

创业板投资风险提示

本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有创新投入大、新旧产业融合成功与否存在不确定性、尚处于成长期、经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

張
小
泉

Zhang Xiao Quan

Since 1628



张小泉股份有限公司

Zhang Xiaoquan Inc.

(浙江省杭州市富阳区东洲街道五星路 8 号)

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

(上会稿)

本公司的发行申请尚需经深圳证券交易所和中国证监会履行相应程序。本招股说明书不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书全文作为作出投资决定的依据。

保荐人（主承销商）



中信证券股份有限公司
CITIC Securities Company Limited

广东省深圳市福田区中心三路 8 号卓越时代广场（二期）北座

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	本次开发行新股数量不超过 3,900.00 万股，占本次发行后总股本比例不低于 25%，本次发行不涉及股东公开发售股数。最终发行数量依据中国证监会同意注册的发行规模确定。发行人股东大会授权董事会与保荐机构（主承销商）在中国证监会同意注册的发行规模内，根据具体情况协商确定最终发行数量
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	【】元/股
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所和板块	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	不超过 15,600 万股
保荐人（主承销商）	中信证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

发行人声明

中国证监会、交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、完整。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人的控股股东、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

重大事项提示

公司特别提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书正文、财务报告及审计报告全文的全部内容，并特别关注以下重要事项。

一、相关承诺事项

发行人、公司股东、发行人董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的关于股份锁定的承诺、关于持股意向及减持意向的承诺、关于稳定股价的预案及承诺、关于信息披露的承诺、关于未履行承诺的约束措施的承诺、关于被摊薄即期回报填补措施切实履行的承诺、关于构成欺诈发行时购回股份的承诺及其他重要承诺，详细情况详见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“五、相关承诺事项”。

二、发行前滚存利润的分配安排

根据公司于2020年6月29日召开的2020年第二次临时股东大会决议，如公司完成首次公开发行股票并上市，本次公开发行股票并上市前所滚存的可供股东分配的利润（不含已经公司股东大会决议分配的利润），由发行后的新老股东按其持股比例共享。

三、发行人利润分配政策和未来三年分红规划

根据发行人于2020年6月29日召开的2020年第二次临时股东大会通过的《公司章程（草案）》及《关于首次公开发行股票并在创业板上市后三年股东分红回报规划的议案》，公司利润分配政策和未来三年分红规划如下：

（一）利润分配原则

公司实行同股同利的股利政策，股东依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配。公司实行连续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应注重对股东的合理投资回报，并兼顾公司的可持续发展。公司具备现金分红条件的，应当优先采取现金分红的方式分配利润。

（二）利润分配形式

公司可以采取现金、股票或现金与股票相结合的方式或者法律、法规允许的

其他方式分配利润，并优先采用现金分红的利润分配方式。在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以采取股票股利的方式进行利润分配。

（三）利润分配条件

1、公司拟实施现金分红时应同时满足以下条件：

（1）公司该年度经审计的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值；

（2）审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

（3）公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）。

重大投资计划或重大现金支出是指：公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备的累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%；或公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备的累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产 50%，且绝对金额超过 5,000 万元。

2、公司拟实施股票股利分红的条件：

公司经营情况良好且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，在满足上述现金分红的条件下，公司可以采用发放股票股利方式进行利润分配。

（四）利润分配期间间隔

在满足上述现金分红条件的情况下，公司将积极采取现金分红方式分配股利，原则上每年度进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

（五）现金分红比例

公司每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的 10%。公司在实施上述现金分配股利的同时，可以派发股票股利。

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

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

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

(3) 公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前款规定处理。

(六) 利润分配方案的制定

公司的利润分配预案由公司管理层、董事会根据公司的盈利情况、资金需求和股东回报规划并结合本章程的有关规定提出建议、拟定预案，经董事会审议通过后提交股东大会审议批准。独立董事应对利润分配预案发表独立意见。

董事会制定现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。

独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过网络、电话、邮件等多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当提供网络投票表决或其他方式为社会公众股东参加股东大会提供便利。公司董事会和公司股东亦可以征集股东投票权。

(七) 利润分配政策的调整

公司根据自身生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，或者根据外部经营环境发生重大变化而确需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反法律、行政法规及中国证监会和证券交易所的有关规定，有关调整利润分配政策议案由董事会根据公司经营情况和中国证监会的有关规定拟定，并提交股东大会审议决定。

董事会拟定调整利润分配政策议案过程中，应当充分听取独立董事意见，进

行详细论证。董事会审议通过调整利润分配政策议案须经董事会全体董事过半数表决通过，独立董事应当发表明确意见，并可征集中小股东的意见。

监事会应当对董事会制订或修改的利润分配政策进行审议，并经全体监事过半数通过，并应对利润分配政策的执行情况进行监督。

股东大会审议调整利润分配政策议案时，应通过多种渠道主动与中小股东进行沟通和交流，征集中小股东的意见和诉求。

公司利润分配政策的制订或修改提交股东大会审议时，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 2/3 以上通过，并且相关股东大会会议审议时公司应为股东提供网络投票便利条件。

（八）利润分配政策的监督及披露

监事会应当对董事会和管理层执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督。若公司出现当年盈利但董事会未提出现金分红预案的情况或者出现调整或变更利润分配政策和股东回报规划的情况，公司监事会应出具专项审核意见。

公司将严格按照有关规定在年报中详细披露利润分配方案和现金分红政策的制定及执行情况，并对下列事项进行专项说明：

- （1）是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求；
- （2）分红标准和比例是否明确和清晰；
- （3）相关的决策程序和机制是否完备；
- （4）独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用；
- （5）中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到了充分保护等。

对现金分红政策进行调整或变更的，还应对调整或变更的条件及程序是否合规和透明等进行详细说明。

（九）公司上市后三年股东分红回报规划

1、公司制定本规划考虑的因素

公司着眼于长远和可持续发展，在制定本规划时，综合考虑公司实际经营情况、未来的盈利能力、经营发展规划、现金流情况、股东回报、社会资金成本以及外部融资环境等因素，在平衡股东的合理投资回报和公司可持续发展的基础上对公司利润分配做出明确的制度性安排，以保持利润分配政策的连续性和稳定性，并保证公司长久、持续、健康的经营能力。

2、公司制定本规划遵循的原则

- （1）执行公司章程规定的公司利润分配的基本原则；
- （2）考虑和听取股东（特别是中小股东）、独立董事的意见；
- （3）协调好短期利益及长远发展的关系，公司利润分配不得损害公司持续经营能力；
- （4）现金分红为主，重视对投资者的合理投资回报，保持利润分配的连续性和稳定性，并符合法律、法规的相关规定。

3、未来三年的具体股东回报规划

（1）可采取现金、股票或现金与股票相结合的方式或者法律、法规允许的其他方式分配利润。在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分配。

（2）满足以下条件时，公司可实施现金分红：

- 1) 该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值；
- 2) 审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；
- 3) 无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）。

重大投资计划或重大现金支出是指：公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备的累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%；或公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备的累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产 50%，且绝对金额超过 5,000 万元。

(3) 每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的 10%。公司在实施上述现金分配股利的同时，可以派发股票股利。

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

1) 发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

2) 发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

3) 发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前款规定处理。

(4) 满足上述现金分红条件的情况下，公司将积极采取现金分红方式分配股利，原则上每年度进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

(5) 在经营情况良好且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，在满足上述现金分红的条件下，公司可以采用发放股票股利方式进行利润分配。

4、股东回报规划的制定周期和相关决策机制

(1) 董事会应每三年重新审阅一次股东回报规划，确保股东回报规划内容不违反公司章程确定的利润分配政策。

(2) 因生产经营情况、投资规划和长期发展等需要确需调整或变更利润分配政策和股东回报规划的，调整或变更后的利润分配政策和股东回报规划不得违反相关法律、法规、规范性文件及公司章程的有关规定；有关调整或变更利润分配政策和股东回报规划的议案需经董事会详细论证并充分考虑监事会和公众投资者的意见。该议案经公司董事会审议通过后提交股东大会审议批准。独立董事应发表独立意见，且股东大会审议时，需经出席股东大会的股东所持表决权的

2/3 以上通过。股东大会审议利润分配政策和股东回报规划变更事项时，应当提供网络投票表决或其他方式为社会公众股东参加股东大会提供便利。

四、特别风险因素

（一）市场竞争加剧风险

我国的刀剪五金制品行业发展迅速，行业内中小企业数量众多，市场竞争较为激烈，各企业之间的竞争已经从低层次的价格竞争逐渐升级到产品品牌、营销网络、产品质量、经营管理等的综合能力竞争。市场竞争的加剧可能导致行业平均利润率的下滑，从而对公司的生产经营带来不利影响。此外，为了维持生存和发展，不排除部分竞争力较弱的企业通过以次充好、甚至冒充名牌产品等恶性竞争手段进行销售，这些不规范行为在加剧行业内市场竞争的同时也会对行业发展产生不利影响。另外，虽然公司目前仍处于行业竞争的相对优势地位，但如果不能继续保持在技术研发、产品性能等方面的领先优势，或者不能及时扩充产能满足日益增长的客户需求，不断加强品牌推广和创新营销模式，将不能适应新的竞争形势，公司经营业绩将受到不利影响。

（二）原材料价格波动的风险

报告期内，公司的直接材料在主营业务成本占比较高，因此原材料价格波动对公司营业成本影响较大。原材料主要是钢材、包材、聚氯乙烯（PVC）制品、丙烯腈-丁二烯-苯乙烯共聚物（ABS）制品等。近年来钢材、包材等原材料价格出现较大幅度的波动。报告期内，公司紧密跟踪原材料价格变动情况和未来原材料价格走势，结合公司产品库存情况和生产部门的生产需求状况，制定采购计划，同时综合考量公司产品销售情况、同类产品市场价格等因素，通过优化产品工艺技术、推出新产品等措施，制定及调整产品价格，用以应对原材料价格波动影响。如果未来主要原材料价格出现超出预期的波动，将对公司的生产经营产生不利影响。

（三）外协加工风险

公司生产采用自主生产与外协生产相结合的方式。随着报告期内订单快速增长，公司产能已经饱和，因此将部分产品委托给外协加工厂商进行生产，报告期内，OEM 供应商生产产品数量和金额占库存商品总入库数量和金额的比重较高，

OEM 生产对公司具有重要性。虽然公司对外协供应商准入、外协加工质量控制等做出了明确规定并得到有效执行且报告期内未发生外协厂商原因导致的重大产品质量问题或供货不及时的情形,但如果公司不能持续保持对外协供应商的良好管理,将存在影响产品质量、耽误生产进度的风险,进而给公司整体经营带来不利影响。

五、关于发行人符合创业板定位的核查意见

经核查,保荐机构认为:

公司属于《上市公司行业分类指引(2012年修订)》中的金属制品业,不属于《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第四条规定的“原则上不支持其申报在创业板发行上市的行业”。

公司在生产经营过程中,始终秉持百年老字号二次创业的心态,将新技术、新业态和新模式与传统刀剪产业深度融合,推行“管理采取新手段、生产采用新装备、营销引进新模式、研发导入新思路”的“四新”策略,顺应创新、创造、创意的大趋势,实现了公司稳定发展。

报告期内,公司核心技术涉及的产品收入占比分别为 89.03%、87.59%、83.56% 及 82.39%,占比较高。

因此,公司符合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》的相关要求,属于《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》中所述的创新创业企业,符合创业板定位要求。

目录

本次发行概况	1
发行人声明	2
重大事项提示	3
一、相关承诺事项.....	3
二、发行前滚存利润的分配安排.....	3
三、发行人利润分配政策和未来三年分红规划.....	3
四、特别风险因素.....	9
目录.....	11
第一节 释义	16
一、一般释义.....	16
二、专业术语释义.....	19
第二节 概览	20
一、发行人及中介机构情况.....	20
二、本次发行概况.....	20
三、发行人主要财务数据和财务指标.....	21
四、主营业务情况.....	22
五、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新 和新旧产业融合情况.....	23
六、发行人具体上市标准.....	23
七、公司治理特殊安排事项.....	25
八、募集资金用途.....	25
第三节 本次发行概况	27
一、本次发行基本情况.....	27
二、本次发行的有关当事人.....	27
三、发行人与有关中介机构的股权关系或其他权益关系.....	29
四、本次发行有关重要日期.....	29
第四节 风险因素	30
一、创新风险.....	30

二、技术风险.....	30
三、经营风险.....	30
四、市场风险.....	32
五、管理及内控风险.....	32
六、财务风险.....	33
七、法律风险.....	35
八、募集资金投资项目的风险.....	35
九、其他风险.....	36
第五节 发行人基本情况	37
一、发行人基本情况.....	37
二、发行人设立情况.....	37
三、发行人报告期内股本和股东变化情况.....	39
四、发行人报告期内重大资产重组情况.....	51
五、发行人在其他证券市场的上市/挂牌情况	80
六、发行人的股权结构及组织结构.....	81
七、发行人控股和参股公司情况.....	82
八、持有发行人 5%及以上股份的主要股东及实际控制人基本情况	94
九、发行人股本情况.....	149
十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况.....	153
十一、董事、监事、高级管理人员近两年的变动情况及原因.....	161
十二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与发行人及其业务相关的 对外投资情况.....	163
十三、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有发行人股 份的情况.....	163
十四、公司与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的有关协议及重要 承诺.....	164
十五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况.....	165
十六、发行人本次公开发行申报前已经制定或实施的股权激励及相关安排.....	167
十七、发行人员工情况.....	171
第六节 业务与技术	173

一、发行人主营业务及主要产品情况.....	173
二、发行人所处行业的基本情况.....	189
三、发行人销售情况及主要客户.....	225
四、发行人采购情况及主要供应商.....	275
五、发行人主要固定资产及无形资产情况.....	307
六、发行人特许经营权与资质情况.....	339
七、发行人核心技术与研发情况.....	340
八、发行人境外生产经营情况.....	345
第七节 公司治理与独立性	347
一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度及董事会专门委员会的建立健全及运行情况.....	347
二、发行人内部控制制度情况.....	350
三、发行人自报告期初以来违法违规情况.....	351
四、发行人资金占用和对外担保情况.....	351
五、公司独立经营情况.....	351
六、同业竞争.....	353
七、关联方、关联关系和关联交易情况.....	374
第八节 财务会计信息与管理层分析	421
一、盈利能力或财务状况的主要影响因素分析.....	421
二、财务报表.....	423
三、审计意见.....	427
四、财务报告审计基准日后的主要经营状况.....	427
五、主要会计政策和会计估计.....	427
六、主要会计政策、会计估计的变更.....	458
七、报告期内适用的主要税种税率及享受的税收优惠.....	459
八、经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表.....	461
九、主要财务指标.....	462
十、盈利预测报告.....	464
十一、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项.....	464
十二、经营成果分析.....	468

十三、资产质量分析.....	555
十四、负债能力、流动性与持续经营能力分析.....	585
十五、填补被摊薄即期回报的措施及承诺.....	595
第九节 募集资金运用与未来发展规划	598
一、募集资金投资概况.....	598
二、张小泉阳江刀剪智能制造中心项目	599
三、企业管理信息化改造项目	606
四、补充流动资金.....	610
五、公司未来发展战略及发展规划.....	611
第十节 投资者保护	616
一、公司投资者权益保护的情况.....	616
二、股利分配政策.....	617
三、本次发行完成前滚存利润的分配安排.....	620
四、股东投票机制.....	621
五、相关承诺事项.....	621
第十一节 其他重要事项	646
一、重大合同.....	646
二、对外担保情况.....	649
三、诉讼或仲裁事项.....	649
四、侵权情况及品牌维护、防范假冒伪劣.....	652
五、公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近 3 年涉及行政处罚、 被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况.....	654
六、公司控股股东、实际控制人报告期内的重大违法行为.....	654
第十二节 声明	655
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明.....	655
二、发行人控股股东、实际控制人声明.....	658
三、保荐人（主承销商）声明.....	659
四、发行人律师声明.....	662
五、会计师事务所声明.....	663
六、资产评估机构声明.....	664

七、验资机构声明.....	665
八、验资复核机构声明.....	666
第十三节 附件	667
一、备查文件.....	667
二、查阅时间、地点.....	668
三、商标.....	668
四、专利.....	683

第一节 释义

在本招股说明书中，除非另有说明，下列简称具有如下特定含义：

一、一般释义

张小泉股份、发行人、公司、本公司	指	张小泉股份有限公司
张小泉实业	指	杭州张小泉实业发展有限公司
上海张小泉	指	上海张小泉刀剪总店有限公司
上海张小泉制造	指	上海张小泉刀剪制造有限公司
张小泉电商	指	杭州张小泉电子商务有限公司
阳江张小泉	指	阳江市张小泉智能制造有限公司
泉心电商	指	杭州泉心电子商务有限公司
张小泉文创	指	杭州张小泉文创科技有限公司
张小泉集团	指	杭州张小泉集团有限公司
义乌张小泉	指	义乌市张小泉五金有限公司
杭实集团	指	杭州市实业投资集团有限公司
嵘泉投资	指	杭州嵘泉投资合伙企业（有限合伙）
臻泉投资	指	杭州臻泉投资合伙企业（有限合伙）
均瑶集团	指	上海均瑶（集团）有限公司
亚东北辰	指	亚东北辰投资管理有限公司
万丰锦源	指	万丰锦源投资有限公司
西藏稳盛	指	西藏稳盛进达投资有限公司
富春控股	指	富春控股集团有限公司
富春瑞资	指	杭州富春瑞资资产管理有限公司
富泉投资	指	杭州富泉投资有限公司
富春瑞资赢通	指	杭州富春瑞资赢通股权投资基金合伙企业（有限合伙）
富春建业	指	上海富春建业科技股份有限公司
富春投资	指	上海富春投资有限公司
富洲物流	指	浙江富洲物流有限公司，现更名为杭州张小泉电子商务有限公司
运通电商	指	浙江运通电子商务有限公司
富洲电子	指	浙江富洲电子商务有限公司
美丽华集团	指	上海美丽华（集团）有限公司
富春建业股权投资	指	上海富春建业股权投资管理合伙企业（有限合伙）

富春山居教育	指	杭州富春山居教育发展有限公司
富春山居公望健康管理	指	杭州富春山居公望健康管理有限公司
公望仁雅	指	杭州公望仁雅医疗门诊部有限公司
富港供应链	指	杭州富港供应链有限公司
崇广物流	指	杭州余杭崇广物流基地有限公司
恒悦投资	指	杭州恒悦投资管理有限公司
运同电商	指	杭州富阳运同电子商务有限公司
强军建材	指	上海强军建材有限公司
富盛浙工	指	上海富盛浙工建材有限公司
浙江杭加泽通建筑	指	浙江杭加泽通建筑节能新材料有限公司
杭加（广东）建筑	指	杭加（广东）建筑节能新材料有限公司
泽通模具	指	杭州泽通模具有限公司
乐山杭加节能	指	乐山杭加节能新材料有限公司
安徽杭加节能	指	安徽杭加建筑节能新材料有限公司
四川杭加汉驭建筑	指	四川杭加汉驭建筑节能新材料有限公司
杭加（湖北）建筑	指	杭加（湖北）建筑节能新材料有限公司
广西杭加建筑	指	广西杭加建筑节能新材料有限公司
杭州杭加泽通	指	杭州杭加泽通装饰工程有限公司
富春运输	指	上海富春运输有限公司
齐力建设	指	浙江齐力建设有限公司
网融资管	指	浙江网融资产管理有限公司
信春富	指	宁波梅山保税港区信春富股权投资基金管理合伙企业（有限合伙）
运通网络	指	运通网络科技有限公司
网赢科技	指	网赢科技有限公司
富森置业	指	上海富森置业投资有限公司
运通网城资管	指	运通网城资产管理有限公司
运通网城商务	指	杭州运通网城商务秘书有限公司
富春物流	指	富春物流有限公司
网赢如意仓	指	网赢如意仓供应链有限公司
杭州如意仓	指	杭州如意仓电子商务有限公司
运同信息	指	杭州运同信息科技有限公司
富阳如意仓	指	杭州富阳如意仓供应链有限公司
海宁如意仓	指	海宁如意仓供应链有限公司

天津网赢	指	天津网赢供应链有限公司
武汉网赢	指	武汉网赢供应链有限公司
金华网赢	指	金华网赢供应链有限公司
金石砣创科	指	北京金石砣创科技发展有限公司
复润置业	指	富阳复润置业有限公司
仰钻实业	指	上海仰钻实业有限公司
富江新型	指	上海富江新型建筑材料有限公司
道江咨询	指	道江咨询（北京）有限公司
泰合鼎川物联	指	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司
新华都购物广场	指	新华都购物广场股份有限公司
九阳股份	指	九阳股份有限公司
扬杰电子	指	扬州扬杰电子科技股份有限公司
数位港湾	指	数位港湾科技（北京）有限公司
四川泰合鼎川物联	指	四川泰合鼎川物联科技有限公司
传承动力文化	指	北京传承动力文化发展有限公司
成都微酿元素	指	成都微酿元素科技有限公司
上海伟脉	指	上海伟脉品牌设计有限公司
东方茂开元名都大酒店	指	富阳复润置业有限公司东方茂开元名都大酒店
网城物业余杭分公司	指	杭州网城物业服务有限公司余杭分公司
富阳杭加新型	指	杭州富阳杭加新型建材有限公司
富春山居文化创意	指	杭州富春山居文化创意有限公司
会泽实业	指	上海会泽实业有限公司
余鸿实业	指	上海余鸿实业发展有限公司
工曼实业	指	上海工曼实业有限公司
安徽创诚	指	安徽省创诚物流有限公司
西藏融德	指	西藏融德投资管理有限公司
方太	指	宁波方太营销有限公司
SGD	指	新加坡货币单位新加坡元
印尼盾	指	印度尼西亚货币单位印度尼西亚盾
USD	指	美国货币单位美元
报告期、最近三年及一期	指	2017年、2018年、2019年及2020年1-6月
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《公司章程（草案）》	指	《张小泉股份有限公司章程（草案）》

股东大会	指	张小泉股份有限公司股东大会
董事会	指	张小泉股份有限公司董事会
监事会	指	张小泉股份有限公司监事会
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
全国人大	指	全国人民代表大会
国务院	指	中华人民共和国国务院
国家工业和信息化部	指	中华人民共和国工业和信息化部
商务部	指	中华人民共和国商务部
中央网信办	指	中共中央网络安全和信息化委员会办公室
发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
市场监管总局	指	国家市场监督管理总局
中信证券、保荐人、保荐机构、主承销商	指	中信证券股份有限公司
发行人会计师、天健会计师、天健所	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
发行人律师、天册	指	浙江天册律师事务所
人民币普通股、A股	指	获准在境内证券交易所发行上市、以人民币认购和进行交易的普通股股票，每股面值人民币 1.00 元
元、万元、亿元	指	人民币元、万元、亿元

二、专业术语释义

聚氯乙烯（PVC）	指	氯乙烯单体（VCM）在过氧化物、偶氮化合物等引发剂；或在光、热作用下按自由基聚合反应机理聚合而成的聚合物。PVC 曾是世界上产量最大的通用塑料，应用非常广泛。
丙烯腈-丁二烯-苯乙烯共聚物（ABS）	指	丙烯腈、1,3-丁二烯、苯乙烯三种单体的接枝共聚物一种强度高、韧性好、易于加工成型的热塑型高分子材料。
OEM	指	代工生产，基本含义为品牌生产者不直接生产产品，而是利用自己掌握的关键的核心技术负责设计和开发新产品，控制销售渠道。
落料	指	用压力机把所需材料从板类母材上分离出来。
注塑	指	一种工业产品生产造型的方法，通常使用橡胶注塑和塑料注塑。
浸塑	指	一种塑料涂覆工艺，按照浸塑使用的原材料不同可以分为液体浸（涂）塑和粉末浸（涂）塑。

招股说明书中部分合计数或各数值直接相加之和若在尾数上存在差异的，为四舍五入所致。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文作扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、发行人及中介机构情况

发行人基本情况			
发行人名称	张小泉股份有限公司	成立日期	2008年9月10日
注册资本	11,700万元	法定代表人	张国标
注册地址	浙江省杭州市富阳区东洲街道五星路8号	主要生产经营地址	浙江省杭州市富阳区东洲街道五星路8号
控股股东	杭州张小泉集团有限公司	实际控制人	张国标、张樟生和张新程
行业分类	C33制造业-金属制品业	在其他交易场所（申请）挂牌或上市情况	无
本次发行的有关中介机构			
保荐人	中信证券股份有限公司	主承销商	中信证券股份有限公司
发行人律师	浙江天册律师事务所	其他承销机构	无
审计机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	坤元资产评估有限公司

二、本次发行概况

本次发行的基本情况			
股票种类	人民币普通股		
每股面值	人民币1.00元		
发行股数	不超过3,900.00万股	占发行后总股本比例	不低于25%
其中：发行新股数量	不超过3,900.00万股	占发行后总股本比例	不低于25%
股东公开发售股份数量	无	占发行后总股本比例	无
发行后总股本	不超过15,600万股		
每股发行价格	【】元		
发行市盈率	【】倍		
发行前每股净资产（元/股）	3.37	发行前每股收益（元/股）	0.53
发行后每股净资产（元/股）	【】元	发行后每股收益（元/股）	【】
发行市净率	【】倍		

本次发行的基本情况	
发行方式	采用网下向询价对象询价配售和网上资金申购定价发行相结合的方式，或以中国证监会认可的任何其他发行方式进行
发行对象	符合资格的战略投资者、网下投资者和在深圳证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（中国法律、行政法规、所适用的其他规范性文件及公司须遵守的其他监管要求所禁止者除外）或中国证监会规定的其他对象
承销方式	余额包销
拟公开发售股份股东名称	无
发行费用的分摊原则	本次发行费用由发行人承担
募集资金总额	【】万元
募集资金净额	【】万元
募集资金投资项目	张小泉阳江刀剪智能制造中心项目
	企业管理信息化改造项目
	补充流动资金
发行费用概算	【】万元
本次发行上市的重要日期	
刊登发行公告日期	【】
开始询价推介日期	【】
刊登定价公告日期	【】
申购日期和缴款日期	【】
股票上市日期	【】

三、发行人主要财务数据和财务指标

项目	2020年1-6月 /2020-6-30	2019年度 /2019-12-31	2018年度 /2018-12-31	2017年度 /2017-12-31
资产总额（万元）	56,858.94	52,381.22	43,032.46	37,929.41
归属于母公司所有者权益（万元）	39,461.58	39,690.12	32,460.05	28,079.20
资产负债率（母公司）（%）	34.05	29.67	30.81	24.62
资产负债率（合并）（%）	30.60	24.23	24.57	25.97
营业收入（万元）	25,072.85	48,401.49	41,009.42	34,132.06
净利润（万元）	3,281.46	7,230.07	4,380.85	4,884.16
归属于母公司所有者的净利润（万元）	3,281.46	7,230.07	4,380.85	4,841.62
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润（万元）	3,202.18	6,229.54	4,298.31	2,069.53
基本每股收益（元/股）	0.28	0.62	0.37	/

项目	2020年1-6月 /2020-6-30	2019年度 /2019-12-31	2018年度 /2018-12-31	2017年度 /2017-12-31
稀释每股收益（元/股）	0.28	0.62	0.37	/
加权平均净资产收益率（%）	8.29	20.04	14.47	28.92
经营活动产生的现金流量净额（万元）	3,587.89	8,731.61	4,106.83	4,812.87
现金分红（万元）	3,510.00	-	-	-
研发投入占营业收入的比例（%）	3.10	3.47	2.14	1.53

四、主营业务情况

（一）主营业务及产品

公司是一家集设计、研发、生产、销售和服务于一体的现代生活五金用品制造企业。公司的主要产品包括剪具、刀具、套刀剪组合和其他生活家居用品。

（二）主要经营模式

报告期内，公司的销售模式为经销为主、直销和代销为辅。经销模式指公司通过经销商向下游销售，公司的经销商采取线下流通渠道及电子商务平台进行销售；直销模式主要包括线下直营门店、大客户直销以及电子商务平台；代销模式指公司通过电子商务代销平台及部分商超开展代销业务。

公司采购主要分为原材料采购及外协采购两类。其中外协采购模式分为半成品及成品采购以及外协加工服务采购两种模式。公司采购的原材料包括不锈钢板/卷料等钢材，ABS料、PVC粒料等塑材，盒子、瓦楞纸、衬板、吸塑等包装材料，以及刀架/刀座、脚柄、磨刀棒、头柄等其他材料；半成品及成品采购则主要为按公司技术标准委外生产的定制产品。外协加工服务采购主要系电镀、抛光等非核心环节的加工服务。

（三）主要竞争地位

公司是目前国内生产规模较大、生产技术较为先进、产品质量较高、品牌影响力较强的刀剪行业企业之一。“张小泉”是国家商务部认定的第一批中华老字号，其产品标识被国家工商总局认定为我国刀剪行业驰名商标。

报告期内，公司抓住发展机遇，巩固并提升市场份额，同时不断加强销售网络建设。2017年度、2018年度、2019年度及2020年1-6月，公司分别实现营业

收入 34,132.06 万元、41,009.42 万元、48,401.49 万元及 25,072.85 万元，实现业绩的快速增长。

五、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

公司始终秉持百年老字号二次创业的心态，将新技术、新业态和新模式与传统刀剪产业深度融合，推行“管理采取新手段、生产采用新装备、营销引进新模式、研发导入新思路”的“四新”策略，顺应创新、创造、创意的大趋势，实现了公司稳定发展。

具体情况详见“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业的基本情况”之“（五）公司创新、创造、创意特征以及科技创新、模式创新、业态创新和传统产业融合情况”。

六、发行人具体上市标准

（一）公司符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》规定的发行条件

1、符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第十条的规定

发行人的前身杭州张小泉实业发展有限公司成立于 2008 年 9 月 10 日。2018 年 5 月 28 日，张小泉实业按原账面净资产值折股整体变更为股份有限公司，成立张小泉股份有限公司。发行人是依法设立且合法存续的股份有限公司，持续经营时间在三年以上。

发行人已依法设立股东大会、董事会（并在董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会及信息技术治理委员会）、监事会以及开展日常经营业务所需的其他必要内部机构，聘请了总经理、副总经理、财务总监及董事会秘书等高级管理人员，并依法建立健全了股东大会、董事会及其专门委员会、监事会以及独立董事、董事会秘书制度，发行人具备健全且运行良好的组织机构，相关机构和人员能够依法履行职责。

2、符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第十一条的规定

公司会计基础工作规范，财务报表的编制和披露符合企业会计准则和相关信

息披露规则的规定，在所有重大方面公允地反映了公司的财务状况、经营成果和现金流量，并由注册会计师出具标准无保留意见的审计报告。公司内部控制制度健全且被有效执行，能够合理保证公司运行效率、合法合规和财务报告的可靠性，并由注册会计师出具无保留结论的内部控制鉴证报告。

3、符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第十二条的规定

公司拥有的主要资产包括与其业务和生产经营有关的设备以及商标、专利、软件著作权等资产的所有权或使用权。发起人用作出资的资产的财产权转移手续已经办理完毕。公司资产完整，业务及人员、财务、机构独立，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在对公司构成重大不利影响的同业竞争，不存在严重影响独立性或者显失公平的关联交易。

公司从设立至今一直专注于现代生活五金用品的设计、研发、生产及销售。公司主营业务、控制权、管理团队和其他核心人员稳定，最近两年内主营业务和董事、高级管理人员及其他核心人员均没有发生重大不利变化；实际控制人和受实际控制人支配的股东所持公司的股份权属清晰，最近两年实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

公司不存在主要资产、核心技术、商标等的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，经营环境已经或者将要发生重大变化等对持续经营有重大不利影响的事项。公司主营业务突出，生产经营符合法律、行政法规和《公司章程（草案）》的规定，主营业务符合国家产业政策，最近两年主营业务没有发生变化。

4、符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第十三条的规定

发行人目前主营业务为现代生活五金用品的设计、研发、生产及销售，属于刀剪及类似日用金属工具制造业，受到《中国五金制品行业“十三五”发展指导意见》、《关于促进老字号改革创新发展的指导意见》等商务部、国家发展和改革委员会及中国五金制品协会颁布的产业政策的鼓励、指导及监管；发行人生产经营符合法律、行政法规的规定，符合国家产业政策。发行人及其实际控制人最近三年内不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共

安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。发行人董事、监事和高级管理人员最近三年内不存在受到中国证监会行政处罚，或者因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查，尚未有明确结论意见等情形。

（二）公司符合《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020年修订）》规定的上市条件

公司符合《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020年修订）》规定的发行条件；本次发行前，公司股本总额为 11,700 万股，本次拟发行不超过 3,900 万股，发行人公开发行股份数达到本次公开发行后发行人股份总数的 25%以上。

（三）公司选择的具体上市标准

基于公司 2018 年度、2019 年度净利润均为正，且分别为 4,380.85 万元及 7,230.07 万元，公司选择适用《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》第二十二条款的第一项上市标准，即最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于人民币 5,000 万元。

七、公司治理特殊安排事项

截至本招股说明书签署日，公司治理结构方面不存在特殊安排事项。

八、募集资金用途

公司实际募集资金扣除发行费用后将全部用于公司主营业务相关的项目，具体如下：

单位：万元

序号	项目名称	项目计划投资	募集资金使用
1	张小泉阳江刀剪智能制造中心项目	35,436.71	35,436.71
2	企业管理信息化改造项目	4,095.00	4,095.00
3	补充流动资金	6,000.00	6,000.00
合计		45,531.71	45,531.71

公司将严格按照有关管理制度使用本次发行募集资金，若募集资金少于项目资金需求，资金缺口由公司自筹方式解决；募集资金到位后，将按照项目实施进度及轻重缓急安排使用；如募集资金到位时间与项目进度要求不一致，则根据实

际需要以其他资金先行投入，待募集资金到位后予以置换。

第三节 本次发行概况

一、本次发行基本情况

股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	人民币 1.00 元
发行股数	本次公开发行新股数量不超过 3,900.00 万股，占本次发行后总股本比例不低于 25%，本次发行不涉及股东公开发售股数。最终发行数量依据中国证监会同意注册的发行规模确定。发行人股东大会授权董事会与保荐机构（主承销商）在中国证监会同意注册的发行规模内，根据具体情况协商确定最终发行数量
发行价格	【】元/股（由发行人和主承销商根据向询价对象的询价结果确定）
发行人高管、员工拟参与战略配售情况：	发行人高级管理人员、核心员工拟参与本次发行的战略配售。在中国证监会履行完本次发行的注册程序后，发行人将召开董事会审议相关事项，并在启动发行后根据相关法律法规的要求，将高级管理人员、核心员工参与本次战略配售的具体情形在招股说明书中进行详细披露，包括但不限于：参与战略配售的人员姓名、担任职务、认购股份数量和比例、限售期限等
发行市盈率	【】倍（以每股发行价格除以发行后每股收益计算）
发行后每股收益	【】元/股（以【】扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以发行后总股本计算）
发行前每股净资产	3.37 元（按 2020 年 6 月 30 日经审计的归属于母公司所有者权益除以发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】元（按【】年经审计的归属于母公司所有者权益加上本次发行募集资金净额之和除以本次发行后总股本计算）
发行市净率	【】倍（以每股发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式	采用网下向询价对象询价配售和网上资金申购定价发行相结合的方式，或以中国证监会认可的任何其他发行方式进行
发行对象	符合资格的战略投资者、网下投资者和在深圳证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（中国法律、行政法规、所适用的其他规范性文件及公司须遵守的其他监管要求所禁止者除外）或中国证监会规定的其他对象
承销方式	余额包销
发行费用概算	本次发行费用总额为【】万元，包括：承销及保荐费【】万元、审计评估及验资费用【】万元，律师费用【】万元，信息披露费用【】万元，发行手续费用及其他【】万元，上述费用均为不含税金额

二、本次发行的有关当事人

（一）发行人

名称	张小泉股份有限公司
法定代表人	张国标
住所	浙江省杭州市富阳区东洲街道五星路 8 号

联系电话	0571-88153668
传真号码	0571-88153677
联系人	汪永建、平燕娜

(二) 保荐人（主承销商）

名称	中信证券股份有限公司
法定代表人	张佑君
住所	广东省深圳市福田区中心三路8号卓越时代广场（二期）北座
联系电话	021-20262062
传真号码	010-60833083
保荐代表人	李良、唐亮
项目协办人	于云偲
项目其他经办人	朱宏涛、庄子听、谢聰、吴博申、程希、钱商勇

(三) 律师事务所

名称	浙江天册律师事务所
机构负责人	章靖忠
住所	浙江省杭州市杭大路1号黄龙世纪广场A座11楼
联系电话	0571-87901830
传真号码	0571-87901650
经办律师	虞文燕、谭敏

(四) 会计师事务所、验资及验资复核机构

名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
机构负责人	王越豪
住所	浙江省杭州市江干区钱江路1366号华润大厦B座
联系电话	0571-89722577
传真号码	0571-89722980
经办注册会计师	张芹、李明明

(五) 资产评估及资产评估复核机构

名称	坤元资产评估有限公司
法定代表人	俞华开
住所	浙江省杭州市西溪路128号901室
联系电话	0571-87855396

传真号码	0571-87178826
经办评估师	柴铭闽、吕跃明、黄明、曹晓芳、唐云慧

（六）股票登记机构

名称	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
营业场所	广东省深圳市福田区深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 22-28 楼
联系电话	0755-21899999
传真	0755-21899000

（七）收款银行

名称	中信银行北京瑞城中心支行
地址	北京市朝阳区亮马桥路 48 号院 4 号楼 1 层大堂和结构 15 层
联系电话	010-60837092

（八）申请上市的证券交易所

名称	深圳证券交易所
住所	深圳市福田区深南大道 2012 号
联系电话	0755-88668888
传真	0755-82083295

三、发行人与有关中介机构的股权关系或其他权益关系

截至本招股说明书签署日，公司与本次发行的中介机构之间不存在直接或间接的股权关系和其他权益关系，各中介机构负责人、高级管理人员及经办人员未持有公司股份，与公司也不存在其他权益关系。

四、本次发行有关重要日期

发行安排	日期
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期	【】年【】月【】日
缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

第四节 风险因素

投资者在评价发行人本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他资料外，应特别考虑下述各项风险因素。以下风险因素可能直接或间接对发行人生产经营状况、财务状况和持续盈利能力产生重大不利影响，下述风险因素根据重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小排序，该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、创新风险

近年来，公司持续推进业态及模式变革创新。在生产管理环节，公司建立智慧工厂，提升生产管理的自动化、智能化水平；在销售环节，公司通过建立融媒体平台、与直播平台合作等方式尝试多样化的营销模式，亦不断提升电商渠道的销售力度及深度，将“互联网+”与传统产业深度融合。但若未来公司业态、模式创新的方式无法顺应市场变化的需求，可能存在无法获得市场认可的风险。

二、技术风险

自成立以来，公司十分注重技术研发、创新能力的提升。在不断研发创新过程中，公司掌握了行业内较为领先的核心技术及工艺，包括剪刀里口缝道技术、刀剪热处理技术、刀剪连续冲压技术、刀剪清洁防锈一体化技术、剪刀多片开刃技术、刀剪注塑机械臂自动生产技术、服装剪淬火技术、刀具辊锻技术、刀具深冷处理技术等；此外，公司亦不断研发新产品，拓宽现有产品矩阵，以满足更新迭代的市场需求，如推出电动剪刀、气动剪刀等产品系列。但如果未来公司的技术创新无法适应行业的发展趋势，将导致公司无法在未来的行业竞争中占据领先地位，将对公司的经营业绩造成一定不利影响。

三、经营风险

（一）产品质量控制的风险

一直以来，公司对产品质量十分注重，公司已经制定了严格的产品质量管理体系，从采购、生产、销售的各个环节进行全过程质量控制，并通过售后服务及时响应客户需求，以确保产品质量的稳定性。报告期内，公司质量管理体系和措施实施良好，产品质量获得客户的认可。随着公司经营规模的持续扩大，如果公司不能及时完善与经营规模相适应的质量管理体系，或由于不可预见因素导致公

公司产品出现质量问题，将影响公司在客户中的地位和声誉，进而对公司经营业绩产生不利影响。

（二）外协加工风险

公司生产采用自主生产与外协生产相结合的方式。随着报告期内订单快速增长，公司产能已经饱和，因此将部分产品委托给外协加工厂商进行生产，报告期内，OEM 供应商生产产品数量和金额占库存商品总入库数量和金额的比重较高，OEM 生产对公司具有重要性。虽然公司对外协供应商准入、外协加工质量控制等做出了明确规定并得到有效执行且报告期内未发生外协厂商原因导致的重大产品质量问题或供货不及时的情形，但如果公司不能持续保持对外协供应商的良好管理，将存在影响产品质量、耽误生产进度的风险，进而给公司整体经营带来不利影响。

（三）部分承租房产的权属瑕疵风险

公司部分承租的房产其出租方无权属证明，公司已经获得了部分相关主管部门出具的合法合规证明，且公司控股股东、实际控制人已出具承诺，若由于前述法律瑕疵而导致发行人损失的，其愿意承担张小泉股份因此所遭受的一切经济损失。但上述权属瑕疵仍使公司面临租赁合同被认定为无效合同或要求承担其他法律责任的风险，并对公司的生产经营造成一定程度的不利影响。

（四）品牌授权风险

报告期内，公司存在将商标授权予厂商开发定制产品的情形，即在定制产品及包装上贴牌使用公司的“张小泉”注册商标标识。若公司与被授权厂商的合同条款未能有效执行或公司的专职品牌维权小组未能及时、有效地进行公司的品牌维权，公司则可能面临商标侵权的风险，可能会对公司品牌的知名度及美誉度产生一定影响。

（五）新产品开发及市场推广风险

报告期内，发行人拓宽、丰富除刀、剪以外的其他生活家居用品类目，但产能有限，且拓展新品类的经营风险较大，因此在部分细分行业品类上采取授权第三方进行生产销售的方式。若被授权方生产的产品在授权期间的市场表现较为良好，发行人考虑自行生产该品类产品但发行人给予被授权方的授权期限

尚未到期，被授权方的生产经营可能对发行人开发及推广新产品产生一定影响。

四、市场风险

（一）市场竞争加剧的风险

我国的刀剪五金制品行业发展迅速，行业内中小企业数量众多，市场竞争较为激烈，各企业之间的竞争已经从低层次的价格竞争逐渐升级到产品品牌、营销网络、产品质量、经营管理等的综合能力竞争。市场竞争的加剧可能导致行业平均利润率的下滑，从而对公司的生产经营带来不利影响。此外，为了维持生存和发展，不排除部分竞争力较弱的企业通过以次充好、甚至冒充名牌产品等恶性竞争手段进行销售，这些不规范行为在加剧行业内市场竞争的同时也会对行业发展产生不利影响。

此外，虽然公司目前仍处于行业竞争的相对优势地位，但如果不能继续保持在技术研发、产品性能等方面的领先优势，或者不能及时扩充产能满足日益增长的客户需求，或者发行人新产品的销售业绩不达预期，或者未能及时进行品牌推广和营销模式创新，将不能适应新的竞争形势，公司经营业绩将受到不利影响。

（二）原材料价格波动的风险

报告期内，公司的直接材料在主营业务成本占比较高，因此原材料价格波动对公司营业成本影响较大。原材料主要是钢材、包材、聚氯乙烯（PVC）制品、丙烯腈-丁二烯-苯乙烯共聚物（ABS）制品等。近年来钢材、包材等原材料价格出现较大幅度的波动。报告期内，公司紧密跟踪原材料价格变动情况和未来原材料价格走势，结合公司产品库存情况和生产部门的生产需求状况，制定采购计划，同时综合考量公司产品销售情况、同类产品市场价格等因素，通过优化产品工艺技术、推出新产品等措施，制定及调整产品价格，用以应对原材料价格波动影响。如果未来主要原材料价格出现超出预期的波动，将对公司的生产经营产生不利影响。

五、管理及内控风险

（一）实际控制人控制风险

张国标、张樟生和张新程为公司实际控制人。本次发行前，三人共持有公司

71.83%的股份；本次发行后，三人合计持有公司的股份仍将超过 50%。虽然公司已按照现代企业制度完善了法人治理结构，严格依据《公司法》等法律法规和规范性文件的要求规范运作，认真执行“三会”议事规则，切实采取相关措施保障公司及公司其他中小股东的利益，但若控股股东、实际控制人利用其控制地位通过行使投票权或其他方式对公司的发展战略、经营决策、财务管理、人事任免等进行不当控制，可能会损害公司和中小股东的利益。

（二）专业性人才不能满足公司发展需要的风险

人力资源对公司的生存和发展至关重要。公司通过多年的生产经营积累，拥有了一批掌握先进制造工艺的优秀员工、具备专业技能的核心技术人员、经验丰富的市场营销团队以及具有丰富管理经验的中高级管理人员。

由于市场竞争的不断加剧，行业内公司对优秀技术人才、销售人才和管理人才的竞争也日益强烈。随着业务规模的不断扩大，公司未来几年对各类人才的需求增加，尤其是本次募集资金项目实施后，公司对高水平的技术人员、专业营销人才的需求快速上升，如果公司未来不能在职业发展、薪酬福利、工作环境等方面持续提供具有竞争力的工作条件并建立良好的激励机制，公司将面临专业性人才不能满足公司发展需求的

（三）经营规模扩大引发的管理风险

公司高度重视企业规范化运营，不断提高内部管理能力。目前公司已建立健全了较为完善的法人治理结构，形成了一套切实可行、高效运作的内部管理体系，打造了一支具备丰富管理经验、成熟稳定的核心管理团队。随着公司业务的不断发展，公司资产、业务、人员规模不断扩大，从而对公司市场开拓、生产管理以及人员管理等方面提出了更高的要求，如果公司不能进一步优化现有的管理体制，提高公司管理团队的管理水平，公司的经营业绩和整体竞争实力将可能受到不利影响。

六、财务风险

（一）毛利率波动的风险

得益于“张小泉”品牌在国内享有较高的知名度和美誉度，并受益于我国消费品市场的稳步增长，2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-6 月，公司

的主营业务毛利率分别为 36.37%、36.61%、41.25%和 41.90%。但是，受到原材料价格波动、人力成本上升等因素的影响，公司主要产品毛利率未来存在波动的风险。

（二）存货跌价风险

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 6,553.08 万元、8,151.78 万元、11,245.66 万元和 12,903.88 万元，占流动资产的比例分别为 32.44%、31.86%、37.51%和 44.77%，公司存货金额较大且占流动资产的比例较高。报告期内，公司存货计提的跌价准备余额分别为 378.04 万元、69.05 万元、137.05 万元和 143.28 万元。公司存货主要为库存商品，主要为公司根据对市场需求的预测备有的库存。如果公司对市场需求的预测出现重大偏差或出现客户无法执行订单的情况，从而导致上述存货不能按正常价格出售，可能会导致公司存货跌价损失显著增加，也会对公司的经营业绩产生不利影响。

（三）现金收款的风险

报告期内，存在部分客户通过现金缴款的情况，涉及的项目主要系线下直营门店销售的零散客户。报告期内，现金收款占营业收入的比例分别为 6.40%、4.17%、2.61%和 0.68%。尽管公司制定了严格的库存现金管理制度以规范日常业务中的现金收付行为，并鼓励客户通过使用 POS 机刷卡的方式付款，不断降低现金收款的比例和范围，但由于部分客户支付习惯难以改变，仍将存在现金收款的现象。若公司针对现金交易的管理措施执行不到位，仍有可能存在一定的资金管理风险。

（四）净资产收益率被摊薄的风险

公司 2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-6 月分别实现净利润 4,884.16 万元、4,380.85 万元、7,230.07 万元和 3,281.46 万元，加权平均净资产收益率为 28.92%、14.47%、20.04%和 8.29%。本次公开发行股票后，公司资金实力将大幅增强，净资产和股本规模亦将随之扩大。募集资金项目的实施和预期收益水平的实现需要一定的周期，短期内公司利润实现和股东回报仍主要依赖现有业务。在公司总股本和净资产均有增长的情况下，每股收益和加权平均净资产收益率等收益指标存在短期被摊薄的风险。

七、法律风险

“张小泉”品牌是我国刀剪行业为数不多的百年品牌，曾分别于1910年南洋劝业会、1915年巴拿马博览会、1929年首届西湖博览会获得奖项。2006年，“张小泉”被商务部认定为第一批中华老字号。公司凭借不断提升产品质量、设计和渠道优势，维护了良好的品牌形象，使“张小泉”这一百年老字号品牌始终保持良好的口碑，深受消费者的喜爱。未来，若存在不法厂商生产或销售假冒公司产品，严重侵犯消费者合法权益，这将严重影响公司的品牌形象，从而可能对公司的正常经营产生不利影响。

八、募集资金投资项目的风险

（一）募集资金投资项目实施风险

本次募集资金计划用于张小泉阳江刀剪智能制造中心项目建设、企业管理信息化改造项目建设和补充流动资金。该等项目是基于当前经济形势、市场环境、行业发展趋势及公司实际经营状况做出的。公司成功实施该等项目后，对于丰富产品结构、提升公司产能和提高信息管理效率等具有重要意义，将进一步提高产品市场占有率、提升公司核心竞争力和增强抵御市场风险能力。

如果因自身管理能力不足，或者市场环境发生极其不利变化、行业竞争加剧等原因，导致项目不能按照进度实施，或者实施后不能达到预期收益，这将对公司经营计划的实现和持续发展产生不利影响。

（二）募投项目新增折旧和摊销风险

本次募集资金投资项目全部建设完成后，公司预计每年将新增一定的折旧摊销费用。如果未来市场环境发生重大变化，或者募集资金投资项目在投产后没有及时产生预期效益，公司将面临销售收入增长不能消化每年新增折旧及摊销费用的风险，进而导致公司业绩受到不利影响。

（三）募投项目不能达到预期收益的风险

本次募集资金计划用于张小泉阳江刀剪智能制造中心项目建设、企业管理信息化改造项目建设和补充流动资金。虽然公司对募投项目进行了审慎的可行性论证，在技术储备、市场推广等方面做好了相应的准备。但是，募投项目新增产能

能否被市场消化并达到预期目标，既受市场需求变动、市场竞争状况的影响，又受公司推广力度、营销能力、技术支持等因素的制约。如果出现市场需求发生不利变化、行业发展形势不及预期等不利因素，则公司存在募投项目不能达到预期收益目标的风险。

九、其他风险

（一）发行失败风险

公司本次发行将采取网下询价对象申购配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的发行方式或证券监管部门认可的其他发行方式，届时将受到国际和国内宏观经济形势、资本市场走势、投资者偏好、价值判断、市场供需等多方面因素的影响。因此发行人在首次公开发行过程中可能存在因投资者认购不足而导致的发行失败风险。

（二）股票价格可能发生较大波动的风险

公司股票发行上市后，股票价格不仅取决于公司本身的经营状况和盈利水平，同时也受到国内外政治经济环境、金融形势变化、市场买卖力量对比、投资者心理预期等多种因素影响。因此，未来不能排除公司股票价格因上述因素而大幅波动的风险，公司提醒投资者在投资本公司股票时，应重点关注前述各类因素可能带来的投资风险并对其有充分认识，审慎做出判断。

（三）受新型冠状病毒肺炎疫情影响的风险

2020年初，我国爆发新型冠状病毒肺炎疫情，对公司销售造成一定不利影响。随着全球范围内新型冠状病毒肺炎疫情的进一步爆发，公司销售亦将受到一定程度的不利影响。目前新型冠状病毒肺炎疫情的持续时间及影响范围尚不明朗，若新型冠状病毒肺炎疫情在全球范围内不能得到有效控制，将对公司2020年的经营业绩造成不利影响。

（四）其他不可抗力引起的风险

公司不排除因政治、经济、自然灾害、传染病流行等其他不可控因素带来不利影响的可能性，提请广大投资者注意相关风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称	张小泉股份有限公司
英文名称	Zhang Xiaoquan Inc.
注册资本	11,700 万元
法定代表人	张国标
成立日期	2008 年 9 月 10 日
住所	浙江省杭州市富阳区东洲街道五星路 8 号
邮政编码	311401
联系电话	0571-88153668
传真	0571-88153677
互联网网址	http://www.zhangxiaoquan.cn
电子信箱	zxqzq@zhangxiaoquan.cn
信息披露及投资者关系部门	证券投资部
证券投资部负责人	汪永建
证券投资部电话号码	0571-88153679

二、发行人设立情况

(一) 有限责任公司设立

2008 年 9 月，张小泉集团出资设立张小泉实业，注册资本 1,000 万元，出资均为货币形式。2008 年 9 月 4 日，富阳同盛联合会计师事务所出具《验资报告》（同会事验[2008]197 号），验证截至 2008 年 9 月 3 日止，张小泉集团已一次缴足注册资本 1,000 万元。

2008 年 9 月 10 日，公司取得杭州市工商行政管理局富阳分局核发的注册号为 330183000030304 的《企业法人营业执照》。

张小泉实业设立时的股东及股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（万元）	持股比例（%）
1	张小泉集团	1,000.00	100.00
	合计	1,000.00	100.00

（二）股份有限公司设立

2017年11月30日，张小泉实业股东会决议以整体变更的方式设立张小泉股份有限公司，并决议以2017年11月30日为审计及资产评估基准日，委托天健会计师事务所(特殊普通合伙)及坤元资产评估有限公司进行审计及资产评估。

2018年1月5日，天健会计师事务所(特殊普通合伙)出具天健审[2018]3072号《审计报告》，确认截至2017年11月30日止，公司经审计的净资产为312,692,181.58元。2018年1月10日，坤元资产评估有限公司出具坤元评报[2018]186号《杭州张小泉实业发展有限公司拟变更设立为股份有限公司涉及的该公司相关资产及负债价值评估项目资产评估报告》，确认截至2017年11月30日止，公司经评估的净资产为367,326,214.62元。

2018年4月30日，公司股东会确认了天健审[2018]3072号《审计报告》、坤元评报[2018]186号《资产评估报告》，同意以张小泉实业截至2017年11月30日经审计的净资产值312,692,181.58元以2.67258275:1的比例折合成公司股本11,700万股（每股面值1元），净资产折合股本后的余额195,692,181.58元转为资本公积。同日，全体16位发起人签署了《张小泉股份有限公司之发起人协议》。

2018年5月20日，公司召开创立大会暨首次股东大会，审议通过以张小泉实业全体16位股东作为张小泉股份发起人，以经审计的账面净资产整体变更为股份公司；此外，股东大会还审议并通过《张小泉股份有限公司章程》等议案文件，选举了公司第一届董事会成员、第一届监事会股东监事。

2018年5月21日，天健会计师事务所（特殊普通合伙）出具验资报告（天健验[2018]135号），验证截至2018年4月30日止，张小泉股份已将张小泉实业截至2017年11月30日的净资产折合成公司股本11,700万股（每股面值1元），净资产折合股本后的余额195,692,181.58元转为资本公积。

2018年5月28日，公司取得杭州市市场监督管理局颁发的统一社会信用代码为91330183679858889H的《营业执照》，张小泉股份有限公司正式成立。

张小泉股份设立时的股东及股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	张小泉集团	8,000.00	68.38

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
2	嵘泉投资	1,516.24	12.96
3	金燕	469.17	4.01
4	均瑶集团	200.00	1.71
5	西藏稳盛	200.00	1.71
6	万丰锦源	200.00	1.71
7	亚东北辰	200.00	1.71
8	陈德军	200.00	1.71
9	俞补孝	200.00	1.71
10	张木兰	140.00	1.20
11	万志美	115.83	0.99
12	臻泉投资	98.76	0.84
13	王雯洁	50.00	0.43
14	丁国其	50.00	0.43
15	周广涛	50.00	0.43
16	白涛	10.00	0.09
合计		11,700.00	100.00

三、发行人报告期内股本和股东变化情况

公司改制前身张小泉实业成立于 2008 年 9 月，成立时的注册资本为 1,000.00 万元。关于张小泉实业的成立情况，请参见本招股说明书本节之“二、发行人设立情况”之“（一）有限责任公司设立”。

（一）2010 年 12 月，张小泉实业第一次增资

为扩大张小泉实业生产经营规模，提升公司盈利能力，张小泉集团拟对张小泉实业进行增资。

2010 年 12 月 22 日，张小泉实业股东作出决议，同意张小泉集团以货币形式对张小泉实业追加投资 7,000 万元，增资后，公司总注册资本为 8,000 万元，股东及股权结构未发生变化。

2010 年 12 月 22 日，浙江富春江会计师事务所有限公司出具《验资报告》（富会验[2010]第 0538 号），验证截至 2010 年 12 月 22 日止，张小泉集团已缴足新增注册资本 7,000 万元。张小泉集团本次增资的资金来源为公司自有资金，合法

合规。

2010年12月23日，张小泉实业完成工商变更登记，取得变更后的《企业法人营业执照》。

本次增资完成后，公司股东及股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	认缴比例 (%)	实缴出资额 (万元)	实缴比例 (%)	出资方式
1	张小泉集团	8,000.00	100.00	8,000.00	100.00	货币
	合计	8,000.00	100.00	8,000.00	100.00	-

(二) 2017年11月，张小泉实业第二次增资

1、本次增资具体情况

为优化张小泉实业股权结构，提高公司资源整合能力，增强公司的核心竞争力，同时调动员工的工作积极性，增强公司盈利能力，张小泉实业引入外部投资人，并设立张小泉实业管理人员、张小泉集团部分管理人员及集团工会原持股会员的持股平台嵘泉投资、臻泉投资。

本次增资过程中，所有新增股东的增资价格均为6元/元注册资本，系根据张小泉实业2017年度预计税后净利润5,000万元对应增资前的注册资本8,000万元，确定增资前的每注册资本收益率为0.63，参照10倍的市盈率由张小泉集团与新增股东协商确定。

2017年11月22日，丁国其与张小泉集团、张国标、张小泉实业签订《投资协议》，约定张小泉实业增加注册资本3,700万元，丁国其认购其中50万元，增资价格为300万元，其中50万元进入注册资本，其余250万元计入资本公积。本次增资完成后，丁国其持有张小泉实业0.43%的股权。

2017年11月23日，周广涛与张小泉集团、张国标、张小泉实业签订《投资协议》，约定张小泉实业增加注册资本3,700万元，周广涛认购其中50万元，增资价格为300万元，其中50万元进入注册资本，其余250万元计入资本公积。本次增资完成后，周广涛持有张小泉实业0.43%的股权。

2017年11月23日，万丰锦源投资有限公司与张小泉集团、张国标、张小泉实业签订《投资协议》，约定张小泉实业增加注册资本3,700万元，万丰锦源

认购其中 200 万元，增资价格为 1,200 万元，其中 200 万元进入注册资本，其余 1,000 万元计入资本公积。本次增资完成后，万丰锦源持有张小泉实业 1.71% 的股权。

2017 年 11 月 23 日，金燕、万志美与张小泉集团签订《增资协议》，约定张小泉实业增加注册资本 3,700 万元，金燕认购其中 469.17 万元，增资价格为 2,815.02 万元，其中 469.17 万元进入注册资本，其余 2,345.85 万元计入资本公积；万志美认购其中 115.83 万元，增资价格为 694.98 万元，其中 115.83 万元进入注册资本，其余 579.15 万元计入资本公积。本次增资完成后，金燕持有张小泉实业 4.01% 的股权，万志美持有张小泉实业 0.99% 的股权。

2017 年 11 月 23 日，杭州嵘泉投资合伙企业（有限合伙）与张小泉集团签订《增资协议》，约定张小泉实业增加注册资本 3,700 万元，嵘泉投资认购其中 1,516.24 万元，增资价格为 9,097.44 万元，其中 1,516.24 万元进入注册资本，其余 7,581.20 万元计入资本公积。本次增资完成后，嵘泉投资持有张小泉实业 12.96% 的股权。

2017 年 11 月 23 日，王雯洁与张小泉集团签订《增资协议》，约定张小泉实业增加注册资本 3,700 万元，王雯洁认购其中 50 万元，增资价格为 300 万元，其中 50 万元进入注册资本，其余 250 万元计入资本公积。本次增资完成后，王雯洁持有张小泉实业 0.43% 的股权。

2017 年 11 月 23 日，张木兰与张小泉集团签订《增资协议》，约定张小泉实业增加注册资本 3,700 万元，张木兰认购其中 140 万元，增资价格为 840 万元，其中 140 万元进入注册资本，其余 700 万元计入资本公积。本次增资完成后，张木兰持有张小泉实业 1.20% 的股权。

2017 年 11 月 23 日，杭州臻泉投资合伙企业（有限合伙）与张小泉集团签订《增资协议》，约定张小泉实业增加注册资本 3,700 万元，臻泉投资认购其中 98.76 万元，增资价格为 592.56 万元，其中 98.76 万元进入注册资本，其余 493.8 万元计入资本公积。本次增资完成后，臻泉投资持有张小泉实业 0.84% 的股权。

2017 年 11 月 26 日，上海均瑶（集团）有限公司与张小泉集团、张国标、张小泉实业签订《投资协议》，约定张小泉实业增加注册资本 3,700 万元，均瑶

集团认购其中 200 万元，增资价格为 1,200 万元，其中 200 万元进入注册资本，其余 1,000 万元计入资本公积。本次增资完成后，均瑶集团持有张小泉实业 1.71% 的股权。

2017 年 11 月 26 日，西藏稳盛进达投资有限公司与张小泉集团、张国标、张小泉实业签订《投资协议》，约定张小泉实业增加注册资本 3,700 万元，西藏稳盛认购其中 200 万元，增资价格为 1,200 万元，其中 200 万元进入注册资本，其余 1,000 万元计入资本公积。本次增资完成后，西藏稳盛持有张小泉实业 1.71% 的股权。

2017 年 11 月 28 日，陈德军与张小泉集团、张国标、张小泉实业签订《投资协议》，约定张小泉实业增加注册资本 3,700 万元，陈德军认购其中 200 万元，增资价格为 1,200 万元，其中 200 万元进入注册资本，其余 1,000 万元计入资本公积。本次增资完成后，陈德军持有张小泉实业 1.71% 的股权。

2017 年 11 月 28 日，亚东北辰投资管理有限公司、白涛与张小泉集团、张国标、张小泉实业签订《投资协议》，约定张小泉实业增加注册资本 3,700 万元，亚东北辰认购其中 200 万元，增资价格为 1,200 万元，其中 200 万元进入注册资本，其余 1,000 万元计入资本公积；白涛认购其中 10 万元，增资价格为 60 万元，其中 10 万元进入注册资本，其余 50 万元计入资本公积。本次增资完成后，亚东北辰持有张小泉实业 1.71% 的股权，白涛持有张小泉实业 0.09% 的股权。

2017 年 11 月 28 日，俞补孝与张小泉集团、张国标、张小泉实业签订《投资协议》，约定张小泉实业增加注册资本 3,700 万元，俞补孝认购其中 200 万元，增资价格为 1,200 万元，其中 200 万元进入注册资本，其余 1,000 万元计入资本公积。本次增资完成后，俞补孝持有张小泉实业 1.71% 的股权。

2017 年 11 月 30 日，张小泉实业作出股东决定：1) 公司增资 3,700 万元，注册资本由 8,000 万元增加至 11,700 万元；2) 同意接受嵘泉投资为新股东，认缴出资 1,516.24 万元，投资方式为货币，占注册资本 12.9593%；同意接受万丰锦源为新股东，认缴出资 200 万元，投资方式为货币，占注册资本 1.7094%；同意接受均瑶集团为新股东，认缴出资 200 万元，投资方式为货币，占注册资本 1.7094%；同意接受亚东北辰为新股东，认缴出资 200 万元，投资方式为货币，

占注册资本 1.7094%；同意接受西藏稳盛为新股东，认缴出资 200 万元，投资方式为货币，占注册资本 1.7094%；同意接受臻泉投资为新股东，认缴出资 98.76 万元，投资方式为货币，占注册资本 0.8441%；同意接受金燕为新股东，认缴出资 469.17 万元，投资方式为货币，占注册资本 4.0100%；同意接受陈德军为新股东，认缴出资 200 万元，投资方式为货币，占注册资本 1.7094%；同意接受俞补孝为新股东，认缴出资 200 万元，投资方式为货币，占注册资本 1.7094%；同意接受张木兰作为新股东，认缴出资 140 万元，投资方式为货币，占注册资本 1.1966%；同意接受万志美为新股东，认缴出资 115.83 万元，投资方式为货币，占注册资本 0.9900%；同意接受王雯洁为新股东，认缴出资 50 万元，投资方式为货币，占注册资本 0.4274%；同意接受丁国其为新股东，认缴出资 50 万元，投资方式为货币，占注册资本 0.4274%；同意接受周广涛为新股东，认缴出资 50 万元，投资方式为货币，占注册资本 0.4274%；同意接受白涛为新股东，认缴出资 10 万元，投资方式为货币，占注册资本 0.0855%。

2017 年 11 月 30 日，张小泉实业完成本次增资的工商变更登记，本次增资后，张小泉实业的股权结构如下表所示：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	认缴比例 (%)	实缴出资额 (万元)	实缴比例 (%)	出资方式
1	张小泉集团	8,000.00	68.38	8,000.00	68.38	货币
2	嵘泉投资	1,516.24	12.96	1,516.24	12.96	货币
3	金燕	469.17	4.01	469.17	4.01	货币
4	均瑶集团	200.00	1.71	200.00	1.71	货币
5	西藏稳盛	200.00	1.71	200.00	1.71	货币
6	万丰锦源	200.00	1.71	200.00	1.71	货币
7	亚东北辰	200.00	1.71	200.00	1.71	货币
8	陈德军	200.00	1.71	200.00	1.71	货币
9	俞补孝	200.00	1.71	200.00	1.71	货币
10	张木兰	140.00	1.20	140.00	1.20	货币
11	万志美	115.83	0.99	115.83	0.99	货币
12	臻泉投资	98.76	0.84	98.76	0.84	货币
13	王雯洁	50.00	0.43	50.00	0.43	货币
14	丁国其	50.00	0.43	50.00	0.43	货币
15	周广涛	50.00	0.43	50.00	0.43	货币

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	认缴比例 (%)	实缴出资额 (万元)	实缴比例 (%)	出资方式
16	白涛	10.00	0.09	10.00	0.09	货币
合计		11,700.00	100.00	11,700.00	100.00	-

2017年12月15日，杭州君正会计师事务所（普通合伙）对张小泉实业注册资本的实收情况进行审验，并出具杭君会验字（2017）025号《验资报告》。根据该《验资报告》，截至2017年11月30日，张小泉实业已收到新增股东缴纳的资本金合计22,200万元，其中：注册资本合计3,700万元，资本公积18,500万元，均以货币方式出资。15位股东本次增资的资金来源为自有资金，合法合规。

2017年11月30日，张小泉实业完成上述工商变更登记，取得变更后注册号为91330183679858889H的《营业执照》。

2、本次增资股东背景

（1）嵘泉投资

股东背景	员工持股平台			
主要出资人	48名合伙人共同出资，张新程、夏乾良、汪永建、丁成红及甘述林为出资份额最高的前五位合伙人，共计持有78.6314%的出资份额。其他合伙人信息详见本节“十六、发行人本次公开发行申报前已经制定或实施的股权激励及相关安排”之“（一）持股平台相关情况”			
实际控制人	张樟生为执行事务合伙人			
是否与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员存在关联关系	是	合伙人姓名	占合伙财产比例	关联关系
		张樟生	0.99%	发行人实际控制人、董事
		张新程	49.04%	发行人实际控制人、董事
		夏乾良	10.55%	发行人董事、总经理
		汪永建	9.23%	发行人董事、副总经理兼董事会秘书
		丁成红	5.84%	发行人监事、控股股东张小泉集团总经理
		甘述林	3.96%	发行人副总经理
		王现余	3.30%	发行人财务总监
		吴晓明	0.66%	发行人监事

是否与发行人主要客户、供应商存在关联关系	否
----------------------	---

(2) 金燕

股东背景	原张小泉集团和上海张小泉自然人股东
主要出资人	-
实际控制人	-
是否与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员存在关联关系	否
是否与发行人主要客户、供应商存在关联关系	否

(3) 万丰锦源

股东背景	万丰锦源控股集团有限公司（“万丰集团”）的全资子公司，万丰集团持有多家上市公司股权，万丰锦源为发行人为优化股权结构引入的外部投资人
主要出资人	万丰锦源控股集团有限公司
实际控制人	陈爱莲
是否与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员存在关联关系	否
是否与发行人主要客户、供应商存在关联关系	否

(4) 均瑶集团

股东背景	持有多家上市公司股权，为发行人为优化股权结构引入的外部投资人
主要出资人	王均金、王瀚、王均豪、王超、王滢滢等五人
实际控制人	王均金
是否与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员存在关联关系	否
是否与发行人主要客户、供应商存在关联关系	否

(5) 亚东北辰

股东背景	复星集团旗下公司，为发行人为优化股权结构引入的外部投资人
主要出资人	上海复星产业投资有限公司
实际控制人	郭广昌
是否与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员存在关联关系	否

是否与发行人主要客户、供应商存在关联关系	否
----------------------	---

(6) 西藏稳盛

股东背景	中国动向集团关联公司，为发行人为优化股权结构引入的外部投资人
主要出资人	自然人苗圃出资 80%，自然人陈晨出资 20%
实际控制人	苗圃
是否与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员存在关联关系	否
是否与发行人主要客户、供应商存在关联关系	否

(7) 陈德军

股东背景	申通快递董事长，发行人为优化股权结构，引入的外部投资人
主要出资人	-
实际控制人	-
是否与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员存在关联关系	否
是否与发行人主要客户、供应商存在关联关系	否

(8) 俞补孝

股东背景	浙江雷可澳投资有限公司控股股东，为发行人为优化股权结构引入的外部投资人
主要出资人	-
实际控制人	-
是否与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员存在关联关系	否
是否与发行人主要客户、供应商存在关联关系	否

(9) 张木兰

股东背景	系实际控制人张国标的妹妹，实际控制人张樟生的姐姐
主要出资人	-
实际控制人	-
是否与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员存在关联关系	存在关联关系，系发行人实际控制人关系密切的家庭成员

是否与发行人主要客户、供应商存在关联关系	否
----------------------	---

(10) 万志美

股东背景	系股东金燕的母亲
主要出资人	-
实际控制人	-
是否与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员存在关联关系	否
是否与发行人主要客户、供应商存在关联关系	否

(11) 臻泉投资

股东背景	员工持股平台							
主要出资人	25 名合伙人共同出资，张新程、程卫忠、包学成、葛云标及袁国英为出资份额最高的前五位合伙人，共计持有 81.8550% 的出资份额，其他合伙人信息详见本节“十六、发行人本次公开发行申报前已经制定或实施的股权激励及相关安排”之“（一）持股平台相关情况”							
实际控制人	公司员工沈灵蓉为执行事务合伙人							
是否与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员存在关联关系	是	<table border="1"> <tr> <th>合伙人姓名</th> <th>占合伙财产比例</th> <th>关联关系</th> </tr> <tr> <td>张新程</td> <td>45.75%</td> <td>发行人实际控制人、董事</td> </tr> </table>	合伙人姓名	占合伙财产比例	关联关系	张新程	45.75%	发行人实际控制人、董事
合伙人姓名	占合伙财产比例	关联关系						
张新程	45.75%	发行人实际控制人、董事						
是否与发行人主要客户、供应商存在关联关系	否							

(12) 王雯洁

股东背景	系实际控制人张国标的侄女
主要出资人	-
实际控制人	-
是否与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员存在关联关系	存在关联关系，系发行人实际控制人关系密切的亲属
是否与发行人主要客户、供应商存在关联关系	否

(13) 丁国其

股东背景	上海智软管理咨询有限公司实际控制人，为发行人为优化股权结构引入的外部投资人
主要出资人	-
实际控制人	-

是否与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员存在关联关系	否
是否与发行人主要客户、供应商存在关联关系	否

(14) 周广涛

股东背景	烟台市汇源工程咨询事务所有限责任公司控股股东，为发行人为优化股权结构引入的外部投资人
主要出资人	-
实际控制人	-
是否与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员存在关联关系	否
是否与发行人主要客户、供应商存在关联关系	否

(15) 白涛

股东背景	上海复星创富投资管理股份有限公司董事，为发行人为优化股权结构引入的外部投资人
主要出资人	-
实际控制人	-
是否与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员存在关联关系	否
是否与发行人主要客户、供应商存在关联关系	否

3、本次增资涉及对赌条款等相关内容

万丰锦源、西藏稳盛分别与张小泉集团、张国标、张小泉实业签订的《投资协议》中不存在可能导致发行人控制权变化的约定。《投资协议》中包含回购、反稀释和优先购买权条款，但不涉及业绩对赌相关内容，因此不存在协议签署以来对赌业绩和发行人实际完成业绩之间存在重大差异的情形。

万丰锦源与张小泉集团、张国标、张小泉实业签订的《关于杭州张小泉实业发展有限公司之投资协议》第6.4条已约定第6条所涉及的全部权利自发行人IPO项目申报时自动终止，第7条“优先购买权及转让权”的规定自股改之日起不再适用。西藏稳盛与张小泉集团、张国标、张小泉实业签订的《关于杭州张小泉实业发展有限公司之投资协议》中第6条、第7条关于“反稀释等其他权利”和“优先购买权及转让权”的规定已于发行人IPO项目申报时自动终止。上述协议均不

存在效力恢复条款。

万丰锦源、西藏稳盛与张小泉集团、张国标、张小泉实业签订的《关于杭州张小泉实业发展有限公司之投资协议》第6条、第7条约定的对赌条款截至发行人IPO项目申报日已终止，相关对赌安排已清理。

(三) 2018年5月，张小泉实业整体变更为张小泉股份有限公司

关于公司股份公司的设立情况，请参见本招股说明书本节之“二、发行人设立情况”之“(二) 股份有限公司设立”。

(四) 2019年12月，张小泉股份第一次股权转让

2017年11月，杭州张小泉实业发展有限公司(张小泉股份有限公司的前身，以下简称“张小泉实业”)通过增资方式引入外部投资人，增资价格由双方协商通过参照市场通行估值方式确定。杭实集团作为国有企业，对外投资需要履行评估及备案手续，张小泉实业的前述增资定价方式与国有企业对外投资的定价方式不相符，杭实集团未参与本次增资。

经内部重组后，2018年、2019年1-9月张小泉股份的利润逐步增长，显示出一定发展潜力，且张小泉实业已于2018年5月完成股改正式启动上市流程，杭实集团考虑投资前景相对明朗，拟入股张小泉股份。张小泉集团考虑杭实集团作为张小泉集团的原股东，多年来对民族品牌“张小泉”给予的关心和支持，同意杭实集团入股。经协商，双方同意张小泉集团以评估价格转让其持有的张小泉股份3.4188%的股份给杭实集团。

2019年11月11日，杭实集团召开董事会审议通过《关于同意受让张小泉集团持有的张小泉股份有限公司股份的决议》(杭实集董【2019】106号)，审议通过了受让张小泉集团所持有的张小泉股份有限公司的股份，本次交易已经履行必要国资备案程序，具有合法合规性。

2019年11月22日，坤元资产评估有限公司出具坤元评报[2019]609号《杭州市实业投资集团有限公司拟进行股权收购涉及的张小泉股份有限公司股东全部权益价值评估项目资产评估报告》，确认以2019年9月30日为评估基准日，发行人股东全部权益的评估价值为77,800万元。

2019年12月21日，发行人召开的2019年第五次临时股东大会审议通过了《关于股东转让股权的议案》，同意张小泉集团以2,660万元的对价转让其持有的400万股（占发行人股份比例的3.42%）给杭实集团。同日，张小泉集团与杭实集团签署《股份转让协议》。

杭实集团的股权结构如下：

股东名称	持股比例	认缴出资额（万元）
杭州市人民政府国有资产监督管理委员会	90%	540,000.00
浙江省财务开发公司	10%	60,000.00
合计	100%	600,000.00

杭实集团的实控人为杭州市人民政府国有资产监督管理委员会。

2019年12月23日，发行人完成本次股份转让的工商变更登记，本次股份转让后，发行人的股本结构如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	张小泉集团	7,600.00	64.96
2	嵘泉投资	1,516.24	12.96
3	金燕	469.17	4.01
4	杭实集团	400.00	3.42
5	万丰锦源	200.00	1.71
6	均瑶集团	200.00	1.71
7	亚东北辰	200.00	1.71
8	西藏稳盛	200.00	1.71
9	陈德军	200.00	1.71
10	俞补孝	200.00	1.71
11	张木兰	140.00	1.20
12	万志美	115.83	0.99
13	臻泉投资	98.76	0.84
14	王雯洁	50.00	0.43
15	丁国其	50.00	0.43
16	周广涛	50.00	0.43
17	白涛	10.00	0.09
	合计	11,700.00	100.00

四、发行人报告期内重大资产重组情况

报告期期初，发行人实际控制人控制的企业存在与发行人经营相同或相似业务的情况，为解决同业竞争问题，整合业务资源，服务长期发展战略，公司于2017年度进行了一系列资产重组，收购同一控制下的张小泉文创、富洲物流、上海张小泉及运通电商的电商业务。

其中，发行人同时收购张小泉文创、富洲物流、运通电商部分资产开展电商业务的原因是为增强公司的电商业务。针对在电商平台上开设店铺的商户，各大电商平台对开店主体均有要求，包括但不限于同一经营主体在一个经营大类下专营店只能申请一家、申请开设专营店的公司需要已有一定的经营年限等。为符合上述要求，增强发行人的电商业务，发行人同时收购张小泉文创和富洲物流股权、运通电商的电商业务开展电商业务。为确保发行人生产经营资产的完整性，公司收购了张小泉集团的经营性资产，2017年系列重组的具体收购情况如下：

（一）收购张小泉文创 100%股权

1、张小泉文创基本情况及收购背景

张小泉文创成立于2014年12月2日，被收购前其注册资本为1,000万元，实收资本为0元，张小泉集团持有其100%股权。张小泉文创被收购前的经营范围为：“剪刀、刀具的技术研究，技术服务；组织文化艺术交流活动、企业形象策划服务；小五金加工；剪刀、刀具、日用金属制品、炊具、餐具批发，零售”。发行人收购张小泉文创的主要目的是解决同业竞争问题，并在收购后将其作为电商业务的经营主体之一。

被收购前，张小泉文创并未实际开展业务，收购时点张小泉文创的净资产为-24,240.12元，考虑到公司的前期运营费用，交易双方经协商，确定以0元作为本次股权转让价格，定价具备合理性及公允性。目前张小泉文创在天猫开立专卖店。

2、收购程序

2017年5月26日，张小泉集团作出股东决定，同意将其持有的张小泉文创100%股权转让给张小泉实业；同日，张小泉实业股东张小泉集团作出股东决定，同意其收购张小泉文创100%股权并签署相应股权转让协议。

2017年5月26日，张小泉实业与张小泉集团签订《股权转让协议》，约定张小泉集团将其持有的张小泉文创股权转让给张小泉实业。因收购时点张小泉文创的净资产为-24,240.12元，考虑到公司的前期运营费用，交易双方经协商，确定以0元作为本次股权转让价格，定价具备合理性及公允性。

由于收购时点实际出资为0元且张小泉文创未实际开展业务，因此不涉及电商业务整合和电商业务资质变更，不涉及资产、业务、人员的转移，亦不存在纠纷或潜在纠纷。2017年6月7日，张小泉文创取得杭州市富阳区市场监督管理局颁发的统一社会信用代码为91330183322883766U的《营业执照》，张小泉文创成为张小泉实业的全资子公司。

2018年2月13日，张小泉实业与张小泉电商签订《股权转让协议》，张小泉实业将其持有的张小泉文创100%的股权转让给张小泉电商，2017年12月15日，张小泉实业已对张小泉文创实缴出资1,000万元，因此本次按张小泉文创净资产计算转让价格为10,000,787.28元。2018年3月6日，张小泉文创完成工商变更，变更为张小泉电子商务全资子公司。

(二) 收购富洲物流 100%股权

1、富洲物流基本情况及收购背景

富洲物流成立于2015年7月15日，被收购前其注册资本为1,000万元，实收资本为0元，张小泉集团全资子公司浙江富洲电子商务有限公司（以下简称“富洲电子”）持有其100%股权。富洲物流被收购前的经营范围为：“普通货运、道路运输站场经营、货物装卸、仓储服务、物业管理”。

被收购前，富洲物流并未实际开展业务，公司收购富洲物流的主要目的是将其作为电商业务的经营主体之一。由于富洲物流在合并前后均受张小泉集团控制且该项控制非暂时的，故该项合并为同一控制下企业合并。目前富洲物流（已更名为“杭州张小泉电子商务有限公司”）在天猫、京东、拼多多等电商平台开立店铺。

被收购前，富洲物流并未实际开展业务，公司收购富洲物流的主要目的是将其作为电商业务的经营主体之一。由于富洲物流在合并前后均受张小泉集团控制且该项控制非暂时的，故该项合并为同一控制下企业合并。

2、收购程序

2017年6月26日，富洲电子作出股东决定，同意将其持有的富洲物流100%股权转让给张小泉实业；同日，张小泉实业作出股东决定，同意收购富洲物流100%股权并签署相应股权转让协议。

2017年6月26日，张小泉实业与富洲电子签订《股权转让协议》，约定富洲电子将其持有的富洲物流股权转让给张小泉实业。因收购时点富洲物流净资产为-5,370.00元，考虑到公司的前期运营费用，交易双方经协商，确定以0元作为本次股权转让价格，定价具备合理性及公允性。由于收购时点实际出资额为0且富洲物流未实际开展业务，因此不涉及电商业务整合和电商业务资质变更，不涉及资产、业务、人员的转移，亦不存在纠纷或潜在纠纷。

2017年6月26日，张小泉实业作出股东决定，同意将富洲物流公司名称变更为张小泉电商，将公司经营范围变更为“日用百货网上销售；道路运输站（场）经营；货物装卸、仓储服务（除危险品）；物业服务”。

2017年7月7日，张小泉电商取得杭州市富阳区市场监督管理局颁发的统一社会信用代码为91330183341837124K的《营业执照》，张小泉电商成为张小泉实业的全资子公司。

（三）收购上海张小泉100%股权

1、上海张小泉基本情况及收购背景

上海张小泉主要业务是剪具、刀具及其他五金杂件的销售。2007年前，张小泉集团与上海张小泉刀剪总店因历史形成的商标及商号问题，分别在上海和杭州两地法院启动不正当竞争纠纷和商标侵权纠纷诉讼。截至2007年底，相关案件均已审结。为充分利用张小泉实业的生产优势和上海张小泉的销售优势发挥协同效应，富泉投资逐步收购上海美丽华持有的上海张小泉的股权，具体过程如下：

2011年1月10日，上海美丽华与杭州富泉投资有限公司签订《股权转让协议》，约定上海美丽华将其持有的上海张小泉47%的股权以1:5.09的价格转让给富泉投资，转让价格11,966,736.98元。同日，上海美丽华与金燕签订《股权转让协议》，约定上海美丽华将其持有的上海张小泉8%的股权以1:7.74的价格转让给金燕，转让价格3,097,857.21元；2011年1月10日，上海张小泉召开股东会

同意上述股权转让；2011年3月14日，上海张小泉完成了本次股权变更登记，本次股权转让完成后，富泉投资持有上海张小泉47%的股权，上海美丽华持有上海张小泉45%的股权，金燕持有上海张小泉8%的股权。

2014年9月29日，上海美丽华与富泉投资签订《股权转让协议》，约定上海美丽华将其持有的上海张小泉45%的股权转让给富泉投资，转让价格为2,792.69万元。同日，上海张小泉召开股东会，同意上述股权转让，其他股东放弃优先购买权；2014年11月18日，上海张小泉完成了本次股权变更登记，本次股权转让完成后，富泉投资持有上海张小泉92%的股权，金燕持有上海张小泉8%的股权。

2017年11月20日，金燕与富泉投资签订《股权转让协议》，约定金燕将其持有的上海张小泉8%的股权以1:11.73的价格转让给富泉投资，转让价格4,691,172.69元；2017年12月26日，上海张小泉完成了本次股权变更登记，本次股权转让完成后，富泉投资持有上海张小泉100%的股权。

为了消除同业竞争，减少关联交易，充分利用公司的生产优势和上海张小泉的销售优势发挥协同效应，张小泉股份将上海张小泉100%股权予以收购。由于上海张小泉在合并前后均受富泉投资控制且该项控制非暂时的，故该项合并为同一控制下企业合并。

2、收购程序

2017年11月24日，坤元资产评估有限公司出具坤元评报[2017]674号《杭州富泉投资有限公司拟进行股权转让涉及的上海张小泉刀剪总店有限公司股东全部权益价值评估项目资产评估报告》，确认以2017年6月30日作为评估基准日，上海张小泉股东全部权益评估价值为7,760.00万元。

2017年11月25日，富泉投资作出股东决定，同意将其持有的上海张小泉100%股权转让给张小泉实业；同日，张小泉实业股东张小泉集团作出股东决定，同意其收购上海张小泉100%股权，收购价格依据坤元评报[2017]674号《资产评估报告》确定，评估基准日后，上海张小泉拟对截止2017年6月30日经营利润向全体股东分配，拟分配金额为1,896.03万元，不计入本次股权转让价款。2017年11月25日，张小泉实业与富泉投资签订《股权转让协议》，约定富泉投资将

其持有的上海张小泉 100%股权转让给张小泉实业。本次股权转让价格以上海张小泉评估价值 7,760 万元为依据确定，扣除上海张小泉拟向股东分配的未分配利润 1,896.03 万元，张小泉实业实际需要支付的股权转让款为 5,863.97 万元。

截至 2017 年 12 月 1 日，张小泉实业已向富泉投资全额支付了股权转让款。

2018 年 1 月 23 日，上海张小泉取得上海市黄浦区市场监督管理局颁发的统一社会信用代码为 91310101132317755U 的《营业执照》，上海张小泉成为张小泉实业的全资子公司。

3、收购价格公允性

发行人收购上海张小泉的历次股权转让情况如下：

转让协议签署日	转让方	受让方	转让价格(万元)	转让股权比例	转让后出资额(万元)	转让单价(元/股)	对应估值(万元)	定价依据
杭州富泉投资有限公司收购上海张小泉股份过程								
2011.1.10	上海美丽华(集团)有限公司	杭州富泉投资有限公司	1,197	47%	235	5.09	2,546	经协商，按照上海张小泉 2010 年净利润的 7 倍 PE
2011.1.10	上海美丽华(集团)有限公司	金燕	310	8%	40	7.74	3,872	经协商，按照上海张小泉 2010 年净利润的 11 倍 PE
2014.9.29	上海美丽华(集团)有限公司	杭州富泉投资有限公司	2,793	45%	225	12.41	6,206	考虑到本次股权转让后富泉投资可以取得上海美丽华控股股权，经双方协商确定转让价格
2017.11.20	金燕	杭州富泉投资有限公司	469	8%	40	11.73	5,864	根据评估值扣除原股东享有拟分红权益作为定价依据
发行人收购上海张小泉股份过程								
2017.11.25	杭州富泉投资有限公司	杭州张小泉实业发展有限公司	5,864	100%	500	11.73	5,864	根据评估值扣除原股东享有拟分红权益作为定价依据

2011 年 1 月 10 日，上海美丽华与杭州富泉投资有限公司签订《股权转让协议》，约定上海美丽华将其持有的上海张小泉 47%的股权以 1:5.09 的价格转让给富泉投资，转让价格 11,966,736.98 元。同日，上海美丽华与金燕签订《股权转让协议》，约定上海美丽华将其持有的上海张小泉 8%的股权以 1:7.74 的价格转让给金燕，转让价格 3,097,857.21 元。同次转让不同主体转让价格存在差异的原因是杭州富泉投资有限公司对于上海张小泉属于产业投资者、金燕属于财务投资者，

因此富泉投资的受让价格低于金燕的受让价格。

上海张小泉 2013-2017 年 11 月以来公司的资产及经营情况如下：

单位：万元

项目	2017.11.30	2017.6.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
资产	4,932.93	5,587.75	4,988.45	1,993.37	1,698.54	4,908.23
负债	3,834.67	2,926.18	2,815.96	584.70	743.96	2,336.45
所有者权益	1,098.26	2,661.57	2,172.50	1,408.66	954.58	2,612.04
项目	2017 年 1-11 月	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度	2013 年度
营业收入	3,959.10	2,081.52	3,714.43	2,687.83	3,638.33	4,181.20
净利润	821.80	489.08	763.83	537.40	364.12	283.79

富泉投资于 2014 年收购上海张小泉股权后，更换经营管理团队。2014 年 12 月 15 日，经董事会决议，由张国标担任上海张小泉刀剪总店有限公司董事长。截至 2014 年年末，上海张小泉董事会成员分别为张国标、张樟生、张新程、张新夏及金志国，公司已完成实际控制权的转换。另外，通过搭建更为专业的后台管理部门（如零售运营部、品牌与市场部及人事行政部）等方法提高了上海张小泉整体的经营效率，不断拓宽市场规模。

2014 年以来上海张小泉加强了经营管理，净利润保持增长态势。从 2014 年起陆续撤销上海南京东路店 6 个销售厨房杂件等产品的租赁柜台，改为全部自营后，进一步提高了门店盈利能力。

2015 年度上海张小泉新开上海豫园店；2016 年度上海张小泉新开杭州湖滨店；2017 年度上海张小泉新开杭州河坊街店、无锡南长街店及苏州平江路店等直营店。

2014-2017 年度，上海张小泉净利润稳步提升。上海张小泉净资产增值情况与盈利情况相吻合。2014 年末净资产较 2013 年下降主要因为，上海张小泉于 2014 年进行现金分红，经股东会相关决议，分配利润最终确定分红金额为 1,983.86 万元。

2017 年 11 月末净资产较 2016 年下降主要因为上海张小泉于 2017 年 10 月进行现金分红，共计分红 1,896.03 万元。

发行人收购上海张小泉股权的价格是根据评估作价。2017 年 11 月 24 日，

坤元资产评估有限公司对发行人收购上海张小泉的股权转让进行了评估，并出具了《杭州富泉投资有限公司拟进行股权转让涉及的上海张小泉刀剪总店有限公司股东全部权益价值评估项目资产评估报告》（坤元评报〔2017〕674号），评估价值 77,600,000.00 元。扣除受让前原股东享有的拟分红权益，股权转让款 58,639,658.64 元。按照上海张小泉 2016 年净利润计算，本次股权转让 PE 倍数为 10 倍，转让价格公允。

2017 年 10 月，上海张小泉发放现金分红共计 18,960,341.36 元，其中富泉投资收到现金股利 17,367,664.59 元，金燕收到现金股利 1,503,916.76 元。富泉投资转让股权前分红的原因系考虑上海张小泉盈利情况不断提升，但 2014 年之后上海张小泉一直未分红，因此在本次股权转让前进行分红。富春控股的分红款于 2017 年 10 月 19 日划转至富春控股，由富春控股财务统一支配，金燕的分红款所得用于日常开销。

富泉投资收购上海张小泉的成本合计为 4,458.48 万元，2017 年 11 月富泉投资向发行人转让上海张小泉的股权的价格为 5,863.97 万元。发行人收购上海张小泉的价格高于富泉投资的收购价格，主要原因如下：1、上海张小泉的盈利能力不断提升，净利润稳步增长，2014-2017 年 1-11 月的净利润分别为 364.12 万元、537.40 万元、763.83 万元和 821.80 万元；2、发行人收购上海张小泉的价格的 PE 为 11.73 倍，估值处于合理区间。因此本次收购不存在损害发行人利益的情形。根据富泉投资的企业所得税纳税申报鉴证报告和纳税缴款凭证，富泉投资已经足额缴纳税款，不存在违法违规风险。

4、收购上海张小泉刀剪总店有限公司的必要性和公允性

上海张小泉刀剪总店有限公司主要业务是剪具、刀具及其他五金杂件的销售，主要经营零售门店业务，与收购前公司的销售产品类型、品牌相同。为了消除同业竞争，减少关联交易，充分利用公司的生产优势和上海张小泉刀剪总店有限公司零售行业优势，发挥协同效应，公司收购上海张小泉刀剪总店有限公司 100% 股权。

坤元资产评估有限公司对上述股权转让进行了评估，并出具了《杭州富泉投资有限公司拟进行股权转让涉及的上海张小泉刀剪总店有限公司股东全部权益

价值评估项目资产评估报告》(坤元评报〔2017〕674号),评估价值7,760.00万元。扣除受让前分红1,896.03万元,股权转让价格5,863.97万元。

5、收购上海张小泉刀剪总店有限公司会计处理

(1) 购买日可辨认资产、负债公允价值的确定

上海张小泉刀剪总店有限公司系杭州富泉投资有限公司2011年、2014年分步从上海美丽华(集团)有限公司收购。杭州富泉投资有限公司于2014年10月取得上海张小泉刀剪总店有限公司92%股权,并将其纳入合并财务报表。

根据《企业会计准则解释第6号》,合并方编制财务报表时,在被合并方是最终控制方以前年度从第三方收购来的情况下,应视同合并后形成的报告主体自最终控制方开始实施控制时起,一直是一体化存续下来的,应以被合并方的资产、负债(包括最终控制方收购被合并方而形成的商誉)在最终控制方财务报表中的账面价值为基础,进行相关会计处理。合并方的财务报表比较数据追溯调整的期间应不早于双方处于最终控制方的控制之下孰晚的时间。

杭州富泉投资有限公司与公司处于同一实际控制人控制下,且该控制并非暂时,视同合并后形成的报告主体自最终控制方对上海张小泉刀剪总店有限公司于2014年10月开始实施控制时起,一直是一体化存续下来的。

公司将上海张小泉刀剪总店有限公司自购买日起纳入合并财务报表,并以上海张小泉刀剪总店有限公司自2014年10月纳入上海富泉投资有限公司合并财务报表的账面价值为基础,进行相关会计处理,具体如下:

1) 商誉的初始确认

浙江之江资产评估有限公司对杭州富泉投资有限公司收购上海张小泉刀剪总店有限公司股权进行了评估,并出具《评估报告》(浙之评报字(2014)第015号)。评估基准日为2013年12月31日,评估价值为2,981.22万元,其中可辨认资产、负债公允价值分别为5,317.67万元、2,336.45万元。

坤元资产评估有限公司对公司收购杭州富泉投资有限公司持有的上海张小泉刀剪总店有限公司股权时点上海张小泉南京东路房产租赁合同低于市场价格部分的合同价值进行追溯评估,并出具资产评估报告(坤元评报【2018】40号),

评估基准日为 2014 年 9 月 30 日，经评估上海张小泉承租的单项资产的租赁权价值为 2,197.00 万元。

单位：元

项目	金额
杭州富泉投资投资总成本	36,867,028.34
减：2014 年 10 月 30 日上海张小泉刀剪总店可辨认净资产公允价值的份额	29,715,276.66
商誉	7,151,751.68

2) 购买日可辨认资产、负债公允价值的确定

公司按照上海张小泉 2014 年 10 月考虑上述评估增值以后的可辨认净资产公允价值入账，并存续至公司购买日财务报表的账面价值，作为购买日可辨认资产、负债入账价值。

上海张小泉刀剪总店有限公司账面资产基础上调整的公允价值项目如下：1) 南东店租赁价格低于同期市场水平所产生的合同权益，由坤元资产评估有限公司出具《资产评估报告》(坤元评报(2018)40 号)，经评估该合同权益价值为 2,197.00 万元，在租赁合同期限内摊销；2) 杭州富泉投资有限公司取得上海张小泉刀剪总店有限公司控制时，由浙江之江资产评估有限公司出具《评估报告》(浙之评报字(2014)第 015 号)，经评估，上海张小泉刀剪总店有限公司无形资产(商标) 235.68 万元，在商标剩余有效期内摊销。

6、报告期内各年末对商誉进行减值测试的详细过程

上海张小泉刀剪总店有限公司经营张小泉刀剪产品门店零售业务，报告期内各期营业收入、净利润、各期末门店数量情况如下：

单位：万元、家

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入	1,062.97	5,038.42	4,612.82	4,414.39
净利润	-293.56	795.55	974.76	901.04
门店数量	10	11	9	6

2017-2019 年度上海张小泉刀剪总店有限公司销售收入逐年上升，净利润 2019 年度有所下降，主要系 2019 年初新开的南京门店房租费用较高。综上，公司 2017-2019 年度业绩状况良好，不存在市场状况、经营团队的重大不利变化，商誉不存在减值迹象。

2020年1-6月受到疫情影响,直营门店销售额下降,目前疫情影响逐渐缓解,消费市场不断复苏。疫情影响属于偶发因素,公司所处行业的宏观经济环境没有发生重大不利变化,商誉不存在减值迹象。

7、合同权益价值产生背景及对商誉的影响

(1) 上海张小泉刀剪总店有限公司租赁南京东路房产情况

2014年9月29日上海张小泉刀剪总店有限公司与上海美丽华(集团)有限公司签订了《房屋租赁合同》及相关补充协议,上海美丽华(集团)有限公司将上海市南京东路490号底层、阁、南京东路490号二层北部、南京东路490号201室、202室、203-204室的房屋租赁给上海张小泉刀剪总店有限公司使用。上海张小泉刀剪总店有限公司在租赁期间,享有上海美丽华(集团)有限公司与上海新世界(集团)有限公司于2006年1月26日签订的《租赁协议》、2010年2月21日签订的《补充协议》、2014年5月4日签订的《补充协议(二)》中上海美丽华就该房屋享有的一切权利。本合同约定的租赁期限自2014年10月1日至2022年8月31日止;约定每年租金为100万元,该租金为固定价格,租赁期限内固定不变。

(2) 合同价值的确认依据及评估公允性

上述租赁价格低于同期市场水平所产生合同权益,坤元资产评估有限公司进行了评估,并出具了《资产评估报告》(坤元评报〔2018〕40号),经评估该合同权益价值为2,197.00万元。评估机构及其经办资产评估师与公司、交易对方不存在关联关系,亦不存在现实或可预期的利益关系或冲突,具有充分的独立性。

采用收益法进行评估,通过估算待估房产在租赁期内的市场租金价格,求取市场租金价格与合同租金价格之差,选用适当的折现率将其差异折成现值后累加。具体评估方法:选择相同或相近地段房租作为比较案例,按照临街、人流量、交通便捷等因素与公司租用房产进行对比,按照系数修正比较案例单位面积租金,并对修订后租金进行算数平均,得出市场租金价格。无风险报酬率为一年期定期存款利率,风险报酬率综合考虑投资风险补偿、管理负担补偿等因素,计算折现率为8%。租赁期限内,市场租金价格按照8%的折现率进行折现,计算合同权益价值。

(3) 租赁的南京东路房产对合并商誉金额的具体影响及调整过程

上海张小泉刀剪总店有限公司低于同期市场水平所产生合同权益作为一项公允价值报表项目调整，确认为无形资产，增加可辨认净资产公允价值、减少商誉确认金额 2,173.87 万元。确认的合同权益按照租赁期限分期摊销，每年摊销 277.52 万元。

相应取得上海张小泉刀剪总店有限公司控制权形成的商誉在考虑上述公允价值项目调整的报表基础上，杭州富泉投资有限公司对上海张小泉刀剪总店有限公司投资成本 3,762.14 万元与按持股比例享有的对上海张小泉刀剪总店有限公司购买日净资产公允价值份额 2,596.96 万元之间的差额 715.18 万元确认商誉。

(4) 合同权益是否存在减值迹象的相关说明

上海张小泉刀剪总店有限公司租赁的上海南京东路房产，位于上海南京东路步行街。

报告期内，相关合同权益无形资产的摊销及余额如下：

单位：万元

时间	当期摊销额	累计摊销额	期末余额
2020.6.30	138.76	1,595.72	601.28
2019.12.31	277.52	1,456.96	740.04
2018.12.31	277.52	1,179.44	1,017.56
2017.12.31	277.52	901.93	1,295.07

因受 2020 年疫情影响，该地段房产租赁价格和销售价格略有下滑。截至目前，上述房产对应合同价值可能存在减值迹象的情况与公司实际情况逐项进行对比，具体情况如下：

企业会计准则规定	判断依据	是否减值
资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌	南京东路商铺未见大幅度租金下滑，根据中指研究院公布的《2020 年上半年中国商铺租金指数研究报告》，2020 年 1-6 月房租环比下降不到 2%，公司直营门店所处的南京东路是上海的商业地标，消费力旺盛	否
企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响	2020 年疫情影响旅游业，2019 年南东店月均销售收入（不含税）200 万元左右，2020 年受疫情影响，5、6 月份已经开始逐步恢复，2020 年 7 月销售收入已经达到上年同期水平	否

企业会计准则规定	判断依据	是否减值
市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高,从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率,导致资产可收回金额大幅度降低	报告期内市场利率或者其他市场投资报酬率未发生提高。	否
有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏	南东店所用房产状态良好,没有发生损坏;南东店所在商圈仍为上海商业地标	否
资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置	南东店房产仍在经营使用,公司也没有提前终止租赁合同或者关闭门店的计划	否
企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期,如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润(或者亏损)远远低于(或者高于)预计金额等	公司南东店2020年1-6月营业利润低于预计,系受到疫情影响,5月开始销售已经逐步恢复,2020年7月销售收入已经达到上年同期水平;预计不会出现营业利润大幅下滑	否
其他表明资产可能已经发生减值的迹象	不存在其他表明资产可能已经发生减值的迹象	

截至2020年6月30日,南东店租赁合同价值不存在减值迹象,南京东路为上海商业地标,房租价格的波动是暂时的,随着疫情逐步缓解,南京东路人流量逐渐增加。南京东路步行街两个地铁站分别为南京东路站和人民广场站,根据上海市交通委交通指挥中心发布的《2020年上海交通运行半年报(轨道篇)》,上半年节日(依次为春节、清明、五一、端午)日均客流占上年同期比重逐步提高,到6月端午节(6月25-27日)南京东路站和人民广场站日均进出站客流量已经恢复到上年同期的近60%。

根据中指研究院公布的《2020年上半年中国商铺租金指数研究报告》,2020年上半年15城主要商业街租金显示上海市核心商圈的样本平均租金价格40-100元/平方米/日,环比下降不到2%。考虑合同权益价值后,公司南东店房租单位租金价格为81.78元/平方米/日,低于上述商铺租金价格。

综上所述,上海张小泉租赁上海市南京东路490号房屋的合同租金未显著低于其市场租金价格,南京东路市场人流及消费逐步恢复,合同权益价值未见减值迹象。

(四) 收购运通电商的电商业务

1、运通电商基本情况及收购背景

运通电商成立于2013年2月1日,注册资本为10,000万元,富春控股子公司网赢科技持有其100%股权,经营范围为“一般项目:非居住房地产租赁;企

业管理咨询；广告设计、代理；会议及展览服务（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）”。

运通电商主要从事张小泉产品的网络销售及仓配、租赁业务。其中电商业务平台主要包括淘宝、天猫、京东等，销售模式包括线上直销、代销及经销。运通电商剥离电子商务业务后，主要经营业务为房屋租赁及物业管理业务，年末未分配利润大额为负的主要原因系其租赁业务亏损所致。为了整合销售渠道，避免同业竞争并减少关联交易，张小泉实业通过子公司张小泉电商收购了运通电商的电商业务。由于运通电商在相关业务被收购前后均受富春控股控制且该项控制非暂时的，故该项业务重组为同一控制下重组。由于运通电商之电商业务可以独立核算，且采购、销售及运营均为运通电商独立管理经营，相关资产组可以单独产生现金流，因此属于一项单独业务，因此收购使用业务收购进行核算具有合理性。

运通电商目前主要经营房屋租赁及物业管理业务，其经营范围与发行人及其子公司不存在重合情况，不存在同业竞争。截至目前，发行人资产独立完整，与运通电商资产边界清晰。

2、收购程序

2017年10月12日，坤元评估出具坤元评报[2017]556号《浙江运通电子商务有限公司拟进行资产转让涉及的电商业务资产组合价值评估项目资产评估报告》，确认以2017年6月30日作为评估基准日，运通电商拟转让的电商业务资产组合评估价值为6,090.00万元。

2017年11月10日，网赢科技作出股东决定，同意将其持有的运通电商与电子商务业务有关的资产及债权债务转让给张小泉电商；同日，张小泉电商股东张小泉实业作出股东决定，同意收购运通电商与电子商务业务有关的资产及债权债务，转让价格以坤元评报[2017]556号《资产评估报告》为准。

2017年11月15日，张小泉电商与运通电商签订《资产转让协议》，约定运通电商将其与电子商务业务有关的资产及负债以6,090.00万元的价格转让给张小泉电商。本次交易价格系交易双方根据坤元评报[2017]556号《资产评估报告》的评估值确定，定价具备合理性。

2017年11月29日，运通电商收到上述全部款项。

截至 2017 年 11 月 30 日，主要电商平台店铺均已完成相关转移手续。

根据张小泉电商与运通电商签订的协议，运通电商电子商务业务相关人员的劳动关系也由运通电商转移至张小泉电商。截至 2017 年底，前述业务人员合计 46 人已与运通电商解除劳动合同，其中有 1 人与泉心电商重新签署劳动合同，1 人与张小泉文创重新签署劳动合同，1 人与张小泉实业重新签署劳动合同，剩余 43 人与张小泉电商重新签署劳动合同。本次收购不存在纠纷或潜在纠纷。

3、本次收购运通电商评估价格的计算过程、评估增值率情况

本次收购时，运通电商的电商业务主要通过电商平台授权销售张小泉系列产品，公司销售模式主要包括 B2C（自营店铺直销）、B2B（寄售、渠道销售）和线上经销商模式。本次收购之前，运通电子商务已进驻国内主要电商平台淘宝网、天猫、天猫超市、京东商城、一号商城等，其销售的张小泉刀、剪系列商品在各大平台细分产品排名前十位。

由于运通电商经剥离后电商业务资产组合具有独立的主营业务、业务渠道及相匹配的资产及负债，剥离后的资产组合等同于公司模式，故采用股权现金流折现模型确定股权现金流价值，并分析资产组合溢余资产、非经营性资产的价值，确定其资产（组合）净额评估价值，其中权益资本成本按国际通常使用的 CAPM 模型求取。

具体计算过程如下：

单位：元

项 目	2017 年 剩余期	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	永续期
一、营业收入	63,270,000	120,600,000	127,930,000	131,520,000	133,450,000	133,450,000
二、营业利润	5,126,000	11,283,000	12,120,000	12,245,000	12,125,000	12,125,000
三、利润总额	5,126,000	11,283,000	12,120,000	12,245,000	12,125,000	12,125,000
四、净利润	3,844,000	8,462,000	9,090,000	9,184,000	9,094,000	9,094,000
五、股权现金流量	639,127	6,350,630	7,821,635	8,491,476	8,716,137	9,092,100
折现率	13.54%	13.54%	13.54%	13.54%	13.54%	13.54%
折现期	0.25	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00
折现系数	0.9688	0.8807	0.7757	0.6832	0.6017	4.4439
折现额	619,186	5,593,000	6,067,242	5,801,376	5,244,500	40,404,383
六、股权现金流评估值	63,729,687					
加：非经营性资产（负债）、溢余资产	-2,830,000					
七、权益价值（取整）	60,900,000					

运通电子商务资产组合的评估结果为 6,090 万元，评估增值率 388.13%。

4、评估增值率较高的合理性、评估结果公允性，与同行业可比案例对比情况，差异原因及合理性

(1) 评估增值率较高的合理性

运通电子商务资产组合的评估结果为 6,090.00 万元，评估增值率 388.13%。评估增值率较高，主要原因系：

1) 本次收购完成后张小泉电商的净利润高于评估预测净利润值

本次收购完成后，运通电商的电商业务注入至张小泉电商实体内运营，截至 2017 年 11 月 30 日，主要电商平台店铺均已完成相关转移手续。

比较本次评估方法过程中预测净利润水平与完成收购后张小泉电商公司的实际净利润如下：

单位：万元

财务数据	营业收入		利润总额		净利润	
	2018 年	2019 年	2018 年	2019 年	2018 年	2019 年
电商业务评估预测数	12,060.00	12,793.00	1,128.30	1,212.00	846.20	909.00
收购后张小泉电商业务实际盈利数据	14,325.42	18,844.02	1,379.36	1,731.91	1,031.30	1,310.65

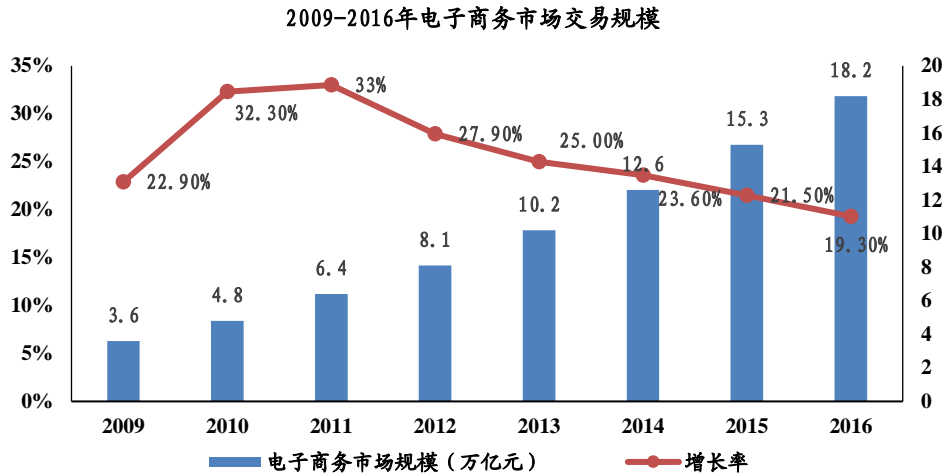
注：收购后张小泉电商业务实际盈利数据已经剔除内部转移定价及品牌使用费的影响

张小泉电商在收购运通电商的电商业务之前没有实际业务经营，本次收购完成后，张小泉电商开始从事电商业务。从上表可以看出，剔除内部转移定价及品牌使用费的影响后，张小泉电商 2018 年和 2019 年的营业收入、利润总额和净利润均高于预测值。虽然本次收购的评估增值率较高，但是考虑到收购完成后实际盈利能力高于预测值，因此评估结果不存在高估的情形。

2) 本次收购的电商业务资产顺应了电商业务发展趋势

随着互联网的快速发展以及第三方支付平台的完善，电子商务正处于飞速发展阶段，年均增速保持在 20% 左右，行业市场空间巨大。此外，随着网络的发展，网络宣传和推广渠道越来越多，相对于传统渠道，网络宣传和推广成本较低。同时，利用线上渠道口碑宣传效果好，品牌的辐射范围广等特点，电商业务可以在为公司开拓新的销售渠道模式及收入增长点的同时不断向市场输出自

身产品的品牌形象并积累忠实用户群体。



3) 本次收购的电商业资产具有“轻资产”的特点

本次收购的资产属于电商业，具有明显的“轻资产”特点，其固定资产投入相对较小，账面价值较低，资产周转率较高。对于该类“轻资产”电商业，除了固定资产外、存货等有形资产外，还拥有包括渠道资源，团队运营经验等无形经营资产，该类资产对于电商业开展有着重要的作用，其产生的价值及协同效应无法在账面价值体现。

4) 本次收购的电商业资产业务成长性较好

本次收购的电商业被收购前，其主要业务为淘宝、京东等店铺的运营以及线上产品销售。公司在收购时点，已具备了完善的线上销售渠道和客户资源，收入稳步上升。得益于电商行业的发展，该业务资产 2016 年营业收入较上年同期增长约 39.59%，且其运营的线上刀具类品牌店铺常年位居淘宝系前列。在评估时点，张小泉实业想要抓住电商业的风口以拓宽自身业务发展的多样性，同时考虑到孵化新设电商公司需要花费较多的时间及成本，综合运通电商业良好的业务经营情况后，张小泉实业决定收购该项资产。

5) 本次收购的电商业资产具有专业的管理团队

本次拟收购的运通电商资产业务管理团队具备较高的相关行业管理经验，团队人员稳定，且具备多年的行业经验和专业背景，能前瞻性的把握行业发展趋势，洞悉和捕捉市场先机，迅速应对市场的变化，逐步建立了能适应自身业

务特点的集创新机制和成长性为一体的业务模式。

6) 本次收购电商业务资产有利于实现张小泉实业发展战略

收购电商业务资产有助于实现当时张小泉实业的发展战略。公司收购电商业务资产一方面可以利用好电商业务渠道较低的边际成本提升公司整体的毛利水平，互为渠道引流，同时为公司经营过程中物流费用、采购成本等方面带来规模效应；另一方面公司可以通过收购电商业务能够有效利用大数据的优势，为张小泉实业产品开发提供更多决策帮助，整体赋能公司销售端。

综合上述因素考虑，电子商务业务评估增值率较高的情况合理。

(2) 评估结果公允性

评估过程中综合考虑电子商务业务所处行业基本情况，业务的竞争优势和劣势，所处行业的发展机遇和风险，采用的评估方法能够反映企业资产组合获利能力，主要评估参数符合电子商务业务特征和市场规律，评估结果公允。

(3) 与同行业可比案例对比情况，差异原因及合理性

由于公司本次收购的标的规模较小，上市公司收购该规模的标的可能不会构成重大资产重组，不需要对外披露相关信息，因此少有同等规模的交易信息。基于收购运通电商业务时点、评估方法、资产规模大小以及相关标的资产所属行业等因素考虑，通过对行业内可比案例搜索分析，作同期收购电子商务相关标的资产可比案例评估情况对比如下：

收购方简称	标的资产名称	标的公司主营业务	评估价格(万元)	评估基准日	评估方法	评估增值率
腾轩旅游	合肥联拓天际电子商务有限公司	电商业务及代运营	5,036.16	2017/3/31	收益法	590.58%
桂发祥	杭州昆汀科技股份有限公司	电商代运营和电商经销	21,300.00	2017/9/30	收益法	247.55%
平均值						419.07%
发行人	运通电子商务有限公司之电商业务	电商业务	6,090.00	2017/6/30	收益法	388.13%

公司收购电子商务业务的评估方法与上述标的同属于电商行业案例一致，运通电商增值率相对同期可比案例均值无明显重大差异，评估增值率合理。

（五）收购张小泉集团的经营性资产

1、张小泉集团基本情况及收购背景

张小泉集团原为张小泉产品的生产经营主体，为确保发行人资产完整性，张小泉集团决定将其经营性资产转移至张小泉实业。

张小泉实业自 2008 年 9 月成立至 2012 年期间没有生产经营。2012 年之前，“张小泉”品牌刀剪产品均由张小泉集团生产、制造及销售。报告期期初，张小泉实业仍有部分经营性资产向张小泉集团租赁，为解决资产完整性相关问题，2017 年 11 月 3 日，张小泉集团召开股东会，审议通过将与刀剪生产相关的土地、房产、商标、专利及机器设备等资产转让给张小泉实业。

2012 年张小泉集团未将与刀剪生产相关的土地、房产、商标、专利及机器设备等资产转让给张小泉实业，而是采用租赁的方式租赁给张小泉实业使用，主要原因是 2012 年之前张小泉实业没有实际经营，2012 年因张小泉集团所在市区工厂拆迁，东洲生产基地建成，张小泉实业承继张小泉集团刀剪产品生产、制造及销售职能，为减轻张小泉实业的资金压力和税费成本，因此将相关资产采用租赁的方式租赁给张小泉实业使用。

截至本招股说明书签署日，张小泉集团和生产经营相关的资产已经转入公司体内，其自身基本已经没有业务，当前经营范围为“批发、零售：百货，建筑材料，装饰材料，化工原料（除化学危险品及易制毒化学品），汽车配件，电工器材，光学仪器，通信设备；服务：自有房屋出租，设备租赁，企业管理，汽车租赁；货物进出口（法律、行政法规禁止的项目除外，法律、行政法规限制的项目取得许可证后方可经营）；含下属分支机构的经营范围”。因此张小泉集团在经营范围方面与公司不存在重合，未来也不存在同业竞争的情况。

2、收购程序

2017 年 11 月 3 日，张小泉集团股东会决议同意将与刀剪生产相关的土地、房产、商标、专利及机器设备等资产转让给张小泉实业，坤元资产评估有限公司出具的坤元评报[2017]596 号《资产评估报告》确认，张小泉集团经营性资产组合账面价值为 131,485,966.90 元，评估价值 154,566,580.00 元，评估增值 23,080,613.10 元，增值率 17.55%；同日，张小泉实业股东张小泉集团作出股东

决定，同意收购上述资产，收购价格依据评估报告确定。

2017年11月3日，张小泉实业与张小泉集团签订《固定资产转让协议》，约定张小泉集团以1,156.31万元的价格将生产相关机器设备转让给张小泉实业；同日，双方签订《土地厂房转让协议》，约定张小泉集团以11,298.35万元的价格将位于五星路8号的土地与厂房转让给张小泉实业；同日，双方签订《知识产权转让协议》，约定张小泉集团以3,002.00万元的价格将71件国内商标、32件国外商标、9项专利转让给张小泉实业。此次转让总价共计15,456.66万元。

经核查，张小泉集团除部分电脑、汽车、办公家具、空调及作报废处理的老旧设备外，与刀剪业务有关的所有资产均已转移至发行人，资产转让完整。

本次资产转让已履行必要的内部决策程序，相关过程合法合规。截至2017年11月29日，张小泉实业已向张小泉集团支付了上述全部款项。截至本反馈意见签署日，所有资产的过户更名手续均已完成。

张小泉集团转让上述经营性资产时，根据张小泉集团与其贷款银行签署的《流动资金借款合同》或《最高额抵押合同》，张小泉集团应取得银行的书面同意。张小泉集团未提前取得银行的书面同意，但其已提前归还相应借款或解除抵押担保，具体情况如下：

一、《流动资金借款合同》			
借款银行	借款金额（万元）	原借款期限	实际还款日期
上海浦东发展银行股份有限公司杭州和睦支行	4,000	2016年12月27日至2017年12月27日	2017年12月4日
上海银行股份有限公司杭州分行	2,000	2017年7月14日至2018年7月14日	2018年1月23日
二、《最高额抵押合同》			
抵押银行	最高担保额（万元）	原担保期限	实际解除担保日期
中国农业银行股份有限公司杭州解放路支行	11,000	2016年8月10日至2019年8月9日	2017年12月19日

因此，上述经营性资产的转移虽未取得债权人的同意，但张小泉集团已提前归还借款或提前解除抵押担保，并未实质性损害债权人利益，不存在纠纷或潜在纠纷。

2017年张小泉实业收购的资产包括建筑物类固定资产、设备类固定资产和

土地使用权以及商标专利等无形资产，其中建筑物类固定资产共计 5 项，设备类固定资产共计 346 台（套），土地使用权无形资产 1 宗，国内注册商标 71 项，国外注册商标（含马德里国际商标）32 项以及“锅盖提手”等 9 项实用新型专利组成的无形资产组合。

2017 年张小泉实业收购的资产占张小泉集团相关资产的比例如下：

单位：元

项目	转让资产的账面价值	张小泉集团相关资产的账面价值	转让资产占比
建筑物类固定资产	85,011,708.32	85,056,964.42	99.95%
设备类固定资产	9,713,276.97	12,530,939.67	77.51%
无形资产-土地使用权	11,974,314.92	11,974,314.92	100.00%
无形资产-其他无形资产	24,786,666.69	24,786,666.69	100.00%

张小泉集团未转让的剩余资产主要包括冲床、空调、电脑、刀剪磨床、收藏柜、办公家具、汽车等，除部分电脑、汽车、办公家具、空调外，其余设备由于已经设备老旧，均已报废处理。

截至 2017 年 11 月 29 日，张小泉实业已向张小泉集团支付了上述全部款项；相关资产已于 2017 年 11 月 30 日完成交割手续。

3、本次转让作价的公允性

2017 年 10 月 18 日，坤元资产评估有限公司出具坤元评报（2017）596 号《杭州张小泉实业发展有限公司拟进行资产收购涉及的杭州张小泉集团有限公司资产组合价值评估项目资产评估报告》，对张小泉集团持有的位于富阳市东洲街道东洲工业功能区五星路 8 号的建筑物类固定资产、设备类固定资产和土地使用权以及商标专利等无形资产组合以 2017 年 9 月 30 日为评估基准日进行评估，评估价值为 15,456.66 万元。本次资产转让价格为 15,456.66 万元，系交易双方以坤元评报（2017）596 号《杭州张小泉实业发展有限公司拟进行资产收购涉及的杭州张小泉集团有限公司资产组合价值评估项目资产评估报告》的评估值为依据确定，定价具备公允性。

评估资产范围为张小泉集团持有的位于富阳区东洲街道东洲工业功能区五星路 8 号的建筑物类固定资产、设备类固定资产和土地使用权以及商标专利等无形资产组合。各资产增值情况如下：

单位：元

资产种类	账面价值	评估价值	评估增值	增值率
建筑物类固定资产	85,011,708.32	88,123,500.00	3,111,791.68	3.66%
设备类固定资产	9,713,276.97	11,563,080.00	1,849,803.03	19.04%
土地使用权	11,974,314.92	24,860,000.00	12,885,685.08	107.61%
商标专利等无形资产	24,786,666.69	30,020,000.00	5,233,333.31	21.11%

主要增值的资产为土地使用权。依据评估时有效的《资产评估执业准则—不动产》及《城镇土地估价规程》的规定，执行不动产评估业务应当根据评估目的、评估对象、价值类型、资料收集情况等相关条件，分析市场法、收益法和成本法三种资产评估基本方法以及假设开发法、基准地价修正法等衍生方法的适用性，恰当选择评估方法。由于待估土地所在区域的土地成交案例较容易取得，故最终采用市场法进行评估，将待估土地与在较近时期内已经发生交易的类似土地交易实例进行对照比较，并依据后者已知的价格，参照该土地的交易情况、期日、区域、个别因素、使用年限、容积率等差别，修正得出待估土地的评估基准日的地价。本次转让的土地使用权取得时间较早，取得时土地所在区域的各项基础设施较为薄弱，随着经济开发区的发展，各项基础设施、公开配套设施、产业集聚程度逐步完善，土地价格也逐步提升，故按市场法得出的评估值与账面价值存在较大差异。因此本次资产增值具有其合理性。

4、张小泉商标及专利作价依据及公允性

根据坤元评报（2017）596号《杭州张小泉实业发展有限公司拟进行资产收购涉及的杭州张小泉集团有限公司资产组合价值评估项目资产评估报告》，无形资产的评估方法主要包括市场法、收益法、成本法。由于2017年资产转让时国内外与张小泉集团商标专利转让相似的无形资产转让案例极少，信息不透明，缺乏可比性，因此不适宜采用市场法评估。由于无形资产的投入、产出存在弱对应性，即很难通过投入的成本来反映资产的价值，因此也不适宜采用成本法评估。根据当时评估可以收集到资料的情况确定对无形资产的评估采用收益法，即预测利用被评估资产制造的产品销售情况，计算未来可能取得的收益，通过一定的分成率确定评估对象能够为企业带来的利益，即评估对象在未来收益中应占的份额，折现后加和得出该评估对象在一定的经营规模下在评估基准日的公允价值。根据上述评估方法，以2017年9月30日为评估基准日，得出张小泉商标及专利

的评估价值为 3,002 万元。本次张小泉商标及专利的转让价格为 3,002 万元，系交易双方以坤元评报（2017）596 号《杭州张小泉实业发展有限公司拟进行资产收购涉及的杭州张小泉集团有限公司资产组合价值评估项目资产评估报告》的评估值为依据确定，定价具备公允性。

具体情况如下：

（1）评估方法

国内外与评估对象相似的无形资产转让案例极少，信息不透明，缺乏可比性，不适宜采用市场法；无形资产的投入、产出存在弱对应性，很难通过投入的成本来反应资产的价值，不适宜采用成本法；收益法能够较为准确的体现商标未来的价值情况，故该次评估采用收益法，即预测利用评估对象所销售的产品销售情况，计算未来可能取得的收益，通过一定的分成率确定评估对象能够为企业带来的利益，即评估对象在未来收益中应占的份额，折现后加和得出该评估对象在一定的经营规模下在评估基准日的公允价值。威华股份，容大感光及南新制药等公司亦采用收益法评估。相关计算公式为：

$$P = \sum_{t=1}^n \frac{A_t}{(1+r)^t} = \sum_{t=1}^n \frac{R_t \times K}{(1+r)^t}$$

公式中：P——评估价值

r——折现率

A_t ——第 i 年无形资产纯收益；

R_t ——第 t 年的营业收入

K——收入分成率

n——无形资产预测收益期

t——未来的第 t 年

（2）评估过程及主要参数说明

1) 产品销售收入

产品收入根据张小泉实业的历史年度及未来经营情况进行预测。具体预测情况如下：

①外部环境因素：A.国家政策支持，刀剪制造行业是我国轻工业的重要组成

部分之一，是服务于生活和生产领域的重要民生和工业产业。国家相关部门推出了系列政策，有力推动了刀剪行业发展；B.消费升级提速，我国正呈现消费层次由温饱型向全面小康型转变，消费形态由物质型向服务型转变，消费方式由线下向线上线下融合转变，消费行为由从众模仿型向个性体验型转变的趋势；C.电子商务发展迅速。

②公司内在因素：A.工艺技术成熟稳定，公司长期从事刀剪产品的设计开发、生产及销售服务，积累了丰富的技术研发经验，通过持续不断的技术改进，保证了工艺的成熟稳定及持续优化，制造水平的不断提高以及产品质量稳定性的持续提升；B.产品质量优势，公司具有严格、完善的质量控制体系，对每一件产品均严把质量关，全过程考虑产品的可靠性、维修性、保障性、测试性、安全性及环境适应性；C.产品设计优势，公司在工业设计、工艺设计方面均有高素质人才，设计人员专业背景广泛，包括机电一体化、平面设计、美妆设计、图纸绘制等多种专业背景；D.渠道优势，公司通过在全国各省会城市设立分支机构，布局连锁超市、张小泉门店、电商等多种终端，构建了全方位立体化的营销网络；E.区位优势，为公司提供了完善的产业基础设施，解决了公司生产设备采购、厂房租赁难题；完整的产业链，为公司原材料采购提供了便利条件；优秀的技术人力资源，为公司提供了充足的人员配置；宽广的营销网络，是公司长期健康发展的重要条件。

根据刀剪用品终端所在的日用消费品行业发展形势、五金用品市场竞争情况、国内外经济环境影响并结合公司实际经营情况等因素分析后认为，公司销售收入未来将保持一定幅度的增长，2021年起由于市场竞争日趋激烈及销售收入的基数增大等原因，其销售收入的增长率将趋向缓和，至2021年达到稳定，以后各年度维持2021年销售收入水平不变。

综上，未来各年主营销售收入预测如下：

单位：万元

项 目	2017年10-12月	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	永续期
营业收入(A)	5,372	23,206	24,598	25,828	27,119	27,119

2) 分成率的确定

通过行业销售净利润率及利润分成率测算无形资产组合的收入分成率，计算

公式为：

$$\text{收入分成率} = \text{销售净利润率} \times \text{利润分成率}$$

① 销售净利润率的确定

通过分析金属制品业上市公司 2016 年度及 2017 年中报财务数据，并结合公司无形资产组合对应产品预计盈利情况分析，确定行业销售净利率为 8.45%。

② 利润分成率的确定

利润分成率是将资产组合中无形资产对利润的贡献分割出来，通过综合评价法确定，考虑因素包括行业特征、商标认可程度、行业利润分析、行业中地位、法律保护状况等，各因素对分成率取值的影响评分及计算如下：

经济指标	指标权重	指标评价	评分	得分
行业特征	30%	劳动较密集型传统行业，业内竞争者较多	60	18.00
商标认可程度	20%	中华老字号，中国驰名商标、在行业有较高的知名度	80	16.00
行业利润分析	15%	行业竞争激烈，利润一般	65	9.75
行业中地位	15%	行业地位较高	80	12.00
法律保护状况	20%	商标正常续展、并注册了相关保护商标	80	16.00
打分合计				71.75

根据一般国际惯例，分成率的上限一般取 30%，故取利润分成率为：

$$\begin{aligned} \text{利润分成率} &= 71.75\% \times 30\% \\ &= 21.53\% \end{aligned}$$

③ 收入分成率的确定

$$\begin{aligned} \text{收入分成率} &= \text{行业销售净利率} \times \text{利润分成率} \\ &= 8.45\% \times 21.53\% \\ &= 1.82\% \end{aligned}$$

3) 折现率的确定

采用风险累加法确定折现率，折现率=无风险报酬率+风险报酬率。

① 无风险报酬率

国债收益率通常被认为是无风险的，采用国债市场上与无形资产收益年限相

仿年期的国债平均到期年收益率。

② 风险报酬率

风险报酬率的确定主要运用综合评价法,即由市场风险系数、财务风险系数、管理风险系数及政策风险系数之和确定。根据分析及目前评估惯例,各个风险系数的取值范围在 0%-5%之间,具体数值根据以下评测表计算:

风险	权重	考虑因素	数值	得分	说明	风险系数
市场风险	0.3	市场容量风险(A)	70	21	市场容量一般,增长趋势一般	3.75
	0.5	市场现有竞争风险(B)	80	40	市场上竞争对手较多,有一定的压力	
	0.2	市场潜在竞争风险(C)	70	14	企业存在潜在竞争者	
财务风险	0.4	融资风险(C)	70	28	企业资产负债率一般,有一定的融资风险	3.35
	0.3	投资风险	70	21	公司资金较充足,投资风险较小	
	0.3	流动性风险(D)	60	18	存在一定的现金流压力	
管理风险	0.5	营销网络维护风险(E)	70	35	销售网络及市场占有率小	3.25
	0.3	存货管理风险(F)	60	18	存货管理较完善	
	0.2	内部物流管理风险(G)	60	12	内部物流管理尚可	
政策风险	0.5	宏观政策导向风险(H)	55	27.5	政策风险一般	2.75
	0.5	环保政策风险(I)	55	27.5	对环境污染低	
合 计						13.10

折现率=无风险报酬率+风险报酬率

=4.06%+13.10%

=17% (取整)

4) 商标评估价值计算如下:

单位: 万元

项 目	2017年 10-12月	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	永续期
营业收入(A)	5,372	23,206	24,598	25,828	27,119	27,119
净利润分成率(B)	21.53%	21.53%	21.53%	21.53%	21.53%	21.53%
销售净利润率(C)	8.45%	8.45%	8.45%	8.45%	8.45%	8.45%

项 目	2017年 10-12月	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	永续期
收入分成率 (D=B*C)	1.82%	1.82%	1.82%	1.82%	1.82%	1.82%
无形资产纯收益 (E=A*D)	98	422	448	470	494	494
折现率	17%	17%	17%	17%	17%	17%
折现期 (期中)	0.13	0.75	1.75	2.75	3.75	3.75
折现系数 (F)	0.9798	0.8889	0.7598	0.6494	0.5550	3.2647
折现后净现金流量 (G=A*F)	96	375	340	305	274	1,611
商标评估值	3,002					

(3) 可比案例的比较及差异情况

1) 张小泉商标及专利应用于剪刀、刀具产品,属于细分市场产品品牌,同时张小泉品牌是我国刀剪行业中的百年品牌,目前市场上无法查询到类似商标及专利组合的转让案例,难以取得对应的可比案例,故无法直接进行比较分析。

2) 张小泉商标及专利转让的评估的方法采用收益法,威华股份,容大感光及南新制药等对商标及专利评估均采用收益法评估,计算未来可能取得的收益,通过一定的分成率确定评估对象能够为企业带来的利益,折现后加和得出该评估对象在一定的经营规模下在评估基准日的公允价值。

3) 张小泉系列品牌具有良好的品牌度、美誉度、具有完整的产品线和销售网络,预测未来产品的销售收入、净利润情况具有良好的可实现性。报告期内,公司销售收入、净利润已经超过评估预测。

5、与 2016 年 6 月杭实集团增资作价的差异原因及合理性

2016年6月杭实集团增资时,由银信资产评估有限公司浙江分公司作出银信评报字(2016)浙第005号《杭州市实业投资集团有限公司拟增资涉及的商标权价值评估项目评估报告》,以2015年7月31日为评估基准日,列入评估范围的“张小泉”系列注册商标的商标所有权市场价值评估值为2,860万元,与本次资产转让时对应的评估价值3,002万元,差额为142万元。

比照两份评估报告,采用的评估方法均为收益法即预测利用被评估资产制造的产品的销售情况,计算未来可能取得的收益,通过一定的分成率确定评估对象能够为企业带来的利益,即评估对象在未来收益中应占的份额,折现后加和得出

该评估对象在一定的经营规模下在评估基准日的公允价值。2016年6月杭实集团增资作价时的评估基准日为2015年7月31日，而2017年资产转让的评估基准日为2017年9月30日，因此营业收入预测时所采用的历史数据时间段和对应的未来年度对应产品收入预测的时间段均不同，因此2017年资产转让时商标及专利的评估价值与2016年6月杭实集团增资时的评估价值有差异。2017年资产转让及2016年6月杭实集团增资时商标专利的作价均以当时评估报告的评估值为依据确定，因此作价存在差异，具有其合理性。

6、发行人自主取得及转让取得商标对公司业务的重要性

截至本招股说明书签署日，发行人（不含上海张小泉和上海张小泉制造）共计拥有168项商标，其中151项境内商标、3项中国台湾地区商标、4项中国澳门地区商标，10项境外商标，上述商标中，发行人自主取得的商标数量为88项，占发行人母公司拥有商标总数的52.38%，转让取得的商标数量为80项（其中29项为自富春控股受让取得的“张大全”等张小泉保护性商标），占发行人母公司拥有商标总数的47.62%。

发行人是一家集设计、研发、生产、销售和服务于一体的现代生活五金用品制造企业。发行人的主要产品包括剪具、刀具、套刀剪组合和其他生活家居用品，“张小泉”被商务部认定为第一批中华老字号，张小泉产品标识被国家工商总局认定为我国刀剪行业驰名商标，发行人所有产品上均应用“张小泉”系列商标，因此，发行人自主取得和转让取得的“张小泉”系列商标对发行人的业务具有重要作用。

7、业务和人员转移情况

2012年初，张小泉集团整体拆迁，东洲生产基地建成后，“张小泉”品牌刀剪产品生产、制造及销售业务及相关人员转移至张小泉实业。2017年7月，除托管退养人员和部分行政人员外，张小泉集团与刀剪生产、制造及销售业务相关的人员与张小泉集团解除劳动合同，重新与张小泉实业签订劳动合同，完成人员转移的相关手续（剩余三人于2018年4月前完成转移）。

8、本次收购后张小泉集团与公司业务的关联性分析

2017年11月将相关经营性资产转移至张小泉实业后，张小泉集团与刀剪业

务有关的人员亦转移至张小泉实业。张小泉集团自有的业务、人员、资产情况如下：

(1) 张小泉集团的业务

张小泉集团作为张小泉实业的控股股东，其主要功能为持股平台，其次还经营部分建材贸易业务。

(2) 张小泉集团的人员

2017年11月将相关经营性资产转移至张小泉实业后，张小泉集团有员工77人，其中在岗员工11人，托管退养员工66人。

(3) 张小泉集团的资产

根据张小泉集团2017年度审计报告，截至2017年12月31日，张小泉集团（母公司）固定资产344,898.44元，主要系汽车、电脑、空调、办公家具等；长期股权投资80,122,658.00元，主要系对张小泉实业的股权投资；净资产161,803,381.75元，资产总计659,246,982.50元。

经核查，张小泉集团不存在继续使用相关资产或继续开展相同业务生产经营的情形。除已披露的关联交易外，不存在同业竞争及代垫成本费用的情况，对发行人资产、人员、业务独立性不存在不利影响。

9、收购张小泉集团经营性资产未作为同一控制下企业合并的原因及合理性、会计处理及对公司财务数据的影响

(1) 收购张小泉集团经营性资产未作为同一控制下企业合并的原因及合理性

“张小泉”刀剪生产及销售业务原由张小泉集团经营。2012年起，“张小泉”刀剪生产、制造及销售业务及人员逐步整合到发行人名下。2017年收购张小泉集团经营性资产前，除发行人向张小泉集团租赁房产、土地、部分生产设备及“张小泉”相关商标及专利外，“张小泉”刀剪业务及人员已经基本整合至发行人名下。

2017年11月，为解决公司资产完整性问题，减少关联交易，公司与杭州张小泉集团有限公司签订《固定资产转让协议》、《土地厂房转让协议》、《知识产权

转让协议》，杭州张小泉集团有限公司将与刀剪生产相关的土地、房产、商标、专利及机器设备等资产转让给本公司。坤元资产评估有限公司对上述资产转让进行了评估，并出具了《资产评估报告》（坤元评报〔2017〕596号）。上述资产评估值 15,456.66 万元，转让作价 15,456.66 万元。

根据《企业会计准则第 20 号——企业合并》应用指南，业务是指企业内部某些生产经营活动或资产的组合，该组合一般具有投入、加工处理过程和产出能力，能够独立计算其成本费用或所产生的收入，但不构成独立法人资格的部分。

在购买上述资产前，公司经过多年规范整合，刀剪业务相关的生产、销售、采购、研发、管理、人员等均由公司自行组织，相关经营业绩也均已计入公司财务账面，发行人刀剪业务生产经营已经独立于其控股股东张小泉集团。此次购买的房产、土地等资产在张小泉集团已经不具备独立的投入产出能力，不属于企业会计准则所指的“业务”，而是属于购买资产，因此 2017 年收购未作为同一控制下企业合并进行会计处理。

（2）会计处理及对公司财务数据的影响

单位：万元

项 目	发行人评估及入账			张小泉集团账面			入账增值
	评估价值	账面净值	入账价值 (不含税)	集团原值	摊销/ 折旧	月摊销/ 折旧	入账不含 税-账面 净值
土地使用权	2,486.00	1,197.43	2,367.62	1,436.92	239.49	2.39	1,170.19
厂房	8,812.35	8,501.17	8,392.71	9,823.64	1,322.47	18.40	-108.46
机器设备	1,156.31	971.33	992.45	2,008.84	1,037.51	11.99	21.12
商标及专利	3,002.00	2,478.67	2,832.08	2,860.00	381.33	23.83	353.41
小 计	15,456.66	13,148.60	14,584.86	16,129.40	2,980.80	56.61	1,436.26

上述资产转让，根据评估报告金额按照购买长期资产进行会计处理，根据购买价格扣除增值税影响后，入账价格增值 1,436.26 万元，主要系土地使用权和商标专利权评估增值。土地使用权和商标专利权等评估增值部分对报告期内公司利润总额影响金额分别为 11.13 万元、64.97 万元、64.97 万元和 32.49 万元。

（六）资产重组对发行人业务、管理层、实际控制人及经营业绩的影响

张小泉文创、富洲物流、上海张小泉、运通电商之电商业务均受公司实际控

制人张国标、张樟生及张新程控制，公司进行上述一系列资产重组未导致其主营业务发生变更，并有利于发行人提高资产完整性、避免同业竞争并减少关联交易，进一步提升发行人的公司治理水平，增强发行人在市场中的竞争力。

报告期内，上述一系列资产重组前后张小泉实业管理团队及实际控制人均未发生变化。

在这一系列的资产重组中，所涉及主体的相关财务数据与发行人指标对比如下：

主体	资产总额（万元）	营业收入（万元）	利润总额（万元）
张小泉文创	1.09	-	-2.39
富洲物流		-	-
上海张小泉	7,401.89	3,718.97	710.51
运通电商的电商业务	4,033.92	7,014.99	643.54
张小泉集团的经营性资产	14,584.86	-	-
小计	26,021.75	10,733.96	1,356.44
扣除关联交易后小计	25,850.59	10,647.66	1,864.00
张小泉实业	24,087.98	19,605.34	2,100.93
扣除关联交易张小泉实业指标	21,812.97	15,143.06	1,633.85
扣除关联交易后占比	118.51%	70.31%	114.09%

注 1：资产总额数据为截至 2016 年 12 月 31 日的资产总额

注 2：营业收入和利润总额数据为 2016 年度的营业收入和利润总额

注 3：张小泉文创和上海张小泉财务数据依据天健会计师事务所（特殊普通合伙）审核后的财务报表

注 4：上海张小泉资产总额包括资产重组后商誉资产

注 5：利润指标小计为各资产利润绝对值数加总

如上表所示，被收购主体重组前扣除关联交易后一个会计年度的营业收入未达到或超过张小泉实业相应指标的 100%，但资产总额及利润总额占比超过张小泉实业的 100%，属于《<首次公开发行股票并上市管理办法>第十二条发行人最近 3 年内主营业务没有发生重大变化的适用意见—证券期货法律适用意见第 3 号》规定的需要运行一个完整会计年度方可申请发行的情形。截至本招股说明书签署日，发行人在完成上述重组后运行已满一个会计年度。

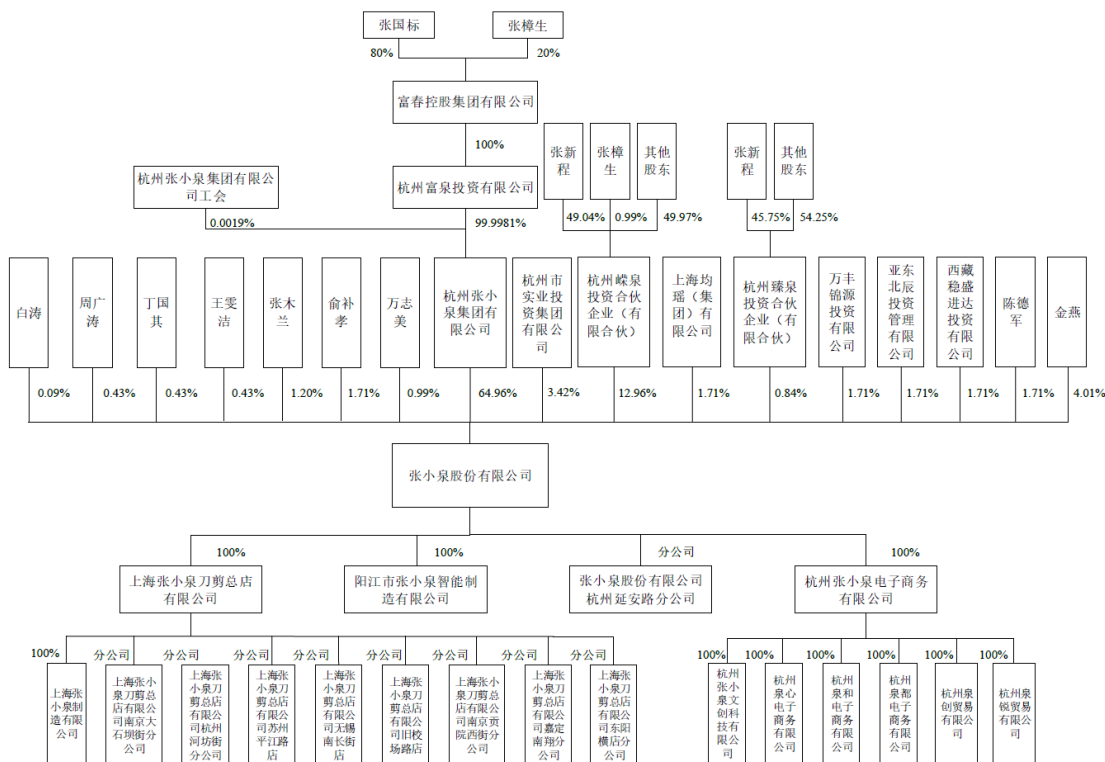
五、发行人在其他证券市场的上市/挂牌情况

发行人自设立至今，未在其他证券市场上市或挂牌。

六、发行人的股权结构及组织结构

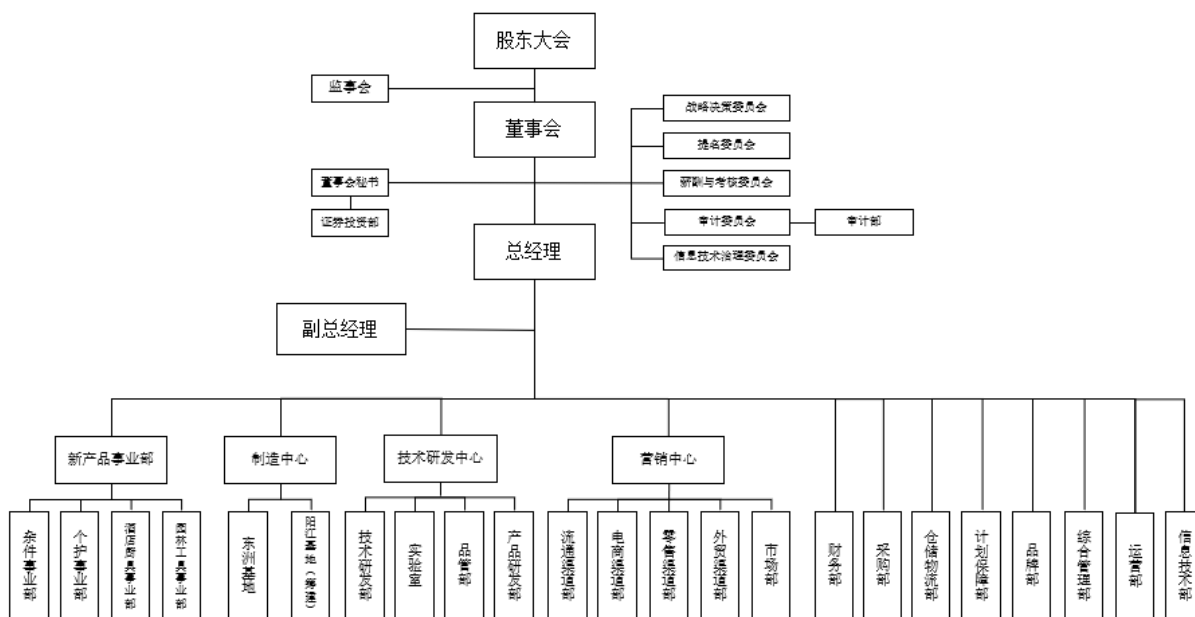
(一) 股权结构图

截至本招股说明书签署日，公司股权结构如下：



(二) 组织结构图

截至本招股说明书签署日，公司内部组织结构如下：



七、发行人控股和参股公司情况

（一）发行人控股子公司情况

截至本招股说明书签署日，公司拥有 3 家全资子公司及 7 家全资孙公司：

1、杭州张小泉电子商务有限公司

成立时间	2015 年 7 月 15 日			
注册资本	7,000 万元			
实收资本	7,000 万元			
法定代表人	夏乾良			
注册地和主要经营场所	浙江省杭州市余杭区崇贤街道运河路 5-2 号 6 幢 2 层 207、209、210、211、213 室			
经营范围	批发、零售（含网上销售）：五金制品、日用百货；电子商务技术服务，信息技术服务；货物进出口。（法律、行政法规禁止经营的项目除外，法律、行政法规限制经营的项目取得许可证后方可经营）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
主营业务	日用金属制品线上销售			
股权结构	张小泉股份的全资子公司			
简要财务数据 （元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.6.30/ 2020 年 1-6 月	134,507,434.54	113,514,157.20	26,536,599.95
	2019.12.31/ 2019 年度	103,914,304.16	86,977,557.25	36,035,715.05

注：上述财务数据已经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计

2、上海张小泉刀剪总店有限公司

（1）基本情况

成立时间	1982 年 3 月 8 日			
注册资本	500 万元			
实收资本	500 万元			
法定代表人	夏乾良			
注册地和主要经营场所	上海市黄浦区南京东路 490 号			
经营范围	刀、剪。日用百货、日用金属制品，厨房用具及电器，理发用具，整容器具，餐具、茶具、五金、电工器材、光学仪器、通信设备、纸制品、纺织品的销售，从事货物及技术的进出口业务，附设分支机构。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
主营业务	日用金属制品线下销售			
股权结构	张小泉股份的全资子公司			
简要财务数据	项目	总资产	净资产	净利润

(元)	2020.6.30/ 2020年1-6月	36,277,437.31	26,559,020.09	-2,935,607.54
	2019.12.31/ 2019年度	39,007,662.23	29,494,627.63	7,955,497.50

注：上述财务数据已经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计

（2）历史沿革

1) 企业改制

上海张小泉刀剪总店原系全民所有制企业（国有企业），2005年6月上海张小泉刀剪总店的出资人上海美丽华（集团）公司改制为有限责任公司，2006年2月上海张小泉刀剪总店亦改制为有限责任公司。具体情况如下：

① 上海张小泉刀剪总店改制背景——出资人上海美丽华（集团）公司改制

根据上海万隆资产评估有限公司出具的沪万隆评报字（2004）第611号《资产评估报告》，以2004年5月31日为基准日，上海美丽华（集团）公司的净资产为273,049,818.94元。

2004年8月24日，上海美丽华的股东上海新世界（集团）有限公司出具新世界集团行[2004]222号《关于同意上海美丽华（集团）公司整机制改制的批复》，同意上海美丽华整机制改制出让90%国有股权，引进外来大股东。

2004年12月23日，上海市黄浦区国有资产管理办公室出具沪黄浦评审[2004]186号《关于上海美丽华（集团）公司资产评估结果的确认通知》，对上海万隆资产评估有限公司出具的沪万隆评报字（2004）第611号《资产评估报告》的资产评估结果予以确认。

2004年12月24日，上海市黄浦区国有资产管理办公室出具黄国资办[2004]34号《关于新世界集团美丽华改制方案的批复》以及黄国资核[2004]50号《关于同意核销上海美丽华（集团）公司不实资产的批复》，同意上海美丽华的改制方案，将90%的股权向社会公开转让，同意上海美丽华（集团）公司及所属企业核销不实资产。

2005年5月，上海新世界（集团）有限公司将上海美丽华90%的产权通过上海联合产权交易所上市挂牌，采用评审法的方式，最终确定以8,566万元转让给四方，其中浙江富越控股集团有限公司以4,283万元受让45%的产权，义乌市

恒通投资有限公司以 2,569.8 万元受让 27%的产权，上海国瑞信钟表有限公司以 856.6 万元受让 9%的产权，浙江永顺实业有限公司以 856.6 万元受让 9%的产权。2005 年 5 月 8 日，各方签订《上海市产权交易合同》。

2005 年 6 月 6 日，上海美丽华（集团）公司变更为有限责任公司，完成本次改制的工商变更登记。

② 上海张小泉刀剪总店改制方案及所涉股权转让及增资的定价依据

2006 年 2 月 7 日，上海张小泉刀剪总店向上海美丽华提交《上海张小泉刀剪总店改制方案》，简要内容如下：1) 为了适应市场的需要，改制为有限公司，名称为上海张小泉刀剪总店有限公司，注册资本 66 万元；2) 上海美丽华拟将持有上海张小泉刀剪总店 20%产权转让给钱正明。2006 年 2 月 9 日，上海张小泉召开股东会，同意上述股权转让后公司注册资本从 66 万元增至 500 万元，其中上海美丽华出资 400 万元占注册资本 80%，钱正明出资 100 万元占注册资本 20%。

本次上海张小泉刀剪总店股权转让及增资的价格均为 1 元/元注册资本，股权转让价格系根据《上海张小泉刀剪总店改制方案》，经股东上海美丽华同意按照原出资额将其持有的上海张小泉刀剪总店 20%的股权转让给钱正明（上海张小泉刀剪总店原总经理、法定代表人）；增资价格系上海张小泉股东会一致审议决定。

③ 上海张小泉刀剪总店改制的具体情况

2005 年 8 月 29 日，上海市工商行政管理局作出沪工商注名变核字第 01200508250840 号《企业名称变更核准通知书》，同意上海张小泉刀剪总店变更企业名称为上海张小泉刀剪总店有限公司。2006 年 2 月 23 日，上海市工商行政管理局作出沪名称延核号 01200508250840《企业名称延期核准通知书》，同意企业名称“上海张小泉刀剪总店有限公司”延期至 2006 年 8 月 25 日。

2006 年 2 月 7 日，上海张小泉刀剪总店向上海美丽华提交《上海张小泉刀剪总店改制方案》；2006 年 2 月 9 日，上海美丽华作出《关于上海张小泉刀剪总店改制的批复》，同意上海张小泉刀剪总店改制为有限责任公司。

2006 年 2 月 9 日，上海美丽华与钱正明签订《股权转让协议书》，约定上海美丽华将其持有的上海张小泉刀剪总店 20%的产权以 132,000 元转让给钱正明。

同日，上海张小泉召开股东会，同意公司更名为“上海张小泉刀剪总店有限公司”，同意上述股权转让后公司注册资本从 66 万元增至 500 万元，其中上海美丽华出资 400 万元占注册资本 80%，钱正明出资 100 万元占注册资本 20%。

2006 年 2 月 21 日，上海正则会计师事务所有限公司出具沪正会验字(2006)第 123 号《验资报告》，确认上海张小泉刀剪总店有限公司注册资本为 500 万元，由上海美丽华和钱正明共同出资，其中上海美丽华占 80%，钱正明占 20%。

2006 年 3 月 24 日，上海张小泉完成本次改制的工商变更登记，本次改制后，上海张小泉的股权结构如下表所示：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	占注册资本比例
1	上海美丽华	400	80%
2	钱正明	100	20%
	合计	500	100%

本次改制已履行上海张小泉必要的内部审议程序，改制时股权转让及增资价格由股东自行商定，具有其合理性和公允性。上海张小泉未及时办理本次改制的变更登记，但上海张小泉后续已主动办理，同时上海张小泉已取得其公司登记机关上海市黄浦区市场监督管理局出具的无违规证明，因此，前述改制未及时办理工商变更登记不会对发行人的本次发行上市造成实质性不利影响。

2) 2007 年股权转让

① 转让背景及定价依据

根据上海美丽华的说明，钱正明与陈岳斌分别为上海张小泉的前后两任实际经营管理人员，钱正明离职时将其持有的上海张小泉 20% 的股权转让给陈岳斌。经营管理人员持股的目的系为了提高经营管理人员的工作积极性，提升上海张小泉的业绩，钱正明离职时按照 1:1 的价格转让其持有的上海张小泉 20% 的股权。

② 股权转让的具体情况

2007 年 8 月 5 日，钱正明与陈岳斌签订《股权转让协议》，约定钱正明将其持有的上海张小泉 20% 的股权转让给陈岳斌，转让价格 100 万元。

同日，上海张小泉召开股东会，同意上述股权转让，其他股东放弃优先购买权。

2007年9月4日，上海张小泉完成了本次股权转让的工商变更登记，本次股权转让完成后，上海张小泉的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	占注册资本比例
1	上海美丽华	400	80%
2	陈岳斌	100	20%
合计		500	100%

本次股权转让已履行上海张小泉必要的内部审议程序，股权转让过程合法合规，股权转让价格系根据上海张小泉经营管理人员持股目的及交易双方身份，在进行经营管理人员持股时确定，具有其合理性和公允性。

3) 2011年股权转让

① 转让背景及定价依据

为了“张小泉”品牌和字号更良好、有序地发展，上海美丽华和富泉投资经沟通、协商，决定通过股权转让的方式互相持有上海和杭州“张小泉”的股权，同时引入外部投资人自然人金燕。

同时，根据上海美丽华的说明，上海张小泉原实际经营管理人员陈岳斌离职，按照持股时的约定，按照 1:1 的价格转让其持有的上海张小泉股权给上海美丽华。

本次上海美丽华收购陈岳斌的股权后向富泉投资和金燕转让股权的价格均系交易各方自行协商确定。富泉投资对上海张小泉属于产业投资，入股上海张小泉存在产业协同效应，上海美丽华与富泉投资的股权转让价格系双方协商确定为 5.09 元/元注册资本（按照上海张小泉 2010 年净利润计算为 7 倍市盈率）；金燕作为外部投资人，其入股的价格高于富泉投资，转让价格经双方协商确定为 7.74 元/元注册资本（按照上海张小泉 2010 年净利润计算为 11 倍市盈率）。

② 具体情况

2011年1月10日，陈岳斌与上海美丽华签订《股权转让协议》，约定陈岳斌将其持有的上海张小泉 20% 的股权以 1:1 的价格转让给上海美丽华，转让价格 100 万元。

2011年1月10日，上海美丽华与富泉投资签订《股权转让协议》，约定上

海美丽华将其持有的上海张小泉 47%的股权以 1:5.09 的价格转让给富泉投资,转让价格 11,966,736.98 元。同日,上海美丽华与金燕签订《股权转让协议》,约定上海美丽华将其持有的上海张小泉 8%的股权以 1:7.74 的价格转让给金燕,转让价格 3,097,857.21 元。

2011 年 1 月 10 日,上海张小泉召开股东会同意上述股权转让。

2011 年 3 月 14 日,上海张小泉完成了本次股权转让的工商变更登记,本次股权转让完成后,上海张小泉的股权结构如下:

序号	股东姓名/名称	出资额(万元)	占注册资本比例
1	富泉投资	235	47%
2	上海美丽华	225	45%
3	金燕	40	8%
	合计	500	100%

本次股权转让已履行上海张小泉必要的内部审议程序,股权转让价格由交易双方自行协商确定,具有其合理背景,具备合理性。上海张小泉未及时办理前述股权转让的变更登记,但上海张小泉后续已主动办理,且上海张小泉已取得其公司登记机关上海市黄浦区市场监督管理局出具的无违规证明,因此,前述股权转让未及时办理工商变更登记不会对发行人的本次发行上市造成实质性不利影响。

4) 2014 年股权转让

① 转让背景及定价依据

上海美丽华因自身业务发展定位,拟退出对上海张小泉的投资;同时,为充分利用张小泉实业的生产优势和上海张小泉的销售优势发挥协同效应,富泉投资拟收购上海美丽华持有的上海张小泉的股权。

2014 年 7 月 15 日,浙江之江资产评估有限公司作出浙之评报字[2014]第 015 号《上海美丽华(集团)有限公司及杭州富泉投资有限公司拟战略重组涉及的上海张小泉刀剪总店有限公司股东全部权益评估报告》,以 2013 年 12 月 31 日为评估基准日,上海张小泉股东全部权益的评估价值为 29,812,185.90 元。另外考虑上海张小泉注册地南京东路店的实际租金与市场租金存在较大差异,双方基于前述协商确定转让价格为 2,792.69 万元。

② 股权转让的具体情况

2014年9月29日，上海美丽华与富泉投资签订《股权转让协议》，约定上海美丽华将其持有的上海张小泉45%的股权转让给富泉投资，转让价格为2,792.69万元。

同日，上海张小泉召开股东会，同意上述股权转让，其他股东放弃优先购买权。

2014年11月18日，上海张小泉完成了本次股权转让的工商变更登记，本次股权转让完成后，上海张小泉的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	占注册资本比例
1	富泉投资	460	92%
2	金燕	40	8%
	合计	500	100%

本次股权转让已履行上海张小泉必要的内部审议程序，股权转让价格由交易双方自行协商确定，具有其合理性和公允性。上海张小泉未及时办理前述股权转让的变更登记，但上海张小泉后续已主动办理，且上海张小泉已取得其公司登记机关上海市黄浦区市场监督管理局出具的无违规证明，因此，前述股权转让未及时办理工商变更登记不会对发行人的本次发行上市造成实质性不利影响。

5) 2017年股权转让

① 转让背景及定价依据

为充分利用张小泉实业的生产优势和上海张小泉的销售优势发挥协同效应，后续解决同业竞争问题，富泉投资收购金燕持有的上海张小泉的股权。

本次股权转让价格系双方以坤元资产评估有限公司以2017年6月30日作为评估基准日对上海张小泉股东全部权益的初步评估价值为依据协商确定。

② 股权转让的具体情况

2017年11月20日，金燕与富泉投资签订《股权转让协议》，约定金燕将其持有的上海张小泉8%的股权以1:11.73的价格转让给富泉投资，转让价格4,691,172.69元。

2017年12月26日，上海张小泉完成了本次股权转让的工商变更登记，本次股权转让完成后，上海张小泉的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	占注册资本比例
1	富泉投资	500	100%
	合计	500	100%

本次股权转让已履行上海张小泉必要的内部审议程序，股权转让价格由交易双方参照初步评估价值确定，具有其合理性和公允性。上海张小泉未及时办理前述股权转让的变更登记，但上海张小泉后续已主动办理，且上海张小泉已取得其公司登记机关上海市黄浦区市场监督管理局出具的无违规证明，因此，前述股权转让未及时办理工商变更登记不会对发行人的本次发行上市造成实质性不利影响。

6) 2018年股权转让

① 转让背景及定价依据

为了消除同业竞争，减少关联交易，充分利用发行人的生产优势和上海张小泉的销售优势发挥协同效应，发行人收购上海张小泉100%股权。

2017年11月24日，坤元资产评估有限公司出具坤元评报[2017]674号《资产评估报告》，以2017年6月30日作为评估基准日，上海张小泉股东全部权益的评估价值为7,760万元。本次股权转让价格以坤元评报[2017]674号《资产评估报告》所评估的上海张小泉评估价值7,760万元为依据，扣除上海张小泉拟向股东分配的未分配利润1,896.03万元后确定。

② 股权转让的具体情况

2017年11月25日，上海张小泉的股东富泉投资做出股东决定，同意转让上海张小泉100%的股权，转让价格依据坤元评报[2017]674号《资产评估报告》确定，其中评估基准日前的可分配利润1,896.03万元已于评估基准日前由各股东分配完毕，不计入本次股权转让价款。

2017年11月25日，张小泉实业与富泉投资签订《股权转让协议》，约定富泉投资将其持有的上海张小泉100%股权转让给张小泉实业。本次股权转让价格以上海张小泉评估价值7,760万元为依据确定，扣除上海张小泉拟向股东分配的

未分配利润 1,896.03 万元，张小泉实业实际需要支付的股权转让款为 5,863.97 万元。

2018 年 1 月 23 日，上海张小泉完成了本次股权转让的工商变更登记，本次股权转让完成后，上海张小泉的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	占注册资本比例
1	张小泉实业	500	100%
	合计	500	100%

本次股权转让已履行上海张小泉必要的内部审议程序，股权转让价格由交易双方参照评估价值确定，具有其合理性和公允性。上海张小泉未及时办理前述股权转让的变更登记，但上海张小泉后续已主动办理，且上海张小泉已取得其公司登记机关上海市黄浦区市场监督管理局出具的无违规证明，因此，前述股权转让未及时办理工商变更登记不会对发行人的本次发行上市造成实质性不利影响。

3、阳江市张小泉智能制造有限公司

成立时间	2018 年 11 月 21 日			
注册资本	5,000 万元			
实收资本	5,000 万元			
法定代表人	夏乾良			
注册地和主要经营场所	注册地址：阳江市江城银岭科技产业园 B3-1-2E 幢 经营地址：阳江市江城区银岭科技产业园万丰商贸中心 4 幢 07 号			
经营范围	生产制造：刀剪、日用金属制品、炊具、金属丝及其制品、射钉器、轻钢龙骨、家用电器、保温容器、日用塑料制品、日用玻璃制品、日用陶瓷制品、竹制品、木制品；智能五金技术的研发与应用；五金制品的技术开发、技术咨询、成果转让；品牌管理；批发、零售：刀剪及其附属品、日用五金、日用百货、五金制品；货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物或技术进出口除外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
主营业务	日用金属制品的研发、生产及销售			
股权结构	张小泉股份的全资子公司			
简要财务数据（元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.6.30 2020 年 1-6 月	146,911,876.12	48,228,148.48	-203,978.45
	2019.12.31/ 2019 年度	65,077,840.56	48,432,126.93	-1,315,785.04

注：上述财务数据已经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计

4、杭州泉都电子商务有限公司

成立时间	2018年09月20日			
注册资本	100万元			
实收资本	100万元			
法定代表人	汪永建			
注册地和主要经营场所	注册地：浙江省杭州市富阳区东洲街道五星路8号1号楼3楼308 经营场所：浙江省杭州市余杭区运河路5-2号6幢211室			
经营范围	五金制品、日用百货销售（含网上销售）；电子商务、计算机信息技术开发，技术咨询，技术服务；货物进出口（法律、行政法规禁止经营的项目除外，法律、行政法规限制经营的项目取得许可证后方可经营）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
主营业务	日用金属制品线上销售			
股权结构	张小泉电商的全资子公司			
简要财务数据（元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.6.30/ 2020年1-6月	1,000,266.54	1,000,252.81	3,783.23
	2019.12.31/ 2019年度	996,469.58	996,469.58	-3,530.42

注：上述财务数据已经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计

5、杭州泉心电子商务有限公司

成立时间	2017年02月22日			
注册资本	500万元			
实收资本	500万元			
法定代表人	汪永建			
注册地和主要经营场所	注册地：浙江省杭州市余杭区崇贤街道运河路5-2号6幢208室 经营场所：浙江省杭州市余杭区崇贤街道运河路5-2号6幢208室			
经营范围	销售（含网上销售）：五金制品、日用百货；电子商务技术服务，信息技术服务；货物进出口。（法律、行政法规禁止经营的项目除外，法律、行政法规限制经营的项目取得许可证后方可经营）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
主营业务	日用金属制品线上销售			
股权结构	张小泉电商的全资子公司			
简要财务数据（元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.6.30/ 2020年1-6月	6,515,171.71	6,356,672.62	1,010,959.39
	2019.12.31/ 2019年度	5,578,622.59	5,345,713.23	468,857.46

注：上述财务数据已经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计

6、杭州泉和电子商务有限公司

成立时间	2018年09月20日			
注册资本	100万元			
实收资本	100万元			
法定代表人	汪永建			
注册地和主要经营场所	注册地：浙江省杭州市富阳区东洲街道五星路8号5幢1号楼306室 经营场所：浙江省杭州市余杭区运河路5-2号6幢2层207室			
经营范围	销售（含网上销售）：五金制品、日用百货；电子商务技术服务，信息技术服务；货物进出口。（法律、行政法规禁止经营的项目除外，法律、行政法规限制经营的项目取得许可证后方可经营）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
主营业务	日用金属制品线上销售			
股权结构	张小泉电商的全资子公司			
简要财务数据（元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.6.30/ 2020年1-6月	1,023,702.69	969,813.65	-26,620.30
	2019.12.31/ 2019年度	996,880.92	996,433.95	-3,566.05

注：上述财务数据已经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计

7、杭州张小泉文创科技有限公司

成立时间	2014年12月02日			
注册资本	1,000万元			
实收资本	1,000万元			
法定代表人	汪永建			
注册地和主要经营场所	浙江省杭州市余杭区崇贤街道运河路5-2号6幢2层215室			
经营范围	剪刀、刀具的技术研究，技术服务；组织文化艺术交流活动、企业形象策划服务；剪刀、刀具、日用金属制品、炊具、餐具批发，零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
主营业务	日用金属制品销售			
股权结构	张小泉电商的全资子公司			
简要财务数据（元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.6.30/ 2020年1-6月	12,881,446.04	12,570,333.60	1,786,860.22
	2019.12.31/ 2019年度	11,249,915.62	10,783,473.38	1,041,725.03

注：上述财务数据已经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计

8、杭州泉创贸易有限公司

成立时间	2019年06月19日
------	-------------

注册资本	300 万元			
实收资本	-			
法定代表人	汪永建			
注册地和主要经营场所	注册地：浙江省杭州市富阳区东洲街道五星路 8 号 1 号楼三楼 304 室 经营场所：浙江省杭州市余杭区运河路 5-2 号 6 幢 209 室			
经营范围	五金制品、家用电器、日用百货销售（含网上销售）；货物进出口（法律、行政法规禁止经营的项目除外，法律、行政法规限制经营的项目取得许可证后方可经营）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
主营业务	日用金属制品销售			
股权结构	张小泉电商的全资子公司			
简要财务数据（元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.6.30/ 2020 年 1-6 月	-	-	-
	2019.12.31/ 2019 年度	-	-	-

注：上述财务数据已经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计

9、杭州泉锐贸易有限公司

成立时间	2019 年 06 月 19 日			
注册资本	300 万元			
实收资本	-			
法定代表人	汪永建			
注册地和主要经营场所	注册地：浙江省杭州市富阳区东洲街道五星路 8 号 1 号楼三楼 305 室 经营场所：浙江省杭州市余杭区运河路 5-2 号 6 幢 209 室			
经营范围	五金制品、家用电器、日用百货销售（含网上销售）；货物进出口（法律、行政法规禁止经营的项目除外，法律、行政法规限制经营的项目取得许可证后方可经营）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
主营业务	日用金属制品销售			
股权结构	张小泉电商的全资子公司			
简要财务数据（元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.6.30/ 2020 年 1-6 月	-	-	-
	2019.12.31/ 2019 年度	-	-	-

注：上述财务数据已经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计

10、上海张小泉刀剪制造有限公司

成立时间	1998 年 05 月 21 日
注册资本	200 万元

实收资本	200 万元			
法定代表人	夏乾良			
注册地和主要经营场所	上海市宝山区殷高路 23 弄 20 号 410 室			
经营范围	刀、剪、日用金属制品，厨房用具及电器，理发用具，整容器具制造、批发。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
主营业务	日用金属制品销售			
股权结构	上海张小泉的全资子公司			
简要财务数据（元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.6.30/ 2020 年 1-6 月	2,019,965.08	456,058.75	-3,445.93
	2019.12.31/ 2019 年度	2,023,411.01	459,504.68	-759,315.31

注：上述财务数据已经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计

（二）参股公司情况

截至本招股说明书签署日，公司无参股公司。

八、持有发行人 5%及以上股份的主要股东及实际控制人基本情况

（一）控股股东情况

1、基本情况

截至本招股说明书签署日，张小泉集团持有发行人 64.96%的股权，系公司控股股东，其基本情况如下：

成立时间	2001 年 1 月 31 日		
注册资本	1,681.7312 万元		
实收资本	1,681.7312 万元		
法定代表人	张新程		
注册地和主要经营场所	杭州市拱墅区大关路 33 号		
经营范围	批发、零售：百货，建筑材料，装饰材料，化工原料（除化学危险品及易制毒化学品），汽车配件，电工器材，光学仪器，通信设备；服务：自有房屋出租，设备租赁，企业管理，汽车租赁；货物进出口（法律、行政法规禁止的项目除外，法律、行政法规限制的项目取得许可证后方可经营）；含下属分支机构的经营围。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
主营业务	建材贸易、投资管理		
股权结构	出资人	出资比例	
	杭州富泉投资有限公司	99.9981%	

	杭州张小泉集团有限公司工会	0.0019%		
	合计	100.00%		
简要财务数据（元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.6.30/ 2020年1-6月	1,197,938,718.75	550,135,971.67	49,700,354.20
	2019.12.31/ 2019年度	789,686,540.53	500,435,617.47	75,795,551.25

注：2019年度相关财务数据已经北京永坤会计师事务所（普通合伙）审计，2020年1-6月财务数据未经审计，以合并口径计算

2、历史沿革

（1）2001年改制

杭州张小泉集团公司（杭州张小泉剪刀厂）原系全民所有制企业，2001年1月改制为杭州张小泉集团有限公司。

1) 改制主体

根据《杭州张小泉集团公司企业改制总体方案》以及杭州张小泉集团公司向杭州二轻控股（集团）有限公司（以下简称“二轻控股”）上报的《关于杭州张小泉集团公司改制为杭州张小泉集团有限公司的请示》，本次改制的主体为杭州张小泉集团公司（杭州张小泉剪刀厂），同时，由于杭州张小泉集团公司出资设立了杭州张小泉实业公司，杭州张小泉实业公司纳入改制资产范围且单独评估后，以评估价值计入整体改制资产范围。

2) 资产评估

2000年2月27日，杭州张小泉剪刀厂经杭州市国有资产管理局以杭国资立（2000）第44号《杭州市资产评估立项通知书》批准，以2000年1月31日为基准日对其整体资产进行评估，评估目的为改制有限责任公司。2000年2月28日，杭州张小泉实业公司经杭州市国有资产管理局以杭国资立（2000）第45号《杭州市资产评估立项通知书》批准，以2000年1月31日为基准日对其整体资产进行评估，评估目的为改制有限责任公司。

2000年3月12日，杭州市信诚地产评估咨询有限公司出具杭信评估字（2000）第35号《土地估价报告》，评估基准日为2000年1月31日。根据该《土地估价报告》，张小泉剪刀厂的宗地为行政划拨国有土地，面积48,298.42平方米，张小泉剪刀厂拥有土地使用权。本次按工业用地评估，土地使用权估价为26,660,728

元，其中土地开发费为 11,997,328 元，级差地租（含市政配套费）为 14,663,400 元。2000 年 3 月 21 日，杭州市土地管理局以杭土价 [2000] 54 号《关于确认杭州张小泉剪刀厂土地估价结果的批复》确认杭信评估字（2000）第 35 号《土地估价报告》中的上述土地评估结果。

2000 年 4 月 28 日，浙江浙经资产评估有限公司出具浙资评报字（2000）第 12 号《杭州张小泉实业公司改制有限责任公司资产评估报告书》，评估基准日为 2000 年 1 月 31 日。根据该《资产评估报告书》，杭州张小泉实业公司截至评估基准日经评估的净资产为-1,145,855.20 元。

2000 年 8 月 8 日，浙江浙经资产评估有限公司出具浙经评报（2000）第 11 号《杭州张小泉剪刀厂改制有限责任公司资产评估报告书》，评估基准日为 2000 年 1 月 31 日。根据该《资产评估报告书》，杭州张小泉剪刀厂截至评估基准日经评估的净资产为 19,542,955.28 元，其中土地开发费引自杭州市信诚地产评估咨询有限公司出具的杭信评估字（2000）第 35 号《土地估价报告》。

3) 资产价格确认

2000 年 8 月 18 日，杭州市国有资产管理局和二轻控股以杭国资 [2000] 字 185 号、杭二轻控（2000）字 135 号《关于杭州张小泉实业公司改制有限责任公司目的整体资产评估结果的确认通知》确认了浙江浙经资产评估有限公司出具的浙资评报字（2000）字第 12 号《资产评估报告书》的评估结果，根据评估结果，杭州张小泉实业公司总资产、总负债及净资产分别为 2,889,401.25 元、4,035,256.45 元及-1,145,855.20 元

2000 年 9 月 5 日，杭州市国有资产管理局以杭国资 [2000] 字 341 号《关于杭州张小泉剪刀厂改制有限责任公司目的整体资产评估结果的确认通知》确认了浙江浙经资产评估有限公司出具的浙经评报（2000）第 11 号《资产评估报告书》的评估结果。该结果不包括土地级差地租（含市政配套费）和“张小泉”品牌无形资产，根据评估结果，杭州张小泉剪刀厂总资产、总负债及净资产分别为 78,343,987.73 元、58,801,032.45 元及 19,542,955.28 元。

杭州张小泉实业公司的评估净资产值计入杭州张小泉剪刀厂的评估净资产值后，经评估确认后的总资产为 81,233,388.98 元，总负债为 62,836,288.90 元，

净资产为 18,397,100.08 元。在此评估净资产基础上，剥离非经营性资产（7 处职工宿舍）1,531,707.78 元；按企业改制政策提留资产 13,940,500.00 元（含离退休职工医药费提留 8,272,000.00 元、精神病患者和绝症病人各项补助提留 570,000.00 元、富余职工安置费提留 3,622,500.00 元、担保资产提留 400,000.00 元、工业疾病矽肺病人医药费提留 996,000.00 元、残疾职工医药费提留 80,000.00 元）；土地开发费下浮提留 1,724,892.30 元（实际下浮比例 14.38%）。经上述处置后企业资产净值为 1,200,000 元。

上述剥离、提留的处理符合杭州市人民政府于 1999 年 10 月 10 日下发的《关于我市国有中小企业改制中若干问题处理意见的通知》中对企业改制中若干问题的意见。

4) 内部审议程序

2000 年 9 月 22 日，杭州张小泉集团公司召开第十届十次职工代表大会，会议审议通过了《企业改制总体方案》。

2000 年 10 月 13 日，杭州张小泉集团公司第十届十一次职工代表大会审议通过了《杭州张小泉集团公司内部招股募股方案》。

5) 改制审批

2000 年 9 月 22 日，杭州张小泉集团公司向二轻控股提交《关于杭州张小泉集团公司改制为杭州张小泉集团有限公司的请示》（杭剪司发[2000]43 号），申请改制为有限责任公司。

2000 年 11 月 2 日，二轻控股出具杭二轻控（2000）196 号《关于杭州张小泉集团公司改制为有限责任公司的批复》，同意杭州张小泉集团公司整体改制为有限责任公司。上述批复简要内容如下：

① 企业经评估确认后总资产为 81,233,388.98 元，总负债为 62,836,288.90 元，净资产为 18,397,100.08 元。在评估净资产基础上，同意剥离资产 1,531,707.78 元；按企业改制政策提留资产 13,940,500.00 元（含 400,000.00 元担保资产提留）；土地开发费下浮提留 1,724,892.30 元（实际下浮比例 14.38%）。经上述处置后企业资产净值为 1,200,000 元。其中，国有净资产为 711,600 元，联社净资产为 227,040 元，集体净资产为 261,360 元。国有资产 711,600 元及联社资产 227,040 元，均

作价入股，集体资产 261,360 元，量化分配给职工；

② 企业改制后为有限责任公司，企业名称为：杭州张小泉集团有限公司；公司注册资本为 7,070,000 元，其股份构成为：杭州张小泉集团有限公司工会出资 5,475,360 元，占总股本的 77.44%，二轻控股出资 711,600 元，占总股本的 10.07%，杭州市手工业合作社联合社出资 227,040 元，占总股本的 3.21%，自然人出资 656,000 元，占总股本的 9.28%；

③ 同意将国有资产“张小泉”商标无偿给改制企业使用，但不得以此对外投资；经批准核销的不良资产处置后净收益，同意留在企业作为张小泉集团为锁具工业公司贷款担保的风险资金。如不足或多余，由控股公司弥补或收回。为江南公司担保贷款损失的 40 万元，同意提留，但不进入注册总股本。

2000 年 12 月 26 日，二轻控股同意《改制企业资产处置审批表》，对上述资产的剥离、提留予以确认。

6) 《企业改制总体方案》的实施

根据《企业改制总体方案》，杭州市经济体制改革委员会、杭州市经济委员会于 2000 年 11 月 7 日联合下发杭体改[2000]79 号、杭经企[2000]509 号《关于核准组建杭州张小泉集团有限公司职工持股会的批复》。杭州市总工会于 2001 年 1 月 5 日下发杭总工[2001]4 号《关于同意杭州张小泉集团有限公司职工持股会依托工会设立的批复》，同意杭州张小泉集团有限公司职工持股会依托本企业工会设立，以本企业工会社团法人名义作为改制企业出资人进行工商登记和承担民事责任。杭州张小泉集团有限公司工会委员会（以下简称“集团工会”或“职工持股会”）出资 547.54 万元，占张小泉集团总股本的 77.44%。

2001 年 1 月 31 日，集团工会、二轻控股、杭州市手工业合作社联合社和丁成红等 12 位自然人共同投资设立杭州张小泉集团有限公司，设立时在杭州市工商局注册登记，工商注册号为：3301001003859，注册资本 707 万元，企业类型为有限责任公司。改制完成后，张小泉集团的股权结构及出资方式如下表：

单位：元

序号	股东姓名/名称	出资方式			合计	所占比例
		评估确认净资产	应付工资基	现金方式		

		国有资产 产出资	集体净资 产出资	金方式出资	出资		(%)
1	集团 工会		261,360	1,715,221	3,498,779	5,475,360	77.44
2	二轻 控股	711,600				711,600	10.07
3	杭州市 手工业 合作社 联合社		227,040			227,040	3.21
4	丁成红				180,000	180,000	2.55
5	孙群英				56,000	56,000	0.79
6	茹金城				42,000	42,000	0.59
7	项萍				42,000	42,000	0.59
8	叶永强				42,000	42,000	0.59
9	陈标				42,000	42,000	0.59
10	徐音				42,000	42,000	0.59
11	张大信				42,000	42,000	0.59
12	胡云庆				42,000	42,000	0.59
13	程卫忠				42,000	42,000	0.59
14	周树民				42,000	42,000	0.59
15	王光伟				42,000	42,000	0.59
合计		711,600	488,400	1,715,221	4,154,779	7,070,000	100

杭州市人民政府于2020年3月30日出具杭政〔2020〕8号《关于确认杭州张小泉集团有限公司（杭州张小泉剪刀厂）历史沿革有关情况的请示》，认为杭州张小泉集团公司（杭州张小泉剪刀厂）历史产权界定合法合规、真实有效，产权不存在纠纷或潜在纠纷；杭州张小泉集团有限公司的改制符合当时法律法规及政策的规定，不存在损害国有、集体及企业职工权益的情形，改制程序及结果合法、有效。

本次改制已履行必要的审批程序、内部审议程序以及评估程序，改制过程合法合规。

7) 相关员工安置、债权债务处理

① 职工安置

根据2000年11月2日二轻控股出具的杭二轻控（2000）196号《关于杭州

张小泉集团公司改制为有限责任公司的批复》，原杭州张小泉集团公司职工与原企业所签订的劳动合同自然终止。进入改制后企业的职工重新与杭州张小泉集团有限公司签订劳动合同。离休、退休、退职和其他人员全部由改制后的杭州张小泉集团有限公司接收。

② 债权债务处理

根据 2000 年 11 月 2 日二轻控股出具的杭二轻控（2000）196 号《关于杭州张小泉集团公司改制为有限责任公司的批复》，企业改制前的债权、债务由改制后的企业全部承接与承担。

2020 年 3 月 30 日，杭州市人民政府出具杭政〔2020〕8 号文，根据该文件内容，本次改制符合当时法律法规及政策的规定，不存在损害国有、集体及企业职工权益的情形，改制程序及结果合法、有效。

（2）2004 年股权转让

1) 转让背景及定价依据

根据 2000 年 10 月 13 日张小泉集团第十届十一次职工代表大会审议通过的《内部招股募股方案》的规定：“五、认购价格及相关内容……本次职工认购股份时，可分期付款。……分期认购股权的，首期付款不得少于应认购额的 70%，延付资金在 2 年内付清。……4、职工个人股不得退股，职工离开企业时，其股份可以在企业内部实行转让。具体转让的条件及办法，在职工持股会章程中予以规定。”

根据《杭州张小泉集团有限公司职工持股会章程》的规定：“会员股份的回购：（一）凡出现下列情况之一者，职工个人的股份本会将予以回购。但若职工个人不愿回购，则本会将不再回购，职工可继续持有其股份或在本企业范围内自行转让。1、企业、职工双方解除劳动关系后，职工股份由本会回购，转作预留股份。职工违约的，其股金在违约责任明确后支付。2、因岗位、职称所持有的股份，如职工岗位、职称调整可减股的，本会予以回购，因岗位、职称升迁应当增股的，职工应认购持股会内的预留股份。3、职工退休、退职时所持有的股份，本会予以回购。4、总经理、副总经理及需离任审计的人员离开本公司，经离任审计后，由持股会回购其股份，如给公司造成损失的，则扣除需赔偿的损失。（二）

职工死亡时，由本会回购该职工所持有的股份，回购款交还其合法继承人。”

职工胡云庆因退休，将其持有的张小泉集团股权转让给职工持股会。职工王传礼按照《内部招股募股方案》的规定，认购职工持股会持有的预留股份 56,000 股。职工张大信因调离张小泉集团，将其持有的张小泉集团股权转让给职工潘连法。职工丁成红、陈标、孙群英按照《内部招股募股方案》中关于分期付款的规定，支付了第二期认购款，职工持股会从预留股中分别向其转让本次认购的份额。

本次股权转让的价格均为 1 元/元注册资本，其中丁成红、陈标、孙群英为按照《内部招股募股方案》中关于分期付款的规定支付第二期认购款；张大信与潘连法的转让价格系两人自行协商确定；胡云庆与王传礼系根据职工持股会理事会确定的转让价格进行股权转让和认购。

另根据中共杭州市委和杭州市人民政府于 2002 年 7 月 10 日联合下发市委 [2002] 15 号《关于调整市级工业国有资产营运体系和市属工业企业管理体制的通知》，撤销二轻控股，其持有的股权由杭州市工业资产经营有限公司（以下简称“工业资产经营公司”）管理。因此，张小泉集团国有股东发生变更。

2) 股权转让的具体情况

2001 年 12 月 29 日，胡云庆与职工持股会签订《内部股份转让协议书》，约定胡云庆以 1:1 的价格将其持有的张小泉集团 0.59% 的股权即 42,000 元出资额转让给职工持股会，职工持股会通过现金方式支付 42,000 元转让款。

2003 年 1 月 13 日，张大信与潘连法签订《股东转让出资协议》，约定张大信以 1:1 的价格将其持有的张小泉集团 0.59% 的股权即 42,000 元出资额转让给潘连法，潘连法通过现金方式支付 42,000 元转让款。

2003 年 12 月 11 日，职工持股会与王传礼签订《股权转让协议书》，约定职工持股会以 1:1 的价格将其持有的张小泉集团 0.792% 股权即 56,000 元出资额转让给王传礼，王传礼通过现金方式支付 56,000 元转让款。

2003 年 12 月 18 日，职工持股会与陈标签订《股权转让协议书》，陈标根据公司募股方案按照 1:1 的价格，以现金出资方式认购 18,000 股，则职工持股会从预留股中提取 18,000 股转让给陈标。

2003年12月18日，职工持股会与孙群英签订《股权转让协议书》，孙群英根据公司募股方案按照1:1的价格，以现金出资方式认购14,000股，则职工持股会从预留股中提取14,000股转让给孙群英。

2003年12月18日，职工持股会与丁成红签订《股权转让协议书》，丁成红根据公司募股方案按照1:1的价格，以现金出资方式认购20,000股，则职工持股会从预留股中提取20,000股转让给丁成红。

2003年12月17日，张小泉集团召开股东会，同意前述股权转让。

2004年3月3日，张小泉集团完成了上述股权转让的变更登记。本次转让后，张小泉集团的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	占注册资本比例
1	集团工会	540.936	76.51%
2	工业资产经营公司	71.16	10.07%
3	杭州市手工业合作社联合社 （以下简称“手工联社”）	22.704	3.21%
4	丁成红	20	2.83%
5	孙群英	7	0.99%
6	陈标	6	0.85%
7	王传礼	5.6	0.79%
8	茹金城	4.2	0.59%
9	项萍	4.2	0.59%
10	叶永强	4.2	0.59%
11	潘连法	4.2	0.59%
12	徐音	4.2	0.59%
13	程卫忠	4.2	0.59%
14	周树民	4.2	0.59%
15	王光伟	4.2	0.59%
	合计	707	100%

本次股权转让已履行张小泉集团必要的内部审议程序，股权转让价格具有其公允性。前述股权转让未及时办理工商变更登记，但张小泉集团后续已主动办理，且张小泉集团已取得其公司登记机关杭州市市场监督管理局出具的《关于对杭州张小泉集团有限公司未及时办理变更登记相关事项不予处罚情况证明》，确认对

张小泉集团本次股权转让未按规定时限办理变更登记事项不予行政处罚。因此，前述股权转让未及时办理工商变更登记不会对发行人的本次发行上市造成实质性不利影响。

(3) 2007年11月增资

1) 增资背景及定价依据

为使张小泉集团更快更好地发展，张小泉集团股东拟寻求外部投资人进行合作，希望通过让渡控制权的方式，增强张小泉集团的市场竞争能力，提升公司的整体运营能力。富春控股看好“张小泉”品牌作为百年老字号、民族品牌的发展前景，愿意取得张小泉集团控股权。富春控股对张小泉集团的发展思路得到了张小泉集团股东的认同，同意以增资方式及后续股权转让的方式吸收富春控股成为张小泉集团新股东。

2007年9月12日，浙江东方资产评估有限公司经张小泉集团委托出具《杭州张小泉集团有限公司增资扩股评估项目资产评估报告书》(浙东评报字[2007]第94号)，以2007年6月30日为评估基准日，对张小泉集团的股东全部权益进行评估，经评估张小泉集团的股东全部权益价值为51,139,842.68元，即张小泉集团每元注册资本对应评估净资产为7.23元。

考虑到张小泉集团作为改制企业，需要处理历史遗留所涉及职工安置补偿问题，因此采取先增资再股权转让的方式，最终富春控股取得张小泉集团的控制权。基于前述《资产评估报告》，同时为处理职工安置补偿问题，富春控股与原股东协商后确定增资价格为10.42元/元注册资本。富春控股以现金方式出资7,666万元认购新增注册资本736万元，其中736万元进入公司实收资本，6,930万元进入公司资本公积(其中3,250万元用于本次增资重组过程中的职工安置补偿)。

因增资涉及国有股权变动，因此2007年9月20日张小泉集团将前述《资产评估报告书》中的评估结果上报杭州市工业资产经营有限公司(以下简称“工业资产经营公司”，2002年7月中共杭州市委和杭州市人民政府联合发文撤销二轻控股，其持有的股权由工业资产经营公司管理)，由工业资产经营公司转报杭州市人民政府国有资产监督管理委员会(以下简称“市国资委”)，市国资委于2007年12月3日同意对前述评估项目及评估结果予以备案，备案编号：2007016。

2) 增资的具体情况

2007年11月15日，张小泉集团召开股东会作出如下决议：1) 同意公司注册资本由707万元变更为1,443万元，本次新增736万元；2) 同意接受富春控股为新股东，富春控股以现金方式出资7,666万元认购全部新增股份，其中736万元进入公司实收资本，6,930万元进入公司资本公积。公司其他股东放弃本次增资。

富春控股上述出资已于2007年11月26日前缴足，并经浙江天惠会计师事务所有限公司审验并出具《验资报告》（浙天惠验字（2007）第250号）。

2007年11月28日，张小泉集团完成了本次增资的工商变更登记，本次增资后的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	占注册资本比例
1	富春控股	736	51.0049%
2	集团工会	540.936	37.4869%
3	工业资产经营公司	71.16	4.9314%
4	手工联社	22.704	1.5734%
5	丁成红	20	1.39%
6	孙群英	7	0.49%
7	陈标	6	0.42%
8	王传礼	5.6	0.39%
9	茹金城	4.2	0.29%
10	项萍	4.2	0.29%
11	叶永强	4.2	0.29%
12	潘连法	4.2	0.29%
13	徐音	4.2	0.29%
14	程卫忠	4.2	0.29%
15	周树民	4.2	0.29%
16	王光伟	4.2	0.29%
	合计	1,443	100%

本次增资已履行张小泉集团必要的内部审议程序，同时履行了经评估程序且评估项目和价格经市国资委备案，增资过程合法合规，增资价格以评估值为基准同时考虑企业实际情况协商确定，具有其合理性和公允性。

(4) 2007 年 12 月股权转让

1) 转让背景及定价依据

与 2007 年 11 月增资相同, 为了能使张小泉集团更快更好地发展, 张小泉集团股东接受富春控股为新股东, 集团工会大部分持股会员和部分自然人股东欲退出张小泉集团, 拟向富春控股转让其持有的张小泉集团股权, 为解决职工安置问题, 采取先增资后股权转让的方式。另外, 因前次增资的价格高于评估价值, 国有股东工业资产经营公司未同比例增资, 导致前次增资后工业资产经营公司的持股比例较低, 因此, 工业资产经营公司本次通过受让富春控股持有的张小泉集团股权的方式增持张小泉集团股权。

本次股权转让未办理专项评估及评估备案, 仍参考张小泉集团前次增资的浙东评报字 [2007] 第 94 号《资产评估报告书》的评估结果协商确定股权转让价格为 6 元/元注册资本。

2) 股权转让的具体情况

2007 年 9 月 25 日, 职工持股会召开三届三次会员代表大会, 通报张小泉集团的评估情况, 合作的主要条款 (其中包括持股职工可自由选择以 1:6 的价格转让给富春控股或继续持股)。全体职工持股会会员经自愿选择, 部分会员同意将其所持张小泉集团的股份以 1: 6 的价格由职工持股会回购后转让给富春控股。

2007 年 11 月 28 日, 张小泉集团召开股东会, 作出如下决议: 同意集团工会将其持有的张小泉集团 36.26% 的 5,232,372 股股权转让给富春控股, 同意自然人股东丁成红、孙群英、陈标、王传礼、项萍、茹金城、叶永强、徐音、周树民、王光伟、潘连法将其持有的张小泉集团共 4.71% 的 680,000 股股权转让给富春控股, 同意富春控股将其持有的 18.50% 的 2,669,550 股股权转让给工业资产经营公司。

2007 年 11 月 30 日, 集团工会与富春控股签订《股权转让协议》, 约定集团工会将其持有的张小泉集团 36.26% 的股权, 即 5,232,372 元出资额以 1: 6 的价格转让给富春控股, 股权转让价格为 31,394,232 元。

2007 年 11 月 29 日, 丁成红与富春控股签订《股权转让协议》, 约定丁成红将其持有的张小泉集团 1.39% 的股权, 即 200,000 元出资额以 1: 6 的价格转让给

富春控股，股权转让价格为 1,200,000 元。

2007 年 11 月 29 日，孙群英与富春控股签订《股权转让协议》，约定孙群英将其持有的张小泉集团 0.49% 的股权，即 70,000 元出资额以 1: 6 的价格转让给富春控股，股权转让价格为 420,000 元。

2007 年 11 月 29 日，陈标与富春控股签订《股权转让协议》，约定陈标将其持有的张小泉集团 0.42% 的股权，即 60,000 元出资额以 1: 6 的价格转让给富春控股，股权转让价格为 360,000 元。

2007 年 11 月 29 日，王传礼与富春控股签订《股权转让协议》，约定王传礼将其持有的张小泉集团 0.39% 的股权，即 56,000 元出资额以 1: 6 的价格转让给富春控股，股权转让价格为 336,000 元。

2007 年 11 月 29 日，项萍与富春控股签订《股权转让协议》，约定项萍将其持有的张小泉集团 0.29% 的股权，即 42,000 元出资额以 1: 6 的价格转让给富春控股，股权转让价格为 252,000 元。

2007 年 11 月 29 日，茹金城与富春控股签订《股权转让协议》，约定茹金城将其持有的张小泉集团 0.29% 的股权，即 42,000 元出资额以 1: 6 的价格转让给富春控股，股权转让价格为 252,000 元。

2007 年 11 月 29 日，叶永强与富春控股签订《股权转让协议》，约定叶永强将其持有的张小泉集团 0.29% 的股权，即 42,000 元出资额以 1: 6 的价格转让给富春控股，股权转让价格为 252,000 元。

2007 年 11 月 29 日，徐音与富春控股签订《股权转让协议》，约定徐音将其持有的张小泉集团 0.29% 的股权，即 42,000 元出资额以 1: 6 的价格转让给富春控股，股权转让价格为 252,000 元。

2007 年 11 月 29 日，周树民与富春控股签订《股权转让协议》，约定周树民将其持有的张小泉集团 0.29% 的股权，即 42,000 元出资额以 1: 6 的价格转让给富春控股，股权转让价格为 252,000 元。

2007 年 11 月 29 日，王光伟与富春控股签订《股权转让协议》，约定王光伟将其持有的张小泉集团 0.29% 的股权，即 42,000 元出资额以 1: 6 的价格转让给

富春控股，股权转让价格为 252,000 元。

2007 年 11 月 29 日，潘连法与富春控股签订《股权转让协议》，约定潘连法将其持有的张小泉集团 0.29% 的股权，即 42,000 元出资额以 1: 6 的价格转让给富春控股，股权转让价格为 252,000 元。

富春控股于 2007 年 12 月 3 日和 12 月 17 日共计支付转让款 31,394,232 元；自然人股东丁成红、孙群英、陈标、王传礼、项萍、茹金城、叶永强、徐音、周树民、王光伟、潘连法将其持有的张小泉集团共 4.71% 的股权即 680,000 元出资额转让给富春控股，富春控股于 2007 年 12 月 3 日和 12 月 17 日分别向上述自然人支付转让款共计 4,080,000 元

2007 年 12 月 20 日，富春控股与工业资产经营公司签订《股权转让协议》，约定富春控股将其持有的张小泉集团 18.50% 的股权，即 2,669,550 元出资额以 1: 6 的价格转让给工业资产经营公司，股权转让价格为 16,017,300 元。

工业资产经营公司于 2007 年 12 月 29 日及 2008 年 1 月 17 日分别向富春控股支付转让款 16,000,000 元及 17,300 元。

2007 年 12 月 24 日，张小泉集团完成前述股权转让的工商变更登记，本次股权转让完成后，张小泉集团的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	占注册资本比例
1	富春控股	1,060.2822	73.4776%
2	工业资产经营公司	338.1150	23.4314%
3	手工联社	22.7040	1.5734%
4	集团工会	17.6988	1.2265%
5	程卫忠	4.2000	0.2900%
	合计	1,443.0000	100%

本次股权转让已履行张小泉集团必要的内部审议程序，虽未办理专项评估及评估备案，但张小泉集团 2007 年 11 月增资所依据的浙东评报字 [2007] 第 94 号《资产评估报告书》的评估结果尚在有效期内，工业资产经营公司受让富春控股持有的张小泉集团 18.50% 股权的定价低于该股权比例对应的评估值，因此，根据浙东评报字 [2007] 第 94 号《资产评估报告书》的评估结果，本次股权转让不涉及国有资产流失。

杭州市人民政府亦出具杭政〔2020〕8号《关于确认杭州张小泉集团有限公司（杭州张小泉剪刀厂）历史沿革有关情况的请示》，认为杭州张小泉集团有限公司的历次股权变更符合当时法律法规及政策的规定，不存在损害国有、集体及企业职工权益的情形。

3) 2007年张小泉集团股权变动情况及相关价格关系

股东会决议时间	项目	增资/收购注册资本数量 (万元)	股权收购单价(元/元注册资本)	对应股权金额 (万元)
2007年11月28日	富春控股增资	736.00	10.42	7,666.00
	其中：员工经济补偿	-	-	3,250.00
	扣除员工经济补偿款后定价 (7666万-3250万)/736万股	736.00	6.00	4,416.00
2007年11月29日	收购11位自然人股东股权	68.00	6.00	408.00
2007年11月30日	收购集团工会股权	523.24	6.00	3,139.42
2007年12月20日	转让给工业资产经营公司股权	266.96	6.00	1,601.73
富春控股收购张小泉集团实际定价		1,060.28	9.07	9,611.69

如上表所示，2007年底富春控股以增资及后续股权转让的方式取得张小泉集团的控制权系一揽子交易，富春控成本次取得控制权实际成本为9.07元/元注册资本，高于浙东评报字（2007）94号评估报告评估的7.23元/元注册资本。

4) 本次增资及股权转让一揽子交易的背景

为了能使“张小泉”更快更好的发展，张小泉集团拟寻求战略合作投资人，经多次谈判、协商，最终与富春控股达成合作意向。

根据2007年9月25日召开的张小泉集团三届三次职工持股会会员代表大会会议记录，由于公司引入外部投资方后控制权转移，公司客观事实发生重大变化，所有在册在岗员工均有权在富春控股取得控制权后选择是否继续履行原劳动合同，可选择在解除原劳动合同，取得安置补偿费用（买断工龄）后，重新与公司签订新的劳动合同。上述方案的执行最终使得张小泉集团重组时需要支付职工安置补偿款为3,483.28万元。

在综合考虑上述因素的基础上，富春控股与张小泉集团原股东经协商一致，通过增资及股权转让的方式取得张小泉集团的控制权。

5) 员工安置补偿费用的具体情况

富春控股取得张小泉集团控制权后,张小泉集团由集团工会控股转变为民营企业控股,且张小泉集团部分厂区已列入拆迁范围,为充分保障改制后集团员工的个人权益,张小泉集团会员代表大会通过《杭州市张小泉集团有限公司对外战略合作中有关职工劳动用工若干问题的方案》,该方案明确内容如下:

①适用范围:张小泉集团当时所有在册员工。

②适用原则:在册并在岗正常的员工可选择:1)继续原劳动合同;2)解除原劳动合同,领取经济补偿金,离开公司;3)解除原劳动合同,领取经济补偿金,与富春控股控制的张小泉集团重新签订合同期不低于二年的劳动合同。离退休年龄不足两年的员工,双方协商合同期限,协商不成的,按解除劳动合同处理。

同时对在册但未在岗的长病假人员、在册并与公司签有内退、协保协议的人员以及工伤人员、土征工人等,均给出了不同的选择内容。

③员工补偿金额标准

针对普通员工,本次补偿金额根据员工工龄计算,即在职员工每满一年发相当一个月工资的经济补偿款,按每月 2,000 元执行;对于中层及中层以上管理人员,如果该人员前 12 个月平均工资高于 3,000 元,以每月 3,000 元执行;对于工伤人员、医疗期人员以及土征人员,在领取经济补偿金的同时,还可以按照相关规定和政策领取专项补助金。

根据上述方案,所涉张小泉集团当时在册员工共计 785 名,初步测算经济补偿金及专项补助金约 3,250 万元,最终增资、股权转让完成后,张小泉集团实际支付的经济补偿金及专项补助金为 3,483.28 万元。

6) 本次交易的定价依据及综合因素

2007 年 9 月 12 日,浙江东方资产评估有限公司经张小泉集团委托出具《杭州张小泉集团有限公司增资扩股评估项目资产评估报告书》(浙东评报字[2007]第 94 号),以 2007 年 6 月 30 日为评估基准日,对张小泉集团的股东全部权益进行评估。采用成本法评估,张小泉集团的股东全部权益价值为 51,139,842.68 元(折合每元注册资本对应评估净资产为 7.23 元),采用收益法评估,张小泉集团

的股东全部权益价值为 41,450,000.00 元（折合每元注册资本对应评估净资产为 5.86 元）。综合考虑，最终以成本法确定的评估值作为公司的股东全部权益价值。

上述评估结果中，资本公积中包括：1）张小泉集团改制时专项用于离退休人员医疗费用提留 579.9 万元；2）富余职工安置补偿提留 304.8 万元；3）剥离的非经营性资产余额 141 万元。上述三项费用小计 1,025.7 万元均属于改制时专项提留、剥离资产，剔除该部分资产后，张小泉集团的股东权益价值为 40,882,842.68 元（折合每元注册资本对应评估净资产为 5.78 元）。

根据上述评估价格及张小泉集团改制、张小泉集团需支付安置补偿费用等背景，经综合考虑，富春控股与张小泉集团原股东最终协商确定的增资价格为 10.42 元/元注册资本（由股权转让价格 6 元/元注册资本和员工经济补偿款组成）。

（5）2009 年股权转让

1) 转让背景及定价依据

自 2007 年 11 月成为张小泉集团股东时起至今，富春控股的股东一直为张国标和张樟生，未发生股权变动。2008 年 11 月 25 日，富春控股设立全资子公司富泉投资。

鉴于本次富春控股将其持有的张小泉集团股权转让给富泉投资，系富春控股内部资产重组，未涉及张小泉集团实际控制权的变更，本次股权转让价格由富春控股与富泉投资自行确定为 1 元/元注册资本。

2) 股权转让的具体情况

2009 年 2 月 15 日，富春控股与富泉投资签订《股权转让协议》，约定富春控股将其持有的张小泉集团 73.48% 的股权以 1:1 的价格转让给富泉投资，股权转让价格为 1,060.2822 万元。同日，张小泉集团召开股东会，审议通过前述股权转让。

富泉投资于 2008 年 12 月 1 日向富春控股支付了 1,060.2822 万元转让款。

2009 年 3 月 5 日，张小泉集团完成本次股权转让的变更登记，本次股权转让完成后，张小泉集团的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	占注册资本比例
----	---------	---------	---------

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	占注册资本比例
1	富泉投资	1,060.2822	73.4776%
2	工业资产经营集团 (2008年3月工业资产经营公司更名为杭州市工业资产经营投资集团有限公司, 简称为“工业资产经营集团”)	338.1150	23.4314%
3	手工联社	22.7040	1.5734%
4	集团工会	17.6988	1.2265%
5	程卫忠	4.2000	0.2900%
	合计	1,443.0000	100.0000%

本次股权转让已履行张小泉集团必要的内部审议程序, 股权转让过程合法合规, 鉴于本次股权转让系富春控股内部资产重组, 控制权未发生实质性变更, 本次股权转让价格具有其合理性和公允性。

(6) 2011年3月股权转让

1) 转让背景及定价依据

上海美丽华和富泉投资为了“张小泉”的品牌和字号更良好、有序地发展, 通过股权转让的方式互相持有上海和杭州“张小泉”的股权, 并同时引入外部投资人自然人金燕。

富泉投资与上海美丽华的股权转让价格系双方协商以富春控股持股张小泉集团的成本作为股权转让价格的定价依据, 即 9.3 元/元注册资本; 金燕作为外部投资人, 其入股的价格系双方协商以富春控股持股张小泉集团的成本按每年 15% 计算三年复息, 作为股权转让价格的定价依据, 即 14.15 元/元注册资本。

2) 股权转让的具体情况

2011年2月20日, 富泉投资与上海美丽华签订《股权转让协议》, 约定富泉投资将其持有的张小泉集团 30.8606% 的股权, 即 4,453,184.58 元出资额以 1:9.3 的价格转让给上海美丽华, 股权转让价格为 41,426,169.08 元。

同日, 富泉投资与金燕签订《股权转让协议》, 约定富泉投资将其持有的张小泉集团 5.8782% 的股权, 即 848,224.26 元出资额以 1:14.15 的价格转让给金燕, 股权转让价格为 12,001,155.52 元。

同日，张小泉集团召开股东会，审议同意上述股权转让，其他股东放弃优先购买权。

截至 2011 年 2 月 23 日，上海美丽华已向富泉投资支付股权转让款 41,426,169.08 元。

金燕于 2011 年 2 月 15 日向富泉投资支付股权转让款 12,001,155.52 元。

2011 年 3 月 21 日，张小泉集团完成本次股权转让的工商变更登记。本次股权转让完成后，张小泉集团的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	占注册资本比例
1	富泉投资	530.1411	36.7388%
2	上海美丽华	445.3185	30.8606%
3	工业资产经营集团	338.1150	23.4314%
4	金燕	84.8226	5.8782%
5	手工联社	22.7040	1.5734%
6	集团工会	17.6988	1.2265%
7	程卫忠	4.2000	0.2900%
	合计	1,443.0000	100.0000%

本次股权转让已履行张小泉集团必要的内部审议程序，股权转让过程合法合规，本次富泉投资向上海美丽华和金燕转让股权的价格均系交易双方自行协商确定，富泉投资向上海美丽华转让股权的价格低于其向金燕转让股权的价格，系富泉投资与上海美丽华为双方合作互相持有上海和杭州“张小泉”的股权，而金燕作为外部投资人引入所致。本次股权转让价格具有其合理性及公允性。

（7）2011 年 9 月股权转让

1) 转让背景及定价依据

由于张小泉集团面临搬迁等原因，2010 年底职工持股会同意在自愿的情况下回购拟退股的持股会会员所持有的股权。

期间，职工持股会会员许多凤、董建国、潘春颜、汪丽英、周近、赵永久、林建平、赵国明、童慧琴、冯琦、吴顺娟 11 人要求退股，经富泉投资、上述会员与当时张小泉集团总经理丁成红协商，由职工持股会回购上述会员持有的股权后，再统一转让给丁成红。

此次转让价格参照 2011 年 3 月富泉投资向上海美丽华转让股权时的定价为基础确定，即 9.3 元/元注册资本。

2) 股权转让的具体情况

2011 年 9 月 23 日，职工持股会与丁成红签订《股权转让协议》，约定职工持股会将其持有的张小泉集团 0.8593% 的股权，即 124,004 元出资额按 1:9.3 的价格转让给丁成红，股权转让价格为 1,153,237.20 元。

同日，张小泉集团召开股东会，审议同意上述股权转让，其他股东放弃优先购买权。

截至 2011 年 9 月 30 日，丁成红已向职工持股会各出让股权的会员支付股权转让款共计 1,153,237.20 元。

2011 年 9 月 23 日，张小泉集团完成本次股权转让的工商变更登记。本次股权转让完成后，张小泉集团的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	占注册资本比例
1	富泉投资	530.1411	36.7388%
2	上海美丽华	445.3185	30.8606%
3	工业资产经营集团	338.1150	23.4314%
4	金燕	84.8226	5.8782%
5	手工联社	22.7040	1.5734%
6	集团工会	5.2984	0.3672%
7	丁成红	12.4004	0.8593%
8	程卫忠	4.2000	0.2900%
	合计	1,443.0000	100.0000%

本次股权转让已履行张小泉集团必要的内部审议程序，股权转让过程合法合规，转让价格为交易各方参照 2011 年 3 月富泉投资向上海美丽华转让股权时的定价为基础确定，股权转让价格具有其合理性及公允性。

(8) 2012 年股权转让（平移）

1) 转让背景及定价依据

2012 年 2 月 9 日，职工持股会召开集团持股会理事会，同意持股会会员程卫忠提出的将其在持股会中的全部股份（原出资额 6,016 元）转让至其个人名下

直接持有。

本次股权转让系职工程卫忠将其在持股会中的股份平移至其个人名下直接持有，未涉及实质权益变化，转让价格确定为1元/元注册资本。

2) 股权转让的具体情况

2012年2月9日，职工持股会与程卫忠签订《股权转让协议》，约定职工持股会将其持有的张小泉集团0.04169%的股权，即6,016元出资额按1:1的价格转让给程卫忠，股权转让价格为6,016元。

2012年2月9日，张小泉集团召开股东会，审议同意上述股权转让。其他股东放弃本次优先受让权。

2012年2月15日，张小泉集团完成本次股权转让的工商变更登记。本次股权转让完成后，张小泉集团的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	占注册资本比例
1	富泉投资	530.1411	36.7388%
2	上海美丽华	445.3185	30.8606%
3	工业资产经营集团	338.1150	23.4314%
4	金燕	84.8226	5.8782%
5	手工联社	22.7040	1.5734%
6	集团工会	4.6968	0.3255%
7	丁成红	12.4004	0.8593%
8	程卫忠	4.8016	0.3328%
	合计	1,443.0000	100.0000%

本次股权转让系职工程卫忠将其在持股会中的股份平移至其个人名下直接持有，股权转让已履行张小泉集团必要的内部审议程序，股权转让过程合法合规，股权转让定价具有其合理性和公允性。

(9) 2015年2月股权转让

1) 转让背景及定价依据

上海美丽华因自身业务发展定位，拟退出对张小泉集团的投资，拟将其持有的张小泉集团股权以协议价格转让给富泉投资。

2014年7月20日，浙江之江资产评估有限公司作出浙之评报字[2014]第019号《杭州富泉投资有限公司及上海美丽华（集团）有限公司拟战略重组涉及的杭州张小泉集团有限公司股东全部权益价值评估项目评估报告》，以2013年12月31日为评估基准日，张小泉集团股东全部权益的评估价值为173,081,459.75元。另外考虑张小泉的品牌价值、经营现状及未来发展前景，经协商，上海美丽华以10,892.67万元将持有的张小泉集团30.8606%的股权全部转让给富泉投资。

2) 股权转让的具体情况

2014年12月29日，张小泉集团召开股东会，同意上海美丽华（集团）有限公司将持有的30.8606%股权转让给杭州富泉投资有限公司，其他股东放弃优先购买权。

根据上海美丽华与富泉投资签订《股权转让协议》《股权转让协议之补充协议（一）》《股权转让协议之补充协议（二）》，上海美丽华将其持有的张小泉集团30.8606%的股权以10,892.67万元的价格转让给富泉投资。

2015年2月2日，张小泉集团完成本次股权转让的工商变更登记。本次股权转让完成后，张小泉集团的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	占注册资本比例
1	富泉投资	975.4596	67.5994%
2	杭实集团 (2013年10月17日，杭州市工业资产经营投资集团有限公司更名为杭州市实业投资集团有限公司，以下简称“杭实集团”)	338.115	23.4314%
3	金燕	84.8226	5.8782%
4	手工联社	22.7040	1.5734%
5	集团工会	4.6968	0.3255%
6	丁成红	12.4004	0.8593%
7	程卫忠	4.8016	0.3328%
	合计	1,443.0000	100.0000%

截至2015年4月23日，富泉投资已向上海美丽华支付10,892.67万元。

本次股权转让已履行张小泉集团必要的内部审议程序，股权转让定价系交易双方根据浙之评报字[2014]第019号《评估报告》及“张小泉”的品牌价值、

经营现状及未来发展前景等因素确定，具有其合理性和公允性。本次股权转让未及时处理工商变更登记，但张小泉集团后续已主动办理，且张小泉集团已取得其公司登记机关杭州市市场监督管理局出具的《关于对杭州张小泉集团有限公司未及时办理变更登记相关事项不予处罚情况证明》，确认对张小泉集团本次股权转让未按规定时限办理变更登记事项不予行政处罚。因此，前述股权转让未及时处理工商变更登记不会对发行人本次发行上市造成实质性不利影响。

（10）2015年7月股权划转

1) 划转背景及定价依据

2005年1月24日，杭州市人民政府出具《杭州市人民政府公文处理简复单》（府办简复第17907号），原则上同意工业资产经营公司提出的国有资产产权界定方法和资产、负债分割方案，国有资产界定的具体金额由市财政局审核同意后，由工业资产经营公司与手工联社签订有关协议并及时办理资产分割手续。

2005年2月18日，工业资产经营公司、手工联社作为接受方与移交方二轻控股签订《资产、负债分割交接书》，登记在手工联社名下的张小泉集团的227,040元长期股权投资被界定为国有权益。杭州市财政局作为上述资产交接的监交方。

本次股权变动系国有资产划转，不涉及对价支付。

2) 股权划转的具体情况

2015年6月15日，张小泉集团召开股东会，同意手工联社将其持有的张小泉集团1.5734%的22.704万元股权划拨给杭实集团。

2015年7月1日，杭实集团出具《情况说明》，根据杭州市人民政府于2005年1月24日府办简复第17907号《杭州市人民政府公文处理简复单》批复，登记在手工联社名下的张小泉集团的227,040元的长期股权投资界定为国有权益并由杭实集团接收。同日，市国资委确认上述情况属实。

2015年7月7日，张小泉集团完成本次股权划转的变更登记，本次股权划转后，张小泉集团的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	占注册资本比例
1	富泉投资	975.4596	67.5994%

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	占注册资本比例
2	杭实集团	360.8190	25.0048%
3	金燕	84.8226	5.8782%
4	集团工会	4.6968	0.3255%
5	丁成红	12.4004	0.8593%
6	程卫忠	4.8016	0.3328%
	合计	1,443.0000	100.0000%

本次股权转让已履行张小泉集团必要的内部审议程序，股权变动系国有资产划转，不涉及对价支付。前述股权划转未及时办理工商变更登记，但张小泉集团后续已主动办理，且张小泉集团已取得其公司登记机关杭州市市场监督管理局出具的《关于对杭州张小泉集团有限公司未及时办理变更登记相关事项不予处罚情况证明》，确认对张小泉集团本次划转未按规定时限办理变更登记事项不予行政处罚。因此，前述股权划转未及时办理工商变更登记不会对发行人本次发行上市造成实质性不利影响。

（11）2016 年增资

1) 增资背景及定价依据

由于改制时企业盈利状况不佳，“张小泉”作为老字号商标的价值较难评估体现，改制评估时未将“张小泉”品牌的无形资产价值列入评估范围。二轻控股对改制方案批复时，明确将国有资产“张小泉”商标无偿给改制后的企业使用。因此，改制时未注入商标资产，改制后商标所有权人变更为二轻控股。

2002 年 6 月 13 日，杭州市人民政府办公厅下发杭政办函[2002]115 号《关于市属部分企业移交杭州市工业资产经营有限公司管理有关问题的通知》，根据该通知，二轻控股等 4 家控股公司已完成改制，二轻控股对其控股的 41 家下属企业（包括杭州张小泉集团有限公司）的管理职能移交工业资产经营公司。

2002 年 7 月 10 日，中共杭州市委和杭州市人民政府联合下发市委 [2002] 15 号《关于调整市级工业国有资产营运体系和市属工业企业管理体制的通知》，撤销二轻控股。根据该通知，二轻控股撤销前，应依法编制资产负债表及财产清单，由市国资办核定转增工业资产经营公司的资本额。二轻控股所属国有股权，移交市工业资产经营公司管理。

二轻控股及杭实集团的关系情况列表如下：

序号	设立及变更工商登记日期	设立及变更项目	备注
1	2001-11-13	工业资产经营公司设立	杭州市工业资产经营有限公司（以下简称“工业资产经营公司”）设立
2	2002-07-10	二轻控股撤销	杭州二轻控股（集团）有限公司（以下简称“二轻控股”）撤销，其财产转增工业资产经营公司资本额，其所属国有股权移交工业资产经营公司管理
3	2008-03-17	工业资产经营公司名称变更	工业资产经营公司更名为杭州市工业资产经营投资集团有限公司
4	2013-10-17	变更名称为杭实集团	杭州市工业资产经营投资集团有限公司更名为杭州市实业投资集团有限公司

二轻控股撤销后，其财产转增杭州市工业资产经营有限公司资本额。因此，“张小泉”系列商标仍然为国有资产，所有权人变更为工业资产经营公司。

因此，2001年杭州张小泉集团有限公司（以下简称“张小泉集团”）改制前至2016年杭实集团以“张小泉”商标向张小泉集团增资时，“张小泉”商标的注册人和所有权人情况如下：

时间	注册人	所有权人
2001年张小泉集团改制前	杭州张小泉集团公司（杭州张小泉剪刀厂）	
2001年张小泉集团改制后	张小泉集团	二轻控股
2002年二轻控股撤销后		杭实集团
2016年杭实集团以“张小泉”商标向张小泉集团增资后	张小泉集团	

注1：张小泉集团2001年改制时点的主管单位为二轻控股

注2：杭实集团即工业资产经营公司，工业资产经营公司于2008年及2013年名称变更后名称变为杭实集团

改制后，根据杭实集团的说明，为解决“张小泉”商标及关联附属商标历史遗留问题，完善国资监管，促进中华老字号品牌的健康可持续发展，2016年杭实集团决定将商标以增资方式注入张小泉集团。

由于2001年张小泉集团改制批复文件的出具人为当时张小泉集团的主管单位二轻控股，批复文件中“不得对外投资”意指改制后张小泉集团可以无偿使用“张小泉”系列商标，但是张小泉集团不能以此商标进行对外投资。2016年杭实集团以“张小泉”商标对张小泉集团增资时，履行了必要的决策程序，包括市

国资委出具市国资委简复〔2016〕第21号《公文处理简复单》允许杭实集团以持有的“张小泉”商标及关联附属商标对张小泉集团进行增资，且杭州市人民政府出具的杭政〔2020〕8号文认为“杭州张小泉集团有限公司的历次股权变更符合当时法律法规及政策的规定，不存在损害国有、集体及企业职工权益的情形”，因此，2000年二轻控股同意张小泉集团整体改制批复中的“不能以此商标进行对外投资”与2016年杭实集团以商标增资张小泉集团不存在矛盾。

2016年3月23日，杭实集团作出杭实集董（2016）3号《关于以张小泉商标对张小泉集团进行单方增资的决议》，同意以单方增资为目的，以2015年7月31日为评估基准日，由其聘请银信资产评估有限公司对“张小泉”商标及关联附属商标进行评估；对张小泉集团进行资产评估；聘请中汇会计师事务所（特殊普通合伙）对张小泉集团进行专项审计。同意杭实集团以“张小泉”商标及关联附属商标单方对张小泉集团进行增资。“张小泉”商标及关联附属商标价值及单方增资定价以2015年7月31日为基准日经杭州市国资委核准或备案确认的评估价值为基准。

2016年4月13日，杭州市国资委出具公文处理简复单（市国资委简复〔2016〕第21号），同意以2015年7月31日为基准日，对“张小泉”商标及关联附属商标和张小泉集团进行资产评估，并以评估价值为参考依据，允许杭实集团以持有的“张小泉”商标及关联附属商标对张小泉集团进行增资。

2016年4月21日，银信资产评估有限公司浙江分公司受杭实集团委托作出《杭州市实业投资集团有限公司拟增资涉及的商标权价值评估项目评估报告》（银信评报字（2016）浙第005号），以2015年7月31日为评估基准日，列入评估范围的“张小泉”系列注册商标的商标所有权市场价值评估值为2,860万元。

同日，银信资产评估有限公司浙江分公司受杭实集团委托作出《杭州市实业投资集团有限公司拟增资扩股涉及的杭州张小泉集团有限公司股东全部权益价值评估项目评估报告》（银信评报字（2016）浙第006号），以2015年7月31日为评估基准日，张小泉集团股东全部权益的市场价值评估值为17,292.94万元。

根据前述《评估报告》，张小泉集团每元注册资本对应评估净资产为11.98元，“张小泉”系列注册商标的商标所有权评估值对应的张小泉集团的出资额为

238.7312 万元。

2016 年 4 月 25 日，杭实集团向市国资委分别提交《杭州市实业投资集团有限公司拟增资涉及的商标权价值评估项目评估报告》（银信评报字（2016）浙第 005 号）和《杭州市实业投资集团有限公司拟增资扩股涉及的杭州张小泉集团有限公司股东全部权益价值评估项目评估报告》（银信评报字（2016）浙第 006 号）评估结果。2016 年 5 月 23 日，市国资委同意备案上述评估价格，备案编号分别为 2016005 和 2016006。

2016 年 5 月 25 日，杭实集团作出杭实集董（2016）18 号《关于以张小泉商标对张小泉集团进行单方增资的决议》，同意“张小泉”商标及关联附属商标价值及单方增资定价以 2015 年 7 月 31 日为基准日，经市国资委备案确认的评估价值为基准。“张小泉”系列注册商标的商标所有权市场价值评估值为 2,860 万元，张小泉集团股东全部权益的市场价值评估值为 17,292.94 万元，张小泉集团注册资本 1,443 万元，以 1:11.98 单方增资 238.7312 万元，增资后注册资本为 1681.7312 万元。杭实集团出资额由增资前的 360.819 万元，增加为 599.5502 万元，持股比例由增资前的 25.0048%，上升为 35.6508%。

2) 增资的具体情况

2016 年 6 月 7 日，张小泉集团召开股东会，作出如下决议：1) 同意本次增资的认缴总额为 238.7312 万元；2) 杭实集团追加认缴投资 238.7312 万元股权，追加投资方式为“张小泉”系列商标所有权。

2016 年 6 月 7 日，张小泉集团完成本次增资的工商变更登记，本次增资完成后，张小泉集团的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	占注册资本比例
1	富泉投资	975.4596	58.0033%
2	杭实集团	599.5502	35.6508%
3	金燕	84.8226	5.0437%
4	集团工会	4.6968	0.2793%
5	丁成红	12.4004	0.7374%
6	程卫忠	4.8016	0.2855%
	合计	1,681.7312	100.0000%

3) 本次增资未履行验资程序不存在法律瑕疵

《中华人民共和国公司法》于 2013 年 12 月 28 日修订，修订后版本于 2014 年 3 月 1 日起正式生效。该版本删除了《中华人民共和国公司法》2005 年版本关于“股东缴纳出资后，必须经依法设立的验资机构验资并出具证明”的内容，同时第二十八条规定：“……以非货币财产出资的，应当依法办理其财产权的转移手续。……”

《中华人民共和国公司登记管理条例(2016 修订)》(2016 年 2 月 6 日修订，同日起正式生效)中除规定“以募集方式设立股份有限公司的，还应当提交创立大会的会议记录以及依法设立的验资机构出具的验资证明”外，对于有限责任公司的增资并没有关于必须履行验资程序的要求。

由于张小泉集团改制后，“张小泉”系列商标虽未注入，但本次增资所涉及的“张小泉”商标及关联附属商标已登记注册在张小泉集团名下，因此，本次增资不涉及财产权转移手续，且根据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国公司登记管理条例(2016 修订)》的规定，验资不是有限责任公司增资必须履行的法定程序，因此未再进行验资确认。此次用于增资的资产的价值系根据评估报告确定为 2,860 万元，本次增资涉及的张小泉集团股东全部权益价值系根据评估报告确定为 17,292.94 万元，上述评估结果均经杭州市国资委同意备案。“张小泉”系列注册商标对应的张小泉集团的出资额是根据分别对“张小泉”商标及关联附属商标和张小泉集团股东全部权益的市场价值进行资产评估对比折算而来，本次增资已履行了相应的评估和国资委备案等程序，本次增资未履行验资程序不存在法律瑕疵。

(12) 2017 年 10 月股权转让

1) 转让背景及定价依据

本次股权转让前，张小泉集团经济效益不佳。为了“张小泉”品牌的发展，给老字号企业带来新的活力，张小泉集团提出了一系列内部重组的方案和设想。根据杭实集团的说明，当时杭实集团作为国有企业，国有资产的保值增值是首要需要考虑因素，根据当时的市场情况判断，张小泉集团的经营压力仍较大，后续经营情况是否可以完全改善亦有较大的不确定性。此外，杭实集团为张小泉集团

的参股股东，对张小泉集团并不具有控制权，其持有的张小泉集团股权的流通性也不强。综合考虑上述因素，杭实集团决定将持有的张小泉集团的股权全部挂牌转让。

2017年3月2日，杭实集团召开董事会，会议通过《关于同意张小泉集团股权转让的决议》（杭实集董〔2017〕9号），同意转让杭实集团持有的张小泉集团35.6508%股权计599.5502万元，以2017年2月28日为基准日，以股权转让为目的，聘请浙江新华会计师事务所有限公司进行清产核资审计，聘请坤元资产评估有限公司进行资产评估。

因国内极少有类似的股权交易案例，同时在市场上也难以找到与被评估单位在资产规模及结构、经营范围及盈利水平等方面类似的可比上市公司，故本次评估不宜采用市场法。同时，企业近年来处于亏损状态，未来收益难以合理预测，与企业未来收益的风险程度相对应的收益率也难以合理估算，故本次评估不宜采用收益法。

由于企业各项资产、负债可识别且能评估，不存在对评估对象价值有重大影响且难以识别和评估的资产或者负债，评估中有条件针对各项资产、负债的特点选择适当、具体的评估方法，故本次适宜采用资产基础法，基于市场交易资料，采用重置成本对张小泉集团资产进行评估。

本次评估对象为张小泉集团的股东全部权益，评估范围包括张小泉集团的流动资产、非流动资产、流动负债及非流动负债。其中，流动资产的评估范围主要包括货币资金、应收账款、预付账款和其他应收款、应收利息、存货及其他流动资产；非流动资产的评估范围主要包括可供出售金融资产、长期股权投资、建筑类固定资产、设备类固定资产、无形资产-土地使用权、无形资产——其他无形资产及长期待摊费用。负债主要包括短期借款、应付票据、应付账款、预收款项、应付职工薪酬、应交税费、应付利息和其他应付款等流动负债及其他非流动负债等非流动负债。利用市场的交易资料及相关政策规定，该报告针对不同科目资产做合理评估判断，相关评估价值合理公允。

其中对于无形资产-土地使用权的评估，评估专业人员通过核对明细账、总账和企业其他财务记录，核实了土地使用权的原始入账价值和摊销情况。在核实

产权归属和账面记录的基础上,评估专业人员对列入评估范围的土地进行了现场勘察。在现场勘察过程中,着重核实了土地的坐落、四至、面积、产权、性质等状况,对土地的登记状况、权利状况进行了核对,对其实际利用情况(包括地上建筑物及附着物状况)也进行了核实调查。在评估方法的选择上,由于待估宗地所在区域的近期同类型土地成交案例比较容易取得,故适宜采用市场法进行评估,由于待估宗地位于当地基准地价覆盖区域,并较容易取得当地相关部门公布的基准地价标准,故适宜选用基准地价系数修正法进行评估,经综合分析后,最终确定待估宗地价值。

其中对于无形资产-其他无形资产的评估,列入本次评估范围的无形资产主要系公司账内拥有的“张小泉”系列注册商标(共 84 项)以及账外“剪刀(LP)”等 22 项实用新型和外观设计专利组成的无形资产组合。在评估方法的选择上,根据本次评估可以收集到资料的情况确定采用收益法对商标进行评估,即预测利用被评估资产制造的产品销售情况,计算未来可能取得的收益,通过一定的分成率确定评估对象能够为企业带来的利益,即评估对象在未来收益中应占的份额,折现后加和得出该评估对象在一定的经营规模下在评估基准日的公允价值。

2017 年 8 月 4 日,坤元资产评估有限公司作出坤元评报[2017]449 号《杭州市实业投资集团有限公司拟股权转让涉及的杭州张小泉集团有限公司股东全部权益价值评估项目资产评估报告》,以 2017 年 2 月 28 日为评估基准日,张小泉集团股东全部权益的评估价值为 212,758,362.61 元。

2017 年张小泉集团股权转让实际价格为 7,287 万元,与评估报告对应的价格存在一定差异,主要系张小泉集团净资产中存在列入资本公积的国有独享资本公积 99,100 元及列入资本公积的改制前企业离退休人员医药费提留账面金额 8,272,000 元,因此需要将上述两部分从净资产中资本公积剔除。相应差异明细公式如下:

转让标的对应的评估值 7286.57 万元=(净资产 212,758,362.61 元-列入资本公积的国有独享资本公积 99,100 元-列入资本公积的改制前企业离退休人员医药费提留账面金额为 8,272,000 元)*35.6508%。

2017 年 8 月 4 日,杭实集团向市国资委提交“拟转让股权涉及的杭州张小

泉集团有限公司股东全部权益”的前述资产评估项目的评估结果，市国资委同意备案上述评估价格，备案编号分别为 2017005。

2) 股权转让的具体情况

2017 年 8 月 17 日，张小泉集团作出股东会决议同意杭实集团在杭州产权交易所通过公开挂牌转让的方式转让其持有的张小泉集团 35.6508%的股权，富泉投资在同等条件下不放弃优先受让权。

2017 年 9 月 5 日，杭实集团《浙江日报》和杭州产权交易所网站（www.hzaee.com）上公告上述股权挂牌转让事宜。公告期结束后，富泉投资为唯一最终意向受让方。2017 年 9 月 30 日，富泉投资与杭州企业产权交易中心有限公司签订《成交确认书》。

2017 年 9 月 30 日，杭实集团与富泉投资签订《股权转让协议》，约定杭实集团将其持有的张小泉集团 35.6508%的股权，即 5,995,502 元出资额转让给富泉投资，股权转让价格为 7,287 万元。

同日，张小泉集团召开股东会，审议同意上述股权转让。

截至 2017 年 10 月 11 日，富泉投资已向杭实集团支付股权转让款 72,870,000 元。

2017 年 10 月 18 日，张小泉集团完成本次股权转让的工商变更登记。本次股权转让完成后，张小泉集团的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	占注册资本比例
1	富泉投资	1,575.0098	93.6541%
2	金燕	84.8226	5.0437%
3	集团工会	4.6968	0.2793%
4	丁成红	12.4004	0.7374%
5	程卫忠	4.8016	0.2855%
	合计	1,681.7312	100.0000%

本次股权转让已履行张小泉集团必要的内部审议程序，同时履行了评估程序且评估项目和价格经市国资委备案，股权转让过程合法合规，股权转让价格以评估值为基准且经挂牌程序确定，具有其合理性和公允性。

3) 本次退出收益率情况分析

结合 2016 年杭实集团商标增资入股及 2017 年股权转让情况, 作退出收益率测算如下:

单位: 万元

2016 年进入成本分析		
①	增资商标评估值	2,860.00
②	张小泉集团净资产评估价格	17,292.94
③	杭实集团商标增资前出资额	360.82
④	杭实集团商标增资额	238.73
⑤	杭实集团商标增资后出资额	599.55
⑥	增资后张小泉出资额	1,681.7312
⑦	本次增资额占比 (④/⑥)	14.20%

单位: 万元

2017 年退出收益率计算		
①	杭实退出协议价格	7,287.00
②	张小泉集团净资产评估价格	21,275.84
③	杭实集团退出出资额	599.55
④	2016 年商标增资额占比	14.20%
⑤	杭实退出总体出资额占比	35.65%
⑥	商标增资额占总体出资额比例 (④/⑤)	39.82%
⑦	本次退出商标转让价格 (①*⑥)	2,901.56
⑧	商标增资成本	2,860.00
⑨	本次退出收益率(⑦-⑧)/⑧	1.45%

综上, 对比杭实 2016 年商标增资成本, 可以看到本次杭实退出的收益率约为 1.45%, 不涉及国有资产流失。

(13) 2018 年 1 月股权转让

1) 转让背景及定价依据

为进一步优化股权结构, 配合张小泉股份的上市要求, 职工持股会与所有持股会员协商, 拟回购其持有的股权, 对职工持股会进行清理。此时职工持股会共有持股会员六人, 其中封惠珍、钟爱芳、袁国英、包学成、葛云标等五人与职工持股会、富泉投资签订《回购转让协议》, 同意将其通过集团工会持有的张小泉

集团的股权由职工持股会回购后转让给富泉投资。转让价格经协商，按照坤元评报[2017]449号《杭州市实业投资集团有限公司拟股权转让涉及的杭州张小泉集团有限公司股东全部权益价值评估项目资产评估报告》的评估价值确定。

同时，为优化股权结构，自然人股东丁成红、金燕同意将其持有的张小泉集团股权同样参照前述价格转让给富泉投资。

2) 股权转让的具体情况

2017年12月16日，集团工会与富泉投资签订《股权转让协议》，约定集团工会将其持有的张小泉集团0.2774%的股权以1:12.15的价格转让给富泉投资。

2017年12月16日，金燕与富泉投资签订《股权转让协议》，约定金燕将其持有的张小泉集团5.0437%的股权以1:12.15的价格转让给富泉投资。

2017年12月16日，丁成红与富泉投资签订《股权转让协议》，约定丁成红将其持有的张小泉集团0.7374%的股权以1:12.15的价格转让给富泉投资。

同日，张小泉集团召开股东会，审议同意上述股权转让。

富泉投资于2017年11月28日向集团工会的持股会员支付股权转让款56.67万元。

富泉投资于2017年11月28日和11月30日分别向丁成红、金燕支付股权转让款150.7159万元和1,468.1943万元。

2018年1月11日，张小泉集团完成本次股权转让的工商变更登记。本次股权转让完成后，张小泉集团的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	占注册资本比例
1	富泉投资	1,676.897	99.7126%
2	集团工会	0.0326	0.0019%
3	程卫忠	4.8016	0.2855%
	合计	1,681.7312	100.0000%

本次股权转让已履行张小泉集团必要的内部审议程序，股权转让过程合法合规，股权转让价格参照坤元评报[2017]449号《杭州市实业投资集团有限公司拟股权转让涉及的杭州张小泉集团有限公司股东全部权益价值评估项目资产评估报告》的评估值确定，具有其合理性和公允性。

(14) 2018年8月股权转让

1) 转让背景及定价依据

为进一步优化股权结构,自然人股东程卫忠同意将其持有的张小泉集团股权参照坤元评报[2017]449号《杭州市实业投资集团有限公司拟股权转让涉及的杭州张小泉集团有限公司股东全部权益价值评估项目资产评估报告》的评估价值转让给富泉投资。

2) 股权转让的具体情况

2018年7月15日,程卫忠与富泉投资签订《股权转让协议》,约定程卫忠将其持有的张小泉集团0.2855%的股权以1:12.15的价格转让给富泉投资。

同日,张小泉集团召开股东会,审议同意上述股权转让。

富泉投资于2018年7月16日向程卫忠支付股权转让款58.3592万元。

2018年8月6日,张小泉集团完成本次股权转让的工商变更登记。本次股权转让完成后,张小泉集团的股权结构如下:

序号	股东名称	出资额(万元)	占注册资本比例
1	富泉投资	1,681.6986	99.9981%
2	集团工会	0.0326	0.0019%
	合计	1,681.7312	100.0000%

本次股权转让已履行张小泉集团必要的内部审议程序,股权转让过程合法合规,股权转让价格参照坤元评报[2017]449号《杭州市实业投资集团有限公司拟股权转让涉及的杭州张小泉集团有限公司股东全部权益价值评估项目资产评估报告》的评估值确定,具有其合理性和公允性。

2020年3月30日,杭州市人民政府出具杭政[2020]8号《关于确认杭州张小泉集团有限公司(杭州张小泉剪刀厂)历史沿革有关情况的请示》,认为杭州张小泉集团公司(杭州张小泉剪刀厂)历史产权界定合法合规、真实有效,产权不存在纠纷或潜在纠纷;杭州张小泉集团有限公司的改制及历次股权变更符合当时法律法规及政策的规定,不存在损害国有、集体及企业职工权益的情形,改制程序及结果合法、有效。

3、控股股东员工持股会相关情况

(1) 员工持股会历次股权变动情况

1) 杭州张小泉集团有限公司工会设立并持股

① 设立背景

2000年9月22日，杭州张小泉集团公司召开第十届十次职工代表大会，会议审议通过了《企业改制总体方案》。2000年10月13日，杭州张小泉集团公司第十届十一次职工代表大会审议通过了《杭州张小泉集团公司内部招股募股方案》（以下简称“《内部招股募股方案》”），确定职工持股的具体方案。

2000年11月2日，杭州二轻控股（集团）有限公司（以下简称“二轻控股”）作出杭二轻控[2000]196号《关于杭州张小泉集团公司改制为有限责任公司的批复》，该批复同意改制后的张小泉集团“注册资本为707万元，其股份构成为：杭州张小泉集团有限公司工会出资5,475,360元，占总股本的77.44%，...”

② 设立过程

2000年11月7日，杭州市经济体制改革委员会和杭州市经济委员会联合下发杭体改[2000]79号、杭经企[2000]509号《关于核准组建杭州张小泉集团有限公司职工持股会的批复》，准许组建杭州张小泉集团有限公司职工持股会。2000年11月17日，杭州张小泉集团公司召开第十届十二次职工代表大会，会议同意依托工会设立杭州张小泉集团有限公司职工持股会。同日，杭州张小泉集团有限公司工会委员会向杭州市总工会提交杭剪工发（2000）4号《关于设立杭州张小泉集团有限公司职工持股协会的请示》，要求依托工会组建设立职工持股会。

2000年12月26日，二轻控股同意《改制企业资产处置审批表》，确认杭州张小泉集团有限公司工会委员会投入5,475,360元，其中经评估确认的集体净资产出资261,360元、应付工资结余1,715,221元、持股人员现金出资3,498,779元。

2001年1月4日，杭州张小泉集团有限公司工会委员会取得杭州市总工会颁发的工法证字第110100516号《工会法人资格证书》。2001年1月5日，杭州市总工会于下发杭总工[2001]4号《关于同意杭州张小泉集团有限公司职工持股会依托工会设立的批复》，同意杭州张小泉集团有限公司职工持股会依托本企业工会设立，以本企业工会社团法人名义作为改制企业出资人进行工商登记和承担民事责任。

综上，杭州张小泉集团有限公司职工持股会依托工会设立（以下简称为“集团工会”或“职工持股会”），设立时共有持股人员 805 人，出资 547.536 万元，占张小泉集团注册资本的 77.44%。

2) 集团工会出资额从 547.536 万元变更为 540.936 万元

① 转让背景

2000 年 12 月 26 日，职工持股会第一届第一次会员代表大会审议通过的《杭州张小泉集团有限公司职工持股会章程》规定，职工退休、退职时所持有的股份，职工持股会予以回购。2001 年 10 月，自然人股东胡云庆退休，将其持有的张小泉集团股权转让给职工持股会。

2000 年 10 月 13 日，杭州张小泉集团公司十届十一次职代会审议通过了《内部招股募股方案》。自然人王传礼按照《内部招股募股方案》的规定，认购职工持股会持有的预留股份 56,000 股，自然人丁成红、陈标、孙群英按照《内部招股募股方案》中关于分期付款的规定，支付了第二期认购款，职工持股会从预留股中分别向其转让本次认购的份额。

② 转让过程

2001 年 12 月 29 日，胡云庆与职工持股会签订《内部股份转让协议书》，约定胡云庆以 1:1 的价格将其持有的张小泉集团 0.59% 的股权即 42,000 元出资额转让给职工持股会，转让价格为 42,000 元。

2003 年 12 月 11 日，职工持股会与王传礼签订《股权转让协议书》，约定职工持股会以 1:1 的价格将其持有的张小泉集团 0.792% 股权即 56,000 元出资额转让给王传礼，转让价格为 56,000 元。

2003 年 12 月 18 日，职工持股会与陈标签订《股权转让协议书》，陈标根据公司募股方案按照 1:1 的价格，以现金出资方式认购 18,000 股，则职工持股会从预留股中提取 18,000 股转让给陈标。

2003 年 12 月 18 日，职工持股会与孙群英签订《股权转让协议书》，孙群英根据公司募股方案按照 1:1 的价格，以现金出资方式认购 14,000 股，则职工持股会从预留股中提取 14,000 股转让给孙群英。

2003年12月18日，职工持股会与丁成红签订《股权转让协议书》，丁成红根据公司募股方案按照1:1的价格，以现金出资方式认购20,000股，则职工持股会从预留股中提取20,000股转让给丁成红。

2004年3月3日，张小泉集团完成了上述股权转让的变更登记，集团工会的出资额变更为5,409,360元，持股份额从77.44%变更为76.51%。

3) 集团工会出资额从540.936万元变更为17.6988万元

① 转让背景

为了能使张小泉集团更快更好地发展，张小泉集团股东拟寻求外部投资人进行合作，希望通过让渡控制权的方式，增强公司的管理能力，提升公司的整体运营能力。富春控股看好“张小泉”品牌作为百年老字号、民族品牌的发展前景，愿意取得张小泉集团控股权。富春控股对张小泉集团的发展思路得到了张小泉集团股东的认同，同意接受富春控股为新股东。

2007年9月12日，浙江东方资产评估有限公司经张小泉集团委托出具浙东评报字[2007]第94号《杭州张小泉集团有限公司增资扩股评估项目资产评估报告书》，以2007年6月30日为评估基准日，对张小泉集团的股东全部权益进行评估，经评估张小泉集团的股东全部权益价值为51,139,842.68元。根据前述《资产评估报告书》，张小泉集团每元注册资本对应评估净资产为7.23元。

2007年9月25日，职工持股会召开三届三次会员代表大会，通报张小泉集团的评估情况，与富春控股合作的主要条款（其中包括持股职工可自由选择以1:6的价格转让给富春控股或继续持股）。

2007年11月22日，职工持股会向当时全体615位持股人员发出《申请表》，由持股会会员在申请表上自愿选择“继续持股”或“愿意以1:6的价格由持股会回购”。收回的610位持股人员选择确认后的《申请表》中，592人选择“愿意以1:6的价格由持股会回购”，18人选择“继续持股”。另有5位空挂人员对应的股权共计1,630股由职工持股会收回作为预留股。

2007年11月29日，集团工会与所有愿意以1:6的价格由持股会回购股权的持股人员，共计592人分别签署《出资回购协议》，共计回购股份5,159,201股。

② 转让过程

2007年11月28日，张小泉集团召开股东会，同意集团工会将其持有的张小泉集团36.26%的5,232,372元出资额转让给富春控股。

2007年11月28日，张小泉集团职工持股会召开会员代表大会，同意将所持张小泉集团36.26%的股份，即5,232,372元出资转让给富春控股。

2007年11月30日，集团工会与富春控股签订《股权转让协议》，约定集团工会将其持有的张小泉集团36.26%的股权（回购5,159,201股+工会预留股73,171股）以1:6的价格转让给富春控股。

2007年12月24日，张小泉集团完成股权转让的工商变更登记。本次转让后，集团工会仍有17.6988万元出资额未转让，对应的18名持股会会员选择继续持有。

4) 集团工会出资额从17.6988万元变更为5.2984万元

① 转让背景

由于张小泉集团面临搬迁等原因，2010年底职工持股会发布信息，在自愿的情况下想退股的持股会会员，在此期间可要求职工持股会进行回购。

期间，职工持股会会员许多凤、董建国、潘春颜、汪丽英、周近、赵永久、林建平、赵国明、童慧琴、冯琦、吴顺娟11人要求退股，经上述持股人员与当时张小泉集团总经理丁成红、张小泉集团股东富泉投资协商，由职工持股会回购上述会员持有的股权后，再统一转让给丁成红。

2011年1月4日至7月14日期间，丁成红、职工持股会与上述持股人员分别签署了《回购转让协议》，约定职工持股会按9.3元/元注册资本的价格回购上述会员持有的张小泉集团的股权，共计124,004元出资额。本次回购价格与2011年3月富泉投资向第三方上海美丽华转让张小泉集团的股权价格一致。

② 转让过程

2011年9月23日，职工持股会与丁成红签订《股权转让协议》，约定职工持股会将其持有的张小泉集团0.8593%的股权，即124,004元出资额按1:9.3的价格转让给丁成红，股权转让价格为1,153,237.20元。

同日，张小泉集团召开股东会，审议同意上述股权转让，其他股东放弃优先购买权。

2011年9月23日，张小泉集团完成本次股权转让的工商变更登记。本次转让后，集团工会仍持有5.2984万元出资额未转让，对应的7名持股会会员继续持有。

5) 集团工会出资额从5.2984万元变更为4.6968万元

① 转让背景

2012年2月9日，职工持股会召开持股会理事会，同意持股会会员程卫忠提出的将其在持股会中的全部股份（原出资额6,016元）转让至其个人名下直接持有。即将程卫忠通过集团工会间接持股变更为其直接持股。

② 转让过程

2012年2月9日，职工持股会与程卫忠签订《股权转让协议》，约定职工持股会将其持有的张小泉集团0.04169%的股权，即6,016元出资额按1:1的价格转让给程卫忠，股权转让价格为6,016元。

2012年2月9日，张小泉集团召开股东会，审议同意上述股权转让。

2012年2月15日，张小泉集团完成本次股权转让的工商变更登记。本次转让后，集团工会仍持有4.6968万元出资额未转让，对应的6名持股会会员继续持有。

6) 集团工会出资额从4.6968万元变更为0.0326万元

① 转让背景

为进一步优化股权结构，配合发行人的上市要求，职工持股会与所有持股会会员协商，拟回购其持有的股权，对职工持股会进行清理。

6名持股会会员中有5名持股会会员同意参照2017年8月4日坤元资产评估有限公司作出坤元评报[2017]449号《杭州市实业投资集团有限公司拟股权转让涉及的杭州张小泉集团有限公司股东全部权益价值评估项目资产评估报告》所评估确定的价值转让其通过集团工会持有的张小泉集团的股权。

2017年11月27日，职工持股会分别与封惠珍、钟爱芳、袁国英、包学成、葛云标签订《回购转让协议》，约定职工持股会以1:12.15的价格回购封惠珍等5人的出资，共计4.6642万元出资额。

② 转让过程

2017年12月16日，集团工会与富泉投资签订《股权转让协议》，约定集团工会将其持有的张小泉集团0.2774%的股权以1:12.15的价格转让给富泉投资。

同日，张小泉集团召开股东会，审议同意上述股权转让。

2018年1月11日，张小泉集团完成本次股权转让的工商变更登记。本次转让后，集团工会仍持有0.0326万元出资额未转让，对应1名持股人员继续持有。

综上所述，集团工会历次股权变更具有其真实的交易背景、股权转让价格具有其合理性、相关股权转让为工会实际出资员工的真实意思表示，履行了相应的审议或审批程序，相关员工已针对转让股权行为签署《股权回购协议》，《股权回购协议》真实、合法，不存在纠纷或潜在纠纷。

(2) 员工持股会未清理原因及对发行人股权清晰、控制权稳定的具体影响

1) 工会持股未彻底清理的原因

张小泉集团、集团工会已多次与该名持股人员沟通，拟对职工持股会进行彻底清理，但该名持股人员拒绝转让其通过员工持股会间接持有的张小泉集团出资额。因此，发行人控股股东层面工会持股未能彻底清理。

2) 集团工会持有的张小泉集团股权已基本清理完毕

目前虽以集团工会名义仍持有张小泉集团0.0019%股权，但其持有的股权仅涉及一名持股会会员，不涉及因人数众多而存在潜在争议或纠纷的问题，集团工会持有的张小泉集团股权权属清晰；集团工会仅持有张小泉集团326元出资额，占注册资本的0.0019%，不会对发行人的控制权稳定产生不利影响。

(二) 实际控制人情况

截至本招股说明书签署日，张国标、张樟生、张新程被共同认定为发行人的实际控制人。张国标先生通过张小泉集团间接持有发行人6,079.88万股股份，占比为51.96%；张樟生先生通过嵘泉投资间接持有发行人15万股股份，占比为

0.13%，通过张小泉集团间接持有发行人 1,519.97 万股股份，占比为 12.99%；张新程先生通过嵘泉投资间接持有发行人 743.62 万股，占比为 6.36%，通过臻泉投资间接持有发行人 45.18 万股，占比为 0.39%。其中，张国标先生和张樟生先生为兄弟关系，张国标先生和张新程先生为父子关系，故被共同认定为发行人的实际控制人。

公司实际控制人的基本情况如下：

张国标先生，1960 年出生，中国国籍，具有新加坡永久居留权，EMBA 学历，身份证号 330123196002*****。2018 年 5 月至今张国标先生任发行人董事长。张国标具体兼任职务信息详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“（五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的主要兼职情况”。

张樟生先生，1971 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，EMBA 学历，身份证号 330123197112*****。2018 年 5 月至今，任发行人董事。张樟生具体兼任职务信息详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“（五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的主要兼职情况”。

张新程先生，1991 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，身份证号 330183199101*****。2019 年 12 月至今，张新程先生任发行人董事。张新程具体兼任职务信息详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“（五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的主要兼职情况”。

（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业情况

由于控股股东及实际控制人控制企业较多，此处仅披露控股股东及实控人控制的其他一级企业信息，其他企业信息详见“第七节 公司治理与独立性”之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”之“（一）关联方及关联关系”。

报告期内，发行人实际控制人控制的公司主要分为投资类行业、建材类行业、教育医疗行业、物流仓储行业、供应链行业及其他行业等六大板块。其中投资板块公司系富春控股旗下相关投资主体；建材板块公司主要从事混凝土、

AAC/ALC 板材、钢结构以及 PC 模具等消费建材的研发、生产与销售业务；教育医疗板块公司主要从事健康体检、康养医院相关业务；物流仓储板块公司主要从事钢材、烟草、建材等物资的物流、装卸、货物仓储等服务；供应链板块公司主要从事为国内电商、跨境电商等提供一体化仓储物流智能供应链服务等相关内容；其他行业公司主要系房屋租赁及物业管理、网络科技及计算机技术等行业公司。

最近一年及一期，相关业务板块的经营情况如下表所示：

单位：万元

板块	项目	2020年6月30日 /2020年1-6月	2019年12月31日 /2019年度
投资类	总资产	975,877.68	820,509.56
	净资产	298,011.27	290,910.21
	收入	101,362.59	198,118.38
	净利润	7,892.27	10,006.88
建材类	总资产	523,618.89	434,220.59
	净资产	82,072.08	80,875.23
	收入	69,970.72	164,013.03
	净利润	49.61	1,364.62
教育医疗	总资产	2,700.94	2,346.68
	净资产	564.18	611.82
	收入	222.68	6.18
	净利润	-47.63	-132.00
物流仓储	总资产	1,033,669.69	1,010,951.71
	净资产	229,553.16	232,856.92
	收入	61,549.84	114,284.72
	净利润	-5,906.98	41,013.33
供应链	总资产	85,389.65	112,143.85
	净资产	20,851.07	22,286.35
	收入	11,643.11	21,317.37
	净利润	-1,442.55	-5,576.77
其他	总资产	28,676.44	28,522.94
	净资产	13,086.22	13,316.80
	收入	1,882.95	5,157.54

板块	项目	2020年6月30日 /2020年1-6月	2019年12月31日 /2019年度
	净利润	-409.76	-151.25

注：以上数据未经审计

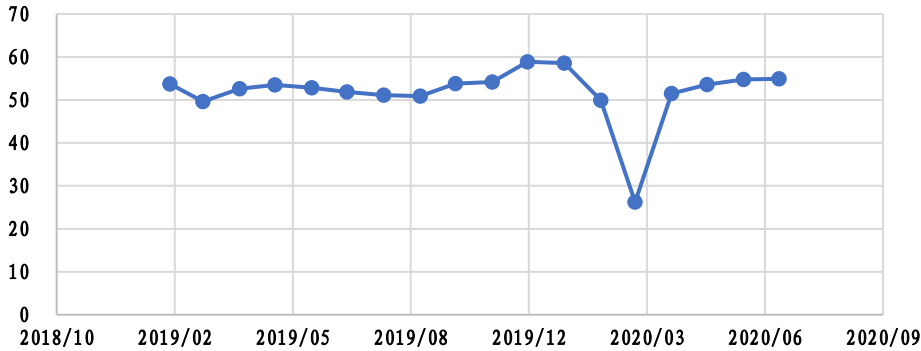
1、物流仓储板块公司、供应链类板块公司收入规模较大但净利润为负的原因及合理性

物流仓储板块公司总运营仓储面积超过 100 万平方米，一直以来运营情况良好。其中，运通网城 EC World 作为房地产信托投资基金(REITs)在新加坡证券交易所上市；杭州崇贤港物流园系国家 5A 级大型综合钢材物流园区。

2020 年上半年，受到新冠肺炎疫情疫情影响，国内外多地频现航班停飞、道路封锁、集装箱和游轮滞留港口、工厂暂时减产等情况。在疫情影响下市场需求偏弱，供求关系不平衡，物流及仓储服务价格总体处于低位运行的状态，因此多数物流仓储企业净利率盈利情况较差。2020 年 1-6 月，公司仓储物流板块业绩大幅下滑，主要系受新冠肺炎疫情疫情影响以及对仓库租赁客户进行租金减免导致。另外，因杭州崇贤港物流园周边河道及道路交通规划变化，物流港口部分客户出现提货困难的情况，导致该公司短期内产生了业务量萎缩、客户流失的趋势，并出现亏损。供应链板块公司目前仍处于规模扩张阶段，由于初期研发投入较高，每年研发费用投入近千万元。虽然供应链板块公司目前已完成自有软件系统的开发，已获得 1 项发明专利，3 项实用新型专利，并取得 25 个软件著作权资质，市场竞争力显著加强，完成了科技型供应链公司核心壁垒的构建，对品牌类客户的拓展已获得一定业务规模，但由于初期投入较高以及疫情冲击下众多电商客户受限于包裹运输政策管制、边境口岸关停等原因停用或减用供应链相关服务，2020 年上半年处于亏损状态。

根据中国物流与采购联合会、中国物流信息中心联合对外发布的“中国物流业景气指数(LPI)”，受疫情影响，2020 年 2 月份物流业景气指数跌至历史极值 26.2。中国物流业景气指数调查结果基本反映了国内综合物流业运行情况和供应链上下游经济活动情况。截至 2020 年 6 月 30 日，该指数显示物流供应链行业仍未完全恢复至疫情前水平。

中国物流业景气指数 (LPI)



数据来源：中国物流与采购联合会、中国物流信息中心

根据 Wind 数据统计，证监会行业分类为“仓储业”的上市公司共计 9 家，其中 2020 年上半年亏损的有 2 家，同比业绩下滑超过 20%的有 4 家。中信证券行业分类为“物流综合”的仓储物流类和供应链类上市公司共计 34 家，2020 年上半年亏损的为 6 家，业绩下滑的为 17 家，下滑超过 20%的为 12 家。34 家上市公司中，2020 年上半年净利率同比下降的公司为 22 家，平均净利率较 2019 年同期下降 10.25%。

综上所述，2020 年 1-6 月，物流仓储板块公司、供应链类板块公司收入规模较大但净利润为负具有合理性。

2、其他业务板块经营情况分析

(1) 建材板块公司

建材板块公司自主生产的“杭加”品牌 ALC 板材，已成为国内蒸压加气混凝土行业较有知名度的产品。为进一步提升市场占有率，尽快形成规模化、集群化的产业效应，从 2019 年开始，建材板块公司依托原有“杭加”杭州生产基地的技术优势，通过购并、自建等方式积极进行业务拓展。截至 2020 年 6 月，建材板块公司已通过并购方式在四川、昆明、杭州等地新增 5 条生产线；在福建、贵港、湖南、海南等地拥有 7 个在建项目和 14 条在建生产线；同时，在河北、江西、绍兴等地拥有 3 个待建项目以及 6 条待建生产线。

建材板块公司 2020 年 1-6 月净利润较低主要系上述项目均处于投资前中期，投入费用较高，尚未形成规模效益。此外，消费建材行业需求主要受到下游房地产、基建等行业公司需求影响，历年上半年均为需求淡季，行业内可比公司

上半年营业收入占比较低，盈利情况也整体偏弱，叠加疫情导致的有效经营时间缩短，下游客户施工期推迟、需求量减少等因素。消费建材行业的主要上市公司中东方盛虹、伟星新材、长海股份、中国巨石、友邦吊顶同期出现了 15%-92% 的净利润下滑，甚至部分公司出现了近年来的首次半年度亏损。

(2) 教育医疗板块公司

随着国内医疗新基建与分级诊疗体系的逐步建立，富春控股集团持续关注在健康医疗领域的发展机会，联合浙江中医药大学、台湾天成医疗等具有品牌资源优势的机构，共同搭建成立了一家高端度假型健康体检中心；同时，教育医疗板块公司与浙江大学合作，筹备新建以“康复医疗”及“康复产业”为主的康复产业链生态园。因体检中心前期装修成本、体检设备投入以及前期市场开拓成本较高，康复产业链生态园尚在筹建期；同时，富春控股集近年来有向社会捐赠救护车，组织资源支援抗击新冠疫情等公益支出，因此，2019 年及 2020 年 1-6 月均出现小幅亏损。

(3) 投资板块公司及其他公司

投资板块公司系富春控股旗下相关投资主体；其他行业公司主要系房屋租赁及物业管理、网络科技及计算机技术等行业公司，收入较低，多数公司尚处于产品研发阶段，因此暂时不具备盈利能力。

截至 2020 年 6 月 30 日，控股股东不存在控制除发行人之外的其他企业，实际控制人控制的其他一级企业情况如下：

1、富春控股集团有限公司及其控制的一级公司

(1) 富春控股集团有限公司

成立时间	1993 年 8 月 30 日
注册资本	84,300 万元
实收资本	84,300 万元
法定代表人	张国标
注册地和主要经营场所	浦东三林镇临江村周家宅 338 号
经营范围	实业投资与企业管理咨询；物业管理；商务咨询服务，货物及技术的进出口业务；建筑专用设备、节能新技术开发、推广；建筑材料、钢材、木材、纸制品、

	纺织品、化工原料及制品（除专项规定）、五金工具、家用电器、工艺品、百货、机械设备。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
主营业务	实业投资、投资管理			
股权结构	出资人/合伙人		出资比例	
	张国标		80%	
	张樟生		20%	
简要财务数据（元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.6.30/ 2020年1-6月	21,697,014,153.78	10,089,700,932.95	131,511,009.72
	2019.12.31/ 2019年度	19,889,442,446.22	9,947,874,972.07	341,027,317.27

注：2019年度财务数据已经审计，2020年1-6月财务数据未经审计，以合并口径计算

（2）上海富春投资有限公司

成立时间	2010年8月19日			
注册资本	32,000万元			
实收资本	32,000万元			
法定代表人	张新程			
注册地和主要经营场所	中国（上海）自由贸易试验区龙东大道3000号7幢601-8室			
经营范围	实业投资，投资管理、股权投资管理。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
主营业务	实业投资、投资管理、股权投资管理			
股权结构	出资人/合伙人		出资比例	
	富春控股		100%	
简要财务数据（元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.6.30/ 2020年1-6月	362,817,730.97	311,912,909.25	-112,173.96
	2019.12.31/ 2019年度	370,284,099.93	319,385,083.21	-90,430.53

注：上述财务数据未经审计

（3）上海富春建业科技股份有限公司

成立时间	2007年6月25日			
注册资本	33,600万元			
实收资本	33,600万元			
法定代表人	张樟生			
注册地和主要经营场所	上海市浦东新区三林镇临江村周家宅338号2幢5楼			
经营范围	建材领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务，实业投资与企业管理咨询服务，建材、五金、钢材、木材、纸制品、纺织品、化工			

	原料及制品（除专项规定）、机械设备的销售，从事货物及技术的进出口业务，汽车租赁（除金融租赁）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
主营业务	实业投资、投资管理、建材研发与销售			
股权结构	出资人/合伙人		出资比例	
	富春控股		42.26%	
	富泉投资		57.74%	
简要财务数据 (元)	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.6.30/ 2020年1-6月	4,707,600,771.50	873,728,455.69	475,408.70
	2019.12.31/ 2019年度	3,905,468,684.28	875,140,802.76	16,030,074.82

注：2019年度财务数据已经审计，2020年1-6月财务数据未经审计，以合并口径计算

(4) 浙江齐力建设有限公司

成立时间	2017年12月19日			
注册资本	50,000万元			
实收资本	-			
法定代表人	张国标			
注册地和主要经营场所	浙江省杭州市余杭区崇贤街道运河路5-2号6幢611室			
经营范围	建筑工程、建筑装饰工程，景观工程，机电设备安装工程，安防工程，土石方工程，钢结构工程，水电安装工程施工（除电力设施）；建筑装饰材料、环保设备、金属材料、木材及制品、防水材料、机电设备、花卉盆景、水泵阀门、流体控制成套设备、自动仓储及供应链系统集成设备、配件销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
主营业务	建筑工程、建筑装饰工程，景观工程，机电设备安装工程，安防工程，土石方工程			
股权结构	出资人/合伙人		出资比例	
	富春控股		100%	
简要财务数据（元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.6.30/ 2020年1-6月	69.17	-930.83	-99.77
	2019.12.31/ 2019年度	168.94	-831.06	-394.63

注：上述财务数据未经审计

(5) 浙江网融资产管理有限公司

成立时间	2017年12月21日			
注册资本	1,000万元			
实收资本	-			

法定代表人	穆文涛			
注册地和主要经营场所	浙江省杭州市江干区华联时代大厦 B 幢 2901 室			
经营范围	服务：股权投资，投资管理，资产管理（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
主营业务	股权投资、投资管理、资产管理			
股权结构	出资人/合伙人		出资比例	
	富春控股		100%	
简要财务数据（元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.6.30/ 2020 年 1-6 月	10.7	-489.30	-489.30
	2019.12.31/ 2019 年度	-	-	-

注：上述财务数据未经审计

(6) 杭州富春瑞资赢通股权投资基金合伙企业（有限合伙）

成立时间	2017 年 3 月 31 日			
执行事务合伙人	杭州富春瑞资资产管理有限公司			
注册地和主要经营场所	浙江省富阳区东洲街道黄公望村公望路 2 号			
经营范围	私募股权投资、私募股权投资管理。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
主营业务	私募股权投资、私募股权投资管理			
股权结构	出资人/合伙人		出资比例	
	富春控股		96%	
	富春瑞资		4%	
简要财务数据（元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.6.30/ 2020 年 1-6 月	350.76	-149.24	-149.24
	2019.12.31/ 2019 年度	-	-	-

注：上述财务数据未经审计

(7) 宁波梅山保税港区信春富股权投资基金管理合伙企业（有限合伙）

成立时间	2017 年 10 月 26 日			
执行事务合伙人	杭州富春瑞资资产管理有限公司			
注册地和主要经营场所	浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 A 区 F2605			
经营范围	私募股权投资管理。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
主营业务	私募股权投资管理			

股权结构	出资人/合伙人		出资比例	
	富春控股		99.52%	
	富春瑞资		0.48%	
简要财务数据（元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.6.30/2020年1-6月	86,143.09	-401,895.52	-425,612.22
	2019.12.31/2019年度	30,076,500.79	-396,283.30	32,805,520.35

注：2019年度财务数据已经审计，2020年1-6月财务数据未经审计

（8）运通网络科技有限公司

成立时间	2014年7月2日			
注册资本	5,000万元			
实收资本	5,000万元			
法定代表人	张新程			
注册地和主要经营场所	中国（上海）自由贸易试验区龙东大道3000号7幢601-5室			
经营范围	网络科技、计算机软件领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，电子商务（不得从事金融业务），计算机软硬件、建材、五金、钢材、木材、纸制品、纺织品、化工原料及制品（除危险化学品、监控化学品、民用爆炸物品、易制毒化学品）、机械设备（除特种设备）的销售，设计、制作、发布各类广告，自有房屋租赁，汽车经营性租赁（不含操作人员），物业管理，实业投资，企业管理咨询，物流信息咨询，从事货物及技术的进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
主营业务	网络科技、计算机软件领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，电子商务			
股权结构	出资人/合伙人		出资比例	
	富春控股		80%	
	富春投资		20%	
简要财务数据（元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.6.30/2020年1-6月	53,086,099.63	49,952,471.65	16.97
	2019.12.31/2019年度	53,086,081.66	49,952,453.68	34.77

注：上述财务数据未经审计

（9）网赢科技有限公司

成立时间	2014年5月9日			
注册资本	5,000万元			
实收资本	5,000万元			
法定代表人	张新程			

注册地和主要经营场所	中国（上海）自由贸易试验区龙东大道 3000 号 7 幢 601-6 室			
经营范围	电子商务，计算机软件领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，计算机软硬件、建材、五金、钢材、木材、纸制品、纺织品、化工原料及制品（除危险化学品、监控化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品、易制毒化学品）、机械设备的销售，实业投资、企业管理咨询服务，仓储（除危险品），从事货物及技术的进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。			
主营业务	投资管理			
股权结构	出资人/合伙人		出资比例	
	富春控股		100%	
简要财务数据（元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.6.30/ 2020 年 1-6 月	151,248,648.57	30,758,667.86	-76.72
	2019.12.31/ 2019 年度	151,248,725.29	30,758,744.58	-25,757,764.22

注：上述财务数据未经审计

（10）上海富森置业投资有限公司

成立时间	2006 年 2 月 28 日			
注册资本	3,000 万元			
实收资本	3,000 万元			
法定代表人	张新程			
注册地和主要经营场所	上海市浦东新区三林路 494 号 3 幢 104 室			
经营范围	实业投资，投资管理，企业管理咨询，自有房屋租赁，房地产开发经营，机械设备及配件、金属材料、建筑材料、装潢材料的销售。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】。			
主营业务	实业投资、投资管理			
股权结构	出资人/合伙人		出资比例	
	富春控股		60%	
	富春投资		40%	
简要财务数据（元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.6.30/ 2020 年 1-6 月	178,424,943.98	5,543,488.45	-205,705.13
	2019.12.31/ 2019 年度	178,356,557.25	5,749,193.58	-169,524.26

注：上述财务数据未经审计

（11）杭州富泉投资有限公司

成立时间	2008 年 11 月 25 日
注册资本	39,090 万元

实收资本	39,090 万元			
法定代表人	张樟生			
注册地和主要经营场所	浙江省杭州市拱墅区大关路 33 号 18 幢 508 室			
经营范围	服务：实业投资，企业管理咨询，金加工领域的技术开发、技术咨询、技术服务、成果转让，物业管理，商务信息咨询；批发、零售：百货，建筑材料，机械设备。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
主营业务	投资管理			
股权结构	出资人/合伙人		出资比例	
	富春控股		100.00%	
简要财务数据（元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.6.30/ 2020 年 1-6 月	5,915,778,638.87	1,000,408,368.68	45,113,013.32
	2019.12.31/ 2019 年度	4,395,151,971.27	978,236,447.90	85,210,682.76

注 1：2019 年度财务数据已经审计，2020 年 1-6 月财务数据未经审计，以合并口径计算

(12) 富春医养服务有限公司

成立时间	2020 年 04 月 03 日			
注册资本	10,000 万元			
实收资本	0 万元			
法定代表人	翁永堂			
注册地和主要经营场所	浙江省杭州市余杭区崇贤街道运河路 5-4 号 11 幢 201 室			
经营范围	许可项目：医疗服务；旅游业务；住宿服务；检验检测服务；洗浴服务；医疗器械互联网信息服务；房地产开发经营（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。一般项目：养老服务；企业管理；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；医院管理；酒店管理；住宅室内装饰装修；康复辅具适配服务；健康咨询服务（不含诊疗服务）；中医养生保健服务（非医疗）；养生保健服务（非医疗）；家政服务；物业管理；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；日用百货销售；化妆品零售；化妆品批发；工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外）；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；礼品花卉销售；包装服务；服装服饰批发；服装服饰零售；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。			
主营业务	康养旅游			
股权结构	出资人/合伙人		出资比例	
	富春控股		100%	
简要财务数据（元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.6.30/ 2020 年 1-6 月	374,352.84	-1,332.47	-1,332.47
	2019.12.31/ 2019 年度	-	-	-

	2019 年度			
--	---------	--	--	--

注：上述财务数据未经审计

(13) Forchn International Pte. Ltd.

成立时间	2016 年 1 月 18 日			
注册资本	150,000 新加坡元			
实收资本	150,000 新加坡元			
登记国家或地区	新加坡共和国			
主营业务	股权投资			
股权结构	出资人/合伙人		出资比例	
	富春控股		100%	
简要财务数据(美元)	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.6.30/ 2020 年 1-6 月	468,697,535.61	-4,013,069.20	-1,655,114.40
	2019.12.31/ 2019 年度	503,678,537.42	-2,436,492.67	-3,483,621.04

注：2019 年度财务数据已经审计，2020 年 1-6 月财务数据未经审计

2、实际控制人控制的其他一级公司

(1) Gold Starship Limited

成立时间	2018 年 10 月 11 日			
注册资本	1 美元			
实收资本	1 美元			
登记国家或地区	英属维京群岛			
主营业务	股权投资			
股权结构	出资人/合伙人		出资比例	
	张樟生		100%	
简要财务数据(美元)	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.6.30/ 2020 年 1-6 月	1.00	-2,889.00	-1,500.00
	2019.12.31/ 2019 年度	1.00	-1,399.00	-1,400.00

注：上述财务数据未经审计

(2) Pantheon View Limited

成立时间	2018 年 10 月 11 日			
注册资本	1 美元			
实收资本	1 美元			

登记国家或地区	英属维京群岛			
主营业务	股权投资			
股权结构	出资人/合伙人		出资比例	
	张国标		100%	
简要财务数据(美元)	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.6.30 2020年1-6月	1.00	-2,889.00	-1,500.00
	2019.12.31/ 2019年度	1.00	-1,399.00	-1,400.00

注：上述财务数据未经审计

(3) 北京金石砼创科技发展有限公司

成立时间	2007年8月10日			
注册资本	115万元			
实收资本	115万元			
法定代表人	张国标			
注册地和主要经营场所	北京市海淀区三里河路11号南配楼227房			
经营范围	技术开发；代理、发布广告。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）			
主营业务	未实际开展业务			
股权结构	出资人/合伙人		出资比例	
	张国标		100%	
简要财务数据(元)	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.6.30/ 2020年1-6月	130,103,291.17	671,365.44	-36.26
	2019.12.31/ 2019年度	130,103,127.43	671,401.70	-4,883.37

注：上述财务数据未经审计

(4) 上海仰钻实业有限公司

成立时间	2003年3月4日			
注册资本	1,000万元			
实收资本	1,000万元			
法定代表人	张樟生			
注册地和主要经营场所	浦东新区三林镇临江村周家宅338号			
经营范围	一般项目：钢材的加工、生产和销售,金属材料及其结构件的销售，建筑材料销售，普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目），信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务），城市绿化管理，专用设备制造（不含许可类专业设备制造），普通机械设备安装服务。（除依法须经批准的项目外			

	准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)			
主营业务	建材材料销售、钢材销售			
股权结构	出资人/合伙人		出资比例	
	张樟生		80%	
	孙建平		20%	
简要财务数据 (元)	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.6.30/ 2020年1-6月	528,588,038.77	-53,006,675.00	20,793.98
	2019.12.31/ 2019年度	439,952,782.03	-53,027,468.98	-1,966,554.69

注 1: 2019 年度财务数据已经审计, 2020 年 1-6 月财务数据未经审计

注 2: 上海富春钢铁制品有限公司于 2020 年 6 月更名为上海仰钻实业有限公司

(四) 其他持有发行人 5%及以上股份的股东

除公司控股股东外, 其他持有公司 5%及以上股份的股东为嵘泉投资, 嵘泉投资持股 12.96%。

自然人股东金燕持股 4.01%, 其母亲万志美持股 0.99%, 且将股份表决权委托金燕行使, 因此金燕可控制表决权的股份占公司股本总额的 5%, 比照持有发行人 5%及以上股份的股东披露。

该股东的基本情况介绍如下:

1、嵘泉投资

成立时间	2017 年 11 月 15 日		
执行事务合伙人	张樟生		
注册地	浙江省杭州市余杭区崇贤街道运河路 5-2 号 6 幢 1 层 101-04 室		
经营范围	实业投资、项目投资、资产管理、投资管理、投资咨询		
股权结构	出资人/合伙人		出资比例
	张樟生 (执行事务合伙人)		0.99%
	张新程		49.04%
	夏乾良		10.55%
	汪永建		9.23%
	丁成红		5.84%
	甘述林		3.96%
	王现余		3.30%
	周丽		1.71%

	王国华	1.39%
	黄星明	1.19%
	平燕娜	1.19%
	言利军	1.06%
	胡宁	0.99%
	吴晓明	0.66%
	杜海彦	0.59%
	夹凤霞	0.59%
	华兰娟	0.43%
	丁小霞	0.43%
	赵达生	0.43%
	裘慧	0.43%
	李峰	0.33%
	朱耀明	0.33%
	蒋勇	0.33%
	刘原池	0.33%
	沈高楠	0.33%
	林建荣	0.33%
	陈标	0.33%
	赵国明	0.20%
	刘光阳	0.20%
	徐漪	0.20%
	周俊	0.20%
	陈伏勤	0.20%
	娄高峰	0.20%
	张科	0.20%
	鲍静	0.20%
	张福光	0.20%
	陈珺	0.20%
	葛惠华	0.20%
	张琴	0.20%
	张鑫鑫	0.20%
	周欣怡	0.16%
	周真宇	0.16%

	张倩	0.13%
	诸立萍	0.13%
	谢挺	0.13%
	陆琴琴	0.13%
	金君	0.13%
	王艳	0.13%
	合计	100.00%

嵘泉投资为主要由发行人员工出资设立的员工持股平台，除发行人外，嵘泉投资不存在其他对外投资。

2、金燕

金燕女士，1982 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历，身份证号 370203198210*****。现任泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司董事、财务总监、董事会秘书及道江咨询（北京）有限公司执行董事。金燕女士曾任数位港湾科技（北京）有限公司副总经理。

（五）控股股东和实际控制人直接或间接持有的发行人股份的质押或其它争议情况

截至本招股说明书签署日，公司实际控制人直接或间接持有的发行人股份不存在质押或其它有争议的情况。

九、发行人股本情况

（一）本次发行前后的股本结构情况

本次发行前，公司总股本数为 117,000,000 股。本次发行上市预计向公众发行 39,000,000 股，发行完成后，公司总股本数为 156,000,000 股。发行完成后公司的股本结构如下表所示：

序号	股东名称	发行前		发行后	
		持股数量（万股）	持股比例（%）	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	张小泉集团	7,600.00	64.96	7,600.00	48.72
2	嵘泉投资	1,516.24	12.96	1,516.24	9.72
3	金燕	469.17	4.01	469.17	3.01

序号	股东名称	发行前		发行后	
		持股数量(万股)	持股比例(%)	持股数量(万股)	持股比例(%)
4	杭实集团	400.00	3.42	400.00	2.56
5	均瑶集团	200.00	1.71	200.00	1.28
6	西藏稳盛	200.00	1.71	200.00	1.28
7	万丰锦源	200.00	1.71	200.00	1.28
8	亚东北辰	200.00	1.71	200.00	1.28
9	陈德军	200.00	1.71	200.00	1.28
10	俞补孝	200.00	1.71	200.00	1.28
11	张木兰	140.00	1.20	140.00	0.90
12	万志美	115.83	0.99	115.83	0.74
13	臻泉投资	98.76	0.84	98.76	0.63
14	王雯洁	50.00	0.43	50.00	0.32
15	丁国其	50.00	0.43	50.00	0.32
16	周广涛	50.00	0.43	50.00	0.32
17	白涛	10.00	0.09	10.00	0.06
18	社会公众股	0	0	3,900.00	25.00
合计		11,700.00	100.00	15,600.00	100.00

(二) 前十名股东持股情况

本次发行前，公司前十名股东持股情况如下：

序号	股东名称	发行前	
		持股数量(万股)	持股比例(%)
1	张小泉集团	7,600.00	64.96
2	嵘泉投资	1,516.24	12.96
3	金燕	469.17	4.01
4	杭实集团	400.00	3.42
5	均瑶集团	200.00	1.71
6	西藏稳盛	200.00	1.71
7	万丰锦源	200.00	1.71
8	亚东北辰	200.00	1.71
9	陈德军	200.00	1.71
10	俞补孝	200.00	1.71

序号	股东名称	发行前	
		持股数量（万股）	持股比例（%）
合计		11,185.41	95.61

（三）本次发行前后的前十名自然人股东及其在发行人处的任职情况

序号	股东名称	发行前		发行后		职务
		持股数量（万股）	持股比例（%）	持股数量（万股）	持股比例（%）	
1	陈德军	200.00	1.71	200.00	1.28	无
2	金燕	469.17	4.01	469.17	3.01	无
3	俞补孝	200.00	1.71	200.00	1.28	无
4	张木兰	140.00	1.20	140.00	0.90	无
5	万志美	115.83	0.99	115.83	0.74	无
6	王雯洁	50.00	0.43	50.00	0.32	无
7	丁国其	50.00	0.43	50.00	0.32	无
8	周广涛	50.00	0.43	50.00	0.32	无
9	白涛	10.00	0.09	10.00	0.06	董事
合计		1,285.00	11.00	1,285.00	8.23	

（四）发行人国有股东和外资股东情况

杭实集团持有发行人 400 万股（占发行人股份比例的 3.42%）的股份，为国有股股东，标注为“SS”，其基本情况如下：

成立时间	2001 年 11 月 13 日	
注册资本	600,000 万元	
法定代表人	沈立	
注册地和主要经营场所	浙江省杭州市下城区绍兴路 538 号 7 楼	
经营范围	实业投资；以授权经营的国有资产通过控股、参股、投资、购并、转让、租赁形式从事资本经营业务；服务：房屋租赁，物业管理；批发、零售：百货，普通机械，建筑材料，五金交电，家用电器，化工原料及产品（除化学危险品及易制毒化学品），金属材料；货物进出口（法律、行政法规禁止的项目除外，法律、行政法规限制的项目取得许可后方可经营）；其他无需报经审批的一切合法项目（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	
股权结构	出资人/合伙人	出资比例
	杭州市人民政府国有资产监督管理委员会	90.00%

	浙江省财务开发公司	10.00%
	合计	100.00%

截至本招股说明书签署日，发行人不存在外资股东。

（五）最近一年发行人新增股东情况

截至本招股说明书签署日，发行人最近一年新增股东情况如下：

2019年12月21日，发行人召开的2019年第五次临时股东大会审议通过了《关于股东转让股权的议案》，同意张小泉集团以2,660万元的对价转让其持有的400万股（占发行人股份比例的3.4188%）给杭实集团。同日，公司控股股东张小泉集团与杭实集团签署了股权转让协议。坤元评估针对上述转让事项出具了坤元评报（2019）609号《杭州市实业投资集团有限公司拟进行股权收购涉及的张小泉股份有限公司股东全部权益价值评估项目资产评估报告》，确认以2019年9月30日作为评估基准日，收益法下张小泉股份的全部股权价值为77,800万元。相关评估报告已完成国资备案，转让价格依据评估值协商确认。2019年12月23日，发行人完成本次股份转让的工商变更登记。

新增股东杭实集团的基本情况详见本节“（四）发行人国有股东和外资股东情况”。

（六）本次发行前各股东间的关联关系及各自持股比例

截至本招股说明书签署日，公司各股东间的关联关系如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）	关联关系
1	张小泉集团	7,600.00	64.96	实际控制人张国标、张樟生及张新程共同控制的企业
2	嵘泉投资	1,516.24	12.96	实际控制人张樟生为执行事务合伙人，张新程出资额占比为49.04%
3	金燕	469.17	4.01	直接股东万志美的女儿
4	张木兰	140.00	1.20	实际控制人张国标的妹妹、实际控制人张樟生的姐姐
5	万志美	115.83	0.99	直接股东金燕的母亲
6	臻泉投资	98.76	0.84	实际控制人张新程出资额占比为45.75%
7	王雯洁	50.00	0.43	实际控制人张国标的侄女

除此之外，本次发行前，公司各股东之间不存在关联关系。股东之间亦不存

在股份代持、委托持股或其他利益安排等情形。

（七）发行人股东公开发售股份对公司控制权、治理结构及生产经营产生的影响

发行人本次发行全部为新股发行，不涉及股东公开发售股份的情形。

十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况

（一）董事会成员

公司董事会由9名董事组成，其中独立董事3名，由公司股东大会选举产生。现任董事基本情况如下表：

姓名	在公司职务	本届董事会任职期限	提名人
张国标	董事长	2018年5月至2021年5月	张小泉集团
张樟生	董事	2018年5月至2021年5月	张小泉集团
张新程	董事	2019年12月至2021年5月	张小泉集团
姚宇	董事	2020年12月至2021年5月	亚东北辰
夏乾良	董事、总经理	2018年5月至2021年5月	张小泉集团
汪永建	董事、副总经理、 董事会秘书	2018年5月至2021年5月	张小泉集团
李元旭	独立董事	2018年5月至2021年5月	张小泉集团
陈英骅	独立董事	2018年5月至2021年5月	张小泉集团
余景选	独立董事	2018年5月至2021年5月	张小泉集团

注：2020年12月15日，董事白涛因个人原因，辞去董事职务。2020年12月18日，发行人召开2020年第三次临时股东大会，选举姚宇为发行人董事。

上述各位董事简历情况如下：

张国标、张樟生、张新程的详细简历，请参见“第五节 发行人基本情况”之“八、持有发行人5%及以上股份的主要股东及实际控制人基本情况”之“（二）实际控制人情况”部分。

姚宇先生，1980年出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历。2006年3月至2006年11月，姚宇先生任上海华东理工科技园有限公司投资分析师；2006年11月至2010年2月任北京清科投资管理有限公司投资经理。2020年12月至今，任发行人董事。此外，姚宇先生还兼任内蒙古草原宏宝食品股份有限公司董事、上海云视科技股份有限公司董事、青岛啤酒股份有限公司监事、金徽酒

股份有限公司监事、复星开心购（海南）科技有限公司总经理、复星心选科技（中山）有限公司董事长及经理、广州淘通科技股份有限公司董事。

夏乾良先生，1984 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历。2013 年 7 月至 2017 年 11 月夏乾良先生任富春控股集团有限公司副总裁；2013 年 7 月至 2016 年 3 月任浙江运通电子商务有限公司总经理；2016 年 3 月至 2018 年 5 月任杭州张小泉实业发展有限公司总经理。2018 年 5 月至今，任发行人董事、总经理。此外，夏乾良先生还兼任上海锦兔电子商务有限公司董事长。

汪永建先生，1971 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，会计师，2011 年至 2016 年 4 月，汪永建先生任富春控股集团有限公司财务总监；2016 年 5 月至 2018 年 5 月任杭州张小泉实业发展有限公司副总经理。2018 年 5 月至今，任发行人董事、副总经理、董事会秘书。

李元旭先生，1966 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士学历，教授。2018 年 5 月至今，李元旭先生任发行人独立董事。2001 年 11 月至今，任复旦大学管理学院教授。此外，李元旭先生还兼任雅本化学股份有限公司独立董事及厦门紫光学大股份有限公司独立董事等职务。

陈英骅先生，1983 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士学历，具有法律职业资格。2009 年 7 月至 2013 年 5 月，陈英骅先生任中兴通讯股份有限公司法律事务部法务总监（东南亚和亚太片区）；2013 年 5 月至 2015 年 3 月，任中信银行杭州分行法律资保部法务；2015 年至今，历任浙江金融资产交易中心股份有限公司法律合规部总经理、董事会秘书。2018 年 5 月至今，任发行人独立董事。

余景选先生，1971 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士学历，会计学副教授。2018 年 5 月至今，余景选先生任发行人独立董事。此外，余景选先生还兼任浙江财经大学会计学院副教授、巨匠建设集团股份有限公司独立董事、创新医疗管理股份有限公司独立董事、浙江丰岛食品股份有限公司独立董事及新翔维创科技股份有限公司独立董事等职务。

（二）监事会成员

公司监事会由 3 名监事组成，其中职工代表监事 1 名，设监事会主席 1 名。

现任监事基本情况如下表：

姓名	在公司职务	本届监事会任职期限	提名人
丁成红	监事会主席	2018年5月至2021年5月	张小泉集团
李迪昇	监事	2018年5月至2021年5月	均瑶集团
吴晓明	职工监事	2018年5月至2021年5月	职工代表大会

上述各位监事简历情况如下：

丁成红先生，1962年出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历，高级工程师。1984年11月至1999年7月，丁成红先生任杭州乘风电器公司产品设计、研究所所长、副总经理；1999年7月至2007年11月，任杭州张小泉集团有限公司董事长、总经理。2018年5月至今，任发行人监事会主席。此外，丁成红先生还兼任张小泉集团总经理。

李迪昇先生，1983年出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历。2008年1月至2015年2月，李迪昇先生任罗兰贝格国际管理咨询有限公司副总经理；2016年3月至2017年6月，任上海风寻科技有限公司副总经理。2018年5月至今，任发行人监事。此外，李迪昇先生还兼任上海均瑶（集团）有限公司战略投资部副总经理、上海吉祥航空股份有限公司战略企管部副总经理、上海科稷网络技术有限公司董事、上海华瑞金融科技有限公司总经理、黄山市黄山太平湖白鹭宾馆有限公司董事、北京企嘉科技有限公司董事、北京天大清源通信科技股份有限公司董事、上海歆润商务咨询有限公司监事及芜湖和美航空科技有限公司监事等职务。

吴晓明先生，1982年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科学历，助理工程师。2001年8月至2011年4月，吴晓明先生任杭州张小泉集团有限公司研发部产品设计师。2011年4月至2018年5月，任发行人产品研发部经理。2018年5月至今，任发行人职工代表监事。2018年5月至今，历任技术研发中心副总监、技术研发中心总监。

（三）高级管理人员

公司高级管理人员包括总经理1名、副总经理2名、董事会秘书1名（由其中1名副总经理兼任）、财务总监1名，公司现任高级管理人员如下：

姓名	在公司职务	任职期限
夏乾良	董事、总经理	2018年5月至2021年5月
汪永建	董事、副总经理、董事会秘书	2018年5月至2021年5月
甘述林	副总经理	2018年5月至2021年5月
王现余	财务总监	2018年5月至2021年5月

上述各位高级管理人员简历情况如下：

夏乾良、汪永建的详细简历，请参见本节“十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“（一）董事会成员”部分。

甘述林先生，1972年出生，中国国籍，无境外永久居留权，专科学历。2002年至2009年，甘述林先生任日升五金（深圳）有限公司PMC部长；2009年至2012年，任浙江爱仕达（电器）股份有限公司不锈钢事业部经理。2013年至今，任发行人副总经理。

王现余先生，1977年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科学历，会计师、高级企业信息管理师。1998年9月至2003年4月，王现余先生历任东方通信股份有限公司会计、总账会计、财务经理；2003年5月至2007年4月，任东方通信股份有限公司信息部副总经理；2007年5月至2015年1月，任东方通信股份有限公司理财与贸易部副总经理；2015年2月至2017年3月，任杭州东城电子有限公司财务总监。2017年3月至今，任发行人财务总监。

（四）其他核心人员

除上述人员外，公司共有3名其他核心人员，分别为吴晓明、郭洪涛、唐浙滨。相关人员简历情况如下：

吴晓明的详细简历，请参见本节“十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“（二）监事会成员”部分。

郭洪涛先生，1974年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科学历。2001年7月至2005年3月，郭洪涛先生任富士康科技（深圳）有限公司产品开发部产品设计工程师；2005年4月至2007年3月，任伟创力（深圳）研发中心项目工程师；2007年3月至2008年3月，任保力马科技（上海）有限公司技术部主管；2008年4月至2011年9月，任原创设计（上海）有限公司项目经理；

2011年9月至2014年2月，任博世电动工具（杭州）有限公司研发项目部项目经理；2014年6月至2017年1月，任赫比家用电器（上海）有限公司研发部项目经理。2019年1月至今，任发行人技术研发部总工程师。

唐浙滨先生，1972年出生，中国国籍，无境外永久居留权，专科学历。1998年4月至2001年1月，唐浙滨先生任浙江金字机械电器有限公司车间主任；2001年3月至2004年8月，任浙江银轮机械股份有限公司CNC中心主任；2005年1月至2016年，任杭州浙滨机械有限公司总经理。2018年11月至今，任发行人生产总监。

（五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的主要兼职情况

截至2020年6月30日，除在发行人及其子公司任职外，公司董事、高级管理人员及其他核心人员在其他单位的兼职情况如下：

姓名	本公司职务	兼职单位	其他单位职务	与公司的关联关系
张国标	董事长	浙商建业有限公司	董事长	同一实际控制人控制下企业
		富春控股集团有限公司	董事长	同一实际控制人控制下企业
		富阳复润置业有限公司	董事长兼总经理	实际控制人担任董事长和总经理的企业
		富阳富春山居休闲事业有限公司	董事长	实际控制人担任董事的企业
		杭州富春瑞资资产管理有限公司	董事长	同一实际控制人控制下企业
		杭州富阳东方茂投资管理有限公司	执行董事兼总经理	实际控制人担任执行董事兼总经理的企业
		杭州网营物联控股集团有限公司	执行董事	实际控制人担任执行董事的企业
		浙江东阳中国木雕文化博览城有限公司	董事长	同一实际控制人控制下企业
		上海富春建业科技股份有限公司	董事	同一实际控制人控制下企业
		网营物联股份有限公司	董事长	实际控制人担任董事长的企业
		浙江齐力建设有限公司	董事长	同一实际控制人控制下企业
		浙江网融资产管理有限公司	董事	同一实际控制人控制下企业
		浙江富春山居健康旅游集团有限公司	董事长	实际控制人担任董事长的企业

姓名	本公司职务	兼职单位	其他单位职务	与公司的关联关系
		北京金石砣创科技发展有限公司	执行董事兼经理	同一实际控制人控制下企业
		富春医养服务有限公司	执行董事	同一实际控制人控制下企业
		杭州张小泉集团有限公司	董事	控股股东
		Forchn Asia Pacific Development Pte. Ltd.	董事	同一实际控制人控制下企业
		Fuchun Resort International Co. Limited	董事	同一实际控制人控制下企业
		Fuchun Resort healthcare Tourism Company Limited	董事	同一实际控制人控制下企业
		Fuchun Resort Culture Development Co., Limited	董事	同一实际控制人控制下企业
		Hong Kong Xi-Hu Developing Investment Corporation Limited	董事	同一实际控制人控制下企业
		Pao Long Eastern Hotels Corporation 宝隆东方饭店事业投资股份有限公司	董事	实际控制人担任董事的企业
		Forchn Real Estate Fund Management Pte.Ltd	董事	同一实际控制人控制下企业
		Forchn International Pte. Ltd.	董事	同一实际控制人控制下企业
		Forchn Global Pte. Ltd.	董事	同一实际控制人控制下企业
		EC World Asset Management Pte.Ltd.	董事	同一实际控制人控制下企业
		Pantheon View Limited	董事	同一实际控制人控制下企业
		Prosperous Creation Limited	董事	同一实际控制人控制下企业
		Valiant Ground Limited	董事	同一实际控制人控制下企业
		Shiner Way Limited	董事	实际控制人担任董事的企业
张樟生	董事	富春控股集团有限公司	副董事长兼总经理	同一实际控制人控制下企业
		杭州富春瑞资资产管理有限公司	董事	同一实际控制人控制下企业
		杭州富春山居教育发展有限公司	执行董事兼总经理	同一实际控制人控制下企业
		杭州富泉投资有限公司	执行董事兼总经理	同一实际控制人控制下企业
		杭州余杭崇广物流基地有限公司	董事	同一实际控制人控制下企业
		杭州运通网城商务秘书有限公司	执行董事兼总经理	同一实际控制人控制下企业
		杭州张小泉集团有限公司	董事	控股股东

姓名	本公司职务	兼职单位	其他单位职务	与公司的关联关系
		上海仰钻实业有限公司	执行董事	同一实际控制人控制下企业
		上海富春投资有限公司	监事	同一实际控制人控制下企业
		上海富春建业科技股份有限公司	董事长、总经理	同一实际控制人控制下企业
		上海富江新型建筑材料有限公司	执行董事	同一实际控制人控制下企业
		网营物联股份有限公司	董事	实际控制人担任董事的企业
		网赢科技有限公司	董事	同一实际控制人控制下企业
		运通网城资产管理有限公司	执行董事兼总经理	同一实际控制人控制下企业
		Gold Starship Limited	董事	同一实际控制人控制下企业
张新程	董事	网赢科技有限公司	董事长	同一实际控制人控制下企业
		运通网络科技有限公司	执行董事兼总经理	同一实际控制人控制下企业
		上海富春投资有限公司	执行董事兼总经理	同一实际控制人控制下企业
		上海富森置业投资有限公司	执行董事兼总经理	同一实际控制人控制下企业
		杭州富春瑞资产资产管理有限公司	董事	同一实际控制人控制下企业
		富春控股集团有限公司	董事	同一实际控制人控制下企业
		网营物联股份有限公司	董事	实际控制人担任董事的企业
		浙商建业有限公司	董事	同一实际控制人控制下企业
		上海富春建业科技股份有限公司	董事	同一实际控制人控制下企业
		杭州首页科技有限公司	董事	实际控制人担任董事的企业
		富春物流有限公司	执行董事	同一实际控制人控制下企业
		上海双桥投资管理有限公司	监事	无关联关系
		杭州张小泉集团有限公司	董事长	控股股东
		Forchn Asia Pacific Development Pte. Ltd.	董事	同一实际控制人控制下企业
		Forchn International Co., Limited	董事	同一实际控制人控制下企业
		Forchn Network Co., Limited	董事	同一实际控制人控制下企业
Forchn International (Hong	董事	同一实际控制人控		

姓名	本公司职务	兼职单位	其他单位职务	与公司的关联关系
		Kong) Limited		制下企业
		Forchn International Asset Management Co., Limited	董事	同一实际控制人控制下企业
		Forchn Real Estate Fund Management Pte.Ltd.	董事	同一实际控制人控制下企业
		Forchn Asia Logistics Asset Pte. Ltd.	董事	同一实际控制人控制下企业
		Forchn Asia Logistics Real Estate Fund Pte. Ltd.	董事	同一实际控制人控制下企业
		Forchn Maple Sindo Pte. Ltd.	董事	同一实际控制人控制下企业
		Forchn International Pte. Ltd.	董事	同一实际控制人控制下企业
		Unitywealth Investment Pte Ltd	董事	同一实际控制人控制下企业
		Perfect Magna Limited	董事	同一实际控制人控制下企业
姚宇	董事	内蒙古草原宏宝食品股份有限公司	董事	公司董事担任董事的企业
		复星开心购（海南）科技有限公司	总经理	公司董事担任高管的企业
		复星心选科技（中山）有限公司	董事长、经理	公司董事担任董事经理的企业
		广州淘通科技股份有限公司	董事	公司董事担任董事的企业
		上海云视科技股份有限公司	董事	公司董事担任董事的企业
		青岛啤酒股份有限公司	监事	公司董事担任监事的企业
		金徽酒股份有限公司	监事	公司董事担任监事的企业
夏乾良	董事、总经理	上海锦兔电子商务有限公司	董事长	公司董事、总经理担任董事长的企业
李元旭	独立董事	雅本化学股份有限公司	独立董事	公司独立董事担任独立董事的企业
		厦门紫光学大股份有限公司	独立董事	公司独立董事担任独立董事的企业
陈英骅	独立董事	浙江金融资产交易中心股份有限公司	董事会秘书	公司独立董事担任董事会秘书的企业
余景选	独立董事	创新医疗管理股份有限公司	独立董事	公司独立董事担任独立董事的企业
		巨匠建设集团股份有限公司	独立董事	公司独立董事担任独立董事的企业
		新翔维创科技股份有限公司	独立董事	公司独立董事担任独立董事的企业
		浙江丰岛食品股份有限公司	独立董事	公司独立董事担任独立董事的企业

姓名	本公司职务	兼职单位	其他单位职务	与公司的关联关系
丁成红	监事会主席	杭州张小泉集团有限公司	总经理	控股股东
李迪昇	监事	上海华瑞金融科技有限公司	总经理	公司监事担任经理的企业
		上海科稷网络技术有限公司	董事	公司监事担任董事的企业
		黄山市黄山太平湖白鹭宾馆有限公司	董事	公司监事担任董事的企业
		北京企嘉科技有限公司	董事	公司监事担任董事的企业
		北京天大清源通信科技股份有限公司	董事	公司监事担任董事的企业
		上海歆润商务咨询有限公司	监事	无关联关系
		芜湖和美航空科技有限公司	监事	无关联关系

除上述已披露情况外，截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在在其它单位兼职的情形。

（六）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间的亲属关系情况

截至本招股说明书签署日，除张国标先生和张樟生先生为兄弟关系、张国标先生和张新程先生为父子关系外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间不存在亲属关系。

（七）董事、监事、高级管理人员了解发行上市相关法律法规及其法定义务责任的情况

公司的董事、监事、高级管理人员通过参加保荐机构、发行人律师和会计师组织的上市辅导培训，自行学习与发行上市相关的法律法规，已充分了解股票发行上市相关法律法规及其法定义务责任的情况，并在工作经营过程中能够认真履行职责。

十一、董事、监事、高级管理人员近两年的变动情况及原因

报告期内公司董事、监事及高级管理人员变动主要为完善公司内部治理及业务发展的需要，公司核心管理层始终保持稳定，相关人员变动对公司日常管理不构成重大影响，不影响公司的持续经营。

（一）董事变动情况

时间	成员	职位	变动情况
----	----	----	------

时间	成员	职位	变动情况
2018年1月至 2018年5月	张樟生	执行董事	-
2018年5月至 2019年12月	张国标	董事长	公司于2018年5月20日召开创立大会，选举张国标、张樟生、张新夏、白涛、夏乾良、汪永建、李元旭、陈英骅、余景选为公司第一届董事会董事，其中李元旭、陈英骅、余景选为独立董事；同日，公司召开第一届董事会第一次会议，选举张国标为公司第一届董事长。
	张樟生	董事	
	张新夏	董事	
	白涛	董事	
	夏乾良	董事	
	汪永建	董事	
	李元旭	独立董事	
	陈英骅	独立董事	
2019年12月 至2020年12月	张国标	董事长	公司于2019年12月21日召开2019年第五次临时股东大会，会议审议了关于选举和更换公司董事的议案，经大会出席股东表决，一致同意张新夏辞去董事职务，选举张新程为第一届董事，任期为第一届董事剩余期限
	张樟生	董事	
	张新程	董事	
	白涛	董事	
	夏乾良	董事	
	汪永建	董事	
	李元旭	独立董事	
	陈英骅	独立董事	
2020年12月至 今	张国标	董事长	2020年12月15日，白涛因个人原因，辞去董事职务。公司于2020年12月18日召开2020年第三次临时股东大会，会议审议了《关于补选董事的议案》，经大会出席股东表决，选举姚宇为第一届董事，任期为第一届董事剩余期限
	张樟生	董事	
	张新程	董事	
	姚宇	董事	
	夏乾良	董事	
	汪永建	董事	
	李元旭	独立董事	
	陈英骅	独立董事	
余景选	独立董事		

(二) 监事变动情况

时间	成员	职位	变动情况
2018年1月至 2018年5月	郝志鹏	监事	-

时间	成员	职位	变动情况
2018年5月至今	丁成红	监事会主席	公司于2018年5月20日召开创立大会，选举丁成红、李迪昇为公司第一届监事会股东代表监事；同日，公司职工代表大会选举吴晓明为第一届监事会职工监事。
	李迪昇	监事	
	吴晓明	职工监事	

（三）高级管理人员变动情况

时间	成员	职位	变动情况
2018年1月至2018年5月	夏乾良	总经理	
	汪永建	副总经理	
	甘述林	副总经理	
	王现余	财务总监	
2018年5月至2019年12月	夏乾良	总经理	公司于2018年5月20日召开第一届董事会第一次会议，聘任夏乾良为公司总经理，汪永建为公司董事会秘书；同时，根据总经理的提名，聘任张新夏、汪永建、甘述林为公司副总经理，王现余为公司财务总监。
	张新夏	副总经理	
	汪永建	副总经理、董事会秘书	
	甘述林	副总经理	
	王现余	财务总监	
2019年12月至今	夏乾良	总经理	2019年12月2日，因个人原因，张新夏辞去副总经理一职
	汪永建	副总经理、董事会秘书	
	甘述林	副总经理	
	王现余	财务总监	

十二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与发行人及其业务相关的对外投资情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在与发行人及其业务相关的其他对外投资。

十三、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有发行人股份的情况

（一）直接持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接持股情况如下：

姓名	职务/亲属关系	直接持股比例（%）
----	---------	-----------

姓名	职务/亲属关系	直接持股比例 (%)
张木兰	董事长张国标的妹妹	1.20
王雯洁	董事长张国标的侄女	0.43

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员及其近亲属除上述持股情况外，不存在其他直接持有公司股份的情况。

（二）间接持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属间接持股情况如下：

姓名	职务/亲属关系	间接持股主体	间接持股比例 (%)
张国标	董事长	张小泉集团	51.96
张樟生	董事	张小泉集团/嵘泉投资	13.12
夏乾良	董事、总经理	嵘泉投资	1.37
汪永建	董事、副总经理、董事会秘书	嵘泉投资	1.20
甘述林	副总经理	嵘泉投资	0.51
王现余	财务总监	嵘泉投资	0.43
丁成红	监事会主席	嵘泉投资	0.76
吴晓明	职工监事	嵘泉投资	0.09
张新程	董事	嵘泉投资/臻泉投资	6.75

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员及其近亲属除上述持股情况外，不存在其他间接持有公司股份的情况。

（三）所持股份质押或冻结情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接或间接持有本公司股份不存在股份质押或冻结的情况。

十四、公司与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的有关协议及重要承诺

（一）劳动合同及保密协议

在公司任职的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均与公司（或其控股子公司）签署了劳动合同，并与公司签署了《员工保密协议书》，其中对保密、

竞业禁止、知识产权归属等事项进行了详细约定。

自相关协议签署以来，于公司任职的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均严格履行合同约定的义务和职责，遵守相关承诺，迄今未发生违法合同义务、责任或承诺的情形。

（二）重要承诺

公司董事、监事、高级管理人员所作出的重要承诺详见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“五、相关承诺事项”。

十五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况

（一）薪酬政策的情况

1、薪酬的组成

公司员工薪酬主要由基本工资、绩效奖金及福利等部分组成。其中，基本工资主要依据相关人员岗位性质、工作年限等方面确定；绩效奖金则根据人员类型不同，生产人员主要依据其生产计件情况计算确定，销售人员主要依据其完成销售额情况确定，管理人员及研发人员主要依据相关人员定期考核评分情况等计算确定；福利包括法定福利（如社保、公积金等）、岗位福利（如通讯费、交通费补贴等）和其他福利（如健康体检、生日福利等）等方面。

经股东大会审议通过，独立董事在公司领取津贴，独立董事津贴由公司参照资本市场中独立董事津贴的一般水平予以确定。发行人独立董事津贴为税前 5 万元/年。

2、薪酬的确定原则与依据

公司在制定薪酬标准及福利制度时，积极参考行业水平、当地平均水平并结合公司实际经营状况，以提升公司在人才市场的核心竞争力为首要目标，整体主要遵循公平性、适当性、全面考核原则，尽力保证员工薪酬能全面反映相关员工对公司的实际贡献。

（二）最近三年的薪酬总额及占公司利润总额的比重情况

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员从公司及其子公

司领取的薪酬总额及其占公司利润总额的比重情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬总额	137.49	327.39	259.65	213.07
公司利润总额	4,261.51	9,396.02	5,739.90	6,411.52
占比	3.23%	3.48%	4.52%	3.32%

(三) 最近一年从公司及其关联企业领取薪酬的情况

公司现任董事、监事、高级管理人员及其他核心人员 2019 年度从公司及其子公司，以及其关联企业领取薪酬情况如下表所示：

单位：万元

姓名	职务	2019年度薪酬	是否在关联企业领薪	备注
张国标	董事长	-	富春控股	未在公司领薪
张樟生	董事	-	富春控股	未在公司领薪
张新程	董事	-	富春控股	未在公司领薪
姚宇	董事	-	否	未在公司领薪
夏乾良	董事、总经理	73.17	否	-
汪永建	董事、副总经理、董事会秘书	65.01	否	-
李元旭	独立董事	5.00	否	-
陈英骅	独立董事	5.00	否	-
余景选	独立董事	5.00	否	-
丁成红	监事会主席	-	张小泉集团	未在公司领薪
吴晓明	职工监事、其他核心人员	16.86	否	-
李迪昇	监事	-	否	未在公司领薪
甘述林	副总经理	36.12	否	-
王现余	财务总监	34.61	否	-
郭洪涛	其他核心人员	23.83	否	-
唐浙滨	其他核心人员	30.48	否	-

注 1：张新夏于 2019 年 12 月辞去公司董事、副总经理职务，其 2019 年 1-12 月薪酬总计 32.3 万元，该部分薪酬计入 2019 年董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬总额。

注 2：2020 年 12 月 15 日，董事白涛因个人原因，辞去董事职务。2020 年 12 月 18 日，发行人召开 2020 年第三次临时股东大会，选举姚宇为公司新任董事。白涛 2019 年度未从公司领取薪酬。

除薪资、福利、津贴外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员未

在公司享受其他待遇或退休金计划。

十六、发行人本次公开发行申报前已经制定或实施的股权激励及相关安排

2017年，公司通过嵘泉投资与臻泉投资搭建了员工持股平台，嵘泉投资与臻泉投资系员工直接持股平台，不存在上市后的行权安排。

（一）持股平台相关情况

1、嵘泉投资

（1）基本信息

企业名称	杭州嵘泉投资合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91330110MA2AY64C58
执行事务合伙人	张樟生
注册地	浙江省杭州市余杭区崇贤街道运河路5-2号6幢1层101-04室
合伙企业类型	有限合伙企业
经营范围	实业投资、项目投资、资产管理、投资管理、投资咨询（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
成立时间	2017年11月15日

（2）主营业务情况

嵘泉投资系员工持股平台，除持有张小泉股份12.96%股份外，未开展实际经营业务，自设立以来主营业务未发生重大变化。

（3）出资结构情况

截至本招股说明书签署日，嵘泉投资合伙人构成情况如下：

序号	合伙人姓名	出资金额 (万元)	出资比例	在发行人任职情况/其他 任职或身份情况
1	张樟生 (执行事务合伙人)	90.00	0.99%	董事
2	张新程	4,461.72	49.04%	董事
3	夏乾良	960.00	10.55%	董事、总经理
4	汪永建	840.00	9.23%	董事、副总经理、董事会 秘书
5	丁成红	531.72	5.84%	监事、张小泉集团总经理

序号	合伙人姓名	出资金额 (万元)	出资比例	在发行人任职情况/其他 任职或身份情况
6	甘述林	360.00	3.96%	副总经理
7	王现余	300.00	3.30%	财务总监
8	周丽	156.00	1.71%	电商渠道部总监
9	王国华	126.00	1.39%	技术研发中心 KA 渠道杂 件产品开发总监
10	黄星明	108.00	1.19%	个护事业部总监
11	平燕娜	108.00	1.19%	证券投资部经理
12	言利军	96.00	1.06%	流通渠道部总监
13	胡宁	90.00	0.99%	零售渠道部副总监
14	吴晓明	60.00	0.66%	技术研发中心总监
15	杜海彦	54.00	0.59%	实验室主任
16	夹凤霞	54.00	0.59%	财务部经理
17	华兰娟	39.00	0.43%	综合管理部经理
18	丁小霞	39.00	0.43%	计划保障部经理
19	赵达生	39.00	0.43%	仓储物流部经理
20	裘慧	39.00	0.43%	东洲基地生产管理部经理
21	李峰	30.00	0.33%	原技术研发部工艺技术工 程师
22	朱耀明	30.00	0.33%	计划保障部包装车间主任
23	蒋勇	30.00	0.33%	电商渠道部运营一部经理
24	刘原池	30.00	0.33%	电商渠道部运营二部经理
25	沈高楠	30.00	0.33%	电商渠道部运营三部经理
26	林建荣	30.00	0.33%	采购部经理
27	陈标	30.00	0.33%	张小泉集团行政经理
28	赵国明	18.00	0.20%	技术研发部热处理工程师
29	刘光阳	18.00	0.20%	营销中心营销管理部经理
30	徐漪	18.00	0.20%	综合管理部人事经理
31	周俊	18.00	0.20%	流通渠道部营销一部经理
32	陈伏勤	18.00	0.20%	流通渠道部业务经理
33	娄高峰	18.00	0.20%	流通渠道部营销二部经理
34	张科	18.00	0.20%	园林工具事业部总监
35	鲍静	18.00	0.20%	流通渠道部业务经理
36	张福光	18.00	0.20%	技术研发中心厨具产品研 发业务经理

序号	合伙人姓名	出资金额 (万元)	出资比例	在发行人任职情况/其他 任职或身份情况
37	陈珺	18.00	0.20%	财务部经理
38	葛惠华	18.00	0.20%	零售渠道部门店店长
39	张琴	18.00	0.20%	零售渠道部门店店长
40	张鑫鑫	18.00	0.20%	零售渠道部门店店长
41	周欣怡	15.00	0.16%	原东洲基地磨削车间主任 子女
42	周真宇	15.00	0.16%	原东洲基地磨削车间主任 子女
43	张倩	12.00	0.13%	原综合管理部行政经理
44	诸立萍	12.00	0.13%	原技术研发部工程师
45	谢挺	12.00	0.13%	综合管理部人事行政经理
46	陆琴琴	12.00	0.13%	财务部经理
47	金君	12.00	0.13%	零售渠道部运营经理
48	王艳	12.00	0.13%	综合管理部副经理
合计		9,097.44	100%	

注：原有平台合伙人周彦奇过世，根据合伙协议由周彦奇子女周欣怡、周真宇继承其平台出资额，相关继承手续已履行完毕且不存在代持的情况。

嵘泉投资合伙人丁成红和陈标系张小泉集团的管理人员，均在张小泉集团工作多年，对张小泉集团有一定贡献，且丁成红作为张小泉集团原自然人股东持有张小泉集团股权，为进一步优化张小泉集团的股权结构，丁成红和陈标作为嵘泉投资的合伙人入股持股平台。

2、臻泉投资

(1) 基本信息

企业名称	杭州臻泉投资合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91330110MA2AY5PN6A
执行事务合伙人	沈灵蓉
注册地	浙江省杭州市余杭区崇贤街道运河路5-2号6幢1层108-02室
合伙企业类型	有限合伙企业
经营范围	实业投资、项目投资、资产管理、投资管理、投资咨询（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
成立时间	2017年11月15日

(2) 主营业务情况

臻泉投资系员工持股平台，除持有张小泉股份 0.84% 股份外，未开展实际经营业务，自设立以来主营业务未发生重大变化。

(3) 出资结构情况

截至本招股说明书签署日，臻泉投资合伙人构成情况如下：

序号	合伙人姓名	出资金额 (万元)	出资比例	在发行人任职情况/其他 任职或身份情况
1	沈灵蓉 (执行事务合伙人)	4.8	0.81%	采购部职能经理
2	张新程	271.08	45.75%	董事
3	程卫忠	116.76	19.70%	张小泉集团原自然人股 东
4	包学成	58.74	9.91%	张小泉集团工会原持股 会员
5	葛云标	22.14	3.74%	张小泉集团工会原持股 会员
6	袁国英	16.32	2.75%	张小泉集团工会原持股 会员
7	钟爱芳	15.48	2.61%	张小泉集团财务部出纳、 张小泉集团工会原持股 会员
8	王小孝	9.6	1.62%	东洲基地注塑车间主任
9	杨华兴	4.8	0.81%	东洲基地设备主管
10	严春建	4.8	0.81%	东洲基地试制工程师
11	邵永安	4.8	0.81%	东洲基地磨削车间副主 任
12	马国平	4.8	0.81%	东洲基地热处理工段长
13	求月忠	4.8	0.81%	东洲基地总装车间高级 技术工
14	刘上剑	4.8	0.81%	东洲基地磨削车间工段 长
15	甘松林	4.8	0.81%	采购部采购专员
16	郑建华	4.8	0.81%	品管部品控专员
17	沈立霞	4.8	0.81%	产品研发部产品经理
18	夏明玉	4.8	0.81%	东洲基地总装车间工段 长
19	徐爱儿	4.8	0.81%	仓储物流部仓储经理
20	葛赛男	4.8	0.81%	证券投资部法务经理
21	袁凌云	4.8	0.81%	财务部总账会计

序号	合伙人姓名	出资金额 (万元)	出资比例	在发行人任职情况/其他 任职或身份情况
22	徐惠琴	4.8	0.81%	财务部财务主管
23	詹佳嘉	4.8	0.81%	原电商渠道部运营主管
24	魏淑婷	4.8	0.81%	电商渠道部客服经理
25	封惠珍	0.84	0.14%	张小泉集团工会原持股 会员
合计		592.56	100.00%	

臻泉投资合伙人包学成、封惠珍、袁国英、钟爱芳、葛云标系原张小泉集团职工持股会成员，为优化张小泉集团的股权结构，清理职工持股会，上述五人退出职工持股会，作为臻泉投资的合伙人入股持股平台。程卫忠原作为张小泉集团的自然人股东持有张小泉集团股权，为进一步清理和优化张小泉集团的股权，程卫忠作为臻泉投资的合伙人入股持股平台。

(二) 股权激励对公司经营状况、财务状况、控制权变化等的影响

公司的股权激励安排有助于充分调动员工积极性和创造性，从而促进公司的良性发展，整体而言有利于公司的经营及发展。

嵘泉投资与臻泉投资系主要由公司员工组成的合伙企业，2017 年增资入股价格与外部投资者入股价格一致，不涉及股份支付相关费用确认。

持股平台的设立不会影响公司控制权的稳定性。

十七、发行人员工情况

(一) 员工人数及其变化情况

截至 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日及 2020 年 6 月 30 日，公司及下属子公司共拥有正式员工 558 人、597 人、654 人及 693 人。

(二) 员工专业结构情况

截至 2020 年 6 月 30 日，公司员工专业构成如下：

专业结构	人数	比例
生产人员	252	36.36%
销售人员	170	24.53%

专业结构	人数	比例
采购人员	10	1.44%
研发人员	97	14.00%
行政人员	158	22.80%
基建人员	6	0.87%
合计	693	100.00%

（三）公司为员工办理社会保险和住房公积金的情况

报告期内，公司为员工缴纳社保和住房公积金基本情况如下：

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	员工人数(人)	缴纳人数(人)	员工人数(人)	缴纳人数(人)	员工人数(人)	缴纳人数(人)	员工人数(人)	缴纳人数(人)
养老保险	693	675	654	638	588	568	563	537
医疗保险	693	675	654	638	588	568	563	537
工伤保险	693	675	654	638	588	568	563	537
生育保险	693	675	654	638	588	568	563	537
失业保险	693	675	654	638	588	568	563	537
住房公积金	693	675	654	638	588	560	563	529

注：其中养老保险及医疗保险不含新型农村合作医疗保险

截至2020年6月30日，公司及其子公司共有693名员工，公司为其中675名员工缴纳了社会保险费及住房公积金，公司为员工缴纳社保和住房公积金的实缴人数与公司员工总人数的差异原因系退休返聘及月末入职未缴纳所致。

（四）公司社保及公积金缴纳的合规性

根据公司及其子公司所在地社会保险、住房公积金管理部门出具的证明，公司及其子公司报告期内不存在任何欠缴社会保险的情形，也未因违反法律法规受到社会保险和住房公积金方面的行政处罚。

（五）相关承诺

公司控股股东及实际控制人对公司及其子公司社保公积金缴纳情况作出相关承诺，内容详见“第十节 投资者保护”之“五、相关承诺事项”之“（八）关于社保及公积金缴纳的承诺”。

第六节 业务与技术

一、发行人主营业务及主要产品情况

(一) 发行人主营业务、主要服务及产品的基本情况

1、发行人主营业务概况

公司是一家集设计、研发、生产、销售和服务于一体的现代生活五金用品制造企业。公司的主要产品包括剪具、刀具、套刀剪组合和其他生活家居用品。

经过多年的发展，公司的生产规模、产品创新、质量管理、品牌影响力不断提升。“张小泉”被商务部认定为第一批中华老字号，张小泉产品标识被国家工商总局认定为我国刀剪行业驰名商标。截至本招股说明书签署日，公司已获得专利 128 项，其中发明专利 2 项，实用新型专利 38 项，外观设计专利 88 项。近年来，“张小泉”品牌在国内外的知名度不断提高，产品已销往全国各地及东南亚、欧美等国家及地区。

2、主要产品的的基本情况

根据用途及功能的不同，公司产品可分为四类，包括剪具、刀具、套刀剪组合及其他生活家居用品。具体如下：

产品类别	简介	产品小类	用途与功能	典型产品图例
剪具	用于家庭、工业使用的手动剪切工具	家庭用剪	用于家庭日常使用的剪刀	
		厨房用剪	用于厨房剪切使用的剪刀	
		服装用剪	用于剪切布料、细线等的剪刀	
		工业用剪	除服装用剪外工业用的剪刀	
刀具	满足厨房、家庭日常切削使	家用厨刀	用于家庭厨房切削使用的刀具（砍刀、切片刀、多用刀等）	
		水果刀	用于家庭切削蔬菜、水	

产品类别	简介	产品小类	用途与功能	典型产品图例
	用的工具		果使用的刀具（小厨刀、水果刀、折叠刀、刨刀等）	
		厨师用刀	满足厨师日常切削使用的刀具（司工刀、屠宰刀、刮皮刀等）	
套刀剪组合	满足厨房、家庭日常切削使用的工具	刀剪套装	满足家庭厨房切削、剪切使用的套装刀具、套装剪具及组合刀剪	
其他生活家居用品	除刀、剪外的其他生活日用五金用品	个护用品	用于个人美容护理使用的工具，包括指甲剪、美容包、美发剪等	
		厨具	用于家庭烹饪、进餐、加工等使用的厨房用具（锅、碗、盘、碟、水杯、筷子、饭勺等）	
		其他杂件	家庭日常使用的非切削、剪切类的生活家居用品（汤婆子等）	

3、主营业务收入的构成

按产品内容的不同，公司主营业务收入可分为剪具、刀具、套刀剪组合和其他生活家居用品，具体构成情况如下：

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
剪具	7,958.08	31.98%	15,017.07	31.31%	13,306.78	33.01%	11,420.85	34.04%
刀具	6,548.43	26.32%	11,220.41	23.40%	8,803.22	21.84%	6,694.98	19.95%
套刀剪组合	6,002.92	24.13%	13,884.99	28.95%	13,250.53	32.87%	11,815.65	35.21%
其他生活家居用品	4,371.40	17.57%	7,833.47	16.33%	4,952.95	12.29%	3,624.21	10.80%
合计	24,880.83	100.00%	47,955.93	100.00%	40,313.47	100.00%	33,555.68	100.00%

(二) 发行人主要经营模式

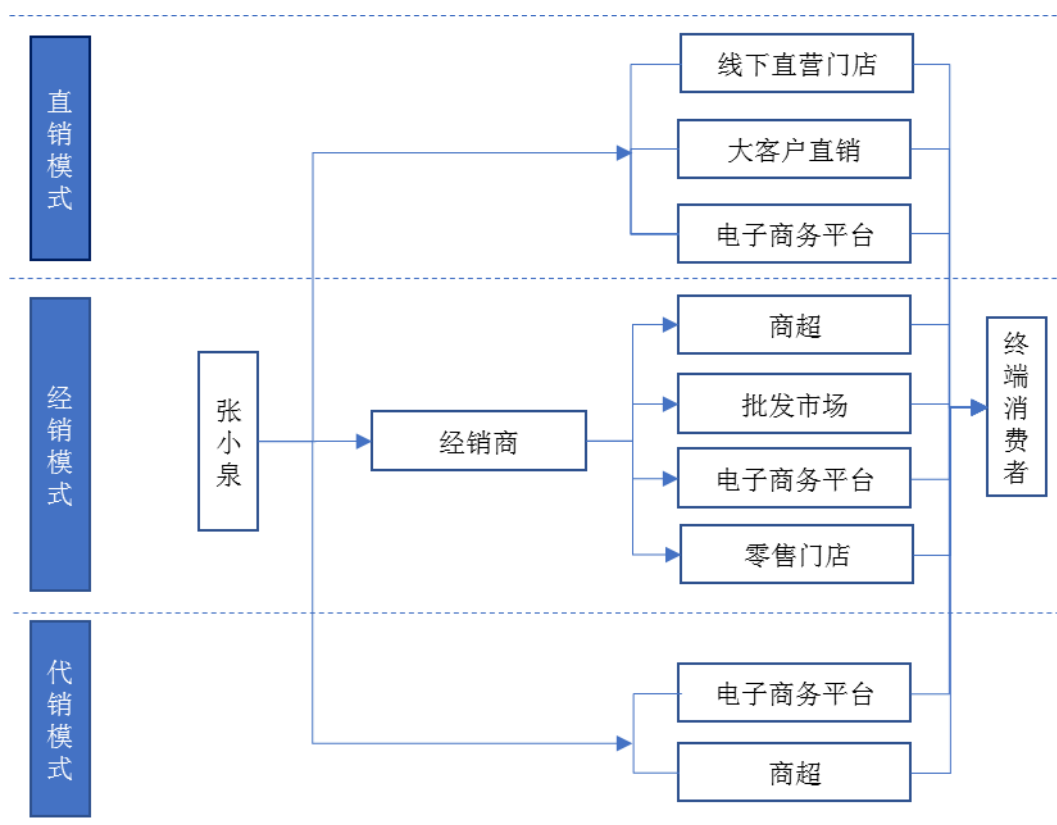
公司主要从事剪具、刀具、套刀剪组合及其他生活家居用品的生产销售，主

要经营模式如下所述：

1、销售模式

报告期内，公司的销售模式为经销为主、直销和代销为辅。经销模式指公司通过经销商向下游销售，发行人的经销商采取传统渠道及其他网络渠道进行销售，公司通过与优质经销商合作，已深入全国众多商超、批发市场、电子商务平台及零售门店；直销模式主要包括线下直营门店、大客户直销以及“张小泉天猫官方旗舰店”为代表的电子商务平台；代销模式指公司通过电子商务代销平台及部分商超开展代销业务。

公司的销售体系如下图所示：



(1) 公司不同销售模式及具体情况

报告期内，公司不同销售模式及具体情况如表所示：

模式	主要客户代表	协议具体条款区分依据	是否为买断式销售	风险与报酬转移时点
线上经销	北京京东世纪贸易有限公司（京东自营）	交货验收：公司负责将订单列明的产品，按照约定的时间送达；产品所有权自京东平台验收入库后转移至北京京东世纪贸易有限公司；产品在交付京东	是	产品交付经销商并签收

模式	主要客户代表	协议具体条款区分依据	是否为买断式销售	风险与报酬转移时点
		平台验收入库前的一切费用及风险责任由公司承担。 退货：公司接受北京京东世纪贸易有限公司库存过剩或滞销品、残次品、质量问题产品及“冷静期”退货（冷静期退货指：客户收到产品之日起七日内产生的无理由退货）。		
线上直销	张小泉天猫官方旗舰店	公终端消费者通过线上平台直接向公司下单，产品所有权自买家收到产品且确认收货后转移，公司接受三包期内性能故障退换货及七天无理由退换货。	是	交付终端消费者并确认收货
线上代销	浙江天猫供应链管理有限(天猫超市)/北京京东世纪贸易有限公司(京东FBP)	公司调拨产品至代销客户仓库，买家下单并支付成功时，代销客户依据买家订单中的商品数量等信息与公司达成订单，基于双方代销的合作模式，商品所有权自买家下单并成功支付货款后方转移至平台，买家订单成功支付前其不动销、毁损、灭失等法律风险仍由公司自担。公司与代销商结算并开具发票，代销商负责终端售后服务。 退货：天猫超市退货条款：公司商品经买家下单后，如买家发起退货退款的，天猫超市需为买家办理退货退款，并对买家退货商品做二次上架处理，买家退货商品如不符合二次上架标准的，公司均同意退货处理。 京东FBP退货条款：京东FBP负责向公司提供用户退货服务，包括京东“JD.COM”网站客服处理退货订单、收取用户退货并将退货配送至公司、负责代表公司向用户退款、向用户反馈退货处理信息等相关事项。	否	平台交付终端客户并确认收货
线下经销	义乌市孙茂福五金商行	公司将产品交付经销商时，经销商授权签收人在公司出库单上签字或盖收货专用章进行收货确认；公司将产品送交经销商时，经销商应立即进行验收，如当场发现有瑕疵产品或送错单产品时应在三个工作日内书面或者电子邮件通知公司，否则视为所交付产品符合约定。 退换货：无退货约定；质保期内质量问题可以换货，不受换货额度限制；换货金额（不含质量问题）≤上一年度发货总额1%或2%。	是	产品交付经销商并签收
线下直销	直营门店消费者/宁波方太营销有限公司	直营门店消费者：公司将产品交付客户时，与商品有关的风险与报酬也随之转移。顾客购买商品后，凭发票7日内可在上海两家店铺办理无理由退货。退货	是	产品交付直营门店消费者；产品交付方太公司

模式	主要客户代表	协议具体条款区分依据	是否为买断式销售	风险与报酬转移时点
		商品要求包装无破损、产品无损伤，不影响二次销售，退货后发票收回。 方太公司：除双方另有约定外，公司均应采用送货上门方式将货物运至方太公司指定地点并承担货物交付并取得送货签收单据前的一切费用及货物灭失损毁风险，公司交付日期以方太公司收货入库日期为准。 退换货：除客户未按随附文档说明、指引、要求使用外，免费保修、包换；免费提供一定的产品配件、包装配件；为最终消费者提供免费维修；产品质量问题免费维修更换。		指定的地点并签收
线下代销	永辉超市、山东潍坊百货集团股份有限公司中百配送中心、福兴祥物流集团有限公司	订货：永辉超市根据公司提供商品的销售情况不定期的通过书面订单、电子邮件或其“供零在线”系统向公司订货。永辉超市门店、仓库“收货口”对商品验收仅是初步的，并不就此免除公司应承担的产品质量责任。 退货：永辉超市不定期地通过书面通知、电子邮件、自动传真或临时紧急传真、或通过其“供零在线”系统向公司提出退货或换货要求，除约定不能退换商品外，公司确认永辉超市享有无条件退货的权利。	否	代销商交付终端客户

(2) 不同模式下未完成销售任务或终止合作时剩余产品的风险承担的具体约定

报告期内，公司各销售模式在未完成销售任务或终止合作时剩余产品的风险承担的具体约定如下表所示：

类型	主要代表客户	未完成销售任务或终止合作时剩余产品的风险承担的具体约定
线上经销	京东世纪贸易有限公司(京东自营)	公司与京东自营不存在销售任务约定；双方停止合作或不不论何种原因发生的退换货，公司应在出现该情形或收到相关通知之日起 12 日内（包含出现该情形或收到通知的当日），对产品进行相应处理。否则，视为公司自动放弃产品所有权，如产品丢失、毁损等，京东世纪贸易有限公司对此不承担任何责任，如公司就该产品应向京东世纪贸易有限公司退款或赔偿的，该义务仍应继续履行。公司接受京东自营库存过剩或滞销品、残次品、质量问题产品及“冷静期”退货（冷静期退货指：客户收到产品之日起七日内产生的无理由退货）；公司目前和京东自营合作良好，未来将继续保持合作关系

类型	主要代表客户	未完成销售任务或终止合作时剩余产品的风险承担的具体约定
线下经销	上海聚建网络科技有限公司	根据经销商框架合同,若经销商未完成某一期间的销售目标任务,则该经销商无法按照合同的约定享受相应的返利政策。由于公司与经销商签订的经销商框架合同为买断式经销合同,对于已发货签收的产品的风险由经销商承担。经销商框架合同已经明确约定了换货的条件。公司与经销商未约定终止合作时剩余产品的风险承担事项,报告期内,终止合作的经销商其剩余产品由其自行处理,与公司无关
线上直销	张小泉官方旗舰店	公司接受三包期内性能故障退换货及七天无理由退换货
线下直销	直营门店零售客户	公司接受三包期内性能故障退换货
	宁波方太营销有限公司	公司与直销大客户不存在销售任务约定;由于公司与直销大客户签订的框架合同为买断式合同,客户签收确认收货后产品风险由客户承担;公司与直销大客户明确约定了退换货事项,未约定终止合作时剩余风险承担事项,公司目前与直销大客户合作关系良好
线上代销	浙江天猫供应链管理有限公司(天猫超市)	无论何种原因导致本协议终止,公司应当在本协议终止后七个工作日内将已入 CDC 仓库货品运离 CDC 仓库,协议终止后至货品运离 CDC 仓库期间的服务费用,参照协议具体服务项目报价表计算并由公司支付;逾期天猫超市、菜鸟及菜鸟安排的具体服务商将不承担滞留货品的保管责任,货品灭失风险由公司承担,因此而给天猫超市及菜鸟造成损失的,公司应向天猫超市及菜鸟承担经济损失赔偿责任
	北京京东世纪贸易有限公司(京东 FBP)	自协议终止之日起三十日内,双方进行退场清算,包括但不限于财务对账及在途货物的处理。在途货物指双方合作终止前,客户已购买但尚未交付的商品,对于此类商品,公司仍应按照合作终止前的流程交付并结算
线下代销	永辉超市	永辉超市不定期地通过书面通知、电子邮件、自动传真或临时紧急传真、或通过公司的“供零在线”系统向公司提出退货或换货要求,除约定不能退换商品外,公司确认永辉超市享有无条件退货的权利。(不管是在合同履行期间还是双方因故解除或终止合同)。由于公司与代销商签订的合同为非买断式代销合同,对于未完成销售任务的剩余产品的风险由公司承担
	山东潍坊百货集团股份有限公司中百配送中心	公司接受代销客户下列未售出产品的退货:经营中出现的原箱短少,已过保质期商品,破损,残次品,临近保质期商品,滞销品。由于公司与代销商签订的合同为非买断式代销合同,对于未完成销售任务的剩余产品的风险由公司承担

(3) 计算机系统相关情况

① 管易 OMS 系统

A. 系统的管理模式、管理内容,该信息系统与财务核算系统的关系

a. 管易 OMS 系统管理模式

公司 2014 年 6 月至 2019 年 1 月之间使用管易 OMS 系统对店铺和商品等基础数据以及订单审核等业务进行管理,其相关的业务服务器和数据库服务器均部署于阿里云聚石塔中,公司与供应商签订合作及保密协议(2014-2017 年公司与网赢如意仓签订协议,由网赢如意仓与管易云计算软件有限公司签订合作协议,2018 年由张小泉实业与管易云签订合作协议),日常运维管理由供应商进行,张小泉具有完整的系统使用权和数据所有权。

b. 管理内容

张小泉 2014 年 6 月至 2019 年 1 月间使用管易 OMS 系统进行电商业务的开展,对线上直销业务的订单、发货等进行管理,所管理信息包括:网上订单号、商品数量、价格、销售渠道、买家信息、物流发货、出库等记录。

公司应用管易 OMS 系统通过数据接口同步获取天猫、京东等电商平台买家支付成功的订单数据,经系统自动审核或人工审核后传输至网赢 HWMS 系统。HWMS 系统处理订单发货流程后,将订单发货信息回传至 OMS 系统,OMS 系统最终将订单发货信息上传各电商平台。

c. 与财务系统的对接关系

报告期内,公司定期由管易 OMS 系统生成报表,由财务及业务部门根据订单信息及发货信息进行整理计算并核对无误后录入财务系统核算模块。财务部门定期安排与销售部门进行账务核对,以确保管易 OMS 系统和财务系统数据的一致性。

B. 系统控制环节

a. 组织与管理控制:权责的划分和职能的分离有效。

b. 操作控制:管易 OMS 系统采用授权用户和权限分配的方式登陆系统,公司业务人员、财务人员,按角色进入系统并实施操作,操作行为符合角色要求,操作内容不允许更改业务数据,操作记录可以存档并审计,公司的操作人员不具备系统管理员权限;

c. 系统安全控制:公司制订有《信息技术部管理标准》《信息技术部工作标

准》《信息技术部操作标准》和《IT 系统安全应急预案》等制度；管易 OMS 系统部署在阿里聚石塔服务器上，该数据服务器能够提供较为安全的运行环境；系统配置、变更由信息技术部根据公司相关制度，通过内部控制流程进行规范管理；

d. 系统数据在阿里聚石塔服务器中，有数据备份策略，提供数据完整性保障及从库服务。

② 网赢 HWMS 系统

A. 系统的管理模式、管理内容，该信息系统与财务核算系统的关系

a. 网赢 HWMS 系统管理模式

公司 2016 年 11 月至 2019 年 1 月间使用网赢 HWMS 系统对商品的仓储及订单发货情况进行管理，其相关的业务服务器和数据库服务器均部署于网赢数据服务器中，公司与供应商网赢如意仓供应链有限公司签订合作及保密协议，日常运维管理由供应商进行，张小泉具有完整的系统使用权和数据所有权。

b. 管理内容

张小泉 2016 年 11 月至 2019 年 1 月间使用网赢 HWMS 系统进行电商业务的开展，对线上直销业务订单的商品仓储、发货等进行管理，所管理信息包括：网商品仓储情况、物流信息、发货数据等记录。

公司应用通过管易 OMS 数据接口同步获取天猫、京东等电商平台买家支付成功的订单数据，经系统自动审核或人工审核后传输至 HWMS 系统。HWMS 系统处理订单发货流程后，将订单发货信息回传至 OMS 系统，OMS 系统最终将订单发货信息上传各电商平台。

c. 与财务系统的对接关系

报告期内，公司定期由网赢 HWMS 系统生成产品仓储数据及产品发货情况表，由财务部门与公司财务系统的发货、仓储情况等记录进行核对无误后录入财务系统核算模块。财务部门定期安排与仓储及销售部门进行账务核对，以确保网赢 HWMS 系统和财务系统数据的一致性。

B. 系统控制环节

a. 组织与管理控制：权责的划分和职能的分离有效。

b. 操作控制：网赢 HWMS 系统采用授权用户和权限分配的方式登陆系统，公司业务人员、财务人员，按角色进入系统并实施操作，操作行为符合角色要求，操作内容不允许更改业务数据，操作记录可以存档并审计，公司的操作人员不具备系统管理员权限；

c. 系统安全控制：公司制订有《信息技术部管理标准》《信息技术部工作标准》《信息技术部操作标准》和《IT 系统安全应急预案》等制度；网赢 HWMS 系统部署在网赢数据服务器中，网赢服务能够提供较为安全的运行环境；系统配置、变更由信息技术部根据公司相关制度，通过内部控制流程进行规范管理；

d. 系统数据在网赢数据服务器中，有数据备份策略，提供数据完整性保障。

③ 旺店通系统

A. 系统的管理模式、管理内容及流程，该信息系统与财务核算系统的关系

a. 旺店通系统管理模式

目前，公司在用的与在线销售业务相关的业务系统为旺店通系统，其相关的业务服务器和数据库服务器均部署于阿里云聚石塔中，公司于供应商北京掌上先机网络科技有限公司签订合作及保密协议，日常运维管理由供应商进行，张小泉具有完整的系统使用权和数据所有权。

b. 管理内容

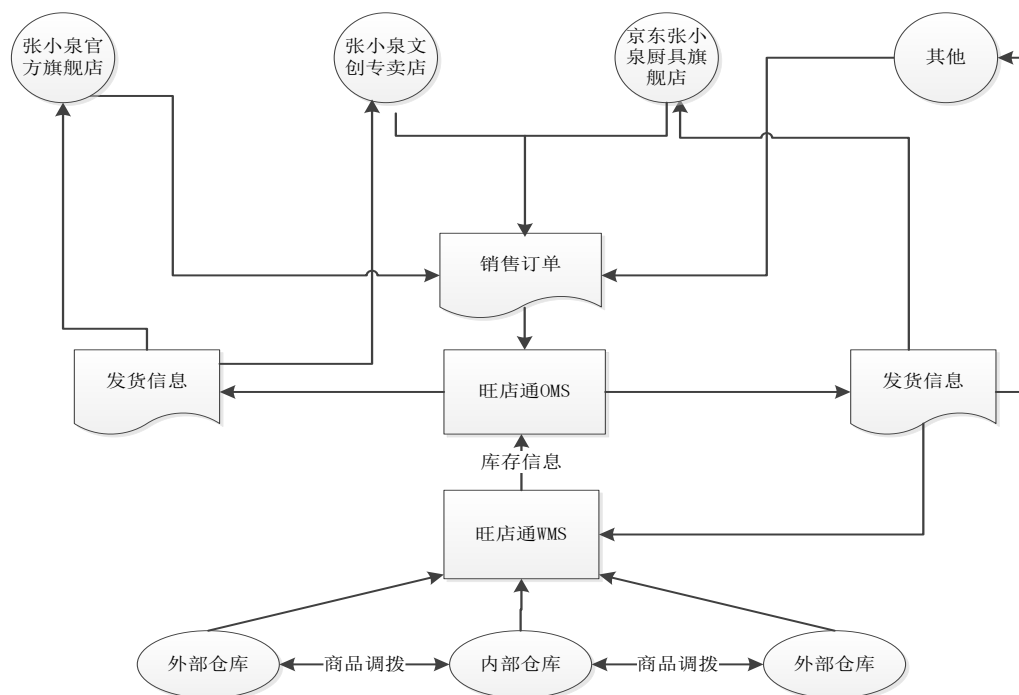
张小泉使用旺店通系统进行电商业务的开展，对线上直销业务订单的订单、发货、回款、退货等进行管理，所管理信息包括：网上订单号、商品数量、价格、销售渠道、买家信息、物流发货、出库等记录。

公司应用旺店通 OMS 系统通过数据接口同步获取天猫、京东等电商平台买家支付成功的订单数据，经系统自动审核或人工审核后传输至 WMS 系统。WMS 系统处理订单发货流程后，将订单发货信息回传至 OMS 系统，OMS 系统最终将订单发货信息上传各电商平台。涉及退货时，买家在电商平台发起退货申请，并将商品退回。仓库在收到客户退回的商品后，OMS 系统会自动生成退换单，客服根据仓库入库信息执行退款操作。涉及换货时，客服会在用户申请换货后通过 OMS 系统建立换货单。仓库收到被换的商品时会关联换货单，修改换货单状态，

最终 OMS 系统重新审核换货单后进行发货，换货一般不涉及订单金额变动。

c. 旺店通系统流程

旺店通系统的整体流程及与电商平台和公司的其他管理信息管理系统的衔接情况如下：



d. 与财务系统的对接关系

报告期内，公司定期由旺店通系统生成报表，由财务部门与公司财务系统的发货、回款等记录进行核对无误后录入财务系统核算模块。财务部门定期安排与销售部门进行账务核对，以确保旺店通系统和财务系统数据的一致性。

B. 系统控制环节

a. 组织与管理控制：权责的划分和职能的分离有效。

b. 操作控制：旺店通系统采用授权用户和权限分配的方式登陆系统，公司业务人员、财务人员，按角色进入系统并实施操作，操作行为符合角色要求，操作内容不允许更改业务数据，操作记录可以存档并审计，公司的操作人员不具备系统管理员权限；

c. 系统安全控制：公司制订有《信息技术部管理标准》《信息技术部工作标

准》《信息技术部操作标准》和《IT 系统安全应急预案》等制度；旺店通系统部署在阿里云聚石塔上，阿里云服务能够提供较为安全的运行环境；系统配置、变更由信息技术部根据公司相关制度，通过内部控制流程进行规范管理；

d. 系统数据在阿里云聚石塔中，有数据备份策略，提供数据完整性保障。

2、采购模式

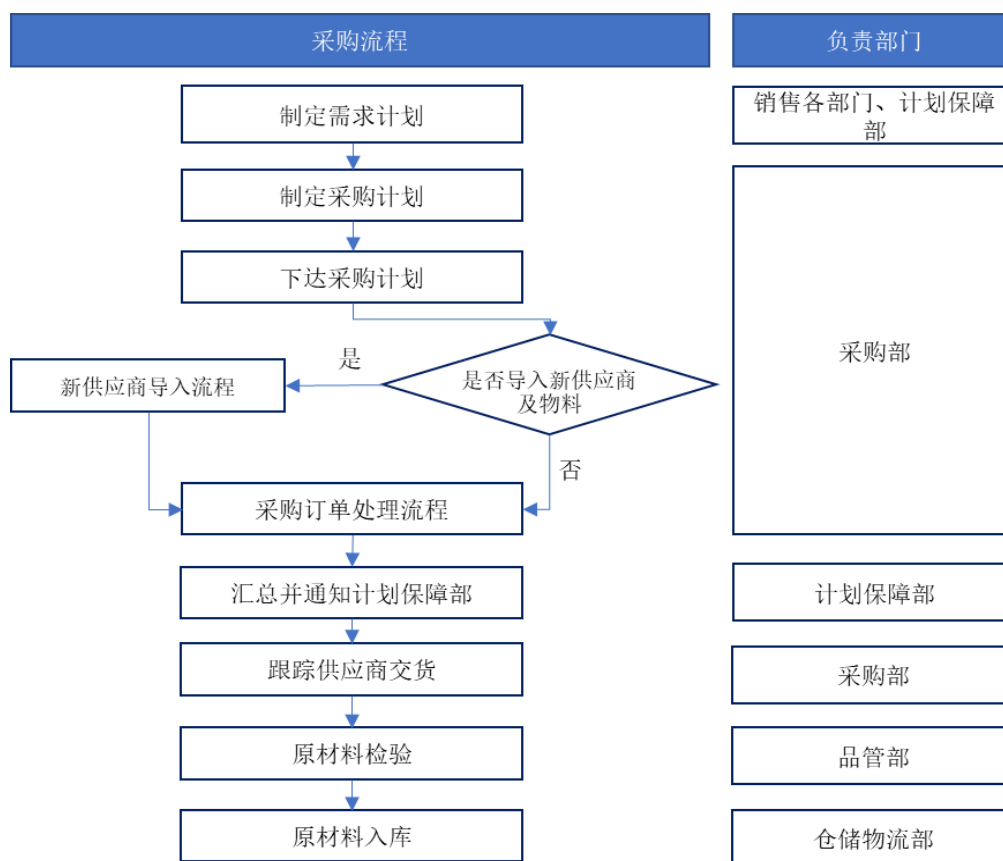
公司采购主要分为原材料采购及外协采购两类。公司已建立严格的供应商管理体系，制定并严格执行《采购管理标准》、《产品质量管理标准》、《产品开发管理标准》等采购相关制度，对公司供应商和采购流程进行管理。

(1) 原材料采购

公司主要采购原材料包括不锈钢板/卷料等钢材,ABS 料、PVC 粒料等塑材,盒子、吸塑、瓦楞纸、大箱、衬板等包装材料,以及刀架/刀座、脚柄、磨刀棒、头柄等其他材料。公司根据产品销售情况制定产品需求计划,根据产品需求计划制定自制产品生产计划以及 OEM 产品采购计划,再根据自制产品采购计划制定原材料采购计划。为保证生产的持续稳定进行,公司依据实际情况设定每种主要采购原材料的最低库存量。

公司在选择供应商时首要条件为满足公司的产品质量及设计要求,同时参考其报价、交货及时性等因素。公司与主要原材料供应商均签订了年度采购框架协议。公司采购的钢材主要来自于江苏、山西等地供应商,公司采购的钢材原料供应稳定;公司采购的 ABS、PVC 等塑胶原料主要来自余姚、上海等地供应商,相关供应商均与公司保持长期稳定的合作关系;公司采购的盒子、瓦楞纸、衬板、吸塑等包装材料时,采用就近原则选用本地的优质供应商;公司采购的刀架/刀座、脚柄、磨刀棒、头柄等其他材料时,需要严格按公司的标准进行定制。

公司采购流程图如下:



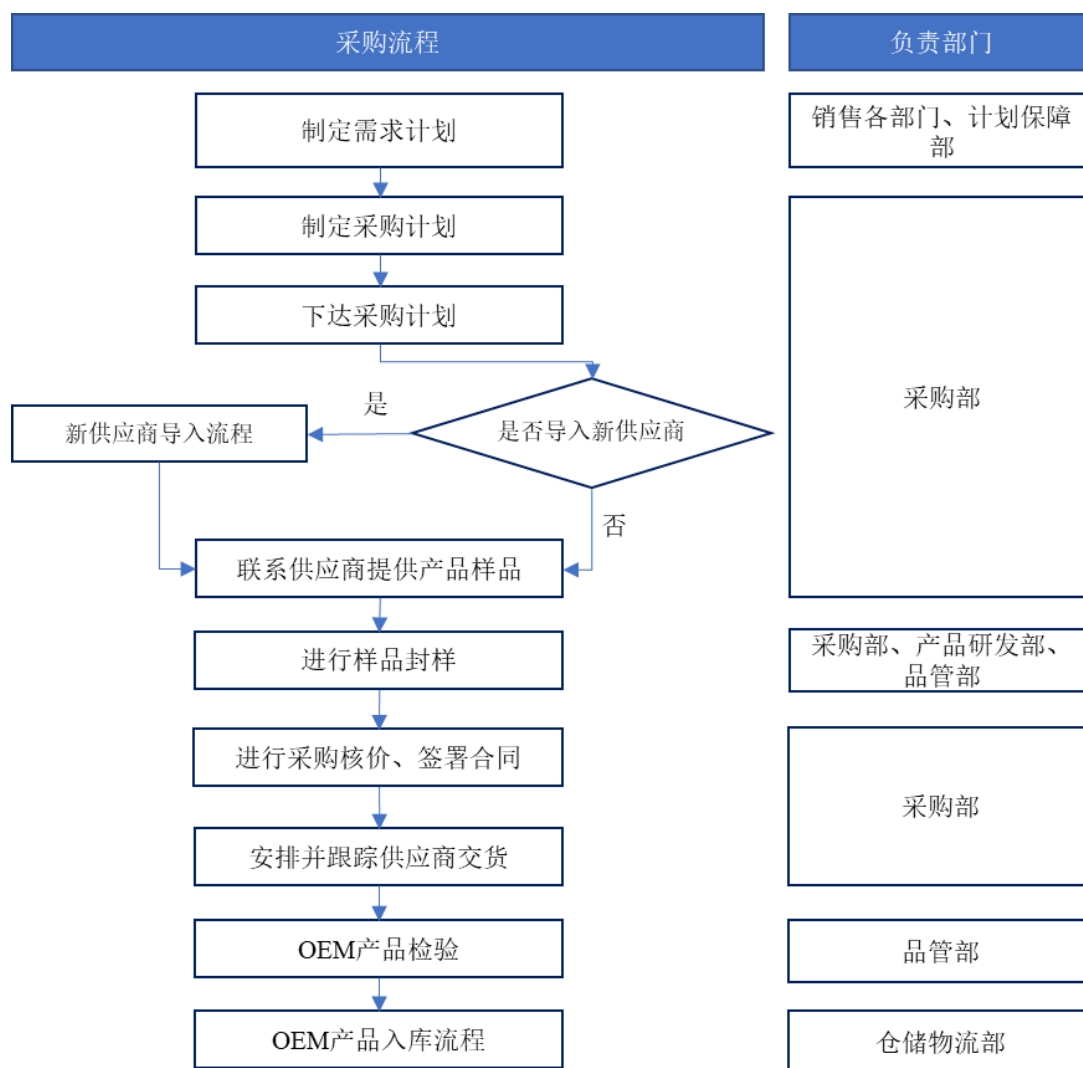
(2) 外协采购

公司外协采购主要分为半成品及成品采购以及外协加工服务采购两种模式。

① 半成品及成品采购

半成品及成品采购主要为按公司技术标准委外生产定制产品。公司已经与主要的 OEM 供应商建立了较为稳定的合作关系。OEM 供应商按照公司在选材、型号、规格的特定要求,根据公司的产品设计导图,向公司供应成品或半成品,公司品管部检验后入库成品仓或半成品仓,半成品由包装车间安排包装。公司在 OEM 产品的要求上有明确的产品技术标准和检验标准,确保该类产品采购的质量。成品及半成品采购所需原材料存在部分由公司提供的情形,包括钢材、刀剪配件等,其他均由供应商自行向第三方进行采购。

半成品及成品采购流程如下:



②外协加工服务

外协加工服务主要系电镀、抛光等非核心环节的加工服务。

电镀加工服务的采购流程如下：采购部订单下达后，外协加工商至公司指定仓库或地点根据加工订单约定数量领料。外协加工商完成电镀等工序后运输至公司，并安排货物的清点及品检，最终公司将合格产品入库并与供应商按照约定的结算方式进行结算。

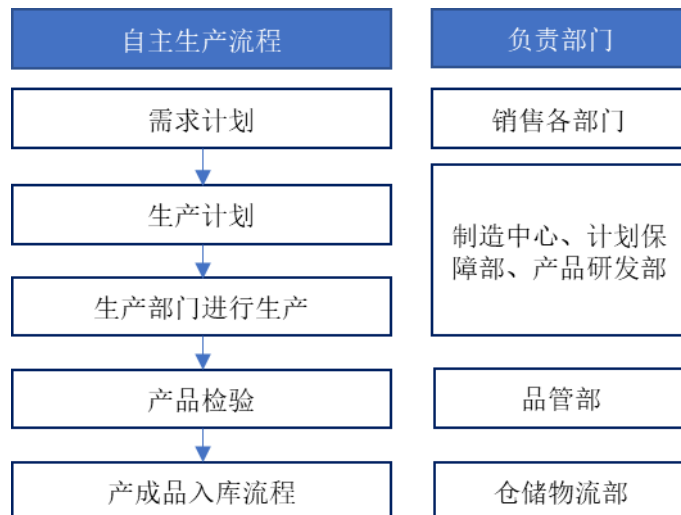
抛光加工服务的采购流程如下：采购部订单下达后，外协加工商在公司的抛光车间根据订单数量执行抛光工序。完成后产品则进入下一工序。

3、生产模式

公司的生产模式分为自主生产模式和 OEM 代工模式两种。

(1) 自主生产模式

公司具有独立自主的生产能力，公司在自主生产制造过程中，不仅获得稳定的利润增值，同时也能不断提高品牌影响力，提高设计、研发、创新带来的附加值。公司自主生产的流程如下：



(2) OEM 代工模式

公司的 OEM 代工模式是指公司委托外部 OEM 厂商进行加工生产的生产模式。

公司对 OEM 产成品实行样品到货检验、产品到货检验等质量控制有着全面且严格的保障措施，对 OEM 厂商生产进行严格的工艺流程控制与产品质量检测，保证公司产品质量的一致性。

OEM 代工模式的具体情况请参见本节“一、发行人主营业务及主要产品情况”之“(二) 发行人主要经营模式”之“2、采购模式”之“(2) 外协采购”。

4、公司采用目前经营模式的原因、影响经营模式的关键因素以及经营模式和影响因素在报告期内的变化情况及未来变化趋势

公司目前采用的经营模式与所处五金用品制造行业的一般商业惯例相符，是公司长期发展中不断探索与完善的，能够满足下游客户要求，符合自身发展及行业特点。

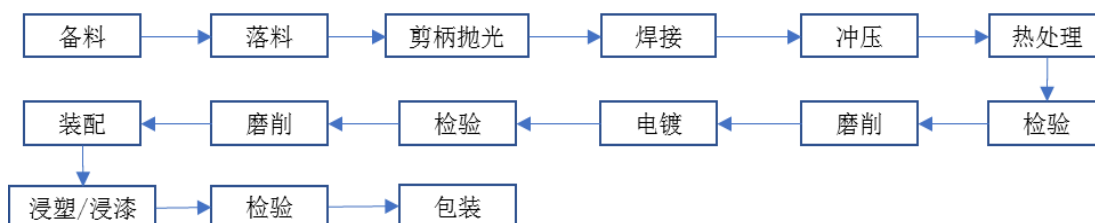
报告期内，公司经营模式的影响因素及公司经营模式未发生重大变化，同时，公司的经营模式在可预见的未来亦不会发生重大变化。

（三）设立以来发行人主营业务、主要产品或服务、主要经营模式的演变情况

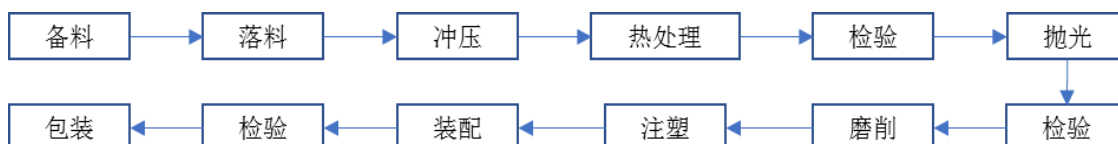
自设立以来，公司一直专注于剪具、刀具、套刀剪组合及其他生活家居用品的生产、销售，公司的主营业务、主要产品及服务、主要经营模式未发生重大变化。

（四）发行人主要产品及工艺流程图

1、公司剪具产品的生产工艺流程图如下图所示：



2、公司刀具产品的生产工艺流程图如下图所示：



（五）环境保护情况

公司主营业务及主要产品，不属于原《上市公司环保核查行业分类管理名录》（环办函[2008]373号）所界定的火电、钢铁、水泥、电解铝、煤炭、冶金、建材、采矿、化工、石化、制药、轻工、纺织、制革等重污染行业。

公司根据实际需要置备了必要的环保设施，环保设施运行状况良好，处理能力均满足排放量的要求，使得生产经营过程中产生的废气、废水、固体废物、噪声得到了合理、有效的控制，具体情况如下：

1、废气

公司的废气主要为工件热处理过程产生的烟尘、注塑过程产生的有机废气、抛光粉尘、工件焊接废气、浸漆过程产生的油漆废气、浸塑废气产生的有机废气等。

（1）热处理烟尘

工件热处理过程产生的烟尘收集后通过低温等离子处理后由15米高排气筒

排放。

（2）注塑废气

注塑过程产生的有机废气后通过光氧+活性炭处理后 15 米高排气筒排放。

（3）抛光粉尘

在物料投料口上方设置集气罩，抛光粉尘废气经布袋除尘器除尘后由 15 米高排气筒排放。

（4）浸漆、浸塑废气

生产过程产生的有机废气收集后通过光氧+活性炭处理后由 15 米高排气筒排放。

（5）工件焊接废气

工件焊接废气产生量较少，车间内逸散，加强车间通风。

2、废水

（1）生产废水

削磨工艺削磨废水经絮凝沉淀后循环使用，不外排；清洗工艺废水经絮凝沉淀处理后回用于削磨工艺，不外排，定期补充。

（2）生活污水

公司生活污水经预处理（食堂废水经隔油处理，浴室及厕所污水经化粪池处理）后，均达到《污水综合排放标准》（GB8978-1996）中的三级标准后进入污水管网，由富阳市城市污水处理厂处理后外排富春江。

3、固废

公司的固废主要为金属下脚料、削磨废水处理污泥、清洗废水处理污泥、油漆桶、机加工产生的废乳化液、废活性炭及员工生活垃圾。

金属下脚料收集后外售给杭州银盾物资材料有限公司、杭州长一废旧物资回收利用有限公司；削磨废水处理污泥、清洗废水处理污泥委托浙江环益资源利用有限公司处置，废乳化液、废油漆桶，废活性炭收集后委托绍兴鑫杰环保科技有限公司处置；生活垃圾委托环卫部门统一清运。

4、噪声

公司的噪声源主要是空压机、车床以及生产中其他设备运行时产生的噪声。

公司通过选用低噪声设备、车间合理布局、安装消声吸收材料、设备定期维护、运行时关闭车间门窗等方式来达到降噪效果。

二、发行人所处行业的基本情况

（一）发行人所属行业

公司是一家集设计、研发、生产、销售和服务于一体的现代生活五金用品制造企业。公司的主要产品包括剪具、刀具、套刀剪组合和其他生活家居用品。根据《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所属行业为“制造业-金属制品业（C33）”。根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司所属行业为“刀剪及类似日用金属工具制造（C3324）”。公司长期从事剪具、刀具、套刀剪组合和其他生活家居用品的生产、销售及服务，自设立以来主营业务未发生重大变化。

（二）行业主管部门、监管体制及相关政策法规

1、行业主管部门

国家工业和信息化部消费品工业司是公司所处细分行业的行政主管部门，承担轻工、纺织、食品、医药、家电等的行业管理工作。国家发展和改革委员会负责综合研究及拟订该行业的发展政策，进行总量平衡，指导该行业的体制改革及宏观调控。国家市场监督管理总局负责该行业技术、质量监管等工作。国家环保部门负责监管企业生产，防止对环境造成污染。

2、行业监管体制

中国五金制品协会为刀剪行业的自律性组织，协会成立于1988年11月，是全国唯一的五金制造商协会，由我国日用五金、工具五金、建筑五金领域的重点企业，地方五金协会商会，科研设计、检验检测、教育培训机构等组成。协会的宗旨是坚持党的基本路线，适应建立社会主义市场经济体制和现代化建设的要求，发挥政府与企业之间的桥梁和纽带作用，维护会员单位的合法权益，热忱为企业和行业服务，协助政府实施行业管理，促进行业的发展。中国五金制品协会的主

要工作是立足于行业发展，积极落实国家产业政策，积极推动行业创新、技术进步、产业升级和产品升级，与有关部门配合，对本行业的产品质量进行调查，开展名牌评审和品牌推进工作，倡导行业健康的竞争环境，推动行业健康、持续、快速的发展。

中国五金制品协会下设工具五金、建筑五金、日用五金、炊具、锁具、燃气具、吸油烟机、厨房设备、不锈钢制品、卫浴、拉链等 11 个产品分会和 1 个市场专业委员会。

3、行业主要法律法规和政策

(1) 行业主要法律法规

公司所处行业的主要法律法规如下：

序号	法律法规	颁布单位	实施时间
1	《中华人民共和国商标法》（2019 年修正）	全国人大	2019 年 11 月
2	《中华人民共和国职业病防治法》（2018 年修正）	全国人大	2018 年 12 月
3	《中华人民共和国产品质量法》（2018 年修正）	全国人大	2018 年 12 月
4	《中华人民共和国节约能源法》（2018 年修正）	全国人大	2018 年 10 月
5	《中华人民共和国标准化法》（2017 年修订）	全国人大	2018 年 1 月
6	《中华人民共和国水法》（2016 年修订）	全国人大	2016 年 7 月
7	《中华人民共和国环境保护法》（2014 年修正）	全国人大	2015 年 1 月
8	《中华人民共和国安全生产法》（2014 年修正）	全国人大	2014 年 12 月
9	《安全生产许可证条例》（2014 年修正）	国务院	2014 年 7 月
10	《中华人民共和国消费者权益保护法》（2013 年修正）	全国人大	2014 年 3 月
11	《中华人民共和国标准化法实施条例》	国务院	1990 年 4 月

(2) 行业发展相关政策

五金制品行业发展相关扶持政策及主要内容如下：

序号	文件名称	主要内容	对公司的影响	发文单位	发布时间
1	《中国制造 2025》	规划提出：要加快轻工、纺织等行业生产设备的智能化改造，提高精准制造、敏捷制造能力；全面推进轻工、印染等传统制造业绿色改造，大力研发推广余热余压回收、水循环利用、重金属污染减量化、有毒有害原料替代、废渣资源化等	规划为公司发展指明了方向——全面提高创新能力、推行绿色制造、产业结构向中高端迈进。	国务院	2015 年 5 月

序号	文件名称	主要内容	对公司的影响	发文单位	发布时间
		绿色工艺技术装备,加快应用清洁高效铸造、锻压、焊接、表面处理、切削等加工工艺,实现绿色生产。支持重点行业、高端产品、关键环节进行技术改造,引导企业采用先进适用技术,优化产品结构,全面提升设计、制造、工艺、管理水平,促进钢铁、石化、工程机械、轻工、纺织等产业向价值链高端发展。			
2	《关于进一步促进产业集群发展的指导意见》	提出产业集群是中小企业发展的重要组织形式和载体,要求加强规划引导,促进产业集群科学发展;提升龙头骨干企业带动作用,强化专业化协作和配套能力;加强区域品牌建设,推动要素聚集和价值提升;提高产业集群信息化水平,建设智慧集群;提升创新能力,增强集群竞争优势;提升公共服务能力,支撑产业集群转型升级;加强指导和政策支持,优化产业集群发展环境。	肯定了公司作为行业龙头骨干企业的带动作用,鼓励了龙头骨干企业与其他中小企业的合作发展。	国家工业和信息化部	2015年7月
3	《“十三五”国家科技创新规划》	提出了“十三五”科技创新的总体目标:国家科技实力和创新能力大幅跃升,创新驱动发展成效显著,国家综合创新能力世界排名进入前15位,迈进创新型国家行列,有力支撑全面建成小康社会目标实现。	为公司走科技创新道路、建设科技型企业奠定基础。	国务院	2016年7月
4	《轻工业发展规划(2016-2020年)》	重点任务中提出:要推进个性化定制,重点在五金制品等行业发展个性化定制、众包设计、云制造等新型制造模式;要开展国际对标,鼓励制定高于国家标准和行业标准的企 业标准;依托检验检测机构,开展我国产品与国外产品实物比 对测试,引导企业改进提升,力争 实物质量接近或达到发达国家水 平;实施精品制造工程,在五金制 品等行业推出一批科技含量高、附 加值高、设计精美、制作精细、性 能优越的精品;推进品牌国际化, 提高五金制品等行业品牌产品出 口比例,推动优势品牌企业实施国 际化发展战略,扩大“中国制造” 的国际影响力。	为公司未来发展指明方向,同时也推动了公司的向前进步。	国家工业和信息化部	2016年8月
5	《制造业创新中心建设工程实施指	以突破重点领域前沿技术和关键共性技术为方向,致力于建立从技术开发到转移扩散到首次商业化	发挥公司在刀剪领域的前沿技术优势,推	国家工业和信息化部	2016年8月

序号	文件名称	主要内容	对公司的影响	发文单位	发布时间
	南(2016-2020年)》	应用的创新链条。实施指南将目标细化为两个阶段：到2020年，国家制造业创新体系核心初具规模，在部分重点领域建成创新中心，掌握一批重点领域前沿技术和共性关键技术，行业共性关键技术供给机制初步形成；到2025年，进一步完善国家制造业创新体系，在十大重点领域，形成一批创新中心。	动公司关键技术的商业化。		
6	《消费品标准和质量提升规划(2016-2020年)》	建立标准创新型培育机制，鼓励行业龙头企业加大标准研制投入，瞄准国际新技术和市场新需求，制定和实施先进标准，发挥标准创新对技术创新、管理创新和商业模式创新的支撑引领作用。引导企业增强品牌和营销意识，夯实品牌发展基础，完善质量奖励制度，实施消费品精品工程，推动中国产品向中国品牌转变，提高中国消费品知名度和美誉度，打造中国制造金字品牌。	规划为包括本公司在内的行业龙头公司指明了发展方向，促进公司向国际知名品牌发展。	国务院	2016年9月
7	《电子商务“十三五”发展规划》	支持制造企业与电子商务企业全面合作，整合线上线下交易资源，拓展销售渠道，打造制造、营销、物流等高效协同的生产流通一体化新生态。引导传统制造企业发挥源头产品数据的优势，建立电子商务经销渠道，促进产品服务创新，积极探索网络化定制等生产经营方式，鼓励发展品质电商、品牌电商，进一步发挥电子商务引导生产、引领消费的积极作用。	电商平台已成为公司重要营销渠道，健康的电商环境利于公司业务增长。	商务部、中央网信办、发改委	2016年12月
8	《中国五金制品行业“十三五”发展指导意见》	把创新摆在行业发展的核心位置，推动五金制品行业走创新驱动的发展道路；坚持质量为先。把质量作为建设五金制造强国的生命线，强化企业质量主体责任，加强质量技术攻关、自主品牌培育。坚持绿色制造、绿色发展，加强节能环保技术、工艺、装备推广应用。坚持国际、国内市场“两条腿走路”战略。坚持全产业链协调发展，统筹协调各有细分行业，实现全产业链配套发展。	公司作为五金行业的骨干企业，将肩负带头作用，走创新驱动、质量为先的发展道路。	中国五金制品协会	2016年12月
9	《关于深化改革加强科技创新加快创新活力之	意见提出：突出企业技术创新主体地位；促进科技成果转化与产业化；大力建设创新创业载体；完善科技人才创新创业制度；落实激励	公司“张小泉智能工业物联网项目”入选2018年度杭州	中共杭州市委、杭州市人	2016年12月

序号	文件名称	主要内容	对公司的影响	发文单位	发布时间
	城建设的若干意见》	创新的财政和税收政策;推进制造业高端化创新发展;强化金融、文化与知识产权支撑;健全科技创新发展保障机制。其中,特别提出深入推进“工厂物联网”和“工业互联网”试点示范,推进“两化”深度融合和智能制造。	市工厂物联网和工业互联网试点项目企业,为公司进一步推动智能制造、创新发展提供政策及资金支持。	民政府	
10	《关于促进老字号改革创新发展的指导意见》	意见提出:支持老字号传承和创新传统技艺;支持老字号线上线下融合发展;支持老字号创新经营管理模式;加强老字号原址风貌保护;促进老字号集聚发展;深化老字号企业产权改革;注重发挥老字号品牌价值;推动老字号积极对接资本市场。	公司作为五金行业历史较为悠久的老字号企业,将全面受益。	商务部、发改委等	2017年1月
11	《浙江省全面改造提升传统制造业行动计划(2017-2020年)》	着力打好“四换三名”“三强一制造”等经济转型升级系列组合拳,联动推进“互联网+”“机器人+”“标准化+”“大数据+”在传统制造业领域的融合应用,大力推进“中国制造2025”浙江行动,不断提高传统制造业高新化、智能化、服务化、绿色化、国际化发展水平,为经济发展实现“增长中高速、质量中高端”提供坚实支撑	作为五金制造业企业,公司将在“中国制造2025”浙江行动中全面受益。	浙江省人民政府	2017年6月
12	《关于实施企业标准“领跑者”制度的意见》	明确了实施企业标准“领跑者”制度的指导思想和基本原则,提出到2020年我国在主要消费品、装备制造、生产性和生活性服务以及新兴产业领域企业标准“领跑者”培育目标。	为公司等刀剪行业内领先企业指明了质量发展目标。	市场监管总局等	2018年6月
13	《关于实施“新制造业计划”推进高质量发展的若干意见》	抢抓新一轮科技革命和产业变革机遇,坚定“高端化、智能化、绿色化、服务化”发展目标,坚持创新驱动,坚持增总量、优存量、促增量、提质量,形成数字经济与制造业“双引擎”,推进杭州新时代制造业高质量发展;特别提出,要保护传承经典产业,建立老字号品牌保护、传承、发展机制。	作为中国老字号品牌之一,公司将依托政策支持,抓住制造业变革的契机,实现持续高质量发展。	中共杭州市委、杭州市人民政府	2019年10月

4、对发行人经营发展的影响

公司所处行业的上述行业监管体制及主要法律法规和产业政策对发行人经营发展的影响详见本节“(七)影响发行人发展的有利因素和不利因素”。

（三）行业发展特点与现状及市场分析

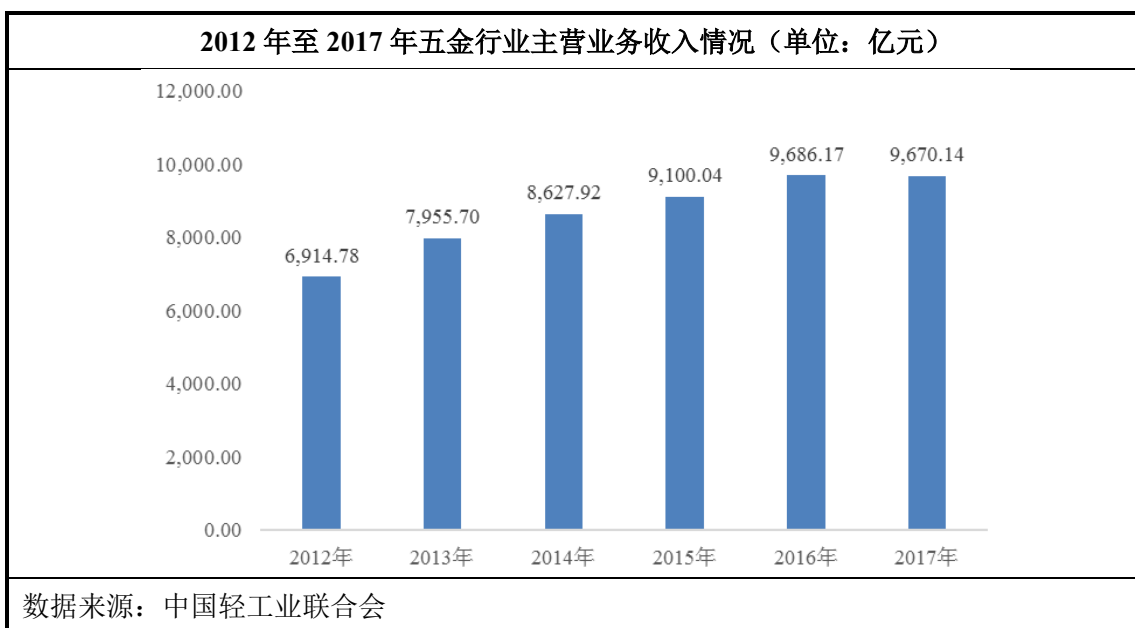
五金指金、银、铜、铁、锡五种金属，从产品来讲，五金制品，泛指金属制品。五金制造行业是我国轻工业的重要组成部分之一，服务于生活及生产的各个环节。按照产品的用途分类，五金制品可分为工具五金、建筑五金、日用五金等，是高度融合了传统制造与现代科技的产物。

刀剪制造行业为五金制造行业的细分行业，主要指日常生活中用到的各种剪具、刀具、指甲钳等金属工具。刀剪制造在我国拥有悠久的历史，洛阳的西汉古墓中出土的剪刀距今已有 2,100 多年。改革开放以来，我国刀剪产业结构得到了改善，产品质量稳步提升，生产能力逐步增长，行业整体发展向好。

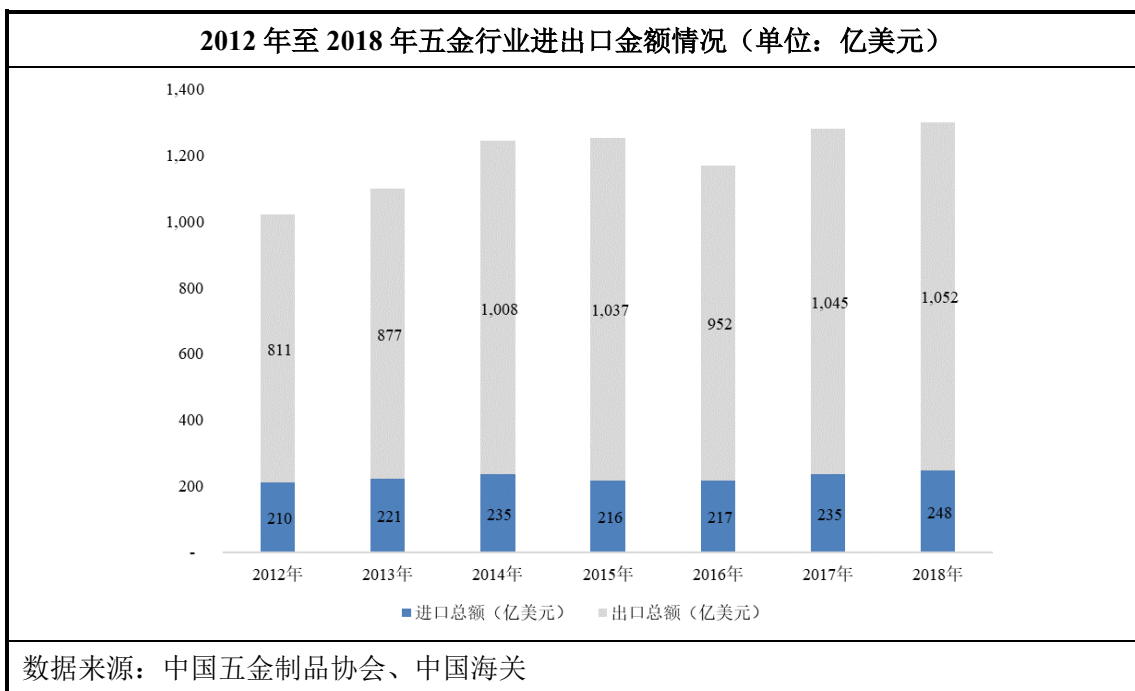
1、五金制造行业发展概况

随着五金制造行业的快速发展，五金产业集群化不断成熟、分工不断细化，形成了数十个五金特色产业区域。截至 2019 年 5 月，我国共形成了 52 个五金特色产业集群，大部分都集中在广东和浙江两省，占集群总数的 75%，其中：浙江省 24 个，占 46%；广东省 15 个，占 29%；河北省 4 个，山东省 5 个，河南省、江苏省、福建省、山西省各 1 个。五金制品行业在稳步发展的同时，努力实现由量的扩张向质的提升的经济方式转变。

根据中国轻工业联合会数据，2012 年至 2017 年，五金行业累计完成主营业务收入由 6,914.78 亿元增长至 9,670.14 亿元，年复合增长率达 6.94%，具体情况如下图所示：



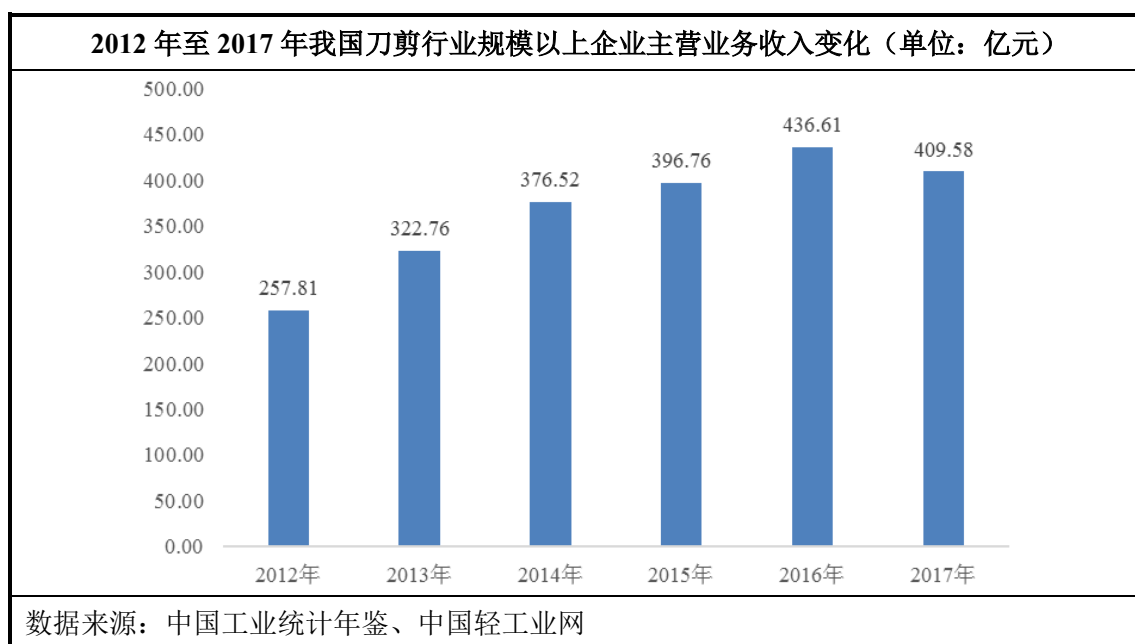
近年来我国五金制品行业平稳发展，有效满足人民日益增长的物质文化生活需要和日益扩大的国内外市场需求；在出口创汇，提高人们生活水平、改善生活质量，吸纳劳动力就业，加快工业化、城镇化建设等方面都起到了积极的促进作用。自我国加入WTO以来，五金制品外贸条件与环境得到改善，出口规模总体呈现持续扩大的态势。中国五金制品协会数据显示，我国五金制品进出口总额由2012年的1,020.17亿美元增长至2018年的1,299.33亿美元，年复合增长率为4.11%。



2、刀剪制造行业发展概况

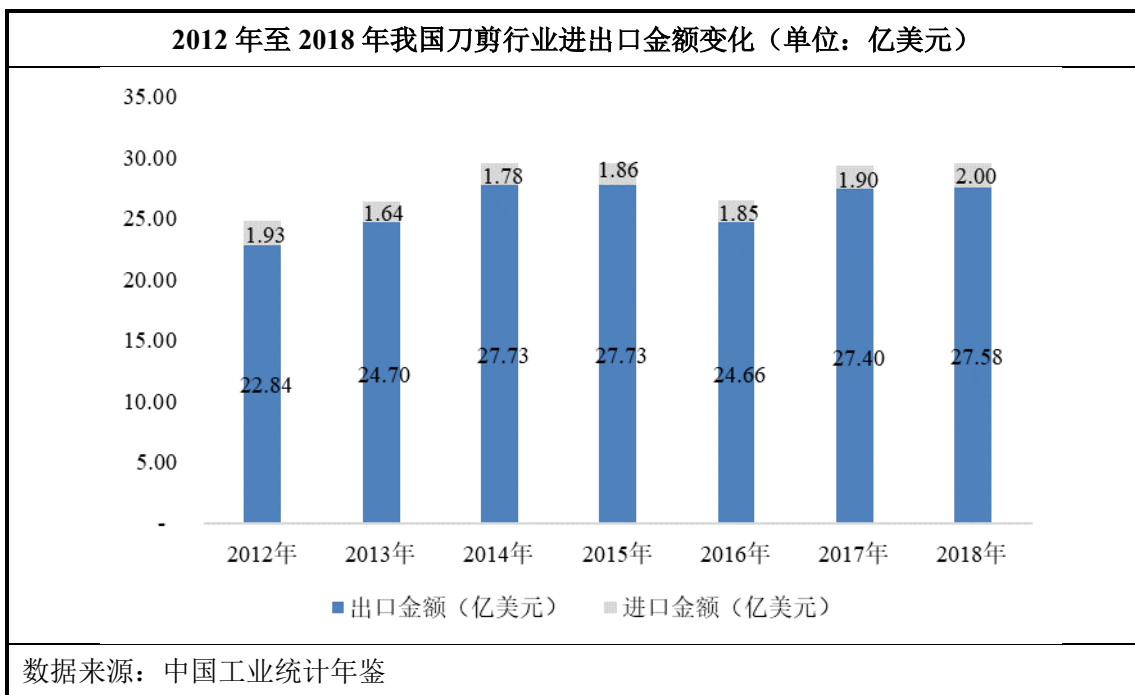
（1）我国刀剪行业快速发展

近年来，我国刀剪行业企业在规模、管理、效益，产品种类、质量和工艺技术等方面，都有大幅的提升。根据《中国工业统计年鉴》历年数据，我国规模以上刀剪行业主营业务收入从2012年的257.81亿元增长至2017年的409.58亿元，年复合增长率达10%。



我国刀剪制造行业近年保持稳健发展的态势，规模以上（年主营业务收入2,000万元及以上的工业法人单位）各刀剪企业业务发展平稳，总体数量稳定在200家左右。随着刀剪行业发展的成熟，预计未来刀剪行业企业的数量也将保持相对稳定的状态。

近年来，我国刀剪行业对外贸易亦保持较为稳健的发展态势。2018年刀剪行业实现商品进出口总额29.58亿美元，其中：出口总额27.57亿美元，进口总额2.00亿美元。我国刀剪行业作为我国五金行业内重要的出口创汇型产业，行业的国际竞争力不断提升。



（2）消费升级驱动刀剪行业变革

中国消费市场整体增长前景广阔，同时结构性变化也成为各消费产业发展的重要特征，其中，消费升级伴随着中国经济水平的增长和人们消费观念的变化，成为驱动行业变革的核心因素之一。对于刀剪产业而言，尤其是厨房刀剪和家用刀剪产品，消费升级同样带来了消费者产品诉求的多元化、品质及服务需求的提升以及消费渠道的变迁。

首先，随着消费模式的不断升级，加之中国拥有历史长久、博大精深的饮食文化，消费者对刀剪的需求也从过去每家每户一把菜刀、一把剪刀逐步向需求多元化方向发展，消费者开始根据刀剪的功用不同，进而采购不同的刀剪，市场不断细分、市场空间大幅提升。例如，刀剪按照用途不同，可以分为厨房刀剪、服装刀剪、美发刀剪和家用刀剪等。而厨房刀剪又可分为中式厨刀、西式厨刀和日式厨刀等，随着消费者开始更加注重个性化需求的表达，对刀剪的外观、材质等需求多元化程度不断提升。刀剪行业的多元化趋势一方面极大地促进了行业创新，另一方面也使得市场变化的节奏不断加快，对企业的创新能力及市场应对能力提出了更高要求。

第二，消费者对产品品质和服务的重视程度日益提升。尤其针对采购厨房刀剪的消费者而言，更安全的产品质量、更优质的产品材质和更高效贴心的服务已经成为消费决策的重要考量因素。同时，由于品牌和口碑作为对产品品质及服务

的重要背书,消费者对知名刀剪品牌的认可度和忠诚度也不断提升,尤其是在“互联网+”的大趋势下,网络购物的特殊性使消费者的评价相对公开透明,使用过该产品的消费者的评分和评价成为了其他消费者的重要决策依据之一。

第三,消费升级诉求同样体现在渠道端,由传统商超、专卖店以及电商等构成的零售渠道格局也在不断发生变化。线上消费由于突破了产品品类及地域的限制、便捷高效的配送体验,以及扁平化渠道结构带来的更具竞争力的价格优势,迎合了新一代消费人群的诉求。此外,通过“大数据”分析,消费者的偏好可以被精准分类,企业可以利用互联网大数据收集用户需求信息,从而根据消费者的偏好调整产品设计和生产。线上线下相融合等销售模式也在满足便捷购买需求的同时,进一步优化了消费体验,成为消费升级时代刀剪行业企业的典型销售模式之一。

(3) 行业发展驱动产品创新及公司发展

在消费升级的大背景下,公司根据消费者需求,不断进行产品研发、完善产品布局,形成完整的刀剪产品体系。截至本招股说明书签署日,公司已形成覆盖厨房用刀具、家用剪、工业用剪等多品类的产品组合,其中厨房用刀具组合包括宋系列、启航系列、鬼冢系列、山水系列等,家用剪包括缤纷系列、极致系列、龙凤合金系列等,工业用刀剪包括套管剪系列、纱剪系列等。此外,公司亦在其他生活家居用品领域不断挖掘新的市场需求,相继推出伴手礼、个人护理类产品等,进一步拓展公司产品矩阵,扩大公司产品影响力。2018年,公司获得杭州老字号企业协会颁发的“礼遇江南”老字号伴手礼大赛金奖。

(四) 行业市场化程度及竞争格局

1、行业市场化程度

刀剪制造行业是我国市场化程度较高的行业之一,在国内有较长的发展历史和良好的行业基础,但长期以来一直存在国产高端产品不足的问题,高端市场几乎被进口品牌所占据。近年来民营刀剪企业迅速崛起,逐步发展成为刀剪制造行业的中坚力量。随着我国不断出台各项政策拉动内需,促进居民消费水平提升,消费者对产品的设计和品质不断提出更高需求,刀剪行业企业需要对不断变化的市场需求进行快速响应,加速提升企业经营效率及保持竞争优势,同时新的市场

需求也推动行业形成部分大型刀剪企业，进而带动行业向中高端产业发展。

在政策支持、市场需求持续增长、物流及信息技术等配套产业日趋成熟的大背景下，张小泉等刀剪企业逐渐兴起，行业规模不断扩大，对线下及线上市场的渗透也在逐步加强。随着行业领先企业品牌粘性、产品服务品质及规模化经营优势的逐渐显现，市场集中度预计将会提升，未来将逐渐形成较为稳定的市场供给格局。

2、行业内主要企业情况

(1) 上海双立人亨克斯有限公司

德国双立人成立于 1731 年，成立于德国索林根，在德国、日本、意大利、比利时、法国、中国设有 6 个生产和研发基地。德国双立人先后收购了比利时 Demeyere（主要产品包括不锈钢锅具），法国 STAUB 珐宝（主要产品包括珐琅铸铁锅），意大利 BALLARINI 巴拉利尼（主要产品包括环保不粘锅）。上海双立人亨克斯有限公司是德国双立人在上海成立的中外合资公司，公司产品包括刀具、不锈钢锅具、厨房小家电、炊具、西餐具等。

(2) 浙江苏泊尔股份有限公司（以下简称“苏泊尔”）

苏泊尔成立于 1998 年，总部设在浙江省杭州市，共拥有 5 大研发制造基地，分布在玉环、武汉、杭州、绍兴和越南胡志明。苏泊尔主要业务包括明火炊具、厨房小家电、厨卫电器、生活家居电器四大领域，其中明火炊具品类中刀具、厨房工具等产品在市场上具有较好知名度。

苏泊尔于 2004 年 8 月 17 日在深交所中小企业板上市。

(3) 阳江十八子集团有限公司（以下简称“阳江十八子”）

阳江十八子成立于 2002 年，总部设在广东省阳江市，公司主要业务包括生产销售五金刀具、厨房用品、塑料制品、不锈钢制品、家用电器、日用百货、五金材料、不锈钢板；加工钢板材料、五金刀具辅助材料等。

(4) 爱仕达股份有限公司（以下简称“爱仕达”）

爱仕达成立于 1993 年，总部设在浙江省温岭市，共有 3 大生产基地，分布在温岭、湖北、嘉兴。爱仕达主要从事炊具、小家电、家居用品及工业机器人

生产与销售，其中炊具类产品在行业内具有较高知名度。

爱仕达于 2010 年 5 月 11 日在深交所中小企业板上市。

(5) 浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司（以下简称“哈尔斯”）

哈尔斯成立于 1995 年，总部设在浙江省永康市，哈尔斯从事的主要业务为不锈钢真空保温器皿的研发设计、生产与销售，主要产品包括保温杯、保温瓶、保温壶、保温饭盒、焖烧壶、真空保温电热水壶等不锈钢真空保温器皿以及铝瓶、玻璃杯，PP、PC、Tritan 等材质的塑料杯。

哈尔斯于 2011 年 9 月 9 日在深交所中小企业板上市。

3、行业的技术特点、周期性、区域性和季节性特征

(1) 行业的技术特点

刀剪行业是我国历史悠久的行业，生产刀剪的工艺装备不断更新迭代，由通用机床到普通专用机床到数控专用机床，目前已达到工艺较为成熟、装备较为完善的水平。刀剪行业主要技术包括热处理技术、表面处理技术和磨削抛光工艺等。目前，我国的刀剪企业的磨削精度已达到较高水平，加工精度可以和德国“双立人”等世界知名品牌的刀剪产品媲美。磨刀效果可以达到刀剪的表面的粗糙度低、刀刃口厚薄均匀、刀圆弧外表面美观、刀纹路细腻、不留刀痕的程度，剪刀的上下刃口在工作长度内始终保持圆弧线相切的点接触，刃口锋利耐用，基本实现了高效高精度磨削加工质量。

(2) 行业的周期性

随着我国国民经济水平整体显著提高以及消费结构的升级，刀剪产品的需求保持稳定，加之受到宏观经济景气度、居民可支配收入、技术革新、消费习惯、产业政策的扶持等多重因素的影响，刀剪行业没有明显的周期性特征。

(3) 行业的区域性

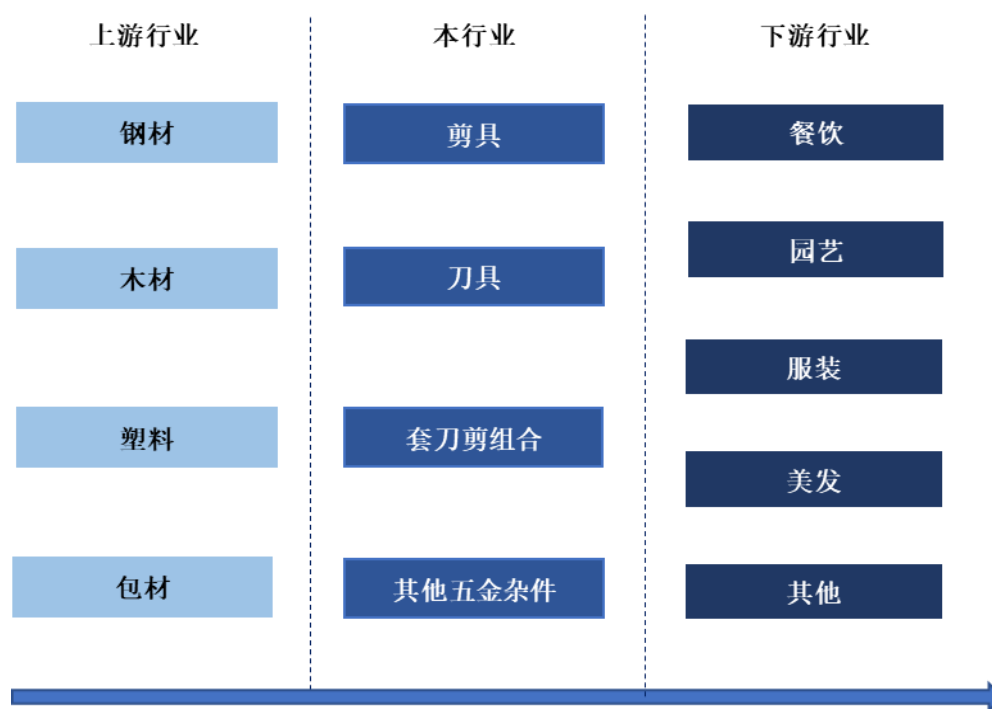
我国刀剪产业基本分布在国内东部地区，生产企业主要集中在浙江、广东、福建、山东等省市，其中浙江永康、广东阳江、福建柘荣等地刀剪产业较为发达，此外山东临沂、四川大足等地区产品亦有较强的市场竞争力。

（4）行业的季节性

我国刀剪行业产品特性稳定，由于销售渠道的特殊运营模式，“双十一”、“双十二”、“年货节”等固定线上打折促销时期的销量往往呈现较大增长。

4、行业上下游关系

刀剪行业的上游主要为钢材、塑料、包材、木材等制作刀剪产品的原材料供应商，下游主要应用于餐饮、园艺、服装、美发等领域。



上游原材料的价格最终由钢材、塑料、包材等商品价格决定，其中，钢铁、包材（主要包括纸制品包材及塑料制品包材）占日用刀剪制品原材料成本的比例最大。

钢铁行业具有规模经济的特点，我国钢铁企业数量有限且均规模巨大。但刀剪行业生产所用的钢材系特种钢，市场规模相对较小，因此公司在采购原材料方面具有一定的议价能力。

我国纸制品包材及塑料制品包材行业整体规模较大，但由于行业下游细分领域较多，行业整体集中度较低，行业内企业呈现数量众多但规模较小的特点。因此，本行业在采购包材等原材料方面具备较强的议价能力。

我国刀剪行业下游客户包括家庭和个人终端用户、刀剪制品经销商、企业和

单位终端用户等，刀剪行业下游客户总体上较为分散，且采购规模小，在与刀剪制品厂商的利益博弈中整体处于弱势地位，议价能力相对较差。

（五）公司创新、创造、创意特征以及科技创新、模式创新、业态创新和传统产业融合情况

公司在生产经营过程中，始终秉持百年老字号二次创业的心态，本着创新驱动发展战略，将新技术、新业态和新模式与传统刀剪产业深度融合，推行“管理采取新手段、生产采用新装备、营销引进新模式、研发导入新思路”的“四新”策略，顺应创新、创造、创意的大趋势，实现了公司稳定发展。

1、公司的三创四新情况

（1）公司的三创情况

① 发行人的创新性

公司的产品和业务模式上具有创新性。工艺及技术方面，公司持续推出新产品，在传承并革新原有工艺的基础上开创新技术，根据市场需求的变化开发新材料的应用，同时积极推进生产管理体系的自动化、信息化、精益化改造，打造智能工厂；业务模式方面，相较于传统行业企业的直销、经销模式，公司在新零售时代的背景下，采用电商销售模式，在主流电商平台上建立店铺，在微信、微博、抖音、小红书等社交平台进行推广宣传，通过会员体系建设、门店体验等线上线下融合方式提升客户消费体验，已逐步构建成相对完整的新零售体系；市场竞争方面，公司在刀剪行业领域具有较强竞争力，报告期内，公司电商平台店铺在淘宝天猫平台店铺中排名靠前，剪具一直位居第一名，刀具基本位列前三。

A、工艺及技术

相较于传统金属制造行业企业，公司在产品的深度及广度、工艺的实践、材料的应用、生产线的自动化程度等方面具有一定创新优势，具体情况如下：

项目	传统金属制造行业情况	公司的创新优势
产品的深度及广度	受本身产品的工艺路线及生产规模等因素影响，行业内企业的复合生产的能力普遍较弱，大多只能生产几款产品，比如五金工具领域，扳手和套管工具看似雷同，实则需要完全不同的生产线的部署，这些都导致单一企	新产品： 1、公司推出电动剪刀、气动剪刀等新产品系列； 2、公司的厨房产品线较长，覆盖各种刀具、各种剪具、各类厨房小工具以及厨房杂件；

项目	传统金属制造行业情况	公司的创新优势
	业很难同时提供多品类产品	3、公司不断开拓伴手礼、个人护理等生活家居新产品
工艺的实践	行业内企业大多存在规模小、历史短、自主工艺研究能力弱等特点，未形成长期的工艺及技术积累，也缺乏足够实力做工艺实践的大额投入	新技术： 1、在长期实践过程中，公司积累了丰富的工艺经验以及独特的技术手段； 2、公司在原有传统工艺的基础上进行持续创新，革新剪刀里口缝道技术、热处理技术等，并在此基础上开创深冷处理技术、刀剪注塑机械臂自动生产技术等核心技术
材料的应用	传统金属制造业对金属材料的应用不尽相同。刀剪制造业来看，近年来，行业内企业应用的主要金属材料整体由碳钢转型成为不锈钢材料。受经营规模等因素影响，行业内企业对不锈钢材料应用的技术成熟度不尽相同	新技术： 1、公司在金属原材料的性能及应用领域的优势：在3铬、4铬、5铬、复合钢以及大马士革钢材等多种型材的冲压成型、热处理参数积累、磨削时长、磨轮选型等多个领域形成自身的技术特色和优势，并不断革新提升； 2、注塑、装配环节人为技术干预修正方面，公司通过长期的大样本加工，已形成一套成熟的技术方案
		新材料： 1、公司与原材料供应商合作，尝试使用含氮、含硅等元素的钢材； 2、公司在产品材料方面持续探索，尝试研发抗菌类产品、陶瓷类产品、激光熔覆材料产品等
生产线的自动化程度	整体来看，传统金属制造行业内企业生产线的自动化程度相对较低。龙头企业引进智能制造自动化工程，用于智能工厂改造，加大现代化厂房和智能化设备投入，自动化率有所提升	新业态： 1、公司积极推进生产管理体系的自动化、信息化、精益化改造，打造智能工厂。近年来，公司推行机器换人，在传统生产线引入焊接、水磨、开刃等多套机器人装备，提升生产环节的自动化水平，在刀剪领域率先积累了大量的自动化刀剪作业数据及经验； 2、公司上线MES系统，集成企业ERP、OMS、WMS、CRM系统及试制车间现场生产设备，导入车间管理小程序，形成一站式生产制造协同平台

B、业务模式

传统金属制造业企业的销售模式主要以直销、经销渠道为主并基于上述渠道开展相应的营销活动。不同于传统金属制造业企业的模式，公司开展电商销售模式，在主流电商平台上建立店铺，成交金额在同行业店铺中名列前茅，线上销售

额在公司整体销售中的占比逐年提升。

报告期内，公司的线上销售收入占比不断提升：

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
线上销售收入占比	50.77%	39.29%	35.54%	34.02%
线下销售收入占比	49.23%	60.71%	64.46%	65.98%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

与此同时，公司积极在微信、微博、抖音、小红书等社交平台进行推广宣传，通过会员体系建设、门店体验等线上线下融合方式提升客户消费体验，已逐步构建成相对完整的新零售体系。具体情况如下：

项目	传统金属制造行业情况	公司的创新优势
销售模式	传统金属制造业企业的销售模式主要以直销、经销渠道为主。小部分企业涉足电商，但份额相对较低	新模式： 1、公司布局连锁超市、门店、电商等多种终端业态，构建了全方位、立体化的销售体系。针对不同的目标市场和销售渠道，形成差异化的产品策略以及销售策略； 2、公司大力发展电商平台，电商渠道已遍布淘宝、天猫、京东、唯品会等主流平台，线上渠道销售收入占比稳步提升
营销模式	传统金属制造业企业主要通过线下直销、经销渠道开展宣传、营销活动。小部分企业开始尝试直播、抖音等营销模式，但未形成体系，无法带来规模收益	新模式： 1、新零售时代下，公司建立自身的融媒体平台，通过微信、微博、抖音、小红书等社交平台进行推广宣传，与知名网红直播平台合作，并有计划地开设线下门店，多渠道构建公司销售平台的流量入口； 2、公司建立电子化会员体系，推出线上线下融合的门店体验，完善消费者的消费体验，提升客户的满意度及忠诚度

② 发行人的创造性

公司的核心技术具有创造性。公司拥有行业内的主要核心技术（包括热处理技术、表面处理技术以及磨削抛光工艺等），并已通过申请专利实现核心技术的有效保护；研发投入方面，公司逐步提高研发投入，增加研发人员，提高产品性能、优化生产工艺，筹建阳江智能制造基地，实现智能工厂的优化升级。

刀剪制造行业内的核心技术主要包括热处理技术、表面处理技术以及磨削抛光工艺等。公司拥有上述核心技术，并已通过申请专利实现核心技术的有效保护，具体情况如下：

序号	技术名称	行业内企业技术水平	公司的创新优势
1	剪刀里口缝道技术	市面上的剪刀剪切强度往往较小，而且在剪切较硬物体时，不仅费力，而且刀片容易出现扭曲或者起卷。剪刀在剪切过程中是点接触，要想保证剪刀的剪切强度则接触点要尽可能小。而现有剪刀的里口形成的面一般为直面，其在进行剪切时，不可避免会发生磨损，不仅使用寿命短，而且剪切性能也有待于提高	公司在刀剪生产过程中，通过冲压成缝、磨削成缝、装配成缝 3 种不同阶段的工艺，对最终的成品剪刀的里口面加工形成“缝道”——里口形成的面为具有一定弧度的曲面，沿剪根至剪头方向，所述曲面的弧度变化逐渐增大。通过该技术生产的剪刀里口面为一个较为复杂的曲面，使剪刀在剪切过程中，形成点接触，不仅提高了剪刀的剪切性能，而且减少了摩擦力，降低了自身磨损，延长了使用寿命
2	刀剪热处理技术	热处理技术在五金刀具生产上是一个关键的工艺，热处理加工水平不足容易产生变形、开裂和硬度不足等问题。国内产品剪刀两片硬度差值较大，即一片硬度高，一片硬度低，使得剪刀耐用度降低	该刀剪热处理技术涵盖不同材料和不同热处理工艺。通过该刀剪热处理技术生产的刀剪产品，不但具有良好的硬度，也兼具韧性，不易发生断裂和崩口
3	刀剪连续冲压技术	刀剪行业内，冲压工序普遍存在材料浪费率大、生产成本过高以及品质不稳定等问题	公司通过自主设计改造设备、研究设计复合模具、合理排料等手段，实现了对厚度大于 2mm 的不锈钢材料的自动冲裁。该技术不仅降低了员工的工作强度，提高了生产效率。而且在材料的利用率上和孔位的准确性上亦有明显的提升
4	刀剪清洁防锈一体化技术	传统刀、剪的防锈封存，大多采用油布手工操作，费时费工，上油的质量不稳定，容易引起擦拭不到位而生锈的问题	公司设计组建的自动化清洁防锈生产自动线有效解决传统刀、剪的防锈封存手工操作产生的质量隐患，具有以下特点：生产线采用 IGBT 控制方式，代替了单槽超声波加热、手工清洗工艺，能彻底清除掉厚重、结块的抛光膏；具有超声功率连续可调；具有扫频功能，特别是针对工件上极强顽固性的污物时，扫频功能会集中发力，可轻松击落油污
5	剪刀多片开刃技术	行业内，剪刀的开刃，采用单片在砂轮上进行，其铲锋角度靠操作者的手部动作进行控制。该做法不但效率低，而且角度无法统一	公司自主设计的铲锋夹具，不但角度固定，而且一次可以生产 10 余片，劳动效率提高，品质得到保障。针对不同的剪刀，设计不同的开刃夹具，将剪刀按一定角度，固定在有一定弧度的夹具中，选择适宜的砂轮和磨削速度，一次将夹具上的多片剪刀铲锋。铲出的剪刀，刃口的角度一致，光洁度和粗糙度一致，利于剪刀的装配和剪切性能的提升
6	刀剪注塑机械臂自动生产技术	刀剪注塑工序，一般采用人工装工件至塑模形腔中，然后关闭操作门，机器自动工作。待	公司引进了机械臂自动生产传输技术，采用自动化操作。利用继电器控制电机正转\反转和停止，本机械手

序号	技术名称	行业内企业技术水平	公司的创新优势
	术	注塑完成，手动拉开操作门，手动将工件取下。不但劳动强度大，而且安全系数低	的执行机构由多台电机组成，分别控制机械臂的 X 轴伸缩、Z 轴升降，底盘、腕回转等功能。动作模式有两种：自动和手动
7	服装剪淬火技术	行业内，服装剪淬火采用高频淬火工艺，淬火介质是油剂，操作工序多，生产效率低，劳动强度大，加工成本高，而且在淬火过程中会产生烟雾，影响员工身体和环境	公司通过研究，将油剂介质改用水剂介质，改良淬火工艺，减少员工劳动强度，减少工序。淬火介质改为水剂淬火介质后，可杜绝烟雾产生，改善工作环境，保障员工身体健康，而且可提升产量及良品率，提高生产效率
8	刀具辊锻技术	行业内，传统刀具材料锻造是经手工锻打加工而成，劳动强度大，效率低；或钢板冲压落料成型，内部金相组织不能更好有效提升。	公司自主开发的刀具辊锻技术通过逆向的挤出运动、正向自动拉入动作，可以实现连续多次辊锻。该技术操作简单，通过设计开发的专业辊锻装置，一端薄一端厚的轧块有利于刀具辊锻，并且形成刀具所需要的斜面；送料机构中弹簧的设置，可以在辊锻过程中给工件一个相对的力，有利于刀具的加工
9	刀具深冷处理技术	钢材在热处理之后虽然硬度及机械性能提高，但热处理后仍存在以下问题：残余奥氏体不稳定，当受到外力作用或环境温度改变时易转变为马氏体，造成材料的不规则膨胀，降低工件的尺寸精度；组织晶粒粗大，材料碳化物固溶过饱和；热处理后的残余内应力将降低材料的疲劳强度以及其他机械性能在应力释放过程中且易导致工件的变形	公司在传统钢材热处理工艺基础上，研发出了刀具深冷处理技术，设计制作了刀具深冷处理设备，技术优点如下：使硬度较低的残余奥氏体转变为较硬的、更稳定的、耐磨性和抗热性更高的马氏体；材料经深冷处理后内部热应力和机械应力大为降低，且能有效地减少刀具产生变形、开裂的可能性
10	剪刀寿命检测技术	行业内，剪刀产品在使用寿命检测基本采用人工测算的方式，测试的结果缺乏科学依据	公司研制开发了一种自动剪刀寿命测试机，对剪刀进行使用寿命的检测，该测试设备操作简单，安全，通过电子记数和变速马达，测试时间、自动输送剪切介质。测试时间、测试次数和测试速度可自由设定，测试完成后自动断电报警，可有效提高工作效率

注：由于传统金属制造业的核心技术较为广泛，上表主要列示了刀剪行业企业技术水平以及相关技术对应的公司创新优势。

报告期内，公司核心技术涉及的产品收入占营业收入的比例较高，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
核心技术产品收入	20,500.24	40,072.66	35,312.05	29,873.66

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
营业收入	25,072.85	48,401.49	41,009.42	34,132.06
核心技术产品占营业收入比例	82.39%	83.56%	87.59%	89.03%

为有效保护核心技术，公司在研发过程中及时将技术成果转化为专利技术。截至本招股说明书签署日，公司已获得专利 128 项，其中发明专利 2 项，实用新型专利 38 项，外观设计专利 88 项。

此外，公司已通过国家高新技术企业资格的实质审核并于 2020 年 12 月 1 日作为“浙江省 2020 年第一批拟认定高新技术企业名单”在“高新技术企业认定管理工作网”上进行为期 10 个工作日的公示。根据《高新技术企业认定管理办法（2016 修订）》第十二条规定“认定企业由领导小组办公室在‘高新技术企业认定管理工作网’公示 10 个工作日，无异议的，予以备案，并在‘高新技术企业认定管理工作网’公告，由认定机构向企业颁发统一印制的‘高新技术企业证书’；有异议的，由认定机构进行核实处理。”截至本招股说明书签署日，发行人未收到关于其拟被认定为高新技术企业的异议，发行人尚待备案后取得《高新技术企业证书》。

③ 发行人的创意性

公司的产品具有创意性。为满足更新迭代的市场需求，公司在拥有业内核心技术的基础上，产品具有创意性，不断研发新产品，拓宽现有产品矩阵。

高端化创意方面：随着下游消费市场的持续升级，公司对标国际知名品牌，推出淳木系列刀具、力厨厨房剪等高端系列产品并取得优异的业绩表现。2017 年度至 2019 年度，单价超过 300 元的产品占当期销售额的比重分别为 5.19%、5.53%及 5.82%，占比逐年提升；

个性化创意方面：为增强刀剪产品的便利、便捷性，公司推出斩切两用刀等产品；为满足园林、医药市场等细分市场的需求，公司推出电动剪刀、气动剪刀等产品；为提升产品性能，生产适应不同生产及生活场景的产品，公司在产品材料方面持续探索，尝试研发抗菌类产品、陶瓷类产品、激光熔覆材料产品等；

场景化创意方面：受疫情等因素影响，居家料理烹饪更加流行，厨房用品全场景的产品需求提升，公司的“大厨房”消费场景的相关产品具有创意性，销量

不断提升。

报告期内，公司新推出的产品实现了较好的销售业绩。2018年至2020年1-6月，公司当年新增产品的销售金额分别为828.92万元、6,816.98万元以及7,102.36万元，占当期销售额比重分别为2.06%、14.22%以及28.55%，占比逐年提升。

(2) 公司的四新情况

① 新技术与传统剪刀产业深度融合

公司坚持“良钢精作、创艺生活”，重视技术研发、产品研发和工艺研发的技术并轨。公司非常重视技术、工艺研发，在不断研发创新过程中掌握了行业内较为领先的核心技术及工艺，其中包括剪刀里口缝道技术、刀剪热处理技术、刀剪连续冲压技术、刀剪清洁防锈一体化技术、剪刀多片开刃技术、刀剪注塑机械臂自动生产技术、服装剪淬火技术、刀具辊锻技术、刀具深冷处理技术等。

为满足更新迭代的市场需求，公司在拥有业内核心技术的基础上，不断研发新产品，拓宽现有产品矩阵。公司积极运用大数据，设置了试制车间，坚持多年对于五金刀剪实验室的不断投入，为公司的发展构筑科技壁垒。近年来，公司逐步推出电动剪刀、气动剪刀等产品系列，亦在其他生活家居用品方面进行有效尝试，开拓伴手礼、个人护理等用途产品，不断拓展并完善现有产品矩阵。

为促进公司的研发能力的进一步提升，公司将在广东省阳江市投资建设刀剪智能制造中心，研发方向包括材料及产品研发、生产工艺升级改造和检测中心建设。该项目亦为公司本次首发上市的募投项目之一。公司通过建设该项目，将加大技术研发投入，提升公司的产品设计研发能力，进一步构筑公司在行业内的技术护城河。

② 新业态与传统剪刀产业深度融合

在制造及管理环节，随着工业互联网时代的到来，公司积极推进生产管理体系的自动化、信息化改造，打造智能工厂。公司不断推行机器换人，在传统生产线引入焊接、水磨、开锋等多台套机器人装备，提升生产环节的自动化水平；公司上线MES系统，集成企业ERP、OMS、WMS、CRM系统及试制车间现场生产设备，导入车间管理小程序，形成一站式生产制造协同平台；公司亦基于华为云边缘计算网关平台、华为云IOT通用PaaS以及华为工业云PaaS等平台进行

大数据分析，进行数据集成，有效提升决策及管理效率。

2019年，公司的信息化改造张小泉智能工厂物联网项目获得由浙江省企业联合会和浙江省企业家协会联合颁发的浙江省企业管理现代化创新成果一等奖，成为杭州市工厂物联网、工业互联网示范试点企业，为传统五金刀剪行业的革故取新建立创新典范。

③ 新模式与传统剪刀产业深度融合

在电商普及化、直播平台兴起、线上线下融合的大背景下，公司在巩固原有销售渠道的基础上，不断尝试销售新模式及新业态，摸索并构建新的销售体系。

公司在产品销售方面布局连锁超市、门店、电商等多种终端业态，构建了全方位、立体化的全新的销售体系。根据各销售渠道的特性，公司对品牌做了清晰的定位：线下直营门店主营中高端产品；电商和超市渠道销售高性价比产品；其他销售渠道则主推大众化的消费产品。

公司建立自身的融媒体平台，通过微信、微博、抖音、小红书等社交平台进行推广宣传，与知名网红直播平台合作，并计划地开设线下门店，多渠道构建公司销售平台的流量入口；此外，公司亦建立了电子化会员体系，推出线上线下融合的门店体验，完善消费者的消费体验，提升客户的满意度及忠诚度；公司亦加大电商平台建设，不断提升线上渠道的销售能力，经过公司多年努力，公司的电商渠道已遍布淘宝、天猫、京东、唯品会等主流平台，报告期内公司线上销售占比逐年升高。

综上，公司在销售环节对新模式、新业态的不断尝试，为刀剪这一传统产业摸索出一套全新的销售模式。

2、公司的研发情况

公司将研发工作及研发团队建设放在公司发展的重要位置，不断加大研发投入、推动持续创新。

（1）研发投入情况

报告期内，公司逐步提高研发投入，提高产品性能、优化生产工艺，提升研发能力及水平。2017年至2019年，公司的研发投入分别为521.46万元、878.97

万元及 1,677.82 万元，年均复合增长率达 79.38%。具体情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
研发投入（万元）	777.33	1,677.82	878.97	521.46
营业收入（万元）	25,072.85	48,401.49	41,009.42	34,132.06
占比	3.10%	3.47%	2.14%	1.53%

公司积极投入建设检测实验室，在推行质量管理的过程中重点提升产品的检测技术。公司检测实验室积极走出去与浙江省轻工业品质量检验研究院、浙江方圆检测集团股份有限公司、上海市工具工业研究所等第三方检测机构建立合作关系，在检测、产品质量标准制定、检测人员培训等方面进行协作，满足公司多元化的产品检测需求。

（2）研发人员情况

公司十分注重研发团队建设。公司研发人员数量不断增加，报告期各期末研发人员数量分别为 43 人、65 人、83 人及 97 人，年复合增长率达 38.46%。具体情况如下：

项目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
研发人员数量（人）	97	83	65	43
公司总人数（人）	693	654	588	563
占比	14.00%	12.69%	11.05%	7.64%

公司的研发人员具备丰富的行业经验，在金属等原材料应用、工艺及技术的应用改造等领域具备深厚的理论知识及丰富的实践经验。研发人员的专业结构以机械工程、工业设计、自动化等相关学科为主。根据专业分工，研发人员专注刀剪行业不同领域的研究方向，具体情况如下：

研究方向	人数（人）	比例
工艺设计	32	32.99%
新产品开发	26	26.80%
产品试制	21	21.65%
理化实验	9	9.28%
产品检测	7	7.22%
研发中心-综合管理	2	2.06%
合计	97	100.00%

注：上表系 2020 年 6 月末数据

通过研发团队的不断钻研，报告期内公司共完成自主研发项目 16 个，实现了公司在深冷处理系列刀具、可拆卸陶瓷服装剪、新型数字一体化控制的服装剪、高性能特殊钢材应用等新技术、新工艺、新材料领域的技术突破，为公司新产品的推出提供了技术保障。

（3）与同行业可比公司对比情况

公司的研发费用及研发人员数量占比与同行业可比上市公司对比情况如下：

项目	2019 年度研发费用占比	2019 年末研发人员数量占比
爱仕达	4.89%	8.18%
哈尔斯	3.76%	10.24%
苏泊尔	2.28%	11.50%
可比公司平均值	3.64%	9.97%
张小泉股份	3.47%	12.69%

整体来看，公司研发费用占营业收入的比例略低于行业平均水平，研发人员数量占总人数比例高于行业平均水平。随着未来公司阳江智能制造基地的建成投产，公司在新技术、新工艺、新产品领域的持续投入，预计未来公司的研发投入将不断提升，研发团队实力亦将日益增强。

3、市场竞争力情况

公司系专业生产各类刀剪及现代生活五金用具的工业企业，是目前国内生产规模较大、生产技术较为先进、产品质量较高、品牌影响力较强的刀剪行业企业之一。张小泉是国家商务部认定的第一批中华老字号，其产品标识被国家工商总局认定为我国刀剪行业驰名商标。

整体来看，公司在刀剪行业具有较强的市场竞争力。报告期内，淘宝天猫平台开设的店铺中，公司天猫旗舰店在剪具类店铺排名中一直位居第 1 名；刀具类店铺排名中公司天猫旗舰店及相关专卖店一直处于前列，基本处于前三的位置。

公司天猫旗舰店及相关专卖店在淘宝产品分类中“烹饪用具”下“全套厨房刀具”类目（以下简称“套装刀具”）的排名以及排名优于公司天猫旗舰店及相关专卖店的店铺名单如下：

（1）2017 年度

2017年10月至12月，淘宝天猫平台套装刀具类店铺排名优于公司的名单如下表所示：

月份	刀具排名	排名第1名店铺	排名第2名店铺	排名第3名店铺	排名第4名店铺
10月	2	天猫超市	/	/	/
11月	5	双立人官方旗舰店	双立人美滔美淘专卖店	十八子作官方旗舰店	双立人飞鱼秀专卖店
12月	2	双立人官方旗舰店	/	/	/

注：2017年10月前店铺排名数无法取得，因此此处列示2017年10月至12月数据

(2) 2018年度

2018年，淘宝天猫平台套装刀具类店铺排名优于公司的名单如下表所示：

月份	刀具排名	排名第1名店铺	排名第2名店铺	排名第3名店铺
1月	2	双立人官方旗舰店	/	/
2月	4	天猫超市	双立人官方旗舰店	双立人美滔美淘专卖店
3月	2	双立人官方旗舰店	/	
4月	1	/	/	/
5月	1	/	/	/
6月	3	双立人官方旗舰店	双立人美滔美淘专卖店	/
7月	1	/	/	/
8月	1	/	/	/
9月	2	双立人官方旗舰店	/	/
10月	2	bayco拜格旗舰店	/	/
11月	4	双立人官方旗舰店	双立人美滔美淘专卖店	双立人飞鱼秀专卖店
12月	2	双立人官方旗舰店	/	/

(3) 2019年度

2019年，淘宝天猫平台套装刀具类店铺排名优于公司的名单如下表所示：

月份	刀具排名	排名第1名店铺	排名第2名店铺
1月	2	双立人官方旗舰店	/
2月	3	双立人官方旗舰店	苏泊尔汇田专卖店
3月	3	双立人官方旗舰店	苏泊尔汇田专卖店
4月	2	双立人官方旗舰店	/

月份	刀具排名	排名第 1 名店铺	排名第 2 名店铺
5 月	3	双立人官方旗舰店	苏泊尔汇田专卖店
6 月	3	双立人官方旗舰店	十八子作官方旗舰店
7 月	1	/	/
8 月	2	oko 家居旗舰店	/
9 月	1	/	/
10 月	3	双立人官方旗舰店	bayco 拜格旗舰店
11 月	2	双立人官方旗舰店	/
12 月	2	双立人官方旗舰店	/

(4) 2020 年 1-6 月

2020 年 1-6 月，淘宝天猫平台套装刀具类店铺排名优于公司的名单如下表所示：

月份	刀具排名	排名第 1 名店铺	排名第 2 名店铺	排名第 3 名店铺
1 月	2	双立人官方旗舰店	/	/
2 月	4	双立人官方旗舰店	didinika 居家日用旗舰店	oou 居家日用旗舰店
3 月	2	双立人官方旗舰店	/	/
4 月	3	oko 家居旗舰店	双立人官方旗舰店	/
5 月	1	/	/	/
6 月	2	双立人官方旗舰店	/	/

(六) 发行人产品的市场地位及竞争优势

1、发行人产品的市场地位

公司是专业生产各类刀剪及现代生活五金用具的工业企业，是目前国内生产规模较大、生产技术较为先进、产品质量较高、品牌影响力较强的刀剪行业企业之一。张小泉是国家商务部认定的第一批中华老字号，其产品标识被国家工商总局认定为我国刀剪行业驰名商标。

报告期内，公司抓住发展机遇，巩固并提升市场份额，同时不断加强销售网络建设。2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-6 月，公司分别实现主营业务收入 33,555.68 万元、40,313.47 万元、47,955.93 万元及 24,880.83 万元，实现业绩的快速增长。2017 年，我国刀剪行业规模以上企业平均主营业务收入为

2.05 亿元，公司的主营业务收入系刀剪行业规模以上企业平均主营业务收入的 1.64 倍。

近年来，社会舆论在内的各方面对我国老字号企业的生存发展现状日益关注，使得老字号企业成为当前经济社会现状当中的热点话题之一。老字号企业的生存发展现状被关注，是一个复合因素作用的结果：它既代表了国家综合实力发展尤其是经济发展前提下的百姓生活水平的提高，社会消费更多触及至老字号企业的产品领域；也代表国家强盛背景下的人民文化自信和民族心理认同，意识到国货的品质及文化内涵。一批具有文化力与设计力的国货品牌开始兴起。随着国货潮的回归，老字号企业正在经历从被边缘化到日益受到关注，从被关注再到被重视的过程。

2、发行人的竞争优势

（1）品牌优势

“张小泉”品牌是我国刀剪行业为数不多的百年品牌，曾分别于 1910 年南洋劝业会、1915 年巴拿马博览会、1929 年首届西湖博览会获得奖项。2006 年，“张小泉”被商务部认定为第一批中华老字号。“张小泉”品牌的产品获得多个奖项，其中包括：1979 年获得国家经济委员会颁发的国家优质质量奖、1989 年获得首届北京国际博览会金奖、2010 年获得杭州市人民政府颁发 2010 年度杭州市优秀旅游纪念品金奖，2011 年获得浙江省旅游局颁发的 2011 年浙江省旅游商品大赛金奖、2012 年获得杭州市贸易局颁发的 2012 年杭州市优秀旅游纪念品银奖、2018 年获得杭州老字号企业协会颁发的“礼遇江南”老字号伴手礼大赛金奖、2018 年获得杭州市城市品牌促进会等协会联合颁发的 2018 年品牌杭州产品品牌评选生活品质奖、2018 年获得第三届手工艺创新盛会“国匠荣耀”中国传统工艺振兴奖、2019 年入选 25 款上海特色产品伴手礼名单。

公司凭借不断提升产品质量、设计和渠道优势，维护了良好的品牌形象，使“张小泉”这一百年老字号品牌始终保持良好的口碑，深受消费者的喜爱。

（2）产品优势

1) 突出的核心技术优势

公司参与制定了浙江省品字标产品标准《不锈钢家用剪刀》（T/ZZB

0051-2016)等刀剪行业相关标准,还制定了多项企业标准以指导公司生产工作,其中服装剪、花齿剪、不锈钢系列剪、修脚刀、宠物剪、陶瓷刀等多项企业标准得到行业的认可。公司针对原材料的检测制定了自主的企业标准,包括《30Cr13 钢带(或卷带)的采购质量标准》、《40Cr13 钢带(或卷带)的采购质量标准》、《高合金不锈钢原材料的采购质量标准》、《65Mn 原材料的采购质量标准》、《大马士革钢带的采购质量标准》等。

刀剪行业的技术迭代主要体现在原材料及工艺迭代。2000 年左右,刀剪主体材料从碳钢材料向马氏体不锈钢材料发展,从而使刀具、剪具从原来具有容易生锈的特点变成具有不易生锈的特质,金属表面相较过去更加干净卫生。材料的更迭同步伴随着工艺的提升,原有的碳钢锻打工艺演变为不锈钢板材冲压工艺,提高了生产效率;热处理工艺由原来的碳钢热处理工艺转为不锈钢气氛保护热处理工艺,减少热处理后表面氧化的现象,便于后道工序加工;磨削工艺则从原来的手工磨削逐渐改进为机械磨削及数控磨削,精度更高。另外,厨房家居用品行业的市场空间巨大,根据 Euromonitor 数据库数据显示,2019 年中国厨房市场规模为 991.82 亿元,未来市场空间将稳步增长。

公司在刀剪行业的核心技术方面具备较强的竞争优势。刀剪行业的主要技术包括热处理技术、表面处理技术以及磨削抛光工艺等。相比行业内其他企业,公司拥有专业、成熟的刀剪核心技术。公司拥有成熟的热处理技术,相比同行业公司,生产的产品具备更好的硬度、韧性,不易发生断裂和崩口;公司具有成熟的凹势磨削工艺,通过剪刀里口面的凹面设计减少剪刀剪切时的摩擦、提升剪切性能并延长产品使用寿命;公司的剪刀多片开刃技术使得铲出的剪刀,刃口的角度一致,光洁度和粗造度一致,保证了产品质量的稳定性。

为进一步保护核心技术,巩固技术护城河,公司在研发过程中,及时将技术研发成果转化为专利技术。截至本招股说明书签署日,公司已获得专利 128 项,其中发明专利 2 项,实用新型专利 38 项,外观设计专利 88 项。

智能化生产模式亦为公司核心技术的应用创造了条件。公司积极推进生产管理体系的自动化、信息化、精益化改造,打造智能工厂。公司不断推行机器换人,在传统生产线引入焊接、水磨、开锋等多台套机器人装备,提升生产环节的自动化水平;公司上线 MES 系统,集成企业 ERP、OMS、WMS、CRM 系统及试制

车间现场生产设备，导入车间管理小程序，形成一站式生产制造协同平台；公司亦基于华为云边缘计算网关平台、华为云 IOT 通用 PaaS 以及华为工业云 PaaS 等平台进行大数据分析，进行数据集成，有效提升决策及管理效率。

2019 年，公司的信息化改造张小泉智能工厂物联网项目获得由浙江省企业联合会和浙江省企业家协会联合颁发的浙江省企业管理现代化创新成果一等奖，成为杭州市工厂物联网、工业互联网示范试点企业，为传统五金刀剪行业的革故取新建立创新典范。

2) 产品竞争优势

不同于快速消费品、电子产品等，作为耐耗消费品，公司产品的完整生命周期较长，产品更新换代的速度相对较慢。部分产品品类例如家用剪等产品已进入成熟期，而随着市场的变化，新的细分产品品类例如厨房剪、厨师刀、厨房杂件、个人护理等产品亦在不断推陈出新。为更好地进行公司产品生命周期管理，一方面，诸多具有较好的市场认可度、产品质量优异的产品品类则持续多年稳定贡献收入；另一方面，公司持续推出引领行业前沿、符合市场发展趋势的产品。

① 细分产品竞争优势

公司产品从原料、核心技术、质量控制等方面均具备较强的竞争优势。原料端，公司使用的原材料较同行业其他公司的同类产品相对高端；生产端，公司全面运用核心技术、通过自动化生产线进行快速、精准生产，高效实现产品的最终交付；质量控制端，通过采购、生产及最终销售前各阶段的严格质检，公司保证了生产产品的品质，维护了公司良好的品牌形象。

公司细分产品的竞争优势如下：

A、剪具领域

公司的剪具生产经营历史悠久，产品在功能、质量、使用舒适性、美观度等方面均具有明显优势，在产品设计、工艺、制造等方面拥有技术优势。公司采用自产产品主要以中高端为主、OEM 主要以中低端产品为主的经营模式，以满足不同消费市场、不同消费群体的多样化需求。近年来，公司在维护传统家用剪等市场份额的同时，拓展进入厨房剪等市场，进一步提升公司在剪具领域的市场竞争力。

公司的剪具类产品处于市场领先地位。2017年12月至2020年12月，淘宝天猫平台开设的店铺中，公司天猫旗舰店在剪具类店铺排名中一直位居第1名。

B、刀具领域

公司本身的刀具类产品生产起步相对较晚，部分产品的生产不具有规模优势，但随着品牌影响力的增强，市场对公司刀具产品的需求增长迅猛。报告期内，发行人在提升刀具销售规模的基础上，推陈出新，生产高端化、个性化产品以满足新的市场需求。例如，为满足高端市场需求，公司推出单价超过1,000元的大马士革刀具产品；顺应消费者对于刀具便利性、多用性的需求，公司推出斩切两用刀。

公司的刀具类产品具有较强的竞争优势。2017年10月至2020年12月，淘宝天猫平台开设的店铺中，公司天猫旗舰店及相关专卖店在刀具类店铺排名中一直位居前列，主要位处前三的位置。

C、其他生活家居用品领域

相较于其他同行业可比公司，公司在该领域正处于初期发展阶段。由于产品的生产工艺与公司核心产品剪具、刀具不同，公司现基本以少数产品的小批量生产为主，大多数产品通过OEM采购。未来随着市场的成熟和公司产能的扩展，公司将逐步加大其他生活家居用品的自制规模，使其成为公司盈利能力增强的重要驱动因素。

② 新产品研发优势

为满足更新迭代的市场需求，公司在拥有业内核心技术的基础上，不断研发新产品，拓宽现有产品矩阵。公司积极运用大数据，设置了试制车间，坚持多年对于五金刀剪实验室的不断投入，为公司的发展构筑科技壁垒：

A、高端化

随着下游消费市场的持续升级，公司对标国际知名品牌，推出淳木系列刀具、力厨厨房剪等高端系列产品并取得优异的业绩表现。2017年至2019年，单价超过300元的产品占当期销售额的比重分别为5.19%、5.53%及5.82%，占比逐年提升；

B、个性化

为满足年轻人对刀剪产品便利、便捷的需求，公司推出斩切两用刀等产品；为满足园林、医药市场等细分市场的需求，公司推出电动剪刀、气动剪刀等产品；为提升产品性能，生产适应不同生产及生活场景的产品，公司在产品材料方面持续探索，尝试研发抗菌类产品、陶瓷类产品、激光熔覆材料产品等；

C、场景化

受全球疫情以及贸易争端等因素影响，外出用餐人数有所减少，居家型料理烹饪的人数相应增加，对相应的厨房用品全场景的产品需求提升，公司布局的“大厨房”消费场景的相关产品销量随之提升。

报告期内，新推出的产品实现了较好的销售业绩。2018年至2020年1-6月，公司当年新增产品的销售金额分别为828.92万元、6,816.98万元以及7,102.36万元，占当期主营业务收入比重分别为2.06%、14.22%以及28.55%，占比逐步提升。

3) 研发机制优势

公司将研发工作及研发团队建设放在公司发展的重要位置，不断加大研发投入、推动持续创新。

公司的研发工作主要涉及产品研发部、工艺部、销售各部门、采购部、试制车间、品管部等部门，各部门相互配合，实现产品研发工作的有效推进。报告期内，公司的研发投入逐年提升，2017年至2019年分别为521.46万元、878.97万元及1,677.82万元，占营业收入的比重分别为1.53%、2.14%及3.47%；研发人员数量亦不断增加，2017年12月31日、2018年12月31日、2019年12月31日及2020年6月30日分别为43人、65人、83人及97人。

为确保新产品能够满足下游客户的需求，公司建立了完善的新产品研发机制。公司新产品研发需经历严密的过程，根据产品实现的难易程度，一般需要3-5个月的时间周期。具体研发程序及时间周期如下：

序号	新产品研发程序	天数（天）
1	新品开发立项	1-2
2	项目签批	1-2

序号	新产品研发程序	天数(天)
3	产品策划及方案设计	15
4	手板模型制作	7
5	设计方案评审	1-2
6	结构及工艺设计	10
7	模具工装设计及制作	30-45
8	产品批试	45-60
9	批试产品验证	1-2
10	新产品鉴定	1-2
11	新品入库	1-2

为促进公司新产品的研发能力进一步提升，公司将在广东省阳江市投资建设刀剪智能制造中心，研发方向包括材料及产品研发、生产工艺升级改造和检测中心建设。该项目亦为本次首发上市的募投项目之一。公司通过建设该项目，将加大技术研发投入，提升公司的产品设计研发能力，持续探索智能工厂的优化升级，构筑公司在行业内的技术护城河。

4) 完善的产品品类布局

公司拥有完善的产品品类布局，以充分抓住行业增长机遇，同时减少因为对单个产品门类依赖所带来的波动风险。截至本招股说明书签署日，公司已形成覆盖厨房用刀剪、家用刀剪、工业用刀剪等多品类的产品组合，其中厨房用刀剪组合包括启航系列、典雅系列、厨金系列、美人鱼系列等，剪具包括鎏金岁月系列、节节高系列、松鹤系列、富贵花开系列等。公司打造了刀剪产品的一站式的购物体验，成为了消费者购买刀剪类产品的优选去处之一。另外，公司也在积极开拓伴手礼、个人护理等用途产品，2018 年获得杭州老字号企业协会颁发的“礼遇江南”老字号伴手礼大赛金奖。

5) 突出的产品设计开发能力

突出的产品设计开发能力是张小泉成为行业优秀企业的基石。张小泉股份作为老字号企业具有广泛的知名度，公司具有多年刀剪产品设计开发经验，形成了一套严格、规范的产品设计流程。公司在工业设计等方面均有高素质人才，设计人员专业背景广泛，包括外观设计、结构设计、品牌设计、图纸绘制等多种专业背景。公司在产品设计过程中，充分考虑产品的生产流程、材料的选择以及在产

品销售过程中如何更好展现产品的特点。通过产品设计引导产品开发的过程，借用改善产品的可用性，使产品更有价值、更加富有产品魅力。同时，公司建立了成熟的产品更新迭代机制，根据消费者的反馈不断完善公司产品品类，以保证公司的产品布局符合市场需求发展趋势，兼顾产品的多元化和精品化。

6) 可靠的产品质量保证

公司坚持核心环节自主控制，构建重度垂直的业务模式，通过供应商准入、入库严格质检、仓储库存自主管理等措施实现对产品质量的把控。公司严格按照 ISO9001:2015 标准要求，建立了系统的品质控制体系，从质量管理网络、管理制度、人员配置到产品的检测、测试能力建设等多个方面，来规范质量控制工作，对每一件产品均严把质量关，全过程考虑产品的可靠性、维修性、保障性、测试性、安全性及环境适应性。公司设有专职质量检验岗位，严格执行自检、互检和专检制度，生产过程、采购、外协、成品出厂等各个环节均须严格检验。另外，公司配置有多项检测设备、检测仪器等设备，保证了常规产品的检验。

为增强检测能力，定量化控制产品质量，公司建立了独立的检验、测试中心，对来料、制程、成品等相关产品主要的技术参数实施监控。测试中心各种检测设备较齐全，可以对公司内部原料入厂、生产制造到成品出厂的整个制造过程进行全程测试监控。目前公司在硬度测试、锤击试验、过程能力控制、厚度测试、锋利度测试、粗糙度测试等多个主要质量要求指标方面均已实现全流程跟踪。

为了保证产品质量，公司不断改进管理模式，对生产线进行物联网的信息化改造，提升精细化管理水平。2019 年，公司的信息化改造张小泉智能工厂物联网项目获得由浙江省企业联合会和浙江省企业家协会联合颁发的浙江省企业管理现代化创新成果一等奖。

(3) 销售渠道的优势

1) 完善的销售网络

公司布局连锁超市、门店、电商等多种终端，构建了全方位立体化的营销网络。根据各销售渠道的特性，公司对品牌做了清晰的定位：线下直营门店主营中高端产品；电商和超市渠道销售高性价比产品；其他销售渠道则主推大众化的消费产品。

线下销售渠道是公司传统的优势营销渠道，近年来通过深挖潜力，销售渠道得到了进一步巩固。在发达的销售渠道影响下，公司产品遍布全国，范围北至吉林延边、新疆喀什，南至云南昆明、广西兴安等地，部分产品更远销东南亚以及欧美等国际市场。公司高度重视与大型商超的合作，经过公司对客情关系的维护及超市品牌推广的优化，KA 渠道销售业绩取得了长足的进步。

线上销售渠道成为公司近年业务增长的重要销售渠道。公司于 2011 年在电商平台“天猫”开设了官方旗舰店，成为进军电商市场的关键环节。此外，公司还与京东、淘宝、拼多多等多家电商合作，建立了网上展示、交易、结算一体化的贸易平台。完善的销售网络，充分提高了张小泉的品牌知名度及市场影响力。

2) 销售规模优势

公司多年来深耕刀剪行业，依靠内生式增长和外延式扩张相结合的方式，位居刀剪行业前列，产业规模优势明显，风险抵御能力强。目前商务部认定的中华老字号有一定规模、效益相对较好的企业占比不高，多数经营情况欠佳。公司经营情况在行业中整体排名靠前。

规模优势有效提高了公司在原材料等采购中的议价能力，从而抵御原材料市场变化给公司带来的成本风险，进一步控制和降低成本。此外，规模优势能够快速满足客户的个性化需求，加强公司一站式服务能力，进一步增强公司的国际竞争力。

(4) 区位优势

浙江省的五金产业历史渊源悠久，最早起源于金属加工手工业。经过改革开放 30 多年的发展，浙江和全国的基础设施建设得到不断完善，制造业产业体系发展已经进入较为成熟的阶段。目前，浙江省已成为我国最大的五金产业制造基地和产品集散中心。

浙江产业集群特色显著，五金产业基地（产品之都）总数超过 20 个，居各省（市）之首，分布在温台、金华、宁波三大五金主产区域。产业集群的形成，为实行专业化分工、社会化协作和降低生产成本，形成区域品牌做出了巨大贡献。

浙江五金市场起步早，发展快，数量多，规模大，向外扩张能力较强。强大的市场功能和完善的营销网络，有力地促进了五金产业快速发展。浙江五金行业

的连锁专卖、特许经营、特色市场、网上营销等不同形式的营销网络在国内外市场快速发展，更为浙江五金产品的市场推广及销售业绩建立了渠道基础。

（5）管理层及人才团队优势

1) 经验丰富的管理层、业务扎实的员工团队

公司管理层具有丰富的管理经验和前瞻性的视野，对市场需求和消费者心理有着深刻理解，带领公司不断实现产品及模式创新，奠定了公司成长的重要基础。公司拥有一支业务扎实、充满活力的员工团队，成为了公司保持行业竞争优势及发展动力的重要因素。此外，公司通过内外部培训等机制挖掘员工潜力、因材施教进行人才培养，打造了一批和公司文化高度契合、具有较高忠诚度且业务技能扎实的员工团队。

2) 严格与开放并存的管理制度

公司建立了严格与开放并存的管理制度，例如公司在廉政方面对员工进行严格的规章制度要求，同时也建立了透明、简单、信任的“企业一员工”高效沟通机制，通过“总经理信箱”沟通体系让员工来驱动企业各项制度、流程、管理的完善，发挥员工团队的主观能动性，为发展和创新带来强劲的助推力。此外，公司积极培养员工的敬业奉献精神和社会责任感，为企业发展注入新的活力。

3、发行人竞争劣势

发行人主要依靠自身的积累发展，虽然近年来已发展成为刀剪等五金制品制造行业具有很强竞争力的民营企业之一，公司与国外先进企业相比，公司的资金实力、技术储备、成本管控、国际市场及高端产品开拓能力等方面处于相对弱势。公司仍需要进行持续的业务与技术创新，提高生产工艺的机械化、自动化程度。新技术研发与新市场的开拓需要大量且持续的投入，需要公司不断提高资本实力，提升生产能力，扩大销售规模，完善服务网络体系，持续提升技术研发水平，提高市场地位。

（七）影响发行人发展的有利因素和不利因素

1、有利因素

（1）国家政策支持

刀剪制造行业是我国轻工业的重要组成部分之一，是服务于生活和生产领域的重要民生和工业产业。国家相关部门推出了系列政策，有力推动了刀剪行业发展。

2016年8月，工信部发布《轻工业发展规划（2016-2020年）》指出，五金制品要加快整体产品的研发设计和核心技术创新，重点发展无油烟锅、高档刀具、电子智能锁等创新产品；提高高精度锻造、压铸设备、数控加工设备、先进热处理和表面处理设备及工具的使用比例；发展专业电镀企业和集中电镀服务，严格要求达标排放；支持产业集群区公共服务平台建设。该规划指引了未来五年轻工业的创新发展，实现由“轻工大国”向“轻工强国”转变，为刀剪行业向机械化、自动化和智能化的方向发展指明了方向。

2016年12月，中国五金制品协会发布的《中国五金制品行业“十三五”发展指导意见》指出，通过制造业与互联网等先进技术手段的融合，促进行业实现全产业链价值提升；行业将进一步提高、稳定产品的品质，树立国产品牌；提升产品附加值，增加经济效益，引导行业向服务型制造转型。

（2）消费升级提速

2019年，我国消费品市场稳步增长，全年社会消费品零售总额411,649.00亿元，比上年增长8.05%。《2017年中国居民消费发展报告》中指出，中国恩格尔系数40年内缩减约一半，2017年中国恩格尔系数为29.3%，首次处于低于30%的水平。2018年及2019年，中国恩格尔系数进一步下降至28.4%、28.2%。我国正呈现消费层次由温饱型向全面小康型转变；消费形态由物质型向服务型转变；消费方式由线下向线上线下融合转变；消费行为由从众模仿型向个性体验型转变的趋势。

随着国民素质的提高和消费理念的转变，社会消费结构逐渐向发展型、享受型升级。消费者对商品和品牌附加价值的认知程度逐渐提高，消费心理和需求逐渐呈现出多样化和个性化的特点，为刀剪制造行业向细分领域发展和差异化定位提供了进一步发展空间。

（3）电子商务发展迅速

电子商务是我国近年兴起的一种新型交易方式。在电子商务的支持下，地域

对交易的限制逐渐缩小，消费者能以简捷、快速的方式完成过去较为繁杂的商业活动。随着电子商务的快速发展，刀剪制造行业各企业纷纷介入，实现了销售渠道迅速扩张。

我国电子商务近年快速发展，交易额连创新高，电子商务在各领域的应用不断拓展和深化、相关服务业蓬勃发展、支撑体系不断健全完善、创新的动力和能力不断增强。在电子商务发展的带动下，刀剪产品的线上交易量将与日俱增，未来将成为刀剪行业的重要销售渠道。

2、不利因素

（1）人工成本上升

刀剪制造行业是典型的劳动密集型产业，随着我国工人薪资水平的持续上涨，不断攀升的人工成本给刀剪制造企业造成较大的经营压力。技术含量低的工人工资增长较为缓慢，一定程度上缓解了人工成本的压力，但是熟练技术工种和高级技术工人的紧缺问题依然长期存在。五金行业需求量大且技术需求较高的开料工、水磨工、数控车床等关键岗位工种人工成本上升依旧明显。

（2）行业竞争激烈

刀剪制造行业门槛相对较低，我国刀剪生产企业众多，且大多数企业规模较小、产品档次和质量较低、营销能力和产品开发能力有限，低水平生产线重复建设严重。为了维持生存和发展，部分小企业模仿市场流行产品的外观设计、盗用名牌企业的商标，并采取低价竞争的方式抢占市场。这些不规范或违法的行为加剧了行业的恶性竞争，影响了行业整体发展的进度。

（八）上述情况在最近三年的变化情况及未来可预见的变化趋势

公司的上述产品市场地位、技术水平和特点及公司竞争优势与劣势在近三年未发生重大变化，预计随着公司产品研发水平的不断提高、市场地位的不断提升，将进一步强化竞争优势，同时公司也在积极通过加强市场开拓、产品研发、完善融资渠道等补足短板，缩小与国际竞争对手的差距。

三、发行人销售情况及主要客户

(一) 报告期内发行人主要产品的产能及产量情况

报告期内，公司主要产品的产量及销量情况如下：

单位：把/套/件

产品分类	年份	产量	销量	产销率
剪具	2020年1-6月	14,697,222	15,338,531	104.36%
	2019年度	28,007,775	27,061,361	96.62%
	2018年度	29,670,395	25,294,917	85.25%
	2017年度	20,531,216	19,584,226	95.39%
刀具	2020年1-6月	3,353,972	2,784,497	83.02%
	2019年度	5,130,854	5,099,351	99.39%
	2018年度	5,085,452	4,477,201	88.04%
	2017年度	3,387,431	3,201,712	94.52%
套刀剪组合	2020年1-6月	721,089	650,196	90.17%
	2019年度	1,759,575	1,781,185	101.23%
	2018年度	1,873,503	1,776,295	94.81%
	2017年度	1,776,209	1,667,473	93.88%
其他生活家居用品	2020年1-6月	3,704,048	2,860,067	77.21%
	2019年度	4,757,978	4,266,283	89.67%
	2018年度	3,094,215	2,576,904	83.28%
	2017年度	1,309,740	1,377,169	105.15%

注：上表用于计算产销率的产量系自制产品产量及OEM产品产量总和，销量系自制产品及OEM产品销量总和。

报告期内，公司主要产品的自制产能及产能利用率情况如下：

单位：把

产品	会计期间	产能	产量	产能利用率
家用剪	2020年1-6月	3,346,200	3,007,084	89.87%
	2019年度	6,786,000	6,823,905	100.56%
	2018年度	6,372,000	6,293,259	98.76%
	2017年度	6,114,600	5,834,708	95.42%
服装剪	2020年1-6月	604,500	385,691	63.80%
	2019年度	1,288,500	1,214,087	94.22%
	2018年度	885,000	898,383	101.51%

产品	会计期间	产能	产量	产能利用率
	2017 年度	708,000	678,454	95.83%
刀具	2020 年 1-6 月	2,288,000	2,453,696	107.24%
	2019 年度	4,720,000	5,292,257	112.12%
	2018 年度	4,720,000	4,979,507	105.50%
	2017 年度	4,720,000	4,725,379	100.11%
总计	2020 年 1-6 月	6,238,700	5,846,471	93.71%
	2019 年度	12,794,500	13,330,249	104.19%
	2018 年度	11,977,000	12,171,149	101.62%
	2017 年度	11,542,600	11,238,541	97.37%

注 1: 此表的产量统计口径为公司总装车间产品的出库数量, 该阶段产品尚未进行组合包装, 因此不含“套刀剪组合”这一产品分类。此外, 此表刀具数量包含上表中“套刀剪组合”中的自制刀具, 因此产量大于上表中自制+OEM 刀具的合计数;

注 2: 由于“其他生活家居用品”主要通过 OEM 方式生产, 自制产品占比较小且品类较多、品类差异较大, 因此未在此表中单独列示。

报告期内, 公司自产的主要产品名称、产量具体情况如下表所示:

单位: 把、套

产品大类	产品小类	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
剪具	厨房剪	80,667	118,866	114,280	33,213
	服装剪	461,213	1,095,495	965,195	781,453
	个护类剪刀	349,219	632,114	608,292	569,039
	家用剪	2,630,205	5,182,514	5,240,768	4,927,464
	其他剪刀	87,511	181,344	188,172	196,233
	园林剪	41,240	51,193	27,978	67,848
	剪具小计	3,650,055	7,261,526	7,144,685	6,575,250
刀具	片刀	432,788	797,681	515,896	443,995
	其他单刀	98,003	185,716	203,892	246,426
	水果刀	232,946	399,202	439,526	239,369
	斩骨刀	24,961	44,317	25,733	2,787
	刀具小计	788,698	1,426,916	1,185,047	932,577
套刀剪组合	套装刀剪	363,060	936,476	854,390	920,190
	刀具组合	13,877	57,972	49,824	6,790
	剪具组合	11,499	24,878	50,537	24,603
	套刀剪组合小计	388,436	1,019,326	954,751	951,583
其他生活	个护类杂件	16,257	43,608	33,637	43,704

产品大类	产品小类	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
家居用品	其他杂件	137,474	55,193	13,260	7,943
	砧板餐具铲勺类	32,982	41,777	-	-
	其他生活家居用品小计	186,713	140,578	46,897	51,647

报告期内，公司 OEM 产量高于自主生产产量，具体情况如下表所示：

单位：万把/套/件

年份	类别	刀具	剪具	套刀剪组合	其他生活家居用品	合计
2020年1-6月	自产产量	78.87	365.01	38.84	18.67	501.39
	OEM产量	256.53	1,104.72	33.27	351.73	1,746.24
2019年度	自产产量	142.69	726.15	101.93	14.06	984.83
	OEM产量	370.39	2,074.62	74.02	461.74	2,980.78
2018年度	自产产量	118.50	714.47	95.48	4.69	933.14
	OEM产量	390.04	2,252.57	91.88	304.73	3,039.22
2017年度	自产产量	93.26	657.53	95.16	5.16	851.11
	OEM产量	245.49	1,395.60	82.46	125.81	1,849.35

报告期内，公司 OEM 产品产量高于自主生产产品的主要原因系报告期内公司的主营业务收入呈现增长的态势，2017年至2020年1-6月，主营业务收入分别为33,555.68万元、40,313.47万元、47,955.93万元和24,880.83万元，为满足公司业务的增长需求，抓住市场机遇，扩大销售规模，公司只有通过外协加工来解决产能不足的问题，丰富自身的产品品类，提升品牌影响力。

公司采用外协加工产品的方式提升产能，符合行业的惯例。公司正处于快速发展阶段，存在产能无法满足销量持续增长的情形。为解决上述问题，公司通过外协加工的方式，来满足下游市场不断增长的需求，提升市场份额，提高市场知名度。刀剪行业企业均采用外协加工弥补产能不足的惯例，所以公司采用外协加工方式符合公司的发展阶段特点，符合行业惯例。

公司对外协加工厂商建立了严格的管控体系。公司制定了外协生产相关内控制度，公司在与外协加工厂商合作前需通过生产能力、产品质量等对其进行综合评审，并定期对外协生产供应商的质量、交期、售后服务等方面进行评价。此外，公司十分注重品牌价值，在保证外协加工厂商生产质量的基础上，不断开拓销售渠道、提升品牌的影响力、提升公司的核心竞争力。因此，公司的外协加工模式

不会影响公司的核心竞争力。

（二）发行人主要产品及服务的销售收入情况

报告期内，公司主要产品的销售收入具体如下：

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
剪具	7,958.08	31.98%	15,017.07	31.31%	13,306.78	33.01%	11,420.85	34.04%
刀具	6,548.43	26.32%	11,220.41	23.40%	8,803.22	21.84%	6,694.98	19.95%
套刀剪组合	6,002.92	24.13%	13,884.99	28.95%	13,250.53	32.87%	11,815.65	35.21%
其他生活家居用品	4,371.40	17.57%	7,833.47	16.33%	4,952.95	12.29%	3,624.21	10.80%
合计	24,880.83	100.00%	47,955.93	100.00%	40,313.47	100.00%	33,555.68	100.00%

（三）发行人产品及服务的主要客户群体

公司产品的主要客户群体为家庭客户和工业客户，家庭客户产品主要应用于家庭厨房、个人美容护理等日常使用，工业客户产品主要应用于工业中布料、细线的剪切。

（四）销售价格的总体变动情况

2017年度至2020年1-6月，公司主要产品平均单价分别为12.99元、11.81元、12.55元及12.25元，其中2018年较2017年主要产品平均单价稍有下降，主要系平均销售价格较低的“其他生活家居用品”销售占比上升所致，公司销售主要产品平均单价总体上为波动式上升趋势，具体变动情况如下：

单位：元

产品类别	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
剪具	5.19	5.55	5.26	5.83
刀具	23.52	22.00	19.66	20.91
套刀剪组合	92.32	77.95	74.60	70.86
其他生活家居用品	15.28	18.36	19.22	26.32
合计	12.25	12.55	11.81	12.99

（五）各销售模式占当期主营业务收入的比重情况

报告期内，公司的销售模式包括经销模式、直销模式和代销模式。公司各销

售模式占当期主营业务收入的比重如下：

单位：万元

销售渠道	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
经销	17,295.66	69.52%	31,681.02	66.06%	24,950.18	61.89%	18,904.01	56.34%
直销	6,654.06	26.74%	13,860.51	28.90%	13,340.25	33.09%	12,625.09	37.62%
代销	931.11	3.74%	2,414.40	5.03%	2,023.04	5.02%	2,026.58	6.04%
合计	24,880.83	100.00%	47,955.93	100.00%	40,313.47	100.00%	33,555.68	100.00%

(六) 发行人报告期内各期前五名客户的名称、销售金额及占营业收入的比例

报告期内，公司前五名客户情况如下表所示：

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	占当期营业收入的比例
2020年1-6月			
1	北京京东世纪贸易有限公司 ¹	2,090.79	8.34%
2	重庆思优普贸易有限公司 ²	1,831.09	7.30%
3	宁波方太营销有限公司 ³	1,018.94	4.06%
4	义乌市孙茂福五金商行 ⁴	989.92	3.95%
5	上海聚建网络科技有限公司	673.81	2.69%
合计		6,604.55	26.34%
2019年度			
1	重庆思优普贸易有限公司	4,027.59	8.32%
2	宁波方太营销有限公司	3,448.44	7.12%
3	北京京东世纪贸易有限公司	3,392.38	7.01%
4	上海聚建网络科技有限公司	2,192.14	4.53%
5	义乌市孙茂福五金商行	1,647.86	3.40%
合计		14,708.41	30.38%
2018年度			
1	宁波方太营销有限公司	4,709.86	11.48%
2	北京京东世纪贸易有限公司	2,940.31	7.17%
3	重庆思优普贸易有限公司	2,663.16	6.49%
4	义乌市孙茂福五金商行	1,456.32	3.55%
5	浙江天猫供应链管理有限公司 ⁵	1,286.90	3.14%
合计		13,056.55	31.83%

序号	客户名称	销售金额	占当期营业收入的比例
2017 年度			
1	宁波方太营销有限公司	5,339.42	15.64%
2	北京京东世纪贸易有限公司	2,411.88	7.07%
3	重庆思优普贸易有限公司	1,898.76	5.56%
4	上海天翌电子商务有限公司	1,491.44	4.37%
5	义乌市孙茂福五金商行	1,407.16	4.12%
合计		12,548.66	36.76%

注 1：北京京东世纪贸易有限公司包含京东旗下代销、经销平台，包括京东自营（经销）、京东礼品自营旗舰店（经销）、京东 FBP（代销）；

注 2：重庆思优普贸易有限公司、重庆小仆贸易有限公司、重庆有马刃物贸易有限公司，因其均受同一最终控制方控制，故对其合并列示营业收入

注 3：宁波方太营销有限公司、宁波方太厨具有限公司、宁波柏厨集成厨房有限公司因其均受同一最终控制方控制，故对其合并列示营业收入

注 4：义乌市孙茂福五金商行实际控制人孙茂福与孙江波系直系近亲属，表中义乌市孙茂福五金商行数据系公司向上述企业及个人销售商品的合计数据；

注 5：浙江天猫供应链管理有限公司包含天猫旗下代销平台，包括天猫超市、天猫海外自营旗舰店。

报告期内，公司与前五名客户之间不存在关联关系，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员、主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东均未在前五大客户中占有权益。

（七）分六种销售模式的主要客户销售情况

1、不同模式前五名客户主要销售内容、销售金额及占比

（1）线上经销

报告期各期，公司线上经销前五名客户主要销售内容、销售金额及占比如下表所示：

期间	客户名称	销售额 (万元)	主要销售内容	占当期线上经销主营业务收入比例	占当期主营业务收入比例	是否关联方
2020 年 1-6 月	北京京东世纪贸易有限公司	1,974.32	刀具、套刀剪组合	26.20%	7.94%	否
	重庆思优普贸易有限公司	1,766.81	刀具、套刀剪组合	23.44%	7.10%	否
	上海昌昕商贸有限公司	530.01	刀具、套刀剪组合	7.03%	2.13%	否
	义乌市泉韵日用品有限公司	385.15	刀具、套刀剪组合	5.11%	1.55%	否
	杭州瀚登贸易有限公司	359.85	剪具	4.77%	1.45%	否
	合 计	5,016.14		66.55%	20.17%	

期间	客户名称	销售额 (万元)	主要销售内容	占当期线上经 销主营业务收入 比例	占当期主营 业务收入 比例	是否 关联 方
2019 年度	重庆思优普贸易有限公司	3,938.31	刀具、套刀剪组合	33.27%	8.21%	否
	北京京东世纪贸易有限公司	3,127.74	刀具、套刀剪组合	26.42%	6.52%	否
	杭州瀚登贸易有限公司	695.45	剪具	5.87%	1.45%	否
	上海昌昕商贸有限公司	612.25	刀具、套刀剪组合	5.17%	1.28%	否
	义乌市泉韵日用品有限公司	593.65	刀具、套刀剪组合	5.01%	1.24%	否
	合 计	8,967.40		75.74%	18.70%	
2018 年度	重庆思优普贸易有限公司	2,663.16	刀具、套刀剪组合	30.30%	6.61%	否
	北京京东世纪贸易有限公司	2,583.10	套刀剪组合	29.39%	6.41%	否
	杭州瀚登贸易有限公司	575.24	刀具、剪具、套刀 剪组合	6.55%	1.43%	否
	义乌市泉韵日用品有限公司	461.58	剪具	5.25%	1.14%	否
	上海昌昕商贸有限公司	443.83	刀具、套刀剪组合	5.05%	1.10%	否
	合 计	6,726.90		76.55%	16.69%	
2017 年度	北京京东世纪贸易有限公司	1,977.38	套刀剪组合	29.84%	5.89%	否
	重庆思优普贸易有限公司	1,898.76	刀具、套刀剪组合	28.66%	5.66%	否
	杭州瀚登贸易有限公司	458.39	刀具、剪具	6.92%	1.37%	否
	义乌市泉韵日用品有限公司	415.92	剪具	6.28%	1.24%	否
	杭州坤川贸易有限公司	353.81	剪具、其他生活家 居用品	5.34%	1.05%	否
	合 计	5,104.25		77.03%	15.21%	

注 1:北京京东世纪贸易有限公司包含京东旗下代销、经销平台,包括京东自营(经销)、京东礼品自营旗舰店(经销)、京东 FBP(代销),表中北京京东世纪贸易有限公司数据系京东自营(经销)、京东礼品自营旗舰店(经销)销售商品的合计数据

注 2:重庆思优普贸易有限公司、重庆小仆贸易有限公司受同一实际控制人控制,表中重庆思优普贸易有限公司数据系公司向上述企业销售商品的合计数据

注 3:上海昌昕商贸有限公司、上海麦畅电子商务有限公司受同一实际控制人控制,表中上海昌昕商贸有限公司数据系公司向上述企业销售商品的合计数据

注 4:义乌市泉韵日用品有限公司、义乌市童幻电子商务有限公司、义乌市禾易日用品有限公司实际控制人均系陈建芳,表中义乌市泉韵日用品有限公司数据系公司向上述企业及个人销售商品的合计数据

注 5:杭州瀚登贸易有限公司、杭州荣健贸易有限公司实际控制人为于元晟,表中杭州瀚登贸易有限公司数据系公司向上述企业及个人销售商品的合计数据

注 6:杭州坤川贸易有限公司、杭州缤诺电子商务有限公司受同一实际控制人控制,表中杭州坤川贸易有限公司数据系公司向上述企业销售商品的合计数据

(2) 线下经销

报告期各期,公司线下经销前五名客户主要销售内容、销售金额及占比如下表所示:

期间	客户名称	销售额 (万元)	主要销售内容	占当期线下经 销主营业务收入 比例	占当期主 营业务收入 比例	是否关 联方
2020年 1-6月	义乌市孙茂福五金商行	989.92	剪具	10.14%	3.98%	否
	上海聚建网络科技有限公司	669.28	套刀剪组合	6.86%	2.69%	否
	济南首尚家居用品有限公司	528.82	其他生活家居用品、刀具	5.42%	2.13%	否
	杭州恋家实业有限公司	447.99	套刀剪组合、其他生活家居用品	4.59%	1.80%	否
	南京豪润贸易有限公司	382.41	刀具、剪具	3.92%	1.54%	否
	合计	3,018.42		30.93%	12.13%	
2019 年度	上海聚建网络科技有限公司	2,182.47	套刀剪组合	11.00%	4.55%	否
	义乌市孙茂福五金商行	1,647.86	剪具	8.30%	3.44%	否
	济南首尚家居用品有限公司	1,213.50	刀具、其他生活家居用品	6.12%	2.53%	否
	南京豪润贸易有限公司	787.02	刀具、剪具	3.97%	1.64%	否
	沭阳福宇商贸有限公司	730.81	剪具	3.68%	1.52%	否
	合计	6,561.65		33.07%	13.68%	
2018 年度	义乌市孙茂福五金商行	1,456.32	剪具	9.01%	3.61%	否
	济南首尚家居用品有限公司	927.80	刀具、其他生活家居用品	5.74%	2.30%	否
	上海聚建网络科技有限公司	904.36	套刀剪组合	5.60%	2.24%	否
	义乌市宝锐五金有限公司	707.10	剪具	4.38%	1.75%	否
	南京豪润贸易有限公司	679.95	刀具	4.21%	1.69%	否
	合计	4,675.53		28.93%	11.60%	
2017 年度	义乌市孙茂福五金商行	1,407.16	剪具	11.46%	4.19%	否
	义乌市宝锐五金有限公司	631.13	剪具、套刀剪组合	5.14%	1.88%	否
	南京豪润贸易有限公司	570.21	刀具、套刀剪组合	4.64%	1.70%	否
	沭阳福宇商贸有限公司	553.78	剪具	4.51%	1.65%	否
	济南首尚家居用品有限公司	526.01	刀具	4.28%	1.57%	否
	合计	3,688.29		30.04%	10.99%	

(3) 线上直销

报告期各期，公司线上直销前五名店铺主要销售内容、销售金额及占比如下表所示：

期间	店铺名称	销售额 (万元)	主要销售内容	占当期线上直销 主营业务收入 比例	占当期主 营业务收入 比例	是否关 联方
2020 年1-6 月	张小泉官方旗舰店(天猫)	4,050.68	套刀剪组合	88.19%	16.28%	否
	张小泉厨具旗舰店(京东商城)	125.17	套刀剪组合	2.73%	0.50%	否
	张小泉官方旗舰店(阿里巴巴)	108.19	剪具、套刀剪组合	2.36%	0.43%	否
	张小泉泉心专卖店(天猫)	86.09	剪具	1.87%	0.35%	否
	张小泉文创专卖店(天猫)	80.49	其他生活家居用品	1.75%	0.32%	否
	合计	4,450.62		96.90%	17.89%	
2019 年度	张小泉官方旗舰店(天猫)	4,514.31	套刀剪组合	83.11%	9.41%	否
	张小泉厨具旗舰店(京东商城)	203.56	套刀剪组合	3.75%	0.42%	否
	张小泉文创专卖店(天猫)	196.89	其他生活家居用品	3.62%	0.41%	否
	张小泉官方旗舰店(阿里巴巴)	172.56	剪具、套刀剪组合	3.18%	0.36%	否
	张小泉泉心专卖店(天猫)	85.20	剪具	1.57%	0.18%	否
	合计	5,172.52		95.22%	10.79%	
2018 年度	张小泉官方旗舰店(天猫)	3,225.98	套刀剪组合	82.91%	8.00%	否
	张小泉文创专卖店(天猫)	177.72	其他生活家居用品	4.57%	0.44%	否
	张小泉厨具旗舰店(京东商城)	177.50	套刀剪组合	4.56%	0.44%	否
	张小泉居家日用旗舰店(拼多多)	79.10	剪具	2.03%	0.20%	否
	张小泉官方旗舰店(阿里巴巴)	77.72	套刀剪组合	2.00%	0.19%	否
	合计	3,738.02		96.07%	9.27%	
2017 年度	张小泉官方旗舰店(天猫)	2,502.30	套刀剪组合	88.12%	7.46%	否
	张小泉厨具旗舰店(京东商城)	130.18	套刀剪组合、刀具	4.58%	0.39%	否
	泉字牌家居旗舰店(天猫)	62.37	剪具	2.20%	0.19%	否
	张小泉官方旗舰店供应商(淘宝供销平台)	34.19	其他生活家居用品	1.20%	0.10%	否
	张小泉官方旗舰店(一号店)	26.68	套刀剪组合	0.94%	0.08%	否
	合计	2,755.71		97.04%	8.21%	

注：线上直销客户为零售终端消费者，此表列示不同电商平台店铺的销售数据

(4) 线下直销

报告期各期，公司线下直销前五名客户主要销售内容、销售金额及占比如下表所示：

期间	客户名称/门店	销售额 (万元)	主要销售内容	占当期线下直销 主营业务收入 比例	占当期主 营业务收入 比例	是否关 联方
2020 年 1-6 月	宁波方太营销有限公司	1,018.94	套刀剪组合	49.44%	4.10%	否
	上海南京东路店	557.30	刀具、剪具、其他生活 家居用品	27.04%	2.24%	否
	上海豫园店	108.45	刀具、剪具、其他生活 家居用品	5.26%	0.44%	否
	杭州湖滨店	48.02	刀具、剪具、其他生活 家居用品	2.33%	0.19%	否
	南京夫子庙大石坝街店	37.02	刀具、剪具、其他生活 家居用品	1.80%	0.15%	否
	合 计	1,769.73		85.87%	7.12%	
2019 年度	宁波方太营销有限公司	3,448.44	套刀剪组合	40.91%	7.19%	否
	上海南京东路店	2,441.43	刀具、剪具、其他生活 家居用品	28.97%	5.09%	否
	上海豫园店	827.58	刀具、剪具、其他生活 家居用品	9.82%	1.73%	否
	贡院西街店	267.78	刀具、剪具、其他生活 家居用品	3.18%	0.56%	否
	南京夫子庙大石坝街店	233.45	刀具、剪具、其他生活 家居用品	2.77%	0.49%	否
	合 计	7,218.68		85.65%	15.06%	
2018 年度	宁波方太营销有限公司	4,709.86	套刀剪组合	49.84%	11.68%	否
	上海南京东路店	2,803.58	刀具、剪具、其他生活 家居用品	29.67%	6.95%	否
	上海豫园店	870.95	刀具、剪具、其他生活 家居用品	9.22%	2.16%	否
	杭州河坊街店	303.09	刀具、剪具、其他生活 家居用品	3.21%	0.75%	否
	杭州湖滨店	189.02	刀具、剪具、其他生活 家居用品	2.00%	0.47%	否
	合 计	8,876.50		93.94%	22.01%	
2017 年度	宁波方太营销有限公司	5,339.12	套刀剪组合	54.56%	15.91%	否
	上海南京东路店	3,046.65	刀具、剪具、其他生活 家居用品	31.13%	9.08%	否
	上海豫园店	884.57	刀具、剪具、其他生活 家居用品	9.04%	2.64%	否
	杭州河坊街店	218.83	刀具、剪具、其他生活 家居用品	2.24%	0.65%	否
	杭州湖滨店	144.78	刀具、剪具、其他生活 家居用品	1.48%	0.43%	否
	合 计	9,634.25		98.46%	28.71%	

注 1：表中直营门店数据系公司线下直营门店当年度零售合计数据

注 2：宁波方太营销有限公司、宁波方太厨具有限公司、宁波柏厨集成厨房有限公司受同一实际控制人控制，表中宁波方太营销有限公司数据系向上述企业销售商品的合计数据

(5) 线上代销

报告期各期，公司线上代销主要客户主要销售内容、销售金额及占比如下表所示：

期间	单客户名称	销售额 (万元)	主要销售内容	占当期线上代销 主营业务收入 比例	占当期主营 业务收入 比例	是否 关联方
2020 年 1-6 月	浙江天猫供应链管理有限公司	384.32	套刀剪组合、刀具	76.67%	1.54%	否
	北京京东世纪贸易有限公司	116.47	套刀剪组合	23.24%	0.47%	否
	浙江顺联网络科技有限公司	0.24		0.05%	0.00%	否
	杭州泛嘉科技有限公司	0.17	其他生活家居用品、套刀剪组合	0.03%	0.00%	否
	宁波三生电子商务有限公司	0.11	剪具组合	0.01%	0.00%	否
	合 计	501.31		100.00	2.01%	
2019 年度	浙江天猫供应链管理有限公司	1,305.07	套刀剪组合、刀具	82.97%	2.72%	否
	北京京东世纪贸易有限公司	264.63	套刀剪组合	16.82%	0.55%	否
	杭州世瀚百年网络科技有限公司	1.36	套刀剪组合	0.09%	0.00%	否
	杭州泛嘉科技有限公司	0.99	套刀剪组合	0.06%	0.00%	否
	浙江顺联网络科技有限公司	0.80	剪具、套刀剪组合	0.05%		否
	合 计	1,572.85		99.99%	3.27%	
2018 年度	浙江天猫供应链管理有限公司	1,286.90	套刀剪组合、刀具	78.15%	3.19%	否
	北京京东世纪贸易有限公司	357.21	套刀剪组合	21.69%	0.89%	否
	武汉会过科技有限公司	2.50	套刀剪组合	0.15%	0.01%	否
	合 计	1646.61		100.00%	4.08%	
2017 年度	浙江天猫供应链管理有限公司	1,491.44	套刀剪组合、刀具	76.56%	4.44%	否
	北京京东世纪贸易有限公司	456.74	套刀剪组合	23.44%	1.36%	否
	合 计	1,948.17		100.00%	5.81%	

注 1：浙江天猫供应链管理有限公司包含天猫旗下代销平台，包括天猫超市、天猫海外自营旗舰店，表中浙江天猫供应链管理有限公司数据系天猫超市、天猫海外自营旗舰店代销商品的合计数据

注 2：浙江顺联网络科技有限公司包含顺联动力代销平台，表中浙江顺联网络科技有限公司数据系顺联动力代销商品的合计数据

注 3：杭州泛嘉科技有限公司包含泛嘉福选代销平台，表中杭州泛嘉科技有限公司数据系泛嘉福选代销商品的合计数据

注 4：此表中北京京东世纪贸易有限公司数据系京东 FBP 代销商品的合计数据。

注 5：宁波三生电子商务有限公司包含有享云商城，表中宁波三生电子商务有限公司数据系有享云商城代销商品的合计数据

注注 6: 杭州世瀚百年网络科技有限公司包含世瀚百年代销平台, 表中杭州世瀚百年网络科技有限公司数据系世瀚百年代销商品的合计数据

注注 7: 武汉会过科技有限公司包含会过 VIP 代销平台, 表中武汉会过科技有限公司数据系会过 VIP 代销商品的合计数据

(6) 线下代销

报告期各期, 公司线下代销主要客户主要销售内容、销售金额及占比如下表所示:

期间	单位	销售额 (万元)	主要销售内容	占当期线下代销 主营业务收入 比例	占当期主营业务 收入比例	是否关 联方
2020 年 1-6 月	永辉物流有限公司	286.65	刀具、剪具	66.68%	1.15%	否
	山东潍坊百货集团股份有限公司中百配送中心	99.66	刀具、剪具	23.18%	0.40%	否
	福兴祥物流集团有限公司	43.57	刀具、剪具	10.13%	0.18%	否
	合计	429.88		100.00%	1.73%	
2019 年度	永辉物流有限公司	634.84	刀具、剪具	75.44%	1.32%	否
	山东潍坊百货集团股份有限公司中百配送中心	107.35	刀具、剪具	12.76%	0.22%	否
	福兴祥物流集团有限公司	99.33	刀具、剪具	11.80%	0.21%	否
	合计	841.52		100.00%	1.75%	
2018 年度	永辉物流有限公司	283.28	刀具、剪具	75.26%	0.70%	否
	福兴祥物流集团有限公司	62.69	刀具、剪具	16.65%	0.16%	否
	山东潍坊百货集团股份有限公司中百配送中心	30.46	刀具、剪具	8.09%	0.08%	否
	合计	376.43		100.00%	0.93%	
2017 年度	福兴祥物流集团有限公司	49.67	刀具、剪具	63.35%	0.15%	否
	山东潍坊百货集团股份有限公司中百配送中心	28.73	刀具、剪具	36.65%	0.09%	否
	合计	78.40		100.01%	0.23%	

(八) 线上销售情况分析

按照销售模式不同, 公司线上销售分为直销、经销及代销三种模式。线上直销是指公司在天猫、京东等电子商务平台开设直营店铺将产品直接销售给终端消费者; 线上经销是指公司与京东、思优普等经销商签订经销协议, 公司将产品销

售给上述企业，上述企业通过自身的电子商务平台或在电子商务平台开设的店铺将产品销售给终端消费者；线上代销是指公司与天猫超市、京东 FBP 等电子代销平台签订代销协议，公司通过上述电子代销平台向终端消费者销售产品，并向其支付分成费用。

1、线上各销售模式下收入情况统计

报告期内，公司线上销售各模式下收入情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
线上直销收入	4,593.20	36.36%	5,431.99	28.83%	3,890.89	27.16%	2,839.67	24.88%
线上经销收入	7,536.87	59.67%	11,839.15	62.83%	8,787.92	61.34%	6,626.20	58.05%
线上代销收入	501.24	3.97%	1,572.89	8.35%	1,646.61	11.49%	1,948.17	17.07%
线上收入合计	12,631.30	100.00%	18,844.02	100.00%	14,325.42	100.00%	11,414.04	100.00%

线上经销模式下，经销商根据实际业务情况向公司发出采购需求，公司确认之后向经销商发货，由经销商自提货物或由公司将货物发送至经销商处，后续经销商通过自身的电子商务平台或在电子商务平台开设的店铺向消费者销售获取利润。公司收到经销商支付的货款之后向经销商开具发票，经销商向终端消费者开具发票。

公司将产品送交经销商时经销商立即进行验收，验收通过后商品所有权及风险由公司转移至经销商，经销商拥有商品的所有权并通过向消费者销售获取利润，因此公司线上经销属于买断式经销。

线上代销模式下，公司将商品存放于双方共同确定的仓储存放点，电子代销平台向消费者销售公司产品，电子代销平台按照约定的对账时间与公司进行结算，公司向电子代销平台开具发票，电子代销平台向终端客户开具发票。

代销模式下，商品到仓并经仓储服务商验收通过入仓后至买家订单成功支付前，商品的所有权及不动销、毁损、灭失等法律风险依旧由公司承担，自买家下单并成功支付货款后转移至电子代销平台。

公司在线上经销与线上代销模式下销售合同主要条款内容对比情况如下表所示：

项目	线上经销		线上代销	
	京东自营	思优普	天猫超市	京东FBP
仓储	存放于客户仓库。	存放于客户仓库。	发行人通过SCM系统进行商品信息维护和商品管理，将商品存放于双方共同确定的仓储服务商提供的仓储存放点，经发行人发布上线并送货入仓的商品，在天猫超市进行上架销售。	公司在京东平台开设店铺，公司将产品调拨至京东各个仓库。
配送	发行人负责将订单列明的产品按照约定的时间送达。	思优普可以采用自提委托发行人托运的方式，自提地点为发行人仓库，委托发行人托运方式的托运地址为思优普指定地址。	所有商品发行人均需要备足货源（特别是促销单品），送货量应满足销售及正常库存，发行人须按送货单载明的实际、数量等要求及时与仓储服务商进行预约送货，防止缺货情况发生。	在京东平台开设的店铺由发行人自行维护，店铺内商品的经营由发行人以其自身名义开展。用户与发行人达成意向订单后，由京东负责代
验收	产品所有权自京东自营验收入库后转移至京东自营。	思优普应于产品交付时即完成验收工作。	商品到仓并经仓储服务商外观验收通过入仓，且买家下单并成功支付货款后，商品所有权转移至天猫超市；买家订单成功支付前商品不动销、毁损、灭失等法律风险仍由发行人承担。	代销，并由京东相应区域公司向用户开具商品发票、配送、提供售后服务。
向终端消费者开具发票的主体	京东自营	思优普	天猫超市	京东FBP
是否买断销售	是	是	否	否

公司的可比上市公司如苏泊尔、爱仕达和哈尔斯，均有线上销售，其中线上销售模式包括线上直销、线上经销和线上代销模式，公司销售模式与可比上市公司不存在差异。

2、公司线上经销和代销主要客户

报告期内，思优普、京东自营为公司最大的两个线上经销商，每年公司对思优普、京东自营实现的收入合计占线上经销收入的比例均高于49%，具体情况如下表所示：

单位：万元

会计期间	序号	经销商名称	同一控制下客户	销售金额	销售占比
2020年1-6月	1	北京京东世纪贸易有限公司（京东自营）	-	1,974.31	26.20%

会计期间	序号	经销商名称	同一控制下客户	销售金额	销售占比
	2	重庆思优普贸易有限公司	重庆小仆贸易有限公司 重庆有马刃物贸易有限公司	1,766.81	23.44%
	3	上海昌昕商贸有限公司	上海麦畅电子商务有限公司	530.01	7.03%
	4	义乌市泉韵日用品有限公司	义乌市童幻电子商务有限公司 义乌市禾易日用品有限公司	385.15	5.11%
	5	杭州瀚登贸易有限公司	杭州荣健贸易有限公司	359.85	4.77%
	合计			5,016.14	66.55%
2019年度	1	重庆思优普贸易有限公司	重庆小仆贸易有限公司 重庆有马刃物贸易有限公司	3,938.31	33.27%
	2	北京京东世纪贸易有限公司（京东自营）	-	3,127.74	26.42%
	3	杭州瀚登贸易有限公司	杭州荣健贸易有限公司	695.45	5.87%
	4	上海昌昕商贸有限公司	上海麦畅电子商务有限公司	612.25	5.17%
	5	义乌市泉韵日用品有限公司	义乌市童幻电子商务有限公司 义乌市禾易日用品有限公司	593.65	5.01%
	合计			8,967.40	75.74%
2018年度	1	重庆思优普贸易有限公司	重庆小仆贸易有限公司 重庆有马刃物贸易有限公司	2,663.16	30.30%
	2	北京京东世纪贸易有限公司（京东自营）	-	2,583.10	29.39%
	3	杭州瀚登贸易有限公司	杭州荣健贸易有限公司	575.24	6.55%
	4	义乌市泉韵日用品有限公司	义乌市童幻电子商务有限公司 义乌市禾易日用品有限公司	461.58	5.25%
	5	上海昌昕商贸有限公司	上海麦畅电子商务有限公司	443.83	5.05%
	合计			6,726.90	76.55%
2017年度	1	北京京东世纪贸易有限公司（京东自营）	-	1,977.38	29.84%
	2	重庆思优普	重庆小仆贸易有限公司	1,898.76	28.66%

会计期间	序号	经销商名称	同一控制下客户	销售金额	销售占比
		贸易有限公司	重庆有马刃物贸易有限公司		
	3	杭州瀚登贸易有限公司	杭州荣健贸易有限公司	458.39	6.92%
	4	义乌市泉韵日用品有限公司	义乌市童幻电子商务有限公司 义乌市禾易日用品有限公司	415.92	6.28%
	5	杭州坤川贸易有限公司	杭州缤诺电子商务有限公司	353.81	5.34%
	合计			5,104.25	77.03%

报告期内，公司线上代销主要客户为天猫超市、京东FBP，各年度公司通过上述平台实现的收入占线上代销收入的比例均高于98%，具体情况如下表所示：

单位：万元

客户名称	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
天猫超市	384.32	1,305.07	1,286.90	1,491.44
京东FBP	116.47	264.63	357.21	456.74
其他代销平台	0.45	3.18	2.50	-
合计	501.24	1,572.89	1,646.61	1,948.17

3、线上销售价格管理

基于公司直销、经销及代销的三种线上销售模式，公司在各电商平台上的店铺可以分为公司直营店铺、经销店铺及代销店铺三类。

对于产品售价公司建立了严格的管理制度，同类产品在不同平台不同类型店铺向终端消费者销售时的定价标价保持一致。但是，不同的店铺优惠政策不同，从而导致相同产品在不同店铺向终端消费者销售时的实际成交价格存在一定差异。发行人对于店铺的优惠政策进行管理把控，店铺开展促销活动需要向发行人报备优惠政策，经发行人同意后方可开展。

4、线上同时采取直销、经销和代销模式原因

(1) 线上销售模式具体情况

报告期各期，公司线上销售情况如下表所示：

单位：万元

销售模式	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

销售模式	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
经销	7,536.87	59.67%	11,839.15	62.83%	8,787.92	61.34%	6,626.20	58.05%
直销	4,593.22	36.36%	5,431.99	28.83%	3,890.89	27.16%	2,839.67	24.88%
代销	501.24	3.97%	1,572.89	8.35%	1,646.61	11.49%	1,948.17	17.07%
合计	12,631.33	100.00%	18,844.03	100.00%	14,325.42	100.00%	11,414.04	100.00%

报告期内，公司线上销售同时采用经销、直销和代销模式，主要以经销及直销为主，报告期各期，公司经销及直销占线上销售比例分别为 82.93%、88.50%、91.66%及 96.03%，呈上升趋势。线上代销分别为 1,948.17 万元、1,646.61 万元、1,572.89 万元及 501.24 万元，线上代销系对直销及经销的补充。

报告期内，公司线上销售各模式具体情况如下表所示：

模式	合作方式	主要销售平台/客户	特点	直接交易对手方
线上直销	在电商平台开设直销店铺	天猫张小泉官方旗舰店、京东张小泉厨具旗舰店	①线上直销模式可以使得公司对品牌推广、销售策略、产品销售品类等方面拥有完全自主管理权，销售管理更为灵活 ②线上直销模式直接面对终端客户，能够迅速取得客户反馈，进而快速调整公司销售策略 ③线上直销模式较其他线上销售模式销售毛利及毛利率更高	终端消费者
线上经销	①通过经销商在电商平台进行销售；②京东作为公司经销商向公司采购后在其线上平台销售	重庆思优普、京东自营平台	①选择线上经销经验较为丰富、推广能力较强的线上经销商能有效提升公司产品线上销售规模；通过经销商的店铺流量能够给张小泉的产品带来流量，提高品牌影响力 ②借助规模较大、影响力较强、客户服务更优的京东平台能有力的提高公司品牌影响力，促进产品销售。	经销商 京东自营
线上代销	电商平台作为代销商销售公司产品	天猫超市、京东FBP	①能有效扩充公司产品线上销售流量，拓展线上销售规模 ②天猫超市发货速度较快，一般当天下单次日即达，能快速满足消费者需求	电商平台

公司线上销售同时采用直销、经销及代销主要系以下原因所致：1）线上电子商务平台同时开放多种模式与商家进行合作，公司为发展电子商务业务，加深与各电子商务平台合作深度及稳定性，同时与平台进行多种模式合作；2）同时选择多种模式合作有利于增强公司产品流量、提高公司产品知名度及增强客户粘性；3）公司经过多年经营，建设了稳定的自有电商运营团队及仓储物流合作体系，同时拥有完善的经销商管理体系及运营经验，使得公司有能力和电商平台开展多种模式合作。

(2) 可比上市公司情况

可比上市公司中，2019年8月上市的小熊电器主营业务包含锅煲类、壶类等金属制品，其产品线上销售主要通过线上经销、电商平台入仓和线上直销方式在天猫商城、京东商城、唯品会和苏宁易购等主流电商平台和拼多多、平安好医生等新兴电商平台进行销售；2020年6月上市的北鼎股份主营业务包含养生壶、电热水壶等厨房小家电及蒸锅、保温杯等金属制品，其产品线上销售同时采用直销、代销及分销模式进行销售。

公司线上销售根据不同销售模式及销售平台特点同时采用直销、经销及代销模式，有效促进公司线上销售业务发展，提高品牌线上知名度，与同行业上市公司采用销售模式一致，具有商业合理性。

5、市场推广情况

报告期内，电子商务行业蓬勃发展，公司为推动线上业务增长，积极开展线上市场推广：①明星代言：通过与薇娅、雪梨、烈儿宝贝等站内外网红达人合作开展直播带货；②平台引流：通过关键词搜索、猜你喜欢等免费工具以及直通车、超级推荐、品销宝、淘宝客等付费工具进行平台内引流；③爆款产品打造：聚焦站内外资源，集中打造高销量产品，例如锐志系列家用菜刀，8月全网（淘宝&天猫）菜刀类目排名第二；④数据化运营：通过数据化的技术和手段，对整个店铺运营过程中的各个环节进行分析，为店铺提供专业、准确的行业及运营数据，从而优化运营效果、提高推广效率。

报告期内，公司在线上市场的宣传推广投入持续增长，2018年度公司线上市场推广费用为725.75万元，同比增长126.57%，后续线上市场推广费用的增长与线上销售收入的增长基本保持一致，2018年至2020年上半年，线上市场推广费用占线上销售收入的比例保持在7.24%-8.57%之间。

报告期内，公司在线上市场的推广费用情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
线上市场推广费用	724.25	856.57	725.75	320.32
线上销售收入	12,699.49	18,844.02	14,325.42	11,414.04
线上市场推广费用/线	7.24%	8.57%	7.26%	3.20%

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
上销售收入				

报告期内，公司线上市场推广费用明细如下表所示：

单位：万元

费用类型	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
淘宝直销店铺推广费用	545.33	535.23	461.72	157.85
淘宝代销店铺推广费用	17.11	51.23	36.55	54.63
京东直销店铺推广费用	10.36	19.75	13.69	7.75
京东经销店铺推广费用	85.01	177.09	169.85	73.07
京东代销店铺推广费用	8.06	24.88	18.68	12.80
小平台店铺推广费用	14.40	29.61	8.64	4.64
直播费	31.29	-	-	-
拍摄费	12.69	18.78	16.61	9.59
合计	724.25	856.57	725.75	320.32

由上表可知，公司线上推广费用主要集中于天猫平台，主要系公司直营店铺主要集中于淘宝平台，而公司线上推广费用主要用于直营店铺所致。

发行人的主要线上自营销售平台店铺是张小泉官方旗舰店（天猫）和张小泉厨具旗舰店（京东商城）。报告期内，上述两个店铺销售收入占当期线上直销主营业务收入的比重以及当期自营店铺销售排名情况如下：

店铺名称	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	占比	排名	占比	排名	占比	排名	占比	排名
张小泉官方旗舰店（天猫）	88.19%	1	83.11%	1	82.91%	1	88.12%	1
张小泉厨具旗舰店（京东商城）	2.73%	2	3.75%	2	4.56%	3	4.58%	2
合计	90.92%		86.86%		87.47%		92.70%	

因此张小泉官方旗舰店（天猫）和张小泉厨具旗舰店（京东商城）的获客成本、推广效果、店铺访问数据等波动情况，可以代表发行人线上自营销售平台的相关情况。上述两家平台店铺的相关情况如下：

期间	平台	推广费（万元）	销售收入（万元）	推广费用率	获客成本（元）	累计购买客户数量（万个）	访客数量（万个）	成交转化率
2020年1-6	张小泉官方旗舰店（天猫）	498.98	4,577.27	10.90%	1.77	42.95	688.56	6.24%

期间	平台	推广费 (万元)	销售收入 (万元)	推广费 用率	获客成本 (元)	累计购买 客户数量 (万个)	访客数量 (万个)	成交转 化率
月	张小泉厨具旗舰店 (京东商城)	10.36	141.44	7.32%	1.07	1.06	68.70	1.55%
2019 年度	张小泉官方旗舰店 (天猫)	461.27	5,132.72	8.99%	1.63	44.32	769.58	5.76%
	张小泉厨具旗舰店 (京东商城)	19.75	231.7	8.52%	1.05	1.65	101.07	1.64%
2018 年度	张小泉官方旗舰店 (天猫)	385.52	3,704.09	10.41%	1.52	31.30	558.48	5.60%
	张小泉厨具旗舰店 (京东商城)	13.69	206.42	6.63%	0.77	1.69	54.10	3.13%
2017 年度	张小泉官方旗舰店 (天猫)	136.95	2,927.69	4.68%	1.44	23.92	507.96	4.71%
	张小泉厨具旗舰店 (京东商城)	7.75	152.31	5.09%	0.46	1.37	39.57	3.46%

从上表可以看出，张小泉官方旗舰店（天猫）的获客成本区间是 1.44 元至 1.77 元，呈上升趋势，主要原因是平台商家竞争日趋激烈，推广点击单价上升所致。张小泉厨具旗舰店（京东商城）的获客成本区间是 0.46 元至 1.07 元，2018 年度的获客成本较 2017 年度提升较大的主要原因是京东推广形式逐步多样化，公司店铺推广力度逐年增加，与此同时平台商家竞争日趋激烈，点击单价上升，所以导致综合获客成本呈上升趋势。报告期内，发行人天猫旗舰店的获客成本高于京东旗舰店的获客成本，主要原因是天猫作为重点头部电商平台，公司重点于此平台发力推广所致。

张小泉官方旗舰店（天猫）的推广费呈现逐年上升的趋势，随着推广费的上升访客数量、累计购买的客户数量、成交转化率和销售收入也呈现上升趋势。2020 年上半年，发行人天猫旗舰店的推广费大幅上涨主要原因是受新冠疫情影响，线下渠道的销售冲击较大，在线下销售增长受限的情况下，发行人更加专注于加强线上渠道的营销投入，同时天猫平台也加强资源投入，增加平台的流量。公司充分发挥线上自营渠道的运营优势，与头部电商紧密合作，投入更多资源用于宣传推广，公司在天猫平台开设的官方旗舰店的访客数量、累计购买的客户数量、成交转化率和销售额实现增长。

张小泉厨具旗舰店（京东商城）的推广费呈现逐年上升的趋势，随着推广费的上升访客数量、销售收入也呈现上升趋势。报告期内，发行人京东旗舰店的成交转化率呈现出下降趋势，主要原因是京东平台进店领京豆、浏览店铺得红包等

促销形式的丰富和店铺曝光率不断的提升带来了大量非精准访客，导致成交转化率呈现下降趋势。

张小泉泉心专卖店（天猫）2019年的获客成本为2.36元，高于其他店铺的平均访客成本的主要原因是该店铺于2019年公司开始投入推广引流，店铺运营初期获客成本较高所致。

6、公司被各电商平台实施的处罚情况

报告期内，公司被各电商平台实施的处罚情况如下表所示：

处罚类型	处罚平台	处罚内容
质量问题	京东自营	2017年，N5490抽检质量不合格，为塑料刀柄经耐温测试后变形，罚款1万元
非质量问题	京东自营	2020年100000131419抽检，标签和使用说明书不符合要求，罚款3,000元
	云集	2020年，因三次延迟发货被扣30分、罚款6,000元
	天猫超市	2019年，因菜刀主图发布不符合最新要求，缺少量角器标注刀尖角度，下架罚款1,000元
	淘宝	2018年，文创专卖店因客服人员在处理后台评论时，可能出现错误判断，认为评价存在广告嫌疑所以使用了极速处理权限。而天猫人工审核后，认为公司客服判断失误，罚款1万元

上述处罚不会对公司业务经营造成影响，不构成重大违法行为或本次发行上市的法律障碍。

7、线上经销商思优普主要情况

（1）思优普主要财务数据

报告期内，思优普主要财务数据、员工人数、人均营业收入和人均利润主要情况如下：

单位：万元、万元/人、人

项目	2020年1-6月/ 2020.6.30	2019年度/ 2019.12.31	2018年度/ 2018.12.31	2017年度/ 2017.12.31
总资产	1,677.99	1,477.65	1,362.75	2,189.37
净资产	246.40	212.13	126.62	94.99
营业收入	2,536.67	6,336.34	4,528.91	3,323.69
净利润	55.69	265.51	234.75	125.18
员工人数	63	55	37	35
人均营业收入	40.26	115.21	122.40	94.96

项目	2020年1-6月/ 2020.6.30	2019年度/ 2019.12.31	2018年度/ 2018.12.31	2017年度/ 2017.12.31
人均利润	0.88	4.83	6.34	3.58

注：本表数据口径为思优普公司电商业务合并口径数据

(2) 思优普主要经营管理人员从业经历

思优普主要经营管理人员的从业经历情况如下：

姓名	职位	电商相关从业经验	从业经历
霍克	总经理	10年以上	曾任佛山富士宝电器国内销售总经理，任职期间主导产品电水壶、电磁炉和空调风扇获全国销量冠亚军；2007年至今任思优普总经理，2016年退出艾美特重庆地区总经销，集中经营张小泉产品。
程青玲	副总经理	10年以上	先后任职香港金骏集团深圳公司生产部主管，金骏集团深圳骏昌电子公司销售经理、成都办事处经理。之后到上海，任上海上奇林科技公司营销经理。现任思优普公司副总经理
张婧雨	运营部主管	10年以上	2011年加入思优普，为重庆思优普贸易有限公司运营部负责人。
张浩	天猫店铺运营	5年以上	2013年在深圳市问鼎童品电子商务有限公司担任天猫店铺美工，初次接触淘宝。2014年回到重庆加入思优普公司
传建川	设计部主管	5年以上	毕业于哈尔滨理工大学。先后任职重庆金庭科技设计主管，重庆爱车小二平台设计总监，2016年加入重庆思优普
李斌	影像负责人	5年以上	毕业于重庆工学院，先后任职重庆金夫人婚纱摄影摄影主管，日本华德培婚纱摄影导师，日本夏黎贸易公司广告摄影师。获得过“重庆市人像摄影十佳摄影师”，2019年加入重庆思优普。

综上，思优普主要经营管理人员拥有丰富的营销、电商从业经验，设有专门电商经营团队负责产品文案设计、店铺装修等模块，线上运营经验丰富。

(3) 思优普线上销售主要运营数据和公司自营平台运营数据比较

报告期内，思优普线上销售在天猫、京东上开设直营店，与唯品会合作的模式为代销，因此未能取得唯品会终端销售的数据；公司线上销售主要在天猫、京东上开设直营店，思优普线上销售主要运营数据和公司自营平台运营数据对比情况如下：

年份	公司	电商平台	交易金额 (万元)	客户数量(人)	交易次数(次)	平均单次 消费金额 (元/次)	人均消费 金额 (元/人)
2020年	思优普	拼多多	125.72	24,873.00	24,873.00	50.54	50.54

年份	公司	电商平台	交易金额 (万元)	客户数量(人)	交易次数(次)	平均单次 消费金额 (元/次)	人均消费 金额 (元/人)
1-6月		天猫	1,871.76	226,116.00	247,366.00	75.67	82.78
	张小泉	天猫	4,798.66	499,237.00	528,058.00	90.87	96.12
		京东	140.54	10,213.00	10,697.00	131.39	137.61
2019 年度	思优普	拼多多	416.19	82,335.00	82,335.00	50.55	50.55
		天猫	5,051.76	573,334.00	604,403.00	83.58	88.11
	张小泉	天猫	5,467.47	542,739.00	582,473.00	93.87	100.74
		京东	225.58	16,526.00	17,250.00	130.77	136.50
2018 年度	思优普	拼多多	288.96	50,911.00	50,911.00	56.76	56.76
		天猫	4,062.79	394,411.00	417,757.00	97.25	103.01
	张小泉	天猫	4,061.42	404,222.00	431,329.00	94.16	100.48
		京东	208.10	16,918.00	17,744.00	117.28	123.00
2017 年度	思优普	拼多多	82.27	13,190.00	13,190.00	62.37	62.37
		天猫	3,407.74	331,408.00	351,526.00	96.94	102.83
	张小泉	天猫	2,958.74	249,371.00	264,969.00	111.66	118.65
		京东	154.47	13,699.00	15,553.00	99.32	112.76

人均消费金额(元/人)在思优普的拼多多平台上最低,在公司的京东平台上最高,主要与平台面向消费群体倾向不同相关,拼多多主要倾向于三、四线等低线城市,消费群体可接受的产品价位相对较低;在天猫平台上人均消费金额(元/人)思优普与公司比较接近,除2018年度外,思优普低于公司,主要与销售的产品品种有所差异相关。思优普线上销售主要运营数据和公司自营平台运营数据不存在重大差异。

8、各平台买家的画像及行为分析情况

报告期内,公司主要线上自营店铺系张小泉官方旗舰店(天猫)、张小泉品牌(即公司微信小程序),上述店铺买家的画像及行为分析指标的定义如下:

序号	数据名称	数据定义
1	账号注册时间	张小泉品牌(即公司微信小程序)的会员账号的注册时间
2	账户活跃度	各店铺平均日活跃用户数,即各店铺全年平均访客数
3	购买金额区间	单笔订单金额所在区间
4	地区分布	根据收件地址所在省份划分的销售金额分布

序号	数据名称	数据定义
5	停留页面时间	访客浏览单页面或网站所花费的平均时长

(1) 账号注册时间

报告期内，公司线上直销模式下，公司在天猫、京东平台的自营店铺终端消费者的账号系其于天猫、京东平台上注册的会员账号或支付宝账号，由于第三方平台客户数据、信息保密性要求，公司无法掌握上述消费者账号的注册时间。

公司的张小泉品牌微信小程序报告期注册的会员数及各期新客户数量

期间	新注册用户数（个）	新客户数量（个）	新客户/新注册用户数
2020年1-6月	14,475	797	5.51%
2019年	1,949	9	0.46%

鉴于张小泉品牌微信小程序开始运营时间较短，报告期内尚未形成可辨识的趋势。

(2) 账户活跃度

报告期内，公司主要线上平台主要自营店铺的账户活跃度情况如下：

单位：人

店铺名称	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
张小泉官方旗舰店（天猫）	37,833	21,084	15,301	13,917
张小泉厨具旗舰店（京东商城）	3,775	2,769	1,482	1,084
张小泉品牌	110	22	-	-

报告期内，随着公司品牌知名度的迅速提升以及各类品牌推广活动的推动，公司各主要线上自营店铺的账户活跃度不断提升，日均活跃用户数不断增长。张小泉官方旗舰店（天猫）的活跃用户人数远高于其他平台，主要系天猫作为头部B2C电商平台，拥有巨大的用户流量优势，同时其促销活动亦较为多样和频繁，因此日活跃用户数较高；张小泉厨具旗舰店（京东商城）的日均活跃用户数在2019年度和2020年1-6月实现了快速增长，主要系2019年度开始，京东平台新上线新社交裂变活动，通过社交软件、社交媒体平台等进行品牌宣传和引流，京东平台用户可以在活动期间通过每日登陆、浏览店铺等方式，赢取京豆兑换相关权益；与此同时，公司增加日常平台活动资源位，平台也组织老字号品牌联合营销，共同发声等，使店铺在站内外曝光机会大幅增加，导致公司张小泉厨具旗舰

店（京东商城）的日均活跃用户数在 2019 年度起迅速增长。

（3）购买金额区间分布

报告期内，公司各主要线上自营店铺不同购买金额区间的订单数分布情况如下：

单位：元

期间	店铺名称	单笔订单购买金额（元）区间				
		0-50 （含）	50-100 （含）	100-500 （含）	500-1000 （含）	1000 以上
2020 年 1-6 月	张小泉官方旗舰店 （天猫）	11.81%	22.35%	59.57%	4.84%	1.44%
	张小泉厨具旗舰店 （京东商城）	5.92%	13.52%	67.23%	6.88%	6.44%
	张小泉品牌	11.67%	18.07%	66.75%	2.51%	1.00%
2019 年度	张小泉官方旗舰店 （天猫）	8.09%	23.18%	58.83%	6.40%	3.50%
	张小泉厨具旗舰店 （京东商城）	8.50%	12.59%	54.92%	7.98%	16.01%
	张小泉品牌	-	-	-	-	-
2018 年度	张小泉官方旗舰店 （天猫）	7.58%	22.03%	60.94%	6.00%	3.45%
	张小泉厨具旗舰店 （京东商城）	9.42%	13.94%	56.79%	7.05%	12.80%
	张小泉品牌	-	-	-	-	-
2017 年度	张小泉官方旗舰店 （天猫）	8.79%	17.93%	65.60%	4.53%	3.15%
	张小泉厨具旗舰店 （京东商城）	12.27%	16.61%	53.71%	9.13%	8.29%
	张小泉品牌	-	-	-	-	-

公司主要线上自营店铺中，张小泉官方旗舰店（天猫）、张小泉厨具旗舰店（京东商城）系公司在天猫和京东 B2C 电商平台开设的自营店铺。作为头部 B2C 电商平台，报告期内，上述店铺在购买金额区间分布结构基本一致，且较为稳定，单笔购买金额以 500 元以内为主，订单占比基本在 80% 以上。

（4）地区分布

报告期内，公司主要线上自营店铺销售的地区分布情况如下：

单位：万元

地区	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

地区	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
张小泉官方旗舰店（天猫）								
华东	2,085.77	45.32%	2,448.89	47.64%	1,858.57	48.89%	1,438.61	48.94%
华南	648.98	14.10%	750.62	14.60%	523.53	13.77%	380.69	12.95%
华北	477.72	10.38%	472.78	9.20%	333.28	8.77%	261.43	8.89%
西南	377.51	8.20%	396.12	7.71%	288.86	7.60%	223.97	7.62%
华中	604.82	13.14%	664.11	12.92%	497.33	13.08%	376.84	12.82%
东北	258.09	5.61%	257.15	5.00%	191.74	5.04%	149.65	5.09%
西北	148.96	3.24%	150.23	2.92%	108.45	2.85%	108.32	3.69%
张小泉厨具旗舰店（京东商城）								
华东	43.05	30.63%	75.58	33.50%	80.44	38.65%	58.87	38.11%
华南	25.47	18.12%	37.66	16.69%	32.70	15.71%	26.35	17.06%
华北	25.47	18.12%	32.69	14.49%	30.43	14.62%	22.89	14.82%
西南	14.72	10.48%	23.09	10.24%	20.12	9.67%	14.56	9.43%
华中	15.83	11.26%	25.20	11.17%	22.56	10.84%	15.54	10.06%
东北	8.71	6.20%	20.25	8.98%	13.57	6.52%	7.08	4.58%
西北	7.30	5.19%	11.11	4.93%	8.28	3.98%	9.17	5.94%

公司线上自营店铺的客户众多，地区分布广泛。报告期内，公司各线上平台的主要自营店铺的销售地区分布结构较为稳定，报告期内不存在大幅波动的情况，各店铺在其他地区的销售均实现了稳定增长。其中经济发展水平较高、购买力较强的华东地区的销售占比较高；而其他地区的销售收入在不同自营店铺略有差异，主要系与各地区的网购人数、购买力、经济水平、品牌影响力以及各店铺在该地区的品牌推广及促销策略有关。

（5）平均停留时间

平均停留时间指访客浏览页面所花费的平均时长，其中京东平台店铺为每个访客平均浏览店铺页面的时长；其他平台店铺为进入店铺至离开店铺的时间间隔。

报告期内，公司各主要线上自营店铺的访客平均停留时间情况如下：

单位：秒

店铺名称	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
张小泉官方旗舰店（天猫）	16.50	18.50	20.75	23.30

店铺名称	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
张小泉厨具旗舰店（京东商城）	71.21	80.17	92.44	86.43
张小泉品牌	60	30	-	-

张小泉官方旗舰店（天猫）平均停留时间逐年下降，主要原因是店铺流量逐年增加，尤其公司自2019年开始大力开展直播带来较多快速流量所致。

（6）复购客户及复购率

公司各类线上销售的复购客户为当年各平台交易天数大于等于2天的客户；复购率为当年各平台交易天数大于等于2天的客户占该平台客户总人数之比。

9、公司主要线上自营店铺的运营数据

线上直销模式下，公司主要通过天猫、京东开设的直营店铺进行销售，其中张小泉官方旗舰店（天猫）和张小泉厨具旗舰店（京东商城）分别为两平台的核心店铺。2017年度至2020年1-6月，发行人天猫和京东官方旗舰店的合计销售金额占线上直销主营业务的比重分别为92.70%、87.47%、86.86%和90.92%。

报告期内，公司主要运营数据的类型及定义如下：

数据类型	数名称	数据定义
流量指标	访问量（万个）	到访店铺的用户数
	页面浏览量（万个）	用户访问店铺页面的次数
	平均停留时间（秒）	访客浏览页面所花费的平均时长
	平均获客成本（元/人）	获取客户的单位成本，按推广工具费用除以推广获得的用户数计算
	复购率	重复购买行为在总购买行为中的比重，按客户重复购买订单数占总订单数的比率计算
客户指标	客户数（万人）	有购买行为的用户数量
	客单价（元）	订单平均价格，按订单金额除以订单数量计算
产品数量指标	平均SKU（个）	店铺商品SKU平均个数，按期初和期末数量算术平均计算
销售转化指标	订单数量（万笔）	用户提交购买的订单数量
	销售金额（万元）	最终实现销售的金额（已剔除退货部分）
	成交转化率	产生购买行为的用户数占到访用户的比率
市场竞争情况指标	刀具成交额排名	月度成交额排名的算术平均值
	剪刀成交额排名	月度成交额排名的算术平均值

报告期内，张小泉官方旗舰店（天猫）的运营数据如下：

运营数据类型	运营数据名称	2020年 1-6月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
流量指标	访问量（万个）	688.56	769.58	558.48	507.96
	页面浏览量（万个）	4,846.78	5,565.99	4,131.39	3,045.18
	平均停留时间（秒）	16.50	18.50	20.75	23.30
	平均获客成本（元/人）	1.77	1.63	1.52	1.44
	复购率	5.35%	6.84%	6.59%	5.96%
客户指标	客户数（万人）	45.62	44.16	32.18	24.26
	客单价（元）	95.47	108.43	110.36	113.96
产品数量指标	平均SKU（个）	508	348	232	173
销售转化指标	订单数量（万笔）	48.20	47.40	34.45	25.79
	销售金额（万元）	4,577.27	5,132.72	3,704.09	2,927.69
	成交转化率（%）	6.63%	5.74%	5.76%	4.78%
市场竞争情况指标	刀具成交额排名	2	4	4	6
	剪具成交额排名	1	1	1	1

注：该成交额排名系公司报告期生意参谋应用月度行业排名的平均值。平均停留时间取生意参谋半年统计数据算术平均计算所得。

报告期内，公司张小泉厨具旗舰店（京东商城）的运营数据如下：

运营数据类型	运营数据名称	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
流量指标	访问量（万个）	68.70	101.07	54.10	39.57
	页面浏览量（万个）	170.67	283.57	181.84	114.09
	平均停留时间（秒）	71.21	80.17	92.44	86.43
	平均获客成本（元/人）	1.07	1.05	0.77	0.46
	复购率	4.52%	4.20%	4.66%	11.92%
客户指标	客户数（万人）	1.02	1.65	1.69	1.37
	客单价（元）	131.39	130.77	117.28	99.32
产品数量指标	平均SKU（个）	359	289	189	152
销售转化指标	订单数量（万笔）	1.07	1.73	1.77	1.56
	销售金额（万元）	141.44	231.70	206.42	152.31
	成交转化率（%）	1.49%	1.64%	3.13%	3.46%
市场竞争情况 指标	刀具成交额排名	2	2	2	2
	剪具成交额排名	1	1	1	1

注：该成交额排名系公司报告期生意参谋应用月度行业排名的平均值。平均停留时间取京东商智月度统计数据平均计算所得。

报告期内，张小泉品牌是公司开发的微信小程序，主要作为公司线下零售门

店的会员入口，用于辅助开拓维护公司的线下零售门店会员体系，由线下门店店员向客户推荐通过小程序注册成为公司会员。其主要目的是为了通过会员累积、裂变和数据分析，促进线下直营门店的销售，提升门店会员复购，提升线下门店的客户服务水平。通过张小泉品牌微信小程序实现的销售实质为门店销售的延伸，因此公司将该部分收入归入线下直营模式进行统计。该微信小程序于2019年10月份上线运营，自开始运营至今的运营数据如下：

运营数据类型	运营数据名称	2020年1-6月	2019年度
流量指标	访问量（万个）	2	0.2
	页面浏览量（万个）	2.9	2.1
	平均停留时间（秒）	60	30
	客户平均购买次数（次）	1	1
	复购率	0%	0%
客户指标	客户数（人）	797	9
	客单价（元）	164.81	458.44
产品数量指标	SKU（个）	110	30
销售转化指标	订单数量（笔）	797	9
	销售金额（万元）	13.14	0.41
	成交转化率（%）	3.99%	0.45%
市场竞争情况指标	成交额排名	无	无

注：因初期统计数据功能不完善，访问量、访问量、平均停留时间均为根据系统后台的区间数据加权估算。

10、收件及退换货集中度情况

报告期内，同一买家对应收件人集中度情况如下：

收件人数	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	人数集中度	金额集中度	人数集中度	金额集中度	人数集中度	金额集中度	人数集中度	金额集中度
1	99.10%	98.00%	98.85%	96.95%	98.97%	97.32%	98.92%	97.52%
2	0.88%	1.90%	1.11%	2.61%	0.99%	2.43%	1.04%	2.31%
3	0.02%	0.06%	0.04%	0.34%	0.03%	0.15%	0.03%	0.11%
4	0.00%	0.01%	0.00%	0.04%	0.00%	0.04%	0.00%	0.01%
5	0.00%	0.02%	0.00%	0.01%	0.00%	0.01%	0.00%	0.00%
5个以上	0.00%	0.02%	0.01%	0.04%	0.00%	0.04%	0.00%	0.05%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

从上表可以看出，报告期内，收件人数为 1 的人数集中度和金额集中度占比达到 96%以上，同一买家对应一个收件人的集中度很高。

报告期内，同一买家对应收件地址集中度情况如下：

收件地址数	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	人数集中度	金额集中度	人数集中度	金额集中度	人数集中度	金额集中度	人数集中度	金额集中度
1	98.19%	96.09%	97.43%	94.09%	96.85%	93.23%	97.92%	95.33%
2	1.74%	3.66%	2.34%	4.96%	2.79%	5.81%	1.90%	3.99%
3	0.06%	0.19%	0.15%	0.64%	0.22%	0.60%	0.12%	0.40%
4	0.01%	0.02%	0.03%	0.14%	0.05%	0.13%	0.02%	0.09%
5	0.00%	0.01%	0.01%	0.04%	0.03%	0.06%	0.02%	0.06%
5 个以上	0.00%	0.03%	0.03%	0.13%	0.05%	0.18%	0.02%	0.14%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

从上表可以看出，报告期内，收件地址数为 1 的人数集中度和金额集中度占比达到 93%以上，同一买家对应一个收件地址的集中度很高。

报告期内，买家一定期间退换货集中度情况如下：

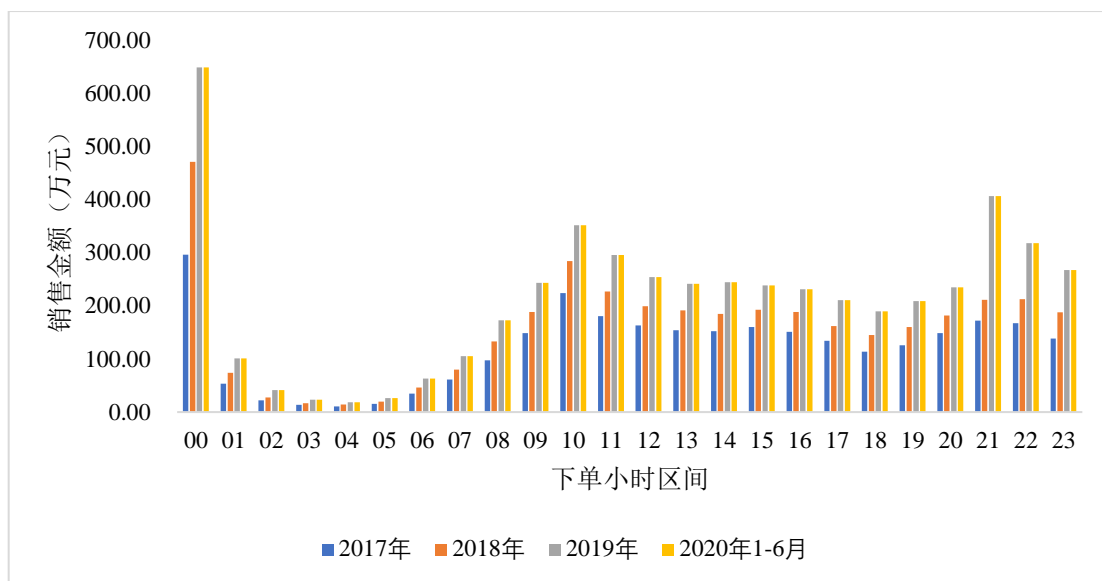
单位：万元

期间	前 20 名用户退换货金额	前 20 名占有所有退换货用户比例	当期退换货金额	线上直营销售收入	退换货款占收入比例
2020 年 1-6 月	2.05	8.77%	23.39	4,593.20	0.51%
2019 年度	2.57	12.94%	19.88	5,431.99	0.37%
2018 年度	3.13	19.44%	16.08	3,890.89	0.41%
2017 年度	2.47	24.65%	10.01	2,839.67	0.35%

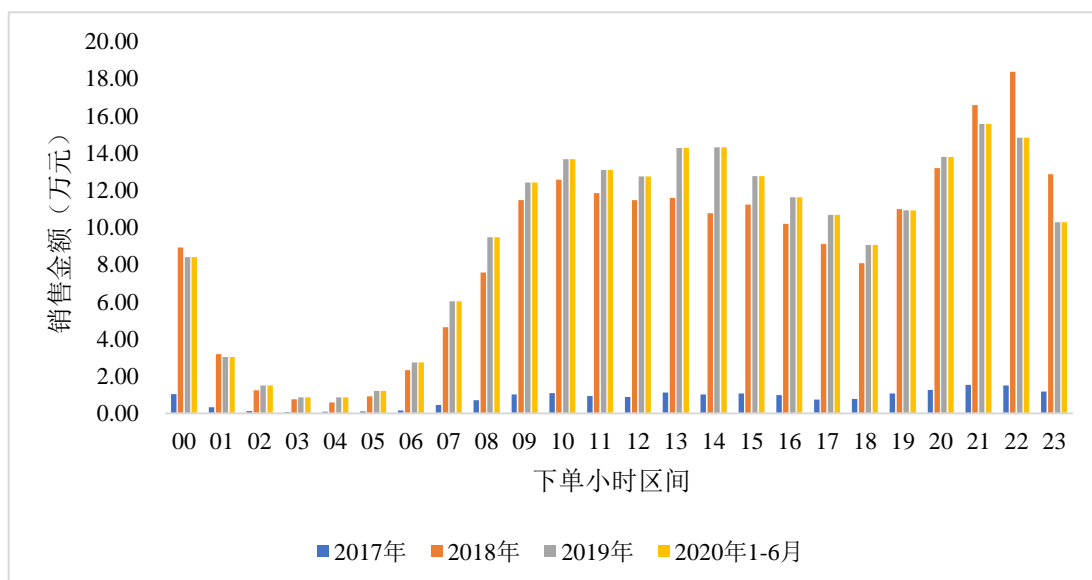
报告期内，发行人的退换货笔数以及金额分布较为分散，退换货款的金额小于 4 万元，前二十名退换货用户占有所有退换货用户的比例呈现逐年下降趋势，2020 年 1-6 月份占比仅为 8.77%。

11、报告期各期线上不同平台交易量分时分布情况

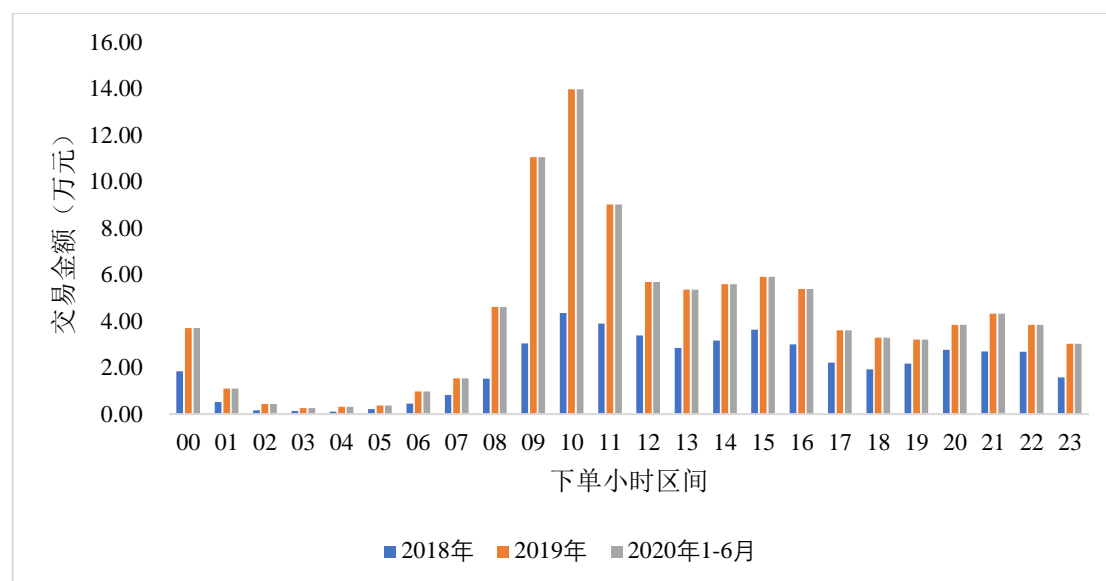
(1) 张小泉官方旗舰店（天猫）报告期各期交易量分时分布情况



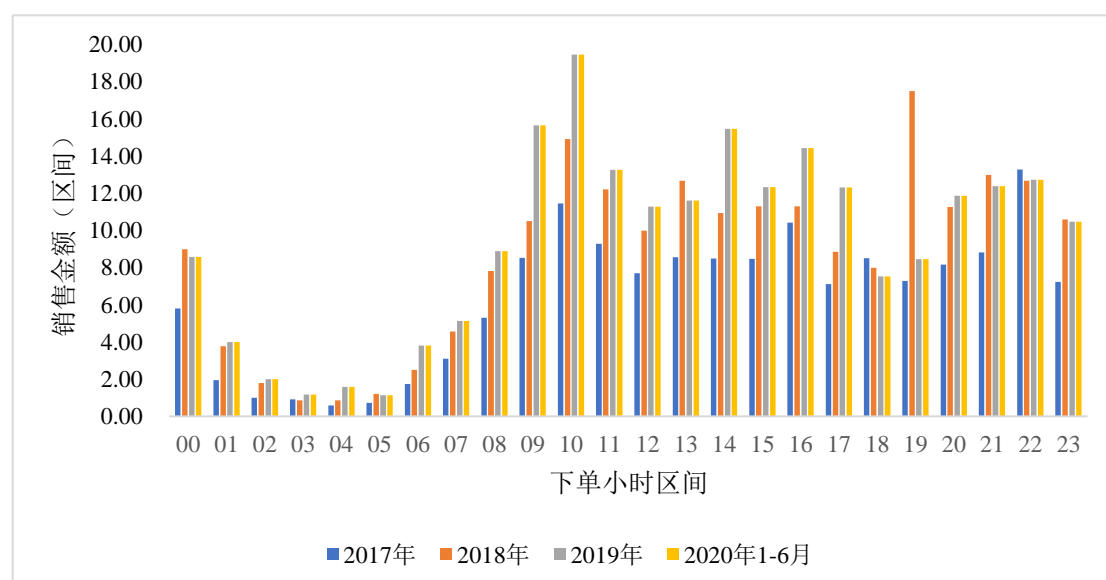
(2) 张小泉文创专卖店（天猫）报告期各期交易量分时分布情况



(3) 张小泉泉心专卖店（天猫）报告期各期交易量分时分布情况



(4) 张小泉厨具旗舰店（京东商城）报告期各期交易量分时分布情况



公司线上自营主要通过天猫、京东等 B2C 电商平台开设的自营店铺进行销售，上述 B2C 电商平台的传统大型促销日期及模式已较为固定，如“双 11”、“双 12”、“6·18”等。经过多年的发展，客户在上述大促期间的消费习惯已经较为稳定，为配合促销政策会提前将热门商品加入购物车或支付定金后，在促销日零点即刻下单支付全款或尾款，以获得额外优惠或避免商品售罄。故从上述分时数据分布可以看出，各店铺每年销售最高的时段均集中于 0 点-1 点的时间段，并在当天上午 10 点和晚上 22 点出现新的小高峰，公司各店铺的交易分时数据与促销政策及促销活动的时间分布基本一致。

12、关于各平台新客户的定义

(1) 淘宝天猫系平台新客户：2016年1月1日起首次发生交易的客户

(2) 京东平台新客户：2016年、2017年管易系统同步京东平台用户的收件人姓名作为用户标识来留存（存在较多XX先生女士小姐等通用称呼导致重名情况较多），2018年初管易系统升级时将留存逻辑修正为平台ID。因此对于京东平台用户，我们以2017年1月1日作为新用户计算起点。

(3) 其他平台（拼多多、网易考拉等）新客户：自业务开展发生起发生首次交易的客户

13、报告期各期公司线上销售模式下各平台新客户数量、新客户贡献收入金额及交易次数、新客户平均交易金额

(1) 2017年度

平台	用户数	用户订单数	用户订单金额（万元）	新用户数	新用户订单数	新用户订单金额（万元）	新用户订单平均金额（元）	新用户比例	新用户订单金额比
天猫	249,371	264,969	2,958.74	242,196	256,544	2,866.15	111.72	97.12%	96.87%
京东	13,699	15,553	154.47	13,699	15,553	154.47	99.32	100.00%	100.00%
其他小平台	234	241	3.70	232	239	3.68	154.06	99.15%	99.52%
阿里巴巴	71	79	1.85	71	79	1.85	234.77	100.00%	100.00%
合计	263,375	280,842	3,118.76	256,198	272,415	3,026.16	111.09	97.27%	97.03%

注：上表中新用户数与IT审计报告有所差异主要系上表列示数据为对应平台新用户数，IT审计报告列示数据为公司线上直销整体层面新用户数，去除了不同平台的重复数据，下同

(2) 2018年度

平台	用户数	用户订单数	用户订单金额（万元）	新用户数	新用户订单数	新用户订单金额（万元）	新用户订单平均金额（元）	新用户比例	新用户订单金额比
天猫	404,222	431,329	4,061.42	385,893	410,008	3,841.91	93.70	95.47%	94.60%
京东	16,918	17,744	208.10	16,178	16,717	196.93	117.80	95.63%	94.63%
其他小平台	39,387	47,780	103.65	39,315	47,705	103.48	21.69	99.82%	99.84%
阿里巴巴	952	1,262	81.31	938	1,200	71.21	593.46	98.53%	87.59%
合计	461,479	498,115	4,454.48	442,324	475,630	4,213.53	88.59	95.85%	94.59%

(3) 2019年度

平台	用户数	用户订单数	用户订单金额（万元）	新用户数	新用户订单数	新用户订单金额（万元）	新用户订单平均金额（元）	新用户比例	新用户订单金额比
天猫	542,739	582,473	5,467.47	507,724	541,664	5,065.20	93.51	93.55%	92.64%

平台	用户数	用户订单数	用户订单金额(万元)	新用户数	新用户订单数	新用户订单金额(万元)	新用户订单平均金额(元)	新用户比例	新用户订单金额比
京东	16,526	17,250	225.58	16,313	16,992	221.60	130.42	98.71%	98.24%
阿里巴巴	1,137	1,689	174.19	1,085	1,539	157.26	1,021.85	95.43%	90.28%
其他小平台	26,838	32,025	111.88	23,182	25,293	90.76	35.88	86.38%	81.13%
合计	587,240	633,437	5,979.11	548,304	585,488	5,534.83	94.53	93.37%	92.57%

(4) 2020年1-6月

平台	用户数	用户订单数	用户订单金额(万元)	新用户数	新用户订单数	新用户订单金额(万元)	新用户订单平均金额(元)	新用户比例	新用户订单金额比
天猫	499,237	528,058	4,798.66	461,437	485,939	4,425.62	91.07	92.43%	92.23%
京东	10,213	10,697	140.54	9,965	10,422	136.78	131.25	97.57%	97.32%
阿里巴巴	609	843	56.65	506	609	10.96	180.01	83.09%	19.35%
其他小平台	7,976	8,407	36.34	7,012	7,287	31.82	43.67	87.91%	87.56%
合计	518,035	548,005	5,032.20	478,920	504,257	4,605.19	91.33	92.45%	91.51%

14、报告期内，公司线上经销前五名客户主要销售内容、销售金额及占比

单位：万元

年度	客户名称	销售额	占当期线上经销主营业务收入比例	占当期主营业务收入比例
2020年1-6月	北京京东世纪贸易有限公司[注 1]	1,974.32	26.20%	7.94%
	重庆思优普贸易有限公司[注 2]	1,766.81	23.44%	7.10%
	上海昌昕商贸有限公司[注 3]	530.01	7.03%	2.13%
	义乌市泉韵日用品有限公司[注 4]	385.15	5.11%	1.55%
	杭州瀚登贸易有限公司[注 5]	359.85	4.77%	1.45%
	小计	5,016.14	66.55%	20.16%
2019年	重庆思优普贸易有限公司[注 2]	3,938.31	33.27%	8.21%
	北京京东世纪贸易有限公司[注 1]	3,127.74	26.42%	6.52%
	杭州瀚登贸易有限公司[注 5]	695.45	5.87%	1.45%
	上海昌昕商贸有限公司[注 3]	612.25	5.17%	1.28%
	义乌市泉韵日用品有限公司[注 4]	593.65	5.01%	1.24%
	小计	8,967.40	75.74%	18.70%
2018年	重庆思优普贸易有限公司[注 2]	2,663.16	30.30%	6.61%
	北京京东世纪贸易有限公司[注 1]	2,583.10	29.39%	6.41%
	杭州瀚登贸易有限公司[注 5]	575.24	6.55%	1.43%
	义乌市泉韵日用品有限公司[注 4]	461.58	5.25%	1.14%

年度	客户名称	销售额	占当期线上经销主营业务收入比例	占当期主营业务收入比例
	上海昌昕商贸有限公司[注 3]	443.83	5.05%	1.10%
	小 计	6,726.90	76.55%	16.69%
2017 年	北京京东世纪贸易有限公司[注 1]	1,977.38	29.84%	5.89%
	重庆思优普贸易有限公司[注 2]	1,898.76	28.66%	5.66%
	杭州瀚登贸易有限公司[注 5]	458.39	6.92%	1.37%
	义乌市泉韵日用品有限公司[注 4]	415.92	6.28%	1.24%
	杭州坤川贸易有限公司[注 6]	353.81	5.34%	1.05%
	小 计	5,104.25	77.03%	15.21%

注 1：北京京东世纪贸易有限公司包含京东旗下代销、经销平台，包括京东自营（经销）、京东礼品自营旗舰店（经销）、京东 FBP（代销），表中北京京东世纪贸易有限公司数据系京东自营（经销）、京东礼品自营旗舰店（经销）销售商品的合计数据

注 2：重庆思优普贸易有限公司、重庆小仆贸易有限公司受同一实际控制人控制，表中重庆思优普贸易有限公司数据系公司向上述企业销售商品的合计数据

注 3：上海昌昕商贸有限公司、上海麦畅电子商务有限公司受同一实际控制人控制，表中上海昌昕商贸有限公司数据系公司向上述企业销售商品的合计数据

注 4：义乌市泉韵日用品有限公司、义乌市童幻电子商务有限公司、义乌市禾易日用品有限公司实际控制人均系朱剑生，表中义乌市泉韵日用品有限公司数据系公司向上述企业及个人销售商品的合计数据

注 5：杭州瀚登贸易有限公司、杭州荣健贸易有限公司实际控制人均为于元晟，表中杭州瀚登贸易有限公司数据系公司向上述企业及个人销售商品的合计数据

注 6：杭州坤川贸易有限公司、杭州缤诺电子商务有限公司受同一实际控制人控制，表中杭州坤川贸易有限公司数据系公司向上述企业销售商品的合计数据

15、公司与线上经销模式下前五大客户建立合作关系的时间、背景及原因、经销商获取来源

客户	建立合作关系时间	合作背景及原因	经销商获取来源
北京京东世纪贸易有限公司 (京东自营)	2013 年 12 月	借助规模较大、影响力较强、客户服务更优的京东平台能有力地提高公司品牌影响力，促进产品销售	业务员开拓
重庆思优普贸易有限公司	2013 年 9 月	思优普公司原主营小家电产品，因合作关系、产品定价等原因导致经营小家电盈利性较差利润较薄，了解到张小泉品牌后，主动找公司合作	主动找公司 洽谈合作
上海昌昕商贸有限公司	2017 年 5 月	长期经营品牌厨具业务，熟悉平台规则，因拓展自身厨具品类业务需要及了解公司品牌，主动联系公司，寻求合作	主动找公司 洽谈合作
义乌市泉韵日用品有限公司	2013 年 1 月	实际控制人原先在居家行业内工作，后创业经营居家用品业务，了解公司品牌，主动找到公司洽谈合作	主动找公司 洽谈合作
杭州瀚登贸易有限公司	2014 年 12 月	经营居家用品业务，了解张小泉是杭州本地知名品牌，主动找到公司洽谈合作	主动找公司 洽谈合作
杭州坤川贸易有限公司	2015 年 12 月	业务员开拓，实际控制人有线上运营	业务员开拓

客户	建立合作关系时间	合作背景及原因	经销商获取来源
		经验，洽谈比较顺利	

16、公司对线上经销商的管理制度

公司通过对线上经销商的资质、经营业绩、市场开拓能力和信用等级等方面进行考察、评价及筛选，确定合格经销商并与之签订经销协议。在具体的合作中，公司会通过产品介绍宣传、市场活动等方面给予经销商支持，同时也会在经销商资格、进货渠道、价格控制、品牌授权等方面对经销商进行监督和管理。

公司一方面不断吸引有实力的经销商加入，一方面扶持和培育有潜力的经销商共同开拓市场，公司会定期对经销商的业绩进行综合评定，优胜劣汰，以合理利用资源。公司本着互惠互利合作共赢的原则，和经销商建立了长期稳定的合作关系。报告期内，公司对线上经销商的管理制度主要包括：

(1) 在授权经销期限内，线上经销商通过电子商务平台销售公司产品的渠道需向公司备案，并按要求缴纳经营保证金；线上经销商需在其他电商运营平台运营，应向公司提出书面申请经公司同意后方可执行。

(2) 公司作为线上经销商购进张小泉产品的唯一进货渠道，未经公司许可，不得通过其他渠道（包括通过公司的其它经销商）购进公司产品。

(3) 线上经销商须按照约定的授权经销平台、授权经销价格销售，经销商或其关联方终端零售最低成交价格不得低于公司统一指导价，如有平台活动需提前一周向公司报备。

(4) 实行线上经销商店铺备案制度，并向公司缴纳经营保证金，经公司审核备案完成的线上经销商电商平台店铺列入白名单、未向公司备案或未通过审核的列入黑名单。

(5) 列入白名单的经销商电商平台店铺，公司将提供张小泉形象指导、产品图片及宝贝详情页面设计等资源支持，并颁布线上产品销售指导价。如店铺未合理规范使用公司品牌形象素材或未按照指导价格销售，公司将处以罚没保证金、罚没返利等处罚，并视情节决定是否认定为经销商协议中的严重违约行为，如发生严重违法行为，公司将责令关店并有权按经销商协议约定的违约责任处理。

(6) 列入黑名单的线上经销商电商平台店铺, 公司将通过电商平台法务部、消费者权益维护部门及第三方机构对店铺进行关店等维权打击, 同时认定为经销商协议中的严重违约行为, 公司有权按经销商协议约定的违约责任处理。

(7) 线上经销商不得授权其他第三方以任何形式销售张小泉产品, 并且不得转让授权经营权。

17、公司线上自营模式下客单价高于 1000 元的客户中新增客户的比例, 自然人客户占客单价高于 1000 元客户的比例情况

单位: 万元

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
客单价高于 1000 元的客户销售金额 (A)	77.09	221.20	161.78	106.43
客单价高于 1000 元的新增客户销售金额 (B)	63.60	183.41	144.94	98.58
新增客户占比 (C=B/A)	82.50%	82.91%	89.59%	92.63%
客单价高于 1000 元的客户数量 (D)	408	1,049	702	405
客单价高于 1000 元的新增客户数量 (E)	331	879	611	370
新增客户占比 (F=E/D)	81.13%	83.79%	87.04%	91.36%

注: 客单价为单一客户当年度累计消费金额

报告期内, 自营模式下客单价高于 1000 元的客户主要为新客户。

公司线上自营模式下主要为天猫旗舰店销售, 天猫旗舰店注册的淘宝用户主要为个人消费者, 其中存在少数自然人为单位购买的情况, 剔除上述非自然人客户后, 自然人客户占客单价高于 1000 元客户的比例如下:

单位: 万元

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
客单价高于 1000 元的客户销售金额 (A)	77.09	221.20	161.78	106.43
其中自然人客户购买金额 (B)	56.44	165.56	122.28	60.23
自然人客户购买金额占比 (C=B/A)	73.21%	74.85%	75.58%	56.59%

报告期内, 客单价高于 1000 元的客户中自然人客户销售金额占比均超过 50%, 符合线上消费主要为个人消费者的消费惯例。

18、报告期内，公司线上销售不同价格区间的产品在电商平台直营店铺天猫张小泉官方旗舰店、京东张小泉厨具旗舰店的销售收入、数量、单价情况

单位：万元、万套、元/套

价格区间	店铺	2020年1-6月			2019年度			2018年度			2017年度		
		收入	数量	单价	收入	数量	单价	收入	数量	单价	收入	数量	单价
0-50 (含,下同)	天猫张小泉官方旗舰店	1,343.37	67.84	19.80	1,403.33	70.39	19.92	890.30	49.40	18.02	746.76	44.63	16.73
	京东张小泉厨具旗舰店	19.73	1.34	14.73	44.58	3.16	14.10	46.51	3.25	14.31	47.36	2.80	16.93
50-100	天猫张小泉官方旗舰店	879.40	14.94	58.85	1,083.59	17.17	63.13	857.82	13.81	62.13	459.37	7.19	63.86
	京东张小泉厨具旗舰店	27.60	0.40	69.49	38.42	0.62	62.45	43.84	0.70	62.71	31.79	0.52	61.16
100-500	天猫张小泉官方旗舰店	1,800.64	10.56	170.50	1,950.48	11.63	167.74	1,433.73	8.38	171.11	1,288.34	7.91	162.94
	京东张小泉厨具旗舰店	74.34	0.44	169.97	113.57	0.54	210.87	83.78	0.43	196.81	50.56	0.25	199.51
500以上	天猫张小泉官方旗舰店	27.27	0.03	862.91	76.90	0.09	872.89	44.13	0.05	806.75	7.83	0.01	738.97
	京东张小泉厨具旗舰店	3.50	0.00	1,028.00	6.98	0.01	883.54	3.36	0.00	763.70	0.48	0.00	1,195.77
合计	天猫张小泉官方旗舰店	4,050.68	93.37	43.38	4,514.31	99.42	45.42	3,225.98	71.64	45.03	2,502.30	59.74	41.88
	京东张小泉厨具旗舰店	125.17	2.18	57.47	203.56	4.32	47.09	177.50	4.38	40.52	130.18	3.57	36.45

公司线上直营店铺主要系天猫张小泉官方旗舰店、京东张小泉厨具旗舰店，单价在 100-500 元/套之间的产品最多，其次是单价在 0-50 元/套之间的产品。报告期内，线上直营店铺销售单价及销售数量呈上升趋势，其中 2020 年 1-6 月天猫张小泉官方旗舰店平均销售单价较 2019 年度稍有下降，主要系公司参加天猫活动频次、直播频次增加，推出活动优惠价格，导致单价较 2019 年度平均单价稍有下降。

19、报告期内，公司线上销售不同价格区间的产品在线上经销、线上直销、线上代销模式的销售收入、数量、单价情况

单位：万元、万套、元/套

价格区间	模式	2020年1-6月			2019年度			2018年度			2017年度		
		收入	数量	单价	收入	数量	单价	收入	数量	单价	收入	数量	单价
0-50 (含,下同)	线上经销	4,834.14	394.15	12.26	6,949.28	615.73	11.29	5,079.15	461.11	11.02	3,733.50	355.03	10.52
	线上直销	1,591.64	111.25	14.31	1,843.44	180.40	10.22	1,225.49	85.35	14.36	920.24	58.85	15.64
	线上代销	304.58	21.04	14.48	797.46	55.66	14.33	780.06	67.09	11.63	1,022.71	75.10	13.62
50-100	线上经销	1,404.48	19.68	71.35	2,634.05	36.04	73.09	2,064.40	27.59	74.82	1,923.66	25.39	75.76

价格区间	模式	2020年1-6月			2019年度			2018年度			2017年度		
		收入	数量	单价	收入	数量	单价	收入	数量	单价	收入	数量	单价
	线上直销	979.96	16.48	59.46	1,279.44	20.07	63.74	974.76	15.59	62.54	525.74	8.22	63.95
	线上代销	83.42	1.26	66.08	347.58	4.99	69.69	387.59	5.42	71.54	426.76	5.58	76.45
100-500	线上经销	1,282.19	7.13	179.93	2,224.99	12.92	172.15	1,626.70	9.83	165.51	966.59	5.95	162.59
	线上直销	1,989.61	11.73	169.67	2,218.41	13.03	170.28	1,639.57	9.63	170.19	1,384.80	8.45	163.97
	线上代销	108.66	0.78	139.52	427.79	3.04	140.71	478.97	3.47	138.20	498.71	3.71	134.54
500以上	线上经销	16.07	0.03	548.31	30.81	0.05	578.13	17.67	0.03	568.28	2.45	0.00	597.12
	线上直销	32.00	0.04	867.17	90.70	0.11	853.25	51.07	0.06	791.71	8.88	0.01	734.24
	线上代销	4.59	0.01	515.43	0.06	0.00	604.64						
合计	线上经销	7,536.87	420.99	17.90	11,839.15	664.74	17.81	8,787.92	498.57	17.63	6,626.20	386.37	17.15
	线上直销	4,593.22	139.49	32.93	5,431.99	213.61	25.43	3,890.89	110.63	35.17	2,839.67	75.53	37.60
	线上代销	501.24	23.09	21.71	1,572.89	63.69	24.70	1,646.61	75.97	21.67	1,948.17	84.39	23.09

公司线上销售分为线上经销、线上直销、线上代销模式销售，公司线上经销及直销模式下销售占比较高。报告期内，线上经销及直销模式下销售数量呈上升趋势，公司不断提升公司产品质量，消费者对于公司产品的认可度日益提高。报告期内，公司线上经销模式下平均销售单价较为稳定，变动不大。2019年度线上直销模式下平均销售单价较2018年度有所降低主要系线上直营店铺中销售价格较低的产品如弹簧纱剪等产品销量提升、销售占比增加所致，拉低了平均销售单价。

20、报告期内，公司不同品类产品在电商平台直营店铺天猫张小泉官方旗舰店、京东张小泉厨具旗舰店的销售收入、数量、单价情况

单位：万元、万套、元/套

类别	店铺	2020年1-6月			2019年度			2018年度			2017年度		
		收入	数量	单价	收入	数量	单价	收入	数量	单价	收入	数量	单价
剪具	天猫张小泉官方旗舰店	713.01	22.49	31.70	755.95	31.54	23.97	647.13	32.85	19.70	511.59	33.49	15.28
	京东张小泉厨具旗舰店	38.93	0.94	41.39	37.40	2.04	18.35	36.88	2.19	16.83	34.36	2.13	16.12
刀具	天猫张小泉官方旗舰店	936.41	16.04	58.38	1,151.00	18.43	62.44	685.16	11.02	62.15	462.45	7.90	58.50
	京东张小泉厨具旗舰店	26.69	0.32	82.34	45.07	0.68	66.74	38.12	0.78	48.71	33.38	0.62	53.82
套刀剪组合	天猫张小泉官方旗舰店	1,412.19	7.84	180.06	1,550.50	9.45	164.08	1,259.40	7.62	165.33	1,094.95	7.04	155.51
	京东张小泉厨具旗舰店	32.53	0.17	196.90	68.64	0.29	237.75	66.00	0.40	163.52	38.27	0.38	101.97
其他生活家居用品	天猫张小泉官方旗舰店	989.08	47.00	21.04	1,056.87	39.85	26.52	634.28	20.15	31.49	433.31	11.31	38.32
	京东张小泉厨具旗舰店	27.02	0.75	36.11	52.44	1.32	39.72	36.51	1.00	36.38	24.18	0.45	54.33

类别	店铺	2020年1-6月			2019年度			2018年度			2017年度		
		收入	数量	单价	收入	数量	单价	收入	数量	单价	收入	数量	单价
合计	天猫张小泉官方旗舰店	4,050.68	93.37	43.38	4,514.31	99.27	45.48	3,225.98	71.64	45.03	2,502.30	59.74	41.88
	京东张小泉厨具旗舰店	125.17	2.18	57.47	203.56	4.32	47.09	177.50	4.38	40.52	130.18	3.57	36.45

公司线上直营店铺四大类产品均主要在天猫张小泉官方旗舰店销售，其中套刀剪组合销售占比、单价较高。报告期内，线上直营店铺销售单价及销售数量呈上升趋势，其中2020年1-6月天猫张小泉官方旗舰店平均销售单价较2019年度稍有下降，主要系公司参加天猫活动频次、直播频次增加，推出活动优惠价格，导致单价较2019年度平均单价稍有下降。报告期内，各大类产品在天猫张小泉官方旗舰店、京东张小泉厨具旗舰店的平均销售价格差异主要系产品结构的不同，各大类产品内不同产品价格差异较大，不同价位产品销售市场的变动导致该类产品平均单价的变动。

21、报告期内，公司不同品类产品在线上经销、线上直销、线上代销模式的销售收入、数量、单价情况

单位：万元、万套、元/套

类别	模式	2020年1-6月			2019年度			2018年度			2017年度		
		收入	数量	单价	收入	数量	单价	收入	数量	单价	收入	数量	单价
剪具	线上经销	1,949.41	244.22	7.98	2,923.12	411.96	7.10	2,078.62	318.63	6.52	1,671.78	248.47	6.73
	线上直销	927.32	60.45	15.34	1,088.52	130.72	8.33	871.66	58.67	14.86	615.19	41.64	14.77
	线上代销	121.21	9.39	12.91	263.76	21.32	12.37	254.97	22.99	11.09	328.68	32.12	10.23
刀剪	线上经销	2,084.14	69.95	29.79	3,107.23	112.46	27.63	2,532.36	97.61	25.94	1,754.72	66.85	26.25
	线上直销	1,022.00	17.88	57.17	1,266.63	20.71	61.16	749.16	12.44	60.24	514.55	8.98	57.31
	线上代销	127.49	3.89	32.73	379.38	13.21	28.73	393.81	16.27	24.20	573.62	24.36	23.55
套刀剪组合	线上经销	2,064.06	18.48	111.69	3,946.47	38.41	102.76	3,323.67	33.66	98.74	2,634.34	29.27	90.01
	线上直销	1,539.33	8.64	178.10	1,823.47	11.37	160.44	1,449.36	8.94	162.20	1,180.61	7.79	151.50
	线上代销	131.67	1.06	124.08	622.31	5.80	107.29	689.62	6.19	111.36	824.25	8.38	98.36
其他家居生活用品	线上经销	1,439.26	88.34	16.29	1,862.33	101.92	18.27	853.27	48.66	17.54	565.36	41.78	13.53
	线上直销	1,104.57	52.52	21.03	1,253.37	50.82	24.66	820.71	30.59	26.83	529.32	17.12	30.92
	线上代销	120.87	8.74	13.83	307.43	23.36	13.16	308.21	30.52	10.10	221.62	19.53	11.35
合计	线上经销	7,536.87	420.99	17.90	11,839.15	664.74	17.81	8,787.92	498.57	17.63	6,626.20	386.37	17.15
	线上直销	4,593.22	139.49	32.93	5,431.99	213.61	25.43	3,890.89	110.63	35.17	2,839.67	75.53	37.60
	线上代销	501.24	23.09	21.71	1,572.89	63.69	24.70	1,646.61	75.97	21.67	1,948.17	84.39	23.09

报告期内，公司各大类产品在线上经销及直销模式下销售占比较高，线上经销及直销模式下销售数量呈上升趋势。报告期内，公司线上经销模式下平均销售单价较为稳定，变动不大。2019年度线上直销模式下平均销售单价较2018年度有所降低主要系剪具中销售价格较低的产品如弹簧纱剪销售占比增加，销量提升所致。

22、发行人线上赠品销售情形及会计处理

报告期内，公司为提高品牌知名度、终端消费者满意度以及购物体验感，促进产品销售，不定期推出如“买一赠一”、“买大赠小”等促销活动，线上销售存在赠品情形。公司促销活动中与所售商品一同销售的赠品，在实现销售时与所售出商品一同转为营业成本，因此不涉及赠品成本的分摊。

公司在发出商品并达到收入确认条件时，确认相应销售收入，并将所售出商品和所附赠品的成本结转计入营业成本。具体会计分录如下：

借：营业成本

贷：存货-库存商品

23、公司对京东自营销售收入确认

公司报告期各期接受京东自营库存过剩或滞销品的具体金额、占比情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
退换货金额	8.21	55.61	21.16	30.08
销售收入	1,974.32	3,127.74	2,583.10	1,977.38
退货比例	0.42%	1.78%	0.82%	1.52%

报告期各期，公司接受京东自营库存过剩或滞销品的金额较小，占销售收入比例极低。

1、报告期内公司与京东自营退换货条款

公司接受京东平台库存过剩或滞销品、残次品、质量问题产品及“冷静期”退货（冷静期退货指：客户收到产品之日起七日内产生的无理由退货）

2、报告期内，公司与京东自营签署了《产品购销协议》，与产品相关风险

报酬或控制权转移及收入确认相关条款分析如下:

(1) 合作方式

公司供货给北京京东世纪贸易有限公司自营平台,北京京东世纪贸易有限公司自营平台再销售并发货至终端客户,公司与北京京东世纪贸易有限公司结算。

(2) 价格约定

公司对京东平台的销售单价有统一的报价,协商一致后在报价单/采购订单中予以确定。

(3) 付款条件

公司给予京东平台一定信用期,因京东平台信用良好,历史上未发生过坏账情况,相关的经济利益也很可能流入企业。

(4) 产品验收及风险转移

产品所有权自京东平台验收入库后转移至京东平台,产品在交付京东平台验收入库前的一切费用及风险责任由公司承担。

(5) 退换货

公司接受京东平台库存过剩或滞销品、残次品、质量问题产品及"冷静期"退货(冷静期退货指:客户收到产品之日起七日内产生的无理由退货),同时,公司产品质量和售后服务均有可靠保障,客户满意度较高,历史上发生销售退回情况较少,退货金额较低。因此,可认为相关经济利益很可能流入公司,与产品所有权相关的风险与报酬已经实现转移。

(6) 具体收入确认方式

公司在京东签收确认收货后收到京东平台出具的确认清单并核对无误后按照清单金额确认收入。

3、公司对京东自营收入确认时点是否谨慎分析

公司与京东签订的合同约定,产品所有权自京东平台验收入库后转移至京东,公司此时已将产品的主要风险与报酬转移至京东、且产品销售收入金额已经确定,已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入,产品相关的成本能够可靠地计量,符合《企业会计准则》第五条关于企业应当在客

户取得相关产品控制权时确认收入的条件且与同行业可比公司确认方式一致。。此外，为保持谨慎性及准确性，公司以收到京东平台出具的确认清单并核对无误后确认收入，具有谨慎性。

（九）对商超同时采取经销和代销模式的原因

报告期内，公司对商超同时采用经销和代销模式，主要是由于不同商超采购模式不同所致。

报告期内，针对大部分商超类客户公司主要通过经销渠道进行覆盖，即将产品销售给经销商后由经销商负责向商超类客户进行销售并提供相关服务。公司通常不直接与商超类客户交易。

永辉超市、山东潍坊百货集团股份有限公司中百配送中心、福兴祥物流集团有限公司等三家商超类客户，根据自身内部管理要求，考虑合作稳定度等因素要求直接与产品生产厂商进行合作即直接与公司进行合作，这类合作根据商超交易结算特点，采用代销模式进行合作，报告期内，公司向该三家商超类客户销售额如下表所示：

单位：万元

公司	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
永辉超市	286.65	634.84	283.28	-
山东潍坊百货集团股份有限公司中百配送中心	99.66	107.35	30.46	28.73
福兴祥物流集团有限公司	43.57	99.33	62.69	49.67

其中，对永辉超市销售同时存在直接代销及通过经销商进行销售的情况，主要原因系报告期内永辉超市对其门店进行分层管理，对其销售规模较大，地理位置较为优越的第一集群门店，永辉采用直接和产品生产厂家合作的政策，公司采用代销的方式；对其规模相对较小或地理位置相对较偏的第二集群门店，永辉采用与经销商合作的模式，这样可以得到更快、更及时的供货服务，因此公司对永辉超市同时采用直接代销及通过经销商进行销售的模式。

（十）公司对新客户的开拓情况

1、公司对新客户的开拓情况

报告期各期，公司新客户开拓数量情况如下表所示：

单位：万元、个

模式	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	数量	收入	数量	收入	数量	收入	数量	收入
线上新增客户	5	143.04	20	231.11	13	227.81	15	195.94
线下新增客户	79	1,243.31	119	2,973.82	101	1,841.89	77	871.17
合计	84	1,386.35	139	3,204.93	114	2,069.70	92	1,067.11

注：线上新增客户指新增线上店铺或单位，不含零售客户

报告期各期，公司新增客户数量分别为92家、114家、139家及84家，其中主要为线下新增客户，报告期内公司线上拓展模式主要以现有平台规模增长及现有经销客户增长为主，因此报告期内公司线上新增客户较少；线下通过拓展新客户加大销售区域覆盖深度。

(1) 线上各年新增客户数量情况

报告期各期，公司线上各销售渠道新增客户数量如下表所示：

单位：个

模式	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
线上经销	5	9	6	6
线上直销	-	8	6	8
线上代销	-	3	1	1
合计	5	20	13	15

注：线上新增客户指新增线上店铺或单位，不含零售客户

报告期内，公司新增线上客户分别为15家、13家、20家、5家，增加较为稳定。

(2) 报告期内线上新增客户销售收入情况

单位：万元

模式	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占线上销售比例	金额	占线上销售比例	金额	占线上销售比例	金额	占线上销售比例
线上经销	143.04	1.13%	133.57	0.71%	148.14	1.03%	167.57	1.47%
线上直销	-	-	95.71	0.51%	71.27	0.50%	28.36	0.25%
线上代销	-	-	1.83	0.01%	3.80	0.03%		
合计	143.04	1.13%	231.11	1.23%	223.21	1.56%	195.94	1.72%

报告期内，公司对线上新增客户当年的销售收入分别为195.94万元、223.21

万元、231.11万元和143.04万元，新增客户对应的当年销售额呈逐年增加趋势。

(3) 报告期内线下各年新增客户数量情况

单位：个

模式	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
线下经销	78	111	95	74
线下直销	1	8	5	3
线下代销	-	-	1	-
合计	79	119	101	77

报告期各期，公司新增线下客户分别为77家、101家、119家、79家，新增客户主要以线下经销商为主。

(4) 报告期内线下各年新增客户销售收入情况

单位：万元

模式	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占线下销售比例	金额	占线下销售比例	金额	占线下销售比例	金额	占线下销售比例
线下经销	844.02	6.89%	1,758.33	6.04%	1,443.92	5.56%	863.5	3.90%
线下直销	112.65	0.92%	523.01	1.80%	21.54	0.08%	7.67	0.03%
线下代销	286.65	2.34%	634.84	2.18%	376.43	1.45%	-	-
合计	1,243.31	10.15%	2,916.17	10.02%	1,841.89	7.09%	871.17	3.93%

报告期内，公司对线下新增客户当年的销售收入分别为871.17万元、1841.89万元、2916.17万元、1243.31万元，呈逐年上升趋势，公司积极开发新客户，拓展销售渠道，增加市场覆盖率；同时进行渠道下沉，填补以地市县城为代表的空白市场，报告期内新增客户主要以线下地市级经销商为主。新增线下经销及直销客户销售收入占公司线下总体销售收入比重逐年增加。

(十一) 各销售模式的主要促销模式和具体实施方式

报告内，公司各销售模式促销模式具体情况如下表所示：

销售平台	销售模式	促销模式	具体实施方式
线下销售平台	直销模式	门店团购	消费者购买一定金额的商品，则可按照公司政策享受一定比例折扣。
		优惠券	消费者领取优惠券，享受价格优惠。
		活动促销	举行节假日活动，实行买赠、减免等促销方式

销售平台	销售模式	促销模式	具体实施方式
	代销模式	促销费承担	参加永辉超市等代销方举办的换购等活动，产生促销费用由公司进行审批确认并承担。
	经销模式	货架、展架等费用承担	公司支持经销商举办货展等活动，对于活动中需用的货架、展架等用品，由公司采购后以较低价格出售给经销商或者按照货架、展架费用支出的一定比例给予核销，以此作为对经销商活动的支持。
线上销售平台	直销模式	活动促销	1、参加电商平台的各类促销活动，例如厨具节、618、双十一等促销活动，发放优惠券，供促销活动期间使用； 2、电商平台广告促销费支出；
	代销模式		
	经销模式		

(十二) 现金收款情况

报告期内，现金收款主要来自线下直营店销售的零散客户，主要客户群为游客，由于游客对景区所在地消费和支付习惯不熟悉，更加倾向于携带和使用现金，因此报告期内公司线下直营店现金收款金额较高。随着电子支付方式的普及，线下直营店现金收款金额逐年下降。

1、报告期内现金收款情况

报告期内，现金收款的金额及比例如下表所示：

单位：万元

项 目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
现金收款（含增值税）	168.29	1,251.33	1,679.80	2,148.74
现金收款（不含增值税）	148.93	1,099.43	1,443.44	1,836.53
当期主营业务收入	24,880.83	47,955.93	40,313.47	33,555.68
现金收款（含税）占当期主营业务收入比例	0.68%	2.61%	4.17%	6.40%
占当期主营业务收入比例	0.60%	2.29%	3.58%	5.47%

剔除税额以后，报告期内现金收款比例分别为5.47%、3.58%、2.29%和0.60%，现金收款的绝对额及比例均呈现下降的趋势，2020年1-6月现金收款的金额及比例较低，系受新冠疫情影响线下直营店销售整体下滑所致。

除2017年度母公司现金销售1.16万元外，报告期内现金销售均系线下直营店现金收款，具体分析如下：

2、报告期内线下直营店平均每单现金收款金额情况如下：

期间	次数（次）	金额（万元）	平均每单金额（元）
----	-------	--------	-----------

期间	次数（次）	金额（万元）	平均每单金额（元）
2020年1-6月	8,073	168.29	208.46
2019年度	44,112	1,251.33	283.67
2018年度	61,133	1,679.80	274.78
2017年度	67,261	2,147.59	319.29

报告期内平均每单现金金额分别为 319.29 元、274.78 元、283.67 元和 208.46 元，逐年下降。主要系一方面公司鼓励消费者使用刷卡、支付宝等方式付款，另一方面支付宝、微信等付款方式更加普及；2020 年 1-6 月现金收款总额极低、每单现金销售金额较低，主要系受新冠疫情影响，零售门店整体收入下降，现金收款金额下降，单次消费 500 以上的消费次数减少。

（十三）报告期内与个人或个体工商户的交易情况

1、公司与个人或个体工商户的交易总体情况

报告期内，公司与个人或个体工商户的交易主要包括三种形式：线上通过电商平台向零售客户直销、线下通过直营店向零售客户直销和线下个人或个体工商户经销。报告期内，公司线上直营店铺、线下门店销售情况如下表所示：

单位：万元

模式	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占主营业务收入比重	金额	占主营业务收入比重	金额	占主营业务收入比重	金额	占主营业务收入比重
线上直营店铺	4,593.22	18.46%	5,431.99	11.33%	3,890.89	9.65%	2,839.67	8.46%
线下门店零售	880.00	3.54%	4,523.16	9.43%	4,549.14	11.28%	4,339.72	12.93%
线下个人或个体工商户经销	1,622.34	6.52%	3,392.48	7.07%	3,336.07	8.28%	2,367.10	7.05%
合计	7,095.57	28.52%	13,347.63	27.83%	11,776.10	29.21%	9,546.48	28.45%

报告期内，公司与个人或个体工商户交易金额占比保持稳定。线上直营店铺以及线下门店零售直接面向消费者，销售价格为市场零售价，价格公允。

（十四）线下直营店销售情况分析

公司线下直营店销售来自零散客户，其中游客较多，复购的可能性较低，且产品均价不高，故未记录客户信息，无法确认是否存在同一客户多次重复支付的情形，因此无法统计客户人数。

1、线下直营店销售次数、次均消费金额情况

报告期内线下直营店各期销售次数、次均消费金额具体如下：

直营店	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	次数 (次)	次均消 费金额 (元)	次数 (次)	次均消 费金额 (元)	次数 (次)	次均消 费金额 (元)	次数 (次)	次均消 费金额 (元)
上海南京东路店	27,294	204.18	85,537	285.42	98,147	285.65	99,416	306.46
上海豫园店	8,136	133.30	41,013	201.79	46,988	185.35	37,423	236.37
杭州河坊街店	2,601	136.21	9,883	218.24	12,723	238.22	5,706	383.51
无锡南长街店	1,336	94.09	5,124	109.83	5,445	102.20	1,740	213.87
苏州平江路店	2,013	124.39	8,831	170.60	11,318	149.56	190	403.93
上海南翔店	1,693	95.78	6,275	111.86	6,190	95.61	-	-
东阳横店店	359	134.82	3,352	132.43	2,242	93.13	-	-
南京夫子庙大石 坝街店	2,323	159.37	14,683	158.99	-	-	-	-
南京夫子庙贡院 西街店	2,023	137.31	15,113	177.19	-	-	-	-
富阳达夫路店	592	123.99	1,369	113.15	1,451	79.64	-	-
杭州湖滨店	3,523	136.30	10,491	190.85	9,694	194.98	4,249	340.73
武汉大汉口店	-	-	-	-	5,276	125.05	-	-
合 计	51,893	169.58	201,671	224.28	199,474	228.06	148,724	291.80

2、报告期内线下直营店购买金额区间分布情况

报告期内，线下直营店购买金额情况区间分布具体情况如下：

区间段	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	次数 (次)	金额 (万元)	次数 (次)	金额 (万元)	次数 (次)	金额 (万元)	次数 (次)	金额 (万元)
0-100元(含,下同)	30,203	132.13	97,216	530.82	96,342	497.02	51,685	273.65
100-500元	18,533	428.5	84,505	1,887.82	84,049	1,883.87	78,453	1,730.14
500-1,000元	2,091	134.25	12,691	823.77	11,716	774.48	10,728	733.48
1,000-2,000元	898	116.52	5,290	690.75	5,402	727.08	5,379	744.57
2,000-4,000元	125	31.88	1,700	425.78	1,640	421.35	2,069	557.74
4,000元以上	43	36.72	269	164.22	325	245.34	410	300.13
合 计	51,893	880.00	201,671	4,523.16	199,474	4,549.14	148,724	4,339.72

注：上述金额系不含税金额

报告期内，客户购买金额主要集中在0至500元的区间范围内，部分金额较

大的订单主要系销售铜火锅、铜壶、银壶等高价位商品。由于公司线下直营店客户中游客较多，公司的产品均价不高，因此符合经营特点，不存在异常情况。

3、报告期内线下直营店毛利率情况

报告期内，线下直营店毛利率情况如下：

区域	直营店	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
上海市	上海南京东路店	72.24%	72.87%	71.21%	66.88%
	上海豫园店	73.54%	72.49%	71.29%	67.76%
	上海南翔店	74.73%	74.94%	68.57%	-
浙江省	杭州河坊街店	73.30%	72.80%	71.67%	68.34%
	杭州湖滨店	74.54%	73.76%	73.01%	68.92%
	东阳横路店	70.35%	69.94%	71.20%	-
	富阳达夫路店	62.07%	71.03%	69.66%	-
江苏省	无锡南长街店	75.03%	74.04%	70.03%	71.21%
	苏州平江路店	73.54%	72.82%	69.00%	70.65%
	南京夫子庙大石坝街店	72.66%	72.06%	-	-
	南京夫子庙贡院西街店	73.66%	72.05%	-	-
湖北省	武汉大汉口店	-	-	71.92%	-

报告期内，公司线下直营店的毛利率为70%左右，报告期内，门店毛利率变动的主要原因如下：

(1) 2017年之后，上海张小泉主要线下直营店的毛利率有所提升，主要系：
1) 2018年之后增值税税率降低，导致毛利率上升；2) 发行人收购上海张小泉后，上海张小泉对外部供应商的议价能力增强，采购价格有所下降；3) 2018年起公司调整线下门店产品结构，提高高毛利产品销售占比。

(2) 2020年1-6月富阳达夫路店毛利率偏低主要系关店折价销售所致。

公司选取了存在线下直营店销售的万事利、倍轻松、美克家居三家公司与张小泉线下直营店的毛利率进行比较，具体情况如下：

公司名称	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
万事利	-	66.54%	66.35%	72.10%
倍轻松	76.95%	80.26%	79.12%	78.00%
美克家居	-	63.39%	62.53%	61.80%

公司名称	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
平均值	76.95%	70.06%	69.33%	70.63%
张小泉股份	72.66%	72.76%	71.20%	67.24%

注 1：万事利系创业板上市公司，主要从事丝绸相关产品的研发设计、生产与销售，其招股书披露了 2017 年至 2019 年线下直营店的毛利率，但未披露 2020 年 1-6 月毛利率；倍轻松系 IPO 在审企业，主要从事智能便携按摩器的研发设计、生产与销售，报告期内毛利率系各类产品线下直销的平均毛利率；美克家居系 A 股上市公司，主要经营家居及沙发等耐用生活品的研发设计、生产与销售，报告期内毛利率系线下直营店的毛利率；

注 2：以上数据取自上市公司年报、招股书及公司 IPO 反馈回复

由上表可见，公司线下直营店毛利率与上述存在线下直营店销售的可比公司毛利率不存在较大差异。

综上所述，公司线下直营店毛利率水平符合行业惯例和经营特点，不存在异常情形。

4、2020 年 1-6 月新增自营店铺张小泉品牌的具体情况

自营店铺张小泉品牌系微信小程序，于 2019 年 10 月份上线运营，主要作为公司线下零售门店的会员入口，用于辅助开拓维护公司的线下零售门店会员体系，由线下门店店员向客户推荐通过小程序注册成为公司会员。其主要目的是为了通过会员累积、裂变和数据分析，促进线下直营门店的销售，提升门店会员复购，提升线下门店的客户服务水平。通过张小泉品牌微信小程序实现的销售实质为门店销售的延申，因此公司将该部分收入归入线下直营模式进行统计，不存在将经销商归类为线上自营客户的情形。

5、客单价较高的原因及合理性

2020 年 1-6 月张小泉品牌客单价为 164.81 元/套、公司直营店铺天猫张小泉官方旗舰店客单价为 95.47 元/套，张小泉厨具旗舰店(京东商城)客单价为 131.39 元/套，张小泉品牌客单价高于线上直营店铺客单价。微信小程序 2020 年 1-6 月的各价格区间的订单数量、销售金额及客单价如下表：

区间段	订单数量（笔）	销售金额（万元）	客单价（元）
0-50 元（含，下同）	92	0.15	16.14
50-100 元	148	1.38	93.34
100-200 元	424	5.88	138.64
200-500 元	105	3.36	319.58
500-800 元	14	0.85	608.36

区间段	订单数量（笔）	销售金额（万元）	客单价（元）
800-1000 元	6	0.51	850.33
1000 元以上	8	1.01	1,261.50
合 计	797	13.14	164.81

其中，销售金额前五大的商品情况如下：

商品名称	订单数量（笔）	销售金额（万元）	客单价（元）	占当年销售收入的比重（%）
张之初拾真空弹跳保温杯	375	6.12	162.87	46.62
力厨系列厨房剪195	92	0.99	107.61	7.54
三合钢斩切刀	52	0.67	125.94	5.08
钢毅美学系列八件套套装	16	0.64	399.00	4.86
紫气东来 5 件套	16	0.48	299.00	3.64
合 计	551	8.90	161.49	67.74

如上表所示，2020 年 1-6 月张小泉品牌微信小程序的客单价较高主要系销售单价较高的“张之初拾真空弹跳保温杯”销售数量较多，公司 2020 年 1-6 月针对该产品举办促销活动销售 375 单所致，该产品销售收入占该期间销售总收入的 46.62%，销售收入前五大产品占该期间销售总收入的 67.74%，因而整体客单价较高具有合理性。公司张小泉品牌微信小程序销售客户均为自然人客户，不存在经销商客户情形。

综上，公司 2020 年 1-6 月新增自营店铺张小泉品牌客单价较高的原因主要系“张之初拾真空弹跳保温杯”销售较多，原因合理，公司不存在将经销商归类为线上自营客户的情形。

四、发行人采购情况及主要供应商

发行人制定了采购管理标准，建立了合格供应商管理体系，并于每年根据产品质量水平及稳定性、厂家供应能力、交货及时性、供应价格、供应商合作稳定性以及配合监管程度等因素对合格供应商名录进行重新评审、拟定，进而确定供应商。

公司亦与外协厂商签署委托加工合同，对原材料提供、技术标准、质量要求以及产品检验标准等进行全面管控，并对违约责任进行了明确约定，以保证对外

协加工厂商生产产品的质量管控。

报告期内，发行人不存在重大产品质量问题或供货不及时的情形。

报告期内，公司存在部分主要 OEM 供应商受张小泉集团前员工罗时根控制的情形。罗时根曾于 1995 年 7 月至 2002 年 3 月于张小泉集团任职。该员工目前系阳江市阳东区四夕郎刀具制造有限公司及阳江市阳东区泓阳工贸有限公司的实际控制人。除上述情况外，公司主要 OEM 供应商及外协加工服务商均非发行人或控股股东前员工、张小泉传承人创办。

（一）报告期内发行人主要原材料

1、主要原材料采购金额及单价情况

公司主要采购原材料包括不锈钢板/卷料等钢材,ABS 料、PVC 粒料等塑材,盒子、吸塑、瓦楞纸、大箱、衬板等包装材料,以及刀架/刀座、脚柄、磨刀棒、头柄等其他材料。钢材、包装材料、塑材系公司采购的主要原材料,占原材料总采购额比例较高。报告期内,公司主要原材料的采购额变动情况如下:

单位:万元

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
钢材	929.06	24.31%	2,052.74	23.42%	1,862.55	23.12%	1,999.27	26.56%
包装材料	984.46	25.75%	2,024.78	23.11%	1,912.64	23.74%	1,461.85	19.42%
其中:盒子	298.15	7.80%	696.8	7.95%	661.88	8.22%	517.52	6.88%
吸塑	207.28	5.42%	424.61	4.85%	416.9	5.17%	334.45	4.44%
瓦楞纸	96.53	2.53%	215.36	2.46%	187.48	2.33%	151.64	2.01%
大箱	117.77	3.08%	211.61	2.41%	223.66	2.78%	162.29	2.16%
衬板	96.75	2.53%	192.88	2.20%	171.75	2.13%	139.48	1.85%
其他	167.98	4.39%	283.51	3.24%	250.98	3.11%	156.47	2.09%
消耗性材料	498.07	13.03%	1,132.30	12.92%	917.87	11.39%	674.28	8.96%
塑材	113.38	2.97%	389.80	4.45%	384.13	4.77%	302.59	4.02%
其中:ABS料	84.08	2.20%	283.31	3.23%	288.96	3.59%	241.91	3.21%
PVC粒料	18.70	0.49%	65.66	0.75%	65.25	0.81%	46.47	0.62%
其他	10.60	0.28%	40.82	0.47%	29.92	0.37%	14.22	0.19%
其他材料	1,297.52	33.94%	3,163.42	36.10%	2,979.24	36.98%	3,088.99	41.04%
其中:刀架/刀座	662.71	17.34%	1,683.64	19.21%	1,627.78	20.20%	1,890.86	25.12%

项目	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
脚柄	320.01	8.37%	704.72	8.04%	695.77	8.63%	640.23	8.51%
磨刀棒	69.81	1.83%	235.29	2.69%	240.12	2.98%	226.67	3.01%
头柄	95.48	2.50%	168.78	1.93%	87.19	1.08%	60.11	0.80%
其他	149.51	3.91%	370.99	4.23%	328.37	4.08%	271.12	3.60%
总计	3,822.50	100.00%	8,763.03	100.00%	8,056.43	100.00%	7,526.98	100.00%

报告期内，公司主要原材料的采购单价变动情况如下：

项目	单位	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度
		单价	变动率	单价	变动率	单价	变动率	单价
钢材	元/千克	9.17	9.69%	8.36	1.95%	8.20	0.37%	8.17
包装材料								
其中：盒子	元/只	2.52	0.00%	2.52	2.44%	2.46	23.62%	1.99
吸塑	元/只	0.37	2.78%	0.36	-5.26%	0.38	18.75%	0.32
瓦楞纸	元/只	1.18	16.83%	1.01	4.12%	0.97	4.30%	0.93
大箱	元/只	3.86	-17.87%	4.70	1.51%	4.63	12.93%	4.10
衬板	元/张	0.16	6.67%	0.15	0.00%	0.15	36.36%	0.11
塑材								
其中：ABS料	元/千克	11.52	-9.72%	12.76	-11.20%	14.37	-1.98%	14.66
PVC粒料	元/千克	11.00	1.38%	10.85	1.40%	10.70	2.20%	10.47
其他材料								
其中：刀架/刀座	元/只	17.56	-0.11%	17.58	0.63%	17.47	5.50%	16.56
脚柄	元/把	3.41	-4.21%	3.56	-4.04%	3.71	12.42%	3.30
磨刀棒	元/根	2.58	0.00%	2.58	-0.39%	2.59	7.92%	2.40
头柄	元/把	4.22	0.00%	4.22	-0.71%	4.25	21.08%	3.51

报告期内，公司主要原材料采购单价2018年较2017年整体呈上涨趋势，2019年度较2018年度，原材料价格的变动方向存在差异，主要系同一类型材料不同规格采购价格差别较大继而影响整体采购单价所致。

2020年1-6月钢材平均采购单价较2019年上涨9.69%，主要系2020年上半年特等钢材采购占比上升导致整体钢材单价上涨，相同型号钢材采购单价较2019年基本持平。2020年上半年采购的特等钢材主要为大马士革钢，主要用于公司高端刀具类产品的试制研发。报告期内，大马士革钢类产品产量较低，不到刀具

类产品产量的 1%，因此钢材平均采购单位成本增加对整体直接材料成本基本无影响，剔除特殊钢材后报告期内钢材价格变动情况如下：

单位：元/公斤

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
钢材价格	8.17	8.15	8.05	8.16

整体来看，报告期内，钢材价格基本稳定。

2、发行人向前五名原材料供应商的采购内容、金额、占行人当期原材料采购额的比例情况

对于一般原材料供应商，公司主要根据市场价格，通过比价的方式确定采购价格。报告期内，公司前五名向一般原材料供应商采购金额占其对外销售金额的比例情况如下表所示：

单位：万元

2020年1-6月				
序号	供应商名称	主要采购内容	原材料采购金额	占发行人当期原材料采购额的比例
1	常熟市长江不锈钢材料有限公司	钢材	643.79	16.84%
2	杭州泓顶实业有限公司【注】	刀架	345.55	9.04%
3	南平市建阳区宏阳竹木有限公司	刀架	337.82	8.84%
4	杭州中意彩印有限公司	包材	324.12	8.48%
5	宁海县天宏机械有限公司	脚柄	172.07	4.50%
合计			1,823.35	47.70%
2019 年度				
序号	供应商名称	主要采购内容	原材料采购金额	占发行人当期原材料采购额的比例
1	常熟市长江不锈钢材料有限公司	钢材	1,517.88	17.32%
2	南平市建阳区宏阳竹木有限公司	刀架	896.86	10.23%
3	杭州泓顶实业有限公司	刀架	734.20	8.38%
4	杭州中意彩印有限公司	包材	647.89	7.39%
5	宁海县天宏机械有限公司	脚柄	405.38	4.63%
合计			4,202.21	47.95%
2018 年度				

序号	供应商名称	主要采购内容	原材料采购金额	占发行人当期原材料采购额的比例
1	常熟市长江不锈钢材料有限公司	钢材	1,436.23	17.83%
2	杭州泓顶实业有限公司	刀架	892.94	11.08%
3	南平市建阳区宏阳竹木有限公司	刀架	650.79	8.08%
4	杭州中意彩印有限公司	包材	604.26	7.50%
5	宁海县天宏机械有限公司	脚柄	406.72	5.05%
合计			3,990.94	49.54%
2017 年度				
序号	供应商名称	主要采购内容	原材料采购金额	占发行人当期原材料采购额的比例
1	常熟市长江不锈钢材料有限公司	钢材	1,733.95	23.04%
2	杭州泓顶实业有限公司	刀架	944.83	12.55%
3	南平市建阳区宏阳竹木有限公司	刀架	828.41	11.01%
4	杭州中意彩印有限公司	包材	398.67	5.30%
5	桐乡市洲泉丰松筛片厂	脚柄	363.76	4.83%
合计			4,269.62	56.73%

注：杭州泓顶实业有限公司、上海志兴实业有限公司受同一实际控制人控制，表中杭州泓顶实业有限公司数据系公司自上述企业采购商品款的合计数据。

公司的主要原材料供应商与发行人、控股股东、实际控制人、董监高、其他主要核心人员、张小泉集团前员工不存在关联关系。公司的主要原材料供应商与发行人之间不存在非经营性的资金往来。

公司的主要原材料采购主要采取以产定采、计划采购相结合的采购模式。

①以产定采：对于常规原材料，因市场供应量较为充足，材料价格相对透明，采购周期较短，公司采取按生产订单采购的方式。即公司生产部门根据销售部门的销售订单以及销售预测形成生产计划，分解出生产订单，进而得出所需各种材料品质规格和数量，再由采购部确定采购计划并安排采购。

②计划采购：对于部分战略性原材料，如钢材等，因其供应商相对集中，且对公司比较重要，为确保供应的稳定，公司采用计划采购的方式，根据销售历史进行年度销售预测及中期调整，进行批量计划采购，并聘请专职人员及时跟进供

应商供货状况，确保原材料按计划送达。

公司的主要原材料的采购定价系由发行人会通过比价确定。定价方式符合行业惯例。原材料和物流承担方均为供应商。供应商不存在为发行人承担成本费用、利益输送或其他利益安排的情形。

3、主要原材料、包装物耗用量情况

报告期内，公司主要原材料包括不锈钢板/卷料等钢材，ABS料、PVC粒料等塑材，盒子、吸塑、瓦楞纸、大箱、衬板等包装材料，以及刀架/刀座、脚柄、磨刀棒、头柄等其他材料，其中钢材、刀架/刀座、脚柄以及衬板等包装材料采购（单项采购占比5%以上）及耗用量最大。

主要原材料、包装物的具体耗用情况如下：

项目	2020年 1-6月	2019年度		2018年度		2017年度
	耗用量	耗用量	变动率	耗用量	变动率	耗用量
钢材(吨)	1,058.89	2,367.35	1.36%	2,335.54	6.48%	2,193.42
其他材料	107.12	296.01	28.71%	229.98	16.03%	198.20
其中：刀架/刀座（万只）	36.35	95.57	8.72%	87.90	-12.14%	100.05
脚柄(万把)	70.76	200.44	41.08%	142.07	44.76%	98.15
包装材料	1,382.88	2,529.12	-1.68%	2,572.24	11.66%	2,303.55
其中：衬板（万张）	612.93	1,094.91	-5.46%	1,158.15	14.45%	1,011.91
大箱（万只）	16.53	33.40	1.28%	32.98	8.81%	30.31
盒子（万只）	118.89	268.89	8.87%	246.99	19.54%	206.61
瓦楞纸（万张）	80.46	143.99	3.77%	138.75	4.46%	132.83
吸塑（万个）	554.07	987.93	-0.75%	995.36	7.97%	921.89

注：变动率=（本期耗用量-上期耗用量）/上期耗用量

（1）钢材

1）钢材系公司生产过程中最主要的原材料。报告期内，公司自制刀剪半成品产量、钢材耗用量以及单位产量钢材用量情况如下：

①自制刀剪半成品产量情况

报告期内，自制刀剪半成品产量情况如下：

单位：万把

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度
	产量	变动率	产量	变动率	产量	变动率	产量
刀具	245.37	-	529.23	6.28%	497.95	5.38%	472.54
家用剪	300.71	-	682.39	8.43%	629.33	7.86%	583.47
服装剪	38.57	-	121.41	35.14%	89.84	32.42%	67.85
小计	584.65	-	1,333.02	9.52%	1,217.11	8.30%	1,123.85

注：此表的产量统计口径为公司总装车间产品的出库数量（总装后半成品入库数量），该阶段产品尚未进行组合包装，但已检验合格，经包装后即可对外销售。

②自制刀剪半成品钢材耗用以及单位产量钢材耗用情况

报告期内，自制刀剪半成品钢材耗用以及单位产量钢材耗用情况如下：

项目	2020年1-6月				2019年度			
	钢材耗用量(吨)	实际产量(万把)	单耗(公斤)	单耗变动率	钢材耗用量(吨)	实际产量(万把)	单耗(公斤)	单耗变动率
刀具	752.83	245.37	0.3068	-1.88%	1,654.85	529.23	0.3127	-7.21%
家用剪	231.61	300.71	0.0770	6.90%	491.64	682.39	0.0720	-5.53%
服装剪	74.46	38.57	0.1930	6.12%	220.86	121.41	0.1819	-7.97%
小计	1,058.89	584.65	0.1811	1.98%	2,367.35	1,333.02	0.1776	-7.45%

(续上表)

项目	2018年度				2017年度		
	钢材耗用量(吨)	实际产量(万把)	单耗(公斤)	单耗变动率	钢材耗用量(吨)	实际产量(万把)	单耗(公斤)
刀具	1,678.02	497.95	0.3370	-1.01%	1,608.69	472.54	0.3404
家用剪	479.94	629.33	0.0763	-2.21%	455.03	583.47	0.0780
服装剪	177.58	89.84	0.1977	3.40%	129.70	67.85	0.1912
小计	2,335.54	1,217.11	0.1919	-1.68%	2,193.42	1,123.85	0.1952

注：单位产量钢材耗用（即单耗）=（钢材耗用量*1000）/（产量*10000）；单耗变动率=（本期单耗-上期单耗）/上期单耗

2018年、2019年，公司的钢材耗用量分别较上期增长6.48%和1.36%，自制刀剪半成品产量分别增长8.30%和9.52%，产量与钢材耗用量均呈上涨趋势；报告期内，单位产量钢材耗用量总体呈下降趋势，主要与产品结构、生产工艺及产品合格品率相关；生产工艺改进，生产钢材利用率不断提升致使刀剪实际产出提升，从而导致单位产量钢材耗用量下降。

A、刀具

报告期内，刀具产品单位产量钢材耗用量分别为 0.3404 公斤、0.3370 公斤，0.3127 公斤和 0.3068 公斤，单位产量钢材耗用量较上期分别增长-1.01%、-7.21%和-1.88%，逐年下降。单位产量钢材耗电量的变动主要系受产品结构影响所致。

报告期内，刀具类产品结构如下：

刀具二级分类	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
片刀	40.51%	38.22%	31.12%	29.33%
水果刀	48.29%	45.36%	46.31%	45.54%
斩骨刀	7.71%	12.39%	18.58%	20.07%
其他单刀	3.50%	4.03%	3.99%	5.06%
小 计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

水果刀的产量占比稳中有升，斩骨刀的产量占比逐年下降。一般斩骨刀的单位钢材耗用量是水果刀的 3.5 倍、片刀的约 1.3 倍，主要刀具产品中水果刀钢材耗用最少，斩骨刀钢材耗用最多，随着斩骨刀产量占比下降，单位产量钢材耗用量呈下降趋势。

B、家用剪

报告期内，家用剪单位产量钢材耗用量分别为 0.0780 公斤、0.0763 公斤，0.0720 公斤和 0.0770 公斤，单位产量钢材耗用量比较稳定。

C、服装剪

服装剪单位产量钢材耗用量分别为 0.1912 公斤、0.1977 公斤，0.1819 公斤和 0.1930 公斤，较上期分别增长 3.40%、-7.97%和 6.12%。2019 年单耗最低，主要系根据市场需求大尺寸服装剪产量占比下降；服装剪生产使用 65Mn 带钢，生产过程中容易发生断裂、软片等现象，因此废品率较高，2018 年度、2020 年 1-6 月服装剪单耗较高，主要系废品率略高所致。

2) 公司自制产成品产销量情况

报告期内，公司自制产成品产销量情况如下：

单位：万把/套

自制	2020 年 1-6 月	2019 年度
----	--------------	---------

	产量	销量	产销率	产量	销量	产销率
刀具	78.87	61.49	77.97%	142.69	139.36	97.67%
剪具	365.01	329.88	90.38%	726.15	709.61	97.72%
套刀剪组合	38.84	36.01	92.69%	101.93	98.06	96.20%
小 计	482.72	427.38	88.54%	970.78	947.03	97.55%
自制	2018 年度			2017 年度		
	产量	销量	产销率	产量	销量	产销率
刀具	118.56	109.32	92.21%	93.26	87.37	93.69%
剪具	714.47	652.50	91.33%	657.53	653.38	99.37%
套刀剪组合	95.48	87.27	91.41%	95.16	87.84	92.31%
小 计	928.45	849.10	91.45%	845.94	828.59	97.95%

注 1：本表产量统计口径为包装车间领用自制半成品进行包装完工产量，包装后形成组合刀剪套装，包装车间存在同时领用自制半成品和 OEM 半成品，本表产量只含自制部分，因此与招股说明书第六节的统计产量存在不同；本表销量口径为自制半成品包装后产品的销售数量

注 2：由于“其他生活家居用品”主要通过 OEM 方式生产，自制产品占比较小且品类较多、品类差异较大，因此未在此表中单独列示

报告期内，公司的产销率分别为 97.95%、91.45%、97.55%和 88.54%，总体上产量与销量基本配比，2020 年 1-6 月产销率较低，主要系：1) 公司的销售存在一定的季节性特征，下半年收入较上半年相对较高，公司一般会于上半年提前备货；2) 受疫情影响，公司销售收入有所影响。

综上，报告期内，公司钢材的耗用量与产量、销量变动存在配比关系较为合理。

(2) 刀架/刀座

刀架/刀座系公司套刀剪组合类产品主要原材料之一，报告期内公司刀架/刀座耗用情况、套刀剪组合的产品产量如下：

单位：万只/套

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
刀架/刀座耗用量 ①	36.35	95.57	87.90	100.05
套刀剪组合产量 ②	36.25	94.63	87.64	97.14
刀架/刀座单耗 ①/②	1.0028	1.0099	1.0030	1.0299
套刀剪组合销量 ③	28.59	95.33	83.87	93.72
套刀剪组合产销率 ③/②	78.86%	100.74%	95.70%	96.48%

注：本表产量统计口径为耗用刀架/刀座材料的套刀剪组合产品的完工数量；本表销量统计

口径为耗用刀架/刀座材料的套刀剪组合产品的销售数量；刀架/刀座单位产量耗用=刀架/刀座实际耗用量/套刀剪组合产量

报告期各期单位产量刀架/刀座耗用量分别为 1.0299 只、1.0030 只、1.0099 只和 1.0028 只，报告期内，刀架/刀座单位耗用变动基本稳定配比。

公司的产销率分别为 96.48%、95.70%、100.74%和 78.86%，整体而言产量与销量基本配比，2020 年 1-6 月产销率较低，主要系：1) 公司的销售存在一定的季节性特征，下半年收入较上半年相对较高，公司一般会于上半年提前备货；2) 受疫情影响，公司销售量有所减少。

(3) 金属脚柄

金属脚柄系公司合金类剪具产品主要原材料之一，报告期内公司金属脚柄耗用、合金剪产量及耗用情况如下：

单位：万把

期间	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
金属脚柄耗用量 ①	70.76	200.44	142.07	98.15
合金剪产量 ②	70.69	198.87	141.85	95.76
合金剪单耗 ①/②	1.0010	1.0080	1.0020	1.0250
合金剪销量 ③	69.1	145.3	128.28	92.82
合金剪产销率 ③/②	97.75%	73.06%	90.44%	96.93%

注：本表产量统计口径为需耗用金属脚柄产品总装车间半成品的出库数量（总装后半成品入库数量）；本表销量统计口径为耗用金属脚柄的剪具产品的销售数量；金属脚柄单位产量耗用=金属脚柄实际耗用量/合金剪半成品的产量

报告期内单位产量金属脚柄分别为 1.025 把、1.002 把、1.008 把和 1.001 把，报告期内金属脚柄单位耗用变动基本稳定。

报告期内公司的产销率分别为 96.93%、90.44%、73.06%和 97.75%，总体上产量与销量基本配比。2019 年度产销率较低而 2020 年 1-6 月产销率较高，主要系 2019 年度以来中美贸易摩擦导致服装行业受挫，服装剪市场需求下滑；2020 年 1-6 月受新冠疫情影响服装剪市场复工延迟，整体继续呈下降趋势，公司为抢占市场，2020 年 4-6 月开展主题为“大手牵小手，共战时疫，小泉工业剪专项促销”活动，致使销量增加。

综上，报告期内主要金属脚柄耗用量与产量、销量变动的配比关系较为合理。

(4) 包装物

1) 公司包装车间完工产量、包装物耗用量以及单位产量包装物用量情况

公司包装材料主要由盒子、吸塑、瓦楞纸、大箱、衬板等构成，在包装车间领用消耗，报告期内，公司包装车间完工产量、包装物耗用量以及单位产量包装物用量情况如下：

①包装车间产量情况

报告期内，包装车间产量情况如下：

单位：万把/套

产品类别	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度
	产量	变动率	产量	变动率	产量	变动率	产量
刀具	131.75	-	227.51	-3.73%	236.33	22.10%	193.55
剪具	1,337.58	-	2,325.66	-15.43%	2,749.92	55.21%	1,771.76
套刀剪组合	40.53	-	103.58	3.32%	100.26	-3.14%	103.51
小计	1,509.86	-	2,656.76	-13.92%	3,086.51	49.19%	2,068.81

注1：本表产量统计口径为包装车间完工入库数量，公司包装车间领用半成品分自制半成品和外购 OEM 半成品，且包装车间后形成组合刀剪套装，因此包装车间产量与招股说明书第六节的统计产量存在不同；变动率=(本期产量-上期产量)/上期产量

注2：由于“其他生活家居用品”主要通过 OEM 方式生产，自制产品占比较小且品类较多、品类差异较大，因此未在此表中单独列示

② 单位产量包装物用量情况

公司产品品种数量较多，不同产品之间包装物品种及用量均存在差异，单位产量包装物用量采用该包装物耗用量和耗用了该包装物的产品产量之比计算而得，报告期内单位产量包装物用量情况如下：

项目	2020年1-6月				2019年度			
	耗用量(万)	产量(万)	单耗	单耗变动率	耗用量(万)	产量(万)	单耗	单耗变动率
衬板(张)	612.93	1,282.79	0.4778	-1.80%	1,094.91	2,250.20	0.4866	12.37%
大箱(只)	16.53	1,539.14	0.0107	-13.70%	33.40	2,683.88	0.0124	17.03%
盒子(只)	118.89	117.73	1.0099	0.19%	268.89	266.76	1.0080	-0.42%
瓦楞纸(只)	80.46	1,424.43	0.0565	-4.97%	143.99	2,422.70	0.0594	22.08%
吸塑(只)	554.07	549.20	1.0089	-0.09%	987.93	978.33	1.0098	0.31%

(续上表)

项目	2018年度	2017年度
----	--------	--------

	耗用量 (万)	产量 (万)	单耗	单耗变 动率	耗用量 (万)	产量(万)	单耗
衬板(张)	1,158.15	2,674.50	0.4330	-25.98%	1,011.91	1,729.80	0.5850
大箱(只)	32.98	3,101.32	0.0106	-27.56%	30.31	2,064.59	0.0147
盒子(只)	246.99	244.00	1.0123	-1.63%	206.61	200.77	1.0291
瓦楞纸 (只)	138.75	2,850.04	0.0487	-31.55%	132.83	1,867.63	0.0711
吸塑(只)	995.36	988.76	1.0067	-0.31%	921.89	912.94	1.0098

注：单耗变动率=(本期单耗-上期单耗)/上期单耗

报告期内直接单位产量包材耗用存在明显波动，其中盒子和吸塑单位产量耗用比较稳定，主要系一般情况下不同产品和不同规格的盒子/吸塑比例关系均为 1 比 1，而对于衬板、大箱和瓦楞纸，不同产品和不同规格包装物之间的比例关系较多，比如某款产品的 1 只大箱可以包装 60 件，另一款产品的 1 只大箱可以包装 120 件，因此产品结构对单位包装物耗用量影响较大；2018 年度衬板、大箱和瓦楞纸单耗最低，主要系该年度公司 OEM 包装半成品弹簧纱剪（剪具）数量较多，弹簧纱剪具有体积小、包装耗材简单且用量少的特点。

通过包装车间实际产量与产品 BOM 表包材用量计算理论用量，使用该理论用量与实际产量的比值作为理论单耗，与实际单耗对比情况如下：

项目	2020 年 1-6 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度		
	实际单耗	理论单耗	实际/理论	实际单耗	理论单耗	实际/理论	实际单耗	理论单耗	实际/理论	实际单耗	理论单耗	实际/理论
衬板(张)	0.4778	0.4721	101.21%	0.4866	0.4771	101.99%	0.4330	0.4179	103.63%	0.5850	0.5627	103.95%
大箱(只)	0.0107	0.0106	101.73%	0.0124	0.0124	100.06%	0.0106	0.0105	100.82%	0.0147	0.0147	100.10%
盒子(只)	1.0099	1.0000	100.99%	1.0080	1.0008	100.72%	1.0123	1.0000	101.23%	1.0291	1.0000	102.91%
瓦楞纸(只)	0.0565	0.0560	100.80%	0.0594	0.0578	102.85%	0.0487	0.0477	102.11%	0.0711	0.0662	107.41%
吸塑(只)	1.0089	1.0000	100.89%	1.0098	1.0000	100.98%	1.0067	1.0000	100.67%	1.0098	1.0000	100.98%

报告期内，公司包装物实际耗用量与理论耗用基本一致，包装过程中存在损耗，整体损耗率在 3% 以内。因此，包装物耗用量与包装车间产量相对应匹配。

2) 公司包装车间产成品产销量情况

报告期内，公司包装车间产成品产销量情况如下：

单位：万把/套

产品类别	2020 年 1-6 月	2019 年度
------	--------------	---------

	产量	销量	产销率	产量	销量	产销率
刀具	131.75	117.33	89.05%	227.51	229.49	100.87%
剪具	1,337.58	1,261.83	94.34%	2,325.66	2,130.34	91.60%
套刀剪组合	40.53	37.29	91.99%	103.58	100.89	97.40%
小计	1,509.86	1,416.44	93.81%	2,656.76	2,460.71	92.62%

(续上表)

产品类别	2018 年度			2017 年度		
	产量	销量	产销率	产量	销量	产销率
刀具	236.33	231.77	98.07%	193.55	193.17	99.81%
剪具	2,749.92	2,175.77	79.12%	1,771.76	1,767.33	99.75%
套刀剪组合	100.26	92.12	91.88%	103.51	96.43	93.16%
小计	3,086.51	2,499.66	80.99%	2,068.81	2,056.93	99.43%

注：本表销量口径为剔除无需进行包装工序可直接对外销售 OEM 产品后的销售数量

报告期内，公司的产销率分别为 99.43%、80.99%、92.62%和 93.81%，总体上产量与销量基本配比；2018 年度产销率较低，主要系剪具影响所致，2018 年度公司包装生产 OEM 产品弹簧纱剪数量较大，公司预计市场需求较大继而增加备货所致。

2018 年度和 2019 年度，公司包装车间总产量增长分别 49.19%和-13.92%，包装物实际耗用量分别增长 11.66%和-1.68%；总体上公司产品销量、产量与包装物耗用量变动趋势一致；报告期内主要包装物耗用量与公司产量、销量之间存在对应和配比关系。

因此，主要包装物耗用量与发行人产量、销量之间相对应配比。综上所述，公司主要原材料、包装物耗用量与发行人产量、销量之间存在对应和配比关系，单位产量直接材料耗用量在报告期内变动在合理范围内。

(二) 报告期内主要能源采购情况

1、能源采购基本情况

公司经营所需的主要能源为水、电。报告期内，公司主要能源的采购金额（不含税）、数量及单价变动情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
----	--------------	---------	---------	---------

项目		2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
水	采购金额(元)	91,676.36	318,978.82	389,109.97	455,232.47
	采购数量(吨)	24,323.00	79,092.00	98,579.00	126,695.00
	采购单价(元/吨)	3.77	4.03	3.95	3.59
电	采购金额(元)	2,044,882.81	4,891,538.37	4,614,431.47	4,293,878.67
	采购数量(度)	2,746,680.00	6,564,421.00	6,054,745.00	5,538,324.00
	采购单价(元/度)	0.74	0.75	0.76	0.78

2、水的耗用量和销量、收入不匹配的原因及合理性

报告期内，公司水的耗用量和销量、收入情况如下：

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
水耗用量(万吨)	2.43	7.91	9.86	12.67
销量(万把/套)	2,163.33	3,820.82	3,412.53	2,583.06
销售额(万元)	24,880.83	47,955.93	40,313.47	33,555.68

报告期内，公司销量和收入逐年增加，而水的耗用量逐年呈下降趋势。报告期期初，公司对生产园区自来水用水管理相对粗放，为响应富阳区经济和信息化局发布的《关于下达富阳区2018年创建节水型工业企业任务的通知》（富经信[2018]9号）的号召，公司于2018年5月开始开展节水型工业企业创建工作，采取了一系列节水改造措施并取得了明显效益，报告期内公司节水改造项目如下：

期间	项目名称	项目内容	较2017年测算节约水量(万吨)
2018年	磨削用水优化	①拆装给水管，缩小水管管径； ②冷却水给水改直接喷淋为花洒状； ③增加蓄水池浮球阀，提升水循环效率。	1.32
	热处理循环用水技改	①重做循环水池隔水层，堵漏防漏； ②优化水流动向，降低循环过程漏水概率； ③优化冷却塔工作方式，降低耗水量。	1.44
	小计		2.76
期间	项目名称	项目内容	较2018年测算节约水量(万吨)
2019年	磨削用水优化	①拆装给水管，缩小水管管径； ②冷却水给水改直接喷淋为花洒状； ③增加蓄水池浮球阀，提升水循环效率。	0.36
	热处理循环用水技改	①重做循环水池隔水层，堵漏防漏； ②优化水流动向，降低循环过程漏水概率； ③优化冷却塔工作方式，降低耗水量。	1.35
	小计		1.71

因此，报告期内水的耗用量和产品的销量、收入变化方向不完全一致，主要

系报告期内公司开展节水项目并获得一定成效所致。

3、水、电的采购量和自产产量的匹配性

(1) 水、电采购情况

报告期内，公司水、电采购情况如下：

单位：万元

项 目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
主营业务成本 ①	14,455.94	28,172.65	25,556.71	21,349.93
电费 ②	204.49	489.15	461.44	429.39
水费 ③	9.17	31.90	38.91	45.52
电费占成本比重 ②/①	1.41%	1.74%	1.81%	2.01%
水费占成本比重 ③/①	0.06%	0.11%	0.15%	0.21%

报告期内，水、电的采购金额占主营业务成本比重较小，水费占主营业务成本的比例极低。

(2) 单位产量水电耗用情况

报告期内，公司水、电的采购量与公司自产产品产量的匹配情况如下：

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
自产产品产量（万把）①	584.65	1,333.02	1,217.11	1,123.85
电采购量（万度）②	274.67	656.44	605.47	553.83
电单位耗用（度/把）②/①	0.4698	0.4924	0.4975	0.4928
水采购量（吨）③	2.43	7.91	9.86	12.67
水单位耗用（吨/万把）③/①	0.0042	0.0059	0.0081	0.0113

注：此表的产量统计口径为公司总装车间产品的出库数量（总装后半成品入库数量），该阶段产品尚未进行组合包装，但已检验合格

报告期内，电的采购量逐年增加，与自制产品变动趋势基本一致；报告期间内，单位产量电的耗用量基本稳定，未见明显波动。2020年1-6月单位产量耗电量相对较低，主要系从2020年年初开始，公司加强对用电的管理，推行《东洲生产基地制造中心-总装车间安全用电、节约用电管理办法》，使得单位电耗有所下降。

报告期内，水的采购量逐年下降，单位产量用水量逐年下降，主要系公司进行节水改造并取得了明显效益所致。

综上，公司水、电的采购量和自产产品的产量之间的匹配关系较为合理。水采购量的耗用量随自产产品的产量逐年下降，主要系公司进行节水改造并取得了明显成效所致。

（三）报告期内 OEM 产品采购情况

公司向 OEM 厂商采购产品的定价依据主要以成本加成为主，部分产品采用市场询价、第三方比价的方式作为定价依据，定价公允。

1、OEM 产成品采购情况

报告期内，公司向 OEM 厂商的采购情况如下表所示：

单位：把、万元

产品类别 (一级)	产品类别 (二级)	产成品采购数量				产成品采购金额			
		2020年 1-6月	2019年度	2018年度	2017年度	2020年 1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
剪具	厨房剪	339,736	429,538	548,911	197,906	212.05	249.23	313.80	131.69
	服装剪	-	52	-	4,441	-	0.16	-	16.97
	个护类剪刀	22,388	54,464	39,391	24,150	24.78	274.78	117.06	133.67
	家用剪	547,381	1,301,425	1,100,945	988,345	325.64	775.32	651.24	564.18
	其他剪刀	177,003	366,367	291,369	301,697	38.39	121.60	82.72	74.73
	纱剪	-	2,361,415	-	1,165,380	-	236.73	-	62.02
	套管剪	-	-146	235	53,286	-	-0.03	0.09	10.40
	园林剪	229,686	204,633	109,765	15,458	381.92	344.16	173.15	28.69
总计	1,316,194	4,717,748	2,090,616	2,750,663	982.78	2,001.95	1,338.06	1,022.35	
刀具	片刀	921,433	1,399,715	1,217,640	632,090	1,505.99	2,529.36	1,883.99	1,119.05
	水果刀	990,510	1,248,966	1,346,510	676,348	473.51	621.24	476.09	287.61
	斩骨刀	124,954	176,074	125,023	106,353	250.97	315.22	214.07	175.07
	其他单刀	10,930	10,265	10,127	18,781	32.64	34.09	19.81	41.75
	总计	2,047,827	2,835,020	2,699,300	1,433,572	2,263.11	3,499.91	2,593.96	1,623.48
套刀剪组合	套装刀剪	285,059	643,505	792,713	670,457	2,085.17	4,165.54	4,420.72	4,063.83
	刀具组合	28,689	70,292	74,723	65,382	103.44	228.45	237.40	210.92
	剪具组合	-	-	198	223	-	-	2.30	0.86
	总计	313,748	713,797	867,634	736,062	2,188.61	4,393.99	4,660.42	4,275.61
其他生活家居用品	个护类杂件	1,084,467	1,560,088	964,985	684,384	590.18	1,231.66	511.51	329.53
	厨具	95,888	172,532	49,180	24,830	357.25	494.91	147.10	78.19

产品类别 (一级)	产品类别 (二级)	产成品采购数量				产成品采购金额			
		2020年 1-6月	2019年度	2018年度	2017年度	2020年 1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
	其他杂件	1,362,148	1,641,279	1,435,924	252,519	976.46	1,027.17	713.30	273.19
	铜制礼品 类	3,839	50,135	22,629	44,208	32.61	424.17	244.46	400.05
	砧板餐具 铲勺类	908,030	959,551	328,066	184,776	917.79	1,031.14	401.03	256.49
	总计	3,454,372	4,383,585	2,800,784	1,190,717	2,874.29	4,209.05	2,017.40	1,337.45
合计		7,132,141	12,650,150	8,458,334	6,111,014	8,308.79	14,104.90	10,609.84	8,258.89

注：2019年度套管剪采购数量为负数，主要系退货所致。

2、OEM 半成品采购情况

报告期内，公司 OEM 半成品采购情况如下表所示：

单位：把/万元

产品 大类	产品小类	采购数量				采购金额			
		2020年 1-6月	2019年度	2018年度	2017年度	2020年 1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
剪具	厨房剪	1,241,787	2,416,715	2,037,286	2,067,154	602.00	1,147.07	949.48	897.86
	服装剪	4,569	268,721	331,297	112,343	11.16	526.02	565.18	155.92
	个护类剪 刀	50,922	60,845	66,293	79,855	116.01	179.87	98.61	94.25
	家用剪	24,600	20,000	224,155	500,502	18.68	15.18	104.75	227.17
	其他剪刀	139,407	146,326	133,090	469,405	25.22	48.92	45.69	58.35
	纱剪	6,103,948	14,135,832	16,787,621	7,815,116	340.90	778.82	910.28	423.86
	套管剪	1,169,394	1,571,221	1,527,173	1,203,969	346.34	443.03	420.40	338.41
	园林剪	2,520	-8	26,096	35,187	4.64	-	33.38	44.03
	小计	8,737,147	18,619,652	21,133,011	12,283,531	1,464.95	3,138.91	3,127.77	2,239.84
刀具	片刀	338,995	655,776	987,739	889,216	677.87	1,144.19	1,321.77	1,392.93
	水果刀	28,963	54,625	20,436	174,817	81.91	111.20	87.46	144.78
	斩骨刀	90,267	307,877	175,520	103,461	37.83	114.90	181.07	145.84
	其他单刀	22,991	50,409	86,359	45,451	24.44	74.79	120.13	75.35
		小计	481,216	1,068,687	1,270,054	1,212,945	822.05	1,445.08	1,710.43
其他生活 家居用品	个护类杂 件	49,106	55,429	2,335	1,200	11.59	20.35	2.55	0.32
	锅具	-	40	80	46,106	-	1.36	2.70	52.93
	其他杂件	82,233	196,150	240,930	83,205	48.50	133.02	109.85	86.87
	铜制礼品 类	140	1,160	983	218	2.70	26.24	31.97	7.53

产品大类	产品小类	采购数量				采购金额			
		2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
	砧板餐具铲勺类	61,431	57,082	20,144	13,248	19.03	18.26	26.12	12.46
	小计	192,910	309,861	264,472	143,977	81.82	199.24	173.19	160.11
	合计	9,411,273	19,998,200	22,667,537	13,640,453	2,368.82	4,783.23	5,011.39	4,158.85

注：2019年度园林剪半成品采购量为-8，主要系退货所致。

公司主要 OEM 半成品提供商的加工单价情况如下：

单位：万元、元/把

存货名称	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	采购金额	单价	采购金额	单价	采购金额	单价	采购金额	单价
OEM 半成品极致系列厨房剪/乐怡系列厨房剪/锋享厨房剪（红黑）（注：通用）	155.40	7.40	304.93	7.42	242.56	7.39	169.12	7.31
OEM 半成品弹簧纱剪（高碳升级）（粉色）	132.83	0.53	463.80	0.53	433.23	0.53	-	-
剪刀(9130A)	125.53	2.52	221.64	2.44	193.52	2.41	198.06	2.39
OEM 半成品弹簧纱剪（高碳升级）（灰色）	122.70	0.53	186.15	0.53	324.43	0.53	-	-
OEM 半成品套管剪 A 型 1 号	99.85	2.80	168.23	2.79	178.58	2.79	126.09	2.79
OEM 半成品铭匠系列斩切刀 2#	88.82	40.33	33.58	40.33	-	-	-	-
OEM 半成品铭匠系列厨片刀 2#	85.58	38.59	22.57	38.59	-	-	-	-
OEM 半成品极致系列厨房剪（黄黑）	83.20	6.19	239.51	6.17	198.94	5.97	115.09	6.11
OEM 半成品匠逸切片刀 175	74.39	13.63	140.99	13.60	128.98	13.11	41.37	13.55
OEM 半成品套管剪 A 型 2 号	72.15	2.61	106.60	2.61	107.51	2.61	67.24	2.62
小 计	1,040.45		1,888.00		1,807.75		716.97	

注：上述数据系选取 2020 年 1-6 月采购品类前十名产品数据

整体来看，报告期内，公司 OEM 半成品采购单价较为稳定，整体呈现小幅增长的趋势，主要系受报告期内相关厂商人工成本增长等因素影响所致。报告期

内，公司主要 OEM 半成品提供商的加工单价不存在持续较大幅度下降的情形。部分 OEM 半成品提供商加工单价有所下降，主要系如下原因所致：

(1) 发行人向部分 OEM 半成品提供商的采购规模有所提升，因此采购单价出现小幅减少；

(2) 报告期内，包装材料、钢材等主要原材料的价格存在一定波动，上述主要原材料的波动致使发行人向供应商采购 OEM 半成品单价随之呈现一定的波动趋势。

3、公司向主要 OEM 供应商的采购内容、金额、占比情况

公司向 OEM 厂商采购产品的定价依据主要以成本加成为主，部分产品采用市场询价、第三方比价的方式作为定价依据，定价方式较为公允。报告期内，公司向前五名 OEM 供应商采购金额占其对外销售金额的比例情况如下表所示：

单位：万元

2020年1-6月				
序号	供应商名称	发行人采购产品	OEM采购金额	占发行人当期OEM采购额的比例
1	阳江市阳东区四夕郎刀具制造有限公司（注1）	OEM半成品，刀具、套刀	1,148.86	10.76%
2	阳江市厨乐实业有限公司	OEM半成品，刀具、套刀	1,087.91	10.19%
3	阳江市阳东区万隆五金工贸有限公司	OEM半成品	1,071.90	10.04%
4	阳江市阳东区锦宏金属制品有限公司	OEM半成品，刀具、套刀	797.69	7.47%
5	阳西县阳光五金刀剪有限公司（注2）	OEM半成品，剪刀	779.61	7.30%
合计			4,885.98	45.76%
2019年度				
序号	供应商名称	发行人采购产品	OEM采购金额	占发行人当期OEM采购额的比例
1	阳江市厨乐实业有限公司	OEM半成品，刀具、套刀	2,689.72	14.24%
2	阳江市阳东区四夕郎刀具制造有限公司	OEM半成品，刀具、套刀	2,099.35	11.11%
3	阳西县阳光五金刀剪有限公司	OEM半成品，剪刀	1,116.68	5.91%
4	阳江市阳东区爱厨艺五金制品有限公司	OEM半成品，刀具、套刀	1,099.44	5.82%

5	阳江市阳东区万隆五金工贸有限公司	OEM 半成品	1,092.38	5.78%
合计			8,097.57	42.87%
2018 年度				
序号	供应商名称	发行人采购产品	OEM 采购金额	占发行人当期 OEM 采购额的比例
1	阳江市阳东区爱厨艺五金制品有限公司	OEM 半成品, 刀具、套刀	2,188.87	14.01%
2	阳江市厨乐实业有限公司	OEM 半成品, 刀具、套刀	1,931.06	12.36%
3	阳江市阳东区四夕郎刀具制造有限公司	OEM 半成品, 刀具、套刀	1,817.44	11.63%
4	阳西县阳光五金刀剪有限公司	OEM 半成品, 剪刀	1,349.34	8.64%
5	阳江市阳东区锦宏金属制品有限公司	OEM 半成品, 刀具、套刀	1,192.43	7.63%
合计			8,479.13	54.28%
2017 年度				
序号	供应商名称	发行人采购产品	OEM 采购金额	占发行人当期 OEM 采购额的比例
1	阳江市厨乐实业有限公司	OEM 半成品, 刀具、套刀	2,369.88	19.08%
2	阳江市阳东区四夕郎刀具制造有限公司	OEM 半成品	1,512.30	12.18%
3	阳江市阳东区爱厨艺五金制品有限公司	OEM 半成品, 刀具、套刀	1,293.55	10.42%
4	阳西县阳光五金刀剪有限公司	OEM 半成品, 剪刀	1,005.24	8.10%
5	阳江市阳东区锦宏金属制品有限公司	OEM 半成品, 刀具、套刀	865.80	6.97%
合计			7,046.77	56.75%

注 1: 阳江市阳东区四夕郎刀具制造有限公司、阳江市阳东区泓阳工贸有限公司受同一实际控制人控制, 表中阳江市阳东区四夕郎刀具制造有限公司数据系公司自上述企业采购商品款的合计数据;

注 2: 阳西县阳光五金刀剪有限公司、广东特恩斯厨房用品有限公司受同一实际控制人控制, 表中阳西县阳光五金刀剪有限公司数据系公司自上述企业采购商品款的合计数据

报告期内, 公司向主要 OEM 供应商进行 OEM 采购的金额均小于其营业收入, 公司 OEM 采购规模与主要供应商的生产能力相匹配。公司的 OEM 厂商从事相关业务无需取得特殊资质, 相关供应商均具备营业执照。

公司的主要 OEM 供应商与发行人、控股股东、实际控制人、董监高、其他主要核心人员不存在关联关系。除阳江市阳东区四夕郎刀具制造有限公司及阳江

市阳东区泓阳工贸有限公司的实际控制人罗时根外、公司的主要 OEM 供应商与张小泉集团前员工无关联关系。公司的主要原材料供应商与发行人之间不存在非经营性的资金往来。

公司的主要 OEM 采购主要采取以销定采的采购模式，即公司根据相关产品的销售预测，综合制定采购计划并实施采购。公司与供应商建立起品质、交期、成本持续优化的合作规范与约束细则。从供应商的品质、交期、成本、诚信度、服务等各个方面对供应商进行评比并导入优质新供应商，进一步实现更高层次的材料标准化与供应商整合，并通过细化供应链的数据化管理，定期分析采购数据并及时做出工作调整。

公司向 OEM 厂商采购产品的定价依据主要以成本加成为主，部分产品采用市场询价、第三方比价的方式作为定价依据，定价方式较为公允。定价方式符合行业惯例。原材料和物流承担方均为供应商。供应商不存在为发行人承担成本费用、利益输送或其他利益安排的情形。

4、OEM 供应商合作情况分析

公司对 OEM 厂商的采购较为分散，不存在对 OEM 厂商的依赖。报告期内，公司对单一 OEM 供应商的采购金额占发行人当期 OEM 采购金额的比例不超过 20%。2020 年 1-6 月，公司对前五名 OEM 供应商采购金额合计占发行人当期 OEM 采购金额的比例为 45.76%。此外，公司亦会不断引入新的优质的 OEM 供应商，进而不断优化 OEM 供应商名录，防止对单一 OEM 供应商出现依赖的情形。

OEM 厂商生产后的产品运输费由 OEM 厂商承担。OEM 厂商与发行人存在生产与发行人类似中端刀具、服装剪等产品的情形，存在一定的竞争关系。

发行人建立了较为严格的知识产权保护机制，并在合同中约定了相关知识产权的保护机制，例如外协生产厂商有责任尊重发行人拥有的知识产权，包括技术资料、工艺、外观特征等，不得散播、仿造或伪造，由此产生的法律责任外协厂商需要按照合同的一定比例进行赔偿。此外，对于涉及核心关键技术数据及参数的产品，公司一般采用自己加工或生产的方式，进而保证不存在关键技术数据及参数被 OEM 厂商参照的情况。报告期内，公司不存在与 OEM 厂商发生纠纷的情形。

5、OEM 采购成本与自产成本的差异及原因

报告期内，除部分刀具产品发行人自制成本与 OEM 采购价格基本持平外，公司同类产品的自制成本普遍高于 OEM 采购价格，主要原因如下：

(1) 公司产能相对受限，将部分可规模化生产的产品转为 OEM 采购，并在选择 OEM 供应商时，将供应商在该产品上的规模效应作为核心指标之一，故在 OEM 采购产品品类上的生产规模效应不及 OEM 外协厂商，因此同类产品的自制成本高于 OEM 采购价格；

(2) 为进一步降低发行人成本、满足终端市场需求，发行人向综合性价比比较高的 OEM 厂商来采购产品；

(3) 报告期内，发行人的主要 OEM 厂商所在地阳江已形成成熟的五金产业集群，相关刀剪的配套产业完善。加之该地人工成本较低（包括固定工资、相关社保、福利费用等），整体来看，成本低于发行人同类产品的自制成本。

6、发行人选择 OEM 生产的主要原因

为满足公司业务的增长需求，抓住市场机遇，扩大销售规模，公司只有通过外协加工来解决产能不足的问题，丰富自身的产品品类，提升品牌影响力。

分产品类别来看，公司选择 OEM 方式主要原因主要包括如下几点：

(1) 剪具

公司产品在功能、质量、使用舒适性、美观度等方面均具有明显优势，在产品设计、工艺、制造等方面拥有技术优势，但随着市场需求的增长，公司产能无法满足下游市场需求，故公司的产品结构逐渐转向自产产品以中高端产品为主，并通过 OEM 采购部分中低端产品（比如平板剪刀、弹簧纱剪等），以满足不同层次的市场需求。另外，产量对服装剪单位成本的影响较大，公司也采购少量设计比较新颖的高端服装剪用于满足零售渠道的市场需求。

(2) 刀具

公司本身刀具类产品生产起步较晚，部分产品的生产不具备规模优势，但随着公司品牌影响力增强，市场对于公司刀具产品的需求增长迅猛，且公司产能不足问题日益显著，为满足市场需求，公司将刀具产能集中于少数产品以期达到规

模优势或把握高端产品的制造，同时通过 OEM 采购补充产品品类，形成公司较为完善的刀具产品架构。

（3）套刀剪组合

套刀剪组合的成本构成中人工成本占比较大，与 OEM 供应商相比，公司的单位人工成本相对较高，且公司本身刀具产能不足，因此公司仅选择少数套刀剪组合类产品进行自制。

（4）其他生活家居用品

此类产品品种繁多，主要为公司新设立事业部的开发方向，产品生产工艺与公司核心产品剪具、刀具不同，公司现基本以极少数产品的小批量生产为主，大多数产品通过 OEM 采购，未来随着市场的成熟和公司产能的提升，公司将逐步加大其他生活家居用品的自制比例。

7、OEM 模式对公司品牌美誉度和产品质量的影响

公司主要通过关键技术资料保密处理、专利保护等手段保护关键技术数据和参数不外泄。在热处理、剪刀里口缝道技术等关键技术的保护方面，公司对涉及上述关键技术的文档进行加密、密封处理，未经授权的人员无法查阅，设备参数的设置由专人完成，发生异常时由专人解决，就相关技术数据和参数的改进与修正的讨论限定在被授权人员范围内。对于其他关键技术，公司主要通过专利保护、合同约定等形式保护技术数据和参数，内部管理上，公司与相关技术人员均签有保密协议，外部监控上，公司设有专门的知识产权维权团队，并外聘专业律师团队，就侵犯公司知识产权的行为进行维权。当需要将关键技术数据交付 OEM 供应商使用时，公司与供应商签署合同，约定供应商不得将关键技术数据应用于其自有产品及为其他客户生产产品，并通过生产现场巡检和知识产权维权进行事中和事后控制。

公司采用 OEM 模式的主要原因是自有产能不足。随着位于广东省阳江市江城区的智能制造中心的交付使用和产能达成，未来自产产品的比例将有所提升，公司将关键技术更多地应用于自产产品，提升公司产品技术含量的平均水平，从而提升公司整体毛利率水平。公司也将继续加大研发投入，以继续提升公司核心技术水平、研发新的核心技术，并尽快实现产品验证和生产转化。

OEM 模式对公司的品牌美誉度和产品质量不存在潜在负面影响,在 OEM 模式的实施过程中,公司通过供应商引入评审、年度评审、产品生产工艺传授、过程质量监控、产品全周期追溯等机制确保 OEM 产品具备和公司自产产品相近的品质。公司采购部对 OEM 新供应商进行包括验厂在内的评审,只有通过评审的公司才能成为公司的供应商。公司还对重点 OEM 供应商进行年度评审,只有评审合格的才能在第二年继续作为公司供应商供货。OEM 供应商在生产某款产品之前,公司会委派技术人员现场向其讲解工艺路线,并委派专门的质量人员现场监控生产情况,抽检产品质量。公司对 OEM 供应商提供的产品进行全程监控,在任何环节发现质量问题,均可向 OEM 供应商追溯,供应商不因货物交接完成消除质量责任。

(四) 报告期内外协加工服务采购情况

公司主要的外协加工服务采购定价依据是参考市场价格,通过协商确定采购价格。其中,抛光工序的单价主要根据产品抛光工艺难易程度、加工量运输半径而存在一定差异;电镀工序的单价则主要根据所加工服装剪刀片尺寸大小、电镀工艺难易程度、运输半径等因素变化而有所差异。整体来看,公司外协加工服务的定价方式符合行业惯例。

1、采购外协加工服务的工序、金额

外协加工服务主要系电镀、抛光等非核心环节的加工服务。

电镀加工服务的采购流程如下:采购部订单下达后,外协单位至公司指定仓库或地点根据加工订单约定数量领料。外协单位完成电镀等工序后运输至公司,并安排货物的清点及品检,最终公司将合格产品入库并与外协单位按照约定的结算方式进行结算。

抛光加工服务的采购流程如下:采购部订单下达后,外协单位在公司的抛光车间根据订单数量执行抛光工序。完成后产品则进入下一工序。

报告期内,外协加工服务的金额如下表所示:

单位:万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
电镀	53.20	167.94	102.40	57.09

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
抛光	341.83	755.96	580.23	567.25
其他	47.29	93.98	46.01	10.50
合计	442.32	1,017.88	728.64	634.84

2、公司向主要外协加工服务供应商的采购内容、金额、占比情况

对于外协加工服务供应商，公司主要是参考市场价格，通过协商确定采购价格。报告期内，公司向主要外协加工供应商采购金额占其对外销售金额的比例情况如下表所示：

单位：万元

2020年1-6月				
序号	供应商名称	发行人采购产品	外协加工服务采购金额	占发行人当期外协加工服务采购额的比例
1	杭州秀琴五金厂	抛光	343.74	77.71%
2	嘉兴市红卫中佳表面处理股份有限公司	加工费	50.04	11.31%
合计			393.78	89.02%
2019年度				
序号	供应商名称	发行人采购产品	外协加工服务采购金额	占发行人当期外协加工服务采购额的比例
1	杭州秀琴五金厂	抛光	755.96	74.26%
2	嘉兴市红卫中佳表面处理有限公司	加工费	163.14	16.03%
合计			919.1	90.29%
2018年度				
序号	供应商名称	发行人采购产品	外协加工服务采购金额	占发行人当期外协加工服务采购额的比例
1	杭州秀琴五金厂	抛光	580.23	79.63%
2	嘉兴市红卫中佳表面处理有限公司	加工费	84.51	11.60%
合计			664.74	91.23%
2017年度				
序号	供应商名称	发行人采购产品	外协加工服务采购金额	占发行人当期外协加工服务采购额的比例
1	杭州秀琴五金厂	抛光	567.25	89.36%

合计	567.25	89.36%
----	--------	--------

由上表可知，报告期内公司向主要外协加工服务商进行采购的金额均小于其营业收入，公司外协加工服务采购规模与主要供应商的生产能力相匹配。公司的外协加工服务商从事相关业务需根据业务具体情况取得《排污许可证》等相关资质证照，相关供应商均具备其生产经营所需资质。

公司的主要外协加工服务供应商与发行人、控股股东、实际控制人、董监高、其他主要核心人员、张小泉集团前员工不存在关联关系。公司的主要外协加工服务供应商与发行人之间不存在非经营性的资金往来。

公司主要的外协加工服务采购主要采取以产定采的采购模式，即公司生产部门根据销售部门的销售订单以及销售预测形成生产计划，分解出生产订单，再由采购部确定采购计划并安排采购。

公司主要的外协加工服务采购定价依据是参考市场价格，通过协商确定采购价格。定价方式符合行业惯例。原材料和物流承担方为发行人提供原材料、供应商承担物流。供应商不存在为发行人承担成本费用、利益输送或其他利益安排的情形。

3、是否存在将重污染生产环节外包给外协加工服务商的情形

根据国家环境保护总局 2003 年 6 月 16 日发布的《关于对申请上市的企业和申请再融资的上市企业进行环境保护核查的通知》，重污染行业包括冶金、化工、石化、煤炭、火电、建材、造纸、酿造、制药、发酵、纺织、制革和采矿业。根据《企业环境信用评价办法（试行）》，重污染行业包括：火电、钢铁、水泥、电解铝、煤炭、冶金、化工、石化、建材、造纸、酿造、制药、发酵、纺织、制革和采矿业 16 类行业，以及国家确定的其他污染严重的行业。

参照《上市公司环保核查行业分类管理名录》(已于 2016 年 7 月 13 日废止)，前述重污染行业对应的业务类型中，“冶金”行业包括“金属表面处理及热处理加工（电镀；使用有机涂层，热镀锌（有钝化）工艺）”。根据《浙江省工业污染防治“十三五”规划》，铅蓄电池、电镀、印染、造纸、制革、化工为六大重污染行业。

发行人生产的刀剪类产品需要进行电镀等表面处理，以满足客户对产品的耐

蚀性、耐磨性和美观度等需求。因此，发行人的生产环节涉及电镀环节。

发行人产品的表面处理类工序非发行人生产核心环节，因此，发行人当前电镀环节委托嘉兴市红卫中佳表面处理股份有限公司（以下简称“嘉兴红卫”）处理。嘉兴红卫持有证书编号为 91330411146554006J001P 的《排污许可证》，有效期自 2017 年 12 月 25 日至 2020 年 12 月 24 日，行业类别为金属表面处理及热处理加工。PVD 镀膜环节委托余姚市吉宏电镀有限公司（以下简称“余姚吉宏”）处理。余姚吉宏持有证书编号为 91330281730163055R001P 的《排污许可证》，有效期自 2019 年 7 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，行业类别为金属表面处理及热处理加工。

根据嘉兴红卫提供的《委托处置合同》，其委托安吉美欣达再生资源开发有限公司处理电镀过程中产生的危险废物。安吉美欣达再生资源开发有限公司持有证书编号为浙危废经第 3305000125 号《危险废物经营许可证》，有效期自 2018 年 12 月 18 日至 2023 年 12 月 17 日。根据余姚吉宏的说明，PVD 镀膜与电镀不同，工艺过程中不会产生有毒或有污染的固体废弃物质。

因此，发行人将电镀环节交由第三方嘉兴红卫完成，嘉兴红卫具备相应的排污许可证并委托具有危险废物处理资质的单位处理危险废物，将 PVD 镀膜环节交由第三方余姚吉宏完成，余姚吉宏具备相应的排污许可证，该工艺环节不涉及固体危险废物处理。

（五）发行人报告期内各期前五名供应商的名称、采购金额及占当期采购总额的比例

报告期内，公司向前五名供应商的采购情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	采购金额 (不含税)	占采购总额 比重	采购产品 类别
2020 年 1-6 月				
1	阳江市厨乐实业有限公司	1,090.82	7.52%	刀具、套刀剪组合等
2	阳江市阳东区万隆五金工贸有限公司	1,071.98	7.39%	刀具、套刀剪组合等
3	阳江市阳东区锦宏金属制品有限公司	797.75	5.50%	刀具、套刀剪组合等
4	阳江市阳东区四夕郎刀具制造有限公司 ¹	1,193.96	8.23%	刀具、剪具、套刀剪组合、

序号	供应商名称	采购金额 (不含税)	占采购总额 比重	采购产品 类别
				其他生活家居用品等
5	阳西县阳光五金刀剪有限公司 ²	783.48	5.40%	剪具、刀具、其他生活家居用品等
	合计	4,937.99	34.05%	
2019 年度				
1	阳江市厨乐实业有限公司	2,707.02	9.44%	刀具、套刀剪组合等
2	阳江市阳东区四夕郎刀具制造有限公司	2,167.41	7.56%	刀具、套刀剪组合等
3	常熟市长江不锈钢材料有限公司	1,517.88	5.29%	钢材
4	阳西县阳光五金刀剪有限公司	1,122.88	3.92%	剪具、刀具等
5	阳江市阳东区爱厨艺五金制品有限公司	1,099.44	3.83%	刀具、套刀剪组合等
	合计	8,614.63	30.05%	
2018 年度				
1	阳江市阳东区爱厨艺五金制品有限公司	2,195.12	8.99%	刀具、套刀剪组合等
2	阳江市厨乐实业有限公司	1,939.98	7.95%	刀具、套刀剪组合等
3	阳江市阳东区四夕郎刀具制造有限公司	1,817.44	7.45%	刀具、套刀剪组合等
4	常熟市长江不锈钢材料有限公司	1,436.23	5.88%	钢材
5	阳西县阳光五金刀剪有限公司	1,358.89	5.57%	刀具、剪具等
	合计	8,747.66	35.84%	
2017 年度				
1	阳江市厨乐实业有限公司	2,409.46	11.71%	刀具、套刀剪组合等
2	常熟市长江不锈钢材料有限公司	1,733.95	8.43%	钢材
3	阳江市阳东区四夕郎刀具制造有限公司	1,512.30	7.35%	刀具、套刀剪组合等
4	阳江市阳东区爱厨艺五金制品有限公司	1,293.55	6.29%	套刀剪组合
5	阳西县阳光五金刀剪有限公司	1,005.45	4.89%	刀具、剪具等
	合计	7,954.70	38.65%	

注 1: 阳江市阳东区四夕郎刀具制造有限公司、阳江市阳东区泓阳工贸有限公司受同一实际控制人控制,表中阳江市阳东区四夕郎刀具制造有限公司数据系公司自上述企业采购商品款的合计数据;

注 2: 阳西县阳光五金刀剪有限公司、广东特恩斯厨房用品有限公司受同一实际控制人控制,表中阳西县阳光五金刀剪有限公司数据系公司自上述企业采购商品款的合计数据

报告期内,公司与前五大供应商之间不存在关联关系,公司董事、监事、高

级管理人员、其他核心人员、持有发行人 5%股份以上的股东、公司的其他关联方未在上述供应商中拥有权益。

（六）既是客户又是供应商的情况分析

报告期内，公司存在既是客户又是供应商的情形，具体如下表所示：

单位：万元

年份	序号	单位名称	销售金额	主要销售内容	采购金额	主要采购内容	既为客户又为供应商的原因说明	与张小泉是否有关联关系
2020年 6月	1	安徽省创诚物流有限公司	262.11	刀具、剪刀、套刀剪组合、其他生活家居用品、品牌使用费等	134.05	锅铲漏勺等杂件	张小泉购买品牌授权客户的产品	否
	2	杭州恋家实业有限公司	464.48	刀具、剪刀、套刀剪组合、其他生活家居用品、品牌使用费等	0.52	锅具	张小泉购买品牌授权客户的产品	否
	3	杭州秀琴五金厂	18.39	水电	343.74	抛光加工费	供应商在张小泉园区加工，水电费单独核算	否
	4	杭州张生记剪刀制造有限公司	1.65	代返工费用	425.15	剪具	质量问题由张小泉车间返修收取的费用	否
	5	义乌市笃志电子商务有限公司	97.49	刀具、套刀剪组合、其他生活家居用品、品牌使用费等	10.24	保温杯产品	张小泉购买品牌授权客户的产品	否
	6	杭州张小泉集团有限公司	10.28	办公用房、食堂租赁	10.93	食堂服务费	公司租赁给集团办公用房并向其采购食堂服务	是
2019年	1	安徽省创诚物流有限公司	479.73	刀具、剪刀、套刀剪组合、其他生	202.04	其他生活家居用品、刀具、套刀	张小泉购买品牌授权客户的产品	否

年份	序号	单位名称	销售金额	主要销售内容	采购金额	主要采购内容	既为客户又为供应商的原因说明	与张小泉是否有关联关系
				活家居用品、品牌使用费等		剪组合等		
	2	东阳市森沃工具有限公司	0.11	检测费用	95.89	园林工具	张小泉收取质量检测费用	否
	3	杭州李德顺刀具有限公司	26.49	钢材	388.53	刀具、套刀	供应商向张小泉购买钢材	否
	4	杭州恋家实业有限公司	503.61	刀具、剪具、套刀剪组合、其他生活家居用品、品牌使用费等	12.89	锅具	少量采购客户贴牌的产品	否
	5	杭州秀琴五金厂	33.89	水电	755.96	抛光加工费	供应商在张小泉园区加工，水电费单独核算	否
	6	杭州张生记剪刀制造有限公司	1.72	代返工费用	932.28	剪具	质量问题由张小泉车间返修收取的费用	否
	7	义乌市笃志电子商务有限公司	55.16	品牌使用费	74.97	保温杯产品	张小泉购买品牌授权客户的产品	否
	8	永康市艾得园艺工具厂	0.06	检测费用	102.33	园林剪	张小泉收取质量检测费用	否
	9	网赢如意仓供应链有限公司	0.44	刀具、剪具	2.09	系统使用费、服务费	向公司购买刀剪等产品，公司向其采购系统使用服务	是
	10	浙江富春山居健康旅游集团有限公司	10.49	刀具、剪具	3.74	福利费（粽子，月饼）	向公司购买刀剪等产品	是
	11	富阳富春山居休闲事业有限公司	1.35	刀具、剪具	1.49	茶叶费	向公司购买刀剪等产品	是
	12	杭州张小泉集团有限公司	22.41	办公用房、食堂、租赁	23.40	食堂服务费	公司租赁给张小泉集团办公用房、	是
9.13					门店租	是		

年份	序号	单位名称	销售金额	主要销售内容	采购金额	主要采购内容	既为客户又为供应商的原因说明	与张小泉是否有关联关系
						赁	食堂并向其租赁门店、采购食堂服务	
	13	富春控股集团有限公司	5.52	刀具、剪具	35.67	仓库及办公用房租赁	向公司购买刀剪等产品	是
	14	富阳复润置业东方茂开元名都大酒店	0.36	刀具、剪具	8.79	酒店住宿费、节日礼品	向公司购买刀剪等产品	是
2018年	1	安徽省创诚物流有限公司	483.10	刀具、剪具、套刀剪组合、其他生活家居用品、品牌使用费等	66.72	其他生活家居用品	张小泉购买品牌授权客户的产品	否
	2	常熟市长江不锈钢材料有限公司	87.43	废料	1,436.23	钢材	钢材供应商回收废料	否
	3	杭州李德顺刀具有限公司	74.12	钢材	303.09	刀具、套刀	供应商向张小泉购买钢材	否
	4	杭州秀琴五金厂	34.86	水电	580.23	抛光加工费	供应商在张小泉园区加工，水电费单独核算	否
	5	杭州张生记剪刀制造有限公司	22.68	钢材	831.23	剪具	钢材供应商回收废料	否
	6	网赢如意仓供应链有限公司	0.42	刀具、剪具	8.11	系统使用费、服务费	向公司购买刀剪等产品，公司向其采购系统使用服务	是
	7	杭州公望仁雅医疗门诊部有限公司	0.30	刀具、剪具	1.75	体检服务费	向公司购买刀剪等产品	是
	8	杭州张小泉集团有限公司	22.26	办公用房、食堂、租赁	23.40	食堂服务费	公司租赁给集团办公用房、食堂并向其租赁门店、采购食堂服务	是
		8.68			门店租赁	是		
9	杭州网城物	48.20	电费	0.90	物业费	公司缴纳电	是	

年份	序号	单位名称	销售金额	主要销售内容	采购金额	主要采购内容	既为客户又为供应商的原因说明	与张小泉是否有关联关系
		业服务有限公司富阳分公司					费	
	10	富春控股集团有限公司	9.14	刀具、剪具	10.95	上海仓库租赁	向公司购买刀剪等产品	是
	11	富阳复润置业东方茂开元名都大酒店	0.07	刀具、剪具	23.41	酒店住宿费、节日礼品	向发行人购买刀剪等产品	是
2017年	1	安徽省创诚物流有限公司	425.46	刀具、剪具、套刀剪组合、品牌使用费等	4.00	其他生活家居用品	张小泉购买品牌授权客户的产品	否
	2	常熟市长江不锈钢材料有限公司	189.37	废料	1,733.95	钢材	钢材供应商回收废料	否
	3	巩义市豫中盖龙磨料磨具有限公司	2.20	砂轮	76.47	砂轮	报废砂轮回购	否
	4	杭州李德顺刀具有限公司	49.24	钢材	246.84	刀具、套刀	钢材供应商回收废料	否
	5	杭州秀琴五金厂	32.63	水电	567.25	抛光加工费	供应商在张小泉园区加工，水电费单独核算	否
	6	杭州张生记剪刀制造有限公司	119.79	钢材	768.80	剪具	供应商向张小泉购买钢材	否
	7	杭州张小泉集团有限公司	21.53	刀具、剪具	16.57	剪刀等	向公司购买刀剪等产品，并向公司销售剪刀及出租门店及厂房设备	是
					417.12	门店及厂房设备租赁		是
	8	阳江市厨乐实业有限公司	0.27	代返工费用	2,409.46	刀具、套刀	质量问题由张小泉车间返修收取的费用	否
	9	阳江市阳东区泓阳工贸有限公司	0.19	代返工费用	1,063.87	刀具、套刀	质量问题由张小泉车间返修收取的费用	否
10	阳江市阳东小师傅工贸有限公司	0.05	代返工费用	308.05	刀具、套刀	质量问题由张小泉车间返修收取的	否	

年份	序号	单位名称	销售金额	主要销售内容	采购金额	主要采购内容	既为客户又为供应商的原因说明	与张小泉是否有关联关系
							费用	
	11	阳西县阳光五金刀剪有限公司	0.62	代返工费用	1,005.45	刀具、套刀	质量问题由张小泉车间返修收取的费用	否
	12	永康市硕鸿工贸有限公司	0.51	代返工费用	290.16	纱剪	质量问题由张小泉车间返修收取的费用	否
	13	杭州富阳运同电子商务有限公司	150.14	刀具、剪具	75.81	仓储物流费用	向公司购买刀剪等产品	是
	14	杭州富阳如意仓供应链有限公司	46.08	电费、服务费	493.53	仓储物流费用	向公司缴纳电费	是
	15	杭州公望仁雅医疗门诊部有限公司	0.10	刀具、剪具	7.84	体检服务费	向公司购买刀剪等产品	是
	16	富春控股集团有限公司	32.71	刀具、剪具	10.48	上海仓库租赁	向公司购买刀剪等产品	是
	17	富阳复润置业东方茂开元名都大酒店	4.33	刀具、剪具	23.78	酒店住宿费、节日礼品	向发行人购买刀剪等产品	是

五、发行人主要固定资产及无形资产情况

（一）发行人拥有的固定资产情况

截至2020年6月30日，公司固定资产情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	减值准备	账面净值	成新率
房屋及建筑物	8,768.30	728.01	-	8,040.29	91.70%
通用设备	442.34	192.80	-	249.54	56.41%
专用设备	2,720.52	1,098.80	-	1,621.72	59.61%
运输工具	209.18	69.78	-	139.40	66.64%
合计	12,140.34	2,089.39	-	10,050.95	82.79%

1、房屋建筑物

截至本招股说明书签署日，公司及控股子公司所拥有的房屋建筑物情况如下表所示：

序号	所有权人	证书编号	地址	房屋用途	建筑面积 (平方米)	他项权利
1	张小泉 股份	浙(2018)富阳区不动产权第0017678号	东洲街道五星路8号	工业	50,802.67	注1

注1: 2019年4月25日,发行人与中国工商银行股份有限公司签订《最高额抵押合同》(合同编号:0120200003-2019年羊坝(抵)字0012号),约定公司以不动产权(浙(2018)富阳区不动产权第0017678号)作为抵押物,在94,000,000元的最高余额内,为公司与中国工商银行股份有限公司杭州羊坝头支行签订的本外币借款合同、银行承兑协议等合同提供担保。

截至本招股说明书签署日,除已披露情形外,公司及其子公司拥有的上述房产均不存在抵押、质押、冻结或其他权利受限的情况。

公司目前用于主要生产经营的位于东洲街道五星路8号的土地和房产的用途为工业,与发行人持有该土地和房产的不动产权证(浙(2018)富阳区不动产权第0017678号)所述用途一致,未涉及用途变更。

2017年10月18日,坤元资产评估有限公司出具坤元评报(2017)596号《杭州张小泉实业发展有限公司拟进行资产收购涉及的杭州张小泉集团有限公司资产组合价值评估项目资产评估报告》,对张小泉集团持有的位于东洲街道五星路8号的土地使用权以及该土地上的房屋建筑物以2017年9月30日为评估基准日进行评估,评估价值为11,298.35万元。

2017年11月3日,张小泉实业作出股东决定,张小泉集团通过股东会决议,同意张小泉实业收购张小泉集团拥有的土地厂房。

2017年11月3日,张小泉实业和张小泉集团签订《土地厂房转让协议》,约定张小泉集团将其拥有的富国用2014第005425号《国有土地使用权证》项下的土地使用权以及该土地上的房屋建筑物以评估后的评估值11,298.35万元转让给张小泉实业。2018年3月6日,前述土地使用权和房屋所有权由张小泉集团转移至张小泉实业名下,张小泉实业取得对应的浙(2018)富阳区不动产权第0005539号不动产权证。

后因张小泉实业整体变更为股份有限公司,上述不动产变更所有权人为张小泉股份,张小泉股份于2018年6月13日取得变更后的浙(2018)富阳区不动产权第0017678号不动产权证。

根据杭州市规划和自然资源局富阳分局出具的证明文件,东洲街道五星路8号的土地和房产未涉及用途变更,发行人通过受让方式取得前述土地和房产,程

序合法合规。东洲街道五星路 8 号的土地和房产与相邻地块的土地不存在权属或界限的纠纷。发行人土地使用符合《土地管理法》等法律法规的规定，未发现发行人有违法用地行为，以及有因违反国家有关法律、法规而被行政处罚的情形。

发行人目前用于主要生产经营的位于东洲街道五星路 8 号的土地和房产不涉及用途变更，取得程序合法合规，与控股股东的土地房产界限清晰，独立于控股股东的资产。

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司租赁房产的具体情况如下：

序号	承租人	出租人	坐落位置	面积 (m ²)	期限	租赁用途
1	上海张小泉刀剪总店有限公司 ¹	上海美丽华(集团)有限公司	上海市南京东路 490 号底层、阁、二层北部、201 室-204 室	195.36	2014/10/01-2022/08/31	上海南京东路店
2	上海张小泉刀剪总店有限公司	上海豫园商城工艺品有限公司	上海市旧校场路 69 号悦宾楼 1 楼 101 商铺	117.00	2015/07/20-2022/07/19	上海豫园店
3	上海张小泉刀剪总店有限公司	杭州市清河坊历史街区管委会	杭州市河坊街 232 号-234 号一层部分商铺	40.00	2019/02/06-2022/02/05	杭州河坊街店
4	上海张小泉刀剪总店有限公司	无锡世恒投资有限公司	无锡市梁溪区南长街 459 号一、二层	88.00	2020/7/1-2022/6/30	无锡南长街店
5	上海张小泉刀剪总店有限公司 ²	苏州平江历史街区保护整治有限责任公司	苏州市平江路 187 号	40.00	2017/11/20-2020/11/19	苏州平江路店
6	上海张小泉刀剪总店有限公司	陈宇	上海市嘉定区南翔镇人民街 40 号 101 室	43.00	2018/01/01-2020/12/31	上海南翔店
7	上海张小泉刀剪总店有限公司	浙江横店影视城有限公司	横店清明上河图路 138 号“大宋钱庄位置”	34.44	2018/05/26-2020/12/25	东阳横店店
8	张小泉股份 ³	杭实资产经营(杭州)有限公司	杭州市上城区延安路 225 号	21.90	2020/01/01-2022/12/31	杭州湖滨店
9	杭州泉心电子商务有限公司 ⁴	浙江运通电子商务有限公司	杭州市余杭区崇贤街道运河路 5-2 号 6 幢 2 层 208 室	32.00	2020/04/01-2020/12/31	办公

序号	承租人	出租人	坐落位置	面积 (m ²)	期限	租赁用途
10	杭州张小泉 文创科技有 限公司	浙江运通 电子商务 有限公司	杭州市余杭区 崇贤街道运河 路5-2号6幢2 层215室	32.00	2020/04/01-2020/12/31	办公
11	杭州张小泉 电子商务有 限公司	浙江运通 电子商务 有限公司	杭州市余杭区 崇贤街道运河 路5-2号6幢2 层205、207、 209、210、211、 213室	376.00	2020/04/01-2020/12/31	办公
12	上海张小泉 刀剪总店有 限公司	江苏新十 朝食品科 技有限公 司	南京市秦淮区 大石坝街79号 美食街街区金 陵春一楼大门 右侧门面	38.00	2020/01/01-2023/12/31	南京夫 子庙大 石坝街 店
13	上海张小泉 刀剪总店有 限公司南京 大石坝街分 公司	周芬	南京市秦淮区 贡院西街30号	50.00	2019/01/21-2021/01/20	南京夫 子庙贡 院西街 店
14	上海张小泉 刀剪总店有 限公司	上海证大 外滩国际 金融服务 中心置业 有限公司	上海市黄浦区 中山东二路 600号1幢27 层01B单元	183.69	2019/04/16-2021/11/15	办公
15	阳江市张小 泉智能制造 有限公司 ⁵	阳江墨格 实业有限 公司	阳江市江城区 银岭科技产业 园万丰商贸中 心4幢07号	398.10	2018/11/15-2020/12/31	办公、 员工宿 舍
16	张小泉股份	运同电商	杭州富阳区东 洲街道明星路 9号4号楼11 层1101-1110号 房, 10层 1019-1021号房	650	2020/04/01-2021/03/31	员工宿 舍

注1：上海市南京东路的前述租赁房屋属于公有非居住房屋，因此未取得房产证，自报告期初即由上海新世界（集团）有限公司自上海新黄浦（集团）有限责任公司处承租后转租给上海美丽华（集团）有限公司，并由上海美丽华（集团）有限公司出租给上海张小泉用于门店经营；

注2：平江路店的租赁合同已到期，续期合同正在签署过程中；

注3：根据杭实资产经营（杭州）有限公司出具的情况说明，该房屋属于国有资产，未办理权属证书。截至本招股说明书签署日，公司已取得该房产的租赁备案；

注4：上述序号为9-11的房产已不再续租，发行人正在履行终止协议流程，公司已租赁位于杭州市余杭区崇贤街道运河路5-4号1幢10层、面积为997.56平方米的房屋作为替代办公场所，租赁期限为2020年11月1日至2023年10月31日

注5：根据阳江墨格实业有限公司提供的《商品房买卖合同（预售）》，房屋所有权人购买了阳江市江城区银岭科技产业园万丰商贸中心4幢07号的房屋，但尚未办理该房屋的权属证书；

注 6：除上述情况外，截至本招股说明书签署日，公司尚未办理第 1 项、第 2 项、第 4 项、第 6 项、第 12 项、第 13 项、第 14 项、第 15 项、第 16 项租赁房产的租赁备案；

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司上述房屋租赁中，存在三处房屋未办理房产证、九处房屋租赁未办理租赁备案登记。

发行人分/子公司的生产经营房屋全部为租赁取得，其中存在产权或出租主体资格瑕疵的情况如下：

序号	承租人	出租人	坐落位置	租赁用途	瑕疵情况
1	上海张小泉刀剪总店有限公司	上海美丽华(集团)有限公司	上海市南京东路 490 号底层、阁、二层北部、201 室-204 室	用于门店经营	属于公有非居住房屋，无产权证书且未办理租赁备案，无转租许可
2	张小泉股份有限公司	杭实资产经营(杭州)有限公司	杭州市上城区延安路 225 号	用于门店经营	属于国有资产，无产权证书但已办理租赁备案
3	阳江市张小泉智能制造有限公司	阳江墨格实业有限公司	阳江市江城区银岭科技产业园万丰商贸中心 4 幢 07 号	办公、住宿	属于商品房，无产权证书且未办理租赁备案

发行人租赁的房屋中，未能办理租赁备案登记的房屋如下：

序号	承租人	出租人	坐落位置	租赁用途	有无权属证书证书
1	上海张小泉	上海美丽华(集团)有限公司	上海市南京东路 490 号底层、阁、二层北部、201 室-204 室	用于门店经营	无
2	上海张小泉	上海悦宾工艺品市场经营管理有限公司	上海市旧校场路 69 号悦宾楼 1 楼 101 商铺	用于门店经营	有
3	上海张小泉无锡南长街店	无锡世恒投资有限公司	无锡市梁溪区南长街 459 号一、二层	用于门店经营	有
4	上海张小泉	陈宇	上海市嘉定区南翔镇人民街 40 号 101 室	用于门店经营	有
5	上海张小泉南京大石坝街分公司	江苏新十朝食品科技有限公司	南京市秦淮区大石坝街 79 号美食街街区金陵春一楼大门右侧门面	用于门店经营	有
6	上海张小泉南京大石坝街分公司	周芬	南京市秦淮区贡院西街 30 号	用于门店经营	有
7	上海张小泉	上海证大外滩国际金融服务	上海市黄浦区中山东二路 600 号	办公	有

序号	承租人	出租人	坐落位置	租赁用途	有无权属证书
		中心置业有限公司	1幢27层01B单元		
8	张小泉股份有限公司	杭州富阳运同电子商务有限公司	杭州市富阳区东洲街道明星路9号的4号楼11层1101-1110号房, 10层1019-1021号房	居住	有
9	阳江张小泉	阳江墨格实业有限公司	阳江市江城区银岭科技产业园万丰商贸中心4幢07号	办公、住宿	无

上述九处房屋租赁未办理租赁备案登记,其中第1处和第9处房屋无权属证书,其余七处房屋已提供房屋权属证书。第1处和第9处房屋因尚未办理房屋产权证书,未办理租赁备案登记;第2处至第8处房屋因发行人只租赁了整个房屋产权证书对应房产的其中一部分,无法就该部分单独办理租赁备案登记。

发行人及其子公司承租的未办理房产证的三处房屋建筑的具体构成及用途如下:

序号	承租人	出租人	坐落位置	租赁用途
1	上海张小泉刀剪总店有限公司	上海美丽华(集团)有限公司	上海市南京东路490号底层、阁、二层北部、201室-204室	用于门店经营
2	张小泉股份有限公司	杭实资产经营(杭州)有限公司	杭州市上城区延安路225号	用于门店经营
3	阳江市张小泉智能制造有限公司	阳江墨格实业有限公司	阳江市江城区银岭科技产业园万丰商贸中心4幢07号	办公、住宿

(1) 上海市南京东路490号底层、阁、二层北部、201室-204室的房屋

上海张小泉向上海美丽华(集团)有限公司承租的位于上海市南京东路490号底层、阁、二层北部、201室-204室的房屋属于上海市公有非居住房屋,无权属证书。根据《上海市人民政府办公厅关于印发<上海市企业住所登记管理办法>的通知》第六条,企业使用的住所无法提交房屋产权证的,可以提交以下相关证明材料:(一)属于公有非居住用房的,提交公有非居住房屋租赁合同。根据《上海市房地产资源局关于贯彻实施<上海市房屋租赁条例>的意见(二)》的规定,公有非居住房屋租赁关系的建立以租赁当事人签订非居住房屋租赁合同为准。该处房屋的租赁当事人上海新黄浦(集团)有限责任公司(作为出租人)和上海新

世界（集团）有限公司（作为承租人）已签署《公有非居住房屋租赁合同》，上海新世界（集团）有限公司自上海新黄浦（集团）有限责任公司承租该房屋后转租给上海美丽华（集团）有限公司，并由上海美丽华（集团）有限公司出租给上海张小泉用于门店经营，因此，前述房屋为合法建筑，但未能取得房屋产权证书。

（2）杭州市上城区延安路 225 号

发行人向杭实资产经营（杭州）有限公司承租的位于杭州市上城区延安路 225 号的房屋属于国有资产，发行人通过公开竞拍的方式取得承租权。根据市国资委的一级子公司杭实集团的说明，杭州市上城区延安路 225 号房屋在张小泉剪刀厂改制时被鉴定为国有资产，所有权属于杭实集团，目前由杭实集团的子公司杭实资产经营（杭州）有限公司负责管理。该房屋系合法建筑，由于历史原因未能提供该房屋原来的征迁协议，因此未能办理房屋产权证书。

（3）阳江市江城区银岭科技产业园万丰商贸中心 4 幢 07 号

阳江张小泉向阳江墨格实业有限公司承租的位于阳江市江城区银岭科技产业园万丰商贸中心 4 幢 07 号的房屋属于商品房，该商品房已由阳江市住房和城乡建设局批准预售，房屋买受人关瑞丰（即出租方阳江墨格实业有限公司的全资股东）与出卖人广东万丰工业原料城有限公司已签订关于该房屋的《商品房买卖合同（预售）》。阳江墨格实业有限公司自关瑞丰处承租该房屋后转租给阳江张小泉用于办公、住宿。经访谈买受人关瑞丰，由于出卖人原因，其尚未能办理前述房屋的房屋产权证书。

上述房屋由发行人或其子公司承租用于门店经营或作为临时办公、住宿场所，其中：

位于上海市南京东路 490 号底层、阁、二层北部、201 室-204 室的房屋为上海市公有非居住房屋，上海张小泉已在该地址经营数十年，根据上海市的相关规定，《上海市公有非居住房屋租赁合同》可作为企业使用住所的证明文件。

位于杭州市上城区延安路 225 号的房屋为国有资产，虽由于历史遗留原因未能办理权属证书，但已就租赁行为办理租赁备案登记，取得了杭上房租证 2020 第 0418 号《杭州市房屋租赁登记备案证明》。

位于阳江市江城区银岭科技产业园万丰商贸中心 4 幢 07 号的房屋系阳江张

小泉临时办公、住宿场地，阳江生产基地建设完成后，阳江张小泉将不再租赁该房屋。

上述三处房屋虽未办理房产证，但发行人或其子公司与出租人签署的租赁合同均在有效期内，且正常履行。截至本招股说明书签署日，发行人未收到出租人或其他任何第三方要求发行人搬迁或房屋纳入拆迁范围的通知，也未收到任何第三方就发行人使用房屋的行为提起的异议、索赔、诉讼和仲裁等。如发行人不能继续使用该等租赁房屋，可以从周边区域获得替代房源。

上述房屋的产权瑕疵不会对发行人的生产经营造成重大不利影响，不会对发行人的资产完整性造成重大不利影响。

发行人租赁房屋的主要用途为用于门店经营。报告期内，发行人各用于门店经营的租赁房屋实现收入和利润占发行人当期合并报表范围内营业收入和营业利润的情况如下：

单位：元

报告期各门店收入及利润占比情况				
2020年1-6月				
门店名称	单店营业收入	单店营业利润	单店利润占比	单店收入占比
上海南京东路店	5,573,005.46	40,901.05	0.09%	2.22%
上海豫园店	1,084,514.16	-8,160.31	-0.02%	0.43%
杭州湖滨店	480,192.92	-9,451.42	-0.02%	0.19%
杭州河坊街店	354,271.06	-3,206.83	-0.01%	0.14%
无锡南长街店	125,702.83	-2,864.39	-0.01%	0.05%
苏州平江路店	250,394.04	-1,994.41	0.00%	0.10%
上海南翔店	162,153.98	-4,202.22	-0.01%	0.06%
东阳横店店	48,401.42	740.74	0.00%	0.02%
富阳达夫路店	73,400.00	6,943.94	0.02%	0.03%
南京夫子庙大石坝街店	370,223.81	-676.86	0.00%	0.15%
南京夫子庙贡院西街店	277,779.65	-1,528.84	0.00%	0.11%
小计	8,800,039.32	16,500.44	0.04%	3.51%
2019年度				
门店名称	单店营业收入	单店营业利润	单店利润占比	单店收入占比

报告期各门店收入及利润占比情况				
上海南京东路店	24,414,294.66	10,369,173.35	12.08%	5.04%
上海豫园店	8,275,817.71	574,635.60	0.67%	1.71%
杭州湖滨店	2,002,219.39	468,484.55	0.55%	0.41%
杭州河坊街店	2,156,879.69	128,832.95	0.15%	0.45%
无锡南长街店	562,775.88	-46,606.39	-0.05%	0.12%
苏州平江路店	1,506,573.48	-16,068.41	-0.02%	0.31%
上海南翔店	701,952.18	-100,956.68	-0.12%	0.15%
东阳横店店	443,913.93	-133,327.07	-0.16%	0.09%
富阳达夫路店	154,901.12	-187,432.20	-0.22%	0.03%
南京夫子庙大石坝街店	2,334,498.32	-736,325.30	-0.86%	0.48%
南京夫子庙贡院西街店	2,677,810.88	-680,334.83	-0.79%	0.55%
小计	45,231,637.25	9,640,075.56	11.23%	9.35%
2018 年度				
门店位置	单店营业收入	单店营业利润	单店利润占比	单店收入占比
上海南京东路店	28,035,849.17	12,967,523.04	22.51%	6.84%
上海豫园店	8,709,454.56	1,122,644.00	1.95%	2.12%
杭州湖滨店	1,890,169.22	492,009.38	0.85%	0.46%
杭州河坊街店	3,030,864.19	59,299.52	0.10%	0.74%
无锡南长街店	556,480.45	-54,824.15	-0.10%	0.14%
苏州平江路店	1,692,668.08	72,234.52	0.13%	0.41%
上海南翔店	591,816.38	-260,602.63	-0.45%	0.14%
武汉大汉口店	659,774.99	-954,764.65	-1.66%	0.16%
东阳横店店	208,800.34	-79,941.52	-0.14%	0.05%
富阳达夫路店	115,554.48	-75,027.31	-0.13%	0.03%
小计	45,491,431.86	13,288,550.21	23.07%	11.09%
2017 年度				
门店位置	单店营业收入	单店营业利润	单店利润占比	单店收入占比
上海南京东路店	30,466,534.01	12,017,327.72	18.74%	8.93%
上海豫园店	8,845,683.52	613,457.10	0.96%	2.59%
杭州湖滨店	1,447,750.17	226,902.17	0.35%	0.42%
杭州河坊街店	2,188,319.66	-224,200.77	-0.35%	0.64%

报告期各门店收入及利润占比情况				
无锡南长街店	372,139.00	-60,135.94	-0.09%	0.11%
苏州平江路店	76,747.01	-11,062.20	-0.02%	0.02%
小计	43,397,173.37	12,562,288.07	19.59%	12.71%

发行人租赁房屋的主要用途为用于门店经营。报告期内发行人的销售模式为经销商为主、直营和代销为辅，且直营包括直营门店、大客户直销以及“张小泉天猫官方旗舰店”为代表的直营网络店铺，门店经营产生的营业收入和营业利润占发行人合并报表范围内营业收入和营业利润的一定比例，对发行人的生产经营具有一定影响。2020年1-6月，由于受疫情影响，门店经营产生的营业收入和营业利润占发行人合并报表范围内营业收入和营业利润的比例大幅降低。除此之外，发行人租赁的其他房屋的用途为办公、住宿等，对发行人的生产经营具有一定作用，但不具备重要性。

截至本招股说明书签署日，公司及其子公司租赁房屋租赁单价及面积情况如下：

序号	租赁房屋位置	租赁面积 (m ²)	租赁期限	租金价格	租赁单价 (元/m ² ·天) [注]
1	上海市南京东路490号底层、阁层、二层北部、201室-204室	195.36	2014.10.1-2022.8.31	100万元/年	14.22
2	上海市旧校场路69号悦宾楼1楼101商铺	117	2015.7.20-2022.7.19	第一年：19.57万元/月 第二年：20.55万元/月 第三年：21.58万元/月 第四年：22.66万元/月 第五年：23.79万元/月 第六年：23.80万元/月 第七年：24.51万元/月	第一年：55.75 第二年：58.55 第三年：61.48 第四年：64.56 第五年：67.78 第六年：67.81 第七年：69.83
3	杭州市河坊街232号-234号一层部分商铺	40	2019.2.6-2022.2.5	第一年：54.02万元/年 第二年：56.88万元/年 第三年：59.55万元/年	第一年：37.51 第二年：39.50 第三年：41.35
4	无锡市梁溪区南长街459号一、二层	88	2020.7.1-2022.6.30	第一年：0.85万元/月 第二年：0.99万元/月	第一年：3.17 第二年：3.70
5	苏州市平江路187号	40	2017.11.20-2020.11.19	第一年：25.44万元/年 第二年：26.71万元/年 第三年：28.05万元/年	第一年：17.67 第二年：18.55 第三年：19.48
6	上海市嘉定区南翔镇人民街40号101室	43	2018.7.1-2020.12.31	第一年：20万元/年 第二年：20万元/年 后六个月：20万元/年	第一年：12.92 第二年：12.92 后六个月：

序号	租赁房屋位置	租赁面积 (m ²)	租赁期限	租金价格	租赁单价 (元/m ² ·天) [注]
					12.92
7	横店清明上河图 路 138 号	34.44	2018.5.26 -2020.12.25	前六个月：6.5 万元/年 前六个月届满后第一 年：7 万元/年 前六个月届满后第二 年：7.5 万元/年	前六个月：5.24 前六个月届满 后第一年：5.65 前六个月届满 后第二年：6.05
8	杭州市上城区延 安路 225 号	21.9	2020.1.1 -2022.12.31	第一年：95,900 元/年 第二年：100,695 元/年 第三年：106,930 元/年	第一年：12.16 第二年：12.77 第三年：13.56
9	杭州市余杭区崇 贤街道运河路 5-2 号 6 幢 2 层 208 室	32	2020.4.1 -2020.12.31	880 元/月	0.92
10	杭州市余杭区崇 贤街道运河路 5-2 号 6 幢 2 层 205、207、209、 210、211、213 室	376	2020.4.1 -2020.12.31	10,340 元/月	0.92
11	杭州市余杭区崇 贤街道运河路 5-2 号 6 幢 2 层 215 室	32	2020.4.1 -2020.12.31	880 元/月	0.92
12	南京市秦淮区大 石坝街 79 号美 食街区金陵春 一楼大门右侧门 面	38	2020.1.1 -2023.12.31	第一年、第二年：145 万 元/年； 第三年、第四年：160 万 元/年	第一年、第二 年：105.99 第三年、第四 年：116.96
13	南京市秦淮区贡 院西街 30 号	50	2019.1.21 -2021.1.20	168 万元/年	93.33
14	上海市黄浦区中 山东二路 600 号 1 幢 27 层 01B 单 元	183.69	2019.4.16 -2021.11.15	8.38 万元/月	15.21
15	阳江市江城区银 岭科技产业园万 丰商贸中心 4 幢 07 号	398.1	2018.11.15 -2020.12.31	3,000 元/月	0.25
16	东洲街道明星路 9 号的 4 号楼 11 层 1101-1110 号 层，10 层 1019-1021 号房	650	2020.4.1 -2021.3.31	21,450 元/月	1.1

注 1：上表中租金价格、租赁单价均为含税价格，每月按 30 日计算。

注 2：由于南京市秦淮区贡院西街 12 号被认定为危房需要整修，出租方提供同一地段贡院西街 30 号的房屋作为替代房屋继续履行租赁合同。

发行人自有房屋面积为 50,802.67 平方米, 租赁房屋面积为 2,339.49 平方米, 发行人自有房屋和租赁房屋总面积共计为 53,142.16 平方米, 租赁房屋面积占其中的 4.40%。

其中, 上海张小泉上海嘉定区南京市秦淮区门店的出租自然人陈宇、周芬与发行人及发行人的实际控制人、董事、监事、高管不存在关联关系。通过对相似条件出租房屋价格对比, 上海张小泉向陈宇、周芬承租的房屋, 租赁价格公允。

上述房屋租赁合同均在有效期内, 且正常履行, 发行人能依据租赁合同取得租赁房产的使用权, 未办理房屋租赁备案证书不会影响发行人承租房屋的合法性、有效性, 发行人不存在因此而受到重大行政处罚的风险。

截至本招股说明书签署日, 公司未收到出租人或其他第三方、政府主管部门要求公司搬迁或者房产纳入拆迁范围的通知, 经查询相关住房和城乡建设局网站, 租赁房屋所处地段规划没有发生重大调整或变更, 短期内无搬迁风险。

发行人在上述租赁房屋内的财产主要为存货、办公用品等, 均可拆卸且方便搬运, 未来若更换生产经营地址, 不存在搬迁障碍。

上述租赁房屋面积仅占发行人自有房屋和租赁房屋总面积的 4.40%, 占比较小。此外, 即使发行人不能继续使用该等租赁房屋, 也可以从周边区域获得替代房源, 未来若更换生产经营地址也不存在搬迁障碍。

上述租赁瑕疵事项不会对发行人正常的生产经营造成重大不利影响, 不会对发行人资产完整性和业务独立性造成重大不利影响, 也不会对发行人本次发行上市构成实质性的法律障碍。

发行人控股股东张小泉集团及实际控制人张国标、张樟生和张新程承诺: “若张小泉股份有限公司及其子公司承租的房屋、建筑物因未办理产权登记、无不动产权证明等产权瑕疵、无租赁备案或无转租许可等原因导致其无法使用上述房产, 给张小泉股份有限公司或其子公司正常经营造成障碍, 或致使张小泉股份有限公司或其子公司遭受处罚或任何损失的, 作为张小泉股份有限公司的控股股东/实际控制人, 本公司/本人承诺将补偿发行人及其子公司因此而发生的所有损失, 张小泉股份有限公司及其子公司无需承担任何损失。”

2、主要设备

(1) 主要设备基本情况

截至 2020 年 6 月 30 日，与公司生产相关的主要机器设备情况主要如下：

序号	名称	数量 (台)	账面原值 (万元)	账面净值 (万元)	成新率
1	三轴数控服装剪磨削机	28	276.51	211.45	76.47%
2	三轴数控水磨机	22	216.99	141.41	65.17%
3	注塑机	15	161.52	103.92	64.34%
4	磨床	45	135.96	48.26	35.50%
5	压力机	4	111.27	93.38	83.92%
6	冲床	38	89.33	32.54	36.42%
7	三轴数控磨刀机	8	78.91	47.67	60.42%
8	三合一伺服整平送料机	3	75.71	38.00	50.19%
9	三轴机械手	8	71.74	25.24	35.18%
10	数控精密单面研磨机	8	59.47	57.59	96.83%
11	电动悬挂式起重机	18	56.09	20.94	37.34%
12	液压机	8	55.77	31.62	56.71%
13	2#配电设施	1	54.65	32.60	59.66%
14	直读光谱仪	1	51.03	36.49	71.50%
合计		207	1,494.96	921.11	61.61%

(2) 机器设备原值与自制产品产能、经营规模相关匹配性

公司产能统计标准采用“瓶颈工艺”口径，报告期内公司机器原值与经营规模、产能匹配情况如下

项目名称	2020.6.30/2020年1-6月	2019.12.31/2019年度	同比增长率	2018.12.31/2018年度	同比增长率	2017.12.31/2017年度
机器原值(万元)	2,104.47	1,991.34	7.64%	1,850.00	47.81%	1,251.60
年产能(万把)	649.22	1,279.45	6.83%	1,197.70	3.76%	1,154.26
自制产品营业收入(万元)	7,320.42	16,957.21	17.64%	14,414.20	9.13%	13,207.79

注：机器原值统计范围为公司目前现有所有生产设备

2018 年末，公司机器设备原值较 2017 年末增加了 598.40 万元，同比增幅为 47.81%。公司机器设备原值增加主要系公司于 2018 年进行固定资产更新置换、

旧机器设备处置相对缓慢所致，因此机器设备原值同比大幅增加未能导致产能快速上升，新增机器设备中三轴数控水磨机及三轴数控磨刀机对公司剪具尤其是服装剪产能具有提升作用，在公司整体产销率保持稳定的基础上，因服装剪相对于其他自制产品单价较高，整体营业收入相较于产能提升有较快增长，因此剔除机器设备更新置换因素，公司机器设备原值与自制产品产能、营业收入保持匹配。

2019年末，公司机器设备原值较2018年增加了141.34万元，同比增幅为7.64%。公司机器设备原值增加主要系为提升产能购置新设备所致，新增机器设备中三轴数控服装剪磨削机对公司服装剪产能具有明显提升作用，因服装剪单价相较于其他自制产品较高，因此整体营业收入增幅较快，公司机器设备原值与自制产品产能、营业收入的变动保持匹配。

2020年6月30日，公司机器设备原值较2019年末增加了113.13万元，同比增幅为5.68%，公司机器设备原值增加同样系为提升产能购置新设备所致。

（二）发行人拥有的无形资产情况

截至2020年6月30日，公司无形资产情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计摊销	减值准备	账面净值
土地使用权	5,609.81	235.42	-	5,374.40
商标权及专利	3,102.71	1,109.09	-	1,993.62
租赁合同权益	2,197.00	1,595.72	-	601.28
软件	100.88	40.36	-	60.52
合计	11,010.40	2,980.58	-	8,029.82

1、商标

截至本招股说明书签署日，发行人及控股子公司已取得国家商标局颁发商标注册证的商标共有179项，境外商标17项，具体情况详见附件3。

2、专利

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司已取得国家知识产权局核发专利证书的专利共有128项，其中发明专利2项，实用新型专利38项，外观设计专利88项。该等专利的具体详见附件4。

3、域名

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司已取得 2 项域名，具体情况如下：

序号	域名	域名持有人	注册日期	到期日期
1	www.zhangxiaoquan.cn	张小泉股份	2003.03.17	2027.03.17
2	www.zxq.cn	张小泉股份	2003.03.17	2027.03.17

4、土地使用权

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司拥有的土地使用权情况如下：

序号	使用权人	证书编号	土地坐落位置	使用权类型	宗地面积 (m ²)	终止日期	用途	他项权证
1	张小泉股份	浙(2018)富阳区不动产权第0017678号	东洲街道五星路8号	出让	41,227.00	2059.05.03	工业用地	注1
2	阳江张小泉	粤(2019)阳江市不动产权第0039043号	阳江市江城银岭科技产业园B7.6-2号	出让	86,000.00	2069.04.22	工业用地	注2

注1：2019年4月25日，发行人与中国工商银行股份有限公司签订《最高额抵押合同》（合同编号：0120200003-2019年羊坝（抵）字0012号），约定公司以不动产（浙（2018）富阳区不动产权第0017678号）作为抵押物，在94,000,000元的最高余额内，为张小泉股份与中国工商银行股份有限公司签订的本外币借款合同、银行承兑协议等合同提供担保；

注2：2020年3月4日，阳江张小泉与中国银行股份有限公司阳江分行签订《最高额抵押合同》（合同编号：2020年阳高押字第002号），约定阳江张小泉以不动产权证号为粤（2019）阳江市不动产权第0039043号、坐落于阳江市江城银岭科技产业园B7.6-2号的张小泉阳江刀剪智能制造中心项目的在建工程作为抵押物，在240,000,000元的最高余额内，为阳江张小泉与中国银行股份有限公司阳江分行签订的借款、贸易融资、保函、资金业务及其他授信业务合同等合同提供担保

发行人及其子公司拥有的土地使用权已取得完备的权属证书，不存在产权纠纷或潜在纠纷。

5、版权

截至本招股说明书签署日，发行人拥有一项美术作品版权，具体情况如下：

作者	作品名称	登记号	作品类别	首次发表日期	登记日期
张小泉股份	泉叔动画形象	国作登字-2018-F-00633632	美术作品	2016.11.02	2018.11.14

6、“张小泉”商号

截止本招股说明书签署日，“张小泉”商号的实际使用人及具体情况如下：

1) 张小泉集团

张小泉集团改制前的企业名称为“杭州张小泉集团公司”和“杭州张小泉剪刀厂”，2001年1月改制为有限责任公司后，更名为“杭州张小泉集团有限公司”，“张小泉”的商号一直沿用至今。

2) 张小泉股份

2008年9月，张小泉集团出资设立张小泉实业，杭州市工商行政管理局于2008年7月23日作出（杭）名称预核[2008]第335755号《企业名称预先核准登记通知书》，同意张小泉集团投资设立的企业名称为“杭州张小泉实业发展有限公司”。

2018年5月，张小泉实业整体变更为股份有限公司，杭州市市场监督管理局于2018年3月5日作出（国）名称变核内字[2018]第7627号《企业名称变更核准通知书》，核准张小泉实业拟变更的股份有限公司的名称为“张小泉股份有限公司”，“张小泉”的商号一直沿用至今。

3) 上海张小泉

上海张小泉改制前的企业名称为“上海张小泉刀剪总店”，2006年3月改制为有限责任公司，上海市工商行政管理局于2005年8月29日作出沪工商注名变核字第01200508250840号《企业名称变更核准通知书》，同意更名企业名称为“上海张小泉刀剪总店有限公司”，“张小泉”的商号一直沿用至今。

4) 发行人其他子公司使用“张小泉”商号的情况如下：

序号	子公司名称	使用情况
1	杭州张小泉电子商务有限公司	原名为“浙江富洲物流有限公司”，被张小泉实业收购后，2017年7月7日完成企业名称变更的工商变更登记手续，更名为张小泉电商，沿用至今
2	阳江市张小泉智能制造有限公司	2018年11月21日由发行人设立，设立时的企业名称为“阳江市张小泉智能制造有限公司”，沿用至今
3	杭州张小泉文创科技有限公司	2014年12月2日由张小泉集团设立，设立时的企业名称为“杭州张小泉文创科技有限公司”，沿用至今
4	上海张小泉刀剪制造有限公司	1998年5月21日由上海张小泉刀剪总店和上海白水贸易有限公司设立，设立时的企业名称为“上海张小泉刀剪制造有限公司”，沿用至今

根据当时有效的《企业名称登记管理规定》的规定，商号又称为字号，系企业名称的组成部分，应当由两个以上的字组成。《企业名称登记管理规定(1991)》

第六条规定：“企业只准使用一个名称，在登记主管机关辖区内不得与已登记注册的同行业企业名称相同或者近似。”《浙江省企业商号管理和保护规定》第九条规定：“申请登记的企业名称，不含行业表述的，其商号不得与同一登记机关已核准或者登记的企业名称中的商号相同或者近似。有投资关系的企业之间另有约定的，从其约定。”因此，上述实际使用人对“张小泉”商号的使用符合相关法律法规规定。因张小泉集团已剥离刀剪相关业务，故其使用“张小泉”商号对发行人经营业务不存在重大不利影响。

7、“张小泉”商号、系列商标和专利技术的持有人变化情况

时间	“张小泉”系列商标所有人	专利所有人	“张小泉”商号使用人
张小泉集团改制（2001年1月）前	杭州张小泉集团公司（杭州张小泉剪刀厂）	杭州张小泉集团公司（杭州张小泉剪刀厂）	杭州张小泉集团公司（杭州张小泉剪刀厂）
			上海张小泉刀剪总店
			上海张小泉制造
张小泉集团改制（2001年1月）后	杭实集团[注 1]	张小泉集团	张小泉集团
			上海张小泉刀剪总店（2006年3月改制为上海张小泉）
			上海张小泉制造
张小泉实业设立（2008年9月）后	杭实集团[注 1]	张小泉集团	张小泉集团（2014年12月张小泉集团设立张小泉文创）
			义乌张小泉[注 2]
			上海张小泉
		张小泉实业	上海张小泉制造
			张小泉实业
杭实集团将“张小泉”系列商标增资张小泉集团（2016年6月）后	张小泉集团	张小泉集团	张小泉集团
			义乌张小泉
		张小泉实业	张小泉实业及部分子公司
			上海张小泉
			上海张小泉制造
“张小泉”系列商标专利转让给张小泉实业（2017年11月）后	张小泉实业	张小泉实业	张小泉集团
			张小泉实业及部分子公司
			上海张小泉
			上海张小泉制造

时间	“张小泉”系列商标所有人	专利所有人	“张小泉”商号使用人
张小泉股份设立 (2018年5月)后	张小泉股份	张小泉股份	张小泉集团
			张小泉股份及部分子公司(包括上海张小泉及上海张小泉制造)

注1: 商标注册证登记在张小泉集团名下, 但所有权属于杭实集团

注2: 曾为控股股东张小泉集团的全资子公司, 该公司已于2017年8月17日注销

8、中华老字号、非物质文化遗产及传承人的认定、归属情况

(1) 1995年11月8日, 杭州张小泉剪刀厂被中华人民共和国国内贸易部认证为中华老字号。根据《商务部关于实施“振兴老字号工程”的通知》, 2006年11月7日商务部发布第一批“中华老字号”名单, 张小泉集团(注册商标: 张小泉)和上海张小泉(注册商标: 泉字牌)被认定为“中华老字号”。2019年6月13日, 商务部流通业发展司出具商流通司函[2019]92号《关于杭州方回春堂国药馆有限公司、杭州张小泉集团有限公司“中华老字号”企业名称变更予以备案的函》, 同意将“中华老字号”企业由张小泉集团变更为发行人。

因此, 关于发行人中华老字号”的认定、使用不存在争议或潜在争议。

(2) “张小泉剪刀锻制技艺”于2006年被认定为第一批“国家级非物质文化遗产代表性项目”, 保护单位为张小泉集团。根据《国家级非物质文化遗产保护与管理暂行办法》, 国家级非物质文化遗产项目的保护单位具体承担项目的保护与传承工作, 具体为: ①全面收集项目的实物、资料, 并登记、整理、建档; ②为项目的传承及相关活动提供必要条件; ③有效保护项目相关的文化场所; ④积极开展项目的展示活动; ⑤向负责项目具体保护工作的当地人民政府文化行政部门报告项目保护实施情况, 并接受监督。2017年11月张小泉实业受让与刀剪生产相关的土地、房产、商标、专利及机器设备后, 与张小泉剪刀有关的资产已转移至发行人名下, 目前与张小泉剪刀有关的业务均由发行人开展。根据张小泉集团出具的声明, 与张小泉剪刀有关的业务与资产均已转移至发行人名下, “张小泉剪刀锻制技艺”现由发行人履行保护与传承的工作。张小泉集团作为登记的非物质文化遗产代表性项目“张小泉剪刀锻制技艺”的保护单位将积极配合发行人办理非物质文化遗产项目保护单位的变更手续, 且承诺不再继续自行或授权他人使用“张小泉剪刀锻制技艺”项目。截至本反馈意见回复出具之日, 张小泉集团已向杭州市拱墅区非物质文化遗产中心提交变更保护单位为发行人的相关申

请。

张忠尧、徐祖兴（已故）、施金水被认定为国家级非物质文化遗产代表性项目代表性传承人。丁纪灿、陈伟明、陈标被认定为杭州市非物质文化遗产代表性项目代表性传承人，徐拥华被认定为杭州市拱墅区非物质文化遗产代表性项目代表性传承人。根据《中华人民共和国非物质文化遗产法》的规定，非物质文化遗产代表性项目，可以认定代表性传承人。非物质文化遗产代表性项目的代表性传承人应当符合下列条件：①熟练掌握其传承的非物质文化遗产；②在特定领域内具有代表性，并在一定区域内具有较大影响；③积极开展传承活动。因此，传承人只是掌握“张小泉剪刀锻制技艺”，并不拥有相关商标或商号。

因此，“张小泉剪刀锻制技艺”作为“国家级非物质文化遗产代表性项目”的认定及归属、传承人的认定不存在争议或潜在纠纷。

（3）根据《浙江文史资料选辑》及其他相关资料的记载，张小泉品牌最初由张小泉（1628年出生，卒不详）在杭州大井巷设立，后由家族传承。解放后，公私合营，张小泉由家族作坊方式转变为工业化生产，1958年8月，成立地方国营杭州张小泉剪刀厂，传承剪刀生产技艺者有2,600名，“张小泉”商标属于杭州张小泉剪刀厂。后续杭州张小泉剪刀厂改制，“张小泉”商标未列入改制资产，直至2016年由杭实集团以增资的方式注入张小泉集团，2017年11月，由张小泉集团转让给发行人前身张小泉实业。

因此，发行人合法拥有“张小泉”系列商标，合法使用商号，不存在张小泉品牌传承人对发行人相关商标商号的使用提出异议的情形。

（三）资产使用许可情况

1、资产使用许可基本情况

（1）作为被许可方，使用他人的知识产权、非专利技术等资产的情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在使用他人的知识产权、非专利技术等情况。

（2）作为许可方，允许他人使用自己所拥有的知识产权、非专利技术等资产的情况

①安徽省创诚物流有限公司

2017年1月15日，张小泉实业与安徽省创诚物流有限公司签署《杭州张小泉实业发展有限公司产品贴牌定制及销售合同》，约定发行人授权安徽省创诚物流有限公司开发厨房杂件类的定制产品，即在定制产品及包装上贴牌使用“张小泉”注册商标标识。合同有效期为2017年1月1日至2019年12月31日。安徽省创诚物流有限公司需向发行人支付贴牌使用费3万元/SKU/年以及品牌保证金10万元。

上述合同到期后，2020年4月29日，张小泉股份与安徽省创诚物流有限公司续签《张小泉股份有限公司产品贴牌定制及销售合同》，约定张小泉股份授权安徽创诚开发厨房杂件类的定制产品，即在定制产品及包装上贴牌使用“张小泉”注册商标标识。续期期限为2020年1月1日至2020年12月31日。根据合同约定，安徽创诚需向张小泉股份支付贴牌使用费3万元/SKU/年以及品牌保证金10万元，主要条款及授权使用费标准未发生变化。上述合同已于2020年12月31日到期。发行人与安徽创诚不再续签商标使用授权合同，发行人对安徽创诚的商标使用授权已终止且无续期安排。

根据《张小泉股份有限公司产品贴牌定制及销售合同》约定，双方合同到期未能续签的，发行人给予安徽创诚6个月的清库期，清库期内安徽创诚不得再行生产授权产品，仅限销售，以消化库存。超过清库期后，安徽创诚不得对外销售任何“张小泉”品牌的授权产品，发行人一旦发现均以假货处理，发行人可直接罚没全额保证金，并要求安徽创诚支付违约赔偿金50万元，同时，发行人有权追究安徽创诚及其供应商的其他相关责任。

②杭州恋家实业有限公司

2017年7月25日，张小泉实业与杭州恋家实业有限公司签署《杭州张小泉实业发展有限公司产品贴牌定制及销售合同》，约定张小泉实业授权杭州恋家实业有限公司开发锅具类定制产品，即在定制产品及包装上贴牌使用“张小泉”注册商标标识。合同有效期为2017年7月26日至2020年7月25日。杭州恋家实业有限公司需向张小泉实业支付贴牌使用费5万元/SKU/年以及品牌保证金10万元。

上述合同到期后，2020年6月24日，发行人与杭州恋家实业有限公司续签《张小泉股份有限公司产品贴牌定制及销售合同》，续期期限为2020年7月26日至2023年7月25日。根据续签的《张小泉股份有限公司产品贴牌定制及销售合同》，发行人授权杭州恋家实业有限公司开发锅具类定制产品，即在定制产品及包装上贴牌使用“张小泉”注册商标标识，杭州恋家实业有限公司需向张小泉实业支付贴牌使用费5.2万元/SKU/年以及品牌保证金10万元，授权使用费标准稍有提高，其他主要条款未发生变化。

截至本招股说明书签署日，该合同处于正常履行中，不存在纠纷及潜在纠纷。

③义乌市笃志电子商务有限公司

2018年5月25日，发行人与义乌市笃志电子商务有限公司签署《张小泉股份有限公司产品贴牌定制及销售合同》，约定发行人授权义乌市笃志电子商务有限公司开发保温杯类定制产品，即在定制产品及包装上贴牌使用“张小泉”注册商标标识。合同有效期为2018年6月1日至2023年5月31日。自2019年1月1日起，义乌市笃志电子商务有限公司需向发行人支付授权费用3万元/SKU/年以及品牌保证金30万元。截至本招股说明书签署日，该合同处于正常履行中，不存在纠纷及潜在纠纷。

该合同为发行人与义乌市笃志电子商务有限公司开始授权合作签署的第一份合同，截至本招股说明书签署日，该合同仍在有效期内。

④杭州金太阳数码科技有限公司

2020年3月30日，发行人与杭州金太阳数码科技有限公司签署《张小泉股份有限公司产品贴牌定制及销售合同》，约定发行人授权杭州金太阳数码科技有限公司开发炖锅盅、养身壶、榨汁机类的定制产品，即在定制产品及包装上贴牌使用“张小泉”注册商标标识。合同有效期为2020年4月1日至2022年4月1日。杭州金太阳数码科技有限公司需向张小泉股份支付贴牌使用费5万元/SKU/年以及品牌保证金20万元。

该合同为发行人与杭州金太阳数码科技有限公司开始授权合作签署的第一份合同。截至本招股说明书签署日，该合同处于正常履行中，不存在纠纷及潜在纠纷。

截至本招股说明书签署日，除上述情况外，公司不存在作为许可方，允许他人使用自己所拥有的知识产权、非专利技术等资产的情况，也不存在作为被许可方，使用他人的知识产权、非专利技术等资产的情况。

2、授权他人使用自己所拥有的知识产权、非专利技术的原因

公司自主生产的主要产品为剪具、刀具及套刀剪组合，公司为了拓宽、丰富产品类目，但又鉴于公司的产能有限，且拓展新品类的经营风险较大，因此采取了授权他人使用自己所拥有的商标生产和销售其他生活家居用品。

3、被授权方的基本情况

报告期内，公司存在授权安徽省创诚物流有限公司、杭州恋家实业有限公司、义乌市笃志电子商务有限公司、杭州金太阳数码科技有限公司使用“张小泉”注册商标进行生产、销售产品。

上述被授权方的具体情况如下：

序号	被授权方名称	设立时间	注册资本 (万元)	主营业务	销售收入（万元）			
					2020年 1-6月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
1	安徽省创诚物流有限公司	2003-11-06	100.00	厨房用品的销售	1,367.94	1,897.35	2,353.09	2,030.47
2	杭州恋家实业有限公司	2017-02-20	500.00	礼品团购	1,035.99	1,291.08	443.07	140.80
3	义乌市笃志电子商务有限公司	2014-05-21	100.00	电子商务	530.97	1,061.94	398.23	-
4	杭州金太阳数码科技有限公司	2002-06-25	100.00	小家电产品的销售	5.18	-	-	-

公司向上述被授权方的授权产品使用范围、授权期间、授权使用费及品牌保证金的定价依据如下：

序号	厂商名称	授权产品使用范围	授权期间	授权使用费 (万元/SKU/年)	定价依据	品牌保证金 (万元)	定价依据
1	安徽省创诚物流有限公司	厨房杂件类产品	2017.1- 2020.12	3.00 ¹	系综合考虑授权产品的客单价、被授权方的承受能	10.00	系综合考虑市场预期规模与品牌推进授权业务模式的成熟程度进行协商确定
2	杭州恋家实业有限公司	锅具类产品	2017.7- 2023.7	5.00/5.20 ¹		10.00	
3	义乌市笃志电子商务有限公司	保温杯类产品	2018.6- 2023.5	3.00 ¹		30.00	

序号	厂商名称	授权产品使用范围	授权期间	授权使用费 (万元/SKU/年)	定价依据	品牌保证金 (万元)	定价依据
4	杭州金太阳数码科技有限公司	炖锅盅、养身壶、榨汁机类产品	2020.4-2022.4	5.00 ²	力等因素协商确定,具备公允性	20.00	

注 1: SKU 系指一款产品,一款产品如出现不同颜色、不同包装或者是不同尺寸,则相应的 SKU 也不同;

注 2: SKU 系指一款产品,一款产品如出现不同包装或者是不同尺寸,则相应的 SKU 也不同。对仅有产品颜色上的不同,而其他产品元素、规格、品名等都相同的产品,可以视为同一个 SKU

(1) 公司对被授权方授权费的定价依据、差异原因及合理性

公司对被授权方授权费的定价依据系综合考虑市场预期规模(产品单价、预期销售数量)、被授权方的承受能力等因素,经双方协商后确定。公司预计被授权方使用公司品牌的单个 SKU 产品的销售额越高,授权使用费越高。安徽创诚主要被授权产品为厨房铲勺类杂件,义乌笃志主要被授权产品为保温杯,公司预计保温杯单个 SKU 年销售额在 100 万元左右,铲勺类单个 SKU 年销售额在 150 万元左右,但保温杯的毛利率高于铲勺类产品,公司按照产品销售额的一定比例(在 2%-3%左右)收取授权使用费,因此安徽创诚和义乌笃志的授权费用为 3 万元/SKU/年;杭州恋家主要被授权产品为锅具产品,金太阳主要被授权产品为炖锅盅、养身壶、榨汁机等小家电类产品,公司预计锅具类单个 SKU 年销售额可超过 200 万元,小家电类产品单个 SKU 年销售额在 200-250 万元之间,二者毛利率水平相当,公司按照产品销售额的一定比例(在 2%-3%左右)收取授权使用费,因此杭州恋家和金太阳的授权费用为 5 万元/SKU/年(恋家实业续期时调整至 5.2 万元/SKU/年)。

综上,发行人对被授权方收取的授权费用存在差异具有合理性。

(2) 授权费定价的公允性分析

商标授权使用费通常可按照产品销售额的百分比、产品实现利润的百分比或双方协商的一定金额计算。根据品牌的知名度、许可使用方式、许可的时间、地域及商品范围的不同,商标授权使用费占产品销售额或利润等指标的比例亦不尽相同。

公司对安徽创诚等四家被授权方授权费按照产品预计销售额的一定比例(在 2%-3%左右)计算,符合市场情况。根据公开数据,苏泊尔(股票代码 002032)

披露其子公司向 LAGOSTINA SPA. 按销售额的 4% 支付商标使用费，其他同行业可比公司未披露授权费具体定价依据；其他行业上市公司披露的比例与公司的收取比例基本一致，具有一定的参考性，如重庆啤酒（股票代码 600132）披露“乌苏啤酒”等商标的许可使用费率为 3%，广宇发展（股票代码 000537）披露鲁能品牌使用费率为 2%，华北制药（股票代码 600812）按照对外销售额的 2% 支付华药集团许可商标使用费。

综上，发行人对被授权方授权费系综合考虑市场预期规模（产品单价、预期销售数量）、被授权方的承受能力等因素，经双方协商后确定。发行人定价基本原则与有相关对外授权且已披露数据的公司基本一致，符合商业逻辑。

报告期内，公司对安徽创诚等四家被授权方授权费及占公司营业收入比例较小，对发行人经营业绩的影响较小。具体情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
授权费①	49.76	89.62	142.48	62.39
营业收入②	25,072.85	48,401.49	41,009.42	34,132.06
授权费/营业收入 ①/②	0.20%	0.19%	0.35%	0.18%

上述被授权方与公司、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存在关联关系或其他未披露的利益安排。

综上，发行人对被授权方授权费的定价具有公允性。

4、是否与发行人、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，是否与发行人客户、供应商存在业务、资金往来，是否存在客户、供应商重合的情形

(1) 是否与发行人、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，公司与上述品牌被授权方的交易情况如下：

①公司在报告期内向上述被授权主体的采购情况

报告期内，公司向上述被授权主体的采购情况如下：

单位：万元

2020年1-6月			
序号	公司名称	采购内容	采购金额（不含税）
1	安徽省创诚物流有限公司	其他生活家居用品	134.05
2	杭州恋家实业有限公司	锅	0.52
3	义乌市笃志电子商务有限公司	保温杯	10.24
合计			144.81
2019年度			
序号	公司名称	采购内容	采购金额（不含税）
1	安徽省创诚物流有限公司	其他生活家居用品、 刀具、套刀剪组合等	202.04
2	杭州恋家实业有限公司	锅	12.89
3	义乌市笃志电子商务有限公司	保温杯	74.97
合计			289.90
2018年度			
序号	公司名称	采购内容	采购金额（不含税）
1	安徽省创诚物流有限公司	其他生活家居用品	66.72
合计			66.72
2017年度			
序号	公司名称	采购内容	采购金额（不含税）
1	安徽省创诚物流有限公司	其他生活家居用品	4.00
合计			4.00

②公司在报告期内向上述被授权主体的销售情况

报告期内，公司向上述公司销售产品的情况如下：

单位：万元

2020年1-6月			
序号	公司名称	销售内容	销售金额
1	杭州恋家实业有限公司	刀具、剪具、套刀剪组合、其他生活家居用品、品牌使用费等	464.48
2	安徽省创诚物流有限公司	刀具、剪具、套刀剪组合、其他生活家居用品、品牌使用费等	262.11
3	义乌市笃志电子商务有限公司	刀具、套刀剪组合、其他生活家居用品、品牌使用费等	97.49
4	杭州金太阳数码科技有限公司	品牌使用费等	4.01
合计			828.09

2019 年度			
序号	公司名称	销售内容	销售金额
1	杭州恋家实业有限公司	刀具、剪具、套刀剪组合、其他生活家居用品、品牌使用费等	503.61
2	安徽省创诚物流有限公司	刀具、剪具、套刀剪组合、其他生活家居用品、品牌使用费等	479.73
3	义乌市笃志电子商务有限公司	品牌使用费等	55.16
合计			1,038.50
2018 年度			
序号	公司名称	销售内容	销售金额
1	杭州恋家实业有限公司	刀具、剪具、套刀剪组合、其他生活家居用品、品牌使用费等	323.21
2	安徽省创诚物流有限公司	刀具、剪具、套刀剪组合、其他生活家居用品、品牌使用费等	483.10
3	义乌市笃志电子商务有限公司	品牌使用费等	62.03
合计			868.34
2017 年度			
序号	公司名称	销售内容	销售金额
1	杭州恋家实业有限公司	刀具、剪具、套刀剪组合、其他生活家居用品、品牌使用费等	125.86
2	安徽省创诚物流有限公司	刀具、剪具、套刀剪组合、品牌使用费等	425.46
合计			551.32

注：上述安徽省创诚物流有限公司系安徽省创诚物流有限公司与合肥梦之超商贸有限公司的合并数据

除上述正常的业务往来外，上述被授权方与发行人、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存在关联关系或其他未披露的利益安排。

(2) 是否与发行人客户、供应商存在业务、资金往来，是否存在客户、供应商重合的情形

经比对上述被授权方的主要客户及供应商清单与发行人报告期内的客户、供应商清单，上述被授权方安徽省创诚物流有限公司、杭州恋家实业有限公司、义乌市笃志电子商务有限公司、杭州金太阳数码科技有限公司在报告期被授权期间的主要客户、供应商与发行人的客户、供应商存在重合的情况，具体情况如下：

① 客户重合情况

报告期内，上述被授权方的主要客户与发行人的客户存在重合的具体情况如下：

序号	主要重合的客户	与发行人合作背景	与被授权方合作背景
1	永辉超市股份有限公司及其关联方	全国性知名商超系统，向发行人采购刀剪类目产品	全国性知名商超系统，向安徽省创诚物流有限公司采购多种产品
2	山东菡萏商贸有限公司	发行人山东济南地区的经销商，主营礼品渠道	向杭州恋家实业有限公司采购锅具产品
3	青岛正合方略商贸有限公司	发行人山东青岛地区的经销商，主营礼品渠道	
4	上海聚建网络科技有限公司	发行人上海地区经销商，主营银行积分兑换渠道	
5	上海众像科技发展有限公司	发行人上海地区经销商，主营礼品渠道	向义乌市笃志电子商务有限公司采购保温杯产品
6	杭州恋家实业有限公司	发行人杭州地区经销商，同时亦为发行人的品牌授权合作商，主营礼品渠道	向发行人的另一个品牌授权方杭州金太阳数码科技有限公司采购榨汁机

② 供应商重合情况

报告期内，上述被授权方的主要供应商与发行人的供应商存在重合的具体情况如下：

序号	主要重合的供应商	与发行人合作背景	与被授权方合作背景
1	浙江金嫂子工贸有限公司	发行人的锅具供应商	被授权方杭州恋家实业有限公司的锅具供应商
2	广东创生不锈钢制品有限公司	发行人的锅具供应商	被授权方杭州恋家实业有限公司的锅具供应商

经核查，上述被授权方的主要客户、供应商与发行人的部分客户、供应商存在业务往来，存在部分客户或供应商重合的情形，但上述交易均系正常的业务往来，不存在通过上述业务合作为发行人承担成本、费用或输送利益或存在其他特殊利益安排的情形。

5、对发行人生产经营的影响

截至本招股说明书签署日，公司与被授权方签订的合同处于正常履行中，不存在纠纷及潜在纠纷。报告期内部分到期合同存在续期的情况，除部分被授权方的授权使用费标准稍有提高外，其他主要条款、授权使用费标准等未发生实质变化。截至本招股说明书签署日，除前述已披露的被授权方外，公司不存在新增合作方及新签合同对外授权使用商标的情况。

公司始终坚持产品技术创新、提升产品品质、丰富产品品类。报告期内，随着公司经营规模的不断提升，公司在审慎选择被授权方的基础上，对外授权被授权方生产产品的规模亦有所提升。未来，公司亦将在保证产品质量、**维持**品牌美誉度的前提下，通过与被授权方的合作，拓展公司的新产品品类，提升公司产品的市场影响力，提升公司的品牌价值。

报告期内，公司对外授权被授权方使用公司注册商标进行生产的相关销售收入占公司当期营业收入的比例分别为 0.18%、0.35%、0.19%、0.20%，占比较低，不存在公司未来持续经营依赖知识产权、非专利技术授权的情形。

6、相关授权合同的保护条款

公司与被授权主体就业务竞争、授权产品质量责任划分和损害赔偿标准的具体约定情况如下：

序号	被授权方	业务竞争	授权产品质量责任划分	损害赔偿标准
1	安徽省创诚物流有限公司	发行人授权被授权方开发厨房杂件类的定制产品，发行人授权被授权方以批发、零售等线下传统流通渠道销售定制产品（不含天猫、淘宝、京东、唯品会、一号店等平台以及所有有实体门店的零售终端）；发行人承诺不向第三方授权生产厨房杂件类产品，保证被授权方在授权期间享有独家经销前述产品的权利。	被授权方应独自承担市场风险； 已销售的产品如因质量问题造成的消费者投诉及赔款或受到有关行政部门处罚，均由被授权方负责处理和承担，如被授权方不予处理，发行人进行赔偿后可向被授权方追偿，如对发行人造成损失，被授权方应赔偿发行人损失。	被授权方重大违约时，发行人有权立即取消授权并解除合同，已收取费用（包括品牌保证金）不予退还。同时被授权方应向发行人支付违约金伍拾万元，违约金不足以弥补发行人损失的，被授权方应按发行人实际损失赔偿。
2	杭州恋家实业有限公司	发行人授权被授权方开发锅具类的定制产品，发行人授权被授权方以团购、礼品渠道销售定制产品（不含天猫、淘宝、京东、唯品会、一号店等平台以及所有有实体门店的零售终端）；发行人承诺不向相同渠道第三方授权生产锅具类产品，保证被	被授权方应独自承担市场风险； 已销售的产品如因质量问题造成的消费者投诉及赔款，均由被授权方负责处理和承担，如被授权方不予处理，发行人进行赔偿后可向被授权方追偿。	被授权方重大违约时，发行人有权立即取消授权并解除合同，已收取费用（包括品牌保证金）不予退还。同时被授权方应向发行人支付违约金伍拾万元，违约金不足以弥补发行人损失的，被授权方应按发行人实际损失赔偿。

序号	被授权方	业务竞争	授权产品质量责任划分	损害赔偿标准
		授权方在授权期间享有独家经销前述产品的权利。		
3	义乌市笃志电子商务有限公司	发行人授权被授权方开发保温杯类的定制产品，发行人授权被授权方以团购、积分换购、批发、零售等渠道销售定制产品，除线下经销业务外，被授权方任一线上（或电子商务业务）经营渠道的开拓均应取得发行人的相应授权后方可开展； 发行人承诺不向相同渠道第三方授权生产保温杯类产品，保证被授权方在授权期间享有独家经销前述产品的权利。	被授权方应独自承担市场风险； 已销售的产品如因质量问题造成的消费者投诉及赔款，均由被授权方负责处理和承担，如被授权方不予处理，发行人进行赔偿后可向被授权方追偿。	被授权方重大违约时，发行人有权立即取消授权并解除合同，已收取费用（包括品牌保证金）不予退还。同时被授权方应向发行人支付违约金伍拾万元，违约金不足以弥补发行人损失的，被授权方应按发行人实际损失赔偿。
4	杭州金太阳数码科技有限公司	发行人授权被授权方开发炖锅盅、养身壶、榨汁机类的定制产品，上述授权在合同有效期内为独占性质授权，即发行人不可以在上述品类中，在未经被授权方许可的条件下，授权其他第三方开展业务合作，发行人授权被授权方以团购、积分换购、批发、零售等渠道销售定制产品，除线下经销业务外，被授权方任一线上（或电子商务业务）经营渠道的开拓均应取得发行人的书面授权后方可开展； 发行人承诺不向相同渠道第三方授权生产炖锅盅、养身壶、榨汁机类产品，保证被授权方在授权期间享有独家经销前述产品的权利。	被授权方应独自承担市场风险； 已销售的产品如因质量问题造成的消费者投诉及赔款，均由被授权方负责处理和承担，如被授权方不予处理，发行人进行赔偿后可向被授权方追偿。被授权方承担定制产品的所有售后服务工作，并承担与产品及质量相关的所有直接和间接责任。	被授权方重大违约时，发行人有权立即取消授权并解除合同，已收取费用（包括品牌保证金）不予退还。同时被授权方应向发行人支付违约金伍拾万元，违约金不足以弥补发行人损失的，被授权方应按发行人实际损失赔偿。

7、保障授权产品质量、维护品牌美誉度的相关措施

报告期内，公司积极采取各项措施，保障授权产品的产品质量，以维护品牌美誉度，具体措施如下：

① 通过合同条款严格规定被授权方的权利义务

报告期内，公司均与被授权方签署相关协议，从产品设计、生产、销售等方面对被授权方的权利义务进行了详细约定，促使被授权严格按照合同规定的产品要求生产产品。

② 通过检测样品、巡查等方式，保障授权产品质量，维护品牌声誉

发行人在与被授权方签署的相关协议中均约定了质量保障措施，例如，“被授权方设计制作的定制产品样品交发行人检测，样品检测合格后双方盖章封存”、“发行人有权随时巡查被授权方，被授权方不得以任何理由干扰组织发行人对于被授权方供应商、销售渠道以及仓库的巡查，一旦发行人发现产品或供应商资质达不到样品质量或一般行业要求的标准，被授权方应立即销毁，相关产品不得流入市场”等。实践中，发行人通过检测样品、巡查等方式，保障授权产品质量，维护品牌声誉。

8、授权他人使用自己所拥有的商标对发行人开发同类产品不存在不利影响

发行人在授权协议中对产品的授权范围和授权时间、销售渠道等约定如下：

被授权方	授权产品使用范围	授权时间	授权数量	销售渠道	其他约定
安徽省创诚物流有限公司（以下简称“创诚”）	厨房杂件类产品	2020.1.1-2020.12.31	6 个 SKU ^{注1}	批发、零售等线下传统流通渠道（不含天猫、淘宝、京东、唯品会、一号店等平台以及所有有实体门店的零售终端）	经发行人授权贴牌的产品不得随意更改（包括产品包装）。发行人承诺不向相同渠道第三方授权生产授权协议约定的定制产品，保证被授权方在授权期间享有独家经销定制产品的权利。
杭州恋家实业有限公司（以下简称“恋家”）	锅具类产品	2020.7.26-2023.7.25	15 个 SKU ^{注1}	团购、礼品渠道（不含天猫、淘宝、京东、唯品会、一号店等平台以及所有有实体门店的零售终端）	
义乌市笃志电子商务有限公司（以下简称“义乌笃志”）	保温杯类产品	2018.6.1-2023.5.31	首年为 20 个 SKU ^{注1} ，由被授权方在限定范围内使用，逐年递增	团购、积分换购、批发、零售等渠道。除线下经销业务外，被授权方任一线上（或电子商务业务）经营渠道的开拓均应取得发行人的相应授权后方可开展。	
杭州金太阳数码科技有限公司（以下简称“金太阳”）	炖锅盅、养身壶、榨汁机类产品	2020.4.1-2022.4.1	首年为 3 个 SKU ^{注2} ，由被授权方在限定范围内使用	团购、积分换购、批发、零售等渠道。除线下经销业务外，被授权方任一线上（或电子商务业务）经营渠道的开拓均应取得发行人的相应授权后方可	

被授权方	授权产品使用范围	授权时间	授权数量	销售渠道	其他约定
				可开展。	

注 1: SKU 系指一款产品, 一款产品如出现不同颜色、不同包装或者是不同尺寸, 则相应的 SKU 也不同。

注 2: SKU 系指一款产品, 一款产品如出现不同包装或者是不同尺寸, 则相应的 SKU 也不同。对仅有产品颜色上的不同, 而其他产品元素、规格、品名等都相同的产品, 可以视为同一个 SKU。

综上, 发行人授权他人使用自己所拥有的商标的产品范围、授权时间、授权数量和销售渠道等均有严格限制, 被授权方仅在上述授权范围内有权使用发行人的商标。发行人承诺不向相同渠道第三方授权生产授权协议约定的定制产品, 保证被授权方在授权期间享有独家经销定制产品的权利, 但是定制产品的范围及销售渠道有限, 且授权协议并没有约定发行人不得自行研发同类产品, 亦未约定商标的独家许可授权, 因此发行人授权他人使用自己所拥有的商标对发行人开发同类产品不存在重大不利影响。

截至本招股说明书签署日, 除授权他人使用自己所拥有的商标生产、销售厨房杂件、锅具、保温杯、炖锅盅、养生壶和榨汁机等产品外, 发行人亦已自行开发杂件、锅具等产品。

9、授权许可协议中是否对被授权方经营范围、授权期限作出明确约定, 是否存在违约条款

授权许可协议未对被授权方经营范围作出明确约定, 但就授权产品使用范围及数量、销售渠道、授权期限等进行了明确规定, 并约定了违约条款

被授权方《营业执照》登记的经营范围及授权许可协议约定的违约条款如下:

被授权方	经营范围	违约条款 ^注
创诚	联运信息服务、; 橡塑制品、家电、玻璃陶瓷制品、电子产品、酒店用品、不锈钢制品、家庭厨房用具销售。	<p>1. 发行人授权创诚以批发、零售等线下传统流通渠道销售上述定制产品(不含天猫、淘宝、京东、唯品会、一号店等平台以及所有有实体门店的零售终端)。如创诚违反本条款约定, 擅自在其他渠道销售, 视为创诚严重违约, 创诚应向发行人支付违约金伍拾万元, 发行人实际损失超过违约金的, 则按发行人实际损失赔偿。</p> <p>2. 经发行人授权贴牌的产品不得随意更改(包括产品包装), 否则发行人可立即取消授权并解除本合同, 并没收品牌保证金, 情况严重的, 发行人保留有向创诚追究其他损失补偿的权利。</p> <p>3. 本协议生效后, 未经发行人书面同意, 创诚单方面中止、终止协议的, 均属严重违约行为。创诚均应向发行人支付违约金贰拾万元。发行人实际损失超过违约金的, 则按实际损失赔偿。</p> <p>4. 创诚超过授权期限委托生产上述定制产品或超过清库期继续销售上述定制产品的, 均属严重违约行为, 创诚应向发行人支付违约金伍拾万</p>

被授权方	经营范围	违约条款 ^注
恋家	<p>实业投资（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）；销售：家纺产品、针纺织品、床上用品、家居用品、服装、厨具、办公用品、日用百货、化妆品、不锈钢制品、家用电器、玻璃制品、五金、陶瓷制品、工艺品。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）</p>	<p>元，发行人实际损失超过违约金的，则按发行人实际损失赔偿。</p> <p>1.发行人授权恋家以团购、礼品渠道销售上述定制产品（不含天猫、淘宝、京东、唯品会、一号店等平台以及所有有实体门店的零售终端）。如恋家违反本条款约定，擅自在其他渠道销售，视为恋家严重违约，恋家应向发行人支付违约金伍拾万元，发行人实际损失超过违约金的，则按发行人实际损失赔偿。</p> <p>2.经发行人授权贴牌的产品不得随意更改（包括产品包装），否则发行人可立即取消授权并解除本合同，并没收品牌保证金，情况严重的，发行人保留有向恋家追究其他损失补偿的权利。</p> <p>3.本协议生效后，未经发行人书面同意，恋家单方面中止、终止协议的，均属严重违约行为。恋家均应向发行人支付违约金贰拾万元。发行人实际损失超过违约金的，则按实际损失赔偿。</p> <p>4.恋家超过授权期限委托生产上述定制产品或超过清库期继续销售上述定制产品的，均属严重违约行为，恋家应向发行人支付违约金伍拾万元，发行人实际损失超过违约金的，则按发行人实际损失赔偿。</p>
义乌笃志	<p>网上销售、实物现场批发：饰品及饰品配件、婚庆日用品、工艺品、家居日用品、日用品、纸制品（不含出版物）、灯具、塑料制品、杯具、陶瓷制品、玻璃制品、化妆品（不含危险化学品）、皮革制品、小五金、宠物日用品、智能家居设备、汽车配件、汽车日用品、数码产品、电子产品（以上两项不含电子出版物）、手机配件、母婴日用品、珠宝首饰、服装、鞋、帽、袜子、内衣、针纺织品。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）</p>	<p>1.经发行人授权贴牌的产品不得随意更改（包括但不限于产品包装、外观造型、颜色、图案等，已报备发行人并取得发行人许可的除外），否则发行人可立即取消授权并解除本合同，并没收品牌保证金，情况严重的，发行人保留有向义乌笃志追究其他损失补偿的权利。</p> <p>2.本协议生效后，未经发行人书面同意，义乌笃志单方面中止、终止协议的，均属严重违约行为。义乌笃志均应向发行人支付违约金叁拾万元。发行人实际损失超过违约金的，则按实际损失赔偿。</p> <p>3.义乌笃志超过授权期限委托生产上述定制产品或超过清库期继续销售上述定制产品的，均属严重违约行为，义乌笃志应向发行人支付违约金伍拾万元，发行人实际损失超过违约金的，则按发行人实际损失赔偿。</p>
金太阳	<p>一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；计算机软硬件及辅助设备批发；计算机软硬件及辅助设备零售；工业控制计算机及系统制造；信息系统集成服务；工业控制计算机及系统销售；软件销售；可穿戴智能设备销售；数字视频监控系统销售；网络设备销售；电子产品销售；智能车载设备销售；智能家庭网关制造；工业自动控制系统装置销售；信息安全设备销售；智能无人飞行器销售；物联网设备销售；智能家庭消费设备销售；第二类医疗器械销售；专用化学产品销售（不含危险化学品）；微特电机及组件制造；集成电路销售；计算器设备销售；计算机系统服务；集成电路制造；电子元器件批发；软件开发；人工智能应用软件开发；信息技术咨询服务；信息系统运行维护服务；国内贸易代理；专用化学产品制造（不含危险化学品）；微特电机及组件销售；计算器设备制造；电子元器件零售；信息安全设备制造；家用电器销售；家用电器安装服务；家用电器零配件销售；家用电器研发；家用</p>	<p>1.经发行人授权贴牌的产品不得随意更改（包括但不限于产品包装、外观造型、颜色、图案等，已报备发行人并取得发行人许可的除外），否则发行人可立即取消授权并解除本合同，并没收品牌保证金，情况严重的，发行人保留有向金太阳追究其他损失补偿的权利。</p> <p>2.本协议生效后，未经发行人书面同意，金太阳单方面中止、终止协议的，均属严重违约行为。金太阳均应向发行人支付违约金叁拾万元。发行人实际损失超过违约金的，则按实际损失赔偿。</p> <p>3.金太阳超过授权期限委托生产上述定制产品的，属严重违约行为，金太阳应向发行人支付违约金伍拾万元，发行人实际损失超过违约金的，则按发行人实际损失赔偿。</p>

被授权方	经营范围	违约条款 ^注
	电器制造；家用视听设备销售；搪瓷制品制造；搪瓷制品销售；日用电器修理；日用家电零售；教育教学检测和评价活动；教育咨询服务（不含涉许可审批的教育培训活动）；智能机器人的研发；人工智能理论与算法软件开发；人工智能公共数据平台；人工智能基础软件开发；人工智能基础资源与技术平台；人工智能通用应用系统；人工智能硬件销售；人工智能行业应用系统集成服务；人工智能双创服务平台；互联网数据服务；物联网技术研发；物联网应用服务；物联网技术服务；物联网设备制造；通信设备制造；网络设备制造；电子（气）物理设备及其他电子设备制造；计算机软硬件及外围设备制造；数据处理和存储支持服务；销售代理；通讯设备修理；通讯设备销售；移动终端设备制造；音响设备制造；数字文化创意技术装备销售；智能输配电及控制设备销售；通信设备销售；社会经济咨询服务；电子元器件制造；电子元器件与机电组件设备销售；电子元器件与机电组件设备制造；电力电子元器件制造；电力电子元器件销售；电子专用设备销售；电子专用设备制造；电气机械设备销售；机械电气设备制造；金属链条及其他金属制品销售；金属链条及其他金属制品制造；专用设备制造（不含许可类专业设备制造）；电子测量仪器制造；电子测量仪器销售；仪器仪表制造；仪器仪表修理；劳动保护用品销售；风机、风扇制造；风机、风扇销售；其他电子器件制造；音响设备销售。许可项目：技术进出口；进出口代理；货物进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。	

注：授权许可协议规定的违约条款较多，此处仅摘录与授权产品使用范围、销售渠道、授权期限等有关的违约条款。

综上，发行人在授权许可协议中明确约定了授权范围及数量即明确产品 SKU 数量、销售渠道、授权期限等，同时授权的品项信息和封样样品发行人处均已备案。如果违反授权范围或授权期限，被授权方需承担相应的违约责任。发行人在授权许可协议中承诺不向相同渠道第三方授权生产协议约定的定制产品，保证被授权方在授权期间享有独家经销定制产品的权利。但是授权许可协议并没有约定发行人不得自行研发同类产品，亦未约定商标的独家许可授权，因此对发行人未来业务开发、商标使用等方面不存在重大不利影响。

六、发行人特许经营权与资质情况

（一）特许经营权情况

截至本招股说明书签署日，公司无特许经营权。

（二）资质情况

截至本招股说明书签署日，公司的资质情况如下：

持有主体	资质证书名称	证书编号	发证机关	有效期
张小泉股份	固定污染源排污登记回执 ¹	91330183679858889H001Z	-	2020.06.13-2025.06.12
张小泉股份	环境管理体系认证证书（GB/T 24001-2016/ISO 14001:2015）	00219E30113R1M	方圆标志认证集团有限公司	2019.01.09-2021.12.08
张小泉股份	职业健康安全管理体系认证证书	00219S10089R1M	方圆标志认证集团有限公司	2019.01.09-2021.12.08
张小泉股份	知识产权管理体系认证证书（GB/T 29490-2013）	18119IP3676R0M	中规（北京）认证有限公司	2019.07.08-2022.07.07
张小泉股份	质量管理体系认证证书（GB/T 19001-2016/ISO 9001:2015）	00219Q20197R1M	方圆标志认证集团有限公司	2019.01.09-2022.03.06
张小泉股份	全国工业产品生产许可证	浙 XK16-204-02934	浙江省市场监督管理局	2019.06.10-2024.06.09
张小泉股份	安全生产标准化三级企业（轻工）	杭 AQBQGH201800202	杭州市安全生产监督管理局	2018.01.17-2021.02
张小泉股份	对外贸易经营者备案登记表	02792082	-	2018.06.27-长期
张小泉股份	出入境检验检疫报检企业备案表	3333610793	中华人民共和国杭州海关	2018.07.03-长期
张小泉股份	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	3301966249	中华人民共和国杭州富阳办海关	2018.08.30-长期
上海张小泉	质量管理体系认证证书	00318Q30230R5S	上海质量体系审核中心	2018.05.17-2021.05.16

注 1：2020 年 6 月 18 日，杭州市生态环境局富阳分局出具《关于张小泉股份有限公司纳入排污许可管理的情况说明》，张小泉股份所属行业类别为 C3324 刀剪及类似日用金属工具制造，应当纳入排污许可制度管理，根据 2019 年应急预案备案内容，张小泉股份实际无铸造、电解抛光外围加工，故排污许可管理等级为登记管理。截至本招股说明书签署日，张小泉股份已在全国排污许可证管理信息平台填报了固定污染源排污登记表，并获取了固定污染源排污登记回执（登记编号：91330183679858889H001Z）。

七、发行人核心技术与研发情况

（一）发行人拥有的核心技术先进性及具体表征

公司自成立以来，一直重视新产品的研发及生产工艺的创新，核心技术来源于自主研发。公司的技术优势为公司持续保持刀剪行业的领先地位提供了有力支撑，确保公司能够根据市场需求迅速地推出新产品，提高产品的附加值，增强公

司议价能力。具体情况如下：

序号	技术名称	行业技术水平	公司技术优势	核心技术来源	所处阶段
1	剪刀里口缝道技术	市面上的剪刀剪切强度往往较小，而且在剪切较硬物体时，不仅费力，而且刀片容易出现扭曲或者起卷。剪刀在剪切过程中是点接触，要想保证剪刀的剪切强度则接触点要尽可能小。而现有剪刀的里口形成的面一般为直面，其在进行剪切时，不可避免会发生磨损，不仅使用寿命短，而且剪切性能也有待于提高。	公司在刀剪生产过程中，通过冲压成缝、磨削成缝、装配成缝3种不同阶段的工艺，对最终的成品剪刀的里口面加工形成“缝道”——里口形成的面为具有一定弧度的曲面，沿剪根至剪头方向，所述曲面的弧度变化逐渐增大。通过该技术生产的剪刀里口面为一个较为复杂的曲面，使剪刀在剪切过程中，形成点接触，不仅提高了剪刀的剪切性能，而且减少了摩擦力，降低了自身磨损，延长了使用寿命。	实用新型专利：一种具有曲面的剪刀（专利号 ZL 2015 2 0768587.0），实用新型专利：一种刀剪磨削装置（专利号 ZL 2015 2 0762805.X）	大批量生产阶段
2	刀剪热处理技术	热处理技术在五金刀具生产上是一个关键的工艺，热处理加工水平不足容易产生变形、开裂和硬度不足等问题。国内产品剪刀两片硬度差值较大，即一片硬度高，一片硬度低，使得剪刀耐用度降低。	该刀剪热处理技术包括张小泉目前所有刀剪产品的热处理工艺，涵盖不同材料和不同热处理工艺。通过该刀剪热处理技术生产的刀剪产品，不但具有良好的硬度，也兼具韧性，不易发生断裂和崩口。	《张小泉热处理工艺规范》	大批量生产阶段
3	刀剪连续冲压技术	一直以来，在刀剪行业内，冲压工序普遍存在材料浪费率大、生产成本过高以及品质不稳定等问题。	公司通过自主设计改造设备、研究设计复合模具、合理排料等手段，实现了对厚度大于2mm的不锈钢材料的自动冲裁。该技术不仅降低了员工的工作强度，提高了生产效率。而且在材料的利用率上和孔位的准确性上亦有明显的提升。	刀剪复合模具图纸 刀剪自动落料模具、设备	批量生产阶段

序号	技术名称	行业技术水平	公司技术优势	核心技术来源	所处阶段
4	刀剪清洁防锈一体化技术	传统刀、剪的防锈封存,大多采用油布手工操作,费时费工,上油的质量不稳定,容易引起擦拭不到位而生锈的问题。	公司设计组建的自动化清洁防锈生产自动线有效解决传统刀、剪的防锈封存手工操作产生的质量隐患,具有以下特点:生产线采用 IGBT 控制方式,代替了单槽超声波加热、手工清洗工艺,能彻底清除掉厚重、结块的抛光膏;具有超声功率连续可调;具有扫频功能,特别是针对工件上极强顽固性的污物时,扫频功能会集中发力,可轻松击落油污。	自主创新	大批量生产阶段
5	剪刀多片开刃技术	行业内,剪刀的开刃,采用单片在砂轮上进行,其铲锋角度靠操作者的手部动作进行控制。该做法不但效率低,而且角度无法统一。	公司设计的铲锋夹具,不但角度固定,而且一次可以生产 10 余片,劳动效率提高,品质得到保障。针对不同的剪刀,设计不同的开刃夹具,将剪刀按一定角度,固定在有一定弧度的夹具中,选择适宜的砂轮和磨削速度,一次将夹具上的多片剪刀铲锋。铲出的剪刀,刀口的角度一致,光洁度和粗造度一致,利于剪刀的装配和剪切性能的提升。	实用新型专利:剪刀多片自动磨削装置(专利号 ZL 2016 2 1146243.7)	批量生产阶段
6	刀剪注塑机械臂自动生产技术	刀剪注塑工序,一般采用人工装工件至塑模形腔中,然后关闭操作门,机器自动工作。待注塑完成,手动拉开操作门,手动将工件取下。不但劳动强度大,而且安全系数低。	公司引进了机械臂自动生产传输技术,采用自动化操作。利用继电器控制电机正转\反转和停止,本机械手的执行机构由多台电机组成,分别控制机械臂的 X 轴伸缩、Z 轴升降,底盘、腕回转等功能。动作模式有两种:自动和手动。	实用新型专利:注塑机械臂自动生产装置(专利号 ZL 2016 2 1145963.1)	小批量生产阶段
7	服装剪淬火技术	行业内,服装剪淬火采用高频淬火工艺,淬火介质是油剂,操作工序多,生产效率低,劳动强度大,加工成本高,而且在淬火过程中会产生烟雾,影响员工身体和环境。	公司通过研究,将油剂介质改用水剂介质,改良淬火工艺,减少员工劳动强度,减少工序。淬火介质改为水剂淬火介质后,可杜绝烟雾产生,改善工作环境,保障员工身体健康,而且可提升产量及良品率,提高生产效率。	自主创新	大批量生产阶段
8	刀具辊锻技术	行业内,刀具生产通过将板材落料,热处理,经磨削后,完成刀具生产。	公司开发的刀具辊锻技术通过逆向的挤出运动、正向自动拉入动作,可以实现连续多次辊锻。该技术操作简单,通过设计开发的专业辊锻装置,一端薄一端厚的轧块有利于刀具辊	实用新型专利:一种刀具的辊锻装置(专利号 ZL 2015 2 0762949.5)	小批量生产阶段

序号	技术名称	行业技术水平	公司技术优势	核心技术来源	所处阶段
			锻，并且形成刀具所需要的斜面；送料机构中弹簧的设置，可以在辊锻过程中给工件一个相对的力，有利于刀具的加工。		
9	刀具深冷处理技术	钢材在热处理之后虽然硬度及机械性能提高，但热处理后依然存在以下问题：残余奥氏体不稳定，当受到外力作用或环境温度改变时易转变为马氏体，造成材料的不规则膨胀，降低工件的尺寸精度；组织晶粒粗大，材料碳化物固溶过饱和；热处理后的残余内应力将降低材料的疲劳强度以及其他机械性能在应力释放过程中且易导致工件的变形。	公司在传统钢材热处理工艺基础上，研发出了刀具深冷处理技术，设计制作了刀具深冷处理设备，技术优点如下：它使硬度较低的残余奥氏体转变为较硬的、更稳定的、耐磨性和抗热性更高的马氏体；材料经深冷处理后内部热应力和机械应力大为降低，且能有效地减少刀具产生变形、开裂的可能性。	实用新型专利：刀具深冷处理装置（专利号 ZL 2016 2 1146743.0）	批量生产阶段
10	剪刀寿命检测技术	行业内，剪刀产品在使用寿命检测基本采用人工测算的方式，测试的结果缺乏科学依据。	公司研制开发了一种自动剪刀寿命测试机，对剪刀进行使用寿命的检测，该测试设备操作简单，安全，通过电子记数和变速马达，测试时间、自动输送剪切介质。测试时间、测试次数和测试速度可自由设定，测试完成后自动断电报警，可有效提高工作效率。	自主创新	日常使用阶段

（二）核心技术产品收入占营业收入的比例

报告期内，公司核心技术产品收入占营业收入的比例如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
核心技术产品收入	20,500.24	40,072.66	35,312.05	29,873.66
营业收入	25,072.85	48,401.49	41,009.42	34,132.06
核心技术产品收入占营业收入比例	82.39%	83.56%	87.59%	89.03%

（三）发行人报告期内研发投入情况

报告期内公司研发投入的构成及占营业收入比例情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
研发投入	777.33	1,677.82	878.97	521.46
营业收入	25,072.85	48,401.49	41,009.42	34,132.06
研发投入占营业收入比例	3.10%	3.47%	2.14%	1.53%

(四) 发行人核心技术人员及研发人员情况

截至2020年6月30日,公司技术研发人员共97人,占员工人数的14.00%。

公司核心技术研发人员为吴晓明、郭洪涛、唐浙滨,公司核心技术人员最近两年没有发生较大变动,其简历详见本招股说明书第五节之“十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“(四)其他核心人员”。

(五) 技术创新机制

1、研发部门设置情况

公司将研发工作及研发团队建设放在公司发展的重要位置,不断加大研发投入、推动持续创新,促进产品的更新迭代、产品矩阵拓展,以满足日新月异的市场需求。

公司的研发工作主要涉及产品研发部、工艺部、销售各部门、采购部、试制车间、品管部等部门,各部门具体职能情况如下:

序号	部门	职能
1	产品研发部	负责根据公司实际情况提出新品开发的需求,负责新品开发的设计以及组织设计开发资料的评审、验证和确认
2	工艺部	负责产品研发项目的工艺性审查,现场技术服务和工艺验证
3	销售各部门	负责收集和提供市场需求产品的信息,并提出产品研发需求,负责相关样品、信息的收集、提报及反馈,负责新开发产品的意见反馈及销售
4	采购部	负责对自制新产品开发、试制所涉及的原辅材料进行采购,负责OEM产品供应商的选择、样品提供、询价、核价、商务条款谈判及合同签订
5	试制车间	负责新产品的工艺测试及小批试制工作。
6	品管部	负责生产过程、最终产品(包括自制、OEM产品)的检验,包括小批试制后产品的监视和测量,提供产品型式试验报告
7	法务相关部门	负责在新品立项环节对产品涉及专利、商标等知识产权以及公司经营范围等方面做合规性审核

2、创新机制

（1）以市场为导向的研发机制

张小泉始终坚持以市场为导向、以技术、工艺创新为动力的研发机制。

公司十分重视核心产品的研发，为满足更新迭代的市场需求，公司实时追踪行业及市场的最新变化，由销售部门与产品研发部提出新产品开发需求并编制项目建议书。完成项目设计及评审后，公司通过试制车间进行产品的小批试制。小批试制通过公司各部门审核通过后，则进行大批量生产。

（2）完善研发激励及人才培养机制

针对研发技术人员，公司实施了包括年薪、年终奖金、协议薪资、特殊激励等相结合的薪酬体系，通过具有行业竞争力的薪酬激励体系吸引研发技术人才。在现有薪酬体系下，公司设置了特定项目奖励，即员工在公司技术革新及技术改造等方面，为公司取得显著经济效益和重大荣誉的，将根据员工贡献度进行奖励。

此外，公司亦高度重视人力资源建设，坚持“人本”的人力资源发展理念，为员工的发展营造良好的人文环境。公司定期组织有针对性的专业知识培训、安排团建，充分考虑技术人才的个人职业规划，提高专业技术人才的成就感和归属感，提升整体团队的凝聚力。

（3）技术保护机制

公司建立了完善的技术保护机制，通过制定《产品开发管理标准》等规章制度对技术人员开发的相关技术成果的保护机制进行了明确约定。公司亦与研发技术等相关人员签署保密协议，就相关保密措施及违约责任进行明确约定。

在不断的创新研发过程中，公司亦不断突破现有技术、总结技术、工艺经验，形成知识产权，为公司在行业内的技术优势提供法律保障。截至本招股说明书签署日，公司已获得专利 128 项，其中发明专利 2 项，实用新型专利 38 项，外观设计专利 88 项。

八、发行人境外生产经营情况

发行人存在直接出口和通过经销商将产品出口至中国境外的情形。

报告期内，发行人通过直接出口进行境外销售的情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
出口销售额	116.05	332.14	139.69	24.20
主营业务收入	24,880.83	47,955.93	40,313.47	33,555.68
占主营业务收入比例	0.47%	0.69%	0.35%	0.07%

除此以外，发行人未在中国大陆以外的国家或地区从事经营活动；发行人未在中国大陆以外的国家或地区设立子公司或分支机构。

第七节 公司治理与独立性

一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度及董事会专门委员会的建立健全及运行情况

公司自整体变更为股份公司以来，根据《公司法》、《证券法》等有关法律、法规、规范性文件和中国证监会的相关要求，逐步建立健全了公司治理结构，建立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理人员组成的治理架构，设置了审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、战略决策委员会、信息技术治理委员会等董事会专门委员会，建立了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间相互协调和相互制衡的机制，并先后制订或完善了以下公司治理文件和内控制度：《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》、《投资和融资决策管理制度》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作细则》、《独立董事工作细则》、《财务管理制度》、《内部控制管理制度》、《内部审计管理制度》、《董事会提名委员会工作细则》、《董事会战略决策委员会工作细则》、《董事会审计委员会工作细则》、《董事会薪酬与考核委员会工作细则》、《董事会信息技术治理委员会工作细则》、《防范控股股东及关联方资金占用管理办法》等一系列规章制度，并能够有效落实、执行上述制度。

截至本招股说明书签署日，发行人公司治理不存在重大缺陷。公司股东大会、董事会、监事会运行规范，相关人员能切实履行各自的权利、义务与职责，符合《公司法》、《证券法》和中国证监会有关法律法规的要求。

（一）股东大会、董事会、监事会运行情况

1、股东大会运行情况

股东大会是公司的最高权力机构，《公司章程》规定了股东的权利和义务，以及股东大会的职权。2018年5月20日，公司召开了创立大会暨首次股东大会，根据《公司法》及《公司章程》的有关规定，公司制定了《股东大会议事规则》。报告期内，公司股东大会严格依照《公司章程》及《股东大会议事规则》的规定规范运行。

截至本招股说明书签署日，自股份公司设立以来，公司已累计召开了 11 次股东大会。历次股东大会均按照《公司章程》、《股东大会议事规则》及其他相关法律法规规定的程序召集、召开，严格按照相关规定进行表决、形成决议，全体股东以通讯、授权委托及现场方式出席了历次股东大会，股东依法履行股东义务、行使股东权利。股东大会的召集、召开及表决程序合法，决议合法有效，不存在违反《公司法》、《股东大会议事规则》及其他相关法律法规行使职权的情形。

2、董事会运行情况

2018 年 5 月 20 日，公司召开了创立大会暨首次股东大会，根据《公司法》及《公司章程》的有关规定，公司制定了《董事会议事规则》。报告期内，公司董事会严格依照《公司章程》及《董事会议事规则》的规定规范运行。

公司董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 3 名。董事会设董事长 1 人，董事长由董事会以全体董事过半数选举产生。董事任期每届为 3 年，董事任期届满，可以连选连任。

截至本招股说明书签署日，自股份公司设立以来，公司已累计召开了 12 次董事会。历次董事会均按照《公司章程》、《董事会议事规则》及其他相关法律法规规定的程序召集、召开，严格按照相关规定进行表决、形成决议。公司董事会运行规范、有效，对公司选聘高级管理人员、设置专门委员会、制定公司主要管理制度、公司重要经营决策、关联交易、公司发展战略等事项进行审议并作出有效决议，对需要股东大会审议的事项提交股东大会审议决定，切实发挥了董事会的作用。历次董事会会议均由公司全体董事出席，董事会会议的召开和决议内容合法有效，不存在违反《公司法》、《董事会议事规则》及其他相关法律法规行使职权的情况。

3、监事会运行情况

2018 年 5 月 20 日，公司召开了创立大会暨首次股东大会，根据《公司法》及《公司章程》的有关规定，公司制定了《监事会议事规则》。报告期内，公司监事会严格依照《公司章程》及《监事会议事规则》的规定规范运行。

公司监事会由 3 名监事组成，其中：非职工代表 2 人，由股东大会投票选举产生；职工代表 1 人，由公司职工代表大会选举产生。监事会设主席 1 人，由全

体监事过半数选举产生。监事任期每届为 3 年，监事任期届满，可以连选连任，董事、高级管理人员不得兼任监事。

截至本招股说明书签署日，自股份公司设立以来，公司已累计召开了 11 次监事会会议，监事会会议的人员出席情况符合相关规定，会议的召集方式、议事程序及决议内容均合法有效，不存在违反《公司法》、《监事会议事规则》及其他规定行使职权的情形。

(二) 独立董事制度的运行情况

1、独立董事制度的建立

为进一步完善公司治理结构，改善董事会结构，强化对非独立董事及经理层的约束和监督机制，保护中小股东及利益相关者的利益，促进公司的规范运作，公司根据《公司法》、《证券法》、中国证监会《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》、《上市公司治理准则》等有关法律、行政法规、规范性文件，公司制定了《独立董事工作细则》。独立董事对公司及全体股东负有诚信和勤勉义务，应当按照相关法律法规的要求，认真履行职责，维护公司整体利益，尤其要关注中小股东的合法权益不受损害。

2018 年 5 月 20 日，公司召开了创立大会暨首次股东大会，选举产生 3 名独立董事，分别为李元旭、陈英骅、余景选，达到公司董事会人数的三分之一，其中余景选为会计专业人士。

2、独立董事制度的运行情况

自受聘以来，公司独立董事严格按照《公司法》、《公司章程》、《独立董事工作细则》等要求，严格履行独立董事职责，在对公司的重大决策提供专业意见，对公司法人治理结构等方面完善起到了积极作用，不存在独立董事对公司有关事项曾提出异议的情况。

(三) 董事会秘书制度的运行情况

2018 年 5 月 20 日，公司召开第一届董事会第一次会议，聘任汪永建先生为公司董事会秘书。董事会秘书是公司的高级管理人员，对公司董事会负责。董事会秘书负责公司股东大会和董事会议案的筹备、文件保管以及公司资料管理，办

理信息披露事务等事宜。

发行人设立董事会秘书以来，公司董事会秘书筹备了历次董事会会议和股东大会，确保了公司董事会会议和股东大会依法召开、依法行使职权，及时向公司股东、董事通报公司的有关信息，建立了与股东的良好关系，为公司治理结构的完善和董事会、股东大会正常行使职权发挥了重要的作用。

(四) 董事会专门委员会的设置和运行情况

2019年2月19日，经第一届董事会第三次会议通过，董事会下设提名委员会、战略决策委员会、薪酬与考核委员会、审计委员会、信息技术治理委员会五个专门委员会。同日，董事会还审议通过了《董事会提名委员会工作细则》、《董事会战略决策委员会工作细则》、《董事会审计委员会工作细则》、《董事会薪酬与考核委员会工作细则》、《董事会信息技术治理委员会工作细则》，并选举了各专门委员会的委员及召集人如下：

委员会	委员	召集人
提名委员会	李元旭、陈英骅、夏乾良	李元旭
战略决策委员会	张国标、李元旭、张樟生、夏乾良、汪永建	张国标
薪酬与考核委员会	陈英骅、余景选、张樟生	陈英骅
审计委员会	余景选、陈英骅、汪永建	余景选
信息技术治理委员会	夏乾良、汪永建、王现余、夹凤霞、闫志刚	夏乾良

截至本招股说明书签署日，发行人自股份公司设立以来的各专门委员会运行良好。

二、发行人内部控制制度情况

(一) 公司管理层的自我评估意见

公司董事会认为，公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。根据公司非财务报告内部控制重大缺陷认定情况，于内部控制评价报告基准日，公司未发现非财务报告内部控制重大缺陷。

(二) 注册会计师对发行人内部控制制度的鉴证意见

天健会计师事务所(特殊普通合伙)对公司内部控制的有效性进行了专项审

核，出具了《关于张小泉股份有限公司内部控制的鉴证报告》（天健审[2020]9459号），报告的结论性意见为：“张小泉公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于2020年6月30日在所有重大方面保持了有效的内部控制”。

三、发行人自报告期初以来违法违规情况

公司严格按照《公司法》及相关法律法规和《公司章程》的规定规范运作、依法经营，报告期内不存在重大违法违规行为，也未受到相关主管机关的重大处罚。

四、发行人资金占用和对外担保情况

公司有严格的资金管理制度，截至本招股说明书签署日，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用，以及为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情形报告期内，公司的关联资金往来情况详见本节之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”之“（二）报告期内关联交易情况”。

五、公司独立经营情况

本公司成立以来，严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，在资产、人员、财务、机构和业务等方面与现有股东、实际控制人完全分开，具有完整的资产、采购和销售业务体系，具备面向市场自主经营的能力。

（一）资产完整情况

公司是以杭州张小泉实业发展有限公司经审计的净资产折股，整体变更设立的股份有限公司。公司设立后，公司拥有的、在使用的商标、专利、土地使用权、房屋所有权均已完成变更手续。公司与股东的资产能够严格分开，产权明晰，并独立运营。截至本招股说明书签署日，公司的经营性资产的权属完全由公司独立拥有，不存在与股东共有的情况。截至本招股说明书签署日，公司对所有资产拥有完全的控制和支配权，不存在以资产、权益为控股股东和实际控制人担保的情形，不存在资产、资金被股东违规占用而损害公司利益的情况。

综上所述，公司具有独立的供应、生产和销售系统，具备与生产经营有关的

主要生产系统、辅助生产系统和配套设施,合法拥有与生产经营有关的主要土地、厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或使用权,具有独立的原料采购和产品销售系统,公司的资产完整。

(二) 人员独立情况

公司董事、监事及高级管理人员严格按照《公司法》、《公司章程》等规定的程序推选与任免产生。公司总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员均专职在公司工作并领取薪酬,均未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担任除董事、监事以外的其他职务。发行人的财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。公司已与全体在册员工签署劳动合同,已建立完整独立的劳动人事管理制度,员工工资统一由公司发放,社会保险统一由公司办理。

(三) 财务独立情况

公司已建立独立的财务核算体系,设有独立的财务会计部门,设财务负责人,配备专职财务人员,独立开展财务工作和进行财务决策。公司具有规范的财务会计制度和分公司、子公司的财务管理制度,符合《会计法》、《企业会计准则》等有关会计法规的规定。

公司已依法独立开立基本存款账户,不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情况。

公司办理了独立的税务登记,独立纳税,不存在与控股股东、实际控制人控制的其他企业合并纳税的情况。

(四) 机构独立情况

公司已经建立了适合公司发展的组织结构,公司各部门及子公司组成了一个有机的整体并完全拥有机构设置的自主权;公司各部门独立运作,独立行使经营管理职权,与控股股东和实际控制人及其控制的其他企业不存在机构混同的情形。

(五) 业务独立情况

公司主营业务为现代生活五金用品的设计、研发、生产及销售。公司拥有从事上述业务完整、独立的业务体系和人员。公司拥有独立完整的业务经营体系,

未因组织形式变更而发生业务流程的改变，公司业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在构成重大不利影响的同业竞争，以及严重影响独立性或者显失公平的关联交易。

（六）主营业务、控制权、管理团队稳定性

公司主营业务、控制权和管理团队稳定，最近 2 年内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持公司的股份权属清晰，最近 2 年实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

（七）无重大权属纠纷

发行人不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项。发行人不存在现有经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

六、同业竞争

（一）同业竞争情况说明

公司主营业务为现代生活五金用品的设计、研发、生产及销售。截至 2020 年 6 月 30 日，公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业与本公司不存在同业竞争。

截至 2020 年 6 月 30 日，公司控股股东张小泉集团未控制或参股其他企业。公司实际控制人张国标、张樟生和张新程控制的除发行人及其子公司外的其他企业不存在与发行人经营相同或相似业务的情形，也不存在与发行人构成上下游关系的情况。

1、报告期内，发行人实际控制人直接或间接控制的主要境内企业的经营范围、主营业务、主要财务数据等情况如下表所示

序号	名称	经营范围	主营业务	主要财务数据（元） （总资产、净资产为截至 2020 年 6 月 30 日数据；净利润为 2020 年 1 月至 6 月累积数）		是否与 发行人 从事相 同或相 似业务
一、投资类行业						
1.	富春控股集团 有限公司	实业投资与企业管理咨询；物业管理；商务咨询服务， 货物及技术的进出口业务；建筑专用设备、节能新技术 开发、推广；建筑材料、钢材、木材、纸制品、纺织品、 化工原料及制品（除专项规定）、五金工具、家用电器、 工艺品、百货、机械设备。【依法须经批准的项目，经 相关部门批准后方可开展经营活动】	实业投资、 投资管理	总资产（合 并）	21,697,014,153.78	否
				净资产（合 并）	10,089,700,932.95	
				净利润（合 并）	131,511,009.72	
2.	上海富春投 资有限公司	实业投资，投资管理，股权投资管理。【依法须经批准 的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】	实业投资、投资管 理、股权投资管理	总资产	362,817,730.97	否
				净资产	311,912,909.25	
				净利润	-112,173.96	
3.	上海富春建 业股权投资 管理合伙企 业（有限合 伙）	股权投资管理。【依法须经批准的项目，经相关部门批准 后方可开展经营活动】	未实际开展业务	总资产	35,038,748.15	否
				净资产	35,038,748.15	
				净利润	544.62	
4.	浙江网融资 产管理有限 公司	服务：股权投资，投资管理，资产管理（未经金融等监 管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代 客理财等金融服务）。（依法须经批准的项目，经相关 部门批准后方可开展经营活动）	股权投资、投资管 理、资产管理	总资产	10.70	否
				净资产	-489.30	
				净利润	-489.30	
5.	杭州富春瑞 资赢通股权 投资基金合 伙企业（有 限合伙）	私募股权投资、私募股权投资管理。（依法须经批准 的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	私募股权投资、私募 股权投资管理	总资产	350.76	否
				净资产	-149.24	
				净利润	-149.24	

序号	名称	经营范围	主营业务	主要财务数据（元） （总资产、净资产为截至 2020 年 6 月 30 日数据；净利润为 2020 年 1 月至 6 月累积数）		是否与发行人从事相同或相似业务
6.	宁波梅山保税港区信春富股权投资基金管理合伙企业（有限合伙）	私募股权投资管理。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】	私募股权投资管理	总资产	86,143.09	否
				净资产	-401,895.52	
				净利润	-425,612.22	
7.	网赢科技有限公司	电子商务，计算机软件领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，计算机软硬件、建材、五金、钢材、木材、纸制品、纺织品、化工原料及制品（除危险化学品、监控化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品、易制毒化学品）、机械设备的销售，实业投资、企业管理咨询服务，仓储（除危险品），从事货物及技术的进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】	投资管理	总资产	151,248,648.57	否
				净资产	30,758,667.86	
				净利润	-76.72	
8.	上海富森置业投资有限公司	实业投资，投资管理，企业管理咨询，自有房屋租赁，房地产开发经营，机械设备及配件、金属材料、建筑材料、装潢材料的销售。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】	实业投资、投资管理	总资产	178,424,943.98	否
				净资产	5,543,488.45	
				净利润	-205,705.13	
9.	杭州富泉投资有限公司	服务：实业投资，企业管理咨询，金加工领域的技术开发、技术咨询、技术服务、成果转让，物业管理，商务信息咨询；批发、零售：百货，建筑材料，机械设备。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	投资管理	总资产（合并）	5,915,778,638.87	否
				净资产（合并）	1,000,408,368.68	
				净利润（合并）	45,113,013.32	

序号	名称	经营范围	主营业务	主要财务数据（元） （总资产、净资产为截至 2020 年 6 月 30 日数据；净利润为 2020 年 1 月至 6 月累积数）		是否与 发行人 从事相 同或相 似业务
10.	杭州张小泉集团有限公司	批发、零售：百货，建筑材料，装饰材料，化工原料（除化学危险品及易制毒化学品），汽车配件，电工器材，光学仪器，通信设备；服务：自有房屋出租，设备租赁，企业管理，汽车租赁；货物进出口（法律、行政法规禁止的项目除外，法律、行政法规限制的项目取得许可证后方可经营）；含下属分支机构的经营围。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	投资管理、建材贸易	总资产（合并）	1,197,938,718.75	否
				净资产（合并）	550,135,971.67	
				净利润（合并）	49,700,354.20	
11.	杭州富春瑞资资产管理有限公司	资产管理、投资管理（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）。（涉及国家规定实施准入特别管理措施的除外）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	资产管理、投资管理	总资产	559,657,343.76	否
				净资产	-6,194,834.44	
				净利润	-475,597.00	
12.	杭州嵘泉投资合伙企业（有限合伙）	实业投资、项目投资、资产管理、投资管理、投资咨询（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	实业投资	总资产	90,976,122.81	否
				净资产	90,975,122.81	
				净利润	242.23	
13.	江山网联瑞资投资合伙企业（有限合伙）	股权投资管理及相关咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	股权投资管理	总资产（合并）	250,006,373.71	否
				净资产（合并）	249,917,447.94	
				净利润（合并）	-58,844.85	
二、建材类行业						
14.	上海富春建业科技股份有限公司	建材领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务，实业投资与企业管理咨询服务，建材、五金、钢材、木材、纸制品、纺织品、化工原料及制品（除专项规定）、机械设备的销售，从事货物及技术的进出口业务，汽车	实业投资、投资管理、建材的研发与销售	总资产（合并）	4,707,600,771.50	否
			净资产（合并）	873,728,455.69		

序号	名称	经营范围	主营业务	主要财务数据（元） （总资产、净资产为截至 2020 年 6 月 30 日数据；净利润为 2020 年 1 月至 6 月累积数）		是否与发行人从事相同或相似业务
				净利润（合并）		
		租赁（除金融租赁）。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】		净利润（合并）	475,408.70	
15.	上海强军建材有限公司	建材、砼制品、装璜材料、五金门窗、金属材料、路基材料的销售，自有建筑机械设备的融物租赁，仓储（除危险品），商务咨询。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】	建材、砼制品、路基材料的销售，自有建筑的仓储、租赁	总资产	327,244,250.20	否
				净资产	51,141,790.41	
				净利润	1,244,037.84	
16.	上海富盛浙工建材有限公司	商品混凝土、商品砂浆、混凝土建筑预制构件、外加剂的生产及销售，水泥制品、三碓加工、制造，散装水泥中转，建材、五金的生产、销售，自有房屋租赁，本公司货物运输。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】	商品砼等建筑材料的生产与销售	总资产	2,410,885,030.40	否
				净资产	112,101,518.82	
				净利润	-2,333,678.90	
17.	浙江杭加泽通建筑节能新材料有限公司	生产、销售：加气混凝土、干粉砂浆、轻型钢构；销售：建筑材料（除沙石）、装饰材料（除油漆）、防水材料、钢材；设计、施工：钢结构工程、建筑装饰装修工程；服务：建筑保温新材料、节能门窗新材料、节能门窗及部件的技术研发，技术服务；建筑工程施工的技术咨询服务；货物进出口（法律、行政法规禁止经营的项目除外，法律、行政法规限制经营的项目取得许可后方可经营）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	加气产品的研发、生产与销售；建筑材料、装饰材料销售及安装，建筑节能新材料的技术研发及服务	总资产（合并）	653,659,038.39	否
				净资产（合并）	228,929,804.93	
				净利润（合并）	1,668,264.81	
18.	杭加（广东）建筑节能新材料有限公司	石膏、水泥制品及类似制品制造；砖瓦、石材等建筑材料制造；结构性金属制品制造；建筑安装业；建筑装饰、装修和其他建筑业；矿产品、建材及化工产品批发；工程和技术研究和试验发展；工程技术与设计服务；工业与专业设计及其他技术服务；技术推广服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	加气产品的研发、生产与销售；建筑材料、装饰材料销售及安装	总资产	174,017,960.53	否
				净资产	47,759,181.07	
				净利润	-	

序号	名称	经营范围	主营业务	主要财务数据（元） （总资产、净资产为截至 2020 年 6 月 30 日数据；净利润为 2020 年 1 月至 6 月累积数）		是否与发行人从事相同或相似业务
				总资产	净资产	
19.	乐山杭加节能新材料有限公司	新材料技术推广服务；建筑材料、金属结构、金属门窗制造、销售；建筑装饰和装修工程设计、施工；销售：矿产品（不含煤炭）、化工产品（不含危险化学品）；工程管理服务；工程设计服务；专业设计服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	加气产品的研发、生产与销售；建筑材料、装饰材料销售及安装	总资产	35,586,300.39	否
				净资产	34,426,000	
				净利润	-	
20.	安徽杭加建筑节能新材料有限公司	加气混凝土、干粉砂浆、轻型钢构生产、销售；建筑材料（除沙石）、装饰材料（除油漆）、防水材料、钢材销售；钢结构工程、建筑装饰装修工程设计、施工；建筑保温新材料、节能门窗新材料、节能门窗及部件的技术研发、技术服务；建筑工程施工的技术咨询服务；货物进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	轻质建筑墙体材料和混凝土砌块的生产销售	总资产	409,397.25	否
				净资产	100,000	
				净利润	-	
21.	四川杭加汉驭建筑节能新材料有限公司	石膏、水泥制品及类似制品制造；砖瓦、石材建筑材料制造；结构性金属制品制造；建筑安装业；建筑装饰、装修和其它建筑业；矿产品、建材及化工产品批发（不含危险化学品）；工程和技术研究和试验发展；工程技术与设计服务；工业设计服务；专业设计服务；技术推广服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	轻质建筑墙体材料，蒸压加气混凝土砌块，蒸压加气混凝土板的生产、销售、安装	总资产	16,913,843.28	否
				净资产	14,433,567.6	
				净利润	-	
22.	杭加（湖北）建筑节能新材料有限公司	加气混凝土板材、加气混凝土砌块、干粉砂浆、轻型钢构、模具、模台的生产销售；建筑材料、装饰材料（除油漆）、防水材料、钢材的销售；钢结构工程、建筑装饰装修工程、模具、模台的设计与施工；建筑保温新材料、节能门窗新材料、节能门窗及部件的技术研发、技术服务；建筑工程施工的技术咨询服务；货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）。（以上范围不含危化品）（涉及许可经营项目，	轻质建筑墙体材料和混凝土砌块的生产销售	总资产	158,364,338.49	否
				净资产	47,062,756.88	
				净利润	-	

序号	名称	经营范围	主营业务	主要财务数据（元） （总资产、净资产为截至 2020 年 6 月 30 日数据；净利润为 2020 年 1 月至 6 月累积数）		是否与发行人从事相同或相似业务
		应取得相关部门许可后方可经营)				
23.	广西杭加建筑节能新材料有限公司	加气混凝土板材、建筑砌块、干粉砂浆、金属构件、模具的生产和销售；建筑材料、装饰材料（除油漆）、防水材料、钢材的销售；钢结构工程、建筑装饰装修工程的设计与施工；建筑保温新材料、节能门窗新材料、节能门窗及部件的技术研发和技术服务；建筑工程施工的技术咨询服务；货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）	轻质建筑墙体材料和混凝土砌块的生产销售	总资产	577,038.39	否
				净资产	50,000.00	
				净利润	-	
24.	杭州杭加泽通装饰工程有限公司	建筑装修装饰工程设计，施工；建筑劳务分包；建筑材料（除沙石）、装饰材料（除油漆）销售；工程技术咨询及服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	建筑装修装饰工程设计、施工，建筑材料、装饰材料销售等	总资产	-	否
				净资产	-	
				净利润	-	
25.	浙江齐力建设有限公司	建筑工程、建筑装饰工程，景观工程，机电设备安装工程，安防工程，土石方工程，钢结构工程，水电安装工程施工（除电力设施）；建筑装饰材料、环保设备、金属材料、木材及制品、防水材料、机电设备、花卉盆景、水泵阀门、流体控制成套设备、自动仓储及供应链系统集成设备、配件销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	建筑工程、建筑装饰工程，景观工程，机电设备安装工程，安防工程，土石方工程	总资产	69.17	否
				净资产	-930.83	
				净利润	-99.77	
26.	上海仰钻实业有限公司 （曾用名：上海富春钢铁制品有限公司）	一般项目：钢材的加工、生产和销售，金属材料及其结构件的销售，建筑材料销售，普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目），信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务），城市绿化管理，专用设备制造（不含许可类专业设备制造），普通机械设备安装服务。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	建材材料销售、钢材的销售	总资产	528,588,038.77	否
				净资产	-53,006,675.00	
				净利润	20,793.98	

序号	名称	经营范围	主营业务	主要财务数据（元） （总资产、净资产为截至 2020 年 6 月 30 日数据；净利润为 2020 年 1 月至 6 月累积数）		是否与发行人从事相同或相似业务
				总资产	净资产	
		开展经营活动)				
27.	上海富江新型建筑材料有限公司	混凝土管桩生产、销售（凭资质许可经营），新型建材的研制，及其以上相关业务咨询服务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】	新型建材的研制、销售	总资产	860,949,378.31	否
				净资产	-60,563,499.51	
				净利润	-3,632,082.28	
28.	四川杭加坤正新型材料有限公司	轻质建筑墙体材料、蒸压加气混凝土砌块、蒸压加气混凝土板的生产、销售、安装、技术咨询；专用粘结剂、界面剂生产、销售。（以上项目不含前置许可或审批项目，涉及后置许可或审批的凭许可证经营）*（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	轻质建筑墙体材料、蒸压加气混凝土砌块、蒸压加气混凝土板的生产、销售、安装	总资产	117,375,648.34	否
				净资产	9,794,255.39	
				净利润	281,943.85	
29.	福建杭加葳联建筑节能新材料有限公司	防水建筑材料制造；其他建筑材料制造；建筑材料生产专用机械制造；模具制造；建筑装修装饰工程专业承包相应资质等级承包工程范围的工程施工；建筑工程施工总承包相应资质等级承包工程范围的工程施工；其他专业咨询；工程材料咨询服务；钢结构工程专业承包相应资质等级承包工程范围的工程施工；货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）；预拌混凝土专业承包相应资质等级承包工程范围的工程施工；其他未列明的节能技术推广服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	轻质建筑墙体材料和混凝土砌块的生产销售	总资产	-	否
				净资产	-	
				净利润	-	
三、教育、医疗行业						
30.	杭州富春山居教育发展有限公司	成年人的非学历文化教育培训；成年人的非证书劳动职业技能培训；实业投资。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	未实际开展业务	总资产	-	否
				净资产	-	
				净利润	-	

序号	名称	经营范围	主营业务	主要财务数据（元） （总资产、净资产为截至 2020 年 6 月 30 日数据；净利润为 2020 年 1 月至 6 月累积数）		是否与发行人从事相同或相似业务
31.	杭州富春山居公望健康管理有限公司	非医疗性健康管理咨询服务、实业投资、投资管理（未经金融等监管部门批准，不得从事公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）、市场营销策划、企业管理咨询、广告发布（除网络广告）、会务服务；含下属分支机构经营范围。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	非医疗性健康管理咨询服务以及投资医疗健康体检门诊业务	总资产	26,635,021.63	否
				净资产	5,643,167.45	
				净利润	-475,009.96	
32.	杭州公望仁雅医疗门诊部有限公司	服务：内科，外科，妇产科，妇科专业，耳鼻咽喉科，眼科，口腔科，医学检验科，医学影像科；预包装食品销售，特殊食品销售；批发、零售：医疗器械（限一类、二类），日用百货。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	体检服务、中医门诊、特殊产品销售（保健产品）	总资产	20,715,816.18	否
				净资产	-28,777,223.51	
				净利润	-6,432,242.46	
33.	富春医养服务有限公司	许可项目：医疗服务；旅游业务；住宿服务；检验检测服务；洗浴服务；医疗器械互联网信息服务；房地产开发经营（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。一般项目：养老服务；企业管理；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；医院管理；酒店管理；住宅室内装饰装修；康复辅具适配服务；健康咨询服务（不含诊疗服务）；中医养生保健服务（非医疗）；养生保健服务（非医疗）；家政服务；物业管理；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；日用百货销售；化妆品零售；化妆品批发；工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外）；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；礼品花卉销售；包装服务；服装服饰批发；服装服饰零售；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。	康养旅游	总资产	374,352.84	否
				净资产	-1,332.47	
				净利润	-1,332.47	

序号	名称	经营范围	主营业务	主要财务数据（元） （总资产、净资产为截至 2020 年 6 月 30 日数据；净利润为 2020 年 1 月至 6 月累积数）		是否与发行人从事相同或相似业务
				总资产	净资产	
34.	杭州富春康复医院有限公司	许可项目：医疗服务；医疗器械互联网信息服务；住宿服务；洗浴服务；房地产开发经营（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。一般项目：医院管理；康复辅具适配服务；中医养生保健服务（非医疗）；养生保健服务（非医疗）；养老服务；健康咨询服务（不含诊疗服务）；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；物业管理；家政服务；日用百货销售；化妆品零售；礼品花卉销售；包装服务；非居住房地产租赁（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。	医疗服务和医院管理业务	总资产	733,751.74	否
				净资产	-307.88	
				净利润	-307.88	
四、物流、仓储行业						
35.	杭州富港供应链有限公司	货运：普通货运、货物专用运输（罐式）、大型物件运输；站场：货运站（场）经营（货运配载、货运代理、仓储理货）；销售：混凝土制品、矿粉、机械设备及配件、电子产品（除电子出版物）、五金、金属材料、建筑材料、装潢材料；货物装卸服务；起重机安装、租赁、维修、保养；设计、制作、代理国内广告；电信增值业务；房地产中介服务；房屋、场地租赁；市场经营管理；经济信息咨询服务；企业管理咨询；物业管理；仓储服务（除易制毒化学品和化学危险品）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	装卸作业、仓储加工	总资产	904,840,628.56	否
				净资产	-71,857,962.86	
				净利润	-62,185,371.41	
36.	杭州余杭崇广物流基地	货运：普通货运；站场：货运站（场）经营（货物集散、货运配载、货运代理、仓储理货）；房屋租赁。（依法	普通货运、货运站经营	总资产	19,445,617.81	否
				净资产	10,944,289.61	

序号	名称	经营范围	主营业务	主要财务数据（元） （总资产、净资产为截至 2020 年 6 月 30 日数据；净利润为 2020 年 1 月至 6 月累积数）		是否与 发行人 从事相 同或相 似业务
				净利润		
	有限公司	须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)		净利润	889,887.54	
37.	杭州恒悦投资管理有限公司	企业投资管理、企业投资管理咨询（除证券、期货）； 货运：普通货运，货物仓储（除危险化学品），货物装卸服务；物业管理；劳务派遣业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	货物仓储、货物装卸服务	总资产	2,898,639.04	否
				净资产	-19,463,550.15	
				净利润	-2007635.94	
38.	杭州富阳运同电子商务有限公司	电子商务技术、物流技术、计算机软件的技术研发，技术服务；仓储服务（除危险品）；广告设计、制作（除网络广告）；日用百货、农副产品（除国家专项规定）、化妆品销售；企业管理咨询、经济信息咨询（除商品中介）、房屋租赁、物业管理服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	仓库租赁、房屋租赁业务及仓储配套服务	总资产	100,845,148.51	否
				净资产	-166,018,261.38	
				净利润	-42,366,983.20	
39.	上海富春运输有限公司	货物专用运输（罐式容器，凭许可证经营）。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】	货物运输	总资产	14,940,388.66	否
				净资产	13,303,120.80	
				净利润	177,004.75	
五、供应链类行业						
40.	富春物流有限公司	货运代理，仓储（除危险化学品），货物装卸，实业投资，物流领域技术开发，港务管理咨询，企业管理咨询，经济信息咨询（除商品外）；货物及技术进出口，投资管理。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】	货运代理，仓储、实业投资	总资产	750,105,945.82	否
				净资产	229,790,522.09	
				净利润	440.50	
41.	网赢如意仓供应链有限公司	许可项目：道路货物运输站经营；道路货物运输（不含危险货物）；货物进出口；海关监管货物仓储服务（不含危险化学品）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为	供应链管理、仓储服务；运输、货物装卸服务	总资产（合并）	103,790,555.90	否
				净资产（合并）	-21,279,823.96	

序号	名称	经营范围	主营业务	主要财务数据（元） （总资产、净资产为截至 2020 年 6 月 30 日数据；净利润为 2020 年 1 月至 6 月累积数）		是否与 发行人 从事相 同或相 似业务
		准)。一般项目：供应链管理服务；国内货物运输代理；装卸搬运；广告制作；会议及展览服务；社会经济咨询服务；日用百货销售；化妆品零售；初级农产品收购；软件开发；软件销售；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；机械设备租赁；运输货物打包服务；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；国际货物运输代理（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。		净利润（合并）	-14,425,987.05	
42.	杭州如意仓电子商务有限公司	服务：网络信息技术、电子商务平台技术、计算机软件、物流软件的技术开发、技术服务，仓储服务（除化学危险品及易制毒化学品），企业管理咨询，经济信息咨询（除证券期货），物业管理，自有房屋租赁；网上批发、零售：日用百货，初级食用农产品（除食品），服装，服饰，皮革制品，针纺用品，塑料制品，工艺礼品，化妆品（除分装），电子产品（除电子出版物）；货物及技术进出口（国家法律、行政法规规定禁止经营的项目除外，法律、行政法规规定限制经营的项目取得许可证后方可经营）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	仓储服务、货物装卸服务	总资产	21,077,075.72	否
				净资产	20,869,662.55	
				净利润	-2,171.22	
43.	杭州运同信息科技有限公司	技术开发、技术服务：信息技术、电子商务技术、计算机软件、物流软件；服务：仓储服务（除化学危险品及易制毒化学品），企业管理咨询，经济信息咨询（除商品中介），广告设计与制作，代理报关，代理报检（涉及资质的凭资质证经营）；网上批发、零售：日用百货、初级食用农产品（除食品、药品）、服装、服饰、皮革制品、家纺用品、塑料制品、针纺织品、包装制品、工艺礼品、化妆品（除分装）、电子产品、预包装食品（不	仓储服务、货物装卸服务	总资产	18,951,297.09	否
				净资产	9,835,403.25	
				净利润	1,127,707.13	

序号	名称	经营范围	主营业务	主要财务数据（元） （总资产、净资产为截至 2020 年 6 月 30 日数据；净利润为 2020 年 1 月至 6 月累积数）		是否与发行人从事相同或相似业务
				总资产	净资产	
		含冷藏冷冻食品）、宠物用品、动物饲料；货物与技术进出口（法律、行政法规禁止的项目除外；法律、法规限制的项目须取得许可后方可经营）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）				
44.	杭州富阳如意仓供应链有限公司	电子商务技术、物流技术、计算机软件的技术研发，技术服务；劳务派遣业务；仓储服务（除危险品）；广告设计、制作（除网络广告）；日用百货、农副产品（除国家专项规定）、化妆品销售；企业管理咨询、经济信息咨询、房屋租赁、物业服务；供应链管理。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	仓储服务、货物装卸服务	总资产	28,809,571.99	否
				净资产	19,877,992.53	
				净利润	-2,134,021.03	
45.	海宁如意仓供应链有限公司	供应链管理；仓储服务；货运站（场）经营；物流领域技术开发；货物装卸服务；企业管理咨询；设计、制作、代理、发布国内各类广告；会展服务；计算机软硬件开发；道路货物运输（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	仓储服务、货物装卸服务	总资产	9,612,814.75	否
				净资产	2,626,173.41	
				净利润	-3,518,803.44	
46.	天津网赢供应链有限公司	供应链管理；计算机软件技术开发、转让、咨询、服务；仓储服务；企业管理咨询；经济信息咨询；广告设计、制作、发布、代理；网上贸易代理；日用百货、初级农产品、服装、皮革制品、家纺用品、塑料制品、针织品、包装制品、工艺美术品、化妆品、电子产品、宠物用品、饲料批发兼零售；自营和代理货物及技术进出口；食品销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	仓储服务、货物装卸服务	总资产	3,616,234.37	否
				净资产	1,357,652.49	
				净利润	-2,501,882.64	
47.	武汉网赢供应链有限公司	供应链管理；仓储服务（不含危险品）；货运站（场）经营；物流领域技术开发；货物装卸服务；企业管理咨询	仓储服务、货物装卸服务	总资产	33,055,447.67	否
				净资产	5,764,153.30	

序号	名称	经营范围	主营业务	主要财务数据（元） （总资产、净资产为截至 2020 年 6 月 30 日数据；净利润为 2020 年 1 月至 6 月累积数）		是否与发行人从事相同或相似业务
	司	询；广告设计、制作、代理、发布；会展服务；计算机软硬件开发；道路货物运输；日用百货、化妆品、包装材料、耗材、文化办公用品、搬运设备销售。（涉及许可经营项目，应取得相关部门许可后方可经营）		净利润	-4,188,942.58	
48.	金华网赢供应链有限公司	供应链管理；计算机软件技术开发、转让、咨询、服务；仓储服务（除危险品）；企业管理咨询；经济信息咨询（以上除证券、期货等金融业务咨询）（以上未经金融等行业监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）；广告设计、制作、发布、代理；网上贸易代理；日用品百货、初级食用农产品、服装、皮革制品、家纺用品、塑料制品、针织品、包装制品、工艺美术品、化妆品、电子产品（除电子出版物及电子信息产品）、宠物日用品、饲料批发、零售；货物及技术进出口（国家禁止或涉及前置审批的货物和技术进出口除外；食品经营。（凡涉及后置审批项目的，凭相关许可证经营，浙江省后置审批目录详见浙江省人民政府官网）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	仓储服务、货物装卸服务	总资产	6,396,852.51	否
				净资产	3,070,227.25	
				净利润	-1,371,926.37	
六、其他行业						
49.	北京金石砣创科技发展有限公司	技术开发；代理、发布广告。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）	未实际开展业务	总资产	130,103,291.17	否
				净资产	671,365.44	
				净利润	-36.26	
50.	杭州运通网城商务秘书	为入驻企业提供住所托管；代理企业登记、年度报告的申报；为入驻企业提供各类法律文件的收递、客户接待、	未实际开展业务	总资产	293.06	否
				净资产	-1,706.94	

序号	名称	经营范围	主营业务	主要财务数据（元） （总资产、净资产为截至 2020 年 6 月 30 日数据；净利润为 2020 年 1 月至 6 月累积数）		是否与发行人从事相同或相似业务
	有限公司	来电转接、会议安排及其他商务秘书服务（上述经营范围中涉及前置审批项目的，需凭证经营）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）		净利润	-49.48	
51.	浙江运通电子商务有限公司	电子商务技术服务，实业投资，货运代理，房屋租赁，物流技术开发，计算机软件开发，文化信息咨询，企业管理咨询，经济信息咨询服务，广告设计制作，会展服务，培训服务，投资管理，日用百货、初级食用农产品、化妆品的销售，经营进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）	房屋租赁、物业管理	总资产	94,977,508.39	否
				净资产	52,184,879.81	
				净利润	-5,501,811.85	
52.	运通网城资产管理有限公司	资产管理，实业投资，房地产中介服务，房屋租赁，房屋销售代理，市场经营管理，经济信息咨询服务，企业管理，物业管理，机械设备及配件、金属材料、建筑材料、装璜材料的销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）	物业、资产管理	总资产	35,785,472.58	否
				净资产	28,053,507.97	
				净利润	1,404,275.57	
53.	运通网络科技有限公司	网络科技、计算机软件领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，电子商务（不得从事金融业务），计算机软硬件、建材、五金、钢材、木材、纸制品、纺织品、化工原料及制品（除危险化学品、监控化学品、民用爆炸物品、易制毒化学品）、机械设备（除特种设备）的销售，设计、制作、发布各类广告，自有房屋租赁，汽车经营性租赁（不含操作人员），物业管理，实业投资，企业管理咨询，物流信息咨询，从事货物及技术的进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】	网络科技、计算机软件领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，电子商务	总资产	53,086,099.63	否
				净资产	49,952,471.65	
				净利润	16.97	

2、报告期内，发行人实际控制人直接或间接控制的主要境外企业的主营业务、主要财务数据等情况如下表所示：

序号	名称	主营业务	主要财务数据 (总资产、净资产为截至 2020 年 6 月 30 日数据；净利润为 2020 年 1 月至 6 月累积数)		是否与发行人从事相同或相似业务
1.	Forchn International Pte. Ltd.	股权投资	总资产 (USD)	468,697,535.61	否
			净资产 (USD)	-4,013,069.20	
			净利润 (USD)	-1,655,114.40	
2.	Forchn Global Pte. Ltd.	股权投资	总资产 (SGD)	285,444,808.56	否
			净资产 (SGD)	43,166,435.96	
			净利润 (SGD)	8,613,663.68	
3.	Unitywealth Investment Pte. Ltd.	股权投资	总资产 (SGD)	12,815.96	否
			净资产 (SGD)	-22,011.64	
			净利润 (SGD)	-2,474.18	
4.	Forchn Asia Pacific Development Pte. Ltd.	投资控股、商业及管理咨询服务	总资产 (USD)	143,696,305.21	否
			净资产 (USD)	123,187,971.83	
			净利润 (USD)	-897,316.67	
5.	Forchn International Co., Limited	股权投资	总资产 (USD)	351,392,914.59	否
			净资产 (USD)	216,824,746.94	
			净利润 (USD)	4,947,908.70	
6.	Forchn Network Co., Limited	股权投资	总资产 (USD)	259,646,653.94	否
			净资产 (USD)	243,820,058.12	
			净利润 (USD)	73,684.07	
7.	Yuntong China Logistics Co., Limited	股权投资	总资产 (HKD)	1.00	否
			净资产 (HKD)	-72,619.00	
			净利润 (HKD)	-	
8.	Forchn International (Hong Kong) Limited	股权投资	总资产 (USD)	31,895,402.75	否
			净资产 (USD)	-54,525,875.30	
			净利润 (USD)	-10,850,089.71	
9.	Forchn International Asset Management Co., Limited	基金管理	总资产 (HKD)	2,874,050.70	否
			净资产 (HKD)	2,443,006.96	
			净利润 (HKD)	-1,142,903.98	

序号	名称	主营业务	主要财务数据 (总资产、净资产为截至 2020 年 6 月 30 日数据; 净利润为 2020 年 1 月至 6 月累积数)		是否与发行人从事相同或相似业务
10.	Yuntong City Co., Limited	股权投资	总资产 (HKD)	1.00	否
			净资产 (HKD)	-61,164.00	
			净利润 (HKD)	-	
11.	Yuntong Internet Warehouse Co., Limited	股权投资	总资产 (HKD)	1.00	否
			净资产 (HKD)	-66,604.00	
			净利润 (HKD)	-	
12.	Goldie Rose Global Limited	股权投资	总资产 (USD)	327,368,975.37	否
			净资产 (USD)	327,366,759.11	
			净利润 (USD)	-6,122,307.84	
13.	EC World Asset Management Pte. Ltd.	资产管理	总资产 (SGD)	5,328,131.28	否
			净资产 (SGD)	3,522,968.39	
			净利润 (SGD)	-90,420.31	
14.	Forchn Real Estate Fund Management Pte. Ltd.	资产管理	总资产 (USD)	1,872,179.92	否
			净资产 (USD)	602,295.03	
			净利润 (USD)	4,913.92	
15.	Rubywealth Investment Pte. Ltd.	股权投资, 资产管理	总资产 (SGD)	1.00	否
			净资产 (SGD)	-13,495.27	
			净利润 (SGD)	-	
16.	Forchn Asia Logistics Asset Pte. Ltd.	股权投资	总资产 (SGD)	23,941.54	否
			净资产 (SGD)	-4,842.96	
			净利润 (SGD)	-515.91	
17.	Forchn Asia Equity Fund Limited Partnership	物流资产投资	总资产 (SGD)	-	否
			净资产 (SGD)	-	
			净利润 (SGD)	-	
18.	Forchn Asia Logistics Real Estate Fund Pte. Ltd.	股权投资	总资产 (SGD)	25,251.53	否
			净资产 (SGD)	-661.97	
			净利润 (SGD)	-405.92	
19.	Forchn Maple Sindo Pte. Ltd.	股权投资	总资产 (SGD)	9,634,296.52	否
			净资产 (SGD)	193,356.82	
			净利润 (SGD)	204,628.32	

序号	名称	主营业务	主要财务数据 (总资产、净资产为截至 2020 年 6 月 30 日数据; 净利润为 2020 年 1 月至 6 月累积数)		是否与发行人从事相同或相似业务
20.	Forchn Bekasi Propertindo	房地产、物流设施投资	总资产 (印尼盾)	92,959,803,615.00	否
			净资产 (印尼盾)	-527,066,816.00	
			净利润 (印尼盾)	-1,442,700,262.00	
21.	Forchn International Real Estate Fund Management Pte. Ltd.	房地产基金管理	总资产 (SGD)	1.00	否
			净资产 (SGD)	-4,538.00	
			净利润 (SGD)	-617.00	
22.	Gold Starship Limited	股权投资	总资产 (USD)	1.00	否
			净资产 (USD)	-2,899.00	
			净利润 (USD)	-1,500.00	
23.	Pantheon View Limited	股权投资	总资产 (USD)	1.00	否
			净资产 (USD)	-2,899.00	
			净利润 (USD)	-1,500.00	
24.	Prosperous Creation Limited	股权投资	总资产 (USD)	1.00	否
			净资产 (USD)	-2,899.00	
			净利润 (USD)	-1,500.00	
25.	Valiant Ground Limited	股权投资	总资产 (USD)	1.00	否
			净资产 (USD)	-2,899.00	
			净利润 (USD)	-1,500.00	
26.	Perfect Magna Limited	股权投资	总资产 (HKD)	1.00	否
			净资产 (HKD)	-68,286.25	
			净利润 (HKD)	-	
27.	Forchn Danding International Trading Pte. Ltd.	未实际开展业务	总资产 (USD)	219,930.26	否
			净资产 (USD)	-230,665.68	
			净利润 (USD)	-61,394.00	
28.	Forchn International Trading Pte. Ltd.	未实际开展业务	总资产 (USD)	1,000,145.93	否
			净资产 (USD)	996,412.67	
			净利润 (USD)	-675.18	

发行人与其控股股东、实际控制人控制的其他企业之间不存在从事相同或相似业务的情形, 不存在控股股东及其关联方替发行人分摊成本、承担费用的情况, 不存在让渡商业机会的可能, 不构成同业竞争。发行人认定相关同业竞争并不简

单依据经营范围对同业竞争做出判断，不仅以经营区域、细分产品、细分市场的不同来认定不构成同业竞争。

（二）避免同业竞争承诺

为避免今后与发行人之间可能出现的同业竞争，维护公司全体股东的利益和保证公司的长期稳定发展，发行人控股股东张小泉集团，实际控制人张国标、张樟生和张新程，以及持有发行人股份总数 5%以上的股东嵘泉投资和金燕（含其母亲万志美将自身 0.99%股份表决权委托部分）分别出具了《关于避免同业竞争与利益冲突的承诺函》。

1、控股股东承诺

为避免与发行人及其控制的企业之间产生同业竞争及利益冲突，控股股东张小泉集团作出如下不可撤销承诺：

“1、本公司郑重声明，截至本承诺函签署日，本公司及本公司控制的其他企业未从事与发行人及其下属企业主营业务构成实质竞争的业务。

2、本公司将不以任何方式（包括但不限于单独经营、通过合资经营或持有另一公司或企业的股份及其他权益）直接或间接从事、参与与发行人及其下属企业经营业务构成潜在的直接或间接竞争的业务或活动（包括但不限于研制、生产和销售与发行人及其下属企业研制、生产和销售产品相同或相近似的任何产品以及以任何方式为发行人及其下属企业的竞争企业提供资金、技术、人员等方面的帮助）；保证将采取合法及有效的措施，促使本公司控制的其他企业不以任何方式直接或间接从事、参与与发行人及其下属企业的经营运作相竞争的任何业务或活动。

3、如发行人进一步拓展其业务范围，本公司及本公司控制的其他企业将不与发行人拓展后的业务相竞争；可能与发行人拓展后的业务产生竞争的，本公司及本公司控制的其他企业将按照如下方式退出与发行人的竞争：A、停止与发行人构成竞争或可能构成竞争的业务；B、将相竞争的业务纳入到发行人来经营；C、将相竞争的业务转让给无关联的第三方。

4、如本公司及本公司控制的其他企业有任何商业机会可从事、参与任何可能与发行人的经营运作构成竞争的业务或活动，则立即将上述商业机会通知发行

人，在通知中所指定的合理期间内，发行人作出愿意利用该商业机会的肯定答复的，则尽力将该商业机会给予发行人。

5、在本公司作为发行人控股股东期间，本承诺为有效之承诺。如本公司或本公司控制的其他企业违反以上承诺，与发行人产生有关同业竞争情形的，由此所得的收益归发行人。如发行人因同业竞争情形遭受损失的，本公司愿意承担由此产生的全部责任，充分赔偿或补偿由此给发行人造成的损失。发行人将有权暂扣本公司持有的发行人股份对应之应付而未付的现金分红，直至违反本承诺的事项消除。如本公司未能及时赔偿发行人因此而发生的损失或开支，发行人有权在暂扣现金分红的范围内取得该等赔偿。”

2、实际控制人承诺

为避免与发行人及其控制的企业之间产生同业竞争及利益冲突，实际控制人张国标、张樟生和张新程承诺作出如下不可撤销承诺：

“1、本人郑重声明，截至本承诺函签署日，本人及本人控制的其他企业未从事与发行人及其下属企业主营业务构成实质竞争的业务。

2、本人将不以任何方式（包括但不限于单独经营、通过合资经营或持有另一公司或企业的股份及其他权益）直接或间接从事、参与与发行人及其下属企业经营业务构成潜在的直接或间接竞争的业务或活动（包括但不限于研制、生产和销售与发行人及其下属企业研制、生产和销售产品相同或相近似的任何产品以及以任何方式为发行人及其下属企业的竞争企业提供资金、技术、人员等方面的帮助）；保证将采取合法及有效的措施，促使本人控制的其他企业不以任何方式直接或间接从事、参与与发行人及其下属企业的经营运作相竞争的任何业务或活动。

3、如发行人进一步拓展其业务范围，本人及本人控制的其他企业将不与发行人拓展后的业务相竞争；可能与发行人拓展后的业务产生竞争的，本人及本人控制的其他企业将按照如下方式退出与发行人的竞争：A、停止与发行人构成竞争或可能构成竞争的业务；B、将相竞争的业务纳入到发行人来经营；C、将相竞争的业务转让给无关联的第三方。

4、如本人及本人控制的其他企业有任何商业机会可从事、参与任何可能与发行人的经营运作构成竞争的业务或活动，则立即将上述商业机会通知发行人，

在通知中所指定的合理期间内，发行人作出愿意利用该商业机会的肯定答复的，则尽力将该商业机会给予发行人。

5、在本人作为发行人实际控制人期间，本承诺为有效之承诺。如本人或本人控制的其他企业违反以上承诺，与发行人产生有关同业竞争情形的，由此所得的收益归发行人。如发行人因同业竞争情形遭受损失的，本人愿意承担由此产生的全部责任，充分赔偿或补偿由此给发行人造成的损失。”

3、其他持股 5%以上股东承诺

为避免与发行人及其控制的企业之间产生同业竞争及利益冲突，持有张小泉股份有限公司 5%以上的股东嵘泉投资和金燕（含其母亲万志美将自身 0.99%股份表决权委托部分）作出如下不可撤销承诺：

“1、本企业/本人郑重声明，截至本承诺函签署日，本企业/本人及本企业/本人控制的其他企业未从事与发行人及其下属企业主营业务构成实质竞争的业务。

2、本企业/本人将不以任何方式（包括但不限于单独经营、通过合资经营或持有另一公司或企业的股份及其他权益）直接或间接从事、参与与发行人及其下属企业经营业务构成潜在的直接或间接竞争的业务或活动（包括但不限于研制、生产和销售与发行人及其下属企业研制、生产和销售产品相同或相近似的任何产品以及以任何方式为发行人及其下属企业的竞争企业提供资金、技术、人员等方面的帮助）；保证将采取合法及有效的措施，促使本企业/本人控制的其他企业不以任何方式直接或间接从事、参与与发行人及其下属企业的经营运作相竞争的任何业务或活动。

3、如发行人进一步拓展其业务范围，本企业/本人及本企业/本人控制的其他企业将不与发行人拓展后的业务相竞争；可能与发行人拓展后的业务产生竞争的，本企业/本人及本企业/本人控制的其他企业将按照如下方式退出与发行人的竞争：A、停止与发行人构成竞争或可能构成竞争的业务；B、将相竞争的业务纳入到发行人来经营；C、将相竞争的业务转让给无关联的第三方。

4、如本企业/本人及本企业/本人控制的其他企业有任何商业机会可从事、参与任何可能与发行人的经营运作构成竞争的业务或活动，则立即将上述商业机会

通知发行人，在通知中所指定的合理期间内，发行人作出愿意利用该商业机会的肯定答复的，则尽力将该商业机会给予发行人。

5、在本企业/本人作为发行人持股 5%以上的股东期间，本承诺为有效之承诺。如本企业/本人或本企业/本人控制的其他企业违反以上承诺，与发行人产生有关同业竞争情形的，由此所得的收益归发行人。如发行人因同业竞争情形遭受损失的，本企业/本人愿意承担由此产生的全部责任，充分赔偿或补偿由此给发行人造成的损失。发行人将有权暂扣本人持有的发行人股份对应之应付而未付的现金分红，直至违反本承诺的事项消除。如本企业/本人未能及时赔偿发行人因此而发生的损失或开支，发行人有权在暂扣现金分红的范围内取得该等赔偿。”

七、关联方、关联关系和关联交易情况

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则》等相关法律、法规及规范性文件的有关规定，截至 2020 年 6 月 30 日，公司的关联方及关联关系如下：

1、关联自然人

（1）公司实际控制人

公司实际控制人张国标、张樟生和张新程作为公司关联自然人，张国标与张樟生为兄弟关系，张国标与张新程为父子关系，张国标、张樟生和张新程通过张小泉集团、嵘泉投资、臻泉投资控制发行人 71.83%的股权。

（2）公司董事、监事、高级管理人员

公司董事、监事、高级管理人员详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”。2017 年 1 月 1 日至今曾担任过公司董事、监事、高级管理人员的均为公司的关联自然人。

（3）直接或间接控制发行人的法人的董事、监事和高级管理人员

序号	关联方名称	关联关系
1	丁成红	张小泉集团总经理
2	郝志鹏	张小泉集团监事、富泉投资监事
3	朱寅传	富春控股监事

(4) 其他关联自然人

金燕持有发行人股份 469.17 万股，占发行人股本总额的 4.01%，金燕的母亲万志美持有发行人股份 115.83 万股，占发行人股本总额的 0.99%。万志美通过授权委托的方式将其持有的发行人的股份的表决权委托给金燕行使，因此金燕可控制表决权的发行人股份总数为 585 万股，占发行人股本总额的 5%。

直接或间接持有发行人 5%以上股份的自然人股东和公司董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员，包括配偶、父母、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶，配偶的父母、兄弟姐妹，子女配偶的父母等，均为发行人的关联自然人。本公司董事、监事、高级管理人员的基本情况请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”的相关内容。

2、关联法人

(1) 公司控股股东

关于公司控股股东请详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、持有发行人 5%及以上股份的主要股东及实际控制人基本情况”之“(一) 控股股东情况”。

(2) 持有公司 5%以上股份的股东

关于持有公司 5%以上股份的股东请详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、持有发行人 5%及以上股份的主要股东及实际控制人基本情况”之“(四) 其他持有发行人 5%以上股份的股东”。

(3) 公司子公司

序号	关联方名称	关联关系
1	上海张小泉刀剪总店有限公司	一级子公司，公司持有其 100%股权
2	杭州张小泉电子商务有限公司	一级子公司，公司持有其 100%股权
3	阳江市张小泉智能制造有限公司	一级子公司，公司持有其 100%股权
4	杭州泉锐贸易有限公司	二级子公司，公司通过杭州张小泉电子商务有限公司持有其 100%股权
5	杭州泉创贸易有限公司	二级子公司，公司通过杭州张小泉电子商务有限公司持有其 100%股权

序号	关联方名称	关联关系
6	杭州泉都电子商务有限公司	二级子公司，公司通过杭州张小泉电子商务有限公司持有其 100% 股权
7	杭州泉和电子商务有限公司	二级子公司，公司通过杭州张小泉电子商务有限公司持有其 100% 股权
8	杭州泉心电子商务有限公司	二级子公司，公司通过杭州张小泉电子商务有限公司持有其 100% 股权
9	杭州张小泉文创科技有限公司	二级子公司，公司通过杭州张小泉电子商务有限公司持有其 100% 股权
10	上海张小泉刀剪制造有限公司	二级子公司，公司通过上海张小泉刀剪总店有限公司持有其 100% 股权

(4) 公司控股股东、实际控制人直接或者间接控制的其他主要企业

截至本招股说明书签署日，公司控股股东张小泉集团除持有公司 64.96% 股份外，未直接持有其他企业的股权。

除公司及前述所列相关企业以外，截至 2020 年 6 月 30 日，公司实际控制人张国标、张樟生和张新程直接或间接控制的其他主要企业情况如下：

序号	公司名称	与发行人关系
1	富春控股集团有限公司	实际控制人张国标持股 80.00%、张樟生持股 20.00%
2	上海富春投资有限公司	实际控制人控制的富春控股持股 100.00%
3	上海富春建业股权投资管理合伙企业（有限合伙）	实际控制人控制的富春投资持股 85.42%
4	杭州富春山居教育发展有限公司	实际控制人控制的富春投资持股 100.00%
5	杭州富春山居公望健康管理有限公司	实际控制人控制的富春投资持股 100.00%
6	杭州公望仁雅医疗门诊部有限公司	实际控制人控制的富春山居公望健康管理持股 100.00%
7	杭州富港供应链有限公司	实际控制人控制的富春投资持股 100.00%
8	杭州余杭崇广物流基地有限公司	实际控制人控制的富春投资持股 51.00%
9	杭州恒悦投资管理有限公司	实际控制人控制的富春投资持股 100.00%
10	杭州富阳运同电子商务有限公司	实际控制人控制的富春投资持股 100.00%
11	上海富春建业科技股份有限公司	实际控制人控制的富泉投资持股 57.74%、富春控股持股 42.26%
12	上海强军建材有限公司	实际控制人控制的富春建业持股 83.33%、富盛浙工持股 16.67%
13	上海富盛浙工建材有限公司	实际控制人控制的富春建业持股 100.00%
14	浙江杭加泽通建筑节能新材料有限公司	实际控制人控制的富春建业持股 100.00%
15	杭加（广东）建筑节能新材料有限公司	实际控制人控制的浙江杭加泽通建筑持股 100.00%

序号	公司名称	与发行人关系
16	乐山杭加节能新材料有限公司	实际控制人控制的浙江杭加泽通建筑持股 100.00%
17	安徽杭加建筑节能新材料有限公司	实际控制人控制的浙江杭加泽通建筑持股 100.00%
18	四川杭加汉驭建筑节能新材料有限公司	实际控制人控制的浙江杭加泽通建筑持股 60.00%
19	杭加（湖北）建筑节能新材料有限公司	实际控制人控制的浙江杭加泽通建筑持股 60.00%
20	广西杭加建筑节能新材料有限公司	实际控制人控制的浙江杭加泽通建筑持股 85.00%
21	杭州杭加泽通装饰工程有限公司	实际控制人控制的浙江杭加泽通建筑持股 100.00%
22	上海富春运输有限公司	实际控制人控制的富春建业持股 100.00%
23	浙江齐力建设有限公司	实际控制人控制的富春控股持股 100.00%
24	浙江网融资产管理有限公司	实际控制人控制的富春控股持股 100.00%
25	杭州富春瑞资赢通股权投资基金合伙企业（有限合伙）	实际控制人控制的富春控股持股 96.00%、富春瑞资资管持股 4.00%
26	宁波梅山保税港区信春富股权投资基金管理合伙企业（有限合伙）	实际控制人控制的富春控股持有其 99.52% 的股权、富春瑞资资管持股 0.48%
27	运通网络科技有限公司	实际控制人控制的富春控股持股 80.00%、富春投资持股 20.00%
28	网赢科技有限公司	实际控制人控制富春控股持股 100.00%
29	浙江运通电子商务有限公司	实际控制人控制的网赢科技持股 100.00%
30	上海富森置业投资有限公司	实际控制人控制的富春控股持股 60.00%、富春投资持有其 40.00%
31	运通网城资产管理有限公司	实际控制人控制的富森置业持股 85.00%、富春投资持股 15.00%
32	杭州运通网城商务秘书有限公司	实际控制人控制的运通网城资管持股 100.00%
33	杭州富泉投资有限公司	实际控制人控制的富春控股持股 100.00%
34	杭州张小泉集团有限公司	实际控制人控制的富泉投资持股 99.9981%
35	杭州富春瑞资资产管理有限公司	实际控制人控制的 Forchn Real Estate Fund Management Pte.Ltd.持股 100.00%
36	富春物流有限公司	实际控制人控制的富春瑞资资管持股 100.00%
37	网赢如意仓供应链有限公司	实际控制人控制的 Perfect Magna Limited 持股 100.00%
38	杭州如意仓电子商务有限公司	实际控制人控制的网赢如意仓持股 60.00%
39	杭州运同信息科技有限公司	实际控制人控制的网赢如意仓持股 75.85%
40	杭州富阳如意仓供应链有限公司	实际控制人控制的网赢如意仓持股 100.00%
41	海宁如意仓供应链有限公司	实际控制人控制的网赢如意仓持股 100.00%
42	天津网赢供应链有限公司	实际控制人控制的网赢如意仓持股 51.00%
43	武汉网赢供应链有限公司	实际控制人控制的网赢如意仓持股 100.00%

序号	公司名称	与发行人关系
44	金华网赢供应链有限公司	实际控制人控制的网赢如意仓持股 100.00%
45	北京金石砣创科技发展有限责任公司	实际控制人张国标持股 100.00%
46	上海仰钻实业有限公司	实际控制人张樟生持股 80.00%
47	杭州嵘泉投资合伙企业(有限合伙)	实际控制人张樟生担任执行事务合伙人。张新程持有其 49.04%的股权,张樟生持有其 0.99%的股权
48	上海富江新型建筑材料有限公司	实际控制人控制的仰钻实业持股 100.00%
49	江山网联瑞资投资合伙企业(有限合伙)	实际控制人控制的富春瑞资管担任执行事务合伙人
50	Forchn International Pte. Ltd.	实际控制人控制的富春控股持股 100.00%
51	Forchn Global Pte. Ltd.	实际控制人控制的 Forchn International Pte. Ltd.持股 100.00%
52	Unitywealth Investment Pte. Ltd.	实际控制人控制的 Forchn International Pte. Ltd.持股 100.00%
53	Forchn Asia Pacific Development Pte. Ltd.	实际控制人控制的 Forchn International Pte. Ltd.持股 100.00%
54	Forchn International Co., Limited	实际控制人控制的 Forchn Asia Pacific Development Pte.Ltd.持股 100.00%
55	Forchn Network Co., Limited	实际控制人控制的 Forchn International Co., Limited 持股 100.00%
56	Yuntong China Logistics Co., Limited	实际控制人控制的 Forchn International Co., Limited 持股 100.00%
57	Forchn International (Hong Kong) Limited	实际控制人控制的 Forchn International Co.,Limited 持股 100.00%
58	Forchn International Asset Management Co., Limited	实际控制人控制的 Forchn International (Hong Kong) Limited 持股 51.00%
59	Yuntong City Co., Limited	实际控制人控制的 Forchn International Co., Limited 持股 100.00%
60	Yuntong Internet Warehouse Co., Limited	实际控制人控制的 Forchn International Co., Limited 持股 100.00%
61	Goldie Rose Global Limited	实际控制人控制的 Forchn International Co., Limited 持股 100.00%
62	EC World Asset Management Pte. Ltd.	实际控制人控制 Forchn International Pte. Ltd. 持股 100.00%
63	Forchn Real Estate Fund Management Pte. Ltd.	实际控制人控制的 Forchn International Pte. Ltd.持股 100.00%
64	Rubywealth Investment Pte. Ltd.	实际控制人控制的 Forchn Real Estate Fund Management Pte. Ltd.持股 100.00%
65	Forchn Asia Logistics Asset Pte. Ltd.	实际控制人控制的 Forchn Real Estate Fund Management Pte. Ltd.持股 100.00%
66	Forchn Asia Equity Fund Limited Partnership	实际控制人控制的 Forchn Real Estate Fund Management Pte. Ltd.、Forchn Asia Logistics Asset Pte. Ltd.共同出资设立
67	Forchn Asia Logistics Real Estate Fund Pte. Ltd.	实际控制人控制的 Forchn Real Estate Fund Management Pte. Ltd.持股 100.00%

序号	公司名称	与发行人关系
68	Forchn Maple Sindo Pte. Ltd.	实际控制人控制的 Forchn Asia Logistics Real Estate Fund Pte. Ltd.持股 100.00%
69	Forchn Bekasi Propertindo	实际控制人控制的企业, Forchn Maple Sindo Pte. Ltd.持股 99.9%、Forchn Asia Logistics Real Estate Fund Pte. Ltd.持股 0.1%的股权
70	Forchn Danding International Trading Pte. Ltd.	实际控制人控制的 Forchn International Trading Pte. Ltd.持股 51.00%
71	Forchn International Real Estate Fund Management Pte. Ltd.	实际控制人控制的 Forchn International Pte. Ltd.持股 100.00%
72	Gold Starship Limited	实际控制人张樟生持股 100.00%
73	Pantheon View Limited	实际控制人张国标持股 100.00%
74	Prosperous Creation Limited	实际控制人控制的 Pathenon View Limited 持股 67.00%、Gold Starship Limited 持股 20.00%
75	Valiant Ground Limited	实际控制人控制的 Prosperous Creation Limited 持股 100.00%
76	Perfect Magna Limited	实际控制人控制的 Valiant Ground Limited 持股 100.00%
77	Forchn International Trading Pte. Ltd.	实际控制人控制的 Forchn International Pte. Ltd.持股 100.00%
78	富春医养服务有限公司	实际控制人控制的富春控股持股 100.00%
79	杭州富春康复医院有限公司	实际控制人控制的富春医养服务有限公司持股 100.00%
80	四川杭加坤正新型材料有限公司	实际控制人控制的杭加泽通持股 70.00%
81	福建杭加葳联建筑节能新材料有限	实际控制人控制的杭加泽通持股 70.00%

(5) 董事、监事和高级管理人员直接或间接控制或担任董事、高级管理人员的企业

公司的董事、监事和高级管理人员中,张国标、张樟生和张新程三人直接或间接控制的其他主要企业情况参见本节之“(4)公司控股股东、实际控制人直接或者间接控制的其他主要企业”;其他关于董事、监事和高级管理人员直接或间接控制或担任董事、高级管理人员的企业的情况如下:

序号	关联方名称	关联关系
张国标 (任张小泉股份董事长)		
1	杭州张小泉集团有限公司	张国标担任董事
2	北京金石砣创科技发展有限公司	张国标担任经理、执行董事
3	富春控股集团有限公司	张国标担任董事长
4	浙江齐力建设有限公司	张国标担任董事长
5	杭州富阳东方茂投资管理有限公司	张国标担任执行董事兼总经理

序号	关联方名称	关联关系
6	网营物联股份有限公司	张国标担任董事长
7	杭州网营物联控股集团有限公司	张国标担任执行董事
8	富阳复润置业有限公司	张国标担任董事长兼总经理
9	浙江东阳中国木雕文化博览城有限公司	张国标担任董事长
10	浙江网融资产管理有限公司	张国标担任董事
11	浙江富春山居健康旅游集团有限公司	张国标担任董事长
12	浙商建业有限公司	张国标担任董事长
13	上海富春建业科技股份有限公司	张国标担任董事
14	富阳富春山居休闲事业有限公司	张国标担任董事长
15	杭州富春瑞资资产管理有限公司	张国标担任董事长
16	富春医养服务有限公司	张国标担任执行董事
17	Forchn Asia Pacific Development Pte. Ltd.	张国标担任董事
18	Fuchun Resort International Co. Limited	张国标担任董事
19	Fuchun Resort healthcare Tourism Company Limited	张国标担任董事
20	Fuchun Resort Culture Development Co., Limited	张国标担任董事
21	Hong Kong Xi-Hu Developing Investment Corporation Limited	张国标担任董事
22	Pao Long Eastern Hotels Corporation	张国标担任董事
23	Forchn Real Estate Fund Management Pte.Ltd	张国标担任董事
24	Forchn International Pte. Ltd.	张国标担任董事
25	Forchn Global Pte. Ltd.	张国标担任董事
26	EC World Asset Management Pte.Ltd.	张国标担任董事
27	Pantheon View Limited	张国标担任董事
28	Prosperous Creation Limited	张国标担任董事
29	Valiant Ground Limited	张国标担任董事
30	Shiner Way Limited	张国标担任董事
张樟生（任张小泉股份董事）		
1	杭州张小泉集团有限公司	张樟生担任董事
2	富春控股集团有限公司	张樟生担任副董事长、总经理
3	杭州运通网城商务秘书有限公司	张樟生担任执行董事兼总经理
4	杭州富春山居教育发展有限公司	张樟生担任执行董事兼总经理
5	上海富江新型建筑材料有限公司	张樟生担任执行董事
6	运通网城资产管理有限公司	张樟生担任执行董事兼总经理

序号	关联方名称	关联关系
7	杭州富泉投资有限公司	张樟生担任执行董事兼总经理
8	杭州余杭崇广物流基地有限公司	张樟生担任董事
9	网赢科技有限公司	张樟生担任董事
10	网营物联股份有限公司	张樟生担任董事
11	上海富春建业科技股份有限公司	张樟生担任董事长兼总经理
12	杭州富春瑞资资产管理有限公司	张樟生担任董事
13	上海仰钻实业有限公司	张樟生担任执行董事
14	Gold Starship Limited	张樟生担任董事
张新程（任张小泉股份董事）		
1	网赢科技有限公司	张新程担任董事长
2	运通网络科技有限公司	张新程担任执行董事兼总经理
3	杭州张小泉集团有限公司	张新程担任董事长
4	上海富春投资有限公司	张新程担任执行董事兼总经理
5	上海富森置业投资有限公司	张新程担任执行董事兼总经理
6	富春物流有限公司	张新程担任执行董事
7	网营物联股份有限公司	张新程担任董事
8	富春控股集团有限公司	张新程担任董事
9	浙商建业有限公司	张新程担任董事
10	上海富春建业科技股份有限公司	张新程担任董事
11	杭州首页科技有限公司	张新程担任董事
12	杭州富春瑞资资产管理有限公司	张新程担任董事
13	Forchn Asia Pacific Development Pte. Ltd.	张新程担任董事
14	Forchn International Co., Limited	张新程担任董事
15	Forchn Network Co., Limited	张新程担任董事
16	Forchn International (Hong Kong) Limited	张新程担任董事
17	Forchn International Asset Management Co., Limited	张新程担任董事
18	Forchn Real Estate Fund Management Pte.Ltd.	张新程担任董事
19	Forchn Asia Logistics Asset Pte. Ltd.	张新程担任董事
20	Forchn Asia Logistics Real Estate Fund Pte. Ltd.	张新程担任董事
21	Forchn Maple Sindo Pte. Ltd.	张新程担任董事
22	Forchn International Pte. Ltd.	张新程担任董事
23	Perfect Magna Limited	张新程担任董事

序号	关联方名称	关联关系
24	Unitywealth Investment Pte. Ltd.	张新程担任董事
夏乾良（任张小泉股份董事、总经理）		
1	上海锦兔电子商务有限公司	夏乾良担任董事长
姚宇（任张小泉股份董事）		
1	内蒙古草原宏宝食品股份有限公司	姚宇担任董事
2	复星开心购（海南）科技有限公司	姚宇担任总经理
3	复星心选科技（中山）有限公司	姚宇担任董事长、经理
4	广州淘通科技股份有限公司	姚宇担任董事
5	上海云视科技股份有限公司	姚宇担任董事
余景选（任张小泉股份独立董事）		
1	创新医疗管理股份有限公司	余景选担任独立董事
2	巨匠建设集团股份有限公司	余景选担任独立董事
3	新翔维创科技股份有限公司	余景选担任独立董事
4	浙江丰岛食品股份有限公司	余景选担任独立董事
李元旭（任张小泉股份独立董事）		
1	雅本化学股份有限公司	李元旭担任独立董事
2	厦门紫光学大股份有限公司	李元旭担任独立董事
陈英骅（任张小泉股份独立董事）		
1	浙江金融资产交易中心股份有限公司	陈英骅担任董事会秘书
丁成红（任张小泉股份监事会主席）		
1	杭州张小泉集团有限公司	丁成红担任总经理
李迪昇（任张小泉股份监事）		
1	上海华瑞金融科技有限公司	李迪昇担任经理
2	上海科稷网络技术有限公司	李迪昇担任董事
3	黄山市黄山太平湖白鹭宾馆有限公司	李迪昇担任董事
4	北京企嘉科技有限公司	李迪昇担任董事
5	北京天大清源通信科技股份有限公司	李迪昇担任董事

（6）其他关联自然人及其关系密切的家庭成员控制或担任董事、高级管理人员的主要企业

截至本招股说明书签署日，金燕持有发行人股份 469.17 万股，占发行人股本总额的 4.01%，金燕的母亲万志美持有发行人股份 115.83 万股，占发行人股本总额的 0.99%。万志美通过授权委托的方式将其持有的发行人的股份的表决权委

托给金燕行使，因此金燕控制表决权的发行人股份总数为 585 万股，占发行人股本总额的 5%。金燕及其关系密切的家庭成员控制或者担任董事、高级管理人员的其他企业如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	道江咨询（北京）有限公司	金燕任执行董事兼总经理并持股 60%
2	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司	金燕的配偶任威伦控制的公司。金燕任董事、董事会秘书、财务总监；任威伦任董事长兼总经理
3	扬州扬杰电子科技股份有限公司	金燕父亲金志国任独立董事
4	数位港湾科技（北京）有限公司	金燕配偶任威伦任执行董事并持股 51%
5	四川泰合鼎川物联科技有限公司	金燕配偶任威伦任执行董事
6	北京传承动力文化发展有限公司	金燕配偶任威伦任董事
7	成都微酿元素科技有限公司	金燕配偶任威伦任董事
8	北京泰合景逸投资中心（有限合伙）	金燕配偶任威伦任执行事务合伙人
9	天津泰合鼎川物联科技有限公司	金燕配偶任威伦控制的公司

（7）发行人董事、监事、高级管理人员的近亲属或关系密切人员对外控制或担任董事、高级管理人员的主要企业

序号	关联方名称	关联关系
1	上海余鸿实业发展有限公司	董事长张国标配偶的兄弟王国品担任执行董事兼总经理并持股 51%
2	上海本图实业有限公司	董事长张国标配偶的兄弟王国其担任执行董事兼经理并持股 70%
3	上海赫拉美容有限公司	董事张樟生配偶的母亲郭国英担任执行董事兼总经理并持股 100%
4	上海中梧投资管理有限公司	董事兼总经理夏乾良的母亲马金秀担任执行董事并持股 30%
5	浙江中鼎开创投资管理有限公司	财务总监王现余的配偶温春连担任董事
6	杭州伽丽教育科技有限公司	财务总监王现余的配偶温春连担任经理
7	宁波鼎纪投资管理有限公司	财务总监王现余的配偶温春连担任经理
8	富阳佳鑫汽车配件有限公司	董事长张国标的妹妹张木兰持股 70%
9	杭州公望仁雅医疗门诊部有限公司	董事长张国标的妹妹张木兰担任执行董事兼总经理
10	上海伟脉品牌设计有限公司	董事长张国标的女儿张新夏持股 100%
11	Yuntong China Logistics Co., Limited	董事长张国标的配偶王国利担任董事
12	Yuntong Internet Warehouse Co., Limited	董事长张国标的配偶王国利担任董事
13	Gongwang Unity Investment Co. Limited	董事长张国标的配偶王国利担任董事

序号	关联方名称	关联关系
14	Singapore Fortune Investment Pte.Ltd..	董事长张国标的配偶王国利担任董事并持股 100%
15	上海维仕酒吧有限公司	董事张新程的配偶龚珏担任执行董事兼总经理
16	达孜垚鑫投资管理有限公司	董事张新程的配偶龚珏持股 60%，龚珏的父亲龚晓峰持股 40% 并担任执行董事
17	达孜丰德投资管理中心（有限合伙）	董事张新程配偶龚珏的父亲龚晓峰出资 95%
18	成都大公博创信息技术有限公司	董事张新程配偶龚珏的母亲夏丽华和父亲龚晓峰控制的西藏融德持股 87.50%，龚珏的父亲龚晓峰担任执行董事兼总经理
19	山东大公航信通讯技术有限公司	董事张新程配偶龚珏的父亲龚晓峰和母亲夏丽华控制的成都大公博创信息技术有限公司持股 51%
20	西藏融德投资管理有限公司	董事张新程配偶的母亲夏丽华担任执行董事兼总经理并持股 70%，董事张新程配偶的父亲龚晓峰持股 30%
21	四川华日佳悦生态农业科技有限公司	董事张新程配偶的母亲夏丽华持股 60.01%
22	陕西瑞普泰华实业有限公司[注 1]	董事长张国标的女儿张新夏的配偶孟裕凯担任执行董事兼总经理并持股 80%
23	陕西葆唐置业有限公司[注 2]	董事长张国标的女儿张新夏的配偶孟裕凯担任执行董事兼总经理并持股 51%

注 1：该主体对外控制的公司也为发行人的关联方

注 2：陕西葆唐置业有限公司已于 2020 年 6 月 29 日被吊销

(8) 其他主要关联方

根据实质重于形式的原则认定的其他与公司有特殊关系的自然人、法人或其他企业如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	上海工曼实业有限公司	实际控制人张国标关系密切的自然人张东明控制的企业；张东明担任执行董事兼总经理
2	杭州加气新型建材有限公司	现为上海工曼实业有限公司的全资子公司，报告期内曾为实际控制人控制的上海富春建业科技股份有限公司持股 75.08% 的控股子公司，富春建业已于 2018 年 9 月 17 日退出持股
3	杭州富阳杭加新型建材有限公司	杭州加气新型建材有限公司的全资子公司。实际控制人张国标关系密切的自然人张东明控制的公司；张东明担任执行董事兼总经理
4	上海会泽实业有限公司	实际控制人张国标关系密切的自然人王阳明控制的企业；王阳明担任执行董事兼总经理
5	杭州富春山居文化创意有限公司	实际控制人控制的 Forchn International Co. Limited 的重要参股企业，报告期内公司实际控制人张樟生曾担任执行董事兼总经理
6	杭州网城物业服务有限公司	实际控制人张国标配偶的兄弟王国其担任监事并持股 49.00%

序号	关联方名称	关联关系
7	EC World REIT	实际控制人控制的 Forchn Global Pte. Ltd.控股的房地产投资信托基金
8	浙江富洲电子商务有限公司	EC World REIT 的控股子公司

注：其中 EC World REIT 为在新加坡上市的房地产投资信托基金（交易代码：BWCUSI），该上市主体对外投资包括境外和境内的多家公司，除上表中已列示的浙江富洲电子商务，其余公司也均为发行人的关联方。

（9）报告期内关联方的变化情况

报告期内，与公司解除关联关系或已注销的主要关联方如下：

序号	关联方名称	关联关系	报告期内与发行人及发行人的客户、供应商是否存在业务或资金往来	是否存在为发行人承担成本、费用或输送利益等情形
1	义乌市张小泉五金有限公司	报告期内曾为控股股东张小泉集团的全资子公司，该公司已于2017年8月17日注销	是，与张小泉实业存在正常业务和资金往来	否
2	上海兴泉实业有限公司	报告期内曾为实际控制人控制的富泉投资的全资子公司，该公司已于2018年5月10日注销	是，与张小泉实业存在正常业务和资金往来	否
3	上海富华商业投资发展有限公司	报告期内公司实际控制人张国标曾担任董事，该公司已于2019年11月1日注销	否	否
4	上海浙业投资有限公司	报告期内公司实际控制人张国标曾担任董事、张新程曾担任董事，该公司已于2017年12月1日注销	否	否
5	杭州利坤投资发展有限公司	报告期内公司实际控制人张国标曾担任其董事，已卸任	否	否
6	上海绿地能源集团实业发展有限公司	报告期内公司实际控制人张国标曾担任其董事，已卸任	否	否
7	浙业（杭州）科技有限公司	报告期内公司实际控制人张国标、张新程曾担任董事，该公司已于2018年6月19日注销	否	否
8	上海益民电子商务有限公司	报告期内公司实际控制人张国标曾担任董事，该公司已于2019年10月22日注销	否	否
9	浙江景林投资管理有限公司	实际控制人曾经控制的公司。报告期内公司实际控制人张新程曾担任执行董事兼总经理，该公司已于2017年5月22日注销	否	否
10	蜂巢置业有限公司	实际控制人曾经控制的公司。报告期内公司实际控制人张新程曾担任执行董事兼总经理，该公司已于2017年6月9日注销	否	否

序号	关联方名称	关联关系	报告期内与发行人及发行人的客户、供应商是否存在业务或资金往来	是否存在为发行人承担成本、费用或输送利益等情形
11	创富春天电子商务有限公司	实际控制人曾经控制的公司。报告期内公司实际控制人张新程曾担任董事长、张樟生曾担任董事，该公司已于2018年6月12日注销	否	否
12	上海蝙蝠股权投资管理有限公司	报告期内公司实际控制人张新程曾控制并担任其执行董事的公司，已卸任	否	否
13	淳安县九辙实业有限公司	报告期内曾为董事副总经理兼任董事会秘书汪永建控制的公司，该公司已于2018年9月12日注销	否	否
14	淳安县景川实业有限公司	报告期内曾为董事副总经理兼任董事会秘书汪永建控制的公司，该公司已于2018年9月12日注销	否	否
15	杭州智望实业有限公司	报告期内发行人董事汪永建曾持股并担任其经理，已卸任	否	否
16	上海即富信息技术服务有限公司	发行人前董事白涛曾担任其董事，已卸任	否	否
17	韵达控股股份有限公司	发行人前董事白涛曾担任其董事，已卸任	否	否
18	亚普汽车部件股份有限公司	报告期内发行人独立董事李元旭曾担任其独立董事，已卸任	否	否
19	上海昊海生物科技股份有限公司	报告期内发行人独立董事李元旭曾担任其独立董事，已卸任	否	否
20	宝信国际融资租赁有限公司	报告期内发行人监事李迪昇曾担任其董事，已卸任	否	否
21	北京鸥桥世纪科技有限公司	报告期内发行人监事李迪昇曾担任其董事，已卸任	否	否
22	北京中数智汇科技股份有限公司	报告期内发行人监事李迪昇曾担任其董事，已卸任	否	否
23	上海国卿企业管理咨询有限公司	报告期内发行人监事李迪昇曾担任其董事，已卸任	否	否
24	杭州泽通模具有限公司	浙江杭加泽通建筑节能新材料有限公司将原持有杭州泽通模具有限公司70%股权转让给杭州晟诚建筑科技有限公司，该转让已于2020年5月6日完成工商变更登记手续，	是[注1]	否
25	九阳股份有限公司	报告期内金燕的父亲曾担任其董事兼总经理，已卸任	否[注2]	否
26	新华都购物广场股份有限公司	报告期内金燕的父亲曾担任其董事兼总经理，已卸任	否[注2]	否

序号	关联方名称	关联关系	报告期内与发行人及发行人的客户、供应商是否存在业务或资金往来	是否存在为发行人承担成本、费用或输送利益等情形
27	丰收日(集团)股份有限公司	发行人前董事白涛担任董事	否	否
28	复星创富(江苏)投资管理有限公司	发行人前董事白涛担任董事	否	否
29	上海复星创富投资管理股份有限公司	发行人前董事白涛担任董事	否	否
30	广州市玄武无线科技股份有限公司	发行人前董事白涛担任董事	否	否
31	深圳市玮言服饰股份有限公司	发行人前董事白涛担任董事	否	否
32	上海复星惟实投资管理有限公司	发行人前董事白涛担任董事	否	否
33	北京海鑫科金高科技股份有限公司	发行人前董事白涛担任董事	否	否
34	上海可空企业管理中心	发行人前董事白涛控制的企业, 持股 100%	否	否
35	上海铂玉投资管理中心	发行人前董事白涛控制的企业, 持股 100%	否	否

注 1: 张小泉股份与杭州泽通模具有限公司均向杭州贝斯特气体有限公司采购特种焊接气体。张小泉股份采购特种气体用于服装剪脚柄的焊接; 泽通模具采购特种气体用于钢结构件间焊接。特种焊接气体涉及管道铺设, 有供应半径限制, 而贝斯特为该产品在富阳地区最大的供应商之一, 张小泉与泽通模具均位于富阳地区, 故共同向其采购气体并产生资金往来具有商业合理性, 属于企业间正常的商业往来

注 2: 2020 年 4 月 28 日起, 金燕的父亲金志国不再担任九阳股份有限公司董事; 2020 年 6 月 24 日起, 金志国不再担任新华都购物广场股份有限公司董事兼总经理

注 3: 2020 年 12 月 15 日, 董事白涛因个人原因, 辞去董事职务。因此其担任董事、监事及高级管理人员的公司及其控制的企业均已与公司解除关联关系。

报告期内与公司解除关联关系或已注销的主要关联方中, 义乌市张小泉五金有限公司报告期内曾为控股股东张小泉集团的全资子公司, 该公司已于 2017 年 8 月 17 日注销, 上海兴泉实业有限公司报告期内曾为实际控制人控制的富泉投资的全资子公司, 该公司已于 2018 年 5 月 10 日注销。报告期内, 义乌市张小泉五金有限公司和上海兴泉实业有限公司与公司存在采购及销售等正常业务和资金往来, 双方发生交易的背景符合商业逻辑。其余报告期内与公司解除关联关系或已注销的主要关联方报告期内与公司不存在业务或资金往来。

报告期内与公司解除关联关系或已注销的主要关联方不存在为公司承担成本、费用或输送利益等情形。

1) 注销关联方的注销原因以及注销合法性

报告期内发行人注销关联方的注销原因以及注销合法性等相关情况如下：

公司名称	注销原因	报告期内持股、存续期间是否存在违法违规事项	相关资产、债务处置、人员安置的情况
义乌市张小泉五金有限公司	不再经营业务，股东决定解散，清算后注销	否	注销前无员工，资产债务清算后分配
上海兴泉实业有限公司	不再经营业务，股东决定解散，清算后注销	否	注销前无员工，资产债务清算后分配
上海富华商业投资发展有限公司	不再经营业务，股东会决议解散，清算后注销	否	资产债务清算后分配，人员解聘并支付补偿金
上海浙业投资有限公司	设立后未实际开展业务，股东决定解散后注销	否	注销时无相关资产、债务及人员
浙江景林投资管理有限公司	设立后未实际开展业务，股东会决议解散后注销	否	注销时无相关资产、债务及人员
蜂巢置业有限公司	设立后未实际开展业务，股东会决议解散后注销	否	注销时无相关资产、债务及人员
创富春天电子商务有限公司	设立后未实际开展业务，股东会决议解散后注销	否	注销时无相关资产、债务及人员
浙业（杭州）科技有限公司	设立后未实际开展业务，股东决定解散后注销	否	注销时无相关资产、债务及人员
上海益民电子商务有限公司	不再经营业务，股东会决议解散后注销	否	资产债务清算后分配，不涉及人员遣散安置
淳安县九辙实业有限公司	设立后未实际开展业务，股东会决议解散后注销	否	注销时无相关资产、债务及人员
淳安县景川实业有限公司	设立后未实际开展业务，股东会决议解散后注销	否	注销时无相关资产、债务及人员

2) 注销关联方的主营业务及主要财务数据

报告期内发行人注销关联方的主营业务、主要财务数据以及与发行人客户供应商或发行人本身存在资金往来等情况如下：

公司名称	注销前主营业务	注销前主要财务数据 (元)		报告期内持股、存续期间关联方与发行人及发行人的客户、供应商是否存在业务或资金往来	是否存在为发行人承担成本、费用或输送利益等情形
		总资产(截至 2017.5)			
义乌市张小泉	2016 年前经营刀剪	总资产(截至 2017.5)	2,227,831.21	与张小泉实业	否

公司名称	注销前主营业务	注销前主要财务数据 (元)		报告期内持股、 存续期间关联方 与发行人及 发行人的客户、 供应商是否存 在业务或资金 往来	是否存在为 发行人承担 成本、费用 或输送利益 等情形
		净资产 (截至 2017.5)	-895,539.57		
五金有限公司	销售业务, 注销前已 不再经营业务	净利润 (2017 年 1-5 月)	-12,493.51	存在交易, 系正 常业务往来	
上海兴泉实业 有限公司	2012 年以前经营刀 剪销售业务, 注销前 已不再经营业务	总资产 (截至 2018.3)	699,724.45	与张小泉实业 和上海张小泉 制造存在交易, 系正常业务往 来	否
		净资产 (截至 2018.3)	639,113.47		
		净利润 (2018 年 1-3 月)	-160,272.46		
上海富华商业 投资发展有限 公司	房屋租赁	总资产 (截至 2018.12)	11,093,813.89	否	否
		净资产 (截至 2018.12)	4,651,997.86		
		净利润 (2018 年 1-12 月)	-241,368.53		
上海浙业投资 有限公司	未实际开展业务	/		否	否
浙江景林投资 管理有限公司	未实际开展业务	/		否	否
蜂巢置业有限 公司	未实际开展业务	/		否	否
创富春天电子 商务有限公司	未实际开展业务	/		否	否
浙业 (杭州) 科技有限公司	未实际开展业务	/		否	否
上海益民电子 商务有限公司	床上四件套等家纺 类产品的电商销售 业务	总资产 (截至 2019.6)	1,886,414.68	否	否
		净资产 (截至 2019.6)	1,878,638.36		
		净利润 (截至 2019.6)	-3,326.14		
淳安县九辙实 业有限公司	未实际开展业务	/		否	否
淳安县景川实 业有限公司	未实际开展业务	/		否	否

(二) 报告期内关联交易情况

1、经常性关联交易

(1) 向关联方采购商品和接受劳务的关联交易

单位：万元

关联方	关联交易内容	2020年 1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
杭州张小泉集团有限公司	刀具、剪具	-	-	-	16.57
上海伟脉品牌设计有限公司	刀具、剪具	-	-	-	1.12
杭州富阳运同电子商务有限公司	仓储物流费用	-	-	-	75.81
杭州富阳如意仓供应链有限公司	仓储物流费用	-	-	-	493.53
网赢如意仓供应链有限公司	系统使用费、服务费	-	2.09	8.11	-
杭州张小泉集团有限公司	食堂服务费	10.93	23.40	23.40	-
杭州网城物业服务集团有限公司富阳分公司[注 1]	物业服务费	-	-	0.90	-
杭州公望仁雅医疗门诊部有限公司	体检服务费	-	14.54	1.75	7.84
浙江富春山居健康旅游集团有限公司	福利费	-	3.74	-	-
富阳复润置业有限公司东方茂开元名都大酒店[注 2]	酒店住宿费、节日礼品	3.17	8.79	23.41	23.78
富阳富春山居休闲事业有限公司	茶叶费	-	1.49	-	-
杭州网城物业服务集团有限公司余杭分公司[注 3]	水电费	1.82	5.60	2.42	-
杭州富阳东方茂投资管理有限公司	场地使用费	-	-	-	0.63
合 计		15.92	59.65	60.00	619.28

注 1：杭州网城物业服务集团有限公司富阳分公司为杭州网城物业服务集团有限公司之分公司，杭州网城物业服务集团有限公司为发行人关联方

注 2：富阳复润置业东方茂开元名都大酒店为富阳复润置业有限公司之分公司，富阳复润置业有限公司为发行人关联方

注 3：杭州网城物业服务集团有限公司余杭分公司为杭州网城物业服务集团有限公司之分公司，杭州网城物业服务集团有限公司为发行人关联方

报告期内，发行人向关联方采购商品、接受劳务金额占同期营业成本比重如下：

单位：万元

项目	2020年 1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
刀具剪具	-	-	-	-	-	-	17.69	0.08%

仓储物流	-	-	-	-	-	-	569.34	2.61%
系统使用费、各类服务费	10.93	0.07%	40.03	0.14%	34.16	0.13%	7.84	0.04%
酒店住宿费、场地使用费、节日礼品、茶叶费、福利费等	3.17	0.02%	14.02	0.05%	23.41	0.09%	24.41	0.11%
水电费	1.82	0.01%	5.60	0.02%	2.42	0.01%	-	-
合计	15.92	0.10%	59.65	0.21%	60.00	0.23%	619.28	2.83%

报告期内，发行人向关联方采购商品和接受劳务的金额占同期营业成本的比例分别为 2.83%、0.23%、0.21%和 0.10%，2018 年起发行人开始停止向关联方杭州富阳运同电子商务有限公司和杭州富阳如意仓供应链有限公司采购仓储物流服务，改由发行人向无关联第三方采购服务，发行人向关联方的关联采购金额大幅减少，交易金额呈下降趋势，占各期营业成本的比重逐年下降。

报告期内，各类关联采购占比及价格公允性情况如下：

①向关联方采购刀具、剪具等

报告期内，发行人向关联方采购刀具、剪具占同期营业成本比重如下：

单位：万元

关联方	采购内容	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
张小泉集团	刀具、剪具	-	-	-	-	-	-	16.57	0.08%
上海伟脉品牌设计有限公司	刀具、剪具	-	-	-	-	-	-	1.12	-
合计		-	-	-	-	-	-	17.69	0.08%

由于张小泉集团和上海伟脉品牌设计有限公司均有刀剪类产品的库存，2017年11月前，发行人根据客户的需求向张小泉集团和上海伟脉品牌设计有限公司采购其刀剪等库存产品后销售给客户，因此，存在发行人向上述两家公司采购的关联交易。由于采购的商品库存时间较长，其中部分库存商品涉及二次加工后才能对外销售，采购价格根据账面单位成本确定，产品定价具备合理性。2017年11月后，为进一步规范关联交易，发行人未再向关联方采购刀具、剪具等，关

联方对所有库存商品均做报废处理。

②向关联方采购仓储、物流服务

报告期内，发行人向关联方采购仓储、物流服务占同期营业成本比重如下：

单位：万元

关联方	采购内容	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
杭州富阳运同电子商务有限公司	仓储物流	-	-	-	-	-	-	75.81	0.35%
杭州富阳如意仓供应链有限公司	仓储物流	-	-	-	-	-	-	493.53	2.26%
合计		-	-	-	-	-	-	569.34	2.61%

杭州富阳运同电子商务有限公司和杭州富阳如意仓供应链有限公司系关联方，2017年3月开始，杭州富阳运同电子商务有限公司将其为发行人提供的仓储物流业务全部转移至杭州富阳如意仓供应链有限公司。发行人通过关联方采购的仓储物流服务主要分为对仓储作业服务（含仓储和包材服务）及快递物流服务。

其中，仓储作业服务又分为传统大件商品的B2B仓储作业服务以及电商业务的B2C小件包裹电商仓储作业服务。根据不同客户货物的重量、材质、包装方式等要求不同，作业服务费单价亦有所不同。经统计，关联方2017年度在同一仓库项目共有32家仓储物流服务客户，非关联第三方客户30家，非关联方单个包裹作业服务费平均单价为2.53元，发行人支付的单个包裹作业服务费平均单价为2.69元，价格较为接近。仓储费和包材费均按照与其他非关联方统一的收费标准收费。物流服务费根据运输物品材质、运输要求、目的地、运输量及选择的快递公司不同，按照与非关联方统一的收费标准收费。综上，发行人向关联方采购仓储、物流服务价格具备公允性。

③向关联方支付系统服务费、各类其他服务费

报告期内，发行人向关联方采购系统使用、各类其他服务占同期营业成本比重如下：

单位：万元

关联方	采购内容	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
网赢如意仓供应链有限公司	系统使用费、服务费	-	-	2.09	0.01%	8.11	0.03%	-	-
张小泉集团	食堂服务费	10.93	0.07%	23.40	0.08%	23.40	0.09%	-	-
杭州网城物业服务有限公司富阳分公司	物业服务费	-	-	-	-	0.90	-	-	-
杭州公望仁雅医疗门诊部有限公司	体检服务费	-	-	14.54	0.05%	1.75	0.01%	7.84	0.04%
合计		10.93	0.07%	40.03	0.14%	34.16	0.13%	7.84	0.04%

系统使用费、服务费系发行人以 0.1 元/单付费使用网赢如意仓供应链有限公司的“HWMS1.0 仓储软件”用于管理订单入库和出库。2019 年 1 月，发行人通过招标的方式确定向无关联第三方北京掌上先机网络科技有限公司采购仓储软件服务，服务费为 0.08 元/单。发行人向网赢如意仓供应链有限公司采购系统使用服务的交易价格与发行人通过招投标方式确定的无关联第三方市场交易价格相近，因此，发行人向关联方采购系统使用服务价格具备公允性。

食堂服务费系发行人与张小泉集团签订服务协议，因食堂由张小泉集团运营管理，发行人员工在食堂就餐向张小泉集团支付服务费。该价格根据张小泉集团运营食堂成本及发行人拟在食堂就餐人数按比例结算，交易价格合理。

发行人承租位于杭州富阳区东洲街道明星路 9 号的房屋用作员工宿舍，杭州网城物业服务有限公司富阳分公司负责为该宿舍所在物业提供物业服务，发行人向杭州网城物业服务有限公司富阳分公司支付物业服务费。该价格依据杭州网城物业服务有限公司富阳分公司对该物业统一收取的物业费标准确定，与杭州网城物业服务有限公司富阳分公司向其他使用该物业的第三方收取的物业费标准一致，具备公允性。

发行人安排员工在杭州公望仁雅医疗门诊部有限公司进行体检，体检服务费按照杭州公望仁雅医疗门诊部有限公司对外统一的体检服务费标准确定，与杭州公望仁雅医疗门诊部有限公司向其他第三方提供体检服务收取的体检服务费标准一致，具备公允性。

④向关联方支付酒店住宿费、场地使用费、茶叶费，采购节日礼品等福利

报告期内，发行人向关联方支付酒店住宿费、场地使用费、茶叶费、节日礼品等福利费占同期营业成本比重如下：

单位：万元

关联方	采购内容	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
浙江富春山居健康旅游集团有限公司	福利费	-	-	3.74	0.01%	-	-	-	-
富阳复润置业东方茂开元名都大酒店	酒店住宿费、节日礼品	3.17	0.02%	8.79	0.03%	23.41	0.09%	23.78	0.11%
富阳富春山居休闲事业有限公司	茶叶费	-	-	1.49	0.01%	-	-	-	-
杭州富阳东方茂投资管理有限公司	场地使用费	-	-	-	-	-	-	0.63	-
合计		3.17	0.02%	14.02	0.05%	23.41	0.09%	24.41	0.11%

发行人向浙江富春山居健康旅游集团有限公司购买月饼、粽子等作为员工福利，浙江富春山居健康旅游集团有限公司参考市场价格，针对富春控股及其下属子公司制定了统一的销售价格标准。2019年向浙江富春山居健康旅游集团有限公司采购员工福利的价格与其销售给其他富春控股关联方的价格一致，交易价格合理。

发行人的员工或客户在富阳复润置业有限公司东方茂开元名都大酒店入住发生酒店住宿费用，根据不同房型确定不同价格，房间价格与酒店对外提供的常住客户销售价格一致，交易价格合理。

发行人向富阳富春山居休闲事业有限公司购买茶叶，富阳富春山居休闲事业有限公司根据市场行情，针对富春控股及其下属子公司制定了统一的销售价格标准。2019年向富阳富春山居休闲事业有限公司采购茶叶的价格与其销售给其他富春控股关联方的价格一致，交易价格合理。

发行人向杭州富阳东方茂投资管理有限公司租用场地开展“双十一”购物节线下活动，双方约定按照销售额的20%支付场地使用费，与杭州富阳东方茂投资管理有限公司交易价格合理。

⑤向关联方支付水电费

报告期内，发行人向关联方支付水电费情况如下：

单位：万元

关联方	采购内容	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
杭州网城物业服务 有限公司余杭分 公司	水电费	1.82	0.01%	5.60	0.02%	2.42	0.01%	-	-
合计		1.82	0.01%	5.60	0.02%	2.42	0.01%	-	-

发行人租赁位于杭州市余杭区崇贤街道运河路5-2号（运通电商园）的房屋用于办公，发行人向园区物业服务商杭州网城物业服务有限公司余杭分公司采购水电费，采购价格均按照园区统一标准，交易价格公允。

(2) 向关联方出售商品和提供劳务的关联交易

单位：万元

关联方	关联交易内容	2020年 1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
杭州富春山居文化 创意有限公司	刀具、剪具	69.75	28.57	-	-
浙江富春山居健康 旅游集团有限公司	刀具、剪具	-	10.49	0.01	1.49
富春控股集团有限公司	刀具、剪具	-	5.52	9.14	32.71
富阳富春山居休闲 事业有限公司	刀具、剪具	-	1.35	-	-
富阳复润置业有限 公司东方茂开元名 都大酒店	刀具、剪具	-	0.36	0.07	4.33
杭州富阳东方茂投 资管理有限公司	刀具、剪具	-	0.24	0.22	-
杭州富阳杭加新型 建材有限公司	刀具、剪具	-	0.68	1.19	5.30
运通网城资产管理 有限公司	刀具、剪具	-	0.03	0.31	0.00
杭州富阳运同电子 商务有限公司	刀具、剪具	-	-	-	150.14
杭州张小泉集团有 限公司	刀具、剪具	-	-	-	21.53
网赢如意仓供应链 有限公司	刀具、剪具	1.99	0.44	0.42	1.25
杭州富港供应链有	刀具、剪具	0.32	8.60	2.07	1.68

关联方	关联交易内容	2020年 1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
限公司					
上海富盛浙工建材有限公司	刀具、剪具	0.49	6.44	1.26	0.61
杭州恒悦投资管理有限公司	刀具、剪具	-	-	-	0.17
杭州公望仁雅医疗门诊部有限公司	刀具、剪具	-	-	0.30	0.10
浙江杭加泽通建筑节能新材料有限公司	刀具、剪具	0.50	4.14	4.91	-
杭州泽通模具有限公司	刀具、剪具	-	0.61	0.80	-
杭州网营物联控股集团有限公司	刀具、剪具	-	4.28	0.35	-
杭加（广东）建筑节能新材料有限公司	刀具、剪具	0.40	0.20	-	-
杭加（湖北）建筑节能新材料有限公司	刀具、剪具	-	1.41	-	-
杭州富春山居公望健康管理有限公司	刀具、剪具	-	-	-	0.22
王现余	刀具、剪具	-	-	0.21	0.01
甘述林	刀具、剪具	-	-	0.19	0.46
汪永建	刀具、剪具	-	-	-	0.07
杭州富阳如意仓供应链有限公司	电费、服务费	6.62	13.26	24.38	46.08
杭州网城物业服务有限公司富阳分公司	电费	-	-	48.20	-
浙江富洲电子商务有限公司	水电费	-	-	-	7.88
杭州富阳运同电子商务有限公司	水电费、服务费	-	-	-	14.03
四川杭加汉驭建筑节能新材料有限公司	刀具、剪具	0.30	-	-	-
武汉网赢供应链有限公司	刀具、剪具	0.06	-	-	-
合计		80.44	86.65	94.03	288.06

报告期内，发行人向关联方出售商品、提供劳务金额占同期营业收入比重如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
刀具、剪具	73.82	0.29%	73.39	0.15%	21.45	0.05%	220.07	0.64%
水电费、服务费	6.62	0.03%	13.26	0.03%	72.58	0.18%	68.00	0.20%
合计	80.44	0.32%	86.65	0.18%	94.03	0.23%	288.06	0.84%

报告期内，发行人向关联方出售商品和提供劳务的金额占营业收入的比例较低，分别为0.84%、0.23%、0.18%和0.32%，对公司经营业绩影响很小。

报告期内，各类关联销售占比及价格公允性情况如下：

①向关联方销售刀具、剪具

报告期内，发行人向关联方销售刀具、剪具等占同期营业收入比重如下：

单位：万元

关联方	销售内容	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
杭州富春山居文化创意有限公司	刀具、剪具	69.75	0.28%	28.57	0.06%	-	-	-	-
浙江富春山居健康旅游集团有限公司	刀具、剪具	-	-	10.49	0.02%	0.01	-	1.49	-
富春控股	刀具、剪具	-	-	5.52	0.01%	9.14	0.02%	32.71	0.10%
富阳富春山居休闲事业有限公司	刀具、剪具	-	-	1.35	-	-	-	-	-
富阳复润置业有限公司 东方茂开元名都大酒店	刀具、剪具	-	-	0.36	-	0.07	-	4.33	0.01%
杭州富阳东方茂投资管理有限公司	刀具、剪具	-	-	0.24	-	0.22	-	-	-
杭州富阳杭加新型建材有限公司	刀具、剪具	-	-	0.68	-	1.19	-	5.30	0.02%
运通网城资产管理有限公司	刀具、剪具	-	-	0.03	-	0.31	-	-	-
杭州富阳运同电子商务	刀具、剪具	-	-	-	-	-	-	150.14	0.44%

关联方	销售内容	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
有限公司									
张小泉集团	刀具、剪具	-	-	-	-	-	-	21.53	0.06%
网赢如意仓供应链有限公司	刀具、剪具	1.99	0.01%	0.44	-	0.42	-	1.25	-
杭州富港供应链有限公司	刀具、剪具	0.32	-	8.60	0.02%	2.07	0.01%	1.68	-
上海富盛浙工建材有限公司	刀具、剪具	0.49	-	6.44	0.01%	1.26	-	0.61	-
杭州恒悦投资管理有限公司	刀具、剪具	-	-	-	-	-	-	0.17	-
杭州公望仁雅医疗门诊部有限公司	刀具、剪具	-	-	-	-	0.30	-	0.10	-
浙江杭加泽通建筑节能新材料有限公司	刀具、剪具	0.50	-	4.14	0.01%	4.91	0.01%	-	-
杭州泽通模具有限公司	刀具、剪具	-	-	0.61	-	0.80	-	-	-
杭州网营物联控股集团有限公司	刀具、剪具	-	-	4.28	0.01%	0.35	-	-	-
杭加(广东)建筑节能新材料有限公司	刀具、剪具	0.40	-	0.20	-	-	-	-	-
杭加(湖北)建筑节能新材料有限公司	刀具、剪具	-	-	1.41	-	-	-	-	-
杭州富春山居公望健康管理有限公司	刀具、剪具	-	-	-	-	-	-	0.22	-
王现余	刀具、剪具	-	-	-	-	0.21	-	0.01	-
甘述林	刀具、剪具	-	-	-	-	0.19	-	0.46	-
汪永建	刀具、剪具	-	-	-	-	-	-	0.07	-
四川杭加汉	刀具、	0.30	-	-	-	-	-	-	-

关联方	销售内容	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
驭建筑节能新材料有限公司	剪具								
武汉网赢供应链有限公司	刀具、剪具	0.06	-	-	-	-	-	-	-
合计		73.82	0.29%	73.39	0.15%	21.45	0.05%	220.07	0.64%

发行人品牌作为中国驰名商标、中华老字号，其产品具有较高的市场知名度，因此获得关联方的认可，报告期内关联方采购刀剪产品作为日常使用或礼品。发行人向关联方销售刀剪产品价格均参考发行人向经销商出售同类产品的价格确定，交易价格公允。

②向关联方销售水电

报告期内，发行人向关联方提供水电和服务的情况如下：

单位：万元

关联方	销售内容	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
杭州富阳如意仓供应链有限公司	电费、服务费	6.62	0.03%	13.26	0.03%	24.38	0.06%	46.08	0.14%
杭州网城物业服务集团有限公司富阳分公司	电费	-	-	-	-	48.20	0.12%	-	-
浙江富洲电子商务有限公司	水电费	-	-	-	-	-	-	7.88	0.02%
杭州富阳运同电子商务有限公司	水电费、服务费	-	-	-	-	-	-	14.03	0.04%
合计		6.62	0.03%	13.26	0.03%	72.58	0.18%	68.00	0.20%

杭州富阳运同电子商务有限公司和浙江富洲电子商务有限公司所在地与发行人相邻，因外部供电、供水线路的市政规划原因，2017年需要通过发行人向电力公司和自来水公司采购后再向其供应。供电、供水数量按照两家公司实际用电、用水数结算。2017年10月起，发行人不再与上述两家公司发生上述供水关联销售，所有经营用水改由关联方直接独立采购。2018年开始，该园区由杭州

网城物业服务有限公司富阳分公司负责管理，因此改由该公司向发行人采购经营用电。2018年4-11月，经与国网浙江省电力公司杭州供电公司签订《高压供用电合同》后，所有经营用电改由关联方直接独立采购。2018年12月起，发行人不再与杭州网城物业服务有限公司富阳分公司发生上述电力关联销售。发行人对前述关联方的供电价格按照浙江省物价局核定的工业用电（大工业用电）价格结算，供水价格按照自来水公司对外销售的市场价格结算，关联交易价格具有公允性。

杭州富阳如意仓供应链有限公司使用位于发行人所在地的数据机房，因此向发行人支付由此产生的电费和服务费。发行人对该关联方供电价格按照发行人当年平均每度用电价格及关联方实际用电数结算，服务费用按照维护机房人工成本确定，关联交易价格具有公允性。

结合可比市场公允价格、第三方市场价格、关联方与其他交易方的价格等，发行人关联采购及销售价格公允，不存在对发行人或关联方的利益输送，不存在通过关联交易调节发行人收入利润或成本费用。

（3）房屋租赁

1) 公司向关联方出租房屋情况

单位：元

承租方名称	租赁资产种类	2020年1-6月 确认的租赁收入	2019年年度 确认的租赁收入	2018年度 确认的租赁收入	2017年度 确认的租赁收入
杭州张小泉集团有限公司	办公用房、食堂	102,770.64	224,120.67	222,589.08	-
合计	-	102,770.64	224,120.67	222,589.08	-

考虑到与发行人住所相近的关联方员工可能到发行人食堂用餐，为减少此类关联交易，报告期内由张小泉集团统一管理食堂及后勤保障业务，因此发行人向张小泉集团出租房屋用于食堂日常经营场地。同时，张小泉集团因为日常食堂及后勤业务管理、退休职工活动等事项需要办公场地，因此发行人向张小泉集团出租房屋用作其日常办公和访问接待场地，上述关联交易具有必要性。

报告期内，发行人向关联方出租房屋的价格和可比市场价格情况如下：

序号	承租方	位置	用途	单价 (元/m ² ·天)	市场均价 (元/ m ² ·天)
1	张小泉集团	杭州市富阳区东洲街道五星路8号刀剪厂房的2号楼集团办公使用区域	办公	0.33 (2017年12月-2019年12月)	0.32 - 0.42
			办公	0.33 (2019年12月-2020年6月30日)	
2	张小泉集团	杭州市富阳区东洲街道五星路8号3号楼食堂区域	食堂	0.33	

注1：上表中单价、市场价格均为含税价格，每月按30日计算

注2：市场价格为“58同城”网站上相近地段、相似条件出租房屋的租赁单价

发行人2017年12月1日开始向张小泉集团出租上述房屋，共计面积2,040.4平方米；2019年12月26日起，因张小泉集团对办公面积需求降低，出租面积减少至1,867平方米。其中，2017年因租赁房屋交付前装修、设施调整等原因，双方租赁合同中约定的实际计租期为2017年12月26日开始。上述计租期相应租赁合同约定的租金含税单价为每天0.33元/平方米，张小泉集团向发行人支付的租金参考租赁房屋所在地相近地段、相似条件房产租赁的市场价格协商确定，具有公允性。

公司对外租赁面积较小，约为该房产总建筑面积的4%，占比较低，该项房产出租不会对公司的生产经营产生重大不利影响。

公司拥有上述出租房屋的所有权，上述出租房产均已经投入公司。

2) 公司向关联方承租房屋情况

单位：元

出租方名称	租赁资产种类	2020年1-6月确认的租赁收入	2019年度确认的租赁费	2018年度确认的租赁费	2017年度确认的租赁费
杭州张小泉集团有限公司	门店	-	91,333.33	86,766.67	81,932.64
	厂房设备及办公用房	-	-	-	4,089,264.32
富春控股集团有限公司	办公用房	-	289,684.56	-	-
	上海仓库	-	66,972.48	109,500.00	104,842.86
浙江运通电子商务有限公司	办公用房及宿舍	62,916.55	100,145.45	227,345.45	75,305.41
杭州富阳运同电子商务有限公司	宿舍	142,850.00	186,300.00	-	-
合计	-	205,766.55	734,435.82	423,612.12	4,351,345.23

报告期内，根据公司日常经营需要，张小泉股份向张小泉集团、富春控股集团、运通电商和运同电商租赁房屋作为公司经营门店、厂房、仓库、办公用房和员工宿舍等，2017年缴纳租赁费用435.13万元，2018年缴纳租赁费用42.36万元，2019年缴纳租赁费用73.44万元，2020年1-6月缴纳租赁费用20.58万元。

根据杭工司简复【2007】30号文件精神，杭实集团同意将位于杭州市上城区延安路225号的房屋按市场评估价出租给张小泉集团作为张小泉窗口。张小泉集团将该房屋转租给上海张小泉开设延安路湖滨门店。2019年12月，发行人通过公开竞拍方式取得该房屋租赁权，因此2020年起发行人停止前述关联租赁。2012年之前，“张小泉”品牌刀剪均由张小泉集团生产、制造及销售。2012年初张小泉集团整体拆迁，东洲生产基地建成后，张小泉集团关于刀剪产品生产、制造及销售的业务转移至张小泉实业，但报告期初厂房、设备及办公用房仍在张小泉集团名下，由张小泉实业向张小泉集团租赁使用。2017年11月，为解决资产完整性问题，张小泉实业收购张小泉集团上述经营性资产，停止前述关联租赁。

富春控股向上海证大外滩国际金融服务中心置业有限公司承租位于上海市黄浦区中山东二路600号1幢27层的办公用房，该处办公用房距“上海南京东路店”和“上海豫园店”较近。因上海张小泉需要租赁距离“上海南京东路店”和“上海豫园店”较近的办公场所，以便对上述客流量较大的门店进行管理，且上海张小泉日常办公人数较少，因此上海张小泉向富春控股租赁了该处办公用房01B单元作为办公场所。为减少关联交易，上海张小泉2019年4月16日起直接向上海证大外滩国际金融服务中心置业有限公司承租，停止前述关联租赁。

上海张小泉租赁富春控股位于上海市浦东新区龙东大道3000号7幢6F的仓库主要用作仓库，后续为减少关联交易，上海张小泉通过向无关联第三方采购仓储物流服务的方式替代该关联租赁。

泉心电商、张小泉电商、张小泉文创向关联方运通电商租赁位于杭州市余杭区崇贤街道运河路的办公室等房屋主要系运通电商的电商业务在被张小泉实业收购前即在此园区内开展，张小泉实业收购运通电商的电商业务后，为了继续使用原有的电商运营配套设施，保证电商业务的顺利过渡，保持相关人员的稳定，泉心电商、张小泉电商、张小泉文创向运通电商租赁位于杭州市余杭区崇贤街道运河路的办公室。

发行人住所地属于东洲工业区，相对较偏远，为方便员工每日通勤，发行人向关联方租赁东洲街道明星路9号的房屋作为员工宿舍，为发行人员工提供与其厂区（东洲街道五星路8号）距离相对较近的住宿场地，以增强发行人对员工的吸引力。

综上，发行人向关联方租赁房屋具备其必要性。

报告期内，发行人向关联方承租房屋的价格和可比市场价格情况如下：

序号	出租方	承租方	位置	用途	单价 (元/m ² ·天) [注 1]	市场价格 (元/ m ² ·天) [注 2]
1	张小泉集团	上海张小泉	杭州市上城区延安路225号	开设门店	2017年：10.91 2018年：11.56 2019年：12.16	[注 3]
		张小泉实业	杭州市富阳区东洲街道五星路8号	生产、办公用房	0.33	0.32-0.42
		上海张小泉	上海市黄浦区中山东二路600号1幢27层01B单元	办公用房	15.21	14-16.67
4	富春控股	上海张小泉	上海市浦东新区龙东大道3000号7幢6F	仓库	1.5	0.7-2.8
5	运通电商	泉心电商	杭州市余杭区崇贤街道运河路5-2号6幢2层208室	办公用房	0.63 (2017年-2019年) 0.92 (2020年1-6月)	0.60-1.00
张小泉电商		杭州市余杭区崇贤街道运河路5-2号6幢2层205、207、209、210、211、213室	办公用房	0.80 (2017年-2019年) 0.92 (2020年1-6月)		
张小泉文创		杭州市余杭区崇贤街道运河路5-2号6幢2层215室	办公用房	0.75 (2017年-2019年) 0.92 (2020年1-6月)		
8	杭州富阳运同电子商务有限公司	发行人	杭州富阳区东洲街道明星路9号4号楼11层1101-1110号房、1019-1021号房	宿舍	1.05 (2019年4月1日-2020年3月31日) 1.1 (2020年4月1日-2020年6月30日)	1.1

注 1：上表中单价、市场价格均为含税价格，每月按 30 日计算

注 2：市场价格为“58 同城”“赶集网”“链家网”等网站上相近地段、相似条件出租房屋的租赁单价

注 3：根据浙正大评字[2019]第 0897 号《杭实资产经营（杭州）有限公司拟出租所涉及的房地产租金评估项目追溯性资产评估报告》，以 2019 年 6 月 30 日为评估基准日，位于杭州市上城区延安路 225 号的房屋 2019 年年租金追溯评估值为 95,900 元，2018 年为 91,105 元，2017 年为 86,029.27 元。上海张小泉杭州河坊街分公司已与张小泉集团签署《租金追溯调整协议》，根据上述评估值对租金进行追溯调整

报告期内，公司及子公司与公司关联方签署相关房屋租赁合同，公司及子公司向关联方支付的租金参考房所在地相近地段、相似条件房产租赁的市场价格协商确定或根据资产评估报告的评估值追溯调整确定，租赁价格公允。

发行人承租的关联方房屋中，因位于杭州市富阳区东洲街道五星路 8 号的厂房对发行人的生产经营有重要影响，为了保证发行人资产的完整性，2017 年 11 月，张小泉实业收购张小泉集团上述资产。上述经营性资产已投入发行人，能够确保发行人长期使用。

发行人及其子公司向关联方承租其他房屋主要用于门店经营、日常办公、仓库和宿舍，对发行人的生产经营具有一定作用，但可替代性较强。其中：位于杭州市上城区延安路 225 号和上海市黄浦区中山东二路 600 号 1 幢 27 层 01B 单元的房屋均系关联方租赁后转租给发行人，现发行人已直接与出租人签订租赁协议，在租赁期限内发行人能正常使用；位于上海市浦东新区龙东大道 3000 号 7 幢 6F 用作仓库的房屋为减少关联交易，在租赁期满后不再续租；位于杭州市余杭区崇贤街道运河路和杭州富阳区东洲街道明星路的房屋为发行人或其子公司向运通电商和杭州富阳运同电子商务有限公司租赁用作办公和住宿，发行人及其子公司租赁的部分房屋无独立的产权证书，未能投入发行人，由发行人与运通电商和杭州富阳运同电子商务有限公司签订租赁协议，在租赁期限内能够确保发行人正常使用。

综上所述，公司在资产、人员、财务、机构和业务等方面与现有股东、实际控制人完全分开，具有完整的资产、采购和销售业务体系，具备面向市场自主经营的能力。

（4）关键管理人员薪酬

单位：万元

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
-----	--------------	---------	---------	---------

关键管理人员报酬	112.03	273.07	256.68	213.07
----------	--------	--------	--------	--------

2、偶发性关联交易

(1) 关联担保情况

本公司及子公司作为担保方对外担保的情况如下：

单位：元

担保方	被担保方	担保金额	利息补偿 (不含税)	担保 起始日	担保 到期日	担保是 否已经 履行 完毕
上海张小泉	富春建业	60,000,000.00	419,078.79 [注 1]	2019 年 7 月 5 日	2019 年 9 月 23 日	是
张小泉股份	富阳杭加新 型建材	50,000,000.00	359,875.26 [注 1]	2019 年 3 月 29 日	2019 年 6 月 28 日	是
张小泉股份	富港供应链	10,000,000.00	72,544.03 [注 1]	2019 年 4 月 28 日	2019 年 6 月 28 日	是
上海张小泉	张小泉集团	45,000,000.00 [注 2]	-	2017 年 3 月 29 日	2018 年 3 月 29 日	是
合 计		165,000,000.00	851,498.08			

注 1：此关联担保为本公司及子公司作为担保方以定期存单为关联方借款提供担保，按 1 年期贷款利率和定期存款利率差额结算利息补偿

注 2：公司 2017 年 11 月通过同一控制下企业合并取得上海张小泉刀剪总店有限公司股权前，上海张小泉刀剪总店有限公司存在为杭州张小泉集团有限公司担保的情况，截至 2018 年 1 月 31 日该担保项下担保敞口为零

除上表所示关联担保外，报告期内，公司不存在其他作为担保方且尚未履行完毕的关联担保情况。

(2) 关联方资金往来

报告期内，公司从关联方拆借资金的具体情况如下：

1) 资金拆出

单位：元

年度	资金往来 单位	期初余额	本期增加	收取利息	收回金额	期末 余额
2019	张小泉集团	6,121.64	-	-	6,121.64	-
	合计	6,121.64	-	-	6,121.64	-
2018	富春控股	77,317.31	-	-	77,317.31	-
	张小泉集团	6,121.64	-	-	-	6,121.64
	合计	83,438.95	-	-	77,317.31	6,121.64
2017	富春控股	74,328,400.63	-	669,538.63	74,920,621.95	77,317.31

年度	资金往来单位	期初余额	本期增加	收取利息	收回金额	期末余额
	张小泉集团	48,907,305.13	44,636,752.16	2,046,267.09	95,584,202.74	6,121.64
	会泽实业	1,449,621.58	20,528,000.00	2,935,171.01	24,912,792.59	-
	工曼实业	10,000,000.00	-	-	10,000,000.00	-
	富春钢铁	17,850,939.00	-	-	17,850,939.00	-
	富江新型	11,203,219.79	-	99,526.65	11,302,746.44	-
	富洲电子	1,076,439.04	-	34,680.82	1,111,119.86	-
	富盛浙工	4,032.88	-	-	4,032.88	-
	富春建业	3,813.70	4,000,000.00	1,906.85	4,005,720.55	-
	合计	164,823,771.75	69,164,752.16	5,787,091.05	239,692,176.01	83,438.95

2) 资金拆入

单位：元

年度	资金往来单位	期初余额	本期增加	支付利息	支付金额	期末余额
2017	余鸿实业	40,013,690.66	20,528,000.00	1,833,079.03	62,374,769.69	-
	运通电商	10,975,054.79	8,000,000.00	363,969.86	19,339,024.65	-
	合计	50,988,745.45	28,528,000.00	2,197,048.89	81,713,794.34	-

2017年11月30日前，张小泉实业与其关联方发生资金拆借，主要系富春控股从集团整体经济效益、资金使用效率等方面考虑，对集团内公司统一进行资金管理，调配划拨资金形成。发行人与其关联方的资金拆借是基于集团资金管理而临时调拨的行为，发行人及各关联方通常在短期内分批归还资金。

关联方向发行人拆入资金以及发行人向关联方拆入资金主要是基于集团资金管理而临时调拨的行为或用于各公司生产经营过程中的临时性用途，并未发生拆入资金流向发行人客户的情况。

发行人拆出资金实质上构成了控股股东、实际控制人及其关联方占用发行人资金的情形，因此为规范发行人与关联方的资金拆借，2017年开始发行人已逐步清理与关联方的资金往来，截至2019年6月，发行人和关联方的上述资金拆借情况已清理完毕，报告期内未再发生发行人与关联方资金拆借的情形。发行人报告期内发生的资金拆借中，均已参考一年期银行贷款利率计算资金占用利息，利率具有公允性。

股份公司成立后，发行人制定了《防范控股股东及关联方资金占用管理办法》，

规定发行人不得以各种方式将资金直接或间接地提供给控股股东及关联方使用，确定了“占用及冻结”的机制，若发现控股股东侵占发行人资产，发行人董事会应立即申请司法冻结其所持发行人股份，督促其以现金清偿。同时发行人制定了《关联交易管理制度》以明确关联交易的审批权限和审议程序，从制度上保证了发行人资金不会被控股股东及实际控制人占用。2020年3月3日，发行人2019年度股东大会通过了《关于确认2017年至2019年关联交易事项的议案》，对上述关联方资金往来进行了确认。独立董事对此发表意见，认为：公司与关联方存在资金往来，但均已按照同期的银行贷款利率计提了利息，并未实质性损害公司利益。

(3) 关联方往来款项余额

1) 应收关联方款项

单位：元

项目名称	关联方	2020.6.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
		账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
应收账款	富阳如意仓	36,180.00	1,809.00	35,460.00	1,773.00	-	-	57,385.00	2,869.25
	富春控股	-	-	-	-	7,264.95	363.25	186,849.92	9,342.50
	上海伟脉	-	-	-	-	-	-	36,998.36	3,190.16
	运同电商	-	-	-	-	-	-	10,598.58	529.93
	东方茂开元名都大酒店	-	-	-	-	-	-	6,049.60	302.48
	富春山居公望健康管理	-	-	-	-	-	-	2,519.00	125.95
	富春山居文化创意	156,567.55	7,828.38						
合计		192,747.55	9,637.38	35,460.00	1,773.00	7,264.95	363.25	300,400.46	16,360.27
预付款项	东方茂开元名都大酒店	5,000.00	-	5,000.00	-	-	-	-	-
	张小泉集团	-	-	-	-	81,878.43	-	-	-
合计		5,000.00		5,000.00	-	81,878.43	-	-	-
其他应收款	运同电商	15,700.00	3,140.00	15,700.00	3,140.00	-	-	-	-
	东方茂开元名都大酒店	10,000.00	5,000.00	10,000.00	5,000.00	10,000.00	2,000.00	10,000.00	500.00
	张小泉集团	512.10	25.61	1,628.70	25.61	6,121.64	1,224.33	6,121.64	306.08
	运通电商	-	-	-	-	34,774.59	1,738.73	-	-
	富春控股	-	-	-	-	-	-	77,317.31	38,658.66

项目名称	关联方	2020.6.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
		账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
	富泉投资	-	-	-	-	-	-	3,227.64	161.38
	合计	26,212.10	8,165.61	27,328.70	8,165.61	50,896.23	4,963.06	96,666.59	39,626.12

2) 应付关联方款项

单位：元

项目名称	关联方	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应付账款	张小泉集团	-	-	54,852.33	1,017,039.00
	富春控股	-	-	-	323,842.86
	富阳如意仓	-	-	30,972.30	30,972.30
	上海伟脉	-	-	-	10,787.83
	运通电商	-	-	-	1,875.80
	网城物业余杭分公司	-	7,754.03	-	-
	合计		-	85,824.63	1,384,517.79
预收款项	富阳如意仓	-	-	3,300.00	-
	富阳杭加新型	94.06	94.06	94.06	-
	富春山居文化创意	-	10,829.00	-	-
	富春控股	29.79	29.79	-	-
	合计	123.85	10,952.85	3,394.06	-
其他应付款	运通电商	0.16	-	-	2,536,009.36
	张国标	-	-	-	50,000.00
	张小泉集团	-	-	-	23,836.00
	上海伟脉	-	-	-	4,863.72
	合计	0.16	-	-	2,614,709.08

(4) 关联方资产转让情况

单位：元

关联方	关联交易内容	支付价格
2018 年度		
上海伟脉品牌设计有限公司	从上海伟脉购买办公设备	2,057.05
2017 年度		
浙江运通电子商务有限公司	电子商务业务相关资产负债组合	60,900,000.00
杭州富泉投资有限公司	受让上海张小泉刀剪总店有限公司 100%股权	58,639,658.64

杭州张小泉集团有限公司	受让杭州张小泉文创科技有限公司 100%股权	-
浙江富洲电子商务有限公司	受让杭州张小泉电子商务有限公司 100%股权	-
杭州张小泉集团有限公司	受让取得土地、房产、商标、专利及机器设备	154,566,580.00

2017年11月15日，张小泉电商与浙江运通电子商务有限公司签订《资产转让协议》，浙江运通电子商务有限公司将运通电商的电子商务业务以60,900,000.00元转让给本公司子公司杭州张小泉电子商务有限公司。坤元资产评估有限公司对上述资产转让进行了评估，并出具了《资产评估报告》（坤元评报〔2017〕556号），评估价值60,900,000.00元。上述转让款于2017年11月支付完毕。

2017年11月25日，公司与杭州富泉投资有限公司签订《股权转让协议》，杭州富泉投资有限公司将其持有上海张小泉刀剪总店有限公司100%股权以58,639,658.64元转让给本公司。上海张小泉刀剪总店有限公司于2018年1月23日办妥工商变更手续。坤元资产评估有限公司对上述股权转让进行了评估，并出具了《资产评估报告》（坤元评报〔2017〕674号），评估价值77,600,000.00元。扣除受让前原股东享有的18,960,341.36元，应支付股权转让款58,639,658.64元，于2017年12月支付完毕。

2017年5月26日，公司与杭州张小泉集团有限公司签订的《股权转让协议》，杭州张小泉集团有限公司将其持有杭州张小泉文创科技有限公司100%股权以0.00元转让给本公司。杭州张小泉文创科技有限公司于2017年6月7日办理完成工商变更手续。

2017年6月26日，公司与浙江富洲电子商务有限公司签订的《股权转让协议》，浙江富洲电子商务有限公司将其持有杭州张小泉电子商务有限公司100%股权以0.00元转让给本公司。杭州张小泉电子商务有限公司于2017年7月7日办理完成工商变更手续。

2017年11月3日，公司与杭州张小泉集团有限公司签订《固定资产转让协议》、《土地厂房转让协议》、《知识产权转让协议》，杭州张小泉集团有限公司将与刀剪生产相关的土地、房产、商标、专利及机器设备等资产转让给本公司。坤元资产评估有限公司对上述资产转让进行了评估，并出具了《资产评估报告》（坤元评报〔2017〕596号）。

公司收购的与刀剪生产相关的土地、房产、商标、专利及机器设备等资产具体如下：

单位：元

收购标的资产	评估价	账面净值	购买价格	收购款项支付时间
张小泉集团土地使用权	24,860,000.00	11,974,314.92	24,860,000.00	2017年10月20日
张小泉集团厂房	88,123,500.00	85,011,708.32	88,123,500.00	2017年10月19日-11月29日
张小泉集团商标及专利	30,020,000.00	24,786,666.69	30,020,000.00	2017年10月19日
张小泉集团机器设备	11,563,080.00	9,713,276.97	11,563,080.00	2017年10月19日
合计	154,566,580.00	131,485,966.90	154,566,580.00	

(5) 代收代付款项

1) 2017、2018、2019年度和2020年1-6月，张小泉集团、张国标为发行人代付工资、社保费、水电费等分别为15,427,944.68元、1,666,408.67元、8,183.20元和3,816.60元，2017年度张小泉集团承担高管人员津贴271,330.00元，具体情况如下：

单位：元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
工资社保	3,816.60	8,183.20	323,012.21	10,228,856.57
水电费	-	-	1,293,396.46	5,149,088.11
高管奖金	-	-	50,000.00	50,000.00
高管津贴	-	-	-	271,330.00
合计	3,816.60	8,183.20	1,666,408.67	15,699,274.68

① 张小泉集团为发行人代付工资、社保费

张小泉集团存在为张小泉实业部分员工代付工资、社保费的情况，主要系张小泉实业自2012年起即承担与刀剪生产、制造及销售业务相关的人员的薪酬（包括该部分人员的社保费），但部分员工劳动合同仍与张小泉集团签订，于2017年7月才与张小泉集团解除劳动合同并重新与张小泉实业签订劳动合同，完成了人员转移的相关手续（剩余三人于2018年4月前完成转移）。因此，该部分人员转移前，由张小泉实业向张小泉集团支付前述员工的工资（含社保费）后，再由张小泉集团发放给员工并向社保部门缴纳社保。随着该部分人员劳动关系转移至张小泉实业，张小泉集团不再为该部分员工代收代付工资和缴纳社保。

报告期内，张小泉集团为发行人代付改制企业老员工的特殊退休津贴，主要系该部分员工退休时系为张小泉实业工作，由张小泉实业承担其薪酬，但其退休前劳动合同与张小泉集团签署，故由张小泉集团支付特殊退休津贴后再向发行人收取。发行人与张小泉集团已签署《协议》，约定自 2021 年 1 月起，前述 11 名退休人员的特殊退休津贴由发行人直接发放，不再通过张小泉集团转支付。

由于张小泉集团搬迁、张小泉实业承继张小泉集团与刀剪有关的业务和人员等原因，张小泉实业通过张小泉集团代收代付的方式向员工支付工资并缴纳社保、支付特殊退休津贴存在合理性及必要性。

②张小泉集团为发行人代付水电费的原因及必要性

报告期期初，张小泉实业租赁张小泉集团房产和土地用于生产经营，其发生的水电费由张小泉集团每月先行向水电公司支付后再向张小泉实业收取。2017 年 11 月张小泉实业收购张小泉集团经营性资产后，即办理水表和电表的过户，由于当地自来水公司和供电公司办理过户需要一定的周期，故在 2018 年 4 月前仍由张小泉集团为张小泉实业代付相关水电费用。

张小泉实业承继张小泉集团与刀剪有关的业务后，自行承担生产成本所涉及的水电费用，张小泉集团代付水电费后，按原价向张小泉实业收取，未附加其他费用，因此，张小泉集团为发行人代付水电费具备必要性及合理性。

③张国标为发行人承担高管人员红包的原因

董事长张国标在春节期间通过微信给发行人总经理发放过年红包，后续为了规范管理，将该部分红包收益亦计入发行人工资成本。自 2019 年起，董事长不再对发行人总经理发送过年红包。除前述情况外，不存在张国标为发行人代付薪酬或其他费用的情形。

④张小泉集团承担高管人员津贴的原因

2017 年 1 月至 11 月，发行人总经理在张小泉集团每月领取津贴，共计 271,330.00 元。自 2017 年 12 月开始，发行人已完成整改，张小泉集团不再向发行人总经理发放津贴，前述已发放的津贴计入发行人资本公积。

发行人已与所有员工签订劳动合同，发行人拥有独立于控股股东、实际控制

人及其控制的其他企业的研发、销售、管理团队及其他员工，并在有关的社会保障、工薪报酬等方面分账独立管理。发行人的劳动、人事及工资管理独立于控股股东。

综上所述，虽然张小泉集团、张国标存在为发行人代付的工资、社保费、水电费、承担高管人员津贴的行为，但均已完成整改，前述费用实际由发行人承担，不存在发行人与控股股东、实际控制人人员混同的情形，发行人人员与控股股东、实际控制人相互独立。

⑤为发行人高管发放红包、津贴的具体会计处理

2017年1月至11月，公司总经理在张小泉集团每月领取部分津贴，合计27.13万元，自2017年12月开始，张小泉集团不再向公司总经理发放津贴，前述已发放的津贴已于2017年计入公司管理费用，并将上述费用视作股东捐赠，计入资本公积；张国标向公司总经理支付红包，合计10万元，作为张国标代付的奖金，计入公司当期管理费用，并由公司归还张国标。公司总经理已按照工资薪金所得申报补缴上述津贴、红包对应的个人所得税。上述红包、津贴对应费用已经计入费用所属期间，不存在费用跨期确认的情形。

2) 2017、2018、2019年度，浙江运通电子商务有限公司代收杭州张小泉电子商务有限公司货款等分别为5,225,364.47元、68,537.46元、3,656,167.72元；2017、2018年度，浙江运通电子商务有限公司代付杭州张小泉电子商务有限公司货款等分别为9,822,414.01元、133,528.27元。截至2019年7月18日，上述款项已全部结清。此后，双方无代收代付货款的情况发生。

2017年张小泉电商收购运通电商的电商业务，电商业务于2017年11月底之前完成店铺主体的变更，主体变更之前在淘宝旗舰店、京东FBP、SOP等线上平台发生的线上交易订单对应货款以及店铺保证金等资金因不同平台的结算周期规则，在2017年-2019年期间分别由原店铺主体运通电商履行代收后转付给转移后新主体张小泉电商，因此产生上述关联交易。

运通电商自2017年转让其电子商务业务后，未进行相关电子商务业务。发行人2019年仍存在代收代付款项，主要系2017年11月底之前的清算结算需按照合同约定执行，同时运通电商代收京东自营货款以及存在其他线上电商平台结

算后支付给张小泉电商的情况所致，其交易背景真实、合理。

运通电商与京东自营资金往来款项及与其他线上平台结算均按照合同约定及相关法律法规规定执行，采用银行对公账户进行款项结算，不存在线上平台向发行人公司账户以外的其他账户付款等情况发生，因此不存在资金体外循环的情形。

上述代收代付货款已经按照代收、代付款进行会计处理，前述账务处理符合《企业会计准则》的规定。

3) 发行人未来与控股股东、实际控制人保持资产、人员、业务、技术、财务等独立性的具体措施如下：

①资产独立性方面措施

截至本招股说明书签署日，发行人具备与生产经营有关的生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的土地使用权、厂房、机器设备以及商标、专利等知识产权，上述经营性资产的权属归属于发行人，不存在与控股股东共有的情况。未来发行人将继续遵守《防范控股股东及关联方资金占用管理办法》及其他内部规章制度，独立采购、维持、使用和处置资产，保证对所有资产拥有完全的控制和支配权，不以资产为控股股东、实际控制人及其他关联方提供担保，防范资产、资金被控股股东、实际控制人及其他关联方违规占用而损害发行人利益。

②人员独立性方面措施

发行人董事、监事及高级管理人员严格按照《公司法》、发行人《公司章程》等规定的程序推选与任免，不存在超越发行人董事会和股东大会的人事任免决定。截至本招股说明书签署日，发行人已与全体在册员工签署劳动合同，已建立独立的劳动人事管理制度，发行人劳动、人事及工资管理独立于控股股东。未来，发行人将继续独立招聘和建设研发、销售、管理团队及其他员工，在所有员工的社会保障、工薪报酬等方面继续分账独立管理。

③财务独立性方面措施

发行人已建立独立的财务核算体系，设有独立的财务会计部门，配备了专职

的财务会计人员，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对分子公司的财务管理制度。发行人已依法独立开立银行账户，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情况。发行人依法办理税务登记，独立纳税。未来，发行人将继续独立开展财务工作和进行财务决策，在所有重大方面继续按照企业会计准则规定，继续保持在经营管理过程中规范的财务行为和财务运作。

④技术独立性方面措施

发行人已拥有独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的研发团队，独立拥有与生产经营有关的知识产权及非专利技术工艺等，并且建立了充分的技术保护机制。未来发行人将继续完善技术保护机制，将研发过程中产生的技术成果及时转化为专利。同时，发行人控股股东、实际控制人已出具承诺函，承诺将不以任何方式试图说服或促使发行人的研发团队成员接受其/其控制的企业雇佣，或为其/其控制的企业提供任何服务，或离开发行人，将不以任何方式使用发行人研发的专利和其他非专利技术。

⑤业务独立性方面措施

发行人业务独立于其控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。发行人与其控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争，以及严重影响发行人独立性或者显失公允的关联交易。未来，发行人将继续严格遵守《关联交易管理制度》，发生关联交易时履行必要的审批程序，并遵守价格公允原则。发行人控股股东和实际控制人已出具《关于减少及规范关联交易的承诺函》《关于避免同业竞争和利益冲突的承诺函》，承诺将尽量减少与张小泉股份发生关联交易，如发生关联交易按照公平合理和正常的商业交易条件进行，严格履行法定审批程序并进行充分信息披露，并承诺将不以任何方式直接或间接从事、参与与发行人及其下属企业经营业务构成潜在的直接或间接竞争的业务或活动。

(6) 其他关联交易

1) 张小泉集团有限公司承担高管人员津贴 271,330.00 元，计入资本公积(其他)；

2) 2017 年 1-11 月本公司无偿使用杭州张小泉集团拥有的“张小泉”商标；

3) 2019年10月31日公司与富春控股集团有限公司签署的《注册商标转让合同》，公司自富春控股集团有限公司无偿受让“张大全”等注册商标。

(三) 关联交易决策权力与程序

1、公司关联交易决策程序规定履行情况及独立董事意见

2020年2月11日，公司召开第一届董事会第十次会议审议通过了《关于确认公司2017年-2019年度关联交易的议案》。2020年3月3日，公司2019年度股东大会通过了《关于确认2017年至2019年关联交易事项的议案》，对前述关联方资金往来进行了确认。独立董事对此发表意见，认为：公司与关联方存在资金往来，但均已按照同期的银行贷款利率计提了利息，并未实质性损害公司利益。公司预计2020年度日常关联交易计划是按照公平、自愿原则制定的，交易价格按照市场公允价格确定，没有违反公开、公平、公正的原则，不存在损害公司及股东利益的行为。

2020年7月31日，发行人第一届董事会第十二次会议通过了《关于调整2020年度日常关联交易预计额度的议案》，调整了发行人2020年向关联方销售产品的日常关联交易额度。独立董事对此发表意见，认为：发行人调整2020年度日常关联交易预计额度没有违反公开、公平、公正的原则，不存在损害公司及股东利益的情形。

为进一步完善公司治理机制，发行人在变更为股份公司后，已陆续制定《公司章程》、《关联交易管理制度》、《防范控股股东及关联方资金占用管理办法》等与关联交易相关的规则与制度，对关联交易决策权力和程序进行相关规定。

2、公司为减少关联交易而采取的措施

公司在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》等公司治理准则中明确规定了关联交易的决策程序，要求关联股东和关联董事分别在股东大会和董事会审议有关关联交易事项时采取回避表决的措施；在《独立董事工作细则》规定了独立董事对关联交易事项的职权和要求；在《关联交易制度》中就关联关系的界定、关联交易的内容、关联交易的实施权限及信息披露做出了明确规定，保证公司与关联方进行交易符合公开、公平、公正的三公原则。公司将不断提升内部治理水平，严格遵守以上规章制度，按规定履行程序，以保证公司关联

交易的公允性，确保关联交易行为不损害公司和全体股东的利益。

公司在业务、机构、资产、人员、财务上均独立于各关联方，公司具备面向市场的独立运营能力。公司将根据实际情况规范和减少关联交易，杜绝发生不必要的关联交易。对于正常的、有利于公司发展的、预计将持续存在的关联交易，公司将继续遵循公开、公平、公正的市场原则，严格履行公司的决策程序和关联方回避制度，遵守有关合同协议的规定，做好信息披露工作，切实维护其他股东的权益。

（四）减少关联交易的承诺

1、发行人承诺

本公司就规范和减少关联交易特此作出如下不可撤销承诺：

“（1）在今后的公司经营活动中，公司将尽量避免与关联企业之间的关联交易。如果关联交易难以避免，交易双方将严格按照正常商业行为准则进行。关联交易的定价政策遵循公平、公正、公开的原则，交易价格依据与市场独立第三方交易价格确定。如无市场价格可以比较或定价受到限制的重大关联交易，将按照交易的商品或劳务的成本基础上加合理利润的标准予以确定交易价格，以保证交易价格的公允性；

（2）公司将严格执行国家法律、法规、规范性文件以及公司章程、内部控制制度、关联交易决策制度、财务管理制度等内部管理制度关于关联交易决策程序、信息披露等的规定，不损害公司及中小股东的利益；

（3）在实际工作中充分发挥独立董事对关联交易的监督作用，确保关联交易价格的公允性、批准程序的规范性，最大程度地保护其他股东利益；

（4）强化公司董事、监事、高级管理人员的职责。公司董事、监事和高管人员擅自批准发生新的违规资金往来或进行任何形式的对外担保，均视为严重违规行为，董事会将追究有关人员责任，严肃处理；

（5）充分发挥董事会审计委员会、内部审计部门的作用，通过严格的奖惩措施，彻底杜绝不规范的资金往来事项。”

2、控股股东承诺

为减少和规范关联交易，控股股东张小泉集团承诺：

“（1）不利用控股股东地位及与公司之间的关联关系损害公司利益和其他股东的合法权益。

（2）尽量减少与公司发生关联交易，如关联交易无法避免，一方面按照公平合理和正常的商业交易条件进行，将不会要求或接受公司给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件；另一方面严格遵守国家有关法律、法规、规范性法律文件以及公司相关规章制度的规定，严格履行法定审批程序并进行充分信息披露。

（3）将严格和善意地履行与公司签订的各种关联交易协议，不会向公司谋求任何超出上述规定以外的利益或收益。

（4）本公司将通过对所控制的其他单位的控制权，促使该等单位按照同样的标准遵守上述承诺。

（5）若违反上述承诺，本公司将接受如下约束措施：

1）如公司及公司的其他股东由此遭受损失的，在有关损失金额确认后，本公司将在公司董事会通知的时限内赔偿公司及其股东因此遭受的损失；本公司拒不赔偿相关损失的，公司有权相应扣减其应向本公司支付的分红，作为本公司的赔偿。

2）本公司应配合公司消除或规范相关关联交易，包括但不限于依法终止关联交易、采用市场公允价格等。”

3、实际控制人张国标、张樟生和张新程承诺：

“（1）本人及本人控制的公司/企业将充分尊重公司的独立法人地位，保障公司独立经营、自主决策，确保公司的资产完整、业务独立、人员独立、机构独立、财务独立，具有完整的业务体系及面向市场独立经营的能力，以避免、减少不必要的关联交易。

（2）不利用实际控制人的地位与公司之间的关联关系损害公司利益和其他股东的合法权益。

(3) 本人及本人控制的公司/企业尽量减少与公司发生关联交易，如关联交易无法避免，一方面按照公平合理和正常的商业交易条件进行，将不会要求或接受公司给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件；另一方面严格遵守国家有关法律、法规、规范性法律文件以及公司相关规章制度的规定，严格履行法定审批程序并进行充分信息披露。

(4) 本人及本人控制的公司/企业将严格和善意地履行与公司签订的各种关联交易协议，不会向公司谋求任何超出上述规定以外的利益或收益。

(5) 本人将通过对所控制的其他单位的控制权，促使该等单位按照同样的标准遵守上述承诺。

6、若违反上述承诺，本人将接受如下约束措施：

(1) 如公司及公司的其他股东由此遭受损失的，在有关损失金额确认后，本人将在公司董事会通知的时限内赔偿公司及其股东因此遭受的损失；本人拒不赔偿相关损失的，公司有权相应暂扣其应向本人控制的公司/企业支付的分红，直至本人支付全部赔偿。

(2) 本人应配合公司消除或规范相关关联交易，包括但不限于依法终止关联交易、采用市场公允价格等。”

4、其他 5%以上股东承诺

为减少和规范关联交易，本公司持股 5%以上的其他股东嵘泉投资和金燕分别承诺：

“(1) 不利用股东地位及与公司之间的关联关系损害公司利益和其他股东的合法权益。

(2) 自本承诺函出具日起本企业/本人及本企业/本人控制的其他企业将不会以任何理由和方式占用公司的资金或其他资产。

(3) 尽量减少与公司发生关联交易，如关联交易无法避免，则该等关联交易一方面将按照公平合理和正常的商业交易条件进行，本企业/本人及本企业/本人控制的其他企业将不会要求或接受公司给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件；另一方面将严格遵守国家有关法律、行政法规、规范性法律

文件以及公司相关规章制度的规定，严格履行法定审批程序并进行充分信息披露。

(4) 将严格和善意地履行与公司签订的各种关联交易协议（如有），不会向公司谋求任何超出上述规定以外的利益或收益。

(5) 本企业/本人将通过对所控制的其他企业的控制权，促使该企业按照同样的标准遵守上述承诺。

(6) 若违反上述承诺，本企业/本人将接受如下约束措施：

1) 如公司及其他股东由此遭受损失的，在有关损失金额确认后，本企业/本人将在公司董事会通知的时限内赔偿公司及其股东因此遭受的损失；本企业/本人拒不赔偿相关损失的，公司有权相应扣减公司应向本企业/本人支付的现金分红，作为本企业/本人应支付的赔偿。

2) 本企业/本人应配合公司消除或规范相关关联交易，包括但不限于依法终止关联交易、采用市场公允价格等。”

5、发行人董事、监事及高级管理人员承诺

为减少和规范关联交易，本公司董事、监事及高级管理人员承诺：

“（1）本人及本人所控制或担任董事、监事及高级管理人员的公司将尽最大努力减少或避免与公司之间的关联交易。在进行确属必要且无法规避的关联交易时，保证按市场化原则和公允定价原则进行公平操作，关联交易的价格原则上应不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，并按相关法律法规以及规范性文件的规定履行交易程序及信息披露义务。

（2）本人作为公司的董事、监事及高级管理人员，保证将按照法律法规、规范性文件和公司章程的规定，在审议涉及与公司的关联交易事项时，切实遵守公司董事会、股东大会进行关联交易表决时的回避程序；严格遵守公司的关联交易的决策制度，确保不损害公司的利益；保证不利用在公司的地位和影响，通过关联交易损害公司的合法权益。

（3）本人将促使本人控制的企业遵守上述承诺，如本人或本人控制的企业违反上述承诺而导致公司或其他股东的权益受到损害，本人将依法承担由此产生的全部责任，充分赔偿或补偿由此给公司或其他股东造成的一切实际损失。在本

人作为公司董事、监事及高级管理人员期间，上述承诺持续有效且不可撤销。”

第八节 财务会计信息与管理层分析

本节的财务会计数据及有关分析说明反映了本公司最近三年经审计的财务状况、经营成果，本节引用的财务数据，非经特别说明，均引自天健所审计的会计报表。天健所对本公司 2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-6 月的财务报告出具了标准无保留意见的“天健审[2020]9458 号”审计报告。

投资者欲详细了解公司财务会计信息，请认真阅读审计报告和财务报告全文。公司根据自身所处的行业和发展阶段，财务会计信息相关事项的性质和金额两方面判断其重要性。在判断财务会计信息相关事项的性质重要性时，本公司主要考虑该事项在性质上是否属于日常活动、是否显著影响本公司的财务状况、经营成果和现金流量等因素；在判断事项金额大小的重要性时，基于对公司业务性质及规模的考虑，2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-6 月主要参照扣除异常项目或非经常性项目的税前利润的 5%确定财务报表重要性水平。

一、盈利能力或财务状况的主要影响因素分析

（一）产品特点的影响因素

公司的主要产品包括剪具、刀具、套刀剪组合和其他生活家居用品。公司的产品结构和产量规模直接影响公司的销售收入与盈利状况。公司主要采购原材料包括不锈钢板/卷料等钢材，ABS 料、PVC 粒料等塑材，盒子、吸塑、瓦楞纸、大箱、衬板等包装材料，以及刀架/刀座、脚柄、磨刀棒、头柄等其他材料。相关原材料的价格波动将对公司产品成本、盈利状况产生较大影响。

（二）业务模式的影响因素

在销售模式方面，公司的销售模式为经销为主、直销和代销为辅。经销模式指公司通过经销商向下游销售，发行人的经销商采取传统渠道及其他网络渠道进行销售，公司通过与优质经销商合作，已深入全国众多商超、批发市场、电子商务平台及零售门店；直销模式主要包括线下直营门店、大客户直销以及“张小泉天猫官方旗舰店”为代表的电子商务平台；代销模式指公司通过电子商务代销平台及部分商超开展代销业务。

在生产模式方面，分为自主生产模式和 OEM 代工模式两种。在采购模式方

面，公司采购主要分为原辅材料及外协采购两类。

（三）行业竞争程度的影响因素

公司是专业生产各类刀剪及现代生活五金用具的工业企业，是目前国内生产规模较大、生产技术较为先进、产品质量较高、品牌影响力较强的行业企业之一。张小泉是国家商务部认定的第一批中华老字号，其产品标识被国家工商总局认定为我国刀剪行业驰名商标。

报告期内，公司抓住发展机遇，巩固并提升市场份额，同时不断加强销售网络建设。2017年度、2018年度、2019年度及2020年1-6月，公司分别实现主营业务收入33,555.68万元、40,313.47万元、47,955.93万元及24,880.83万元，实现业绩的快速增长。2017年，我国刀剪行业规模以上企业平均主营业务收入为2.05亿元，公司的主营业务收入系刀剪行业规模以上企业平均主营业务收入的1.64倍。

（四）外部市场环境的影响因素

近年来，我国刀剪行业企业在规模、管理、效益，产品种类、质量和工艺技术等方面，都有大幅的提升。根据《中国工业统计年鉴》历年数据，我国规模以上刀剪行业主营业务收入从2012年的257.81亿元增长至2017年的409.58亿元，年复合增长率达10%。

近几年，我国刀剪行业对外贸易亦保持较为稳健的发展态势。2018年刀剪行业实现商品进出口总额29.58亿美元，其中：出口总额27.57亿美元，进口总额2.00亿美元。我国刀剪行业作为我国五金行业内重要的出口创汇型产业，行业的国际竞争力不断提升。

公司致力于剪具、刀具、套刀剪组合和其他生活家居用品的设计、生产及销售，所处外部市场环境对公司未来盈利能力不会产生重大不利影响。

关于公司盈利能力和财务状况的详细分析见本节“十二、经营成果分析”和“十三、资产质量分析”。

二、财务报表

(一) 合并资产负债表

单位：元

项目	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动资产：				
货币资金	103,859,555.15	152,855,452.26	127,899,160.70	92,582,761.45
交易性金融资产	18,000,000.00			
应收票据		-	150,000.00	-
应收账款	17,056,798.58	22,413,967.19	29,278,113.01	25,242,660.51
应收款项融资	450,000.00	111,000.00	-	-
预付款项	5,427,519.14	5,607,395.31	15,237,150.10	2,034,927.94
其他应收款	1,803,510.30	1,966,577.03	1,404,093.45	1,900,881.48
存货	129,038,848.81	112,456,579.36	81,517,802.79	65,530,790.87
其他流动资产	12,594,083.49	4,416,899.73	342,977.39	14,688,536.81
流动资产合计	288,230,315.47	299,827,870.88	255,829,297.44	201,980,559.06
非流动资产：		-	-	-
固定资产	100,509,496.43	100,613,195.62	103,741,532.83	100,694,088.83
在建工程	89,421,276.79	29,193,937.19	1,135,749.23	1,364,360.00
无形资产	80,298,180.95	84,147,619.05	59,839,523.73	65,219,615.62
商誉	7,151,751.68	7,151,751.68	7,151,751.68	7,151,751.68
长期待摊费用	1,294,234.81	1,178,119.96	904,241.50	369,340.54
递延所得税资产	1,684,186.74	1,699,683.84	1,722,521.06	2,514,389.29
非流动资产合计	280,359,127.40	223,984,307.34	174,495,320.03	177,313,545.96
资产合计	568,589,442.87	523,812,178.22	430,324,617.47	379,294,105.02
流动负债：				
应付票据		500,000.00	-	-
应付账款	94,145,735.94	87,449,864.45	74,465,842.70	64,482,930.13
预收款项		17,588,652.49	11,150,315.02	9,783,890.98
合同负债	17,091,533.73			
应付职工薪酬	7,840,570.62	8,903,832.08	7,352,463.70	7,710,885.11
应交税费	8,712,494.25	6,713,271.31	9,579,065.58	11,402,571.29
其他应付款	4,638,737.99	4,129,047.51	3,176,453.09	5,121,812.70
流动负债合计	132,429,072.53	125,284,667.84	105,724,140.09	98,502,090.21

项目	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
非流动负债:				
长期借款	39,355,786.69			
递延收益	800,000.00	800,000.00	-	-
递延所得税负债	1,388,743.68	826,300.62	-	-
非流动负债合计	41,544,530.37	1,626,300.62	-	-
负债合计	173,973,602.90	126,910,968.46	105,724,140.09	98,502,090.21
所有者权益:				
实收资本(或股本)	117,000,000.00	117,000,000.00	117,000,000.00	117,000,000.00
资本公积	148,977,989.16	148,977,989.16	148,977,989.16	104,716,551.44
盈余公积	7,201,640.95	7,201,640.95	3,889,640.66	3,523,481.34
未分配利润	121,436,209.86	123,721,579.65	54,732,847.56	55,551,982.03
归属于母公司所有者权益合计	394,615,839.97	396,901,209.76	324,600,477.38	280,792,014.81
少数股东权益	-	-	-	-
所有者权益合计	394,615,839.97	396,901,209.76	324,600,477.38	280,792,014.81
负债和所有者权益总计	568,589,442.87	523,812,178.22	430,324,617.47	379,294,105.02

(二) 合并利润表

单位：元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
一、营业收入	250,728,479.93	484,014,903.87	410,094,198.05	341,320,626.70
减：营业成本	145,975,832.52	284,567,089.01	259,611,331.64	218,503,014.83
税金及附加	2,123,553.96	3,740,983.36	3,287,757.31	2,663,292.76
销售费用	36,577,016.76	64,285,770.39	54,590,945.58	39,464,194.72
管理费用	15,414,488.04	31,897,667.90	26,527,717.66	22,083,127.16
研发费用	7,773,301.53	16,778,210.31	8,789,703.54	5,214,625.63
财务费用	-134,053.96	-1,581,698.10	-361,136.09	-1,346,537.53
其中：利息费用	-	39,877.92	-	4,122,586.19
利息收入	238,332.62	1,914,232.49	606,452.73	5,684,967.72
加：其他收益	998,864.93	1,963,323.86	533,122.56	648,129.60
投资收益（损失以“-”号填列）	493,044.63	884,952.67	988,163.89	130,383.12
信用减值损失（损失以“-”号填列）	74,614.22	376,203.74	-	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-1,417,980.32	-1,642,529.89	-1,425,996.64	8,594,615.74

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
资产处置收益(损失以“-”号填列)	185,931.07	-100,841.96	-146,308.99	-
二、营业利润(亏损以“-”号填列)	43,332,815.61	85,807,989.42	57,596,859.23	64,112,037.59
加: 营业外收入	5,845.61	8,335,639.54	37,665.52	24,086.08
减: 营业外支出	723,553.58	183,460.01	235,513.15	20,947.21
三、利润总额(亏损总额以“-”号填列)	42,615,107.64	93,960,168.95	57,399,011.60	64,115,176.46
减: 所得税费用	9,800,477.43	21,659,436.57	13,590,549.03	15,273,558.82
四、净利润(净亏损以“-”号填列)	32,814,630.21	72,300,732.38	43,808,462.57	48,841,617.64
(一)按经营持续性分类:				
1.持续经营净利润(净亏损以“-”号填列)	32,814,630.21	72,300,732.38	43,808,462.57	48,841,617.64
(二)按所有权归属分类:				
1.归属于母公司所有者的净利润(净亏损以“-”号填列)	32,814,630.21	72,300,732.38	43,808,462.57	48,416,244.17
2.少数股东损益(净亏损以“-”号填列)		-	-	425,373.47
五、综合收益总额	32,814,630.21	72,300,732.38	43,808,462.57	48,841,617.64
归属于母公司所有者的综合收益总额	32,814,630.21	72,300,732.38	43,808,462.57	48,416,244.17
归属于少数股东的综合收益总额		-	-	425,373.47
六、每股收益:				
(一)基本每股收益(元/股)	0.28	0.62	0.37	/
(二)稀释每股收益(元/股)	0.28	0.62	0.37	/

(三) 合并现金流量表

单位: 元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
一、经营活动产生的现金流量:				
销售商品、提供劳务收到的现金	280,486,633.42	548,471,587.97	473,330,748.91	399,965,919.44
收到其他与经营活动有关的现金	4,419,720.68	17,877,759.96	3,105,161.61	1,773,716.72
经营活动现金流入小计	284,906,354.10	566,349,347.93	476,435,910.52	401,739,636.16
购买商品、接受劳务支	153,440,686.79	291,038,964.24	287,087,439.92	235,482,153.30

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
付的现金				
支付给职工以及为职工支付的现金	37,645,294.99	74,190,058.12	66,692,080.97	53,387,818.60
支付的各项税费	24,834,321.40	53,012,480.74	32,173,467.87	33,239,498.43
支付其他与经营活动有关的现金	33,107,141.54	60,791,717.91	49,414,612.52	31,501,474.52
经营活动现金流出小计	249,027,444.72	479,033,221.01	435,367,601.28	353,610,944.85
经营活动产生的现金流量净额	35,878,909.38	87,316,126.92	41,068,309.24	48,128,691.31
二、投资活动产生的现金流量：			-	-
收回投资收到的现金	210,890,000.00	290,020,000.00	249,520,000.00	153,300,000.00
取得投资收益收到的现金	493,044.63	884,952.67	988,163.89	130,383.12
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	360,200.00	78,080.00	114,727.86	-
收到其他与投资活动有关的现金	40,364,000.00	164,144,573.03	77,317.31	264,035,714.53
投资活动现金流入小计	252,107,244.63	455,127,605.70	250,700,209.06	417,466,097.65
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	72,709,640.22	65,424,988.13	13,801,690.89	160,385,518.74
投资支付的现金	228,890,000.00	290,020,000.00	242,820,000.00	150,000,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额		-	-	119,539,658.64
支付其他与投资活动有关的现金		202,660,000.00	-	69,164,752.16
投资活动现金流出小计	301,599,640.22	558,104,988.13	256,621,690.89	499,089,929.54
投资活动产生的现金流量净额	-49,492,395.59	-102,977,382.43	-5,921,481.83	-81,623,831.89
三、筹资活动产生的现金流量：			-	-
吸收投资收到的现金		-	-	222,000,000.00
取得借款收到的现金	39,298,040.40	45,000.00	-	45,000,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金		-	-	28,528,000.00
筹资活动现金流入小计	39,298,040.40	45,000.00	-	295,528,000.00
偿还债务支付的现金		45,000.00	-	90,000,000.00

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	34,255,154.09	11.96	-	20,855,250.67
支付其他与筹资活动有关的现金		-	-	80,019,844.65
筹资活动现金流出小计	34,255,154.09	45,011.96	-	190,875,095.32
筹资活动产生的现金流量净额	5,042,886.31	-11.96	-	104,652,904.68
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	9,702.79	3,559.03	-7,428.16	-
五、现金及现金等价物净增加额	-8,560,897.11	-15,657,708.44	35,139,399.25	71,157,764.10
加：期初现金及现金等价物余额	112,054,452.26	127,712,160.70	92,572,761.45	21,414,997.35
六、期末现金及现金等价物余额	103,493,555.15	112,054,452.26	127,712,160.70	92,572,761.45

三、审计意见

天健会计师事务所接受本公司委托，审计了本公司2017年12月31日、2018年12月31日、2019年12月31日及2020年6月30日的合并及母公司资产负债表，2017年度、2018年度、2019年度及2020年1-6月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司股东权益变动表以及财务报表附注，并出具了天健审[2020]9458号标准无保留意见的审计报告，认为本公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了公司2017年12月31日、2018年12月31日、2019年12月31日及2020年6月30日的合并及母公司财务状况以及2017年度、2018年度、2019年度及2020年1-6月的合并及母公司经营成果和现金流量。

四、财务报告审计基准日后的主要经营状况

本公司财务报表审计基准日后经营状况良好。本公司经营模式，主要产品的策划、运营，主要产品的价格，主要客户及供应商的构成，税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项等方面不存在重大不利变化。

五、主要会计政策和会计估计

重要提示：本公司根据实际生产经营特点针对金融工具减值、固定资产折旧、无形资产摊销、收入确认等交易或事项制定了具体会计政策和会计估计。

（一）遵循企业会计准则的声明

本公司所编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了公司的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。

（二）会计期间

会计年度自公历 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。本财务报表所载财务信息的会计期间为 2017 年 1 月 1 日起至 2020 年 6 月 30 日止。

（三）营业周期

公司经营业务的营业周期较短，以 12 个月作为资产和负债的流动性划分标准。

（四）记账本位币

采用人民币为记账本位币。

（五）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1、同一控制下企业合并的会计处理方法

公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日被合并方在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。公司按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值份额与支付的合并对价账面价值或发行股份面值总额的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

2、非同一控制下企业合并的会计处理方法

公司在购买日对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；如果合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额，首先对取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值以及合并成本的计量进行复核，经复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益。

（六）合并财务报表的编制方法

母公司将其控制的所有子公司纳入合并财务报表的合并范围。合并财务报表以母公司及其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由母公司按照《企

业会计准则第 33 号——合并财务报表》编制。

（七）现金及现金等价物的确定标准

列示于现金流量表中的现金是指库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金等价物是指企业持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

（八）外币业务和外币报表折算

1、外币业务折算

外币交易在初始确认时，采用交易发生日的即期汇率折算为人民币金额。资产负债表日，外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率折算，因汇率不同而产生的汇兑差额，除与购建符合资本化条件资产有关的外币专门借款本金及利息的汇兑差额外，计入当期损益；以历史成本计量的外币非货币性项目仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其人民币金额；以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，差额计入当期损益或其他综合收益。

2、外币财务报表折算

资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算；所有者权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用交易发生日的即期汇率折算；利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日即期汇率的近似汇率折算。按照上述折算产生的外币财务报表折算差额，计入其他综合收益。

（九）金融工具

1、2019 年度和 2020 年 1-6 月

（1）金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下三类：1）以摊余成本计量的金融资产；2）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产；3）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下四类：1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债；2）金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债；3）不属于上述 1）或 2）的财务担保合同，以及

不属于上述 1) 并以低于市场利率贷款的贷款承诺；4) 以摊余成本计量的金融负债。

(2) 金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

1) 金融资产和金融负债的确认依据和初始计量方法

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。但是，公司初始确认的应收账款未包含重大融资成分或公司不考虑未超过一年的合同中的融资成分的，按照《企业会计准则第 14 号——收入》所定义的交易价格进行初始计量。

2) 金融资产的后续计量方法

①以摊余成本计量的金融资产

采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融资产所产生的利得或损失，在终止确认、重分类、按照实际利率法摊销或确认减值时，计入当期损益。

②以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资

采用公允价值进行后续计量。采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得及汇兑损益计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

③以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的权益工具投资

采用公允价值进行后续计量。获得的股利（属于投资成本收回部分的除外）计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

④以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

采用公允价值进行后续计量，产生的利得或损失（包括利息和股利收入）计入当期损益，除非该金融资产属于套期关系的一部分。

3) 金融负债的后续计量方法

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

此类金融负债包括交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具）和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。对于此类金融负债以公允价值进行后续计量。因公司自身信用风险变动引起的指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的公允价值变动金额计入其他综合收益，除非该处理会造成或扩大损益中的会计错配。此类金融负债产生的其他利得或损失（包括利息费用、除因公司自身信用风险变动引起的公允价值变动）计入当期损益，除非该金融负债属于套期关系的一部分。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

②金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债

按照《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》相关规定进行计量。

③不属于上述①或②的财务担保合同，以及不属于上述①并以低于市场利率贷款的贷款承诺

在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：A. 按照金融工具的减值规定确定的损失准备金额；B. 初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号——收入》相关规定所确定的累计摊销额后的余额。

④以摊余成本计量的金融负债

采用实际利率法以摊余成本计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融负债所产生的利得或损失，在终止确认、按照实际利率法摊销时计入当期损益。

4) 金融资产和金融负债的终止确认

①当满足下列条件之一时，终止确认金融资产：

A.收取金融资产现金流量的合同权利已终止；

B.金融资产已转移，且该转移满足《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》关于金融资产终止确认的规定。

②当金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除时，相应终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。

（3）金融资产转移的确认依据和计量方法

公司转移了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：

1) 未保留对该金融资产控制的，终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债；2) 保留了对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：1) 所转移金融资产在终止确认日的账面价值；2) 因转移金融资产而收到的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资）之和。转移了金融资产的一部分，且该被转移部分整体满足终止确认条件的，将转移前金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和继续确认部分之间，按照转移日各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：1) 终止确认部分的账面价值；2) 终止确认部分的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资）之和。

（4）金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：

1) 第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；

2) 第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类

似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

3) 第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观察或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

(5) 金融工具减值

1) 金融工具减值计量和会计处理

公司以预期信用损失为基础，对以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资、租赁应收款、分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债以外的贷款承诺、不属于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债或不属于金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债的财务担保合同进行减值处理并确认损失准备。

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。其中，对于公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

对于购买或源生的已发生信用减值的金融资产，公司在资产负债表日仅将自初始确认后整个存续期内预期信用损失的累计变动确认为损失准备。

对于由《企业会计准则第 14 号——收入》规范的交易形成，且不含重大融资成分或者公司不考虑不超过一年的合同中的融资成分的应收款项及合同资产，公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

对于租赁应收款、由《企业会计准则第 14 号——收入》规范的交易形成且包含重大融资成分的应收款项及合同资产，公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

除上述计量方法以外的金融资产，公司在每个资产负债表日评估其信用风险自初始确认后是否已经显著增加。如果信用风险自初始确认后已显著增加，公司按照整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备；如果信用风险自初始确认后未显著增加，公司按照该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量损失准备。

公司利用可获得的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。

于资产负债表日，若公司判断金融工具只具有较低的信用风险，则假定该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估预期信用风险和计量预期信用损失。当以金融工具组合为基础时，公司以共同风险特征为依据，将金融工具划分为不同组合。

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，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债权投资，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。

2) 按组合评估预期信用风险和计量预期信用损失的金融工具

项 目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
其他应收款—账龄组合	账龄	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

3) 按组合计量预期信用损失的应收款项

①具体组合及计量预期信用损失的方法

项 目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收银行承兑汇票	票据类型	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
应收商业承兑汇票		

项 目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
		用损失
应收账款—账龄组合	账龄	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

②应收账款—账龄组合的账龄与整个存续期预期信用损失率对照表

账 龄	应收账款预期信用损失率（%）
1年以内（含，下同）	5
1-2年	20
2-3年	50
3年以上	100

（6）金融资产和金融负债的抵销

金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不相互抵销。但同时满足下列条件的，公司以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：1）公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；2）公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

不满足终止确认条件的金融资产转移，公司不对已转移的金融资产和相关负债进行抵销。

2、2017年度和2018年度

（1）金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下四类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（包括交易性金融资产和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产）、持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下两类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债（包括交易性金融负债和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债）、其他金融负债。

（2）金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

公司按照公允价值对金融资产进行后续计量，且不扣除将来处置该金融资产时可能发生的交易费用，但下列情况除外：1) 持有至到期投资以及贷款和应收款项采用实际利率法，按摊余成本计量；2) 在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

公司采用实际利率法，按摊余成本对金融负债进行后续计量，但下列情况除外：1) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，按照公允价值计量，且不扣除将来结清金融负债时可能发生的交易费用；2) 与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本计量；3) 不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，或没有指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益并将以低于市场利率贷款的贷款承诺，在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：① 按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》确定的金额；② 初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号——收入》的原则确定的累积摊销额后的余额。

金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，除与套期保值有关外，按照如下方法处理：1) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，计入公允价值变动收益；在资产持有期间所取得的利息或现金股利，确认为投资收益；处置时，将实际收到的金额与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动收益。2) 可供出售金融资产的公允价值变动计入其他综合收益；持有期间按实际利率法计算的利息，计入投资收益；可供出售权益工具投资的现金股利，于被投资单位宣告发放股利时计入投资收益；处置时，将实际收到的金额与账面价值扣除原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额之后的差额确认为投资收益。

当收取某项金融资产现金流量的合同权利已终止或该金融资产所有权上几

乎所有的风险和报酬已转移时，终止确认该金融资产；当金融负债的现时义务全部或部分解除时，相应终止确认该金融负债或其一部分。

（3）金融资产转移的确认依据和计量方法

公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给了转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产，并将收到的对价确认为一项金融负债。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：1）放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产；2）未放弃对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：1）所转移金融资产的账面价值；2）因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额之和。金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：1）终止确认部分的账面价值；2）终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额之和。

（4）金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：

1）第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；

2）第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

3）第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观

察或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

(5) 金融资产的减值测试和减值准备计提方法

1) 资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，如有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

2) 对于持有至到期投资、贷款和应收款，先将单项金额重大的金融资产区分开来，单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，可以单独进行减值测试，或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试；单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。测试结果表明其发生了减值的，根据其账面价值高于预计未来现金流量现值的差额确认减值损失。

3) 可供出售金融资产

① 表明可供出售债务工具投资发生减值的客观证据包括：

A. 债务人发生严重财务困难；

B. 债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期；

C. 公司出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；

D. 债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；

E. 因债务人发生重大财务困难，该债务工具无法在活跃市场继续交易；

F. 其他表明可供出售债务工具已经发生减值的情况。

② 表明可供出售权益工具投资发生减值的客观证据包括权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌，以及被投资单位经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化使公司可能无法收回投资成本。

本公司于资产负债表日对各项可供出售权益工具投资单独进行检查。对于以公允价值计量的权益工具投资，若其于资产负债表日的公允价值低于其成本超过

50%（含 50%）或低于其成本持续时间超过 12 个月（含 12 个月）的，则表明其发生减值；若其于资产负债表日的公允价值低于其成本超过 20%（含 20%）但尚未达到 50%的，或低于其成本持续时间超过 6 个月（含 6 个月）但未超过 12 个月的，本公司会综合考虑其他相关因素，诸如价格波动率等，判断该权益工具投资是否发生减值。对于以成本计量的权益工具投资，公司综合考虑被投资单位经营所处的技术、市场、经济或法律环境等是否发生重大不利变化，判断该权益工具是否发生减值。

以公允价值计量的可供出售金融资产发生减值时，原直接计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入减值损失。对已确认减值损失的可供出售债务工具投资，在期后公允价值回升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回并计入当期损益。对已确认减值损失的可供出售权益工具投资，期后公允价值回升直接计入其他综合收益。

以成本计量的可供出售权益工具发生减值时，将该权益工具投资的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益，发生的减值损失一经确认，不予转回。

（十）应收款项

1、2019 年度及 2020 年 1-6 月

详见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“五、主要会计政策和会计估计”之“（九）金融工具”之“1、2019 年度和 2020 年 1-6 月”之“（5）金融工具减值”的相关内容。

2、2017 年度和 2018 年度

（1）单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	占应收款项账面余额 10%以上的款项。
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

(2) 按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

1) 具体组合及坏账准备的计提方法

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法	
账龄组合	账龄分析法

2) 账龄分析法

账 龄	应收商业承兑汇票计提比例 (%)	应收账款计提比例 (%)	其他应收款计提比例 (%)
1 年以内 (含,下同)	5	5	5
1-2 年	20	20	20
2-3 年	50	50	50
3 年以上	100	100	100

(3) 单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	应收款项的未来现金流量现值与以账龄为信用风险特征的应收款项组合的未来现金流量现值存在显著差异。
坏账准备的计提方法	单独进行减值测试,根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

对应收银行承兑票据、应收利息、长期应收款等其他应收款项,根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

(十一) 存货**1、存货的分类**

存货包括在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。

2、发出存货的计价方法

发出存货采用月末一次加权平均法。

3、存货可变现净值的确定依据

资产负债表日,存货采用成本与可变现净值孰低计量,按照存货类别成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货,在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值;需要经过加工的存货,在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额

确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

4、存货的盘存制度

存货的盘存制度为永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

(1) 低值易耗品

按照一次转销法进行摊销。

(2) 包装物

按照一次转销法进行摊销。

(十二) 合同成本

与合同成本有关的资产包括合同取得成本和合同履约成本。

公司为取得合同发生的增量成本预期能够收回的，作为合同取得成本确认为一项资产。

公司为履行合同发生的成本，不适用存货、固定资产或无形资产等相关准则的规范范围且同时满足下列条件的，作为合同履约成本确认为一项资产：

1、该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关，包括直接人工、直接材料、制造费用（或类似费用）、明确由客户承担的成本以及仅因该合同而发生的其他成本；

2、该成本增加了公司未来用于履行履约义务的资源；

3、该成本预期能够收回。

公司对于与合同成本有关的资产采用与该资产相关的商品或服务收入确认相同的基础进行摊销，计入当期损益。

如果与合同成本有关的资产的账面价值高于因转让与该资产相关的商品或服务预期能够取得的剩余对价减去估计将要发生的成本，公司对超出部分计提减值准备，并确认为资产减值损失。以前期间减值的因素之后发生变化，使得转让

该资产相关的商品或服务预期能够取得的剩余对价减去估计将要发生的成本高于该资产账面价值的，转回原已计提的资产减值准备，并计入当期损益，但转回后的资产账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该资产在转回日的账面价值。

（十三）长期股权投资

1、共同控制、重要影响的判断

按照相关约定对某项安排存在共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策，认定为共同控制。对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定，认定为重大影响。

2、投资成本的确定

（1）同一控制下的企业合并形成的，合并方以支付现金、转让非现金资产、承担债务或发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为其初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的合并对价的账面价值或发行股份的面值总额之间的差额调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

公司通过多次交易分步实现同一控制下企业合并形成的长期股权投资，判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，把各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，在合并日，根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额确定初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

（2）非同一控制下的企业合并形成的，在购买日按照支付的合并对价的公允价值作为其初始投资成本。

公司通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并形成的长期股权投资，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

1) 在个别财务报表中, 按照原持有的股权投资的账面价值加上新增投资成本之和, 作为改按成本法核算的初始投资成本。

2) 在合并财务报表中, 判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的, 把各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的, 对于购买日之前持有的被购买方的股权, 按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量, 公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益; 购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益等的, 与其相关的其他综合收益等转为购买日所属当期收益。但由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

(3) 除企业合并形成以外的: 以支付现金取得的, 按照实际支付的购买价款作为其初始投资成本; 以发行权益性证券取得的, 按照发行权益性证券的公允价值作为其初始投资成本; 以债务重组方式取得的, 按《企业会计准则第 12 号——债务重组》确定其初始投资成本; 以非货币性资产交换取得的, 按《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》确定其初始投资成本。

3、后续计量及损益确认方法

对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算; 对联营企业和合营企业的长期股权投资, 采用权益法核算。

4、通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权的处理方法

(1) 个别财务报表

对处置的股权, 其账面价值与实际取得价款之间的差额, 计入当期损益。对于剩余股权, 对被投资单位仍具有重大影响或者与其他方一起实施共同控制的, 转为权益法核算; 不能再对被投资单位实施控制、共同控制或重大影响的, 按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的相关规定进行核算。

(2) 合并财务报表

1) 通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权, 且不属于“一揽子交易”的

在丧失控制权之前, 处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买

日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额,调整资本公积(资本溢价),资本溢价不足冲减的,冲减留存收益。

丧失对原子公司控制权时,对于剩余股权,按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和,减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额,计入丧失控制权当期的投资收益,同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等,应当在丧失控制权时转为当期投资收益。

2) 通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权,且属于“一揽子交易”的

将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理。但是,在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额,在合并财务报表中确认为其他综合收益,在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

(十四) 固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的,使用年限超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量时予以确认。

2、各类固定资产的折旧方法

类别	折旧方法	折旧年限(年)	残值率(%)	年折旧率(%)
房屋及建筑物	年限平均法	30	5.00	3.17
通用设备	年限平均法	5-12	5.00	19.00-7.92
专用设备	年限平均法	3-10	5.00	31.67-9.50
运输工具	年限平均法	4-5	5.00	23.75-19.00

与发行人所处同行业可比上市公司固定资产的折旧方法如下:

单位:年

固定资产类别	房屋及建筑物	通用设备	专用设备	运输工具
苏泊尔	20-30	3-5	10	4-10
爱仕达	20	5	10	5

固定资产类别	房屋及建筑物	通用设备	专用设备	运输工具
哈尔斯	20	5	10	5
张小泉	30	5-12	3-10	4-5

其中，专用设备存在部分设备折旧年限低于同行业可比公司的原因主要系该类设备中部分设备来自张小泉集团旧设备转让，预期可使用年限较短，因此针对该类专用设备折旧年限做相应调低处理。

此外，公司部分通用设备折旧年限较同行业偏高，该类设备主要系注塑机、液压机等设备，其高于同行业公司折旧年限原因主要依据该类产品历史使用年限及设备成新综合考量推断，因此部分固定资产折旧年限高于同行业平均水平。公司目前折旧年限高于5年相关机器设备报告期内计提折旧总金额为11.2万元，若按行业平均折旧年限5年计算，应计提折旧总额为22.4万元，因使用年限差异导致的折旧计提金额相差11.2万元，对公司无重大损益影响。

公司固定资产折旧年限与同行业可比公司基本一致，不存在重大差异。发行人根据固定资产类别采用不同折旧年限，相关折旧年限符合行业特点，固定资产折旧年限较为审慎，具有合理性。

3、融资租入固定资产的认定依据、计价方法和折旧方法

符合下列一项或数项标准的，认定为融资租赁：（1）在租赁期届满时，租赁资产的所有权转移给承租人；（2）承租人有购买租赁资产的选择权，所订立的购买价款预计将远低于行使选择权时租赁资产的公允价值，因而在租赁开始日就可以合理确定承租人将会行使这种选择权；（3）即使资产的所有权不转移，但租赁期占租赁资产使用寿命的大部分[通常占租赁资产使用寿命的75%以上(含75%)]；（4）承租人在租赁开始日的最低租赁付款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁资产公允价值[90%以上(含90%)]；出租人在租赁开始日的最低租赁收款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁资产公允价值 [90%以上(含90%)]；（5）租赁资产性质特殊，如果不作较大改造，只有承租人才能使用。

融资租入的固定资产，按租赁开始日租赁资产的公允价值与最低租赁付款额的现值中较低者入账，按自有固定资产的折旧政策计提折旧。

（十五）在建工程

1、在建工程同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量则予以确认。在建工程按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的实际成本计量。

2、在建工程达到预定可使用状态时，按工程实际成本转入固定资产。已达到预定可使用状态但尚未办理竣工决算的，先按估计价值转入固定资产，待办理竣工决算后再按实际成本调整原暂估价值，但不再调整原已计提的折旧。

（十六）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时确认为费用，计入当期损益。

2、借款费用资本化期间

（1）当借款费用同时满足下列条件时，开始资本化：1）资产支出已经发生；2）借款费用已经发生；3）为使资产达到预定可使用或可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

（2）若符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断，并且中断时间连续超过3个月，暂停借款费用的资本化；中断期间发生的借款费用确认为当期费用，直至资产的购建或者生产活动重新开始。

（3）当所购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或可销售状态时，借款费用停止资本化。

3、借款费用资本化率以及资本化金额

为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用（包括按照实际利率法确定的折价或溢价的摊销），减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，确定应予资本化的利息金额；为购建或者生产符合资本化条件的资产占用了一般借款的，根据累计资产支出超过专门借款的资产支出加权平均数乘以占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。

（十七）无形资产

1、无形资产包括土地使用权、专利权及非专利技术等，按成本进行初始计量。

2、使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。具体年限如下：

项 目	摊销年限（年）
土地使用权	50
商标权及专利	2-10
租赁合同权益	7.92
软件	3-5

使用寿命不确定的无形资产不摊销，公司在每个会计期间均对该无形资产的使用寿命进行复核。

各类无形资产摊销年限的确定依据如下：

（1）土地使用权摊销年限确定依据

针对土地使用权摊销年限，公司依据取得该土地时，土地使用证尚可使用年限确定摊销年限确定。

公司现有土地使用权情况及摊销年限如下表所示：

序号	使用权人	证书编号	土地坐落位置	使用权类型	取得日期	权证起止日期	摊销年限（月）
1	张小泉股份	浙（2018）富阳区不动产权第0017678号	东洲街道五星路8号	出让	2017.11.6	2009.5.4-2059.5.3	498
2	阳江张小泉	粤（2019）阳江市不动产权第0039043号	阳江市江城银岭科技产业园B7.6-2号	出让	2019.4.23	2019.4.23-2069.4.22	600

（2）商标权及专利摊销年限确定依据

针对受让取得的张小泉系列商标及专利，公司采用专利保护期最低10年进行摊销，若该类资产距离到期日不足10年的商标及专利，公司在依据其剩余使

用年限对其进行摊销。

除张小泉系列商标及专利外，公司存在部分字体或字体软件库使用权，公司按照许可使用协议书约定，在授权使用期限内按 2-3 年摊销。

（3）租赁合同权益年限确定依据

根据上海张小泉刀剪总店有限公司与上海美丽华(集团)有限公司签署的《房屋租赁合同》，上海张小泉刀剪总店有限公司按 100 万元/年的优惠租赁价格向上海美丽华（集团）有限公司租用房产，租赁期限自 2014 年 10 月 1 日至 2022 年 8 月 31 日。租赁期限内，该房屋租赁价格低于同期市场水平而产生了合同权益，总计 2,197.00 万元，公司根据租赁期限按直线法摊销。

（4）软件年限确定依据

报告期内公司无形资产中的软件均系外购得来，产品交付公司使用后，使用权归属公司所有，公司与软件销售方在相关合同中未约定使用期限，公司根据相关软件的用途及其预计可使用期限，按照 3-5 年进行摊销。

3、内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能证明其有用性；（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

（十八）部分长期资产减值

对长期股权投资、固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产等长期资产，在资产负债表日有迹象表明发生减值的，估计其可收回金额。对因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。商誉结合与其相关的资产组或者资产组组合进行减值测试。

若上述长期资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额确认资产减值准

备并计入当期损益。

(十九) 长期待摊费用

长期待摊费用核算已经支出,摊销期限在 1 年以上(不含 1 年)的各项费用。长期待摊费用按实际发生额入账,在受益期或规定的期限内分期平均摊销。如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

(二十) 职工薪酬

1、职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。

2、短期薪酬的会计处理方法

在职工为公司提供服务的会计期间,将实际发生的短期薪酬确认为负债,并计入当期损益或相关资产成本。

3、离职后福利的会计处理方法

离职后福利分为设定提存计划和设定受益计划。

(1) 在职工为公司提供服务的会计期间,根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债,并计入当期损益或相关资产成本。

(2) 对设定受益计划的会计处理通常包括下列步骤:

1) 根据预期累计福利单位法,采用无偏且相互一致的精算假设对有关人口统计变量和财务变量等作出估计,计量设定受益计划所产生的义务,并确定相关义务的所属期间。同时,对设定受益计划所产生的义务予以折现,以确定设定受益计划义务的现值和当期服务成本;

2) 设定受益计划存在资产的,将设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的,以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产;

3) 期末,将设定受益计划产生的职工薪酬成本确认为服务成本、设定受益计划净负债或净资产的利息净额以及重新计量设定受益计划净负债或净资产所

产生的变动等三部分，其中服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本，重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不允许转回至损益，但可以在权益范围内转移这些在其他综合收益确认的金额。

4、辞退福利的会计处理方法

向职工提供的辞退福利，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：（1）公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；（2）公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

5、其他长期职工福利的会计处理方法

向职工提供的其他长期福利，符合设定提存计划条件的，按照设定提存计划的有关规定进行会计处理；除此之外的其他长期福利，按照设定受益计划的有关规定进行会计处理，为简化相关会计处理，将其产生的职工薪酬成本确认为服务成本、其他长期职工福利净负债或净资产的利息净额以及重新计量其他长期职工福利净负债或净资产所产生的变动等组成项目的总净额计入当期损益或相关资产成本。

（二十一）预计负债

1、因对外提供担保、诉讼事项、产品质量保证、亏损合同等或有事项形成的义务成为公司承担的现时义务，履行该义务很可能导致经济利益流出公司，且该义务的金额能够可靠的计量时，公司将该项义务确认为预计负债。

2、公司按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数对预计负债进行初始计量，并在资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核。

（二十二）股份支付

1、股份支付的种类

包括以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

2、实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

（1）以权益结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应调整资本公积。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应调整资本公积。

换取其他方服务的权益结算的股份支付，如果其他方服务的公允价值能够可靠计量的，按照其他方服务在取得日的公允价值计量；如果其他方服务的公允价值不能可靠计量，但权益工具的公允价值能够可靠计量的，按照权益工具在服务取得日的公允价值计量，计入相关成本或费用，相应增加所有者权益。

（2）以现金结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在授予日按公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按公司承担负债的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和相应的负债。

（3）修改、终止股份支付计划

如果修改增加了所授予的权益工具的公允价值，公司按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加；如果修改增加了所授予的权益工具的数量，公司将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加；如果公司按照有利于职工的方式修改可行权条件，公司在处理可行权条件时，考虑修改后的可行权条件。

如果修改减少了授予的权益工具的公允价值，公司继续以权益工具在授予日的公允价值为基础，确认取得服务的金额，而不考虑权益工具公允价值的减少；如果修改减少了授予的权益工具的数量，公司将减少部分作为已授予的权益工具的取消来进行处理；如果以不利于职工的方式修改了可行权条件，在处理可行权条件时，不考虑修改后的可行权条件。

如果公司在等待期内取消了所授予的权益工具或结算了所授予的权益工具

(因未满足可行权条件而被取消的除外),则将取消或结算作为加速可行权处理,立即确认原本在剩余等待期内确认的金额。

(二十三) 收入

1、2020年1-6月

(1) 收入确认原则

于合同开始日,公司对合同进行评估,识别合同所包含的各单项履约义务,并确定各单项履约义务是在某一时段内履行,还是在某一时点履行。

满足下列条件之一时,属于在某一时段内履行履约义务,否则,属于在某一时点履行履约义务:1) 客户在公司履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益;2) 客户能够控制公司履约过程中在建商品或服务;3) 公司履约过程中所产出的商品或服务具有不可替代用途,且公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务,公司在该段时间内按照履约进度确认收入。履约进度不能合理确定时,已经发生的成本预计能够得到补偿的,按照已经发生的成本金额确认收入,直到履约进度能够合理确定为止。对于在某一时点履行的履约义务,在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品控制权时,公司考虑下列迹象:1) 公司就该商品享有现时收款权利,即客户就该商品负有现时付款义务;2) 公司已将该商品的法定所有权转移给客户,即客户已拥有该商品的法定所有权;3) 公司已将该商品实物转移给客户,即客户已实物占有该商品;4) 公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户,即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬;5) 客户已接受该商品;6) 其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

(2) 收入计量原则

1) 公司按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。交易价格是公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额,不包括代第三方收取的款项以及预期将退还给客户的款项。

2) 合同中存在可变对价的,公司按照期望值或最可能发生金额确定可变对

价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。

3) 合同中存在重大融资成分的，公司按照假定客户在取得商品或服务控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格。该交易价格与合同对价之间的差额，在合同期间内采用实际利率法摊销。

4) 合同中包含两项或多项履约义务的，公司于合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务。

(3) 收入确认的具体方法

公司主要销售剪具、刀具、套刀剪组合和其他生活家居用品等产品。公司不同销售模式下的收入确认政策具体如下：

1) 经销方式

对于境内销售，公司已根据合同约定将产品交付给客户，客户签收并确认，且产品销售收入金额已确定，相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量；对于境外销售，公司已根据合同约定将产品报关，取得报关单，同时取得提单，且产品销售收入金额已确定，相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量。

2) 直销方式

对于电商，公司通过电子商务平台零售，消费者收到货物后确认收货，且产品销售收入金额已确定，已经收到货款且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量；对于直营店，公司已根据约定将产品交付给购货方，且产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量；对于直销客户，公司已根据合同约定将产品交付给客户，客户签收并确认，且产品销售收入金额已确定，相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量。

3) 代销方式

根据合同约定的对账时间，收到代销商的销售清单，且产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关

的成本能够可靠地计量。

2、2017 年度、2018 年度和 2019 年度

(1) 收入确认原则

1) 销售商品

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：① 将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；② 公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；③ 收入的金额能够可靠地计量；④ 相关的经济利益很可能流入；⑤ 相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

2) 提供劳务

提供劳务交易的结果在资产负债表日能够可靠估计的（同时满足收入的金额能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量），采用完工百分比法确认提供劳务的收入，并按已经发生的成本占估计总成本的比例确定提供劳务交易的完工进度。提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿，按已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认劳务收入。

3) 让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

4) 建造合同

① 建造合同的结果在资产负债表日能够可靠估计的，根据完工百分比法确认合同收入和合同费用。建造合同的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若合同成本能够收回的，合同收入根据能够收回的实际合同成本予以确认，合同成本在其发生的当期确认为合同费用；若合同成本不可能收回的，在发生时立即确

认为合同费用，不确认合同收入。

② 固定造价合同同时满足下列条件表明其结果能够可靠估计：合同总收入能够可靠计量、与合同相关的经济利益很可能流入、实际发生的合同成本能够清楚地区分和可靠地计量、合同完工进度和为完成合同尚需发生的成本能够可靠地计量。成本加成合同同时满足下列条件表明其结果能够可靠估计：与合同相关的经济利益很可能流入、实际发生的合同成本能够清楚地区分和可靠地计量。

③ 确定合同完工进度的方法为累计实际发生的合同成本占合同预计总成本的比例。

④ 资产负债表日，合同预计总成本超过合同总收入的，将预计损失确认为当期费用。执行中的建造合同，按其差额计提存货跌价准备；待执行的亏损合同，按其差额确认预计负债。

（2）收入确认的具体方法

公司主要销售剪具、刀具、套刀剪组合和其他生活家居用品等产品。公司不同销售模式下的收入确认政策具体如下：

（1）经销方式

对于境内销售，公司已根据合同约定将产品交付给客户，客户签收并确认，且产品销售收入金额已确定，相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量；对于境外销售，公司已根据合同约定将产品报关，取得报关单，同时取得提单，且产品销售收入金额已确定，相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量。

2) 直销方式

对于电商，公司通过电子商务平台零售，消费者收到货物后确认收货，且产品销售收入金额已确定，已经收到货款且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量；对于直营店，公司已根据约定将产品交付给购货方，且产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量；对于直销客户，公司已根据合同约定将产品交付给客户，客户签收并确认，且产品销售收入金额已确定，相关的经

济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量。

3) 代销方式

根据合同约定的对账时间，收到代销商的销售清单，且产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量。

(二十四) 政府补助

1、政府补助在同时满足下列条件时予以确认：（1）公司能够满足政府补助所附的条件；（2）公司能够收到政府补助。政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

2、与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

政府文件规定用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资产相关的政府补助。政府文件不明确的，以取得该补助必须具备的基本条件为基础进行判断，以购建或以其他方式形成长期资产为基本条件的作为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助，冲减相关资产的账面价值或确认为递延收益。与资产相关的政府补助确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

3、与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。对于同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，难以区分与资产相关或与收益相关的，整体归类为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益或冲减相关成本；用于补偿已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益或冲减相关成本。

4、与公司日常经营活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收

益或冲减相关成本费用。与公司日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

5、政策性优惠贷款贴息的会计处理方法

(1) 财政将贴息资金拨付给贷款银行，由贷款银行以政策性优惠利率向公司提供贷款的，以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用。

(2) 财政将贴息资金直接拨付给公司的，将对应的贴息冲减相关借款费用。

(二十五) 递延所得税资产、递延所得税负债

1、根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，该计税基础与其账面数之间的差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

2、确认递延所得税资产以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

3、资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，转回减记的金额。

4、公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：（1）企业合并；（2）直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

(二十六) 租赁

1、经营租赁的会计处理方法

公司为承租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金计入相关资产成本或确认为当期损益，发生的初始直接费用，直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

公司为出租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金确认为当期损益，发生的初始直接费用，除金额较大的予以资本化并分期计入损益外，均直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

2、融资租赁的会计处理方法

公司为承租人时，在租赁期开始日，公司以租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值中两者较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额为未确认融资费用，发生的初始直接费用，计入租赁资产价值。在租赁期各个期间，采用实际利率法计算确认当期的融资费用。

公司为出租人时，在租赁期开始日，公司以租赁开始日最低租赁收款额与初始直接费用之和作为应收融资租赁款的入账价值，同时记录未担保余值；将最低租赁收款额、初始直接费用及未担保余值之和与其现值之和的差额确认为未实现融资收益。在租赁期各个期间，采用实际利率法计算确认当期的融资收入。

六、主要会计政策、会计估计的变更

（一）企业会计准则变化引起的会计政策变更

1、财政部于2017年发布了修订后的《企业会计准则第16号——政府补助》，修订后的准则自2017年6月12日起施行，对于2017年1月1日存在的政府补助，要求采用未来适用法处理；对于2017年1月1日至施行日新增的政府补助，要求按照修订后的准则进行调整。

2、根据《关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2018]15号）要求，资产负债表中，将“应收票据”和“应收账款”归并至新增的“应收票据及应收账款”项目，将“应收利息”和“应收股利”归并至“其他应收款”项目，将“固定资产清理”归并至“固定资产”项目，将“工程物资”归并至“在建工程”项目，将“应付票据”和“应付账款”归并至新增的“应付票据及应付账款”项目，将“应付利息”和“应付股利”归并至“其他应付款”项目，将“专项应付款”归并至“长期应付款”项目；在利润表中，增设“研发费用”项目列报研究与开发过程中发生的费用化支出，“财务费用”项目下分拆“利息费用”和“利息收入”明细项目；本公司相应追溯调整了比较数据。该会

计政策变更对合并净利润和股东权益无影响。

根据《财政部关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6 号）要求，资产负债表中，将“应收票据及应收账款”分别在“应收票据”和“应收账款”项目中列示，将“应付票据及应付账款”分别在“应付票据”和“应付账款”项目中列示，本公司相应追溯调整了比较数据。该会计政策变更对合并净利润和股东权益无影响。

3、2017 年，财政部颁布了修订的《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》《企业会计准则第 24 号——套期保值》以及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（统称“新金融工具准则”）。本公司自 2019 年 1 月 1 日开始按照新修订的上述准则进行会计处理，根据衔接规定，对可比期间信息不予调整，首日执行新准则与现行准则的差异追溯调整本报告期期初未分配利润或其他综合收益。

对于 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。新金融工具确认和计量对本公司前期数据无影响，本公司不对比较财务报表数据进行调整。

（二）会计估计变更

报告期内，本公司无会计估计变更事项。

七、报告期内适用的主要税种税率及享受的税收优惠

（一）主要税种及税率

税 种	计税依据	税 率
增值税	销售货物或提供应税劳务	17%、16%、13%、11%、10%、9%、6%、3%【注】
房产税	从价计征的，按房产原值一次减除 30% 后余值的 1.2% 计缴；从租计征的，按租金收入的 12% 计缴	1.2%、12%
城市维护建设税	应缴流转税税额	除本公司之子公司上海张小泉刀剪总店有限公司东阳横店分公司、本公司之孙公司上

税 种	计税依据	税 率
		海张小泉刀剪制造有限公司按应缴流转税税额的 5%计缴外，本公司及其余子孙公司均按流转税税额的 7%计缴。
教育费附加	应缴流转税税额	3%
地方教育附加	应缴流转税税额	除本公司之子公司上海张小泉刀剪总店有限公司位于上海的分子公司 2018 年 8 月-2019 年 6 月按应缴流转税税额的 1%计缴外，本公司及其余子孙公司均按流转税税额的 2%计缴。
企业所得税	应纳税所得额	25%、20%

注：根据财政部、税务总局《关于调整增值税税率的通知》（财税〔2018〕32号），从2018年5月1日起，本公司发生增值税应税销售行为，原适用17%的，税率调整为16%；原适用11%的，税率调整为10%。根据财政部、税务总局、海关总署发布《关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部、税务总局、海关总署公告〔2019〕39号），从2019年4月1日起，本公司发生增值税应税销售行为，原适用16%的，税率调整为13%；原适用10%的，税率调整为9%。

合并财务报表范围内的杭州泉都电子商务有限公司、杭州泉和电子商务有限公司（2018-2019年9月）、阳江市张小泉智能制造有限公司（2018-2019年2月）为小规模纳税人，适用3%的征收率；公司服务业收入适用6%的增值税率。

不同税率的纳税主体企业所得税税率说明

纳税主体名称	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
张小泉股份有限公司	25%	25%	25%	25%
杭州张小泉电子商务有限公司	25%	25%	25%	25%
上海张小泉刀剪总店有限公司	25%	25%	25%	25%
阳江市张小泉智能制造有限公司	25%	25%	25%	-
除上述以外的其他纳税主体	20%	20%	20%	20%

（二）税收优惠

1、本公司出口货物实行“免、抵、退”税政策，退税率为5%、9%、10%、13%。

2、根据财政部、国家税务总局《关于扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》（财税〔2017〕43号），杭州泉都电子商务有限公司、杭州泉和电子商务有限公司、杭州泉心电子商务有限公司、杭州张小泉文创科技有限公司及上海张小泉刀剪制造有限公司被认定为小型微利企业，2017-2018年度所得减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。

3、根据财政部、税务总局《关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13号）规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，减按25%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过100万元但不超过300万元的部分，减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。因杭州泉都电子商务有限公司、杭州泉和电子商务有限公司、杭州泉心电子商务有限公司、杭州张小泉文创科技有限公司、杭州泉锐贸易有限公司、杭州泉创贸易有限公司及上海张小泉刀剪制造有限公司被认定为小型微利企业，故上述企业2019年度、2020年1-6月按20%的税率缴纳企业所得税。

4、根据杭州市富阳区人民政府《关于进一步调整城镇土地使用税政策促进土地集约节约利用工作的通知》（富政办〔2016〕47号）规定，对富阳区范围内登记注册且占用3亩以上（含3亩）土地的企业为考评对象，对亩产税收达到行业亩产税收平均值300%（含）以上的企业，给予减免城镇土地使用税80%的优惠；对亩产税收达到行业亩产税收平均值200%（含）、但未达到300%的企业，给予减免城镇土地使用税60%的优惠；对亩产税收达到行业亩产税收平均值100%（含）、但未达到200%的企业，给予减免城镇土地使用税40%的优惠；对亩产税收在行业平均亩产税收100%以下的企业，不给予减免优惠。

八、经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表

（一）非经常性损益的具体内容、金额

公司根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益》（证监会公告[2008]43号）编制了2017年度、2018年度、2019年度及2020年1-6月的非经常性损益明细表，并经天健会计师事务所出具的《关于张小泉股份有限公司最近三年及一期非经常性损益的鉴证报告》（天健审[2020]9461号）鉴证。

报告期内，本公司非经常性损益具体内容、金额明细如下：

单位：万元

项 目	2020年 1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	17.79	-11.42	-14.70	-0.07

项 目	2020年 1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	-	-	-	-
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	99.24	1,012.96	50.21	57.10
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	85.15	-	449.55
委托他人投资或管理资产的损益	49.30	88.50	98.82	8.03
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-	1,481.96
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	-	-	945.68
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-70.97	-2.47	-19.71	0.41
其他符合非经常性损益定义的损益项目	0.65	150.85	3.10	0.96
减：所得税费用（所得税费用减少以“-”表示）	16.73	323.02	35.18	128.98
少数股东损益（税后）	-	-	-	42.54
当期非经常性损益合计	79.28	1,000.54	82.53	2,772.10
当期归属于母公司股东的净利润	3,281.46	7,230.07	4,380.85	4,841.62
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	3,202.18	6,229.54	4,298.31	2,069.53
非经常性损益占比	2.42%	13.84%	1.88%	57.26%

九、主要财务指标

（一）净资产收益率和每股收益

1、净资产收益率

报告期利润	加权平均净资产收益率			
	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
归属于公司普通股股东的净利润	8.29%	20.04%	14.47%	28.92%
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	8.09%	17.27%	14.20%	16.48%

2、每股收益

报告期利润	每股收益（元/股）							
	基本每股收益				稀释每股收益			
	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
归属于公司	0.28	0.62	0.37	-	0.28	0.62	0.37	-

报告期利润	每股收益（元/股）							
	基本每股收益				稀释每股收益			
	2020年 1-6月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2020年 1-6月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
普通股股东的净利润								
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	0.27	0.53	0.37	-	0.27	0.53	0.37	-

注：净资产收益率和每股收益的计算公式如下：

1、加权平均净资产收益率= $P / (E_0 + NP/2 + E_i \times M_i/M_0 - E_j \times M_j/M_0 \pm E_k \times M_k/M_0)$

其中：P 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E₀ 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M₀ 为报告期月份数；M_i 为新增净资产下一月份起至报告期末的月份数；M_j 为减少净资产下一月份起至报告期末的月份数；E_k 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；M_k 为发生其他净资产增减变动下一月份起至报告期末的月份数

2、基本每股收益=P/S

$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i/M_0 - S_j \times M_j/M_0 - S_k$

其中：P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S₀ 为期初股份总数；S₁ 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j 为报告期因回购等减少股份数；S_k 为报告期缩股数；M₀ 报告期月份数；M_i 为增加股份下一月份起至报告期末的月份数；M_j 为减少股份下一月份起至报告期末的月份数

3、稀释每股收益= $[P + (已确认为费用的稀释性潜在普通股利息 - 转换费用) \times (1 - 所得税率)] / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i/M_0 - S_j \times M_j/M_0 - S_k + 认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数)$

报告期内本公司不存在稀释潜在普通股

（二）主要财务指标表

财务指标	2020.6.30/2020年 1-6月	2019.12.31/ 2019年度	2018.12.31/ 2018年度	2017.12.31/ 2017年度
流动比率（倍）	2.18	2.39	2.42	2.05
速动比率（倍）	1.20	1.50	1.65	1.39
资产负债率（合并）	30.60%	24.23%	24.57%	25.97%
资产负债率（母公司）	34.05%	29.67%	30.81%	24.62%
应收账款周转率（次/年）	10.51	15.73	12.51	9.93
存货周转率（次/年）	1.20	2.90	3.43	3.65
息税折旧摊销前利润（万元）	5,080.35	10,807.96	7,154.10	6,856.40
归属于发行人股东的净利润（万元）	3,281.46	7,230.07	4,380.85	4,841.62
归属于发行人股东扣除非	3,202.18	6,229.54	4,298.31	2,069.53

财务指标	2020.6.30/2020年 1-6月	2019.12.31/ 2019年度	2018.12.31/ 2018年度	2017.12.31/ 2017年度
经常性损益后的净利润(万元)				
利息保障倍数(倍)	/	2,357.20	-	16.55
归属于发行人股东的每股净资产(元)	3.37	3.39	2.77	2.40
每股经营活动产生的现金流量净额(元)	0.31	0.75	0.35	0.41
无形资产占净资产的比例(扣除土地使用权)	8.54%	9.31%	13.33%	17.38%

注：上述财务指标的计算公式如下：

- 1、流动比率=流动资产÷流动负债
- 2、速动比率=(流动资产-存货)÷流动负债
- 3、资产负债率=总负债÷总资产
- 4、应收账款周转率=营业收入÷应收账款平均账面余额
- 5、存货周转率=营业成本÷存货平均账面余额
- 6、息税折旧摊销前利润=净利润+所得税费用+利息支出-利息收入+折旧费用+摊销费用
- 7、归属于发行人股东的净利润=归属于母公司所有者的净利润
- 8、归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润=净利润-少数股东损益-税后非经常性损益
- 9、利息保障倍数=(税前利润+利息支出)÷利息支出
- 10、归属于发行人股东的每股净资产(元)=期末净资产÷当期股本总额
- 11、每股经营活动的现金流量净额=经营活动产生的现金流量净额÷当期股本总额
- 12、无形资产占净资产比例=无形资产(扣除土地使用权)÷期末净资产

十、盈利预测报告

本公司未制作盈利预测报告。

十一、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

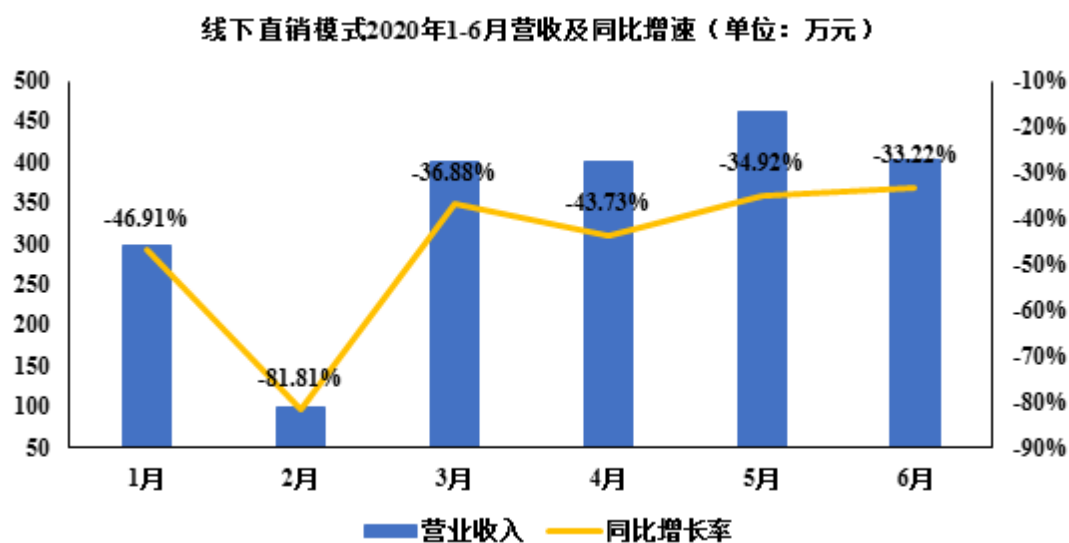
(一) 资产负债表日后事项

1、新型冠状病毒感染的肺炎疫情的影响

2020年初，我国爆发新型冠状病毒肺炎疫情，对公司销售造成一定不利影响。随着全球范围内新型冠状病毒肺炎疫情的进一步爆发，公司销售亦将受到一定程度的不利影响。目前新型冠状病毒肺炎疫情的持续时间及影响范围尚不明朗，若新型冠状病毒肺炎疫情在全球范围内不能得到有效控制，将对公司2020年的经营业绩造成不利影响。本公司将继续密切关注新冠疫情发展情况，积极应对其对本公司财务状况、经营成果产生的不利影响。

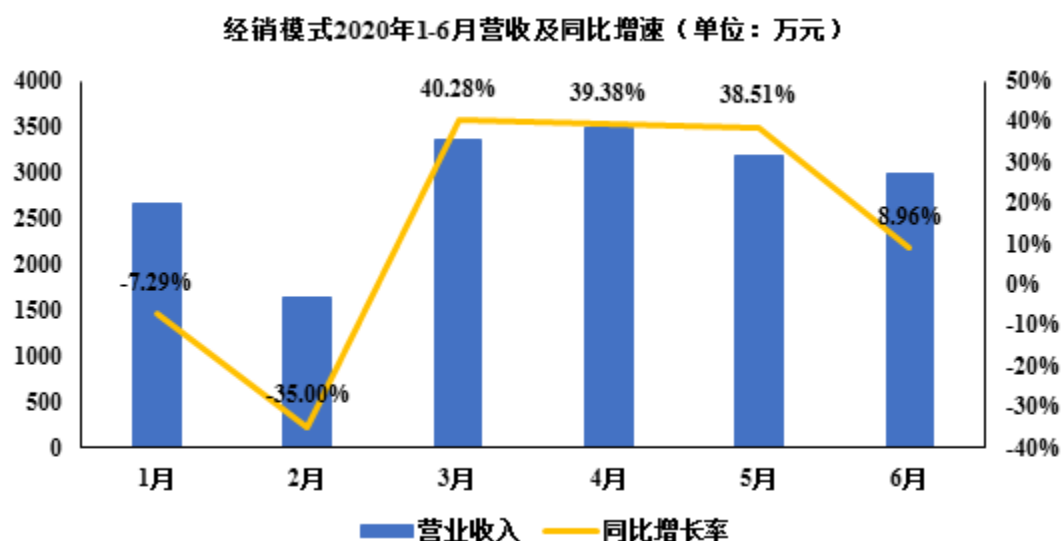
(1) 新冠疫情对公司线下直销和经销模式的影响

新冠疫情下 2020 年上半年线下直销模式营业收入对比情况如下：



2020 年一季度及二季度营业收入相较于 2019 年同期增长率分别为-54.09%及-37.51%，较报告期内其他年度增幅有显著下降，其中 2 月份降幅最为明显，营业收入同比下降 81.81%。公司线下直销包括零售和直销两大业务模式，因上半年疫情爆发影响，门店人流骤减，零售业务收入大幅度缩减导致公司线下直销业务收入大幅下降。

新冠疫情下 2020 年上半年经销模式营业收入对比情况如下：



2020 年一季度及二季度经销模式营业收入相较于 2019 年同期增长率分别为-1.52%及 28.07%，其中一季度营业收入相较于去年同期小幅下降，2020 年 2 月

公司经销模式营业收入降幅最为明显，同比下降 35%。随着企业复工，二季度营业收入增幅与去年同期基本保持一致。总体来看，新冠疫情影响下，公司 2020 年上半年经销模式营业收入增速较报告期内同期明显放缓，但仍保持一定增长态势。

(2) 直营门店开业时间及门店租金情况

截至 2020 年 6 月 30 日，公司直营门店及租金情况如下：

门店名称	疫情期间是否营业	重新开店时间	疫情前的营业时间	重新开店后的营业时间	租金减免金额(元)
上海南京东路店	否	2020/2/10	9:30-22:00	9:30-18:00	-
上海豫园店	否	2020/2/24	08:30-21:30	08:30-18:00	237,900.00
杭州湖滨店	否	2020/2/20	9:30-21:30	9:30-18:00	15,983.33
杭州河坊街店	否	2020/2/20	9:30-21:30	9:30-18:00	92,870.00
无锡南长街店	否	2020/2/26	10:00-22:00	10:00-18:00	15,721.20
苏州平江路店	否	2020/2/28	9:30-21:30	9:30-18:00	46,746.00
上海南翔店	否	2020/3/16	9:00-21:00	9:00-20:00	25,000.00
东阳横店	否	2020/4/18	8:00-17:00	8:00-17:00	26,393.44
富阳达夫路店	否	2020/2/20	9:00-21:00	9:30-18:00	5,317.76
南京夫子庙大石坝街店	否	2020/2/24	9:30-21:30	9:30-18:00	-
南京夫子庙贡院西街店	否	2020/2/24	9:30-21:30	9:30-18:00	-

(3) 2020 年上半年业绩影响及应对措施和效果

1) 公司 2020 年上半年业绩影响分析

本次新冠疫情对公司影响主要体现在以上海张小泉为主导的线下零售板块业务在疫情期间表现持续低迷，2020 年 1-6 月上海张小泉主营业务收入为 1,046.83 万元，较去年同期同比下降 54.7%，同时以线下业务为主体的股份公司单体主营业务收入为 11,202.70 万元，较去年同期同比下降 3.76%。

2) 应对疫情相应措施及相应效果

得益于公司多渠道业务布局的经营优势，在 2020 年上半年线下零售规模无法全面打开的局面下，公司积极布局新业态业务模式，将业务重心向线上模式倾斜，以张小泉电商作为端口，通过线上促销、网络直播等多种手段充分挖掘公司线上业务模式潜力。公司 2020 年上半年线上模式主营收入为 12,631.30 万元，较去年同期同比增幅为 41.30%，维持了近几年来较高的增长态势，现电商业务已成为公司未来新的增长突破点。

疫情期间公司通过线上销售模式不断发力将线下直销模式营收下滑带来负面影响对冲，基于电商业务自身相对庞大的规模体量，于 2020 上半年实现了整体营业收入的正向增长，主营业务达 24,880.83 万元，相较于去年同期增长 8.69%。

综上，2020 年上半年公司经营业绩虽受一定负面影响，但并未出现大幅下降情形。随着国内疫情态势逐步趋平，预计公司线下零售板块业务将逐步恢复正常销售水平，因此本次疫情对公司未来生产经营不存在重大、持续性影响。

(4) 2020 年 1-9 月主要财务数据

公司 2020 年前三季度的财务报表已经天健会计师审阅，主要财务数据及与上年同期对比情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月	变动幅度
营业收入	39,038.19	33,839.98	15.36%
净利润	5,192.21	5,309.89	-2.22%
归属于母公司所有者的净利润	5,192.21	5,309.89	-2.22%
扣除非经常性损益后的净利润	4,821.63	4,464.39	8.00%

2020 年 1-9 月，公司营业收入、扣除非经常性损益后的净利润较上年同期均有所增长，归属于母公司所有者净利润较上年同期有所下滑。公司 2020 年 1-9 月收入较上年度增长 15.36%，主要系公司产品主要为厨房用品，2020 年 1-9 月受疫情影响消费者厨房使用率较高，公司线上销售规模增幅较大所致；公司 2020 年 1-9 月归属于母公司所有者净利润有所下滑主要系 2019 年 1-9 月公司取得上市奖励 819.03 万元，使得营业外收入相比 2020 年 1-9 月较高所致；公司 2020 年 1-9 月扣除非经常性损益后的净利润较 2019 年有所上升，主要系线上销售规模增加所致。

(5) 2020 年全年业绩预告信息

综合考虑公司 2020 年 1-9 月的公司业绩、历史经营情况，公司管理层预计 2020 年全年收入和利润情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度（预计）	2019 年度	变动幅度
营业收入	54,000.00-58,000.00	48,401.49	11.57%-19.83%
净利润	6,900.00-7,600.00	7,230.07	-4.57%-5.12%
扣除非经常性损益后的净利润	6,400.00-7,100.00	6,229.54	2.74%-13.97%

上述 2020 年度财务数据不构成公司的盈利预测或利润承诺。

(二) 或有事项

报告期内，本公司无需披露的或有事项。

(三) 其他重要事项

报告期内，本公司无需披露的其他重要事项。

十二、经营成果分析

(一) 营业收入分析

报告期内，公司营业收入如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	24,880.83	99.23%	47,955.93	99.08%	40,313.47	98.30%	33,555.68	98.31%
其他业务收入	192.01	0.77%	445.56	0.92%	695.95	1.70%	576.38	1.69%
营业收入合计	25,072.85	100.00%	48,401.49	100.00%	41,009.42	100.00%	34,132.06	100.00%

报告期各期，公司主营业务收入占营业收入比例分别为 98.31%、98.30%、99.08%及 99.23%，公司主营业务突出。报告期各期，公司的主营业务收入分别为 33,555.68 万元、40,313.47 万元、47,955.93 万元及 24,880.83 万元，保持了稳步增长的态势。

1、主营业务收入按产品类别构成分析

公司的主要产品包括剪具、刀具、套刀剪组合和其他生活家居用品。报告期

各期，公司产品的销售收入情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
剪具	7,958.08	31.98%	15,017.07	31.31%	13,306.78	33.01%	11,420.85	34.04%
刀具	6,548.43	26.32%	11,220.41	23.40%	8,803.22	21.84%	6,694.98	19.95%
套刀剪组合	6,002.92	24.13%	13,884.99	28.95%	13,250.53	32.87%	11,815.65	35.21%
其他生活家居用品	4,371.40	17.57%	7,833.47	16.33%	4,952.95	12.29%	3,624.21	10.80%
合计	24,880.83	100.00%	47,955.93	100.00%	40,313.47	100.00%	33,555.68	100.00%

报告期内，公司销售收入的增长主要来自于剪具、刀具和其他生活家居用品。

套刀剪组合销售收入相对较为稳定。分大类具体分析如下：

(1) 剪具销售收入变动分析

公司剪具产品主要包括家用剪、厨房剪、服装剪、纱剪、个护类剪刀、套管剪、园林剪及其他剪刀。报告期各期，公司剪具的销售收入情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
家用剪	2,590.71	32.55%	5,961.28	39.70%	5,383.14	40.45%	5,239.04	45.87%
厨房剪	1,564.02	19.65%	2,612.63	17.40%	2,076.04	15.60%	1,555.84	13.62%
服装剪	1,160.52	14.58%	2,241.64	14.93%	2,183.00	16.41%	1,608.95	14.09%
纱剪	742.78	9.33%	1,275.83	8.50%	1,105.34	8.31%	663.23	5.81%
个护类剪刀	689.96	8.67%	1,086.40	7.23%	1,048.41	7.88%	1,163.52	10.19%
套管剪	523.06	6.57%	697.27	4.64%	591.63	4.45%	518.22	4.54%
园林剪	462.19	5.81%	546.07	3.64%	370.99	2.79%	150.24	1.32%
其他剪刀	224.84	2.84%	595.95	3.97%	548.22	4.12%	521.81	4.57%
合计	7,958.08	100.00%	15,017.07	100.00%	13,306.78	100.00%	11,420.85	100.00%

剪具产品为公司传统优势产品，制造经验及产品品类均较为丰富，市场需求旺盛。报告期各期，公司剪具销售金额分别为 11,420.85 万元、13,306.78 万元、15,017.07 万元及 7,958.08 万元，销售额逐年增加。

2018 年，公司剪具产品较 2017 年增加 1,885.93 万元，同比上升 16.51%，2019 年度，剪具产品销售收入较 2018 年增加 1,710.29 万元，同比上升 12.85%，主要

系：①公司引进新设备改进工艺流程，不断提升公司产品质量，消费者对于公司产品的认可度日益提高；②公司抓住消费升级的契机加大高端厨房用剪具、园林剪的开发和推广力度，导致高端厨房用剪具、园林剪销量大幅增长；③公司积极拓展工业用剪市场，销售额有较明显提升。

（2）刀具销售收入变动分析

公司刀具产品主要包括片刀、水果刀、斩骨刀及其他单刀。报告期各期，公司刀具的销售收入情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
片刀	4,803.12	73.35%	8,227.23	73.32%	6,592.46	74.89%	5,012.90	74.88%
水果刀	917.23	14.01%	1,700.55	15.16%	1,217.75	13.83%	848.17	12.67%
斩骨刀	576.25	8.80%	919.74	8.20%	701.62	7.97%	552.02	8.25%
其他单刀	251.83	3.84%	372.89	3.32%	291.38	3.31%	281.88	4.21%
合计	6,548.43	100.00%	11,220.41	100.00%	8,803.22	100.00%	6,694.98	100.00%

报告期各期，公司刀具销售金额分别为 6,694.98 万元、8,803.22 万元、11,220.41 万元及 6,548.43 万元，2018 年及 2019 年分别较上年同比上升 31.49% 及 27.46%，公司刀具销售占主营业务收入比例亦成逐年升高趋势，主要系：①报告期内公司加大研发投入，积极开发家庭厨房用片刀、水果刀等新系列产品并得到市场认可，使得刀具产品销量增加；②报告期内，公司大力推进电商渠道建设，迎合消费者消费新习惯，公司刀具产品线上销量逐年增加。报告期内公司刀具线上销售额分别为 2,842.89 万元、3,675.33、4,753.25 和 3,231.90 万元，2018 年度、2019 年度同比增长 29.28%、29.33%，呈快速增长趋势。

刀具线上销售情况如下表所示：

单位：万元

销售模式	2020年1-6月	2019年度		2018年度		2017年度
	销售收入	销售收入	增长率	销售收入	增长率	销售收入
经销	2,082.43	3,107.23	22.70%	2,532.36	44.32%	1,754.72
直销	1,021.98	1,266.63	69.07%	749.16	45.59%	514.55
代销	127.49	379.38	-3.66%	393.81	-31.35%	573.62
合计	3,231.90	4,753.25	29.33%	3,675.33	29.28%	2,842.89

报告期内公司刀具线上销售额分别为 2,842.89 万元、3,675.33 万元、4,753.25 万元和 3,231.90 万元，2018 年、2019 年同比增长分别为 29.28%、29.33%，增长较为稳定。其中 2018 年线上经销销售同比增长 44.32%，2019 年线上公司店铺直销同比增长 69.07%，增长较为明显。

(3) 套刀剪组合销售收入变动分析

公司套刀剪组合产品主要包括套装刀剪、刀具组合及剪具组合，报告期各期，公司套刀剪组合的销售情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
套装刀剪	5,680.21	94.62%	12,948.44	93.25%	12,467.03	94.09%	11,264.81	95.34%
刀具组合	231.28	3.85%	646.37	4.66%	579.29	4.37%	332.95	2.82%
剪具组合	91.43	1.53%	290.17	2.09%	204.21	1.54%	217.88	1.84%
合计	6,002.92	100.00%	13,884.99	100.00%	13,250.53	100.00%	11,815.65	100.00%

报告期各期，公司套刀剪组合销售金额分别为 11,815.65 万元、13,250.53 万元、13,884.99 万元及 6,002.92 万元，总体呈上升趋势。

2018 年，公司套刀剪组合产品销售收入较 2017 年增加 1,434.88 万元，同比上升 12.14%，2019 年度套刀剪组合产品销售收入较 2018 年度增加 634.46 万元，增长 4.79%。主要系公司套刀剪组合产品符合现代家庭消费习惯，受到越来越多家庭的青睐，公司积极根据市场需求调整产品结构使得其销量增加所致；2019 年度增速放缓，主要系方太采购公司产品用于赠品的规模下降，导致 2019 年公司对方太的销售规模有所下降，抵消了其他渠道套刀剪组合的增幅。

(4) 其他生活家居用品销售收入变动分析

公司其他生活家居用品主要包括个护类、砧板餐具铲勺类、铜制礼品类、锅具及其他杂件，报告期各期，公司其他生活家居用品销售情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
个护类	1,398.66	32.00%	2,510.68	32.05%	1,645.06	33.21%	1,213.75	33.49%
砧板餐具铲勺类	945.54	21.63%	1,575.69	20.11%	784.66	15.84%	646.60	17.84%

项目	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
铜制礼品类	133.87	3.06%	995.15	12.70%	1,010.36	20.40%	920.19	25.39%
锅具	424.16	9.70%	605.47	7.73%	244.34	4.93%	174.15	4.81%
其他杂件	1,469.17	33.61%	2,146.48	27.40%	1,268.53	25.61%	669.52	18.47%
合计	4,371.40	100.00%	7,833.47	100.00%	4,952.95	100.00%	3,624.21	100.00%

报告期内，公司其他生活家居用品销售金额分别为 3,624.21 万元、4,952.95 万元、7,833.47 万元及 4,371.40 万元，报告期呈逐年递增趋势。2018 年度、2019 年度，公司其他生活家居用品销售金额分别增加 1,328.74 万元、2,880.52 万元，同比增长 36.66%、58.16%，增速较快。主要系公司凭借品牌优势，开发刀剪周边产品，个护类及砧板餐具铲勺类产品得到消费者青睐，销量增加。

2、主营业务收入按销售模式构成分析

报告期内，公司产品的销售模式主要分为经销、直销和代销。各销售模式产生的收入情况如下：

单位：万元

2020年1-6月						
销售模式	线上销售		线下销售		总计	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
经销	7,536.87	30.29%	9,758.79	39.22%	17,295.66	69.52%
直销	4,593.22	18.46%	2,060.84	8.28%	6,654.06	26.74%
代销	501.24	2.02%	429.87	1.73%	931.11	3.74%
合计	12,631.33	50.77%	12,249.50	49.23%	24,880.83	100.00%
2019年度						
销售模式	线上销售		线下销售		总计	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
经销	11,839.15	24.69%	19,841.88	41.38%	31,681.02	66.06%
直销	5,431.99	11.33%	8,428.52	17.58%	13,860.51	28.90%
代销	1,572.89	3.28%	841.52	1.75%	2,414.40	5.03%
合计	18,844.02	39.29%	29,111.91	60.71%	47,955.93	100.00%
2018年度						
销售模式	线上销售		线下销售		总计	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比

经销	8,787.92	21.80%	16,162.26	40.09%	24,950.18	61.89%
直销	3,890.89	9.65%	9,449.36	23.44%	13,340.25	33.09%
代销	1,646.61	4.08%	376.43	0.93%	2,023.04	5.02%
合计	14,325.42	35.54%	25,988.05	64.46%	40,313.47	100.00%
2017 年度						
销售模式	线上销售		线下销售		总计	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
经销	6,626.20	19.75%	12,277.82	36.59%	18,904.01	56.34%
直销	2,839.67	8.46%	9,785.42	29.16%	12,625.09	37.62%
代销	1,948.17	5.81%	78.40	0.23%	2,026.58	6.04%
合计	11,414.04	34.02%	22,141.65	65.98%	33,555.68	100.00%

(1) 经销模式

通过多年的经营积累，公司建立了完善的经销网络体系，包含线下经销及线上经销。报告期内，公司经销收入分别为 18,904.01 万元、24,950.18 万元、31,681.02 万元和 17,295.66 万元，占主营业务收入比例分别为 56.34%、61.89%、66.06% 和 69.52%，2018、2019 年度经销收入分别增加 6,046.17 万元、6,730.84 万元，同比增长 31.98%、26.98%，公司经销模式收入占比较高且销售规模增速较快。

线下经销，报告期内公司不断加大经销网络拓展力度，实现了从大型全国性商超到社区便利店、从一线城市至乡镇区域的全方位销售网络覆盖，建立了覆盖大型全国性连锁超市、区域影响力较大连锁超市、五金制品集散市场、小商品集散市场、社区便利店等的全面经销网络，有效提升了公司产品的渗透力，有力地推动了公司线下经销收入增长。

线上经销，线上经销商主要为重庆思优普贸易有限公司（以下简称“思优普公司”）、北京京东世纪贸易有限公司（京东自营）等。报告期内公司加大对电商销售模式拓展力度，公司定期推出畅销款产品，参加各种推广促销活动，公司产品受到线上消费者的欢迎，线上经销收入实现快速增长，公司对重庆思优普贸易有限公司、京东自营销售情况如下：

单位：万元

单位	2020 年 1-6 月		2019 年度			2018 年度			2017 年度	
	销售收入	占线上经销销售收入比例	销售收入	占线上经销销售收入比例	增长率	销售收入	占线上经销销售收入比例	增长率	销售收入	占线上经销销售收入比例

单位	2020年1-6月		2019年度			2018年度			2017年度	
	销售收入	占线上经销销售收入比例	销售收入	占线上经销销售收入比例	增长率	销售收入	占线上经销销售收入比例	增长率	销售收入	占线上经销销售收入比例
思优普	1,766.81	23.44%	3,938.31	33.27%	47.88%	2,663.16	30.30%	40.26%	1,898.76	28.66%
京东自营	1,974.32	26.20%	3,127.74	26.42%	21.08%	2,583.10	29.39%	30.63%	1,977.38	29.84%
合计	3,741.13	49.64%	7,066.06	59.68%	34.69%	5,246.25	59.70%	35.35%	3,876.14	58.50%

报告期内公司对重庆思优普贸易有限公司以及京东销售额逐步增长，销售规模不断扩大。2018年、2019年销售收入同比增长35.35%、34.69%，增长较为稳定，公司和思优普公司及京东自营保持良好的合作关系。

1) 报告期内经销商变动情况

报告期各期，公司经销商进入、退出及存续情况如下表所示：

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
经销商期初数量	406	368	326	385
当年新增数量	83	120	101	80
上年合作当年未合作	14	82	59	139
期末数量	475	406	368	326

2) 报告期内持续存在业务往来经销商销售收入情况

报告期内与公司持续存在业务往来的经销商共计157家，报告期各期持续存在业务往来的经销商销售收入及占比情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
持续存在业务往来经销商销售收入	12,690.07	25,412.59	21,124.62	16,157.50
当年度经销收入	17,295.66	31,681.02	24,950.18	18,904.01
持续存续经销商销售收入占比	73.37%	80.21%	84.67%	85.47%

报告期内与公司持续存在业务往来的经销商销售收入占公司经销收入的比例分别为85.47%、84.67%、80.21%及73.37%，比例较高且较为稳定，公司的经销收入主要来自于稳定、长期合作的经销商。

3) 新增经销商是否存在同发行人及其关联方的关联关系，大额经销商退出的主要原因

①报告期内公司新增经销商情况

2017年至2020年1-6月，公司新增前五名经销商情况如下表所示：

单位：万元

2020年1-6月		
经销商	经销金额	占当年度经销额比例
台州广铭电子商务有限公司	91.32	0.53%
义乌市笃志电子商务有限公司	69.14	0.40%
四川奥鹏金属制品有限公司	57.31	0.33%
杭州杭欧五金有限公司	40.23	0.23%
杭州曦悦贸易有限公司	39.20	0.23%
合计	297.20	1.72%
2019年度		
经销商	经销金额	占当年度经销额比例
东阳市鸿戈贸易有限公司	290.30	0.92%
杭州默辰家居用品有限公司	107.03	0.34%
圣都家居装饰有限公司	100.34	0.32%
石家庄明飒商贸有限公司	91.07	0.29%
济南历下大润发商贸有限公司	66.63	0.21%
合计	655.38	2.07%
2018年度		
经销商	经销金额	占当年度经销额比例
胡冬芳	197.20	0.79%
陈根青	181.37	0.73%
福州鑫元汇商贸有限公司	169.73	0.68%
李培文	128.50	0.52%
深圳市鑫鹏胜商贸有限公司	109.99	0.44%
合计	786.79	3.16%
2017年度		
经销商	经销金额	占当年度经销额比例
上海昌昕商贸有限公司	137.45	0.73%
杭州恋家实业有限公司	75.93	0.40%
苏州达尔美商贸有限公司	64.09	0.34%
焦作市虎子网络科技有限公司	53.65	0.28%
石家庄赵亚辉缝纫设备有限公司	43.29	0.23%
合计	374.41	1.98%

公司主要经销商均为合作时间较长的经销商，报告期内新增经销商相对规模较小，占当期经销收入比例较小，报告期内公司新增经销商数量分别为 80、101、120 及 83，新增经销商与公司及其关联方不存在关联关系。

②大额经销商退出的主要原因

报告期内公司主要经销商合作较为稳定，销售金额占当期公司经销金额 5% 以上的经销商未出现报告期内退出合作的情况。报告期各期，退出前一年销售金额超过 100 万元的经销商如下表所示：

单位：万元

经销商名称	退出年度	退出前一年经销金额	占退出前一年经销金额比例
杭州富阳运同电子商务有限公司	2018 年	148.77	0.79%
杭州默辰家居用品有限公司	2010 年 1-6 月	107.03	0.34%

A.其中杭州富阳运同电子商务有限公司 2017 年向公司采购额 148.77 万元，2018 年退出经销商，主要杭州富阳运同电子商务有限公司系公司关联方，公司为规范关联交易，2018 年起不再与杭州富阳运同电子商务有限公司合作，使其退出公司 2018 年经销商。

B.杭州默辰家居用品有限公司金额 2019 年度交易额分别为 107.03 万元，2020 年 1-6 月退出公司经销商主要原因系该公司 2019 年为火星人灶具的赠品供应商，2020 年 1-6 月该公司没中标火星人灶具，因此退出公司 2020 年 1-6 月经销商。

综上，报告期内与公司持续存在业务往来的经销商销售收入占公司经销收入的比例分别为 85.47%、84.67%、80.21%及 73.37%，不存在报告期内大额经销商退出的情形。

4) 报告期各期公司前十大经销商

报告期各期，公司前十大经销商经销及返利情况如下表所示：

单位：万元

2020 年 1-6 月				
经销商	经销金额	占当年度经销额比例	返利金额	返利金额占经销金额比例
北京京东世纪贸易有限公司	1,974.32	11.42%	209.9	10.63%

重庆思优普贸易有限公司	1,831.09	10.59%	108.07	5.90%
义乌市孙茂福五金商行	989.92	5.72%	59.08	5.97%
上海聚建网络科技有限公司	669.28	3.87%	0	0.00%
上海昌昕商贸有限公司	530.01	3.06%	30.15	5.69%
济南首尚家居用品有限公司	528.82	3.06%	50.63	9.57%
杭州恋家实业有限公司	447.99	2.59%	14.98	3.34%
义乌市泉韵日用品有限公司	385.15	2.23%	20.66	5.36%
南京豪润贸易有限公司	382.41	2.21%	35.13	9.19%
沭阳福宇商贸有限公司	367.77	2.13%	31.18	8.48%
合计	8,436.18	48.78%	559.78	6.64%
2019 年度				
经销商	经销金额	占当年度经销额比例	返利金额	返利金额占经销金额比例
重庆思优普贸易有限公司	4,027.59	12.71%	239.22	5.94%
北京京东世纪贸易有限公司	3,127.74	9.87%	384.09	12.28%
上海聚建网络科技有限公司	2,182.47	6.89%	37.74	1.73%
义乌市孙茂福五金商行	1,647.86	5.20%	98.5	5.98%
济南首尚家居用品有限公司	1,213.50	3.83%	92.12	7.59%
南京豪润贸易有限公司	787.02	2.48%	50.73	6.45%
沭阳福宇商贸有限公司	730.81	2.31%	36.54	5.00%
杭州瀚登贸易有限公司	668.99	2.11%	40.18	6.01%
义乌市宝锐五金有限公司	639.05	2.02%	28.97	4.53%
上海昌昕商贸有限公司	612.25	1.93%	34.19	5.58%
合计	15,637.28	49.36%	1,042.28	6.67%
2018 年度				
经销商	经销金额	占当年度经销额比例	返利金额	返利金额占经销金额比例
重庆思优普贸易有限公司	2,663.16	10.67%	154.18	5.79%
北京京东世纪贸易有限公司	2,583.10	10.35%	315.30	12.21%
义乌市孙茂福五金商行	1,456.32	5.84%	58.06	3.99%
上海聚建网络科技有限公司	904.36	3.62%	22.71	2.51%
济南首尚家居用品有限公司	927.8	3.72%	33.52	3.61%
南京豪润贸易有限公司	679.95	2.73%	-	-
沭阳福宇商贸有限公司	605.32	2.43%	24.47	4.04%
杭州瀚登贸易有限公司	573.22	2.30%	32.09	5.60%

义乌市宝锐五金有限公司	707.1	2.83%	28.23	3.99%
上海昌昕商贸有限公司	443.83	1.78%	24.76	5.58%
合计	11,544.15	46.27%	693.31	6.01%
2017 年度				
经销商	经销金额	占当年度经销额比例	返利金额	返利金额占经销金额比例
北京京东世纪贸易有限公司	1,977.38	10.46%	198.67	10.05%
重庆思优普贸易有限公司	1,898.76	10.04%	110.49	5.82%
义乌市孙茂福五金商行	1,407.16	7.44%	55.50	3.94%
义乌市宝锐五金有限公司	631.13	3.34%	22.44	3.56%
南京豪润贸易有限公司	570.21	3.02%	19.83	3.48%
沭阳福宇商贸有限公司	553.78	2.93%	21.18	3.82%
济南首尚家居用品有限公司	526.01	2.78%	23.94	4.55%
上海聚建网络科技有限公司	486.6	2.57%	8.23	1.69%
杭州瀚登贸易有限公司	458.39	2.42%	24.28	5.30%
安徽省创诚物流有限公司	406.59	2.15%	15.31	3.77%
合计	8,916.01	47.16%	499.87	6.52%

注：公司返利金额计提按照经销商年度采购额乘以返利比例得出，上表中返利占经销比例金额为经销商年度综合返利/经销收入，其中经销收入已扣除当年度销售返利金额

由上表可知，公司主要经销商较为稳定，均为公司合作多年经销商，报告期各期公司前十大经销商销售占比分别为 47.16%、46.27%、49.36%及 48.78%。

报告期各期，公司对经销商返利占其经销金额比例整体较为稳定，呈小幅上升趋势，公司重视经销渠道建设，通过实施经销商返利有效调动经销商销售积极性，报告期内公司经销金额及销售占比呈逐年上升趋势。

其中北京京东世纪贸易有限公司（京东自营）销售返利占其当年度经销金额比例较高，主要系京东自营月度及年度返利合计高于其他经销商；2020 年 1-6 月南京豪润贸易有限公司、济南首尚家居用品有限公司、沭阳福宇商贸有限公司销售返利占经销金额比例较高，主要系上述公司上半年销售业绩完成较好，公司计提半年度返利及对应年度返利所致。

综上，报告期内公司主要客户销售返利与经销金额较为匹配。

5) 报告期各期公司前十大经销商合作情况

公司主要经销商均与公司合作多年，具有稳定的合作关系，报告各期公司前

十大经销商情况如下：

经销商	首次合作时间	是否专门销售公司产品	经销产品的主要去向
北京京东世纪贸易有限公司	2014年	否	线上京东商城
重庆思优普贸易有限公司	2014年	否	线上天猫思优普专卖店
义乌市孙茂福五金商行	2005年	否	二级经销商及终端零售门店
上海聚建网络科技有限公司	2013年	否	中国银行等
济南首尚家居用品有限公司	2013年	否	沃尔玛
上海昌昕商贸有限公司	2017年	否	京东商城
杭州恋家实业有限公司	2017年	否	企业客户
南京豪润贸易有限公司	2012年	是	华东大润发及苏果超市
义乌市泉韵日用品有限公司	2020年	否	天猫张小泉泉韵专卖店
沭阳福宇商贸有限公司	2014年	否	淘宝C店
义乌市宝锐五金有限公司	2014年	否	二级经销商
杭州瀚登贸易有限公司	2014年	否	天猫张小泉瀚登专卖店
安徽省创诚物流有限公司	2012年	否	二级经销商及永辉超市

报告期内，公司具备较为完善的内部业务管理系统，伴随公司经销规模逐年增加，为配合公司战略发展规划，提供公司经营管理能力，实现业务流、资金流、信息流和价值流的同步统一，公司已在募集资金投资项目“企业信息化改造项目”中规划客户关系管理系统（CRM），建成后将有效提升公司经销商客户管理能力，对经销商库存情况及销售情况进行有效及时管理。具体描述详见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”之“三、企业管理信息化改造项目”。

6) 主要经销商退换货情况

如产品质量出现问题，2017年至2019年期间，公司允许下游销售渠道主要为商超类的经销商在其当年度经销金额2%范围以内进行退换货，2020年起允许下游销售渠道主要为商超类的经销商在其当年度经销金额1%范围以内进行退换货；报告期内公司允许下游为其他渠道的经销商在期当年度经销金额1%范围内进行退换货。

报告期内，公司经销商未发生退货，换货金额具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
----	-----------	--------	--------	--------

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
换货金额	156.22	342.11	177.30	149.91
占当期经销金额比例	0.90%	1.08%	0.71%	0.79%

报告期各期，公司换货金额及占当期经销金额比例较小，符合公司退换货政策要求。

7) 经销商基本情况

截至2020年6月30日，公司共有经销商498家。公司报告期各期前十大经销商的基本情况如下：

经销商	成立时间	股权结构	实际控制人	主要经营地点
北京京东世纪贸易有限公司	2007.4.20	京东香港国际有限公司持股100%	刘强东	京东商城（线上）
重庆思优普贸易有限公司	2001.12.3	程青玲持股50%，霍克持股50%	程青玲	天猫、拼多多、唯品会（线上）
义乌市孙茂福五金商行	2005.6.13	孙茂福持股100%	孙茂福	义乌
义乌市宝锐五金有限公司	2014.2.21	王建玲持股66.67%，龚伟持股33.33%	王建玲	义乌
南京豪润贸易有限公司	2006.8.7	经燕持股90.91%，曹纪弘持股9.09%	经燕	南京
沭阳福宇商贸有限公司	2013.4.17	吴景梅持股100%	吴景梅	沭阳
济南首尚家居用品有限公司	2013.1.14	杨卫东持股51%，李馨持股49%	杨卫东	济南
上海聚建网络科技有限公司	2011.10.18	刘立峰持股30%，刘凡、黄新跃分别持股20%，张杰、张瑾分别持股15%。	刘立峰	上海
杭州瀚登贸易有限公司	2013.3.25	吴然持股60%，于元晟持股40%	吴然	天猫（线上）
安徽省创诚物流有限公司	2003.11.6	高昌山70%持股，高玲30%持股	高昌山	合肥
义乌市泉韵日用品有限公司	2016.8.25	朱剑生持股90%，陈雪兰持股10%	朱剑生	天猫（线上）
上海昌昕商贸有限公司	2014.6.26	孙荣持股60%，孙沐扬持股40%	孙荣	上海
杭州恋家实业有限公司	2017.2.20	董洪良持股40%，姚鹤富持股28%，王文持股12%，王海东持股5%，陈松华持股5%，谢建俊持股3%，李天兵持股2%	董洪良	杭州

报告期内，公司与经销商不存在关联关系，亦不存在公司员工及前员工持有经销商权益的情况。

8) 同行业可比公司经销模式销售比例及毛利率

可比公司	销售模式	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
		销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率
小熊电器	线上经销					49.04%	28.80%	51.71%	29.13%
	电商平台入仓					32.44%	37.32%	31.97%	37.17%
	线下经销					6.55%	27.42%	5.57%	31.24%
	合计					88.03%		89.25%	
北鼎股份	海外经销			1.68%	53.40%	0.93%	52.28%	0.35%	52.62%
	线上分销			11.09%	56.31%	6.62%	63.09%	3.28%	65.76%
	线下经销			3.17%	60.68%	4.89%	61.79%	7.00%	62.76%
	合计			15.94%		12.44%		10.63%	
张小泉	线上经销	30.29%	40.84%	24.69%	39.66%	21.80%	36.26%	19.75%	34.95%
	线下经销	39.22%	31.82%	41.38%	33.32%	40.09%	30.55%	36.59%	32.02%
	合计	69.52%	35.75%	66.06%	35.69%	61.89%	32.56%	56.34%	33.05%

注：同行业可比公司苏泊尔、哈尔斯和爱仕达上市时间较早，公开数据中未能取得经销模式的销售比例及毛利率，因此选择近期上市的小熊电器和北鼎股份作为经销模式的可比公司进行对比，小熊电器2019年度及2020年1-6月数据未披露，北鼎股份2020年1-6月数据未披露

由上表可知，报告期内可比公司小熊电器经销占比远超过公司经销占比，公司经销毛利率较可比公司差异主要系销售产品类别有所区别所致，不存在公司经销商占比及毛利率显著高于可比公司的情形。

9) 经销模式毛利率和其他销售模式毛利率

报告期各期，公司不同销售模式毛利率情况如下表所示：

销售模式	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
经销	35.75%	35.69%	32.56%	33.05%
直销	55.39%	51.32%	42.66%	39.07%
代销	59.70%	56.44%	46.54%	50.62%

由上表可知，公司经销模式毛利率低于直销及代销模式毛利率平均水平，主要系公司经销商销售价格低于直销及代销模式销售价格所致。

10) 报告期内对经销商销售收入分布情况

报告期内，公司对经销商销售收入分布情况如下表所示：

单位：万元

金额区间	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1000万元以上	3,674.37	21.24%	11,939.45	37.69%	6,659.87	26.69%	5,030.84	26.61%
500至1000万	2,188.02	12.65%	2,705.84	8.54%	4,383.08	17.57%	7,023.98	37.16%
100万至500万	5,926.01	34.26%	9,356.62	29.53%	8,265.28	33.13%	2,281.13	12.07%
100万以下	5,507.26	31.84%	7,679.12	24.24%	5,641.95	22.61%	4,568.06	24.16%
合计	17,295.66	100.00%	31,681.02	100.00%	24,950.18	100.00%	18,904.01	100.00%

2017年至2019年，公司销售金额1000万元以上经销商合计总金额及销售占比逐年提升，主要系公司实施大客户战略，主要经销商随公司销售规模增长长期销售规模逐年上升所致。

11) 报告期内对经销商销售收入按地区分布情况

报告期内，公司对经销商销售收入按地区分布情况如下表所示：

单位：万元

销售区域	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
线上销售	7,536.87	11,839.15	8,787.92	6,626.20
浙江省	3,265.31	5,932.82	5,130.34	4,325.98
江苏省	1,337.81	3,137.12	2,580.98	2,019.98
山东省	1,038.95	1,905.55	1,301.47	906.81
上海市	885.86	2,894.31	1,850.60	1,248.39
广东省	535.00	1,210.77	1,327.04	1,304.07
福建省	353.51	616.56	365.94	46.42
江西省	297.03	359.90	375.85	291.30
安徽省	260.68	511.02	451.29	407.48
河北省	204.01	352.05	214.47	133.80
天津市	198.84	187.30	263.19	95.60
四川省	183.45	203.91	177.65	101.33
云南省	143.58	248.66	187.25	215.79
湖北省	128.94	401.32	319.19	310.23
重庆市	112.07	117.21	82.48	76.93
辽宁省	85.82	141.68	166.28	90.08
湖南省	84.08	248.45	281.73	194.69
河南省	83.79	206.24	316.83	153.71

销售区域	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
加拿大	70.12	125.27	27.58	-
广西省	57.57	103.20	28.86	9.74
新疆维吾尔自治区	57.08	122.46	84.42	28.25
香港	49.76	192.25	109.83	20.88
陕西省	49.15	43.34	43.36	45.04
贵州省	40.32	61.85	39.24	17.26
吉林省	39.08	56.04	23.23	7.06
海南省	30.73	40.98	12.44	13.84
山西省	30.49	52.83	10.67	13.69
美国	21.67	2.26	-	-
黑龙江省	17.15	64.68	20.09	2.39
甘肃省	13.91	23.38	27.89	22.97
北京市	13.58	129.78	108.21	125.47
内蒙古自治区	13.43	37.68	15.07	29.90
老挝	11.56	3.36	-	-
英国	10.21	8.99	2.60	-
宁夏	7.56	-	-	-
青海省	7.32	23.82	12.61	12.22
新加坡	6.79	-	-	-
越南	4.73	-	-	-
柬埔寨	3.69	-	-	-
台湾省	1.32	3.13	4.68	3.19
阿根廷	-	-	-	3.32
马来西亚	-	32.80	198.91	-
新西兰	-	9.46	-	-
其他	2.83	29.46	-	-
合计	17,295.66	31,681.02	24,950.18	18,904.01

公司经销主要区域为线上销售、浙江省、江苏省、山东省、上海市、广东省等地区。

12) 报告期内对经销商平均销售收入情况

报告期各期，公司对经销商平均销售收入情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
经销金额	17,295.66	31,681.02	24,950.18	18,904.01
经销商家数	475	406	368	326
平均经销金额	36.41	78.03	67.80	57.99

由上表可知，报告期各期，伴随公司经销商规模逐步增加，平均经销金额亦呈逐年上升趋势。

13) 报告期内是否存在销售金额变动较大情况

报告期各期，公司前十大经销商销售金额如下表所示：

单位：万元

经销商	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
北京京东世纪贸易有限公司	1,974.32	3,127.74	2,583.10	1,977.38
重庆思优普贸易有限公司	1,831.09	4,027.59	2,663.16	1,898.76
义乌市孙茂福五金商行	989.92	1,647.86	1,456.32	1,407.16
上海聚建网络科技有限公司	669.28	2,182.47	904.36	486.60
上海昌昕商贸有限公司	530.01	612.25	443.83	137.45
济南首尚家居用品有限公司	528.82	1,213.50	927.80	526.01
杭州恋家实业有限公司	447.99	430.01	262.13	75.93
义乌市泉韵日用品有限公司	385.15	593.65	461.58	415.92
南京豪润贸易有限公司	382.41	787.02	679.95	570.21
沭阳福宇商贸有限公司	367.77	730.81	605.32	553.78
杭州瀚登贸易有限公司	359.85	695.45	575.24	458.39
义乌市宝锐五金有限公司	286.80	639.05	707.10	631.13
安徽省创诚物流有限公司	253.62	479.27	443.35	406.59

由上表可知，报告期内，公司主要经销商销售金额整体呈逐年上升趋势，整体来看，经销商不存在销售金额变动较大情况，其中上海聚建网络科技有限公司采购公司产品主要销售给通信公司、银行、航空公司等客户，上述客户采购上海聚建销售的公司产品后在其对应的积分换购平台销售给其客户。上海聚建2018年末增加了新的大客户，使得其2019年业务量增幅较大，使得2019年公司向其销售额增幅较大；报告期内公司对思优普销售金额上升幅度较大主要系思优普设有专门电商经营团队负责产品文案设计、店铺装修等模块，通过积极参加电商平台的直通车、品销宝、超级推荐等活动推广公司产品使其对外终端销售规模逐

年上升从而增加对公司采购额所致。

14) 经销商对外销售金额

报告期内，公司不直接对经销商下游销售进行管理，公司向前十大经销商经销金额及经销商对外销售金额如下表所示：

单位：万元

2020年1-6月/2020年6月30日		
经销商	发行人经销金额	经销商对外销售金额
北京京东世纪贸易有限公司	1,974.32	未取得
重庆思优普贸易有限公司	1,831.09	2,536.67
义乌市孙茂福五金商行	989.92	1,020.95
上海聚建网络科技有限公司	669.28	1,552.24
上海昌昕商贸有限公司	530.01	656.40
济南首尚家居用品有限公司	528.82	825.26
杭州恋家实业有限公司	447.99	489.39
义乌市泉韵日用品有限公司	385.15	868.59
南京豪润贸易有限公司	382.41	356.21
沭阳福宇商贸有限公司	367.77	267.77
2019年度/2019年12月31日		
经销商	发行人经销金额	经销商对外销售金额
重庆思优普贸易有限公司	4,027.59	6,336.34
北京京东世纪贸易有限公司	3,127.74	未取得
上海聚建网络科技有限公司	2,182.47	2,725.87
义乌市孙茂福五金商行	1,647.86	1,685.72
济南首尚家居用品有限公司	1,213.50	2,021.63
南京豪润贸易有限公司	787.02	1,108.35
沭阳福宇商贸有限公司	730.81	689.09
杭州瀚登贸易有限公司	668.99	1,168.76
义乌市宝锐五金有限公司	639.05	733.29
上海昌昕商贸有限公司	612.25	930.38
2018年度/2018年12月31日		
经销商	发行人经销金额	经销商对外销售金额
重庆思优普贸易有限公司	2,663.16	4,528.91
北京京东世纪贸易有限公司	2,583.10	未取得

义乌市孙茂福五金商行	1,456.32	1,487.86
济南首尚家居用品有限公司	904.36	1,265.89
上海聚建网络科技有限公司	927.8	1,059.48
义乌市宝锐五金有限公司	679.95	744.66
南京豪润贸易有限公司	605.32	690.10
沭阳福宇商贸有限公司	573.22	700.10
杭州瀚登贸易有限公司	707.1	1,138.53
上海昌昕商贸有限公司	443.83	460.00
2017年度/2017年12月31日		
经销商	发行人经销金额	经销商对外销售金额
北京京东世纪贸易有限公司	1,977.38	未取得
重庆思优普贸易有限公司	1,898.76	3,303.49
义乌市孙茂福五金商行	1,407.16	1,406.93
义乌市宝锐五金有限公司	631.13	716.73
南京豪润贸易有限公司	570.21	634.96
沭阳福宇商贸有限公司	553.78	587.15
济南首尚家居用品有限公司	526.01	778.19
上海聚建网络科技有限公司	486.6	685.78
杭州瀚登贸易有限公司	458.39	793.10
安徽省创诚物流有限公司	406.59	510.49

由上表可知，报告期内公司经销商对外销售金额基本大于当期向公司采购金额，不存在大量积压库存的情况。

（2）直销模式

近年来，公司在发展经销网络的同时，通过开设线下直营门店、大客户直销、电子商务平台等方式重点建设直销模式，报告期各期公司直销模式销售收入分别为 12,625.09 万元、13,340.25 万元、13,860.51 万元及 6,654.06 万元，2018 年、2019 年增长率分别为 5.66%、3.90%，整体呈上升趋势，增长较为平稳。报告期内直销模式销售收入情况如下：

单位：万元

直销模式	2020年1-6月		2019年度			2018年度			2017年度	
	金额	占比	金额	变动率	占比	金额	变动率	占比	金额	占比
线上	4,593.22	18.46%	5,431.99	39.61%	11.33%	3,890.89	37.02%	9.65%	2,839.67	8.46%

直销模式	2020年1-6月		2019年度			2018年度			2017年度	
	金额	占比	金额	变动率	占比	金额	变动率	占比	金额	占比
线下	2,060.84	8.28%	8,428.52	-10.80%	17.58%	9,449.36	-3.43%	23.44%	9,785.42	29.16%
合计	6,654.06	26.74%	13,860.51	3.90%	28.91%	13,340.25	5.66%	33.09%	12,625.09	37.62%

线下直销模式包括大客户直销及线下直营门店，其中大客户直销模式中公司与方太等大客户建立了战略合作关系，直接向其进行销售。同时，公司在浙江、上海、江苏等地区的景区、步行街等人流密集地区开设了直营门店直接向终端客户进行销售。

线上直销是指公司在淘宝、京东等平台开设直营店铺销售产品。近年来我国电商行业发展迅速，公司抓住机遇大力发展线上直销业务并取得了优异的成绩，报告期内公司线上直销收入实现快速增长。

1) 公司直营销销售情况

报告期各期，公司线下直营销销售情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直销	1,180.84	57.30%	3,905.36	46.34%	4,900.22	51.87%	5,445.71	55.65%
零售	880.00	42.70%	4,523.16	53.66%	4,549.14	48.13%	4,339.72	44.35%
合计	2,060.84	100.00%	8,428.52	100.00%	9,449.36	100.00%	9,785.42	100.00%

报告期内发行人线下直营销销售收入规模逐年下降，其中线下直营店销售收入规模除2020年1-6月因疫情原因大幅下降外，报告期其余各期较为稳定；报告期内大客户直销收入逐年下降，主要系发行人与线下直销大客户宁波方太营销有限公司合作规模逐年下降所致。2020年1-6月由于线下直营门店受疫情影响销售收入下降幅度较大，因此大客户直销模式销售占比有所上升。

2) 大客户销售基本情况

报告期各期，公司主要线下销售大客户的名称、销售金额及占发行人大客户直销模式销售收入的比例如下表所示：

单位：万元

2020年1-6月		
客户	金额	占比
宁波方太营销有限公司	1,018.94	86.29%
杭州格高家居用品有限公司	94.04	7.96%
杭州富春山居文化创意有限公司	65.90	5.58%
合计	1,178.88	99.83%
2019年度		
客户	金额	占比
宁波方太营销有限公司	3,448.44	88.30%
杭州格高家居用品有限公司	330.61	8.47%
浙江沁园水处理科技有限公司	65.13	1.67%
合计	3,844.18	98.44%
2018年度		
客户	金额	占比
宁波方太营销有限公司	4,709.86	96.09%
杭州格高家居用品有限公司	121.03	2.47%
浙江沁园水处理科技有限公司	25.41	0.52%
合计	4,856.30	99.08%
2017年度		
客户	金额	占比
宁波方太营销有限公司	5,339.12	98.04%
富春控股集团有限公司	20.14	0.37%
杭州丽博家居有限公司（原名为“杭州丽博橱柜有限公司”）	18.43	0.34%
小计	5,377.69	98.75%

①公司对方太公司销售收入持续下滑的原因

公司对方太公司的销售收入主要系宁波方太公司向本公司采购产品作为终端客户赠品使用。根据宁波市企业联合会、宁波市企业家协会、宁波市工业经济联合会公布的宁波市制造业百强企业名单，宁波方太厨具有限公司2017-2019年度销售收入分别为106.70亿元、109.76亿元、109.44亿元。报告期内公司对方太公司的销售分别为5,339.42万元、4,709.86万元、3,448.44万元、1,018.94万元，与宁波方太厨具有限公司销售规模变化趋势不尽相符。

公司对宁波方太公司销售收入持续下滑，主要是由于宁波方太公司赠送政策、赠送范围和赠品结构调整所致，符合实际情况，具有合理性。2020年上半年对方太公司销售金额不高，主要系：1)自2019年7月以后，经双方协商，宁波方太公司采购产品从家用套刀七件套替换为山水淳木套装刀具六件套，产品单价下降；2)受新冠疫情影响，宁波方太公司对赠品类产品采购趋于谨慎，采购额下降。

②公司对方太公司销售毛利率变动情况

单位：万元

期 间	公 司	收 入	成 本	毛 利	毛 利 率
2020年 1-6月	宁波方太营销有限公司	1,006.59	898.10	108.49	10.78%
	宁波柏厨集成厨房有限公司	12.36	10.51	1.84	14.91%
	小 计	1,018.94	908.61	110.33	10.83%
2019 年度	宁波方太营销有限公司	3,423.48	3,219.32	204.16	5.96%
	宁波柏厨集成厨房有限公司	24.96	22.12	2.84	11.40%
	小 计	3,448.44	3,241.44	207.00	6.00%
2018 年度	宁波方太营销有限公司	4,684.29	4,746.50	-62.21	-1.33%
	宁波柏厨集成厨房有限公司	25.57	24.17	1.40	5.47%
	小 计	4,709.86	4,770.67	-60.81	-1.29%
2017 年度	宁波方太营销有限公司	5,317.30	5,161.72	155.59	2.93%
	宁波柏厨集成厨房有限公司	21.81	21.31	0.50	2.29%
	宁波方太厨具有限公司	0.31	0.30	0.01	3.06%
	小 计	5,339.42	5,183.33	156.09	2.92%

报告期内，公司对方太公司销售毛利率先降后升，主要受公司品牌战略、双方协商调整方太采购产品结构等影响所致。

③公司和方太公司合作的稳定性和可持续性

公司对方太公司销售收入主要取决于方太公司销售规模变化、方太公司赠送政策、赠送范围和赠品结构等的影响。

报告期内公司与方太公司合作稳定，公司在品牌、产品质量、供货等均能满足方太公司的需求，双方已经建立了持续、稳定的合作关系。销售规模逐年下降，

主要是由于方太公司赠送政策的变化,并非公司或方太公司经营策略发生实质变动,公司不存在主要客户流失风险。

报告期内,公司对方太公司的销售占公司收入、主营业务:

单位:万元

期 间	毛利	占主营业务毛利比重	收入	占收入比重
2020年1-6月	110.33	1.06%	1,018.94	4.10%
2019年度	207.00	1.05%	3,448.44	7.19%
2018年度	-60.81	-0.41%	4,709.86	11.68%
2017年度	156.09	1.28%	5,339.42	15.91%

报告期内,对方太公司的销售占公司收入比例逐年下降,分别为15.91%、11.68%、7.19%、4.10%;对方太公司的销售占公司主营业务毛利的比重也处于极低水平,分别为1.28%、-0.41%、1.05%、1.06%,公司对方太公司销售不存在重大依赖;方太公司收入下降不会对公司持续经营构成重大不利影响。

(3) 代销模式

公司代销模式销售占比较小,线上代销主要通过天猫超市、京东FBP模式等实现销售,线下代销主要客户为永辉超市、福兴祥物流集团有限公司、山东潍坊百货集团股份有限公司中百配送中心等三家大型商超,报告期各期公司代销收入占主营业务收入比例相对较为稳定。

报告期内代销模式销售收入情况如下:

单位:万元

代销模式	2020年1-6月		2019年度			2018年度			2017年度	
	金额	占比	金额	变动率	占比	金额	变动率	占比	金额	占比
线上	501.24	2.02%	1,572.89	-4.48%	3.28%	1,646.61	-15.48%	4.08%	1,948.17	5.81%
线下	429.87	1.73%	841.52	123.55%	1.75%	376.43	380.14%	0.93%	78.40	0.23%
合计	931.11	3.75%	2,414.41	19.35%	5.03%	2,023.04	-0.17%	5.01%	2,026.57	6.04%

报告期各期公司代销模式销售收入分别为2,026.57万元、2,023.04万元、2,414.41万元及931.11万元,销售金额较为稳定。其中线上代销2018年、2019年同比分别下降15.48%、4.48%,主要系天猫超市平台因盈利情况未达到推广预期,因此对平台推广政策进行调整,公司受其影响销售额下降。

3、主营业务收入按市场区域构成分析

报告期内，公司主营业务收入按市场区域的销售情况如下：

单位：万元

销售地区	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
境内	24,700.39	99.27%	47,623.80	99.31%	40,173.79	99.65%	33,531.48	99.93%
境外	180.44	0.73%	332.14	0.69%	139.69	0.35%	24.2	0.07%
合计	24,880.83	100.00%	47,955.93	100.00%	40,313.47	100.00%	33,555.68	100.00%

报告期内，公司产品主要聚焦境内市场，境内销售收入占主营业务收入的比
例分别为 99.93%、99.65%、99.31%及 99.27%，境外销售规模较小。

4、主营业务收入的季节性分析

报告期内，公司每季度主营业务收入情况如下：

单位：万元

销售地区	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
第一季度	11,083.39	44.55%	11,639.16	24.27%	8,569.45	21.26%	7,371.91	21.97%
第二季度	13,797.45	55.45%	11,251.65	23.46%	9,461.64	23.47%	7,873.88	23.47%
第三季度			11,014.08	22.97%	9,893.53	24.54%	8,232.68	24.53%
第四季度			14,051.04	29.30%	12,388.85	30.73%	10,077.21	30.03%
合计	24,880.83	100.00%	47,955.93	100.00%	40,313.47	100.00%	33,555.68	100.00%

公司销售收入存在一定的季节性特征，前三季度销售较为平均，第四季度销售收入较高，主要系：（1）第四季度受双十一、双十二购物节促销影响，公司线上销售收入较前三季度增长较多；（2）刀剪产品系消费者家庭日常耐用消费品，元旦、春节前，消费者进行更换或采购以备双节使用的需求量增加，使得公司产品四季度销售增长；（3）部分企业客户年度末采购公司产品作为员工福利发放等，促进公司产品四季度销售量增长。

5、主营业务收入变动与行业趋势分析

根据《中国工业统计年鉴》历年数据，我国规模以上刀剪行业主营业务收入从 2012 年的 257.81 亿元增长至 2017 年的 409.58 亿元，年复合增长率达 9.7%。

发行人 2017 年至 2020 年 1-6 月的主营业务收入与同行业比较情况如下：

单位：万元

公司	所属行业	2020 年 1-6 月	同比 变动率	2019 年度	变动率	2018 年度	变动率	2017 年度	变动率
爱仕达	炊具	90,020.40	-27.83%	273,521.55	4.89%	260,767.51	-0.02%	260,822.69	16.74%
哈尔斯	金属制品业	45,919.70	-39.61%	164,275.17	-0.97%	165,883.50	24.62%	133,113.67	8.11%
苏泊尔	炊具行业	213,601.93	-30.43%	613,911.65	5.49%	581,935.48	17.41%	495,645.71	13.75%
平均数		116,514.01	-32.62%	350,569.46	4.28%	336,195.50	14.00%	296,527.36	12.87%
公司		24,880.83	10.05%	47,955.93	18.96%	40,313.47	20.14%	33,555.68	32.80%

注：爱仕达为炊具业务收入、哈尔斯为金属制品业务收入、苏泊尔为炊具行业业务收入

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，公司主营业务收入增长率分别为 32.80%、20.14%、18.96%及 10.05%，高于同行业可比上市公司平均值，主要系：①同行业可比上市公司处于成熟阶段，收入增长较为稳定。公司秉持百年老字号二次创业的心态，将新技术、新业态和新模式与传统刀剪产业深度融合，推行“管理采取新手段、生产采用新装备、营销引进新模式、研发导入新思路”的“四新”策略，顺应创新、创造、创意的大趋势，实现了公司快速发展；②在汲取丰富经验的基础上，投入大量人力、物力、财力，开发功能优良、外观时尚的新产品；③公司在确保刀剪产品迅速发展的基础上，设立事业部进行产品细化管理，在其他生活家居用品的开发上取得一定成效；④公司抓住电商行业快速发展的机遇，大力发展线上销售业务，辅以线下渠道的拓展，形成了线上经销、直销、代销和线下经销、直销、代销等多渠道全覆盖的销售体系。2020 年 1-6 月公司主营业务同比增长率 10.05%，较上年相比有所下降主要受新冠肺炎疫情影响。

6、公司核心竞争优势及收入、净利润增长的可持续性分析

（1）公司产品具有较强品牌竞争优势

公司是专业生产各类刀剪及现代生活五金用具的工业企业，是目前国内生产规模较大、生产技术较为先进、产品质量较高、品牌影响力较强的刀剪行业企业之一。刀剪制造行业企业规模均相对较小，单一企业市场占有率较小。

“张小泉”品牌是我国刀剪行业为数不多的百年品牌，曾分别于 1910 年南洋劝业会、1915 年巴拿马博览会、1929 年首届西湖博览会获得奖项。2006 年，“张小泉”被商务部认定为第一批中华老字号。“张小泉”品牌的产品获得多个奖项，其中包括：1979 年获得国家经济委员会颁发的国家优质质量奖、1989 年

获得首届北京国际博览会金奖、2010年获得杭州市人民政府颁发2010年度杭州市优秀旅游纪念品金奖，2011年获得浙江省旅游局颁发的2011年浙江省旅游商品大赛金奖、2012年获得杭州市贸易局颁发的2012年杭州市优秀旅游纪念品银奖、2018年获得杭州老字号企业协会颁发的“礼遇江南”老字号伴手礼大赛金奖、2018年获得杭州市城市品牌促进会等协会联合颁发的2018年品牌杭州产品品牌评选生活品质奖、2018年获得第三届手工艺创新盛会“国匠荣耀”中国传统工艺振兴奖、2019年入选25款上海特色产品伴手礼名单。

公司凭借不断提升产品质量、设计和渠道优势，维护了良好的品牌形象，使“张小泉”这一百年老字号品牌始终保持良好的口碑，深受消费者的喜爱。伴随公司产品市场份额不断扩大，品牌知名度进一步提升，其产品溢价效应会逐步显现，未来公司收入和毛利水平有望继续维持高位。

(2) 公司不断推出创新型产品

公司主导产品包括剪具、刀具、套刀剪组合和其他生活家居用品，由于公司一贯奉行“质量为上，诚信为本”的经营宗旨，“张小泉”产品在国内外享有很高的知名度和美誉度，深受消费者信赖。2018年至2020年1-6月，公司新增产品情况如下表所示：

期 间	新开发产品数量 (个)	新开发产品占当期实现销售产品 总数量比例	新开发产品收入 (万元)	新开发产品收入 占主营业务收入 比例
2020年1-6月	172	9.82%	7,102.36	28.55%
2019年度	200	10.41%	6,816.98	14.22%
2018年度	90	4.43%	828.92	2.06%

报告期内公司不断开发新品，及时为市场注入新鲜血液，2018年至2020年1-6月新增产品数量分别为90个、200个、172个，新品收入占主营业务收入比例分别为2.06%、14.22%、28.55%，新品销售收入不断增加，市场规模不断扩大。

(3) 公司不断增加销售网络布局

报告期内，公司经销商数量持续增加，终端客户和销售区域覆盖能力持续增强。通过布建零售专卖和商超终端，构建全方位立体化的营销网络。公司在诸多二、三、四线城市进行了营销渠道布局，扩大了国内市场规模。公司全国范围内经销客户数量信息如下表所示：

单位：个

地区	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比
东北	28	5.89%	25	6.16%	24	6.52%	13	3.99%
华北	42	8.84%	37	9.11%	35	9.51%	24	7.36%
华东	299	62.95%	261	64.29%	228	61.96%	208	63.80%
华南	26	5.47%	20	4.93%	22	5.98%	18	5.52%
华中	31	6.53%	28	6.90%	24	6.52%	28	8.59%
西北	17	3.58%	14	3.45%	17	4.62%	15	4.60%
西南	32	6.74%	21	5.17%	18	4.89%	20	6.13%
总计	475	100.00%	406	100.00%	368	100.00%	326	100.00%

报告期内，公司经销客户分别为 326 个、368 个、406 个、475 个，公司积极拓展销售区域，开发市场，目前全国绝大多数省市均有经销客户。公司对于部分有条件的省份或城市，试点渠道下沉的管理方式，通过“换门头、上货架、给政策”的组合方式，积极利用经销商资源开拓乡镇市场。

此外，公司推进“金砖银壁铁三角”的线下销售战役，通过构建形象统一的销售终端（金砖）、陈列丰富的 ABC 类超市（银壁）和专属售后的工业用剪客户（铁三角），用专项的支持方式、科学的分析手段、完备的数据统计、深度的产品粘性，在全国积极推进建设营销根据地。

同时，公司积极进军电子商务，多年的良好商誉给了网民足够的诚信保障，老字号进入互联网，找到了一条与消费者沟通的全新营销通道，公司目前在天猫及淘宝平台、京东平台等电子商务平台上均开设旗舰店，积极抢占线上销售市场。

另外，报告期内，公司着手启动海外市场销售。根据公司中长期战略规划，公司未来将积极开拓国外市场，以期对国内市场形成有效补充。

7、退换货政策及退换货情况

（1）各类销售模式下退换货的具体政策

销售模式	类型	退换货政策	变化情况
线下经销	渠道经销	1) 质保期内质量问题可以换货，不受换货额度限制；2) 换货金额（不含质量问题）≤上一年度发货总额 1%；3) 一次性买断的清库产品、滞销产品、定制产品，不予退换货；4) 上下半年各一次；5) 单一品项单一批次一定比例的包装瑕疵不属于	报告期内未发生变化

销售模式	类型	退换货政策	变化情况
		质量问题，由公司提供包材经销商自行包装或者是由公司负责重新包装后原货返还经销商	
	商超经销	1) 质保期内质量问题可以换货，不受换货额度限制；2) 常规换货（不含质量问题）= < 当年已发货总额 2%，2019 年开始按上一年度发货总额计算确认退货额度，2020 年额度变更为上一年度发货总额的 1% 计算确认；3) 一次性买断的清库产品、特卖或渠道促销产品、定制产品及影响二次销售产品，不予换货；4) 上下半年各一次换货；5) 包装破损的产品允许退回厂里重新包装，再发还客户，费用由经销商承担（不计入退货额度）；6) KA 产品置换或被淘汰产生的下架单品，建议客户用促销的方式消化，如客户能提供下架单品做促销的证明后仍有库存，做退货处理；新品上架销售一定时间后被下架单品，公司处理退货；2017 年当年发货 5% 可换货；2018 年按当年发货的 3% 可换货；2019 年换货额度 ≤ 上一年度发货总额的 3%（毛利低于 15% 除外）；2020 年对涉及核心商超大型促销活动后结余、动销不佳被超市强行下架或者配合公司战略上新的产品，经销商经努力确实难于消化的，经公司审批可以一单一议，不计入年度换货额度	1) 商超经销退货额度计算基数和比例变更； 2) KA 产品置换或被淘汰下架单品换货额度变更
线下直销	大客户直销	除客户未按随附文档说明、指引、要求使用外，免费保修、包换；免费提供一定的产品配件、包装配件；产品质量问题免费维修更换	报告期内未发生变化
	直营店	1) 有发票：顾客购买商品后，凭发票 7 日内可在上海两家店铺办理无理由退货。退货商品要求包装无破损、产品无损伤，不影响二次销售，退货后发票收回。2) 无发票：原则上实行同价格换货或差价换货，多不退少需补原则	报告期内未发生变化
线下代销	商超代销	对代销方认定的滞销品等商品，代销方享有无条件退货的权力	报告期内未发生变化
线上经销	除京东自营外线上其他经销商	1) 产品自进货之日起 1 年有质量问题；2) 非质量问题产品，例如在销售过程中出现品种不齐或部分产品积压，在不影响到二次销售的情况下，书面申请退换货，退换货总额不大于当年签约进货总额的 1%，同时，退换产品必须是当年度经销的产品；3) 一次性买断的清库产品、特卖产品不予退换货	报告期内未发生变化
	京东自营	乙方接受甲方库存过剩或滞销品、残次品、质量问题产品及“冷静期”退货（冷静期退货指：客户收到产品之日起七日内产生的无理由退货）	报告期内未发生变化
线上直销	线上直营店	遵循国家工商行政管理总局出台的《网络交易管理办法》，“网络商品经营者销售商品，消费者有权自收到商品之日起七日内退换货，且无需说明理由”	报告期内未发生变化
线上代销	天猫超市及京东	1) 公司提供的产品若出现下列情形，代销方有权对商品进行下架处理并通知公司安排退货，公司	2019 年新增如下退货条款：公司商品经买家下单

销售模式	类型	退换货政策	变化情况
	FBP	应无条件接受：依代销方全权判断发生不动销、经抽检或商品数据评估存在品质问题的；公司原因造成包装不良或损坏、交货规格或数量不符、塞货的。2) 公司商品经买家下单后，如买家发起退货退款的，代销方需依据法律法规规定及天猫相关规定为买家办理退货退款，并对买家退货商品做二次上架处理；买家退货商品如不符合二次上架标准的，公司同意乙方退货处理	后，如买家发起退货退款的，代销方需依据法律法规规定及天猫相关规定为买家办理退货退款，并对买家退货商品做二次上架处理；买家退货商品如不符合二次上架标准的，公司同意乙方退货处理

注：报告期内，发行人给予经销商一定的退换货额度，报告期各期略有不同。

报告期内，各类销售模式下与主要客户约定的质量责任保证义务、维修义务、退换货政策情况如下：

模式	客户/店铺	具体约定
线上经销	北京京东世纪贸易有限公司（京东自营）	1、如因质量相关问题，产品造成京东、终端客户或其他第三方人身或财产损害的，公司应赔偿京东及相关权利人全部损失并完成产品的召回、无害化处理、销毁、售后服务等事宜。产品因质量发生维修、退换产生的往返运费、维修费以及对京东客户造成的损失均由公司承担； 2、公司接受京东自营库存过剩或滞销品、残次品、质量问题产品及"冷静期"退货 ¹ ，公司同意货款结算时直接扣减退货产品金额后付款
	除京东自营外线上其他经销商（重庆思优普贸易有限公司、杭州瀚登贸易有限公司等主要线上经销商）	1、产品自进货之日起1年有质量问题的，可予以退换货； 2、非质量问题产品，在不影响到二次销售的情况下，书面申请退换货，退换货总额不大于当年签约进货总额的1%，且产品需为当年经销产品； 3、一次性买断的产品、特价产品或按照经销商要求定制的产品，除质量问题外不接受退换货； 4、退货退回的套装产品必须是整件，否则不予处理
线下经销	义乌市孙茂福五金商行、上海聚建网络科技有限公司、济南首尚家居用品有限公司、南京豪润贸易有限公司、杭州恋家实业有限公司、义乌市宝锐五金有限公司、沭阳福宇商贸有限公司	1、上一年度销售产品经公司检验确认有产品质量问题，可换货； 2、单一品项单一批次一定比例的包装瑕疵不属于质量问题，由公司提供包材，经销商自行包装或由公司负责重新包装后原货返还经销商； 3、经销商年度换货金额应≤上一年度公司对其发货总金额的1-2%（除质量问题外）；属于经销商一次性买断的清库产品、滞销产品、定制产品以及毛利率低于15%的产品一律不予以换货
线上直销	张小泉官方旗舰店（天猫）	1、公司遵守《消费者权益保护法》、《产品质量法》和《网络交易管理办法》等法律法规的规定； 2、因产品质量或出售假冒商品等被社会媒体爆出较大负面舆情或店铺经营出现严重违法违规行为的，天猫可要求公司支付违约金； 3、张小泉官方旗舰店接受30天无理由退换货，90天质量问题免费换新；接受三包期内性能故障退换货
线下直销	宁波方太营销有限公司	1、方太公司如因公司产品质量原因引起的所有损失由公司承担，且由此造成对方太公司品牌损害的，方太公司有权向公司索赔； 2、公司在全国范围内给方太公司的客户或相关方就近安排服务或维修；如方太公司有要求，公司应定期或不定期上门对方太公司仓库破损的公司产品进行免费维修； 3、除客户未按随附文档说明、指引、要求使用外，公司免费保修、包

模式	客户/店铺	具体约定
		换；免费提供一定的产品及包装配件；产品质量问题免费维修更换
	直营店	1、公司遵守《消费者权益保护法》和《产品质量法》等法律法规的规定； 2、针对退换货，如有发票，在商品包装及产品无损伤、不影响二次销售的前提下，顾客购买商品后，凭发票7日内可在直营店办理无理由退货，退货后发票收回；如无发票，原则上实行同价格换货或差价换货，多不退少需补原则
线上代销	浙江天猫供应链管理有限公司（天猫超市）	1、如发生客户投诉产品质量等有关售后服务事宜，公司应及时积极处理，并在3日内出具情况说明通知天猫超市，对此类问题处理不当造成的天猫超市名誉、信誉等损失，公司应予以赔偿；公司产品多次出现产品瑕疵问题，或出现重大产品质量问题，导致客户人身、财产重大损失，或公司在其产品相关的知识产权诉讼或其他涉诉事项中败诉的，天猫超市均有权单方终止本协议；经抽检或商品数据评估或经买家反馈存在质量问题的，天猫超市有权对公司商品进行下架处理； 2、产品需维修时，天猫超市有权选择直接换新或退货；需公司提供维修服务的，公司应在指定时间内修复并送达指定地址； 3、商品经买家下单后，如买家发起退货退款的，天猫超市需为买家办理退货退款，并对退货商品做二次上架处理，退货商品如不符合二次上架标准的，公司均同意天猫超市退货处理
	北京京东世纪贸易有限公司（京东FBP）	1、如果因公司商品质量问题而导致京东产生损失，京东有权要求公司赔偿因此产生的所有费用，并保留进一步追究公司相应责任的权利；如在合作终止后，因公司商品质量问题或售后服务问题而导致京东或其他第三方人身或财产损失的，公司仍应独立承担全部责任，国家法律法规另有规定的除外； 2、京东负责向公司提供用户退货服务，包括京东JD.COM网站客服处理退货订单、收取用户退货并将退货配送至公司、负责代表公司向用户退款、向用户反馈退货处理信息等相关事项
线下代销	山东潍坊百货集团股份有限公司中百配送中心	1、出现商品质量问题公司予以无条件换货，因质量问题造成的一切损失由公司承担；合同期内，公司所提供商品因质量问题被媒体曝光，须向潍坊百货支付质量违约金，并对不合格商品立即撤柜返厂，且潍坊百货有权终止合同，并保留依法追究公司赔偿名誉损失的权利； 2、公司接受下列未售出产品的退货：经营中出现原箱短少，已过保质期商品，破损，残次品，临近保质期商品，滞销品
	永辉物流有限公司	1、所提供的商品如质量、安全等方面存在瑕疵，导致永辉遭行政处罚或消费者索赔等问题时，公司应负责解决上述纠纷并承担责任。公司除赔偿消费者损失外，还需补偿对永辉所造成的损失； 2、永辉将不定期向公司提出退货或换货要求，除约定不能退换商品外，公司确认永辉享有无条件退货的权利

注1：“冷静期”退货系客户收到产品之日起七日内产生的无理由退货

针对公司与OEM厂商关于产品质量责任的划分情况，根据公司与OEM厂商签订的协议，OEM厂商对其生产的产品质量承担责任，交付产品不合格的，公司有权拒收、单方解除合同、要求返厂返修、责令OEM厂商无条件销毁不合格产品；因OEM厂商交付产品的质量问题的给公司或第三方造成人身伤害、经济损失的，由OEM厂商承担全部责任。

综上，报告期内公司与主要客户产品质量责任约定明确，公司对销售的产品承担质量责任保证义务，如发生产品质量问题需要承担退换货责任或维修义务，如产品质量问题系 OEM 厂商供应产品质量导致，公司可以要求 OEM 厂商承担相应责任。

（2）报告期内退换货情况

报告期内，公司退换货主要系协议范围内的商品换货、质量原因发生的退货以及电商销售需遵循的无理由退货规定，经确认后，公司进行退换货。报告期内，公司退换货的具体情况如下：

单位：件、套、万元

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
退货数量	18,154	26,029	18,429	6,045
换货数量	44,395	154,338	74,112	175,808
小 计	62,549	180,367	92,541	181,853
退货金额	108.55	197.08	120.40	43.04
换货金额	156.22	398.58	178.05	490.34
小 计	264.77	595.66	298.45	533.38
主营业务收入	24,880.83	47,955.93	40,313.47	33,555.68
占主营业务收入比例	1.06%	1.24%	0.74%	1.59%
其中：退货占比	0.44%	0.41%	0.30%	0.13%
换货占比	0.63%	0.83%	0.44%	1.46%

报告期内，公司退换货的金额分别为 533.38 万元、298.45 万元、595.66 万元及 264.77 万元，占主营业务收入的比例分别为 1.59%、0.74%、1.24%及 1.06%，占比较小，对公司经营不存在重大影响。报告期内，公司不存在因退换货导致的质量纠纷。

报告期内，因质量原因发生的退换货的金额及比例情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
因质量原因发生的退货的金额	26.95	72.30	60.34	18.17
因质量原因发生的换货的金额	75.82	171.58	67.14	375.25
小计	102.77	243.88	127.48	393.42

项 目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
退换货总额	264.77	595.66	298.45	533.38
质量原因退换货金额占主营业务收入比例	0.41%	0.51%	0.32%	1.17%
其中：质量原因退货	0.11%	0.15%	0.15%	0.05%
质量原因换货	0.30%	0.36%	0.17%	1.12%

2017年度因质量问题发生的退换货比重较其他年份稍高，主要系公司销售方太公司的套刀剪组合中单一批次的刀架存在质量问题，公司发现此问题后对该批产品进行了召回，发生的换货金额为323.76万元，占当年度质量原因退换货的82.30%，该批次刀架系供应商质量问题，最终向供应商退换处理。剔除该项后，质量原因发生的退换货金额占比为0.21%。

退换货业务进行如下会计处理：公司于退换货发生月份冲回产品对应的收入和成本，针对换货的产品，公司调整产品规格后重新换至客户，并重新确认相应的收入及成本。鉴于公司报告期各期退换货金额较小且能够及时收回，因此未计提预计负债。

（3）报告期内计提质量保证准备情况

报告期内，公司因产品质量相关实际支出包括因质量问题报废的产品成本、产品维修配件成本等，具体金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
公司承担的费用金额	47.76	101.28	71.69	34.88
占主营业务收入比重	0.19%	0.21%	0.18%	0.10%

报告期内，公司因产品质量问题而发生的费用金额占主营业务收入比重较低，因此公司未计提质量保证准备。经查询，同行业可比上市公司哈尔斯、苏泊尔、爱仕达亦未计提产品质量保证准备，与公司一致。

8、扣除非经常性损益后净利润增幅大于营业收入增幅原因分析

报告期内，公司扣除非经常性损益后净利润、营业收入变动幅度如下：

单位：万元

项 目	2019年度		2018年度		2017年度
	金额	增长幅度	金额	增长幅度	金额

项 目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	增长幅度	金额	增长幅度	金额
扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	6,229.54	44.93%	4,298.31	107.70%	2,069.53
营业收入	48,401.49	18.03%	41,009.42	20.15%	34,132.06

2018 年度，扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润较 2017 年度增长 107.70%，营业收入仅增长 20.15%，主要系 2017 年度公司为整合与“张小泉”相关刀剪业务，通过同一控制下企业合并取得上海张小泉刀剪总店有限公司、张小泉电商业务等，按照中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益（2008）》的规定“同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益”属于非经常性损益，合计 1,481.96 万元。剔除上述影响后，2018 年度扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润增长幅度与营业收入增长幅度接近。

2019 年度，扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润较 2018 年度增长 44.93%，高于营业收入增长的 18.03%，主要系：（1）2019 年度公司综合毛利率较 2018 年上涨 4.51 个百分点，销售毛利率上升导致公司扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润增长幅度增加 38.11 个百分点；（2）2019 年度公司加大研发投入力度，研发费用占营业收入比重较 2018 年度增加 1.32 个百分点，研发投入上升导致扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润增长幅度下降 11.17 个百分点。剔除上述影响后，2019 年度，扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润增长幅度为 18.00%，与营业收入增长幅度基本持平。

（二）营业成本分析

报告期内，公司的营业成本情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	14,455.94	99.03%	28,172.65	99.00%	25,556.71	98.44%	21,349.93	97.71%
其他业务成本	141.65	0.97%	284.06	1.00%	404.42	1.56%	500.37	2.29%
合计	14,597.58	100.00%	28,456.71	100.00%	25,961.13	100.00%	21,850.30	100.00%

报告期各期，公司营业成本分别为 21,850.30 万元、25,961.13 万元、28,456.71 万元及 14,597.58 万元 2018 年及 2019 年，公司营业成本的增长率分别为 18.81% 和 9.61%，随着公司营业收入的持续增长，营业成本在报告期内保持同步增长。

1、主营业务成本按产品构成分析

报告期内，公司主营业务成本分产品的构成如下：

单位：万元

产品类别	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
剪具	4,744.32	32.82%	8,608.11	30.55%	8,128.83	31.81%	6,989.75	32.74%
刀具	3,702.84	25.61%	6,151.20	21.83%	5,183.65	20.28%	3,768.64	17.65%
套刀剪组合	3,812.08	26.37%	9,733.79	34.55%	10,179.27	39.83%	9,171.70	42.96%
其他生活家居用品	2,196.70	15.20%	3,679.55	13.06%	2,064.96	8.08%	1,419.83	6.65%
合计	14,455.94	100.00%	28,172.65	100.00%	25,556.71	100.00%	21,349.93	100.00%

2、主营业务成本构成分析

报告期内，公司主营业务成本构成如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	12,719.44	87.99%	24,360.83	86.47%	21,999.01	86.08%	18,258.49	85.52%
直接人工	859.16	5.94%	2,058.42	7.31%	1,991.10	7.79%	1,812.44	8.49%
制造费用	877.34	6.07%	1,753.41	6.22%	1,566.60	6.13%	1,279.00	5.99%
合计	14,455.94	100.00%	28,172.65	100.00%	25,556.71	100.00%	21,349.93	100.00%

报告期各期，公司主营业务成本结构稳定，主要由直接材料、直接人工、制造费用构成，其中直接材料占比较大。

3、公司自制产品单位材料成本情况

报告期内，公司自制产品单位材料成本情况如下：

单位：元

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度
	单位材料成本	变动率	单位材料成本	变动率	单位材料成本	变动率	单位材料成本
剪具	3.31	-1.26%	3.35	0.03%	3.35	13.38%	2.96

项 目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度
	单位材料成本	变动率	单位材料成本	变动率	单位材料成本	变动率	单位材料成本
刀具	5.99	-0.45%	6.02	15.24%	5.22	4.30%	5.00
套刀剪组合	40.87	2.94%	39.70	-5.88%	42.18	0.53%	41.95
单位材料成本	6.77	-10.45%	7.56	-0.38%	7.59	0.15%	7.58

注：单位材料成本=自制产品总直接材料成本/自制总产量

报告期内，公司自制产品总体的平均单位直接材料成本分别为 7.58 元、7.59 元、7.56 元和 6.77 元，分别增长 0.15%、-0.38%和-10.45%，主要受原材料价格波动和各期自制产品结构影响，其中产品结构对单位材料成本影响较大。公司自制产品直接材料成本中包装及其他材料约占直接材料成本的 60%，钢材及塑材约占直接材料成本的 40%，包装及其他材料的单价变动对公司产品直接材料成本影响更大。一般情况下，套刀剪组合的单位直接材料成本约是剪具的 12 倍、刀具的 7 倍，因此，产品结构对单位材料成本影响较大，报告期内公司自制产品结构如下：

(1) 一级分类产品结构

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
剪具	75.61%	74.80%	76.91%	77.67%
刀具	16.34%	14.70%	12.79%	11.06%
套刀剪组合	8.05%	10.50%	10.30%	11.27%
小计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注：产品结构系包装车间自制各类产品完工数量占自制总完工数量的比重

(2) 二级分类产品结构

一级分类	二级分类	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
剪具	家用剪	54.49%	53.39%	56.53%	58.14%
	服装剪	9.55%	11.28%	10.25%	9.26%
	个护类剪刀	7.23%	6.51%	6.56%	6.75%
	其他剪刀	1.81%	1.87%	2.03%	2.33%
	厨房剪	1.67%	1.22%	1.23%	0.39%
	园林剪	0.85%	0.53%	0.30%	0.80%
	小计	75.61%	74.80%	76.91%	77.67%
刀具	片刀	8.97%	8.22%	5.56%	5.26%

一级分类	二级分类	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
	水果刀	4.83%	4.11%	4.74%	2.84%
	其他单刀	2.03%	1.91%	2.20%	2.92%
	斩骨刀	0.52%	0.46%	0.28%	0.03%
	小计	16.34%	14.70%	12.79%	11.06%
套刀剪组合	套装刀剪	7.52%	9.65%	9.22%	10.85%
	刀具组合	0.29%	0.60%	0.54%	0.29%
	剪具组合	0.24%	0.26%	0.55%	0.13%
	小计	8.05%	10.50%	10.30%	11.27%
总计		100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

自制平均单位直接材料成本 2018 年较 2017 年上涨 0.15%，其中剪具上涨 13.38%、刀具上涨 4.30%、套刀剪组合上涨 0.53%，主要系原材料采购单价上涨所致，除 ABS 料采购价格略有下降外，其他材料采购价格均有上涨，其中包装及其他材料涨幅较大，从而导致单位直接材料成本上涨；剪具产品直接单位材料成本上升较大，主要系服装剪、厨房剪等产量上升所致。

自制单位直接材料成本 2019 年度较 2018 年度下降 0.38%，主要原材料采购单价有升有降，采购价格对单位成本影响不明显，其中刀具直接单位材料成本上升 15.24%，主要系刀具中斩骨刀和片刀产量占比上升；套刀剪组合单位直接材料成本下降 5.88%，主要系产量较大的销售方太的产品由原七件套组合产品调整为六件套组合产品，单位直接材料金额下降所致。

2020 年 1-6 月自制单位直接材料成本较 2019 年度下降 10.45%，刀具、剪具和套刀剪组合分别较上期变动较小，主要受刀具、剪具和套刀剪组合产品结构影响，2020 年 1-6 月刀具、剪具的生产占比较低，拉低了平均直接材料成本。

综上，报告期内公司自制产品单位材料成本的变动主要受原材料价格变动及产品结构的影响所致。

4、报告期内公司主营业务成本与采购、存货情况

报告期内公司主营业务成本与采购、存货情况如下：

单位：万元

项 目	2020年1-6月 /2020.6.30	2019年度/2019.12.31		2018年度/2018.12.31		2017年度 /2017.12.31
		金额	变动率	金额	变动率	

主营业务成本	14,455.94	28,172.65	10.24%	25,556.71	19.70%	21,349.93
采购总额	14,951.91	28,690.57	17.49%	24,418.92	18.60%	20,589.15
存货余额	13,047.20	11,382.71	38.46%	8,220.83	18.61%	6,931.12

报告期内公司主营业务成本、采购总额及存货余额呈同步增长趋势。2018年度，主营业务成本、采购总额及存货余额均呈现增长态势，且增长幅度相近；2019年度，采购总额增长幅度明显高于主营业务成本增长幅度，存货余额增长幅度明显高于采购总额增长幅度，主要系如下原因所致：1) 报告期内公司销售规模不断扩大，公司积极拓展销售渠道，备货规模提升所致；2) 2019年12月31日存货余额较同期增长较快，主要系业务规模拓展、渠道拓展、春节等因素综合影响所致。

5、公司 OEM 和外协加工服务占主营业务成本的比例情况

报告期内，公司 OEM 和外协加工服务占主营业务成本的比例情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
主营业务成本 ①	14,455.94	28,172.65	25,556.71	21,349.93
OEM 产品成本 ②	9,875.12	17,474.62	15,541.77	12,313.53
OEM 产品占比 ②/①	68.31%	62.03%	60.81%	57.67%
外协加工服务 ③	442.10	1,015.08	728.64	634.84
外协加工服务占比 ③/①	3.06%	3.60%	2.85%	2.97%

6、产品成本的主要核算方式，直接材料、人工费用、制造费用归集的流程、对象和方法

(1) 产品成本的主要核算方式

公司主要产品为刀具及剪具，生产周期和工艺基本相似。公司成本核算涉及直接材料、直接人工、制造费用、在产品、半成品和产成品，采用实际成本和月末一次加权平均计价。根据产品生产工序的紧密程度，公司划分为总装前成本中心、总装后成本中心及包装成本中心进行成本核算，其中工序未完成的生产订单产品为在制品，工序已完成的为半成品，包装车间完工的产品为产成品。

直接材料是生产过程中直接耗用的，并构成产品实体的原材料、包装物及其他辅助材料等；直接人工是直接从事产品生产的员工工资；制造费用是指在生产

中发生的不能归入直接材料和直接人工的其他成本费用支出。

公司直接材料根据生产订单及产品订单行号直接归集入成品成本，直接人工和制造费用按照生产车间归集，按照公司各产品定额工时在完工产品之间分配，在产品仅保留材料成本，不进行直接人工和制造费用的分配。

（2）直接材料、人工费用、制造费用归集的流程、对象和方法

① 直接材料归集的流程、对象和方法

公司根据生产订单及产品 BOM 标准材料定额一次性领用直接材料，每月底生产车间进行盘点，根据盘点情况调整相关生产订单的材料用量。

② 人工费用归集的流程、对象和方法

公司按照生产车间对直接人工进行归集；每月，公司财务部根据人力资源提供的工资清单计提各生产车间的职工薪酬，包括工资、福利费、社会保险、公积金等。

③ 制造费用归集的流程、对象和方法

公司按照生产车间对制造费用进行归集；每月，公司财务部根据生产车间实际发生的费用计入制造费用，包括水电费、外协加工费、车间管理人员薪酬、机器设备折旧等。

7、产品成本确认与计量的完整性与合规性

公司成本的确认和计量均以权责发生制为基础，根据生产订单及产品订单行号直接归集产品直接材料成本，按照公司产品定额工时对直接人工和制造费用在不同的完工产品和半成品之间分配，公司成本核算流程和方法与其具体生产工艺流程匹配，符合企业会计准则的相关要求。

（三）毛利额及毛利率分析

1、毛利额分析

报告期内，公司毛利额分产品的构成如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比

项目	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	
主营业务毛利	剪具	3,213.76	30.68%	6,408.96	32.13%	5,177.95	34.41%	4,431.10	36.08%
	刀具	2,845.59	27.16%	5,069.21	25.42%	3,619.57	24.05%	2,926.34	23.83%
	套刀剪组合	2,190.84	20.91%	4,151.20	20.81%	3,071.26	20.41%	2,643.95	21.53%
	其他生活家居用品	2,174.70	20.76%	4,153.92	20.83%	2,887.98	19.19%	2,204.37	17.95%
其他业务毛利	50.37	0.48%	161.5	0.81%	291.53	1.94%	76.01	0.62%	
合计	10,475.26	100.00%	19,944.78	100.00%	15,048.29	100.00%	12,281.76	100.00%	

报告期内，公司分产品的主营业务毛利额受主营业务收入和主营业务成本的影响而有所波动，但整体结构相对稳定。

2、主营业务毛利率分析

报告期内，公司分产品毛利率具体明细如下表所示：

品类	2020年1-6月		2019年度		2018年		2017年	
	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率
剪具	31.98%	40.38%	31.31%	42.68%	33.01%	38.91%	34.04%	38.80%
刀具	26.32%	43.45%	23.40%	45.18%	21.84%	41.12%	19.95%	43.71%
套刀剪组合	24.13%	36.50%	28.95%	29.90%	32.87%	23.18%	35.21%	22.38%
其他生活家居用品	17.57%	49.75%	16.33%	53.03%	12.29%	58.31%	10.80%	60.82%
合计	100.00%	41.90%	100.00%	41.25%	100.00%	36.61%	100.00%	36.37%

报告期，公司综合毛利率分别为 36.37%、36.61%、41.25%及 41.90%，整体呈逐年上升趋势。

(1) 剪具毛利率分析

报告期各期，剪具的毛利率分别为 38.80%、38.91%、42.68%及 40.38%。

2018 年，公司剪具毛利率较 2017 年相比变化较小。

2019 年，公司剪具产品销售毛利率较 2018 年上升 3.77 个百分点，主要系公司 2019 年调增部分剪具产品销售价格，使得毛利率有所上升所致。

2020 年 1-6 月，公司剪具毛利率下降 2.30 个百分点，主要系公司服装剪及

家用剪促销活动导致本期单价稍有下降。

（2）刀具毛利率分析

报告期各期，刀具毛利率分别为 43.71%、41.12%、45.18%及 43.45%，整体较为稳定。

2018 年，公司刀具产品销售毛利率较上年降低 2.59 个百分点，**主要系商超系统和流通渠道专供产品销量上升，拉动了公司产品结构的调整，该部分主要系 OEM 模式产品，定位中低端市场，使得毛利率有所下降所致。**虽然刀具销售平均毛利率有所降低，但 2018 年刀具销售收入较上年上涨 31.49%，进一步扩大刀具销售规模及市场占有率。

2019 年，公司刀具销售毛利率较 2018 年上涨 4.06 个百分点，主要系 2019 年公司调增了部分刀具产品销售单价，使得毛利率有所上升所致。

2020 年 1-6 月，公司刀具毛利率下降 1.73 个百分点，主要系公司产品结构的调整，毛利率较低产品本期销售增加所致。

（3）套刀剪组合毛利率分析

报告期各期，公司套刀剪组合产品销售毛利率分别为 22.38%、23.18%、29.90% 及 36.50%，整体呈上升趋势。

2018 年，公司套刀剪组合产品销售毛利率较 2017 年相比变化不大。

2019 年，公司套刀剪组合产品销售毛利率较 2018 年相比上升 6.72 个百分点，主要系公司积极研发新产品，调整销售产品结构所致。

2020 年 1-6 月，公司套刀剪组合毛利率增加 6.60 个百分点，主要系公司新品如淳锐系列套装刀具、豪享 Plus 套装刀具上市后受到线上消费者的认可，本期销量增加，该产品单价及毛利率较高，拉升了平均单价及毛利率。

（4）其他生活家居用品毛利率分析

报告期各期，公司其他生活家居用品销售毛利率分别为 60.82%、58.31%、53.03%及 49.75%，2018 年及 2019 年，公司其他生活家居用品销售毛利率较上一年相比分别下降 2.51 个百分点及 5.28 个百分点，主要系报告期内公司为增大其他生活家居用品类销售规模，抢占市场份额，对该品类产品销售渠道进行了调

整，逐步增加除线下街边零售店外其他销售渠道的销售比例，由于其他销售渠道销售毛利率低于线下街边零售店销售毛利率，因此使得报告期其他生活家居用品类销售毛利率有所下降，但 2018 年及 2019 年，其他生活家居用品销售收入较上一年度相比分别增长 36.66%及 58.16%，销售规模及毛利水平均大幅提升；2020 年 1-6 月其他生活家居用品单价毛利率下降 3.28 个百分点，主要系销售渠道占比调整所致，2020 年 1-6 月其他生活家居用品线上销售占比增幅较大，线下零售销售占比减小，线上销售毛利率低于线下零售，因此其他生活家居用品整体销售毛利率有所下滑。

(5) 主营业务收入、单价及单位成本变化情况

2018 年，毛利率较 2017 年相比基本保持稳定主要系公司产品结构调整，公司产品平均销售单价及单位成本同步下降所致；

2019 年公司销售毛利率较 2018 年上升 4.64 个百分点，主要系 2019 年公司调整部分产品销售价格所致，公司提高部分剪具、刀具及套刀剪产品销售价格，使得相关品类产品销售毛利率上升。

报告期各期，公司各类产品销售单价及单位成本对毛利率的贡献及毛利率波动具体情况如下表所示：

① 2020 年 1-6 月毛利率变动分析

项目	模式	毛利率	毛利率变动百分点	单价因素影响毛利率百分点	单位成本影响毛利率百分点
剪具	OEM	39.50%	-0.49%	0.42%	-0.91%
	自制	41.53%	-3.76%	-1.20%	-2.56%
	小计	40.38%	-2.30%	-3.99%	1.69%
刀具	OEM	41.67%	-1.47%	4.30%	-5.77%
	自制	50.85%	-0.18%	-0.10%	-0.08%
	小计	43.45%	-1.73%	3.53%	-5.26%
套刀剪组合	OEM	44.89%	6.99%	13.82%	-6.83%
	自制	24.85%	4.30%	5.19%	-0.89%
	小计	36.50%	6.60%	10.91%	-4.31%
其他生活家居用品	OEM	49.87%	-3.24%	-8.54%	5.30%
	自制	42.03%	3.14%	-0.70%	3.84%

项目	模式	毛利率	毛利率变动 百分点	单价因素影响毛 利率百分点	单位成本影响毛 利率百分点
	小计	49.75%	-3.28%	-9.46%	6.18%
合计		41.90%	0.65%	-5.36%	6.01%

2020年1-6月，公司主营业务毛利率较2019年增加0.65个百分点，较为稳定。平均销售单价贡献毛利率-5.36个百分点，平均单位成本贡献毛利率6.01个百分点，具体分析如下：

剪具毛利率下降2.30个百分点，主要系公司服装剪及家用剪促销销售单价下降所致。

刀具毛利率下降1.73个百分点，主要系系钢材等原材料采购单价上升使得单位成本上升至。

套刀剪组合毛利率增加6.60个百分点，主要系公司新品如淳锐系列套装刀具、豪享Plus套装刀具上市后受到线上消费者的认可，本期销量增加，该等产品销售单价及毛利率较高，拉升了平均单价及毛利率。

其他生活家居用品单价毛利率下降3.28个百分点，主要系销售渠道占比调整所致，2020年1-6月其他生活家居用品线上销售占比增幅较大，线下零售销售占比减小，线上销售毛利率低于线下零售，因此其他生活家居用品整体销售毛利率有所下滑。

② 2019年度毛利率变动分析

项目	模式	毛利率	毛利率变动 百分点	单价因素影响毛 利率百分点	单位成本影响毛 利率百分点
剪具	OEM	39.99%	3.37%	3.63%	-0.26%
	自制	45.29%	4.16%	2.15%	2.01%
	小计	42.68%	3.77%	3.18%	0.59%
刀具	OEM	43.15%	3.18%	5.13%	-1.96%
	自制	51.03%	5.60%	10.11%	-4.51%
	小计	45.18%	4.06%	6.27%	-2.20%
套刀剪组合	OEM	37.90%	7.14%	8.13%	-0.99%
	自制	20.55%	7.12%	-1.51%	8.63%
	小计	29.90%	6.72%	3.31%	3.41%
其他生活家居	OEM	53.11%	-5.33%	-1.92%	-3.41%

项目	模式	毛利率	毛利率变动 百分点	单价因素影响毛 利率百分点	单位成本影响毛 利率百分点
用品	自制	38.89%	17.54%	16.63%	0.91%
	小计	53.03%	-5.28%	-1.95%	-3.33%
合计		41.25%	4.64%	3.72%	0.92%

2019年，公司主营业务毛利率较2018年相比增加4.64个百分点，平均销售单价贡献毛利率3.72个百分点，平均单位成本贡献毛利率0.92个百分点，毛利率的增加主要系公司提价及调整产品结构所致，具体分析如下：

剪具毛利率较上年增加3.77个百分点，单价贡献毛利率3.18个百分点；刀具毛利率较上年增加4.06个百分点，单价贡献毛利率6.27个百分点，剪具及刀具毛利率的变动主要系公司提价所致；

套刀剪组合毛利率较上年增加6.72个百分点，单价贡献毛利率3.31个百分点，成本贡献毛利率3.41个百分点，主要系公司积极研发新产品，调整产品结构所致；其他生活家居用品毛利率较上年减少5.28个百分点，主要系公司为增大其他生活家居用品类销售规模，抢占市场份额，对该品类产品销售渠道进行了调整，逐步增加除线下街边零售店外其他销售渠道的销售比例，由于其他销售渠道销售毛利率低于线下街边零售店销售毛利率，因此使得报告期其他生活家居用品类销售毛利率有所下降。

③ 2018年度毛利率变动分析

项目	模式	毛利率	毛利率变动 百分点	单价因素影响毛 利率百分点	单位成本影响毛 利率百分点
剪具	OEM	36.62%	-0.35%	-9.73%	9.38%
	自制	41.13%	0.77%	5.30%	-4.53%
	小计	38.91%	0.11%	-6.64%	6.76%
刀具	OEM	39.97%	-2.20%	-6.35%	4.15%
	自制	45.43%	-4.20%	3.14%	-7.34%
	小计	41.12%	-2.59%	-3.57%	0.98%
套刀剪组合	OEM	30.76%	4.03%	3.78%	0.24%
	自制	13.43%	-4.18%	2.71%	-6.89%
	小计	23.18%	0.80%	3.89%	-3.09%
其他生活家居用品	OEM	58.44%	-2.61%	-15.38%	12.77%
	自制	21.35%	0.18%	1.91%	-1.73%

项目	模式	毛利率	毛利率变动 百分点	单价因素影响毛 利率百分点	单位成本影响毛 利率百分点
	小计	58.31%	-2.51%	-14.46%	11.95%
合计		36.61%	0.24%	-6.34%	6.57%

2018年，公司主营业务毛利率较2017年增加0.24个百分点，较为稳定，主要系平均销售单价及平均单位成本均有所下降且下降幅度相近所致，销售单价及单位成本同比下降主要系受销售产品结构调整影响，具体分析如下：

剪具毛利率较2017年基本持平，单价和成本同步下降，主要系公司适时的结合市场情况调整产品结构，单价较低成本也较低的纱剪、竹节咪咪剪等其他剪刀销售占比提升所致。

刀具毛利率较2017年下降2.59个百分点，单价贡献毛利率-3.57个百分点，成本贡献毛利率0.98个百分点，主要系商超系统和流通渠道专供产品销量上升，拉动了公司产品结构的调整，该部分主要系OEM模式产品，定位中低端市场，深受消费者青睐。

套刀剪组合毛利率较2017年增加0.80个百分点，单价贡献毛利率3.89个百分点，成本贡献毛利率-3.09个百分点，主要系包材等原材料价格上涨，公司相应提高销售单价所致。

其他生活家居用品毛利率较2017年下降2.51个百分点，单价贡献毛利率-14.46个百分点，单位成本贡献毛利率11.95个百分点，其他生活家居用品毛利率的变动主要系公司为增大其他生活家居用品类销售规模，抢占市场份额，对该品类产品销售渠道进行了调整，逐步增加除线下街边零售店外其他销售渠道的销售比例，由于其他销售渠道销售毛利率低于线下街边零售店销售毛利率，因此使得报告期其他生活家居用品类销售毛利率有所下降。

（6）公司高毛利的可持续性

1) 公司是目前国内生产规模较大、生产技术较为先进、产品质量较高、品牌影响力较强的刀剪行业企业之一，张小泉是国家商务部认定的第一批中华老字号，其产品标识被国家工商总局认定为我国刀剪行业驰名商标。随着公司生产经营规模逐渐增大及加强对产品宣传力度，公司品牌影响力及消费者认可度随之增加，有利于公司毛利率保持较高水平；

2) 严格的成本管控机制有效减少上游价格上涨对毛利率的影响。公司建有严格的成本管控机制,通过预测原材料的变化趋势并及时进行锁价采购、对供应商比价遴选等手段,及时有效的降低由于部分原材料价格上涨而导致的成本上升等不利因素。

3) 公司自成立以来,一直重视新产品的研发及生产工艺的创新,核心技术来源于自主研发。公司的技术优势为公司持续保持刀剪行业的领先地位提供了有力支撑,确保公司能够根据市场需求迅速地推出新产品,提高产品的附加值,增强公司议价能力。

综上,受益于公司品牌较强的知名度及不断增加的产品宣传力度,凭借严格的成本管控机制和业内领先的新产品开发能力,公司的高毛利水平具有可持续性。

(7) 报告期内 OEM 毛利率与自产产品毛利率情况

1) 自制刀具与 OEM 刀具毛利率差异分析

报告期内,公司自制刀具综合毛利率高于 OEM 产品毛利率,主要系随着公司品牌影响力增强,市场对于公司刀具产品的需求增加,公司将刀具产能集中于少数品种以期达到规模效应所致,其中公司自制其他单刀销售毛利率低于 OEM 产品,主要系产品结构差异所致,自制其他单刀主要系折刀,其工艺简单销售单价不足 10 元,毛利率亦较低,OEM 产品主要为设计比较新颖有特色且单价较高的料理刀等产品为主,其销售毛利率较高。

2) 自制剪具与 OEM 剪具毛利率差异分析

报告期内,公司自制剪具综合毛利率高于 OEM 产品毛利率,主要系剪具产品作为公司传统优势产品,在产品设计、工艺、制造等方面拥有技术优势,自制以中高端产品为主,通过 OEM 采购部分中低端产品比如平板剪刀、弹簧纱剪等,以满足不同层次的市场需求。其中报告期各期公司自制服装剪毛利率低于 OEM 产品,主要系产品型号差异造成,公司自制服装剪主要系销量比较大的普通服装剪为主,其对应销售单价及毛利率均较低,OEM 服装剪除部分补充普通服装剪外,主要关注大匠作、花齿剪等相对高端的服装剪,且销售渠道倾向直销渠道,其销售单价及毛利率均较高;报告期内公司自制其他剪刀销售毛利率低于 OEM 产品,主要系销售产品结构差异所致,自制其他剪刀主要系旅行剪、玫瑰金旅行

剪等销售毛利率较低，OEM 产品主要销售不锈钢旅行剪、贝怡系列辅食剪 150 等销售毛利率较高的产品。

3) 自制套刀剪组合与 OEM 套刀剪组合毛利率差异分析

报告期内公司自制套刀剪组合综合毛利率低于 OEM 产品毛利率，主要系：1) OEM 厂商产量较大具有一定的规模优势；2) 公司自制套刀剪组合产品中直销大客户比如方太公司的产品占比较高，该部分产品销售定价相对较低，因此套刀剪组合的自制产品毛利率低于外协产品毛利率。

4) 自制其他生活家居用品与 OEM 其他生活家居用品毛利率差异分析

其他生活家居用品的自产产品毛利率低于外协产品毛利率，主要系：1) 公司自产的产品主要为鼻毛修剪器、饭勺等低毛利低价产品，外协产品则包括锅具、保温杯、铜壶等，毛利率相对较高；2) 报告期内，公司正在摸索开拓其他生活家居用品的市场，尚处于下游市场的产品培育期，自制以小批量试制为主，产能较低未形成规模效应。因此其他生活家居用品的自产产品毛利率低于外协产品。

(8) 同款产品同时存在 OEM 和自产的毛利率

报告期内，公司为满足客户需求按期交货，同时为根据市场需求能够快速切换成自产，公司会选择部分产品进行小批量自制，同款产品同时存在 OEM 和自产的品种较少。同款产品销售价格基本一致，自制毛利率与 OEM 毛利率存在差异，主要受单位成本有所差异所致。自制套刀剪组合产品的单位成本略高于 OEM 单位成本，主要系套刀剪产品 OEM 厂商具有规模优势因此单位固定成本较低所致；自制剪具及刀具与 OEM 剪具及刀具单位成本相差不大，部分自制刀具、剪具单位成本略高于 OEM 外购单位成本，主要系公司进行小批量生产未达成规模效应所致。

(9) 报告期内各月的销售收入金额及毛利率

报告期内，公司销售收入金额每年 2 月、7 月相对较低，2 月份销售收入较低主要系受春节假日影响，经销商一般在年底或次年年初备货；7 月份销售收入较低主要系：1) 618 等年中购物消费促销，各大经销商会提前在 5 月、6 月备货，2) 7 月正值酷暑，直营店、线下经销商下游消费受到影响；下半年各月销售情况明显好于上半年，其中 11 月份达到峰值，主要系受中秋国庆节节日，“双十一”、

“双十二”等购物节影响。

报告期内，公司毛利率逐年上升，各年分月之间毛利率波动未见明显波动，其中2018年和2017年2月份毛利率较高，主要系受春节影响，线下经销商提前备货，2月线下经销销售下降，线上直销销售占比提高，线上直销毛利率较高上升，导致毛利率有所上升。

(10) 公司分销售模式毛利率分析

报告期各期，公司六种销售模式毛利率情况如下表所示：

销售模式	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
线上直销	63.01%	64.95%	63.66%	63.89%
线上经销	40.84%	39.66%	36.26%	34.95%
线上代销	58.85%	54.52%	43.99%	50.45%
线下直销	38.43%	42.54%	34.02%	31.86%
线下经销	31.82%	33.32%	30.55%	32.02%
线下代销	60.70%	60.02%	57.69%	54.68%
合计	41.90%	41.25%	36.61%	36.37%

报告期内，公司线上代销、线上直销及线下代销毛利率较高，线上经销、线下经销及线下直销毛利率相对较低。

1) 直销毛利率分析

公司线上直销毛利率高于其他销售模式毛利率，主要系公司通过线上电商平台直接向终端消费者销售，销售价格为终端零售价，使得销售毛利率较高；公司线下直销毛利率低于线上直销模式毛利率，主要系发行人线下直销模式中包含线下直营店销售及线下直销大客户销售，其中线下直销大客户销售主要为宁波方太，公司从战略合作等方面考虑以较低的毛利率销售给宁波方太使得公司线下直销毛利率整体相对较低。

2) 经销毛利率分析

公司线上经销及线下经销毛利率低于线上代销、线上直销及线下代销等销售模式，主要系公司对经销商销售价格系在成本核算的基础上，结合市场及竞争对手情况，协商确定最终销售价格，由于经销商需要赚取合理的经销利润，且公司根据经销商销售情况给予其一定比例的返利，因此公司对经销商销售价格低于终

端零售价格所致。其中线上经销商销售毛利率高于线下经销商销售毛利率主要系京东自营为公司线上经销商，公司对其销售价格是在考虑其产品终端销售价格、平台销售费用等因素综合协商确定，通常高于公司向其他经销商销售价格从而拉高了公司线上经销整体毛利率水平。

3) 代销毛利率分析

代销模式为公司直销模式及经销模式的补充销售模式，公司线上代销及线下代销整体毛利率水平较高，主要系代销模式仅为代销平台收取较少比例的代销费，使得整体毛利率较高，其中线上代销毛利率低于线下代销毛利率主要系线上平台天猫超市、京东FBP模式销售代销费比例高于线下主要代销商永辉超市所致。

3、可比公司毛利率比较

2017年至2020年1-6月，同行业可比公司的毛利率情况如下：

指标	公司	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
毛利率	爱仕达	36.57%	41.11%	41.68%	42.65%
	哈尔斯	25.30%	30.79%	32.72%	33.83%
	苏泊尔	29.90%	34.96%	35.15%	32.68%
	平均值	30.59%	35.62%	36.52%	36.39%
	张小泉	41.90%	41.25%	36.61%	36.37%

注：爱仕达毛利率为其炊具品类毛利率，哈尔斯毛利率为其金属制品毛利率，苏泊尔毛利率为其炊具品类毛利率。

报告期内，公司毛利率分别为36.37%、36.61%、41.25%及41.90%，呈逐年上升趋势。与可比公司存在差异，主要系产品特性、销售模式、客户分布等不同所致。公司主营业务为现代生活五金用品设计、研发、生产及销售，主要以内销为主，2020年受新冠疫情影响相对较小，公司毛利率与2019年基本持平，主要受益与于公司线上直销销售占比提升，抵消了新冠疫情对线下销售的不利影响。

爱仕达主要从事炊具产品的研制、生产、销售，主要产品包括套装锅、炒锅、煎锅、汤奶锅、压力锅等；国内销售和国外销售分别占总收入60%和40%左右，国内销售主要通过全国性和区域性大型卖场、连锁超市直接销售的模式，该模式下销售毛利率较高，因此爱仕达公司整体销售毛利率相对较高；2020年上半年受新冠疫情影响，爱仕达对销售渠道进行调整，增加通过天猫、京东直播平台开展销售，电商活动力度较大，导致毛利率下降；

哈尔斯主要从事不锈钢器皿等产品的研制、生产及销售，哈尔斯国外销售占比较高，以 ODM 及 OEM 模式为主，毛利率相对较低，国外销售近三年持续增长，2019 年度国外销售占总收入比重已达 80%左右，导致毛利率逐年下降。2020 年 1-6 月受新冠疫情影响，国外销售受挫导致毛利率下降。

苏泊尔主要从事厨房炊具和厨卫小家电、大家电、健康家电的研发、制造和销售，其中电器产品约占营业收入的 65%，炊具约占 35%，其炊具品类主要有炒锅、压力锅、煎锅、汤奶锅、蒸锅、陶瓷煲、刀具、铲勺等。2020 年上半年受新冠肺炎疫情的影响，加大了线上营销力度，以及采用新收入准则，将符合销售抵减性质的应付客户费用抵减营业收入，共同影响导致毛利率同比下降。

综上，报告期内公司产品销售毛利率高于同行业可比公司，主要系产品特性、销售模式、客户分布差异所致，公司产品销售毛利率较高具有合理性。

（四）税金及附加

报告期各期，公司的税金及附加如下表：

单位：万元

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
城市维护建设税	84.80	163.40	100.23	147.25
教育费附加	36.24	69.77	42.92	63.45
地方教育附加	24.16	45.05	26.57	42.31
印花税	5.27	14.17	37.04	13.09
房产税	32.69	65.58	72.09	-
土地使用税	29.04	15.63	49.47	-
车船税	0.16	0.49	0.45	0.22
合 计	212.36	374.10	328.78	266.33

报告期内，公司税金及附加主要包括城市维护建设税、教育费附加税、房产税和土地使用税。

2018 年公司城市维护建设税和教育费附加税较 2017 年减少，主要系以下原因：（1）根据财政部、税务总局《关于调整增值税税率的通知》（财税〔2018〕32 号），自 2018 年 5 月 1 日起，公司发生增值税应税销售行为，原适用 17%的，税率调整为 16%，增值率降低对销项税降低有一定影响，从而使城市维护建设税和教育费附加税相应降低；（2）2017 年 11 月，公司与张小泉集团签订《固定资

产转让协议》、《土地厂房转让协议》和《知识产权转让协议》，购买张小泉集团拥有的经营性土地厂房、商标专利、机器设备用于刀剪产业发展，并于 2017 年完成商标专利和机器设备的交付手续，于 2018 年 1 月完成土地厂房的交付手续，2018 年固定资产和无形资产购置产生的进项税额较大，导致当期应交增值税额减少，城市维护建设税和教育费附加税相应减少；（3）2018 年公司房产税和土地使用税较 2017 年相比增加较多主要系公司根据购置的房产及土地缴纳房产税和土地使用税所致。

2019 年公司税金及附加较 2018 年相比增加 45.32 万元，主要系收入增加导致增值税销项税增加，使得城市维护建设税和教育费附加税相应增加所致。

（五）期间费用分析

报告期内公司的销售费用、管理费用、研发费用和财务费用的金额及占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售费用	金额	3,657.70	6,428.58	5,459.09	3,946.42
	同比增长	/	17.76%	38.33%	/
	占营业收入比例	14.59%	13.28%	13.31%	11.56%
管理费用	金额	1,541.45	3,189.77	2,652.77	2,208.31
	同比增长	/	20.24%	20.13%	/
	占营业收入比例	6.15%	6.59%	6.47%	6.47%
研发费用	金额	777.33	1,677.82	878.97	521.46
	同比增长	/	90.88%	68.56%	/
	占营业收入比例	3.10%	3.47%	2.14%	1.53%
财务费用	金额	-13.41	-158.17	-36.11	-134.65
	同比增长	/	337.98%	-73.18%	/
	占营业收入比例	-0.05%	-0.33%	-0.09%	-0.39%
期间费用合计	金额	5,963.08	11,138.00	8,954.72	6,541.54
	同比增长	/	24.38%	36.89%	/
	占营业收入比例	23.78%	23.01%	21.84%	19.17%

报告期内，公司期间费用合计分别为 6,541.54 万元、8,954.72 万元、11,138.00 万元及 5,963.08 万元，占营业收入的比重分别为 19.17%、21.84%及 23.01%。公

司报告期内正处于快速成长期，2018 年度及 2019 年度期间费用总额的增长率分别为 36.89%、24.38%，随着公司业务规模的拓展，营业收入逐年递增，期间费用总额相应增长。报告期内期间费用率成上升趋势。

1、销售费用

(1) 销售费用构成

报告期内，公司销售费用构成如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
工资及福利	1,055.28	2,177.19	1,946.97	1,462.96
广告宣传费	811.40	1,045.70	913.48	340.90
仓储物流费	549.64	957.67	940.18	829.12
房租及装修费	442.66	938.92	715.53	579.99
销售服务费	477.90	704.87	434.25	268.72
折旧费	154.46	293.77	294.39	295.30
办公差旅费	81.01	152.93	107.53	115.14
其他	85.35	157.53	106.76	54.29
合 计	3,657.70	6,428.58	5,459.09	3,946.42
占营业收入比例	14.59%	13.28%	13.31%	11.56%

报告期内，公司销售费用分别为 3,946.42 万元、5,459.09 万元、6,428.58 万元及 3,657.70 万元，占营业收入比例分别为 11.56%、13.31%、13.28%及 14.59%，销售费率基本保持稳定。

公司销售费用主要由工资及福利、广告宣传费、仓储物流费、房租及装修费和销售服务费构成。报告期内，前述几项支出合计占销售费用的比例分别为 88.22%、90.68%、90.60%及 91.23%。报告期内该等费用均与公司业务规模的增长相匹配。

报告期内，销售费用中各主要项目变动分析如下：

(1) 工资及福利变动分析

报告期，公司计入销售费用中的工资及福利费持续增长，报告期各期分别为 1,462.96 万元、1,946.97 万元、2,177.19 万元及 1,055.28 万元，占营业收入比重

分别为 4.29%、4.75%、4.50%及 4.21%，报告期公司销售费用中工资及福利费增长主要系公司经营业务规模逐年增长，销售人员薪酬增长所致。

报告期内公司销售人员平均薪酬：

单位：万元

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入	25,072.85	48,401.49	41,009.42	34,132.06
销售人员薪酬	1,055.28	2,177.19	1,946.97	1,462.96
销售人员薪酬占收入比	4.21%	4.50%	4.75%	4.29%
销售人员数量	165	153	139	122
人均薪酬	6.40	14.23	14.01	11.99

注：销售人员数量按各期期初期末人员平均数量统计；销售人员人均薪酬=销售人员薪酬/销售人员数量

同行业可比上市公司销售人员平均薪酬：

单位：万元

可比上市公司	项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
爱仕达	营业收入	112,918.71	354,214.19	325,772.50	307,154.55
	销售人员薪酬占收入比	9.46%	7.60%	7.27%	7.84%
	人均薪酬	未披露	49.91	52.03	54.27
哈尔斯	营业收入	53,738.16	179,374.36	179,429.49	143,914.94
	销售人员薪酬占收入比	4.87%	4.08%	3.42%	2.85%
	人均薪酬	未披露	25.78	21.88	17.55
苏泊尔	营业收入	818,723.66	1,985,347.79	1,785,126.48	1,418,734.74
	销售人员薪酬占收入比	2.40%	2.19%	2.54%	2.55%
	人均薪酬	未披露	27.2	31.3	26.86
平均值	营业收入	328,460.18	839,645.45	763,442.82	623,268.08
	销售人员薪酬占收入比	5.58%	4.62%	4.41%	4.41%
	人均薪酬	未披露	34.3	35.07	32.89

注：上表中同行业上市公司平均薪酬计算方式为平均工资=计入销售费用的职工薪酬/销售人员数量；平均销售人员数量=(期初销售人员数量+期末销售人员数量)

由上表可知，公司销售人员薪酬低于同行业上市公司，主要系(1) 销售人员人均业绩贡献不同，可比公司人均收入规模较高；(2) 产品类别不同，刀剪产品相比小家电产品技术更为简化，产品质量等不容易出现问题，很少处理售后等问

题，因此销售人员工作内容简单工资普遍相对较低；(3) 同行业可比公司多处于小家电行业，该行业竞争较为激烈，竞争对手众多，因此销售人员业绩压力较大，公司在刀剪行业内行业地位较高，产品影响力相对较大，竞争对手相对实力较弱，因此公司销售人员业绩压力较小，相对工资较低。

报告期各期，公司与同地区销售人员平均薪酬如下表所示：

单位：万元

地 区	项 目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
杭州	公司销售人员人均薪酬	7.84	16.42	16.26	12.11
	同地区平均薪酬	未公布	8.08	7.30	6.55
上海	公司销售人员人均薪酬	3.57	10.05	9.96	11.39
	同地区平均薪酬	未公布	11.21	9.40	8.56
南京	公司销售人员人均薪酬	3.29	17.36	—	—
	同地区平均薪酬	未公布	6.65	5.84	5.06
苏州	公司销售人员人均薪酬	2.97	8.35	8.16	0.43
	同地区平均薪酬	未公布	6.48	5.83	
无锡	公司销售人员人均薪酬	2.60	7.69	6.54	1.77
	同地区平均薪酬	未公布	6.19	5.70	5.27
横店	公司销售人员人均薪酬	2.30	6.32	6.74	—
	同地区平均薪酬	未公布	6.63	5.98	5.50
武汉	公司销售人员人均薪酬	—	—	4.57	—
	同地区平均薪酬	—	8.08	7.37	6.80

数据来源：上海人社局、中国杭州 统计数据 杭州政府网、金华市统计局、苏州市统计局、数据无锡-无锡市统计局、南京市统计局、武汉市统计局

注 1：销售人员数量按各期期初期末人员平均数量统计，公司销售人员地区划分依据销售人员办公所在地

注 2：上海地区为社会平均工资、杭州地区为杭州市全社会单位就业人员年平均工资、横店地区为全市在岗职工（含劳务派遣）年平均工资、南京和苏州地区为当地城镇私营单位从业人员年平均工资、无锡地区为城镇居民人均可支配收入、苏州地区人均工资 2017 年数据和同地区 2020 年数据尚未公布

注 3：江苏地区门店于 2017 年末开店营业，2017 年人均工资较低；武汉地区门店于 2018 年当年开店、闭店；南京地区门店于 2019 年初开店营业，期初人数为零，拉低了当年平均人数，导致人均工资偏高

(2) 广告宣传费构成及变动原因

报告期内，公司计入销售费用的广告宣传费分别为 340.90 万元、913.48 万元、1,045.70 万元及 811.40 万元，占营业收入比例分别为 1.00%、2.23%、2.16% 及 3.24%。

报告期内，公司广告宣传费逐年上升，具体金额及变动比例如下：

单位：万元

项 目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度
	金额	变动(%)	金额	变动(%)	金额	变动(%)	金额
线下广告宣传费	87.15	-	189.11	0.74%	187.73	812.20%	20.58
线上广告宣传费	724.25	-	856.60	18.03%	725.75	126.57%	320.32
合 计	811.40	-	1,045.71	14.48%	913.48	167.96%	340.90

2017-2019年度，公司广告宣传费逐年上升，主要系公司2017年度完成对上海张小泉和张小泉电商业务的整合后，公司对张小泉品牌的打造提出了新的规划和战略，开始着力强化品牌效应及市场知名度，加大广告宣传力度所致。

1) 主要广告宣传媒介的金额及波动原因

报告期内，公司主要广告宣传费金额及波动如下表所示：

单位：万元

模式	宣传方式	宣传媒介	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
线下	户外广告	高铁、地铁	22.64	96.93	-22.31	124.77		
	换购活动	超市换购活动		38.56	23.19	31.30		
	其他		64.51	53.62	69.36	31.66	53.84	20.58
	小 计		87.15	189.11	0.74	187.73	812.20	20.58
线上	京东平台网络推广	京准通	77.04	140.39	-2.59	144.12	202.65	47.62
		促销费	22.02	47.94	6.68	44.94	10.01	40.85
	天猫平台网络推广	直通车	135.31	255.82	40.61	181.94	69.14	107.57
		淘宝客	192.91	96.15	69.79	56.63	100.04	28.31
		聚划算	66.70	69.56	-6.34	74.27	2,206.52	3.22
		品销宝	75.81	88.15	56.38	56.37	33.01	42.38
	直播费		36.48	16.68	489.40	2.83		
	其他		117.98	141.91	-13.81	164.65	226.88	50.37
小 计		724.25	856.60	18.03	725.75	126.57	320.32	
合 计			811.40	1,045.71	14.48	913.48	167.96	340.90

注：京东平台网络推广中的促销费系各类电商促销活动的优惠券所产生费用

报告期内，公司的主要广告宣传方式为网络推广、户外广告和换购活动形式。

网络推广主要为通过京东平台的京准通，天猫平台的直通车、聚划算、品销宝等广告宣传方式；户外广告主要为高铁、地铁等的媒介广告宣传方式；换购活动主要为购置商品货架、印花制作参加永辉超市股份有限公司的超市积分换购活动的广告宣传方式。

① 2018 年广告宣传费与 2017 年比较

线下广告宣传费增加主要系：1) 高铁、地铁客流量覆盖范围广，因此公司 2018 年度开始选择高铁及地铁作为户外宣传媒介，拓展品牌覆盖范围；2) 2018 年度公司开始直接与永辉超市合作，参加积分换购活动，发生线下换购活动支出。

线上广告宣传费增加主要系公司根据计划销售目标，在电商平台力争精准投放，实现预期目标，广告宣传投放力度增加，主要平台推广费普遍增加。

② 2019 年广告宣传费与 2018 年比较

线下广告宣传费 2019 年度与 2018 年度基本持平，主要宣传媒介仍为高铁、地铁、积分换购活动。

线上广告宣传费 2019 年度较 2018 年度增长幅度不大，主要系公司延续电商平台精准投放策略，加大宣传力度，同时根据不通的网络平台推广效果，对线上不同广告宣传媒介投入力度进行适当调整。

③ 2020 年 1-6 月广告宣传费

2020 年 1-6 月公司线上广告宣传费用金额较大，主要系受新冠疫情影响，公司零售客户群倾向于线上消费，公司相应加大了推广力度。

报告期内公司广告宣传费支出均为公司自行支付，不存在由他人代付的情形。

(3) 仓储物流费变动分析

公司仓储及物流费与主营业务规模紧密相关。报告期内，计入销售费用的仓储物流费分别为 829.12 万元、940.18 万元、957.67 万元及 549.64 万元，占营业收入比例分别为 2.43%、2.29%、1.98%及 2.19%，2019 年仓储物流费用占营业收入比例下降主要系伴随公司销售规模逐步扩大，对仓储及物流公司议价能力提升，使得单位仓储物流费用下降所致。

报告期内各期公司营业收入及仓储物流费用变动情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2020年1-6月	2019年度		2018年度		2017年度
	金额	金额	变动率	金额	变动率	金额
营业收入	25,072.85	48,401.49	18.03%	41,009.42	20.15%	34,132.06
仓储物流费	549.64	957.67	1.86%	940.18	13.39%	829.12
仓储物流费/营业收入	2.19%	1.98%	-0.31个百分点	2.29%	-0.14个百分点	2.43%

由上表可知，公司仓储物流费整体随收入规模增长而增长，但营业收入涨幅大于仓储物流费的涨幅，主要与系报告期内公司业务量增加，仓储物流费议价能力增强，仓储物流费单价降低。报告期主要仓储物流服务单位及金额如下：

单位：万元

模 式	服务商	2020年1-6月	2019年度		2018年度		2017年度
			金额	变动率	金额	变动率	
线下	浙江长运	156.84	319.48	4.15%	306.74	87.54%	163.56
	富阳运同						35.31
	富阳如意仓						147.52
线上	浙江长运	55.73	106.21	48.22%	71.66	207.05%	23.34
	富阳运同						40.50
	富阳如意仓						346.01
	EMS	93.42	150.06	18.43%	126.71	474.16%	22.07
	申通	100.93	92.18	-22.34%	118.69	287.26%	30.65
	圆通	0.13	52.02	319.69%	12.39		
	韵达	26.49					

报告期内公司的主要仓储物流服务商为浙江长运物流股份有限公司、EMS及申通快递，其中浙江长运物流股份有限公司为公司向经销商等客户运输大件货物的主要仓储物流服务商，其主要货物运输目的地为浙江省、江苏省、上海市、山东省、广东省和重庆市等地区；EMS和申通快递为公司向电商平台终端销售客户运输小件货物的主要仓储物流服务商，其主要货物运输目的地为浙江省、上海市、江苏省、广东省、山东省等地区。

(4) 房租及装修费变动分析

公司房租及装修费主要为线下直营门店所发生的门店租赁费、装修费，报告期内，公司门店数量和房租及装修费变化情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
销售费用-房租及装修费	442.66	938.92	715.53	579.99
期末门店数量(个)	10	11	9	6

如上表所示，报告期内，公司门店数量总体呈现增长趋势，随着公司线下直营门店的增加，计入销售费用的房租及装修费逐年递增。2018年公司房租及装修费较2017年增加135.55万元，主要系2017年新增的3家直营门店中，位于无锡市梁溪区南长街直营门店和苏州市平江路的两家门店，分别在2017年7月和11月开始承租，该两处门店2017年分摊房租期间较短，2018年计入销售费用为全年租金，且2018年新增门店，基本为2018年上半年开始承租，因此使得2018年房租较高。2019年公司房租及装修费较2018年增加223.39万元，主要系2019年新增大石坝及贡院西街两家门店使得房租及装修费用增加所致。

1) 各直营店租金情况

报告期内公司各线下直营门店租金波动情况如下表所示：

单位：万元

直营店	2020年1-6月	2019年度		2018年度		2017年度
	金额	金额	变动率	金额	变动率	金额
上海南京东路店	47.62	95.24	0.00%	95.24	0.00%	95.24
上海豫园店	113.29	264.77	5.00%	252.17	5.01%	240.14
杭州河坊街店	17.93	55.95	-44.94%	101.61	20.65%	84.21
无锡南长街店	4.41	11.28	5.60%	10.68	139.50%	4.46
苏州平江路店	13.28	25.57	4.97%	24.36	795.24%	2.72
上海南翔店	7.50	20.00	-32.37%	29.57		
东阳横店店	2.56	10.38	107.55%	5.00		
南京夫子庙大石坝街店	72.50	155.75	3,564.10%	4.25		
南京夫子庙贡院西街店	80.00	154.74				
富阳达夫路店	2.07	5.10	100.23%	2.55		
杭州湖滨店	3.04	9.13	5.26%	8.68	5.90%	8.19
武汉大汉口店				85.71		
合计	364.20	807.91	30.35%	619.82	42.50%	434.96

注：上海南京东路店房租未考虑租赁合同权益摊销的影响

2) 报告期内各直营门店租金变化原因

①上海南京东路店：年租金无变化。

②上海豫园店：年租金每年增幅 5%，不存在租金异常波动的情况。

③杭州河坊街店：2019 年度租金较 2018 年度下降 44.94%，系杭州河坊街店系公司通过网络竞价方式获得租赁权利。原合同 2019 年 2 月到期后公司重新进行网络竞价，综合考虑附近地铁建设期间封闭施工影响客流等因素，起拍价比较低，竞拍对手也没有报出更高价格，因此，公司 2019 年以相对较低价格取得该直营店房租。

④无锡南长街店：2018 年度租金较 2017 年度增长了 139.50%，系无锡南长街店是从 2017 年 7 月开始承租，2017 年度分摊房租期间较短，不存在租金异常波动的情况。

⑤苏州平江路店：2018 年度租金较 2017 年度增长了 795.24%，系苏州平江路店从 2017 年 11 月开始承租，2017 年度分摊房租期间较短，不存在租金异常波动的情况。

⑥上海南翔店：2019 年租金较 2018 年度下降了 32.37%，系公司与出租房协商降低租金，不存在租金异常波动的情况。

⑦东阳横店店：2019 年度租金较 2018 年度增长了 107.55%，系东阳横店店从 2018 年 5 月开始承租，2018 年度分摊房租期间较短，不存在租金异常波动的情况。

⑧南京夫子庙大石坝街店：2019 年度租金较 2018 年度增长了 3,564.10%，系南京夫子庙大石坝街店从 2018 年 12 月开始承租，2018 年度分摊房租期间较短，不存在租金异常波动的情况。

⑨南京夫子庙贡院西街店：2019 年 1 月开始承租。

⑩富阳达夫路店：2019 年度租金较 2018 年度增长了 100.23%，系富阳达夫路店从 2018 年 5 月开始承租，2018 年度分摊房租期间较短，不存在租金异常波动的情况。

⑪杭州湖滨路店：报告期内，杭州湖滨路店年租金平稳增长，不存在租金异

常波动的情况。

⑫武汉大汉口店：业绩不佳，开立当年闭店。

（5）销售服务费变动分析

公司计入销售费用的销售服务费主要为线上电商平台等的销售服务费。报告期内，计入销售费用的销售服务费分别为 268.72 万元、434.25 万元、704.87 万元及 477.90 万元，随着公司线上销售规模的增加，销售服务费呈现递增式增长，与线上销售收入变动趋势相符。

1) 销售目标制定

公司对根据上年度经销商向公司采购金额对经销商划分相关等级，其中 A 类经销商为年采购额 ≥ 200 万元；B 类经销商为年采购额 ≥ 50 万元但 < 200 万元；C 类经销商为年采购额 < 50 万元。公司根据不同类别经销商，设置每类经销商当年度销售目标较上年度实际完成金额上升幅度最低百分比，其中 A 类经销商上年度采购额基数较大，年度销售目标上升幅度百分比相对最低，C 类经销商上年度采购额基数较低，年度销售目标上升幅度百分比相对较高，B 类经销商年度销售目标上升幅度百分比介于 A 类经销及 C 类经销商中间。

2) 销售返利核算项目及会计处理

① 销售返利：公司与经销商签订年度经销协议，并在协议中约定销售目标金额。如果经销商完成了销售目标，则按提货总额一定比例以价格折扣的形式给予其商业折扣，如果未完成则不享受相应折扣。销售返利未体现于销售费用中，冲减当期销售收入、应收账款/预收款项。

报告期内，公司预提返利的具体标准如下表所示：

销售模式		返利政策
线上经销	除京东自营外经销商	月返，依据每月经销商的含税销售额计算返利，分档结算，返利在经销商后续进货中以销售折扣方式给予兑现
	京东自营	依据进货额的一定比例计算商业折扣，具体包括月度商业折扣和年度商业折扣
线下经销	渠道经销	公司每年初与经销商签订年度经销协议，约定年度销售指标及销售返利比例。经销商上半年完成约定指标，按照已完成部分给予其一定比例的销售返利；年度返利按照全年销售指标达成情况，按照已完成部分给予其一定比例的销售返利。返利在经销商后续进货中以销售折扣方式给予兑现

② 会计处理

借：主营业务收入

贷：应收账款/预收款项

3) 佣金核算项目及会计处理

报告期内，公司核算佣金包括线下合作服务商的服务费和电商平台的技术服务费。公司签订服务合同协议，并于协议中约定服务费和技术服务费的比率。佣金体现于销售费用(销售服务费)明细项目。

① 线下服务费根据每月销售情况，按照服务合同约定比率确认销售佣金，于服务费归属当期确认销售费用、应付账款。

② 线上电商平台技术服务费根据销售情况，按照服务合同约定比率确认销售佣金，于服务费归属当期确认销售费用。

③ 会计处理

借：销售费用

贷：应付账款/其他货币资金

4) 促销费核算项目及会计处理

① 对于参加换购活动等促销活动，根据实际归属当期的费用支出确认当期促销费，促销费列示于销售费用的广告宣传费。② 对于电商平台的促销费支出，主要为聚划算、京准通、直通车等费用支出，通常为先预存再消费，消费后按月确认销售费用（广告宣传费）。

③ 会计处理

借：销售费用

贷：预付账款/应付账款

5) 其他可比上市公司销售返利的核算项目及会计处理方式

公司同行业可比上市公司上市时间较早，或未披露相关会计处理，故选择业务模式、核算内容相近的上市公司进行对比。

可比上市公司	销售返利会计处理
小熊电器	根据小熊电器招股说明书：公司按照与经销商的合同约定预先提取但尚未支付的返利，在销售发票中直接扣减；按照合同约定，经销商的返利在年度合同结束且对账后兑现，一般年度返利在第二年上半年进行兑现，但属于公司应承担的现时义务。
丸美股份	公司每月末/每季度末/每年末统计每个经销商的当月/当季度/当年出货和回款，按照合同、返利政策约定的比例计算公司应发放的返利，冲减当期收入

由上表可知，公司销售返利的会计处理，与上述上市公司均为冲减当期销售收入。

6) 其他可比上市公司佣金的核算项目及会计处理方式

可比上市公司	销售佣金会计处理
北鼎股份	公司销售费用主要为网上商城费用、销售人员薪酬、品牌推广费及物流运输费等。网上商城费用主要是指公司与第三方电商平台约定的电商费用，主要包括佣金、服务费和钻石展位、直通车等电商推广费用
御家汇	根据该公司招股说明书：报告期内，发行人的服务费包括平台推广服务费和线下推广服务费。其中平台推广服务费主要为向电商平台或渠道商支付的佣金、技术服务费、推广服务费或软件服务费、返利等；线下推广服务费主要为支付给线下渠道商的费用及业务推广费等

注：电商平台销售佣金，即技术服务费

由上表可知，公司销售佣金的会计处理，与其他可比上市公司基本相同，于实际发生时直接确认当期销售费用。

7) 其他可比上市公司促销费的核算项目及会计处理方式

可比上市公司	促销费会计处理
小熊电器	根据该公司 2020 年半年度报告，销售费用包括促销活动费
爱仕达	根据非公开发行股票发行情况报告及上市公告书，销售费用变动的解释：促销费为公司销售商品时进行促销活动产生的相关费用

由上表可知，在新收入准则实施前，公司促销费用的处理，与其他可比上市公司相同，于实际发生时直接确认当期销售费用。

(6) 电商平台销售服务费和广告宣传费

1) 电商平台销售服务费收取政策

报告期内，公司各电商平台销售服务费的具体收取政策如下表所示：

平台	销售服务类型	收取政策
京东	京东 FBP 技术服务费	公司与平台签订框架服务协议,根据公司在平台开通的销售商品类目,参照京东开放平台类目资费标准中厨具一级分类计算确认技术服务费,其中 2017 年至 2018 年技术服务费费率为 7%,2019 年开始变更为 8%的费率,采取账扣形式,按月结算。
	京东 SOP 技术服务费	公司与平台签订框架服务协议,根据公司在平台开通的销售商品类目,参照京东开放平台类目资费标准中厨具一级分类计算确认技术服务费,技术服务费费率为 8%,采取账扣形式,按月结算。
天猫	天猫技术服务费	公司与平台签订框架服务协议,根据公司在平台开通的销售商品类目,参照天猫开放平台类目资费标准中厨房/烹饪用具一级类目计算确认技术服务费,技术服务费费率为 5%,采取账扣形式,按月结算。同时每年需支付 6 万元的天猫平台软件服务年费,若达到平台规定优惠折扣标准,即达到 18 万的年销售额,可享受 50%的年费折扣优惠,达到 36 万的年销售额,可享受 100%的年费折扣优惠。

2) 电商平台广告宣传费

报告期内,公司各电商平台广告宣传费如下表所示:

平台	广告宣传费类型	收取政策
京东	京准通	<ol style="list-style-type: none"> 1. 京东旗下的数字营销推广平台,拥有多样化的广告营销产品、智能化的投放系统和完善的服务体系,可以为品牌及供应商客户提供精准、高效的一体化电商营销解决方案。 2. 京准通广告计费类型包括: CPC: 按点击计费; CPM: 按曝光量计费; CPS: 按实际成交金额计费; CPD: 按展示的时间(天)计费。 3. 公司预先进行充值,实际发生广告宣传费时扣款。 4. 2017 年度,平台规定的年度促销推广费需达到平台净进货额的 3.5%,2018-2019 年平台规定年度促销推广费需达到平台净进货额的 5%,其中,对于未达到规定比例部分,平台进行扣除收取,除满足平台相关规则要求外。
	促销服务费	公司参与电商销售活动,根据客户实际使用优惠券情况进行确认广告宣传费。
天猫	直通车	<ol style="list-style-type: none"> 1. 一种天猫提供的关键词搜索竞价推广服务,商家为商品设定竞价关键词,并按点击量付费的营销工具。 2. 公司预先进行充值,实际发生广告宣传费时扣款。
	淘宝客	一种按成交计费的推广模式。根据平台开发协议规则,以淘宝客推广的订单为依据计算确认淘宝客费用,具体计算如下: 淘宝客推广的订单按订单实际成交价格乘以佣金比率计算,运费不计算在实际成交金额内;买家确认收货之后系统会自动从公司支付宝账户扣除佣金。
	聚划算	<ol style="list-style-type: none"> 1. 淘宝聚划算是阿里巴巴集团旗下的团购网站,分单个商品活动的单品聚划算、多个商品活动的品牌团等形式,按活动的成交额计费。 2. 公司通过聚划算方式产生的广告宣传费,为平台通过账扣形式进行收取,同时平台进行开票与公司进行结算。"

平台	广告宣传费类型	收取政策
	品销宝	1. 一种天猫提供的图片类广告位竞价投放服务,商家可根据营销需要,竞价购买特定位置的广告位进行产品形象展示,并按展示付费的营销工具。 2. 按展示付费:展现扣费,点击免费,以一千次的展现为一个收费单位,若展现量不足一千次,按照实际展现量收费。

公司与京东、天猫平台签订年度框架协议,销售服务费和广告宣传费按照框架协议约定规则进行扣除,销售服务费和广告宣传费的具体收取政策为平台框架协议约定收取政策,与向其他方的收取政策相同。

(7) 同行业销售费用率对比分析

公司与同行业可比上市公司销售费用率的比较情况如下:

公司名称	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
爱仕达	26.22%	21.45%	20.02%	22.09%
哈尔斯	10.90%	10.92%	9.94%	10.10%
苏泊尔	11.89%	16.15%	15.76%	15.26%
可比公司平均值	16.18%	16.18%	15.24%	15.82%
公司	14.59%	13.28%	13.31%	11.56%

注:销售费用率=销售费用÷营业收入,以下同

报告期内,公司的销售费用率分别为 11.56%、13.31%、13.28%及 14.59%,略低于可比公司平均值,高于哈尔斯、低于爱仕达和苏泊尔,处于行业中游水平。

从销售费用结构上来看,工资及福利费、广告宣传费及促销费和房租及装修费明细占比较大,三项合计占销售费用总额的比例在 80%以上。

公司与同行业可比公司的主要产品结构如下:

公司名称	主要产品结构
爱仕达	炊具、小家电
哈尔斯	真空器皿
苏泊尔	电器、炊具
公司	刀具、剪具、套刀剪组合、其他生活家居用品

数据来源:根据同行业可比公司年报整理

1) 公司与爱仕达销售费用率比较

报告期内,爱仕达的平均销售费用率为 22.45%,高于公司的平均销售费用率 13.19%。爱仕达销售费用各明细占营业收入比与公司对比如下:

期间	明细	爱仕达	公司	差异
2020年1-6月	工资及福利费	2.28%	4.21%	-1.93%
	广告宣传费、促销费	10.83%	5.14%	5.69%
	仓储物流费	2.68%	2.19%	0.49%
	房租及装修费	0.00%	1.77%	-1.77%
	其他	0.82%	1.28%	-0.46%
	合计	16.61%	14.59%	2.02%
2019年度	工资及福利费	7.60%	4.50%	3.10%
	广告宣传费、促销费	7.31%	3.62%	3.69%
	仓储物流费	3.29%	1.98%	1.31%
	房租及装修费	0.43%	1.94%	-1.51%
	其他	2.83%	1.25%	1.58%
	合计	21.45%	13.28%	8.17%
2018年度	工资及福利费	7.27%	4.75%	2.52%
	广告宣传费、促销费	6.24%	3.29%	2.95%
	仓储物流费	3.44%	2.29%	1.14%
	房租及装修费	0.50%	1.74%	-1.25%
	其他	2.58%	1.24%	1.34%
	合计	20.02%	13.31%	6.71%
2017年度	工资及福利费	7.84%	4.29%	3.56%
	广告宣传费、促销费	7.69%	1.79%	5.90%
	仓储物流费	3.66%	2.43%	1.23%
	房租及装修费	0.49%	1.70%	-1.21%
	其他	2.41%	1.36%	1.05%
	合计	22.09%	11.56%	10.53%

注：同行业可比上市公司销售明细按照公司的口径进行重新归类，下同

爱仕达销售费用率高于公司销售费用率，主要系销售费用明细中工资及福利费和广告宣传费占营业收入比较高所致。爱仕达主要产品为炊具和小家电，对于该类产品，市场竞争相对激烈，存在多家知名公司，例如九阳、格力等，爱仕达聘请相对知名的品牌代言人，广告宣传支出较高，因此爱仕达的销售费用率中广告宣传费、促销费率高于公司；爱仕达员工工资采用“固定工资+绩效工资”形式，将员工绩效公司与经营业绩挂钩，与公司相同。报告期内，爱仕达与公司的营业收入比较如下：

单位：万元

公 司	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
爱仕达	112,918.71	354,214.19	325,772.50	307,154.55
公司	25,072.85	48,401.49	41,009.42	34,132.06
倍数	4.50	7.32	7.94	9.00

由上表可知，2017年至2019年，爱仕达较高的销售规模使得其人员绩效工资提成较高，工资及福利费占营业收入比较大，从而使得爱仕达的销售费用率高于公司；2020年1-6月爱仕达工资及福利费占营业收入比重低于公司，主要系小家电行业受疫情影响营业收入有所下降，销售人员对收入推动作用降低，爱仕达增大广告宣传及促销投放力度，销售人员工资占营业收入比重下降较多。

2) 公司与哈尔斯销售费用率比较

报告期内，哈尔斯的平均销售费用率为10.47%，公司的平均销售费用率为13.19%，略低于公司的销售费用率，哈尔斯销售费用各明细占营业收入比与公司对比如下：

期 间	明 细	哈尔斯	公司	差异
2020年1-6月	工资及福利费	4.87%	4.21%	0.66%
	广告宣传费、促销费	4.48%	5.14%	-0.66%
	仓储物流费		2.19%	-2.19%
	房租及装修费	0.06%	1.77%	-1.70%
	其他	1.49%	1.28%	0.21%
	合 计	10.90%	14.59%	-3.68%
2019年度	工资及福利费	4.08%	4.50%	-0.42%
	广告宣传费、促销费	3.47%	3.62%	-0.15%
	仓储物流费	2.14%	1.98%	0.16%
	房租及装修费	0.09%	1.94%	-1.85%
	其他	1.14%	1.25%	-0.11%
	合 计	10.92%	13.28%	-2.36%
2018年度	工资及福利费	3.42%	4.75%	-1.33%
	广告宣传费、促销费	3.32%	3.29%	0.04%
	仓储物流费	1.80%	2.29%	-0.49%
	房租及装修费	0.25%	1.74%	-1.49%
	其他	1.14%	1.24%	-0.10%

期 间	明 细	哈尔斯	公 司	差 异
	合 计	9.94%	13.31%	-3.37%
2017 年度	工资及福利费	2.85%	4.29%	-1.44%
	广告宣传费、促销费	4.22%	1.79%	2.43%
	仓储物流费	1.66%	2.43%	-0.77%
	房租及装修费	0.30%	1.70%	-1.40%
	其他	1.08%	1.36%	-0.28%
	合 计	10.10%	11.56%	-1.46%

哈尔斯主要产品为真空器皿（保温杯等），与公司产品相似，为日常使用小物件产品，产品选择范围广，因此哈尔斯销售费用各明细占营业收入比与公司相比相差不大。其中，公司的房租及装修费占营业收入比较高，系公司于景区设立直营门店，门店租金相对较高，从而使得公司的销售费用率高于哈尔斯；2020年1-6月，哈尔斯仓储物流费未在销售费用列示，且半年度报告未披露金额，故仓储物流费用率与公司不可比。

3) 销售费用率与苏泊尔比较

报告期内，苏泊尔的平均销售费用率为 15.72%，公司的平均销售费用率为 13.19%，高于公司的销售费用率，苏泊尔销售费用各明细占营业收入比与公司比较如下：

期 间	明 细	苏泊尔	公 司	差 异
2020 年 1-6 月	工资及福利费	2.28%	4.21%	-1.93%
	广告宣传费、促销费	10.83%	5.14%	5.69%
	仓储物流费	2.68%	2.19%	0.49%
	房租及装修费	0.00%	1.77%	-1.77%
	其他	0.82%	1.28%	-0.46%
	合 计	16.61%	14.59%	2.02%
2019 年度	工资及福利费	2.19%	4.50%	-2.31%
	广告宣传费、促销费	10.69%	3.62%	7.08%
	仓储物流费	2.34%	1.98%	0.36%
	房租及装修费	0.00%	1.94%	-1.94%
	其他	0.93%	1.25%	-0.32%
	合 计	16.15%	13.28%	2.87%

期 间	明 细	苏泊尔	公 司	差 异
2018 年度	工资及福利费	2.54%	4.75%	-2.21%
	广告宣传费、促销费	9.79%	3.29%	6.50%
	仓储物流费	2.36%	2.29%	0.07%
	房租及装修费	0.00%	1.74%	-1.74%
	其他	1.07%	1.24%	-0.17%
	合 计	15.76%	13.31%	2.45%
2017 年度	工资及福利费	2.49%	4.29%	-1.80%
	广告宣传费、促销费	9.32%	1.79%	7.54%
	仓储物流费	2.52%	2.43%	0.09%
	房租及装修费	0.00%	1.70%	-1.70%
	其他	0.93%	1.36%	-0.43%
	合 计	15.26%	11.56%	3.70%

苏泊尔销售费用率高于公司销售费用率，主要系苏泊尔销售费用明细中，广告宣传费占营业收入比较高所致。苏泊尔的主要销售产品为厨房小家电、厨卫小家电等，对于该类产品，产品技术成熟，市场竞争激烈，市场存有多家销售该类产品的知名公司，例如海尔、美的等，苏泊尔在广告宣传上采用聘请相对知名的品牌代言人等方式进行市场宣传、提高市场知名度，从而使得苏泊尔的销售费用率高于公司。

公司于不同销售平台的销售费用率：

销售平台	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
电商销售平台	14.63%	13.87%	15.68%	15.73%
传统销售平台	14.43%	12.90%	12.04%	9.43%

注：销售费用率=对应平台销售费用/对应平台营业收入

同行业可比上市公司的销售平台包括传统销售平台、电商销售平台和海外销售市场平台，公司的主要销售平台为传统销售平台和电商销售平台，报告期内公司海外销售平台对应的销售费用率统计于传统销售平台体现。同行业公司未披露销售平台及具体比例。由上表可知，公司电商销售平台费用率略高于传统销售平台，基本符合电商平台销售特点，同时公司传统销售平台费用率逐年上升，主要系：1) 增开门店，房租费用增加；2) 销售人员数量整体增加；3) 线下宣传力度增加，品牌推广投入有所增加。

公司受益于张小泉品牌系国家商务部认定的第一批中华老字号，该产品标识被国家工商总局认定为我国刀剪行业驰名商标，于传统销售平台中拥有较强的品牌优势和品牌知名度，报告期内虽公司整体销售费用率低于同行业可比公司，但逐步加强品牌宣传力度，使得公司品牌知名度逐年提升。

2、管理费用

(1) 管理费用构成

报告期内，公司管理费用构成如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
工资及福利	707.95	1,505.12	1,304.99	1,142.36
折旧摊销费	304.12	634.32	598.60	143.73
中介服务费	232.95	349.29	160.15	369.74
办公差旅费	108.52	235.43	203.65	164.09
房租及装修费	99.05	230.50	195.61	225.92
其他	88.85	235.11	189.78	162.48
合计	1,541.45	3,189.77	2,652.77	2,208.31
占营业收入比例	6.15%	6.59%	6.47%	6.47%

公司管理费用主要由工资及福利、折旧及摊销费构成，报告期内，公司管理费用分别为 2,208.31 万元、2,652.77 万元、3,189.77 万元及 1,541.45 万元，占营业收入的比例分别为 6.47%、6.47%、6.59%及 6.15%，报告期各期间管理费用率基本平稳，管理费用的增速与营业收入基本保持一致。

2018 年，公司管理费用较 2017 年增加 444.46 万元，主要系 2017 年 11 月 3 日，公司与张小泉集团签订《固定资产转让协议》、《土地厂房转让协议》和《知识产权转让协议》，购买张小泉集团拥有的经营性土地厂房、商标专利、机器设备用于刀剪产业发展，因资产的增加，使得 2018 年计入管理费用的折旧摊销费较 2017 年显著增加所致。

2019 年，公司管理费用较 2018 年增加 537.00 万元，主要系 2019 年公司根据经营业绩增长同步提升职工薪酬水平及上市相关中介服务费增加所致。

报告期内，公司管理费用增长主要系公司管理人员增长及员工平均薪酬提高

所致，具体如下表所示：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
管理人员数量	105	98	90	76
管理人员数量增长率	-	8.89%	18.42%	-
管理人员平均薪酬	6.74	15.36	14.50	15.03
管理人员平均薪酬增长率	-	5.92%	-3.53%	-
管理人员薪酬支出	707.95	1,505.12	1,304.99	1,142.36
管理人员薪酬支出增长率	-	15.34%	14.24%	-

注：各期管理人员数量=（期初管理人员数量+期末管理人员数量）/2

报告期内，伴随经营规模扩大，公司管理人员数量增加；同时，为保证人员稳定公司持续提升管理人员的平均薪酬水平。报告期内，公司管理费用中工资及福利增长速度略低于营业收入增长率，公司管理费用中工资及福利占营业收入的比例略有下降，主要系公司规模效应所致，具体情况如下：

单位：万元

项目	2019年度	2018年度	2017年度
营业收入	48,401.49	41,009.42	34,132.06
营业收入增长率	18.03%	20.15%	-
管理费用-工资及福利	1,505.12	1,304.99	1,142.36
管理费用-工资及福利增长率	15.34%	14.24%	-
管理费用-工资及福利占营业收入比例	3.11%	3.18%	3.35%

（2）同行业管理费用率对比分析

公司与同行业可比上市公司管理费用率的比较情况如下：

公司名称	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
爱仕达	6.80%	5.68%	5.58%	5.02%
哈尔斯	9.08%	8.45%	7.86%	8.20%
苏泊尔	1.82%	1.74%	1.93%	1.65%
可比公司平均值	5.90%	5.29%	5.12%	4.96%
公司	6.15%	6.59%	6.47%	6.47%

注：管理费用率=管理费用÷营业收入，以下同

公司管理费用占营业收入的比例各期基本平稳，略高于同行业平均水平主要系苏泊尔公司收入规模较大，使其管理费用率较低，拉低了同行业可比公司平均

水平，公司与爱仕达和哈尔斯平均水平基本持平，管理费用支出合理。

3、研发费用

(1) 研发费用构成

报告期内，公司研发费用构成如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
工资及福利	553.77	1,063.39	683.40	415.15
材料及模具费	76.96	288.47	37.32	27.44
折旧摊销费	61.22	118.80	83.31	12.88
办公差旅费	26.27	45.08	11.01	11.88
检测费	14.97	16.29	20.37	14.52
其他	44.13	145.78	43.56	39.59
合计	777.33	1,677.82	878.97	521.46
占营业收入比例	3.10%	3.47%	2.14%	1.53%

报告期内，公司研发费用占营业收入比例分别为 1.53%、2.14%、3.47%及 3.10%。公司研发费用占营业收入比例逐年递增，主要系研发项目投入增加和研发人员职工薪酬增加所致。为了保证公司现有的市场竞争力，公司积极开发新产品、新工艺，提高公司产品性能、丰富产品结构、优化生产工艺，加大研发投入，巩固公司的核心竞争力。

(2) 2019 年研发费用大幅提高的原因

公司 2019 年度研发费用为 1,677.82 万元，较 2018 年度增加 798.85 万元，同比增长 90.88%，主要系研发人员工资及福利、材料及模具费增加所致，具体如下表所示：

单位：万元

项目	2019年度	2018年度	变动金额	变动比例
工资及福利	1,063.39	683.4	379.99	55.60%
材料及模具费	288.47	37.32	251.15	672.96%
折旧摊销费	118.8	83.31	35.49	42.60%
办公差旅费	45.08	11.01	34.07	309.45%
检测费	16.29	20.37	-4.08	-20.03%
其他	145.78	43.56	102.22	234.66%

合计	1,677.82	878.97	798.85	90.88%
----	----------	--------	--------	--------

1) 研发人员工资及福利增长分析

2019 年度，公司研发人员工资及福利为 1,063.39 万元，较 2018 年度增加 379.99 万元，同比增长 55.60%，主要系研发人员数量增加及研发人员平均薪酬增长所致，具体如下表所示：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
研发人员数量	74	54	31
研发人员数量增长率	37.04%	74.19%	-
研发人员平均薪酬	14.37	12.66	13.39
研发人员平均薪酬增长率	13.55%	-5.50%	-
研发人员工资及福利	1,063.39	683.40	415.15
研发人员工资及福利增长率	55.60%	64.61%	-

注：研发人员数量按各期期初期末人员平均数量统计；研发人员平均薪酬=研发人员工资及福利/研发人员数量。

2) 材料及模具费增长分析

2019 年度，公司研发费用中材料及模具费为 288.47 万元，较 2018 年度增加 251.15 万元，同比增长 672.96%，主要系 2019 年度公司加大新产品研发力度，研发项目中“一种刀刃与刀体焊接的刀具”、“高强度剪切用剪刀”、“不锈钢冲压焊接防断裂刀柄”、“服装、布艺剪裁不锈钢剪”项目集中进入小批量试制阶段，投入的材料及模具费较高所致，具体情况如下表所示：

单位：万元

研发项目	材料及模具费
高强度剪切用剪刀	100.87
不锈钢冲压焊接防断裂刀柄	78.58
服装、布艺剪裁不锈钢剪	43.20
一种刀刃与刀体焊接的刀具	37.52
四个研发项目小计	260.16
研发费用-材料及模具费总计	288.47

综上所述，公司 2019 年度研发费用大幅提高，主要系研发人员工资及福利、材料及模具费增加所致，不存在多计研发费用的情形。

(3) 研发项目情况

报告期内，公司研发项目构成情况如下：

单位：万元

序号	研发项目	预算金额	研发费用				实施进度
			2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度	
1	高耐磨、高锋利度的深冷处理系列刀具	100.00		-	-	100.85	完成
2	提升3013性能的循环热处理刀剪	100.00		-	-	107.68	完成
3	一种水溶性冷却介质处理的系列服装剪	130.00		-	-	132.40	完成
4	可拆卸陶瓷服装剪	50.00		-	-	48.05	完成
5	精密液压成型的服装剪刀	35.00		-	-	38.19	完成
6	高性能特殊钢材的研发	85.00		-	-	94.29	完成
7	新型数字一体化控制的服装剪	170.00		-	194.27	-	完成
8	钢柄刀具	215.00		-	227.62	-	完成
9	一次成型的无缝新型钢头柄刀具	300.00		-	308.84	-	完成
10	精密一体化双重注塑的不锈钢剪刀	150.00		-	148.24	-	完成
11	具有前切后斩功能民用厨刀	300.00		311.72	-	-	完成
12	手动刀剪磨刀器	310.00		327.71	-	-	完成
13	一种刀刃与刀体焊接的刀具	260.00		279.82	-	-	完成
14	高强度剪切用剪刀	330.00		346.24	-	-	完成
15	不锈钢冲压焊接防断裂刀柄	290.00		309.44	-	-	完成
16	服装、布艺剪裁不锈钢剪	350.00	145.59	102.89	-	-	完成
17	67层爆破压轧复合成型的花纹刀具	350.00	342.41				完成
18	钢木结合手柄系列刀具	200.00	65.78				未完
19	钢木结合手柄系列刀具研究	200.00	30.23				未完
20	一种刀尖精准定位切削的刀具	400.00	193.32				未完
合计		4,325.00	777.33	1,677.82	878.97	521.46	-

报告期各期，公司各研发项目相关支出均计入研发费用科目，不存在研发支出资本化情况。公司根据市场和技术发展需求确定年度研发方向，由研发中心根据研发方向拟订研发项目计划和年度研发费用预算，提交总经理办公会决议通过后，由研发中心组织项目组根据研发计划从事研发活动；财务部按项目对研发投入进行归集、核算；财务部和研发中心对各项目研发投入情况进行监控。公司制定了《产品开发管理标准》等文件，对项目研发过程进行管控。报告期内，公司研发项目不存在实际支出远低于预算金额的情形。公司研发项目预算制定、执行及管理的内部控制不存在缺陷。

（4）研发费用加计扣除情况

报告期内，公司研发费用的加计扣除情况如下：

公司在 2019 纳税年度实际发生的可加计扣除研究开发费用 1,596.62 万元，计入研发费用可按规定税前扣除，同时在实行 100%扣除基础上，可按当年实际发生额的 75%在企业所得税税前加计扣除 1,197.46 万元。

公司在 2018 纳税年度实际发生的可加计扣除研究开发费用 831.43 万元，计入研发费用可按规定税前扣除，同时在实行 100%扣除基础上，可按当年实际发生额的 75%在企业所得税税前加计扣除 623.58 万元。

公司在 2017 纳税年度实际发生的可加计扣除研究开发费用 502.01 万元，计入管理费用可按规定税前扣除，同时在实行 100%扣除基础上，可按当年实际发生额的 50%在企业所得税税前加计扣除 251.00 万元。

报告期内，公司已经税务师事务所出具的《研究开发费税前加计扣除准备咨询报告》向税务局申报年度研发费用加计扣除事项，报告期内公司税务加计扣除金额和研发费用金额不存在较大差异，且差异金额系税法对研发费加计扣除的口径与会计准则研发费用归集的口径存在差异所致，具有合理性。公司研发费用的加计扣除情况符合税法相关规定。

（5）同行业研发费用率对比情况

公司与同行业可比上市公司研发费用率的比较情况如下：

公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
------	--------------	---------	---------	---------

爱仕达	5.56%	4.89%	4.56%	4.23%
哈尔斯	6.01%	3.76%	3.48%	3.63%
苏泊尔	2.26%	2.28%	2.26%	2.68%
可比公司平均值	4.61%	3.64%	3.43%	3.51%
公司	3.10%	3.47%	2.14%	1.53%

注：研发费用率=研发费用÷营业收入

公司研发费用占营业收入的比例略低于行业平均水平，报告期内，公司逐步提高研发费用的投入，主要用于提高产品性能、优化生产工艺，确保公司能够根据市场需求迅速地推出新产品，提高产品的附加值。

4、财务费用

(1) 财务费用构成

报告期内，公司财务费用构成如下：

单位：万元

项 目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
利息支出		3.99	-	412.26
利息收入	-23.83	-191.42	-60.65	-568.50
汇兑损益	-0.97	0.73	0.74	-
手续费及其他	11.40	28.54	23.79	21.58
合 计	-13.41	-158.17	-36.11	-134.65
占营业收入比例	-0.05%	-0.33%	-0.09%	-0.39%

报告期各期，公司财务费用分别为-134.65万元、-36.11万元、-158.17万元及-13.41万元。2018年公司利息收入较2017年相比减少507.85万元主要系公司2017年资金拆出较多，因此产生的利息收入较多，2017年公司逐步将拆出的资金收回，使得2018年利息收入减少。2019年公司利息收入较2018年相比增加130.77万元，主要系公司经营业绩较好，现金流充裕，公司使用闲置资金购买结构性存款使得利息收入增加所致。

(2) 同行业财务费用率对比分析

公司与同行业可比上市公司财务费用率的比较情况如下：

公司名称	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
爱仕达	1.64%	1.30%	0.85%	1.58%

哈尔斯	1.00%	0.89%	1.31%	1.74%
苏泊尔	-0.14%	-0.22%	-0.03%	-0.01%
可比公司平均值	0.84%	0.66%	0.71%	1.10%
公司	-0.05%	-0.33%	-0.09%	-0.39%

注：研发费用率=研发费用÷营业收入

公司财务费用率低于同行业可比公司平均水平，主要系报告期内公司利息收入较多所致。

（六）资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失系按照坏账政策计提的应收款项坏账准备、其他应收款坏账准备和存货跌价准备，具体情况如下：

单位：万元

项 目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
坏账损失	-	-	-81.04	905.61
存货跌价损失	-141.80	-164.25	-61.56	-46.14
合 计	-141.80	-164.25	-142.60	859.46

注：2019年公司坏账损失金额为37.62万元，在信用减值损失科目核算。

报告期内公司发生的资产减值损失金额分别为859.46万元、-142.60万元、-164.25万元及-141.80万元。2017年度公司资产减值损失为正，主要系已计提坏账的应收杭州富泉投资有限公司和杭州张小泉集团有限公司等货款合计945.68万元全部收回所致。

2016年度按照账龄法对应收下列关联方账款计提减值准备，2017年收回或应收账款与应付账款对冲后，对应的减值准备转回明细如下：

单位：万元

企业名称	账面余额	坏账准备	说明
杭州富泉投资有限公司	766.25	759.81	应收账款收回，减值准备转回。
杭州张小泉集团有限公司	298.82	131.43	经双方协商，应收账款与应付账款对冲，减值准备转回。
上海兴泉实业有限公司	28.93	28.39	应收账款收回，减值准备转回。
富春控股集团有限公司	38.44	16.71	应收账款收回，减值准备转回。
浙江富洲电子商务有限公司	51.72	7.37	应收账款收回，减值准备转回。
上海富春建业科技股份有限公司	1.95	1.95	应收账款收回，减值准备转回。
杭州富阳杭加新型建材有限公司	0.47	0.02	应收账款收回，减值准备转回。

企业名称	账面余额	坏账准备	说明
小 计	1,186.58	945.68	

2013-2015 年度，公司向富泉投资和张小泉集团等关联方销售商品形成应收账款，公司按照既定的会计政策对上述应收账款计提坏账准备。杭州富泉投资有限公司曾经经营公司对沃尔玛、华润万家等商超的销售业务；杭州张小泉集团有限公司曾经经营张小泉品牌的出口及商超销售；其他公司存在采购公司产品用于员工福利、招待费等情况。2017 年起公司逐步清理应收关联方账款，收回了上述款项，相应转回对应的坏账准备。

2017 年度公司已将该等坏账损失的转回作为“非经常损益-单独进行减值测试的应收款项减值准备转回”予以扣除，不存在利润调节的情形。

（七）其他收益

报告期内，公司发生的其他收益情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
与收益相关的政府补助	99.24	193.93	50.21	63.60
代扣个人所得税手续费返还	0.65	2.40	3.10	1.21
合 计	99.89	196.33	53.31	64.81

根据财政部《关于印发修订<企业会计准则第 16 号——政府补助>的通知》（财会〔2017〕15 号）和修订后《企业会计准则第 16 号——政府补助》，自 2017 年起，公司将与日常活动相关的政府补助列报于“其他收益”项目，与企业日常活动无关的政府补助仍列报于“营业外收入”项目，2017 年以前的政府补助根据原政府补助准则仍列报于“营业外收入”项目。

报告期内，对于收到的与资产相关的政府补助，并且政府文件规定用于购建或以其他方式形成长期资产的，公司确认为递延收益；对于收到的与收益相关的政府补助，并且用于补偿企业已发生的相关成本费用或损失的，公司直接计入当期损益。

2017 年至 2020 年 1-6 月，公司计入其他收益的政府补助分别为 63.60 万元、50.21 万元、193.93 万元及 99.24 万元。具体情况如下：

1、2020 年 1-6 月公司取得的政府补助明细

单位：万元

序号	项目	金额	说明	与资产相关/ 与收益相关	列报科目	认定依据	到账时间
1	高新潜力企业财政贡献奖	28.40	根据杭州市富阳区经济和信息化局、杭州市富阳区财政局富经信财（2020）39号文，公司收到2019年富阳区高新潜力企业财政贡献奖。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2020年6月
2	“新制造业计划”扶持资金	20.00	根据杭州市富阳区经济和信息化局、杭州市富阳区财政局富经信财（2020）8号文，公司收到2020年区“新制造业计划”扶持资金。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2020年3月
3	优秀企业奖励款	15.00	根据杭州市富阳区经济和信息化局、杭州市富阳区财政局富经信财（2020）24号文，公司收到2019年富阳区十大工业优秀企业奖励。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2020年5月
4	专利示范企业资助资金	10.00	根据杭州市富阳区市场监督管理局、杭州市富阳区财政局富市监（2020）6号文，公司收到专利示范企业补助。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2020年3月
5	富阳区专利示范企业补助	10.00	根据杭州市富阳区人民政府富委（2019）25号文，公司收到杭州市富阳区专利示范企业补助	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2020年4月
6	创新券财政补助	3.57	根据杭州市富阳区科学技术局、杭州市富阳区财政局富科（2020）8号文，公司收到创新券财政补助资金。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2020年3月
7	“新制造业”工业项目设备投入补助	3.45	根据杭州市富阳区经济和信息化局、杭州市富阳区财政局富经信财（2020）41号文，公司收到2019年“新制造业”工业项目设备投入补助。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2020年6月
8	创新券财政补助	2.48	根据杭州市富阳区科学技术局、杭州市富阳区财政局富科（2020）19号文，公司收到创新券财政补助资金。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2020年4月
9	稳岗补贴	2.39	根据上海市人力资源和社会保障局、上海市发	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的	2020年3月

序号	项目	金额	说明	与资产相关/ 与收益相关	列报科目	认定依据	到账时间
			展和改革委员会、上海市经济和信息化委员会、上海市环境保护局、上海市财政局沪人社规(2018)20号文,上海张小泉刀剪总店有限公司收到稳岗补贴。			相关成本费用或损失	
10	商贸服务企业补贴	1.56	根据中共杭州市委、杭州市人民政府市委发(2020)2号文,公司收到商贸服务企业补贴。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2020年3月
		0.76					2020年6月
		0.03					2020年3月
11	商贸项目补助资金	1.00	根据杭州市余杭区商务局、财政局余商务(2020)27号文,杭州张小泉电子商务有限公司收到商贸项目补助资金。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2020年4月
12	员工看护补贴	0.40	根据中共杭州市委、杭州市人民政府市委发(2020)2号文,公司收到员工看护补贴。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2020年3月
		0.05					2020年5月
13	人才引进奖励	0.15	根据中共杭州市余杭区委人才工作领导小组办公室、杭州市余杭区人力资源和社会保障局、杭州市余杭区财政局余人才办(2020)1号文,公司收到余杭区人才引进奖励。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2020年6月
	合计	99.24					

2、2019年度公司取得的政府补助明细

单位:万元

序号	项目	金额	说明	与资产相关/ 与收益相关	列报科目	认定依据	到账时间
1	加快动工建设奖励	80.00	根据公司与阳江市江城人民政府签署的《张小泉阳江刀剪智能制造中心项目投资建设协议书》(江府协(2018)2号),阳江市张小泉智能制造有限公司收到加快动工建设奖励。	与资产相关	递延收益	用于购置长期资产	2019年12月

序号	项目	金额	说明	与资产相关/与收益相关	列报科目	认定依据	到账时间
2	上市奖励	819.03	根据杭州市富阳区人民政府金融工作办公室、杭州市富阳区财政局富金融办（2019）39号、富财企（2019）437号文，公司收到上市相关奖励。	与收益相关	营业外收入	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2019年6月
3	智能工业物联网项目财政资助	106.55	根据杭州市富阳区经济和信息化局、杭州市富阳区财政局富经信财（2019）4号、富财企（2019）44号文，公司收到智能工业物联网项目财政资助。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2019年1月
4	研发费补助资金	30.90	根据杭州市富阳区科学技术局、杭州市富阳区财政局富科（2019）27号、富财企（2019）355号文，公司收到研发费补助。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2019年5月
5	高新研发中心财政奖励	15.00	根据杭州市富阳区科学技术局、杭州市富阳区财政局富科（2019）51号、富财企（2019）730号文，公司收到高新研发中心财政奖励。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2019年10月
6	中小微企业研发费用投入补助资金	10.30	根据杭州市富阳区科学技术局、杭州市富阳区财政局富科（2019）15号、富财企（2019）129号文，公司收到中小微企业研发费用投入补助资金。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2019年3月
7	高新技术企业财政奖励	10.00	根据杭州市富阳区科学技术局、杭州市富阳区财政局富科（2019）51号、富财企（2019）730号文，公司收到高新技术企业财政奖励。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2019年10月
8	企业股改补助	7.50	根据杭州市富阳区人民政府金融工作办公室、杭州市富阳区财政局富金融办（2019）67号、富财企（2019）797号文，公	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2019年10月

序号	项目	金额	说明	与资产相关/与收益相关	列报科目	认定依据	到账时间
			司收到企业股改补助。				
9	创新券使用补助资金	5.00	根据杭州市富阳区科学技术局、杭州市富阳区财政局富科(2019)27号、富财企(2019)355号文,公司收到创新券使用补助资金。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2019年5月
10	创新券财政补助	2.78	根据杭州市富阳区科学技术局、杭州市富阳区财政局富科(2019)65号、富财企(2019)932号文,公司收到创新券财政补助。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2019年12月
11	稳岗补贴	2.47	根据上海市人力资源和社会保障局、上海市发展和改革委员会、上海市经济和信息化委员会、上海市环境保护局、上海市财政局沪人社规(2018)20号文,上海张小泉刀剪总店有限公司收到稳岗补贴。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2019年9月
12	稳岗补贴	1.83	根据杭州市人力资源和社会保障局、杭州市财政局杭人社发(2015)307号文,杭州张小泉电子商务有限公司收到稳岗补贴。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2019年12月
13	大学生见习训练基地补助	0.69	根据杭州市富阳区人力资源和社会保障局富人社(2016)193号文,公司收到大学生见习训练基地补助。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2019年9月
		0.44					2019年10月
14	超比例安排残疾人就业奖励	0.48	根据上海市人民政府残疾人工作委员会沪残工委(2014)3号文,上海张小泉刀剪总店有限公司收到超比例安排残疾人就业奖励。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2019年3月
	合计	1,092.96					

3、2018年度公司取得的政府补助明细

单位：万元

序号	项目	金额	说明	与资产相关/ 与收益相关	列报科目	认定依据	到账时间
1	品牌创新发展扶持	30.00	根据黄浦区商务委员会黄商务委（2017）011号文，上海张小泉刀剪总店有限公司收到品牌创新发展扶持。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2018年3月
2	残保金减免	11.89	根据富阳市人民政府办公室富政办（2014）127号文，公司收到残保金减免。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2018年5月
3	节水型企业补助	4.50	根据杭州市经济和信息化委员会、杭州市城市管理委员会、杭州市林业水利局杭经信联资源（2018）180号文，杭州市富阳区经济和信息化局富经信（2018）9号文，公司收到节水型企业补助。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2018年12月
4	稳定岗位补贴	2.02	根据上海市人力资源和社会保障局、上海市发展和改革委员会、上海市经济和信息化委员会、上海市环境保护局、上海市财政局沪人社规（2018）20号文，上海张小泉刀剪总店有限公司收到稳定岗位补贴。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2018年6月
5	2017年技术标准资助	1.40	根据杭州市富阳区市场监督管理局、杭州市富阳区财政局富市监（2018）11号、富财企（2018）102号文，公司收到2017年技术标准资助。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2018年3月
6	超比例安排残疾人就业奖励	0.40	根据上海市人民政府残疾人工作委员会沪残工委（2014）3号文，上海张小泉刀剪总店有限公司收到超比	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2018年3月

序号	项目	金额	说明	与资产相关/ 与收益相关	列报科目	认定依据	到账时间
			例安排残疾人就业奖励。				
	合计	50.21					

4、2017年度公司取得的政府补助明细

单位：万元

序号	项目	金额	确认依据	与资产相关/ 与收益相关	列报科目	认定依据	到账时间
1	促进土地集约节约使用补助	44.53	根据杭州市富阳区人民政府办公室富政办（2016）47号文，公司收到促进土地集约节约使用补助。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2017年1月
2	残保金减免	9.65	根据富阳市人民政府办公室富政办（2014）127号文，公司收到残保金减免。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2017年12月
3	财政扶持	2.00	根据与上海高境镇经济发展区管理委员会签署的《财政扶持协议书》，上海张小泉刀剪制造有限公司收到财政扶持。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2017年2月
		4.00					2017年5月
4	残疾人按比例就业工作先进单位奖励	2.00	根据杭州市人民政府残疾人工作委员会杭残联工委（2017）1号文，公司收到残疾人按比例就业工作先进单位奖励。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2017年6月
5	大学生见习训练基地补助	0.52	根据杭州市富阳区人力资源和社会保障局富人社（2016）193号文，公司收到大学生见习训练基地补助。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2017年9月
6	经济贡献奖	0.50	根据中共杭州市下城区武林街道工作委员会武工委（2018）6号文，公司收到经济贡献奖。	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2017年2月
7	专利专项资助经费	0.40	根据杭州市富阳区科学技术局、杭州市富阳区财政局富科（2017）59号、富	与收益相关	其他收益	用于补偿已发生的相关成本费用或损失	2017年12月

序号	项目	金额	确认依据	与资产相关/ 与收益相关	列报科目	认定依据	到账时间
			财企(2017)794号文,公司收到专利专项资金资助经费。			失	
	合计	63.60					

加快开工建设奖励用于奖励公司阳江制造项目建设,属于与资产相关政府补助;其他补助项目均系对公司在就业、专利、经济发展等方面的贡献给予的奖励,直接计入当期损益。

(八) 资产处置收益

报告期内,公司发生的资产处置收益情况如下:

单位:万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
固定资产处置收益	18.59	-10.08	-14.63	-
合计	18.59	-10.08	-14.63	-

报告期内,公司2018年、2019年及2020年1-6月存在资产处置收益金-14.63万元、-10.08万元及18.59万元,为处置生产设备所致。

(九) 营业外收支

1、营业外收入明细

报告期内,公司发生的营业外收入情况如下:

单位:万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
政府补助	-	819.03	-	-
赔偿款	-	-	3.22	-
罚没收入	-	8.73	0.30	1.15
其他	0.58	5.81	0.25	1.26
合计	0.58	833.56	3.77	2.41

根据财政部2017年5月10日颁布的《企业会计准则第16号——政府补助》的相关规定,与公司日常活动相关的政府补助,应当按照经济业务实质,计入其他收益,不再计入“营业外收入”。

2019年,公司营业外收入较2018年相比增加829.80万元,主要系2019年

公司获得富阳区金融办根据富金融办〔2019〕39号、富财企〔2019〕437号文给予公司的上市奖励款819.03万元所致。

2、营业外支出

报告期内，公司发生的营业外支出情况如下：

单位：万元

项 目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
停工损失	71.47			
赔偿款	-	14.10	-	-
非流动资产毁损报废损失	0.80	1.34	0.07	1.34
对外捐赠	-	1.00	-	-
税收滞纳金	-	0.24	23.48	0.26
其他	0.08	1.67	-	0.49
合 计	72.36	18.35	23.55	2.09

报告期内，公司营业外支出分别为2.09万元、23.55万元、18.35万元及72.36万元，2018年营业外支出主要为税收滞纳金，2019年营业外支出主要为赔偿款。

（十）投资收益

报告期内，公司发生的投资收益情况如下：

单位：万元

项 目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
理财产品收益	49.30	88.50	98.82	13.04
合 计	49.30	88.50	98.82	13.04

报告期内，公司投资收益主要为理财产品投资收益，报告期内产生的投资收益分别为13.04万元、98.82万元、88.50万元及49.30万元。

（十一）税费支出

1、增值税缴纳情况

报告期内，公司增值税缴纳情况如下：

单位：万元

期间	期初余额	本期应交税额	本期已交税额	期末余额
2020年1-6月	-35.91	642.63	1,133.57	-526.85
2019年度	473.57	2,145.71	2,655.19	-35.91

2018 年度	-313.29	1,980.92	1,194.06	473.57
2017 年度	336.55	1,253.02	1,902.86	-313.29

2017 年期末余额为-583.34 万元，主要系待抵扣进项税。

2、所得税缴纳情况

报告期内，公司所得税缴纳情况如下：

单位：万元

期间	期初余额	本期应交税额	本期已交税额	期末余额
2020 年 1-6 月	226.06	922.25	1,203.78	-55.47
2019 年度	317.99	2,081.03	2,172.96	226.06
2018 年度	822.13	1,279.87	1,784.00	317.99
2017 年度	677.99	1,314.15	1,170.02	822.13

(1) 本公司出口货物实行“免、抵、退”税政策，退税率为 5%、9%、10%、13%。

(2) 根据财政部、国家税务总局《关于扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》(财税〔2017〕43 号)，杭州泉都电子商务有限公司、杭州泉和电子商务有限公司、杭州泉心电子商务有限公司、杭州张小泉文创科技有限公司及上海张小泉刀剪制造有限公司被认定为小型微利企业，2017-2018 年度所得减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

(3) 根据财政部、税务总局《关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》(财税〔2019〕13 号)规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 25%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。因杭州泉都电子商务有限公司、杭州泉和电子商务有限公司、杭州泉心电子商务有限公司、杭州张小泉文创科技有限公司、杭州泉锐贸易有限公司、杭州泉创贸易有限公司及上海张小泉刀剪制造有限公司被认定为小型微利企业，故上述企业 2019 年度按 20%的税率缴纳企业所得税。

(十二) 利润来源分析

1、报告期内发行人利润的主要来源

报告期内公司营业收入、营业利润、利润总额、净利润情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
主营业务收入	24,880.83	47,955.93	40,313.47	33,555.68
营业收入合计	25,072.85	48,401.49	41,009.42	34,132.06
主营业务收入占比	99.23%	99.08%	98.30%	98.31%
营业利润	4,333.28	8,580.80	5,759.69	6,411.20
利润总额	4,261.51	9,396.02	5,739.90	6,411.52
营业利润占利润总额比例	101.68%	91.32%	100.34%	100.00%
净利润	3,281.46	7,230.07	4,380.85	4,884.16

报告期内，公司营业收入主要来自主营业务，各期间营业利润占利润总额的比例分别为 100.00%、100.34%、91.32%及 101.68%，公司利润总额主要来自营业利润，营业外收支影响较小，影响公司营业利润的主要因素如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度
	金额	增长	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	25,072.85	/	48,401.49	18.03%	41,009.42	20.15%	34,132.06
营业成本	14,597.58	/	28,456.71	9.61%	25,961.13	18.81%	21,850.30
销售费用	3,657.70	/	6,428.58	17.76%	5,459.09	38.33%	3,946.42
管理费用	1,541.45	/	3,189.77	20.24%	2,652.77	20.13%	2,208.31
研发费用	777.33	/	1,677.82	90.88%	878.97	68.56%	521.46
其他收益	99.89	/	196.33	268.27%	53.31	-17.74%	64.81
资产减值损失	-141.80	/	-164.25	15.18%	-142.6	-116.59%	859.46
营业利润	4,333.28	/	8,580.80	48.98%	5,759.69	-10.16%	6,411.20

随着公司业务规模的扩大，营业利润和净利润也相应增长，报告期各期公司净利润分别为 4,884.16 万元、4,380.85 万元、7,230.07 万元及 3281.46 万元。

2018 年公司营业收入较 2017 年增加 6,877.36 万元，营业利润下降 651.52 万元，净利润下降 503.32 万元，主要原因系 2018 年非经常性损益较 2017 年下降 2,689.57 万元所致，其中 2017 年非经常性损益主要为同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益 1,481.96 万元，应收账款减值准备转回 945.68 万元。

2、非经常性损益

报告期内，公司非经常性损益分别为 2,772.10 万元、82.53 万元和 1,000.54 万元，主要构成如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	17.79	-11.42	-14.70	-0.07
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	-	-	-	-
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	99.24	1,012.96	50.21	57.10
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费		85.15	-	449.55
委托他人投资或管理资产的损益	49.30	88.50	98.82	8.03
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益		-	-	1,481.96
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回		-	-	945.68
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-70.97	-2.47	-19.71	0.41
其他符合非经常性损益定义的损益项目	0.65	150.85	3.10	0.96
减：所得税费用（所得税费用减少以“-”表示）	16.73	323.02	35.18	128.98
少数股东损益（税后）		-	-	42.54
当期非经常性损益合计	79.28	1,000.54	82.53	2,772.10
当期归属于母公司股东的净利润	3,281.46	7,230.07	4,380.85	4,841.62
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	3,202.18	6,229.54	4,298.31	2,069.53
非经常性损益占比	2.42%	13.84%	1.88%	57.26%

报告期内，公司非经常性损益主要由政府补助、同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益组成，2019 年公司政府补助增加主要系收到杭州市富阳区拨付的上市奖励相关政府补助所致。

（十三）对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素

报告期内，公司经营状况良好，销售收入和盈利水平保持增长态势，不存在

下列对持续盈利能力构成重大不利影响的因素：

- 1、公司的经营模式、产品或服务的品种结构已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响；
- 2、公司的行业地位或发行人所处行业的经营环境已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响；
- 3、公司在用的商标、专利、专有技术、特许经营权等重要资产或者技术的取得或者使用存在重大不利变化的风险；
- 4、公司最近一年的营业收入或净利润对关联方或者有重大不确定性的客户存在重大依赖；
- 5、公司最近一年的净利润主要来自合并财务报表范围以外的投资收益；
- 6、其他可能对发行人持续盈利能力构成重大不利影响的情形。

综上，公司所处领域发展前景良好，市场开拓具有可持续性，产品结构不断优化，技术及研发能力较强，内部管理和业务运行规范，企业发展目标清晰，公司不存在对持续盈利能力构成重大不利影响的情形，且已披露了影响未来持续盈利的风险因素，发行人具备持续盈利能力。

十三、资产质量分析

（一）资产构成分析

报告期各期末，发行人的资产的主要结构如下：

单位：万元

项目	2020.6.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	28,823.03	50.69%	29,982.79	57.24%	25,582.93	59.45%	20,198.06	53.25%
非流动资产	28,035.91	49.31%	22,398.43	42.76%	17,449.53	40.55%	17,731.35	46.75%
资产总计	56,858.94	100.00%	52,381.22	100.00%	43,032.46	100.00%	37,929.41	100.00%

报告期各期末，公司资产总额分别为 37,929.41 万元、43,032.46 万元、52,381.22 万元及 56,858.94 万元。报告期内公司资产总额保持增长势头，主要是受经营规模持续扩大与盈利水平不断提高的影响，使得货币资金、存货逐年增加，

同时在建工程、无形资产等投入增加所致。

1、主要流动资产项目

报告期各期末，公司流动资产分别为 20,198.06 万元、25,582.93 万元、29,982.79 万元及 28,823.03 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.6.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	10,385.96	36.03%	15,285.55	50.98%	12,789.92	49.99%	9,258.28	45.84%
交易性金融资产	1,800.00	6.25%						
应收票据	-	-	-	-	15.00	0.06%	-	-
应收账款	1,705.68	5.92%	2,241.40	7.48%	2,927.81	11.44%	2,524.27	12.50%
应收款项融资	45.00	0.16%	11.10	0.04%	-	-	-	-
预付款项	542.75	1.88%	560.74	1.87%	1,523.72	5.96%	203.49	1.01%
其他应收款	180.35	0.63%	196.66	0.66%	140.41	0.55%	190.09	0.94%
存货	12,903.88	44.77%	11,245.66	37.51%	8,151.78	31.86%	6,553.08	32.44%
其他流动资产	1,259.41	4.37%	441.69	1.47%	34.30	0.13%	1,468.85	7.27%
流动资产合计	28,823.03	100.00%	29,982.79	100.00%	25,582.93	100.00%	20,198.06	100.00%

(1) 货币资金

报告期各期末，公司货币资金情况如下：

单位：万元

项目	2020.6.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存现金	1.35	0.01%	3.43	0.02%	13.85	0.11%	18.89	0.20%
银行存款	10,260.04	98.79%	15,143.59	99.07%	12,615.22	98.63%	9,145.43	98.78%
其他货币资金	124.57	1.20%	138.52	0.91%	160.84	1.26%	93.95	1.01%
合计	10,385.96	100.00%	15,285.55	100.00%	12,789.92	100.00%	9,258.28	100.00%

报告期各期末，公司货币资金余额分别为 9,258.28 万元、12,789.92 万元、15,285.55 万元及 10,385.96 万元，公司货币资金余额快速上涨，主要系公司业务规模扩大，经营业绩快速增长所致。

(2) 交易性金融资产

2020 年 6 月末，公司交易性金融资产较 2019 年末增加 1,800 万元，主要系

公司利用闲置资金购买理财产品所致。

(3) 应收账款

报告期各期末，公司应收账款情况如下：

单位：万元

2020.6.30				
账龄结构	账面余额	占比	坏账准备	账面价值
1年以内	1,727.02	81.91%	86.35	1,640.67
1-2年	79.95	3.79%	15.99	63.96
2-3年	2.09	0.10%	1.05	1.05
3年以上	299.48	14.20%	299.48	-
合计	2,108.55	100.00%	402.87	1,705.68
2019.12.31				
账龄结构	账面余额	占比	坏账准备	账面价值
1年以内	2,356.01	88.55%	117.80	2,238.21
1-2年	2.09	0.08%	0.42	1.67
2-3年	3.02	0.11%	1.51	1.51
3年以上	299.68	11.26%	299.68	-
合计	2,660.81	100.00%	419.41	2,241.40
2018.12.31				
账龄结构	账面余额	占比	坏账准备	账面价值
1年以内	3,067.20	87.76%	153.36	2,913.84
1-2年	4.67	0.13%	0.93	3.74
2-3年	20.47	0.59%	10.24	10.24
3年以上	402.62	11.52%	402.62	-
合计	3,494.96	100.00%	567.15	2,927.81
2017.12.31				
账龄结构	账面余额	占比	坏账准备	账面价值
1年以内	2,633.66	86.04%	131.68	2,501.98
1-2年	23.66	0.77%	4.73	18.93
2-3年	6.72	0.22%	3.36	3.36
3年以上	396.84	12.96%	396.84	-
合计	3,060.88	100.00%	536.61	2,524.27

报告期各期末，公司应收账款分别为 2,524.27 万元、2,927.81 万元、2,241.40

万元及 1,705.68 万元，占当期流动资产比例分别为 12.50%、11.44%、7.48%及 5.92%。报告期各期末，公司应收账款周转率分别为 9.93、12.51、15.73 及 10.51，周转率较快且整体呈逐年增加趋势。报告期内，公司应收账款的账龄主要集中在 1 年以内，坏账准备计提充分。

报告期内，公司主要客户的销售模式未发生变动。公司严格执行客户及信用管理制度，公司对客户的经营规模、注册资本、资金实力、行业地位、公司信誉等情况进行整体评估，进行信用政策差别化管理。同时，公司根据不同的销售模式和客户执行不同的信用政策。报告期内，对同一客户的信用政策保持一致。报告期内公司对于主要客户的信用政策未发生变化。

报告期内，公司对不同模式客户的信用政策如下表所示：

销售模式	信用政策
线上直销	消费者确认收货或系统默认收货后回款
线上经销	款到发货，临时授信
线上代销	按结算单进行结算
线下直销	先款后货，根据客户整体情况，给予相应的授信额度
线下经销	先款后货，根据客户整体情况，给予相应的授信额度
线下代销	按结算单进行结算

报告期各期末，公司应收账款前五名单位与公司主要客户基本一致，应收账款前五名具体情况如下：

单位：万元

2020.6.30		
客户名称	期末余额	占应收账款余额比例
北京京东世纪贸易有限公司	737.75	34.99%
宁波方太营销有限公司	598.11	28.37%
山东潍坊百货集团股份有限公司中百配送中心	141.04	6.69%
浙江天猫供应链管理有限公司	57.93	2.75%
深圳市鑫鹏胜商贸有限公司	36.86	1.75%
合计	1,571.69	74.55%
2019.12.31		
客户名称	期末余额	占应收账款余额比例
北京京东世纪贸易有限公司	1,055.28	39.66%

宁波方太营销有限公司	987.97	37.13%
浙江天猫供应链管理有限公司	90.96	3.42%
山东潍坊百货集团股份有限公司中百配送中心	46.91	1.76%
福兴祥物流集团有限公司	32.78	1.23%
合计	2,213.90	83.20%
2018.12.31		
客户名称	期末余额	占应收账款余额比例
北京京东世纪贸易有限公司	1,211.45	34.66%
宁波方太营销有限公司	1,203.36	34.43%
永辉物流有限公司	193.96	5.55%
浙江天猫供应链管理有限公司	171.68	4.91%
家乐福	82.67	2.37%
合计	2,863.12	81.92%
2017.12.31		
客户名称	期末余额	占应收账款余额比例
宁波方太营销有限公司	1,224.34	40.00%
北京京东世纪贸易有限公司	827.91	27.05%
上海天翌电子商务有限公司	359.60	11.75%
家乐福	82.67	2.70%
济南人民大润发商业有限公司	40.73	1.33%
合计	2,535.26	82.83%

注 1：北京京东世纪贸易有限公司、上海晟达元信息技术有限公司，因其均受同一最终控制方控制，故对其合并列示应收账款

注 2：宁波方太营销有限公司、宁波方太海外厨房电器有限公司、宁波柏厨集成厨房有限公司，因其均受同一最终控制方控制，故对其合并列示应收账款

注 3：家乐福包括苏州悦家超市有限公司家乐福体育中心店、沈阳家乐福商业有限公司青年店等，因其均受同一最终控制方控制，故对其合并列示应收账款

注 4：浙江天猫网络科技有限公司、浙江天猫供应链管理有限公司，因其均受同一最终控制方控制，故对其合并列示应收账款

1) 应收账款前 5 名客户与前五大客户存在差异的原因

① 2020 年 1-6 月

公司 2020 年 1-6 月销售前五大客户及 2020 年 6 月末前五大应收账款客户情况如下表所示：

单位：万元

序号	2020年1-6月销售前五大客户	销售金额	2020年末应收账款前五大客户	应收账款余额
1	北京京东世纪贸易有限公司	2,090.79	北京京东世纪贸易有限公司	737.75
2	重庆思优普贸易有限公司	1,831.09	宁波方太营销有限公司	598.11
3	宁波方太营销有限公司	1,018.94	山东潍坊百货集团股份有限公司中百配送中心	141.04
4	义乌市孙茂福五金商行	989.92	浙江天猫供应链管理服务有限公司	57.93
5	上海聚建网络科技有限公司	673.81	深圳市鑫鹏胜商贸有限公司	36.86

由上表可知，北京京东世纪贸易有限公司、宁波方太营销有限公司既属于公司2020年1-6月销售前五大客户，又属于2020年6月末应收账款前五大客户。

重庆思优普贸易有限公司、义乌市孙茂福五金商行、上海聚建网络科技有限公司属于2020年1-6月销售前五大客户，但是不属于2020年上半年期末应收账款前五大客户，主要原因为：①公司对重庆思优普贸易有限公司实行款到发货的信用政策；②公司对上海聚建网络科技有限公司、义乌市孙茂福五金商行实行月底前结清当月货款的信用政策。

山东潍坊百货集团股份有限公司中百配送中心、浙江天猫供应链管理服务有限公司、深圳市鑫鹏胜商贸有限公司属于2020年6月末应收账款前五大客户，但不属于销售前五大客户，主要原因为：①公司通常按月开具发票，浙江天猫供应链管理服务有限公司收票后5个工作日与公司结算货款，期末未收回货款为一个月左右的销售额；②公司给予山东潍坊百货集团股份有限公司中百配送中心和深圳市鑫鹏胜商贸有限公司一定期限的信用周期。

② 2019年

公司2019年度销售前五大客户及年末前五大应收账款客户情况如下表所示：

单位：万元

序号	2019年度销售前五大客户	销售金额	2019年末应收账款前五大客户	应收账款余额
1	重庆思优普贸易有限公司	4,027.59	北京京东世纪贸易有限公司	1,055.28
2	宁波方太营销有限公司	3,448.44	宁波方太营销有限公司	987.97
3	北京京东世纪贸易有限公司	3,392.38	浙江天猫供应链管理服务有限公司	90.96
4	上海聚建网络科技有限公司	2,192.14	山东潍坊百货集团股份有限公司中百配送中心	46.91

5	义乌市孙茂福五金商行	1,647.86	福兴祥物流集团有限公司	32.78
---	------------	----------	-------------	-------

由上表可知，宁波方太营销有限公司、北京京东世纪贸易有限公司既属于公司 2019 年度销售前五大客户，又属于年末应收账款前五大客户。

重庆思优普贸易有限公司、上海聚建网络科技有限公司、义乌市孙茂福五金商行属于年度前度销售前五大客户，但是不属于期末应收账款前五大客户，主要原因与 2020 年 1-6 月原因相同。

浙江天猫供应链管理有限公司、山东潍坊百货集团股份有限公司中百配送中心属于年末应收账款前五大客户、但不属于年度销售前五大客户，主要原因与 2020 年 1-6 月原因相同。福兴祥物流集团有限公司属于年末应收账款前五大客户、但不属于年度销售前五大客户，主要系公司给予福兴祥物流集团有限公司一定期限的信用周期。

③ 2018 年

公司 2018 年度销售前五大客户及年末前五大应收账款客户情况如下表所示：

单位：万元

序号	2018 年度销售前五大客户	销售金额	2018 年末应收账款前五大客户	应收账款余额
1	宁波方太营销有限公司	4,709.86	北京京东世纪贸易有限公司	1,211.45
2	北京京东世纪贸易有限公司	2,940.31	宁波方太营销有限公司	1,203.36
3	重庆思优普贸易有限公司	2,663.16	永辉物流有限公司	193.96
4	义乌市孙茂福五金商行	1,456.32	浙江天猫供应链管理有限公司	171.68
5	浙江天猫供应链管理有限公司	1,286.90	家乐福	82.67

由上表可知，宁波方太营销有限公司、北京京东世纪贸易有限公司、浙江天猫供应链管理有限公司既属于公司 2018 年度销售前五大客户，又属于年末应收账款前五大客户。

重庆思优普贸易有限公司、义乌市孙茂福五金商行属于 2018 年度销售前五大客户，但是年末应收账款余额不属于前五大，主要原因与 2020 年 1-6 月原因相同。

永辉物流有限公司、家乐福属于年末应收账款前五大客户、但不属于年度销售前五大客户，主要原因为：①公司产品作为积分换购活动品，参加永辉超市

2018-2019 年积分换购活动，公司基于此次活动给予永辉物流有限公司一定期限的信用周期；②公司与家乐福 2017 年度、2018 年度已经没有销售业务，应收账款已于 2019 年度核销。

④ 2017 年

公司 2017 年度销售前五大客户及年末前五大应收账款客户情况如下表所示：

单位：万元

序号	2017 年度销售前五大客户	销售金额	2017 年末应收账款前五大客户	应收账款余额
1	宁波方太营销有限公司	5,339.42	宁波方太营销有限公司	1,224.34
2	北京京东世纪贸易有限公司	2,411.88	北京京东世纪贸易有限公司	827.91
3	重庆思优普贸易有限公司	1,898.76	上海天翌电子商务有限公司	359.6
4	上海天翌电子商务有限公司	1,491.44	家乐福	82.67
5	义乌市孙茂福五金商行	1,407.16	济南人民大润发商业有限公司	40.73

由上表可知，宁波方太营销有限公司、北京京东世纪贸易有限公司、上海天翌电子商务有限公司既属于公司 2017 年度销售前五大客户，又属于年末应收账款前五大客户。

重庆思优普贸易有限公司、义乌市孙茂福五金商行属于年度销售前五大客户，但是年末应收账款余额不属于前五大，主要原因与 2020 年 1-6 月原因相同。

家乐福、济南人民大润发商业有限公司属于年末应收账款前五大客户、但不属于年度销售前五大客户，主要系公司与家乐福、济南人民大润发商业有限公司 2017 年度已经没有销售业务，应收账款已于 2019 年度核销。

2) 应收账款与营业收入变动分析

报告期内，公司主营业务收入及应收账款变动情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
主营业务收入	24,880.83	47,955.93	40,313.47	33,555.68
应收账款余额	2,108.55	2,660.81	3,494.96	3,060.88
应收账款周转率	10.51	15.73	12.51	9.93

由上表可知，报告期内公司主营业务收入逐年提高，但 2019 年末应收账款余额较 2018 年末减少 834.15 万元，同比下降 23.87%。

报告期内，主营业务收入与应收账款周转率逐年上升，应收账款余额 2019 年末同比 2018 年末下降了 834.15 万元，主要原因是：①公司对信用政策进行优化，采用先款后货信用政策取得的销售金额占总收入的比重逐年上升；同时，公司逐渐加强对于大客户贷款的催收力度，从而导致在销售收入增长的同时对于大客户的应收账款余额同比下降，具体如下表所示：

单位：万元

客户名称	2019 年度	2018 年度	变动金额	变动比例
宁波方太营销有限公司	987.97	1,203.36	-215.39	-17.90%
永辉物流有限公司	-	193.96	-193.96	-100.00%
北京京东世纪贸易有限公司	1,055.28	1,211.45	-156.17	-12.89%
浙江天猫供应链管理有限公司	90.96	171.68	-80.72	-47.02%
重庆思优普贸易有限公司	-	40.65	-40.65	-100.00%
上海昌昕商贸有限公司	-	29.35	-29.35	-100.00%
合计	2,134.21	2,850.45	-716.24	-25.13%

公司在 2019 年度对家乐福集团和济南人民大润发商业有限公司进行应收账款坏账核销，导致应收账款余额下降，具体如下表所示：

单位：万元

客户名称	2019 年度	2018 年度	变动金额
家乐福集团	-	82.67	-82.67
济南人民大润发商业有限公司	-	40.73	-40.73
合计	-	123.41	-123.41

(4) 预付款项

报告期各期末，公司预付款项的账面价值情况如下：

单位：万元

项目	2020.6.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	533.19	98.24%	502.19	89.56%	1,518.48	99.66%	194.22	95.44%
1-2 年	7.94	1.46%	56.92	10.15%	3.53	0.23%	4.37	2.15%
2-3 年	-	-	-	0.00%	0.07	0.00%	4.10	2.02%
3 年以上	1.63	0.30%	1.63	0.29%	1.63	0.11%	0.80	0.39%
合计	542.75	100.00%	560.74	100.00%	1,523.72	100.00%	203.49	100.00%

公司预付款主要为预付供应商货款、预付平台服务费等，报告期各期末，公

司预付款项分别为 203.49 万元、1,523.72 万元、560.74 万元及 542.75 万元。2018 年末较 2017 年末预付款项增加较多，主要系公司尝试开发新产品，2018 年从福建大利五金科技有限公司采购工业剪采用预付模式，使得预付款增加 1,000 万元所致，2019 年公司预付款较 2018 年减少主要系福建大利五金科技有限公司逐步发货使得相关预付款结转所致。

(5) 其他应收款

公司其他应收款主要是电商平台保证金、上海张小泉门店押金等，报告期各期末，公司其他应收款分别为 190.09 万元、140.41 万元、196.66 万元及 180.35 万元。

(6) 存货

报告期各期末，公司存货的构成情况如下：

单位：万元

2020.6.30				
项目	账面余额	占比	跌价准备	账面价值
原材料	1,168.98	8.96%	4.13	1,164.86
在产品	1,711.57	13.12%	16.35	1,695.22
库存商品	9,122.42	69.92%	122.80	8,999.63
发出商品	589.36	4.52%	-	589.36
委托加工物资	79.18	0.61%	-	79.18
包装物	375.65	2.88%	0.01	375.65
合计	13,047.17	100.00%	143.28	12,903.88
2019.12.31				
项目	账面余额	占比	跌价准备	账面价值
原材料	1,088.17	9.56%	6.71	1,081.45
在产品	2,111.00	18.55%	29.11	2,081.89
库存商品	7,146.85	62.79%	100.65	7,046.21
发出商品	590.72	5.19%	-	590.72
委托加工物资	31.06	0.27%	-	31.06
包装物	414.91	3.65%	0.58	414.34
合计	11,382.71	100.00%	137.05	11,245.66
2018.12.31				

2020.6.30				
项目	账面余额	占比	跌价准备	账面价值
项目	账面余额	占比	跌价准备	账面价值
原材料	1,004.38	12.22%	6.65	997.73
在产品	1,332.94	16.21%	-	1,332.94
库存商品	4,948.61	60.20%	54.90	4,893.70
发出商品	461.59	5.61%	-	461.59
委托加工物资	83.93	1.02%	-	83.93
包装物	389.39	4.74%	7.50	381.88
合计	8,220.83	100.00%	69.05	8,151.78
2017.12.31				
项目	账面余额	占比	跌价准备	账面价值
原材料	981.40	14.16%	-	981.40
在产品	1,589.46	22.93%	370.55	1,218.91
库存商品	3,605.77	52.02%	7.49	3,598.27
发出商品	318.06	4.59%	-	318.06
委托加工物资	100.98	1.46%	-	100.98
包装物	335.45	4.84%	-	335.45
合计	6,931.12	100.00%	378.04	6,553.08

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 6,553.08 万元、8,151.78 万元、11,245.66 万元及 12,903.88 万元，占流动资产的比重分别为 32.44%、31.86%、37.51% 及 44.77%，主要构成为原材料、在产品、库存商品、发出商品及包装物。2018 年及 2019 年，公司存货分别较上年增加 1,598.70 万元及 3,093.88 万元，同比上升分别为 24.40%及 37.95%，主要系报告期公司销售规模不断扩大，公司备货规模相应提升所致。其中发出商品主要系公司向天猫商城、京东及永辉超市等进行代销模式销售，报告期各年度发货至客户仓库尚未形成最终销售的产品构成。

1) 在产品、库存商品与在手订单的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2020年6月末	2019年底	2018年底	2017年底
在产品	1,711.57	2,111.00	1,332.94	1,589.46
库存商品	9,122.42	7,146.85	4,948.61	3,605.77
发出商品	589.36	590.72	461.59	318.06

项目	2020年6月末	2019年底	2018年底	2017年底
小计	11,423.35	9,848.58	6,743.14	5,513.29
在手订单金额	264.33	403.11	283.40	439.47
在手订单覆盖率	9.20%	12.54%	13.42%	15.13%

注：在手订单金额系报告期各期末公司预收货款对应订单的库存商品金额、客户定制的已生产在库的库存商品金额以及发出商品金额之和，在手订单覆盖率=期末在手订单金额/(在产品余额+库存商品余额+发出商品余额)

报告期各期，公司在手点单覆盖率分别为15.13%、13.42%、12.54%和9.20%，公司各期末在手订单覆盖的比例较低，主要系以下原因所致：（1）公司产品主要为刀具、剪具、套刀剪及其他生活家居用品等非定制类日常生活使用消费品，年度末正值春节消费季，厨房刀剪类消费品销量较大，为及时满足消费者需求，公司需准备足够库存保证快速供应；（2）公司同时采用直销、经销、代销相结合的销售模式，直销模式中除方太等大客户销售外，其余均为直接向消费者销售，报告期各期公司直接向消费者销售占比分别为21.40%、20.93%、20.76%和22.00%，消费者直接购买部分不存在在手订单情形；（3）公司产品属于日常消费品，公司主要客户向公司采购频次较高，其中方太等直销客户采购频率为每月3-8次；京东自营、思优普等主要线上经销商采购频率为每周1-3次；孙茂福等线下经销商采购频率为每周1-2次；京东FBP、天猫超市及永辉超市等主要代销商采购频率为每周1-2次，综上，公司主要客户采购频率较高，因此单一时点公司在手订单规模相对较低。

2) 保持高额库存商品符合行业惯例

同行业可比上市公司期末库存商品如下：

① 库存商品占存货余额比重

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
爱仕达	40.49%	38.93%	41.05%	49.88%
哈尔斯	60.27%	53.01%	49.14%	47.89%
苏泊尔	73.30%	74.56%	77.64%	75.85%
同行业平均数	58.02%	55.50%	55.94%	57.88%
公司	70.02%	62.79%	60.20%	52.02%

公司期末库存商品占存货余额比重低于苏泊尔，高于爱仕达、哈尔斯，处于行业中游水平。

②库存商品占主营业务成本比重

报告期内，可比公司库存商品占主营业务成本比例情况如下表所示：

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
爱仕达	50.49%	16.06%	17.31%	19.92%
哈尔斯	64.28%	18.31%	15.94%	15.88%
苏泊尔	24.42%	12.70%	15.37%	17.17%
同行业平均数	46.40%	15.69%	16.21%	17.66%
公司	63.20%	25.37%	19.36%	16.89%

报告期各期，公司库存商品余额占存货余额及主营业务成本比例略高于同行业可比上市公司，主要系以下原因所致：1）报告期公司不断拓展销售渠道，开发新产品使得销售额逐年提升，公司为扩大业务规模提高备货量所致；2）公司的产品与同行业可比公司相比有所差异，公司产品类型、规格较多，为满足客户需求，公司需对全产品线进行备货，根据公司存货管理，一般库存需备货可满足3个月的销量，使得库存商品余额水平较高。

综上，报告期内公司保持较高存货规模符合刀剪金属制品行业特点，符合公司不断扩展的业务规模需要。

3) 期末库存商品的库龄情况、产品生产及备货周期

① 期末库存商品的库龄情况

单位：万元

期间	库存商品余额	1年以内	1-2年	2-3年	3年以上
2020年6月末	9,122.42	8,061.47	622.59	98.24	340.12
2019年末	7,146.85	6,503.71	250.48	58.58	334.08
2018年末	4,948.61	4,298.23	151.65	111.74	386.99
2017年末	3,605.77	2,864.09	214.55	167.21	359.92

报告期各期末，库龄1年以内的库存商品分别占库存商品总额的79.43%、86.86%、91.00%和88.37%，库龄整体相对较短。1年以上库龄的库存商品余额分别为741.68万元、650.38万元、643.14万元和1,060.95万元。2017-2019年1年以上库龄库存商品逐年减少。2020年6月末1年以上库龄库存商品有所增加，主要系受疫情影响，部分门店款产品销售不佳导致1-2年库龄的库存增加。

② 产品生产及备货周期

A.公司自制产品生产周期

产品类别	生产周期
刀具	30-40 天
服装剪	40 天
家用剪	30 天

注：公司自制产品生产周期系从公司领料至包装完工入库所需时间。

公司主要产品生产周期在 30-40 天，因此在销售旺季前需要提前安排生产备货以保证销售供货及时性。

B.公司主要材料、OEM 半成品及成品采购周期

主要材料	采购周期
钢材	40 天
包装物	15-20 天
ABS 料	7 天
刀架/座	50 天
磨刀棒	50 天
脚柄	60 天
OEM 半成品及成品	50-60 天

注：公司采购周期系从公司下达采购订单至验收入库所需时间

公司钢材、刀架/座、磨刀棒、脚柄等原材料及 OEM 半成品及成品采购周期较长，需要在销售旺季前进行提前采购及备货。

4) 各期末库存商品余额较高的原因及合理性

① 报告期内库存商品余额及销售变动情况

单位：万元

项 目	2020 年 1-6 月/2020.6.30		2019 年度 /2019.12.31		2018 年度 /2018.12.31		2017 年度 /2017.12.31
	余额	变动率	余额	变动率	余额	变动率	余额
库存商品	9,122.42	27.64%	7,146.85	44.42%	4,948.61	37.24%	3,605.77
主营业务收入	24,880.83	-	47,955.93	18.96%	40,313.47	20.14%	33,555.68
主营业务成本	14,455.94	-	28,172.65	10.24%	25,556.71	19.70%	21,349.93

报告期内随着公司业务规模的扩张，存货规模总体呈上升趋势。

报告期各期，公司库存商品构成如下表所示：

单位：万元

项目	2020.6.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
剪具	2,764.45	7.99%	2,559.99	62.13%	1,579.02	69.52%	931.48
刀具	2,102.67	30.08%	1,616.49	22.01%	1,324.93	36.23%	972.54
家用杂件	2,303.31	50.76%	1,527.76	99.36%	766.34	40.88%	543.95
组合刀剪	1,952.00	35.31%	1,442.61	12.85%	1,278.32	10.41%	1,157.80
总计	9,122.42	27.64%	7,146.85	44.42%	4,948.61	37.24%	3,605.77

公司库存商品金额较大主要系公司业务特点所致，具体包括：

A.公司的产品类型、规格较多，为满足客户需求，公司需对全产品线进行备货，根据公司存货管理，一般库存需备货满足3个月的销量，使得总体存货余额水平较高；

B. 公司产品生产备货周期较长，平均在30-40天，OEM产品备货周期平均在50-60天，总体上公司生产备货周期较长，且公司产品主要系为非定制类产品，需预留库存以备满足市场需求；

C. 公司不断拓展销售渠道，开发新产品,为扩大业务规模提高备货量，2018年-2020年6月分别上新90种、200种和172种，因新增产品品种分别增加库存230万、930万和690万；

D.每年春节前后为工业剪（主要为服装剪）销售旺季，公司自2017年开始逐步规模化生产服装剪，并于每年年底备货，但2018年公司产能仍较小，因而备货不足。公司加大服装剪设备投入，提升服装剪产能，增加OEM采购使得报告期内剪具产品库存规模逐年快速上涨，2018年和2019年各期末分别较上期上涨400万和760万，导致库存商品中剪具金额上升；

E.公司为增加细分市场占有率，扩大业务规模，2018年度公司单独成立个护事业部和杂件事业部，成立后上述事业部着力开发对应细分市场，个护事业部、杂件事业部主要推广的产品为其他生活家居用品，品种繁杂，品类较多，为快速打开市场，需要进行一定的备货，导致报告期内其他生活家居用品逐年快速上涨，各期末分别增加220万元、760万元和770万元，导致库存商品其他生活家居用品金额逐年上升；

F.随着电商业务形态的发展，公司积极推广直播、社区电商等新电商业务形态，报告期内线上销售逐年增长。由于网上销售的特性，店铺缺货将对店铺流量造成不利影响，公司电商业务备货逐年增加；

G. 2020年6月末库存商品余额持续上升，主要系：1) 公司通常第四季度销售收入较高，上半年生产备货增加；2) 2020年1-6月受突如其来的新冠疫情影响，公司未能实现原定销售目标导致库存有所增加。

5) 库存商品、发出商品的期后结转情况

报告期各期末库存商品及发出商品结转情况如下：

单位：万元

项目	2020年6月末	2019年末	2018年末	2017年末
库存商品及发出商品	9,711.78	7,737.57	5,410.20	3,923.83
期后结转情况	4,883.55	6,381.91	6,970.33	5,375.92
期后覆盖率	50.28%	82.48%	128.84%	137.01%

注：期后结转情况为报告期末后三个月销售结转成本金额，其中2020年6月末期后销售结转存为2020年7月和8月，期后覆盖率为期后结转金额/各期末库存商品及发出商品余额

报告期内，库存商品及发出商品期后结转比例分别为137.01%、128.84%、82.48%和50.28%，2017、2018年度期后结转高于库存商品及发出商品，2019年期后结转低于库存商品及发出商品，主要受新冠疫情影响导致2020年第一度销售有所下滑。2020年6末期后结转低于库存商品及发出商品，主要系：1) 期后结转为7、8两个月；2) 公司通常第四季度销售收入较高，上半年生产备货增加。

6) 委托加工物资

报告期内，公司不存在存放于OEM厂商处的委托加工物资。报告期各期末委托加工物资主要系期末发出进行抛光、电镀加工未收回的材料，各期末期末余额如下：

单位：万元

项目	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
委托加工物资	79.18	31.06	83.93	100.98
占存货余额比例	0.61%	0.27%	1.02%	1.46%

报告期各期末，公司委托加工物资金额及占当期存货比例较小，报告期各期末，公司对委托加工物资进行盘点。

7) 存货跌价情况

① 公司存货跌价情况

报告期内公司存货跌价情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020年1-6月末	2019年末	2018年末	2017年末
原材料	4.13	6.71	6.65	-
在产品	16.35	29.11	-	370.55
库存商品	122.80	100.65	54.90	7.49
包装物	0.01	0.58	7.50	-
存货跌价小计	143.28	137.05	69.05	378.04
存货余额	13,047.17	11,382.71	8,220.83	6,931.12
存货跌价率	1.10%	1.20%	0.84%	5.45%

② 同行业可比公司存货跌价率

报告期其内，同行业可比公司存货跌价率如下表所示：

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
爱仕达	2.39%	1.36%	1.67%	1.80%
哈尔斯	1.61%	1.26%	0.79%	1.77%
苏泊尔	2.19%	2.41%	2.21%	2.20%
同行业平均数	2.07%	1.68%	1.56%	1.92%
公司	1.10%	1.20%	0.84%	5.45%

报告期内，1年以上库龄的库存商品余额分别为741.68万元、650.38万元、643.14万元和1,060.95万元，分别占库存商品余额的20.57%、13.14%、9.00%和11.63%，公司产品主要为金属制品，不易损坏、变质，因库龄原因导致库存商品存在跌价的风险较低。

报告期各期，公司的存货周转率分别为3.65、3.43、2.90和1.20，存货周转率逐年下降，主要系业务规模的扩张，为满足市场需求减少违约增加备货库存所致，但总体上存货周转速度仍然较快，报告期内平均周转天数在120天左右。

报告期内，公司综合毛利率分别为36.37%、36.61%、41.25%和41.90%，综合毛利率较高，且各期末期后销售情况较好。

综上，公司库存商品库龄较短，存货周转天数较短，销售综合毛利率较高，

不存在明显减值现象。

报告期内，公司已对报废仓中的存货，预计可变现净额为零，全额计提存货跌价准备，其余类型存货按照以下方法测试计提存货跌价准备：

项 目	确定可变现净值的具体依据
原材料	库龄较长、存在报废迹象的原材料预计售价作为可变现净值
在产品	在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值
库存商品	相关产成品估计售价减去估计的销售费用以及相关税费后的金额确定可变现净值
包装物	库龄较长的包装物预计售价作为可变现净值

报告期内公司存货跌价准备计提比例低于同行业可比公司，主要系：1）公司业务规模较小，库存管理相对较好，公司原材料、在产品、库存商品管理严格、保持良好；2）相对于电器类产品，公司产品特性本身不易变质、损坏，易于保存，主营业务和产品结构以刀具、剪具为主，结构单一。2017 年度公司存货跌价计提比例较高，主要系公司存在一批报废的在产品（主要为自制半成品）已经计提存货跌价，并在 2018 年低价销售处理。

（7）其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产分别为 1,468.85 万元、34.30 万元、441.69 万元及 1,259.41 万元。2017 年末，公司其他流动资产主要系待抵扣进项税及未到期理财产品；2018 年末公司其他流动资产余额较 2017 年末减少较多主要系理财产品到期赎回及待抵扣进项税减少所致所致；2019 年末公司其他流动资产较 2018 年增加较多主要系公司 2019 年末待抵扣进项税及预交企业所得税增加所致；2020 年 1-6 月其他流动资产增加较多，主要系待抵扣增值税进项税及预交企业所得税增加所致。

2、主要非流动资产分析

报告期各期末，公司非流动资产分别为 17,731.35 万元、17,449.53 万元、22,398.43 万元及 28,035.91 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.6.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
固定资产	10,050.95	35.85%	10,061.32	44.92%	10,374.15	59.45%	10,069.41	56.79%
在建工程	8,942.13	31.90%	2,919.39	13.03%	113.57	0.65%	136.44	0.77%
无形资产	8,029.82	28.64%	8,414.76	37.57%	5,983.95	34.29%	6,521.96	36.78%
商誉	715.18	2.55%	715.18	3.19%	715.18	4.10%	715.18	4.03%
长期待摊费用	129.42	0.46%	117.81	0.53%	90.42	0.52%	36.93	0.21%
递延所得税资产	168.42	0.60%	169.97	0.76%	172.25	0.99%	251.44	1.42%
非流动资产合计	28,035.91	100.00%	22,398.43	100.00%	17,449.53	100.00%	17,731.35	100.00%

(1) 固定资产

报告期各期末，公司固定资产的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.6.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
房屋及建筑物	8,040.29	80.00%	8,181.93	81.32%	8,357.33	80.56%	8,386.12	83.28%
通用设备	249.54	2.48%	193.17	1.92%	207.71	2.00%	137.87	1.37%
专用设备	1,621.72	16.14%	1,652.07	16.42%	1,759.24	16.96%	1,500.58	14.90%
运输工具	139.40	1.39%	34.16	0.34%	49.87	0.48%	44.83	0.45%
合计	10,050.95	100.00%	10,061.32	100.00%	10,374.15	100.00%	10,069.41	100.00%

报告期各期末，公司固定资产分别为 10,069.41 万元、10,374.15 万元、10,061.32 万元及 10,050.95 万元，公司固定资产主要为房屋及建筑物，报告期各期末，房屋及建筑物占固定资产比例分别为 83.28%、80.56%、81.32%及 80.00%。

(2) 在建工程

报告期各期末，公司在建工程分别为 136.44 万元、113.57 万元、2,919.39 万元及 8,942.13 万元。2019 年末公司在建工程金额增加较多，主要系张小泉阳江刀剪智能制造中心项目投资增加所致。

公司各报告期末，在建工程明细如下：

单位：万元

项目	2020.6.30			2019.12.31		
	账面余额	减值准备	账面价值	账面余额	减值准备	账面价值
阳江刀剪智能制造中心项目	8,763.87	-	8,763.87	2,832.64	-	2,832.64
在安装设备	178.26	-	178.26	86.76	-	86.76
东洲实验室项目	-	-	-	-	-	-
环保治理工程	-	-	-	-	-	-
零星工程	-	-	-	-	-	-
合计	8,942.13	-	8,942.13	2,919.39	-	2,919.39

(续上表)

项目	2018.12.31			2017.12.31		
	账面余额	减值准备	账面价值	账面余额	减值准备	账面价值
在安装设备	-	-	-	136.44	-	136.44
东洲实验室项目	81.87	-	81.87	-	-	-
环保治理工程	26.75	-	26.75	-	-	-
零星工程	4.96	-	4.96	-	-	-
合计	113.57	-	113.57	136.44	-	136.44

发行人目前不存在长期停工或建设期超长的情况。

(3) 无形资产

报告期各期末，公司无形资产的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.6.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
土地使用权	5,374.40	66.93%	5,435.49	64.59%	2,370.65	39.62%	2,358.11	36.16%
商标权及专利	1,993.62	24.83%	2,166.93	25.75%	2,514.46	42.02%	2,868.78	43.99%
租赁合同权益	601.28	7.49%	740.04	8.79%	1,017.56	17.00%	1,295.07	19.86%
软件	60.52	0.75%	72.30	0.86%	81.28	1.36%	0.00	0.00%
合计	8,029.82	100.00%	8,414.76	100.00%	5,983.95	100.00%	6,521.96	100.00%

报告期各期末，公司无形资产分别为 6,521.96 万元、5,983.95 万元、8,414.76 万元及 8,029.82 万元。2019 年末，公司无形资产较 2018 年末增加 2,430.81 万元，

主要系阳江刀剪智能制造中心项目购置土地所致。

(4) 商誉

报告期各期末，公司商誉均为 715.18 万元。该商誉主要系 2011 年 1 月富泉投资受让美丽华集团持有的公司 47% 股份，后于 2014 年 9 月继续受让美丽华集团持有的该公司 45% 的股权，至此富泉投资持有上海张小泉刀剪总店有限公司 92% 的股权，形成控制。上述商誉数值即富泉投资的投资成本 3,686.70 万元与按持股比例享有的该公司购买日净资产份额 2,971.52 万元之间的差额。

2017 年 11 月 20 日，金燕与富泉投资签订《股权转让协议》，约定金燕将其持有的上海张小泉 8% 的股权以 1:11.73 的价格转让给富泉投资，转让价格 4,691,172.69 元。2017 年 12 月 26 日，上海张小泉完成了本次股权变更登记，本次股权转让完成后，富泉投资持有上海张小泉 100% 的股权。

为了消除同业竞争，减少关联交易，充分利用公司的生产优势和上海张小泉的销售优势发挥协同效应，2018 年 1 月，张小泉股份将上海张小泉 100% 股权予以收购。由于上海张小泉在合并前后均受富泉投资控制且该项控制非暂时的，故该项合并为同一控制下企业合并。至此，公司合并报表层面形成商誉 715.18 万元，2018 年至 2020 年 6 月末，公司每年度对商誉进行减值测试，未发现减值迹象。

(5) 长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用分别为 36.93 万元、90.42 万元、117.81 万元及 129.42 万元。公司报告期内长期待摊费用逐年增加，主要系租入固定资产改良支出增加所致。

(二) 负债构成分析

1、负债结构总体分析

报告期各期末，公司负债主要构成如下：

单位：万元

项目	2020.6.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	13,242.91	76.12%	12,528.47	98.72%	10,572.41	100.00%	9,850.21	100.00%

项目	2020.6.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
非流动负债	4,154.45	23.88%	162.63	1.28%	-	-	-	-
负债合计	17,397.36	100.00%	12,691.10	100.00%	10,572.41	100.00%	9,850.21	100.00%

报告期各期末，公司负债以流动负债为主，负债总额分别为 9,850.21 万元、10,572.41 万元、12,691.10 万元及 17,397.36 万元，流动负债占总负债比例分别为 100.00%、100.00%、98.72%及 76.12%。2019 年末公司负债较 2018 年末增加 2,118.68 万元，主要系应付账款及预收款项增加所致；2020 年 6 月末公司负债较 2019 年末增加 4,706.26 万元，主要系应付账款增加所致。

2、流动负债构成及变动分析

报告期各期末，公司流动负债及构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.6.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付票据	-	-	50.00	0.40%	-	-	-	-
应付账款	9,414.57	71.09%	8,744.99	69.80%	7,446.58	70.43%	6,448.29	65.46%
预收款项	-	-	1,758.87	14.04%	1,115.03	10.55%	978.39	9.93%
合同负债	1,709.15	12.91%						
应付职工薪酬	784.06	5.92%	890.38	7.11%	735.25	6.95%	771.09	7.83%
应交税费	871.25	6.58%	671.33	5.36%	957.91	9.06%	1,140.26	11.58%
其他应付款	463.87	3.50%	412.90	3.30%	317.65	3.00%	512.18	5.20%
流动负债合计	13,242.91	100.00%	12,528.47	100.00%	10,572.41	100.00%	9,850.21	100.00%

(1) 应付账款

报告期各期末，公司应付账款的账面价值情况如下：

单位：万元

项目	2020.6.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货款及劳务费	8,987.53	95.46%	8,347.71	95.46%	7,369.31	98.96%	6,262.90	97.12%
工程设备款及房租	409.46	4.35%	392.80	4.49%	73.55	0.99%	157.09	2.44%
其他	17.58	0.19%	4.47	0.05%	3.72	0.05%	28.31	0.44%
合计	9,414.57	100.00%	8,744.99	100.00%	7,446.58	100.00%	6,448.29	100.00%

公司应付账款，主要为应付供应商的货款及劳务费。截至各期末，公司应付账款占流动负债比例分别为 65.46%、70.43%、69.80%及 71.09%。报告期内，公司应付账款规模逐年增加，与公司生产销售规模增长趋势匹配。

报告期各期末，公司应付账款前五名单位与公司主要供应商基本一致，且应付账款账龄均在一年以内。应付账款前五名具体情况如下：

单位：万元

2020.6.30		
供应商名称	金额	占应付账款余额比例
阳江市阳东区锦宏金属制品有限公司	582.80	6.19%
阳江市阳东区万隆五金工贸有限公司	463.38	4.92%
阳江市厨乐实业有限公司	448.92	4.77%
阳江市阳东区四夕郎刀具制造有限公司	633.30	6.73%
阳西县阳光五金刀剪有限公司	574.98	6.11%
2019.12.31		
供应商名称	金额	占应付账款余额比例
阳江市厨乐实业有限公司	647.06	7.40%
常熟市长江不锈钢材料有限公司	405.40	4.64%
南平市建阳区宏阳竹木有限公司	362.39	4.14%
阳江市阳东区锦宏金属制品有限公司	358.88	4.10%
阳江市阳东区爱厨艺五金制品有限公司	293.77	3.36%
2018.12.31		
供应商名称	金额	占应付账款余额比例
阳西县阳光五金刀剪有限公司	597.30	8.02%
常熟市长江不锈钢材料有限公司	444.30	5.97%
阳江市阳东区爱厨艺五金制品有限公司	424.04	5.69%
杭州张生记剪刀制造有限公司	281.80	3.78%
杭州中意彩印有限公司	254.50	3.42%
2017.12.31		
供应商名称	金额	占应付账款余额比例
阳江市厨乐实业有限公司	530.69	8.23%
阳江市阳东区爱厨艺五金制品有限公司	471.40	7.31%
阳西县阳光五金刀剪有限公司	391.51	6.07%
阳江市阳东区锦宏金属制品有限公司	292.95	4.54%

杭州泓顶实业有限公司	271.15	4.20%
------------	--------	-------

报告期内各期末应付账款前五名供应商均与公司无关联关系，均为公司长期合作的主要原材料或成品采购供应商。公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员未在上述供应商中持有权益。

(2) 预收账款及合同负债

根据企业会计准则，2017年至2019年企业在转让承诺的商品或服务之前已收取的款项在预收款项科目核算，2020年起在合同负债科目核算。

报告期各期末，公司预收账款及合同负债余额情况如下：

单位：万元

项目	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
货款	1,709.15	1,758.87	1,115.03	978.39
合计	1,709.15	1,758.87	1,115.03	978.39

公司预收账款主要为经销商或客户预缴货款，报告期各期末，预收账款分别为978.39万元、1,115.03万元、1,758.87万元及1,709.15万元，占流动负债比例分别为9.93%、10.55%、14.04%及12.91%。报告期内，随着公司业务规模逐年上升，公司预收账款也逐年增加。

(3) 应付职工薪酬

报告期各期末，公司的应付职工薪酬余额情况如下：

单位：万元

项目	2020.6.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期薪酬	760.87	97.04%	824.04	92.55%	679.76	92.45%	722.34	93.68%
离职后福利— 设定提存计划	1.74	0.22%	66.34	7.45%	55.49	7.55%	48.74	6.32%
辞退福利	21.44	2.74%						
合计	784.06	100.00%	890.38	100.00%	735.25	100.00%	771.09	100.00%

应付职工薪酬主要包括期末已计提未发放的工资、奖金、津贴和补贴。报告期各期末，应付职工薪酬分别为771.09万元、735.25万元、890.38万元及784.06万元，占流动负债比率分别为7.83%、6.95%、7.11%及5.92%。

报告期各期末公司应付职工薪酬逐年增加，主要系公司业务的发展较为迅速，

公司员工人数增长、员工薪酬水平提高，年末应支付的工资及奖金相应增加，符合公司业务增长的实际情况。

(4) 应交税费

报告期各期末，公司的应交税费余额情况如下：

单位：万元

项目	2020.6.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
增值税	237.32	27.24%	202.20	30.12%	475.47	49.64%	270.05	23.68%
企业所得税	439.77	50.48%	429.63	64.00%	350.39	36.58%	822.13	72.10%
代扣代缴个人所得税	104.28	11.97%	15.34	2.29%	7.35	0.77%	12.87	1.13%
城市维护建设税	15.84	1.82%	13.52	2.01%	37.30	3.89%	20.53	1.80%
教育费附加	6.75	0.77%	5.75	0.86%	16.02	1.67%	8.81	0.77%
地方教育附加	4.50	0.52%	3.83	0.57%	10.48	1.09%	5.87	0.51%
印花税	1.07	0.12%	1.05	0.16%	2.72	0.28%	-	-
房产税	32.69	3.75%	-	-	33.43	3.49%	-	-
土地使用税	29.04	3.33%	-	-	24.74	2.58%	-	-
合计	871.25	100.00%	671.33	100.00%	957.91	100.00%	1,140.26	100.00%

报告期各期末，公司应交税费分别为 1,140.26 万元、957.91 万元、671.33 万元及 871.25 万元，占流动负债比例分别为 11.58%、9.06%、5.36%及 6.58%。公司应交税费主要为应交增值税和应交企业所得税。

报告期各期末，增值税的变动主要系：（1）应交增值税受企业销售和采购商品、材料及资产的规模所影响；（2）2018 年因增值税税收政策改革的影响，公司增值税税率于 2018 年 5 月 1 日起调整为 16%，2019 年 4 月 1 日起，公司税率调整为 13%。

2018 年末应交税费中的企业所得税较 2017 年末减少 471.74 万元，主要系研发加计扣除金额增加较大及利润下降所致，其中（1）2018 年企业研发费用支出较 2017 年增加 357.51 万元；（2）2018 年，企业根据财政部和国家税务总局联合发布《关于提高研究开发费用税前加计扣除比例的通知》（财税【2018】99 号），对研发费用加计扣除的比例提高到 75%。

(5) 其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020.6.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
押金保证金	395.37	85.23%	331.65	80.32%	205.10	64.57%	100.74	19.67%
应付暂收款	7.02	1.51%	14.33	3.47%	48.12	15.15%	298.83	58.34%
其他	61.49	13.26%	66.92	16.21%	64.42	20.28%	112.61	21.99%
合计	463.87	100.00%	412.90	100.00%	317.65	100.00%	512.18	100.00%

报告期各期末，公司其他应付款分别为 512.18 万元、317.65 万元、412.90 万元及 463.87 万元，占流动负债比例分别为 5.20%、3.00%、3.30%及 3.50%。公司其他应付款主要是押金保证金、应付暂收款构成，其他应付款中的应付暂收款主要为代收房租、代扣代缴职工社保公积金等费用。

2017 年末其他应付款中的应付暂收款金额较大，主要系子公司张小泉电商购买浙江运通电子商务有限公司电商业务时产生的应付款项所致。2018 年末其他应付款较 2017 年末减少 194.54 万元，主要系 2018 年重组业务已经实施完毕，公司不再产生因重组业务造成的应付暂收款所致。2019 年末其他应付款较 2018 年末增加 95.26 万元，主要系收取客户押金保证金增加所致。

3、非流动负债构成及变动分析

报告期各期末，公司非流动负债及构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.6.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
长期借款	3,935.58	94.73%	-	-	-	-	-	-
递延收益	80.00	1.93%	80.00	49.19%	-	-	-	-
递延所得税负债	138.87	3.34%	82.63	50.81%	-	-	-	-
合计	4,154.45	100.00%	162.63	100.00%	-	-	-	-

2020 年 6 月末，公司非流动资产较 2019 年末新增 3991.82 万元，主要系 2020 年公司子公司阳江张小泉新增向中国银行阳江分行长期借款 3,935.58 万元用于张小泉阳江刀剪智能制造中心项目建设所致。

(三) 资产周转能力分析以及与同行业上市公司比较情况

1、资产周转能力基本情况分析

报告期各期，公司与同行业上市公司的资产周转能力指标情况如下：

指标	公司	2020年1-6月 /2020.6.30	2019年度 /2019.12.31	2018年度 /2018.12.31	2017年度 /2017.12.31
存货周转率	爱仕达	0.83	2.55	2.62	2.80
	哈尔斯	0.96	3.08	3.48	3.30
	苏泊尔	2.83	5.79	5.31	5.01
	平均值	1.54	3.81	3.80	3.70
	中位数	0.96	3.08	3.48	3.30
	张小泉	1.20	2.90	3.43	3.65
应收账款周转率	爱仕达	1.34	3.88	4.32	5.30
	哈尔斯	2.62	8.08	9.35	9.46
	苏泊尔	4.06	10.66	10.78	10.47
	平均值	2.68	7.54	8.15	8.41
	中位数	2.62	8.08	9.35	9.46
	张小泉	10.51	15.73	12.51	9.93

报告期内，公司存货周转率逐年下滑，主要系报告期内随着业务规模的扩张，新产品的推出，新模式和新市场的开拓，对存货备货量的要求有所增加，公司存货规模总体呈上升趋势。

公司存货周转率高于爱仕达和哈尔斯，低于苏泊尔，处于行业中游水平，主要受公司产品结构、生产特性及经营策略影响。可比上市公司中苏泊尔公司存货周转率最高，苏泊尔公司销售产品结构中与公司产品近似的炊具占其销售比重在35%，其以电器类产品销售为主，因产品结构不同公司存货周转率低于苏泊尔公司；哈尔斯公司存货周转率与公司比较接近，主要从事不锈钢器皿（真空保温杯）等产品的研制、生产及销售，其主要采取经销模式销售自主品牌产品，与公司经营模式更接近；爱仕达公司存货周转率低于公司，主要从事厨房炊具（炒锅、煎锅、汤锅、奶锅、压力锅、蒸锅）等产品研制、生产及销售，爱仕达采用以大型卖场和连锁超市销售为主、经销为辅的国内营销网络，其所需存货数量更大、种类更多，因此爱仕达公司存货周转率较低。

报告期内，公司应收账款周转率高于同行业平均水平，主要系公司已建立较

为完善的应收账款管理制度，加之公司的品牌优势，对于经销商客户能够制定较为有利的信用政策，使得公司应收账款周转率处于较高的水平。

2、先款后货和给予信用期经销商相关情况分析

报告期内，公司在先款后货、给予信用期的经销商收入及占比情况如下表所示：

单位：万元

模式	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
先款后货	7,909.34	45.73%	13,672.01	43.16%	11,828.20	47.41%	7,918.73	41.89%
给予信用期	9,386.31	54.27%	18,009.01	56.84%	13,121.98	52.59%	10,985.29	58.11%
合计	17,295.66	100%	31,681.02	100%	24,950.18	100%	18,904.01	100%

报告期各期，公司先款后货的经销商销售收入分别为 7,918.73 万元、11,828.20 万元、13,672.01 万元和 7,909.34 万元，占主营业务收入比重分别为 23.60%、29.34%、28.51%和 31.97%；给予信用期的经销商销售收入分别为 10,985.29 万元、13,121.98 万元、18,009.01 万元和 9,386.31 万元，占主营业务收入比重分别为 32.74%、32.55%、37.55%和 37.73%。报告期内，先款后货、给予信用期的经销商销售收入均有小幅上升，对于新增经销商，公司通常采用先款后货的信用周期，后续根据经销商资信状况、发展潜力、双方合作情况、经销区域等综合考虑是否给予一定的信用额度。

(1) 对于给予信用期的经销商选取标准以及具体信用政策

1) 对于给予信用期的经销商选取标准

公司对于经销商制定了先款后货、月度授信两种信用政策。

经销商申请月度授信需要满足的条件如下：

① 年度销售指标 \geq 50 万元，且无历史不良记录；

② 对比上年度的实际回款额，当年销售指标增幅 \geq 20%；

③ 业务配合度高，符合公司发展战略，对张小泉发展有实际贡献或者有较大潜力的；

- ④ 上述条件符合第一条及其它任何一条的，可以向公司申请月度授信；
- ⑤ 月度授信的额度：当年度销售目标的 10%，高于 10%的由公司核定；
- ⑥ 重点扶持经销商等特殊授信约定，参照历年惯例由公司核定。

2) 对于给予信用期的经销商具体信用政策

月度授信是指经销商按照以当年度合同指标的一定比例作为授信额度，将每月 1 日（含）之后的进货在当月或次月底最后一个工作日前支付给公司。经销商需要签署《授信用款还款承诺书》，承诺在约定的期限内付清所欠授信贷款，如逾期支付则公司有权降低或取消其授信额度：第一次逾期的公司予以书面警告，第二次逾期的授信额度降为 50%，第三次逾期的取消授信额度。当客户进货货款超过授信额度时，需先支付超过授信额度部分的货款，公司收到货款后安排发货。

3、应收账款高于同行业原因分析

公司的销售模式包括直销、经销及代销三种方式，报告期内公司以经销模式为主，且经销收入占比逐年提高，2017 年至 2020 年 1-6 月公司经销收入占主营业务收入比重分别为 56.34%、61.89%、66.06%、69.51%。

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经销收入	17,295.66	31,681.02	24,950.18	18,904.01
经销收入占主营业务收入比例	69.51%	66.06%	61.89%	56.34%

直销模式下，公司对客户均采用先款后货的信用政策；代销模式下，公司对客户均给予一定信用期；经销模式下，公司采取先款后货与给予经销商信用期结合的信用政策。

报告期内，公司已建立较为完善的应收账款管理制度，加之公司的品牌优势，对于经销商客户能够制定较为有利的信用政策，使得公司经销模式下采取先款后货信用政策取得的收入占比稳定在较高水平，具体如下表所示：

会计期间	销售模式	先款后货	给予信用期	先款后货模式收入占比
2020 年 1-6 月	经销	7,909.34	9,386.31	45.73%
	直销	6,654.06	-	100.00%
	代销	-	931.11	-

会计期间	销售模式	先款后货	给予信用期	先款后货模式收入占比
	合计	14,563.40	10,317.42	58.53%
2019年	经销	13,672.01	18,009.01	43.16%
	直销	13,860.51	-	100.00%
	代销	-	2,414.40	-
	合计	27,532.52	20,423.41	57.41%
2018年	经销	11,828.20	13,121.98	47.41%
	直销	13,340.25	-	100.00%
	代销	-	2,023.04	-
	合计	25,168.45	15,145.02	62.43%
2017年	经销	7,918.73	10,985.29	41.89%
	直销	12,625.09	-	100.00%
	代销	-	2,026.58	-
	合计	20,543.82	13,011.87	61.22%

综上所述，公司销售以经销模式为主，报告期内注重对于经销商信用政策的管理，使得公司整体上通过先款后货的信用政策取得的收入占比保持在较高水平，从而将应收账款规模控制在较低水平。

4、应收账款核销情况及坏账计提准备与同行业对比情况分析

(1) 应收账款核销情况

报告期内，公司对于应收账款核销情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019年度	2018年度	2017年度
实际核销的应收账款金额	123.41	-	-

2019年度，公司将其对于家乐福集团、济南人民大润发商业有限公司的应收账款进行坏账核销，公司对上述两家客户的应收账款产生于2014年度以前，与上述两家客户的合作关系已于2014年终止，具体情况如下表所示：

单位：万元

客户名称	2019年末应收账款余额	2019年度坏账核销金额	2018年末应收账款余额	2017年末应收账款余额
家乐福集团	-	82.67	82.67	82.67
济南人民大润发商业有限公司	-	40.73	40.73	40.73
合计	-	123.41	123.41	123.41

(2) 同行业对比

同行业可比上市公司应收账款按照账龄计提坏账准备情况如下表所示：

公司名称	1年以内 (含1年)	1-2年 (含2年)	2-3年 (含3年)	3-4年 (含4年)	4-5年 (含5年)	5年以上
爱仕达	5	10	30	100	100	100
哈尔斯	3	20	80	100	100	100
苏泊尔	5	8	15	50	80	100
平均值	4	13	42	83	93	100
张小泉	5	20	50	100	100	100

注：同行业可比上市公司应收账款坏账计提比例数据取自其 2019 年年度报告。

由上表可知，发行人按照应收账款账龄计提的坏账准备比例高于同行业可比上市公司平均值，发行人应收账款坏账准备计提充分。

十四、负债能力、流动性与持续经营能力分析

(一) 偿债能力分析

1、主要债项情况

报告期末，公司主要债项为应付账款及预收账款，应付账款情况见本节之“十三、资产质量分析”之“(二) 负债构成分析”之“2、流动负债构成及变动分析”之“(1) 应付账款”；预收账款情况见本节之“十三、资产质量分析”之“(二) 负债构成分析”之“2、流动负债构成及变动分析”之“(2) 预收账款”。

报告期末，公司不存在逾期未偿还债项，不存在借款费用资本化情形。

2、未来偿还债务及利息金额与偿债能力分析

截至报告期末，公司可预见的未来需偿还的负债主要为应付账款及合同负债，其中：应付账款 9,414.57 万元，主要为对供应商的货款及劳务费；合同负债 1,709.15 万元，主要为经销商或客户预交货款。公司营业收入及扣除非经常性损益后归属于母公司所有者净利润整体呈增长趋势，同时公司银行资信状况良好，与大部分供应商保持了良好的合作关系，预计未来不存在债务无法偿还的风险。

3、偿债能力与资本结构指标

报告期内，公司主要短期偿债能力及资本结构指标情况如下：

财务指标	2020年.6.30/2020年 1-6月	2019.12.31/2019年度	2018.12.31/2018年度	2017.12.31/2017年度
流动比率（倍）	2.18	2.39	2.42	2.05
速动比率（倍）	1.20	1.50	1.65	1.39
资产负债率（合并）	30.60%	24.23%	24.57%	25.97%
资产负债率（母公司）	34.05%	29.67%	30.81%	24.62%
息税折旧摊销前利润（万元）	5,080.35	10,807.96	7,154.10	6,856.40
归属于发行人股东的净利润（万元）	3,281.46	7,230.07	4,380.85	4,841.62
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	3,202.18	6,229.54	4,298.31	2,069.53
利息保障倍数（倍）	/	2,357.20	-	16.55
归属于发行人股东的每股净资产（元）	3.37	3.39	2.77	2.40
每股经营活动产生的现金流量净额（元）	0.31	0.75	0.35	0.41

注：上述财务指标的计算公式如下：

- 1、流动比率=流动资产÷流动负债
- 2、速动比率=(流动资产-存货)÷流动负债
- 3、资产负债率=总负债÷总资产
- 4、息税折旧摊销前利润=净利润+所得税费用+利息支出-利息收入+折旧费用+摊销费用
- 5、归属于发行人股东的净利润=归属于母公司所有者的净利润
- 6、归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润=净利润-少数股东损益-税后非经常性损益
- 7、利息保障倍数=(税前利润+利息支出)÷利息支出
- 8、归属于发行人股东的每股净资产(元)=期末净资产÷当期股本总额
- 9、每股经营活动的现金流量净额=经营活动产生的现金流量净额÷当期股本总额

报告期内，随着生产经营规模的迅速增长，公司流动比率和速动比率整体不断优化，合并口径资产负债率持续下降。同时，盈利能力的显著改善使得短期偿债能力不断提升。2019年较2018年息税折旧摊销前利润等指标大幅增长，公司偿债能力不断改善。

4、偿债能力分析以及与同行业上市公司比较情况

报告期各期末，公司与同行业上市公司的偿债能力指标情况如下：

指标	公司	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动比率	爱仕达	1.24	1.13	1.54	1.52
	哈尔斯	1.20	1.26	1.03	1.19
	苏泊尔	1.86	1.98	1.91	1.95
	平均值	1.43	1.45	1.49	1.55
	中位数	1.24	1.26	1.54	1.52

指标	公司	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
	张小泉	2.18	2.39	2.42	2.05
速动比率	爱仕达	0.79	0.73	1.02	1.06
	哈尔斯	0.80	0.81	0.55	0.71
	苏泊尔	1.45	1.52	1.41	1.40
	平均值	1.01	1.02	0.99	1.06
	中位数	0.80	0.81	1.02	1.06
	张小泉	1.20	1.50	1.65	1.39
合并资产负债率	爱仕达	54.62%	58.43%	51.83%	48.30%
	哈尔斯	61.56%	57.54%	53.45%	51.04%
	苏泊尔	43.92%	42.23%	44.45%	43.32%
	平均值	53.37%	52.73%	49.91%	47.55%
	中位数	54.62%	57.54%	51.83%	48.30%
	张小泉	30.60%	24.23%	24.57%	25.97%

报告期各期末，公司流动比率分别为 2.05、2.42、2.39 及 2.18，速动比率分别为 1.39、1.65、1.50 及 1.20，公司经营状况和资本结构良好，流动比率和速动比率保持在较高水平，高于同行业可比公司，短期偿债能力较强。2019 年流动比率、速动比率下降主要系 2019 年公司生产销售规模增长，对外采购量增加使得应付账款增加所致。

报告期内，公司资产负债率持续保持在较低水平，低于同行业可比公司，主要系报告期公司经营状况良好，现金流充足，无外部债务融资，负债金额较低，公司长期偿债风险较小。

（二）报告期内股利分配的实施情况

根据 2020 年 03 月 03 日公司 2019 年度股东大会通过《关于 2019 年度利润分配预案》，以公司截至 2019 年末总股本 117,000,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利 3.00 元（含税），共计派发现金红利 3,510 万元（含税）。

（三）现金流量分析

报告期各期，公司现金流量情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
----	--------------	---------	---------	---------

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
经营活动产生的现金流量净额	3,587.89	8,731.61	4,106.83	4,812.87
投资活动产生的现金流量净额	-4,949.24	-10,297.74	-592.15	-8,162.38
筹资活动产生的现金流量净额	504.29	-0.0012	-	10,465.29
现金及现金等价物净增加额	-856.09	-1,565.77	3,513.94	7,115.78
净利润	3,281.46	7,230.07	4,380.85	4,884.16

1、经营活动现金流量分析

报告期各期，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 4,812.87 万元、4,106.83 万元、8,731.61 万元及 3,587.89 万元。

2018 年经营活动产生的现金流量净额较 2017 年减少了 706.04 万元，主要系公司 2018 年从福建大利五金科技有限公司采购工业剪采用预付模式，使得预付款增加 1,000 万元所致。

2019 年经营活动产生的现金流量净额较 2018 年增加了 4,624.78 万元，主要系销售商品收到的现金增加所致。

2、投资活动现金流量分析

报告期各期，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-8,162.38 万元、-592.15 万元、-10,297.74 万元及-4,949.24 万元。

2017 年度，公司投资活动产生的现金流量净额为负数，主要系购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金增加较多所致。

2018 年度及 2019 年度，公司投资活动产生的现金流量净额为负数，主要系公司使用经营性闲置货币资金购买银行理财产品所致。

3、筹资活动现金流量分析

报告期各期，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 10,465.29 万元、0.00 万元、-0.0012 万元及 504.29 万元。

2017 年度，公司筹资活动产生的现金流量净额为正数，主要系吸收投资收到现金 22,200 万元，偿还债务 9,000 万元，分配股利、利润或偿付利息支付 2,085.53 万元所致。

（四）重大资本性支出计划及资金需求量

1、报告期内资本性支出的分析

公司的资本性支出主要系公司厂房、机器设备和土地使用权的购置款。报告期各期，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为16,038.55万元、1,380.17万元、6,542.50万元及7,270.96万元。

2、未来可预见的重大资本性支出计划及资金需求量

公司未来两年资本性支出项目主要为募集资金投资项目，具体内容请见招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”。

（五）流动性风险分析

报告期各期末，公司流动比率、速动比率高于同行业可比公司平均水平，公司经营状况和资本结构良好，短期偿债能力较好；报告期内，公司资产负债率持续保持在较低水平，低于同行业可比公司，主要系报告期公司经营状况良好，现金流充足，无外部债务融资，负债金额较低，公司流动性风险较低。

（六）持续经营能力分析

公司是专业生产各类刀剪及现代生活五金用具的工业企业，是目前国内生产规模较大、生产技术较为先进、产品质量较高、品牌影响力较强的行业企业之一。张小泉是国家商务部认定的第一批中华老字号，其产品标识被国家工商总局认定为我国刀剪行业驰名商标。

报告期内，公司抓住发展机遇，巩固并提升市场份额，同时不断加强销售网络建设。2017年、2018年、2019年度及2020年1-6月，公司分别实现主营业务收入33,555.68万元、40,313.47万元、47,955.93万元及24,880.83万元，实现业绩的快速增长。2017年，我国刀剪行业规模以上企业平均主营业务收入为2.05亿元，公司的主营业务收入系刀剪行业规模以上企业平均主营业务收入的1.64倍，公司在品牌知名度、产品品类布局、设计研发能力、销售网络覆盖程度等方面较其他刀剪生产企业相比具有较大优势，因此存在巨大的市场空间。

具体情况如下：

1、发行人的未来发展空间、公司经营业绩具有成长性

发行人所处行业前景较为广阔，生产管理提升奠定企业发展基础，新的市场需求为公司创造新的盈利增长点，销售网络的拓展与丰富亦将为公司创造新的市场空间，具体情况如下：

（1）行业具有广阔的成长空间

公司所处行业具有广阔的市场空间。Euromonitor 数据显示，2019 年中国厨房市场的规模为 991.82 亿元，至 2024 年，市场规模预计将达到 1,397.99 亿元，年均复合增长率将达到 7.11%。其中，发行人仅占中国厨房市场份额的 0.5%，具有较大的成长空间。

此外，公司其他生活家居用品的未来市场空间可期。随着消费者日益重视居住体验及个性化消费，家居生活用品行业已逐步成为消费增长的核心阵地之一。根据 Frost&Sullivan 数据，2020 年至 2024 年，生活用品行业预计年均复合增长率达 10.84%，高于零售行业整体的 5.99%。而公司目前的其他生活家居用品品类的业务规模较小，未来成长空间较大。

（2）生产管理提升奠定企业发展基础

未来公司将不断提升生产管理能力。在围绕管理信息化、过程自动化、组织精益化、现场标准化、模式订单化和质量国际化这个“生产六化”的基础上，精准定位东洲基地和阳江基地的生产协同关系，充分有效服务好公司前端业务需求；精准认识到工厂原有生产成本、工艺、品项与市场当下和未来需求的差异，迅速找到突破口，实现成本降、工艺换、品项新的自我改变；精准配合公司纵向、横向、立向的发展战略，为公司“贸技工”规划和联动产业发展战略提供有效的支撑。

（3）消费者对新产品的市场需求为公司创造新的盈利增长点

为顺应市场的发展趋势、满足消费者不断变化的需求，公司持续研发新产品，创造新的盈利增长点。2018 年至 2020 年 1-6 月，公司当期研发新产品的数量、金额以及占当期销售金额的情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度
新增产品数量（件）	172	200	90
销售金额（万元）	7,102.36	6,816.98	828.92

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度
占销售额比重(%)	28.55	14.22	2.06

由上表可见，公司报告期内的新增产品数量逐年增加，新产品的对外销售金额亦随之增加，占当期销售额的比重亦逐步提升。

未来，公司将以“圈定消费场景”为业务发展战略，逐步构筑并完善“厨房场景”、“梳妆场景”、“家居场景”、“阳台花园场景”等多个消费场景下的产品矩阵。近年来，“阳台花园场景”下的电动剪刀、“厨房场景”下的锅碗漏勺等特定场景产品的销量逐步提升，验证了发行人品牌在不同产品领域的延展性，也说明了在特定场景中消费关联的可能性，为发行人构筑了较好的竞争壁垒及发展空间，为公司在刀、剪以外的其他生活家居用品品类的拓展积累了实践经验。

报告期内，公司其他生活家居用品的销售额不断上升，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
其他生活家居用品收入	4,371.40	7,833.47	4,952.95	3,624.21
主营业务收入	24,880.83	47,955.93	40,313.47	33,555.68
占比	17.57%	16.33%	12.29%	10.80%

公司将在下游消费市场的需求高端化、多样化的大背景下，通过持续研发投入、推出创新产品，保持刀、剪等核心产品品类的市场竞争力，择机进入工业刀具、屠宰制品、切割刀片等相关工业制品类目；与此同时，公司亦将顺应场景化的发展方向，拓展在其他生活家居用品类目的产品，通过自产、OEM以及品牌授权相结合的方式，择机进入杯壶、功能小家电、五金配件、五金工具、家居日用等相关生活消费品细分领域，为公司的主营业务创造新的盈利增长点。

（4）销售网络的拓展与丰富将为公司创造新的市场空间

公司未来的销售工作重点如下：1、重点关注竞品，要在价格带、产品性价比、产品供给、牌面管理和营销活动五个方面全面竞争；2、重点关注新产品导入，尤其是矩阵式的导入，将有限的资源优先使用到新品推广的工作中去；3、重点防范选品不慎的问题发生，关注各渠道库存情况与周转情况，提高产品的周转率；4、重点关注渠道的活动和数据波动情况，在活动中嫁接公司品牌与市

场资源，在数据分析中找到危与机；5、重点关注主流商超系统的电子化平台，培养经销商的电商意识，公司自身的中台部门应当主动前凸，协助经销商进行二次选品，条件允许的情况下，更应推动“商超流量+经销商服务+公司直播（内容）”等创新营销项目，深化厂商与商超的全面合作，最大限度地开拓商机；6、重点关注核心渠道的自主品牌、自营品牌的发展，争取品牌合作联营，为消费者输出优质的产品与服务，另一方面，也是通过与国际国内大商家的合作，提升工厂的管理与作业水平。

公司将进一步拓展销售渠道、丰富销售网络，为公司创造新的市场空间，具体情况如下：

1) 境内市场

通过销售渠道布局，公司销售区域将由现在的主要集中于浙江省、江苏省、山东省等区域逐步扩展至全国各地，部分相对成熟的产品通过渠道下沉及拓展，预计将在新的区域市场焕发新的生机，具体情况如下：

① 线下渠道

在一二线城市，公司主要布局满足中高端消费者对产品品质和差异化需求的线下零售门店，以及通过经销、代销渠道布局满足普通消费群体需求的超市及批发市场、满足临时购物便利性需求的街边零售小店、连锁便利店等。公司将对原有店铺进行体验式改造，尝试体验式店铺、商圈店铺、仓储式店铺的研究和开设，为未来店铺发展积累更多新零售样本；公司将提升会员体系建设力度，完善用户画像，为未来公司进行精准营销提供数据基础。

在三四线城市以及县域市场，公司将继续推进“换门头、上货架、定产品”的组合拳，继续扩大下沉渠道的人员投放和道具投放，利用经销商资源开拓下沉市场，关注五金、百货、厨房用品、小超市等多种形态的终端售点，在过程中对于经销商逐步提出人车配置、专营专销的工作要求，进一步提升公司产品的市场渗透率。

② 线上渠道

近年来，公司紧跟电商发展的发展趋势，逐步搭建线上销售平台，通过直销、经销、代销模式布局天猫系、京东系等主流电商平台，亦通过经销商涉足

唯品会、拼多多等新兴电商平台；同时，随着直播电商的兴起，公司与网红主播开展合作，尝试直播销售。目前，公司的电商渠道已遍布淘宝、天猫、京东、唯品会等主流平台，报告期内公司线上销售占比亦逐年升高。2017年至2020年1-6月，公司线上销售金额占比分别为34.02%、35.54%、39.29%以及50.77%。

未来公司将不断开拓传统电商、直播等各种数字经济条件下新的营销方式、系统和手段。发挥传统电商系企业产品投向市场第一阵线和第一门户的作用，重视传统电商在品类测试、款型测试、质量测试和价格带测试中的作用，嫁接产品中心和品质中心资源，形成前后合力；重视传统电商在快速树立企业产品形象和品牌形象上的作用，嫁接品牌与市场中心资源，形成品牌投放新战线。公司将维持整体电商规模在企业整体发展道路上的健康比例，维持电商直营业务和电商经销商业务的有序互补，促进电商产品的品牌外延、价格带外延和品类外延，进一步发挥电商业务对于线下产品常规销售业务、礼品团购业务、实体门店业务与售后服务业务的支撑作用。

2) 境外市场

Euromonitor 数据显示，2019 年度全球厨房市场规模达 571.66 亿美元，约 75% 来自于中国以外的市场。与此同时，公司境外销售占比较低，有巨大的增长空间。2017 年至 2020 年 1-6 月，公司直接出口的销售额仅为 24.20 万元、139.69 万元、332.14 万元以及 116.05 万元，占当期主营业务收入的比例仅为 0.07%、0.35%、0.69% 以及 0.47%。未来，公司将以亚洲市场为突破口，辐射澳洲、美洲市场，实现对境外大型商超市场的覆盖；同时，公司将关注国际电商平台，建设完善公司的跨境电商渠道，包括 LAZADA、Shopee、亚马逊国际站等境外跨境电商平台，为进一步打开境外市场提供强有力的渠道支持。

2、发行人产品与现有市场高端、低端刀剪产品相比的竞争优势

得益于公司多年在行业内的浸润，公司拥有较为丰富的产品线，主要分布在低端至高端产品界别，少部分分布在尖端产品界别，与同行业公司不同界别的产品市场相比，具有一定的竞争优势。

整体来看，相比其他行业内主要竞争对手，公司在相同价格下的产品更具有质量优势，具体情况如下：

竞争优势	具体表现
性价比优势	在中低端市场，公司主要使用来自大型钢材厂制胚的 30Cr13 不锈钢型材，保障了产品的材料稳定性和安全性，较国内主要竞争品牌具有更高的质量优势； 在高尖端市场，公司使用 50Cr15Mov 及更高级别材料，其拥有与德国、日本进口型材相似的材料特性，使得输出产品的耐磨度、锋利度达到国际标准，相较国外竞争品牌具有较高的性价比优势。
渠道优势	得益于公司多样化和多梯队的产品矩阵，公司在线下零售门店渠道及电商渠道布局高尖端产品，通过经销、代销、直销等模式在商超、电商渠道布局中端产品、在批发流通、县域售点布局低端产品，多种终端业态构建了全方位、立体化的销售体系。此外，由于公司线上渠道建设较早，电商运营水平相对成熟，近几年公司相关店铺在刀具、剪具等发行人核心品类的排名均名列前茅。相比公司，同行业竞争对手受制于产品线纵深、单一产品定位或自身品牌的延展力等因素，尚未形成兼具深度及广度的全国营销网络。
品牌优势	在国潮风盛行的窗口期，作为中国第一批中华老字号企业，从品牌认知度、品牌记忆度、品牌关注度等维度来看，发行人的品牌优势日益凸显。
产品创新性	近年来，公司不断拓展产品品类，在厨房司工刀具领域、不锈钢、尼龙和硅胶杂件领域、园林工具领域、个人护理用品、个人清洁用品领域产品线实现增长。反观竞争对手，国际高端品牌受制于全球管理的决策机制，快速产品反应能力相对受限，容易造成国内市场新品开发的水土不服，国内品牌则因为更关注中低端市场，导致创新力相对匮乏，加之品牌影响力的差异，使得公司在产品创新方面居于行业前列。
产品认可度	公司十分注重品牌美誉度的维护。公司系行业内较早建立 400 客服电话的企业，近几年亦不断完善自身的产品服务保障体系，建立完成了包含 400 电话反馈、电商评价反馈、门店消费者诉求反馈、CRM 会员反馈在内的综合性的售后服务保障体系，从机制上确保了刀剪具行业完备的售后服务体系。此外，公司多年来践行的志愿者刀剪修磨服务队为终端客户深入开展免费修磨服务，进一步提升公司产品在消费群体的认可度及喜爱度。

3、发行人能够保持市场竞争地位的稳定性，未来持续经营能力不会发生重大不利变化

发行人所处行业具备广阔的成长空间。在这样的行业大背景下，公司掌握行业内的核心技术及工艺，享有沉淀历史文化、客户认知度及喜爱度的老字号品牌，拥有具备市场竞争力的产品，拥有经验丰富的管理及技术研发团队，亦具备不断扩展及下沉、线上线下融合的多元化销售渠道。为顺应市场发展的新趋势，公司持续进行技术创新、工艺创新、产品创新，提升公司的市场竞争力，维护公司的市场竞争地位。

报告期内，公司经营业绩稳定增长、财务状况良好。2017年至2019年，公司营业收入分别为 34,132.06 万元、41,009.42 万元及 48,401.49 万元，年均复合增长率为 19.08%；净利润分别为 4,884.16 万元、4,380.85 万元及 7,230.07 万元，年均复合增长率为 21.67%。

综上，公司能够保持市场竞争地位的稳定性，公司未来持续经营能力方面不会发生重大不利变化。基于公司报告期内的业绩、国家近年来刀剪制造行业发展状况，公司认为自身不存在重大持续经营风险。

十五、填补被摊薄即期回报的措施及承诺

（一）首次公开发行股票摊薄即期回报对公司每股收益的影响

本次公开发行募集资金将用于本公司主营业务发展，募集资金使用计划已经本公司管理层的详细论证，符合本公司的发展规划。由于募集资金投资项目需要一定的建设期，对本公司的经济效益需要一定时间才能显现，同时募集资金到位当年本公司的股本将有所增加，因此预计募集资金到位当年扣除非经常性损益后的基本每股收益和稀释每股收益将存在下降趋势。

（二）董事会选择本次融资的必要性和合理性

公司董事会选择本次融资的必要性和合理性的详细内容详见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”之“二、张小泉阳江刀剪智能制造中心项目”之“（三）项目建设的必要性”及“（四）项目建设可行性分析”。

（三）本次募集资金投资项目与发行人现有业务的关系，发行人从事募集资金项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

公司属于日用五金制造行业，主要生产中高端刀剪产品，对刀剪的材料研发、外观设计、生产工艺有较高的要求。目前，虽然母公司张小泉股份有限公司（以下简称“张小泉股份”）的研发设备在国内处于领先水平，但与国际刀剪企业相比仍有一定差距，缺乏高端、先进的研发软硬件设备。同时，研发人员不足，对材料研发、产品外形设计、品质检测、生产工艺升级方面的技术人员需求较大。

本次公开发行募集资金建设的“张小泉阳江刀剪智能制造中心项目”，一方面阳江张小泉新产品可以直接在阳江研发中心进行样品试制，便捷又高效，极大地提升了生产效率，节省了时间及资金成本；另一方面，阳江是“中国刀剪之都”，刀剪行业人才较多。通过在阳江研发中心招募刀剪行业人才、引进高新设备可以提高公司的整体研发实力，缩小与国际刀剪行业企业的差距。

本次公开发行募集资金建设的“企业管理信息化改造项目”将为公司总体运

营提供信息化和网络化支持，为公司实现业务一体化信息管理提供长远支持。

募集资金投资项目的建设，有利于提高公司的综合服务能力和市场占有率，有利于进一步提高公司在业内的影响力。

本次募集资金投资项目是公司现有业务的强化与延伸，募集资金投资项目实施后，公司主营业务、经营模式不会发生变化。

（四）填补被摊薄即期回报的措施

1、提高公司日常运营效率、降低公司运营成本、提升公司经营业绩的具体措施

（1）增强现有业务板块的竞争力，加强财务管理，进一步提高公司盈利能力

本公司将进一步积极探索有利于公司持续发展的业务开展及销售模式，进一步拓宽与国内外知名作者的合作范围，以提高营业收入，降低成本费用，提升利润水平；将加强应收账款的催收力度，努力提高资金的使用效率，设计更合理的资金使用方案，控制资金成本，节省公司的财务费用支出；本公司也将加强企业内部控制，进一步推进预算管理，优化预算管理流程，加强成本控制，强化预算执行监督，全面有效地控制公司经营和管控风险。

（2）加快募投项目实施进度，加强募集资金管理

本次募投项目均围绕本公司主营业务展开，其实施有利于提升本公司竞争力和盈利能力。本次发行募集资金到位后，本公司将根据《公司章程（草案）》、《募集资金管理制度》等相关法律法规的要求，加强募集资金管理，规范使用募集资金，以保证募集资金按照既定用途实现预期收益。同时，本公司将加快推进募投项目实施，以确保募投项目早日实现预期收益。

（3）完善利润分配政策，强化投资者回报

为了进一步规范公司利润分配政策，本公司按照《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》、《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》的要求，并结合公司实际情况，经公司股东大会审议通过了公司上市后适用的《公司章程（草案）》。本公司的利润分配政策和未来利润分配规划重视对投资者的合

理、稳定投资回报，本公司将严格按照其要求进行利润分配。

（五）公司董事、高级管理人员对上述填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺

本公司董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行作出如下承诺：

- 1、承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益。
- 2、承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束。
- 3、承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动。
- 4、承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。
- 5、若公司后续推出公司股权激励政策，承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

（六）公司控股股东、实际控制人作出的承诺

本公司实际控制人张国标、张樟生、张新程、控股股东张小泉集团作出如下承诺：承诺不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

（七）中介机构核查意见

保荐机构认为：公司本次公开发行募集资金将用于主营业务发展，募集资金使用计划已经公司管理层的详细论证，符合公司的发展规划；由于募集资金投资项目需要一定的建设期，对公司的经济效益需要一定时间才能显现，同时募集资金到位当年公司的股本将有所增加，因此预计募集资金到位当年扣除非经常性损益后的基本每股收益和稀释每股收益将存在下降趋势；本次融资具有必要性和合理性；本次募集资金投资项目围绕公司现有业务展开，关联度较高，公司在人员、技术、市场等方面储备充足；公司已制定切实可行的填补即期回报、增强持续回报能力的措施，公司董事、高级管理人员已对公司填补回报措施切实履行作出承诺，该等措施有助于减少首次公开发行股票摊薄即期回报的不利影响、有利于公司的健康可持续发展。

第九节 募集资金运用与未来发展规划

一、募集资金投资概况

(一) 募集资金投资项目

经 2020 年 6 月 13 日召开的公司第一届董事会第十一次会议以及 2020 年 6 月 29 日召开的 2020 年第二次临时股东大会审议通过, 公司公开发行新股的募集资金扣除发行费用后, 将按照轻重缓急顺序投资以下项目:

单位: 万元

项目名称	项目总投资	募集资金使用金额	建设期	项目备案编号	项目环评批复/备案
张小泉阳江刀剪智能制造中心项目	35,436.71	35,436.71	18 个月	2019-441702-33-03-033519	阳环(江)建审[2020]2 号
企业管理信息化改造项目	4,095.00	4,095.00	36 个月	2019-330111-33-03-801785	注 1
补充流动资金	6,000.00	6,000.00	-	-	-
合计	45,531.71	45,531.71	-	-	-

注 1: 根据杭州市生态环境局富阳分局于 2020 年 1 月 9 日出具的《情况说明》, 张小泉股份的企业管理信息化改造项目不属于环评审批或备案范围, 无需办理环评报批手续

若公司募集资金不能满足拟投资项目的资金需求, 公司将通过自筹资金解决。若公司所募集资金超过拟投资项目的资金需求, 超过部分将按照国家法律、法规及中国证监会的相关规定履行法定程序后做出适当使用。本次公开发行募集资金到位之前, 若公司已根据项目的实际进度以自筹资金先行投入的, 在募集资金到位之后将予以置换。

本次募集资金投资项目实施后不产生同业竞争, 或者对公司的独立性不产生不利影响。

(二) 募集资金使用管理制度

募集资金将存放于发行人董事会决定的募集资金专户, 集中管理、专款专用。发行人已经根据相关法律法规制定了募集资金使用管理制度, 将严格按照有关规定管理和使用本次募集资金。

(三) 募集资金对发行人主营业务发展的贡献、对发行人未来经营战略的影响、对发行人业务创新创造创意性的支持作用

发行人本次募集资金将投入公司张小泉阳江刀剪智能制造中心项目、企业管理信息化改造项目及补充流动资金。

张小泉阳江刀剪智能制造中心项目的实施将有利于公司扩大规模和引进先进智能化自动化设备，进一步增强各类产品品质的稳定性，同时，项目中的研发中心将成为公司产品关键技术的研发、新技术的成果转化与产业化的基地、吸引与凝聚人才的平台，其建设将有利于促进研发成果的转化，提升公司产品的质量和性能，完善自主研发体系，提升公司的核心竞争力，为公司的持续技术创新提供设备、人才等支持。

企业管理信息化改造项目的实施则将有利于公司信息化平台的全面升级，帮助公司对各经营环节和营销网络节点进行实时控制，做到管理科学化和数字化、流程自动化，为公司提高经营效率、降低管理成本起到积极作用，亦将促进公司在生产管理环节的新业态与传统刀剪业务的进一步融合。

二、张小泉阳江刀剪智能制造中心项目

(一) 项目概况

本项目实施主体为阳江市张小泉智能制造有限公司。建设内容主要包括建设厂房、生产线、配套设施、研发中心等。预计总投资额为 35,436.71 万元，建设期为 18 个月。

(二) 项目实施方案

1、项目建设地点

项目选址位于广东省阳江市江城银岭科技产业园 B7.6-2 地块，项目建设土地已取得土地使用权权属证明(不动产权证:粤(2019)阳江市不动产权第 0039043 号)。

2、项目建设内容

(1) 扩产方向

搭建生产扩建厂房，同时增加消防、环保等配套设施；另外购买项目生产相配套的生产设备、起重设备等，形成刀剪等相关产品 3,010 万把/年的生产能力。

(2) 研发中心方向

1) 材料及产品研发

通过对新型材料、电动刀剪、园林剪及其他厨房杂件的研发，以期在降低成本、提升产品质量的基础上，全面覆盖市场需求。

2) 生产工艺升级改造

改进精冲模具技术、自动磨削技术并开展对于真空淬火技术及悬挂式五金件 360 度热处理技术的研究，以提高公司的自动化水平，减少人工成本，提升生产效率。

3) 检测中心建设

搭建检测中心，以形成技术共享平台、完整的配套产业链，使产品更好地适应市场，逐步实现产业升级。

3、生产技术及工艺流程

项目的技术、工艺情况请参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务及主要产品情况”之“(四) 发行人主要产品及工艺流程图”。

4、主要设备的选型和配置

项目的设备选型和配置一方面需要保证产品质量，另一方面需要兼顾经济的合理性、以及生产的安全性，所选取的主要设备如下：

序号	设备名称	数量(台/套)
1	冲压设备	25
2	热处理设备	7
3	抛光设备	45
4	磨削设备	65
5	注塑设备	10

序号	设备名称	数量（台/套）
6	开锋及装配设备	25
7	包装设备	10
8	仓储物流设备	10
9	环保设备	5
10	不锈钢杂件（铲勺刀叉）设备/产线	2
11	园林剪设备/产线	2
12	其他机械加工设备（模具、机器人）	30
13	研发、检测、实验室设备	50

5、主要原辅材料与能源供应

本项目主要原材料为不锈钢卷料、不锈钢板、PVC料和ABS料。本项目原材料主要从国内采购，均有稳定来源，公司与供应商有长期业务关系，可以保证项目达产后的物料供应。本项目所需辅料主要为五金低值易耗品等供应充足。

本项目运行期间所需能源主要为电力及水。项目实施地点位于广东省阳江市江城银岭科技产业园，工业园区内基础设施齐全，电、水等能源供应充足。

（三）项目建设的必要性

随着市场需求的增长，公司业务规模不断扩大，原有生产车间和设备已无法满足下游客户对产品的需求，制约公司的发展。本项目通过新建阳江刀剪智能制造中心项目，提升公司的产能，提高公司的生产工艺水平，提升公司的市场占有率，进一步增强公司的市场地位及盈利能力。

1、扩大产能、提升收入、巩固市场份额

公司专注于剪具、刀具、套刀剪组合、其他生活家居用品的生产、销售，经过多年的发展，公司的生产规模、产品创新、质量管理、品牌影响力不断提升。

随着市场规模的逐步扩大，公司营销网络和渠道的不断扩张，公司现有的生产线及人员已经不能满足公司快速增长的市场需求。如果现有产能增速无法与未来市场需求保持同步，将会导致公司的渠道商以及客户的流失，从而给竞争对手提供了增加市场份额的机会，最终将导致公司面临市场份额下降及品牌影响力下降的风险。

由于公司目前产能趋于饱和,因此有必要扩大生产规模,增强产品供应能力。随着行业和公司的进一步发展,配套设施完善,具备规模化、标准化、自动化生产能力的厂房将为公司深入拓展业务,继续扩大收入和利润规模创造良好条件。

2、改进生产工艺,提高管理效益

作为一家历史悠久的刀剪生产商,公司一直高度重视产品研发工作和技术升级改造工作,并形成了一些特有的生产工艺技术;在多年的发展历程中沉淀出一整套完善的生产体系,产品质量稳定可靠,可以很好地满足客户的需求。然而受场地、设备等方面的限制,公司生产制造部门的效率尚存在一定的提升空间。

本项目通过生产场地的扩充和合理配置,并引进先进的生产、检测、仓储、管理等软硬件设备,可提高公司整体的生产和运行效率。通过扩大规模和引进先进智能化自动化设备,进一步增强各类产品品质的稳定性,降低人工成本、避免了生产淡旺季中的人工不均衡问题,为公司在市场竞争中巩固并提升市场份额、增强行业领导地位打下坚实基础。

3、提高自主研发实力、夯实企业综合实力

公司对研发中心的投入,有利于提升公司产品的质量和性能。公司研发中心的扩建将标志着公司自主研发体系已趋于完善,将大幅提升公司的核心竞争力,促进张小泉产品和品牌全面进入国际市场,不断提升公司的行业竞争力和整体的综合实力。

除此之外,公司的研发中心今后将成为公司产品关键技术的研发、新技术的成果转化与产业化的基地、吸引与凝聚人才的平台,这将为树立企业良好的品牌形象,增强创新活力提供持续动力。

(四) 项目建设可行性分析

1、丰富的管理经验和良好的员工团队

公司管理层具备丰富的管理经验和前瞻性的视野,对市场需求和消费者心理有着深刻理解,带领公司不断实现产品及模式创新,奠定了公司成功的重要基础。公司拥有一支业务扎实、充满活力的员工团队,成为了公司保持行业竞争优势及发展动力的重要因素。此外,公司通过内外部培训等机制挖掘员工潜力、因材施

教进行人才培养，打造了一批和公司文化高度契合、具有较高忠诚度且业务技能扎实的员工团队。

公司建立了严格与开放并存的管理制度，例如公司在廉政方面对员工进行严格的规章制度要求，同时也建立了透明、简单、信任的“企业一员工”高效沟通机制，通过“总经理信箱”沟通体系让员工来驱动企业各项制度、流程、管理的完善，发挥员工团队的主观能动性，建立有效的创新机制。此外，公司积极培养员工的敬业奉献精神和社会责任感，为企业发展注入新的活力。

2、完善的质量管理体系及运营机制

公司具有完善的质量管理体系及运营机制。公司坚持核心环节自主控制，构建重度垂直的业务模式，通过供应商准入、入库严格质检、仓储库存自主管理等措施实现对产品质量的把控。公司严格按照 ISO9001:2015 标准要求，建立了系统的品质控制体系，从质量管理网络、管理制度、人员配置到产品的检测、测试能力建设等多个方面，来规范质量控制工作，对每一件产品均严把质量关，全过程考虑产品的可靠性、维修性、保障性、测试性、安全性及环境适应性。公司设有专职质量检验岗位，严格执行自检、互检和专检制度，生产过程、采购、外协、成品出厂等各个环节均须严格检验。另外，公司配置有多项检测设备、检测仪表等设备，保证了常规产品的检验。

为增强检测能力，定量化控制产品质量，公司建立了独立的检验、测试中心，对来料、制程、成品等相关产品主要的技术参数实施监控。测试中心各种检测设备较齐全，可以对公司内部原料入厂、生产制造到成品出厂的整个制造过程进行全程测试监控。目前公司在硬度测试、锤击试验、过程能力控制、厚度测试、锋利度测试、粗糙度测试等多个主要质量要求指标方面均已实现全流程跟踪。

为了保证产品质量，公司不断改进管理模式，对生产线进行物联网的信息化改造，提升精细化管理水平。2019 年公司的信息化改造传统制造业——张小泉智能工厂物联网项目获得由浙江省企业联合会和浙江省企业家协会联合颁发的浙江省企业管理现代化创新成果一等奖。

3、良好的销售渠道及品牌影响力

公司具有良好的销售渠道和品牌影响力。公司通过在全国各省会城市设立分

支机构，布局连锁超市、门店、电商等多种终端，构建了全方位立体化的营销网络。根据各销售渠道的特性，公司对品牌做了清晰的定位：线下直营门店主营中高端产品；在电商和超市渠道销售高性价比产品；其他销售渠道则主推大众化的消费产品。

线下销售渠道是公司传统的优势营销渠道，近年通过深挖潜力，销售渠道得到了巩固。在发达的销售渠道影响下，公司产品遍布全国，范围北至吉林延边、新疆喀什，南至云南昆明、广西兴安等地，部分产品更远销东南亚以及欧美等国际市场。公司高度重视与大型商超的合作，经过公司对客情关系的维持及超市品牌推广的优化，KA 渠道成为公司近年来销售业绩增长的重要动力。

线上销售渠道成为公司近年业务增长的重要营销渠道。公司于 2011 年在电商平台“天猫”开设了官方旗舰店，成为进军电商市场的关键环节。此外，公司还与淘宝、京东、拼多多等多家电商平台合作，建立了网上展示、交易、结算一体化的贸易平台。完善的销售网络，充分提高了张小泉的品牌知名度及市场影响力。

4、较强的产品研发技术实力

公司具有多年刀剪产品设计开发经验，具有较强的研发技术实力，形成了一套严格、规范的产品设计流程。公司在工业设计等方面均有高素质人才，设计人员专业背景广泛，包括外观设计、结构设计、品牌设计、图纸绘制等多种专业背景。公司在产品设计过程中，也会考虑到产品的生产流程、材料的选择以及在产品销售中展现产品的特点。通过产品设计引导产品开发的过程，借用改善产品的可用性，使产品更有价值、更加富有产品魅力。同时，公司建立了成熟的产品更新迭代机制，根据消费者的反馈不断完善公司产品品类，以保证公司的产品布局符合市场需求发展趋势，兼顾产品的多元化和精品化。

5、项目所在地具有优越的区位优势

项目地址坐落于广东省阳江市，具有独特的地理位置优势，是广东省重点打造的五金产业集群，配套相对完善和成熟。阳江五金刀剪产业悠久历史，于 2001 年起就已成为“中国刀剪之都”。本项目坐落于此，拥有得天独厚的地理位置、人才、资金、产业发展配套、基础设施等优势。

（五）项目投资测算

本项目建设预计总投资为 35,436.71 万元，具体如下表：

名称	金额（万元）	比例
建设投资	30,816.40	86.96%
建筑工程费用	24,718.82	69.75%
设备购置及安装工程费用	6,097.60	17.21%
其中：设备购置费用	5,920.00	16.71%
安装工程费	177.60	0.50%
无形资产-软件	191.00	0.54%
铺底流动资金	4,429.29	12.50%
合计	35,436.71	100.00%

（六）项目投资效益情况

公司对本项目进行了广泛的市场调研，并聘请专业机构对本项目进行了严谨的可行性分析。本项目的内部收益率约为 27.21%，项目回收期（含建设期）为 5.46 年。

（七）项目环保情况

阳江市生态环境局出具了《阳江市生态环境局关于阳江市张小泉智能制造有限公司张小泉阳江刀剪智能制造中心项目环境影响报告表的批复》（阳环（江）建审[2020]2 号），同意本项目建设。

（八）项目实施进展安排

本项目建设期为 18 个月，项目实施进度计划见下表：

项目	建设期 T1				建设期 T2	
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2
前期准备工作						
勘察设计审查及工程招标等						
土建及装修工程						
设备购置及安装调试						
联合试运转及交付使用						
人员招聘及培训						

三、企业管理信息化改造项目

(一) 项目概况

本项目实施主体为张小泉股份有限公司，旨在全力配合公司的战略发展规划，建立高质量的内部管理系统网络，实现公司与各子公司内部系统的互联互通，使得公司内部及各部门之间信息的传输、交换和处理能够做到无缝衔接，强化信息透明度，降低沟通成本，提升公司信息化经营管理水平，实现业务流、资金流、信息流和价值流的同步统一。本项目预计投资 4,095.00 万元人民币，建设期为 36 个月。

(二) 项目实施方案

1、项目建设地点

本项目建设的地点为浙江省杭州市富阳区东洲街道五星路 8 号。

2、项目建设内容

为适应企业快速发展，满足企业管理需求，在企业良好的信息化基础上，项目通过建设企业资源计划管理系统（ERP）、商业智能分析（BI）、客户关系管理（CRM）、仓库管理系统（WMS）、制造执行系统（MES）等信息化模块，进一步优化公司业务流程，加快公司运营效率，提升公司市场反应速度，促进公司业绩提升，具体内容如下表所示：

名称	用途
企业资源计划（ERP）	提升公司营运数据核算能力
客户关系管理（CRM）	提高客户服务能力
制造执行系统（MES）	提高生产管控能力，提高生产效率
产品生命周期管理&产品数据管理（PLM&PDM）	增加研发项目管理能力
仓库管理系统（WMS）	加快仓库进出料效率
商业智能（BI）	提升数据分析能力,为决策做支持
人力资源管理系统（HRM）	提高企业管理水平
办公自动化（OA）	提升公司内部协作水平和管理效率

（三）项目建设的必要性

1、符合刀剪行业的发展趋势

刀剪行业具有产品种类繁多、小批量需求大、配送频率高等特点，要求企业在刀剪产品的仓储、销售管理、物流运输等环节具备较强的协同能力，由传统的经营管理方式转变为信息化管理、精确化管理，提前判断发展趋势，准确把握客户需求，以实现对市场动态变化快速反应的目标。目前，对刀剪企业而言，信息化已逐步成为其实现规模扩张和管理水平提升目标的保障。完善的信息技术应用能对日常运营产生的数据信息进行高效的整合和分析，帮助公司开展更精细的运营管理和更具针对性的产品研发。通过信息化平台的升级建设，公司能实现对产业链每个环节进行有效控制，对消费者反馈信息进行快速响应，对产品质量进行全程透明化管理，提高公司业务的信息化程度，为消费者提供更放心、更便捷的产品及服务。为保持公司在刀剪行业内的竞争优势，公司需要加大对信息化系统建设的投入，提高公司业务流程的信息化水平，帮助公司对各经营环节和营销网络节点进行实时控制，做到管理科学化和数字化，保持公司的市场竞争优势。

2、提高公司管理效率、降低运营成本

（1）提高信息处理效率

完备和准确的信息是一切经营的基础。本项目的建设与实施，将为公司提供一个强大而又便捷的信息共享平台。利用计算机的信息收集能力以及快速处理能力，大大加快数据处理和分析速度，分析结果能够直观呈现，方便使用人员的查询、追踪。信息和数据的高效处理有利于公司资源的统筹安排和合理利用，公司可以在现有条件下对资源的使用达到最佳效果，从而大幅度提升公司的管理水平和经营效率。

（2）降低运营风险及运营成本

通过本项目的实施，公司内部将构建一个高度整合的管理系统，为公司经营管理建立一个先进的信息化管理平台，极大地提高公司在信息收集过程中的效率。不仅能为公司节省大量的人力资源、节约部分时间成本，还能实现公司业务流、资金流、信息流的同步统一，有助于解决部门之间的信息孤岛问题，提高公司内部协同作业和行政事务处理的效率，降低公司的运营成本。

（3）促进组织结构优化、提高快速反应能力

本项目提供完善的企业信息管理系统的支持，使得公司业务工作流程和管理程序更加合理，从而使外部市场的信息连同决策中心的信息数据反馈更加迅捷，进一步加强企业对市场需求的快速反应能力，缩短新产品研发周期、订单交付周期，进而提高客户满意度，提升企业的品牌形象。

（四）项目建设可行性分析

1、现有信息化人才为本项目提供了人才基础

近年来，公司在不断建设和更新内部信息化管理系统的过程中，储备了一批精通信息技术以及公司业务的信息管理类技术型人才。公司信息技术部团队不仅拥有良好的知识背景、较强的专业技能，在系统研发领域还具备极其丰富的实践经验和专业技术能力，对于公司未来信息化建设的方向目标明确，这些人才作为公司信息化建设的骨干力量，为公司将来的信息化发展与创新提供坚实的人才基础。

2、公司战略发展方向的支持确保本项目顺利实施

信息化建设与张小泉股份的发展战略相符，且公司对信息化建设有明确清晰的战略和规划。为了快速响应市场需求，实现高效生产，包括信息化技术的快速支撑，是在整个行业的核心竞争力之一。高效生产的发展战略是公司的核心战略之一，其将为本项目提供可行、稳定的实施基础。

3、现有的内部管理系统基础

发行人从公司核心管理层到公司的执行层面，对信息化高度重视。在行业内，张小泉在信息化方面的投入时间较早，所以在整个财务信息系统、供应链管理、客户管理、信息化建设等方面，已经具备较好的基础。公司的信息化基础和丰富实施经验可以确保本项目的顺利实施。

4、相关政策支持为项目实施提供条件

2016年5月，国务院发布了《关于深化制造业与互联网融合发展的指导意见》，为深化制造业与互联网融合发展，推进“两化”深度融合指明了方向。2016年7月中共中央办公厅、国务院办公厅印发《国家信息化发展战略纲要》，指出

要最大程度发挥信息化的驱动作用，实施国家大数据战略，推进“互联网+”行动计划，引导新一代信息技术与经济社会各领域深度融合，推动优势新兴业态向更广范围、更宽领域拓展，全面提升社会各领域信息化水平。2016年12月，国务院印发了《“十三五”国家信息化规划》，提出加快信息化发展，适应把握引领经济发展新常态，着力深化供给侧结构性改革，重塑持续转型升级的产业生态。2017年6月，工业和信息化部、国务院国有资产监督管理委员会、国家标准化管理委员会联合印发《关于深入推进信息化和工业化融合管理体系的指导意见》，明确了系统推进两化融合管理体系标准建设和推广工作的指导思想、工作目标、重点任务和保障措施。2018年5月，工业和信息化部印发了《工业互联网发展行动计划（2018-2020年）》，指出发展工业互联网平台体系，促进行业应用，初步形成有力支撑先进制造业发展的工业互联网体系，筑牢实体经济和数字经济发展基础。

浙江省积极对接国家制造业转型升级相关战略规划，根据浙江省实际情况，因地制宜制定有关政策规划，进行了相应工作布局。2017年，浙江省经济和信息化委员会编制《浙江省人民政府关于深化制造业与互联网融合创新发展实施意见》，明确了深化浙江省制造业与互联网融合发展的主要目标和任务。2018年8月，浙江省人民政府印发了《关于加快发展工业互联网促进制造业高质量发展的实施意见》，意见提出推动互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合。

国家和地方信息化建设相关政策的出台为本项目的顺利实施提供了进一步保障。

（五）项目投资测算

本项目建设预计总投资为4,095.00万元人民币，具体如下表：

名称	金额（万元）	比例
建筑工程及其他费用	320.00	7.81%
设备购置及安装工程费用	1,075.00	26.25%
无形资产——软件	1,986.00	48.50%
期间费用	714.00	17.44%
合计	4,095.00	100.00%

（六）项目环保情况

根据杭州市生态环境局富阳分局于 2020 年 1 月 9 日出具的《情况说明》，企业管理信息化改造项目不属于环评审批或备案范围，无需办理环评报批手续。

（七）项目实施进展安排

本项目将于资金到位起开始实施。项目预计在 3 年内全部完成，计划分五个阶段实施完成，包括：初步设计、机房建设及装修、设备购置及安装、系统实施、人员招聘及培训、试运营。项目详细实施进度如下图所示：

项目内容	建设期第一年				建设期第二年				建设期第三年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
初步设计	■											
机房建设及装修		■	■	■	■	■	■	■	■			
设备购置及安装			■	■	■	■	■	■	■	■		
系统实施				■	■	■	■	■	■	■	■	■
人员招聘及培训				■	■	■	■	■	■	■	■	■
试运营											■	■

四、补充流动资金

（一）项目概况

公司拟使用 6,000.00 万元募集资金用于补充流动资金，以有效满足公司经营规模迅速扩张所带来的资金需求，并改善财务结构。

（二）补充流动资金的必要性

公司业务发展需要补充流动资金，报告期公司营业收入逐年增长。随着行业的发展、公司规模扩大、客户需求的增加以及未来募集资金投资项目的实施完毕，公司的营业收入预计能够保持增长，应收账款、存货等所占用的资金也会同步增长，与此同时，公司采购原材料、人力支出等所需的日常营运资金的需求量亦会逐年递增，保持与业务发展规模相适应的流动资金规模是业务扩大的必然要求，通过补充流动资金，将为实现公司业务发展目标提供资金支持，有利于公司更好地抓住市场发展机遇，促进公司主营业务的持续、快速发展，提升公司的核心竞争力，并最终提高公司的长期盈利能力。

五、公司未来发展战略及发展规划

本节所描述的业务发展目标与规划是公司基于当前国内外经济形势和市场环境，对可预见的发展作出的业务发展计划与安排。公司可根据宏观经济形势变化和实际经营状况对本节所提及的发展目标进行修正、调整和完善。

（一）发展目标及战略

公司以“如你所需的生活五金创造者”为企业品牌使命，秉承“良钢精作、创艺生活”的匠心精神，深刻践行张小泉的全面质量发展观，通过几代张小泉人的不断努力，实现产品质量、服务质量、管理质量和人才质量的综合提升。

未来公司将坚持产品技术创新、提升产品品质、丰富产品品类；打造优秀的品牌形象，持续提升品牌价值，建立“张小泉比境外品牌有更好经济性价比”的品牌差异概念；深化营销网络建设，拓宽销售渠道，进一步确立张小泉在民用刀剪具领域的领军地位，在专业工具和工业剪具领域的主导地位，在厨房周边、园林工具、个护产品领域的较大影响力地位；扩充产品产能，提高生产效率，加大新技术和新工艺的开发力度，建立年轻消费者脑海中“张小泉包含传统与创新”的定位；着力培育优秀人才，扩大公司管理优势。从研发设计、生产、销售等多个方面全面提升公司综合实力，强化公司竞争优势，增强公司盈利能力，将“张小泉”打造成为刀剪五金行业领军品牌。

（二）报告期内实施效果及未来规划措施

1、加强品牌宣传、提升品牌价值

公司凭借不断提升产品质量、设计和渠道优势，维护了良好的品牌形象，使“张小泉”这一百年老字号品牌始终保持良好的口碑，深受消费者的喜爱。近年来，公司生产产品屡获嘉奖。公司于2018年获得杭州老字号企业协会颁发的“礼遇江南”老字号伴手礼大赛金奖、杭州市城市品牌促进会等协会联合颁发的2018年品牌杭州产品品牌评选生活品质奖、第三届手工艺创新盛会“国匠荣耀”中国传统工艺振兴奖，产品于2019年入选25款上海特色产品伴手礼名单。

未来，公司将充分利用现有资源对“张小泉”的品牌进行推广和增值，并通过不断提高产品品质、设计形象营造良好的市场口碑，实现产品品牌的良性发展。公司将坚持市场与品牌工作要以人文艺术（温度）作为统筹，坚持公司必须践行

来源于百姓、服务于百姓的价值观。公司不仅借助传统媒体如卖场户外、商业中心户外等渠道进行品牌宣传，同时覆盖了小红书、知乎、抖音、微博、微信等互联网渠道，综合利用传统营销手段以及社交营销、短视频、网络直播等新兴营销手段，大力推广“张小泉”品牌。与此同时，公司充分利用线下实体店铺的区域影响力，结合当地季节性、主题性的推广活动，对部分重点市场投放大众媒体广告，实现品牌区域影响力的提升。

2、加大技术研发投入、提升公司的产品设计研发能力

公司十分重视产品研发，并在不断研发创新过程中掌握行业内较为领先的核心技术，其中包括剪刀里口缝道技术、刀剪热处理技术、刀剪连续冲压技术、刀剪清洁防锈一体化技术、剪刀多片开刃技术、刀剪注塑机械臂自动生产技术、服装剪淬火技术、刀具辊锻技术、刀具深冷处理技术等。

此外，公司在多年的发展过程中积累了丰富的刀剪产品设计开发经验，形成了一套严格、规范的产品设计流程。公司在工业设计等方面均有高素质人才，设计人员专业背景广泛，包括外观设计、结构设计、品牌设计、图纸绘制等多种专业背景。

未来，公司将在广东省阳江市建立研发中心，研发方向包括材料及产品研发、生产工艺升级改造和检测中心建设，加大技术研发投入。公司将严格管控新品开发流程，建立产品生命周期的管理理念。落实产品开发的平台理念，提高产品开发收益。落实工艺工装同行的理念，缩短开发周期，切实保障“开发前有营销点、过程中有创新点、使用后有记忆点”的原则，提升公司的产品设计研发能力，提高公司的产品核心竞争力。

3、实现生产制造流程升级、提升企业盈利能力

公司坚持核心环节自主控制，构建重度垂直的业务模式，通过供应商准入、入库严格质检、仓储库存自主管理等措施实现对产品质量的把控。公司严格按照ISO9001:2015标准要求，建立了系统的品质控制体系，从质量管理网络、管理制度、人员配置到产品的检测、测试能力建设等多个方面，来规范质量控制工作，对每一件产品均严把质量关，全过程考虑产品的可靠性、维修性、保障性、测试性、安全性及环境适应性。公司设有专职质量检验岗位，严格执行自检、互检和

专检制度，生产过程、采购、外协、成品出厂等各个环节均须严格检验。另外，公司配置有多项检测设备、检测仪器等设备，保证了常规产品的检验。

为增强检测能力，定量化控制产品质量，公司建立了独立的检验、测试中心，对来料、制程、成品等相关产品主要的技术参数实施监控。测试中心各种检测设备较齐全，可以对公司内部原料入厂、生产制造到成品出厂的整个制造过程进行全程测试监控。目前公司在硬度测试、锤击试验、过程能力控制、厚度测试、锋利度测试、粗糙度测试等多个主要质量要求指标方面均已实现全流程跟踪。

为了保证产品质量，公司不断改进管理模式，对生产线进行物联网的信息化改造，提升精细化管理水平。2019年，公司的信息化改造张小泉智能工厂物联网项目获得由浙江省企业联合会和浙江省企业家协会联合颁发的浙江省企业管理现代化创新成果一等奖。

未来，公司将积极推进生产制造的流程升级，主要包括生产管理信息化、生产过程自动化、生产组织精益化、生产现场标准化、生产模式订单化和生产质量国际化。通过对生产制造流程的升级改造，能够提升经营管理效率，提高自动化生产水平，加强精细化管理程度，培养标准化工作流程，降低经营管理成本，提高产品质量管控，优化企业资源配置，实现公司对市场动态的快速反应，进而提高企业经济效益。

4、提升产能加强品管、提高企业市场竞争力

报告期内，公司抓住发展机遇，巩固并提升市场份额，同时不断加强销售网络建设。2017年、2018年、2019年及2020年1-6月，公司分别实现主营业务收入33,555.68万元、40,313.47万元、47,955.93万元及24,880.83万元，实现业绩的快速增长。2017年，我国刀剪行业规模以上企业平均主营业务收入为2.05亿元，公司的主营业务收入系刀剪行业规模以上企业平均主营业务收入的1.64倍。

公司近几年销售规模不断增长，现有的产品生产能力已经难以满足不断增长的市场需求。随着终端市场需求的逐步释放，预计未来公司产品的订单数量仍将饱满，通过扩产解决产能问题是公司未来发展的重点。公司未来将通过产能扩张，提升产品生产能力，充分发挥规模经济优势，加强产品的品质管控，不断丰富产品种类，扩大消费者选择空间，满足消费者购买需求，提高公司的市场竞争力。

5、强化渠道建设、提升市场占有率

报告期内，公司布局连锁超市、门店、电商等多种终端，构建了全方位立体化的营销网络。

未来，公司将基于现有基础进一步强化渠道建设：

线下渠道方面，公司将继续巩固现有的营销渠道，加强线下门店的管理，优化和完善店面装修、培训、陈列、日常服务、销售策略、货品管理、售后服务等方面的标准和流程，最大限度地发挥营销网络的影响力。同时，公司将通过在国内外各线城市经销商继续拓展公司产品的销售辐射区域，强化销售渠道的深度和广度。此外，公司还将积极拓展并推广 KA 卖场等渠道，推进渠道多元化建设。

线上渠道方面，公司将充分发挥互联网平台相对于传统线下平台方便、快捷的交易优势，加强网络宣传和营销，打造良好的网络口碑，吸引更多的潜在消费者。另外，在深耕细作当前的网络销售渠道的基础上，公司还将结合电子商务的发展机遇择机拓展更多的线上销售渠道，进一步提升线上销售规模。

6、加强人才团队建设、完善人才引进机制

公司始终高度重视人力资源建设，坚持“人本”的人力资源发展理念，不断加大人力资源的开发和配置力度，完善人才培养、引进机制，巩固诚信、高效、专业的高素质团队建设成果，保持高素质人才的梯队培育，为公司的未来发展提供充分人力资源保障。

报告期内，公司已建立了较为成熟的人才队伍：公司管理层具备丰富的管理经验和前瞻性的视野，对市场需求和消费者心理有着深刻理解，带领公司不断实现产品及模式创新，奠定了公司成长的重要基础；员工团队业务扎实、充满活力，成为了公司保持行业竞争优势及发展动力的重要因素。此外，公司亦建立了较为完善的人才管理制度，为公司人才培养及引进建立制度基础。

未来，公司将基于发展需要，加快优秀人才引进。公司将根据不同职能部门的需要，有针对性的招聘专业化人才。管理人才方面，公司将建立规范化的内部控制体系，根据需要招聘行业内专业的管理人才，提升公司整体运营管理水平；技术人才方面，公司将引进行业内优秀人才，提升公司的技术创新能力，增加公司核心技术储备，确保公司技术研发的领先地位。

7、拓展多元化融资渠道、优化资本结构

公司目前正处于发展阶段，要全部实施前述发展战略，需要大量资金投入。公司首次公开发行股票上市后，资金实力将进一步增强，资本结构将进一步优化。公司将以规范的运作、科学的管理、持续的增长、合理的回报给投资者以信心，保持公司在资本市场上持续融资的能力。同时，公司将结合募集资金的到位情况和公司整体发展战略，设计股权融资和债务融资相结合的融资方案，选择灵活的融资方式，积极开辟新的融资渠道，有效控制资金成本，保持合理的资产负债比例，支持公司持续、稳定、健康发展。

第十节 投资者保护

一、公司投资者权益保护的情况

（一）公司建立了健全的内部信息披露制度和流程

为规范公司信息披露行为，确保信息披露真实、准确、完整、及时，根据《证券法》等相关法律、法规、规范性文件及《公司章程》等的有关规定，公司制定《重大信息内部报告制度》、《信息披露管理制度》、《投资者关系管理办法》。该等制度明确了重大信息报告、审批、披露程序，明确了公司管理人员在信息披露和投资者关系管理中的责任和义务。该制度有助于加强公司与投资者之间的信息沟通，提升规范运作和公司治理水平，切实保护投资者的合法权益。公司建立并逐步完善公司治理与内部控制体系，组织机构运行良好，经营管理规范，保障投资者的知情权、决策参与权，切实保护投资者的合法权益。

（二）投资者沟通渠道

公司已按照上市公司的要求在公司章程中规定了基本的信息披露制度，并制订了《信息披露管理办法》。公司由董事会秘书担任投资者关系管理负责人；董事会办公室是本公司投资者关系管理职能部门，由董事会秘书领导，负责本公司投资者关系管理日常事务。董事会办公室有专用的场地及设施，设置了联系电话、网站、电子邮箱等投资者沟通渠道。

（三）未来开展投资者关系管理的规划

公司将严格按照《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020年修订）》等相关法律、法规、规章和规则及《公司章程》的要求，认真履行信息披露义务，保证信息披露的真实、准确、完整，进一步提升公司规范运作水平和透明度。

公司将不断提高公司投资者关系管理工作的专业性，加强投资者对公司的了解，促进公司与投资者之间的良性互动关系，切实维护全体股东利益，特别是中小股东的利益，努力实现公司价值最大化和股东利益最大化。

二、股利分配政策

（一）公司本次发行前的股利分配政策

1、利润分配的顺序

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

2、利润分配原则

公司实行同股同利的股利政策，股东依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配。公司实行连续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应注重对股东的合理投资回报，并兼顾公司的可持续发展。公司具备现金分红条件的，应当优先采取现金分红的方式分配利润。

3、利润分配形式

公司可以采取现金、股票或现金与股票相结合的方式或者法律、法规允许的其他方式分配利润，并优先采用现金分红的利润分配方式。在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以采取股票股利的方式进行利润分配。

4、股票股利发放条件

公司拟实施现金分红时应同时满足以下条件：

- (1) 公司该年度经审计的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值，实施现金股利分配不会影响公司可持续经营；
- (2) 审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；
- (3) 公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）。

重大投资计划或重大现金支出是指：公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备的累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%；或公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备的累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产 50%，且绝对金额超过 5,000 万元。

公司拟实施股票股利分红的条件：

公司经营情况良好且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金分红的条件下，由公司董事会综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等因素制定股票股利分配方案。

5、利润分配方案的决策程序

公司董事会负责制订公司的利润分配方案，由股东大会审议批准。

6、利润分配方案的实施

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

（二）公司本次发行后的股利分配政策

1、利润分配原则

公司着眼于长远和可持续发展，在制定本规划时，综合考虑公司实际经营情况、未来的盈利能力、经营发展规划、现金流情况、股东回报、社会资金成本以及外部融资环境等因素，在平衡股东的合理投资回报和公司可持续发展的基础上对公司利润分配做出明确的制度性安排，以保持利润分配政策的连续性和稳定性，

并保证公司长久、持续、健康的经营能力。

2、利润分配形式

可采取现金、股票或现金与股票相结合的方式或者法律、法规允许的其他方式分配利润。在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分配。

3、利润分配条件和现金分红比例

满足以下条件时，公司可实施现金分红：

(1) 该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值；

(2) 审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

(3) 公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）。

重大投资计划或重大现金支出是指：公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备的累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%；或公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备的累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产 50%，且绝对金额超过 5,000 万元。

每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的 10%。公司在实施上述现金分配股利的同时，可以派发股票股利。

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

(1) 发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

(2) 发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

(3) 发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前款规定处理。

4、股票股利发放条件

公司将积极采取现金分红方式分配股利，原则上每年度进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。在经营情况良好且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，在满足上述现金分红的条件下，公司可以采用发放股票股利方式进行利润分配。

5、利润分配方案的制定周期和决策机制

董事会应每三年重新审阅一次股东回报规划，确保股东回报规划内容不违反公司章程确定的利润分配政策。

生产经营情况、投资规划和长期发展等确需调整或变更利润分配政策和股东回报规划的，调整或变更后的利润分配政策和股东回报规划不得违反相关法律、法规、规范性文件及公司章程的有关规定；有关调整或变更利润分配政策和股东回报规划的议案需经董事会详细论证并充分考虑监事会和公众投资者的意见。该议案经公司董事会审议通过后提交股东大会审议批准。独立董事应发表独立意见，且股东大会审议时，需经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。股东大会审议利润分配政策和股东回报规划变更事项时，应当提供网络投票表决或其他方式为社会公众股东参加股东大会提供便利。

6、利润分配方案的实施

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成利润分配事项。

（三）本次发行前后股利分配政策的差异情况

根据中国证监会、深交所相关法律法规的规定，本次发行后，公司股利分配政策在利润分配条件和现金分红比例、利润分配的期间间隔、对公众投资者的保护、利润分配方案的决策程序等方面进行了补充和完善。

三、本次发行完成前滚存利润的分配安排

根据公司 2020 年第二次临时股东大会决议，本次发行上市完成前滚存未分配利润由本次发行上市完成后的新老股东按发行后的持股比例共享。

四、股东投票机制

公司通过采用累积投票、网络投票、征集投票等方式，保障投资者尤其是中小投资者参与公司重大决策和选择管理者等事项的权利。

1、累积投票制度

根据《股东大会议事规则》相关规定，股东大会就选举董事、监事进行表决时，可以实行累积投票制。累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。

2、提供股东大会网络投票方式

根据《公司章程》、《股东大会议事规则》相关规定，公司召开股东大会的地点为公司住所地或会议通知中确定的地点，股东大会将设置会场，以现场会议形式召开。公司还将提供网络或其他方式为股东参加股东大会提供便利。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。公司应在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，优先提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段，为股东参加股东大会提供便利。

3、征集投票权的相关安排

根据《公司章程》、《股东大会议事规则》相关规定，公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

五、相关承诺事项

（一）关于股份锁定的承诺

1、控股股东和实际控制人承诺

控股股东张小泉集团承诺：

“（1）本公司严格遵守相关法律、行政法规、规范性文件及深圳证券交易所规则的有关规定，自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人

管理本公司直接或者间接持有的发行人本次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。

(2) 本公司所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于经除权除息等因素调整后的本次发行的发行价。

(3) 发行人股票上市后六个月内如其股票连续二十个交易日的收盘价均低于经除权除息等因素调整后本次发行的发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于经除权除息等因素调整后的本次发行的发行价，本公司持有发行人股票的锁定期自动延长六个月。

(4) 若未履行持股锁定承诺，本公司将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开披露未能履行承诺的具体原因，并就未履行承诺事宜向发行人其他股东和社会公众投资者道歉；本公司将在符合法律、行政法规及规范性文件规定的情况下十个交易日内将违规卖出股票的收益上缴发行人，并将本公司持有发行人股票的锁定期自动延长六个月。”

实际控制人张国标、张樟生和张新程承诺：

“（1）本人严格遵守相关法律、行政法规、规范性文件及深圳证券交易所规则的有关规定，自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或者间接持有的发行人本次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。

（2）本人所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于经除权除息等因素调整后的本次发行的发行价。

（3）发行人股票上市后六个月内如其股票连续二十个交易日的收盘价均低于经除权除息等因素调整后本次发行的发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于经除权除息等因素调整后的本次发行的发行价，本人持有发行人股票的锁定期自动延长六个月。

（4）在职务变更、离职等情形下，本人仍将忠实履行上述承诺。

（5）在上述锁定期满后，在担任发行人董事期间，本人每年转让的发行人股份不得超过本人直接或间接持有发行人股份总数的 25%；在离职后半年内，不

转让直接或间接持有的发行人股份。

（6）若未履行持股锁定承诺，本人将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开披露未能履行承诺的具体原因，并就未履行承诺事宜向发行人股东和社会公众投资者道歉；本人将在符合法律、行政法规及规范性文件规定的情况下十个交易日内将违规卖出股票的收益上缴发行人，并将本人持有发行人股票的锁定期限自动延长六个月。”

2、嵘泉投资、杭实集团承诺

发行人的股东嵘泉投资、杭实集团做出如下承诺：

“（1）本企业严格遵守相关法律、行政法规、规范性文件及深圳证券交易所规则的有关规定，自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本企业直接或者间接持有的发行人本次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。

（2）本企业所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于经除权除息等因素调整后的本次发行的发行价。

（3）发行人股票上市后六个月内如其股票连续二十个交易日的收盘价均低于经除权除息等因素调整后本次发行的发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于经除权除息等因素调整后的本次发行的发行价，本企业持有发行人股票的锁定期限自动延长六个月。

（4）若未履行持股锁定承诺，本企业将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开披露未能履行承诺的具体原因，并就未履行承诺事宜向发行人其他股东和社会公众投资者道歉；本企业将在符合法律、行政法规及规范性文件规定的情况下十个交易日内将违规卖出股票的收益上缴发行人，并将本企业持有发行人股票的锁定期限自动延长六个月。”

3、其他股东承诺

发行人的其他股东臻泉投资、张木兰作出如下承诺：

“（1）本企业严格遵守相关法律、行政法规、规范性文件及深圳证券交易所规则的有关规定，自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人

管理本企业直接或者间接持有的发行人本次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。

（2）若未履行持股锁定承诺，本企业将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开披露未能履行承诺的具体原因，并就未履行承诺事宜向发行人其他股东和社会公众投资者道歉；本企业将在符合法律、行政法规及规范性文件规定的情况下十个交易日内将违规卖出股票的收益上缴发行人，并将本企业持有发行人股票的锁定期限自动延长六个月。”

发行人的其他股东均瑶集团、亚东北辰、西藏稳盛、万丰锦源、金燕、万志美、陈德军、俞补孝、王雯洁、白涛、丁国其、周广涛作出如下承诺：

“（1）本公司/人严格遵守相关法律、行政法规、规范性文件及深圳证券交易所规则的有关规定，自发行人股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本公司/人直接或者间接持有的发行人本次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。

（2）若未履行持股锁定承诺，本公司/人将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开披露未能履行承诺的具体原因，并就未履行承诺事宜向发行人其他股东和社会公众投资者道歉；本公司/人将在符合法律、行政法规及规范性文件规定的情况下十个交易日内将违规卖出股票的收益上缴发行人，并将本公司/人持有发行人股票的锁定期限自动延长六个月。”

4、发行人董事、监事、高级管理人员承诺

直接或间接持有发行人股份的其他董事、监事和高级管理人员夏乾良、汪永建、甘述林、王现余、丁成红、吴晓明作出如下承诺：

“（1）本人严格遵守相关法律、行政法规、规范性文件及深圳证券交易所规则的有关规定，自发行人股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或者间接持有的发行人本次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。

（2）发行人股票上市后六个月内如其股票连续二十个交易日的收盘价均低于经除权除息等因素调整后本次发行的发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于经除权除息等因素调整后的本次发行的发行价，本人持有发行人股票的锁定期

限自动延长六个月。

(3) 在职务变更、离职等情形下，本人仍将忠实履行上述承诺。

(4) 在上述锁定期满后，在担任发行人董事、监事及高级管理人员期间，本人每年转让的发行人股份不得超过本人直接或间接所持有发行人股份总数的25%；在离职后半年内，不转让直接或间接持有的发行人股份。

(5) 若未履行持股锁定承诺，本人将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开披露未能履行承诺的具体原因，并就未履行承诺事宜向发行人股东和社会公众投资者道歉；本人将在符合法律、行政法规及规范性文件规定的情况下十个交易日内将违规卖出股票的收益上缴发行人，并将本人持有发行人股票的锁定期限自动延长六个月。”

(二) 关于持股意向及减持意向的承诺

1、控股股东和实际控制人承诺

控股股东张小泉集团承诺：

“（1）本公司对发行人的未来发展充满信心，愿意长期持有发行人股票。

（2）在本公司所持发行人股票锁定期满后，本公司拟减持发行人股票的，将严格遵守中国证监会、证券交易所关于股东减持的相关规定，并结合发行人稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持。

（3）本公司减持发行人股票应符合相关法律、行政法规、部门规章及证券交易所规则的规定，具体方式包括但不限于证券交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

（4）本公司减持发行人股票前，应提前三个交易日予以公告，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。

（5）在本公司所持发行人股票锁定期满后两年内，本公司拟减持发行人股票的，减持价格不低于经除权除息等因素调整后的本次发行的发行价。自公司股票锁定期满后两年内减持的，每年减持的股票总数不超过本公司所持发行人股份总额的25%。如根据本公司作出的其他公开承诺需延长股份锁定期的，上述期限

相应顺延；因发行人进行权益分派、减资缩股等导致本公司所持发行人股票变化的，本公司相应年度可转让股份额度相应调整。

（6）如果未履行上述承诺事项，本公司将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向发行人其他股东和社会公众投资者道歉。本公司持有的发行人股票的锁定期限自动延长六个月。”

实际控制人张国标、张樟生和张新程作出如下承诺：

“（1）本人对发行人的未来发展充满信心，愿意长期持有发行人股票。

（2）在本人所持发行人股票锁定期满后，本人拟减持发行人股票的，将严格遵守中国证监会、证券交易所关于股东减持的相关规定，并结合发行人稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持。

（3）本人减持发行人股票应符合相关法律、行政法规、部门规章及证券交易所规则的规定，具体方式包括但不限于证券交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

（4）本人减持发行人股票前，应提前三个交易日予以公告，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。

（5）在本人所持发行人股票锁定期满后两年内，本人拟减持发行人股票的，减持价格不低于经除权除息等因素调整后的本次发行的发行价。自公司股票锁定期满后两年内减持的，每年减持的股票总数不超过本人所持发行人股份总额的25%。如根据本人作出的其他公开承诺需延长股份锁定期的，上述期限相应顺延；因发行人进行权益分派、减资缩股等导致本公司所持发行人股票变化的，本人相应年度可转让股份额度相应调整。

（6）如果未履行上述承诺事项，本人将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向发行人其他股东和社会公众投资者道歉。本人持有的发行人股票的锁定期限自动延长六个月。”

2、其他 5%以上股东承诺

发行人的股东嵘泉投资、金燕作出如下承诺：

“（1）在本人/企业所持发行人股票锁定期满后，本人/企业拟减持发行人股票的，将严格遵守中国证监会、证券交易所关于股东减持的相关规定，并结合发行人稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持。

（2）本人/企业减持发行人股票应符合相关法律、行政法规、部门规章及证券交易所规则的规定，具体方式包括但不限于证券交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

（3）本人/企业减持发行人股票前，应提前三个交易日予以公告，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。

（4）在本人/企业所持发行人股票锁定期满后两年内，本人/企业拟减持发行人股票的，减持价格不低于经除权除息等因素调整后的本次发行的发行价。自公司股票锁定期满后两年内减持的，每年减持的股票总数不超过本人/企业所持发行人股份总额的 25%。如根据本人/企业作出的其他公开承诺需延长股份锁定期的，上述期限相应顺延；因发行人进行权益分派、减资缩股等导致本人所持发行人股票变化的，本人/企业相应年度可转让股份额度相应调整。

（5）如果未履行上述承诺事项，本人/企业将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向发行人其他股东和社会公众投资者道歉。本人/企业持有的发行人股票的锁定期限自动延长六个月。”

3、其他股东承诺

除前述股东外，发行人的其他股东白涛作出如下承诺：

“（1）在本人所持发行人股票锁定期满后，本人拟减持发行人股票的，将严格遵守中国证监会、证券交易所关于股东减持的相关规定，并结合发行人稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持。

（2）本人减持发行人股票应符合相关法律、行政法规、部门规章及证券交易所规则的规定，具体方式包括但不限于证券交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

(3) 本人所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于经除权除息等因素调整后的本次发行的发行价。

(4) 锁定期满后，在担任发行人董事期间，本人每年转让的发行人股份不得超过本人直接或间接持有发行人股份总数的 25%；在离职后半年内，不转让直接或间接持有的发行人股份。

(5) 若未履行持股锁定承诺，本人将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开披露未能履行承诺的具体原因，就未履行承诺事宜向发行人股东和社会公众投资者道歉，并将本人持有发行人股票的锁定期自动延长六个月。”

4、发行人董事、监事、高级管理人员承诺

间接持有发行人股份的其他董事、监事和高级管理人员夏乾良、汪永建、甘述林、王现余、丁成红、吴晓明作出如下承诺：

“（1）在本人所持发行人股票锁定期满后，本人拟减持发行人股票的，将严格遵守中国证监会、证券交易所关于股东减持的相关规定，并结合发行人稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持。

（2）本人减持发行人股票应符合相关法律、行政法规、部门规章及证券交易所规则的规定，具体方式包括但不限于证券交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

（3）本人所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于经除权除息等因素调整后的本次发行的发行价。

（4）锁定期满后，在担任发行人董事、监事及高级管理人员期间，本人每年转让的发行人股份不得超过本人直接或间接持有发行人股份总数的 25%；在离职后半年内，不转让直接或间接持有的发行人股份。

（5）若未履行持股锁定承诺，本人将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开披露未能履行承诺的具体原因，就未履行承诺事宜向发行人股东和社会公众投资者道歉，并将本人持有发行人股票的锁定期自动延长六个月。”

（三）关于稳定股价的预案及承诺

为稳定公司上市后三年内的公司股价，维护本公司中小投资者的权益，本公司特制订《关于公司首次公开发行股票并在创业板上市后三年内稳定公司股价预案》如下：

1、启动稳定股价措施的条件

公司上市后三年内，非因不可抗力因素，如出现连续 20 个交易日公司股票的收盘价均低于公司最近一期经审计的每股净资产值时（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司最近一期经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整），则公司启动稳定股价的预案。

2、稳定股价的具体措施

公司及相关主体将视公司实际情况、股票市场情况，选择实施以下一项或多项措施稳定公司股价：1、公司回购公司股票；2、公司控股股东增持公司股票；3、公司董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股票。

公司自上市三年内，出现应启动稳定股份预案的情形时，公司将在 10 个工作日内与公司控股股东、董事及高级管理人员协商确定稳定股价的具体方案，如该等方案需要提交公司董事会、股东大会审议的，则控股股东应予以支持。

（1）公司回购

1) 在符合届时回购公司股票相关的法律法规、规章和规范性文件的规定且不应导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，公司回购公司股票的方式稳定股价，公司回购公司股票不得设置其他前置条件。

2) 公司董事会应在启动稳定股价预案的条件触发之日起 10 个工作日内，做出实施回购股份或不实施回购股份的决议。公司董事会应当在做出决议后的 2 个工作日内公告董事会决议、回购股份预案或不回购股份的理由，并发布召开股东大会的通知。经股东大会决议决定实施回购的，公司应在履行完毕法律法规规定的程序后 60 个工作日内实施完毕。回购方案实施完毕后，公司应在 2 个工作日内公告公司股份变动报告，并在 10 日内依法注销所回购的股份，办理工商变更登记手续。

3) 公司董事会和股东大会对回购公司股票作出决议, 公司董事承诺在董事会表决时投赞成票, 控股股东及作为公司董事、高级管理人员的股东承诺在股东大会表决时投赞成票。公司股东大会表决公司回购股票的议案时, 需经出席会议的股东所持表决权的 2/3 以上通过方为有效。

4) 公司单次回购公司股票的数量不低于回购前公司股份总数的 1%, 单一会计年度回购股票数量累计不超过公司股份总数的 5%; 公司回购价格不高于每股净资产 (以最近一期审计报告为依据)。

5) 公司在履行其回购义务时, 应按照证券交易所的相关规则及其他适用的监管规定履行相应的信息披露义务。

(2) 公司控股股东增持

1) 如各方最终确定公司控股股东需增持公司股票以稳定股价, 则控股股东根据届时相关法律法规、规章和规范性文件的规定, 在不导致公司股权分布不符合上市条件的前提下, 对公司股票进行增持。

2) 公司控股股东在启动稳定股份预案的条件触发之日起 10 个交易日内, 就其增持公司股票的具体计划书面通知公司并由公司进行公告, 公司应披露拟增持的数量范围、价格区间、总金额、完成时间等信息。依法办理相关手续后, 应在 2 个交易日内启动增持方案, 并在 60 个交易日内增持完毕。增持方案实施完毕后, 公司应在 2 个工作日内公告公司股份变动报告。

3) 公司控股股东单次增持公司股票的数量不低于公司股份总数的 1%, 单一会计年度增持股票数量累计不超过公司股份总数的 5%; 增持价格不高于每股净资产 (以最近一期审计报告为依据)。

4) 在公司因法律、法规等限制或其他原因不能回购公司股份的情况下, 或公司董事、高级管理人员因法律法规限制或其他原因不能增持公司股份的情况下, 控股股东应履行其承诺, 采取积极措施稳定公司股价。

5) 如公司未能履行其回购公司股份的承诺, 或公司董事、高级管理人员未能履行其增持公司股份的承诺, 公司控股股东应敦促公司、公司董事、高级管理人员履行承诺; 如控股股东采取相关敦促措施后公司及其董事、高级管理人员仍未履行其承诺, 则控股股东通过增持的方式代其履行承诺。

(3) 公司董事（独立董事除外）、高级管理人员增持

1) 如各方最终确定公司董事（独立董事除外）、高级管理人员需增持公司股票以稳定股价，则在公司任职并领取薪酬的董事、高级管理人员根据届时相关法律法规、规章和规范性文件的规定，对公司股票进行增持。

2) 有义务增持的董事及高级管理人员应在启动稳定股份预案的条件触发之日起 10 个交易日内，就其增持公司股票的具体计划书面通知公司并由公司进行公告，公告应披露拟增持的数量范围、价格区间、总金额、完成时间等信息。依法办理相关手续后，应在 2 个交易日内开始启动增持方案，并在 60 个交易日内实施完毕。增持方案实施完毕后，公司应在 2 个工作日内公告公司股份变动报告。

3) 有义务增持的公司董事、高级管理人员承诺，其用于增持公司股票的资金不少于该等董事、高级管理人员上年度自公司领取薪酬总和的 50%，增持价格不高于公司每股净资产（以最近一期审计报告为依据）；公司董事、高级管理人员不因离职而放弃履行该稳定股价的承诺。

4) 公司新聘任董事（独立董事除外）和高级管理人员时，将促使该新聘任的董事和高级管理人员根据本预案的规定签署相关承诺。

3、稳定股价方案的终止情形

自股价稳定方案公告之日起 90 个自然日内，若出现以下任一情形，则视为本次稳定股价措施实施完毕及承诺履行完毕，已公告的稳定股价方案终止执行：

(1) 公司股票连续 10 个交易日的收盘价均高于公司最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整）；

(2) 继续回购或增持公司股份将导致公司股权分布不符合上市条件。

4、股价稳定措施的约束措施

在签署启动条件满足时，如公司、控股股东及有增持义务的董事（不含独立董事）、高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施，公司、控股股东及有增持义务的董事（不含独立董事）、高级管理人员承诺接受以下约束措施：

(1) 公司承诺：在启动稳定本公司股价措施的条件满足时，如本公司、本

公司控股股东、负有增持义务的董事（不含独立董事）、高级管理人员均未采取稳定股价的具体措施，本公司将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取相应稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。因未采取稳定股价的具体措施给投资者造成损失的，将依法对投资者进行赔偿。

（2）公司控股股东张小泉集团承诺：在启动稳定发行人股价措施的条件满足时，如本公司、发行人、负有增持义务的董事、高级管理人员均未采取稳定股价的具体措施，本公司将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取相应稳定股价措施的具体原因并向发行人其他股东和社会公众投资者道歉。本公司将暂停在发行人处获得股份分红，直至本公司采取相应的股价稳定措施并实施完毕为止。如果因本公司未采取稳定股价的具体措施给发行人和/或投资者造成损失的，本公司将依法向发行人和/或投资者进行赔偿。

（3）公司实际控制人张国标、张樟生和张新程承诺：在启动稳定发行人股价措施的条件满足时，如发行人、发行人的控股股东、负有增持义务的董事、高级管理人员均未采取稳定股价的具体措施，本人将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取相应稳定股价措施的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉。本人将暂停在发行人处间接获得股份分红，直至本人采取相应的股价稳定措施并实施完毕为止。如果因本人未采取稳定股价的具体措施给发行人和/或投资者造成损失的，本人将依法向发行人和/或投资者进行赔偿。

（4）有增持义务的董事（不含独立董事）、高级管理人员承诺：在启动稳定发行人股价措施的条件满足时，如发行人、发行人控股股东、负有增持义务的董事、高级管理人员均未采取稳定股价的具体措施，本人将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取相应稳定股价措施的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉。本人将暂停在发行人处获得当年应得薪酬，直至本人采取相应的股价稳定措施并实施完毕为止。如果因本人未采取稳定股价的具体措施给发行人和/或投资者造成损失的，本人将依法对发行人和/或投资者进行赔偿。

(四) 关于信息披露责任的承诺

1、发行人承诺

发行人作出如下承诺：

“（1）本公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

（2）本公司对首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书的真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

（3）如本公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将在相关监管机构作出上述认定后，依法回购本公司首次公开发行的全部新股，并于五个交易日内启动回购程序，回购价格为回购时本公司股票二级市场价格。

（4）因本公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，本公司将依法赔偿投资者损失：

1）在相关监管机构认定本公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏后五个工作日内，本公司应启动赔偿投资者损失的相关工作；

2）投资者损失依据相关监管机构或司法机关认定的金额或者本公司与投资者协商确定的金额确定。”

2、控股股东和实际控制人承诺

控股股东张小泉集团作出如下承诺：

“（1）发行人首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

（2）本公司对发行人首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书的真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

（3）如发行人首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书存在虚假记载、

误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将在相关监管机构作出上述认定后，依法购回本公司已转让的原限售股份，并于五个交易日内启动回购程序，回购价格为回购时发行人股票二级市场价格。

(4) 因发行人首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，本公司将依法赔偿投资者损失：

1) 在相关监管机构认定发行人招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏后五个工作日内，本公司应启动赔偿投资者损失的相关工作；

2) 投资者损失依据相关监管机构或司法机关认定的金额或者发行人与投资者协商确定的金额确定。”

实际控制人张国标、张樟生和张新程作出如下承诺：

“(1) 发行人首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

(2) 本人对发行人首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书的真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

(3) 因发行人首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失：

1) 在相关监管机构认定发行人招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏后五个工作日内，本人应启动赔偿投资者损失的相关工作；

2) 投资者损失依据相关监管机构或司法机关认定的金额或者发行人与投资者协商确定的金额确定。”

3、发行人董事、监事、高级管理人员承诺

公司现任董事、监事、高级管理人员作出如下承诺：

“(1) 发行人首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

(2) 本人对发行人首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书的真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

(3) 因发行人首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失：

1) 在相关监管机构认定发行人招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏后五个工作日内，本人应启动赔偿投资者损失的相关工作；

2) 投资者损失依据相关监管机构或司法机关认定的金额或者发行人与投资者协商确定的金额确定。”

(五) 关于未履行承诺的约束措施的承诺

1、发行人承诺

本公司保证将严格履行本公司首次公开发行股票并上市招股说明书披露的承诺事项，并承诺严格遵守下列约束措施：

“（1）本公司将严格履行本公司就首次公开发行股票并在创业板上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

（2）如本公司非因不可抗力等原因导致未能履行公开承诺事项的，将接受如下约束措施，直至相应补救措施实施完毕：

1) 在本公司股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行相关承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

2) 不得进行公开再融资；

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

4) 不得批准未履行承诺的董事、监事、高级管理人员的主动离职申请，但可以进行职务变更；

5) 给投资者造成损失的，本公司将向投资者依法承担赔偿责任。

（3）如本公司因不可抗力等原因导致未能履行公开承诺事项的，将接受如

下约束措施，直至相应补救措施实施完毕：

1) 在本公司股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行相关承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

2) 尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交本公司股东大会审议，尽可能地保护本公司投资者利益。

(4) 如本公司公开承诺事项已承诺了未履行有关承诺的约束措施，本公司承诺将按照该等承诺的约束措施采取相应补救措施；若本公司采取相应补救措施仍无法弥补未履行相关承诺造成的损失，本公司将采取本承诺函项下的约束措施直至相应损失得以弥补或降低到最小。”

2、控股股东、实际控制人承诺

控股股东张小泉集团承诺：

“(1) 本公司将严格履行本公司就发行人首次公开发行股票并在创业板上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

(2) 如本公司非因不可抗力等原因导致未能履行公开承诺事项的，将接受如下约束措施，直至相应补救措施实施完毕：

1) 在发行人股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行相关承诺的具体原因并向发行人其他股东和社会公众投资者道歉；

2) 不得转让本公司持有的发行人股份，但因本公司持有的发行人股份被强制执行、发行人重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外；

3) 暂不领取发行人利润分配中归属于本公司的部分；

4) 如本公司因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归发行人所有，并在获得收益的五个工作日内将所获收益支付给发行人指定账户；

5) 如本公司未履行上述承诺及招股说明书的其他承诺事项，给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失；

6) 发行人未履行招股说明书披露的其作出的相关承诺事项，给投资者造成损失的，本公司依法承担连带赔偿责任。

(3) 如本公司因不可抗力等原因导致未能履行公开承诺事项的, 将接受如下约束措施, 直至相应补救措施实施完毕:

1) 在发行人股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行相关承诺的具体原因并向发行人其他股东和社会公众投资者道歉;

2) 尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案, 尽可能地保护发行人投资者利益。

(4) 如本公司公开承诺事项已承诺了未履行有关承诺的约束措施, 本公司承诺将按照该等承诺的约束措施采取相应补救措施; 若本公司采取相应补救措施仍无法弥补未履行相关承诺造成的损失, 本公司将采取本承诺函项下的约束措施直至相应损失得以弥补或降低到最小。”

实际控制人张国标、张樟生和张新程承诺:

“(1) 本人将严格履行本人就发行人首次公开发行股票并在创业板上市所作出的所有公开承诺事项, 积极接受社会监督。

(2) 如本人非因不可抗力等原因导致未能履行公开承诺事项的, 将接受如下约束措施, 直至相应补救措施实施完毕:

1) 在发行人股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行相关承诺的具体原因并向发行人其他股东和社会公众投资者道歉;

2) 不得转让本人持有的发行人股份, 但因本人持有的发行人股份被强制执行、发行人重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外;

3) 如本人因未履行相关承诺事项而获得收益的, 所获收益归发行人所有, 并在获得收益的五个工作日内将所获收益支付给发行人指定账户;

4) 如本人未履行上述承诺及招股说明书的其他承诺事项, 给投资者造成损失的, 依法赔偿投资者损失;

5) 发行人未履行招股说明书披露的其作出的相关承诺事项, 给投资者造成损失的, 本人依法承担连带赔偿责任。

(3) 如本人因不可抗力等原因导致未能履行公开承诺事项的, 将接受如下约束措施, 直至相应补救措施实施完毕:

1) 在发行人股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行相关承诺的具体原因并向发行人其他股东和社会公众投资者道歉；

2) 尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护发行人投资者利益。

(4) 如本人公开承诺事项已承诺了未履行有关承诺的约束措施，本人承诺将按照该等承诺的约束措施采取相应补救措施；若本人采取相应补救措施仍无法弥补未履行相关承诺造成的损失，本人将采取本承诺函项下的约束措施直至相应损失得以弥补或降低到最小。”

3、其他股东承诺

除控股股东及实际控制人外的其他股东嵘泉投资、臻泉投资、均瑶集团、亚东北辰、西藏稳盛、万丰锦源、杭实集团、陈德军、金燕、万志美、俞补孝、张木兰、王雯洁、丁国其、周广涛、白涛承诺如下：

“（1）本人（公司/企业）将严格履行本公司就发行人首次公开发行股票并在创业板上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

（2）如本人（公司/企业）非因不可抗力等原因导致未能履行公开承诺事项的，将接受如下约束措施，直至相应补救措施实施完毕：

1) 在发行人股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行相关承诺的具体原因并向发行人其他股东和社会公众投资者道歉；

2) 不得转让本人（公司/企业）持有的发行人股份，但因本人（公司/企业）持有的发行人股份被强制执行、发行人重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外；

3) 暂不领取发行人利润分配中归属于本人（公司/企业）的部分；

4) 如本人（公司/企业）因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归发行人所有，并在获得收益的五个工作日内将所获收益支付给发行人指定账户；

5) 如本人（公司/企业）未履行上述承诺及招股说明书的其他承诺事项，给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失；

6) 发行人未履行招股说明书披露的其作出的相关承诺事项，给投资者造成

损失的，本人（公司/企业）依法承担连带赔偿责任。

（3）如本人（公司/企业）因不可抗力等原因导致未能履行公开承诺事项的，将接受如下约束措施，直至相应补救措施实施完毕：

1）在发行人股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行相关承诺的具体原因并向发行人其他股东和社会公众投资者道歉；

2）尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护发行人投资者利益。

（4）如本人（公司/企业）公开承诺事项已承诺了未履行有关承诺的约束措施，本人（公司/企业）承诺将按照该等承诺的约束措施采取相应补救措施；若本人（公司/企业）采取相应补救措施仍无法弥补未履行相关承诺造成的损失，本人（公司/企业）将采取本承诺函项下的约束措施直至相应损失得以弥补或降低到最小。”

4、发行人董事、监事、高级管理人员承诺

公司现任董事、监事、高级管理人员作出如下承诺：

“（1）本人将严格履行本人就发行人首次公开发行股票并在创业板上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

（2）如本人非因不可抗力等原因导致未能履行公开承诺事项的，将接受如下约束措施，直至相应补救措施实施完毕：

1）在发行人股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行相关承诺的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉；

2）不得转让本人持有的发行人股份（如有），但因继承、被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外；

3）可以职务变更但不得主动要求离职；

4）主动申请调减或停发薪酬或津贴；

5）如本人因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归发行人所有，并在获得收益的五个工作日内将所获收益支付给发行人指定账户；

6) 如本人未履行上述承诺及招股说明书的其他承诺事项, 给投资者造成损失的, 依法赔偿投资者损失;

7) 发行人未履行招股说明书披露的其作出的相关承诺事项, 给投资者造成损失的, 本人依法承担连带赔偿责任。

(3) 如本人因不可抗力等原因导致未能履行公开承诺事项的, 将接受如下约束措施, 直至相应补救措施实施完毕:

1) 在发行人股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行相关承诺的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉;

2) 尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案, 尽可能地保护发行人投资者利益。

(4) 如本人公开承诺事项已承诺了未履行有关承诺的约束措施, 本人承诺将按照该等承诺的约束措施采取相应补救措施; 若本人采取相应补救措施仍无法弥补未履行相关承诺造成的损失, 本人将采取本承诺函项下的约束措施直至相应损失得以弥补或降低到最小。”

(六) 关于利润分配政策的承诺

发行人全体股东承诺:

1、发行人首发上市后生效适用的《张小泉股份有限公司章程(草案)》(下称“《公司章程(草案)》”)及《首次公开发行股票并在创业板上市后三年股东分红回报规划》(下称“《股东分红回报规划》”)已经发行人股东大会决议通过, 本承诺人赞同《公司章程(草案)》及《股东分红回报规划》中利润分配相关内容。

2、发行人首发上市后, 发行人股东大会审议发行人董事会根据《公司章程(草案)》及《股东分红回报规划》制定的利润分配具体方案时, 本承诺人表示同意并将投赞成票。

3、若未履行上述承诺, 本承诺人将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉, 并将在违反承诺发生之日起五个工作日内, 停止在发行人处获得股东分红, 同时本承诺人持有的发行人股份不得转让, 直至按照承诺采取相应的措施并实施完毕为

止。

(七) 关于被摊薄即期回报填补措施切实履行的承诺

1、发行人承诺

本公司拟首次公开发行股票并在创业板上市，现就填补被摊薄即期回报采取的措施事宜，特作如下不可撤销承诺：

“（1）强化募集资金管理，加快募投项目投资进度

公司将根据深圳证券交易所有关要求和公司有关募集资金使用管理的相关规定，严格管理募集资金使用，保证募集资金按照原定用途得到充分有效利用。

本次发行募集资金到位后，公司将调配内部各项资源、加快推进募投项目建设，提高募集资金使用效率，争取募投项目早日达产并实现预期效益，以提升公司盈利水平。本次募集资金到位前，为尽快实现募投项目盈利，公司拟通过多种渠道积极筹措资金，积极调配资源，开展募投项目的前期准备工作，增强项目相关的人才与技术储备，争取尽早实现项目预期收益，提高未来几年的股东回报，降低发行导致的即期回报摊薄的风险。

（2）加强成本费用管理，加大市场开发力度

公司将实行严格科学的成本费用管理，加强采购环节、生产环节、产品质量控制环节的组织管理水平，加强费用的预算管理，提高公司运营效率，在全面有效的控制公司经营风险和管理风险的前提下提升利润水平。

同时，公司将在现有市场营销网络的基础上完善并扩大经营业务布局，致力于为更多客户提供优质的服务。公司将不断改进和完善技术及服务体系，扩大销售渠道和服务网络的覆盖面，凭借优秀的技术和服务促进市场拓展，从而优化公司在市场的战略布局。

（3）强化投资者回报机制

公司实施积极的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报，并保持连续性和稳定性。公司已根据中国证监会的相关规定及监管要求，制订上市后适用的《公司章程（草案）》，就利润分配政策事宜进行详细规定和公开承诺，并审议通过《关于公司未来三年分红回报规划的议案》，充分维护公司股东依法享有的资

产收益等权利，提高公司的未来回报能力。

本公司承诺将保证或尽最大的努力促使上述措施的有效实施，努力降低本次发行对即期回报的影响，保护公司股东的权益。如本公司未能实施上述措施且无正当、合理的理由，本公司及相关责任人将公开说明原因并向投资者致歉。”

2、控股股东及实际控制人承诺

发行人的控股股东张小泉集团做出如下承诺：

“为贯彻执行《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（国发[2014]17号）、《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发[2013]110号）和《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（中国证券监督管理委员会公告[2015]31号）等文件精神和要求，保障公司填补被摊薄即期回报措施能够得到切实履行，本公司作为张小泉股份有限公司（以下简称“张小泉”、“公司”）控股股东，承诺不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

作为张小泉本次首次公开发行股票填补即期回报措施能够得到切实履行的责任主体之一，如若违反前述承诺或拒不履行前述承诺，本公司愿意承担相应的法律责任。”

发行人的实际控制人张国标、张樟生、张新程作出如下承诺：

“为贯彻执行《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（国发[2014]17号）、《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发[2013]110号）和《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（中国证券监督管理委员会公告[2015]31号）等文件精神和要求，保障公司填补被摊薄即期回报措施能够得到切实履行，本人作为张小泉股份有限公司（以下简称“公司”）的实际控制人，本人承诺不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

如若违反前述承诺或拒不履行前述承诺，本人愿意承担相应的法律责任。”

3、发行人董事、高级管理人员承诺

发行人董事、高级管理人员作出如下承诺：

“（1）不会无偿或以不公平条件向其他单位或个人输送利益，也不会采用其他方式损害公司利益；

（2）对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

（3）不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

（4）由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（5）将保证或尽最大努力促进包括但不限于上述填补被摊薄即期回报措施能够切实履行，努力降低本次发行对即期回报的影响，切实维护公司股东的权益。

如本人未能实施上述措施且无正当、合理的理由，本人及相关责任人将公开作出解释并向投资者致歉。”

（八）关于社保及公积金缴纳的承诺

发行人控股及其实际控制人对发行人及其子公司社保公积金缴纳情况作出如下承诺：

1、控股股东张小泉集团承诺：

“如果发行人及其控股子公司因发行前执行社会保险金和住房公积金政策事宜而被有权机关要求发行人及控股子公司补缴社会保险金或住房公积金，或者对发行人及控股子公司进行处罚，或者有关人员向发行人或其子公司追索，本公司将全额承担该部分补缴、被处罚或被追索的支出及费用，且在承担后不向发行人或控股子公司追偿，保证发行人及其控股子公司不会因此遭受任何损失。”

2、实际控制人张国标、张樟生和张新程承诺：

“如果发行人及其控股子公司因发行前执行社会保险金和住房公积金政策事宜而被有权机关要求发行人及控股子公司补缴社会保险金或住房公积金，或者对发行人及控股子公司进行处罚，或者有关人员向发行人或其子公司追索，本人将全额承担该部分补缴、被处罚或被追索的支出及费用，且在承担后不向发行人或控股子公司追偿，保证发行人及其控股子公司不会因此遭受任何损失。”

（九）关于构成欺诈发行时购回股份的承诺

发行人及实际控制人张国标、张樟生和张新程作出如下承诺与确认：

“若本次公开发行被监管机构认定为构成欺诈发行，本公司及本公司实际控制人张国标先生、张樟生先生、张新程先生承诺在监管机构指定的期间内从投资者手中购回本次公开发行的股票，并对前述购回义务承担个别和连带的法律责任。”

（十）中介机构关于为公司首次公开发行制作、出具的文件无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

发行人保荐机构中信证券承诺：“

本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

本公司为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；若因本公司为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成直接经济损失的，将依法赔偿投资者损失。”

发行人律师浙江天册律师事务所承诺：“本所将严格履行法定职责，遵照本行业的业务标准和执业规范，对发行人的相关业务资料进行核查验证，确保所出具的相关专业文件真实、准确、完整。

若本所为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将根据中国证监会或人民法院等有权部门的最终处理决定或生效判决，依法赔偿投资者损失。”

发行人会计师、验资机构及验资复核机构天健会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：“因本所为张小泉股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失，如能证明本所没有过错的除外。”

发行人评估机构坤元资产评估有限公司承诺：“本公司现担任张小泉股份有限公司首次公开发行股票并上市的评估机构，承诺针对本公司出具的《资产评估

报告》（坤元评报（2017）556号、坤元评报（2017）596号、坤元评报（2017）674号、坤元评报（2018）第186号、坤元评报（2019）609号）不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

如本公司针对本次行为出具的《资产评估报告》存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本公司未能勤勉尽责的，在该等事项依法认定后，将承担连带赔偿责任。”

第十一节 其他重要事项

一、重大合同

本公司已签署但尚未履行完毕的，且对公司生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同如下所示：

（一）销售合同

截至本招股说明书签署日，公司正在履行的重大产品销售框架合同如下：

序号	客户名称	合同编号	合同金额/数量	合同标的	合同期限
1	重庆思优普贸易有限公司	ZXQ-20200101-CQSYP	以每次订货为准	刀具、剪具、套刀剪组合、其他生活家居用品	2020.1.1-2020.12.31
2	宁波方太营销有限公司	N190513006	以每次订货为准	套刀剪组合	2019.5.15-2020.5.31
3	北京京东世纪贸易有限公司	20200025400/ 20200018959	以每次订货为准	刀具、剪具、套刀剪组合、其他生活家居用品	2020.1.1-2020.12.31
4	北京京东世纪贸易有限公司	PP2020078682	以每次销售金额为准	刀具、剪具、套刀剪组合、其他生活家居用品	2020.4.1-2021.3.31
5	上海聚建网络科技有限公司	ZXQ-2020LT-SHJJ	以每次订货为准	刀具、剪具、套刀剪组合、其他生活家居用品	2020.1.1-2020.12.31
6	义乌市孙茂福五金商行	ZXQ-2020LT-YWSMF	以每次订货为准	刀具、剪具、套刀剪组合、其他生活家居用品	2020.1.1-2020.12.31

注 1：公司与宁波方太营销有限公司签订的销售合同约定“即使双方未续签书面合同，但仍进行业务往来的，则本合同依旧有效，期限为不定期；未尽事宜可另行起草补充协议”

注 2：公司与北京京东贸易有限公司合同涉及经销和代销两种模式，其中产品购销协议（合同编号为 20200025400 和 20200018959）为经销模式合同，店铺服务协议（合同编号为 PP2020078682）为代销模式合同

（二）采购合同

截至本招股说明书签署日，公司正在履行的重大产品采购框架合同如下：

序号	供应商名称	合同编号	合同金额/ 数量	合同标的	合同期限
1	阳江市厨乐实业有限公司	HZXQ-3-2020-1	以每次订货为准	刀具、套刀	2020.1.1-2020.12.31
2	阳江市阳东区锦宏金属制品有限公司	HZXQ-3-2020-058	以每次订货为准	刀具、套刀、家用杂件	2020.1.1-2020.12.31
3	阳江市阳东区四夕郎刀具制造有限公司	HZXQ-3-2020-5	以每次订货为准	刀具、套刀	2020.1.1-2020.12.31
4	常熟市长江不锈钢材料有限公司	HZXQ-3-2020-2	以每次订货为准	不锈钢板	2020.1.1-2020.12.31
5	阳江市阳东区万隆五金工贸有限公司	HZXQ-3-2020-3	以每次订货为准	刀具、套刀	2020.1.1-2020.12.31

(三) 工程合同

截至本招股说明书签署日，公司正在履行的金额超过 150 万元的重大工程合同情况如下：

1、2019 年 6 月 6 日，公司子公司阳江张小泉与广东省轻纺建筑设计院有限公司签署《建设工程设计合同》（合同编号：粤轻纺设合字【2019】第 127 号），约定由广东省轻纺建筑设计院有限公司作为设计方负责张小泉阳江刀剪智能制造中心项目刀剪生产加工车间及物流车间的规划、初步设计和施工图设计，合同金额共计 171 万元。工程按发包人整体计划要求，双方商议形成计划进度表。

2、2019 年 7 月 27 日，公司子公司阳江张小泉与浙江省一建建设集团有限公司签署《建设工程施工合同》（合同编号：FZG2019-Y001），约定由浙江省一建建设集团有限公司作为总承包方负责张小泉阳江刀剪智能制造中心项目的建设施工工作，合同金额共计 22,018 万元，计划合同工期为 2019 年 7 月 16 日至 2020 年 7 月 11 日。

(四) 资金合同

截至本招股说明书签署日，公司正在履行的重大资金合同情况如下：

1、借款合同

2020 年 3 月 4 日，阳江张小泉与中国银行股份有限公司阳江分行签订《固定资产借款合同》（合同编号：GDK47680012020001 号），约定中国银行阳江分

行贷款 24,000 万元给阳江张小泉用于张小泉阳江刀剪智能制造中心项目建设，借款期限为 72 个月，借款利率采用浮动利率，以 5 年期以上贷款市场利率加 64 基点为基础，每 12 个月进行调整。

2、抵押合同

(1) 2019 年 4 月 25 日，公司与中国工商银行股份有限公司杭州羊坝头支行签订《最高额抵押合同》（合同编号：0120200003-2019 年羊坝（抵）字 0012 号），约定公司以房屋所有权（浙（2018）富阳区不动产权第 0017678 号）作为抵押物，在 9,400 万元的最高余额内，为 2019 年 4 月 25 日至 2024 年 4 月 25 日期间内公司与中国工商银行股份有限公司杭州羊坝头支行签订的本外币借款合同、银行承兑协议等合同提供担保。

(2) 2020 年 3 月 4 日，阳江张小泉与中国银行股份有限公司阳江分行签订《最高额抵押合同》（合同编号：2020 阳高押字第 002 号），约定阳江张小泉以产权证号为粤（2019）阳江市不动产权第 0039043 号、坐落于阳江市江城银岭科技产业园 B7.6-2 号的张小泉阳江刀剪智能制造中心项目的在建工程做抵押抵押物，在 24,000 万元的最高余额内，为 2020 年 3 月 4 日至 2026 年 12 月 31 日期间内阳江张小泉与中国银行阳江分行签订的借款、贸易融资、保函、资金业务及其他授信业务合同提供担保。

3、保证合同

(1) 2019 年 8 月 8 日，上海张小泉与杭州银行股份有限公司保俶支行签订《最高额保证合同》（合同编号：026C5162019001081），约定上海张小泉为 2019 年 7 月 26 日至 2022 年 7 月 25 日期间内张小泉股份与杭州银行股份有限公司保俶支行签订的借款、银行承兑等银行融资合同，提供最高金额为 3,300 万元的连带责任保证。

(2) 2019 年 8 月 8 日，张小泉电商与杭州银行股份有限公司保俶支行签订《最高额保证合同》（合同编号：026C5162019001082），约定张小泉电商为 2019 年 7 月 26 日至 2022 年 7 月 25 日期间内张小泉股份与杭州银行股份有限公司保俶支行签订的借款、银行承兑等银行融资合同，提供最高金额为 3,300 万元的连带责任保证。

(3) 2020年3月4日, 公司与中国银行股份有限公司阳江分行签订《保证合同》(合同编号: GBZ47680012020001号), 约定公司为阳江张小泉24,000万元《固定资产借款合同》(合同编号: GDK47680012020001号)提供全额连带责任保证, 保证期间为主债权清偿期限届满之日起两年。

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署日, 公司不存在对外担保事项。

三、诉讼或仲裁事项

(一) 公司重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日, 本公司不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁事项。

(二) 公司控股股东或实际控制人、控股子公司、董事、监事、高级管理人员和核心技术其他核心人员涉及重大诉讼或仲裁的情况

截至本招股说明书签署日, 公司控股股东或实际控制人、控股子公司、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员均不存在作为一方当事人的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

(三) “张小泉”商标诉讼纠纷

报告期内, 发行人无涉及“张小泉”商标和商号的重要诉讼, 所涉“张小泉”商标诉讼纠纷的具体情况如下:

序号	案号	案由	原告/上诉人	被告/被上诉人	诉讼进展/诉讼结果
1	(2017)浙0521民初3053号	擅自知名商品特有名称、包装、装潢纠纷	张小泉集团	湖州泉欣五金科技有限公司	驳回原告诉讼请求
	(2018)浙05民终874号				驳回上诉, 维持原判
	(2018)浙民申4616号				驳回再审申请
2	(2017)浙0782民初14167号	侵害商标权纠纷	张小泉集团	义乌市旅赞电子商务商行	与被告达成和解, 撤回起诉
3	(2018)浙01010民初22715号	侵害商标权及不正当竞争纠纷	发行人	江苏仁禛实业有限公司 湖州泉欣五金科技有限	判决江苏仁禛赔偿4万元、泉欣赔偿16万元

序号	案号	案由	原告/ 上诉人	被告/被上 诉人	诉讼进展/ 诉讼结果
				公司 浙江淘宝网 络有限公司	
	(2019)浙01民终8057号		江苏仁 禎实 业有 限公 司、 湖 州 泉 欣 五 金 科 技 有 限 公 司	发行人	驳回上诉，维 持原判
4	(2019)浙0110民初7325号	侵害商标权 纠纷	发行人	张玉平 浙江淘宝网 络有限公司	判决被告停止 侵害并赔偿4 万元
5	(2019)沪1010民初1684号	侵害商标权 及其他不正 当竞争纠纷	发行人	上海张小泉 迎记刀剪有 限公司 郑州市二七 区世博商贸	调解结案
6	(2019)浙8601民初1407号	侵害商标权 及不正当竞 争纠纷	发行人	杭州张小泉 剪刀店有限 公司	与被告达成和 解，撤回起诉
7	(2019)粤0103民初6811号	侵害商标权 纠纷	上海张 小泉	广州市荔湾 区绿风园艺 店	与被告达成和 解，撤回起诉
8	(2019)浙0782民初12751号	侵害商标权 及不正当竞 争纠纷	发行人	何春明	与被告达成和 解，撤回起诉
9	(2019)浙0110民初15366号	侵害商标权 纠纷	发行人	俞安定(店 铺:西湖店、 掌柜名:竹 海小海) 浙江淘宝网 络有限公司	与被告达成和 解，撤回起诉
10	网上立案编号325506	侵害商标权 纠纷	发行人	李陶金(店 铺:小天缝 纫辅料店、 掌柜名:天 狱无痕) 浙江淘宝网 络有限公司	诉前调解中
11	网上立案编号325530	侵害商标权 纠纷	发行人	杜秀迎(店 铺:君君妈 的布料店、 掌柜名: dudu1521) 浙江淘宝网	诉前调解中

序号	案号	案由	原告/ 上诉人	被告/被上诉 人	诉讼进展/ 诉讼结果
				络有限公司	
12	网上立案编号 333694	侵害商标权 纠纷	发行人	李水英（店 铺：中华老 字号刀剪批 发、掌柜名： w 梦幻心语） 浙江淘宝网 络有限公司	诉前调解中
13	网上立案号 325729	侵害商标权 纠纷	发行人	进贤县文港 婷婷百货商 行（店铺： 婷婷居家百 货、掌柜名： 婷婷百货商 行） 浙江淘宝网 络有限公司	诉前调解中
14	(2020)浙 040 民初 2984 号	侵害商标权 纠纷	发行人	嘉兴市经开 城南星鑫服 装辅料店 （店铺：星 星辅料；掌 柜名：星星 服装辅料）	判决被告停止 侵害并赔偿 25,000 元
15	—	侵害商标权 纠纷	发行人	常州市金桥 市场（兴隆 五金工具经 营部）	与被告达成和 解，撤回起诉
16	(2020)苏 0402 民初 3132 号	侵害商标权 纠纷	上海张 小泉	冯泽平	与被告达成和 解，撤回起诉
17	(220)苏 13 民初 422 号	侵害商标权 纠纷	发行人	仲丽	2020 年 11 月 13 日已判决结 案，判决被告 仲丽赔偿原告 经济损失 5,000 元
18	(220)苏 13 民初 420 号	侵害商标权 纠纷	发行人	杨宝林	2020 年 11 月 16 日已判决结 案，判决被告 杨宝林赔偿原 告经济损失 4,500 元
19	(220)苏 13 民初 421 号	侵害商标权 纠纷	发行人	张玉平	2020 年 11 月 16 日已判决结 案，判决被告 张玉平赔偿原 告经济损失 15,000 元

序号	案号	案由	原告/上诉人	被告/被上诉人	诉讼进展/诉讼结果
20	(2020)浙0783民初10346号	侵害商标权纠纷	发行人	周士斗(店铺:他乡客缝配批发;掌柜名:士斗买买) 东阳市虎鹿新南洋针车经营部 东阳市晖煜缝纫配件有限公司	2020年11月11日已庭外和解,发行人撤诉结案
21	(2020)苏13民初634号	侵害商标权纠纷	发行人	乙中伟	2021年1月20日开庭,根据民事诉讼法相关规定,一审案件简易程序的审理期限为三个月,普通程序的审理期限为六个月,特殊情况可以延长六个月
22	(2020)沪0110民初17273号	侵害商标权纠纷	发行人	上海张小泉迎记刀剪有限公司 上海厨丰酒店设备用品有限公司	2020年11月12日开庭,根据民事诉讼法相关规定,一审案件简易程序的审理期限为三个月,普通程序的审理期限为六个月,特殊情况可以延长六个月

综上,报告期内,除张小泉集团或发行人、上海张小泉提出的商标维权案件外,不存在第三方向发行人提起的关于“张小泉”商标和商号的诉讼。经向发行人所在地的人民法院查证发行人未结的诉讼案件情况以及适当的网络核查,发行人持有的知识产权不存在纠纷或潜在纠纷。

四、侵权情况及品牌维护、防范假冒伪劣

根据本节“三、诉讼或仲裁事项”之“(三)“张小泉”商标诉讼纠纷”中列式的侵权诉讼和维权诉讼结果,发行人品牌在维权过程中已得到有效保护,虽然历史上存在的被侵权情形,但是未对品牌声誉造成实质性的重大不利影响。报告

期内，发行人用于品牌维护、防范假冒伪劣的具体措施及费用支出情况如下：

1、品牌维护、防范假冒伪劣的内部管控措施

发行人已制定《营销管理标准》《采购管理标准》，加强对经销商、供应商的管理，并在部分合同中明确约定知识产权条款，禁止经销商及供应商自行或与第三方合作仓储、陈列、销售、制造任何假冒、仿冒发行人品牌的产品。

发行人加强对销售客户在电商渠道的管理，统一将有线上销售业务并承诺服从发行人统一管理要求的客户纳入发行人白名单，从店铺宣传、网店运营等方面进行规范，并定期检测执行情况。

发行人内部专设打假维权专员，与流通渠道部、电商渠道部、品管部、产品研发部以及法务人员组成维权小组，共同处理侵权事宜。

2、品牌维护、防范假冒伪劣的外部维权措施

对于在淘宝、天猫以及拼多多等电商平台开设，涉嫌商标侵权、图片盗用、冒用关键词推广的店铺，发行人根据电商平台规则进行投诉，达到删除侵权链接或者关闭侵权店铺的目的。

对于在线下侵犯发行人商标权的实体单位，发行人主要通过向侵权单位所在地市场监督管理部门投诉的方式进行维权。

对于侵权比较严重的行为，发行人亦通过诉讼等途径进行维权。

3、品牌维护、防范假冒伪劣的费用支出情况

报告期内，发行人用于品牌维护、防范假冒伪劣的费用主要包括服务费、律师费及打假维权专员的薪资，共计支出 371,633.80 元。

4、未来应对相关风险的措施及有效性

根据发行人的说明，发行人将继续贯彻落实上述用于品牌维护、防范假冒伪劣的具体措施，同时将采取通过各类宣传渠道对发行人产品进行正面宣传，扩大对假冒伪劣产品的搜索范围并及时追究相关主体的法律责任等方式，应对相关侵权风险。上述措施对于品牌维护、防范假冒伪劣具有较大作用。

五、公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近 3 年涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近 3 年不涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况。

六、公司控股股东、实际控制人报告期内的重大违法行为

公司控股股东、实际控制人报告期内不存在重大违法行为。

第十二节 声明

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：


张国标


张樟生


张新程


姚宇


夏乾良


汪永建


李元旭


陈英骅



余景选

张小泉股份有限公司


2021年1月21日

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体监事签名：



丁成红



李迪昇



吴晓明



本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

除董事、监事以外的高级管理人员签名：



甘述林




王现余




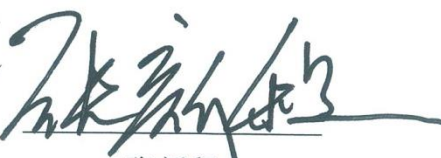
二、发行人控股股东、实际控制人声明

本公司或本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

发行人实际控制人：


张国标


张樟生


张新程

发行人控股股东：杭州张小泉集团有限公司



发行人控股股东法定代表人：


张新程



三、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

保荐代表人：



李良



唐亮

项目协办人：



于云偲

法定代表人：



张佑君

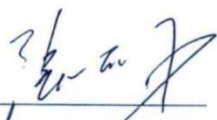


2021年1月21日

保荐机构董事长声明

本人已认真阅读张小泉股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

保荐机构董事长：


张佑君



中信证券股份有限公司

2021 年 1 月 21 日

保荐机构总经理声明

本人已认真阅读张小泉股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：



杨明辉



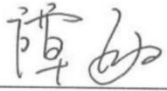
四、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

经办律师：



虞文燕



谭敏

律师事务所负责人：



章靖忠



2021年 1月21日

五、 审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《张小泉股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的《审计报告》（天健审〔2020〕9458号）、《内部控制鉴证报告》（天健审〔2020〕9459号）及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对张小泉股份有限公司在招股说明书中引用的上述审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

张芹 

张 芹


李明明 

李明明

天健会计师事务所负责人：

 
王越豪

天健会计师事务所（特殊普通合伙）


二〇二〇年一月二十一日

六、资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字资产评估师：

 柴铭闽		 吕跃明		 黄明	
 曹晓芳		 唐云慧			

资产评估机构负责人：


汪沧海


坤元资产评估有限公司
2021年1月21日

七、验资机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《张小泉股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》(以下简称招股说明书), 确认招股说明书与本所出具的《验资报告》(天健验〔2018〕135号)的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对张小泉股份有限公司在招股说明书中引用的上述报告的内容无异议, 确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏, 并承担相应的法律责任。

签字注册会计师:

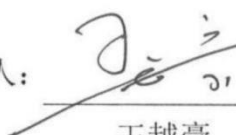

张 芹 

张 芹

李明明 

李明明

天健会计师事务所负责人:

 
王越豪

天健会计师事务所(特殊普通合伙)

二〇一八年一月二十一日

八、验资复核机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《张小泉股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的《实收资本复核报告》（天健验（2019）474号）的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对张小泉股份有限公司在招股说明书中引用的上述报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：


张芹 

张芹

李明明 

李明明

天健会计师事务所负责人：

王越豪 

王越豪

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇一九年二月二十一日

第十三节 附件

一、备查文件

投资者可以查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文件，该等文件也在指定网站上披露，具体如下：

- （一）发行保荐书；
- （二）上市保荐书；
- （三）法律意见书；
- （四）财务报表及审计报告；
- （五）公司章程（草案）；

（六）与投资者保护相关的承诺。承诺应充分披露发行人、股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺、未能履行承诺的约束措施以及已触发履行条件的承诺事项的履行情况。承诺事项主要包括：

1、本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及股东持股及减持意向等承诺；

2、稳定股价的措施和承诺；

3、股份回购和股份买回的措施和承诺；

4、对欺诈发行上市的股份买回承诺；

5、填补被摊薄即期回报的措施及承诺；

6、利润分配政策的承诺；

7、依法承担赔偿责任或赔偿责任的承诺；

8、其他承诺事项。

（七）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项；

- （八）内部控制鉴证报告；

- (九) 经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- (十) 中国证监会同意发行人本次公开发行注册的文件；
- (十一) 其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅时间、地点

(一) 发行人：张小泉股份有限公司

联系地址：浙江省杭州市富阳区东洲街道五星路8号

电话：0571-88902532

时间：周一至周五，9:30-4:30

(二) 保荐人（主承销商）：中信证券股份有限公司

联系地址：北京朝阳区亮马桥路48号中信证券大厦25层

电话：010-60833993

时间：周一至周五，9:30-4:30


















三、商标


















截至本招股说明书签署日，发行人及控股子公司已取得国家商标局颁发商标注册证的商标共有156项，境外商标17项，具体情况如下：

















(1) 国家商标局颁发商标

序号	权利人	商标内容	注册号	核定使用商品类别	到期日	取得方式
1	张小泉股份		36841766	29	2030.01.06	自主取得
2	张小泉股份	张小全	36397349	6	2029.12.20	自主取得
3	张小泉股份	章小泉	36396958	21	2029.10.06	自主取得
4	张小泉股份	小泉张	36396343	21	2029.10.06	自主取得
5	张小泉股份	章小泉	36395169	40	2029.10.06	自主取得
6	张小泉股份	张小权	36395166	40	2029.10.06	自主取得






序号	权利人	商标内容	注册号	核定使用商品类别	到期日	取得方式
7	张小泉股份	张小全	36394763	37	2029.12.20	自主取得
8	张小泉股份	张小全	36393908	40	2029.12.20	自主取得
9	张小泉股份	张晓泉	36392660	37	2029.12.20	自主取得
10	张小泉股份	张小权	36392639	21	2029.11.06	自主取得
11	张小泉股份	张小权	36392620	20	2029.10.06	自主取得
12	张小泉股份	张小全	36392618	20	2029.12.20	自主取得
13	张小泉股份	小泉张	36391596	37	2029.10.06	自主取得
14	张小泉股份	章小泉	36391587	37	2029.10.06	自主取得
15	张小泉股份	张晓泉	36391573	21	2029.12.20	自主取得
16	张小泉股份	张小全	36390420	21	2029.12.20	自主取得
17	张小泉股份	张晓泉	36390407	20	2029.12.20	自主取得
18	张小泉股份	小泉张	36390399	6	2029.10.06	自主取得
19	张小泉股份	张晓泉	36390398	6	2029.12.20	自主取得
20	张小泉股份	张小权	36390395	6	2029.10.06	自主取得
21	张小泉股份	张小权	36387332	37	2029.10.06	自主取得
22	张小泉股份	章小泉	36387290	6	2029.10.06	自主取得
23	张小泉股份	小泉	36386173	40	2029.10.06	自主取得
24	张小泉股份	小泉张	36385821	40	2029.10.20	自主取得
25	张小泉股份	张晓泉	36385817	40	2029.10.20	自主取得
26	张小泉股份	小泉	36385805	37	2029.10.06	自主取得
27	张小泉股份	小泉张	36382833	20	2029.11.06	自主取得
28	张小泉股份		32945530	24	2029.07.20	自主取得

序号	权利人	商标内容	注册号	核定使用商品类别	到期日	取得方式
29	张小泉股份		32945524	22	2029.05.06	自主取得
30	张小泉股份		32945154	3	2029.05.06	自主取得
31	张小泉股份		32942919	45	2029.05.06	自主取得
32	张小泉股份		32942911	43	2029.05.06	自主取得
33	张小泉股份		32942895	38	2029.05.06	自主取得
34	张小泉股份		32942565	31	2029.05.06	自主取得
35	张小泉股份		32942519	23	2029.05.13	自主取得
36	张小泉股份		32942472	12	2029.05.06	自主取得
37	张小泉股份		32942469	9	2029.05.13	自主取得
38	张小泉股份		32942367	10	2029.04.27	自主取得
39	张小泉股份		32940926	19	2029.05.13	自主取得
40	张小泉股份		32940913	16	2029.05.13	自主取得
41	张小泉股份		32940861	6	2029.05.13	自主取得
42	张小泉股份		32938393	35	2029.05.13	自主取得
43	张小泉股份		32937634	25	2029.05.06	自主取得
44	张小泉股份		32937618	21	2029.05.06	自主取得
45	张小泉股份		32937257	21	2029.05.06	自主取得

序号	权利人	商标内容	注册号	核定使用商品类别	到期日	取得方式
46	张小泉股份		32936146	44	2029.06.27	自主取得
47	张小泉股份		32936134	41	2029.05.13	自主取得
48	张小泉股份		32936122	37	2029.05.13	自主取得
49	张小泉股份		32935363	26	2029.05.06	自主取得
50	张小泉股份		32933849	17	2029.05.06	自主取得
51	张小泉股份		32933822	5	2029.05.06	自主取得
52	张小泉股份		32933806	2	2029.05.06	自主取得
53	张小泉股份		32933794	11	2029.05.06	自主取得
54	张小泉股份		32932582	42	2029.05.13	自主取得
55	张小泉股份		32930708	32	2029.05.13	自主取得
56	张小泉股份		32930702	30	2029.05.13	自主取得
57	张小泉股份		32930647	20	2029.04.27	自主取得
58	张小泉股份		32930641	18	2029.07.13	自主取得
59	张小泉股份		32930252	8	2029.05.06	自主取得
60	张小泉股份		32929234	13	2029.05.06	自主取得
61	张小泉股份		32927879	8	2029.05.06	自主取得
62	张小泉股份		32926829	36	2029.05.06	自主取得

序号	权利人	商标内容	注册号	核定使用商品类别	到期日	取得方式
63	张小泉股份		32926822	34	2029.05.06	自主取得
64	张小泉股份		32926781	28	2029.05.06	自主取得
65	张小泉股份		32925623	33	2029.05.20	自主取得
66	张小泉股份		32925236	15	2029.05.13	自主取得
67	张小泉股份		32925213	4	2029.09.06	自主取得
68	张小泉股份		32925198	1	2029.05.06	自主取得
69	张小泉股份		32923248	21	2029.09.06	自主取得
70	张小泉股份		32923240	11	2029.05.13	自主取得
71	张小泉股份		32923234	6	2029.05.13	自主取得
72	张小泉股份		32922256	40	2029.05.06	自主取得
73	张小泉股份		32922253	39	2029.05.06	自主取得
74	张小泉股份		32922186	27	2029.05.06	自主取得
75	张小泉股份		30470575	7	2029.02.13	自主取得
76	张小泉股份		25377974	11	2028.07.20	转让取得
77	张小泉股份		18037762	35	2026.11.13	转让取得
78	张小泉股份		17860142	21	2026.10.20	转让取得

序号	权利人	商标内容	注册号	核定使用商品类别	到期日	取得方式
79	张小泉股份		17860114	8	2026.10.20	转让取得
80	张小泉股份		17860079	6	2026.10.20	转让取得
81	张小泉股份	泉品	17674520	21	2026.11.20	转让取得
82	张小泉股份		17419824	21	2026.09.13	转让取得
83	张小泉股份		17419740	8	2026.09.13	转让取得
84	张小泉股份	泉之优品	12224805	21	2024.08.13	转让取得
85	张小泉股份	泉之良品	12221604	21	2024.08.13	转让取得
86	张小泉股份	泉之品	12221603	21	2024.08.13	转让取得
87	张小泉股份	泉之品	12221579	8	2024.08.13	转让取得
88	张小泉股份	泉品	12221576	8	2024.08.13	转让取得
89	张小泉股份	张小泉	7441918	37	2031.04.20	转让取得
90	张小泉股份	张小泉	7438888	21	2030.10.06	转让取得
91	张小泉股份	张小泉	7438863	20	2030.10.06	转让取得
92	张小泉股份	小泉	7438822	21	2031.01.27	转让取得
93	张小泉股份	小泉	7438811	20	2031.04.20	转让取得
94	张小泉股份	小泉	7438800	8	2031.01.13	转让取得
95	张小泉股份	小泉	7438790	6	2031.02.20	转让取得
96	张小泉股份	张晓泉	7432873	8	2031.01.06	转让取得
97	张小泉股份	章小泉	7427842	8	2031.01.06	转让取得

序号	权利人	商标内容	注册号	核定使用商品类别	到期日	取得方式
98	张小泉股份	张小权	7427814	8	2031.01.06	转让取得
99	张小泉股份		7418332	21	2030.10.06	转让取得
100	张小泉股份		7418324	8	2030.12.27	转让取得
101	张小泉股份		7418320	6	2030.09.20	转让取得
102	张小泉股份		7300457	21	2030.08.06	转让取得
103	张小泉股份		7300440	6	2030.08.13	转让取得
104	张小泉股份		5440900	8	2029.06.13	转让取得
105	张小泉股份		5440899	8	2029.06.13	转让取得
106	张小泉股份		5440898	8	2029.06.13	转让取得
107	张小泉股份		5440897	8	2029.06.13	转让取得
108	张小泉股份		3549146	8	2024.11.20	转让取得
109	张小泉股份	杭剪	3464336	8	2024.08.27	转让取得
110	张小泉股份		1798792	8	2022.06.27	转让取得
111	张小泉股份		1798791	8	2022.06.27	转让取得

序号	权利人	商标内容	注册号	核定使用商品类别	到期日	取得方式
112	张小泉股份		1007288	6	2027.05.13	转让取得
113	张小泉股份		1007287	6	2027.05.13	转让取得
114	张小泉股份		998957	8	2027.05.06	转让取得
115	张小泉股份		998956	8	2027.05.06	转让取得
116	张小泉股份		841451	21	2026.05.20	转让取得
117	张小泉股份		770653	40	2024.10.27	转让取得
118	张小泉股份		726044	8	2025.01.20	转让取得
119	张小泉股份		544568	8	2031.02.27	转让取得
120	张小泉股份		129501	8	2023.02.28	转让取得
121	张小泉股份	张大全	7410053	6	2030.09.20	转让取得
122	张小泉股份	张大全	7410069	21	2030.09.27	转让取得
123	张小泉股份	张大全	7410058	8	2030.12.27	转让取得
124	张小泉股份	章大泉	7410092	8	2030.12.27	转让取得
125	张小泉股份	张大全	7410079	40	2030.10.27	转让取得
126	张小泉股份	张大全	7410073	37	2030.10.27	转让取得
127	张小泉股份	张大全	7410062	20	2030.09.20	转让取得
128	张小泉股份	章大泉	7410087	6	2030.09.20	转让取得

序号	权利人	商标内容	注册号	核定使用商品类别	到期日	取得方式
129	张小泉股份	章大泉	7413043	37	2030.10.27	转让取得
130	张小泉股份	章大泉	7413047	40	2030.10.27	转让取得
131	张小泉股份	章大全	7416628	37	2030.10.27	转让取得
132	张小泉股份	章大全	7416635	40	2030.10.27	转让取得
133	张小泉股份	大泉张	7421195	37	2030.10.27	转让取得
134	张小泉股份	大泉张	7416644	6	2030.09.27	转让取得
135	张小泉股份	章大泉	7413031	21	2030.09.27	转让取得
136	张小泉股份	章大全	7416610	20	2030.09.27	转让取得
137	张小泉股份	章大全	7416605	8	2030.12.27	转让取得
138	张小泉股份	大泉	7421238	40	2030.10.27	转让取得
139	张小泉股份	大泉	7421231	37	2030.10.27	转让取得
140	张小泉股份	大泉张	7421201	40	2030.10.27	转让取得
141	张小泉股份	章大全	7416595	6	2030.08.27	转让取得
142	张小泉股份	大泉张	7416652	8	2030.12.27	转让取得
143	张小泉股份	大泉	7421211	8	2031.01.27	转让取得
144	张小泉股份	大泉	7421225	21	2030.10.06	转让取得
145	张小泉股份	章大泉	7410098	20	2030.09.20	转让取得
146	张小泉股份	章大全	7416617	21	2030.10.06	转让取得
147	张小泉股份	大泉	7421217	20	2030.09.27	转让取得
148	张小泉股份	大泉张	7416669	21	2030.09.27	转让取得
149	张小泉股份	大泉张	7416660	20	2030.09.27	转让取得
150	张小泉股份		32944297	29	2030.05.13	自主取得

序号	权利人	商标内容	注册号	核定使用商品类别	到期日	取得方式
151	张小泉股份		40763072	29	2030.08.27	自主取得
152	上海张小泉		6412777	8	2030.03.27	自主取得
153	上海张小泉		6412776	7	2030.06.27	自主取得
154	上海张小泉		6412774	6	2030.03.06	自主取得
155	上海张小泉		276201	8	2027.01.29	自主取得
156	上海张小泉制造		5932404	21	2030.01.20	自主取得

注1：2017年11月3日，张小泉实业与张小泉集团签订《知识产权转让协议》，约定张小泉集团以3,002.00万元的价格将71件国内商标、32件国外商标、9项专利转让给张小泉实业。2018年5月28日，张小泉实业进行股份制改造，新设实体张小泉股份承继张小泉实业所有资产，包括上述知识产权。张小泉股份第76项至第120项商标均系自张小泉集团转让取得；注2：2019年10月31日，张小泉股份与富春控股签订《注册商标转让合同》，约定富春控股将其拥有的张大全等29件注册商标无偿转让给张小泉股份。张小泉股份第121项至149项商标均系自富春控股转让取得。

(2) 境外注册商标（含台湾、澳门等）

序号	权利人	商标名称	注册号	地区	国际分类	到期日	取得方式
1	张小泉股份		01964549	台湾	21	2029.01.15	自主取得
2	张小泉股份		01964010	台湾	8	2029.01.15	自主取得
3	张小泉股份		01963945	台湾	6	2029.01.15	自主取得
4	张小泉股份		N/141390	澳门	6	2026.01.10	自主取得
5	张小泉股份		N/141391	澳门	8	2026.01.10	自主取得

序号	权利人	商标名称	注册号	地区	国际分类	到期日	取得方式
6	张小泉股份		N/141392	澳门	21	2026.01.10	自主取得
7	张小泉股份		N/141393	澳门	35	2026.01.10	自主取得
8	张小泉股份		TMA79579 8	加拿大	6、8、11、 21、24	2026.04.18	转让取得 ¹
9	张小泉股份		901791202	巴西	6	2022.05.15	转让取得
10	张小泉股份		901791407	巴西	8	2022.05.15	转让取得
11	张小泉股份		901791458	巴西	21	2022.05.15	转让取得
12	张小泉股份		1455516	马德里国际注册	6、8、21	2028.11.07	自主取得
13	张小泉股份		1514905	马德里国际注册	8、21	2029.11.20	自主取得
14	张小泉股份		5923493	美国	6、21	2028.11.07	自主取得
15	张小泉股份		5877187	美国	8	2029.10.08	自主取得
16	张小泉股份		400837102	韩国	6、8、21	2020.09.24	转让取得
17	张小泉股份		07008921	马来西亚	8	2027.05.17	转让取得 ²





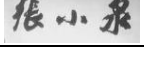










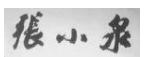








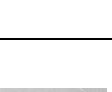



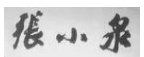

注 1：2017 年 11 月 3 日，张小泉实业与张小泉集团签订《知识产权转让协议》，约定张小泉集团 3,002.00 万元的价格将 71 件国内商标、32 件国外商标、9 项专利转让给张小泉实业。2018 年 5 月 28 日，张小泉实业进行股份制改造，新设实体张小泉股份承继张小泉实业所有资产，包括上述境外商标。上述转让取得商标（除第 17 项外）均系张小泉股份承继自张小泉实业的商标。

注 2：2019 年 4 月 8 日，张小泉股份与 SEANG KEAT ENTERPRISE SDN. BHD. 签署商标转让协议，SEANG KEAT ENTERPRISE SDN. BHD. 将其持有注册号为 07008921 的商标以 10 万林吉特转让予张小泉股份。





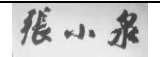





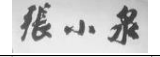












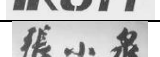
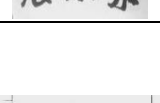
（3）发行人商标和商号对应产品类别及其所有权人、实际使用人、授权使用情况






截至本招股说明书签署日，“张小泉”商标的所有人为发行人，“张小泉”商标的实际使用人为发行人及其子公司以及经发行人授权使用“张小泉”商标的主

体，实际使用人对张小泉商标的使用符合相关法律法规规定，对发行人经营业务不存在重大不利影响。具体情况如下：

时间	产品		产品使用的商标			包装使用的商标				对应的商标所有权人	实际商标使用人 (即产品生产/销售主体)			
	产品类别	产品分类	品类	注册号	商标图	产品分类	品类	注册号	商标图					
张小泉集团改制前	剪具	服装用剪	第8类	129501		服装用剪 家庭用剪 厨房用剪 工业用剪	第8类	1798792		杭州张小泉剪刀厂	杭州张小泉剪刀厂			
				726044										
		544568			129501									
		998956												
	刀具	家用厨刀 水果刀 厨师用刀	第8类	544568		家用厨刀 水果刀 厨师用刀	第8类	1798792						
				998956				129501						
	套刀剪组合	刀剪套装	第8类	544568		刀剪套装	第8类	1798792						
				998956				129501						
	其他生活家居用品	个护用品 厨具 其他杂件	第8类	544568		个护用品 厨具 其他杂件	第8类	1798792						
					998956				第21类			7300457		
				第6类			7300440							
					第8类		129501							
	张小泉集团改制后	剪具	服装用剪	第8类		129501		服装用剪 家庭用剪 厨房用剪 工业用剪	第8类			1798792		杭实集团
					726044									
544568					129501									
998956														
刀具		家用厨刀	第8类	544568		家用厨刀 水果刀	第8类	1798792						

时间	产品		产品使用的商标			包装使用的商标				对应的商标所有人	实际商标使用人 (即产品生产/销售主体)
	产品类别	产品分类	品类	注册号	商标图	产品分类	品类	注册号	商标图		
		水果刀 厨师用刀		998956		厨师用刀		129501			
	套刀剪组合	刀剪套装	第8类	544568		刀剪套装	第8类	1798792			
				998956				129501			
	其他生活家居用品	个护用品 厨具 其他杂件	第8类	544568		个护用品 厨具 其他杂件	第8类	1798792			
				998956			第21类	7300457			
							第6类	7300440			
							第8类	129501			
	张小泉实业设立后	剪具	服装用剪	第8类	129501	服装用剪 家庭用剪 厨房用剪 工业用剪	第8类	7418324			
			家庭用剪 厨房用剪 工业用剪		726044						
					544568						
998956											
刀具		家用厨刀 水果刀 厨师用刀	第8类	544568		家用厨刀 水果刀 厨师用刀	第8类	7418324			
				998956				129501			
套刀剪组合		刀剪套装	第8类	544568		刀剪套装	第8类	7418324			
				998956				129501			
其他生活家居用品		个护用品 厨具 其他杂件	第8类	544568		个护用品 厨具 其他杂件	第6类	7418320			
				998956			第21类	7418332			

时间	产品		产品使用的商标			包装使用的商标				对应的商标所有人	实际商标使用人 (即产品生产/销售主体)
	产品类别	产品分类	品类	注册号	商标图	产品分类	品类	注册号	商标图		
							第 8 类	129501			
杭实集团将“张小泉”系列商标增资张小泉集团后	剪具	服装用剪	第 8 类	129501		服装用剪 家庭用剪 厨房用剪 工业用剪	第 8 类	17860114		张小泉集团	张小泉集团 / 张小泉实业及其子公司/经张小泉实业授权使用“张小泉”商标的主体
		家庭用剪 厨房用剪 工业用剪		726044							
				544568							
				998956							
	刀具	家用厨刀 水果刀 厨师用刀	第 8 类	544568		家用厨刀 水果刀 厨师用刀	第 8 类	17860114			
				998956							
				17419740							
	套刀剪组合	刀剪套装	第 8 类	544568		刀剪套装	第 8 类	17860114			
				998956							
				17419740							
	其他生活家居用品	个护用品 厨具其他杂件	第 8 类	544568		个护用品 厨具其他杂件	第 21 类	17860142			
				998956			第 8 类	17860114			
			17860142		第 6 类		17860079				
“张小泉”系列商标转让给张小泉实业后	剪具	服装用剪	第 8 类	129501		服装用剪 家庭用剪 厨房用剪 工业用剪	第 8 类	17860114		张小泉实业 (商标转让办理手续后陆续完成)	张小泉实业及其子公司/经张小泉实业授权使用“张小泉”商标的主体
		家庭用剪 厨房用剪 工业用剪		726044							
				544568							
				998956							

时间	产品		产品使用的商标			包装使用的商标				对应的商标所有人	实际商标使用人 (即产品生产/销售主体)	
	产品类别	产品分类	品类	注册号	商标图	产品分类	品类	注册号	商标图			
	刀具	家用厨刀 水果刀 厨师用刀	第 8 类	544568		家用厨刀 水果刀 厨师用刀	第 8 类	17860114		张小泉 Zhang Xiao Quan Since 1628		
				998956								
				17419740								
	套刀剪组合	刀剪套装	第 8 类	544568		刀剪套装	第 8 类	17860114				
				998956								
				17419740								
	其他生活家居用品	个护用品 厨具 其他杂件	第 8 类	544568		个护用品 厨具 其他杂件	第 21 类	17860142				
				998956								第 8 类
			17860142		第 6 类		17860079					
	张小泉实业改制为股份公司后	剪具	服装用剪	第 8 类	129501		服装用剪 家庭用剪 厨房用剪 工业用剪	第 8 类	17860114			
					726044							
			家庭用剪 厨房用剪 工业用剪		544568							
998956												
刀具		家用厨刀 水果刀 厨师用刀	第 8 类	544568		家用厨刀 水果刀 厨师用刀	第 8 类	17860114				
				998956								
				17419740								
套刀剪组合		刀剪套装	第 8 类	544568		刀剪套装	第 8 类	17860114				
				998956								
其他生活家居		个护用品 厨具	第 8 类	544568		个护用品 厨具 其他杂件	第 21 类	17860142				

时间	产品		产品使用的商标			包装使用的商标				对应的商标所有人	实际商标使用人 (即产品生产/销售主体)
	产品类别	产品分类	品类	注册号	商标图	产品分类	品类	注册号	商标图		
	用品	其他杂件		998956			第 8 类	17860114			
			第 21 类	17860142			第 6 类	17860079			

注：除发行人子公司外，经发行人授权使用“张小泉”商标的主体具体包括安徽省创诚物流有限公司、杭州恋家实业有限公司、义乌市笃志电子商务有限公司以及杭州金太阳数码科技有限公司

四、专利

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司已取得国家知识产权局核发专利证书的专利共有 128 项，其中发明专利 2 项，实用新型专利 38 项，外观设计专利 88 项。该等专利的具体情况如下：

(1) 发明专利

序号	权利人	专利名称	专利号	证书号	专利申请日	专利期限
1	张小泉股份	一种陶瓷刀具的制备方法	ZL 2017 1 0954778.X	第 3785803 号	2017.10.14	20 年
2	张小泉股份	一种锋利且强度好的刀具及其制造方法	ZL 2018 1 0777489.1	第 3942867 号	2018.07.16	20 年

(2) 实用新型

序号	权利人	专利名称	专利号	证书号	专利申请日	专利期限
1	张小泉股份	嵌入式刀片可换服装剪	ZL 2013 2 0065919.X	第 3103607 号	2013.02.05	10 年
2	张小泉股份	一种可滑动两头使用的剪刀	ZL 2013 2 0251712.1	第 3268318 号	2013.05.10	10 年
3	张小泉股份	一种滑帽纱剪	ZL 2013 2 0251535.7	第 3271708 号	2013.05.10	10 年
4	张小泉股份	一种两用刀具	ZL 2013 2 0251614.8	第 3268808 号	2013.05.10	10 年
5	张小泉股份	刀片可更换服装剪	ZL 2013 2 0439524.1	第 3439650 号	2013.07.23	10 年
6	张小泉股份	一种自动送料冲孔装置	ZL 2015 2 0763149.5	第 5002899 号	2015.09.29	10 年
7	张小泉股份	网带炉防止淬火变形的压平装置	ZL 2015 2 0764222.0	第 5000907 号	2015.09.29	10 年
8	张小泉股份	一种刀剪磨削装置	ZL 2015 2 0762805.X	第 5002369 号	2015.09.29	10 年

序号	权利人	专利名称	专利号	证书号	专利申请日	专利期限
9	张小泉股份	一种可完成菜刀曲面制作的磨削装置	ZL 2015 2 0763519.5	第 5003024 号	2015.09.29	10 年
10	张小泉股份	一种兼顾高强度与锋利度的菜刀	ZL 2015 2 0996270.2	第 5534925 号	2015.12.04	10 年
11	张小泉股份	注塑机械臂自动生产装置	ZL 2016 2 1145963.1	第 6195699 号	2016.10.21	10 年
12	张小泉股份	刀具深冷处理装置	ZL 2016 2 1146743.0	第 6195593 号	2016.10.21	10 年
13	张小泉股份	剪刀多片自动磨削装置	ZL 2016 2 1146243.7	第 6195485 号	2016.10.21	10 年
14	张小泉股份	一种刀具热处理成套装置	ZL 2017 2 0522637.6	第 6815810 号	2017.05.11	10 年
15	张小泉股份	一种采用水溶性淬火剂的刀剪淬火装置	ZL 2017 2 0522674.7	第 6822058 号	2017.05.11	10 年
16	张小泉股份	一种刀剪加热冷却一体式热处理装置	ZL 2017 2 0522903.5	第 7107087 号	2017.05.11	10 年
17	张小泉股份	一种一体结构的刀具	ZL 2017 2 0750253.X	第 7011722 号	2017.06.26	10 年
18	张小泉股份	一种剪刀热处理装置	ZL 2018 2 1121586.7	第 8726772 号	2018.07.16	10 年
19	张小泉股份	一种用于剪刀片双面焊接的翻转装置	ZL 2018 2 1119856.0	第 8515066 号	2018.07.16	10 年
20	张小泉股份	一种刀刃锋利度和耐用度综合检测装置	ZL 2018 2 1124893.0	第 8477164 号	2018.07.16	10 年
21	张小泉股份	一种全自动剪刀片双面对焊机	ZL 2018 2 1121058.1	第 8764282 号	2018.07.16	10 年
22	张小泉股份	一种全自动铆接机	ZL 2018 2 1125992.0	第 8758374 号	2018.07.16	10 年
23	张小泉股份	一种剪刀耐用度测试系统	ZL 2018 2 1127378.8	第 8618902 号	2018.07.16	10 年
24	张小泉股份	一种剪刀生产用放卷理平冲压装置	ZL 2018 2 0394161.7	第 8294324 号	2018.03.22	10 年
25	张小泉股份	一种刀片自动清洗装置	ZL 2018 2 0394171.0	第 8242464 号	2018.03.22	10 年
26	张小泉股份	一种全自动刀片磨削机	ZL 2018 2 0394125.0	第 8242463 号	2018.03.22	10 年
27	张小泉股份	回型刀	ZL 2011 2 0398221.0	第 2268750 号	2011.10.19	10 年
28	张小泉股份	7 型刀	ZL 2011 2 0398222.5	第 2283597 号	2011.10.19	10 年
29	张小泉股份	多功能厨房用剪刀	ZL 2011 2 0413305.7	第 2337648 号	2011.10.26	10 年
30	张小泉股份	厨房多功能刀具	ZL 2011 2 0413306.1	第 2333978 号	2011.10.26	10 年
31	张小泉股份	一种切割两用刀	ZL 2013 2 0251534.2	第 3270765 号	2013.05.10	10 年
32	张小泉股份	一种具有曲面的剪刀	ZL 2015 2 0768587.0	第 5000860 号	2015.09.29	10 年
33	张小泉股份	一种刀具的辊锻装置	ZL 2015 2 0762949.5	第 5002938 号	2015.09.29	10 年

序号	权利人	专利名称	专利号	证书号	专利申请日	专利期限
34	张小泉股份	新型嵌入式刀片可换服装剪	ZL 2013 2 0439410.7	第 3370103 号	2013.07.23	10 年
35	张小泉股份	新型刀片可更换服装剪	ZL 2013 2 0439627.8	第 3370261 号	2013.07.23	10 年
36	张小泉股份	耳部护理清洁装置	ZL 2019 2 1124056.2	第 11264262 号	2019.07.17	10 年
37	上海张小泉	防粘厨房刀具	ZL 2012 2 0519456.5	第 2886070 号	2012.10.11	10 年
38	张小泉股份	平面砂带抛光机	ZL 2020 2 0162821.6	第 11822023 号	2020.02.11	10 年

(3) 外观设计

序号	权利人	专利名称	专利号	证书号	专利申请日	专利期限
1	张小泉股份	剪刀（福剪 1）	ZL 2012 3 0531207.3	第 2470206 号	2012.11.02	10 年
2	张小泉股份	剪刀（福剪 2）	ZL 2012 3 0531259.0	第 2469864 号	2012.11.02	10 年
3	张小泉股份	剪刀	ZL 2013 3 0291830.0	第 2670898 号	2013.06.28	10 年
4	张小泉股份	手柄	ZL 2013 3 0291951.5	第 2687839 号	2013.06.28	10 年
5	张小泉股份	包装盒（1）	ZL 2013 3 0291721.9	第 2656516 号	2013.06.28	10 年
6	张小泉股份	包装盒（2）	ZL 2013 3 0292430.1	第 2671100 号	2013.06.28	10 年
7	张小泉股份	包装盒（3）	ZL 2013 3 0291954.9	第 2656183 号	2013.06.28	10 年
8	张小泉股份	包装卡（3）	ZL 2013 3 0291771.7	第 2672893 号	2013.06.28	10 年
9	张小泉股份	剪刀（HSG-102-103）	ZL 2013 3 0481822.2	第 2781123 号	2013.10.12	10 年
10	张小泉股份	剪刀（HSG-101）	ZL 2013 3 0481768.1	第 2781230 号	2013.10.12	10 年
11	张小泉股份	剪刀（HSG-104）	ZL 2013 3 0481841.5	第 2831526 号	2013.10.12	10 年
12	张小泉股份	家用剪	ZL 2013 3 0565739.3	第 2781870 号	2013.11.21	10 年
13	张小泉股份	民用剪	ZL 2013 3 0565625.9	第 2781800 号	2013.11.21	10 年
14	张小泉股份	剪刀（双双如意剪）	ZL 2014 3 0135883.8	第 2931649 号	2014.05.16	10 年
15	张小泉股份	剪刀（喜结同心剪）	ZL 2014 3 0136074.9	第 2931560 号	2014.05.16	10 年
16	张小泉股份	刀柄	ZL 2017 3 0029046.0	第 4326949 号	2017.01.24	10 年
17	张小泉股份	刀柄（涟漪）	ZL 2017 3 0269814.X	第 4416956 号	2017.06.26	10 年
18	张小泉股份	剪刀（整枝剪-2）	ZL 2017 3 0270001.2	第 4468689 号	2017.06.26	10 年
19	张小泉股份	刀柄（凤求凰）	ZL 2017 3 0269998.X	第 4417002 号	2017.06.26	10 年

序号	权利人	专利名称	专利号	证书号	专利申请日	专利期限
20	张小泉股份	剪刀（整篱剪）	ZL 2017 3 0270002.7	第 4417064 号	2017.06.26	10 年
21	张小泉股份	剪刀（整枝剪-1）	ZL 2017 3 0269813.5	第 4417059 号	2017.06.26	10 年
22	张小泉股份	剪刀（渔网剪）	ZL 2017 3 0269815.4	第 4416895 号	2017.06.26	10 年
23	张小泉股份	刀柄（锤点）	ZL 2017 3 0269793.1	第 4417028 号	2017.06.26	10 年
24	张小泉股份	刀柄（厨师刀）	ZL 2017 3 0269792.7	第 4417063 号	2017.06.26	10 年
25	张小泉股份	刀柄（威罡）	ZL 2017 3 0270003.1	第 4417024 号	2017.06.26	10 年
26	张小泉股份	刀柄（17082）	ZL 2017 3 0336807.7	第 4437709 号	2017.07.27	10 年
27	张小泉股份	辅食剪（1）	ZL 2017 3 0386581.1	第 4528580 号	2017.08.21	10 年
28	张小泉股份	辅食剪（2）	ZL 2017 3 0386330.3	第 4528475 号	2017.08.21	10 年
29	张小泉股份	指甲剪（婴童 1）	ZL 2017 3 0386031.X	第 4529088 号	2017.08.21	10 年
30	张小泉股份	指甲剪（婴童 2）	ZL 2017 3 0386571.8	第 4528853 号	2017.08.21	10 年
31	张小泉股份	花剪（1）	ZL 2017 3 0386365.7	第 4529127 号	2017.08.21	10 年
32	张小泉股份	花剪（2）	ZL 2017 3 0386573.7	第 4529103 号	2017.08.21	10 年
33	张小泉股份	刀柄（锐系列山特维克）	ZL 2017 3 0477732.4	第 4608804 号	2017.10.09	10 年
34	张小泉股份	刀柄（龙雀）	ZL 2017 3 0477733.9	第 4608769 号	2017.10.09	10 年
35	张小泉股份	刀柄	ZL 2017 3 0641093.0	第 4838378 号	2017.12.15	10 年
36	张小泉股份	剪刀	ZL 2018 3 0527407.9	第 5066768 号	2018.09.19	10 年
37	张小泉股份	包装盒	ZL 2018 3 0527418.7	第 5068215 号	2018.09.19	10 年
38	张小泉股份	刀柄（16086）	ZL 2016 3 0222591.7	第 3880581 号	2016.06.04	10 年
39	张小泉股份	包装衬板	ZL 2018 3 0527414.9	第 5248972 号	2018.09.19	10 年
40	张小泉股份	包装衬板	ZL 2018 3 0527583.2	第 5248973 号	2018.09.19	10 年
41	张小泉股份	包装盒	ZL 2018 3 0527395.X	第 5234077 号	2018.09.19	10 年
42	张小泉股份	铲勺	ZL 2018 3 0732353.X	第 5264904 号	2018.12.17	10 年
43	张小泉股份	铲勺	ZL 2018 3 0733026.6	第 5264240 号	2018.12.17	10 年
44	张小泉股份	铲勺	ZL 2018 3 0733024.7	第 5264239 号	2018.12.17	10 年
45	张小泉股份	铲勺	ZL 2018 3 0732339.X	第 5264903 号	2018.12.17	10 年
46	张小泉股份	餐叉	ZL 2019 3	第 5262098 号	2019.01.09	10 年

序号	权利人	专利名称	专利号	证书号	专利申请日	专利期限
			0011595.4			
47	张小泉股份	餐刀	ZL 2019 3 0011606.9	第 5262099 号	2019.01.09	10 年
48	张小泉股份	嵌甲钳	ZL 2019 3 0044497.0	第 5262816 号	2019.01.25	10 年
49	张小泉股份	指甲钳（18053）	ZL 2018 3 0233513.6	第 4783247 号	2018.05.20	10 年
50	张小泉股份	刀柄	ZL 2018 3 0527591.7	第 5343378 号	2018.09.19	10 年
51	张小泉股份	美容钳（19029）	ZL 2019 3 0100099.6	第 5344215 号	2019.03.12	10 年
52	张小泉股份	美容钳（19028）	ZL 2019 3 0100485.5	第 5342045 号	2019.03.12	10 年
53	张小泉股份	指甲钳盖	ZL 2019 3 0253482.5	第 5341621 号	2019.05.22	10 年
54	张小泉股份	宠物指甲剪（大）	ZL 2019 3 0253702.4	第 5337893 号	2019.05.22	10 年
55	张小泉股份	挖耳勺	ZL 2019 3 0253703.9	第 5337975 号	2019.05.22	10 年
56	张小泉股份	宠物指甲剪（小）	ZL 2019 3 0253704.3	第 5337976 号	2019.05.22	10 年
57	张小泉股份	美容钳（19036）	ZL 2019 3 0123124.2	第 5340788 号	2019.03.22	10 年
58	张小泉股份	美容工具手柄塑料套（19037）	ZL 2019 3 0122551.9	第 5340784 号	2019.03.22	10 年
59	张小泉股份	刨皮刀	ZL 2019 3 0135160.0	第 5454155 号	2019.03.28	10 年
60	张小泉股份	饭勺（立式）	ZL 2019 3 0135735.9	第 5459103 号	2019.03.28	10 年
61	张小泉股份	刨皮刀	ZL 2019 3 0135444.X	第 5332315 号	2019.03.28	10 年
62	张小泉股份	刨皮刀	ZL 2019 3 0135954.7	第 5331735 号	2019.03.28	10 年
63	张小泉股份	饭勺（卧式）	ZL 2019 3 0137096.X	第 5332318 号	2019.03.29	10 年
64	张小泉股份	指甲锉	ZL 2019 3 0207418.3	第 5459572 号	2019.04.30	10 年
65	张小泉股份	餐勺	ZL 2019 3 0011601.6	第 5330956 号	2019.01.09	10 年
66	张小泉股份	折叠水果刀（鱼形）	ZL 2019 3 0380064.2	第 5647355 号	2019.07.17	10 年
67	张小泉股份	镂空折叠水果刀	ZL 2019 3 0380066.1	第 5645098 号	2019.07.17	10 年
68	张小泉股份	刀柄 1	ZL 2019 3 0436286.1	第 5727904 号	2019.08.12	10 年
69	张小泉股份	刀柄 2	ZL 2019 3 0435909.3	第 5726772 号	2019.08.12	10 年
70	张小泉股份	脚皮锉	ZL 2019 3 0507511.6	第 5676420 号	2019.09.16	10 年
71	张小泉股份	电动服装剪刀	ZL 2019 3 0509171.0	第 5679548 号	2019.09.17	10 年
72	张小泉股份	粉刺针	ZL 2019 3 0509117.6	第 5676426 号	2019.09.17	10 年

序号	权利人	专利名称	专利号	证书号	专利申请日	专利期限
73	张小泉股份	美发剪	ZL 2019 3 0345677.2	第 5739316 号	2019.07.01	10 年
74	张小泉股份	刀柄	ZL 2017 3 0151962.1	第 4358905 号	2017.04.28	10 年
75	张小泉股份	刀柄	ZL 2018 3 0440121.7	第 5204567 号	2018.08.10	10 年
76	张小泉股份	刀柄	ZL 2019 3 0293645.2	第 5463182 号	2019.06.07	10 年
77	张小泉股份	刀	ZL 2020 3 0146944.6	第 6077785 号	2020.04.14	10 年
78	张小泉股份	粉刺夹	ZL 2020 3 0124985.5	第 6074104 号	2020.04.02	10 年
79	张小泉股份	嵌甲钳	ZL 2020 3 0059647.8	第 6081645 号	2020.09.18	10 年
80	张小泉股份	剪刀（绣花）	ZL 2020 3 0213750.3	第 6105169 号	2020.05.12	10 年
81	张小泉股份	剪刀（钓鱼剪）	ZL 2020 3 0304133.4	第 6134703 号	2020.06.15	10 年
82	张小泉股份	剪刀套（小恐龙）	ZL 2020 3 0303673.0	第 6138483 号	2020.06.15	10 年
83	张小泉股份	剪刀套（小汽车）	ZL 2020 3 0304127.9	第 6155925 号	2020.06.15	10 年
84	张小泉股份	剪刀套（大象）	ZL 2020 3 0304130.0	第 6175078 号	2020.06.15	10 年
85	张小泉股份	修眉刀	ZL 2020 3 0303681.5	第 6177710 号	2020.06.15	10 年
86	张小泉股份	料理器	ZL 2020 3 0420017.9	第 6232552 号	2020.07.29	10 年
87	张小泉股份	料理器	ZL 2020 3 0420018.3	第 6231379 号	2020.07.29	10 年
88	张小泉股份	料理器	ZL 2020 3 0419728.4	第 6236668 号	2020.07.29	10 年