



福建恒而达新材料股份有限公司

与

华泰联合证券有限责任公司

关于

《关于福建恒而达新材料股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文
件的审核问询函》的回复

保荐机构（主承销商）



二〇二〇年九月

深圳证券交易所：

贵所于2020年7月26日出具的《关于福建恒而达新材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》（审核函〔2020〕010166号）（以下简称“审核问询”）已收悉。福建恒而达新材料股份有限公司（以下简称“恒而达”、“发行人”或“公司”）与华泰联合证券有限责任公司（以下简称“华泰联合证券”、“保荐机构”或“保荐人”）、福建至理律师事务所（以下简称“至理所”或“发行人律师”）、容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“容诚所”或“申报会计师”）等相关方对审核问询函所列问题进行了逐项核查，现回复如下，请予审核。

本问询回复中所使用的术语、名称、简称，除特别说明者外，与其在招股说明书中的含义相同。

本回复报告的字体说明：

审核问询所列问题	黑体、加粗
对问题的回答	宋体
对招股说明书的修改及引用	楷体、加粗

目 录

1.关于经销模式	3
2.关于关联方及关联交易	69
3.关于收入	94
4.关于成本及供应商	145
5.关于毛利率	155
6.关于期间费用	189
7.关于应收账款	202
8.关于存货	220
9.关于在建工程	226
10.关于股份支付	247
11.关于资产完整性.....	251
12.关于疫情影响	255
13.关于股份锁定期承诺	267

1.关于经销模式

根据申报材料，发行人的销售模式以经销为主、直销为辅。经销模式销售收入占比达 95%以上，且未披露终端客户具体情况。报告期内，部分前五大经销商客户报告期期末库存数量占当期采购数量比例较高；其中，东莞市宁特模具有限公司 2017 年末达 20.24%，佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司达 31.38%。

请发行人补充披露：

(1) 同行业可比上市公司采用经销商模式的情况，发行人通过经销商模式实现的销售比例和毛利与同行业可比公司的差异情况及合理性。结合同行业可比公司情况，补充披露发行人销售模式以经销为主是否符合行业惯例。

(2) 经销模式下经销商终端客户的具体情况，包括但不限于单位名称、设立时间、主营业务、经营规模、采购自发行人的主要产品、采购金额及占比；经销商及其终端客户与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员是否存在关联关系或其他未披露的利益安排；发行人的经销商分级政策、报告期经销商分级具体情况，下游是否为终端用户，对不同经销商的定价政策是否存在差异；如是，分析差异原因、合理性。

(3) 经销商是否仅销售发行人产品，经销商对发行人产品的终端销售及期末存货情况，前五大经销商中部分经销商报告期期末库存数量占当期采购数量比例较高的原因及合理性。

(4) 按产品类别补充披露报告期经销商新增及退出的经销商的地域、分布、家数，发行人对增加和减少的经销商的销售数量、单价及销售收入，发行人持续存在业务往来的经销商数量及对其销售数量、单价和收入情况；按照销售规模分类说明前述各类经销商的数量、销售收入合计情况。

(5) 发行人经销商是否存在个人、个体工商户等非法人主体，经销商回款是否存在现金及第三方回款；如是，披露对个人经销商的销售金额及占比情况，发行人对现金销售及个人经销商销售相关内部控制措施运行的有效性。

请保荐人和申报会计师核查并发表明确意见，并对以下事项予以重点说明：

(1) 向经销商销售的真实性与销售价格的公允性。

(2) 经销商的最终销售实现情况（经销商下游的核查情况）。

(3) 经销模式下报告期内成立或新增的主要客户的基本情况、报告期内新成立客户销售发行人产品能力的情况及对前述客户销售的真实性，报告期经销商退出的原因及对发行人的影响。

(4) 对发行人报告期内新增和退出经销商的核查情况，包括主要经销商的库存情况、所销售商品的大致去向；对经销商收入确认所采取的审计程序，并说明审计程序是否充分。

(5) 经销商是否为发行人的离职或现任员工；发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员或发行人股东与主要客户是否存在关联关系或其他利益约定，是否存在通过经销商不合理转移成本费用或利润的情形，详细说明具体的核查工作（包括但不限于核查人员、核查时间、核查范围、核查手段及核查结论），前述核查工作是否支持相关核查结论。

回复：





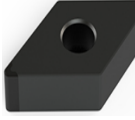
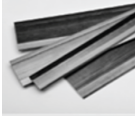
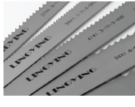
一、同行业可比上市公司采用经销商模式的情况，发行人通过经销商模式实现的销售比例和毛利与同行业可比公司的差异情况及合理性。结合同行业可比公司情况，补充披露发行人销售模式以经销为主是否符合行业惯例

(一) 同行业可比上市公司采用经销商模式的情况

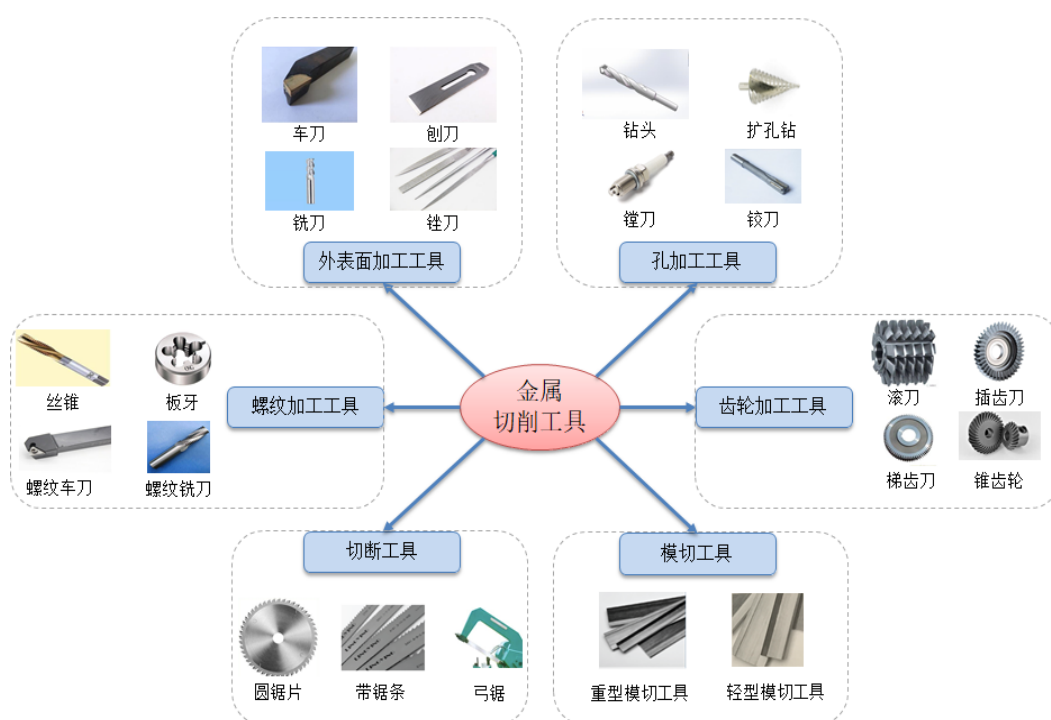
1、发行人不存在同行业可比上市公司

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“二、发行人所处行业的基本情况和竞争状况”之“（五）发行人与同行业可比公司的比较”中补充披露如下：

根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012年修订），发行人所从事的模切工具、锯切工具、裁切工具等金属切削工具的研发、生产和销售业务属于“C33 金属制品业”。发行人与金属制品业主要上市公司在主要产品、所使用的主要原材料、产品特点、切削对象、应用领域和终端客户类型、销售模式的比较情况如下：

证券代码	证券简称	主要产品	核心产品图	主要原材料	产品特点	切削对象	应用领域和终端客户类型	销售模式
002026.SZ	山东威达	世界钻夹行业龙头企业，主要产品为钻夹头产品、电动工具产品、智能制造系统集成及装备、粉末冶金件、锯片、机床		易切削钢	定制化产品为主	用于切割、加工各种石材、木材和金属材料等	终端客户为 TTI 公司、BOSCH 公司、百得公司等著名国际电动工具厂商	直销为主
300488.SZ	恒锋工具	精密复杂刃量具（拉削刀具、冷挤压成型刀具、花键量具量仪、切齿刀）和精密高效刀具（高效钻铣刀具、高效钢板钻）		高速钢、硬质合金	定制化产品为主	主要用于精密成型金属零件的加工	终端客户为上海汽车、一汽大众、上海大众等大型汽车精密零部件生产厂家	直销为主
002282.SZ	博深股份	金刚石工具，包含金刚石圆锯片、金刚石工程薄壁钻头、金刚石磨盘、金刚石软磨片		金刚石、钢材和金属粉末	标准化产品为主	用于非金属材料如各种实木，刨花板、密度板、胶合板等人造板材及铝合金等材料的切割	终端客户主要为建筑公司、装修公司、市政工程公司、路桥公司、石材及陶瓷加工企业、木材加工企业及家具生产商	经销为主
002843.SZ	泰嘉股份	中国最大的双金属带锯条生产企业，双金属带锯条产品占营业收入比重达 95%以上		冷轧合金钢带、高速钢丝	标准化产品为主	用于切割直径较大的块状、圆柱状金属材料	终端客户为机械加工、汽车零部件、钢铁冶金、模具加工、大型锻造等行业的生产企业	经销为主
688028.SH	沃尔德	超硬刀具（钻石刀轮、铰刀、铣刀及数控刀片）和超硬材料制品（超硬复合片、拉丝模芯等）		PCD 复合片、PCBN 复合片等	定制化产品为主	消费电子触摸屏、显示屏、汽车动力系统、传动系统和制动系统核心部件的切削	终端客户为卡特彼勒、LG、京东方、友达光电等显示屏生产企业及奔驰、奥迪、宝马等汽车厂商的核心部件供应商	直销为主
-	发行人	重型模切工具（销售收入占比超过 60%），中国最大的重型模切工具生产企业		热轧钢卷	标准化产品为主	鞋服箱包、汽车内饰件、玩具、工艺品等领域的皮革、多层织物的模切	终端客户为数量众多的刀模厂和少量大型鞋服箱包厂	经销为主
		双金属带锯条（销售收入占比 30%左右）		冷轧合金钢带、高速钢丝	标准化产品为主	用于切割直径较大的块状、圆柱状金属材料	终端客户为机械加工、汽车零部件、钢铁冶金、模具加工、大型锻造等行业的生产企业	经销为主

金属切削工具是实现机床功能的核心部件，应用范围较广，类别繁多，按工件加工表面的形式大约可分为外表面加工工具（包括车刀、刨刀、铣刀、外表面拉刀和锉刀等）、孔加工工具（包括钻头、扩孔钻、镗刀、铰刀和内表面拉刀等）、螺纹加工工具（包含丝锥、板牙、自动开合螺纹切头、螺纹车刀和螺纹铣刀等）、齿轮加工工具（包括滚刀、插齿刀、剃齿刀和锥齿轮加工刀具等）、切断工具（包括镶齿圆锯片、带锯、弓锯、切断车刀和锯片铣刀等）和模切工具（包括用于皮革、织物等模切的重型模切工具和用于纸盒、纸箱、商标、不干胶、电路板等模切的轻型模切工具）等六大类别，各类别代表性产品示意图如下：



不同类别的切削工具在主要原材料、产品特点、切削对象、应用领域和终端客户类型、销售模式等方面均存在较大差异，其中切削对象、应用领域和终端客户类型的不同将直接导致不同类别的切削工具生产企业所面临的经营环境、下游应用需求、经营模式、技术特点、产品结构和盈利水平等方面具有较为明显的差异，该等差异将使得不同类别的切削工具生产企业在销售模式、盈利能力、资产状况等方面的可比性较弱。

发行人的主要产品为重型模切工具和双金属带锯条，采用以经销为主、直销为辅的销售模式。其中，重型模切工具系发行人主导产品，主要用于鞋服箱包、汽车内饰件、玩具、工艺品等应用领域的皮革、多层织物等切割对象的模

切。发行人重型模切工具最近三年销售收入占比分别为 64.18%、61.98%和 60.72%，销售毛利占比分别为 63.95%、59.37%和 60.32%。据国家原轻工业部（现中国轻工业联合会）批准设立、我国唯一的全国性轻工机械行业社团组织——中国轻工机械协会对规模以上重型模切工具生产企业的统计，2016 年、2017 年、2018 年，重型模切工具的全球市场规模分别为 12,729.03 万米、12,740.54 万米、12,984.21 万米，发行人的全球市场份额分别为 31%、37%、38%，稳居全球首位；全国市场规模分别为 9,624.39 万米、9,620.41 万米、9,488.46 万米，发行人的全国市场份额分别为 41%、49%、52%，亦稳居全国首位。

除发行人外，重型模切工具的主要生产企业还有瑞典山特维克集团、奥地利奥钢联集团、日本塚谷刃物制作所、宏树企业股份有限公司、上海信鹏印刷器材有限公司等。其中，瑞典山特维克集团是一家全球化的工程集团，业务覆盖矿山和岩石开挖、金属切削与材料科技，于瑞典斯德哥尔摩证券交易所上市（SAND.ST），重型模切工具仅系其占比较低的细分产品，未有对应的分部财务数据；奥地利奥钢联集团是全球著名的钢铁冶炼企业，于奥地利维也纳证券交易所上市（VOE.VI），重型模切工具仅系其占比较低的细分产品，未有对应的分部财务数据；日本塚谷刃物制作所是一家位于日本大阪的企业，从事三大业务，其中一个业务为生产可用于纸或纸板箱模切的金属切削工具，尚未上市，未披露财务数据；宏树企业股份有限公司是一家位于中国台湾的企业，从事碳钢销售、钢带热处理服务、生产印刷包装用汤姆逊刀（即模切工具），尚未上市，未披露财务数据；上海信鹏印刷器材有限公司是一家位于中国上海的企业，主营业务分为模切刀（即轻型模切工具）、刀模钢（即重型模切工具）及热处理三大领域，尚未上市，未披露财务数据。

双金属带锯条系发行人第二大产品，可用于切割各种钢材和有色金属，被广泛应用于装备制造、建筑建材、汽车、电子信息等行业金属材料切削领域。发行人双金属带锯条最近三年销售收入占比为 31.10%、30.75%、33.74%，销售毛利占比分别为 34.84%、39.36%、37.87%。据双金属带锯条龙头企业泰嘉股份招股说明书，2013 年全国双金属带锯条的市场规模为 5,000.00 万米，按泰嘉股份 2013 年至 2019 年销售的年均复合增长率 10.43%测算，2019 年全国双金属带锯条的市场规模约为 9,067.60 万米，发行人的市场份额为 7.23%，发行人为国内双金属带锯条的主要生产企业之一。

除发行人外，双金属带锯条的主要生产企业还有美国施泰力公司、日本天田株式会社、日本兼房株式会社、日本天龙制锯株式会社、湖南泰嘉新材料科技股份有限公司、本溪工具股份有限公司等。其中，美国施泰力公司是一家位于美国马萨诸塞州阿塞市的企业，从事精密工具、量仪和仪器，以及锯和手工工具的生产及销售业务，于美国纽约证券交易所上市（SCX.NY），双金属带锯条仅系其占比较低的细分产品，未有对应的分部财务数据；日本天田株式会社是一家位于日本伊势原市的企业，主要产品包括数控冲床、折弯机、剪板机、激光切割机等钣金加工机械，以及相应的模具、备件、切削产品，1994年在江苏省连云港市成立天田连云港机械有限公司生产带锯床和带锯条，日本天田株式会社尚未上市，未披露财务数据；日本兼房株式会社是一家位于日本名古屋市的企業，主要产品为各类型圆锯片、指接刀、钢铁用冷锯及相关精密研磨工具，锯片加工范围包括木材、造纸、亚克力、钢铁等各种材料，2002年9月在中国成立昆山兼房高科技刀具有限公司，日本兼房株式会社尚未上市，未披露财务数据；日本天龙制锯株式会社是一家位于日本袋井市的企业，在日本率先开展圆锯片制造业务，产品包括电动工具用圆锯片、硬质合金锯片、金刚石锯片、带锯条相关机械及配件等，1994年7月在中国河北省廊坊成立天龙制锯（中国）有限公司，日本天龙制锯株式会社尚未上市，未披露财务数据；湖南泰嘉新材料科技股份有限公司是一家位于中国长沙的企业，于深圳证券交易所上市（002843.SZ），其主要从事双金属带锯条的生产和销售业务，披露的相关数据可与发行人双金属带锯条的相关数据进行比较；本溪工具股份有限公司是一家位于中国本溪的企业，主要产品为双金属带锯条、复合钢带、高精度硬质合金带锯条，尚未上市，未披露财务数据。

综上，目前不存在与重型模切工具切割对象、应用领域和终端客户类型相同或类似的A股上市公司，亦不存在以重型模切工具为主要产品的境外上市公司，因此发行人不存在同行业可比上市公司，无法对经营情况、市场地位、技术实力、衡量核心竞争力的关键业务数据、指标等方面与同行业可比公司进行比较。”

2、金属制品业主要上市公司采用经销商模式的情况

金属制品业主要上市公司的产品特点分析可知，以标准化产品为主的金属制

品业上市公司一般采用经销为主的销售模式，以定制化产品为主的金属制品业上市公司一般采用直销为主的销售模式。发行人的主要产品重型模切工具和双金属带锯条均为标准化产品，且属于工业耗材，终端客户具有数量较多、集中度低、区域分散的特点，采用经销商为主的销售模式可以简化发行人销售管理，使得发行人可以将管理重心放在产品研发和经销商开发上，同时能够充分发挥经销商覆盖面广、贴近当地终端客户的优势，通过经销商实现终端客户的开拓和终端市场的精耕细作，符合行业惯例。

就上述事项，发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（三）主要经营模式”之“4、销售模式”中补充披露如下：

“（13）与金属制品业主要上市公司销售模式的比较情况

①金属制品业主要上市公司采用经销商模式的情况

根据对金属制品业主要上市公司山东威达（002026.SZ）、恒锋工具（300488.SZ）、博深股份（002282.SZ）、泰嘉股份（002843.SZ）、沃尔德（688028.SH）的产品特点进行分析，以标准化产品为主的金属制品业上市公司一般采用经销为主的销售模式，以定制化产品为主的金属制品业上市公司一般采用直销为主的销售模式。发行人的主要产品重型模切工具和双金属带锯条均为标准化产品，且属于工业耗材，终端客户具有数量较多、集中度低、区域分散的特点，采用经销商为主的销售模式可以简化发行人销售管理，使得发行人可以将管理重心放在产品研发和经销商开发上，同时能够充分发挥经销商覆盖面广、贴近当地终端客户的优势，通过经销商实现终端客户的开拓和终端市场的精耕细作，符合行业惯例。”

（二）发行人通过经销商模式实现的销售比例和毛利与同行业可比公司的差异情况及合理性

发行人与金属制品业主要上市公司的经销模式收入占比和经销模式毛利率如下：

证券代码	证券简称	销售模式	经销模式收入占比 (注 1)	主要产品经销模式毛利率 (注 2)
002026.SZ	山东威达	直销为主	未披露	近三年年报及 2020 年半年报未披露
300488.SZ	恒锋工具	直销为主	25.85% (2014 年)	近三年年报及 2020 年半年报未披露
002282.SZ	博深股份	经销为主	未披露	近三年年报及 2020 年半年报未披露
002843.SZ	泰嘉股份	经销为主	96.29% (2015 年)	双金属带锯条 37.27% (2019 年)
688028.SH	沃尔德	直销为主	36.11% (2018 年)	精密刀具 47.04% (2018 年)
发行人		经销为主	97.01% (2019 年)	重型模切工具 27.39% (2019 年) 双金属带锯条 31.15% (2019 年)

注 1：经销模式收入占比按上市公司最近一次公开披露的数据列示；

注 2：经销模式毛利率按报告期最近一次披露的数据列示，其中沃尔德精密刀具经销毛利率系根据《关于北京沃尔德金刚石工具股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的审核问询函回复》问题 16 之回复的超高精密刀具和高精密刀具的毛利率及其收入比重计算加权平均经销毛利率所得。

通过经销商模式实现的销售比例主要与产品特点及产品结构有关，发行人与泰嘉股份、博深股份以标准化产品和经销模式为主，经销收入占比与泰嘉股份最近一次公开披露的数据较为相近，与另外三家以定制化产品和直销模式为主的上市公司经销收入占比存在差异，具有合理性。

发行人与所属行业金属制品业主要上市公司所使用的主要原材料、产品特点、切削对象、应用领域和终端客户类型、销售模式和产品结构等方面均存在较大差异，其中切削对象、应用领域和终端客户类型的不同将直接导致不同类别的切削工具生产企业所面临的经营环境、下游应用需求、经营模式、技术特点、产品结构和盈利水平等方面具有较为明显的差异，该等差异将使得不同类别的切削工具产品毛利率的可比性较弱。山东威达、恒锋工具和博深股份报告期内年报未披露经销模式毛利率而无法与发行人比较；发行人通过经销模式销售的产品毛利率低于沃尔德，主要系不同产品通过经销商模式实现的毛利率不具有可比性；发行人通过经销模式销售的双金属带锯条毛利率低于泰嘉股份，与发行人双金属带锯条产品的发展阶段、市场地位、市场定价和服务策略有关，具体分析详见本问询函问题 5 之四，具有合理性。

就上述事项，发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人主

营业务、主要产品或服务的情况”之“(三)主要经营模式”之“4、销售模式”之“(13)与金属制品业主要上市公司销售模式的比较情况”中补充披露如下：

“②发行人通过经销商模式实现的销售比例和毛利与金属制品业主要上市公司的差异情况及合理性

通过经销商模式实现的销售比例主要与产品特点及产品结构有关，泰嘉股份、博深股份以标准化产品和经销模式为主，经销收入占比与泰嘉股份较为相近，与以定制化产品和直销模式为主的上市公司经销收入占比存在差异，具有合理性。

发行人与所属行业金属制品业主要上市公司所使用的主要原材料、产品特点、切削对象、应用领域和终端客户类型、销售模式和产品结构等方面均存在较大差异，其中切削对象、应用领域和终端客户类型的不同将直接导致不同类别的切削工具生产企业所面临的经营环境、下游应用需求、经营模式、技术特点、产品结构和盈利水平等方面具有较为明显的差异，该等差异将使得不同类别的切削工具产品毛利率的可比性较弱。山东威达、恒锋工具和博深股份报告期内年报未披露经销模式毛利率而无法与发行人比较；发行人通过经销模式销售的产品毛利率低于沃尔德，主要系不同产品通过经销商模式实现的毛利率不具有可比性；发行人通过经销模式销售的双金属带锯条毛利率低于泰嘉股份，与发行人双金属带锯条产品的发展阶段、市场地位、市场定价和服务策略有关，具有合理性。”

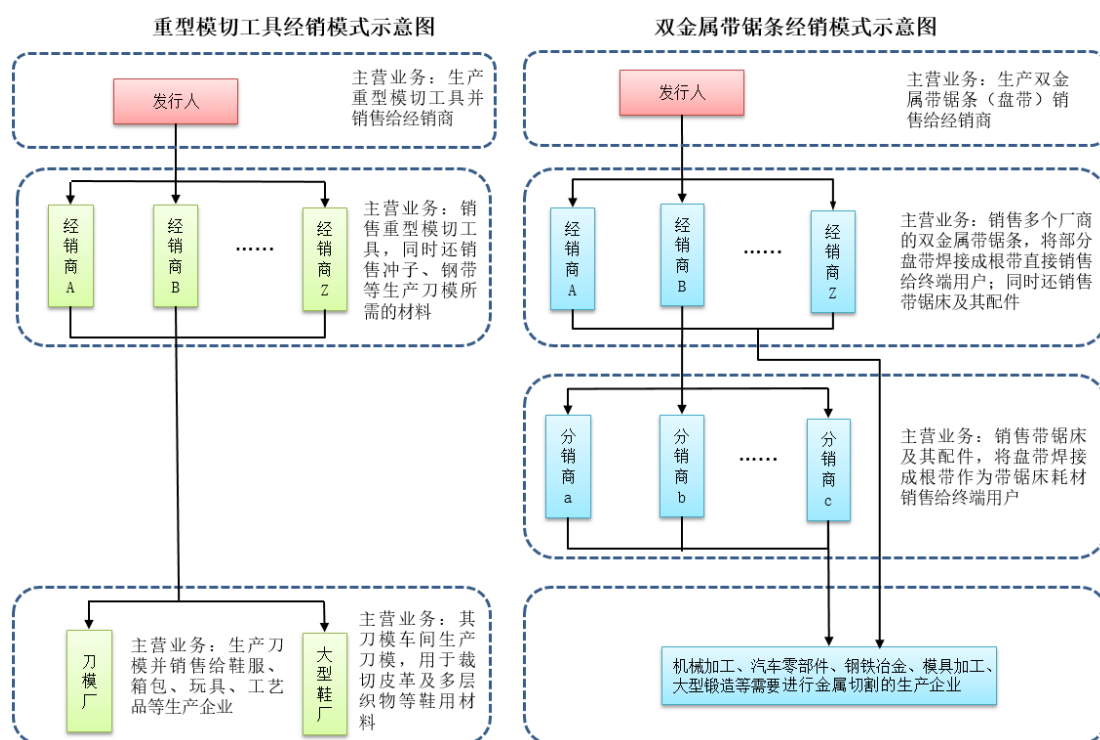
二、经销模式下经销商终端客户的具体情况，包括但不限于单位名称、设立时间、主营业务、经营规模、采购自发行人的主要产品、采购金额及占比；经销商及其终端客户与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员是否存在关联关系或其他未披露的利益安排；发行人的经销商分级政策、报告期经销商分级具体情况，下游是否为终端用户，对不同经销商的定价政策是否存在差异；如是，分析差异原因、合理性

(一) 经销模式下经销商终端客户的具体情况，包括但不限于单位名称、设立时间、主营业务、经营规模、采购自发行人的主要产品、采购金额及占比

发行人的产品主要为模切工具、锯切工具、裁切工具等金属切削工具，下游用户覆盖较为广泛，包括为轻工、装备制造、建筑建材、汽车、电子信息等国民

经济基础性产业提供材料与机械加工的各类厂商，该等厂商具有数量多、规模较小的特点，市场集中度较低、区域分散。其中，主要产品重型模切工具终端客户为数量众多的刀模厂和少量设立了刀模车间的大型鞋服箱包厂，大多数刀模厂为个体工商户或未在工商登记的个人；主要产品双金属带锯条的终端客户为机械加工、钢铁冶金、模具加工、大型锻造等行业的生产企业。同时，金属切削工具属于制造业中机械加工的配套耗材，其直接成本在机械加工中通常占总成本的比重较小，导致单一终端客户采购规模一般较小。因此，发行人的产品终端客户具有数量众多、集中度低、区域分散的特点，该等特点与发行人产品的下游用户范围、市场集中度、产品特点相关，具有合理性。

发行人主要产品重型模切工具和双金属带锯条的经销模式如下图所示：



发行人的销售模式为买断式经销，发行人销售给经销商即实现销售。发行人的经销商并非发行人产品的专营商，通常综合经营多种品类和多个厂家的产品，其中重型模切工具的经销商除了主要销售发行人的重型模切工具外，还销售部分其他厂家的重型模切工具和下游刀模厂加工制作刀模所需的冲子、钢条等配件；双金属带锯条的经销商和分销商除销售发行人的双金属带锯条外，一般还销售包括进口和国产在内的多个厂商生产的双金属带锯条以及带锯床、各类锯床零配件，同时提供将盘带焊接成根带的业务。

发行人的经销商依靠自身的资源和能力发展分销商和开拓终端客户，自主开展市场推广活动，因此经销商的下游客户为经销商的客户资源和商业秘密，是经销商的核心竞争力所在，除了响应必要的终端客户技术支持、质量反馈、产品评价和用户需求市场调研外，发行人一般不与经销商的下游分销商及终端客户建立直接联系。

经过发行人经销商与其分销商及其终端客户多轮沟通，中介机构对发行人经销商的分销商及其终端客户开展了实地走访、现场访谈时获取了以下经销商终端客户信息。

最近三年，发行人前 5 大经销商共涉及 7 家经销商（同一控制下口径，实际为 9 家经销商），其部分终端客户或分销商具体情况如下：

1、经销商佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司和东莞市三海五金模具有限公司的主要终端客户

(1) 佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司的部分终端用户（采购重型模切工具）

序号	终端客户名称	设立时间	主营业务	经营规模	采购发行人产品金额	采购占比
1	奇利刀模厂	2013 年	刀模加工、销售	80 万元	30 万元	70%-80%
2	泰华刀模厂	2007 年	刀模加工、销售	47 万元	10 万元	70%-80%
3	精峰刀模厂	2013 年	刀模加工、销售	55 万元	13 万元	70%
4	福兴刀模厂	2009 年	刀模加工、销售	36 万元	10 万元	70%
5	肥仔刀模厂	2015 年	刀模加工、销售	15-20 万元	4-5 万元	75%

注 1：除非特别说明，经营规模为发行人经销商终端客户的总体销售收入，下同；经销商的不同终端客户经营的产品种类和规模存在差异，导致经营规模和采购发行人产品金额存在一定差异；

注 2：采购发行人采购占比为终端客户向经销商采购发行人产品的金额占其总采购金额的比重，下同；重型模切工具终端客户因刀模产品结构不同，所使用的重型模切工具、冲子、钢带等比重不同，导致采购占比存在一定差异；双金属带锯条终端客户所经营各厂商产品的比重不同，导致采购占比存在一定差异；

注 3：除非特别说明，表中经营规模、采购规模和采购占比均为发行人终端客户 2019 年数据，下同。

(2) 东莞市三海五金模具有限公司的部分终端用户（采购重型模切工具）

序号	终端客户名称	设立时间	主营业务	经营规模	采购发行人产品金额	采购占比
1	诚盾刀模厂	2012 年	刀模加工、销售	270 万元	45 万元	70%

序号	终端客户名称	设立时间	主营业务	经营规模	采购发行人产品金额	采购占比
2	东莞市鸿利达五金刀模厂	2000年	刀模加工、销售	40万元	10万元左右	70%
3	利成刀模厂	1998年	刀模加工、销售	30-40万元	10万元左右	80%
4	力威刀模厂	2005年	刀模加工、销售	120万元左右	20万元左右	70%
5	全盛刀模厂	2007年	刀模加工、销售	70-80万元	10万元左右	70%

2、晋江南泰刀模材料贸易有限公司的部分终端用户（采购重型模切工具）

序号	终端客户名称	设立时间	主营业务	经营规模	采购发行人产品金额	采购占比
1	晋江市陈埭利阳刀模厂	2015年	制造:刀模	130万元	30万元	90%
2	大远冲刀厂	2000年	刀模加工生产	80-90万元	30万元	80-90%
3	晋江市新塘创新模具厂	2017年	冲刀模具加工	50-60万元	22万元	80-90%
4	恒信刀模厂	2005年	刀模加工生产	70万元	20万元	90%
5	金星刀模厂	2008年	刀模加工生产	70-80万元	20多万元	80%

3、泉州市高力高贸易有限公司的部分终端用户（采购重型模切工具）

序号	终端客户名称	设立时间	主营业务	经营规模	采购发行人产品金额	采购占比
1	特步（中国）有限公司	2002年	生产、批发、零售：纺织品、服装、皮革服饰、家具、陶瓷洁具、五金配件、运动鞋、户外用品、体育用品和器材及相关技术的交流和推广；体育用品、户外用品、鞋服的设计。	81亿元	28万元	95% (注)
2	鲤城区文业刀模商行	2017年	加工、批发:刀模、包袋辅料	220万元	60万元	90%
3	晋江市池店求质冲刀厂	2010年	冲刀加工	180万元	45万元左右	80%
4	泉州市鲤城区上庆五金模具厂	2002年	加工，制造：五金、鞋业刀模	200多万元	70万元	85%
5	华昌刀模厂	2009年	刀模加工生产	240万元	60-70万元	85%

注：特步（中国）有限公司设有自有刀模生产车间，同时也向其他刀模厂直接采购刀模，此处的采购占比为其向经销商采购发行人重型模切工具金额占其刀模生产车间的采购重型模切工具的比例。

4、浙江立信锯业有限公司和无锡合诺锯切科技有限公司的主要终端用户

(1) 浙江立信锯业有限公司的部分终端用户（采购双金属带锯条）

序号	终端客户名称	设立时间	主营业务	经营规模	采购发行人产品金额	采购占比
1	浙江锐恩锯切科技有限公司（注1）	2014年	从事锯切科技领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让；切削工具、护齿带制造、销售；金属切削机床及配件、五金制品销售	1000万元	90万元	11.25%
2	深圳卡耐锯业有限公司	2017年	一般经营项目是：机械设备上门维修及技术服务；五金工具、机械设备及配件、锯床、锯条、圆锯片、刀具、特殊钢材及液压件的销售；国内贸易，货物及技术进出口	230-240万元	50-60万元	27.78%-30%
	深圳市亿宝隆特殊钢有限公司	2016年	模具钢材，特殊钢材，红铜，五金配件，铝材等金属材料的研发与销售	1100-1200万元	10-12万元	未提供
3	兴化市盛泰锯床贸易有限公司	2016年	锯床、锯条销售、维修	600万元	70万元	16.67%
	兴化市三诚精密锻造有限公司	2006年	锻压件、塑料机械、五金机械制造、加工、销售	8000万元	7万元	未提供
4	嵊州市远久机电有限公司（注1，注2）	2015年	批发、零售：机械配件、五金配件、机床配件、五金工具、锯床、机床	50万元（注2）	40万元（注2）	未提供
5	卢育光（个人分销商）	—	—	840万元	210万元	28.19%
	建湖县博奥液压机械制造有限公司	2005年	液压件、液压缸、阀门、农机配件、机床配件、工矿机械配件生产、加工、销售	8000万元	15万元	未提供

注1：浙江锐恩锯切科技有限公司和嵊州市远久机电有限公司是发行人经销商的客户，终端客户是其核心商业信息，未配合穿透走访其终端客户；

注2：嵊州市远久机电有限公司提供的经营规模和采购发行人产品金额仅为其经销双金属带锯条的规模。

(2) 无锡合诺锯切科技有限公司的部分终端用户（采购双金属带锯条）

序号	终端客户名称	设立时间	主营业务	经营规模	采购发行人产品金额	采购占比
1	无锡奥圣工具有限公司	2016年	金属工具、五金产品、通用机械及配件、金属材料的销售；金属工具、五金产品、通用机械及配件的维修；自营和代理各类商品及技术的进出口业务	400万元	150万元	50.00%
	无锡凌进模具钢有限公司	2004年	模具钢的加工、销售	3000万元	10万元	未提供
2	无锡耐普斯锯业有限公司	2009年	锯条、机床设备及配件、五金工具、刀具、金属材料、润滑油的销售	1200万元	70万元	7.78%
	无锡沪蓉金属材料有限公司	2014年	金属材料等销售	未提供	1万元	未提供
3	张家港市润凯机械设备有限公司	2010年	机械设备及零部件、五金工具购销	520万元	80万元	20.00%
	张家港众旺金属材料有限公司	2016年	金属制品加工、销售	未提供	未提供	未提供
4	章凯云（个人分销商）	—	—	40万元	30万元	100.00%
	兴化市国瑞不锈钢制品有限公司（注1）	2016年	不锈钢管及其他不锈钢制品销售	2500万元（注1）	5万元（注1）	未提供
5	常州市双旭锻压有限公司（注2）	2008年	锻压件制造等	1800万元	10万元	未提供

注1：兴化市国瑞不锈钢制品有限公司为2020年上半年开始使用发行人的双金属带锯条产品，故此处披露的经营规模和采购金额均指2020年1-6月的数据；

注2：常州市双旭锻压有限公司为发行人经销商的直接终端客户。

5、东莞市宁特模具有限公司的部分终端用户（采购重型模切工具）

序号	终端客户名称	设立时间	主营业务	经营规模	采购发行人产品金额	采购占比
1	华达刀模厂	2013年	刀模加工、销售	20万元左右	10万元左右	90%
2	东莞市高埗联优刀模厂	2008年	加工、销售：五金刀模、鞋材、小五金；维修：刀模	150万元左右	70万元左右	85%以上
3	同庆模具制品厂	2006年	刀模加工、销售	400万元	100万元	80%

序号	终端客户名称	设立时间	主营业务	经营规模	采购发行人产品金额	采购占比
4	明丰刀模有限公司	1999年	刀模加工、销售	130-140万元	25万元	80%-90%
5	众志刀模厂	1996年	刀模加工、销售	250万元左右	63万元	70%-80%

6、台州市荣耀模具有限公司的部分终端用户（采购重型模切工具）

序号	终端客户名称	设立时间	主营业务	经营规模	采购发行人产品金额	采购占比
1	温岭市城北新恒大刀模店	2005年	刀模加工、销售	未提供	60万元	50%-60%
2	温岭市泽国学斌模具厂	2014年	刀模加工	100万元	20万元	60%
3	温岭市泽国兴杰刀模厂	2015年	刀模加工	110万元	40万元	50%
4	温岭市城北陈旭辉刀模店	1992年	刀模加工	300万元	70万元	35%
5	蔡均明（个体工商户）	2011年	刀模加工	200万元	50万元	70%

7、东莞市巨久锯业有限公司的部分终端用户（采购双金属带锯条）

序号	终端客户名称	设立时间	主营业务	经营规模	采购发行人产品金额	采购占比
1	深圳市大众贸易有限公司	2013年	机械设备、机械配件、五金工具、工刃具、模具材料的销售；国内贸易	800万元	100万元	16.67%
	东莞市保佳模具钢材有限公司	2016年	销售：模具钢材、硬质合金、金属材料	5000万元	100万元	2.8%
2	深圳市弘越金属制品有限公司（注）	2013年	金属制品、模具、模架的设计与销售	4000-5000万元	20万元	0.6%-0.8%
3	东莞市长安隆飞五金机电经营部	2016年	销售：五金机电及配件	200万元	60万元	40.00%
	东莞市腾辉金属制品有限公司	2018年	加工、销售：金属材料、铜材、铝材、不锈钢材、五金制品、电子产品	200万元	20-30万元	16%
4	泉州市鑫锐锋机械贸易有限公司	2018年	销售：机械设备及配件、润滑油、化工产品、五金产品、金属材料、抛光材料；机械设备的安装、维修服务	200万元	40万元	20%-25%
	泉州市铭智金属材料有限公司	2010年	销售：金属材料、钢材、汽车配件、	2500万元	13-14万元	0.6%-0.8%

序号	终端客户名称	设立时间	主营业务	经营规模	采购发行人产品金额	采购占比
	司		机械配件			
5	王新风(个人分销商)	—	—	100 万元	80 万元	50.00%
	东莞市鹤翔达模具钢材有限公司	2018 年	加工、批发、零售: 模具钢材	2000 万元	60 万元	3.50% 左右

注：深圳市弘越金属制品有限公司为发行人经销商的直接终端客户。

(二) 经销商及其终端客户与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员是否存在关联关系或其他未披露的利益安排。

报告期内，经销商东莞企煌为发行人实际控制人林正华控制的经销商，不存在其他经销商或终端客户与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员存在关联关系或其他未披露的利益安排的情形。

东莞企煌为发行人实际控制人林正华于 2013 年收购的重型模切工具生产及销售企业，收购后成为发行人经销商，从事发行人重型模切工具的经销业务，已于 2017 年 6 月起停止向发行人采购，并于当年完成库存清理并停止营业，后于 2019 年 2 月完成注销。关于东莞企煌的具体情况，具体详见招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易”之“（四）关联方变化情况”之“3、东莞市企煌刀模材料有限公司”。

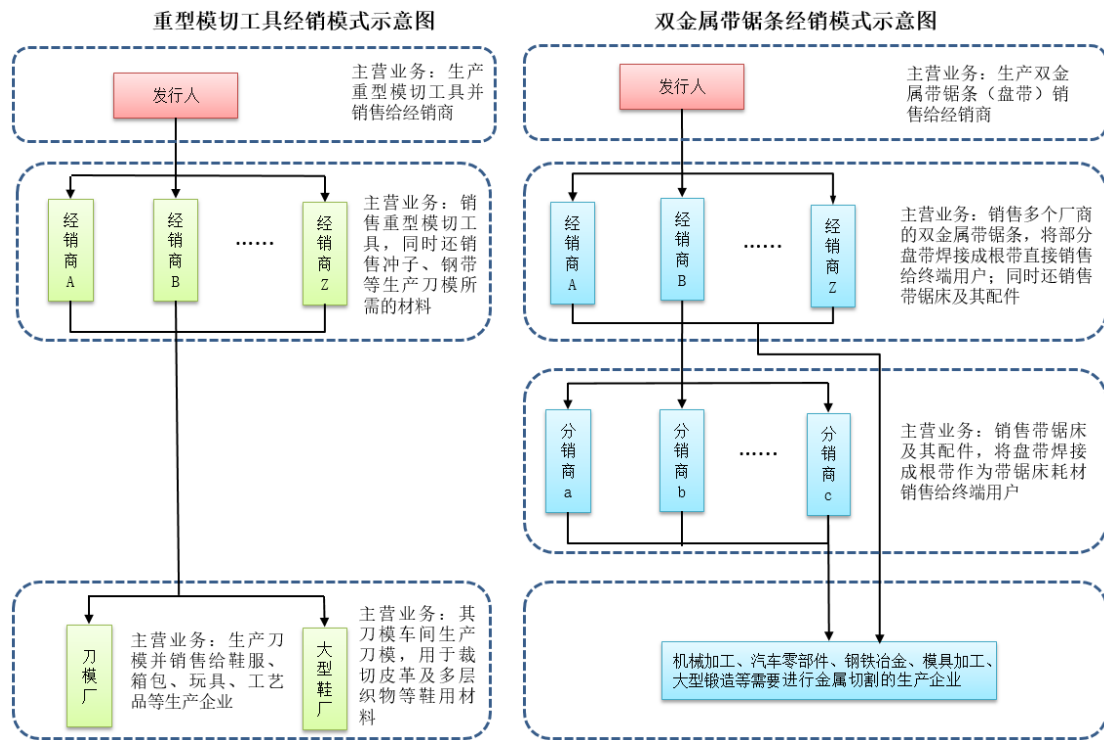
就上述事项，发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（三）主要经营模式”之“4、销售模式”中补充披露如下：

“（11）终端客户的基本情况

发行人的产品主要为模切工具、锯切工具、裁切工具等金属切削工具，下游用户覆盖较为广泛，包括为轻工、装备制造、建筑建材、汽车、电子信息等国民经济基础性产业提供材料与机械加工的各类厂商，该等厂商具有数量多、规模较小的特点，市场集中度较低、区域分散。其中，主要产品重型模切工具终端客户为数量众多的刀模厂和少量设立了刀模车间的大型鞋服箱包厂，大多数刀模厂为个体工商户或未在工商登记的个人；主要产品双金属带锯条的终端客户为机械加工、钢铁冶金、模具加工、大型锻造等行业的生产企业。同时，

金属切削工具属于制造业中机械加工的配套耗材，其直接成本在机械加工中通常占总成本的比重较小，导致单一终端客户采购规模一般较小。因此，发行人的产品终端客户具有数量众多、集中度低、区域分散的特点，该等特点与发行人产品的下游用户范围、市场集中度、产品特点相关，具有合理性。

发行人主要产品重型模切工具和双金属带锯条的经销模式如下图所示：



发行人的销售模式为买断式经销，发行人销售给经销商即实现销售。发行人的经销商并非发行人产品的专营商，通常综合经营多种品类和多个厂家的产品，其中重型模切工具的经销商除了主要销售发行人的重型模切工具外，还销售部分其他厂家的重型模切工具和下游刀模厂加工制作刀模所需的冲子、钢条等配件；双金属带锯条的经销商和分销商除销售发行人的双金属带锯条外，一般还销售包括进口和国产在内的多个厂商生产的双金属带锯条以及带锯床、各类锯床零配件，同时提供将盘带焊接成根带的业务。

发行人的经销商依靠自身的资源和能力发展分销商和开拓终端客户，自主开展市场推广活动，因此经销商的下游客户为经销商的客户资源和商业秘密，是经销商的核心竞争力所在，除了响应必要的终端客户技术支持、质量反馈、产品评价和用户需求市场调研外，发行人一般不与经销商的下游分销商及终端客户建立直接联系。

报告期内，经销商东莞企煌为发行人实际控制人林正华控制的经销商，不存在其他经销商或终端客户与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员存在关联关系或其他未披露的利益安排的情形。”

(三) 发行人的经销商分级政策、报告期分级具体情况，下游是否为终端用户，对不同经销商的定价政策是否存在差异；如是，分析差异原因、合理性

发行人只设立一级经销商，发行人与经销商之间为买断式经销关系。发行人主要产品重型模切工具的经销商下游主要为终端用户，双金属带锯条经销商的下游主要为分销商和终端用户，分销商和终端用户均由经销商自行开发与维护。

为了加强对经销商的管理，提高发行人的市场竞争能力，发行人在内部管理上，根据经销商的经营能力（考核指标包括进货量、欠款比例、增长率等指标）、忠诚度及配合度进行评价打分，并根据得分对经销商进行分类管理；发行人的产品采用统一基准价格，在此基础上，发行人结合区域市场竞争情况对不同管理类别的经销商适用不同的授信及返利政策，并更新调整，具体情况如下：

评分指标	得分	分类结果	定价政策	信用额度及返利政策
1、经营能力（75分，进货量、欠款比例、增长率三个指标各占25分） 2、忠诚度及配合度（25分）	70-100	重点客户	统一基准价格	可享有公司给予的返利及授信额度
	低于70	一般客户		可享有公司给予的较低返利及授信额度，或不享受返利及授信额度

就上述事项，发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（三）主要经营模式”之“4、销售模式”之“（3）经销商的开发与管理”中补充披露如下：

“发行人只设立一级经销商，发行人与经销商之间为买断式经销关系。发行人主要产品重型模切工具的经销商下游主要为终端用户，双金属带锯条经销商的下游主要为分销商和终端用户，分销商和终端用户均由经销商自行开发与维护。”

三、经销商是否仅销售发行人产品，经销商对发行人产品的终端销售及期末存货情况，前五大经销商中部分经销商报告期期末库存数量占当期采购数量

比例较高的原因及合理性

1、经销商是否仅销售发行人产品

发行人的经销商不是仅销售发行人产品，通常综合经营多种品类和多个厂家的产品，其中重型模切工具的经销商除了主要销售发行人的重型模切工具外，还销售部分其他厂家的重型模切工具和下游刀模厂加工制作刀模所需的冲子、钢条等配件；双金属带锯条的经销商和分销商除销售发行人的双金属带锯条外，一般还销售包括进口和国产在内的多个厂商生产的双金属带锯条以及带锯床、各类锯床零配件，同时提供将盘带焊接成根带的业务。

根据发行人中介机构在 2019 年 9 月对经销商进行现场走访取得的资料，发行人最近三年前五大经销商向发行人采购产品金额占其采购总额的比例信息具体情况如下：

客户	经销产品	2019 年 1-6 月	2018 年	2017 年
佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司	重型模切工具	86.32%	88.58%	88.64%
晋江南泰刀模材料贸易有限公司（注）	重型模切工具	34.89%	47.65%	40.38%
泉州市高力高贸易有限公司	重型模切工具	91.00%	77.93%	73.84%
东莞市巨久锯业有限公司	双金属带锯条	82.31%	84.69%	80.35%
台州市荣耀模具有限公司	重型模切工具	74.33%	64.91%	77.08%
东莞市宁特模具有限公司	重型模切工具	94.52%	91.50%	89.13%
浙江立信锯业有限公司	双金属带锯条	77.13%	86.85%	78.27%

注：晋江南泰刀模材料贸易有限公司经营规模较大，除销售发行人的重型模切工具外，还销售多个厂商生产的轻型模切工具、冲子、钢条等。

就上述事项，发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（三）主要经营模式”之“4、销售模式”中补充披露如下：

“（10）经销商的主营业务情况

发行人的经销商不是仅销售发行人产品，通常综合经营多种品类和多个厂家的产品，其中重型模切工具的经销商除了主要销售发行人的重型模切工具外，还销售部分其他厂家的重型模切工具和下游刀模厂加工制作刀模所需的冲子、钢条等配件；双金属带锯条的经销商和分销商除销售发行人的双金属带锯条外，一般还销售包括进口和国产在内的多个厂商生产的双金属带锯条以及带锯床、

各类锯床零配件，同时提供将盘带焊接成根带的业务。”

2、经销商对发行人产品的终端销售及期末库存情况

就上述事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（三）毛利及毛利率分析”之“4、不同销售模式下的毛利率及最终实现销售情况”之“（4）主要经销客户实现最终销售情况”中补充披露如下：

“根据主要经销商的进销存表和存货盘点表，并经中介机构对主要经销商实地走访、现场盘点，经销商向发行人采购的产品大部分已实现对外销售，期末产品库存一般保持在 3-6 周的合理周转范围内。

发行人报告期内的应收账款周转率分别为 6.01、6.79、7.14 和 2.14（未年化），经销商的货款回款速度较快。”

3、前五大经销商中部分经销商在报告期期末库存数量占当期采购数量比例较高的原因及合理性

就上述事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（三）毛利及毛利率分析”之“4、不同销售模式下的毛利率及最终实现销售情况”之“（4）主要经销客户实现最终销售情况”中补充披露如下：

“最近三年，前五大经销商中东莞市宁特模具有限公司的 2017 年末库存数量、佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司的 2018 年末库存数量，分别占各自当期采购数量比例较高。

东莞市宁特模具有限公司 2017 年末为 20.24%，主要是该经销商 2017 年末开发了新客户，根据自身终端客户的明确需求而加大进货量所致，其 2017 年末的欠款在授信额度内且已在 2018 年一季度支付完毕，2017 年末采购的产品在 2018 年已销售完毕，2018 年末库存数量占当期采购数量比例已下降至 9.81%，2017 年末库存数量具有合理性。

佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司 2018 年末为 31.38%，主要原因是该经销商自身预计 2019 年钢材将可能涨价，进而导致发行人提高重型模切工具产

品价格，因而在 2018 年四季度加大进货量所致；该经销商在 2018 年末即已支付采购的货款，且 2018 年末采购的产品在 2019 年已销售完毕，2019 年末库存数量占当期采购数量比例已下降至 16.57%，2018 年末库存数量具有合理性。”

四、按产品类别补充披露报告期经销商新增及退出的经销商的地域、分布、家数，发行人对增加和减少的经销商的销售数量、单价及销售收入，发行人持续存在业务往来的经销商数量及对其销售数量、单价和收入情况；按照销售规模分类说明前述各类经销商的数量、销售收入合计情况

(一) 按产品类别补充披露报告期经销商新增及退出的经销商的地域、分布、家数，发行人对增加和减少的经销商的销售数量、单价及销售收入，发行人持续存在业务往来的经销商数量及对其销售数量、单价和收入情况

发行人的主要产品为重型模切工具和双金属带锯条，报告期内两个主要产品的经销收入合计占发行人经销收入的比重分别为 98.76%、96.65%、96.20%和 90.18%。

1、最近三年新增及退出的经销商的地域、分布、家数

(1) 重型模切工具

发行人重型模切工具经销商在最近三年新增及退出的地域、分布、家数情况如下：

单位：家

地域	2019 年		2018 年		2017 年	
	新增	退出	新增	退出	新增	退出
华东	5	3	3	2	8	6
华南	4	5	6	5	14	5
华北	3	0	2	0	0	0
西南	0	0	0	0	0	0
华中	0	0	0	0	0	0
东北	0	0	0	0	1	0
西北	0	1	1	0	0	0
境内	12	9	12	7	23	11

地域	2019年		2018年		2017年	
	新增	退出	新增	退出	新增	退出
境外	14	5	12	8	5	9
合计	26	14	24	15	28	20

发行人重型模切工具的经销商新增、退出区域主要为华东、华南和境外，与发行人的重型模切工具下游产业链区域分布相符。

(2) 双金属带锯条

发行人双金属带锯条经销商在最近三年新增及退出的地域、分布、家数情况如下：

单位：家

地域	2019年		2018年		2017年	
	新增	退出	新增	退出	新增	退出
华东	51	16	30	31	38	20
华南	5	1	2	3	2	5
华北	10	5	5	7	5	5
西南	8	0	0	0	1	2
华中	3	0	4	0	2	1
东北	4	1	2	3	2	1
西北	2	0	2	1	1	0
境内	83	23	45	45	51	34
境外	0	0	0	0	0	0
合计	83	23	45	45	51	34

发行人的双金属带锯条经销商新增、退出区域主要为华东、华北和华南，其中华东区域变动数量较多，与双金属带锯条行业经销商及终端用户集中于浙江、江苏等华东区域情况相符。

2、发行人对新增、减少、持续存在业务往来的经销商的销售数量、单价及销售收入

(1) 对新增经销商的销售情况

最近三年，发行人对新增经销商的销售数量、单价和销售收入情况如下：

产品	项目	2019年	2018年	2017年
重型模切工具	当年新增的经销商数量（家）	26	24	28
	对当年新增经销商的销售数量（万米）	178.75	166.99	527.86
	对当年新增经销商的销售平均单价（元/米）	4.38	4.58	3.89
	对当年新增经销商的销售收入（万元）	783.64	764.05	2,054.61
双金属带锯条	当年新增的经销商数量（家）	83	45	51
	对当年新增经销商的销售数量（万米）	110.82	69.33	57.74
	对当年新增经销商的销售平均单价（元/米）	19.00	16.54	17.90
	对当年新增经销商的销售收入（万元）	2,105.80	1,146.70	1,033.38
当年度对新增经销商销售收入小计（万元）		2,889.44	1,910.75	3,087.99
对新增经销商的销售收入占当年度经销收入比例		8.12%	5.72%	10.99%

(2) 对退出经销商的销售情况

最近三年，发行人退出的经销商在上一年度的销售数量、单价和销售收入情况如下：

产品	项目	2019年	2018年	2017年
重型模切工具	当年退出的经销商数量（家）	14	15	20
	对当年退出的经销商上一年度的销售数量（万米）	78.73	311.58	214.95
	对当年退出的经销商上一年度的销售平均单价（元/米）	4.31	3.71	3.90
	对当年退出的经销商上一年度的销售收入（万元）	339.42	1,156.02	839.19
双金属带锯条	当年退出的经销商数量（家）	23	45	34
	对当年退出的经销商上一年度的销售数量（万米）	4.82	9.47	15.80
	对当年退出的经销商上一年度的销售平均单价（元/米）	18.82	19.70	21.46
	对当年退出的经销商上一年度的销售收入（万元）	90.70	186.61	338.99
对当年退出的经销商上一年度的销售收入小计（万元）		430.12	1,342.63	1,178.18
对当年退出的经销商上一年度的销售收入占上一年度经销收入比例		1.29%	4.78%	5.56%

(3) 对持续存在业务往来的经销商的销售情况

最近三年，发行人向持续存在业务往来的经销商的销售数量、单价和销售收入

入情况如下：

产品	项目	2019年	2018年	2017年
重型模切工具	经销商数量（家）	84	74	61
	销售数量（万米）	4,591.20	4,547.19	4,083.37
	销售平均单价（元/米）	4.60	4.55	4.04
	销售收入（万元）	21,107.38	20,670.00	16,511.75
双金属带锯条	经销商数量（家）	102	80	74
	销售数量（万米）	543.79	512.67	447.78
	销售平均单价（元/米）	18.84	18.88	18.22
	销售收入（万元）	10,244.15	9,678.49	8,158.10
对持续存在业务往来的经销商的销售收入小计（万元）		31,351.53	30,348.49	24,669.86
对持续存在业务往来的经销商的销售收入占当年度经销收入比例		88.08%	90.93%	87.77%

注：持续存在业务往来的经销商是指连续交易两年及以上的经销商，统计持续交易数据时剔除了经销商新增当年的交易数据。

最近三年，发行人对新增重型模切工具和双金属带锯条经销商当年销售收入占经销收入比例分别为 10.99%、5.72%和 8.12%，对退出的重型模切工具和双金属带锯条经销商上一年度销售收入占经销收入比例分别为 5.56%、4.78%和 1.29%，对持续存在业务往来的重型模切工具和双金属带锯条经销商销售收入占经销收入的比例分别为 87.77%、90.93%和 88.08%，发行人的销售主要来自于持续存在业务往来的经销商，经销商变动对发行人整体销售的影响较小。

（二）按照销售规模分类说明前述各类经销商的数量、销售收入合计情况

1、新增的经销商及其销售情况按销售规模分类

（1）重型模切工具

2019年，发行人新增的重型模切工具经销商数量及当年度对其销售情况按销售规模分类如下：

分组	销售收入区间	当年新增经销商数量（家）	占当年经销商总数比例	新增经销商当年销售收入（万元）	新增经销商销售收入占当年经销收入比例
1	50万元以下	21	6.93%	328.03	0.92%

分组	销售收入区间	当年新增经销商数量(家)	占当年经销商总数比例	新增经销商当年销售收入(万元)	新增经销商销售收入占当年经销收入比例
2	50-100 万元	4	1.32%	273.41	0.77%
3	100-150 万元	-	-	-	-
4	150-300 万元	1	0.33%	182.20	0.51%
5	300-500 万元	-	-	-	-
6	500 万元以上	-	-	-	-
合计		26	8.58%	783.64	2.20%

2018 年，发行人新增的重型模切工具经销商数量及当年度对其销售情况按销售规模分类如下：

分组	销售收入区间	当年新增经销商数量(家)	占当年经销商总数比例	新增经销商当年销售收入(万元)	新增经销商销售收入占当年经销收入比例
1	50 万元以下	18	7.96%	256.33	0.77%
2	50-100 万元	5	2.21%	350.27	1.05%
3	100-150 万元	-	-	-	-
4	150-300 万元	1	0.44%	157.46	0.47%
5	300-500 万元	-	-	-	-
6	500 万元以上	-	-	-	-
合计		24	10.62%	764.05	2.29%

2017 年，发行人新增的重型模切工具经销商数量及当年度对其销售情况按销售规模分类如下：

分组	销售收入区间	当年新增经销商数量(家)	占当年经销商总数比例	新增经销商当年销售收入(万元)	新增经销商销售收入占当年经销收入比例
1	50 万元以下	17	7.91%	210.32	0.75%
2	50-100 万元	4	1.86%	266.72	0.95%
3	100-150 万元	1	0.47%	117.17	0.42%
4	150-300 万元	4	1.86%	812.24	2.89%
5	300-500 万元	2	0.93%	648.16	2.31%

分组	销售收入区间	当年新增经销商数量(家)	占当年经销商总数比例	新增经销商当年销售收入(万元)	新增经销商销售收入占当年经销收入比例
6	500万元以上	-	-	-	-
合计		28	13.02%	2,054.61	7.31%

(2) 双金属带锯条

2019年，发行人新增的双金属带锯条经销商数量及当年度对其销售情况按销售规模分类如下：

分组	销售收入区间	当年新增经销商数量(家)	占当年经销商总数比例	新增经销商当年销售收入(万元)	新增经销商销售收入占当年经销收入比例
1	50万元以下	78	25.74%	640.79	1.80%
2	50-100万元	1	0.33%	99.56	0.28%
3	100-150万元	1	0.33%	131.88	0.37%
4	150-300万元	2	0.66%	429.32	1.21%
5	300-500万元	-	-	-	-
6	500万元以上	1	0.33%	804.25	2.26%
合计		83	27.39%	2,105.80	5.92%

2018年，发行人新增的双金属带锯条经销商数量及当年度对其销售情况按销售规模分类如下：

分组	销售收入区间	当年新增经销商数量(家)	占当年经销商总数比例	新增经销商当年销售收入(万元)	新增经销商销售收入占当年经销收入比例
1	50万元以下	40	17.70%	241.81	0.72%
2	50-100万元	2	0.88%	139.97	0.42%
3	100-150万元	2	0.88%	274.06	0.82%
4	150-300万元	-	-	-	-
5	300-500万元	1	0.44%	490.86	1.47%
6	500万元以上	-	-	-	-
合计		45	19.91%	1,146.70	3.44%

2017年，发行人新增的双金属带锯条经销商数量及当年度对其销售情况按

销售规模分类如下：

分组	销售收入区间	当年新增经销商数量（家）	占当年经销商总数比例	新增经销商当年销售收入（万元）	新增经销商销售收入占当年经销收入比例
1	50 万元以下	47	21.86%	274.69	0.98%
2	50-100 万元	1	0.47%	95.17	0.34%
3	100-150 万元	-	-	-	-
4	150-300 万元	3	1.40%	663.52	2.36%
5	300-500 万元	-	-	-	-
6	500 万元以上	-	-	-	-
合计		51	23.72%	1,033.38	3.68%

2、减少的经销商及其销售情况按销售规模分类

（1）重型模切工具

2019 年，发行人减少的重型模切工具经销商数量及上一年度对其销售情况按销售规模分类如下：

分组	销售收入区间	当年减少的经销商数量（家）	占上年经销商总数比例	减少的经销商上年度销售收入（万元）	减少的经销商上年度销售收入占上年经销收入比例
1	50 万元以下	13	5.75%	112.15	0.34%
2	50-100 万元	-	-	-	-
3	100-150 万元	-	-	-	-
4	150-300 万元	1	0.44%	227.27	0.68%
5	300-500 万元	-	-	-	-
6	500 万元以上	-	-	-	-
合计		14	6.19%	339.42	1.02%

2018 年，发行人减少的重型模切工具经销商数量及上一年度对其销售情况按销售规模分类如下：

分组	销售收入区间	当年减少的经销商数量（家）	占上年经销商总数比例	减少的经销商上年度销售收入（万元）	减少的经销商上年度销售收入占上年经销收入比例
1	50 万元以下	10	4.65%	102.33	0.36%

分组	销售收入区间	当年减少的经销商数量（家）	占上年经销商总数比例	减少的经销商上年度销售收入（万元）	减少的经销商上年度销售收入占上年经销收入比例
2	50-100 万元	3	1.40%	260.59	0.93%
3	100-150 万元	1	0.47%	145.39	0.52%
4	150-300 万元	-	-	-	-
5	300-500 万元	-	-	-	-
6	500 万元以上	1	0.47%	647.72	2.30%
合计		15	6.98%	1,156.02	4.11%

2017 年，发行人减少的重型模切工具经销商数量及上一年度对其销售情况按销售规模分类如下：

分组	销售收入区间	当年减少的经销商数量（家）	占上年经销商总数比例	减少的经销商上年度销售收入（万元）	减少的经销商上年度销售收入占上年经销收入比例
1	50 万元以下	16	8.47%	190.59	0.90%
2	50-100 万元	1	0.53%	68.57	0.32%
3	100-150 万元	1	0.53%	110.37	0.52%
4	150-300 万元	2	1.06%	469.66	2.22%
5	300-500 万元	-	-	-	-
6	500 万元以上	-	-	-	-
合计		20	10.58%	839.19	3.96%

(2) 双金属带锯条

2019 年，发行人减少的双金属带锯条经销商数量及上一年度对其销售情况按销售规模分类如下：

分组	销售收入区间	当年减少的经销商数量（家）	占上年经销商总数比例	减少的经销商上年度销售收入（万元）	减少的经销商上年度销售收入占上年经销收入比例
1	50 万元以下	23	10.18%	90.70	0.27%
2	50-100 万元	-	-	-	-
3	100-150 万元	-	-	-	-
4	150-300 万元	-	-	-	-

分组	销售收入区间	当年减少的经销商数量（家）	占上年经销商总数比例	减少的经销商上年度销售收入（万元）	减少的经销商上年度销售收入占上年经销收入比例
5	300-500 万元	-	-	-	-
6	500 万元以上	-	-	-	-
合计		23	10.18%	90.70	0.27%

2018 年，发行人减少的双金属带锯条经销商及上一年度对其销售情况按销售规模分类如下：

分组	销售收入区间	当年减少的经销商数量（家）	占上年经销商总数比例	减少的经销商上年度销售收入（万元）	减少的经销商上年度销售收入占上年经销收入比例
1	50 万元以下	44	20.47%	116.11	0.41%
2	50-100 万元	1	0.47%	70.50	0.25%
3	100-150 万元	-	-	-	-
4	150-300 万元	-	-	-	-
5	300-500 万元	-	-	-	-
6	500 万元以上	-	-	-	-
合计		45	20.93%	186.61	0.66%

2017 年，发行人减少的双金属带锯条经销商数量及上一年度对其销售情况按销售规模分类如下：

分组	销售收入区间	当年减少的经销商数量（家）	占上年经销商总数比例	减少的经销商上年度销售收入（万元）	减少的经销商上年度销售收入占上年经销收入比例
1	50 万元以下	33	17.46%	283.21	1.34%
2	50-100 万元	1	0.53%	55.79	0.26%
3	100-150 万元	-	-	-	-
4	150-300 万元	-	-	-	-
5	300-500 万元	-	-	-	-
6	500 万元以上	-	-	-	-
合计		34	17.99%	338.99	1.60%

3、报告期与发行人持续存在业务往来的经销商及其销售情况按销售规模

分类

(1) 重型模切工具

最近三年,与发行人持续存在业务往来的重型模切工具经销商数量及当年度对其销售情况按销售规模分类如下:

单位:家、万元

分组	销售收入区间	2019年		2018年		2017年	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额
1	50万元以下	27	462.21	24	384.80	15	277.92
2	50-100万元	7	456.92	5	388.02	10	752.24
3	100-150万元	9	1,101.92	5	639.90	6	787.24
4	150-300万元	17	3,769.57	15	3,331.12	11	2,535.39
5	300-500万元	11	4,126.25	13	4,956.40	9	3,659.49
6	500万元以上	13	11,190.51	12	10,969.76	10	8,499.47
合计		84	21,107.38	74	20,670.00	61	16,511.75
占当年经销商收入比重		/	59.30%	/	61.93%	/	58.75%

(2) 双金属带锯条

最近三年,与发行人持续存在业务往来的双金属带锯条经销商数量及当年度对其销售情况按销售规模分类如下:

单位:家、万元

分组	销售收入区间	2019年		2018年		2017年	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额
1	50万元以下	65	778.85	47	630.34	43	704.17
2	50-100万元	10	843.29	11	786.63	12	887.61
3	100-150万元	8	956.70	6	706.63	7	841.31
4	150-300万元	6	1,100.36	7	1,397.44	5	1,081.89
5	300-500万元	7	2,804.86	2	670.71	2	960.50
6	500万元以上	6	3,760.09	7	5,486.75	5	3,682.63
合计		102	10,244.15	80	9,678.49	74	8,158.10
占当年经销商收入比重		/	28.78%	/	29.00%	/	29.03%

最近三年,发行人主要产品重型模切工具和双金属带锯条新增经销商的合计

数量均高于减少的经销商数量，且新增、减少经销商的销售规模相对较小。

最近三年，发行人的销售主要来自于持续存在业务往来的经销商，对持续存在业务往来的重型模切工具和双金属带锯条经销商销售收入占经销收入的比例分别为 87.77%、90.93%和 88.08%，经销商变动对发行人整体销售的影响较小。

就上述事项，发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（三）主要经营模式”之“4、销售模式”之“（7）经销商变化情况”中补充披露如下：

“（7）经销商变化情况

①规模以上经销商变动情况

最近三年，发行人规模以上经销商（单个年度向发行人采购金额大于 100 万元以上的经销商）数量增减情况如下：

年度	年初经销商家数	本年新增经销商		本年减少经销商		年末经销商家数
		家数	新增的经销商占当年收入占比	家数	减少的经销商占前一年收入占比	
2019 年	72	19	11.71%	7	2.86%	84
2018 年	65	15	9.71%	8	8.42%	72
2017 年	52	21	14.59%	8	6.12%	65

最近三年，发行人规模以上经销商及其数量较为稳定，与发行人交易额分别为 24,556.05 万元、29,953.86 万元和 31,437.28 万元，分别占发行人各期经销收入的 87.37%、89.74%和 88.32%。

②主要产品经销商变动及其对经销收入的影响

产品	项目	2019 年	2018 年	2017 年
重型模切工具	当年新增的经销商数量（家）	26	24	28
	对当年新增经销商的销售收入（万元）	783.64	764.05	2,054.61
	当年退出的经销商数量（家）	14	15	20
	对当年退出的经销商上一年度的销售收入（万元）	339.42	1,156.02	839.19
	持续存在业务往来的经销商数量（家）	84	74	61

产品	项目	2019年	2018年	2017年
	对持续存在业务往来的经销商的销售收入小计(万元)	21,107.38	20,670.00	16,511.75
双金属带锯条	当年新增的经销商数量(家)	83	45	51
	对当年新增经销商的销售收入(万元)	2,105.80	1,146.70	1,033.38
	当年退出的经销商数量(家)	23	45	34
	对当年退出的经销商上一年度的销售收入(万元)	90.70	186.61	338.99
	持续存在业务往来的经销商数量(家)	102	80	74
	对持续存在业务往来的经销商的销售收入小计(万元)	10,244.15	9,678.49	8,158.10
当年度对主要产品新增经销商的销售收入(万元)		2,889.44	1,910.75	3,087.99
对主要产品的经销商的新增经销商的经销收入占比		8.12%	5.72%	10.99%
当年退出的经销商上一年度的销售收入(万元)		430.12	1,342.63	1,178.18
当年退出的经销商上一年度的经销收入占比		1.29%	4.78%	5.56%
对持续存在业务往来的经销商的销售收入(万元)		31,351.53	30,348.49	24,669.86
对持续存在业务往来的经销商的经销收入占比		88.08%	90.93%	87.77%

最近三年，发行人主要产品重型模切工具和双金属带锯条新增经销商的合计数量均高于减少的经销商数量，且新增、减少经销商的销售规模相对较小。发行人对新增重型模切工具和双金属带锯条经销商当年销售收入占经销收入比例分别为 10.99%、5.72%和 8.12%，对退出的重型模切工具和双金属带锯条经销商上一年度销售收入占经销收入比例分别为 5.56%、4.78%和 1.29%，对持续存在业务往来的重型模切工具和双金属带锯条经销商销售收入占经销收入的比例分别为 87.77%、90.93%和 88.08%，发行人的销售主要来自于持续存在业务往来的经销商，经销商变动对发行人整体销售的影响较小。”

五、发行人经销商是否存在个人、个体工商户等非法人主体，经销商回款是否存在现金及第三方回款；如是，披露对个人经销商的销售金额及占比情况，发行人对现金销售及个人经销商销售相关内部控制措施运行的有效性

(一) 对经销商存在个人、个体工商户等非法人主体的销售情况

发行人存在对个人、个体工商户等非法人主体经销商的销售，其中绝大部分为对个体工商户的销售。报告期内，发行人对非法人主体经销商的销售收入及占

经销收入的比重如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
个体工商户	560.30	1,723.61	1,981.84	1,622.90
个人	6.91	37.23	13.60	48.16
小计	567.21	1,760.84	1,995.43	1,671.05
经销收入	16,313.74	35,593.42	33,377.33	28,106.48
对非法人主体经销商销售收入占经销收入的比例	3.48%	4.95%	5.98%	5.95%
其中：对个人经销商销售收入占经销收入的比例	0.04%	0.10%	0.04%	0.17%

报告期内，发行人对个人经销商销售收入占经销收入的比例分别为 0.17%、0.04%、0.10%和 0.04%，占比较低，符合发行人产品经销特点。

（二）经销商的现金回款情况

报告期内，发行人经销商仅在 2017 年存在少量现金回款的情况，具体如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
现金回款	/	/	/	27.49
经销收入	16,313.74	35,593.42	33,377.33	28,106.48
现金回款占经销收入比重	/	/	/	0.10%

（三）经销商第三方回款

1、经销商第三方回款情况

报告期内，发行人经销商的第三方回款情况如下：

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
境内经销收入（万元）	15,177.86	32,717.93	31,257.85	26,304.88
境内经销商第三方回款金额（万元）	0.05	7.18	73.78	7.24
境内销售第三方回款比例	0.00%	0.02%	0.24%	0.03%
境外经销收入（万美元）	163.18	420.66	322.78	267.09
境外第三方回款金额（万美元）	13.38	24.69	24.26	43.50
境外经销商第三方回款比例	8.20%	5.87%	7.52%	16.29%

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
第三方回款合计占经销收入比例	0.59%	0.51%	0.72%	1.03%

报告期内，发行人经销商的第三方回款金额占经销收入比例较低，且占比呈下降趋势。其中 2017 年境外经销商第三方回款比例较高，主要是境外经销商为付款便利、当地外汇管制或所在地商业支付习惯，由经销商的关联方及合作伙伴向发行人账户支付货款所致；发行人于 2017 年下半年开始加强对境外经销商第三方回款的管理，境外经销商的第三方回款比例呈下降趋势。

2、经销商第三方回款的背景及付款方

发行人境内销售的经销商第三方回款主要是经销商为付款便利，实际控制人以其个人及其家庭成员个人的账户向发行人账户支付货款；发行人境外销售的经销商第三方回款主要是经销商为付款便利、当地外汇管制或所在地商业支付习惯，由经销商的关联方及合作伙伴向发行人账户支付货款。

3、发行人对经销商第三方回款的内控措施

发行人对经销商第三方回款制定了严格的内控措施，具体如下：

- (1) 发行人要求存在第三方回款的经销商另行提供委托支付协议；
- (2) 公司与经销商结算时，以电子邮件形式发送结算单，注明该次结算时的订单号、结算金额及公司银行账号；
- (3) 经双方确认后经销商向第三方汇款（部分情况下无此项），第三方向公司汇款；
- (4) 经销商将前述第三方向公司的汇款单或经销商向第三方的汇款单以电子邮件发送给公司；
- (5) 公司的外汇收款银行收到款项后，将外汇货款转入待核查账户；
- (6) 公司提供相应单据以供收款银行审核，审核通过后外汇货款转入公司结算账户；
- (7) 公司收到银行入账单，并根据银行入账单上显示的订单号或者经销商名称匹配销售单据，确认经销商及回款金额并记录于销售台账；

(8) 公司以电子邮件向经销商确认收到款项；

(9) 公司根据销售台账在财务系统中录入经销商、收款对应的订单及付款方信息，并冲减经销商的应收账款。

在上述第三方回款的业务流程中，发行人通过结算确认、经销商向第三方的汇款单、第三方向公司的汇款单、外汇收款银行审核、银行入账单、销售台账、收款确认、财务系统等控制点，实现销售、发货、收款的对应，确保应收账款的准确性。审计部定期及不定期进行台账抽查，确保经销商、业务部门、财务部门数据的一致性。

(四) 发行人对现金销售及个人经销商销售相关内部控制措施运行的有效性

1、发行人对现金销售的内部控制措施

发行人建立了完善的现金管理控制制度，对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。

发行人的《货币资金管理制度》明确规定：①现金管理执行钱账分管的原则，出纳与会计应互相制约、互相监督；②现金应做到日清月结，出纳应每天汇总各种现金收支原始凭证，确保凭证真实、合法和有效；③出纳应与会计人员核对现金日记账和现金明细账，确保账账相符；④库存现金应该不定期盘点，确保现金不存在长短款的情况。

2、发行人对个人经销商销售的内部控制措施

发行人报告期内对个人经销商的销售金额分别为 48.16 万元、13.60 万元、37.23 万元和 6.91 万元，占当期经销收入的比例分别为 0.17%、0.04%、0.10%和 0.04%，销售金额和占比均较低。

发行人根据个人经销商销售的特点和销售方式制定了完整、合规、有效的销售内部控制制度。发行人销售环节会计核算涉及的原始凭证包括：销售合同、订单、出库单、经第三方物流签字确认的发货单、销售发票和经客户签字确认的客户、银行收款回单。

报告期内，发行人逐步完善个人销售的内部控制制度，严格控制现金销售的发生，对个人、个体工商户的销售均严格使用发行人银行账户收取货款方式进行，自 2018 年起未再发生现金销售的情形，发行人对现金销售及个人经销商销售相关内部控制措施有效且得到严格的执行。

就上述事项，发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（三）主要经营模式”之“4、销售模式”中补充披露如下：

“（12）与经销商相关的其他事项

①对经销商存在个人、个体工商户等非法人主体的销售情况

发行人存在对个人、个体工商户等非法人主体经销商的销售，其中绝大部分为对个体工商户的销售。

报告期内，发行人对个人经销商销售收入占经销收入的比例分别为 0.17%、0.04%、0.10%和 0.04%，占比较低，符合发行人产品经销特点。

②经销商的现金回款情况

报告期内，发行人经销商仅在 2017 年存在少量现金回款的情况，具体如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
现金回款	/	/	/	27.49
经销收入	16,313.74	35,593.42	33,377.33	28,106.48
现金回款占经销收入比重	/	/	/	0.10%

③经销商第三方回款

报告期内，发行人经销商的第三方回款金额占经销收入比例较低，且占比呈下降趋势，具体情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
境内经销收入（万元）	15,177.86	32,717.93	31,257.85	26,304.88
境内经销商第三方回款金额（万元）	0.05	7.18	73.78	7.24
境内销售第三方回款比例	0.00%	0.02%	0.24%	0.03%

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
境外经销收入(万美元)	163.18	420.66	322.78	267.09
境外第三方回款金额(万美元)	13.38	24.69	24.26	43.50
境外经销商第三方回款比例	8.20%	5.87%	7.52%	16.29%
第三方回款合计占经销收入比例	0.59%	0.51%	0.72%	1.03%

发行人境内销售的经销商第三方回款主要是经销商为付款便利，经销商实际控制人以其个人及其家庭成员个人的账户向发行人账户支付货款；2017年境外经销商第三方回款比例较高，主要是经销商为付款便利、当地外汇管制或所在地商业支付习惯，由经销商的关联方及合作伙伴向发行人账户支付货款，发行人于2017年下半年开始加强对境外经销商第三方回款的管理，境外经销商的第三方回款比例呈下降趋势。

④ 发行人对现金销售及个人经销商销售相关内部控制措施运行的有效性

A. 发行人对现金销售的内部控制措施

发行人建立了完善的现金管理控制制度，对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。

发行人的《货币资金管理制度》明确规定：①现金管理执行钱账分管的原则，出纳与会计应互相制约、互相监督；②现金应做到日清月结，出纳应每天汇总各种现金收支原始凭证，确保凭证真实、合法和有效；③出纳应与会计人员核对现金日记账和现金明细账，确保账账相符；④库存现金应该不定期盘点，确保现金不存在长短款的情况。

B. 发行人对个人经销商销售的内部控制措施

发行人报告期内对个人经销商的销售金额分别为 48.16 万元、13.60 万元、37.23 万元和 6.91 万元，占当期经销收入的比例分别为 0.17%、0.04%、0.10% 和 0.04%，销售金额和占比均较低。

发行人根据个人经销商销售的特点和销售方式制定了完整、合规、有效的销售内部控制制度。发行人销售环节会计核算涉及的原始凭证包括：销售合同、订单、出库单、经第三方物流签字确认的发货单、销售发票和经客户签字确认的客户、银行收款回单。

报告期内，发行人逐步完善个人销售的内部控制制度，严格控制现金销售的发生，对个人、个体工商户的销售均严格使用发行人银行账户收取货款方式进行，自2018年起未再发生现金销售的情形，发行人对现金销售及个人经销商销售相关内部控制措施有效且得到严格的执行。”

六、核查程序和核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐人、申报会计师执行了以下主要核查程序：

1、查阅金属制品业主要上市公司的招股说明书和最近三年的年度报告，比较与发行人在主要产品、所使用的主要原材料、产品特点、切削对象、应用领域和终端客户类型、销售模式及经销收入占比、经销毛利率等方面的差异；

2、访谈发行人分管销售的副总经理，了解发行人的销售模式、经销商分级政策及分类管理情况、下游客户情况和产品定价政策，取得发行人董事、监事和高级管理人员的关联关系调查表；取得发行人实际控制人控制的其他企业、实际控制人及其在发行人任职的直系亲属、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、出纳的银行账户声明书和报告期的银行对账单，取得实际控制人报告期的微信转账记录，核查交易对方是否有发行人客户及其主要人员；实地走访经销商及其终端，了解经销商的销售模式，核实其与发行人是否存在关联关系及其他利益安排，并取得声明函；

3、对经销商的销售收入真实性进行核查，主要核查程序详见本问询问题之“七、保荐人和申报会计师对相关事项的说明”之“（一）向经销商销售的真实性与销售价格的公允性”；

4、对经销商向发行人采购的产品是否实现最终销售进行核查，主要核查程序详见本问询问题之“七、保荐人和申报会计师对相关事项的说明”之“（二）经销商的最终销售实现情况（经销商下游的核查情况）”。

（二）核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、发行人不存在同行业可比上市公司，从发行人所属金属制品业主要上市公司的产品特点分析，一般以标准化产品为主的金属制品业上市公司采用经销为主的销售模式，发行人的主要产品重型模切工具和双金属带锯条均为标准化产品，且属于工业耗材，终端客户具有数量较多、集中度低、区域分散的特点，采用经销模式为主的销售模式符合行业惯例；通过经销商模式实现的销售比例和毛利主要与产品特点及产品结构有关，发行人通过经销商模式实现的销售比例和毛利具有合理性；

2、除东莞企煌外，发行人主要经销商及其终端客户与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员不在关联关系或其他未披露的利益安排；发行人只设立一级经销商，但根据经销商的经营能力对经销商进行分类管理，对不同管理类别的经销商适用不同的授信及返利政策，具有合理性；

3、发行人相关经销商向发行人采购的产品大部分已实现最终销售，期末产品库存在合理周转范围内，前五大中部分经销商报告期期末库存数量占当期采购数量比例较高符合实际情况，具有合理性；

4、发行人已按产品类别和销售规模补充披露报告期内经销商变动情况，发行人的销售主要来自于持续存在业务往来的经销商，相关变动符合实际情况；

5、发行人存在少量向非法人主体经销商的销售，经销商现金回款和第三方回款金额较低，符合其所处行业特点，发行人对现金销售及个人经销商销售相关内部控制措施有效，且得到严格执行。

七、保荐人和申报会计师对相关事项的说明

（一）向经销商销售的真实性与销售价格的公允性

1、核查程序

保荐人、申报会计师执行了以下主要核查程序：

核查对象	履行的主要核查程序
发行人	(1) 了解、评价并测试内部控制的设计和运行有效性；

核查对象	履行的主要核查程序
	(2) 访谈发行人管理层；
	(3) 检查主要的销售合同或协议；
	(4) 对发行人收入执行分析性程序，分析发行人对主要经销商的销售毛利率，核查销售价格的公允性；
	(5) 检查与境内销售和境外销售相关的交易单据；
	(6) 选取样本检查与销售返利相关的支持性文件；
	(7) 函证发行人主要经销商，函证内容包括各期营业收入金额、各期末应收账款余额以及各期末应付返利余额；
	(8) 核查发行人实际控制人控制的其他企业、实际控制人及其在发行人任职的直系亲属、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、出纳的银行流水；
	(9) 对报告期各期末进行收入截止性测试；
	(10) 对发行人主要经销商的应收账款进行期后回款检查；
	经销商
(12) 实地走访发行人主要经销商，现场察看主要经销商的经营场所；	
(13) 现场访谈经销商，了解其主要业务、经营情况、销售模式，核查其经营规模、采购与库存周期，核实其与发行人是否存在关联关系或其他特殊利益安排等情况；	
(14) 取得并查阅经销商进销存表，核实经销商采购、销售和库存情况；	
(15) 现场对经销商进行存货盘点，分析库存的合理性；	
(16) 查阅经销商的销售台账，了解经销商对外销售及下游客户的类型、分布；	
(17) 抽查经销商对其下游客户的发货单、销售合同、销售发票、出口报关单等单据，核查经销商对外销售的真实性；	
第三方	(18) 查询海关电子口岸信息和外管局收汇信息，并与发行人的出口销售数据和收款信息进行核对；

上述主要核查程序的执行情况及覆盖发行人经销收入比重情况具体如下：

(1) 了解、评价并测试了发行人与主营业务收入确认、销售返利相关的关键内部控制的设计和运行有效性；

(2) 访谈发行人管理层，了解发行人的经销体系、销售模式、回款模式、售后服务情况等情况；

(3) 检查主要的销售合同或协议，识别与商品所有权上的主要风险和报酬转

移相关的条款，评价收入确认是否符合企业会计准则的规定；

(4) 获取发行人收入成本明细表，对发行人收入执行分析性程序，比较同一规格产品在不同经销商之间销售单价，比较发行人对报告期各期前 20 大经销商的销售毛利率，核查销售价格的公允性。报告期内，发行人前二十大经销商共计 32 家，合计收入占发行人主营业务收入的比例分别为 60.08%、60.84%、56.62% 和 53.39%。发行人向前二十大经销商销售主要产品重型模切工具、双金属带锯条的毛利率对比情况如下：

1) 重型模切工具

报告期内，公司向主要经销商销售重型模切工具的毛利率对比情况如下：

序号	单位名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
1	佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司	21.83%	21.79%	21.73%	22.24%
2	晋江南泰刀模材料贸易有限公司	26.08%	25.07%	20.88%	22.69%
3	泉州市高力高贸易有限公司	27.61%	28.56%	25.56%	25.83%
4	台州市荣耀模具有限公司	20.46%	25.02%	23.62%	27.78%
5	广州创遇贸易有限公司	26.32%	22.77%	20.53%	22.84%
6	东莞市宁特模具有限公司	26.20%	27.82%	22.28%	24.01%
7	义乌市亘高贸易有限公司	25.23%	28.86%	23.62%	22.78%
8	温州市金字鞋模材料设备有限公司	22.93%	23.94%	21.88%	26.17%
9	深圳市君兴顺贸易有限公司	27.03%	26.62%	22.57%	20.95%
10	惠东县顺捷刀模材料店	23.25%	25.20%	23.23%	19.68%
11	宁都县合利贸易有限公司	25.90%	22.37%	19.50%	17.94%
12	珠海市精巧鞋材有限公司	32.67%	31.05%	30.67%	30.33%
13	中山市快利模具有限公司	29.53%	28.99%	26.27%	24.09%
14	东莞市精锋模具材料有限公司	27.05%	26.66%	25.70%	23.95%
15	东莞市企煌刀模材料有限公司	无交易	无交易	无交易	22.34%
16	上海徽沪实业有限公司	30.89%	33.61%	25.76%	28.43%
17	深圳市源发刀模材料有限公司	26.39%	26.59%	23.66%	23.87%
重型模切工具平均毛利率		27.71%	27.58%	24.14%	25.50%

2) 双金属带锯条

报告期内，发行人向主要经销商销售双金属带锯条的毛利率对比情况如下：

序号	单位名称	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
1	浙江立信锯业有限公司	23.38%	28.89%	33.82%	29.30%
2	缙云县宝利特机械制造有限公司	31.11%	30.72%	29.50%	22.38%
3	上海鼎骅五金工具有限公司	32.92%	32.44%	33.25%	26.45%
4	浙江金利恒兹锯业有限公司	29.41%	31.66%	28.84%	33.25%
5	上海馨群机械有限公司	30.90%	33.98%	32.40%	30.26%
6	东莞市巨久锯业有限公司	30.05%	22.34%	26.56%	16.85%
7	台州奥德美日锯业有限公司	32.38%	26.71%	20.61%	无交易
8	缙云县耐普斯锯条有限公司	33.94%	35.78%	36.95%	31.32%
9	永康市美利锯业有限公司	34.47%	32.70%	30.74%	32.61%
10	缙云县迪锐森机械有限公司	27.90%	30.90%	32.05%	无交易
11	沈阳基鼎贸易有限公司	34.13%	32.78%	34.86%	25.72%
12	郑州耀天贸易有限公司	27.74%	无交易	无交易	无交易
13	乐清市瑞昊锯业有限公司	39.13%	34.94%	33.05%	31.66%
14	温岭凌鹰锯业有限公司	31.92%	19.66%	29.27%	27.98%
15	朗仁精密工具（温州）有限公司	26.50%	34.03%	无交易	无交易
双金属带锯条平均毛利率		30.57%	31.17%	32.26%	28.67%

发行人综合考虑市场供需状况、竞争对手价格、原材料采购价格、销售计划等因素确定销售策略，并制定产品统一基准价格。在此基础上，发行人结合各经销商的信用、订单履行情况及区域竞争情况，通过实施不同返利政策，实行一定差异化的产品定价。同时，发行人的金属切削工具产品品类、产品系列较多，同一产品品类、同一产品系列的不同规格型号、不同产品等级的销售单价、毛利率不同。通常情况下，产品等级越高，其毛利率越高；产品规格型号越高，其销售单价越高，但因大规格型号产品的生产耗材耗时更多，其毛利率未必更高。

报告期内发行人不同客户同类产品毛利率存在一定差异，主要原因一方面系不同客户所采购的同类产品规格型号、产品等级存在差异，另一方面由于客户的

订单量、信用情况、所处的区域竞争程度等差异，不同客户同类产品按发行人销售管理及返利政策所适用的产品定价也存在一定差异。

(5) 针对内销收入，选取样本检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售订单、销售出库单、物流运输单、货物签收单、发票、客户对账单、收款回单等；报告期各期内销收入检查比例分别为 79.34%、76.52%、75.36%和 74.04%；

(6) 针对外销收入，选取样本检查与收入相关的支持性文件，包括销售订单、销售出库单、出口报关单、提单、发票、收款回单等，并与中国电子口岸系统出口数据进行核对；报告期各期外销收入检查比例分别为 96.99%、99.52%、97.79%和 96.31%；

(7) 选取样本检查与销售返利相关的支持性文件，包括返利政策、客户返利确认单、客户对账单等；

(8) 对发行人的销售收入进行截止性测试，针对资产负债表日前后一个月记录的收入交易，对境内销售核对销售收入对应的客户签收单等相关支持性文件，对境外销售核对销售收入对应的提单等相关支持性文件，评估收入是否在恰当的会计期间确认；经核查，未发现存在经销收入跨期的情形；

(9) 选取样本执行函证程序，函证内容包括各期营业收入金额、各期末应收账款余额以及各期末应付返利余额，函证实施情况如下：

①应收账款余额

单位：万元

项 目	2020年1-6月	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应收账款余额	11,212.76	5,113.57	5,438.73	5,235.01
发函金额	8,480.42	4,015.49	4,317.19	3,879.31
发函金额占期末余额比例	75.63%	78.53%	79.38%	74.10%
回函金额	8,480.42	3,844.15	4,273.41	3,813.23
回函金额占期末余额比例	75.63%	75.18%	78.57%	72.84%
未回函替代测试金额	0.00	171.34	43.78	66.08
未回函替代测试金额比例	0.00%	3.35%	0.80%	1.26%

说明：回函均相符。

②营业收入

单位：万元

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入	17,455.21	37,690.75	36,240.00	31,234.16
发函金额	13,049.44	30,397.84	31,161.87	24,533.45
发函金额占营业收入比例	74.76%	80.65%	85.99%	78.55%
回函金额	12,976.54	29,267.20	29,812.63	24,052.86
回函金额占营业收入比例	74.34%	77.65%	82.26%	77.01%
未回函替代测试金额	72.90	1,130.64	1,349.24	480.58
未回函替代测试金额比例	0.42%	3.00%	3.72%	1.54%

说明：回函均相符。

③应付返利余额

单位：万元

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
应付返利余额	1,848.43	1,502.54	1,393.03	1,928.74
发函金额	1,689.73	1,064.78	1,174.08	1,566.93
发函金额占应付返利比例	91.41%	70.87%	84.28%	81.24%
回函金额	1,689.73	1,062.52	1,167.76	1,536.52
回函金额占应付返利比例	91.41%	70.72%	83.83%	79.66%
未回函替代测试金额	0.00	2.26	6.31	30.41
未回函替代测试金额比例	0.00%	0.15%	0.45%	1.58%

说明：回函均相符。

(10) 查询海关电子口岸信息和外管局收汇信息，并与发行人的出口销售数据和收款信息进行核对；

(11) 对发行人主要经销商的应收账款进行期后回款检查。

(12) 在企查查批量导出发行人 90 家主要经销商的工商登记信息，取得发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员的家庭关系及投资情况调查表和报告期员工名单和工资表，并将发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其近亲属和报告期员工与发行人主要经销商的工商登记人员进行核对；

(13) 取得发行人实际控制人控制的其他企业、实际控制人及其在发行人任职的直系亲属、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、出纳的银行账户声明书和报告期的银行对账单，取得实际控制人报告期的微信转账记录，核查交易对方是否有发行人客户及其主要人员；

(14) 保荐人及申报会计师实地走访和视频访谈国内广东、浙江、福建、江苏、山东、辽宁、河北、河南、四川、上海等 9 省 1 市和越南、墨西哥等国家共计 95 家经销商，其中实地走访 92 家、视频访谈 3 家，涵盖了报告期各期前 50 大经销商，考察其经营状况；通过国家企业信用信息公示系统查阅主要经销商的工商资料，对经销商相关人员进行访谈，向受访经销商了解关于订货方式、定价政策、结算政策、返利政策等内容；了解主要经销商的基本情况以及与发行人是否存在关联关系。核查情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经销收入	16,313.74	35,593.42	33,377.33	28,106.48
实地走访金额	12,324.70	30,540.33	29,837.58	23,735.85
视频访谈金额	71.40	473.95	-	-
实地走访比例	75.55%	85.80%	89.39%	84.45%
视频访谈比例	0.44%	1.33%	0.00%	0.00%
合计	75.99%	87.13%	89.39%	84.45%

2、核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：发行人对经销商的销售真实、价格公允。

（二）经销商的最终销售实现情况（经销商下游的核查情况）

1、核查程序

为核查发行人经销商的最终销售实现情况，保荐人、申报会计师在前述对发行人对经销商销售收入真实性核查的基础上，主要执行了以下核查程序：

核查对象	履行的主要核查程序
经销商	(1) 在国家企业信用信息公示系统查询主要经销商的登记信息；

核查对象	履行的主要核查程序
	(2) 实地走访发行人主要经销商，现场察看主要经销商的经营场所；
	(3) 现场访谈经销商，了解其主要业务、经营情况、销售模式，核实其经营规模、采购与库存周期，核实其与发行人是否存在关联关系或其他特殊利益安排等情况；
	(4) 取得并查阅经销商进销存表，核实经销商采购、销售和库存情况；
	(5) 现场对经销商进行存货盘点，分析库存的合理性；
	(6) 查阅经销商的销售台账，了解经销商对外销售及下游客户的类型、分布；
	(7) 抽查经销商对其下游客户的发货单、销售合同、销售发票、出口报关单等单据，核查经销商对外销售的真实性；
	经销商下游客户
(2) 现场访谈经销商下游客户，了解其主要业务、经营情况，核实其向经销商采购发行人产品金额及与发行人是否存在关联关系或其他特殊利益安排。	

上述主要核查程序的执行情况及覆盖发行人经销收入比重情况具体如下：

(1) 保荐人及申报会计师取得并查阅 79 家经销商的进销存表，分析其期末库存的合理性，涵盖了报告期各期前 50 大经销商，核查情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经销收入	16,313.74	35,593.42	33,377.33	28,106.48
对取得进销存表的经销商销售金额	11,717.28	28,506.07	28,159.93	22,330.91
取得进销存表的经销商收入占比	71.82%	80.09%	84.37%	79.45%

(2) 对发行人报告期各期前 20 大经销商的进销存表进行分析性复核，计算期末库存数量占当期采购数量的比重，分析库存的合理性分析，具体情况如下：

①2020 年 1-6 月前 20 大经销商期末存货情况

序号	客户名称	产品名称	期末库存数量 (米)	期末库存数量占当期采购数量比例
1	台州奥德美日锯业有限公司	双金属带锯条	117,585.00	24.54%
2	郑州耀天贸易有限公司	双金属带锯条	65,620.00	16.12%
3	晋江南泰刀模材料贸易有限公司	模切工具	249,049.00	12.85%

序号	客户名称	产品名称	期末库存数量(米)	期末库存数量占当期采购数量比例
4	泉州市高力高贸易有限公司	模切工具	86,115.00	6.70%
5	浙江立信锯业有限公司	双金属带锯条	65,640.00	22.77%
6	缙云县宝利特机械制造有限公司	双金属带锯条	27,080.00	12.66%
7	缙云县耐普斯锯条有限公司	双金属带锯条	26,595.00	13.77%
8	浙江金利恒兹锯业有限公司	双金属带锯条	33,100.00	15.56%
9	上海鼎骄五金工具有限公司	双金属带锯条	25,759.00	14.88%
10	乐清市瑞昊锯业有限公司	双金属带锯条	5,200.00	13.59%
11	台州市荣耀模具有限公司	模切工具	92,250.00	11.47%
12	广州创遇贸易有限公司	模切工具	111,096.00	9.29%
13	东莞市宁特模具有限公司	模切工具	80,588.00	12.16%
14	义乌市巨高贸易有限公司	模切工具	50,000.00	8.10%
15	朗仁精密工具(温州)有限公司	双金属带锯条	28,566.00	15.25%
16	佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司	模切工具	67,250.00	12.86%
17	温岭凌鹰锯业有限公司	双金属带锯条	10,959.00	17.48%
18	宁都县合利贸易有限公司	模切工具	60,300.00	11.96%
19	珠海市精巧鞋材有限公司	模切工具	53,000.00	11.02%
20	中山市快利模具有限公司	模切工具	40,000.00	8.29%

注：2020年1-6月当期采购数量为半年度采购量，导致占比相对其他年度较高。

②2019年前20大经销商期末存货情况

序号	客户名称	产品名称	期末库存数量(米)	期末库存数量占当期采购数量比例
1	佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司	模切工具	676,750.00	16.57%
2	晋江南泰刀模材料贸易有限公司	模切工具	365,178.00	7.37%
3	泉州市高力高贸易有限公司	模切工具	118,905.00	3.80%
4	台州市荣耀模具有限公司	模切工具	396,080.00	13.35%
5	浙江立信锯业有限公司	双金属带锯条	190,383.00	29.49%
6	广州创遇贸易有限公司	模切工具	137,068.00	4.01%
7	缙云县宝利特机械制造有限公司	双金属带锯条	30,897.28	5.86%
8	东莞市宁特模具有限公司	模切工具	129,560.00	7.48%
9	上海鼎骄五金工具有限公司	双金属带锯条	22,612.00	6.47%

序号	客户名称	产品名称	期末库存数量(米)	期末库存数量占当期采购数量比例
10	浙江金利恒兹锯业有限公司	双金属带锯条	33,780.00	8.20%
11	上海馨群机械有限公司	双金属带锯条	8,250.00	2.25%
12	义乌市亘高贸易有限公司	模切工具	55,000.00	4.52%
13	东莞市巨久锯业有限公司	双金属带锯条	22,977.00	7.26%
14	温州市金字鞋模材料设备有限公司	模切工具	22,460.00	1.72%
15	深圳市君兴顺贸易有限公司	模切工具	81,520.00	6.38%
16	惠东县顺捷刀模材料店	模切工具	68,650.00	5.55%
17	台州奥德美日锯业有限公司	双金属带锯条	22,000.00	6.41%
18	宁都县合利贸易有限公司	模切工具	66,975.00	5.30%
19	珠海市精巧鞋材有限公司	模切工具	97,000.00	8.22%
20	中山市快利模具有限公司	模切工具	50,000.00	4.01%

③2018年前20大经销商期末存货情况

序号	客户名称	产品名称	期末库存数量(米)	期末库存数量占当期采购数量比例
1	佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司	模切工具	1,627,969.00	31.38%
2	晋江南泰刀模材料贸易有限公司	模切工具	343,772.00	6.23%
3	泉州市高力高贸易有限公司	模切工具	152,278.00	4.89%
4	东莞市巨久锯业有限公司	双金属带锯条	9,375.00	1.21%
5	台州市荣耀模具有限公司	模切工具	284,191.00	10.92%
6	广州创遇贸易有限公司	模切工具	264,774.00	7.12%
7	东莞市宁特模具有限公司	模切工具	198,395.00	9.81%
8	浙江立信锯业有限公司	双金属带锯条	58,086.00	11.80%
9	缙云县宝利特机械制造有限公司	双金属带锯条	16,830.00	3.35%
10	缙云县耐普斯锯条有限公司	双金属带锯条	34,650.00	9.06%
11	上海鼎骄五金工具有限公司	双金属带锯条	22,000.00	5.82%
12	上海馨群机械有限公司	双金属带锯条	9,550.00	2.44%
13	永康市美利锯业有限公司	双金属带锯条	33,912.00	10.57%
14	惠东县顺捷刀模材料店	模切工具	102,195.00	7.54%
15	义乌市亘高贸易有限公司	模切工具	60,025.00	5.36%
16	浙江金利恒兹锯业有限公司	双金属带锯条	33,725.00	10.34%

序号	客户名称	产品名称	期末库存数量(米)	期末库存数量占当期采购数量比例
17	深圳市君兴顺贸易有限公司	模切工具	150,000.00	11.75%
18	宁都县合利贸易有限公司	模切工具	50,000.00	3.85%
19	东莞市精锋模具材料有限公司	模切工具	92,200.00	7.96%
20	缙云县迪锐森机械有限公司	双金属带锯条	28,795.00	10.77%

④2017年前20大经销商期末存货情况

序号	客户名称	产品名称	期末库存数量(米)	期末库存数量占当期采购数量比例
1	佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司	模切工具	938,025.00	18.64%
2	晋江南泰刀模材料贸易有限公司	模切工具	339,422.00	7.67%
3	东莞市巨久锯业有限公司	双金属带锯条	79,805.36	9.06%
4	泉州市高力高贸易有限公司	模切工具	160,491.00	4.97%
5	东莞市宁特模具有限公司	模切工具	414,634.09	20.24%
6	上海鼎骄五金工具有限公司	双金属带锯条	18,000.00	4.02%
7	缙云县宝利特机械制造有限公司	双金属带锯条	12,741.00	2.98%
8	沈阳基鼎贸易有限公司	双金属带锯条	147.00	0.04%
9	广州创遇贸易有限公司	模切工具	299,874.00	11.53%
10	东莞市企煌刀模材料有限公司	模切工具	-	-
11	缙云县耐普斯锯条有限公司	双金属带锯条	24,525.00	7.79%
12	台州市荣耀模具有限公司	模切工具	170,371.00	11.26%
13	上海徽沪实业有限公司	模切工具	98,250.00	8.47%
14	浙江立信锯业有限公司	双金属带锯条	38,772.00	14.28%
15	深圳市君兴顺贸易有限公司	模切工具	123,000.00	8.78%
16	惠东县顺捷刀模材料店	模切工具	104,250.00	7.96%
17	东莞市精锋模具材料有限公司	模切工具	95,300.00	7.24%
18	上海馨群机械有限公司	双金属带锯条	8,650.00	3.41%
19	义乌市亘高贸易有限公司	模切工具	57,400.00	5.74%
20	深圳市源发刀模材料有限公司	模切工具	84,230.00	8.01%

报告期各期末，发行人前二十大经销商向发行人所采购的产品库存一般保持在3-6周的合理周转范围内，经销商向发行人采购的产品大部分已实现对外销售。

佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司、东莞市宁特模具有限公司等部分经销商个别年度期末占比较高具有合理性，具体原因详见本问询问题之“三、经销商是否仅销售发行人产品，经销商对发行人产品的终端销售及期末存货情况，前五大经销商中部分经销商报告期期末库存数量占当期采购数量比例较高的原因及合理性”之“3、前五大经销商中部分经销商在报告期期末库存数量占当期采购数量比例较高的原因及合理性”。

(3) 保荐人及申报会计师对 67 家经销商的存货进行现场盘点，涵盖了报告期各期前 50 大经销商，核查情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经销收入	16,313.74	35,593.42	33,377.33	28,106.48
对已进行存货盘点的经销商销售金额	10,661.04	25,161.31	24,677.58	19,896.09
存货盘点的经销商收入占比	65.35%	70.69%	73.94%	70.79%

(4) 保荐人及申报会计师查阅 62 家经销商的销售台账，抽查经销商其对 306 家下游客户的发货单、销售合同、销售发票、出口报关单等销售凭证，涵盖了报告期各期大部分前 50 大经销商，核查情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经销收入	16,313.74	35,593.42	33,377.33	28,106.48
抽查销售凭证的经销商销售金额	10,533.64	24,615.28	23,565.84	18,804.96
抽查销售凭证的经销商收入占比	64.57%	69.16%	70.60%	66.91%

(5) 保荐人及申报会计师对 70 家经销商进行了实地穿透走访，实地穿透走访了经销商在国内广东、浙江、福建、江苏、山东、河北、四川、上海等 7 省 1 市和越南的 202 个下游经营主体，包含 36 家分销商和 166 家终端客户，核查主要经销商对外销售的真实性、终端客户与发行人的关联关系，核查情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经销收入	16,313.74	35,593.42	33,377.33	28,106.48
实地穿透走访终端客户的经销商销售	11,193.22	27,643.07	26,912.77	21,334.14

项 目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
金额				
实地穿透走访终端客户的经销商收入占比	68.61%	77.66%	80.63%	75.90%

2、核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：报告期内发行人经销商主要根据终端客户需求向发行人采购产品，并实现最终销售，其销售周期较短、各期末库存总体规模较小，一般保持 3-6 周的库存规模；经销商库存与其实际销售情况相匹配，经销商的最终销售实现情况良好，不存在经销商期末压货、突击进货的情况。

（三）经销模式下报告期内成立或新增的主要客户的基本情况、报告期内新成立客户销售发行人产品能力的情况及对前述客户销售的真实性，报告期经销商退出的原因及对发行人的影响

1、经销模式下报告期内成立或新增的主要客户的基本情况

发行人报告期内新增客户，包括了新开拓从未发生业务往来的客户、报告期前曾发生业务往来而后中断的客户、已合作经销商客户同一控制人设立的不同经营主体。按照行业惯例，部分业务规模较大、多区域经营的经销商会根据其自身业务经营需要，使用同一控制下的不同经营主体与发行人进行交易，包括其在报告期前设立和报告期内设立的主体。

（1）报告期内，发行人经销商中新增、报告期内新成立且任一单期交易金额达到 100 万元以上的经销商基本情况如下：

序号	企业名称	经销商的产品	经营范围	法定代表人	注册资本	成立日期	是否为已合作经销商的实际控制人新设立主体
1	无锡合诺锯切科技有限公司	双金属带锯条	刀具、五金工具、机床及配件的销售	卢晓明	500 万元	2019.04.30	是
2	上海鼎骄五金工具有限公司	双金属带锯条	五金工具、机电设备、刀具、钢材的销售	杜财荣	200 万元	2017.01.19	是
3	上海赞丞锯业有限公司	双金属带锯条	五金产品、机械设备、机电设备的销售	赵敏建	500 万元	2017.03.31	是

序号	企业名称	经销商的产品	经营范围	法定代表人	注册资本	成立日期	是否为已合作经销商的实际控制人新设立主体
4	惠东县大岭锦幸刀模店	重型模切工具	批发、零售:刀模及配件	欧亚平	-	2018.08.10	是
5	保定安霖模具制造有限公司	重型模切工具	生产销售:箱包皮具、箱包辅料、模具、刀模、模具材料、冲子、锯条、圆锯、塑料制品;销售:箱包皮具、五金、日用杂货	卢志安	100 万元	2018.10.12	否
6	保定君晟达商贸有限公司	重型模切工具	五金产品、电子产品、通讯设备、金属制品、玻璃制品、机械设备、室内装饰材料(不含危险化学品)批发零售	周素楼	100 万元	2018.11.19	否
7	东莞市君宏贸易有限公司	重型模切工具	销售:五金机械、五金电子、五金配件、刀模材料、皮革、布料;货物及技术进出口	王春兰	50 万元	2017.06.05	是
8	朗仁精密工具(温州)有限公司	双金属带锯条	一般项目:五金产品批发;五金产品零售;机械设备销售;金属材料销售;金属制品销售	林克将	100 万元	2019.05.29	是
9	惠东县平山东方刀模材料店	重型模切工具	批发、零售:刀模材料、刀模	陈芳	-	2017.03.14	否
10	上海兵锦锯业有限公司	双金属带锯条	五金产品、刀具、机械设备的销售	宋锦华	300 万元	2017.07.11	是
11	陕西磐锋锯业有限公司	双金属带锯条	机电设备、普通机械、锯床、锯条的销售	吴建香	200 万元	2017.08.07	否
12	青岛锐商机电有限公司	双金属带锯条	批发、零售:机电设备、电气设备、自动化设备、机床设备及配件、锯条、锯床(以上均不含特种设备)、工量刀具	于世娟	90 万元	2017.09.14	否
13	温州盛多鑫贸易有限公司	重型模切工具	销售:鞋材(不含危险化学品)、切削工	李泽东	50 万元	2017.05.11	否

序号	企业名称	经销商的产品	经营范围	法定代表人	注册资本	成立日期	是否为已合作经销商的实际控制人新设立主体
			具、模具配件				
14	缙云县光锋精密工具有限公司	双金属带锯条	五金产品批发；机械设备批发；数控机床销售；化工产品批发（不含危险化学品）	杜曲媚	100 万元	2020.01.09	是
15	台州奥日美德锯业科技有限公司	双金属带锯条	锯削刀具研发、销售。	夏国友	100 万元	2019.09.11	是
16	温州金阮鞋模材料有限公司	重型模切工具	销售（含网上销售）：鞋模材料、刀模材料、刀模、刀模设备、机械配件	金辉	50 万元	2019.12.26	是

(2) 报告期内，发行人经销商中新增、报告期前已成立且任一单期交易金额达到 100 万元以上的经销商基本情况如下：

序号	企业名称	经销商的产品	经营范围	法定代表人	注册资本	成立日期	是否为已合作经销商的实际控制人的其他主体
1	上海卓鑫锯业有限公司	双金属带锯条	双金属带锯条、金属材料（除贵金属）、五金工具、机电设备、工量刀具的销售	李震	50 万元	2003.04.29	否
2	佛山市雁锯机械有限公司	双金属带锯条	零售：机械设备及配件	董训旺	50 万元	2014.04.14	否
3	TEK METAL SANAYI VE TICARET A.S	重型模切工具	重型模切工具、鞋用机器、皮革等产品销售	Hüseyin Gökhan Subaşı	100 万土耳其里拉	2000.07.07	否
4	缙云县迪锐森机械有限公司	双金属带锯条	机械设备及配件、金属切削工具、五金工具、机电设备制造、加工、销售；焊接设备、不锈钢制品、仪器仪表销售	周玉琴	100 万元	2016.12.09	否
5	青岛大元刀模	重型模	加工销售刀模钢	郑龙哲	10 万元	2014.08.17	否

序号	企业名称	经销商的产品	经营范围	法定代表人	注册资本	成立日期	是否为已合作经销商的实际控制人的其他主体
	钢材有限公司	切工具	材、机械配件、模具，货物进出口、技术进出口				
6	惠东县黄埠晋鹏刀模店	重型模切工具	批发、零售：刀模材料、五金配件；加工：刀模	陈金木	-	2014.09.02	否
7	缙云县云鹰锯业有限公司	双金属带锯条	带锯条、缝纫机配件制造、销售	王兰芬	100 万元	2016.04.27	否
8	台州奥德美日锯业有限公司	双金属带锯条	锯条、金属工具制造、加工、销售	夏国友	100 万元	2006.11.20	否
9	缙云县克罗德锯业有限公司	双金属带锯条	金属切削工具、锯条、五金配件、模具及配件、机电设备、机床设备及配件销售	郭成林	500 万元	2014.04.02	否
10	惠东县黄埠海鑫激光刀模店	重型模切工具	批发、零售：刀模材料；加工：刀模	杨金凤	—	2015.12.08	否
11	宁都县合利贸易有限公司	重型模切工具	金属材料销售	罗毅力	30 万元	2010.04.01	否
12	东莞市创力刀模材料有限公司	重型模切工具	销售：刀模材料、五金配件、钢材、模具	宁克平	20 万元	2014.09.23	否
13	惠东县大岭镇锦昌刀模店	重型模切工具	批发、零售：刀模及配件	甘丽珍	—	2009.05.25	否
14	浙江金利恒兹锯业有限公司	双金属带锯条	双金属带锯条、锯片、木工刀具，锯床、机械配件加工、销售；机床电器销售；经营本企业自营进出口业务	孙振江	1000 万元	2008.04.18	否
15	HECTOR VILLA MARMIJARES	重型模切工具	重型模切工具、鞋用机器、皮革等产品销售	HECTOR VILLA MARMIJARES	35 万墨西哥比索	2016 年 1 月	是
16	东莞市永东刀模材料有限公司	重型模切工具	销售及网上销售：服装、服饰、箱包、鞋帽、家居用品、刀模材料、电子产	杜永彬	50 万元	2015.04.07	否

序号	企业名称	经销商的产品	经营范围	法定代表人	注册资本	成立日期	是否为已合作经销商的实际控制人的其他主体
			品、五金配件、通用机械设备及配件；货物及技术进出口				
17	高密市穆氏五金贸易有限公司	重型模切工具	销售五金工具、鞋材、刀模	穆春红	50 万元	2016.07.13	否
18	温州市鑫庆贸易有限公司	重 型 模切工具	销售：刀模、刀料、皮革、纸箱、冲子	罗显辉	50 万元	2010.02.02	否
19	上海馨群机械有限公司	双金属带锯条	机械设备及配件、机电设备及配件、刀具、润滑油、包装材料的批发、零售，企业管理咨询，企业形象策划，市场营销策划，展览展示服务	朱杰群	100 万元	2016.04.19	是
20	浙江克罗德锯业有限公司	双 金 属带锯条	金属切削工具、锯条、五金配件、模具及配件、机电设备、机床设备及配件销售	郭成林	500 万元	2014.04.02	否
21	徐州市新辉机电设备有限公司	双 金 属带锯条	机械电器设备、五金交电、机械配件销售	赵新辉	50 万元	2007.01.18	否
22	青岛三丰锯业有限公司	双 金 属带锯条	批发、零售：机电产品（不含九座及九座以下乘用车）、机械设备（不含特种设备）、五金交电、钢材	柳有良	500 万元	2006.03.29	否
23	缙云县卓星泰工具有限公司	双金属带锯条	带锯条、带锯床、圆锯片、切削工具制造、销售	胡晓伟	500 万元	2015.11.04	否
24	CAO VIEN DIGITGAL DESIGN COMPANY LIMITED	重型模切工具	重型模切工具、鞋用机器、皮革等产品销售	THÁI KIẾN QUÂN	5 亿越南盾	2008.02.29	是
25	郑州耀天贸易有限公司	双金属带锯条	销售：普通机械设备、化工原料、五	张竣亮	500 万元	2010.04.02	否

序号	企业名称	经销商的产品	经营范围	法定代表人	注册资本	成立日期	是否为已合作经销商的实际控制人的其他主体
			金交电、建筑材料、装饰材料				
26	无锡市世华机电设备有限公司	CNC 全自动圆锯机、冷切金属圆锯片	电气机械及器材、通用设备、专用设备、五金交电、金属材料、金属制品的销售。	吕华	200 万元	2009.04.27	否
27	绍兴中匠人刀业有限公司	带锯床	刀具、厨具、五金工具、机械设备制造、加工、销售；金属制品加工；进出口业务。	朱恒	250 万元	2016.06.16	否

2、报告期内新成立客户销售发行人产品能力的情况及对前述客户销售的真实性

(1) 新成立客户销售发行人产品能力的情况

报告期内，发行人新成立的经销商销售情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
当期新成立经销商的数量（家）	16	34	21	12
对当期新成立经销商的销售收入（万元）	1,137.14	1,488.96	724.78	757.03
对当期新成立经销商的平均销售收入（万元/家）	71.07	43.79	34.51	63.09
其中：同一控制下经销商实际控制人新成立经销商的数量（家）	3	2	1	4
对同一控制下经销商实际控制人新成立经销商的销售收入（万元）	943.58	993.50	339.91	534.06
对同一控制下经销商实际控制人新成立经销商的平均销售收入（万元/家）	314.53	496.75	339.91	133.51
其中：其他新成立经销商的数量（家）	13	32	20	8
对其他新成立经销商的销售收入（万元）	193.56	495.46	384.86	222.97
对其他新成立经销商的平均销售收入（万元/家）	14.89	15.48	19.24	27.87

报告期内，发行人新成立的经销商主要分为已合作经销商实际控制人新设立主体和市场开拓的新成立客户，其中已合作的经销商实际控制人新增成立的经销商销售能力较强，平均销售收入分别为 133.51 万元/家、339.91 万元/家、496.75 万元/家和 314.53 万元/家；市场开拓的新成立经销商由于处于双方合作初期，销售发行人产品较少，平均销售收入分别为 27.87 万元/家、19.24 万元/家、15.48 万元/家和 14.89 万元/家。

(2) 报告期内新成立经销商销售的真实性

① 报告期新成立经销商的总体情况

报告期内，发行人经销商中新成立的经销商合计数量为 83 家，单年销售收入曾达到 100 万元以上的有 16 家，其中 10 家经销商为已合作经销商的实际控制人因自身业务调整和异地开展业务等原因新设立的经营主体，对该 10 家经销商的销售占比较大；剔除该 10 家经销商外，报告期内其他新成立的经销商为发行人报告期内新开发的经销商，销售规模较小，对发行人报告期的销售收入贡献较小，符合商业逻辑，具有合理性。

② 保荐人和申报会计师对新增经销商销售真实性的核查情况

保荐人、申报会计师为核查发行人对新增经销商的销售真实性，执行了以下核查程序：

a.取得发行人报告期各期的销售明细表，在企查查批量导出主要新增经销商的工商登记信息，取得发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员的家庭关系及投资情况调查表和报告期员工名单和工资表，并将发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其近亲属和报告期员工与发行人主要新增经销商的工商登记人员进行核对；

b.取得发行人实际控制人控制的其他企业、实际控制人及其在发行人任职的直系亲属、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、出纳的银行账户声明书和报告期的银行对账单，取得实际控制人报告期的微信转账记录，核查交易对方是否有发行人主要新增经销商及其主要人员；

c.检查主要新增经销商的销售合同或协议，识别与商品所有权上的主要风险和报酬转移相关的条款与其他客户是否存在差异，评价收入确认是否符合企业会

计准则的规定。

d.获取发行人收入成本明细表，对发行人收入执行分析性复核程序，比较同一规格产品在新增经销商与其他客户之间销售单价，分析对新增经销商的销售价格是否存在异常；

e.针对主要新增境内经销商的销售收入，选取样本检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售订单、销售出库单、物流运输单、货物签收单、发票、客户对账单、收款回单等；针对主要新增境外经销商的销售收入，选取样本检查与收入相关的支持性文件，包括销售订单、销售出库单、出口报关单、提单、发票、收款回单等，并与中国电子口岸系统出口数据进行核对；

f.检查与主要新增经销商销售返利相关的支持性文件，包括返利政策、客户返利确认单、客户对账单等，分析是否存在异常；

g.对主要新增经销商执行函证程序，函证内容包括各期营业收入金额、各期末应收账款余额以及各期末应付返利余额；

h.查询海关电子口岸信息和外管局收汇信息，并与发行人的出口销售数据和收款信息进行核对，核查主要新增境外客户的经销商；

i.对发行人主要新增经销商的应收账款进行期后回款检查；

j.保荐人及申报会计师实地走访报告期主要新增经销商，考察其经营状况；通过国家企业信用信息公示系统查阅主要新增经销商的工商资料，对主要新增经销商相关人员进行访谈，向受访经销商了解关于订货方式、定价政策、结算政策、返利政策等内容；询问发行人的主要新增经销商是否存在为发行人承担成本、费用及发行人通过经销商不合理转移成本费用或利润的情形，是否与发行人及其关联方存在关联关系或其他利益约定，并取得发行人新增经销商出具的声明书；

k.保荐人及申报会计师取得主要新增经销商的进销存表，分析其期末库存的合理性；

l.保荐人及申报会计师对主要新增经销商的存货进行盘点；

m.保荐人及申报会计师穿透核查并实地走访主要新增经销商的下游客户，核

查主要新增经销商的销售真实性、终端客户与发行人的关联关系。

经核查，保荐人和申报会计师认为：发行人对报告期内成立或新增的主要客户的销售是真实的。

3、报告期经销商退出的原因及对发行人的影响

报告期内，发行人重型模切工具经销商退出的主要原因为发行人经销商的实际控制人因自身经营需要注销原交易主体、新成立交易主体与发行人继续交易和发行人为解决关联交易注销经销商东莞企煌。

报告期内，退出的双金属带锯条经销商规模较小，退出的主要原因是自身规模较小无法从发行人取得较为优惠的价格和授信额度而转变为发行人的经销商的分销商、自身业务模式调整以及为发行人已合作经销商的实际控制人因自身经营需要注销原交易主体、新成立交易主体与发行人继续交易。

报告期内，对退出合作的经销商收入占比较小，发行人报告期内销售收入保持稳步增长，对发行人影响较小。

（四）对发行人报告期内新增和退出经销商的核查情况，包括主要经销商的库存情况、所销售商品的大致去向；对经销商收入确认所采取的审计程序，并说明审计程序是否充分

1、对发行人报告期内新增和退出经销商的核查情况，包括主要经销商的库存情况、所销售商品的大致去向

（1）核查程序

保荐人和申报会计师针对发行人报告期新增和退出的经销商主要执行了以下核查程序：

①取得发行人报告期各期销售明细表以及新增和退出的主要经销商明细；

②抽查发行人报告期新增和退出的主要经销商的销售收入记账凭证，查阅对应的销售合同、销售订单、出库单、发货单和经销商收货签收单，其中对境外销售还查阅对应的出口报关单和提单；

③函证发行人报告期新增和退出的主要经销商，函证发行人与主要经销商

的应收账款、交易金额和应付返利余额等信息；

④实地走访发行人新增和退出的主要经销商，了解包括发行人主要经销商与发行人合作的情况、库存周期、主要客户等信息，取得发行人主要经销商的进销存表，对发行人主要经销商进行存货盘点；

⑤查阅发行人主要新增和退出的经销商销售台账，抽查其对终端客户的销售发票、发货单等资料；

⑥实地走访发行人主要新增和退出的经销商的部分终端客户，确认其与发行人经销商交易的真实性。

(2) 核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：发行人新增和退出的主要经销商存货规模较为合理，并实现最终销售，发行人重型模切工具的主要经销商最终销售客户为数量众多的刀模厂和少量大型鞋服箱包厂，双金属带锯条的主要经销商最终销售客户为机械加工、钢铁冶金、模具加工、大型锻造等行业的生产企业。

2、对经销商收入确认所采取的审计程序，并说明审计程序是否充分。

申报会计师对发行人向经销商的销售收入所采取的审计程序如下：

(1) 了解、评价并测试了管理层与主营业务收入确认、销售返利相关的关键内部控制的设计和运行有效性；

(2) 与管理层访谈，了解公司经销体系、销售流程、销售模式、回款模式、售后服务情况等情况；

(3) 检查主要的销售合同或协议，识别与商品所有权上的主要风险和报酬转移相关的条款，评价收入确认是否符合企业会计准则的规定；

(4) 获取发行人收入成本明细表，对发行人收入执行分析性程序；

(5) 针对内销收入，选取样本检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售订单、销售出库单、物流运输单、货物签收单、发票、客户对账单、收款回单等；报告期各期内销收入检查比例分别为 79.34%、76.52%、75.36%和 74.04%；

(6) 针对外销收入，选取样本检查与收入相关的支持性文件，包括销售订单、销售出库单、出口报关单、提单、发票、收款回单等，并与中国电子口岸系统出口数据进行核对；报告期各期外销收入检查比例分别为 96.99%、99.52%、97.79% 和 96.31%；

(7) 选取样本检查与销售返利相关的支持性文件，包括返利政策、客户返利确认单、客户对账单等；

(8) 对发行人的销售收入进行截止性测试，针对资产负债表日前后一个月记录的收入交易，对境内销售核对销售收入对应的客户签收单等相关支持性文件，对境外销售核对销售收入对应的提单等相关支持性文件，评估收入是否在恰当的会计期间确认，未发现存在经销收入跨期的情形；

(9) 选取样本执行函证程序，函证内容包括各期营业收入金额、各期末应收账款余额以及各期末应付返利余额，函证实施情况如下：

①应收账款余额

单位：万元

项 目	2020 年 1-6 月	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应收账款余额	11,212.76	5,113.57	5,438.73	5,235.01
发函金额	8,480.42	4,015.49	4,317.19	3,879.31
发函金额占期末余额比例	75.63%	78.53%	79.38%	74.10%
回函金额	8,480.42	3,844.15	4,273.41	3,813.23
回函金额占期末余额比例	75.63%	75.18%	78.57%	72.84%
未回函替代测试金额	0.00	171.34	43.78	66.08
未回函替代测试金额比例	0.00%	3.35%	0.80%	1.26%

说明：回函均相符。

②营业收入

单位：万元

项 目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
营业收入	17,455.21	37,690.75	36,240.00	31,234.16
发函金额	13,049.44	30,397.84	31,161.87	24,533.45
发函金额占营业收入比例	74.76%	80.65%	85.99%	78.55%
回函金额	12,976.54	29,267.20	29,812.63	24,052.86
回函金额占营业收入比例	74.34%	77.65%	82.26%	77.01%
未回函替代测试金额	72.90	1,130.64	1,349.24	480.58
未回函替代测试金额比例	0.42%	3.00%	3.72%	1.54%

说明：回函均相符。

③应付返利余额

单位：万元

项 目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
应付返利余额	1,848.43	1,502.54	1,393.03	1,928.74
发函金额	1,689.73	1,064.78	1,174.08	1,566.93
发函金额占应付返利比例	91.41%	70.87%	84.28%	81.24%
回函金额	1,689.73	1,062.52	1,167.76	1,536.52
回函金额占应付返利比例	91.41%	70.72%	83.83%	79.66%
未回函替代测试金额	0.00	2.26	6.31	30.41
未回函替代测试金额比例	0.00%	0.15%	0.45%	1.58%

说明：回函均相符。

(10) 保荐人及申报会计师实地走访和视频访谈国内广东、浙江、福建、江苏、山东、辽宁、河北、河南、四川、上海等9省1市和越南、墨西哥等国家共计95家经销商，其中实地走访92家、视频访谈3家，涵盖了报告期各期前50大经销商，考察其经营状况；通过国家企业信用信息公示系统查阅主要经销商的工商资料，对经销商相关人员进行访谈，向受访客户了解关于订货方式、定价政策、结算政策、返利政策等内容；了解主要经销商的基本情况以及与发行人是否存在关联关系。核查情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
经销收入	16,313.74	35,593.42	33,377.33	28,106.48
实地走访金额	12,324.70	30,540.33	29,837.58	23,735.85
视频访谈金额	71.40	473.95	-	-
实地走访比例	75.55%	85.80%	89.39%	84.45%
视频访谈比例	0.44%	1.33%	0.00%	0.00%
合计	75.99%	87.13%	89.39%	84.45%

(11) 保荐人及申报会计师取得 79 家经销商的进销存表，分析其期末库存的合理性，涵盖了报告期各期前 50 大经销商，核查情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
经销收入	16,313.74	35,593.42	33,377.33	28,106.48
对取得进销存表的经销商销售金额	11,717.28	28,506.07	28,159.93	22,330.91
取得进销存表的经销商收入占比	71.82%	80.09%	84.37%	79.45%

(12) 保荐人及申报会计师对 67 家经销商的存货进行现场盘点，涵盖了报告期各期前 50 大经销商，核查情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
经销收入	16,313.74	35,593.42	33,377.33	28,106.48
对已进行存货盘点的经销商销售金额	10,661.04	25,161.31	24,677.58	19,896.09
存货盘点的经销商收入占比	65.35%	70.69%	73.94%	70.79%

(13) 保荐人及申报会计师查阅 62 家经销商的销售台账，抽查其对 306 家下游客户的发货单、销售合同、销售发票、出口报关单等销售凭证，涵盖了报告期各期大部分前 50 大经销商，核查情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
经销收入	16,313.74	35,593.42	33,377.33	28,106.48
抽查销售凭证的经销商销售金额	10,533.64	24,615.28	23,565.84	18,804.96

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
抽查销售凭证的经销商收入占比	64.57%	69.16%	70.60%	66.91%

(14) 保荐人及申报会计师对 70 家经销商进行了实地穿透走访，实地穿透走访了经销商在国内广东、浙江、福建、江苏、山东、河北、四川、上海等 7 省 1 市和越南的 202 个下游经营主体，包含 36 家分销商和 166 家终端客户，核查主要经销商的销售真实性、终端客户与发行人的关联关系，核查情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经销收入	16,313.74	35,593.42	33,377.33	28,106.48
实施终端客户核查的经销商销售金额	11,193.22	27,643.07	26,912.77	21,334.14
实施终端客户核查的经销商收入占比	68.61%	77.66%	80.63%	75.90%

经核查，申报会计师认为：上述审计及核查程序可以确认发行人经销商收入的真实性、准确性和完整性，审计程序充分。

(五) 经销商是否为发行人的离职或现任员工；发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员或发行人股东与主要客户是否存在关联关系或其他利益约定，是否存在通过经销商不合理转移成本费用或利润的情形，详细说明具体的核查工作（包括但不限于核查人员、核查时间、核查范围、核查手段及核查结论），前述核查工作是否支持相关核查结论。

1、经销商是否为发行人的离职或现任员工

报告期内，发行人经销商东莞企煌实际控制人林正华为发行人总经理，除该等情形外，不存在其他发行人经销商及其实际控制人为发行人的离职或现任员工的情形。

东莞企煌为发行人实际控制人林正华于 2013 年收购的重型模切工具生产及销售企业，收购后成为发行人经销商，从事发行人重型模切工具的经销业务，已于 2017 年 6 月起停止向发行人采购，并于当年完成库存清理并停止营业，后于 2019 年 2 月完成注销。关于东莞企煌的具体情况，具体详见招股说明书“第七节公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易”之“（四）关联方变化情况”之“3、东莞市企煌刀模材料有限公司”。

2、发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员或发行人股东与主要客户是否存在关联关系或其他利益约定，是否存在通过经销商不合理转移成本费用或利润的情形，详细说明具体的核查工作（包括但不限于核查人员、核查时间、核查范围、核查手段及核查结论），前述核查工作是否支持相关核查结论。

（1）核查人员、核查时间及核查范围

中介机构的核查人员、核查时间及核查范围如下：

主要核查程序	核查范围	核查时间	核查人员
核查发行人与主要客户的关联关系	发行人实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员及其近亲属和报告期员工，发行人主要客户的主要人员	2020年1-3月	保荐人：宁小波、张华熙； 申报会计师：陈涌根、王肖生、许瑞生； 发行人律师：蒋浩、陈宓、黄三元
核查银行账户流水	发行人、发行人实际控制人控制的其他企业、实际控制人及其在发行人任职的直系亲属、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、出纳	2020年1-3月	保荐人：宁小波、张华熙； 申报会计师：陈涌根、王肖生、许瑞生； 发行人律师：蒋浩、黄三元
实地走访、现场访谈发行人主要客户	发行人主要客户	2019年9月； 2019年11月； 2020年8月	保荐人：宁小波、张华熙、李志斌、谢慧芬、谢志才等； 申报会计师：陈涌根、王肖生、陈志川、董炜炜等； 发行人律师：蒋浩、黄三元、普泽昆、韩叙等

（2）核查程序

针对发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员或发行人股东与主要客户是否存在关联关系或其他利益约定，是否存在通过经销商不合理转移成本费用或利润的情形的核查，保荐人和申报会计师主要执行了以下核查程序：

①取得发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员和发行人股东的家庭关系及投资情况调查表和报告期员工名单和工资表，在企查查批量导出发行人主要客户的工商登记信息，将发行人实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员及其近亲属和报告期员工与发行人主要客户的工商登记人员进行核对；

②取得发行人实际控制人控制的其他企业、实际控制人及其在发行人任职的直系亲属、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、出纳的银行账户声明书和报告期的银行对账单，取得实际控制人报告期的微信转账记录，核查交易对方是否有发行人客户及其主要人员；

③实地走访、现场访谈发行人主要客户，了解其与发行人的合作历史，与发行人的合作模式，并取得发行人主要客户出具的声明书，核查发行人的主要客户是否存在为发行人承担成本、费用及为发行人不合理转移成本费用或利润的情形，是否与发行人及其关联方存在关联关系或其他利益约定；

④取得所有股东、董事、监事、高级管理人员的与发行人客户是否存在关联关系的声明书。

(3) 核查结论

经核查，保荐人和申报会计师认为：

发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员或发行人股东与主要客户不存在关联关系或其他利益约定，不存在通过经销商不合理转移成本费用或利润的情形。

2.关于关联方及关联交易

根据申报材料，东莞市企煌刀模材料有限公司（以下简称东莞企煌）成立于2009年8月24日，法定代表人为郭明泽，经营范围为生产、销售刀模钢带等。发行人实际控制人林正华于2013年3月12日收购东莞企煌，但相关股权由陈若平（发行人实际控制人之一陈丽钦之兄）和郭明泽（发行人销售部经理）代持，具体为陈若平持股55%、郭明泽持股45%。东莞企煌被收购后主要从事发行人产品经销业务。为消除同业竞争和减少关联交易，东莞企煌于2017年6月起停止向发行人采购，于当年完成库存清理并停止营业，于2019年2月1日完成注销。报告期内，发行人与东莞企煌存在大额资金拆借、出售商品、商标受让、转贷等往来情况。

请发行人补充披露：

(1) 东莞企煌的基本情况，包括简要历史沿革、主营业务及产品、停止经营前的主要财务指标、主要客户及终端客户情况，是否与发行人客户及终端客户存在重合；发行人向其销售的主要产品内容，东莞企煌终端客户对相关产品完成销售情况，回款是否及时，销售运费是否与销售规模相匹配；东莞企煌是否专为销售发行人产品而设立，发行人对其销售价格及毛利率情况，与向其他客户销售同类产品价格及毛利率差异情况、差异原因及合理性；除发行人外，东莞企煌是否存在其他同类产品供应商，相关供应商与发行人及其实际控制人、东莞企煌及其原实际控制人是否存在关联关系或其他未披露的利益安排。

(2) 东莞企煌股东陈若平、郭明泽的基本情况，包括主要工作经历、所投资或控制的企业，与发行人客户和供应商是否存在关联关系或业务资金往来。

(3) 陈若平、郭明泽代持的背景和原因及解除代持的情况，2019年注销东莞企煌的原因，注销后客户和业务的承接情况。

(4) 与东莞企煌相关关联交易的背景和原因、定价公允性，是否存在为发行人代垫成本、费用或输送利益情形。

(5) 东莞市巨久锯业有限公司为发行人报告期内前五大客户，补充披露其基本情况，包括历史沿革、主营业务、主要财务指标、主要终端客户，与发行人及其实际控制人、主要客户、供应商、东莞企煌是否存在关联关系，2017年

向发行人进行转贷的原因和合理性。

(6) 发行人的财务内控是否符合中国证监会《首发业务若干问题解答(2020年6月修订)》问题41的相关规范性要求。

请保荐人和申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见,按照中国证监会《首发业务若干问题解答(2020年6月修订)》问题54的要求,说明对发行人及其实际控制人、董监高与上述关联方相关银行账户资金流水进行核查的过程和结果,资金流水的核查范围、异常标准及确定依据、核查程序、核查证据,发行人内部控制是否健全有效、是否存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形,并发表明确意见。

回复:

一、东莞企煌的基本情况,包括简要历史沿革、主营业务及产品、停止经营前的主要财务指标、主要客户及终端客户情况,是否与发行人客户及终端客户存在重合;发行人向其销售的主要产品内容,东莞企煌终端客户对相关产品完成销售情况,回款是否及时,销售运费是否与销售规模相匹配;东莞企煌是否专为销售发行人产品而设立,发行人对其销售价格及毛利率情况,与向其他客户销售同类产品价格及毛利率差异情况、差异原因及合理性;除发行人外,东莞企煌是否存在其他同类产品供应商,相关供应商与发行人及其实际控制人、东莞企煌及其原实际控制人是否存在关联关系或其他未披露的利益安排。

就上述情况,发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易”之“(四)关联方变化情况”之“3、东莞市企煌刀模材料有限公司”中补充披露如下:

“东莞企煌的具体情况如下:

(1) 历史沿革

①2009年8月,东莞企煌设立

2009年8月18日,东莞企煌股东张筑旗、郑志煌共同签署《东莞市企煌刀模材料有限公司章程》,该《章程》规定,由张筑旗、郑志煌共同出资360万元,设立东莞市企煌刀模材料有限公司;其中,张筑旗出资198万元,占注册资本

的 55%；郑志煌出资 162 万元，占注册资本的 45%。

2009 年 8 月 24 日，东莞企煌在东莞市工商行政管理局办理了设立登记，并领取了《企业法人营业执照》（注册号：441900000626537），公司法定代表人为张筑旗，住所为东莞市道滘南丫工业区；注册资本为 360 万元；经营范围为：生产、销售：刀模钢带；加工：刀模、五金配件。

公司设立时的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	认缴注册资本	实缴注册资本	股权比例
1	张筑旗	198.00	198.00	55.00%
2	郑志煌	162.00	162.00	45.00%
合计		360.00	360.00	100.00%

②2013 年 3 月，股权转让

2013 年 3 月 12 日，张筑旗、郑志煌与陈若平、郭明泽签署《股权转让协议书》，约定：张筑旗将其持有的东莞企煌 55%的股权作价 198 万元的转让予陈若平；郑志煌将其持有的东莞企煌 45%的股权作价 162 万元转让予郭明泽。陈若平、郭明泽通过发行人实际控制人之一陈丽钦的银行账户向张筑旗、郑志煌支付股权转让价款。

同日，东莞企煌的全体股东作出股东会决议，全体股东一致同意由张筑旗将其持有的东莞企煌 55%的股权转让予陈若平；由郑志煌将其持有的东莞企煌 45%的股权转让予郭明泽。

2013 年 3 月 13 日，东莞企煌在东莞市工商行政管理局办理了变更登记，并换领了东莞市工商行政管理局核发的新的《企业法人营业执照》（注册号：441900000626537），东莞企煌法定代表人变更为郭明泽。

本次股权转让后，东莞企煌的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	认缴注册资本	实缴注册资本	股权比例
1	陈若平	198.00	198.00	55.00%
2	郭明泽	162.00	162.00	45.00%
合计		360.00	500.00	100.00%

③2019 年 2 月，公司注销

2018年7月20日，东莞企煌作出股东会决议，全体股东一致同意注销东莞企煌。

2019年1月9日，国家税务总局东莞市税务局道滘税务分局出具《税务事项通知书》(东税道滘 税通[2019]2号)，认定东莞企煌符合注销税务登记的条件，予以注销。

2019年2月1日，东莞市工商行政管理局出具《核准简易注销登记通知书》(粤莞核企简注通字【2019】第1900090440号)，对东莞企煌的注销登记予以核准。

(2) 主营业务及产品

东莞企煌在2013年3月被发行人实际控制人收购前从事重型模切工具的生产与销售，被收购后从事发行人产品重型模切工具的经销业务。

(3) 主要财务指标

东莞企煌于2017年6月起停止向发行人采购，于当年完成库存清理并停止营业，于2019年2月完成注销。东莞企煌在停止经营前的主要财务指标如下：

单位：万元

项目	2018年12月31日	2017年12月31日
总资产	639.43	911.32
总负债	0.00	190.22
所有者权益	639.43	721.10
项目	2018年度	2017年度
营业收入	0.00	1,249.68
净利润	-64.22	44.01

注：上述财务数据未经审计。

(4) 主要客户及终端客户情况

报告期内，东莞企煌仅在2017年度进行经营活动，其2017年度前五大客户及各自的主要终端客户情况如下：

序号	客户名称	销售金额 (万元)	销售占比	主要终端客户
1	东莞市宁特模具有限公司	233.27	18.67%	华达刀模厂、东莞市高埗联优刀模厂、同庆模具制品厂、明丰刀模有限公司、众志

序号	客户名称	销售金额 (万元)	销售占比	主要终端客户
				刀模厂
2	佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司	151.17	12.10%	奇利刀模厂、泰华刀模厂、精峰刀模厂、福兴刀模厂、肥仔刀模厂
3	泉州市高力高贸易有限公司	134.86	10.79%	特步(中国)有限公司、鲤城区文业刀模商行、晋江市池店求质冲刀厂、泉州市鲤城区上庆五金模具厂、华昌刀模厂、东莞振耀刀模厂、东莞志平模具厂、东莞市东城华龙五金模具加工店
4	东莞市永东贸易有限公司	123.53	9.88%	议丰刀模厂、弘刚刀模厂、宜芳刀模厂、东莞市新发五金刀具有限公司、东莞市君盛五金模具有限公司
5	福清同庆模具制品厂东莞分厂	75.61	6.05%	自身为终端客户
	合计	718.44	57.49%	-

注：佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司包含佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司和东莞市三海五金模具有限公司。

在东莞企煌上述客户中，2017年度，东莞市宁特模具有限公司、佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司、泉州市高力高贸易有限公司、东莞市永东贸易有限公司存在同时向东莞企煌和发行人采购发行人产品的情形，主要原因系东莞企煌及发行人均为林正华同一控制下的企业，发行人根据自身和东莞企煌各类产品的实时库存情况进行销售，以及时响应客户的采购需求。

(5) 销售发行人产品情况

报告期内，发行人仅在2017年1-6月向东莞企煌进行销售，具体产品为重型模切工具，销售金额为647.72万元，东莞企煌已于2017年内完成库存清理并停止营业。东莞企煌已对相关产品完成了最终销售，并已收到所有销售回款。

东莞企煌的仓库位于广东省东莞市，其主要客户位于周边，因此主要由东莞企煌用自有车辆送货或由客户上门提货，仅有零星销售运费，不涉及销售运费与销售规模相匹配的情形。

除发行人外，东莞企煌不存在其他同类产品供应商，不涉及相关供应商与发行人及其实际控制人、东莞企煌及其原实际控制人存在关联关系或其他未披

露的利益安排的情形。

发行人实际控制人林正华收购东莞企煌前，东莞企煌从事北极熊等自有品牌重型模切工具产品的生产及销售，为发行人竞争对手，并非专为销售发行人产品而设立的公司。发行人实际控制人林正华收购东莞企煌后，东莞企煌从事发行人重型模切工具产品的经销业务。

报告期内，发行人向东莞企煌销售重型模切工具的定价主要参考当期市场价进行定价。针对同等规格的产品，发行人向东莞企煌销售的均价与向可比的无关联关系主要经销商的销售均价、毛利率的对比情况如下：

单位：元/米

规格	向东莞企煌的销售均价	向可比无关联关系主要经销商的销售均价	均价差异比例	向东莞企煌的销售毛利率	向可比无关联关系主要经销商的平均销售毛利率	毛利率差异百分点
32*2.0BE 黑体	3.33	3.21	3.67%	28.58%	26.16%	2.41 个百分点
36*2.5BE 白标	3.33	3.57	-6.62%	12.60%	15.41%	-2.81 个百分点
36*2.7BE 黑体	3.64	3.70	-1.66%	15.81%	14.45%	1.36 个百分点
36*3.0PA 黑体	4.15	4.24	-2.31%	21.49%	20.39%	1.10 个百分点
32*2.5BE 黑体	3.53	3.57	-1.10%	30.05%	26.29%	3.76 个百分点
36*2.5PE RJ	3.44	3.48	-1.12%	17.15%	14.42%	2.74 个百分点
36*2.5PE 黑体	3.52	3.61	-2.41%	20.50%	18.17%	2.33 个百分点
平均值	3.51	3.63	-3.14%	21.14%	19.33%	1.81 个百分点

注 1：上述规格重型模切工具销售金额合计占发行人 2017 年度向东莞企煌销售的比例超过 60%；

注 2：可比无关联关系主要经销商为与东莞企煌处于同地区且发行人同期向其发生销售同等规格产品的无关联关系的 6 家主要经销商。

从上表可以看出，发行人向东莞企煌销售的同规格重型模切工具的销售均价、毛利率与向同时期同地区无关联关系的主要经销商的销售均价、毛利率之间无重大差异，发行人与东莞企煌交易的价格具有公允性及合理性。”

二、东莞企煌股东陈若平、郭明泽的基本情况，包括主要工作经历、所投

资或控制的企业，与发行人客户和供应商是否存在关联关系或业务资金往来。

就上述情况，发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易”之“（四）关联方变化情况”之“3、东莞市企煌刀模材料有限公司”中补充披露如下：

“（6）股东陈若平、郭明泽的基本情况

①陈若平的基本情况

陈若平，身份证号码 350321*****30，于 2007 年起任职于发行人前身恒达机电，负责后勤管理工作，于 2017 年 1 月离职，现已退休。报告期内，除名义持有东莞企煌 55% 股权外，陈若平不存在其他投资或控制的企业，与发行人客户和供应商不存在其他关联关系或业务资金往来。

②郭明泽的基本情况

郭明泽，身份证号码 350321*****18，于 2000 年起任职于发行人前身恒达机电，主要负责重型模切工具的销售，现任公司销售经理。报告期内，除名义持有东莞企煌 45% 股权外，郭明泽不存在其他投资或控制的企业，与发行人客户和供应商不存在其他关联关系或业务资金往来。”

三、陈若平、郭明泽代持的背景和原因及解除代持的情况，2019 年注销东莞企煌的原因，注销后客户和业务的承接情况。

就上述情况，发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易”之“（四）关联方变化情况”之“3、东莞市企煌刀模材料有限公司”中补充披露如下：

“（7）股权代持及公司注销情况

因发行人实际控制人林正华自身日常工作较为繁忙，且东莞企煌的注册地及经营地离发行人较远，为方便日后办理工商变更登记以及企业日常年检、报税等其他相关手续，实际控制人林正华委托其关系密切的家庭成员陈若平（林正华配偶陈丽钦之兄）、信任的员工郭明泽（销售经理）代为办理东莞企煌的股权变更手续并代其持有东莞企煌股权。

为消除同业竞争和减少关联交易，东莞企煌于 2017 年 6 月起停止向发行人采购，于当年完成库存清理并停止营业，于 2019 年 2 月 1 日完成注销。

发行人实际控制人林正华收购东莞企煌后，东莞企煌从事发行人产品的经销业务，其注销后，原主要客户向发行人或发行人的其他经销商采购产品。

东莞企煌注销后，不再涉及陈若平、郭明泽代实际控制人林正华代持东莞企煌股权的情形。”

四、与东莞企煌相关关联交易的背景和原因、定价公允性，是否存在为发行人代垫成本、费用或输送利益情形。

就上述情况，发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易”之“(四) 关联方变化情况”之“3、东莞市企煌刀模材料有限公司”中补充披露如下：

“ (8) 与发行人的关联交易情况

东莞企煌原为发行人的重型模切工具竞争对手，发行人实际控制人林正华收购东莞企煌后，为提高其同一控制下企业的生产效率，并充分利用东莞企煌原有客户资源，东莞企煌停止生产重型模切工具，转为向发行人采购，再对其客户进行销售，因此，存在发行人与东莞企煌关联交易的情形。

报告期内，发行人于 2017 年度向东莞企煌销售重型模切工具，销售金额为 647.72 万元，占当期营业收入的 2.07%，占比较小，发行人对其关联销售根据市场价格定价，不存在为发行人代垫成本、费用或输送利益的情形。”

五、东莞市巨久锯业有限公司为发行人报告期内前五大客户，补充披露其基本情况，包括历史沿革、主营业务、主要财务指标、主要终端客户，与发行人及其实际控制人、主要客户、供应商、东莞企煌是否存在关联关系，2017 年向发行人进行转贷的原因和合理性。

(一) 东莞市巨久锯业有限公司为发行人报告期内前五大客户，补充披露其基本情况，包括历史沿革、主营业务、主要财务指标、主要终端客户，与发行人及其实际控制人、主要客户、供应商、东莞企煌是否存在关联关系，2017 年向发行人进行转贷的原因和合理性

就上述情况，发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易”之“(二) 关联交易”之“3、公司通过关联方及其他企业转贷款”中补充披露如下：

“东莞市巨久锯业有限公司基本情况如下：

(1) 历史沿革

东莞市巨久锯业有限公司（以下简称“东莞巨久”）实际控制人为陈炳煌，个体经商多年，其于 2012 年 12 月开始以个人名义，向发行人或发行人经销商采购双金属带锯条并对外销售，并于 2013 年年初开发东莞及周边市场。2015 年 1 月，因其业务规模逐步扩大及应下游客户的业务开展需要，陈炳煌拟于广东省东莞市注册法人主体公司以继续从事双金属带锯条的销售业务，但其当时不熟悉工商注册相关法律法规及工商注册登记程序，以为注册有限责任公司需要两名以上的股东，因此委托其相识多年的东莞企煌员工郑志强代为办理工商手续并委托其代为持有东莞巨久部分股权，郑志强并未参与东莞巨久的实际及日常经营，东莞巨久成立之日起即为陈炳煌实际控制并实际经营。东莞巨久的历史沿革具体如下：

2015 年 1 月 8 日，东莞巨久办妥完毕工商设立手续，工商注册号为 441900002315003，注册资本为 300 万元，其中，陈炳煌直接持股 45%，并委托郑志强代为持股 55%，但均未实际缴纳注册资本，法定代表人为陈炳煌。

2017 年 4 月，为还原代持关系，陈炳煌受让郑志强代其持有的东莞巨久全部股权，因双方均未实际缴纳注册资本，在本次代持还原中，不涉及股权转让款支付的情形。该等股权受让完成后，陈炳煌直接持有东莞巨久 100% 股权。

郑志强最近 5 年的基本情况如下：

郑志强，身份证号码 350425*****14，2014 年 4 月起在东莞企煌任职，负责重型模切工具的销售工作，于 2018 年 12 月从东莞企煌离职，2019 年 1 月至 2020 年 1 月期间自由职业，2020 年 2 月起入职发行人，担任业务员，从事发行人重型模切工具的销售工作。

(2) 主营业务

东莞巨久的经营范围为：“销售：切削工具、五金模具及配件、机床及机床配件”，主要从事双金属带锯条的经销业务。

(3) 主要财务指标

最近一年，东莞巨久的主要财务指标如下：

单位：万元

项目	2019年12月31日
总资产	567.23
总负债	542.82
所有者权益	24.41
项目	2019年度
营业收入	704.82
净利润	4.89

注：上述财务数据未经审计。

报告期各期，东莞巨久采购发行人产品的金额及其占发行人主营业务收入的比例如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
东莞巨久采购发行人产品金额	193.42	627.69	1,354.99	1,285.56
发行人主营业务收入	17,058.45	36,690.46	35,235.88	29,580.80
占比	1.13%	1.71%	3.85%	4.35%

注：东莞巨久2019年度采购金额下降系其主要客户台州奥德美日锯业有限公司转为直接向发行人采购产品。

报告期内，东莞巨久除了经销发行人的双金属带锯条产品外，还销售部分其他品牌的双金属带锯条、双金属带锯条焊接设备、带锯床、提供将部分双金属带锯条盘带焊接成可直接在带锯床上直接使用的根带业务，东莞巨久向发行人采购产品约占其总采购额的80%-85%。

(4) 主要终端客户

报告期内，东莞巨久的主要终端客户为东莞市保佳模具钢材有限公司、深圳市弘越金属制品有限公司、东莞市腾辉金属制品有限公司、泉州市铭智金属材料有限公司、东莞市鹤翔达模具钢材有限公司等。

(5) 关联关系

东莞巨久为陈炳煌持股100%的企业，东莞巨久、实际控制人陈炳煌及其关系密切的家庭成员与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员之间不存在持股、控制关系或其他利益关系，亦与发行人及其实际控制人、主要客户、供应商、东莞企煌之间不存在关联关系或潜在关

联关系。

(6) 涉及发行人转贷情况

基于东莞巨久及其实际控制人陈炳煌为发行人多年的合作伙伴信任关系，为满足发行人贷款银行受托支付要求，发行人曾于2017年通过东莞巨久进行过一次转贷且次日即转回发行人银行账户，具有合理性，相关贷款到期后发行人已按期偿还，发行人自2017年11月起未再发生转贷情形。”

(7) 对东莞巨久销售收入下降的原因

2019年，发行人对东莞巨久销售收入下降，主要原因是东莞巨久的下游分销商“台州奥德美日锯业有限公司”（以下简称“奥德美日”）于2018年6月开始陆续转向与发行人直接合作。报告期内，发行人向东莞巨久与奥德美日的销售情况如下：

单位：万元

客户简称	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	销售金额	占主营业务收入比例	销售金额	占主营业务收入比例	销售金额	占主营业务收入比例	销售金额	占主营业务收入比例
东莞巨久	193.42	1.13%	627.69	1.71%	1,354.99	3.85%	1,285.56	4.35%
奥德美日	869.16	5.10%	529.67	1.44%	146.7	0.42%	-	-
合计	1,062.58	6.23%	1,157.37	3.15%	1,501.69	4.26%	1,285.56	4.35%

奥德美日原为东莞巨久的主要分销商，随着自身业务规模的扩大及自身业务规范性的需求，希望与发行人等生产厂家直接建立业务关系。为此，奥德美日2018年6月起陆续转移部分业务直接与发行人合作，至2019年下半年完全转为直接向发行人采购。”

(二) 对东莞巨久的专项核查过程

1、核查程序

保荐机构和申报会计师针对东莞巨久与发行人的交易情况、东莞巨久的对外销售情况、东莞巨久是否与发行人存在关联关系履行了以下主要核查程序：

(1) 查阅东莞巨久的工商登记信息，现场访谈东莞巨久实际控制人陈炳煌，了解陈炳煌的个人情况、东莞巨久成立与股权代持的背景、历史上为发行人转贷款的原因、成立以来的经营管理情况、人员构成情况；

(2) 现场访谈股权代持人郑志强，了解其个人背景、与陈炳煌的关系、历史上代持东莞巨久股权的原因、是否实际出资、是否实际参与经营等情况；

(3) 查阅发行人实际控制人及其控制的企业、在发行人任职的实际控制人直系亲属、发行人董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员及出纳的银行流水，核查交易对方是否有陈炳煌、东莞巨久的情形；

(4) 取得发行人对东莞巨久的销售明细，抽查向东莞巨久销售的销售合同、发货单、销售发票、签收单、银行回单等销售单据，取得发行人向东莞巨久销售的发货流向，对应收东莞巨久的货款进行期后货款测试，对东莞巨久的销售收入进行截止性测试，核查发行人对东莞巨久销售的真实性；分析发行人对东莞巨久的销售单价及销售毛利率，检查与销售返利相关的支持性文件，核查发行人对东莞巨久销售价格的公允性；

(5) 实地走访东莞巨久，察看东莞巨久经营场所，访谈东莞巨久实际控制人陈炳煌，了解东莞巨久的主要业务、经营情况、销售模式，经营规模、采购与库存周期及与发行人的交易情况；查看东莞巨久账簿及相关审批单据的经办人签字情况，核实其与发行人是否存在关联关系或其他特殊利益安排等情况并取得声明书；取得东莞巨久报告期内的进销存表，对东莞巨久的存货进行实地盘点，分析库存的合理性；查阅东莞巨久的销售台账，了解东莞巨久对外销售及下游客户的类型、分布，抽查东莞巨久与其下游客户的交易凭证，核查东莞巨久对外销售的真实性；

(6) 实地走访东莞巨久的主要下游客户，了解其与东莞巨久的交易情况，核查东莞巨久对下游客户销售的真实性；

(7) 实地走访奥德美日，访谈奥德美日实际控制人，了解奥德美日与东莞巨久、发行人的合作背景、交易情况、是否存在关联关系，以及由分销商转为直接向发行人采购的原因，核查东莞巨久销售收入下降的原因。

2、核查结论

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

(1) 东莞巨久为发行人双金属带锯条的主要经销商，基于东莞巨久及其实

际控制人陈炳煌为发行人多年的合作伙伴信任关系，发行人曾于 2017 年上半年通过东莞巨久进行过一次转贷且次日即转回发行人银行账户的情形系为满足贷款银行的受托支付要求；除此之外，发行人实际控制人及其控制的企业、在发行人任职的实际控制人直系亲属、发行人董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员及出纳与东莞巨久及其实际控制人陈炳煌之间不存在异常资金往来情况；

（2）2017 年、2018 年、2019 年、2020 年 1-6 月，发行人对东莞巨久的销售收入分别为 1,285.56 万元、1,354.99 万元、627.69 万元和 193.42 万元，占发行人主营业务收入比例分别为 4.35%、3.85%、1.71%和 1.13%，逐年下降；2019 年对东莞巨久的销售额下降主要系东莞巨久的主要分销商奥德美日随着自身业务规模的扩大及自身业务规范性的需求从 2018 年 6 月起陆续转移部分业务直接与发行人合作，至 2019 年下半年完全转为直接向发行人采购，符合经销模式下的行业惯例；东莞巨久在报告期内的主营业务未发生变化，仍然为发行人在广东地区双金属带锯条的重要经销商；

（3）2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月，发行人向东莞巨久销售双金属带锯条的毛利率分别为 16.85%、26.56%、22.34%和 30.05%，而发行人同期销售双金属带锯条的平均毛利率分别为 28.67%、32.26%、31.17%和 30.57%，发行人向东莞巨久销售毛利率较低的原因主要系东莞巨久作为发行人双金属带锯条的主要经销商，基于其信用、订单履行情况及区域竞争情况，根据发行人销售管理及返利政策享受较低的产品定价以及根据分销商和下游客户的需求采购产品等级、毛利率较低的产品占比较高所致，具有商业合理性；

（4）东莞巨久、实际控制人陈炳煌及其关系密切的家庭成员与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员之间不存在持股、控制关系或其他利益关系，亦与发行人及其实际控制人、主要客户、供应商、东莞企煌之间不存在关联关系或潜在关联关系；

（5）通过实施实地走访、现场察看、现场访谈、存货盘点、获取东莞巨久进销存表、查阅东莞巨久销售台账及销售凭证、实地穿透核查东莞巨久下游客户等多种核查程序，发行人对东莞巨久的销售真实，东莞巨久各期末库存总体规模较小，与其实际销售情况相匹配，最终销售实现情况良好，不存在期末压货、突

击进货的情况。

六、发行人的财务内控是否符合中国证监会《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题41的相关规范性要求。

2017年，发行人存在通过关联方或第三方获取银行受托支付贷款（即转贷）、与关联方资金拆借的非经营性资金往来以及通过实际控制人个人账户代收少量贷款的情形。除上述情形外，报告期内，发行人不存在其他受托支付不规范的情形，不存在其他与关联方或第三方直接进行资金拆借等非经营性资金往来的情形，不存在其他通过关联方或第三方代收货款的情形，亦不存在其他利用个人账户收付款项的情形。

报告期内，发行人不存在向关联方或第三方开具无真实交易背景的商业票据，进行票据贴现后获得融资的情形；不存在出借公司账户为他人收付款项的情形；不存在违反内部资金管理规定对外支付大额款项、大额现金借支和还款、挪用资金等重大不规范情形。

1、银行借款受托支付（转贷）的具体情况

（1）转贷发生的原因、所涉金额、形成时间、资金流向和利息

报告期内，发行人为满足贷款银行受托支付要求，存在先将公司贷款委托贷款银行支付给关联方或第三方再转回公司使用的情形，所涉金额、形成时间、资金流向和利息情况如下：

单位：万元

贷款银行	贷款到账日期	转贷金额	转出日期	转出单位	其他周转方	转入单位	转入金额	转入日期	利息
兴业银行莆田荔城支行	2016.12.28	121.97	2016.12.28	东莞企煌	文龙钢带、万兴物流、剑山机械	恒达机电	121.97	2017.01.09	0.42
工商银行莆田荔城支行	2017.01.12	315.00	2017.01.12	万兴物流	/	恒达机电	260.00	2017.01.12	-
					文龙钢带	恒达机电	30.00	2017.06.29	0.67
					剑山机械	恒达机电	25.00	2017.06.28	0.55

贷款银行	贷款到账日期	转贷金额	转出日期	转出单位	其他周转方	转入单位	转入金额	转入日期	利息
工商银行莆田荔城支行	2017.01.13	200.00	2017.01.13	万兴物流	/	恒达机电	200.00	2017.01.13	-
工商银行莆田荔城支行	2017.01.20	350.00	2017.01.20	万兴物流	/	恒达机电	350.00	2017.02.27	1.77
工商银行莆田荔城支行	2017.03.14	400.00	2017.03.14	万兴物流	/	恒达机电	400.00	2017.03.15	0.05
工商银行莆田荔城支行	2017.03.14	300.00	2017.03.14	东莞企煌	剑山机械	恒达机电	300.00	2017.03.15	0.04
工商银行莆田荔城支行	2017.03.27	500.00	2017.03.27	万兴物流	/	恒达机电	500.00	2017.03.27	-
兴业银行莆田荔城支行	2017.03.16	797.00	2017.03.17	东莞企煌	剑山机械	恒达机电	400.00	2017.03.21	0.25
					志勇物业、文龙钢带	恒达机电	21.00	2017.06.29	0.34
					志勇物业、剑山机械	恒达机电	21.00	2017.03.31	0.05
					志勇物业、万兴物流	恒达机电	18.00	2017.03.31	0.04
					志勇物业、万兴物流	恒达机电	237.00	2017.03.22	0.19
					文龙钢带	恒达机电	43.00	2017.03.21	0.03
					立高鞋业	恒达机电	57.00	2017.03.21	0.04
兴业银行莆田荔城支行	2017.05.25	300.00	2017.05.26	东莞企煌	东莞市巨久锯业有限公司	恒达机电	300.00	2017.05.27	0.05
兴业银行莆田荔城支行	2017.07.31	520.00	2017.08.01	东莞企煌	/	恒达机电	520.00	2017.08.01	-
工商银行	2017.10.23	100.00	2017.10.24	剑山	文龙钢带、	恒达	100.00	2017.10.25	0.01

贷款银行	贷款到账日期	转贷金额	转出日期	转出单位	其他周转方	转入单位	转入金额	转入日期	利息
莆田荔城支行				机械	万兴物流	机电			

上述贷款均为流动资金贷款，涉及的周转方包括剑山机械、万兴物流、文龙钢带、东莞企煌、志勇物业、立高鞋业和东莞市巨久锯业有限公司。其中，除东莞市巨久锯业有限公司外，其它各方均为发行人关联方。

上述贷款到期后发行人均已按期偿还，且自 2017 年 11 月起未再发生转贷情形。

(2) 转贷的使用用途

发行人周转后的银行贷款最终用于支付原材料采购货款及补充其他营运资金等生产经营活动。

(3) 违反有关法律法规具体情况及后果、后续可能影响的承担机制、整改措施

①发行人的转贷行为不属于重大违法违规情形

a. 《贷款通则》第七十一条规定：“借款人有下列情形之一，由贷款人对其部分或全部贷款加收利息；情节特别严重的，由贷款人停止支付借款人尚未使用的贷款，并提前收回部分或全部贷款：一、不按借款合同规定用途使用贷款的。”

发行人上述贷款虽然实际上未严格按照借款合同规定用于向约定的供应商进行采购，但最终仍用于支付原材料采购货款及补充其他营运资金等生产经营活动，未从根本上改变借款用途，违规情形较为轻微。同时，《贷款通则》对该行为最严重情形的罚则不包括要求借款人承担任何行政责任或刑事责任，而是允许贷款人停止支付借款人尚未使用的贷款，并提前收回部分或全部贷款。报告期内，发行人不存在被银行停止支付尚未使用贷款并提前收回部分或全部贷款的情形。

b. 《流动资金贷款管理暂行办法》第九条规定：“流动资金贷款不得用于固定资产、股权等投资，不得用于国家禁止生产、经营的领域和用途。”

发行人上述贷款最终实际用于原材料采购货款及补充其他营运资金等生产

经营活动，不存在违反《流动资金贷款管理暂行办法》第九条规定的情形。

c.《刑法》第一百九十三条规定：“有下列情形之一，以非法占有为目的，诈骗银行或者其他金融机构的贷款，数额较大的，处五年以下有期徒刑或者拘役，并处二万元以上二十万元以下罚金；数额巨大或者有其他严重情节的，处五年以上十年以下有期徒刑，并处五万元以上五十万元以下罚金；数额特别巨大或者有其他特别严重情节的，处十年以上有期徒刑或者无期徒刑，并处五万元以上五十万元以下罚金或者没收财产：（一）编造引进资金、项目等虚假理由的；（二）使用虚假的经济合同的；（三）使用虚假的证明文件的；（四）使用虚假的产权证明作担保或者超出抵押物价值重复担保的；（五）以其他方法诈骗贷款的。”

发行人具备按时、足额偿还贷款本息的能力，且在申请上述贷款时提供了相关担保、保证，无骗取贷款银行发放贷款的意图或将该等贷款非法据为己有的目的，不构成违反《刑法》第一百九十三条的情形。

d.上述转贷行为涉及的商业银行中国工商银行股份有限公司莆田荔城支行和兴业银行股份有限公司莆田荔城支行已分别出具证明，确认“（1）流动资金贷款均已到期且恒而达已足额偿还贷款本息，未发生也不存在银行贷款逾期还款、不归还贷款等情形；（2）上述期间内办理的流动资金贷款的转贷行为，不存在以非法占有为目的骗取银行贷款或贷款诈骗的行为，上述贷款资金在到期后恒而达已足额清偿本息，未给我行造成损失或其他不利影响；（3）恒而达不存在因上述转贷行为而受到我行处罚的记录，我行亦不会再行追究恒而达及相关人员在上述贷款过程中的相关责任。”此外，主管机构中国银行保险监督管理委员会莆田监管分局也已出具证明确认未对发行人进行过行政处罚。

综上，发行人的转贷行为不属于重大违法违规行为，满足相关发行条件。

②控股股东、实际控制人承担发行人后续可能产生的不利影响

发行人控股股东、实际控制人已作出承诺，如恒而达因上述情形受到贷款银行、银行业监管机构等的处罚，本人承诺对恒而达因受到处罚而产生的经济损失或支出的费用予以全额补偿并对此承担连带责任，以保证恒而达免于遭受损失。

③发行人已及时整改完毕

发行人上述贷款到期后均已按期偿还,且自 2017 年 11 月起未再发生转贷情形。

2、非经营性资金往来的具体情况及整改措施

(1) 关联方非经营性资金往来情况

2017 年,发行人及其子公司与关联方发生非经常性资金往来以及收取、支付资金占用费的情况具体如下:

单位:万元

关联方	转入 发行人金额	发行人 转出金额	收取的资金占用利息 净额	支付的资金占用利息 净额
东莞企煌	4,123.23	4,767.23	-	8.06
志勇物业	737.67	796.84	-	4.71
立高鞋业	586.00	616.00	-	0.77
林正华	3,563.70	1,108.04	44.61	-
陈丽钦	1,248.60	250.00	20.85	-

2017 年,发行人实际控制人及其控制的其他企业同时存在与发行人及其子公司的资金拆入与拆出情形,但总体上系发行人实际控制人从发行人处拆借资金。资金使用方根据实际资金占用期限,参照同期银行贷款利率以年利率 4.35% 支付利息,发行人向实际控制人收取了 65.46 万元的利息,同时向实际控制人控制的其他企业支付了 13.54 万元的利息。截至 2017 年末,发行人已清理完所有关联方资金拆借,且之后未再与关联方发生非经营性资金往来情形。

上述拆借的资金均为发行人自有资金,来源于发行人正常的生产经营,发行人实际控制人从发行人处拆借资金后主要用于个人投资用途。

(2) 第三方非经营性资金往来情况

2017 年 5 月,基于东莞巨久及其实际控制人陈炳煌为发行人多年的合作伙伴信任关系,为满足发行人贷款银行受托支付要求,发行人通过东莞巨久进行了一次金额为 300 万元的转贷,东莞巨久于次日即将贷款转回发行人银行账户。

除上述情形外,发行人不存在与其他第三方发生非经营性资金往来的情形。

3、关联方或第三方代收货款的具体情况

为满足个别客户付款便利和公司回款及时性的要求，发行人于 2017 年 1-7 月存在通过实际控制人个人账户收取少量货款合计 12.61 万元，占 2017 年度主营业务收入的比例为 0.04%。实际控制人个人账户收取货款后，均在当月通过现金缴存至公司账户，不存在支付利息的情形。上述代收货款不存在违反法律法规的情形，未对发行人产生不利影响。2017 年 8 月之后，发行人不存在利用个人账户收付款项情形。

除上述情形外，发行人不存在通过其他关联方或第三方代收货款的情形。

4、相关内控建立及运行情况

发行人已依照相关法律、法规，建立健全了法人治理结构，完善了《货币资金管理制度》，以进一步加强发行人在资金管理、融资管理等方面的内部控制力度与规范运作程度。目前，发行人严格执行相关内部控制制度，有效保证了发行人资金管理的有效性与规范性。

七、按照中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 54 的要求，说明对发行人及其实际控制人、董监高与上述关联方相关银行账户资金流水进行核查的过程和结果，资金流水的核查范围、异常标准及确定依据、核查程序、核查证据，发行人内部控制是否健全有效、是否存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形。

保荐人和申报会计师对发行人及其实际控制人、董监高与上述关联方相关银行账户资金流水的核查情况如下：

（一）核查范围

发行人（含子公司）在报告期内使用过的全部 104 个银行账户，包括 5 个基本银行账户、23 个一般账户和 76 个专用账户（包含 1 个海关税款专用账户、26 个七天通知存款账户、1 个一天通知存款账户和 48 个保证金存款账户）；其中报告期内注销的账户共计 73 个，其中包括 1 个基本户、3 个一般户和 69 个保证金账户（包含 42 个保证金存款账户和 27 个通知存款账户）。

发行人实际控制人及其在公司任职的直系亲属、实际控制人控制的其他企

业、董事（独立董事除外）、监事及高级管理人员和出纳在报告期内（发生额或余额大于 5 万元）的 40 个人银行账户（包含 7 个人境外账户）和 6 个公司账户，共计 46 个账户。

（二）核查程序及核查证据

1、了解、评价并测试了发行人与货币资金管理、关联方及其交易管理等相关的关键内部控制的设计和运行有效性。

2、取得并审阅了发行人报告期内的除保证金存款和七天通知存款账户外的其他所有 29 个银行账户的银行对账单；取得并审阅了实际控制人及其在公司任职的直系亲属、实际控制人控制的其他企业、董事（独立董事除外）、监事及高级管理人员和出纳合计 46 个银行账户的银行对账单。

3、取得并审阅了发行人报告期内且在核查范围内（银行账户抽查样本）的银行账户的银行存款明细账。

4、抽查并核对会计核算系统发生额与银行流水是否一致，识别发行人是否存在转移资金或者出借银行账户的情况。

5、对核查账户涉及的大额或异常资金流入及流出交易进行抽查，通过抽凭进行复核，核查是否具备真实交易背景。

6、对实际控制人及其在公司任职的直系亲属、实际控制人控制的其他企业、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员和出纳合计 46 个银行账户流水进行核查，具体核查内容如下：

（1）获取银行流水对账单、关联方清单、实际控制人亲属清单、员工花名册、主要客户及其法定代表人名录、主要供应商及其法定代表人名录（以下统称名单）；

（2）逐笔浏览明细，与员工花名册等名单进行匹配，核查：①是否存在向上述名单支付或收取款项的情形，是否存在实际控制人或董监高账外支付成本、费用或收取货款的情形；②定期有规律性的收付款是否异常；③大额往来交易；

（3）重点核查大额往来情况，针对交易金额 5 万元以上的项目逐项落实确认交易内容。

（三）异常标准及确定依据

1、发行人（含子公司）

单笔金额大于 5 万元以上且对方账户名称为个人或与公司日常经营无关的单位、向供应商收款、向客户付款等异常交易。

2、发行人之外其他核查对象

与发行人相关的异常交易，如：是否代发行人支付成本和费用；是否代发行人收取款项；是否与发行人客户或供应商及其股东、关键管理人员进行交易及资金往来等。

（四）核查结论

1、发行人资金管理相关内部控制制度完善，不存在重大及重要缺陷的情形；

2、发行人不存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，亦不存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况；

3、发行人大额资金往来不存在重大异常，与发行人经营活动、资产购置、对外投资等相匹配；

4、发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等不存在异常大额资金往来；

5、发行人不存在大额或频繁取现的情形；发行人同一账户或不同账户之间，不存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形；

6、发行人不存在大额购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术、咨询服务等）的情形；

7、发行人实际控制人个人账户不存在大额资金往来较多且无合理解释的情形，亦不存在频繁出现大额存现、取现情形；

8、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员从发行人获得大额现金分红款、薪酬或资产转让款、转让发行人股权获得大额股权转让款的主要资金流向或用途不存在重大异常的情形；

9、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商不存在异常大额资金往来；

10、除发行人 2017 年 1-7 月通过实际控制人林正华个人账户代为收取少量货款合计 12.61 万元外，不存在其他关联方代发行人收取客户款项或支付供应商

款项的情形；

11、发行人内部控制健全有效、不存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用情形；

12、根据发行人的说明，由于独立董事出于个人隐私原因考虑，不愿意提供个人的资金流水，考虑到独立董事未参与发行人的实际经营，取得了独立董事签署的承诺函，承诺报告期内不存在占用发行人资金、不存在向发行人的客户或供应商收付款项、不存在代发行人或通过他人代发行人支付成本、费用的等情形；经查询，发行人的独立董事信用状况良好；且保荐人和申报会计师在核查发行人及其子公司、实际控制人及其在公司任职的直系亲属、实际控制人控制的其他企业、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员和出纳的资金流水时已核实前述主体与独立董事及其控制或担任董监高的关联法人不存在资金往来情况；根据实质重于形式原则，保荐人及申报会计师因独立董事不愿意提供个人资金流水而未直接核查独立董事的资金流水未违反中国证监会《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题54的要求。

八、核查程序和核查意见

（一）核查程序

保荐人、申报会计师就上述事项执行了如下核查程序：

1、查阅了东莞企煌工商档案、财务报表，访谈了发行人实际控制人，查阅了东莞企煌收入成本明细表，抽查了东莞企煌销售合同、销售台账、销售发票、发货单、销售回款进账单等销售凭证，实地走访了东莞企煌的主要客户及终端客户，查阅了发行人收入明细表，以了解东莞企煌的基本情况、销售情况以及与发行人的交易情况；

2、访谈了东莞企煌原名义股东陈若平、郭明泽，以了解其基本情况；

3、访谈了发行人实际控制人，以了解东莞企煌股权代持及注销情况；

4、访谈了发行人实际控制人、财务总监，查阅了发行人收入成本明细表，以了解发行人与东莞企煌的关联交易情况；

5、实地走访了东莞巨久及其主要终端客户，访谈了其实际控制人，审阅了其财务报表，取得了其进销存表，现场盘点了其存货，抽查了其销售合同、销售台账、销售发票、发货单、销售回款进账单等销售凭证，以了解东莞巨久的基本

情况、销售情况以及与发行人的交易情况；现场访谈发行人、东莞巨久的实际控制人，了解转贷的原因及过程；查阅了东莞巨久的企业信用信息公示报告，现场访谈了东莞巨久原名义股东郑志强、实际控制人陈炳煌，以了解东莞巨久历史沿革及股权代持及还原情况；通过实地走访、现场访谈、现场查阅资料，以了解东莞巨久的日常业务及财务运行情况；

6、了解、评价并测试了管理层与货币资金管理、融资管理等相关的关键内部控制的设计和运行有效性；

7、查验了发行人及其子公司的企业征信报告、贷款记录及相关资金的最终流向，以检查相关融资行为是否符合银行受托支付要求、贷款是否依法发放、发行人是否按期还本付息、是否存在损害贷款银行利益的情形，并取得了发行人、相关贷款银行、商业银行主管部门针对上述事项出具的专项说明；

8、查验了发行人相关借款合同、银行回单、明细账及相关原始凭证；访谈发行人实际控制人、财务负责人，以了解上述情况的原因、背景、资金用途以及后续归还情况等方面是否与发行人当时的经营情况相符，相关事项的财务核算方法、财务核算的真实性及准确性，是否存在体外资金循环的情形；

9、查验了发行人及其子公司报告期内的所有银行账户流水、明细账及相关原始凭证，访谈与发行人存在非经营性资金往来的关联方，执行非经营性资金往来利息重新测算程序，以确认关联方非经营性资金往来的原因、资金用途、资金占用利息以及后续归还情况；

10、查验了发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员以及关键财务人员的银行流水及相关原始凭证，并访谈了发行人实际控制人、财务负责人，以确认实际控制人代收少量货款的情况，以及不存在开具无真实交易背景票据的情况；

11、查验了发行人客户的合同、销售订单、销售出库单、销售收入凭证、销售回款凭证，重点关注客户名称与销售回款凭证的付款方、回款金额等信息是否一致，以确认其是否存在第三方代收货款的情形；

12、取得了发行人实际控制人出具的承诺，以确认相关方对于后续可能影响的承担措施。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、存在东莞企煌客户同时向发行人采购产品的情形，主要原因系东莞企煌及发行人均为林正华同一控制下的企业，发行人根据自身和东莞企煌各类产品的实时库存情况进行销售，以及时响应客户的采购需求。发行人向东莞企煌销售重型模切工具，东莞企煌及其主要客户已对相关产品完成最终销售，回款及时，因东莞企煌用自有车辆送货或由客户上门提货，仅有零星销售运费，不涉及销售运费与销售规模相匹配的情形。东莞企煌被收购前为发行人竞争对手，从事重型模切工具的生产与销售，并非专为销售发行人产品而设立。发行人实际控制人收购东莞企煌后，东莞企煌从事发行人产品经销业务。报告期内，发行人向东莞企煌销售的同规格重型模切工具的销售均价、毛利率与向同时期同地区无关联关系的主要经销商的销售均价、毛利率之间无重大差异，发行人与东莞企煌交易的价格具有公允性及合理性。除发行人外，东莞企煌不存在其他同类产品供应商，不涉及相关供应商与发行人及其实际控制人、东莞企煌及其原实际控制人存在关联关系或其他未披露的利益安排的情形；

2、报告期内，除名义持有东莞企煌股权外，陈若平、郭明泽不存在其他投资或控制的企业，与发行人客户和供应商不存在其他关联关系或业务资金往来；

3、东莞企煌注销后，不再涉及陈若平、郭明泽代实际控制人林正华代持东莞企煌股权的情形。东莞企煌注销后，其主要客户向发行人或发行人的其他经销商采购；

4、东莞企煌原为发行人的重型模切工具竞争对手，发行人实际控制人林正华收购东莞企煌后，为提高其同一控制下企业的生产效率，并充分利用东莞企煌原有客户资源，让东莞企煌停止生产重型模切工具，转为向发行人采购，再对其客户进行销售，因此，存在发行人与东莞企煌关联交易的情形。报告期内，发行人于 2017 年度向东莞企煌销售重型模切工具，销售金额为 647.72 万元，占当期营业收入的 2.07%，占比较小，发行人对其关联销售根据市场价格定价，不存在为发行人代垫成本、费用或输送利益的情形；

5、东莞巨久为陈炳煌持股 100%的企业，与发行人及其实际控制人、主要客户、供应商、东莞企煌不存在关联关系。基于东莞巨久及其实际控制人陈炳煌为发行人多年的合作伙伴信任关系，为满足发行人贷款银行受托支付要求，发行人

于 2017 年通过东莞巨久进行过一次转贷且次日即转回发行人银行账户，相关贷款本息已到期偿还，具有合理性；

6、发行人严格执行相关内部控制制度，有效保证了发行人资金管理的有效性与规范性，其财务内控符合中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 41 的相关规范性要求，内部控制健全有效，不存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形。

3.关于收入

根据申报材料：

(1) 报告期内，发行人经销模式下前五大客户销售金额先上升后下降。

(2) 发行人报告期收入分别为 31,234.16 万元、36,240.00 万元和 37,690.75 万元，增长率分别为 16.03%、4.00%。

(3) 发行人轻型模切工具销售均价 2018 年及 2019 年分别增长 15.87%、45.24%，增长原因主要是产品结构变化所致。

(4) 发行人报告期主要产品重型模切工具、双金属带锯条存在同时销售成品及半成品情况，半成品的销售对象存在生产发行人同类产品的情形。

(5) 发行人针对重型模切工具、双金属带锯条两类产品给予境内经销商返利，报告期返利计提比例大幅上升。

(6) 发行人存在境外销售业务，报告期内公司出口产品未受到中美贸易摩擦的直接影响。

(7) 发行人其他业务收入主要是废料销售收入、材料销售以及受托加工收入，报告期其他业务收入分别为 1,653.36 万元、1,004.13 万元和 1,000.29 万元，2018 年下降较多。

请发行人补充披露：

(1) 主要客户报告期各年度销售金额和产品结构变动原因及合理性。

(2) 发行人报告期营业收入增长率情况，与同行业可比公司变动趋势及幅度是否一致，报告期各期收入增长率与销量增长率是否匹配。

(3) 量化分析发行人各产品单价变动幅度与对应原材料单价变动幅度是否匹配；结合报告期轻型模切工具产品结构具体变化情况及对均价的影响，进一步披露轻型模切工具报告期销售均价增长较大的原因及合理性。

(4) 报告期主要半成品客户的基本情况、具体销售金额、产品定价原则及公允性、销售单价及毛利率具体情况及波动原因；上述客户是否存在向发行人

购买半成品再向发行人同行业竞争对手销售同类产品的情况，如有，说明对发行人业务开展的具体影响。

(5) 对经销商返利政策的具体标准、报告期内有无变动及具体情况、是否符合行业惯例、与同行业可比公司的对比情况，对同类规模经销商计提返利比例的差异情况、原因及合理性，报告期计提返利占收入比例逐年大幅增长的具体原因及合理性。

(6) 结合中美贸易摩擦前后对境外客户的应收账款信用期政策、款项支付政策的变化情况及境外客户应收款回款情况，补充披露中美贸易摩擦对发行人业务拓展、竞争能力及境外收入的具体影响。

(7) 分业务类别补充披露其他业务收入的主要客户及其与发行人的关联关系，废料销售与正常产品主要材料耗用量的匹配性，是否存在废料回收利用的情形；如是，说明回收金额、比例、具体用途等情况。结合材料销售及受托加工主要客户、销售内容等情况分析报告期相关业务毛利率变动较大的原因及合理性。

请保荐人和申报会计师核查并发表明确意见，请重点对发行人境外销售真实性及收入确认合理性进行核查，包括但不限于对产品出口真实性、货物到港及客户验收情况、发行人收入时点确认合理性等，并说明核查方法及对应核查比例、核查结论；说明发行人 2018 年及之后的海关函证未能实施情况下是否采取替代性核查方式，具体核查程序、核查时间及覆盖率情况。

回复：

一、主要客户报告期各年度销售金额和产品结构变动原因及合理性

(一) 主要客户各年度销售金额变动

报告期内，发行人对各期前五大客户的销售情况如下：

单位：万元、%

序号	客户名称	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
		销售金额	占比	销售金额	占比	销售金额	占比	销售金额	占比
1	佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司	250.87	1.47	1,930.67	5.26	2,480.22	7.04	2,127.33	7.19
2	晋江南泰刀模材料贸易有限公司	668.66	3.92	1,856.69	5.06	1,861.08	5.28	1,501.96	5.08
3	泉州市高力高贸易有限公司	511.45	3.00	1,397.45	3.81	1,367.64	3.88	1,262.64	4.27
4	台州市荣耀模具有限公司	329.85	1.93	1,311.13	3.57	1,141.81	3.24	619.75	2.10
5	浙江立信锯业有限公司	471.08	2.76	1,201.29	3.27	912.84	2.59	517.39	1.75
6	东莞市巨久锯业有限公司	193.42	1.13	627.69	1.71	1,354.99	3.85	1,285.56	4.35
7	东莞市宁特模具有限公司	318.98	1.87	832.34	2.27	914.99	2.60	855.66	2.89
8	郑州耀天贸易有限公司	765.82	4.49	-	-	-	-	-	-
9	台州奥德美日锯业有限公司	869.16	5.10	529.67	1.44	146.70	0.42	-	-
合计		4,379.30	25.67	9,686.93	26.40	10,180.27	28.89	8,170.29	27.62

注1：前五大客户按照同一控制下合并口径列示，佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司包含佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司和东莞市三海五金模具有限公司；浙江立信锯业有限公司包含浙江立信锯业有限公司和无锡合诺锯切科技有限公司；台州奥德美日锯业有限公司包含台州奥德美日锯业有限公司、台州奥日美德锯业科技有限公司、缙云县光锋精密工具有限公司。

注2：占比=客户销售金额/当期主营业务收入金额。

最近三年，上述前五大客户中，除佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司、台州市荣耀模具有限公司、浙江立信锯业有限公司和东莞市巨久锯业有限公司（以下简称“东莞巨久”）外，其他客户销售占比保持稳定。

佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司2019年销售占比由2018年的7.04%下降至5.26%，主要原因是该经销商自身预计2019年钢材将可能涨价，进而导致发行人提高重型模切工具产品价格，因而在2018年四季度加大进货量所致。

台州市荣耀模具有限公司、浙江立信锯业有限公司随着其自身业务规模的增

长使得其销售金额及占比持续增长。

报告期内，东莞巨久销售占比逐年下降，主要原因是东莞巨久的下游分销商“台州奥德美日锯业有限公司”（以下简称“奥德美日”）于2018年6月开始逐步转向与发行人直接合作，至2019年下半年完全转向发行人采购发行人产品。报告期内，发行人向东莞巨久与奥德美日的销售情况如下：

单位：万元

客户简称	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	销售金额	占主营业务收入比例	销售金额	占主营业务收入比例	销售金额	占主营业务收入比例	销售金额	占主营业务收入比例
东莞巨久	193.42	1.13%	627.69	1.71%	1,354.99	3.85%	1,285.56	4.35%
奥德美日	869.16	5.10%	529.67	1.44%	146.70	0.42%	-	-
合计	1,062.58	6.23%	1,157.37	3.15%	1,501.69	4.26%	1,285.56	4.35%

奥德美日原是东莞巨久的主要分销商，其随着自身开展业务规模的扩大，希望与发行人等生产厂家直接建立业务关系。为此，奥德美日2018年6月起逐步转移部分业务直接与发行人合作，2019年下半年起全部转为直接向发行人采购。

2020年1-6月，受新冠疫情对下游终端客户需求影响，重型模切工具市场有所下滑，佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司、晋江南泰刀模材料贸易有限公司、台州市荣耀模具有限公司、东莞市宁特模具有限公司等重型模切工具主要经销商销售金额和销售占比有所下降；而双金属带锯条市场影响较小，且发行人持续加大双金属带锯条经销商开拓力度，台州奥德美日锯业有限公司、郑州耀天贸易有限公司等双金属带锯条主要经销商销售金额和销售占比相应增加。

（二）主要客户各年度销售产品结构变动

报告期内，发行人向前五大客户销售的产品结构情况如下：

序号	客户名称	产品大类	二级分类	2020年1-6月销售占比(%)	2019年销售占比(%)	2018年销售占比(%)	2017年销售占比(%)
1	佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司	模切工具	重型模切工具	99.77	99.93	100.00	100.00
			轻型模切工具	0.23	0.07	-	-

序号	客户名称	产品大类	二级分类	2020年1-6月销售占比(%)	2019年销售占比(%)	2018年销售占比(%)	2017年销售占比(%)
2	晋江南泰刀模材料贸易有限公司	模切工具	重型模切工具	84.21	87.67	89.30	94.64
			轻型模切工具	15.79	12.33	10.70	5.36
3	泉州市高力高贸易有限公司	模切工具	重型模切工具	95.22	99.81	99.92	100.00
			轻型模切工具	4.78	0.19	0.08	-
4	台州市荣耀模具有限公司	模切工具	重型模切工具	97.24	99.56	99.32	99.53
			轻型模切工具	2.76	0.44	0.68	0.47
5	浙江立信锯业有限公司	锯切工具	双金属带锯条	99.91	99.80	100.00	100.00
			冷切金属圆锯片	0.09	0.20	-	-
6	东莞市巨久锯业有限公司	锯切工具	双金属带锯条	99.44	100.00	100.00	99.84
			冷切金属圆锯片	0.56	-	-	-
			双金属复合材	-	-	-	0.16
7	东莞市宁特模具有限公司	模切工具	重型模切工具	98.82	99.77	99.59	99.85
			轻型模切工具	1.18	0.23	0.41	0.15
8	郑州耀天贸易有限公司	锯切工具	双金属带锯条	100.00	-	-	-
9	台州奥德美日锯业有限公司	锯切工具	双金属带锯条	100.00	100.00	100.00	-

注：前五大客户按照同一控制下合并口径列示，佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司包含佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司和东莞市三海五金模具有限公司；浙江立信锯业有限公司包含浙江立信锯业有限公司和无锡合诺锯切科技有限公司；台州奥德美日锯业有限公司包含台州奥德美日锯业有限公司、台州奥日美德锯业科技有限公司、缙云县光锋精密工具有限公司。

发行人主要产品为模切工具、锯切工具，其中模切工具可分为重型模切工具和轻型模切工具，锯切工具可分为双金属带锯条和冷切金属圆锯片。模切工具与锯切工具的下游应用领域不同，下游经销商中不存在同时销售模切工具、锯切工具的客户。

报告期内，发行人主要客户的产品结构按产品大类划分，均只销售模切工具或锯切工具一种产品；按二级分类划分，主要销售重型模切工具和双金属带锯条，仅有少量的轻型模切工具、双金属复合材和冷切金属圆锯片销售，与发行人整体产品销售结构特征一致，未发生重大变动。

就上述事项，发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、销售情况和主要客户”之“（四）报告期内对前五名客户销售情况”中补充披露如下：

“最近三年，上述前五大客户中，除佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司、台州市荣耀模具有限公司、浙江立信锯业有限公司和东莞市巨久锯业有限公司外，其他客户销售占比保持稳定。

佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司 2019 年销售占比由 2018 年的 7.04% 下降至 5.26%，主要原因是该经销商自身预计 2019 年钢材将可能涨价，进而导致发行人提高重型模切工具产品价格，因而在 2018 年四季度加大进货量所致。

台州市荣耀模具有限公司、浙江立信锯业有限公司随着其自身业务规模的增长使得其销售金额及占比持续增长。

报告期内，东莞市巨久锯业有限公司销售占比逐年下降，主要原因是东莞市巨久锯业有限公司的下游分销商台州奥德美日锯业有限公司于 2018 年 6 月开始逐步转向与发行人直接合作，至 2019 年下半年完全转向发行人采购发行人产品。

2020 年 1-6 月，受新冠疫情对下游终端客户需求影响，重型模切工具市场有所下滑，佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司、晋江南泰刀模材料贸易有限公司、台州市荣耀模具有限公司、东莞市宁特模具有限公司等重型模切工具主要经销商销售金额和销售占比有所下降；而双金属带锯条市场影响较小，且发行人持续加大双金属带锯条经销商开拓力度，台州奥德美日锯业有限公司、郑州耀天贸易有限公司等双金属带锯条主要经销商销售金额和销售占比相应增加。

报告期内，发行人主要客户的产品结构按产品大类划分，均只销售模切工具或锯切工具一种产品；按二级分类划分，主要销售重型模切工具和双金属带锯条，仅有少量的轻型模切工具、双金属复合材和冷切金属圆锯片销售，与发行人整体产品销售结构特征一致，未发生重大变动。”

二、发行人报告期营业收入增长率情况，与同行业可比公司变动趋势及幅度是否一致，报告期各期收入增长率与销量增长率是否匹配

(一) 发行人营业收入增长率与同行业可比公司的比较分析

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“(一) 营业收入分析”中补充披露如下：

“2、营业收入增长率与金属制品业主要上市公司的比较分析

发行人与所属行业金属制品业主要上市公司所使用的主要原材料、产品特点、切削对象、应用领域和终端客户类型、销售模式及产品结构等方面均存在较大差异，其中切削对象、应用领域和终端客户类型的不同将直接导致不同类别的切削工具生产企业所面临的经营环境、下游应用需求、经营模式、技术特点、产品结构和盈利水平等方面具有较为明显的差异，该等差异导致相关公司的营业收入可比性较弱。目前 A 股市场上不存在与发行人主导产品重型模切工具切割对象、应用领域和终端客户类型相同或类似的上市公司，发行人不存在同行业可比上市公司。

报告期内，发行人与所属行业金属制品业主要上市公司的营业收入增长情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度
	金额	同比变动	金额	同比变动	金额	同比变动	金额
山东威达 (002026.SZ)	78,834.62	8.42%	157,510.94	-5.23%	166,199.66	13.10%	146,944.87
恒锋工具 (300488.SZ)	15,115.45	-4.98%	35,169.37	-2.99%	36,253.25	11.87%	32,407.71
博深股份 (002282.SZ)	53,538.93	-0.97%	116,821.71	10.83%	105,403.86	78.04%	59,201.02
泰嘉股份 (002843.SZ)	18,761.44	-11.82%	39,811.66	12.74%	35,312.39	17.61%	30,026.20
沃尔德 (688028.SH)	10,610.04	-13.61%	25,501.40	-2.76%	26,224.92	12.33%	23,346.44
平均值	-	-4.59%	-	2.52%	-	26.59%	-
平均值(2018年不含博深股)	-	-4.59%	-	2.52%	-	13.73%	-

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度
	金额	同比变动	金额	同比变动	金额	同比变动	金额
份)							
发行人	17,455.21	-6.42%	37,690.75	4.00%	36,240.00	16.03%	31,234.16

数据来源：上市公司2017年、2018年、2019年年度报告、2020年半年度报告。

根据博深股份2018年年度报告，2018年博深股份营业收入增长78.04%，与其他公司营业收入增长幅度差异较大，主要原因是博深股份于2017年11月完成与常州市金牛研磨有限公司的重组，收购其100%股权，当年仅合并了其11月和12月的营业收入，而2018年常州市金牛研磨有限公司的涂附磨具业务成为博深股份第一大核心业务，营业收入占比超过博深股份营业收入的一半。

报告期各期，剔除博深股份后，发行人营业收入增长率与金属制品业主要上市公司营业收入变动趋势及幅度基本一致。”

（二）发行人收入增长率与销量增长率比较分析

报告期内，发行人的主要产品收入与销量的增长情况如下：

1、重型模切工具

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
销售收入（万元）	7,399.41	22,279.92	21,840.33	18,984.05
销售收入较上年变动比例	/	2.01%	15.05%	/
销售数量（万米）	1,618.31	4,853.85	4,803.56	4,714.76
销售数量较上年变动比例	/	1.05%	1.88%	/

2018年，发行人重型模切工具的销售收入较2017年增长15.05%，销售数量较2017年增长1.88%，销售收入的增长主要系2018年受钢材价格上涨影响，重型模切工具的主要原材料平均采购单价较2017年上涨，发行人相应提高了重型模切工具的市场销售价格。

2019年，发行人重型模切工具的销售收入较2018年增长2.01%，销售数量较2018年增长1.05%，销售数量变动趋势与销售收入的变动趋势基本一致，与上年同期相比保持相对稳定。

2、热处理钢带

项 目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
销售收入（万元）	139.70	446.37	478.31	-
销售收入较上年变动比例	/	-6.68%	/	/
销售数量（吨）	250.11	850.89	901.74	-
销售数量较上年变动比例	/	-5.64%	/	/

报告期内，发行人热处理钢带销售收入 2019 年较 2018 年略有下降，降幅为 6.68%，销售数量较 2018 年下降 5.64%，销售数量变动趋势与销售收入的变动趋势基本一致，销售收入与销售数量均略有下降。

3、轻型模切工具（按米计量）

项 目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
销售收入（万元）	697.53	836.53	639.77	348.89
销售收入较上年变动比例	/	30.75%	83.37%	/
销售数量（万米）	381.48	515.34	572.42	361.70
销售数量较上年变动比例	/	-9.97%	58.26%	/

2018 年，发行人轻型模切工具销售收入较 2017 年增长 83.37%，销售数量较 2017 年增长 58.26%，销售数量变动趋势与销售收入的变动趋势基本一致。发行人轻型模切工具于 2017 年下半年开始逐步量产，处于试销阶段，因此 2018 年销量对比 2017 年大幅增加，同时随着轻型模切工具工艺质量的逐步提升，产品逐渐获得市场认可，发行人结合主要原材料冷轧钢带市场价格上涨，相应进行提价导致销售收入增长大于销售数量增长。

2019 年，发行人轻型模切工具销售收入较 2018 年增长 30.75%，销售数量较 2018 年下降 9.97%，销售收入的增长主要系 2019 年轻型模切工具销售均价上升所致。销售均价上升主要原因系当期发行人增加了圆模刀、圆模线等销售均价较高的异形品类，常规品类销售均价也随着产品质量提升亦有上升。此外，2019 年发行人的轻型模切工具仍处于工艺改进、品类开发及市场开拓，销售数量较上年小幅下降。

4、双金属带锯条

项 目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
销售收入（万元）	7,520.69	12,380.55	10,833.46	9,198.97
销售收入较上年变动比例	/	14.28%	17.77%	/
销售数量（万米）	391.95	655.70	582.37	505.76
销售数量较上年变动比例	/	12.59%	15.15%	/

报告期内，发行人双金属带锯条销售收入 2018 年较 2017 年增长 17.77%，2019 年较 2018 年增长 14.28%，销售数量变动趋势与销售收入的变动趋势基本一致，销售收入增长具有合理性，主要系发行人市场开拓力度加大、品质提升及产品规格增加所致。

5、双金属复合材

项 目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
销售收入（万元）	-4.77	668.26	1,444.01	1,048.89
销售收入较上年变动比例	/	-53.72%	37.67%	/
销售数量（吨）	-1.21	176.71	385.73	287.79
销售数量较上年变动比例	/	-54.19%	34.03%	/

报告期内，发行人双金属复合材销售收入 2018 年较 2017 年增长 37.67%，2019 年较 2018 年下降 53.72%，销售数量变动趋势与销售收入的变动趋势基本一致，主要系随着客户需求情况而变动。

综上，报告期内，发行人的主要产品销售收入的变动趋势与销售数量变动趋势基本一致，收入增长率与销量增长率相匹配。

就上述事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“4、主营业务收入变动分析”中补充披露如下：

“报告期内，发行人的主要产品销售收入的变动趋势与销售数量变动趋势基本一致，收入增长率与销量增长率相匹配。”

三、量化分析发行人各产品单价变动幅度与对应原材料单价变动幅度是否

匹配；结合报告期轻型模切工具产品结构具体变化情况及对均价的影响，进一步披露轻型模切工具报告期销售均价增长较大的原因及合理性

（一）量化分析发行人各产品单价变动幅度与对应原材料单价变动幅度是否匹配

报告期内，发行人主要产品为重型模切工具、双金属带锯条，以及少量轻型模切工具和半成品热处理钢带、双金属复合材。其中，重型模切工具、热处理钢带的主要原材料为热轧钢卷，双金属带锯条、双金属复合材的主要原材料为冷轧合金钢带和高速钢丝，轻型模切工具主要原材料为冷轧钢带。

报告期内，发行人各产品的销售单价变动与对应原材料单价变动具体分析如下：

（1）重型模切工具、热处理钢带

报告期内，发行人重型模切工具、热处理钢带产品单价变动与对应原材料热轧钢卷单价变动情况如下表所示：

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
重型模切工具—销售均价（元/米）	4.57	4.59	4.55	4.03
重型模切工具—销售均价较上年变动比例	-0.39%	0.96%	12.92%	/
热处理钢带—销售均价（元/吨）	5,585.37	5,245.93	5,304.31	/
热处理钢带—销售均价较上年变动比例	6.47%	-1.10%	/	/
原材料采购均价（元/吨）—热轧钢卷	3,412.15	3,626.19	3,892.38	3,545.34
原材料采购均价较上年较上年变动比例	-5.90%	-6.84%	9.79%	

发行人重型模切工具主要原材料热轧钢卷占生产成本 78%以上，原材料占产品成本的比重较高。热处理钢带为重型模切工具的半成品，主要原材料与重型模切工具相同。

发行人根据原材料价格的变化情况调整销售价格，形成价格传导机制。2018年热轧钢卷采购均价上涨 9.79%，重型模切工具销售均价上涨 12.92%；2019年热轧钢卷采购均价下降 6.84%，重型模切工具销售均价上涨 0.96%（其中，剔除增值税税率下调因素影响后，销售均价下降 0.40%），热处理钢带销售均价下降 1.10%；2020年 1-6 月热轧钢卷采购均价下降 5.90%，重型模切工具销售均价下

降 0.39%，销售均价的变动与原材料采购均价变动趋势一致。发行人重型模切工具、热处理钢带产品销售均价主要受原材料热轧钢卷市场价格的影响，且具有较强的价格传导机制，主要原因如下：

①发行人重型模切工具产品处于领先的市场地位，根据中国轻工机械协会统计，2018 年发行人重型模切工具在国际、国内市场占有率稳居首位。发行人的市场地位使其具备较强的议价能力。

②重型模切工具属于包括箱包、鞋服、汽车内饰件等领域在内的皮革、织物多层模切机械加工的配套耗材，在模切机械加工中通常占总成本的比重较小，用户在做采购决策方面，会优先考评金属切削工具的品质，再考量价格，原材料价格传导机制较为顺畅。

(2) 双金属带锯条、双金属复合材

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
双金属带锯条-销售均价（元/米）	19.19	18.88	18.60	18.19
双金属带锯条-销售均价较上年变动比例	1.62%	1.50%	2.28%	/
双金属复合材-销售均价（元/吨）	39,224.55	37,817.04	37,435.80	36,446.59
双金属复合材-销售均价较上年变动比例	3.72%	1.02%	2.71%	/
原材料采购均价（元/吨）-冷轧合金钢带	20,059.67	19,106.29	18,922.71	17,809.05
原材料采购均价较上年变动比例	4.99%	0.97%	6.25%	/

发行人双金属带锯条主要原材料中冷轧合金钢带占直接材料比例 65%以上，为双金属带锯条主要原材料构成。双金属复合材为双金属带锯条的半成品，主要原材料构成与双金属带锯条相同。

2018 年、2019 年、2020 年 1-6 月冷轧合金钢带采购均价分别上涨 6.25%、0.97%、4.99%，双金属带锯条销售均价分别上涨 2.28%、1.50%、1.62%，双金属复合材带锯条销售均价分别上涨 2.71%、1.02%、3.72%，销售均价的变动与主要原材料采购均价变动趋势一致，但变动幅度存在一定差异，主要原因为：发行人是双金属带锯条产品市场的后进入者，同档次产品市场定价一般较泰嘉股份低；以 2019 年为例，泰嘉股份的 2019 年销量为 1,816.85 万米，高于发行人同期的 655.70 万米，销售数量是发行人的 2.77 倍，故发行人在产品定价时，除需考

考虑原材料采购价格变动因素外，还需结合市场竞争对手的价格变动情况进行调整。

(3) 轻型模切工具（按米计量）

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
销售均价（元/米）	1.83	1.62	1.12	0.96
销售均价较上年变动比例	12.64%	45.24%	15.87%	/
其中：常规系列产品销售均价（元/米）	1.47	1.34	1.12	0.96
常规系列产品销售均价较上年变动	10.29%	19.63%	15.87%	/
异形系列产品销售均价（元/米）	5.81	8.67	-	-
异形系列产品销售均价较上年变动	-32.95%	/	/	/
原材料采购均价（元/吨）-冷轧钢带	4,987.39	5,241.40	5,509.22	5,228.41
原材料采购均价较上年较上年变动比例	-4.85%	-4.86%	5.37%	/

轻型模切工具主要原材料为冷轧钢带。2018年、2019年、2020年1-6月冷轧钢带采购均价分别变动5.37%、-4.86%、-4.85%，相应产品销售均价分别变动15.87%、45.24%、12.64%，其中，常规系列产品销售均价分别变动15.87%、19.63%、10.29%，异形系列产品销售均价2020年1-6月变动-32.95%，主要系产品结构变化所致。

2018年冷轧钢带采购均价上涨5.37%，常规系列产品销售均价上涨15.87%；2019年冷轧钢带采购均价下降4.86%，常规系列产品销售均价上涨19.63%；2020年1-6月冷轧钢带采购均价下降4.85%，常规系列产品销售均价上涨10.29%。冷轧钢带采购均价变动与常规系列产品销售均价变动不匹配的主要原因是：公司轻型模切工具于2017年下半年开始逐步量产，处于试销阶段，产品在初期的定价较低，单位售价与其他年度的可比性较低；随着轻型模切工具工艺质量的逐步提升，产品逐渐获得市场认可，公司于2018年、2019年相继进行提价导致2018年、2019年销售均价上涨。同时，公司报告期各期轻型模切工具的产品规格型号、产品等级的销售结构不同，亦对销售均价的波动造成一定影响。

(二) 结合报告期轻型模切工具产品结构具体变化情况及对均价的影响，进一步披露轻型模切工具报告期销售均价增长较大的原因及合理性

报告期内，发行人轻型模切工具根据产品结构分类情况如下：

年份	产品系列	销售数量		销售金额		平均售价 (元/米、 元/根)
		数量(万米)	占比	金额(万元)	占比	
2020年 1-6月	常规系列	350.35	91.84%	516.64	69.34%	1.47
	异形系列 (按米计 量)	31.13	8.16%	180.89	24.28%	5.81
	异形系列 (按根计 量)	48 根	0.00%	47.54	6.38%	9,904.13
	小计	/	100.00%	745.07	100.00%	/
2019年度	常规系列	495.22	96.09%	662.13	79.15%	1.34
	异形系列	20.12	3.91%	174.40	20.85%	8.67
	小计	515.34	100.00%	836.53	100.00%	1.62
2018年度	常规系列	572.42	100.00%	639.77	100.00%	1.12
2017年度	常规系列	361.70	100.00%	348.89	100.00%	0.96

发行人轻型模切工具于 2017 年下半年开始逐步量产，处于试销阶段，产品在推出市场初期的定价较低。发行人 2017 年、2018 年均只销售常规系列产品。2018 年，常规系列产品的销售均价由 0.96 元/米增加至 1.12 元/米，增长 15.87%；2019 年，常规系列产品的销售均价进一步增加至 1.34 元/米，增长 19.63%，主要原因是 2017 年轻型模切工具新推出，处于试销阶段，产品在初期的定价较低，单位售价与其他年度的可比性较低。随着轻型模切工具工艺质量的逐步提升，产品逐渐获得市场认可，公司于 2018 年、2019 年相继进行提价导致 2018 年、2019 年销售均价上涨。

2019 年，发行人进行产品系列结构的优化调整，增加了圆模刀、圆模线等异形系列的轻型模切工具。2019 年异形系列产品平均售价为 8.67 元/米，同期常规系列产品平均售价为 1.34 元/米；2020 年异形系列产品（按米计量）平均售价为 5.81 元/米，同期常规系列产品平均售价为 1.47 元/米；异形系列产品的销售价格高于常规系列产品，主要原因是：（1）异形系列产品的结构较常规系列产品复杂，单位产品的材料耗用较高、生产时间较长，2019 年异形系列产品单位成本 3.77 元/米，常规系列产品单位成本 1.48 元/米，异形系列产品单位成本较高，

相应的单位产品售价也较高；（2）异形系列产品相对于常规系列产品是小众、高端化产品，同行业生产企业相对较少，竞争较小；（3）异形系列产品主要应用于大型包装材料生产企业的高速制造设备使用，在用户生产成本中占比较低，相对于产品性能、质量稳定性而言，客户对价格敏感度相对不高。发行人 2019 年因新增单位售价较常规系列产品更高的异形系列产品，导致轻型模切工具平均售价由 1.12 元/米增加至 1.62 元/米，2020 年 1-6 月进一步增加至 1.83 元/米。

综上所述，发行人报告期内轻型模切工具销售均价增长较大的主要原因是 2017 年产品新推出市场初期的定价较低，后续打开市场后逐步进行提价，以及 2019 年进行产品系列结构的优化调整，增加了单位售价更高的异形系列产品所致，具有合理性。

就上述事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“4、主营业务收入变动分析”之“（1）模切工具收入变动分析”之“②轻型模切工具”中补充披露如下：

“2018 年，公司轻型模切工具销售收入为 639.77 万元，较 2017 年增加 290.88 万元，增幅为 83.37%，主要系 2018 年轻型模切工具销售数量增加和销售均价上涨所致，其中销售数量增加 58.26% 导致销售收入增加 203.25 万元，销售价格上升 15.87% 导致销售收入增加 87.63 万元。其中，销售数量增幅较大主要是轻型模切工具是公司 2017 年下半年推出的新产品。

2019 年，公司轻型模切工具销售收入为 836.53 万元，较 2018 年增加 196.76 万元，增幅为 30.75%，主要系 2019 年轻型模切工具销售均价上升所致。此外，2019 年公司的轻型模切工具仍处于工艺改进和丰富品类时期，销售数量较上年小幅下降。

发行人轻型模切工具于 2017 年下半年开始逐步量产，处于试销阶段，产品在推出市场初期的定价较低。发行人 2017 年、2018 年均只销售常规系列产品。2018 年，常规系列产品的销售均价由 0.96 元/米增加至 1.12 元/米，增长 15.87%；2019 年，常规系列产品的销售均价进一步增加至 1.34 元/米，增长 19.63%；2020 年 1-6 月增加至 1.47 元/米。2019 年，发行人进行产品系列结构的优化调整，增加了圆模刀、圆模线等异形系列的轻型模切工具。2019 年异形系列产品平均售

价为 8.67 元/米，同期常规系列产品平均售价为 1.34 元/米，异形系列产品的销售价格高于常规系列产品。

发行人报告期内轻型模切工具销售均价增长较大的主要原因是 2017 年产品新推出市场初期的定价较低，后续打开市场后逐步进行提价，以及 2019 年进行产品系列结构的优化调整，增加了单位售价更高的异形系列产品所致，具有合理性。”

四、报告期主要半成品客户的基本情况、具体销售金额、产品定价原则及公允性、销售单价及毛利率具体情况及波动原因；上述客户是否存在向发行人购买半成品再向发行人同行业竞争对手销售同类产品的情况，如有，说明对发行人业务开展的具体影响

(一) 报告期主要半成品客户的基本情况、具体销售金额、产品定价原则及公允性、销售单价及毛利率具体情况及波动原因

1、重型模切工具半成品（热处理钢带）

热处理钢带为重型模切工具的半成品，2018 年、2019 年、2020 年 1-6 月热处理钢带销售收入占发行人主营业务收入比例分别为 1.36%、1.22%和 0.82%，占比较小。

(1) 热处理钢带主要客户的基本情况

报告期内，热处理钢带主要客户（指年度销售收入 100 万元以上的客户，或 2020 年 1-6 月销售收入 50 万元以上的客户）的基本情况如下：

客户名称	成立时间	注册资本	股权结构	注册地	经营范围
青岛大元刀模钢材有限公司	2014.08.17	10 万元	郑龙哲 100%	青岛即墨市通济办事处仇家沟岔村由和二路 15 号	加工销售刀模钢材、机械配件、模具，货物进出口、技术进出口
青岛运恒瑞工贸有限公司	2013.06.05	50 万元	李国民 60%； 刘佳 40%	青岛胶州市胶北工业园恒瑞路 1 号	一般经营项目：模具、刀料、金属结构、机械零部件加工、销售，剪断机、弯模机制造、销售，批发、零售：五金交电、服装、鞋帽、家居用品、工艺

客户名称	成立时间	注册 资本	股权 结构	注册地	经营范围
					品、水暖管件、装饰材料、陶瓷制品、钢材、锻件、铸件、木材，经营本企业自产品及技术的出口业务和本企业所需的机械设备、零配件、原辅材料及技术的进口业务（国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外）

上述客户 2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月销售收入占同类产品销售收入的比例分别为 80.68%、100%和 79.35%。上述客户与发行人不存在关联关系。

（2）定价原则及公允性

发行人热处理钢带的定价原则采用“订单日原材料出厂价+加工费+运费”定价模式，符合商业逻辑，价格公允。以 2018 年 12 月青岛大元刀模钢材有限公司热处理钢带订单报价举例如下：

单位：元/吨

产品名称	订单日 原材料出厂价	分条加工费	运费	加工费	含税价格	不含税价格
36*3.0DE 热 处理钢带	4,280.00	45.00	193.00	1,500.00	6,018.00	5,187.93

（3）主要客户的具体销售情况及变动情况分析

报告期内，热处理钢带各年度主要客户的销售情况如下：

客户名称	年度	数量 (吨)	销售金额 (万元)	平均售价 (元/吨)	平均成本 (元/吨)	毛利率
青岛大元刀模钢 材有限公司	2020 年 1-6 月	198.83	110.85	5,575.13	4,093.35	26.58%
	2019	630.14	332.90	5,282.94	4,876.47	7.69%
	2018	291.09	158.85	5,456.91	5,179.14	5.09%
青岛运恒瑞工贸 有限公司	2020 年 1-6 月	51.28	28.85	5,625.10	4,404.92	21.69%
	2019	220.75	113.47	5,140.29	4,943.68	3.82%
	2018	436.95	227.04	5,196.13	4,767.02	8.26%

发行人 2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月向青岛大元刀模钢材有限公司销售热处理钢带的平均售价分别为 5,456.91 元/吨、5,282.94 元/吨和 5,575.13 元/吨，销售毛利率分别为 5.09%、7.69%和 26.58%；发行人 2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月向青岛运恒瑞工贸有限公司销售热处理钢带的平均售价分别为 5,196.13 元/吨、5,140.29 元/吨和 5,625.10 元/吨，销售毛利率分别为 8.26%、3.82%和 21.69%。2020 年 1-6 月热处理钢带毛利率较 2019 年增加 18.86%，单位售价变动 6.47%，单位成本变动-15.05%；其中，单位售价变动影响毛利率 5.67%，单位成本变动影响毛利率 13.19 个百分点。单位成本变动影响毛利率的主要原因系基于发行人“订单日原材料出厂价+加工费+运费”定价原则，毛利率容易受到订单下达日原材料价格与交货时发行人产品原材料成本的时间性差异的影响，2020 年 1-6 月原材料热轧钢卷市场价格波动较大，公司月均入库单价最高与最低之间相差 17.27%，实际生产交付时结转成本较订单日更低导致毛利率上升。

报告期内，发行人热处理钢带主要客户销售毛利率较低，主要原因是其生产工序较少，相应的产品增值较低。热处理钢带主要客户销售毛利率存在一定波动，主要原因是基于发行人“订单日原材料出厂价+加工费+运费”定价原则，毛利率容易受到订单下达日原材料价格与交货时发行人产品原材料成本的时间性差异的影响，导致毛利率存在一定波动。

2、双金属带锯条半成品（双金属复合材）

（1）双金属复合材主要客户的基本情况

报告期内，双金属复合材主要客户（指年度销售收入 100 万元以上的客户，或 2020 年 1-6 月销售收入 50 万元以上的客户）的基本情况如下：

客户名称	成立时间	注册资本	股权结构	注册地	经营范围
湖北申田新材料科技有限公司	2014.03.24	4000 万元	赵岳胜 55% 蔡军 34% 赵恒宽 11%	湖北省黄冈市龙感湖工业园 20 号	新材料技术研发、双金属带锯条、工具、硬质合金刀具、圆锯片、切割片、打磨片、金刚砂、金属焊丝、焊条及各类焊接材料、锯床、机床、机械设备零部件制造销

客户名称	成立时间	注册资本	股权结构	注册地	经营范围
					售
缙云县云鹰锯业有限公司	2016.04.27	100 万元	卢土法 50% 王兰芬 50%	浙江省丽水市缙云县壶镇镇团结工业园区	带锯条、缝纫机配件制造、销售
浙江林氏缝制设备有限公司	1986.08.21	1000 万元	周爱平 33.331% 林生 33.338% 林兴 33.331%	温州市瓯海三溪工业园康宏西路 19 号	制造、加工、销售、研发服装设备、机械配件、切削工具、手工具

报告期各期，发行人向上述客户的销售收入占同类产品销售收入的比例分别为 82.26%、95.31%、87.73%和 0.00%（不含退货），上述客户与发行人不存在关联关系。

（2）定价原则及公允性

发行人双金属复合材的定价原则是在主要原材料采购价格基础上，结合原材料的热处理加工费、焊接费、采购量等因素综合定价，符合行业惯例，价格公允。

（3）主要客户的具体销售情况及变动情况分析

报告期内，双金属复合材主要客户的销售情况如下：

客户名称	年度	数量 (吨)	销售金额 (万元)	平均售价 (元/吨)	平均成本 (元/吨)	毛利率
湖北申田新材料科技有限公司	2020 年 1-6 月	-11.27	-44.38	39,375.30	31,768.28	19.32%
	2019	93.88	367.11	39,102.99	31,065.41	20.55%
	2018	240.10	912.25	37,994.13	29,982.81	21.09%
	2017	209.95	770.10	36,680.76	31,809.98	13.28%
缙云县云鹰锯业有限公司	2020 年 1-6 月	-	-	-	-	-
	2019	55.77	181.99	32,634.77	27,287.16	16.39%
	2018	42.78	147.89	34,572.90	31,169.44	9.84%
	2017	-	-	-	-	-
浙江林氏缝制设备有限公司	2020 年 1-6 月	-	-	-	-	-
	2019	8.81	37.14	42,169.16	31,529.24	25.23%
	2018	86.03	316.16	36,751.80	30,364.81	17.38%

客户名称	年度	数量 (吨)	销售金额 (万元)	平均售价 (元/吨)	平均成本 (元/吨)	毛利率
	2017	24.49	92.75	37,870.87	32,240.22	14.87%

①湖北申田新材料科技有限公司

最近三年，发行人向湖北申田新材料科技有限公司销售双金属复合材的平均售价分别为 36,680.76 元/吨、37,994.13 元/吨和 39,102.99 元/吨，毛利率分别为 13.28%、21.09%和 20.55%。其中，2018 年毛利率上涨的主要原因系平均售价上涨 3.58%，平均成本下降 5.74%所致。2020 年 1-6 月，湖北申田新材料科技有限公司因质量原因发生退货 44.38 万元，对应存货成本 35.81 万元。

②缙云县云鹰锯业有限公司

发行人 2018 年、2019 年度向缙云县云鹰锯业有限公司销售双金属复合材的平均售价分别为 34,572.90 元/吨和 32,634.77 元/吨，毛利率分别为 9.84%和 16.39%。其中，2018 年毛利率较低的主要原因系发行人向其折价销售一批库龄时间较长的双金属复合材。

③浙江林氏缝制设备有限公司

2017-2019 年度，发行人向浙江林氏缝制设备有限公司销售双金属复合材的平均售价分别为 37,870.87 元/吨、36,751.80 元/吨和 42,169.16 元/吨，毛利率分别为 14.87%、17.38%和 25.23%，其中，2019 年毛利率较高的主要原因系 2019 年浙江林氏缝制设备有限公司双金属复合材采购批量小、数量少，故发行人适当提高销售单价导致毛利率较高。

(二) 上述客户是否存在向发行人购买半成品再向发行人同行业竞争对手销售同类产品的情况，如有，说明对发行人业务开展的具体影响

通过对上述客户进行实地走访，现场考察其生产场所，访谈了解其主要客户、产品用途、是否存在向发行人同行业竞争对手销售同类产品，上述客户确认不存在向发行人购买半成品再向发行人同行业竞争对手销售同类产品的情形。

就重型模切工具半成品事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“4、主营业

务收入变动分析”之“（1）模切工具收入变动分析”之“③热处理钢带”中补充披露如下：

“报告期内，热处理钢带主要客户（指年度销售收入 100 万元以上的客户）为青岛大元刀模钢材有限公司、青岛运恒瑞工贸有限公司，均与发行人不存在关联关系。发行人重型模切工具半成品热处理钢带的定价原则采用“订单日原材料出厂价+加工费+运费”定价模式，符合商业逻辑，价格公允。

发行人 2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月向青岛大元刀模钢材有限公司销售热处理钢带的平均售价分别为 5,456.91 元/吨、5,282.94 元/吨和 5,575.13 元/吨，销售毛利率分别为 5.09%、7.69%和 26.58%；发行人 2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月向青岛运恒瑞工贸有限公司销售热处理钢带的平均售价分别为 5,196.13 元/吨、5,140.29 元/吨和 5,625.10 元/吨，销售毛利率分别为 8.26%、3.82%和 21.69%。

报告期内，发行人热处理钢带主要客户销售毛利率较低，主要原因是其生产工序较少，相应的产品增值较低。热处理钢带主要客户销售毛利率存在一定波动，主要原因是基于发行人“订单日原材料出厂价+加工费+运费”定价原则，毛利率容易受到订单下达日原材料价格与交货时发行人产品原材料成本的时间性差异的影响，导致毛利率存在一定波动。”

就双金属带锯条半成品事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“4、主营业务收入变动分析”之“（2）锯切工具收入变动分析”之“②双金属复合材”中补充披露如下：

“报告期内，双金属复合材主要客户（指年度销售收入 100 万元以上的客户）为湖北申田新材料科技有限公司、缙云县云鹰锯业有限公司、浙江林氏缝制设备有限公司，均与发行人不存在关联关系。发行人双金属复合材的定价原则系在主要原材料采购价格基础上，结合原材料的热处理加工费、焊接费、采购量等因素综合定价，符合行业惯例，价格公允。

最近三年，发行人向湖北申田新材料科技有限公司销售双金属复合材的平

均售价分别为 36,680.76 元/吨、37,994.13 元/吨和 39,102.99 元/吨，毛利率分别为 13.28%、21.09%和 20.55%。其中，2018 年毛利率上涨的主要原因系平均售价上涨 3.58%，平均成本下降 5.74%所致。2020 年 1-6 月，湖北申田新材料科技有限公司发生退货 44.38 万元，对应存货成本 35.81 万元。

发行人 2018 年、2019 年度向缙云县云鹰锯业有限公司销售双金属复合材的平均售价分别为 34,572.90 元/吨和 32,634.77 元/吨，毛利率分别为 9.84%和 16.39%。其中，2018 年毛利率较低的主要原因系发行人向其折价销售一批库龄时间较长的双金属复合材。

最近三年，发行人向浙江林氏缝制设备有限公司销售双金属复合材的平均售价分别为 37,870.87 元/吨、36,751.80 元/吨和 42,169.16 元/吨，毛利率分别为 14.87%、17.38%和 25.23%，其中，2019 年毛利率较高的主要原因系 2019 年浙江林氏缝制设备有限公司双金属复合材采购批量小、数量少，故发行人适当提高销售单价导致毛利率较高。”

五、对经销商返利政策的具体标准、报告期内有无变动及具体情况、是否符合行业惯例、与同行业可比公司的对比情况，对同类规模经销商计提返利比例的差异情况、原因及合理性，报告期计提返利占收入比例逐年大幅增长的具体原因及合理性

（一）对经销商返利政策的具体标准、报告期内有无变动及具体情况

1、经销商销售返利政策

发行人与经销商于每年年初签订年度经销协议，约定返利及其调整政策，非年度经销商及直销客户通常不给予销售返利。发行人每年年初结合市场情况和发展战略，针对不同类别产品、不同等级和规格型号产品、不同规模经销商制定差异化的返利政策，并可根据市场竞争策略变化在年度中间做适度调整。其中：模切工具返利以数量为基础，按每米返利金额乘以达标米数计算；锯切工具返利以销售金额为基础，按销售额乘以返利比例计算。经销商完成考核周期销售目标后，发行人按约定返利。

2、经销商返利政策的具体标准、报告期内有无变动及具体情况

A、重型模切工具

发行人重型模切工具销售返利包括达标返利、地区补差及其他返利，其中，达标返利指经销商在考核期间内完成销售考核指标后可享受的销售返利；地区补差指发行人针对不同区域市场阶段性竞争情况给予的区域性的销售返利；其他返利主要包括临时性的促销奖励、超任务奖励等。报告期内，发行人重型模切工具按返利类型分类如下：

单位：万元

返利类型	2020年1-6月		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
达标返利	635.33	79.35%	1,944.72	67.85%	630.00	59.01%	530.36	46.12%
地区补差	165.37	20.65%	589.05	20.55%	123.64	11.58%	378.39	32.90%
其他	0.00	0.00%	332.43	11.60%	314.02	29.41%	241.32	20.98%
合计	800.69	100.00%	2,866.20	100.00%	1,067.66	100.00%	1,150.07	100.00%

报告期内，达标返利、地区补差合计占比分别为 79.02%、70.59%、88.40% 和 100.00%，是重型模切工具销售返利的主要构成。

报告期内，重型模切工具达标返利、地区补差的具体标准及变动情况如下：

返利类型	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
达标返利	达标客户可享有 0.60 元/米	达标客户可享有 0.20 元/米的返利，4-12 月达标客户可再额外享有 0.50 元/米的返利	达标客户可享有 0.20 元/米的返利	达标客户可享有 0.20 元/米的返利，11-12 月达标客户可再额外享有 0.20 元/米的返利
地区补差	1-12 月广东区享有 0.08 元/米，福建区（不含莆田市）享有 0.12 元/米，浙江区温州市享有 0.33 元/米，其他地区享有 0.21 元/米	①4-12 月广东区享有 0.19 元/米，福建区（不含莆田市）享有 0.11 元/米，其他地区享有 0.22 元/米； ②1-3 月浙江区温州市 32*2.5 规格享有 0.40 元/米，4-12 月浙江区温州市享有 0.36 元/米	浙江区温州市 32*2.5 规格享有 0.40 元/米	①4-6 月广东区享有 0.34 元/米，福建区（不含莆田市）享有 0.50 元/米，其他地区享有 0.49 元/米； ②4-6 月浙江区除温州市外享有 0.46 元/米；浙江区温州市 32*2.5 规格 4-5 月享有 0.40 元/米、6 月享

返利类型	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
				有 0.60 元/米、7-12 月享有 0.40 元/米

注 1：直销客户、境外销售客户均不享受销售返利，上述返利标准不适用此类客户；

注 2：上述均为含税金额。

报告期内，发行人重型模切工具返利计提情况如下：

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
返利计提金额（万元）	800.69	2,866.20	1,067.66	1,150.07
占该类产品主营业务收入比例	10.82%	12.86%	4.89%	6.06%
平均单位返利（不含税）	0.60 元/米	0.70 元/米	0.25 元/米	0.27 元/米

注：平均单位返利（不含税）=返利计提金额/扣除直销销售、境外销售后销售数量

2018 年，发行人重型模切工具返利标准较上年未发生重大变化，2018 年平均单位返利为 0.25 元/米，较上一年度小幅下降，不存在重大变动。

2019 年 4 月至 12 月，发行人对重型模切工具达标客户额外给予 0.5 元/米的销售返利，导致平均单位返利由 2018 年的 0.25 元/米增加至 0.70 元/米，返利计提比例由 4.89% 上升至 12.86%，主要原因系 2019 年发行人采用“高定价、高返利”的销售策略。具体变动原因分析详见本问题“（四）报告期计提返利占收入比例逐年大幅增长的具体原因及合理性”的相关回复。

B、双金属带锯条

发行人双金属带锯条销售返利为达标返利，经销商在考核周期内完成销售考核指标后按照达标销售金额乘以返利比例计算给予销售返利。报告期内，发行人双金属带锯条销售返利的具体标准及变动情况如下：

客户类型	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
一般客户	阶梯返利	阶梯返利	阶梯返利	不享受销售返利
重点客户	返利比例 10%-19%	返利比例 10%-19%	返利比例 10%-17%	返利比例 3%-10%

注：返利比例=返利金额/基准价格*100%，以下同。

2017 年，发行人结合区域市场竞争情况，对经销商根据其经营能力、忠诚度及配合度情况等进行分类管理，针对重点客户给予 3%-10% 的销售返利，一般

客户不享受销售返利。

2018年，随着发行人双金属带锯条销售规模的增长，经销商数量亦随之增长，发行人进一步加强了对经销商销售返利分类管理，并推行“高定价、高返利”的销售策略。发行人2018年对一般客户采用统一的阶梯返利标准，具体如下：

经销商采购金额	返利比例
50万元以下	0%
50-100万元	3%
100-150万元	5%
150-200万元	6%
200-300万元	7%
300-400万元	8%
400-500万元	10%

注1：50万元以下包含50万元，50-100万元包含100万元，100-150万元包含150万元，150-200万元包含300万元，200-300万元包含500万元，300-400万元包含400万元，500万元以上不包括500万元，下同。

注2：采购金额大于500万的经销商均为重点客户。

同时，发行人结合区域市场竞争情况、签约合同量规模、进货量、欠款比例、忠诚度及配合度，对重点客户的返利比例提高至10%-17%。

2019年，发行人双金属带锯条返利具体标准与2018年基本保持一致，并根据产品等级进行细分，小幅提高A级产品的返利比例，B级、C级产品与2018年一致。其中，2019年一般客户的阶梯返利标准如下：

销售金额	产品等级为A级	产品等级为B级、C级
50万元以下	0%	0%
50-100万元	5%	3%
100-150万元	7%	5%
150-200万元	8%	6%
200-300万元	9%	7%
300-400万元	10%	8%
400-500万元	12%	10%

注：采购金额大于500万的经销商均为重点客户。

同时，针对重点客户，发行人将返利比例小幅提高至10%-19%。

2020年1-6月，发行人双金属带锯条返利具体标准与2019年基本保持一致，并根据产品等级进行细分。其中，2020年1-6月一般客户的阶梯返利标准如下：

销售金额	产品等级为A级	产品等级为B级	产品等级为C级
50万元以下	0%	0%	0%
50-100万元	5%	4%	3%
100-150万元	7%	6%	4%
150-200万元	8%	7%	5%
200-300万元	9%	8%	6%
300-400万元	10%	9%	7%
400-500万元	12%	11%	9%

注：采购金额大于500万的经销商均为重点客户。

报告期内，发行人双金属带锯条返利计提情况如下：

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
返利计提金额（万元）	933.64	1,502.90	1,195.43	657.86
占该类产品主营业务收入比例	12.41%	12.14%	11.03%	7.15%

2018年，发行人双金属带锯条返利标准发生较大变化，2018年平均返利计提比例为11.03%，较2017年度增加3.88个百分点，主要原因系2018年发行人推行“高定价、高返利”的销售策略，具体变动原因分析详见本问题“（四）报告期计提返利占收入比例逐年大幅增长的具体原因及合理性”的相关回复。

2019年、2020年1-6月，发行人双金属带锯条返利标准未发生重大变化，2019年平均返利计提比例为12.14%，较上年度仅增加1.11个百分点；2020年1-6月平均返利计提比例为12.41%，较2019年增加0.27个百分点。

（二）是否符合行业惯例、与同行业可比公司的对比情况

目前A股市场上不存在与发行人主导产品重型模切工具切割对象、应用领域和终端客户类型相同或类似的上市公司，发行人不存在同行业可比上市公司。

报告期内，发行人所属金属制品业主要上市公司返利政策情况如下：

公司名称	返利政策
山东威达（002026.SZ）	公开信息未披露是否存在销售返利
恒锋工具（300488.SZ）	公开信息未披露是否存在销售返利
博深股份（002282.SZ）	公开信息未披露是否存在销售返利
泰嘉股份（002843.SZ）	根据泰嘉股份《招股说明书》：针对国内客户，公司 AA、飞钜、嘉钜品牌锯条返利比例根据经销商年销售金额确定，立钜品牌锯条返利比例根据经销商年销售数量确定。国外客户根据售价、销量、销售潜力等因素采取针对性的返利政策。
沃尔德（688028.SH）	对经销商不存在返利政策

沃尔德主要以定制化产品和采取直销为主的销售模式，其产品切割对象、应用领域和终端客户类型与发行人存在较大差异。

泰嘉股份是在深交所上市的公司，主要产品是双金属带锯条和少量双金属复合材。发行人双金属带锯条与泰嘉股份均采用经销商返利方式进行销售激励，符合行业惯例。

在重型模切工具产品领域，发行人处于领先的市场地位，目前 A 股上市公司无同类产品。发行人自 2007 年即已采用经销商销售返利方式进行销售激励，并持续至今，符合行业惯例。

（三）对同类规模经销商计提返利比例的差异情况、原因及合理性

发行人的产品采用统一基准价格，对经销商进行分类管理，对不同类别的经销商适用不同的返利政策，并结合区域市场竞争情况进行更新调整，通过实施不同的返利政策实现对经销商差异化定价。

1、重型模切工具

报告期内，发行人重型模切工具销售规模 500 万元以上（2020 年 1-6 月为 250 万元以上）经销商销售收入占该类产品销售收入比例分别为 44.77%、50.23%、50.23%和 30.38%。发行人对销售规模 500 万元以上（2020 年 1-6 月为 250 万元以上）经销商计提返利比例情况如下：

（1）2020 年 1-6 月

区域	经销商名称	返利计提比例
福建省	晋江南泰刀模材料贸易有限公司	13.59%
	泉州市高力高贸易有限公司	12.55%
广东省	佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司	14.01%
	东莞市宁特模具有限公司	12.40%
浙江省	台州市荣耀模具有限公司	16.44%
	义乌市亘高贸易有限公司	14.00%

注：返利计提比例=返利/当期销售收入*100%，以下同。

从上表可以看出，经销商返利计提比例不存在重大差异。

(2) 2019 年度

区域	经销商名称	返利计提比例
福建省	晋江南泰刀模材料贸易有限公司	15.97%
	泉州市高力高贸易有限公司	13.08%
广东省	佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司	17.42%
	东莞市宁特模具有限公司	13.76%
	广州创遇贸易有限公司	17.11%
	惠东县顺捷刀模材料店	14.87%
	深圳市君兴顺贸易有限公司	13.34%
	珠海市精巧鞋材有限公司	14.80%
浙江省	宁都县合利贸易有限公司	21.71%
	台州市荣耀模具有限公司	15.04%
	义乌市亘高贸易有限公司	12.99%
	温州市金字鞋模材料设备有限公司	22.20%

注：宁都县合利贸易有限公司注册地在江西省，但实际经营地在浙江省温州市。

从上表可以看出，除宁都县合利贸易有限公司、温州市金字鞋模材料设备有限公司外，其余地区经销商 2019 年度返利计提比例不存在重大差异。宁都县合利贸易有限公司 2019 年返利计提比例为 21.71%，较同规模经销商返利计提均值高出 5.87%，温州市金字鞋模材料设备有限公司 2019 年返利计提比例为 22.20%，较同规模经销商返利计提均值高出 6.36%，主要原因是该等客户经营区域位于浙江省温州地区，温州地区为鞋履箱包重要生产区域，重型模切工具需求量较大且生产厂商较多，区域竞争激烈，公司给予当地经销商较高的返利支持。

(3) 2018 年度

区域	经销商名称	返利计提比例
福建省	晋江南泰刀模材料贸易有限公司	6.44%
	泉州市高力高贸易有限公司	4.90%
广东省	佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司	5.01%
	东莞市宁特模具有限公司	9.25%
	广州创遇贸易有限公司	7.18%
	惠东县顺捷刀模材料店	3.93%
	东莞市精锋模具材料有限公司	4.46%
	深圳市君兴顺贸易有限公司	4.71%
	宁都县合利贸易有限公司	12.94%
浙江省	台州市荣耀模具有限公司	4.68%
	义乌市亘高贸易有限公司	4.40%

从上表可以看出，除东莞市宁特模具有限公司和宁都县合利贸易有限公司外，其余地区经销商返利计提比例不存在重大差异。东莞市宁特模具有限公司 2018 年返利计提比例为 9.25%，较同规模经销商返利计提均值高出 3.34%，主要原因是 2018 年公司根据区域竞争情况，对该经销商销往竞争较为激烈的河北省保定市白沟地区（中国箱包之都）的产品给予适当的返利支持，东莞市宁特模具有限公司销售收入中当年销往河北省保定市白沟地区的占比较高，导致该经销商当年度返利计提比例较高。宁都县合利贸易有限公司 2018 年返利计提比例为 12.94%，较同规模经销商返利计提均值高出 7.03%，主要原因是该等客户经营区域位于浙江省温州地区，温州地区为鞋履箱包重要生产区域，重型模切工具需求量较大且生产厂商较多，区域竞争激烈，公司给予当地经销商较高的返利支持。

(4) 2017 年度

区域	经销商名称	返利计提比例
福建省	晋江南泰刀模材料贸易有限公司	8.09%
	泉州市高力高贸易有限公司	8.47%
广东省	佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司	6.90%
	东莞市宁特模具有限公司	7.41%
	东莞市企煌刀模材料有限公司	0.00%

区域	经销商名称	返利计提比例
	广州创遇贸易有限公司	6.98%
	惠东县顺捷刀模材料店	6.54%
上海市	上海徽沪实业有限公司	6.40%

从上表可以看出，除东莞市企煌刀模材料有限公司外，其余地区经销商返利计提比例不存在重大差异。东莞市企煌刀模材料有限公司 2017 年返利计提比例为 0%，该公司系公司关联方，同受公司实际控制人控制，无销售返利。

综上，报告期内除少数经销商外，发行人重型模切工具同类规模经销商计提返利比例符合发行人销售管理制度和返利政策，不存在重大差异；少数经销商存在差异的主要原因是发行人结合区域市场竞争情况实施的差异化返利政策，具有合理性。

2、双金属带锯条

报告期内，发行人销售规模 300 万元以上（2020 年 1-6 月为 150 万元以上）的双金属带锯条经销商销售收入占该类产品销售收入比例分别为 55.83%、65.88%、64.11%和 65.27%。发行人对销售规模 300 万元以上（2020 年 1-6 月为 150 万元以上）经销商计提返利比例情况如下：

（1）2020 年 1-6 月

经销商名称	返利计提比例
郑州耀天贸易有限公司	23.98%
台州奥德美日锯业有限公司	0.70%
浙江立信锯业有限公司	19.45%
缙云县宝利特机械制造有限公司	15.04%
缙云县耐普斯锯条有限公司	15.54%
浙江金利恒兹锯业有限公司	3.04%
上海鼎骄五金工具有限公司	15.49%
朗仁精密工具（温州）有限公司	19.32%
永康市美利锯业有限公司	15.55%
缙云县卓星泰工具有限公司	13.10%
东莞市巨久锯业有限公司	5.42%

经销商名称	返利计提比例
缙云县迪锐森机械有限公司	19.41%
昆山万田弘源锯业科技有限公司	12.49%

注：返利计提比例=返利/当期返利后销售收入*100%，返利=返利前销售收入*返利比例

从上表可以看出，除郑州耀天贸易有限公司、台州奥德美日锯业有限公司、浙江金利恒兹锯业有限公司、东莞市巨久锯业有限公司外，其余经销商返利计提比例不存在重大差异。郑州耀天贸易有限公司 2020 年 1-6 月返利计提比例为 23.98%，主要原因是该客户为公司 2020 年 1-6 月新开发的优质客户，享受较高的优惠政策。台州奥德美日锯业有限公司 2020 年 1-6 月返利计提比例为 0.70%，浙江金利恒兹锯业有限公司 2020 年 1-6 月返利计提比例为 3.04%、东莞市巨久锯业有限公司 2020 年 1-6 月返利计提比例为 5.42%，比例均较低，主要原因是客户向公司申请采用直接抵减当期返利后的价格结算，公司结合其历史交易规模、回款情况、信用情况等因素综合考虑，同意其申请。

(2) 2019 年度

经销商名称	返利计提比例
浙江立信锯业有限公司	17.11%
缙云县宝利特机械制造有限公司	16.32%
浙江金利恒兹锯业有限公司	15.60%
上海鼎骄五金工具有限公司	16.28%
上海馨群机械有限公司	2.81%
东莞市巨久锯业有限公司	16.09%
台州奥德美日锯业有限公司	13.63%
缙云县耐普斯锯条有限公司	15.22%
永康市美利锯业有限公司	18.78%
缙云县迪锐森机械有限公司	14.65%
缙云县卓星泰工具有限公司	14.52%
昆山万田弘源锯业科技有限公司	24.18%
浙江克罗德锯业有限公司	13.83%

从上表可以看出，除上海馨群机械有限公司、昆山万田弘源锯业科技有限公司外，其余经销商返利计提比例不存在重大差异。上海馨群机械有限公司 2019

年度返利计提比例 2.81%，主要原因是该客户于 2019 年 3 月向公司申请采用直接抵减当期返利后的价格结算，公司结合其历史交易规模、回款情况、信用情况等因素综合考虑，同意其申请，故其 2019 年度返利计提比例较低。昆山万田弘源锯业科技有限公司 2019 年度返利计提比例为 24.18%，较同规模经销商返利计提均值高出 9.11%，主要原因是 2019 年该客户向发行人的采购金额较 2018 年增长 90.74%，公司给予其销售奖励导致。

(3) 2018 年度

经销商名称	返利计提比例
东莞市巨久锯业有限公司	12.33%
浙江立信锯业有限公司	12.68%
缙云县宝利特机械制造有限公司	14.81%
缙云县耐普斯锯条有限公司	13.32%
上海鼎骄五金工具有限公司	12.16%
上海馨群机械有限公司	15.79%
永康市美利锯业有限公司	16.05%
浙江金利恒兹锯业有限公司	14.81%
缙云县迪锐森机械有限公司	13.67%

2018 年度，双金属带锯条销售规模 300 万元以上经销商的返利计提比例位于 12%-16%区间，不存在重大差异。

(4) 2017 年度

经销商名称	返利计提比例
东莞市巨久锯业有限公司	8.06%
上海鼎骄五金工具有限公司	9.95%
缙云县宝利特机械制造有限公司	7.94%
沈阳基鼎贸易有限公司	5.23%
缙云县耐普斯锯条有限公司	11.15%
浙江立信锯业有限公司	11.19%
上海群风锯业有限公司	6.50%

2017 年度，发行人对双金属带锯条区分不同类型给予重点客户 3%-10%的返利比例，双金属带锯条销售规模在 300 万元以上的经销商返利计提比例位于合理

波动区间。

综上，报告期内除少数经销商外，发行人双金属带锯条同类规模经销商计提返利比例符合发行人销售管理制度和客户返利政策，无重大差异；少数经销商存在差异的主要原因是经销商申请在销售结算价格中直接抵减当期返利及发行人给予高增长客户销售奖励所致，具有合理性。

（四）报告期计提返利占收入比例逐年大幅增长的具体原因及合理性

发行人综合考虑市场供需状况、竞争对手价格、原材料采购价格、销售计划等因素确定销售策略，制定产品基准价格，在此基础上，发行人结合各经销商的信用、订单履行情况及区域竞争情况，通过实施返利政策，实行一定差异化的定价。

此外，返利政策亦会因发行人的阶段性销售策略调整而发生变化。

1、经销商返利计提及占比情况

根据返利政策，发行人只针对重型模切工具、双金属带锯条两类产品给予境内经销商返利。报告期内，发行人根据不同产品类别给予境内经销商返利情况具体如下：

单位：万元

产品类别	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	返利计提	占该类 产品主 营业务 收入比 例	返利计 提	占该类产 品主营业 务收入比 例	返利计 提	占该类产 品主营业 务收入比 例	返利计 提	占该类产 品主营业 务收入比 例
重型模切工具	800.69	10.82%	2,866.20	12.86%	1,067.66	4.89%	1,150.07	6.06%
双金属带锯条	933.64	12.41%	1,502.90	12.14%	1,195.43	11.03%	657.86	7.15%
合计	1,734.33	11.62%	4,369.10	12.61%	2,263.09	6.93%	1,807.93	6.41%

（1）重型模切工具返利计提比例变动原因

报告期各期，发行人重型模切工具销售返利计提占该类产品销售收入比例分

别为 6.06%、4.89%、12.86%和 10.82%。其中，2019 年度返利计提比例较上期大幅上升系发行人为进一步提升产品的品牌形象而采用“高定价、高返利”的销售策略，具体情况如下：

单位：元/米

年度	平均基准定价	平均销售返利	最终售价	最终售价变动	单位成本	单位成本变动
2020 年 1-6 月	5.07	0.49	4.57	-0.39%	3.31	-0.57%
2019 年	5.18	0.59	4.59	0.96%	3.32	-3.63%
2018 年	4.77	0.22	4.55	12.92%	3.45	14.98%
2017 年	4.27	0.24	4.03		3.00	

注 1：平均销售返利=返利计提金额/当年度重型模切工具销售数量；

注 2：最终售价=平均基准定价-平均销售返利，下同。

2018 年，因原材料采购价格上涨导致重型模切工具单位成本增加 0.45 元/米，发行人相应调增重型模切工具产品基准定价 0.50 元/米，并调减销售返利 0.02 元/米，导致 2018 年最终售价较 2017 年增加 0.52 元/米，最终售价与单位成本的变动相一致。

2019 年，发行人重型模切工具为进一步提升产品的品牌形象而采用“高定价、高返利”的销售策略，平均基准定价上涨 0.41 元/米，发行人相应提高销售返利 0.37 元/米，使得最终售价增加 0.04 元/米。其中，最终售价上涨的主要原因系受增值税税率自 2019 年 4 月 1 日起由 16%下调至 13%影响所致。以含税价计算，发行人 2019 年重型模切工具最终售价与单位成本变动一致，具体如下所示：

单位：元/米

年度	平均基准定价（含税）	平均销售返利（含税）	最终售价（含税）	最终售价变动	单位成本	单位成本变动
2019 年	5.88	0.67	5.22	-1.32%	3.32	-3.63%
2018 年	5.54	0.25	5.29	12.23%	3.45	14.98%

综上，发行人重型模切工具建立了产品售价与单位成本的联动机制，并通过基准价格与返利政策的实施实现对最终销售价格的调整。2019 年发行人重型模切工具返利计提比例大幅增长主要基于其“高定价、高返利”的销售策略，具有商业合理性。

（2）双金属带锯条

报告期内，发行人双金属带锯条返利计提占该类产品销售收入比例分别为 7.15%、11.03%、12.14%和 12.41%，其中，2018 年、2019 年返利计提比例大幅上升系发行人为提升产品的品牌形象而采用“高定价、高返利”的销售策略，具体情况如下：

单位：元/米

年度	发行人			泰嘉股份	平均销售单价差异
	平均基准定价	平均销售返利	平均销售单价	平均销售单价	
2020 年 1-6 月	21.57	2.38	19.19	未披露	不适用
2019 年	21.17	2.29	18.88	21.91	-3.03
2018 年	20.66	2.05	18.60	21.61	-3.01
2017 年	19.49	1.30	18.19	21.78	-3.59

数据来源：泰嘉股份 2017 年、2018 年、2019 年年度报告；发行人的平均销售单价=平均基准定价-平均销售返利

从上表可以看出，最近三年发行人的双金属带锯条平均销售单价位于 18-19 元/米之间，同期泰嘉股份平均销售单价位于 21-22 元/米之间，两者均呈现销售单价稳定，同时最近三年发行人与泰嘉股份的平均销售单价差异维持在 3-4 元/米之间。

以 2019 年双金属带锯条主营业务收入计算，泰嘉股份在双金属带锯条领域的市场份额为发行人的 3.14 倍，是目前国内最大的双金属带锯条生产厂商，泰嘉股份的市场价格是发行人定价的重要参考指标之一。最近三年，泰嘉股份平均销售单价维持稳定。发行人是双金属带锯条产品市场的后进入者，处于市场拓展期，同档次产品市场定价一般较泰嘉股份低。

2017 年，发行人双金属带锯条平均基准定价 19.49 元/米，平均销售返利 1.30 元/米，平均销售单价为 18.19 元/米。2018 年、2019 年度，随着发行人双金属带锯条市场份额提升，发行人为提升产品的品牌形象而采用“高定价、高返利”的销售策略，分别上调产品基准定价 1.17 元/米和 0.51 元/米，同时发行人结合市场竞争情况，相应增加平均销售返利 0.75 元/米和 0.24 元/米，使得 2018 年、2019 年度平均销售单价增加至 18.60 元/米和 18.88 元/米，平均销售单价略有上涨，与泰嘉股份之间的价格差距由 2017 年 3.59 元/米减少至 2018 年、2019 年的 3.01

元/米和 3.03 元/米，“高定价、高返利”销售策略实施达到一定成效。

综上，报告期内发行人返利计提比例大幅上升的主要原因系发行人为进一步提升产品的品牌形象而采取“高定价、高返利”的销售策略所致，产品最终售价未发生重大变化，具有商业合理性。

就上述事项，发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（三）主要经营模式”之“4、销售模式”之“（5）经销商销售返利政策”中补充披露如下：

“②经销商返利政策的具体标准、报告期内有无变动及具体情况、是否符合行业惯例以及对同类规模经销商计提返利比例情况

A、重型模切工具

发行人重型模切工具销售返利包括达标返利、地区补差及其他返利，其中，达标返利指经销商在考核期间内完成销售考核指标后可享受的销售返利；地区补差指发行人针对不同区域市场阶段性竞争情况给予的区域性的销售返利；其他返利主要包括临时性的促销奖励、超任务奖励等。

报告期内，发行人重型模切工具返利计提情况如下：

返利类型	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
返利计提金额（万元）	800.69	2,866.20	1,067.66	1,150.07
占该产品主营业务收入比例	10.82%	12.86%	4.89%	6.06%
平均单位返利（不含税）	0.60 元/米	0.70 元/米	0.25 元/米	0.27 元/米

注：平均单位返利（不含税）=返利计提金额/扣除直销销售、境外销售后销售数量

2018 年，发行人重型模切工具返利标准未发生重大变化，2018 年平均单位返利为 0.25 元/米，较上一年度小幅下降，不存在重大变动。

2019 年 4 月至 12 月，发行人重型模切工具对达标客户额外给予 0.5 元/米的销售返利，导致平均单位返利由 2018 年的 0.25 元/米增加至 0.70 元/米，返利计提比例由 4.89% 上升至 12.86%，主要原因系 2019 年发行人采用“高定价、高返利”的销售策略。

在重型模切工具产品领域，发行人处于领先的市场地位，目前 A 股上市公

司无同类产品。发行人自 2007 年即已采用经销商销售返利方式进行销售激励，并持续至今，符合行业惯例。

报告期内除少数经销商外，发行人重型模切工具同类规模经销商计提返利比例符合发行人销售管理制度和返利政策，不存在重大差异；少数经销商存在差异的主要原因是发行人结合区域市场竞争情况实施的差异化返利政策，具有合理性。

B、双金属带锯条

发行人双金属带锯条销售返利为达标返利，经销商在考核周期内完成销售考核指标后按照达标销售金额乘以返利比例计算给予销售返利。

2017 年，发行人结合区域市场竞争情况，对经销商根据其经营能力、忠诚度及配合度情况进行分类管理，针对重点客户给予 3%-10%的销售返利，一般客户不享受销售返利。

2018 年，随着发行人双金属带锯条销售规模的增长，经销商数量亦随之增长，发行人进一步加强了对经销商销售返利分类管理，并推行“高定价、高返利”的销售策略。同时，发行人结合区域市场竞争情况、签约合同量规模、进货量、欠款比例、忠诚度及配合度，对重点客户的返利比例提高至 10%-17%。

2019 年，发行人双金属带锯条返利具体标准与 2018 年基本保持一致，并根据产品等级进行细分，小幅提高 A 级产品的返利比例，B 级、C 级产品与 2018 年一致。

2020 年 1-6 月，发行人双金属带锯条返利具体标准与 2019 年基本保持一致，并根据产品等级进行细分，对 B 级、C 级产品的返利比例实施一定差异化。

报告期内，发行人双金属带锯条返利计提情况如下：

返利类型	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
返利计提金额（万元）	933.64	1,502.90	1,195.43	657.86
占该类产品主营业务收入比例	12.41%	12.14%	11.03%	7.15%

2018 年，发行人双金属带锯条返利标准发生明显提高，2018 年平均返利计

提比例为 11.03%，较 2017 年度增加 3.88 个百分点，主要原因系 2018 年发行人推行“高定价、高返利”的销售策略。

2019 年、2020 年 1-6 月，发行人双金属带锯条返利标准未发生重大变化，2019 年平均返利计提比例为 12.14%，较上年度增加 1.11 个百分点；2020 年 1-6 月平均返利计提比例为 12.41%，较 2019 年增加 0.27 个百分点。

泰嘉股份是在深交所上市的公司，主要产品是双金属带锯条和少量双金属复合材。发行人双金属带锯条与泰嘉股份均采用经销商返利方式进行销售激励，符合行业惯例。

报告期内除少数经销商外，发行人双金属带锯条同类规模经销商计提返利比例符合发行人销售管理制度和客户返利政策，无重大差异；少数经销商存在差异的主要原因是经销商申请在销售结算价格中直接抵减当期返利及发行人给予高增长客户销售奖励所致，具有合理性。”

就上述事项，发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（三）主要经营模式”之“4、销售模式”之“（5）经销商销售返利政策”之“④返利的计提金额”中补充披露如下：

“④返利的计提金额

报告期内，发行人销售返利计提金额及占当期收入比重如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占主营业务收入比例	金额	占主营业务收入比例	金额	占主营业务收入比例	金额	占主营业务收入比例
销售返利金额	1,734.33	10.17%	4,369.10	11.91%	2,263.09	6.42%	1,807.93	6.11%

2019 年销售返利金额较 2018 年增幅较大，主要系发行人对重型模切工具产品提价，同时提高返利幅度所致。

报告期内发行人返利计提比例大幅上升的主要原因系发行人为进一步提升产品的品牌形象而采取“高定价、高返利”的销售策略所致，产品最终售价未

发生重大变化，具有商业合理性。”

六、结合中美贸易摩擦前后对境外客户的应收账款信用期政策、款项支付政策的变化情况及境外客户应收款回款情况，补充披露中美贸易摩擦对发行人业务拓展、竞争能力及境外收入的具体影响

报告期内，发行人的境外销售收入与应收账款情况如下：

项 目	2020年1-6月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
期末境外应收账款余额（万元）	279.49	84.52	122.01	116.32
期末境外应收账款余额增长率	/	-30.73%	4.89%	/
境外营业收入（万元）	1,172.29	2,948.22	2,222.32	1,906.85
境外营业收入增长率	/	32.66%	16.54%	/
期末境外应收账款余额占当期境外营业收入比例	23.84%	2.87%	5.49%	6.10%
截至2020年8月31日的回款金额（万元）	158.01	84.52	122.01	116.32
回款比例	56.54%	100.00%	100.00%	100.00%

发行人对境外客户主要采用“款到发货”的结算方式，境外客户应收账款余额较少。报告期各期末，发行人境外销售的应收账款分别为 116.32 万元、122.01 万元、84.52 万元和 279.49 万元，均为账龄一年以内的应收款，最近三年期后回款比例为 100%。报告期内，发行人境外客户的应收账款信用期政策、款项支付政策、应收账款回款情况保持稳定，未发生重大变化。

报告期内，发行人境外销售产品以重型模切工具为主，销售收入呈逐年上升趋势。发行人境外销售区域主要集中于东南亚、南美洲、中东地区，不存在与美国之间的直接贸易往来，因此未受到中美贸易摩擦的直接影响。中美贸易摩擦对发行人业务拓展、竞争能力及境外收入不存在直接影响。

就发行人报告期各期收入增长率与销量增长率是否匹配事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“3、主营业务收入构成分析”之“（2）主营业务收入按地区分析”中补充披露如下：

“报告期内，发行人的前五大外销客户未发生重大变动。报告期内，发行人境外销售产品以重型模切工具为主，最近三年销售收入呈逐年上涨趋势。发行人境外销售区域主要集中于东南亚、南美洲、中东地区，不存在与美国之间的直接贸易往来，因此未受到中美贸易摩擦的直接影响。中美贸易摩擦对发行人业务拓展、竞争能力及境外收入不存在直接影响。”

七、分业务类别补充披露其他业务收入的主要客户及其与发行人的关联关系，废料销售与正常产品主要材料耗用量的匹配性，是否存在废料回收利用的情形；如是，说明回收金额、比例、具体用途等情况。结合材料销售及受托加工主要客户、销售内容等情况分析报告期相关业务毛利率变动较大的原因及合理性。

1、分业务类别补充披露其他业务收入的主要客户及其与发行人的关联关系

报告期内，发行人其他业务收入的主要客户（单年度销售金额 50 万元以上、2020 年 1-6 月销售金额 25 万元以上的客户）情况如下：

单位：万元

业务类别	客户名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	是否关联方
废料销售	福建省宏海装备制造有限公司 (曾用名: 莆田市远大钢业有限公司)	157.21	433.42	284.76	139.93	否
	大连永宝新材料科技有限公司	99.36	113.19	111.69	83.35	否
	莆田市荔城区锐进机械铸造有限公司	46.17	18.32	80.38	83.03	否
	缙云县机电设备回收有限公司	-	-	179.36	-	否
	浙江正达模具有限公司	29.58	172.11	-	-	否
	宁波中盟实业有限公司	22.73	48.00	58.20	21.20	否
	厦门安茂物资回收有限公司	12.94	7.38	59.30	8.67	否
	三明市泉海贸易有限公司	-	-	-	60.00	否
	小计	367.97	792.42	773.69	396.18	
材料销售	缙云县宝利特机械制造有限公司	-	73.13	4.99	-	否
	缙云县云鹰锯业有限公司	-	-	84.21	-	否
	比尔斯坦贸易(上海)有限公司	-	-	-	138.64	否

业务类别	客户名称	2020年 1-6月	2019年度	2018年度	2017年度	是否 关联方
	浙江省冶金物资有限公司	-	-	-	106.58	否
	大连永宝新材料科技有限公司	-	-	-	72.42	否
	新余市益舟工贸有限公司	-	-	-	61.54	否
	浙江天田锯业有限公司	-	-	33.43	164.10	否
	小计	-	73.13	122.63	543.28	
受托加工	永嘉县五星刀模有限公司	-	-	-	231.68	否
	湖北申田新材料科技有限公司	-	-	-	218.69	否
	小计	-	-	-	450.37	
合计		367.97	865.56	896.32	1,389.83	
其他业务收入		396.76	1,000.29	1,004.13	1,653.36	
占比		92.74%	86.53%	89.26%	84.06%	

发行人其他业务收入的主要客户与发行人均不存在关联关系。

2、废料销售与正常产品主要材料耗用量的匹配性，是否存在废料回收利用的情形；如是，说明回收金额、比例、具体用途等情况

报告期内，发行人废料销售与正常产品主要材料耗用量的匹配情况如下：

明 细	计量单位	2020年 1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
生产耗用量①	吨	14,389.68	34,505.47	36,944.06	35,542.75
在产品变动②	吨	145.57	-39.44	-208.35	-349.15
产成品产量③	吨	13,609.34	32,226.12	34,235.71	32,641.16
投入产出率④=③/（①+②）		93.63%	93.50%	93.19%	92.75%
主材废料销售数量（吨）⑤	吨	1,024.39	2,701.10	2,741.73	2,874.10
废料率⑥=⑤/①	吨	7.12%	7.83%	7.42%	8.09%
偏差率⑦=④+⑥-100%		0.75%	1.33%	0.62%	0.83%

理论上公司产品的投入产出率与废料率之和为 100%，报告期各期计算后的偏差率分别为 0.83%、0.62%、1.33%和 0.75%，实际经营中存在较小偏差率，主要原因是：①受托加工数量影响，通常受托加工与客户约定标准成材率，节约的部分属于公司，对投入产出率有正向影响；②产成品按米计量，在计算投入产出率的时候采用理论米重率折算重量，理论米重率与实际会因原材料本身的合理误差以及产成品生产误差，导致存在计量偏差。考虑以上因素影响后，上述偏差率

在合理范围之内，废料销售与正常产品主要材料耗用量相匹配。

发行人的废料主要系生产过程产生的边丝、铣齿屑以及报废的刀带、锯条等，发行人不具备废料回收利用的能力，报告期内废料均对外销售，不存在废料回收利用的情形。

3、结合材料销售及受托加工主要客户、销售内容等情况分析报告期相关业务毛利率变动较大的原因及合理性。

(1) 材料销售

发行人材料销售属于偶发性业务，采取一单一议方式销售，报告期内分类别的销售情况如下：

单位：万元、吨、%

项目	2020年1-6月			2019年度		
	销售收入	销售数量	毛利率	销售收入	销售数量	毛利率
热轧钢卷	-	-	-	-	-	-
冷轧合金钢带	-	-	-	125.30	48.67	22.79
高速钢丝	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	11.33	-	9.46
合计	-	-	-	136.63	-	21.69

(续上表)

项目	2018年度			2017年度		
	销售收入	销售数量	毛利率	销售收入	销售数量	毛利率
热轧钢卷	-	-	-	168.11	534.49	-1.12
冷轧合金钢带	25.28	11.84	4.65	415.97	214.01	14.56
高速钢丝	97.35	3.49	5.28	-	-	-
其他	-	-	-	0.01	-	34.44
合计	122.63	-	5.12	584.09	-	10.05

①热轧钢卷

发行人2017年销售热轧钢卷毛利率为-1.12%，系发行人处理一批有质量问题且已经分条的热轧钢卷，在向该供应商索赔后折价销售给浙江省冶金物资有限

公司和新余市益舟工贸有限公司，销售金额分别为 106.58 万元和 61.54 万元。

②冷轧合金钢带

最近三年，发行人冷轧合金钢带销售毛利率为 14.56%、4.65%和 22.79%。其中，2017 年冷轧合金钢带主要销售给浙江天田锯业有限公司 164.10 万元、比尔斯坦贸易（上海）有限公司 138.64 万元和大连永宝新材料科技有限公司 72.42 万元；2018 年冷轧合金钢带主要销售给浙江天田锯业有限公司 20.29 万元；2019 年冷轧合金钢带主要销售给缙云县宝利特机械制造有限公司 73.13 万元。由于材料销售属于偶发性业务，通常为配合供应商调货以及部分客户因其下游或自身临时性缺货而向发行人采购，采用一单一议的方式，根据交易时点的材料市场价格及客户情况谈判确定，导致报告期内年度毛利率存在差异。

③高速钢丝

发行人 2018 年销售高速钢丝毛利率为 5.28%，主要客户为缙云县云鹰锯业有限公司，收入金额 84.21 万元。该高速钢丝主要为国产，不存在较高的增值，因此毛利率较低。

④其他

其他材料销售主要系根带纸箱、复合纸带、塑料打包带等材料，销售金额较低，不存在较高的增值，因此毛利率较低。

综上，发行人报告期内材料销售系偶发性业务，采用一单一议方式销售，毛利率波动具有合理性。

(2) 受托加工

发行人受托加工业务主要根据客户需求并结合自身产能利用率情况间歇性开展，采取“一单一议”方式接单。报告期内，发行人分产品的受托加工业务情况如下：

单位：万元、%

项目	2020年1-6月			2019年度		
	销售金额	销售数量	毛利率	销售金额	销售数量	毛利率
重型模切工具（万米）	-	-	-	-	-	-
双金属复合材（吨）	-	-	-	12.64	9.92	37.26
其他	15.24	-	98.17	4.90	-	14.78
合计	15.24	-	98.17	17.55	-	30.98

（续上表）

项目	2018年度			2017年度		
	销售金额	销售数量	毛利率	销售金额	销售数量	毛利率
重型模切工具（万米）	8.39	7.44	42.93	231.68	271.06	33.21
双金属复合材（吨）	33.53	22.08	33.72	232.84	136.64	30.26
其他	-	-	-	-	-	-
合计	41.92	-	35.56	464.52	-	31.73

①重型模切工具

2017年度重型模切工具受托加工业务的毛利率为33.21%，2018年度毛利率较2017年度上涨，主要系2018年受托加工产品新增规格型号且订单数量较少，故定价相对较高，从而毛利率上涨。

②双金属复合材

2017年度双金属复合材受托加工的主要客户为湖北申田新材料科技有限公司，由于双金属复合材存在不同的规格型号，各规格型号的单位价格、单位成本和订单批量存在一定差异，导致报告期内双金属复合材毛利率存在波动。

③其他

2019年度其他受托加工主要系热处理钢带加工，由于加工工序较少，增值不高，导致毛利率较低；2020年1-6月毛利率较高系受托修复生产口罩用的滚刀模。

综上，发行人受托加工业务主要根据客户需求并结合自身产能利用率情况间歇性开展，采取“一单一议”方式接单，受托加工业务毛利率变动主要受客户需

求的规格型号多样和订单数量的影响，具有合理性。

就上述事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”中补充披露如下：

“6、其他业务收入构成与变动分析

（1）其他业务收入分业务类别的主要客户情况

报告期内，发行人其他业务收入的主要客户（单年度销售金额 50 万元以上、2020 年 1-6 月销售金额 25 万元以上的客户）情况如下：

单位：万元

业务类别	客户名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	是否 关联方
废料销售	福建省宏海装备制造有限公司 (曾用名: 莆田市远大钢业有限公司)	157.21	433.42	284.76	139.93	否
	大连永宝新材料科技有限公司	99.36	113.19	111.69	83.35	否
	莆田市荔城区锐进机械铸造有限公司	46.17	18.32	80.38	83.03	否
	缙云县机电设备回收有限公司	-	-	179.36	-	否
	浙江正达模具有限公司	29.58	172.11	-	-	否
	宁波中盟实业有限公司	22.73	48.00	58.20	21.20	否
	厦门安茂物资回收有限公司	12.94	7.38	59.30	8.67	否
	三明市泉海贸易有限公司	-	-	-	60.00	否
	小计	367.97	792.42	773.69	396.18	
材料销售	缙云县宝利特机械制造有限公司	-	73.13	4.99	-	否
	缙云县云鹰锯业有限公司	-	-	84.21	-	否
	比尔斯坦贸易(上海)有限公司	-	-	-	138.64	否
	浙江省冶金物资有限公司	-	-	-	106.58	否
	大连永宝新材料科技有限公司	-	-	-	72.42	否
	新余市益舟工贸有限公司	-	-	-	61.54	否
	浙江天田锯业有限公司	-	-	33.43	164.10	否
	小计	-	73.13	122.63	543.28	
受托加工	永嘉县五星刀模有限公司	-	-	-	231.68	否
	湖北申田新材料科技有限公司	-	-	-	218.69	否

业务类别	客户名称	2020年 1-6月	2019年度	2018年度	2017年度	是否 关联方
	小计	-	-	-	450.37	
	合计	367.97	865.56	896.32	1,389.83	
	其他业务收入	396.76	1,000.29	1,004.13	1,653.36	
	占比	92.74%	86.53%	89.26%	84.06%	

发行人其他业务收入的主要客户与发行人均不存在关联关系。

(2) 废料销售与正常产品主要材料耗用量的匹配性

理论上公司产品的投入产出率与废料率之和为 100%，报告期各期计算后的偏差率分别为 0.83%、0.62%、1.33%和 0.75%，实际经营中存在较小偏差率，主要原因是：①受托加工数量影响，通常受托加工与客户约定标准成材率，节约的部分属于公司，对投入产出率有正向影响；②产成品按米计量，在计算投入产出率的时候采用理论米重率折算重量，理论米重率与实际会因原材料本身的合理误差以及产成品生产误差，导致存在计量偏差。考虑以上因素影响后，上述偏差率在合理范围之内，废料销售与正常产品主要材料耗用量相匹配。

发行人的废料主要系生产过程产生的边丝、铣齿屑以及报废的刀带、锯条等，发行人不具备废料回收利用的能力，报告期内废料均对外销售，不存在废料回收利用的情形。”

就上述事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（三）毛利及毛利率分析”之“3、其他业务毛利构成及毛利率分析”中补充披露如下：

“报告期内，发行人材料销售系偶发性业务，采用一单一议方式销售，毛利率波动具有合理性。发行人受托加工业务主要根据客户需求并结合自身产能利用率情况间歇性开展，采取“一单一议”方式接单，受托加工业务毛利率变动主要受客户需求的规格型号多样和订单数量的影响，具有合理性。”

八、请保荐人和申报会计师核查并发表明确意见，请重点对发行人境外销售真实性及收入确认合理性进行核查，包括但不限于对产品出口真实性、货物到港及客户验收情况、发行人收入时点确认合理性等，并说明核查方法及对应

核查比例、核查结论；说明发行人 2018 年及之后的海关函证未能实施情况下是否采取替代性核查方式，具体核查程序、核查时间及覆盖率情况。

（一）核查程序和核查意见

1、核查程序

保荐人、申报会计师就上述事项执行了如下核查程序：

（1）了解、评价并测试了管理层与主营业务收入、销售返利、废料销售、受托加工相关的关键内部控制的设计和运行有效性；

（2）获取并复核发行人销售收入明细表，核查主要客户的销售情况；对主要客户执行函证、实地走访、现场访谈程序，了解其销售变动情况；

（3）获取发行人各细分产品营业收入金额及占比，分析各细分收入波动原因，并与上市公司同类产品进行比较；

（4）获取发行人各细分产品的销售明细，与发行人管理层访谈，了解并分析报告期内产品单价变动与对应原材料单价变动的匹配性与合理性，并了解轻型模切工具销售均价增长较大的原因；

（5）获取发行人主要半成品的销售明细，核查主要客户的销售情况，与发行人管理层访谈，了解主要半成品的定价原则，并分析报告期内半成品主要客户的销售单价及毛利率的变动原因；对半成品主要客户执行函证、实地走访、现场访谈程序，了解其主要客户、是否向发行人同行业竞争对手销售同类产品；

（6）与发行人管理层访谈，了解发行人对经销商的返利政策及行业内返利情况；获取发行人返利明细表及客户返利对账单，分析报告期内返利变动情况、同规模经销商返利比例情况、计提返利占收入比例逐年增长的原因；对经销商返利执行函证、实地走访、现场访谈程序，确认发行人与客户之间的返利情况；

（7）获取发行人境外销售的销售明细、应收账款明细、分析报告期内境外销售的变动情况；与发行人管理层访谈，了解中美贸易摩擦对发行人产生的影响；对主要境外客户执行函证、实地走访、现场访谈程序；

（8）对主要的废料收购方进行函证及实地走访；获取废料销售清单，检查

废料销售是否完整入账，执行分析性程序，将废料处置数量与当期产量、成材率进行匹配，分析是否存在异常偏差；获取报告期内其他业务收入明细，分析报告期内收入和毛利率波动原因；

（9）获取发行人材料销售、受托加工明细，分析报告期内收入和毛利率波动原因。

2、核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

（1）报告期内，发行人主要客户各年度销售金额和产品结构变动合理；

（2）最近三年，发行人双金属带锯条销售收入增长率与上市公司泰嘉股份变动趋势一致；报告期各期收入增长率与销量增长率相匹配；

（3）发行人主要产品单价变动与对应原材料单价变动趋势基本一致；轻型模切工具报告期销售均价增长较大主要与发行人产品质量提升、产品系列丰富相关；

（4）发行人主要半成品客户的销售单价及毛利率变动受销售订单定价时参照的当期原材料市场价格影响；主要半成品客户不存在向发行人同行业竞争对手销售同类产品的情形；

（5）发行人经销商返利政策报告期内未发生重大变动，符合行业惯例；同类规模经销商计提返利比例无重大差异；报告期内计提返利占收入比例逐年增长与发行人为进一步提升产品品牌形象而采用“高定价、高返利”的销售策略相关；

（6）发行人对境外客户应收账款信用期政策、款项支付政策未发生变化，回款情况正常，中美贸易摩擦对发行人业务拓展、竞争能力及境外收入不存在直接影响，总体影响较小，不存在重大风险；

（7）发行人其他业务收入的主要客户与发行人不存在关联关系；废料销售与正常产品耗用量匹配度高；发行人不存在废料回收利用的情形；材料销售系偶发性业务，采用一单一议方式销售，毛利率波动具有合理性，受托加工业务毛利

率变动主要受客户需求的规格型号多样和订单数量的影响，具有合理性。

（二）请重点对发行人境外销售真实性及收入确认合理性进行核查，包括但不限于对产品出口真实性、货物到港及客户验收情况、发行人收入时点确认合理性等，并说明核查方法及对应核查比例、核查结论。

1、核查过程

保荐人、申报会计师针对境外销售收入执行了以下核查程序：

（1）了解、评价并测试了管理层与境外收入确认相关的关键内部控制的设计和运行有效性；

（2）与管理层访谈，并检查主要的销售合同或协议，识别与商品所有权上的主要风险和报酬转移相关的条款，评价收入确认是否符合企业会计准则的规定；

（3）获取发行人收入成本明细表，对发行人境外收入进行分析性复核；

（4）选取样本检查与收入相关的支持性文件，包括销售订单、销售出库单、出口报关单、发票、提单、收款回单等，核查境外收入的真实性与准确性；检查的各期境外收入占境外销售收入比例分别为 96.99%、99.52%、97.79%和 96.31%；

（5）登录发行人中国电子口岸系统并获取各期的出口数据，与收入明细表进行核对，核查境外收入的真实性、准确性及完整性；

（6）通过实地走访发行人境外销售的主要客户，了解其基本情况、与发行人的合作历程、交易数据、订货与结算方式、是否与发行人存在关联关系；

（7）选取样本执行函证程序，函证内容包括各期销售金额、期末应收账款余额；

（8）针对资产负债表日前后记录的收入交易，选取样本核对相关支持性文件，评估收入是否在恰当的会计期间确认；

（9）向福州海关执行函证程序。自 2018 年度开始，福州海关不再接受函证，故发行人 2018 年及之后未再执行海关函证程序。

2、核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

发行人报告期内境外销售收入真实，收入确认的方法与时点恰当，符合《企业会计准则》的规定，具有合理性。

（三）说明发行人 2018 年及之后的海关函证未能实施情况下是否采取替代性核查方式，具体核查程序、核查时间及覆盖率情况。

发行人 2018 年及之后的海关函证程序未能实施，保荐人、申报会计师执行了以下替代核查程序：

（1）登录发行人中国电子口岸系统获取各期的出口数据，与收入明细表进行核对，核查境外收入的真实性、准确性及完整性；

经核对，中国电子口岸系统出口数据与发行人境外收入金额基本一致。

（2）选取样本检查与收入相关的支持性文件，包括销售订单、销售出库单、出口报关单、发票、提单、收款回单等，核查境外收入的真实性与准确性；检查的各期境外收入占境外销售收入比例分别为 96.99%、99.52%、97.79%和 96.31%；

（3）通过实地走访发行人境外销售的主要客户，了解其与发行人的合作历程、交易数据、订货与结算方式等内容，核查情况如下：

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
境外营业收入（万元）	1,172.29	2,948.22	2,222.32	1,906.85
实地走访金额（万元）	779.37	1,640.05	1,553.76	1,204.46
实地走访比例	66.48%	55.63%	69.92%	63.16%

（4）选取样本执行函证程序，函证各期销售金额，函证实施情况如下：

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
境外营业收入（万元）	1,172.29	2,948.22	2,222.32	1,906.85
发函金额（万元）	877.97	2,158.82	1,775.70	1,555.77
发函金额占境外营业收入比例	74.89%	73.22%	79.90%	81.59%
回函金额（万元）	805.07	2,158.82	1,775.70	1,555.77

项 目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
回函金额占境外营业收入比例	68.67%	73.22%	79.90%	81.59%
未回函替代测试金额（万元）	72.90	-	-	-
未回函替代测试金额比例	6.22%	-	-	-

在 2018 年及之后的海关函证程序未能实施情况下，保荐人、申报会计师采取的替代性核查方式充分、有效，发行人报告期内境外销售收入真实、完整。

4. 关于成本及供应商

根据申报材料：

(1) 发行人的重型模切工具的主营业务成本与销量变动趋势略有差异，报告期主营业务成本变动率分别为 17.15%、-2.62%，销量变动率分别为 1.88%、1.05%，系单位成本受原材料热轧钢卷采购单价波动而变动。

(2) 发行人报告期存在同时向生产型企业及其同集团内贸易型企业采购主要原材料的情形。

请发行人补充披露：

(1) 结合原材料热轧钢卷报告期市场价格、发行人采购单价等具体变动情况及波动趋势，量化分析发行人重型模切工具单位成本具体变动情况及与原材料价格波动的匹配性，进一步披露发行人报告期主营业务成本变动率的合理性。

(2) 发行人同时向生产型企业及其同集团内贸易型企业采购原材料的必要性，采购价格、主要结算与交易流程、信用期等差异情况及其合理性，以及对发行人采购成本的具体影响。

请保荐人和申报会计师核查并发表明确意见，并说明对供应商采购真实性核查的核查覆盖率及核查结论。

回复：

一、结合原材料热轧钢卷报告期市场价格、发行人采购单价等具体变动情况及波动趋势，量化分析发行人重型模切工具单位成本具体变动情况及与原材料价格波动的匹配性，进一步披露发行人报告期主营业务成本变动率的合理性

1、结合原材料热轧钢卷报告期市场价格、发行人采购单价等具体变动情况及波动趋势，量化分析发行人重型模切工具单位成本具体变动情况及与原材料价格波动的匹配性

(1) 原材料热轧钢卷报告期市场价格与发行人采购单价的具体变动情况及波动趋势

报告期内，原材料热轧钢卷的市场价格与发行人采购均价及变动情况如下：

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
市场均价（元/吨）	3,771.89	3,984.55	4,306.80	3,934.88
市场均价较上一年度变动比例	-5.34%	-7.48%	9.45%	
采购均价（元/吨）	3,412.15	3,626.19	3,892.38	3,545.34
采购均价较上一年度变动比例	-5.90%	-6.84%	9.79%	

注1：市场价格数据来源于“Wind 资讯”中“3.0mm 热轧卷板：杭州”产品。

注2：报告期内，发行人主要向浙江省冶金物资有限公司采购原材料热轧钢卷（对应生产商为杭州钢铁股份有限公司及其子公司），采购规格集中在 2.75mm-4.20mm 规格之间，因此市场价格选用杭州区域的 3.0mm 规格作为对比。

从上表可以看出，报告期内，原材料热轧钢卷的市场价格存在上下波动，发行人原材料热轧钢卷平均采购价格的变动与市场均价的变动趋势相同，且变动比例基本一致。

(2) 量化分析发行人重型模切工具单位成本具体变动情况及与原材料价格波动的匹配性

报告期内，公司重型模切工具单位成本具体变动情况及原材料价格波动情况如下：

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度金额
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	
单位直接材料（元/米）	2.53	-6.59%	2.71	-4.40%	2.83	15.88%	2.44
单位直接人工（元/米）	0.24	6.91%	0.22	-8.64%	0.24	8.72%	0.22
单位制造费用（元/米）	0.45	12.44%	0.40	5.41%	0.38	12.61%	0.33
单位运杂费（元/米）	0.09	/	/	/	/	/	/
重型模切工具单位成本（元/米）	3.31	-0.57%	3.32	-3.63%	3.45	14.98%	3.00
热轧钢卷平均采购单价（元/吨）	3,412.15	-5.90%	3,626.19	-6.84%	3,892.38	9.79%	3,545.34

注：发行人于 2020 年 1 月 1 日执行《企业会计准则第 14 号—收入（2017 年修订）》（财会【2017】22 号）（以下简称“新收入准则”），根据新收入准则，2020 年 1-6 月与销售相关的运输及港杂费用计入营业成本。

报告期内，公司重型模切工具单位成本构成以单位直接材料为主，单位直接材料占比分别为 81.45%、82.08%、81.42%和 76.49%，单位直接材料变动是公司

重型模切工具单位成本产生变动的主要影响因素。

报告期内，公司重型模切工具的原材料热轧钢卷平均采购单价分别为 3,545.34 元/吨、3,892.38 元/吨、3,626.19 元/吨和 3,412.15 元/吨，2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月分别同比变动 9.79%、-6.84%和-5.90%。公司重型模切工具单位成本分别为 3.00 元/米、3.45 元/米、3.32 元/米和 3.31 元/米，2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月分别同比变动 14.98%、-3.63%和-0.57%，剔除运杂费影响后 2020 年 1-6 月变动-3.42%；同期单位直接材料成本分别同比变动 15.88%、-4.40%和-6.59%。公司重型模切工具单位成本变动与原材料热轧钢卷平均采购单价变动同趋势，具有匹配性。

就上述事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“3、主营业务成本分项目构成分析”之“（2）重型模切工具成本构成”中补充披露如下：

“②重型模切工具单位成本具体变动情况及与原材料价格波动的匹配性

报告期内，公司重型模切工具单位成本具体变动情况及原材料价格波动情况如下：

项 目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年 度金额
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	
单位直接材料 (元/米)	2.53	-6.59%	2.71	-4.40%	2.83	15.88%	2.44
单位直接人工 (元/米)	0.24	6.91%	0.22	-8.64%	0.24	8.72%	0.22
单位制造费用 (元/米)	0.45	12.44%	0.40	5.41%	0.38	12.61%	0.33
单位运杂费 (元/米)	0.09	/	-	-	-	-	-
重型模切工具 单位成本 (元/米)	3.31	-0.57%	3.32	-3.63%	3.45	14.98%	3.00
热轧钢卷平均 采购单价 (元/吨)	3,412.15	-5.90%	3,626.19	-6.84%	3,892.38	9.79%	3,545.34

注：发行人于 2020 年 1 月 1 日执行《企业会计准则第 14 号—收入（2017 年修订）》（财会【2017】22 号）（以下简称“新收入准则”），根据新收入准则，2020 年 1-6 月与销售相关的运输及港杂费用计入营业成本。

报告期内，公司重型模切工具单位成本构成以单位直接材料为主，单位直接材料占比分别为 81.45%、82.08%、81.42%和 76.49%，单位直接材料变动是公司重型模切工具单位成本产生变动的主要影响因素。

报告期内，公司重型模切工具的原材料热轧钢卷平均采购单价分别为 3,545.34 元/吨、3,892.38 元/吨、3,626.19 元/吨和 3,412.15 元/吨，2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月分别同比变动 9.79%、-6.84%和-5.90%。公司重型模切工具单位成本分别为 3.00 元/米、3.45 元/米、3.32 元/米和 3.31 元/米，2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月分别同比变动 14.98%、-3.63%和-0.57%，剔除运杂费影响后 2020 年 1-6 月变动-3.42%；同期单位直接材料成本分别同比变动 15.88%、-4.40%和-6.59%。公司重型模切工具单位成本变动与原材料热轧钢卷平均采购单价变动同趋势，具有匹配性。”

2、进一步披露发行人报告期主营业务成本变动率的合理性

就上述事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”中补充披露如下：

“4、主营业务成本变动率的合理性分析

（1）重型模切工具

成本明细项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
主营业务成本 (万元)	5,348.79	/	16,134.54	-2.62%	16,568.71	17.15%	14,143.48
主营业务成本较上一年度变动金额 (万元)	/	/	-434.17	/	2,425.23	/	/
销售数量 (万米)	1,618.31	/	4,853.85	1.05%	4,803.56	1.88%	4,714.76
平均单位成本 (元/米)	3.31	-0.57%	3.32	-3.63%	3.45	14.98%	3.00
销售数量变动影响主营业务成本金额 (万元)	/	/	173.48	/	266.39	/	/
平均单位成本	/	/	-607.66	/	2,158.85	/	/

成本明细项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
变动影响主营业务成本金额(万元)							

2018年，公司重型模切工具主营业务成本较2017年度增加2,425.23万元，增幅为17.15%，主要原因系：①2018年度的销售数量较2017年度增长1.88%，影响主营业务成本增加266.39万元；②2018年度的平均单位成本较2017年度上升14.98%，影响主营业务成本增加2,158.85万元。重型模切工具平均单位成本上升的主要原因是其单位产品直接材料成本较2017年增加15.88%所致；而单位产品直接材料成本增加主要系2018年供给侧改革导致原材料热轧钢卷采购价格较2017年上涨了9.79%所带来的影响。

2019年，公司重型模切工具主营业务成本较2018年度减少434.17万元，下降2.62%，主要原因系：①2019年度的销售数量较2018年度增长1.05%，影响主营业务成本增加173.48万元；②2019年度的平均单位成本较2018年度下降3.63%，影响主营业务成本减少607.66万元。重型模切工具平均单位成本下降的主要原因是其单位产品直接材料成本较2018年下降4.40%所致；而单位产品直接材料成本下降主要系原材料热轧钢卷的采购价格较2018年下降6.84%所带来的影响。

2020年1-6月，公司重型模切工具平均单位成本较2019年下降0.57%，主要是其单位产品直接材料成本较2019年下降6.59%所致，而单位产品直接材料成本下降主要系原材料热轧钢卷的采购价格较2019年下降5.90%。

(2) 轻型模切工具（按米计量）

成本明细项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
主营业务成本(万元)	617.53	/	807.87	-3.07%	833.42	111.27%	394.48
主营业务成本较上一年度变动金额(万元)	/	/	-25.55	/	438.94	/	/

成本明细项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
销售数量(万米)	381.48	/	515.34	-9.97%	572.42	58.26%	361.7
平均单位成本(元/米)	1.62	3.26%	1.57	7.67%	1.46	33.50%	1.09
销售数量变动影响主营业务成本金额(万元)	/	/	-83.10	/	229.81	/	/
平均单位成本变动影响主营业务成本金额(万元)	/	/	57.55	/	209.13	/	/

2018年，公司轻型模切工具主营业务成本较2017年度增加438.94万元，增幅为111.27%，主要原因系：①2018年度的销售数量较2017年度增长58.26%，影响主营业务成本增加229.81万元，主要原因是由于轻型模切工具从2017年下半年才开始生产，处于试销期；②2018年度的平均单位成本较2017年度增加33.50%，影响主营业务成本增加209.13万元。轻型模切工具平均单位成本增加主要原因系公司自2018年5月开始根据客户使用反馈意见对轻型模切工具的生产工艺进行了调整，并对生产线进行了改造，使得单位产品所耗用的生产时间增加，导致轻型模切工具单位直接人工和单位制造费用分别较2017年上升了109.01%和94.21%；此外，轻型模切工具原材料冷轧钢带的采购单价也较上年上涨了5.37%。

2019年，公司轻型模切工具主营业务成本较2018年度减少25.55万元，下降3.07%，主要原因系：①2019年度的销售数量较2018年度下降9.97%，影响主营业务成本减少83.10万元，2019年公司的轻型模切工具仍处于工艺改进和丰富品类时期，故销售数量较上年小幅下降；②2019年度的平均单位成本较2018年度增长7.67%，影响主营业务成本增加57.55万元。轻型模切工具平均单位成本增加主要原因系公司2019年新增圆模刀、圆模线等异形产品，该类异形产品的直接材料单位耗用量较高所致。

(3) 双金属带锯条

成本明细项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
主营业务成本(万元)	5,221.26	/	8,521.72	16.12%	7,338.51	11.84%	6,561.74
主营业务成本较上一年度变动金额(万元)	/	/	1,183.21	/	776.77	/	/
销售数量(万米)	391.95	/	655.70	12.59%	582.37	15.15%	505.76
平均单位成本(元/米)	13.32	2.50%	13.00	3.14%	12.60	-2.87%	12.97
销售数量变动影响主营业务成本金额(万元)	/	/	924.08	/	993.98	/	/
平均单位成本变动影响主营业务成本金额(万元)	/	/	259.13	/	-217.21	/	/

2018年，公司双金属带锯条主营业务成本较2017年度增加776.77万元，增幅为11.84%，主要原因系：①2018年度的销售数量较2017年度增长15.15%，影响主营业务成本增加993.98万元；②2018年度的平均单位成本较2017年度下降2.87%，影响主营业务成本减少217.21万元。

2019年，公司双金属带锯条主营业务成本较2018年度增加1,183.21万元，增幅为16.12%，主要原因系：①2019年度的销售数量较2018年度增长12.59%，影响主营业务成本增加924.08万元；②2019年度的平均单位成本较2018年度增长3.14%，影响主营业务成本增加259.13万元。双金属带锯条平均单位成本小幅增加，主要原因系2019年双金属带锯条产能利用率小幅下降，使得单位制造费用、单位直接人工分别增加8.02%、13.24%所致。”

二、发行人同时向生产型企业及其同集团内贸易型企业采购原材料的必要性，采购价格、主要结算与交易流程、信用期等差异情况及其合理性，以及对发行人采购成本的具体影响。

就上述事项，发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、采购情况和主要供应商”之“（三）报告期向前五名供应商采购情况”中补充披露如下：

“5、与供应商宁波钢铁、浙江冶金的交易情况

(1) 发行人同时向生产型企业及其同集团内贸易型企业采购原材料的必要性

发行人热轧钢卷供应商宁波钢铁有限公司（以下简称“宁波钢铁”）、浙江省冶金物资有限公司（以下简称“浙江冶金”），均为杭州钢铁集团有限公司控制的国有企业，最终实际控制人为浙江省国资委。报告期内，发行人存在同时向生产型企业宁波钢铁及其同集团内贸易型企业浙江冶金采购原材料热轧钢卷。其中，2017年和2018年发行人主要向浙江冶金采购原材料热轧钢卷，并于2019年2月3日履行完成与浙江冶金2019年1月4日签订的最后一笔采购订单的入库。发行人自2019年1月起转为向宁波钢铁直接采购，导致2019年1月至2月3日之间存在同时向生产型企业及其同集团内贸易型企业采购原材料的情形。上述采购情形发生于发行人向同一集团控制下的供应商切换期，具有合理性和必要性。

发行人报告期内向浙江冶金采购的产品为热轧钢卷，均生产自杭州钢铁集团有限公司及其下属子公司，系同一集团下的相同业务交易，具有商业合理性。

(2) 采购价格、主要结算与交易流程、信用期等差异情况及其合理性

报告期内，发行人与浙江冶金、宁波钢铁的主要结算方式、交易流程以及信用期等具体情况如下：

供应商	结算方式	交易流程	信用期
浙江省冶金物资有限公司	银行对公转账/ 银行承兑汇票	按需签订销售合同，供应商收到款项后安排生产并发货。	预付款
宁波钢铁有限公司	银行对公转账/ 银行承兑汇票	签订年度协议，按需签订销售合同，供应商收到款项后安排生产并发货。	预付款

2017年度、2018年度，发行人主要向浙江冶金采购原材料热轧钢卷，未向宁波钢铁采购。

2019年1月，发行人同时向浙江冶金和宁波钢铁进行采购，由于不同采购时期和不同原材料型号的采购价格有所差异，选取2019年的同一月份、同个型

号的原材料采购价格对比如下：

规格型号	采购月份	宁波钢铁有限公司 (元/吨)	浙江省冶金物资有 限公司(元/吨)	差异率
3.00*1135 N40Mn	2019年1月	3,588.36	3,568.97	0.54%

发行人向两家供应商同期采购的相同型号原材料的采购单价基本一致，不存在重大差异。

(3) 对发行人采购成本的具体影响

重型模切工具产品的主要原材料为热轧钢卷，上游多为大中型钢铁企业，供应充足，市场价格公开透明，行业内企业对上游企业的议价能力较弱，因此热轧钢卷的采购成本主要受市场价格波动影响。报告期内，发行人的热轧钢卷采购单价与市场价格波动趋势一致，上述供应商的变动对发行人采购成本没有产生重大影响。”

三、请保荐人和申报会计师核查并发表明确意见，并说明对供应商采购真实性核查的核查覆盖率及核查结论。

(一) 核查程序

保荐人、申报会计师对上述事项的核查方法、核查范围、核查取得的证据如下：

1、了解、评价并测试了管理层与采购、生产相关的关键内部控制的设计和运行有效性；

2、了解发行人具体的生产流程和主要原材料，取得并查阅了发行人报告期主要原材料采购明细表，同时核查发行人产品采购的订单、发票等原始单据，抽样检查相关采购合同、采购订单、发票、入库单等，2017年度、2018年度、2019年度和2020年1-6月采购入库真实性检查金额占当期采购总额的比例分别为88.61%、90.13%、86.61%和87.80%；

3、查阅公开市场信息，根据与发行人所采购原材料相同、相近或相似产品的价格走势，分析其采购价格的公允性；

4、登录供应商、国家企业信用信息公示系统等网站，查询主要供应商包括成立时间、注册资本、经营范围、股权结构等的基本信息情况；

5、对主要供应商进行实地走访及视频走访，了解与发行人的合作历史、是否存在关联关系、主要产品、主营业务、业务规模、实际控制人、是否为代理商或贸易商、报告期内的合同履行情况、结算方式、付款周期、交易定价方式等，报告期内，中介机构实地走访和视频访谈比例情况如下：

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
实地走访比例	64.06%	76.48%	68.57%	70.65%
视频访谈比例	13.96%	15.49%	23.52%	13.52%
合计比例	78.02%	91.97%	92.09%	84.18%

6、对交易金额较大的供应商采购额及应付账款、预付款项进行函证，2017年度、2018年度、2019年度和2020年1-6月，供应商回函的采购额占当期采购总额的比例分别为91.97%、92.09%、87.47%和85.86%；

7、查阅主要供应商的采购合同，检查合同约定的结算方式、付款方式。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、发行人重型模切工具单位成本变动与原材料热轧钢卷平均采购单价变动趋势相同，变动比例基本一致，具有匹配性；发行人报告期主营业务成本变动率具有合理性；

2、发行人同时向生产型企业宁波钢铁有限公司及其同集团内的贸易企业浙江省冶金物资有限公司采购原材料，发生于供应商切换期且时间较短，具有必要性；发行人报告期内由浙江冶金转向宁波钢铁直接采购，系同一国有企业集团下的相同业务交易，具有商业合理性；两者采购价格、主要结算与交易流程、信用期等基本一致，供应商的集团内部变动对发行人的采购成本没有产生重大影响。

5.关于毛利率

根据申报材料：

(1) 发行人不同客户及相同客户不同时期毛利率差异较大。

(2) 发行人轻型模切工具、冷切金属圆锯片报告期毛利率为负，且各期变动较大。

(3) 发行人的模切工具分为常规和异形系列，异形系列毛利率远高于常规系列。

(4) 发行人轻型模切工具、双金属带锯条与同行业可比公司毛利率差异较大，均低于同行业可比公司可比产品毛利率。发行人未披露其他产品与同行业可比公司可比产品的毛利率对比情况。

请发行人补充披露：

(1) 主要客户报告期各期同类型产品毛利率变动的具体情况，量化分析相同客户同类产品不同年度毛利率变动较大的原因及合理性。结合主要客户同类产品的定价及毛利率情况，量化分析不同客户同类产品销售单价及毛利率存在较大差异的原因及合理性。

(2) 量化分析发行人轻型模切工具 2017 年和 2018 年毛利率为负、2019 年由负转正的原因及合理性，冷切金属圆锯片 2019 年毛利率为负的原因，并分析发行人轻型模切工具、双金属复合材产品报告期毛利率波动较大的原因及合理性。

(3) 结合发行人模切工具常规及异形系列产品的主要客户、应用领域、生产工序、原材料构成的差异情况补充分析异形系列产品毛利率远高于常规系列的原因及合理性。

(4) 对比分析发行人报告期各类产品与同行业可比公司相同或类似产品毛利率差异及变动趋势，并量化分析差异的具体原因及合理性；进一步说明发行人各产品的市场竞争力、业务稳定性。

请保荐人和申报会计师发表明确核查意见。

回复：

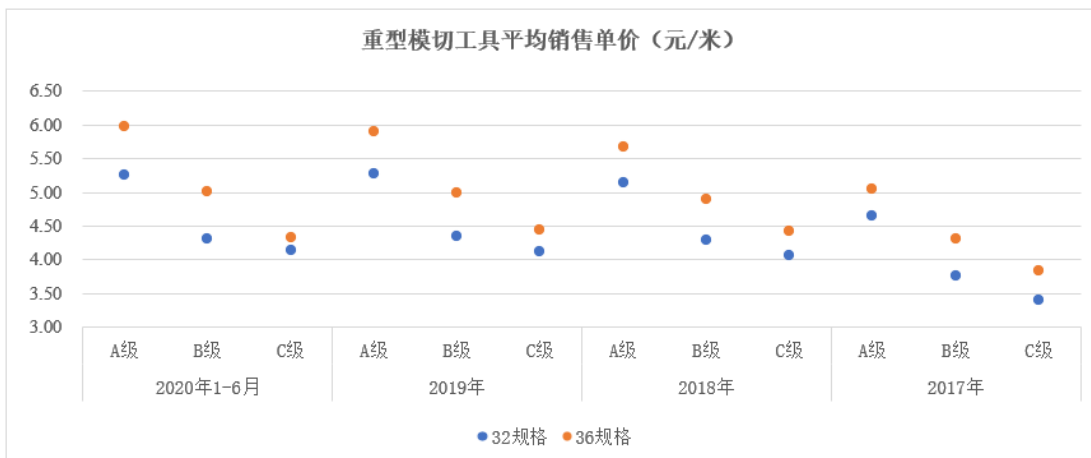
一、主要客户报告期各期同类型产品毛利率变动的具体情况，量化分析相同客户同类产品不同年度毛利率变动较大的原因及合理性。结合主要客户同类产品的定价及毛利率情况，量化分析不同客户同类产品销售单价及毛利率存在较大差异的原因及合理性

公司综合考虑市场供需状况、竞争对手价格、原材料采购价格、销售计划等因素确定销售策略，并制定产品统一基准价格。在此基础上，公司结合各经销商的信用、订单履行情况及区域竞争情况，通过实施不同返利政策，实行一定差异化的产品定价。同时，公司的金属切削工具产品品类、产品系列较多，同一产品品类、同一产品系列的不同规格型号、不同产品等级的销售单价、毛利率不同。通常情况下，产品等级越高，其毛利率越高；产品规格型号越高，其销售单价越高，但因大规格型号产品的生产耗材耗时更多，其毛利率未必更高。

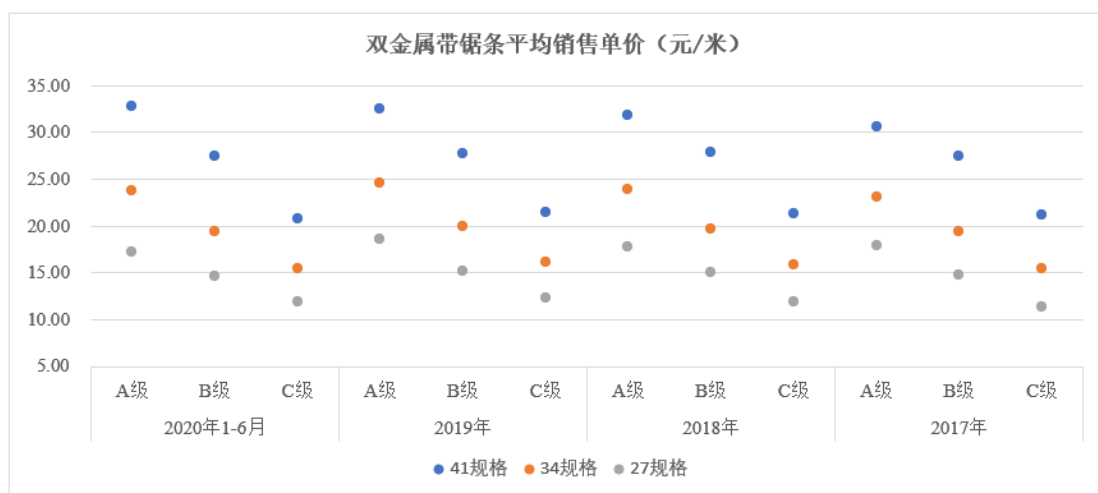
相同客户各期同类产品毛利率、不同客户同类产品的毛利率变动，主要原因系发行人向客户销售不同规格型号、不同产品等级的产品及因不同区域竞争情况下给予不同区域客户返利存在一定差异。

（一）主要产品平均销售单价、毛利率分布特征

1、报告期内，公司主要产品重型模切工具（主要为 32、36 规格）、双金属带锯条（主要为 27、34、41 规格）不同规格型号、不同产品等级的平均销售单价变动情况如下图所示：



注：重型模切工具按背部到刃部的高度划分规格，如 36 规格表示背部到刃部的距离为 36mm。



注：双金属带锯条按背部到齿尖的高度划分规格，如34规格表示背部到齿尖的距离为34mm。

从上图可以看出，公司主要产品的销售单价主要受产品规格和等级影响，其中，同等级产品中规格越大，其销售单价越高；同规格产品中等级越高，其销售单价越高。

2、报告期内，公司主要产品重型模切工具、双金属带锯条分产品等级的毛利率情况如下表所示：

产品类型	产品等级	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
重型模切工具	A级	41.29%	39.62%	37.91%	43.69%
	B级	28.90%	28.86%	24.46%	25.38%
	C级	24.09%	23.33%	21.83%	20.69%
	D级	9.15%	13.82%	4.83%	7.68%
	合计	27.71%	27.58%	24.14%	25.50%
双金属带锯条	A级	39.26%	42.26%	42.53%	35.18%
	B级	35.68%	37.16%	37.89%	31.12%
	C级	27.11%	26.77%	27.22%	27.10%
	D级	19.05%	17.10%	11.31%	-1.50%
	合计	30.57%	31.17%	32.26%	28.67%

发行人的产品等级系按产品性能由高到低分为A级、B级、C级和D级。从上表可以看出，公司产品等级越高，对应的毛利率越高。

（二）主要客户同类产品不同年度毛利率变动情况分析

报告期各期，发行人前五名客户的同类产品毛利率变动情况如下：

单位名称	单位简称	产品类型	2020年 1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司	佛山三水	重型模切工具	21.83%	21.79%	21.73%	22.24%
		轻型模切工具	33.16%	35.42%	-	-
晋江南泰刀模材料贸易有限公司	晋江南泰	重型模切工具	26.08%	25.07%	20.88%	22.69%
		轻型模切工具	3.06%	9.37%	-26.15%	-14.19%
泉州市高力高贸易有限公司	泉州高力高	重型模切工具	27.61%	28.56%	25.56%	25.83%
		轻型模切工具	2.48%	26.02%	65.16%	-
台州市荣耀模具有限公司	台州荣耀	重型模切工具	20.46%	25.02%	23.62%	27.78%
		轻型模切工具	-1.10%	-35.37%	-20.48%	-18.65%
东莞市宁特模具有限公司	东莞宁特	重型模切工具	26.20%	27.82%	22.28%	24.01%
		轻型模切工具	21.82%	22.78%	-15.92%	-6.07%
浙江立信锯业有限公司	浙江立信	双金属带锯条	23.38%	28.89%	33.82%	29.30%
东莞市巨久锯业有限公司	东莞巨久	双金属带锯条	30.05%	22.34%	26.56%	16.85%
郑州耀天贸易有限公司	郑州耀天	双金属带锯条	27.74%	-	-	-
台州奥德美日锯业有限公司	奥德美日	双金属带锯条	32.38%	26.71%	20.61%	

注：按照同一控制下合并口径列示，佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司包含佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司和东莞市三海五金模具有限公司；浙江立信锯业有限公司包含浙江立信锯业有限公司和无锡合诺锯切科技有限公司；台州奥德美日锯业有限公司包含台州奥日美德锯业科技有限公司、台州奥德美日锯业有限公司和缙云县光锋精密工具有限公司。

1、重型模切工具

发行人重型模切工具建立了产品售价与单位成本的联动机制。2018年公司重型模切工具毛利率较2017年下降1.36个百分点。其中，平均单位售价上升12.92%使重型模切工具毛利率上升8.52个百分点，平均单位成本上升14.98%使毛利率下降9.88个百分点。平均单位成本上升的主要原因是单位产品直接材料成本较上年增加15.88%，主要系2018年供给侧改革导致主要原材料热轧钢卷采购价格较2017年上涨了9.79%。平均单位产品售价上涨是公司根据钢材市场价

格上涨，相应提高产品售价所致。2019 年公司重型模切工具毛利率较 2018 年上升 3.45 个百分点。其中，平均单位售价上升 0.96%使重型模切工具毛利率上升 0.72 个百分点，平均单位成本下降 3.63%使毛利率上升 2.73 个百分点。平均单位成本下降的主要原因是 2019 年主要原材料热轧钢卷的采购价格较上年下降 6.84%使单位产品直接材料成本较上年下降 4.40%。2020 年 1-6 月公司重型模切工具毛利率较 2019 年上升 0.13 个百分点。其中，平均单位售价下降 0.39%使重型模切工具毛利率下降 0.28 个百分点，平均单位成本下降 0.57%使毛利率上升 0.41 个百分点。

报告期内，重型模切工具主要客户不同年度毛利率变动情况与产品平均毛利率变动情况一致，具体分析如下：

(1) 佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司

单位：元/米

年份	平均单位售价	平均单位成本	平均单位毛利	毛利率	毛利率变动	单位售价变动对毛利影响	单位成本变动对毛利影响
2020 年 1-6 月	4.80	3.75	1.05	21.83%	0.04%	1.14%	-1.10%
2019 年度	4.73	3.70	1.03	21.79%	0.06%	-0.87%	0.93%
2018 年度	4.78	3.74	1.04	21.73%	-0.51%	9.02%	-9.52%
2017 年度	4.23	3.29	0.94	22.24%	/	/	/

2018 年佛山三水重型模切工具毛利率较 2017 年下降 0.51 个百分点。其中，平均单位售价上升 13.12%使毛利率上升 9.02 个百分点，平均单位成本上升 13.85%使毛利率下降 9.52 个百分点。

2019 年佛山三水重型模切工具毛利率较 2018 年上升 0.06 个百分点。其中，平均单位售价下降 1.10 %使毛利率下降 0.87 个百分点，平均单位成本下降 1.18%使毛利率上升 0.93 个百分点。

2020 年 1-6 月佛山三水重型模切工具毛利率较 2019 年上升 0.04 个百分点。其中，平均单位售价上升 1.48%使毛利率上升 1.14 个百分点，平均单位成本上升 1.43%使毛利率上升 1.10 个百分点。

(2) 晋江南泰刀模材料贸易有限公司

单位：元/米

年份	平均单位售价	平均单位成本	平均单位毛利	毛利率	毛利率变动	单位售价变动对毛利影响	单位成本变动对毛利影响
2020年1-6月	4.44	3.28	1.16	26.08%	1.01%	-0.89%	1.91%
2019年度	4.49	3.36	1.13	25.07%	4.19%	1.11%	3.08%
2018年度	4.43	3.50	0.92	20.88%	-1.81%	7.85%	-9.66%
2017年度	3.98	3.08	0.90	22.69%	/	/	/

2018年晋江南泰重型模切工具毛利率较2017年下降1.81个百分点。其中，平均单位售价上升11.30%使毛利率上升7.85个百分点，平均单位成本上升13.91%使毛利率下降9.66个百分点。

2019年晋江南泰重型模切工具毛利率较2018年上升4.19个百分点。其中，平均单位售价上升1.42%使毛利率上升1.11个百分点，平均单位成本下降3.95%使毛利率上升3.08个百分点。

2020年1-6月晋江南泰重型模切工具毛利率较2019年上升1.01个百分点。其中，平均单位售价下降1.18%使毛利率下降0.89个百分点，平均单位成本下降2.51%使毛利率上升1.91个百分点。

(3) 泉州市高力高贸易有限公司

单位：元/米

年份	平均单位售价	平均单位成本	平均单位毛利	毛利率	毛利率变动	单位售价变动对毛利影响	单位成本变动对毛利影响
2020年1-6月	4.39	3.18	1.21	27.61%	-0.95%	-1.42%	0.47%
2019年度	4.47	3.20	1.28	28.56%	3.00%	1.38%	1.62%
2018年度	4.39	3.27	1.12	25.56%	-0.27%	8.13%	-8.40%
2017年度	3.91	2.90	1.01	25.83%	/	/	/

2018年泉州高力高重型模切工具毛利率较2017年下降0.27个百分点。其中，平均单位售价上升12.31%使毛利率上升8.13个百分点，平均单位成本上升

12.72%使毛利率下降 8.40 个百分点。

2019 年泉州高力高重型模切工具毛利率较 2018 年上升 3.00 个百分点。其中，平均单位售价上升 1.90%使毛利率上升 1.38 个百分点，平均单位成本下降 2.22%使毛利率上升 1.62 个百分点。

2020 年 1-6 月泉州高力高重型模切工具毛利率较 2019 年下降 0.95 个百分点。其中，平均单位售价下降 1.96%使毛利率下降 1.42 个百分点，平均单位成本下降 0.65%使毛利率上升 0.47 个百分点。

(4) 台州市荣耀模具有限公司

单位：元/米

年份	平均单位售价	平均单位成本	平均单位毛利	毛利率	毛利率变动	单位售价变动对毛利影响	单位成本变动对毛利影响
2020 年 1-6 月	4.39	3.49	0.90	20.46%	-4.56%	-1.62%	-2.94%
2019 年度	4.48	3.36	1.12	25.02%	1.40%	0.09%	1.31%
2018 年度	4.48	3.42	1.06	23.62%	-4.15%	5.12%	-9.27%
2017 年度	4.16	3.00	1.16	27.78%	/	/	/

2018 年台州荣耀重型模切工具毛利率较 2017 年下降 4.15 个百分点。其中，平均单位售价上升 7.63%使毛利率上升 5.12 个百分点，平均单位成本上升 13.81%使毛利率下降 9.27 个百分点。

2019 年台州荣耀重型模切工具毛利率较 2018 年上升 1.40 个百分点。其中，平均单位售价上升 0.11%使毛利率上升 0.09 个百分点，平均单位成本下降 1.72%使毛利率上升 1.31 个百分点。

2020 年 1-6 月台州荣耀重型模切工具毛利率较 2019 年下降 4.56 个百分点。其中，平均单位售价下降 2.12%使毛利率下降 1.62 个百分点，平均单位成本上升 3.84%使毛利率下降 2.94 个百分点。

(5) 东莞市宁特模具有限公司

单位：元/米

年份	平均单位售价	平均单位成本	平均单位毛利	毛利率	毛利率变动	单位售价变动对毛利影响	单位成本变动对毛利影响
2020年1-6月	4.83	3.56	1.26	26.20%	-1.62%	0.11%	-1.73%
2019年度	4.82	3.48	1.34	27.82%	5.53%	4.16%	1.37%
2018年度	4.56	3.55	1.02	22.28%	-1.72%	6.25%	-7.98%
2017年度	4.19	3.18	1.01	24.01%	/	/	/

2018年东莞宁特重型模切工具毛利率较2017年下降1.72个百分点。其中，平均单位售价上升8.97%使毛利率上升6.25个百分点，平均单位成本上升11.44%使毛利率下降7.98个百分点。

2019年东莞宁特重型模切工具毛利率较2018年上升5.53个百分点。其中，平均单位售价上升5.66%使毛利率上升4.16个百分点，平均单位成本下降1.86%使毛利率上升1.37个百分点。

2020年1-6月东莞宁特重型模切工具毛利率较2019年下降1.62个百分点。其中，平均单位售价上升0.15%使毛利率上升0.11个百分点，平均单位成本上升2.40%使毛利率下降1.73个百分点。

2、轻型模切工具

轻型模切工具是公司2017年下半年开始推出的新产品，报告期内处于工艺改进、品类开发、品质提升及市场开拓期，销售收入分别为348.89万元、639.77万元、836.53万元和745.07万元，占主营业务收入比例分别为1.18%、1.82%、2.28%和4.37%，占比较低。

报告期内，主要客户轻型模切工具毛利率波动较大，主要原因是轻型模切工具规格型号、产品等级较多，毛利率差异大，同时报告期内处于工艺改进、市场拓展期，除晋江南泰外，其余主要客户均为小批量销售，同一客户不同年度、同一年度不同客户之间可比性低，具体分析如下：

单位：万元

单位简称	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率
佛山三水	0.57	33.16%	1.29	35.42%	-	-	-	-
晋江南泰	105.61	3.06%	228.86	9.37%	199.21	-26.15%	80.57	-14.19%
泉州高力高	24.45	2.48%	2.68	26.02%	1.03	65.16%	-	-
台州荣耀	9.10	-1.10%	5.81	-35.37%	7.78	-20.48%	2.90	-18.65%
东莞宁特	3.76	21.82%	1.88	22.78%	3.77	-15.92%	1.29	-6.07%

公司 2019 年度和 2020 年 1-6 月向佛山三水销售轻型模切工具毛利率为 35.42%和 33.16%，销售金额为 1.29 万元和 0.57 万元，主要为等级较高的产品，其他年度未销售。

报告期内，公司向晋江南泰销售轻型模切工具的毛利率分别为-14.19%、-26.15%、9.37%和 3.06%，销售金额分别为 80.57 万元、199.21 万元、228.86 万元和 105.61 万元，与公司轻型模切工具平均毛利率变动情况一致。

公司 2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月向泉州高力高销售轻型模切工具的毛利率分别为 65.16%、26.02%和 2.48%，销售金额为 1.03 万元、2.68 万元和 24.45 万元，销售金额较小，毛利率波动主要系所销售产品的规格型号、产品等级不同所致。

报告期内，公司向台州荣耀销售轻型模切工具的毛利率分别为-18.65%、-20.48%、-35.37%和-1.10%，销售金额分别为 2.90 万元、7.78 万元、5.81 万元和 9.10 万元，销售金额较小，毛利率波动主要系所销售产品的规格型号、产品等级不同所致。

报告期内，公司向东莞宁特销售轻型模切工具的毛利率分别为-6.07%、-15.92%、22.78%和 21.82%，销售金额分别为 1.29 万元、3.77 万元、1.88 万元和 3.76 万元，销售金额较小，毛利率波动主要系所销售产品的规格型号、产品等级不同所致。

3、双金属带锯条

(1) 浙江立信锯业有限公司

单位：元/米

年份	平均单位售价	平均单位成本	平均单位毛利	毛利率	毛利率变动	单位售价变动对毛利影响	单位成本变动对毛利影响
2020年1-6月	15.90	12.18	3.72	23.38%	-5.51%	-5.73%	0.23%
2019年度	17.18	12.22	4.96	28.89%	-4.93%	-4.63%	-0.30%
2018年度	18.38	12.17	6.22	33.82%	4.52%	-2.23%	6.75%
2017年度	18.96	13.41	5.56	29.30%	/	/	/

报告期内，发行人向浙江立信销售双金属带锯条毛利率不存在重大变动，与双金属带锯条产品毛利率变动趋势一致，毛利率波动主要系各期采购产品的规格、等级存在差异所致。

(2) 东莞市巨久锯业有限公司

单位：元/米

年份	平均单位售价	平均单位成本	平均单位毛利	毛利率	毛利率变动	单位售价变动对毛利影响	单位成本变动对毛利影响
2020年1-6月	23.26	16.27	6.99	30.05%	7.72%	18.42%	-10.70%
2019年度	17.74	13.78	3.96	22.34%	-4.23%	4.44%	-8.67%
2018年度	16.67	12.24	4.43	26.56%	9.72%	12.16%	-2.45%
2017年度	14.23	11.83	2.40	16.85%	/	/	/

报告期内，发行人向东莞巨久销售双金属带锯条毛利率分别为 16.85%、26.56%、22.34%和 30.05%，其中 2017 年销售毛利率较低，主要原因是东莞巨久为公司 2017 年双金属带锯条第一大客户，故其在 2017 年按公司销售管理及返利政策所适用的产品定价较低；2018 年、2019 年销售毛利率与双金属带锯条产品毛利率变动趋势一致，毛利率波动主要系各期采购产品的规格、等级存在差异所致。2020 年 1-6 月销售毛利率较高，主要原因是 2020 年 1-6 月毛利率更高的 A 级产品的销售占比较 2019 年增加 9.89 个百分点所致。

(3) 郑州耀天贸易有限公司

单位：元/米

年份	平均单位售价	平均单位成本	平均单位毛利	毛利率	毛利率变动	单位售价变动对毛利影响	单位成本变动对毛利影响
2020年1-6月	18.78	13.57	5.21	27.74%	/	/	/
2019年度	/	/	/	/	/	/	/
2018年度	/	/	/	/	/	/	/
2017年度	/	/	/	/	/	/	/

(4) 台州奥德美日锯业有限公司

单位：元/米

年份	平均单位售价	平均单位成本	平均单位毛利	毛利率	毛利率变动	单位售价变动对毛利影响	单位成本变动对毛利影响
2020年1-6月	18.09	12.23	5.86	32.38%	5.66%	11.07%	-5.41%
2019年度	15.36	11.25	4.10	26.71%	6.10%	14.20%	-8.10%
2018年度	12.61	10.01	2.60	20.61%	/	/	/
2017年度	/	/	/	/	/	/	/

2018年至2020年1-6月，发行人向奥德美日销售双金属带锯条毛利率分别为20.61%、26.71%和32.38%，其中2018年销售毛利率较低，主要原因是2018年奥德美日采购毛利率较低的D级产品占比为100%。2019年和2020年1-6月，奥德美日采购D级产品占比逐年减少，分别为36.69%、6.49%，进而使得毛利率上涨。

综上，相同客户同类产品不同年度的毛利率波动具有合理性。

(三) 不同客户同类产品销售单价存在较大差异的原因及合理性

1、重型模切工具

公司不同客户同类产品平均销售单价存在较大差异，主要原因是不同客户所采购的产品规格型号、产品等级存在差异所致。以2019年度主要客户所采购的细分规格/等级产品中销售金额最大的项目示例如下：

单位简称	产品规格/等级	销售收入（万元）	占该客户同类产品销售收入比例
佛山三水	36*3.0/B 级	810.54	42.01%
晋江南泰	36*2.25/C 级	700.10	43.01%
泉州高力高	32*2.0/B 级	418.12	29.98%
台州荣耀	32*2.7/C 级	647.39	49.60%
东莞宁特	36*3.0/B 级	228.13	27.47%

可以看出，主要客户同类产品的不同规格、等级的销售收入及占比均存在一定差异。

发行人重型模切工具主要产品规格以 32 规格、36 规格为主，最近三年两种规格产品销售收入合计占比分别为 94.49%、95.26%和 94.23%。最近三年，选取发行人重型模切工具中的销量最大的 32*2.0/B 级、36*3.0/B 级为例，对比主要客户销售单价情况如下：

单位：元/米

单位名称	36*3.0/B 级			32*2.0/B 级		
	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
佛山三水	4.97	5.08	4.50	4.12	4.13	3.44
晋江南泰	5.04	4.90	4.54	4.40	4.02	3.42
泉州高力高	5.19	5.11	4.54	4.23	3.98	3.53
台州荣耀	5.29	5.02	4.71	4.40	未销售	3.97
东莞宁特	5.05	4.82	4.55	4.29	4.03	3.57

注：重型模切工具按背部到刃部的高度以及刀身厚度划分规格，如 36*2.0 规格表示背部到刃部的距离为 36mm，刀身厚度为 2.0mm 的重型模切工具。

从上表可以看出，除向台州荣耀销售 32*2.0/B 级、36*3.0/B 级重型重型模切工具平均销售单价相对略高外，公司向其余不同客户销售同规格、同等级产品同期的销售单价差异较小，不存在重大差异。

公司向台州荣耀销售 32*2.0/B 级、36*3.0/B 级重型重型模切工具平均销售单价相对较高的主要原因是该两类规格/等级产品并非台州荣耀主销产品，最近三年该等规格产品的销售收入占比仅为 4.53%、1.18%和 0.62%，属于小批量订单，销售单价相对略高。

综上，公司重型模切工具产品不同客户销售单价存在一定差异的原因主要系不同客户采购的产品规格型号、产品等级不同，具有合理性。

2、轻型模切工具

报告期内，发行人向主要客户销售的轻型模切工具毛利率波动较大，主要原因是轻型模切工具规格型号、产品等级较多，毛利率差异大，同时报告期内处于工艺改进、市场拓展期，除晋江南泰外，其余主要客户均为小批量销售，同一年度不同客户之间可比性低。

3、双金属带锯条

发行人的双金属带锯条产品以 41 规格、34 规格和 27 规格为主，最近三年三种规格产品销售收入合计占比分别为 90.87%、89.38%和 88.36%。最近三年，选取发行人双金属带锯条中 2019 年销量最大的 41 规格/B 级、34 规格/B 级和 27 规格/B 级为例，对比主要客户销售单价情况如下：

单位：元/米

单位名称	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	东莞巨久	浙江立信	东莞巨久	浙江立信	东莞巨久	浙江立信
41 规格/B 级	20.42	20.58	19.85	20.83	19.05	20.77
34 规格/B 级	15.35	15.42	14.84	15.80	14.11	15.38
27 规格/B 级	11.86	11.85	11.12	11.93	10.58	11.53

公司 2019 年向主要客户销售双金属带锯条同规格同等级产品同期的销售单价不存在重大差异。2017 年、2018 年东莞巨久产品销售单价低于浙江立信的主要原因是东莞巨久为公司年度双金属带锯条第一大客户，故其在 2017 年、2018 年按公司销售管理及返利政策所适用的产品定价相对较低。

综上，不同客户同类产品的销售单价差异具有合理性。

（四）不同客户同类产品毛利率存在较大差异的原因及合理性

公司综合考虑市场供需状况、竞争对手价格、原材料采购价格、销售计划等因素确定销售策略，并制定产品统一基准价格。在此基础上，公司结合各经销商的信用、订单履行情况及区域竞争情况，通过实施不同返利政策，实行一定差异

化的产品定价。同时，公司的金属切削工具产品品类、产品系列较多，同一产品品类、同一产品系列的不同规格型号、不同产品等级的销售单价、毛利率不同。通常情况下，产品等级越高，其毛利率越高；产品规格型号越高，其销售单价越高，但因大规格型号产品的生产耗材耗时更多，其毛利率未必更高。

因此，公司不同客户同类产品毛利率存在差异的主要原因为：（1）不同客户所采购的同类产品规格型号、产品等级存在差异，一般同类产品中规格型号、产品等级高的销售单价、毛利率较高；（2）由于客户的订单量、信用情况、所处的区域竞争程度等差异，不同客户同类产品所取得的返利比例也存在一定差异，导致毛利率存在差异。具体分析如下：

1、重型模切工具

报告期内，公司向主要客户销售重型模切工具的毛利率情况如下：

单位简称	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
佛山三水	21.83%	21.79%	21.73%	22.24%
晋江南泰	26.08%	25.07%	20.88%	22.69%
泉州高力高	27.61%	28.56%	25.56%	25.83%
东莞宁特	26.20%	27.82%	22.28%	24.01%
台州荣耀	20.46%	25.02%	23.62%	27.78%

报告期内，公司向佛山三水销售重型模切工具的毛利率较低主要原因系佛山三水为公司报告期各期第一大客户，双方自2013年开始合作至今，合作期间信用良好，且该客户占用授信额度低、回款快，按公司的返利政策所享有返利比例较一般客户高。

公司2017年度、2018年度向晋江南泰销售重型模切工具的毛利率较低主要原因系发行人对其销往竞争激烈的河北省保定市白沟地区（中国箱包之都）的产品，按照公司的返利政策适用较高的返利比例。

公司2017年度向台州荣耀销售重型模切工具的毛利率较高，主要原因系发行人2017年向其销售的产品中，产品等级与销售单价较高的A级、B级产品占比达到93.17%，而A级、B级产品在公司的总体销售占比为77.97%。

公司 2020 年 1-6 月向台州荣耀销售重型模切工具的毛利率较低，主要原因系发行人 2020 年 1-6 月向其销售的产品中，产品等级及销售单价较低的 C 级、D 级产品占比为 58.03%，而 C 级、D 级产品在公司的总体销售占比为 30.73%。

2、轻型模切工具

报告期内，公司向主要客户销售轻型模切工具毛利率波动较大，主要原因是轻型模切工具规格型号、产品等级较多，毛利率差异大，同时报告期内处于工艺改进、市场拓展期，除晋江南泰外，其余主要客户均为零星销售，不同客户之间可比性低。

3、双金属带锯条

报告期各期，公司向主要客户销售双金属带锯条的产品毛利率情况如下：

年度	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
浙江立信	23.38%	28.89%	33.82%	29.30%
东莞巨久	30.05%	22.34%	26.56%	16.85%
郑州耀天	27.74%	/	/	/
奥德美日	32.38%	26.71%	20.61%	/

2017 年、2018 年，公司向东莞巨久销售双金属带锯条毛利率较浙江立信分别低 12.45 个百分点和 7.26 个百分点，主要原因是公司结合东莞巨久、浙江立信历史的进货量、欠款比例、增长率、忠诚度及配合度等因素进行综合评价后，根据公司销售管理及返利政策，东莞巨久在 2017 年、2018 年 1-3 月所适用的产品定价低于浙江立信，同期享受与东莞巨久同档级定价的客户还有沈阳基鼎贸易有限公司、上海馨群机械有限公司、永康市美利锯业有限公司、缙云县宝利特机械制造有限公司等其他 4 家客户。以 34 规格/C 级产品为例，2017 年东莞巨久及上述 4 家同档级客户适用的产品价格为 18.00 元/米（含税），浙江立信适用的产品价格为 20.00 元/米（含税）。

2019 年，公司向东莞巨久销售双金属带锯条毛利率较浙江立信低 6.55 个百分点，主要原因是所采购的产品结构不同导致。2019 年东莞巨久 D 级产品中“红标”产品采购占比 85.55%，浙江立信 D 级产品中“红标”产品采购占比 2.45%，

东莞巨久采购较多低端产品拉低了其毛利率。剔除 D 级产品后对比，东莞巨久毛利率为 29.52%，浙江立信为 29.15%，二者不存在重大差异。

2020 年 1-6 月，公司双金属带锯条综合毛利率为 30.57%，除浙江立信外，东莞巨久、郑州耀天、奥德美日与综合毛利率不存在重大差异。浙江立信 2020 年 1-6 月毛利率为 23.38%，毛利率较低的主要原因系 2020 年 1-6 月浙江立信所采购产品中毛利率相对较低的 C 级、D 级产品采购占比由 2019 年的 63.49%增加至 86.43%。

综上，报告期内公司不同客户同类产品毛利率存在差异的原因一方面系不同客户所采购的同类产品规格型号、产品等级存在差异，另一方面由于客户的订单量、信用情况、所处的区域竞争程度等差异，不同客户同类产品按公司销售管理及返利政策所适用的产品定价也存在一定差异。

就上述事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（三）毛利及毛利率分析”中补充披露如下：

“5、主要客户报告期各期同类型产品毛利率变动情况

公司综合考虑市场供需状况、竞争对手价格、原材料采购价格、销售计划等因素确定销售策略，并制定产品统一基准价格。在此基础上，公司结合各经销商的信用、订单履行情况及区域竞争情况，通过实施不同返利政策，实行一定差异化的产品定价。同时，公司的金属切削工具产品品类、产品系列较多，同一产品品类、同一产品系列的不同规格型号、不同产品等级的销售单价、毛利率不同。通常情况下，产品等级越高，其毛利率越高；产品规格型号越高，其销售单价越高，但因大规格型号产品的生产耗材耗时更多，其毛利率未必更高。

相同客户各期同类产品毛利率、不同客户同类产品的毛利率变动，主要原因系发行人向客户销售不同规格型号、不同产品等级的产品及因不同区域竞争情况下给予不同区域客户返利存在一定差异。

报告期各期，发行人前五名客户的同类产品毛利率变动情况如下：

单位名称	产品类型	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司	重型模切工具	21.83%	21.79%	21.73%	22.24%
	轻型模切工具	33.16%	35.42%	-	-
晋江南泰刀模材料贸易有限公司	重型模切工具	26.08%	25.07%	20.88%	22.69%
	轻型模切工具	3.06%	9.37%	-26.15%	-14.19%
泉州市高力高贸易有限公司	重型模切工具	27.61%	28.56%	25.56%	25.83%
	轻型模切工具	2.48%	26.02%	65.16%	-
台州市荣耀模具有限公司	重型模切工具	20.46%	25.02%	23.62%	27.78%
	轻型模切工具	-1.10%	-35.37%	-20.48%	-18.65%
东莞市宁特模具有限公司	重型模切工具	26.20%	27.82%	22.28%	24.01%
	轻型模切工具	21.82%	22.78%	-15.92%	-6.07%
浙江立信锯业有限公司	双金属带锯条	23.38%	28.89%	33.82%	29.30%
东莞市巨久锯业有限公司	双金属带锯条	30.05%	22.34%	26.56%	16.85%
郑州耀天贸易有限公司	双金属带锯条	27.74%	-	-	-
台州奥德美日锯业有限公司	双金属带锯条	32.38%	26.71%	20.61%	-

注：按照同一控制下合并口径列示，佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司包含佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司和东莞市三海五金模具有限公司；浙江立信锯业有限公司包含浙江立信锯业有限公司和无锡合诺锯切科技有限公司；台州奥德美日锯业有限公司包含台州奥日美德锯业科技有限公司、台州奥德美日锯业有限公司和缙云县光锋精密工具有限公司。

主要客户同类产品不同年度毛利率变动较大的原因主要是不同规格型号、等级产品销售结构变动影响所致，主要客户同类产品细分规格型号或产品等级后，不同年度毛利率变动趋势与公司同类产品毛利率变动趋势基本一致。

不同客户同类产品销售单价及毛利率变动的主要原因一方面系不同客户所采购的同类产品规格型号、产品等级存在差异，另一方面由于客户的订单量、信用情况、所处的区域竞争程度等差异，不同客户同类产品按公司销售管理及返利政策所适用的产品定价也存在一定差异。”

二、量化分析发行人轻型模切工具 2017 年和 2018 年毛利率为负、2019 年

由负转正的原因及合理性，冷切金属圆锯片 2019 年毛利率为负的原因，并分析发行人轻型模切工具、双金属复合材产品报告期毛利率波动较大的原因及合理性

(一) 轻型模切工具 2017 年和 2018 年毛利率为负、2019 年由负转正的原因及合理性分析，轻型模切工具报告期毛利率波动较大的原因及合理性

轻型模切工具是公司 2017 年下半年开始推出的新产品，报告期内处于工艺改进、品类开发、品质提升及市场开拓期，销售收入分别为 348.89 万元、639.77 万元、836.53 万元和 745.07 万元，占主营业务收入比例分别为 1.18%、1.82%、2.28%和 4.37%，占比较低。

报告期内，公司轻型模切工具（按米计量）毛利率情况如下：

单位：元/米

年份	平均单位售价	平均单位成本	平均单位毛利	毛利率
2020 年 1-6 月	1.83	1.62	0.21	11.47%
2019 年度	1.62	1.57	0.06	3.43%
2018 年度	1.12	1.46	-0.34	-30.27%
2017 年度	0.96	1.09	-0.13	-13.07%

报告期内，公司轻型模切工具（按米计量）产品的平均单位成本结构如下：

单位：元/米

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重	金额	比重
直接材料	0.97	59.84%	0.91	57.96%	0.80	55.14%	0.76	69.63%
直接人工	0.19	11.78%	0.17	11.10%	0.14	9.56%	0.07	6.10%
制造费用	0.42	25.97%	0.48	30.94%	0.51	35.30%	0.26	24.27%
运杂费	0.04	2.41%	-	-	-	-	-	-
合计	1.62	100.00%	1.57	100.00%	1.46	100.00%	1.09	100.00%

报告期内，公司轻型模切工具毛利率变动影响因素分析如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度
平均单位售价变化对毛利率的影响（注 1）	10.84%	40.57%	15.49%

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度
平均单位成本变化对毛利率的影响（注2）	-2.80%	-6.88%	-32.69%
毛利率变动	8.04%	33.69%	-17.20%

注1：平均单位售价变化对毛利率的影响=（当年平均单位售价-上年平均单位成本）/当年平均单位售价-上年毛利率

注2：平均单位成本变化对毛利率的影响=当年毛利率-（当年平均单位售价-上年平均单位成本）/当年平均单位售价

2018年公司轻型模切工具毛利率较2017年下降17.20个百分点，降幅较大。其中，平均单位售价上升15.87%使轻型模切工具毛利率上升15.49个百分点，平均单位成本上升33.50%使毛利率下降32.69个百分点。平均单位成本上升的主要原因是2017年下半年公司开始推出轻型模切工具，产能利用率较低，2018年5月开始根据客户使用反馈意见对轻型模切工具的生产工艺进行了调整，对生产线进行了改造，主动控制了订单数量并相应调整原定的生产计划，导致单位产品所耗用的生产时间增加，单位产品的直接人工和制造费用分别较2017年上升了109.01%和94.21%，同时主要原材料冷轧钢带的采购单价也较上年上涨了5.37%。平均单位售价上升的主要原因是2018年随着轻型模切工具工艺质量的逐步提升，产品逐渐获得市场认可，发行人结合主要原材料冷轧钢带市场价格上涨，相应进行提价。

2019年公司轻型模切工具毛利率较2018年上升33.69个百分点，增幅较大。其中，平均单位售价上升45.24%使轻型模切工具毛利率上升40.57个百分点，平均单位成本上升7.67%使毛利率下降6.88个百分点。平均单位售价上升的主要原因是2019年开发了圆模刀、圆模线等单位售价较高的异形产品，平均单位成本上升的主要原因是该类异形产品的直接材料单位耗用量较高。

2020年1-6月公司轻型模切工具毛利率较2019年上升8.04个百分点，增幅较大。其中，平均单位售价上升12.64%使轻型模切工具毛利率上升10.84个百分点，平均单位成本上升3.26%使毛利率下降2.80个百分点。平均单位售价上升的主要原因是圆模刀、圆模线、滚刀模等单位售价较高的异形产品销量占比增加。

报告期内，公司轻型模切工具常规和异形系列产品毛利率情况如下：

单位：万元

产品系列	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
常规产品	3.93	0.76%	-69.94	-10.56%	-193.64	-30.27%	-45.59	-13.07%
异形产品	112.12	49.08%	98.61	56.54%	-	-	-	-
合计	116.05	15.58%	28.66	3.43%	-193.64	-30.27%	-45.59	-13.07%

2017年、2018年，发行人轻型模切工具均为常规系列产品。2019年，发行人推出异形系列产品，不断丰富产品系列，进一步提高产品系列化水平。异形系列产品毛利率高于常规系列使得2019年轻型模切工具毛利率由负转正。同时，2019年度常规产品毛利率较2018年度上升了19.70个百分点，其中平均单位售价上升19.63%使轻型模切工具常规系列产品毛利率上升21.37个百分点，平均单位成本上升1.53%使毛利率下降1.67个百分点。平均单位售价上升的主要原因是公司轻型模切工具于2017年下半年开始逐步量产，处于工艺改进、品类开发、品质提升及市场开拓期，随着公司产品逐渐被市场认可，公司逐步提高产品售价。因此，公司2019年轻型模切工具毛利率由负转正具有合理性。

报告期内，公司轻型模切工具处于工艺改进、品类开发、品质提升及市场开拓期，因此毛利率存在一定程度波动，报告期内毛利率波动较大具有合理性。

就上述事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（三）毛利及毛利率分析”之“2、主营业务毛利构成及毛利率分析”之“（1）模切工具产品毛利率变化分析”之“②公司轻型模切工具毛利率分析”中补充披露如下：

“报告期内，公司轻型模切工具常规和异形系列产品毛利率情况如下：

单位：万元

产品系列	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
常规产品	3.93	0.76%	-69.94	-10.56%	-193.64	-30.27%	-45.59	-13.07%
异形产品	112.12	49.08%	98.61	56.54%	-	-	-	-
合计	116.05	15.58%	28.66	3.43%	-193.64	-30.27%	-45.59	-13.07%

2017年、2018年，发行人轻型模切工具均为常规系列产品。2019年，发行人推出异形系列产品，不断丰富产品系列，进一步提高产品系列化水平。异形系列产品毛利率高于常规系列使得2019年轻型模切工具毛利率由负转正。同时，2019年度常规产品毛利率较2018年度上升了19.70个百分点，其中平均单位售价上升19.63%使轻型模切工具常规系列产品毛利率上升21.37个百分点，平均单位成本上升1.53%使毛利率下降1.67个百分点。平均单位售价上升的主要原因是公司轻型模切工具于2017年下半年开始逐步量产，处于工艺改进、品类开发、品质提升及市场开拓期，随着公司产品逐渐被市场认可，公司逐步提高产品售价。因此，公司2019年轻型模切工具毛利率由负转正具有合理性。

报告期内，公司轻型模切工具处于工艺改进、品类开发、品质提升及市场开拓期，因此毛利率存在一定程度波动，报告期内毛利率波动较大具有合理性。”

（二）冷切金属圆锯片2019年毛利率为负的原因

报告期内，公司冷切金属圆锯片毛利率情况如下：

单位：元/片

年份	平均单位售价	平均单位成本	平均单位毛利	毛利率
2020年1-6月	405.49	359.02	46.47	11.46%
2019年度	487.40	732.33	-244.93	-50.25%
2018年度	-	-	-	-
2017年度	-	-	-	-

冷切金属圆锯片2019年毛利率为-50.25%，主要原因是冷切金属圆锯片系2019年新推出产品，尚处于工艺改进期和市场开拓期，产销量较少，产能利用率较低，导致毛利率水平为负数。

随着生产工艺的逐步稳定以及产销量的提升，冷切金属圆锯片的平均单位成本明显下降。2019年度、2020年1-6月，公司冷切金属圆锯片的平均单位成本结构如下：

单位：元/片

项目	2020年1-6月		2019年度	
	金额	比重	金额	比重
直接材料	189.10	52.67%	241.40	32.96%
直接人工	64.81	18.05%	101.94	13.92%
制造费用	104.67	29.15%	388.99	53.12%
运杂费	0.45	0.13%	-	-
合计	359.02	100.00%	732.33	100.00%

2020年1-6月，公司冷切金属圆锯片平均单位成本由2019年的732.33元/片下降至359.02元/片。其中，单位直接材料下降52.30元/片主要原因系公司生产工艺逐渐稳定，成品率上升所致；单位直接人工及单位制造费用较2019年度分别下降37.13元/片和284.32元/片，主要原因系随着产量增加，产能利用率提高所致。

就上述事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（三）毛利及毛利率分析”之“2、主营业务毛利构成及毛利率分析”之“（2）锯切工具产品毛利率变化分析”中补充披露如下：

“③公司冷切金属圆锯片毛利率分析

报告期内，公司冷切金属圆锯片毛利率情况如下：

单位：元/片

年份	平均单位售价	平均单位成本	平均单位毛利	毛利率
2020年1-6月	405.49	359.02	46.47	11.46%
2019年度	487.40	732.33	-244.93	-50.25%
2018年度	-	-	-	-
2017年度	-	-	-	-

冷切金属圆锯片2019年毛利率为-50.25%，主要原因是冷切金属圆锯片系2019年新推出产品，尚处于工艺改进期和市场开拓期，产销量较少，产能利用率低，导致毛利率水平为负数。”

（三）发行人双金属复合材产品报告期毛利率波动较大的原因及合理性

双金属复合材为双金属带锯条的半成品，发行人仅在客户存在需求时结合产能利用情况才予销售，报告期内发行人双金属复合材销售金额分别为 1,048.89 万元、1,444.01 万元、668.26 万元和-4.77 万元，占主营业务收入比例分别为 3.55%、4.10%、1.82%和-0.03%，销售金额和销售收入占比较低。此外，双金属复合材生产工序与双金属带锯条相比较少，相应的产品增值率较低，导致毛利率易发生波动，具有合理性。

报告期内，公司双金属复合材毛利率情况如下：

单位：元/公斤

年份	平均单位售价	平均单位成本	平均单位毛利	毛利率
2020 年 1-6 月	39.39	25.68	13.71	34.81%
2019 年度	37.82	29.98	7.84	20.73%
2018 年度	37.44	30.15	7.28	19.46%
2017 年度	36.45	31.67	4.78	13.12%

注：根据新收入准则，2020 年 1-6 月与销售相关的运输及港杂费用计入营业成本；为保持可比性，上表平均单位成本未包含运杂费。2020 年 1-6 月已剔除退货影响。

报告期内，公司双金属复合材的平均单位成本结构如下：

单位：元/公斤

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重	金额	比重
直接材料	23.57	91.78%	27.47	91.64%	27.40	90.89%	28.79	90.91%
直接人工	0.49	1.90%	0.64	2.12%	0.76	2.52%	0.81	2.55%
制造费用	1.62	6.31%	1.87	6.24%	1.99	6.59%	2.07	6.54%
合计	25.68	100.00%	29.98	100.00%	30.15	100.00%	31.67	100.00%

报告期内，公司双金属复合材毛利率变动影响因素分析如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度
单位售价变化对毛利率的影响（注 1）	3.17%	0.81%	2.30%
平均单位成本变化对毛利率的影响（注 2）	10.91%	0.47%	4.04%
毛利率变动	14.08%	1.28%	6.34%

注 1：平均单位售价变化对毛利率的影响=（当年平均单位售价-上年平均单位成本）/当年平均单位售价-上年毛利率

注 2：平均单位成本变化对毛利率的影响=当年毛利率-（当年平均单位售价-上年平均单位成本）/当年平均单位售价

2018 年公司双金属复合材毛利率较 2017 年上升 6.34 个百分点，较上年小幅上升。其中，平均单位售价上升 2.71%使双金属复合材毛利率上升 2.30 个百分点，平均单位成本下降 4.78%使毛利率上升 4.04 个百分点。

2019 年公司双金属复合材毛利率较 2018 年上升 1.28 个百分点，较上年略有上升。其中，平均单位售价上升 1.02%使双金属复合材毛利率上升 0.81 个百分点，平均单位成本下降 0.58%使毛利率上升 0.47 个百分点。

2020 年 1-6 月公司双金属复合材毛利率较 2019 年上升 14.08 个百分点。其中，平均单位售价上升 4.17%使双金属复合材毛利率上升 3.17 个百分点，平均单位成本下降 14.33%使毛利率上升 10.91 个百分点。

就上述事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（三）毛利及毛利率分析”之“2、主营业务毛利构成及毛利率分析”之“（2）锯切工具产品毛利率变化分析”之“②公司双金属复合材毛利率分析”中补充披露如下：

“双金属复合材为双金属带锯条的半成品，发行人仅在客户存在需求时结合产能利用情况才予销售，报告期内发行人双金属复合材销售金额分别为 1,048.89 万元、1,444.01 万元、668.26 万元和-4.77 万元，占主营业务收入比例分别为 3.55%、4.10%、1.82%和-0.03%，销售金额和销售收入占比较低。此外，双金属复合材生产工序与双金属带锯条相比较少，相应的产品增值率较低，导致毛利率易发生波动，具有合理性。”

三、结合发行人模切工具常规及异形系列产品的主要客户、应用领域、生产工序、原材料构成的差异情况补充分析异形系列产品毛利率远高于常规系列的原因及合理性

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（三）毛利及毛利率分析”之“2、主营业务毛利构成及毛利率分析”之“（1）模切工具产品毛利率变化分析”中补充披露如下：

“③公司模切工具异形系列产品毛利率高于常规系列的原因与合理性

发行人 2019 年新推出异形系列产品，当年度异形系列产品实现销售收入 207.86 万元，占发行人模切工具主营业务收入比重为 0.88%，占比较小。异形系列产品是针对模切工具产品的系列化开发，其销售渠道具有共源性，主要客户和应用领域相同。同类产品的异形系列与常规系列所使用的主要原材料相同，其中重型模切工具主要原材料为热轧钢卷，轻型模切工具主要原材料为冷轧钢带。在生产工艺、工序方面，异形系列产品主要是在常规系列产品的工艺基础上，根据产品齿形与刀体设计增加磨齿工序和冲压工序。

2019 年度，发行人模切工具常规及异形系列产品毛利率对比如下：

单位：元/米

产品类型	常规系列			异形系列		
	单位售价	单位成本	毛利率	单位售价	单位成本	毛利率
重型模切工具	4.59	3.32	27.52%	17.19	5.43	68.41%
轻型模切工具	1.34	1.48	-10.56%	8.67	3.77	56.54%

2019 年公司重型模切工具常规系列产品单位售价为 4.59 元/米，单位成本为 3.32 元/米，毛利率为 27.52%；异形系列产品单位售价为 17.19 元/米，单位成本为 5.43 元/米，毛利率为 68.41%，毛利率较常规系列产品高出 40.89 个百分点；轻型模切工具常规系列产品单位售价为 1.34 元/米，单位成本为 1.48 元/米，毛利率为-10.56%；异形系列产品单位售价为 8.67 元/米，单位成本为 3.77 元/米，毛利率为 56.54%，毛利率较常规系列产品高出 67.10 个百分点。

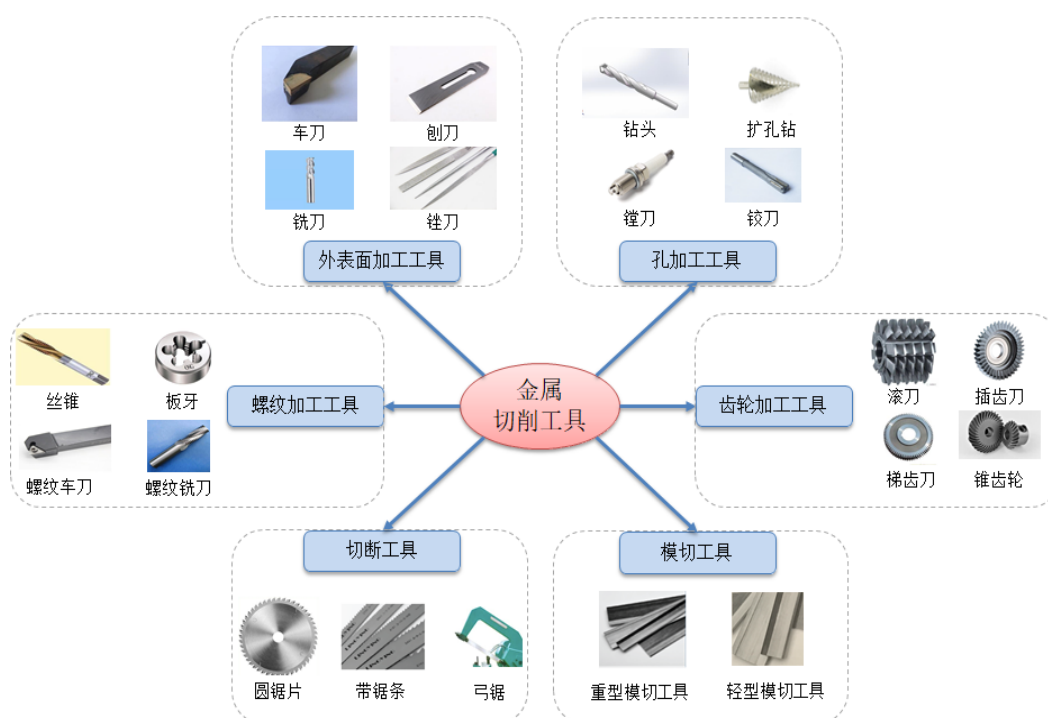
异形系列产品毛利率高于常规系列产品，主要原因是：（1）异形系列产品的结构较常规系列产品复杂，单位产品的材料耗用较高、生产时间较长，使得异形系列产品单位成本较高，相应的单位产品售价也较高；（2）异形系列产品相对于常规系列产品属于小众、高端化产品，同行业生产企业相对较少，竞争较小；（3）异形系列产品主要应用于大型包装材料生产企业的高速制造设备使用，在用户生产成本中占比较低，相对于产品性能、质量稳定性而言，客户对价格敏感度相对不高，异形系列产品的销售价格高于常规系列产品。

综上所述，发行人异形系列产品毛利率高于常规系列产品具有合理性。”

四、对比分析发行人报告期各类产品与同行业可比公司相同或类似产品毛利率差异及变动趋势，并量化分析差异的具体原因及合理性；进一步说明发行人各产品的市场竞争力、业务稳定性

(一) 对比分析发行人报告期各类产品与同行业可比公司相同或类似产品毛利率差异及变动趋势，并量化分析差异的具体原因及合理性

金属切削工具是实现机床功能的核心部件，应用范围较广，类别繁多，按工件加工表面的形式大约可分为外表面加工工具（包括车刀、刨刀、铣刀、外表面拉刀和锉刀等）、孔加工工具（包括钻头、扩孔钻、镗刀、铰刀和内表面拉刀等）、螺纹加工工具（包含丝锥、板牙、自动开合螺纹切头、螺纹车刀和螺纹铣刀等）、齿轮加工工具（包括滚刀、插齿刀、梯齿刀和锥齿轮加工刀具等）、切断工具（包括镶齿轮圆锯片、带锯、弓锯、切断车刀和锯片铣刀等）和模切工具（包括用于皮革、织物等模切的重型模切工具和用于纸盒、纸箱、商标、不干胶、电路板等模切的轻型模切工具）等六大类，各类别代表性产品示意图如下：



不同类别的切削工具在所使用的主要原材料、产品特点、切削对象、应用领域和终端客户类型、销售模式等方面均存在较大差异，其中切削对象、应用领域和终端客户类型的不同将直接导致不同类别的切削工具生产企业所面临的经营环境、下游应用需求、经营模式、技术特点、产品结构和盈利水平等方面具有较

为明显的差异，该等差异将使得不同类别的切削工具产品毛利率的可比性较弱。

1、重型模切工具毛利率水平与同行业可比产品的比较分析

重型模切工具主要用于鞋服箱包、汽车内饰件、玩具、工艺品等领域的皮革、多层织物的模切，目前 A 股市场上不存在与重型模切工具切割对象、应用领域和终端客户类型相同或类似的上市公司，无法对公司的重型模切工具产品毛利率与同行业公司进行比较。

2、轻型模切工具毛利率水平与同行业公司可比产品的比较分析

上海达攀是在全国中小企业股份转让系统挂牌的公司，主要产品是轻型模切工具。报告期内，公司轻型模切工具与同行业可比产品的毛利率如下表所示：

单位：万元

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率
上海达攀 (872962.OC)	3,266.97	17.11%	7,623.89	17.94%	6,952.36	15.40%	6,016.46	16.79%
发行人	745.07	15.58%	836.53	3.43%	639.77	-30.27%	348.89	-13.07%

数据来源：上海达攀 2017 年、2018 年、2019 年年度报告和 2020 年半年度报告。

报告期内，公司轻型模切工具销售收入较低，2019 年仅为上海达攀的 10.97%。公司的轻型模切工具毛利率低于上海达攀，主要原因是公司的轻型模切工具尚处于工艺改进、品类开发及市场开拓期，未达到量产，未形成规模效应。

经过前期的初步量产及工艺改进，公司 2019 年轻型模切工具的工艺相对成熟稳定，以上海达攀的成本结构模拟计算，发行人 2019 年轻型模切工具毛利率情况如下：

项目	2019年度
上海达攀直接材料占比①	72.07%
公司轻型模切工具单位直接材料（元/米）②	0.91
公司轻型模切工具单位成本（元/米）③=②/①	1.26
公司轻型模切工具单位售价（元/米）④	1.62
模拟计算毛利率⑤=（④-③）/④	22.33%

数据来源：上海达攀未披露 2018 年、2019 年成本结构，选取 2017 年度数据。

报告期内，公司轻型模切工具毛利率低于上海达攀，主要原因是尚未形成规模效应导致单位固定成本较高所致。假设采用上海达攀成本结构，发行人轻型模切工具模拟计算后的毛利率为 22.33%，具有合理性。

3、双金属带锯条毛利率水平与同行业可比产品的比较分析

泰嘉股份是在深交所上市的公司，主要产品是双金属带锯条和少量双金属复合材料。报告期内，公司双金属带锯条与泰嘉股份产品的销售收入及毛利率如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率
泰嘉股份 (002843.SZ)	17,420.39	32.75%	37,270.75	37.27%	34,596.86	41.48%	29,539.21	41.21%
发行人	7,520.69	30.57%	12,380.55	31.17%	10,833.46	32.26%	9,198.97	28.67%

数据来源：泰嘉股份 2017 年、2018 年、2019 年年度报告和 2020 年半年度报告。

报告期内，公司双金属带锯条销售收入较泰嘉股份低，2019 年度销售收入为泰嘉股份的 33.22%。最近三年，公司与泰嘉股份的双金属带锯条产品的单位售价、单位成本如下表所示：

单位：元/米

项目	平均单位售价			平均单位成本		
	发行人	泰嘉股份	差异	发行人	泰嘉股份	差异
2019 年度	18.88	21.91	-3.03	13.00	13.67	-0.67
2018 年度	18.60	21.61	-3.01	12.60	12.50	0.10
2017 年度	18.19	21.78	-3.59	12.97	12.77	0.20

报告期内，公司的双金属带锯条产品毛利率低于泰嘉股份，主要原因是：（1）公司产品的市场定价和服务策略与泰嘉股份存在差异。公司是双金属带锯条产品市场的后进入者，处于市场拓展期，同档次产品市场定价一般较泰嘉股份低；公司双金属带锯条产品的终端用户市场开拓和售后服务主要由经销商开展，而泰嘉

股份设有数量较多的分支销售机构，并拥有人数较多的销售团队和售后服务团队，该因素导致公司对经销商的销售定价较泰嘉股份低。2017 年度、2018 年度、2019 年度，公司平均单位售价分别较泰嘉股份低 3.59 元/米、3.01 元/米、3.03 元/米。（2）泰嘉股份的 2019 年销量为 1,816.85 万米，高于公司同期的 655.70 万米，在原材料采购上对供应商更有议价能力。

（二）进一步说明发行人各产品的市场竞争力、业务稳定性

发行人在金属材料与热处理方面具备二十余年的技术积累和产业化应用经验，形成了金属热处理工艺、金属材料加工技术和自动化专用装备制造三大核心自主知识产权与技术优势，其优势产品和技术已形成了领先的市场地位。

报告期内，发行人产品以重型模切工具、双金属带锯条为主，两者主营业务收入占比合计分别为 95.28%、92.73%、94.46%和 87.46%，毛利额占比合计分别为 98.78%、98.74%、98.19%和 89.26%。

重型模切工具 2018 年、2019 年销售收入分别增长 15.05%和 2.01%，总体保持稳定并呈增长趋势。发行人重型模切工具市场地位及工艺水平得到市场广泛认可，占据市场主导领先地位，持续为发行人提供稳定的收入和利润来源。据中国轻工机械协会统计，2018 年发行人重型模切工具在国际、国内市场占有率稳居首位。发行人的模切工具被列入福建省制造业单项冠军企业（产品）名单。2019 年，据中国轻工业联合会出具的《科学技术成果鉴定证书》，发行人重型模切工具的关键技术达到了国际领先水平。2020 年 1 月，由发行人提出并主要起草的《模切刀》行业标准，已列入工信部 2020 年第一批行业标准制修订计划。

发行人双金属带锯条自推向市场以来销量稳步增长，2018 年、2019 年销售收入分别增长 17.77%和 14.28%，已发展为我国双金属带锯条领域主要生产企业之一，不断推动发行人收入和利润规模继续扩大。

同时，发行人基于材料、技术、工艺、装备、渠道的共源性，系列化开发了其他新产品，形成了模切、锯切、裁切工具产品系列化，以及配套数控装备的产品结构和梯队。其中轻型模切工具已进入量产阶段，为发行人业务与规模扩张注入新动力；而冷切金属圆锯片、CNC 全自动圆锯机、美工刀等新产品也相继投

入市场，未来这些产品将陆续为发行人业务扩大注入新的动力。

就上述事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（三）毛利及毛利率分析”之“2、主营业务毛利构成及毛利率分析”之“（1）模切工具产品毛利率变化分析”之“①公司重型模切工具毛利率分析”中补充披露如下：

“B、重型模切工具毛利率水平与同行业可比产品的比较分析

重型模切工具主要用于鞋服箱包、汽车内饰件、玩具、工艺品等领域的皮革、多层织物的模切，目前 A 股市场上不存在与重型模切工具切割对象、应用领域和终端客户类型相同或类似的上市公司，无法对公司的重型模切工具产品毛利率与同行业公司进行比较。”

就上述事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（三）毛利及毛利率分析”之“2、主营业务毛利构成及毛利率分析”之“（1）模切工具产品毛利率变化分析”之“②公司轻型模切工具毛利率分析”中补充披露如下：

“B、轻型模切工具毛利率水平与同行业公司可比产品的比较分析

上海达攀是在全国中小企业股份转让系统挂牌的公司，主要产品是轻型模切工具。报告期内，公司轻型模切工具与上海达攀产品的销售收入及毛利率如下表所示：

单位：万元

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率
上海达攀 (872962.O C)	3,266.97	17.11%	7,623.89	17.94%	6,952.36	15.40%	6,016.46	16.79%
发行人	745.07	15.58%	836.53	3.43%	639.77	-30.27%	348.89	-13.07%

数据来源：上海达攀 2017 年、2018 年、2019 年年度报告和 2020 年半年度报告。

报告期内，公司轻型模切工具销售收入较低，2019 年仅为上海达攀的 10.97%。公司的轻型模切工具毛利率低于上海达攀，主要原因是公司的轻型模

切工具尚处于工艺改进、品类开发及市场开拓期，未达到量产，未形成规模效应。”

就上述事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（三）毛利及毛利率分析”之“2、主营业务毛利构成及毛利率分析”之“（2）锯切工具产品毛利率变化分析”之“①公司双金属带锯条毛利率分析”中补充披露如下：

“B、双金属带锯条毛利率水平与同行业可比产品的比较分析

泰嘉股份是在深交所上市的公司，主要产品是双金属带锯条和少量双金属复合材。报告期内，公司双金属带锯条与泰嘉股份产品的销售收入及毛利率如下表所示：

单位：万元

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率
泰嘉股份 (002843.SZ)	17,420.39	32.75%	37,270.75	37.27%	34,596.86	41.48%	29,539.21	41.21%
发行人	7,520.69	30.57%	12,380.55	31.17%	10,833.46	32.26%	9,198.97	28.67%

数据来源：泰嘉股份2017年、2018年、2019年年度报告和2020年半年度报告。

报告期内，公司双金属带锯条销售收入较泰嘉股份低，2019年度销售收入为泰嘉股份的33.22%。最近三年，公司与泰嘉股份的双金属带锯条产品的单位售价、单位成本如下表所示：

单位：元/米

项目	平均单位售价			平均单位成本		
	发行人	泰嘉股份	差异	发行人	泰嘉股份	差异
2019年度	18.88	21.91	-3.03	13.00	13.67	-0.67
2018年度	18.60	21.61	-3.01	12.60	12.50	0.10
2017年度	18.19	21.78	-3.59	12.97	12.77	0.20

报告期内，公司的双金属带锯条产品毛利率低于泰嘉股份，主要原因是：

（1）公司产品的市场定价和服务策略与泰嘉股份存在差异。公司是双金属带锯条产品市场的后进入者，处于市场拓展期，同档次产品市场定价一般较泰嘉股

份低；公司双金属带锯条产品的终端用户市场开拓和售后服务主要由经销商开展，而泰嘉股份设有数量较多的分支销售机构，并拥有人数较多的销售团队和售后服务团队，该因素导致公司对经销商的销售定价较泰嘉股份低。2017年度、2018年度、2019年度，公司平均单位售价分别较泰嘉股份低3.59元/米、3.01元/米、3.03元/米。（2）泰嘉股份的2019年销量为1,816.85万米，高于公司同期的655.70万米，在原材料采购上对供应商更有议价能力。”

五、核查程序和核查意见

（一）核查程序

保荐人、申报会计师执行了以下主要核查程序：

1、访谈发行人管理层，了解公司产品的定价政策、定价原则；了解主要客户报告期各期同类型产品毛利率变动原因、主要客户同类产品销售单价及毛利率存在差异的原因及合理性；

2、核查发行人主要客户各类产品收入、成本核算情况，对主要客户各类产品销售单价及毛利率变动情况进行分析；

3、访谈发行人管理层，了解轻型模切工具、冷切金属圆锯片、双金属复合材毛利率变动原因及合理性，了解轻型模切工具2019年毛利率由负转正的原因及合理性，冷切金属圆锯片2019年毛利率为负的原因；

4、核查发行人轻型模切工具、冷切金属圆锯片、双金属复合材的收入、成本核算情况，对报告期毛利率变动情况进行分析；

5、访谈发行人管理层，了解模切工具常规及异形系列的主要客户、应用领域、生产工序、原材料构成情况，了解常规系列与异形系列在上述方面的差异情况，了解异形系列产品毛利率远高于常规系列的原因及合理性；

6、核查发行人轻型模切工具常规系列、异形系列的收入、成本核算情况，对报告期毛利率变动情况进行分析；

7、查阅同行业上市公司或挂牌公司财务报告，计算其毛利率等指标，与发行人相同或类似产品毛利率进行比较，分析毛利率差异原因及合理性；

8、访谈发行人管理层，了解发行人各产品的市场竞争力、业务稳定性情况。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、发行人制定产品统一基准价格，结合各经销商的信用、订单情况及区域竞争情况，通过实施不同客户返利政策，实行一定差异化的产品定价，同时发行人金属切削工具产品品类、产品系列较多，同一产品品类、同一产品系列的不同规格型号、不同产品等级的销售单价、毛利率不同。通常情况下，产品等级越高，其毛利率越高；产品规格型号越高，其销售单价越高，但因大规格型号产品的生产耗材耗时更多，其毛利率未必更高。主要客户同类产品不同年度毛利率变动较大的原因主要是不同规格型号、等级产品销售结构变动影响所致，主要客户同类产品细分规格型号或产品等级后，不同年度毛利率变动趋势与公司整体毛利率变动趋势基本一致；不同客户同类产品销售单价及毛利率变动的主要原因一方面系不同客户所采购的同类产品规格型号、产品等级存在差异，另一方面由于客户的订单量、信用情况、所处的区域竞争程度等差异，不同客户同类产品所取得的返利比例也存在一定差异；

2、发行人轻型模切工具 2019 年由负转正的主要原因是 2019 年发行人进一步推出异形系列产品，异形系列产品毛利率高于常规系列使得 2019 年轻型模切工具毛利率由负转正，具有合理性；

3、发行人冷切金属圆锯片 2019 年毛利率为负的主要原因是冷切金属圆锯片系 2019 年新推出产品，尚处于工艺改进期和市场开拓期，产销量较少，未形成规模效应，导致毛利率水平为负数；

4、发行人轻型模切工具报告期毛利率波动较大的原因是轻型模切工具于 2017 年下半年推出，处于工艺改进、品类开发、品质提升及市场开拓期，报告期内产品销售结构变化以及产能变动导致的单位成本变动使得毛利率波动较大，具有合理性；

5、发行人双金属复合材报告期毛利率波动较大的原因与单位直接材料成本变动相关，双金属复合材报告期内交易额较小，工序较少，增值率较低，毛利率

易发生波动，具有合理性；

6、发行人模切工具异形系列产品毛利率远高于常规系列的主要原因是：①异形系列产品的结构较常规系列产品复杂，单位产品的材料耗用较高、生产时间较长，使得异形系列产品单位成本较高；②异形系列产品相对于常规系列产品属于小众、高端化产品，同行业生产企业相对较少，竞争较小；③且由于在用户生产成本中占比较低，相对于产品性能、质量稳定性而言，客户对价格敏感度相对不高，所以异形系列产品的销售价格高于常规系列产品，具有合理性；

7、目前 A 股市场上不存在与重型模切工具切割对象、应用领域和终端客户类型相同或类似的上市公司，无法对发行人的重型模切工具产品毛利率与同行业上市公司进行比较。发行人轻型模切工具、双金属带锯条毛利率低于同行业公司相同或类似产品，与发行人细分产品的发展阶段、市场地位、市场定价和服务策略有关，具有合理性。

6.关于期间费用

根据申报材料：

发行人报告期的销售费用率低于金属制品业上市公司平均值，主要因发行人无需大量市场开拓，终端客户的市场开拓和售后服务由经销商开展。报告期发行人模切工具境外销售平均单位运费逐年减少，主要系发行人2017年以厦门顺丰达物流有限公司为主，2018年下半年引进多家物流公司竞争导致出口运费及港杂费单价下降所致。

请发行人补充披露：

(1) 发行人销售费用的主要构成情况、各产品市场推广具体情况、主要经销商报告期内销售发行人主要产品对应的市场推广及售后服务费用金额及占比情况，披露发行人报告期的销售费用率低于同行业可比上市公司平均值的合理性。

(2) 结合各物流供应商运费报价、竞标过程等情况，披露报告期出口运费及港杂费单价下降的具体原因、幅度及合理性，与同行业可比公司是否存在显著差异。

(3) 发行人管理费用率及研发费用率与同行业可比公司对比情况，并分析差异原因及合理性。

请保荐人和申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人销售费用的主要构成情况、各产品市场推广具体情况、主要经销商报告期内销售发行人主要产品对应的市场推广及售后服务费用金额及占比情况，披露发行人报告期的销售费用率低于同行业可比上市公司平均值的合理性

1、发行人销售费用的主要构成情况

报告期内，公司销售费用明细情况如下：

单位：万元、%

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
运输、港杂费用	-	-	550.84	63.55	536.57	70.23	498.26	78.50
职工薪酬	127.10	48.94	181.94	20.99	100.54	13.16	64.24	10.12
广告宣传费	85.96	33.10	44.15	5.09	45.39	5.94	30.10	4.74
业务招待费	5.46	2.10	14.34	1.65	11.94	1.56	9.08	1.43
租赁费	-	-	13.99	1.61	23.28	3.05	-	-
其他费用	41.20	15.86	61.58	7.10	46.33	6.06	33.03	5.20
合计	259.72	100.00	866.84	100.00	764.05	100.00	634.71	100.00

注：发行人于2020年1月1日执行《企业会计准则第14号—收入（2017年修订）》（财会【2017】22号）（以下简称“新收入准则”），根据新收入准则，2020年1-6月与销售相关的运输及港杂费用计入营业成本；执行新收入准则前，运输及港杂费用计入销售费用。

报告期内，公司的销售费用分别为634.71万元、764.05万元、866.84万元和259.72万元，占当期营业收入的比重分别为2.03%、2.11%、2.30%和1.49%，主要由运输及港杂费用、职工薪酬组成；其中，2020年1-6月计入营业成本的运输及港杂费用金额为229.36万元，若考虑运输及港杂费用后2020年1-6月发行人销售费用占当期营业收入的比重为2.80%，报告期内与发行人主营业务收入变动趋势一致。

2、各产品市场推广的具体情况

就上述事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（五）期间费用分析”之“1、销售费用”中补充披露如下：

“（2）发行人产品的市场推广

①发行人产品的市场推广基本情况

发行人产品主要为金属切削工具，采用经销为主的销售模式。发行人生产经营的金属切削工具属于工业耗材，终端客户具有数量较多、集中度低、区域分散的特点，采用经销商为主的销售模式可以简化发行人销售管理，使得发行人可以将管理重心放在产品研发和经销商开发上，同时能够充分发挥经销商覆

覆盖面广、贴近当地终端客户的优势，通过经销商实现终端客户的开拓和终端市场的精耕细作。

报告期内，发行人的市场推广主要通过赠送样品、参加行业展会以及广告画册宣传等方式进行业务开拓活动，公司市场推广总体金额较小。

公司各产品市场推广的具体情况如下：

单位：万元

推广方式	产品类别	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
赠送样品	模切工具	-	0.40	0.17	0.69
	锯切工具	10.33	14.76	6.95	3.04
参加行业展会	模切工具	1.97	1.70	—	8.08
	锯切工具	5.70	4.10	34.90	9.18
	智能数控装备	6.15	12.28	—	—
广告画册宣传	模切工具	25.60	—	0.59	3.97
	锯切工具	10.52	3.68	2.78	5.14
	智能数控装备	25.69	7.23	—	—
合计		85.96	44.15	45.39	30.10

报告期内，公司用于市场推广的广告宣传费分别为 30.10 万元、45.39 万元、44.15 万元和 85.96 万元，占主营业务收入的比例分别为 0.10%、0.13%、0.12% 和 0.49%，市场推广费的金额和占比均较小。

模切工具为公司 1995 年成立时的主要产品，经营历史较长，市场认可度较高，客户较为稳定，具有行业领先地位，因此无需进行大量业务开拓与广告宣传活动，市场推广费较低。2020 年 1-6 月市场推广费发生额为 27.57 万元，其中模切工具广告画册宣传费用 25.60 万元主要用于新产品轻型模切工具宣传推广。

锯切工具为公司 2012 年基于在金属热处理等关键技术方面的深厚积累推出的产品，发行人生产的双金属带锯条产品具有较好的韧性、硬度、耐磨性等特性，受到市场认可，产销规模快速扩大，现已成为了国内双金属带锯条行业主要生产企业之一，因此亦无需进行大量业务开拓与广告宣传活动，最近三年市场推广费相对较低，但略高于模切工具。

智能数控装备为公司基于在自动化专用装备制造方面的长期技术积累，开始延伸至产业链下游，逐步为客户提供可与金属切削工具相配套使用的智能数控装备，该产品于2019年下半年开始向市场销售，产品销售初期需要进行一定的市场推介，因此智能数控装备2019年和2020年1-6月的市场推广费占比较高。”

3、主要经销商报告期内销售发行人主要产品对应的市场推广及售后服务费用金额及占比情况

发行人的销售模式为买断式经销，发行人销售给经销商即实现销售；发行人的经销商依靠自身的资源和能力发展分销商和开拓终端客户，自主开展市场推广活动。

发行人的经销商不是仅销售发行人产品，通常综合经营多种品类和多个厂家的产品，其中重型模切工具的经销商除了主要销售发行人的重型模切工具外，还销售部分其他厂家的重型模切工具和下游刀模厂加工制作刀模所需的冲子、钢条等配件；双金属带锯条的经销商和分销商除销售发行人的双金属带锯条外，一般还销售包括进口和国产在内的多个厂商生产的双金属带锯条以及带锯床、各类锯床零配件，同时提供将盘带焊接成根带的业务。

由于发行人的经销商未单独核算其销售的各类产品对应的市场推广、售后服务费用等相关费用，假设发行人经销商的管理费用、销售费用等期间费用均为经销商销售产品发生的市场推广及售后服务费等费用，发行人经销商期间费用率视同其销售发行人产品的市场推广、售后服务费用占销售发行人产品收入的比例。根据发行人经销商在配合发行人中介机构实地走访时提供的经营数据，发行人最近三年前五大经销商2019年的市场推广及售后服务费金额及其销售收入占比情况如下：

单位：万元

序号	经销商名称	主要经销产品	市场推广及售后服务费	销售收入占比
1	佛山市三水兴盛源刀模材料有限公司	重型模切工具	76.54	6.67%
	东莞市三海五金模具有限公司	重型模切工具	73.50	6.42%
2	晋江南泰刀模材料贸易有限公司	重型模切工具	98.98	3.13%
3	泉州市高力高贸易有限公司	重型模切工具	76.01	5.09%

序号	经销商名称	主要经销产品	市场推广及售后服务费	销售收入占比
4	台州市荣耀模具有限公司	重型模切工具	83.27	5.88%
5	东莞市宁特模具有限公司	重型模切工具	49.19	4.76%
6	浙江立信锯业有限公司	双金属带锯条	41.57	7.32%
	无锡合诺锯切科技有限公司	双金属带锯条	31.68	12.04%
7	东莞市巨久锯业有限公司	双金属带锯条	74.01	10.50%

发行人的主要经销商中，重型模切工具经销商的期间费用率为 3%-7%，双金属带锯条经销商的期间费用率为 10-12%，发行人经销商销售双金属带锯条的费用率高于重型模切工具符合双金属带锯条市场经销商层次多的特点，亦与发行人双金属带锯条和重型模切工具的市场地位相匹配，具有商业合理性。

就上述事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（五）期间费用分析”之“1、销售费用”中补充披露如下：

“②主要经销商市场推广及售后服务情况

发行人的销售模式为买断式经销，发行人销售给经销商即实现销售；发行人的经销商依靠自身的资源和能力发展分销商和开拓终端客户，自主开展市场推广活动。

发行人的经销商不是仅销售发行人产品，通常综合经营多种品类和多个厂家的产品，其中重型模切工具的经销商除了主要销售发行人的重型模切工具外，还销售部分其他厂家的重型模切工具和下游刀模厂加工制作刀模所需的冲子、钢条等配件；双金属带锯条的经销商和分销商除销售发行人的双金属带锯条外，一般还销售包括进口和国产在内的多个厂商生产的双金属带锯条以及带锯床、各类锯床零配件，同时提供将盘带焊接成根带的业务。发行人的主要经销商未单独核算其销售的各类产品对应的市场推广、售后服务费用等相关费用。”

4、发行人报告期的销售费用率低于同行业可比上市公司平均值的合理性

就上述事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（五）期间费用分析”之“1、销售费用”中补充披露如下：

“(4) 发行人报告期的销售费用率低于金属制品业主要上市公司平均值的合理性

金属切削工具是实现机床功能的核心部件，应用范围较广，类别繁多，不同类别的切削工具在所使用的主要原材料、产品特点、切削对象、应用领域和终端客户类型、销售模式等方面均存在较大差异，其中切削对象、应用领域和终端客户类型的不同将直接导致不同类别的切削工具生产企业所面临的经营环境、下游应用需求、经营模式、技术特点、产品结构和盈利水平等方面具有较为明显的差异，该等差异将使得不同类别的切削工具生产企业在销售模式和市场推广方面的可比性较弱。

目前 A 股市场上不存在与发行人主导产品重型模切工具切割对象、应用领域和终端客户类型相同或类似的上市公司，发行人不存在同行业可比上市公司。

发行人与所属行业金属制品业主要上市公司的销售费用率具体如下：

单位：%

公司简称及股票代码	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
山东威达 (002026.SZ)	1.88	2.28	2.06	2.45
恒锋工具 (300488.SZ)	6.17	4.55	4.67	4.21
博深股份 (002282.SZ)	6.61	7.03	8.33	11.39
泰嘉股份 (002843.SZ)	6.01	6.53	6.64	7.05
沃尔德 (688028.SH)	6.24	8.18	7.25	6.63
金属制品业上市公司平均值	5.38	5.71	5.79	6.35
发行人	1.49 (2.80)	2.30	2.11	2.03

注：销售费用率=销售费用/营业收入

由上表可见，公司销售费用率低于金属制品业主要上市公司平均值，与山东威达接近。其中，2020 年 1-6 月因执行新收入准则计入营业成本的运输及港杂费用金额为 229.36 万元，若考虑运输及港杂费用后 2020 年 1-6 月发行人销售费用占当期营业收入的比重为 2.80%。公司销售费用率较低的主要原因包括：

①在模切工具方面，自上世纪 90 年代以来，公司通过多年持续的研发投入和积累，市场地位及工艺水平得到了广泛认可。据中国轻工机械协会统计，2018 年公司重型模切工具在国际、国内市场占有率稳居首位。长期以来，公司的

“LINGYING”、“RJ 锐锯”、“DAJU 达钜”等品牌的模切工具产品已受到市场的广泛认可，在业内积累了较高的知名度，公司在行业的领先地位较为明显，主要客户较为稳定，无需进行大量的业务开拓与广告宣传活动。公司 2017 年推出的轻型模切工具依托于原重型模切工具的销售渠道及销售客户的基础，因此其推广费用较低，具有合理性。

②在锯切工具方面，公司综合销售费用率低于泰嘉股份销售费用率，主要原因系公司产品的市场定价和服务策略与泰嘉股份存在差异。公司双金属带锯条产品的终端用户市场开拓和售后服务主要由经销商开展，而泰嘉股份设有数量较多的分支销售机构，并拥有人数较多的销售团队和服务团队，该因素导致公司一方面对经销商的销售定价较泰嘉股份低，另一方面公司综合销售费用率亦较泰嘉股份低，具有合理性。”

二、结合各物流供应商运费报价、竞标过程等情况，披露报告期出口运费及港杂费单价下降的具体原因、幅度及合理性，与同行业可比公司是否存在显著差异

报告期内，公司出口的主要产品为重型模切工具，境外销售运费及发货数量情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
发货数量（吨）	1,267.56	3,387.83	2,455.18	2,153.37
出口运费及港杂费（万元）	25.81	67.99	52.04	52.88
平均单位运费（元/吨）	203.62	200.69	211.96	245.57
平均单位运费下降幅度	1.46%	-5.32%	-13.69%	

注：公司外销结算方式分为 CIF、FOB 和 EXW，以 CIF 为主，部分 FOB 和少量 EXW，EXW 结算模式下的出口货物离厂相关费用均由买方承担，故此处的发货数量是指 CIF 和 FOB 结算方式下的发货数量。

2018 年和 2019 年，公司模切工具境外销售平均单位运费分别较上年下降 13.69%和 5.32%，主要系公司 2017 年出口物流供应商以厦门顺丰达物流有限公司为主，2018 年下半年引进厦门市大涵物流有限公司、厦门博达捷运物流有限公司等物流供应商，由于引入竞争后的新增物流供应商报价较低，从而单位出口运费及港杂费下降；2020 年 1-6 月，模切工具境外销售平均单位运费与 2019 年基本一致。

报告期内，公司主要境外物流服务商的报价情况如下：

单位：元/柜

货柜	年度	厦门顺丰达物流有限公司	厦门市大涵物流有限公司	厦门博达捷运物流有限公司
20GP	2020年1-6月	无合作	4,127.00	3,842.00
	2019年	无合作	4,127.00	3,842.00
	2018年	4,551.00	4,127.00	3,842.00
	2017年	4,551.00	无合作	
40GP	2020年1-6月	无合作	4,602.00	4,244.00
	2019年	无合作	4,602.00	4,244.00
	2018年	4,851.00	4,602.00	4,244.00
	2017年	4,851.00	无合作	

注 1：20GP 指长宽高为 6.058×2.438×2.591 的集装箱；40GP 指长宽高为 12.192×2.438×2.896 的集装箱；

注 2：报价包括：集装箱码头装卸作业费、单证费、封铅费、电放费、EIR、拖车费、海沧提卸、订舱费。

报告期内，三家主要境外物流服务商中，报价从高到低分别是厦门顺丰达物流有限公司、厦门市大涵物流有限公司、厦门博达捷运物流有限公司。公司 2017 年主要与厦门顺丰达物流有限公司合作，2018 年公司加强费用管控，引入竞争方，通过对物流服务商的询比价，引进厦门市大涵物流有限公司和厦门博达捷运物流有限公司，选择价格具有优势的服务商进行合作，使得公司出口运费及港杂费的单价下降，具有合理性。

公司的外销产品主要为重型模切工具，目前 A 股市场上不存在与发行人主导产品重型模切工具切割对象、应用领域和终端客户类型相同或类似的上市公司，且对比发行人所属行业金属制品业主要上市公司的年报，均无单独披露出口运费及港杂费的情况，因此无法对公司的出口运费及港杂费与同行业公司进行比较。

就上述事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（五）期间费用分析”之“1、销售费用”中补充披露如下：

“（3）出口运费及港杂费分析

报告期内，公司出口的主要产品为重型模切工具，境外销售运费及发货数量情况如下：

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
发货数量(吨)	1,267.56	3,387.83	2,455.18	2,153.37
出口运费及港杂费(万元)	25.81	67.99	52.04	52.88
平均单位运费(元/吨)	203.62	200.69	211.96	245.57
平均单位运费下降幅度	1.46%	-5.32%	-13.69%	

注：公司外销结算方式分为 CIF、FOB 和 EXW，以 CIF 为主，部分 FOB 和少量 EXW，EXW 结算模式下的出口货物离厂相关费用均由买方承担，故此处的发货数量是指 CIF 和 FOB 结算方式下的发货数量。

2018 年和 2019 年，公司模切工具境外销售平均单位运费分别较上年下降 13.69% 和 5.32%，主要系公司 2017 年出口物流供应商以厦门顺丰达物流有限公司为主，2018 年下半年引进厦门市大涵物流有限公司、厦门博达捷运物流有限公司等物流供应商，由于引入竞争后的新增物流供应商报价较低，从而单位出口运费及港杂费下降；2020 年 1-6 月模切工具境外销售平均单位运费与 2019 年基本一致。

报告期内，三家主要境外物流服务商中，报价从高到低分别是厦门顺丰达物流有限公司、厦门市大涵物流有限公司、厦门博达捷运物流有限公司。公司 2017 年主要与厦门顺丰达物流有限公司合作，2018 年公司加强费用管控，引入竞争方，通过对物流服务商的询比价，引进厦门市大涵物流有限公司和厦门博达捷运物流有限公司，选择价格具有优势的服务商进行合作，使得公司出口运费及港杂费的单价下降，具有合理性。”

三、发行人管理费用率及研发费用率与同行业可比公司对比情况，并分析差异原因及合理性。

1、发行人管理费用率与同行业可比公司对比情况

就上述事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（五）期间费用分析”之“2、管理费用”中补充披露如下：

“（3）发行人管理费用率与金属制品业主要上市公司对比情况

发行人与所属行业金属制品业主要上市公司的管理费用率具体如下：

单位：%

公司简称及股票代码	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
山东威达（002026.SZ）	7.46	6.76	6.76	6.30
恒锋工具（300488.SZ）	10.94	9.24	10.66	10.37
博深股份（002282.SZ）	5.99	6.45	5.95	8.83
泰嘉股份（002843.SZ）	7.57	8.91	15.46	10.74
沃尔德（688028.SH）	10.74	11.42	8.63	7.33
金属制品业上市公司平均值	8.54	8.56	9.50	8.71
发行人	4.05	3.57	5.01	3.79

因山东威达、恒锋工具、泰嘉股份以及发行人在报告期内均存在股份支付的情况，剔除股份支付的影响后，具体分析如下：

单位：%

公司简称及股票代码	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
山东威达（002026.SZ）	7.46	6.78	6.31	6.30
恒锋工具（300488.SZ）	10.94	9.83	8.12	8.81
博深股份（002282.SZ）	5.99	6.45	5.95	8.83
泰嘉股份（002843.SZ）	7.57	8.91	9.43	10.16
沃尔德（688028.SH）	10.74	11.42	8.63	7.33
金属制品业上市公司平均值	8.54	8.68	7.69	8.29
发行人	4.05	3.57	3.34	3.79

报告期内，公司管理费用率低于金属制品业主要上市公司平均水平，主要原因系与金属制品业主要上市公司相比，公司生产与管理集中于福建省莆田市，不存在异地子公司或联营企业，不涉及跨区域生产经营管理；同时，公司管理较为扁平化，管理层级及管理人员数量相对较少，管理成本相对较低，具有合理性。”

2、发行人研发费用率与同行业可比公司对比情况

就上述事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（五）期间费用分析”之“3、研发费用”中补充披露如下：

“ (6) 发行人研发费用率与金属制品业主要上市公司对比情况

发行人与所属行业金属制品业主要上市公司的研发费用率具体如下：

单位：%

公司简称及股票代码	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
山东威达(002026.SZ)	5.11	4.90	4.26	4.27
恒锋工具(300488.SZ)	6.03	5.16	5.08	5.29
博深股份(002282.SZ)	3.17	3.32	3.17	3.77
泰嘉股份(002843.SZ)	3.71	3.56	3.32	3.19
沃尔德(688028.SH)	7.20	6.86	6.35	6.13
金属制品业上市公司平均值	5.05	4.76	4.44	4.53
发行人	2.64	3.35	3.50	3.13

报告期内，公司研发费用率与博深股份和泰嘉股份接近，略低于金属制品业主要上市公司平均水平，主要系各公司的主营产品有所差异，研发方向及研发领域不同，以及不同地区研发人员工资水平存在差异，具有合理性。”

四、核查程序和核查意见

(一) 核查程序

保荐人、申报会计师就上述事项执行了如下核查程序：

1、了解、评价并测试了发行人与销售费用、管理费用、研发费用相关的关键内部控制的设计和运行有效性；

2、获取销售费用、管理费用、研发费用明细表，确定计算的准确性，并与总账核对一致；执行分析性程序，计算分析各期销售费用、管理费用、研发费用的构成情况，针对销售费用，执行运费、港杂费与销售收入及销量的匹配性分析，识别重大明显的异常波动并查找原因；

3、针对各期发生的销售费用、管理费用、研发费用，选取样本检查合同、发票、结算依据、付款回单等支持性文件；

4、抽取资产负债表日前后凭证，实施截止测试，检查支持性文件，评价费用是否被记录于正确的会计期间；

5、与管理层访谈，了解报告期内发行人各主要产品市场推广具体情况，了解发行人报告期销售费用率低于发行人所属行业金属制品业主要上市公司的合理性；

6、对主要经销商进行实地走访，了解主要经销商报告期内销售发行人主要产品对应的市场推广及售后服务费用金额及占比情况；

7、与管理层访谈，了解报告期出口运费及港杂费单价下降的具体原因及合理性；获取并检查各物流供应商运费报价、询比价文件；

8、与发行人所属行业金属制品业主要上市公司进行对比，与管理层访谈，了解并分析管理费用率及研发费用率差异原因及合理性。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、发行人销售费用率低于所属行业金属制品业主要上市公司平均值，主要系：①采用经销商模式下，发行人将管理重心放在产品研发与经销商开发上，通过经销商实现终端用户的开拓和终端市场的精耕细作，市场推广活动主要由经销商自主开展；②针对模切工具，发行人在业内积累了较高的知名度，在行业的领先地位较为明显，主要客户较为稳定，无需进行大量的业务开拓活动；③针对锯切工具，发行人双金属带锯条产品的终端用户市场开拓和售后服务主要由经销商开展，使得发行人的销售费用率较低，具有合理性；

2、发行人模切工具境外销售平均单位运费逐年减少，主要系发行人 2017 年以厦门顺丰达物流有限公司为主，2018 年下半年引进厦门市大涵物流有限公司、厦门博达捷运物流有限公司等物流供应商进行竞争，由于新增物流供应商报价较低，从而带来单位产品出口运费及港杂费下降，具有合理性；

3、发行人管理费用率低于所属行业金属制品业主要上市公司平均值，主要系与金属制品业主要上市公司相比，发行人生产与管理集中于福建省莆田市，不存在异地子公司和联营企业，不涉及跨区域生产经营管理，同时管理较为扁平化，管理层级及管理人员数量相对较少，管理成本较低，具有合理性。发行人研发费用率与博深股份和泰嘉股份接近，略低于金属制品业主要上市公司平均水平，主

要系各公司的主营产品有所差异，研发方向及研发领域不同，以及不同地区研发人员工资水平存在差异，具有合理性。

7. 关于应收账款

根据申报材料：

(1) 发行人 2017 年和 2018 年对应收账款 1 年以内、1 至 2 年、2 至 3 年及 3 年以上账龄的坏账准备计提比例分别为 5%、10%、30%和 100%；2019 年对应坏账准备计提比例分别为 0.14%、64.15%、56.05%和 50%。

(2) 报告期各期末发行人逾期的应收账款金额分别为 263.27 万元、139.39 万元和 134.97 万元，占各期末应收账款余额的 5.03%、2.56%和 2.64%。

(3) 发行人报告期各期末应收账款余额占当期营业收入的比例分别为 16.76%、15.01%和 13.57%，呈现下降趋势。报告期期末应收账款余额增长率分别为 3.89%、-5.98%，当期营业收入增长率分别为 16.03%、4.00%。

请发行人补充披露：

(1) 报告期各期执行《企业会计准则——金融工具确认及计量》的具体情况，说明 2019 年的坏账计提政策、坏账计提比例的计算方式及依据，与报告期前两年计提比例存在较大差异的原因及合理性，对 3 年以上账龄的应收账款坏账准备计提比例下降较多的原因及合理性，报告期坏账准备计提是否充分。

(2) 结合各主要客户应收账款逾期的具体时间、逾期金额、逾期原因、逾期客户的资产、经营状况等，补充说明并披露对逾期款项坏账准备计提的充分性。

(3) 报告期各期末应收账款余额占当期营业收入的比例逐年下降的原因及合理性，2019 年应收款余额较上年同期下降的原因及合理性，应收款余额增长趋势与营业收入增长率是否匹配。

请保荐人和申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、报告期各期执行《企业会计准则——金融工具确认及计量》的具体情况，说明 2019 年的坏账计提政策、坏账计提比例的计算方式及依据，与报告期前两年计提比例存在较大差异的原因及合理性，对 3 年以上账龄的应收账款坏

账准备计提比例下降较多的原因及合理性，报告期坏账准备计提是否充分

（一）报告期各期执行《企业会计准则——金融工具确认及计量》的具体情况

2018 年度及以前，关于金融工具的确认及计量，发行人执行《企业会计准则——金融工具确认及计量》（2006）。

财政部于 2017 年 3 月 31 日分别发布了《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量（2017 年修订）》（财会【2017】7 号）、《企业会计准则第 23 号—金融资产转移（2017 年修订）》（财会【2017】8 号）、《企业会计准则第 24 号—套期会计（2017 年修订）》（财会【2017】9 号），于 2017 年 5 月 2 日发布了《企业会计准则第 37 号—金融工具列报（2017 年修订）》（财会【2017】14 号）（上述准则以下统称“新金融工具准则”），要求境内上市企业自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则。发行人于 2019 年 1 月 1 日执行上述新金融工具准则，对会计政策的相关内容进行调整。于 2019 年 1 月 1 日之前的金融工具确认和计量与新金融工具准则要求不一致的，发行人按照新金融工具准则的规定，对金融工具的分类和计量（含减值）进行追溯调整，将金融工具原账面价值和在新金融工具准则施行日（即 2019 年 1 月 1 日）的新账面价值之间的差额计入 2019 年 1 月 1 日的留存收益或其他综合收益。同时，发行人未对比较财务报表数据进行调整。

就上述事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“六、主要会计政策和会计估计”之“（三十）重要会计政策和会计估计的变更”中补充披露如下：

“2018 年度及以前，关于金融工具的确认及计量，发行人执行《企业会计准则——金融工具确认及计量》（2006）。

财政部于 2017 年 3 月 31 日分别发布了《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量（2017 年修订）》（财会【2017】7 号）、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移（2017 年修订）》（财会【2017】8 号）、《企业会计准则第 24 号——套期会计（2017 年修订）》（财会【2017】9 号），于 2017 年 5 月 2 日发布了《企

业会计准则第 37 号——金融工具列报（2017 年修订）》（财会【2017】14 号）（上述准则以下统称“新金融工具准则”）。要求境内上市企业自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则。本公司于 2019 年 1 月 1 日执行上述新金融工具准则，对会计政策的相关内容进行调整，详见本节“六、主要会计政策和会计估计”之“（九）金融工具”。

于 2019 年 1 月 1 日之前的金融工具确认和计量与新金融工具准则要求不一致的，本公司按照新金融工具准则的规定，对金融工具的分类和计量（含减值）进行追溯调整，将金融工具原账面价值和在新金融工具准则施行日（即 2019 年 1 月 1 日）的新账面价值之间的差额计入 2019 年 1 月 1 日的留存收益或其他综合收益。同时，本公司未对比较财务报表数据进行调整。”

（二）说明 2019 年的坏账计提政策、坏账计提比例的计算方式及依据，与报告期前两年计提比例存在较大差异的原因及合理性

1、2019 年的坏账计提政策

公司金融工具主要为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，以预期信用损失为基础确认损失准备。

①预期信用损失的计量

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。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。

整个存续期预期信用损失，是指因金融工具整个预计存续期内所有可能发生的违约事件而导致的预期信用损失。

未来 12 个月内预期信用损失，是指因资产负债表日后 12 个月内（若金融工具的预计存续期少于 12 个月，则为预计存续期）可能发生的金融工具违约事件而导致的预期信用损失，是整个存续期预期信用损失的一部分。

于每个资产负债表日，公司对于处于不同阶段的金融工具的预期信用损失分别进行计量。金融工具自初始确认后信用风险未显著增加的，处于第一阶段，公司按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后信

用风险已显著增加但尚未发生信用减值的，处于第二阶段，公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后已经发生信用减值的，处于第三阶段，公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

对于在资产负债表日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并未显著增加，按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备。

公司对于处于第一阶段和第二阶段、以及较低信用风险的金融工具，按照其未扣除减值准备的账面余额和实际利率计算利息收入。对于处于第三阶段的金融工具，按照其账面余额减已计提减值准备后的摊余成本和实际利率计算利息收入。

对于应收票据、应收账款及应收款项融资款，无论是否存在重大融资成分，公司均按照整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

对于存在客观证据表明存在减值，以及其他适用于单项评估的应收票据、应收账款，其他应收款、应收款项融资等单独进行减值测试，确认预期信用损失，计提单项减值准备。对于不存在减值客观证据的应收票据、应收账款、其他应收款、应收款项融资、合同资产或当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，公司依据信用风险特征将应收票据、应收账款、其他应收款、应收款项融资及合同资产等划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据如下：

1) 应收票据：

应收票据组合 1 商业承兑汇票

应收票据组合 2 银行承兑汇票

对于划分为组合的应收票据，公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

2) 应收账款：

应收账款组合 1 应收客户货款-模切工具行业客户

应收账款组合 2 应收客户货款-锯切工具行业及其他客户

对于划分为组合的应收账款，公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

3) 其他应收款：

其他应收款组合 1 应收利息

其他应收款组合 2 应收股利

其他应收款组合 3 应收押金和保证金

其他应收款组合 4 应收其他款项

对于划分为组合的其他应收款，公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

4) 应收款项融资确定组合的依据如下：

应收款项融资组合 1 银行承兑汇票

对于划分为组合的应收款项融资，公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

②具有较低的信用风险

如果金融工具的违约风险较低，借款人在短期内履行其合同现金流量义务的能力很强，并且即便较长时期内经济形势和经营环境存在不利变化但未必一定降低借款人履行其合同现金流量义务的能力，该金融工具被视为具有较低的信用风险。

③信用风险显著增加

公司通过比较金融工具在资产负债表日所确定的预计存续期内的违约概率与在初始确认时所确定的预计存续期内的违约概率，以确定金融工具预计存续期内发生违约概率的相对变化，以评估金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。

在确定信用风险自初始确认后是否显著增加时，公司考虑无须付出不必要的额外成本或努力即可获得的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息。公司考虑的信息包括：

A. 信用风险变化所导致的内部价格指标是否发生显著变化；

B. 预期将导致债务人履行其偿债义务的能力是否发生显著变化的业务、财务或经济状况的不利变化；

C. 债务人经营成果实际或预期是否发生显著变化；债务人所处的监管、经济或技术环境是否发生显著不利变化；

D. 作为债务抵押的担保物价值或第三方提供的担保或信用增级质量是否发生显著变化。这些变化预期将降低债务人按合同规定期限还款的经济动机或者影响违约概率；

E. 预期将降低债务人按合同约定期限还款的经济动机是否发生显著变化；

F. 借款合同的预期变更，包括预计违反合同的行为是否可能导致的合同义务的免除或修订、给予免息期、利率跳升、要求追加抵押品或担保或者对金融工具的合同框架做出其他变更；

G. 债务人预期表现和还款行为是否发生显著变化；

H. 合同付款是否发生逾期超过（含）30日。

根据金融工具的性质，公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估信用风险是否显著增加。以金融工具组合为基础进行评估时，公司可基于共同信用风险特征对金融工具进行分类，例如逾期信息和信用风险评级。

通常情况下，如果逾期超过30日，公司确定金融工具的信用风险已经显著增加。除非本公司无需付出过多成本或努力即可获得合理且有依据的信息，证明虽然超过合同约定的付款期限30天，但信用风险自初始确认以来并未显著增加。

④已发生信用减值的金融资产

公司在资产负债表日评估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应收款项融资是否已发生信用减值。当对金融资产预

期未来现金流量具有不利影响的一项或多项事件发生时，该金融资产成为已发生信用减值的金融资产。金融资产已发生信用减值的证据包括下列可观察信息：

发行方或债务人发生重大财务困难；债务人违反合同，如偿付利息或本金违约或逾期等；债权人出于与债务人财务困难有关的经济或合同考虑，给予债务人在任何其他情况下都不会做出的让步；债务人很可能破产或进行其他财务重组；发行方或债务人财务困难导致该金融资产的活跃市场消失；以大幅折扣购买或源生一项金融资产，该折扣反映了发生信用损失的事实。

⑤预期信用损失准备的列报

为反映金融工具的信用风险自初始确认后的变化，公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，应当作为减值损失或利得计入当期损益。对于以摊余成本计量的金融资产，损失准备抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值；对于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的应收款项融资，公司在其他综合收益中确认其损失准备，不抵减该金融资产的账面价值。

⑥核销

如果公司不再合理预期金融资产合同现金流量能够全部或部分收回，则直接减记该金融资产的账面余额。这种减记构成相关金融资产的终止确认。这种情况通常发生在中国确定债务人没有资产或收入来源可产生足够的现金流量以偿还将被减记的金额。

已减记的金融资产以后又收回的，作为减值损失的转回计入收回当期的损益。

2、坏账计提比例的计算方式及依据

发行人对于应收账款的预期信用损失分组合采用以账龄表为基础的迁徙减值矩阵，计算过程如下：①汇总了过去四年的账龄分布情况；②计算各账龄段的迁徙率；③根据三年平均迁徙率情况计算出各账龄的历史平均损失率；④为了在历史损失经验基础上反映当前预期，发行人基于以往经验和判断，考虑前瞻性调整，最终得到 2019 年末预期信用损失率。

按组合计算的 2019 年末预期信用损失率如下：

组合 1：模切工具行业客户

账 龄	历史平均损失率	前瞻性调整	预期信用损失率
1 年以内	0.03%	10.00%	0.03%
1-2 年	3.70%	10.00%	4.07%
2-3 年	11.58%	10.00%	12.74%
3 年以上	33.17%	注 1	50.00%

注 1：为了在历史损失经验基础上反映当前预期，发行人基于以往经验和判断，考虑前瞻性调整，3 年以上的预期信用损失率调增至 50%。

组合 2：锯切工具行业及其他客户

账 龄	历史平均损失率	前瞻性调整	预期信用损失率
1 年以内	0.18%	10.00%	0.20%
1-2 年	7.96%	10.00%	8.76%
2-3 年	20.94%	10.00%	23.03%
3 年以上	0.00%	注 1	50.00%

注 1：为了在历史损失经验基础上反映当前预期，发行人基于以往经验和判断，考虑前瞻性调整，3 年以上的预期信用损失率调增至 50%。

就上述事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）流动资产的构成及变化情况分析”之“3、应收账款”之“（2）应收账款坏账准备情况及账龄结构分析”中补充披露如下：

“②2019 年坏账计提比例的计算方式及依据

公司对于应收账款的预期信用损失分组合采用以账龄表为基础的迁徙减值矩阵，计算过程如下：A、汇总了过去四年的账龄分布情况；B、计算各账龄段的迁徙率；C、根据三年平均迁徙率情况计算出各账龄的历史平均损失率；D、为了在历史损失经验基础上反映当前预期，公司基于以往经验和判断，考虑前瞻性调整，最终得到 2019 年末预期信用损失率。”

（3）与报告期前两年计提比例存在较大差异的原因及合理性

2018 年度及以前，发行人对于应收款项减值准备的方法包括单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项，其中，按信用风险特征组

合计计提坏账准备的应收款项组合包括账龄组合、特定款项组合、应收银行承兑汇票组合。发行人对账龄组合采用账龄分析法计提坏账。

2019年1月1日起，发行人执行财政部于2017年3月31日分别发布的《企业会计准则第22号—金融工具确认和计量（2017年修订）》（财会【2017】7号）。执行新金融工具准则后，发行人以预期信用损失为基础确认损失准备。

采用账龄分析法和预期信用损失计提坏账影响差异如下：

单位：万元

项目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
账龄分析法坏账准备余额	354.37	300.03	324.47
预期信用损失坏账准备余额	83.46	56.78	60.30
坏账准备余额差异	270.91	243.26	264.17
对当期净利润影响	23.51	-17.78	
当期净利润	7,201.15	6,463.61	
影响金额占比	0.33%	-0.28%	

预期信用损失模型下，由于发行人应收账款的回收率高，截止2019年12月31日模切工具行业客户、锯切工具及其他行业客户的应收账款回收率分别为99.86%、99.69%；且历史损失率较低，截止2019年12月31日模切工具行业客户、锯切工具及其他行业客户的应收账款历史平均损失率分别为0.14%、0.31%，考虑前瞻性调整后计算的预期信用损失率与账龄分析法下计提比例存在一定差异，但按照两种方式计提坏账准备对当期净利润影响金额较小。2019年度，发行人采用账龄分析法和预期信用损失计提坏账对当期净利润影响金额为23.51万元，占当期净利润的0.33%，占比较小。

以预期信用损失为基础确认损失准备符合执行新金融工具准则的规定，能够反映发行人未来坏账的损失情况，具有合理性。

就上述事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）流动资产的构成及变化情况分析”之“3、应收账款”之“（2）应收账款坏账准备情况及账龄结构分析”中补充披露如下：

“③2019年与报告期前两年计提比例存在差异的原因及合理性

2018年度及以前，公司对于应收款项减值准备的方法包括单项金额重大并

单项计提坏账准备的应收款项、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项，其中，按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项组合包括账龄组合、特定款项组合、应收银行承兑汇票组合。公司对账龄组合采用账龄分析法计提坏账。

2019年1月1日起，公司执行财政部于2017年3月31日分别发布的《企业会计准则第22号—金融工具确认和计量（2017年修订）》（财会【2017】7号）。执行新金融工具准则后，公司以预期信用损失为基础确认损失准备。

采用账龄分析法和预期信用损失计提坏账影响差异如下：

单位：万元

项目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
账龄分析法坏账准备余额	354.37	300.03	324.47
预期信用损失坏账准备余额	83.46	56.78	60.30
坏账准备余额差异	270.91	243.26	264.17
对当期净利润影响	23.51	-17.78	
当期净利润	7,201.15	6,463.61	
影响金额占比	0.33%	-0.28%	

预期信用损失模型下，由于公司应收账款的回收率高，截止2019年12月31日模切工具行业客户、锯切工具及其他行业客户的应收账款回收率分别为99.86%、99.69%；且历史损失率较低，截止2019年12月31日模切工具行业客户、锯切工具及其他行业客户的应收账款历史平均损失率分别为0.14%、0.31%，考虑前瞻性调整后计算的预期信用损失率与账龄分析法下计提比例存在一定差异，但按照两种方式计提坏账准备对当期净利润影响金额较小。2019年度，公司采用账龄分析法和预期信用损失计提坏账对当期净利润影响金额为23.51万元，占当期净利润的0.33%，占比较小。

以预期信用损失为基础确认损失准备符合执行新金融工具准则的规定，能够反映公司未来坏账的损失情况，具有合理性。”

（三）对3年以上账龄的应收账款坏账准备计提比例下降较多的原因及合理性，报告期坏账准备计提是否充分

报告期各期末,发行人3年以上账龄的应收账款账面余额分别为46.40万元、5.84万元、53.86万元和67.62万元,占各期末应收账款账面余额的比例分别为0.89%、0.11%、1.05%和0.60%,发行人3年以上账龄的应收账款账面余额及占比均较小。

2018年度及以前,发行人对账龄组合采用账龄分析法计提坏账,应收账款账龄大于3年的计提坏账准备的比例为100%。

2019年1月1日起,发行人以预期信用损失为基础确认损失准备。

按照预期信用损失模型计算,应收账款组合1(应收客户货款-模切工具行业客户)账龄大于3年的历史损失率为33.17%,应收账款组合2(应收客户货款-锯切工具行业及其他客户)账龄大于3年的历史损失率为0%,为了在历史损失经验基础上反映当前预期,发行人基于以往经验和判断,考虑前瞻性调整后,将账龄大于3年的预期损失率调增至50%。

发行人对3年以上账龄的应收账款坏账准备计提比例下降较多,主要系执行金融工具准则后,按照预期信用损失计提坏账准备,过去3年账龄大于3年的应收账款的可回收性高,历史平均损失率低,基于谨慎,考虑前瞻性时已调增计提比例,但仍低于2018年及以前的账龄分析法的100%计提比例。执行金融工具准则后的应收账款坏账准备计提,反映发行人的预期信用损失,发行人执行金融工具准则后3年以上账龄的应收账款坏账准备计提比例下降较多具有合理性,报告期内坏账准备计提充分。

就上述事项,发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“(二) 流动资产的构成及变化情况分析”之“3、应收账款”之“(2) 应收账款坏账准备情况及账龄结构分析”中补充披露如下:

“④公司对3年以上账龄的应收账款坏账准备计提情况

报告期各期末,公司3年以上账龄的应收账款账面余额分别为46.40万元、5.84万元、53.86万元和67.62万元,占各期末应收账款账面余额的比例分别为0.89%、0.11%、1.05%和0.60%,公司3年以上账龄的应收账款账面余额及占比均较小。

2018 年度及以前，公司对账龄组合采用账龄分析法计提坏账，应收账款账龄大于 3 年的计提坏账准备的比例为 100%。

2019 年 1 月 1 日起，公司以预期信用损失为基础确认损失准备。

按照预期信用损失模型计算，应收账款组合 1（应收客户货款-模切工具行业客户）账龄大于 3 年的历史损失率为 33.17%，应收账款组合 2（应收客户货款-锯切工具行业及其他客户）账龄大于 3 年的历史损失率为 0%，为了在历史损失经验基础上反映当前预期，公司基于以往经验和判断，考虑前瞻性调整后，将账龄大于 3 年的预期损失率调增至 50%。

公司对 3 年以上账龄的应收账款坏账准备计提比例下降较多，主要系执行金融工具准则后，按照预期信用损失计提坏账准备，过去 3 年账龄大于 3 年的应收账款的可回收性高，历史平均损失率低，基于谨慎，考虑前瞻性时已调增计提比例，但仍低于 2018 年及以前的账龄分析法的 100% 计提比例。执行金融工具准则后的应收账款坏账准备计提，反映公司的预期信用损失，公司执行金融工具准则后 3 年以上账龄的应收账款坏账准备计提比例下降较多具有合理性，报告期内坏账准备计提充分。”

二、结合各主要客户应收账款逾期的具体时间、逾期金额、逾期原因、逾期客户的资产、经营状况等，补充说明并披露对逾期款项坏账准备计提的充分性。

报告期各期末，发行人应收账款逾期金额大于 10 万元的明细如下：

单位：万元

时间	客户	逾期时间	逾期金额	逾期客户的经营状况	期后结算金额	期后未结算金额
2020 年 1-6 月	辽宁瑞科节能科技发展有限公司（注 1）	1-2 年	44.58	列为失信被执行人	—	44.58
	丽水市翔胜五金工具有限公司	2-3 年	27.85	正常	—	27.85
	常州市美拓机械有限公司	2-3 年	14.94	正常	—	14.94
	中山市小榄镇博洋五金厂	1-2 年	10.07	经营异常（欠税）	—	10.07
	天津鼎辰机械设备科技有限公司	1 年以内	34.73	正常	—	34.73

时间	客户	逾期时间	逾期金额	逾期客户的经营状况	期后结算金额	期后未结算金额
	无锡欣锯机电设备有限公司	1年以内	12.26	正常	1.88	10.38
	2020年1-6月小计		144.44		1.88	142.56
2019-12-31	辽宁瑞科节能科技发展有限公司（注1）	1年以内	31.99	列为失信被执行人	—	44.58
		1-2年	12.59			
		小计	44.58			
	丽水市翔胜五金工具有限公司	2-3年	29.35	正常	1.50	27.85
	常州市美拓机械有限公司	1-2年	14.94	正常	—	14.94
	中山市小榄镇博洋五金厂	1年以内	10.07	经营异常（欠税）	—	10.07
	2019年小计		98.94		1.50	97.44
2018-12-31	丽水市翔胜五金工具有限公司	1-2年	30.35	正常	2.50	27.85
	常州市美拓机械有限公司	1年以内	19.97	正常	5.03	14.94
	辽宁瑞科节能科技发展有限公司	1年以内	12.59	列为失信被执行人	—	12.59
	重庆城荔机电有限公司	1-2年	12.42	正常	6.20	6.22
	湖南晟宏新材料科技有限公司	1-2年	11.66	正常	9.00	2.66
	宁波市鄞州顺思贸易有限公司	1-2年	11.47	正常	11.47	—
	浙江天进工贸有限公司	1年以内	10.45	正常	10.45	—
	2018年小计		108.92		44.65	64.27
2017-12-31	东莞市力高鞋材商行	1-2年	17.99	已注销	46.87	—
		2-3年	28.88			
		小计	46.87			
	广州明记模具有限公司	1年以内	36.05	已注销	36.45	—
		1-2年	0.39			
		小计	36.45			
	丽水市翔胜五金工具有限公司	1年以内	31.85	正常	4.00	27.85
	无锡宝石花锯床有限公司	1年以内	22.85	已注销	22.85	—
	湖南晟宏新材料科技有限公司	1年以内	21.89	正常	19.23	2.66
	宁波市鄞州顺思贸易有限公司	1年以内	13.98	正常	13.98	—
佛山市吉之程贸易有限公	1-2年	0.31	正常	13.50	—	

时间	客户	逾期时间	逾期金额	逾期客户的经营状况	期后结算金额	期后未结算金额
	司	2-3 年	13.19			
		小计	13.50			
	重庆城荔机电有限公司	1 年以内	12.42	正常	6.20	6.22
	缙云县威斯特机械有限公司	1-2 年	11.62	列为失信被执行人	11.62	—
	鲍江晖	1 年以内	11.26	正常	11.26	—
	2017 年小计		222.70		185.96	36.73

注 1：发行人判断辽宁瑞科节能科技发展有限公司的应收货款难以收回，已单项全额计提坏账准备。

注 2：期后结算金额的统计截至 2020 年 8 月 31 日。

报告期各期末，发行人应收账款逾期余额大于 10 万元的金额、占比及期后结算汇总如下：

单位：万元

截止时间	逾期10万元以上金额	应收账款逾期金额	占比	期后结算金额	期后结算率	期末坏账准备余额
2020-06-30	144.44	225.54	64.04%	1.88	1.30%	73.34
2019-12-31	98.94	134.97	73.31%	1.50	1.52%	63.81
2018-12-31	108.92	139.39	78.14%	44.65	41.00%	24.07
2017-12-31	222.70	263.27	84.59%	185.96	83.50%	67.39

报告期各期末，发行人应收账款逾期金额较小，期后结算基本正常，报告期内未发生应收账款实际核销的情况，对于个别难以无法收回的应收账款，已单项计提坏账准备，发行人对逾期款项坏账准备计提充分。

发行人 2017 年度、2018 年度按照企业会计准则的相关规定计提坏账准备，2019 年度和 2020 年 1-6 月按照新金融工具准则的相关规定计提坏账准备，报告期内坏账准备计提充分。

就上述事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）流动资产的构成及变化情况分析”之“3、应收账款”之“（5）报告期各期末逾期应收账款情况”中补充披露如下：

“报告期各期末，发行人应收账款逾期金额较小，期后结算基本正常，报告

期内未发生应收账款实际核销的情况，对于个别难以无法收回的应收账款，已单项计提坏账准备，发行人对逾期款项坏账准备计提充分。

发行人 2017 年度、2018 年度按照企业会计准则的相关规定计提坏账准备，2019 年度和 2020 年 1-6 月按照新金融工具准则的相关规定计提坏账准备，报告期内坏账准备计提充分。”

三、报告期各期末应收账款余额占当期营业收入的比例逐年下降的原因及合理性，2019 年应收款余额较上年同期下降的原因及合理性，应收款余额增长趋势与营业收入增长率是否匹配

报告期各期末，发行人应收账款余额情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
期末应收账款余额	11,212.76	5,113.57	5,438.73	5,235.01
期末坏账准备余额	114.37	83.46	300.03	324.47
期末账面价值	11,098.39	5,030.11	5,138.69	4,910.54
营业收入	17,455.21	37,690.75	36,240.00	31,234.16
应收账款余额占当期营业收入比例	64.24%	13.57%	15.01%	16.76%
应收账款余额增长率	119.27%	-5.98%	3.89%	/
营业收入增长率	/	4.00%	16.03%	/

报告期各期末，发行人应收账款余额占当期营业收入的比例分别为 16.76%、15.01%、13.57%和 64.24%，最近三年占比呈现下降趋势，主要系发行人报告期内严格执行对客户的信用管理制度，强化应收账款回收与业务员绩效考核、客户年度评价挂钩，在业务规模持续扩大的背景下，加强应收账款管理，及时催促客户按约回款所致，具有合理性。

2020 年 6 月 30 日，发行人应收账款占当期营业收入比例 64.24%，应收账款余额增长率 119.27%，主要原因是根据公司过往及行业惯例，销售款项主要集中于下半年回款。

2019 年末应收账款余额较上年末下降，主要系 2019 年发行人持续加强应收账款管理和对客户的催收，2019 年度的销售回款情况进一步改善，应收账款周

转率提升，导致期末的应收账款较上期略有下降。

2018年末、2019年末，发行人的应收账款余额增长率低于当期营业收入增长率，主要是发行人在持续扩大业务规模的同时，加强对客户的信用管理和应收账款催收，防范和降低坏账损失风险，应收账款余额与营业收入的变动具有匹配性。

2019年6月30日、2020年6月30日，公司与所属行业金属制品业主要上市公司上半年末的应收账款/当期营业收入比例对比如下：

证券代码	证券简称	2020.06.30	2019.06.30
002026.SZ	山东威达	60.09%	58.26%
300488.SZ	恒锋工具	87.07%	74.44%
002282.SZ	博深股份	69.04%	68.82%
002843.SZ	泰嘉股份	57.96%	57.82%
688028.SH	沃尔德	43.08%	42.50%
平均数		63.45%	60.37%
发行人		64.24%	56.56%

数据来源：各上市公司2017年半年度报告、2018年半年度报告、2019年半年度报告、2020年半年度报告。

可以看出，发行人与所属行业金属制品业主要上市公司对比基本一致，发行人及所属行业金属制品业主要上市公司的半年度末应收账款占当期营业收入比例均较高。

就上述事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）流动资产的构成及变化情况分析”之“3、应收账款”之“（1）应收账款余额规模及变动分析”中补充披露如下：

“最近三年，公司各期末应收账款余额占当期营业收入的比例分别为16.76%、15.01%和13.57%，占比呈现下降趋势，主要系公司报告期内严格执行对客户的信用管理制度，强化应收账款回收与业务员绩效考核、客户年度评价挂钩，在业务规模持续扩大的背景下，加强应收账款管理，及时催促客户按约回款所致，具有合理性。

2020年6月30日，发行人应收账款占当期营业收入比例64.24%，应收账款余额增长率119.27%，主要原因主要根据是根据公司过往及行业惯例，销售款项主要集中于下半年回款。

2019年末应收账款余额较上年末下降，主要系2019年公司持续加强应收账款管理和对客户的催收，2019年度的销售回款情况进一步改善，应收账款周转率提升，导致期末的应收账款较上期略有下降。

2018年末、2019年末，公司的应收账款余额增长率低于当期营业收入增长率，主要是公司在持续扩大业务规模的同时，加强对客户的信用管理和应收账款催收，防范和降低坏账损失风险，应收账款余额与营业收入的变动具有匹配性。”

四、核查程序和核查意见

（一）核查程序

保荐人、申报会计师执行了以下主要核查程序：

1、了解、评价并测试与应收账款及授信管理相关的关键内部控制的设计和运行有效性；

2、获取报告期各期末发行人的应收账款明细表与信用政策，核实主要客户的应收账款期末余额、账龄分布等情况；查阅发行人与主要客户签订的相关合同，核实发行人与客户之间的结算方式、款项支付约定条款；抽样检查客户应收账款回款情况，检查付款人、回款金额的一致性；

3、获取发行人坏账准备计提表，检查其账龄划分是否正确、计提方法是否符合公司坏账准备计提政策，并按照坏账准备计提政策执行重新计算复核程序；

4、了解主要客户应收账款逾期的具体时间、逾期金额、逾期原因、逾期客户的资产与经营状况等，核实发行人对逾期款项坏账准备计提的充分性；

5、结合行业情况与信用政策、访谈公司销售负责人，分析报告期各期末发行人应收账款变动的原因及合理性；查阅发行人报告期各期末的应收账款期后回款明细表，核实发行人期后回款情况；

6、选取样本执行函证程序，函证内容包括各期营业收入金额、各期末应收账款余额以及各期末应付返利余额，核实应收账款余额的真实性与准确性；

7、对主要客户进行实地走访或视频访谈，现场考察其经营状况，确认客户欠款及回款情况；通过国家企业信用信息公示系统查阅主要客户的工商资料，对客户相关人员进行访谈，向受访客户了解关于订货方式、定价政策、结算政策、返利政策等内容；了解主要客户的基本情况以及与发行人是否存在关联关系。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、发行人报告期各期关于金融工具确认及计量符合《企业会计准则——金融工具确认及计量》的相关规定，报告期内坏账计提比例的变动具有合理性，报告期内坏账准备计提充分；

2、报告期各期末，发行人应收账款逾期金额的期后结算率较高，报告期内未发生应收账款实际核销的情况，对于难以无法收回的应收账款，已单项计提坏账，发行人对逾期款项坏账准备计提充分；

3、发行人最近三年各期末应收账款余额占当期营业收入的比例逐年下降主要是发行人报告期内严格执行对客户的信用管理制度，强化应收账款回收与业务员绩效考核、客户年度评价挂钩，在业务规模持续扩大的背景下，加强应收账款管理，及时催促客户按约回款所致，具有合理性；发行人 2019 年应收款余额较上年同期下降主要系 2019 年发行人持续加强应收账款管理和对客户的催收，2019 年度的销售回款情况进一步改善所致，具有合理性；2018 年末、2019 年末，发行人应收账款余额与当期营业收入变动具有匹配性。发行人 2020 年 6 月 30 日应收账款余额占当期营业收入的比例较高，主要原因是发行人销售回款主要集中于下半年，且与所属行业金属制品业主要上市公司基本一致，符合行业惯例。

8. 关于存货

根据申报材料，发行人报告期存货周转率分别为 2.04、1.81、1.57，逐年下降，未与同行业可比公司进行比较。

请发行人：

(1) 按照存货结构补充披露各类存货明细科目报告期周转天数，结合发行人主要产品采购周期、生产周期、备货比例等情况，补充披露报告期存货周转率较低且逐年下降的原因及合理性。

(2) 补充披露发行人报告期存货周转率与同行业可比公司对比情况，并分析差异原因及合理性。

请保荐人和申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、按照存货结构补充披露各类存货明细科目报告期周转天数，结合发行人主要产品采购周期、生产周期、备货比例等情况，补充披露报告期存货周转率较低且逐年下降的原因及合理性

1、按照存货结构补充披露各类存货明细科目报告期周转天数

就上述事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）流动资产的构成及其变动情况”之“7、存货”之“（5）各类存货明细科目报告期周转天数”中补充披露如下：

“（5）各类存货明细科目报告期周转天数

报告期内，公司各类存货的周转天数如下：

项 目	2020 年 1-6 月 (天)	2019 年度 (天)	2018 年度 (天)	2017 年度 (天)
原材料	97.60	91.77	81.88	79.45
在产品	28.76	22.62	17.31	18.40
库存商品	74.92	74.82	62.52	42.86
发出商品	2.18	0.87	2.29	4.68

项 目	2020 年 1-6 月 (天)	2019 年度 (天)	2018 年度 (天)	2017 年度 (天)
委托加工物资	19.39	6.80	2.69	8.57
自制半成品	28.26	23.40	18.89	13.15
在途物资	2.73	9.66	12.83	9.51
合 计	253.85	229.93	198.41	176.62

注：2017-2019 年存货周转天数=360 天/存货周转率=360 天×[(期初存货余额+期末存货余额)/2]/营业成本；2020 年 1-6 月存货周转天数=180 天/存货周转率=180 天×[(期初存货余额+期末存货余额)/2]/营业成本

报告期内，公司存货周转天数分别为 176.62 天、198.41 天、229.93 天和 253.85 天，存货周转天数有所增加，主要系原材料和库存商品的存货周转天数增加所致。”

2、结合发行人主要产品采购周期、生产周期、备货比例等情况，补充披露报告期存货周转率较低且逐年下降的原因及合理性

就上述事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）流动资产的构成及其变动情况”之“7、存货”之“（6）报告期存货周转率较低且逐年下降的原因及合理性”中补充披露如下：

“（6）报告期存货周转率较低且逐年下降的原因及合理性

报告期内，公司按采购与生产分类的存货周转天数如下：

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度 (天)	2018 年度 (天)	2017 年度 (天)
采购类存货	119.73	108.23	97.41	97.53
生产类存货	134.12	121.70	101.00	79.08
合 计	253.85	229.93	198.41	176.62

注：采购类存货包括原材料、委托加工物资、在途物资。生产类存货包括在产品、库存商品、发出商品、自制半成品。

公司 2018 年度采购类存货的周转天数较 2017 年度无明显变动，2019 年度采购类存货周转天数较 2018 年度增加 10.82 天，2020 年 1-6 月采购类存货周转天数较 2019 年度增加 11.50 天，存货周转率略有下降。公司 2019 年度采购类存货周转天数增加的主要原因是公司双金属带锯条原材料冷轧合金钢带主要采用

进口，采购周期通常需 4-5 个月，考虑到原材料采购周期较长、冷轧合金钢带的市场价格上涨的趋势，以及集中采购议价优势和客户对双金属带锯需求增加的预期，结合自身资金情况，公司于 2018 年末提高了冷轧合金钢带的储备量。2020 年 1-6 月采购类存货周转天数增加的主要原因是（1）上半年受春节及新冠疫情影响，重型模切工具的月均材料耗用量较低；（2）2020 年 1-6 月公司结合对原材料价格波动趋势的预测，于 1-4 月期间增加重型模切工具原材料热轧钢卷的储备量。报告期各期末，公司原材料余额分别为 4,699.56 万元、7,378.83 万元、6,204.25 万元和 7,010.05 万元，其中冷轧合金钢带占比分别为 39.00%、63.70%、57.32%和 49.37%，报告期各期末冷轧合金钢带备货可供使用月份数分别为 4.39 月、10.55 月、8.71 月和 10.30 月。

报告期内，公司生产类存货周转天数逐年递增。公司重型模切工具常规规格的生产周期为 10 天左右，特殊规格尺寸因需要特别调整相关工序设备所需的生产周期为 30 天左右；双金属带锯条生产周期通常需 16-20 天。报告期内，随着公司的业务规模持续扩大以及产品系列、品种、规格不断增加，为保证不断增加的产品生产和销售的需要，需相应增加生产类存货库存。此外，公司以预测销售和客户订单相结合的模式合理组织生产，由于业务规模的持续扩大，为保证及时供货，需保持一定规模的产品库存，故生产类存货的备货比例随之相应增加，使得存货平均余额增加，存货周转天数增加，存货周转率下降。

因此，受公司主要产品采购周期、生产周期的影响，同时公司根据市场价格、资金情况适度提高进口原材料储备，以及根据业务规模与产品系列、品种、规格的不断相应增加生产类存货库存，报告期内公司存货周转率较低且逐年下降具有合理性。”

二、补充披露发行人报告期存货周转率与同行业可比公司对比情况，并分析差异原因及合理性。

就上述事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（四）资产周转能力分析”之“2、与同行业可比公司比较”中补充披露如下：

“目前 A 股市场上不存在与发行人主导产品重型模切工具切割对象、应用领

域和终端客户类型相同或类似的上市公司，发行人不存在同行业可比上市公司。

报告期内，公司与所属行业金属制品业主要上市公司存货周转率对比如下：

证券代码	证券简称	2020年1-6月 (次/年)	2019年度 (次/年)	2018年度 (次/年)	2017年度 (次/年)
002026.SZ	山东威达	1.73	1.83	2.07	2.10
300488.SZ	恒锋工具	1.62	1.85	1.86	1.99
002282.SZ	博深股份	2.04	2.24	2.20	1.77
002843.SZ	泰嘉股份	2.61	2.70	2.85	3.07
688028.SH	沃尔德	2.09	2.71	2.57	2.41
平均数		2.02	2.27	2.31	2.27
发行人		1.42	1.57	1.81	2.04

注：2017-2019年存货周转率=营业成本/存货平均余额，2020年1-6月存货周转率=营业成本*2/存货平均余额。

报告期内，发行人存货周转率低于所属行业金属制品业主要上市公司的平均值，主要原因系发行人主要产品双金属带锯条的主要原材料储备较多。报告期各期末，双金属带锯条主要原材料及在途物资占发行人存货期末余额比例分别为29.86%、38.53%、28.87%和27.25%，主要原因系发行人生产双金属带锯条的原材料冷轧合金钢带主要从西欧进口，考虑到原材料采购周期较长、市场价格上涨的趋势以及集中采购获取相对优惠的价格等因素，结合自身资金情况，适时提高了进口原材料冷轧合金钢带的储备量，导致报告期各期末进口原材料冷轧合金钢带的储备量较高。

剔除原材料、在途物资后，发行人与金属制品业主要上市公司存货周转率对比如下：

证券代码	证券简称	2020年1-6月 (次/年)	2019年度 (次/年)	2018年度 (次/年)	2017年度 (次/年)
002026.SZ	山东威达	3.47	3.32	3.70	3.70
300488.SZ	恒锋工具	4.86	3.82	3.90	4.28
002282.SZ	博深股份	2.86	3.29	3.28	2.66
002843.SZ	泰嘉股份	3.23	3.47	3.91	3.79

证券代码	证券简称	2020年1-6月(次/年)	2019年度(次/年)	2018年度(次/年)	2017年度(次/年)
688028.SH	沃尔德	3.31	4.05	3.94	4.11
平均数(剔除原材料、在途物资)		3.55	3.59	3.75	3.71
发行人(剔除原材料、在途物资)		2.35	2.85	3.55	4.02

注：存货周转率=营业成本/存货平均余额。

可以看出，剔除原材料、在途物资后，发行人2017年度存货周转率略高于金属制品业主要上市公司平均值，2018年、2019年和2020年1-6月存货周转率略低于金属制品业主要上市公司平均值且逐年下降。报告期内，发行人基于材料、技术、工艺、装备、渠道的共源性，实施金属切削工具系列化及配套装备一体化的业务发展战略，陆续新推出了轻型模切工具、冷切金属圆锯片、热处理钢带、智能数控装备，同时，在重型模切工具、双金属带锯条领域，公司持续丰富产品规格型号，以满足客户一站式采购需求，为保证及时供货，故发行人需保持一定规模的库存，从而导致存货周转率下降。

综上，发行人的存货周转率低且下降主要与其进口原材料储备、产品系列化及配套装备一体化业务发展战略相关，发行人报告期存货周转率与金属制品业主要上市公司对比差异具有合理性。”

三、核查程序和核查意见

(一) 核查程序

保荐人、申报会计师执行了以下主要核查程序：

1、了解、评价并测试了管理层与存货相关的关键内部控制的设计和运行有效性；

2、查阅采购明细账、存货收发存汇总表，抽查采购订单，访谈采购部经理、生产部经理和分管销售副总经理，了解主要存货的采购周期、生产周期、销售模式等，分析存货变动的合理性；

3、针对进口原材料采购，检查采购订单、货物提单、海关进口报关单、采购发票、验收单、入库单、付款回单等资料，对主要供应商执行函证程序，确认报告期各期采购金额、应付账款余额；对主要供应商进行实地走访或视频访谈，就

报告期内发行人与供应商的交易情况、信用期限、支付方式、支付情况及信用政策等内容进行确认；

4、计算存货周转率、存货周转天数等指标，并和金属制品业上市公司进行比较，分析其差异原因和合理性；

5、查阅发行人关于存货验收、入库、保管及出库等方面的流程及存货盘点制度，并对 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日和 2020 年 6 月 30 日存货进行监盘；复核发行人存货盘点计划、盘点表和盘点总结。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、受发行人主要产品采购周期、生产周期的影响，同时发行人根据市场价格、资金情况适度提高进口原材料的储备量，以及基于产品系列化及配套装备一体化业务发展战略，发行人产品品类、系列、规格、型号持续增加而相应增加生产类存货库存，报告期内发行人存货周转率较低且逐年下降，具有合理性；

2、报告期内，发行人的存货周转率低主要系提高其进口原材料的储备量，以及基于产品系列化及配套装备一体化业务发展战略，发行人产品品类、系列、规格、型号持续增加而相应增加生产类存货库存，发行人报告期存货周转率与金属制品业主要上市公司的差异具有合理性。

9.关于在建工程

根据申报材料：

发行人轻型模切工具报告期产能利用率分别为 42.29%、38.51%和 39.79%，产能利用率较低。发行人报告期新增在建工程分别为 2,164.43 万元、1,887.73 万元和 3,586.50 万元，转入固定资产金额分别为 1,680.53 万元、1,294.88 万元和 3,211.06 万元。

请发行人补充披露：

(1) 在建工程报告期各期项目名称、用途、开始时间、预计完工时间、报告期末完工金额及占比、累计付款金额、是否转入固定资产及转固比例，达到可使用状态的判定依据及合理性，达到固定资产确认条件的是否及时确认为固定资产。

(2) 结合轻型模切工具与同行业可比公司同类产品的产能利用率对比情况，补充分析并披露轻型模切工具报告期产能利用率较低的原因及合理性。

请保荐人和申报会计师发表明确核查意见。

回复：

一、在建工程报告期各期项目名称、用途、开始时间、预计完工时间、报告期末完工金额及占比、累计付款金额、是否转入固定资产及转固比例，达到可使用状态的判定依据及合理性，达到固定资产确认条件的是否及时确认为固定资产

1、在建工程报告期各期项目名称、用途、开始时间、预计完工时间、报告期末完工金额及占比、累计付款金额、是否转入固定资产及转固比例

截至 2020 年 6 月 30 日，公司在建工程项目信息如下：

单位：万元

项目名称	期末余额	开始时间	预计完工时间	总预算	已完工金额占比	累计付款金额	应付账款金额	报告期末完工金额	报告期末完工金额占比	期后是否已转固	期后转固比例	利息是否资本化	用途
智能装备与新材料工业园（一期）土方回填项目	741.42	2020.04	2020.12	1,048.50	70.71%	753.86	133.03	-	-	否	-	否	黄石新厂区建设土方回填
带锯热处理炉	594.22	2019.12	2020.11	610.00	97.41%	550.00	60.00	-	-	否	-	否	双金属带锯条生产设备
冷锯研磨自动一体机安装	280.44	2019.11	2020.11	300.00	93.48%	280.44	-	-	-	否	-	否	冷切金属圆锯片生产设备
真空炉安装	154.26	2020.05	2020.10	165.00	93.49%	160.17	-	-	-	否	-	否	双金属带锯条生产设备
磨床生产线安装	137.93	2019.06	2020.11	140.00	98.52%	137.93	-	-	-	否	-	否	美工刀生产设备
美工刀设备安装	117.04	2019.03	2020.12	140.00	83.60%	121.28	-	-	-	否	-	否	美工刀生产设备
带锯 7#热处理炉改造	110.62	2020.02	2020.10	180.00	61.46%	120.46	-	-	-	否	-	否	双金属带锯条生产设备
锯带成品检验装置	96.67	2019.07	2020.10	110.00	87.88%	102.17	-	-	-	否	-	否	双金属带锯条生产设备
模切刀磨床改造	76.32	2018.08	2020.11	90.00	84.80%	76.32	-	-	-	否	-	否	轻型模切工具生产设备
冷锯旋转侧面机床安装	73.38	2019.11	2020.11	75.00	97.84%	73.38	-	-	-	否	-	否	冷切金属圆锯片生产设备

项目名称	期末余额	开始时间	预计完工时间	总预算	已完工金额占比	累计付款金额	应付账款金额	报告期末完工金额	报告期末完工金额占比	期后是否已转固	期后转固比例	利息是否资本化	用途
龙门光机安装	67.69	2020.05	2020.07	70.00	96.70%	67.69	-	-	-	是	100%	否	用于金工车间加工零件
带锯热处理炉安装工程	65.18	2020.04	2020.12	110.00	59.25%	81.48	-	-	-	否	-	否	双金属带锯条生产设备
数控齿刀机（6台+1台 TES）安装	58.60	2019.06	2020.11	70.00	83.71%	58.96	-	64.15	47.82%	是	57%	否	轻型模切工具生产设备
冷锯焊齿机配套设备安装	56.00	2020.06	2020.12	60.00	93.33%	56.00	-	-	-	否	-	否	冷切金属圆锯片生产设备
刀模钢热处理炉改造	46.07	2020.01	2020.12	110.00	41.88%	70.58	-	-	-	否	-	否	重型模切工具生产设备
数控滚刀刃磨床安装	42.00	2020.06	2020.12	45.00	93.33%	42.00	-	-	-	否	-	否	双金属带锯条生产设备
刀模钢热处理抛光机改造	40.09	2019.04	2020.08	60.00	66.82%	40.09	-	-	-	是	100%	否	重型模切工具生产设备
冷切金属圆锯片热处理安装及配套工程	37.85	2019.12	2021.03	80.00	47.31%	43.18	-	-	-	否	-	否	冷切金属圆锯片生产设备
辊轧校直机安装	29.86	2019.11	2020.12	70.00	42.66%	32.63	-	-	-	否	-	否	双金属带锯条生产设备
铣齿机安装	27.00	2019.12	2020.08	60.00	45.00%	27.72	-	-	-	是	100%	否	双金属带锯条生产设备
五线式干喷机安装	26.07	2019.12	2020.12	30.00	86.90%	26.07	-	26.07	46.50%	是	50%	否	双金属带锯条生产设备

项目名称	期末余额	开始时间	预计完工时间	总预算	已完工金额占比	累计付款金额	应付账款金额	报告期末完工金额	报告期末完工金额占比	期后是否已转固	期后转固比例	利息是否资本化	用途
冷切金属圆锯片 配套设备安装	25.78	2019.07	2020.11	30.00	85.93%	25.78	-	-	-	否	-	否	冷切金属圆锯片 配套生产设备
数控磨床	24.76	2019.01	2020.11	27.00	91.70%	24.76	-	-	-	否	-	否	轻型模切工具生 产设备
窑炉电炉-工业电 炉	23.94	2019.03	2020.12	26.00	92.08%	23.94	-	-	-	否	-	否	重型模切工具生 产设备
协同办公系统	23.58	2020.05	2021.05	130.00	18.14%	23.58	-	-	-	否	-	否	协同综合办公应 用
合金带锯焊齿机 安装	23.12	2020.06	2020.12	25.00	92.48%	23.12	-	-	-	是	30%	否	双金属带锯条生 产设备
高频电源和焊接 温度控制	22.76	2019.11	2020.10	25.00	91.04%	22.76	-	-	-	否	-	否	冷切金属圆锯片 生产设备
带锯齿部钝化机 构	21.95	2019.12	2020.12	50.00	43.90%	24.44	-	-	-	否	-	否	双金属带锯条生 产设备
五线干喷砂生产 线配套设计(主机 外购)两台	21.22	2019.04	2020.12	25.00	84.88%	21.25	-	20.46	45.01%	是	50%	否	双金属带锯条生 产设备
龙门加工中心	20.97	2020.03	2020.07	21.00	99.86%	20.97	-	-	-	是	100%	否	用于金工车间加 工零件
热处理炉安装	19.91	2019.01	2020.11	22.00	90.50%	19.91	-	-	-	否	-	否	美工刀生产设备
模切刀清洗校直 生产线工程	19.07	2020.02	2020.12	40.00	47.68%	19.29	-	-	-	否	-	否	轻型模切工具生 产设备

项目名称	期末余额	开始时间	预计完工时间	总预算	已完工金额占比	累计付款金额	应付账款金额	报告期末完工金额	报告期末完工金额占比	期后是否已转固	期后转固比例	利息是否资本化	用途
立式加工中心安装	18.83	2020.05	2020.08	20.00	94.15%	18.83	-	-	-	是	100%	否	用于金工车间加工零件
卧式加工中心光机安装	18.67	2020.05	2020.07	20.00	93.35%	18.67	-	-	-	是	100%	否	用于金工车间加工零件
立式加工中心机(HS-V960Z)安装	18.07	2020.04	2020.07	19.00	95.11%	18.07	-	-	-	是	100%	否	用于金工车间加工零件
热处理长回火炉3#、5#改造	17.77	2020.03	2020.08	40.00	44.43%	18.64	-	-	-	是	100%	否	双金属带锯条生产设备
光学测量仪安装	17.34	2019.08	2020.11	20.00	86.70%	17.34	-	-	-	否	-	否	检验仪器
卧轴圆台数控双工位平面磨床安装	17.26	2020.05	2020.12	20.00	86.30%	17.26	-	-	-	否	-	否	冷切金属圆锯片生产设备
刀模钢分卷自动焊接机	16.61	2019.06	2020.09	20.00	83.05%	17.01	-	-	-	否	-	否	重型模切工具生产设备
新厂1号车间与2号车间中间盖房	16.00	2020.04	2020.09	30.00	53.33%	25.43	-	-	-	否	-	否	厂房零星修补
外圆磨床	14.52	2019.06	2020.12	17.00	85.41%	14.52	-	-	-	否	-	否	用于金工车间加工零件
卧式加工中心安装	14.35	2020.04	2020.07	15.00	95.67%	14.35	-	-	-	是	100%	否	用于金工车间加工零件
刀模钢轧制改造	13.94	2020.05	2021.01	40.00	34.85%	18.54	-	-	-	否	-	否	重型模切工具生

项目名称	期末余额	开始时间	预计完工时间	总预算	已完工金额占比	累计付款金额	应付账款金额	报告期末完工金额	报告期末完工金额占比	期后是否已转固	期后转固比例	利息是否资本化	用途
													产设备
硬质合金焊齿机安装调试	13.82	2020.04	2020.12	80.00	17.28%	70.93	-	-	-	是	30%	否	双金属带锯条生产设备
加压回火炉安装调试	13.50	2020.03	2020.12	20.00	67.50%	13.50	-	-	-	否	-	否	冷切金属圆锯片生产设备
模切刀仓库立体加厚料架安装	12.52	2020.03	2020.07	13.00	96.31%	12.52	-	-	-	是	100%	否	轻型模切工具仓库
硬质合金分齿机安装调试	11.20	2020.04	2020.11	40.00	28.00%	22.21				是	40%	否	双金属带锯条生产设备
模切刀烘干上漆生产线工程	11.16	2020.01	2020.07	12.00	93.00%	11.16	-	-	-	是	100%	否	重型模切工具生产设备
卧式加工中心光机安装(TOM-LW865)	11.02	2020.06	2020.08	13.00	84.77%	18.64				是	100%	否	用于金工车间加工零件
高频淬火安装	10.69	2019.01	2020.11	15.00	71.27%	10.69	-	-	-	否	-	否	重型模切工具生产设备
返工专用自动分卷机	10.48	2019.12	2020.11	30.00	34.93%	14.70	-	-	-	否	-	否	轻型模切工具生产设备
拉床安装	10.20	2019.01	2020.11	10.30	99.03%	10.20	-	-	-	否	-	否	重型模切工具生产设备
模切刀5#磨削生产线改造	10.01	2019.05	2020.12	13.00	77.00%	10.01	-	-	-	否	-	否	轻型模切工具生产设备

项目名称	期末余额	开始时间	预计完工时间	总预算	已完工金额占比	累计付款金额	应付账款金额	报告期末完工金额	报告期末完工金额占比	期后是否已转固	期后转固比例	利息是否资本化	用途
16 工位圆盘安装、改造	8.76	2020.03	2020.12	15.00	58.40%	8.76	-	-	-	否	-	否	冷切金属圆锯片生产设备
带锯定长裁带机	7.70	2020.03	2020.11	30.00	25.67%	10.75	-	-	-	否	-	否	双金属带锯条生产设备
刀模酸洗盖房	6.76	2020.02	2020.09	8.00	84.50%	6.77	-	-	-	否	-	否	零星厂房修补
视觉检测系统安装	6.60	2020.04	2020.09	8.00	82.50%	6.60	-	-	-	否	-	否	轻型模切工具生产设备
大力铣设备安装及配套	6.26	2020.03	2020.11	15.00	41.73%	6.54	-	-	-	否	-	否	用于金工车间加工零件
冷锯分厂 RFID 系统建设	6.15	2019.06	2020.07	7.00	87.86%	6.15	-	-	-	是	100%	否	冷切金属圆锯片 RFID 刷卡硬件
修齿机安装调试	6.03	2020.04	2021.02	20.00	30.15%	6.03	-	-	-	否	-	否	双金属带锯条生产设备
无心磨床安装	6.00	2019.06	2020.11	8.00	75.00%	6.00	-	-	-	否	-	否	轻型模切工具生产设备
应力碾压校正机改造	5.31	2020.03	2020.12	10.00	53.10%	5.31	-	-	-	否	-	否	冷切金属圆锯片生产设备
硝盐清洗机安装	5.13	2020.02	2020.12	7.00	73.29%	5.13	-	-	-	否	-	否	冷切金属圆锯片生产设备
其他	190.02												
合计	3,678.45												

注 1：“其他”系其他单项金额较小的待安装设备及零星工程。

注 2：累计付款金额和应付账款金额统计截止至 2020 年 8 月 31 日。

注 3：已完工金额占比=在建工程余额/预算金额估算。

注 4：报告期末完工金额指截至当期期末已完工金额。

注 5：总预算指期末在建工程余额对应的预算金额，不含已完工部分。

注 6：报告期末完工金额占比=报告期末完工金额/（报告期期末完工金额+总预算）。

截至 2019 年 12 月 31 日，公司在建工程项目信息如下：

单位：万元

项目名称	期末余额	开始时间	预计完工时间	总预算	已完工金额占比	累计付款金额	应付账款金额	报告期末完工金额	报告期末完工金额占比	期后是否已转固	期后转固比例	利息是否资本化	用途
带锯热处理炉	300.00	2019.12	2020.11	610.00	49.18%	550.00	60.00	-	-	否	-	否	双金属带锯条生产设备
冷锯研磨自动一体机安装	280.44	2019.11	2020.11	300.00	93.48%	280.44	-	-	-	否	-	否	冷切金属圆锯片生产设备
磨床生产线安装	137.93	2019.06	2020.11	140.00	98.52%	137.93	-	-	-	否	-	否	美工刀生产设备
模切刀磨床改造	75.85	2018.08	2020.11	90.00	84.28%	76.32	-	-	-	否	-	否	轻型模切工具生产设备
冷锯旋转侧面机床安装	73.38	2019.11	2020.11	75.00	97.84%	73.38	-	-	-	否	-	否	冷切金属圆锯片生产设备
美工刀设备安装	70.84	2019.03	2020.12	140.00	50.60%	121.28	-	-	-	否	-	否	美工刀生产设备
带锯热处理炉改造	64.31	2019.05	2020.04	88.00	73.08%	87.61	-	-	-	是	100%	否	双金属带锯条生产设备
锯带成品检验装置	62.61	2019.07	2020.10	110.00	56.92%	102.17	-	-	-	否	-	否	双金属带锯条生产设备

项目名称	期末余额	开始时间	预计完工时间	总预算	已完工金额占比	累计付款金额	应付账款金额	报告期末完工金额	报告期末完工金额占比	期后是否已转固	期后转固比例	利息是否资本化	用途
刀模钢热处理抛光机改造	36.34	2019.04	2020.08	60.00	60.57%	40.09	-	-	-	是	100%	否	重型模切工具生产设备
数控齿刀机(6台+1台TES)安装	32.07	2019.06	2020.11	70.00	45.81%	58.96	-	64.15	47.82%	是	57%	否	轻型模切工具生产设备
冲床生产线安装	28.45	2019.06	2020.03	30.00	94.83%	28.45	-	-	-	是	100%	否	美工刀生产设备
刀模钢磨头自动进给调整底座装置	27.43	2019.02	2020.09	100.00	27.43%	68.99	-	274.31	73.28%	是	100%	否	重型模切工具生产设备
五线式干喷机安装	26.07	2019.12	2020.12	30.00	86.90%	26.07	-	26.07	46.50%	是	50%	否	双金属带锯条生产设备
数控磨床	24.76	2019.01	2020.11	27.00	91.70%	24.76	-	-	-	否	-	否	轻型模切工具生产设备
窑炉电炉-工业电炉	23.94	2019.03	2020.12	26.00	92.08%	23.94	-	-	-	否	-	否	重型模切工具生产设备
高频电源和焊接温度控制	22.76	2019.11	2020.10	25.00	91.04%	22.76	-	-	-	否	-	否	冷切金属圆锯片生产设备
五线干喷砂生产线配套设计(主机外购)两台	20.46	2019.04	2020.12	25.00	81.84%	21.25	-	20.46	45.01%	是	50%	否	双金属带锯条生产设备
热处理炉安装	19.91	2019.01	2020.11	22.00	90.50%	19.91	-	-	-	否	-	否	美工刀生产设备
光学测量仪安装	17.34	2019.08	2020.11	20.00	86.70%	17.34	-	-	-	否	-	否	检验仪器
进口 CNC 加工中	16.14	2019.12	2020.01	17.00	94.94%	16.14	-	-	-	是	100%	否	用于金工车间加

项目名称	期末余额	开始时间	预计完工时间	总预算	已完工金额占比	累计付款金额	应付账款金额	报告期末完工金额	报告期末完工金额占比	期后是否已转固	期后转固比例	利息是否资本化	用途
心安装													工零件
刀模钢分卷自动焊接机	14.54	2019.06	2020.09	20.00	72.70%	17.01	-	-	-	否	-	否	重型模切工具生产设备
外圆磨床	14.52	2019.06	2020.12	17.00	85.41%	14.52	-	-	-	否	-	否	用于金工车间加工零件
正置式显微镜	13.10	2019.12	2020.01	13.20	99.24%	13.10	-	-	-	是	100%	否	检验设备
高频淬火安装	10.69	2019.01	2020.11	15.00	71.27%	10.69	-	-	-	否	-	否	重型模切工具生产设备
废水治理安装工程	10.50	2018.12	2020.04	21.31	49.27%	21.31	-	-	-	是	100%	否	用于企业污水处理
拉床安装	10.20	2019.01	2020.11	10.30	99.03%	10.20	-	-	-	否	-	否	重型模切工具生产设备
模切刀 5#磨削生产线改造	7.51	2019.05	2020.12	13.00	57.77%	10.01	-	-	-	否	-	否	轻型模切工具生产设备
带锯 1-8 号铣床收料机改造	6.85	2019.03	2020.03	10.00	68.50%	8.79	-	-	-	是	100%	否	双金属带锯条生产设备
无心磨床安装	6.00	2019.06	2020.11	8.00	75.00%	6.00	-	-	-	否	-	否	轻型模切工具生产设备
其他	86.48												
合计	1,541.42												

注 1：“其他”系其他单项金额较小的待安装设备及零星工程。

注 2：累计付款金额和应付账款金额统计截止至 2020 年 8 月 31 日。

注 3：已完工金额占比=在建工程余额/预算金额估算。

注 4：报告期末完工金额指截至当期期末已完工金额。

注 5：总预算指期末在建工程余额对应的预算金额，不含已完工部分。

注 6：报告期末完工金额占比=报告期末完工金额/（报告期期末完工金额+总预算）。

截至 2018 年 12 月 31 日，公司在建工程项目信息如下：

单位：万元

项目名称	期末余额	开始时间	预计完工时间	总预算	已完工金额占比	累计付款金额	应付账款金额	报告期末完工金额	报告期末完工金额占比	期后是否已转固	期后转固比例	利息是否资本化	用途
冷轧生产线安装	420.50	2018.6	2019.12	421	99.88%	420.50	-	12.70	2.93%	是	100.00	否	轻型模切工具冷轧生产设备
模切刀生产线设备安装工程	256.77	2017.10	2019.12	260	98.76%	256.77	-	207.06	44.33%	是	100.00	否	轻型模切工具生产设备安装
带锯热处理 7 号线改造工程	79.31	2018.12	2019.6	110	72.10%	107.76	-	-	0.00%	是	100.00	否	双金带锯条生产设备
模切刀磨床改造	57.55	2018.8	2020.11	90	63.94%	76.32	-	-	0.00%	否	-	否	轻型模切工具生产设备
扩容 1*1600KVA 变配电工程	46.44	2018.7	2019.10	46.44	100.00%	46.44	-	-	0.00%	是	100.00	否	变压器扩容
光纤激光切割机安装工程	44.00	2018.12	2019.6	44	100.00%	44.00	-	-	0.00%	是	100.00	否	车间生产切割设备
四线式干喷机安装工程	38.00	2018.12	2019.6	38	100.00%	38.00	-	-	0.00%	是	100.00	否	双金属带锯条生产设备
冷轧车间改造工	37.58	2018.11	2019.7	57	65.93%	56.81	-	-	0.00%	是	100.00	否	冷轧生产车间改

项目名称	期末余额	开始时间	预计完工时间	总预算	已完工金额占比	累计付款金额	应付账款金额	报告期末完工金额	报告期末完工金额占比	期后是否已转固	期后转固比例	利息是否资本化	用途
程													造
新建储备仓库工程	32.35	2018.12	2019.7	72	44.93%	70.03	-	-	0.00%	是	100.00	否	储备仓库建设
模切刀 1#热处理炉改造工程	31.25	2018.11	2019.10	55	56.82%	54.66	-	-	0.00%	是	100.00	否	轻型模切工具生产设备
模切刀 3#、5#热处理炉安装	26.61	2018.11	2019.12	30	88.70%	29.27	-	-	0.00%	是	100.00	否	轻型模切工具生产设备
四线干喷砂生产线配套设计(主机外购)工程	16.06	2018.12	2019.6	29	55.38%	27.78	-	-	0.00%	是	100.00	否	双金属带锯条生产设备
老厂车间地板平整、漆金钢砂工程	13.00	2018.12	2019.7	50	26.00%	47.60	-	-	0.00%	是	100.00	否	生产车间地坪改造
废气治理安装工程	12.95	2018.10	2019.5	13	99.62%	12.95	-	-	0.00%	是	100.00	否	废气环保工程设备
废水治理安装工程	10.50	2018.12	2020.4	21.31	49.27%	21.31	-	-	0.00%	是	100.00	否	用于企业污水处理
带锯自动接带装置改造工程	8.65	2018.12	2019.2	9	96.11%	8.65	-	-	0.00%	是	100.00	否	双金属带锯条生产设备
安装隔离变压器和电路路线整改	8.61	2018.11	2019.2	12	71.75%	11.11	-	-	0.00%	是	100.00	否	车间变压器和电路整改
其他	29.25											否	
合计	1,169.38												

注 1：“其他”系其他单项金额较小的待安装设备及零星工程。

注 2：累计付款金额和应付账款金额统计截止至 2020 年 8 月 31 日。

注 3：已完工金额占比=在建工程余额/预算金额估算。

注 4：报告期末完工金额指截至当期期末已完工金额。

注 5：总预算指期末在建工程余额对应的预算金额，不含已完工部分。

注 6：报告期末完工金额占比=报告期末完工金额/（报告期期末完工金额+总预算）。

截至 2017 年 12 月 31 日，公司在建工程项目信息如下：

单位：万元

项目名称	期末余额	开始时间	预计完工时间	总预算	已完工金额占比	累计付款金额	应付账款金额	报告期末完工金额	报告期末完工金额占比	期后是否已转固	期后转固比例	利息是否资本化	用途
模切刀生产线设备安装工程	463.83	2017.10	2019.12	465.00	99.75%	463.83	-	190.44	29.06%	是	100	否	轻型模切工具生产设备
带锯生产线设备安装工程	61.47	2017.01	2018.12	160.00	38.42%	158.68	-	277.58	63.44%	是	100	否	双金属带锯条生产设备
雅居室内装修	15.30	2017.12	2018.11	15.30	100.00%	15.30	-	-	-	是	100	否	综合楼装修工程
生产设备 RFID 硬件安装	5.07	2017.06	2018.04	8.00	63.38%	7.06	-	10.70	57.22%	是	100	否	车间各生产设备 RFID 刷卡硬件
金工加工设备安装	4.97	2017.01	2018.12	100.00	4.97%	99.91	-	193.41	65.92%	是	100	否	用于金工车间加工零件
带锯-热处理 4 号线安装改造工程	2.03	2017.12	2018.10	4.00	50.75%	3.29	-	-	0.00%	是	100	否	双金属带锯条生产设备
其他	41.85												
合计	594.52												

注 1：“其他”系其他单项金额较小的待安装设备及零星工程。

注 2：累计付款金额和应付账款金额统计截止至 2020 年 8 月 31 日。

注 3：已完工金额占比=在建工程余额/预算金额估算。

注 4：报告期末完工金额指截至当期期末已完工金额。

注 5：总预算指期末在建工程余额对应的预算金额，不含已完工部分。

注 6：报告期末完工金额占比=报告期末完工金额/（报告期期末完工金额+总预算）。

2、达到可使用状态判定依据及合理性，达到固定资产确认条件的是否及时确认为固定资产

(1) 达到可使用状态判定依据及合理性

发行人在建工程达到可使用状态的判定依据为：①该在建工程的实体建造或者生产工作已经全部完成；②该在建工程与设计要求、合同规定或者生产要求基本相符；③继续发生在该在建工程的支出金额很少或者几乎不再发生；④该在建工程经使用部门及技术部门验收合格。

发行人对在建工程达到可使用状态的判定依据符合《企业会计准则第4号-固定资产》的相关规定，具有合理性。

(2) 达到固定资产确认条件的是否及时确认为固定资产

包含模切、锯切、裁切等众多系列的金属切削工具，被称为工业的“牙齿”，是实现机床功能的核心部件，直接影响工件材料的加工精度、质量和效率，下游应用对金属切削工具产品性能质量稳定性和产品精密度要求高，这就对生产制造金属切削工具的生产线的工艺设计与调整、设备自制与调试能力提出了较高要求，为此，相对于原有产品生产线的技改，金属切削工具新产品及其新生产线的工艺设计与调整、设备自制与调试，工程更复杂，耗时更长。

发行人从事模切工具（重型、轻型）、锯切工具（双金属带锯条、冷切圆锯片）、裁切工具（美工刀）等金属切削工具的研发、生产和销售，报告期内实施了产品系列化及配套装备一体化的业务发展战略，产品系列从报告期初的重型模切工具、双金属带锯条，报告期内陆续推出了轻型模切工具、冷切圆锯片、美工刀等全新产品。

报告期内，发行人在建工程主要是新增产品轻型模切工具（模切工具）、冷切圆锯片（锯切工具）及美工刀（裁切工具）的新建生产线，不同于原有生产线的局部技改，新增产品的新建生产线的工艺设计与调整、设备自制与调试，工程复杂、耗时较长，其采购、建造、安装本身需要一定周期，建造安装后更是需要对设备、工艺、生产线进行反复调试、验证与优化，才能保障新产品的性能良好、质量稳定，此后，安排试运行并经验收合格后，生产线才能投入使用，安排生产。

报告期内,发行人新增在建工程分别为 2,164.43 万元、1,887.73 万元、3,586.50 万元和 3,077.39 万元,转入固定资产金额分别为 1,680.53 万元、1,294.88 万元、3,211.06 万元和 940.36 万元。其中,主要在建工程项目(指模切工具生产设备、锯切工具生产设备、裁切工具生产设备和智能装备与新材料工业园一期工程项目,合计占各期新增金额比例分别为 87.99%、81.91%、81.78%和 82.61%)的结转情况如下:

单位:万元

年度	项目名称	模切工具 生产设备	锯切工具 生产设备	裁切工具 生产设备	智能装备与新材料工业园一期工程项目
2020 年 1-6 月	当期新增	564.73	1,148.33	47.28	781.85
	当期转固	403.85	208.43	28.23	-
	结转比例	71.51%	18.15%	59.70%	-
	期末余额	409.24	1,860.35	264.45	789.40
	其中,一年以上	277.22	27.37	254.97	7.55
2019 年度	当期新增	1,202.05	1,485.52	245.39	-
	当期转固	1,814.71	724.73	-	-
	结转比例	150.97%	48.79%	0.00%	-
	期末余额	248.36	920.45	245.39	7.55
	其中,一年以上	75.85	-	-	7.55
2018 年度	当期新增	829.54	716.64	-	-
	当期转固	433.57	620.49	-	-
	结转比例	52.27%	86.58%	-	-
	期末余额	861.02	159.66	-	7.55
	其中,一年以上	256.77	-	-	7.55
2017 年度	当期新增	658.18	1,238.83	-	7.55
	当期转固	190.44	1,281.16	-	-
	结转比例	28.93%	103.42%	-	-
	期末余额	467.74	63.51	-	7.55
	其中,一年以上	-	-	-	-

注:结转比例=当期转固/当期新增

报告期内，发行人模切工具生产设备结转比例分别为 28.93%、52.27%、150.97%和 71.51%。2017 年、2018 年，发行人模切工具生产设备结转比例分别为 28.93%、52.27%；截至 2017 年末和 2018 年末，发行人在建工程中模切工具生产设备余额分别为 467.74 万元和 861.02 万元，其中轻型模切工具生产设备安装工程余额分别为 463.83 万元和 830.26 万元。轻型模切工具是发行人 2017 年下本年新推出产品，新产品生产线的建造为达到生产工艺要求和产品质量稳定性目标，需要经过不断的验证、调试、工艺调整以及试运行，导致部分设备生产线从购置到投入试运行的周期较长，未能达到验收条件，致使 2017 年、2018 年模切工具生产设备转固比例较小。2019 年，随着发行人轻型模切工具生产工艺的逐步完善，在建生产线于 2019 年度陆续完成试运行并获得验收通过，当年度结转比例为 150.97%。截至 2020 年 6 月 30 日，发行人模切工具生产设备不存在大额超过 1 年以上的在建工程项目。

报告期内，发行人锯切工具生产设备结转比例分别为 103.42%、86.58%、48.79%和 18.15%。其中，2019 年、2020 年 1-6 月结转比例较低的主要原因系公司于 2019 年 12 月新增双金属带锯条生产线安装工程 326.07 万元，于 2019 年 11 月新增冷切金属圆锯片生产线设备 376.58 万元，合计 702.65 万元，占期末在建工程锯切工具生产设备余额比例为 76.34%。截至 2020 年 6 月 30 日，该等设备仍为在建状态。

2019 年，发行人裁切工具生产设备结转比例为 0%，2019 年末余额为 245.39 万元，主要原因是裁切工具为发行人 2019 年新推出产品，主要设备于 2019 年 6 月投入安装，期末仍处于设备调试、工艺调整阶段。截至 2020 年 6 月 30 日，主要设备磨床生产线仍处于安装调试阶段。

2020 年 1-6 月，发行人新增“智能装备与新材料工业园一期”工程项目 781.85 万元，项目尚处于建设阶段。

发行人在建工程在完工后，及时组织生产部、技术研发部和工程设备部共同验收，并将验收单及时流转至财务部进行账务处理。报告期内，发行人对在建工程达到可使用状态的判定依据符合《企业会计准则第 4 号-固定资产》的相关规定，具有合理性；发行人在建工程不存在达到固定资产确认条件而未及时确认为

固定资产的情况。

就上述事项，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（三）非流动资产的构成及变化情况分析”之“2、在建工程”中补充披露如下：

“发行人在建工程达到可使用状态的判定依据为：①该在建工程的实体建造或者生产工作已经全部完成；②该在建工程与设计要求、合同规定或者生产要求基本相符；③继续发生在该在建工程的支出金额很少或者几乎不再发生；④该在建工程经使用部门及技术部门验收合格。发行人在对在建工程达到可使用状态的判定依据符合《企业会计准则第4号-固定资产》的相关规定，具有合理性。

包含模切、锯切、裁切等众多系列的金属切削工具，被称为工业的“牙齿”，是实现机床功能的核心部件，直接影响工件材料的加工精度、质量和效率，下游应用对金属切削工具产品性能质量稳定性和产品精密度要求高，这就对生产制造金属切削工具的生产线的工艺设计与调整、设备自制与调试能力提出了较高要求，为此，相对于原有产品生产线的技改，金属切削工具新产品及其新生产线的工艺设计与调整、设备自制与调试，工程更复杂，耗时更长。

发行人从事模切工具（重型、轻型）、锯切工具（双金属带锯条、冷切圆锯片）、裁切工具（美工刀）等金属切削工具的研发、生产和销售，报告期内实施了产品系列化及配套装备一体化的业务发展战略，产品系列从报告期初的重型模切工具、双金属带锯条，报告期内陆续推出了轻型模切工具、冷切圆锯片、美工刀等全新产品。

报告期内，发行人在建工程主要是新增产品轻型模切工具（模切工具）、冷切圆锯片（锯切工具）及美工刀（裁切工具）的新建生产线，不同于原有生产线的局部技改，新增产品的新建生产线的工艺设计与调整、设备自制与调试，工程复杂、耗时较长，其采购、建造、安装本身需要一定周期，建造安装后更是需要对设备、工艺、生产线进行反复调试、验证与优化，才能保障新产品的性能良好、质量稳定，此后，安排试运行并经验收合格后，生产线才能投入使用，安排生产。

发行人在建工程在完工后，及时组织生产部、技术研发部和工程设备部共同验收，并将验收单及时流转至财务部进行账务处理。报告期内，发行人在建工程不存在达到固定资产确认条件而未及时确认为固定资产的情况。”

二、结合轻型模切工具与同行业可比公司同类产品的产能利用率对比情况，补充分析并披露轻型模切工具报告期产能利用率较低的原因及合理性。

1、与同行业可比公司同类产品的产能利用率对比情况

报告期内，公司轻型模切工具销售额分别为 348.89 万元、639.77 万元、836.53 万元和 745.07 万元，占公司主营业务收入的比例分别为 1.18%、1.82%、2.28% 和 4.37%，销售金额和主营业务收入占比均较小。目前国内不存在生产轻型模切工具的上市公司，但在中小企业股份转让系统挂牌的上海达攀（872962.OC）主要生产轻型模切工具，由于上海达攀（872962.OC）未在年报中披露产能利用率情况，故无法进行对比。

2、轻型模切工具报告期产能利用率较低的原因及合理性

报告期内，发行人轻型模切工具产能、产量、销量及产能利用率、产销率情况如下：

产品名称	项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
轻型模切工具	产能（万米）	830.00	1,470.00	1,410.00	1,000.00
	产量（万米）	496.89	584.85	542.95	422.87
	销量（万米）	381.48	515.34	572.42	361.70
	产能利用率（%）	59.87	39.79	38.51	42.29
	产销率（%）	76.77	88.12	105.43	85.53

报告期内，发行人轻型模切工具的产能利用率较低，分别为 42.29%、38.51%、39.79%和 59.87%，主要原因系轻型模切工具为新开发产品，于 2017 年下半年逐步投入生产并开始销售，报告期内尚处于工艺改进、品类开发、品质提升及市场开拓期。为丰富产品品类，提升产品品质，提高产品市场定位，塑造产品持续竞争能力，发行人根据客户与市场反馈情况主动调节控制了订单数量以及生产数量，符合商业逻辑，具有合理性。报告期内，轻型模切工具产销率分别为 85.53%、

105.43%、88.12%和 76.77%，维持在较高水平。2020 年 1-6 月随着工艺稳定、品质提升，发行人的轻型模切工具产能利用率已提升至 59.87%。

就上述事项，发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、销售情况和主要客户”之“(三) 主要产品的产能、产量及销售情况”中补充披露如下：

“报告期内，发行人轻型模切工具的产能利用率较低，分别为 42.29%、38.51%、39.79%和 59.87%，主要原因系轻型模切工具为新开发产品，于 2017 年下半年逐步投入生产并开始销售，报告期内尚处于工艺改进、品类开发、品质提升及市场开拓期。为丰富产品品类，提升产品品质，提高产品市场定位，塑造产品持续竞争能力，发行人根据客户与市场反馈情况主动调节控制了订单数量以及生产数量，符合商业逻辑，具有合理性。报告期内，轻型模切工具产销率分别为 85.53%、105.43%、88.12%和 76.77%，维持在较高水平。2020 年 1-6 月随着工艺稳定、品质提升，发行人的轻型模切工具产能利用率已提升至 59.87%。”

三、核查程序和核查意见

(一) 核查程序

1、了解、评价并测试了发行人与固定资产、在建工程相关的关键内部控制的设计和运行有效性；

2、访谈发行人管理层，了解报告期内在建工程达到可使用状态的判定依据，分析其合理性；

3、查阅在建工程明细账，抽查在建工程项目的预算资料、入账凭证及对应的合同；

4、现场察看在建工程，了解其生产经营使用状况或在建状态，对其是否达到预定可使用状态作出合理判断；

5、查阅发行人报告期期末固定资产卡片账，核对主要生产设备，监盘主要生产设备，抽查生产设备入账凭证，确认是否满足固定资产确认条件，是否及时

确认为固定资产；

6、复核发行人轻型模切工具的产能利用率及访谈轻型模切工具业务负责人，以了解轻型模切工具产能利用率情况。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

发行人对在建工程达到可使用状态的判定依据符合《企业会计准则第 4 号-固定资产》的相关规定，具有合理性，不存在达到固定资产确认条件而未及时确认为固定资产的情况。

发行人轻型模切工具产能利用率较低的主要原因系轻型模切工具是发行人 2017 年下半年新推出的产品，报告期内仍处于工艺改进、丰富品类、品质提升和市场开拓期，发行人主动控制订单数量和产量所致，具备合理性。

10.关于股份支付

根据申报材料，2018年6月6日，林正华将其持有的恒达机电11.50%的股权转让给壶山兰水、林正雄、沈群宾、恒而达之、林素媛和侯德兴，构成股份支付。发行人以2017年度扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润为基准，采用8倍市盈率计算发行人的股权公允价值，对应每股公允价值为6.88元/股。2018年12月26日，林正华向郑志通转让持有的壶山兰水36.5854%份额，转让价格为397.50万元。发行人采用股改基准日（2018年7月31日）的收益法评估结果计算发行人的股权公允价值，对应每股公允价值为6.95元/股。上述股权激励共计确认股份支付费用605.65万元。壶山兰水为发行人核心骨干人员员工持股平台，林正华持有37.5610%合伙份额。请保荐人和申报会计师补充说明两次股权激励分别以2017年度净利润和股改基准日（2018年7月31日）的收益法评估结果为基础计算发行人的股权公允价值的原因及合理性。

回复：

一、补充说明两次股权激励分别以2017年度净利润和股改基准日（2018年7月31日）的收益法评估结果为基础计算发行人的股权公允价值的原因及合理性

发行人于2018年6月和2018年12月分两次进行股权激励，系为获取职工提供服务而授予的权益工具，属于股份支付。

两次股份支付费用的计算过程如下：

股权激励批次	股权激励人员	激励股数 (万股)	股份受让价格 (元/股)	股份公允价值 (元/股)	股份支付费用 (万元)
		a	b	c	d=a*(c-b)
第一批 (2018年 6月)	林正雄	150.00	5.30	6.88	237.00
	沈群宾	100.00	5.30	6.88	158.00
	方俊锋等25名员工 以及离职员工张兴 伟（通过员工持股 平台间接持有）	55.00	5.30	6.88	86.90
第二批 (2018年	郑志通（通过员工 持股平台间接持	75.00	5.30	6.95	123.75

股权激励 批次	股权激励人员	激励股数 (万股)	股份受让价格 (元/股)	股份公允价 值(元/股)	股份支付费 用(万元)
		a	b	c	d=a*(c-b)
12月)	有)				
合计		380.00	/	/	605.65

对于 2018 年 6 月第一次股权激励，发行人以 2017 年度扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润为基础，采用 8 倍市盈率计算发行人的股权公允价值，对应每股公允价值为 6.88 元/股。

对于 2018 年 12 月第二次股权激励，发行人采用股改基准日（2018 年 7 月 31 日）的收益法评估结果计算发行人的股权公允价值，对应每股公允价值为 6.95 元/股，略高于 2018 年 6 月第一次股权激励的每股公允价值。

根据《首发业务若干问题解答》，存在股份支付事项的，应按照企业会计准则规定的原则确定权益工具的公允价值。在确定公允价值时，应综合考虑如下因素：①入股时间阶段、业绩基础与变动预期、市场环境变化；②行业特点、同行业并购重组市盈率水平；③股份支付实施或发生当年市盈率、市净率等指标因素的影响；④熟悉情况并按公平原则自愿交易的各方最近达成的入股价格或相似股权价格确定公允价值，如近期合理的 PE 入股价，但要避免采用难以证明公允性的外部投资者入股价；⑤采用恰当的估值技术确定公允价值，但要避免采取有争议的、结果显失公平的估值技术或公允价值确定方法，如明显增长预期下按照成本法评估的每股净资产价值或账面净资产。

发行人历次股权变动中均不存在引入外部投资者的情形，且 2018 年两次实施股权激励同期无法通过公开渠道获取可比同行业标的公司被并购的市场案例及其估值数据，因此，发行人无法以可供参考的合理的 PE 入股价或者同行业并购重组市盈率为基础计算股权公允价值。

2018 年 6 月实施股权激励阶段，因当时不存在专业的评估机构针对发行人股权激励时点的股权价值出具评估报告，发行人在确定股权的公允价值时，综合考虑了入股时间阶段、基础业绩与变动预期、市场环境变化等因素，选取最近一年即 2017 年度扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润为基础，并采用 8 倍市盈率计算股权公允价值。

2018年12月实施股权激励阶段，发行人在确定股权的公允价值时，采用专业评估机构出具的评估报告中收益法评估后的股东全部权益价值作为公允价值。根据全国第一批具有从事证券、期货业务资产评估资质的专业机构福建中兴资产评估房地产土地估价有限责任公司于2018年10月出具的《莆田市恒达机电实业有限公司拟进行股份制改制所涉及的股东全部权益价值资产评估报告》（闽中兴评字（2018）第3029号），截至评估基准日2018年7月31日，采用收益法评估后的股东全部权益价值为34,767.96万元。该评估值下的每股公允价值为6.95元，对应发行人2017年扣非归母净利润的市盈率为8.18倍。评估机构运用资产评估法定的程序和公允的方法，本次收益法评估采用现金流量折现法，并采用企业自由现金流折现模型，同时根据发行人历史数据以及未来行业、公司发展趋势对营业收入、营业成本、税金及附加、期间费用、折旧摊销等进行合理预测，评估方法及参数选择合理，符合评估准则的要求，本次收益法下的评估值是合理的。

假设2018年6月第一次股权激励计算股份支付费用时，采用2018年12月第二次股权激励的每股公允价值测算的股份支付费用及差异情况如下：

股权激励批次	股权激励人员	激励股数（万股）	股份受让价格（元/股）	现有计提情况		假设采用2018年12月第二次股权激励的每股公允价值测算计提		股份支付费用差异情况（万元）
				股份公允价值（元/股）	股份支付费用（万元）	股份公允价值（元/股）	股份支付费用（万元）	
第一批 （2018年6月）	林正雄	150.00	5.30	6.88	237.00	6.95	247.50	10.50
	沈群宾	100.00	5.30	6.88	158.00	6.95	165.00	7.00
	方俊锋等25名员工以及离职员工张兴伟	55.00	5.30	6.88	86.90	6.95	90.75	3.85
小计		380.00	/	/	481.90	/	503.25	21.35

假设2018年6月第一次股权激励计算股份支付费用时，采用2018年12月第二次股权激励的每股公允价值测算，2018年的股份支付费用将增加21.35万元，较已计提的股份支付费用481.90万元差异金额较小，且占当期净利润的比例仅为0.33%，占比较低。

综上，发行人综合考虑了入股时间阶段、基础业绩与变动预期、市场环境变化等因素，2018年6月和2018年12月分两次进行股权激励采用差异较小的股权公允价值计提股份支付费用，符合企业会计准则的谨慎性原则，具有合理性。

二、核查程序和核查意见

（一）核查程序

保荐人、申报会计师就上述事项执行了如下核查程序：

1、取得了发行人2018年6月和2018年12月发生股权转让事项的工商登记资料、各股东支付股权转让价款的支付凭证，访谈了与该次股权转让涉及的相关主体，以了解2018年6月股权转让情况；

2、取得了报告期内发行人非自然人股东（包括恒而达之、壶山兰水）的工商登记资料，访谈发行人实际控制人，了解历次股权变更的交易背景、交易双方背景信息，以确认是否属于股权激励，确认股份支付计算的完整性；

3、取得了发行人股东（包括直接持股股东和通过壶山兰水间接持有发行人股份的股东）出具的《调查问卷》，取得了通过壶山兰水间接持有发行人股份的股东出具的确认文件，访谈了通过壶山兰水间接持有发行人股份的股东，以了解发行人股东的持股情况；

4、取得股改评估报告，对收益法下的评估值的相关假设前提、参数指标和评估过程进行复核，分析收益法下评估值的合理性；

5、复核2018年发行人两次股权激励股权公允价值的确认方法及相关计算过程。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

发行人2018年6月和12月的两次股权激励分别以2017年度净利润和股改基准日（2018年7月31日）的收益法评估结果为基础计算股权公允价值具有合理性。

11.关于资产完整性

根据申报材料，报告期发行人租用实际控制人控制的立高鞋业厂房 2,395.60 平方米。

请发行人补充披露：

(1) 上述房产的具体用途、对发行人的重要程度、未投入发行人的原因、租赁使用费的公允性、能否确保发行人长期使用、今后的处置方案等；

(2) 上述租赁厂房面积占发行人全部厂房面积的比例，使用上述厂房产生的收入、毛利、利润情况，评估其对发行人的重要性。

请保荐人和发行人律师对上述情况进行核查，并就该等情况是否对发行人资产完整性和独立性构成重大不利影响发表明确意见。

回复：

一、上述房产的具体用途、对发行人的重要程度、未投入发行人的原因、租赁使用费的公允性、能否确保发行人长期使用、今后的处置方案等。

就上述情况，发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易”之“(二) 关联交易”之“2、偶发性关联交易”之“(1) 关联租赁”中补充披露如下：

“⑤与立高鞋业的关联租赁具体情况

2019年3月15日，发行人（乙方）与立高鞋业（甲方）签订《租赁合同》，合同约定，发行人向立高鞋业租赁其所有的坐落于莆田市新度镇厝柄民营工业区的厂房用于开展生产、经营活动；租赁房屋面积为 2,395.60 平方米，租赁期限为自 2019 年 4 月 1 日起至 2022 年 3 月 30 日止，免租期为自 2019 年 4 月 1 日起至 2019 年 6 月 30 日止；租金为每平方米 9 元/月（含税），每月租金总额为 21,560.40 元，由发行人按季度支付给立高鞋业。

发行人向立高鞋业承租房屋所承担的租金单价与同时期公开市场查询的同地段同性质的出租房屋的租金单价对比如下：

报告期	承租人	租赁面积（平方米）	租赁用途	租金单价（元/平方米/月）
2019 年度	发行人	2,395.60	厂房	9.00

报告期	承租人	租赁面积 (平方米)	租赁用途	租金单价 (元/平方米/月)
2019年度网络查询案例1		100.00	仓库	10.00
2019年度网络查询案例2		1,300.00	厂房	10.00
2019年度网络查询案例3		1,000.00	厂房	10.00
2019年度网络查询案例4		160.00	仓库	9.38

由上表可见，发行人向立高鞋业承租房屋承担的租金单价与同时期公开市场同地段同性质出租房屋的租金单价基本一致，不存在重大差异，基于此，发行人向立高鞋业承租房屋的租金单价系参考公开市场价格确定，发行人于2019年向立高鞋业承租房屋所承担的租金单价处于合理的价格区间，定价公允。

立高鞋业拥有的上述出租房屋紧邻发行人厂区，建筑面积合计为4,744.85平方米，其中建筑面积为1,220.97平方米的综合楼为混合结构、建筑面积为3,523.88平方米的综合楼为框架结构，均系立高鞋业于1995年自建取得的房屋。

2019年3月，因发行人所拥有的房屋已全部投入生产经营，现有场地无法满足发行人研发、试制、生产新产品的场地需求，为满足经营的需求，且立高鞋业拥有的房屋紧邻发行人厂区，发行人承租立高鞋业的房屋并适当改造装修后用于新产品冷切金属圆锯片的研发、试制、生产。2019年度、2020年1-6月，发行人冷切金属圆锯片产品分别实现销售收入34.85万元、191.15万元，占发行人主营业务收入的0.09%、1.12%，对发行人业绩影响很小。

因立高鞋业上述房屋系1995年即已投入使用，使用年限较长，且发行人仅承租其部分房屋（混合结构综合楼的1-3层和框架结构综合楼的1层）用于开展新产品的研发、试制、生产，立高鞋业拥有的上述房屋基于生产设备承重安全性考虑亦无法全部由发行人使用，因此，将该等使用年限已达25年且发行人仅部分使用的房屋全部投入发行人对发行人而言不具有经济性。经慎重考虑后，发行人仅承租使用立高鞋业拥有的部分房屋并适当改造装修后用于发行人进行新产品的研发、试制、生产，发行人实际控制人未将立高鞋业拥有的该房屋全部通过市场化方式投入发行人。

如前所述，发行人承租立高鞋业拥有的部分房屋的租赁期限至2022年3月，在上述《租赁合同》约定的租赁期限内，发行人可依据《租赁合同》的约定有偿使用该承租房屋。

截至本招股说明书签署日，发行人已通过出让方式新增取得了两宗土地用途为工业用地的土地使用权，并已拟定新厂房的建设方案，待新厂房建设完工后，发行人承租立高鞋业房屋开展的业务将搬迁至新厂房经营。

如在新厂房尚未建设完成前租赁期限届满，发行人可继续承租该房屋用于生产经营，《租赁合同》亦约定在租赁期限届满前，如发行人继续承租的，需提前三个月向立高鞋业书面提出并经同意后重新签订租赁合同。如租赁期限届满后发行人不再继续承租的，立高鞋业届时可将其拥有的房屋出租给其他第三方并收取租金。”

二、上述租赁厂房面积占发行人全部厂房面积的比例，使用上述厂房产生的收入、毛利、利润情况，评估其对发行人的重要性。

就上述情况，发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易”之“(二) 关联交易”之“2、偶发性关联交易”之“(1) 关联租赁”中补充披露如下：

“立高鞋业拥有的房屋基于生产设备承重安全性考虑无法全部由发行人使用，在发行人所承租的 2,395.60 平方米房屋中，亦只有框架结构综合楼的第 1 层（建筑面积约为 1,174.63 平方米）房屋经发行人改造装修后用于生产用途，发行人所承租的其余部分房屋均系作为办公及生活配套用房。截至本招股说明书签署日，发行人自有的厂房面积及承租立高鞋业的厂房面积合计为 36,584.14 平方米，发行人承租立高鞋业的厂房面积 1,174.63 平方米占上述厂房总面积的比例为 3.21%。

发行人承租立高鞋业的房屋用于新产品冷切金属圆锯片的研发、试制、生产，2019 年度、2020 年 1-6 月，发行人销售冷切金属圆锯片取得的收入为 34.85 万元、191.15 万元，对应的毛利润为-17.51 万元、21.90 万元，毛利率为-50.25%、11.46%。造成上述情形主要系冷切金属圆锯片系发行人 2019 年度新推出的产品，尚处于工艺改进期和市场开拓期，产销量较少，未形成规模效应，导致毛利率水平为负数。发行人在 2019 年度、2020 年 1-6 月销售冷切金属圆锯片的收入分别仅占发行人 2019 年度主营业务收入的比例为 0.09%、1.12%，对发行人的财务状况、经营成果和盈利能力不构成重大影响。”

三、核查程序和核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人律师就上述事项执行了如下核查程序：

- 1、查阅了相关租赁合同，以了解相关租赁房屋的基本信息；
- 2、勘察了相关租赁房屋，以了解相关租赁房屋的具体用途；
- 3、网络查询了相关租赁房屋周边的租金信息，以分析租金的公允性；
- 4、访谈了发行人实际控制人、董事长，以了解相关租赁房屋具体用途、未投入发行人的原因、能否确保发行人长期使用，以及今后的处置方案；
- 5、查阅了发行人审计报告，以了解相关租赁房屋对发行人的影响。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

发行人于 2019 年 3 月向立高鞋业租赁房屋，系因为发行人所拥有的房屋已全部投入生产经营，现有场地无法满足发行人研发、试制、生产新产品的需求，拟开发的新业务已无场所开展，鉴于此，为满足发行人生产经营的需求，且立高鞋业拥有的厂房紧邻发行人厂区，发行人承租立高鞋业的房屋并适当改造装修后用于新产品冷切金属圆锯片的研发、试制、生产。租金单价参考公开市场价格确定，价格公允。

截至本问询回复出具日，发行人已通过出让方式新增取得了两宗土地用途为工业用地的土地使用权，并已拟定新厂房的建设方案，待新厂房建设完工后，发行人承租立高鞋业房屋所开展的业务将搬迁至新厂房经营，上述发行人向立高鞋业承租房屋的交易将终止。此外，发行人在 2019 年度承租立高鞋业的厂房面积占发行人所拥有厂房总面积的比例仅为 3.21%，且发行人承租该房屋在 2019 年度产生的销售收入对发行人 2019 年度的财务状况、经营成果和盈利能力不构成重大影响，发行人不因上述房屋租赁而对关联方立高鞋业形成依赖，上述房屋租赁事项不影响发行人资产完整性和独立性。

12.关于疫情影响

请发行人：（1）补充披露公司及重要子公司、境外客户所在地区受疫情影响的具体情况。（2）结合疫情期间开工比例、订单签订及变化情况、合同履行情况、上下游厂商停工复工情况，补充披露是否存在因为疫情关系延迟或取消执行订单的情形，如存在延迟或取消的，披露延迟或取消订单的具体情况，对公司2020年上半年营业收入的同比影响，对应的存货是否存在减值迹象，相关存货跌价准备计提是否充分。（3）结合2020年上半年的产能、产量、销量及与去年同期对比情况，补充披露新冠疫情对发行人经营情况及财务状况的影响，是否对发行人的持续经营能力产生重大不利影响。请保荐人和申报会计师发表明确核查意见。

回复：

一、补充披露公司及重要子公司、境外客户所在地区受疫情影响的具体情况。

发行人及其子公司生产经营地均为福建省莆田市，不属于疫情重点地区。自新型冠状病毒肺炎疫情（以下简称“新冠疫情”）爆发以来，发行人按照中央及地方各级政府出台的政策要求及时响应、迅速落实，积极做好疫情防控各项工作，并按照福建省和莆田市疫情防控要求提交了复工申请，于2020年2月11日获得批准正式复工。2020年1-6月，发行人的重型模切工具产量为上年同期的84.74%，双金属带锯条产量为上年同期的101.29%，发行人及其子公司自身受疫情影响较小。

报告期内，发行人境外销售收入占主营业务收入的比例分别为6.45%、6.31%、8.04%和6.87%。发行人境外客户主要在越南、土耳其、墨西哥、印度、巴基斯坦等国家和地区，其中以越南为主，报告期各年越南市场销售额占境外销售收入比例均超过50%。截至本问询回复出具日，越南不属于疫情重点地区。2020年1-6月发行人境外销售收入为1,172.29万元，较上年同期仅下降1.55%。虽然新冠疫情在境外全球范围内持续发生，后续公司境外销售可能会进一步受到影响，但发行人报告期内境外销售收入占营业收入比例较小，且境外主要销售地区不属于重点疫区，境外客户自身所在地区疫情的影响不会对发行人的经营状况和

财务状况产生重大不利影响。

就上述事项，发行人已在招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“七、新型冠状病毒肺炎疫情对发行人生产经营的影响”之“（一）公司及重要子公司、境外客户所在地区受疫情影响的具体情况”中补充披露如下：

“公司及其子公司生产经营地均为福建省莆田市，不属于疫情重点地区。自新型冠状病毒肺炎疫情（以下简称“新冠疫情”）爆发以来，公司按照中央及地方各级政府出台的政策要求及时响应、迅速落实，积极做好疫情防控各项工作，并按照福建省和莆田市疫情防控要求提交了复工申请，于2020年2月11日获得批准正式复工。2020年1-6月，发行人的重型模切工具产量为上年同期的84.74%，双金属带锯条产量为上年同期的101.29%，发行人及其子公司自身受疫情影响较小。

发行人主要从事模切工具、锯切工具、裁切工具等金属切削工具以及配套智能数控装备的研发、生产和销售，所属行业不属于受本次疫情影响较大的零售餐饮、住宿旅游、交通运输、文化娱乐等行业。

截至本招股说明书签署日，发行人无员工被确诊为新型冠状病毒肺炎。发行人目前生产经营保持稳定，原材料采购能满足生产需要，产品销售受下游行业延迟开工、复工率不足带来一定的短期不利影响，但中长期影响预计较小。

报告期内，发行人境外销售收入占主营业务收入的比例分别为6.45%、6.31%、8.04%和6.87%。发行人境外客户主要在越南、土耳其、墨西哥、印度、巴基斯坦等国家和地区，其中以越南为主，报告期各年越南市场销售额占境外销售收入比例均超过50%。截至本招股说明书签署日，越南不属于疫情重点地区。2020年1-6月发行人境外销售收入为1,172.29万元，较上年同期仅下降1.55%。虽然新冠疫情在境外全球范围内持续发生，后续公司境外销售可能会进一步受到影响，但发行人报告期内境外销售收入占营业收入比例较小，且境外主要销售地区不属于重点疫区，境外客户自身所在地区疫情的影响不会对发行人的经营状况和财务状况产生重大不利影响。”

二、结合疫情期间开工比例、订单签订及变化情况、合同履行情况、上下游厂商停工复工情况，补充披露是否存在因为疫情关系延迟或取消执行订单的情形，如存在延迟或取消的，披露延迟或取消订单的具体情况，对公司 2020 年上半年营业收入的同比影响，对应的存货是否存在减值迹象，相关存货跌价准备计提是否充分。

发行人于 2020 年 2 月 11 日获得批准正式复工，2020 年 1-6 月发行人的重型模切工具和双金属带锯条产量分别为去年同期的 84.74%和 101.29%，发行人的复工率较高。

发行人主要原材料的境内供应商位于浙江、江西、辽宁、天津、江苏等地，主要境内供应商陆续于 2020 年 2-3 月期间复工复产；发行人主要原材料的境外供应商位于德国，主要境外供应商于 2020 年 1-6 月期间未因新冠疫情影响而发生停产的情形。2020 年 1-6 月，公司主要原材料供应商不存在因新冠疫情的影响而发生向公司延迟供货的情形。因此，截至本问询回复出具日，新冠疫情未对公司主要原材料的供应产生重大不利影响。

发行人重型模切工具的终端应用领域主要为鞋服箱包厂，且中国的鞋服箱包出口占比较大；虽然公司重型模切工具的主要经销商均已复工，但国内鞋服箱包厂受国外疫情影响开工率仍然不足，进而对重型模切工具的需求量下降，导致 2020 年上半年公司重型模切工具的销量较上年同期下降 27.23%。发行人的双金属带锯条终端客户主要为国内的机械加工、钢铁冶金、模具加工、大型锻造生产企业，得益于国内疫情总体防控效果良好促使国内锯切工具下游行业如装备制造、建筑建材等行业的复工复产工作得以有序推进及 2020 年上半年国内钢铁行业的产量上升，发行人的双金属带锯条产品主要用于切割钢材等金属材料，下游需求上升导致发行人双金属带锯条 2020 年上半年的销售数量较上年同比增长 6.01%。截至本问询回复出具日，新冠疫情对发行人重型模切工具下游客户具有一定影响，但对双金属带锯条下游客户的影响较小。

2020 年 1-6 月，发行人获取的重型模切工具的订单金额相比上年同期降幅较大，导致模切工具销售收入为 8,284.18 万元，相比上年同期减少 23.77%，主要原因系受新冠疫情影响，发行人下游客户对重型模切工具的需求减少所致；2020

年 1-6 月，发行人获取锯切工具的订单金额相比上年同期略有增长，锯切工具销售收入为 7,707.07 万元，相比上年同期增加 4.86%；2020 年 1-6 月，发行人获取了智能数控装备新产品的订单，智能数控装备的销售收入因此快速增长，实现销售收入 1,017.68 万元。综上所述，2020 年 1-6 月，发行人获取的订单金额合计相比上年同期有所减少，实现营业收入为 17,455.21 万元，相比上年同期减少 6.42%。

2020 年 1-6 月，发行人获取的订单及其执行情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月 获取订单	已执行订单	未执行订单		
			正常订单	需延期订单	已取消订单
境内金额	16,323.97	16,067.64	237.39	7.05	11.88
订单类型占比	100.00%	98.43%	1.45%	0.04%	0.07%
境外金额	1,169.00	1,089.33	44.50	35.17	-
订单类型占比	100.00%	93.18%	3.81%	3.01%	-
合计	17,492.97	17,156.98	281.89	42.22	11.88
订单类型占比	100.00%	98.08%	1.61%	0.24%	0.07%

注：订单金额的统计口径为销售额（不含税）。

截至 2020 年 6 月末，公司于 2020 年 1-6 月获取的订单执行情况较好，已执行订单占比超过 95%，未执行的订单大部分处于正常执行状态，已取消和需延期的订单金额较小，占比较低。

2020 年 1-6 月取消的订单中，对应的存货为通用规格产品且价格稳定，订单的取消和延迟会导致对应的存货在公司库存时间有所延长，但不会对相应的存货对外销售给其他客户造成重大不利影响，相应的存货也不存在明显减值的迹象。

就上述事项，发行人已在招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“七、新型冠状病毒肺炎疫情对发行人生产经营的影响”中补充披露如下：

“（二）疫情期间发行人订单签订、执行情况

发行人于 2020 年 2 月 11 日获得批准正式复工，2020 年 1-6 月发行人的重型模切工具和双金属带锯条产量分别为去年同期的 84.74% 和 101.29%，发行人的复工率较高。

发行人主要原材料的境内供应商位于浙江、江西、辽宁、天津、江苏等地，主要境内供应商陆续于 2020 年 2-3 月期间复工复产；发行人主要原材料的境外供应商位于德国，主要境外供应商于 2020 年 1-6 月期间未因新冠疫情影响而发生停产的情形。2020 年 1-6 月，公司主要原材料供应商不存在因新冠疫情影响而发生向公司延迟供货的情形。因此，截至本招股说明书签署日，新冠疫情未对公司主要原材料的供应产生重大不利影响。

发行人重型模切工具的终端应用领域主要为鞋服箱包厂，且中国的鞋服箱包出口占比较大；虽然公司重型模切工具的主要经销商均已复工，但国内鞋服箱包厂受国外疫情影响开工率仍然不足，进而对重型模切工具的需求量下降，导致 2020 年上半年公司重型模切工具的销量较上年同期下降 27.23%。发行人的双金属带锯条终端客户主要为国内的机械加工、钢铁冶金、模具加工、大型锻造生产企业，得益于国内疫情总体防控效果良好促使国内锯切工具下游行业如装备制造、建筑建材等行业的复工复产工作得以有序推进及 2020 年上半年国内钢铁行业的产量上升，发行人的双金属带锯条产品主要用于切割钢材等金属材料，下游需求上升导致发行人双金属带锯条 2020 年上半年的销售数量较上年同比增长 6.01%。截至本招股说明书签署日，新冠疫情对发行人重型模切工具下游客户具有一定影响，但对双金属带锯条下游客户的影响较小。

2020 年 1-6 月，发行人获取的重型模切工具的订单金额相比上年同期降幅较大，导致模切工具销售收入为 8,284.18 万元，相比上年同期减少 23.77%，主要原因系受新冠疫情影响，发行人下游客户对重型模切工具的需求减少所致；2020 年 1-6 月，发行人获取锯切工具的订单金额相比上年同期略有增长，锯切工具销售收入为 7,707.07 万元，相比上年同期增加 4.86%；2020 年 1-6 月，发行人获取了智能数控装备新产品的订单，智能数控装备的销售收入因此快速增长，实现销售收入 1,017.68 万元。综上所述，2020 年 1-6 月，发行人获取的订单金额合计相比上年同期有所减少，实现营业收入为 17,455.21 万元，相比上年同期减少 6.42%。

2020 年 1-6 月，发行人获取的订单及其执行情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月 获取订单	已执行订单	未执行订单		
			正常订单	需延期订单	已取消订单
境内金额	16,323.97	16,067.64	237.39	7.05	11.88
订单类型占比	100.00%	98.43%	1.45%	0.04%	0.07%
境外金额	1,169.00	1,089.33	44.50	35.17	-
订单类型占比	100.00%	93.18%	3.81%	3.01%	-
合计	17,492.97	17,156.98	281.89	42.22	11.88
订单类型占比	100.00%	98.08%	1.61%	0.24%	0.07%

注：订单金额的统计口径为销售额（不含税）。

截至2020年6月末，公司于2020年1-6月获取的订单执行情况较好，已执行订单占比超过95%，未执行的订单大部分处于正常执行状态，已取消和需延期的订单金额较小，占比较低。

2020年1-6月取消的订单中，对应的存货为通用规格产品且价格稳定，订单的取消和延迟会导致对应的存货在公司库存时间有所延长，但不会对相应的存货对外销售给其他客户造成重大不利影响，相应的存货也不存在明显减值的迹象。”

三、结合2020年上半年的产能、产量、销量及与去年同期对比情况，补充披露新冠疫情对发行人经营状况及财务状况的影响，是否对发行人的持续经营能力产生重大不利影响。

（一）公司主要产品的产能、产量、销量情况

2020年1-6月，发行人主要产品的产能、产量、销量情况及与去年同期对比情况如下：

产品类别	产品名称	项目	2020年1-6月	2019年1-6月 (未经审计)	同比变动
模切工具	重型模切工具	产能(万米)	2,300	2,280	0.88%
		产量(万米)	1,702.62	2,009.13	-15.26%
		销量(万米)	1,618.31	2,224.02	-27.23%

产品类别	产品名称	项目	2020年1-6月	2019年1-6月 (未经审计)	同比变动
		产能利用率	74.03%	88.12%	减少 14.09 百分点
		产销率	95.05%	110.70%	减少 15.65 百分点
	轻型 模切 工具	产能（万米）	830	570	45.61%
		产量（万米）	496.89	222.21	123.61%
		销量（万米）	381.48	218.09	74.92%
		产能利用率	59.87%	38.98%	增加 20.88 百分点
产销率	76.77%	98.14%	减少 21.37 百分点		
锯切 工具	双金 属带 锯条	产能（万米）	350	350	-
		产量（万米）	362.31	357.69	1.29%
		销量（万米）	391.95	369.73	6.01%
		产能利用率	103.52%	102.20%	增加 1.32 百分点
		产销率	108.18%	103.37%	增加 4.81 百分点

2020年1-6月，公司重型模切工具的销量为1,618.31万米，相比去年同期下降了27.23%，主要原因系受新冠疫情影响，重型模切工具产品的下游客户对重型模切工具的需求有所减少。发行人在2020年5月和6月根据市场需求情况相应调减了重型模切工具的产量，导致上半年产能利用率较去年同期有所降低。

2020年1-6月，发行人轻型模切工具的销量为381.48万米，相比去年同期增加了74.92%，主要原因系随着公司轻型模切工具的生产工艺不断改善，产品质量日益提升，产能利用率提高，产销量增幅较大。

2020年1-6月，发行人双金属带锯条的销量为391.95万米，较上年同期增加了6.01%，主要原因是：（1）得益于国内疫情总体防控效果良好，国内锯切工具下游行业如装备制造、建筑建材、钢铁行业等行业的复工复产工作得以有序推进，此外受新冠疫情影响相应提高了口罩机等设备的生产需求，发行人的双金属带锯条产品主要用于切割钢材等金属材料，带动了双金属带锯条的市场需求；（2）受新冠疫情影响，下游客户减少了采购国外厂商生产的双金属带锯条，相应增加了恒而达等国内厂商生产的双金属带锯条的采购量；（3）公司加强双金属带锯条的市场开拓，新开发了部分客户，导致销售收入增加。

（二）公司的经营状况和财务状况

1、发行人 2020 年 1-6 月财务状况

发行人 2020 年 1-6 月的财务状况具体如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	同比变动
营业收入	17,455.21	18,652.75	-6.42%
净利润	5,474.42	3,819.36	43.33%
归属于母公司股东净利润	5,474.42	3,819.36	43.33%
扣除非经常性损益后归属于 母公司股东净利润	3,048.02	2,921.25	4.34%

注：2019 年 1-6 月财务数据未经审计，下同。

2020 年 1-6 月，公司营业收入为 17,455.21 万元，较上年同期下降了 6.42%；2020 年 1-6 月，公司净利润和归属于母公司股东净利润为 5,474.42 万元，较上年同期增加 43.33%，主要原因系 2020 年 1-6 月公司获得政府补助增加所致；公司扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润为 3,048.02 万元，较上年同期增加 4.34%。

2、2020 年 1-6 月主营业务与上年同期对比变动情况

单位：万元

产品名称	主营业务收入			主营业务毛利		
	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	变动比例	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	变动比例
模切工具	8,284.18	10,867.14	-23.77%	2,370.88	2,805.29	-15.49%
锯切工具	7,707.07	7,349.57	4.86%	2,378.22	2,218.70	7.19%
裁切工具	49.52	-	-	6.92	-	-
智能数控装备	1,017.68	-	-	346.91	-	-
合计	17,058.45	18,216.71	-6.36%	5,102.92	5,023.99	1.57%

注：2020 年 1-6 月财务数据已经容诚所审计，为了便于在同一口径下与上年同期比较，本题涉及主营业务毛利、具体产品毛利率分析时剔除了根据新收入会计准则将原计入销售费用的运杂费调整至营业成本的因素的影响，以下同。

2020年1-6月，发行人主营业务收入为17,058.45万元，较上年同期下降6.36%；主营业务毛利为5,102.92万元，较上年同期增加1.57%，新冠疫情未对公司的主营业务产生重大不利影响。各产品变动情况具体分析如下：

(1) 2020年1-6月，发行人模切工具销售收入为8,284.18万元，较上年同期下降23.77%，主要原因系受新冠疫情的影响，重型模切工具的下游客户需求有所下降，导致产品销量同比下降27.23%；此外由于原材料价格下降导致2020年上半年的重型模切工具毛利率较上年同期有所增长。

(2) 2020年1-6月，发行人锯切工具销售收入为7,707.07万元，较上年同期增加4.86%，锯切工具销售收入有所增长的主要原因是：①得益于国内疫情总体防控效果良好，国内锯切工具下游行业如装备制造、建筑建材等行业的复工复产工作得以有序推进；②2020年上半年国内钢铁产量上升，发行人的双金属带锯条产品主要用于切割钢材等金属材料，下游需求上升导致对双金属带锯条产品的需求量提升；③受疫情影响，市场对口罩的需求快速增长，相应提高了防疫物资生产装备的生产需求，带动了双金属带锯条的市场需求增长；④受疫情影响，下游客户减少了采购国外厂商生产的双金属带锯条，相应增加了恒而达等国内厂商生产的双金属带锯条的采购量。此外，发行人的双金属带锯条产品的毛利率较上年亦略有增长。

(3) 2020年1-6月，发行人裁切工具和智能数控装备实现对外销售1,067.20万元，其中智能数控装备实现销售收入为1,017.68万元，主要原因系公司2019年下半年新推出的CNC全自动圆锯机产品的销售快速增长。

综上所述，截至2020年6月末，新冠疫情未对发行人经营状况和财务状况产生重大不利影响，得益于国内疫情总体防控效果良好，以及发行人依托金属材料与热处理、金属材料加工和自动化专用装备制造的研究和产业化应用优势，基于主要材料、核心工艺、重要装备、市场渠道的资源共享，形成了模切、锯切、裁切工具产品系列化，以及配套数控装备的产品结构和梯队，预计新冠疫情不会对发行人的持续经营能力产生重大不利影响。

就上述事项，发行人已在招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“七、新型冠状病毒肺炎疫情对发行人生产经营的影响”中补充披露如下：

“（三）新冠疫情对发行人经营状况及财务状况的影响

1、发行人 2020 年 1-6 月财务状况

发行人 2020 年 1-6 月的财务状况具体如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	同比变动
营业收入	17,455.21	18,652.75	-6.42%
净利润	5,474.42	3,819.36	43.33%
归属于母公司股东净利润	5,474.42	3,819.36	43.33%
扣除非经常性损益后归属于 母公司股东净利润	3,048.02	2,921.25	4.34%

注：2019 年 1-6 月财务数据未经审计，下同。

2020 年 1-6 月，公司营业收入为 17,455.21 万元，较上年同期下降了 6.42%；2020 年 1-6 月，公司净利润和归属于母公司股东净利润为 5,474.42 万元，较上年同期增加 43.33%，主要原因系 2020 年 1-6 月公司获得政府补助增加所致；公司扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润为 3,048.02 万元，较上年同期增加 4.34%。

2、2020 年 1-6 月主营业务与上年同期对比变动情况

单位：万元

产品名称	主营业务收入			主营业务毛利		
	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	变动比例	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	变动比例
模切工具	8,284.18	10,867.14	-23.77%	2,370.88	2,805.29	-15.49%
锯切工具	7,707.07	7,349.57	4.86%	2,378.22	2,218.70	7.19%
裁切工具	49.52	-	-	6.92	-	-
智能数控装备	1,017.68	-	-	346.91	-	-
合计	17,058.45	18,216.71	-6.36%	5,102.92	5,023.99	1.57%

注：2020 年 1-6 月财务数据已经容诚所审计，为了便于在同一口径下与上年同期比较，本题涉及毛利、毛利率分析时剔除了根据新收入会计准则将原计入销售费用的运杂费调整至营业成本的因素的影响，以下同。

2020 年 1-6 月，发行人主营业务收入为 17,058.45 万元，较上年同期下降 6.36%；主营业务毛利为 5,102.92 万元，较上年同期增加 1.57%，新冠疫情未对

公司的主营业务产生重大不利影响。各产品变动情况具体分析如下：

(1) 2020年1-6月，发行人模切工具销售收入为8,284.18万元，较上年同期下降23.77%，主要原因系受新冠疫情的影响，重型模切工具的下游客户需求有所下降，导致产品销量同比下降27.23%；此外由于原材料价格下降导致2020年上半年的重型模切工具毛利率较上年同期有所增长。

(2) 2020年1-6月，发行人锯切工具销售收入为7,707.07万元，较上年同期增加4.86%，锯切工具销售收入有所增长的主要原因是：A、得益于国内疫情总体防控效果良好，国内锯切工具下游行业如装备制造、建筑建材等行业的复工复产工作得以有序推进；B、2020年上半年国内钢铁产量上升，发行人的双金属带锯条产品主要用于切割钢材等金属材料，下游需求上升导致对双金属带锯条产品的需求量提升；C、受疫情影响，市场对口罩的需求快速增长，相应提高了防疫物资生产装备的生产需求，带动了双金属带锯条的市场需求增长；D、受疫情影响，下游客户减少了采购国外厂商生产的双金属带锯条，相应增加了恒而达等国内厂商生产的双金属带锯条的采购量。此外，发行人的双金属带锯条产品的毛利率较上年亦略有增长。

(3) 2020年1-6月，发行人裁切工具和智能数控装备实现对外销售1,067.20万元，其中智能数控装备实现销售收入为1,017.68万元，主要原因系公司2019年下半年新推出的CNC全自动圆锯机产品的销售快速增长。

综上所述，截至2020年6月末，新冠疫情未对发行人经营状况和财务状况产生重大不利影响，得益于国内疫情总体防控效果良好，以及发行人依托金属材料与热处理、金属材料加工和自动化专用装备制造的研究和产业化应用优势，基于主要材料、核心工艺、重要装备、市场渠道的资源共享，形成了模切、锯切、裁切工具产品系列化，以及配套数控装备的产品结构和梯队，预计新冠疫情不会对发行人的持续经营能力产生重大不利影响。”

四、核查程序和核查意见

(一) 核查程序

保荐人、申报会计师就上述事项执行了如下核查程序：

- 1、查阅发行人的企业复工申请表；
- 2、复核发行人 2020 年 1-6 月业务与财务相关数据，并与上年同期进行对比分析；
- 3、实地走访发行人主要经销商，了解主要经销商的复工情况；邮件访谈公司主要原材料供应商的复工复产情况；
- 4、访谈发行人分管销售的副总经理和财务总监，了解新冠疫情对公司 2020 年上半年生产经营和财务状况的影响，以及预判新冠疫情对公司持续经营能力的影响。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、发行人及其子公司生产经营均位于福建省莆田市，公司主要的境外客户位于越南，均不属于疫情重点地区。因新冠疫情在全球范围内持续发生，后续公司境外销售可能会进一步受到影响，因发行人报告期内境外销售收入占营业收入比例较小，境外客户所在地区疫情的影响不会对发行人的经营状况和财务状况产生重大不利影响；

2、截至 2020 年 6 月末，发行人于 2020 年 1-6 月获取的订单执行情况较好，已执行订单占比超过 95%，未执行的订单大部分属于正常执行状态，已取消和需延期的订单金额较小，占比较低，已取消的订单对应的存货为通用规格的产品，不会对相应的存货对外销售给其他客户造成重大不利影响，相应的存货也不存在明显减值的迹象；

3、截至 2020 年 6 月末，新冠疫情未对发行人经营状况和财务状况产生重大不利影响，得益于国内疫情总体防控效果良好，以及发行人依托金属材料与热处理、金属材料加工和自动化专用装备制造的研究和产业化应用优势，基于主要材料、核心工艺、重要装备、市场渠道的资源共享，形成了模切、锯切、裁切工具产品系列化，以及配套数控装备的产品结构和梯队，预计新冠疫情不会对发行人的持续经营能力产生重大不利影响。

13.关于股份锁定期承诺

请保荐人和发行人律师按照中国证监会《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题3和股份锁定相关要求对发行人股东股份锁定期承诺的合规性进行核查，并发表明确意见。

回复：

一、股份锁定相关要求

（一）《公司法》第一百四十一条规定：“发起人持有的本公司股份，自公司成立之日起一年内不得转让。公司公开发行股份前已发行的股份，自公司股票在证券交易所上市交易之日起一年内不得转让。公司董事、监事、高级管理人员应当向公司申报所持有的本公司的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的百分之二十五；所持本公司股份自公司股票上市交易之日起一年内不得转让。上述人员离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。公司章程可以对公司董事、监事、高级管理人员转让其所持有的本公司股份作出其他限制性规定。”

（二）中国证监会发行监管部于2020年6月修订后颁布的《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题3明确规定：“发行人控股股东和实际控制人所持股份自发行人股票上市之日起36个月内不得转让，控股股东和实际控制人的亲属所持股份应比照该股东本人进行锁定。”

（三）《深圳证券交易所创业板股票上市规则》（以下简称“《上市规则》”）第2.3.3条规定：“公司股东持有的首发前股份，自发行人股票上市之日起十二个月内不得转让。”《上市规则》第2.3.4条第一款规定：“上市公司控股股东、实际控制人及其一致行动人减持本公司首发前股份的，应当遵守下列规定：（一）自公司股票上市之日起三十六个月内，不得转让或者委托他人管理其直接和间接持有的首发前股份，也不得提议由上市公司回购该部分股份；（二）法律法规、中国证监会规定、本规则以及本所业务规则对控股股东、实际控制人股份转让的其他规定。”

（四）《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》（深证上〔2017〕820号）第十二条规定：“董监高在任期届满前离

职的，应当在其就任时确定的任期内和任期届满后六个月内，继续遵守下列限制性规定：（一）每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的百分之二十五；（二）离职后半年内，不得转让其所持本公司股份；（三）《公司法》对董监高股份转让的其他规定。”

二、发行人股东出具的股份锁定承诺

（一）在发行人股东（包括直接持股股东和员工持股平台壶山兰水的间接持股股东）中，林正华系发行人控股股东、实际控制人；林正雄系林正华之堂弟；林素媛系林正华之妹妹；陈丽容系发行人实际控制人陈丽钦之妹妹；壶山兰水的有限合伙人孔夏祥系林正华之外甥女婿；壶山兰水的有限合伙人黄永革系林正华之妹夫，系林素媛之配偶。

（二）截至本问询回复出具日，发行人直接持股股东林正华、林正雄、沈群宾、林素媛、陈丽容、壶山兰水、恒而达之已分别就其所持有的发行人股份在发行人本次发行上市后的股份锁定事项出具股份锁定承诺，其中，发行人直接持股股东林正雄系重新出具的股份锁定承诺；通过恒而达之间接持有发行人股份的发行人实际控制人陈丽钦、通过壶山兰水间接持有发行人股份的发行人副总经理郑志通、发行人监事黄青山、黄福生以及发行人实际控制人林正华的亲属孔夏祥、黄永革也已分别就其所持有的发行人股份在发行人本次发行上市后的股份锁定事项出具股份锁定承诺，其中，发行人实际控制人林正华的亲属孔夏祥、黄永革系补充出具的股份锁定承诺。

发行人股东林正雄重新出具的股份锁定承诺以及发行人实际控制人林正华的亲属孔夏祥、黄永革补充出具的股份锁定承诺具体如下：

1、发行人股东林正雄重新出具了《关于福建恒而达新材料股份有限公司首次公开发行股票前所持有股份的锁定承诺》，就相关股份锁定事宜承诺如下：

（1）自恒而达股票在深圳证券交易所上市交易之日起三十六个月（以下简称锁定期）内，承诺人不转让或委托他人管理承诺人在恒而达首次公开发行股票前所持有的恒而达股份，也不由恒而达回购该部分股份。

（2）除承诺人须遵守前述锁定期的承诺外，在承诺人担任恒而达的董事、监事或高级管理人员职务期间，承诺人将及时向恒而达申报所持有的恒而达股份数量及其变动情况，在任职期间承诺人每年转让的恒而达股份数量不超过承诺人

所持有的恒而达股份总数的 25%；承诺人在恒而达首次公开发行股票上市之日起第三十六个月以后申报离职的，自申报离职之日起六个月内不转让承诺人所持有的恒而达股份。

(3) 承诺人在恒而达首次公开发行股票前所持恒而达股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格（如果因恒而达派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照深圳证券交易所的有关规定作相应调整）不低于恒而达首次公开发行股票时的发行价。

(4) 在恒而达股票上市后六个月内如果恒而达股票连续 20 个交易日的收盘价（如果因恒而达派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照深圳证券交易所的有关规定作相应调整，下同）均低于发行价的，或者恒而达股票上市后六个月期末收盘价低于发行价的，承诺人在恒而达首次公开发行股票前所持有的恒而达股份的锁定期自动延长至少 6 个月。

(5) 如因恒而达进行权益分派等原因导致承诺人持有的恒而达股份发生变化的，仍应遵守上述承诺。

(6) 如承诺人作出的上述锁定及减持承诺与相关法律、法规、规章及规范性文件和深圳证券交易所相关规则的规定存在冲突的，承诺人将无条件按照相关法律、法规、规章及规范性文件和深圳证券交易所相关规则的规定对承诺内容予以规范，并保证承诺人的股份锁定及减持行为符合相关法律、法规、规章及规范性文件和深圳证券交易所相关规则的规定。

(7) 承诺人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

2、通过壶山兰水间接持有发行人股份的发行人实际控制人林正华的亲属孔夏祥、黄永革分别补充出具了《关于福建恒而达新材料股份有限公司首次公开发行股票前所持有股份的锁定承诺》，就相关股份锁定事宜承诺如下：

(1) 自恒而达股票在深圳证券交易所上市交易之日起三十六个月（以下简称锁定期）内，承诺人不转让或委托他人管理承诺人所持有的壶山兰水的财产份额。

(2) 在壶山兰水持有的恒而达股份锁定期届满后，如因壶山兰水解散而需将承诺人通过该合伙企业间接持有的恒而达股份由间接持有变更为直接持有的，承诺人确认仍将按上述承诺确定的原则遵守并执行锁定承诺。

(3) 如因恒而达进行权益分派等原因导致承诺人持有的恒而达股份发生变化的，仍应遵守上述承诺。

(4) 如承诺人作出的上述锁定承诺与相关法律、法规、规章及规范性文件和深圳证券交易所相关规则的规定存在冲突的，承诺人将无条件按照相关法律、法规、规章及规范性文件和深圳证券交易所相关规则的规定对承诺内容予以规范，并保证承诺人的股份锁定承诺符合相关法律、法规、规章及规范性文件和深圳证券交易所相关规则的规定。

(三) 关于壶山兰水股份锁定承诺的合理性

1、发行人控股股东、实际控制人林正华除直接持有发行人股份 44,200,000 股及通过恒而达之持有发行人股份 250,000 股外，还通过壶山兰水间接持有发行人股份 770,000 股。针对上述直接及间接持股情况，发行人控股股东、实际控制人林正华承诺，“自恒而达股票在深圳证券交易所上市交易之日起三十六个月（以下简称锁定期）内，本人不转让或委托他人管理本人直接或间接持有的在恒而达首次公开发行股票前所持有的恒而达股份，也不由恒而达回购该部分股份。基于上述锁定承诺，本人承诺并确认对于本人直接持有的恒而达其他股东的财产份额（包括本人直接持有的壶山兰水的财产份额及恒而达之的财产份额）亦按照上述锁定承诺确定的原则遵守并执行锁定承诺及减持安排。在壶山兰水、恒而达之持有的恒而达股份锁定期届满后，如因壶山兰水、恒而达之解散而需将本人通过该两家合伙企业间接持有的恒而达股份由间接持有变更为直接持有的，本人确认仍将按上述承诺确定的原则遵守并执行锁定承诺及减持安排。”壶山兰水承诺：“自恒而达股票在深圳证券交易所上市交易之日起十二个月（以下简称锁定期）内，本企业不转让或委托他人管理本企业在恒而达首次公开发行股票前所持有的恒而达股份，也不由恒而达回购该部分股份。”

2、如前所述，壶山兰水出具的股份锁定承诺与通过壶山兰水间接持有发行人股份的发行人控股股东、实际控制人林正华出具的股份锁定承诺存在锁定期限差异。基于：①壶山兰水作为有限合伙企业，其合伙企业事务由普通合伙人方俊锋执行，发行人控股股东、实际控制人林正华作为壶山兰水的有限合伙人，不执行合伙事务，壶山兰水并非由发行人控股股东、实际控制人林正华所控制；②壶山兰水财产份额为壶山兰水各合伙人基于自身实际缴付的出资所形成的自有财

产,壶山兰水各合伙人不存在代他人持有财产份额或通过他人代持财产份额的情形;③壶山兰水合伙协议中明确约定壶山兰水及各合伙人均应遵守股份锁定相关规定和各自作出的股份锁定承诺,此外,对于壶山兰水在其自身股份锁定期满后的股份减持安排亦明确约定,在壶山兰水执行事务合伙人未同意的前提下,壶山兰水不得减持恒而达股份,各合伙人也不得要求壶山兰水减持恒而达股份,该等约定明确、具体,具有可操作性;④通过壶山兰水间接持有发行人股份的发行人控股股东、实际控制人林正华及发行人监事黄青山、黄福生、高级管理人员郑志通、发行人实际控制人亲属孔夏祥、黄永革出具的股份锁定承诺中均已明确,在壶山兰水持有股份锁定期届满后,如因壶山兰水解散而需将其各自间接持有的发行人股份由间接持有变更为直接持有的,各持股主体仍应按照其所承诺的股份锁定期限及原则继续执行股份锁定承诺,由此可见,虽存在前述锁定期限差异,但壶山兰水合伙协议的约定及合伙事务的执行安排已能有效保障发行人控股股东、实际控制人林正华以及其他通过壶山兰水间接持有发行人股份的相关主体出具的股份锁定承诺能得到有效执行。因此,发行人控股股东、实际控制人林正华以及其他通过壶山兰水间接持有发行人股份的发行人监事、高级管理人员、发行人实际控制人亲属所出具的股份锁定承诺可有效执行,该等股份锁定安排符合股份锁定之相关规定。

3、经检索相关上市公司公开披露文件,在现有上市公司中,部分上海证券交易所科创板上市公司及深交所创业板上市公司存在与发行人同样的实际控制人直接及间接持股情形及股份锁定安排,具体如下:

上市公司简称	实际控制人持股情形	股份锁定安排
凌志软件 (688588)	该公司控股股东、实际控制人张宝泉和吴艳芳除直接持有该公司股份外,还通过员工持股平台新余华盈投资中心(有限合伙)、新余富汇投资中心(有限合伙)、新余富盈投资中心(有限合伙)、新余汇达投资中心(有限合伙)及员工持股计划苏州工业园区凌志软件股份有限公司-第一期员工持股计划间接持有该公司股份。	该公司控股股东、实际控制人张宝泉和吴艳芳承诺:在凌志软件 A 股上市之日起 36 个月内,本人承诺不转让或者委托他人管理本人持有的凌志软件首次公开发行 A 股股票前已发行的股份,也不由凌志软件回购上述股份。员工持股平台和员工持股计划均承诺:自凌志软件 A 股股票上市之日起 12 个月内,不转让或者委托他人管理本企业持有的凌志软件股份,也不由凌志软件回购本企业持有的该部分股份。
容百科技 (688005)	该公司实际控制人白厚善除通过控股股东上海容百新能源投资企业(有限合伙)、实际控制人控制的其他企业间接持有该公司股份外,还通过员工持股平台共青城容诚投资管理合伙企业(有限合伙)、共青城容科投资管理合伙企业(有限合伙)间接持有该公司股份。	该公司控股股东上海容百新能源投资企业(有限合伙)、实际控制人白厚善控制的其他企业承诺:自该公司股票上市之日起 36 个月内,本企业/本人不转让或者委托他人管理本企业/本人直接和间接持有的或控制的该公司拟首次公开发行股票前已发行股份,也不由该公司回购该部分股份。除此外,该公司其他股东承诺:自该公司股票上市之日起 12 个月内,不转让或者委托他人管理各股东直接和间接持有的该公司首次公开发行股票前已发行股份,也不由该公司回购该部分股份。

上市公司简称	实际控制人持股情形	股份锁定安排
道通科技 (688028)	该公司控股股东、实际控制人李红京除直接持有该公司股份外，还通过深圳市道合通达投资企业（有限合伙）、深圳市道合通泰信息咨询企业（有限合伙）、浙江海宁嘉慧投资合伙企业（有限合伙）间接持有该公司股份。	该公司控股股东、实际控制人李红京承诺：自该公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或委托他人管理本人直接和间接持有的该公司首次公开发行股票前已发行股份，也不得提议由该公司回购该部分股份。深圳市道合通达投资企业（有限合伙）、浙江海宁嘉慧投资合伙企业（有限合伙）均承诺：本企业所持该公司首次公开发行股票前已经发行的股份，自该公司股票上市之日起 1 年内不得转让。
迪普科技 (300768)	该公司控股股东、实际控制人郑树生除直接持有该公司股份外，还通过员工持股平台杭州格物智慧投资管理合伙企业（有限合伙）、杭州经略即远投资管理合伙企业（有限合伙）、杭州闻涛岭潮投资管理合伙企业（有限合伙）间接持有该公司股份。	该公司控股股东、实际控制人郑树生承诺：自该公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其直接或者间接持有的该公司公开发行股票前已发行的股份，也不由该公司回购其直接或者间接持有的公开发行股票前已发行的股份。员工持股平台杭州格物智慧投资管理合伙企业（有限合伙）、杭州经略即远投资管理合伙企业（有限合伙）、杭州闻涛岭潮投资管理合伙企业（有限合伙）均承诺：自该公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其直接或者间接持有的公开发行股票前已发行的股份，也不由该公司回购其直接或者间接持有的公开发行股票前已发行的股份。
宁德时代 (300750)	该公司实际控制人之一李平除直接持有该公司股份外，还通过员工持股平台宁波梅山保税港区博瑞荣合投资合伙企业（有限合伙）、宁波梅山保税港区博瑞荣通投资合伙企业（有限合伙）、宁波梅山保税港区润泰宏裕投资管理合伙企业（有限合伙）、宁波梅山保税港区恒源瑞华投资合伙企业（有限合伙）、宁波梅山保税港区荣源宏顺投资合伙企业（有限合伙）、宁波梅山保税港区恒泰瑞福投资合伙企业（有限合伙）间接持有该公司股份。	该公司实际控制人之一李平承诺：自该公司股票在证券交易所上市之日起 36 个月内，本人不转让或委托他人管理在上市前直接或间接持有的该公司股份，也不由该公司回购该部分股份。员工持股平台宁波梅山保税港区博瑞荣合投资合伙企业（有限合伙）、宁波梅山保税港区博瑞荣通投资合伙企业（有限合伙）、宁波梅山保税港区润泰宏裕投资管理合伙企业（有限合伙）、宁波梅山保税港区恒源瑞华投资合伙企业（有限合伙）、宁波梅山保税港区荣源宏顺投资合伙企业（有限合伙）、宁波梅山保税港区恒泰瑞福投资合伙企业（有限合伙）承诺：自该公司股票在证券交易所上市之日起 12 个月内，本企业不转让或者委托他人管理在上市前持有的该公司股份，也不由该公司回购该部分股份。

由上述案例可见，针对发行人控股股东、实际控制人存在自身直接持股及通过员工持股平台间接持股的情形，在确认员工持股平台并非控股股东、实际控制人实际控制的前提下，员工持股平台按照相关规定对于其所持有的该公司股份，作出在该公司股票上市之日起十二个月内不得转让的股份锁定安排亦为证券监管部门所接受，并被资本市场所认可。壶山兰水并非由发行人控股股东、实际控制人林正华实际控制，壶山兰水已按照相关规定就其所持有的发行人股份作出了自恒而达股票在深交所上市交易之日起十二个月内不转让或委托他人管理，也不由发行人回购的股份锁定安排，该等股份锁定安排符合前述股份锁定之相关规定，具有合理性。

三、核查程序和核查意见

（一）核查程序

保荐人、发行人律师就上述事项执行了如下核查程序：

- 1、查阅了股份锁定相关法规，以了解股份锁定的相关要求；
- 2、网络查询了股份锁定的相关案例，以了解股份锁定的市场实践；
- 3、查阅了发行人实际控制人、直接及间接股东、董事、监事、高级管理人员调查表，以了解关联关系情况；
- 4、查阅了发行人股东、实际控制人、发行人董事、监事、高级管理人员以及发行人实际控制人亲属出具的股份锁定承诺，以了解相关股东的股份锁定情况。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

发行人股东、实际控制人、发行人董事、监事、高级管理人员以及发行人实际控制人亲属出具的股份锁定承诺符合《公司法》《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》《上市规则》和《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》中股份锁定之规定。

（本页无正文，为福建恒而达新材料股份有限公司《关于福建恒而达新材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函的回复》之签章页）

福建恒而达新材料股份有限公司



(本页无正文,为华泰联合证券有限责任公司《关于福建恒而达新材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函的回复》之签章页)

保荐代表人:


宁小波


张华熙

华泰联合证券有限责任公司

2020年9月15日



保荐机构总经理声明

本人已认真阅读福建恒而达新材料股份有限公司本次审核问询函回复的全部内容，了解审核问询函回复涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核问询函回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：


马 骁

华泰联合证券有限责任公司

2020年9月15日