

关于浙江雅艺金属科技股份有限公司 申请首次公开发行股票并在创业板上市 的审核中心意见落实函中有关财务事项的说明

天健函〔2021〕1144号

深圳证券交易所：

由兴业证券股份有限公司转来的《关于浙江雅艺金属科技股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函》（审核函〔2021〕010740号，以下简称审核中心意见落实函）奉悉。我们已对审核中心意见落实函所提及的浙江雅艺金属科技股份有限公司（以下简称雅艺科技公司或公司）财务事项进行了审慎核查，现汇报说明如下。

一、关于代理商。申报材料显示，发行人在美国、加拿大共有三名自然人销售代理，其中 MENGXIN XU 系发行人实际控制人叶金攀同学。报告期内 MENGXIN XU 均未完成合同约定的最低销售额，发行人按最低保底费用向其支付佣金。请发行人补充说明：发行人与 MENGXIN XU 开展代理合作的背景；发行人与其间接代理合作的主要权利义务，约定代理费用的背景，依据及公允性；MENGXIN XU 在发行人销售中发挥的主要作用及贡献，该代理服务是否具有可替换性，发行人是否依赖于 MENGXIN XU 实现在当地的销售；（2）报告期内 MENGXIN XU 均未完成合同约定的最低销售额的背景，发行人持续与其开展代理合作的合理性，必要性，发行人向其支付低保底费用佣金的合理性；是否存在利益输送或其他利益安排；（3）报告期内销售代理是否存在配合发行人虚构或扩大海外销售收入等情形。请保荐人、发行人律师、申报会计师核查并发表明确意见。（审核中心意见落实函问题 2）

(一) 发行人与 MENGXIN XU 开展代理合作的背景；发行人与其间接合作的主要权利义务，约定代理费用的背景，依据及公允性；MENGXIN XU 在发行人销售中发挥的主要作用及贡献，该代理服务是否具有可替换性，发行人是否依赖于 MENGXIN XU 实现在当地的销售

1. 公司与 MENGXIN XU 开展代理合作的背景

MENGXIN XU 系公司实际控制人叶金攀在加拿大留学期间的同学，2011 年底毕业于加拿大多伦多大学，毕业后留在加拿大当地生活。2013 年，随着公司业务规模的不断增长，公司境内员工直接向境外客户销售服务的成本不断增加，公司希望在北美地区寻找合适的人员，负责现有客户业务的维护及新客户的市场开拓，MENGXIN XU 具有中英文双语沟通的语言优势，既可以与当地客户有效沟通也可以与公司境内销售人员对接，因此，叶金攀联系了 MENGXIN XU 沟通销售代理的工作职责及内容，双方协商一致后，公司自 2013 年 1 月起聘请 MENGXIN XU 担任加拿大地区的销售代理，同时负责北美其他销售代理的联络工作。

2. 公司与 MENGXIN XU 销售代理合作的主要权利义务

根据公司与 MENGXIN XU 签署的《销售代理协议》，公司与销售代理的主要权利义务约定如下：

主体	权利义务内容
公司	(1) 根据协议约定支付佣金； (2) 为销售代理报销因其提供境外代理服务所产生的差旅费等公司认可的费用，但销售代理应提供相应的凭证。
销售代理	(1) 维护公司分配给销售代理的现有境外客户，包括但不限于与客户进行日常联系、参加客户会议等； (2) 在公司的授权范围内与客户洽谈业务，并促成公司与境外客户的合同/订单，协助公司完成交易过程中与客户的沟通及对接手续、交易完成后为客户提供售后服务、协助公司回收货款； (3) 根据公司的要求，为公司设计及研发新产品所需提供前期的数据支持工作，包括但不限于对公司产品在境外市场需要进行调研并将调研结果及客户需求反馈给公司； (4) 联系潜在客户、发展新客户、为公司进一步开拓境外市场； (5) 及时与公司沟通，根据公司的要求定期向公司汇报境外销售情况； (6) 公司或公司总经理提出的其他服务需求。

3. 约定代理费用的背景、依据及公允性

(1) 公司代理费用确定的背景及依据

公司与 MENGXIN XU 合作之初仅与其约定了每年支付保底费用 8 万加币，未有明确的销售代理费率约定。该代理费用的约定是由于公司加拿大地区单个客户销售金额不大，但当地客户较为分散，维护这些客户需要投入一定的时间、精力及成本，需要 MENGXIN XU 全职为公司服务，公司参照其生活所在地加拿大多伦多当地的工资水平与 MENGXIN XU 约定了保底费用。

2013 年 7 月公司聘请 RICH BOZEK 担任美国地区的客户维护及业务开拓。RICH BOZEK 根据其与上一家服务单位 E&E Co., Ltd. (dba. JLA Home) 的类似服务条款与公司协商按其对接的客户当年收回货款金额的 2% 确定代理费率，同时承诺每年度对应客户应实现的最低销售金额，若未完成最低销售金额，则公司只需向其支付保底费用，公司与 RICH BOZEK 约定的保底费用为 7.2 万美元/年（含税、按季度支付）。

公司为保持销售代理的统一管理，与 MENGXIN XU 亦约定了与 RICH BOZEK 相同的代理费率，并根据加拿大地区客户的销售情况约定了最低销售金额。

自 2013 年起至今，公司与 MENGXIN XU 的代理费用约定未发生变更。

（2）代理费用的公允性

首先，公司与 MENGXIN XU 约定的代理费用采用收回货款金额的 2% 的固定费率与保底费用结合的模式。该模式符合境内外贸企业聘请境外销售代理时约定代理费用的惯例。一方面由于 MENGXIN XU 系全职为公司提供服务，公司参照当地平均工资水平，按季度向其支付保底费用，另一方面对超过最低销售金额的收回货款金额按照 2% 的代理费率支付代理费有利于调动 MENGXIN XU 的积极性，更好地维护现有客户的同时积极开拓新客户。

其次，根据加拿大统计局官方网站 (<https://www.statcan.gc.ca/>) 发布的数据，截至 2020 年 12 月，加拿大雇员平均周薪为 1,390.58 加币，即年薪约为 7.51 万加币，2013 年至今加拿大整体雇员薪酬水平未发生显著变化，考虑到 MENGXIN XU 系加拿大多伦多大学（加拿大综合实力第一的高等教育机构）的毕业生，公司向其支付的代理费用包含了其个人承担的相关税金、保险，及其所在地区生活水平情况，MENGXIN XU 的保底费用 8 万加币符合加拿大当地用工水平。

此外，公司与 MENGXIN XU 约定若其维护客户的销售金额超过最低销售金额，则按收回货款金额的 2% 扣除保底费用进一步支付代理费，该约定与公司其他销

售代理约定一致，公司与其他销售代理 RICH BOZEK 约定的保底费用为 7.2 万美元/年，与 ERIC HARRISON 约定的保底费用为 10.8 万美元/年，与 MENGXIN XU 约定的保底费用基本相当。公司当年每季度向各销售代理支付固定的保底费用，次年年初根据上年度回款订单金额的 2% 计算当年应支付的销售代理费，扣去每季度已支付的固定保底费用后将差额支付给销售代理，若当年该代理未达到最低销售金额则只支付保底费用；销售代理自行承担其在境外根据当地法律法规需要缴纳的税收。

同时，公司的销售代理的佣金比例与有相近销售模式的上市公司或拟上市公司具有可比性。

其他存在境外销售的上市公司及拟上市公司（如星源卓镁、泰坦股份（003036）、美迪凯（688079）、力芯微（688601）等）存在向境外销售支付佣金的情形，由于处于不同的行业、所销售产品类型差异，代理费率存在一定差异，总体在 1% 至 10% 之间，具体情况如下：

公司名称	佣金比例	境外销售产品及客户所在地	相关约定
星源卓镁 (创业板上市委 审核通过)	1%至 5%	产品为镁合金精密压铸件，客户所在地为美国	新项目销售回款额的 1%-3% 或新项目营业净额的 3%-5%，其中自然人按保底年服务费（按月支付）+提成方式计算费用
泰坦股份 (003036)	一般为 7% 至 10% 左右	产品为剑杆织机、转杯纺纱机，客户所在地为印度和土耳其	
美迪凯 (688079)	5%	产品为光学产品，客户所在地为韩国	与客户签署的采购合同金额中实收部分的 5%（含税）或应支付购销合同上发票总金额的 5%
力芯微 (688601)	5%	产品为电源管理芯片，客户所在地为韩国	佣金比例一般为 5%，对于销售价格较高的产品或销售时间长的薄利产品，双方可以逐例协商更高或降低佣金比例

综上所述，公司与 MENGXIN XU 代理费用的约定具有公允性。

4. MENGXIN XU 在公司销售中发挥的作用、贡献及可替换性

(1) MENGXIN XU 在公司销售中发挥的作用、贡献

随着公司业务的发展及陆续聘请了其他境外销售代理，MENGXIN XU 在公司销售中除了承担销售代理的一般职责外，还承担了额外的与协调其他境外销售代理相关的行政工作，其工作的主要内容具体如下：

项 目	具体工作内容
-----	--------

项 目	具体工作内容
销售代理的一般职责	1) 维护加拿大地区客户并开拓新客户； 2) 促成公司与境外客户的合同/订单，协助公司完成交易过程中与客户的沟通及对接手续、交易完成后为客户提供售后服务、协助公司回收货款； 3) 为公司设计及研发新产品提供前期的数据支持工作； 4) 定期向公司汇报境外销售情况。
其他销售管理行政工作职责	1) 组织定期会议，协调其他销售代理时间； 2) 整理所有销售代理的报销单据并进行汇总，统计后协调公司定期支付或结算； 3) 公司销售过程中部分文件的翻译工作； 4) 其他管理、协调销售代理的相关工作。

MENGXIN XU 在向公司提供销售代理服务期间，主要工作成果系参与了加拿大主要客户的开发并维持公司加拿大地区客户业务的稳定持续，但报告期内在拓展新客户方面没有突出业绩。同时由于其中英文双语沟通优势，还起到管理、协调公司其他境外销售代理的作用，扫除公司与销售代理之间语言、时间等方面的障碍，对公司销售管理起到了一定的作用。

(2) 公司对 MENGXIN XU 不存在依赖，MENGXIN XU 提供的服务具有可替换性。公司与加拿大地区主要客户的开始合作时间早于委托 MENGXIN XU 从事销售代理的时间，公司委托 MENGXIN XU 提升了公司与客户的沟通效率、客户维护能力，但公司经营规模不断增长的主要原因是自身研发能力、技术能力、生产能力不断积累提升和销售模式优化的结果，并非因 MENGXIN XU 个人资源或个人关系给公司业务造成的直接影响。

MENGXIN XU 主要负责加拿大客户的销售选样环节的沟通工作，公司自身销售人员、研发设计人员则承担了选样过程中与客户境内采购人员的沟通工作、新产品的研发设计及打样工作，MENGXIN XU 无法决定或影响客户的采购数量。公司获得客户的最终订单主要在于客户对公司自身的业务、技术与生产能力的认可，并非依赖 MENGXIN XU 向加拿大地区客户进行销售。

如公司终止与 MENGXIN XU 的销售代理关系，公司在加拿大地区可以寻找更换具备相关语言能力、协调能力的境外人员从事现有服务工作，人员交接过程可以由公司境内销售员工替代其部分服务工作，不会对公司加拿大地区现有客户业务造成重大影响，MENGXIN XU 提供的服务具有可替换性。但另行聘请加拿大当地其他人员替代其工作，预计亦不会降低公司的成本。

综上，公司不存在依赖于 MENGXIN XU 向加拿大地区客户进行销售的情形，MENGXIN XU 承担的销售代理服务具有可替换性。

(二) 报告期内 MENGXIN XU 均未完成合同约定的最低销售额的背景，发行人持续与其开展代理合作的合理性，必要性，发行人向其支付低保底费用佣金的合理性；是否存在利益输送或其他利益安排

1. 报告期内 MENGXIN XU 均未完成合同约定的最低销售额的背景

公司与 MENGXIN XU 合作之初参照其生活所在地加拿大多伦多当地的工资水平与 MENGXIN XU 约定了保底费用，并根据该保底费用约定了最低销售金额，2013 年起公司向其支付保底费用 8 万加币/年（含税价，按季度支付）一直延续至今，最低销售金额亦未进行调整。

报告期内，MENGXIN XU 未完成合同约定的最低销售金额的原因如下：

(1) 加拿大地区的整体需求量不大，客户分散，维护成本较高，MENGXIN XU 维护现有零散客户已花费其较多的时间和精力；

(2) 公司与 MENGXIN XU 长期合作关系良好、沟通顺畅，其一直尽力为公司服务，并承担了部分境外销售管理行政职责，故公司未调整其保底费用；考虑到与其他境外销售代理费约定的一致性，亦未调整其最低销售金额。

2. 公司持续与 MENGXIN XU 开展代理合作及支付保底佣金的合理性，必要性

公司与 MENGXIN XU 已合作多年，合作期间双方沟通顺畅、关系良好，加拿大地区的客户亦维持稳定，MENGXIN XU 除完成销售代理的一般职责外，还承担额外的行政工作，为公司投入了较多的工作量，并起到管理、协调其他境外销售代理的作用，扫除公司与销售代理之间语言、时间等方面的障碍，公司如寻找其他境外销售代理还需要另外建立信任关系且预计不会降低公司的成本，因此公司持续与其开展代理合作具有合理性及必要性。

公司向 MENGXIN XU 支付保底费用为含税 8 万加币/年，根据公司对销售代理工作量的统计，该费用与 MENGXIN XU 向公司投入的时间和精力向匹配，公司向其支付低保底费用佣金具有合理性。

3. 公司向 MENGXIN XU 支付代理费用不存在利益输送或其他利益安排

报告期内公司向 MENGXIN XU 支付的代理费用系基于 MENGXIN XU 为公司提供真实服务而发生的销售代理费，MENGXIN XU 定期向公司汇报其工作进展，公司

对 MENGXIN XU 的工作内容及工作成果定期确认及考核，相关活动符合商业惯例，销售代理费系依据实际工作成果真实支付，费用真实合理，不存在利益输送或其他利益安排的情形。

（三）报告期内销售代理不存在配合发行人虚构或扩大海外销售收入等情形

报告期内公司的销售代理服务的是公司的主要境外客户。销售代理不存在配合公司虚构或扩大海外销售收入等情形，主要系：

1. 公司主要客户体量规模较大且不存在外部第三方回款，销售代理不具备虚构或扩大海外销售收入的条件

报告期内公司主要境外客户情况如下：

客户名称	开始合作时间	成立时间	客户注册地	客户业务规模	是否上市公司/子公司	证券代码
沃尔玛 (Wal-Mart)	2011年	1945年	美国特拉华州	2019年约5,239亿美元	是	NYSE:WMT
家得宝 (Home Depot)	2010年	1978年	美国特拉华州	2019年约1,102亿美元	是	NYSE:HD
MENARDS	2017年	1958年	美国威斯康星	2019年营业收入约为107亿美元	否	
TRACTOR SUPPLY COMPANY	2018年	1938年	美国特拉华州	2019年销售额约84亿美元	是	NASDAQ:TSCO
LI&FUNG (TRADING) LIMITED	2010年	1973年	香港	2019年度收入约114亿美元	是	HK:00494, 已私有化退市
ACE HARDWARE INTERNATIONAL HOLDINGS, LTD	2007年	1924年	美国伊利诺伊州	销售额超60亿美元	否	
傲基科技股份有限公司	2019年	2010年	广东省深圳市	2018年营收约50亿元人民币	否	

数据来源：中信保报告或者境外上市公司公开披露资料以及网络查询资料

报告期内公司的境外销售客户大部分为境外上市公司，业务规模较大，内控制度相对健全，不存在客户所属集团统一付款外的第三方回款，公司实际控制人、销售代理与主要客户不存在关联关系，销售代理不具备通过客户虚构或扩大海外销售收入的条件。

2. 销售代理的工作不参与主要客户的采购下单环节，不具备虚构或扩大海外销售收入的能力

在公司销售产品、承接订单的过程中，境外销售代理的主要工作内容系参与其负责客户的选样工作。在选样阶段，公司的销售人员、研发设计人员承担了选样过程中与客户境内采购人员的沟通工作、新产品的研发设计及打样工作，而销售代理的工作内容包括与客户境外采购人员的沟通工作、参加境外选样会等。最终选样结果系由客户负责选样的境内、境外采购人员经过客户严格的审批程序所确定，公司的销售代理人员不具备决定客户选样结果的能力。在完成当季选样后，客户只是确定了当季计划采购的产品款式，具体采购数量、金额是由客户的采购下单人员分批次向公司下订单。

在下订单阶段，客户的采购下单人员（下单人员只负责根据选样结果和产品实际销售情况制定采购计划并向供应商下单，不参与上述选样工作）会综合考虑选样确定的预计该季采购数量、往年该产品或类似产品销售数量、今年该产品实际销售情况等制定采购计划，并与公司销售部员工沟通确认公司的具体产能情况及交货情况后分批次下单，下单方式是通过客户的供应商系统或以邮件方式直接向公司发送订单。

因此，销售代理虽然参与客户的选样环节，但不具备决定客户选样结果的能力；而主要客户的采购下单环节由客户采购下单人员与公司境内销售人员直接对接，境外销售代理不参与下单相关的工作，故其也无法影响或决定客户的下单数量及金额，不具备虚构或扩大海外销售收入的能力。

3. 公司支付销售代理费系基于销售代理真实提供服务发生，不存在异常

报告期内公司向销售代理支付的代理费用及报销款均基于销售代理为公司提供现有客户的选样等沟通工作及开拓新客户的前期沟通工作而发生的销售代理费，销售代理定期向公司汇报其工作进展，公司对销售代理的工作内容及工作成果定期确认及考核，相关活动符合商业惯例，销售代理费均系依据实际工作成果真实准确支付，费用真实合理，不存在异常。

4. 公司境外销售收入真实、准确，不存在虚构或扩大的情形

报告期内各期，经核查，公司境外销售收入金额与海关出口金额匹配一致，与出库单、物流运输单、出口单证及资金划款凭相关数据均能相匹配，并能与客户访谈、客户函证回函数据相印证；公司各期末应收账款账龄均在1年以内，期后回款情况良好，不存在无法收回的大额应收账款，各期经营活动现金流与当期

营业收入相匹配。因此，公司境外销售收入真实、准确，不存在虚构或扩大的情形，不存在销售代理配合虚构或扩大海外销售收入的情况。

综上所述，报告期内不存在销售代理配合公司虚构或扩大海外销售收入等情形。

(四) 核查程序及结论

1. 核查程序

(1) 查阅了公司与 MENGXIN XU 签署的《销售代理协议》，MENGXIN XU 提供的工作往来邮件记录；

(2) 访谈了 MENGXIN XU、公司实际控制人叶金攀及销售负责人宣杭娟；

(3) 查阅了加拿大统计局官方网站 (<https://www.statcan.gc.ca/>) 发布的加拿大雇员平均薪资水平，及其他存在境外销售的上市公司及拟上市公司的销售代理费率；

(4) 查阅了报告期内公司向销售代理支付代理费的银行水单、税款缴纳凭证，销售代理出具的佣金支付情况相关的确认函；

(5) 获取了公司报告期内各期的海关出口金额，与公司境外销售收入匹配一致；核查了公司报告期内各期的出库单、物流运输单、出口单证及资金划款凭证，与公司境外销售收入具有匹配关系；走访了公司主要客户、获取了公司主要客户的函证回函；查阅了公司报告期内各期的应收账款明细账及账龄表，检查了公司期后回款单据；查阅了公司报告期内各期的经营活动现金流。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 公司与 MENGXIN XU 开展代理合作的背景具有合理性；公司与其约定了合理的代理合作的主要权利义务，约定代理费用的依据具有公允性；MENGXIN XU 在公司销售中发挥了一定的作用及贡献，但该代理服务具有可替换性，公司不存在依赖于 MENGXIN XU 实现在当地的销售的情形；

(2) 报告期内 MENGXIN XU 均未完成合同约定的最低销售额的原因较为合理，公司持续与其开展代理合作具有合理性、必要性，公司向其支付低保底费用佣金亦具有合理性；不存在利益输送或其他利益安排；

(3) 报告期内销售代理不存在配合公司虚构或扩大海外销售收入等情形。

二、关于退货政策。申报材料显示，发行人与客户沃尔玛签订的框架协议约定，客户可将受保证销售/库存余货条件约束的商品退回发行人。请发行人补充说明：（1）与客户签订合同中保证销售/库存余货条件的具体内容，报告期内所销售的各类产品中涉及该类条件约束的数量及金额；（2）发行人销售是否均为买断式销售，是否存在客户享有无条件退货权利的情形；（3）未基于历史退货率计提预计负债的原因及合理性，是否符合会计准则规定；结合发行人与客户关于退换货政策的约定，说明发行人收入确认政策的准确性和合规性。请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。（审核中心意见落实函问题 6）

（一）请发行人补充说明：与客户签订合同中保证销售/库存余货条件的具体内容，报告期内所销售的各类产品中涉及该类条件约束的数量及金额

公司与客户沃尔玛签订的框架协议约定中，关于退货政策的其中一条为：“Company may return to Supplier Merchandise that is: …… (iii) subject to conditions of a Guaranteed Sale/Stock Balancing”（客户可将受保证销售/库存余货条件约束的商品退回公司），该条款系沃尔玛框架协议中的格式条款，具体内容系沃尔玛为降低营运成本且高效保证所销售产品的安全库存，充分依托供应商的物流系统，采用供应商直供的 VMI 模式管理。供应商依据过去实际销售情况结合市场需求预测及安全库存的需求，采取及时有效的库存补货计划。

该条款系沃尔玛框架协议中格式条款，但公司与沃尔玛的框架协议及具体订单中未就“保证销售/库存余额条件”等作出约定，报告期内公司所销售产品也均未被客户要求列入“保证销售/库存余货条件”商品。因此报告期内所销售的产品均不适用该条款的退货政策，不涉及该类条件约束。报告期内，公司亦未发生退换货的情况。

（二）请发行人补充说明：发行人销售是否均为买断式销售，是否存在客户享有无条件退货权利的情形

根据公司与客户签署的框架协议、订单及实际销售情况，公司产品销售均为买断式销售，不存在客户享有无条件退货权利的情形。

（三）未基于历史退货率计提预计负债的原因及合理性，该处理符合会计准则规定；结合发行人与客户关于退换货政策的约定，说明发行人收入确认政策

的准确性和合规性。

1. 未基于历史退货率计提预计负债的原因及合理性，是否符合会计准则规定

(1) 主要客户的退换货条款

报告期内，主要客户的退换货条款如下：

客户名称	客户框架合同关于退换货条款规定
THE HOME DEPOT USA INC	退货商品不发回公司，由家得宝的门店负责处理相关的缺陷退货商品，终端消费者退货率超过采购金额 1%的，一切费用均应由公司承担
WALMART 集团	沃尔玛将在各门店监测终端消费者的退货情况，公司授权沃尔玛管理退货商品，退货商品一般不发回公司，如沃尔玛实际收到的终端客户退货量超过向公司采购金额 1.5%，将就超出金额向公司进行索赔
MENARD INC.	不主动退货，质量问题通常以质量扣款的形式解决，若公司要求退货，则需要承担相应的费用
TRACTOR SUPPLY COMPANY	公司应对有缺陷的货物进行补偿，或进行退货并及时提供售后服务，公司如果要求退货，公司需要承担相应的运费以及其他费用
LI&FUNG (TRADING) LIMITED	公司应该承担由于产品不合格或存在缺陷导致的所有损失，包括但不限于运费(海运、空运或内陆运输)、关税、银行手续费、检查和修理费用，自买方发出退货通知之日起，公司应对所有退货货物负责
ACE HARDWARE INTERNATIONAL HOLDINGS, LTD	买方可保留任何不合格货物，费用由公司承担，可向公司收取运输、装运、拆箱、检查、重新包装、重新装运或其他类似费用
傲基科技	买方发现公司提供的产品不符合合同相关约定的，应以书面形式提出异议，公司应按照买方的指示妥善处理，处理及消除产品缺陷的费用由公司承担；已经发送至国外的货物，如果在销售过程中因产品质量问题导致客诉比例达到或者超过 3%，按 3 倍采购价*客诉数量扣除公司相应的采购款，如无欠款，公司应当进行赔偿

(2) 实际的售后处理方式

报告期内，公司未发生退换货的情况，且报告期内各期与产品售后相关的费用发生金额及占当期营业收入的比例较小。

与主要客户的框架合同中规定的退换货条款约定产品一般不退回公司，公司

可以选择退货方式进行售后服务，但是需要承担退货形成的相关成本费用。由于公司的外销收入占比 98.00%以上，公司产品单位价格相对不高，但产品体积相对较大，产品从客户所在地区（主要是境外地区）退回公司形成的退换货成本较高，因此公司通常不选择退货，而是选择以下三种方式进行售后处理：

1) 以质量扣款的方式抵减客户的应收账款，公司的会计处理是作为销售折扣冲减当期营业收入；

2) 直接向客户支付质量赔款，公司根据客户提供的质量扣款结算单通过银行转账汇款支付相应的赔款，公司的会计处理是计入销售费用售后服务费；

3) 聘请境外当地的第三方售后服务机构为公司向客户提供售后服务，包括接听终端消费者的售后服务电话、寄送配件等。公司根据第三方机构开具的发票和结算单等原始凭据支付相应的售后服务费，公司的会计处理是记入销售费用售后服务费。

报告期内，质量扣款和售后服务费占主营业务收入的比例如下：

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
质量扣款	107.51	78.69	261.03
销售费用售后服务费	36.18	41.77	113.91
主营业务收入	31,878.77	14,952.16	13,685.88
占比 (%)	0.45	0.81	2.75

报告期内，2018 年度质量扣款与售后服务费金额相对较高，主要原因系 2018 年公司向 THE HOME DEPOT USA INC 销售的部分批次气炉桌发生质量问题，由此产生了质量扣款和售后服务费。从报告期内后续两年 THE HOME DEPOT USA INC 向公司采购金额不断增加可知，THE HOME DEPOT USA INC 对公司处理该质量问题的结果较为满意，并且该质量问题对双方后续的合作没有造成影响。2019 年度和 2020 年度，质量扣款与售后服务费金额占主营业务收入的比例呈下降趋势，一方面是公司主营业务收入规模进一步扩大，另一方面是公司严把质量关、提升产品品质，从根源上减少了质量扣款和售后服务费的支出。其中，2020 年度售后服务费发生额较少，主要是 2020 年 1-4 月，受新冠疫情影响，第三方服务机构无法为公司提供售后服务，为及时解决客户的售后问题，公司将售后服务转移

至公司自身的销售部门并以邮件回复、电话售后服务及寄送配件服务等方式自行解决售后问题；直至 2020 年 5 月第三方服务机构恢复提供售后服务后公司继续使用第三方服务机构为客户提供售后服务。

除上述售后服务处理方案之外，公司还从产品生产的源头着手减少可能产生的质量问题。公司制定了《生产质量管理手册》，提出了质量第一、顾客至上、务实创新、和谐共进质量方针，建立了相应的质量管理体系，并提出了 3 个具体的质量目标：(1) 产品一次交验合格率 96%；(2) 顾客满意率 90%以上；(3) 顾客投诉处置率 100%。根据公司的生产流程，在产品发货前，需要经过公司质检部门的检验。此外，公司的主要客户在产品出货前会由客户方或者委托专业的第三方机构发起验货申请，在产品验收合格之后才能正式发货，一定程度上也能减少产品的质量问题的。

(3) 同行业可比上市公司不存在针对退换货相关费用计提预计负债的情况
经查询同行业可比上市公司公开数据，不存在对退换货相关费用计提预计负债情况。

综上所述，报告期内，公司未发生退换货的情况；公司与产品售后相关费用占营业收入比重较低，影响利润金额较小；同时，同行业可比上市公司（浙江永强（002489.SZ）、永艺股份（603600.SH）、中源家居（603709.SH）和恒林股份（603661.SH））不对退换货相关费用计提预计负债，因此，公司未对退换货相关费用计提预计负债，具有合理性，符合行业惯例，符合会计准则规定。

2. 结合公司与客户关于退换货政策的约定，说明公司收入确认政策的准确性和合规性。

(1) 公司收入确认政策

报告期内，公司收入确认政策如下：

收入类别	收入确认政策的具体时点	收入确认相关的单据
内 销	根据合同约定将产品交付给客户且客户已接受该商品，以客户签收的日期确认收入	合同订单、出库单、签收单、销售发票
外 销	FOB 公司完成报关手续、取得提单或货运代理人收讫货物证明，合同产品发运离境后作为控制权转移的时点确认收入	合同订单、装箱单、提单、货运代理人收讫货物证明
	FCA 货物交付给承运人后，取得货运代理人收讫货物证明确认收入	合同订单、装箱单、货运代理人收讫货物证明

	DDP	公司将货物交付至境外客户指定地点,办理报关手续并缴清进口税费后,经客户方签收后确认销售收入	合同订单、装箱单、物流签收单
--	-----	---	----------------

(2) 退换货政策对收入确认政策影响

报告期内,公司与客户关于退换货政策的约定及售后处理方式详见本说明二(三)1之回复,公司的退换货政策主要系缺陷补贴、质量扣款和质量赔款三种形式。

质量扣款和质量赔款,独立于合同商品价格之外,不影响商品所有权上主要风险和报酬的转移或商品的法定所有权转移,因此在收入确认时无需考虑该事项,且根据历史经验,相关金额/比例较低,不计提预计负债,在实际发生时计入销售费用售后服务费。

而缺陷补贴构成合同商品价格的一部分,由于公司销售给家得宝和沃尔玛的产品无论最终是否发生质量问题,都必须承担相应比例的缺陷补贴,因此影响相关经济利益流入金额及交易价格,进而影响收入确认。公司自2020年度开始执行新收入准则,因此分别考虑新旧收入准则下缺陷补贴对收入政策的影响如下:

项 目	2020 年度	2018、2019 年度
适用的收入准则	<p>《企业会计准则第 14 号——收入》(财会〔2017〕22 号)第十四条:“企业应当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,是指企业因向客户转让商品而预期有权收取的对价金额。”</p> <p>第十五条:“企业应当根据合同条款,并结合其以往的习惯做法确定交易价格。在确定交易价格时,企业应当考虑可变对价、合同中存在的重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等因素的影响。”</p> <p>第十六条:“合同中存在可变对价的,企业应当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,应当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。”</p>	<p>《企业会计准则第 14 号——收入》(财会〔2006〕3 号)规定:“销售商品收入同时满足下列条件的,才能予以确认:企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方;企业既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权,也没有对已售出的商品实施有效控制;收入的金额能够可靠地计量;相关的经济利益很可能流入企业;相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。”</p>

缺陷补贴对收入确认政策的影响及会计处理	公司向客户转让商品而预期有权收取的对价金额需要扣除相应比例的缺陷补贴，因此公司在满足收入确认的时点条件时按照扣除缺陷补贴之后的金额确认收入	在客户提供的销售订单中，缺陷补贴部分的金额可以可靠计量，与缺陷补贴相关的经济利益也不会流入企业，因此公司在满足收入确认的时点条件时按照扣除缺陷补贴之后的金额确认销售收入
---------------------	---	--

综上所述，公司的退换货政策中质量扣款与质量赔款不影响公司收入确认政策，但按扣除缺陷补贴之后的金额确认收入，该会计处理和收入确认政策符合《企业会计准则》的相关规定，相关收入确认准确、合规。

（四）核查程序及结论

1. 核查程序

（1）取得并查阅公司收入确认的会计政策，结合公司贸易模式，相关交易的合同条款，核查公司的收入确认政策是否符合实际的经营情况和《企业会计准则第14号——收入》的相关规定；

（2）获取公司与客户签订的框架合同，检查付款政策、产品质保、产品双方权利义务、合作方式、退换货政策等重要合同条款，核查报告期内是否发生重大变化；

（3）获取客户销售订单，检查销售订单关于退换货的约定条款，核查报告期内是否发生重大变化；

（4）检查公司收到的大额销售赔款和扣款明细清单；

（5）检查公司支付的质量赔款相应的银行回单；

（6）对主要客户进行访谈，了解是否存在大额退换货的情况，了解产品质量纠纷的处理。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

（1）报告期内，向沃尔玛所销售的各类产品中不涉及框架合同中有关保证销售/库存余货条件约束的情况；

（2）报告期内，公司销售均为买断式销售，不存在客户享有无条件退货权利的情形；

（3）报告期内，公司未发生退换货的情况；公司与产品售后相关费用占营业收入比重较低，影响利润金额较小；同时，同行业可比上市公司不对退换货相关

费用计提预计负债，因此，公司未对退换货相关费用计提预计负债，具有合理性，符合行业惯例，符合会计准则规定；

(4) 结合退换货政策，公司的收入确认政策符合《企业会计准则》的相关规定，相关收入确认准确、合规。

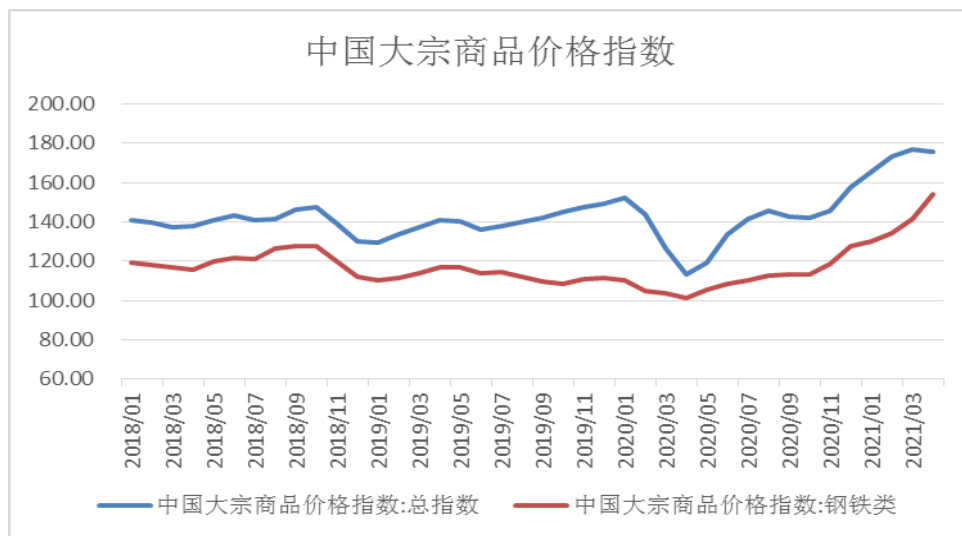
三、关于原材料价格。审核问询回复显示，报告期各期直接材料占主营业务成本的比例均在 70%，直接材料中金属材料、外购金属配件的主要材料为钢材，包装材料主要为纸板。公开资料显示，2021 年以来，发行人主要原材料价格出现大幅上涨。请发行人结合近期全球及国内大宗商品市场相关原材料价格变动情况，分析说明原材料价格波动对发行人履行在手订单及 2021 年经营业绩的具体影响以及发行人的应对措施，并在招股书中补充原材料价格波动的风险提示。请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。（审核中心意见落实函问题 7）

（一）大宗商品的涵盖范围及公司原材料涉及的大宗商品情况

通过 wind 查询中国大宗商品价格总指数及其子目，大宗商品指数主要涵盖能源、钢铁、矿产、有色、橡胶、农产品、畜类以及食糖类等范围，经对比公司采购的主要原材料中的金属材料如冷轧板、钢管以及部分外购金属配件等都属于大宗商品的涵盖范围。

（二）2021 年以来大宗商品的价格变动情况

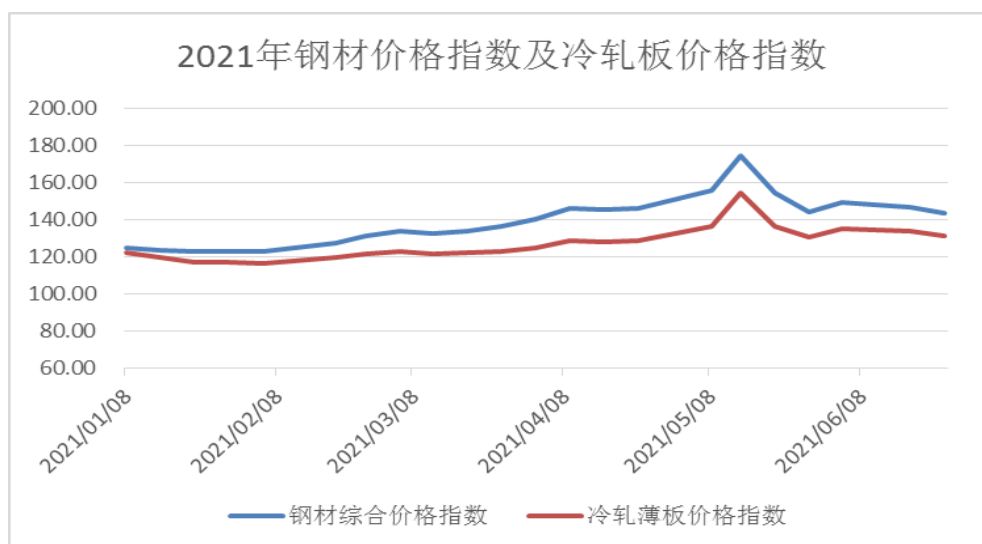
通过 wind 查询近年来中国大宗商品价格总指数以及中国大宗商品价格指数-钢铁类，其变动趋势如下图所示：



数据来源：wind

由上表可知，自 2021 年以来，大宗商品价格呈快速上涨趋势，钢铁类产品的价格涨幅较为明显，部分商品的价格短期涨幅均在 30%以上，一方面由于世界经济延续复苏态势，市场需求回升，但疫情仍时有反复，商品的生产供给仍受较大制约，需求复苏快于供给恢复，造成供需错位；另一方面为应对疫情，多国央行采取了较为宽松的货币政策，货币供应量持续增长，导致大宗资产的价格快速上涨；最后由于许多大宗商品具有一定的金融属性，也存在投机炒作的因素。因此，上述因素综合导致近期大宗商品价格上涨。

公司主要采购的金属材料中冷轧板、钢管属于大宗商品，其中冷轧板、钢管 2021 年 1-6 月的价格走势情况如下：



数据来源：wind

由上表可知，2021 年 1-4 月钢材价格及冷轧板价格持续上涨，至 2021 年 5 月初经历了一波快速上涨后逐渐开始下降并趋于平缓，主要原因系经过年初的快速上涨之后，国家从宏观层面出台了多项政策保障大宗商品的价格稳定，国家发展改革委、商务部等多次会议，要求协会及相关企业对大宗商品价格走势密切关注，并保障市场产品供应，国家粮食和物资储备局也组织投放铜、铝、锌等国家储备物资，大宗商品的价格上涨得到了有效遏制。

（三）公司原材料采购价格变动对公司经营业绩的影响

由于公司采购的原材料品种较多，因此选取各类别原材料中采购金额较大的品种，选取材料的当期采购金额约占当期原材料采购总额的 60%；由于金属材料等主要原材料价格在 2020 年下半年也是呈上升趋势，因此为了更准确的量化分

析 2021 年 1-3 月价格上涨对公司的影响程度, 选取 2020 年 10-12 月的采购单价作为比较基准, 假设 2021 年 1-3 月购入的原材料全部用于生产并结转成本, 根据主要原材料的价格波动情况, 报告期内各类别主要原材料价格波动以及对公司利润的影响测算如下:

类别	材料名称	2021 年 1-3 月			2020 年 10-12 月份采购均价
		采购均价	单价增幅	对利润影响 (万元) [注]	
金属材料	冷轧板 (元/吨)	5,541.66	24.55%	-273.42	4,449.50
	钢管 (元/吨)	5,328.32	15.66%	-51.74	4,606.87
包装材料	纸箱 (元/个)	4.81	2.26%	-7.35	4.70
	彩箱 (元/个)	9.53	11.10%	-5.02	8.58
外购配件	烤盘 (元/个)	5.99	22.11%	-21.34	4.90
	减压阀 (元/根)	17.49	-4.78%	10.85	18.37
其他	板岩台面 (元/套)	31.97	3.68%	-3.73	30.84
	高温油漆 (元/千克)	30.35	9.53%	-2.13	27.71
	粉末涂料 (元/千克)	23.15	-2.73%	6.56	23.80
合计				-347.32	
2021 年 1-3 月经审阅的利润总额				2,158.52	
占当期利润总额的比例				-16.09%	

[注]对利润影响金额=-当期该类材料采购金额/(1+价格变动幅度)×价格变动幅度, 正数表示利润增加, 负数表示利润减少; 以上结果仅为根据各类原材料中主要材料的价格变动进行的测算值, 与公司实际的成本变动存在一定差异

由上表可知, 2021 年 1-3 月主要原材料价格上涨, 对公司利润总额的影响比例约为-16.09%。

(四) 公司对原材料价格波动的应对措施

报告期内, 公司通过多种渠道筛选合格供应商并进行比价, 从产品质量、产品价格及交货周期等多方面对供应商进行考察, 并根据市场价格波动情况进行库存调整等一系列措施, 有效控制材料的采购成本; 同时, 通过增加自动化设备提高生产效率、引进专业人才提升管理效率等方式, 进一步提高材料的利用率, 降

低原材料价格波动对利润的影响程度。

针对 2021 年以来原材料价格快速上涨的情况，公司也及时与客户进行沟通，并就价格调整计划与客户进行谈判，由于公司自身的研发设计、产品生产及交货能力较强，公司主要客户均同意后续订单的产品单价提高 5%至 15%不等，后续公司将根据原材料价格的波动情况及时与客户沟通价格调整事项，以减少原材料价格上涨对公司产生的不利影响。但由于产品价格的调整与原材料的价格上涨具有一定的时间差，因此 2021 年 1-3 月的经营仍然受到了原材料价格上涨的不利影响。

综上所述，受 2021 年以来大宗商品价格不断上涨影响，公司生产经营中使用的主要原材料如冷轧板、钢管以及包装材料等价格均有不同程度的涨幅。目前，国家多部委已联合响应并出台多项措施，通过增加供应、稳定预期、抑制投机等多种手段来化解大宗商品涨价趋势，公司也及时与客户沟通并上调了主要客户的产品销售价格，通过价格传导机制将原材料上涨的影响向客户进行传导，但由于 2021 年 1-3 月的订单均为材料上涨前已确定，因此产品价格的调整会滞后于原材料采购价格变动，对公司 2021 年第一季度经营业绩产生一定的不利影响，但预计不会对 2021 年度经营业绩产生重大不利影响。

(五) 核查程序及结论

1. 核查程序

(1) 获取了 2018 年至 2021 年 3 月中国大宗商品价格指数的变化情况，获取了 2021 年至今冷轧板、钢管的价格指数变动情况；

(2) 获取了公司 2021 年 1-3 月的原材料采购明细，分析其价格波动趋势是否与市场价格变动趋势一致；

(3) 向公司总经理了解原材料涨价对公司生产经营的影响情况以及公司所采取的具体应对措施；

(4) 查阅了公司与主要客户关于产品价格调整的往来邮件、客户签字回传的报价单等资料。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 2021 年全球及国内大宗商品市场相关原材料价格呈明显上涨，公司主

要原材料也呈上涨趋势，与市场波动趋势一致；

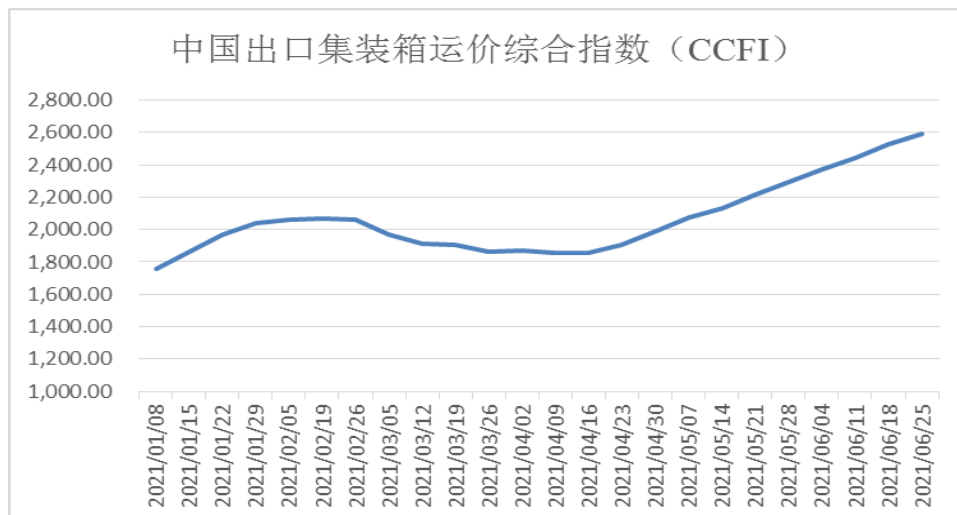
(2) 针对原材料上涨导致的成本上升，公司已与主要客户就后续产品价格调整达成协议，预计能够消除原材料成本上升带来的不利影响。

四、关于国际海运。审核问询回复显示，发行人境内运费由公司承担，海运费由客户承担，发行人主要物流供应商为国际货运公司。请发行人结合近期国际海运舱位紧张以及运费上涨情况，分析披露国际海运舱位紧张以及运费上涨对发行人履行在手订单及 2021 年经营业绩的具体影响以及发行人的应对措施。请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。（审核中心意见落实函问题 8）

（一）结合近期国际海运舱位紧张以及运费上涨情况，分析披露国际海运舱位紧张以及运费上涨对发行人履行在手订单及 2021 年经营业绩的具体影响以及发行人的应对措施

1. 国际海运舱位紧张及运费上涨对发行人履行在手订单及 2021 年经营业绩的具体影响

2021 年春季开始，受境外疫情反复的影响，国内外贸产业订单大幅上升，从而推动了中国进出口贸易数据的快速增长，集装箱需求随之大增；另一方面，除中国境内的港口外，全球其他地区的港口受疫情影响出现了集装箱运输卸载需要排队、空箱回流较慢等问题，上述因素叠加使得 2021 年春季出现了集运舱位“一箱难求”的局面，通过 wind 查询 2021 年 1-6 月中国出口集装箱运价综合指数(CCFI,是指反映中国出口集装箱运输市场价格变化趋势的一种航运价格指数，由上海航运交易所编制发布)，其变动情况如下：



数据来源：wind、上海航运交易所

由上表可知，2021 年年初至 6 月末，中国出口集装箱运价综合指数出现了大幅上涨，但上述价格上涨对公司的经营业绩影响较小，主要有以下几方面原因，具体如下：

1. 公司下游主要客户较为优质

公司主要外销客户为沃尔玛、家得宝等国际零售巨头，公司对上述客户的销售模式分别为 FOB 和 FCA，因此海运舱位的预定由客户负责安排，海运费也由客户承担。

上述客户的业务规模较大且遍布全球，与国际大型船运公司的合作时间较久且船运需求量较大，因此上述客户在订舱及海运安排上相对其他小公司具有一定的优势，国际船运公司一般也都会优先安排上述大客户的货运舱位及海运需求。

2. 公司基本上不需要承担海运费

公司主要外销模式为 FOB 和 FCA，报告期内上述两类贸易收入占外销收入的比重分别为 94.25%、95.57%和 96.94%，在上述贸易模式下海运费均为客户承担，公司仅需承担由公司至港口的内陆运费，因此海运费大幅上涨不涉及公司承担部分，主要靠下游客户通过自身调整终端零售价格进行吸收消化，对公司的影响较小。

3. 公司 2021 年 1-3 月收入实现情况良好

经审阅，2021 年 1-3 月，公司实现营业收入 8,231.26 万元，较 2020 年同期增长 68.19%，公司 2021 年 1-3 月营业收入较 2020 年同期出现了大幅增长，一方面系 2020 年同期受新冠肺炎疫情因素影响实现收入较少，另一方面公司在手订单较为充足，客户较为优质，未因海运舱位紧张以及运费上涨等因素导致不能按时发货。

4. 公司的应对措施

公司在行业内深耕多年，已经在行业细分领域内具有一定的知名度和口碑，并对客户具有一定的议价能力。公司的目标客户多为大型的跨国零售商超，其货运需求量较大，国际船运公司一般也都会优先安排上述大客户的货运舱位及海运需求。

因此，未来公司在承接新的客户时会优先选择大型的跨国零售客户，也会要

求客户负责海运舱位安排并承担海运费或者通过价格调整等方式转移海运费用大幅上涨可能给公司带来的不利影响。

（二）核查程序及结论

1. 核查程序

(1) 获取了 2021 年 1-6 中国出口集装箱运价综合指数（CCFI）变动情况；
(2) 查阅了公司与主要客户的合同、订单中对于贸易模式的具体约定；
(3) 访谈公司的销售负责人，了解公司与客户的业务合作情况以及海运费大幅上涨对公司的具体影响；

(4) 获取并复核了公司 2021 年 1-3 月、2020 年 1-3 月财务报表，并对 2021 年 1-3 月财务报表执行审阅程序，对主要会计报表项目进行同期对比分析，对变动较大的项目了解其原因及影响情况；

(5) 访谈公司管理层，了解公司 2021 年 1-3 月主要经营情况及财务状况，了解公司 2021 年 1-3 月主要财务指标同比变动原因及合理性。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

国际海运舱位紧张以及运费上涨对公司履行在手订单及 2021 年经营业绩不存在重大不利影响，公司已采取了相应的应对措施。

五、关于业绩下滑的风险。审核问询回复显示，新冠肺炎疫情增加了客户对发行人产品的需求，2020 年度发行人产品销量较往年有较大幅度的上升。请发行人充分说明是否存在因未来美国新冠肺炎疫情好转而导致公司业绩下滑的风险，并在招股书中补充披露相关业绩下滑的风险提示。请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。（审核中心意见落实函问题 9）

（一）充分说明是否存在因未来美国新冠肺炎疫情好转而导致公司业绩下滑的风险

2020 年度公司产品销量较往年有较大幅度的上升，一方面原因系新冠肺炎疫情导致人们长时间的居家生活，相应的增加了终端客户对公司产品的需求，另一方面系下游客户自身的业务增长，公司凭借自身的优秀的供货能力获取了客户

更多的订单，最后公司火盆、气炉桌的主打产品市场开拓顺利，不断的开发新的市场潜在用户。若未来美国新冠肺炎疫情好转，可能存在终端客户的消费需求减少导致公司业绩下滑的风险，但预计不会对公司的经营业绩造成重大不利影响，具体情况分析如下：

1. 2020 年以来公司的消费群体不断扩大

2020 年公司产品销售数量较上年大幅增长 65.04 万套，增长幅度达 117.40%，各类产品销售数量的增长情况如下：

单位：万套

类别	2020 年度				2019 年度
	销售数量	增加数	增长比例	增长数占比	销售数量
火盆	95.07	56.16	144.33%	86.35%	38.91
火盆桌	3.28	-0.97	-22.76%	-1.49%	4.25
气炉	2.63	-2.92	-52.54%	-4.48%	5.55
气炉桌	17.13	11.31	194.21%	17.38%	5.82
其他	2.32	1.45	167.06%	2.23%	0.87
合计	120.43	65.04	117.40%	100.00%	55.40

由上表可知，2020 年公司产品增长数量 85%以上来自于火盆产品销售数量的增长，而火盆类产品的增长则主要来自于欧文火盆、莱恩火盆等基础款式的销售增长，上述产品自 2019 年下半年推出以来，以其造型小巧、价格低廉等特点受到终端消费者的青睐，成功开拓了中低端火盆市场，2020 年上述产品的销售情况及增幅情况如下：

单位：金额：万元；数量：万套；单价：元/套

项目	2020 年度销售情况			2020 年增幅及占比			
	销售金额	销售数量	平均单价	销量增长金额	销量增加数量	增长金额占比	增长数量占比
欧文火盆	6,180.34	46.45	133.06	5,087.87	38.43	48.68%	68.43%
莱恩火盆	2,214.79	13.60	162.85	1,862.62	11.49	17.82%	20.46%
其他火盆	9,655.96	35.02	275.72	3,501.17	6.24	33.50%	11.11%
火盆类合计	18,051.09	95.07	189.87	10,451.66	56.16	100.00%	100.00%

由上表可知，欧文火盆、莱恩火盆这两款产品 2020 年的销售数量及金额都

大幅增加，其中销售数量增加占当年火盆类产品总销售数量增加的 88.89%，销售增加额占当年火盆类产品总销售增长额的 66.50%，是公司销量大幅增加的核心来源。

上述两款产品是公司为了扩大消费群体、吸引部分中低收入消费者而推出的基础款式，平均单价在 20-30 美元，远低于其他火盆的平均单价，一经推出，受到了中低收入群体消费者的广泛欢迎，因此 2020 年销售数量大幅增加，主要原因系公司的消费群体扩大所致。

2. 公司产品在北美地区属于家庭高频使用的户外休闲用品

与其他的户外休闲家具类用品不同，公司产品在北美地区的日常家庭生活中的用途较为广泛，人们可以在家庭庭院内营造出一个舒适、放松的户外氛围，也可以在春季、夏季和秋季在户外享受自家后院景观的乐趣；在家庭聚会场合，可以营造出一个温暖的中央聚会区进行娱乐活动。

因此，公司产品非常契合北美地区的居住条件和生活习惯，在北美地区属于高频使用的家庭户外休闲用品，受众面较广。

3. 公司产品具有一定的使用寿命和消费周期

公司产品材质构成主要为金属材料，一般都长期置放于户外，由于火盆类、气炉类产品在经过一段时间的使用后，产品表面的防锈涂层在长时间的高温下逐渐受到破坏，并在经历一段时间的雨淋日晒后，产品的金属表面会逐渐出现生锈、腐蚀的情况，因此公司产品在日常使用过程中一般寿命在 1-2 年左右。

由于公司产品的单位价值相对较低（零售价多在 40-200 美元不等），多数消费者在产品出现锈蚀的情况之后，一般都会直接丢弃或者选择重新购买。

4. 公司未来将持续开拓大客户

公司在行业内深耕多年，凭借自身过硬的产品设计、研发及生产交货能力，已经在行业细分领域内形成了一定的口碑和知名度，报告期内除了目前在合作的沃尔玛、家得宝等大型客户，公司亦曾与其他大型零售客户进行过接触，后因自身产能受限难以满足新客户的供货需求而放弃。因此，若未来美国新冠肺炎疫情好转而导致主要客户的需求下降，公司将积极与其他优质客户进行接触，进一步增加公司的优质客户，扩大销售规模，提高经营业绩。

5. 公司 2021 年 1-3 月营业收入仍保持较高增长

经审阅，2021年1-3月，公司实现营业收入8,231.26万元，较2020年同期增长68.19%，公司2021年1-3月营业收入较2020年同期出现了大幅增长，一方面系2020年同期受新冠肺炎疫情因素影响实现收入较少，另一方面也说明疫情期间美国消费者培养了对火盆类产品的消费习惯，并未因2021年以来疫情的好转而停止火盆类产品的消费。

综上所述，若未来美国新冠肺炎疫情好转，人们恢复正常上班、减少居家生活，可能导致终端客户对公司的消费需求下降等情形，公司可能存在业绩下滑的风险。但公司产品作为北美地区家庭日常生活中高频使用的户外休闲用品，其具有一定的使用寿命和消费周期，2020年新冠肺炎疫情增加了客户对公司产品的需求，公司也在不断推出新产品来扩大消费群体，2021年1-3月公司的营业收入仍保持了较高增长，未来公司将继续开拓大客户，扩大销售规模，提高经营业绩。

（二）核查程序及结论

1. 核查程序

（1）获取并复核了公司2021年1-3月、2020年1-3月财务报表，并对2021年1-3月财务报表执行审阅程序，对主要会计报表项目进行同期对比分析，对变动较大的项目了解其原因及影响情况；

（2）查阅了公司目前的在手订单情况，实地查看公司的生产经营情况。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

若未来美国新冠肺炎疫情好转，人们恢复正常上班、减少居家生活，可能导致终端客户对公司的消费需求下降等情形，公司可能存在业绩下滑的风险。已在招股说明书中对若未来美国新冠肺炎疫情好转可能导致公司业绩下滑进行风险提示。

六、请发行人按照《关于首次公开发行股票并上市公司招股说明书财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况信息披露指引（2020年修订）》要求披露2021年相关会计期间财务数据。（审核中心意见落实函问题10）

（一）按照《关于首次公开发行股票并上市公司招股说明书财务报告审计截

止日后主要财务信息及经营状况信息披露指引（2020年修订）》的要求，补充披露 2021 年一季度审阅数据情况

1. 财务报告审计基准日后主要财务信息

公司财务报告审计截止日为2020年12月31日。根据《关于首次公开发行股票并上市公司招股说明书财务报告审计基准日后主要财务信息及经营状况信息披露指引（2020年修订）》，我们对公司2021年3月31日的合并及母公司资产负债表、2021年1-3月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表以及财务报表附注进行了审阅，并出具了《审阅报告》（天健审〔2021〕8693号）。

(1) 合并资产负债表主要数据

单位：万元

项 目	2021年3月31日	2020年12月31日	变动比例
资产总计	23,290.20	22,598.74	3.06%
负债合计	5,538.24	6,555.54	-15.52%
所有者权益合计	17,751.96	16,043.20	10.65%
其中：归属于母公司所有者权益合计	17,751.96	16,043.20	10.65%

截至2021年3月末，公司的资产总计为23,290.20万元，较上年末增加3.06%，资产总计略有上升，系2021年1-3月盈利增加所致；公司的负债合计为5,538.24万元，较上年末下降15.52%，负债下降主要系2021年1-3月对供应商支付货款所致；公司所有者权益合计为17,751.96万元，较上年末增加10.65%，主要系2021年一季度盈利导致未分配利润增加所致。

(2) 合并利润表主要数据

单位：万元

项 目	2021年1-3月	2020年1-3月	变动比例
营业收入	8,231.26	4,893.97	68.19%
营业利润	2,158.53	1,873.16	15.24%
利润总额	2,158.52	1,854.55	16.39%
净利润	1,708.75	1,478.87	15.54%
归属于母公司股东的净利润	1,708.75	1,478.87	15.54%
扣除非经常性损益后归属于	1,680.67	1,435.34	17.09%

母公司股东的净利润			
-----------	--	--	--

2021年1-3月，公司营业收入较2020年同期相比增长68.19%，一方面系2020年同期受新冠肺炎疫情因素影响实现收入较少，另一方面2021年公司在手订单较上年同期也较为充足；扣非归母净利润较上年同期的增幅为17.09%，低于营业收入增幅，一方面原因系2021年初大宗商品原材料价格大幅上升，导致公司的生产成本提高，另一方面2021年1-3月人民币相对于美元升值较多，导致公司折算为人民币的收入金额下降，相应的利润率有所下降。

(3) 合并现金流量表主要数据

单位：万元

项 目	2021年1-3月	2020年1-3月	变动比例
经营活动产生的现金流量净额	1,643.66	1,522.66	7.95%
投资活动产生的现金流量净额	120.37	-742.30	-116.22%
筹资活动产生的现金流量净额	-32.00		/
现金及现金等价物净增加额	1,718.53	882.33	94.77%

2021年1-3月，公司经营活动产生的现金流量净额较上年同期相比增长7.95%，与当期净利润接近，表明公司2021年1-3月销售回款情况良好；投资活动产生的现金流量净额较上年增加116.22%，主要原因系上年同期购买理财产品较多导致；2021年1-3月公司的现金及现金等价物净增加额较上年同期增加94.77%，一方面原因系公司盈利及回款情况较好，另一方面系上年同期购买理财产品较多所致。

(4) 非经常损益情况

单位：万元

项 目	2021年1-3月
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）	16.76
委托投资损益	15.84
其他符合非经常性损益定义的损益项目	0.45
小 计	33.05
减：企业所得税影响数（所得税减少以“—”表示）	4.97

少数股东权益影响额(税后)	
归属于母公司所有者的非经常性损益净额	28.08

2021年1-3月公司收到的非经常性损益金额整体规模较小。

(5) 审计截止日后主要经营状况

公司财务报告审计截止日至本说明回复之日，公司主要经营状况正常，经营业绩继续保持持续增长，公司所处行业的产业政策等未发生重大变化，公司业务经营模式、采购规模、销售模式、主要客户及供应商构成、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项等均未发生重大变化。

2021年1-3月，国内大宗商品原材料价格大幅上涨、人民币相对美元持续升值，导致公司生产所需的原材料价格上涨、生产成本上升，而公司按照人民币折算的收入下降，在上述因素共同作用下导致公司2021年1-3月份的利润率水平下降，公司已与主要客户进行沟通并要求对产品价格进行调整，由于客户产品价格的调整会滞后于原材料采购价格变动，因此会对公司2021年第一季度经营业绩产生一定的不利影响。

2. 2021年1-3月公司主要财务报表项目的异常情况及原因说明

资产负债表项目	2021年3月31日	2020年12月31日	变动幅度	变动原因说明
货币资金	49,322,268.91	31,454,030.43	56.81%	主要系本期销售回款增加所致
应收账款	67,268,001.06	82,614,375.03	-18.58%	
存货	37,798,722.84	29,520,089.56	28.04%	主要系销售订单增加，相应产品备货增加，期末库存商品增加所致
其他流动资产	7,850,747.71	11,086,650.39	-29.19%	主要系待抵扣增值税进项税减少所致
应付账款	25,354,569.53	33,735,172.96	-24.84%	主要系本期未到结算期的货款减少所致
合同负债	5,631,851.64	3,229,835.57	74.37%	主要系预收货款增加所致
应交税费	4,508,657.75	7,241,682.21	-37.74%	主要系应交企业所得税等减少所致
未分配利润	92,377,501.60	75,289,967.60	22.70%	主要系净利润转入所致
利润表项目	2021年1-3月	2020年1-3月	变动幅度	变动原因说明
营业收入	82,312,629.81	48,939,712.29	68.19%	主要系本期销售规模扩大，订单增加所致
营业成本	54,948,937.87	26,951,175.22	103.88%	主要系销售规模扩大相应成本增加，本期原材料价格上涨所致
销售费用	1,986,472.39	864,646.59	129.74%	主要系销售收入增加，销售回款增长，销售佣金增加所致

研发费用	2,214,831.38	1,006,258.52	120.11%	主要系本期销售规模扩大，研发投入增加所致
------	--------------	--------------	---------	----------------------

3. 2021年上半年的业绩预计情况

经初步测算，公司2021年1-6月业绩预测情况如下：

单位：万元

项 目	2021年1-6月	2020年1-6月	同比变动
营业收入	约 21,500.00 至 23,500.00	10,863.96	约 97.90%至 116.31%
净利润	约 4,000.00 至 4,800.00	3,261.92	约 22.63%至 47.15%
扣除非经常性损益后 归属于母公司股东的 净利润	约 3,700.00 至 4,500.00	3,106.73	约 19.10%至 44.85%

上述2021年1-6月的财务数据，系公司管理层预测数据，且未经审计或审阅，不构成公司所做的盈利预测或业绩承诺。

(二) 核查程序及结论

1. 核查程序

(1) 获取并复核了公司2021年1-3月、2020年1-3月财务报表，并对2021年1-3月财务报表执行审阅程序，对主要会计报表项目进行同期对比分析，对变动较大的项目了解其原因及影响情况

(2) 访谈公司管理层，了解公司2021年1-3月主要经营情况及财务状况，了解公司2021年1-3月主要财务指标同比变动原因及合理性；

(3) 获取了公司2021年上半年业绩预计情况，并评价其合理性。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 公司已按照《关于首次公开发行股票并上市公司招股说明书财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况信息披露指引（2020年修订）》的要求补充披露2021年一季度审阅数据相关情况；

(2) 2021年1-3月，公司主要财务指标均同比有所提升，主要系2021年1-3月公司经营业绩大幅增加所致；

(3) 2021年1-3月，公司经营业绩同比大幅增长，不存在经营业绩下滑的

情形。

专此说明，请予察核。

天健会计师事务所（特殊普通合伙）



中国注册会计师：

沈维华



中国注册会计师：

沈晓燕



二〇二一年七月五日