其关联关系如下：

1、控股股东及实际控制人

公司控股股东为帅丰投资，帅丰投资直接持有公司 50% 的股权。

公司的实际控制人为商若云、邵贤庆、邵于佶，三人以直接或间接方式共同控制发行人本次发行前 9,600.00 万股股份，占发行人股份总数的 90.92%。

2、实际控制人控制的其他企业

序号	关联方名称	关联关系
1	帅丰投资	实际控制人控制的其他企业，持有帅丰电器股权比例为 50.00%
2	丰福投资	实际控制人控制的其他企业，持有帅丰电器股权比例为 8.85%

公司关联法人帅丰投资的具体情况参见“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人的控股股东、实际控制人及持有 5% 以上股份的主要股东情况”中“（一）公司控股股东”。

公司关联法人丰福投资的具体情况参见“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人的控股股东、实际控制人及持有 5% 以上股份的主要股东情况”中“（四）持有公司 5% 以上股份的非自然人股东”。

3、其他持股 5% 以上的股东

实际控制人之一邵于佶，直接持有帅丰电器股权比例为 23.87%。

4、公司的子公司

序号	关联方名称	关联关系
1	帅丰科技	全资子公司
2	元美电器	全资子公司

公司关联法人帅丰科技和元美电器的具体情况参见“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人控股子公司、参股公司或企业、分公司的简要情况”中“（一）全资子公司”。

5、其他关联方

序号	关联方名称	关联关系
1	嵊州市缔造亿百服装店	公司实际控制人之一、董事、高级管理人员邵贤庆女儿邵熿莉担任经营者的个体户
2	浙江天乐微电科技股份有限公司	公司董事、高级管理人员丁寒忠持股 10.00% 并担任董事的公司
3	绍兴凯利信息咨询合伙企业(有限合伙)	公司董事、高级管理人员丁寒忠出资 16.00% 并担任执行事务合伙人的企业
4	嵊州市甘霖镇冠丰模具加工场	公司董事、高级管理人员丁寒忠兄弟的配偶张慧担任经营者的个体户
5	上海炬卓玻璃钢制品有限公司	公司实际控制人之一、董事、高级管理人员邵贤庆哥哥的女儿邵炬亚控制的公司
6	嵊州市勤和包装有限公司	公司实际控制人之一、董事长商若云姐夫商祖良之嫂袁亚渔控制的公司

其他关联法人的基本情况如下所述：

(1) 嵊州市缔造亿百服装店

个体户名称	嵊州市缔造亿百服装店
住所	浙江省绍兴市嵊州市三江街道兴盛街 666 号新城吾悦广场 3F-3043
成立时间	2017 年 7 月 31 日
经营范围	批发、零售：服装、服饰、鞋帽、儿童用品。（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）

嵊州市缔造亿百服装店主要从事服装的批发、零售业务，报告期内发行人与嵊州市缔造亿百服装店未发生关联交易。

(2) 浙江天乐微电科技股份有限公司

公司名称	浙江天乐微电科技股份有限公司
住所	嵊州市天乐路 38 号
注册资本	3,000.00 万元
成立时间	2010 年 6 月 1 日
经营范围	微电子技术研究、开发；研发、生产、销售：LED 背光液晶模组、数字和模拟电视机；批发、零售：平板显示产品、LED 发光器件、塑料制品；货物进出口。

报告期内，发行人与浙江天乐微电科技股份有限公司未发生关联交易。

(3) 绍兴凯利信息咨询合伙企业（有限合伙）

公司名称	绍兴凯利信息咨询合伙企业（有限合伙）
住所	嵊州市天乐路 8 号 1 幢 313 室
成立时间	2012 年 12 月 14 日
经营范围	经济信息咨询（除金融、证券、期货）；企业管理咨询；市场营销策划。

报告期内，发行人与绍兴凯利信息咨询合伙企业（有限合伙）未发生关联交易。

（4）嵊州市甘霖镇冠丰模具加工场

公司名称	嵊州市甘霖镇冠丰模具加工场
住所	嵊州市甘霖镇西湖头村
成立时间	2003年6月17日
经营范围	生产、加工:电声模具（不含纸盆上浆）。（凡须凭许可证生产经营的，凭许可证生产经营。）

报告期内，发行人与嵊州市甘霖镇冠丰模具加工场未发生关联交易。

（5）上海炬卓玻璃钢制品有限公司

公司名称	上海炬卓玻璃钢制品有限公司
住所	上海市崇明区横沙乡富民支路58号8626室(上海横泰经济开发区)
注册资本	300.00万人民币
成立时间	2009年8月13日
经营范围	玻璃钢制品生产、加工，建筑材料、金属材料、五金交电、机械设备、通讯器材、化工原料（除危险化学品，监控化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品、易制毒化学品）、纺织品、文化用品、助动自行车销售，市政工程，绿化工程，木制品包装，钢结构建设工程专业施工。 【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

上海炬卓玻璃钢制品有限公司（以下简称“炬卓玻璃”）实际控制人为邵炬亚、袁忠良夫妇，邵炬亚为公司实际控制人之一邵贤庆之兄邵友良的女儿。炬卓玻璃原为公司的包装木条供应商，2018年5月之后公司已终止向炬卓玻璃的采购。

（6）嵊州市勤和包装有限公司

公司名称	嵊州市勤和包装有限公司
住所	浙江省绍兴市嵊州市甘霖镇上沙地村708号
注册资本	50.00万人民币
成立时间	2017年6月23日
经营范围	加工、销售：纸箱；包装装潢、其它印刷品印刷。（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）

嵊州市勤和包装有限公司（以下简称“勤和包装”）为公司的纸箱供应商，勤和包装的实际控制人袁亚渔系发行人实际控制人之一商若云的姐夫商祖良之嫂，袁亚渔持有勤和包装70%的股份。由于家族内部业务的传承，2018年1月，欣怡纸箱将其纸箱业务及相关资产转让予勤和包装后，勤和包装承接了原先欣怡

纸箱业务向发行人供应纸箱。

6、关联自然人

序号	关联方名称	关联关系
1	商若云	实际控制人之一、董事长
2	邵贤庆	实际控制人之一、董事、副总经理
3	邵于佶	实际控制人之一、持有公司5%以上股权的股东、董事、总经理
4	丁寒忠	董事、财务负责人、董事会秘书
5	俞毅	独立董事
6	厉国威	独立董事
7	冯震远	独立董事
8	李波	监事会主席
9	朱益峰	监事
10	徐锦	监事

此外，前述人员关系密切的家庭成员均为公司的关联自然人；前述关联自然人及其关系密切的家庭成员直接或间接控制的，或担任董事、高级管理人员的其他企业也均为公司的关联法人。

7、过往关联方

序号	关联方名称	关联关系	注销或转让情况
1	嵊州市新锐电机有限公司	原为公司实际控制人之一、董事、高级管理人员邵贤庆女儿邵燊莉控制的公司	邵燊莉已于2018年10月向第三方张琳转让其所持有的新锐电机全部股权
2	嵊州市欣怡纸箱有限公司	原为公司实际控制人之一、董事长商若云姐姐商若英、姐夫商祖良控制的公司	2018年1月，欣怡纸箱将其资产和业务转让予嵊州市勤和包装有限公司，欣怡纸箱于2019年5月28日办理完成工商注销登记手续
3	上海帅丰电器有限公司	原为公司实际控制人之一、董事、高级管理人员邵贤庆控制的公司	已于2018年1月30日办理完成工商注销登记手续
4	嵊州市苏力电器有限公司	原为公司实际控制人之一、董事、高级管理人员邵贤庆持股30%的公司	已于2017年8月21日办理完成工商注销登记手续

过往关联法人的基本情况如下所述：

(1) 嵊州市新锐电机有限公司

公司名称	嵊州市新锐电机有限公司
住所	浙江省嵊州市经济开发区加佳路9号2号厂房3楼

注册资本	100.00 万人民币
成立时间	2013 年 2 月 4 日
经营范围	生产、销售：电机、电机配件、小五金；货物进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

嵊州市新锐电机有限公司（以下简称“新锐电机”）原为公司实际控制人之一邵贤庆女儿邵燊莉控制的公司，邵燊莉已于 2018 年 10 月向第三方张琳转让其所持有的新锐电机全部股权。报告期内，公司曾向新锐电机采购电机用于集成灶的生产，2018 年 3 月之后，发行人不再向新锐电机进行采购，转而向与公司不存在关联关系的其他电机生产企业采购，如嵊州市强丰机电有限公司（2018 年和 2019 年前五大供应商）等。

（2）嵊州市欣怡纸箱有限公司

公司名称	嵊州市欣怡纸箱有限公司
住所	嵊州市甘霖镇上沙地村
注册资本	50.00 万元人民币
成立时间	2016 年 1 月 14 日
经营范围	加工、包装、销售：纸箱；包装装潢、其它印刷品印刷。

嵊州市欣怡纸箱有限公司（以下简称“欣怡纸箱”）原为发行人实际控制人之一商若云的姐姐商若英、姐夫商祖良控制的公司，持股比例分别为 70%、30%。2018 年 1 月，欣怡纸箱将其资产和业务转让予嵊州市勤和包装有限公司，勤和包装系公司实际控制人之一商若云姐夫商祖良之嫂袁亚渔控制的公司，袁亚渔持股 70%。转让之后勤和包装承接了原先欣怡纸箱业务向发行人的纸箱供应业务，欣怡纸箱不再从事纸箱业务。2019 年 5 月 28 日，欣怡纸箱办理完成工商注销登记手续。

（3）上海帅丰电器有限公司

公司名称	上海帅丰电器有限公司
住所	上海市松江区泗泾镇杜家浜路 89 号 9 幢-58
注册资本	50.00 万元人民币
成立时间	1999 年 4 月 8 日
经营范围	通风器、取暖器、暖风机，自产自销。脱排油烟机、换气扇、电风扇、脱水机，加工，煤气灶配件，消毒柜配件，空调配件，洗碗机配件加工。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

上海帅丰电器有限公司（以下简称“上海帅丰”）原为发行人实际控制人之一邵贤庆控制的公司，邵贤庆及其兄弟邵进良分别持股 60%、40%。上海帅丰自

成立以来未实际开展经营活动，报告期内未与发行人发生关联交易，且已于 2018 年 1 月 30 日办理完成工商注销登记手续。

(4) 嵊州市苏力电器有限公司

公司名称	嵊州市苏力电器有限公司
住所	嵊州市崇仁镇工业集聚区（亭山村）
注册资本	50.00 万元人民币
成立时间	2013 年 12 月 2 日
经营范围	生产、加工、销售：电器配件、油烟机、燃气灶、保洁柜。

嵊州市苏力电器有限公司（以下简称“苏力电器”）原为发行人实际控制人之一邵贤庆持股 30% 的公司。苏力电器已于 2017 年 8 月 21 日办理完成工商注销登记手续，报告期内苏力电器未与发行人发生关联交易。

上述过往关联方转让和注销的情况真实，注销程序合法合规，不存在因重大违法违规而注销或转让的情形。报告期内，上述关联方不存在为发行人承担成本或费用的情形，也不存在关联交易非关联化的情形。

(二) 关联交易

1、经常性关联交易

(1) 出售商品关联交易

报告期内，不存在发行人向关联方出售商品关联交易的事项。

(2) 采购商品关联交易

①交易情况

关联方	关联交易内容	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额 (万元)	占营业成 本比例 (%)	金额 (万 元)	占营业成 本比例 (%)	金额 (万元)	占营业成 本比例 (%)	金额 (万元)	占营业成 本比例 (%)
新锐电机	电机	-	-	-	-	92.61	0.30	1,214.44	4.18
欣怡纸箱	纸箱	-	-	-	-	14.77	0.05	551.94	1.90
勤和包装	纸箱	15.77	0.50	192.54	0.54	440.24	1.42	-	-
炬卓玻璃	包装木条	-	-	-	-	70.11	0.23	479.82	1.65
合计		15.77	0.50	192.54	0.54	617.73	2.00	2,246.2	7.73

报告期各期关联采购占当期营业成本的比例较低，不存在对上述关联方构成

重大依赖的情况。

报告期内，发行人对关联交易进行了有效控制，向关联方采购金额占当期营业成本的比例从 2017 年 7.73% 下降至 2020 年一季度 0.50%。报告期内，发行人向关联方采购内容主要为电机、纸箱与包装木条。

2018 年 3 月之后，发行人不再向新锐电机进行采购。2018 年 5 月之后，公司已不再向炬卓玻璃采购包装木条。2018 年 1 月，欣怡纸箱将其资产和业务转让予勤和包装之后，勤和包装承接了原先欣怡纸箱向发行人的纸箱供应业务，公司不再向欣怡纸箱采购纸箱；同时由于公司逐渐增加了对其他非关联供应商的纸箱采购，公司向勤和包装的采购金额也在逐渐减少。

2019 年之后，除部分纸箱产品仍向勤和包装采购外，未再发生其他关联采购交易。2019 年和 2020 年 1-3 月，公司向勤和包装采购纸箱产品的金额分别为 192.54 万元和 15.77 万元，占当期营业成本的比重分别为 0.54% 和 0.50%。

②关联交易的必要性、合理性和价格公允性

A、电机采购

发行人生产集成灶产品所使用的电机规格、型号较多，产品质量要求较高。新锐电机具有为燃气灶具大型或知名企业配套生产电机的经验，产品质量可靠，且具备良好的供货能力。因此，公司向新锐电机采购电机产品具有必要性和合理性。

目前，公司的集成灶主电机供应商主要包括嵊州市强丰机电有限公司（以下简称“强丰机电”）和浙江特汇电机有限公司（以下简称“特汇电机”），公司与现有的集成灶主电机供应商不存在关联关系。2019 年未发生电机采购的关联交易，2017 年至 2018 年，发行人向新锐电机、强丰机电和特汇电机采购电机的平均价格如下表所示：

单位：元/个

供应商	2018年	2017年
嵊州市新锐电机有限公司	75.68	75.07
嵊州市强丰机电有限公司	76.16	-
浙江特汇电机有限公司	72.28	-

2018年，发行人向新锐电机采购的电机价格，与强丰机电和特汇电机相比不存在重大差异。上述价格由上述供应商根据市场行情向发行人报价，交易价格具有公允性。

B、纸箱采购

公司向供应商采购纸箱时，纸箱供应商需要根据客户的纸箱规格和表面图案设计印版，才能向公司生产供应纸箱产品。公司的产品型号较多，订单较为零散，设计印版的成本较高，纸箱供应商承接公司纸箱订单的积极性较低。欣怡纸箱拥有公司各类产品型号的纸箱印版，且订单响应速度快，交货稳定且交货期短。勤和包装受让了欣怡纸箱的资产后，继续向公司供应纸箱产品。公司向欣怡纸箱和勤和包装采购纸箱产品具有必要性和合理性。

目前，发行人的纸箱供应商主要包括嵊州市勤和包装有限公司、浙江大胜达包装股份有限公司（以下简称“大胜达包装”）、浙江晟达包装有限公司（以下简称“晟达包装”）和嵊州市申红包装有限公司（以下简称“申红包装”）。报告期内各期，发行人向各纸箱供应商采购的平均价格如下表所示：

单位：元/平方米

供应商	2020年1-3月	2019年	2018年	2017年
嵊州市欣怡纸箱有限公司	-	-	10.15	9.49
嵊州市勤和包装有限公司	8.45	9.27	9.50	-
浙江大胜达包装股份有限公司	-	11.09	11.21	10.76
浙江晟达包装有限公司	8.44	8.77	9.88	-
嵊州市申红包装有限公司	8.33	9.05	-	-

注：2018年发行人仅在1月份向欣怡纸箱采购少量纸箱，采购金额约14.77万元，由于该批纸箱大多为高规格纸箱，因此平均单价相对较高；2018年1月后公司停止向欣怡纸箱进行采购。

报告期内，发行人向欣怡纸箱、勤和包装采购的纸箱价格，与晟达包装、申红包装相比不存在重大差异，大胜达包装的纸箱价格高于其他供应商的价格，系因为大胜达包装的纸箱产品采用美国进口原生纸，成本较高，纸箱的品质较好，主要用于高端集成灶产品的包装。上述价格由上述供应商根据市场行情向发行人报价，交易价格具有公允性。

C、包装木条采购

发行人的集成灶产品质量重、体积大，长途运输对产品包装质量要求较高。炬卓玻璃主要从事玻璃钢制品和木制品的生产、销售，产品质量较好。炬卓玻璃供应的包装木条符合发行人对产品包装质量的要求，公司向其采购包装木条具有必要性和合理性。

目前，公司的包装木条供应商为嵊州市梟友喷塑有限公司（以下简称“梟友喷塑”），梟友喷塑与公司不存在关联关系。2019年未发生包装木条采购的关联交易，2017年至2018年，发行人向炬卓玻璃和梟友喷塑采购包装木条的平均价格如下表所示：

单位：元/立方米

供应商	2018年	2017年
上海炬卓玻璃钢制品有限公司	1,802.79	1,780.65
嵊州市梟友喷塑有限公司	1,744.41	-

报告期内，发行人向炬卓玻璃采购的包装木条价格，与梟友喷塑相比不存在重大差异。上述价格由上述供应商根据市场行情向发行人报价，发行人接受报价后达成的，交易价格具有公允性。

2、偶发性关联交易

（1）资金拆借

单位：万元

年度	关联方名称	金额	起始日	到期日	资金性质
2017年度	商若云	702.52	2017/03/31	2017/05/31	资金拆出

报告期内，发行人2017年向实际控制人商若云拆出1笔资金，金额702.52万元，2018年之后，发行人未再发生关联方资金拆借的情况。截至报告期末，发行人与关联方之间的资金拆借已经全部结清。

2017年，商若云临时向公司拆借资金702.52万元，公司参照同期银行贷款基准利率向商若云收取利息，商若云为此向公司支付利息5.52万元。

（2）房屋租赁

报告期内，发行人曾向新锐电机出租房屋（租赁期间为2016年1月至2017年6月）。根据租赁合同，2017年1-6月新锐电机向发行人支付的租金3.92万

元。房屋租金参照当地市场价格进行确定，定价公允。

(3) 关联担保

单位：万元

担保人	债权人	债务人	起止时间	担保金额
商若云、邵贤庆、邵于佶	中国建设银行嵊州支行	公司	2016.9.21-2017.1.16	500.00

2016年，发行人与中国建设银行嵊州支行签订了金额为500.00万元的贷款合同，合同期间为2016年9月21日至2017年9月20日，实际控制人商若云、邵贤庆和邵于佶为公司就该合同提供了担保。公司已于2017年1月16日提前偿还了该合同下的全部借款。

(4) 专利转让

2017年9月21日，邵贤庆与发行人签署《专利权转让协议书》，约定邵贤庆将其所持有的专利号为“ZL201520927094.7”、专利名称为“一种齿轮升降的吸油烟装置”的实用新型专利无偿转让给公司。

邵贤庆为公司实际控制人之一，并负责公司的技术研发工作。上述专利系以邵贤庆为代表的公司技术研发团队在工作期间利用公司资源形成的技术成果，属于职务发明，所有权应归属发行人。鉴于上述事实，邵贤庆将该实用新型专利无偿转让给公司。

(5) 股东捐赠

2017年，发行人实际控制人商若云在结清与发行人的往来款项时，多支付了人民币9.83万元给发行人。该部分金额，实际控制人商若云将其作为对发行人的捐赠，不再要求公司偿还，公司将其作为股东的资本性投入，将相应的金额计入资本公积。

(6) 以前年度借款利息费用

2017年，公司就以前年度的借款与新锐电机、商祖良（实际控制人商若云的姐姐的配偶）分别约定并支付了利息费用36.45万元、22.21万元。利率参照同期银行贷款基准利率的情况确定，具有公允性。

(7) 其他往来

新锐电机 2017 年向发行人租赁房屋期间，其发生的电费，发行人为其进行了代付，金额为 3.42 万元。

3、应收应付关联方款项余额

单位：万元

项目	关联方	2020 年 3 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
应付款项					
应付票据及应付账款	新锐电机	-	-	-	753.36
应付票据及应付账款	欣怡纸箱	-	-	-	221.57
应付票据及应付账款	炬卓玻璃	-	-	-	223.99
应付票据及应付账款	勤和包装	38.65	63.13	102.97	-
其他应付款	勤和包装	5.00	5.00	-	-
其他应付款	邵于佶	-	-	-	3,639.61
其他应付款	商若云	-	-	-	202.20
其他应付款	邵贤庆	-	-	-	202.20
其他应付款	丰福投资	-	-	-	338.67
合计		43.65	68.13	102.97	5,581.60

注：邵庆良为公司实际控制人邵贤庆的哥哥。

报告期各期末发行人对新锐电机、欣怡纸箱、炬卓玻璃和勤和包装的应付款项，系向上述供应商的采购货款；2017年末发行人对邵于佶、商若云和邵贤庆及丰福投资的其他应付款，系已通过股东大会决议尚未支付的股利分红款。报告期末，不存在关联方资金占用的情况；2019年末和2020年1-3月发行人对勤和包装的5万元其他应付款，系勤和包装按照采购合同约定支付给帅丰电器的质量保证金。

4、关联交易对发行人的独立性的影响

报告期各期关联采购占当期营业成本的比例较低，不存在对上述关联方构成重大依赖的情况。发行人对关联交易进行了有效控制，2018年关联采购的金额及占营业成本的比例显著下降。2019年之后，除部分纸箱产品仍向勤和包装采购外，未再发生其他关联采购交易。2019年和2020年1-3月，公司向勤和包装采购纸箱产品的金额分别为192.54万元和15.77万元，占当期营业成本的比重分别为0.54%和0.05%。

为确保关联采购价格的公允性，公司采购部在采购前严格执行比价程序，即向市场上第三方和关联方同时询价，对报价单位的产品品质和价格等进行综合评估对比，以选择合适的供应商。报告期内发生的关联交易价格公允合理，不存在对发行人产生重大不利影响的情况。

对于偶发性关联交易，报告期内，发行人与实际控制人发生的关联担保，系实际控制人无偿为发行人银行借款提供担保；专利转让系邵贤庆原持有的该专利系属于职务发明，因此，本次专利转让为无偿转让；发行人与关联方的资金往来以及其他偶发性关联交易也已经得到有效清理和规范，未损害发行人利益。

综上所述，报告期内发生的关联交易不会对发行人的独立性产生影响，也不会对发行人及本次发行产生重大不利影响。

（三）公司关于关联交易的规定

1、《公司章程》中的相关规定

《公司章程》第四十三条规定：公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：……（五）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保。

《公司章程》第七十九条规定：股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。

关联股东在股东大会表决时，应当自动回避并放弃表决权。会议主持人应当要求关联股东回避。无须回避的任何股东均有权要求关联股东回避。

被提出回避的股东或其他股东如对关联交易事项的定性及由此带来的在会议上披露利益并回避、放弃表决权有异议的，可申请无须回避由董事召开临时董事会会议作出决定，该决定为终局决定。

如有特殊情况关联股东无法回避时，可以按照正常程序进行表决，并在股东大会决议中作出详细说明。

《公司章程》第一百一十八条规定：董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。

该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。

2、《关联交易管理办法》中的有关规定

公司制定了《关联交易管理办法》，对公司关联交易的决策、表决制度作出了规范。

(1) 关联交易的决策权限

《关联交易管理办法》第十七条规定：公司与关联自然人发生的金额在 30 万元以上的关联交易由董事会批准。

《关联交易管理办法》第十八条规定：公司与关联法人发生的金额在 300 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5% 以上的关联交易由董事会批准。

《关联交易管理办法》第十九条规定：公司与关联法人发生的金额在 3,000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5% 以上的关联交易，或与关联自然人的交易金额在 300 万元以上的关联交易，由公司股东大会批准。

《关联交易管理办法》第二十二条规定：非由董事会或股东大会批准范围内的关联交易事项由总经理批准。

《关联交易管理办法》第二十九条规定：公司为关联方提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。公司为持有本公司 5% 以下股份的股东提供担保的，参照前款的规定执行，有关股东应当在股东大会上回避表决。

(2) 关联交易回避表决制度

《关联交易管理办法》第十四条规定：公司与关联方签署涉及关联交易的合同、协议或作出其他安排时，应当采取必要的回避措施：

- 1) 任何个人只能代表一方签署协议；

2) 关联方不得以任何方式干预公司的决定；

3) 董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决，也不得代理其他董事行使表决权。关联董事包括下列董事或者具有下列情形之一的董事：①交易对方；②在交易对方任职，或在能直接或间接控制该交易对方的法人单位或者该交易对方能直接或间接控制的法人单位任职的；③拥有交易对方的直接或间接控制权的；④交易对方或者其直接或间接控制人的关系密切的家庭成员；⑤交易对方或者其直接或间接控制人的董事、监事和高级管理人员的关系密切的家庭成员；⑥中国证监会、证券交易所或公司认定的因其他原因使其独立的商业判断可能受到影响的人士。

4) 股东大会审议关联交易事项时，具有下列情形之一的股东应当回避表决：①交易对方；②拥有交易对方直接或间接控制权的；③被交易对方直接或间接控制的；④与交易对方受同一法人或自然人直接或间接控制的；⑤在交易对方任职，或者在能直接或者间接控制该交易对方的法人单位或者该交易对方直接或者间接控制的法人单位任职的（适用于股东为自然人的）；⑥因与交易对方或者其关联方存在尚未履行完毕的股权转让协议或者其他协议而使其表决权受到限制或影响的；⑦中国证监会或证券交易所认定的可能造成公司对其利益倾斜的法人或自然人。

《关联交易管理办法》第十六条规定：股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有表决权股份总数；股东大会决议公告应当充分披露非关联股东的表决情况。

关联股东明确表示回避的，由出席股东大会的其他股东对有关关联交易事项进行审议表决，表决结果与股东大会通过的其他决议具有同样法律效力。

因关联股东回避表决导致关联交易事项无股东表决的，则关联股东豁免上述回避程序，按正常表决程序进行表决。该等情况下的关联交易议案应经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。

(3) 确保关联交易价格公允性的内控制度

为确保关联采购价格的公允性，公司采购部在采购前严格执行比价程序，即

向市场上第三方和关联方同时询价，对报价单位的产品品质和价格等进行综合评估对比，以选择合适的供应商，保证最终采购价格的合理公允。

报告期内，依据前述关联交易管理相关制度，发行人董事会、股东大会和监事会及独立董事就报告期内的关联交易履行了相应的决策程序。公司严格执行关联交易相关的内控制度，内部控制制度健全有效，关联交易的情况得到有效控制，能够有效避免关联方交易价格不公允的情况发生。

(4) 关联方资金拆借的内部控制措施和执行情况

公司已经根据有关法律法规建立健全治理结构，并在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作细则》、《对外担保制度》、《对外投资管理制度》和《关联交易管理办法》等制度中对关联交易作出了严格规定，包括关联交易的回避表决制度、决策权限、决策程序等内容，以确保关联交易的公允、合理。

《公司章程》规定：控股股东应严格依法行使出资人的权利，控股股东不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司和社会公众股股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和社会公众股股东的利益。《关联交易管理办法》规定：公司应采取有效措施防止股东及其关联方以各种形式占用或转移公司的资金、资产及其他资源。公司不得直接或者通过子公司向董事、监事、高级管理人员提供借款。

此外，公司专门针对关联方资金占用的管理制定了《防止大股东及关联方占用公司资金管理制度》，对防范关联方资金占用的原则、措施和责任追究等方面作出了明确规定。《防止大股东及关联方占用公司资金管理制度》第十三条规定：“公司大股东、控股股东或实际控制人及关联方对公司产生资金占用行为，经公司1/2以上独立董事提议，并经公司董事会审议批准后，可立即申请对大股东所持股份进行司法冻结，具体偿还方式根据实际情况执行。在董事会对相关事宜进行审议时，关联董事需对表决进行回避。董事会未行使上述职责时，1/2以上独立董事、监事会、单独或合并持有公司有表决权股份总数10%以上的股东，有权向证券监管部门报告，并根据公司章程规定提请召开临时股东大会，对相关事项

作出决议。在该临时股东大会就相关事项进行审议时，公司大股东应依法回避表决，其持有的表决权股份总数不计入该次股东大会有效表决权股份总数之内。”

除上述相关议事规则和管理制度外，发行人还就资金管理专项制定了《营运资金管理制度》、《财务报销及款项支付管理制度》、《筹资管理制度》，并依据前述制度，设置了资金管理的岗位并配备了专项人员，对资金使用设定了授权批准的权限、程序、责任以及相关控制措施。

公司报告期内发生的资金拆借行为已依据上述制度规定履行了相应的审批、决策程序，独立董事与监事会就资金占用问题发表了独立意见，确认该等资金占用对公司正常生产经营和独立运作没有造成实质性影响。报告期内，发行人与关联方之间的非经营性资金往来已于 2017 年 6 月 30 日前清理完毕，公司关于非经营性资金使用行为的内部控制措施完善，且得到有效执行。

（四）独立董事对报告期内关联交易的独立意见

公司独立董事对报告期内关联交易发表独立意见如下：发行人（帅丰有限）近三年及一期的关联交易均为公司日常经营所需，交易价格依据市场原则确定，定价合理公允；发行人（帅丰有限）与关联方的资金往来为临时资金周转所需，相关借款已参照银行同期贷款利率支付利息，并于 2017 年 6 月底清理完毕。因此，公司近三年的关联交易不存在明显损害公司及公司股东利益的情形，也不存在通过关联交易操纵利润的情形，不会对公司独立性产生影响，同意将该等交易提交股东大会进行确认。

（五）减少关联交易的措施

公司控股股东帅丰投资，实际控制人商若云、邵贤庆、邵于喆，公开发行前持股 5% 以上其他股东丰福投资承诺：

“1、除发行人首次公开发行申报的经审计财务报告披露的关联交易以外，本人/本企业、本人关系密切的家庭成员以及所控制的其他企业与发行人之间现时不存在其他任何依照法律法规和中国证监会有关规定应披露而未披露的关联交易。

“2、本人/本企业将尽量避免本人/本企业、本人关系密切的家庭成员以及所

控制的其他企业与发行人发生关联交易事项,对于不可避免发生的关联业务往来或交易将在平等、自愿的基础上,按照公平、公允原则进行,交易价格将按照市场公认的合理价格确定。

“3、本人/本企业及关联方将严格遵守发行人《公司章程》等规范性文件中关于关联交易事项的回避规定,所涉及的关联交易均将按照规定的决策程序进行,并将履行合法程序,及时对关联交易事项进行信息披露。本人/本企业承诺不会利用关联交易转移、输送利润,不会通过对发行人行使不正当股东权利损害发行人及其他股东的合法权益。

“4、如违反上述承诺给发行人造成损失的,本人/本企业承担全额赔偿责任。

“5、本承诺函在本人/本企业作为发行人控股股东、实际控制人或持股 5% 以上股东期间内持续有效,并不可撤销。”

第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员

一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员情况

(一) 董事会成员

根据《公司章程》，发行人董事会由 7 名董事组成。截至本招股意向书签署日，本公司共有董事 7 名，其中独立董事 3 名，均由股东大会选举产生，基本情况如下：

序号	姓名	性别	董事会任职	任期
1	商若云	女	董事长	2017 年 12 月至 2020 年 12 月
2	邵于佶	女	董事	2017 年 12 月至 2020 年 12 月
3	邵贤庆	男	董事	2017 年 12 月至 2020 年 12 月
4	丁寒忠	男	董事	2019 年 3 月至 2020 年 12 月
5	俞毅	男	独立董事	2017 年 12 月至 2020 年 12 月
6	厉国威	男	独立董事	2017 年 12 月至 2020 年 12 月
7	冯震远	男	独立董事	2017 年 12 月至 2020 年 12 月

商若云：女，1969 年生，中国国籍，无境外永久居留权，上海交通大学研修学历，高级经济师。1998 年 12 月至 2014 年 9 月，担任公司执行董事兼总经理；2014 年 9 月至 2017 年 12 月担任公司执行董事；2017 年 12 月至今担任公司董事长。同时商若云女士 2015 年任嵊州市妇联副主席、2016 年任绍兴市科技创新促进会副会长、2017 年当选为嵊州市人大代表、2018 年当选为“嵊州市女企业家（女领导）联谊会”第六届理事会会长，曾获“新浪家居 2016 年家居业榜样人物”、“2017 年全国巾帼建功标兵”等荣誉。

邵于佶：女，1990 年生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2014 年 9 月至 2017 年 12 月担任公司总经理；2017 年 12 月至今担任公司董事兼总经理。

邵贤庆：男，1962 年生，中国国籍，无境外永久居留权，初中学历，设计工程师，系公司多项专利发明人。1998 年 12 月至 2017 年 12 月担任公司监事；2017 年 12 月至今担任公司董事兼副总经理。

丁寒忠：男，1964 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。1994 年 5 月至 2006 年 12 月担任浙江天乐集团有限公司财务总监，2007 年 1 月至 2009 年 8 月担任宁波市北仑协成燃料有限公司财务总监，2009 年 9 月至 2010 年 5 月浙江康牧药业有限公司财务总监，2010 年 6 月至 2017 年 8 月担任浙江天乐微电科技股份有限公司财务总监。2017 年 12 月至今担任公司财务负责人兼董事会秘书，2019 年 3 月被选聘为公司第一届董事会董事。

俞毅：男，1965 年生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历。现担任浙江工商大学经济学院教授，国际贸易研究所所长，浙江省中青年学科带头人，浙江省 151 人才培养对象，浙江省国际贸易学会副会长，浙江省产业转型升级基金决策咨询委员会特聘专家；2017 年 12 月至今担任公司独立董事。

厉国威：男，1969 年生，中国国籍，无境外永久居留权，博士学历。曾任职于山东省枣庄市财政局培训中心；现担任浙江财经大学会计学院副院长，中国资产评估协会理事，中国会计学会高级会员，浙江省审计学会理事，美国 Toledo 大学访问学者；2017 年 12 月至今担任公司独立董事。

冯震远：男，1965 年生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历，一级律师。现任浙江百家律师事务所合伙人、主任，中华全国律师协会理事，嘉兴市党代表、人大代表，浙江省高级人才专家库入选人员；2017 年 12 月至今担任公司独立董事。

（二）监事会成员

根据《公司章程》，发行人监事会由 3 名监事组成。截至本招股意向书签署日，本公司共有监事 3 名，其中职工代表监事 1 名。2 名股东代表监事由股东大会选举产生，1 名职工代表监事由职工代表大会选举产生，基本情况如下：

序号	姓名	性别	监事会任职	任期
1	李波	男	监事会主席	2017 年 12 月至 2020 年 12 月
2	朱益峰	男	监事	2017 年 12 月至 2020 年 12 月
3	徐锦	女	职工代表监事	2017 年 12 月至 2020 年 12 月

李波：男，1976 年生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，高级工程师。曾任职于成都工程检测研究所、深圳市火王燃具公司、广东好伙伴燃具电

器有限公司和浙江普田电器有限公司；2015年9月至今担任帅丰电器实验室主任；现任 SAC/TC174/SC1 全国五金制品标准化技术委员会日用五金分技术委员会委员，ZJQS/TC46 浙江省厨具标准化技术委员会委员。2017年12月至今担任公司监事会主席。

朱益峰：男，1981年生，中国国籍，无境外永久居留权，高中学历。2005年至2008年担任海盐法狮龙建材科技有限公司区域经理；2008年至2013年担任嘉兴法瑞新能源科技有限公司总经理；2013年至今担任公司营销总监；2017年12月至今担任公司监事。

徐锦：女，1988年生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2010年加入公司；2017年12月至今担任公司职工代表监事。

（三）高级管理人员

截至本招股意向书签署日，本公司共有高级管理人员3名，均经本公司董事会审议聘用，基本情况如下：

序号	姓名	性别	职务	任期
1	邵于佶	女	总经理	2017年12月至2020年12月
2	邵贤庆	男	副总经理	2017年12月至2020年12月
3	丁寒忠	男	财务负责人兼董事会秘书	2017年12月至2020年12月

邵于佶女士：董事兼总经理，详见本节“一、（一）董事会成员”部分相关内容。

邵贤庆先生：董事兼副总经理，详见本节“一、（一）董事会成员”部分相关内容。

丁寒忠先生：董事、财务负责人兼董事会秘书，详见本节“一、（一）董事会成员”部分相关内容。

（四）核心技术人员

截至本招股意向书签署日，本公司现有邵贤庆、李波2名核心技术人员。

邵贤庆先生：董事兼副总经理，详见本节“一、（一）董事会成员”部分相关内容。

李波先生：监事会主席兼实验室主任，详见本节“一、（二）监事会成员”部分相关内容。

（五）发行人董事、监事、高级管理人员提名和选聘情况

1、董事的提名和选聘情况

2017年12月16日，公司召开创立大会暨首次股东大会，公司控股股东浙江帅丰投资有限公司提名商若云、邵贤庆，公司股东嵊州市丰福投资管理合伙企业（有限合伙）提名邵于佶，经股东大会表决选举商若云、邵于佶和邵贤庆为股份公司第一届董事会董事；同时由嵊州市丰福投资管理合伙企业（有限合伙）提名俞毅、厉国威，由浙江帅丰投资有限公司提名冯震远，经股东大会表决选举俞毅、厉国威和冯震远为股份公司第一届董事会独立董事。2019年3月12日，公司召开2019年第一次临时股东大会，经公司董事会提名，增选丁寒忠为股份公司第一届董事会董事。

2017年12月16日，公司召开第一届董事会第一次会议选举商若云为第一届董事会董事长。

截至本招股意向书签署日，本公司董事会成员共7人，分别为商若云、邵于佶、邵贤庆、丁寒忠、俞毅、厉国威、冯震远等7人，其中俞毅、厉国威、冯震远为公司独立董事。

2、监事的提名和选聘情况

2017年12月16日，公司召开创立大会暨首次股东大会，浙江帅丰投资有限公司、嵊州市丰福投资管理合伙企业（有限合伙）分别提名李波、朱益峰，经股东大会表决选举李波、朱益峰为公司第一届监事会股东代表监事。2017年12月16日，公司召开职工代表大会选举徐锦为职工代表监事。

2017年12月16日，公司召开第一届监事会第一次会议选举李波为第一届监事会主席。

截至本招股意向书签署日，本公司监事会成员共3人，分别为李波、朱益峰和徐锦等3人，其中李波、朱益峰为股东代表监事，徐锦为职工代表监事。

3、高级管理人员的选聘情况

2017年12月16日，公司第一届董事会第一次会议聘任邵于佶为公司总经理；邵贤庆为公司副总经理；丁寒忠为财务负责人、董事会秘书。

截至本招股意向书签署日，本公司高级管理人员共3人，分别为邵于佶、邵贤庆、丁寒忠。

二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持股情况

（一）直接持股情况

截至本招股意向书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接持有公司股份的情况如下：

序号	姓名	职务	持股数量（万股）	股权比例（%）
1	邵于佶	董事、总经理	2,519.16	23.87
2	商若云	董事长	433.29	4.10
3	邵贤庆	董事、副总经理、核心技术人员	433.29	4.10
合计			3,385.74	32.07

（二）间接持股情况

截至本招股意向书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属间接持有公司股份的情况如下：

姓名	职务	持有公司股东的股权		间接持有公司的股份	
		股东名称	持股比例（%）	持股数量（万股）	持股比例（%）
邵于佶	董事、总经理	帅丰投资	60.00	3,168.00	30.00
商若云	董事长	帅丰投资	20.00	1,056.00	10.00
		丰福投资	71.16	664.87	6.30
邵贤庆	董事、副总经理、核心技术人员	帅丰投资	20.00	1,056.00	10.00
丁寒忠	董事、财务负责人、董事会秘书	丰福投资	1.85	17.27	0.16
李波	监事会主席、核心技术人员	丰福投资	1.85	17.27	0.16
朱益峰	监事	丰福投资	1.85	17.27	0.16

姓名	职务	持有公司股东的股权		间接持有公司的股份	
		股东名称	持股比例 (%)	持股数量 (万股)	持股比例 (%)
丁城	实际控制人邵于佶的配偶	丰福投资	1.85	17.27	0.16
邵庆良	实际控制人邵贤庆的兄弟	丰福投资	0.92	8.63	0.08
邵进良	实际控制人邵贤庆的兄弟	丰福投资	0.55	5.18	0.05
合计			-	6,027.76	57.07

(三) 所持股份的质押或冻结情况

截至本招股意向书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接或间接持有的发行人股份不存在质押或冻结的情况。

三、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其亲属对外投资的企业情况

(一) 基本情况

截至本招股意向书签署日，公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其亲属对外投资的企业基本情况如下表所示：

序号	企业名称	股权结构	关联关系
1	帅丰投资	商若云持股20.00%，邵贤庆持股20.00%、邵于佶持股60.00%	实际控制人对外投资企业
2	丰福投资	商若云持有71.16%出资份额，发行人实际控制人亲属丁城（持有1.85%）、邵庆良（持有0.92%）、邵进良（持有0.55%）合计持有3.32%出资份额，丁寒忠、李波、朱益峰分别持有1.85%出资份额	实际控制人及其亲属对外投资企业；发行人董事、董事会秘书、财务负责人丁寒忠、监事李波、监事朱益峰对外投资企业
3	嵊州市缔造亿百服装店	邵燚莉投资设立的个体工商户	实际控制人之一邵贤庆的女儿邵燚莉对外投资企业
4	西安达亿钢结构有限公司	商杭冬持股60.00%，商彬勇持股40.00%	实际控制人之一商若云姐姐的配偶商彬勇对外投资企业
5	嵊州市百丈飞瀑饮水有限公司	丁建东持股50.00%，王华锋持股50.00%	实际控制人之一邵于佶配偶的父亲丁建东对外投资企业
6	浙江嵊州农村商业银行股份有限公司	丁建东持股0.05%	实际控制人之一邵于佶配偶的父亲丁建东对外投资企业
7	浙江天乐微电科技	丁寒忠持股10.00%	董事、董事会秘书、财务负责

序号	企业名称	股权结构	关联关系
	股份有限公司		人丁寒忠对外投资企业
8	浙江天乐集团有限公司	丁寒忠持股3.41%	董事、董事会秘书、财务负责人丁寒忠对外投资企业
9	浙江天乐进出口有限公司	丁寒忠持股1.67%	董事、董事会秘书、财务负责人丁寒忠对外投资企业
10	浙江天裕电子有限公司	丁寒忠持股1.00%	董事、董事会秘书、财务负责人丁寒忠对外投资企业
11	绍兴凯利信息咨询合伙企业（有限合伙）	丁寒忠持有16.00%出资份额	董事、董事会秘书、财务负责人丁寒忠对外投资企业
12	嵊州市甘霖镇冠丰模具加工场	张慧投资设立的个体工商户	董事、董事会秘书、财务负责人丁寒忠兄弟的配偶张慧对外投资企业
13	浙江百家律师事务所	冯震远持有35.00%出资份额	独立董事冯震远对外投资企业
14	桐乡市职工休养旅行社有限公司	冯晓炎持股90.00%，冯祖荣持股10.00%	独立董事冯震远的父亲冯祖荣、兄弟冯晓炎对外投资企业
15	杭州埃斯泰特置业有限公司	冯继延持股0.25%	独立董事冯震远兄弟冯继延对外投资企业
16	嘉兴京都镭射新材料科技有限公司	黄凯乐持股80.00%，陆敏燕持股20.00%	监事朱益峰配偶的妹妹陆敏燕、妹夫黄凯乐对外投资企业

除上述尚有效存续的企业外，报告期内，发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其亲属已经注销或转让的对外投资企业主要包括：

- （1）上海帅丰（实际控制人之一邵贤庆持股 60.00%，2018 年 1 月注销）；
- （2）苏力电器（实际控制人之一邵贤庆持股 30.00%，2017 年 8 月注销）；
- （3）欣怡纸箱（实际控制人之一商若云的姐姐商若英持股 70.00%，2019 年 5 月注销）；
- （4）新锐电机（实际控制人之一邵贤庆的女儿邵婧莉持股 51.00%，2018 年 10 月转让）。

此外，报告期内，以下企业的股东或实际控制人与发行人及其实际控制人存在直接或者间接关系，且与发行人存在业务往来情况，具体包括：（1）炬卓玻璃（发行人实际控制人之一邵贤庆的哥哥邵友良之女邵炬亚持股 50%）；（2）勤和包装（发行人实际控制人之一商若云的姐夫商祖良兄弟的配偶袁亚渔持股 70%，商若云姐姐商若英子女配偶的母亲张亚君持股 30%）。

(二) 具体情况

上述企业从事的实际业务、主要产品、基本财务状况、住所，以及实际控制人及其背景情况等信息如下所示：

序号	企业名称	住所	从事的实际业务	主要产品	基本财务状况	实际控制人及其背景情况
1	帅丰投资	浙江省绍兴市嵊州市三江街道仙景花苑16号	股权投资		截至2019年12月31日，净资产为3,066.07万元，总资产为3,066.07万元，2019年营业收入为0元，净利润为12.63万元	实际控制人商若云、邵贤庆、邵于信为发行人实际控制人，商若云为公司董事长，邵贤庆为公司董事、副总经理，邵于信为公司董事、总经理
2	丰福投资	浙江省绍兴市嵊州市三江街道仙景花苑15号	股权投资		截至2019年12月31日，净资产为4,463.85万元，总资产为4,466.12万元，2019年营业收入为0元，净利润为0.30万元	实际控制人商若云为公司实际控制人之一，董事长
3	嵊州市缔造亿百服装店	浙江省绍兴市嵊州市三江街道兴盛街666号新城吾悦广场3F-3043	零售服装、服饰、鞋帽、儿童用品	服装、鞋帽、儿童用品	个体工商户，2019年度营业收入约98万元	实际控制人邵炳莉自2017年7月至今担任嵊州市缔造亿百服装店实际经营者
4	西安达亿钢结构有限公司	西安市临潼区新市街道郝邢村工业园区8号	钢结构件、钢结构工程的设计、施工	钢结构件	截至2019年12月31日，净资产为269.23万元，总资产为932.78万元，2019年营业收入为3,217.77万元，净利润为10.48万元	实际控制人商杭冬自2014年1月至今担任西安达亿钢结构有限公司的董事长
5	嵊州市百丈飞瀑饮用水有限公司	嵊州市王院乡紫岩村	已吊销	生产、加工：桶装饮用水	报告期内无实际经营业务	实际控制人王华锋自2014年1月至今，未能取得联系，个人从业经历无法知悉
6	浙江嵊州农村商业银行股份有限公司	浙江省嵊州市剡湖街道官河路398号	货币金融服务	货币金融服务	非公众公司，未取得财务数据	无实际控制人
7	浙江天乐微电科技股份有限公司	嵊州市天乐路38号	生产、销售LED背光液晶模组、数字和模拟电视机等	LED背光液晶模组、数字和模拟电视机	截至2019年12月31日，净资产为-2,409.88万元，总资产为28,130.00万元，2019年营业收入为0元，净利润为-92.13万元	公司法定代表人、董事长、总经理为钱毅民
8	浙江天	嵊州市经济	电声配件生产、	电声配件	截至2019年12月31日，净资产	实际控制人葛南尧，2002年8月至

序号	企业名称	住所	从事的实际业务	主要产品	基本财务状况	实际控制人及其背景情况
	乐集团有限公司	开发区天乐路 28 号	销售		产为-10,668.88 万元，总资产为 40,099.85 万元，2019 年营业收入为 11,880.87 万元，净利润为 -901.50 万元	今担任浙江天乐集团有限公司董事长
9	浙江天乐进出口有限公司	嵊州市剡湖街道官河路 528 号	自营各类商品的出口业务	出口商品	截至 2019 年 12 月 31 日，净资产为 1,505.29 万元，总资产为 1,975.86 万元，2019 年营业收入为 157.64 万元，净利润为 5.82 万元	实际控制人葛南尧
10	浙江天裕电子有限公司	浙江省嵊州市官河路 85 号	已停产		截至 2019 年 12 月 31 日，净资产为 219.68 万元，总资产为 219.68 万元，2019 年营业收入为 0 元，净利润为 0 元	实际控制人葛南尧
11	绍兴凯利信息咨询合伙企业（有限合伙）	嵊州市天乐路 8 号 1 幢 313 室	经济信息咨询、管理咨询、市场营销策划	投资、咨询	截至 2019 年 12 月 31 日，净资产为 329.42 万元，总资产为 330.42 万元，2016 年营业收入为 0 元，净利润为 -586.33 元	实际控制人丁寒忠为公司董事、董事会秘书、财务负责人
12	嵊州市甘霖镇冠丰模具加工场	嵊州市甘霖镇西湖头村	生产、加工电声模具	电声模具	报告期内无实际经营业务	实际控制人张慧，2003 年 6 月至今担任嵊州市甘霖镇冠丰模具加工场实际经营者
13	浙江百家律师事务所	庆丰中路 12 号时代广场 A 座 10 楼	法律服务	诉讼、非诉业务	非公众公司，未取得财务数据	实际控制人冯震远为公司独立董事
14	桐乡市职工休养旅行社有限公司	桐乡市梧桐街道县前街 198 号	国内旅游业务	国内长途、短途旅游	非公众公司，未取得财务数据	实际控制人冯晓炎，自 2013 年 1 月至今担任桐乡市职工休养旅行社有限公司执行董事，主要从事企业管理工作
15	杭州埃斯泰特置业有限公司	杭州市下城区凯喜雅大厦 1906 室	房地产开发，房产中介，房地产营销策划，物业管理	—	非公众公司，未取得财务数据	未取得该企业实际控制人的确认文件
16	嘉兴京都镭射新材料科技有限公司	海盐县澉浦镇六里村	生产经营镭射膜	镭射膜	截至 2019 年 12 月 31 日，净资产为 510.49 万元，总资产为 944.64 万元，2019 年营业收入为 403.287 万元，净利润为 0.96 万元	实际控制人黄凯乐，2016 年 10 月至今担任嘉兴京都镭射新材料科技有限公司总经理

序号	企业名称	住所	从事的实际业务	主要产品	基本财务状况	实际控制人及其背景情况
17	上海帅丰	上海市松江区泗泾镇杜家浜路89号9幢-58			报告期内，无实际经营业务	实际控制人邵贤庆为公司实际控制人之一，董事、副总经理
18	苏力电器	嵊州市崇仁镇工业集聚区(亭山村)			报告期内，无实际经营业务	无实际控制人
19	欣怡纸箱	嵊州市甘霖镇上沙地村	纸箱产品的生产、销售	纸箱	截至2017年12月31日，净资产为82.70万元，总资产为238.00万元，2017年营业收入为559.39万元，净利润为56.78万元	实际控制人商若英，2009年2月至2016年1月担任嵊州市欣怡纸箱厂实际经营者
20	新锐电机	浙江省嵊州市经济开发区加佳路9号2号厂房3楼	电机产品的生产、销售	电机	截至2017年12月31日，净资产为199.30万元，总资产为678.89万元，2017年营业收入为1,663.20万元，净利润为156.17万元	实际控制人邵炳莉自2017年7月至今担任嵊州市缔造亿百服装店实际经营者
21	炬卓玻璃	上海市崇明区横沙乡富民支路58号8626室(上海横泰经济开发区)	木制品包装、玻璃制品、钢结构工程	彩钢板、梳理瓦、木制品	截至2019年6月30日，净资产为680.54万元，总资产为927.92万元，2019年1-6月营业收入为230.44万元，净利润为21.02万元	实际控制人邵炬亚2019年8月至今担任炬卓玻璃执行董事
22	勤和包装	浙江省绍兴市嵊州市甘霖镇上沙地村708号	加工、销售纸箱	纸箱	截至2019年12月31日，净资产为40.94万元，总资产为101.68万元，2019年营业收入为204.31万元，净利润为1.94万元	实际控制人袁亚渔，2017年6月至今担任嵊州市勤和包装有限公司执行董事兼总经理

四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬情况

(一) 2019年度在公司领取薪酬情况

序号	姓名	职务	年度薪酬(税前, 万元)
1	邵于佶	董事、总经理	58.76
2	商若云	董事长	63.78
3	邵贤庆	董事、副总经理、核心技术人员	61.85
4	丁寒忠	董事、财务负责人、董事会秘书	61.54
5	俞毅	独立董事	7.20
6	厉国威	独立董事	7.20
7	冯震远	独立董事	7.20

序号	姓名	职务	年度薪酬（税前，万元）
8	李波	监事会主席、核心技术人员	43.77
9	朱益峰	监事	57.05
10	徐锦	监事	11.35

（二）在关联企业领取收入情况

除在本公司领取独立董事津贴外，独立董事还在其现任职单位领取薪酬。

除上述情况外，本公司其他董事、监事、高级管理人员和核心技术人员均未在本公司之外的其他关联企业领取薪酬。

五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况

截至本招股意向书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员在其他单位的兼职情况如下表所示：

姓名	本公司职务	兼职单位	兼职职务	兼职单位与发行人关联关系
商若云	董事长	嵊州市丰福投资管理合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	兼职单位为发行人股东
		浙江帅丰投资有限公司	执行董事兼总经理	兼职单位为发行人控股股东
邵于佶	董事、总经理	浙江帅丰投资有限公司	监事	兼职单位为发行人控股股东
俞毅	独立董事	东展船运股份公司	董事	无
		杭州壹网壹创科技股份有限公司	独立董事	无
		浙江众成包装材料股份有限公司	独立董事	无
		浙江星星科技股份有限公司	独立董事	无
		浙江网盛生意宝股份有限公司	独立董事	无
		浙江工商大学	教授	无
厉国威	独立董事	浙江奥翔药业股份有限公司	独立董事	无
		银都餐饮设备股份有限公司	独立董事	无
		浙江财经大学会计学院	副院长	无
冯震远	独立董事	上海晶丰明源半导体股份有限公司	独立董事	无
		法狮龙家居建材股份有限公司	独立董事	无
		浙江百家律师事务所	合伙人、主任	无
		中华全国律师协会	理事	无
		嘉兴市律师协会	会长	无
丁寒忠	董事、财务负责人、董事会秘书	浙江天乐微电科技股份有限公司	董事	无
		绍兴凯利信息咨询合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	无

六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间存在的近亲属关系

公司董事长商若云与公司董事、副总经理、核心技术人员邵贤庆系夫妻关系，公司董事、总经理邵于佶系商若云和邵贤庆的女儿。除上述情况外，公司其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间不存在近亲属关系。

七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与本公司签订的协议、作出的承诺及其履行情况

（一）签订的协议

董事、监事、高级管理人员及核心技术人员均与公司签定了劳动合同，并约定了竞业禁止和保密条款。除此之外，本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员未与公司签署其他协议。

（二）作出的承诺

本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员作出的重要承诺参见本招股意向书“第五节 发行人基本情况”之“十二、持有 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事及高级管理人员的重要承诺及其履行情况”。

（三）协议及承诺的履行情况

截至本招股意向书签署之日，上述协议及承诺履行正常，不存在违约情形。

八、董事、监事、高级管理人员的任职资格情况

（一）董事、监事、高级管理人员的任职资格

本公司董事、监事及高级管理人员均符合《公司法》、《公司章程》及国家有关法律法规规定的任职资格条件，由公司董事会、股东大会和职工代表大会依法定程序产生，不存在违反法律法规和《公司章程》规定的任职资格的情形。

（二）独立董事任职是否符合中组部以及教育部关于党政领导干部在企业

兼职（任职）问题的相关规定

截至本招股意向书出具日，发行人独立董事在其他单位的兼职情况如下：

独立董事	任职单位名称	担任职务
厉国威	浙江财经大学会计学院	会计学院副院长
	浙江奥翔药业股份有限公司	独立董事
	银都餐饮设备股份有限公司	独立董事
俞毅	浙江工商大学	经济学院教授
	浙江众成包装材料股份有限公司	独立董事
	浙江星星科技股份有限公司	独立董事
	浙江网盛生意宝股份有限公司	独立董事
	杭州壹网壹创科技股份有限公司	独立董事
	东展船运股份公司	董事
冯震远	浙江百家律师事务所	主任、合伙人
	上海晶丰明源半导体股份有限公司	独立董事
	法狮龙家居建材股份有限公司	独立董事
	中华全国律师协会	理事
	嘉兴市律师协会	会长

关于党政领导干部在企业兼职（任职）问题，《中华人民共和国公务员法》、《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职（任职）问题的意见》和《中共中央纪委、中共中央组织部关于规范中管干部辞去公职或者退（离）休后担任上市公司、基金管理公司独立董事、独立监事的通知》等文件规定了公务员及党政领导干部等人员的兼职限制，《直属高校领导干部廉洁自律“十不准”》、《中共中央纪委、教育部、监察部关于加强高等学校反腐倡廉建设的意见》和《中共教育部党组关于进一步加强直属高校党员领导干部兼职管理的通知》等文件规定了直属高校处级（中层）党员领导干部的兼职限制。

发行人独立董事冯震远不属于任职公务员、党政机关领导干部或直属高校处级（中层）党员领导干部，不属于中组部以及教育部关于党政领导干部在企业兼职（任职）问题相关规定的适用主体，其在公司的独立董事任职不违反中组部以及教育部关于党政领导干部在企业兼职（任职）问题的相关规定。

发行人独立董事俞毅、厉国威为高校教师，但不属于《中共教育部党组关于进一步加强直属高校党员领导干部兼职管理的通知》规定中的“直属高校处级（中层）党员领导干部”，且在发行人处兼职独立董事已获得所在学校同意。

综上所述，发行人董事、监事、高级管理人员不存在《中华人民共和国公司法》《首次公开发行股票并上市管理办法》等法律法规规定的禁止担任董事、监事、高级管理人员的情形，具备相应的任职资格；发行人独立董事的任职符合中组部以及教育部关于党政领导干部在企业兼职（任职）问题的相关规定。

（三）竞业禁止情况

除发行人监事会主席、核心技术人员李波及监事朱益峰之外，发行人的董事、高级管理人员、监事、核心技术人员均未曾任职于除发行人以外的燃气灶具相关企业。监事会主席、核心技术人员李波曾任职于燃气灶具相关企业浙江爱瑞卡普田电器有限公司（以下简称“普田电器”），监事朱益峰曾任职于燃气灶具相关企业嘉兴法瑞新能源科技有限公司（以下简称“法瑞新能源”）。

1、李波的竞业禁止情况

2004年8月至2015年8月，李波担任普田电器测试中心主任，普田电器主要从事集成灶、吸油烟机和燃气灶具等厨房电器产品的生产、销售。普田电器未曾与李波签署竞业禁止协议，亦未曾向李波支付竞业禁止相关的经济补偿，普田电器与李波之间不存在竞业禁止相关的纠纷或潜在纠纷。

李波在发行人任职期间参与的研究项目、申请的相关专利与原单位不相关，均系其依据发行人提供的物质技术条件完成的职务发明，不存在侵害原单位知识产权的情形，不存在纠纷或潜在纠纷。

2、朱益峰的竞业禁止情况

2008年8月至2013年3月，朱益峰担任嘉兴法瑞新能源科技有限公司总经理，法瑞新能源主要从事太阳能热水器、吊顶和燃气灶具等产品的生产、销售。法瑞新能源未曾与朱益峰签署竞业禁止协议，亦未曾向朱益峰支付竞业禁止相关的经济补偿，法瑞新能源与朱益峰之间不存在竞业禁止相关的纠纷或潜在纠纷。

朱益峰在公司的职务为监事兼营销总监，在公司任职期间未曾参与任何研究项目，也未曾申请任何专利，不存在侵害原单位知识产权的情形，不存在纠纷或潜在纠纷。

综上所述，除发行人监事会主席、核心技术人员李波及监事朱益峰之外，发行人的董事、高级管理人员、监事、核心技术人员均未曾任职于除发行人以外的燃气灶具相关企业。监事会主席、核心技术人员李波曾任职于燃气灶具相关企业普田电器，监事朱益峰曾任职于燃气灶具相关企业法瑞新能源；李波及朱益峰与原单位之间不存在竞业禁止协议，其在发行人任职期间，不存在侵犯原单位知识产权的情况，也不存在纠纷或潜在纠纷。

九、董事、监事、高级管理人员的变动情况

报告期内公司董事、监事、高级管理人员的变动主要系正常换届选举，或者公司根据业务发展需要相应选聘，并履行了必要的程序，具体情况如下：

（一）报告期内董事变动情况

期间	董事	变化	原因
2017.1.1-2017.12.15	商若云（执行董事）	-	-
2017.12.16-2019.3.11	商若云、邵于佶、邵贤庆、俞毅、厉国威、冯震远	增加邵于佶、邵贤庆、俞毅、厉国威、冯震远为公司董事	2017年12月16日公司召开创立大会暨首次股东大会选举第一届董事会成员
2019.3.12-2020.12.15	商若云、邵于佶、邵贤庆、俞毅、厉国威、冯震远、丁寒忠	增加丁寒忠为公司董事	进一步完善公司治理结构和经营管理的需要

（二）报告期内监事变动情况

期间	监事	变化	原因
2017.1.1-2017.12.15	邵贤庆	-	-
2017.12.16-2020.12.15	李波、朱益峰、徐锦	邵贤庆辞任公司监事，增加李波、朱益峰、徐锦为公司监事	2017年12月16日公司召开创立大会暨首次股东大会选举第一届监事会成员

（三）报告期内高级管理人员变动情况

期间	高级管理人员	变化	原因
2017.1.1-2017.12.15	经理：邵于佶	-	-

期间	高级管理人员	变化	原因
2017.12.16-2020.12.15	总经理：邵于佶 副总经理：邵贤庆 财务负责人兼董事会秘书：丁寒忠	聘请邵于佶为公司总经理、聘请邵贤庆为公司副总经理、聘请丁寒忠为财务负责人兼董事会秘书	进一步完善公司治理结构和经营管理的需要

公司上述人员变化事宜符合有关法律、法规、规范性文件和《公司章程》的规定，并已经履行必要的法律程序。公司董事、监事和高级管理人员最近三年内未发生重大变化。

第九节 公司治理

一、公司组织机构和制度的建立健全及运行

自浙江帅丰电器股份有限公司成立以来，发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书能够依法规范运作、履行职责，公司重大生产经营决策、投资决策及重要财务决策能够严格按照《公司章程》的相关规定履行决策程序。截至报告期末，上述机构及人员未出现违法、违规现象，公司法人治理结构不断得到完善。

（一）股东大会的建立及运行情况

公司及时根据现行法律法规要求，按照法定程序审议修改公司章程，制定了《股东大会议事规则》，股东大会制度运行规范。

1、股东大会制度

《公司章程》第三十九条规定，公司股东承担下列义务：（1）遵守法律、行政法规和公司章程；（2）依其所认购的股份和入股方式按期缴纳股金；（3）除法律、法规规定的情形外，不得退股；（4）不得滥用股东权利损害公司或者其他股东的利益；不得滥用公司法人独立地位和股东有限责任损害公司债权人的利益；公司股东滥用股东权利给公司或者其他股东造成损失的，应当依法承担赔偿责任；公司股东滥用公司法人独立地位和股东有限责任，逃避债务，严重损害公司债权人利益的，应当对公司债务承担连带责任；（5）法律、行政法规及公司章程规定应当承担的其他义务。

《公司章程》第四十二条规定，公司股东大会依法行使下列职权：（1）决定公司经营方针和投资计划；（2）选举和更换非职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；（3）审议批准董事会的报告；（4）审议批准监事会的报告；（5）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；（6）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（7）对公司增加或者减少注册资本作出决议；（8）对发行公司债券作出决议；（9）对公司合并、分立、变更公司形式、解散

和清算等事项作出决议；（10）修改公司章程；（11）对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；（12）审议批准第四十三条规定的担保事项；（13）审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产 30% 的事项；（14）审议股权激励计划；（15）审议法律、行政法规、部门规章或公司章程规定的应当由股东大会决定的其他事项。

上述股东大会的职权可以通过授权的形式由董事会行使。

《公司章程》第四十三条规定，公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：（1）公司及公司控股子公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计净资产的 50% 以后提供的任何担保；（2）公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计总资产的 30% 以后提供的任何担保；（3）为资产负债率超过 70% 的担保对象提供的担保；（4）单笔担保额超过最近一期经审计净资产 10% 的担保；（5）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；（6）连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的 50% 且绝对金额超过 5,000 万元人民币。

2、股东大会的运行情况

自股份公司成立以来，股东大会一直按照《公司法》、《公司章程》和《股东大会议事规则》规范运作。截至本招股意向书签署日，自股份公司成立以来，公司已召开九次股东大会。公司股东大会会议通知、召开方式、表决方式均符合相关规定，会议记录完整，股东大会依法履行了《公司法》、《公司章程》赋予的职责，决议合法有效。股东大会制度在规范公司运作过程中发挥了积极的作用。

（二）董事会的建立及运行情况

1、董事会制度及职权

根据《公司章程》第一百零六条规定，董事会行使下列职权：（1）召集股东大会，并向股东大会报告工作；（2）执行股东大会的决议；（3）决定公司的经营计划和投资方案；（4）制订公司的年度财务预算方案、决算方案；（5）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（6）制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；（7）拟订公司重大收购、回购本公司股票或者合并、分立、变更公司形式、解散的方案；（8）在股东大会授权范围内，决定公司对外

投资、收购出售资产、对外借款、资产抵押、对外担保事项、委托理财、重大合同、关联交易等事项；（9）决定公司内部管理机构的设置；（10）聘任或者解聘公司总经理、副总经理、财务负责人等高级管理人员；（11）制定公司的基本管理制度；（12）制订公司章程的修改方案；（13）管理公司信息披露事项；（14）向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；（15）听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；（16）法律、法规或公司章程规定，以及股东大会授予的其他职权。

2、董事会制度的运行情况

公司制定了《董事会议事规则》，董事会规范运行。公司董事严格按照《公司法》、《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使自己的权利和履行自己的义务。公司第一届董事会于2017年12月16日成立，共召开十一次董事会。公司自整体变更设立股份公司后至本招股意向书签署日止，公司累计已召开了十一次董事会。公司董事会会议通知方式、召开方式、表决方式符合规定，会议记录完整规范，董事会依法履行了《公司法》、《公司章程》赋予的权力并承担了相应的义务，决议合法有效。董事会履行职责情况良好，对完善公司治理结构、规范公司决策程序和公司管理发挥了应有的作用。

（三）监事会的建立及运行情况

1、监事会制度

《公司章程》第一百四十二条规定，监事会行使下列职权：（1）应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；（2）检查公司的财务；（3）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、公司章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；（4）当董事、总经理和其他高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求其予以纠正；（5）提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；（6）向股东大会提出议案；（7）依照《公司法》第一百五十一条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；（8）发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，所需合理的费用由公司承担；（9）法律、法规及公司章程规定或股东

大会授予的其他职权。

2、监事会制度的运行情况

公司制定了《监事会议事规则》，监事会运行规范。公司监事严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使自己的权利和履行自己的义务。

公司第一届监事会于 2017 年 12 月 16 日成立，共召开五次监事会。公司自整体变更设立股份公司后至本招股意向书签署日止，公司累计已召开了五次监事会，所有议案均获全票通过。公司监事会会议通知方式、召开方式、表决方式均符合规定，会议记录完整、规范，公司监事会依法履行了《公司法》和《公司章程》赋予的权力并承担了相应的义务，决议合法有效。公司监事会制度的建立和有效执行对完善公司治理结构和规范公司运作发挥了应有的监督作用。

（四）独立董事制度的建立及运行情况

1、独立董事情况

公司现有 3 名独立董事，俞毅、厉国威由丰福投资提名，冯震远由帅丰投资提名，均由股东大会审议通过产生。公司独立董事的提名与任职符合《公司章程》的规定，符合《中国证监会关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》所列的基本条件。独立董事的提名人在提名前征得了被提名人的同意，充分了解了被提名人的职业、学历、职称、详细的工作经历、全部兼职等情况，并对其担任独立董事的资格和独立性发表了意见。

2、独立董事履行职责的制度安排

公司在 2017 年 12 月 16 日召开创立大会上审议通过了《独立董事工作细则》。根据《独立董事工作细则》的规定，独立董事自通过独立董事选举提案的股东大会会议结束时开始执行职务，任期从就任之日起计算，每届任期与公司其他董事任期相同，任期届满，连选可以连任，但是连任时间不得超过六年。董事任期届满未及时改选，在改选的独立董事就任前，原独立董事仍应按照法律、行政法规、部门规章和公司章程的规定履行独立董事职务。独立董事在任期届满前可以提出辞职。独立董事辞职应向董事会提交书面辞职报告，对任何与其辞职有关或其认为有必要引起公司股东和债权人注意的情况进行说明。如因独立董事辞职导致公

司董事会中独立董事所占的比例低于法定或《公司章程》规定的最低要求时，该独立董事的辞职报告应当在下任独立董事填补其缺额后生效。

为了保证独立董事有效行使职权，公司应当为独立董事提供必要的条件，董事会秘书应积极为独立董事履行职责提供协助。公司应当保证独立董事享有与其他董事同等的知情权。凡须经董事会决策的事项，公司必须按法定的时间提前通知独立董事并同时提供足够的资料，独立董事认为资料不充分的，可以要求补充。

独立董事行使《独立董事工作细则》规定的特别职权时，应当取得全体独立董事的二分之一以上同意。

3、独立董事实际发挥作用的情况

公司独立董事自聘任以来，均能勤勉尽责，按期出席每次董事会，会前审阅董事会材料，董事会会议期间认真审议各项议案，对议案中的具体内容提出相应质询，按照本人独立意愿对董事会议案进行表决，对表决结果和会议记录核对后签名。

公司独立董事能够按照《公司章程》和《独立董事工作细则》的要求，履行独立董事的职责。

（五）董事会秘书制度的建立及执行

董事会设董事会秘书，制定了《董事会秘书工作细则》，建立了董事会秘书制度。董事会秘书是公司的高级管理人员，对董事会负责。

董事会秘书的主要职责是：（1）负责公司信息披露事务，协调公司信息披露工作，组织制订公司信息披露事务管理制度，督促公司及相关信息披露义务人遵守信息披露相关规定；（2）负责公司投资者关系管理和股东资料管理工作，协调公司与证券监管机构、股东及实际控制人、证券服务机构、媒体等之间的信息沟通；（3）组织筹备董事会会议和股东大会，参加股东大会、董事会会议、监事会会议及高级管理人员相关会议，负责董事会会议记录工作并签字确认；（4）负责公司信息披露的保密工作，在未公开重大信息出现泄露时，应及时披露；（5）关注公共媒体报道并主动求证真实情况，督促董事会及时回复监管机构所有问询；（6）组织董事、监事和高级管理人员进行证券法律法规、监管机构之规则及其

他相关规定的培训，协助前述人员了解各自在信息披露中的权利和义务；（7）督促董事、监事和高级管理人员遵守证券法律法规、监管机构规则、其他相关规定及公司章程，切实履行其所作出的承诺；在知悉公司作出或者可能作出违反有关规定的决议时，应当予以提醒并立即如实地向监管机构报告；（8）《公司法》、《证券法》、中国证监会和监管机构要求履行的其他职责。

公司董事会秘书自被聘任以来，均严格按照《公司法》和《公司章程》的有关规定开展工作，出席了公司历次董事会、股东大会，并亲自记载或安排其他人员记载会议记录；历次董事会、股东大会召开前，董事会秘书均按照《公司章程》的有关规定为独立董事及其他董事提供会议材料、会议通知等相关文件，较好地履行了《公司章程》规定的相关职责。董事会秘书在公司法人治理结构的完善、与中介机构的配合协调、与监管部门的沟通协调、公司重大生产经营决策、主要管理制度的制定等方面亦发挥了重大作用。

（六）专门委员会的设置情况

2019年3月12日，公司2019年第一次临时股东大会审议通过了《关于成立浙江帅丰电器股份有限公司董事会专门委员会的议案》，决议董事会下设战略委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会。

1、战略委员会

（1）战略委员会的人员构成

董事会战略委员会由商若云、邵贤庆、邵于佶、冯震远、俞毅五名董事组成，推选商若云为公司董事会战略委员会召集人。

（2）战略委员会职责

根据《董事会战略委员会议事规则》第十一条的规定，战略委员会的主要职责权限：1）对公司的长期发展规划、经营目标、发展方针进行研究并提出建议；2）对公司的经营战略包括但不限于产品战略、市场战略、营销战略、研发战略、人才战略进行研究并提出建议；3）对《公司章程》规定的必须经董事会或股东大会批准的重大投资、融资方案进行研究并提出建议；4）对《公司章程》规定的必须经董事会或股东大会批准的重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出

建议；5) 对其他影响公司发展战略的重大事项进行研究并提出建议；6) 对以上事项的实施进行跟踪检查；7) 公司董事会授权的其他事宜。

2、审计委员会

(1) 审计委员会的人员构成

公司董事会审计委员会由厉国威、俞毅、商若云三名董事组成，推选厉国威为公司董事会审计委员会召集人。

(2) 审计委员会职责

根据《董事会审计委员会议事规则》第十条的规定，审计委员会的主要职责权限：1) 监督及评估外部审计机构工作；2) 指导和监督内部审计部门的工作；3) 审阅公司的财务报告并对其发表意见；4) 评估内部控制的有效性；5) 协调管理层、内部审计部门及相关部门与外部审计机构的沟通；6) 公司董事会授权的其他事宜及相关法律法规中涉及的其他事项。

3、薪酬与考核委员会

(1) 薪酬与考核委员会的人员组成

董事会薪酬与考核委员会由俞毅、厉国威、丁寒忠三名董事组成，推选俞毅为公司董事会薪酬与考核委员会召集人。

(2) 薪酬与考核委员会职责

根据《董事会薪酬与考核委员会议事规则》第十条的规定，薪酬与考核委员会的主要职责：1) 研究董事与经理人员考核的标准，进行考核并提出建议；2) 研究和审查董事、高级管理人员的薪酬政策与方案。

4、提名委员会

(1) 提名委员会成员组成

董事会提名委员会由俞毅、冯震远、商若云三名董事组成，推选俞毅为公司董事会提名委员会召集人。

(2) 提名委员会职责

根据《董事会提名委员会议事规则》第十一条的规定，提名委员会的主要职责权限：1) 研究董事、经理人员的选择标准和程序并提出建议；2) 广泛搜寻合格的董事和经理人员的人选；3) 对董事候选人和经理人选进行审查并提出建议。

二、违法违规行为

公司已依法建立健全股东大会、董事会、董事会专门委员会、监事会、独立董事、董事会秘书制度，报告期内，公司及其董事、监事和高级管理人员严格按照公司章程及相关法律法规的规定开展经营，不存在重大违法违规和重大行政处罚行为。发行人及其控股股东、实际控制人报告期内不存在违反国家法律、行政法规，而受到行政处罚或刑事处罚，且构成重大违法行为的情形。

三、资金占用及对外担保情况

公司有严格的资金管理制度，截至本招股意向书签署日，不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用的情形。公司章程中已明确对外担保的审批权限和审议程序，不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行违规担保的情形。

四、公司对外投资、担保事项的制度安排及执行情况

（一）对外投资政策与制度安排

公司制定了《对外投资管理制度》，对公司投资行为进行了规定。本制度所称投资是指公司以现金、实物资产和无形资产等作价出资，进行设立、并购企业、股权投资、委托管理以及国家法律法规允许的其他形式进行的各项投资活动。

公司对外投资，首先应由投资管理部门进行充分研究论证，形成投资可行性研究报告，经项目领导小组讨论形成项目投资书面意见后，报公司总经理办公会讨论。拟投资事项获得公司总经理办公会审批通过后，根据董事会、股东大会的审批权限，分别提交董事会、股东大会按其议事规则的规定进行审议。

公司严格控制以自有资金进行证券投资、委托理财或进行以股票、利率、汇

率和商品为基础的期货、期权、权证等衍生产品投资。公司的委托理财或衍生产品投资规模原则上不得高于公司净资产的 50%。公司进行证券投资、委托理财或衍生产品投资事项单笔超过公司最近一期经审计净资产 5%且绝对数额超过 5,000 万元,或者累计超过公司最近一期经审计净资产 50%且绝对数额超过 5,000 万元,应由公司股东大会审议批准,达不到上述标准的由公司董事会批准。

公司所有对外投资的决策都履行了必要的审批程序。

(二) 对外担保事项政策与制度安排

公司制订了《对外担保制度》，对公司对外担保行为进行了规定。

《对外担保制度》所称对外担保是指公司为他人提供的保证、抵押或质押。具体种类包括但不限于借款担保、银行开立信用证、银行承兑汇票及商业承兑汇票、保函等担保，包括公司对控股子公司的担保。

未经公司董事会或股东大会批准，不得对外提供担保。《对外担保制度》规定下述担保事项应当在董事会审议通过后提交股东大会审批：单笔担保金额超过公司最近一期经审计净资产 10%的担保；公司及其控股子公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计净资产 50%以后提供的任何担保；为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；连续十二个月内担保金额累计超过公司最近一期经审计总资产的 30%的担保；连续十二个月内担保金额累计超过公司最近一期经审计净资产的 50%且绝对金额超过 5,000 万元；对股东、实际控制人及其关联方提供的担保。股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联方提供的担保议案时，该股东或受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，该项表决由出席股东大会的其他股东所持表决权的半数以上通过。

非须经股东大会审批的担保事项由董事会审议通过。对于董事会权限范围内的担保事项，除应当经全体董事的过半数通过外，还应当经出席董事会会议的三分之二以上董事同意。

报告期内，公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

五、投资者权益保护情况

公司制定的《公司章程》、《股东大会议事规则》和《董事会议事规则》，明确规定了股东的权利及履行相关权利的程序。其中，股东的权利包括：（1）依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；（2）依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；（3）对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；（4）依照法律、行政法规及公司章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；（5）查阅公司章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告；（6）公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；（7）对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，可要求公司收购其股份；（8）法律、行政法规、部门规章或公司章程规定的其他权利。公司对股东收益权、知情权、表决权、处置权、监督权等在制度上提供了保障。

六、内部控制制度有效性的自我评估和审核意见

（一）本公司管理层对内部控制制度的自我评估意见

管理层对公司的内部控制制度进行了自查和评估后认为：

“本公司已按照《公司法》等法律法规及规范性文件的规定，建立健全了股东大会、董事会、监事会和经理层等组织结构，各组织机构能够按本公司制定的议事规则或工作程序规范运作，以保证本公司董事会、监事会及经理层在授权范围内履行职责。本公司设置了独立的财务部门与财务负责人，直接负责本公司的财务管理工作；设置了独立的内部审计机构，制定了内部审计制度，并配备了专职审计人员，确保内部控制制度的贯彻实施。另外，本公司建立了业务控制、稽核流程和体系，形成相互制衡机制，以保证各部门、各工作岗位均能在权限范围内行使职权，并做到每项业务活动有真实凭证或记录可查。本公司已建立健全了与财务报表相关的内部控制，包括：本公司对包括资金活动、采购、销售、资产管理等在内的各项具体业务活动制订了相应的管理制度并予以实施；按照国家法律法规、规章制度制定了详实的会计工作组织管理和会计核算制度，设置了专门的会计机构负责人，并规定财务负责人和会计人员的岗位责任；制定了各项重要

会计政策和会计估计；引进了金蝶 ERP 信息化管理系统和经销商信息管理系统，提高了会计信息的准确性、及时性和完整性。

综上，本公司认为：

本公司现行的与财务报表相关的内部控制制度完整、合理及有效，能够适应本公司管理和发展需要，能够保证本公司会计资料的真实性、合法性、完整性，能够确保本公司所属财产物资的安全、完整，能够按照法律、法规和公司章程规定的信息披露的内容和格式要求，真实、准确、完整、及时地报送及披露信息。

本公司内部控制制度自制定以来，各项制度得到了有效的实施。随着本公司不断发展的需要，本公司的内控制度还将进一步健全和完善，并将在实际中得以有效的执行和实施。”

（二）注册会计师对公司内部控制制度的意见

发行人会计师出具的安永华明（2020）专字第 61444050_B05 号《内部控制审核报告》认为：

2020 年 3 月 31 日，帅丰电器在内部控制评估报告中所述与财务报表相关的内部控制所有重大方面有效地保持了按照《企业内部控制基本规范》（财会【2008】7 号）建立的与财务报表相关的内部控制。

第十节 财务会计信息

本节的财务会计信息主要依据公司报告期经审计的财务报表及附注编制，公司提醒投资者关注本招股意向书所附财务报告和审计报告全文，以获取更详尽的财务资料。

一、财务报表

(一) 合并财务报表

1、合并资产负债表

(1) 资产

单位：元

项目	2020年3月末	2019年末	2018年末	2017年末
流动资产：				
货币资金	56,288,481.30	82,727,508.14	72,946,550.62	96,255,853.38
交易性金融资产	143,072,386.00	222,916,514.19	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	200,000,000.00	-
应收票据	-	-	964,000.00	1,500,000.00
应收账款	233.81	322.30	369,592.93	103,457.73
预付款项	14,938,973.96	9,216,495.37	9,783,079.85	12,466,286.74
其他应收款	2,750,747.11	2,863,275.74	4,053,642.15	2,485,030.17
存货	106,107,204.20	89,438,786.50	77,929,383.10	65,453,340.88
其他流动资产	6,687,679.10	1,653,793.16	127,771,110.37	72,460,176.62
流动资产合计	329,845,705.48	408,816,695.40	493,817,359.02	250,724,145.52
非流动资产：				
固定资产	161,991,455.37	164,531,843.55	154,584,135.99	77,329,577.23
在建工程	83,302,603.50	75,052,503.14	64,625,369.42	50,597,292.55
无形资产	59,890,727.02	60,366,802.78	61,634,663.44	63,033,736.70
长期待摊费用	168,509.83	201,284.79	368,862.41	-
递延所得税资产	-	-	4,495,872.25	2,421,517.98
其他非流动资产	310,382,811.18	301,942,134.90	4,156,697.60	15,804,324.76
非流动资产合计	615,736,106.90	602,094,569.16	289,865,601.11	209,186,449.22
资产合计	945,581,812.38	1,010,911,264.56	783,682,960.13	459,910,594.74

(2) 负债和所有者权益

单位：元

项目	2020年3月末	2019年末	2018年末	2017年末
流动负债：				
应付票据	38,836,651.74	65,446,420.63	29,530,367.49	38,311,934.64
应付账款	78,658,170.89	95,335,671.39	71,915,750.81	78,928,197.92
预收款项	-	47,233,609.36	37,251,334.59	44,986,853.35
合同负债	46,973,880.89	-	-	-
应付职工薪酬	6,866,561.74	16,163,199.41	14,398,870.71	13,461,759.18
应交税费	2,123,521.14	5,347,668.20	7,955,580.27	19,061,613.56
其他应付款	31,043,299.75	59,413,798.12	79,978,020.19	74,310,577.56
其他流动负债	6,616,948.83	4,355,541.89	2,602,937.52	1,594,662.18
流动负债合计	211,119,034.98	293,295,909.00	243,632,861.58	270,655,598.39
非流动负债：				
递延收益	3,154,564.43	1,533,599.37	632,441.15	273,350.24
递延所得税负债	2,883,315.69	2,697,468.02	-	-
非流动负债合计	6,037,880.12	4,231,067.39	632,441.15	273,350.24
负债合计	217,156,915.10	297,526,976.39	244,265,302.73	270,928,948.63
所有者/股东权益：				
实收资本/股本	105,600,000.00	105,600,000.00	105,600,000.00	96,000,000.00
资本公积	263,707,424.37	263,707,424.37	263,707,424.37	73,051,424.37
盈余公积	34,890,375.01	34,890,375.01	17,660,214.76	2,447,150.09
未分配利润	324,227,097.90	309,186,488.79	152,450,018.27	17,483,071.65
归属于母公司所有者/ 股东权益合计	728,424,897.28	713,384,288.17	539,417,657.40	188,981,646.11
少数股东权益	-	-	-	-
所有者/股东权益合计	728,424,897.28	713,384,288.17	539,417,657.40	188,981,646.11
负债和所有者/股东权益合计	945,581,812.38	1,010,911,264.56	783,682,960.13	459,910,594.74

2、合并利润表

单位：元

项目	2020年一季度	2019年	2018年	2017年
一、营业收入	58,794,269.83	698,223,676.08	631,381,597.98	564,730,597.91
减：营业成本	31,486,938.49	358,556,771.59	310,357,527.89	290,837,225.72
税金及附加	1,103,160.54	5,899,033.68	9,957,629.73	8,395,480.49
销售费用	11,771,819.22	93,917,890.14	96,692,336.95	62,030,588.74
管理费用	5,504,611.49	37,974,306.62	32,293,683.96	27,293,013.18
研发费用	2,686,912.69	28,165,665.05	23,612,205.92	23,420,105.82
财务费用	-2,986,865.72	-2,752,167.65	-290,997.27	179,547.99
其中：利息费用	-	-	-	589,761.04

项目	2020年一季	2019年	2018年	2017年
利息收入	3,004,015.39	2,903,380.59	419,628.20	552,879.30
信用减值损失	96,819.71	-94,253.16	-	-
资产减值损失	-892,389.83	-716,135.44	46,084.74	-1,134,700.05
加：其他收益	10,869,620.75	16,725,450.43	10,286,091.65	2,515,249.60
投资收益	1,035,135.53	9,414,696.19	6,411,950.43	2,948,106.95
公允价值变动收益	-1,132,765.56	3,895,151.56	-	-
资产处置收益	-	-	-	-154,160.18
二、营业利润	19,204,113.72	205,687,086.23	175,503,337.62	156,749,132.29
加：营业外收入	26,271.23	605,373.60	159,601.97	115,132.37
减：营业外支出	1,575,717.06	958,500.80	517,665.03	426,550.55
三、利润总额	17,654,667.89	205,333,959.03	175,145,274.56	156,437,714.11
减：所得税费用	2,614,058.78	31,367,328.26	24,965,263.27	22,234,104.79
四、净利润	15,040,609.11	173,966,630.77	150,180,011.29	134,203,609.32
归属于母公司所有者/ 股东的净利润	15,040,609.11	173,966,630.77	150,180,011.29	134,203,609.32
少数股东损益	-	-	-	-
五、每股收益				
基本每股收益	0.14	1.65	1.49	1.40
稀释每股收益	0.14	1.65	1.49	1.40
六、其他综合收益	-	-	-	-
七、综合收益总额	15,040,609.11	173,966,630.77	150,180,011.29	134,203,609.32
归属于母公司所有者/ 股东的综合收益总额	15,040,609.11	173,966,630.77	150,180,011.29	134,203,609.32
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-	-

3、合并现金流量表

单位：元

项目	2020年一季	2019年	2018年	2017年
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	48,049,935.70	780,452,481.32	748,338,186.27	657,740,839.56
收到的税费返还	-	2,936,697.60	26,782.56	410,343.84
收到其他与经营活动有关的现金	12,781,889.72	21,958,612.79	21,967,668.60	24,392,183.90
经营活动现金流入小计	60,831,825.42	805,347,791.71	770,332,637.43	682,543,367.30
购买商品、接受劳务支付的现金	91,509,512.54	308,384,774.60	338,849,748.11	290,344,578.18
支付给职工以及为职工支付的现金	20,707,995.16	89,370,872.23	82,407,123.86	68,587,524.58
支付的各项税费	12,938,984.10	67,162,347.86	98,347,074.19	73,053,852.43
支付其他与经营活动有关的现金	24,220,081.24	97,082,746.32	92,945,855.64	100,336,451.03
经营活动现金流出小计	149,376,573.04	562,000,741.01	612,549,801.80	532,322,406.22
经营活动（使用）/产生的现金流量净额	-88,544,747.62	243,347,050.70	157,782,835.63	150,220,961.08
二、投资活动产生的现金流量：				

项目	2020年一 季度	2019年	2018年	2017年
收回投资收到的现金	92,340,000.00	882,800,000.00	533,420,000.00	332,510,000.00
取得投资收益收到的现金	1,236,498.16	9,438,999.31	6,186,284.68	2,948,106.95
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	-	157,771.98
投资活动现金流入小计	93,576,498.16	892,238,999.31	539,606,284.68	335,615,878.93
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	17,700,363.40	51,617,435.99	78,491,982.65	71,362,985.02
投资支付的现金	38,830,000.00	1,075,070,000.00	788,220,000.00	287,880,000.00
投资活动现金流出小计	56,530,363.40	1,126,687,435.99	866,711,982.65	359,242,985.02
投资活动产生/（使用）的现金流量净额	37,046,134.76	-234,448,436.68	-327,105,697.97	-23,627,106.09
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	200,256,000.00	-
取得借款收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	7,025,234.70
筹资活动现金流入小计	-	-	200,256,000.00	7,025,234.70
偿还债务支付的现金	-	-	-	1,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	-	45,889,980.21	60,699,780.83
支付其他与筹资活动有关的现金	-	775,471.70	743,415.80	7,025,234.70
筹资活动现金流出小计	-	775,471.70	46,633,396.01	68,725,015.53
筹资活动产生的现金流量净额	-	-775,471.70	153,622,603.99	-61,699,780.83
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	0.02	-302.33	880.23	-0.02
五、现金及现金等价物净（减少）/增加额	-51,498,612.84	8,122,839.99	-15,699,378.12	64,894,074.14
加：期初现金及现金等价物余额	81,069,390.61	72,946,550.62	88,645,928.74	23,751,854.60
六、期末现金及现金等价物余额	29,570,777.77	81,069,390.61	72,946,550.62	88,645,928.74

4、合并所有者/股东权益变动表

(1) 2020年1-3月股东权益变动表

单位：元

项目	归属于母公司股东权益				股东权益合计
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	
一、上年年末余额	105,600,000.00	263,707,424.37	34,890,375.01	309,186,488.79	713,384,288.17
二、本年初余额	105,600,000.00	263,707,424.37	34,890,375.01	309,186,488.79	713,384,288.17
三、本年增减变动金额	-	-	-	-	-
（一）综合收益总额	-	-	-	15,040,609.11	15,040,609.11
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-
1、股东投入的资本	-	-	-	-	-
2、股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	-	-
1、提取盈余公积	-	-	-	-	-
2、对股东的分配	-	-	-	-	-
（四）股东权益内部结转	-	-	-	-	-
1、资本公积转增股本	-	-	-	-	-
2、盈余公积转增股本	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	105,600,000.00	263,707,424.37	34,890,375.01	324,227,097.90	728,424,897.28

(2) 2019 年股东权益变动表

单位：元

项目	归属于母公司股东权益				股东权益 合计
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	
一、上年年末余额	105,600,000.00	263,707,424.37	17,660,214.76	152,450,018.27	539,417,657.40
二、本年年初余额	105,600,000.00	263,707,424.37	17,660,214.76	152,450,018.27	539,417,657.40
三、本年增减变动金额	-	-	-	-	-
（一）综合收益总额	-	-	-	173,966,630.77	173,966,630.77
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-
1、股东投入的资本	-	-	-	-	-
2、股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	-	-
1、提取盈余公积	-	-	17,230,160.25	-17,230,160.25	-
2、对股东的分配	-	-	-	-	-
（四）股东权益内部结转	-	-	-	-	-
1、资本公积转增股本	-	-	-	-	-
2、盈余公积转增股本	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	105,600,000.00	263,707,424.37	34,890,375.01	309,186,488.79	713,384,288.17

(3) 2018 年股东权益变动表

单位：元

项目	归属于母公司股东权益				股东权益合计
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	
一、上年年末余额	96,000,000.00	73,051,424.37	2,447,150.09	17,483,071.65	188,981,646.11
二、本年初余额	96,000,000.00	73,051,424.37	2,447,150.09	17,483,071.65	188,981,646.11
三、本年增减变动金额	-	-	-	-	-
（一）综合收益总额	-	-	-	150,180,011.29	150,180,011.29
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-
1、股东投入的资本	9,600,000.00	190,656,000.00	-	-	200,256,000.00
2、股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	-	-
1、提取盈余公积	-	-	15,213,064.67	-15,213,064.67	-
2、对股东的分配	-	-	-	-	-
（四）股东权益内部结转	-	-	-	-	-
1、资本公积转增股本	-	-	-	-	-
2、盈余公积转增股本	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	105,600,000.00	263,707,424.37	17,660,214.76	152,450,018.27	539,417,657.40

(4) 2017 年所有者/股东权益变动表

单位：元

项目	归属于母公司所有者/股东权益				所有者/股东权益合计
	实收资本/股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	
一、上年年末余额	55,590,000.00	46,666,065.25	5,621,930.87	50,658,026.46	158,536,022.58
二、本年年初余额	55,590,000.00	46,666,065.25	5,621,930.87	50,658,026.46	158,536,022.58
三、本年增减变动金额	-	-	-	-	-
（一）综合收益总额	-	-	-	134,203,609.32	134,203,609.32
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-
1、股东投入的资本	-	-	-	-	-
2、股份支付计入所有者/股东权益的金额	-	2,143,700.00	-	-	2,143,700.00
3、股东捐赠	-	98,314.21	-	-	98,314.21
（三）利润分配	-	-	-	-	-
1、提取盈余公积	-	-	2,447,150.09	-2,447,150.09	-
2、对股东的分配	-	-	-	-106,000,000.00	-106,000,000.00
（四）所有者/股东权益内部结转	-	-	-	-	-
1、净资产折股	40,410,000.00	24,143,344.91	-5,621,930.87	-58,931,414.04	-
2、盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	96,000,000.00	73,051,424.37	2,447,150.09	17,483,071.65	188,981,646.11

(二) 母公司财务报表

1、母公司资产负债表

(1) 资产

单位：元

项目	2020年3月末	2019年末	2018年末	2017年末
流动资产：				
货币资金	55,453,584.41	82,608,416.60	72,695,027.13	96,048,479.84
交易性金融资产	143,072,386.00	222,916,514.19	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	200,000,000.00	-
应收票据	-	-	964,000.00	1,500,000.00
应收账款	233.81	322.3	369,592.93	103,457.73
预付款项	14,638,981.12	8,934,162.76	9,132,300.01	12,314,650.74
其他应收款	4,281,252.02	3,882,644.45	4,536,605.86	2,461,010.27
存货	105,888,478.82	89,245,106.55	77,662,759.43	65,417,404.38
其他流动资产	6,687,679.10	1,653,793.16	127,771,110.37	72,459,696.62
流动资产合计	330,022,595.28	409,240,960.01	493,131,395.73	250,304,699.58
非流动资产：				
长期股权投资	-	-	2,850,000.00	700,000.00
固定资产	161,984,262.99	164,523,202.35	154,569,699.51	77,329,577.23
在建工程	83,302,603.50	75,052,503.14	64,625,369.42	50,597,292.55
无形资产	59,890,727.02	60,366,802.78	61,634,663.44	63,033,736.70
长期待摊费用	74,802.59	85,488.67	128,233.01	-
递延所得税资产	-	-	4,495,872.25	2,421,517.98
其他非流动资产	310,382,811.18	301,942,134.90	4,156,697.60	15,804,324.76
非流动资产合计	615,635,207.28	601,970,131.84	292,460,535.23	209,886,449.22
资产合计	945,657,802.56	1,011,211,091.85	785,591,930.96	460,191,148.80

(2) 负债和所有者权益

单位：元

项目	2020年3月末	2019年末	2018年末	2017年末
流动负债：				
应付票据	38,836,651.74	65,446,420.63	29,530,367.49	38,311,934.64
应付账款	78,658,170.89	95,261,272.59	71,915,750.81	78,923,497.92
预收款项	-	47,030,142.76	36,923,814.19	44,967,653.35
合同负债	46,714,693.78	-	-	-
应付职工薪酬	6,854,844.23	16,122,063.21	14,373,789.99	13,438,730.62
应交税费	2,128,287.92	5,350,290.01	7,947,632.17	19,060,122.16
其他应付款	31,015,297.75	59,385,435.12	79,937,941.86	74,280,588.56

项目	2020年3月末	2019年末	2018年末	2017年末
其他流动负债	6,583,254.51	4,355,541.89	2,602,937.52	1,594,662.18
流动负债合计	210,791,200.82	292,951,166.21	243,232,234.03	270,577,189.43
非流动负债：				
递延收益	3,154,564.43	1,533,599.37	632,441.15	273,350.24
递延所得税负债	2,883,315.69	2,697,468.02		
非流动负债合计	6,037,880.12	4,231,067.39	632,441.15	273,350.24
负债合计	216,829,080.94	297,182,233.60	243,864,675.18	270,850,539.67
所有者/股东权益：				
实收资本/股本	105,600,000.00	105,600,000.00	105,600,000.00	96,000,000.00
资本公积	263,707,424.37	263,707,424.37	263,707,424.37	73,051,424.37
盈余公积	34,890,375.01	34,890,375.01	17,660,214.76	2,447,150.09
未分配利润	324,630,922.24	309,831,058.87	154,759,616.65	17,842,034.67
所有者/股东权益合计	728,828,721.62	714,028,858.25	541,727,255.78	189,340,609.13
负债和所有者/股东权益合计	945,657,802.56	1,011,211,091.85	785,591,930.96	460,191,148.80

2、母公司利润表

单位：元

项目	2020年1-3月	2019年	2018年	2017年
一、营业收入	58,848,180.83	697,451,586.35	631,074,855.86	564,575,252.10
减：营业成本	31,486,938.49	358,425,079.37	310,551,806.88	290,862,727.81
税金及附加	1,103,040.54	5,894,019.43	9,952,825.98	8,391,797.22
销售费用	11,615,157.17	92,351,279.35	94,930,952.08	61,579,174.49
管理费用	5,213,183.26	37,246,010.99	31,608,877.12	27,147,947.88
研发费用	2,686,912.69	28,165,665.05	23,612,205.92	23,420,105.82
财务费用	-2,987,435.69	-2,755,549.39	-293,499.32	179,048.88
其中：利息费用	-	-	-	589,761.04
利息收入	3,004,015.39	2,902,864.47	418,889.38	551,216.41
信用减值损失	-163,180.29	-94,253.16	-	-
资产减值损失	-1,372,389.83	-4,016,135.44	46,084.74	-1,134,700.05
加：其他收益	10,867,556.94	16,715,426.69	10,286,091.65	2,515,249.60
投资收益	1,035,135.53	9,414,696.19	6,411,227.10	2,948,106.95
公允价值变动收益	-1,132,765.56	3,895,151.56	-	-
资产处置收益	-	-	-	-154,160.18
二、营业利润	18,964,741.16	204,039,967.39	177,455,090.69	157,168,946.32
加：营业外收入	24,898.05	588,097.44	158,275.57	114,260.88
减：营业外支出	1,575,717.06	958,500.42	517,456.34	426,515.11
三、利润总额	17,413,922.15	203,669,564.41	177,095,909.92	156,856,692.09
减：所得税费用	2,614,058.78	31,367,961.94	24,965,263.27	22,233,471.11
四、净利润	14,799,863.37	172,301,602.47	152,130,646.65	134,623,220.98
五、其他综合收益	-	-	-	-
六、综合收益总额	14,799,863.37	172,301,602.47	152,130,646.65	134,623,220.98

3、母公司现金流量表

单位：元

项目	2020年一-季度	2019年	2018年	2017年
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	48,014,431.87	779,788,191.25	747,709,999.09	657,589,830.03
收到的税费返还	-	2,936,697.60	26,782.56	410,343.84
收到其他与经营活动有关的现金	12,775,551.93	21,980,413.69	21,459,358.59	24,391,312.41
经营活动现金流入小计	60,789,983.80	804,705,302.54	769,196,140.24	682,391,486.28
购买商品、接受劳务支付的现金	91,188,629.52	308,184,351.92	338,309,496.09	290,150,635.28
支付给职工以及为职工支付的现金	20,470,444.21	88,896,792.30	81,639,468.59	68,378,999.15
支付的各项税费	12,936,719.13	67,145,078.68	98,336,082.48	73,013,282.80
支付其他与经营活动有关的现金	24,977,644.71	96,632,196.18	91,351,950.89	99,956,960.02
经营活动现金流出小计	149,573,437.57	560,858,419.08	609,636,998.05	531,499,877.25
经营活动（使用）/产生的现金流量净额	-88,783,453.77	243,846,883.46	159,559,142.19	150,891,609.03
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	92,340,000.00	882,800,000.00	533,420,000.00	332,510,000.00
取得投资收益收到的现金	1,236,498.16	9,438,999.31	6,185,561.35	2,948,106.95
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	-	157,771.98
投资活动现金流入小计	93,576,498.16	892,238,999.31	539,605,561.35	335,615,878.93
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	17,700,363.40	51,531,936.00	78,161,715.83	71,362,985.03
投资支付的现金	39,310,000.00	1,075,520,000.00	790,370,000.00	288,580,000.00
投资活动现金流出小计	57,010,363.40	1,127,051,936.00	868,531,715.83	359,942,985.03
投资活动产生/（使用）的现金流量净额	36,566,134.76	-234,812,936.69	-328,926,154.48	-24,327,106.10
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	200,256,000.00	-
取得借款收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	7,025,234.70
筹资活动现金流入小计	-	-	200,256,000.00	7,025,234.70
偿还债务支付的现金	-	-	-	1,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	-	45,889,980.21	60,699,780.83
支付其他与筹资活动有关的现金	-	775,471.70	743,415.80	7,025,234.70
筹资活动现金流出小计	-	775,471.70	46,633,396.01	68,725,015.53
筹资活动产生的现金流量净额	-	-775,471.70	153,622,603.99	-61,699,780.83
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	0.02	-302.33	880.23	-0.02
五、现金及现金等价物净（减少）/增加额	-52,217,318.99	8,258,172.74	-15,743,528.07	64,864,722.08
加：期初现金及现金等价物余额	80,953,199.87	72,695,027.13	88,438,555.20	23,573,833.12
六、期末现金及现金等价物余额	28,735,880.88	80,953,199.87	72,695,027.13	88,438,555.20

4、母公司所有者/股东权益变动表

(1) 2020年1-3月母公司股东权益变动表

单位：元

项目	归属于母公司股东权益				股东权益合计
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	
一、上年年末余额	105,600,000.00	263,707,424.37	34,890,375.01	309,831,058.87	714,028,858.25
二、本年初余额	105,600,000.00	263,707,424.37	34,890,375.01	309,831,058.87	714,028,858.25
三、本年增减变动金额	-	-	-	-	-
（一）综合收益总额	-	-	-	14,799,863.37	14,799,863.37
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-
1、股东投入的资本	-	-	-	-	-
2、股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	-	-
1、提取盈余公积	-	-	-	-	-
2、对股东的分配	-	-	-	-	-
（四）股东权益内部结转	-	-	-	-	-
1、资本公积转增股本	-	-	-	-	-
2、盈余公积转增股本	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	105,600,000.00	263,707,424.37	34,890,375.01	324,630,922.24	728,828,721.62

(2) 2019年母公司股东权益变动表

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	105,600,000.00	263,707,424.37	17,660,214.76	154,759,616.65	541,727,255.78
二、本年年初余额	105,600,000.00	263,707,424.37	17,660,214.76	154,759,616.65	541,727,255.78
三、本年增减变动金额	-	-	-	-	-
（一）综合收益总额	-	-	-	172,301,602.47	172,301,602.47
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-
1、股东投入的资本	-	-	-	-	-
2、股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	-	-
1、提取盈余公积	-	-	17,230,160.25	-17,230,160.25	-
2、对股东的分配	-	-	-	-	-
（四）股东权益内部结转	-	-	-	-	-
1、资本公积转增股本	-	-	-	-	-
2、盈余公积转增股本	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	105,600,000.00	263,707,424.37	34,890,375.01	309,831,058.87	714,028,858.25

(3) 2018年母公司股东权益变动表

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	96,000,000.00	73,051,424.37	2,447,150.09	17,842,034.67	189,340,609.13
二、本年年初余额	96,000,000.00	73,051,424.37	2,447,150.09	17,842,034.67	189,340,609.13
三、本年增减变动金额	-	-	-	-	-
（一）综合收益总额	-	-	-	152,130,646.65	152,130,646.65
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-
1、股东投入的资本	9,600,000.00	190,656,000.00	-	-	200,256,000.00
2、股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	-	-
1、提取盈余公积	-	-	15,213,064.67	-15,213,064.67	-
2、对股东的分配	-	-	-	-	-
（四）股东权益内部结转	-	-	-	-	-
1、资本公积转增股本	-	-	-	-	-
2、盈余公积转增股本	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	105,600,000.00	263,707,424.37	17,660,214.76	154,759,616.65	541,727,255.78

(4) 2017年母公司所有者/股东权益变动表

单位：元

项目	实收资本/股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	所有者/股东权益合计
一、上年年末余额	55,590,000.00	46,666,065.25	5,621,930.87	50,597,377.82	158,475,373.94
二、本年年初余额	55,590,000.00	46,666,065.25	5,621,930.87	50,597,377.82	158,475,373.94
三、本年增减变动金额	-	-	-	-	-
（一）综合收益总额	-	-	-	134,623,220.98	134,623,220.98
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-
1、股东投入的资本	-	-	-	-	-
2、股份支付计入所有者/股东权益的金额	-	2,143,700.00	-	-	2,143,700.00
3、股东捐赠	-	98,314.21	-	-	98,314.21
（三）利润分配	-	-	-	-	-
1、提取盈余公积	-	-	2,447,150.09	-2,447,150.09	-
2、对股东的分配	-	-	-	-106,000,000.00	-106,000,000.00
（四）所有者/股东权益内部结转	-	-	-	-	-
1、净资产折股	40,410,000.00	24,143,344.91	-5,621,930.87	-58,931,414.04	-
2、盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	96,000,000.00	73,051,424.37	2,447,150.09	17,842,034.67	189,340,609.13

二、 审计意见

安永所接受公司委托，审计了公司 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日及 2020 年 3 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2017 年度、2018 年度、2019 年度及截至 2020 年 3 月 31 日止的 3 个月期间的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司所有者/股东权益变动表以及相关财务报表附注，并出具了“安永华明（2020）审字第 61444050_B02 号”标准无保留意见的审计报告。审计意见为：

“我们认为，后附的浙江帅丰电器股份有限公司的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了浙江帅丰电器股份有限公司 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日及 2020 年 3 月 31 日的合并及公司财务状况以及 2017 年度、2018 年度、2019 年度及截至 2020 年 3 月 31 日止的 3 个月期间的合并及公司经营成果和现金流量。”

三、 关键审计事项

关键审计事项：	该事项在审计中是如何应对：
<p>一、收入确认</p> <p>浙江帅丰电器股份有限公司主要从事集成灶及家用厨房电器的生产和销售。2017 年度、2018 年度、2019 年度及截至 2020 年 3 月 31 日止的 3 个月期间的合并财务报表的营业收入分别为人民币 564,730,597.91 元、人民币 631,381,597.98 元、人民币 698,223,676.08 元和人民币 58,794,269.83 元，公司财务报表的营业收入分别为人民币 564,575,252.10 元、人民币 631,074,855.86 元、人民币 697,451,586.35 元和人民币 58,848,180.83 元。</p> <p>考虑到收入是关键业绩指标之一，存在收入计入不正确的会计期间或收入被操纵相关的固有风险，因此我们将收入确认识别为关键审计事项。</p> <p>与收入确认相关的信息披露详见财务报表附注“三、20. 与客户之间的合同产生的收入”，“三、21.收入”，“五、30.营业收入及成本”和“十五、4.营业收入及成本”。</p>	<p>我们就收入确认实施的审计程序主要包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 了解与销售及收入确认相关的内部控制，对其执行穿行测试，并对识别的控制点执行控制测试； 2) 检查报告期内与经销商签订的经销协议，检查协议中的交货条款、退换货政策、货款结算方式等关键条款； 3) 从销售收入的会计记录和出库记录中选取样本，检查所选样本的销售合同和销售订单、发货单、发票和经销商确认函或电商平台签收记录或国际货运提单； 4) 根据实际签收记录和国际货运提单对销售收入执行截止性测试； 5) 对销售收入按月度、产品种类和销售渠道实施分析程序，结合产量、产能利用率、期末库存量等财务信息和非财务信息分析销量；

关键审计事项:	该事项在审计中是如何应对:
	<p>6) 对经销商抽取样本,对抽样的经销商的销售额、合同负债/预收款项余额执行函证程序,对于未回函的,检查对应的销售合同和销售订单、发货单、经销商确认函、发票等文件;</p> <p>7) 对报告期内主要经销商进行实地走访,检查经销商的基本信息和关联方关系,观察经销商营业情况、将原始进货记录与公司账面记录进行核对,监盘经销商仓库库存。</p>
二、销售返利	
<p>于2017年12月31日、2018年12月31日、2019年12月31日及2020年3月31日,合并与公司财务报表中计提销售返利的账面余额均分别为人民币12,261,445.30元、人民币32,253,857.51元、人民币19,363,617.85元和人民币18,192,133.18元。</p> <p>根据与经销商签订的经销协议约定和活动政策通知,基于经销商实际销售额或其他约定条件是否达标给予销售返利及其他特定奖励。于各资产负债表日,按照经销商的销售额以及返利及促销政策估计销售返利。销售返利在达成销售额或其他约定条件时确认为负债,抵减营业收入。由于经销商数量众多,销售返利形式多样,销售返利所属期间的确定需要考虑每一经销商的销售额及其他约定条件的达成情况,对销售返利的计算取决于管理层的判断和估计,因此我们将销售返利的会计估计识别为关键审计事项。</p> <p>与销售返利的会计估计相关的信息披露详见财务报表附注“三、29.重大会计判断和估计”、“五、20.合同负债”和“五、23.其他应付款”。</p>	<p>我们就销售返利执行的审计程序主要包括:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1)了解与销售返利相关的内部控制,对其执行穿行测试,并对识别的控制点执行控制测试; 2)检查报告期内与主要经销商签订的经销协议和发出的活动政策通知,检查与销售返利有关的条款; 3)对报告期内各年度或期间销售返利的新增和使用执行细节测试,检查是否符合相关销售返利政策; 4)检查管理层编制的销售返利计算表,检查是否符合相关销售返利政策; 5)对主要经销商各资产负债表日的销售返利余额执行函证程序,对未回函的,检查对应的销售合同、活动政策通知、返利申请文件、返利审批单和返利使用记录; 6)执行期后程序检查公司期末计提返利金额,与期后实际审批金额进行比对。

四、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况

(一) 财务报表的编制基础

发行人财务报表按照财政部颁布的《企业会计准则——基本准则》以及其后颁布及修订的具体会计准则、应用指南、解释以及其他相关规定(统称“企业会计准则”)编制。

本财务报表以持续经营为基础列报。编制本财务报表时，除某些金融工具外，均以历史成本为计价原则。资产如果发生减值，则按照相关规定计提相应的减值准备。

（二）持续经营能力评价

发行人不存在导致对报告期末起 12 个月内的持续经营假设产生重大疑虑的事项或情况。

（三）合并财务报表的范围及变化

1、合并财务报表的范围

控股子公司	注册资本	享有权益比例	报告期内合并期间
浙江元美电器有限公司	1,000 万元	100%	2017.12.31-2020.3.31
杭州帅丰科技有限公司	200 万元	100%	2017.6.29-2020.3.31

2、报告期内合并财务报表范围的变化情况

报告期内合并财务报表范围的变化主要是报告期内新设了 1 个子公司，增加了合并财务报表涵盖的主体。

全资子公司帅丰科技，于 2017 年 6 月 29 日办妥工商设立登记手续，取得注册号为 330102000267551 的《营业执照》。帅丰科技注册资本 200 万元，全部由公司认缴。故自帅丰科技成立之日起，将其纳入合并财务报表范围。

五、发行人采用的重要会计政策和会计估计

（一）会计期间

公司会计年度采用公历年度，即每年自 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。

（二）记账本位币

公司记账本位币和编制财务报表所采用的货币均为人民币。除有特别说明外，均以人民币元为单位表示。

（三）合并财务报表

合并财务报表的合并范围以控制为基础确定,包括公司及全部子公司的财务报表。子公司,是指被公司控制的主体(含企业、被投资单位中可分割的部分,以及公司所控制的结构化主体等)。

编制合并财务报表时,子公司采用与公司一致的会计年度和会计政策。公司内部各公司之间的所有交易产生的资产、负债、权益、收入、费用和现金流量于合并时全额抵销。

子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初股东权益中所享有的份额的,其余仍冲减少数股东权益。

如果相关事实和情况的变化导致对控制要素中的一项或多项发生变化的,公司重新评估是否控制被投资方。

(四) 现金及现金等价物

现金,是指公司的库存现金以及可以随时用于支付的存款;现金等价物,是指公司持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额的现金、价值变动风险很小的投资。

(五) 外币业务和外币报表折算

公司对于发生的外币交易,将外币金额折算为记账本位币金额。

外币交易在初始确认时,采用交易发生当月月初的汇率将外币金额折算为记账本位币金额。于资产负债表日,对于外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率折算。由此产生的结算和货币性项目折算差额,均计入当期损益。以历史成本计量的外币非货币性项目,仍采用交易发生当月月初的汇率折算,不改变其记账本位币金额。以公允价值计量的外币非货币性项目,采用公允价值确定日的即期汇率折算,由此产生的差额根据非货币性项目的性质计入当期损益或其他综合收益。

外币现金流量,采用现金流量发生当月月初的汇率折算。汇率变动对现金的影响额作为调节项目,在现金流量表中单独列报。

(六) 金融工具(自 2019 年 1 月 1 日起适用)

金融工具，是指形成一个企业的金融资产，并形成其他单位的金融负债或权益工具的合同。

1、金融工具的确认和终止确认

公司于成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。

满足下列条件的，终止确认金融资产（或金融资产的一部分，或一组类似金融资产的一部分），即从其账户和资产负债表内予以转销：

（1）收取金融资产现金流量的权利届满；

（2）转移了收取金融资产现金流量的权利，或在“过手协议”下承担了及时将收取的现金流量全额支付给第三方的义务；并且（a）实质上转让了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，或（b）虽然实质上既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但放弃了对该金融资产的控制。

如果金融负债的责任已履行、撤销或届满，则对金融负债进行终止确认。如果现有金融负债被同一债权人以实质上几乎完全不同条款的另一金融负债所取代，或现有负债的条款几乎全部被实质性修改，则此类替换或修改作为终止确认原负债和确认新负债处理，差额计入当期损益。

以常规方式买卖金融资产，按交易日会计进行确认和终止确认。常规方式买卖金融资产，是指按照合同条款的约定，在法规或通行惯例规定的期限内收取或交付金融资产。交易日，是指公司承诺买入或卖出金融资产的日期。

2、金融资产分类和计量

公司的金融资产于初始确认时根据公司企业管理金融资产业务模式和金融资产的合同现金流量特征分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、以摊余成本计量的金融资产。金融资产在初始确认时以公允价值计量，但是因销售商品或提供服务等产生的应收账款或应收票据未包含重大融资成分或不考虑不超过一年的融资成分的，按照交易价格进行初始计量。

对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益，其他类别的金融资产相关交易费用计入其初始确认金额。

金融资产的后续计量取决于其分类：

(1) 以摊余成本计量的债务工具投资

金融资产同时符合下列条件的，分类为以摊余成本计量的金融资产：管理该金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标；该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。此类金融资产采用实际利率法确认利息收入，其终止确认、修改或减值产生的利得或损失，均计入当期损益。此类金融资产主要包含货币资金、应收票据、应收账款、其他应收款等。

(2) 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资

金融资产同时符合下列条件的，分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产：公司管理该金融资产的业务模式是既以收取合同现金流量为目标又以出售金融资产为目标；该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。此类金融资产采用实际利率法确认利息收入。除利息收入、减值损失及汇兑差额确认为当期损益外，其余公允价值变动计入其他综合收益。当金融资产终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益转出，计入当期损益。此类金融资产列报为其他债权投资，自资产负债表日起一年内到期的其他债权投资列报为一年内到期的非流动资产，原到期日在一年以内的其他债权投资列报为其他流动资产。

(3) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

上述以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产之外的金融资产，分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。对于此类金融资产，采用公允价值进行后续计量，所有公允价值变动计入当期损益。此类金融资产列报为交易性金融资产，自资产负债表日起超过一年到期且预期持有超过一年的列报为其他非流动金融资产。

3、金融负债分类和计量

公司的金融负债于初始确认时分类为其他金融负债。其他金融负债相关交易费用计入其初始确认金额。对于此类金融负债，采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。

4、金融资产减值

公司以预期信用损失为基础，对以摊余成本计量的金融资产的债务工具投资进行减值处理并确认损失准备。

信用损失，是指公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。其中，对于公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，应按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

对于不含重大融资成分的应收款项以及合同资产，公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

除上述采用简化计量方法以外的金融资产，公司在每个资产负债表日评估其信用风险自初始确认后是否已经显著增加，如果信用风险自初始确认后未显著增加，处于第一阶段，公司按照相当于未来 12 个月内预期信用损失的金额计量损失准备，并按照账面余额和实际利率计算利息收入；如果信用风险自初始确认后已显著增加但尚未发生信用减值的，处于第二阶段，公司按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备，并按照账面余额和实际利率计算利息收入；如果初始确认后发生信用减值的，处于第三阶段，公司按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备，并按照摊余成本和实际利率计算利息收入。对于资产负债表日只具有较低信用风险的金融工具，公司假设其信用风险自初始确认后未显著增加。

公司基于单项和组合评估金融工具的预期信用损失。公司考虑了不同客户的信用风险特征，以账龄组合为基础评估应收账款金融工具的预期信用损失。

公司在评估预期信用损失时，考虑有关过去事项、当前状况以及未来经济状况预测的合理且有依据的信息。

当公司不再合理预期能够全部或部分收回金融资产合同现金流量时，公司直接减记该金融资产的账面余额。

5、金融工具抵销

同时满足下列条件的，金融资产和金融负债以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

6、金融资产转移

公司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，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，不终止确认该金融资产。

公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产并确认产生的资产和负债；未放弃对该金融资产控制的，按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

通过对所转移金融资产提供财务担保方式继续涉入的，按照金融资产的账面价值和财务担保金额两者之中的较低者，确认继续涉入形成的资产。财务担保金额，是指所收到的对价中，将被要求偿还的最高金额。

（七）金融工具（适用于 2017 年度和 2018 年度）

金融工具，是指形成一个企业的金融资产，并形成其他单位的金融负债或权益工具的合同。

1、金融工具的确认和终止确认

公司于成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。

满足下列条件的，终止确认金融资产（或金融资产的一部分，或一组类似金融资产的一部分），即从其账户和资产负债表内予以转销：

- （1）收取金融资产现金流量的权利届满；

(2) 转移了收取金融资产现金流量的权利，或在“过手协议”下承担了及时将收取的现金流量全额支付给第三方的义务；并且（a）实质上转让了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，或（b）虽然实质上既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但放弃了对该金融资产的控制。

如果金融负债的责任已履行、撤销或届满，则对金融负债进行终止确认。如果现有金融负债被同一债权人以实质上几乎完全不同条款的另一金融负债所取代，或现有负债的条款几乎全部被实质性修改，则此类替换或修改作为终止确认原负债和确认新负债处理，差额计入当期损益。

以常规方式买卖金融资产，按交易日会计进行确认和终止确认。常规方式买卖金融资产，是指按照合同条款的约定，在法规或通行惯例规定的期限内收取或交付金融资产。交易日，是指公司承诺买入或卖出金融资产的日期。

2、金融资产分类和计量

公司的金融资产于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、贷款和应收款项、可供出售金融资产。金融资产在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，相关交易费用直接计入当期损益，其他金融负债的相关交易费用计入其初始确认金额。

(1) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，包括交易性金融资产和初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。交易性金融资产，是指满足下列条件之一的金融资产：取得该金融资产的目的是为了在短期内出售；属于进行集中管理的可辨认金融工具组合的一部分，且有客观证据表明企业近期采用短期获利方式对该组合进行管理；属于衍生工具，但是，被指定且为有效套期工具的衍生工具、属于财务担保合同的衍生工具、与在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生工具除外。对于此类金融资产，采用公允价值进行后续计量，所有已实现和未实现的损益均计入当期损益。与以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产相关的股利或利息收入，计入当期损益。

（2）贷款和应收款项

贷款和应收款项，是指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产。对于此类金融资产，采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量，其摊销或减值产生的利得或损失，均计入当期损益。

（3）可供出售金融资产

可供出售金融资产，是指初始确认时即指定为可供出售的非衍生金融资产，以及除上述金融资产类别以外的金融资产。对于此类金融资产，采用公允价值进行后续计量。其折价或溢价采用实际利率法进行摊销并确认为利息收入或费用。除减值损失及外币货币性金融资产的汇兑差额确认为当期损益外，可供出售金融资产的公允价值变动作为其他综合收益确认，直到该金融资产终止确认或发生减值时，其累计利得或损失转入当期损益。与可供出售金融资产相关的股利或利息收入，计入当期损益。

3、金融负债分类和计量

公司的金融负债于初始确认时分类为：其他金融负债，其他金融负债的相关交易费用计入其初始确认金额。对于此类金融负债，采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。

4、金融工具抵销

同时满足下列条件的，金融资产和金融负债以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

5、金融资产减值

公司于资产负债表日对金融资产的账面价值进行检查，有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。表明金融资产发生减值的客观证据，是指金融资产初始确认后实际发生的、对该金融资产的预计未来现金流量有影响，且企业能够对该影响进行可靠计量的事项。金融资产发生减值的客观证据，包括发行人或债务人发生严重财务困难、债务人违反合同条款（如偿付利息或本金发生违

约或逾期等)、债务人很可能倒闭或进行其他财务重组,以及公开的数据显示预计未来现金流量确已减少且可计量。

对于以摊余成本计量的金融资产,发生减值时,将该金融资产的账面通过备抵项目价值减记至预计未来现金流量(不包括尚未发生的未来信用损失)现值,减记金额计入当期损益。预计未来现金流量现值,按照该金融资产原实际利率(即初始确认时计算确定的实际利率)折现确定,并考虑相关担保物的价值。减值后利息收入按照确定减值损失时对未来现金流量进行折现采用的折现率作为利率计算确认。

对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试,如有客观证据表明其已发生减值,确认减值损失,计入当期损益。对单项金额不重大的金融资产,单独进行减值测试。单独测试未发生减值的金融资产(包括单项金额重大和不重大的金融资产),包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。已单项确认减值损失的金融资产,不包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。

公司对以摊余成本计量的金融资产确认减值损失后,如有客观证据表明该金融资产价值已恢复,且客观上与确认该损失后发生的事项有关,原确认的减值损失予以转回,计入当期损益。但是,该转回后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。

6、金融资产转移

公司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,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,不终止确认该金融资产。

公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的,分别下列情况处理:放弃了对该金融资产控制的,终止确认该金融资产并确认产生的资产和负债;未放弃对该金融资产控制的,按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产,并相应确认有关负债。

通过对所转移金融资产提供财务担保方式继续涉入的，按照金融资产的账面价值和财务担保金额两者之中的较低者，确认继续涉入形成的资产。财务担保金额，是指所收到的对价中，将被要求偿还的最高金额。

（八）应收款项

公司 2017 年度及 2018 年度应收款项坏账准备的确认标准和计提方法如下：

1、单项金额重大并单独计提坏账准备的应收款项

公司将金额 20 万元以上的应收款项确认为单项金额重大的应收款项。公司对该等应收款项单独进行减值测试，有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。

2、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

公司以账龄作为信用风险特征确定应收款项组合，并采用账龄分析法对应收账款和其他应收款计提坏账准备比例如下：

账龄	应收账款计提比例	其他应收款计提比例
1年以内（含1年）	5%	5%
1年至2年（含2年）	10%	10%
2年至3年（含3年）	30%	30%
3年至4年（含4年）	50%	50%
4年至5年（含5年）	50%	50%
5年以上	100%	100%

3、单项金额不重大并单独计提坏账准备的应收款项

公司对单项金额不重大的应收款项，在有客观证据表明已发生减值迹象时，单独计提坏账准备。

公司 2019 年 1 月 1 日起应收款项坏账准备的确认标准和计提方法参见本节“五、发行人采用的重要会计政策和会计估计”之“（六）金融工具（自 2019 年 1 月 1 日起适用）”之“4、金融资产减值”。

（九）存货

存货包括原材料、在产品、库存商品、发出商品。

存货按照成本进行初始计量。存货成本包括采购成本、加工成本和其他成本。发出存货，采用加权平均法确定其实际成本。周转材料包括低值易耗品和包装物等，低值易耗品和包装物采用一次转销法进行摊销。

存货的盘存制度采用永续盘存制。

于资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量，对成本高于可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。如果以前计提存货跌价准备的影响因素已经消失，使得存货的可变现净值高于其账面价值，则在原已计提的存货跌价准备金额内，将以前减记的金额予以恢复，转回的金额计入当期损益。

可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。计提存货跌价准备时，原材料、在产品和产成品按单个存货项目计提。

（十）长期股权投资

长期股权投资包括对子公司的权益性投资。

长期股权投资在取得时以初始投资成本进行初始计量。除企业合并形成的长期股权投资以外方式取得的长期股权投资，按照下列方法确定初始投资成本：支付现金取得的，以实际支付的购买价款及与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出作为初始投资成本；发行权益性证券取得的，以发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

本公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资，在本公司个别财务报表中采用成本法核算。控制，是指拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响回报金额。

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。

采用成本法时，长期股权投资按初始投资成本计价。追加或收回投资的，调整长期股权投资的成本。被投资单位宣告分派的现金股利或利润，确认为当期投资收益。

（十一）固定资产

固定资产仅在与其有关的经济利益很可能流入公司，且其成本能够可靠地计量时才予以确认。与固定资产有关的后续支出，符合该确认条件的，计入固定资产成本，并终止确认被替换部分的账面价值；否则，在发生时计入当期损益。

固定资产按照成本进行初始计量。购置固定资产的成本包括购买价款、相关税费、使固定资产达到预定可使用状态前所发生的可直接归属于该项资产的其他支出。

固定资产的折旧采用年限平均法计提，各类固定资产的使用寿命、预计净残值率及年折旧率如下：

固定资产类别	使用寿命	预计净残值率	年折旧率
房屋及建筑物	20年	5%	4.75%
机器设备	5-10年	5%	19%-9.5%
运输工具	4-5年	5%	23.75%-19%
办公及其他设备	3-5年	5%	31.67%-19%

公司至少于每年年度终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，必要时进行调整。

（十二）在建工程

在建工程成本按实际工程支出确定，包括在建期间发生的各项必要工程支出以及其他相关费用等。在建工程在达到预定可使用状态时转入固定资产。

（十三）无形资产

无形资产仅在与其有关的经济利益很可能流入公司，且其成本能够可靠地计量时才予以确认，并以成本进行初始计量。

各项无形资产的使用寿命如下：

无形资产类别	使用寿命
土地使用权	50年
软件	5年
排污权	4.5年

公司取得的土地使用权，通常作为无形资产核算。

无形资产在其使用寿命内采用直线法摊销。公司至少于每年年度终了，对无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核，必要时进行调整。

（十四）资产减值

公司对除存货、递延所得税、金融资产外的资产减值，按以下方法确定：

公司于资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，存在减值迹象的，公司将估计其可收回金额，进行减值测试。对因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，至少于每年末进行减值测试。对于尚未达到可使用状态的无形资产，也每年进行减值测试。

可收回金额根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。公司以单项资产为基础估计其可收回金额；难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。资产组的认定，以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。

当资产或者资产组的可收回金额低于其账面价值时，公司将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（十五）长期待摊费用

长期待摊费用采用直线法摊销，摊销期如下：

类别	摊销期
装修费	3年
电话服务费	3年

（十六）职工薪酬

职工薪酬，是指公司为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的除股份支付以外各种形式的报酬或补偿。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。公司提供给职工配偶、子女、受赡养人、已故员工遗属及其他受益人等的福利，也属于职工薪酬。

1、短期薪酬

在职工提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

2、离职后福利（设定提存计划）

公司的职工参加由当地政府管理的养老保险和失业保险，相应支出在发生时计入相关资产成本或当期损益。

（十七）预计负债

当与或有事项相关的义务同时符合以下条件，公司将其确认为预计负债：

- （1）该义务是公司承担的现时义务；
- （2）该义务的履行很可能导致经济利益流出公司；
- （3）该义务的金额能够可靠地计量。

预计负债按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量，并综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。每个资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核。有确凿证据表明该账面价值不能反映当前最佳估计数的，按照当前最佳估计数对该账面价值进行调整。

（十八）股份支付

股份支付，分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。以权益结算的股份支付，是指公司为获取服务以股份或其他权益工具作为对价进行结算的交易。

以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，以授予职工权益工具的公允价值计量。授予后立即可行权的，在授予日按照公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的，在等待期内每个资产负债表日，公司根据最新取得的可行权职工人数变动、是否达到规定业绩条件等后续信息对可行权权益工具数量作出最佳估计，以此为基础，按照

授予日的公允价值,将当期取得的服务计入相关成本或费用,相应增加资本公积。权益工具的公允价值采用未来现金流折现模型确定。

在满足业绩条件和/或服务期限条件的期间,应确认以权益结算的股份支付的成本或费用,并相应增加资本公积。可行权日之前,于每个资产负债表日为以权益结算的股份支付确认的累计金额反映了等待期已届满的部分以及公司对最终可行权的权益工具数量的最佳估计。

对由于未满足非市场条件和/或服务期限条件而最终未能行权的股份支付,不确认成本或费用。股份支付协议中规定了市场条件或非可行权条件的,无论是否满足市场条件或非可行权条件,只要满足所有其他业绩条件和/或服务期限条件,即视为可行权。

如果修改了以权益结算的股份支付的条款,至少按照未修改条款的情况确认取得的服务。此外,增加所授予权益工具公允价值的修改,或在修改日对职工有利的变更,均确认取得服务的增加。

如果取消了以权益结算的股份支付,则于取消日作为加速行权处理,立即确认尚未确认的金额。职工或其他方能够选择满足非可行权条件但在等待期内未满足的,作为取消以权益结算的股份支付处理。但是,如果授予新的权益工具,并在新权益工具授予日认定所授予的新权益工具是用于替代被取消的权益工具的,则以与处理原权益工具条款和条件修改相同的方式,对所授予的替代权益工具进行处理。

(十九) 与客户之间的合同产生的收入 (自 2020 年 1 月 1 日起适用)

公司在履行了合同中的履约义务,即在客户取得相关商品或服务控制权时确认收入。取得相关商品或服务的控制权,是指能够主导该商品的使用或该服务的提供并从中获得几乎全部的经济利益。

1、销售商品合同

对于经销商销售及海外销售,公司与客户之间的销售商品合同通常仅包含转让商品的履约义务。对于电商销售及线下直营销售,公司与客户之间的销售商品合同通常包含转让商品及安装服务的履约义务。对于转让商品的履约义务,公司

通常在综合考虑了下列因素的基础上：取得商品的现时收款权利、商品所有权上的主要风险和报酬的转移、商品的法定所有权的转移、商品实物资产的转移、客户接受该商品，对于经销商销售，以经销商确认收货作为收入确认时点；对于电商销售，以终端客户在电商平台上确认收货作为收入确认时点；对于海外销售，以货物越过船舷作为收入确认时点；对于线下直营销售，以客户自提或配送完成作为收入确认时点。对于安装服务的履约义务，公司对安装服务进行单独定价，将这部分交易价格分配至单项履约义务，以完成安装服务作为收入确认时点。

2、可变对价

公司部分与客户之间的合同存在销售返利的安排，形成可变对价。公司按照期望值或最有可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。

3、应付客户对价

对于应付客户对价，公司将该应付客户对价冲减交易价格，并在确认相关收入与支付（或承诺支付）客户对价二者孰晚的时点冲减当期收入，除非该应付对价是为了向客户取得其他可明确区分商品或服务。

4、质保义务

根据合同约定、法律规定等，公司为所销售的商品提供质量保证。对于为向客户保证所销售的商品符合既定标准的保证类质量保证，公司按照附注三、18进行会计处理。对于为向客户保证所销售的商品符合既定标准之外提供了一项单独服务的服务类质量保证，公司将其作为一项单项履约义务，单独定价并向客户另行收取相应的交易价格，在客户取得服务控制权时确认收入。在评估质量保证是否在向客户保证所销售商品符合既定标准之外提供了一项单独服务时，公司考虑该质量保证是否为法定要求、质量保证期限以及公司承诺履行任务的性质等因素。

（二十）收入（适用于 2019 年度、2018 年度和 2017 年度）

收入在经济利益很可能流入公司、且金额能够可靠计量，并同时满足下列条件时予以确认。

1、销售商品收入

公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，并不再对该商品保留通常与所有权相联系的继续管理权和实施有效控制，且相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量，确认为收入的实现。对于经销商销售，公司以经销商确认收货作为收入确认时点；对于电商销售，本公司以普通客户和经销商在电商平台上确认收货作为收入确认时点；对于出口业务，公司以货物越过船舷作为收入确认时点。销售商品收入金额，按照从购货方已收或应收的合同或协议价款确定，但已收或应收的合同或协议价款不公允的除外；合同或协议价款的收取采用递延方式，实质上具有融资性质的，按照应收的合同或协议价款的公允价值确定。

2、利息收入

按照他人使用公司货币资金的时间和实际利率计算确定。

3、租赁收入

经营租赁的租金收入在租赁期内各个期间按照直线法确认，或有租金在实际发生时计入当期损益。

（二十一）合同资产与合同负债（自 2020 年 1 月 1 日起适用）

公司根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。公司将同一合同下的合同资产和合同负债相互抵销后以净额列示。

1、合同资产

已向客户转让商品或服务而有权收取对价的权利，且该权利取决于时间流逝之外的其他因素。公司对合同资产的预期信用损失的确定方法及会计处理方法详见“第十节 财务会计信息”之“五、发行人采用的重要会计政策和会计估计”之“（六）金融工具（自 2019 年 1 月 1 日起适用）”。

2、合同负债

合同负债是指已收或应收客户对价而应向客户转让商品或服务的义务，如企业在转让承诺的商品或服务之前已收取的款项。

（二十二）与合同成本有关的资产（自 2020 年 1 月 1 日起适用）

公司与合同成本有关的资产包括合同取得成本和合同履约成本。根据其流动性，分别列报在存货、其他流动资产和其他非流动资产中。

公司为取得合同发生的增量成本预期能够收回的，作为合同取得成本确认为一项资产，除非该资产摊销期限不超过一年。

公司为履行合同发生的成本，不适用存货、固定资产或无形资产等相关准则的规范范围的，且同时满足下列条件的，作为合同履约成本确认为一项资产：

（1） 该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关，包括直接人工、直接材料、制造费用（或类似费用）、明确由客户承担的成本以及仅因该合同而发生的其他成本；

（2） 该成本增加了企业未来用于履行履约义务的资源；

（3） 该成本预期能够收回。

公司对与合同成本有关的资产采用与该资产相关的收入确认相同的基础进行摊销，计入当期损益。

与合同成本有关的资产，其账面价值高于下列两项差额的，公司将超出部分计提减值准备，并确认为资产减值损失：

（1） 企业因转让与该资产相关的商品或服务预期能够取得的剩余对价；

（2） 为转让该相关商品或服务估计将要发生的成本。

以前期间减值的因素之后发生变化，使得（1）减（2）的差额高于该资产账面价值的，应当转回原已计提的资产减值准备，并计入当期损益，但转回后的资产账面价值不应超过假定不计提减值准备情况下该资产在转回日的账面价值。

（二十三）政府补助

政府补助在能够满足其所附的条件并且能够收到时，予以确认。政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

政府文件规定用于购建或以其他方式形成长期资产的，作为与资产相关的政府补助；政府文件不明确的，以取得该补助必须具备的基本条件为基础进行判断，以购建或以其他方式形成长期资产为基本条件的作为与资产相关的政府补助，除此之外的作为与收益相关的政府补助。

与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间计入当期损益；用于补偿已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益。

与资产相关的政府补助确认为递延收益，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益（但按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益），相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

（二十四）所得税

所得税包括当期所得税和递延所得税。除由于企业合并产生的调整商誉，或与直接计入股东权益的交易或者事项相关的计入股东权益外，均作为所得税费用或收益计入当期损益。

公司对于当期和以前期间形成的当期所得税负债或资产，按照税法规定计算的预期应交纳或返还的所得税金额计量。

公司根据资产与负债于资产负债表日的账面价值与计税基础之间的暂时性差异，以及未作为资产和负债确认但按照税法规定可以确定其计税基础的项目的账面价值与计税基础之间的差额产生的暂时性差异，采用资产负债表债务法计提递延所得税。

各种应纳税暂时性差异均据以确认递延所得税负债，除非：

(1) 应纳税暂时性差异是在以下交易中产生的：商誉的初始确认，或者具有以下特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额或可抵扣亏损。

(2) 对于与子公司投资相关的应纳税暂时性差异，该暂时性差异转回的时间能够控制并且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

对于可抵扣暂时性差异、能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认由此产生的递延所得税资产，除非：

(1) 可抵扣暂时性差异是在以下交易中产生的：该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额或可抵扣亏损。

(2) 对于与子公司投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：暂时性差异在可预见的未来很可能转回，且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

公司于资产负债表日，对于递延所得税资产和递延所得税负债，依据税法规定，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量，并反映资产负债表日预期收回资产或清偿负债方式的所得税影响。

于资产负债表日，公司对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，减记递延所得税资产的账面价值。于资产负债表日，公司重新评估未确认的递延所得税资产，在很可能获得足够的应纳税所得额可供所有或部分递延所得税资产转回的限度内，确认递延所得税资产。

同时满足下列条件时，递延所得税资产和递延所得税负债以抵销后的净额列示：拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利；递延所得税资产和递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一应纳税主体征收的所得税相关或者对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产和递延所得税负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债或是同时取得资产、清偿债务。

（二十五）租赁

实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁为融资租赁，除此之外的均为经营租赁。

1、作为经营租赁承租人

经营租赁的租金支出，在租赁期内各个期间按照直线法计入相关的资产成本或当期损益，或有租金在实际发生时计入当期损益。

2、作为经营租赁出租人

经营租赁的租金收入在租赁期内各个期间按直线法确认为当期损益，或有租金在实际发生时计入当期损益。

（二十六）利润分配

公司的现金股利，于股东大会批准后确认为负债。

（二十七）公允价值计量

公司于每个资产负债表日以公允价值计量交易性金融资产。公允价值，是指市场参与者在计量日发生的有序交易中，出售一项资产所能收到或者转移一项负债所需支付的价格。公司以公允价值计量相关资产或负债，假定出售资产或者转移负债的有序交易在相关资产或负债的主要市场进行；不存在主要市场的，公司假定该交易在相关资产或负债的最有利市场进行。主要市场（或最有利市场）是公司在计量日能够进入的交易市场。公司采用市场参与者在对该资产或负债定价时为实现其经济利益最大化所使用的假设。

以公允价值计量非金融资产的，考虑市场参与者将该资产用于最佳用途产生经济利益的能力，或者将该资产出售给能够用于最佳用途的其他市场参与者产生经济利益的能力。

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术，优先使用相关可观察输入值，只有在可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，才使用不可观察输入值。

在财务报表中以公允价值计量或披露的资产和负债，根据对公允价值计量整体而言具有重要意义的最低层次输入值，确定所属的公允价值层次：第一层次输入值，在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；第二层次输入值，除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值；第三层次输入值，相关资产或负债的不可观察输入值。

每个资产负债表日，公司对在财务报表中确认的持续以公允价值计量的资产和负债进行重新评估，以确定是否在公允价值计量层次之间发生转换。

（二十八）重大会计判断和估计

编制财务报表要求管理层作出判断、估计和假设，这些判断、估计和假设会影响收入、费用、资产和负债的列报金额及其披露，以及资产负债表日或有负债的披露。这些假设和估计的不确定性所导致的结果可能造成对未来受影响的资产或负债的账面金额进行重大调整。

以下为于资产负债表日有关未来的关键假设以及估计不确定性的其他关键来源，可能会导致未来会计期间资产和负债账面金额重大调整。

（1）存货跌价准备

公司根据存货会计政策，按照成本与可变现净值孰低计量，对成本高于可变现净值及陈旧和滞销的存货，计提存货跌价准备。存货减值至可变现净值是基于评估存货的可售性及其可变现净值。鉴定存货减值要求管理层在取得确凿证据，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素的基础上作出判断和估计。实际的结果与原先估计的差异将在估计被改变的期间影响存货的账面价值及存货跌价准备的计提或转回。

（2）固定资产使用寿命和预计净残值

在固定资产使用过程中，其所处的经济环境、技术环境以及其他环境有可能对固定资产使用寿命和预计净残值产生较大影响。管理层于每年年度终了，对固定资产使用寿命和预计净残值进行复核。如有确凿证据表明：固定资产使用寿命预计数与原先估计数有差异，应当调整固定资产使用寿命；固定资产预计净残值预计数与原先估计数有差异，应当调整预计净残值。

（3）递延所得税资产

在很可能有足够的应纳税所得额用以抵扣可抵扣亏损的限度内，应就所有尚未利用的可抵扣亏损确认递延所得税资产。这需要管理层运用大量的判断来估计未来取得应纳税所得额的时间和金额，结合纳税筹划策略，以决定应确认的递延所得税资产的金额。

（4）产品质量保证金的确认

公司根据合同条款、现有知识及历史经验，对产品质量保证金进行估计并计提相应准备。在该等或有事项已经形成一项现实义务，且履行该等现实义务很可能导致经济利益流出公司的情况下，以最佳估计数进行计量。

（5）返利的计提

公司对经销商适用返利政策，根据经销协议相关约定和活动政策通知，参考经销商对约定考核指标的完成情况，于资产负债表日估计并计提返利。返利在达成销售额或其他业绩条件时确认为负债，抵减营业收入。

（二十九）会计政策和会计估计变更

1、会计政策变更

（1）新金融工具准则

①基本情况

2017年，财政部颁布了修订的《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第23号——金融资产转移》、《企业会计准则第24号——套期保值》以及《企业会计准则第37号——金融工具列报》（统称“新金融工具准则”）。公司自2019年1月1日开始按照新修订的上述准则进行会计处理，根据衔接规定，对可比期间信息不予调整，首日执行新准则与现行准则的差异追溯调整本报告期期初未分配利润或其他综合收益。

新金融工具准则改变了金融资产的分类和计量方式，确定了三个主要的计量类别：摊余成本；以公允价值计量且其变动计入其他综合收益；以公允价值计量且其变动计入当期损益。企业需考虑自身业务模式，以及金融资产的合同现金流

特征进行上述分类。权益工具投资需按公允价值计量且其变动计入当期损益，但在初始确认时可选择将非交易性权益工具投资不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。

新金融工具准则要求金融资产减值计量由“已发生损失模型”改为“预期信用损失模型”，适用于以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，以及贷款承诺和财务担保合同。

公司持有的某些理财产品，其收益取决于标的资产的收益率。公司于 2019 年 1 月 1 日之前将其分类为可供出售金融资产，列报为其他流动资产。2019 年 1 月 1 日之后，公司分析其合同现金流量代表的不仅仅为对本金和以未偿本金为基础的利息的支付，因此将该等理财产品重分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，列报为交易性金融资产。

公司在日常资金管理中将全部银行承兑汇票背书，管理上述应收票据的业务模式以出售为目标，因此公司 2019 年 1 月 1 日之后将该等应收票据重分类为交易性金融资产。

②对发行人的影响

新金融工具准则施行前后，对发行人金融资产和负债的相关科目的影响如下：

项目	实施前	实施后
应收票据	列式：应收票据 分类：贷款及应收款项	列式：交易性金融资产 分类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产
理财产品	列式：其他流动资产 分类：可供出售金融资产	列式：交易性金融资产 分类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

在首次执行日，原金融资产账面价值调整为按照修订后金融工具确认计量准则的规定进行分类和计量的新金融资产账面价值的调节表如下：

单位：万元

项目	按原金融工具 准则列示的账 面价值（2018 年12月31日）	重分类	重新计量	按新金融工具准则列 示的账面价值 （2019年1月1日）
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产				
交易性金融资产（债务工具投资）				
按原金融工具准则列示 的余额	12,555.00	-12,555.00	-	-
减：转出至以公允 价值计量且其变 动计入当期损益 （新金融工具准 则）	-	12,555.00	-	12,555.00
按新金融工具准则列示 的余额	12,555.00	-	-	12,555.00
应收票据				
按原金融工具准则列示 的余额	96.40	-96.40	-	-
减：转出至以公允 价值计量且其变 动计入当期损益 （新金融工具准 则）	-	96.40	-	96.40
按新金融工具准则列示 的余额	96.40	-	-	96.40

在首次执行日，原金融资产减值准备 2018 年 12 月 31 日金额调整为按照修订后金融工具准则的规定进行分类和计量调节表如下：

单位：元

计量类别	按原金融工具准则 计提损失准备	重分类	重新计量	按新金融工具准则 计提损失准备
应收账款	25,185.20	-	-	25,185.20
其他应收款	311,365.27	-	-	311,365.27

根据上述各项对比，新金融工具准则施行后对公司 2018 年 12 月 31 日的报表数据无重新计量的影响，因此对公司期初留存收益无影响。

（2）财务报表列报方式变更

根据《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6 号）要求，资产负债表中，“应收票据及应收账款”项目分拆为“应收票据”及“应收账款”，“应付票据及应付账款”项目分拆为“应付票据”及“应付账款”。公司相应追溯调整了比较数据。

会计政策变更对合并及母公司净利润和所有者权益无影响。

(3) 新收入准则

2017年，财政部颁布了修订的《企业会计准则第14号——收入》（简称“新收入准则”）。本公司自2020年1月1日开始按照新修订的上述准则进行会计处理，根据衔接规定，对可比期间信息不予调整，首日执行新准则与现行准则的差异追溯调整本报告期期初未分配利润或其他综合收益。

新收入准则为规范与客户之间的合同产生的收入建立了新的收入确认模型。根据新收入准则，确认收入的方式应当反映主体向客户转让商品或提供服务的模式，收入的金额应当反映主体因向客户转让该等商品和服务而预计有权获得的对价金额。同时，新收入准则对于收入确认的每一个环节所需要进行的判断和估计也做出了规范。本公司仅对在2020年1月1日尚未完成的合同的累积影响数进行调整，对2020年1月1日之前或发生的合同变更，本公司采用简化处理方法，对所有合同根据合同变更的最终安排，识别已履行的和尚未履行的履约义务、确定交易价格以及在已履行的和尚未履行的履约义务之间分摊交易价格。

执行新收入准则对2020年1月1日合并资产负债表项目的影响如下：

单位：元

科目	报表数	假设按原准则	影响
预收款项	-	47,233,609.36	-47,233,609.36
合同负债	61,163,272.15	-	61,163,272.15
其他流动负债	9,789,496.95	4,355,541.89	5,433,955.06
其他应付款	40,050,180.27	59,413,798.12	-19,363,617.85
合计	111,002,949.37	111,002,949.37	-

执行新收入准则对截至2020年3月31日止的3个月期间合并资产负债表和合并利润表的影响如下：

①合并资产负债表

单位：元

科目	报表数	假设按原准则	影响
预收款项	-	31,154,699.64	-31,154,699.64
合同负债	46,973,880.89	-	46,973,880.89
其他流动负债	6,616,948.83	4,243,996.90	2,372,951.93
其他应付款	31,043,299.75	49,235,432.93	-18,192,133.18
合计	84,634,129.47	84,634,129.47	-

②合并利润表

单位：元

科目	报表数	假设按原准则	影响
营业收入	58,794,269.83	58,813,438.64	-19,168.81
营业成本	-31,486,938.49	-31,433,238.49	-53,700.00
销售费用	-11,771,819.22	-11,844,688.03	72,868.81
合计	15,535,512.12	15,535,512.12	-

本公司根据合同从客户处取得的预收货款，2020年1月1日之前本公司将其列报为预收款项，2020年1月1日起本公司将预收货款中估计的增值税部分因不符合合同负债的定义而计入应交税费-待转销项税额，根据《增值税会计处理规定》(财会[2016]22号)，将上述待转销项税额列报为其他流动负债，将剩余的商品价款部分列报为合同负债。上述改变对具体财务报表科目的量化影响为：于2020年1月1日，减少预收款项人民币47,233,609.36元，分别增加合同负债和其他流动负债人民币41,799,654.30元和人民币5,433,955.06元；于2020年3月31日，减少预收款项人民币31,154,699.64元，分别增加合同负债和其他流动负债人民币28,781,747.71元和人民币2,372,951.93元。

本公司给予经销商的尚未使用的销售返利，经销商并不能获得本公司的现金支付，仅可在后续向本公司采购时通过销售折扣的方式予以兑现，2020年1月1日之前本公司将其列报为其他应付款，2020年1月1日起本公司将其列报为合同负债。上述改变对具体财务报表科目的量化影响为：于2020年1月1日，减少其他应付款并增加合同负债人民币19,363,617.85元；于2020年3月31日，减少其他应付款并增加合同负债人民币18,192,133.18元。

本公司在电商平台上替客户承担的信用卡和花呗分期手续费，信用卡支付服务费，京东白条支付服务费，并非为了向客户取得可明确区分商品的应付客户对价，2020年1月1日之前本公司将其计入销售费用，2020年1月1日起，本公司将其冲减交易价格，并在确认相关收入与支付客户对价二者孰晚的时点冲减当期收入。上述改变对具体财务报表科目的量化影响为：截至2020年3月31日止的3个月期间减少营业收入并减少销售费用人民币19,168.81元。

本公司线上直营模式业务，2020年1月1日之前本公司将其整体作为一项转让商品业务，2020年1月1日起，本公司分析该项业务中具体包含有转让商品和提供安装服务两项商品或服务承诺，由于该商品客户能够从中单独受益或与其他易于

获得的资源一起使用中受益，且该商品与安装服务承诺可单独区分，分别构成单项履约义务，安装服务由本公司委托经销商完成。对于该安装服务承诺的成本，2020年1月1日之前本公司将其计入销售费用，2020年1月1日起，本公司将其计入营业成本。上述改变对具体财务报表科目的量化影响为：截至2020年3月31日止的3个月期间增加营业成本并减少销售费用人民币53,700.00元。

2、会计估计变更

报告期内，公司无会计估计变更事项。

(三十) 税项

1、主要税种及税率

报告期内，公司及子公司适用的主要税种和税率如下所示：

税种	税率
增值税	母公司于 2018 年 5 月 1 日之前应税收入按 17% 的税率计算销项税，于 2018 年 5 月 1 日起应税收入按 16% 的税率计算销项税，于 2019 年 4 月 1 日起应税收入按 13% 的税率计算销项税，并按扣除当期允许抵扣的进项税额后的差额计缴增值税。出口货物实行“免、抵、退”税政策，退税率为 9%、13%、15%、16%、17%。浙江元美电器为增值税一般纳税人，适用税率同本公司。杭州帅丰科技有限公司为小规模纳税人，按应税收入的 3% 计缴增值税。
城市维护建设税	按实际缴纳的流转税的 7% 计缴。
教育费附加	按实际缴纳的流转税的 3% 计缴。
地方教育附加	按实际缴纳的流转税的 2% 计缴。
房产税	从价计征的，按房产原值一次减除 30% 后余值的 1.2% 计缴；从租计征的，按租金收入的 12% 计缴。
企业所得税	母公司的企业所得税按应纳税所得额的 15% 计缴。浙江元美电器有限公司、杭州帅丰科技有限公司的企业所得税按应纳税所得额的 20% 计缴。

2、税收优惠

根据全国高新技术企业认定管理工作领导小组办公室下发的《关于浙江省 2015 年第一批复审高新技术企业备案申请的复函》(国科火字【2015】254 号)，本公司被认定为浙江省 2015 年高新技术企业(证书编号 GF201533000281)，认定期限 3 年。根据高新技术企业所得税优惠政策，公司 2016 年度和 2017 年度企业所得税减按 15% 的税率计缴。

根据全国高新技术企业认定管理工作领导小组办公室下发的《关于浙江省 2018 年高新技术企业备案的复函》（国科火字【2019】70 号），本公司被认定为浙江省 2018 年高新技术企业（证书编号 GR201833003679），认定期限 3 年。根据高新技术企业所得税优惠政策，公司 2018 年度、2019 年度和截至 2020 年 3 月 31 日止的 3 个月期间企业所得税减按 15% 的税率计缴。

子公司浙江元美电器有限公司、杭州帅丰科技有限公司属于小型微利企业，其所得减按 50% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税。

六、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

单位：万元

项目	2020 年一季度	2019 年	2018 年	2017 年
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-	-0.98	-9.84	-15.42
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-	5.52
计入当期损益的政府补助	1,086.96	1,657.78	1,028.61	251.52
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-9.76	1,330.98	641.20	294.81
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-154.94	-19.57	-25.97	-31.14
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-	-214.37
非经常性损益项目合计	922.25	2,968.22	1,634.00	290.92
减：所得税影响	138.49	449.11	248.92	76.21
少数股东权益影响（税后）	-	-	-	-
非经常性损益净额	783.77	2,519.11	1,385.08	214.72
归属于母公司所有者的净利润	1,504.06	17,396.66	15,018.00	13,420.36
非经常性损益占比（%）	52.11	14.48	9.22	1.60
扣除非经常性损益后的归属于母公司所有者的净利润	720.29	14,877.56	13,632.92	13,205.65

七、最近一期末主要资产情况

(一) 固定资产

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值	成新率
房屋及建筑物	13,297.25	2,226.95	-	11,070.30	83.25%
机器设备	6,305.88	1,536.04	-	4,769.84	75.64%
运输工具	1,064.71	801.82	-	262.89	24.69%
办公及其他设备	461.72	365.61	-	96.11	20.82%
合计	21,129.56	4,930.42	-	16,199.15	76.67%

(二) 在建工程

单位：万元

工程名称	账面价值
年新增 40 万台智能化高效节能集成灶产业化示范项目	8,330.26
合计	8,330.26

(三) 无形资产

单位：万元

项目	账面原值	累计摊销	减值准备	账面价值	净值率
土地使用权	6,549.56	684.78	-	5,864.78	89.54%
软件	125.15	54.24	-	70.91	56.66%
排污权	137.27	83.89	-	53.38	38.89%
合计	6,811.98	822.90	-	5,989.07	87.92%

八、最近一期末主要负债情况

截至 2020 年一季度末，公司合并口径主要债项如下所示：

单位：万元

项目	2020 年 3 月末
短期借款	-
应付票据	3,883.67
应付账款	7,865.82
合同负债	4,697.39
应付职工薪酬	686.66
应交税费	212.35
其他应付款	3,104.33
其他流动负债	661.69
流动负债合计	21,111.90
递延收益	315.46
递延所得税负债	288.33

项目	2020年3月末
非流动负债合计	603.79
负债合计	21,715.69

截至2020年一季度末，公司对持有5%及以上表决权股份的股东无应付账款、其他应付款、预收款项以及其他负债。报告期内公司不存在逾期偿还借款的情况。

九、报告期内各期末所有者权益情况

详见本节“一、财务报表”之“（一）合并财务报表”之“4、合并所有者/股东权益变动表”及“一、财务报表”之“（二）母公司财务报表”之“4、母公司所有者/股东权益变动表”。

十、报告期内现金流量情况

单位：万元

项目	2020年一季度	2019年度	2018年度	2017年度
经营活动产生的现金流量净额	-8,854.47	24,334.71	15,778.28	15,022.10
投资活动产生的现金流量净额	3,704.61	-23,444.84	-32,710.57	-2,362.71
筹资活动产生的现金流量净额	-	-77.55	15,362.26	-6,169.98
现金及现金等价物净增加额	-5,149.86	812.28	-1,569.94	6,489.41
期末/年末现金及现金等价物余额	2,957.08	8,106.94	7,294.66	8,864.59

十一、财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项

（一）期后事项

截至财务报表批准日，公司不存在需要披露的资产负债表日后事项。

（二）或有事项

截至财务报表批准日，公司不存在需要披露的或有事项。

（三）承诺事项

单位：万元

事项	2020年3月末	2019年末	2018年末	2017年末
已签约但未拨备资本承诺	1,439.60	426.00	275.44	855.39

以上承诺事项为资本性支出承诺事项，即公司于资产负债表日，已签约但尚不必在资产负债表列示的资本性支出承诺。上述资本性支出承诺均与本次募投项目相关。

十二、财务指标

（一）主要财务指标

财务指标	2020年1-3月 /2020年3月末	2019年 /2019年末	2018年/ 2018年末	2017年 /2017年末
流动比率（倍）	1.56	1.39	2.03	0.93
速动比率（倍）	1.06	1.09	1.71	0.68
资产负债率（合并，%）	22.97	29.43	31.17	58.91
资产负债率（母公司，%）	22.93	29.39	31.04	58.86
应收账款周转率（次）	-	-	-	-
存货周转率（次）	1.29	4.28	4.25	5.04
息税折旧摊销前利润（万元）	2,152.03	21,879.15	18,516.54	16,653.94
息税前利润（万元）	1,765.47	20,533.40	17,514.53	15,702.75
归属于发行人股东的净利润（万元）	1,504.06	17,396.66	15,018.00	13,420.36
扣除非经常性损益后归属于发行人股东的净利润（万元）	720.29	14,877.56	13,632.92	13,205.65
利息保障倍数（倍）	无利息支出	无利息支出	无利息支出	266.26
每股经营活动现金净流量（元）	-0.84	2.30	1.49	1.56
每股净现金流量（元）	-0.49	0.08	-0.15	0.68
归属于发行人股东的每股净资产（元）	6.90	6.76	5.11	1.97
无形资产（扣除土地使用权、采矿权）占净资产比例（%）	0.17	0.19	0.24	0.74

注：报告期内，公司销售政策以先款后货为主，期末应收账款余额较小，因此未计算应收账款周转率。

上述财务指标如无特别说明，均以合并口径计算，具体计算公式如下：

流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=(流动资产-存货)/流动负债

资产负债率=负债总额/资产总额*100%

应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额

存货周转率=营业成本/存货平均余额

息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+折旧+摊销

息税前利润=利润总额+利息支出

利息保障倍数=息税前利润/利息支出

每股经营活动现金净流量=经营活动产生的现金流量净额/期末总股本

每股净现金流量=现金或现金等价物净增加额/期末总股本

归属于发行人股东的每股净资产=期末净资产/期末总股本

无形资产（扣除土地使用权）占净资产比例=无形资产（扣除土地使用权）/期末净资产*100%

（二）净资产收益率和每股收益

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）的要求，报告期内公司各年净资产收益率和每股收益如下：

1、净资产收益率

项目	2020年一季	2019年	2018年	2017年
归属于公司普通股股东的净利润	2.09%	27.77%	41.24%	67.01%
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	1.00%	23.75%	37.43%	65.94%

2、每股收益

项目	基本每股收益（元/股）				稀释每股收益（元/股）			
	2020年一季	2019年	2018年	2017年	2020年一季	2019年	2018年	2017年
归属于公司普通股股东的净利润	0.14	1.65	1.49	1.40	0.14	1.65	1.49	1.40
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	0.07	1.41	1.35	1.38	0.07	1.41	1.35	1.38

注：计算公式如下：

（1）加权平均净资产收益率

$$\text{加权平均净资产收益率} = P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_1 \times M_1 \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$$

其中：P₀分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP为归属于公司普通股股东的净利润；E₀为归属于公司普通股股

东的期初净资产； E_1 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产； E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产； M_0 为报告期月份数； M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数； M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数； E_k 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动； M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

报告期发生同一控制下企业合并的，计算加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从报告期期初起进行加权；计算扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从合并日的次月起进行加权。计算比较期间的加权平均净资产收益率时，被合并方的净利润、净资产均从比较期间期初起进行加权；计算比较期间扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产不予加权计算（权重为零）。

（2）基本每股收益

$$\text{基本每股收益} = P_0 \div S$$

$$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$$

其中： P_0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润； S 为发行在外的普通股加权平均数； S_0 为期初股份总数； S_1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数； S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数； S_j 为报告期因回购等减少股份数； S_k 为报告期缩股数； M_0 为报告期月份数； M_i 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数； M_j 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

（3）稀释每股收益

公司存在稀释性潜在普通股的，应当分别调整归属于普通股股东的报告期净利润和发行在外普通股加权平均数，并据以计算稀释每股收益。

在发行可转换债券、股份期权、认股权证等稀释性潜在普通股情况下，稀释每股收益可参照如下公式计算：

稀释每股收益 = $P_1 / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中， P_1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

截至报告期末，公司不存在稀释性潜在普通股的情况。

十三、发行人设立时及报告期内资产评估情况

2017年11月，坤元资产评估有限公司接受帅丰有限的委托，以2017年10月31日为评估基准日，出具了《浙江帅丰电器有限公司拟变更设立为股份有限公司涉及的相关资产及负债价值资产评估报告》（坤元评报【2017】697号）。

评估目的：拟进行股份制改造。

评估方法：采用资产基础法。

评估结果：帅丰有限资产净额的评估价值为244,558,116.03元。

十四、历次验资情况

发行人历次验资情况详见本《招股意向书》“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人历次验资情况”。

第十一节 管理层讨论与分析

一、财务状况分析

(一) 资产状况

报告期各期末，公司资产构成如下：

项目	2020年3月末		2019年末		2018年末		2017年末	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
流动资产	32,984.57	34.88	40,881.67	40.44	49,381.74	63.01	25,072.41	54.52
非流动资产	61,573.61	65.12	60,209.46	59.56	28,986.56	36.99	20,918.64	45.48
合计	94,558.18	100.00	101,091.13	100.00	78,368.30	100.00	45,991.06	100.00

报告期内，随着业务规模的增长，公司资产总额逐渐增加，报告期各期末资产总额分别为 45,991.06 万元、78,368.30 万元、101,091.13 万元和 94,558.18 万元。

报告期各期末，公司流动资产占总资产的比重分别为 54.52%、63.01%、40.44% 和 34.88%，主要包括与生产经营活动密切相关的货币资金、预付款项、存货以及因现金管理而购入的理财工具，其中 2019 年公司流动资产占比同比下降了 22.57 个百分点，主要原因系公司将购买的 3 年期定期存款 30,120.38 万元计入其他非流动资产科目核算，该定期存款占当期末总资产的比例为 29.80%。

报告期各期末，公司非流动资产占总资产的比重分别为 45.48%、36.99%、59.56% 和 65.12%，主要包括固定资产、在建工程、无形资产等。

1、流动资产

报告期各期末，公司流动资产结构如下：

项目	2020年3月末		2019年末		2018年末		2017年末	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
货币资金	5,628.85	17.07	8,272.75	20.24	7,294.66	14.77	9,625.59	38.39
交易性金融资产	14,307.24	43.38	22,291.65	54.53	-	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	-	20,000.00	40.50	-	-
应收票据	-	-	-	-	96.40	0.20	150.00	0.60

项目	2020年3月末		2019年末		2018年末		2017年末	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
应收账款	0.02	0.00	0.03	0.00	36.96	0.07	10.35	0.04
预付款项	1,493.90	4.53	921.65	2.25	978.31	1.98	1,246.63	4.97
其他应收款	275.07	0.83	286.33	0.70	405.36	0.82	248.50	0.99
存货	10,610.72	32.17	8,943.88	21.88	7,792.94	15.78	6,545.33	26.11
其他流动资产	668.77	2.03	165.38	0.40	12,777.11	25.87	7,246.02	28.90
流动资产合计	32,984.57	100.00	40,881.67	100.00	49,381.74	100.00	25,072.41	100.00

报告期各期末，公司流动资产主要为货币资金、预付款项、存货以及因现金管理而购入的结构性存款（交易性金融资产、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产）和理财产品（其他流动资产），上述资产合计占流动资产的比例保持在95%以上。

（1）货币资金

报告期各期末，公司货币资金的明细情况如下：

单位：万元

项目	2020年3月末	2019年末	2018年末	2017年末
库存现金	1.77	1.55	0.40	0.76
银行存款	2,955.31	8,105.39	7,294.26	8,863.83
其他货币资金	2,671.77	165.81	-	760.99
合计	5,628.85	8,272.75	7,294.66	9,625.59

报告期各期末，货币资金余额分别为9,625.59万元、7,294.66万元、8,272.75万元和5,628.85万元，占流动资产总额的比例分别为38.39%、14.77%、20.24%和17.07%。

2018年末，公司货币资金余额为7,294.66万元，同比下降了24.22%，主要原因系理财产品购买的增加；2019年末公司货币资金同比上升了13.41%，主要原因系随着公司经营规模扩大和盈利能力的增加，货币资金自然增长；2020年一季度末公司货币资金余额较2019年末下降了31.96%，主要系受国内疫情影响公司经营活动相关的现金流入减少。

报告期各期末，公司的其他货币资金余额分别为760.99万元、0万元、165.81万元和2,671.77万元，主要为开具银行承兑汇票而存入银行的保证金和结构性存款，其中2018年末其他货币资金余额为0，主要原因是2018年末公司理财产品余额较大，开具银行承兑汇票时采取理财产品质押即可，无需存入保证金；2020年3月末其他货币资

金余额较 2019 年末增加 2,505.96 万元，主要系公司一季度向上海浦东发展银行嵊州支行购买了结构性存款，公司将该笔款项计入其他货币资金核算。

(2) 交易性金融资产、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

公司在 2018 年末存在以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，余额为 20,000.00 万元，为公司购买的保本浮动收益的结构性存款。结构性存款产品的收益包括固定收益和浮动收益两部分，其中浮动收益与 AA 级以上信用类债券（含）的收益率挂钩，因此按照《企业会计准则-第 22 号金融工具的确认和计量》的相关规定，将其计入以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产核算。

根据 2017 年财政部颁布修订的《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号——套期保值》以及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（统称“新金融工具准则”），公司自 2019 年 1 月 1 日开始按照新修订的上述准则进行会计处理，据此，公司将购买的结构性存款以及银行理财产品计入交易性金融资产核算，截至 2019 年末和 2020 年一季度末，公司的交易性金融资产余额分别为 22,291.65 万元和 14,307.24 万元，均为公司购买的理财产品。

(3) 应收票据、应收账款

① 应收票据

报告期内，个别经销商选用票据付款。报告期各期末，公司应收票据余额分别为 150.00 万元、96.40 万元、0 万元和 0 万元，占流动资产总额的比例分别为 0.60%、0.20%、0.00% 和 0.00%。报告期内，公司收到的票据不存在贴现的情况，均背书转让。报告期各期末公司持有的票据主要系银行承兑汇票，具体明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 3 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
银行承兑汇票	-	-	30.00	150.00
商业承兑汇票	-	-	66.40	-
合计	-	-	96.40	150.00

注：2018 年末公司持有的商业承兑汇票系经销商烟台市芝罘瑞祥厨房电器商行背书转让，公司已于 2019 年 1 月份将上述票据退回，由该经销商以银行转账的方式付款。

② 应收账款

A、基本情况

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 10.35 万元、36.96 万元、0.03 万元和 0.02 万元，占流动资产总额的比例分别为 0.04%、0.07%、0.00% 和 0.00%。公司的境内销售政策为先款后货，因此不存在应收账款，各期末的应收账款均为外销业务产生。报告期内，公司向部分境外客户销售传统的烟机灶具产品，结算方式为信用证或者 T/T，存在一定回款周期，因此在期末形成少量应收账款。报告期各期末，公司的应收账款明细如下：

时间	客户名称	应收账款（万元）	占比（%）
2020 年 3 月末	AN-NAFAY ASSOCIATES	0.02	100.00
	合计	0.02	100.00
2019 年末	AN-NAFAY ASSOCIATES	0.03	100.00
	合计	0.03	100.00
2018 年末	Abdul Sater for trading	27.16	73.48
	Sepehriranian Trading Co.,Ltd	9.76	26.41
	AN-NAFAY ASSOCIATES	0.04	0.11
	合计	36.96	100.00
2017 年末	Sepehriranian Trading Co.,Ltd	5.32	51.45
	YOUSEF HASAN FOR IMP & EXP ESTABLISHMENT	4.99	48.19
	AN-NAFAY ASSOCIATES	0.02	0.21
	EURO HOME APPLIANCES	0.02	0.15
	合计	10.35	100.00

B、账龄和坏账准备的计提情况

报告期各期末，公司应收账款的账龄和坏账准备计提情况如下：

账龄	2020 年 3 月末			
	金额（万元）	比例（%）	坏账准备（万元）	账面价值（万元）
1年以内（含1年）	-	-	-	-
1年至2年（含2年）	-	-	-	-
2年以上	0.05	100.00	0.03	0.02
账龄	2019 年末			
	金额（万元）	比例（%）	坏账准备（万元）	账面价值（万元）
1年以内（含1年）	-	-	-	-
1年至2年（含2年）	-	-	-	-
2年以上	0.05	100.00	0.02	0.03
合计	0.05	100.00	0.02	0.03
账龄	2018 年末			
	金额（万元）	比例（%）	坏账准备（万元）	账面价值（万元）
1年以内（含1年）	28.59	72.41	1.43	27.16

1年至2年（含2年）	10.89	27.59	1.09	9.80
2年以上	-	-	-	-
合计	39.48	100.00	2.52	36.96
账龄	2017年末			
	金额 (万元)	比例 (%)	坏账准备 (万元)	账面价值 (万元)
1年以内（含1年）	20.07	100.00	9.73	10.35
1年至2年（含2年）	-	-	-	-
2年以上	-	-	-	-
合计	20.07	100.00	9.73	10.35

（4）预付账款

报告期各期末，公司的预付账款余额分别为 1,246.63 万元、978.31 万元、921.65 万元和 1,493.90 万元，占流动资产总额的比例分别为 4.97%、1.98%、2.25% 和 4.53%。公司预付账款的对象以各类广告商为主，2018 年末公司预付账款同比下降了 21.52%，主要原因是 2019 年公司的广告费用开支规模下降，因此预付给各类广告商的金额降低；2020 年一季度末公司预付账款较 2019 年末增加了 62.09%，主要系预付的广告宣传款项增加所致。

报告期各期末，公司预付账款的账龄如下：

项目	2020年3月末		2019年末		2018年末		2017年末	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
1年以内	1,489.78	99.72	900.24	97.68	969.48	99.10	1,225.80	98.33
1年至2年	4.11	0.28	21.41	2.32	8.32	0.85	20.83	1.67
2年至3年	-	-	-	-	0.50	0.05	-	-
3年以上	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	1,493.90	100.00	921.65	100.00	978.31	100.00	1,246.63	100.00

公司的预付账款主要为预付各类广告商相关费用，报告期各期末，预付账款的前五名情况如下：

时间	客户名称	预付账款余额 (万元)	占比 (%)
2020年3月末	长兴培元影视文化工作室	402.40	26.94
	杭州黑洞文化创意有限公司	250.00	16.73
	天津舜风文化传播有限公司	249.78	16.72
	红星美凯龙家居集团股份有限公司	141.51	9.47
	杭州鸿丰文化传媒有限公司	64.08	4.29
	合计	1,107.76	74.15
2019年末	长兴培元影视文化工作室	511.81	55.53

时间	客户名称	预付账款余额 (万元)	占比 (%)
	天津舜风文化传播有限公司	110.26	11.96
	北京中视浩诚国际广告有限公司	50.00	5.43
	杭州炳阳环保科技有限公司	34.70	3.76
	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	20.68	2.24
	合计	727.45	78.92
2018 年末	长兴培元影视文化工作室	392.77	40.15
	北京中外名人文化传媒股份有限公司	129.77	13.26
	湖南唯动文化传媒有限公司	37.22	3.80
	北京盛世协联会展服务有限公司	32.00	3.27
	北京神州云动科技股份有限公司	28.47	2.91
	合计	620.23	63.39
2017 年末	北京中视浩诚国际广告有限公司	262.26	21.04
	湖南丰沃文化传媒有限公司	212.26	17.03
	中视智扬国际传媒有限公司肥乡分公司	152.00	12.19
	红星美凯龙家居集团股份有限公司	145.14	11.64
	长兴培元影视文化工作室	73.32	5.88
	合计	844.98	67.78

(5) 其他应收款

报告期各期末,公司的其他应收款账面价值分别为 248.50 万元、405.36 万元、286.33 万元和 275.07 万元,占流动资产总额的比例分别为 0.99%、0.82%、0.70%和 0.83%。公司的其他应收款主要为公司在天猫、京东等电商销售平台上未提现的货款。2018 年末,公司其他应收款账面价值增长了 63.12%,主要原因系在天猫、京东等电商销售平台上未提现的货款增加。

报告期各期末,公司其他应收款余额的明细情况如下:

项目	2020 年 3 月末		2019 年末		2018 年末		2017 年末	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
电商平台款项	252.29	91.72	261.80	91.43	359.32	88.64	215.72	86.81
保证金	22.70	8.25	24.50	8.56	19.07	4.70	32.79	13.19
其他	0.09	0.03	0.02	0.01	4.41	1.09	-	-
应收利息	-	-	-	-	22.57	5.57	-	-
合计	275.07	100.00	286.33	100.00	405.36	100.00	248.50	100.00

注:2018 年末的应收利息为应收的结构存款产生的利息。

(6) 存货

①基本情况

报告期各期末，公司的存货账面价值分别为 6,545.33 万元、7,792.94 万元、8,943.88 万元和 10,610.72 万元，占流动资产的比例分别为 26.11%、15.78%、21.88% 和 32.17%。报告期各期末，公司的存货构成如下：

项目	2020 年 3 月末		2019 年末		2018 年末		2017 年末	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
原材料	5,423.75	51.12	4,730.08	52.89	4,471.81	57.38	4,332.60	66.19
在产品	2,592.39	24.43	2,410.95	26.96	2,401.90	30.82	1,466.57	22.41
库存商品	1,969.10	18.56	1,617.97	18.09	562.99	7.22	397.18	6.07
发出商品	625.49	5.89	184.88	2.07	356.25	4.57	348.99	5.33
合计	10,610.72	100.00	8,943.88	100.00	7,792.94	100.00	6,545.33	100.00

报告期各期末，公司的各类别存货的库龄情况如下：

项目	2020 年 3 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
存货库龄：				
1 年以内	9,557.84	7,849.03	7,152.19	6,429.12
1-2 年	911.79	959.56	641.83	252.45
2 年以上	417.91	322.87	114.88	-
存货原值合计	10,887.54	9,131.46	7,908.90	6,681.58
跌价准备	276.82	187.58	115.97	136.24
账面价值	10,610.72	8,943.88	7,792.93	6,545.33
计提比例	2.54%	2.06%	1.47%	2.04%

报告期各期末，公司一年以上的存货原值分别为 252.45 万元、756.71 万元、1,282.43 万元和 1,329.70 万元，占存货原值的比例分别为 3.78%、9.57%、14.05% 和 12.21%，呈现逐年增长的趋势，主要由于：1) 公司鉴于 2017 年不锈钢材料价格出现较大幅上涨的趋势和企业生产规模不断扩大，于 2017 年和 2018 年批量采购不锈钢材料以预防未来不锈钢材料价格出现大幅上涨的风险；2) 同时由于集成灶产品不同部位生产所用的不锈钢材料在型号、规格、厚度等方面存在差异，上述批量采购的不锈钢材料仅用于集成灶少数部位的生产，消耗速度相对较慢，2018 年末和 2019 年末 2 年以上原材料原值较上年末 1-2 年原材料原值分别减少 137.57 万元、318.96 万元，截止 2019 年末上述批量采购原材料尚未消耗完毕。

② 存货增长的原因分析

报告期各期末，公司的存货账面价值逐年增加，具体分析如下：

A、2018 年末存货增加原因

2018 年末，公司存货账面价值为 7,792.94 万元，同比增加 1,247.61 万元，增幅 19.06%，主要原因系在产品的增加。2018 年末，公司在产品 2,401.90 万元，同比增加 935.33 万元。

公司的在产品以钣金件为主，钣金件的生产是集成灶成品组装前的重要生产环节，直接影响集成灶的交货周期（钣金生产的后续环节周期较短）。公司对 2019 年集成灶市场前景看好，因此加大了钣金件的库存，以便为订单增长做足准备，由此导致期末的在产品同比增加。

B、2019 年末存货增加原因

2019 年末，公司存货账面价值为 8,943.88 万元，相比期初增加 1,150.94 万元，增幅 14.77%，主要原因系库存商品的增加。2019 年末，公司库存商品账面价值为 1,617.97 万元，相比期初增加 1,054.98 万元，主要原因是公司的厂房部分完工，仓库库容扩大，因此公司也增加了部分库存商品的储备。同时由于四季度是销售旺季，且 2020 年春节为 1 月份，公司一般在节前 10 天左右开始放假，因此公司在 2019 年四季度加大了生产量，由此导致库存商品增加。

C、2020 年 3 月末存货增加原因

2020 年 3 月末，公司存货账面价值为 10,610.72 万元，相比上年末增加 1,666.84 万元，增幅 18.64%，主要原因系受国内疫情影响，公司于 2020 年 2 月中下旬逐步恢复生产经营，3 月份原材料采购增加，进而使得 3 月末的原材料相比期初有所增长；同时 3 月份公司的销售订单陆续恢复，销售发货较为集中，但是受疫情影响，物流配送速度减慢，由此导致 2020 年 3 月末发出商品较上年末增加。

③存货跌价准备的计提情况

A、存货跌价准备的确定依据

对于原材料和在产品等用于继续生产的存货，公司以所生产的产成品的预计售价减去至完工时将要发生的成本、预计销售费用以及相关税费后的金额确定其可变现净值；对于库存商品和发出商品等可直接出售的存货，公司以产品预计售价减去预计销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。

在资产负债表日，存货按照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，计入当期损益。如果以前计提存货跌价准备的影响因素已经消失，使得存货的可变现净值高于其账面价值，则在原已计提的存货跌价准备金额内，将以前减记的金额予以恢复，转回的金额计入当期损益。

B、同行业可比公司存货跌价准备相关会计政策

公司名称	计提政策
浙江美大	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。
火星人	资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照存货类别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。
亿田股份	产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。 期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。
老板电器	在资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量。当其可变现净值低于成本时，提取存货跌价准备。存货跌价准备通常按单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取。计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，转回的金额计入当期损益。

公司名称	计提政策
华帝股份	期末在对存货进行全面清查的基础上，按照存货的成本与可变现净值孰低的原则提取或调整存货跌价准备。产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价值为基础计算，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。期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单位售价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备。以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额予以恢复，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。

通过对比可以看出，公司存货跌价准备的计提政策和同行业可比公司无较大差别。

C、公司与同行业可比公司存货跌价准备计提情况

报告期各期末，公司与同行业可比公司浙江美大、亿田股份、火星人的存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

公司	存货跌价准备	2019 年末	2018 年末	2017 年末
帅丰电器	存货原值	9,131.46	7,908.90	6,681.58
	跌价准备	187.58	115.97	136.24
	账面价值	8,943.88	7,792.93	6,545.33
	计提比例	2.06%	1.47%	2.04%
浙江美大	存货原值	7,964.08	6,412.56	7,381.38
	跌价准备	-	-	20.02
	账面价值	7,964.08	6,412.56	7,361.36
	计提比例	-	-	0.27%
火星人	存货原值	12,119.61	12,821.85	7,800.64
	跌价准备	42.43	28.41	42.03
	账面价值	12,077.18	12,793.44	7,758.61
	计提比例	0.35%	0.22%	0.54%
亿田股份	存货原值	5,540.11	4,662.16	4,749.22
	跌价准备	48.68	33.65	55.90
	账面价值	5,491.42	4,628.52	4,693.31
	计提比例	0.88%	0.72%	1.18%

a.原材料

公司期末原材料主要系不锈钢板和冷轧板等基础材料以及玻璃面板和电机等外购

零部件，公司根据存货跌价准备计提政策，以所生产的产成品的预计售价减去至完工时将要发生的成本、预计销售费用以及相关税费后的金额确定其可变现净值，按照成本与可变现净值孰低的原则，对于出现跌价迹象的老旧机型零配件全额计提跌价准备。其中一年以上生产备用的不锈钢材料，由于均可用于集成灶产品的继续生产且集成灶产品毛利率较高，期末可变现净值高于账面成本，因此不计提存货跌价准备。

b.在产品

公司期末在产品主要系尚未完成最终组装的钣金件和自制件。公司根据存货跌价准备计提政策，以所生产的产成品的预计售价减去至完工时将要发生的成本、预计销售费用以及相关税费后的金额确定其可变现净值，按照成本与可变现净值孰低的原则，对于因规格型号已过时而出现跌价迹象的自制组件全额计提跌价准备。

c.库存商品和发出商品

公司期末库存商品和发出商品主要系正常生产备货的产成品和已发出但客户尚未签收的产品。公司根据存货跌价准备计提政策，以产品预计售价减去预计销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值，按照成本与可变现净值孰低的原则，对于滞销产成品全额计提跌价准备。

综上所述，公司已制定相关的存货跌价准备政策，按照成本与可变现净值孰低的原则对各期末存货计提跌价准备。公司期末存货的基础材料主要系不锈钢件和其他零配件，保存时间和可生产利用周期较长，且集成灶产品毛利率较高，总体存货跌价准备计提充分，与同行业可比公司无重大差异。

(7) 其他流动资产

报告期各期末，公司的其他流动资产余额分别为 7,246.02 万元、12,777.11 万元、165.38 万元和 668.77 万元，占流动资产的比例分别为 28.90%、25.87%、0.40% 和 2.03%。报告期各期末的明细情况如下：

单位：万元

项目	2020年3月末	2019年末	2018年末	2017年末
理财产品	-	-	12,555.00	7,075.00
待抵扣进项税额	-	-	147.77	171.02
预缴所得税	521.31	-	-	-
上市费用	147.45	165.38	74.34	-

项目	2020年3月末	2019年末	2018年末	2017年末
合计	668.77	165.38	12,777.11	7,246.02

2018年末，公司的其他流动资产同比增长了76.33%，主要系受理理财产品购买金额的变化所致。2019年末，公司其他流动资产相比期初下降了98.71%，主要原因是公司按照新金融工具准则的规定，公司将理财产品计入交易性金融资产核算。2020年3月末，公司其他流动资产相比上年末增加了503.39万元，主要系一季度预缴所得税增加。

2、非流动资产

报告期各期末，公司非流动资产结构如下：

项目	2020年3月末		2019年末		2018年末		2017年末	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
固定资产	16,199.15	26.31	16,453.18	27.33	15,458.41	53.33	7,732.96	36.97
在建工程	8,330.26	13.53	7,505.25	12.47	6,462.54	22.29	5,059.73	24.19
无形资产	5,989.07	9.73	6,036.68	10.03	6,163.47	21.26	6,303.37	30.13
长期待摊费用	16.85	0.03	20.13	0.03	36.89	0.13	-	-
递延所得税资产	-	-	-	-	449.59	1.55	242.15	1.16
其他非流动资产	31,038.28	50.41	30,194.21	50.15	415.67	1.43	1,580.43	7.56
非流动资产合计	61,573.61	100.00	60,209.46	100.00	28,986.56	100.00	20,918.64	100.00

报告期各期末，公司非流动资产主要为固定资产、在建工程和无形资产。2019年末公司将购买的3年期定期存款30,120.38万元计入其他非流动资产科目核算，由此导致2019年末的非流动资产总额大幅上升，进而使得固定资产、在建工程和无形资产占非流动资产的比例相比2018年末均出现下滑。

(1) 固定资产

报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为7,732.96万元、15,458.41万元、16,453.18万元和16,199.15万元，占非流动资产的比例分别为36.97%、53.33%、27.33%和26.31%。公司的固定资产主要为厂房、设备，报告期各期末的明细情况如下：

项目	2020年3月末		2019年末		2018年末		2017年末	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
房屋建筑物	11,070.30	68.34	11,226.76	68.23	11,799.05	76.33	5,446.32	70.43
机器设备	4,769.84	29.45	4,824.44	29.32	3,103.36	20.08	1,529.82	19.78
运输设备	262.89	1.62	296.45	1.80	425.85	2.75	561.00	7.25
办公及其他设备	96.11	0.59	105.53	0.64	130.16	0.84	195.82	2.53

项目	2020年3月末		2019年末		2018年末		2017年末	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
合计	16,199.15	100.00	16,453.18	100.00	15,458.41	100.00	7,732.96	100.00

截至2018年末，公司固定资产账面价值为15,458.41万元，同比增长99.90%，主要原因系公司在建项目中的部分厂房转固。

(2) 在建工程

公司自2017年开始“年新增40万台智能化高效节能集成灶产业化示范项目”的建设，2017年末、2018年末、2019年末和2020年3月末，该项目的在建工程账面价值分别为5,059.73万元、6,462.54万元、7,505.25万元和8,330.26万元，占非流动资产的比例分别为24.19%、22.29%、12.47%和13.53%，其中2018年末、2019年末和2020年3月末，在建工程账面价值较上年末分别增长了27.72%、16.13%和10.99%，主要原因系工程建设投入的不断增加。

(3) 无形资产

报告期各期末，公司无形资产账面价值分别为6,303.37万元、6,163.47万元、6,036.68万元和5,989.07万元，占非流动资产的比例分别为30.13%、21.26%、10.03%和9.73%。公司的无形资产主要为土地使用权，报告期各期末的明细情况如下：

项目	2020年3月末		2019年末		2018年末		2017年末	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
土地使用权	5,864.78	97.92	5,898.50	97.71	6,033.40	97.89	6,162.68	97.77
软件	70.91	1.18	77.17	1.28	38.55	0.63	18.68	0.30
排污权	53.38	0.89	61.01	1.01	91.51	1.48	122.02	1.94
合计	5,989.07	100.00	6,036.68	100.00	6,163.47	100.00	6,303.37	100.00

(4) 长期待摊费用

公司的长期待摊费用主要为待摊的装修费用等，报告期各期末，公司长期待摊费用余额分别为0万元、36.89万元、20.13万元和16.85万元，占非流动资产的比例较小。

(5) 递延所得税资产/负债

递延所得税资产系公司按照会计政策规定计提坏账准备、存货跌价准备、预提费用等导致的会计与税法规定之间形成的可抵扣暂时性差异等所致。递延所得税资产和递延

所得税负债以抵销后的净额列示，2017年末和2018年末，公司递延所得税资产金额分别为242.15万元、449.59万元，占非流动资产的比例分别为1.16%、1.55%。2019年末和2020年一季度末，由于未经抵消递延所得税资产余额小于未经抵消递延所得税负债余额，因此期末递延所得税资产余额为0。报告期各期末，因不同事项导致的未经抵消的递延所得税资产余额如下：

单位：万元

可抵扣暂时性差异事项	2020年3月末	2019年末	2018年末	2017年末
	未经抵消递延所得税资产余额	未经抵消递延所得税资产余额	未经抵消递延所得税资产余额	未经抵消递延所得税资产余额
资产减值准备	50.43	34.60	22.44	23.13
预提费用	394.40	433.21	546.81	214.92
超支的广告宣传费	-	-	-	-
递延收益	76.13	36.53	9.49	4.10
合计	520.96	504.34	578.74	242.15

报告期各期末，因不同事项导致的未经抵消的递延所得税负债余额如下：

单位：万元

应纳税暂时性差异事项	2020年3月末	2019年末	2018年末	2017年末
固定资产折旧税会差异	695.63	682.60	125.76	-
公允价值变动损益	41.44	58.43	-	-
应收利息	72.22	33.06	3.38	-
合计	809.29	774.09	129.15	-

（6）其他非流动资产

公司的其他非流动资产为预付的设备工程款和一年以上定期存款，报告期各期末，公司其他非流动资产余额分别为1,580.43万元、415.67万元、30,194.21万元和31,038.28万元，占非流动资产的比例分别为7.56%、1.43%、50.15%和50.41%。2018年末，其他非流动资产同比下降了73.70%，主要原因系预付的设备工程款减少。2019年末，公司的非流动资产同比大幅增加，主要原因系公司将购买的3年期定期存款30,120.38万元计入其他非流动资产科目核算。

（二）负债状况

报告期各期末，公司负债构成如下：

项目	2020年3月末		2019年末		2018年末		2017年末	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
流动负债	21,111.90	97.22	29,329.59	98.58	24,363.29	99.74	27,065.56	99.90
非流动负债	603.79	2.78	423.11	1.42	63.24	0.26	27.34	0.10
合计	21,715.69	100.00	29,752.70	100.00	24,426.53	100.00	27,092.89	100.00

报告期各期末，公司的负债总额分别为 27,092.89 万元、24,426.53 万元、29,752.70 万元和 21,715.69 万元。公司负债基本为流动负债。

1、流动负债

报告期各期末，公司的流动负债组成如下：

项目	2020年3月末		2019年末		2018年末		2017年末	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
短期借款	-	-	-	-	-	-	-	-
应付票据	3,883.67	18.40	6,544.64	22.31	2,953.04	12.12	3,831.19	14.16
应付账款	7,865.82	37.26	9,533.57	32.50	7,191.58	29.52	7,892.82	29.16
预收款项	-	-	4,723.36	16.10	3,725.13	15.29	4,498.69	16.62
合同负债	4,697.39	22.25	-	-	-	-	-	-
应付职工薪酬	686.66	3.25	1,616.32	5.51	1,439.89	5.91	1,346.18	4.97
应交税费	212.35	1.01	534.77	1.82	795.56	3.27	1,906.16	7.04
其他应付款	3,104.33	14.70	5,941.38	20.26	7,997.80	32.83	7,431.06	27.46
其他流动负债	661.69	3.13	435.55	1.49	260.29	1.07	159.47	0.59
流动负债合计	21,111.90	100.00	29,329.59	100.00	24,363.29	100.00	27,065.56	100.00

公司的流动负债以应付票据及应付账款、预收款项、其他应付款等经营性负债为主。

(1) 短期借款

公司的经营发展所需资金以自有资金为主，报告期各期末不存在短期借款。

(2) 应付票据、应付账款

报告期各期末，公司的应付票据余额分别为 3,831.19 万元、2,953.04 万元、6,544.64 万元和 3,883.67 万元，占流动负债的比例分别为 14.16%、12.12%、22.31% 和 18.40%。公司的应付票据为开立给原材料供应商和设备供应商的银行承兑汇票，其中以原材料供应商为主。报告期各期末，公司的应付账款余额分别为 7,892.82 万元、7,191.58 万元、9,533.57 万元和 7,865.82 万元，占流动负债的比例分别为 29.16%、29.52%、32.50% 和 37.26%。

① 应付账款的变动原因分析

公司的应付账款全部为应付各类原材料供应商的款项。报告期各期末，公司应付账款金额分别为 7,892.82 万元、7,191.58 万元、9,533.57 万元和 7,865.82 万元。

2018 年末，公司的应付账款余额为 7,191.58 万元，同比下降了 8.88%，与去年同期相比未出现较大变动。2019 年末，公司的应付账款余额为 9,533.57 万元，相比期初增长了 32.57%，主要原因系一方面系四季度为销售旺季，另一方面系 2020 年春节为 1 月份，公司一般在节前 10 天左右放假，因此在 2019 年四季度加大了生产。为此，公司 2019 年四季度进行了较大规模的原材料采购，导致期末应付账款相比期初出现较大幅度上升。2019 年四季度，公司原材料采购金额约为 10,060.51 万元，相比 2018 年四季度增长了 35.35%，与应付账款的增幅相匹配。2020 年一季度末，公司应付账款余额较上年末下降了 17.49%，主要系受国内疫情影响公司 2020 年一季度原材料采购规模较上年第四季度缩减。

② 各期末应付账款前五大供应商

除了不锈钢类的材料采用款到发货之外，公司与其他供应商基本采用信用结算的方式，信用期多在 3 个月左右，其中公司与报告期内前五大供应商的结算政策如下：

供应商名称	结算政策
杭州大明万洲金属科技有限公司	款到发货
浙江新涛电子科技有限公司、浙江新涛智控科技股份有限公司	新涛电子科技：票到 6 个月 新涛智控：票到 2 个月
嵊州市科力机械制造有限公司	票到 3 个月
衢州市优尼新材料科技有限公司	票到 4 个月
嵊州市强丰机电有限公司	票到 3 个月
佛山市联禧钢铁贸易有限公司	款到发货
上海鸿冶实业有限公司	款到发货
嵊州市新锐电机有限公司	票到 3 个月
江西凤凰光学科技有限公司杭州分公司	票到 2 个月
宁波新晶不锈钢有限公司	款到发货

报告期内，公司应付账款的前五名情况如下：

时间	供应商名称	采购内容	当期采购总额 (万元)	应付账款余额 (万元)	占比 (%)
2020 年 3 月末	衢州市优尼新材料科技有限公司	玻璃类	196.02	686.03	8.72
	嵊州市科力机械制造有限公司	燃烧器类、小五金类	129.62	613.34	7.80

时间	供应商名称	采购内容	当期采购总额 (万元)	应付账款余额 (万元)	占比 (%)
	嵊州市三吉电子有限公司	电气类	94.85	531.61	6.76
	嵊州市新润铜业有限公司	燃烧器类	104.45	372.82	4.74
	江西凤凰光学科技有限公司杭州分公司	电气类	211.18	321.56	4.09
	合计		736.12	2,525.35	32.11
2019 年末	衢州市优尼新材料科技有限公司	玻璃类	1,591.40	651.68	6.84
	嵊州市科力机械制造有限公司	燃烧器类、小五金类	1,579.30	639.67	6.71
	嵊州市三吉电子有限公司	电气类	1,117.72	609.34	6.39
	嵊州市强丰机电有限公司	电机类、包装类、小五金类	1,398.77	609.21	6.39
	嵊州市新润铜业有限公司	燃烧器类	1,023.42	469.68	4.93
	合计		6,710.61	2,979.58	31.25
2018 年末	浙江新涛电子科技有限公司/浙江新涛智控科技股份有限公司	电气类、燃气类、小五金类等	2,667.13	1,140.97	15.87
	嵊州市科力机械制造有限公司	燃烧器类、小五金类	1,367.41	568.42	7.90
	衢州市优尼新材料科技有限公司	玻璃类	1,373.54	512.89	7.13
	嵊州市新润铜业有限公司	燃烧器类	810.99	455.80	6.34
	嵊州市强丰机电有限公司	电机类、包装类、小五金类	1,069.81	436.54	6.07
	合计		7,288.88	3,114.62	43.31
2017 年末	浙江新涛电子科技有限公司/浙江新涛智控科技股份有限公司	电气类、燃气类、小五金类等	2,550.21	1,230.59	15.59
	衢州市优尼新材料科技有限公司	玻璃类	1,096.85	607.27	7.69
	嵊州市新锐电机有限公司	电机类	1,197.18	483.36	6.12
	嵊州市科力机械制造有限公司	燃烧器类、小五金类	973.54	463.36	5.87
	嵊州市新润铜业有限公司	燃烧器类	726.52	396.00	5.02
	合计		6,544.30	3,180.58	40.30

注：浙江新涛电子科技有限公司和浙江新涛智控科技股份有限公司属于同一控制下的企业，因此合并列示。

公司应付账款的前五大供应商，与主要供应商基本一致，其他供应商的应付账款余额与采购金额也具有匹配性，因此不存在异常

② 应付账款的账龄情况

报告期各期末，公司的应付账款账龄分布如下：

账龄	2020 年 3 月末	
	金额 (万元)	比例 (%)
1 年以内 (含 1 年)	7,799.64	99.16

1年至2年(含2年)	0.35	0.00
2年以上	65.82	0.84
合计	7,865.82	100.00
账龄	2019年末	
	金额(万元)	比例(%)
1年以内(含1年)	9,468.70	99.32
1年至2年(含2年)	53.26	0.56
2年以上	11.61	0.12
合计	9,533.57	100.00
账龄	2018年末	
	金额(万元)	比例(%)
1年以内(含1年)	7,129.00	99.13
1年至2年(含2年)	50.26	0.70
2年以上	12.32	0.17
合计	7,191.58	100.00
账龄	2017年末	
	金额(万元)	比例(%)
1年以内(含1年)	7,821.25	99.09
1年至2年(含2年)	64.41	0.82
2年以上	7.16	0.09
合计	7,892.82	100.00

公司的应付账款账龄基本在一年之内，不存在长期挂账的应付账款。

(3) 预收款项/合同负债

公司的预收款项主要为发行人收取的经销商货款，公司自2020年1月1日开始适用新收入准则，原计入预收款项的不含税货款以及计入其他应付款的销售返利重分类到合同负债科目，原计入预收款项的待转销项税重分类到应交税费科目。

单位：万元

预收款项/合同负债	2020年3月末	2019年末	2018年末	2017年末
销售商品的预收货款	2,878.17	4,723.36	3,725.13	4,498.69
销售返利	1,819.21	-	-	-
合计	4,697.39	4,723.36	3,725.13	4,498.69

报告期各期末，公司预收款项/合同负债分别为4,498.69万元、3,725.13万元、4,723.36万元和4,697.39万元，2018年末公司的预收款项同比下降了17.20%，主要原因系公司线上销售的增加。

2018年度，公司大力推广天猫、京东等线上销售，全年线上累计销售收入12,773.71万元（含经销商线上采购），同比增长835.27%。在客户确认收货前，该部分款项存放

于电商平台，在客户确认收货后，款项划入公司的电商账户，这一过程不涉及预收款项余额的变化。在 2018 年线上销售同比大幅增加的影响下，公司 2018 年末的预收款项同比减少。

2019 年末，公司预收款项同比增长了 26.79%，主要原因系 2019 年度的经销商大会在 12 月底召开，公司会上推出了年终促销活动，部分参加年终促销活动的经销商在年底向公司预付了货款。

2020 年一季度末，公司销售商品的预收货款较上年末下降了 39.07%，主要由于受一季度疫情影响，相关的销售订单和经销商货款减少；以及 2020 年 1 月 1 日起，公司适用新收入准则，将原计入预收款项的待转销项税重分类至应交税费科目。

(4) 应付职工薪酬

报告期各期末，公司的应付职工薪酬余额分别为 1,346.18 万元、1,439.89 万元、1,616.32 万元和 686.66 万元，占流动负债的比例分别为 4.97%、5.91%、5.51% 和 3.25%。公司应付职工薪酬主要为预提的将于下一会计期间支付的工资及奖金、社会保险费等以及累积计提未使用的工会经费和职工教育经费等。2020 年一季度末应付职工薪酬较上年末下降了 57.52%，主要由于受一季度疫情停工影响相关的员工工资奖金减少。

①公司薪酬制度及不同岗位的薪酬水平情况

公司的薪酬制度大致可以分计件制和月薪制，其中计件制主要针对生产工人，月薪制主要针对其他人员，同时根据考核情况会有一些的绩效奖和年终奖。公司按照国家和地方相关法律规定为员工缴纳“五险一金”（养老、失业、医疗、工伤、生育保险及住房公积金）。

报告期内，公司不同岗位的人员年均薪酬情况如下：

单位：万元

项目	2020 年一季度	2019 年	2018 年	2017 年
管理人员	1.18	10.34	9.83	9.84
生产人员	1.12	8.08	7.61	7.31
销售人员	1.40	9.31	9.17	7.82
研发人员	1.34	12.99	12.69	11.78

注：1、平均薪酬=薪酬总额/各月人员数量平均值，薪酬总额包括公司承担的社保公积金部分；
2、受疫情的影响，发行人 2020 年一季度的人均薪酬相比 2019 年出现一定幅度的下滑。

②公司的工资水平与行业水平、当地工资水平比较

A、行业水平

根据同行业可比上市公司披露的主营业务成本、销售费用、管理费用和研发费用中的直接人工或职工薪酬，同时结合各公司披露的年末员工总数，计算出人均薪酬情况如下：

年度	浙江美大	火星人	亿田股份	老板电器	华帝股份	发行人
2019年	9.85	11.03	10.49	16.33	8.04	8.77
2018年	10.32	8.77	8.85	15.18	7.63	8.24
2017年	9.05	8.70	7.55	14.81	7.46	7.85

注 1、可比公司人均薪酬由各期薪酬总额以及各公司披露的报告期各年末员工人数计算得出；
2、发行人平均薪酬=薪酬总额/各月人员数量平均值，薪酬总额包括公司承担的社保公积金部分。

上述可比公司中，老板电器位于杭州，因此人均工资相对较高。发行人与其他可比公司的员工年均薪酬不存在重大差异。

B、当地工资水平

单位：万元

人员	2019年	2018年	2017年
浙江省在岗职工	7.21	6.64	6.11
绍兴市在岗职工	7.00	6.43	5.75
发行人	8.77	8.24	7.85

由上表可以看出，2017年至2019年，发行人的人均工资水平持续高于浙江省及绍兴市工资水平，但整体而言，不存在重大差异。

(5) 应交税费

报告期各期末，公司的应交税费余额分别为 1,906.16 万元、795.56 万元、534.77 万元和 212.35 万元，占流动负债的比例分别为 7.04%、3.27%、1.82%和 1.01%。报告期各期末，公司的应交税费明细情况如下：

单位：万元

项目	2020年3月末	2019年末	2018年末	2017年末
增值税	103.71	260.87	209.56	948.97
企业所得税	-	226.89	538.18	648.29
个人所得税	0.22	8.68	8.49	230.59
城市维护建设税	7.34	21.49	19.75	39.73

项目	2020年3月末	2019年末	2018年末	2017年末
其他	101.08	16.83	19.58	38.57
合计	212.35	534.77	795.56	1,906.16

2018年末，公司应交税费同比下降了58.26%，主要原因系期末未交的增值税较大幅度下降；2019年末，公司应交税费相比期初下降了32.78%，主要原因系期末未交的企业所得税减少。截至报告期末，公司无拖欠税费的情形。

（6）其他应付款

①基本情况

报告期各期末，公司的其他应付款余额分别为7,431.06万元、7,997.80万元、5,941.38万元和3,104.33万元，占流动负债的比例分别为27.46%、32.83%、20.26%和14.70%。报告期各期末，公司的其他应付款明细情况如下：

单位：万元

项目	2020年3月末	2019年末	2018年末	2017年末
应付股利	-	-	-	4,382.68
其他应付款	3,104.33	5,941.38	7,997.80	3,048.38
合计	3,104.33	5,941.38	7,997.80	7,431.06

公司仅在2017年末存在应付股利，余额为4,382.68万元。2017年9月8日和2017年9月26日，公司分别召开临时股东会决议，合计向全体股东分配现金红利10,600.00万元，上述分红在2018年支付完毕。

②其他应付款分析

报告期各期末，公司的其他应付款（扣除应付股利，下同）余额分别为3,048.38万元、7,997.80万元、5,941.38万元和3,104.33万元，占流动负债的比例分别为11.26%、32.83%、20.26%和14.70%。报告期各期末，公司的其他应付款明细情况如下：

项目	2020年3月末		2019年末		2018年末		2017年末	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
返利	-	-	1,936.36	32.59	3,225.39	40.33	1,226.14	40.22
工程款	1,013.04	32.63	1,183.50	19.92	2,778.53	34.74	615.88	20.20
保证金	1,714.96	55.24	1,944.84	32.73	1,341.50	16.77	1,110.52	36.43
应付广告费	173.69	5.60	340.66	5.73	32.06	0.40	6.86	0.23
其他	202.64	6.53	536.02	9.02	620.31	7.76	88.97	2.92
合计	3,104.33	100.00	5,941.38	100.00	7,997.80	100.00	3,048.38	100.00

公司的其他应付款主要由返利、工程款、保证金及广告费组成。

A、返利

公司在销售过程中会给予经销商一定比例的返利，具体可以分为年度返利、市场推广返利、广告返利、装修返利、活动返利和信息维护返利，其中年度返利系发行人根据经销商的年度采购任务完成情况给予经销商的销售返利；其他返利则系发行人根据经销商的各项因素考核情况给予经销商的价格优惠，考核因素主要包括经销商的市场推广、广告投入、门店装修、促销活动、信息维护等情况。

公司自 2020 年 1 月 1 日开始适用新收入准则，原计入其他应付款的销售返利重分类到合同负债科目。

单位：万元

预收款项/合同负债	2020 年 3 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
销售商品的预收货款	2,878.17	4,723.36	3,725.13	4,498.69
销售返利	1,819.21	-	-	-
合计	4,697.39	4,723.36	3,725.13	4,498.69

报告期内，返利的变化情况如下：

单位：万元

年度	期初余额	本年计提返利	本年使用返利	期末余额
2020 年一季度	1,936.36	483.93	601.08	1,819.21
2019 年度	3,225.39	7,100.73	8,389.75	1,936.36
2018 年度	1,226.14	6,345.35	4,346.11	3,225.39
2017 年度	486.11	2,253.53	1,513.50	1,226.14

随着业务稳步增长，同时公司加大了市场推广力度，因此计提的各类返利增长较快。报告期内各类返利的计提情况详见本招股意向书本节之“二、盈利能力分析”之“（一）营业收入构成及变动分析”。

B、工程款

应付工程款主要为“年新增 40 万台智能化高效节能集成灶产业化示范项目”的未结款项，报告期各期末，应付工程款余额分别为 615.88 万元、2,778.53 万元、1,183.50 万元和 1,013.04 万元。

C、保证金

报告期各期末，公司的保证金以经销商保证金为主。经销商保证金为经销商根据经销协议的约定，向公司缴纳的履约保证金。根据经销协议的约定，经销商需要在签署经销协议时，一次性向公司缴纳 5 千到 2 万不等的履约保证金（具体金额根据经销商的经销区域大小确定）。报告期内，随着公司经销商规模的逐渐扩大，经销商保证金金额也随之增加。报告期各期末，公司经销商数量分别为 1,087 家、1,168 家、1,211 家和 1,204 家，平均每家经销商保证金余额分别为 1.02 万元、1.00 万元、1.04 万元和 0.97 万元。

D、应付广告费、其他

应付广告费为公司截至期末尚未支付的广告款，报告期各期末，公司的应付广告费余额分别为 6.86 万元、32.06 万元、340.66 万元和 173.69 万元；其他主要为公司应付的电商渠道安装/售后服务费、技术服务费、运输费等，报告期各期末，其他应付款项分别为 88.97 万元、620.31 万元、536.02 万元和 202.64 万元。

(7) 其他流动负债

其他流动负债反映的主要系与保修政策相关的质量保证金，公司的保修政策为产品售出后一年内免费维修。公司根据经销协议及历史经验，对产品质量保证金进行估计并计提相应准备。在该等或有事项已经形成一项现实义务，且履行该等现实义务很可能导致经济利益流出公司的情况下，以最佳估计数进行计量。

报告期内，公司的产品质量保证金余额分别为 159.47 万元、260.29 万元、435.55 万元和 424.40 万元，占流动负债的比例分别为 0.59%、1.07%、1.49%和 2.01%。2018 年末和 2019 年末，公司的产品质量保证金同比增长了 63.22%和 67.33%，主要原因系当期计提的产品质量保证金增加。

报告期内，公司产品的故障率处于较低水平，2017 年至 2020 年一季度，公司发生的售后维修支出占营业收入的比例分别为 0.36%、0.25%、0.45%和 0.45%。

2、非流动负债

公司在 2017 年末、2018 年末、2019 年末和 2020 年一季度末存在非流动负债，为因与资产相关的政府补助未分摊的部分形成的递延收益和递延所得税负债，余额分别为 27.34 万元、63.24 万元、423.11 万元和 603.79 万元。

(三) 偿债能力分析

1、本公司偿债能力分析

报告期各期末，公司的主要偿债能力指标如下：

项目	2020年3月末	2019年末	2018年末	2017年末
资产负债率（合并）（%）	22.97	29.43	31.17	58.91
资产负债率（母公司）（%）	22.93	29.39	31.04	58.86
流动比率（倍）	1.56	1.39	2.03	0.93
速动比率（倍）	1.06	1.09	1.71	0.68

注：报告期内，公司不存在付息债务，因此未计算利息保障倍数。

报告期各期末，公司的资产负债率（母公司）分别为 58.86%、31.04%、29.39% 和 22.93%，其中 2018 年末资产负债率（母公司）同比较大幅度下降，主要原因系当年度引入投资者，权益资本增加。

报告期各期末，公司的流动比率分别为 0.93、2.03、1.39 和 1.56，速动比率分别为 0.68、1.71、1.09 和 1.06。2018 年末，公司的流动比率和速动比率同比出现较大幅度上升，主要原因系 2018 年 6 月，公司通过引进投资者合计融资 20,025.60 万元，因此公司的流动资产同比上升较多。2019 年末，公司的流动比率和速动比率同比均出现下滑，主要原因系公司将以闲置资金购买的 3 年期定期存款 30,120.38 万元计入非流动资产科目，之前年度以闲置资金购买的理财产品均计入流动资产。

2、同行业可比公司偿债能力比较

2017 年末、2018 年末和 2019 年末，公司与可比公司的流动比率、速动比率对比情况如下：

财务指标	公司名称	2019年末	2018年末	2017年末
流动比率（倍）	浙江美大	2.08	2.32	2.64
	火星人	0.91	0.83	0.91
	亿田股份	1.29	0.93	1.03
	老板电器	2.54	2.47	2.58
	华帝股份	1.62	1.58	1.63
	平均	1.69	1.63	1.76
	本公司	1.39	2.03	0.93
速动比率（倍）	浙江美大	1.93	2.16	2.44
	火星人	0.69	0.54	0.70
	亿田股份	1.09	0.78	0.87
	老板电器	2.17	2.05	2.15
	华帝股份	1.42	1.39	1.39
	平均	1.46	1.38	1.51

财务指标	公司名称	2019 年末	2018 年末	2017 年末
	本公司	1.09	1.71	0.68
资产负债率（母公司，%）	浙江美大	18.77	15.45	13.12
	火星人	49.70	52.50	56.70
	亿田股份	52.29	67.47	66.52
	老板电器	33.96	34.28	32.38
	华帝股份	48	49.29	44.01
	平均	40.54	43.80	42.55
	本公司	29.39	31.04	58.86

与同行业上市公司相比，公司的流动比率和速动比率与行业平均水平相近；资产负债率上，2017 年末，公司的资产负债率高于行业平均水平，但是通过引入外部投资者，2018 年末公司的资产负债率与同行业上市公司基本接近。

（四）营运能力分析

1、本公司营运能力分析

报告期内，公司的营运能力指标如下：

项目	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
存货周转率（次）	1.29	4.28	4.25	5.04
总资产周转率（次）	0.24	0.78	1.02	1.37

注：1、报告期内，公司销售政策以先款后货为主，期末应收账款余额较小，因此未计算应收账款周转率；

2、2020 年的数据采用 2020 年一季度的年化数据。

2017 年至 2019 年，公司的存货周转率分别为 5.04、4.25、4.28，其中 2018 年相比 2017 年出现小幅下降，主要原因是公司基于对市场的良好预期，为了应对市场增长准备了较多的钣金件等在产品，进而使得期末的存货金额较高。2017 年至 2019 年，公司的总资产周转率分别为 1.37、1.02、0.78，2018 年由于引入投资者，公司资产迅速增加，由此导致 2018 年和 2019 年的资产周转率出现较下滑。

2020 年 1 季度，公司的存货周转率为 1.29，总资产周转率为 0.24，相比之前年度出现一定程度的下滑，主要原因系受疫情的影响，公司的营业收入和营业成本均下滑。

2、同行业可比公司营运能力比较

财务指标	公司名称	2019 年	2018 年度	2017 年度
存货周转率（次）	浙江美大	10.89	9.86	7.76
	火星人	5.14	4.43	5.64
	亿田股份	7.17	8.16	7.06
	老板电器	2.64	2.81	3.21

财务指标	公司名称	2019 年	2018 年度	2017 年度
	华帝股份	5.68	6.80	7.53
	平均	6.30	6.41	6.24
	本公司	4.28	4.25	5.04
总资产周转率（次）	浙江美大	0.89	0.81	0.67
	火星人	1.32	1.28	1.49
	亿田股份	1.17	1.31	1.25
	老板电器	0.77	0.85	0.98
	华帝股份	1.02	1.28	1.47
	平均	1.03	1.11	1.17
	本公司	0.78	1.02	1.37

公司的存货周转率略低于行业平均水平，但未出现较大差异。公司的总资产周转率与行业平均水平相近。

二、盈利能力分析

（一）营业收入构成及变动分析

1、营业收入的构成

报告期内，公司的营业收入构成如下：

项目	2020 年一季度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
主营业务收入	5,848.89	99.48	69,175.13	99.07	62,962.29	99.72	56,348.62	99.78
其他业务收入	30.54	0.52	647.23	0.93	175.87	0.28	124.44	0.22
营业收入	5,879.43	100.00	69,822.37	100.00	63,138.16	100.00	56,473.06	100.00

报告期内，公司营业收入中主营业务收入（即集成灶、集成水槽等家用厨电产品的销售收入）占比均在 99% 以上，其他业务收入主要为销售废钢等废旧物资产生的收入。

2、主营业务收入的构成

（1）分产品构成

报告期内，公司主营业务收入按产品分类如下：

项目	2020 年一季度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
集成灶	5,480.57	93.70	65,798.20	95.12	60,077.05	95.42	53,641.39	95.20
其他产品	368.32	6.30	3,376.93	4.88	2,885.24	4.58	2,707.23	4.80

项目	2020 年一季度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入合计	5,848.89	100.00	69,175.13	100.00	62,962.29	100.00	56,348.62	100.00

注：其他产品主要为洗碗机、传统烟机灶具、集成水槽等产品。

由上表可以看出，集成灶是公司收入的主要来源，报告期内，集成灶收入占公司主营业务收入的比例分别为 95.20%、95.42%、95.12%和 93.70%。除集成灶外，公司还经营少量其他厨房电器，包括洗碗机、传统烟机灶具以及集成水槽等。

(2) 分销售模式构成

报告期内，发行人按销售模式构成的主营业务收入明细如下：

项目	2020 年一季度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
经销模式收入	5,588.57	95.55	63,304.10	91.51	54,910.65	87.21	54,159.30	96.11
其中：经销商线下采购	5,205.01	88.99	54,641.46	78.99	49,455.03	78.55	54,159.30	96.11
经销商线上采购	383.56	6.56	8,662.63	12.52	5,455.62	8.66	-	-
直营模式收入	238.93	4.09	5,536.94	8.00	7,488.35	11.89	1,498.08	2.66
其中：线上直营（电商）	230.84	3.95	5,330.16	7.71	7,318.09	11.62	1,365.78	2.42
线下直营	8.10	0.14	206.77	0.30	170.25	0.27	132.30	0.23
出口业务	21.39	0.37	334.10	0.48	563.29	0.89	691.24	1.23
合计	5,848.89	100.00	69,175.13	100.00	62,962.29	100.00	56,348.62	100.00

不同销售模式下，公司的收入确认政策如下：

销售模式	收入确认政策
经销模式	经销商确认收货，其中通过线上采购的，以经销商在电商平台上确认收货或系统默认收货
线上直营	普通客户在电商平台上确认收货或系统默认收货，公司收到货款时
线下直营	用户自提或配送完成
出口业务	货物越过船舷

公司的客户收货后（包括经销商、终端用户及线下直营客户），风险报酬即转移给客户，公司没有对货物保留管理权或实施有效控制，同时收入和成本可以可靠计量，利益也已经流入企业。对于海外客户，货物越过船舷后，公司的收入确认也符合上述各项条件。因此综合而言，公司的收入确认政策符合《企业会计准则》。

① 经销模式

报告期内，公司经销模式收入分别为 54,159.30 万元、54,910.65 万元、63,304.10 万元和 5,588.57 万元，占主营业务收入的比例分别为 96.11%、87.21%、91.51% 和 95.55%。报告期内，经销模式是公司主要的销售模式。随着公司市场开拓力度的不断加强，公司的经销商规模和经销门店数量持续增加。报告期各期末，公司的经销商数量分别为 1,087 家、1,168 家、1,211 家和 1,204 家，经销门店数量分别为 1,340 家、1,452 家、1,496 家和 1,459 家。2020 年一季度受国内疫情影响，经销收入较上年出现一定幅度下滑。

② 直营模式

报告期内，公司直营模式收入分别为 1,498.08 万元、7,488.35 万元、5,536.94 万元和 238.93 万元，占主营业务收入的比例分别为 2.66%、11.89%、8.00% 和 4.09%，其中以线上直营为主。

A、线上直营（电商）

报告期内，公司的线上直营收入分别为 1,365.78 万元、7,318.09 万元、5,330.16 万元和 230.84 万元，占主营业务收入的比例分别为 2.42%、11.62%、7.71% 和 3.95%。2018 年和 2019 年，公司线上直营收入占比相对较高，主要原因是公司更加注重线上渠道，加大线上资源投入，使得线上销量增加较快。其中 2018 年，公司通过线上销售给终端消费者的集成灶数量为 13,274 台，同比增加 10,725 台。一季度系家装类产品的销售淡季，叠加疫情影响，导致 2020 年一季度公司线上直营收入较上年出现一定幅度下滑。

B、线下直营

公司目前开设有一家直营店，同时少量客户也会直接来公司总部购买相关产品，上述业务均为线下直营。报告期内，该部分业务规模较小，占主营业务收入的比例在 1% 以下。

③ 公司线上销售具体情况

报告期内，公司线上销售的金额分别为 1,365.78 万元、12,773.71 万元、13,992.80 万元和 614.40 万元。2017 年，公司线上销售的客户全部为普通客户；自 2018 年开始，部分经销商通过线上进行采购。报告期内，公司普通客户线上采购和经销商线上采购金额及占比情况如下：

客户类型	2020 年一季度	2019 年	2018 年	2017 年
------	-----------	--------	--------	--------

客户类型	2020年一季度		2019年		2018年		2017年	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
普通客户线上采购	230.84	37.57	5,330.16	38.09	7,318.09	57.29	1,365.78	100.00
经销商线上采购	383.56	62.43	8,662.63	61.91	5,455.62	42.71	-	-
合计	614.40	100.00	13,992.80	100.00	12,773.71	100.00	1,365.78	100.00

由上表可以看出，2018年，公司的线上销售大幅增加，同时自2018年开始，经销商开始在线上采购。

I、线上业务2018年大幅增长的原因

2018年发行人线上业务累计实现销售收入12,773.71万元，同比增长835.27%。其中来自经销商下单5,455.62万元，占比42.71%，来自普通客户下单7,318.09万元，占比57.29%。2018年发行人线上业务大幅增长原因如下：

i. 发行人推出线上专款产品，同时加大线上渠道推广力度

为加大公司品牌在线上市场的影响力，促进线上市场销售，发行人于2017年10月推出电商系列产品（主要包括U系列、N系列），并自2018年起将电商系列产品作为线上销售的专款产品，由此形成线上线下差异化销售策略。

2018年发行人实行电商系列产品线上专售，导致经销商线上采购出现较大幅度增加。经销商通过线上采购主要为满足线下终端用户对电商系列产品的购买需求，2018年，发行人来自经销商下单的线上销售收入5,455.62万元，占线上总销售额的比例为42.71%；而2017年公司线上销售收入全部来自于普通客户，不存在经销商线上采购收入。

此外，公司电商系列产品属于经济适用型产品，终端零售价格低于公司其他大部分线下产品，电商系列产品的推出，也导致普通客户线上购买出现较大幅度增长。2018年，发行人来自普通客户下单的线上销售收入7,318.09万元，占比57.29%，较2017年增长435.82%。

ii. 集成灶行业线上销售呈快速增长态势

近年来，集成灶行业呈快速增长趋势，根据中怡康数据，2017年至2019年集成灶销售规模复合增长率达到28.68%。随着集成灶产品市场认可度的提升以及互联网消费增长，集成灶线上销售规模2018年呈现大幅增长的态势。

根据中怡康线上零售监测数据，2018年集成灶线上销售量42.3万台，同比增长100.10%，占集成灶零售量的24.20%⁴⁸；线上销售额26.70亿元，同比增长136.60%，其中包含帅丰、火星人、美大、亿田、森歌等在内的十大品牌，占据线上销售72%的市场份额，集成灶主导品牌竞争优势显著。另外，根据浙江美大公开披露信息，浙江美大2018年“大力发展电商渠道，进一步优化和完善电商运行模式，取得了很大的突破，销量较上年同期翻番”，线上渠道销售占比约10%。

2018年公司开始大力发展线上业务，由此导致2018年公司线上业务较2017年呈现较大的增长幅度，但2018年公司线上销售占比仍与行业基本一致。

综上，2018年集成灶行业线上业务增长趋势明显，由于发行人战略层面推出线上专款、加大线上营销投入以及经销商线上采购等原因共同导致了发行人2018年线上业务大幅增长，但发行人线上销售收入占比与行业整体情况基本一致。

II、发行人不存在刷单、虚构交易等行为

2018年及2019年，发行人的线上交易中，无论是普通客户还是经销商的下单、付款，发行人均进行了产品发货，属于真实交易，不存在通过自身或委托第三方对发行人线上销售平台进行寄发空包裹、虚构快递单号、利用真实快递单号等方式“刷单”、虚构交易、提升信誉等行为，未构成违法违规情形。

III、经销商线上采购价格与消费者购买价格情况

发行人主要通过天猫直营店、京东直营店进行线上销售。经销商和普通客户在线上直营店采购时，产品的采购价格均为终端零售价，不存在区别。

IV、经销商线上采购产品实现最终销售

经销商针对电商系列的销售模式与线下系列的销售模式不存在差异，均基于客户对具体型号款式的购买需求向发行人进行采购，即其线上采购主要系具有客户订单支撑。

44 引用自北京中怡康时代市场研究有限公司官方微信公众号，《2018年集成灶线上市场盘点》，作者中怡康时代 2019年1月16日

并且，发行人产品特点和采购销售模式决定了经销商不会大批量备货，主要基于以下原因：

i. 集成灶产品具有定制化特点，提前备货难度较大

从集成灶产品特点来看，集成灶产品规格型号众多，需要根据消费者的装修特点进行选择，不同用户在灶台方位（决定出风口方向）、厨房面积、装修风格或个人偏好等方面不同，所选择的集成灶除了外观有差异外，可能还在出风口（左/右）、尺寸（宽度 70/80/90 公分）、材质（玻璃/不锈钢台面）、功能（消毒柜/蒸箱/烤箱/蒸烤一体等）等方面存在差异，因此集成灶产品在一定程度上具有定制化的特点。同时考虑到发行人会根据市场的需求不断丰富产品型号，经销商一般不会大批量备货，而是通常在客户确定购买产品的具体型号并支付一定比例的意向金之后才会向发行人进行采购，发行人经销商仓库库存约 80-90% 为此类具有终端用户订单的备货，少量为热销型号产品的备货。

ii. 集成灶产品单值较高，批量备货占用经销商较多资金

从发行人的信用政策来看，发行人采取先款后货的信用政策，经销商需要向发行人预付货款，才能进行采购。集成灶产品属于大件厨房电器，单值较高，体积较大，若经销商的库存水平较高，将会占用经销商较多的营运资金和较大的仓库空间；而发行人经销商大多为个体工商户或自然人，资金实力有限，因此公司经销商一般也不会大批量备货。

因此，报告期内经销商线上采购产品不存在压货的情况，期末库存处于合理水平，经销商线上采购产品最终销售情况良好。

V、经销商线上采购产品不存在串货情况

如果经销商将公司产品向自身经销区域之外销售，则构成串货行为。报告期内，经销商线上采购不存在串货销售的情况，主要原因如下：

i、经销商发生串货行为的，串货行为发生地的经销商有权向其索取串货销售货物同等金额的赔偿，同时公司有权按照经销协议约定对串货的经销商进行处罚。

ii、经销商为维护自己的销售区域，会对串货销售行为及时向发行人举报，形成经销商之间的互相监督管理。

报告期内，发行人未因经销商线上采购串货销售对经销商进行处罚情形，也未收到经销商关于线上采购串货销售投诉。

④ 出口业务

公司的出口业务的产品为替海外境外客户代工生产传统的烟机灶具，不包括集成灶，订单来源主要为公司参加广交会等展会。2017年至2020年一季度，公司的出口业务收入分别为691.24万元、563.29万元、334.10万元和21.39万元，占主营业务收入的比分别为1.23%、0.89%、0.48%和0.37%。

境外客户在下采购订单时支付货款总额的30%作为定金，公司确认订单后安排生产、发货。在办完货运手续后，将提单扫描件发送给境外客户，境外客户取得货运提单扫描件时支付余款。余款到账后，公司将货运提单原件邮寄至境外客户。公司与境外客户在订单中约定采用FOB的交货方式，以货物越过船舷作为风险报酬的转移时点，这也是发行人确认收入的时点。

出口业务的销售模式为直营，不存在经销。报告期内，公司境外销售的收入、毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2020年一季度	2019年	2018年	2017年
收入	21.39	334.10	563.29	691.24
成本	15.66	244.88	388.14	440.81
毛利率	26.78%	26.71%	31.09%	36.23%

报告期内，公司出口业务的毛利率逐年下滑，主要原因是部分利润率较高的客户订单减少。

公司的境外客户在产品的功能、外观等方面存在差异，因此产品的定价不同，进而导致不同境外客户之间的毛利率具有差异性。报告期内部分高毛利率的境外客户的采购订单减少，由此导致出口业务的毛利率下降。

公司出口业务收入占公司总收入的比例相对较小，报告期内，出口业务收入占主营业务收入的比例分别为1.23%、0.89%、0.48%和0.37%，因此出口业务的变化不会对公司的生产经营产生较大影响。

(3) 分地区构成

报告期内，分地区的主营业务收入构成如下：

项目	2020 年一季度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
境内地区	5,827.50	99.63	68,841.03	99.52	62,399.00	99.11	55,657.38	98.77
其中：华东地区	2,382.19	40.76	25,387.18	36.70	26,066.74	41.40	23,490.47	41.69
华中地区	1,061.39	18.15	15,493.66	22.40	14,527.55	23.07	13,049.54	23.16
华西地区	961.34	16.44	10,898.81	15.76	10,784.02	17.13	8,591.46	15.25
华北地区	871.69	14.90	12,126.36	17.53	8,371.72	13.30	8,193.90	14.54
华南地区	550.89	9.42	4,935.02	7.13	2,648.97	4.21	2,332.01	4.14
境外地区	21.39	0.37	334.10	0.48	563.29	0.89	691.24	1.23
合计	5,848.89	100.00	69,175.13	100.00	62,962.29	100.00	56,348.62	100.00

公司以境内销售为主，报告期内，公司的境内销售收入分别为 55,657.38 万元、62,399.00 万元、68,841.03 万元和 5,827.50 万元，占主营业务收入的比例分别为 98.77%、99.11%、99.52%和 99.63%。

3、主营业务收入变动分析

报告期内，公司的主营业务收入分别为 56,348.62 万元、62,962.29 万元、69,175.13 万元和 5,848.89 万元，其中：2017 年至 2019 年公司主营业务收入保持相对较快增长，主要原因是集成灶收入的增长，报告期内，公司集成灶业务的收入分别为 53,641.39 万元、60,077.05 万元和 65,798.20 万元；2020 年一季度受国内疫情影响，公司主营业务收入出现下滑。

报告期内，公司集成灶的销售收入、销售数量和平均销售价格情况如下：

项目	2020 年一季度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
集成灶收入（万元）	5,480.57	65,798.20	60,077.05	53,641.39
集成灶销量（台）	11,047	152,962	150,879	149,501
平均销售价格（元/台）	4,961.14	4,301.60	3,981.80	3,588.03

报告期内，公司收入的变动受以下因素的综合影响：

（1）产品结构变动

2017 年至 2019 年，公司集成灶销量保持相对平稳，但是收入分别同比增长了 12.00% 和 9.52%，集成灶单位售价不断提高，主要原因系通过开发高端新品、调整销售结构等，使得中高端集成灶产品的销售占比逐渐提高，由此拉高了产品销售均价。2020 年一季

度，公司的销售结构进一步优化，中高端产品占比持续提升，由此使得产品销售均价继续提高。

(2) 产品调价

2018年3月，公司将除电商系列之外的各系列集成灶出厂价格上调400元/台。公司对集成灶出厂价格的调整符合行业趋势，根据中怡康零售监测报告，2017年、2018年和2019年集成灶的零售价分别同比增长了5.03%、4.28%和4.15%⁴⁹。另外，根据公开信息，公司的可比上市公司浙江美大（002677.SZ）2018年上半年的集成灶单位售价相比上期增长了267.08元/台，增长幅度为6.72%。

在上述因素的综合影响下，公司的收入在报告期内逐年增长。

4、返利

公司在销售过程中会给予经销商一定比例的返利，具体可以分为年度返利、市场推广返利、广告返利、装修返利、活动返利和信息维护返利，其中年度返利系发行人根据经销商的年度采购任务完成情况以及经销商当年度销售业绩的表现情况给予经销商的销售返利；其他返利则系发行人根据经销商的各项因素考核情况给予经销商的价格优惠，考核因素主要包括经销商的市场推广、广告投入、门店装修、促销活动、信息维护等情况。经销商取得的各类返利在后续进货时通过销售折扣的方式予以兑现。

(1) 各类返利的具体情况

报告期内，公司各类返利计提的具体情况如下：

返利类型	2020年一季度		2019年		2018年		2017年	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
年度返利	18.24	3.77	419.50	5.91	439.36	6.92	612.57	27.18
市场推广返利	189.77	39.21	4,271.13	60.15	4,070.12	64.14	434.95	19.30
活动返利	362.57	74.92	1,379.44	19.43	750.83	11.83	226.43	10.05
广告返利	-	-	61.55	0.87	150.32	2.37	311.39	13.82

⁴⁹ 集成灶零售价系根据集成灶零售额和零售量数据计算而来。2019年集成灶零售量和零售额数据来自于潮流家电网官方微信公众号，三大因素助力升温，2019年集成灶零售额同比增长25%，作者潮流家电网，2019年12月27日；2016至2018年集成灶零售量和零售额数据来自于北京中怡康时代市场研究有限公司官方微信公众号，2018年集成灶线上市场盘点，作者中怡康时代，2019年1月24日

返利类型	2020 年一季度		2019 年		2018 年		2017 年	
装修返利	44.98	9.29	415.50	5.85	199.18	3.14	62.19	2.76
信息维护返利	-131.63	-27.20	553.62	7.80	735.54	11.59	606.00	26.89
总计	483.93	100.00	7,100.73	100.00	6,345.35	100.00	2,253.53	100.00

①年度返利

年度返利包括年度销售返利和年度评优奖励，其中：年度销售返利是发行人根据经销商的年度采购任务完成情况给予经销商一定比例的销售返利。公司每年年初与经销商签订年度经销协议，约定年度采购任务及销售返利比例；年末公司对经销商当年度采购任务完成情况进行考核，对于经销商完成协议约定年度采购任务的，公司按照经销协议的约定给予其一定比例（一般为 1.5%）的年度销售返利。年度评优奖励系发行人每年年末根据当年情况制定政策对当年度销售业绩有突出表现的经销商给予的年终奖励。

报告期内，发行人计提的年度返利金额分别为 612.57 万元、439.36 万元、419.50 万元和 18.24 万元。2020 年一季度年度返利计提金额相对较低，主要系受一季度国内疫情影响，公司预计 2020 年的经销商销售指标达成率将会下降。

②市场推广返利

为了促进经销商在经销区域内的产品销售，激励经销商加大市场推广力度，公司对经销商在其经销区域内市场推广情况进行考核。由于各区域的线上直营店销售额能够较客观地体现经销商在其经销区域内的市场推广成果，因此发行人将经销商所在区域内的线上直营店销售额作为市场推广考核的主要指标，根据相应的考核政策给予经销商一定比例的返利。

集成灶产品是一种现代新型厨房电器，虽然近年来集成灶市场快速发展，但产品的消费者认知度和市场占有率仍处于较低水平。根据中怡康的统计数据，2018 年集成灶产品在国内烟灶类产品中的市场占有率仍不足 10%。因此，公司需要各地经销商加大对集成灶产品的市场推广力度，扩大公司品牌和集成灶产品的知名度，以促进公司产品在各个经销区域内的销售。公司为此推出了市场推广返利的相关政策。

公司在月末根据经销商所在的经销区域内当月的线上直营店销售额，确定应给予经销商的相应返利，并于当月计提入账。

公司对市场推广返利的会计处理与其他返利相同，即：2017 年至 2019 年，在计提

该返利时，将返利的金额计入“其他应付款”科目，将，同时冲减“主营业务收入”；经销商使用该返利冲减货款时，公司按其使用返利的金额冲减“其他应付款”科目。2020年1月1日起，公司适用新收入准则，在计提该返利时，将返利的金额计入“合同负债”科目，同时冲减“主营业务收入”；经销商使用该返利冲减货款时，公司按其使用返利的金额冲减“合同负债”科目。

报告期内，公司给予经销商的市场推广返利分别为 434.95 万元、4,070.12 万元、4,271.13 万元和 189.77 万元。其中：2018 年度市场推广返利同比出现较大幅度增加，主要系公司 2018 年度线上直营店销售额增长幅度较大所致；2020 年一季度市场推广返利较上年出现相对较大幅度下滑，主要系一季度线上销售金额较低。

③ 广告返利

为了促进经销商在经销区域内的产品销售，公司鼓励经销商在其经销区域内进行广告投放，公司对经销商的广告投入情况进行考核，并根据相应的考核政策给予经销商一定比例的返利。报告期内，发行人广告返利的计提金额分别为 311.39 万元、150.32 万元、61.55 万元和 0 万元。

④ 装修返利

为了促进经销商在经销区域内的产品销售，加强对经销商门店形象的统一管理，公司对经销商的门店装修情况进行考核，并根据相应的考核政策给予经销商一定金额的返利。报告期内，发行人装修返利的计提金额分别为 62.19 万元、199.18 万元、415.50 万元和 44.98 万元。

⑤ 活动返利

发行人在日常销售过程中会根据市场和经营情况不定期推出各种促销活动，根据促销活动政策给予经销商一定比例的返利。发行人促销活动的具体形式主要为，经销商在活动期间向发行人预付的货款及采购的机型达到活动要求后，发行人给予经销商一定比例的返利。报告期内，公司计提的活动返利金额分别为 226.43 万元、750.83 万元、1,379.44 万元和 362.57 万元。

⑥ 信息维护返利

公司的销售模式以经销模式为主，经销商数量较多，为了及时获取经销商的进销存信息，了解经销商的终端销售情况，公司对经销商货物签收单的回寄情况和终端用户信息的报备情况进行了考核激励，并根据相关单据和信息的提供情况给予经销商一定金额的返利。发行人针对经销商信息维护考核计提返利的标准为，集成灶签收数量乘以 80 元/台（税后约 68.37 元-70.80 元/台）。

报告期内，公司信息维护返利的计提金额分别为 606.00 万元、735.54 万元、553.62 万元和-131.63 万元，2020 年一季度公司信息维护返利计提金额为负数，主要系 2019 年末基于谨慎性考虑按照实际签收数量全额预提 2019 年信息维护返利，2020 年一季度公司根据经销商终端用户信息的实际报备情况冲减上年末信息维护返利预提金额。

（2）返利的会计处理政策

公司根据经销协议的约定，以及各类返利的政策，按照权责发生制的原则，确定各类返利计提时点和归属期间，各类返利的计提及时、准确、完整，不存在跨期的情况。

公司对各类返利采用了相同的会计处理政策：

公司在计提返利时，将返利的金额计入“其他应付款”科目，同时冲减当期的“主营业务收入”，具体的会计分录如下：

借：主营业务收入

贷：其他应付款（计提的返利金额）

经销商使用返利冲减货款时，公司按其使用返利的金额冲减“其他应付款”科目，不对返利使用时点所属会计期间的收入金额产生影响，具体的会计分录如下：

借：预收账款（扣减返利后支付的货款）

其他应付款（使用的返利金额）

贷：主营业务收入

2020 年 1 月 1 日起，公司适用新收入准则，公司在计提返利时，将返利的金额计入“合同负债”科目，同时冲减当期的“主营业务收入”，具体的会计分录如下：

借：主营业务收入

贷：合同负债（计提的返利金额）

经销商使用返利冲减货款时，公司按其使用返利的金额冲减“合同负债”科目，不对返利使用时点所属会计期间的收入金额产生影响，具体的会计分录如下：

借：合同负债（扣减返利后支付的货款）

 合同负债（使用的返利金额）

 贷：主营业务收入

（3）报告期内返利金额排名前十大经销商

报告期内，发行人返利金额排名前十的经销商获得的各类型返利明细如下：

①2017年返利前十大经销商

单位：万元

客商名称	年度返利	市场推广返利	活动返利	广告返利	装修返利	信息维护返利	合计
上海帅沪实业有限公司	25.00	27.18	14.27	8.70	-	5.66	80.81
南昌市西湖区帅丰电器商行	24.66	14.11	4.25	16.00	-	3.17	62.19
博凌柯（北京）商贸有限公司	16.89	5.79	1.79	4.06	-	5.46	33.99
长沙市芙蓉区携诚家电商行	10.48	3.27	1.42	7.63	-	3.85	26.65
谢家集区中易装饰建材店	14.27	14.67	6.87	6.26	-	4.03	46.10
蚌埠市乐宜家橱柜店	6.18	5.34	7.12	10.98	-	4.34	33.96
濂溪区小华电器经营部	11.65	10.75	6.55	0.15	-	3.94	33.04
湘潭市雨湖区帅丰集成灶九华经营部	3.67	6.05	9.45	5.21	-	2.56	26.94
泗阳县众兴镇于氏橱柜经营部	5.41	10.49	2.83	5.16	-	0.60	24.49
宜宾市翠屏区建平建材经营部	16.28	1.96	2.34	2.03	-	2.26	24.87
合计	134.49	99.61	56.89	66.18	-	35.87	393.04

②2018年返利前十大经销商

单位：万元

客商名称	年度返利	市场推广返利	活动返利	广告返利	装修返利	信息维护返利	合计
南昌市西湖区帅丰电器商行	5.85	47.06	0.83	-	-	6.17	59.91
宜宾市翠屏区建平建材经营部	25.41	9.53	9.37	-	-	5.65	49.96
上海帅沪实业有限公司	22.46	31.08	7.21	-	-	6.37	67.12
濂溪区小华电器经营部	5.59	20.21	14.39	-	-	4.25	44.44
谢家集区中易装饰建材店	2.91	15.18	4.14	9.96	-	4.26	36.45
南京市建邺区有凤来仪厨卫用品经营部	6.63	44.40	7.91	-	4.53	4.95	68.42
武汉市与为商贸有限公司	3.21	23.20	3.31	-	6.48	3.85	40.05
赣州开发区澳蓝特橱柜经营部	3.36	47.68	2.87	-	1.30	2.90	58.11
泗阳县众兴镇于氏橱柜经营部	0.70	37.95	1.40	-	-	2.26	42.31
蚌埠市乐宜家橱柜店	14.06	10.62	10.10	-	-	3.42	38.20
合计	90.18	286.91	61.53	9.96	12.31	44.08	504.97

③2019年返利前十大经销商

单位：万元

客商名称	年度返利	市场推广返利	活动返利	广告返利	装修返利	信息维护返利	合计
长春市鑫鑫电器经销有限公司	31.40	16.51	57.45	-	-	5.27	110.63
谢家集区中易装饰建材店	18.55	9.88	34.80	-	8.61	6.81	78.65
上海帅沪实业有限公司	0.60	52.58	19.88	1.57	-	2.49	77.12
濂溪区小华电器经营部	4.35	28.73	23.87	8.48	-	4.41	69.84
南昌市西湖区帅丰电器商行	0.34	31.74	26.49	-	4.19	4.90	67.66
宜宾市翠屏区建	13.37	19.32	14.99	-	2.39	3.40	53.47

客商名称	年度返利	市场推广返利	活动返利	广告返利	装修返利	信息维护返利	合计
平建材经营部							
赣州开发区澳蓝特橱柜经营部	0.60	18.25	18.03	4.76	2.13	3.37	47.14
邳州市帅丰厨具经营部	8.23	4.18	18.79	-	9.06	2.34	42.60
吉安市吉州区帅丰电器销售中心	0.47	28.93	2.97	-	5.68	2.49	40.54
滁州开发区恒丰电器商行	4.32	13.79	14.72	-	2.38	3.52	38.73
合计	82.23	223.91	231.99	14.81	34.44	39.00	626.38

④2020年一季度的返利前十大经销商

单位：万元

客商名称	年度返利	市场推广返利	活动返利	广告返利	装修返利	信息维护返利	合计
长沙市芙蓉区携诚家电商行	-	10.15	1.11	-	-	-0.27	11.00
临沂市红村电器有限公司	0.51	-	6.87	-	0.35	0.04	7.78
舒兰市金牛管业商店	0.38	1.53	3.64	-	0.34	0.20	6.10
盐城高力国际家居港帅丰集成灶门市	-	1.52	3.46	-	0.48	0.19	5.64
济宁步升商贸有限公司	-	0.70	4.12	-	-	0.28	5.11
仁寿县文林镇帅丰集成灶	0.29	-	3.46	-	1.15	-0.01	4.89
遂川我乐橱柜	0.10	3.60	0.82	-	-	0.16	4.68
芜湖市凯亮华商贸有限公司	0.28	0.73	3.44	-	-	0.19	4.63
郑州豫鲁家用电器有限公司	-	0.75	3.44	-	-	0.33	4.51
葫芦岛市龙港区富都家居广场军嫂厨卫电器商行	-	0.72	3.45	-	-	0.18	4.35
合计	1.56	19.70	33.81	-	2.33	1.27	58.68

由上表可以看出，报告期内年返利金额前十大经销商的返利类型以年度返利、市场推广返利和活动返利为主。报告期内年返利金额前十大经销商在公司的线上和线下市场

均较为活跃，在年度采购规模、年度采购任务完成率、线上采购额，以及线下活动参与情况等方面均较优于其他经销商，因此其获得的返利总额也相对较高。

报告期内返利金额前十大经销商以发行人的前十大经销商为主，剩余为频繁参与公司线上或线下促销活动的经销商。

综上，上述经销商获得的返利均与其自身的经营情况相符，不存在异常情况。

5、第三方回款情况

报告期内发行人发生的第三方回款，主要是发行人向经销商销售产品所收到的销售回款的支付账户与经销协议的签订主体不一致的情况。

公司根据经销商类型以及实际付款方的不同，将报告期内的第三方回款分为以下三类：

①第一类第三方回款，即经销商为个体工商户或自然人的，由其直系亲属（父母、子女、配偶）代为支付货款；

②第二类第三方回款，即经销商为自然人控制的企业，由该企业的法定代表人、实际控制人代为支付货款；

③除此之外的其他第三方回款为第三类第三方回款，如通过经销商其他近亲属的银行账户代为支付货款、使用同一控制下的其他公司账户付款、通过合伙人或员工的银行账户代为支付货款等。

报告期内，公司各类第三方回款的金额及比重情况如下表所示：

第三方回款类别	2020年一季度		2019年		2018年		2017年	
	金额 (万元)	比重 (%)	金额 (万元)	比重 (%)	金额 (万元)	比重 (%)	金额 (万元)	比重 (%)
第一类（个体工商户或自然人经销商由其直系亲属代为付款）	-	-	-	-	973.82	47.75	7,537.65	51.72
第二类（公司制法人经销商由其实际控制人代为付款）	-	-	-	-	470.00	23.05	4,317.23	29.62
第三类（其他情形）	-	-	-	-	595.62	29.20	2,721.01	18.66
合计	-	-	-	-	2,039.43	100.00	14,575.89	100.00

2019 年开始公司不存在第三方回款的情况，第三方回款主要发生在 2017 年和 2018 年。2017 年和 2018 年，公司第三方回款的金额分别为 14,575.89 万元和 2,039.43 万元，占营业收入的比例分别 25.81%和 3.23%。相关金额和比例逐年下降，在合理可控范围内。

针对第三方回款，发行人不断完善相关内部控制制度，尤其是在 2018 年上线 CRM 系统后，公司利用 CRM 系统进一步加强对第三方回款的控制和管理。目前，公司已针对第三方回款形成销售部审核、财务部复核的两道内部控制程序，以减少第三方回款的发生。

6、现金交易

(1) 现金交易的必要性与合理性

报告期内，公司现金交易发生的情形主要零星产品或废料的对外销售，公司不存在现金付款的情形。报告期内发生的现金收款情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年一季度	2019 年	2018 年	2017 年
现金收款金额	0.55	13.79	28.46	100.30
营业收入	5,879.43	69,822.37	63,138.16	56,473.06
占比	0.01%	0.02%	0.05%	0.18%

公司发生的现金收款主要包括以下几种情形：一是公司线下直营销售发生的现金收款，公司在嵊州、新昌等公司周边地区未设置经销商，周边的居民通常直接到发行人工厂所在地购买产品，对方为了付款的便利而直接向公司支付现金；二是公司将生产过程中产生的少量废品废料进行售卖产生现金收款。现金收款具有生产经营上的必要性与合理性。报告期内，公司逐步完善了现金收款的内部控制制度，严格控制现金收款情况的发生，现金收款占营业收入的比例逐年下降。

报告期内，2017 年的现金收款金额较高，主要是因为废料销售产生的现金收款金额较大所致，2017 年废料销售产生的现金收款金额为 49.72 万元。2017 年 5 月之后，公司要求废料购买方以银行转账的方式进行货款结算，避免不必要现金收款情形的发生。

浙江美大、火星人及亿田股份未公开披露其现金收款的数据信息，通过查看电器行业可比公司公开披露的资料，相关公司同样存在现金收款的情况，例如小熊电器（证券代码 002959.SZ）和公牛集团。

公司名称	2019 年		2018 年		2017 年	
	金额 (万元)	占营业收入 的比例	金额 (万元)	占营业收入 的比例	金额 (万元)	占营业收入 的比例
小熊电器	未披露		0.00	0.00%	17.80	0.01%
公牛集团			579.61	0.06%	2,788.77	0.39%
本公司	13.79	0.02%	28.46	0.05%	100.30	0.18%

因此发行人报告期内发生的现金收款与发行人的行业经营特点和经营模式相符，与同行业或类似公司相比不存在明显差异。

（2）现金交易的发生频率、金额及占营业收入的比例

报告期内，发行人现金收款的发生频率、金额及占比情况如下表所示：

项目		2020 年一季度	2019 年	2018 年	2017 年
现金收款	现金收款笔数（笔）	6	137	284	414
	现金收款金额（万元）	0.55	13.79	28.46	100.30
	占营业收入的比例（%）	0.01	0.02	0.05	0.18

现金收款方面，报告期内现金收款的情况逐步得到控制，2019 年和 2020 年一季度现金收款的笔数分别为 137 笔和 6 笔，金额分别为 13.79 万元和 0.55 万元，占营业收入的比例分别为 0.02% 和 0.01%，现金收款的金额和比例在合理可控的范围内。报告期内，不存在现金付款的情形。

综上所述，报告期内发行人现金交易的情况逐步减少，现金交易的情况在合理可控的范围内。

（3）现金交易的客户或供应商的情况

报告期内，发行人发生现金收款的客户主要为废品公司和周边地区居民，与发行人不存在关联关系。

（4）相关收入确认及成本核算的原则与依据

报告期内，现金交易并没有对收入确认及成本核算的原则与依据产生影响，现金交易只是结算方式上的一种选择，与其他结算方式不存在结算时间或信用政策上的差异。

因此对于现金交易，公司仍然按照商品所有权上的主要风险和报酬转移情况，进行相应的收入确认及成本核算。

公司在报告期内发生的现金交易具有交易实质和合理商业理由，不存在体外循环或虚构业务的情形。

(5) 现金交易流水的发生与相关业务发生是否真实一致，是否存在异常分布

报告期内，公司不存在现金付款的情况。公司进行现金收款时，向付款方出具现金收据，根据相应的收据，可确认现金交易流水与相关业务真实一致。现金交易视客户或公司的需求而发生，不存在年末或某一期间集中发生等异常分布的情形。

(6) 现金管理制度与业务模式是否匹配且执行有效

公司建立了完善的现金管理控制制度，对现金收支适用的业务范围、现金收支的审批流程和单据流转、库存现金的限额和保管、现金盘点与监督管理等方面进行了规定。例如，公司《现金管理控制制度》规定：“除财务部或受财务部门委托的出纳员外，任何单位或个人都不得代表企业接受现金或与其他单位办理结算业务。”

报告期内，公司的现金交易主要系销售废品和零星的线下直营的现金收款。

对于废品销售，废品公司与公司确定销售价格后，公司将废料装车过磅称重，废料仓库人员记录废料名称和数量等信息，出具过磅单。废料仓库人员将过磅单交给现金出纳人员，现金出纳人员向买方收取现金后开具收据，并将收据副联交给会计人员。同时，废品公司凭现金收据取得废品，仓库管理人员开具出库单。财务部在废品公司提货后确认收入。

对于零星的线下直营的现金回款，客户根据订单金额向公司出纳人员支付现金，出纳向其开具现金收据，并将现金收据副联交给会计人员，完成现金收款的会计记录。出纳人员将线下直营订单信息发送给销售部人员，销售部人员在系统中录入订单，订单生产完工后，安排出库发货。财务部在客户确认收货后确认收入。

综上所述，发行人现金交易的内部控制健全，现金管理制度与业务模式匹配且执行有效。

(7) 实际控制人及发行人董监高等关联方是否与客户或供应商存在资金往来

报告期内，公司的实际控制人及董监高等关联方与客户或供应商不存在资金往来。

（二）利润主要来源及影响盈利能力的因素分析

1、利润主要来源

报告期内，公司利润主要来源于主营业务毛利，其中集成灶毛利占主营业务毛利的比例保持在 95%以上，具体情况如下表：

项目	2020 年一季度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额 (万元)	比率 (%)	金额 (万元)	比率 (%)	金额 (万元)	比率 (%)	金额 (万元)	比率 (%)
集成灶	2,631.92	97.41	32,946.87	98.66	31,328.48	98.01	26,278.56	96.36
其他产品	69.86	2.59	448.06	1.34	636.18	1.99	991.57	3.64
主营业务毛利	2,701.78	100.00	33,394.92	100.00	31,964.66	100.00	27,270.13	100.00

2、影响公司盈利能力连续性和稳定性的因素

影响公司盈利连续性和稳定性的因素主要包括集成灶行业的持续发展、公司产品品牌形象的提升、经销商渠道和其他销售渠道进一步拓展，以及主要原材料价格的变动。

（三）利润表逐项分析

报告期内，公司利润表各项目及占营业收入比例如下：

项目	2020 年一季度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
营业收入	5,879.43	100.00	69,822.37	100.00	63,138.16	100.00	56,473.06	100.00
营业成本	3,148.69	53.55	35,855.68	51.35	31,035.75	49.16	29,083.72	51.50
税金及附加	110.32	1.88	589.90	0.84	995.76	1.58	839.55	1.49
销售费用	1,177.18	20.02	9,391.79	13.45	9,669.23	15.31	6,203.06	10.98
管理费用	550.46	9.36	3,797.43	5.44	3,229.37	5.11	2,729.30	4.83
研发费用	268.69	4.57	2,816.57	4.03	2,361.22	3.74	2,342.01	4.15
财务费用	-298.69	-5.08	-275.22	-0.39	-29.10	-0.05	17.95	0.03
信用减值损失	9.68	0.16	-9.43	-0.01	-	-	-	-
资产减值损失	-89.24	-1.52	-71.61	-0.10	4.61	0.01	-113.47	-0.20
公允价值变动收益	-113.28	-1.93	389.52	0.56	-	-	-	-
其他收益	1,086.96	18.49	1,672.55	2.40	1,028.61	1.63	251.52	0.45
投资收益	103.51	1.76	941.47	1.35	641.20	1.02	294.81	0.52
资产处置收益	-	-	-	-	-	-	-15.42	-0.03
营业外收入	2.63	0.04	60.54	0.09	15.96	0.03	11.51	0.02
营业外支出	157.57	2.68	95.85	0.14	51.77	0.08	42.66	0.08

项目	2020年一季度		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
利润总额	1,765.47	30.03	20,533.40	29.41	17,514.53	27.74	15,643.77	27.70
所得税	261.41	4.45	3,136.73	4.49	2,496.53	3.95	2,223.41	3.94
净利润	1,504.06	25.58	17,396.66	24.92	15,018.00	23.79	13,420.36	23.76

1、收入分析

报告期内，公司的营业收入保持快速增长，具体分析参见本节“（一）营业收入构成及变动分析”。

2、营业成本分析

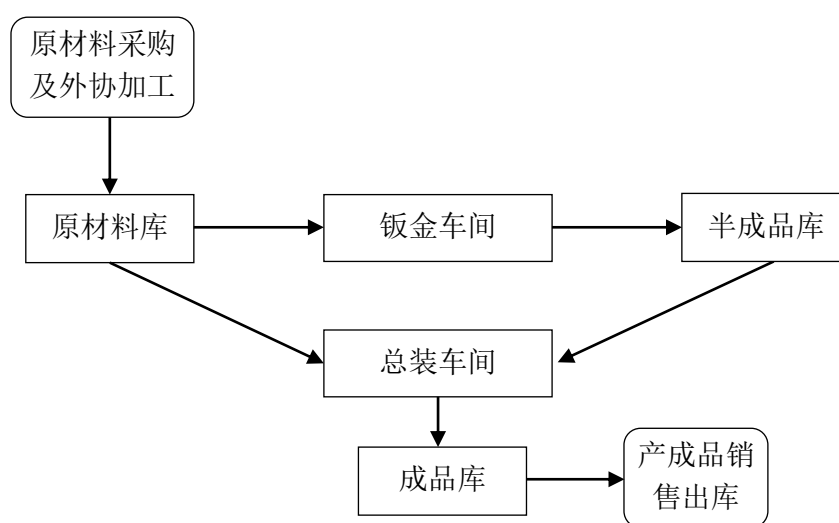
（1）营业成本构成及核算方法

报告期内，公司的营业成本组成如下：

项目	2020年一季度		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
主营业务成本	3,147.11	99.95	35,780.21	99.79	30,997.63	99.88	29,078.49	99.98
其他业务成本	1.58	0.05	75.47	0.21	38.13	0.12	5.23	0.02
营业成本	3,148.69	100.00	35,855.68	100.00	31,035.75	100.00	29,083.72	100.00

报告期，公司营业成本中的绝大部分为主营业务成本。

公司采用订单式生产的模式，按照具体产品类别归集生产成本。主要业务流程如下：



公司的生产流程自原材料采购并安排外协加工入原材料库后，主要分为钣金生产和装配两个主要生产环节。采购材料或外协加工物资经过验收后入原材料库，钣金车间领

用原材料，完成加工的部件通过验收合格后入半成品库；总装时从半成品库领用相关部件及从原材料库领用相关原材料，总装车间总装完成的产成品经验收合格后入产成品库。从原材料库领料投入钣金车间开始生产至总装车间完成生产入库前为公司的生产成本核算范围。

公司的生产成本包括直接材料、直接人工、制造费用，核算内容如下：

直接材料是生产过程中直接耗用的并构成产品实体的材料及辅助材料。生产管理部门依据生产计划下达生产任务单到相关产品的生产车间，生产车间根据生产任务单及相关产品的 BOM 表从原材料仓库领用所需的材料至生产线。

直接人工是企业直接从事产品生产的生产工人薪酬。公司月末根据工资表统计当月生产人员薪酬总额，在生产成本中归集。

制造费用是在生产过程中发生的不能归入直接材料和直接人工的其他成本费用支出，如车间管理人员薪酬、生产所用水、电、天然气能耗、机器设备的折旧费、物料消耗等。制造费用相关的物料消耗在发生时根据领料单直接计入制造费用归集，折旧费、水电费等月末根据转账凭证和费用分配表一次性计入制造费用归集。

公司的直接材料按实际领用进行核算。当月的钣金加工车间中发生的直接人工和制造费用在当月钣金车间完工的半成品中进行分摊，未完工的在产品仅核算钣金车间内领用的相应直接材料成本；当月总装车间的直接人工和制造费用在当月总装车间完工的产成品中进行分摊，未完工的在产品仅核算总装车间内领用的相应直接材料成本。因考虑到钣金车间和总装车间的生产周期较短，期末未完工的在产品金额比例较小，因此公司不再将当月的直接人工和制造费用在当月的在产品中进行分摊。

公司直接材料按生产任务单实际领料金额进行核算；直接人工和制造费用按照标准工价进行分摊。成本均按照不同产品清晰归类，产品成本结转按照月末一次加权平均法核算，成本确认与计量准确、完整、合规，产品销售发出和相应成本结转、销售收入确认相匹配。

（2）主营业务成本的产品构成

报告期，公司主营业务成本的产品构成如下表：

项目	2020 年一季度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
----	-----------	---------	---------	---------

项目	2020年一季度		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比率 (%)	金额 (万元)	比率 (%)
集成灶	2,848.64	90.52	32,851.34	91.81	28,748.57	92.74	27,362.83	94.10
其他产品	298.47	9.48	2,928.87	8.19	2,249.06	7.26	1,715.66	5.90
主营业务成本合计	3,147.11	100.00	35,780.21	100.00	30,997.63	100.00	29,078.49	100.00

报告期内，集成灶营业成本是公司主营业务成本的主要组成部分。报告期内，公司集成灶营业成本占主营业务成本的比例分别为94.10%、92.74%、91.81%和90.52%，与集成灶收入在主营业务收入中的比例相匹配。

(3) 集成灶营业成本的料工费构成

①基本情况

报告期内，公司集成灶营业成本的料工费构成如下表：

项目	2020年一季度		2019年		2018年度		2017年度	
	金额 (万元)	比率 (%)	金额 (万元)	比率 (%)	金额 (万元)	比率 (%)	金额 (万元)	比率 (%)
直接材料	2,262.39	79.42	26,854.26	81.74	23,199.35	80.70	21,990.37	80.37
直接人工	422.17	14.82	4,640.20	14.12	4,494.47	15.63	4,151.10	15.17
制造费用	164.08	5.76	1,356.87	4.13	1,054.75	3.67	1,221.36	4.46
合计	2,848.64	100.00	32,851.34	100.00	28,748.57	100.00	27,362.83	100.00

报告期内，公司集成灶的料、工、费比例保持相对稳定，其中直接材料占集成灶营业成本的比例保持在80%左右。

②单位集成灶成本

报告期内，单位集成灶的成本构成及变化情况如下：

项目	2020年一季度		2019年		2018年		2017年	
	金额 (元/台)	比率 (%)	金额 (元/台)	比率 (%)	金额 (元/台)	比率 (%)	金额 (元/台)	比率 (%)
直接材料	2,047.97	79.42	1,755.62	81.74	1,537.61	80.70	1,470.92	80.37
直接人工	382.16	14.82	303.36	14.12	297.89	15.63	277.66	15.17
制造费用	148.53	5.76	88.71	4.13	69.91	3.67	81.70	4.46
合计	2,578.66	100.00	2,147.68	100.00	1,905.41	100.00	1,830.28	100.00

报告期内，公司集成灶的单位成本分别为1,830.28元、1,905.41元、2,147.68元和2,578.66元，其中以直接材料为主。

③单位集成灶成本变动分析

A、单位直接材料分析

报告期内，公司集成灶的单位直接材料分别为 1,470.92 元、1,537.61 元、1,755.62 元和 2,047.97 元，呈现增加趋势。报告期内，公司单台集成灶直接材料分类别的耗用情况如下：

材料类别	2020 年一季度		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额 (元/台)	占比 (%)	金额 (元/台)	占比 (%)	金额 (元/台)	占比 (%)	金额 (元/台)	占比 (%)
板材类	632.00	30.86	555.59	31.65	514.57	33.47	468.80	31.87
燃气类	369.45	18.04	298.96	17.03	264.22	17.18	250.41	17.02
电气类	303.10	14.80	287.60	16.38	208.39	13.55	186.59	12.69
玻璃类	207.46	10.13	173.00	9.85	131.73	8.57	125.16	8.51
其他	535.95	26.17	440.47	25.09	418.69	27.23	439.95	29.91
合计	2,047.97	100.00	1,755.62	100.00	1,537.61	100.00	1,470.92	100.00

集成灶的直接材料以板材类、燃气类、电气类和玻璃类为主，报告期内，上述材料占集成灶直接材料的比例保持在 70% 左右。随着公司销售结构的变化、产品性能和功能的升级以及主要原材料价格的变动，报告期内，公司集成灶的单位直接材料耗用金额出现上升。报告期内，主要原材料价格波动情况参见“第六节 业务与技术”之“四、发行人的主营业务具体情况”之“（六）原材料采购和能源采购情况”。

B、单位直接人工分析

报告期内，公司集成灶的单位直接人工分别为 277.66 元、297.89 元、303.36 元和 382.16 元，保持相对稳步增长，2020 年一季度单位直接人工出现较快增长，主要由于 2020 年一季度集成灶中高端产品销售比例增加，相关的生产工序和人工工时增加。

报告期内，公司生产人员的数量、薪酬情况如下：

项目	2020 年一季度	2019 年	2018 年	2017 年
生产人员数量	540	633	638	592
生产人员薪酬总额（万元）	603.95	5,115.48	4,853.48	4,328.53
生产人员平均薪酬（万元）	1.12	8.08	7.61	7.31

注：1、上表中的生产人员数量为每期各月的生产人员数量平均值；

2、上表中薪酬总额包括公司承担的生产人员社保公积金部分。

由上表可以看出，2017 年至 2019 年，公司的生产人员平均薪酬逐步提高，由此导致集成灶的单位直接人工出现增加趋势。公司生产工人平均薪酬的提高，一方面系随着物价的上涨，工人的工资水平逐渐增长，另一方面系公司逐渐规范为员工缴纳社保公积

金。公司生产人员的薪酬主要为计件制，2020 年一季度受疫情期间停产影响，生产人员平均薪酬较上年出现一定幅度下滑。

C、单位制造费用分析

报告期内，公司的单位制造费用分别为 81.70 元、69.91 元、88.71 元和 148.53 元，制造费用占集成灶单位成本的比例相对较低，在 5%左右。2019 年制造费用占单位成本的比例相比 2018 年小幅上升，主要是因为新厂房及部分生产线的投入生产引起单位折旧增加。

2019 年，公司新增固定资产 2,216.41 万元，其中机器设备 2,112.46 万元，主要包括集成灶新增工艺及自动化改进设备、外协工序转自产设备、辅助生产设备等，上述设备均为集成灶生产相关的辅助设备。同时，2018 年底，发行人新厂区的部分厂房投入使用，其中厂房屋原值为 6,666.38 万元，该厂房的部分区域用于生产经营。受上述因素的影响，发行人 2019 年制造费用中折旧费用金额增加，由此导致发行人 2019 年的集成灶单位制造费用中的单位折旧费用上升。

2020 年一季度集成灶单位制造费用相比 2019 年出现提升，主要由于受疫情停产的影响，公司 2020 年一季度的集成灶产量出现下滑，由此导致单台集成灶分摊的厂房设备折旧等固定制造费用金额较大。除此之外，2020 年一季度，部分生产集成灶的自动化设备投入使用，相关的折旧费用也进一步提高了单台集成灶的制造费用。

(4) 不同定位集成灶营业成本的料工费构成

报告期内，不同定位的集成灶单位成本构成及变化情况如下：

时间	产品定位	直接材料		直接人工		制造费用		单位成本合计 (元/台)
		金额 (元/台)	占比 (%)	金额 (元/台)	占比 (%)	金额 (元/台)	占比 (%)	
2020 年 一季度	经济适用款	1,645.57	76.25	352.42	16.33	160.13	7.42	2,158.13
	中高端款	2,398.09	81.60	405.27	13.79	135.48	4.61	2,938.83
	渠道款	1,748.14	76.94	364.44	16.04	159.50	7.02	2,272.08
	其他	2,129.28	77.76	421.69	15.40	187.30	6.84	2,738.28
	平均	2,047.97	79.42	382.16	14.82	148.53	5.76	2,578.66
2019 年	经济适用款	1,595.10	80.32	302.35	15.23	88.41	4.45	1,985.86
	中高端款	2,008.19	83.30	311.62	12.93	91.12	3.78	2,410.93
	渠道款	1,599.46	81.01	290.14	14.69	84.84	4.30	1,974.45
	其他	2,028.97	83.58	308.52	12.71	90.21	3.72	2,427.70
	平均	1,755.62	81.74	303.36	14.12	88.71	4.13	2,147.69

时间	产品定位	直接材料		直接人工		制造费用		单位成本合计 (元/台)
		金额 (元/台)	占比 (%)	金额 (元/台)	占比 (%)	金额 (元/台)	占比 (%)	
2018年	经济适用款	1,476.47	80.18	295.65	16.06	69.26	3.76	1,841.38
	中高端款	1,938.42	83.33	314.17	13.51	73.65	3.17	2,326.24
	渠道款	1,540.39	80.58	300.33	15.71	70.87	3.71	1,911.59
	其他	1,696.78	82.59	289.55	14.09	68.09	3.31	2,054.42
	平均	1,537.61	80.70	297.89	15.63	69.91	3.67	1,905.41
2017年	经济适用款	1,435.01	80.03	276.28	15.41	81.88	4.57	1,793.17
	中高端款	1,863.46	83.24	294.43	13.15	80.78	3.61	2,238.67
	渠道款	1,513.82	80.54	285.74	15.20	80.09	4.26	1,879.65
	其他	1,503.45	81.04	271.83	14.65	79.99	4.31	1,855.27
	平均	1,470.92	80.37	277.66	15.17	81.70	4.46	1,830.28

从上表可以看出，报告期内各类别产品的单位成本以及直接材料和直接人工也整体呈现增长的趋势，与总成本的变动趋势基本一致。各类别产品的单位成本明细构成在报告期内相对稳定，其中直接材料占比保持在80%左右。

不同产品之间，经济适用款产品的单位直接材料成本最低，直接材料的占比低于中高端款，主要原因系中高端款产品的功能更为丰富，所用的材料规格也更高。渠道款产品的直接材料成本和直接材料占比介于经济适用款和中高端款之间，略高于经济适用款。

3、税金及附加

报告期内，公司税金及附加明细情况如下：

单位：万元

项目	2020年一季度	2019年度	2018年度	2017年度
城市维护建设税	8.09	250.33	388.81	299.00
教育费附加	5.78	178.81	277.72	213.28
土地使用税	59.22	0.09	236.86	236.79
房产税	35.68	142.26	65.51	65.32
印花税	1.35	16.82	25.26	24.20
车船税	0.19	1.61	1.61	0.95
合计	110.32	589.90	995.76	839.55
占营业收入的比例(%)	1.88	0.84	1.58	1.49

报告期内，公司税金及附加占营业收入的比例分别为1.49%、1.58%、0.84%和1.88%，比例相对较低。

4、期间费用分析

报告期内，期间费用及其占当期营业收入比例情况如下：

项目	2020年一季		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
销售费用	1,177.18	20.02	9,391.79	13.45	9,669.23	15.31	6,203.06	10.98
管理费用	550.46	9.36	3,797.43	5.44	3,229.37	5.11	2,729.30	4.83
研发费用	268.69	4.57	2,816.57	4.03	2,361.22	3.74	2,342.01	4.15
财务费用	-298.69	-5.08	-275.22	-0.39	-29.10	-0.05	17.95	0.03
合计	1,697.64	28.87	15,730.57	22.53	15,230.72	24.12	11,292.33	20.00

报告期内，公司的期间费用总额分别为 11,292.33 万元、15,230.72 万元、15,730.57 万元和 1,697.64 万元，占当期营业收入的比例分别为 20.00%、24.12%、22.53% 和 28.87%，各期变动的原因分析如下：

(1) 销售费用

①销售费用明细

报告期内，公司销售费用分别为 6,203.06 万元、9,669.23 万元、9,391.79 万元和 1,177.18 万元，占营业收入的比例分别为 10.98%、15.31%、13.45% 和 20.02%。报告期内，公司销售费用的明细如下：

项目	2020年一季		2019年		2018年度		2017年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
广告宣传费	721.54	61.29	5,261.53	56.02	5,911.41	61.14	4,415.58	71.18
服务费	198.64	16.87	1,793.50	19.10	1,541.30	15.94	273.00	4.40
职工薪酬	179.37	15.24	1,159.02	12.34	781.05	8.08	519.99	8.38
业务招待费	10.47	0.89	312.53	3.33	543.80	5.62	373.61	6.02
差旅费	26.36	2.24	402.11	4.28	394.63	4.08	222.38	3.59
参展会务费	22.39	1.90	282.83	3.01	351.57	3.64	305.38	4.92
其他	18.41	1.56	180.27	1.92	145.47	1.50	93.12	1.50
合计	1,177.18	100.00	9,391.79	100.00	9,669.23	100.00	6,203.06	100.00

②销售费用波动分析

从表中可以看出，公司的销售费用以广告宣传费和服务费为主，报告期内，该两项费用合计占销售费用的比例分别为 75.58%、77.08%、75.12% 和 78.17%，因此销售费用的变化主要由广告宣传费和服务费的变化引起。

A、广告宣传费分析

公司的广告宣传费主要分为两类，即电视台类广告宣传和和其他类广告宣传，电视台类广告为在中央电视台和地方电视台的广告投放，其他类广告宣传包高铁冠名和高速公路广告、新媒体广告、明星代言等。报告期内，公司广告宣传费按类别的支出金额如下：

广告类别	2020年一季度		2019年		2018年		2017年	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
电视台类	70.28	9.74	1,249.00	23.74	2,918.66	49.37	2,842.27	64.37
其中：中央电视台	-	-	671.80	12.77	2,473.43	41.84	2,289.62	51.85
地方电视台	70.28	9.74	577.20	10.97	445.23	7.53	552.65	12.52
其他类	651.26	90.26	4,012.53	76.26	2,992.75	50.63	1,573.31	35.63
其中：高铁高速公路广告	251.01	34.79	1,162.80	22.10	1,199.10	20.28	503.28	11.40
明星代言	109.41	15.16	437.65	8.32	359.10	6.07	141.00	3.19
新媒体广告	240.44	33.32	1,436.24	27.30	664.21	11.24	617.05	13.97
其他广告支出	50.40	6.98	975.83	18.55	770.34	13.03	311.98	7.07
合计	721.54	100.00	5,261.53	100.00	5,911.41	100.00	4,415.58	100.00

2018年度，在维持电视台类广告的高投入之外，公司增加了高铁广告（冠名列车、站内广告等）和高速公路广告的投放力度；2019年考虑到经过多年的中央电视台广告宣传，“帅丰”品牌已拥有较高的知名度，且各类新媒体的传播速度更快、受众也更广，因此为了使广告宣传效果进一步精准化，公司较大幅度的削减了在央视类媒体的广告投入，增加新媒体、高铁高速公路广告的投放。2019年公司借助抖音、电视剧《小欢喜》广告植入等新媒体形式，公司进一步扩大了产品的知名度，由此也导致2019年新媒体类的广告宣传支出出现较大幅度的增长。2020年一季度公司广告投入进一步向新媒体、高铁高速公路广告倾斜。

B、服务费分析

报告期内，公司销售费用中服务费金额分别为273.00万元、1,541.30万元、1,793.50万元和198.64万元，其中2018年公司服务费大幅增加。2018年公司服务费同比增加了1,268.30万元，主要原因是电商服务费的大幅增加。2020年一季度公司服务费金额处较低水平，主要由于一季度系线上销售的淡季，同时叠加疫情影响，线上销售规模相对较低。报告期内，公司服务费的明细情况如下：

报告期内公司服务费的明细情况如下：

单位：万元

项目	2020年一季	2019年	2018年	2017年
电商服务费	37.38	1,029.05	996.02	138.92
其中：天猫、京东平台服务费	18.78	511.02	406.12	138.92
菜鸟仓费用	13.23	248.12	191.68	-
电商渠道安装/售后服务费	5.37	269.91	398.22	-
网络服务费	99.94	450.28	320.97	134.08
咨询服务费	61.32	314.17	224.31	-
合计	198.64	1,793.50	1,541.30	273.00

各类服务费的内容、收取政策及与线上销售的关系如下：

服务费名称	收费内容	收取政策	是否与线上销售相关
电商服务费			
其中：天猫、京东平台服务费	支付给天猫、京东等电商平台服务费用	根据线上交易金额的一定比例以及信用支付的客户采购金额确定	是
菜鸟仓费用	公司支付给菜鸟仓的运费、仓储费等	根据菜鸟仓的发货量及仓储量计算	是
电商渠道安装/售后服务费	普通客户采购集成灶时，公司委托当地经销商安装、售后所支付的费用	根据普通客户采购集成灶的台数计算（300元/台）	是
网络服务费	支付给域名、邮箱等网络服务提供商的相关费用	年度收费	否
咨询服务费	支付给服务咨询机构及其他机构相关的培训、咨询费用等	根据培训发生的次数、合同金额等进行收费	否

a. 天猫、京东平台服务费

天猫、京东平台服务费主要包括平台佣金、积分服务费、信用服务等，其中平台佣金占比最大。天猫平台按照交易额 2% 的比例收取佣金，京东平台 2017 年 4 月之前，按照交易额 8% 的比例收取佣金，2017 年 4 月之后，佣金比例降为 5%。自 2019 年 5 月起，公司加入京东“门店帮”的销售渠道，该部分销售的平台佣金比例为 0.5%。

积分服务费、信用服务费系因终端用户信用支付，如通过花呗和京东白条支付产生的费用，该费用根据采用信用支付的终端用户采购金额而定。

报告期各期天猫、京东平台服务费和线上交易额的对比情况如下：

单位：万元

平台		2020年一季	2019年	2018年	2017年
天猫	交易额	612.56	13,608.16	14,289.06	5,389.62
	服务费	16.88	471.71	375.66	117.21
	费率（%）	2.76	3.47	2.63	2.17
京东	交易额	93.53	2,224.18	587.76	397.90

平台		2020年一季度	2019年	2018年	2017年
	服务费	1.90	39.32	30.46	21.71
	费率(%)	2.04	1.77	5.18	5.46
合计	交易额	706.08	15,832.34	14,876.82	5,787.52
	服务费	18.78	511.02	406.12	138.92
	费率(%)	2.66	3.23	2.73	2.40

注：上表中的交易额均为含税的成交金额。

(a) 天猫平台服务费分析

报告期内，天猫平台的佣金及其他费用占其平台交易额的比例情况如下：

项目	2020年一季度		2019年		2018年		2017年	
	金额 (万元)	占交易 额比例	金额 (万元)	占交易 额比例	金额 (万元)	占交易 额比例	金额 (万元)	占交易 额比例
交易佣金	12.15	1.98%	270.01	1.98%	285.52	2.00%	107.88	2.00%
信用服务费及其他费用	4.73	0.77%	201.70	1.49%	90.14	0.63%	9.33	0.17%
合计	16.88	2.76%	471.71	3.47%	375.66	2.63%	117.21	2.17%

在交易佣金方面，报告期内的交易佣金占交易额的比例保持在 2% 左右，与天猫平台的收费政策相符；信用服务费及其他费用方面，2018 年和 2019 年，该费用占交易额的比例相比 2017 年出现较大幅度上升，主要原因一方面系选择信用支付的客户交易金额增加，另一方面系公司 2019 年参与天猫平台组织的各类促销活动，因此相关的费用支出上升。

(b) 京东平台服务费分析

报告期内，公司在京东平台的交易额相对较小，因此平台服务费的水平也相对较低。报告期内，京东平台服务费的金额分别为 21.71 万元、30.46 万元、39.32 万元和 1.90 万元，占当期京东平台交易额的比例分别为 5.46%、5.18%、1.77% 和 2.04%。

报告期内，京东平台的服务费率发生变化，主要和佣金的收费标准变化有关。2017 年 4 月前，京东平台的佣金比例为交易额的 8%，2017 年 4 月之后，比例降为 5%。自 2019 年 5 月起，公司加入京东“门店帮”，该部分销售的平台佣金比例为 0.5%。2019 年，公司在门店帮的交易额为 1,761.11 万元，占当期交易总额的比例为 79.18%，因此也拉低了京东平台的服务费率。

通过上述分析可以看出，公司线上交易额与服务费的匹配性较高，不存在异常情况。

b.菜鸟仓费用

自 2018 年 10 月份，公司线上销售的部分产品进入天猫的菜鸟仓，该部分产品由天猫物流负责送货上门。2018 年、2019 年和 2020 年一季度，公司通过菜鸟仓发出的货物数量和菜鸟仓费用的匹配情况如下：

时间	2020年一季度	2019年	2018年
发货数量（台）	369	6,430	6,046
菜鸟仓费用（万元）	13.23	248.12	191.68
单位费用（元/台）	358.53	385.88	317.03

2019 年菜鸟仓单位费用增加了 68.85 元/台，主要原因系自 2019 年 4 月起，天猫对费用的收取标准进行了调整。菜鸟仓费用包括产品的基础运费、干线调拨费等费用。2019 年 4 月份之前，基础运费的收费上限为 200 元/台，2019 年 4 月份之后，收费上限调整为 300 元/台。受此影响，2019 年，集成灶的菜鸟仓单位费用相比 2018 年出现增长。

c.电商渠道安装/售后服务费

电商渠道安装/售后服务费系由于发行人开展线上直营业务所产生的费用，普通客户在线上购买产品后，公司委托当地的经销商进行上门送货安装，并负责后续的售后服务，公司按照 300 元/台计提相关费用。2018 年、2019 年，公司通过线上直营分别销售了 13,274 台、8,997 台，分别计提了 398.22 万元、269.91 万元的电商渠道安装/售后服务费。

d.网络服务费、咨询服务费

网络服务费指的是公司支付给域名、邮箱等网络服务提供商的相关费用，咨询服务费指的是公司支付给服务咨询机构及其他机构相关的培训、咨询费用等，与公司的线上销售并不直接相关。

综合上述分析，公司的天猫、京东平台服务费与公司的线上交易额及相关的收费政策密切相关，具有较高的匹配性；电商渠道安装/售后服务费与公司线上直营对应的销量匹配。上述费用的变化反映了公司线上收入的增长趋势，具有合理性。

③同行业可比公司对比分析

I、同行业可比公司销售费用明细

报告期内，公司的销售费用金额及销售费用率与同行业公司对比情况如下：

项目	2019年		2018年		2017年	
	金额 (万元)	费用率 (%)	金额 (万元)	费用率 (%)	金额 (万元)	费用率 (%)
浙江美大	25,665.85	15.24	15,446.41	11.03	10,073.21	9.81
火星人	33,120.82	24.97	21,956.29	22.98	12,444.39	17.77
亿田股份	10,436.78	15.94	10,003.44	16.28	6,962.03	14.53
老板电器	192,825.92	24.85	190,985.68	25.72	167,787.65	23.91
华帝股份	152,237.11	26.48	165,088.46	27.09	159,954.62	27.91
行业平均	82,857.30	21.50	80,696.06	20.62	71,444.38	18.79
公司	9,391.79	13.45	9,669.23	15.31	6,203.06	10.98

A、帅丰电器销售费用明细

项目	2019年		2018年度		2017年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
广告宣传费	5,261.53	56.02	5,911.41	61.14	4,415.58	71.18
服务费	1,793.50	19.10	1,541.30	15.94	273.00	4.40
职工薪酬	1,159.02	12.34	781.05	8.08	519.99	8.38
业务招待费	312.53	3.33	543.80	5.62	373.61	6.02
差旅费	402.11	4.28	394.63	4.08	222.38	3.59
参展会务费	282.83	3.01	351.57	3.64	305.38	4.92
其他	180.27	1.92	145.47	1.50	93.12	1.50
合计	9,391.79	100.00	9,669.23	100.00	6,203.06	100.00

B、浙江美大销售费用明细

项目	2019年		2018年		2017年	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
广告宣传费	20,766.34	80.91	10,676.63	69.12	6,955.05	69.04
工资薪酬	1,961.13	7.64	1,804.67	11.68	1,584.24	15.73
网络服务费	1,063.25	4.14	1,297.33	8.40	320.05	3.18
车辆运输费	702.28	2.74	606.89	3.93	519.61	5.16
差旅费	720.06	2.81	684.14	4.43	493.35	4.90
其他	452.78	1.76	376.76	2.44	200.92	1.99
合计	25,665.85	100.00	15,446.41	100.00	10,073.21	100.00

C、火星人销售费用明细

项目	2019年		2018年		2017年	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
广告宣传费	9,985.43	30.15	7,899.46	35.98	4,215.99	33.88

项目	2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	5,938.13	17.93	3,572.37	16.27	2,593.36	20.84
差旅费	1,257.18	3.80	1,013.28	4.61	1,068.62	8.59
营销推广费	4,278.56	12.92	2,838.88	12.93	1,451.20	11.66
电商费用	5,878.37	17.75	3,693.94	16.82	1,396.45	11.22
物流运输费	3,036.44	9.17	2,000.33	9.11	1,132.25	9.10
办公费	845.96	2.55	394.01	1.79	237.76	1.91
售后服务费	926.79	2.80	330.08	1.50	112.66	0.91
其他	973.95	2.94	213.94	0.97	236.1	1.90
合计	33,120.82	100.00	21,956.29	100.00	12,444.39	100.00

D、亿田股份销售费用明细

项目	2019年		2018年		2017年	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
职工薪酬	2,962.80	28.39	2,754.80	27.54	2,153.42	30.93
广告费	3,486.94	33.41	3,813.74	38.12	2,447.34	35.15
差旅费	876.11	8.39	810.07	8.10	640.87	9.21
会务推广费	735.69	7.05	641.10	6.41	487.81	7.01
电商费用	955.23	9.15	529.81	5.30	338.70	4.86
咨询服务费	349.26	3.35	501.86	5.02	46.43	0.67
运输费	500.05	4.79	306.47	3.06	344.44	4.95
折旧与摊销费用	106.35	1.02	98.46	0.98	83.01	1.19
其他	464.38	4.45	547.12	5.47	420.01	6.03
合计	10,436.78	100.00	10,003.44	100.00	6,962.03	100.00

E、老板电器销售费用明细

项目	2019年		2018年		2017年	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
广告宣传费	45,785.13	23.74	59,809.65	31.32	55,110.10	32.85
销售服务费	55,448.79	28.76	40,019.61	20.95	27,184.93	16.20
促销活动费	10,380.92	5.38	10,350.51	5.42	14,057.91	8.38
运费	25,638.45	13.30	24,527.09	12.84	22,608.97	13.47
职工薪酬	24,571.86	12.74	22,453.43	11.76	19,465.87	11.60
展台装饰费	16,486.01	8.55	24,071.77	12.60	19,454.98	11.60
其他	11,936.04	6.19	7,174.78	3.76	7,178.98	4.28
业务招待费	1,529.09	0.79	1,570.86	0.82	1,522.88	0.91
办公费	1,049.64	0.54	1,007.98	0.53	1,203.03	0.72
合计	192,825.92	100.00	190,985.68	100.00	167,787.65	100.00

F、华帝股份销售费用明细

项目	2019年		2018年		2017年	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
促销费	36,456.95	23.95	42,137.47	25.52	45,467.19	28.43
业务宣传费	45,633.88	29.98	58,426.16	35.39	56,625.56	35.40
销售服务费	27,884.86	18.32	30,472.06	18.46	30,385.93	19.00
职工薪酬	10,592.24	6.96	11,008.47	6.67	9,893.91	6.19
运输费	13,496.96	8.87	9,251.73	5.60	8,528.40	5.33
差旅费	4,862.91	3.19	4,090.59	2.48	2,897.56	1.81
折旧摊销费	6,407.28	4.21	4,952.89	3.00	192.40	0.12
其他费用	2,155.42	1.42	1,012.58	0.61	1,559.97	0.98
业务招待费	1,498.72	0.98	1,135.83	0.69	1,658.76	1.04
租赁费	1,278.03	0.84	1,218.50	0.74	1,284.04	0.80
邮电费	392.29	0.26	114.72	0.07	414.47	0.26
办公费	155.22	0.10	189.12	0.11	141.42	0.09
物料消耗	1,422.34	0.93	1,078.34	0.65	905.03	0.57
合计	152,237.11	100.00	165,088.46	100.00	159,954.62	100.00

通过对比销售费用的明细科目，公司与老板电器、华帝股份存在一定差异，与浙江美大、火星人、亿田股份较为接近。老板电器和华帝股份的销售费用中均包含较高的促销费和销售服务费，浙江美大、火星人、亿田股份与发行人未包含上述费用，主要系由企业的产品类型和经营特点决定的。

公司与浙江美大、火星人、亿田股份主要从事集成灶的生产与销售，销售模式以经销模式为主，其他模式如直营、KA、工程渠道的占比较小。公司和浙江美大、火星人、亿田股份的经销模式收入占比在 80%-90%左右。相比较而言，老板电器和华帝股份主要从事传统烟机、灶具的生产和销售，其销售渠道更为多元化。

根据公开信息，老板电器销售渠道主要分为线下零售、电子商务、工程精装修三大渠道。线下零售渠道具体有 KA（苏宁、国美等）、专卖店等；线上渠道包含天猫、京东、苏宁易购等；工程渠道与开发商对接，与全国性的开产商、地区性开产商合作。各渠道中，线下零售占比约 60%左右，线上渠道占比 30%左右，工程渠道占比在 10%以内。华帝股份的渠道分为线下、电商和工程渠道，线下渠道中包括代理商渠道、KA 及家装渠道等。2018 年线下、电商、工程渠道分别占收入的 57%、27%和 7%。

因此，公司与老板电器和华帝股份在产品类型和经营模式上存在较大差异，与浙江美大、火星人、亿田股份相对接近，以下重点分析公司与其他三家集成灶企业的销售费用情况。

II、公司与浙江美大、火星人、亿田股份的销售费用对比情况

A、公司与浙江美大对比情况

公司及浙江美大的销售费用构成情况如下：

a.公司销售费用率

项目	2019年		2018年		2017年	
	金额 (万元)	费用率 (%)	金额 (万元)	费用率 (%)	金额 (万元)	费用率 (%)
广告宣传费	5,261.53	7.54	5,911.41	9.36	4,415.58	7.82
服务费	1,793.50	2.57	1,541.30	2.44	273.00	0.48
职工薪酬	1,159.02	1.66	781.05	1.24	519.99	0.92
业务招待费	312.53	0.45	543.8	0.86	373.61	0.66
差旅费	402.11	0.58	394.63	0.62	222.38	0.39
参展会务费	282.83	0.41	351.57	0.56	305.38	0.54
其他	180.27	0.26	145.47	0.23	93.12	0.16
合计	9,391.79	13.45	9,669.23	15.31	6,203.06	10.98

b.浙江美大销售费用率

项目	2019年		2018年		2017年	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
广告宣传费	20,766.34	12.33	10,676.63	69.12	6,955.05	69.04
工资薪酬	1,961.13	1.16	1,804.67	11.68	1,584.24	15.73
网络服务费	1,063.25	0.63	1,297.33	8.40	320.05	3.18
车辆运输费	702.28	0.42	606.89	3.93	519.61	5.16
差旅费	720.06	0.43	684.14	4.43	493.35	4.90
其他	452.78	0.27	376.76	2.44	200.92	1.99
合计	25,665.85	15.24	15,446.41	100.00	10,073.21	100.00

与浙江美大相比，公司的销售费用科目明细基本类似，且销售费用率不存在较大差异，其中公司 2017 年和 2018 年的销售费用率高于浙江美大，主要原因系公司的广告宣传费率较高。2019 年，浙江美大加大了广告宣传力度，进而导致其销售费用率和广告宣传费率均略高于公司。

B、公司与火星人对比情况

a.公司销售费用率

报告期内，公司的销售费用率情况如下：

项目	2019年		2018年		2017年	
	金额 (万元)	费用率 (%)	金额 (万元)	费用率 (%)	金额 (万元)	费用率 (%)
广告宣传费	5,261.53	7.54	5,911.41	9.36	4,415.58	7.82
服务费	1,793.50	2.57	1,541.30	2.44	273.00	0.48
职工薪酬	1,159.02	1.66	781.05	1.24	519.99	0.92
业务招待费	312.53	0.45	543.8	0.86	373.61	0.66
差旅费	402.11	0.58	394.63	0.62	222.38	0.39
参展会务费	282.83	0.41	351.57	0.56	305.38	0.54
其他	180.27	0.26	145.47	0.23	93.12	0.16
合计	9,391.79	13.45	9,669.23	15.31	6,203.06	10.98

b. 火星人销售费用率

2017年至2019年，火星人的销售费用率情况如下：

项目	2019年		2018年		2017年	
	金额 (万元)	费用率 (%)	金额 (万元)	费用率 (%)	金额 (万元)	费用率 (%)
广告宣传费	9,985.43	7.53	7,899.46	8.27	4,215.99	6.02
职工薪酬	5,938.13	4.48	3,572.37	3.74	2,593.36	3.70
差旅费	1,257.18	0.95	1,013.28	1.06	1,068.62	1.53
营销推广费	4,278.56	3.23	2,838.88	2.97	1,451.20	2.07
电商费用	5,878.37	4.43	3,693.94	3.87	1,396.45	1.99
物流运输费	3,036.44	2.29	2,000.33	2.09	1,132.25	1.62
办公费	845.96	0.64	394.01	0.41	237.76	0.34
售后服务费	926.79	0.70	330.08	0.35	112.66	0.16
其他	973.95	0.73	213.94	0.22	236.10	0.34
合计	33,120.82	24.97	21,956.29	22.98	12,444.39	17.77

与火星人相比，报告期内，公司2017年和2018年的销售费用率低于火星人约7个百分点，2019年低于火星人约12个百分点，存在一定差异，其中差异较大的销售费用科目为职工薪酬、营销推广费、电商费用和物流运输费。

火星人的销售人员职工薪酬占比较高，该项费用率高于公司约3个百分点；其次火星人的销售费用中包含营销推广费、物流运输费用，发行人不存在该两个科目，火星人该两项费用率合计约6个百分点；最后火星人的电商费用高于公司约2个百分点。

根据火星人的招股说明书，其销售人员的规模和平均薪酬均高于公司，具体对比情况如下：

公司	2019年	2018年	2017年
----	-------	-------	-------

公司	2019年		2018年		2017年	
	数量 (人)	年均薪酬 (万元)	数量 (人)	年均薪酬 (万元)	数量 (人)	年均薪酬 (万元)
火星人	490	12.12	349	10.24	200	12.97
本公司	125	9.31	85	9.17	67	7.82

注：1、火星人销售人员数量为各期末的数据，火星人最近一期数据为2019年末数据；

2、发行人销售人员数量为当年月度人数平均取整，发行人最近一期数据为2019年全年数据。

营销推广费方面，火星人的营销推广费主要核算线下开展营销活动发生的各类费用，包括加盟商年会费、加盟店装修费、咨询费、展会费、区域会议费、促销活动费等。公司存在加盟商年会费、咨询费、展会费、区域会议费，其中加盟商年会费、展会费、区域会议费计入参展会务费进行核算，咨询费计入服务费核算（前述几项费用率合计约1%）。公司不存在加盟店装修费，发行人经销商门店装修费用全部由经销商自己承担，公司仅仅根据经销商门店装修考核情况给予经销商一定金额的装修返利。

物流运输费用方面，根据火星人的招股说明书，其经销模式线下销售的物流运输费用由经销商自行承担，其它销售模式下，如电商直营的物流运输费主要由火星人承担。公司通过电商平台对普通用户的直营销销售所产生的运费计入电商服务费中的“电商渠道安装/售后服务费”，公司按照经销商提供的物流、安装、售后服务的公允价格按照300元/台进行计提。

电商费用率方面，火星人的电商费用主要核算通过电商平台销售、品牌推广及因享受各类服务所支付给电商平台及其关联方的各类费用，包括平台服务费、推广费、促销费及支付手续费等。上述相关费用公司计入服务费中进行核算，火星人的线上业务中仅线上直营占收入的比例就约23%，除此之外，还有经销商线上采购；公司的线上直营和经销商线上采购合计占收入的比例约20%，且考虑到火星人收入规模略高于公司，因此其线上成交额的规模也高于公司，进而导致其电商费用率高于公司。

C、公司与亿田股份对比情况

a.公司销售费用率

报告期内，公司的销售费用率情况如下：

项目	2019年		2018年		2017年	
	金额 (万元)	费用率 (%)	金额 (万元)	费用率 (%)	金额 (万元)	费用率 (%)

项目	2019年		2018年		2017年	
	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率
广告宣传费	5,261.53	7.54	5,911.41	9.36	4,415.58	7.82
服务费	1,793.50	2.57	1,541.30	2.44	273.00	0.48
职工薪酬	1,159.02	1.66	781.05	1.24	519.99	0.92
业务招待费	312.53	0.45	543.8	0.86	373.61	0.66
差旅费	402.11	0.58	394.63	0.62	222.38	0.39
参展会务费	282.83	0.41	351.57	0.56	305.38	0.54
其他	180.27	0.26	145.47	0.23	93.12	0.16
合计	9,391.79	13.45	9,669.23	15.31	6,203.06	10.98

b. 亿田股份销售费用率

2017年至2019年，亿田股份的销售费用率情况如下：

项目	2019年		2018年		2017年	
	金额 (万元)	费用率 (%)	金额 (万元)	费用率 (%)	金额 (万元)	费用率 (%)
职工薪酬	2,962.80	4.52	2,754.80	4.48	2,153.42	4.49
广告费	3,486.94	5.32	3,813.74	6.21	2,447.34	5.11
差旅费	876.11	1.34	810.07	1.32	640.87	1.34
会务推广费	735.69	1.12	641.10	1.04	487.81	1.02
电商费用	955.23	1.46	529.81	0.86	338.70	0.71
咨询服务费	349.26	0.53	501.86	0.82	46.43	0.1
运输费	500.05	0.76	306.47	0.50	344.44	0.72
折旧与摊销费用	106.35	0.16	98.46	0.16	83.01	0.17
其他	464.38	0.71	547.12	0.89	420.01	0.88
合计	10,436.78	15.94	10,003.44	16.28	6,962.03	14.53

公司与亿田股份相比，销售费用率整体不存在较大差异，销售费用均以职工薪酬和广告宣传费为主，该两项费用的合计费用率在9%左右，其中根据亿田股份的招股说明书，其销售人员的规模和平均薪酬均高于公司，由此导致其销售人员职工薪酬率较高，具体对比情况如下：

公司	2019年		2018年		2017年	
	数量 (人)	年均薪酬 (万元)	数量 (人)	年均薪酬 (万元)	数量 (人)	年均薪酬 (万元)
亿田股份	228	12.99	210	13.12	165	13.05
本公司	125	9.31	85	9.17	67	7.82

注：1、亿田股份销售人员数量为当年月度人数平均取整；

2、发行人销售人员数量为当年月度人数平均取整，发行人最近一期数据为2019年全年数据。

广告宣传费方面，亿田股份的广告渠道公司类似，包括明星代言、中央电视台、地方电视台、高铁、新媒体等，但是其广告投放的整体规模约为公司的 62%左右，由于亿田股份的销售规模和公司相近，因此其广告宣传费率较公司低。

其他费用方面，公司服务费对应亿田股份的电商费用和咨询服务费，在金额和费率上不存在较大差异；除此之外，亿田股份的运输费主要包括直销模式下公司承担的运费以及出口业务下从工厂到港口的运费。对于公司而言，公司电商直营的运费计入电商服务费进行核算，同时公司的出口业务占报告期内的收入占比在 1%左右，从工厂到港口的运费计入销售费用的其他科目进行核算，该部分金额也相对较低。对比之下，报告期内，亿田股份的出口业务收入占比约为 4%。

通过上述对比可以发现，公司的销售费用率与浙江美大和亿田股份相近，同时在销售费用的科目明细上也较为接近；公司的销售费用率低于火星人，其中差异较大的销售费用科目为职工薪酬、营销推广费、电商费用和物流运输费等。该种差异与火星人的营销策略、渠道布局及经营特点等因素相关。

(2) 管理费用

报告期内，公司的管理费用分别为 2,729.30 万元、3,229.37 万元、3,797.43 万元和 550.46 万元，占营业收入的比例分别为 4.83%、5.11%、5.44%和 9.36%。报告期内，公司管理费用的明细如下：

项目	2020 年一季度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
职工薪酬	207.73	37.74	1,894.34	49.88	1,611.61	49.90	1,190.79	43.63
股份支付	-	-	-	-	-	-	214.37	7.85
折旧和摊销费	128.46	23.34	523.49	13.79	398.88	12.35	313.74	11.50
中介费用	139.18	25.28	476.63	12.55	553.73	17.15	395.78	14.50
维修费	10.80	1.96	91.00	2.40	119.70	3.71	64.36	2.36
办公费	18.01	3.27	172.70	4.55	166.75	5.16	158.09	5.79
差旅费	6.09	1.11	54.49	1.44	56.55	1.75	66.82	2.45
其他	40.18	7.30	584.78	15.40	322.14	9.98	325.35	11.92
合计	550.46	100.00	3,797.43	100.00	3,229.37	100.00	2,729.30	100.00

报告期内，公司管理费用中占比最高的为职工薪酬，报告期内，公司管理人员的职工薪酬金额分别为 1,190.79 万元、1,611.61 万元、1,894.34 万元和 207.73 万元，占管理费用的比例分别为 43.63%、49.90%、49.88%和 37.74%。报告期内，公司管理人员薪酬

总额逐渐扩大，主要原因包括提高管理人员的工资、奖金以及提升管理人员规模。2020年一季度管理人员薪酬占比下降主要受疫情期间停工影响。

①股份支付的具体事项、费用确认依据等

2017年11月30日，公司实际控制人之一商若云向丁寒忠（公司财务负责人、董事、董事会秘书）及李波（公司监事、核心技术人员）转让140.25万份合伙企业份额，对应当时公司注册资本为17.00万元，转让价格为140.25万元。该次股份支付，公司以2016年和2017年平均净利润对应的PE倍数约12倍作为公允价格计算股份支付费用，费用金额为214.37万元。

上述股份支付，激励对象均为公司员工，不包括公司实际控制人。原因系两次股份支付事项后，公司实际控制人商若云、邵贤庆及邵于佶的合计持股比例均未增加，因此不属于该两次股份支付的激励对象。

上述股份支付事项，以换取服务为目的，采用2016年和2017年平均净利润对应的PE倍数约12倍作为公允价格计算股份支付费用。

由于公司未与激励对象约定服务期限或其他市场条件、业绩条件，因此属于可立即行权的股权，故在授予时按照授予时点的股权公允价值减去股权转让对价再乘以授予数量，作为股份支付成本在授予日一次性计入当期管理费用，相应增加资本公积。

②同行业可比上市公司对比分析

由于股份支付及股权激励对管理费用存在影响，为了增强可比性，剔除该两项因素后，公司与集成灶行业可比公司的管理费用率对比如下：

单位：%

项目	2019年	2018年	2017年
浙江美大	3.91	5.12	5.49
火星人	3.01	2.98	3.32
亿田股份	5.84	3.98	3.89
行业平均	4.25	4.03	4.23
公司	5.44	5.11	4.45

通过对比可以看出，报告期内公司和浙江美大、亿田股份的管理费用率相近，不存在较大差异；同时公司的管理费用率高于火星人约2个百分点，因此下文重点分析公司管理费用率与火星人的差异情况。

报告期内发行人与火星人管理费用率（剔除股份支付的影响）的对比情况如下：

单位：%

公司名称	2019年	2018年	2017年
火星人	3.01	2.98	3.32
发行人	5.44	5.11	4.45
差异（百分点）	2.43	2.13	1.13

从上表可以看出，发行人的管理费用率略高于火星人，管理费用分类别的金额和费用率情况如下：

A、火星人管理费用率分明细情况

项目	2019年		2018年		2017年	
	金额 (万元)	费用率 (%)	金额 (万元)	费用率 (%)	金额 (万元)	费用率 (%)
工资薪酬	1,805.55	1.36	1,127.55	1.18	797.73	1.14
折旧摊销	561.14	0.42	416.32	0.44	349.32	0.50
咨询服务费	400.58	0.30	317.84	0.33	457.69	0.65
其他	1,222.24	0.92	989.98	1.04	719.16	1.03
合计	3,989.51	3.01	2,851.69	2.98	2,323.90	3.32

B、公司管理费用率分明细情况

项目	2019年		2018年		2017年	
	金额 (万元)	费用率 (%)	金额 (万元)	费用率 (%)	金额 (万元)	费用率 (%)
职工薪酬	1,894.34	2.71	1,611.61	2.55	1,190.79	2.11
折旧摊销	523.49	0.75	398.88	0.63	313.74	0.56
中介费用	476.63	0.68	553.73	0.88	395.78	0.70
其他	902.97	1.29	665.14	1.05	614.62	1.09
合计	3,797.43	5.44	3,229.37	5.11	2,514.93	4.45

由上表可以看出，发行人与火星人管理费用率的差异主要体现在职工薪酬、折旧和摊销费及中介费用/咨询服务费上，报告期内发行人该三项费用的合计费率分别为3.37%、4.06%和4.14%，分别高出火星人1.08个百分点、2.11个百分点和2.05个百分点。各费用类别的差异具体分析如下：

C、公司与火星人管理费用率差异原因分析

a.职工薪酬

报告期内，发行人与火星人的管理费用中职工薪酬占收入的比例对比如下：

单位：%

公司名称	2019年	2018年	2017年
火星人	1.36	1.18	1.14
发行人	2.71	2.55	2.11
差异（百分点）	1.35	1.37	0.97

由上表可以看出，发行人管理人员的职工薪酬占收入的比例高于火星人约1个百分点，主要原因系报告期内公司的管理人员规模高于火星人。报告期内，公司与火星人的管理人员规模和平均薪酬对比如下：

公司	2019年		2018年		2017年	
	数量（人）	平均薪酬（万元）	数量（人）	平均薪酬（万元）	数量（人）	平均薪酬（万元）
火星人	135	13.37	105	10.74	76	10.50
发行人	175	10.82	164	9.83	121	9.84

注：1、火星人管理人员平均薪酬=当年管理费用职工薪酬总额/当年年末管理人员数量；
2、发行人管理人员平均薪酬=管理人员薪酬总额/各月管理人员数量平均值，管理人员薪酬总额包括公司承担的社保公积金部分。

根据上表，发行人的管理人员规模高于火星人，管理人员薪酬水平相近，因此导致发行人的管理人员薪酬总额占收入的比例较火星人高。

发行人管理人员数量高于火星人，可能与管理人员的统计口径及部分岗位人员数量较多有关。发行人管理人员包括中高层管理人员和一般管理人员，其中2019年公司中高层管理人员28人，一般管理人员147人。一般管理人员主要包括财务人员、行政管理人员、仓库管理人员和后勤支持人员，其中仓库管理人员约66人，人员数量较多。公司拥有3个生产厂区，同时公司对各个厂区仓库进行精细化管理，设有原材料仓库、外购件仓库、在产品仓库和产成品仓库，每个仓库均配备一定的仓库管理人员，导致公司仓库管理人员数量较多，公司将该部分人员纳入管理人员统计口径。而根据火星人招股说明书的披露，火星人的“仓储采用了自动化、智能化立体仓库，实现无人化操作”，因此火星人的仓库管理人员数量可能较发行人少，由此导致其管理人员数量低于发行人。

b. 折旧和摊销

报告期内，发行人与火星人的管理费用折旧和摊销占收入的比例对比如下：

单位：%

公司名称	2019年	2018年	2017年
------	-------	-------	-------

公司名称	2019年	2018年	2017年
火星人	0.42	0.44	0.50
发行人	0.75	0.63	0.56
差异（百分点）	0.33	0.19	0.06

由上表可以看出，2017年发行人与火星人的折旧和摊销费率相近。

2018年发行人的折旧和摊销费率高于火星人0.19个百分点，主要原因一方面系发行人管理用车资产的折旧增加，因此提高了折旧摊销费率；另一方面系火星人当年度的收入增长较快，由此导致其折旧和摊销费率下滑。

2019年发行人的折旧和摊销费率高于火星人0.33个百分点，主要原因系发行人新厂区的部分房产于2018年底转固，未用于生产的房产相关折旧计入管理费用，因此增加当年度的折旧摊销费用率。

c. 中介费用/咨询服务费

报告期内，发行人与火星人的中介费用/咨询服务费率对比情况如下：

单位：%

公司名称	2019年	2018年	2017年
火星人	0.30	0.33	0.65
发行人	0.68	0.88	0.70
差异（百分点）	0.38	0.55	0.05

由上表可以看出，2017年发行人与火星人的中介费用/咨询服务费率相近。2018年，发行人的中介费用/咨询服务费高于火星人0.55个百分点，主要原因一方面系自2018年开始全面推进IPO工作，因此支付审计机构、律师事务所等中介机构费用金额较高；另一方面系火星人2018年的咨询服务费金额下降，由此导致其该项费率相比2017年下滑。

2019年，发行人的中介费用/咨询服务费率高于火星人0.38个百分点，主要原因系随着IPO工作的推进，发行人支付给各中介机构费用继续保持较高水平。

(3) 研发费用

报告期内，公司的研发费用分别为2,342.01万元、2,361.22万元、2,816.57万元和268.69万元，占当期营业收入的比例分别为4.15%、3.74%、4.03%和4.57%。报告期内，公司研发费用的明细如下：

项目	2020年一季度		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
直接材料投入	71.33	26.55	1,710.22	60.72	1,223.86	51.83	1,261.65	53.87
职工薪酬	141.82	52.78	927.90	32.94	859.77	36.41	945.67	40.38
折旧和摊销	19.13	7.12	93.12	3.31	103.06	4.36	129.68	5.54
委托外部研究 开发费用	24.27	9.03	48.54	1.72	129.12	5.47	-	-
其他	12.14	4.52	36.78	1.31	45.41	1.92	5.01	0.21
合计	268.69	100.00	2,816.57	100.00	2,361.22	100.00	2,342.01	100.00

公司的研发费用以直接投入和职工薪酬为主，报告期内上述两项金额合计分别为2,207.32万元、2,083.63万元、2,638.12万元和213.16万元，占当期研发费用的比例分别为94.25%、88.24%、93.66%和79.33%。自2018年开始，公司与浙江工业大学等单位确立合作关系，委托其进行集成灶设计共性技术研究等，因此存在委托外部研究开发费用。

(4) 财务费用

报告期内，公司的财务费用分别为17.95万元、-29.10万元、-275.22万元和-298.69万元，具体明细如下：

单位：万元

项目	2020年一季度	2019年度	2018年度	2017年度
利息支出(+)	-	-	-	58.98
利息收入(-)	300.40	290.34	41.96	55.29
汇兑损益(+)	0.13	1.04	1.08	3.34
其他(+)	1.58	14.08	11.78	10.93
合计	-298.69	-275.22	-29.10	17.95

2017年，公司的利息支出为58.98万元，主要系偿还以前年度与关联方之间的借款利息。具体情况参见“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、关联方、关联关系和关联交易情况”之“（二）关联交易”。

5、信用减值损失、资产减值损失

公司的信用减值损失、资产减值损失主要为计提的坏账准备、存货跌价准备等，报告期内的金额合计分别为-113.47万元、4.61万元、-81.04万元和-79.56万元。

6、其他收益

报告期内,公司其他收益分别为 251.52 万元、1,028.61 万元、1,672.55 万元和 1,086.96 万元,其中政府补助金额分别为 251.52 万元、1,028.61 万元、1,657.78 万元和 1,086.96 万元,报告期内,公司获得的政府补助明细如下:

(1) 2017 年政府补助

政府补助名称	金额(万元)	与资产/收益相关
2015 年土地使用税返回	41.03	与收益相关
2016 年度工业经济扶持资金奖励	48.58	与收益相关
2016 年度浙江制造奖励款	40.00	与收益相关
科技局科技类奖励资金	30.62	与收益相关
通过国家实验室认可奖励款	20.00	与收益相关
2015 年度工业政策扶持资金	19.43	与收益相关
嵊州市标准创新贡献奖一等奖	16.80	与收益相关
嵊州市市长质量奖奖励	10.00	与收益相关
嵊州市厨具行业协会上海展摊位费补助	9.00	与收益相关
2016 年度科技扶持资金企业培训	8.00	与收益相关
企业外出招聘补助	2.90	与收益相关
2016 年专利奖励款	2.78	与收益相关
2016 年见习补贴	1.53	与收益相关
2016 年设备投资扶持资金	0.38	与资产相关
2016 年机器人购置奖	0.37	与资产相关
科技创新补助	0.10	与收益相关
合计	251.52	-

(2) 2018 年政府补助

政府补助名称	金额(万元)	与资产/收益相关
2016、2017 年度总部型企业培育发展专项资金	805.72	与收益相关
2017 年度绍兴市市长质量奖财政奖励	50.00	与收益相关
参与起草国际标准奖励资金	43.00	与收益相关
2017 年度科技奖励补助资金	31.80	与收益相关
省重大项目前期经费	30.00	与收益相关
2017 年度浙江制造认证证书奖励	17.00	与收益相关
2018 年省工业与信息化财政资金	10.52	与收益相关
嵊州市厨具行业协会上海展摊位费补助	9.00	与收益相关
2017 年专利奖励收入	7.00	与收益相关
2016 年度工业发展扶持资金	5.80	与收益相关
嵊州市经济开发区(浦口街道)2017 年投资奖励	5.00	与收益相关
2016 年设备投资扶持资金	4.45	与资产相关
2015 年土地使用税返还	2.68	与收益相关
嵊州市商务局 2017 年境内外重点展展位费补助	2.55	与收益相关
股改奖励收入	2.00	与收益相关
企业外出招聘补助	1.00	与收益相关
2016 年机器人购置奖	0.75	与资产相关

政府补助名称	金额（万元）	与资产/收益相关
2017年就业见习补助	0.34	与收益相关
合计	1,028.61	

(3) 2019年政府补助

政府补助名称	金额（万元）	与资产/收益相关
2018年度总部型企业培育发展预拨资金	1,000.00	收益
土地税退税	293.67	收益
上市分阶段奖励	200.00	收益
2018年挂牌上市股改奖励	100.00	收益
2018年度工业经济发展扶持资金（科技类）奖励	12.14	收益
2017年度科技创新补助	8.41	收益
2017年工业经济发展扶持资金（省智能制造、省创新性企业）	6.00	收益
2016设备投资扶持资金	5.73	资产
开发区工业企业十强奖励	5.00	收益
企业有效投资激励	5.00	资产
2019年5月上海重点展补助	5.00	收益
2017年度设备投资补助资金	4.30	资产
2018年省商务促进财政专项资金（开拓国际市场项目）	3.48	收益
2018年推动企业做大做强-产值增长奖励	3.00	收益
2018年度扶持政策兑现资金外贸转型升级（拓展外贸市场）	2.53	收益
2018年省工业与信息化发展财政专项资金（分行业试点）	1.52	资产
失业保险稳就业社保费返还	1.00	收益
2016年机器人购置奖	0.60	资产
外出招聘补贴	0.40	收益
合计	1,657.78	-

(4) 2020年一季度政府补助

政府补助名称	金额（万元）	与资产/收益相关
2019年度总部型企业培育发展预拨资金	1,000.00	收益
2018年度工业政策资金-参与制订国家标准	18.54	收益
2018年度工业政策资金-浙江制造认证证书	18.54	收益
2019年度工业经济政策资金-参与制订国家标准	10.00	收益
2019年度工业经济政策资金-参与制订国家级团体标准	10.00	收益
2019年度亩均效益绍兴市级“领跑者”企业	10.00	收益
2019年度浙江省“隐形冠军”培育企业	5.00	收益
2018年度工业政策资金-参与制订行业标准	4.64	收益
2019年度工业经济政策资金（专利类）	4.00	收益
2017年度设备投资补助资金	2.47	资产
2018年度工业经济政策资金专利奖	1.43	收益
2018年省工业与信息化发展财政专项资金(分行业试点)	1.14	资产
2016年设备投资扶持资金	0.46	资产
外出招聘补贴	0.40	收益

政府补助名称	金额（万元）	与资产/收益相关
杭州市西湖区商务局新冠疫情商贸企业补贴	0.21	收益
2016年机器人购置奖	0.15	资产
合计	1,086.96	-

7、投资收益、公允价值变动收益

公司的投资收益主要为公司购买的结构性存款和理财产品收益，报告期内，公司的投资收益分别为 294.81 万元、641.20 万元、941.47 万元和 103.51 万元。2018 年度和 2019 年度公司投资收益持续增长，主要系购买的结构性存款和理财产品增加所致。公允价值变动收益为因结构性存款和理财产品公允价值变动确认的收益，2019 年和 2020 年一季度的金额分别为 389.52 万元和-113.28 万元。

8、资产处置收益

报告期内，公司仅在 2017 年发生过资产处置，资产处置损失为 15.42 万元。

9、营业外收支

报告期内，公司的营业外收入分别为 11.51 万元、15.96 万元、60.54 万元和 2.63 万元，主要为货运公司的运输赔款、供应商的质量扣款等。营业外支出分别为：42.66 万元、51.77 万元、95.85 万元和 157.57 万元，主要包括各类捐款支出、固定资产报废毁损支出、水利建设基金等。

（四）毛利率分析

报告期内，公司的营业毛利中以主营业务毛利为主，其中主营业务毛利的构成如下：

项目	2020 年一季度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额 (万元)	比率 (%)	金额 (万元)	比率 (%)	金额 (万元)	比率 (%)	金额 (万元)	比率 (%)
集成灶	2,631.92	97.41	32,946.87	98.66	31,328.48	98.01	26,278.56	96.36
其他产品	69.86	2.59	448.06	1.34	636.18	1.99	991.57	3.64
主营业务毛利	2,701.78	100.00	33,394.92	100.00	31,964.66	100.00	27,270.13	100.00

报告期内，集成灶的毛利占主营业务毛利的比例分别为 96.36%、98.01%、98.66% 和 97.41%，公司主营业务毛利的变动主要系集成灶毛利率波动引起。

1、不同系列集成灶产品的收入、单位售价、毛利率

（1）公司集成灶产品的基本情况

集成灶产品是公司收入的主要来源，报告期内，集成灶产品收入占公司主营业务收入的比重分别为 95.20%、95.42%、95.12%和 93.70%。公司的集成灶按照产品定位的不同，可以大体分为经济适用款、中高端款和渠道款三大类。其中经济适用款系公司早期推出的产品，功能较为单一；中高端款产品系公司近年来新推出的产品，配备了蒸箱、蒸烤一体功能，产品定位较高；渠道款产品为公司面向电商、工程渠道的专门产品。

不同定位的集成灶包含有不同系列的产品，如经济适用款产品包含 V 系列和基础系列产品，中高端款产品包括 E 系列、F 系列和 S6 系列产品，渠道款系列包括电商系列产品和工程系列产品。各系列产品可以选配消毒柜/储藏柜、蒸箱、蒸烤功能，但是经济适用款和渠道款的不同系列产品以配备消毒柜/储藏柜为主，中高端款的不同系列产品以配备蒸箱、烤箱为主。

上述三类集成灶产品的收入合计占公司集成灶产品收入的 95%左右，其他型号集成灶产品销量较少，合计销售收入占比约 5%。

(2) 公司不同产品定位的集成灶收入、单位售价和毛利率情况

公司的主要销售模式为经销模式，公司在销售过程中会给予经销商返利。返利根据经销商的年度采购任务完成情况、经销商的市场推广情况进行综合考核，与各系列产品不直接相关。公司申报财务报表中列示的主营业务收入为计提返利之后的收入，为了避免返利计提对公司各系列产品收入、毛利率的影响，本问题的回复涉及的收入、单价、毛利率等数据如无特别说明均为计提返利前的数据（如计提返利前收入=申报报表收入+计提返利金额）。

报告期内，公司不同产品定位的集成灶销售收入、销量、单位售价、单位成本和毛利率情况如下：

时间	产品定位	产品功能	收入 (万元)	收入占比 (%)	销量 (台)	单位售价 (元/台)	单位成本 (元/台)	毛利率 (%)
2020 年 一季度	经济适用款	蒸烤一体	484.68	8.13	798	6,073.68	2,956.84	51.32
		蒸箱	70.11	1.18	101	6,941.34	2,667.98	61.56
		消毒柜/储藏柜	1,107.49	18.57	2,896	3,824.19	1,920.26	49.79
		小计	1,662.27	27.87	3,795	4,380.17	2,158.13	50.73
	中高端款	蒸烤一体	2,242.91	37.60	3,439	6,521.98	3,271.30	49.84
		蒸箱	750.57	12.58	1,389	5,403.70	2,475.96	54.18
消毒柜/储藏柜		323.60	5.43	698	4,636.16	2,221.93	52.07	

时间	产品定位	产品功能	收入 (万元)	收入占比 (%)	销量 (台)	单位售价 (元/台)	单位成本 (元/台)	毛利率 (%)
		小计	3,317.09	55.61	5,526	6,002.69	2,938.83	51.04
	渠道款	蒸烤一体	88.79	1.49	86	10,324.17	3,326.82	67.78
		蒸箱	88.85	1.49	132	6,731.34	2,592.21	61.49
		消毒柜/储藏柜	618.24	10.37	1,219	5,071.67	2,163.01	57.35
		小计	795.88	13.34	1,437	5,538.47	2,272.08	58.98
		其他	189.26	3.17	289	6,548.79	2,738.28	58.19
		计提返利前合计	5,964.50	100.00	11,047	5,399.20	2,578.66	52.24
		计提返利金额	-483.93	-	-	-438.07	-	-4.22
		申报报表数（计提返利后）	5,480.57	100.00	11,047	4,961.14	2,578.66	48.02
	2019年	经济适用款	蒸烤一体	4,347.65	5.96	7,688	5,655.11	2,695.64
蒸箱			2,419.43	3.32	4,190	5,774.30	2,300.94	60.15
消毒柜/储藏柜			18,761.33	25.74	49,445	3,794.38	1,848.80	51.28
小计			25,528.40	35.02	61,323	4,162.94	1,985.86	52.30
中高端款		蒸烤一体	9,552.10	13.10	15,997	5,971.18	2,762.86	53.73
		蒸箱	12,784.59	17.54	23,966	5,334.47	2,318.86	56.53
		消毒柜/储藏柜	5,287.07	7.25	11,948	4,425.07	2,124.37	51.99
		小计	27,623.76	37.89	51,911	5,321.37	2,410.92	54.69
渠道款		蒸烤一体	1,467.50	2.01	1,670	8,787.41	2,887.46	67.14
		蒸箱	3,280.84	4.50	5,438	6,033.18	2,233.32	62.98
		消毒柜/储藏柜	11,311.14	15.52	25,692	4,402.59	1,860.31	57.75
		小计	16,059.48	22.03	32,800	4,896.18	1,974.45	59.67
		其他	3,687.28	5.06	6,928	5,322.29	2,427.70	54.39
		计提返利前合计	72,898.93	100.00	152,962	4,765.82	2,147.68	54.94
		计提返利金额	-7,100.73	-	-	-464.22	-	-4.86
		申报报表数（计提返利后）	65,798.20	-	152,962	4,301.60	2,147.68	50.07
2018年	经济适用款	蒸箱	5,849.70	8.81	10,679	5,477.76	2,264.96	58.65
		消毒柜/储藏柜	33,759.94	50.83	90,237	3,741.25	1,791.26	52.12
		小计	39,609.64	59.63	100,916	3,925.01	1,841.38	53.09
	中高端款	蒸箱	6,397.02	9.63	10,380	6,162.84	2,376.38	61.44
		消毒柜/储藏柜	1,160.20	1.75	2,200	5,273.62	2,089.68	60.37
		小计	7,557.22	11.38	12,580	6,007.33	2,326.24	61.28
	渠道款	蒸箱	4,606.91	6.94	6,404	7,193.80	2,243.64	68.81
		消毒柜/储藏柜	10,996.86	16.56	24,429	4,501.56	1,824.55	59.47
		小计	15,603.77	23.49	30,833	5,060.74	1,911.59	62.23
		其他	3,651.77	5.50	6,550	5,575.22	2,054.42	63.15
	计提返利前合计	66,422.40	100.00	150,879	4,402.36	1,905.41	56.72	
	计提返利金额	-6,345.35	-	-	-420.56	-	-4.57	
	申报报表数（计提返利后）	60,077.05	-	150,879	3,981.80	1,905.41	52.15	
2017年	经济适用款	蒸箱	2,785.62	4.98	5,463	5,099.07	2,156.39	57.71
		消毒柜/储藏柜	43,690.88	78.17	124,711	3,503.37	1,777.26	49.27
		小计	46,476.50	83.15	130,174	3,570.34	1,793.17	49.78

时间	产品定位	产品功能	收入 (万元)	收入占比 (%)	销量 (台)	单位售价 (元/台)	单位成本 (元/台)	毛利率 (%)
	中高端款	蒸箱	4,659.04	8.34	7,995	5,827.44	2,260.08	61.22
		消毒柜/储藏柜	1,571.47	2.81	3,161	4,971.43	2,184.52	56.06
		小计	6,230.50	11.15	11,156	5,584.89	2,238.67	59.92
	渠道款	消毒柜/储藏柜	1,009.94	1.81	2,881	3,505.50	1,879.65	46.38
	其他		2,177.98	3.90	5,290	4,117.17	1,855.27	54.94
	计提返利前合计		55,894.92	100.00	149,501	3,738.77	1,830.28	51.05
	计提返利金额		-2,253.53	-	-	-150.74	-	-2.06
	申报报表数（计提返利后）		53,641.39	-	149,501	3,588.03	1,830.28	48.99

2、不同定位集成灶产品销售结构变动情况

报告期各期，公司不同定位集成灶产品销售收入及占比情况如下：

产品定位	2020 年一季度		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
经济适用款	1,662.27	27.87	25,528.40	35.02	39,609.64	59.63	46,476.50	83.15
中高端款	3,317.09	55.61	27,623.76	37.89	7,557.22	11.38	6,230.50	11.15
渠道款	795.88	13.34	16,059.48	22.03	15,603.77	23.49	1,009.94	1.81
其他	189.26	3.17	3,687.28	5.06	3,651.77	5.50	2,177.98	3.90
合计	5,964.50	100.00	72,898.93	100.00	66,422.40	100.00	55,894.92	100.00

(1) 经济适用款产品销售收入呈下降趋势

经济适用款产品是公司报告期内的主要销售产品，2017 年至 2020 年一季度，经济适用款产品的销售占比分别为 83.15%、59.63%、35.02% 和 27.87%。报告期内，经济适用款产品的销售占比呈现逐年下降趋势，主要系公司大力发展中高端市场和打造多元化销售渠道所致。

经济适用款的功能也较为单一，多配备消毒柜/储藏柜等基础功能。报告期内，经济适用款产品以配备消毒柜/储藏柜等基础功能为主，但是配备蒸箱、蒸烤一体等高端功能的产品销售占比也逐年增加。

(2) 中高端款产品收入占比逐年上升

得益于公司良好的市场知名度和品牌影响力，公司的中高端消费市场逐步培育成熟，报告期各期中高端款产品销售收入占比分别为 11.15%、11.38%、37.89% 和 55.61%，销售占比逐年提高。

近年来，集成灶行业呈现快速增长趋势，集成灶产品市场认可度不断提升。为应对高速的行业增长以及消费者市场需求的攀升，集成灶生产企业不断加大对新技术的研发力度，并不断对产品结构进行优化升级。

集成灶市场产品的迭代带动了消费者对产品功能、性能的需求提升，消费者对集成灶蒸箱、蒸烤一体等高端功能及产品热效率、噪音、交互性等方面有较高需求，逐渐形成集成灶中高端消费市场。为此，公司凭借在集成灶领域多年的技术积累，不断丰富和提升集成灶产品的功能、性能。2019年推出的中高端新产品受到了市场的欢迎，使得公司2019年中高端款集成灶销售占比出现较大幅度上升。2020年一季度公司推出S6系列中高端新品，推动一季度中高端款集成灶销售占比进一步上升。

(3) 渠道款产品收入占比逐年上升

报告期内，在产品推陈出新、培育中高端市场的同时，发行人进一步优化产品结构，推动公司的多元化销售渠道布局，打造了电商系列、工程系列两个渠道款产品系列。

为顺应互联网消费增长以及集成灶线上销售规模快速增长的行业趋势，提升发行人线上销售规模，增强“帅丰”品牌的影响力，公司于2017年开发并推出了电商系列产品，供线上渠道销售使用；同时，随着全国范围内“精装修”政策的推出及落地，工程销售渠道或将成为未来重要市场需求来源，为提前布局“精装修”工程渠道，抢占装修市场，公司在2018年开发并推出工程系列产品，以批量的形式向经销商进行销售，由其在当地开拓工程家装市场。2017年至2019年渠道款产品销售收入占比分别为1.81%、23.50%、22.03%，呈现快速发展的趋势，2020年一季度受疫情以及一季度销售淡季的影响，线上销售下滑，导致渠道款产品销售收入占比出现回落。

综上，报告期内，公司的产品功能不断丰富、性能不断提升，销售结构持续优化，销售渠道也在进一步多元化。体现在收入结构中，经济适用款产品的销售占比在报告期内逐步减少，中高端款产品和渠道款产品的销售占比逐年增加。

3、不同功能集成灶产品销售结构变动情况

按照配备的功能划分，集成灶可以分为配备消毒柜/储藏柜等基础功能集成灶、以及配备蒸箱或蒸烤一体等高端功能集成灶，其中消毒柜/储藏柜功能集成灶在集成灶的机身处配备了消毒柜或储藏柜，以实现餐具的消毒或储藏，属于基础功能；蒸箱功能

集成灶在集成灶的机身处配备了蒸箱，可以实现对食物的高温蒸煮，蒸烤一体功能集成灶除了可以蒸煮食品外，还可以烤制食物。相比较而言，蒸箱功能和蒸烤一体功能的集成灶属于公司集成灶产品中的高端功能。在报告期初，公司主要在中高端款产品以及经济适用款产品中的部分产品中配备蒸箱功能，2018年将蒸箱功能逐步扩展到渠道款的部分产品。2019年公司新推出了蒸烤一体功能产品，并将该功能配备到除各类产品中。

报告期内，随着消费者对蒸箱、烤箱等高端功能的需求增加，公司的蒸箱功能和蒸烤一体功能产品的销售规模和销售占比逐年扩大，成为公司重要的收入来源。报告期内，公司不同功能集成灶产品的销售情况如下：

产品功能	2020年一季度		2019年		2018年		2017年	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
蒸烤一体功能	2,922.86	49.00	16,000.86	21.95	-	-	-	-
蒸箱功能	953.95	15.99	20,661.22	28.34	19,373.35	29.17	8,210.32	14.69
消毒柜/储藏柜功能	2,087.68	35.00	36,236.84	49.71	47,049.05	70.83	47,684.60	85.31
合计	5,964.50	100.00	72,898.93	100.00	66,422.40	100.00	55,894.92	100.00

由上表可以看出，配备消毒柜/储藏柜等基础功能的集成灶产品销售占比逐年下降，由报告期初的85.31%下降至2020年一季度的35.00%；配备蒸箱和蒸烤一体功能的集成灶产品销售占比则逐年提升，从报告期初的14.69%逐渐提高至2020年一季度的65.00%。

4、不同定位集成灶产品毛利率变动原因分析

报告期内，不同定位产品的各功能产品的收入占比及毛利率情况如下：

单位：%

产品定位	产品功能	2020年一季度		2019年		2018年		2017年	
		收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
经济适用款	蒸烤一体	29.16	51.32	17.03	52.33	-	-	-	-
	蒸箱	4.22	61.56	9.48	60.15	14.77	58.65	5.99	57.71
	消毒柜/储藏柜	66.62	49.79	73.49	51.28	85.23	52.12	94.01	49.27
	小计	100.00	50.73	100.00	52.30	100.00	53.09	100.00	49.78
中高端款	蒸烤一体	67.62	49.84	34.58	53.73	-	-	-	-
	蒸箱	22.63	54.18	46.28	56.53	84.65	61.44	74.78	61.22
	消毒柜/储藏柜	9.76	52.07	19.14	51.99	15.35	60.37	25.22	56.06
	小计	100.00	51.04	100.00	54.69	100.00	61.28	100.00	59.92
渠道	蒸烤一体	11.16	67.78	9.14	67.14	-	-	-	-

产品定位	产品功能	2020年一季度		2019年		2018年		2017年	
		收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
款	蒸箱	11.16	61.49	20.43	62.98	29.52	68.81	-	-
	消毒柜/储藏柜	77.68	57.35	70.43	57.75	70.48	59.47	100.00	46.38
	小计	100.00	58.98	100.00	59.67	100.00	62.23	100.00	46.38
	其他	100.00	58.19	100.00	54.39	100.00	63.15	100.00	54.94

由上表可以看出，报告期内，经济适用款产品的毛利率总体低于中高端款，与产品的定位相符；渠道款产品由于其中的电商系列产品销售价格主要为终端零售价，因此毛利率水平也相对较高。

报告期内，不同定位产品的毛利率变化原因分析如下：

（1）经济适用款产品的毛利率变化原因分析

报告期内，经济适用款产品的不同功能集成灶收入占比及毛利率情况如下：

单位：%

产品功能	2020年一季度		2019年		2018年		2017年	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
蒸烤一体	29.16	51.32	17.03	52.33	-	-	-	-
蒸箱	4.22	61.56	9.48	60.15	14.77	58.65	5.99	57.71
消毒柜/储藏柜	66.62	49.79	73.49	51.28	85.23	52.12	94.01	49.27
小计	100.00	50.73	100.00	52.30	100.00	53.09	100.00	49.78

由上表可知，报告期内的经济适用款产品的毛利率分别为 49.78%、53.09%、52.30% 和 50.73%。

①2018年毛利率变动原因分析

2018年，经济适用款产品的毛利率为 53.09%，同比上升了 3.31 个百分点，主要原因包括产品调价和销售结构优化。

产品调价方面，2018年3月，公司将除渠道款产品之外的集成灶出厂价格上调 400 元/台。受此影响，经济适用款的蒸箱功能和消毒柜/储藏柜功能产品的毛利率在 2018 年均同比上升。公司对集成灶出厂价格的调整符合行业趋势，根据中怡康零售监测报告，2018年集成灶的零售价同比上升了 4.28%。另外，根据公开信息，公司的可比上市公司浙江美大（002677.SZ）2018年上半年的集成灶单位售价相比上期分别上升了 267.08 元/台，上升幅度为 6.72%。

销售结构优化方面，相比于消毒柜/储藏柜等基础功能，蒸箱功能产品的单位售价和毛利率也相对较高。2018 年经济适用款产品中的蒸箱功能产品销售收入占比为 14.77%，同比提升了 8.78 个百分点，由此导致进一步提升了经济适用款产品 2018 年的毛利率。

②2019 年毛利率变动原因分析

2019 年经济适用款产品的毛利率为 52.30%，与 2018 年基本持平，其中不同功能产品 2019 年的毛利率变动情况如下：

单位：%

产品功能	2019 年		2018 年	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
蒸烤一体	17.03	52.33	-	-
蒸箱	9.48	60.15	14.77	58.65
消毒柜/储藏柜	73.49	51.28	85.23	52.12
小计	100.00	52.30	100.00	53.09

由上表可以看出，2019 年经济适用款产品中的蒸箱功能产品和消毒柜/储藏柜产品毛利率与 2018 年相比保持稳定。蒸烤一体功能产品 2019 年的毛利率为 52.33%，低于蒸箱功能产品，主要原因系由于蒸烤一体功能产品生产工艺更为复杂，成本较蒸箱功能产品有所提升；在产品定价方面，基于应对激烈的市场竞争、迅速占领蒸烤一体功能集成灶市场的考虑，避免产品定价大幅上升对公司产品市场竞争力造成冲击，公司参照原蒸箱功能产品对蒸烤一体功能产品进行定价。因此，蒸烤一体功能产品成本提升而售价未同步提升导致其产品毛利率比蒸箱功能产品低。

2018 年和 2019 年，经济适用款产品的蒸箱功能产品和蒸烤一体功能产品的单位售价、单位成本及毛利率对比情况如下：

时间	产品功能	单位售价 (元/台)	单位成本 (元/台)	毛利率 (%)
2019 年	蒸烤一体	5,655.11	2,695.64	52.33
	蒸箱	5,774.30	2,300.94	60.15
2018 年	蒸箱	5,477.76	2,264.96	58.65

由上表可以看出，蒸烤一体功能产品的单位成本相对较高，因此导致其毛利率水平低于蒸箱功能产品。

2020年一季度，经济适用款产品的毛利率为50.73%，与2019年基本持平。

(2) 中高端款产品的毛利率变化原因分析

报告期内，中高端款产品的不同功能集成灶收入占比及毛利率情况如下：

单位：%

产品功能	2020年一季度		2019年		2018年		2017年	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
蒸烤一体	67.62	49.84	34.58	53.73	-	-	-	-
蒸箱	22.63	54.18	46.28	56.53	84.65	61.44	74.78	61.22
消毒柜/储藏柜	9.76	52.07	19.14	51.99	15.35	60.37	25.22	56.06
小计	100.00	51.04	100.00	54.69	100.00	61.28	100.00	59.92

由上表可知，报告期内的中高端款产品的毛利率分别为59.92%、61.28%、54.69%和51.04%。

①2018年毛利率变动原因分析

2018年，中高端款产品的毛利率为61.28%，同比上升了1.36个百分点，主要原因包括产品调价和销售结构优化。

产品调价方面，2018年3月，公司将除渠道款产品之外的集成灶出厂价格上调400元/台。受此影响，中高端款的蒸箱功能和消毒柜/储藏柜功能产品的毛利率在2018年均同比上升。

销售结构优化方面，相比于消毒柜/储藏柜等基础功能，蒸箱功能产品的单位售价和毛利率也相对较高。2018年中高端款产品中的蒸箱功能产品销售收入占比为84.65%，同比提升了9.87个百分点，由此导致进一步提升了中高端款产品2018年的毛利率。

②2019年毛利率变动原因分析

2019年中高端款产品的毛利率为54.69%，同比下滑了6.58个百分点，不同功能产品的毛利率变化情况如下：

单位：%

产品功能	2019年		2018年	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
蒸烤一体	34.58	53.73	-	-
蒸箱	46.28	56.53	84.65	61.44
消毒柜/储藏柜	19.14	51.99	15.35	60.37

产品功能	2019年		2018年	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
小计	100.00	54.69	100.00	61.28

由上表可以看出，2019年中高端款产品的蒸箱功能产品和消毒柜/储藏柜功能产品的毛利率均同比下滑，同时蒸烤一体功能产品的毛利率低于蒸箱功能产品，受此影响，中高端款产品2019年毛利率出现了下滑。

2019年中高端款产品的蒸烤一体功能产品的毛利率为53.73%，低于蒸箱功能产品。蒸烤一体功能产品生产工艺更为复杂，成本较蒸箱功能产品有所提升；在产品定价方面，公司参照原蒸箱功能产品对蒸烤一体功能产品进行定价。因此，蒸烤一体功能产品成本提升而售价未同步提升导致其产品毛利率比蒸箱功能产品低。2018年和2019年，中高端款产品的蒸箱功能产品和蒸烤一体功能产品的单位售价、单位成本及毛利率对比情况如下：

时间	产品功能	单位售价 (元/台)	单位成本 (元/台)	毛利率 (%)
2019年	蒸烤一体	5,971.18	2,762.86	53.73
	蒸箱	5,334.47	2,318.86	56.53
2018年	蒸箱	6,162.84	2,376.38	61.44

2019年中高端款产品的蒸箱功能产品毛利率为56.53%，同比下滑了4.91个百分点，主要原因系2019年公司推出了售价相对较低的新款蒸箱型号产品，造成2019年蒸箱功能产品单位售价和毛利率均降低。

2019年中高端款产品的消毒柜/储藏柜功能产品的毛利率为51.99%，同比下滑了8.38个百分点，主要原因系受新品上样优惠活动的影响。2018年和2019年，中高端款产品的消毒柜/储藏柜功能产品的单位售价、单位成本和毛利率对比情况如下：

时间	产品功能	单位售价 (元/台)	单位成本 (元/台)	毛利率 (%)
2019年	消毒柜/储藏柜	4,425.07	2,124.37	51.99
2018年	消毒柜/储藏柜	5,273.62	2,089.68	60.37

由上表可知，2019年消毒柜/储藏柜功能型号产品的毛利率下降主要是由于销售单价下降所导致的。2019年，公司推出了部分消毒柜/储藏柜功能新型号产品，该新型号产品系新品上样优惠活动的产品之一。新品上样优惠活动指的是经销商可以以出厂价五

折或六折的价格购买用于门店展示的样机。受此影响，中高端产品的消毒柜/储藏柜功能产品的 2019 年单位售价和毛利率均出现下滑。

2020 年一季度，中高端款产品的毛利率为 51.04%，相比 2019 年未出现重大变动。

(3) 渠道款产品的毛利率变化原因分析

报告期内，渠道款产品的不同功能集成灶收入占比及毛利率情况如下：

单位：%

产品功能	2020 年一季度		2019 年		2018 年		2017 年	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
蒸烤一体	11.16	67.78	9.14	67.14	-	-	-	-
蒸箱	11.16	61.49	20.43	62.98	29.52	68.81	-	-
消毒柜/储藏柜	77.68	57.35	70.43	57.75	70.48	59.47	100.00	46.38
小计	100.00	58.98	100.00	59.67	100.00	62.23	100.00	46.38

由上表可以看出，报告期内渠道款产品的毛利率分别为 46.38%、62.23%、59.67% 和 58.98%。

①2018 年毛利率变动原因分析

2018 年，渠道款产品的毛利率为 62.23%，同比上升了 15.85 个百分点，主要原因系销售方式的调整。

渠道款产品包括电商系列和工程系列产品，2017 年和 2018 年，电商系列产品和工程系列产品的收入占比、单位售价和毛利率情况如下：

产品系列	2018 年				2017 年			
	收入占比 (%)	单位售价 (元/台)	单位成本 (元/台)	毛利率 (%)	收入占比 (%)	单位售价 (元/台)	单位成本 (元/台)	毛利率 (%)
电商系列	85.67	5,267.83	1,902.47	63.89	100.00	3,505.50	1,879.65	46.38
工程系列	14.33	4,097.74	1,954.00	52.32	-	-	-	-
小计	100.00	5,060.74	1,911.59	62.23	100.00	3,505.50	1,879.65	46.38

由上表可以看出，渠道款产品的毛利率变化主要是由于电商系列毛利率的变化所导致。电商系列产品 2018 年的毛利率同比上升了 17.51 个百分点，由此导致渠道款产品 2018 年的毛利率同比较大幅度上升。电商系列产品系公司于 2017 年 10 月向市场推出，为了鼓励经销商在门店展示该产品，2017 年公司面向经销商销售时采取线下销售的方式，销售价格为出厂价格；2018 年，电商系列产品主要通过线上渠道进行销售，销售

价格采用终端零售价，经销商采购也只能通过线上渠道进行，因此导致 2018 年的单位售价同比出现较快上升，进而导致渠道款产品 2018 年的毛利率同比上升了 15.85 个百分点。

②2019 年毛利率变动原因分析

2019 年渠道款产品的毛利率为 59.67%，与 2018 年相比下滑 2.56 个百分点，其中不同系列产品的收入占比、单位售价和毛利率情况如下：

产品系列	2019 年				2018 年			
	收入占比 (%)	单位售价 (元/台)	单位成本 (元/台)	毛利率 (%)	收入占比 (%)	单位售价 (元/台)	单位成本 (元/台)	毛利率 (%)
电商系列	77.33	5,528.70	2,017.07	63.52	85.67	5,267.83	1,902.47	63.89
工程系列	22.67	3,521.68	1,881.84	46.56	14.33	4,097.74	1,954.00	52.32
小计	100.00	4,896.18	1,974.45	59.67	100.00	5,060.74	1,911.59	62.23

由上表可以看出，渠道款产品 2019 年的毛利率下滑主要由以下两个因素导致，即电商系列产品销售占比的下滑和工程系列产品的毛利率下滑。

I、电商系列产品销售占比的下降

电商系列产品的毛利率高于工程系列，2019 年电商系列产品收入占渠道款产品收入的比例为 77.33%，同比降低了 8.34 个百分点，由此导致渠道款产品 2019 年的毛利率下滑。

II、工程系列产品的毛利率下滑

电商系列产品 2019 年毛利率为 63.52%，与 2018 年基本持平，工程系列产品 2019 年的毛利率为 46.56%，同比下滑了 5.76 个百分点。

工程系列产品系 2018 年 6 月推出，2018 年和 2019 年，工程系列不同功能产品的收入、收入占比、单位售价、单位成本和毛利率情况如下：

时间	产品功能	收入 (万元)	收入占比 (%)	单位售价 (元/台)	单位成本 (元/台)	毛利率 (%)
2019 年	蒸箱	1,604.84	44.08	4,696.65	2,160.86	53.99
	消毒柜/储藏柜	2,035.52	55.92	2,941.50	1,744.07	40.71
	合计	3,640.36	100.00	3,521.68	1,881.84	46.56
2018 年	蒸箱	1,281.51	57.31	5,207.28	2,256.22	56.67
	消毒柜/储藏柜	954.62	42.69	3,186.32	1,705.74	46.47

时间	产品功能	收入 (万元)	收入占比 (%)	单位售价 (元/台)	单位成本 (元/台)	毛利率 (%)
	合计	2,236.13	100.00	4,097.74	1,954.00	52.32

由上表可以看出，2019年工程系列产品的毛利率为46.56%，相比2018年下滑了5.76个百分点，其中蒸箱功能产品2019年毛利率下滑了2.68个百分点，消毒柜/储藏柜功能产品2019年毛利率下滑了5.76个百分点。工程系列2019年毛利率下滑主要由以下两个因素导致：

A、销售结构的调整

相比于消毒柜/储藏柜基础功能，蒸箱功能产品的单位售价和毛利率相对较高。2019年，工程系列的蒸箱功能产品销售收入占比为44.08%，同比下滑了13.23个百分点，由此导致工程系列2019年的毛利率下滑。

B、销售方式的调整

工程系列产品自推出以来主要通过线下渠道面向经销商批量销售，销售价格为出厂价。在产品推出之初，为了满足经销商的零星采购需求，公司同时将工程系列产品少量在线上销售，其中2018年至2019年5月份的线上销售渠道为线上天猫直营店，销售价格为终端零售价；2019年5月份之后该产品的线上销售渠道为京东“门店帮”。京东“门店帮”仅面向公司经销商，终端消费者无法通过京东“门店帮”下单，销售价格为出厂价格。2019年10月份，为了进一步明确产品定位，公司将工程系列产品的销售方式全部调整为线下以出厂价进行批量销售，不再接受经销商的线上零星订单。

2018年和2019年，工程系列产品不同销售渠道的销售收入和单位售价情况如下：

产品型号	2019年			2018年		
	收入 (万元)	收入占比 (%)	单位售价 (元/台)	收入 (万元)	收入占比 (%)	单位售价 (元/台)
线下销售	3,001.25	82.44	3,328.07	1,781.33	79.66	3,755.71
天猫直营店销售	88.06	2.42	5,990.72	454.80	20.34	6,369.75
京东“门店帮”	551.05	15.14	4,677.84	-	-	-
合计	3,640.36	100.00	3,521.68	2,236.13	100.00	4,097.74

由上表可知，2018年工程系列产品中20.34%的销售来自于线上天猫直营店，该部分销售对应的价格为终端零售价，因此拉高了2018年工程系列产品的单位售价；2019

年，工程系列产品主要通过京东“门店帮”和线下以出厂价方式向经销商进行销售，因此单位售价相比 2018 年出现了下降，进而导致工程系列产品 2019 年的毛利率下滑。

2020 年一季度渠道款产品的毛利率为 58.98%，2019 年为 59.67%，整体未发生较大变化。

5、分模式毛利率

公司的主要销售模式为经销模式，报告期内，经销模式收入占公司集成灶产品收入的 90%左右。经销模式下，公司在销售过程中会根据经销商的年度采购任务完成情况、经销商的市场推广、促销活动、门店装修、广告投入、信息维护等情况，给予经销商一定比例的返利。公司将计提的返利全部冲减经销模式的收入。报告期内，公司不同模式下的集成灶收入和毛利率情况如下：

销售模式	2020 年一季度		2019 年		2018 年		2017 年	
	收入 (万元)	毛利率 (%)	收入 (万元)	毛利率 (%)	收入 (万元)	毛利率 (%)	收入 (万元)	毛利率 (%)
经销模式	5,235.62	47.14	60,324.19	48.64	52,639.74	50.23	52,211.09	48.51
线上直营模式	237.22	67.56	5,330.16	65.73	7,318.09	65.69	1,365.78	67.77
线下直营模式	7.73	46.26	143.85	72.18	119.22	68.85	64.52	42.58
合计	5,480.57	48.02	65,798.20	50.07	60,077.05	52.15	53,641.39	48.99

注：以上收入和毛利率均为计提返利后的数据。

报告期内，经销模式的毛利率低于直营模式，主要在于产品销售价格的不同，与产品结构不存在直接关系。报告期内不同模式的集成灶销售价格如下：

单位：元/台

销售模式	2020 年一季度		2019 年		2018 年		2017 年	
	单位售价	单位成本	单位售价	单位成本	单位售价	单位成本	单位售价	单位成本
经销模式	4,926.25	2,603.99	4,197.98	2,156.24	3,830.57	1,906.61	3,557.61	1,831.96
线上直营模式	5,901.02	1,914.53	5,870.22	2,011.71	5,513.10	1,891.55	5,358.11	1,726.94
线下直营模式	4,547.46	2,443.83	7,817.93	2,175.00	6,444.37	2,007.25	3,343.16	1,919.52
平均	4,961.14	2,578.66	4,301.60	2,147.68	3,981.80	1,905.41	3,588.03	1,830.28

从上表可以看出，直营模式的产品销售价格高于经销模式，主要原因系二者间定价不一致：经销模式采用的是面向经销商的出厂价，直营模式采用的是终端零售价格。

线上直营和线下直营相比，2017 年线上直营的产品单位售价高于线下直营，主要原因 2017 年线下直营主要销售对象为工厂所在地周边居民，销售的产品以经济适用款

产品为主；2018年和2019年线上直营的产品单位售价低于线下直营，主要原因系2018年公司的直营店在浙江省杭州市开业，直营店销售的产品以中高端产品为主。2020年一季度线上直营的产品单位售价高于线下直营，主要原因系一季度疫情期间杭州直营门店受疫情影响未实现销售，因此线下直营主要为工厂所在地周边居民的零星采购，销售的产品以经济适用款等低价位产品为主。

6、同行业可比上市公司对比

浙江美大（002677.SZ）是集成灶行业的唯一一家上市公司，于2013年6月在中小板上市。集成灶行业另有两家企业火星人和亿田股份正处于上市过程中，报告期内，公司与上述企业的集成灶毛利率情况对比如下：

单位：%

项目	2019年	2018年	2017年
浙江美大	57.45	55.15	56.99
火星人	53.95	54.67	53.40
亿田股份	40.37	40.48	42.85
行业平均	50.59	50.10	51.08
帅丰电器	50.07	52.15	48.99

注：浙江美大的毛利率数据来源于其披露的定期报告，火星人和亿田股份的数据来源于其披露的招股说明书；

报告期内，公司的毛利率低于浙江美大和火星人，高于亿田股份，具体分析如下：

浙江美大系集成灶行业的龙头企业，拥有较高的市场地位和知名度，其核心产品的价格中包含了品牌溢价因素；同时，由于其产销量多年来位居行业前列，生产的规模效应可有效降低产品平均单位成本，进一步提高了其毛利空间。体现在毛利率水平上，浙江美大的毛利率高于同行业其他公司。

报告期内，公司的毛利率略低于火星人，但整体而言不存在较大差异，报告期内公司的毛利率低于火星人约3.6个百分点。毛利率差异原因主要系两者销售渠道结构的不同所致，火星人的直营收入占比相对较高。根据火星人预披露招股书，报告期内火星人销售收入中约80.00%来自经销模式，约18.32%来自线上直营，线上自营比例较发行人高约11个百分点。线上直营的价格为终端零售价，因此线上直营占比较高会提供产品的销售均价，进而提高产品的毛利率。

报告期内亿田股份的毛利率与同行业内的其他公司存在相对较大的差异，其毛利率低于行业平均水平约 10 个百分点，该种差异可能与其企业的发展战略、销售策略以及产品定价等因素相关。

整体而言，公司的毛利率水平与其行业地位相符。浙江美大作为集成灶行业内的龙头企业，也是目前集成灶领域的唯一一家上市公司，凭借其市场地位、产品知名度和规模效应等获取超过行业平均水平的毛利率。发行人和火星人作为紧随浙江美大的集成灶行业内领先企业，毛利率略低于浙江美大。公司与火星人对比，由于两者销售渠道结构存在一定差异，导致毛利率水平略有差别，但是整体不存在较大差异。

三、现金流量分析

报告期内，公司的现金流量数据简要如下：

单位：万元

项目	2020 年一季度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经营活动产生的现金流量净额	-8,854.47	24,334.71	15,778.28	15,022.10
投资活动产生的现金流量净额	3,704.61	-23,444.84	-32,710.57	-2,362.71
筹资活动产生的现金流量净额	-	-77.55	15,362.26	-6,169.98
现金及现金等价物净增加额	-5,149.86	812.28	-1,569.94	6,489.41
期末/年末现金及现金等价物余额	2,957.08	8,106.94	7,294.66	8,864.59

（一）经营活动现金流量分析

单位：万元

项目	2020 年一季度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	4,804.99	78,045.25	74,833.82	65,774.08
收到的税费返还	-	293.67	2.68	41.03
收到其他与经营活动有关的现金	1,278.19	2,195.86	2,196.77	2,439.22
经营活动现金流入小计	6,083.18	80,534.78	77,033.26	68,254.34
购买商品、接受劳务支付的现金	9,150.95	30,838.48	33,884.97	29,034.46
支付给职工以及为职工支付的现金	2,070.80	8,937.09	8,240.71	6,858.75
支付的各项税费	1,293.90	6,716.23	9,834.71	7,305.39
支付其他与经营活动有关的现金	2,422.01	9,708.27	9,294.59	10,033.65
经营活动现金流出小计	14,937.66	56,200.07	61,254.98	53,232.24
经营活动产生的现金流量净额	-8,854.47	24,334.71	15,778.28	15,022.10

报告期内，公司的经营活动产生的现金流量净额分别为 15,022.10 万元、15,778.28 万元、24,334.71 万元和-8,854.47 万元。同期，公司的净利润与经营活动产生的现金流

量净额的对比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年一季度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
净利润	1,504.06	17,396.66	15,018.00	13,420.36
经营活动产生的现金流量净额	-8,854.47	24,334.71	15,778.28	15,022.10
净利润和经营活动产生的现金流量净额差异	10,358.53	-6,938.05	-760.28	-1,601.74

由上表可以看出，2017 年、2018 年净利润和经营活动产生的现金流量净额相对匹配，2019 年和 2020 年一季度的净利润与经营活动产生的现金流量净额存在相对较大的差异，主要原因系受经营性应付项目的变化影响。2019 年和 2020 年一季度，公司净利润调节为经营活动现金流量净额的过程如下：

单位：万元

项目	2020 年一季度	2019 年
净利润	1,504.06	17,396.66
加：信用减值损失、资产减值损失	79.56	81.04
固定资产折旧	347.78	1,220.66
无形资产与长期待摊费用摊销	38.78	125.10
公允价值变动收益、投资收益	9.76	-1,330.98
财务费用	-285.10	-220.35
递延所得税资产减少	-	449.59
递延所得税负债增加	18.58	269.75
存货的减少	-1,756.08	-1,222.55
经营性应收项目的减少	-1,228.75	-679.41
经营性应付项目的增加	-7,583.07	8,244.23
其他	-	0.98
经营活动产生的现金流量净额	-8,854.47	24,334.71

由上表可知，2019 年和 2020 年一季度公司经营性应付项目分别增加了 8,244.23 万元和减少了 7,583.07 万元，由此导致 2019 年经营活动产生的现金流量净额较大程度高于净利润，2020 年一季度经营活动产生的现金流量净额较大程度低于净利润。其中经营性应付项目增加明细情况如下：

单位：万元

项目	2020 年一季度	2019 年
应付票据及应付账款	-4,328.73	6,872.00
预收款项/合同负债	-25.97	998.23
应付职工薪酬	-929.66	176.43
应交税费	-85.12	407.08

项目	2020 年一季度	2019 年
其他应付款	-2,837.05	-474.88
其他	623.46	265.38
合计	-7,583.07	8,244.23

从上表中可以看出，对经营性应付项目变动影响较大的为应付票据及应付账款、预收款项，变化的原因分析如下：

1、应付票据及应付账款

2019 年，公司应付票据及应付账款对经营性应付项目相关的现金流增加的影响为 6,872.00 万元，一方面系公司在 2019 年 4 季度进行了较大规模的采购，由于尚处于与供应商的结算期限内，因此货款暂未结；另一方面系 2019 年公司增加了使用票据结算。

2020 年一季度，公司应付票据及应付账款对经营性应付项目相关的现金流减少的影响为 4,328.73 万元，主要由于 2020 年一季度受疫情影响公司采购量下降并且上年末供应商货款陆续到期结算。

2、预收款项

2019 年预收款项对经营性应付项目相关的现金流增加的影响为 998.23 万元，主要原因系公司在 12 月份举办了促销活动，由此导致收取的经销商货款同比增加。2020 年 1 月 1 日公司适用新收入准则将预收货款和销售返利重分类至合同负债，其中：受疫情影响 2020 年一季度末预收货款较上年末减少 1,845.18 万元。

3、应付职工薪酬

2020 年一季度应付职工薪酬对经营性应付项目相关的现金流减少的影响为 929.66 万元，主要由于一季度公司支付了上年度员工奖金等。

4、其他应付款

2020 年一季度其他应付款对经营性应付项目相关的现金流减少的影响为 2,837.05 万元，其中：2020 年 1 月 1 日起公司适用新收入准则将销售返利 1,819.21 万元重分类至合同负债，其余对经营性应付项目相关的现金流减少的影响为 900.75 万元，主要由于一季度公司陆续结算工程款以及退还上年末年会促销活动保证金。

受上述因素的影响，2019 年经营活动产生的现金流量净额高于净利润 6,938.05 万

元，2020 年一季度经营活动产生的现金流量净额低于净利润 10,358.53 万元。

（二）投资活动现金流量分析

单位：万元

项目	2020 年一季度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
收回投资所收到的现金	9,234.00	88,280.00	53,342.00	33,251.00
取得投资收益收到的现金	123.65	943.90	618.63	294.81
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	-	15.78
投资活动现金流入小计	9,357.65	89,223.90	53,960.63	33,561.59
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	1,770.04	5,161.74	7,849.20	7,136.30
投资支付的现金	3,883.00	107,507.00	78,822.00	28,788.00
投资活动现金流出小计	5,653.04	112,668.74	86,671.20	35,924.30
投资活动产生的现金流量净额	3,704.61	-23,444.84	-32,710.57	-2,362.71

2017 年至 2019 年，公司的投资活动产生的现金流量处于净流出状态，净流出金额分别为 2,362.71 万元、32,710.57 万元和 23,444.84 万元。

公司的投资活动主要包括结构性存款和理财产品的购买与赎回，以及“年新增 40 万台智能化高效节能集成灶产业化示范项目”相关的厂房设备投入。其中：结构性存款和理财产品的购买与赎回在“收回投资所收到的现金”与“投资支付的现金”科目核算，报告期内，上述科目的变化系由公司理财活动所致。2020 年一季度，公司的投资活动产生的现金流量为净流入 3,704.61 万元，主要由于一季度公司赎回了部分理财产品。

报告期内，公司“购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”分别为 7,136.30 万元、7,849.20 万元、5,161.74 万元和 1,770.04 万元。

（三）筹资活动现金流量分析

单位：万元

项目	2020 年一季度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
吸收投资收到的现金	-	-	20,025.60	-
取得借款收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	702.52
筹资活动现金流入小计	-	-	20,025.60	702.52
偿还债务支付的现金	-	-	-	100.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	-	4,589.00	6,069.98
支付其他与筹资活动有关的现金	-	77.55	74.34	702.52
筹资活动现金流出小计	-	77.55	4,663.34	6,872.50

项目	2020 年一季度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
筹资活动产生的现金流量净额	-	-77.55	15,362.26	-6,169.98

报告期内，公司的筹资活动产生的现金流量净额分别为-6,169.98 万元、15,362.26 万元、-77.55 万元和 0 万元。

因 2018 年上半年引入外部投资者导致 2018 年筹资活动现金流入较多；因分配股利，导致 2017 年和 2018 年“分配股利、利润或偿付利息支付的现金”科目发生额较大。

四、资本性支出分析

（一）报告期内的重大资本支出

报告期内，公司重大资本性支出主要为“年新增 40 万台智能化高效节能集成灶产业化示范项目”的建设支出，包括购买土地、工厂及办公楼的建造等。公司“购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”分别为 7,136.30 万元、7,849.20 万元、5,161.74 万元和 1,770.04 万元。

（二）未来重大资本性支出计划及资金需求量

公司未来可预计的重大资本性支出计划主要为与本次发行股票募集资金投资项目有关的投入支出。在募集资金到位后，公司将按照拟定的投资计划进行投资，具体情况详见本招股意向书“第十三节 募集资金运用”。

五、重大或有事项和期后事项

报告期内，公司重大或有事项、承诺事项、期后事项及其他重要事项详见本招股意向书“第十节 财务会计信息”之“十一、财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项”。

六、新型冠状病毒肺炎疫情对公司影响的分析

2020 年初爆发的新型冠状病毒肺炎疫情对公司生产经营产生一定的影响，但整体影响不大，主要情况如下：

（一）对发行人生产的影响

随着疫情的爆发，发行人响应当地政府生产、复工时间推迟的要求，积极落实疫情防控，按照政府要求于 2020 年 2 月 17 日开始逐步恢复生产，疫情对发行人生产的影响较小。

（二）对发行人原材料采购的影响

公司原材料主要为不锈钢、冷轧板、燃气和电气组件等，供应商主要为浙江、绍兴本地的生产厂商，随着上游厂商逐渐复工、复产，公司原材料供应未受到重大影响。

（三）对发行人产品销售的影响

集成灶类产品属于耐用消费品，主要的市场需求来源于普通消费者房屋装修，属于房屋装修需求中刚性需求品类，短期内的疫情爆发或推迟消费者装修时间，但不会对当前消费者的装修需求市场容量造成较大的影响。目前，随着疫情的缓解，各地商场、市场销售逐渐恢复正常，发行人经销商也逐渐恢复正常经营。

综上，本次疫情对发行人生产经营方面主要为短期内的暂时性影响，不会对集成灶的市场环境及消费者需求造成较大的冲击。发行人已积极采取措施，通过网络推广等方式降低本次疫情的影响，随着疫情的缓解及复工、复产，发行人已逐渐恢复正常生产经营状态。

七、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营情况

（一）2020 年 1-6 月财务信息与经营情况

1、会计师审阅意见

发行人会计师对公司 2020 年 1-6 月财务报告进行了审阅，并出具了安永华明(2020)专字第 61444050_B09 号审阅报告。

2、发行人的专项说明

公司董事会、监事会及其全体董事、监事、高级管理人员已出具专项说明，保证招股意向书中 2020 年 1-6 月财务报表不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担个别和连带责任。公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人已出具专项声明，保证本公司 2020 年 1-6 月财务报表的真实、

准确、完整。

3、2020年1-6月主要财务数据及变动分析

(1) 合并资产负债表主要数据及变动分析

单位：万元

项目	2020年6月末	2019年末	变动比例
流动资产	39,573.93	40,881.67	-3.20%
非流动资产	62,961.22	60,209.46	4.57%
资产合计	102,535.15	101,091.13	1.43%
流动负债	22,861.89	29,329.59	-22.05%
非流动负债	756.49	423.11	78.79%
负债合计	23,618.38	29,752.70	-20.62%
股东权益合计	78,916.77	71,338.43	10.62%
归属于母公司所有者/股东权益合计	78,916.77	71,338.43	10.62%
负债和所有者权益合计	102,535.15	101,091.13	1.43%

2020年6月末，公司的资产规模与2019年末基本持平，负债规模下降了20.62%，主要原因系受新冠病毒疫情影响，公司的原材料采购规模、销售有所下降，由此导致应付材料供销商的货款以及预收经销商的货款减少。

(2) 合并利润表主要数据及变动幅度

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年1-6月	变动比例
营业收入	26,147.67	30,726.11	-14.90%
营业利润	9,051.20	8,484.20	6.68%
利润总额	8,891.39	8,429.75	5.48%
净利润	7,578.34	7,165.00	5.77%
归属于母公司所有者/股东的净利润	7,578.34	7,165.00	5.77%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者/股东的净利润	6,479.50	5,295.22	22.37%

其中2020年2季度与去年2季度的利润表主要数据对比情况如下：

单位：万元

项目	2020年2季度	2019年2季度	变动比例
营业收入	20,268.24	20,467.04	-0.97%

项目	2020年2季度	2019年2季度	变动比例
营业利润	7,130.79	6,998.07	1.90%
利润总额	7,125.92	6,979.03	2.10%
净利润	6,074.28	5,931.89	2.40%
归属于母公司所有者/股东的净利润	6,074.28	5,931.89	2.40%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者/股东的净利润	5,759.21	4,585.30	25.60%

2020年1-6月，受新冠病毒疫情影响，公司的销售收入同比下滑了14.90%，但扣非前后净利润出现一定幅度增长，主要系公司产品销售结构出现变化以及相关费用出现一定幅度下降导致。2020年1-6月，公司配备蒸箱、蒸烤一体等中高端功能的集成灶销量占比同比出现提升，从而提高了公司综合毛利率；同时，由于疫情影响，发行人减少了部分人员开支和广告投入，国家也出台了相关支持企业政策，阶段性减免社会保险单位缴费部分，导致公司销售费用、管理费用较去年同期出现一定幅度下降，由此使得公司2020年1-6月的净利润出现同比增长。

2020年2季度，随着疫情的逐渐解除，公司业务基本恢复正常，营业收入、净利润等财务指标与去年同期基本持平。

(3) 合并现金流量表情况

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年1-6月	变动比例
经营活动产生的现金流量净额	-1,204.76	6,742.47	-117.87%
投资活动产生的现金流量净额	-90.10	-8,946.86	-98.99%
筹资活动产生的现金流量净额	-14.15	-14.15	0.00%
汇率变动对现金及现金等价物的影响	5.39	0.00	-
现金及现金等价物净增加额	-1,303.62	-2,218.55	-41.24%
期/年末现金及现金等价物余额	6,803.32	5,076.11	34.03%

其中2020年2季度与去年2季度的现金流量表主要数据对比情况如下：

单位：万元

项目	2020年2季度	2019年2季度	变动比例
经营活动产生的现金流量净额	7,649.71	11,192.28	-31.65%
投资活动产生的现金流量净额	-3,794.71	-10,447.95	-63.68%
筹资活动产生的现金流量净额	-14.15	-14.15	0.00%
现金及现金等价物净增加额	3,846.24	730.18	426.75%

2020年1-6月，受新冠病毒疫情影响，公司的经营活动产生的现金流量处于净流

出状态，净流出金额为 1,204.76 万元；投资活动产生的现金流量净额为-90.10 万元，同比出现较大变动，主要系受公司理财产品的购买与赎回活动的影响。

(4) 非经常性损益主要数据

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年1-6月	变动比例
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-1.00	-	-
计入当期损益的政府补助-与正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外)	1,176.51	1,558.15	-24.49%
持有交易性金融资产、衍生金融资产产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、衍生金融资产取得的投资收益	273.61	696.96	-60.74%
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-156.17	-54.45	186.83%
非经常性损益项目合计	1,292.94	2,200.66	-41.25%
所得税影响数	194.10	330.87	-41.34%
非经常性损益净额	1,098.84	1,869.79	-41.23%

其中 2020 年 2 季度与去年 2 季度的非经常性损益主要数据对比情况如下：

单位：万元

项目	2020年2季度	2019年2季度	变动比例
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-1.00	-	-
计入当期损益的政府补助-与正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外)	89.55	1,159.95	-92.28%
持有交易性金融资产、衍生金融资产产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、衍生金融资产取得的投资收益	283.37	444.23	-36.21%
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-1.23	-19.04	-93.54%
非经常性损益项目合计	370.69	1,585.15	-76.61%
所得税影响数	55.61	238.54	-76.69%
非经常性损益净额	315.07	1,346.60	-76.60%

(5) 财务报告审计截止日后的主要经营状况分析

2020 年 1-6 月与上年同期相比，在新冠病毒疫情的影响下，公司的营业收入同比下滑了 14.90%。在此背景下，公司一方面通过中高端产品的销售占比，提高了综合毛利率，另一方面通过减少部分人员开支、广告投入等措施，降低了期间费用，由此使得

2020年1-6月的营业利润、利润总额、净利润、归属于母公司股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润等均同比上升。

财务报告审计截止日后，除已披露的疫情影响外，公司经营模式未发生重大变化，主要原材料的采购规模及采购价格未发生重大变化，主要产品的生产、销售规模及销售价格未发生重大变化，主要客户及供应商的构成未发生重大变化，税收政策未发生重大变化，不存在其他可能影响投资者判断的重大事项。

（二）2020年1-9月经营业绩预告情况

根据公司目前经营情况，公司预计2020年1-9月营业收入为42,000万元至44,000万元，同比下降7%-11%；预计实现扣除非经常性损益前归属于母公司所有者净利润10,800万元至11,200万元，同比下降1%-4%；预计实现扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为9,400万元至9,800万元，同比上升0%-5%。

公司上述2020年1-9月业绩预告情况系公司初步测算结果，未经会计师审计或审阅，不构成公司盈利预测或业绩承诺。

八、发行人财务状况和盈利能力的未来趋势分析

报告期，公司集中精力巩固和提高市场地位，取得了较好的经营业绩。公司财务状况良好，经营业绩突出，现金流量正常。在可预见的将来，公司仍将保持良好的财务状况和较强的盈利能力。

（一）公司主要经营优势

1、生产经营技术优势

公司生产经营方面的优势详见本招股意向书“第六节 业务与技术”。

2、财务优势

（1）资产质量良好、流动性强

公司目前拥有的资产主要为经营性资产，资产质量良好。同时，公司短期资产占比较高，资产流动性强，在先收款后发货的销售政策下，公司的资金状况良好。同时，公司目前没有有息负债，杠杆率较低，流动比率、速动比率及资产负债率均处于良好水平。

(2) 竞争优势明显、盈利能力较强

公司致力于以集成灶为核心的现代新型中高端厨房电器产品的研发、设计、生产和销售，在行业内具有明显的竞争优势和显著行业地位。目前，公司的经销商和门店已经覆盖全国，且预计将持续保持增长。报告期内，公司净利润、综合毛利率及加权平均净资产收益率均保持在较高水平，公司亦具有较强能力将利润转化为现金流，报告期内经营活动产生的现金流量净额与净利润匹配程度较高。公司较强的盈利能力和盈利质量对未来快速、持续发展提供了有力保障。

(二) 公司主要经营劣势

1、融资渠道较为单一

公司目前整体资产规模仍较低，主要依靠内部资金积累及股东增资款进行业务扩张。随着集成灶行业的快速发展，行业内的竞争者逐渐增多，公司依靠现有资源难以满足对技术更新和业务发展的资金需求，对公司进一步扩大规模和巩固市场地位将形成不利影响。

2、精细化管理能力需进一步提升

通过近年的持续发展，公司已经建立了适应公司发展和日常经营的管理体系，但随着公司业务规模的不断拓展，公司资产规模、业务规模、员工数量均将逐步扩大，相对应的公司经营管理体系亦将逐步复杂化。公司现有管理体制、人才储备无法满足未来持续发展需求，将对公司长期发展形成不利影响。

(三) 未来财务状况和盈利能力发展趋势

公司管理层认为，公司所处行业的发展前景和市场容量将不断提升。目前公司经营业绩良好，预计未来财务状况和盈利能力将保持向好趋势。同时，通过本次发行和募投项目的实施，公司将更好的把握发展机会、提升核心技术竞争力、丰富产品种类，从而形成增量收入及利润，推动公司长期稳定的可持续发展。

九、本次发行对公司即期回报摊薄影响及填补措施

(一) 本次发行对公司即期回报摊薄的影响

根据本次发行方案，公司拟向公众投资者发行 3,520 万股，占发行后公司总股本的比例为 25%，本次发行完成后公司的总股本将由 10,560 万股增至 14,080 万股，股本规模将有所增加。

本次发行募集资金将在扣除发行费用后陆续投入到“年新增 40 万台智能化高效节能集成灶产业化示范项目”、“高端厨房配套产品生产线项目”和“营销网络建设项目”，以推动公司主营业务发展。由于募集资金投资项目具有一定的建设周期，且产生效益尚需一定的运行时间，无法在发行当年即产生预期效益。综合考虑上述因素，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。

(二) 董事会选择本次融资的必要性和合理性

公司本次公开发行股票募集资金扣除发行费用后，将全部用于“年新增 40 万台智能化高效节能集成灶产业化示范项目”、“高端厨房配套产品生产线项目”和“营销网络建设项目”，以推动公司主营业务发展。募集资金投资项目的实施有利于扩充公司产能，丰富公司产品线，提升公司营销能力，增强公司竞争力。公司首次公开发行股票的必要性和合理性详见本招股意向书“第十三节 募集资金运用”部分相关内容。

(三) 本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系及公司从事募投项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

1、本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系

本次募集资金投资项目系围绕着公司现有业务展开，关联度较高。本次募集资金投资项目建成后，公司集成灶的生产能力将进一步提升，满足日益增长的市场需求；公司产品类别也得到进一步扩充，盈利能力和抗风险能力进一步增强；同时可以进一步提升公司的市场营销能力，公司的市场竞争力将进一步加强。

2、公司从事募集资金投资项目的人员、技术、市场等方面的储备情况

公司是国内集成灶行业的领先企业之一，经过多年的发展积累，公司在品牌、技术、产品、质量、渠道等方面均形成较强的竞争力。同时，公司较强的研发实力、完善的人员管理体系、薪酬体系和客户、供应商管理体系使公司储备了丰富的技术、人才、供应商和客户等重要经营和市场资源。上述资源的积累为公司进一步推进募集资金投资项目奠定了良好基础。

（四）填补回报的具体措施

本次发行对公司即期回报摊薄影响及填补措施，详见本招股意向书“重大事项提示”之“六、关于首次公开发行填补被摊薄即期回报的措施及承诺”。

第十二节 业务发展目标

一、发行人的发展战略及目标

未来三至五年，公司仍将致力于集成灶产品的研发、生产和销售，并通过集成水槽、水槽洗碗机、不锈钢橱柜等品类的拓展逐步向集成化、智能化、定制化整体厨房方向发展，对集成灶业务形成强有力的支撑，将公司打造为集成厨电行业顶级服务商和领导品牌。公司将以“以人为本、创新创造”的核心理念，专注专研技术创新不断提升产品性能，从厂区建设、设备投入、人才引进等各个方面提升企业整体实力，同时通过营销网络的不断建设和完善，加大市场占有率，提升品牌价值，逐步巩固行业领导地位。

二、发行人未来三年的业务发展规划

公司结合自身情况和外部市场环境，制定了如下发展规划：

（一）技术创新和产品研发计划

未来三年，公司将不断提高研发能力和创新能力。公司将建立和完善研发、测试和实验中心，并通过与浙江工业大学等高等院校和其他专业机构的合作，不断进行技术创新，向消费者推出智能化、集成化、模块化、人性化的集成灶产品。同时，公司产品逐步拓展至集成水槽、水槽洗碗机和不锈钢橱柜等品类，并通过 AI 等智能化系统进行模块集成，不断向智能化整体定制厨房方向发展。

（二）产能扩充计划

未来三年，公司计划对产能进行扩充。本次募集资金投资项目建成投产后，公司将形成每年新增 40 万台集成灶、3 万台洗碗机及 2.5 万套橱柜的生产能力，生产线的标准化和自动化程度得到进一步提升，公司产品结构得以调整优化，有助于充分发挥公司的品牌优势、技术研发优势，提高公司在厨电市场占有率，创造更高的经营效益，提高企业的核心竞争力。

（三）市场开拓计划

未来三年，公司将进一步提升品牌价值，进行销售渠道扩张和拓展。一方面，公司加大全媒体广告投放，体验展示中心和路演车进驻重点销售区域，从而提升品牌知名度和影响力；另一方面，公司在现有销售渠道的基础上，完成经销空白区域招商，优化经销商运营模式，进一步拓展工程渠道和 KA 卖场渠道，加大线上市场营销力度；同时，建立营销信息化管理系统，将公司、经销商和消费者紧密联系，及时响应市场需求，提升公司营销管理效率，保障业务的快速拓展。

（四）人才发展计划

高素质的人才 是打造行业领先企业的基础，培养造就一支复合型人才队伍是公司未来几年工作的重中之重。公司将加速人才引进，加强人才培养，不断完善绩效考核和激励机制，进一步整合各模块标准化工作流程与制度，建设完善的职位评估、薪资福利及有效的沟通体系，进一步提升员工职业化程度，强化人才梯队建设，不断完善员工激励体系，创造一个规范、活力、竞争、公平的工作环境。

（五）企业管理计划

公司将不断推进与完善企业管理系统信息化建设，优化管理流程，提升管理效率，从而降低管理成本，优化资源配置，提供企业竞争实力；建立和完善企业内控体系，提高企业经营管理水平和风险防范能力。

三、发行人拟定上述计划所依据的假设条件

拟定上述业务发展计划是以公司现有的业务发展条件和市场地位为基础，主要依据以下假设条件：

（一）公司运营所处的宏观经济、政治和社会环境处于正常发展的状态，没有对公司生产经营产生重大影响的不可抗力事件发生；

（二）公司的市场前景、消费者偏好没有发生重大不利变化；

（三）公司所处行业及上下游行业的国家产业政策未出现重大不利影响；

（四）公司经营业务所遵循法律、法规及国家有关行业政策无重大变化；

（五）公司能够保持现有高级管理人员、核心技术人员的稳定性或连续性；

(六) 募集资金投资项目能按计划组织实施并如期完工。

四、实施上述计划将面临的主要困难

实施上述计划，本公司可能面临如下主要困难：

(一) 公司在实施上述技术创新、产能扩充、市场开拓、人才引进、企业管理等发展计划方面，需要大量的资金投入，充足的资金能保证公司持续快速发展，否则将影响公司发展目标的实现。

(二) 随着经营规模的不断扩大，公司组织结构日益复杂，这对公司管理层运营能力的要求越来越高；同时，公司的人员规模也将有较大扩充，从而对公司的管理提出更高的要求。

五、发行人确保实现上述发展计划拟采用的方式、方法或途径

为确保实现上述发展计划，本公司拟采用以下方式、方法或途径：

(一) 本次公开发行股票为公司实现上述发展目标提供了资金支持，公司将认真组织募集资金投资项目的实施，争取项目高效产出，增强公司产品及品牌在行业内的核心竞争力。

(二) 公司将严格按照上市公司的要求规范运作，完善公司的法人治理结构，强化各项决策的科学性和透明度，促进公司的机制创新和管理升级。

(三) 公司将加快对优秀人才特别是营销人才、研发人才和管理人才的引进，进一步提高公司的综合实力，确保公司业务发展目标的实现。

(四) 充分利用公司现有资源，准确把握市场需求，积极拓展市场，并结合自身优势和市场需求开发新产品，进一步提高公司产品的市场占有率。

六、上述业务发展规划与现有业务的关系

上述业务发展规划是以本公司现有业务为基础，公司旨在通过上述业务发展规划的实施，进一步丰富和完善公司品牌体系，提高品牌知名度和美誉度。上述业务发展规划

与公司现有业务模式一致，是公司现有业务模式的深化与发展，通过上述业务发展计划的实施，将进一步提高公司产品的市场占有率，进一步提高公司竞争优势和市场地位。

第十三节 募集资金运用

一、募集资金运用概况

(一) 募集资金投资项目

经公司 2018 年第三次临时股东大会审议通过，本次拟公开发行人民币普通股不超过 3,520 万股，占发行后公司总股份的 25%，本次发行募集资金在扣除发行费用后投资于以下项目：

单位：万元

序号	募集资金投资项目	总投资	投入募集资金	项目备案情况	项目环评情况
1	年新增 40 万台智能化高效节能集成灶产业化示范项目	97,100.00	53,124.82	《嵊州市开发区企业投资项目备案通知书（基本建设）》（2017 嵊开建 005 号）	《关于<浙江帅丰电器有限公司年新增 40 万台智能化高效节能集成灶产业化示范项目环境影响报告书>审查意见的函》（嵊环开【2017】17 号）
2	高端厨房配套产品生产线项目	13,649.38	11,000.00	《浙江省工业企业“零土地”技术改造项目备案通知书》（项目代码 2018-330683-38-03-04 7448-000）	《关于浙江帅丰电器股份有限公司高端厨房配套产品生产线项目环境影响报告表的审查意见》（嵊环开【2019】17 号）
3	营销网络建设项目	20,141.67	15,000.00	《浙江省企业投资项目备案(赋码)信息表》（项目代码 2018-330683-34-03-05 9724-000）	绍兴市生态环境局嵊州分局出具意见：经查，该项目未列入《建设项目环境影响评价分类管理名录》，后续无需办理相关环境影响评价审核手续
合计		130,891.05	79,124.82	-	-

如果实际募集资金量小于上述项目拟投入募集资金量，缺口部分由公司自筹资金予以解决。本次公开发行募集资金到位前，根据项目进度情况，公司可以自筹资金对募集资金投资项目进行先期投入，待募集资金到位后再以募集资金置换前期投入的自筹资金。

保荐机构、发行人律师认为：发行人募集资金投资项目符合国家产业政策、投资管

理、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章的规定。

（二）募集资金专项存储制度的建立情况

公司 2018 年第三次临时股东大会审议通过了《募集资金管理办法》，决定建立募集资金专项存储制度，募集资金将存放于董事会决定的专项账户，公司将与保荐机构、开户银行签署三方协议，对募集资金的使用进行共同监督。公司将严格按照中国证监会和证券交易所的相关规定对募集资金进行使用和管理，做到专款专用。

（三）本次募集资金投资项目的可行性分析

公司董事会已对上述募集资金投资项目作出可行性分析，认为上述募集资金投资项目有助于丰富公司产品结构，提高公司生产能力和生产效率，提升公司品牌形象，与公司现有生产经营规模、技术水平、财务状况相适应，具有实施的可行性。具体分析如下：

在生产经营规模方面，公司作为以集成灶为核心的现代厨房电器的研发、生产、销售企业，2019 年集成灶产量为 156,662 台，2019 年集成灶销量 152,962 台。截至 2020 年 3 月 31 日，公司在全国拥有 1,204 家经销商和 1,459 个营销终端，生产和销售均具有一定规模。

在财务状况方面，公司资产结构稳健，经营业绩能够保持稳定。截至 2019 年末，资产总额达 10,109.11 万元，净资产规模为 71,338.43 万元，2019 年营业收入达 69,822.37 万元。

在技术水平方面，作为集成灶行业的领军品牌，公司研发并掌握集成灶产品的核心技术，以及厨电行业的前沿技术。公司产品技术水平达到国内领先水平，多次获得国家、省、市级技术与产品创新奖、设计奖等，多款产品获得中国轻工业联合会颁发的“科学技术发明奖”和中国五金制品协会颁发的“高效净化环保之星”荣誉称号。

在人员储备方面，公司组建了一支优秀、稳定的管理团队，拥有一大批在集成灶行业经验丰富的技术与研发人才、专业制造人才和营销人才。中高层以上的人员，均有多年集成灶领域从业经历，具有丰富的行业经验和行业技术素养，对市场和技术发展趋势具有前瞻把握能力，有能力领导公司继续保持长期健康、稳定的成长。近年来公司重视人才引进，加强人才培养，不断完善绩效考核和激励机制，进一步提升员工职业化程度，为公司募投项目的顺利实施提供了保障。

在管理水平方面，公司经销商覆盖全国除港澳台以外的各个省区，各地经销商合计 1,204 家，建立了完善的经销商管理体系。在天猫、京东等专业性电子商务平台也建立了网络营销渠道，形成了线上和线下相结合的具有公司特色的 O2O 销售模式。公司已拥有规模化的营销网络和专业化的品牌运营团队，营销管理运作经验丰富。

综上所述，公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平、人员储备和管理能力为本次募投项目的实施提供了保证。

（四）本次募集资金投资项目对同业竞争及独立性的影响

本次募集资金投资项目是公司在原有的业务基础上，对现有业务规模进行扩大和产品结构进行补充，项目实施后不会导致公司与控股股东、实际控制人及其下属企业之间产生同业竞争，不会对发行人的独立性产生不利影响。

二、募集资金投资项目具体情况

（一）年新增 40 万台智能化高效节能集成灶产业化示范项目

1、项目概况

本项目拟投资 97,100.00 万元建设智能化高效节能集成灶以及高端厨房配套产品生产基地，项目位于浙江省绍兴市嵊州经济开发区，项目建设期为 3 年，项目建成后可形成年产 40 万台智能化高效节能集成灶的生产能力。本项目的建设可以满足日益增长的节能环保集成灶市场需求，有助于公司增强智能化制造水平，提升公司综合竞争力。

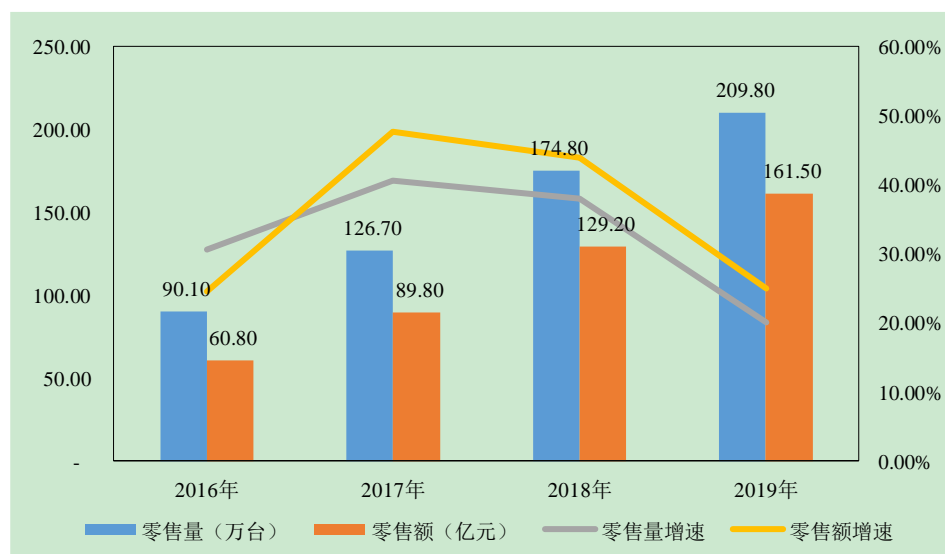
2、市场容量和市场前景分析

（1）集成灶行业市场规模

近年来，集成灶市场成长迅速，已从导入期逐步进入成长期。据中怡康数据，2017 年至 2019 年集成灶行业年复合增长率达 28.68%，行业呈现快速上升的趋势。2019 年集成灶市场零售量为 209.80 万台，同比增长 20.02%；零售额为 161.50 亿，同比增长 25.00%⁵⁰，成为厨电行业第三个规模过百亿的厨电产品。

⁵⁰ 2019 年集成灶零售量和零售额数据来自于中怡康官方微信公众号，集成灶的 2020：火力仍在，还需坚持，作者中怡康，2020 年 3 月 13 日；2018 年集成灶零售量和零售额数据来自于北京中怡康时代市场研究有限公司官方微信公众号，2018 年集成灶线上市场盘点，作者中怡康时代，2019 年 1 月 24 日

集成灶销售规模增长示意图



数据来源：中怡康

（2）集成灶行业发展趋势

尽管集成灶行业近年来快速成长，但从市场渗透率来看，集成灶产品在烟灶市场中的渗透率仍处于较低水平。根据中怡康测算数据，2017年至2019年，国内厨电市场中集成灶销量占烟灶产品总销量的比例分别为5%、9%和11%，集成灶产品在烟灶市场中的占比逐年提升，但仍处于较低水平。

因此，当前集成灶市场整体规模仍然较小，行业未来发展空间较大。

3、项目实施的必要性

（1）扩大产能，缓解产能瓶颈

面对广阔的市场空间和日益增长的市场需求，公司现有集成灶的生产能力已越来越难以满足。截至2019年，公司集成灶产能16.00万台，产量15.67万台，销量15.30万台，产能利用率达97.93%，产销率达97.64%，均处于较高水平，产能瓶颈已成为制约公司业务进一步发展的重要因素。

公司通过实施本项目，可以新增集成灶产能40万台/年，从而解决市场需求快速增长所带来的产能瓶颈问题，提升公司盈利能力。

（2）提升自动化生产水平，降低生产成本

截至 2019 年 12 月 31 日，公司生产人员 608 人，占公司员工总数的比例达 61.60%；报告期，直接人工占公司集成灶产品营业成本的比例分别为 15.47%、16.03% 和 14.12%，占比较为稳定。

公司通过实施本项目，可以引入一批国内外先进设备，建设自动化、智能化程度高的集成灶生产线，生产工艺的标准化和自动化程度得到进一步提升，生产效率和生产稳定性进一步提高，增强公司综合竞争力。

4、项目投资概算

(1) 项目投资总额

本项目投资总额估算为 97,100.00 万元，其中建设投资 86,150.00 万元，包含工程费用 76,724.00 万元，工程建设其他费用 6,920.00 万元，预备费 2,506.00 万元；建设期利息 4,950.00 万元；项目铺底流动资金投资 6,000.00 万元。本项目投资构成情况如下：

序号	项目	投资金额（万元）	占比（%）
一	建设投资	86,150.00	88.72
1	工程费用	76,724.00	79.02
1.1	建筑工程费	31,064.00	31.99
1.2	设备购置费	43,355.00	44.65
1.3	安装工程费	2,305.00	2.37
2	工程建设其他费用	6,920.00	7.13
3	预备费	2,506.00	2.58
二	建设期利息	4,950.00	5.10
三	铺底流动资金	6,000.00	6.18
四	项目总投资	97,100.00	100.00

(2) 主要设备

本项目设备投资为 43,355.00 万元，具体明细如下：

单位：万元

序号	设备名称	规格型号	单位	数量	单价	总价
一	工艺设备					
1	自动开屏机	AML-6	台	5	100.00	500.00
2	ABB 机器人	IRB6700-155/2.85	台	4	29.00	116.00
3	ABB 机器人	IRB4600-60/2.05	台	30	26.00	780.00
4	自动磨砂线	RP-1250-1 型	台	1	417.00	417.00
5	自动分条机	JFS-3-1650	台	1	245.00	245.00
6	1000MM 宽卷带防指	QF-1000	台	1	70.00	70.00

序号	设备名称	规格型号	单位	数量	单价	总价
	纹线					
7	退火炉	YX-450-700	台	1	73.00	73.00
8	三合一送料机		台	2	17.50	35.00
9	自动液压机	HLYS5-800T	台	4	89.00	356.00
10	全伺服独立式移动送机械手	18	台	6	18.00	108.00
11	激光切割机	GLB3015	台	10	330.00	3,300.00
12	自动剪板机	NCF-1300	台	30	12.00	360.00
13	全自动压力机	JF21-16	台	20	6.00	120.00
14	全自动压力机	JF21-25	台	20	8.00	160.00
15	全自动压力机	JF21-63	台	30	10.00	300.00
16	全自动压力机	JF21-80	台	50	22.00	1,100.00
17	全自动压力机	JF21-110	台	15	35.00	525.00
18	全自动压力机	JF21-160	台	10	39.00	390.00
19	全自动压力机	JM16-400	台	5	80.00	400.00
20	自动液压机	YD32-200	台	50	30.00	1,500.00
21	自动液压机	YD32-315	台	30	40.00	1,200.00
22	自动液压机	YD32-630	台	25	80.00	2,000.00
23	数控折弯机	XD-3512	台	120	80.00	9,600.00
24	焊接机器人	FW-500A	台	45	40.00	1,800.00
25	点焊机	DN-25	台	56	0.30-0.80	34.00
26	弧焊机	ZX7-180S/T	台	55	0.50-0.80	33.00
27	磨光机	AT3102	台	45	0.20-0.90	23.00
28	攻丝机	SWJ-12	台	10	3.00	30.00
29	砂轮机	M3025	台	35	0.30-0.60	18.00
30	车床	CA6140A	台	15	2.50-4.00	53.00
31	钻床	Z3040*13	台	10	3.00-4.60	35.00
32	磨床	MT130G/F	台	5	5.00	25.00
33	全自动电泳流水线	KR-S110	台	2	300.00	600.00
34	全自动装配流水线		台	15	400.00	6,000.00
35	全自动打包设备	NF50-CS	台	15	100.00	1,500.00
36	叉车	CPD9.9	台	5	10.00	50.00
37	自动化立体仓库		台	5	480.00	2,400.00
38	自制工装夹具	SF-001	套	800	3.20-4.00	2,800.00
39	自制模具	SF-002	套	800	5.00	4,000.00
40	电脑	DELL	台	200	0.40-0.80	100.00
	小计			2,588	-	43,156.00
二	公用工程设备					
1	空气压缩机	LG-3.6/8G	台	3	3.00	9.00
2	中央空调		套	3	50.00	150.00
3	变压器	1600AV	台	2	20.00	40.00
	小计			8	-	199.00

序号	设备名称	规格型号	单位	数量	单价	总价
	总计			2,596		43,355.00

5、项目进度安排

本项目建设期为3年，项目投资金额具体使用进度计划如下：

序号	项目	建设期			投产期		达产期
		T+1	T+2		T+3	T+4	T+5
			Q1+Q2	Q3+Q4			
1	基建工程						
2	设备安装调试，新员工培训、生产准备						
3	投产释放30%产能						
4	释放70%产能						
5	释放100%产能						

6、项目实施主体及选址

本项目由公司自主组织和实施，项目建设地点为嵊州经济开发区五合西路，项目实施地已取得《不动产权证书》（浙（2019）嵊州市不动产权第0027125号）。

7、项目备案情况

本项目已经嵊州市发展和改革委员会立项备案，备案文件为《嵊州市开发区企业投资项目备案通知书（基本建设）》（2017嵊开建005号）。

8、环境保护情况

2017年9月18日，嵊州市环境保护局出具《关于<浙江帅丰电器有限公司年新增40万台智能化高效节能集成灶产业化示范项目环境影响报告书>审查意见的函》（嵊环开【2017】17号），同意帅丰电器在嵊州市经济开发区实施该项目。

9、项目经济效益情况

本项目完全达产后，预计达产年份可实现销售收入140,000万元，达产后年均净利润23,434万元，税后内部收益率为21.45%，税后投资回收期为7.86年。

（二）高端厨房配套产品生产线项目

1、项目概况

本项目拟投资 13,649.38 万元用于智能洗碗机及橱柜生产线建设，项目位于浙江嵊州经济开发区，项目建设期为 1 年。项目实施达产后，公司每年将新增 3 万台洗碗机及 2.5 万套橱柜的生产能力。项目的建成有助于优化公司产品结构，提升公司生产线的标准化程度和自动化程度，从而提升公司经济效益。

2、市场容量和市场前景分析

(1) 智能洗碗机行业市场规模及前景

目前洗碗机市场尚处导入期，市场正处于高速发展阶段。根据中怡康数据显示，2018 年洗碗机市场整体零售额 59.20 亿元，增速达 36.50%，零售量 135.60 万台，增速为 37.70%。其中水槽洗碗机自 2015 年诞生以来呈现出高速增长的态势，水槽洗碗机上市当年零售额为 3,000 万元，2018 年即增长至 7.30 亿元。

当前洗碗机市场整体规模仍然较小，随着我国城镇化率的增长，居民收入水平持续提升，消费升级趋势成为家电行业新的亮点，消费不足问题有望迎来加速改善，行业未来发展空间较大。

(2) 整体橱柜行业市场规模及前景

整体橱柜具有贴合房屋尺寸、风格统一、安全健康、个性化表达的优势，因而自 90 年代在我国推广以来，整体橱柜逐渐被认可并得以快速发展。根据前瞻研究院的整体橱柜行业市场测算数据显示，目前我国的整体橱柜市场处于高速发展期，2013 年-2017 年间市场规模年增速不低于 21.5%，2015 年市场规模为 745 亿元，2017 年市场规模首次突破千亿达 1,108 亿元，市场规模巨大。

整体橱柜市场的快速发展与我国的城市化进程密不可分。在我国城镇化不断推进的过程中，我国房地产住宅投资取得了较快发展。根据国家统计局数据，全国房地产住宅投资已从 2005 年的 12,826 亿元迅速增长至 2017 年的 75,148 亿元。在城镇住宅投资保持较高速增长的同时，整体橱柜的市场也将获得快速增长，随着城镇居民可支配收入的增长及 80、90 后年轻群体的定制消费需求渐增，未来整体橱柜行业前景广阔。

2、项目实施的必要性

(1) 符合公司的发展战略定位，顺从行业发展趋势

公司自成立以来致力于厨电相关产品的研发、生产和销售业务。公司未来将以集成灶产品为核心，不断丰富公司的产品结构，配套开发智能洗碗机、橱柜其他高端厨房电器产品，发展打造整体厨房。

整体厨房设计是指将橱柜和厨房电器一体化组合搭配而成的一种新型厨房形式，具有良好的空间节约性和风格统一性。整体厨房设计理念的流行使得厨电橱柜一体化销售模式受到了市场的广泛认可，厨电集成已经成为厨电行业发展的明显趋势。未来随着整体厨房设计理念的普及和消费者对厨房一体化需求的加深，各厨房用品之间的协调效应将不断加强，厨电橱柜一体化销售和集成厨电将实现快速发展。

随着厨电行业的深化发展，公司实施本项目符合公司的发展战略，是适应行业发展方向、紧跟行业发展趋势的需要。

(2) 丰富公司产品结构，增加新的盈利增长点

公司的核心产品是集成灶，并围绕集成灶产品研发推出集成水槽、水槽洗碗机、嵌入式烤箱蒸箱等配套厨房电器。报告期内集成灶产品营业收入占公司主营业务收入的95%左右，产品结构较为单一，受宏观经济的波动和行业发展变化影响较大。随着集成灶品牌数量的快速增长，集成灶市场竞争加剧，优化公司产品结构，增加新盈利增长点，成为公司保证业绩增长的有效途径。

公司通过实施本项目，可新增3万台洗碗机及2.5万套橱柜的生产能力，从而打造以集成灶为主，配套智能洗碗机及整体橱柜的整体厨房产品体系，丰富公司产品结构，提升公司厨电行业整体竞争力。

3、项目投资概算

(1) 项目投资总额

本项目投资总额估算为13,649.38万元，其中工程费用10,969.52万元（包含设备购置费10,447.16万元，安装工程费522.36万元），工程建设其他费用219.70万元，预备费671.35万元；项目铺底流动资金投资1,788.81万元。本项目投资构成情况如下：

序号	项目	投资金额（万元）	占总投资比例（%）
一	建设投资	11,860.57	86.89
1	工程费用	10,969.52	80.37
1.1	设备购置费	10,447.16	76.54

序号	项目	投资金额（万元）	占总投资比例（%）
1.2	安装工程费	522.36	3.83
2	工程建设其它费用	219.70	1.61
3	预备费	671.35	4.92
二	铺底流动资金	1,788.81	13.11
三	项目总投资	13,649.38	100.00

（2）主要设备

本项目设备投资为 10,447.16 万元，具体情况如下表所示：

单位：万元

序号	名称	型号	数量	单价	总价
一	生产设备及配套设施				
(一)	洗碗机加工及配套设备				
1	全自动液压机,四柱液压机	YGM-315K 等	32	18.00-76.72	1,383.42
2	数控折弯机	QC 系列,HB0412	61	11.21-29.60	1,020.39
3	激光焊接机器人	CW500	38	26.00-115.00	1,461.72
4	龙门压力机,伺服液压冲床	JM36-400	63	4.74-75.00	2,157.01
5	焊机类	ZX7-180, DN-50	116	0.20-4.31	121.40
6	机器人自动冲压生产线		1	145.69	145.69
7	全伺服独立式移动送机械手	ZBD-2800-6	6	15.52	93.10
8	机器人本体	IRB4600-60/2.05	18	22.33	401.90
9	机器人本体	IRB6700-155/2.85	2	2.33	44.66
10	各类水槽拉伸模具	42*380*200	4	6.90-68.97	93.11
11	辅助类设备		43	0.20-20.09	120.23
12	1000MM 宽卷带防指纹线设备		1	74.83	74.83
13	整卷不锈钢带表面油磨线	RP-1250-1 型	1	373.28	373.28
14	三合一自动送料生产线	SMC2-1000	1	17.93	17.93
15	SP-6308-3 气动泵站		5	0.20	1.00
16	油压举模器, 移模臂, 夹模器	SL-50-1500, NX-10	80	0.20	16.00
17	配管, 配线含控制系统		5	0.20	1.00
18	退火炉		1	62.93	62.93
19	三合一送料机	NCMF-1000	1	14.91	14.91
20	电泳涂装线流水线及配套		1	405.85	405.85
21	激光切割机	GL3015-1000W	1	58.53	58.53
22	不锈钢板整平横切机组	JFL-3-1650NC	1	176.72	176.72
23	洗碗机组装线	订制专用组装线	3	100.00	300.00
24	空压机	20 立方	1	43.47	43.47
25	叉车	FB25-MQJZ2, FB50	5	10.00-20.95	60.95
26	桁车	LH10T-10.3	4	14.00	56.00
27	模具	侧板模具	3	175.00	525.00
28	天然气管道		1	16.50	16.50

序号	名称	型号	数量	单价	总价
29	冷水机组	XJC-LSBL	4	9.00	36.00
30	液化氨气气化输送系统	订制专用系统	1	180.00	180.00
31	变频螺杆机,干燥机	BKV37-8G	4	1.29-6.21	10.12
32	电动葫芦桥式超重机	LH16/5T-27.73M	1	25.00	25.00
33	电动单梁起重机	LD10T-10.12M	1	8.62	8.62
34	液压升降机		1	2.67	2.67
小计			511	-	9,509.94
(二)	橱柜加工设备				
1	封边机	NKL210/5/A20	4	0.85-99	181.65
2	全自动数控锯,开料锯	HPP180	19	2.16-18.9	95.68
3	数控钻孔中心,钻孔机	NCB2412	19	0.34-6.2	66.08
4	刨,铣,修边机,切割机	LS1040	23	0.60-23.5	117.17
5	数控加工中心	K45-3	3	8.20-18.50	34.90
6	平面,异形砂光机	MS-APPCC	6	0.78-21.6	81.53
7	液压冷压机,压花机	MH3248*50T	10	1.60-14.70	71.20
8	中央环保吸尘器		1	118.00	118.00
9	自动磨锯片机	MF158B	1	5.88	5.88
10	万能磨刀机	MF2718C-III	1	0.93	0.93
11	变频螺杆空压机	EAS-50	3	5.56	16.68
12	冷冻干燥机	ED-50F	3	0.83	2.48
13	精密过滤器	EAS-060	3	0.06	0.17
14	储气桶	2M3/8KG	3	0.68	2.03
15	自动排水器	H0B20	3	0.05	0.14
16	电焊机		1	0.20	0.20
17	钢材切割机		1	0.08	0.08
小计			104	-	794.80
二	检验检测设备				
1	能量色散 X 荧光光谱仪	EDX1800B	1	7.89	7.89
2	天瑞 X 荧光光谱仪 ROHS 软件 V2.0.	V2.0	2	2.50	5.00
3	性能检测及耐久试验台(落地式)定制	CJ/T30,CJ/T393,QB/T2365	8	2.17-2.79	22.03
4	半消音室		1	32.68	32.68
5	6 通道噪声振动测试分析系统	CHE2015-8	1	10.65	10.65
6	湿式气体流量计	品川 W-NK-2.5/5A	3	2.37-6.97	16.31
7	EMI-1000B 传导骚扰测试系统	FFT3010	2	19.30	19.30
8	静电发生器,雷击浪涌发生器	EMS61000-2A 等	9	0.52-4.09	28.56
小计			27	-	142.42
合计			642	-	10,447.16

4、项目进度安排

项目计划建设期为 12 个月，具体募集资金使用进度如下：

序号	项目	建设期	投产期		达产期
		T+1	T+2	T+3	T+4
1	设备购置安装调试，新员工培训、生产准备				
2	投产释放 40%产能				
3	释放 70%产能				
4	释放 100%产能				

5、项目实施主体及选址

本项目由公司自主组织和实施，项目实施地点为嵊州经济开发区五合西路，项目实施地已取得《不动产权证书》（浙（2019）嵊州市不动产权第 0027125 号）。

6、项目环保情况

2019 年 5 月 27 日，绍兴市生态环境局嵊州分局出具《关于浙江帅丰电器股份有限公司高端厨房配套产品生产线项目环境影响报告表的审查意见》（嵊环开【2019】17 号），同意帅丰电器在嵊州市经济开发区实施该项目。

7、项目经济效益情况

本项目完全达产后，预计达产年份营业收入 19,500.00 万元，达产期年均净利润 2,589.49 万元，税后内部收益率为 16.40%，税后投资回收期为 8.96 年。

（三）营销网络建设项目

1、项目概况

本项目拟投资 20,141.67 万元用于公司营销网络建设，项目建设期为三年。项目拟在重点销售城市设立体验店、投放路演车，并完善公司营销信息化管理系统。项目的实施，有助于进一步提升公司的营销能力，加大公司品牌宣传力度，提升公司营销管理效率，增强公司盈利能力。

2、项目实施的必要性

（1）提升消费者认知度，扩大产品销售

与传统烟灶产品相比，集成灶产品面向市场的时间相对较短，普及率相对较低，消

费者由于先入为主已对分体式吸油烟机和燃气灶的结构设计存在固有的印象和消费习惯，对集成灶产品的认知度相对较低。产品知名度的弱势，已成为影响集成灶产品进一步发展的一大因素。

该项目实施后，公司将在北京、上海、广州、深圳、南京、武汉和重庆等重点销售城市设立 24 家体验店。通过体验店消费者可直接了解公司产品性能，对产品品质和价值建立初步认识；同时，消费者在体验产品的过程中可以全程享受公司专业化、标准化和人性化的服务，从而对公司品牌文化拥有更深刻的认识；此外，公司也能及时发现消费者对产品的潜在需求，并促使潜在需求变为显性需求，最终扩大公司产品销售。

项目同时将在其他重点销售省区城市投放 200 辆路演车，路演车集车身广告、产品和人员配送等于一体，凭借其流动方便、安装快捷、综合展示、经济实效等特点，能够方便快捷地到目标市场开展宣传、营销等活动，从而提升消费者对公司产品的认知度，扩大产品销售。

(2) 提升“本地化”服务质量，挖掘客户潜在需求

优质的服务可以体现一个企业的文化内涵和提升产品的品牌形象，保证消费者的忠诚度。同时深入了解客户需求是提升服务质量的首要条件，公司通过收集来自全国各地消费者对产品性能等的反馈意见，可以针对性地改善公司产品及服务情况，进一步增强客户的粘性，提升公司的形象并巩固公司的市场地位。

该项目实施后，公司通过在重点销售城市设立体验店和投放路演车，可以让消费者充分体验公司服务，与传统教唆式市场推广不同，这种体验服务从消费者的角度出发，在理解其高层次需求的基础上，实现良性互动，进而创造差异化的客户感知价值，最终树立客户的忠诚度。同时充分挖掘当地消费者的潜在需求，抢占并强化本地化服务的商机，巩固公司已有市场。

(3) 有利于进一步提升公司的品牌形象

随着市场竞争日益激烈，企业品牌形象在一个企业的发展中也日益凸显出其在市场竞争中的重要性，品牌形象成为了一个企业立足与发展的重要标志，也成为一个企业在市场竞争中取得优势地位的法宝。

该项目实施后，随着体验店的设立和路演车的投放，同时配套其他广告宣传渠道，

公司可以向消费者展示整齐统一的品牌形象，传递公司产品的设计理念、工艺性能等，从而进一步提升公司品牌形象，增加公司产品对潜在客户的吸引力，增强公司的市场竞争力。

(4) 有利于进一步提升公司营销管理水平

集成灶行业发展至今，企业之间的竞争已不仅仅局限于粗犷式的价格竞争，而是逐渐转为营销、服务、管理等综合能力的竞争。完善、有效的营销信息系统可以提升企业的营销管理水平，为公司的产品营销提供有力的支撑。因此营销信息系统的建设已成为影响企业竞争力和营销效率的重要因素。

该项目实施后，公司可以在现有的营销信息系统基础上进行拓展和升级，从而进一步提高公司的整体营销管理水平，提升公司的综合竞争力。

3、项目建设及实施方案

(1) 体验店

①体验店场地选择

本项目拟通过设立体验店的方式重点开拓北京、上海、广州、深圳、杭州、南京、武汉、重庆等重点销售城市的市场，从而扩大公司产品的市场占有率。体验店选址主要考虑因素如下：

序号	考虑因素	详情
1	城市状况	城市规模、城市发展速度、市政规划
2	城市经济发展水平	居民收入、物价水平
3	客流因素	人流量、交通状况、周围居民和单位的情况
4	消费者因素	年龄结构、消费水平、消费购买力、消费行为偏好
5	竞争条件	深入调研当地竞争对手的实际经营情况

在综合考虑城市状况、城市经济发展水平、客流因素、消费者因素及竞争条件等因素后，将体验店选址定位于城市重点商圈、繁华商业区、高档建材家具商业区等。具体选址情况如下：

名称	项目建设地点
----	--------

名称	项目建设地点
体验店 (共 24 家)	北京 (2 家)、上海 (2 家)、广州 (2 家)、深圳 (2 家)、杭州、南京、武汉、重庆、沈阳、成都、长沙、青岛、济南、厦门、福州、西安、南昌、郑州、合肥、天津

②体验店人员配置

机构名称	岗位	人员数量	机构数量	定员总人数
体验店	店长	1	24	24
	导购员	2		48
	业务员	2		48
	售后服务员	1		24
	合计			144

(2) 路演车

①路演车场地选择

名称	项目建设地点
路演车 (共 200 辆)	北京 (4)、天津 (3)、浙江 (11)、河北 (11)、陕西 (3)、甘肃 (1)、新疆 (2)、青海 (1)、山西 (5)、内蒙古 (2)、黑龙江 (2)、辽宁 (5)、吉林 (2)、河南 (16)、湖北 (15)、湖南 (12)、山东 (16)、上海 (5)、江苏 (18)、福建 (10)、江西 (10)、安徽 (15)、广东 (7)、广西 (5)、海南 (2)、四川 (14)、重庆 (1)、贵州 (1)、云南 (1)

②路演车人员配置

机构名称	岗位	人员数量	机构数量	定员总人数
路演车	推广专员	1	200	200
	临促	1		200
合计				400

(3) 营销信息系统

公司一直高度重视信息化建设，目前公司已初步实现经销商的信息化管理，为公司营销信息系统的优化和建设奠定了良好的基础。公司通过本次项目建设营销信息系统，可以进一步增强公司营销信息化水平，提升公司营销管理能力及效率；同时系统将公司与经销商、销售门店、营销人员等相联结，实现公司、经销商、消费者之间的管理与联动。

本项目中的营销信息系统具体包括经销商管理信息系统和营销辅助信息系统两大子系统，系统的主要功能和建设内容如下：

①经销商管理信息系统

随着公司经销商队伍的日益扩大，对经销商的管理面临越来越大的压力。本项目将在现有的 CRM 系统基础上进行功能优化和升级，打造功能更丰富、信息管理更完善、管理效率更高的综合管理系统，主要可以实现以下功能：

A、经销商信息管理和销售流程信息化。通过该系统，不仅可以对经销商信息进行管理和维护，还可以实现公司产品展示、经销商下单、付款审批、发货跟踪、收货确认、产品安装、售后服务、数据统计分析等全销售流程的闭环控制，保留销售环节中数据。一方面提供了更加有效的销售流程管理机制，另一方面可加强经销商管理，使得经销商销售经营情况更加透明。

B、移动端 APP 开发建设。除了桌面系统外，本系统将经销商信息化管理向移动终端延伸，经销商可通过移动终端进行更高效便捷的操作管理，尤其可通过产品二维码“扫码”实现安装信息报备。

C、经销商审批电子化。系统可以为公司经销商提供更为有效、快捷的审批渠道，经销商活动、店面装修等申请可以实现在线审批，节省在申请审批环节的时间和资源投入。

②营销辅助信息系统

在公司与经销商的传统营销沟通过程中，存在营销指令传达效率低、反馈滞后、培训成本较高等问题，随着公司经销商数量和业务规模的不断增加，这一问题将越来越突出。通过本项目的实施，公司拟建设营销辅助信息系统，通过门店端、手机端双重系统设计，将公司、经销商、导购员有效贯通，构建公司与经销商之间更为高效、通畅的销售支持。系统主要满足以下需求：

A、实现公司政策指令第一时间直接传达到经销商，最新产品功能以及销售培训可以通过终端实时推送。

B、可组织多样的线上活动，全国联动吸引客流，销售数据实时展示，带动经销商销售积极性。

C、实时掌握经销商店面经营情况，公司辅助提供经营建议，辅助门店决策精准高

效。

(4) 营销投入

本项目市场推广费主要由城市公交广告、高速公路广告、体验店推广费用、展会宣传等构成，全部投入使用后年市场推广费为 5,600.00 万元，具体情况如下：

单位：万元

细分项目	T+1 金额	T+2 金额	T+3 金额	合计
城市公交广告	500.00	500.00	500.00	1,500.00
高速公路广告	600.00	700.00	700.00	2,000.00
体验店推广费用	300.00	450.00	750.00	1,500.00
展会宣传	200.00	200.00	200.00	600.00
合计	1,600.00	1,850.00	2,150.00	5,600.00

4、项目投资概算

本项目投资总额估算为 20,141.67 万元，其中体验店投资 8,841.67 万元，包含建设投资 2,481.67 万元，场地租赁费 6,360.00 万元；路演车投资 3,200.00 万元；营销信息系统 2,500.00 万元；营销费用 5,600.00 万元。本项目投资构成情况如下：

单位：万元

序号	项目	投资金额	占总投资比例
1	体验店	8,841.67	43.90%
1.1	建设投资	2,481.67	12.32%
1.1.1	场地装修费	1,560.00	7.75%
1.1.2	设备购置费	781.20	3.88%
1.1.3	预备费	140.47	0.70%
1.2	场地租赁费	6,360.00	31.58%
2	路演车	3,200.00	15.89%
3	营销信息系统	2,500.00	12.41%
4	营销费用	5,600.00	27.80%
5	项目总投资	20,141.67	100.00%

5、项目进度安排

本项目建设期为 3 年，将根据各地区建设需求的紧迫性、可获得性以及项目审批情况合理安排培训中心建设的进度。项目投资金额具体使用进度计划如下：

单位：万元

序号	项目	总投资	第一年	第二年	第三年
1	体验店	8,841.67	1,176.01	3,244.63	4,421.03
1.1	建设投资	2,481.67	456.01	1,044.63	981.03
1.1.1	场地装修费	1,560.00	300.00	660.00	600.00
1.1.2	设备购置费	781.20	130.20	325.50	325.50
1.1.3	预备费	140.47	25.81	59.13	55.53
1.2	场地租赁费	6,360.00	720.00	2,200.00	3,440.00
2	路演车	3,200.00	960.00	1,120.00	1,120.00
3	营销信息化管理系统	2,500.00	2,500.00	-	-
4	营销费用	5,600.00	1,600.00	1,850.00	2,150.00
5	项目总投资	20,141.67	6,236.01	6,214.63	7,691.03

6、项目环保情况

建设过程中所需的电力、水资源等主要为各类营销网点日常办公用途，用量较少，不属于高耗能、高耗水的建设项目；也不存在对周围生态环境的不利影响。营销车辆运行过程中排放出一定的汽车尾气，公司承诺购买符合国家环保要求的车辆，不会对环境构成重大污染。

2019年3月1日，绍兴市生态环境局嵊州分局出具《项目环评意见征询单》，本项目未列入《建设项目环境影响评价分类管理名录》，无需办理相关环境评价审核手续。

7、项目经济效益情况

本项目实施后，虽不直接产生经济效益，但可进一步提升公司品牌和产品知名度，增强公司营销管理能力，同时也为公司“年新增40万台智能化高效节能集成灶产业化示范项目”、“高端厨房配套产品生产线项目”的顺利实施提供有力辅助和保障，为公司带来潜在经济效益。

（四）募投项目所采取的环保措施及相应的资金来源和金额

与现有生产线相似，发行人募投项目抛光打磨工序也会产生粉尘颗粒，此外募投项目拟采用硅烷电泳工艺取代当前喷塑工艺，电泳工艺会产生废水以及电泳废气、烘干废气、粉尘等大气污染物。发行人募投项目主要污染环节及污染物如下：

生产工序	治理类别	处理设施
抛光打磨	大气污染	侧吸式集尘罩、风机、排气筒等

生产工序	治理类别	处理设施
硅烷电泳	水污染物	废水收集系统、废水处理系统，水污染处理完之后产生的污泥委托有资质的单位处理
	大气污染（电泳废气、烘干废气、粉尘）	通风换气装置（排风装置）、二级水喷淋塔（旋流板塔、循环水泵、循环水池、水循环管路等）

募投项目生产经营拟采取以下环保措施：

项目使用先进的设备及工艺，尽量减少污染物的产生，同时对所产生的污染物进行有效的收集处理，尽可能减少污染物的排放。

（1）废气污染物收集处理措施：对电泳、烘干废气密闭收集，采用喷淋处理后排放；打磨粉尘采用除尘器处理后排放。

（2）废水污染物收集处理措施：新建废水处理站，各类废水水质分类收集处理，确保废水可达标纳管排放。

（3）固体废弃物收集处理措施：委托有资质单位处置，确保危险废物得到有效处理。

经测算，募投项目环保投资总额 84 万元，环保资金全部来自项目募集资金。

三、募集资金运用对财务状况和经营成果的影响

（一）对财务状况的影响

1、对净资产和每股净资产的影响

本次募集资金到位后，公司的净资产和每股净资产将获得大幅增长，有助于优化公司的财务结构，提高公司的抗风险能力。

2、对资产负债率和资本结构的影响

本次募集资金到位后，将会对公司资产结构产生较大幅度的影响。公司资产规模、净资产及每股净资产都将大幅提高，降低公司资产负债率，将直接增强公司业务承接能力和运营稳定性，有利于进一步壮大公司整体实力，提高竞争力，增强抗风险能力。

3、对公司净资产收益率的影响

本次募集资金到位后，公司净资产将大幅提高，募集资金投资项目在短期内难以完

全释放效益，公司存在发行当年净资产收益率大幅下降的风险。但是随着募集资金投资项目的实施，公司净资产收益率将逐步恢复到正常的水平。

（二）对经营成果的影响

本次募集资金拟投资的项目之“营销网络建设项目”的实施将会大幅增加期间费用，但同时也会促进公司产品销售和提高市场占有率，综合来看有利于巩固和强化公司市场竞争力；另外两个项目将为公司形成年新增 40 万台集成灶以及 3 万台洗碗机及 2.5 万套橱柜的产能。

公司本次募集资金投资项目实施后，公司固定资产规模较目前将有较大幅度增加，新增固定资产折旧费用预计每年达 8,506.69 万元，由于募集资金投资项目建成达产形成经济效益需要一定时间，短期内折旧费用的增加将对公司业绩产生一定的影响。公司本次募集资金投资项目建成达产后，将提高公司集成灶、洗碗机和橱柜的生产能力，进一步完善和优化公司产品结构，可以更好的满足快速增长的市场需求，提高公司的持续盈利能力。因此若新增产能实现完全消化，可为公司每年增加销售收入约 159,500.00 万元，每年增加净利润约 26,303.47 万元，可对新增折旧形成有效消化。

因此，若本次募投项目顺利实施并达到预期效果，项目实现的盈利可以覆盖新增固定资产投资而产生的折旧费用，从而不会对公司未来经营成果产生重大影响。

第十四节 股利分配政策

一、报告期股利分配政策及实际股利分配情况

（一）公司股利分配政策

根据公司现行的《公司章程》，公司股利分配政策如下：

“第一百五十条公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10% 列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50% 以上的，可以不再提取。

“公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

“公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

“公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

“股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

“公司持有的本公司股份不参与分配利润。

“第一百五十一条公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

“法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

“第一百五十二条股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。”

（二）公司最近三年及一期公司实际股利分配情况

报告期内，本公司共进行了两次分红，具体情况如下：

根据 2017 年 9 月 8 日召开的临时股东会决议,公司以 2016 年底的滚存未分配利润向全体股东分配现金红利 5,000.00 万元;

2017 年 9 月 26 日召开临时股东会,以截至 2017 年 8 月 31 日前公司滚存的未分配利润再次向全体股东分红,分红金额为 5,600.00 万元。

公司上述利润分配符合《公司法》等法律、法规及《公司章程》的规定。

二、本次发行上市后的股利分配政策

(一) 利润分配原则

公司分配股利应坚持以下原则: 1、公司的利润分配政策保持连续性和稳定性,重视对投资者的合理投资回报,兼顾全体股东的整体利益及公司的可持续发展; 2、公司对利润分配政策的决策和论证应当充分考虑独立董事和公众投资者的意见; 3、公司按照合并报表当年实现的归属于公司股东的可分配利润的规定比例向股东分配股利; 4、公司优先采用现金分红的利润分配方式。

(二) 利润分配形式及时间间隔

公司利润分配可采取现金、股票、现金与股票相结合的方式或法律、法规允许的其他方式分配利润,分配的利润不得超过累计可分配利润的范围。具备现金分红条件的,公司优先考虑采取现金方式分配利润。公司原则上每年度进行一次现金分红,董事会可以根据公司的盈利规模、现金流状况、发展阶段及资金需求等情况提议公司进行中期现金分红。

(三) 现金分红的具体条件

1、公司该年度或半年度实现的可分配利润为正值,且现金流充裕,实施现金分红不会影响公司后续持续经营;

2、公司累计可供分配利润为正值;

3、公司审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告。

(四) 现金分红的比例

在符合现金分红的条件且公司未来十二个月内无重大资金支出发生的情况下，公司每个年度以现金方式累计分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 20%，且任意连续三年以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的 30%。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

1、公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

2、公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

3、公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

（五）发放股票股利的具体条件

公司采用股票股利进行利润分配的，应当考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。公司经营情况良好，且董事会认为公司股本规模与公司规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金分红的条件下，根据公司的累计可分配利润、公积金及现金流情况提出股票股利分配预案。

（六）利润分配的决策程序和机制

1、公司每年利润分配预案由公司董事会结合公司章程的规定、公司财务经营情况提出、拟定，并经全体董事过半数表决通过后提交股东大会批准；

2、公司在制定现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议；

3、股东大会对现金分红具体方案进行审议前，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关

心的问题；股东大会对利润分配方案进行审议时，除设置现场会议投票外，公司应为股东提供网络投票方式以方便中小股东参与表决；

4、监事会应对董事会和管理层执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督。监事会应对利润分配预案、利润分配政策的修改进行审议；

5、公司上一个会计年度实现盈利，但董事会未提出年度现金分红预案的，公司董事会应当在年度报告中披露未分配现金红利的原因及未用于分配现金红利的资金留存公司的用途，独立董事应当对此发表独立意见；

6、公司存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

（七）利润分配方案的实施

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后2个月内完成股利（或股份）的派发事项。

（八）利润分配政策的调整

若公司根据生产经营情况、投资规划、长期发展需要或因外部经营环境、自身经营状况发生较大变化，需要调整或者变更利润分配政策的，董事会应当经过详细论证后，以股东权益保护为出发点拟定利润分配调整政策。公司利润分配政策的修改由公司董事会向公司股东大会提出，并经出席股东大会的股东所持表决权的2/3以上表决通过。独立董事应当对利润分配政策的修改发表意见。调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。

（九）利润分配信息披露机制

公司应严格按照有关规定在年度报告、半年度报告中详细披露利润分配方案和现金分红政策执行情况，说明是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求，分红标准和比例是否明确和清晰，相关的决策程序和机制是否完备，独立董事是否尽职履责并发挥了应有的作用，中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到充分维护等。对现金分红政策进行调整或变更的，还要详细说明调整或变更的条件和程序是否合法、合规和透明等。

三、本次发行完成前滚存利润分配政策

根据公司 2018 年 7 月 10 日召开的第一届董事会第四次会议和 2018 年 7 月 26 日召开的 2018 年第三次临时股东大会决议，如果公司本次公开发行股票成功，则公司在本次公开发行人民币普通股（A 股）股票前实现的所有累计滚存未分配利润，由本次发行新股完成后的全体新老股东按持股比例共同享有。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露制度和投资者服务计划

为保护投资者的合法权利,加强公司信息披露工作的管理,规范公司信息披露行为,公司制订了《信息披露管理办法》,并设立董事会办公室作为公司信息披露和投资者关系的负责部门,该部门的负责人为丁寒忠先生,对外咨询电话:0575-83356233。

二、正在履行的重大合同

截至本招股意向书签署日,公司正在履行或已签署将要履行的金额在 500 万元以上,或者虽未达到以上标准,但对公司生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同内容如下:

(一) 采购合同

公司的原材料采购主要是小批量订单式采购,截至本招股意向书签署日,发行人正在履行或已签署将要履行的合同金额在 500 万元以上的采购合同如下:

序号	卖方	买方	合同标的	合同金额(万元)	签订时间
1	宁波市吉马木工机械有限公司	公司	实木、符合、板式、油漆涂装生产线	897.00	2020.2.21
2	浙江洁皇环保科技有限公司	公司	环保设备	500.00	2020.3.18

(二) 经销协议

公司与主要客户均签署年度经销协议,经销协议有效期一般为一年,通常在每年年初签署,公司与各经销商签署的年度经销协议的主要条款基本一致。鉴于相关经销协议中未明确约定合同金额,故选取 2019 年度公司前 5 大客户的 2020 年经销协议,具体如下:

序号	卖方	买方	经销区域	合同标的	合同期间
1	公司	蚌埠市乐宜家橱柜店	安徽蚌埠	集成灶等厨房电器	2020 年度
2	公司	谢家集区中易装饰建材店	安徽淮南	集成灶等厨房电器	2020 年度
3	公司	长春市鑫鑫电器经销有限公司	吉林长春	集成灶等厨房电器	2020 年度
4	公司	郑州豫鲁家用电器有限公司	河南郑州	集成灶等厨房电器	2020 年度

序号	卖方	买方	经销区域	合同标的	合同期间
5	公司	湘潭市雨湖区帅丰集成灶九华经营部	湖南湘潭	集成灶等厨房电器	2020 年度

（三）银行承兑协议

截至本招股意向书签署日，发行人正在履行或已签署将要履行的合同金额在 500 万元以上的银行承兑协议如下：

序号	出票人	承兑银行	票据金额 (万元)	起止日期	担保方式
1	公司	绍兴银行股份有限公司嵊州支行	522.43	2020.5.14- 2020.11.14	根据 09342019070181 号《保证金质押总协议》和 2020051181 号《保证金质押确认书》，由发行人以账号 2001139204000636 金额 5,224,258.90 元提供质押担保
2	公司	绍兴银行股份有限公司嵊州支行	580.27	2020.5.27- 2020.11.27	根据 09342019070181 号《保证金质押总协议》和 2020052681 号《保证金质押确认书》，由发行人以账号 2001139204000642 金额 5,802,738.47 元提供质押担保
3	公司	绍兴银行股份有限公司嵊州支行	574.19	2020.6.19- 2020.12.19	根据 09342019070181 号《保证金质押总协议》和 2020061881 号《保证金质押确认书》，由发行人以账号 2001139204000681 金额 5,741,933.41 元提供质押担保
4	公司	绍兴银行股份有限公司嵊州支行	805.37	2020.7.24- 2021.1.24	根据 09342019070181 号《保证金质押总协议》和 2020072381 号《保证金质押确认书》，由发行人以账号 2009343410013 金额 8,053,694.32 元提供质押担保

（四）广告合同

截至本招股意向书签署日，发行人正在履行或已签署将要履行的合同金额在 500 万元以上的广告合同如下：

序号	甲方	乙方	合同内容	合同金额 (万元)	合同期间
1	公司	新沂金海紫禾影视文化工作室、长兴培元影视文化工作室	甲方委托乙方为其提供产品的形象代言策划和代言创意顾问服务，包括提供并组织代言人参加拍摄及宣传活动、代言人形象策划、服务保障等	1,391.74	2018.6.20- 2021.6.19

序号	甲方	乙方	合同内容	合同金额 (万元)	合同期间
2	公司	天津舜风文化传播有限公司	乙方为甲方在爱奇艺平台发布网络视频的网络广告。	637.50	2019.08.01-2020.07.31
3	公司	杭州黑洞文化创意有限公司	数据推广合同	不少于 500.00	2020.01.01-2020.12.31
4	公司	杭州黑洞文化创意有限公司	数据推广合同	不少于 750.00	2020.01.01-2020.12.31

(五) 建设工程施工合同

截至本招股意向书签署日,发行人不存在正在履行或已签署将要履行的合同金额在500万元以上的建设工程施工合同。

三、对外担保情况

截至报告期末,公司不存在对外担保的情况。

四、诉讼及仲裁事项

发行人报告期内相关纠纷的具体情况如下:

编号	案号	基本案情与诉讼、仲裁请求	裁判结果及执行情况
1	(2016)浙0683民初3942号	发行人原员工赖洪强因工伤于2016年6月向发行人住所地人民法院提起劳动争议诉讼,要求:(1)解除双方之间的劳动关系;(2)一次性支付停工留薪期工资、各项补助金、护理费、鉴定费共计53,468.73元。	(1)裁判/调解结果:经法院调解,双方达成调解协议,解除劳动关系,并由发行人支付原告停工留薪期工资、各项补助金、护理费、鉴定费等共计48,550.00元;(2)执行情况:发行人已全额支付相关款项。
2	(2017)浙0683民初10077号	发行人原员工谢太会因工伤于2017年11月向发行人住所地人民法院提起劳动争议诉讼,要求支付停工留薪期工资、各项补助金、护理费、伙食费、鉴定费等共计50,205.35元。	(1)裁判/调解结果:经法院调解,双方达成调解协议,发行人支付停工留薪期工资、各项补助金、护理费、伙食费、鉴定费等共计41,000.00元;(2)执行情况:发行人已全额支付相关款项。
3	(2019)浙0683民初1062号	发行人原员工李代信因工伤于2019年1月向发行人住所地人民法院提起劳动争议诉讼,要求:(1)解除双方之间的劳动关系;(2)协助原告领取工伤保险费用;(3)支付停工留薪期工资、各项补助金、护理费、交通费等共计52,337.90元,以及解除劳动合同的经济补偿金6,000.00元。	(1)裁判/调解结果:经法院调解,双方达成调解协议,解除劳动关系,并由发行人支付原告一次性伤残补助金、一次性工伤医疗补助金共计45,746.32元;以及一次性支付停工留薪期工资、一次性就业补助金、护理费、交通费、经济补偿金共计45,000.00元;(2)执行情况:发行人已全额支付相关款项。
4	(2016)浙0683民初6905号	发行人原经销商杜彬因2014年度经销协议的履行及发行人依据协议单方终止经销关系存在异议,遂于2016年10月在发行人住所地人民法院提起合同纠纷诉讼。要求:(1)确认双方2015年度存在经销关系并签署了经销协议;(2)发行人按原价返还其剩余	(1)裁判/调解结果:一审法院判决原告返还相关产品,并由发行人相应返还货款125,690元;驳回原告的其余诉讼请求。该案经一审判决后,原告向绍兴市中级人民法院、浙江省高级人民法院分别提起了上诉和再审申请(案号为(2017)浙06民终1720

编号	案号	基本案情与诉讼、仲裁请求	裁判结果及执行情况
		产品的货款及相关费用,包括运输费、搬运费;(3)发行人承担本案诉讼费用及杜彬因诉讼产生的差旅费、误工费及相关费用。	号、(2017)浙民申2301号),经法院二审及再审,均作出了维持原一审判决和裁定。(2)执行情况:发行人已全额支付相关款项。
	(2016)黑02民初86号	原告帅丰电器因被告龙沙区二轻市场地丰散热器商店侵害发行人商标,遂于2016年7月向齐齐哈尔市中级人民法院提起诉讼。要求:(1)立即停止侵害第6069102号、第1920189号、第9997839号注册商标专用权的行为;(2)立即停止在其商店门头使用“帅丰集成灶”进行经营的行为;(3)立即停止在店内使用带有帅丰商标的其他宣传物或资料;(4)赔偿发行人经济损失5万元;(5)案件受理费由被告负担。	(1)裁判/调解结果:一审驳回发行人的诉讼请求。该案经一审判决后,发行人向黑龙江省高级人民法院提起上诉(案号为(2017)黑民终59号),二审判决①撤销一审判决;②被告立即停止在其商店门头、外墙壁等处使用发行人商标进行经营的行为;③被告赔偿原告损失10,000元。经二审判决后,被告不服,向最高人民法院提起再审,最高院驳回其再审申请。(2)执行情况:被告未再使用发行人注册商标从事经营活动。
5	(2017)浙0683民初558号	原告帅丰有限因被告刘田、张小杭、浙江美大节能电器销售有限公司、钟传良、储正东、常运龙、刘素娟、黄波参与指示、制作、传播虚假视频,侵害了公司的商业信誉与商品声誉,故向法院起诉,要求:(1)被告在全国性媒体及互联网上公开声明相关视频系捏造、散布的虚假视频,并公开向原告帅丰有限赔礼道歉;(2)被告共同赔偿原告帅丰有限经济损失154.04万元。	裁判/调解结果:根据(2015)绍嵊刑初字第19号《刑事判决书》及发行人说明,被告刘田、张小杭因犯损害商业信誉罪,已被法院分别判处有期徒刑并处以相应罚金,因此发行人不再提起民事诉讼。

(1)案号为(2016)浙0683民初3942号、(2017)浙0683民初10077号、(2019)浙0683民初1062号为因劳动争议诉讼,系由发行人前员工在发生工伤后提起。截至招股意向书签署日,前述案件均已根据调解协议履行完毕,不存在争议或潜在争议。

(2)案号为(2016)浙0683民初6905号属于发行人与经销商的合同纠纷诉讼,截至本招股意向书签署日,发行人也已根据法院判决履行完毕应当履行的付款义务。同时,鉴于该案件发生时,双方终止了经销关系,发行人出于保护自身注册商标向龙沙区二轻市场地丰散热器商店(经营者为杜彬)提起民事诉讼(案号(2016)黑02民初86号),要求其停止使用帅丰有限注册商标作为其门店装饰进行经营。经该经销商住所地黑龙江省齐齐哈尔市中级人民法院、黑龙江省高级人民法院及最高人民法院的判决与再审裁定,其原经销商在商店门头、外墙壁等使用发行人注册商标的行为构成侵权并要求停止该等侵权行为。目前该被告未再使用发行人注册商标从事经营活动。

(3)案号为(2017)浙0683民初558号案件,系发行人被第三方损害商业信誉而提起的诉讼,因案件主要人员犯损害商业信誉罪,已被法院分别判处有期徒刑并处以相应罚金,因此发行人认为其已经达到维护自身声誉的目的,故不再提起民事诉讼。

发行人报告期内存在的上述纠纷事项所涉金额较小,均已通过正常法律途径解决或

已撤诉，未对公司持续经营造成不利影响，亦不会导致发行人未来的生产经营存在风险或潜在风险，因此不属于重大诉讼或仲裁。

截至本招股意向书签署日，公司及控股子公司，控股股东帅丰投资，实际控制人邵于佶、商若云、邵贤庆，及公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

五、涉及刑事诉讼的情况

截至报告期末，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员没有涉及刑事诉讼的情况。

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺招股意向书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

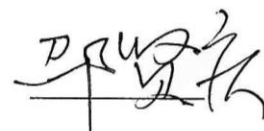
全体董事签名：



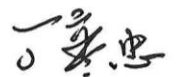
商若云



邵于信



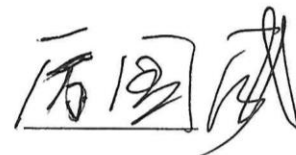
邵贤庆



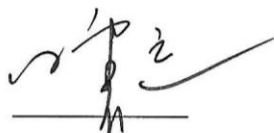
丁寒忠



俞毅



厉国威



冯震远

浙江帅丰电器股份有限公司

2020年9月15日



一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺招股意向书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

全体监事签名：



李波



朱益峰



徐锦

全体高级管理人员签名：



邵于佶



邵贤庆



丁寒忠

浙江帅丰电器股份有限公司

2020年9月15日



保荐机构（主承销商）声明

本公司已对招股意向书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

本人已认真阅读浙江帅丰电器股份有限公司招股意向书的全部内容，确认招股意向书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股意向书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

项目协办人： 柳志强
柳志强

保荐代表人： 孙婕 郑文英
孙婕 郑文英

总经理： 邓舸
邓舸

法定代表人： 何如
何如



国信证券股份有限公司

2020年9月15日

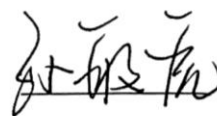
三、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读浙江帅丰电器股份有限公司首次公开发行股票并上市招股意向书及其摘要，确认招股意向书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股意向书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股意向书及其摘要不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对招股意向书及其摘要引用法律意见书和律师工作报告的内容的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办律师：

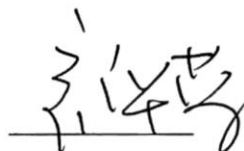


王侃



孙敏虎

律师事务所负责人：



颜华荣

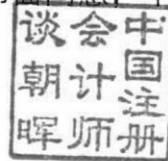


审计机构声明

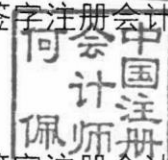
本所及签字注册会计师已阅读《浙江帅丰电器股份有限公司首次公开发行股票招股意向书》(“招股意向书”)及其摘要,确认招股意向书及其摘要中引用的经审计的财务报表、经审核的内部控制评估报告、非经常性损益明细表的内容,与本所出具的审计报告(报告编号:安永华明(2020)审字第61444050_B02号)、内部控制审核报告(报告编号:安永华明(2020)专字第61444050_B05号)及非经常性损益明细表的专项说明(专项说明编号:安永华明(2020)专字第61444050_B06号)的内容无矛盾之处。

本所及签字注册会计师对浙江帅丰电器股份有限公司在招股意向书及其摘要中引用的本所出具的上述报告和专项说明的内容无异议,确认招股意向书不致因完整准确地引用本所出具的上述报告和专项说明而在相应部分出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对本所出具的上述报告和专项说明的真实性、准确性和完整性根据有关法律法规的规定承担相应的法律责任。

本声明仅供浙江帅丰电器股份有限公司本次向中国证券监督管理委员会申请首次公开发行A股股票使用;未经本所书面同意,不得作其他用途使用。



签字注册会计师



签字注册会计师

会计师事务所负责人

谈朝晖

何佩

毛鞍宁



安永华明会计师事务所(特殊普通合伙)

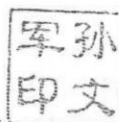
2020年9月11日

验资机构声明

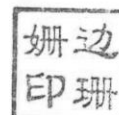
本所及签字注册会计师已阅读《浙江帅丰电器股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股意向书》（以下简称招股意向书）及其摘要，确认招股意向书及其摘要与本所出具的《验资报告》（天健验（2017）544 号和天健验（2018）206 号）的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对浙江帅丰电器股份有限公司在招股意向书及其摘要中引用的上述报告的内容无异议，确认招股意向书及其摘要不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：


孙文军

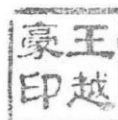



边珊珊



天健会计师事务所负责人：


王越豪



天健会计师事务所（特殊普通合伙）

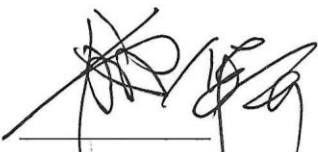
二〇一八年九月十五日

资产评估机构声明

本公司及签名资产评估师已阅读《浙江帅丰电器股份有限公司首次公开发行股票招股意向书》（以下简称招股意向书）及其摘要，确认招股意向书及其摘要与本公司出具的《资产评估报告》（坤元评报（2016）417 号和坤元评报（2017）697 号）的内容无矛盾之处。本公司及签名资产评估师对浙江帅丰电器股份有限公司在招股意向书及其摘要中引用的上述资产评估报告的内容无异议，确认招股意向书及其摘要不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签名资产评估师：

 王传军 陈晓南 应丽云

公司负责人：

 俞华开

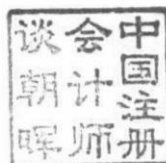


验资复核机构声明

本所及签字注册会计师已阅读浙江帅丰电器股份有限公司首次公开发行股票招股意向书（“招股意向书”）及其摘要，确认招股意向书及其摘要中引用的验资复核报告与本所出具的验资复核报告（报告编号：安永华明（2019）专字第61444050_B05号）的内容无矛盾之处。

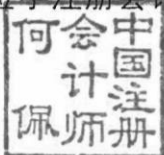
本所及签字注册会计师对浙江帅丰电器股份有限公司在招股意向书及其摘要中引用的本所出具的验资复核报告的内容无异议，确认招股意向书不致因完整地引用本所出具的上述验资复核报告而在相应部分出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对本所出具的上述验资复核报告的真实性和完整性根据有关法律法规的规定承担相应的法律责任。

本声明仅供浙江帅丰电器股份有限公司本次向中国证券监督管理委员会申请首次公开发行人民币普通股（A股）股票使用；未经本所书面同意，不得作其他用途使用。



签字注册会计师

谈朝晖



签字注册会计师

何佩

会计师事务所负责人

毛鞍宁



安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）

2020年9月15日

第十七节 备查文件

一、招股意向书备查文件

- 1、发行保荐书及发行保荐工作报告；
- 2、财务报表及审计报告；
- 3、内部控制审核报告；
- 4、经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- 5、法律意见书及律师工作报告；
- 6、公司章程（草案）；
- 7、中国证监会核准本次发行的文件；
- 8、其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅时间和查阅地点

1、发行人：浙江帅丰电器股份有限公司

查阅时间：发行期间每周一至周五上午 8:30~11:30、下午 13:00~17:00

查阅地点：浙江省绍兴市嵊州市经济开发区城东区

联系人：丁寒忠

联系电话：0575-83356233

2、保荐机构（主承销商）：国信证券股份有限公司

查阅时间：发行期间每周一至周五上午 8:30~11:30、下午 13:00~17:00

查阅地点：上海市浦东新区民生路 1199 弄证大五道口广场一号楼 15 层

联系人：孙婕、郑文英

联系电话：021-60933128