



(江苏省南通市海门区希诺路一号)



首次公开发行股票并在主板上市 招股说明书 (申报稿)

保荐机构（主承销商）



(深圳市前海深港合作区南山街道桂湾五路128号前海深港基金小镇B7栋401)

声明：本公司的发行申请尚需经上海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作为投资决定的依据。

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，均不表明其对发行人注册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保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》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。

发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	本次公开发行股票不超过8,000.00万股，占发行后总股本的比例不低于10%。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。
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	人民币【 】元
预计发行日期	【 】年【 】月【 】日
拟上市的证券交易所和板块	上海证券交易所主板
发行后总股本	不超过 45,200 万股（不含采用超额配售选择权发行的股票数量）
保荐人（主承销商）	华泰联合证券有限责任公司
招股说明书签署日期	【 】年【 】月【 】日

目 录

声 明.....	1
发行概况	2
目 录.....	3
第一节 释 义	7
一、一般释义.....	7
二、专业释义.....	8
第二节 概 览	10
一、重大事项提示.....	10
二、发行人及本次发行的中介机构基本情况.....	11
三、本次发行概况.....	12
四、发行人主营业务经营情况.....	13
五、发行人符合主板定位.....	16
六、发行人报告期主要财务数据及财务指标.....	19
七、发行人选择的具体上市标准.....	19
八、发行人公司治理特殊安排等重要事项.....	20
九、募集资金运用与未来发展规划.....	20
第三节 风险因素	22
一、与发行人相关的风险.....	22
二、与行业相关的风险.....	25
三、其他风险.....	26
第四节 发行人基本情况	27
一、发行人基本情况.....	27
二、发行人设立情况和报告期内的股本、股东变化情况.....	27
三、发行人成立以来重要事件.....	32
四、发行人在其他证券市场的上市、挂牌情况.....	41
五、发行人的股权结构.....	41
六、发行人控股及参股公司情况.....	41

七、持有发行人百分之五以上股份或表决权的主要股东及实际控制人情况	44
八、控股股东、实际控制人报告期内的合法合规情况	47
九、发行人股本情况	48
十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况	53
十一、发行人与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签署的重大协议及履行情况	60
十二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员及其近亲属直接或间接持有发行人股份的情况	61
十三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近三年变动情况	62
十四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员对外投资情况	63
十五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况	64
十六、已经制定或实施的股权激励或期权激励及相关安排	66
十七、发行人员工情况	67
第五节 业务和技术	77
一、发行人主营业务、主要产品的情况	77
二、发行人所处行业的基本情况和竞争状况	101
三、销售情况和主要客户	123
四、采购情况和主要供应商	129
五、发行人的主要固定资产和无形资产	137
六、发行人的核心技术及研发情况	148
七、发行人环境保护和安全生产情况	151
八、发行人的境外经营及境外资产情况	158
第六节 财务会计信息与管理层分析	159
一、财务报表	159
二、主要会计政策和会计估计	167
三、非经常性损益情况	189
四、缴纳的主要税种、税率和税收优惠情况	190
五、主要财务指标	192

六、经营成果分析.....	194
七、资产质量分析.....	221
八、偿债能力、流动性与持续经营能力分析.....	241
九、报告期的重大投资或资本性支出、重大资产业务重组或股权收购合并等事項.....	256
十、资产负债表日后事項、或有事項及其他重要事項.....	257
十一、盈利预测信息.....	257
第七节 募集资金运用与未来发展规划	258
一、募集资金运用情况.....	258
二、未来发展与规划.....	263
第八节 公司治理与独立性	267
一、报告期内发行人公司治理存在的缺陷及改进情况.....	267
二、发行人内部控制情况.....	267
三、报告期内发行人合法合规经营情况.....	270
四、发行人资金占用和对外担保情况.....	270
五、发行人直接面向市场独立持续经营的能力.....	270
六、同业竞争.....	272
七、关联方及关联交易.....	297
八、其他交易.....	314
第九节 投资者保护	317
一、本次发行前滚存利润的分配安排及决策程序.....	317
二、发行人的股利分配政策.....	317
第十节 其他重要事項	320
一、重要合同.....	320
二、对外担保情况.....	323
三、重大诉讼或仲裁事項.....	323
四、控股股东、实际控制人、子公司，董事、监事、高级管理人员和其他核心人员作为一方当事人可能对发行人产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事項.....	324
第十一节 声明	325

一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明.....	325
二、发行人控股股东、实际控制人声明.....	327
三、保荐机构（主承销商）声明.....	328
四、发行人律师声明.....	330
五、承担审计业务的会计师事务所声明.....	331
六、承担评估业务的资产评估机构声明.....	332
七、承担验资业务的机构声明.....	333
第十二节 附件	334
一、备查文件.....	334
二、落实投资者关系管理相关规定的安排、股利分配决策程序、股东投票机制建立情况.....	335
三、与投资者保护相关的承诺.....	338
四、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.....	355
五、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况说明.....	357
六、审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明.....	366
七、募集资金具体运用情况.....	367
八、子公司、参股公司简要情况.....	386
九、商标清单.....	392
十、专利权清单.....	404

第一节 释 义

在本招股说明书中，除非文中另有所指，下列词语或简称具有如下特定含义：

一、一般释义

希诺股份/公司/本公司/发行人/股份公司	指	希诺股份有限公司
希诺实业	指	希诺股份有限公司前身江苏希诺实业有限公司
希诺集团	指	上海希诺企业管理集团有限公司，曾用名：希诺（上海）企业管理有限公司、上海希诺家庭用品有限公司、上海希诺塑业发展有限公司，公司的控股股东
希诺投资	指	江苏南通希诺投资中心（有限合伙），公司的股东、员工持股平台
诺伽企管	指	诺伽（上海）企业管理中心（有限合伙），公司的股东、员工持股平台
江苏那美	指	江苏那美实业有限公司，公司的全资子公司
希诺电商	指	上海希诺电子商务有限公司，公司的全资子公司
希诺销售	指	希诺销售有限公司，公司的全资子公司
诺饮智能	指	上海诺饮智能科技有限公司，希诺销售的全资子公司
三郎科技	指	三郎科技有限公司，公司的全资子公司
熊家社	指	熊家社商业管理有限公司，公司的全资子公司
恒尚包装	指	江苏恒尚包装科技有限公司，曾用名：江苏恒尚日用品有限公司，公司的控股子公司
那美日用品	指	那美（上海）日用品有限公司，希诺销售的全资子公司
三郎日用品	指	三郎（上海）日用品有限公司，希诺销售的全资子公司
上海分公司	指	希诺股份有限公司上海分公司，公司的分公司
那美电镀	指	江苏那美电镀科技有限公司，江苏那美的全资子公司，已于2022年7月完成注销
南通鹊起	指	南通鹊起日用品有限公司，公司的控股子公司，已注销
上海家欢	指	上海家欢日用制品有限公司，已注销
富光实业	指	安徽省富光实业股份有限公司
苏泊尔	指	浙江苏泊尔股份有限公司，证券代码：002032.SZ
哈尔斯	指	浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司，证券代码：002615.SZ
嘉益股份	指	浙江嘉益保温科技股份有限公司，证券代码：301004.SZ
张小泉	指	张小泉股份有限公司，证券代码：301055.SZ

双枪科技	指	双枪科技股份有限公司，证券代码：001211.SZ
上海清水	指	上海清水日用制品有限公司
江苏中企华	指	江苏中企华中天资产评估有限公司
南通宏大	指	南通宏大联合会计师事务所（普通合伙）
报告期	指	2019 年、2020 年、2021 年及 2022 年 1-6 月
华泰联合证券/保荐机构	指	华泰联合证券有限责任公司
公证天业/会计师	指	公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）
世纪同仁/律师	指	江苏世纪同仁律师事务所
《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》
《管理办法》	指	《首次公开发行股票注册管理办法》
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
上交所	指	上海证券交易所
元、万元、亿元	指	人民币元、万元、亿元

二、专业释义

杯壶/杯壶产品	指	用于盛装饮用水、饮料及食物，以塑料、金属、玻璃、陶瓷等为主要材料加工成型的日用杯和壶，按密封形式可分为密封型杯壶和非密封型杯壶。本招股说明书所指杯壶产品及发行人产品均系密封型杯壶
PC 塑料	指	聚碳酸酯，是分子链中含有碳酸酯基的高分子聚合物，根据酯基的结构可分为脂肪族、芳香族、脂肪族-芳香族等多种类型。其中由于脂肪族和脂肪族-芳香族聚碳酸酯的机械性能较低，从而限制了其在工程塑料方面的应用
Tritan 塑料	指	新一代共聚酯材料，通过了美国食品药品监督管理局 FDA 认证，是欧美地区婴幼儿用品指定材质。不含双酚 A.安全无毒，具有纯净通透、轻巧耐摔、无异味等特性
PP 塑料	指	聚丙烯，是一种性能优良的热塑性合成树脂，为无色半透明的热塑性轻质通用塑料
ABS 塑料	指	丙烯腈（A）、丁二烯（B）、苯乙烯（S）三种单体的三元共聚物，三种单体相对含量可任意变化，制成各种树脂。ABS 塑料兼有三种组元的共同性能，A 使其耐化学腐蚀、耐热，并有一定的表面硬度，B 使其具有高弹性和韧性，S 使其具有热塑性塑料的加工成型特性并改善电性能。因此 ABS 塑料是一种原料易得、综合性能良好、价格便宜、用途广泛的“坚韧、质硬、刚性”材料

特别说明：

1、本招股说明书部分表格中单项数据加总数与表格合计数可能存在微小差异，均因计算过程中的四舍五入所形成。

2、本招股说明书中涉及的我国、我国经济以及行业的事实、预测和统计，

包括本公司的市场份额等信息，来源于一般认为可靠的各种公开信息渠道。本公司从上述来源转载或摘录信息时，已保持了合理的谨慎，但是由于编制方法可能存在潜在偏差，或市场管理存在差异，或基于其它原因，此等信息可能与国内或国外所编制的其他资料不一致。

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、重大事项提示

（一）特别风险提示

本公司提醒投资者认真阅读本招股说明书“第三节 风险因素”部分，并特别注意下列事项：

1、市场竞争加剧的风险

杯壶行业的参与者众多，除了传统的杯壶制造企业外，星巴克、苏泊尔和华为等其他知名消费品企业也借助其品牌、渠道优势进入杯壶行业，市场竞争日趋激烈。同时，国内消费者对杯壶产品的内在品质和外观设计等方面的要求越来越高，如果未来公司在产品研发设计、品牌营销、渠道建设、定制服务、智能制造等方面没有及时地进行足够的投入，导致产品不能充分适应市场的需求，不能持续保持竞争优势，将对公司经营业绩的增长带来不利影响。

2、品牌维护与防范假冒产品的风险

公司现有品牌“希诺/HEENOOR”在中国高端杯壶领域具有较强的品牌影响力，品牌优势为公司的核心竞争优势之一。品牌的维护与建设需要公司持续投入相应资源，尽管公司已经采用注册商标、申请专利、印刷防伪码等保护手段，仍不能完全杜绝假冒和仿冒产品事件的发生。未来，如果公司未能及时发现并制止市场上假冒、仿冒发行人产品的行为，则可能会导致品牌形象受损，对公司经营业绩产生不利影响。

3、新技术和新产品的研发风险

随着消费者消费水平及消费理念的不断提升，杯壶产品在原有保温性能好、安全便携、健康卫生等基础功能上，逐步被赋予了外观时尚、科技智能等特色，消费者对杯壶产品的美观度、时尚性和产品质量的要求不断提高；同时行业的竞争对手也在不断提升自身产品设计水平和优化产品制造工艺流程。如

果公司未来研发投入不足、技术人才储备不足或创新机制不灵活，使得公司研发相关知识成果无法形成新产品，或研发技术不能及时跟上产品制造工艺的进步，导致公司无法及时推出满足客户及市场需求的新产品，将可能使公司在市场竞争中处于落后地位，进而对公司核心竞争力和盈利能力产生不利影响。

4、主要通过经销商销售的风险

发行人的销售模式以线下经销为主，在这种销售模式下，发行人对终端客户可控性相对较弱，不利于直接掌握客户的需求信息。报告期内，发行人与主要经销商合作期限较长，合作较为稳定。如果因为市场变化、经销商自身业务调整等原因致使主要经销商与发行人合作关系弱化或终止，则发行人存在丧失部分终端客户乃至区域市场的潜在风险，从而对发行人业务及财务状况造成不利影响。

另外，发行人的经销商主要依靠自身的资源和能力开发、维护下游终端客户。若经销商因开发、维护终端客户的成本提高，盈利水平下降，导致其经销发行人产品的意愿下降，进而对发行人产品最终销售以及持续经营能力产生不利影响。

（二）发行前滚存未分配利润的安排及本次发行上市后的利润分配政策

本公司提醒投资者关注发行前滚存公司未分配利润的安排、本次发行前后股利分配政策差异情况及发行上市后公司的利润分配政策、现金分红的最低比例等利润分配相关事项，具体参见本招股说明书“第九节 投资者保护”部分。

（三）本次发行相关主体作出的重要承诺

本公司提示投资者认真阅读本次发行相关主体作出的与投资者保护相关的承诺以及未能履行承诺的约束措施，具体承诺事项请参见本招股说明书“第十二节 附件”之“三、与投资者保护相关的承诺”部分。

二、发行人及本次发行的中介机构基本情况

（一）发行人基本情况			
中文名称	希诺股份有限公司	有限公司成立日期	2007年05月24日
英文名称	Heenoor Co., Ltd.	股份公司成立日期	2020年09月09日

注册资本	37,200.00 万元人民币	法定代表人	张碧峰
注册地址	南通市海门区希诺路一号	主要生产经营地址	南通市海门区希诺路一号
控股股东	上海希诺企业管理集团有限公司	实际控制人	张碧峰、黄伟军、张元纪伽
行业分类	“C30 非金属矿物制品业”之“C305 玻璃制品制造”	在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况	无
(二) 本次发行的有关中介机构			
保荐人	华泰联合证券有限责任公司	主承销商	华泰联合证券有限责任公司
发行人律师	江苏世纪同仁律师事务所	其他承销机构	无
审计机构	公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	江苏中企华中天资产评估有限公司
发行人与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间存在的直接或间接的股权关系或其他利益关系		无	
(三) 本次发行其他有关机构			
股票登记机构	中国证券登记结算有限责任公司上海分公司	收款银行	中国工商银行股份有限公司深圳分行振华支行
其他与本次发行有关的机构		验资机构	公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）

三、本次发行概况

（一）本次发行的基本情况			
股票种类	人民币普通股（A 股）		
每股面值	1.00 元		
发行股数	不超过 8,000 万股	占发行后总股本比例	不 低 于 10.00%
其中：发行新股数量	不超过 8,000 万股	占发行后总股本比例	不 低 于 10.00%
股东公开发售股份数量	-	占发行后总股本比例	-
发行后总股本	不超过 45,200 万股（不含采用超额配售选择权发行的股票数量）		
每股发行价格	【】元		
发行市盈率	【】倍（按扣除非经常性损益前后净利润的孰低额和发行后总股本全面摊薄计算）		
发行前每股净资产	【】元	发行前每股收益	【】元
发行后每股净资产	【】元	发行后每股收益	【】元
发行市净率	【】倍（按每股发行价格除以发行后每股净资产计算）		
发行方式	采用向战略投资者定向配售、或网下向符合条件的投资者询价		

	配售和网上资金申购定价发行相结合的方式、或证券监管部门认可的其他发行方式
发行对象	符合资格的战略投资者、询价对象和在上海证券交易所开户的境内自然人、法人（国家法律、法规禁止购买者除外）或证券监管部门的对象
承销方式	余额包销
募集资金总额	【】万元
募集资金净额	【】万元
募集资金投资项目	那美二期项目 智能化生产车间技术改造项目（希诺股份有限公司年产 360 万只玻璃杯项目（希诺股份有限公司智能化生产车间（一）、希诺股份有限公司年产 240 万只真空杯项目（希诺股份有限公司智能化生产车间（二））） 希诺销售有限公司品牌建设与推广项目 希诺股份有限公司研发中心项目 补充流动资金项目
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、审计及验资费【】万元、律师费【】万元、发行手续费及其他【】万元
高级管理人员、员工拟参与战略配售情况	【】
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况	【】
拟公开发售股份股东名称、持股数量及拟公开发售股份数量、发行费用的分摊原则（如有）	不适用
（二）本次发行上市的重要日期	
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
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

四、发行人主营业务经营情况

1、主要业务

自设立以来，公司一直从事自主品牌杯壶产品的研发、设计、生产和销售。公司产品系列齐全，涵盖玻璃杯、不锈钢真空保温杯、钛真空保温杯、塑料杯及保温水壶等产品，广泛应用于家居、办公、礼品等领域。

公司坚持以“一只杯装下民族的品味”为使命打造精品杯壶，产品的优秀品质和时尚外观得到消费者的广泛认可，品牌知名度不断提升，“希诺/HEENOOR”品牌在中国高端杯壶领域具有了较强影响力。

2、主要产品及其用途

公司旗下产品涵盖杯类器皿及非杯类器皿两大类别。杯类器皿是公司的主导产品，报告期各期分别贡献收入 56,361.72 万元、53,494.46 万元、66,951.60 万元及 31,236.41 万元，占公司营业收入比例为 97.26%、96.29%、95.64%及 94.93%。

报告期内，公司主营业务收入分产品的明细情况如下：

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
杯类器皿：	31,236.41	99.21%	66,951.60	99.16%	53,494.46	98.85%	56,361.72	98.81%
其中：玻璃杯	23,284.54	73.96%	43,239.68	64.04%	33,493.53	61.89%	34,631.09	60.72%
真空保温杯	7,197.42	22.86%	22,023.69	32.62%	18,285.88	33.79%	19,617.30	34.39%
塑料杯	754.44	2.40%	1,688.23	2.50%	1,715.05	3.17%	2,113.34	3.71%
非杯类器皿：	247.41	0.79%	565.03	0.84%	623.39	1.15%	676.57	1.19%
合计	31,483.81	100.00%	67,516.63	100.00%	54,117.86	100.00%	57,038.30	100.00%

3、主要原材料及重要供应商

公司的主要原材料为不锈钢材料、钛材料、玻璃管材、塑料粒子等，采购部门根据生产计划落实物料采购，针对部分重要原材料，公司会基于市场情况进行策略性备货。为了保证产品品质，公司对原材料质量进行严格控制。

报告期内，公司重要供应商情况参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“四、公司采购情况和主要供应商”之“（二）报告期内前五大供应商及采购情况”部分。

4、主要生产模式

公司的生产模式分为自主生产模式和 OEM 代工模式两种。

报告期内，公司主要采取自主生产模式。公司在每年年初根据对市场的预测结合公司生产的实际情况制定销售计划，并相应安排生产计划，具体执行过

程中根据市场实际情况调整生产计划。

此外，公司会结合部分子品牌的市场定位及公司整体产能情况，通过 OEM 代工模式，委托外部厂商生产少量杯身。

5、销售方式和渠道及重要客户

经过多年发展，公司形成了以经销模式为主，线下销售与线上销售相结合的全渠道、立体化销售体系，具体情况如下：

销售模式		模式简介
线下销售	经销	线下经销模式是指公司将产品销售给经销商，公司与经销商签署经销协议等相关协议，由经销商以买断方式向公司采购产品，经销商通过其线下门店或线上店铺将产品销售给消费者，或将产品销售给分销商、终端销售渠道（地方连锁超市、零售门店等）后，再销售给消费者
	直销	线下直销模式是指公司在工厂所在地及部分城市开设直营门店，直接向终端消费者销售商品
线上销售	直销	线上直销模式是指（即线上 B2C 模式）公司在第三方平台开设店铺，直接向终端消费者销售商品，并提供配送及退换货等服务
	代销	线上代销主要指公司在第三方电商平台开设店铺，同时公司委托物流公司将货物先运送至该电商平台指定仓库，消费者下单后，由该电商平台负责产品的物流配送及收款工作。该电商平台定期与公司进行结算

经过多年的经营积累，公司建立了较为完善的线下经销网络，公司的主营业务收入主要是以线下经销模式为主，报告期内经销收入占比均超过 75%。公司线上销售主要系通过开设电商平台旗舰店进行直接销售，及通过电商平台的自营店进行代理销售。

报告期内，公司重要客户情况参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“三、销售情况和主要客户”之“（三）主要产品的销售情况”部分。

6、行业竞争情况及发行人在行业中的竞争地位

杯壶产品是人们最重要的日常家居用品之一，品类丰富多样，行业的竞争比较激烈，市场的集中度比较低，但各国家和地区已经形成了一些知名品牌商。具有一定国际知名度的品牌主要源于欧美、日韩等发达国家和地区，日本主要有“膳魔师（THERMOS）”“虎牌（TIGER）”“象印（ZOJIRUSHI）”等品牌；美国主要有“阿拉丁（Aladdin）”“斯坦利（Stanley）”“星巴克（Starbucks）”“康迪克（Contigo）”等品牌；韩国主

要有“乐扣乐扣（LOCK&LOCK）”等品牌。这些品牌市场认可度较高，产品附加值较大。经过多年的发展，国内也形成了一批具有较高知名度的杯壶品牌，包括“希诺（HEENOOR）”“富光（FUGUANG）”“哈尔斯（HAERS）”“苏泊尔（SUPOR）”等。

自设立以来，公司坚持以“一只杯装下民族的品味”为使命打造精品杯壶，高度重视产品质量，并持续进行品牌和营销渠道的建设，形成了公司在杯壶行业内较高的品牌认知度和市场竞争力。公司的自主品牌杯壶产品受到了消费者的高度认可，官方旗舰店及“希诺/HEENOOR”品牌均在淘宝、天猫平台和京东平台同行业店铺、同行业品牌中名列前茅，其中，玻璃杯产品因为更符合中国的茶饮习惯，与国际知名杯壶品牌错位竞争，取得了较高的市场地位。

根据京东商智及淘宝生意参谋的统计数据，报告期内，公司的旗舰店及“希诺/HEENOOR”品牌的玻璃杯在京东平台中一直处于前3名的位置¹，在淘宝、天猫平台中一直处于前5名的位置²。

五、发行人符合主板定位

1、业务模式成熟

（1）公司形成了以线下经销模式为主的销售体系，符合行业惯例，销售模式成熟

公司主营业务为自主品牌杯壶产品的研发、设计、生产和销售，产品包括玻璃杯、不锈钢真空保温杯、钛真空保温杯、塑料杯及保温水壶等杯壶产品。经销模式具有经销商数量多、销售渠道丰富、零售终端网点分布广等特点，杯壶产品作为日用消费品，借助经销模式的特点可以有效抵达最终消费者。

经过多年发展，公司形成了以线下经销模式为主，线下销售与线上销售相结合的全渠道、立体化销售体系。杯壶行业的主要上市公司哈尔斯（002615.SZ）和嘉益股份（301004.SZ）的自主品牌产品均采用以经销模式为主的销售模式。

在长期的市场拓展中，公司建立了覆盖全国主要省、市的经销网络，截至

¹ 京东平台数据来源：京东商智（sz.jd.com）中“品牌榜单”下的“交易榜单”。

² 淘宝天猫平台数据来源：生意参谋（sycm.taobao.com）。

2021 年末，公司经销商覆盖 24 个省（直辖市/自治区），且公司与主要经销商保持长期稳定的合作关系。

（2）公司重视产品质量，以自主生产为主，生产工艺成熟

优秀的产品质量是公司品牌建设的重要保障，自设立以来，公司坚持以自主生产为主的生产模式，采用自主设计、自主研发的产品开发模式。凭借多年的积累，公司形成了大量的研发成果，截至 2022 年 6 月 30 日，公司及子公司共计拥有 303 项专利，其中发明专利 22 项，实用新型专利 70 项，外观设计专利 211 项。公司拥有成熟的生产工艺，与主要供应商合作稳定，并建立了完善的产品质量控制体系，在采购、生产和销售各环节均实施了较为完备、系统的质量检验程序，以保证产品质量的稳定。

综上，公司业务模式成熟，符合行业惯例。

2、公司经营业绩稳定

报告期内，公司经营业绩整体情况如下：

项目	2022.6.30/ 2022 年 1-6 月	2021.12.31/ 2021 年度	2020.12.31/ 2020 年度	2019.12.31/ 2019 年度
营业收入（万元）	32,905.60	70,004.40	55,557.13	57,950.74
净利润（万元）	8,178.53	19,622.96	17,713.43	16,597.12
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	7,627.83	18,440.80	16,900.15	16,232.48
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-2,139.33	21,276.05	20,516.68	19,982.06

公司凭借较强的品牌影响力和优秀的产品品质，自主品牌杯壶产品得到了消费者的高度认可，公司经营业绩稳定，报告期各期，公司分别实现营业收入 57,950.74 万元、55,557.13 万元、70,004.40 万元及 32,905.60 万元，扣除非经常损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 16,232.48 万元、16,900.15 万元、18,440.80 万元和 7,627.83 万元。

3、经营规模较大，具有行业代表性

（1）公司已发展成为我国杯壶行业第一梯队企业，经营规模较大，

杯壶产品是人们最重要的日常家居用品之一，近年来，居民可支配收入的提高及居民对健康饮水重视程度的提升等因素共同促进了我国杯壶行业的持续

发展。我国杯壶行业竞争格局较为分散，杯壶企业数量众多，但多数企业规模较小、品牌影响力较低。在终端消费市场，国内杯壶生产企业的自有品牌知名度普遍不高（哈尔斯、嘉益股份及同富股份以 OEM/ODM 为主，自主品牌产品占比较低），知名品牌多为国际品牌，尤其是“虎牌”“象印”“膳魔师”等品牌具有强大的消费者基础。

根据公开数据显示：（1）虎牌热水瓶株式会社 2022 财年（截至 2022 年 4 月 20 日）销售的包括真空保温杯、电饭锅/保温锅等日用产品合计收入 373 亿日元（折合人民币约 18.58 亿元）；（2）象印魔法瓶株式会社杯壶产品（Household and Thermal Products）2021 财年（截至 2021 年 11 月 20 日）销售额为 162.22 亿日元（折合人民币约 9.05 亿元），在中国地区的销售额为 50.53 亿日元（折合人民币约 2.82 亿元）；（3）哈尔斯 2021 年度实现的 OBM（即自主品牌）业务实现销售收入 4.41 亿元；（4）浙江同富特美刻家居用品股份有限公司 2021 年度自有品牌产品实现销售收入 2.12 亿元；（5）嘉益股份 2020 年度自有品牌产品实现销售收入 0.26 亿元；（6）膳魔师（THERMOS）集团未公布其财务数据。

报告期内，公司各年度营业收入规模均保持在 5.5 亿元以上，公司的旗舰店及“希诺/HEENOOR”品牌的玻璃杯在京东平台中一直处于前 3 名的位置，在淘宝、天猫平台中一直处于前 5 名的位置。经过多年的发展，公司已成为我国杯壶行业第一梯队企业。

（2）公司是杯壶行业的主要参与企业，参与了多项行业标准的起草，并荣获多项荣誉

凭借长期以来优异的产品设计和质量表现，“希诺/HEENOOR”品牌已经成为中国高端杯壶的知名品牌，公司已成为我国杯壶行业的主要参与企业。公司是中国日用杂品工业协会杯壶分会副会长单位，是《双层玻璃口杯》（QB/T 5035-2017）、《不锈钢真空保温容器》（GB/T 40355-2021）等多个行业标准的起草人，曾获中国轻工业日用杂品行业十强企业、全国日用品行业质量领先企业、全国质量诚信标杆企业等荣誉。

六、发行人报告期主要财务数据及财务指标

项目	2022.6.30/ 2022 年 1-6 月	2021.12.31/ 2021 年度	2020.12.31/ 2020 年度	2019.12.31/ 2019 年度
资产总额（万元）	85,598.83	87,654.46	68,689.74	60,066.98
归属于母公司所有者权益（万元）	72,841.27	64,550.44	52,644.70	45,023.59
资产负债率（母公司）（%）	14.34	12.76	12.66	12.40
营业收入（万元）	32,905.60	70,004.40	55,557.13	57,950.74
净利润（万元）	8,178.53	19,622.96	17,713.43	16,597.12
归属于母公司所有者的净利润（万元）	8,100.46	19,565.84	17,621.11	16,569.48
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	7,627.83	18,440.80	16,900.15	16,232.48
基本每股收益（元）	0.22	0.54	0.49	-
稀释每股收益（元）	0.22	0.54	0.49	-
加权平均净资产收益率（%）	11.79	34.58	36.84	40.52
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-2,139.33	21,276.05	20,516.68	19,982.06
现金分红（万元）	-	10,000.00	10,000.00	7,078.07
研发投入占营业收入的比例（%）	5.01	4.00	4.03	3.16

七、发行人选择的具体上市标准

（一）财务指标

2019 年度、2020 年度和 2021 年度，公司归属于母公司所有者的净利润（扣除非经常性损益前后孰低）分别为 16,232.48 万元、16,900.15 万元和 18,440.80 万元，最近 3 年归属于母公司所有者的净利润均为正且累计金额为 51,573.43 万元，最近一年净利润不低于 6,000 万元；2019 年度、2020 年度和 2021 年度公司营业收入分别为 57,950.74 万元、55,557.13 万元和 70,004.40 万元，最近 3 年营业收入累计金额为 183,512.27 万元。

（二）标准适用判定

公司结合自身状况，选择适用《上海证券交易所股票上市规则》规定的上市标准中的“最近 3 年净利润均为正，且最近 3 年净利润累计不低于 1.5 亿元，最近一年净利润不低于 6,000 万元，最近 3 年经营活动产生的现金流量净额累计不低于 1 亿元或营业收入累计不低于 10 亿元”。

根据上述分析，公司满足其所选择的上市标准。

八、发行人公司治理特殊安排等重要事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在红筹架构或表决权差异等特殊安排。

九、募集资金运用与未来发展规划

（一）募集资金运用

本次募集资金投资项目经公司 2022 年第一次临时股东大会确定，由董事会负责实施，主要用于投资如下项目：

单位：万元

序号	项目类型	募集资金投资项目	项目投资总额	拟用募集资金投入金额
1	生产基地建设及技术改造	那美二期项目	28,800.00	28,800.00
2		希诺股份有限公司年产 360 万只玻璃杯项目（希诺股份有限公司智能化生产车间（一））	10,776.00	23,000.00
		希诺股份有限公司年产 240 万只真空杯项目（希诺股份有限公司智能化生产车间（二））	12,224.00	
3	品牌建设与推广	希诺销售有限公司品牌建设与推广项目	10,300.00	10,300.00
4	研发中心建设	希诺股份有限公司研发中心项目	5,800.00	5,800.00
5	补充流动资金	补充流动资金项目	2,100.00	2,100.00
合计			70,000.00	70,000.00

若实际募集资金不足，资金缺口将由公司自筹解决。本次募集资金到位前，公司将视市场环境及项目进展需求，以自筹资金进行前期投入，待募集资金到位后，再以募集资金置换前期投入的自筹资金。

（二）未来发展规划

经过多年的快速发展，公司已发展成为国内自主品牌杯壶的知名企业，在杯壶行业拥有较强的品牌影响力和市场竞争力。未来，公司将始终坚持“只做精品，不断创新”的经营理念，聚焦杯壶市场；公司将继续秉承以“一只杯装下民族品味”为企业使命，通过打造精品杯壶，以产品创新、技术进步为动力，以品牌建设、营销网络为支撑，以质量控制为保障，持续增加产品研发投

入、加强技术创新、完善质量管理体系，进一步提高公司在杯壶行业的市场份额和行业地位，提升公司持续盈利能力，强化自身竞争优势。

本次募集资金运用与未来发展规划具体情况详见本招股说明书“第七节 募集资金运用与未来发展规划”部分。

十、其他对发行人有重大影响的事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在其他有重大影响的事项。

第三节 风险因素

一、与发行人相关的风险

（一）经营风险

1、品牌维护与防范假冒产品的风险

公司现有品牌“希诺/HEENoor”在中国高端杯壶领域具有较强的品牌影响力，品牌优势为公司的核心竞争优势之一。品牌的维护与建设需要公司持续投入相应资源，尽管公司已经采用注册商标、申请专利、印刷防伪码等保护手段，仍不能完全杜绝假冒和仿冒产品事件的发生。未来，如果公司未能及时发现并制止市场上假冒、仿冒发行人产品的行为，则可能会导致品牌形象受损，对公司经营业绩产生不利影响。

2、主要通过经销商销售的风险

发行人的销售模式以线下经销为主，在这种销售模式下，发行人对终端客户的可控性相对较弱，不利于直接掌握客户的需求信息。报告期内，发行人与主要经销商合作期限较长，合作较为稳定，且不存在对单一经销商的重大依赖，报告期各期前五大经销商客户占主营业务收入的比例分别为 27.08%、26.25%、25.18%和 27.85%。如果因为市场变化、经销商自身业务调整等原因致使主要经销商与发行人合作关系弱化或终止，则发行人存在丧失部分终端客户乃至区域市场的潜在风险，从而对发行人业务及财务状况造成不利影响。

另外，发行人的经销商主要依靠自身的资源和能力开发、维护下游终端客户。若经销商因开发、维护终端客户的成本提高，盈利水平下降，导致其经销发行人产品的意愿下降，进而对发行人产品最终销售以及持续经营能力产生不利影响。

3、劳动用工短缺的风险

报告期内，公司已逐步推进生产的自动化和智能化，但现阶段对产业工人仍有较大需求。公司主要生产基地位于江苏省南通市海门区和盐城市建湖县，该等地区制造业较为发达，用工需求量较大。此外，由于公司的产品销售具有

一定的季节性，在订单相对集中时所需产业工人数量将增加；同时产业工人流动性相对较高，对公司人员招聘、用工管理等都带来一定难度。因此，所在区域劳动力紧张、公司员工招聘和用工管理不当都可能对公司生产经营造成不利影响。

4、委外生产的风险

基于规模经济等因素的考量，公司将电解、电镀等非核心工序委托外部专业加工厂商代为完成。如果委外加工厂商未能及时保质保量完成加工任务，拖延交货期或出现产品质量问题，将对公司的生产经营造成一定的不利影响。

5、补缴社会保险、住房公积金的风险

公司产业工人流动性较大，部分员工缴纳社会保险、住房公积金的意愿较低。报告期内，公司为员工缴纳社会保险、住房公积金的人数逐年增加。但截至报告期末，仍存在少部分员工未缴纳社会保险、住房公积金，尽管公司未因该等行为受到行政处罚，公司仍存在由于未缴纳社会保险与住房公积金被相关主管部门要求补缴甚至被处罚的风险。

（二）财务风险

1、存货规模较大的风险

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 11,246.43 万元、15,174.90 万元、22,036.25 万元和 25,126.48 万元，占流动资产的比例分别为 34.55%、38.31%、41.50%和 50.26%。随着公司经营规模的扩大，存货规模可能进一步增长。较大的存货余额可能会影响到公司的资金周转速度和经营活动的现金流量，降低资金运营效率，也会增大存货发生跌价损失的风险，从而影响公司的生产经营及财务状况。

2、毛利率波动风险

报告期内，公司综合毛利率分别为 58.11%、59.19%、56.01%和 55.23%，公司采用自主品牌的发展模式，综合毛利率水平较高。公司毛利率水平受品牌影响力、行业发展状况、客户结构、产品结构、原材料价格、员工薪酬水平等多种因素的影响。如果上述因素发生不利变化，将导致公司毛利率下降，对公

司盈利状况造成不利影响。

3、税收优惠政策变动风险

希诺股份及子公司江苏那美系高新技术企业，报告期内，减按 15% 的税率缴纳企业所得税，部分子公司享受小型微利企业的税收优惠政策。报告期内，公司享有的企业所得税优惠金额分别为 1,058.93 万元、1,460.27 万元、1,450.97 万元和 719.62 万元，占当期利润总额的比例分别为 5.19%、6.86%、6.18% 和 7.21%。未来若公司无法持续取得高新技术企业认定，或者国家调整高新技术企业等税收优惠政策，将可能对公司未来经营状况和盈利水平产生一定不利影响。

（三）内控风险

1、公司规模扩张引发的管理风险

报告期内，随着公司经营规模的扩大，自有品牌的建设也不断推进，公司对管理人才、研发设计人才和销售人才需求加大。本次公开发行上市后，公司的资产、业务和人员规模将大幅增加，新产品开发、市场开拓、内部管理的压力将明显加大，对公司经营管理层的综合能力也提出了更高要求。如果公司在经营管理能力、组织管理体系和人才引进机制等方面不能满足业务规模扩张的需求，公司的市场竞争力将会被削弱。

2、实际控制人控制引致的风险

本次发行前，张碧峰、黄伟军、张元纪伽三人合计直接和间接持有公司 98.15% 股份，系公司共同实际控制人。按本次发行新股 8,000 万股计算，发行后张碧峰、黄伟军、张元纪伽三人直接和间接持有公司股份的比例为 80.78%，仍为公司共同实际控制人。张碧峰、黄伟军、张元纪伽三人可以利用其对公司的控制地位，通过选举董事、在股东大会行使表决权等方式对公司管理和决策实施重大影响并控制公司业务，如果控制不当将可能会给公司及中小股东带来一定的风险。

（四）研发成果保护风险

公司多年来坚持自主研发，结合下游市场的需求变化与杯壶制造技术的发

展趋势开展研发工作，在长期的研发工作中积累了大量的研发成果，公司产品设计深受消费者喜爱。由于杯壶产品的仿制相对较为简单，公司产品外观、功能设计易被其他商家模仿和抄袭。尽管公司积极通过诉讼等手段进行知识产权保护，但仍不能避免产品被模仿和抄袭。仿制产品价格低廉，若公司不能及时发现并制止仿制产品，将对公司市场份额和经营业绩产生不利影响。

二、与行业相关的风险

（一）市场竞争加剧的风险

杯壶行业的参与者众多，除了传统的杯壶制造企业外，星巴克、苏泊尔和华为等其他知名消费品企业也借助其品牌、渠道优势进入杯壶行业，市场竞争日趋激烈。同时，国内消费者对杯壶产品的内在品质和外观设计等方面的要求越来越高，如果未来公司在产品研发设计、品牌营销、渠道建设、定制服务、智能制造等方面没有及时地进行足够的投入，导致产品不能充分适应市场的需求，不能持续保持竞争优势，将对公司经营业绩的增长带来不利影响。

（二）新技术和新产品的研发风险

随着消费者消费水平及消费理念的不断提升，杯壶产品在原有保温性能好、安全便携、健康卫生等基础功能上，逐步被赋予了外观时尚、科技智能等特色，消费者对杯壶产品的美观度、时尚性和产品质量的要求不断提高；同时行业的竞争对手也在不断提升自身产品设计水平和优化产品制造工艺流程。如果公司未来研发投入不足、技术人才储备不足或创新机制不灵活，使得公司研发相关知识成果无法形成新产品，或研发技术不能及时跟上产品制造工艺的进步，导致公司无法及时推出满足客户及市场需求的新产品，将可能使公司在市场竞争中处于落后地位，进而对公司核心竞争力和盈利能力产生不利影响。

（三）原材料和能源价格波动风险

公司主要原材料包括不锈钢、玻璃管材、塑料粒子等，报告期内，受上游原材料价格波动及供需关系影响，公司主要原材料的价格也出现不同程度的波动。公司主要能源包括电力、天然气等。若未来公司主要原材料和能源价格发生大幅上涨，而公司未能及时相应提高产品售价，将会对公司整体毛利率和盈利水平造成不利影响。

三、其他风险

本次募集资金投资项目可行性分析是基于当前市场环境、技术发展趋势、公司研发能力和技术水平、市场未来拓展情况等因素做出。但项目在实施过程中可能受到市场环境、投产进度、产品市场销售状况等变化因素的影响，致使项目的开始盈利时间和实际盈利水平与公司预测出现差异，从而影响项目的投资收益。如果投资项目不能顺利实施，或实施后由于市场开拓不力导致投资收益无法达到预期，发行人可能面临投资项目失败的风险。

第四节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

- （一）注册名称（中文）：希诺股份有限公司
注册名称（英文）：Heenoor Co., Ltd.
- （二）注册资本：37,200.00 万元人民币
- （三）法定代表人：张碧峰
- （四）有限公司成立日期：2007 年 05 月 24 日
股份公司成立日期：2020 年 09 月 09 日
- （五）住所和邮政编码：南通市海门区希诺路一号（226146）
- （六）电话号码：0513-69956789；传真号码：0513-69956789
- （七）互联网网址：www.heenoor.com.cn
- （八）电子信箱：IR@heenoor.com.cn
- （九）负责信息披露和投资者关系的部门：董事会办公室
负责人：吴愈君
联系方式：0513-69956789

二、发行人设立情况和报告期内的股本、股东变化情况

（一）发行人设立情况

1、有限责任公司设立情况

2007 年 5 月 18 日，黄伟军、张碧峰、希诺集团共同签署了《江苏希诺实业有限公司章程》。2007 年 5 月 24 日，海门东洲联合会计师事务所出具《验资报告》（海东会验[2007]257 号），验证截至 2007 年 5 月 23 日止，希诺实业已收到全体股东缴纳的首期注册资本合计人民币 1,100 万元，出资方式均为货币。

2007 年 5 月 24 日，南通市海门工商行政管理局向希诺实业核发了《企业法人营业执照》（注册号：3206842105030）。

希诺实业设立时的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	黄伟军	2,750.00	50.00
2	张碧峰	1,650.00	30.00
3	上海希诺家庭用品有限公司	1,100.00	20.00
合计		5,500.00	100.00

希诺实业剩余注册资本已于 2008 年 12 月 31 日前分期缴纳完成，2009 年 1 月 13 日，海门东洲联合会计师事务所出具《验资报告》（海东内变验[2009]003 号），验证截至 2008 年 12 月 31 日止，希诺实业已收到全体股东累计实缴的注册资本合计人民币 5,500 万元，出资方式均为货币。

2、股份有限公司设立情况

2020 年 8 月 6 日，公证天业出具《审计报告》（苏公 W[2020]第 A1200 号），经审计，截至 2020 年 5 月 31 日，希诺实业的净资产为 388,516,896.98 元。

2020 年 8 月 6 日，江苏中企华出具《资产评估报告书》（苏中资评报字（2020）第 7042 号），本次评估采用资产基础法，经评估，截至 2020 年 5 月 31 日，希诺实业净资产评估价值为 60,468.21 万元，与账面价值 38,851.69 万元相比评估增值 21,616.52 万元，增值率为 55.64%。

2020 年 8 月 6 日，希诺实业召开股东会，决议通过：希诺实业以截至 2020 年 5 月 31 日经审计的净资产 388,516,896.98 元为基础，按 1: 0.9266 的比例折合为 36,000 万股，其余 28,516,896.98 元计入公司的资本公积。

2020 年 8 月 28 日，希诺实业的全体股东作为发起人签署了《发起人协议》。同日，公司召开创立大会暨首次股东大会，审议通过《关于设立希诺股份有限公司的议案》《关于股份有限公司筹办工作报告的议案》《关于制定公司章程的议案》等相关议案，并选举产生第一届董事会成员和第一届监事会成员（职工代表监事除外）。

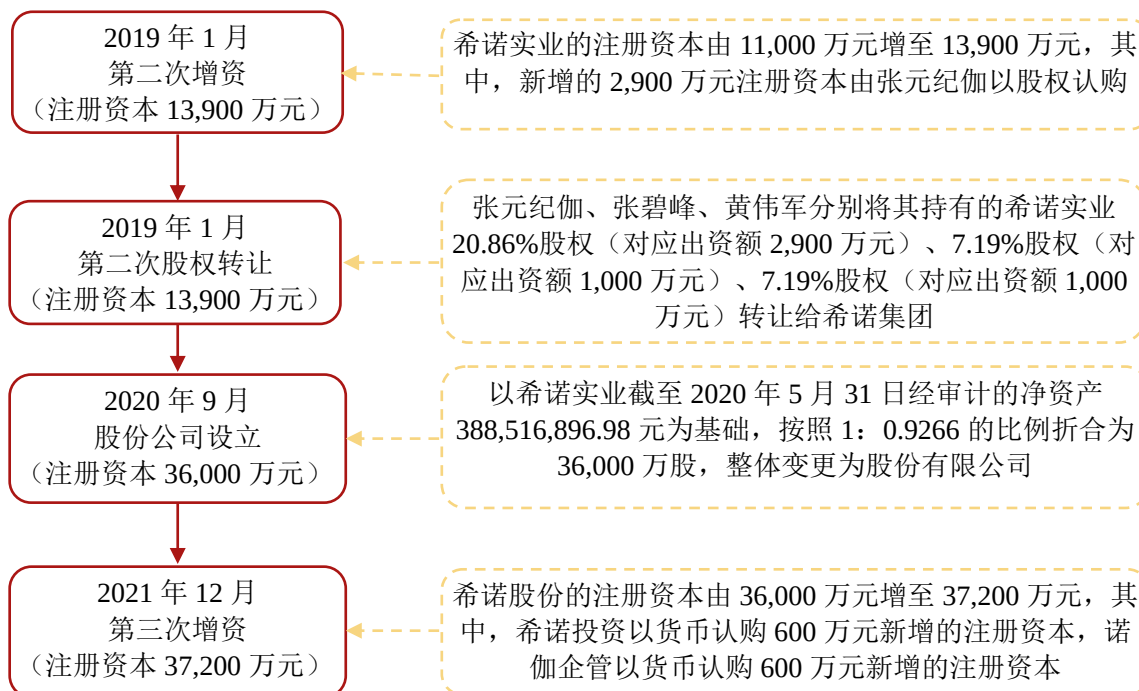
2020 年 9 月 5 日，公证天业出具《验资报告》（苏公 W[2020]B106 号），对本次整体变更设立股份有限公司的出资情况进行了审验。

2020 年 9 月 9 日，南通市行政审批局核准此次变更，向公司核发了新的《营业执照》（统一社会信用代码：91320684661799024J）。

本次变更完成后，希诺股份的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	上海希诺企业管理集团有限公司	26,935.25	74.82
2	张碧峰	4,532.37	12.59
3	黄伟军	4,532.37	12.59
合计		36,000.00	100.00

（二）报告期内的股本和股东变化情况



1、报告期初，发行人股本情况

报告期初，公司的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	上海希诺家庭用品有限公司	5,500.00	50.00
2	张碧峰	2,750.00	25.00
3	黄伟军	2,750.00	25.00
合计		11,000.00	100.00

2、2019 年 1 月，注册资本增至 13,900 万元

2018 年 12 月 15 日，北京北方亚事资产评估事务所（特殊普通合伙）出具《评估报告》（北方亚事评报字[2018]第 016-004 号）确认：在评估基准日 2018 年 10 月 31 日，江苏那美评估后资产总额为 29,016.62 万元，负债总额为

6,390.97 万元，股东全部权益价值为 22,625.65 万元，评估增值 1,935.46 万元，增值率 9.35%。

2018 年 12 月 24 日，希诺实业召开股东会，决议通过：公司注册资本由 11,000 万元变更为 13,900 万元，由张元纪伽以其持有的江苏那美 32.33%的股权（经评估后协商作价 7,314.87 万元）认购公司新增注册资本 2,900 万元，其余 4,414.87 万元计入资本公积。

2022 年 4 月 20 日，公证天业出具《验资报告》（苏公 W[2022]B049 号），验证：截至 2019 年 1 月 15 日，公司已收到张元纪伽缴纳的新增注册资本人民币 2,900 万元，出资方式为其持有的江苏那美实业有限公司 32.33%股权。

2019 年 1 月 9 日，海门市行政审批局向希诺实业核发了新的《营业执照》。

本次增资完成后，希诺实业的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	上海希诺家庭用品有限公司	5,500.00	39.57
2	张元纪伽	2,900.00	20.86
3	张碧峰	2,750.00	19.78
4	黄伟军	2,750.00	19.78
合计		13,900.00	100.00

3、2019 年 1 月，股权转让

2019 年 1 月 29 日，希诺实业召开股东会，决议通过：张元纪伽将其持有的希诺实业 20.86%股权（对应出资额 2,900 万元），以 7,314.87 万元转让给希诺集团；张碧峰将其持有的希诺实业 7.19%股权（对应出资额 1,000 万元），以 2,520 万元转让给希诺集团；黄伟军将其持有的希诺实业 7.19%股权（对应出资额 1,000 万元），以 2,520 万元转让给希诺集团。同日，希诺集团分别与张元纪伽、黄伟军及张碧峰签署了《股权转让协议》。

2019 年 1 月 29 日，海门市行政审批局向希诺实业核发了新的《营业执照》。

本次股权转让完成后，希诺实业的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额 (万元)	出资比例 (%)
1	上海希诺家庭用品有限公司	10,400.00	74.82
2	张碧峰	1,750.00	12.59
3	黄伟军	1,750.00	12.59
合计		13,900.00	100.00

4、2020年9月，整体变更为股份公司

本次变更具体情况参见本节之“二、发行人设立情况和报告期内的股本、股东变化情况”之“（一）发行人设立情况”之“2、股份有限公司设立情况”。

本次变更完成后，希诺股份的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	上海希诺企业管理集团有限公司	26,935.25	74.82
2	张碧峰	4,532.37	12.59
3	黄伟军	4,532.37	12.59
合计		36,000.00	100.00

5、2021年12月，注册资本增至37,200万元

2021年12月27日，希诺股份召开股东大会，决议通过：公司注册资本由36,000万元增加至37,200万元，希诺投资以1,200万元认购600万元注册资本，诺伽企管以1,200万元认购600万元注册资本。

2022年3月7日，公证天业出具《验资报告》（苏公W[2022]B029号），验证：截至2021年12月30日，公司已收到希诺投资、诺伽企管缴纳的新增注册资本人民币1,200万元，出资方式为货币。

2021年12月27日，南通市行政审批局向希诺股份核发了新的《营业执照》。

本次增资完成后，希诺股份的股权结构如下：

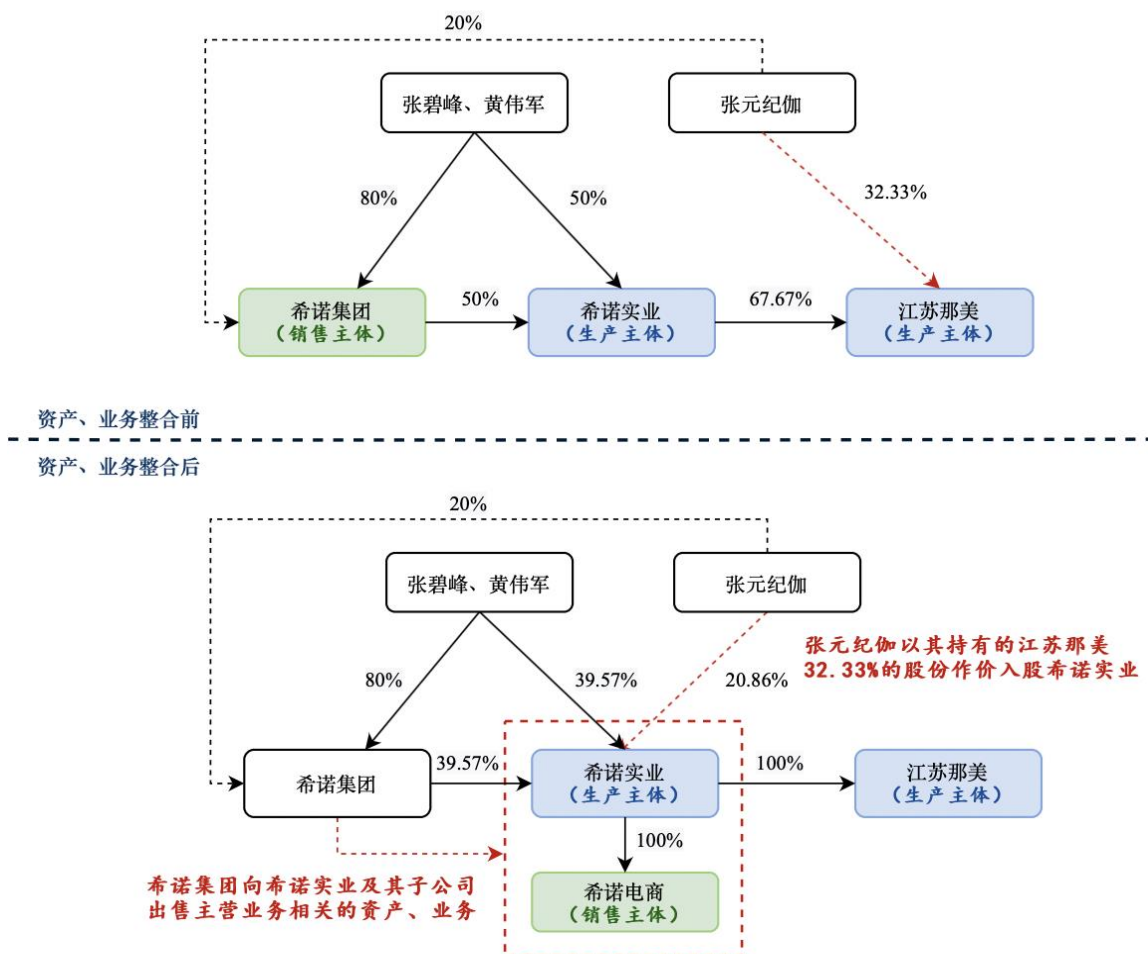
序号	股东名称/姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	上海希诺企业管理集团有限公司	26,935.25	72.41

序号	股东名称/姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）
2	张碧峰	4,532.37	12.18
3	黄伟军	4,532.37	12.18
4	江苏南通希诺投资中心（有限合伙）	600.00	1.61
5	诺伽（上海）企业管理中心（有限合伙）	600.00	1.61
合计		37,200.00	100.00

截至本招股说明书签署日，本次增资完成后，公司股权结构未再发生变动。

三、发行人成立以来重要事件

实际控制人于 2018 年决定以希诺实业作为上市主体，决定整合同一控制下的相关业务和资产。本次整合前，江苏那美主要负责发行人产品的生产，希诺集团主要负责发行人产品的销售，为优化业务布局，综合考虑未来发行人的股权结构及业务完整性，张元纪伽以其持有江苏那美的 32.33%股权作价入股发行人；希诺集团于 2018 年 12 月通过增资的方式成为发行人控股股东，并向发行人出售全部与发行人主营业务相关的资产和业务。本次整合完成后，江苏那美成为发行人的全资子公司，希诺集团不再从事与发行人主营业务相关的业务，具体情况如下：



注：张碧峰与黄伟军系夫妻关系，其二人在各主体持股比例相同，故合并列示

（一）张元纪伽以其持有的江苏那美 32.33% 股权作价入股希诺实业

1、股权调整前江苏那美的基本情况

本次股权调整前，江苏那美的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	希诺实业	10,150.00	67.67
2	张元纪伽	4,850.00	32.33
合计		15,000.00	100.00

张元纪伽通过希诺集团间接持有希诺实业 10% 的股权，系希诺实业的实际控制人之一。

本次股权调整前，江苏那美主要从事杯壶产品的生产，系发行人的控股子公司，与发行人的业务及资金往来均已纳入合并范围内。

2、股权调整具体情况

江苏那美为发行人的重要生产基地，实际控制人张元纪伽以其持有的江苏那美 32.33%股权作价入股希诺实业，本次变更完成后，希诺实业持有江苏那美 100%股份，具体情况参见本节“二、发行人设立情况和报告期内的股本、股东变化情况”之“（二）报告期内的股本和股东变化情况”之“2、2019 年 1 月，注册资本增至 13,900 万元”。

3、股权调整履行的程序

2018 年 12 月 24 日，希诺实业召开股东会，决议通过：公司注册资本由 11,000 万元变更为 13,900 万元，由张元纪伽以其持有的江苏那美 32.33%的股权（经评估后协商作价 7,314.87 万元）认购公司新增注册资本 2,900 万元，其余 4,414.87 万元计入资本公积。

2018 年 12 月 25 日，江苏那美召开股东会，决议通过：张元纪伽将其持有的江苏那美 32.33%的股权转让给希诺实业。同日，张元纪伽与希诺实业签署了《股权转让协议》。

2018 年 12 月 29 日，建湖县市场监督管理局向江苏那美核发了新的《营业执照》。

2019 年 1 月 9 日，海门市行政审批局向希诺实业核发了新的《营业执照》。

发行人本次股权调整履行了必要的程序，程序合规。

4、股权调整涉及的审计、评估情况及定价依据

2018 年 12 月 13 日，中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）出具《审计报告》（中兴华审字[2018]第 021493 号），确认：经审计，2018 年 10 月 31 日，江苏那美资产总额为 27,081.17 万元，负债总额为 6,390.97 万元，股东全部权益价值为 20,690.20 万元。

2018 年 12 月 15 日，北京北方亚事资产评估事务所（特殊普通合伙）出具《评估报告》（北方亚事评报字[2018]第 016-004 号）确认：在评估基准日 2018 年 10 月 31 日，江苏那美评估后资产总额为 29,016.62 万元，负债总额为

6,390.97 万元，股东全部权益价值为 22,625.65 万元，评估增值 1,935.46 万元，增值率 9.35%。

审计机构中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）和评估机构北京北方亚事资产评估事务所（特殊普通合伙）均具有证券业务资质。

本次增资价格系参考希诺实业净资产协商定价，张元纪伽以其持有的江苏那美 32.33% 股权经评估后作价 7,314.87 万元认购，定价公允，相关股权变更已完成。

5、股权调整过程中的人员安置情况，是否存在关联方代垫费用、人员混用等情形

上述过程不涉及人员安置，不存在纠纷或潜在纠纷，亦不存在关联方代垫费用、人员混用等情形。

6、股权调整涉及的税款缴纳情况

张元纪伽已就江苏那美股权转让价格较其股权取得成本增值部分足额缴纳个人所得税 492.97 万元，本次股权调整涉及的税费已足额及时缴纳，不存在税务方面的违法违规情形。

（二）发行人向希诺集团购买其全部与主营业务相关的资产和业务

1、交易前希诺集团的基本情况

本次业务整合前，希诺集团的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	张碧峰	400.00	40.00
2	黄伟军	400.00	40.00
3	张元纪伽	200.00	20.00
合计		1,000.00	100.00

张碧峰与黄伟军系夫妻关系，张元纪伽为张碧峰和黄伟军夫妇之子，三人系发行人的实际控制人。

业务整合前，希诺集团主要负责发行人产品的销售，与发行人的业务往来主要系向希诺实业、江苏那美采购杯壶产品后对外销售。

2018 年，希诺集团与发行人及其子公司的资金往来情况如下：

序号	交易对手方	用途	金额（万元）
希诺集团支付给发行人及其子公司的款项：			
1	希诺实业	采购货款	21,230.00
2	江苏那美	采购货款	12,310.00
3	希诺实业	出资款	5,500.00
合计			39,040.00
希诺集团收到发行人及其子公司支付的款项：			
1	江苏那美	支付货款[注 1]	3.83
2	希诺实业	支付货款[注 2]	1.79
合计			5.62

注 1：2018 年前，江苏那美开设线上店铺销售杯壶产品，该笔资金往来系采购款项结算；

注 2：因客户操作失误将货款转账至希诺实业账户，希诺实业收到货款后支付给希诺集团。

2、交易的主要内容

（1）资产转让

希诺集团以 2018 年 12 月 31 日为基准日按照账面价值将存货、货架、办公家具、电子设备等资产全部转让给发行人的全资子公司希诺电商，相关资产已于 2018 年 12 月 31 日完成交割，相关价款均已结算。转让资产具体如下：

序号	交易时间	内容	含税金额（万元）
1	2018 年 12 月	销售存货	5,996.58
2	2018 年 12 月	销售存货[注]	380.58
3	2018 年 12 月	销售固定资产 （家具、货架、电子设备等）	61.15
合计		-	6,438.31

注：主要系2018年12月31日时点京东自营店等电商店铺已发出，但尚未达到收入确认条件（未收到代销清单、未确认收货）的产品。

除上述固定资产外，希诺集团将其持有及正在申请中的 31 项商标、持有的 14 项专利无偿转让给发行人，相关权属均已变更完成，具体情况如下：

① 商标

序号	商标图片	注册号	国际分类	有效期
1		9914222	21	2023.02.27

序号	商标图片	注册号	国际分类	有效期
2	HEENoor	9914246	21	2023.02.27
3		9914282	21	2023.02.27
4		11854671	21	2024.05.20
5		12685849	24	2024.10.20
6	三郎	13212695	21	2025.02.06
7		13212670	21	2025.02.27
8	SUNLORD	13212681	21	2025.02.27
9		12685585	6	2025.03.27
10		12685732	20	2025.03.27
11		13212663	21	2025.04.13
12		16256857	43	2026.03.27
13	HEENoor	16256913	43	2026.03.27
14		30690937	21	2029.02.13
15		32607350	21	2029.05.13
16		33724566	11	2029.07.06
17		33738654	20	2029.07.06
18		33724916	24	2029.07.06
19		5459420	21	2029.08.13
20		5459423	21	2029.08.13
21		32107250	21	2029.08.13
22	希诺	33735098	10	2029.10.20
23		31144095	21	2029.12.13
24		33744762	35	2030.02.27
25		33744772	35	2030.07.27
26		33738522	10	2030.08.06
27		33743345	25	2030.08.20
28	HEENoor	33744784	35	2030.09.06
29	希诺	33723040	11	2030.11.27
30		8075046	21	2031.02.27
31		8075048	11	2031.04.27

注：截至本招股说明书签署日，上述1-3项商标已完成续展，有效期到期日变更为2033年2月27日。

② 专利

序号	专利名称	专利号	申请日期	专利类型
1	杯子（50）	ZL201230432424.7	2012.09.11	外观专利
2	杯子（51）	ZL201230432437.4	2012.09.11	外观专利
3	杯子（56）	ZL201330071717.1	2013.03.20	外观专利
4	杯子（57）	ZL201330229102.7	2013.06.04	外观专利
5	杯子（61）	ZL201330584441.7	2013.11.28	外观专利
6	杯子（66）	ZL201430152268.8	2014.05.27	外观专利
7	杯子（64）	ZL201430152277.7	2014.05.27	外观专利
8	杯子（63）	ZL201430152254.6	2014.05.27	外观专利
9	杯子（65）	ZL201430152255.0	2014.05.27	外观专利
10	杯子（67）	ZL201430152263.5	2014.05.27	外观专利
11	杯子（68）	ZL201430408198.8	2014.10.24	外观专利
12	保温壶（12）	ZL201130011197.6	2011.01.21	外观专利
13	保温壶（16）	ZL201130151813.8	2011.05.06	外观专利
14	保温壶（15）	ZL201130151674.9	2011.05.31	外观专利

注：截至本招股说明书签署日，除1-2、12-14项专利已到期外，其余专利均处于正常状态，不存在权属质押及争议。

（2）业务转移

① 线下销售业务的转移

自2019年1月1日起，希诺集团原负责的发行人产品线下销售业务，由发行人及其子公司承接，除处理交割基准日（即2018年12月31日）之前存续的业务外，希诺集团不再开展与发行人产品销售相关的业务，希诺集团为处理存续业务所发生的与销售发行人产品相关的货款、费用，均视为希诺集团代发行人收取相关货款或支付费用。

② 线上销售业务的转移

交割基准日（即2018年12月31日）前，希诺集团通过在京东、天猫、苏宁等电商平台开设店铺的方式在线上销售发行人产品，该部分线上销售业务通过店铺转让或新设店铺的方式由希诺电商承接。希诺集团根据各电商平台的规则要求，将其名下的平台店铺通过变更主体的方式转移至发行人名下；若受限于平台规则，无法变更主体的店铺，由发行人在相应平台申请重新开设店铺，希诺集团停止原有店铺相关销售业务并关闭店铺。

由于各电商平台对线上店铺的转让或重新开设要求不同，且需要履行相关程序，为不影响发行人产品在电商平台的销售，自 2019 年 1 月 1 日起至店铺经营主体变更或新设完毕的过渡期间，希诺集团名下的平台店铺仍继续销售发行人产品，并由希诺集团代发行人收取相关销售货款及支付相关平台费用，希诺集团与平台完成结算后，再与发行人进行结算。

截至 2020 年 7 月末，上述销售业务转移已全部完成。

（3）人员转移

自 2019 年 1 月 1 日起，希诺集团原所有员工根据自愿原则选择与希诺电商重新签订劳动合同，或与希诺集团终止劳动关系。

（4）债权债务处理

自 2019 年 1 月 1 日起，希诺集团逐步结清与相关主体的往来款项，且不再新增与销售发行人产品相关业务的往来款项。

3、本次交易履行的相关程序

2018 年 11 月 30 日，希诺集团召开股东会，审议通过了《关于业务整合的议案》，决定向希诺实业及其子公司出售全部与主营业务相关的存货、固定资产及无形资产，相关人员及业务由希诺实业及其子公司承继。

2018 年 11 月 30 日，希诺实业召开股东会，审议通过了《关于业务整合的议案》，决定由希诺实业及其子公司向希诺集团购买其全部与主营业务相关的存货、固定资产及无形资产，相关人员及业务由希诺实业及其子公司承继。

2018 年 12 月 1 日，希诺集团与希诺实业、希诺电商签署了《业务整合协议》，对本次业务整合涉及的整合方案、整合过渡期安排等事项做出了约定。

发行人本次交易履行了必要的程序，程序合规。

4、本次交易涉及的审计、评估情况及定价依据

本次交易涉及的资产转让未经审计、评估，具体情况如下：

①存货及货架、办公家具、电子设备等固定资产的转让价格系按照希诺集团 2018 年 12 月 31 日的账面价值确定，转让价格定价公允，相关资产已于

2018 年 12 月 31 日完成交割，相关价款均已完成结算；

②商标、专利等无形资产系无偿转让，本次转让系内部资产和业务整合的需要，无偿转让具有合理性，相关权属均已变更完成。

5、业务整合过程中的人员安置情况，是否存在关联方代垫费用、人员混用等情形

自 2019 年 1 月 1 日起，希诺集团原所有员工根据自愿原则选择与希诺电商重新签订劳动合同，或与希诺集团终止劳动关系，员工均妥善安置，不存在纠纷或潜在纠纷。

自 2019 年 1 月 1 日起，希诺集团不再开展与杯壶产品销售相关的业务，由于线上店铺变更需要一定时间，业务过渡期间，希诺集团存在代发行人收取销售货款、支付相关费用的情形，相关款项均已完成结算，不存在其他关联方代垫费用的情形。

在业务过渡期间，希诺集团未开展其他业务经营，为了电商业务结算的便利性，发行人 2 名员工协助希诺集团处理相关事宜，业务过渡完成后，2020 年 9 月起，希诺集团与发行人不再存在人员混用的情形。

综上，本次整合过程中涉及的员工均妥善安置，不存在纠纷或潜在纠纷；业务过渡期间，希诺集团存在代发行人收取销售货款、支付相关费用的情形，相关款项均已完成结算，不存在其他关联方代垫费用的情形，因业务过渡等原因，发行人 2 名员工协助希诺集团处理相关事宜，2020 年 9 月起，已不再存在人员混用的情形。

6、业务整合涉及的税款缴纳情况

希诺集团已就本次业务整合中涉及的资产转让向希诺电商开具发票并按期缴纳增值税，此外，希诺集团、发行人及其子公司均取得了所在地税务监管部门出具的报告期内无违规、无欠税证明。

综上，本次业务整合涉及的税费已足额及时缴纳，不存在税务方面的违法违规情形。

（三）相关业务和资产整合对发行人的具体影响

前述业务和资产整合属于同一控制下的业务重组，且重组业务与发行人主营业务具有高度相关性，故重组前后公司主营业务未发生重大变化。

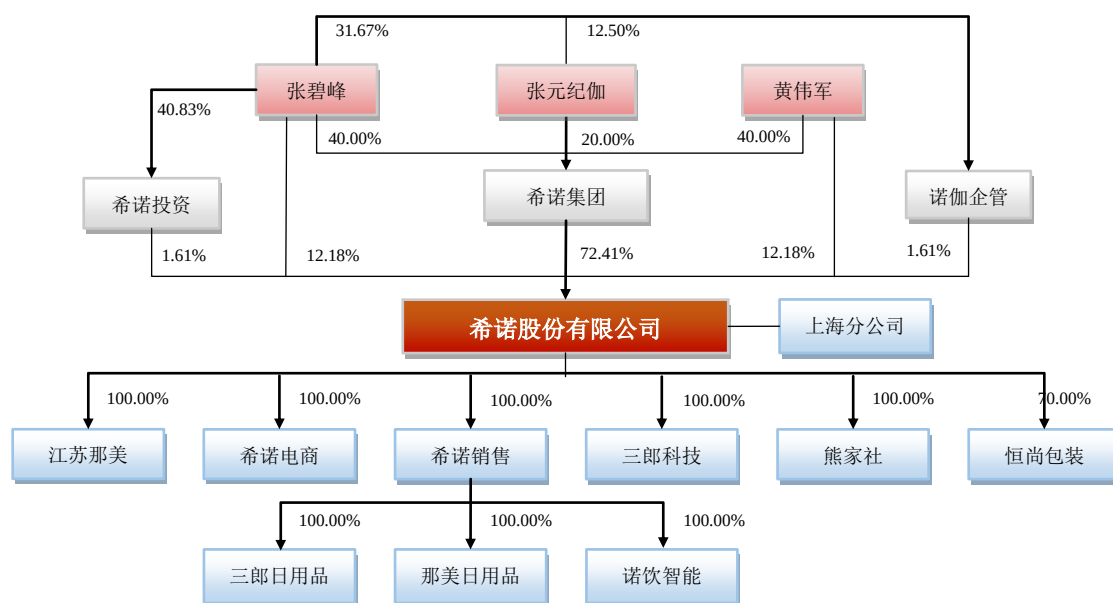
本次重组有效整合了实际控制人控制的杯壶行业相关资产和资源，保障了发行人的资产完整性，以及业务、人员等方面的独立性，有助于增强发行人主营业务的市场竞争能力。本次重组完成前后，发行人的管理层未发生重大变化，实际控制人未发生变化。

四、发行人在其他证券市场的上市、挂牌情况

发行人自成立至今，未在其他证券市场上市或挂牌。

五、发行人的股权结构

截至本招股说明书签署日，公司股权结构如下图所示：



六、发行人控股及参股公司情况

截至本招股说明书签署日，公司共有 9 家子公司（其中，全资子公司 8 家，控股子公司 1 家），具体情况如下：

（一）重要子公司及对发行人有重大影响的参股公司

综合考虑子公司的财务指标、子公司主营业务、未来发展战略、持有资质

或证照对公司的影响等因素，公司重要子公司为江苏那美、希诺电商、希诺销售和三郎科技，具体情况如下：

1、江苏那美

公司名称	江苏那美实业有限公司			
成立时间	2013 年 08 月 16 日			
注册资本	15,000.00 万元			
实收资本	15,000.00 万元			
注册地和主要生产经营地	江苏省盐城市建湖县			
主营业务情况	杯壶产品的生产			
在发行人业务板块中定位	生产型子公司			
股东构成及控制情况	希诺股份持股 100%			
最近一年及一期主要财务数据（单位：万元）				
日期	总资产	净资产	营业收入	净利润
2021.12.31/2021 年度	34,199.79	29,685.41	26,949.05	9,276.39
2022.06.30/2022 年 1-6 月	39,375.49	34,450.62	14,037.32	4,732.11

注：公证天业已在合并报表范围内对上述财务数据进行了审计。

2、希诺电商

公司名称	上海希诺电子商务有限公司			
成立时间	2018 年 10 月 23 日			
注册资本	500.00 万元			
实收资本	500.00 万元			
注册地和主要生产经营地	上海市嘉定区			
主营业务情况	杯壶产品的销售			
在发行人业务板块中定位	销售型子公司			
股东构成及控制情况	希诺股份持股 100%			
最近一年及一期主要财务数据（单位：万元）				
日期	总资产	净资产	营业收入	净利润
2021.12.31/2021 年度	7,203.25	1,940.06	12,808.90	131.30
2022.06.30/2022 年 1-6 月	8,002.03	3,184.16	6,926.29	1,228.93

注：公证天业已在合并报表范围内对上述财务数据进行了审计。

3、希诺销售

公司名称	希诺销售有限公司			
成立时间	2018 年 11 月 27 日			
注册资本	5,000.00 万元			
实收资本	5,000.00 万元			
注册地和主要生产经营地	江苏省南通市海门区			
主营业务情况	杯壶产品的销售			
在发行人业务板块中定位	销售型子公司			
股东构成及控制情况	希诺股份持股 100%			
最近一年及一期主要财务数据（单位：万元）				
日期	总资产	净资产	营业收入	净利润
2021.12.31/2021 年度	12,590.69	9,046.74	31,208.73	1,159.99
2022.06.30/2022 年 1-6 月	18,588.49	9,170.60	12,878.03	242.30

注：公证天业已在合并报表范围内对上述财务数据进行了审计。

4、三郎科技

公司名称	三郎科技有限公司			
成立时间	2020 年 07 月 21 日			
注册资本	10,000.00 万元			
实收资本	2,000.00 万元			
注册地和主要生产经营地	江苏省盐城市建湖县			
主营业务情况	杯壶产品的销售			
在发行人业务板块中定位	销售型子公司			
股东构成及控制情况	希诺股份持股 100%			
最近一年及一期主要财务数据（单位：万元）				
日期	总资产	净资产	营业收入	净利润
2021.12.31/2021 年度	21,562.93	5,210.80	31,731.61	3,210.80
2022.06.30/2022 年 1-6 月	11,806.89	6,023.80	5,476.76	813.00

注：公证天业已在合并报表范围内对上述财务数据进行了审计。

（二）其他子公司及参股公司

除上述重要子公司外，公司其他子公司情况如下：

序号	公司名称	股权结构	出资金额（万元）	持股比例	入股时间	控股方	主营业务
1	熊家社	希诺股份持股 100%	1,000.00	100%	2020.10.16	希诺股份	杯壶产品的销售
2	恒尚包装	希诺股份持股 70%，于达霞持股 20%，张征生持股 10%	1,400.00	70%	2013.05.27	希诺股份	包装材料的生产及销售
3	诺饮智能	希诺销售持股 100%	200.00	100%	2019.03.19	希诺销售	杯壶产品的销售
4	三郎日用品	希诺销售持股 100%	150.00	100%	2020.01.07	希诺销售	杯壶产品的销售
5	那美日用品	希诺销售持股 100%	-	100%	2020.01.07	希诺销售	尚未开展具体业务

公司其他子公司的具体情况详见本招股说明书之“第十二节 附件”之“八、子公司、参股公司简要情况”。

截至本招股说明书签署日，公司不存在参股公司。

七、持有发行人百分之五以上股份或表决权的主要股东及实际控制人情况

截至本招股说明书签署日，持有公司 5%以上股份或表决权的主要股东如下：

序号	股东名称/姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）	备注
1	上海希诺企业管理集团有限公司	26,935.25	72.41	控股股东
2	张碧峰	4,532.37	12.18	实际控制人之一
3	黄伟军	4,532.37	12.18	实际控制人之一

（一）控股股东、实际控制人的基本情况

1、控股股东

公司控股股东为上海希诺企业管理集团有限公司，具体情况如下：

公司名称	上海希诺企业管理集团有限公司
成立日期	2003 年 03 月 20 日
注册资本	1,000.00 万元人民币
实收资本	318.00 万元人民币
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
法定代表人	黄伟军

统一社会信用代码	91310114748083774J			
注册地和主要生产经营地	上海市嘉定区嘉行公路 3188 号 8 幢 JT1165 室			
经营范围	一般项目：企业管理，商务信息咨询（不含投资类咨询）。 （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）			
主营业务及与发行人主营业务的关系	在 2018 年 12 月业务重组前，希诺集团主要从事“希诺/HEENOOR”品牌杯壶产品的销售；业务重组完成后，希诺集团主要从事投资管理业务，不再从事任何与发行人主营业务构成竞争的业务。			
最近一年及一期主要财务数据（单位：万元）				
日期	总资产	净资产	营业收入	净利润
2021.12.31/2021年度	37,444.66	37,414.68	-	7,294.75
2022.06.30/2022年1-6月	37,401.82	37,373.91	-	-40.77

注：上述财务数据系单体口径，2022 年 1-6 月数据未经审计，2021 年数据经南通宏大审计

截至本招股说明书签署日，希诺集团的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	张碧峰	400.00	40.00
2	黄伟军	400.00	40.00
3	张元纪伽	200.00	20.00
合计		1,000.00	100.00

希诺集团的主要历史沿革情况如下：

（1）2003 年 3 月，希诺集团设立

希诺集团系由自然人股东张碧峰、黄绍跃出资设立的有限责任公司，设立时名称为“上海希诺塑业发展有限公司”。2003 年 1 月 5 日，张碧峰、黄绍跃共同签署了《上海希诺塑业发展有限公司章程》。

2003 年 3 月 14 日，上海同诚会计师事务所出具《验资报告》（同诚会验[2003]第 1-1182 号），验证截至 2003 年 3 月 14 日止，上海希诺塑业发展有限公司已收到全体股东缴纳的注册资本合计人民币 318 万元，出资方式均为货币。

2003 年 3 月 20 日，上海市工商行政管理局向希诺集团核发《企业法人营业执照》（注册号：3101142041250）。设立时，希诺集团的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	张碧峰	286.20	90.00
2	黄绍跃	31.80	10.00
合计		318.00	100.00

黄绍跃系发行人实际控制人黄伟军的弟弟，其持有的希诺集团的股份系代黄伟军持有，根据希诺集团设立时注册地村委会引进企业的要求，注册公司需要两名股东，因黄伟军与张碧峰系夫妻关系，被认定为同一方，因此由黄绍跃代黄伟军持有希诺集团 10% 股权，上述代持未签署相关协议。

（2）2018 年 11 月，希诺集团第一次增资暨股权转让

2018 年 10 月 20 日，希诺集团召开股东会，决议通过：（1）黄绍跃将其持有的希诺集团 10% 股权（对应出资额 31.80 万元）以 31.80 万元的价格转让给黄伟军；（2）公司注册资本由 318 万元增至 1,000 万元，其中，200 万元注册资本由张元纪伽以货币资金 200 万元认购，368.20 万元注册资本由黄伟军以货币资金 368.20 万元认购，113.80 万元注册资本由张碧峰以货币资金 113.80 万元认购。同日，黄绍跃与黄伟军签署了《股权转让协议》。

2018 年 11 月 7 日，上海市嘉定区市场监督管理局向希诺集团核发了新的《营业执照》。本次变更完成后，希诺集团的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	张碧峰	400.00	40.00
2	黄伟军	400.00	40.00
3	张元纪伽	200.00	20.00
合计		1,000.00	100.00

鉴于本次转让系代持还原，黄伟军未实际支付股权转让价款。经与黄绍跃、黄伟军访谈确认，黄绍跃代黄伟军持有希诺集团股权期间，从未参与希诺集团的经营管理及利润分配，相关股东的权利和义务均由黄伟军实际享有和承担，代持解除后不存在其他安排，双方不存在任何纠纷或潜在纠纷。

截至本招股说明书签署日，希诺集团股权结构未再发生变动。

2、实际控制人

截至本招股说明书签署日，公司共同实际控制人为张碧峰、黄伟军和张元

纪伽，张碧峰先生与黄伟军女士为夫妻关系，张元纪伽为张碧峰和黄伟军夫妇之子。张碧峰、黄伟军分别直接持有公司 12.18%、12.18%的股份，张碧峰、黄伟军、张元纪伽通过希诺集团合计间接持有公司 72.41%的股份，张碧峰通过希诺投资、诺伽企管分别间接持有公司 0.66%、0.51%的股份，张元纪伽通过诺伽企管间接持有公司 0.20%的股份，三人合计直接和间接持有公司 98.15%的股份，因此三人系公司的实际控制人。同时，张碧峰担任公司董事长兼总经理、黄伟军担任公司副董事长。

（1）张碧峰

张碧峰，中国国籍，身份证号为 33260319620613****，无境外永久居留权，住所为上海市虹口区。

（2）黄伟军

黄伟军，中国国籍，身份证号为 33260319671018****，无境外永久居留权，住所为上海市虹口区。

（3）张元纪伽

张元纪伽，中国国籍，身份证号为 33100319930118****，无境外永久居留权，住所为上海市虹口区。

（二）控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份是否存在被质押、冻结或发生诉讼纠纷等情形

截至本招股说明书签署日，控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份不存在被质押、冻结或发生诉讼纠纷等情形。

（三）其他持有发行人百分之五以上股份或表决权的主要股东的基本情况

截至本招股说明书签署日，除控股股东及其实际控制人外，不存在其他持有发行人 5%以上股份的股东。

八、控股股东、实际控制人报告期内的合法合规情况

报告期内，发行人控股股东、实际控制人不存在贪污、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。

报告期内，发行人控股股东、实际控制人不存在违法违规行爲，也未受到相关主管机关的行政处罚。

九、发行人股本情况

（一）本次发行前后公司股本情况

发行人本次发行前的总股本为 37,200 万股，如本次公开发行股票数量为 8,000 万股，占发行后总股本的 17.70%，本次发行前后股本结构预计如下：

序号	股东名称	发行前		发行后	
		股数 (万股)	比例 (%)	股数 (万股)	比例 (%)
1	上海希诺企业管理集团有限公司	26,935.25	72.41	26,935.25	59.59
2	张碧峰	4,532.37	12.18	4,532.37	10.03
3	黄伟军	4,532.37	12.18	4,532.37	10.03
4	江苏南通希诺投资中心 (有限合伙)	600.00	1.61	600.00	1.33
5	诺伽（上海）企业管理中心 (有限合伙)	600.00	1.61	600.00	1.33
6	公司新股预计发行数量	-	-	8,000.00	17.70
合计		37,200.00	100.00	45,200.00	100.00

（二）本次发行前的前十名股东情况

本次发行前，公司前十名股东及持股情况如下：

序号	股东名称	持股数 (万股)	持股比例 (%)
1	上海希诺企业管理集团有限公司	26,935.25	72.41
2	张碧峰	4,532.37	12.18
3	黄伟军	4,532.37	12.18
4	江苏南通希诺投资中心（有限合伙）	600.00	1.61
5	诺伽（上海）企业管理中心（有限合伙）	600.00	1.61
合计		37,200.00	100.00

（三）本次发行前的前十名自然人股东及其担任发行人职务情况

本次发行前，公司前 10 名自然人股东持股及其在本公司任职情况如下：

序号	股东名称	持股数（万股）	比例（%）	在本公司任职
1	张碧峰	4,532.37	12.18	董事长、总经理
2	黄伟军	4,532.37	12.18	副董事长
合计		9,064.75	24.37	-

（四）发行人股本中国有股份或外资股份情况

截至本招股说明书签署日，公司股本中不含有国有股份或外资股份。

（五）发行人申报前十二个月新增股东的情况

1、新增股东入股情况

本次申报前一年，公司新增股东为希诺投资和诺伽企管，希诺投资和诺伽企管为公司的员工持股平台，通过增资方式成为公司的股东，具体情况如下：

序号	股东名称	增资时间	认缴注册资本（万元）	增资价格（元/股）	增资总额（万元）	定价依据	入股原因
1	希诺投资	2021年12月	600.00	2.00	1,200.00	由公司股东大会审议过，增资价格为2元/股，增资价格系参考2020年末每股净资产的基础上协商定价	希诺投资、诺伽企管为公司员工持股平台，本次增资系发行人实施股权激励
2	诺伽企管	2021年12月	600.00	2.00	1,200.00		

2、新增股东基本情况

（1）希诺投资

截至本招股说明书签署日，希诺投资直接持有公司 1.61%的股份，其基本情况如下：

企业名称	江苏南通希诺投资中心（有限合伙）
成立时间	2021年12月24日
出资额	1,200万元
执行事务合伙人	张碧峰
注册地址	南通市海门区余东镇希诺路6号
主营业务	员工持股平台
实际控制人	张碧峰

截至本招股说明书签署日，希诺投资的出资人构成和出资比例如下：

序号	合伙人名称	出资金额 (万元)	出资比例 (%)	合伙人类型	在发行人处担任职务
1	张碧峰	490.00	40.83	普通合伙人	董事长、总经理
2	陈金国	150.00	12.50	有限合伙人	董事、副总经理
3	吴成喜	60.00	5.00	有限合伙人	江苏那美副总经理
4	闵振东	50.00	4.17	有限合伙人	江苏那美副总经理
5	卢 刚	50.00	4.17	有限合伙人	品质中心总监
6	朱小东	30.00	2.50	有限合伙人	监事、技术一部经理
7	李廷凯	30.00	2.50	有限合伙人	玻璃车间经理
8	李向东	30.00	2.50	有限合伙人	技术二部主管
9	李 新	20.00	1.67	有限合伙人	江苏那美喷涂车间经理
10	杨胜乾	20.00	1.67	有限合伙人	江苏那美五金车间经理
11	卞定祥	20.00	1.67	有限合伙人	江苏那美注塑车间经理
12	潘 亮	20.00	1.67	有限合伙人	标准化部主管
13	刘 凡	20.00	1.67	有限合伙人	副总经理助理
14	王传星	20.00	1.67	有限合伙人	江苏那美玻璃车间经理
15	刘 鸿	20.00	1.67	有限合伙人	监事、标准化部经理
16	许艺馨	20.00	1.67	有限合伙人	内部审计部经理
17	朱浩然	20.00	1.67	有限合伙人	五金车间经理
18	朱兆芬	10.00	0.83	有限合伙人	江苏那美管理部主管
19	曹炳风	10.00	0.83	有限合伙人	江苏那美品质部主管
20	李 俊	10.00	0.83	有限合伙人	江苏那美抛光车间主管
21	易兵兵	10.00	0.83	有限合伙人	自动化车间主管
22	丁正华	10.00	0.83	有限合伙人	江苏那美仓储部主管
23	顾春花	10.00	0.83	有限合伙人	计划部主管
24	孙 娟	10.00	0.83	有限合伙人	品质部主管
25	李进龙	10.00	0.83	有限合伙人	江苏那美组装车间主管
26	赵 聪	10.00	0.83	有限合伙人	江苏那美技术一部主管
27	余正香	10.00	0.83	有限合伙人	品质部主管
28	陈广木	10.00	0.83	有限合伙人	设备部主管
29	马建勇	10.00	0.83	有限合伙人	总经理助理
30	吴卫兵	10.00	0.83	有限合伙人	工程部经理
合计		1,200.00	100.00	-	-

（2）诺伽企管

截至本招股说明书签署日，诺伽企管直接持有公司 1.61%的股份，其基本情况如下：

企业名称	诺伽（上海）企业管理中心（有限合伙）
成立时间	2021 年 12 月 21 日
出资额	1,200 万元
执行事务合伙人	张碧峰
注册地址	上海市嘉定区嘉行公路 3188 号 8 幢 J
主营业务	员工持股平台
实际控制人	张碧峰

截至本招股说明书签署日，诺伽企管的出资人构成和出资比例如下：

序号	合伙人名称	出资金额 (万元)	出资比例 (%)	合伙人类型	在发行人处担任职务
1	张碧峰	380.00	31.67	普通合伙人	董事长、总经理
2	张元纪伽	150.00	12.50	普通合伙人	希诺电商总经理
3	吴愈君	70.00	5.83	有限合伙人	董事、董事会秘书
4	高书立	60.00	5.00	有限合伙人	董事、营销中心电商总监
5	于达霞	50.00	4.17	有限合伙人	恒尚包装总经理
6	邢宏洋	50.00	4.17	有限合伙人	监事会主席、生产中心总监、工会主席
7	王晗希	50.00	4.17	有限合伙人	行政中心总监
8	魏 斌	50.00	4.17	有限合伙人	董事、营销中心销售总监
9	王小辉	30.00	2.50	有限合伙人	技术三部经理
10	霍丽军	30.00	2.50	有限合伙人	江苏那美模具部经理
11	张吉梅	30.00	2.50	有限合伙人	营销中心销售副总监
12	叶大伟	30.00	2.50	有限合伙人	采购中心总监
13	付世德	30.00	2.50	有限合伙人	技术二部经理
14	林佳西	20.00	1.67	有限合伙人	财务中心经理
15	张 麒	20.00	1.67	有限合伙人	采购中心经理
16	黄文飞	20.00	1.67	有限合伙人	财务中心经理
17	蔡春勇	20.00	1.67	有限合伙人	财务中心副总监
18	蒋要秀	20.00	1.67	有限合伙人	喷涂车间经理
19	马 俊	20.00	1.67	有限合伙人	营销中心销售经理
20	殷 凯	10.00	0.83	有限合伙人	财务总监

序号	合伙人名称	出资金额 (万元)	出资比例 (%)	合伙人类型	在发行人处担任职务
21	袁健敏	10.00	0.83	有限合伙人	财务中心主管
22	周玉龙	10.00	0.83	有限合伙人	财务中心主管
23	黄 萍	10.00	0.83	有限合伙人	营销中心销售客服主管
24	邓 龙	10.00	0.83	有限合伙人	营销中心电商运营经理
25	倪洪丽	10.00	0.83	有限合伙人	营销中心电商客服经理
26	胡蓬莱	10.00	0.83	有限合伙人	营销中心电商运营经理
合计		1,200.00	100.00	-	-

3、新增股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构及相关人员之间的关联关系或利益安排

新增股东希诺投资、诺伽企管的合伙人均为发行人的员工，新增股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员的关联关系参见本节之“九、发行人股本情况”之“（六）本次发行前各股东之间的关联关系、一致行动关系”。

除已披露的关联关系外，新增股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员、本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在其他关联关系；新增股东不存在股份代持、委托持股、信托持股或其他利益输送安排的情形。

（六）本次发行前各股东之间的关联关系、一致行动关系

1、张碧峰、黄伟军、张元纪伽与希诺集团、希诺投资、诺伽企管

序号	股东名称	持股数（万股）	比例（%）
1	上海希诺企业管理集团有限公司	26,935.25	72.41
2	张碧峰	4,532.37	12.18
3	黄伟军	4,532.37	12.18
4	江苏南通希诺投资中心（有限合伙）	600.00	1.61
5	诺伽（上海）企业管理中心（有限合伙）	600.00	1.61

（1）张碧峰与黄伟军为夫妻关系，张元纪伽为张碧峰与黄伟军夫妇之子，三人系发行人的实际控制人；

（2）张碧峰、黄伟军与张元纪伽分别持有希诺集团 40.00%、40.00%和

20.00%的股份；

（3）张碧峰系希诺投资、诺伽企管的执行事务合伙人、普通合伙人，分别持有希诺投资、诺伽企管 40.83%和 31.67%的出资份额；

（4）张元纪伽为诺伽企管的普通合伙人，持有诺伽企管 12.50%的出资份额。

2、其他股东的关联关系

序号	姓名	关联关系	持股情况
1	陈金国	（1）王晗希系实际控制人黄伟军的外甥女； （2）陈金国与王晗希为夫妻关系	通过希诺投资间接持有发行人 75 万股股份，持股比例为 0.20%
	王晗希		通过诺伽企管间接持有发行人 25 万股股份，持股比例为 0.07%
2	张麒	（1）张麒系实际控制人黄伟军的外甥； （2）张麒与林佳西为夫妻关系	通过诺伽企管间接持有发行人 10 万股股份，持股比例为 0.03%
	林佳西		通过诺伽企管间接持有发行人 10 万股股份，持股比例为 0.03%
3	曹炳风	曹炳风与李俊为夫妻关系	通过希诺投资间接持有发行人 5 万股股份，持股比例为 0.01%
	李俊		通过希诺投资间接持有发行人 5 万股股份，持股比例为 0.01%

（七）公开发售股份对发行人的控制权、治理结构及生产经营产生的影响

本次发行为公司公开发行新股，不存在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

截至本招股说明书签署日，公司共有董事 9 名，其中独立董事 3 名，设董事长 1 名。董事由股东大会选举产生或更换，任期 3 年，任期届满可连选连任，但独立董事的连任时间不得超过 6 年。公司现任董事的基本情况如下表所示：

序号	姓名	职务	提名人	任职期间	选聘情况
1	张碧峰	董事长	希诺集团	2020.8.28-2023.8.27	创立大会暨第一次股东大会
2	黄伟军	副董事长	希诺集团	2020.8.28-2023.8.27	创立大会暨第一次股东大会
3	陈金国	董事	希诺集团	2020.8.28-2023.8.27	创立大会暨第一次股东大会
4	吴愈君	董事	希诺集团	2020.8.28-2023.8.27	创立大会暨第一次股东大会

序号	姓名	职务	提名人	任职期间	选聘情况
5	魏斌	董事	希诺集团	2020.8.28-2023.8.27	创立大会暨第一次股东大会
6	高书立	董事	希诺集团	2020.8.28-2023.8.27	创立大会暨第一次股东大会
7	赵国庆	独立董事	希诺集团	2020.8.28-2023.8.27	创立大会暨第一次股东大会
8	孙卓	独立董事	希诺集团	2020.8.28-2023.8.27	创立大会暨第一次股东大会
9	刘昕	独立董事	希诺集团	2021.12.27-2023.8.27	2021年第二次临时股东大会

公司现任董事简历如下：

张碧峰先生，1962年6月生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。1995年至1998年，任上海清水董事、副经理；1999年8月至2016年11月，任上海家欢执行董事、总经理；2003年3月至2020年8月，任希诺集团执行董事、总经理；2007年5月至2020年8月，任公司监事；2020年8月至今，任公司董事长兼总经理。

黄伟军女士，1967年10月生，中国国籍，无境外永久居留权，中专学历。1995年至1998年，任上海清水行政人员；1999年8月至2016年11月，任上海家欢董事；2003年3月至今，历任希诺集团监事、执行董事；2007年5月至2020年8月，任公司执行董事；2020年8月至今，任公司副董事长。

陈金国先生，1991年9月生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，工程师。2014年7月至2015年2月，任广发银行股份有限公司台州分行客户经理；2015年3月至2017年6月，任广州银行股份有限公司南京分行营销中心推广经理；2017年7月至今，历任公司总经理助理、玻璃事业部经理、副总经理；2019年10月至今，任南通市海门区智能制造产业创新联盟专家咨询委员会委员；2020年8月至今，任公司董事、副总经理。

吴愈君先生，1980年1月生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，工程师。2000年3月至2003年11月，任上海享亿玩具塑胶制品有限公司生管课课长；2003年12月至2006年1月，自由职业；2006年2月至2009年8月，任希诺集团采购部、计划部经理；2009年9月至2020年8月，历任公司计划部经理、生产总监、副总经理；2020年8月至今，任公司董事、董事会秘书。

魏斌先生，1974 年 4 月生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。1996 年 7 月至 1998 年 6 月，任四川省德阳市化工厂生产安全员；1999 年 3 月至 2001 年 8 月，任东莞市厚街高美鞋材厂业务员；2001 年 8 月至 2004 年 12 月，任厦门新艺美玻璃有限公司销售经理；2005 年 5 月至 2011 年 11 月，任厦门泓信超细纤维材料有限公司上海分公司经理；2011 年 12 月至今，历任公司销售大区经理、销售中心销售总监；2020 年 8 月至今，任公司董事。

高书立先生，1987 年 12 月生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历。2009 年 6 月至 2010 年 6 月，任迈启工艺有限公司电商专员；2010 年 6 月至 2012 年 3 月，任上海我友网络科技有限公司电商经理；2012 年 3 月至今，任公司销售中心电商总监；2020 年 8 月至今，任公司董事。

赵国庆先生，1979 年 10 月生，中国国籍，无境外永久居留权，博士学位，中国注册会计师。2002 年 8 月至 2012 年 6 月，就职于南京市江宁地方税务局；2012 年 6 月至 2015 年 5 月，任国家税务总局税务干部学院副教授；2015 年 5 月至 2019 年 7 月，任中汇江苏税务师事务所有限公司合伙人；2019 年 7 月至今，任上海易宏人力资源服务有限公司业务总监。2020 年 8 月至今，任公司独立董事。

孙卓先生，1967 年 11 月生，中国国籍，无境外永久居留权，博士学位，亚太材料科学院（APAM）院士。1995 年至 1996 年，任上海交通大学材料系博士后；1996 年至 2003 年，任新加坡南洋理工大学微电子系博士后/研究员；2003 年至今，任华东师范大学物理系教授、上海纳晶科技有限公司董事长兼总经理。2020 年 8 月至今，任公司独立董事。

刘昕先生，1975 年 3 月生，中国国籍，无境外永久居留权，博士学位，律师。1999 年 7 月至 2002 年 2 月，任江苏泰和律师事务所涉外业务部律师；2002 年 2 月至 2006 年 9 月，任江苏南京马健律师事务所律师；2006 年 9 月至今，任南京财经大学讲师。2021 年 12 月至今，任公司独立董事。

（二）监事会成员

截至本招股说明书签署日，公司共有监事 3 名，其中包括 1 名职工代表监事。公司职工代表监事由公司职工代表大会选举产生，其余监事由公司股东大会

会选举产生，公司监事任期 3 年，任期届满可连选连任。具体情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	任职期间	选聘情况
1	邢宏洋	监事会主席、职工监事	职工代表	2020.8.28-2023.8.27	职工代表大会
2	朱小东	监事	希诺集团	2020.8.28-2023.8.27	创立大会暨第一次股东大会
3	刘鸿	监事	希诺集团	2020.8.28-2023.8.27	创立大会暨第一次股东大会

公司现任监事简历如下：

邢宏洋先生，1967 年 11 月生，中国国籍，无境外永久居留权，高中学历，工程师。1990 年至 1993 年，任湖北省黄石市阳新县城关上街水陆派出所干警；1994 年 2 月至 1999 年 8 月，任湖北省黄石市阳新县欧阳山铜矿保卫科内勤；1999 年 8 月至 2004 年 12 月，自由职业；2004 年 12 月至 2009 年 4 月，历任上海家欢仓库主管、注塑车间主管；2009 年 5 月至今历任公司玻璃事业部、党支部书记、生产中心总监、工会主席。2020 年 8 月至今，任公司职工代表监事、监事会主席。

朱小东先生，1977 年 2 月生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。1997 年 9 月至 2003 年 5 月，任东莞锐佳塑胶制品厂有限公司技术员；2003 年 9 月至 2006 年 10 月，任上海申茂铜材有限公司技术员；2007 年 6 月至 2009 年 7 月，任英特斯电子（南通）有限公司主管；2009 年 8 月至 2020 年 7 月，任公司技术一部经理。2020 年 8 月至今，任公司监事。

刘鸿先生，1991 年 8 月生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，工程师。2015 年 2 月至 2018 年 6 月，历任泰康人寿保险有限责任公司四川凉山中心支公司外勤业务员、成都西区内勤主管；2018 年 7 月至 2020 年 4 月，任公司玻璃事业部经理；2020 年 5 月至今，任江苏那美品管部经理；2020 年 8 月至今，任公司监事。

（三）高级管理人员

截至本招股说明书签署日，本公司高级管理人员的基本情况如下表所示：

序号	姓名	职务	任职期间
1	张碧峰	总经理	2020.8.28-2023.8.27
2	陈金国	副总经理	2020.8.28-2023.8.27

序号	姓名	职务	任职期间
3	吴愈君	董事会秘书	2020.8.28-2023.8.27
4	殷凯	财务总监	2021.11.18-2023.8.27

公司总经理张碧峰、副总经理陈金国、董事会秘书吴愈君简历本节“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”。其他现任高级管理人员简历如下：

殷凯先生，1974 年 12 月生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历，高级会计师、中国注册会计师。2001 年 4 月至 2003 年 10 月，任上海中惠会计师事务所审计经理；2003 年 10 月至 2007 年 8 月，任杉杉控股有限公司内审主管；2007 年 8 月至 2012 年 2 月，任思源电气股份有限公司财务经理；2012 年 3 月至 2014 年 5 月，任上海时代天使医疗器械有限公司财务总监；2014 年 5 月至 2015 年 10 月，任浙江金海环境技术股份有限公司财务中心负责人；2015 年 11 月至 2019 年 12 月，任泰豪（上海）股权投资管理有限公司财务总监；2020 年 1 月至 2021 年 10 月，任上海千助创业投资管理有限公司副总经理；2021 年 11 月至今，任公司财务总监。

（四）其他核心人员

截至本招股说明书签署之日，公司其他核心人员主要为 3 名核心技术人员，基本情况如下：

1、张碧峰先生

张碧峰先生的简历参见本节“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”。张碧峰先生现任中国日用杂品工业协会第五届理事会副理事长，中国日用杂品工业协会杯壶分会第四届副会长，曾获“海门市劳动模范”等荣誉称号。截至 2022 年 6 月末，张碧峰先生系 9 项发明专利、39 项实用新型专利、132 项外观设计专利的发明人或共同发明人。

2、吴愈君先生

吴愈君先生的简历参见本节“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”。吴愈君先生现任中国日用五金行

业专家委员会专家委员，曾获海门区第四届“优秀科技工作者提名奖”。截至2022年6月末，吴愈君先生系3项实用新型专利、11项外观设计专利的共同发明人。

3、朱小东先生

朱小东先生的简历参见本节“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”。截至2022年6月末，朱小东先生系22项实用新型专利、89项外观设计专利的发明人或共同发明人。

（五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况

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除在发行人及其子公司外，在其他企业担任职务的情况如下：

序号	姓名	在公司任职	其他任职单位	职务	任职单位与发行人的关联关系
1	张碧峰	董事长、总经理	江苏开能环保科技有限公司	执行董事	实际控制人控制的其他企业
			永佰（上海）商业管理有限公司	执行董事	实际控制人控制的其他企业
			永佰（上海）商务咨询有限公司	执行董事	实际控制人控制的其他企业
			云海茶业（江苏）有限公司	执行董事	控股股东控制的其他企业
			江苏永佰企业管理有限公司	执行董事	控股股东控制的其他企业
			科利尔环保科技有限公司	监事	-
2	黄伟军	副董事长	希诺集团	执行董事	发行人控股股东
			伽合（上海）商业管理有限公司	监事	控股股东控制的其他企业
			云海茶业（江苏）有限公司	监事	控股股东控制的其他企业
			江苏永佰企业管理有限公司	监事	控股股东控制的其他企业
			永佰（上海）商业管理有限公司	监事	实际控制人控制的其他企业
			永佰（上海）商务咨询有限公司	监事	实际控制人控制的其他企业
			上海离元文化传媒有限公司	监事	实际控制人控制的其他企业
			信德通木业（上海）有限公司	监事	实际控制人控制的其他企业

序号	姓名	在公司任职	其他任职单位	职务	任职单位与发行人的关联关系
3	赵国庆	独立董事	上海易宏人力资源服务有限公司	业务总监	-
			南京迪威尔高端制造股份有限公司	独立董事	-
			浙江峻和科技股份有限公司	独立董事	-
			拓荆科技股份有限公司	独立董事	-
			南岳电控（衡阳）工业技术股份有限公司	独立董事	-
4	孙卓	独立董事	上海纳晶科技有限公司	董事长兼总经理	公司独立董事担任董事、高级管理人员的其他企业
			苏州晶能科技有限公司	董事长	公司独立董事担任董事的其他企业
			苏州晶能新能源科技有限公司	执行董事兼总经理	公司独立董事担任董事、高级管理人员的其他企业
			嘉兴东日新材料科技股份有限公司	董事	公司独立董事担任董事的其他企业
			浙江卓禹环境科技有限公司	董事	公司独立董事担任董事的其他企业
			上海晶辉电子科技有限公司	监事	-
			华东师范大学	教授	-
5	刘昕	独立董事	南京财经大学	讲师	-
			江苏亚威机床股份有限公司	独立董事	-
			安徽华菱西厨装备股份有限公司	独立董事	-

除上述人员外，公司其他董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在兼职情形。

（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

截至本招股说明书签署日，除张碧峰、黄伟军为夫妻关系，陈金国为张碧峰、黄伟军的外甥女婿外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间不存在其他亲属关系。

（七）最近三年是否涉及行政处罚、监督管理措施、纪律处分或自律监管措施、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况

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最近三年不涉及行政处罚、监督管理措施、纪律处分或自律监管措施、被司

法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况。

（八）董事、监事、高级管理人员的任职资格

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员不存在《公司法》等法律法规和规范性文件中规定的不得担任董事、监事和高级管理人员的情形，其聘任程序符合相关法律及《公司章程》中的相关要求。

公司董事、监事及高级管理人员不存在党政领导干部在公司兼职（任职）的情况。公司独立董事孙卓现任华东师范大学物理系教授、博士生导师，独立董事刘昕现任南京财经大学法学院讲师，均不属于学校校级领导干部，亦不属于副处级（含）以上党员领导干部，独立董事孙卓、刘昕同时在校和本公司任职未违反中共中央组织部《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职（任职）问题的意见》（组通字[2013]18 号）、中共教育部党组《关于进一步加强直属高校党员领导干部兼职管理的通知》（教党[2011]22 号）、教育部办公厅《关于开展党政领导干部在企业兼职情况专项检查的通知》（教人厅函[2015]11 号）等相关规定，不影响其在本公司的任职资格。除此之外，公司董事、监事及高级管理人员不存在其他在高校任职的情况。

十一、发行人与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签署的重大协议及履行情况

在公司专职工作的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均与公司签订了《劳动合同》《保密及竞业禁止协议》。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均严格履行了协议约定的义务和职责，未与其他企业签署任何劳动合同或竞业禁止协议，与公司不存在利益冲突事项。赵国庆、孙卓、刘昕系独立董事，未与公司建立劳动关系，不参与公司的具体经营管理，与公司不存在利益冲突事项。

截至本招股说明书签署日，除财务总监殷凯于 2021 年 11 月至本公司任职外，其他董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、其他核心人员均已在本公司任职 3 年以上。根据殷凯出具的说明，其与原单位或他方不存在竞业禁止或利益冲突等事项。综上，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员与原单位等他方不存在竞业禁止或利益冲突。

上述协议履行情况正常，不存在违约情形。除上述协议外，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员未与公司签订对投资者作出价值判断和投资决策有重大影响的其他协议。

十二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员及其近亲属直接或间接持有发行人股份的情况

截至本招股说明书签署日，发行人董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其配偶、父母、配偶的父母、子女、子女的配偶直接或间接持有公司股份的情况如下：

序号	姓名	职务或关系	直接持股比例	间接持股主体	间接持股比例	合计持股比例
1	张碧峰	实际控制人、董事长、总经理	12.18%	希诺集团	28.96%	42.32%
				希诺投资	0.66%	
				诺伽企管	0.51%	
2	黄伟军	实际控制人、副董事长	12.18%	希诺集团	28.96%	41.15%
3	张元纪伽	实际控制人、张碧峰与黄伟军之子	-	希诺集团	14.48%	14.68%
				诺伽企管	0.20%	
4	陈金国	董事、副总经理	-	希诺投资	0.20%	0.20%
5	吴愈君	董事、董事会秘书	-	诺伽企管	0.09%	0.09%
6	魏 斌	董事	-	诺伽企管	0.07%	0.07%
7	高书立	董事	-	诺伽企管	0.08%	0.08%
8	邢宏洋	监事会主席、职工监事	-	诺伽企管	0.07%	0.07%
9	朱小东	监事	-	希诺投资	0.04%	0.04%
10	刘 鸿	监事	-	希诺投资	0.03%	0.03%
11	殷 凯	财务总监	-	诺伽企管	0.01%	0.01%
12	王晗希	陈金国之配偶	-	诺伽企管	0.07%	0.07%

除上述情况外，发行人其他董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其配偶、父母、配偶的父母、子女、子女的配偶不存在以任何方式直接或间接持有公司股份的情况。

截至本招股说明书签署日，发行人董事、监事、高级管理人员与其他核心人员及其配偶、父母、配偶的父母、子女、子女的配偶直接或间接持有发行人

股份不存在质押、冻结或发生诉讼纠纷的情况。

十三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近三年变动情况

（一）董事的变动情况

报告期初，发行人处于有限公司阶段，未设立董事会，设执行董事 1 名，由黄伟军担任。最近三年，公司董事变动情况如下：

变动时间	变动情况	变动后的董事名单	变动原因
2020 年 8 月	选举张碧峰、黄伟军、陈金国、吴愈君、魏斌、高书立、孙卓、赵国庆、戴文东为第一届董事会董事	非独立董事：张碧峰、黄伟军、陈金国、吴愈君、魏斌、高书立； 独立董事：孙卓、赵国庆、戴文东	整体变更为股份有限公司，完善董事会成员
2021 年 12 月	独立董事戴文东辞任；补选刘昕担任独立董事	非独立董事：张碧峰、黄伟军、陈金国、吴愈君、魏斌、高书立； 独立董事：孙卓、赵国庆、刘昕	戴文东因个人原因辞任后补选

（二）监事的变动情况

报告期初，发行人处于有限公司阶段，未设立监事会，设监事 1 名，由张碧峰担任。最近三年，公司监事变动情况如下：

变动时间	变动情况	变动后的监事名单	变动原因
2020 年 8 月	选举邢宏洋、朱小东、刘鸿为第一届监事会监事	非职工代表监事：朱小东、刘鸿； 职工代表监事：邢宏洋	整体变更为股份有限公司，完善监事会成员

（三）高级管理人员的变动情况

报告期初，希诺实业设总经理 1 名，副总经理 2 名，总经理为黄伟军，副总经理为陈金国、吴愈君。最近三年，公司高级管理人员变动情况如下：

变动时间	变动情况	变动后的高级管理人员名单	变动原因
2020 年 8 月	聘任张碧峰为公司总经理，黄伟军、陈金国为公司副总经理，吴愈君为公司董事会秘书，郭敏为	总经理：张碧峰 副总经理：黄伟军、陈金国 董事会秘书：吴愈君 财务总监：郭敏	整体变更为股份有限公司，增加高级管理人员，完善治理结构

变动时间	变动情况	变动后的高级管理人员名单	变动原因
	公司财务总监		
2021 年 5 月	财务总监郭敏辞任	总经理：张碧峰 副总经理：黄伟军、陈金国 董事会秘书：吴愈君	因个人原因辞任
2021 年 11 月	聘任殷凯为财务总监	总经理：张碧峰 副总经理：黄伟军、陈金国 董事会秘书：吴愈君 财务总监：殷凯	聘任殷凯为财务总监

（四）其他核心人员变动情况

公司其他核心人员为张碧峰、吴愈君与朱小东，最近三年未发生变动。

（五）公司董事、监事、高级管理人员变动对公司的影响

报告期初发行人系有限责任公司，治理结构较为简单，股份公司设立后，发行人确立了完善的治理结构。报告期内，除戴文东、郭敏因个人原因离任导致的变化外，发行人董事、监事、高级管理人员的其他变化系完善公司治理结构，增选原经营团队成员为董事（除独立董事外）、监事、高级管理人员。股份公司设立后，发行人设有 9 名董事，4 名高级管理人员（其中 3 名系董事兼任），董事及高级管理人员合计 10 人，除增选原经营团队成员为董事、高级管理人员外，董事、高级管理人员变动人数为 2 人（1 名独立董事，1 名财务总监），变动比例为 20%，变动比例较低，变动人员的离任不会对发行人生产经营产生重大不利影响，不构成董事、监事、高级管理人员的重大变化，不构成本次发行的实质障碍。

十四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员对外投资情况

截至本招股说明书签署日，发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在与公司及其业务相关的其他对外投资情况。除持有公司股权和员工持股平台希诺投资及诺伽企管的份额外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员对外投资情况如下：

序号	姓名	职务	被投资企业名称	主营业务	被投资企业 注册资本 (万元)	认缴注册资 本/出资额 (万元)	持股比例
1	张碧峰	董事长、	希诺集团	投资管理	1,000.00	400.00	40.00%

序号	姓名	职务	被投资企业名称	主营业务	被投资企业 注册资本 (万元)	认缴注册资 本/出资额 (万元)	持股比例
		总经理	江苏开能环保科技有限公司	自有房屋租赁	5,000.00	5,000.00	100.00%
			永佰（上海）商业管理有限公司	未实际经营	100.00	50.00	50.00%
			永佰（上海）商务咨询有限公司	未实际经营	100.00	50.00	50.00%
2	黄伟军	副董事长	希诺集团	投资管理	1,000.00	400.00	40.00%
			永佰（上海）商业管理有限公司	未实际经营	100.00	50.00	50.00%
			永佰（上海）商务咨询有限公司	未实际经营	100.00	50.00	50.00%
			上海离元文化传媒有限公司	新媒体运营	500.00	100.00	20.00%
3	邢宏洋	职工代表 监事、监 事会主席	南通翼猫医疗用品有限公司	销售净水设备及净水服务	100.00	90.00	90.00%
4	赵国庆	独立董事	江宁区匀邦企业管理培训中心	企业管理咨询	-	-	担任经营者的个体工商户
5	孙卓	独立董事	上海纳晶科技有限公司	光电材料与器件的设计、研发和制造	789.90	782.00	99.00%
			苏州晶能科技有限公司	光电材料与器件的设计、研发和制造	3,500.00	1,955.10	55.86%
			浙江卓禹环境科技有限公司	环保技术及环保设备研发	2,000.00	600.00	30.00%
			浙江卓逸环境科技有限公司	环保技术及环保设备研发	1,000.00	150.00	15.00%

截至本招股说明书签署日，除上述情况外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在其他对外投资，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在与本公司存在利益冲突的对外投资。

十五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况

（一）薪酬组成、确定依据及履行的程序

公司非独立董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬由基本工资、补贴及奖金等组成，公司独立董事在公司领取独立董事津贴。

公司董事会下设薪酬与考核委员会，主要负责研究和制订公司董事和高级管理人员的考核标准与薪酬方案。公司薪酬与考核委员会所提出的公司董事的

薪酬方案经董事会同意并提交股东大会审议通过后实施；公司高级管理人员的薪酬分配方案经董事会批准后实施。

（二）报告期内薪酬总额占发行人利润总额的比例

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬总额及其占公司利润总额的比例如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
薪酬总额	426.04	777.44	716.81	674.95
利润总额	9,985.78	23,495.98	21,291.15	20,405.05
占比	4.27%	3.31%	3.37%	3.31%

（三）最近一年薪酬具体情况

董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近一年从发行人及其关联企业获得收入情况如下：

序号	姓名	职务	2021 年度薪酬（万元）	2021 年是否在实际控制人控制的其他企业领薪	备注
1	张碧峰	董事长、总经理	192.00	否	-
2	黄伟军	副董事长	192.00	否	-
3	陈金国	董事、副总经理	60.00	否	-
4	吴愈君	董事、董事会秘书	46.00	否	-
5	魏斌	董事	40.54	否	-
6	高书立	董事	116.00	否	-
7	孙卓	独立董事	10.00	否	-
8	赵国庆	独立董事	10.00	否	-
9	刘昕	独立董事	0.83	否	自 2021 年 12 月起担任独立董事
10	邢宏洋	监事会主席、职工监事	28.00	否	-
11	朱小东	监事	33.10	否	-
12	刘鸿	监事	16.80	否	-
13	殷凯	财务总监	8.00	否	自 2021 年 11 月起担任财务总监

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在最近一年从关联企

业领取薪酬、享受其他待遇和退休金计划的情况。

十六、已经制定或实施的股权激励或期权激励及相关安排

截至本招股说明书签署日，公司不存在已经制定或实施的期权激励计划，公司已经制定或实施的股权激励情况如下：

（一）股权激励及相关安排

1、股权激励计划的基本情况

为激励优秀管理人才和业务骨干，充分调动团队积极性和创造性，健全公司激励机制，有效提升核心团队凝聚力，公司通过希诺投资、诺伽企管实行股权激励。2021年12月27日，公司召开2021年度第二次临时股东大会，审议通过《关于公司增资的议案》，由员工持股平台希诺投资、诺伽企管通过增资的方式入股公司。公司本次股权激励计划有利于员工稳定，提升公司盈利能力，对公司的财务状况、控制权不会产生重大影响。

2、员工持股平台的人员构成及出资情况

截至本招股说明书签署日，公司员工持股平台希诺投资、诺伽企管的合伙人均为发行人员工，具体人员构成情况参见本节“九、发行人股本情况”之“（五）发行人申报前十二个月新增股东的情况”。

员工持股平台希诺投资、诺伽企管的出资均已足额缴纳，相关出资均为合伙人个人自有资金或自筹资金，出资来源合法，出资份额系由其本人真实持有，不存在代为出资、委托持股等情形。

（二）人员离职后的股份处理

希诺投资、诺伽企管的《合伙协议》中对人员离职后的股份处理做出了明确约定，具体约定内容如下：

（1）有限合伙人承诺，自有限合伙企业取得发行人部分股权之日起，在发行人及其子公司的服务时间不少于5年；

（2）若在锁定期内或服务期限内，有限合伙人离职，执行事务合伙人可要求该有限合伙人向其或其指定的第三方（如在锁定期内受让人必须为发行人及

其子公司的其他员工）转让其持有的合伙份额，该有限合伙人退出对价为对本合伙企业的实缴出资额加上按照同期银行贷款利率计算的利息；

（3）若满足锁定期及服务期限要求，有限合伙人离职，执行事务合伙人在遵循证券交易所的有关股票出售规定的前提下，择机出售该有限合伙人在本合伙企业中持有的合伙份额相对应的发行人股票，并将出售前述股票后所得可分配现金扣除必要费用、税款之后支付给有限合伙人；有限合伙人也可将持有份额转让给经执行事务合伙人同意的第三方。

（三）股份锁定期安排

员工持股平台的锁定期为股份授予日（各合伙人办理完成与出资相关的工商变更登记手续之日）至公司首次公开发行股票并上市之日的期间，以及公司首次公开发行股票并上市之日起至有限合伙人承诺的锁定期及法律、法规、相关政策规定的锁定期限。

截至本招股说明书签署日，除上述已披露的股权激励计划外，公司不存在其他正在实施的股权激励计划（如员工持股计划、限制性股票、股票期权）及其他制度安排。

十七、发行人员工情况

（一）员工人数及构成情况

报告期各期末，公司员工人数分别为 1,192 人、1,429 人、1,556 人及 1,471 人。

截至 2022 年 6 月 30 日，公司员工人数为 1,471 人，其岗位分布、受教育程度和年龄分布情况如下：

1、员工岗位分布情况

专业结构	员工人数（人）	占比（%）
生产及技术人员	1,029	69.95
研发人员	186	12.64
销售人员	89	6.05
后勤人员	88	5.98
行政及管理人员	79	5.37

专业结构	员工人数（人）	占比（%）
合计	1,471	100.00

2、员工受教育程度

职工类别	员工人数（人）	占比（%）
本科及以上	122	8.29
大专	186	12.64
高中及以下	1,163	79.06
合计	1,471	100.00

3、员工年龄分布

类别	员工人数（人）	占比（%）
30岁及以下	570	38.75
30-40岁（含40岁）	384	26.10
40-50岁（含50岁）	381	25.90
50岁以上	136	9.25
合计	1,471	100.00

（二）报告期内社会保险和住房公积金缴纳情况

报告期内，公司与员工按照《中华人民共和国劳动法》等相关法律、法规签订劳动合同，并按照国家有关社会保障法律法规的规定，执行社会保障制度、住房公积金制度与医疗保险制度，为员工办理并缴纳了养老保险、失业保险、医疗保险、工伤保险、生育保险及住房公积金。

1、社会保险缴纳情况

报告期各期末，公司及子公司为员工缴纳社会保险的情况具体如下：

单位：人

期间	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
一、在职员工总人数	1,471	1,556	1,429	1,192
其中：退休返聘员工人数	81	109	120	52
二、应缴纳社保人数	1,390	1,447	1,309	1,140
已缴纳社保人数	1,381	1,411	1,220	1,046
缴纳比例	99.35%	97.51%	93.20%	91.75%
应缴纳未缴纳人数	9	36	89	94
其中：新入职员工暂未缴纳	4	30	63	78

期间	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
原单位缴纳	4	6	6	7
其他原因	1	-	20	9

2、住房公积金缴纳情况

报告期各期末，公司及子公司为员工缴纳住房公积金的情况具体如下：

单位：人

期间	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
一、在职员工总人数	1,471	1,556	1,429	1,192
其中：退休返聘员工人数	81	109	120	52
二、应缴纳公积金人数	1,390	1,447	1,309	1,140
已缴纳公积金人数	1,369	1,407	1,201	926
缴纳比例	98.49%	97.24%	91.75%	81.23%
应缴纳未缴纳人数	21	40	108	214
其中：新入职员工暂未缴纳	4	22	67	77
外籍/港澳台员工	2	3	1	1
其他原因	15	15	40	136

报告期内发行人存在部分员工未缴纳社会保险、住房公积金的情形，主要原因为：①部分员工为退休返聘人员，不属于依法应缴纳社会保险和住房公积金人员，发行人未为其缴纳社会保险和住房公积金；②部分员工为新入职员工，因社会保险和住房公积金变更尚未完成等原因，发行人尚无法为其缴纳社会保险和住房公积金；③部分员工系农村户籍，且在农村有宅基地住房，不愿意承担社会保险和住房公积金中个人应缴纳部分，自愿放弃公司为其缴纳社会保险及住房公积金。

发行人及其存在劳动用工的子公司均获取了所在地社会保险、住房公积金监管部门出具的合规证明，证明其报告期内不存在社会保险、住房公积金行政处罚记录。

若公司需补缴以前年度应缴未缴纳的社会保险、住房公积金，报告期各期应补缴金额为 145.32 万元、26.73 万元、59.21 万元及 20.77 万元，占发行人当期利润总额比例仅为 0.71%、0.13%、0.25%和 0.21%，对发行人经营业绩影响较小。

发行人控股股东希诺集团、实际控制人张碧峰、黄伟军、张元纪伽已出具《承诺函》，承诺：若发行人及其子公司因未缴或少缴员工社会保险或住房公积金而被相关主管部门追缴或处罚的，本公司/本人将全额承担发行人及其子公司应补缴的社会保险或住房公积金以及应缴纳的有关罚款、滞纳金以及其他相关费用，且自愿放弃向发行人及其子公司追偿的权利。

（三）发行人使用劳务派遣员工的相关情况

报告期内，发行人存在使用劳务派遣用工的情况。2019年1月至2021年2月期间，发行人根据生产经营的需要，针对部分安保人员采用劳务派遣的用工形式，具体情况如下：

用工主体	保安服务公司名称	合作期限	人员岗位	派遣人数
发行人	南通海门国盾保安服务有限公司	2018.09-2019.03	安保人员	9人
恒尚包装	江苏国鼎保安服务有限公司	2019.01-2021.02	安保人员	2人

报告期内，发行人劳务派遣员工人数较少。2019年、2020年末，发行人劳务派遣员工人数占员工总数比例分别为0.17%和0.14%，未超过员工总数的10%，且劳务派遣人员均被安排在公司临时性、辅助性、可替代性较强的工作岗位上。随着公司管理要求的提升，自2021年2月末起，公司安保人员均采用自主用工形式，公司不再使用劳务派遣员工。

报告期内，公司使用劳务派遣用工的派遣主体具备相关资质，公司劳务派遣用工符合《劳务派遣暂行规定》等相关法律法规的规定。

（四）发行人劳务外包的相关情况

1、劳务外包的具体情况

报告期内，发行人子公司恒尚包装采用劳务外包方式作为临时性用工的补充，劳务外包人员主要从事礼盒组装等技术难度较低的工序，未在发行人核心业务环节或生产经营中担任不可或缺、不可替代的岗位。公司劳务外包费用占各期营业成本的比例较低，对劳务外包提供商不存在重大依赖，具体情况如下：

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
劳务外包费用（万元）	218.14	61.87	-	-
劳务外包费用占营业成本的比例	1.48%	0.20%	-	-

2022 年 1-6 月的劳务外包费用及比例较 2021 年度有所提升，主要系：2021 年，恒尚包装购入大型印刷设备，并于 2021 年 8 月完成安装调试，恒尚包装对外经营规模逐步扩大，而包装礼盒组装工序的自动化程度较低，恒尚包装自 2021 年 10 月起增加劳务外包采购以满足业务需求，恒尚包装整体劳务外包费用的变动与其经营业绩相匹配，劳务外包费用变动具有合理性。

发行人劳务外包结算价格主要系根据工作量、工作种类及当地劳动用工市场价格，由双方共同协商确定，符合行业惯例，报告期内未发生变动，劳务外包定价公允。

2、劳务外包公司的基本情况

报告期内，发行人合作的劳务外包公司共计 4 家，劳务外包公司基本情况如下：

（1）南通启翔人力资源有限公司

公司名称	南通启翔人力资源有限公司
统一社会信用代码	91320691MA1XPH714Y
成立日期	2018 年 12 月 28 日
公司住所	南通市苏锡通科技产业园区张芝山镇时代尚城 15 号楼商铺 10
法定代表人	刘晓东
注册资本	200 万元人民币
公司类型	有限责任公司（自然人独资）
经营范围	人力资源管理；国内劳务派遣经营；境内职业介绍服务；以服务外包方式从事生产流程、生产工段、工厂运营管理服务；保洁服务；搬运装卸服务；企业咨询；园林绿化施工。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

（2）南通文远人力资源有限公司

公司名称	南通文远人力资源有限公司
统一社会信用代码	91320602MA1Y27HF0L
成立日期	2019 年 3 月 13 日
公司住所	南通市崇川区中南世纪城 37 号楼 2115 室
法定代表人	张文标
注册资本	200 万元人民币
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）

经营范围	许可项目：劳务派遣服务；建设工程设计；建设工程施工；职业中介活动；代理记账（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：人力资源服务（不含职业中介活动、劳务派遣服务）；劳务服务（不含劳务派遣）；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；图文设计制作；包装服务；物业管理；生产线管理服务；电子产品销售；企业管理咨询；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；市场调查（不含涉外调查）；供应链管理服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；市场营销策划；社会经济咨询服务；会议及展览服务；专业保洁、清洗、消毒服务；信息技术咨询服务；互联网销售（除销售需要许可的商品）；法律咨询（不包括律师事务所业务）；财务咨询；装卸搬运；平面设计；企业管理；数据处理服务（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）

（3）江苏易职优人力资源有限公司

公司名称	江苏易职优人力资源有限公司
统一社会信用代码	91320691MA24UQ420R
成立日期	2020 年 12 月 30 日
公司住所	南通市开发区广州路 42 号 428 室
法定代表人	许涛
注册资本	1,000 万元人民币
公司类型	有限责任公司（自然人独资）
经营范围	一般项目：人力资源服务（不含职业中介活动、劳务派遣服务）；劳务服务（不含劳务派遣）；企业管理；企业管理咨询；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；工业设计服务；道路货物运输站经营；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；专业保洁、清洗、消毒服务；软件外包服务；商务代理代办服务；数据处理和存储支持服务；装卸搬运；物业管理；城市绿化管理；物料搬运装备销售；园林绿化工程施工；电子产品销售；服装服饰批发；五金产品批发（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）

（4）南通万鼎人力资源有限公司

公司名称	南通万鼎人力资源有限公司
统一社会信用代码	91320684MA22JYBT69
成立日期	2020 年 9 月 27 日
公司住所	南通市海门区海门街道丝绸路 1002 号
法定代表人	肖志明
注册资本	200 万元人民币
公司类型	有限责任公司（自然人独资）
经营范围	许可项目：职业中介活动；建筑劳务分包；各类工程建设活动（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：劳务服务（不含劳务派遣）；社会经济咨询服务；信息技术咨询服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；园林绿化工程施工；劳动保护用品销售；软件外包服务；生产线管理服务；家政服务；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；专业保洁、清洗、消毒服务（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）

发行人的劳务外包业务主要发生在礼盒组装环节，不属于需要取得特殊业务资质的领域，发行人的劳务外包公司经营范围均包含“以服务外包方式从事生产流程、生产工段、工厂运营管理服务”或“劳务服务”，其在工商登记的经营范围内为发行人提供劳务外包服务。

上述劳务外包公司的设立日期、合作年限、经营规模、合作方式等基本情况如下：

序号	公司名称	设立时间	合作年限	经营规模	合作方式
1	南通启翔人力资源有限公司	2018.12.28	2021.10 至今	320 万元	恒尚包装与劳务外包公司签署《劳务外包合同》，将礼盒组装等工作交由劳务外包公司完成，恒尚包装每月按照完成的工作量向劳务外包公司支付劳务费用
2	南通文远人力资源有限公司	2019.03.13	2021.10 至今	200 万元	
3	江苏易职优人力资源有限公司	2020.12.30	2021.10 至今	1,000 万元	
4	南通万鼎人力资源有限公司	2020.09.27	2021.02-2021.03	1,860 万元	

注：经营规模系劳务外包公司提供的2021年收入规模

综上，发行人劳务外包业务不涉及国家规定的特许内容，无特殊资质要求，上述劳务外包公司的经营范围中已经包含对外提供劳务外包服务的相关内容并办理工商登记手续，其对外提供劳务外包服务合法合规。上述劳务外包公司与发行人及其关联方不存在关联关系，均非为专门或主要服务恒尚包装而设立的企业，发行人劳务外包业务与劳务外包公司的基本情况相匹配。

3、认定上述关系为劳务外包而不是劳务派遣的依据

发行人子公司恒尚包装主要从事包装礼盒的生产与销售业务，包装材料在印刷完成后需要组装成各种形状的礼盒（如酒盒、化妆品盒等），因不同客户对于礼盒形状的要求不同，该项工作自动化程度较低，恒尚包装因此决定将该部分工作交由劳务外包公司完成，由劳务外包公司根据组装工作量及时间进度要求，安排相应劳务人员。

劳务外包公司的相关人员在恒尚包装工厂内进行劳动，但该部分人员由劳务外包公司的项目负责人在现场进行管理、考勤，具体派出人员数量、工作天数由劳务外包公司根据外包工作量决定，外包人员与劳务外包公司签署劳动合同，与恒尚包装不存在控制关系；礼盒的包装材料已经由恒尚包装生产完成，劳务公司只负责完成组装；恒尚包装与劳务外包公司按照完成的工作量进行费用结算。

综上，发行人与上述劳务外包公司的关系为劳务外包关系而非劳务派遣关系的认定依据充分，符合实际情况，符合相关法律法规的规定，发行人不存在以劳务外包形式规避劳务派遣相关法律法规限制的情形。

（五）发行人员工薪酬情况

1、员工薪酬制度

为规范管理、激励员工和促进企业和员工的共同发展，公司制定了《薪酬管理规定》，建立了较为完善的薪酬管理体系，遵循按劳分配、同工同酬、收益共享、适度增长的原则进行薪酬分配。

根据岗位性质不同，公司员工的基本工资可以分为月薪工资和计件工资。月薪工资人员在工作时长满足要求后即可获得工资，计件工资人员在规定工作时长内满足定额产量即可获得工资。此外，公司还会根据加班情况、特殊技能掌握情况、出勤情况、绩效情况、温度情况等向员工发放加班工资、技术津贴、全勤奖、绩效奖和高温补贴等。

2、各级别、各岗位员工薪酬水平

（1）各级别员工薪酬水平

报告期内，公司各级别员工的平均薪酬水平情况如下：

单位：万元

级别	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
高层管理人员	54.64	98.58	100.74	107.14
中层管理人员	16.06	31.00	26.01	23.61
基层管理人员	7.05	14.22	10.61	10.86
普通员工	4.79	9.97	7.06	8.63

级别	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
整体平均薪酬	5.61	11.40	8.46	9.82

注 1：各级别平均薪酬=各级别员工薪酬总额/各级别人员数量期初期末的平均值；

注 2：高层管理人员包括董事（不含独立董事）、高级管理人员，为保证数据可比性，2019 年高层管理人员薪资仍统计股改后在公司担任前述职务人员的薪资；中层管理人员包括高层管理人员以下、部门经理或同等级别以上的员工；基层管理人员包括中层管理人员以下、线长或同等级别以上的员工；普通员工包括上述员工以外的其他员工

报告期内，发行人各级别员工平均薪酬水平整体呈上升趋势。其中，2020 年，受疫情影响，发行人享受了社保减免政策，整体平均薪酬有所下降；同时，因发行人 2020 年产量较低，而普通员工中生产人员占比较高，其工资水平与产量的关联性较大，导致 2020 年发行人普通员工人员的平均薪酬水平较 2019 年下降较多。

（2）各岗位员工薪酬水平

报告期内，公司各岗位员工的平均薪酬水平情况如下：

单位：万元

岗位	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
销售人员	7.67	13.48	9.89	12.11
管理人员	8.65	18.86	14.23	13.99
研发人员	7.19	14.46	11.72	12.76
生产人员	4.72	9.77	6.99	8.66
整体平均薪酬	5.61	11.40	8.46	9.82

注：各岗位平均薪酬=各岗位员工薪酬总额/各岗位人员数量期初期末的平均值

2020 年，公司平均薪酬水平有所下降，主要系受疫情影响，发行人享受了社保减免政策，一定程度上减少了发行人的薪酬支出。此外，发行人员工中生产人员占比较高，受疫情影响，发行人当年产量较低，而生产人员的薪酬形式多为计件工资，薪酬与产量的关联性较大，故发行人员工当年平均薪酬较低。

2020 年，发行人销售人员平均薪酬较 2019 年有所下降，除疫情影响导致的社保支出减少外，主要系 2020 年下半年新入职销售人员数量较多，导致 2020 年销售人员期初期末平均数量较高。

3、与当地平均工资比较情况

报告期内，公司员工薪酬水平与公司所在地平均薪酬比较如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
发行人员工平均薪酬	5.61	11.40	8.46	9.82
南通市平均薪酬水平	-	9.83	9.16	8.61
盐城市平均薪酬水平	-	9.78	8.67	8.20
上海市平均薪酬水平	-	13.68	12.41	11.50

注 1：上述各城市平均薪酬水平来源于各市统计局，2022 年 1-6 月数据尚未公布；

注 2：南通市、盐城市平均薪酬统计口径为城镇非私营单位就业人员平均工资，上海市平均薪酬统计口径为全口径城镇单位就业人员平均工资

报告期内，公司员工主要集中在南通市与盐城市，公司员工平均薪酬水平与上述地区平均薪酬水平不存在重大差异。

4、公司未来薪酬制度及水平变化趋势

未来，公司将在现有薪酬制度的基础上，根据行业发展水平、公司发展的实际情况及物价发展水平逐步调整、完善薪酬制度，使员工薪酬与岗位价值、员工贡献、公司发展情况相匹配。根据公司现有的薪酬制度以及公司未来的发展规划，预计公司未来员工薪酬水平将保持稳定。

第五节 业务和技术

一、发行人主营业务、主要产品情况

（一）公司经营的主要业务和主要产品或服务

1、主营业务基本情况

自设立以来，公司一直从事自主品牌杯壶产品的研发、设计、生产和销售。公司产品系列齐全，涵盖玻璃杯、不锈钢真空保温杯、钛真空保温杯、塑料杯及保温水壶等产品，广泛应用于家居、办公、礼品等领域。

公司坚持以“一只杯装下民族的品味”为使命打造精品杯壶，产品的优秀品质和时尚外观得到消费者的广泛认可，品牌知名度不断提升，“希诺/HEENOOR”品牌在中国高端杯壶领域具有了较强影响力。在天猫和京东商城杯壶品类中，“希诺/HEENOOR”品牌排名及产品销售额均位居前列。公司长期专注于自主品牌精品杯壶的打造，是中国日用杂品工业协会杯壶分会副会长单位，曾获中国轻工业日用杂品行业十强企业、全国日用品行业质量领先企业、全国质量诚信标杆企业等荣誉。

公司在杯壶产品的新材料应用、新功能设计、新工艺研发方面持续投入，报告期内不断推出抗菌杯、钛真空保温杯、茶水分离杯等新产品，为公司的持续发展奠定了良好的基础。截至 2022 年 6 月 30 日，公司参与了《双层玻璃口杯》《不锈钢真空保温容器》等多项行业标准的起草；拥有 268 项注册商标；获得专利 303 项，其中发明专利 22 项，实用新型专利 70 项，外观设计专利 211 项。

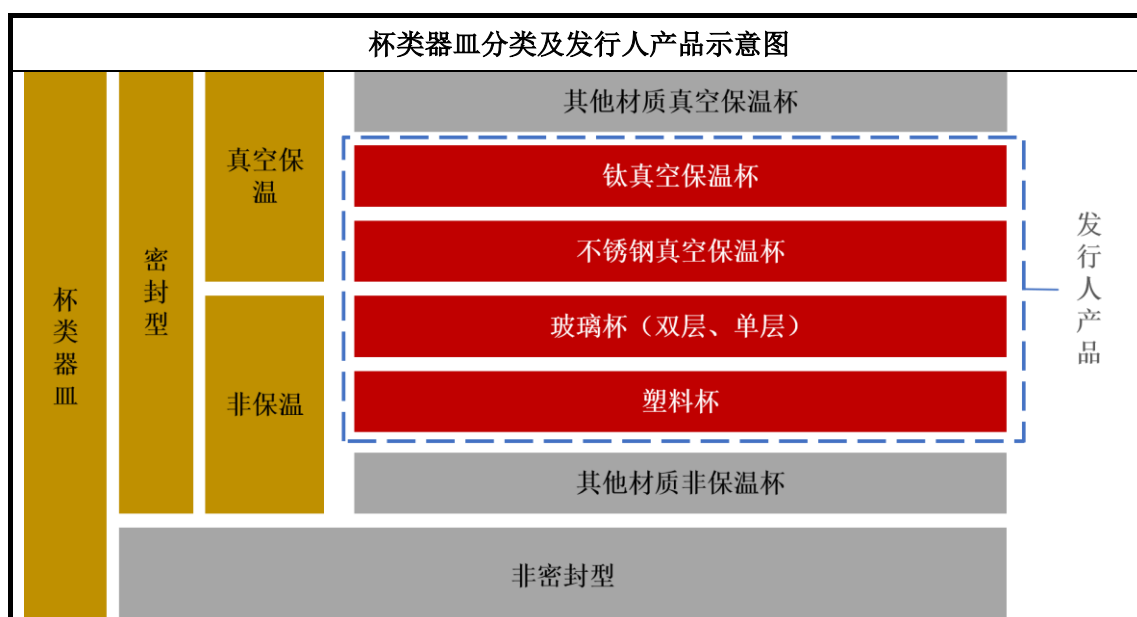
2、主要产品的基本情况

公司旗下产品涵盖杯类器皿及非杯类器皿两大类别。杯类器皿是公司的主导产品，2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月分别贡献收入 56,361.72 万元、53,494.46 万元、66,951.60 万元及 31,236.41 万元，占公司营业收入比例为 97.26%、96.29%、95.64%及 94.93%。



（1）杯类器皿

杯类器皿按照密封形式的不同，可分为密封型与非密封型。公司的杯类器皿系密封型，主要有玻璃杯、真空保温杯和塑料杯三大类。根据产品的材质和功能，公司产品还可细分为双层玻璃杯、单层玻璃杯、抗菌玻璃杯、茶水分离杯、不锈钢真空保温杯、钛真空保温杯、塑料杯等，可以满足消费者不同场景下的使用需求。



1) 玻璃杯

①双层玻璃杯

采用双层高硼硅玻璃管材高温烧制加工而成，隔热防烫，可较长时间保持茶汤饮品温度。



②单层玻璃杯

采用高硼硅玻璃管材高温烧制加工而成，散热性能好，相同尺寸容量更大。



2) 真空保温杯

①不锈钢真空保温杯

采用 304/316 不锈钢加工制成，保温效果好，经久耐用，款式新颖，适用于居家、办公、外出等场景。



②钛真空保温杯

钛真空保温杯采用纯钛材料加工制成，同等容量下比不锈钢更轻便，抗腐蚀性更强，可适用的场景范围更广。



3) 塑料杯

塑料杯主要采用 PC 材质，具有轻便、不易碎的特点。



（2）非杯类器皿

公司非杯类器皿主要包括保温壶、饭盒、焖烧罐等日用品。



3、主营业务收入构成及特征

报告期内，根据产品类型不同，公司主营业务收入的构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
杯类器皿：	31,236.41	99.21%	66,951.60	99.16%	53,494.46	98.85%	56,361.72	98.81%
（1）玻璃杯	23,284.54	73.96%	43,239.68	64.04%	33,493.53	61.89%	34,631.09	60.72%
其中：双层玻璃杯	18,069.51	57.39%	32,807.33	48.59%	25,451.97	47.03%	25,581.71	44.85%
单层玻璃杯	5,215.03	16.56%	10,432.35	15.45%	8,041.56	14.86%	9,049.38	15.87%
（2）真空保温杯	7,197.42	22.86%	22,023.69	32.62%	18,285.88	33.79%	19,617.30	34.39%
其中：不锈钢真空保温杯	6,761.25	21.48%	20,402.61	30.22%	17,006.25	31.42%	19,617.30	34.39%
钛真空保温杯	436.17	1.39%	1,621.08	2.40%	1,279.63	2.36%	-	-
（3）塑料杯	754.44	2.40%	1,688.23	2.50%	1,715.05	3.17%	2,113.34	3.71%
非杯类器皿：	247.41	0.79%	565.03	0.84%	623.39	1.15%	676.57	1.19%
（1）保温壶	191.43	0.61%	502.89	0.74%	462.35	0.85%	591.81	1.04%
（2）其他日用器皿	55.98	0.18%	62.14	0.09%	161.05	0.30%	84.76	0.15%
合计	31,483.81	100.00%	67,516.63	100.00%	54,117.86	100.00%	57,038.30	100.00%

报告期内，公司主营业务收入主要来源于杯类器皿，报告期各期，杯类器皿收入占主营业务收入的比例均超过 98%。为满足消费者对于不同场景的需求，公司推出了双层玻璃杯、单层玻璃杯、不锈钢真空保温杯、钛真空保温杯以及塑料杯等系列产品。

（二）公司主要经营模式

公司主要从事自主品牌杯壶产品的研发、设计、生产和销售，拥有独立的采购、生产、销售体系。

1、采购模式

公司采购主要分为原材料采购及外协加工服务采购。

（1）原材料采购

公司主要采取“以销定产、以产订购”的采购模式，生产部门根据销售部门的订单需求计划拟定生产计划，采购部门根据生产计划落实物料采购。针对部分重要原材料，公司会基于市场情况进行策略性备货，以应对原材料供应及价格波动风险。

公司产品的主要原材料为不锈钢材料、钛材料、玻璃管材、塑料粒子、纸张包材等。

（2）外协加工服务采购

报告期内，公司存在外协加工的情形，外协加工涉及的工序主要为真空保温杯生产过程中的电解、电镀、车床件加工、不锈钢分条等工序，定价依据系参考市场价格，通过协商确定采购价格。

报告期各期，公司外协加工的金额占采购总额的比例较小，外协加工的具体金额及占同期采购总额的比例情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占同期采购总额的比例	金额	占同期采购总额的比例	金额	占同期采购总额的比例	金额	占同期采购总额的比例
五金产品电解	443.51	4.74%	704.02	3.38%	438.34	3.07%	453.14	3.58%
车床件加工	125.61	1.34%	459.24	2.21%	305.65	2.14%	137.28	1.09%

项 目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占同期采购总额的比例	金额	占同期采购总额的比例	金额	占同期采购总额的比例	金额	占同期采购总额的比例
不锈钢分条	25.46	0.27%	75.10	0.36%	53.47	0.37%	57.16	0.45%
塑料件电镀	6.31	0.07%	20.94	0.10%	10.81	0.08%	14.30	0.11%
其他	0.00	0.00%	13.17	0.06%	34.95	0.24%	112.37	0.89%
外协加工总金额	600.88	6.43%	1,272.46	6.11%	843.22	5.90%	774.26	6.12%

2、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。报告期内，公司主要采取自主生产模式，少量子品牌的产品委托外部厂商生产杯身。

（1）自主生产模式

公司在每年年初根据对市场的预测结合公司生产的实际情况制定销售计划，并相应安排生产计划，具体执行过程中根据市场实际情况调整生产计划。

（2）OEM 代工模式

报告期内，公司会结合部分子品牌的市场定位及公司整体产能，委托外部厂商生产杯身。公司对 OEM 厂商生产进行严格的工艺流程控制，并对 OEM 产成品采取样品到货检验、产品到货检验等质量控制措施，保证公司产品质量的一致性。

2020 年、2021 年及 2022 年 1-6 月期间，因部分型号产品的杯身采取 OEM 代工的方式进行生产，委托生产产量分别为 2.41 万只、20.52 万只及 2.13 万只，采购金额分别 34.57 万元、209.70 万元及 15.89 万元，占采购总额的比例分别为 0.24%、1.01%及 0.17%。

3、销售模式

经过多年发展，公司形成了以经销模式为主，线下销售与线上销售相结合的全渠道、立体化销售体系，具体情况如下：

销售模式		模式简介
线下销售	经销	线下经销模式是指公司将产品销售给经销商，公司与经销商签署经销协议等相关协议，由经销商以买断方式向公司采购产品，经销商通过其线下门店或线上店铺将产品销售给消费者，或将产品销售给分销商、终端销售渠道（地方连锁超市、零售

销售模式		模式简介
线上销售		门店等）后，再销售给消费者
	直销	线下直销模式是指公司在工厂所在地及部分城市开设直营门店，直接向终端消费者销售商品
	直销	线上直销模式是指（即线上 B2C 模式）公司在第三方平台开设店铺，直接向终端消费者销售商品，并提供配送及退换货等服务
线上销售	代销	线上代销主要指公司在第三方电商平台开设店铺，同时公司委托物流公司将货物先运送至该电商平台指定仓库，消费者下单后，由该电商平台负责产品的物流配送及收款工作。该电商平台定期与公司进行结算

公司的销售模式如下：



报告期内，公司各销售模式下收入及占主营业务收入比例情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
线下销售：	25,028.67	79.50%	55,629.14	82.39%	44,092.19	81.47%	47,286.82	82.90%
经销	23,741.98	75.41%	53,090.40	78.63%	42,035.60	77.67%	45,078.59	79.03%
直销	1,286.69	4.09%	2,538.74	3.76%	2,056.59	3.80%	2,208.24	3.87%
线上销售：	6,455.14	20.50%	11,887.49	17.61%	10,025.67	18.53%	9,751.48	17.10%
直销	3,678.17	11.68%	7,565.08	11.20%	7,543.99	13.94%	7,637.32	13.39%
代销	2,776.97	8.82%	4,322.41	6.40%	2,481.68	4.59%	2,114.15	3.71%
合 计	31,483.81	100.00%	67,516.63	100.00%	54,117.86	100.00%	57,038.30	100.00%

报告期内，发行人的产品销售以经销模式为主，发行人的经销模式具体如

下：

（1）定价方式

发行人综合考虑市场供需状况、原材料采购价格、同类产品价格、销售计划等因素确定销售策略，并制定产品售价。

（2）授信及结算方式

公司按照对经销商资信评估的结果及上一年度的销售情况确定经销商的周转信用额度，信用额度一般为经销商年度合同签订量的 10%-20%。在周转信用额度范围内，公司对该经销商以“先货后款”的结算方式进行销售；达到周转信用额度后，除经审批增加临时额度外，公司对该经销商按“款到发货”的结算方式进行销售。

2020 年 4 月以来，公司针对希诺品牌的经销商，鼓励其采用预付款模式向公司采购，并对采用预付款的经销商给予预付款返利；针对其他新品牌的经销商，公司给予其一定信用额度，在周转信用额度范围内，以“先货后款”的结算方式进行销售。

（3）经销商的开发与管理

发行人只设立一级经销商，经销商的下游主要为分销商、商超等终端销售渠道，终端销售渠道由经销商开发与维护。为确保销售渠道的运营效率，提升对经销商的管理水平，公司制定了《经销商管理制度》《经销商返利制度》等相关制度，建立了成熟完善的经销商管理体系，具体如下：

项目	制度内容
经销商开发与准入	公司区域经理负责对经销商进行考察，根据区域的市场容量、希诺等品牌产品销售情况、经销网络情况、公司发展计划，对经销商进行综合评估，并将评估结果交由销售总监审批，审批通过后，公司与其签订经销合同，成为公司正式的经销商。
销售价格管理	公司制定了产品价格体系，对不同品牌、系列、渠道的产品均规定了产品供货价和市场指导价。
库存管控	公司有权要求经销商向公司提供希诺相关产品的库存数据。
退换货制度	除质量有问题的和只订购过一次且没有返单的新产品外，公司所有商品一经发出，不接受经销商的退货。
返利制度	为鼓励经销商对公司产品加大市场开发力度，公司对完成销售目标的经销商给予相应的返利作为奖励，并对返利的结算周期做出明确约定。
授权和许可范围	公司与经销商在经销商协议中明确约定授权经销商销售指定品牌产品的区域和渠道，经销商不得超越合同约定的区域与渠道销售公司产品，以避免

项目	制度内容
	影响其他经销商的利益或干扰市场价格。
经销商支持政策管理	公司采取多项政策支持经销商市场推广及产品宣传，如为经销商提供品牌营销、市场管理等专业培训，对经销商在商场设立的希诺形象专柜的制作费用、灯箱广告及户外广告等费用给予终端开发支持补贴等。
经销商考核	公司对经销商实行考核评级制度，每年对经销商进行考核，并根据考核结果实施相应奖惩或淘汰。

（4）经销商合作方式

发行人对经销商的销售方式为买断式。发行人与经销商于每年年初签订年度经销协议，主要条款包括合作模式、经销品牌、经销期限、年度合同量、返利政策、运输及费用承担、结算方式等。

（5）经销商销售返利政策

①返利政策

发行人每年年初结合市场情况和发展战略制定差异化的返利政策，并与经销商签订年度经销协议，约定年度的任务目标，并将任务目标分解到各月份/季度，达成任务目标后给予相应比例的销售返利，直销客户通常不给予销售返利。此外，2020 年起，为鼓励经销商采用预付款进行结算，公司制定了预付款返利政策。报告期内，公司主要的常规返利政策如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
通用款式（线上、线下全渠道均可销售）返利：				
季度/年度返利	公司对经销商进行月度考核，考核指标包括合同订购量、付款方式、配合度等指标，考核达标给予经销商实际到款额的 3%作为奖励，奖励按季度/年度进行结算	未经营公司指定的竞品品牌、未销售仿冒希诺专利的产品、无违规窜货行为的经销商，根据年度合同订购量的完成情况，公司给予实际到款额的 3%-7%作为战略合作经销商奖励	未经营公司指定的竞品品牌、未销售仿冒希诺专利的产品、无违规窜货行为的经销商，根据年度合同订购量的完成情况，公司给予实际到款额的 3%-7%作为战略合作经销商奖励	未经营公司指定的竞品品牌、未销售仿冒希诺专利的产品、无违规串货行为的经销商，公司给予实际到款金额的 7%作为战略合作经销商奖励
预付款返利	-	每月提前预付给公司货款，且预付款单笔金额不低于合同要求金额的经销商，公司给予实际预付款金额的 3%作为预付款奖励		-
线上款式（仅供线上渠道销售）返利：				
季度返利	公司对经销商进行月度考核，考核指标包括合同订购量、付款方式、配合度等指标，考核达标给予经销商实际到款	经销商季度任务完成后，公司给予经销商季度实际完成量的 10%作为季度返利	经销商季度任务完成后，公司给予经销商季度实际完成量的 5%作为季度返利	

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
	额的 3%作为奖励，奖励按季度进行结算			
年度返利	-	经销商年度任务完成后，公司给予经销商实际完成量的 5%作为年度返利	经销商年度任务完成后，公司给予经销商年度实际完成量的 10%作为年度返利	

除上述主要常规返利政策外，为了鼓励经销商规范运作、加大品牌市场推广力度、与竞品进行渠道划分等，公司采用签订补充协议的方式，给予经销商特殊返利。

报告期内，公司的返利金额及占主营业务收入的比例如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
（1）常规返利：				
季度返利	473.65	513.83	274.79	265.23
年度返利	984.66	3,844.41	3,069.49	3,558.45
预付款返利	367.57	1,521.59	870.24	-
其他常规返利	14.96	437.02	399.70	253.87
小计	1,840.84	6,316.85	4,614.22	4,077.56
占主营业务收入比例	5.85%	9.36%	8.53%	7.15%
（2）特殊返利	-	264.01	669.73	2,786.24
合计	1,840.84	6,580.87	5,283.95	6,863.80
占主营业务收入比例	5.85%	9.75%	9.76%	12.03%

注：报告期内，经销商通常会在每年末通过预订单进行备货，锁定备货当年的价格政策及返利政策；2022年1-6月确认的年度返利、预付款返利主要系2021年末经销商的预订单于2022年1-6月实现销售时确认的返利。

发行人采取经销商返利方式进行销售激励，符合行业惯例。报告期内，发行人常规返利的金额及占主营业务收入的比例呈上升趋势，主要原因系 2020 年 4 月起，为鼓励经销商采用预付款的方式进行结算，发行人给予经销商预付款金额的 3%作为返利。若剔除预付款返利的影响，2019 年至 2022 年 1-6 月，常规返利占主营业务收入的比例分别为 7.15%、6.92%、7.10%及 4.68%。2022 年 1-6 月，发行人常规返利占主营业务收入的比例有所下降，主要系由于 2022 年发行人调整了返利政策，提高了对经销商供货价的折扣力度，降低了返利比例。

②返利的会计处理

公司按照协议相关约定进行返利计提和结算，每个月末根据经销商销售任务实际完成情况确定计提返利金额，按扣减返利后的销售净额确认主营业务收入，同时将计提返利计入其他流动负债/合同负债；在返利结算时，同时冲减该笔返利对应的其他流动负债/合同负债和相应经销商的应收账款。

（6）经销商退换货管理

发行人销售给经销商的产品，仅在两种情形下予以退货：①产品存在质量问题；②经销商订购的新产品在三个月内未达成销售（只订购过一次且没有再次订购的新产品），且所退产品不影响发行人二次销售。

（7）经销商变化情况

报告期内，公司经销商各期数量分别为 84 家、94 家、107 家及 77 家，其中，规模以上经销商（单个年度向发行人采购金额大于 100 万元以上的经销商）各期数量分别为 59 家、58 家、63 家及 57 家，规模以上经销商合计销售收入占经销收入比例分别为 97.71%、96.48%、97.07%及 98.16%，为公司经销收入的主要来源。

报告期内，公司规模以上经销商数量增减变动的情况具体如下：

项目		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
当期新增合作的规模以上经销商销售情况	新增合作的规模以上经销商家数（家）	5	10	8	-
	新增合作的规模以上经销商当期收入（万元）	656.88	1,845.68	2,096.19	-
	占当期经销收入比例	2.77%	3.48%	4.99%	-
当期退出合作的规模以上经销商销售情况	退出合作的规模以上经销商家数（家）	-	11	5	9
	退出合作的规模以上经销商当期收入（万元）	-	2,068.31	1,113.94	1,554.37
	占当期经销收入比例	-	3.90%	2.65%	3.45%
规模以上经销商总体销售	当期规模以上经销商家数（家）	57	63	58	59
	当期规模以上经销商收入（万元）	23,305.21	51,534.04	40,554.85	44,045.95
	占当期经销收入比例	98.16%	97.07%	96.48%	97.71%
	当期经销收入（万元）	23,741.98	53,090.40	42,035.60	45,078.59

注 1：当期新增合作的规模以上经销商系上一年度向发行人采购金额小于 100 万元，

但本年度向发行人采购金额大于 100 万元的经销商；

当期退出合作的规模以上经销商系本年度向发行人采购金额大于 100 万元，但下一年度向发行人采购金额小于 100 万元的经销商。

注 2：在计算 2022 年 1-6 月规模以上经销商变动情况时，将经销商的数据年化计算

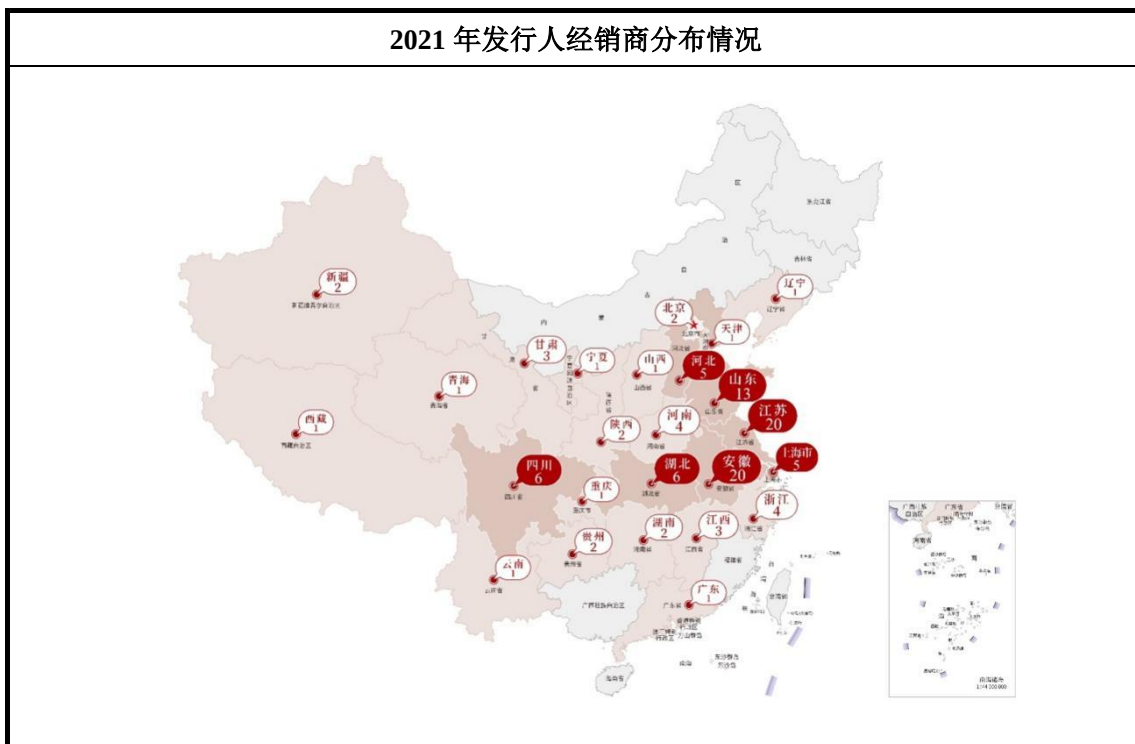
报告期内，发行人规模以上经销商数量保持稳定。2020 年、2021 年及 2022 年 1-6 月，公司新增的规模以上经销商家数分别为 8 家、10 家及 5 家，主要系随着公司对华东地区等重点销售区域的进一步开拓，引入新的优质经销商，同时，随着公司品牌影响力的扩大及合作的加深，原有规模以下的经销商销售收入规模逐步扩大，成为规模以上经销商。

2019 年、2020 年及 2021 年，公司当期退出的规模以上经销商数量分别为 9 家、5 家及 11 家，主要系经销商自身因素导致的业务萎缩或其主动选择竞品，公司与其停止合作，当期退出的规模以上经销商的销售收入占当期经销收入的比例仅为 3.45%、2.65%及 3.90%，占比较小，不会对公司经销收入产生重大不利影响。

综上，报告期内，公司规模以上的经销商为公司经销收入的主要来源，收入占比在 95%以上，规模以上经销商数量及收入占比均较为稳定，不存在大量新增和退出的情况。

（8）经销商分布情况

截至 2021 年末，发行人的经销商所处区域分布如下：



华东地区是公司最主要的经销区域，报告期各期末，各地区经销商家数及占比情况如下：

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	家数	家数占比	家数	家数占比	家数	家数占比	家数	家数占比
华东地区	46	59.74%	65	60.75%	57	60.64%	50	59.52%
华中地区	9	11.69%	12	11.21%	10	10.64%	10	11.90%
西北地区	8	10.39%	9	8.41%	10	10.64%	9	10.71%
西南地区	8	10.39%	10	9.35%	9	9.57%	8	9.52%
华北地区	4	5.19%	9	8.41%	6	6.38%	5	5.95%
东北地区	1	1.30%	1	0.93%	1	1.06%	1	1.19%
华南地区	1	1.30%	1	0.93%	1	1.06%	1	1.19%
合计	77	100.00%	107	100.00%	94	100.00%	84	100.00%

注：华东地区指上海市、江苏省、安徽省、山东省、浙江省、江西省、福建省；

华中地区指河南省、湖北省、湖南省；

西北地区指陕西省、甘肃省、青海省、宁夏回族自治区、新疆维吾尔自治区；

西南地区指重庆市、四川省、贵州省、云南省、西藏自治区；

华北地区指北京市、天津市、河北省、山西省、内蒙古自治区；

华南地区指广东省、广西壮族自治区；

东北地区指黑龙江省、吉林省、辽宁省。

（9）物流费用承担

发行人向经销商销售的产品由经销商到公司工厂自提，或由发行人将货物运输至经销商指定的物流公司交货点，至此公司完成交付，经销商承担后续的物流费用。

（10）经销商的主营业务情况

为了满足下游客户及终端用户对不同品牌、价格、外观、性能、用途的杯壶产品的需求，发行人的经销商除销售发行人的产品外，通常还经营其他品牌的杯壶产品。部分经销商除销售杯壶产品外，还经营茶叶、茶具及其他家庭日用品。发行人主要经销商均非专门销售发行人产品。

（11）经销商终端销售情况及期末库存情况

报告期内，经销商销售公司产品的销售流向主要包括企业、事业单位、电商平台消费者、连锁商超等。发行人的销售模式为买断式经销，非质量问题或只订购过一次且没有再次订购的新产品外不允许退货，经销商按需采购，库存周转相对较快。

（12）与经销商相关的其他事项

报告期内，公司经销商中存在少量自然人，主要系部分法人经销商为支付方便选用自然人主体与公司进行结算，具体交易金额及占当期经销收入比例情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
自然人经销商收入	5.99	73.31	1,736.37	1,320.08
占经销收入比例	0.03%	0.14%	4.13%	2.93%

公司向自然人经销商销售的规模较小，占经销收入比例较低，且报告期内逐步规范，交易金额及其占比均呈下降趋势，2021 年交易金额仅为 73.31 万元，占经销收入比例仅为 0.14%，2022 年 1-6 月交易金额仅为 5.99 万元，占经销收入比例仅为 0.03%。

（13）杯壶行业主要上市公司销售模式的情况

①杯壶行业主要上市公司采用经销模式的情况

杯壶行业上市公司主要有哈尔斯（002615.SZ）和嘉益股份（301004.SZ）。

根据哈尔斯（002615.SZ）披露的《2021 年年度报告》：“公司集产品研发设计、生产、销售为一体，采用经销为主、直销为辅的销售模式实现自主品牌的销售，并通过 OEM 及 ODM 的业务模式与国际、国内的知名品牌商进行合作，从而进一步拓展市场。”

根据嘉益股份（301004.SZ）披露的《2021 年年度报告》：“公司自主品牌产品的销售为经销和直销结合的业务模式，其中经销模式主要为买断式销售。公司自主品牌产品以国内销售为主，主要销售渠道包括电子商务渠道、商超渠道和新渠道等。”

杯壶行业上市公司自有品牌类的产品一般采用经销为主的销售模式。发行人主要经营的是自有品牌的杯壶销售，采用经销模式实现终端销售，符合行业惯例。

②发行人通过经销模式实现的销售比例和毛利与杯壶行业主要上市公司的差异情况及合理性

根据嘉益股份（301004.SZ）的公开信息，其自有品牌通过经销模式实现的销售收入及占自有品牌销售收入的比例，如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月			2021 年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
自有品牌	-	-	-	-	-	-
其中：直销	-	-	-	-	-	-
经销	-	-	-	-	-	-
项目	2020 年度			2019 年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
自有品牌	2,576.83	100.00%	40.57%	2,799.83	100.00%	46.02%
其中：直销	1,778.28	69.01%	-	1,276.24	45.58%	-

项目	2022 年 1-6 月			2021 年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
经销	798.55	30.99%	-	1,523.59	54.42%	-

注：以上收入数据摘自嘉益股份《招股说明书》，2021年年报、2022年半年报未披露上述数据。

杯壶行业上市公司哈尔斯（002615.SZ）未披露 2019 年至 2021 年期间自有品牌经销模式销售收入和毛利。

2019 年度、2020 年度，发行人的自有品牌毛利率为 57.75%、58.72%，高于嘉益股份自有品牌的销售毛利率，主要系发行人的产品定位高端杯壶，其产品在品质、精美度等方面深受消费者信赖，经过多年的经营，已经获得了消费者的充分认可。在杯壶行业中拥有自有品牌的企业，在消费市场上将拥有更强的自主定价权；同时，品牌认可度越高的企业，其产品售价也相对更高。消费者的需求以及对希诺品牌的认可是决定公司产品毛利率的最主要因素。

综上，发行人主营业务毛利率较高主要受产品品牌、品质及市场需求影响，毛利率高于杯壶行业上市公司具有合理性。

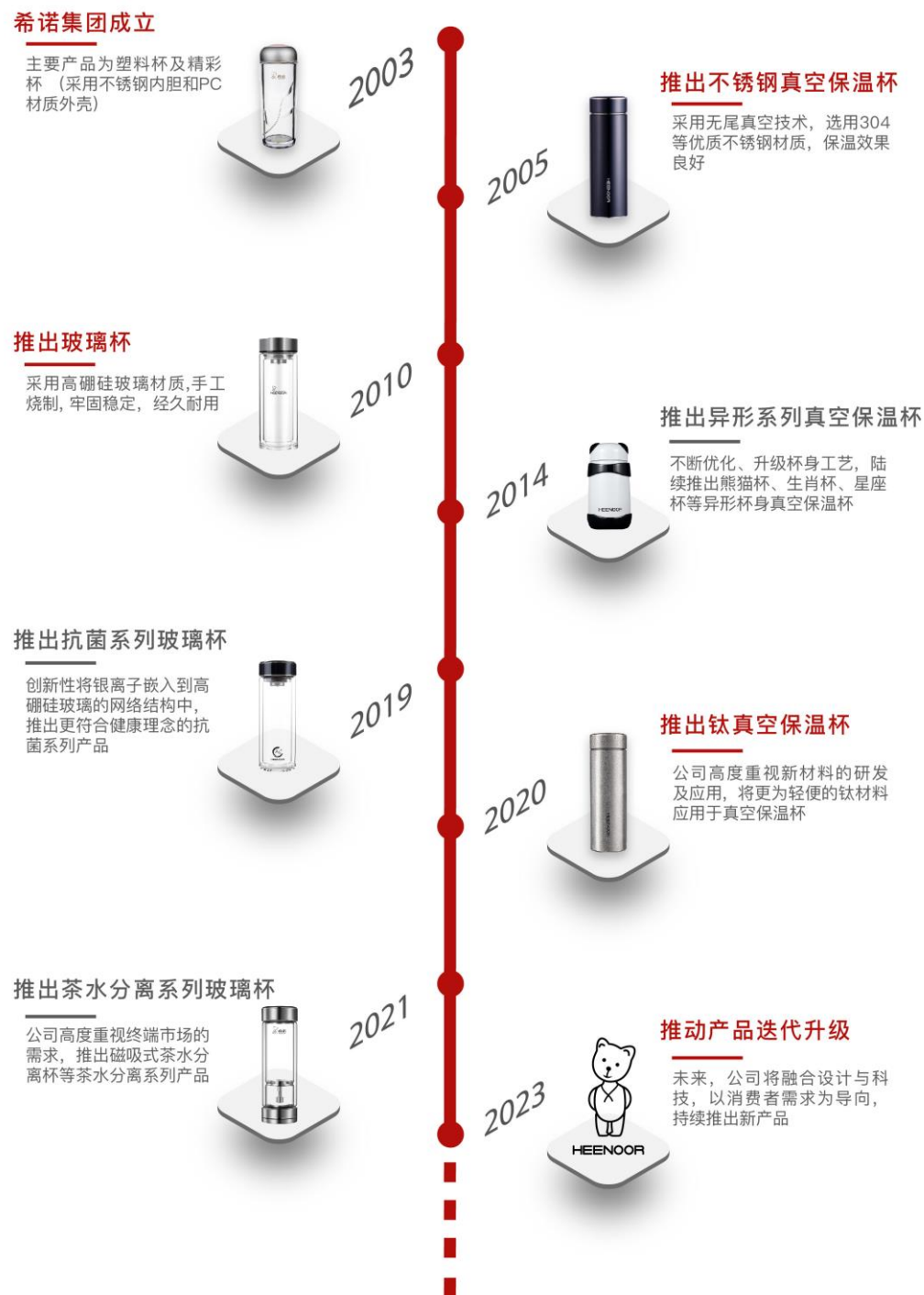
4、采用目前经营模式的原因及变动趋势

公司结合杯壶行业特点与竞争格局、客户需求特点、原材料供应市场状况、行业上下游发展状况及公司多年的行业经验积累等因素，形成了目前的经营模式。公司经营模式与行业通常采用的经营模式不存在重大差异，报告期内，公司经营模式稳定，预计未来短期内亦不会发生重大变化。

（三）公司成立以来主营业务、主要产品、主要经营模式的演变情况

公司自设立以来一直从事自主品牌杯壶产品的研发、设计、生产和销售。公司在杯壶产品的新材料应用、新功能设计、新工艺研发方面持续投入，成功研发出多项具有自主知识产权的技术和产品，公司产品种类不断丰富，陆续推出钛真空保温杯、纳米银杯等新产品，目前，公司产品系列齐全，涵盖玻璃杯、不锈钢真空保温杯、钛真空保温杯、塑料杯及保温水壶等产品，广泛应用于家居、办公、礼品等领域。

公司成立以来主要产品的演变情况如下：



公司自成立以来主营业务未发生变化，主要经营模式成熟，报告期内，公司经营业绩稳定，“希诺/HEENOOR”品牌已发展成为中国高端杯壶领域的代表品牌，具体情况详见本招股说明书“第二节 概览”之“五、发行人符合主板定位”。

（四）公司主要业务经营情况和核心技术产业化情况

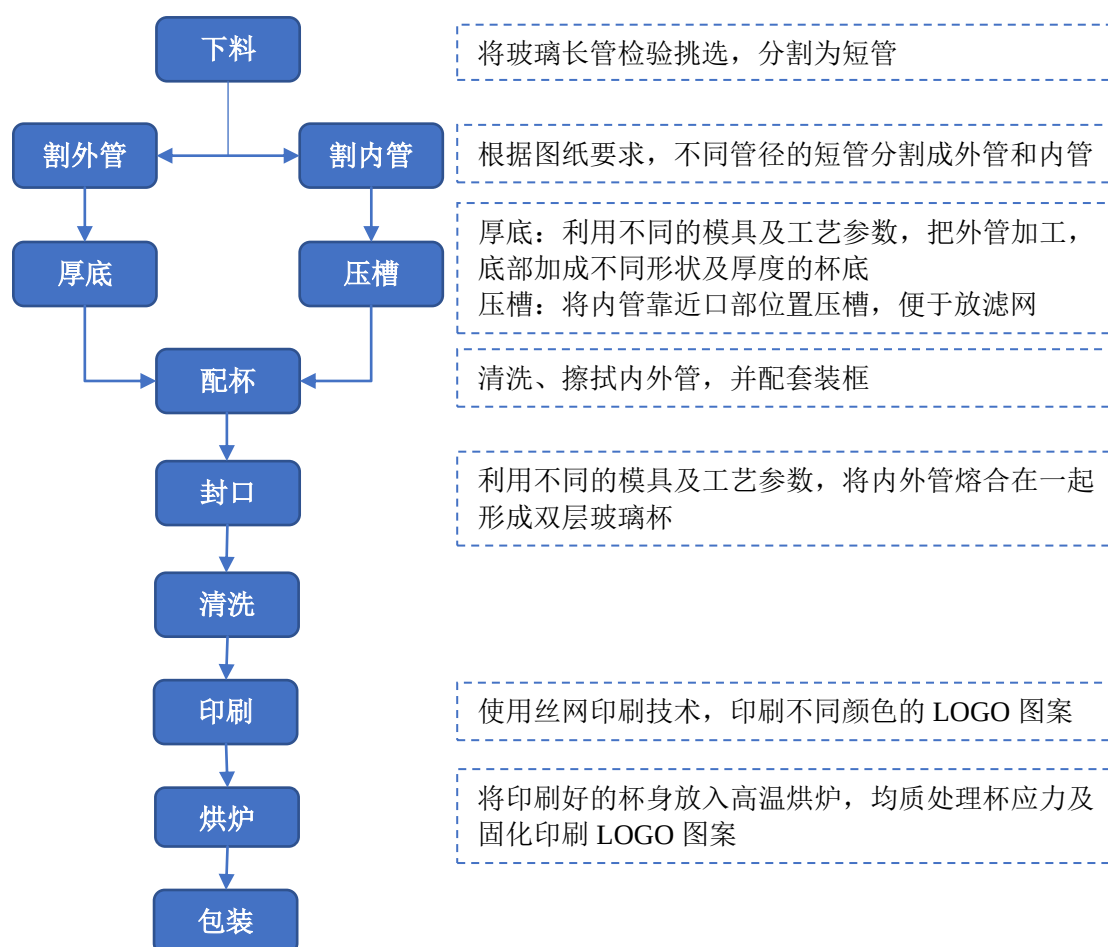
公司自设立以来一直从事自主品牌杯壶产品的研发、设计、生产和销售，凭借较强的品牌影响力和优秀的产品品质，公司的自主品牌杯壶产品得到了消费者的高度认可，公司经营业绩稳定，2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月，公司分别实现主营业务收入 57,038.30 万元、54,117.86 万元、67,516.63 万元及 31,483.81 万元，扣除非经常损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 16,232.48 万元、16,900.15 万元、18,440.80 万元和 7,627.83 万元。

公司的核心技术优势体现在杯壶产品的生产设计能力，公司坚持自主设计、自主研发的产品开发模式，经过多年发展，形成了多项生产经营相关的核心技术，并应用于杯壶产品的生产和设计。报告期内，公司不断推出抗菌杯、钛真空保温杯、茶水分离杯等新产品，为公司的持续发展奠定了良好的基础。

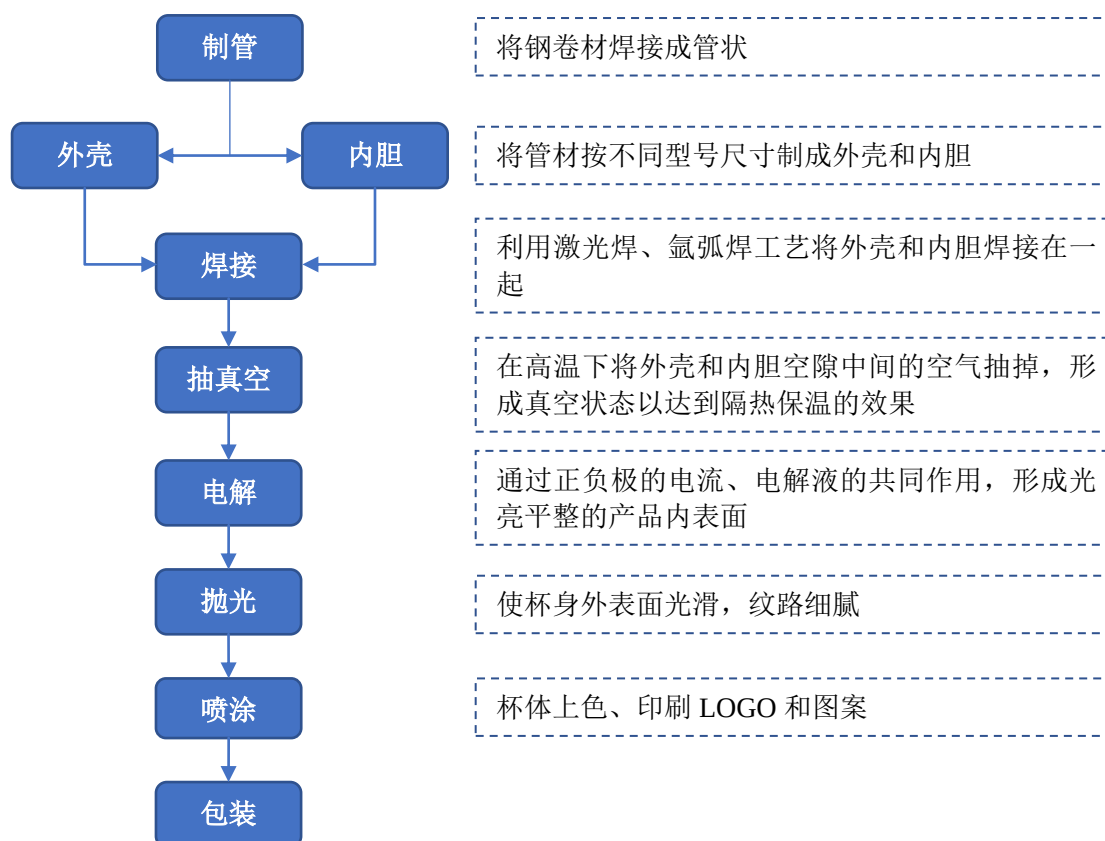
（五）公司主要产品的工艺流程图

报告期内，公司主要产品的工艺流程如下：

1、玻璃杯的生产工艺流程



2、不锈钢真空保温杯的生产工艺流程图



3、塑料杯的生产工艺流程



（六）报告期各期具有代表性的业务指标变动情况及原因

公司主要从事自主品牌杯壶产品的研发、设计、生产和销售。公司产品涵盖玻璃杯、不锈钢真空保温杯、钛真空保温杯、塑料杯及保温壶等。报告期内，根据公司所处行业的特点和发展阶段，市场占有率、行业内排名、营业收入、资产总额、毛利率等指标可用于衡量行业内企业的经营规模、盈利能力、竞争优势等。公司的市场占有率、行业内排名等行业地位相关指标变动情况及原因分析参见本节之“二、发行人所处行业的基本情况和竞争情况”之“（四）所属细分行业竞争格局、行业内主要企业，发行人产品或服务的市场地位、竞争优势与劣势，发行人与同行业可比公司的比较情况”之“3、发行人的行业地位及市场占有率”部分；公司对营业收入、资产总额、毛利率等财务指标变动情况及原因分析参见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“六、经营成果分析”及“七、资产质量分析”部分。

（七）主要产品和业务符合产业政策和国家经济发展战略的情况

我国政府高度重视消费品工业的发展，国家十三五规划就明确提出要开展质量品牌提升行动，打造一批有竞争力的知名品牌；近年来，国家陆续发布了《关于开展消费品工业“三品”专项行动营造良好市场环境的若干意见》（国办发[2016]40号）、《关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见》（国办发[2016]44号）、《关于深入实施商标品牌战略推进中国品牌建设的意见》（工商标字[2017]81号）、《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案（2019年）》（发改综合[2019]181号）等规范意见和方案，鼓励国产消费品品牌发展，加快转型升级提升供给质量和水平。

2021年3月，十三届全国人大四次会议通过的《国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》进一步提出了“持续扩大优质消费品、中高端产品供给和教育、医疗、养老等服务供给，提升产品和服务质量和客户满意度，推动供需协调匹配”以及“开展中国品牌创建行动，保护发展中华老字号，提升自主品牌影响力和竞争力，率先在化妆品、服装、家纺、电子产品等消费品领域培育一批高端品牌”。

2022年7月，国家发展改革委等部门联合发布的《关于新时代推进品牌建

设的指导意见》（发改产业[2022]1183 号）提出“适应新时代新要求，进一步引导企业加强品牌建设，进一步拓展重点领域品牌，持续扩大品牌消费，营造品牌发展良好环境，促进质量变革和质量提升，推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变，久久为功促进品牌建设高质量可持续发展。”

公司自设立以来，主要从事自主品牌杯壶产品的研发、设计、生产和销售，主要产品和业务符合产业政策和国家经济发展战略。

二、发行人所处行业的基本情况和竞争状况

（一）所属行业及确定所属行业的依据

公司主要从事自主品牌杯壶产品的研发、设计、生产和销售。公司产品涵盖玻璃杯、不锈钢真空保温杯、钛真空保温杯、塑料杯及保温壶等。

根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司主营业务所属行业为“C30 非金属矿物制品业”之“C305 玻璃制品制造”。

（二）行业主管部门、监管体制、主要法律法规政策及对发行人的主要影响

1、行业主管部门及监管体制

公司所处行业的主管部门为国家发展和改革委员会、国家市场监督管理总局以及地方各级人民政府相应的职能部门；全国性行业自律组织包括中国日用杂品工业协会及其杯壶分会。

国家发展和改革委员会是国务院组成部门，其主要职责包括：拟订并组织实施国民经济和社会发展战略、中长期规划和年度计划；组织拟订综合性产业政策，综合研判消费变动趋势，拟订实施促进消费的综合性政策措施；推动实施创新驱动发展战略。会同相关部门拟订推进创新创业的规划和政策，提出创新发展和培育经济发展新动能的政策。

国家市场监督管理总局为国务院直属机构，其主要职责包括：起草市场监督管理有关法律法规草案，制定有关规章、政策、标准，组织实施质量强国战略、食品安全战略和标准化战略，拟订并组织实施有关规划，规范和维护市场

秩序，营造诚实守信、公平竞争的市场环境；负责监督管理市场秩序。依法监督管理市场交易、网络商品交易及有关服务的行为。组织指导查处价格收费违法违规、不正当竞争、违法直销、传销、侵犯商标专利知识产权和制售假冒伪劣行为。

中国日用杂品工业协会及其杯壶分会为公司所处行业的全国性行业自律组织，该协会在企业 and 政府部门之间发挥桥梁和纽带作用，其主要职责包括：研究行业发展方向，反映行业、会员诉求，提出行业发展的意见和建议；参与相关法律法规、宏观调控和产业政策的研究、制定，参与制定行业发展规划、准入条件；规范企业、会员行为，协调会员关系，维护公平竞争的市场环境等。

2、行业主要法律法规和政策及对发行人的主要影响

（1）主要法律法规

序号	名称	颁发/修订机构	修订/实施时间	主要内容
1	《中华人民共和国商标法》（2019年修正）	全国人大常委会	2019年4月	对商标注册的申请、审查和核准、变更、转让和使用许可、无效宣告等作出规定，规范商标使用的管理，保护注册商标专用权
2	《中华人民共和国电子商务法》	全国人大常委会	2019年1月	对电子商务经营者从事经营活动需获得的许可及需履行的义务、电子商务合同的订立与履行、电子商务争议解决作出了明确规定，促进电子商务持续健康发展
3	《中华人民共和国消费者权益保护法》（2014年修正）	全国人大	2014年3月	规定经营者提供商品或服务的义务和消费者购买、使用商品或接受服务的权利，规范消费争议解决办法和途径，明确经营者损害消费者权益的法律责任
4	《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例》（国务院令第440号）	国务院	2005年9月	对主要工业产品生产许可证的申请与受理、审查与决定、证书内容及其变更、证书标志和样式、监督管理等作出规定，明确违反本条例规定行为的法律责任

（2）主要产业政策

序号	名称	发布机构	发布时间	主要内容
1	《关于新时代推进品牌建设的指导意见》（发改产业[2022]1183号）	国家发展改革委等7部门	2022年7月	适应新时代新要求，进一步引导企业加强品牌建设，进一步拓展重点领域品牌，持续扩大品牌消费，营造品牌发展良好环境，促进质量变革和质量提升，推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变，久久为功促进品牌建设高质量可持续发展。

序号	名称	发布机构	发布时间	主要内容
2	《中国日用杂品工业“十四五”发展指导意见》	中国日用杂品工业协会	2022 年 3 月	“十四五”期间，日用杂品行业的主要任务是，转型升级、提质增效、协调发展，稳固日用杂品生产大国地位，努力实现由大到强新跨越。杯壶行业应从质量、设计、形象等方面打造优秀品牌产品；加快企业数字化、智能化转型升级；加强创新能力建设；对标国际先进水平，制定杯壶行业标准化体系；完善“法律法规+技术标准+认证认可”三级管理体系。规上企业自动化率（自动化工序数量/总工序数量）50%以上，企业自主品牌销售占比提升20%
3	《国民经济和社会发展规划第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》	十三届全国人大四次会议	2021 年 3 月	持续扩大优质消费品、中高端产品供给和教育、医疗、养老等服务供给，提升产品和服务质量和客户满意度，推动供需协调匹配；开展中国品牌创建行动，保护发展中华老字号，提升自主品牌影响力和竞争力
4	《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案（2019 年）》（发改综合[2019]181 号）	国家发改委、工信部等 10 部门	2019 年 1 月	着力引导企业顺应居民消费升级大趋势，加快转型升级提升供给质量和水平，以高质量的供给催生创造新的市场需求，更好满足人民群众对美好生活的向往，促进形成强大国内市场，推动消费平稳增长
5	《中共中央国务院关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》（中发〔2018〕32 号）	国务院	2018 年 9 月	围绕居民吃穿用住行和服务消费升级方向，突破深层次体制机制障碍，适应居民分层次多样性消费需求，保证基本消费经济、实惠、安全，培育中高端消费市场，形成若干发展势头良好、带动力强的消费新增长点
6	《公民生态环境行为规范（试行）》	生态环境部等 5 部门	2018 年 6 月	鼓励公民践行绿色消费，优先选择绿色产品，尽量购买耐用品，外出自带购物袋、水杯等
7	《关于开展消费品工业“三品”专项行动营造良好市场环境的若干意见》（国办发[2016]40 号）	国务院办公厅	2016 年 月 5 月	要以实施增品种、提品质、创品牌的“三品”战略为抓手，从供给侧和需求侧两端发力，着力提高消费品有效供给能力和水平，更好满足人民群众消费升级的需要，实现消费品工业更加稳定、更有效益、更可持续的发展。提出了“到 2020 年，消费品工业传统优势得到巩固提升，新兴产业不断壮大，市场环境进一步优化，‘三品’项行动取得积极进展，品种丰富度、品质满意度、品牌认可度明显提升，产品和服务对消费升级的适应能力显著增强”的主要目标，并制定了提高创意设计水平、增加中高端消费品供给、开展国际对标、提高品牌竞争力和培育知名品牌等具体任务。

序号	名称	发布机构	发布时间	主要内容
8	《轻工业发展规划（2016-2020 年）》（工信部规[2016]241 号）	工业和信息化部	2016 年 7 月	要切实增强品牌意识，不断改善影响品牌发展的质量、创新、诚信、文化、人才、营销和环境等要素，通过品牌建设实现价值链升级；以基础条件较好，具有一定品牌知名度和国际竞争力的企业为主体，实施精品制造工程，在日用陶瓷、日用玻璃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，并针对日用玻璃工业，提出要推动日用玻璃工业向节能、环保、轻量化方向发展，重点发展高硼硅耐热玻璃器具、高档玻璃器皿等高附加值产品。

（3）对发行人的主要影响

中国日用杂品工业协会发布的《中国日用杂品工业“十四五”发展指导意见》提出，杯壶行业应从质量、设计、形象等方面打造优秀品牌产品。“十四五”期间，自主品牌的杯壶企业的竞争力将得到进一步提升。

此外，2019 年以来，全国人大以及国家发改委、工信部等部委连续出台了关于新时代推进品牌建设的指导意见》（发改产业[2022]1183 号）《国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案（2019 年）》等文件。文件明确了消费品的发展方向，要求“以高质量的供给催生创造新的市场需求，更好满足人民群众对美好生活的向往”并进一步提出“开展中国品牌创建行动，保护发展中华老字号，提升自主品牌影响力和竞争力”。

因此，上述行业政策的发布，一方面有利于推动杯壶行业往高质量的方向发展，另一方面鼓励自主品牌杯壶企业的发展。公司作为以研发、生产、销售自主品牌杯壶产品为主业的企业，未来杯壶业务的发展将呈现出持续向好的趋势。

（三）所属细分行业的技术水平及特点、进入本行业主要壁垒、行业发展态势、面临机遇与风险、行业周期性特征，以及在产业链中的地位和作用，与上、下游行业之间的关联性

1、所属细分行业技术水平及特点

杯壶产品的生产技术主要聚焦于产品功能和结构设计、原材料研究开发和

生产工艺技术改进等方面。经过多年的积累，我国杯壶产品的主要原材料更加多样化，一方面是原有不锈钢、塑料和玻璃的材质不断改良，另一方面，钛金属等新型材料也逐渐引入杯壶产品中；杯壶产品的功能设计更加人性化，抗菌、茶水分离等功能可以更好的满足不同使用场景的使用需求；生产环节中的自动化生产技术日渐成熟，生产效率不断提高。

国内企业存在大量为国际杯壶品牌进行 OEM，尤其是不锈钢真空保温杯和塑料杯。经过长期的技术积累，国内企业在杯壶产品的制造技术水平、研发设计能力、自主创新能力已经逐步与国际水平接轨。

2、进入本行业的主要壁垒

（1）品牌壁垒

随着人们生活水平的提升，人们在选择日常高频使用的杯壶产品时更加看重该消费品牌的产品质量及其所传达的理念。知名品牌更容易获得消费者的信任，且部分消费者具有品牌忠诚度，会习惯性地消费特定品牌的产品，形成品牌粘性。产品的品牌形象从某种程度上是企业产品品质的保证和反映，企业塑造、维护一个知名品牌需要经过产品研发与创新、生产质量管理、营销与推广等多方面长时间的投入与积累，一经建立就形成企业的重要竞争力。

因此，对于行业新进入者来说，很难在短时间内形成自己的品牌影响力，原有知名品牌的信誉度和因客户粘性而形成的客户基础均是新进企业的壁垒。

（2）营销渠道壁垒

目前我国杯壶行业以线下销售渠道为主，与此同时，为满足不同类型消费者的需求，线上销售渠道亦是重要的发展方向。因此，线上和线下销售渠道的建设对于杯壶行业企业的发展起着至关重要的作用，而营销网络的开拓、建设和维护是一个复杂而艰难的过程，需要时间和经验的积累。

因此，对于行业新进入者来说，难以在短时间内建立较为完善的营销网络并与知名企业竞争。

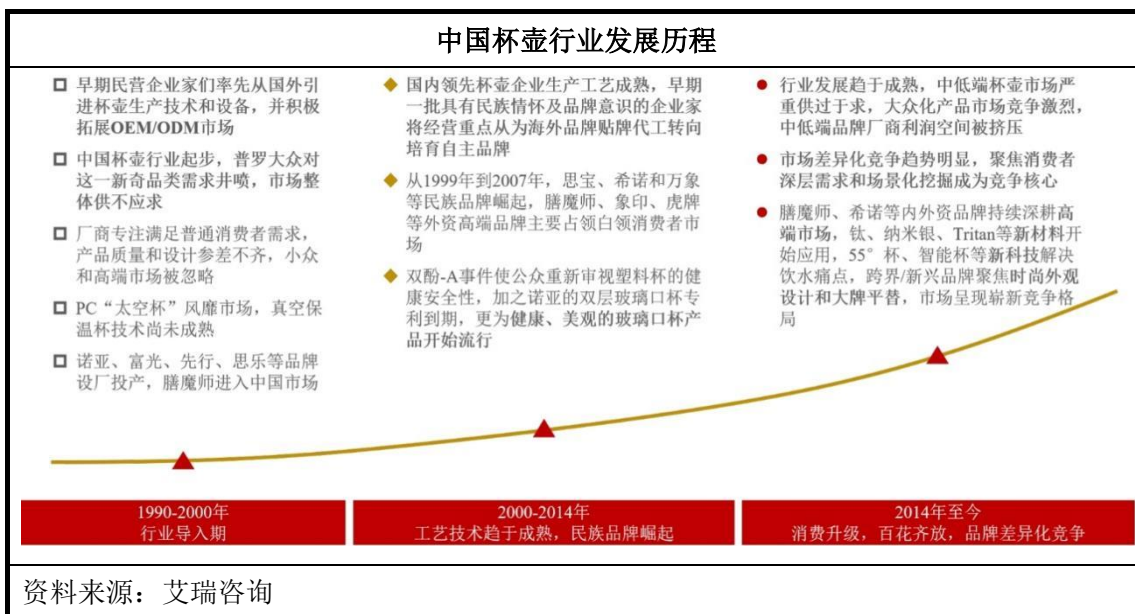
（3）研发设计壁垒

随着社会发展及人民生活水平提高，消费者对杯壶产品的材质、功能、外

观设计及产品内涵越来越看重，杯壶行业企业是否具备紧跟甚至引领市场潮流的能力，已成为能否立足市场的重要竞争要素。因此，产品研发设计能力对于杯壶行业企业至关重要。杯壶行业企业的研发设计能力依赖于企业是否具备完善成熟的团队，包括对市场理解深刻的产品团队、研发团队、良好的产品研发设计制度与体系。产品研发设计水平亦成为进入本行业的壁垒。

3、行业发展态势

20 世纪 90 年代海外杯壶生产技术被引入中国，以保温杯、玻璃杯及塑料杯为代表的杯壶行业开始快速发展，从最初的粗放式生产到如今自主品牌崛起、技术水平达到或接近国际领先水平，行业经历了快速发展和迭代，消费者的选择也随着行业发展和技术工艺创新而更加多元化。

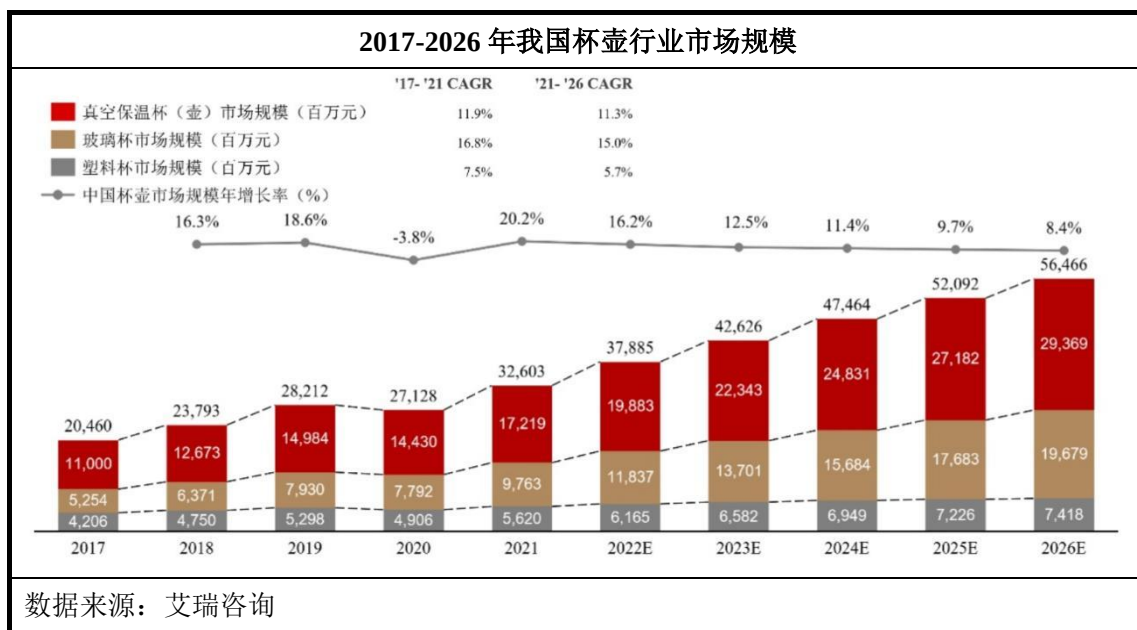


经过近 30 年的发展，我国杯壶行业呈现出以下发展趋势：

（1）杯壶行业的市场规模持续上升

居民对健康饮水的重视程度提升极大地促进了杯壶行业的发展。一方面，健康饮水对饮水量和及时性都有一定的要求，这就促使消费者在各种场景下都携带相应的杯壶；另一方面，国家在考虑环境污染和群众健康安全的大背景下开始治理塑料污染，国家发改委、生态环境部于 2020 年 1 月 16 日发布《关于进一步加强塑料污染治理的意见》提出分阶段禁止、限制一次性塑料餐具等部分塑料制品的生产、销售和使用，将直接影响或转变国内居民的生活习惯和生活方式，为可重复使用的杯壶产品提供了更广阔的应用领域和市场空间。

随着居民可支配收入提高以及需求场景的细分，我国杯壶产品在一定程度上呈现快消品特征，产品消费更换频率更快，人均保有量提升，整体市场规模增长较快。根据艾瑞咨询的统计数据³，2021 年我国以出厂价计算的杯壶市场总规模达 326.03 亿元，其中玻璃杯由于美观性和健康性较好，在冲泡茶饮和商务办公场景需求旺盛，近年来增速较高，市场份额占比快速提升。



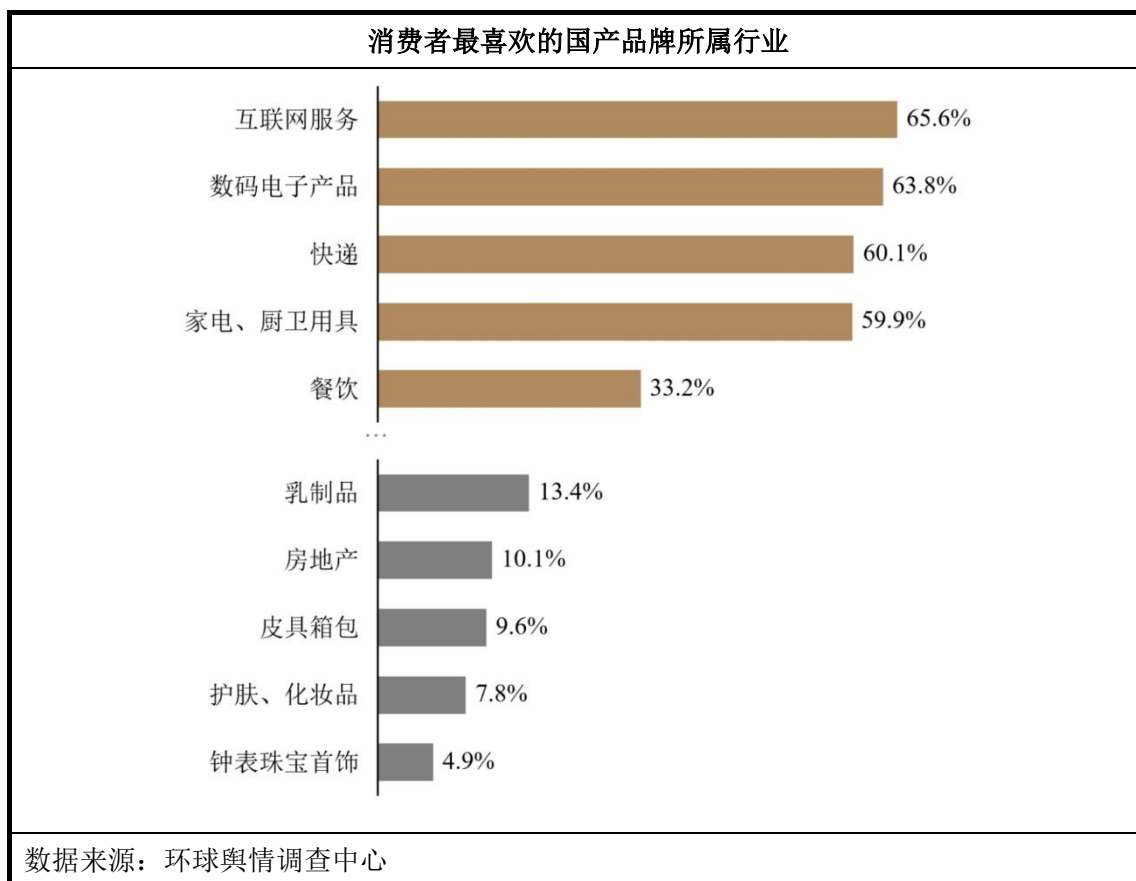
（2）消费者对国产杯壶品牌的好感度逐年提升

杯壶产品是人们最重要的日常家居用品之一，品类丰富多样，行业的集中度比较低，国内的杯壶生产企业多达数千家，仅浙江省永康市就有杯壶生产企业 300 多家，但在终端消费市场，国内杯壶生产企业的自有品牌知名度普遍不高，知名品牌多为国际品牌，尤其是“膳魔师（THERMOS）”“虎牌（TIGER）”“象印（ZOJIRUSHI）”等品牌具有强大的消费者基础。多年来，随着国内自主品牌杯壶产品品质及品牌影响力的不断提升，消费者对国产品牌的印象持续好转，如“富光（FUGUANG）”“哈尔斯（HAERS）”“希诺（HEENOOR）”“苏泊尔（SUPOR）”“万象（WANXIANG）”等国内品

³ 数据来源：艾瑞咨询于 2022 年 5 月在其官方网站发布的《中国杯壶行业研究报告》。该研究报告中相关数据的来源和统计范围一方面包括公开信息，例如国家统计局、中国日用杂品工业协会杯壶分会、麦肯锡、BCG、中国消费网、Euromonitor、Wind、同行业公司官网、上市公司年报等公开信息；另一方面来源于对行业内的专家访谈和市场调研数据。该报告为公开报告，并非为本次发行上市专门定制，发行人有在引用过程中付费，包括引用数据授权使用，艾瑞咨询向发行人提供数据行业情况的阐释说明服务，及基于此份报告的数据采集、计算逻辑等知识产权服务费用。

牌也逐渐得到了消费者认可。

根据《环球时报》旗下环球舆情调查中心发布的《2018 年中国消费者对国产品牌的好感度调查报告》，84.4%的消费者对国产品牌的总体印象为“变好了”，且该比重连续三年上升。从消费者最喜欢的国产品牌行业分布来看，包括杯壶产品在内的家电和厨卫用具行业提及率高达 59.9%。



（3）线下流通批发仍占主导，线上渠道份额迅速提升

杯壶产品作为日用消费品，目前线下渠道仍然占据约 70%的销售份额，其中流通批发市场是主要渠道之一。近年来，随着线上渠道的创新以及物流网络的完善，线上渠道的销售额迎来快速的增长。



（4）健康化、轻量化的需求促进新型材料的运用

消费者基于不同的使用场景，对杯壶产品在保温/保冷、防烫、便携、耐用、轻便、美观、展示个性等方面产生了更为多元化的需求，促进了杯壶产品在材质、外观设计和技术上的优化与创新。

一方面，在传统材料中，玻璃杯由于不含有机的化学物质，亦不会与各类饮品发生化学反应，对安全饮水有较高的保证，消费者在居家和办公场所对玻璃杯的需求越来越高。另一方面，随着材料技术的发展，原有优质材料的生产成本降低，实现了民用化，例如钛金属具有密度小、强度高、高低温稳定性好、耐腐蚀性强和生物相容性好等特性，已经被引入到杯壶产品中；新型优质材料也会逐渐替代原有材料，例如 Eastman 公司开发的新一代共聚酯 Tritan™ 因为不会释放 BPA，且性能更好，已逐步替代传统 PC 等材料。

（5）使用场景不断细分化和营销方式多样化

伴随杯壶行业的发展，其应用场景也逐渐细分化，例如在户外时，过小容量和过重质量的杯壶会带给消费者使用上的不便；在泡茶时，保温杯壶因存在“闷茶”的情形，茶水的口感和观感均会受影响等。杯壶厂家也针对这些细分需求开发出不同容量、不同材质的杯壶产品，亦会叠加茶水分离、可视化水温等功能。

此外，伴随着消费升级的趋势，杯壶产品逐渐从“功能型”商品向“消费

型”商品转变，消费者不仅重视杯壶产品的基本功能，更希望杯壶产品具有一定时尚外观。因此，近年来部分杯壶厂家在营销过程中运用 IP 营销、明星代言和跨界联动等营销手段。

4、本行业发展面临机遇与风险

（1）本行业发展面临的机遇

① 国家政策支持及行业逐渐规范化发展

我国政府高度重视消费品工业的发展，国家十三五规划就明确提出要开展质量品牌提升行动，加强商标品牌法律保护，打造一批有竞争力的知名品牌；适应消费加快升级，以供给改善和创新更好满足、创造消费需求，不断增强消费拉动经济的基础作用；增强消费能力，改善大众消费预期，挖掘农村消费潜力，着力扩大居民消费；推动线上线下融合等消费新模式发展。

《国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》也提出了“开展中国品牌创建行动，保护发展中华老字号，提升自主品牌影响力和竞争力”的要求，为杯壶行业的进一步发展奠定了良好的政策基础。

② 消费者意识提高，市场需求不断增大，成长空间广阔

近年来，随着国民经济的不断发展，我国居民人均可支配收入不断增加，且在消费升级政策的推动下，消费者的需求日益多元化和个性化，驱动杯壶行业不断发展升级，消费者对杯壶产品的关注点由原来的饮水、保温功能转变到更加注重便捷、安全、健康、时尚和个性化特性，同时对国内自主品牌产品的认可程度逐步提高。国内自主品牌杯壶企业在过去几年来快速发展，在品牌建设和新产品开发等方面与国际品牌的差距进一步缩小，未来仍有较大成长空间。

③ 产品附加值提高，市场规模提升

近年来国内杯壶行业逐步顺应人民对品质、健康、时尚和个性化的需求，国内杯壶企业不断提升杯壶产品的品质，并将钛金属等新型优质材料应用到杯壶领域，同时开发了茶水分离、可视化水温等功能型杯壶。中国逐渐从杯壶产品的世界制造中心逐步向研发设计中心发展，由简单的扩大销售规模逐步向提

升产品精细化制造、研发设计、品牌影响力以提高产品附加值的方向发展。

（2）影响行业发展的不利因素

① 行业集中度不高

国际杯壶品牌企业在真空保温器皿领域规模较大，整体实力较强；国内杯壶行业整体集中度不高，企业数量较多且大部分规模较小，行业整体在技术创新、研发设计、品牌建设等方面起步较晚，整个行业的产业升级尚待进一步完善。

② 劳动力成本不断上升

目前，国内杯壶行业整体尚未完成自动化转型升级，整个生产过程需要大量的生产工人。近年来，随着我国人口红利的逐渐消失，劳动力市场正在经历较大的结构性转变，企业用工成本逐步上升。劳动力价格的不断上升对行业整体利润水平产生了一定的不利影响。

5、行业的周期性、季节性和区域性特征

（1）行业的周期性特征

杯壶产品是基础的日用消费品之一，总体来说行业发展速度与国民经济发展速度具有一定正相关性。随着居民可支配收入的提高，消费者对优质杯壶产品的购买力也会随之增强，从而带动杯壶行业的发展。因此，该行业的周期性与国家经济增长的周期性保持一致。

（2）行业的季节性特征

从季节特征上看，不同类型杯壶产品的使用场景不一样，通常来说季节变换、节假日等因素会对杯壶产品的消费产生一定影响，例如，消费者在秋冬季节对真空保温杯的需求会有一定的增长；春季新茶上市期间，消费者对玻璃杯的需求也更加旺盛。

（3）行业的区域性特征

从区域分布上看，杯壶行业的生产企业主要集中在浙江、广东、江苏、安徽和山东等省市。我国杯壶产品消费市场的地域特征并不明显，通常来说经济发达地区的人口数量较多，消费能力较强。

6、发行人所处行业在报告期内的变化及未来可预见的变化趋势

我国杯壶行业总体而言市场化程度较高，竞争较为激烈，尤其是在普通杯壶产品方面，由于基础制造技术的准入门槛较低，导致部分地区的企业出现产能过剩、价格竞争等情形。随着国内的原材料成本、人力成本、运输成本及包装物成本的上升，以及消费者对产品品质、品牌知名度的要求不断提高，过去传统以成本取胜、以量取胜的生产企业利润空间将被进一步压缩，然而部分在产品品质、品牌知名度、营销网络、规模经济、技术研发等方面拥有竞争优势的知名杯壶企业将继续维持较高的盈利水平。

随着行业竞争的进一步加剧，企业的利润率将会因产品品质、品牌、企业规模和目标市场的不同而存在差异。

7、发行人所属行业在产业链中的地位及上下游关联性

杯壶产品是日常生活中不可或缺的日用消费品之一，我国是全球最大的杯壶产品生产国，已形成了非常成熟的产业链。

（1）上游行业与本行业的关联性及其影响

玻璃杯、不锈钢真空保温杯、塑料杯的主要原材料分别为玻璃管材、不锈钢、塑料，该等原材料的品质是杯壶产品质量的重要保障，其价格波动也直接影响本行业的盈利水平。

玻璃管材的主要原材料是石英砂，在全国范围内分布广泛，而且玻璃加工工艺较为成熟，市场上的玻璃管材供应充足。

我国是全球最大的不锈钢生产国，拥有数量较多、规模较大的不锈钢生产企业。据中国特钢企业协会不锈钢分会统计，2021 年中国不锈钢粗钢产量为 3,063.20 万吨，国内不锈钢原材料供应充足。

用于塑料杯生产的塑料粒子主要有聚碳酸酯（PC）、聚丙烯（PP）等，该等塑料均是常见的化工材料，市场上的塑料粒子供应充足。

综上，杯壶产品的主要原材料均是大宗的工业材料，市场供应充足，不会对杯壶行业的发展产生重大不利影响。

（2）下游行业与本行业的关联性及其影响

杯壶产品作为日用消费品，主要通过经销渠道及其零售网络抵达最终消费者。经销渠道具有经销商数量多、销售渠道丰富、零售终端网点分布广的特点，此外，随着快递物流行业的发展，线上销售亦逐渐成为重要的销售渠道。因此，本行业对单一经销商、单一终端网点没有依赖性。

随着居民消费水平的提升及消费结构的升级，消费者需求稳定增长是本行业持续发展的基础。近年来，随着消费者健康环保意识的不断增强，玻璃杯及真空保温杯的消费市场稳步发展。

（四）所属细分行业竞争格局、行业内主要企业，发行人产品或服务的市场地位、竞争优势与劣势，发行人与同行业可比公司的比较情况

1、行业竞争格局和市场化程度

杯壶产品是人们最重要的日常家居用品之一，品类丰富多样，行业的竞争比较激烈，市场的集中度比较低，但各国家和地区已经形成了一些知名品牌商。具有一定国际知名度的品牌主要源于欧美、日韩等发达国家和地区，日本主要有“膳魔师（THERMOS）”“虎牌（TIGER）”“象印（ZOJIRUSHI）”等品牌；美国主要有“阿拉丁（Aladdin）”“斯坦利（Stanley）”“星巴克（Starbucks）”“康迪克（Contigo）”等品牌；韩国主要有“乐扣乐扣（LOCK&LOCK）”等品牌。这些品牌市场认可度较高，产品附加值较大。经过多年的发展，国内也形成了一批具有较高知名度的杯壶品牌，包括“希诺（HEENOOR）”“富光（FUGUANG）”“哈尔斯（HAERS）”“苏泊尔（SUPOR）”等。

2、行业内的主要企业

我国杯壶行业中生产企业众多，多数企业规模不大、品牌影响力较小，导致产业集中度整体较低，仅有少数企业拥有相对较大的市场规模和较强的品牌影响力，在行业中处于领先地位。随着市场的快速发展和集中，领先企业的经营规模和市场占有率拥有较大提升空间。与公司形成竞争关系的主要企业包括：

（1）国外企业

名称	主要品牌	简介
THERMOS 集团（膳魔师）	 膳魔师/THERMOS	于1904年在德国创立，现已成为全球最大的专业真空不锈钢家庭用品产品制造和销售集团，在全球140多个国家和地区拥有制造及销售厂商、分公司和分销处。该集团的真空保温产品保温效果好，外观设计简洁、时尚，产品国际市场占有率处于行业首位。1995年，该集团在中国成立膳魔师（中国）家庭制品有限公司，从事真空不锈钢保温杯、保温瓶、保温壶等产品的生产和销售。
虎牌热水瓶株式会社（タイガー魔法瓶株式会社）	 虎牌/TIGER	成立于1923年，从生产热水瓶开始，发展到电饭锅/保温锅、厨房用品、储藏用品等其他家用电器用品。该公司的产品以其优良的品质受到了日本、中国、欧美等国家和地区消费者的喜爱。1995年，该公司在中国成立子公司上海虎生电子电器有限公司，从事真空保温器皿、电子锅和电气热水瓶等系列产品在中国地区的生产和销售。2022财年（截至2022年4月20日）实现营业收入373亿日元（折合人民币约18.58亿元）。
象印魔法瓶株式会社（象印マホービン株式会社）	 象印/ZOJIRUSHI	于1918年在日本大阪创立，并于1986年在日本大阪证券交易所上市（ZOJIRUSHI [7965.T]）。该公司以电饭煲、电热水瓶等小家电为主打产品，真空保温瓶为代表产品，持续引导着日本日常生活消费的市场。在全球市场中，该公司的产品因其质量和设计赢得了消费者的广泛赞誉，在高端真空保温器皿市场中具有强大的竞争力。2003年，该公司在中国成立子公司上海象印家用电器有限公司用以向中国消费者推广象印品牌。2021财年（截至2021年11月20日）实现营业收入776.73亿日元（折合人民币约43.38亿元），其中杯壶产品（Household and Thermal Products）销售额为162.22亿日元（折合人民币约9.05亿元），在中国地区的销售额为50.53亿日元（折合人民币约2.82亿元）。
乐扣乐扣有限公司（Lock&Lock Co., Ltd.）	 乐扣乐扣/LOCK&LOCK	成立于1978年，主要生产厨房、浴室用品等多样化的生活日用品，主要产品包括塑料和耐热玻璃食品容器、煎锅/炒锅等炊具以及隔热/保冷产品，如瓶子、马克杯/水壶等，尤其是各类材质的生活密封容器为消费者所熟知，产品销往全球120个国家。从2004年7月开始进入中国市场；2010年在韩国证券市场上市（证券简称：L&L；证券代码：115390.KS），2021年度实现营业收入5,430.38亿韩元（折合人民币约29.11亿元）。
星巴克咖啡公司（Starbucks Corp.）	 星巴克/Starbucks	始创于1971年，在全球83个市场，拥有超过33,000家门店的星巴克是世界上首屈一指的专业咖啡烘焙商和零售商，自1999年起进入中国内地市场。2021财年（2021年10月3日）实现营业收入290.61亿美元，依靠其庞大的门店网络和品牌知名度销售杯类产品。

（2）国内企业

名称	主要品牌	简介
富光实业	 富光/FUGUANG	成立于1984年，总部位于安徽三河，产品覆盖了玻璃杯、塑料杯、保温杯和保温壶等，在全国30多个省、自治区及直辖市设立了营销网络，是中国知名的杯壶企业，“富光”注册商标被认定为中国驰名商标。
苏泊尔 (002032.SZ)	 苏泊尔/SUPOR	成立于1994年，2004年在深圳证券交易所中小板上市。主要业务包括明火炊具、厨房小家电、厨卫电器、生活家居电器等四大领域。2014年起，该公司进一步拓展真空保温杯业务条线，近年来在真空保温器皿产品销售方面增长显著。
哈尔斯 (002615.SZ)	 哈尔斯/HAERS	成立于1996年，总部位于浙江省永康市，于2011年在深圳证券交易所中小板上市。该公司主营业务为不锈钢真空保温器皿的研发设计、生产与销售，2015年起拓展玻璃杯和塑料杯产品，以OEM/ODM业务为主，同时拥有哈尔斯、SIGG、SANTECO等多个自主品牌。2021年该公司主营业务收入为23.45亿元，其中OBM业务收入占比为18.80%。
嘉益股份 (301004.SZ)	 嘉益股份/CAYI	成立于2004年，总部位于浙江省金华市武义县，于2021年6月在深圳证券交易所创业板上市。该公司主营业务为各种不同材质的饮品、食品容器的研发设计、生产与销售，主要以OEM、ODM业务模式与国际知名品牌商进行合作，目前拥有miGo、ONE2GO等多个自主品牌。2021年该公司主营业务收入为5.71亿元。
上海宏晨家庭用品有限公司	 万象/WANXIANG	成立于2002年，主要生产中高端玻璃杯、保温杯、旅游壶等日用容器，拥有“万象”“好乐家”和“路饮者”三个品牌。
广东思宝不锈钢制品有限公司	 思宝/SIBAO	成立于1999年，公司产品覆盖不锈钢真空杯、不锈钢真空壶、纳米能量杯、玻璃杯等4大品类，思宝已发展成为国内高端杯壶领域较有影响力的品牌。

（3）同行业主要竞争对手的资产规模、生产及销售规模、经营状况、技术和装备及研发水平等

2021 年度，发行人及同行业竞争对手的资产规模、生产及销售规模、经营状况及研发水平具体金额及数据如下：

公司简称	总资产 (万元)	产量 (万只/套)	销售收入（万元）		净利润 (万元)	研发投入 (万元)	研发投入占比
			整体收入	其中杯壶产品			
虎牌	未披露	未披露	185,800.00	未披露	未披露	未披露	未披露
象印	569,284.21	未披露	433,880.00	90,615.80	25,338.02	4,379.41	1.01%
乐扣乐扣	444,780.93	未披露	291,100.00	82,484.36	8,660.56	2,008.07	0.69%
星巴克	20,231,902.85	未披露	18,728,975.49	未披露	2,707,009.34	未披露	未披露
苏泊尔	1,389,945.64	5,428.23	2,158,533.14	未披露	194,137.15	45,011.05	2.09%

公司简称	总资产 (万元)	产量 (万只/套)	销售收入（万元）		净利润 (万元)	研发投入 (万元)	研发投入占比
			整体收入	其中杯壶产品			
哈尔斯	233,038.44	5,039.15	238,891.02	232,540.27	12,847.71	10,429.08	4.37%
嘉益股份	73,711.63	2,113.64	58,562.89	57,124.62	8,153.04	2,742.24	4.68%
发行人	87,654.46	1,170.42	70,004.40	67,516.63	19,622.96	2,801.02	4.00%

注 1：虎牌 2022 财年（2022 年 4 月 20 日）营业收入数据来源于官网介绍；象印 2021 财年（2021 年 11 月 20 日）数据来源于 2021 财年财报；乐扣乐扣 2021 年数据来源于官网发布的可持续发展报告；星巴克 2021 财年（2021 年 10 月 3 日）数据来源于 2021 财年财报，分产品营业收入中未披露杯壶产品的销售收入。以上数据均折算成人民币；

注 2：国内上市竞争对手苏泊尔、哈尔斯、嘉益股份数据来源于各上市公司 2021 年度报告，其中苏泊尔未披露杯壶产品的销售收入。其中，苏泊尔年度报告产量划分口径为炊具产品及电器产品，上表列示的产量数据为炊具产品产量；哈尔斯、嘉益股份主要产品为不锈钢等金属材料杯壶产品，年度报告也仅列示金属制品产量，故上表列示的产量数据为金属制品产量；上表列示的发行人产量数据为发行人总产量；

注 3：膳魔师、富光实业、上海宏晨家庭用品有限公司和广东思宝不锈钢制品有限公司无法获取相关数据，故未列示

发行人的资产规模和销售收入相对同行业竞争对手较小，但研发投入占比高于同行业竞争对手平均水平，主要原因系发行人专注自主品牌杯壶产品的研发、设计、生产和销售，积极投入资金开发新产品、新工艺，提高公司产品性能、丰富产品结构、优化生产工艺，巩固自身的核心竞争力。同行业竞争对手如苏泊尔产品品类丰富，覆盖范围广泛；哈尔斯为上市多年的企业，且主要营业收入来自 OEM 代加工业务，因此总体规模相对发行人较大。

根据同行业竞争对手招股说明书、定期报告及互联网公开信息检索，同行业竞争对手与杯壶产品相关的技术和装备情况概述如下：

公司简称	技术和装备情况概述
膳魔师	膳魔师的核心技术是真空断热技术。膳魔师不锈钢保温瓶，至少经过二十道的生产流程；以双层不锈钢金属，冲焊制成具有外瓶及内胆的容器，再将外瓶及内胆中间的密封区抽成真空状态，阻绝内胆里和瓶子外的对流传热的扩散效应，让容器内容物受到常温热传导效应的影响减到最小，真空系数的大小，决定了保温瓶的性能。
虎牌	虎牌 2008 年推出的 MMP 系列真空绝缘便携式保温杯获日本 2021 年优秀设计长寿设计奖；其 MCS 系列真空绝缘不锈钢带吸管保温杯获日本 2021 年优秀设计奖。虎牌的核心技术从最初的保温保冷技术已发展为高度真空绝热技术，其保温瓶也被应用于航天产业等各种最尖端的领域，2018 年 11 月 11 日从国际空间站 ISS 运回地球的小型回收胶囊便是由虎牌开发的真空双层绝热容器，用于以保冷状态存储贵重的宇宙实验样本。
象印	象印品牌的核心技术是用于制造真空瓶的真空绝缘技术，以及用于电饭煲和加热器等产品的温度控制技术。
乐扣乐扣	乐扣乐扣最前沿的技术和设计创新来源于它的 LL 实验室和设计中心。其 LL 实验室致力于产品、材料和商业模式的研发，旨在推动乐扣乐扣所追求的生活创新，从而满足消费者需求并提供新体验。乐扣乐扣的设计中心基于设计

公司简称	技术和装备情况概述
	思维领导的创新设计赢得了红点设计奖、德国设计奖、IF 设计奖等诸多大奖，赢得了全球认可。
星巴克	星巴克的主营业务是咖啡零售，其依靠庞大的门店网络销售杯类产品，主要杯类产品依靠 OEM 代工。
苏泊尔	苏泊尔的主营业务为明火炊具、厨房小家电、厨卫电器、生活家居电器等，2014 年起拓展真空保温杯业务条线。
哈尔斯	哈尔斯主要产品制造技术有超薄不锈钢焊接圆管水介质液压成形技术、不锈钢旋薄拉伸成形技术、一体式轻量化不锈钢内胆制造技术、基于三维信息测量的智能激光焊接技术、三室连续式无尾真空钎焊技术等，均已应用于批量生产。其主要机器设备包括注塑机、水胀机、车床、有尾真空炉、无尾真空炉、数控车床、焊接机等。
嘉益股份	嘉益股份的核心技术主要应用于各类不锈钢真空保温器皿的生产，包括超薄不锈钢焊接圆管合金密封液压成形技术、真空气染印技术、轻量旋薄技术、智能温显技术、不锈钢保温杯新型表面处理技术、不锈钢保温杯轧花技术等。其主要生产设备包括注塑机、高真空钎焊炉、内胆外壳机器人自动下料设备、连续激光焊接机、三涂一烤生产线等。

3、发行人的行业地位及市场占有率

公司的产品系列齐全，涵盖玻璃杯、不锈钢真空保温杯、钛真空保温杯、塑料杯、水壶及其他日用器皿等产品，广泛应用于家居、办公、礼品等多种领域。公司自成立以来，一直高度重视产品质量，并持续进行品牌和营销渠道的建设，形成了公司在杯壶行业内较高的品牌认知度和市场竞争力。2019 年、2020 年、2021 年及 2022 年 1-6 月，公司分别实现主营业务收入 57,038.30 万元、54,117.86 万元、67,516.63 万元及 31,483.81 万元，实现了业绩的较快增长。

公司的自主品牌杯壶产品受到了消费者的高度认可，官方旗舰店及“希诺”品牌均在淘宝、天猫平台和京东平台同行业店铺、同行业品牌中名列前茅，其中，玻璃杯产品因为更符合中国的茶饮习惯，与国际知名杯壶品牌错位竞争，取得了较高的市场地位。

根据京东商智及淘宝生意参谋的统计数据，报告期内，公司的旗舰店及“希诺”品牌的玻璃杯在京东平台中一直处于前 3 名的位置，在淘宝、天猫平台中一直处于前 5 名的位置，具体如下：

（1）店铺销售额排名

报告期内，淘宝、天猫平台开设的店铺中，公司天猫旗舰店在“餐饮用具”下“玻璃杯类目”的店铺中销售额排名一直处于前 5 名的位置，在“保温

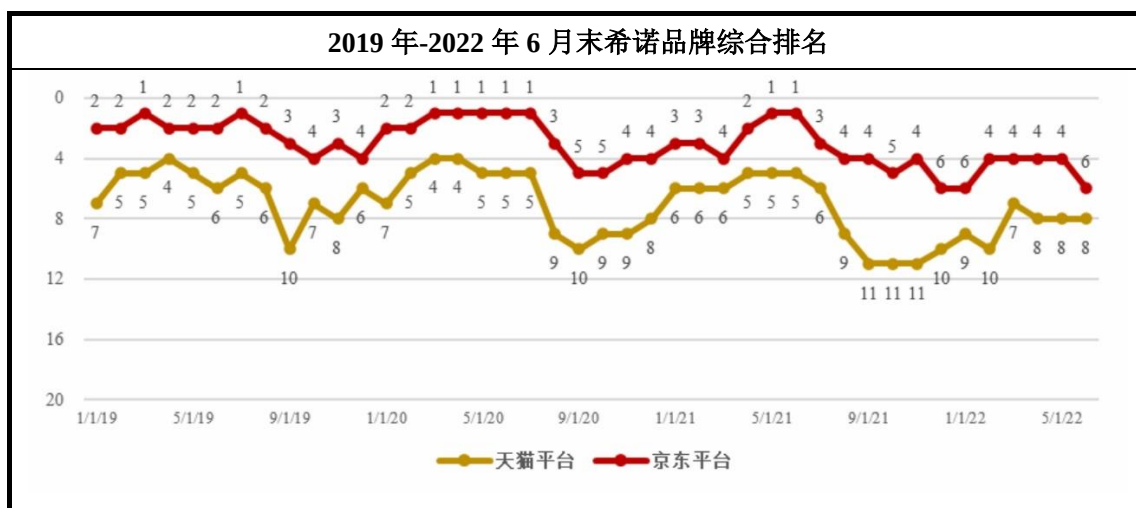
杯类目”的店铺中销售额排名基本处于第 30-50 名的位置；京东平台开设的店铺中，公司京东旗舰店在“水具酒具”下“玻璃杯类目”的店铺中销售额排名一直位居前 3 名，在“保温杯类目”的店铺中销售额排名基本处于第 10-30 名的位置。

（2）杯壶品牌销售额排名

报告期内，“希诺/HEENOOR”品牌在天猫平台“餐饮用具”下玻璃杯类目中的排名一直处于第 1 名、第 2 名的位置，在保温杯类目的排名基本处于第 10-20 名的位置；“希诺/HEENOOR”品牌在京东旗舰店“水具酒具”下玻璃杯类目品牌榜单中的排名一直处于第 1 名、第 2 名的位置，在保温杯类目品牌榜单中的排名基本处于第 5-15 名。

（3）杯壶品牌的综合排名

报告期内，“希诺/HEENOOR”品牌在天猫平台分类中“餐饮用具”下“杯子/水杯/水壶”大类目中的销售额排名基本处于前十名的位置；在京东平台“水具酒具”大类目中的销售额排名基本处于前五名的位置。具体排名情况如下：



（4）市场占有率

根据艾瑞咨询数据，2019 年至 2021 年中国杯壶市场细分产品市场规模分别为 282.12 亿元、271.28 亿元和 326.03 亿元，发行人的杯壶产品市场占有率分别为 2.02%、1.99%和 2.07%，分产品的市场占有率情况如下表所示：

单位：百万元

类别	项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
玻璃杯	发行人玻璃杯销售收入	432.40	334.94	346.31
	玻璃杯市场规模	9,763.00	7,792.00	7,930.00
	细分市场占有率估算	4.43%	4.30%	4.37%
真空保温杯	发行人真空保温杯（壶）销售收入	225.27	187.48	202.09
	真空保温杯（壶）市场规模	17,219.00	14,430.00	14,984.00
	细分市场占有率估算	1.31%	1.30%	1.35%
塑料杯	发行人塑料杯销售收入	16.88	17.15	21.13
	塑料杯市场规模	5,620.00	4,906.00	5,298.00
	细分市场占有率估算	0.30%	0.35%	0.40%
合计	发行人主营业务收入	675.17	541.18	570.38
	中国杯壶市场规模	32,603.00	27,128.00	28,212.00
	市场占有率估算	2.07%	1.99%	2.02%

我国杯壶行业中生产企业众多，多数企业规模不大、品牌影响力较小，导致产业集中度整体较低，仅有少数企业拥有相对较大的市场规模和较强的品牌影响力，在行业中处于领先地位。

发行人 2019 年至 2021 年市场占有率分别为 2.02%、1.99%和 2.07%，总体保持稳定。随着杯壶行业的快速发展以及消费者对国内自主品牌杯壶产品的认可度提高，包括发行人在内的领先企业的经营规模和市场占有率拥有较大提升空间。

4、发行人的主要竞争优势与劣势

（1）发行人的主要竞争优势

① 自有品牌优势

公司一直坚持以“一只杯装下民族的品味”为使命打造精品杯壶，凭借长期以来优异的产品设计和质量表现，“希诺/HEENoor”品牌已经成为中国高端杯壶的知名品牌，成为广大用户自用或礼赠亲友的上佳选择。公司正在进一步加大品牌的开发力度，进一步巩固并增强公司的整体品牌优势。

② 研发设计优势

经过长期的积累，公司形成了完善的研发设计体系，拥有专业、高素质的

杯壶产品研发队伍，具有多项发明专利、实用新型专利和外观设计专利，是《双层玻璃口杯》（QB/T 5035-2017）、《不锈钢真空保温容器》（GB/T 40355-2021）等多个行业标准的起草人，具有较强的研发和设计能力，可以根据市场的需求迅速做出响应并进行产品开发，有效缩短产品研发、设计周期，提高公司的市场竞争力和产品的更新迭代能力。

③ 产品品质优势

公司管理层将产品质量视为公司赖以生存的基础，始终高度重视质量管理工作，建立了较为完善的质量管理体系，在采购、生产和销售各环节均实施了较为完备、系统的质量检验程序。公司通过持续完善质量管理体系，强化过程控制，注重质量监督与考核，不断提升质量管理能力和控制水平。公司在首届“中国制造 2020 高峰论坛”暨“中国制造十佳品质评选”中获得品质优秀奖。

④ 制造技术优势

公司始终专注于各类杯壶产品的研发、设计、生产和销售，多年来经过不断地开拓进取和探索创新，公司生产和技术人员已对各工序的生产设备操作熟练，对各类产品的工艺参数把握精准，并形成了多项核心制造技术。公司近年来不断投入自动化和智能化设备，稳步提升生产效率和产品质量，确保了公司产品生产能力可以满足客户需求。

此外，公司还不断完善产品生产流程中与技术和设备相关的要素，不断提高产品质量和生产效率，满足客户需求，提升公司自身的盈利能力、市场竞争力和可持续发展能力。

（2）发行人的主要竞争劣势

① 品牌知名度需要进一步开拓

经过多年发展，公司已成为国内知名的自主品牌杯壶产品制造商。但在不锈钢真空保温器皿领域与膳魔师、虎牌、象印、星巴克等国际知名品牌相比，在客户认知、营销渠道、市场资源等方面尚不具备明显优势。

② 高端人才储备有待进一步提高

近年来，公司业务规模持续增长，进入快速发展阶段。在产品研发设计、

营销网络建设、智能化生产、公司管理方面都需要专业的高端人才。未来，能否持续地引进和培养高素质人才，将成为公司面临的挑战之一。高端人才储备不足对公司发展形成了制约，对公司规模扩张和新产品推出也会有一定的不利影响。

5、发行人与同行业可比公司比较

（1）同行业可比公司的选择依据及相关业务可比程度

公司主要从事自主品牌杯壶产品的研发、设计、生产和销售。公司产品涵盖玻璃杯、真空保温杯及塑料杯等。

目前国内还没有以自主品牌为主的杯壶产品上市公司。家居用品上市公司多以家具生产企业以及日化、纸巾等快消品企业为主。家具产品属于单位价值高的耐用品，日化、纸巾等快消品使用周期短，重复购买频率高。而杯壶产品则是介于耐用品和快消品之间，属于可以重复使用的半耐用品。

因此，在选取同行业可比公司时，主要采用如下选取标准：

① 主营业务

发行人主营业务为自主品牌杯壶产品的研发、设计、生产和销售，主要产品为玻璃杯、真空保温杯等，因此选取主营业务为生产杯壶产品等属性较为接近的生活家居用品的上市公司作为可比公司。

② 产品耐用度

发行人主要产品为杯壶产品，属于 Wind 家居用品行业范畴，耐用程度介于耐用品和快消品之间，属于可以重复使用的半耐用品，因此选取 Wind 家居用品行业范畴内生产半耐用品的上市公司作为可比公司。

③ 品牌知名度

发行人作为自主品牌杯壶产品生产厂商，自主品牌“希诺/HEENOOR”具有较高的市场知名度，未来也将不断强化自身的品牌优势，因此选取在行业内品牌知名度较高的上市公司作为可比公司。

结合上述三个维度，发行人选取哈尔斯（002615.SZ）、嘉益股份（301004.SZ）、张小泉（301055.SZ）、双枪科技（001211.SZ）作为同行业可

比上市公司，其中，哈尔斯和嘉益股份的主要产品为不锈钢真空保温器皿，但其以代工模式为主；张小泉的主要产品为自有品牌的剪具、刀具、套刀剪组合和其他生活家居用品；双枪科技的主要产品为自有品牌的日用餐厨具，上述公司主营业务、产品耐用度、品牌知名度与发行人具有一定的可比性，具体情况如下：

公司名称	主营业务	主要产品	耐用程度	品牌知名度
哈尔斯	不锈钢真空保温器皿的研发设计、生产与销售	保温杯、保温瓶、保温壶、保温饭盒、焖烧壶等不锈钢真空保温器皿以及铝瓶、玻璃杯、塑料杯	半耐用品	以 OEM 为主，有部分自主品牌产品
嘉益股份	不锈钢真空保温器皿的研发、生产和销售	不锈钢真空保温器皿、非真空器皿	半耐用品	以 OEM 为主，有部分自主品牌产品
张小泉	剪具、刀具、套刀剪组合及其他生活家居用品的生产销售	剪具、刀具、套刀剪及其他生活家居用品	半耐用品	自主品牌
双枪科技	竹制品的研发、制造及销售	筷子、砧板、勺铲、签类及其他餐厨具	半耐用品	自主品牌

综上所述，发行人按照主营业务、产品耐用度、品牌知名度等标准选取的同行业上市公司全面、合理、具有可比性。

（2）发行人与同行业可比公司的对比情况

发行人与同行业可比公司的主营业务、业务规模和技术实力对比情况如下：

公司名称	主营业务	业务规模	主要技术实力
哈尔斯	不锈钢真空保温器皿的研发设计、生产与销售	2021 年实现营业收入 238,891.02 万元，其中真空器皿 210,418.73，玻璃杯 1,946.70 万元，塑料杯 5,884.72 万元；金属制品产量 5,039.15 万套	哈尔斯主要产品制造技术有超薄不锈钢焊接圆管水介质液压成形技术、不锈钢旋薄拉伸成形技术、一体式轻量化不锈钢内胆制造技术、基于三维信息测量的智能激光焊接技术、三室连续式无尾真空钎焊技术等，均已应用于批量生产。其主要机器设备包括注塑机、水胀机、车床、有尾真空炉、无尾真空炉、数控车床、焊接机等。
嘉益股份	不锈钢真空保温器皿的研发、生产和销售	2021 年实现营业收入 58,562.89 万元，其中不锈钢真空保温器皿的营业收入为人民币 54,218.66 万元，金属制品产量为 2,113.64 万套。	嘉益股份的核心技术主要应用于各类不锈钢真空保温器皿的生产，包括超薄不锈钢焊接圆管合金密封液压成形技术、真空气染印技术、轻量旋薄技术、智能温显技术、不锈钢保温杯新型表面处理技术、不锈钢保温杯轧花技术等。其主要生产设备包括注塑机、高真空钎焊炉、内胆外壳机器入自动下料设备、连续激光焊接机、三涂一烤生产线等。

公司名称	主营业务	业务规模	主要技术实力
张小泉	剪具、刀具、套刀剪组合及其他生活家居用品的生产销售	2021 年实现营业收入 76,004.06 万元，生活五金制品产量为 3,393.56 万把	/
双枪科技	竹制品的研发、制造及销售	2021 年实现营业收入 97,570.68 万元，相关产品的生产数量未披露	/

2022 年 6 月 30 日/2022 年 1-6 月发行人与可比公司的关键财务数据和指标对比情况如下：

项目	哈尔斯	嘉益股份	张小泉	双枪科技	发行人
总资产（万元）	244,364.71	84,630.13	98,469.67	121,305.91	85,598.83
净资产（万元）	99,847.70	66,108.39	68,402.45	94,876.90	73,884.21
资产负债率（%）	59.14	21.89	30.53	21.79	13.69
流动比率（倍）	1.37	3.27	1.48	3.21	5.07
速动比率（倍）	0.93	2.54	0.83	2.34	2.52
营业收入（万元）	129,563.57	45,739.23	43,857.04	38,829.84	32,905.60
营业利润（万元）	15,084.73	10,076.90	4,173.22	2,281.36	9,992.19
净利润（万元）	12,527.60	8,577.50	3,458.29	1,913.16	8,178.53
每股经营活动产生的现金流量净额（元）	0.47	0.55	0.10	0.61	-0.06
每股收益（元）	0.30	0.86	0.22	0.27	0.22
应收账款周转率（次/年）	11.84	9.79	20.02	2.84	40.72
存货周转率（次/年）	3.45	5.03	3.09	2.39	1.16
毛利率（%）	26.94	29.87	36.77	35.23	55.23
研发费用率（%）	3.87	3.50	2.58	3.24	5.01

注：2022年1-6月应收账款周转率、存货周转率系年化值

三、销售情况和主要客户

（一）主要产品的产能、产量及产能利用情况

报告期内，公司产能利用率较高，主要产品的产能、产量及产能利用率的情况如下表所示：

单位：万只

项目	2022 年 1-6 月			2021 年度		
	产能	产量	产能利用率	产能	产量	产能利用率
玻璃杯	453.42	400.51	88.33%	780.98	767.62	98.29%
其中：						
（1）双层玻璃杯	268.26	245.55	91.54%	459.22	449.80	97.95%
（2）单层玻璃杯	185.16	154.96	83.69%	321.76	317.82	98.78%
真空保温杯	190.92	85.94	45.01%	310.64	320.12	103.05%
塑料杯及其他	41.52	36.16	87.10%	83.03	82.68	99.58%
合计	685.85	522.61	76.20%	1,174.65	1,170.42	99.64%
项目	2020 年度			2019 年度		
	产能	产量	产能利用率	产能	产量	产能利用率
玻璃杯	668.90	545.47	81.55%	629.62	653.70	103.83%
其中：						
（1）双层玻璃杯	394.28	356.82	90.50%	346.31	355.53	102.66%
（2）单层玻璃杯	274.63	188.66	68.70%	283.31	298.17	105.25%
真空保温杯	261.26	201.50	77.13%	266.05	246.91	92.81%
塑料杯及其他	83.03	67.03	80.73%	124.55	119.31	95.79%
合计	1,013.20	814.00	80.34%	1,020.21	1,019.92	99.97%

各类别产品年度产能=每工时标准产能*瓶颈工序设备台数（或产线数量）*每日投入工时*月生产天数*合格率*12个月。

2021 年末，公司对部分生产设备进行自动化升级换代，2022 年上半年玻璃杯及真空保温杯的产能相较以前年度有所提高，但受新冠疫情影响，公司 2022 年上半年的生产及销售均受到一定程度影响，导致公司产能利用率有所下降。

（二）主要产品的产销情况

报告期内，公司主要产品的产量、销量及产销率情况如下表所示：

单位：万只

项目	2022 年 1-6 月			2021 年度		
	产量	销量	产销率	产量	销量	产销率
玻璃杯	400.51	339.16	84.68%	767.62	705.52	91.91%
其中：						
（1）双层玻璃杯	245.55	206.60	84.14%	449.80	413.15	91.85%
（2）单层玻璃杯	154.96	132.56	85.55%	317.82	292.37	91.99%
真空保温杯	85.94	76.85	89.43%	320.12	249.63	77.98%

塑料杯及其他	36.16	35.46	98.05%	82.68	76.55	92.59%
合计	522.61	451.47	86.39%	1,170.42	1,031.70	88.15%
项目	2020 年度			2019 年度		
	产量	销量	产销率	产量	销量	产销率
玻璃杯	545.47	532.46	97.61%	653.70	591.94	90.55%
其中：						
（1）双层玻璃杯	356.82	319.29	89.48%	355.53	338.00	95.07%
（2）单层玻璃杯	188.66	213.16	112.99%	298.17	253.94	85.17%
真空保温杯	201.50	205.36	101.92%	246.91	248.37	100.59%
塑料杯及其他	67.03	77.10	115.02%	119.31	112.61	94.38%
合计	814.00	814.92	100.11%	1,019.92	952.91	93.43%

报告期内，公司主要产品的产销率维持在较高水平。2021 年，发行人真空保温杯的产销率相较于其他年度有所下降，主要系发行人推出新品牌真空保温杯产品，扩大了真空保温杯的生产规模，致使真空保温杯的产量有所上升。2022 年 1-6 月，受上海地区新冠疫情影响，公司发货受到一定程度影响，玻璃杯的销量有所下降，导致玻璃杯产销率相较于其他年度有所下降。

（三）主要产品的销售情况

1、主要产品按产品结构分类的收入构成情况

报告期内，公司主要产品的销售收入及占比情况如下表所示：

单位：万元

产品类型	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比
杯类器皿：	31,236.41	99.21%	66,951.60	99.16%	53,494.46	98.85%	56,361.72	98.81%
（1）玻璃杯	23,284.54	73.96%	43,239.68	64.04%	33,493.53	61.89%	34,631.09	60.72%
其中：双层玻璃杯	18,069.51	57.39%	32,807.33	48.59%	25,451.97	47.03%	25,581.71	44.85%
单层玻璃杯	5,215.03	16.56%	10,432.35	15.45%	8,041.56	14.86%	9,049.38	15.87%
（2）真空保温杯	7,197.42	22.86%	22,023.69	32.62%	18,285.88	33.79%	19,617.30	34.39%
其中：不锈钢真空保温杯	6,761.25	21.48%	20,402.61	30.22%	17,006.25	31.42%	19,617.30	34.39%
钛真空保温杯	436.17	1.39%	1,621.08	2.40%	1,279.63	2.36%	-	-
（3）塑料杯	754.44	2.40%	1,688.23	2.50%	1,715.05	3.17%	2,113.34	3.71%
非杯类器皿：	247.41	0.79%	565.03	0.84%	623.39	1.15%	676.57	1.19%

产品类型	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比
（1）保温壶	191.43	0.61%	502.89	0.74%	462.35	0.85%	591.81	1.04%
（2）其他日用器皿	55.98	0.18%	62.14	0.09%	161.05	0.30%	84.76	0.15%
合计	31,483.81	100.00%	67,516.63	100.00%	54,117.86	100.00%	57,038.30	100.00%

公司的主导产品为杯类产品，报告期各期实现的销售收入分别为 56,361.72 万元、53,494.46 万元、66,951.60 万元及 31,236.41 万元，占同期主营业务收入的 比例分别为 98.81%、98.85%、99.16%及 99.21%。

2、主要产品按销售模式分类的收入构成情况

报告期内，公司销售渠道包括经销渠道、直营销销售渠道、线上销售渠道等，其中经销为公司最主要的销售模式。报告期各期，经销模式销售收入占主营业务 收入比例分别为 79.03%、77.67%、78.63%及 75.41%。报告期内，公司分销售模式的收入情况如下所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
线下销售：	25,028.67	79.50%	55,629.14	82.39%	44,092.19	81.47%	47,286.82	82.90%
经销	23,741.98	75.41%	53,090.40	78.63%	42,035.60	77.67%	45,078.59	79.03%
直销	1,286.69	4.09%	2,538.74	3.76%	2,056.59	3.80%	2,208.24	3.87%
线上销售：	6,455.14	20.50%	11,887.49	17.61%	10,025.67	18.53%	9,751.48	17.10%
直销（旗舰店）	3,678.17	11.68%	7,565.08	11.20%	7,543.99	13.94%	7,637.32	13.39%
代销（京东自营、天猫超市等）	2,776.97	8.82%	4,322.41	6.40%	2,481.68	4.59%	2,114.15	3.71%
合 计	31,483.81	100.00%	67,516.63	100.00%	54,117.86	100.00%	57,038.30	100.00%

经过多年的经营积累，公司建立了较为完善的线下经销网络，公司的主营 业务收入主要是以线下经销模式为主，报告期内经销收入占比均超过 75%。公 司线上销售主要系通过开设电商平台旗舰店进行直接销售，及通过电商平台的 自营店进行代理销售。

3、报告期内前五大经销客户及销售情况

报告期内，公司前 5 大经销客户的销售金额及占主营业务收入比例如下：

单位：万元

2022 年 1-6 月			
序号	客户名称	销售收入	占比
1	郑州尚品贸易有限公司及其关联方[注 1]	2,611.16	8.29%
2	郑州君益贸易有限公司及其关联方[注 2]	1,948.94	6.19%
3	陕西天奇家庭用品有限公司	1,622.42	5.15%
4	湖北元广商贸有限公司	1,597.85	5.08%
5	西安乾坤丽华商贸有限公司	986.66	3.13%
合计		8,767.02	27.85%
2021 年度			
序号	客户名称	销售收入	占比
1	郑州尚品贸易有限公司及其关联方	6,068.40	8.99%
2	郑州君益贸易有限公司及其关联方	3,461.47	5.13%
3	湖北元广商贸有限公司	2,979.81	4.41%
4	陕西天奇家庭用品有限公司	2,551.27	3.78%
5	成都富光鸿晟贸易有限公司	1,939.00	2.87%
合计		16,999.94	25.18%
2020 年度			
序号	客户名称	销售收入	占比
1	郑州尚品贸易有限公司及其关联方	4,871.50	9.00%
2	郑州君益贸易有限公司及其关联方	3,544.33	6.55%
3	陕西天奇家庭用品有限公司	2,294.85	4.24%
4	兰州双安商贸有限公司及其关联方[注 3]	1,808.32	3.34%
5	成都富光鸿晟贸易有限公司	1,688.49	3.12%
合计		14,207.49	26.25%
2019 年度			
序号	客户名称	销售收入	占比
1	郑州尚品贸易有限公司及其关联方	5,729.13	10.04%
2	郑州君益贸易有限公司及其关联方	3,143.54	5.51%
3	南京恒协商贸有限公司	2,437.45	4.27%
4	陕西天奇家庭用品有限公司及其关联方	2,207.02	3.87%
5	义乌市金卡罗日用品有限公司	1,930.31	3.38%
合计		15,447.45	27.08%

注1：郑州尚品贸易有限公司及其关联方包含郑州尚品贸易有限公司、郑州水航商贸有限公司、郑州郑诚贸易有限公司、河南郑诚贸易有限公司、郑州文妮瑞贸易有限公司、郑州艾尚生活贸易有限公司等6家主体；

注2：郑州君益贸易有限公司及其关联方包含郑州君益贸易有限公司、郑州杰汐商贸有限公司、郑州若鑫商贸有限公司、自然人张*意等4家主体；

注3：兰州双安商贸有限公司及其关联方包含兰州双安商贸有限公司、兰州启恒贸易有限公司等2家主体。

报告期内，发行人不存在向单个客户的销售比例超过总额的 50%或严重依赖少数客户的情形，上述客户与发行人不存在关联关系。

（四）报告期内新增前五大客户情况

报告期内，公司各期新增前五大经销客户情况如下：

期间	客户名称	成立时间	注册地	注册资本	合作背景
2022 年 1-6 月	西安乾坤丽华商贸有限公司	2016-06-30	陕西省西安市	50 万元	2004 年开始合作，2021 年为第 8 大经销客户，随着合作加深，公司对其销售规模逐渐扩大
2021 年	湖北元广商贸有限公司	2015-01-19	湖北省孝感市	2,000 万元	自 2012 年开始合作，2020 年为第 7 大经销客户，随着合作加深，公司对其销售规模逐渐扩大
2020 年	兰州双安商贸有限公司	2015-01-30	甘肃省兰州市	200 万元	自 2008 年开始合作，为加深双方合作，并加大西北地区市场的拓展力度，当年，公司针对兰州双安商贸有限公司制定了特殊返利政策，销售金额相应增加
	成都富光鸿晟贸易有限公司	2013-05-17	四川省成都市	200 万元	自 2012 年开始合作，2019 年为第 6 大经销客户，随着合作加深，公司对其销售规模逐渐扩大

注：2008年-2015年，兰州双安商贸有限公司使用兰新电器综合市场双安家居用品商行与公司合作；其他经销客户在该主体成立之前使用个体工商户与公司合作

报告期内，公司前五大经销客户整体较为稳定，新增前五大经销客户主要系随着合作加深，公司对其销售规模逐渐扩大，不存在合作不久即成为前五大经销客户的情形。

（五）主要产品的销售价格及变动情况

报告期内，公司主要产品销售价格及变动情况如下表所示：

单位：元/只

产品类型	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	平均单价	变动率	平均单价	变动率	平均单价	变动率	平均单价
杯类器皿：	69.51	7.12%	64.89	-1.69%	66.01	10.99%	59.48
（1）玻璃杯	68.65	12.02%	61.29	-2.57%	62.90	7.52%	58.50

产品类型	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	平均单价	变动率	平均单价	变动率	平均单价	变动率	平均单价
其中：双层玻璃杯	87.46	10.14%	79.41	-0.38%	79.71	5.32%	75.69
单层玻璃杯	39.34	10.25%	35.68	-5.41%	37.72	5.86%	35.64
（2）真空保温杯	93.65	6.15%	88.22	-0.92%	89.04	12.73%	78.98
其中：不锈钢真空保温杯	89.64	7.04%	83.74	-1.91%	85.37	8.08%	78.98
钛真空保温杯	306.67	13.28%	270.72	30.22%	207.89	-	-
（3）塑料杯	22.63	2.62%	22.05	-6.69%	23.63	20.05%	19.69
非杯类器皿：	116.67	-4.32%	121.94	-11.22%	137.35	6.89%	128.49
（1）保温壶	149.44	5.52%	141.62	0.81%	140.48	9.38%	128.43
（2）其他日用器皿	66.68	16.15%	57.40	-55.53%	129.09	0.10%	128.97
合计	69.74	6.97%	65.19	-1.83%	66.41	10.97%	59.86

四、采购情况和主要供应商

（一）原材料和能源及其供应情况

1、主要原材料采购情况

公司产品的主要原材料为不锈钢材料、塑料粒子、钛材料、玻璃管材、纸张包材等。报告期内，公司主要原材料采购情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占当期采购总额比例	金额	占当期采购总额比例	金额	占当期采购总额比例	金额	占当期采购总额比例
不锈钢材料	1,069.57	11.44%	4,276.67	20.55%	2,669.36	18.67%	1,719.72	13.60%
玻璃管材	2,593.04	27.73%	3,627.78	17.43%	2,055.45	14.37%	2,140.84	16.92%
塑料粒子	936.43	10.01%	1,893.75	9.10%	1,225.76	8.57%	1,658.41	13.11%
钛材料	59.22	0.63%	1,397.32	6.71%	2,059.13	14.40%	213.75	1.69%
油漆原料	356.45	3.81%	1,076.20	5.17%	549.01	3.84%	631.73	4.99%
纸张包材	1,134.19	12.13%	2,279.73	10.95%	1,737.05	12.15%	1,834.22	14.50%
小计	6,148.90	65.75%	14,551.45	69.92%	10,295.76	71.99%	8,198.67	64.81%

2、主要原材料价格变动情况

项目	单位	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度

		平均 单价	变动率	平均 单价	变动率	平均 单价	变动率	平均 单价
不锈钢材料	元/千克	19.78	10.88%	17.84	16.68%	15.29	-1.99%	15.60
钛材料	元/千克	112.54	-50.73%	228.41	23.49%	184.95	3.12%	179.35
玻璃管材	元/千克	4.67	8.51%	4.31	5.12%	4.10	-0.97%	4.14
塑料粒子	元/千克	16.11	-10.72%	18.04	39.74%	12.91	-10.66%	14.45
油漆原料	元/千克	21.80	-5.32%	23.03	34.68%	17.10	-7.17%	18.42

（1）不锈钢材料

公司采购的不锈钢材料包括不锈钢卷料和不锈钢管材，报告期各期采购金额、采购单价（不含税）和市场年度平均价格比较情况如下：

单位：万元、元/千克

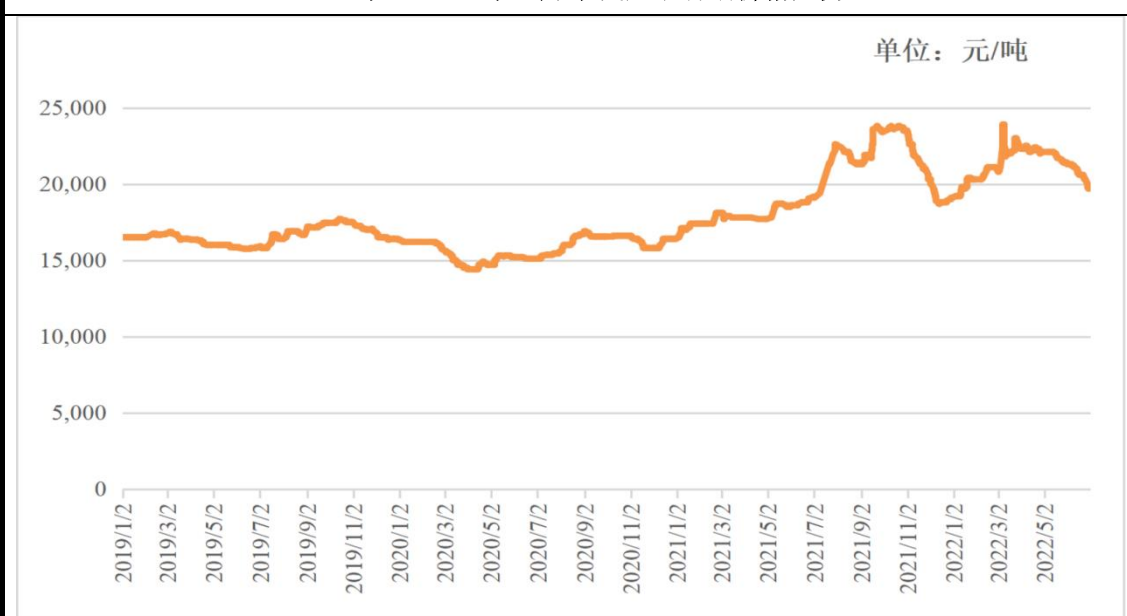
材料名称	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	采购金额	平均采购单价	采购金额	平均采购单价	采购金额	平均采购单价	采购金额	平均采购单价
不锈钢卷料	904.43	19.06	3,949.47	17.58	2,402.71	15.00	1,552.63	15.31
不锈钢管材	165.13	24.92	327.19	21.81	266.65	18.56	167.09	19.02
不锈钢卷料年度平均市场价格（含税）	21.28		19.98		15.77		16.58	

数据来源：上海宝新 304/2B 冷轧不锈钢卷:0.5mm，Wind资讯

报告期内，公司采购的不锈钢材料以不锈钢卷料为主，期间会采购少量不锈钢管材，同一时期，相同型号的不锈钢管材采购价格通常会高于不锈钢卷料。报告期内，公司不锈钢材料的采购价格有所波动，波动趋势基本与不锈钢卷料的平均市场价格变动趋势一致。

2019 年以来，不锈钢卷料市场价格具体情况如下：

2019 年至 2022 年 6 月年我国不锈钢价格走势



数据来源：上海宝新 304/2B 冷轧不锈钢卷:0.5mm，Wind 资讯。

（2）塑料粒子

报告期各期，公司塑料粒子的采购单价（不含税）和市场平均价格比较情况如下：

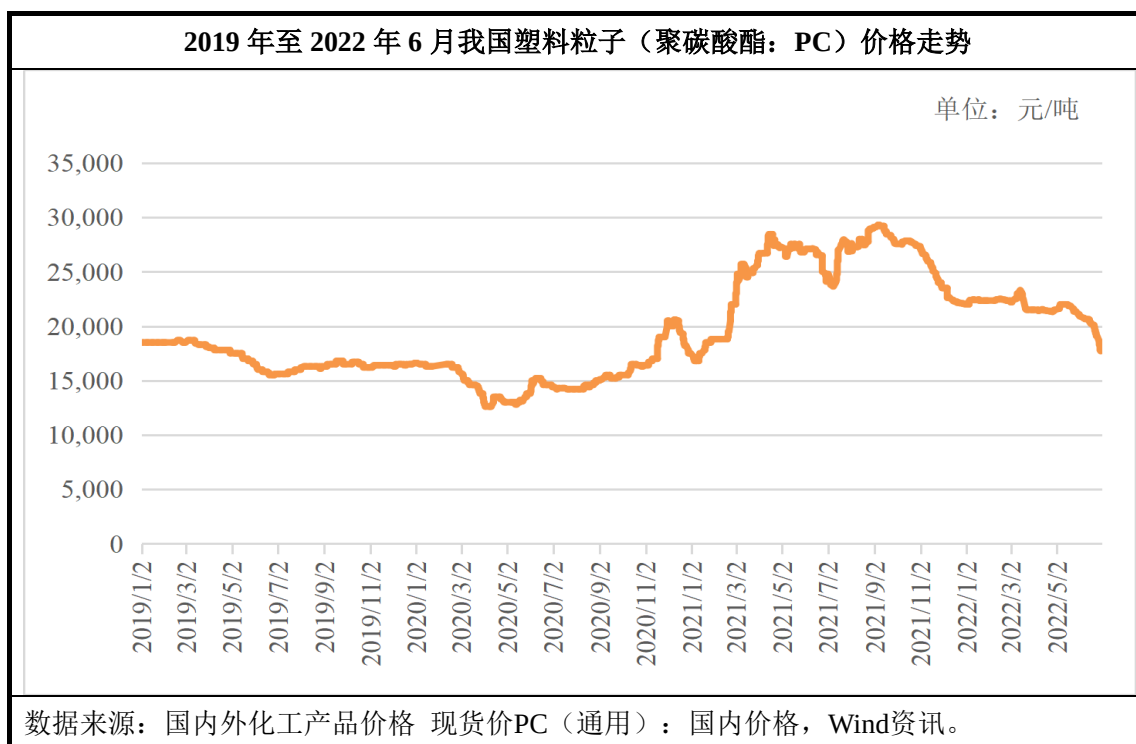
单位：元/千克

材料名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
塑料粒子	16.11	18.04	12.91	14.45
塑料粒子（聚碳酸酯：PC）市场平均价格（含税）	21.65	25.20	15.46	17.00

数据来源：国内外化工产品价格 现货价PC（通用）：国内价格，Wind资讯

2019 年至 2022 年 1-6 月期间，公司塑料粒子采购单价略有波动，与同期市场价格波动情况基本一致。公司各期塑料粒子采购价格低于市场价格，主要系因公司除采购塑料粒子 PC 料以外，还采购了一定数量的 PP 料、ABS 料，上述材料价格均低于 PC 料的价格。

同期塑料粒子（聚碳酸酯：PC）价格波动情况如下：



（3）其他主要原材料

公司的其他主要原材料包括玻璃管材及钛材料，其无公开披露的市场价格数据。公司采购的钛材料分为钛管材与钛卷料，其中钛管材用于生产杯身，钛卷料用于生产杯盖、内塞等配件，其生产工艺不同，钛管材的采购单价高于钛卷料，2022 年 1-6 月，公司采购的钛材料为钛卷料，因此平均采购单价有所下降。

3、主要能源消耗情况

公司生产经营所需的主要能源为水、电、天然气、液化气和液氧。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表所示：

项目			2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
气	天然 气	采购金额（万元）	331.91	506.60	370.08	244.42
		采购数量（万立方米）	68.02	137.28	106.71	67.02
		采购单价 （元/立方米）	4.88	3.69	3.47	3.65
	液化 气	采购金额（万元）	108.18	153.04	106.98	366.08
		采购数量（吨）	142.39	271.03	219.51	654.18
		采购单价（元/千克）	7.60	5.65	4.87	5.60
	液氧	采购金额（万元）	120.06	246.71	183.45	170.59

项目		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
	采购数量（吨）	1,361.00	3,016.60	2,466.70	2,313.34
	采购单价（元/千克）	0.88	0.82	0.74	0.74
水	采购金额（万元）	42.90	85.44	69.62	64.19
	采购数量（吨）	116,167.00	230,420.74	190,663.37	187,479.00
	采购单价（元/吨）	3.69	3.71	3.65	3.42
电	采购金额（万元）	889.33	1,837.83	1,345.32	1,415.06
	采购数量（万度）	1,087.47	2,498.60	1,823.47	1,826.94
	采购单价（元/度）	0.82	0.74	0.74	0.77

报告期内，公司能源采购价格基本保持稳定。

（二）报告期内前五大供应商及采购情况

报告期内，公司向前五名供应商采购的情况如下：

单位：万元

2022 年 1-6 月				
序号	供应商名称	采购金额 (不含税)	占当期采购 总额比例	采购内容
1	扬州明都玻璃科技有限公司	648.71	6.94%	玻璃管材
2	扬州荣光高科玻璃有限公司	599.35	6.41%	玻璃管材
3	扬州市丰泽特种电缆材料有限公司	559.35	5.98%	玻璃管材
4	苏州光鑫弘工程塑胶有限公司	506.02	5.41%	塑料粒子
5	浦项（张家港）不锈钢股份有限公司	477.82	5.11%	不锈钢材料
合计		2,791.24	29.85%	-
2021 年度				
序号	供应商名称	采购金额 (不含税)	占当期采购 总额比例	采购内容
1	浦项（张家港）不锈钢股份有限公司	2,697.85	12.96%	不锈钢材料
2	扬州荣光高科玻璃有限公司	1,459.95	7.02%	玻璃材料
3	苏州光鑫弘工程塑胶有限公司	1,091.28	5.24%	塑料粒子
4	江苏沃钛有色金属有限公司	1,063.58	5.11%	钛材料
5	上海攀峰纸业有限公司	842.85	4.05%	纸张包材
合计		7,155.51	34.38%	-
2020 年度				
序号	供应商名称	采购金额	占当期采购	采购内容

		（不含税）	总额比例	
1	浦项（张家港）不锈钢股份有限公司	2,344.25	16.39%	不锈钢材料
2	扬州荣光高科玻璃有限公司	1,611.78	11.27%	玻璃材料
3	上海昶达纸箱包装有限公司及其关联方[注]	1,080.98	7.56%	纸张包材
4	西部钛业有限责任公司	973.36	6.81%	钛材料
5	上海攀峰纸业有限公司	490.32	3.43%	纸张包材
合计		6,500.70	45.46%	-
2019 年度				
序号	供应商名称	采购金额 （不含税）	占当期采购 总额比例	采购内容
1	浦项（张家港）不锈钢股份有限公司	1,481.69	11.71%	不锈钢材料
2	扬州荣光高科玻璃有限公司	792.77	6.27%	玻璃材料
3	无锡市宏琛印刷厂（普通合伙）	782.89	6.19%	纸张包材
4	明光市丰亿电子科技有限公司	641.62	5.07%	玻璃材料
5	浙江长川工程塑料有限公司	502.02	3.97%	塑料粒子
合计		4,201.00	33.21%	-

注：包括上海昶达纸箱包装有限公司（以下简称“昶达纸箱”）、上海一峰包装制品有限公司（以下简称“一峰包装”）和上海玛泰包装科技有限公司（以下简称“玛泰包装”）。

公司不存在向单个供应商采购比例超过各年度采购总额 50%或严重依赖少数供应商的情况。

（三）报告期内新增前五大供应商情况

1、相较于 2019 年度，2020 年度新增前五大供应商

（1）西部钛业有限责任公司

西部钛业有限责任公司的基本情况如下：

供应商名称	成立时间	注册地	注册资本	主要采购内容
西部钛业有限责任公司	2004 年 6 月 28 日	陕西省西安市	25,000 万元	钛材料

西部钛业有限责任公司的主营业务为钛及钛合金的生产、加工与销售，公司于 2018 年与其开始合作，并向其采购少量钛材料用于钛材质真空保温杯的研发，2020 年随着公司钛材质真空保温杯的批量生产，对钛材料的需求量增加，因此向该公司采购的钛材料增加较多。

（2）上海攀峰纸业有限公司

上海攀峰纸业有限公司的基本情况如下：

供应商名称	成立时间	注册地	注册资本	主要采购内容
上海攀峰纸业有限公司	2003 年 1 月 16 日	上海市	200 万元	纸张包材

上海攀峰纸业有限公司的主营业务为纸张包材的生产、加工与销售，公司于 2019 年与其开始合作，并向其采购纸张包材。2020 年，公司为了提高管理效率，公司的纸张包材向着规模较大的供应商集中，因此向该公司采购的纸张包材数量增加较多。

（3）上海昶达纸箱包装有限公司及其关联方

上海昶达纸箱包装有限公司及其关联方的主营业务为纸张包材的生产、加工与销售，上海昶达纸箱包装有限公司及其关联方的相关情况，参见本招股说明书“第八节 公司治理与独立性”之“八、其他交易”的相关内容。

2、相较于 2020 年度，2021 年度新增前五大供应商

（1）江苏沃钛有色金属有限公司

江苏沃钛有色金属有限公司的基本情况如下：

供应商名称	成立时间	注册地	注册资本	主要采购内容
江苏沃钛有色金属有限公司	2011 年 7 月 15 日	江苏省淮安市	4,000 万元	钛材料

江苏沃钛有色金属有限公司的主营业务为无缝钛管和镍合金管的生产、加工与销售，公司于 2020 年与其开始合作，并向其采购钛材料用于钛材质真空保温杯的生产，因其地理位置距离公司生产基地更近，公司 2021 年减少了向其他钛材料供应商的采购数量，因此向该公司采购的钛材料增加较多。

（2）苏州光鑫弘工程塑胶有限公司

苏州光鑫弘工程塑胶有限公司的基本情况如下：

供应商名称	成立时间	注册地	注册资本	主要采购内容
苏州光鑫弘工程塑胶有限公司	2014 年 8 月 20 日	江苏省苏州市	100 万元	塑料粒子

苏州光鑫弘工程塑胶有限公司的主营业务为经销工程塑胶产品、塑料制品

及原料、化工产品及其原料，公司于 2017 年与其开始合作，并持续向其采购 PC、PP 及 ABS 等塑料粒子原料，公司的玻璃杯、真空保温杯及塑料杯均需使用塑料粒子相关材料，2021 年随着公司产量的增加，对塑料粒子的需求量增加，因此向该公司采购的塑料粒子增加较多。

3、相较于 2021 年度，2022 年 1-6 月新增前五大供应商

（1）扬州明都玻璃科技有限公司

扬州明都玻璃科技有限公司的基本情况如下：

供应商名称	成立时间	注册地	注册资本	主要采购内容
扬州明都玻璃科技有限公司	2015 年 12 月 31 日	江苏省扬州市	100 万元	玻璃管材

扬州明都玻璃科技有限公司的主营业务为玻璃管及玻璃制品的生产、加工与销售，公司于 2018 年与其开始合作，并持续向其采购玻璃管材用于玻璃杯的生产；2022 年 1-6 月期间，公司 2021 年减少了向其他玻璃管材供应商的采购数量，因此向该公司采购的玻璃管材增加较多。

（2）扬州市丰泽特种电缆材料有限公司

扬州市丰泽特种电缆材料有限公司的基本情况如下：

供应商名称	成立时间	注册地	注册资本	主要采购内容
扬州市丰泽特种电缆材料有限公司	2003 年 7 月 3 日	江苏省扬州市	100 万元	玻璃管材

扬州市丰泽特种电缆材料有限公司原主营业务为特种电缆辅助材料加工、销售，2018 年以来开始从事玻璃管及玻璃制品的生产、加工与销售，公司于 2022 年与其开始合作，并向其采购玻璃管材用于玻璃杯的生产；2022 年 1-6 月期间，公司 2021 年减少了向其他玻璃管材供应商的采购数量，因此向该公司采购的玻璃管材增加较多。

（四）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

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
（1）发行人向供应商销售杯壶及其他的情况				

杯壶销售收入金额	7.18	50.58	-	3.17
占杯壶销售收入的比例	0.02%	0.07%	-	0.01%
其他收入金额	9.93	-	-	-
占其他收入的比例	15.08%	-	-	-
与相应供应商发生的采购金额	658.84	6,897.52	-	0.15
占采购总额的比例	7.05%	33.14%	-	0.001%
（2）发行人向供应商销售废料的情况				
废料销售收入金额	183.18	328.98	227.19	231.27
占废料销售收入的比例	28.14%	21.91%	22.48%	33.13%
与相应供应商发生的采购金额	2,361.78	3,390.47	1,990.26	2,130.92
占采购总额的比例	25.25%	16.29%	13.92%	16.85%
（3）发行人向供应商销售包装的情况				
包装销售收入	-	55.15	15.41	5.51
占包装销售收入的比例	-	6.41%	4.27%	2.76%
与相应供应商发生的采购金额	-	696.74	1,080.98	271.43
占采购总额的比例	-	3.35%	7.56%	2.15%

报告期内，公司存在向供应商销售废料的情形，2022 年 1-6 月，公司向该部分供应商采购的金额占采购总额的比例上升，公司销售废料的供应商主要为玻璃管材供应商，2022 年上半年玻璃管材采购金额占采购总额比例上升，导致重合供应商对应采购金额占比有所提升。公司既是客户又是供应商的情形均基于真实的商业背景及经营需要，具有合理性。

五、发行人的主要固定资产和无形资产

（一）主要固定资产情况

1、固定资产概览

截至 2022 年 6 月 30 日，公司主要固定资产包括房屋建筑物和机器设备，具体情况如下表所示：

单位：万元

资产类别	固定资产原值	累计折旧	账面价值
房屋及建筑物	20,014.62	6,841.70	13,172.92
机器设备	22,449.57	8,725.30	13,724.27

资产类别	固定资产原值	累计折旧	账面价值
运输设备	1,309.54	897.32	412.22
电子设备	1,039.49	910.45	129.05
其他设备	2,393.06	2,157.73	235.33
合计	47,206.29	19,532.50	27,673.79

2、房屋建筑物

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司共有 6 处房产，具体情况如下：

序号	所有权人	权证号	地址	用途	房屋建筑面积 (m ²)
1	希诺股份	苏（2020）海门区不动产权第 0139957 号	海门区希诺路 1 号	工业	37,707.18
2	希诺股份	苏（2020）海门区不动产权第 0139959 号	海门区希诺路 1-1 号	食堂、宿舍	11,196.52
3	希诺股份	苏（2022）海门区不动产权第 0002040 号	余东镇希诺路 6 号	车间	25,447.89
4	江苏那美	苏（2022）建湖县不动产权第 0000537 号	建湖县高新技术区严桥路北侧	工业	11,911.32
5	江苏那美	苏（2022）建湖县不动产权第 0000538 号	建湖县高新技术经济 区嘉定科技工业园	工业	22,851.85
6	江苏那美	苏（2022）建湖县不动产权第 0000539 号	建湖县高新技术经济 区嘉定科技工业园	工业	43,844.57

3、主要生产设备

截至 2022 年 6 月 30 日，公司正在使用的主要生产设备情况如下：

单位：万元

设备名称	数量（台）	资产原值	资产净值	成新率
五金产品加工设备	740	4,936.02	3,405.95	69.00%
喷涂产品加工设备	15	2,075.09	1,010.07	48.68%
玻璃杯加工设备	533	2,243.90	1,644.56	73.29%
保温杯抽真空设备	11	1,601.60	894.23	55.83%
包装彩面印刷设备	4	1,288.03	1,147.30	89.07%
注塑产品加工设备	77	1,212.01	468.97	38.69%
机器人/机械手	185	1,089.41	891.92	81.87%
镀膜产品加工设备	15	1,065.39	363.06	34.08%
礼盒加工设备	59	1,029.32	719.31	69.88%
清洗机	19	362.50	203.48	56.13%

设备名称	数量（台）	资产原值	资产净值	成新率
注塑中央供料系统	4	369.53	166.31	45.00%
模具加工设备	24	673.18	558.68	82.99%
空压机	15	175.04	72.75	41.56%
流水线	225	167.44	120.98	72.25%
手提袋加工设备	2	140.78	85.72	60.89%
总计	1,928	18,429.22	11,753.29	63.78%

公司定期对主要生产设备进行检测，主要生产设备状态良好，公司主要生产设备符合生产经营的要求。

（二）主要无形资产情况

1、土地使用权

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司共有 8 处土地使用权，该等土地不存在设置抵押或其他权利限制的情况，具体如下：

序号	使用人	土地证号	地址	宗地面积（m ² ）	使用权类型	用途	权利终止日
1	希诺股份	苏（2020）海门区不动产权第0139957号	海门区希诺路1号	47,074.00	出让	工业用地	2056.12.26
2	希诺股份	苏（2020）海门区不动产权第0139959号	海门区希诺路1-1号	11,005.00	出让	工业用地	2063.12.03
3	希诺股份	苏（2022）海门区不动产权第0002040号	余东镇希诺路6号	22,497.00	出让	工业用地	2056.07.05
4	江苏那美	苏（2022）建湖县不动产权第0000537号	建湖县高新技术区严桥路北侧	22,637.86	出让	工业用地	2064.03.18
5	江苏那美	苏（2022）建湖县不动产权第0000538号	建湖县高新技术经济区嘉定科技工业园	49,553.46	出让	工业用地	2064.03.18
6	江苏那美	苏（2022）建湖县不动产权第0000539号	建湖县高新技术经济区嘉定科技工业园	40,467.96	出让	工业用地	2064.03.18
7	希诺股份	苏（2021）海门区不动产权第0005280号	余东镇汤正公路西、希诺路北侧	11,581.00	出让	工业用地	2071.03.15
8	江苏那美	苏（2022）建湖县不动产权第0187803号	建湖县塘河街道七里村二组	42,240.00	出让	工业用地	2072.08.02

2、商标权

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人及其子公司拥有注册商标 268 项，该等商标不存在设置质押或其他权利限制的情况，详见本招股说明书“第十二节 附件”之“九、商标清单”。截至本招股说明书签署日，发行人上述 268 项注册商标中有 49 项商标正在使用中，剩余 219 项商标系防御性注册或为后续业务布局储备，暂未应用到生产经营中。其中，重要商标的具体情况如下：

序号	商标图片	权利人	注册号	国际分类	有效期至	取得方式
1		希诺股份	9914222	第二十一类	2023.02.27	受让取得
2		希诺股份	9914246	第二十一类	2023.02.27	受让取得
3		希诺股份	9914282	第二十一类	2023.02.27	受让取得
4		希诺股份	11854671	第二十一类	2024.05.20	受让取得
5		希诺股份	30690937	第二十一类	2029.02.13	受让取得
6		希诺股份	32607350	第二十一类	2029.05.13	受让取得
7		希诺股份	32107250	第二十一类	2029.08.13	受让取得
8		希诺股份	40070430	第二十一类	2030.08.27	原始取得
9		希诺股份	8075046	第二十一类	2031.02.27	受让取得

3、专利权

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人及其子公司目前合计拥有 303 项专利，其中发明专利 22 项，实用新型专利 70 项，外观设计专利 211 项，该等专利不存在设置质押或其他权利限制的情况，详见本招股说明书“第十二节 附件”之“十、专利权清单”。截至本招股说明书签署日，除 1 项实用新型专利，2 项外观设计专利已届满到期，其他专利均在使用中。其中，发明专利的具体情况如下：

序号	专利名称	专利号	申请日	取得方式	专利权人

序号	专利名称	专利号	申请日	取得方式	专利权人
1	一种纳米银抗菌真空杯的制造工艺	ZL201110051519.9	2011.03.03	原始取得	希诺股份
2	一种只接触玻璃口饮水的塑料外壳卫生杯	ZL201210006826.X	2012.01.11	原始取得	希诺股份
3	用于圆口罐的一种内涨式密封盖子	ZL201210052393.1	2012.03.02	原始取得	希诺股份
4	一种杯盖	ZL201210208959.5	2012.06.25	原始取得	希诺股份
5	一种带金属提环的真空杯杯盖	ZL201410078149.1	2014.03.05	原始取得	希诺股份
6	一种杯盖及装配方法	ZL201510209482.6	2015.04.28	原始取得	希诺股份
7	一种与真空杯配套的纳米银抗菌滤网的制作方法	ZL201510876411.1	2015.12.03	原始取得	希诺股份
8	一种用于对不锈钢滤网制件均匀镀膜纳米银的工装夹具	ZL201510959715.4	2015.12.21	原始取得	希诺股份
9	一种杯盖及杯子	ZL201611038183.1	2016.11.11	原始取得	希诺股份
10	一种薄壁纯钛制品表面针状结晶花纹的加工方法	ZL201811274123.9	2018.10.30	原始取得	希诺股份
11	一种玻璃圆罐的封底烧结装置	ZL201210398427.2	2012.10.19	受让取得	江苏那美
12	一种无渗水的真空杯杯盖	ZL201410078029.1	2014.03.05	受让取得	江苏那美
13	一种玻璃磨边滤渣清理装置	ZL201711377293.5	2017.12.19	受让取得	江苏那美
14	一种自上而下摩擦旋转式乐趣刮壁杯盖	ZL201810644844.8	2018.06.21	受让取得	江苏那美
15	一种课堂教学教师用讲台自适应气流避尘水杯	ZL201810685412.1	2018.06.28	受让取得	江苏那美
16	一种快速沥干内壁的水杯	ZL201810957698.4	2018.08.22	受让取得	江苏那美
17	一种防烫水杯	ZL201910337544.X	2019.04.25	受让取得	江苏那美
18	一种自动清洗咖啡杯	ZL201910792610.2	2019.08.26	受让取得	江苏那美
19	一种速溶咖啡杯	ZL201910792669.1	2019.08.26	受让取得	江苏那美
20	一种用于保温杯的快速丝印装置	ZL201911352773.5	2019.12.25	受让取得	江苏那美
21	一种饮水设备	ZL202010083030.9	2020.02.07	受让取得	江苏那美
22	一种适用于热饮冲泡的多功能水杯	ZL202010959887.2	2020.09.14	受让取得	江苏那美

4、域名

截至 2022 年 6 月 30 日，公司及其子公司目前拥有下列域名：

序号	权利人	域名	ICP 备案/许可证号	审核通过日期
1	希诺股份	heenoor.com.cn	苏 ICP 备 20044199 号-2	2021.05.18
2	希诺股份	heenoor.online	苏 ICP 备 20044199 号-1	2020.10.13
3	希诺销售	heenoor.zone	苏 ICP 备 2020063855 号	2020.11.18
4	恒尚包装	jiangsuhengshang.com	苏 ICP 备 2021049706 号	2021.11.19

5、著作权

截至 2022 年 6 月 30 日，公司及其子公司目前拥有下列著作权：

序号	登记号	著作权人	作品名称	登记日期	取得方式
1	国作登字-2021-F-00087515	发行人	太空机器熊	2021.04.19	原始取得
2	国作登字-2021-F-00087517	发行人	水墨鱼	2021.04.19	原始取得
3	国作登字-2021-F-00087516	发行人	小生锦鲤	2021.04.19	原始取得
4	国作登字-2019-F-00920647	发行人	饕饕-阿五	2019.11.05	原始取得
5	国作登字-2019-F-00941678	发行人	纳米银	2019.11.22	原始取得
6	国作登字-2019-F-00920646	发行人	舞狮-妙妙	2019.11.05	原始取得
7	国作登字-2019-F-00920645	发行人	熊-嘿诺	2019.11.05	原始取得
8	国作登字-2019-F-00920649	发行人	麒麟-呦呦	2019.11.05	原始取得
9	国作登字-2019-F-00920648	发行人	石狮子-苗苗	2019.11.05	原始取得
10	国作登字-2019-F-00941677	发行人	希诺小熊圆形标	2019.11.22	原始取得
11	国作登字-2019-F-00920650	发行人	貔貅-小叭	2019.11.05	原始取得
12	苏作登字-2020-F-00089779	发行人	HEENoor	2020.05.29	原始取得
13	国作登字-2022-F-10108804	发行人	希诺小树	2022.05.30	受让取得
14	国作登字-2022-F-10108805	发行人	希诺小熊全身	2022.05.30	受让取得
15	国作登字-2022-F-10108806	发行人	希诺小熊	2022.05.30	受让取得

报告期内，除部分自外部受让取得的专利外，发行人其他专利、非专利技术等知识产权均未资本化。最近一期末，发行人知识产权的账面价值为 24.32 万元。

公司拥有的专利等知识产权与公司的主营业务和主营产品密切相关，可有

效应用在公司生产工艺及主要产品中，对公司生产经营具有重要作用。截至本招股说明书签署日，发行人已取得的专利不存在纠纷或潜在纠纷。

（三）房屋、土地租赁情况

1、租赁的房屋、土地

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司租赁的房屋、土地情况如下：

（1）房屋

序号	承租方	出租方	地址	租赁面积 (m ²)	权证号	租赁到期日	用途	是否 备案
1	恒尚包装	江苏开能环保科技有限公司	江苏省南通市通州区川姜镇南海大道工业园区	18,017.61	苏（2018）通州区不动产第0020519号	2026.12.31	厂房	是
2	希诺销售	宏胜科技有限公司	余东镇人民南路999号内第五幢二层厂房	9,889.20	苏（2020）海门区不动产第0138787号	2024.3.31	仓储	是
3	希诺销售	张碧峰、黄伟军	上海市通协路288弄1号501室、502室、516室	565.05	沪房地长字（2012）第008645号、第008731号、第008703号	2024.12.31	办公	-
4	希诺电商	黄伟军	上海市申滨南路1058号201-203室、205-207室	1,328.01	沪（2017）闵字不动产第000985号、第000986号、第000979号、第000864号、第000981号、第001325号	2023.6.30	办公	是

（2）土地

序号	承租方	出租方	地址	租赁面积 (m ²)	租赁到期日	用途
1	希诺股份	余东镇新北村村民委员会	发行人三期工程东北侧一块斜三角地	1,366.67	2027.8.31	生活

①上述土地租赁的用途、履行的程序

2015年6月10日，希诺实业与海门市余东镇新北村村民委员会（以下简称“新北村委会”）签署《土地租赁协议》，新北村委会提供位于希诺实业三期工程东北侧一块斜三角地（面积共计2.05亩），租赁给希诺实业使用，租赁期限为2015年12月至2027年8月31日，租赁期限内租金合计50,000元。上述向余东镇新北村村民委员会租赁的土地系集体土地，该等土地仅用于员工停

车，该集体土地上不存在亦未建设相关房产建筑。余东镇新北村村民委员会已出具确认函，确认：“上述土地租赁事宜已经分别获得了土地所在的村民小组及村民委员会三分之二以上村民代表同意，租赁价格系参考本村同类集体土地租赁价格，价格公允合理，土地租赁程序合法有效，双方不存在任何争议或潜在争议。”

根据《土地管理法》第六十三条第一款及第二款规定：“土地利用总体规划、城乡规划确定为工业、商业等经营性用途，并经依法登记的集体经营性建设用地，土地所有权人可以通过出让、出租等方式交由单位或者个人使用，并应当签订书面合同，载明土地界址、面积、动工期限、使用期限、土地用途、规划条件和双方其他权利义务。前款规定的集体经营性建设用地出让、出租等，应当经本集体经济组织成员的村民会议三分之二以上成员或者三分之二以上村民代表的同意。”

根据上述规定，发行人有权成为该宗土地的承租方，且该集体土地已事先取得土地所在的村民小组及村民委员会三分之二以上村民代表同意，符合《土地管理法》等相关法律法规的规定，并依法办理了必要的审批手续。

根据《土地管理法》第八十二条规定：“擅自将农民集体所有的土地通过出让、转让使用权或者出租等方式用于非农业建设，或者违反本法规定，将集体经营性建设用地通过出让、出租等方式交由单位或者个人使用的，由县级以上人民政府自然资源主管部门责令限期改正，没收违法所得，并处罚款。”

发行人为集体土地的承租方，且发行人租赁的集体土地并非出租方擅自出租，发行人亦未在上述集体土地上建设房产，发行人租赁集体土地的行为已经履行相应审批手续，不存在违法违规的情形，不存在被行政处罚的风险。

综上，发行人存在租赁集体土地的情形，该行为符合《土地管理法》等法律法规的规定，并依法办理了必要的审批，因该土地上未涉及房产，因此无需办理租赁备案手续，发行人不存在被行政处罚的风险，租赁行为不构成重大违法行为。

余东镇人民政府已出具确认函，确认：“已经收悉新北村委上报备案的上述土地租赁协议，上述土地所有权分别为余东镇新北村集体和余东镇新北村 2

组所有，土地性质系建设规划用地。上述土地已于 2020 年 4 月纳入拆迁规划。”

发行人已经取得南通市海门自然资源和规划局出具的证明，证明发行人报告期内遵守土地管理、城乡规划方面的法律、法规以及相关规范性文件的规定，不存在受到行政处罚、被立案调查的情形。

综上，发行人租赁集体用地的行为已经履行相应的审批手续，符合《土地管理法》等相关土地法规规定，该集体土地上不存在建筑物亦未新建建筑物，发行人不存在被行政处罚的风险，上述行为不构成重大违法行为。

②是否存在瑕疵房产及解决措施

发行人上述租赁的集体土地上未建房产、亦未新建房产，且用于发行人停车使用，不存在无法整改的情形，也不存在产生的收入、毛利、利润的情况，重要性较低，不构成发行上市障碍。发行人租赁集体用地已经履行了审批核准程序，符合相关土地法规，不存在行政处罚的风险。

此外，发行人控股股东、实际控制人已出具承诺：“本公司/本人作为发行人控股股东/实际控制人，如果发行人及其子公司在使用任何房屋、土地过程中因为存在的瑕疵而导致需要承担任何责任或经济损失，或被处以行政处罚，本公司/本人将足额补偿发行人因此发生的支出或产生的损失，保证发行人不因此遭受任何损失。”

综上，发行人报告期内遵循土地管理相关法律法规的规定，不存在受到行政处罚、被立案调查的情形，且发行人控股股东、实际控制人已出具足额补偿的承诺，发行人上述租赁集体用地事宜不会对发行人的生产经营产生重大不利影响。

2、出租的房屋

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司将其拥有的房屋对外出租的情况如下：

序号	承租方	出租方	地址	租赁面积 (m ²)	权证号	租赁 到期日	用途
1	建湖县近湖那美	江苏那美	江苏省建湖县那美路 1	150.50	苏（2022）建湖县不动产权	2024.12.31	经营超市

序号	承租方	出租方	地址	租赁面积 (m ²)	权证号	租赁 到期日	用途
	超市		号		第 0000537 号		
2	海门区懂憬食品经营部	希诺股份	江苏省南通市海门区希诺路 1-1 号	140.80	苏（2020）海门市不动产权第 0139959 号	2024.12.31	经营超市

（四）特许经营权情况

截至本招股说明书签署日，发行人无特许经营权。

（五）主要资质认证和许可情况

发行人主要从事自主品牌杯壶产品的研发、设计、生产和销售，主要产品包括玻璃杯、真空保温杯、塑料杯等。截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司主营业务及需要取得的资质情况如下：

序号	公司名称	主营业务	需要取得生产经营相关资质
1	希诺股份	杯壶产品的生产	全国工业产品生产许可证、排污许可证、道路运输经营许可证
2	江苏那美	杯壶产品的生产	全国工业产品生产许可证、排污许可证、道路运输经营许可证
3	希诺电商	杯壶产品的销售	无必须取得的生产经营相关资质
4	希诺销售	杯壶产品的销售	无必须取得的生产经营相关资质
5	三郎科技	杯壶产品的销售	无必须取得的生产经营相关资质
6	熊家社	杯壶产品的销售	无必须取得的生产经营相关资质
7	恒尚包装	包装材料的生产及销售	排污许可证、印刷经营许可证
8	诺饮智能	杯壶产品的销售	无必须取得的生产经营相关资质
9	三郎日用品	杯壶产品的销售	无必须取得的生产经营相关资质
10	那美日用品	尚未开展具体业务	无必须取得的生产经营相关资质

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司已取得从事生产经营活动所必需的资质、认证及许可，相关资质均在有效期内。发行人及其子公司取得的主要资质、认证及许可的具体情况如下：

序号	资质名称	持证主体	证书编号	许可范围	发证机关	有效期限	取得方式
1	全国工业产品生产许可证	希诺股份	（苏）XK16-204-01845	食品用塑料包装容器工具等制品	江苏省市场监督管理局	2022.10.13-2028.05.10	行政许可
2		江苏那美	（苏）XK16-204-02093	食品用塑料包装容器工具等制品	江苏省市场监督管理局	2019.07.01-2024.03.10	行政许可

序号	资质名称	持证主体	证书编号	许可范围	发证机关	有效期限	取得方式
3	排污许可证	希诺股份	91320684661799024J001U	-	南通市生态环境局	2020.06.15-2025.06.14	行政许可
4		江苏那美	913209250763103639001Q	-	盐城市生态环境局	2020.07.03-2023.07.02	行政许可
5		恒尚包装	91320684069495953E001P	-	南通市生态环境局	2020.06.29-2023.06.28	行政许可
6	印刷经营许可证	恒尚包装	（苏）印证字第326076035号 编号 32071287	包装装潢印刷品排版、制版、印刷、装订	南通市行政审批局	2022.03.24-2026.03.31	行政许可
7	道路运输经营许可证	希诺股份	苏交运管许可通字320684312852号	道路普通货物运输	南通市海门区交通运输局	2022.10.20-2026.10.19	行政许可
8		江苏那美	苏交运管许可盐字320925200746号	道路普通货物运输	建湖县交通运输局	2020.11.02-2024.11.01	行政许可
9	质量管理体系认证证书	希诺股份	00121Q30344R3M/3100	塑胶、玻璃及不锈钢容器和厨房餐具的设计、生产	中国质量认证中心	2021.01.11-2024.01.01	自行申请
10		恒尚包装	00120Q36140R0M/3100	礼盒包装盒、彩盒包装盒及手提袋的设计、生产	中国质量认证中心	2020.08.11-2023.08.10	自行申请
11	环境管理体系认证证书	希诺股份	00122E30034R1M/3100	塑胶、玻璃及不锈钢容器和厨房餐具的设计、生产和相关管理活动	中国质量认证中心	2022.01.06-2025.01.01	自行申请
12	职业健康安全管理体系认证证书	希诺股份	00122S30043R1M/3100	塑胶、玻璃及不锈钢容器和厨房餐具的设计、生产和相关管理活动	中国质量认证中心	2022.01.06-2025.01.01	自行申请
13	知识产权管理体系认证证书	希诺股份	18120IP0522R0M	杯子的研发、生产、销售、上述过程相关采购的知识产权管理	中规（北京）认证有限公司	2020.07.08-2023.07.07	自行申请
14		江苏那美	18121IP0997R0M	杯子的研发、生产、销售、上述过程相关采购的知识产权管理	中规（北京）认证有限公司	2021.11.24-2024.11.23	自行申请
15	测量管理体系认证（AAA）证书	希诺股份	ISC-2020-0751	保温容器（压力容器除外）、金属制品、玻璃制品、塑料制品的生产、加工、销售	北京国标联合认证有限公司	2020.07.02-2025.07.01	自行申请
16	安全生产标准化证书	希诺股份	苏AQB320684QGIII202100131	安全生产标准化三级企业	南通市海门区应急管理局	2021.05-2024.05	自行申请

上述资质中，《全国工业产品生产许可证》《印刷经营许可证》《排污许可证》对发行人及其子公司生产经营具有重要影响，《道路运输经营许可证》及其他认证证书对发行人及其子公司生产经营具有一般影响。截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司符合相关法律法规规定的维持相应业务资质的条件，维持或再次取得相关重要资质不存在可合理预见的法律风险或障碍。

六、发行人的核心技术及研发情况

（一）主要产品生产技术情况

公司及子公司主要产品涉及的主要生产技术（自主研发）已申请专利保护，截至 2022 年 6 月末，公司及其子公司合计拥有 303 项专利，其中发明专利 22 项，实用新型专利 70 项，外观设计专利 211 项，该等专利不存在设置质押或其他权利限制的情况，该等专利的取得方式、时间等具体信息详见本招股说明书“第十二节 附件”之“十、专利权清单”。其中，涉及自主研发的生产技术的主要为发明专利和实用新型专利，公司主要产品涉及的生产技术对应专利如下：

产品品类	发明专利数量	实用新型专利数量	主要专利名称
玻璃杯	6	25	一种只接触玻璃口饮水的塑料外壳卫生杯、用于圆口罐的一种内涨式密封盖子、一种玻璃圆罐的封底烧结装置、一种玻璃磨边滤渣清理装置、一种防烫水杯、一种带滤网的杯身底为开口式结构的饮水杯、一种由瓷器或玻璃制作杯胆的塑料外壳卫生杯、一种玻璃圆罐的封底烧结装置、一种旋转式茶水分离玻璃杯、一种用于玻璃杯的滤网组合件等
真空保温杯	14	28	一种与真空杯配套的纳米银抗菌滤网的制作工艺、一种纳米银抗菌真空杯的制作工艺、一种带金属提环的真空杯杯盖、一种用于对不锈钢滤网制件均匀镀膜纳米银的工装夹具、一种无渗水的真空杯杯盖、一种适用于热饮冲泡的多功能水杯、一种薄壁纯钛制品表面针状结晶花纹的加工方法等
塑料杯	1	4	折叠式抗菌塑料杯、耐高温环保塑料杯除味装置、一种折叠式抗菌塑料杯等

截至本招股说明书签署日，公司尚未形成专利技术的主要核心技术如下：

序号	技术名称	技术来源	关键工艺及技术	所处阶段
1	钛渐变色阳极氧化技术	自主研发	①钛阳极氧化形成的薄膜的厚度与槽电压成正比，而钛的发色色调则随着氧化钛薄膜厚度的不同而变化；	批量生产阶段

序号	技术名称	技术来源	关键工艺及技术	所处阶段
			②阳极氧化核心电源采用高频纳米晶变压器，全桥式整流电路，正向导通降压大小一致的输出整流管，结合自主开发的自动多电源切换加电源、氧化时间双协调的阳极氧化设备，使渐变色颜色过渡更加自然，一致率更高	
2	真空溅射镀膜技术	自主研发	①采用真空溅射在杯体内胆表面制备出致密的金属镀膜层，膜层厚度达到微米级； ②膜层由纳米级银晶粒完整覆盖内胆表面，晶粒之间为冶金结合无间隙，不破裂，从而达到抑菌效果	批量生产阶段

（二）公司在研项目情况

序号	项目名称	所处阶段	研发内容及目标
1	双层自动封口技术的研发	试验阶段	研究自动封口机械手对于产品尺寸、品质、状态的判定
2	保温杯内胆无心水涨工艺研发	试验阶段	通过杯身杯壳运用水涨机与无心涨型模块对产品外观形状实施控制
3	不锈钢抗菌保温杯的研发	准备阶段	基于表面预处理，研究不同状态银元素，在不锈钢保温杯内壁的分布形态及规律，开发出锈钢保温杯内胆表面抗菌化处理工艺
4	玻璃杯雾化抗菌工艺及生产研发	可行性测试	开发玻璃杯内胆表面雾化抗菌化处理工艺，实现抗菌剂在玻璃杯内胆表面均匀涂覆
5	异形玻璃杯结构及生产工艺的研发	小批量试生产	研究异形玻璃壶身的成型烧制，为市场提供高质量的异形玻璃杯壶

（三）研发投入情况

报告期内，公司的研发投入情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
研发费用（万元）	1,650.14	2,801.02	2,236.55	1,829.36
营业收入（万元）	32,905.60	70,004.40	55,557.13	57,950.74
占营业收入的比例	5.01%	4.00%	4.03%	3.16%

报告期内，公司研发投入持续增加，研发费用占营业收入的比例分别为 3.16%、4.03%、4.00%及 5.01%。公司十分重视对产品的研发投入，每年投入一定资金用于新产品、新技术、新工艺及新型生产设备的研发，以提升产品质量、提高生产效率、保持产品创新性。

（四）技术持续创新机制和制度安排

为提高公司生产效率、控制生产成本，推进公司新产品、新技术和新工艺的开发，调动研发人员的积极性和创新性，提高公司创新能力，公司采取了下列措施：

1、建立完善的研发平台

公司高度重视研发投入，设立研发中心负责新产品的研究、技术管理以及技术发展的总管控，先后通过“南通市级工程技术研究中心”“江苏省亲生物金属纳米涂层工程技术研究中心”的认定。公司的研发中心各部门分工明确，各司其职，能够较好地发挥协同作用，形成了较为完善的专业研究开发平台。

2、建立健全的研发机制

为切实保障公司研发体系的高效率运行，进一步提高研发技术团队的工作效率，公司制定了完善的研发机制和管理办法，包括《项目开发计划管理规定》等，规定了研发项目流程和参与部门的职责，相关部门按照流程规范开展研发活动，高效调动研发资源，确保各项研发项目的有序进行。

3、加强研发人员的培养与储备

公司高度重视人才培养与引进，组建了一支专业能力强、职业素养高的研发团队，团队成员大多具备多年的行业从业经验，对于杯壶产品的技术发展沿革有着深刻认知，注重研发成果的落地，能够较为精准地把握产品模具制造以及各阶段的生产工艺路线。截至 2022 年 6 月 30 日，公司拥有研发人员 186 人，占员工总人数的 12.64%。

4、建立研发人员激励机制

为充分调动研发团队的工作积极性，形成良性的竞争氛围，公司制定了一系列研发激励措施，包括针对保障性技术工作的日常考核奖与项目完成质量相关的项目完成奖等，在公司内部营造了良好的研发创新氛围，有效激发了员工的创造力。

七、发行人环境保护和安全生产情况

（一）环境保护情况

公司主要从事玻璃杯及真空保温杯的研发、生产与销售，不属于重污染行业，整个生产过程产生的废水、废气、固体废物以及噪音较少，不存在重大污染源，符合国家关于环境保护的要求。

公司高度重视环境保护工作，生产过程严格按照《大气污染物综合排放标准》（GB16297）、《污水综合排放标准》（GB8978）、《工业企业厂界噪声标准》（GB12348）等国家有关环境保护法律法规执行，并通过了 ISO14001 环境管理体系认证，取得了环境管理体系认证证书和排污许可证。

1、生产经营中涉及环境污染的具体环节、主要污染物名称及排放量、主要处理设施及处理能力

（1）生产经营涉及环境污染的具体环节

报告期内，公司主要从事杯壶产品的研发、设计、生产和销售，生产经营环节不涉及重污染情况。公司生产经营中涉及环境污染的具体环节如下：

污染类型	产生环节	主要污染物名称
废气	抛光、切割、焊接、打磨、注塑、喷漆、封底、厚底、封口、贴膜、贴内衬、贴皮壳、贴内盒等	颗粒物、挥发性有机物、非甲烷总烃、氮氧化物、二氧化硫、硫酸雾等
废水	清洗	化学需氧量、总磷、总氮、悬浮物、石油类等
一般固废	开料、焊接、喷砂、机加工、封底、厚底、封口等	废玻璃、废钢片、废塑粉、废金属屑、废钢丸、废焊丝、废包装袋、生活垃圾等
危险固废	喷漆、切割、酸洗、印刷、废气处理等	废过滤棉、废包装桶、废活性炭、漆渣、废液压油、废切削油、废机油、水处理污泥等
噪音	生产设备运行	噪声

（2）主要污染物名称及排放量

报告期内，公司主要污染物名称及排放量情况如下：

单位：吨

污染物类型	污染物名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
废气	颗粒物	2.16	5.39	5.01	3.05

污染物类型	污染物名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
	挥发性有机物	0.08	0.67	0.52	4.24
	非甲烷总烃	0.09	0.17	0.01	0.29
	氮氧化物	0.04	0.07	0.23	0.04
	二氧化硫	-	-	0.12	0.04
	硫酸雾	0.07	0.30	-	0.01
废水	化学需氧量	3.43	6.24	12.73	5.82
	总磷	0.08	0.15	0.16	0.07
	总氮	0.38	0.75	1.10	-
	悬浮物	0.52	0.98	0.24	1.04
	石油类	0.23	0.46	0.36	0.001

注 1：2019 年度、2021 年度以及 2022 年 1-6 月废气、废水排放量系根据第三方检测机构出具的环境检测报告中污染物排放速率测算，2020 年度污染物排放量来源于发行人 2020 年度排污许可证执行报告；

注 2：废气的排放量统计口径为有组织废气的排放量；

注 3：部分污染物当年排放浓度未达到检测限，故无相关数据；

注 4：公司将生产过程中产生的固体废弃物外售或委托第三方进行处理。

报告期内，公司生产经营过程中产生的主要污染物类型为废气、废水、固废及噪音，发行人严格按照国家环保相关法规进行污染物的处置及排放，污染物排放量未超出核算排放额，不存在因环保违法违规被处罚的情形。

2、公司环保投入和相关费用成本支出情况及环保设施实际运行情况

（1）公司环保投入和相关费用支出情况

报告期内，公司环保投入和相关费用支出情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
环境检测	10.77	38.88	59.72	34.72
废物处理费用	64.89	138.47	110.07	114.90
其他	3.72	23.69	9.32	-
费用化支出小计	79.38	201.04	179.11	149.62
环保税	4.76	9.28	9.46	9.28
环保支出合计	84.14	210.32	188.57	158.90

公司环保设备投入主要是进行了三废环保设施购置、改进和完善，以配合公司发展，满足厂区污染物达标排放的治理要求；公司环保费用支出主要为环

保治理运行费用、固废处置费等，公司根据当地环保部门的排污核定要求，按期足额缴纳排污费或环保税。

报告期内，公司的环保设备投入情况和环保费用支出情况与生产经营所产生的污染相匹配，环保设备投入和环保费用支出与公司的整体产量对比基本保持稳定。

（2）公司环保设施实际运行情况

对于生产经营过程中产生的废水、废气，公司及子公司拥有相对应的专业处理设施，相关处理设施及其运行情况如下：

单位：台

主体	设备名称	数量	主要功能	运行情况
希诺股份	生产废水预处理设施	1	污水处理	正常运行
	生活污水处理设施	1	污水处理	正常运行
	除尘系统	5	除尘	正常运行
	有机废气收集治理系统	1	废气收集	正常运行
	其他废气收集处理系统	11	废气收集	正常运行
江苏那美	综合废水处理设施	1	污水处理	正常运行
	生产废水预处理设施	1	污水预处理	正常运行
	生活污水处理设施	1	污水处理	正常运行
	除尘系统	3	除尘	正常运行
	其他废气收集处理系统	14	废气收集	正常运行
恒尚包装	生活污水系统	1	污水处理	正常运行
	二级活性炭吸附	1	废气收集	正常运行

对于生产经营过程中产生的一般固废，公司通过外售综合利用或交由环卫清运进行处理。对于生产经营过程中产生的危险固废，公司均交由具有危险废物经营资质的第三方公司回收处理。对于生产经营过程中产生的噪声，发行人通过建造隔音墙等方式进行处理。

报告期内，公司污染物的主要处理设施运行情况良好，相应处理能力能够满足公司日常正常生产排放需要。

3、募投项目所采取的环保措施及相应的资金来源和金额等

公司本次募集资金扣除发行费用后拟投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目类型	项目名称	投资总额	拟用募集资金投入金额	是否涉及环境污染
1	生产基地建设及 技术改造	那美二期项目	28,800.00	28,800.00	是
2		希诺股份有限公司年产 360 万只玻璃杯项目（希 诺股份有限公司智能化生 产车间（一））	10,776.00	23,000.00	
		希诺股份有限公司年产 240 万只真空杯项目（希 诺股份有限公司智能化生 产车间（二））	12,224.00		
3	品牌建设推广	希诺销售有限公司品牌 建设与推广项目	10,300.00	10,300.00	否
4	研发中心建设	希诺股份有限公司研发 中心项目	5,800.00	5,800.00	是
5	补充流动资金	补充流动资金项目	2,100.00	2,100.00	否
合计			70,000.00	70,000.00	-

公司涉及环境污染的募投项目所采取的环保措施及相应的资金来源和金额详见本招股说明书之“第十二节 附件”之“七、募集资金具体运用情况”之“（一）生产基地建设及技术改造项目”之“5、项目环保情况”之“（2）募投项目所采取的环保措施”及“（三）希诺股份有限公司研发中心项目”之“4、项目环保情况”之“（2）募投项目所采取的环保措施”部分。

4、公司生产经营与募集资金投资项目符合国家和地方环保要求

（1）公司生产经营符合国家和地方环保要求

公司的生产经营项目已按照《建设项目环境保护管理条例》等相关规定履行了环评等手续，具体情况如下：

序号	主体	生产经营项目	环评批复	竣工环保验收
1	希诺股份	生产保温容器、不锈钢制品、玻璃制品、塑料制品等	海门市环境保护局于2007年5月24日出具的《审批意见》	海门市环境保护局关于江苏希诺实业有限公司杯壶生产线自动化技改项目竣工环境保护验收意见的函（海环验函[2016]37号）
		生产玻璃制品	海门市环境保护局出具的《审批意见》（海环表复[2013]228号）	
		江苏希诺实业有限公司杯壶生产线自动化技改项目	海门市环境保护局关于《江苏希诺实业有限公司杯壶生产线自动化技改项目环境影响报告表》的批复（海环表复[2015]048号）	

序号	主体	生产经营项目	环评批复	竣工环保验收
		江苏希诺实业有限公司 100 万只玻璃杯生产技改扩项目	海门市行政审批局关于《江苏希诺实业有限公司 100 万只玻璃杯生产技改项目环境影响报告表》的批复（海审批表复[2018]81 号）	海门市环境保护局关于江苏希诺实业有限公司 100 万只玻璃杯生产技改项目固体废物、噪声污染防治设施竣工环境保护验收意见的函（海环验函[2018]29 号）
		江苏希诺实业有限公司年产 100 万只钛杯技改项目	海门市行政审批局关于《江苏希诺实业有限公司年产 100 万只钛杯技改项目环境影响报告表》的批复（海审批表复[2019]240 号）	自主验收
		希诺股份有限公司年产 800 万只真空杯技改项目	南通市海门区行政审批局关于《希诺股份有限公司年产 800 万只真空杯技改项目环境影响报告表》的批复（海审批表复[2020]180 号）	自主验收
		希诺股份有限公司喷漆线技改项目	南通市海门区行政审批局关于《希诺股份有限公司喷漆线技改项目环境影响报告书的批复》（海审批书复[2021]10 号）	自主验收
2	江苏那美	江苏那美实业有限公司年产 2,000 万只高档口杯项目	建湖县环境保护局关于江苏那美实业有限公司年产 2,000 万只高档口杯项目环境影响报告书的批复（建环[2015]38 号）	江苏省建湖县环境保护局关于江苏那美实业有限公司年产 2,000 万只高档口杯项目噪声和固体废物污染防治设施竣工环境保护验收的批复（建环验字[2018]17 号）
3	恒尚包装	江苏恒尚包装科技有限公司包装箱盒生产项目	南通市通州区行政审批局关于江苏恒尚包装科技有限公司包装箱盒生产项目环境影响报告表的批复（通行审投环[2019]127 号）	自主验收

根据《建设项目环境保护管理条例》（2017 年修订），国家实行建设项目环境影响评价制度，建设单位应当在项目建设前报批环境影响相关报告，建设项目竣工后进行环境保护验收；《建设项目竣工环境保护验收暂行办法》规定，建设单位是建设项目竣工环境保护验收的责任主体，应当按照本办法规定的程序和标准，组织对配套建设的环境保护设施进行验收，编制验收报告。

《建设项目竣工环境保护验收暂行办法》实施前，发行人及其子公司建设项目均取得了环保部门的批复及验收意见，《建设项目竣工环境保护验收暂行

办法》实施后，发行人及其子公司新建建设项目取得了环保部门的批复意见，并根据相关程序和标准，对建设项目配套环保设施进行了自主验收，符合国家和地方环境保护规定。

综上，公司的生产经营项目已按照《建设项目环境保护管理条例》等相关规定履行了环评手续，发行人的生产经营不涉及国家禁止或淘汰的工艺、设施和产品，符合国家和地方环保要求。

报告期内，公司及子公司未曾发生环保事故，未曾受到环保相关的行政处罚。

（2）募集资金投资项目符合国家和地方环保要求

本次发行募集资金投资项目已经履行了如下环保审批手续：

序号	项目类型	项目名称	实施主体	环评批复文件号/环评登记备案号
1		那美二期项目	江苏那美	盐环表复[2022]925022 号
2	生产基地建设及技术改造	希诺股份有限公司年产 360 万只玻璃杯项目（希诺股份有限公司智能化生产车间（一））	希诺股份	海审批表复[2022]41 号
		希诺股份有限公司年产 240 万只真空杯项目（希诺股份有限公司智能化生产车间（二））		202232068400000084
3	品牌建设推广	希诺销售有限公司品牌建设与推广项目	希诺销售	不适用
4	研发中心建设	希诺股份有限公司研发中心项目	希诺股份	海审批表复[2022]40 号
5	补充流动资金	补充流动资金项目	希诺股份	不适用

如上表所示，公司募集资金投资项目已按照相关法律法规履行环保审批手续，并取得了相应的环评批复或环评备案登记文件，符合国家和地方环保要求。

（二）安全生产情况

1、安全生产制度的建立

公司高度重视安全生产，为规范和加强企业安全生产管理，制定了《安全生产管理规定》，以法定代表人为第一责任人，对全公司的安全生产负责，部门主管作为部门安全生产第一负责人，对部门内的安全生产负责。安全生产管

理委员会在法定代表人的领导下，负责建立、健全公司安全生产管理网络和安全生产责任制度，提出安全生产的系统管理要求。行政中心负责制订公司的安全生产规章制度和突发性安全事故处置预案，并作为监督管理部门，对安全生产状况进行经常性检查，提出事故防范措施建议。

此外，公司高度重视对员工的安全教育和培训，定期组织安全生产知识培训，教育员工树立“安全第一”的思想，使安全生产成为全体员工的自觉意识。对于公司新入职的员工，要求其必须经过行政中心安全生产教育培训，并考核合格后方可上岗。

报告期内，发行人及其子公司未发生安全生产事故，不存在因违反安全生产、消防等相关法律法规而受到行政处罚的情形，不构成本次发行上市的法律障碍。

2、安全生产制度的执行情况

①组织结构

发行人以法定代表人为公司安全生产第一负责人，部门主管作为部门安全生产第一负责人，各部门主管及部门安全员组成安全生产委员会，形成了三位一体的安全生产管理体系。发行人法定代表人、部门主管及安全生产管理部门，负责检查、督促、指导各职能部门的安全工作，确保安全生产管理工作在日常经营活动中得以有效实施。

②提高员工的安全意识和个人防范意识

针对不同岗位的安全特点，发行人定期进行安全培训。对于发行人主要负责人和安全生产管理人员，须保证经过安全培训，具备与生产经营活动相适应的安全生产知识和安全管理能力；对于特种作业人员，须按国家规定，经安全培训、考核合格，并取得特种作业操作资格证书方可上岗；对于操作人员，须进行安全专业知识培训，并取得上岗资格；对于新员工，须进行三级安全教育，考核合格后获得上岗资格。公司通过宣传栏不定期更新安全知识，举办安全活动，将安全知识通过海报、视频等方式传播给员工，确保安全生产工作从源头抓起、防患于未然。

③安全设施运行情况

发行人的安全设施主要包括安全帽、手套、护目镜、灭火器等减少与消除事故影响设施，安全阀、紧急切断阀和急停开关等控制事故设施，以及压力表、气体报警仪、警示牌、防护罩、双手按钮等预防事故设施，并在生产场所设置了必要的安全警示标识。上述安全设施由所在部门主管、车间安全员进行管理，定期进行检查、维护和保养，对于失效的器材和破损的标识及时进行更换，确保安全器材能够使用，警示标识醒目、完整。报告期内，发行人及其子公司主要安全设施的运行情况良好，未发生生产安全事故。

④安全生产检查

发行人实行全员安全岗位责任制，落实安全生产管理部门、生产车间、车间班组“三级结合”的检查制度。安全生产管理部门组织开展综合性安全检查、专业检查、季节性检查、节假日检查、日常抽查和每日巡检等检查活动，并定期聘请专家进场开展隐患排查。安全生产管理部门督促整改检查中发现的安全隐患，组织整改验收，形成隐患排查闭环管理。在日常安全检查过程中，安全生产管理部门制定安全检查方案及《安全检查表》，明确检查内容、要求及目的，重点监督安全规章制度的落实情况、工艺纪律执行情况和违反安全操作规程处理情况等，确保安全生产。

⑤职业健康管理

发行人制定相关的职业健康管理规定，每月为不同岗位发放对应劳保用品，不定期对劳保用品佩戴情况进行检查。此外，发行人通过危害因素检测，合理布局工作场所、车间设备，安装排风系统、冲洗设施、应急箱等方式增强劳保防护，改善作业环境。发行人张贴危害岗位告知牌，并书面告知对应员工岗位的危害。员工入职时，对其进行职业健康体检，每年定期进行职业健康岗中体检，并将结果告知员工。

八、发行人的境外经营及境外资产情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在境外经营的情况，也不拥有任何境外资产。

第六节 财务会计信息与管理层分析

本节的财务会计数据和相关的分析说明反映了公司报告期内经审计的财务状况、经营成果和现金流量。引用的财务会计数据，非经特别说明，均引自经审计的财务报告。

公司在本节披露的与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平标准为：最近三年，公司各年度利润总额的 5% 的最低值，或金额虽未达到上述标准但公司认为较为重要的相关事项。

公司提醒投资者关注公司披露的财务报告、审计报告和审阅报告（如有）全文，以获取详细的财务资料。

一、财务报表

（一）资产负债表

单位：元

项目	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
流动资产：				
货币资金	202,453,606.66	140,249,803.48	64,640,173.33	43,938,871.68
交易性金融资产	6,122,881.00	130,000,000.00	147,800,000.00	110,422,073.18
应收票据	500,000.00	-	-	-
应收账款	13,813,233.93	15,562,086.89	16,116,796.21	38,660,922.26
应收款项融资	800,000.00			
预付款项	3,479,729.82	3,408,404.34	11,286,488.10	7,315,488.11
其他应收款	3,823,460.06	2,302,712.65	1,625,169.19	4,506,650.64
存货	251,264,798.79	220,362,482.39	151,748,972.54	112,464,257.44
合同资产	-	-	-	-
其他流动资产	17,682,435.22	19,103,545.83	2,898,472.01	8,211,402.41
流动资产合计	499,940,145.48	530,989,035.58	396,116,071.38	325,519,665.72
非流动资产：				
长期应收款	-	-	-	-
长期股权投资	-	-	-	-
投资性房地产	-	-	-	-
固定资产	276,737,892.83	284,107,665.99	245,072,749.17	244,382,947.86

项目	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
在建工程	2,248,914.64	2,957,500.77	2,184,797.22	605,185.86
使用权资产	15,630,853.33	15,781,972.15	-	-
无形资产	18,592,671.88	18,930,640.78	15,214,174.09	15,677,816.27
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	938,871.99	1,112,743.41	489,006.92	689,438.99
递延所得税资产	21,964,797.23	16,524,054.66	15,009,389.06	8,681,448.17
其他非流动资产	19,934,120.04	6,141,026.61	12,811,239.67	5,113,254.32
非流动资产合计	356,048,121.94	345,555,604.37	290,781,356.13	275,150,091.47
资产总计	855,988,267.42	876,544,639.95	686,897,427.51	600,669,757.19
流动负债：				
短期借款	-	-	-	32,042,533.34
应付票据	-	-	-	-
应付账款	32,096,124.82	39,406,561.04	34,692,992.13	25,912,299.22
预收款项	-	-	-	36,062,485.14
合同负债	12,537,948.72	91,358,576.73	39,254,659.14	-
应付职工薪酬	15,796,810.35	22,598,914.15	19,994,034.15	17,157,611.50
应交税费	27,097,827.96	28,874,313.13	30,288,875.80	23,979,497.85
其他应付款	2,525,417.01	5,545,357.37	23,219,545.90	7,731,662.08
一年内到期的非流动负债	6,518,555.58	5,447,834.22	-	-
其他流动负债	2,033,919.16	11,891,637.88	4,715,647.77	598,804.87
流动负债合计	98,606,603.60	205,123,194.52	152,165,754.89	143,484,894.00
非流动负债：				
长期借款	-	-	-	-
租赁负债	8,508,031.78	10,442,525.44	-	-
长期应付款	-	-	-	-
预计负债	-	-	-	-
递延收益	10,031,579.70	5,797,660.02	3,246,544.54	2,927,310.30
递延所得税负债	-	28,185.86	178,920.49	85,675.22
其他非流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计	18,539,611.48	16,268,371.32	3,425,465.03	3,012,985.52
负债合计	117,146,215.08	221,391,565.84	155,591,219.92	146,497,879.52

项目	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
所有者权益：				
实收资本（或股本）	372,000,000.00	372,000,000.00	360,000,000.00	139,000,000.00
资本公积	13,302,718.71	11,399,069.85	-	41,831,931.24
减：库存股	-	-	-	-
其他综合收益	-	-	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	19,399,553.92	19,399,553.92	5,035,288.06	25,929,483.58
未分配利润	323,710,385.16	242,705,818.89	161,411,709.55	243,474,470.29
归属于母公司所有者权益合计	728,412,657.79	645,504,442.66	526,446,997.61	450,235,885.11
少数股东权益	10,429,394.55	9,648,631.45	4,859,209.98	3,935,992.56
所有者权益合计	738,842,052.34	655,153,074.11	531,306,207.59	454,171,877.67
负债和所有者权益总计	855,988,267.42	876,544,639.95	686,897,427.51	600,669,757.19

（二）利润表

单位：元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
一、营业收入	329,055,958.22	700,044,027.46	555,571,345.76	579,507,361.88
减：营业成本	147,303,670.90	307,918,436.30	226,736,040.74	242,780,212.00
税金及附加	4,167,155.36	7,141,998.05	6,899,439.82	7,467,310.94
销售费用	38,399,216.26	71,311,680.49	52,457,362.62	69,837,729.95
管理费用	25,062,337.36	52,936,311.35	40,804,298.97	37,445,616.96
研发费用	16,501,427.49	28,010,220.29	22,365,492.47	18,293,648.63
财务费用	-496,132.62	783,781.18	326,023.27	1,468,420.31
其中：利息费用	389,812.98	879,536.61	378,933.33	1,540,022.18
利息收入	931,775.07	223,371.77	124,706.98	117,217.30
加：其他收益	4,257,168.93	10,816,963.57	6,489,310.81	3,108,384.82
投资收益（损失以“-”填列）	1,700,408.27	2,798,611.05	3,106,130.90	511,632.49
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-1,370,687.02	-420,938.33	632,753.53	-1,079,405.98
资产减值损失（损失以“-”填列）	-2,623,643.13	-10,522,880.61	-3,190,758.48	-1,407,707.97
资产处置收益（损失以“-”填列）	-159,646.41	126,123.55	-283,385.75	71,613.76

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
二、营业利润（亏损以“-”填列）	99,921,884.11	234,739,479.03	212,736,738.88	203,418,940.21
加：营业外收入	22,000.28	813,428.97	583,058.19	962,237.81
减：营业外支出	86,059.33	593,076.80	408,300.54	330,683.44
三、利润总额（亏损以“-”填列）	99,857,825.06	234,959,831.20	212,911,496.53	204,050,494.58
减：所得税费用	18,072,495.69	38,730,239.49	35,777,166.61	38,079,307.54
四、净利润（净亏损以“-”填列）	81,785,329.37	196,229,591.71	177,134,329.92	165,971,187.04
（一）按经营持续性分类	-	-	-	-
1. 持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	81,785,329.37	196,229,591.71	177,134,329.92	165,971,187.04
2. 终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
（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）	81,004,566.27	195,658,375.20	176,211,112.50	165,694,797.75
2. 少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	780,763.10	571,216.51	923,217.42	276,389.29
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
六、综合收益总额	81,785,329.37	196,229,591.71	177,134,329.92	165,971,187.04
归属于母公司所有者的综合收益总额	81,004,566.27	195,658,375.20	176,211,112.50	165,694,797.75
归属于少数股东的综合收益总额	780,763.10	571,216.51	923,217.42	276,389.29
七、每股收益				
（一）、基本每股收益	0.22	0.54	0.49	-
（二）、稀释每股收益	0.22	0.54	0.49	-

（三）现金流量表

单位：元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 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	282,001,919.94	850,290,543.50	658,869,759.47	650,487,440.34
收到的税费返还	-	-	-	-

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
收到的其他与经营活动有关的现金	10,434,914.58	18,241,826.64	7,924,373.65	5,650,338.74
经营活动现金流入小计	292,436,834.52	868,532,370.14	666,794,133.12	656,137,779.08
购买商品、接受劳务支付的现金	134,481,449.67	297,097,162.94	207,359,685.03	184,357,445.07
支付给职工以及为职工支付的现金	90,558,153.89	165,055,437.35	104,799,858.74	112,171,256.42
支付的各项税费	56,446,097.68	101,874,509.91	88,140,924.16	76,874,656.59
支付的其他与经营活动有关的现金	32,344,477.46	91,744,761.93	61,326,844.60	82,913,823.87
经营活动现金流出小计	313,830,178.70	655,771,872.13	461,627,312.53	456,317,181.95
经营活动产生的现金流量净额	-21,393,344.18	212,760,498.01	205,166,820.59	199,820,597.13
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	233,877,119.00	492,000,000.00	847,947,342.76	172,310,000.00
取得投资收益收到的现金	1,700,408.27	2,798,611.05	3,106,130.90	511,632.49
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	128,902.73	55,305.41	117,356.27	1,397,604.17
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到的其他与投资活动有关的现金	1,000,000.00	-	-	-
投资活动现金流入小计	236,706,430.00	494,853,916.46	851,170,829.93	174,219,236.66
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	30,197,951.96	62,856,114.55	38,033,612.62	13,981,198.87
投资支付的现金	110,000,000.00	474,200,000.00	885,325,269.58	277,782,073.18
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付的其他与投资活动有关的现金	-	-	-	3,183,000.00
投资活动现金流出小计	140,197,951.96	537,056,114.55	923,358,882.20	294,946,272.05
投资活动产生的现金流量净额	96,508,478.04	-42,202,198.09	-72,188,052.27	-120,727,035.39
三、筹资活动产生的现金流量：				

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
吸收投资收到的现金	-	27,300,000.00	-	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	3,300,000.00	-	-
取得借款收到的现金	-	-	-	49,000,000.00
发行债券收到的现金	-	-	-	-
收到的其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	61,039,726.61
筹资活动现金流入小计	-	27,300,000.00	-	110,039,726.61
偿还债务支付的现金	-	-	32,000,000.00	88,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	5,035,971.20	115,108,028.80	80,277,466.67	72,370,737.79
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-	-
支付的其他与筹资活动有关的现金	7,875,359.48	7,140,640.97	-	420,000.00
筹资活动现金流出小计	12,911,330.68	122,248,669.77	112,277,466.67	160,790,737.79
筹资活动产生的现金流量净额	-12,911,330.68	-94,948,669.77	-112,277,466.67	-50,751,011.18
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响：	-			
五、现金及现金等价物净增加额	62,203,803.18	75,609,630.15	20,701,301.65	28,342,550.56
加：期初现金及现金等价物余额	140,249,803.48	64,640,173.33	43,938,871.68	15,596,321.12
六、期末现金及现金等价物余额	202,453,606.66	140,249,803.48	64,640,173.33	43,938,871.68

（四）审计意见和关键审计事项

1、审计意见

公证天业接受委托，对公司 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日及 2022 年 6 月 30 日的合并及母公司资产负债表，2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 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、合并及母公司所有者权益变动表以及相关财务报表附注进行了审计，并出具了无保留意见的审计报告（苏公 W[2022]A1253 号），审计意

见摘录如下：

“我们认为，后附的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了希诺股份 2022 年 6 月 30 日、2021 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2022 年 1-6 月、2021 年度、2020 年度、2019 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。”

2、关键审计事项

关键审计事项是公证天业会计师根据职业判断，认为对报告期财务报表审计最为重要的事项。这些事项是在对财务报表整体进行审计并形成意见的背景下进行处理的，公证天业会计师不对这些事项单独发表意见。

（1）收入确认

①事项描述

希诺股份的营业收入主要来自于杯壶产品。2022 年 1-6 月、2021 年度、2020 年度 2019 年度公司的营业收入金额分别为 32,905.60 万元、70,004.40 万元、55,557.13 万元、57,950.74 万元。公司根据不同销售模式确定了收入确认的具体方法。

由于收入金额重大，其收入确认是否真实、计量是否准确、是否在恰当的财务报表期间入账可能存在潜在错报。故公证天业会计师将收入确认作为关键审计事项。

②审计应对

针对公司的营业收入，公证天业会计师执行的主要审计程序包括：

- 1) 了解与收入确认相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；
- 2) 检查销售合同，了解主要合同条款或条件，评价收入确认方法是否适当；
- 3) 针对线下经销商销售，以抽样方式检查销售合同、销售发票、出库单、运输单等支持性文件，确认营业收入的真实性；
- 4) 针对线上电商销售，以抽样方式检查与收入确认相关的支持性文件，包

括确认收入的平台流水、电商平台对账单等；同时针对通过电子商务平台销售的产品，抽取部分终端用户进行电话访谈，确定营业收入的真实性；

5) 对营业收入及毛利率按产品、客户等实施分析程序，识别是否存在重大或异常波动，并查明波动原因；

6) 对资产负债表日前后确认的营业收入实施截止性测试，评价营业收入是否在恰当期间确认；

7) 结合应收账款函证，以抽样方式向主要客户函证报告期内销售额；

8) 对报告期内主要客户实施访谈程序，了解、核实客户的基本信息、与公司的合作历史、业务开展的具体情况。

（五）合并财务报表的编制基础、合并范围及变化情况

1、编制基础

公司财务报表以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”），以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第15号——财务报告的一般规定》（2014年修订）等披露规定编制。

根据企业会计准则的相关规定，公司会计核算以权责发生制为基础。除某些金融工具外，本财务报表均以历史成本为计量基础。资产如果发生减值，则按照相关规定计提相应的减值准备。

2、持续经营

公司综合评价目前可获取的信息，自报告期末起12个月内不存在明显影响公司持续经营能力的因素。

3、合并财务报表范围及变化情况

控股子公司名称	注册资本 (万元)	持股比例	是否合并				备注
			2022年 1-6月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	
江苏那美实业有限公司	15,000	100%	是	是	是	是	

控股子公司名称	注册资本 (万元)	持股比例	是否合并				备注
			2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	
希诺销售有限公司	5,000	100%	是	是	是	是	
上海希诺电子商务有限公司	500	100%	是	是	是	是	
江苏恒尚包装科技有限公司	2,000	70%	是	是	是	是	
南通鹊起日用品有限公司	100	100%	-	-	-	是	2019 年注 销[注]
上海诺饮智能科技有限公司	200	100%	是	是	是	是	2019 年新 设孙公司
熊家社商业管理有限公司	10,000	100%	是	是	是	-	2020 年新 设子公司
三郎科技有限公司	10,000	100%	是	是	是	-	2020 年新 设子公司
那美（上海）日用品有限公司	1,000	100%	是	是	是	-	2020 年新 设孙公司
三郎（上海）日用品有限公司	1,000	100%	是	是	是	-	2020 年新 设孙公司
江苏那美电镀科技有限公司	1,000	100%	是	是	-	-	2021 年新 设孙公司

注：南通鹊起于2019年9月完成注销清算及税务注销，2020年1月完成工商注销。

（六）分部信息

本公司未设置业务分部。

二、主要会计政策和会计估计

本公司根据实际生产经营特点，依据相关企业会计准则的规定，对收入确认等交易和事项制定了若干项具体会计政策和会计估计，详见本节“（二十二）收入”各项描述。关于管理层所作出的重大会计判断和估计的说明，请参阅本节“（二十八）重大会计判断和估计”。

（一）遵循企业会计准则的声明

本公司编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了本公司 2022 年 6 月 30 日、2021 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日及 2019 年 12 月 31 日的财务状况及 2022 年 1-6 月、2021 年度、2020 年度及 2019 年度的经营成果和现金流量等有关信息。

（二）会计期间

本公司的会计期间分为年度和中期，会计中期指短于一个完整的会计年度的报告期间。本公司会计年度采用公历年度，自公历 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。

（三）营业周期

正常营业周期是指本公司从购买用于加工的资产起至实现现金或现金等价物的期间。本公司以 12 个月作为一个营业周期，并以其作为资产和负债的流动性划分标准。

（四）记账本位币

公司以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

企业合并，是指将两个或两个以上单独的企业合并形成一个报告主体的交易或事项。企业合并分为同一控制下企业合并和非同一控制下企业合并。

1、同一控制下企业合并

参与合并的企业在合并前后均受同一方或相同的多方最终控制，且该控制并非暂时性的，为同一控制下的企业合并。合并方在企业合并中取得的资产和负债，均按合并日在被合并方的账面价值计量。合并方取得的净资产账面价值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（股本溢价）；资本公积（股本溢价）不足以冲减的，调整留存收益。

2、非同一控制下企业合并

参与合并的企业在合并前后不受同一方或相同的多方最终控制的，为非同一控制下的企业合并。本公司作为购买方，为取得被购买方控制权而付出的资产（包括购买日之前所持有的被购买方的股权）、发生或承担的负债在购买日的公允价值之和，减去合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值的差额，如为正数则确认为商誉；如为负数，首先对取得的被购买方各项资产、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，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，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）合营安排分类及共同经营会计处理方法

公司根据其在合营安排中享有的权利和承担的义务将合营安排分为共同经营和合营企业。

（八）现金及现金等价物的确定标准

现金等价物是指企业持有的期限短（一般指从购买日起三个月内到期）、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。

（九）外币业务和外币报表折算

对发生的外币交易，以交易发生日中国人民银行公布的市场汇率中间价折算为记账本位币记账。其中，对发生的外币兑换或涉及外币兑换的交易，按照交易实际采用的汇率进行折算。

（十）金融工具

金融工具，是指形成一方的金融资产并形成其他方的金融负债或权益工具的合同。当本公司成为金融工具合同的一方时，确认相关的金融资产或金融负债。

（十一）存货

1、存货的分类

本公司存货分为原材料、低值易耗品、在产品、库存商品、委托加工物资等。

2、发出存货的计价方法

发出原材料、库存商品采用加权平均法核算。

3、存货跌价准备的计提方法

期末存货按成本与可变现净值孰低计价，在对存货进行全面盘点的基础

上，对遭受毁损、全部或部分陈旧过时、销售价格低于成本等原因的存货，预计其成本不可收回的部分，提取存货跌价准备。可变现净值是指公司在正常生产经营过程中，以预计售价减去至完工以及销售所必须的预计费用后的价值。如已计提跌价准备的存货价值得以恢复的，则按恢复增加的数额（其增加数应以原计提的金额为准）调整存货跌价准备及当期收益。

4、存货的盘存制度

公司存货盘存采用永续盘存制，并定期进行实地盘点。

5、低值易耗品的摊销方法

公司领用低值易耗品采用一次转销法进行摊销。

6、与同行业公司对比情况

报告期各期，公司存货跌价准备计提比例与同行业可比公司的对比情况详见本节“七、资产质量分析”之“（二）流动资产的构成及其变化分析”之“7、存货”之“（2）报告期内存货跌价准备计提情况”部分。

（十二）长期股权投资

本部分所指的长期股权投资是指本公司对被投资单位具有控制、共同控制或重大影响的长期股权投资。本公司对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响的长期股权投资，作为公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产或以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产核算，其会计政策详见本节“（十）金融工具”。

1、初始投资成本确定

本公司长期股权投资的投资成本按取得方式不同分别采用如下方式确认：

（1）同一控制下企业合并取得的长期股权投资，在合并日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的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的现金、转让的非现金资产以及所承担债务账面价值之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

（2）非同一控制下企业合并取得的长期股权投资，按交易日所涉及资产、

发行的权益工具及产生或承担的负债的公允价值加上直接与收购有关的成本所计算的合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。

（3）其他方式取得的长期投资

①以支付现金取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为投资成本。

②以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为投资成本。

③通过非货币资产交换取得的长期股权投资，具有商业实质的，按换出资产的公允价值作为换入的长期股权投资投资成本；不具有商业实质的，按换出资产的账面价值作为换入的长期股权投资投资成本。

④通过债务重组取得的长期股权投资，其投资成本按长期股权投资的公允价值确认。

2、长期股权投资的后续计量

（1）能够对被投资单位实施控制的投资，采用成本法核算。

（2）对被投资单位具有共同控制（构成共同经营者除外）或重大影响的长期股权投资，采用权益法核算。

（3）收购少数股权

在编制合并财务报表时，因购买少数股权新增的长期股权投资与按照新增持股比例计算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，资本公积不足冲减的，调整留存收益。

（4）处置长期股权投资

在合并财务报表中，母公司在不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的长期股权投资，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司净资产的差额计入股东权益；母公司部分处置对子公司的长期股权投资导致丧失对子公司控制权的，按本节“（六）合并财务报表的编制方法”中所述的相关会计政策处理。

其他情形下的长期股权投资处置，对于处置的股权，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。

3、长期股权投资减值测试方法和减值准备计提方法

长期股权投资的减值测试方法和减值准备计提方法详见本节“（十八）长期资产减值”。

4、共同控制和重要影响的判断标准

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，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。在判断是否存在共同控制时，首先判断所有参与方或参与方组合是否集体控制该安排，其次再判断该安排相关活动的决策是否必须经过这些集体控制该安排的参与方一致同意。

重大影响，是指投资方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。在确定能否对被投资单位施加重大影响时，考虑投资方和其他方持有的被投资单位当期可转换公司债券、当期可执行认股权证等潜在表决权因素。

（十三）投资性房地产的核算方法

投资性房地产，是指为赚取租金或资本增值，或两者兼有而持有的房地产。主要包括：

- （1）已出租的土地使用权。
- （2）持有并准备增值后转让的土地使用权。
- （3）已出租的建筑物。

（十四）固定资产的核算

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，使用年限超过一年，单位价值较高的有形资产。

1、各类固定资产的折旧方法

固定资产达到预定可适用状态即开始计提折旧，折旧采用平均年限法，各

类固定资产的预计使用寿命、净残值率及年折旧率分别为：

固定资产类别	预计使用寿命（年）	预计净残值率	年折旧率
房屋及建筑物	20	5%	4.75%
机器设备	10	5%	9.50%
运输设备	4	5%	23.75%
电子设备	3	5%	31.67%
其他设备	3-5	5%	19.00%-31.67%

已计提减值准备的固定资产，扣除已计提的固定资产减值准备累计金额计算折旧额。

固定资产的减值测试方法和减值准备计提方法详见本节“（十八）长期资产减值”。

2、与同行业可比公司的比较情况

报告期内，公司固定资产折旧年限与同行业公司比较情况详见本节“七、资产质量分析”之“（三）非流动资产的构成及其变化分析”之“1、固定资产”之“（3）固定资产折旧年限分析”部分。

（十五）在建工程的核算方法

本公司建造的固定资产在达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或工程实际成本等，按估计的价值结转固定资产，次月起开始计提折旧。待办理了竣工决算手续后再对固定资产原值差异作调整。

在建工程的减值测试方法和减值准备计提方法详见本节“（十八）长期资产减值”。

（十六）借款费用的核算方法

借款费用包括因借款而发生的利息、折价或溢价的摊销和辅助费用，以及因外币借款而发生的汇兑差额。本公司发生的借款费用，属于需要经过 1 年以上（含 1 年）时间购建的固定资产、开发投资性房地产或存货所占用的专门借款或一般借款所产生的，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。相关借款费用当同时具备以下三个条件时开始资本化：资产支出已经发生；借款费用已经发生；为使资产达到预定可使

用状态所必要的购建活动已经开始。

为购建固定资产、投资性房地产、存货所发生的借款费用，满足上述资本化条件的，在该资产达到预定可使用状态或可销售状态前所发生的，计入资产成本；若固定资产、投资性房地产、存货的购建活动发生非正常中断，并且中断时间连续超过 3 个月，暂停借款费用的资本化，将其确认为当期费用，直至资产的购建活动重新开始；在达到预定可使用状态或可销售状态时，停止借款费用的资本化，之后发生的借款费用于发生当期直接计入财务费用。

（十七）无形资产

1、无形资产的计价方法

本公司的无形资产包括土地使用权、专利技术和非专利技术等。

购入的无形资产，按实际支付的价款和相关的其他支出作为实际成本。

投资者投入的无形资产，按投资合同或协议约定的价值确定实际成本，但合同或协议约定价值不公允的，按公允价值确定实际成本。

自行研究开发的无形资产，其研究阶段的支出，于发生时计入当期损益；其开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产（专利技术和非专利技术）：

- 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；
- 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。

不满足上述条件的开发阶段的支出，于发生时计入当期损益。前期已计入损益的开发支出不在以后期间确认为资产。已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出，自该项目达到预定可使用状态之日起转为无形资产。

2、无形资产摊销方法和期限

本公司的土地使用权从出让起始日或获得土地使用权日起，按其出让年限平均摊销；本公司专利技术、非专利技术和其他无形资产按预计使用年限、合同规定的受益年限和法律规定的有效年限三者中最短者分期平均摊销。摊销金额按其受益对象计入相关资产成本和当期损益。

无形资产的减值测试方法和减值准备计提方法详见本节“（十八）长期资产减值”。

（十八）长期资产减值

对于固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产、以成本模式计量的投资性房地产及对子公司、合营企业、联营企业的长期股权投资等非流动非金融资产，本公司于资产负债表日判断是否存在减值迹象。如存在减值迹象的，则估计其可收回金额，进行减值测试。商誉、使用寿命不确定的无形资产和尚未达到可使用状态的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年均进行减值测试。

（十九）长期待摊费用

公司发生的长期待摊费用按实际成本计价，并按预计受益期限平均摊销，对不能使以后会计期间受益的长期待摊费用项目，在确定时将该项目的摊余价值全部计入当期损益。

（二十）职工薪酬

职工薪酬，是指公司为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿，职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利等。

1、短期薪酬的会计处理方法

本公司在职工为其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，其他会计准则要求或允许计入资产成本的除外；发生的职工福利费，在实际发生时根据实际发生额计入当期损益或相关资产成本。职工福利费为非货币性福利的，按照公允价值计量；企业为职工缴纳的医疗保险费、工伤保险费、生育保险费等社会保险费和住房公积金，以及按规定提取的

工会经费和职工教育经费，在职工为其提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额，并确认相应负债，计入当期损益或相关资产成本。

2、离职后福利的会计处理方法

离职后福利，是指公司为获得职工提供的服务而在职工退休或与企业解除劳动关系后，提供的各种形式的报酬和福利，短期薪酬和辞退福利除外。公司的离职后福利全部为设定提存计划，即依据相关法律法规要求，职工在为公司提供服务期间，公司依据规定的缴纳基数和比例计算并向当地政府经办机构缴纳的养老保险等，公司在职工为其提供服务的会计期间，将实际发生的离职后福利确认为负债，并根据职工提供服务的受益对象，分别计入固定资产成本、无形资产成本、产品成本、劳务成本，或计入当期损益。

3、辞退福利的会计处理方法

本公司在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系、或者为鼓励职工自愿接受裁减而提出给予补偿，在本公司不能单方面撤回解除劳动关系计划或裁减建议时和确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本费用时两者孰早日，确认因解除与职工的劳动关系给予补偿而产生的负债，同时计入当期损益。职工内部退休计划采用上述辞退福利相同的原则处理。本公司将自职工停止提供服务日至正常退休日的期间拟支付的内退人员工资和缴纳的社会保险费等，在符合预计负债确认条件时，计入当期损益（辞退福利）。

4、其他长期职工福利的会计处理方法

本公司亦向满足一定条件的职工提供国家规定的保险制度外的补充退休福利，该等补充退休福利属于设定受益计划，资产负债表上确认的设定受益负债为设定受益义务的现值减去计划资产的公允价值。设定受益义务每年由独立精算师采用与义务期限和币种相似的国债利率、以预期累积福利单位法计算。与补充退休福利相关的服务费用（包括当期服务成本、过去服务成本和结算利得或损失）和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。

（二十一）预计负债

1、确认原则

当与对外担保、未决诉讼或仲裁、产品质量保证、裁员计划、亏损合同、重组义务、固定资产弃置义务等或有事项相关的业务同时符合以下条件时，本公司将其确认为负债：

该义务是本公司承担的现时义务；

该义务的履行很可能导致经济利益流出企业；

该义务的金额能够可靠地计量。

2、计量方法：按清偿该或有事项所需支出的最佳估计数计量

（二十二）收入

1、2022 年 1-6 月、2021 年度、2020 年度收入确认原则

本公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务控制权时确认收入。取得相关商品或服务控制权，是指能够主导该商品或服务的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

合同中包含两项或多项履约义务的，本公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品或服务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。本公司按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

满足下列条件之一的，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）客户在本公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益。

（2）客户能够控制本公司履约过程中在建的商品。

（3）本公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且本公司在整个合同期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，本公司在该段时间内按照履约进度确认收入，但是，履约进度不能合理确定的除外。当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，本公司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，本公司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或服务控制权时，本公司考虑下列迹象：

（1）公司就该商品或服务享有现时收款权利，即客户就该商品或服务负有现时付款义务。

（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）客户已接受该商品或服务。

2、2019 年度收入确认原则

（1）销售商品收入确认时间的具体判断标准

公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；公司既没有保留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时，确认商品销售收入实现。

（2）确认让渡资产使用权收入的依据

与交易相关的经济利益很可能流入企业，收入的金额能够可靠地计量时，分别下列情况确定让渡资产使用权收入金额：

利息收入金额：按照他人使用本企业货币资金的时间和实际利率计算确定。

使用费收入金额：按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

本公司确认让渡资产使用权收入的依据

租赁收入：在出租合同（或协议）规定日期收取租金后，确认收入实现。如果虽然在合同或协议规定的日期没有收到租金，但是租金能够收回，并且收入金额能够可靠计量的，也确认为收入。

（3）按完工百分比法确认提供劳务的收入和建造合同收入时，确定合同完工进度的依据和方法

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入。提供劳务交易的完工进度，依据已完工作的测量确定。

按照已收或应收的合同或协议价款确定提供劳务收入总额，但已收或应收的合同或协议价款不公允的除外。资产负债表日按照提供劳务收入总额乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认提供劳务收入后的金额，确认当期提供劳务收入。同时，按照提供劳务估计总成本乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认劳务成本后的金额，结转当期劳务成本。

在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：

已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照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。

已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

3、收入确认的具体方法

公司主要从事玻璃水杯、不锈钢真空保温杯壶等饮水器具销售，公司不同销售模式下的收入确认具体政策如下：

（1）线下经销模式

经销模式是指经销商买断商品后，在约定的区域内，自行负责销售终端的销售和配送的一种销售模式，该模式下主要采用自提和委托物流公司运输，经销商自行上门提货，在公司仓库交货后，确认销售收入；经销商委托物流公司运输，公司将商品交与经销商指定的物流公司后，确认销售收入。

（2）线上电商模式

公司通过电子商务平台销售，消费者确认收到货物或系统默认收货后，公司收到相关货款时确认收入；公司销售给电子商务平台，并由其对外销售，公司收到电子商务平台确认的结算清单时确认收入。

（3）门店销售

门店营业员将货物交给客户后，确认销售收入。

（二十三）政府补助

1、政府补助类型

政府补助是指本公司从政府无偿取得货币性资产和非货币性资产（但不包括政府作为所有者投入的资本）。政府补助根据相关政府文件中明确规定的补助对象性质划分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

对于政府文件未明确规定补助对象的，本公司将该政府补助划分为与资产相关或与收益相关的判断依据为：是否用于购建或以其他方式形成长期资产。

2、政府补助的确认

政府补助在能够满足政府补助所附条件且能够收到时予以确认。

政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量。公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

3、政府补助会计处理

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，当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。与收益相关的政府补助，分别按照下列情况进行处理：用于补偿以后期间的相关成本费用和损失的，确认为递延收益，并在确认相关成本费用和损失的期间计入当期损益或冲减相关成本；用于补偿已经发生的相关成本费用和损失的，直接计入当期损益或冲减相关成本。

与公司日常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，计入营业外收入。

（二十四）递延所得税资产及负债

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：企业合并或直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

（二十五）租赁

自 2021 年 1 月 1 日起的会计政策：

租赁，是指在一定期间内，出租人将资产的使用权让与承租人以获取对价的合同。在合同开始日，本公司评估合同是否为租赁或者包含租赁。如果合同中一方让渡了在一定期间内控制一项或多项已识别资产使用的权利以换取对价，则该合同为租赁或者包含租赁。合同中同时包含多项单独租赁的，本公司将合同予以分拆，并分别各项单独租赁进行会计处理。合同中同时包含租赁和非租赁部分的，承租人和出租人将租赁和非租赁部分进行分拆。

1、本公司作为承租人

（1）使用权资产

在租赁期开始日，本公司对除短期租赁和低价值资产租赁以外的租赁确认

使用权资产。使用权资产按照成本进行初始计量。该成本包括：租赁负债的初始计量金额；在租赁期开始日或之前支付的租赁付款额，存在租赁激励的，扣除已享受的租赁激励相关金额；承租人发生的初始直接费用；承租人为拆卸及移除租赁资产、复原租赁资产所在场地或将租赁资产恢复至租赁条款约定状态预计将发生的成本，但不包括属于为生产存货而发生的成本。

本公司后续采用直线法对使用权资产计提折旧。能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，本公司在租赁资产剩余使用寿命内计提折旧。无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，本公司在租赁期与租赁资产剩余使用寿命两者孰短的期间内计提折旧。

（2）租赁负债

在租赁期开始日，本公司将尚未支付的租赁付款额的现值确认为租赁负债。租赁付款额包括以下五部分内容：固定付款额及实质固定付款额，存在租赁激励的，扣除租赁激励相关金额；取决于指数或比率的可变租赁付款额，该款项在初始计量时根据租赁期开始日的指数或比率确定；购买选择权的行权价格，前提是承租人合理确定将行使该选择权；行使终止租赁选择权需支付的款项，前提是租赁期反映出承租人将行使终止租赁选择权；根据承租人提供的担保余值预计应支付的款项。

计算租赁付款额现值时采用租赁内含利率作为折现率，无法确定租赁内含利率的，采用公司增量借款利率作为折现率。本公司按照固定的周期性利率计算租赁负债在租赁期内各期间的利息费用，并计入当期损益，但另有规定计入相关资产成本的除外。未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额于实际发生时计入当期损益，但另有规定计入相关资产成本的除外。租赁期开始日后，当实质固定付款额发生变动、担保余值预计的应付金额发生变化、用于确定租赁付款额的指数或比率发生变动、购买选择权、续租选择权或终止选择权的评估结果或实际行权情况发生变化时，本公司按照变动后的租赁付款额的现值重新计量租赁负债。

（3）短期租赁和低价值资产租赁

本公司选择对短期租赁和低价值资产租赁不确认使用权资产和租赁负债，

并将相关的租赁付款额在租赁期内各个期间按照直线法计入当期损益或相关资产成本。短期租赁，是指在租赁期开始日，租赁期不超过 12 个月且不包含购买选择权的租赁。低价值资产租赁，是指单项租赁资产为全新资产时价值较低的租赁。

公司转租或预期转租租赁资产的，原租赁不属于低价值资产租赁。

2、本公司作为出租人

在租赁开始日，本公司将实质上转移了与租赁资产所有权有关的几乎全部风险和报酬的租赁划分为融资租赁，除此之外的均为经营租赁。

（1）经营租赁

本公司在租赁期内各个期间按照直线法将租赁收款额确认为租金收入，发生的初始直接费用予以资本化并按照与租金收入确认相同的基础进行分摊，分期计入当期损益。本公司取得的与经营租赁有关的未计入租赁收款额的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益。

（2）融资租赁

在租赁期开始日，本公司按照租赁投资净额（未担保余值和租赁期开始日尚未收到的租赁收款额按照租赁内含利率折现的现值之和）确认应收融资租赁款，并终止确认融资租赁资产。在租赁期的各个期间，本公司按照租赁内含利率计算并确认利息收入。本公司取得的未纳入租赁投资净额计量的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益。

（二十六）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、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。

（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。

（二十七）重要会计政策和会计估计变更

1、重要会计政策变更

（1）新收入准则

财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 14 号——收入》。修订后的准则规定，首次执行该准则应当根据累积影响数调整当年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。

本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则。根据准则的规定，本公司仅对在首次执行日尚未完成的合同的累积影响数调整 2020 年年初留存收益以及财务报表其他相关项目金额。

执行新收入准则的主要变化和影响如下：

将因转让商品而预先收取客户的合同款项从“预收账款”项目调整至“合同负债”项目列报，相关税金计入“其他流动负债——待转销项税”列报；原预计退货的毛利额确认为“其他流动负债”，新收入准则下将预计退货金额部分重分类至“其他流动资产”；原预提返利确认为“其他流动负债”，新收入准则下将预提返利金额部分重分类至“合同负债”。

（2）新租赁准则

2018 年，财政部颁布了修订的《企业会计准则第 21 号——租赁》（简称“新租赁准则”），新租赁准则要求承租人对除短期租赁和低价值资产租赁以外的所有租赁确认使用权资产和租赁负债，并分别确认折旧和利息费用。本公司自 2021 年 1 月 1 日开始按照新修订的租赁准则进行会计处理，对首次执行日前已存在的合同，选择不重新评估其是否为租赁或者包含租赁，并根据衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日新租赁准则与原租赁准则的差异追溯调整 2021 年年初留存收益：

①对于首次执行日之前的融资租赁，本公司按照融资租入资产和应付融资租赁款的原账面价值，分别计量使用权资产和租赁负债；

②对于首次执行日之前的经营租赁，本公司根据剩余租赁付款额按首次执行日的增量借款利率折现的现值计量租赁负债，并根据每项租赁按照与租赁负债相等的金额，并根据预付租金进行必要调整计量使用权资产；

③在首次执行日，本公司按照按照本节“（十八）长期资产减值”对使用权资产进行减值测试并进行相应的会计处理。

本公司对首次执行日之前租赁资产属于低价值资产的经营租赁或将于 12 个月内完成的经营租赁，采用简化处理，未确认使用权资产和租赁负债。此外，本公司对于首次执行日之前的经营租赁，采用了下列简化处理：

①计量租赁负债时，具有相似特征的租赁可采用同一折现率；使用权资产的计量可不包含初始直接费用；

②存在续租选择权或终止租赁选择权的，本公司根据首次执行日前选择权的实际行使及其他最新情况确定租赁期；

③作为使用权资产减值测试的替代，本公司根据本节“（十八）长期资产减值”评估包含租赁的合同在首次执行日前是否为亏损合同；

④首次执行日前的租赁变更，本公司根据租赁变更的最终安排进行会计处理。

在计量租赁负债时，本公司使用 2021 年 1 月 1 日的增量借款利率来对租赁付款额进行折现，增量借款利率的区间为 4.35%至 4.90%。与 2021 年 1 月 1 日

计入资产负债表的租赁负债的差异调整过程如下：

项目	金额（单位：元）
2020 年 12 月 31 日末合并财务报表中披露的重大经营租赁的尚未支付的最低租赁付款额	24,658,255.82
减：简化处理的短期租赁承担	-
简化处理的剩余租赁期少于 12 个月的租赁	1,197,771.20
减：简化处理的低价值资产租赁承担（低价值资产的短期租赁费用除外）	-
小计	23,460,484.62
按 2021 年 1 月 1 日本公司增量借款利率折现的现值	21,218,851.13
2021 年 1 月 1 日新租赁准则下的租赁负债（含重分类至其他流动负债的 1 年内到期的租赁负债）	21,218,851.13

2、重要会计估计变更

报告期内，公司无重要会计估计变更。

3、首次执行新收入准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况：

合并资产负债表

单位：元

项目	2019 年 12 月 31 日	2020 年 1 月 1 日	调整
其他流动资产	8,211,402.41	8,234,104.50	22,702.09
预收款项	36,062,485.14	-	-36,062,485.14
合同负债	-	32,488,928.15	32,488,928.15
其他流动负债	598,804.87	4,195,063.95	3,596,259.08

母公司资产负债表

单位：元

项目	2019 年 12 月 31 日	2020 年 1 月 1 日	调整
预收款项	2,160.01	-	-2,160.01
合同负债	-	1,911.51	1,911.51
其他流动负债	-	248.50	248.50

4、首次执行新租赁准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况：

合并资产负债表

单位：元

项目	2020 年 12 月 31 日	2021 年 1 月 1 日	调整
使用权资产	-	21,529,029.12	21,529,029.12

项目	2020 年 12 月 31 日	2021 年 1 月 1 日	调整
预付账款	11,286,488.10	10,976,310.11	-310,177.99
租赁负债	-	15,382,293.59	15,382,293.59
一年内到期的非流动负债	-	5,836,557.54	5,836,557.54

母公司资产负债表

单位：元

项目	2020 年 12 月 31 日	2021 年 1 月 1 日	调整
使用权资产	-	220,919.88	220,919.88
租赁负债	-	198,795.99	198,795.99
一年内到期的非流动负债	-	22,123.89	22,123.89

（二十八）重大会计判断和估计

本公司在运用会计政策过程中，由于经营活动内在的不确定性，本公司需要对无法准确计量的报表项目的账面价值进行判断、估计和假设。这些判断、估计和假设是基于本公司管理层过去的历史经验，并在考虑其他相关因素的基础上做出的。这些判断、估计和假设会影响收入、费用、资产和负债的报告金额以及资产负债表日或有负债的披露。然而，这些估计的不确定性所导致的实际结果可能与本公司管理层当前的估计存在差异，进而造成对未来受影响的资产或负债的账面金额进行重大调整。

本公司对前述判断、估计和假设在持续经营的基础上进行定期复核，会计估计的变更仅影响变更当期的，其影响数在变更当期予以确认；既影响变更当期又影响未来期间的，其影响数在变更当期和未来期间予以确认。

于资产负债表日，本公司需对财务报表项目金额进行判断、估计和假设的重要领域如下：

1、预期信用损失计算

本公司通过违约风险敞口和预期信用损失率计算预期信用损失，并基于违约概率和违约损失率确定预期信用损失率。在计算预期信用损失率时，本公司使用内部历史信用损失经验等数据，并结合当前状况和前瞻性信息对历史数据进行调整。在考虑前瞻性信息时，本公司使用的指标包括经济下滑的风险、预期失业率的增长、外部市场环境、技术环境和客户情况的变化等。本公司定期

监控并复核与预期信用损失计算相关的假设。

2、存货跌价准备

本公司根据存货会计政策，按照成本与可变现净值孰低计量，对成本高于可变现净值及陈旧和滞销的存货，计提存货跌价准备。存货减值至可变现净值是基于评估存货的可售性及其可变现净值。鉴定存货减值要求管理层在取得确凿证据，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素的基础上作出判断和估计。实际的结果与原先估计的差异将在估计被改变的期间影响存货的账面价值及存货跌价准备的计提或转回。

3、非金融非流动资产减值准备

本公司于资产负债表日对除金融资产之外的非流动资产判断是否存在可能发生减值的迹象。对于商誉和使用寿命不确定的无形资产，不论是否存在减值迹象，每年均进行减值测试。其他除金融资产之外的非流动资产，当存在迹象表明其账面金额不可收回时，公司进行减值测试。

当资产或资产组的账面价值高于可收回金额，即公允价值减去处置费用后的净额和预计未来现金流量的现值中的较高者，表明发生了减值。

公允价值减去处置费用后的净额，参考公平交易中类似资产的销售协议价格或可观察到的市场价格，减去可直接归属于该资产处置的增量成本确定。

在预计未来现金流量现值时，需要对该资产（或资产组）的产量、售价、相关经营成本以及计算现值时使用的折现率等作出重大判断。本公司在估计可收回金额时会采用所有能够获得的相关资料，包括根据合理和可支持的假设所作出有关产量、售价和相关经营成本的预测。

4、折旧和摊销

公司对投资性房地产、固定资产和无形资产在考虑其残值后，在使用寿命内按直线法计提折旧和摊销。本公司定期复核使用寿命，以决定将计入每个报告期的折旧和摊销费用数额。使用寿命是本公司根据对同类资产的以往经验并结合预期的技术更新而确定的。如果以前的估计发生重大变化，则会在未来期间对折旧和摊销费用进行调整。

5、所得税

公司在正常的经营活动中，有部分交易其最终的税务处理和计算存在一定的不确定性。部分项目是否能够在税前列支需要税收主管机关的审批。如果这些税务事项的最终认定结果同最初估计的金额存在差异，则该差异将对其最终认定期间的当期所得税和递延所得税产生影响。

三、非经常性损益情况

公证天业对公司报告期内的非经常性损益情况进行了审核，并出具了《非经常性损益审核报告》（苏公 W[2022]E1460 号）。经审核，公司报告期内的非经常性损益情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
非流动资产处置损益	-19.01	-41.15	-31.78	-11.49
计入当期损益的政府补助	393.71	1,068.29	639.28	305.62
委托他人投资或管理资产的损益	170.04	279.86	310.61	51.16
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-3.36	75.80	20.92	81.81
其他符合非经常性损益定义的损益项目	32.00	13.41	9.65	5.22
合计	573.39	1,396.21	948.68	432.32
减：非经常性损益的所得税影响数	100.55	268.87	224.38	95.32
减：少数股东权益影响额	0.21	2.30	3.33	-
扣除所得税影响数后的非经常性损益	472.62	1,125.04	720.97	337.00
归属于公司普通股股东的净利润	8,100.46	19,565.84	17,621.11	16,569.48
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	7,627.83	18,440.80	16,900.15	16,232.48
扣除所得税影响数后的非经常性损益占归属于公司普通股股东的净利润的比例	5.83%	5.75%	4.09%	2.03%

报告期内，公司扣除所得税影响后非经常性损益占归属于公司普通股股东的净利润比例分别为 2.03%、4.09%、5.75%及 5.83%，占比较小，对利润的影响较小。

四、缴纳的主要税种、税率和税收优惠情况

（一）主要税种及税率

税种	计税依据	税率
增值税	应税收入	5%/9%/13%/16%
城市维护建设税	本期应缴流转税额	5%/7%
教育税附加	本期应缴流转税额	3%
地方教育费附加	本期应缴流转税额	2%
企业所得税	本期应纳所得税额	15%/20%/25%

（二）税收优惠

希诺股份依据科技部、财政部、国家税务总局《高新技术企业认定管理办法》，于 2016 年 10 月 20 日被江苏省科学技术厅、江苏省财政厅、江苏省国家税务局、江苏省地税局联合认定为高新技术企业，证书编号：GR201632000366，证书有效期三年。证书到期后，希诺股份 2019 年 12 月 5 日通过复审，并取得 GR201932005255 号高新技术企业证书，证书有效期三年。希诺股份 2019 年度、2020 年度、2021 年度享受 15% 的所得税优惠。根据国家税务总局《关于实施高新技术企业所得税优惠政策有关问题的公告》（国家税务总局公告 2017 年 24 号），企业的高新技术企业资格期满当年，在通过重新认定前，其企业所得税暂按 15% 的税率预缴，因此 2022 年 1-6 月希诺股份仍按 15% 的税率计缴企业所得税。

江苏那美依据科技部、财政部、国家税务总局《高新技术企业认定管理办法》，于 2017 年 12 月 27 日被江苏省科学技术厅、江苏省财政厅、江苏省国家税务局、江苏省地税局联合认定为高新技术企业，证书编号：GR201732004028，证书有效期三年。证书到期后，江苏那美 2020 年 12 月 2 日通过高新技术企业复审，再次获得高新证书，编号：GR202032009231，证书有效期三年。江苏那美 2019 年度、2020 年度、2021 年度、2022 年 1-6 月享受 15% 的所得税优惠。

2019 年 1 月 17 日，财政部、税务总局发布了《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），自 2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，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。2021 年 4 月 2 日，财政部、税务总局发布《关于实施小微企业和个体工商户所得税优惠政策的公告》（财政部 税务总局公告 2021 年第 12 号），对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，在《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）第二条规定的优惠政策基础上，再减半征收企业所得税。2022 年 3 月 14 日，财政部、税务总局发布《关于进一步实施小微企业所得税优惠政策的公告》，自 2022 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 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。

小型微利企业是指从事国家非限制和禁止行业，且同时符合年度应纳税所得额不超过 300 万元、从业人数不超过 300 人、资产总额不超过 5000 万元等三个条件的企业。本公司的子公司上海诺饮智能科技有限公司、那美（上海）日用品有限公司等公司满足小型微利企业的标准，享受上述普惠性所得税。

（三）税收优惠对经营成果的影响

报告期各期，公司享受税收优惠金额分别为 1,058.93 万元、1,460.27 万元、1,450.97 万元和 719.62 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
利润总额	9,985.78	23,495.98	21,291.15	20,405.05
所得税费用（实际）	1,807.25	3,873.02	3,577.72	3,807.93
所得税费用（假设未享受优惠政策）	2,526.86	5,324.00	5,037.99	4,866.86
所得税政策优惠金额	719.62	1,450.97	1,460.27	1,058.93
所得税政策优惠金额占当期利润总额的比例	7.21%	6.18%	6.86%	5.19%

报告期内，公司所得税优惠金额占利润总额的比例分别为 5.19%、6.86%、6.18%和 7.21%，占比较小，公司的经营业绩对税收优惠不存在重大依赖。

五、主要财务指标

（一）主要财务指标

指标名称	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
流动比率（倍）	5.07	2.59	2.60	2.27
速动比率（倍）	2.52	1.51	1.61	1.48
资产负债率（母公司）	14.34%	12.76%	12.66%	12.40%
归属于发行人股东的每股净资产（元/股）	1.96	1.74	1.46	3.24
主要财务指标	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
利息保障倍数（倍）	257.17	268.14	562.87	133.50
应收账款周转率（次）	40.72	42.20	19.31	15.99
存货周转率（次）	1.16	1.56	1.66	2.19
息税折旧摊销前利润（万元）	12,086.69	27,302.77	24,146.07	23,390.56
归属于发行人股东的净利润（万元）	8,100.46	19,565.84	17,621.11	16,569.48
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	7,627.83	18,440.80	16,900.15	16,232.48
研发投入占营业收入的比例（%）	5.01	4.00	4.03	3.16
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	-0.06	0.57	0.57	1.44
每股净现金流量（元）	0.17	0.20	0.06	0.20

指标计算公式如下：

流动比率=流动资产/流动负债；

速动比率=速动资产/流动负债；

资产负债率=总负债/总资产；

归属于发行人股东的每股净资产=归属于发行人股东的净资产/期末股本总额；

利息保障倍数=息税前利润/利息费用；

应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额，公司2022年1-6月应收账款周转率系年化值；

存货周转率=营业成本/存货平均余额，公司2022年1-6月存货周转率系年化值；

息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+固定资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销+使用权资产的摊销；

归属于发行人股东的净利润=归属于母公司股东的净利润；

归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润=归属于母公司股东的净利润-非经常性损益的影响数；

研发投入占营业收入比例=研发费用/营业收入；每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额；

每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末股本总额；

（二）净资产收益率及每股收益

根据中国证监会《公开发行证券公司信息披露编报规则第9号——净资产

收益率和每股收益的计算及披露》（2010 年修订）的规定，本公司加权平均净资产收益率及每股收益计算如下：

1、加权平均净资产收益率

报告期利润	加权平均净资产收益率			
	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
归属于公司普通股股东的净利润	11.79%	34.58%	36.84%	40.52%
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	11.11%	32.59%	35.33%	39.69%

2、每股收益

单位：元/股

报告期利润	基本每股收益			
	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
归属于公司普通股股东的净利润	0.22	0.54	0.49	-
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	0.21	0.51	0.47	-
报告期利润	稀释每股收益			
	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
归属于公司普通股股东的净利润	0.22	0.54	0.49	-
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	0.21	0.51	0.47	-

（1）加权平均净资产收益率的计算公式如下：

加权平均净资产收益率 = $P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$

其中：P₀分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP为归属于公司普通股股东的净利润；E₀为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_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为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；M_j为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；E_k为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；M_k为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

（2）基本每股收益的计算公式如下：

基本每股收益 = $P_0 \div S$

$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$

其中：P₀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为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；M_j为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

（3）稀释每股收益的计算公式如下：

稀释每股收益 = $P_1 / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中，P1为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对P1和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。由于公司不存在稀释性潜在普通股，故稀释性每股收益的计算与基本每股收益的计算结果相同。

六、经营成果分析

（一）营业收入构成分析

1、营业收入分析

报告期内，公司营业收入结构如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	31,483.81	95.68%	67,516.63	96.45%	54,117.86	97.41%	57,038.30	98.43%
其他业务收入	1,421.78	4.32%	2,487.78	3.55%	1,439.28	2.59%	912.44	1.57%
合计	32,905.60	100.00%	70,004.40	100.00%	55,557.13	100.00%	57,950.74	100.00%

报告期内，公司主营业务收入占各期营业收入的比例均超过 95%，主营业务突出。

公司的主要产品包括玻璃杯、不锈钢真空保温杯、钛真空保温杯、塑料杯等杯壶产品。2020 年，公司主营业务收入较 2019 年下降 5.12%，主要系受疫情影响，线下销售额有所下降。

其他业务收入主要系废料销售、包装材料销售收入，占营业收入的比例较小，对公司经营不构成重大影响。

2、主营业务收入构成及变化分析

（1）主营业务收入按产品分析

为满足消费者对于不同场景的需求，公司推出了双层玻璃杯、单层玻璃杯、不锈钢真空保温杯、钛真空保温杯以及塑料杯等系列产品。

①主营业务收入的产品构成情况

报告期内，根据产品类型不同，公司主营业务收入的构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
杯类器皿：	31,236.41	99.21%	66,951.60	99.16%	53,494.46	98.85%	56,361.72	98.81%
（1）玻璃杯	23,284.54	73.96%	43,239.68	64.04%	33,493.53	61.89%	34,631.09	60.72%
其中：双层玻璃杯	18,069.51	57.39%	32,807.33	48.59%	25,451.97	47.03%	25,581.71	44.85%
单层玻璃杯	5,215.03	16.56%	10,432.35	15.45%	8,041.56	14.86%	9,049.38	15.87%
（2）真空保温杯	7,197.42	22.86%	22,023.69	32.62%	18,285.88	33.79%	19,617.30	34.39%
其中：不锈钢真空保温杯	6,761.25	21.48%	20,402.61	30.22%	17,006.25	31.42%	19,617.30	34.39%
钛真空保温杯	436.17	1.39%	1,621.08	2.40%	1,279.63	2.36%	-	-
（3）塑料杯	754.44	2.40%	1,688.23	2.50%	1,715.05	3.17%	2,113.34	3.71%
非杯类器皿：	247.41	0.79%	565.03	0.84%	623.39	1.15%	676.57	1.19%
（1）保温壶	191.43	0.61%	502.89	0.74%	462.35	0.85%	591.81	1.04%
（2）其他日用器皿	55.98	0.18%	62.14	0.09%	161.05	0.30%	84.76	0.15%
合计	31,483.81	100.00%	67,516.63	100.00%	54,117.86	100.00%	57,038.30	100.00%

报告期内，公司主营业务收入主要来源于杯类器皿，报告期各期，杯类器皿收入占主营业务收入的比例均超过 98%。

报告期内，公司玻璃杯收入占比逐年上升，主要系由于玻璃杯产品更适用于我国消费者的饮茶习惯，而虎牌、象印、膳魔师等国际知名品牌的主要产品均为保温杯，公司的玻璃杯产品与其差异化竞争，取得了较高的市场地位。

②主要产品的销售价格及数量情况

报告期内，公司主要产品为杯类器皿，各类杯类器皿的销售收入、销售价格、销售数量变动情况如下：

单位：万元、元/只、万只

产品类型	项目	2022 年 1-6 月	2021 年度		2020 年度		2019 年度
		数值	数值	变动幅度	数值	变动幅度	数值
（1）玻璃杯	销售收入	23,284.54	43,239.68	29.10%	33,493.53	-3.28%	34,631.09
	销售单价	68.65	61.29	-2.57%	62.90	7.52%	58.50
	销售数量	339.16	705.52	32.50%	532.46	-10.05%	591.94
其中：双层玻璃杯	销售收入	18,069.51	32,807.33	28.90%	25,451.97	-0.51%	25,581.71
	销售单价	87.46	79.41	-0.38%	79.71	5.32%	75.69

产品类型	项目	2022 年 1-6 月	2021 年度		2020 年度		2019 年度
		数值	数值	变动幅度	数值	变动幅度	数值
	销售数量	206.60	413.15	29.40%	319.29	-5.53%	338.00
单层玻璃杯	销售收入	5,215.03	10,432.35	29.73%	8,041.56	-11.14%	9,049.38
	销售单价	39.34	35.68	-5.41%	37.72	5.86%	35.64
	销售数量	132.56	292.37	37.16%	213.16	-16.06%	253.94
(2) 真空保温杯	销售收入	7,197.42	22,023.69	20.44%	18,285.88	-6.79%	19,617.30
	销售单价	93.65	88.22	-0.92%	89.04	12.73%	78.98
	销售数量	76.85	249.63	21.56%	205.36	-17.31%	248.37
其中：不锈钢真空保温杯	销售收入	6,761.25	20,402.61	19.97%	17,006.25	-13.31%	19,617.30
	销售单价	89.64	83.74	-1.91%	85.37	8.08%	78.98
	销售数量	75.43	243.64	22.31%	199.21	-19.79%	248.37
钛真空保温杯	销售收入	436.17	1,621.08	26.68%	1,279.63	-	-
	销售单价	306.67	270.72	30.22%	207.89	-	-
	销售数量	1.42	5.99	-2.72%	6.16	-	-
(3) 塑料杯	销售收入	754.44	1,688.23	-1.56%	1,715.05	-18.85%	2,113.34
	销售单价	22.63	22.05	-6.69%	23.63	20.05%	19.69
	销售数量	33.34	76.55	5.50%	72.56	-32.40%	107.34

报告期内，公司主要产品的销量整体较为稳定，受新冠疫情影响，2020 年，公司主要产品销售收入和销售数量均有所下滑，销售收入下滑幅度低于销量下滑幅度，主要系由于当年公司调整了产品价格，销售单价有所上涨。2021 年，公司销售收入上涨主要系由于当年公司主要产品的销售数量有所增加。

③主要产品的产销情况与销售收入的分析

报告期内，公司主要产品的产量、销量及销售收入情况如下：

单位：万只、万元

项目	2022 年 1-6 月			2021 年度		
	产量	销量	销售收入	产量	销量	销售收入
玻璃杯	400.51	339.16	23,284.54	767.62	705.52	43,239.68
其中：						
（1）双层玻璃杯	245.55	206.60	18,069.51	449.80	413.15	32,807.33
（2）单层玻璃杯	154.96	132.56	5,215.03	317.82	292.37	10,432.35
真空保温杯	85.94	76.85	7,197.42	320.12	249.63	22,023.69

塑料杯及其他	36.16	35.46	1,001.85	82.68	76.55	2,253.26
合计	522.61	451.47	31,483.81	1,170.42	1,031.70	67,516.63
项目	2020 年度			2019 年度		
	产量	销量	销售收入	产量	销量	销售收入
玻璃杯	545.47	532.46	33,493.53	653.70	591.94	34,631.09
其中：						
（1）双层玻璃杯	356.82	319.29	25,451.97	355.53	338.00	25,581.71
（2）单层玻璃杯	188.66	213.16	8,041.56	298.17	253.94	9,049.38
真空保温杯	201.50	205.36	18,285.88	246.91	248.37	19,617.30
塑料杯及其他	67.03	77.10	2,338.44	119.31	112.61	2,789.91
合计	814.00	814.92	54,117.86	1,019.92	952.91	57,038.30

注：塑料杯及其他包含塑料杯及非杯类器皿，因整体产销量规模较小，故合并统计

报告期内，公司主要产品的销售收入与产量、销量的变动趋势基本保持一致。

（2）主营业务收入的销售模式构成情况

报告期内，公司销售渠道包括经销渠道、直营销销售渠道、线上销售渠道等，其中经销为公司最主要的销售模式，2019 年、2020 年、2021 年及 2022 年 1-6 月占主营业务比例分别为 79.03%、77.67%、78.63%及 75.41%。报告期内，公司各销售渠道收入情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
线下销售：	25,028.67	79.50%	55,629.14	82.39%	44,092.19	81.47%	47,286.82	82.90%
经销	23,741.98	75.41%	53,090.40	78.63%	42,035.60	77.67%	45,078.59	79.03%
直销	1,286.69	4.09%	2,538.74	3.76%	2,056.59	3.80%	2,208.24	3.87%
线上销售：	6,455.14	20.50%	11,887.49	17.61%	10,025.67	18.53%	9,751.48	17.10%
直销（旗舰店）	3,678.17	11.68%	7,565.08	11.20%	7,543.99	13.94%	7,637.32	13.39%
代销（京东自营、天猫超市等）	2,776.97	8.82%	4,322.41	6.40%	2,481.68	4.59%	2,114.15	3.71%
合 计	31,483.81	100.00%	67,516.63	100.00%	54,117.86	100.00%	57,038.30	100.00%

经过多年的经营积累，公司建立了较为完善的线下经销网络，公司的主营业务收入主要是以线下经销模式为主，报告期内经销收入占比均超过 75%。公司线上销售主要系通过开设电商平台旗舰店进行直接销售，及通过电商平台

的自营店进行代理销售。

（3）主营业务收入的区域分布情况

报告期内，公司主营业务收入区域分布情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
线下销售	25,028.67	79.50%	55,629.14	82.39%	44,092.19	81.47%	47,286.82	82.90%
华东地区	9,587.27	30.45%	21,280.81	31.52%	16,776.35	31.00%	18,953.48	33.23%
华中地区	7,733.27	24.56%	17,469.51	25.87%	13,492.17	24.93%	14,864.53	26.06%
西北地区	4,246.04	13.49%	7,905.81	11.71%	7,154.22	13.22%	6,583.58	11.54%
西南地区	2,219.52	7.05%	5,921.75	8.77%	5,024.30	9.28%	4,671.86	8.19%
华北地区	1,049.50	3.33%	2,555.12	3.78%	1,417.81	2.62%	1,418.04	2.49%
华南地区	172.13	0.55%	399.08	0.59%	150.58	0.28%	641.64	1.12%
东北地区	20.94	0.07%	97.05	0.14%	76.75	0.14%	153.69	0.27%
线上销售	6,455.14	20.50%	11,887.49	17.61%	10,025.67	18.53%	9,751.48	17.10%
合计	31,483.81	100.00%	67,516.63	100.00%	54,117.86	100.00%	57,038.30	100.00%

报告期内，公司以线下销售为主，线下客户主要集中在华东地区、华中地区及西北地区。随着多年来公司产品品质不断提升，品牌影响力不断扩大，公司产品销售业务已拓展至全国大部分地区。

（4）主营业务收入的季节性分布情况

报告期内，公司主营业务收入季节性分布情况如下：

单位：万元

季度	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
一季度	19,512.17	61.98%	14,390.24	21.31%	10,250.43	18.94%	13,361.83	23.43%
二季度	11,971.65	38.02%	15,678.40	23.22%	11,312.62	20.90%	12,659.57	22.19%
三季度	-	-	15,825.64	23.44%	12,888.66	23.82%	12,178.00	21.35%
四季度	-	-	21,622.34	32.03%	19,666.15	36.34%	18,838.89	33.03%
合计	31,483.81	100.00%	67,516.63	100.00%	54,117.86	100.00%	57,038.30	100.00%

公司第四季度收入占比略高于前三季度的主要原因系：春节前礼品、团购数量增加，为公司销售旺季，且春节前后近 1 个月左右物流运力受限，经销商

年末加大备货数量，符合行业惯例。2022 年 1-6 月，受上海地区新冠疫情影响，上海地区物流园关闭，公司无法及时向客户供货，导致公司二季度销售收入有所下降。

3、其他业务收入构成分析

报告期内，公司其他业务收入的按业务类型构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
包装材料销售	705.00	49.59%	860.22	34.58%	361.17	25.09%	199.74	21.89%
废料销售	650.95	45.78%	1,501.49	60.35%	1,010.75	70.23%	698.16	76.52%
其他收入	65.83	4.63%	126.06	5.07%	67.36	4.68%	14.54	1.59%
合计	1,421.78	100.00%	2,487.78	100.00%	1,439.28	100.00%	912.44	100.00%

报告期内，公司的其他业务收入主要系销售废料和包装材料销售。2020 年，公司销售废料的收入较 2019 年大幅增加，主要系公司于 2020 年集中处理了部分废料。2021 年，公司销售废料的收入较 2020 年大幅增加，主要系公司 2021 年产量增加，产生废料同步增加，销售废料金额有所增加。2021 年起，包装材料销售收入大幅增加，主要系子公司恒尚包装扩大包装材料的对外销售业务。

（二）营业成本分析

1、营业成本构成分析

报告期内，公司营业成本结构如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2021 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务成本	14,039.31	95.31%	29,974.09	97.34%	22,337.24	98.52%	24,099.59	99.27%
其他业务成本	691.06	4.69%	817.76	2.66%	336.36	1.48%	178.43	0.73%
合计	14,730.37	100.00%	30,791.84	100.00%	22,673.60	100.00%	24,278.02	100.00%

报告期内，公司营业成本分别为 24,278.02 万元、22,673.60 万元、30,791.84 万元及 14,730.37 万元，公司营业成本随着营业收入的波动而波动。公司营业成本主要由主营业务成本构成，占比分别为 99.27%、98.52%、97.34%

及 95.31%。

2、主营业务成本构成及变化分析

（1）主营业务成本的构成情况

报告期内，公司主营业务成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直接材料	6,710.59	47.80%	13,999.06	46.70%	10,806.50	48.38%	11,718.63	48.63%
直接人工	3,337.91	23.78%	7,112.75	23.73%	5,205.38	23.30%	6,055.02	25.12%
制造费用	3,623.86	25.81%	8,135.50	27.14%	5,682.94	25.44%	6,325.94	26.25%
运费及包装费	366.95	2.61%	726.78	2.42%	642.42	2.88%	-	-
合计	14,039.31	100.00%	29,974.09	100.00%	22,337.24	100.00%	24,099.59	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高。

（2）主营业务成本分产品构成情况

报告期内，公司主营业务成本的产品构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
杯类器皿：	13,919.53	99.15%	29,691.01	99.06%	21,985.68	98.43%	23,719.12	98.42%
（1）玻璃杯	10,488.49	74.71%	19,058.90	63.58%	13,081.26	58.56%	13,882.41	57.60%
其中： 双层玻璃杯	8,080.97	57.56%	14,307.91	47.73%	10,024.94	44.88%	10,440.44	43.32%
单层玻璃杯	2,407.52	17.15%	4,750.99	15.85%	3,056.32	13.68%	3,441.97	14.28%
（2）真空保温杯	2,922.65	20.82%	9,475.90	31.61%	7,753.21	34.71%	8,322.38	34.53%
其中： 不锈钢真空保温杯	2,763.01	19.68%	8,779.14	29.29%	7,031.27	31.48%	8,322.38	34.53%
钛真空保温杯	159.64	1.14%	696.76	2.32%	721.94	3.23%	-	-
（3）塑料杯	508.39	3.62%	1,156.21	3.86%	1,151.22	5.15%	1,514.34	6.28%
非杯类器皿：	119.78	0.85%	283.07	0.94%	351.56	1.57%	380.47	1.58%
（1）保温壶	89.28	0.64%	248.64	0.83%	245.21	1.10%	312.43	1.30%
（2）其他日用器皿	30.50	0.22%	34.44	0.11%	106.35	0.48%	68.03	0.28%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
合计	14,039.31	100.00%	29,974.09	100.00%	22,337.24	100.00%	24,099.59	100.00%

报告期内，公司主营业务成本主要为杯类器皿的产品成本，非杯类器皿的产品成本占比较小。

3、其他业务成本构成及变化分析

报告期内，公司其他业务成本的按业务类型构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
包装材料销售	630.14	91.18%	786.97	96.24%	306.64	91.16%	168.90	94.66%
废料销售	-	-	-	-	-	-	-	-
其他	60.92	8.82%	30.79	3.76%	29.72	8.84%	9.53	5.34%
合计	691.06	100.00%	817.76	100.00%	336.36	100.00%	178.43	100.00%

4、主要原材料和能源的采购数量及采购价格情况

公司主要原材料及能源的情况详见本招股说明书“第五节 业务和技术”之“四、采购情况和主要供应商”。

（三）毛利及毛利率分析

1、毛利构成及变动分析

报告期内，公司总体毛利构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务毛利	17,444.50	95.98%	37,542.54	95.74%	31,780.61	96.65%	32,938.71	97.82%
其他业务毛利	730.73	4.02%	1,670.02	4.26%	1,102.92	3.35%	734.01	2.18%
合计	18,175.23	100.00%	39,212.56	100.00%	32,883.53	100.00%	33,672.71	100.00%

报告期内，公司主营业务毛利的变动，主要源于同期主营业务规模的变化，与主营业务收入和主营业务成本的变动趋势基本一致。

（1）公司主营业务毛利分析

① 分产品毛利构成情况

报告期内，公司的主营业务分产品的毛利来源情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
杯类器皿：	17,316.87	99.27%	37,260.58	99.25%	31,508.78	99.14%	32,642.60	99.10%
（1）玻璃杯	12,796.05	73.35%	24,180.77	64.41%	20,412.27	64.23%	20,748.68	62.99%
其中：双层玻璃杯	9,988.54	57.26%	18,499.42	49.28%	15,427.03	48.54%	15,141.27	45.97%
单层玻璃杯	2,807.50	16.09%	5,681.36	15.13%	4,985.24	15.69%	5,607.41	17.02%
（2）真空保温杯	4,274.77	24.50%	12,547.79	33.42%	10,532.68	33.14%	11,294.92	34.29%
其中：不锈钢真空保温杯	3,998.24	22.92%	11,623.47	30.96%	9,974.98	31.39%	11,294.92	34.29%
钛真空保温杯	276.53	1.59%	924.32	2.46%	557.69	1.75%	-	-
（3）塑料杯	246.06	1.41%	532.02	1.42%	563.83	1.77%	599.00	1.82%
非杯类器皿：	127.63	0.73%	281.96	0.75%	271.83	0.86%	296.11	0.90%
（1）保温壶	102.15	0.59%	254.25	0.68%	217.14	0.68%	279.38	0.85%
（2）其他日用器皿	25.48	0.15%	27.70	0.07%	54.69	0.17%	16.73	0.05%
合计	17,444.50	100.00%	37,542.54	100.00%	31,780.61	100.00%	32,938.71	100.00%

2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月，公司实现的主营业务毛利分别为 32,938.71 万元、31,780.61 万元、37,542.54 万元及 17,444.50 万元。2020 年度，公司主营业务毛利相较于 2019 年度有所下降，主要系受疫情影响，单层玻璃杯及不锈钢真空保温杯销量有所减少，使得主营业务毛利相应有所减少。2021 年度，公司主营业务毛利相较于 2020 年度增加 5,761.93 万元，主要系双层玻璃杯销量的增加导致其贡献的毛利额较 2020 年度增加 3,072.39 万元。此外，公司自 2020 年以来开始推出新产品钛真空保温杯，随着产品逐步得到市场的认可，其销售额稳步增长。

② 分销售模式毛利构成情况

报告期内，公司的主营业务分销售模式的毛利来源情况如下：

单位：万元

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

	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
线下销售：	13,062.86	74.88%	29,393.99	78.30%	24,690.05	77.69%	25,436.14	77.22%
经销	12,271.32	70.34%	27,762.98	73.95%	23,402.48	73.64%	23,997.86	72.86%
直销	791.54	4.54%	1,631.01	4.34%	1,287.57	4.05%	1,438.28	4.37%
线上销售：	4,381.64	25.12%	8,148.55	21.70%	7,090.56	22.31%	7,502.57	22.78%
直销（旗舰店）	2,570.45	14.74%	5,277.99	14.06%	5,397.46	16.98%	5,988.26	18.18%
代销（京东自营、天猫超市等）	1,811.19	10.38%	2,870.55	7.65%	1,693.10	5.33%	1,514.31	4.60%
合计	17,444.50	100.00%	37,542.54	100.00%	31,780.61	100.00%	32,938.71	100.00%

（2）公司其他业务毛利分析

报告期内，公司其他业务毛利具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
包装材料销售	74.86	10.24%	73.25	4.39%	54.53	4.94%	30.84	4.20%
废料销售	650.95	89.08%	1,501.49	89.91%	1,010.75	91.64%	698.16	95.12%
其他	4.92	0.67%	95.28	5.71%	37.64	3.41%	5.01	0.68%
合计	730.73	100.00%	1,670.02	100.00%	1,102.92	100.00%	734.01	100.00%

2、毛利率变动分析

报告期内，公司毛利率按业务性质划分的情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
主营业务毛利率	55.41%	55.60%	58.72%	57.75%
其他业务毛利率	51.40%	67.13%	76.63%	80.44%
综合毛利率	55.23%	56.01%	59.19%	58.11%

报告期，公司综合毛利率分别为 58.11%、59.19%、56.01%及 55.23%，公司综合毛利率较高且保持相对平稳。2020 年，公司综合毛利率相较于 2019 年度有所上升，主要系受新冠疫情影响享受社保减免政策所致，生产成本有所下降。2021 年，公司综合毛利率有所下降，主要系受原材料价格上涨所致。

（1）主营业务分产品毛利率变动分析

报告期内，公司主营业务毛利率主要构成情况如下：

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
杯类器皿：	99.21%	55.44%	99.16%	55.65%	98.85%	58.90%	98.81%	57.92%
（1）玻璃杯	73.96%	54.96%	64.04%	55.92%	61.89%	60.94%	60.72%	59.91%
其中：								
双层玻璃杯	57.39%	55.28%	48.59%	56.39%	47.03%	60.61%	44.85%	59.19%
单层玻璃杯	16.56%	53.83%	15.45%	54.46%	14.86%	61.99%	15.87%	61.96%
（2）真空保温杯	22.86%	59.39%	32.62%	56.97%	33.79%	57.60%	34.39%	57.58%
其中：								
不锈钢真空保温杯	21.48%	59.13%	30.22%	56.97%	31.42%	58.65%	34.39%	57.58%
钛真空保温杯	1.39%	63.40%	2.40%	57.02%	2.36%	43.58%	0.00%	-
（3）塑料杯	2.40%	32.61%	2.50%	31.51%	3.17%	32.88%	3.71%	28.34%
非杯类器皿：	0.79%	51.59%	0.84%	49.90%	1.15%	43.60%	1.19%	43.77%
（1）保温壶	0.61%	53.36%	0.74%	50.56%	0.85%	46.96%	1.04%	47.21%
（2）其他日用器皿	0.18%	45.52%	0.09%	44.58%	0.30%	33.96%	0.15%	19.73%
合计	100.00%	55.41%	100.00%	55.60%	100.00%	58.72%	100.00%	57.75%

报告期各期，公司主营业务毛利率分别为 57.75%、58.72%、55.60%及 55.41%，主营业务毛利率的整体变动主要系玻璃杯及不锈钢真空保温杯毛利率水平以及收入占比的变动所致。

报告期各期，各类产品毛利率的变化和各类产品销售收入占比变化对主营业务毛利率的影响如下：

项目	各类产品毛利率变动对主营业务毛利率的影响		
	2022 年 1-6 月 VS 2021 年度	2021 年度 VS 2020 年度	2020 年度 VS 2019 年度
杯类器皿：	-0.21%	-3.22%	0.97%
（1）玻璃杯	-0.72%	-3.22%	0.64%
其中：			
双层玻璃杯	-0.64%	-2.05%	0.67%
单层玻璃杯	-0.10%	-1.16%	0.004%
（2）真空保温杯	0.55%	-0.20%	0.01%
其中：			
不锈钢真空保温杯	0.46%	-0.51%	0.34%
钛真空保温杯	0.09%	0.32%	1.03%
（3）塑料杯	0.03%	-0.03%	0.14%

非杯类器皿：	0.01%	0.05%	-0.002%
（1）保温壶	0.02%	0.03%	-0.002%
（2）其他日用器皿	0.002%	0.01%	0.04%
合计	-0.14%	-3.40%	2.23%
项目	各类产品销售收入占比变动对主营业务毛利率的影响		
	2022 年 1-6 月 VS 2021 年度	2021 年度 VS 2020 年度	2020 年度 VS 2019 年度
杯类器皿：	0.03%	0.19%	0.02%
（1）玻璃杯	5.54%	1.31%	0.70%
其中：			
双层玻璃杯	4.96%	0.95%	1.29%
单层玻璃杯	0.61%	0.37%	-0.62%
（2）真空保温杯	-5.56%	-0.67%	-0.35%
其中：			
不锈钢真空保温杯	-4.98%	-0.71%	-1.71%
钛真空保温杯	-0.58%	0.02%	-
（3）塑料杯	-0.03%	-0.22%	-0.15%
非杯类器皿：	-0.03%	-0.14%	-0.01%
（1）保温壶	-0.07%	-0.05%	-0.09%
（2）其他日用器皿	0.04%	-0.07%	0.03%
合计	-0.06%	0.28%	-1.25%

注：毛利率变动影响，是指各产品本期毛利率较上期毛利率的变动额×各产品本期销售收入占本期主营业务收入的比例；收入占比变动影响，是指各产品本期销售收入占本期主营业务收入的比例较上期的变动额×各产品上期的毛利率。

2020 年度，公司主营业务毛利率相比于 2019 年度上涨 0.98%，其中各类产品毛利率变动导致主营业务毛利率上涨 2.23%，各类产品销售收入占比变动导致主营业务毛利率下降 1.25%。

2021 年度，公司主营业务毛利率相比于 2020 年度下降 3.12%，其中各类产品毛利率变动导致主营业务毛利率下降 3.40%，各类产品销售收入占比变动导致主营业务毛利率上涨 0.28%。

2022 年 1-6 月，公司主营业务毛利率保持稳定，与 2021 年不存在显著差异。

（2）主营业务分销售模式毛利率变动分析

报告期内，公司销售渠道可分为线下销售与线上销售，其中线下销售以经

销模式为主，直销为辅，线上销售主要为各大电商平台，如天猫旗舰店、京东旗舰店等，具体情况如下：

销售模式	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
线下销售	52.19%	52.84%	56.00%	53.79%
经销	51.69%	52.29%	55.67%	53.24%
直销	61.52%	64.24%	62.61%	65.13%
线上销售	67.88%	68.55%	70.72%	76.94%
直销（旗舰店）	69.88%	69.77%	71.55%	78.41%
代销（京东自营、天猫超市等）	65.22%	66.41%	68.22%	71.63%

报告期内，公司产品主要通过线下经销商渠道进行销售，因线下经销商在出厂价的基础上还会给予一定返利，因此线下经销模式的毛利率相比其他模式较低；线上销售中的直销模式因直接面对终端消费者，产品定价相对较高，因此线上直销模式的毛利率高于线上代销渠道。

线下销售模式 2020 年度毛利率较上一年上涨 2.21%，主要系公司 2020 年度公司提高产品销售价格所致；2021 年度，线下销售模式毛利率较 2020 年度下降 3.16%，主要系 2021 年度原材料价格上涨所致。

（3）其他业务毛利率分析

报告期内，公司其他业务毛利率具体情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
废料销售	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
包装材料销售	10.62%	8.52%	15.10%	15.44%
其他	7.47%	75.58%	55.88%	34.45%
其他业务收入毛利率	51.40%	67.13%	76.63%	80.44%

（4）同行业上市公司毛利率对比

报告期内，公司与可比上市公司的毛利率比较情况如下表所示：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
哈尔斯	26.94%	26.13%	26.66%	29.81%
嘉益股份	29.87%	28.73%	35.64%	34.99%
张小泉	36.77%	38.60%	40.73%	41.21%
双枪科技	35.23%	37.00%	37.82%	35.50%

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
可比公司平均	32.20%	32.62%	35.21%	35.38%
本公司	55.23%	56.01%	59.19%	58.11%

由于各可比公司的细分产品存在差异，因而主营业务毛利率也存在较大的差异。总体上看，公司的主营业务毛利率高于可比公司的平均值，与哈尔斯及嘉益股份相比，公司的主营业务收入均来自于自主品牌产品，而哈尔斯及嘉益股份的自主品牌产品占比较低，公司较高的毛利率主要是品牌溢价的体现；与张小泉及双枪科技相比，公司的杯壶产品与消费者的日常使用更加紧密，消费者对产品品质、品牌等方面的认知更加充分，因此公司的综合毛利率较可比公司更高。

（四）期间费用分析

1、期间费用构成分析

报告期内，公司期间费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率
销售费用	3,839.92	11.67%	7,131.17	10.19%	5,245.74	9.44%	6,983.77	12.05%
管理费用	2,506.23	7.62%	5,293.63	7.56%	4,080.43	7.34%	3,744.56	6.46%
研发费用	1,650.14	5.01%	2,801.02	4.00%	2,236.55	4.03%	1,829.36	3.16%
财务费用	-49.61	-0.15%	78.38	0.11%	32.60	0.06%	146.84	0.25%
合计	7,946.68	24.15%	15,304.20	21.86%	11,595.32	20.87%	12,704.54	21.92%

注：费用率系指各项期间费用占当期销售收入的比例

2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月，公司期间费用合计分别为 12,704.54 万元、11,595.32 万元、15,304.20 万元及 7,946.68 万元，期间费用金额各期波动幅度较小。期间费用率分别为 21.92%、20.87%、21.86%及 24.15%。2020 年，公司期间费用率相较于 2019 年有所下降，主要系销售费用金额有所下降。

2、销售费用构成情况分析

报告期内，公司销售费用构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
广告宣传费	2,327.08	60.60%	3,939.32	55.24%	2,740.87	52.25%	3,911.83	56.01%
电商服务费	391.70	10.20%	830.67	11.65%	953.08	18.17%	947.43	13.57%
职工薪酬	752.04	19.58%	1,294.21	18.15%	771.79	14.71%	823.30	11.79%
折旧摊销费	257.94	6.72%	454.08	6.37%	44.60	0.85%	77.98	1.12%
办公差旅费	78.58	2.05%	370.09	5.19%	199.31	3.80%	194.24	2.78%
租赁费	-	-	133.55	1.87%	487.69	9.30%	394.47	5.65%
业务招待费	4.70	0.12%	66.89	0.94%	32.47	0.62%	23.05	0.33%
其他	0.29	0.01%	37.75	0.53%	15.93	0.30%	16.98	0.24%
股权激励费用	27.59	0.72%	4.60	0.06%	-	-	-	-
物流运输费	-	-	-	-	-	-	515.32	7.38%
包装费	-	-	-	-	-	-	79.19	1.13%
合计	3,839.92	100.00%	7,131.17	100.00%	5,245.74	100.00%	6,983.77	100.00%

2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月，公司销售费用分别为 6,983.77 万元、5,245.74 万元、7,131.17 万元及 3,839.92 万元，占营业收入的比重分别为 12.05%、9.44%、10.19%及 11.67%。2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月，公司销售费用主要为广告宣传费、电商服务费和职工薪酬，三项费用合计占销售费用比重分别为 81.37%、85.13%、85.04%及 90.39%。2020 年度，销售费用金额有所下降主要系公司的广告宣传费下降所致；2021 年度，销售费用金额有所上升主要系广告宣传费与职工薪酬上升所致。

（1）广告宣传费

报告期内，公司的广告宣传费分别为 3,911.83 万元、2,740.87 万元、3,939.32 万元及 2,327.08 万元，占营业收入比重分别为 6.75%、4.93%、5.63%及 7.07%。公司的广告宣传费包括线下广告与线上电商平台推广费用，具体如下：

单位：万元

类型	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
线下	1,718.36	2,717.39	1,525.85	2,786.64

类型	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
线上	608.72	1,221.93	1,215.02	1,125.19
合计	2,327.08	3,939.32	2,740.87	3,911.83

2020 年广告宣传费有所下降，主要系公司考虑新冠疫情的持续影响，高铁的人流量尚未恢复至正常水平，2020 年在原合同执行完毕后未新增户外高铁广告的投放。2021 年，公司广告宣传费相较于 2020 年有所上升，主要系公司恢复户外高铁广告的投放所致。

（2）电商服务费

电商服务费为公司根据与各电商平台签署的平台服务协议，按照交易金额、服务费率等条款向平台支付的费用。电商平台等按照其定价机制向公司收取电商服务费，不存在针对公司的特殊政策及条款。公司在天猫、京东等主要电商平台均设立了旗舰店或自营店，电商服务费主要系向电商平台支付的佣金、技术服务费等。

报告期内，电商服务费分别为 947.43 万元、953.08 万元、830.67 万元及 391.70 万元，电商服务费占线上收入的比例分别为 9.72%、9.51%、6.99%及 6.07%，因不同平台的服务费率存在差异及不同年度各平台的销售占比存在波动，导致不同年度平台服务费占线上收入的比例并不完全一致。2021 年，随着发行人京东自营店的销售收入增加，京东旗舰店的销售收入减少，公司整体电商服务费率呈现下降趋势。

（3）职工薪酬

报告期各期，公司销售费用中的职工薪酬分别为 823.30 万元、771.79 万元、1,294.21 万元及 752.04 万元，占营业收入比重分别为 1.42%、1.39%、1.85%及 2.29%。报告期内，销售人员人均薪酬具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
营业收入	32,905.60	70,004.40	55,557.13	57,950.74
销售人员薪酬	752.04	1,294.21	771.79	823.30
销售人员薪酬占收入比	2.29%	1.85%	1.39%	1.42%
销售人员数量（人）	89	107	85	71

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
人均薪酬	7.67	13.48	9.89	12.11

注：人均薪酬=销售人员薪酬/销售人员数量期初期末的平均值

2020 年，公司销售人员人均薪酬较 2019 年下降主要系：一方面，2020 年受疫情影响，各地减免了社保；另一方面，2020 年四季度，公司新入职销售人员数量较多。

（4）物流运输费

报告期内，物流运输费占营业收入比重较低，且基本保持稳定，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
营业收入	32,905.60	-52.99%	70,004.40	26.00%	55,557.13	-4.13%	57,950.74
物流运输费	336.42	-41.96%	579.61	9.07%	531.42	3.13%	515.32
物流运输费/营业收入	1.02%	-	0.83%	-	0.96%	-	0.89%

注：根据新收入准则，2020年、2021年及2022年1-6月运输费已调整至主营业务成本。

（5）可比上市公司销售费用率对比情况

报告期内，发行人销售费用率与可比上市公司的比较情况如下表所示：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
哈尔斯	5.91%	6.32%	9.08%	10.92%
嘉益股份	1.73%	2.49%	5.14%	6.04%
张小泉	17.22%	15.43%	14.53%	13.28%
双枪科技	24.12%	19.68%	16.49%	14.40%
可比公司平均	12.25%	10.98%	11.31%	11.16%
本公司	11.67%	10.19%	9.44%	12.05%

注：销售费用率=销售费用÷营业收入

报告期内，公司销售费用率分别为 12.05%、9.44%、10.19%及 11.67%。2020 年度，公司销售费用率低于同行业可比公司平均水平，主要系考虑新冠疫情的持续影响，高铁的人流量尚未恢复至正常水平，2020 年在原合同执行完毕后未新增高铁广告投放所致。

3、管理费用构成情况分析

报告期内，公司各期管理费用主要科目金额及占比如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	1,457.12	58.14%	2,999.46	56.66%	2,126.99	52.13%	2,133.22	56.97%
折旧摊销费	264.48	10.55%	577.37	10.91%	483.51	11.85%	509.99	13.62%
维修费	134.16	5.35%	382.91	7.23%	374.55	9.18%	173.41	4.63%
办公差旅费	196.50	7.84%	436.25	8.24%	348.19	8.53%	387.19	10.34%
业务招待费	34.38	1.37%	89.24	1.69%	62.22	1.52%	87.39	2.33%
咨询服务费	177.92	7.10%	463.25	8.75%	399.08	9.78%	207.66	5.55%
股权激励费用	95.18	3.80%	16.78	0.32%	-	-	-	-
租赁费	7.25	0.29%	20.97	0.40%	25.48	0.62%	26.44	0.71%
存货报废费用	77.62	3.10%	172.07	3.25%	82.03	2.01%	77.05	2.06%
其他	61.63	2.46%	135.34	2.56%	178.38	4.37%	142.21	3.80%
管理费用合计	2,506.23	100.00%	5,293.63	100.00%	4,080.43	100.00%	3,744.56	100.00%

2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月，公司的管理费用分别为 3,744.56 万元、4,080.43 万元、5,293.63 万元及 2,506.23 万元，占营业收入的比例分别为 6.46%、7.34%、7.56%及 7.62%，主要由职工薪酬、折旧摊销费、办公差旅费、维修费、业务招待费等费用构成。

（1）职工薪酬

报告期各期，公司管理费用中的职工薪酬分别为 2,133.22 万元、2,126.99 万元、2,999.46 万元及 1,457.12 万元，公司管理费用增长主要系公司管理人员增加及人均薪酬提高所致，具体如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
管理人员薪酬	1,457.12	2,999.46	2,126.99	2,133.22
管理人员薪酬占收入比	4.43%	4.28%	3.83%	3.68%
管理人员数量（含行政）（人）	167	170	148	151
人均薪酬	8.65	18.86	14.23	13.99

注：人均薪酬=管理人员薪酬/管理人员数量期初期末的平均值

（2）可比上市公司管理费用率对比情况

报告期内，发行人管理费用率与可比上市公司的比较情况如下表所示：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
哈尔斯	6.12%	6.03%	7.93%	8.45%
嘉益股份	4.85%	4.68%	5.28%	4.66%
张小泉	7.33%	6.91%	5.81%	6.59%
双枪科技	5.16%	4.92%	4.09%	4.37%
可比公司平均	5.87%	5.63%	5.78%	6.02%
本公司	7.62%	7.56%	7.34%	6.46%

注：管理费用率=管理费用÷营业收入

报告期内，公司管理费用率略高于于同行业可比公司平均水平，主要系公司管理费用中的职工薪酬占营业收入比例较高。

4、研发费用构成情况分析

报告期内，公司研发费用构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	390.31	23.65%	713.46	25.47%	535.41	23.94%	415.13	22.69%
职工薪酬	1,154.34	69.95%	1,944.55	69.42%	1,517.61	67.86%	1,231.41	67.31%
折旧摊销费	77.08	4.67%	134.22	4.79%	181.99	8.14%	182.04	9.95%
股权激励费用	26.21	1.59%	2.99	0.11%	-	-	-	-
其他	2.20	0.13%	5.81	0.21%	1.53	0.07%	0.79	0.04%
研发费用合计	1,650.14	100.00%	2,801.02	100.00%	2,236.55	100.00%	1,829.36	100.00%

报告期内，公司的研发费用分别为 1,829.36 万元、2,236.55 万元、2,801.02 万元及 1,650.14 万元，占营业收入的比重分别为 3.16%、4.03%、4.00%及 5.01%，公司研发费用主要包括研发人员职工薪酬、研发领用材料以及研发设备的折旧摊销等。2020 年度公司研发费用相较于 2019 年度有所增长，主要系公司研发人员增加所致；2021 年度公司研发费用相较于 2020 年度有所增长，主要系公司研发项目投入增加及研发人员人均薪酬增加所致。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。

（1）主要研发项目情况

报告期内，公司研发费用支出合计金额大于 100 万元的研发项目情况如下：

单位：万元

项目名称	整体预算	实施进度	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年	合计
钛金属真空保温杯及生产工艺的研发	559.00	已完成	-	-	228.04	311.27	539.31
电加热壶结构及生产工艺的研发	326.00	已完成	-	199.18	167.56	-	366.74
高效能保温杯及生产工艺的研发	393.00	实施中	69.08	130.82	139.28	-	339.18
钛杯表面结晶花纹研发	279.00	已完成	-	160.59	144.94	-	305.53
无硅胶封水保温杯结构及生产工艺的研发	300.00	已完成	-	154.91	144.49	-	299.39
钛杯绿色阳极氧化及生产工艺的研发	256.00	已完成	-	161.88	131.00	-	292.88
钛保温杯低温抽真空工艺研发	272.00	已完成	-	140.57	135.31	-	275.87
钛制品表面局部强化工艺开发	376.00	实施中	125.35	130.80	-	-	256.15
玻璃抗菌涂层的研发	238.00	已完成	-	133.68	121.13	-	254.81
保温杯杯体自动抛光工艺的研发	211.00	已完成	-	-	18.02	179.50	197.52
异形玻璃杯结构及生产工艺的研发	328.00	实施中	88.47	106.12	-	-	194.59
真空杯 3050/3051 的设计研发	180.00	已完成	-	-	-	190.90	190.90
真空杯 3075/3076 的设计研发	120.00	已完成	-	-	190.86	-	190.86
女性玻璃杯的设计研发	120.00	已完成	-	-	187.13	-	187.13
钛餐具用品结构及生产工艺的研发	335.00	实施中	73.43	104.65	-	-	178.08
茶水分离杯及生产工艺的研发	181.00	已完成	-	-	93.59	78.88	172.47
玻璃杯 6077/78/79/80 的设计研发	120.00	已完成	-	-	169.21	-	169.21
银离子抗菌玻璃杯及生产工艺的研发	168.00	已完成	-	-	16.20	141.07	157.27
钛杯 0300/0301/0302D 的设计研发	120.00	已完成	-	-	155.87	-	155.87
智能杯及生产工艺的研发	172.00	已完成	-	-	17.99	132.23	150.21
钛产品深拉伸、冲孔工艺开发	391.00	实施中	114.51	-	-	-	114.51

项目名称	整体预算	实施进度	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年	合计
合计	5,445.00	-	470.83	1,423.19	2,060.61	1,033.84	4,988.47

（2）可比上市公司研发费用率对比情况

报告期内，发行人研发费用率与可比上市公司的比较情况如下表所示：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
哈尔斯	3.87%	4.37%	5.44%	3.76%
嘉益股份	3.50%	4.68%	5.13%	4.94%
张小泉	2.58%	3.01%	3.51%	3.47%
双枪科技	3.24%	3.25%	3.29%	3.50%
可比公司平均	3.30%	3.83%	4.34%	3.92%
本公司	5.01%	4.00%	4.03%	3.16%

注：研发费用率=研发费用÷营业收入

报告期内，公司高度重视研发投入，研发费用率与可比公司不存在显著差异。

5、财务费用构成情况分析

报告期内，公司财务费用构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
利息支出	38.98	87.95	37.89	154.00
减：利息收入	93.18	22.34	12.47	11.72
银行手续费	4.58	12.76	7.18	4.56
财务费用合计	-49.61	78.38	32.60	146.84

报告期内，公司的财务费用波动主要受利息费用影响。2020 年以来，随着公司自有资金规模增加，银行借款利息支出有所下降。2021 年度，因执行新租赁准则，公司利息支出均为租赁利息支出。

报告期内，发行人财务费用率与可比上市公司的比较情况如下表所示：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
哈尔斯	-1.19%	1.51%	3.66%	0.89%
嘉益股份	-3.62%	0.53%	1.98%	0.14%
张小泉	-0.04%	-0.21%	-0.03%	-0.33%

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
双枪科技	0.32%	0.75%	1.26%	1.30%
可比公司平均	-1.13%	0.65%	1.72%	0.50%
本公司	-0.15%	0.11%	0.06%	0.25%

注：财务费用率=财务费用÷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，公司自有资金相对较为充足，公司利息费用与可比上市公司相比较少。

（五）投资收益分析

公司投资收益主要为购买银行理财产品投资收益等。报告期各期，公司投资收益分别为 51.16 万元、310.61 万元、279.86 万元及 170.04 万元。

（六）其他收益分析

报告期各期，公司其他收益分别为 310.84 万元、648.93 万元、1,081.70 万元及 425.72 万元，除个税手续费返还外，为政府补助，具体明细如下：

单位：万元

补助项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	类型
递延收益摊销	63.02	64.89	46.16	39.37	与资产相关
发展扶持资金	226.11	766.92	394.89	171.62	与收益相关
2019 年龙头企业扩大规模奖励金	-	-	100.00	-	与收益相关
以工代训	-	71.45	16.20	-	与收益相关
稳岗补贴	43.10	42.92	-	6.63	与收益相关
科技创新奖励	-	32.70	13.00	-	与收益相关
新型学徒培养补贴	-	-	16.00	-	与收益相关
2018 年先进工业企业奖励	-	-	-	15.00	与收益相关
工会经费返还	4.28	6.19	4.25	-	与收益相关
以师带徒补贴	-	6.00	3.60	-	与收益相关
专利资助奖励	0.20	-	4.87	0.80	与收益相关
青年就业见习生活补助	-	4.52	-	-	与收益相关
现代农业种养园区奖励	-	-	-	3.00	与收益相关
2020 年新增限上社消零企业奖励	-	3.00	-	-	与收益相关
建湖总工会省模范职工之家经费补助	-	-	-	1.00	与收益相关

补助项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	类型
企业吸纳重点群体就业补助	-	-	0.78	-	与收益相关
扶贫基地用工补贴	-	-	0.70	-	与收益相关
高新技术企业认定奖励	-	-	-	20.00	与收益相关
高质量企业奖励	-	-	6.83	-	与收益相关
建湖县工业经济考核奖金	5.00	67.60	20.00	48.20	与收益相关
模范城创建工作先进集体	-	0.10	-	-	与收益相关
三级标准化样优秀企业奖励	-	2.00	-	-	与收益相关
行业标准制定成绩突出单位奖励	-	-	12.00	-	与收益相关
2021 年先进工业企业奖励	32.00	-	-	-	与收益相关
二十条星级企业奖励	20.00	-	-	-	与收益相关
总计	393.71	1,068.29	639.28	305.62	-

1、关于区分与收益和资产相关的政府补助的依据

公司根据申请政府补助的申请文件及政府批文的内容，对于取得用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助确认为与资产相关的政府补助；除与资产相关的政府补助之外的政府补助，认定为与收益相关的政府补助。（1）与资产相关的政府补助，在公司实际收到政府补助款时确认为递延收益，并按照政府补助申请文件中购买资产折旧年限分期计入当期损益；（2）与收益相关的政府补助，在实际收到时，如用于补偿公司以后期间的相关费用或损失的，取得时确认为递延收益，在确认相关费用的期间计入当期损益；用于补偿企业已发生的相关费用或损失的，取得时直接计入当期损益。

报告期内，公司递延收益均为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助的原值及其摊销的具体情况如下：

单位：万元

项目	2021.12.31	本期增加	本期计入 其他收益	2022.06.30
工业企业技术改造综合奖补项目	10.52	-	0.89	9.63
希诺实业 2017 年设备补助	89.23	-	8.78	80.45
江苏那美 2017 年设备补助	111.32	-	10.75	100.57
希诺实业 2018 年设备补助	25.69	-	2.08	23.61
希诺实业 2019 年设备补助	31.39	-	2.03	29.36

专利技术补助	6.63	-	0.42	6.21
希诺股份示范智能车间补助	18.89	-	1.11	17.78
江苏那美 2021 年设备补助	286.11	-	16.67	269.44
江苏那美 2022 年设备补助	-	289.11	17.01	272.1
江苏那美 2022 年技改设备补助	-	197.30	3.29	194.01
合计	579.77	486.41	63.02	1,003.16
项目	2020.12.31	本期增加	本期计入其他收益	2021.12.31
工业企业技术改造综合奖补项目	12.30	-	1.78	10.52
希诺实业 2017 年设备补助	106.78	-	17.55	89.23
江苏那美 2017 年设备补助	132.82	-	21.50	111.32
希诺实业 2018 年设备补助	29.86	-	4.17	25.69
希诺实业 2019 年设备补助	35.44	-	4.05	31.39
专利技术补助	7.46	-	0.84	6.63
希诺股份示范智能车间补助	-	20.00	1.11	18.89
江苏那美 2021 年设备补助	-	300.00	13.89	286.11
合计	324.65	320.00	64.89	579.77
项目	2019.12.31	本期增加	本期计入其他收益	2020.12.31
工业企业技术改造综合奖补项目	14.07	-	1.78	12.30
希诺实业 2017 年设备补助	124.33	-	17.55	106.78
江苏那美 2017 年设备补助	154.33	-	21.50	132.82
希诺实业 2018 年设备补助	-	33.33	3.47	29.86
希诺实业 2019 年设备补助	-	36.45	1.01	35.44
专利技术补助	-	8.30	0.84	7.46
合计	292.73	78.08	46.16	324.65
项目	2018.12.31	本期增加	本期计入其他收益	2019.12.31
工业企业技术改造综合奖补项目	15.85	-	1.78	14.07
希诺实业 2017 年设备补助	-	140.42	16.09	124.33
江苏那美 2017 年设备补助	175.83	-	21.50	154.33
合计	191.68	140.42	39.37	292.73

2、公司经营业绩不存在依赖于政府补助的情形

公司报告期内计入当期损益的政府补助的金额占同期利润总额的比例，以及各报告期末递延收益占资产总额的比例如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
计入当期损益的政府补助	393.71	1,068.29	639.28	305.62
利润总额	9,985.78	23,495.98	21,291.15	20,405.05
占比	3.94%	4.55%	3.00%	1.50%
项目	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
递延收益	1,003.16	579.77	324.65	292.73
资产总额	85,598.83	87,654.46	68,689.74	60,066.98
占比	1.17%	0.66%	0.47%	0.49%

报告期内，公司计入当期损益的政府补助金额占利润总额的比例分别为 1.50%、3.00%、4.55%及 3.94%，占比较低，公司的经营业绩不存在依赖于政府补助的情形。

（七）资产减值损失及信用减值损失分析

1、资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失包括存货跌价准备和固定资产减值准备，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
存货跌价损失	-262.36	-1,052.29	-224.37	-140.77
固定资产减值损失	-	-	-94.71	-
合计	-262.36	-1,052.29	-319.08	-140.77

2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月，公司的资产减值损失分别为 140.77 万元、319.08 万元、1,052.29 万元及 262.36 万元。报告期内，随着公司存货规模的增加，公司计提的存货跌价损失也在逐年增加，公司资产减值损失的金额整体较小，对公司整体利润水平影响较小。

2、信用减值损失

公司自 2019 年 1 月起执行《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》，2019 年度起发生的应收款项减值损失通过“信用减值损失”科目核算，2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月，公司信用减值损失分别为 107.94 万元、-63.28 万元、42.09 万元及 137.07 万元。

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
应收账款及应收票据坏账损失	-126.95	-18.36	54.03	-120.20
其他应收款坏账损失	-10.12	-23.73	9.25	12.26
合计	-137.07	-42.09	63.28	-107.94

（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	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
固定资产处置收益	-4.75	2.98	-28.34	7.16
使用权资产处置收益	-11.22	9.63	-	-
合计	-15.96	12.61	-28.34	7.16

报告期内，公司 2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月发生的资产处置收益分别为 7.16 万元、-28.34 万元、12.61 万元及-15.96 万元，金额较小。

（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	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
违约金及赔偿款	0.20	73.93	56.04	88.10
其他	2.00	7.41	2.26	8.12
合计	2.20	81.34	58.31	96.22

2、营业外支出明细

报告期内，公司营业外支出分别为 33.07 万元、40.83 万元、59.31 万元及 8.61 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
非流动资产报废损失	3.05	53.76	3.44	18.65
捐赠支出	3.14	0.21	5.27	13.12

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
其他	2.42	5.34	32.11	1.30
合计	8.61	59.31	40.83	33.07

（十）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表所示：

单位：万元

项目	期初余额	本期应交税额	本期已交税额	期末余额
2022 年 1-6 月	606.85	2,813.06	2,741.97	677.93
2021 年度	641.60	4,412.52	4,447.28	606.85
2020 年度	530.43	4,350.75	4,239.58	641.60
2019 年度	628.38	4,421.49	4,519.44	530.43

2、所得税缴纳情况

报告期内，公司所得税缴纳情况如下表所示：

单位：万元

项目	期初余额	本期应交税额	本期已交税额	期末余额
2022 年 1-6 月	966.48	2,354.14	2,506.08	814.54
2021 年度	1,952.17	4,039.56	5,025.25	966.48
2020 年度	1,627.75	4,201.19	3,876.76	1,952.17
2019 年度	210.62	3,860.23	2,443.09	1,627.75

（十一）利润主要来源及影响盈利能力的因素分析

报告期内，公司主营业务毛利、营业利润、利润总额、净利润情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
主营业务毛利	17,444.50	37,542.54	31,780.61	32,938.71
营业利润	9,992.19	23,473.95	21,273.67	20,341.89
其中：投资收益	170.04	279.86	310.61	51.16
营业外收入	2.20	81.34	58.31	96.22
营业外支出	8.61	59.31	40.83	33.07
利润总额	9,985.78	23,495.98	21,291.15	20,405.05

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
净利润	8,178.53	19,622.96	17,713.43	16,597.12

报告期内，公司营业利润主要来自主营业务，各期间营业利润占利润总额的比例分别为 99.69%、99.92%、99.91%及 100.06%，公司利润总额主要来自营业利润，营业外收支影响较小，可能影响发行人盈利能力连续性和稳定性的主要因素有新产品推出、产能与产量、销量、研发能力、原材料价格波动以及期间费用等。

七、资产质量分析

（一）资产总额及构成情况

报告期各期末，公司资产构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	49,994.01	58.41%	53,098.90	60.58%	39,611.61	57.67%	32,551.97	54.19%
非流动资产	35,604.81	41.59%	34,555.56	39.42%	29,078.14	42.33%	27,515.01	45.81%
合计	85,598.83	100.00%	87,654.46	100.00%	68,689.74	100.00%	60,066.98	100.00%

2019 年末、2020 年末、2021 年末及 2022 年 6 月末，公司资产总额分别为 60,066.98 万元、68,689.74 万元、87,654.46 万元及 85,598.83 万元。2020 年末及 2021 年末资产总额相较于前期末分别增长 14.36%及 27.61%，主要系公司资产规模随着公司的持续盈利而保持稳定增长；2022 年 6 月末，公司的资产总额相较于 2021 年末下降 2.35%，主要系公司的流动资产有所减少。

（二）流动资产的构成及其变化分析

报告期各期末，公司流动资产的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产：								
货币资金	20,245.36	40.50%	14,024.98	26.41%	6,464.02	16.32%	4,393.89	13.50%
交易性金融资产	612.29	1.22%	13,000.00	24.48%	14,780.00	37.31%	11,042.21	33.92%
应收票据	50.00	0.10%	-	-	-	-	-	-

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
应收账款	1,381.32	2.76%	1,556.21	2.93%	1,611.68	4.07%	3,866.09	11.88%
应收款项融资	80.00	0.16%	-	-	-	-	-	-
预付款项	347.97	0.70%	340.84	0.64%	1,128.65	2.85%	731.55	2.25%
其他应收款	382.35	0.76%	230.27	0.43%	162.52	0.41%	450.67	1.38%
存货	25,126.48	50.26%	22,036.25	41.50%	15,174.90	38.31%	11,246.43	34.55%
其他流动资产	1,768.24	3.54%	1,910.35	3.60%	289.85	0.73%	821.14	2.52%
合计	49,994.01	100.00%	53,098.90	100.00%	39,611.61	100.00%	32,551.97	100.00%

2019 年末、2020 年末、2021 年末及 2022 年 6 月末，公司的流动资产主要由货币资金、交易性金融资产、应收账款和存货构成，合计占流动资产的比例分别为 93.85%、96.01%、95.33%及 94.74%，金额占比在报告期内保持相对稳定。

2020 年末公司流动资产相较于 2019 年末同比增长了 21.69%，主要因为（1）公司盈利能力增强带来的经营性活动产生的现金流量净额增加，使得公司用于购买银行理财的资金增加，导致交易性金融资产增加；（2）公司增加了原材料及库存商品备货，导致存货金额增加。

2021 年末公司流动资产相较于 2020 年末同比增长了 34.05%，主要系公司持续盈利，货币资金及存货规模上升带动流动资产规模扩大。

2022 年 6 月末公司流动资产相较于 2021 年末同比下降 5.85%，主要系公司的货币资金及交易性金融资产的总额有所下降。

1、货币资金

报告期各期末，货币资金明细如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
库存现金	-	-	-	21.11
银行存款	19,583.22	13,317.60	6,203.96	4,234.80
其他货币资金	662.14	707.38	260.05	137.97
合计	20,245.36	14,024.98	6,464.02	4,393.89

2019 年末、2020 年末、2021 年末及 2022 年 6 月末，公司货币资金分别为

4,393.89 万元、6,464.02 万元、14,024.98 万元及 20,245.36 万元，占同期末流动资产的比例分别为 13.50%、16.32%、26.41%及 40.50%。公司货币资金主要由银行存款和其他货币资金构成。2020 年末公司货币资金余额较 2019 年末增长 47.11%，主要因为公司持续盈利，货币资金规模因此增加；2021 年末公司货币资金较 2020 年末增长 116.97%，货币资金增长较快，主要因为公司期末预收的货款增加；2022 年 6 月末货币资金较 2021 年末增长 44.35%，主要因为公司于 2022 年 6 月末赎回了部分理财产品。

除此之外，报告期内公司的其他货币资金为公司在各第三方结算平台的存款账户余额。

2、交易性金融资产

报告期各期末，公司交易性金融资产的金额分别为 11,042.21 万元、14,780.00 万元、13,000.00 万元及 612.29 万元，主要系公司利用闲置资金购买银行理财产品。

3、应收票据/应收款项融资

公司应收票据（含应收款项融资）全部为银行承兑汇票。报告期各期末，公司应收票据（含应收款项融资）构成如下：

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
银行承兑票据	50.00	-	-	-
商业承兑票据	-	-	-	-
应收票据账面余额	50.00	-	-	-
减：坏账准备	-	-	-	-
应收票据账面价值	50.00	-	-	-
应收款项融资账面价值	80.00	-	-	-
账面价值合计	130.00	-	-	-

2022 年 6 月末，公司应收票据均为银行承兑汇票，系公司子公司恒尚包装对外经营包装业务时收取的银行承兑汇票，应收票据及应收款项融资合计金额较小。

4、应收账款及合同资产

公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，当客户实际支付合同对价或在该对价到期应付之前，企业已经向客户转移了商品或服务，则应当将因已转让商品或服务而有权收取对价的权利列示为合同资产，在取得无条件收款权时确认为应收账款或长期应收款。

报告期各期末，公司不存在合同资产，公司应收账款账面价值分别为 3,866.09 万元、1,611.68 万元、1,556.21 万元及 1,381.32 万元，占流动资产的比重分别为 11.88%、4.07%、2.93%及 2.76%，具体情况如下表所示：

（1）应收账款余额分析

公司应收账款余额相对于营业收入的变化趋势如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日 /2022 年 1-6 月		2021 年 12 月 31 日 /2021 年度		2020 年 12 月 31 日 /2020 年度		2019 年 12 月 31 日/2019 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
应收账款余额	1,592.31	-2.92%	1,640.24	-2.21%	1,677.35	-58.86%	4,076.71
应收账款账面价值	1,381.32	-11.24%	1,556.21	-3.44%	1,611.68	-58.31%	3,866.09
营业收入	32,905.60	-52.99%	70,004.40	26.00%	55,557.13	-4.13%	57,950.74
应收账款余额占营业收入比例	4.84%		2.34%		3.02%		7.03%

2019 年至 2020 年期间，公司期末应收账款余额减少 58.86%，应收账款余额占营业收入比例由 7.03%下降至 3.02%，主要系公司自 2020 年 4 月起鼓励经销商通过预付款的方式向公司采购希诺品牌商品。

2020 年至 2021 年期间，公司应收账款余额下降 2.21%，同期营业收入增长 26.00%，公司在实现业务收入增长的同时，应收账款余额变动较小，维持了稳定的信用政策。

2021 年至 2022 年 6 月期间，公司应收账款余额下降 2.92%，应收账款余额变动较小。

（2）应收账款账龄分析

2019 年 1 月 1 日起，公司执行新金融工具准则，应收账款以摊余成本计

量，以预期信用损失为基础确认损失准备。

单位：万元

账龄	2022 年 6 月 30 日				
	账面余额	占比	坏账准备	整个存续期预期信用损失率	账面价值
1 年以内 (含 1 年)	1,351.02	89.00%	40.53	3.00%	1,310.49
1-2 年 (含 2 年)	62.39	4.11%	12.48	20.00%	49.91
2-3 年 (含 3 年)	104.61	6.89%	83.69	80.00%	20.92
3 年以上	0.01	0.00%	0.01	100.00%	0.00
合计	1,518.03	100.00%	136.71	-	1,381.32
账龄	2021 年 12 月 31 日				
	账面余额	占比	坏账准备	整个存续期预期信用损失率	账面价值
1 年以内 (含 1 年)	1,473.23	89.82%	44.20	3.00%	1,429.03
1-2 年 (含 2 年)	156.29	9.53%	31.26	20.00%	125.03
2-3 年 (含 3 年)	10.73	0.65%	8.58	80.00%	2.15
3 年以上	-	-	-	100.00%	-
合计	1,640.24	100.00%	84.04	-	1,556.21
账龄	2020 年 12 月 31 日				
	账面余额	占比	坏账准备	整个存续期预期信用损失率	账面价值
1 年以内 (含 1 年)	1,587.04	94.62%	47.61	3.00%	1,539.42
1-2 年 (含 2 年)	90.32	5.38%	18.06	20.00%	72.25
2-3 年 (含 3 年)	-	-	-	80.00%	-
3 年以上	-	-	-	100.00%	-
合计	1,677.35	100.00%	65.67	-	1,611.68
账龄	2019 年 12 月 31 日				
	账面余额	占比	坏账准备	整个存续期预期信用损失率	账面价值
1 年以内 (含 1 年)	3,985.03	97.75%	119.55	3.00%	3,865.48
1-2 年 (含 2 年)	0.77	0.02%	0.15	20.00%	0.61
2-3 年 (含 3 年)	-	-	-	80.00%	-

3 年以上	90.91	2.23%	90.91	100.00%	-
合计	4,076.71	100.00%	210.62	-	3,866.09

2019 年末、2020 年末、2021 年末及 2022 年 6 月末，账龄在 1 年以内的应收账款余额占比分别为 97.75%、94.62%、89.82%及 89.00%，占比较高，账龄结构良好，不存在较大坏账风险。

（3）期末应收账款前五名企业情况

截至 2022 年 6 月末，公司应收账款前五名企业具体明细如下：

单位：万元

序号	单位名称	期末金额		坏账准备	与公司关系
		金额	占比		
1	北京京东世纪贸易有限公司	324.78	20.40%	9.74	无关联关系
2	江苏汤沟两相和酒业有限公司	203.66	12.79%	6.11	无关联关系
3	菲时卡商业（上海）有限公司	169.05	10.62%	5.07	无关联关系
4	巨鲸网络科技（上海）有限公司	156.29	9.82%	87.60	无关联关系
5	上海美美良虹印刷有限公司	142.88	8.97%	4.29	无关联关系
合计		996.66	62.59%	112.81	-

截至 2021 年 12 月 31 日，公司应收账款前五名企业具体明细如下：

单位：万元

序号	单位名称	期末金额		坏账准备	与公司关系
		金额	占比		
1	北京京东世纪贸易有限公司	385.10	23.48%	11.55	无关联关系
2	上海美美良虹印刷有限公司	211.88	12.92%	6.36	无关联关系
3	江苏汤沟两相和酒业有限公司	173.45	10.57%	5.20	无关联关系
4	巨鲸网络科技（上海）有限公司	156.29	9.53%	31.26	无关联关系
5	郑州尚品贸易有限公司及其关联方	96.81	5.90%	2.90	无关联关系
合计		1,023.53	62.40%	57.27	-

截至 2020 年 12 月 31 日，公司应收账款前五名企业具体明细如下：

单位：万元

序号	单位名称	期末金额		坏账准备	与公司关系
		金额	占比		
1	北京京东世纪贸易有限公司	472.12	28.15%	14.16	无关联关系
2	巨鲸网络科技（上海）有限公司	156.29	9.32%	4.69	无关联关系

序号	单位名称	期末金额		坏账准备	与公司关系
		金额	占比		
3	成都富光鸿晟贸易有限公司	139.98	8.35%	4.20	无关联关系
4	唯品会（中国）有限公司	129.71	7.73%	3.89	无关联关系
5	上海美哈生物科技发展有限公司	101.37	6.04%	3.04	无关联关系
合计		999.47	59.59%	29.98	-

截至 2019 年 12 月 31 日，公司应收账款前五名企业具体明细如下：

单位：万元

序号	单位名称	期末金额		坏账准备	与公司关系
		金额	占比		
1	郑州尚品贸易有限公司及其关联方	642.68	15.76%	19.28	无关联关系
2	北京京东世纪贸易有限公司	381.41	9.36%	11.44	无关联关系
3	郑州君益贸易有限公司及其关联方	363.51	8.92%	10.91	无关联关系
4	南京恒协商贸有限公司	274.67	6.74%	8.24	无关联关系
5	成都富光鸿晟贸易有限公司	217.31	5.33%	6.52	无关联关系
合计		1,879.57	46.11%	56.39	-

2019 年末、2020 年末、2021 年末及 2022 年 6 月末，前五大应收账款企业的应收账款占公司全部应收账款的比重分别为 46.11%、59.59%、62.40%及 62.59%，其中 2019 年应收账款企业主要为公司的经销商，系 2019 年公司给予经销商一定的授信额度所致。自 2020 年 4 月起，公司鼓励经销商通过预付款的方式向公司采购商品，主要经销商均采用预付款模式，2020 年末、2021 年末及 2022 年 6 月末，公司应收账款大幅下降。

报告期内公司与主要客户的合作关系良好，且主要客户的经营情况良好，公司应收账款发生坏账的风险较低。报告期各期末，公司应收账款不存在质押的情形，应收账款中无持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东欠款。

5、预付款项

2019 年末、2020 年末、2021 年末及 2022 年 6 月末，公司预付款项余额分别为 731.55 万元、1,128.65 万元、340.84 万元及 347.97 万元，占流动资产的比例分别为 2.25%、2.85%、0.64%及 0.70%，主要为预付供应商的原材料及能源等的采购款。2020 年末公司预付款相较于 2019 年末增长 54.28%，主要是公司

2020 年采购不锈钢原料及钛原料所预付的采购款，主要系考虑到不锈钢等材料价格处于相对低位，公司于 2020 年末增加了采购量。

报告期各期末，公司预付款项的账龄情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内 (含 1 年)	326.19	93.74%	314.11	92.16%	1,069.52	94.76%	689.67	94.28%
1-2 年 (含 2 年)	3.04	0.87%	7.08	2.08%	52.98	4.69%	20.90	2.86%
2-3 年 (含 3 年)	18.74	5.39%	13.50	3.96%	1.39	0.12%	19.91	2.72%
3 年以上	-	-	6.15	1.80%	4.75	0.42%	1.07	0.15%
合计	347.97	100.00%	340.84	100.00%	1,128.65	100.00%	731.55	100.00%

报告期各期末，公司预付款项主要在 1 年以内，账龄结构良好。

6、其他应收款

（1）其他应收款的基本情况

2019 年末、2020 年末、2021 年末及 2022 年 6 月末，公司其他应收款账面价值分别为 450.67 万元、162.52 万元、230.27 万元及 382.35 万元，占流动资产的比例分别为 1.38%、0.41%、0.43%及 0.76%。

报告期各期末，公司其他应收款按性质分类的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
押金及保证金	100.51	113.52	87.97	40.43
备用金	0.70	0.33	6.17	20.14
其他单位借款	-	-	-	318.30
固定资产转让款	168.49	-	-	-
其他	158.89	152.53	80.75	93.42
其他应收款账面余额	428.58	266.38	174.90	472.29
坏账准备	46.23	36.11	12.38	21.63
其他应收款账面价值	382.35	230.27	162.52	450.67

2020 年末其他应收款余额较上年末有所减少，主要因为公司清理与妙恩网络科技有限公司之间的单位借款。

（2）其他应收款余额前五名

截至 2022 年 6 月末，其他应收款前 5 名情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	款项性质	金额	占比	账龄
1	江苏盐海电镀中心有限公司	固定资产转让款、押金	175.49	40.95%	1 年以内
2	个人社保代扣	-	59.58	13.90%	1 年以内
3	北京京东世纪贸易有限公司及其关联方	押金、平台费用	45.68	12.53%	1 年以内
		保证金	8.00		2-3 年
4	个人公积金代扣	-	32.55	7.60%	1 年以内
5	支付宝（中国）网络技术有限公司及其关联方	押金、保证金	26.00	7.49%	1 年以内
		保证金	6.00		2-3 年
		保证金	0.10		3 年以上
合计		-	353.40	82.46%	

（3）其他应收款账龄分析

报告期各期末，公司其他应收款账龄分析如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内（含 1 年）	369.59	86.24%	210.69	79.09%	141.18	80.72%	457.84	96.94%
1-2 年（含 2 年）	21.83	5.09%	25.28	9.49%	31.72	18.14%	6.45	1.37%
2-3 年（含 3 年）	31.88	7.44%	28.42	10.67%	1.00	0.57%	7.00	1.48%
3 年以上	5.28	1.23%	2.00	0.75%	1.00	0.57%	1.00	0.21%
合计	428.58	100.00%	266.38	100.00%	174.90	100.00%	472.29	100.00%

（4）其他应收款坏账准备计提情况

报告期内，公司其他应收款以预期信用损失为基础确认损失准备，其他应收款坏账准备的计提情况如下：

单位：万元

账龄	2022 年 6 月 30 日				
	账面余额	占比	坏账准备	预期信用损失率	账面价值
1 年以内（含 1 年）	369.59	86.24%	11.09	3.00%	358.51

1-2 年 (含 2 年)	21.83	5.09%	4.37	20.00%	17.46
2-3 年 (含 3 年)	31.88	7.44%	25.50	80.00%	6.38
3 年以上	5.28	1.23%	5.28	100.00%	-
合计	428.58	100.00%	46.23	-	382.35
账龄	2021 年 12 月 31 日				
	账面余额	占比	坏账准备	预期信用损失率	账面价值
1 年以内 (含 1 年)	210.69	79.09%	6.32	3.00%	204.37
1-2 年 (含 2 年)	25.28	9.49%	5.06	20.00%	20.22
2-3 年 (含 3 年)	28.42	10.67%	22.74	80.00%	5.68
3 年以上	2.00	0.75%	2.00	100.00%	-
合计	266.38	100.00%	36.11	-	230.27
账龄	2020 年 12 月 31 日				
	账面余额	占比	坏账准备	预期信用损失率	账面价值
1 年以内 (含 1 年)	141.18	80.72%	4.24	3.00%	136.94
1-2 年 (含 2 年)	31.72	18.14%	6.34	20.00%	25.38
2-3 年 (含 3 年)	1.00	0.57%	0.80	80.00%	0.20
3 年以上	1.00	0.57%	1.00	100.00%	-
合计	174.90	100.00%	12.38	-	162.52
账龄	2019 年 12 月 31 日				
	账面余额	占比	坏账准备	预期信用损失率	账面价值
1 年以内 (含 1 年)	457.84	96.94%	13.74	3.00%	444.10
1-2 年 (含 2 年)	6.45	1.37%	1.29	20.00%	5.16
2-3 年 (含 3 年)	7.00	1.48%	5.60	80.00%	1.40
3 年以上	1.00	0.21%	1.00	100.00%	-
合计	472.29	100.00%	21.63	-	450.66

7、存货

2019 年末、2020 年末、2021 年末及 2022 年 6 月末，公司的存货账面价值分别为 11,246.43 万元、15,174.90 万元、22,036.25 万元及 25,126.48 万元，占流动资产的比例分别为 34.55%、38.31%、41.50%及 50.26%。报告期内，公司存

货金额逐年增长，主要因为近年来公司品牌的市场反馈较好，公司增加了库存商品和原材料的储备。

（1）报告期内存货总体情况分析

报告期各期末，公司存货的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
库存商品	12,649.05	50.34%	10,459.02	47.46%	7,256.64	47.82%	6,180.32	54.95%
发出商品	665.97	2.65%	618.86	2.81%	489.72	3.23%	322.25	2.87%
原材料	7,102.73	28.27%	6,282.92	28.51%	3,798.31	25.03%	2,108.58	18.75%
在产品	4,639.27	18.46%	4,600.35	20.88%	3,617.15	23.84%	2,622.57	23.32%
委托加工物资	69.45	0.28%	75.11	0.34%	13.07	0.09%	12.71	0.11%
合计	25,126.48	100.00%	22,036.25	100.00%	15,174.90	100.00%	11,246.43	100.00%

报告期各期末，公司的存货以库存商品、发出商品、原材料和在产品为主，合计占同期末存货的比例分别为 99.89%、99.91%、99.66%及 99.72%。其中，发出商品主要系公司通过天猫、京东等电商平台进行代销模式销售，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；委托加工物资主要为公司委托外协加工单位加工的不锈钢材料。2020 年末公司存货较上年增加 3,928.47 万元，同比上升 34.93%，2021 年末公司存货较上年增加 6,861.35 万元，同比上升 45.22%，2022 年 6 月末公司存货较 2021 年末增加 3,090.23 万元，主要系公司的营收规模不断扩大，公司库存商品及原材料的备货规模相应提升所致。

（2）报告期内存货跌价准备计提情况

报告期各期末，公司存货跌价准备的计提情况如下：

单位：万元

2022 年 6 月 30 日				
项目	账面余额	跌价准备	账面价值	占比
库存商品	13,972.14	1,323.08	12,649.05	50.34%
发出商品	665.97	-	665.97	2.65%
原材料	7,280.90	178.16	7,102.73	28.27%
在产品	5,025.04	385.76	4,639.27	18.46%

委托加工物资	69.45	-	69.45	0.28%
合计	27,013.49	1,887.01	25,126.48	100.00%
2021 年 12 月 31 日				
项目	账面余额	跌价准备	账面价值	占比
库存商品	11,580.31	1,121.29	10,459.02	47.46%
发出商品	618.86	-	618.86	2.81%
原材料	6,499.00	216.08	6,282.92	28.51%
在产品	4,887.62	287.27	4,600.35	20.88%
委托加工物资	75.11	-	75.11	0.34%
合计	23,660.89	1,624.64	22,036.25	100.00%
2020 年 12 月 31 日				
项目	账面余额	跌价准备	账面价值	占比
库存商品	7,575.98	319.34	7,256.64	47.82%
发出商品	489.72	-	489.72	3.23%
原材料	3,864.15	65.84	3,798.31	25.03%
在产品	3,804.33	187.18	3,617.15	23.84%
委托加工物资	13.07	-	13.07	0.09%
合计	15,747.25	572.35	15,174.90	100.00%
2019 年 12 月 31 日				
项目	账面余额	跌价准备	账面价值	占比
库存商品	6,281.05	100.73	6,180.32	54.95%
发出商品	322.25	-	322.25	2.87%
原材料	2,155.10	46.53	2,108.58	18.75%
在产品	2,823.31	200.73	2,622.57	23.32%
委托加工物资	12.71	-	12.71	0.11%
合计	11,594.41	347.99	11,246.43	100.00%

报告期各期，公司存货跌价准备计提比例与同行业可比公司的对比情况如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
哈尔斯	9.37%	7.28%	5.18%	1.26%
嘉益股份	6.20%	2.20%	3.12%	3.08%
张小泉	2.44%	1.67%	2.32%	1.20%
双枪科技	1.79%	2.93%	5.45%	4.90%

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
可比公司平均	4.95%	3.52%	4.02%	2.61%
发行人	6.99%	6.87%	3.63%	3.00%

由上表可见，报告期公司存货跌价准备综合计提比例略高于同行业上市公司平均值，不存在明显差异，存货跌价准备计提合理、充分。

8、其他流动资产

公司其他流动资产主要为待抵扣进项税、预交企业所得税、待认证进项税额和待摊广告费，报告期各期末，公司其他流动资产分别为 821.14 万元、289.85 万元、1,910.35 万元及 1,768.24 万元，占流动资产的比例分别为 2.52%、0.73%、3.60%及 3.54%。

报告期各期末，公司其他流动资产的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
待抵扣进项税	432.12	24.44%	319.12	16.70%	268.45	92.62%	66.29	8.07%
预交企业所得税	590.53	33.40%	311.87	16.33%	-	-	-	-
待认证进项税额	312.92	17.70%	19.39	1.02%	17.72	6.11%	0.27	0.03%
待摊广告费	131.13	7.42%	1,259.12	65.91%	-	-	754.57	91.89%
应收退货成本	1.53	0.09%	0.85	0.04%	3.67	1.27%	-	-
IPO 发行费用	300.00	16.97%	-	-	-	-	-	-
合计	1,768.24	100.00%	1,910.35	100.00%	289.85	100.00%	821.14	100.00%

2020 年末，公司其他流动资产金额较低，主要系受新冠疫情影响，2020 年在原合同执行完毕后未新增线下广告投入，期末待摊广告费因此减少。

（三）非流动资产的构成及其变化分析

报告期内，公司非流动资产的构成情况所示：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
固定资产	27,673.79	77.72%	28,410.77	82.22%	24,507.27	84.28%	24,438.29	88.82%
在建工程	224.89	0.63%	295.75	0.86%	218.48	0.75%	60.52	0.22%

项目	2022年6月30日		2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
使用权资产	1,563.09	4.39%	1,578.20	4.57%	-	-	-	-
无形资产	1,859.27	5.22%	1,893.06	5.48%	1,521.42	5.23%	1,567.78	5.70%
长期待摊费用	93.89	0.26%	111.27	0.32%	48.90	0.17%	68.94	0.25%
递延所得税资产	2,196.48	6.17%	1,652.41	4.78%	1,500.94	5.16%	868.14	3.16%
其他非流动资产	1,993.41	5.60%	614.10	1.78%	1,281.12	4.41%	511.33	1.86%
非流动资产合计	35,604.81	100.00%	34,555.56	100.00%	29,078.14	100.00%	27,515.01	100.00%

公司非流动资产主要由固定资产、使用权资产、无形资产、递延所得税资产等组成，占非流动资产的比例在 93%以上。

1、固定资产

2019 年末、2020 年末、2021 年末及 2022 年 6 月末，公司固定资产账面价值分别为 24,438.29 万元、24,507.27 万元、28,410.77 万元及 27,673.79 万元，占非流动资产的比例分别为 88.82%、84.28%、82.22%及 77.72%。2021 年末，公司固定资产账面价值有所增长，主要是公司新增了较多的自动化生产线。公司的固定资产账面价值如下：

单位：万元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
固定资产	27,673.79	28,407.72	24,504.44	24,429.18
固定资产清理	-	3.05	2.84	9.12
合计	27,673.79	28,410.77	24,507.27	24,438.29

（1）固定资产总体情况

报告期各期末，公司固定资产主要是房屋建筑物、机器设备等，具体明细情况如下：

单位：万元

项目	2022年6月30日		2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
房屋建筑物	13,172.92	47.60%	13,504.36	47.54%	13,815.87	56.38%	14,737.67	60.33%
机器设备	13,724.27	49.59%	13,936.40	49.06%	9,381.45	38.28%	8,457.52	34.62%
运输工具	412.22	1.49%	503.78	1.77%	656.79	2.68%	215.17	0.88%
电子设备	129.05	0.47%	136.39	0.48%	111.55	0.46%	131.74	0.54%

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
其他设备	235.33	0.85%	326.79	1.15%	538.78	2.20%	887.08	3.63%
合计	27,673.79	100.00%	28,407.72	100.00%	24,504.44	100.00%	24,429.18	100.00%

（2）固定资产明细及变动分析

报告期内，公司按会计政策计提固定资产折旧，已建立固定资产日常维护与定期保养制度，确保固定资产运行状况良好。

报告期各期末，公司固定资产原值、累计折旧、计提的减值准备及固定资产账面价值的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
一、账面原值合计	47,206.29	46,313.17	39,672.45	37,321.36
其中：房屋建筑物	20,014.62	19,867.79	19,254.08	19,267.57
机器设备	22,449.57	21,720.81	15,689.93	13,835.55
运输工具	1,309.54	1,307.21	1,307.59	770.88
电子设备	1,039.49	1,025.42	971.08	928.58
其他设备	2,393.06	2,391.93	2,449.76	2,518.78
二、累计折旧合计	19,532.50	17,905.45	15,168.01	12,812.65
其中：房屋建筑物	6,841.70	6,363.43	5,438.21	4,529.90
机器设备	8,725.30	7,784.42	6,308.48	5,302.90
运输工具	897.32	803.43	650.80	555.71
电子设备	910.45	889.03	859.54	796.80
其他设备	2,157.73	2,065.14	1,910.98	1,627.35
三、减值准备	-	-	-	79.53
其中：房屋建筑物	-	-	-	-
机器设备	-	-	-	75.13
运输工具	-	-	-	-
电子设备	-	-	-	0.04
其他设备	-	-	-	4.36
四、固定资产账面价值合计	27,673.79	28,407.72	24,504.44	24,429.18
其中：房屋建筑物	13,172.92	13,504.36	13,815.87	14,737.67
机器设备	13,724.27	13,936.40	9,381.45	8,457.52

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
运输工具	412.22	503.78	656.79	215.17
电子设备	129.05	136.39	111.55	131.74
其他设备	235.33	326.79	538.78	887.08

（3）固定资产折旧年限分析

报告期内，公司固定资产折旧年限与同行业可比公司的对比情况如下：

哈尔斯				
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	20	5.00%	4.75%
通用设备	年限平均法	5	5.00%	19.00%
专用设备	年限平均法	10	5.00%	9.50%
运输工具	年限平均法	5	5.00%	19.00%
嘉益股份				
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	10-20	5.00%	4.75%-9.50%
通用设备	年限平均法	3-10	5.00%	9.50%-31.67%
专用设备	年限平均法	5-10	5.00%	9.50%-19.00%
运输工具	年限平均法	3-5	5.00%	19.00%-31.67%
其他设备	年限平均法	3-10	5.00%	9.50%-31.67%
张小泉				
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%	7.92%-19.00%
专用设备	年限平均法	3-10	5.00%	9.50%-31.67%
运输工具	年限平均法	4-5	5.00%	19.00%-23.75%
双枪科技				
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	20-35	5.00%	2.71%-4.75%
机械设备	年限平均法	5-10	5.00%	9.50%-19.00%
运输设备	年限平均法	5-10	5.00%	9.50%-19.00%
电子设备及其他设备	年限平均法	3-5	5.00%	19.00%-31.67%
希诺股份				

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋建筑物	年限平均法	20	5.00%	4.75%
机器设备	年限平均法	10	5.00%	9.50%
运输工具	年限平均法	4	5.00%	23.75%
电子设备	年限平均法	3	5.00%	31.67%
其他设备	年限平均法	3-5	5.00%	19.00%-31.67%

由上表可见，公司的固定资产折旧年限与同行业公司不存在显著差异。

2、在建工程

报告期各期末，公司在建工程的账面价值构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
钛金杯扩建项目	-	-	193.91	-
待安装设备	-	-	24.57	60.52
智能化生产车间 建设项目	191.99	151.01	-	-
消防改造工程	-	144.74	-	-
那美二期项目	10.38			
厂房外立面改造工程	22.52			
合计	224.89	295.75	218.48	60.52

报告期各期末，公司在建工程账面价值分别为 60.52 万元、218.48 万元、295.75 万元及 224.89 万元，占非流动资产的比例较低，分别为 0.22%、0.75%、0.86%及 0.63%。

3、使用权资产

截至 2022 年 6 月末，公司使用权资产金额为 1,563.09 万元，系自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，对于不属于低价值资产租赁或短期租赁的，在租赁期开始日，承租人应当对租赁确认使用权资产和租赁负债。公司将建筑物及设备的租赁确认为使用权资产。

4、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

资产类别	2022年6月30日		2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	账面价值	比例	账面价值	比例	账面价值	比例	账面价值	比例
土地使用权	1,678.90	90.30%	1,699.82	89.79%	1,417.27	93.15%	1,452.66	92.66%
软件	156.05	8.39%	167.50	8.85%	96.75	6.36%	106.89	6.82%
专利技术	24.32	1.31%	25.74	1.36%	7.40	0.49%	8.23	0.52%
合计	1,859.27	100.00%	1,893.06	100.00%	1,521.42	100.00%	1,567.78	100.00%

报告期各期末，公司的无形资产账面价值分别为 1,567.78 万元、1,521.42 万元、1,893.06 万元及 1,859.27 万元，占非流动资产的比例分别为 5.70%、5.23%、5.48%及 5.22%。报告期各期末，公司的无形资产主要为土地使用权，具体内容请参见“第五节 业务和技术”之“五、发行人的主要固定资产和无形资产”。

截至 2022 年 6 月末，公司无形资产具体构成及摊销和减值情况如下：

单位：万元

类别	原值	累计摊销	减值准备	净值
土地使用权	2,045.27	366.37	-	1,678.90
软件	244.99	88.94	-	156.05
专利技术	28.30	3.98	-	24.32
合计	2,318.56	459.29	-	1,859.27

5、长期待摊费用

报告期各期末，公司的长期待摊费用分别为 68.94 万元、48.90 万元、111.27 万元及 93.89 万元，主要为办公室及样品展示厅的装修费与华为云服务器的租赁费，占非流动资产的比例分别为 0.25%、0.17%、0.32%及 0.26%，占比较小。

6、递延所得税资产

报告期各期末，递延所得税资产主要系计提坏账准备、资产减值准备、合并抵消内部未实现利润等产生的可抵扣暂时性差异所致。

未经抵消的递延所得税资产情况如下表所示：

单位：万元

资产类别	2022年6月30日		2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	可抵扣暂时性差异及亏损	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异及亏损	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异及亏损	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异及亏损	递延所得税资产
坏账准备	257.22	62.84	120.15	24.67	78.05	18.22	232.24	47.13
存货跌价准备	1,887.01	382.25	1,624.64	317.74	572.35	100.73	347.99	61.38
新租赁准则会计与税法差异	54.26	13.14	52.46	12.60	-	-	-	-
固定资产减值准备	-	-	-	-	-	-	79.53	11.93
预提返利	93.97	23.49	-	-	351.37	87.84	57.52	14.38
预计退货	1.08	0.27	0.65	0.16	3.26	0.82	2.36	0.59
预提费用形成	-	-	33.64	8.41	27.06	6.77	8.55	2.14
内部未实现利润	6,211.18	1,549.19	4,700.09	1,168.46	4,734.74	1,183.68	2,432.18	608.05
长期待摊费用会计与税法差异	300.80	45.12	318.40	47.76	375.92	56.39	449.72	67.46
递延收益	1,003.16	150.47	579.77	86.96	324.65	48.70	292.73	43.91
未发放工资	-	-	-	-	-	-	78.82	11.82
合计	9,808.67	2,226.78	7,429.80	1,666.76	6,467.41	1,503.14	3,981.64	868.78

7、其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产分别为 511.33 万元、1,281.12 万元、614.10 万元及 1,993.41 万元，系预付工程设备款。

（四）资产周转能力分析

1、资产周转能力指标分析

报告期内，公司的资产周转能力指标如下表所示：

指标	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
应收账款周转率（次/年）	40.72	42.20	19.31	15.99
存货周转率（次/年）	1.16	1.56	1.66	2.19

注：应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额，公司2022年1-6月应收账款周转率系年化值

存货周转率=营业成本/存货平均余额，公司2022年1-6月存货周转率系年化值

（1）应收账款周转率

报告期内各期，公司的应收账款周转率分别为 15.99 次/年、19.31 次/年、42.20 次/年及 40.72 次/年。2020 年以来，公司鼓励经销商采用预付货款的方式采购公司产品，应收账款余额因此下降，公司的应收账款周转率上升。

（2）存货周转率

报告期各期，公司的存货周转率分别 2.19 次/年、1.66 次/年、1.56 次/年及 1.16 次/年。报告期各期，公司存货周转率有所下降，主要系公司自设立以来经营的是自有品牌业务，且公司为了保证产品的品质，以自主生产为主，随着公司营收规模的增长，公司的原材料、产成品的备货逐年增加。关于存货变动的原因参见本节“七、资产质量分析”之“（二）流动资产的构成及其变化分析”之“7、存货”。

2、资产周转能力指标同行业比较

（1）应收账款周转率

单位：次/年

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
哈尔斯	11.84	13.07	7.45	8.08
嘉益股份	9.79	9.08	6.11	8.60
张小泉	20.02	21.33	20.19	15.73
双枪科技	2.84	3.61	3.64	3.14
可比公司平均值	11.12	11.77	9.35	8.89
发行人	40.72	42.20	19.31	15.99

注：2022年1-6月应收账款周转率系年化值

报告期各期，公司应收账款周转率分别为 15.99 次/年、19.31 次/年、42.20 次/年及 40.72 次/年，高于同行业可比公司平均水平。

（2）存货周转率

单位：次/年

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
哈尔斯	3.45	3.47	2.46	3.08
嘉益股份	5.03	4.71	3.49	4.10
张小泉	3.09	3.38	3.02	2.90

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
双枪科技	2.39	3.36	3.70	3.84
可比公司平均值	3.49	3.73	3.17	3.48
发行人	1.16	1.56	1.66	2.19

注：2022年1-6月存货账款周转率系年化值

报告期各期，公司存货周转率分别为 2.19、1.66、1.56 及 1.16，低于同行业可比公司，主要系公司自设立以来经营的是自有品牌业务，且公司为了保证产品的品质，以自主生产为主，随着公司营收规模的增长，公司的原材料、产成品的备货逐年增加所致。

公司将持续优化采购、生产、销售流程，拓宽销售渠道，建立完善的原材料采购、物料控制、生产安排和过程控制等一系列管理制度，通过科学的存货管理、缩短交货期等方式，以减少存货对资金的占用，提高运营效率。

八、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

（一）负债总额及构成情况

报告期各期末，公司负债的构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	9,860.66	84.17%	20,512.32	92.65%	15,216.58	97.80%	14,348.49	97.94%
非流动负债	1,853.96	15.83%	1,626.84	7.35%	342.55	2.20%	301.30	2.06%
合计	11,714.62	100.00%	22,139.16	100.00%	15,559.12	100.00%	14,649.79	100.00%

2019 年末、2020 年末、2021 年末及 2022 年 6 月末，公司的负债总额分别为 14,649.79 万元、15,559.12 万元、22,139.16 万元及 11,714.62 万元，公司负债构成以流动负债为主。2020 年末、2021 年末，公司负债总额相较于前期末分别增加了 6.21%、42.29%；2022 年 6 月末，公司负债总额相较于 2021 年末下降了 47.09%。

（二）流动负债的构成分析

报告期内，公司流动负债构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	-	-	-	-	-	-	3,204.25	22.33%
应付账款	3,209.61	32.55%	3,940.66	19.21%	3,469.30	22.80%	2,591.23	18.06%
预收款项	-	-	-	-	-	-	3,606.25	25.13%
合同负债	1,253.79	12.72%	9,135.86	44.54%	3,925.47	25.80%	-	-
应付职工薪酬	1,579.68	16.02%	2,259.89	11.02%	1,999.40	13.14%	1,715.76	11.96%
应交税费	2,709.78	27.48%	2,887.43	14.08%	3,028.89	19.91%	2,397.95	16.71%
其他应付款	252.54	2.56%	554.54	2.70%	2,321.95	15.26%	773.17	5.39%
一年内到期的非流动负债	651.86	6.61%	544.78	2.66%	-	-	-	-
其他流动负债	203.39	2.06%	1,189.16	5.80%	471.56	3.10%	59.88	0.42%
流动负债合计	9,860.66	100.00%	20,512.32	100.00%	15,216.58	100.00%	14,348.49	100.00%

报告期内，公司的流动负债主要包括短期借款、应付账款、预收款项/合同负债、应付职工薪酬、应交税费等。

1、短期借款

报告期各期末，公司短期借款的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
抵押借款	-	-	-	3,200.00
借款应付利息	-	-	-	4.25
合计	-	-	-	3,204.25

截至 2022 年 6 月末，公司无逾期未偿还的短期借款，亦无尚在履行的短期借款。

2、应付账款

报告期各期末，公司应付账款分别为 2,591.23 万元、3,469.30 万元、3,940.66 万元及 3,209.61 万元，主要为应付原材料采购款及工程设备采购款。

报告期各期末，公司应付账款账龄明细情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	3,142.82	97.92%	3,862.37	98.01%	3,393.52	97.82%	2,529.51	97.62%
1 年以上	66.79	2.08%	78.29	1.99%	75.78	2.18%	61.72	2.38%
合计	3,209.61	100.00%	3,940.66	100.00%	3,469.30	100.00%	2,591.23	100.00%

从账龄结构来看，公司应付账款的账龄主要在 1 年以内，账龄超过 1 年的应付账款金额较小。

3、预收款项、合同负债及其他流动负债

报告期各期末，公司的预收款项/合同负债分别为 3,606.25 万元、3,925.47 万元、9,135.86 万元及 1,253.79 万元，占流动负债的比例分别为 25.13%、25.80%、44.54%及 12.72%，主要为预收客户货款。

自 2020 年 1 月 1 日起公司执行新收入准则将已收或应收客户对价而应向客户转移商品或服务的义务列示为合同负债，将原在预收款项列报的预收销售款调整至合同负债科目列示，且将预收客户销售款待转销项税调整至其他流动负债科目列示。

2020 年末、2021 年末及 2022 年 6 月末，公司预收账款重分类前后的情况如下：

单位：万元

受影响报表科目	2022 年 6 月末影响金额	2021 年末影响金额	2020 年末影响金额
增加：			
合同负债-预收货款	1,253.79	9,135.86	3,925.47
其他流动负债-待转销项税项	150.78	1,187.66	464.63
小计：	1,404.57	10,323.52	4,390.10
减少：预收款项	1,404.57	-10,323.52	-4,390.10

报告期各期末，公司预收款项/合同负债均为货款，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货款	1,253.79	100.00%	9,135.86	100.00%	3,925.47	100.00%	3,606.25	100.00%

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
合计	1,253.79	100.00%	9,135.86	100.00%	3,925.47	100.00%	3,606.25	100.00%

报告期内，预收款项/合同负债余额前五名客户的基本情况如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	预收款项/合同负债余额	占预收款项/合同负债比例
2022 年 1-6 月	1	郑州尚品贸易有限公司及其关联方	152.49	12.16%
	2	郑州君益贸易有限公司及其关联方	141.06	11.25%
	3	兰州双安商贸有限公司及其关联方	113.50	9.05%
	4	西安乾坤丽华商贸有限公司	91.49	7.30%
	5	合肥市明霞工贸有限公司	44.77	3.57%
	合计		543.31	43.33%
2021 年度	1	郑州君益贸易有限公司及其关联方	891.82	9.76%
	2	湖北元广商贸有限公司	823.04	9.01%
	3	郑州尚品贸易有限公司及其关联方	757.18	8.29%
	4	成都浙欣商贸有限公司	437.70	4.79%
	5	兰州双安商贸有限公司及其关联方	343.87	3.76%
	合计		3,253.61	35.61%
2020 年度	1	郑州尚品贸易有限公司及其关联方	776.31	19.78%
	2	郑州君益贸易有限公司及其关联方	430.10	10.96%
	3	陕西天奇家庭用品有限公司	305.27	7.78%
	4	成都浙欣商贸有限公司	262.64	6.69%
	5	山东省群茂商贸有限公司	181.78	4.63%
	合计		1,956.11	49.83%
2019 年度	1	郑州尚品贸易有限公司及其关联方	755.54	20.95%
	2	郑州君益贸易有限公司及其关联方	283.97	7.87%
	3	陕西天奇家庭用品有限公司	253.27	7.02%
	4	沙依巴克区炉院街家美百货商行及其关联方	245.23	6.80%
	5	芜湖市顺兴茶杯经营部	227.68	6.31%
	合计		1,765.69	48.96%

报告期各期末，公司预收款项/合同负债中无预收公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位款项的情况，也不存在预收关联方款项的情况。

4、应付职工薪酬

报告期各期末，公司的应付职工薪酬分别为 1,715.76 万元、1,999.40 万元、2,259.89 万元及 1,579.68 万元，主要为应付职工薪酬的工资、奖金、津贴和补贴。2019 年至 2021 年期间，公司应付职工薪酬呈逐年增加趋势，与公司工资水平的调整和业务规模的发展基本保持一致。

5、应交税费

报告期各期末，公司的应交税费构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
应交增值税	1,110.05	40.96%	925.97	32.07%	910.06	30.05%	596.73	24.88%
应交企业所得税	1,405.08	51.85%	1,278.35	44.27%	1,952.17	64.45%	1,627.75	67.88%
应交城市维护建设税	57.35	2.12%	46.10	1.60%	43.35	1.43%	41.46	1.73%
应交房产税	42.33	1.56%	41.79	1.45%	41.03	1.35%	55.01	2.29%
应交土地使用税	13.39	0.49%	13.39	0.46%	13.13	0.43%	13.13	0.55%
应交个人所得税	17.05	0.63%	525.66	18.21%	15.17	0.50%	14.18	0.59%
应交印花税	5.14	0.19%	7.75	0.27%	8.31	0.27%	5.91	0.25%
应交教育费附加	57.09	2.11%	46.10	1.60%	43.35	1.43%	41.46	1.73%
应交环保税	2.32	0.09%	2.32	0.08%	2.32	0.08%	2.32	0.10%
合计	2,709.78	100.00%	2,887.43	100.00%	3,028.89	100.00%	2,397.95	100.00%

报告期各期末，公司应交税费分别为 2,397.95 万元、3,028.89 万元、2,887.43 万元及 2,709.78 万元，主要为应交企业所得税和增值税。

报告期内，公司的应交税费明细变动金额如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日
	期末余额	变动额	期末余额	变动额	期末余额	变动额	期末余额
应交增值税	1,110.05	184.08	925.97	15.91	910.06	313.33	596.73
应交企业所得税	1,405.08	126.72	1,278.35	-673.82	1,952.17	324.42	1,627.75
应交城市维护建设税	57.35	11.25	46.10	2.75	43.35	1.89	41.46
应交房产税	42.33	0.54	41.79	0.76	41.03	-13.98	55.01
应交土地使用税	13.39	-	13.39	0.26	13.13	-	13.13

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日
	期末余额	变动额	期末余额	变动额	期末余额	变动额	期末余额
应交个人所得税	17.05	-508.62	525.66	510.49	15.17	0.99	14.18
应交印花税	5.14	-2.62	7.75	-0.56	8.31	2.40	5.91
应交教育费附加	57.09	10.99	46.10	2.75	43.35	1.89	41.46
应交环保税	2.32	-	2.32	-	2.32	-	2.32
合计	2,709.78	-177.65	2,887.43	-141.46	3,028.89	630.94	2,397.95

6、其他应付款

报告期各期末，公司的其他应付款构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
应付股利	-	-	2,014.40	-
其他应付款	252.54	554.54	307.55	773.17
合计	252.54	554.54	2,321.95	773.17

报告期各期末，公司的其他应付款具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
保证金及押金	115.15	380.65	-	0.10
预提费用	52.18	156.12	277.40	420.74
单位及个人借款	10.00	10.00	10.00	328.30
其他	75.21	7.76	20.15	24.03
合计	252.54	554.54	307.55	773.17

7、一年内到期的非流动负债

报告期各期末，公司一年内到期的非流动负债为一年内到期的租赁负债：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
一年内到期的租赁负债	651.86	544.78	-	-
合计	651.86	544.78	-	-

8、其他流动负债

自 2020 年 1 月 1 日起公司执行新收入准则将预收客户销售款待转销项税调

整至其他流动负债科目列示。2020 年末、2021 年末及 2022 年 6 月末公司其他流动负债分别为 471.56 万元、1,189.16 万元及 203.39 万元，主要系预收销售款待转销项税。

报告期各期末，公司的其他流动负债构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
待转销项税额	150.78	1,187.66	464.63	-
应付退货款	2.61	1.50	6.93	-
预提返利	-	-	-	57.52
预计退货	-	-	-	2.36
已背书未到期票据	50.00	-	-	-
合计	203.39	1,189.16	471.56	59.88

2022 年 6 月末，公司其他流动负债较 2021 年末下降 82.90%，主要系 2022 年 6 月末预收货款下降，相应的待转销项税下降幅度较大。

（三）非流动负债的构成及其变化分析

报告期各期末，公司非流动负债的构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
租赁负债	850.80	45.89%	1,044.25	64.19%	-	-	-	-
递延收益	1,003.16	54.11%	579.77	35.64%	324.65	94.78%	292.73	97.16%
递延所得税负债	-	-	2.82	0.17%	17.89	5.22%	8.57	2.84%
非流动负债合计	1,853.96	100.00%	1,626.84	100.00%	342.55	100.00%	301.30	100.00%

报告期内，公司的非流动负债主要为租赁负债及递延收益。

1、租赁负债

截至 2022 年 6 月末，公司租赁负债金额为 850.80 万元，系自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，对于不属于低价值资产租赁或短期租赁的，在租赁期开始日，承租人应当对租赁确认使用权资产和租赁负债；对于租赁负债科目，在租赁期开始日，承租人应当按尚未支付的租赁付款额，贷记“租赁负债——租赁付款额”科目，按尚未支付的租赁付款额与其现值的差额，借记“租赁负

债——未确认融资费用”科目。

2、递延收益

报告期各期末，公司递延收益金额分别为 292.73 万元、324.65 万元、579.77 万元及 1,003.16 万元，由与资产相关的政府补助而形成，具体明细如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期计入其 他收益	2022 年 6 月 30 日
工业企业技术改造综合奖补项目	10.52	-	0.89	9.63
希诺实业 2017 年设备补助	89.23	-	8.78	80.45
江苏那美 2017 年设备补助	111.32	-	10.75	100.56
希诺实业 2018 年设备补助	25.69	-	2.08	23.61
希诺实业 2019 年设备补助	31.39	-	2.03	29.36
专利技术补助	6.63	-	0.42	6.21
希诺股份示范智能车间补助	18.89	-	1.11	17.78
江苏那美 2021 年设备补助	286.11	-	16.67	269.44
江苏那美 2022 年设备补助	-	289.11	17.01	272.10
江苏那美 2022 年技改设备补助	-	197.30	3.29	194.01
合计	579.77	486.41	63.02	1,003.16
项目	2020 年 12 月 31 日	本期增加	本期计入其 他收益	2021 年 12 月 31 日
工业企业技术改造综合奖补项目	12.30	-	1.78	10.52
希诺实业 2017 年设备补助	106.78	-	17.55	89.23
江苏那美 2017 年设备补助	132.82	-	21.50	111.32
希诺实业 2018 年设备补助	29.86	-	4.17	25.69
希诺实业 2019 年设备补助	35.44	-	4.05	31.39
专利技术补助	7.46	-	0.84	6.63
希诺股份示范智能车间补助	-	20.00	1.11	18.89
江苏那美 2021 年设备补助	-	300.00	13.89	286.11
合计	324.65	320.00	64.89	579.77
项目	2019 年 12 月 31 日	本期增加	本期计入其 他收益	2020 年 12 月 31 日
工业企业技术改造综合奖补项目	14.07	-	1.78	12.30
希诺实业 2017 年设备补助	124.33	-	17.55	106.78
江苏那美 2017 年设备补助	154.33	-	21.50	132.82

希诺实业 2018 年设备补助	-	33.33	3.47	29.86
希诺实业 2019 年设备补助	-	36.45	1.01	35.44
专利技术补助	-	8.30	0.84	7.46
合 计	292.73	78.08	46.16	324.65
项目	2018 年 12 月 31 日	本期增加	本期计入其 他收益	2019 年 12 月 31 日
工业企业技术改造综合奖补项目	15.85	-	1.78	14.07
希诺实业 2017 年设备补助	-	140.42	16.09	124.33
江苏那美 2017 年设备补助	175.83	-	21.50	154.33
合 计	191.68	140.42	39.37	292.73

（四）偿债能力分析

1、偿债能力指标分析

报告期内，公司的偿债能力指标情况如下表所示

指标	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
流动比率（倍）	5.07	2.59	2.60	2.27
速动比率（倍）	2.52	1.51	1.61	1.48
资产负债率（母公司）	14.34%	12.76%	12.66%	12.40%
资产负债率 （合并口径）	13.69%	25.26%	22.65%	24.39%
指标	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
息税前利润（万元）	10,024.76	23,583.94	21,329.04	20,559.05
息税折旧摊销前利润 （万元）	12,086.69	27,302.77	24,146.07	23,390.56
利息保障倍数	257.17	268.14	562.87	133.50

注：流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=速动资产/流动负债

资产负债率=总负债/总资产

息税前利润=净利润+所得税+利息支出

息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+固定资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销+使用权资产的摊销

利息保障倍数=息税前利润/利息支出

（1）流动比率和速动比率

报告期各期末，公司的流动比率分别为 2.27 倍、2.60 倍、2.59 倍及 5.07 倍，速动比率分别为 1.48 倍、1.61 倍、1.51 倍及 2.52 倍，公司流动比率和速动比率相对较为稳定。

（2）资产负债率

报告期各期末，公司合并口径资产负债率分别为 24.39%、22.65%、25.26% 及 13.69%。

资产变化的具体情况参见本节“七、资产质量分析”。负债变化的具体情况参见本节“八、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（一）负债总额及构成情况”、“（二）流动负债的构成分析”、“（三）非流动负债的构成及其变化分析”。

（3）息税折旧摊销前利润和利息保障倍数

报告期内，公司息税折旧摊销前利润金额分别为 23,390.56 万元、24,146.07 万元、27,302.77 万元及 12,086.69 万元。2020 年，公司息税折旧摊销前利润有所增长的主要原因系 2020 年疫情原因，减免部分社保费用，公司净利润有所增长。2021 年公司息税折旧摊销前利润有所增长的主要原因系公司营收规模增长带来的利润增长。

报告期内，公司利息保障倍数分别为 133.50、562.87、268.14 及 257.17，保持较高水平。

2、偿债能力指标同行业比较

报告期各期末，公司与可比上市公司的偿债能力指标对比如下：

（1）流动比率

单位：倍

公司名称	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
哈尔斯	1.37	1.33	1.23	1.26
嘉益股份	3.27	4.05	4.17	3.03
张小泉	1.48	1.54	2.07	2.39
双枪科技	3.21	2.83	1.69	1.33
可比公司平均值	2.33	2.44	2.29	2.00
发行人	5.07	2.59	2.60	2.27

（2）速动比率

单位：倍

公司名称	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
哈尔斯	0.93	0.85	0.80	0.81
嘉益股份	2.54	3.17	3.37	2.22
张小泉	0.83	0.99	1.43	1.50
双枪科技	2.34	2.13	1.18	0.96
可比公司平均值	1.66	1.78	1.69	1.37
发行人	2.52	1.51	1.61	1.48

（3）资产负债率

公司名称	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
哈尔斯	59.14%	59.50%	61.45%	57.54%
嘉益股份	21.89%	17.97%	16.73%	20.91%
张小泉	30.53%	29.66%	39.29%	24.23%
双枪科技	21.79%	27.66%	41.65%	48.91%
可比公司平均值	33.34%	33.70%	39.78%	37.90%
发行人	13.69%	25.26%	22.65%	24.39%

3、最近一期末银行借款、关联方借款、合同承诺债务、或有负债等主要债项情况

截至 2022 年 6 月 30 日，公司不存在银行借款、关联方借款，亦不存在需要披露的合同承诺债务及或有负债。

4、可预见的未来需偿还的负债金额及利息金额分析

截至 2022 年 6 月末，公司可预见的未来（十二个月内）不存在需要偿还的负债及利息。报告期内，公司借款本金及利息均已按期归还，银行资信状况良好，且公司经营规模逐年扩大，具有较强的偿债能力，可预见的未来发生无法偿还负债的风险较低。

（五）报告期内股利分配实施情况

报告期内，公司共实施了 4 次现金分红，具体情况如下：

2019 年 7 月 23 日，希诺实业召开股东会，决议按照股东持股比例分配利润 70,780,740.90 元，该部分现金股利已经支付完成。

2020 年 3 月 20 日，希诺实业召开股东会，决议按照股东持股比例分配利润 1,000.00 万元，该部分现金股利已经支付完成。

2020 年 5 月 20 日，希诺实业召开股东会，决议按照股东持股比例分配利润 9,000.00 万元，该部分现金股利已经支付完成。

2021 年 5 月 28 日，希诺股份召开股东大会，决议按照股东持股比例分配利润 10,000.00 万元，该部分现金股利已经支付完成。

（六）现金流量情况分析

报告期内，公司现金流量总体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经营活动产生的现金流量净额	-2,139.33	21,276.05	20,516.68	19,982.06
投资活动产生的现金流量净额	9,650.85	-4,220.22	-7,218.81	-12,072.70
筹资活动产生的现金流量净额	-1,291.13	-9,494.87	-11,227.75	-5,075.10
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-
现金及现金等价物净增加额	6,220.38	7,560.96	2,070.13	2,834.26
加：期初现金及现金等价物余额	14,024.98	6,464.02	4,393.89	1,559.63
期末现金及现金等价物余额	20,245.36	14,024.98	6,464.02	4,393.89

1、经营活动现金流量分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流量如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	28,200.19	85,029.05	65,886.98	65,048.74
收到其他与经营活动有关的现金	1,043.49	1,824.18	792.44	565.03
经营活动现金流入小计	29,243.68	86,853.24	66,679.41	65,613.78
购买商品、接受劳务支付的现金	13,448.14	29,709.72	20,735.97	18,435.74
支付给职工以及为职工支付的现金	9,055.82	16,505.54	10,479.99	11,217.13
支付的各项税费	5,644.61	10,187.45	8,814.09	7,687.47
支付其他与经营活动有关的现金	3,234.45	9,174.48	6,132.68	8,291.38
经营活动现金流出小计	31,383.02	65,577.19	46,162.73	45,631.72
经营活动产生的现金流量净额	-2,139.33	21,276.05	20,516.68	19,982.06

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
净利润	8,178.53	19,622.96	17,713.43	16,597.12
经营活动产生的现金流量净额与净利润的比值	-0.26	1.08	1.16	1.20

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 19,982.06 万元、20,516.68 万元、21,276.05 万元及-2,139.33 万元，经营活动产生的现金流量净额与净利润的比值分别 1.20、1.16、1.08 及-0.26，现金流情况良好，与经营规模匹配。

报告期内，公司经营活动现金流入主要为销售商品、提供劳务收到的现金，销售收现比率（销售商品收到的现金/营业收入）分别为 1.12、1.19、1.21 及 0.86，始终保持在较高水平，与销售收入变动趋势保持一致。

报告期内，公司经营活动现金流出主要为购买商品、接受劳务支付的现金、支付给职工以及为职工支付的现金、支付的各项税费以及支付其他与经营活动有关的现金。报告期内，购买商品、接受劳务支付的现金分别为 18,435.74 万元、20,735.97 万元、29,709.72 万元及 13,448.14 万元，购货付现比率（购买商品支付的现金/营业成本）为 0.76、0.91、0.96 及 0.91，2019 年度购货付现比例较低主要系购买商品、接受劳务支付的现金减少所致。

报告期内，公司经营活动产生的净现金流量与净利润差异的具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
净利润	8,178.53	19,622.96	17,713.43	16,597.12
加：资产减值准备	262.36	1,052.29	319.08	140.77
信用减值损失	137.07	42.09	-63.28	107.94
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	1,655.16	2,985.89	2,739.93	2,764.85
使用权资产折旧	355.58	639.02	-	-
无形资产摊销	33.80	62.44	51.35	48.70
长期待摊费用摊销	17.39	31.48	25.75	17.96
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”填列）	15.96	-12.61	28.34	-7.16
固定资产报废损失（收益以“-”填列）	3.05	53.76	3.44	18.65

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
财务费用（收益以“－”填列）	38.98	87.95	37.89	154.00
投资损失（收益以“－”填列）	-170.04	-279.86	-310.61	-51.16
递延所得税资产减少（增加以“－”填列）	-544.07	-151.47	-632.79	-60.86
递延所得税负债增加（减少以“－”填列）	-2.82	-15.07	9.32	8.57
存货的减少（增加以“－”填列）	-3,352.60	-7,913.64	-4,152.84	-1,015.19
经营性应收项目的减少（增加以“－”填列）	359.21	-931.08	2,670.94	-3,936.08
经营性应付项目的增加（减少以“－”填列）	-9,317.27	5,970.16	2,076.72	5,193.96
其他	190.36	31.73	-	-
经营活动产生的现金流量净额	-2,139.33	21,276.05	20,516.68	19,982.06

2、投资活动现金流量分析

报告期内，公司投资活动产生的现金流量如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	23,387.71	49,200.00	84,794.73	17,231.00
取得投资收益收到的现金	170.04	279.86	310.61	51.16
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	12.89	5.53	11.74	139.76
收到的其他与投资活动有关的现金	100.00	-	-	-
投资活动现金流入小计	23,670.64	49,485.39	85,117.08	17,421.92
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	3,019.80	6,285.61	3,803.36	1,398.12
投资支付的现金	11,000.00	47,420.00	88,532.53	27,778.21
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	318.30
投资活动现金流出小计	14,019.80	53,705.61	92,335.89	29,494.63
投资活动产生的现金流量净额	9,650.85	-4,220.22	-7,218.81	-12,072.70

报告期内，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及购建固定资产所致。

3、筹资活动现金流量分析

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	2,730.00	-	-
取得借款收到的现金	-	-	-	4,900.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	6,103.97
筹资活动现金流入小计	-	2,730.00	-	11,003.97
偿还债务支付的现金	-	-	3,200.00	8,800.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	503.60	11,510.80	8,027.75	7,237.07
支付其他与筹资活动有关的现金	787.54	714.06	-	42.00
筹资活动现金流出小计	1,291.13	12,224.87	11,227.75	16,079.07
筹资活动产生的现金流量净额	-1,291.13	-9,494.87	-11,227.75	-5,075.10

2019 年，公司筹资活动现金流入主要系公司因正常业务开展需要获得的银行短期借款所致及收回与重组相关的往来款项；2021 年，公司筹资活动现金流入主要系公司持股平台股东增资。

（七）流动性的变化以及发行人应对的具体措施

报告期内，公司仅 2019 年向银行借款 4,900 万元并已按期归还，此后发行人未进行过有息借款。报告期各期末，公司合并口径资产负债率较低，分别为 24.39%、22.65%、25.26%及 13.69%，公司不存在流动性风险。

随着公司经营规模扩大，公司资金需求将同步增加，公司已经与银行建立了良好的合作关系。未来，公司也将通过发行上市融资、提升盈利能力、提高应收账款回款速度等多种方式进一步提高流动性，优化公司资本结构和债务结构。

（八）持续经营能力分析

1、公司的业务定位、经营策略及未来发展战略

自设立以来，公司一直从事自主品牌杯壶产品的研发、设计、生产和销售，经过多年的快速发展，公司已发展成为国内自主品牌杯壶的知名企业，“希诺/HEENOOR”品牌已在中国高端杯壶领域具有了较强影响力和市场竞争力。未来，公司将继续秉承以“一只杯装下民族品味”为企业使命，聚焦杯壶

市场，以产品创新、技术进步为动力，以品牌建设、营销网络为支撑，以质量控制为保障，进一步提高公司在杯壶行业的市场份额和行业地位。公司未来发展战略详见本招股说明书“第七节 募集资金运用与未来发展规划”之“二、未来发展与规划”。

2、持续经营能力自我评估

报告期内，公司所处行业的经营环境未发生重大变化；公司对单一客户、供应商不存在重大依赖，主要客户、供应商未发生重大不利变化；公司生产工艺成熟，形成了多项研发成果，不存在主要资产价值大幅下跌、主要业务大幅萎缩的情况；公司财务状况和盈利能力良好，公司的经营模式、产品结构未发生重大变化；对公司业务经营或收入实现有重大影响的商标、专利等重要资产或技术权属清晰，不存在重大纠纷或诉讼。

综上，公司具有持续经营能力，可能对公司持续盈利能力产生不利影响的风险因素已在本招股说明书之“第三节 风险因素”中进行了分析和披露。

九、报告期的重大投资或资本性支出、重大资产业务重组或股权收购合并等事项

（一）报告期内公司的资本性支出情况

报告期内，随着公司产品线不断丰富，公司对固定资产及在建工程投入资本性支出逐年增加。报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 1,398.12 万元、3,803.36 万元、6,285.61 万元及 3,019.80 万元。

（二）未来可预见的重大资本性支出计划

公司未来可预见的重大资本性支出主要为本次公开发行募集资金投资项目的投入，具体情况参见本招股说明书“第七节 募集资金运用与未来发展规划”相关内容。

十、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

截至本招股说明书签署日，公司不存在应披露的资产负债表日后事项。

（二）或有事项及承诺事项

截至 2022 年 6 月 30 日，公司不存在需要披露的重要或有事项。

（三）其他重要事项

截至 2022 年 6 月 30 日，公司不存在需要披露的其他重要事项。

十一、盈利预测信息

公司未编制盈利预测报告。

第七节 募集资金运用与未来发展规划

一、募集资金运用情况

（一）募集资金运用概况

1、募集资金投资项目概况

经公司第一届董事会第六次会议和 2022 年第一次临时股东大会审议通过，公司本次拟公开发行股票不超过 8,000 万股（不含采用超额配售选择权发行的股票数量），实际募集资金扣除发行费用后，将投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目类型	项目名称	投资总额	拟用募集资金投入金额	预计建设周期
1	生产基地建设及 技术改造	那美二期项目	28,800.00	28,800.00	36 个月
2		希诺股份有限公司年产 360 万只玻璃杯项目（希 诺股份有限公司智能化生 产车间（一））	10,776.00	23,000.00	24 个月
		希诺股份有限公司年产 240 万只真空杯项目（希 诺股份有限公司智能化生 产车间（二））	12,224.00		
3	品牌建设推广	希诺销售有限公司品牌 建设与推广项目	10,300.00	10,300.00	36 个月
4	研发中心建设	希诺股份有限公司研发 中心项目	5,800.00	5,800.00	24 个月
5	补充流动资金	补充流动资金项目	2,100.00	2,100.00	-
合计			70,000.00	70,000.00	-

公司将结合市场情况，根据募集资金到位时间以及项目进展情况分期投资建设。若本次发行实际募集资金不能满足投资项目的需要，资金缺口将由公司自筹解决。若募集资金超过上述项目的资金需要，超出部分将用于补充公司主营业务所需的营运资金。募集资金到位前，公司将根据项目进度的实际情况，通过自筹资金先行投入，募集资金到位后再予以置换。

2、募集资金投资项目的核准、批准情况

本次发行扣除发行费用后的募集资金拟全部用于公司主营业务相关的投资，本次募集资金拟投资项目均已按规定履行相应的备案及环评手续，符合国

家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章的规定。具体情况如下：

序号	项目名称	实施主体	备案证号	环评批复文件号/ 环评登记备案号
1	那美二期项目	江苏那美	建行审备[2022]271 号	盐环表复 [2022]925022 号
2	希诺股份有限公司年产 360 万只玻璃杯项目（希 诺股份有限公司智能化生 产车间（一））	希诺股份	海发备[2022]62 号	海审批表复 [2022]41 号
	希诺股份有限公司年产 240 万只真空杯项目（希 诺股份有限公司智能化生 产车间（二））		海发备[2022]61 号	202232068400000 084
3	希诺销售有限公司品牌建 设与推广项目	希诺销售	不适用	不适用
4	希诺股份有限公司研发中 心项目	希诺股份	海发备[2022]58 号	海审批表复 [2022]40 号
5	补充流动资金项目	希诺股份	不适用	不适用

经核查，保荐机构和发行人律师认为：发行人本次发行上市的募集资金投资项目符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章的规定。

3、募集资金投资项目确定依据，以及对同业竞争和独立性的影响

本次募投项目均围绕公司主营业务和发展战略，并根据当前市场环境、技术发展趋势、公司研发能力和技术水平、市场未来拓展情况进行确定，募集资金投资方向符合行业发展趋势和国家政策导向，有利于提高公司主营业务盈利能力，巩固和提升公司的市场地位。

本次募集资金投资项目均由公司及子公司自主实施，不存在与他人合作的情况，项目实施后不会产生同业竞争或增加关联交易，亦不会对公司的独立性产生不利影响。

（二）募集资金使用管理制度

为规范募集资金的使用与管理，切实保护投资者利益，公司根据《证券法》《上海证券交易所股票上市规则》等相关法律法规的规定制定了《募集资金管理制度》，对募集资金的存放、使用、投向变更等进行了明确的规定。本次发行募集资金到账后，将存放于公司董事会开设的募集资金专项账户集中管

理，做到专款专用，公司将严格遵守证券监督管理部门的相关要求及《募集资金管理制度》的有关规定，规范募集资金的使用与管理。

（三）募集资金对发行人主营业务发展的贡献、未来经营战略的影响

本次募集资金投资项目符合公司发展战略，通过募集资金投资项目的实施，将进一步提升公司主营业务规模，有利于提升公司盈利能力及核心竞争力。

1、对公司经营成果的影响

本次募集资金投资项目实施后，将有效扩大公司现有产能规模，优化生产布局，提升生产管理效率和研发创新能力，完善销售渠道布局，提高品牌知名度和影响力，有利于公司业务规模和盈利能力的持续增长。

2、对公司财务状况的影响

本次募集资金到位后，公司的净资产和每股净资产均将大幅提高，资金实力将明显增强，有利于提高公司抵御风险的能力和持续经营的能力。短期内，公司的净资产收益率将被摊薄，每股收益将出现一定程度的下降，但从中长期来看，公司的整体盈利能力不断提升，净资产收益率和每股收益将逐步改善。

3、新增固定资产折旧对公司未来经营业绩的影响

按照公司现行折旧政策，本次募集资金投资项目全部达产后，达产当年将新增折旧费用 3,250.79 万元，实现利润总额 25,818.29 万元，新增折旧费用仅占当年利润总额的 12.59%，项目利润总额可以完全覆盖新增资产折旧费用。本次项目实施后，公司持续经营能力和盈利能力将得到进一步的提升，新增固定资产折旧不会对公司未来经营业绩产生重大不利影响。

（四）募集资金用途的可行性及与发行人主要业务、核心技术之间的关系

1、募集资金用途的可行性

（1）杯壶产品具有广阔的市场前景

近年来，我国杯壶行业市场规模稳定增长，根据艾瑞咨询的统计数据，2021 年，我国杯壶市场总规模（以出厂价计算）达 326.03 亿元，随着消费者饮水方式的转变与环保意识的增强，杯壶产品的需求量还将继续增加，市场规模

将持续增长，预计 2026 年将达到 564.66 亿元。

杯壶产品消费者的多元化使得其对杯壶产品的需求不断丰富，如户外运动群体注重杯壶产品的轻便易携带性，偏好轻量化设计的产品；女性消费者偏好造型纤细小巧、色彩明亮、手握舒适度高的产品；婴幼儿、孕妇、老人等群体对于饮用水质的要求更加严格，偏好具有抗菌功能的产品。消费场景和消费需求的多元化带来杯壶产品需求规模的不断提升，为杯壶行业市场规模增长带来持续驱动力。

综上，杯壶行业广阔的发展空间和日益增长的市场需求为本次募集资金投资项目的实施奠定了良好的市场基础。

（2）公司具备丰富的杯壶行业经验

公司自设立以来，专注于杯壶产品的研发、生产和销售，积累了丰富的生产、研发、营销经验，凭借多年的行业经验，公司形成了突出的核心竞争优势。

在生产方面，公司经过多年的积累，不断更新、优化生产工艺，通过自主研发和定制自动化设备，提升生产效率与产品质量，并建立了完善的产品质量控制体系；在技术研发方面，公司多年来坚持自主研发，结合终端市场的需求变化与杯壶制造技术的发展趋势开展研发工作，在长期的研发工作中积累了大量的研发成果，截至 2022 年 6 月 30 日，公司及子公司共计拥有 303 项专利，其中发明专利 22 项，实用新型专利 70 项，外观设计专利 211 项；在品牌营销方面，公司凭借贴合市场需求的产品和稳定的产品质量，积累了良好的产品口碑，并通过线上线下多维度、全方位的营销宣传，形成了明显的品牌优势。

综上，公司丰富的行业经验，为募集资金投资项目的顺利实施奠定了坚实的基础。

（3）公司具备较为完善的营销渠道

公司深耕杯壶行业多年，在长期的市场拓展中建立了覆盖全国主要省、市的营销网络，与经销商形成了稳定、良好的合作关系。公司借助经销商的资源实现了对目标市场的有效覆盖，在终端市场中积累了良好的品牌口碑。同时，公司积极拓展线上业务，在天猫、京东等国内主流大型电商平台开设店铺进行

销售，利用电商平台强大的市场覆盖能力与流量优势，不断扩大公司的客户群体，提升公司的品牌知名度及市场影响力。

综上，公司“线上+线下”全渠道的营销网络，为本次募集资金投资项目的实施提供有力的渠道支持，有助于公司顺利消化新增产能，实现业务规模和盈利能力的增长。

（4）公司具备丰富的人才储备

公司高度重视人才的培养和激励，形成了一支实践经验丰富、理论基础扎实的人才队伍。以张碧峰先生为首的公司管理团队具有多年杯壶行业生产和销售管理经验，对行业有着深刻的认识和前瞻性判断；公司营销团队市场敏锐度高，能够快速响应客户需求，为产品开发提供了有力支持；公司研发团队核心成员具备多年的研发经验，专业方向涵盖结构设计、材料运用、功能开发、模具制造等领域，对杯壶产品的技术发展沿革有着深刻认知，有效保障研发成果的落地。

综上，公司丰富的人才储备，为募集资金投资项目的顺利实施奠定了人才基础。

2、募集资金投资项目与公司现有主要业务、核心技术之间的关系

本次募集资金金额、投资项目与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力相适应，募集资金投资项目符合公司发展战略，为公司长期持续发展提供了有力支持，有利于提升公司核心竞争力，募集资金投资项目具有可行性。具体情况如下：

（1）募集资金投资项目与公司现有主要业务的关系

公司募集资金投资项目均围绕现有主要业务，公司现有主要业务是公司募集资金投资项目顺利实施的基础，公司募集资金投资项目是对现有业务的拓展和提升。公司在现有业务良好发展的基础上，通过建设生产基地，扩大产能规模，提高自动化和信息化水平，完善销售渠道布局，加强品牌推广和品牌建设等方式，多方面提升公司核心竞争力，增强盈利能力，进一步夯实公司持续发展的基础。

（2）募集资金投资项目与公司核心技术的关系

公司作为中国高端杯壶的知名企业，专注于各类杯壶产品的研发、生产和销售，在产品开发和工艺流程方面积累了丰富的经验，参与了《双层玻璃口杯》《不锈钢真空保温容器》等多项行业标准的起草，形成了多项核心技术。同时，公司在钛真空保温杯、纳米银抗菌杯等新材料应用领域均有所突破，为公司业绩增长提供了新的驱动力。此外，公司不断建立健全研发制度，注重对研发人员的培养与激励，形成了一支实践经验丰富的高素质研发团队。公司现有技术水平及研发团队与本次募集资金投资项目相适应，同时，本次募集资金投资项目的实施有助于公司进一步提高研发能力，提升核心技术水平。

二、未来发展与规划

（一）公司发展战略和发展目标

1、公司的发展战略

经过多年的快速发展，公司已发展成为国内自主品牌杯壶的知名企业，在杯壶行业拥有较强的品牌影响力和市场竞争力。未来，公司将始终坚持“只做精品，不断创新”的经营理念，聚焦杯壶市场。一方面，建立软硬件设施齐全的研发中心，提高新产品的开发效率，满足消费者日益变化的产品需求；另一方面，建设自动化的生产车间，引入先进的生产管理系统，实现生产过程的数字化管理，保障产品质量的稳定性。同时，公司还将持续加强品牌建设，通过完善销售渠道、提高服务质量等方式增加品牌价值，不断提高自主品牌的市场知名度，巩固公司的品牌竞争优势。

2、公司发展目标

（1）整体经营目标

根据公司发展战略，公司将继续秉承以“一只杯装下民族品味”为企业使命，通过打造精品杯壶，以产品创新、技术进步为动力，以品牌建设、营销网络为支撑，以质量控制为保障，持续增加产品研发投入、加强技术创新、完善质量管理体系，进一步提高公司在杯壶行业的市场份额和行业地位，提升公司持续盈利能力，强化自身竞争优势。

（2）业务经营目标

公司将充分利用品牌基础，进一步扩大生产规模、优化生产布局，提高生产管理和质量控制能力，完善营销网络布局，加强品牌建设，提高市场精细化管理水平，增加杯壶产品市场份额，并积极推进在材料、功能、外观等方面的创新，满足消费者多元化需求，为公司业绩创造新的增长点。

（二）报告期内为实现战略目标已采取的措施及实施效果

报告期内，公司通过完善渠道布局、加大研发投入、加强人力资源建设等方式积极推进公司战略目标和发展规划的实施，取得了良好的进展，具体情况如下：

1、完善渠道布局，提升品牌影响力

自设立以来，公司专注于自主品牌杯壶产品的研发、设计、生产和销售，持续进行品牌和营销渠道的建设，形成了以经销模式为主，线下销售与线上销售相结合的全渠道、立体化销售体系，在杯壶行业内较高的品牌认知度和市场竞争力。公司的自主品牌杯壶产品受到了消费者的高度认可，官方旗舰店及“希诺”品牌均在淘宝、天猫平台和京东平台同行业店铺、同行业品牌中名列前茅。

2、高度重视研发工作，持续提升产品竞争力

公司高度重视研发工作，设立了研发中心负责新产品的研究、技术管理以及技术发展的总体管控，制定了完善的研发机制和管理办法，组建了一支专业能力强、职业素养高的研发团队。截至 2022 年 6 月 30 日，公司及子公司共计拥有 303 项专利，其中发明专利 22 项，实用新型专利 70 项，外观设计专利 211 项，形成了多项主营业务相关的核心技术。

3、加强人力资源建设，完善治理结构

报告期内，公司不断完善人才培养和人才激励机制，公司管理团队具有丰富的生产、管理、销售经验，主要管理人员具有多年杯壶行业从业经验，对市场和行业发展趋势具有前瞻判断能力。同时，公司已经建立了健全的内部控制体系和法人治理结构，充分发挥股东大会、董事会和监事会在重大决策、监督

管理方面的作用。

（三）未来规划采取的措施

未来，公司将采取提升产能和自动化水平、加强研发投入、完善渠道布局、健全人才培养机制等措施，提升公司的核心竞争力，实现公司业务的可持续发展，具体如下：

1、提升产品产能，提高自动化水平

自设立以来，公司一直从事自主品牌杯壶产品的研发、设计、生产和销售。凭借多年的积累，公司业务规模逐步扩大，产能利用率处于较高水平。未来，公司将利用本次募集资金新增玻璃杯、不锈钢真空保温杯生产线，通过购置先进的自动化生产设备，扩充不同系列的产品产能，提高自动化水平和生产效率，进一步做大做强主营业务。

2、加强新品研发投入，巩固产品核心竞争力

公司未来将继续采用自主设计、自主研发的产品开发模式，对杯壶产品的外观、材料、功能和智能化应用展开更加深入的研究，加强对产品的轻量化、健康化、智能化等重点方向的研究，并在产品设计开发过程中融入环保理念与科技元素，不断提高产品的附加价值。同时，公司还将加强研发团队的建设，通过“希诺股份有限公司研发中心项目”的实施，建设环境优良、设备一流的研发中心，吸引高素质产品设计、研发人员的加入，缩短产品开发周期，加快产品更新速度，巩固公司产品的核心竞争力。

3、完善渠道布局，加强品牌建设

公司建立了覆盖全国主要城市的营销网络，形成了线下销售与线上销售相结合的全渠道销售布局，自主品牌“希诺/HEENOOR”具有较高的市场知名度。未来，公司将大力拓展销售渠道，不断完善营销网络建设，在重点区域开设直营品牌形象展示门店，向消费者直观地展示公司杯壶产。此外，公司还将通过投放广告、展会宣传、赞助节目等方式，加大自主品牌的宣传推广力度，提升品牌影响力，挖掘潜在客户，提高公司产品的市场渗透率，不断强化公司的品牌优势。

4、加强人力资源建设，完善人才培养机制

公司已经建立了较为完善的人才招聘、培养、考核和激励机制，制定了《人力资源控制程序》《招聘管理规定》等人力资源管理制度。

随着本次募集资金投资项目的实施，公司的资产规模和经营规模将快速扩张，为了避免人才不足或流失的风险，公司需要增加生产、技术、销售和管理等方面的高素质人才，做好人才储备工作，保证公司经营活动的正常运作。未来，公司将结合公司发展战略与各部门的业务需求，不断完善人才培养和晋升体系，设置公平、合理的晋升通道，制定具有竞争力的薪酬福利制度，吸引更多优秀人才的加入，为公司的持续发展奠定人才基础。

5、本次股票发行募集资金到位后，公司将按计划实施募集资金投资项目

公司本次公开发行股票并上市后，将重点做好募集资金投资项目建设，努力创造良好的经营业绩，给股东以丰厚回报。同时，公司将根据业务实际发展状况和资金需求，在有利于股东利益最大化的前提下，运用股权融资、债务融资等多种方式进行融资，以满足业务发展的需要。

第八节 公司治理与独立性

一、报告期内发行人公司治理存在的缺陷及改进情况

公司自设立以来，已按照《公司法》《证券法》等相关法律法规和规范性文件的要求，并结合公司业务经营的具体情况，制定了《公司章程》，逐步建立、完善由股东大会、董事会、监事会和经营管理层组成的公司治理架构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和执行机构之间相互协调、相互制衡的运行机制。公司在董事会下设立战略委员会、审计委员会、提名委员会及薪酬与考核委员会，以进一步完善公司治理架构。

为了更好地维护股东权益，公司制定了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事工作制度》《董事会秘书工作细则》《关联交易管理制度》《对外担保管理制度》《对外投资管理制度》《信息披露管理办法》《董事会审计委员会实施细则》《董事会提名委员会实施细则》《董事会薪酬与考核委员会实施细则》《董事会战略委员会实施细则》《总经理工作细则》等一系列规章制度，明确了股东、董事、监事及高级管理人员的职权范围和工作程序，为公司法人治理的规范化运行提供了有效的制度保证。

公司改制成为股份公司后，公司股东大会、董事会、监事会及相关职能部门按照有关法律法规和公司内部制度规范运行，形成了职责明确、相互制衡、规范有效的公司治理机制，发行人公司治理不存在重大缺陷。

二、发行人内部控制情况

（一）发行人管理层的自我评价

公司管理层对公司的内部控制制度进行了自查和评估后认为：“根据公司财务报告内部控制重大缺陷的认定情况，于内部控制评价报告基准日，不存在财务报告内部控制重大缺陷。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。自内部控制评价报告基准日至内部控制评价报告发出日

之间未发生影响内部控制有效性评价结论的因素。”

（二）注册会计师的鉴证意见

公证天业对公司内部控制的有效性进行了专项审核，出具了《内部控制鉴证报告》（苏公 W[2022]E1458 号），报告的结论性意见为：“希诺股份按照《企业内部控制基本规范》规定的标准于 2022 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。”

（三）报告期内发行人内控不规范情形及整改情况

报告期内，发行人存在少量通过个人账户代收货款和代发薪酬的情形，相关情形均已整改完毕，具体情况如下：

1、个人卡代收货款

报告期内，发行人存在少量利用个人账户收款的情形，主要代收款项系门店货款及员工购买杯子的货款，发行人通过个人卡收款主要系出于款项收取的便利性和及时性，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
个人卡代收金额	-	32.51	37.12	239.17
占营业收入比例	-	0.05%	0.07%	0.41%

公司针对个人卡制定了有效的管理措施，个人卡代收款项已经完整入账。2021 年 9 月以来，公司已加强资金内部控制管理，不存在通过个人卡代公司收取款项的情形。

2、个人卡代发薪酬

报告期内，公司存在少量通过个人卡代发薪酬的情况，具体情况如下：

单位：万元、人

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
个人卡代发薪酬金额	-	-	1.25	2.23
个人卡代发薪酬人数	-	-	5	20

个人卡代发薪酬的主要原因系部分员工入职时间较短，尚未办理工资卡即离职，且离职后人前往外地，由于发行人为次月发放当月工资，该部分员工无法现场领取现金，故由公司财务人员自公司领取现金后用其个人账户代为支

付。

报告期内，发行人通过个人卡代发的薪酬金额较小，涉及的人数较少，且涉及的员工薪酬均已代扣代缴个人所得税，不存在少缴、漏缴个人所得税的情形。自 2020 年 9 月起，发行人未再发生通过个人卡代发薪酬的情形。

3、第三方回款情况

2020 年，公司存在少量第三方回款的情况，第三方回款金额为 124.84 万元，占当期营业收入的比例为 0.22%，主要系部分客户委托第三方回款、废料客户通过废料贸易商回款，第三方回款的金额及占比均较小，不影响公司与财务报告相关的内部控制的有效性，未对发行人的业务经营、财务管理和收入真实性造成不利影响，第三方回款的交易具有真实的交易背景和商业合理性。

4、现金交易及现金发放薪酬情况

（1）现金收款情况

报告期内，发行人存在现金收取废料销售款的情况，主要为废料回收经营者到厂提货时，出于结算方便考虑直接向发行人支付现金。2019 年、2020 年，公司现金收款金额分别为 10.92 万元和 4.06 万元，占当期营业收入比例较小。2020 年 4 月以后，发行人已加强资金内部控制管理，不存在现金收款的情形。

（2）现金发放薪酬

报告期内，发行人存在少量采用现金形式发放薪酬的情形，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
员工工资	-	-	27.96	60.17
上一年度员工年终奖	-	-	-	54.38
合计	-	-	27.96	114.55
占营业成本比例	-	-	0.12%	0.47%

注：员工年终奖系发行人子公司江苏那美2019年1月通过现金方式发放部分2018年度年终奖。

发行人存在现金支付员工薪酬的情形，主要系发行人员工数量较多且存在一定流动性，部分新入职员工未及时办理银行卡，发行人对未及时办理银行卡

的新员工以现金形式向其支付工资。报告期内，发行人逐步提高规范运作意识，2020 年 10 月后，所有工资均通过银行卡发放，不再存在通过现金支付员工薪酬的情形。发行人通过现金支付的员工薪酬，均已代扣代缴个人所得税，不存在少缴、漏缴个人所得税的情形。

三、报告期内发行人合法合规经营情况

报告期内，发行人严格遵守国家法律、法规，依法经营，规范运作，不存在违法违规行为，也未受到相关主管机关的行政处罚。

四、发行人资金占用和对外担保情况

报告期内，发行人不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情况，也不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

五、发行人直接面向市场独立持续经营的能力

公司严格按照《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公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业完全分开，具有独立完整的资产和业务及面向市场自主开发经营的能力，具有独立的供应、生产和销售体系。

（一）资产完整情况

发行人系由希诺实业整体变更设立，公司依法承继了希诺实业的全部资产和负债。公司具备与生产经营有关的主要生产设备、辅助生产设备和配套设施，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、专利的所有权或使用权，具有独立的原料采购和产品销售体系。截至本招股说明书签署日，公司资产权属清晰，不存在资产、资金被股东违规占用而损害公司利益的情况，公司对所有资产有完整的控制和支配权。

（二）人员独立情况

公司建立了独立的人事和薪酬管理体系，独立进行人员招聘与管理，公司董事、监事及高级管理人员均严格按照《公司法》和《公司章程》的有关规定选举产生。截至本招股说明书签署日，公司总经理、副总经理、财务负责人、

董事会秘书等高级管理人员均在公司专职工作，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；公司的财务人员不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职的情形。

（三）财务独立情况

公司已设立了独立的财务部门，配备了专职的财务人员，并建立了独立的财务核算体系、能够独立作出财务决策、具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度；公司未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户。公司独立办理纳税登记，依法履行纳税申报和税款缴纳义务。

（四）机构独立情况

公司按照《公司法》等相关法律法规、规范性文件及《公司章程》的规定，建立了股东大会、董事会及其下属各专门委员会、监事会及经营管理层等内部经营管理机构，独立行使经营管理职权。本公司与控股股东和实际控制人及其控制的其他企业间不存在机构混同的情形。

（五）业务独立情况

公司自设立以来，主要从事自主品牌杯壶产品研发、设计、生产和销售。公司建立了独立的采购、销售、仓储等业务体系，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同业竞争或者显失公允的关联交易。

（六）主营业务、控制权、管理团队稳定

公司主营业务、控制权、管理团队稳定，最近三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；公司的股份权属清晰，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷；最近三年公司实际控制人没有发生变更。

（七）不存在对公司持续经营有重大不利影响的事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在主要资产、核心技术的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，不存在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）公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争

1、发行人与控股股东、实际控制人之间不存在同业竞争

截至本招股说明书签署日，希诺集团直接持有发行人 72.41%的股份，为发行人的控股股东。张碧峰、黄伟军和张元纪伽合计直接和间接持有发行人 98.15%的股份，为发行人的共同实际控制人。报告期内，希诺集团主要从事投资管理业务，未从事任何与发行人相同或相似的业务，与发行人之间不存在同业竞争。

2、发行人与控股股东、实际控制人控制的其他企业不存在同业竞争

截至本招股说明书签署日，除希诺股份及其子公司外，控股股东、实际控制人控制的其他企业的基本情况如下：

序号	公司名称	成立日期	注册资本（万元）	注册地/主要经营地	主营业务	股权结构
1	伽合（上海）商业管理有限公司	2020.01.09	5,000.00	上海市闵行区	茶叶及茶饮销售业务	希诺集团持股 100%
2	云海茶业（江苏）有限公司	2021.06.24	1,000.00	江苏省盐城市建湖县	未实际经营	伽合（上海）商业管理有限公司持股 100%
3	伽合（上海）企业发展有限公司	2020.01.09	5,000.00	上海市闵行区	家用电器研发	希诺集团持股 60%，张元纪伽持股 17%，倪向东持股 12%，施福贵持股 5%，郑典俊持股 3%，李定一持股 3%
4	江苏伽合电器有限公司	2021.03.31	5,000.00	江苏省南通市海门区	家用电器研发	伽合（上海）企业发展有限公司持股 100%
5	江苏永佰企业管理有限公司	2021.06.23	5,000.00	江苏省盐城市建湖县	未实际经营	希诺集团持股 100%
6	伽合（盐城）新材料有限公司	2022.01.04	100.00	江苏省盐城市建湖县	电器元件研发	希诺集团持股 51%，佛山市也牛科技有限公司持股 49%
7	江苏开能环保科技有限公司	2016.03.01	5,000.00	江苏省南通市通州区	自有房屋租赁	张碧峰持股 100%

序号	公司名称	成立日期	注册资本（万元）	注册地/主要经营地	主营业务	股权结构
8	永佰（上海）商业管理有限公司	2020.01.09	100.00	上海市闵行区	未实际经营	张碧峰持股 50%，黄伟军持股 50%
9	永佰（上海）商务咨询有限公司	2020.01.09	100.00	上海市闵行区	未实际经营	张碧峰持股 50%，黄伟军持股 50%
10	上海离元文化传媒有限公司	2017.06.16	500.00	上海市闵行区	新媒体运营	张元纪伽持股 80%，黄伟军持股 20%
11	信德通木业（上海）有限公司	2000.05.26	5,918.00	上海市嘉定区	自有房屋租赁	上海离元文化传媒有限公司持股 100%
12	希诺投资	2021.12.24	1,200.00	江苏省南通市海门区	员工持股平台	张碧峰持股 40.83%，其他 29 名自然人持股 59.17%
13	诺伽企管	2021.12.21	1,200.00	上海市嘉定区	员工持股平台	张碧峰持股 31.67%，张元纪伽持股 12.50%，其他 24 名自然人股东持股 55.83%

该等企业均未从事与公司相同或相似的业务，与公司之间不存在同业竞争。

（二）实际控制人的直系亲属控制或施加重大影响的企业

公司实际控制人为张碧峰、黄伟军、张元纪伽，其中张碧峰、黄伟军为夫妻关系，张元纪伽系张碧峰、黄伟军之子，其配偶为权冬梅。

除上述控股股东、实际控制人控制的其他企业外，报告期内，公司实际控制人的配偶及夫妻双方的父母、子女不存在其他控制或施加重大影响的企业。

（三）实际控制人的其他亲属控制或施加重大影响的企业

报告期内，公司实际控制人的其他亲属控制或施加重大影响的企业情况如下表所示：

序号	名称	成立时间	注册资本 (万元)	注册地和主要 生产经营地	经营范围	股权结构	主营业务	是否与发行 人从事相同 或相似业务
1	浙江黄岩大地实业有限公司	1998.05.21	58	浙江省台州市 黄岩区	普通机械、化工原料（不含危险化学品及易制毒化学品）、摩托车、汽车（不含轿车）、建筑材料、日用杂品、塑料制品、家用电器经销，塑料制品（涉及许可证项目，凭许可证生产）、模具制造、加工。	张碧峰的姐姐张霞斐持股 100%	未实际经营，仅出租门面房	否
2	浙江黄岩宏达塑料制品厂	1990.12.12	15	浙江省台州市 黄岩区	生产性厂房出租。	张碧峰的姐姐张霞斐持股 66.67%，张碧峰的弟弟张征生持股 33.33%	未实际经营，仅出租门面房	否
3	上海洛田家庭用品有限公司	2002.06.06	1,200	上海市青浦区	生产加工保温瓶、真空杯、保温容器、厨房用具及容器（除燃气用具）、电器产品，自有房屋租赁，从事货物及技术的进出口业务。	张碧峰的姐姐张霞斐及其子张希雷各持股 50%	保温瓶及杯壶器皿的生产、销售	是
3.1	上海清水日用制品有限公司	1995.10.12	548.16	上海市青浦区	不锈钢制品、保温容器、塑胶制品、电器产品的生产，销售电器产品、不锈钢制品、保温容器、塑胶制品，从事货物与技术进出口业务。	上海洛田家庭用品有限公司持股 100%	保温瓶及杯壶器皿的生产、销售	是
3.2	上海洛田电子商务有限公司	2021.08.13	500	上海市崇明区	一般项目：电子商务（不得从事金融业务），家居用品、金属制品、玻璃制品、塑料制品、电子元器件、工艺品（象牙及其制品除外）、纸制品的销售，从事	上海洛田家庭用品有限公司持股 100%	保温瓶及杯壶器皿的生产、销售	是

序号	名称	成立时间	注册资本 (万元)	注册地和主要 生产经营地	经营范围	股权结构	主营业务	是否与发行 人从事相同 或相似业务
					网络、计算机软硬件技术领域的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，摄影摄像服务，广告设计、代理，广告制作，商务信息咨询（不含投资类咨询），以服务外包方式从事数据处理服务。			
4	上海洛克磁业有限公司	2000.09.18	1,000	上海市宝山区	稀土磁性材料（除专项）生产；磁性材料产品、磁性材料器件、复印机、打印机、机动车辆、稀土永磁电机、核磁共振设备及磁体部件、稀土永磁发电机组、不锈钢保温容器、暖水瓶、日用搪瓷销售；在磁性材料领域内从事技术服务、技术开发、技术咨询、技术转让；从事货物及技术的进出口业务；物业管理；仓储、装卸服务（除危险品及专项规定）。	张碧峰的姐姐张霞斐持股 90%，其女儿张旖旎持股 10%	稀土永磁材料研究、生产、应用开发	否
4.1	江苏兰诺磁业有限公司	2017.12.08	12,000	南通市苏锡通科技产业园区	汝铁硼磁体、钕铁硼合金的制造和销售，磁性材料元件、复印机、打印机、磁共振设备及配件、永磁式直流发电机、不锈钢保温容器、暖水瓶、搪瓷制品制造、销售，磁性材料科技领域的技术开发、技术咨询、技术	上海洛克磁业有限公司持股 90%，胡意渊持股 10%	稀土永磁材料研究、生产、应用开发	否

序号	名称	成立时间	注册资本 (万元)	注册地和主要 生产经营地	经营范围	股权结构	主营业务	是否与发行 人从事相同 或相似业务
					转让服务，仓储服务（除危险化学品），装卸搬运服务，自营和代理上述各类商品和技术的进出口业务，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外。			
5	台州市黄岩南希塑化有限公司	2013.07.17	3	台州市黄岩区	塑料原料、化工原料（不含危险化学品及易制毒化学品）、建材、日用杂品、塑料制品销售。	张碧峰的姐姐张娴菁持股 66.67%，张碧峰的姐夫夏式银持股 33.33%	未实际经营，仅出租门面房	否
6	海门区憧憬食品经营部	2017.11.27	1	江苏省南通市海门区	许可项目：烟草制品零售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准） 一般项目：食品销售（仅销售预包装食品）；日用百货销售；服装服饰零售；鞋帽零售（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）	黄伟军的姐姐黄伟芬个体经营	日用百货的销售	否
7	上海协众医药科技有限公司	2014.04.04	168	上海市奉贤区	许可项目：货物进出口；技术进出口。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；化工产品销售（不含许可类化工产品）。	张元纪伽配偶的姐姐权雪梅持股 100%	医药中间体，原料药与染料的研究与生产	否
8	上海兰诺电动车有限公司	2001.07.19	500	上海市宝山区	电动车、自行车、休闲玩具车、电动工具制造、销售；	张碧峰的姐夫张少杰持股 90%，上海	电动车的生产、销售	否

序号	名称	成立时间	注册资本 (万元)	注册地和主要 生产经营地	经营范围	股权结构	主营业务	是否与发行 人从事相同 或相似业务
	司				电动自行车制造、销售。	洛克磁业有限公司 持股 10%		
9	上海沁水实业有限公司	2012.04.18	100	上海市青浦区	从事货物及技术的进出口业务，销售不锈钢制品、保温容器、磁性材料、塑料制品、日用百货、电子器材，电子商务（不得从事增值电信、金融业务），商务信息咨询，物业管理，营销策划，设计、制作各类广告。	张碧峰的姐夫张少杰持股 70%，王晓作持股 30%	保温瓶及杯 壶器皿的销 售	是
10	安徽广德清水日用制品有限公司	2013.11.14	1,000	安徽省广德市	不锈钢真空保温杯（壶）、保温瓶、玻璃杯、电水壶、电烤盘及电烤箱系列保温电器产品的生产、销售。	张碧峰的姐夫张少杰及其子张希雷各持股 50%	保温瓶及杯 壶器皿的生 产、销售	是
11	宿迁雷吉德日用品有限公司	2008.06.05	40	江苏省沭阳县	玻璃制品生产、销售；不锈钢真空器皿设计、制造、销售。	张碧峰的姐夫张少杰持股 30%，其子张希雷持股 70%	保温瓶及杯 壶器皿的生 产、销售	是
12	江苏喜美乐日用品有限公司	2013.12.12	500	江苏省沭阳县	保温瓶、玻璃制品、不锈钢制品设计、制造、销售；日用品销售。	张碧峰的外甥张希雷持股 100%	保温瓶及杯 壶器皿的生 产、销售	是
13	上海喜必乐实业有限公司	2008.12.30	100	上海市嘉定区	不锈钢保温容器、不锈钢制品的生产、加工，塑料制品的冲压、切割加工，日用百货、保温器具、玻璃陶瓷器皿、餐具、家用电器、橡塑制品、磁性材料、机电设备及配件的销售，货物运输代理，商务咨询，家政服务	张碧峰的外甥女张旖旎持股 70%，胡意渊持股 30%	保温瓶及杯 壶器皿的生 产、销售	是

序号	名称	成立时间	注册资本 (万元)	注册地和主要 生产经营地	经营范围	股权结构	主营业务	是否与发行 人从事相同 或相似业务
					（不得从事职业中介、医疗、餐饮、住宿等行政许可事项），从事货物及技术的进出口业务。			
14	台州市昌迪家庭用品有限公司	2007.04.19	300	浙江省台州市黄岩区	塑料制品、保温容器、模具、五金产品制造。	张碧峰的外甥女张旖旎持股 45%，俞松持股 25%，陈明华持股 18%，陈绍滨持股 12%	保温瓶及杯壶器皿的生产、销售	是
15	建湖县近湖那美超市	2018.04.18	10	江苏省盐城市建湖区	食品、酒、卷烟、雪茄烟、日用百货零售。	黄伟军的姐夫王一军个体经营	日用百货的销售	否
16	上海洛永实业有限公司	2022.11.03	100	上海市静安区	一般项目：金属制品销售；保温材料销售；金属包装容器及材料销售；磁性材料销售；日用百货销售；电子产品销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；信息技术咨询服务；市场营销策划；广告制作；图文设计制作；专业设计服务；货物进出口；技术进出口。	张碧峰的姐夫张少杰持股 50%，其子张希雷持股 20%，胡意渊持股 30%	金属制品销售、保温材料销售	是

（四）发行人的同业竞争情况

发行人实际控制人张碧峰的姐姐张霞斐从事杯壶行业多年，张霞斐及其配偶张少杰所控制的上海清水日用制品有限公司、上海洛田家庭用品有限公司、上海洛田电子商务有限公司、上海沁水实业有限公司、安徽广德清水日用制品有限公司、宿迁雷吉德日用品有限公司等 6 家公司以及张霞斐之子女张希雷、张旖旎控制的江苏喜美乐日用品有限公司、上海喜必乐实业有限公司、台州市昌迪家庭用品有限公司等 3 家公司以及 2022 年 11 月新成立的上海洛永实业有限公司（以下合称“上海清水及其关联方”）从事以“清水”品牌为主的热水瓶、玻璃杯、不锈钢真空保温杯等产品的生产与销售，存在与发行人从事相同或相近的业务的情况，但发行人与上海清水及其关联方在历史沿革、资产、人员、业务、技术、财务等方面均相互独立，上海清水及其关联方与发行人均为独立运营的经营主体，报告期内不存在交易或资金往来，销售渠道、客户及供应商存在重叠的情况，但对发行人的独立经营和财务不构成重大影响，该情形不构成同业竞争，对发行人本次发行上市不构成实质性障碍。具体情况如下：

1、发行人与上海清水及其关联方之间不构成同业竞争

根据中国证监会发布的《<首次公开发行股票注册管理办法>第十二条、第十三条、第三十一条、第四十四条、第四十五条和<公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 57 号——招股说明书>第七条有关规定的适用意见——证券期货法律适用意见第 17 号》（以下简称：“《证券期货法律适用意见第 17 号》”）规定：

“中介机构应当针对发行人控股股东、实际控制人及其近亲属全资或者控股的企业进行核查。

如果发行人控股股东、实际控制人是自然人，其配偶及夫妻双方的父母、子女控制的企业与发行人存在竞争关系的，应当认定为构成同业竞争。

发行人控股股东、实际控制人的其他亲属及其控制的企业与发行人存在竞争关系的，应当充分披露前述相关企业在历史沿革、资产、人员、业务、技术、财务等方面对发行人独立性的影响，报告期内交易或者资金往来，销售渠道、主要客户及供应商重叠等情况，以及发行人未来有无收购安排。”

张霞斐、张少杰夫妇及其子女张希雷、张旖旎分别为发行人控股股东、实际控制人张碧峰的姐姐、姐夫、外甥、外甥女，属于《证券期货法律适用意见第 17 号》中“发行人控股股东、实际控制人的其他亲属”；张霞斐、张少杰夫妇及其子女张希雷、张旖旎直接或间接控制的上海清水及其关联方，主要从事暖瓶、不锈钢保温杯、玻璃杯的研发、生产和销售。因此，上海清水及其关联方虽然与发行人从事相同或相似业务，存在着市场竞争关系，但不属于《首次公开发行股票注册管理办法》第十二条规定的与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间的同业竞争。

2、发行人控股股东、实际控制人及其亲属直接或间接控制的全部关联企业的经营规模、产能产量、实际经营业务等情况

（1）控股股东、实际控制人控制的其他企业

除发行人及其子公司外，发行人控股股东、实际控制人控制的其他企业的经营规模、产能产量及实际经营业务情况如下：

序号	公司名称	主营业务	经营规模	产能产量
1	伽合（上海）商业管理有限公司	茶叶及茶饮销售业务	2021 年营业收入 100 万元以下； 2022 年 1-6 月无收入	/
2	云海茶业（江苏）有限公司	未实际经营	/	/
3	伽合（上海）企业发展有限公司	家用电器研发	最近一年及一期无收入	/
4	江苏伽合电器有限公司	家用电器研发	最近一年及一期无收入	/
5	江苏永佰企业管理有限公司	未实际经营	/	/
6	伽合（盐城）新材料有限公司	电器元件研发	最近一期无收入	/
7	江苏开能环保科技有限公司	自有房屋租赁	2021 年营业收入在 500 万元以上；2022 年 1-6 月营业收入在 500 万元以下	/
8	永佰（上海）商业管理有限公司	未实际经营	/	/
9	永佰（上海）商务咨询有限公司	未实际经营	/	/
10	上海离元文化传媒有限公司	新媒体运营	2021 年营业收入在 5 万元以下；2022 年 1-6 月无营业收入	/
11	信德通木业（上海）有限公司	自有房屋租赁	2021 年营业收入在 100 万元左右；2022 年 1-6 月营业收入在 100 万元以下	/

序号	公司名称	主营业务	经营规模	产能产量
12	希诺投资	员工持股平台	/	/
13	诺伽企管	员工持股平台	/	/

（2）实际控制人的其他亲属控制或施加重大影响的企业

①张霞斐及其配偶、子女控制的企业

因实际控制人张碧峰之姐姐张霞斐、姐夫张少杰以及张霞斐之子张希雷、张霞斐之女张旖旎等人不同意配合发行人同业竞争核查工作，因此其控制的公司的实际经营情况、经营规模、产能产量等信息无法直接获取，下述 15 家公司的具体情况如下：

序号	名称	股权结构	实际经营业务	经营规模	产能产量
1	浙江黄岩大地实业有限公司	张碧峰的姐姐张霞斐持股 100%	未实际经营，仅出租门面房	年租金约 1 万元/间	/
2	浙江黄岩宏达塑料制品厂	张碧峰的姐姐张霞斐持股 66.67%，张碧峰的弟弟张征生持股 33.33%	未实际经营，仅出租门面房	年租金约 1 万元/间	/
3	上海洛田家庭用品有限公司	张碧峰的姐姐张霞斐及其子张希雷各持股 50%	注册地无该公司		
3.1	上海清水日用制品有限公司	上海洛田家庭用品有限公司持股 100%	对方不接待		
3.2	上海洛田电子商务有限公司	上海洛田家庭用品有限公司持股 100%	注册地无该公司		
4	上海洛克磁业有限公司	张碧峰的姐姐张霞斐持股 90%，其女儿张旖旎持股 10%	注册地无该公司		
4.1	江苏兰诺磁业有限公司	上海洛克磁业有限公司持股 90%，胡意渊持股 10%	对方不接待		
5	上海兰诺电动车有限公司	张碧峰的姐夫张少杰持股 90%，上海洛克磁业有限公司持股 10%	注册地无该公司		
6	上海沁水实业有限公司	张碧峰的姐夫张少杰持股 70%，王晓作持股 30%	注册地无该公司		
7	安徽广德清水日用制品有限公司	张碧峰的姐夫张少杰及其子张希雷各持股 50%	热水瓶的生产	未获取	年产 120-130 万只热水瓶
	宿迁雷吉德日用品有限公司	张碧峰的姐夫张少杰持股 30%并担任执行董事，其子张希雷持股 70%并担任执行董	玻璃杯的生产、销售	未获取	年产 30-40 万只玻璃杯

序号	名称	股权结构	实际经营业务	经营规模	产能产量
		事			
8	江苏喜美乐日用品有限公司	张碧峰的外甥张希雷持股 100%			
9	上海喜必乐实业有限公司	张碧峰的外甥女张旖旎持股 70%,胡意渊持股 30%	注册地无该公司		
10	台州市昌迪家庭用品有限公司	张碧峰的外甥女张旖旎持股 45%，俞松持股 25%，陈明华持股 18%，陈绍滨持股 12%	热水瓶的生产、销售	未获取	年产 100-120 万只热水瓶
11	上海洛永实业有限公司	张碧峰的姐夫张少杰持股 50%，其子张希雷持股 20%，胡意渊持股 30%	金属制品销售、保温材料销售	未获取	/

注 1：因张碧峰的姐姐张霞斐不配合同业竞争的核查工作，与张霞斐相关的公司情况系通过实地走访、网络检索等方式进行了解。

注 2：宿迁雷吉德日用品有限公司与江苏喜美乐日用品有限公司系两家主体在同一地址经营。

根据对行业内人士访谈、实地走访经营所在地等方式核查的情况，上海清水及其关联方最近一年的整体产销量及产值情况如下：

单位：万元

类型	产量（万只）	产值（万元）	销售规模	备注
玻璃杯	30-40	1,500-2,000	3,000 万元-4,000 万元	主要在江苏喜美乐日用品有限公司/宿迁雷吉德日用品有限公司生产
不锈钢真空保温杯	30-40	1,500-2,000		主要在上海清水日用制品有限公司、安徽广德清水日用制品有限公司生产
热水瓶	500-600	16,000-18,000	内销约 8,000 万元； 出口约 9,000 万元	主要在上海清水日用制品有限公司生产、安徽广德清水日用制品有限公司、台州市昌迪家庭用品有限公司等多家主体生产
合计	560-680	19,000-22,000	约 20,000 万元	-

上海清水及其关联方生产销售的产品以“清水”品牌的热水瓶为主，该部分产品收入占其整体销售规模的比例在 80%以上，其玻璃杯和不锈钢真空保温杯等杯类产品的产销量较小，占其整体销售规模的比例低于 20%。

发行人的主要产品为自有品牌玻璃杯、真空保温杯的生产与销售，仅少量生产与销售壶类产品（以咖啡壶为主）。报告期各期，发行人壶类产品的收入

分别为 591.81 万元、462.35 万元、502.89 万元及 191.43 万元，占发行人整体的收入比分别为 1.04%、0.85%、0.74%及 0.61%。上海清水及其关联方的杯类产品收入占发行人杯类产品收入的比例不足 10%。

除上述企业外，浙江黄岩大地实业有限公司、浙江黄岩宏达塑料制品厂、上海洛克磁业有限公司、江苏兰诺磁业有限公司及上海兰诺电动车有限公司等 5 家公司，主要从事门面房出租及稀土永磁材料的生产和销售等，与发行人的主营业务不存在相同或相似的情形。

②除上海清水及其关联方外，实际控制人其他亲属控制的企业

截至本招股说明书签署日，除上海清水及其关联方外，实际控制人其他亲属控制的企业情况如下表所示：

序号	名称	股权结构	实际经营业务	经营规模	产能产量
1	台州市黄岩南希塑化有限公司	张碧峰的姐姐张娴菁持股 66.67%，张碧峰的姐夫夏式银持股 33.33%	未实际经营，仅出租门面房	年租金约 1 万元/间	/
2	海门区憧憬食品经营部	黄伟军的姐姐黄伟芬个体经营	日用百货的销售	年营业收入 150 万元左右	/
3	上海协众医药科技有限公司	张元纪伽配偶的姐姐权雪梅持股 100%	未实际经营	/	/
4	建湖县近湖那美超市	黄伟军的姐夫王一军个体经营	日用百货的销售	年营业收入 130 万元左右	/

上述企业主要从事门面房出租、超市经营等业务，与发行人的主营业务不存在相同或相似的情形。

3、在历史沿革、资产、人员、业务、技术、财务等方面对发行人独立性的影响

根据中国证监会《证券期货法律适用意见第 17 号》规定：

“发行人控股股东、实际控制人的其他亲属及其控制的企业与发行人存在竞争关系的，应当充分披露前述相关企业在历史沿革、资产、人员、业务、技术、财务等方面对发行人独立性的影响，报告期内交易或者资金往来，销售渠道、主要客户及供应商重叠等情况，以及发行人未来有无收购安排。”

（1）历史沿革相互独立，不存在互为持股情形

①控股股东、实际控制人控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，除发行人及其子公司外，控股股东、实际控制人控制的其他企业历史沿革情况，如下表所示：

序号	名称	设立时的股权结构	股权结构变动情况
1	伽合（上海）商业管理有限公司	希诺集团持有 100.00% 的股权（对应 5,000 万元出资额）	自设立至本招股说明书签署日，股权结构未发生变动
2	云海茶业（江苏）有限公司	伽合（上海）商业管理有限公司持有 100.00% 的股权（对应 1,000 万元出资额）	云海茶业（江苏）有限公司自设立至本招股说明书签署日，股权结构未发生变动
3	伽合（上海）企业发展有限公司	希诺集团持有 100.00% 的股权（对应 5,000 万元出资额）	2020 年 11 月，希诺集团将其持有的 17.00% 的股权（对应 850 万元出资额）转让给张元纪伽，将其持有的 12.00% 的股权（对应 600 万元出资额）转让给倪向东，将其持有的 5.00% 的股权（对应 250 万元出资额）转让给施福贵，将其持有的 3.00% 的股权（对应 150 万元出资额）转让给李定一，将其持有的 3.00% 的股权（对应 150 万元出资额）转让给郑典俊。本次变动后希诺集团持有 60.00% 的股权（对应 3,000 万元出资额），张元纪伽持有 17.00% 的股权（对应 850 万元出资额），倪向东持有 12.00% 的股权（对应 600 万元出资额），施福贵持有 5.00% 的股权（对应 250 万元出资额），李定一持有 3.00% 的股权（对应 150 万元出资额），郑典俊持有 3.00% 的股权（对应 150 万元出资额）。截至本招股说明书签署日，伽合（上海）企业发展有限公司股权结构未再发生变动
4	江苏伽合电器有限公司	伽合（上海）企业发展有限公司持有 100.00% 的股权（对应 5,000 万元出资额）	江苏伽合电器有限公司自设立至本招股说明书签署日，股权结构未发生变动
5	江苏永佰企业管理有限公司	希诺集团持有 100% 的股权（对应 5,000 万元出资额）	江苏永佰企业管理有限公司自设立至本招股说明书签署日，股权结构未发生变动
6	伽合（盐城）新材料有限公司	希诺集团持有 51.00% 的股权（对应 51 万元出资额），佛山市也牛科技有限公司持有 49.00% 的股权（对应 49 万元出资额）	伽合（盐城）新材料有限公司自设立至本招股说明书签署日，股权结构未发生变动
7	江苏开能环保科技有限公司	朱亚洲持有 90.00% 的股权（对应 4,500 万元出资额），黄玉芹持有 10.00% 的股权（对应 500 万元出资额）	1) 2017 年 6 月，第一次股权转让 黄玉芹将其持有的 10.00% 的股权（对应 500 万元出资额）转让给毛俊杰。本次变动后朱亚洲持有 90.00% 的股权（对应 4,500 万元出资额），毛俊杰持有 10.00% 的股权（对应 500 万元出资额）。 2) 2017 年 8 月，第二次股权转让 朱亚洲将其持有的 80.00% 的股权（对应 4,000 万元出资额）转让给张碧峰。本次变动后张碧峰持有 80.00% 的股权（对应 4,000 万元出资额），朱亚洲持有 10.00% 的股权（对应 500 万元出资额），毛俊

序号	名称	设立时的股权结构	股权结构变动情况
			杰持有 10%的股权（对应 500 万元出资额）。 3）2018 年 12 月，第三次股权转让 毛俊杰、朱亚洲分别将持有的 10.00%的股权（对应 500 万元出资额）转让给张碧峰。本次变动后张碧峰持有 100.00%的股权（对应 5,000 万元出资额）。 截至本招股说明书签署日，江苏开能环保科技有限公司股权结构未再发生变动
8	永佰（上海）商业管理有限公司	黄伟军持有 50.00%的股权（对应 50 万元出资额），张碧峰持有 50.00%的股权（对应 50 万元出资额）	永佰（上海）商业管理有限公司自设立至本招股说明书签署日，股权结构未发生变动
9	永佰（上海）商务咨询有限公司	黄伟军持有 50.00%的股权（对应 50 万元出资额），张碧峰持有 50.00%的股权（对应 50 万元出资额）	永佰（上海）商务咨询有限公司自设立至本招股说明书签署日，股权结构未发生变动
10	上海离元文化传媒有限公司	张元纪伽持有 100.00%的股权（对应 500 万元出资额）	2020 年 5 月，张元纪伽将持有的 20.00%的股权（对应 100 万元出资额）转让给黄伟军。本次变动后张元纪伽持有 80.00%的股权（对应 400 万元出资额），黄伟军持有 20.00%的股权（对应 100 万元出资额）。 截至本招股说明书签署日，上海离元文化传媒有限公司股权结构未再发生变动
11	信德通木业（上海）有限公司	邱进诚（KAM CHIN SENG）持有 100.00%的股权（对应 70 万元出资额）	1）2016 年 7 月，第一次股权转让 邱进诚（KAM CHIN SENG）将持有的 100.00%的股权（对应 70 万元出资额）转让给葛金云。本次变动后葛金云持有 100.00%的股权（对应 70 万元出资额）。 2）2016 年 7 月，第一次增资 德通木业注册资本由 70 万元增加至 579.51 万元，新增 509.51 万元注册资本由葛金云认缴。本次变动后葛金云持有 100.00%的股权（对应 579.51 万元出资额）。 3）2019 年 8 月，第二次增资 信德通木业注册资本由 579.51 万元增加至 5918 万元，新增 5,338.49 万元注册资本由上海离元文化传媒有限公司认缴。本次变更后上海离元文化传媒有限公司持有 90.21%的股权（对应 5,338.49 万元出资额），葛金云持有 9.79%的股权（对应 579.51 万元出资额）。 4）2020 年 2 月，第二次股权转让 葛金云将持有的 9.79%的股权（对应 579.51 万元出资额）转让给上海离元文化传媒有限公司。本次变动后上海离元文化传媒有限公司持有 100%的股权（对应 5,918 万元出资额）。 截至本招股说明书签署日，信德通木业（上海）有限公司股权结构未再发生变动
12	希诺投资	发行人员工持股平台，张碧峰等 30 位自然人持有 100.00%权益	自设立至本招股说明书签署日，希诺投资出资比例未发生变动

序号	名称	设立时的股权结构	股权结构变动情况
		（对应 1,200 万元出资额）	
13	诺伽企管	发行人员工持股平台，张碧峰等 26 位自然人持有 100.00% 权益（对应 1,200 万元出资额）	自设立至本招股说明书签署日，诺伽企管出资比例未发生变动

上述企业中希诺投资、诺伽企管系发行人员工持股平台，于 2021 年 12 月以增资方式入股发行人，分别持有发行人 1.61% 股权。除上述关系外，上述企业的历史沿革与发行人无其他关系。

②实际控制人的其他亲属控制或施加重大影响的企业

A.张霞斐及其配偶、子女控制的企业

序号	名称	设立时的股权结构	股权结构变动情况
1	浙江黄岩大地实业有限公司	张碧峰持有 33.33% 的股权（对应 7 万元出资额），胡秀娇持有 33.33% 的股权（对应 7 万元出资额），张征生持有 33.33% 的股权（对应 7 万元出资额）	1) 1993 年 7 月，第一次增资 注册资本由 21 万元增加至 158 万元。本次变动后张碧峰持有 36.71% 的股权（对应 58 万元出资额），胡秀娇持有 31.65% 的股权（对应 50 万元出资额），张征生持有 31.65% 的股权（对应 50 万元出资额）； 2) 1998 年 12 月，第一次减资暨第一次股权转让 注册资本由 158 万元减少至 58 万元，张征生将其持有的 32.76% 的股权（对应 19 万元出资额）转让给张霞斐。本次变动后张碧峰持有 34.48% 的股权（对应 20 万元出资额），胡秀娇持有 32.76% 的股权（对应 19 万元出资额），张霞斐持有 32.76% 的股权（对应 19 万元出资额）； 3) 2018 年 8 月，第二次股权转让 胡秀娇将其持有的 32.76% 的股权（对应 19 万元出资额）转让给张霞斐，张碧峰将其持有的 34.48% 的股权（对应 20 万元出资额）转让给张霞斐。本次变动后张霞斐持有 100.00% 的股权（对应 58 万元出资额）； 截至本招股说明书签署日，浙江黄岩大地实业有限公司股权结构未再发生变动
2	浙江黄岩宏达塑料制品厂	张碧峰持有 33.33% 的股权（对应 5 万元出资额），胡秀娇持有 33.33% 的股权（对应 5 万元出资额），张征生持有 33.33% 的股权（对应 5 万元出资额）	2018 年 8 月，胡秀娇、张碧峰分别将其持有的 33.33% 的股权（各对应 5 万元出资额）转让给张霞斐。本次变动后张征生持有 33.33% 的股权（对应 5 万元出资额），张霞斐持有 66.67% 的股权（对应 10 万元出资额）； 截至本招股说明书签署日，浙江黄岩宏达塑料制品厂股权结构未再发生变动
3	上海洛田家庭用品有限公司	张霞斐持有 50.00% 的股权（对应 600 万元出资额），张希雷持有 50.00% 的股权（对应 600 万元出资额）	上海洛田家庭用品有限公司自设立至本招股说明书签署日，股权结构未发生变动

序号	名称	设立时的股权结构	股权结构变动情况
4	上海清水日用制品有限公司	上海嘉嘉日用塑胶制品厂持有 50.00% 的股权（对应 28 万美元出资额），香港华日实业有限公司持有 50.00% 的股权（对应 28 万美元出资额）	1) 2000 年 8 月，第一次增资 注册资本由 56 万美元增加至 66 万美元。本次变动后上海嘉嘉日用塑胶制品厂持有 50.00% 的股权（对应 33 万美元出资额），香港华日实业有限公司持有 50.00% 的股权（对应 33 万美元出资额）； 2) 2012 年 3 月，第一次股权转让 香港华日实业有限公司将其持有的 50.00% 的股权（对应 33 万美元出资额）全部转让给上海洛田家庭用品有限公司。本次变动后上海嘉嘉日用塑胶制品厂持有 50.00% 的股权（对应 33 万美元出资额），上海洛田家庭用品有限公司持有 50.00% 的股权（对应 33 万美元出资额）。（本次变动后，上海清水日用制品有限公司由中外合资企业变更为国内合资企业）； 3) 2015 年 1 月，第二次股权转让 上海嘉嘉日用塑胶制品厂将其持有的 50.00% 的股权（对应 274.077 万元出资额）全部转让给上海洛田家庭用品有限公司。本次变动后上海洛田家庭用品有限公司持有 100.00% 的股权（对应 548.1566 万元出资额） 截至本招股说明书签署日，上海清水日用制品有限公司股权结构未再发生变动
5	上海洛田电子商务有限公司	上海洛田家庭用品有限公司持有 100.00% 的股权（对应 500 万元出资额）	上海洛田电子商务有限公司自设立至本招股说明书签署日，股权结构未发生变动
6	上海洛克磁业有限公司	张霞斐持有 90.00% 的股权（对应 900 万元出资额），张旖旎持有 10.00% 的股权（对应 100 万元出资额）	上海洛克磁业有限公司自设立至本招股说明书签署日，股权结构未发生变动
7	江苏兰诺磁业有限公司	上海洛克磁业有限公司持有 90.00% 的股权（对应 10,800 万元出资额），胡意渊持有 10.00% 的股权（对应 1,200 万元出资额）	江苏兰诺磁业有限公司自设立至本招股说明书签署日，股权结构未发生变动
8	上海兰诺电动车有限公司	张少杰持有 90.00% 的股权（对应出资额 450 万元），上海洛克磁业有限公司持有 10.00% 的股权（对应出资额 50 万元）	上海兰诺电动车有限公司自设立至本招股说明书签署日，股权结构未发生变动
9	上海沁水实业有限公司	张旖旎持有 70.00% 的股权（对应 70 万元出资额），王晓作持有 30.00% 的股权（对应 30 万元出资额）	2013 年 12 月，张旖旎将其持有的 70.00% 的股权（对应 70 万元出资额）全部转让给张少杰。本次变动后张少杰持有 70.00% 的股权（对应 70 万元出资额），王晓作持有 30.00% 的股权（对应 30 万元出资额）； 截至本招股说明书签署日，上海清水日用制品有限公司股权结构未再发生变动
10	安徽广德清水日用制品有限公司	张少杰持有 50.00% 的股权（对应 500 万元出资额），张希雷持有 50.00% 的股权（对应 500 万	安徽广德清水日用制品有限公司自设立至本招股说明书签署日，股权结构未发生变动

序号	名称	设立时的股权结构	股权结构变动情况
		元出资额)	
11	宿迁雷吉德日用品有限公司	毛善靖持有 50.00%的股权（对应 2 万元出资额），周成洲持有 25.00%的股权（对应 1 万元出资额），王荣华持有 25.00%的股权（对应 1 万元出资额）	1) 2009 年 3 月，第一次增资 注册资本由 4 万元增加至 40 万元。本次变动后毛善靖持有 50.00%的股权（对应 20 万元出资额），周成洲持有 25.00%的股权（对应 10 万元出资额），王荣华持有 25.00%的股权（对应 10 万元出资额）； 2) 2012 年 11 月，第一次股权转让 周成洲将其持有的 12.50%的股权（对应 5 万元出资额）转让给毛善靖，将其持有的 12.50%的股权（对应 5 万元出资额）转让给王荣华。本次变动后毛善靖持有 62.50%的股权（对应 25 万元出资额），王荣华持有 37.50%的股权（对应 15 万元出资额）； 3) 2013 年 12 月，第二次股权转让 毛善靖将其持有的 42.50%的股权（对应 17 万元出资额）转让给张希雷，王荣华将其持有的 27.50%的股权（对应 11 万元出资额）转让给张希雷。本次变动后毛善靖持有 20.00%的股权（对应 8 万元出资额），王荣华持有 10.00%的股权（对应 4 万元出资额），张希雷持有 70.00%的股权（对应 28 万元出资额）； 4) 2020 年 4 月，第三次股权转让 毛善靖将其持有的 20.00%的股权（对应 8 万元出资额）转让给张少杰，王荣华将其持有的 10.00%的股权（对应 4 万元出资额）转让给张少杰。本次变动后张少杰持有 30.00%的股权（对应 12 万元出资额），张希雷持有 70.00%的股权（对应 28 万元出资额）； 截至本招股说明书签署日，宿迁雷吉德日用品有限公司股权结构未再发生变动
12	江苏喜美乐日用品有限公司	王荣华持有 10.00%的股权（对应 50 万元出资额），毛善靖持有 20.00%的股权（对应 100 万元出资额），张希雷持有 70.00%的股权（对应 350 万元出资额）	2020 年 4 月，王荣华将 10.00%的股权（对应 50 万元出资额）让给张希雷，毛善靖将 20%的股权（对应 100 万元出资额）转让给张希雷。本次变动后张希雷持有 100.00%的股权（对应 500 万元出资额）； 截至本招股说明书签署日，江苏喜美乐日用品有限公司股权结构未再发生变动
13	上海喜必乐实业有限公司	张旖旎持有 70.00%的股权（对应 70 万元出资额），胡意渊持有 30.00%的股权（对应 30 万元出资额）	上海喜必乐实业有限公司自设立至本招股说明书签署日，股权结构未发生变动
14	台州市昌迪家庭用品有限公司	张旖旎持有 55.00%的股权（对应 165 万元出资额），俞松持有 30.00%的股权（对应 90 万元出资额），陈明华持有 15.00%的股权（对应 45 万元出资额）	1) 2009 年 4 月，第一次股权转让 张旖旎将其持有的 5.00%的股权（对应 15 万元出资额）转让给陈明华。本次变动后张旖旎持有 50.00%的股权（对应 150 万元出资额），俞松持有 30.00%的股权（对应 90 万元出资额），陈明华持有 20.00%的股权（对应 60 万元出资额）； 2) 2010 年 6 月，第二次股权转让

序号	名称	设立时的股权结构	股权结构变动情况
			张旖旎将其持有的 5.00%的股权（对应 15 万元出资额）转让给陈绍滨，俞松将其持有的 5.00%的股权（对应 15 万元出资额）转让给陈绍滨，陈明华将其持有的 2.00%的股权（对应 6 万元出资额）转让给陈绍滨。本次变动后张旖旎持有 45.00%的股权（对应 135 万元出资额），俞松持有 25.00%的股权（对应 75 万元出资额），陈明华持有 18.00%的股权（对应 54 万元出资额），陈绍滨持有 12.00%的股权（对应 36 万元出资额）；截至本招股说明书签署日，台州市昌迪家庭用品有限公司股权结构未再发生变动
15	上海洛永实业有限公司	张少杰持有 50.00%的股权（对应 50 万元出资额），张希雷持有 20.00%的股权（对应 20 万元出资额），胡意渊持有 30.00%的股权（对应 30 万元出资额）	上海洛永实业有限公司自设立至本招股说明书签署日，出资比例未发生变动

注 1：浙江黄岩大地实业有限公司、浙江黄岩宏达塑料制品厂系发行人实际控制人张碧峰在前往上海之前在浙江台州黄岩创办的从事塑料设备、塑料原料及塑料制品相关业务的公司，张碧峰于 1993 年前往上海后，未继续经营该两家公司，并于 2018 年办理股权转让手续后完全退出该两家公司；

注 2：上海清水日用制品有限公司成立于 1995 年，张碧峰受上海清水的股东上海嘉嘉日用塑胶制品厂的委派，担任该公司董事、副经理，并于 1999 年初离开上海清水自主创业。自上海清水设立至今，张碧峰未持有该公司的股权

除上述三家公司外，其他公司均在张碧峰 1999 年离开上海清水之后设立，发行人及实际控制人未参与上述公司的任何投资建设和运营活动，更未对其进行资金、资产以及业务方面等任何资助。

除上述关系外，上述公司从设立时的出资及后续历次股权演变与发行人及实际控制人无其他关系。发行人及实际控制人与张霞斐、张少杰、张希雷和张旖旎及其控制的企业不存在共同投资的企业。

B.除上海清水及其关联方外，实际控制人其他亲属控制的企业

截至本招股说明书签署日，除上海清水及其关联方外，实际控制人其他亲属控制的企业情况如下表所示：

序号	名称	设立时的股权结构	股权结构变动情况
1	台州市黄岩南希塑化有限公司	张娴菁持有 66.67%的股权（对应 2 万元出资额），夏式银持有 33.33%的股权（对应 1 万元出资额）	台州市黄岩南希塑化有限公司自设立至本招股说明书签署日，股权结构未发生变动
2	海门区憧憬食品经营部	黄伟芬持有 100.00%的权益（对应出资额 1 万元）	海门区憧憬食品经营部自设立至本招股说明书签署日，出资比例未发生变动

序号	名称	设立时的股权结构	股权结构变动情况
			动
3	上海协众医药科技有限公司	陶雪松持有 100.00%的股权（对应出资额 168 万元）	2019 年 4 月，陶雪松将其持有的 100.00%的股权（对应出资额 168 万元）转让给权雪梅。本次变动后权雪梅持有 100.00%的股权（对应出资额 168 万元）；截至本招股说明书签署日，该公司股权结构未再发生变动
4	建湖县近湖那美超市	王一军持有 100.00%的权益（对应出资额 10 万元）	建湖县近湖那美超市自设立至本招股说明书签署日，出资比例未发生变动

截至本招股说明书签署日，发行人及其实际控制人从未持有上述企业的股权，发行人的历史沿革与上述公司相互独立。

（2）资产、商标、专利、技术具有独立性

发行人独立拥有与生产经营相关的土地、厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术，拥有完整的研发、采购、生产、销售体系和相应的配套设施。公司主要经营所在地位于江苏省南通市海门区与江苏省盐城市建湖县，与上述企业彼此实物资产不存在任何混用的情况。

发行人与上述企业自设立以来各自独立发展，发行人设立了专门的研发中心，负责对新产品、新材料、新技术的开发，不存在与上海清水及其关联方共用商标、专利、非专利技术的情形，未发生过商标、专利相关的诉讼及纠纷。

（3）人员相互独立

发行人拥有独立的劳动、人事及工资管理体系，报告期内，发行人的董事、监事、高级管理人员、其他核心人员均不存在于上海清水及其关联方处任职、领薪等情形；公司与上海清水及其关联方的员工不存在互相兼职的情形。

（4）业务相互独立

①控股股东、实际控制人控制的其他企业

除发行人及其子公司外，发行人控股股东、实际控制人控制的其他企业主营业务的基本情况如下：

序号	公司名称	主营业务	采购销售渠道、客户、供应商
1	伽合（上海）商业管理有限公司	茶叶及茶饮销售业务	采购少量茶叶、茶具、包装盒等用于对外销售，与发行人存在少量重合供应商，主要系向重合供应商采购蛋糕礼盒、员工工服等，采购金额较小，采购物品均用于其自身生产经营，与重合供应商之间的采购均为独立定价，与发行人销售渠道、客户、供应商相互独立
2	云海茶业（江苏）有限公司	未实际经营	未实际经营
3	伽合（上海）企业发展有限公司	家用电器研发	采购少量电器配件用于研发，未产生收入，与发行人采购销售渠道、客户、供应商相互独立
4	江苏伽合电器有限公司	家用电器研发	采购少量电器研发原材料用于研发，未产生收入，与发行人存在少量重合供应商，主要系向重合供应商采购塑料粒子、硅胶圈等，采购金额较小，采购物品均用于其自身生产经营，与重合供应商之间的采购均为独立定价，与发行人采购销售渠道、客户、供应商相互独立
5	江苏永佰企业管理有限公司	未实际经营	未实际经营
6	伽合（盐城）新材料有限公司	电器元件研发	采购少量电器元件用于研发，未产生收入，与发行人采购销售渠道、客户、供应商相互独立
7	江苏开能环保科技有限公司	自有房屋租赁	主营房屋出租，采购少量房屋维修配件用于房屋维护，与发行人存在少量重合供应商，主要系向重合供应商采购房屋维修配件，采购金额较小，采购物品均用于其自身生产经营，与重合供应商之间的采购均为独立定价，与发行人采购销售渠道、客户、供应商相互独立
8	永佰（上海）商业管理有限公司	未实际经营	未实际经营
9	永佰（上海）商务咨询有限公司	未实际经营	未实际经营
10	上海离元文化传媒有限公司	新媒体运营	主营新媒体运营，与发行人采购销售渠道、客户、供应商相互独立
11	信德通木业（上海）有限公司	自有房屋租赁	主营房屋出租，与发行人采购销售渠道、客户、供应商相互独立
12	希诺投资	员工持股平台	未实际经营
13	诺伽企管	员工持股平台	未实际经营

发行人控股股东、实际控制人控制的其他企业与发行人的主营业务不存在相同或相似的情形；伽合（上海）商业管理有限公司、江苏伽合电器有限公司及江苏开能环保科技有限公司与发行人存在少量重合供应商，其向重合供应商

采购金额较小，采购物品均用于其自身生产经营，与重合供应商之间的采购均为独立定价；伽合（上海）商业管理有限公司曾向发行人购买杯子用于自身业务需求，除前述情形外，上述企业与发行人不存在重合供应商及客户，与发行人在采购销售渠道、客户、供应商等方面独立，不存在为发行人代垫成本和费用的情形，也不存在利益输送的情形。

②实际控制人的其他亲属控制或施加重大影响的企业

A.张霞斐及其配偶、子女控制的企业

浙江黄岩大地实业有限公司、浙江黄岩宏达塑料制品厂、上海洛克磁业有限公司、江苏兰诺磁业有限公司及上海兰诺电动车有限公司等 5 家公司，主要从事门面房出租及稀土永磁材料的生产和销售等，与发行人的主营业务不存在相同或相似的情形，前述 5 家公司与发行人在采购销售渠道、客户、供应商等方面独立，不存在为发行人代垫成本和费用的情形，也不存在利益输送的情形。

截至本招股说明书签署日，张霞斐及其配偶、子女控制的企业合计 15 家，其中上海清水及其关联方共计 10 家公司经营杯壶产品的生产与销售，其在采购销售渠道、客户、供应商等方面与发行人的关系如下：

I.双方独立开发经销商，销售渠道独立

张碧峰夫妇离开上海清水后，于 1999 年创立上海家欢日用制品有限公司，在经营过程中萌生经营自主品牌的想法，最终决定全力打造自有品牌“希诺”，并于 2003 年创立上海希诺家庭用品有限公司，选择通过经销模式向全国各地推广希诺品牌的产品。随着多年的发展，发行人与各主要经销商合作时间均比较长，且合作关系稳定，“希诺”品牌逐步发展成为杯壶领域的知名品牌。

由于不同厂家的产品品牌及定位存在差异，经销商为了满足其客户多元化的需求，通常采取“多品牌经营”的销售模式，符合消费品行业的经销特征。发行人的主要经销商以经营希诺品牌的杯类产品为主，同时也会经营其他国内外品牌的杯类产品，如富光、哈尔斯、匡迪、思宝、膳魔师、虎牌、象印、清水、万象、希乐等，报告期内，发行人的部分经销商存在销售上海清水产品的

情形，符合杯壶领域经销商的行业惯例。

保荐机构通过现场走访，并向发行人经销商访谈确认，发行人与上海清水及其关联方的销售渠道独立：“①贵公司（发行人的经销商）与希诺股份和清水公司的交易彼此独立；②希诺股份和清水公司不存在相同人员同贵公司进行业务往来的情形；③贵公司对希诺产品和清水产品分别进行采购和管理；④希诺股份和清水公司不存在通过贵公司进行相互之间利益输送，比如转嫁经营费用；⑤希诺股份和清水公司不存在通过贵公司进行与正常购销产品无关的资金往来。”

综上，报告期内，发行人与上海清水存在重叠经销商属于行业惯例，但均属于双方独立开发的客户，不存在共用销售渠道或通过客户进行利益输送或潜在利益输送的情形。为解决与上海清水存在重叠经销商的情况，经与重叠经销商协商，部分经销商选择放弃与发行人合作，部分经销商选择放弃与上海清水合作。截至本招股说明书签署日，发行人与上海清水已不存在重叠经销商。

II.上游原材料供应商重叠比例较低，且不存在共用采购渠道的情形

鉴于上海清水拒绝配合保荐机构对其开展尽职调查，保荐机构对报告期内主要供应商进行访谈，经访谈了解，发行人的部分供应商存在向上海清水及其关联方销售产品的情形。

发行人主要原材料为不锈钢卷/管材、玻璃管材、塑料粒子、纸张包材的供应商，该等原材料的市场供应充足，供应商不存在不可替代性。发行人与上海清水的重叠供应商主要集中在玻璃管材及不锈钢材料的供应商，发行人在结合询价比价的情况及供应商生产地址择优选择了上述供应商。该类原材料市场供应充足，市场价格公开、透明，通常按照上游大宗商品的价格为基础制定。报告期内，公司主要原材料采购价格与市场价格及其变动趋势相一致，不存在通过该类重叠供应商进行利益输送的情形。

保荐机构通过现场走访，并向发行人供应商访谈确认，发行人与上海清水及其关联方的采购渠道独立：“①贵公司（发行人的供应商）与希诺股份和清水公司的交易彼此独立（非独立交易包括向清水公司销售一定数量产品可以按照优惠价格向希诺股份提供产品/服务，或其他类似的合同安排）；②希诺股份

和清水公司不存在相同人员同贵公司进行业务往来的情形；③贵公司对希诺股份和清水公司的销售进行独立的管理，比如订单区分、价款独立结算等；④希诺股份和清水公司不存在通过贵公司进行相互之间利益输送，比如转嫁经营费用；⑤希诺股份和清水公司不存在通过贵公司进行与正常购销产品无关的资金往来。”综上，报告期内，发行人与上海清水及其关联方各自独立选择供应商，不存在共用采购渠道或通过供应商进行利益输送或潜在利益输送的情形。

B.除上海清水及其关联方外，实际控制人其他亲属控制的企业

实际控制人其他亲属控制的 4 家企业主要从事门面房出租、超市经营等业务，与发行人的主营业务不存在相同或相似的情形，前述 4 家公司与发行人在采购销售渠道、客户、供应商等方面独立，不存在为发行人代垫成本和费用的情形，也不存在利益输送的情形。

4、报告期内交易或资金往来以及发行人未来有无收购安排

（1）报告期内交易或资金往来情况

经核查发行人及实际控制人报告期内银行流水，并经与发行人实际控制人访谈确认，发行人及其实际控制人在报告期内与张霞斐、张少杰、上海清水及其关联方不存在交易和资金往来的情况。

（2）发行人未来有无收购安排

发行人控股股东希诺集团及实际控制人张碧峰、黄伟军及张元纪伽作出了《关于不存在收购安排及利益输送的承诺》，具体内容如下：

①本公司/本人确认发行人在资产、人员、经营资质、业务、技术、财务、机构等方面与上海清水及其关联方之间相互独立，为独立运行的经营主体，且未来仍继续保持发行人与上海清水及其关联方之间的独立性；

②本公司/本人与张霞斐、张少杰、上海清水及其关联方之间不存在任何形式的有关本公司/本人控制的企业或上海清水及其关联方的股权代持关系，将来亦不会产生相关股权代持的情形；

③在本公司/本人控制或经营发行人期间，本公司/本人承诺未来不会直接收购或通过本公司/本人控制的企业间接收购上海清水及其关联方的资产，不会直

接持有或通过本公司/本人控制的企业间接持有上海清水及其关联方的股权，不会直接或通过本公司/本人控制的企业与上海清水及其关联方发生经营性交易或资金往来；

④在本公司/本人控制或经营发行人期间，本公司/本人不会与上海清水及其关联方发生任何形式的捆绑采购或销售，不会与上海清水及其关联方发生任何形式的利益输送。

综上，中介机构并非简单依据经营范围对同业竞争作出判断，或仅以经营区域、细分产品、细分市场不同来认定不构成同业竞争。

（五）避免同业竞争的承诺

1、控股股东承诺

为避免同业竞争，公司控股股东希诺集团出具《关于避免与发行人同业竞争及利益冲突的承诺函》的主要内容：

“1、本公司及本公司所控股和（或）参股的、除发行人及其控股企业以外的其它企业，目前均未以任何形式从事与发行人及其控股企业的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动。

2、在本公司单独或与他人共同控制发行人期间，本公司及本公司所控股和（或）参股的除发行人及其控股企业以外的其它企业，也不会：

（1）以任何形式从事与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动；

（2）以任何形式支持发行人及其控股企业以外的其它企业从事与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动；

（3）以其它方式介入任何与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成竞争或者可能构成竞争的业务或活动。

3、除前述承诺之外，本公司进一步保证：

（1）将根据有关法律法规的规定确保发行人在资产、业务、人员、财务、机构方面的独立性；

（2）将采取合法、有效的措施，促使本公司拥有控制权的公司、企业与其他经济组织不直接或间接从事与发行人相同或相似的业务；

（3）将不利用发行人控股股东的地位，进行其他任何损害发行人及其他股东权益的活动。

4、本公司保证并促使本公司所控股和（或）参股的、除发行人及其控股企业以外的其它企业遵守本承诺，并愿意承担因本公司及本公司所控股和（或）参股的、除发行人及其控股企业以外的其它企业违反上述承诺而给发行人或其控股子公司造成的全部经济损失。

5、本公司无合法理由违反上述承诺事项或者未依法执行相应约束措施的，发行人有权扣留全部应向本公司支付的分红款，直至本公司依法遵守有关承诺或依法执行有关约束措施。”

2、实际控制人承诺

实际控制人张碧峰、黄伟军与张元纪伽出具《关于避免与发行人同业竞争及利益冲突的承诺函》的主要内容为：

“1、本人及本人所控股和（或）参股的、除发行人及其控股企业以外的其它企业，目前均未以任何形式从事与发行人及其控股企业的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动。

2、在本人单独或与他人共同控制发行人期间，本人及本人所控股和（或）参股的除发行人及其控股企业以外的其它企业，也不会：

（1）以任何形式从事与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动；

（2）以任何形式支持发行人及其控股企业以外的其它企业从事与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动；

（3）以其它方式介入任何与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成竞争或者可能构成竞争的业务或活动。

3、除前述承诺之外，本人进一步保证：

（1）将根据有关法律法规的规定确保发行人在资产、业务、人员、财务、机构方面的独立性；

（2）将采取合法、有效的措施，促使本人拥有控制权的公司、企业与其他经济组织不直接或间接从事与发行人相同或相似的业务；

（3）将不利用发行人实际控制人的地位，进行其他任何损害发行人及其他股东权益的活动。

4、本人保证并促使本人的直系亲属、本人控制的其他企业遵守本承诺，并愿意承担因本人及本人的直系亲属、本人控制的其他企业违反上述承诺而给发行人或其控股子公司造成的全部经济损失。

5、本人无合法理由违反上述承诺事项或者未依法执行相应约束措施的，发行人有权扣留全部应向本人支付的分红款，直至本人依法遵守有关承诺或依法执行有关约束措施。”

七、关联方及关联交易

（一）关联方及关联关系

1、关联自然人

（1）实际控制人

发行人的实际控制人为张碧峰、黄伟军与张元纪伽，其基本情况请参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、持有发行人百分之五以上股份或表决权的主要股东及实际控制人情况”之“（一）控股股东、实际控制人的基本情况”部分。

（2）持有公司 5%以上股份的自然人股东

截至本招股说明书签署日，除张碧峰、黄伟军与张元纪伽外，公司不存在其他直接或间接持有公司 5%以上股份的自然人股东。

（3）公司董事、监事及高级管理人员

公司董事、监事、高级管理人员的具体情况参见本招股说明书“第四节 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”。

（4）控股股东的董事、监事、高级管理人员

公司控股股东希诺集团的执行董事为黄伟军，监事为张元纪伽。

（5）与上述人员关系密切的家庭成员

与上述关联自然人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。

2、关联法人或其他组织

（1）发行人的控股股东

发行人的控股股东为希诺集团，其基本情况请参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、持有发行人百分之五以上股份或表决权的主要股东及实际控制人情况”之“（一）控股股东、实际控制人的基本情况”部分。

（2）持有公司 5%以上股份的法人股东

截至本招股说明书签署日，除希诺集团外，公司不存在其他持有公司 5%以上股份的法人股东。

（3）控股子公司

截至本招股说明书签署日，发行人直接或间接控制 9 家子公司，具体情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“六、发行人控股及参股公司情况”部分。

（4）控股股东、实际控制人及其关系密切的家庭成员控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，发行人控股股东、实际控制人直接或间接控制的其他企业参见本节之“六、同业竞争”之“（一）公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争”部分。

发行人实际控制人关系密切的家庭成员直接或间接控制的企业参见本节之“六、同业竞争”之“（二）实际控制人的直系亲属控制或施加重大影响的企业”、“（三）实际控制人的其他亲属控制或施加重大影响的企业”部分。

（5）其他关联企业

除公司控股股东、实际控制人及其关系密切的家庭成员控制的其他企业外，其他关联企业包括关联自然人直接或间接控制的、施加重大影响的或者担任董事（不含同为双方的独立董事）、高级管理人员的法人或其他组织，以及根据相关法律法规和证券交易所相关规则认定为关联方的其他企业。

公司的其他主要关联企业包括：

序号	公司名称	关联关系
1	上海纳晶科技有限公司	公司独立董事孙卓持股 99%，并担任董事长兼总经理的企业
2	苏州晶能科技有限公司	公司独立董事孙卓直接持股 55.86%，并担任董事长的企业
3	浙江卓禹环境科技有限公司	公司独立董事孙卓持股 30%，并担任董事的企业
4	嘉兴东日新材料科技股份有限公司	公司独立董事孙卓担任董事的企业
5	苏州神龙航空科技有限公司	公司独立董事孙卓配偶刘素霞持股 90%的企业
6	上海纳珂科技有限公司	公司独立董事孙卓配偶刘素霞持股 28.50%的企业
7	斯特隆博科技（苏州）有限公司	公司独立董事孙卓弟弟孙鹏持股 51%，并担任执行董事的企业
8	山东路达光电科技有限公司	公司独立董事孙卓弟弟孙鹏担任副董事长的企业
9	苏州帝福尼电子科技有限公司	公司独立董事孙卓弟弟孙鹏持股 100%，并担任执行董事兼总经理的企业，已于 2021 年 6 月吊销
10	兰州万邦科技有限公司	公司独立董事孙卓弟弟孙鹏持股 90%，并担任执行董事的企业，已于 2007 年 5 月吊销
11	江宁区匀邦企业管理培训中心	公司独立董事赵国庆担任经营者的个体工商户
12	南通翼猫医疗用品有限公司	公司监事会主席邢宏洋持股 90%，邢宏洋之子邢盼盼担任执行董事的企业
13	海门市华优不锈钢制品厂（普通合伙）	公司监事会主席邢宏洋子女配偶的父亲吴建华持股 80%并担任执行事务合伙人的企业
14	上海复牛财务顾问有限公司	公司财务总监殷凯配偶梁洁持股 100%，并担任执行董事的企业
15	上海沙与沫财务咨询中心	公司财务总监殷凯配偶梁洁持股 100%的企业
16	海门区婧希其日用百货经营部	公司董事、董事会秘书吴愈君配偶郭玲玲担任经营者的个体工商户
17	上海芯光科技有限公司	公司独立董事孙卓弟弟孙鹏持股 100%，并担任执行董事的企业

此外，上述企业控制的其他企业均为公司的关联方。

3、其他关联方

截至本招股说明书签署日，公司的其他关联方如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	南通鹊起日用品有限公司	希诺股份全资子公司，2020 年 1 月注销
2	上海灵素健康管理有限公司	公司实际控制人黄伟军持股 80%的公司，已于 2020 年 8 月 19 日转让给非关联第三方
3	上海匀邦企业管理咨询中心	公司独立董事赵国庆曾持股 100%的公司，已于 2022 年 2 月退出
4	南京瑞钰诚企业管理顾问事务所	公司独立董事赵国庆曾持股 100%的公司，已于 2022 年 2 月退出
5	上海腾赫国际贸易有限公司	公司董事高书立配偶的母亲范群英持股 50%，并担任执行董事的公司，2022 年 8 月注销
6	上海瑞钰诚管理咨询有限公司	公司独立董事赵国庆持股 99.00%，并担任执行董事的公司，2022 年 8 月注销
7	郭敏	曾担任公司财务总监，于 2021 年 5 月离职
8	戴文东	曾担任公司独立董事，2021 年 12 月离职
9	江苏那美电镀科技有限公司	江苏那美全资子公司，2022 年 7 月注销

①南通鹊起

南通鹊起曾是发行人的全资子公司，已于 2020 年 1 月注销，具体情况如下：

公司名称	南通鹊起日用品有限公司
曾用名	南通鹊起硅胶制品有限公司（2016 年 07 月至 2018 年 01 月）
注册资本	100.00 万元人民币
实收资本	100.00 万元人民币
成立日期	2016 年 07 月 05 日
注册地和主要经营地	江苏省南通市海门区
主营业务	硅胶圈的生产
注销前股权结构	希诺股份持股 100%

因业务规划调整，发行人决定注销子公司南通鹊起，南通鹊起于 2018 年底不再从事生产经营活动，除少量电脑、空调等办公设备转让给发行人外，其余资产均转让给南通奥斯特鞋业有限公司，并与相关人员解除劳动合同。南通鹊起注销前，已无实际经营业务、剩余资产及人员

存续期间，南通鹊起不存在违法违规行为。报告期内，南通鹊起系发行人合并范围内的子公司，不存在为发行人代为承担成本费用的情形，亦不存在同

业竞争或者关联交易。

②上海灵素健康管理有限公司

上海灵素健康管理有限公司（以下简称“上海灵素”）曾是发行人实际控制人黄伟军持股 80%的公司，已于 2020 年 8 月 19 日转让给非关联第三方，具体情况如下：

企业名称	上海灵素健康管理有限公司
曾用名	上海润艾健康管理有限公司（2018-05至2021-02）
统一社会信用代码	91310114MA1GUPNA3L
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
注册资本	100万元
实收资本	100万元
成立日期	2018年5月30日
法定代表人	杨光明
注册地址	上海市嘉定区杭桂路1221弄47号1层
经营范围	健康管理咨询（不得从事诊疗活动）。
转让前股权结构	黄伟军持股80%，孙海英持股20%
转让后股权结构	杨光明持股99%，詹春燕持股1%

A.转让具体情况

2020 年 8 月 12 日，公司实际控制人黄伟军与杨光明签署了《股权转让协议》，约定将其持有的上海灵素 80%股权转让给杨光明。2020 年 8 月 19 日，上海市嘉定区市场监督管理局核准了本次股权转让的工商变更手续。

B.交易对手方基本情况

本次股权转让的交易对手为杨光明，中国国籍，身份证号为 412724198311****，住所为河南省太康县高贤乡****，不是公司实际控制人、董监高及上述人员亲属的关联方，亦不是公司的前员工。

C.定价依据及公允性分析，是否彻底转让、是否存在代持

上海灵素主要从事艾灸保健业务，因疫情影响，经营不善，持续亏损，本次股权转让价格为 0 元，系根据上海灵素资产状况并结合实际经营情况，经双方协商确定，定价公允。

上述股权转让系原股东的真实意愿，股权转让真实、彻底，不存在他方替公司关联方持有相关企业股份的情形。

③上海匀邦企业管理咨询中心

上海匀邦企业管理咨询中心（以下简称“上海匀邦”）曾是公司独立董事赵国庆持股 100%的公司，已于 2022 年 2 月转让给非关联第三方，具体情况如下：

企业名称	上海匀邦企业管理咨询中心
统一社会信用代码	91310230MA1K1F7U30
企业类型	个人独资企业
注册资本	5万元
实收资本	5万元
成立日期	2018年8月13日
投资人	陈冉
注册地址	上海市崇明区长兴镇潘园公路1800号3号楼31386室（上海泰和经济发展区）
经营范围	企业管理咨询，财务咨询，商务咨询。
转让前股权结构	赵国庆持股100%
转让后股权结构	陈冉持股100%

A.转让具体情况

2022 年 2 月 23 日，公司独立董事赵国庆与陈冉签署了《转让协议书》，约定将其持有的上海匀邦 100%出资额转让给陈冉。2022 年 2 月 24 日，上海市崇明区市场监督管理局核准了本次转让的工商变更登记。

B.交易对手方基本情况

本次转让的交易对手为陈冉，中国国籍，身份证号为 320305199212****，住所为江苏省徐州市贾汪区青山泉镇****，不是公司实际控制人、董监高及上述人员亲属的关联方，亦不是公司的前员工。

C.定价依据及公允性分析，是否彻底转让、是否存在代持

因上海匀邦未实际出资，本次转让价格为 0 元，系根据上海匀邦资产状况经双方协商确定，定价公允。

上述转让系原股东的真实意愿，转让真实、彻底，不存在他方替公司关联方持有相关企业股份的情形。

④南京瑞钰诚企业管理顾问事务所

南京瑞钰诚企业管理顾问事务所（以下简称“南京瑞钰诚”）曾是公司独立董事赵国庆持股 100%的公司，已于 2022 年 2 月转让给非关联第三方，具体情况如下：

企业名称	南京瑞钰诚企业管理顾问事务所
统一社会信用代码	91320115MA1MEFJ23N
企业类型	个人独资企业
注册资本	10万元
实收资本	10万元
成立日期	2016年1月15日
投资人	陈冉
注册地址	南京市江宁区天元中路128号诚基名苑2幢618室
经营范围	企业管理咨询；房地产咨询（不得从事经纪）；财务咨询（不得从事代理记账）；市场营销策划；企业营销策划；知识产权代理（除专利代理）；市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测绘）；设计制作各类广告。（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）
转让前股权结构	赵国庆持股100%
转让后股权结构	陈冉持股100%

A.转让具体情况

2022 年 2 月 23 日，公司独立董事赵国庆与陈冉签署了《转让协议书》，约定将其个人投资设立的个人独资企业南京瑞钰诚转让给陈冉。2022 年 2 月 25 日，江宁开发区行政审批局核准了上本次转让的工商变更登记。

B.交易对手方基本情况

本次转让的交易对手为陈冉，具体情况详见本节之“七、关联方及关联交易”之“（一）关联方及关联关系”之“3、其他关联方”之“③上海匀邦企业管理咨询中心”部分。

C.定价依据及公允性分析，是否彻底转让、是否存在代持

因南京瑞钰诚未实际出资，本次转让价格为 0 元，系根据南京瑞钰诚资产

状况经双方协商确定，定价公允。

上述转让系原股东的真实意愿，转让真实、彻底，不存在他方替公司关联方持有相关企业股份的情形。

⑤上海腾赫国际贸易有限公司

上海腾赫国际贸易有限公司曾是公司董事高书立配偶的母亲范群英持股 50%，并担任执行董事的公司，已于 2022 年 8 月注销，具体情况如下：

企业名称	上海腾赫国际贸易有限公司
统一社会信用代码	91310114MA1GT5XC3L
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
注册资本	100万元
实收资本	100万元
成立日期	2016年1月26日
法定代表人	范群英
注册地址	上海市嘉定区封周路655号14幢J681室
经营范围	从事货物与技术的进出口业务，日用百货、塑料制品、玻璃制品、厨房用具、办公用品、电子产品、服装服饰、鞋帽、玩具的销售，企业管理咨询，商务咨询。
注销前股权结构	范群英持股50%，王振强持股50%

上海腾赫国际贸易有限公司注销前未实际经营，不存在违法违规行为，不存在为发行人代为承担成本费用的情形，亦不存在同业竞争或者关联交易。

⑥上海瑞钰诚管理咨询有限公司

上海瑞钰诚管理咨询有限公司曾是公司独立董事赵国庆持股 99.00%，并担任执行董事的公司，已于 2022 年 8 月注销，具体情况如下：

企业名称	上海瑞钰诚管理咨询有限公司
统一社会信用代码	91310120MA7GWUCY56
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
注册资本	10万元
实收资本	-
成立日期	2022年2月17日
法定代表人	赵国庆
注册地址	上海市奉贤区金海公路6055号11幢5层

经营范围	一般项目：企业管理咨询；财务咨询；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）
注销前股权结构	赵国庆持股99%，孙越持股1%

上海瑞钰诚管理咨询有限公司注销前未实际经营，不存在违法违规行为，不存在为发行人代为承担成本费用情形，亦不存在同业竞争或者关联交易。

⑦郭敏

2020年8月28日，公司召开第一届董事会第一次会议，聘任郭敏为财务总监。2021年5月，郭敏因个人原因辞去财务总监职务，并从公司离职，其职务关系变动情况真实，除其本人外不存在因其任职关系变动而导致关联关系变化的其他关联方。

⑧戴文东

2020年8月28日，公司召开创立大会暨首次股东大会，选举戴文东为独立董事。2021年12月，戴文东因个人原因辞去独立董事职务，其职务关系变动情况真实，除其本人外不存在因其任职关系变动而导致关联关系变化的其他关联方。

⑨那美电镀

那美电镀曾是江苏那美的全资子公司，已于2022年7月注销，具体情况如下：

公司名称	江苏那美电镀科技有限公司
注册资本	1,000.00 万元人民币
实收资本	300.00 万元人民币
成立日期	2021 年 03 月 09 日
注册地和主要经营地	江苏省盐城市建湖县
主营业务	尚未正式开展具体业务
注销前股权结构	江苏那美持股 100%

因业务规划调整，发行人决定注销子公司那美电镀，注销前，那美电镀尚未正式开展具体业务，相关设备等资产转让给江苏盐海电镀中心有限公司，并与相关人员解除劳动合同。

报告期内，那美电镀系发行人合并范围内的子公司，相关交易均已纳入合

并范围，亦不存在同业竞争。

（二）关联交易

1、报告期内关联交易总体情况

报告期内，公司关联交易汇总如下：

单位：万元

关联方名称	交易内容	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
1、经常性关联交易					
伽合（上海）商业管理有限公司	销售杯壶	-	-	8.03	-
江苏开能环保科技有限公司	水电费及服务费	65.67	105.48	68.95	46.65
南通翼猫医疗用品有限公司	净水服务费	-	-	-	0.43
江苏开能环保科技有限公司	作为承租人租赁	107.44	197.31	173.88	173.88
张碧峰、黄伟军		209.06	418.13	372.30	327.21
建湖县近湖那美超市	作为出租人对外出租	0.72	1.43	1.43	1.43
海门区懂憬食品经营部		0.72	1.43	1.43	1.43
关键管理人员薪酬	薪酬	426.04	777.44	716.81	674.95
2、偶发性关联交易					
张碧峰、黄伟军、张元纪伽、上海希诺企业管理集团有限公司	关联担保	具体情况详见本节“七、关联方及关联交易”之“（二）关联交易”之“4、重大偶发性关联交易”之“（1）关联担保”			
上海希诺企业管理集团有限公司	商标、著作权转让	具体情况详见本节“七、关联方及关联交易”之“（二）关联交易”之“5、一般关联交易”之“（2）偶发性关联交易”			
伽合（上海）商业管理有限公司					
张征生	股权转让	-	-	-	110.00
黄绍跃	车辆转让	-	1.20	-	-
上海希诺企业管理集团有限公司	代发行人收取款项	-	-	45.85	10,180.31
上海希诺企业管理集团有限公司	代发行人支付款项	-	-	92.45	2,279.18

2、重大关联交易的判断标准及依据

根据公司制定的《独立董事工作制度》，关联交易达到下列标准时为重大关联交易，需由由独立董事认可后，提交董事会讨论：

- （1）与关联自然人发生的交易金额在人民币 30 万元以上的关联交易；
- （2）与关联法人达成的关联交易总额在人民币 300 万元以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上的关联交易。

3、重大经常性关联交易

报告期内，公司重大经常性关联交易为公司作为承租方承租了实际控制人张碧峰、黄伟军的部分房产，报告期各期末，发行人与前述交易相关的应收应付款项余额均为 0 元，具体情况如下

单位：万元

关联方名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
张碧峰、黄伟军	209.06	418.13	372.30	327.21
占房屋租赁费用比例	52.90%	53.85%	59.16%	63.97%
占营业成本比例	1.42%	1.36%	1.64%	1.35%

报告期内，发行人承租上述关联方房产的具体情况如下：

序号	承租方	出租方	地址	租赁面积 (m ²)	用途
1	希诺销售	张碧峰、 黄伟军	上海市通协路 288 弄 1 号 501 室、502 室、516 室	565.05	部分销售人员 办公使用
2	希诺电商	黄伟军	上海市申滨南路 1058 号 201-203 室、205-207 室	1,328.01	部分销售人员 办公使用
合计				1,893.06	-

因上海市地理位置优越、电商产业发达，发行人向张碧峰、黄伟军租赁位于上海市的办公室用于经营使用，有利于发行人吸引优秀的销售人才。因此，发行人承租关联方房产具有合理性，未来仍可能持续发生关联交易。

相关房产未投入发行人的原因主要系：该等租赁房产仅用于部分销售人员办公使用，对房屋结构、材料等无特殊经营要求，相关房产可替代性较强，且相关地区房屋租赁供给充分，若遇到不可抗力等因素，发行人可以及时找到替代的经营场所。

上述租赁价格处于可比市场价格区间内，定价公允。租赁价格与同地区租赁价格对比情况如下：

单位：平方米、元/平方米/天

序号	承租方	出租方	地址	租赁面积	租赁价格	同地区租赁价格
1	希诺销售	张碧峰、黄伟军	上海市通协路 288 弄 1 号 501 室、502 室、516 室	565.05	5.50	5.00-6.00
2	希诺电商	黄伟军	上海市申滨南路 1058 号 201-203 室、205-207 室	1,328.01	6.50	5.30-8.00

注：以上关联租赁的同地区租赁价格系参考房天下、贝壳租房等租房网站上同地区面积近似的写字楼的租赁价格

4、重大偶发性关联交易

（1）关联担保

报告期内，公司不存在为关联方提供担保的行为，关联方为公司提供担保的情况如下：

单位：万元

担保方	担保金额	担保起始日	担保到期日	担保是否已经履行完毕
张碧峰、黄伟军、希诺集团	4,300.00	2018.04.28	主债务发生期间届满之日起 2 年	是
张碧峰、黄伟军、希诺集团	4,300.00	2019.08.30	主债务发生期间届满之日起 2 年	是
张碧峰、黄伟军	2,000.00	2018.09.11	主债务发生期间届满之日或提前到期之日起 2 年	是
张碧峰、黄伟军、张元纪伽	2,500.00	2017.09.06	主债务发生期间届满之日或提前到期之日起 2 年	否
张碧峰、黄伟军、张元纪伽	2,800.00	2018.03.20	主债务清偿期届满之日起 2 年	是
张碧峰、黄伟军	300.00	2018.12.15	主债务到期日满 2 年	是

随着发行人生产经营规模不断扩大，设备等固定资产投资及营运资金需求同步增长，发行人通过银行贷款补充资金需求，上述关联担保系为发行人银行贷款提供的保证担保，未由发行人提供反担保，不存在损害发行人利益的情形，发行人通过关联担保取得的相关贷款均用于支付货款、购买设备等生产经营用途。

（2）关联方股权转让

2019 年 9 月，发行人将其所持恒尚包装 10%股份以 110 万元转让给实际控制人张碧峰之弟张征生，交易对价为 1.1 元/注册资本，转让价格系根据恒尚包装净资产协商定价，与转让给第三方于达霞的价格不存在差异，相关转让价款

已支付完毕。

（3）代收代付交易

报告期内，公司其他关联交易情况如下：

单位：万元

关联方名称	交易内容	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
希诺集团	代发行人收取款项	-	-	45.85	10,180.31
希诺集团	代发行人支付款项	-	-	92.45	2,279.18

①代收代付交易的背景

希诺集团代发行人收取的款项主要系电商平台货款。2018 年 12 月 31 日，发行人向希诺集团购买其全部与发行人主营业务相关的资产后，承接其销售业务，但由于希诺集团在天猫、京东等电商平台上的店铺转让需要履行相关手续，自 2019 年 1 月 1 日起至店铺经营主体变更完毕期间，由希诺集团代为收取电商平台的货款后与发行人进行结算。希诺集团代发行人支付的款项主要系业务过渡期间的电商平台服务费。

②代收代付的资金用途、资金流向及使用情况

希诺集团代发行人收取和支付款项主要系业务重组过渡期间发行人日常经营产生的收入和费用，具体构成情况如下：

单位：万元

类型	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
希诺集团代发行人收取款项：				
代收线上平台货款	-	-	-10.15	8,874.97
代收线下销售货款	-	-	-	1,217.31
代收诉讼赔偿款	-	-	56.00	88.04
合计	-	-	45.85	10,180.31
希诺集团代发行人支付款项：				
代付线上平台服务费	-	-	2.29	1,558.56
代付广告费用	-	-	-	431.33
代付工资	-	-	-	61.69
代付其他费用	-	-	90.16	227.61
合计	-	-	92.45	2,279.18

注：2020 年代收线上平台货款主要系电商平台的退货，故金额为负

上述代收代付款项均已完成结算，发行人收到希诺集团代收款项后资金均投入日常经营活动使用。

③是否存在体外资金循环、是否履行了相应的程序

希诺集团为发行人代收代付的款项均基于真实的业务背景，具有合理性，不存在体外资金循环。

公司第一届董事会第六次会议、2022 年第一次临时股东大会对代收代付交易进行了确认，独立董事对代收代付交易发表了独立意见，认为代收代付交易不存在向关联方或其他第三方输送不恰当利益的情形，按有关法律、法规、规范性文件及公司内部规章制度履行了必要的内部程序，不存在现存的或潜在的争议，不存在损害公司利益的情形。因此，上述代收代付交易已履行相应的程序，符合相关法律的规定。

上述关联交易未直接产生利润，对发行人当期经营成果、主营业务不存在重大影响。

5、一般关联交易

（1）经常性关联交易

①销售商品

报告期内，公司向关联方销售商品的关联交易情况如下：

单位：万元

关联方名称	交易内容	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
伽合（上海）商业管理有限公司	销售杯壶	-	-	8.03	-
占营业收入比例	-	-	-	0.01%	-

2020 年，公司向伽合商业管理销售杯壶产品，收入金额为 8.03 万元，占当期营业收入比例仅为 0.01%。伽合商业自发行人处采购杯壶产品用于其业务相关的礼品需求，相关交易系发行人的主营业务，交易价格系参照发行人产品市场价格确定，且交易金额、占比较小，公司收入不存在对关联方的重大依赖。

②采购商品、接受劳务

报告期内，公司向关联方采购商品、接受劳务的关联交易情况如下：

单位：万元

关联方名称	交易内容	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
江苏开能环保科技有限公司	水电费及服务费	65.67	105.48	68.95	46.65
南通翼猫医疗用品有限公司	净水服务费	-	-	-	0.43
合计	-	65.67	105.48	68.95	47.07
占营业成本比例	-	0.45%	0.34%	0.30%	0.19%

报告期内，公司在租赁开能环保的厂房期间向其支付水电费及服务费 46.65 万元、68.95 万元、105.48 万元及 65.67 万元，水电费系按照标准水电价格及实际耗用数量确定，服务费主要系租赁园区的保安服务费用，系按照实际与保安结算的费用及租用面积确定；2019 年，公司向南通翼猫医疗用品有限公司采购净水服务，支付费用金额为 0.43 万元，交易价格系按照南通翼猫医疗用品有限公司对外提供服务的统一定价，上述交易价格合理、公允。

③关联租赁

报告期内，公司作为承租方及出租方的关联交易情况如下：

单位：万元

关联方名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
发行人作为承租人：				
江苏开能环保科技有限公司	107.44	197.31	173.88	173.88
占营业成本比例	0.73%	0.64%	0.77%	0.72%
发行人作为出租人：				
建湖县近湖那美超市	0.72	1.43	1.43	1.43
海门区懂憬食品经营部	0.72	1.43	1.43	1.43
合计	1.43	2.86	2.86	2.86
占营业收入比例	0.004%	0.004%	0.005%	0.005%

A. 发行人承租关联方房产

报告期内，发行人基于自身场地限制，向开能环保租赁位于南通市通州区的厂房及配套场地、设施，用于恒尚包装生产经营使用，该部分厂房相距发行人位于南通市海门区的主要生产经营厂区较近，便于货物运输，有利于发行人提升生产经营效率。

上述关联租赁面积为 18,017.61 平方米，占发行人自有房屋和租赁房屋总面

积的比例为 9.86%。使用上述房产产生的收入、毛利、利润情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
相关房产产生的收入	3,086.26	5,937.42	3,976.27	3,889.16
占发行人营业收入比例	4.42%	4.26%	3.46%	3.70%
相关房产产生的毛利	628.21	1,191.44	771.27	621.66
占发行人毛利比例	3.19%	3.04%	2.19%	1.81%
相关房产产生的净利润	209.49	484.47	392.95	317.66
占发行人净利润比例	2.05%	1.72%	1.49%	1.26%

注：占发行人营业收入/毛利/净利润的比例均为恒尚包装的营业收入/毛利/净利润除以发行人合并抵消前的营业收入/毛利/净利润

相关房产未投入发行人的原因主要系：

（1）受自身生产场地限制，发行人暂时向开能环保租赁位于南通市通州区的房屋用于包装材料生产，且发行人仅租赁该等房产的部分面积，单独就发行人租赁使用的房产进行分割并办理出让程序较为繁琐；

（2）发行人处于快速发展阶段，需持续增加生产、研发、营销投入，购置自动化生产设备、进行研发创新及市场开拓，需要持续投入资金到生产经营中；

（3）相关房产占发行人总房产面积比例仅为 9.86%，报告期内产生的收入、毛利、利润平均占比仅为 3.96%、2.56%、1.63%，且随着发行人募投项目“那美二期项目”和“希诺股份有限公司智能化生产车间”的建设，发行人未来将规划在募投项目建成后在原有厂房中开展包装材料生产，发行人将大幅降低承租关联方房产的面积。

综上，相关房产未投入发行人具有合理性，不影响发行人资产完整性，发行人对实际控制人不存在重大依赖。

上述关联租赁定价公允，租赁价格与开能环保租赁给其他第三方的价格不存在差异。同地区租赁价格对比情况如下：

B. 发行人向关联方出租房产

报告期内，公司及其子公司江苏那美将位于江苏省盐城市建湖县和江苏省南通市海门区的房屋租赁给建湖县近湖那美超市和海门区懂憬食品经营部，用

于厂区内的超市经营，出租价格处于可比市场价格区间内，定价公允。出租价格与同地区市场价格对比情况如下：

单位：平方米、元/平方米/天

序号	承租方	出租方	地址	租赁面积	租赁价格	同地区租赁价格
1	建湖县近湖那美超市	江苏那美	江苏省建湖县那美路 1 号	150.50	0.29	0.27-0.28
2	海门区懂憬食品经营部	希诺股份	江苏省南通市海门区希诺路 1-1 号	140.80	0.31	0.31-0.32

注：同地区租赁价格系参考贝壳租房、58 同城等租房网站上同地区面积近似的房屋的租赁价格

综上，上述关联租赁定价公允，占发行人营业收入、营业成本比例较低，对公司业务独立性不构成重大影响。

④关键管理人员薪酬

报告期内，公司关键管理人员薪酬情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
关键管理人员薪酬	426.04	777.44	716.81	674.95

（2）偶发性关联交易

①商标、著作权转让

报告期内，公司无偿受让了希诺集团 9 项商标、3 项著作权，无偿受让了伽合商业管理 2 项商标，无偿转让给伽合商业管理 1 项商标，并取得了国家商标局的商标转让证明、国家版权局出具的《作品登记证书》。相关商标和著作权转让系内部资产和业务整合的需要，无偿转让具有合理性。

②向关联方转让车辆

2021 年 9 月，发行人将 1 辆大众轿车以 1.2 万元（不含税）的价格转让给实际控制人黄伟军之弟黄绍跃，交易价格系参考评估价格，相关转让价款已支付完毕，该车辆的过户手续已办理完毕。

（三）关联交易的原因和报告期内关联交易履行程序的合法合规情况

报告期内，公司关联交易均基于真实、合理的背景，发行人关联交易定价公允，不存在关联方对发行人利益输送或发行人对关联方利益输送的情形。

公司严格按照制定的《公司章程》《关联交易管理制度》等内部规章制度对关联交易事项进行规范与决策。对于报告期内存在的关联交易，公司亦已履行必要的决策程序并获得独立董事发表的独立意见，具体情况如下：

公司于 2022 年 5 月 6 日召开第一届董事会第六次会议、于 2022 年 5 月 21 日召开 2022 年第一次临时股东大会，审议通过了《关于确认 2019 年度、2020 年度、2021 年度关联交易的议案》。公司于 2022 年 9 月 5 日召开第一届董事会第八次会议，审议通过了《关于确认 2022 年 1-6 月关联交易的议案》。

公司独立董事就公司 2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月的关联交易事项发表了独立意见，认为“自 2019 年 1 月 1 日至 2022 年 6 月 30 日，公司存在的关联交易均由公司与交易对方协商一致，不存在向关联方或其他第三方输送不恰当利益的情形，并按有关法律、法规、规范性文件及公司内部规章制度履行了必要的内部程序，不存在现存的或潜在的争议；关联交易定价公允合理，符合市场规律和公司实际，不存在损害公司利益的情形，有利于公司持续、稳定、健康发展。”

发行人已发生的关联交易的决策过程与公司章程相符，关联股东或董事在审议相关交易时已回避，独立董事及监事会成员未曾对相关关联交易议案发表不同意见。

（四）关联方变化情况

报告期内，公司的主要关联方变化情况、与原关联方的后续交易情况以及原关联方相关资产、人员的去向等详见本节之“七、关联方及关联交易”之“（一）关联方及关联关系”之“3、其他关联方”部分。

八、其他交易

（一）交易背景

恒尚包装系发行人的控股子公司，发行人持有其 70%的股权，于达霞持有其 20%的股权。于达霞系于 2019 年 4 月入职恒尚包装，经双方互相考察、了解后，于 2019 年 10 月入股恒尚包装并担任恒尚包装总经理，主要负责恒尚包装的生产经营。恒尚包装的营业收入、净利润及其占发行人比例的情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
恒尚包装营业收入	3,086.26	5,937.42	3,976.27	3,889.16
占发行人营业收入比例	4.42%	4.26%	3.46%	3.70%
恒尚包装净利润	209.49	484.47	392.95	317.66
占发行人净利润比例	2.05%	1.72%	1.49%	1.26%

注：占发行人营业收入/净利润=恒尚包装营业收入/净利润除以发行人合并抵消前的营业收入/净利润。

报告期内，恒尚包装存在与于达霞曾控制的企业昶达纸箱、一峰包装及其弟弟于达云实际控制的企业玛泰包装（以下简称“昶达纸箱及其关联方”）发生交易的情形。

于达霞加入恒尚包装后，逐步退出昶达纸箱、一峰包装的实际经营管理。于达霞曾持有昶达纸箱、一峰包装两家公司的股权，其退出后，上述两家公司系由其弟弟于达云实际控制。昶达纸箱、一峰包装的基本情况如下：

序号	公司名称	设立日期	注册资本	于达霞持股情况	主营业务
1	昶达纸箱	2006.12.07	150 万元	已于 2022 年 1 月退出，退出前持股 100%	纸品类包装物的印刷及生产
2	一峰包装	2015.09.02	500 万元	已于 2019 年 12 月退出，退出前持股 99%	纸品类包装物的印刷及生产，已于 2022 年 6 月 9 日注销

玛泰包装成立于 2020 年 7 月，主要从事纸品类包装物的印刷及生产。

（二）交易金额及内容

报告期内，恒尚包装与昶达纸箱及其关联方发生的交易情况如下：

1、采购商品

单位：万元

关联方名称	交易内容	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
昶达纸箱	彩面、彩盒	-	-	-	135.05
一峰包装	彩面、彩盒	-	-	527.58	47.56
玛泰包装	彩面、彩盒	3.49	671.42	553.41	-
合计	-	3.49	671.42	1,080.98	182.61
占采购总额的比例	-	0.04%	3.23%	7.56%	1.44%
占营业成本的比例	-	0.02%	2.18%	4.77%	0.75%

报告期初，恒尚包装受印刷设备产能限制，自昶达纸箱及其关联方处采购彩面、彩盒等印刷物，采购金额较高主要系由于该采购金额中包含了彩面、彩盒等印刷物的原材料纸张的费用。恒尚包装向昶达纸箱及其关联方采购的交易价格系参照市场价格确定，与其他同类供应商的采购价格不存在重大差异。

随着恒尚包装生产规模的不断扩大，恒尚包装自行购入大型印刷设备以满足自身业务需求，2021 年 8 月，该设备调试安装完毕。自 2021 年 9 月起，恒尚包装向昶达纸箱及其关联方采购的金额大幅下降，仅少量零星采购。

2、销售商品

单位：万元

关联方名称	交易内容	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
昶达纸箱	礼盒	-	21.01	15.41	5.10
占营业收入的比例	-	-	0.03%	0.03%	0.01%

报告期内，恒尚包装存在向昶达纸箱销售礼盒包装的情况，主要系由于昶达纸箱与恒尚包装虽都从事包装行业，但其细分业务并不相同，昶达纸箱不从事礼盒生产及销售业务，其承接礼盒订单后，从恒尚包装采购礼盒进行销售。2019 年至 2021 年，恒尚包装向昶达纸箱销售礼盒包装的收入金额分别为 5.10 万元、15.41 万元及 21.01 万元，占当期营业收入比例仅为 0.01%、0.03%及 0.03%。交易价格系参照市场价格确定，且交易金额、占比较小。自 2022 年起，恒尚包装不再向昶达纸箱销售礼盒包装。

第九节 投资者保护

一、本次发行前滚存利润的分配安排及决策程序

根据公司 2022 年第一次临时股东大会审议通过的《关于公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票前滚存利润分配的议案》，公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票前的滚存未分配利润，由发行后的公司新老股东按其持股比例共享。

二、发行人的股利分配政策

（一）本次发行前后股利分配政策差异情况

本次发行前，公司《公司章程》中对公司股利分配政策作出相应约定，但未对现金分红的最低比例、差异化的现金分红政策、利润分配政策的决策机制和程序、利润分配政策的调整机制和程序等作出具体安排；本次发行后，公司在现行《公司章程》的基础上进一步完善和细化，在《公司章程（草案）》中对前述事项进行了明确的约定，并制订了上市后未来三年分红回报规划。

（二）现金分红的股利分配政策、决策程序及监督机制

1、现金分红的股利分配政策

公司在《公司章程（草案）》中规定：公司优先采用现金分红方式进行利润分配，每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 10%。公司现金分红的股利分配政策主要内容如下：

（1）利润分配原则：公司实行积极、持续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司当年的实际经营情况和可持续发展。

（2）利润分配形式：

①公司将采取积极的利润分配政策，可以采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式进行的利润分配，并优先采用现金分红的方式。

②如无重大现金支出事项发生，在满足现金分红条件、保证公司正常经营

和长远发展的前提下，公司计划每年向股东以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 10%。公司实施现金分红政策时，可以同时派发股票股利。同时，公司可以根据公司盈利及资金需求情况进行中期现金分红。

重大现金支出事项是指下述情形之一：（1）公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 20%，且超过 5,000 万元；（2）公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 5%。

公司在符合现金分红规定的前提下，可以同时采取股票股利或公积金转增股本的方式进行利润分配。

公司当年利润分配完成后留存的未分配利润主要用于与主营业务相关的对外投资、购买资产等重大投资及现金支出，逐步扩大经营规模，优化财务结构，有计划有步骤的实现公司未来的发展规划目标，最终实现股东利益最大化。

（3）现金分红比例：

在实际分红时，公司董事会将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，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，公司进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司在实际分红时具体所处阶段，由公司董事会根据具体情形确定。

2、现金分红的决策程序

公司在《公司章程（草案）》中对利润分配政策的决策程序作出了明确约定，具体内容如下：

利润分配预案应经公司董事会、监事会分别审议通过后方能提交股东大会审议。董事会审议制定或修改利润分配相关政策时，须经全体董事过半数表决通过方可提交股东大会审议；监事会须经全体监事过半数表决通过。股东大会在审议利润分配方案时，须经出席股东大会的股东所持表决权的二分之一以上表决通过；股东大会在表决时，应向股东提供网络投票方式。

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个月内完成股利派发事项。

3、现金分红的监督机制

为保证公司利润分配政策的有效执行，发行人在《公司章程（草案）》中对利润分配政策的监督机制作出了明确约定，具体内容如下：

（1）定期报告公布前，公司董事会应在充分考虑公司持续经营能力、保证正常生产经营及发展所需资金和重视对投资者合理投资回报的前提下，研究论证利润分配的预案，独立董事应在制定利润分配预案时发表明确意见。

（2）独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

（3）公司董事会制定具体的利润分配预案时，应遵守法律、法规和公司章程规定的利润分配政策；利润分配预案中应当对留存的当年未分配利润的使用计划或原则进行说明，独立董事应当就利润分配预案的合理性发表独立意见。

（5）董事会、监事会和股东大会对利润分配预案具体方案进行审议时，应通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，包括但不限于电话、传真和邮件沟通或邀请中小股东参会等方式，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

（6）对公司利润分配政策的其他保障措施：

公司当年盈利，但公司董事会未作出现金利润分配预案或利润分配预案中的现金分红比例低于《公司章程》中规定比例的，经独立董事认可后方可提交董事会审议，独立董事及监事会应发表意见，并在年度报告中披露原因及未用于分配的资金用途和使用计划。股东大会审议时应提供网络投票系统进行表决，并经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过；存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利以偿还占用的资金。

第十节 其他重要事项

一、重要合同

（一）重要采购合同

1、原材料采购合同

公司与供应商签订采购框架合同，双方就订货、质量标准、交货运输方式、质量保证、违约责任等作出约定。公司在实际采购时向供应商下达订单，在订单中约定具体产品型号、数量、价格等要素。截至报告期末，公司以框架合同的形式签订的重大原材料采购合同具体情况如下：

序号	采购方	原材料供应商名称	主要采购内容	合同有效期	履行情况
1	希诺股份、江苏那美	浦项（张家港）不锈钢股份有限公司	不锈钢材料	2022.01.01-2022.12.31，若双方同意继续合作的，本合同自动顺延一年	正在履行
2	希诺股份、江苏那美	扬州荣光高科玻璃有限公司	玻璃管材	2022.01.01-2022.12.31，若双方同意继续合作的，本合同自动顺延一年	正在履行
3	希诺股份、江苏那美	苏州光鑫弘工程塑胶有限公司	塑料粒子	2022.01.01-2022.12.31，若双方同意继续合作的，本合同自动顺延一年	正在履行
4	希诺股份	江苏沃钛有色金属有限公司	钛材料	2022.01.01-2022.12.31，若双方同意继续合作的，本合同自动顺延一年	正在履行
5	恒尚包装	上海攀峰纸业有限公司	包装原材料	2022.01.01-2022.12.31，若双方同意继续合作的，本合同自动顺延一年	正在履行
6	希诺股份、江苏那美	安徽杜氏高科玻璃有限公司	玻璃管材	2022.01.01-2022.12.31，若双方同意继续合作的，本合同自动顺延一年	正在履行
7	希诺股份、江苏那美	杭州新恒大不锈钢有限公司	不锈钢材料	2022.01.01-2022.12.31，若双方同意继续合作的，本合同自动顺延一年	正在履行
8	希诺股份、江苏那美	南通奥斯特鞋业有限公司	硅胶圈	2022.01.01-2022.12.31，若双方同意继续合作的，本合同自动顺延一年	正在履行
9	恒尚包装	南通海发纸业有限公司	包装原材料	2022.01.01-2022.12.31，若双方同意继续合作的，本合同自动顺延一年	正在履行
10	希诺股份、江苏那美	无锡浦明金属材料有限公司	不锈钢材料	2022.01.01-2022.12.31，若双方同意继续合作的，本合同自动顺延一年	正在履行

序号	采购方	原材料供应商名称	主要采购内容	合同有效期	履行情况
11	希诺股份、江苏那美	扬州明都玻璃科技有限公司	玻璃管材	2022.01.01-2022.12.31，若双方同意继续合作的，本合同自动顺延一年	正在履行
12	希诺股份	扬州市丰泽特种电缆材料有限公司	玻璃管材	2022.04.26-2023.04.25，若双方同意继续合作的，本合同自动顺延一年	正在履行
13	江苏那美	扬州市丰泽特种电缆材料有限公司	玻璃管材	2022.01.25-2023.01.24，若双方同意继续合作的，本合同自动顺延一年	正在履行

2、委外加工合同

公司与委外加工供应商主要通过签订年度框架协议、公司根据实际需求情况下订单的方式开展合作。截至报告期末，公司重要委外加工合同具体情况如下：

序号	采购方	供应商名称	委外加工内容	合同有效期	履行情况
1	希诺股份	南通玉洁镀饰有限公司	电解、电镀	2022.01.01-2022.12.31，若双方同意继续合作的，本合同自动顺延一年	正在履行

（二）重要经销合同

公司与经销商主要通过签订年度经销协议、经销商根据实际需求情况下订单的方式开展合作。截至报告期末，公司重要经销合同具体情况如下：

序号	签订主体	经销商名称	协议名称	合同有效期	履行情况
1	三郎科技、希诺销售、诺饮智能、熊家社	郑州尚品贸易有限公司	经销合同	2022.01.01-2022.12.31	正在履行
		河南郅诚贸易有限公司			
		郑州水航商贸有限公司			
		郑州郅诚贸易有限公司			
2	三郎科技、希诺销售、诺饮智能、熊家社	郑州君益贸易有限公司	经销合同	2022.01.01-2022.12.31	正在履行
		郑州杰汐商贸有限公司			
		郑州若鑫商贸有限公司			
3	三郎科技、希诺销售、诺饮智能、熊家社	湖北元广商贸有限公司	经销合同	2022.01.01-2022.12.31	正在履行
		湖北舍也商贸有限公司			
4	三郎科技、希诺销售、诺饮智能、熊家社	陕西天奇家庭用品有限公司	经销合同	2022.01.01-2022.12.31	正在履行
5	三郎科技、希诺销售、诺饮智能、熊家社	成都富光鸿晟贸易有限公司	经销合同	2022.01.01-2022.12.31	正在履行

序号	签订主体	经销商名称	协议名称	合同有效期	履行情况
6	三郎科技、希诺销售、诺饮智能、熊家社	北京佰瑞斯商贸有限公司	经销合同	2022.01.01-2022.12.31	正在履行
		北京博源众诚商贸有限公司			
7	三郎科技、希诺销售、诺饮智能、熊家社	合肥市明霞工贸有限公司	经销合同	2022.01.01-2022.12.31	正在履行
8	三郎科技、希诺销售、诺饮智能、熊家社	西安乾坤丽华商贸有限公司	经销合同	2022.01.01-2022.12.31	正在履行
9	三郎科技、希诺销售、诺饮智能、熊家社	山东省群茂商贸有限公司	经销合同	2022.01.01-2022.12.31	正在履行
		郑州凹凸科技有限公司			
10	三郎科技、希诺销售、诺饮智能、熊家社	成都浙欣商贸有限公司	经销合同	2022.01.01-2022.12.31	正在履行
11	三郎科技、希诺销售、诺饮智能、熊家社	兰州双安商贸有限公司	经销合同	2022.01.01-2022.12.31	正在履行
		兰州启恒贸易有限公司			

（三）授信合同

截至 2022 年 6 月末，公司报告期内履行完毕、正在履行和将履行的授信合同如下：

单位：万元

序号	授信人	被授信人	合同编号	授信额度	授信期限	履行情况
1	招商银行股份有限公司南通分行	希诺股份	513XY2021026538	5,000.00	2021.06.25-2022.06.24	已履行
2	招商银行股份有限公司南通分行	恒尚包装	513XY2021026539	1,000.00	2021.06.25-2022.06.24	已履行
3	中国农业银行股份有限公司建湖县支行	江苏那美	3449520180321001	2,990.00	2018.03.21-2021.03.20	已履行
4	中国银行股份有限公司海门支行	希诺股份	150248643E18020201	4,300.00	2018.04.02-2019.02.01	已履行
5	中国银行股份有限公司海门支行	希诺股份	150248643E19013101	4,300.00	2019.08.26-2020.01.30	已履行

（四）借款合同

截至 2022 年 6 月末，公司报告期内履行完毕、正在履行和将履行的金额大于 1,000 万元的借款合同如下：

单位：万元

序号	银行名称	借款人	合同名称	合同编号	合同金额	借款期限	期末借款余额
1	江苏建湖农村商业银行股份有限公司	江苏那美	最高额流动资金贷款	建湖农商高流借字[2017]第 4-45 号	2,500.00	2017.09.06-2022.09.06	-
2	江苏海门农村商业银行股份有限公司	希诺股份	流动资金循环借款合同	（6001）海农商借字[2018]第 0125401 号	1,500.00	2018.01.29-2021.01.28	-

序号	银行名称	借款人	合同名称	合同编号	合同金额	借款期限	期末借款余额
3	中国银行股份有限公司海门支行	希诺股份	流动资金借款合同	150248643D19081501	3,700.00	2019.08.28-2020.06.27	-
4	中国农业银行股份有限公司海门支行	希诺股份	流动资金借款合同	32010120180012279	2,000.00	2018.09.11-2019.07.10	-
5	中国银行股份有限公司海门支行	希诺股份	流动资金借款合同	150248643D18041801	2,600.00	2018.04.24-2019.04.23	-
6	中国农业银行股份有限公司建湖县支行	江苏那美	流动资金借款合同	32010120180003817	2,000.00	2018.04.01-2019.03.31	-

注：以上借款期限为借款合同中约定的期限

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，本公司不存在对外担保情况。

三、重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动及未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

截至 2022 年 6 月末，发行人及其子公司涉及的标的金额 5 万元以上的尚未了结的诉讼共 8 笔，该等案件发行人及其子公司均为原告，具体情况如下：

序号	原告	被告	标的金额 (万元)	主要诉讼 事由	案件状态
1	希诺股份	山东巨康生活用品有限公司、永康市炜鹏玻璃制品有限公司	35.00	侵害商标权纠纷	该案已判决，希诺股份已申请强制执行；2022 年 4 月，永康市炜鹏玻璃制品有限公司申请再审，截至本招股说明书签署日，再审已判决，已执行完毕
2	恒尚包装	一撕得包装科技（杭州）有限公司、北京一撕得物流技术有限公司	34.25	合同纠纷	截至本招股说明书签署日，该案已判决，待恒尚包装申请强制执行
3	希诺电商	苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心、苏宁易购集团股份有限公司	30.59	票据纠纷	截至本招股说明书签署日，双方已达成和解
4	希诺股份	嘉祥县欧凯日用百货经营店、台州市铜信塑业有限公司、叶申桃	30.00	侵害商标权纠纷	截至本招股说明书签署日，该案已判决，希诺股份已申请强制执行
5	希诺股份	永康市深蓝金属制品厂、长安繁京日用品皮批发部	28.00	侵害商标权纠纷	截至本招股说明书签署日，该案已判决，待希诺股份申请强制执行
6	希诺股份	德州运河经济开发区庆亮杯业经营部、永康市悦展工贸有限公司	28.00	侵害商标权纠纷	该案于 2023 年 2 月 1 日开庭，截至本招股说明书签署日，该案尚未判决

序号	原告	被告	标的金额 (万元)	主要诉讼 事由	案件状态
		司			
7	希诺股份	长安万鼎口杯商行、永康市楚轩金属制品有限公司	25.00	侵害商标权纠纷	截至本招股说明书签署日，该案已一审判决，永康市楚轩金属制品有限公司提起上诉，二审尚未开庭
8	希诺股份	德州经济开发区天一茶具经营部、王胜利	22.00	侵害商标权纠纷	该案于 2022 年 12 月 7 日开庭审理，截至本招股说明书签署日，该案已判决

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司不存在涉及的标的金额 5 万元以上的尚未了结的仲裁。

四、控股股东、实际控制人、子公司，董事、监事、高级管理人员和其他核心人员作为一方当事人可能对发行人产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项

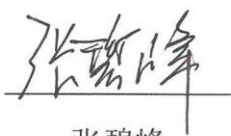
截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人、控股子公司、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在作为一方当事人可能对发行人产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

第十一节 声明

一、发行人及全体董事、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：



张碧峰



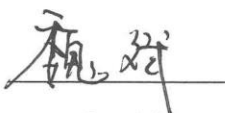
黄伟军



陈金国



吴愈君



魏 斌



高书立

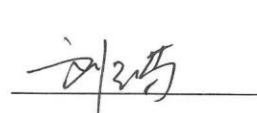
全体监事签名：



邢宏洋

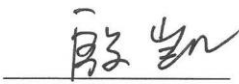


朱小东



刘 鸿

除董事外的高级管理人员签名：



殷 凯

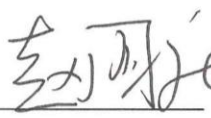


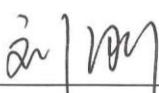
一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

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：


孙 卓


赵国庆


刘 昕



二、发行人控股股东、实际控制人声明

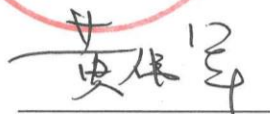
本公司（或本人）承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

公司控股股东：

上海希诺企业管理集团有限公司

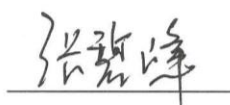


法定代表人：



黄伟军

公司实际控制人：



张碧峰



黄伟军



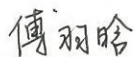
张元纪伽

2023年 2 月 28 日

三、保荐机构（主承销商）声明

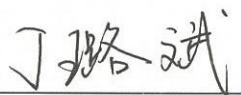
本公司已对招股说明书进行核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人：

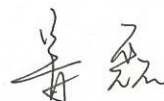


傅羽晗

保荐代表人：



丁璐斌



姜磊

法定代表人（或授权代表）：



江禹

华泰联合证券有限责任公司

2023年2月28日

保荐机构（主承销商）董事长和总经理声明

本人已认真阅读希诺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、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：


马 骁

保荐机构董事长：


江 禹

华泰联合证券有限责任公司

2023年2月28日

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。

律师事务所负责人（签名）：

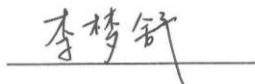


吴 朴 成

经办律师（签名）：



王 长 平



李 梦 舒



王 通

江苏世纪同仁律师事务所

2023 年 2 月 28 日



五、承担审计业务的会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、审阅报告（如有）、盈利预测审核报告（如有）、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、审阅报告（如有）、盈利预测审核报告（如有）、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等的的内容无异议，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：

王震



张飞云



会计师事务所负责人：

张彩斌

张彩斌

公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）



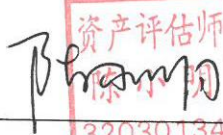
2023年2月28日

六、承担评估业务的资产评估机构声明

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。

签字注册资产评估师：


周睿
320000013


陈小明
32030134

资产评估机构负责人：


谢肖琳
320000455

江苏中企华中天资产评估有限公司



七、承担验资业务的机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，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：

王震



张飞云



验资机构负责人：

张彩斌

张彩斌

公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）



2023年 2 月 28 日

第十二节 附件

一、备查文件

- （一）发行保荐书；
- （二）上市保荐书；
- （三）法律意见书；
- （四）财务报告及审计报告；
- （五）公司章程（草案）；
- （六）落实投资者关系管理相关规定的安排、股利分配决策程序、股东投票机制建立情况；
- （七）与投资者保护相关的承诺；
- （八）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；
- （九）发行人审计报告基准日至招股说明书签署日之间的相关财务报告及审阅报告（如有）；
- （十）盈利预测报告及审核报告（如有）；
- （十一）内部控制鉴证报告；
- （十二）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- （十三）股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况说明；
- （十四）审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明；
- （十五）募集资金具体运用情况；
- （十六）子公司、参股公司简要情况；
- （十七）其他与本次发行有关的重要文件

二、落实投资者关系管理相关规定的安排、股利分配决策程序、股东投票机制建立情况

（一）落实投资者关系管理相关规定的安排

1、信息披露制度

为了加强公司与投资者之间的信息沟通，完善公司治理结构，切实保护投资者，特别是社会公众投资者的合法权益，公司制定了《信息披露管理办法》，将根据《公司法》《证券法》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第2号—信息披露事务管理》及其他有关法律法规和《公司章程》规定的信息披露要求真实、准确、完整、及时地进行信息披露。

2、投资者沟通渠道的建立情况

公司负责信息披露和投资者关系的部门及相关人员的情况如下：

负责信息披露和投资者关系的部门	董事会办公室
负责人	吴愈君
地址	南通市海门区希诺路一号
电话	0513-69956789
传真	0513-69956789
电子邮箱	IR@heenoor.com.cn

未来，公司将不断完善投资者沟通渠道，多渠道、多层次地与投资者进行沟通，建立便捷、有效的沟通方式，提升沟通效率，降低投资者沟通的成本。

（二）股利分配决策程序

公司第一届董事会第九次会议及 2023 年第一次临时股东大会审议通过了《公司章程（草案）》，根据《公司章程（草案）》的约定，本次发行上市后，公司的股利分配决策程序如下：

1、定期报告公布前，公司董事会应在充分考虑公司持续经营能力、保证正常生产经营及发展所需资金和重视对投资者合理投资回报的前提下，研究论证利润分配的预案，独立董事应在制定利润分配预案时发表明确意见。

2、独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会

审议。

3、公司董事会制定具体的利润分配预案时，应遵守法律、法规和公司章程规定的利润分配政策；利润分配预案中应当对留存的当年未分配利润的使用计划或原则进行说明，独立董事应当就利润分配预案的合理性发表独立意见。

4、董事会、监事会和股东大会对利润分配预案具体方案进行审议时，应通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，包括但不限于电话、传真和邮件沟通或邀请中小股东参会等方式，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

5、利润分配预案应经公司董事会、监事会分别审议通过后方能提交股东大会审议。董事会审议制定或修改利润分配相关政策时，须经全体董事过半数表决通过方可提交股东大会审议；监事会须经全体监事过半数表决通过。股东大会在审议利润分配方案时，须经出席股东大会的股东所持表决权的二分之一以上表决通过；股东大会在表决时，应向股东提供网络投票方式。

6、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个月内完成股利派发事项。

7、公司利润分配政策的调整程序：

如公司根据生产经营情况、投资规划、长期发展的需要或因外部经营环境、自身经营状况发生较大变化，需要调整利润分配政策的，相关议案需经董事会、监事会审议后提交股东大会批准。

公司调整利润分配方案，必须由董事会作出专题讨论，详细论证说明理由，并由独立董事发表明确意见；董事会在审议调整利润分配政策时，须经全体董事过半数表决通过，且经全体独立董事表决通过。监事会在审议利润分配政策调整时，须经全体监事过半数以上表决通过。股东大会在审议利润分配政策时，须经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上表决通过；股东大会在表决时，应向股东提供网络投票方式。

（三）股东投票机制建立情况

截至本招股说明书签署日，公司已建立了累积投票机制，根据《公司章程

（草案）》的约定，本次发行上市后，公司将进一步建立中小投资者单独计票机制、网络投票机制、征集投票权机制，不断完善股东投票机制，具体情况如下：

1、累积投票机制

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。

股东大会就选举两名及以上的董事或监事进行表决时，可以实行累积投票制。公司单一股东及其一致行动人拥有权益的股份比例在百分之三十及以上的，应当采用累积投票制。

2、中小投资者单独计票机制

股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

3、网络投票机制

公司股东大会除设置会场，以现场会议形式召开外，公司还将提供安全、经济、便捷的网络投票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。采用网络方式参加股东大会的，公司将通过交易所交易系统或互联网投票系统确认股东身份的合法有效。股东大会审议利润分配方案时，应充分考虑公众投资者意见，应提供网络投票等方式以方便股东参与股东大会表决。

4、征集投票权机制

公司董事会、独立董事、持有百分之一以上有表决权股份的股东或者依照法律、行政法规或者中国证监会的规定设立的投资者保护机构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。除法定条件外，公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

三、与投资者保护相关的承诺

（一）关于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

1、控股股东希诺集团、实际控制人张碧峰、黄伟军、张元纪伽承诺

自发行人股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本公司/本人直接和间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份，法律法规允许的除外。

发行人股票上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于本次发行的发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于本次发行的发行价，本公司/本人持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。

本公司/本人在上述锁定期满后两年内减持现已持有的发行人股份的，减持价格不低于本次发行的发行价，每年减持的股份不超过本公司/本人持有的发行人股份总数的 25%。在本公司/本人实施减持发行人股份时且本公司/本人仍为持有发行人 5%以上股份的股东时，本公司/本人至少提前三个交易日予以公告，并积极配合发行人的公告等信息披露工作；本公司/本人计划通过证券交易所集中竞价交易减持股份的，应当在首次卖出的 15 个交易日前按照相关规定预先披露减持计划。

若因派发现金红利、送股、转增股本等原因进行除权、除息的，上述股份价格、股份数量按规定做相应调整。

本公司/本人将按照《公司法》《证券法》《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》《上海证券交易所股票上市规则》及其他法律法规的相关规定，依法依规减持并履行披露义务。如相关规则有修改，本公司/本人承诺将按照届时有效的规则履行相关义务。

2、股东希诺投资、诺伽企管承诺

自发行人股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本企业直接

和间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份，法律法规允许的除外。

本企业将按照《公司法》《证券法》《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》《上海证券交易所股票上市规则》及其他法律法规的相关规定，依法依规减持并履行披露义务。如相关规则有修改，本企业承诺将按照届时有效的规则履行相关义务。

3、除实际控制人外，间接持有公司股份的董事、高级管理人员陈金国、吴愈君、魏斌、高书立、殷凯承诺

自发行人股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的发行人首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，法律法规允许的除外。

发行人股票上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于首次公开发行股票的发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于本次发行的发行价，本人持有发行人股票的锁定期自动延长 6 个月。

本人在上述锁定期满后两年内减持现已持有的发行人股份的，减持价格不低于本次发行的发行价，每年减持的股份不超过本人持有的发行人股份总数的 25%。

若因派发现金红利、送股、转增股本等原因进行除权、除息的，上述股份价格、股份数量按规定做相应调整。

4、间接持有公司股份的监事邢宏洋、朱小东、刘鸿承诺

自发行人股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的发行人首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，法律法规允许的除外。

5、直接或间接持有公司股份的董事、监事和高级管理人员张碧峰、黄伟军、陈金国、吴愈君、魏斌、高书立、邢宏洋、朱小东、刘鸿、殷凯承诺

在本人担任发行人董事/监事/高管期间，在满足股份锁定承诺的前提下，每年转让的股份不超过本人持有的发行人股份总数的 25%；离职后六个月内，不转让本人持有的发行人股份；本人如在任期届满前离职的，在本人就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，继续遵守前述承诺。

本人将按照《公司法》《证券法》《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》《上海证券交易所股票上市规则》及其他法律法规的相关规定，依法依规减持并履行披露义务。如相关规则有修改，本人承诺将按照届时有效的规则履行相关义务。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行本承诺。

（二）关于稳定股价的措施和承诺

根据公司第一届董事会第六次会议及 2022 年第一次临时股东大会审议通过的《关于公司上市后三年内稳定股价预案的议案》，公司首次公开发行股票并上市后三年稳定股价的预案具体如下：

1、关于稳定股价预案启动条件

自发行人首次公开发行股票并上市完成之日起 3 年内，若公司股票连续 20 个交易日的收盘价低于上一会计年度经审计的每股净资产时（如因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则相关的计算对比方法按照上海证券交易所的有关规定作除权除息处理，下同），为维护广大股东利益，增强投资者信心，维护公司股价稳定，公司将尽快启动稳定公司股价的预案，促使公司股价尽快恢复至每股净资产及以上水平。

2、关于稳定股价的具体措施和实施程序

当上述启动股价稳定措施的条件成就时，公司、控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外，下同）和高级管理人员将按下列顺序及时采取稳定股价措施：

（1）公司回购股份

公司为稳定股价之目的回购股份，应符合《上市公司股份回购规则》以及其他中国证监会或证券交易所颁布的回购股份相关规定的要求，且不应导致公司股权分布不符合上市条件。公司为稳定股价之目的进行股份回购，除应符合相关法律法规的要求外，还应符合下列各项条件：

公司股东大会对回购股份作出决议，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。

公司回购股份的价格将不超过上一个会计年度未经审计的每股净资产，回购股份的方式为集中竞价、要约或证券监督管理部门认可的其他方式。

公司单次用于回购股份的资金金额不低于公司上一会计年度经审计的归属于母公司所有者净利润的 10%，单一会计年度用以稳定股价的回购资金合计不超过公司上一会计年度经审计的归属于母公司所有者净利润的 50%。超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，公司将继续按照上述原则执行稳定股价预案。公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行新股所募集资金的总额。

回购公司股份的行为应符合法律、法规、规范性文件和上海证券交易所关于上市公司回购股份以及公司章程的相关规定。公司回购股份后，公司的股权分布应当符合上市条件。

公司董事会公告回购股份预案后 30 个交易日内，公司股票若连续 3 个交易日收盘价超过每股净资产时，公司董事会可以作出决议终止回购股份事宜。

（2）控股股东、实际控制人增持公司股份

当下列情形之一出现时，公司控股股东、实际控制人将在符合《上市公司收购管理办法》等法律、行政法规和规范性文件的条件和要求且不应导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，对公司股份进行增持以稳定公司股价：

- 1) 公司无法实施回购股份或股份回购方案未获得股东大会批准；
- 2) 公司实施回购股份方案后，公司股票连续 20 个交易日的收盘价仍低于

公司上一会计年度未经审计的每股净资产时。

控股股东、实际控制人将在上述任一条件满足后 5 个交易日内，书面通知公司董事会其增持公司股份的计划并由公司公告，增持计划包括拟增持的公司股份的数量范围、价格区间及完成期限等信息。控股股东、实际控制人单次实施稳定股价措施的增持资金不超过 1,000 万元且不低于 100 万元，年度增持资金不高于控股股东、实际控制人上一年度自公司取得的现金分红或 5,000 万元（孰高）。控股股东、实际控制人于公告后 3 个交易日内开始实施，实施期限不超过 30 个交易日。

公司董事会公告增持股份预案后 30 个交易日内，公司股票若连续 3 个交易日收盘价超过每股净资产时，控股股东及实际控制人可以终止增持公司股份。

（3）董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股份

当下列情形之一出现时，公司董事（独立董事除外）、高级管理人员将在符合《上市公司收购管理办法》及《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律、行政法规和规范性文件的条件和要求且不应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以稳定公司股价。

1）控股股东、实际控制人无法实施回购股份或股份回购方案未获得股东大会批准；

2）控股股东、实际控制人增持股份实施后，公司股票连续 20 个交易日的收盘价仍低于公司上一会计年度未经审计的每股净资产时。

公司董事（独立董事除外）、高级管理人员将在上述任一条件满足后 5 个交易日内，书面通知公司董事会其增持公司股份的计划并由公司公告，增持计划包括拟增持的公司股票的数量范围、价格区间及完成期限等信息。董事（独立董事除外）、高级管理人员将通过竞价交易方式增持，用于增持资金不低于该董事（独立董事除外）、高级管理人员上一年度自公司领取的税后薪酬总和的 20%，但不超过该等董事（独立董事除外）、高级管理人员上年度从公司领取的薪酬（税后）总和。董事（独立董事除外）、高级管理人员于公告后 3 个交易日内开始实施，实施期限不超过 30 个交易日。

董事（独立董事除外）、高级管理人员在公司上市后三年内不因职务变更、离职等原因而放弃履行该承诺。承诺履行稳定股价义务将作为未来聘任董事（独立董事除外）和高级管理人员的前提条件。公司将在新聘董事（独立董事除外）、高级管理人员时，根据届时稳定股价预案，要求其做出相应的书面承诺。

公司董事会公告增持股份预案后 30 个交易日内，公司股票若连续 3 个交易日收盘价超过每股净资产时，董事（独立董事除外）、高级管理人员可以终止增持公司股份。

3、关于稳定公司股价的承诺

（1）公司关于上市后三年内稳定公司股价的承诺

1）本公司首次公开发行股票并上市完成之日起 3 年内，若公司股票连续 20 个交易日的收盘价低于上一会计年度经审计的每股净资产时（如因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则相关的计算对比方法按照上海证券交易所的有关规定作除权除息处理），本公司将严格按照经本公司股东大会审议通过的《关于公司上市后三年内稳定股价预案的议案》的相关规定启动股价稳定措施，履行相关的各项义务。

2）对于未来新聘的董事、高级管理人员，本公司也将督促其履行公司发行上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺。

3）本公司将通过合法自有资金履行股份回购义务。

4）本承诺函为不可撤销承诺，自作出之日起即对本公司具有法律约束力。

（2）控股股东、实际控制人关于上市后三年内稳定公司股价的承诺

1）发行人首次公开发行股票并上市完成之日起 3 年内，若发行人股票连续 20 个交易日的收盘价低于上一会计年度经审计的每股净资产时（如因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则相关的计算对比方法按照上海证券交易所的有关规定作除权除息处理），本公司/本人将通过投赞同票的方式促使发行人严格按照股东大会审议通过的《关于公司上市后三年内稳定股价预案的议案》的相关规定启动股价稳定措施，并履行与本公司/本

人相关的各项义务。

2) 本公司/本人将通过合法自有资金履行增持义务。

3) 如本公司/本人未履行本预案及其相关承诺函所述义务的，发行人有权责令本公司/本人在限期内履行增持义务，否则，发行人有权冻结应向本公司/本人支付的现金分红，冻结期限直至其履行相应的增持义务为止。

4) 本承诺函为不可撤销承诺，自作出之日起即对本公司/本人具有法律约束力。

(3) 董事（独立董事除外）、高级管理人员关于上市后三年内稳定公司股价的承诺

1) 发行人首次公开发行股票并上市完成之日起 3 年内，若发行人股票连续 20 个交易日的收盘价低于上一会计年度经审计的每股净资产时（如因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则相关的计算对比方法按照上海证券交易所的有关规定作除权除息处理），本人通过投赞同票的方式促使发行人严格按照股东大会审议通过的《关于公司上市后三年内稳定股价预案的议案》的相关规定启动股价稳定措施，并履行与本人相关的各项义务。

2) 本人将以其在任职期间自发行人取得的税后薪酬为限，通过合法自有资金履行增持义务。

3) 如本人未履行本预案及其相关承诺函所述义务的，发行人有权责令本人在限期内履行增持义务，否则，发行人有权冻结应向本人支付的税后薪酬，冻结期限直至其履行相应的增持义务为止。

4) 本承诺函为不可撤销承诺，自作出之日起即对本人具有法律约束力。

（三）关于股份回购和股份买回的措施和承诺

1、发行人承诺

若中国证监会或人民法院等有权机关认定发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，且该等情形对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，发行人按如下方式依法回购本次发行的全部新

股：

（1）若上述情形发生于发行人本次发行的新股已完成发行但未上市交易的阶段内，则发行人将把本次发行上市的募集资金，于有权机关作出发行人存在上述事实的最终认定或生效判决后 30 个交易日内，按照发行价并加算银行同期存款利息返还已缴纳股票申购款的投资者。

（2）若上述情形发生于发行人本次发行上市的新股已完成上市交易之后，发行人将在有权机关作出发行人存在上述事实的最终认定或生效判决后 15 个交易日内召开董事会，制订针对本次发行上市的新股之股份回购方案并提交股东大会审议批准，并将按照董事会、股东大会审议通过的股份回购具体方案通过证券交易所交易系统回购本次发行的全部新股，回购价格不低于本次发行上市的公司股票发行价加算股票发行后至回购时相关期间银行同期存款利息或中国证监会认可的其他价格。如发行人本次发行上市后至回购前有利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等除权、除息行为，上述发行价相应进行除权、除息调整。

2、控股股东希诺集团承诺

若证券监督管理部门或其他有权部门认定招股说明书所载内容存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，且该等情形对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，则本公司承诺将极力促使发行人按照其作出的《关于股份回购和股份买回的措施和承诺》中回购方式及回购价格依法回购发行人首次公开发行的全部新股，并买回本公司已转让的原限售股份。

（四）关于对欺诈发行上市的股份回购和股份买回承诺

1、发行人承诺

本公司本次发行上市不存在任何欺诈发行的情形。

如本公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行并已经发行上市的，本公司将在证券监督管理部门或其他有权部门认定本公司存在上述情形后，启动股份回购程序，回购本公司首次公开发行的全部新股。

2、控股股东、实际控制人承诺

发行人本次发行上市不存在任何欺诈发行的情形。

如发行人不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，本公司/本人将在证券监督管理部门或其他有权部门认定发行人存在上述情形后，启动股份回购程序，回购发行人首次公开发行的全部新股。

（五）关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

根据《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》《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》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》等相关文件之要求，公司召开股东大会审议通过了公司本次融资填补即期回报的措施等事项。

1、填补被摊薄即期回报的具体措施

公司拟通过多种措施提升公司的盈利能力，积极应对外部环境变化，实现公司业务的可持续发展，以填补股东被摊薄即期回报，充分保护中小股东的利益，具体措施如下：

（1）保证募集资金规范、有效使用，实现项目预期效益

本次发行募集资金到账后，公司董事会将开设募集资金专项账户，并与开户银行、保荐机构签订募集资金三方监管协议，确保募集资金专款专用。同时，公司将严格遵守《资金管理制度》和《募集资金管理制度》的规定，在进行募集资金项目投资时，履行资金支出审批手续；明确各控制环节的相关责任，按投资计划申请、审批、使用募集资金，并对使用情况进行内部检查与考核。

（2）提高公司日常运营效率，降低公司运营成本

为达到募投项目的预期回报率，公司将加强内部运营控制，完善投资决策程序，设计合理的资金使用方案，努力提高资金的使用效率。公司还将持续改进管理流程，通过对设计、采购、销售等环节的质量控制，提高资产运营效率。同时，公司将建立相应机制，确保公司各项制度的严格执行，达到降低公

司运营成本的目标。

（3）保证募投项目实施效果，加快募投项目投资进度

公司已充分做好了募投项目前期的可行性分析工作，对募投项目所涉及行业进行了深入的了解和分析，结合行业趋势、市场容量、技术水平以及公司自身原材料、产能等基本情况，最终确定项目规划。本次发行募集资金到账后，公司将按计划确保募投项目建设进度，加快推进募投项目实施，争取募投项目早日投产并实现预期效益。

（4）完善利润分配政策

公司对利润分配原则、利润分配形式、现金分红条件、利润分配比例和期间间隔、利润分配方案的制定和决策机制、利润分配方案的实施以及利润分配政策的修订程序等进行了规范。公司优先采用现金分红方式进行利润分配，每年以现金方式分配的利润不低于合并口径当年实现的可供分配利润的 10%，同时，公司制定了《关于公司首次公开发行股票并上市后三年分红回报规划》。

（5）不断完善公司治理，为公司发展提供制度保障

公司将严格遵循《公司法》《证券法》和《上市公司治理准则》等法律、法规和规范性文件的要求，不断完善公司治理结构，确保股东能够充分行使权利，确保董事会能够按照法律、法规和公司章程规定履行职权，作出科学、谨慎的决策，确保独立董事能够认真履行职责，维护公司整体利益，尤其是中小股东的合法权益，为公司发展提供制度保障。

上述各项措施为公司为本次发行募集资金有效使用的保障措施及防范本次发行摊薄即期回报风险的措施，不代表公司对未来利润做出的保证。

2、关于填补被摊薄即期回报的承诺

（1）控股股东、实际控制人的相关承诺

本公司/本人将不会越权干预发行人经营管理活动，不侵占发行人利益；

自本承诺出具日至发行人本次首次公开发行股票实施完毕前，若中国证监会作出关于填补被摊薄即期回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本公司/本人承诺届时将按照中国证监会

的最新规定出具补充承诺。

如本公司/本人违反上述承诺，将遵照另行出具的《关于未能履行承诺事项时约束措施的承诺》执行相应约束措施。

（2）公司董事、高级管理人员承诺

本人承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害发行人利益；

本人承诺对职务消费行为进行约束；

本人承诺不动用发行人资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

本人承诺由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与发行人填补被摊薄即期回报措施的执行情况相挂钩；

若发行人后续推出股权激励政策，本人承诺拟公布的发行人股权激励的行权条件与发行人填补被摊薄即期回报措施的执行情况相挂钩；

自本承诺出具日至发行人本次首次公开发行股票实施完毕前，若中国证监会作出关于填补被摊薄即期回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。

如本人违反上述承诺，将遵照另行出具的《关于未能履行承诺事项时约束措施的承诺》执行相应约束措施。

（六）关于利润分配政策的承诺

1、发行人承诺

本公司首次公开发行股票并上市后，将严格执行公司为首次公开发行并上市而制作的《公司章程（草案）》《上市后三年股东分红回报规划》中规定的利润分配政策。

本公司将严格履行上述承诺，自愿接受监管机构、社会公众等的监督，若违反上述承诺将依法承担相应责任。

2、控股股东、实际控制人承诺

本公司/本人将督促发行人在首次公开发行并上市后严格执行为首次公开发行并上市而制作的《公司章程（草案）》《上市后三年股东分红回报规划》中规定的利润分配政策。

若发行人董事会对利润分配作出决议后，本公司/本人承诺就该等表决事项在股东大会中以本公司/本人实际控制的股份投赞成票。

本公司/本人将严格履行上述承诺，自愿接受监管机构、社会公众等的监督，若违反上述承诺将依法承担相应责任。

（七）关于依法承担赔偿责任的承诺

1、发行人承诺

招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，且发行人对招股说明书所载内容之真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

发行人招股说明书如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，发行人将根据中国证监会或人民法院等有权机关的最终处理决定或生效判决，依法及时足额赔偿投资者实际遭受的直接损失。

2、控股股东希诺集团承诺

招股说明书所载内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，且本公司对招股说明书所载内容之真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

若招股说明书所载内容存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失，本公司将根据证券监督管理部门或人民法院等有权机关的最终处理决定或生效判决，依法及时足额赔偿投资者实际遭受的直接损失。

3、实际控制人张碧峰、黄伟军、张元纪伽承诺

招股说明书所载内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，且本人对招股说明书所载内容之真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

若招股说明书所载内容存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失，本人将根据证券监督管理部门或人民法院等有权机关的最终处理决定或生效判决，依法及时足额赔偿投资者实际遭受的直接损失。

4、全体董事、监事、高级管理人员承诺

招股说明书所载内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，且本人对招股说明书所载内容之真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

若招股说明书所载内容存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失，本人将根据证券监督管理部门或人民法院等有权机关的最终处理决定或生效判决，依法及时足额赔偿投资者实际遭受的直接损失。

5、中介机构相关承诺

（1）保荐机构（主承销商）华泰联合证券有限责任公司承诺

若因华泰联合证券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。

（2）发行人律师江苏世纪同仁律师事务所承诺

若因本所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。

（3）发行人会计师、验资机构公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）承诺

若因本所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。

（4）资产评估机构江苏中企华中天资产评估有限公司承诺

若因本机构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。

（八）关于避免新增同业竞争的承诺

1、控股股东希诺集团承诺

（1）本公司及本公司所控股和（或）参股的、除发行人及其控股企业以外的其它企业，目前均未以任何形式从事与发行人及其控股企业的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动。

（2）在本公司单独或与他人共同控制发行人期间，本公司及本公司所控股和（或）参股的除发行人及其控股企业以外的其它企业，也不会：

①以任何形式从事与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动；

②以任何形式支持发行人及其控股企业以外的其它企业从事与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动；

③以其它方式介入任何与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成竞争或者可能构成竞争的业务或活动。

（3）除前述承诺之外，本公司进一步保证：

①将根据有关法律法规的规定确保发行人在资产、业务、人员、财务、机构方面的独立性；

②将采取合法、有效的措施，促使本公司拥有控制权的公司、企业与其他经济组织不直接或间接从事与发行人相同或相似的业务；

③将不利用发行人控股股东的地位，进行其他任何损害发行人及其他股东权益的活动。

（4）本公司保证并促使本公司所控股和（或）参股的、除发行人及其控股企业以外的其它企业遵守本承诺，并愿意承担因本公司及本公司所控股和（或）参股的、除发行人及其控股企业以外的其它企业违反上述承诺而给发行人或其控股子公司造成的全部经济损失。

（5）本公司无合法理由违反上述承诺事项或者未依法执行相应约束措施的，发行人有权扣留全部应向本公司支付的分红款，直至本公司依法遵守有关承诺或依法执行有关约束措施。”

2、实际控制人张碧峰、黄伟军与张元纪伽承诺

（1）本人及本人所控股和（或）参股的、除发行人及其控股企业以外的其它企业，目前均未以任何形式从事与发行人及其控股企业的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动。

（2）在本人单独或与他人共同控制发行人期间，本人及本人所控股和（或）参股的除发行人及其控股企业以外的其它企业，也不会：

①以任何形式从事与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动；

②以任何形式支持发行人及其控股企业以外的其它企业从事与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动；

③以其它方式介入任何与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成竞争或者可能构成竞争的业务或活动。

（3）除前述承诺之外，本人进一步保证：

①将根据有关法律法规的规定确保发行人在资产、业务、人员、财务、机构方面的独立性；

②将采取合法、有效的措施，促使本人拥有控制权的公司、企业与其他经济组织不直接或间接从事与发行人相同或相似的业务；

③将不利用发行人实际控制人的地位，进行其他任何损害发行人及其他股东权益的活动。

（4）本人保证并促使本人的直系亲属、本人控制的其他企业遵守本承诺，并愿意承担因本人及本人的直系亲属、本人控制的其他企业违反上述承诺而给发行人或其控股子公司造成的全部经济损失。

（5）本人无合法理由违反上述承诺事项或者未依法执行相应约束措施的，发行人有权扣留全部应向本人支付的分红款，直至本人依法遵守有关承诺或依法执行有关约束措施。”

（九）关于相关主体未履行承诺的约束措施

1、发行人承诺

（1）如本公司非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

1）本公司应当在股东大会及中国证监会指定的信息披露媒体上及时、充分披露承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

2）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；

3）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；

4）本公司违反相关承诺给投资者造成损失的，将依法承担赔偿责任。

（1）如本公司因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

1）在股东大会及证券监管部门指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

2）尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东大会审议，尽可能地保护发行人投资者利益。

2、控股股东、实际控制人、持股平台希诺投资及诺伽企管承诺

（1）如本公司/本企业/本人非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

1）本公司/本企业/本人将在发行人股东大会及中国证监会指定的信息披露媒体上公开说明未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

2）如果因未履行相关承诺事项而获得所得收益的，所得收益归发行人所有，并在获得收益的五个工作日内将所获收益支付到发行人指定账户；

3）给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失；

4）如果违反上述承诺，发行人有权暂时扣留本公司/本人所获分配的现金分红，直至本公司/本企业/本人实际履行上述各项承诺义务为止。同时，本公司/本企业/本人持有的发行人股份锁定期除被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转让的情形外，自动延长至其完全消除因未履行相关承诺事项所导致的所有不利影响之日。

（2）如本公司/本企业/本人因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

1）在股东大会及证券监管部门指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

2）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。

3、公司董事、监事与高级管理人员承诺

（1）如本人非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

1）本人将在发行人股东大会及中国证监会指定的信息披露媒体上公开说明未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

2）如果因未履行相关承诺事项而获得所得收益的，所得收益归发行人所有，并在获得收益的五个工作日内将前述所得收益支付到发行人账户；

3）可以职务变更但不得主动要求离职；

4）给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失；

5）如果未承担前述赔偿责任，发行人有权扣减本人所获分配的现金分红用于承担前述赔偿责任。同时，本人不得以任何方式要求发行人增加薪资或津

贴，亦不得以任何形式接受发行人增加支付的薪资或津贴，且其持有的发行人股份锁定期除被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转让的情形外，自动延长至其完全消除因未履行相关承诺事项所导致的所有不利影响之日。

（2）如本人因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

在发行人股东大会及证券监管部门指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

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。

四、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

（一）关于规范并减少关联交易的承诺

为尽量减少关联交易，公司控股股东希诺集团及实际控制人张碧峰、黄伟军、张元纪伽，以及公司董事、监事、高级管理人员已向公司出具了如下承诺：

一、本公司/本人将尽量避免本公司/本人以及本公司/本人所控制的其他企业与发行人发生关联交易事项，在进行无法避免的关联交易时，关联交易定价将按照有关法律、法规及规范性文件的规定，依据公平、公允和市场化的原则执行。

二、本公司/本人及本公司/本人的关联方将严格遵守发行人《公司章程》等规范性文件中关于关联交易事项的回避规定，所涉及的关联交易均将按照规定的决策程序进行，并将履行合法程序，及时对关联交易事项进行信息披露。

三、本公司/本人承诺不会利用关联交易转移、输送利润，不利用控股股东/实际控制人/董事/监事/高级管理人员的地位谋求不当利益，不直接或间接地借用、占用或以其他方式侵占发行人的资金、资产。

四、本公司/本人及本公司/本人所控制的其他企业若存在违反上述声明和承

诺的情形，将立即停止与发行人进行的关联交易，并采取必要措施予以纠正补救；同时，本公司/本人及本公司/本人所控制的其他企业将对违反上述承诺导致发行人的一切损失和后果承担赔偿责任。

（二）关于股东信息披露的承诺

发行人关于股东信息披露情况做出以下承诺：

- 1、本公司已在招股说明书中真实、准确、完整地披露了股东信息；
- 2、本公司历史沿革中不存在股份代持、委托持股等情形，不存在股权争议或潜在纠纷等情形，本公司直接和间接自然人股东不存在目前在中国证监会系统任职或曾在中国证监会系统任职的工作人员；
- 3、本公司股东均具备持有本公司股份的主体资格，不存在法律法规禁止持股的主体直接或间接持有本公司股份的情形；
- 4、本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有公司股份的情形；
- 5、直接或间接持有本公司股份的股东与本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在关联关系、委托持股、信托持股或其他利益安排；
- 6、公司股东不存在以本公司股权进行不当利益输送的情形；
- 7、若本公司违反上述承诺，将承担由此产生的一切法律后果。

（三）关于公司社会保险及住房公积金事项的承诺

发行人控股股东希诺集团、实际控制人张碧峰、黄伟军、张元纪伽已出具《承诺函》，承诺：若发行人及其子公司因未缴或少缴员工社会保险或住房公积金而被相关主管部门追缴或处罚的，本公司/本人将全额承担发行人及其子公司应补缴的社会保险或住房公积金以及应缴纳的有关罚款、滞纳金以及其他相关费用，且自愿放弃向发行人及其子公司追偿的权利。

（四）关于公司租赁房产、土地等问题的承诺

发行人控股股东、实际控制人已出具承诺：本公司/本人作为发行人控股股

东/实际控制人，如果发行人及其子公司在使用任何房屋、土地过程中因为存在的瑕疵而导致需要承担任何责任或经济损失，或被处以行政处罚，本公司/本人将足额补偿发行人因此发生的支出或产生的损失，保证发行人不因此遭受任何损失。

（五）关于不存在收购安排及利益输送的承诺

发行人控股股东、实际控制人作出了《关于不存在收购安排及利益输送的承诺》，具体内容如下：

1、本公司/本人确认发行人在资产、人员、经营资质、业务、技术、财务、机构等方面与上海清水及其关联方之间相互独立，为独立运行的经营主体，且未来仍继续保持发行人与上海清水及其关联方之间的独立性；

2、本公司/本人与张霞斐、张少杰、上海清水及其关联方之间不存在任何形式的有关本公司/本人控制的企业或上海清水及其关联方的股权代持关系，将来亦不会产生相关股权代持的情形；

3、在本公司/本人控制或经营发行人期间，本公司/本人承诺未来不会直接收购或通过本公司/本人控制的企业间接收购上海清水及其关联方的资产，不会直接持有或通过本公司/本人控制的企业间接持有上海清水及其关联方的股权，不会直接或通过本公司/本人控制的企业与上海清水及其关联方发生经营性交易或资金往来；

4、在本公司/本人控制或经营发行人期间，本公司/本人不会与上海清水及其关联方发生任何形式的捆绑采购或销售，不会与上海清水及其关联方发生任何形式的利益输送。

五、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况说明

公司自设立以来，已按照《公司法》《证券法》等相关法律法规和规范性文件的要求，并结合公司业务经营的具体情况，制定了《公司章程》，逐步建立、完善由股东大会、董事会、监事会和经营管理层组成的公司治理架构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和执行机构之间相互协调、相互制衡的运

行机制。公司在董事会下设立战略委员会、审计委员会、提名委员会及薪酬与考核委员会，以进一步完善公司治理架构。

为了更好地维护股东权益，公司制定了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事工作制度》《董事会秘书工作细则》《关联交易管理制度》《对外担保管理制度》《对外投资管理制度》《信息披露管理办法》《董事会审计委员会实施细则》《董事会提名委员会实施细则》《董事会薪酬与考核委员会实施细则》《董事会战略委员会实施细则》《总经理工作细则》等一系列规章制度，明确了股东、董事、监事及高级管理人员的职权范围和工作程序，为公司法人治理的规范化运行提供了有效的制度保证。

（一）股东大会的运行情况

2020年8月28日，公司召开创立大会暨首次股东大会，根据《公司法》及有关规定，制定了《公司章程》及《股东大会议事规则》。其中，《公司章程》中对股东大会的职权、召集、提案与通知、召开等事项做出了明确规定，《股东大会议事规则》针对股东大会的召开程序制定了详细规则。

1、股东大会的职权

股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：

- （一）决定公司的经营方针和投资计划；
- （二）选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；
- （三）审议批准董事会的报告；
- （四）审议批准监事会的报告；
- （五）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；
- （六）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- （七）对公司增加或者减少注册资本作出决议；
- （八）对发行公司债券作出决议；
- （九）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；

- （十）修改《公司章程》；
- （十一）对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；
- （十二）审议批准《公司章程》第三十五条规定的担保事项；
- （十三）审议批准《公司章程》第三十六条规定的交易事项及超出董事会权限的关联交易事项；
- （十四）审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产 30%的事项；
- （十五）审议批准变更募集资金用途事项；
- （十六）审议股权激励计划和员工持股计划；
- （十七）审议法律、行政法规、部门规章或公司章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

2、股东大会的议事规则

（1）股东大会的召集

股东大会分为年度股东大会和临时股东大会。年度股东大会每年召开 1 次，应当于上一会计年度结束后的 6 个月内举行。

有下列情形之一的，公司在事实发生之日起 2 个月以内召开临时股东大会：

- （一）董事人数不足《公司法》规定的法定最低人数，或者少于《公司章程》所定人数的三分之二时；
- （二）公司未弥补的亏损达实收股本总额的三分之一时；
- （三）单独或者合并持有公司百分之十以上股份的股东书面请求时；
- （四）董事会认为必要时；
- （五）监事会提议召开时；
- （六）法律、行政法规、部门规章或公司章程规定的其他情形。

（2）股东大会的提案

提案的内容应当属于股东大会职权范围，有明确议题和具体决议事项，并且符合法律、行政法规和《公司章程》的有关规定

公司召开股东大会，董事会、监事会以及单独或者合计持有公司 3%以上股份的股东，有权向公司提出提案。提案人可以在股东大会召开 10 日前提出临时提案并书面提交召集人；召集人应当在收到提案后 2 日内发出股东大会补充通知，通知临时提案的内容。

除《公司章程》规定的情形外，召集人在发出股东大会通知后，不得修改股东大会通知中已列明的提案或增加新的提案。股东大会通知中未列明或不符合《公司章程》第四十七条规定的提案，股东大会不得进行表决并作出决议。

（3）股东大会的通知

召集人将在年度股东大会召开 20 日前通知各股东，临时股东大会将于会议召开 15 日前通知各股东。会议召开当日不计算在内。

股东大会召开的会议通知发出后，无正当理由，股东大会不得延期或取消，股东大会通知中列明的提案不得取消。一旦出现延期或取消的情形，召集人应当在原定召开日前至少 2 个工作日通知公司股东并说明原因。

（4）股东大会的表决

股东大会决议分为普通决议和特别决议。股东大会作出普通决议，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 1/2 以上通过。股东大会作出特别决议，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。

股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。

3、股东大会的运行情况

自股份公司设立以来，公司股东大会及相关人员按照《公司法》及其他法律法规、《公司章程》《股东大会议事规则》的规定执行股东大会制度，依法

履行职责。截至本招股说明书签署日，公司共计召开了 8 次股东大会，对董事与高级管理人员的任免、公司治理方面各项制度的制定、注册资本的增加、首次公开发行股票并上市和募集资金投向等重大事项进行了审议。历次股东大会召开情况如下：

序号	会议届次	召开时间
1	创立大会暨首次股东大会	2020 年 08 月 28 日
2	2020 年第二次临时股东大会	2020 年 10 月 16 日
3	2020 年年度股东大会	2021 年 05 月 28 日
4	2021 年第一次临时股东大会	2021 年 12 月 05 日
5	2021 年第二次临时股东大会	2021 年 12 月 27 日
6	2022 年第一次临时股东大会	2022 年 05 月 21 日
7	2021 年年度股东大会	2022 年 06 月 08 日
8	2023 年第一次临时股东大会	2023 年 02 月 20 日

（二）董事会的运行情况

1、董事会的构成

公司设董事会，对股东大会负责。公司董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 3 名，设董事长 1 人，设副董事长 1 人。董事长、副董事长由公司董事担任，并由董事会以全体董事的过半数选举产生。董事由股东大会选举或更换，并可在任期届满前由股东大会解除其职务，董事任期 3 年。董事任期届满，可连选连任。

2、董事会的职权

董事会行使下列职权：

- （一）召集股东大会，并向股东大会报告工作；
- （二）执行股东大会的决议；
- （三）决定公司的经营计划和投资方案；
- （四）制订公司的年度财务预算方案、决算方案；
- （五）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- （六）制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方

案；

（七）拟订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；

（八）根据《公司章程》规定或股东大会授权决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易、对外捐赠等交易事项；

（九）决定公司内部管理机构的设置；

（十）决定聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书及其他高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务负责人等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；

（十一）制订公司的基本管理制度；

（十二）制订《公司章程》的修改方案；

（十三）向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；

（十四）听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；

（十五）法律、行政法规、部门规章或公司章程授予的其他职权。

3、董事会运行情况

自股份公司设立以来，公司董事会按照《公司法》及其他相关法律法规、《公司章程》《董事会议事规则》的规定执行董事会制度，依法履行相关职责。截至本招股说明书签署日，公司共召开 9 次董事会会议，历次会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规和《公司章程》的规定。历次董事会召开情况如下：

序号	会议届次	召开时间
1	第一届董事会第一次会议	2020 年 08 月 28 日
2	第一届董事会第二次会议	2020 年 09 月 30 日
3	第一届董事会第三次会议	2021 年 04 月 28 日
4	第一届董事会第四次会议	2021 年 11 月 18 日
5	第一届董事会第五次会议	2021 年 12 月 24 日

序号	会议届次	召开时间
6	第一届董事会第六次会议	2022 年 05 月 06 日
7	第一届董事会第七次会议	2022 年 05 月 18 日
8	第一届董事会第八次会议	2022 年 09 月 05 日
9	第一届董事会第九次会议	2023 年 02 月 18 日

（三）监事会的运行情况

1、监事会的构成

公司设监事会。监事会由 3 名监事组成，其中职工代表监事 1 名，监事会设监事会主席 1 人。监事会主席由全体监事过半数选举产生，职工代表监事由公司职工通过职工代表大会、职工大会或者其他形式民主选举产生，非职工代表监事由股东大会选举产生。

2、监事会的职权

监事会行使下列职权：

（一）应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；

（二）检查公司财务；

（三）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、《公司章程》或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；

（四）当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；

（五）提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；

（六）向股东大会提出提案；

（七）依照《公司法》第一百五十一条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；

（八）发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担；

（九）法律、行政法规、部门规章及公司章程规定的或股东大会授予的其他职权。

3、监事会运行情况

自股份公司设立以来，公司监事会按照《公司法》及其他相关法律法规、《公司章程》《监事会议事规则》的规定执行监事会制度，依法履行相关职责。截至本招股说明书签署日，公司共召开 6 次监事会会议，历次会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规和《公司章程》的规定。历次监事会召开情况如下：

序号	会议届次	召开时间
1	第一届监事会第一次会议	2020 年 08 月 28 日
2	第一届监事会第二次会议	2020 年 09 月 30 日
3	第一届监事会第三次会议	2021 年 04 月 28 日
4	第一届监事会第四次会议	2022 年 05 月 06 日
5	第一届监事会第五次会议	2022 年 05 月 18 日
6	第一届监事会第六次会议	2022 年 09 月 10 日

（四）独立董事

1、独立董事制度的建立

2020 年 8 月 28 日，公司创立大会暨首次股东大会审议通过了《独立董事工作制度》，对独立董事的任职条件、选聘程序、职责、需发表独立意见的事项等作了详细的规定。公司董事会成员中应当有三分之一以上独立董事，公司设独立董事 3 名，其中至少有 1 名会计专业人士。独立董事由公司董事会、监事会、单独或者合并持有公司已发行股份 1%以上的股东提名，经股东大会选举产生。独立董事每届任期与公司其他董事任期相同，任期届满，连选可以连任，但是连任时间不得超过六年。

2、独立董事的职权

除《公司章程》规定的董事权利、义务外，独立董事还具有以下特别职权：

（一）重大关联交易（拟与关联自然人发生的交易金额在人民币 30 万元以

上的关联交易或拟与关联法人达成的关联交易总额在人民币 300 万元以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据；

（二）聘用或解聘会计师事务所的提议权；

（三）召开临时股东大会的提议权；

（四）召开董事会会议的提议权；

（五）在股东大会召开前公开向股东征集投票权；

（六）必要时，独立聘请中介机构发表专业意见的权利，相关费用由公司承担；

（七）法律、行政法规、部门规章、规范性文件、自律规则、公司章程以及本章其他条文赋予的其他职权。

独立董事行使上述第（一）至（七）项职权应取得全体独立董事的半数以上同意，依照相关规定由独立董事单独行使的职权除外。

3、独立董事制度的运行情况

公司独立董事自任职以来，依据《公司章程》《独立董事工作制度》的要求，积极参与公司的日常经营和重大决策，勤勉尽职地履行了独立董事的职责，独立、客观地对需要发表意见的事项进行了审议，对公司法人治理结构的完善和规范运作起到了积极的推进作用。

截至本招股说明书签署日，独立董事未曾对董事会的历次决议或有关决策事项提出异议。

（五）董事会秘书

1、董事会秘书制度的建立

2020 年 8 月 28 日，公司第一届董事会第一次会议审议通过了《董事会秘书工作细则》，公司设董事会秘书 1 名，董事会秘书负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及公司股东资料管理，办理信息披露事务等事宜。

董事会秘书是公司董事会聘任的高级管理人员，对公司和董事会负责。

2、董事会秘书制度的运行情况

公司董事会秘书制度自建立以来，董事会秘书根据《公司法》《证券法》及其他相关法律法规、《公司章程》《董事会秘书工作细则》的要求，勤勉尽责地履行相关职责，保障了董事会各项工作的顺利开展，发挥了董事会秘书的应有作用。

六、审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明

2020年8月28日，公司第一届董事会第一次会议审议通过了《关于设立希诺股份有限公司董事会各专门委员会的议案》，决定设立审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会及战略委员会四个专门委员会，并审议通过了《审计委员会实施细则》《提名委员会实施细则》《薪酬与考核委员会实施细则》和《战略委员会实施细则》。各专门委员会对董事会负责，为董事会的决策提供咨询意见。

（一）审计委员会构成情况

审计委员会主要负责拟定对公司进行检查或审计的具体方案，并对公司内部控制、财务信息和内部审计等进行监督、检查和评价，督促公司年度财务报告审计工作。截至本招股说明书签署日，赵国庆、吴愈君、刘昕为审计委员会委员，赵国庆为审计委员会主任委员。

（二）提名委员会构成情况

提名委员会主要负责研究、建议公司董事和高级管理人员的选择标准和程序，搜寻并对人选进行初步审查后向董事会提出建议。截至本招股说明书签署日，孙卓、刘昕、黄伟军为提名委员会委员，孙卓为提名委员会主任委员。

（三）薪酬与考核委员会构成情况

薪酬与考核委员会主要负责研究、建议公司董事和高级管理人员的选择标准和程序，搜寻并对人选进行初步审查后向董事会提出建议。截至本招股说明书签署日，刘昕、陈金国、赵国庆为薪酬与考核委员会委员，刘昕为薪酬与考核委员会主任委员。

（四）战略委员会构成情况

战略委员会主要负责对公司的经营目标、中长期发展战略、重大投资决策以及经营管理中的重大问题进行研究并提出建议。在董事会授权下监督、检查年度经营计划、投资方案的执行情况。截至本招股说明书签署日，张碧峰、陈金国、孙卓为战略委员会委员，张碧峰为战略委员会主任委员。

七、募集资金具体运用情况

（一）生产基地建设及技术改造项目

1、项目建设内容

本项目投资总额为 51,800.00 万元，由两个子项目组成，其中“那美二期项目”投资总额为 28,800.00 万元，“希诺股份有限公司年产 360 万只玻璃杯项目（希诺股份有限公司智能化生产车间（一））”和“希诺股份有限公司年产 240 万只真空杯项目（希诺股份有限公司智能化生产车间（二））”（以下统称“智能化生产车间技术改造项目”）投资总额为 23,000.00 万元。

（1）那美二期项目

本项目的实施主体为公司全资子公司江苏那美，拟在江苏省盐城市建湖县建设生产基地。本项目拟新增玻璃杯生产线及不锈钢真空保温杯生产线，建设期为 36 个月。本项目建成后，公司将新增单层玻璃杯产能 100 万只、双层玻璃杯产能 350 万只、不锈钢真空保温杯产能 150 万只。

（2）智能化生产车间技术改造项目

本项目的实施主体为希诺股份，拟在江苏省南通市海门区对原有车间进行技术改造。本项目计划新建厂房，对原“360 万只玻璃杯生产线”进行搬迁、改造，打造智能化生产车间；同时通过购置自动化生产设备对原“240 万只真空杯生产线”进行自动化、智能化改造，建设期为 24 个月。本项目实施后，不会新增公司的产能，但是车间的自动化、智能化水平将得到有效提升，有利于公司生产效率的提高。

2、必要性

（1）有利于缓解公司产能瓶颈，扩大生产规模

公司作为国内较早从事自主品牌杯壶研发、设计、生产和销售的企业，凭借多年的行业经验，在生产技术、质量管理、产品口碑、品牌知名度等方面建立了显著的竞争优势，公司业务规模保持平稳且呈现增长趋势。然而，受制于有限的生产设备，公司现有产线已接近满负荷运作，产能不足的矛盾日益凸显。

通过本项目的实施，公司将购置一批运行稳定、性能可靠的生产设备，对产能进行有效扩充，缓解产能瓶颈，以更好地抓住杯壶产品需求增长带来的发展机遇，巩固公司的竞争优势。

（2）有利于提高公司自动化水平，提升盈利能力

我国传统制造业正处于以技术创新为驱动的转型升级阶段，自动化设备的应用已成为制造企业实现降本增效的重要途径，采用自动化设备、优化工艺流程以提高产品稳定性及合格率将成为行业技术发展的主要趋势。

通过本项目的实施，公司将投入自动加料机、自动厚底机、自动抛光机等自动化生产设备，对玻璃杯、不锈钢真空保温杯产线进行升级改造，提高产线自动化、智能化水平。公司将通过动态调节自动化设备的参数实现生产工艺方案的灵活切换，提升柔性制造水平，降低产线对生产人员的依赖程度，并通过自动化水平的提高减少因人工操作不当导致的原辅料及能源损耗，实现对生产成本的良好控制，提升公司的盈利能力。

（3）有利于加强公司信息化建设，提高生产效率

公司深耕行业杯壶多年，产品得到消费者的广泛认可，生产规模和业务规模不断扩大。为保证生产效率、加强品质管控，公司有必要对现有的生产管理体系进行升级，运用信息化手段对采购、生产、品控、仓储、物流等环节进行集中管理，保障生产工作有序进行，持续提高产品质量稳定性。

通过本项目的实施，公司将引入 MES 系统，推进生产管理体系中各个环节的信息化升级，实现对订单、物料、设备和人员的全流程覆盖。本项目的建设

将有助于公司及时掌握生产信息，准确、高效地调度生产资源，通过建立现代化的生产管理体系，全面提升信息化和智能化水平，提高生产和管理效率。

3、项目投资概算

（1）那美二期项目

本项目投资总额为 28,800.00 万元，具体情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	第一年	第二年	第三年	合计	占投资总额比例
一	建设投资	8,376.51	10,045.07	9,570.75	27,992.33	97.20%
1	场地投入	7,977.63	7,111.73	-	15,089.36	52.39%
2	设备购置费	-	2,455.00	9,115.00	11,570.00	40.17%
3	基本预备费	398.88	478.34	455.75	1,332.97	4.63%
二	铺底流动资金	242.30	242.30	323.07	807.67	2.80%
合计		8,618.81	10,287.37	9,893.82	28,800.00	100.00%

其中，场地投入为土地购置费用和工程建设费用，具体明细如下：

序号	投资内容	面积（平方米）	投资总额（万元）
1	土地购置费用	42,239.00	865.90
2	工程建设费用	116,565.00	14,223.46
2.1	厂房	73,526.00	13,234.68
2.2	地下消防水池及泵房	800.00	144.00
2.3	外围道路、绿化消防、自来水管网等配套设施	42,239.00	844.78
合计		-	15,089.36

公司根据土地大小及项目需求设计工程图纸，对厂房建筑进行规划，并计算建筑面积；同时，公司根据市场建造价格确定建筑单价、装修单价，从而得出工程总造价。

设备投入明细如下：

序号	投资内容	数量（台套）	投资总额（万元）
1	生产设备	456	11,120.00
1.1	玻璃杯车间	136	5,080.00
1.2	不锈钢真空保温杯车间	130	2,580.00
1.3	注塑车间	182	2,140.00

1.4	喷涂车间	8	1,320.00
2	软件设备-MES 系统	1	450.00
合计		457	11,570.00

本项目主要购置生产所需的机器设备及 MES 系统，公司根据项目规划的产能评估所需设备数量，并结合相关设备的市场价格，通过与设备供应商进行初步沟通后确定设备投入金额。

本项目的预备费用系按照场地投入和设备购置费之和的 5% 计算。

根据公司历史周转率情况进行测算，本项目累计需要增加流动资金 16,025.82 万元，其中，铺底流动资金为 807.67 万元。

（2）智能化生产车间技术改造项目

本项目投资总额为 23,000.00 万元，具体情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	第一年	第二年	合计	占投资总额比例
一	建设投资	8,395.66	13,759.89	22,155.55	96.33%
1	场地投入	7,975.32	3,987.66	11,962.98	52.01%
2	设备购置费	-	9,117.00	9,117.00	39.64%
3	实施费用	21.57	-	21.57	0.09%
4	基本预备费	398.77	655.23	1,054.00	4.58%
二	铺底流动资金	422.23	422.23	844.45	3.67%
合计		8,817.88	14,182.12	23,000.00	100.00%

其中，场地投入为厂房建设费用和装修费用，具体明细如下：

序号	投资内容	建筑面积（平方米）	投资总额（万元）
1	建设费用	64,792.00	10,291.72
1.1	厂房综合楼（一）	27,100.00	4,304.63
1.2	厂房综合楼（二）	37,692.00	5,987.09
2	装修费用	83,563.00	1,671.26
2.1	厂房综合楼（一）	27,100.00	542.00
2.2	外围道路、绿化消防、自来水管网等配套设施	11,581.00	231.62
2.3	厂房综合楼（二）	37,692.00	753.84
2.4	外围道路、绿化消防、自来水管网等配套设施	7,190.00	143.80

序号	投资内容	建筑面积（平方米）	投资总额（万元）
	合计	-	11,962.98

公司根据土地大小及项目需求设计工程图纸，对厂房建筑进行规划，并计算建筑面积；同时，公司根据市场建造价格确定建筑单价、装修单价，从而得出工程总造价。

设备投入明细如下：

序号	投资内容	数量（台套）	投资总额（万元）
1	生产设备	319	8,717.00
1.1	玻璃杯车间	134	4,777.00
1.2	注塑车间	185	3,940.00
2	软件设备-MES 系统	1	400.00
	合计	320	9,117.00

本项目主要购置玻璃车间、注塑车间所需设备及 MES 系统，公司根据项目规划的产能及现有设备情况评估所需设备数量，并结合相关设备的市场价格，通过与设备供应商进行初步沟通后确定设备投入金额。

本项目的基本预备费用系按照场地投入和设备购置费之和的 5% 计算。

根据公司历史周转率情况进行测算，本项目累计需要增加流动资金 17,892.02 万元，其中，铺底流动资金为 844.45 万元。

4、主要原材料、辅助材料及燃料的供应情况

本项目主要生产玻璃杯、不锈钢真空保温杯，所需原材料主要包括玻璃管材、不锈钢材料等，公司深耕杯壶行业多年，已有稳定合作的优质供应商，可以保障项目的原材料需求。本项目运营过程中消耗的能源主要为工业水电、天然气、液化气、液氧等，其中，水、电由市政部门供应，天然气、液化气、液氧系从生产经营场所周边采购，供应均有保障，可以满足项目需求。

5、项目环保情况

（1）环评批复

“那美二期项目”于 2022 年 6 月 8 日取得了盐城市生态环境局出具的环评批复（盐环表复[2022]925022 号）。

“智能化生产车间技术改造项目”中的“希诺股份有限公司年产 360 万只玻璃杯项目（希诺股份有限公司智能化生产车间（一））”于 2022 年 6 月 13 日取得了南通市海门区行政审批局出具的环评批复（海审批表复[2022]41 号）；“智能化生产车间技术改造项目”中的“希诺股份有限公司年产 240 万只真空杯项目（希诺股份有限公司智能化生产车间（二））”于 2022 年 5 月 31 日完成环评登记手续（备案号：202232068400000084）。

（2）募投项目所采取的环保措施

项目实施后，在运营过程中产生的污染物主要包括废水、废气、噪声和固体废弃物，相关污染物在采取环保治理措施后，符合相关环境质量标准。主要污染物及治理措施如下：

序号	污染物	排放源	环保措施
1	废水	生产污水、生活污水	施工、生产过程中产生的废水经专用处理池处理并达标后，进入市政污水管网排放；粪便污水经化粪池处理后与其他生活污水一起排入工业区下水道，化粪池污泥定期清掏。
2	废气	生产过程中产生的废气	安装集气罩、排气管道、活性炭吸附装置、水帘系统等，确保生产过程中产生的废气能够被吸收、净化。
3	噪声	设备运行过程中造成的噪声	选用低噪声设备和封闭式生产方式，将生产设备布置在厂房中部，两侧车间墙壁和门窗隔声，并设置封闭性能较好的隔声墙和隔声门。
4	固体废弃物	边角料、生产过程中产生的废弃物、生活垃圾等	废活性炭委托有资质单位处置；废玻璃、废塑料、废金属屑等废料收集后外售；生活垃圾由当地环卫部门统一清运处置。

本项目的环保投资金额为 117.60 万元人民币，资金来源为本次发行募集资金。募集资金到位前，公司将根据项目进度的实际情况，通过自筹资金先行投入，募集资金到位后再予以置换。

6、项目实施计划和进度

（1）那美二期项目

本项目计划分 6 个阶段实施完成，包括：可行性研究、初步规划与设计、房屋建筑及装修、设备采购及安装、人员招聘及培训、试运营，项目预计建设期为 36 个月。项目建设进度安排如下：

阶段/时间	T+36

（月）	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	36
可行性研究																	
初步规划与设计																	
房屋建筑及装修																	
设备采购及安装																	
人员招聘及培训																	
试运营																	

（2）智能化生产车间技术改造项目

本项目计划分 6 个阶段实施完成，包括：可行性研究、初步规划与设计、厂房建设装修及厂房拆除、厂区搬迁、设备购置及安装、试运营，项目预计建设期为 24 个月。项目建设进度安排如下：

阶段/时间（月）	T+24											
	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
可行性研究												
初步规划与设计												
厂房建设装修及厂房拆除												
厂区搬迁												
设备购置及安装												
试运营												

7、项目经济效益

（1）项目经济效益指标

“那美二期项目”建设期 3 年，达产期 5 年，项目达产后年销售收入 42,901.50 万元，净利润 11,184.24 万元，税后静态投资回收期（含建设期）6.40 年，税后内部收益率 25.38%。

“智能化生产车间技术改造项目”建设期 2 年，达产期 4 年，项目达产后年销售收入 42,706.80 万元，净利润 8,751.99 万元，税后静态投资回收期（含建设期）5.62 年，税后内部收益率 26.60%。

（2）效益指标的确定依据及计算过程

达产年当年的具体经济效益指标如下：

序号	内容	达产年当年（T+60）的财务数据
一、那美二期项目		
1	营业收入（万元）	42,901.50
2	营业成本（万元）	18,353.48
3	毛利率	57.22%
4	期间费用（万元）	9,222.91
5	利润总额（万元）	14,912.32
6	净利润（万元）	11,184.24
二、智能化生产车间技术改造项目		
1	营业收入（万元）	42,706.80
2	营业成本（万元）	22,580.70
3	毛利率	47.13%
4	期间费用（万元）	9,425.49
5	利润总额（万元）	10,296.46
6	净利润（万元）	8,751.99

①营业收入

产品类型	产量（万只）	销售单价（元）	收入金额（万元）
一、那美二期项目			
单层玻璃杯	100.00	35.99	3,599.00
双层玻璃杯	350.00	76.55	26,792.50
不锈钢保温杯	150.00	83.40	12,510.00
合计	600.00	-	42,901.50
二、智能化生产车间技术改造项目			
单层玻璃杯	120.00	35.99	4,318.80
双层玻璃杯	240.00	76.55	18,372.00
不锈钢保温杯	240.00	83.40	20,016.00
合计	600.00	-	42,706.80

营业收入系根据项目达产年当年产量及销售单价进行测算，具体情况如下：

A.销售单价

本项目以历史年度销售单价为基础，假设单层玻璃杯销售单价为 35.99 元，双层玻璃杯销售单价为 76.55 元，不锈钢保温杯销售单价为 83.40 元，且项

目投产后，运营期内销售单价不变。具体情况如下：

单位：元

产品类型	测算假设单价	2021 年	2020 年	2019 年
单层玻璃杯	35.99	35.68	37.72	35.64
双层玻璃杯	76.55	79.41	79.71	75.69
不锈钢保温杯	83.40	83.74	85.37	78.98

B.达产年产量

达产年当年，“那美二期项目”预计生产单层玻璃杯 100 万只，双层玻璃杯 350 万只，不锈钢保温杯 150 万只；“智能化生产车间技术改造项目”预计生产单层玻璃杯 120 万只，双层玻璃杯 240 万只，不锈钢保温杯 240 万只。报告期内，公司产销率情况良好，故公司根据达产年当年产量测算营业收入。

②营业成本

营业成本主要包括直接材料、直接人工和制造费用。直接材料成本系基于达产年当年产量和历史年度直接材料成本进行测算；直接人工成本系以项目达产后需要投入的生产人员数量为基础，基于历史年度人均薪酬水平，并假设人均薪酬年增长率为 5%进行测算；制造费用主要包含燃料动力费、折旧摊销费、其他制造费用，其中，燃料动力费系根据达产年当年产量和历史年度平均单位耗用量、平均单价进行测算，折旧摊销系根据本项目固定资产金额进行测算，其他制造费用主要包含生产车间质检人员、管理人员等的工资薪酬和其他费用，生产车间行政管理人员工资薪酬系根据项目达产后需要投入的人员数量和人均薪酬水平进行测算，其他费用系采用销售百分比法进行测算。具体情况如下：

序号	项目	金额（万元）	占营业成本的比例
一、那美二期项目			
1	直接材料	10,009.50	54.54%
2	直接人工	2,866.16	15.62%
3	制造费用	5,477.82	29.85%
3.1	燃料动力费	1,240.61	6.76%
3.2	折旧摊销费	1,611.84	8.78%
3.3	其他制造费用	2,625.36	14.30%

序号	项目	金额（万元）	占营业成本的比例
合计		18,353.48	100.00%
二、智能化生产车间技术改造项目			
1	直接材料	9,969.60	44.15%
2	直接人工	3,915.09	17.34%
3	制造费用	8,696.01	38.51%
3.1	燃料动力费	1,787.47	7.92%
3.2	折旧摊销费	1,996.75	8.84%
3.3	其他制造费用	4,911.79	21.75%
合计		22,580.70	100.00%

其中，直接材料成本的具体测算情况如下：

产品类型	报告期内单位材料成本（元）	假设单位材料成本（元）	达产年当年产量（万只）	金额（万元）
一、那美二期项目				
单层玻璃杯	6.68-7.66	7.30	100.00	730.00
双层玻璃杯	13.44-16.22	19.24	350.00	6,734.00
不锈钢保温杯	15.26-16.71	16.97	150.00	2,545.50
直接材料成本合计	-	-	600.00	10,009.50
二、智能化生产车间技术改造项目				
单层玻璃杯	6.68-7.66	7.96	120.00	955.20
双层玻璃杯	13.44-16.22	18.27	240.00	4,384.80
不锈钢保温杯	15.26-16.71	19.29	240.00	4,629.60
直接材料成本合计	-	-	600.00	9,969.60

注：那美二期项目与智能化生产车间技术改造项目由于实施主体不同，设备自动化程度、生产的具体产品有所差异，故测算时假设的单位材料成本略有差异

本项目单位材料成本系基于历史年度单位直接材料成本，并考虑到设备自动化程度差异、原材料价格变动趋势等因素进行假设，本项目假设的单位直接材料成本与报告期内各产品单位直接材料成本不存在显著差异。

③期间费用

销售费用主要包括广告宣传费、职工薪酬等；管理费用主要包括职工薪酬、折旧摊销费、办公差旅费等；研发费用主要包括职工薪酬、研发领用材料以及研发设备的折旧摊销等，上述费用系根据历史年度费用率采用销售百分比法进行测算。

（3）项目效益分析与现有市场容量、发行人产品需求度、发行人现有技术水平的匹配情况、是否符合谨慎性原则

①与现有市场容量匹配情况

“生产基地建设及技术改造”项目主要系新增玻璃杯、保温杯生产产能，并对现有车间进行自动化升级改造。根据艾瑞咨询的统计数据，2021 年，我国杯壶市场总规模（以出厂价计算）达 326.03 亿元，预计 2026 年将达到 564.66 亿元，消费者对杯壶产品的需求量稳定增加，杯壶行业市场规模持续扩大。发行人市场占有率较低，假设募投项目达产后，发行人市场占有率仍低于 5%，因此，募投项目效益测算与市场容量相匹配，具有合理性。

②与发行人产品需求度匹配情况

2019 年-2021 年，公司杯壶产品收入分别为 57,038.30 万元、54,117.86 万元及 67,516.63 万元，呈现增长趋势。2020 年，受疫情影响，杯壶产品收入略有下降，且近年来，公司产能利用率、产销率均处于较高水平，待募投项目达产时，发行人有能力充分消化产能，因此，募投项目效益测算与发行人产品需求度相匹配，具有合理性。

③与发行人现有技术水平匹配情况

公司自设立以来，专注于杯壶产品的研发、设计、生产和销售，在产品开发和工艺流程方面积累了丰富的经验，参与了《双层玻璃口杯》《不锈钢真空保温容器》等多项行业标准的起草，形成了多项核心技术。截至 2022 年 6 月 30 日，公司及子公司共计拥有 303 项专利，其中发明专利 22 项，实用新型专利 70 项，外观设计专利 211 项，因此，募投项目效益测算与发行人现有技术水平相匹配，具有合理性。

④是否符合谨慎性原则

募投项目效益测算主要指标与 2019 年-2021 年情况对比如下：

单位：元

序号	项目	那美二期项目	智能化生产车间 技术改造项目	2019 年-2021 年情况
1	单价			
1.1	单层玻璃杯	35.99	35.99	35.64-37.72

1.2	双层玻璃杯	76.55	76.55	75.69-79.71
1.3	不锈钢保温杯	83.40	83.40	78.98-85.37
2	毛利率	57.22%	47.13%	55.41%-58.72%
3	期间费用率	21.50%	22.07%	20.87%-21.96%

如上表所示，除“智能化生产车间技术改造项目”毛利率略低于 2019 年-2021 年发行人毛利率最低水平，期间费用率略高于 2019 年-2021 年发行人期间费用率最高水平外，前述指标差异均系其他主要指标均处于 2019 年-2021 年相关指标所处区间，不存在募投项目效益测算主要指标明显优于报告期内财务指标的情况。综上，公司募投项目测算符合谨慎性原则。

（二）希诺销售有限公司品牌建设与推广项目

1、项目建设内容

本项目的实施主体为希诺销售，项目投资总额为 10,300.00 万元，拟通过开设品牌形象展示直营门店和在户外与媒体投放广告等形式，加大品牌推广力度，完善营销渠道建设。项目建设具体内容如下：

（1）开设品牌形象展示直营门店：在华东、华中、西南、华南和华北等区域租赁场地开设品牌形象展示直营门店，购买配套的门店设备，招聘业务人员，完善营销渠道。

（2）品牌建设：与品牌策划公司进行合作，在户外场所、媒体平台投放广告，制定有效的品牌战略与营销推广方案。

2、必要性

（1）有利于提高品牌影响力和认知度

品牌形象对消费品至关重要，是其在激烈的市场竞争中保持竞争优势的重要一环，良好的品牌形象有利于增强消费者对品牌的认可度，提升公司的市场份额。公司自设立以来，专注于自主品牌的打造，高度重视品牌建设，“希诺/HEENOOR”品牌已发展成为中国高端杯壶的知名品牌，良好的品牌优势和市场认可度对公司业务发展提供了有力支撑。

本项目将通过增加在人流密集的高铁站台、户外楼宇、大型商圈等区域与主流媒体平台的广告投放、冠名高铁列车等方式，进一步提高公司的品牌影响

力和知名度，增加消费者对品牌的粘性，巩固公司的品牌优势。

（2）有利于完善销售渠道，保障经营的稳定性

公司深耕杯壶行业多年，形成了以经销模式为主，线下、线上多种模式相结合的立体化销售体系。公司虽已形成较为完善的经销网络，并制定了有效的经销商管理制度，但对经销商依赖程度较高，渠道抗风险能力较弱。

通过本项目的实施，公司将积极拓展线下零售业务，在华东、华中、西南、华南和华北等区域开设品牌形象展示直营门店，形成“以点带面”的零售布局，使消费者能够便捷地体验、购买公司产品，并根据市场反馈逐步扩大线下零售业务的覆盖范围，降低对经销商的依赖程度，增强抵御市场风险的能力，保障公司经营的稳定性。

3、项目投资概算

本项目投资总额为 10,300.00 万元，具体情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	第一年	第二年	第三年	合计	占投资总额比例
一	直营门店建设	268.00	463.00	529.00	1,260.00	12.23%
1.1	场地投入	130.00	205.00	220.00	555.00	5.39%
1.2	设备购置费	18.00	18.00	9.00	45.00	0.44%
1.3	人员投入	120.00	240.00	300.00	660.00	6.41%
二	品牌建设	3,010.00	3,000.00	3,000.00	9,010.00	87.48%
三	基本预备费	7.40	11.15	11.45	30.00	0.29%
合计		3,285.40	3,474.15	3,540.45	10,300.00	100.00%

（1）直营门店建设

公司品牌形象展示直营门店建设拟投入 1,260.00 万元，用于租赁、装修场地、购买收银系统、展示柜等设备，招聘直营门店所需业务人员。其中，场地投入明细如下：

单位：万元

序号	项目名称	拟开设门店数量	建筑面积 (平方米)	投资总额
1	场地租赁	10	800	415.00
1.1	华东区域	5	400	215.00

序号	项目名称	拟开设门店数量	建筑面积 (平方米)	投资总额
1.2	华北区域	2	160	80.00
1.3	华中区域	1	80	40.00
1.4	西南区域	1	80	60.00
1.5	华南区域	1	80	20.00
2	装修工程	10	800	140.00
2.1	华东区域	5	400	65.00
2.2	华北区域	2	160	30.00
2.3	华中区域	1	80	15.00
2.4	西南区域	1	80	15.00
2.5	华南区域	1	80	15.00
合计		-	-	555.00

公司结合近年来各地区的销量水平、市场需求预测、终端消费者的消费习惯和消费水平、公司的业务布局及各地的经销商数量和实力等因素制定未来三年新建品牌形象展示直营门店规划，并确定门店装修投入水平及平均面积范围。

（2）品牌建设

公司品牌建设拟投入 9,010.00 万元，用于冠名指定高铁动车组列车和高铁站台、机场、机场、大型商圈等人流密集区域的广告投放，以提高品牌知名度和市场影响力，具体情况如下：

序号	项目	投资内容	投资总额（万元）
1	高铁列车冠名	高铁外车身、播音、头巾、海报、行李架、小桌板、玻璃贴等冠名投放	1,510.00
2	户外广告	高铁站台/机场/楼宇/商圈等地广告投放	7,500.00
合计			9,010.00

公司根据历年广告宣传费用，合理谨慎确定本项目的投入。

本项目的基本预备费用系按照场地投入和设备购置费之和的 5% 计算。

4、项目实施计划和进度

本项目计划分 5 个阶段实施完成，包括：可行性研究与初步设计、场地租赁及装修、设备采购及安装、人员招聘及培训、试运营，项目预计建设期为 36

个月。项目建设进度安排如下：

阶段/时间（月）	T+36																	
	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	34	36
可行性研究、初步设计																		
场地租赁及装修																		
设备购置及安装																		
人员招聘及培训																		
试运营																		

5、项目经济效益

本项目通过加强品牌宣传及推广力度，提高品牌知名度，有利于增强品牌及产品在终端客户的认可度，巩固公司的品牌优势。同时，在重点区域开设直营门店，向消费者直观地展示公司不同系列的产品，提供便捷的销售服务，逐步完善公司的销售渠道，为公司长期可持续发展提供有利基础。

（三）希诺股份有限公司研发中心项目

1、项目建设内容

本项目的实施主体为希诺股份，项目投资总额为 5,800.00 万元，拟改造原厂区部分区域，建设研发中心，项目总建筑面积 6,800.00 平方米。

根据公司的发展战略，本项目拟购置先进的研发、检测、试制、模具及软件设备，引进复合型技术人才，持续提升公司的研发能力，研究并储备杯壶行业新工艺、新产品、新材料等方面的技术，巩固公司在杯壶行业的竞争地位。

2、必要性

（1）有利于提升公司研发水平，满足消费者的多样化需求

在消费升级的影响下，消费者不仅对杯壶产品的美观度、材质安全性、性能稳定性、质量水平等提出了更高要求，还产生了针对不同场景的特定使用需求，如户外活动中的轻量化需求、商务差旅中的长效保温需求、快节奏办公环境下产生的饮水提醒需求、社交礼仪场合中的审美需求等。消费多样化的需求使得杯壶企业只有加大研发投入，生产贴合市场需求的产品，才能在竞争中牢牢占据市场份额。

通过本项目的实施，公司将进行持续稳定的研发投入，以市场需求为导向，以材料、结构、功能为突破口，不断丰富产品类别，提高产品技术含量，满足消费者多样化的产品使用需求，提高公司的核心竞争力。

（2）有利于公司加强质量控制，增强产品竞争力

杯壶产品是与食物、人体直接接触的容器，其质量好坏关系着使用者的饮水安全，因此，国家主管部门高度重视杯壶产品的质量安全，陆续发布《不锈钢真空杯》（GB/T 29606-2013）、《双层玻璃口杯》（QB/T 5035-2017）、《不锈钢真空气压壶》（QB/T 5285-2018）、《双层口杯》（QB/T 2933-2021）等产品质量标准，不断规范对杯壶产品的质量要求。

公司高度重视产品质量的管控，建立了较为完善的质量管理体系。通过本项目的实施，公司将配备先进的检测设备，加大对产品各项性能指标的检测力度，提高检测效率，加强质量控制，增强产品的市场竞争力。

（3）有利于提升公司研发效率，巩固技术优势

公司作为国家高新技术企业，一直将研发工作视为自身发展的源动力，报告期内，研发费用占营业收入的比例分别为 3.16%、4.03%、4.00%及 5.01%，形成了丰富的研发成果，并在产品的改进升级过程中得到良好应用。通过本项目的实施，公司将建设环境优良、软硬件设施齐全的研发中心，并引进一批设计理念领先、专业知识扎实、实践经验丰富的研发人员，提升公司研发效率，缩短研发周期，巩固技术领先地位。

3、项目投资概算

本项目投资总额为 5,800.00 万元，具体情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	第一年	第二年	合计	占投资总额比例
一	建设投资	179.60	3,912.30	4,091.90	70.55%
1	场地投入	179.60	89.80	269.40	4.64%
2	设备购置费	-	3,822.50	3,822.50	65.91%
二	研发费用	-	1,503.50	1,503.50	25.92%
1	人员工资	-	899.50	899.50	15.51%

序号	项目名称	第一年	第二年	合计	占投资总额比例
2	研发支出	-	604.00	604.00	10.41%
三	基本预备费	8.98	195.62	204.60	3.53%
	合计	188.58	5,611.42	5,800.00	100.00%

其中，场地投入均为工程建设费用，具体情况如下：

序号	投资内容	建筑面积（平方米）	投资总额（万元）
1	研发区域（一）	2,730.00	81.90
2	研发区域（二）	4,070.00	187.50
	合计	6,800.00	269.40

公司根据场地大小及项目需求设计工程图纸，对研发区域进行规划，并计算建筑面积，并根据市场价格确定装修单价，最终得出场地投入金额。

设备投入明细如下：

序号	投资内容	数量（台套）	投资总额（万元）
1	研发设备	31	1,218.50
2	试制、模具设备	44	2,094.00
3	软件设备	11	510.00
	合计	86	3,822.50

公司根据研发所需确定需购置的研发、试制、模具和软件等设备的数量，并结合相关设备的市场价格，与设备供应商进行初步沟通后确定设备投入金额。

研发投入明细如下：

序号	投资内容	投资总额（万元）
1	人员投入	899.50
2	研发支出	604.00
2.1	样品材料及设备改造费	500.00
2.2	产品认证测试费	54.00
2.3	实验室认证费用	50.00
	合计	1,503.50

公司根据历史研发项目实施所需费用，合理谨慎确定本项目研发支出。

本项目的基本预备费用系按照场地投入和设备购置费之和的 5% 计算。

4、项目环保情况

（1）环评批复

“希诺股份有限公司研发中心项目”于 2022 年 6 月 13 日取得了南通市海门区行政审批局出具的环评批复（海审批表复[2022]40 号）。

（2）募投项目所采取的环保措施

项目实施后，在运营过程中产生的污染物主要包括废水、废气、噪声和固体废弃物，相关污染物在采取环保治理措施后，符合相关的环境质量标准。主要污染物及治理措施如下：

序号	污染物	排放源	环保措施
1	废水	研发、试制产生的污水和生活污水	施工、研发及试制过程中产生的废水经专用处理池处理并达标后，进入市政污水管网排放；粪便污水经化粪池处理后与其他生活污水一起排入工业区下水管道，化粪池污泥定期清掏。
2	废气	产品研发、试制过程中产生的废气	安装集气罩、排气管道、活性炭吸附装置、水帘系统等，确保试制过程中产生的废气能够被吸收、净化。
3	噪声	设备运行过程中产生的声音	选用低噪声设备，两侧墙壁和门窗选用封闭性能较好的隔声墙和隔声门。
4	固体废弃物	边角料、研发及试制过程中产生的废弃物、生活垃圾等	废活性炭委托有资质单位处置；废玻璃、废塑料、废金属屑等废料收集后外售；生活垃圾由当地环卫部门统一清运处置。

本项目的环保投资金额为 20.00 万元人民币，资金来源为本次发行募集资金。募集资金到位前，公司将根据项目进度的实际情况，通过自筹资金先行投入，募集资金到位后再予以置换。

5、项目实施计划和进度

本项目计划分 5 个阶段实施完成，包括：可行性研究与初步设计、场地建设及装修、设备采购及安装、人员招聘及培训、试运营，项目预计建设期为 24 个月。项目建设进度安排如下：

阶段/时间（月）	T+24							
	3	6	9	12	15	18	21	24
可行性研究、初步设计								
场地建设及装修								
设备购置、安装及调试								

人员招聘及培训								
试运营								

6、项目经济效益

本项目不产生直接的经济效益，但符合国家相关的产业政策、行业发展趋势以及公司整体战略发展方向。本项目实施完成后，公司研发效率将得到有效提升，有助于提高公司产品工艺的稳定性、缩短新品的研发周期，提升公司的核心竞争力，为营收规模和盈利能力的持续增长提供重要支撑。

（四）补充流动资金项目

1、项目概况

本项目拟使用 2,100.00 万元募集资金用于补充流动资金，以满足公司快速发展的业务需求及未来发展规划需求。

（1）测算方法及假设

发行人采用销售百分比法测算公司流动资金缺口，基于发行人报告期内经营情况及未来发展规划，做出如下假设：

①2019 年-2021 年，发行人营业收入的复合增长率为 9.91%，结合发行人在建产能投产安排及客户潜在需求情况，假设发行人 2022 年-2024 年的营业收入增速与 2019 年-2021 年的复合增长率一致，为 9.91%；

②假设发行人各项主要指标保持稳定，经营性流动资产、经营性流动负债与营业收入的比例与 2021 年相同。

（2）具体测算过程

单位：万元

项目	2021 年	占营业收入比例	2022 年	2023 年	2024 年
营业收入	70,004.40	-	76,941.13	84,565.21	92,944.77
应收票据及应收账款	1,556.21	2.22%	1,710.41	1,879.90	2,066.18
预付账款	340.84	0.49%	374.61	411.73	452.53
存货	22,036.25	31.48%	24,219.82	26,619.75	29,257.50
经营性流动资产合计	23,933.30	34.19%	26,304.84	28,911.39	31,776.21

应付票据及应付账款	3,940.66	5.63%	4,331.14	4,760.31	5,232.00
预收款项/合同负债	9,135.86	13.05%	10,041.13	11,036.10	12,129.67
经营性流动性负债合计	13,076.51	18.68%	14,372.26	15,796.41	17,361.67
营运资金需求	10,856.78	-	11,932.58	13,114.98	14,414.54
需补充流动资金	-	-	1,075.80	1,182.40	1,299.56
三年累计需补充流动资金	-	-	3,557.76		

经测算，公司未来三年流动资金需求缺口（2024 年末营运资金需求-2021 年末营运资金需求）为 3,557.76 万元。本次募集资金拟用于补充流动资金的金额为 2,100.00 万元，不超过公司未来三年流动资金需求缺口，具有合理性。

2、补充营运资金的管理运营安排

对于该部分营运资金，公司将严格按照中国证监会、上交所有关规定及公司《募集资金管理制度》进行管理，根据公司业务发展需要合理运用，保证募集资金的高效使用。上述营运资金将存放于董事会决定的专项账户，在使用时，公司将严格按照相关法规和制度要求履行相应的审批程序。

3、补充营运资金对公司财务状况及经营成果的影响和对提升公司核心竞争力的作用

随着公司业务规模的不断扩大，公司对营运资金的需求也越来越高，本项目的实施可为公司有效补充营运资金，有助于增强公司资金实力，优化资产负债结构，为公司主营业务的持续发展提供了坚实的基础，为公司战略发展目标的实现及核心竞争力的提升提供了有力保障。

八、子公司、参股公司简要情况

截至本招股说明书签署日，发行人直接或间接控制 9 家子公司（其中，全资子公司 8 家，控股子公司 1 家），相关公司的基本情况如下：

1、基本情况

序号	公司名称	注册资本（万元）	实收资本（万元）	成立日期	注册地和主要经营地	主营业务	业务板块定位	股权结构

序号	公司名称	注册资本 (万元)	实收资本 (万元)	成立日期	注册地和主要 经营地	主营业务	业务板块定位	股权结构
1	江苏那美	15,000.00	15,000.00	2013.08.16	江苏省盐城市 建湖县	杯壶产品的 生产	生产型子公司	希诺股份持股 100%
2	希诺电商	500.00	500.00	2018.10.23	上海市嘉定区	杯壶产品的 销售	销售型子公司	希诺股份持股 100%
3	希诺销售	5,000.00	5,000.00	2018.11.27	江苏省南通市 海门区	杯壶产品的 销售	销售型子公司	希诺股份持股 100%
4	三郎科技	10,000.00	2,000.00	2020.07.21	江苏省盐城市 建湖县	杯壶产品的 销售	销售型子公司	希诺股份持股 100%
5	熊家社	10,000.00	1,000.00	2020.10.16	上海市嘉定区	杯壶产品的 销售	销售型子公司	希诺股份持股 100%
6	恒尚包装	2,000.00	2,000.00	2013.05.27	江苏省南通市 通州区	包装材料的 生产及销售	生产型子公司	希诺股份持股 70%， 于达霞持股 20%，张 征生持股 10%
7	诺饮智能	200.00	200.00	2019.03.19	上海市闵行区	杯壶产品的 销售	销售型子公司	希诺销售持股 100%
8	三郎日用 品	1,000.00	150.00	2020.01.07	上海市闵行区	杯壶产品的 销售	销售型子公司	希诺销售持股 100%
9	那美日用 品	1,000.00	-	2020.01.07	上海市闵行区	尚未开展具 体业务	尚未开展具 体业务	希诺销售持股 100%

2、财务状况

发行人控股子公司最近一年及一期主要财务数据如下：

单位：万元

序号	公司名称	2022 年 6 月 30 日/2022 年 1-6 月				2021 年 12 月 31 日/2021 年度			
		总资产	净资产	营业收入	净利润	总资产	净资产	营业收入	净利润
1	江苏那美	39,375.49	34,450.62	14,037.32	4,732.11	34,199.79	29,685.41	26,949.05	9,276.39
2	希诺电商	8,002.03	3,184.16	6,926.29	1,228.93	7,203.25	1,940.06	12,808.90	131.30
3	希诺销售	18,588.49	9,170.60	12,878.03	242.30	12,590.69	9,046.74	31,208.73	1,159.99
4	三郎科技	11,806.89	6,023.80	5,476.76	813.00	21,562.93	5,210.80	31,731.61	3,210.80
5	熊家社	6,900.32	1,528.74	5,665.18	679.01	1,091.46	848.35	284.73	-148.13
6	恒尚包装	5,676.11	3,547.26	3,086.26	209.49	5,417.15	3,330.87	5,937.42	484.47
7	诺饮智能	5,699.84	169.96	8,256.12	1,160.64	359.32	9.32	23.19	-113.83
8	三郎日用 品	115.45	10.66	36.07	-15.52	66.74	26.18	33.24	-87.94
9	那美日用 品	0.07	-0.12	0.00	-0.04	0.11	-0.08	0.00	-0.08

注：公证天业已在合并报表范围内对上述财务数据进行了审计。

3、恒尚包装的相关情况

（1）恒尚包装的历史沿革

截至本招股说明书签署日，恒尚包装的主要历史沿革情况如下：

①2013年5月，恒尚包装设立

2013年5月24日，希诺实业与胡永鹏共同出资设立江苏恒尚日用品有限公司。同日，海门东洲联合会计师事务所出具《验资报告》（海东内验字[2013]061号），验证：截至2013年5月24日，投资各方已缴付出资额500万元，占注册资本的100%，其中江苏希诺实业有限公司已缴付出资额400万元，均系货币资金；胡永鹏已缴付出资额100万元，均系货币资金。

2013年5月27日，南通市海门工商行政管理局向恒尚包装核发了《营业执照》。恒尚包装设立时股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额 (万元)	出资比例
1	江苏希诺实业有限公司	400	80%
2	胡永鹏	100	20%
合计		500	100%

②2013年5月，恒尚包装第一次股权转让

2013年5月27日，恒尚包装召开股东会，决议同意：胡永鹏持有的本公司4%的股权（对应出资额20万元）以20万元的价格转让给辛军令，其他股东放弃优先购买权。同日，胡永鹏和辛军令签订了《股权转让协议》。

2013年5月27日，南通市海门工商行政管理局核准此次变更，本次股权转让后，恒尚包装股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额 (万元)	出资比例
1	江苏希诺实业有限公司	400	80%
2	胡永鹏	80	16%
3	辛军令	20	4%
合计		500	100%

③2014 年 9 月，恒尚包装第二次股权转让

2014 年 9 月 25 日，恒尚包装召开股东会，决议同意：1）胡永鹏持有的本公司 16%的股权（对应出资额 80 万元）以 80 万元的价格转让给张麒，其他股东放弃优先购买权；2）辛军令持有的本公司 4%的股权（对应出资额 20 万元）以 20 万元的价格转让给张麒，其他股东放弃优先购买权。同日，胡永鹏、辛军令分别和张麒签订了《股权转让协议》。

2014 年 9 月 29 日，南通市海门工商行政管理局核准此次变更，本次股权转让后，恒尚包装股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额 (万元)	出资比例
1	江苏希诺实业有限公司	400	80%
2	张麒	100	20%
合计		500	100%

④2017 年 12 月，恒尚包装第三次股权转让

2017 年 12 月 5 日，恒尚包装召开股东会，决议同意：张麒持有的本公司 20%的股权（对应出资额 100 万元）以 100 万元的价格转让给希诺实业，其他股东放弃优先购买权。同日，张麒和希诺实业签订了《股权转让协议》。

2017 年 12 月 5 日，海门市市场监督管理局核准此次变更，本次股权转让后，恒尚包装股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额 (万元)	出资比例
1	江苏希诺实业有限公司	500	100%
合计		500	100%

⑤2019 年 5 月，恒尚包装第一次增资并更名

2019 年 5 月 16 日，恒尚包装股东做出以下决定：1）同意公司注册资本由 500 万元增加至 1,000 万元，其中，新增的 500 万元注册资本由原股东希诺实业以货币形式认购；2）公司名称变更为江苏恒尚包装科技有限公司。

2019 年 5 月 31 日，南通市通州区市场监督管理局核准本次变更。本次变更后，恒尚包装的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额 (万元)	出资比例
1	江苏希诺实业有限公司	1,000	100%
合计		1,000	100%

⑥2019 年 10 月，恒尚包装第四次股权转让

2019 年 9 月 28 日，恒尚包装股东做出以下决定：1）同意希诺实业将持有的本公司 20%的股权（对应出资额 200 万元）以 220 万元的价格转让给于达霞；2）同意希诺实业将持有的本公司 10%的股权（对应出资额 100 万元）以 110 万元的价格转让给张征生。同日，希诺实业分别和于达霞、张征生签订了《股权转让协议》。

2019 年 10 月 16 日，南通市通州区行政审批局核准此次变更，本次股权转让后，恒尚包装股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额 (万元)	出资比例
1	江苏希诺实业有限公司	700	70%
2	于达霞	200	20%
3	张征生	100	10%
合计		1,000	100%

⑦2021 年 3 月，恒尚包装第二次增资

2021 年 3 月 16 日，恒尚包装召开股东会，决议同意：公司注册资本由 1,000 万元增加至 2,000 万元。其中，注册资本 700 万元由股东希诺股份以 770 万元人民币认购，注册资本 200 万元由股东于达霞以 220 万元人民币认购，注册资本 100 万元由股东张征生以 110 万元人民币认购。

2021 年 3 月 22 日，南通市通州区行政审批局核准本次变更。本次变更后，恒尚包装的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额 (万元)	出资比例
1	希诺股份有限公司	1,400	70%
2	于达霞	400	20%
3	张征生	200	10%
合计		2,000	100%

本次增资后，截至本招股说明书签署日，公司股权结构未再发生变动。

截至本招股说明书签署日，除于达霞通过诺伽企管间接持有希诺股份0.07%股份；张征生系希诺股份实际控制人之一张碧峰的弟弟外，恒尚包装各股东之前不存在其他股权关系、关联关系。

（2）恒尚包装引入自然人股东于达霞和张征生的背景、原因及合理性，履行的决策程序等

报告期初，恒尚包装系公司全资子公司，为了让恒尚包装更加市场化运作，进一步发挥包装材料业务的规模效应，公司考虑引进外部股东，拓展对外的包装材料业务。于达霞从事包装业务多年，具有丰富的行业经验，且看好恒尚包装的股东背景及发展空间；张征生系公司实际控制人之一张碧峰之弟，其看好恒尚包装业务前景且具有部分闲置资金，故二人在恒尚包装拟引入外部股东时入股恒尚包装。综上，恒尚包装引入自然人股东于达霞和张征生具有合理性。

2019年9月28日，经恒尚包装股东会审议通过，希诺实业将其持有的恒尚包装20%股权（对应200万元注册资本）以220万元转让给予达霞，10%股权（对应100万元注册资本）以110万元转让给张征生，同日，各方签署了股权转让协议，股权转让价格系根据恒尚包装净资产协商定价，具有公允性，不存在利益输送的情形。

截至本招股说明书签署日，公司主营业务为自主品牌杯壶产品的研发、设计、生产和销售，包装材料非公司核心业务，公司不存在收购计划或其他利益安排。

（3）发行人及其他子公司与恒尚包装的交易情况

报告期内，发行人及其他子公司与恒尚包装的交易情况如下：

单位：万元

交易内容	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
采购包装材料	2,329.67	5,020.53	3,575.46	3,677.36
销售杯壶产品	-	0.35	-	-

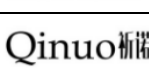
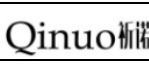
报告期内，恒尚包装系发行人合并范围内的子公司，发行人及其他子公司

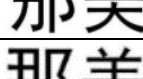
与恒尚包装的交易主要系发行人及其他子公司向恒尚包装采购包装材料，用于杯壶产品的生产、销售。相关业务往来及资金往来均为公司合并报表范围内的业务往来，交易真实、合法，具有必要性和合理性，双方均按照市场价格结算且相关交易已在合并报表层面抵消，不存在损害发行人利益的行为。

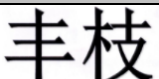
九、商标清单

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人及其子公司拥有注册商标 268 项，该等商标不存在设置质押或其他权利限制的情况，具体情况如下：

序号	商标图片	权利人	注册号	国际分类	有效期至	取得方式
1		希诺股份	8793215	第二十一类	2032.02.13	原始取得
2		希诺股份	9615911	第二十一类	2022.07.20	原始取得
3		希诺股份	9914222	第二十一类	2023.02.27	受让取得
4		希诺股份	9914246	第二十一类	2023.02.27	受让取得
5		希诺股份	9914282	第二十一类	2023.02.27	受让取得
6		希诺股份	3088263	第二十类	2023.04.13	受让取得
7		希诺股份	11854671	第二十一类	2024.05.20	受让取得
8		希诺股份	12685849	第二十四类	2024.10.20	受让取得
9		希诺股份	13374595	第二十一类	2025.01.13	原始取得
10		希诺股份	13374567	第二十一类	2025.01.20	原始取得
11		希诺股份	13212695	第二十一类	2025.02.06	受让取得
12		希诺股份	13212670	第二十一类	2025.02.27	受让取得
13		希诺股份	13212681	第二十一类	2025.02.27	受让取得
14		希诺股份	12685585	第六类	2025.03.27	受让取得
15		希诺股份	12685732	第二十类	2025.03.27	受让取得
16		希诺股份	13212663	第二十一类	2025.04.13	受让取得

序号	商标图片	权利人	注册号	国际分类	有效期至	取得方式
17		希诺股份	13566291	第二十一类	2025.04.13	受让取得
18		希诺股份	15322416	第二十一类	2025.10.20	受让取得
19		希诺股份	13374582	第二十一类	2025.11.13	原始取得
20		希诺股份	16256857	第四十三类	2026.03.27	受让取得
21		希诺股份	16256913	第四十三类	2026.03.27	受让取得
22		希诺股份	19986695	第二十一类	2027.07.06	受让取得
23		希诺股份	23101725	第二十一类	2028.03.06	受让取得
24		希诺股份	26216757	第二十一类	2028.09.27	受让取得
25		希诺股份	27717169	第十八类	2028.10.27	原始取得
26		希诺股份	27717541	第二十二类	2028.10.27	原始取得
27		希诺股份	27722887	第十八类	2028.10.27	原始取得
28		希诺股份	27730422	第二十二类	2028.10.27	原始取得
29		希诺股份	27730459	第二十八类	2028.10.27	原始取得
30		希诺股份	27732228	第二十二类	2028.10.27	原始取得
31		希诺股份	27732653	第二十八类	2028.10.27	原始取得
32		希诺股份	28478551	第三十五类	2028.12.06	受让取得
33		希诺股份	29685050	第二十一类	2029.01.13	受让取得
34		希诺股份	27713554	第十八类	2029.01.27	原始取得
35		希诺股份	29812138	第二十一类	2029.02.13	受让取得
36		希诺股份	30123239	第二十一类	2029.02.13	受让取得
37		希诺股份	30690937	第二十一类	2029.02.13	受让取得

序号	商标图片	权利人	注册号	国际分类	有效期至	取得方式
38		希诺股份	32607350	第二十一类	2029.05.13	受让取得
39		希诺股份	33722194	第十四类	2029.06.06	原始取得
40		希诺股份	33728716	第二类	2029.06.13	原始取得
41		希诺股份	33723578	第三类	2029.06.13	原始取得
42		希诺股份	33740510	第十六类	2029.06.20	原始取得
43		希诺股份	33770358	第二十三类	2029.06.27	原始取得
44		希诺股份	33754790	第二十九类	2029.06.27	原始取得
45		希诺股份	33755090	第八类	2029.06.27	原始取得
46		希诺股份	33766951	第九类	2029.06.27	原始取得
47		希诺股份	33763046	第十四类	2029.06.27	原始取得
48		希诺股份	33763050	第十八类	2029.06.27	原始取得
49		希诺股份	33724566	第十一类	2029.07.06	受让取得
50		希诺股份	33738654	第二十类	2029.07.06	受让取得
51		希诺股份	33724916	第二十四类	2029.07.06	受让取得
52		希诺股份	5459420	第二十一类	2029.08.13	受让取得
53		希诺股份	5459423	第二十一类	2029.08.13	受让取得
54		希诺股份	32107250	第二十一类	2029.08.13	受让取得
55		希诺股份	33735175	第九类	2029.08.27	原始取得
56		希诺股份	33766932	第八类	2029.08.27	原始取得
57		希诺股份	35372213	第二十类	2029.08.27	原始取得

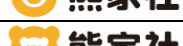
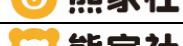
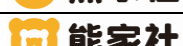
序号	商标图片	权利人	注册号	国际分类	有效期至	取得方式
58		希诺股份	35372213	第二十一类	2029.08.27	原始取得
59		希诺股份	35549718	第二十一类	2029.09.06	受让取得
60		希诺股份	33761571	第二十八类	2029.09.27	原始取得
61		希诺股份	33758497	第四十一类	2029.09.27	原始取得
62		希诺股份	33731989	第八类	2029.10.06	原始取得
63		希诺股份	33735098	第十类	2029.10.20	受让取得
64		希诺股份	33763048	第十六类	2029.10.27	原始取得
65		希诺股份	33749987	第三十类	2029.11.20	原始取得
66		希诺股份	33758456	第四十一类	2029.11.20	原始取得
67		希诺股份	37283659	第二十一类	2029.11.20	原始取得
68		希诺股份	31144095	第二十一类	2029.12.13	受让取得
69		希诺股份	33753259	第九类	2030.01.27	原始取得
70		希诺股份	33744762	第三十五类	2030.02.27	受让取得
71		希诺股份	6630943	第二十一类	2030.03.27	受让取得
72		希诺股份	39045354	第十六类	2030.04.06	原始取得
73		希诺股份	40824841	第十一类	2030.04.20	原始取得
74		希诺股份	40834167	第二十一类	2030.04.20	原始取得
75		希诺股份	40816440	第十一类	2030.04.20	原始取得
76		希诺股份	40830701	第二十一类	2030.04.20	原始取得
77		希诺股份	40818510	第十一类	2030.04.20	原始取得

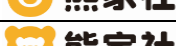
序号	商标图片	权利人	注册号	国际分类	有效期至	取得方式
78		希诺股份	40827396	第十一类	2030.04.20	原始取得
79		希诺股份	40837568	第二十一类	2030.04.20	原始取得
80		希诺股份	40832104	第十一类	2030.04.20	原始取得
81		希诺股份	40830679	第二十一类	2030.04.20	原始取得
82		希诺股份	40830925	第十一类	2030.04.20	原始取得
83		希诺股份	40832173	第二十一类	2030.04.20	原始取得
84		希诺股份	40832114	第十一类	2030.04.20	原始取得
85		希诺股份	40834144	第二十一类	2030.04.20	原始取得
86		希诺股份	6630942	第二十一类	2030.05.27	受让取得
87		希诺股份	39041814	第四十二类	2030.06.13	原始取得
88	百变三郎	希诺股份	42166328	第二十类	2030.07.13	受让取得
89	百变三郎	希诺股份	42166356	第二十一类	2030.07.13	受让取得
90		希诺股份	33744772	第三十五类	2030.07.27	受让取得
91	希诺小熊	希诺股份	42198735	第三十五类	2030.07.27	受让取得
92		希诺股份	33738522	第十类	2030.08.06	受让取得
93		希诺股份	33743345	第二十五类	2030.08.20	受让取得
94		希诺股份	41926768	第十一类	2030.08.20	原始取得
95		希诺股份	40070430	第二十一类	2030.08.27	原始取得
96		希诺股份	33744784	第三十五类	2030.09.06	受让取得

序号	商标图片	权利人	注册号	国际分类	有效期至	取得方式
97		希诺股份	41743331	第二十一类	2030.09.20	原始取得
98		希诺股份	41759360	第二十一类	2030.09.20	原始取得
99		希诺股份	41747725	第二十五类	2030.09.20	原始取得
100		希诺股份	41759397	第二十五类	2030.09.20	原始取得
101		希诺股份	41761549	第四十类	2030.09.20	原始取得
102		希诺股份	41763359	第四十类	2030.09.20	原始取得
103		希诺股份	42685549	第十类	2030.09.20	原始取得
104	小生礼兜兜	希诺股份	43711969	第十一类	2030.09.20	受让取得
105	小生锦鲤	希诺股份	43727702	第二十一类	2030.09.20	受让取得
106	小生礼兜兜	希诺股份	43727704	第二十一类	2030.09.20	受让取得
107	钛小生	希诺股份	43819907	第四十一类	2030.09.20	原始取得
108		希诺股份	43815385	第三十五类	2030.09.20	原始取得
109		希诺股份	43831807	第三十五类	2030.09.20	原始取得
110		希诺股份	43840095	第三十五类	2030.09.20	原始取得
111	小生礼多多	希诺股份	43813598	第十一类	2030.09.20	受让取得
112	钛小生	希诺股份	43820737	第三十五类	2030.09.27	原始取得
113	钛小生	希诺股份	43834860	第四十三类	2030.09.27	原始取得
114		希诺股份	43813027	第三十五类	2030.09.27	原始取得
115		希诺股份	43827176	第三十五类	2030.09.27	原始取得
116		希诺股份	43840098	第三十五类	2030.09.27	原始取得
117	小生礼多多	希诺股份	43816552	第二十一类	2030.09.27	受让取得
118		希诺股份	43401558	第二十一类	2030.10.06	原始取得
119		希诺股份	43457315	第四十一类	2030.10.06	原始取得

序号	商标图片	权利人	注册号	国际分类	有效期至	取得方式
120		希诺股份	42066454	第二十一类	2030.10.27	原始取得
121		希诺股份	33723040	第十一类	2030.11.27	受让取得
122	希诺小熊	希诺股份	42214219	第二十一类	2031.01.13	受让取得
123		希诺股份	44963363	第十一类	2031.02.06	原始取得
124		希诺股份	8075046	第二十一类	2031.02.27	受让取得
125		希诺股份	8075034	第六类	2031.03.06	原始取得
126		希诺股份	39040368	第三十五类	2031.03.06	原始取得
127		希诺股份	48607407	第三十五类	2031.03.13	原始取得
128		希诺股份	48624183	第二十一类	2031.03.13	原始取得
129		希诺股份	48631799	第七类	2031.03.27	原始取得
130		希诺股份	48620735	第二十一类	2031.03.27	原始取得
131		希诺股份	48631830	第十一类	2031.03.27	原始取得
132		希诺股份	40823347	第二十一类	2031.04.06	原始取得
133		希诺股份	48463981	第二十一类	2031.04.06	原始取得
134		希诺股份	48463941	第十一类	2031.04.06	原始取得
135		希诺股份	48464002	第二十五类	2031.04.06	原始取得
136		希诺股份	48441463	第十八类	2031.04.06	原始取得
137	虎象师	希诺股份	48456265	第七类	2031.04.06	原始取得
138		希诺股份	48628016	第三十五类	2031.04.06	原始取得

序号	商标图片	权利人	注册号	国际分类	有效期至	取得方式
139		希诺股份	48783956	第七类	2031.04.06	原始取得
140		希诺股份	48475999	第三十五类	2031.04.13	原始取得
141		希诺股份	48620420	第十一类	2031.04.13	原始取得
142		希诺股份	49154540	第十一类	2031.04.13	原始取得
143	Namei 那 美	希诺股份	8075033	第十一类	2031.04.27	原始取得
144		希诺股份	8075048	第十一类	2031.04.27	受让取得
145		希诺股份	49335182	第二十一类	2031.04.27	原始取得
146		希诺股份	49335188	第十一类	2031.04.27	原始取得
147	Langmantu 浪漫兔	希诺股份	49521940	第二十一类	2031.04.27	原始取得
148	 SABURO	希诺股份	49418963	第十一类	2031.05.06	原始取得
149	竹逸 Zhuyi	希诺股份	49518210	第二十一类	2031.05.06	原始取得
150	瑞厨 RUICHU	希诺股份	49522690	第二十一类	2031.05.20	原始取得
151		希诺股份	48789877	第二十一类	2031.06.06	原始取得
152		希诺股份	50245643	第十一类	2031.06.13	原始取得
153		希诺股份	50262766	第十一类	2031.06.13	原始取得
154		希诺股份	50275381	第二十一类	2031.06.13	原始取得
155	国雁	希诺股份	49517062	第二十一类	2031.07.06	原始取得
156	SABURO	希诺股份	50937564	第二十一类	2031.07.06	原始取得
157	SABURO	希诺股份	50961569	第十一类	2031.07.06	原始取得

序号	商标图片	权利人	注册号	国际分类	有效期至	取得方式
158		希诺股份	50512336	第十一类	2031.07.13	原始取得
159		希诺股份	51708124	第二十一类	2031.08.13	原始取得
160	KETTLE BEAR	希诺股份	52168997	第三十五类	2031.08.13	原始取得
161		希诺股份	48617648	第七类	2031.08.20	原始取得
162		希诺股份	49513951	第二十一类	2031.08.20	原始取得
163		希诺股份	51686195	第二十一类	2031.08.20	原始取得
164		希诺股份	51686189	第十一类	2031.08.20	原始取得
165		希诺股份	52421906	第二十七类	2031.08.20	原始取得
166		希诺股份	52417697	第三十一类	2031.08.20	原始取得
167		希诺股份	52425614	第三十七类	2031.08.20	原始取得
168	离元	希诺股份	52774705	第二十一类	2031.08.20	原始取得
169		希诺股份	50245659	第二十一类	2031.08.27	原始取得
170		希诺股份	52432700	第一类	2031.08.27	原始取得
171		希诺股份	52432714	第二类	2031.08.27	原始取得
172		希诺股份	52433406	第八类	2031.08.27	原始取得
173		希诺股份	52419277	第十类	2031.08.27	原始取得
174		希诺股份	52418785	第十二类	2031.08.27	原始取得
175		希诺股份	52413297	第十四类	2031.08.27	原始取得
176		希诺股份	52421130	第十五类	2031.08.27	原始取得
177		希诺股份	52421569	第十七类	2031.08.27	原始取得
178		希诺股份	52431335	第十八类	2031.08.27	原始取得
179		希诺股份	52425695	第十九类	2031.08.27	原始取得
180		希诺股份	52428516	第二十类	2031.08.27	原始取得
181		希诺股份	52422267	第二十一类	2031.08.27	原始取得
182		希诺股份	52434743	第二十三类	2031.08.27	原始取得
183		希诺股份	52410018	第二十四类	2031.08.27	原始取得

序号	商标图片	权利人	注册号	国际分类	有效期至	取得方式
184	 熊家社	希诺股份	52425823	第二十八类	2031.08.27	原始取得
185	 熊家社	希诺股份	52400469	第三十五类	2031.08.27	原始取得
186	 熊家社	希诺股份	52430970	第三十八类	2031.08.27	原始取得
187	 熊家社	希诺股份	52425987	第四十类	2031.08.27	原始取得
188	 熊家社	希诺股份	52423287	第四十四类	2031.08.27	原始取得
189	 熊家社	希诺股份	52421722	第四十五类	2031.08.27	原始取得
190	离元	希诺股份	52780589	第十一类	2031.08.27	原始取得
191	 Namei 那美	希诺股份	8075031	第二十一类	2031.09.06	原始取得
192	 Namei 那美	希诺股份	8075032	第二十类	2031.09.06	原始取得
193	伽合	希诺股份	50509558	第二十一类	2031.09.06	受让取得
194	伽合	希诺股份	50507251	第十一类	2031.09.06	受让取得
195		希诺股份	51693952	第二十一类	2031.09.06	原始取得
196		希诺股份	51689198	第十一类	2031.09.06	原始取得
197	 熊家社	希诺股份	52407727	第三类	2031.09.06	原始取得
198	 熊家社	希诺股份	52394479	第四类	2031.09.06	原始取得
199	 熊家社	希诺股份	52432752	第五类	2031.09.06	原始取得
200	 熊家社	希诺股份	52394515	第六类	2031.09.06	原始取得
201	 熊家社	希诺股份	52397807	第十一类	2031.09.06	原始取得
202	 熊家社	希诺股份	52395423	第十三类	2031.09.06	原始取得
203	 熊家社	希诺股份	52409579	第十六类	2031.09.06	原始取得
204	 熊家社	希诺股份	52395942	第二十二类	2031.09.06	原始取得
205	 熊家社	希诺股份	52425761	第二十六类	2031.09.06	原始取得
206	 熊家社	希诺股份	52407610	第三十四类	2031.09.06	原始取得
207	 熊家社	希诺股份	52393830	第三十六类	2031.09.06	原始取得
208	 熊家社	希诺股份	52407542	第四十一类	2031.09.06	原始取得
209	 熊家社	希诺股份	52404621	第四十二类	2031.09.06	原始取得
210	 熊家社	希诺股份	52397613	第四十三类	2031.09.06	原始取得

序号	商标图片	权利人	注册号	国际分类	有效期至	取得方式
211	富鱼	希诺股份	53289968	第二十一类	2031.09.13	原始取得
212	富恩	希诺股份	53295640	第七类	2031.09.20	原始取得
213		希诺股份	53886217	第二十一类	2031.10.06	原始取得
214		希诺股份	53901224	第十一类	2031.10.06	原始取得
215		希诺股份	53905211	第三十五类	2031.10.06	原始取得
216		希诺股份	44974559	第二十一类	2031.10.13	原始取得
217	虎象师	希诺股份	54397662	第三十五类	2031.10.13	原始取得
218	那美	希诺股份	8793179	第十一类	2031.11.13	原始取得
219	NAMEI	希诺股份	8793153	第二十类	2031.11.13	原始取得
220	NAMEI	希诺股份	8793200	第六类	2031.11.13	原始取得
221		希诺股份	8797549	第六类	2031.11.13	原始取得
222		希诺股份	8797572	第十一类	2031.11.13	原始取得
223		希诺股份	8797601	第二十类	2031.11.13	原始取得
224		希诺股份	8797642	第二十一类	2031.11.13	原始取得
225	那美	希诺股份	8797537	第六类	2031.11.13	原始取得
226	那美	希诺股份	8797611	第二十类	2031.11.13	原始取得
227	那美	希诺股份	8797632	第二十一类	2031.11.13	原始取得
228		希诺股份	51708848	第二十一类	2031.11.13	原始取得
229		希诺股份	51681605	第三十五类	2031.11.20	原始取得
230		希诺股份	52433413	第九类	2031.11.27	原始取得
231		希诺股份	52415856	第二十五类	2031.11.27	原始取得
232		希诺股份	52423570	第三十二类	2031.11.27	原始取得
233	富鱼	希诺股份	53303321	第七类	2031.11.27	原始取得
234	富恩	希诺股份	53292493	第二十一类	2031.11.27	原始取得

序号	商标图片	权利人	注册号	国际分类	有效期至	取得方式
235	富恩	希诺股份	53307922	第十一类	2031.11.27	原始取得
236		希诺股份	50254824	第十一类	2031.12.06	原始取得
237		希诺股份	52332238	第二十一类	2031.12.06	原始取得
238		希诺股份	52402612	第七类	2031.12.13	原始取得
239		希诺股份	52421375	第二十九类	2031.12.13	原始取得
240		希诺股份	52430984	第三十九类	2031.12.13	原始取得
241	童伴 TONGBAN	希诺股份	56504749	第二十一类	2031.12.20	原始取得
242	童伴 TONGBAN	希诺股份	56522858	第八类	2031.12.20	原始取得
243		希诺股份	56279655	第二十一类	2031.12.27	原始取得
244		希诺股份	56310699	第十一类	2031.12.27	原始取得
245		希诺股份	55051593	第十一类	2032.01.06	原始取得
246		希诺股份	55057075	第二十一类	2032.01.06	原始取得
247	三郎	希诺股份	55077050	第二十一类	2032.02.06	原始取得
248		希诺股份	55073168	第二十一类	2032.02.13	原始取得
249		希诺股份	56283765	第三十五类	2032.03.06	原始取得
250		希诺股份	56279605	第七类	2032.03.06	原始取得
251		希诺股份	49148376	第二十一类	2032.03.20	原始取得
252	新希诺	希诺股份	57181104	第三十五类	2032.03.20	原始取得
253		希诺股份	49339529	第十一类	2032.04.13	原始取得
254		希诺股份	60609269	第七类	2032.05.06	原始取得
255	半境山	希诺股份	60620207	第二十一类	2032.05.06	原始取得
256	半境山	希诺股份	60626896	第四十一类	2032.05.06	原始取得
257	半境山	希诺股份	60627232	第七类	2032.05.06	原始取得
258		希诺股份	60633775	第八类	2032.05.06	原始取得
259		希诺股份	60634267	第二十一类	2032.05.06	原始取得

序号	商标图片	权利人	注册号	国际分类	有效期至	取得方式
260	半境山	希诺股份	60605592	第四十类	2032.05.06	原始取得
261	半境山	希诺股份	60612291	第八类	2032.05.06	原始取得
262		希诺股份	61429488	第三十类	2032.06.13	原始取得
263	HEENOOR	希诺股份	61438022	第三十类	2032.06.13	原始取得
264	希诺	希诺股份	52579447	第三十类	2032.06.20	原始取得
265	希诺 HEENOOR	希诺股份	52734155	第七类	2032.06.20	原始取得
266		希诺股份	61877710	第二十一类	2032.06.20	原始取得
267	HEENOOR	希诺股份	61334281	第二十一类	2032.06.27	原始取得
268	HEENOOR	希诺股份	61366977	第二十一类	2032.06.27	原始取得

注1：上述第3、4、5、7、8、11-16、20、21、37、38、49-54、63、68、70、88-93、96、104-106、111、117、121、122、124、144项商标系从希诺集团处受让取得，第6、71、86项商标系从上海家欢处受让，第17项商标系从义乌市驰界电子商务有限公司处受让，第18项商标系从吴佳雅处受让，第22项商标系从意大利帝造者鞋业国际有限公司处受让，第23、24项商标系从南京快客品牌管理有限公司处受让，第32项商标系从徐春丽处受让，第33项商标系从张泽灿处受让，第35、36项商标系从香港众英文化有限公司处受让，第59项商标系从香榭世家实业有限公司处受让，第193、194项商标系从伽合商业管理处受让。

注2：截至本招股说明书签署日，第2项9615911号商标已完成续展，有效期到期日变更为2032年7月20日；第3-5项9914222、9914246、9914282号商标已完成续展，有效期到期日变更为2033年2月27日；第6项3088263号商标已完成续展，有效期到期日变更为2033年4月13日。

十、专利权清单

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人及其子公司合计有 303 项专利，其中发明专利 22 项，实用新型专利 70 项，外观设计专利 211 项，该等专利不存在设置质押或其他权利限制的情况，具体情况如下：

1、发明专利

序号	专利名称	专利号	申请日	取得方式	专利权人
1	一种纳米银抗菌真空杯的制作工艺	ZL201110051519.9	2011.03.03	原始取得	希诺股份
2	一种只接触玻璃口饮水的塑料外壳卫生杯	ZL201210006826.X	2012.01.11	原始取得	希诺股份
3	用于圆口罐的一种内涨式密封盖子	ZL201210052393.1	2012.03.02	原始取得	希诺股份
4	一种杯盖	ZL201210208959.5	2012.06.25	原始取得	希诺股份
5	一种带金属提环的真	ZL201410078149.1	2014.03.05	原始取得	希诺股份

序号	专利名称	专利号	申请日	取得方式	专利权人
	空杯杯盖				
6	一种杯盖及装配方法	ZL201510209482.6	2015.04.28	原始取得	希诺股份
7	一种与真空杯配套的纳米银抗菌滤网的制作工艺	ZL201510876411.1	2015.12.03	原始取得	希诺股份
8	一种用于对不锈钢滤网制件均匀镀膜纳米银的工装夹具	ZL201510959715.4	2015.12.21	原始取得	希诺股份
9	一种杯盖及杯子	ZL201611038183.1	2016.11.11	原始取得	希诺股份
10	一种薄壁纯钛制品表面针状结晶花纹的加工方法	ZL201811274123.9	2018.10.30	原始取得	希诺股份
11	一种玻璃圆罐的封底烧结装置	ZL201210398427.2	2012.10.19	受让取得	江苏那美
12	一种无渗水的真空杯杯盖	ZL201410078029.1	2014.03.05	受让取得	江苏那美
13	一种玻璃磨边滤渣清理装置	ZL201711377293.5	2017.12.19	受让取得	江苏那美
14	一种自上而下摩擦旋转式乐趣刮壁杯盖	ZL201810644844.8	2018.06.21	受让取得	江苏那美
15	一种课堂教学教师用讲台自适应气流避尘水杯	ZL201810685412.1	2018.06.28	受让取得	江苏那美
16	一种快速沥干内壁的水杯	ZL201810957698.4	2018.08.22	受让取得	江苏那美
17	一种防烫水杯	ZL201910337544.X	2019.04.25	受让取得	江苏那美
18	一种自动清洗咖啡杯	ZL201910792610.2	2019.08.26	受让取得	江苏那美
19	一种速溶咖啡杯	ZL201910792669.1	2019.08.26	受让取得	江苏那美
20	一种用于保温杯的快速丝印装置	ZL201911352773.5	2019.12.25	受让取得	江苏那美
21	一种饮水设备	ZL202010083030.9	2020.02.07	受让取得	江苏那美
22	一种适用于热饮冲泡的多功能水杯	ZL202010959887.2	2020.09.14	受让取得	江苏那美

注：上述第11、12项专利系江苏那美从发行人处受让，第13项专利系江苏那美从梁林燕处受让，第14项专利系江苏那美从崔保山处受让，第15项专利系江苏那美从张海处受让，第16项专利系江苏那美从汪毅处受让，第17、18项专利系江苏那美从龙泉市盛志杯业有限公司处受让，第19项专利系江苏那美从淳安县立亿杯业有限公司处受让，第20项专利系江苏那美从深圳市凌晨知识产权运营有限公司处受让，第21项专利系江苏那美从武汉哈撒给科技有限公司处受让，第22项专利系江苏那美从付海泉处受让。

2、实用新型专利

序号	专利名称	专利号	申请日	取得方式	专利权人
1	一种玻璃圆罐的封底烧结装置	ZL201220535785.9	2012.10.19	原始取得	希诺股份

序号	专利名称	专利号	申请日	取得方式	专利权人
2	一种扣板与内盖紧密结合的真空杯杯盖	ZL201320451027.3	2013.07.28	原始取得	希诺股份
3	一种用于玻璃杯的滤网组合件	ZL201320887801.5	2013.12.31	原始取得	希诺股份
4	一种杯盖及杯子	ZL201621259493.1	2016.11.11	原始取得	希诺股份
5	一种玻璃杯手柄紧固结构	ZL201621217500.1	2016.11.11	原始取得	希诺股份
6	一种杯盖及水杯	ZL201720508660.X	2017.05.09	原始取得	希诺股份
7	一种可拆装杯盖	ZL201720745081.7	2017.06.26	原始取得	希诺股份
8	一种可拆装杯盖内塞	ZL201720745085.5	2017.06.26	原始取得	希诺股份
9	一种用于杯的滤网和内塞组合件	ZL201720857042.6	2017.07.14	原始取得	希诺股份
10	一种水杯用内置式可拆装密封结构	ZL201821960108.5	2018.11.27	原始取得	希诺股份
11	一种密封圈装配在可转动内塞上的杯子	ZL201821960117.4	2018.11.27	原始取得	希诺股份
12	一种高效能真空保温杯	ZL201821960343.2	2018.11.27	原始取得	希诺股份
13	一种钛塑复合双层杯	ZL201920081068.5	2019.01.18	原始取得	希诺股份
14	一种保温杯杯体自动抛光装置	ZL201920424088.8	2019.04.01	原始取得	希诺股份
15	一种真空保温杯内塞结构	ZL201920673925.0	2019.05.13	原始取得	希诺股份
16	一种用于杯子的陶瓷过滤网	ZL201921151696.2	2019.07.22	原始取得	希诺股份
17	具有茶水分离功能的水杯	ZL201921300123.1	2019.08.12	原始取得	希诺股份
18	用于茶水分离杯的杯盖及水杯	ZL201922208237.X	2019.12.11	原始取得	希诺股份
19	一种杯盖免硅胶圈密封水杯	ZL202020864785.8	2020.05.21	原始取得	希诺股份
20	一种硅胶圈安装在杯盖口部的杯子	ZL202022159375.6	2020.09.28	原始取得	希诺股份
21	一种旋转式茶水分离玻璃杯	ZL202022436771.9	2020.10.28	原始取得	希诺股份
22	一种杯盖内装配有排气密封圈的杯子	ZL202022444344.5	2020.10.28	原始取得	希诺股份
23	一种茶水分离控制机构	ZL202022931627.2	2020.12.09	受让取得	希诺股份
24	一种保温杯的杯盖	ZL201720586175.4	2017.05.24	原始取得	江苏那美
25	一种保温杯手柄	ZL201720585195.X	2017.05.24	原始取得	江苏那美
26	一种内塞	ZL201720585695.3	2017.05.24	原始取得	江苏那美
27	一种儿童壶	ZL201720586184.3	2017.05.24	原始取得	江苏那美
28	一种可拆卸玻璃杯	ZL201720585697.2	2017.05.24	原始取得	江苏那美
29	一种两用直筒保温杯	ZL201720644986.5	2017.06.06	原始取得	江苏那美

序号	专利名称	专利号	申请日	取得方式	专利权人
30	一种真空杯	ZL201720644976.1	2017.06.06	原始取得	江苏那美
31	一种新型玻璃杯	ZL201720644971.9	2017.06.06	原始取得	江苏那美
32	一种双层玻璃杯	ZL201720644969.1	2017.06.06	原始取得	江苏那美
33	折叠式抗菌塑料杯	ZL201920391812.1	2019.03.26	原始取得	江苏那美
34	玻璃杯生产的旋转上胶压合设备	ZL201921944676.0	2019.11.12	原始取得	江苏那美
35	耐高温环保塑料杯除味装置	ZL201921944715.7	2019.11.12	原始取得	江苏那美
36	一种真空杯	ZL201921964633.9	2019.11.14	原始取得	江苏那美
37	一种双层玻璃杯	ZL201921964632.4	2019.11.14	原始取得	江苏那美
38	一种真空杯	ZL201921971921.7	2019.11.15	原始取得	江苏那美
39	一种能自动调节杯底摩擦力的水杯	ZL201921975508.8	2019.11.15	原始取得	江苏那美
40	一种具有避尘功能的水杯	ZL201921969816.X	2019.11.15	原始取得	江苏那美
41	一种双层玻璃杯	ZL201921971918.5	2019.11.15	原始取得	江苏那美
42	一种折叠式抗菌塑料杯	ZL201921986580.0	2019.11.18	原始取得	江苏那美
43	一种连接稳定的玻璃杯手柄	ZL201921986592.3	2019.11.18	原始取得	江苏那美
44	一种真空杯手柄焊接装置	ZL201922010405.4	2019.11.20	原始取得	江苏那美
45	一种多功能真空杯	ZL201922017849.0	2019.11.21	原始取得	江苏那美
46	一种杯身油漆附着力检测用的摩擦机	ZL201922090805.0	2019.11.28	原始取得	江苏那美
47	一种塑料杯消除内应力用的共混搅拌机	ZL201922090835.1	2019.11.28	原始取得	江苏那美
48	一种杯盖及设置该杯盖的保温杯	ZL201922199484.8	2019.12.10	原始取得	江苏那美
49	一种可保温防滑的单层玻璃杯杯套	ZL202121795768.4	2021.08.03	原始取得	希诺股份
50	无硅胶圈封水滤网的茶水分离杯	ZL202122001456.8	2021.08.24	原始取得	希诺股份
51	一种旋转式响声茶水分离杯	ZL202121795759.5	2021.08.03	原始取得	希诺股份
52	一种玻璃杯用响声机构	ZL202122490167.9	2021.10.15	原始取得	希诺股份
53	一种无硅胶滤网结构的杯子	ZL202122740765.7	2021.11.10	原始取得	希诺股份
54	一种旋转升降式咖啡杯	ZL202122740983.0	2021.11.10	原始取得	希诺股份
55	一种耐用性强的玻璃壶	ZL202123075611.7	2021.12.09	原始取得	希诺股份
56	一种便于清洗的异形玻璃杯	ZL202123075994.8	2021.12.09	原始取得	希诺股份
57	一种茶杯手柄转动角度调节结构	ZL202123084381.0	2021.12.09	原始取得	希诺股份

序号	专利名称	专利号	申请日	取得方式	专利权人
58	一种抗变形耐潮湿高端防伪包装礼盒	ZL202121843205.8	2021.08.09	原始取得	恒尚包装
59	一种高阻隔抗冲击的易碎品包装礼盒	ZL202121852287.2	2021.08.09	原始取得	恒尚包装
60	一种可降解环保型瓦楞纸包装礼盒	ZL202121865944.7	2021.08.09	原始取得	恒尚包装
61	一种改进型直角式轻质充气包装礼盒	ZL202121867171.6	2021.08.09	原始取得	恒尚包装
62	一种数字印刷机用油墨烘干装置	ZL202122047321.5	2021.08.28	原始取得	恒尚包装
63	一种数字印刷机高速喷墨印刷结构	ZL202122047322.X	2021.08.28	原始取得	恒尚包装
64	一种用于礼盒的多次保压防止翘角装置	ZL202122047326.8	2021.08.28	原始取得	恒尚包装
65	一种高速数字化印刷设备的自动化除尘装置	ZL202122058239.2	2021.08.28	原始取得	恒尚包装
66	一种包装纸盒生产加工专用的新型无胶覆膜机	ZL202122277250.8	2021.09.22	原始取得	恒尚包装
67	一种定位精准的包装盒加工用高速全自动裱纸机	ZL202122277252.7	2021.09.22	原始取得	恒尚包装
68	一种全自动拼板式制盒机	ZL202122299242.3	2021.09.22	原始取得	恒尚包装
69	一种带有纸张放置结构的平压压痕切线机	ZL202122417152.X	2021.10.08	原始取得	恒尚包装
70	一种环保型全自动智能包装盒组装机	ZL202122417161.9	2021.10.08	原始取得	恒尚包装

注1：上述第23项专利系发行人从朱庆利处受让；

注2：截至本招股说明书签署日，上述第1项专利已届满失效。

3、外观设计专利

序号	专利名称	专利号	申请日	取得方式	专利权人
1	杯子（51）	ZL201230432437.4	2012.09.11	受让取得	希诺股份
2	杯子（50）	ZL201230432424.7	2012.09.11	受让取得	希诺股份
3	杯子（56）	ZL201330071717.1	2013.03.20	受让取得	希诺股份
4	杯子（57）	ZL201330229102.7	2013.06.04	受让取得	希诺股份
5	杯子（61）	ZL201330584441.7	2013.11.28	受让取得	希诺股份
6	杯子（66）	ZL201430152268.8	2014.05.27	受让取得	希诺股份
7	杯子（64）	ZL201430152277.7	2014.05.27	受让取得	希诺股份
8	杯子（63）	ZL201430152254.6	2014.05.27	受让取得	希诺股份
9	杯子（65）	ZL201430152255.0	2014.05.27	受让取得	希诺股份
10	杯子（67）	ZL201430152263.5	2014.05.27	受让取得	希诺股份
11	杯子（68）	ZL201430408198.8	2014.10.24	受让取得	希诺股份

序号	专利名称	专利号	申请日	取得方式	专利权人
12	水杯（香蕉杯）	ZL201430530537.X	2014.12.16	原始取得	希诺股份
13	水杯（象杯）	ZL201430530110.X	2014.12.16	原始取得	希诺股份
14	水杯（菠萝杯）	ZL201430530176.9	2014.12.16	原始取得	希诺股份
15	水杯（柠檬杯）	ZL201430530182.4	2014.12.16	原始取得	希诺股份
16	水杯（草莓杯）	ZL201430530183.9	2014.12.16	原始取得	希诺股份
17	水杯（5295）	ZL201430530666.9	2014.12.16	原始取得	希诺股份
18	水杯（5265）	ZL201430529932.6	2014.12.16	原始取得	希诺股份
19	水杯（贝雷帽）	ZL201430530646.1	2014.12.16	原始取得	希诺股份
20	水杯（5710）	ZL201430530179.2	2014.12.16	原始取得	希诺股份
21	水杯（5285）	ZL201430530648.0	2014.12.16	原始取得	希诺股份
22	水杯（5731）	ZL201430530324.7	2014.12.16	原始取得	希诺股份
23	水杯（5275）	ZL201430530667.3	2014.12.16	原始取得	希诺股份
24	水杯（西瓜杯）	ZL201430530544.X	2014.12.16	原始取得	希诺股份
25	水杯（5730）	ZL201430530177.3	2014.12.16	原始取得	希诺股份
26	水杯（5735）	ZL201530021130.9	2015.01.23	原始取得	希诺股份
27	水杯（3007）	ZL201530021087.6	2015.01.23	原始取得	希诺股份
28	水杯（5930）	ZL201530021129.6	2015.01.23	原始取得	希诺股份
29	水杯（5737）	ZL201530021089.5	2015.01.23	原始取得	希诺股份
30	水杯（5738）	ZL201530021221.2	2015.01.23	原始取得	希诺股份
31	水杯（5931）	ZL201530021322.X	2015.01.23	原始取得	希诺股份
32	水杯（7030）	ZL201530021234.X	2015.01.23	原始取得	希诺股份
33	水杯（3006）	ZL201530021368.1	2015.01.23	原始取得	希诺股份
34	水杯（3003）	ZL201530021393.X	2015.01.23	原始取得	希诺股份
35	水杯（3005）	ZL201530021369.6	2015.01.23	原始取得	希诺股份
36	水杯（5736）	ZL201530021280.X	2015.01.23	原始取得	希诺股份
37	水杯（5732）	ZL201530021249.6	2015.01.23	原始取得	希诺股份
38	水杯（5733）	ZL201530021304.1	2015.01.23	原始取得	希诺股份
39	水杯（5750）	ZL201530056122.8	2015.03.09	原始取得	希诺股份
40	水杯（5751）	ZL201530056137.4	2015.03.09	原始取得	希诺股份
41	水杯（5739）	ZL201530056167.5	2015.03.09	原始取得	希诺股份
42	水杯（5707）	ZL201530056187.2	2015.03.09	原始取得	希诺股份
43	水杯（1210）	ZL201530376129.8	2015.09.25	原始取得	希诺股份
44	水杯（3065）	ZL201530376112.2	2015.09.25	原始取得	希诺股份

序号	专利名称	专利号	申请日	取得方式	专利权人
45	水杯（3100）	ZL201530376071.7	2015.09.25	原始取得	希诺股份
46	水杯（3075）	ZL201530376073.6	2015.09.25	原始取得	希诺股份
47	水杯（2100）	ZL201530375981.3	2015.09.25	原始取得	希诺股份
48	水杯（2000）	ZL201530375983.2	2015.09.25	原始取得	希诺股份
49	水杯（5708）	ZL201530376007.9	2015.09.25	原始取得	希诺股份
50	水杯（3073）	ZL201530376074.0	2015.09.25	原始取得	希诺股份
51	水杯（2001）	ZL201530375982.8	2015.09.25	原始取得	希诺股份
52	水杯（3101）	ZL201530376127.9	2015.09.25	原始取得	希诺股份
53	水杯（2101）	ZL201530376295.8	2015.09.25	原始取得	希诺股份
54	水杯（3016）	ZL201530376114.1	2015.09.25	原始取得	希诺股份
55	水杯（3012）	ZL201530376128.3	2015.09.25	原始取得	希诺股份
56	水杯（3013）	ZL201530376116.0	2015.09.25	原始取得	希诺股份
57	水杯（3015）	ZL201530376115.6	2015.09.25	原始取得	希诺股份
58	水杯（2102）	ZL201530376117.5	2015.09.25	原始取得	希诺股份
59	水杯（3060）	ZL201530388457.X	2015.10.09	原始取得	希诺股份
60	水杯（3071）	ZL201530388443.8	2015.10.09	原始取得	希诺股份
61	水杯（3062）	ZL201530388557.2	2015.10.09	原始取得	希诺股份
62	水杯（3067）	ZL201530388475.8	2015.10.09	原始取得	希诺股份
63	水杯（3069）	ZL201530413478.2	2015.10.23	原始取得	希诺股份
64	水杯（3005-A）	ZL201530490241.4	2015.11.30	原始取得	希诺股份
65	水杯（3018）	ZL201530549226.2	2015.12.22	原始取得	希诺股份
66	水杯（1351）	ZL201530549224.3	2015.12.22	原始取得	希诺股份
67	水杯（3017）	ZL201530549227.7	2015.12.22	原始取得	希诺股份
68	水杯（6753）	ZL201530549223.9	2015.12.22	原始取得	希诺股份
69	水杯（6752）	ZL201530549221.X	2015.12.22	原始取得	希诺股份
70	水杯（6755）	ZL201530549222.4	2015.12.22	原始取得	希诺股份
71	水杯（1352）	ZL201530549219.2	2015.12.22	原始取得	希诺股份
72	水杯（1350）	ZL201530549225.8	2015.12.22	原始取得	希诺股份
73	水杯（7052）	ZL201530549220.5	2015.12.22	原始取得	希诺股份
74	水杯（3600）	ZL201630158487.6	2016.05.04	原始取得	希诺股份
75	复古办公杯（5627）	ZL201630158891.3	2016.05.04	原始取得	希诺股份
76	复古直筒杯（5610）	ZL201630158890.9	2016.05.04	原始取得	希诺股份
77	水杯（8909）	ZL201630158488.0	2016.05.04	原始取得	希诺股份

序号	专利名称	专利号	申请日	取得方式	专利权人
78	旅游壶（8819）	ZL201630158490.8	2016.05.04	原始取得	希诺股份
79	水杯（8908）	ZL201630158489.5	2016.05.04	原始取得	希诺股份
80	水杯（3019）	ZL201630174370.7	2016.05.11	原始取得	希诺股份
81	牛杯（5729）	ZL201630368394.6	2016.08.05	原始取得	希诺股份
82	透明盖玻璃杯（5335）	ZL201630368825.9	2016.08.05	原始取得	希诺股份
83	水杯（5232）	ZL201630368392.7	2016.08.05	原始取得	希诺股份
84	水杯（1212）	ZL201630368383.8	2016.08.05	原始取得	希诺股份
85	旅游壶（8822）	ZL201630368395.0	2016.08.05	原始取得	希诺股份
86	水杯（1351）	ZL201630368393.1	2016.08.05	原始取得	希诺股份
87	玻璃杯（7037）	ZL201630368384.2	2016.08.05	原始取得	希诺股份
88	玻璃杯（7035）	ZL201630368385.7	2016.08.05	原始取得	希诺股份
89	玻璃杯（5176）	ZL201630368388.0	2016.08.05	原始取得	希诺股份
90	水杯（8823）	ZL201630368382.3	2016.08.05	原始取得	希诺股份
91	水杯（8877）	ZL201630483167.8	2016.09.26	原始取得	希诺股份
92	水杯（3103）	ZL201630482997.9	2016.09.26	原始取得	希诺股份
93	水杯（3102）	ZL201630483168.2	2016.09.26	原始取得	希诺股份
94	热水瓶（2301）	ZL201630495736.0	2016.10.09	原始取得	希诺股份
95	水杯（5616）	ZL201630495730.3	2016.10.09	原始取得	希诺股份
96	咖啡壶（8877）	ZL201630495842.9	2016.10.09	原始取得	希诺股份
97	水杯（7015）	ZL201630529019.5	2016.11.03	原始取得	希诺股份
98	水杯（7016）	ZL201630528435.3	2016.11.03	原始取得	希诺股份
99	旅游壶（8810）	ZL201630555327.5	2016.11.15	原始取得	希诺股份
100	水壶（8623）	ZL201630555325.6	2016.11.15	原始取得	希诺股份
101	水壶（8622）	ZL201630555326.0	2016.11.15	原始取得	希诺股份
102	水杯（3026）	ZL201730069263.2	2017.03.11	原始取得	希诺股份
103	水杯（3027）	ZL201730069267.0	2017.03.11	原始取得	希诺股份
104	水杯（7530）	ZL201730069270.2	2017.03.11	原始取得	希诺股份
105	水杯（7059）	ZL201730069259.6	2017.03.11	原始取得	希诺股份
106	水杯（3028）	ZL201730069266.6	2017.03.11	原始取得	希诺股份
107	水杯（7057）	ZL201730069262.8	2017.03.11	原始取得	希诺股份
108	水杯（3029）	ZL201730163393.2	2017.05.08	原始取得	希诺股份
109	水杯（3030）	ZL201730163408.5	2017.05.08	原始取得	希诺股份
110	水杯（30003001）	ZL201730296433.0	2017.07.07	原始取得	希诺股份

序号	专利名称	专利号	申请日	取得方式	专利权人
111	水杯（9638）	ZL201730296434.5	2017.07.07	原始取得	希诺股份
112	水杯（30083009）	ZL201730296431.1	2017.07.07	原始取得	希诺股份
113	水杯（9637）	ZL201730296435.X	2017.07.07	原始取得	希诺股份
114	水杯 （3010301130203021）	ZL201730296155.9	2017.07.07	原始取得	希诺股份
115	水杯（56135615）	ZL201730296162.9	2017.07.07	原始取得	希诺股份
116	水杯（马杯）	ZL201730309550.6	2017.07.14	原始取得	希诺股份
117	水杯（3027）	ZL201730478518.0	2017.10.09	原始取得	希诺股份
118	水杯（3050）	ZL201730478038.4	2017.10.09	原始取得	希诺股份
119	水杯（3059）	ZL201730478039.9	2017.10.09	原始取得	希诺股份
120	水杯（3601）	ZL201730478323.6	2017.10.09	原始取得	希诺股份
121	水杯（5002）	ZL201730478516.1	2017.10.09	原始取得	希诺股份
122	水杯（3053）	ZL201730610898.9	2017.12.05	原始取得	希诺股份
123	水杯（3052）	ZL201830029855.6	2018.01.22	原始取得	希诺股份
124	水杯（8675）	ZL201830553949.3	2018.09.30	原始取得	希诺股份
125	保温杯（8700）	ZL201830749302.8	2018.12.24	原始取得	希诺股份
126	保温杯（8725）	ZL201830749314.0	2018.12.24	原始取得	希诺股份
127	玻璃杯（T102）	ZL201930153958.8	2019.04.08	原始取得	希诺股份
128	玻璃杯（7592-7953）	ZL201930153991.0	2019.04.08	原始取得	希诺股份
129	玻璃杯（7081）	ZL201930153964.3	2019.04.08	原始取得	希诺股份
130	玻璃杯（7017-7018）	ZL201930153992.5	2019.04.08	原始取得	希诺股份
131	玻璃杯（6903）	ZL201930153966.2	2019.04.08	原始取得	希诺股份
132	玻璃杯（6713）	ZL201930153959.2	2019.04.08	原始取得	希诺股份
133	保温杯（3063-3065）	ZL201930153963.9	2019.04.08	原始取得	希诺股份
134	玻璃杯（3002）	ZL201930153960.5	2019.04.08	原始取得	希诺股份
135	玻璃杯（1800）	ZL201930609801.1	2019.11.06	原始取得	希诺股份
136	保温杯（3105）	ZL201930703903.X	2019.12.17	原始取得	希诺股份
137	旅游壶（8831）	ZL201930703904.4	2019.12.17	原始取得	希诺股份
138	保温杯（T105）	ZL201930703905.9	2019.12.17	原始取得	希诺股份
139	保温杯（360305）	ZL202030090234.6	2020.03.17	原始取得	希诺股份
140	保温杯（0310）	ZL202030288616.X	2020.06.09	原始取得	希诺股份
141	保温杯（2317）	ZL202030288004.0	2020.06.09	原始取得	希诺股份
142	保温杯（0311）	ZL202030288009.3	2020.06.09	原始取得	希诺股份

序号	专利名称	专利号	申请日	取得方式	专利权人
143	保温杯（0300）	ZL202030288018.2	2020.06.09	原始取得	希诺股份
144	玻璃杯（6079）	ZL202030288596.6	2020.06.09	原始取得	希诺股份
145	玻璃杯（6078）	ZL202030288597.0	2020.06.09	原始取得	希诺股份
146	水杯（350 滚花）	ZL202030518374.9	2020.09.04	原始取得	希诺股份
147	玻璃杯（7713）	ZL202030541165.6	2020.09.12	原始取得	希诺股份
148	水杯（2303 滚花）	ZL202030541174.5	2020.09.12	原始取得	希诺股份
149	玻璃杯（7711）	ZL202030541167.5	2020.09.12	原始取得	希诺股份
150	水杯（ZY-310）	ZL202030632300.8	2020.10.23	原始取得	希诺股份
151	保温杯（03030307）	ZL202030644296.7	2020.10.28	原始取得	希诺股份
152	水杯（LB-300）	ZL202030706679.2	2020.11.20	原始取得	希诺股份
153	保温杯（TB-320）	ZL202030718749.6	2020.11.25	原始取得	希诺股份
154	保温杯（TB-327）	ZL202030720788.X	2020.11.25	原始取得	希诺股份
155	保温杯（ZY-319）	ZL202030718750.9	2020.11.25	原始取得	希诺股份
156	杯子（ZY-610）	ZL202030720786.0	2020.11.25	原始取得	希诺股份
157	杯子（XX-330）	ZL202030720784.1	2020.11.25	原始取得	希诺股份
158	保温杯（ZY-210）	ZL202030718761.7	2020.11.25	原始取得	希诺股份
159	保温壶（RC-350）	ZL202030718756.6	2020.11.25	原始取得	希诺股份
160	保温杯（TB-322）	ZL202030718755.1	2020.11.25	原始取得	希诺股份
161	保温杯（TB-325）	ZL202030718753.2	2020.11.25	原始取得	希诺股份
162	保温杯（LB-200）	ZL202030720790.7	2020.11.25	原始取得	希诺股份
163	保温杯（LB-309）	ZL202030720789.4	2020.11.25	原始取得	希诺股份
164	保温杯（XX-332）	ZL202030720791.1	2020.11.25	原始取得	希诺股份
165	水杯（T360）	ZL202130124765.7	2021.03.08	原始取得	希诺股份
166	玻璃杯（XN-9900）	ZL202130234379.3	2021.04.22	原始取得	希诺股份
167	保温杯（FZ-171）	ZL202130249319.9	2021.04.27	原始取得	希诺股份
168	保温杯（FZ-160）	ZL202130248936.7	2021.04.27	原始取得	希诺股份
169	保温杯（FZ-260）	ZL202130248934.8	2021.04.27	原始取得	希诺股份
170	玻璃杯（FZ-607）	ZL202130248906.6	2021.04.27	原始取得	希诺股份
171	玻璃杯（FZ-620）	ZL202130348609.9	2021.06.07	原始取得	希诺股份
172	玻璃杯（JL-623）	ZL202130348723.1	2021.06.07	原始取得	希诺股份
173	玻璃杯（TB-325A）	ZL202130380935.8	2021.06.19	原始取得	希诺股份
174	保温杯（SR-352）	ZL202130497014.X	2021.08.03	原始取得	希诺股份
175	玻璃杯（7103）	ZL202130497033.2	2021.08.03	原始取得	希诺股份

序号	专利名称	专利号	申请日	取得方式	专利权人
176	水杯（8827 猪猪）	ZL201930689507.6	2019.12.10	原始取得	江苏那美
177	水杯（3057）	ZL202030106798.4	2020.03.25	原始取得	江苏那美
178	水杯（3058）	ZL202030106803.1	2020.03.25	原始取得	江苏那美
179	水杯（9617）	ZL202030106802.7	2020.03.25	原始取得	江苏那美
180	水杯（3035）	ZL202030107310.X	2020.03.25	原始取得	江苏那美
181	玻璃杯（7023）	ZL202130380946.6	2021.06.19	原始取得	希诺股份
182	玻璃杯（7016）	ZL202130380947.0	2021.06.19	原始取得	希诺股份
183	保温杯（XX-335A）	ZL202130380933.9	2021.06.19	原始取得	希诺股份
184	保温杯（PF-380）	ZL202130511450.8	2021.08.09	原始取得	希诺股份
185	保温杯（XN-5658）	ZL202130573431.8	2021.08.31	原始取得	希诺股份
186	保温杯（XN-8667）	ZL202130572724.4	2021.08.31	原始取得	希诺股份
187	玻璃杯（XN-7108）	ZL202130666714.7	2021.10.11	原始取得	希诺股份
188	保温水壶（XN-8878）	ZL202130666720.2	2021.10.11	原始取得	希诺股份
189	保温水壶（XN-8879）	ZL202130666719.X	2021.10.11	原始取得	希诺股份
190	保温杯（XN-3106-1）	ZL202130666543.8	2021.10.11	原始取得	希诺股份
191	保温杯（XN-3106）	ZL202130666544.2	2021.10.11	原始取得	希诺股份
192	保温杯（XN-3097）	ZL202130666545.7	2021.10.11	原始取得	希诺股份
193	保温杯（XN-8080）	ZL202130666721.7	2021.10.11	原始取得	希诺股份
194	保温杯（XN-3098）	ZL202130803290.4	2021.12.06	原始取得	希诺股份
195	保温杯（3107）	ZL202230072012.0	2022.02.14	原始取得	希诺股份
196	保温杯（3283）	ZL202230072110.4	2022.02.14	原始取得	希诺股份
197	保温杯（8669）	ZL202230081264.X	2022.02.20	原始取得	希诺股份
198	保温杯（3286）	ZL202230081250.8	2022.02.20	原始取得	希诺股份
199	保温杯（3291）	ZL202230081262.0	2022.02.20	原始取得	希诺股份
200	保温杯（3290）	ZL202230081263.5	2022.02.20	原始取得	希诺股份
201	保温杯（8668）	ZL202230081265.4	2022.02.20	原始取得	希诺股份
202	保温杯（3289）	ZL202230081273.9	2022.02.20	原始取得	希诺股份
203	保温杯（3288）	ZL202230081274.3	2022.02.20	原始取得	希诺股份
204	保温杯（3287）	ZL202230081275.8	2022.02.20	原始取得	希诺股份
205	玻璃杯（XN-6610）	ZL202230081276.2	2022.02.20	原始取得	希诺股份
206	玻璃杯（XN-6085）	ZL202230081277.7	2022.02.20	原始取得	希诺股份
207	保温杯（XN-3055）	ZL202230081278.1	2022.02.20	原始取得	希诺股份
208	玻璃杯（XN-6612）	ZL202230081281.3	2022.02.20	原始取得	希诺股份

序号	专利名称	专利号	申请日	取得方式	专利权人
209	保温杯（XN-9605）	ZL202230081283.2	2022.02.20	原始取得	希诺股份
210	杯子（8081）	ZL202230081286.6	2022.02.20	原始取得	希诺股份
211	焖茶壶（8850）	ZL202230095376.0	2022.02.27	原始取得	希诺股份

注1：上述第1-11项专利系发行人从希诺集团处受让；

注2：截至本招股说明书签署日，上述第1、2项专利已届满失效。

4、受让取得专利的具体情况

截至 2022 年 6 月末，发行人及其子公司共有 24 项受让取得专利，具体情况如下：

（1）发明专利

序号	专利名称	专利号	类别	转让时间	转让方	受让方	转让价格	定价依据	转让背景
1	一种玻璃圆罐的封底烧结装置	ZL201210398427.2	发明专利	2017 年 5 月	希诺股份	江苏那美	0 元	双方协商一致定价	因生产经营需要
2	一种无渗水的真空杯杯盖	ZL201410078029.1	发明专利						
3	一种玻璃磨边滤渣清理装置	ZL201711377293.5	发明专利	2019 年 11 月	梁林燕	江苏那美	通过代理机构一次性购买，合计 8.3 万元	各方协商一致定价	因生产经营需要
4	一种自上而下摩擦旋转式乐趣刮壁杯盖	ZL201810644844.8	发明专利		崔保山	江苏那美			
5	一种课堂教学教师用讲台自适应气流避尘水杯	ZL201810685412.1	发明专利		张海	江苏那美			
6	一种防烫水杯	ZL201910337544.X	发明专利	2020 年 11 月	龙海市盛志杯业有限公司	江苏那美	通过代理机构一次性购买，合计 8.7 万元	各方协商一致定价	因生产经营需要
7	一种自动清洗咖啡杯	ZL201910792610.2	发明专利		龙海市盛志杯业有限公司	江苏那美			
8	一种速溶咖啡杯	ZL201910792669.1	发明专利		淳安县立亿杯业有限公司	江苏那美			
9	一种快速沥干内壁的水杯	ZL201810957698.4	发明专利	2021 年 11 月	汪毅	江苏那美	通过代理机构一次性购买，合计 8.7 万元	各方协商一致定价	因生产经营需要
10	一种适用于热饮冲泡的多功能水杯	ZL202010959887.2	发明专利		付海泉	江苏那美			
11	一种饮水设备	ZL202010083030.9	发明专利		武汉哈撒给科技有限公司	江苏那美			

序号	专利名称	专利号	类别	转让时间	转让方	受让方	转让价格	定价依据	转让背景
12	一种用于保温杯的快速丝印装置	ZL201911352773.5	发明专利	2021 年 8 月	深圳市凌晨知识产权运营有限公司	江苏那美	2.5 万元	双方协商一致定价	因生产经营需要

（2）实用新型专利

序号	专利名称	专利号	类别	转让时间	转让方	受让方	转让价格	定价依据	转让背景
1	一种茶水分离控制机构	ZL202022931627.2	实用新型	2021 年 8 月	朱庆利	希诺股份	20 万元	双方协商一致定价	因生产经营需要

（3）外观设计专利

序号	专利名称	专利号	类别	转让时间	转让方	受让方	转让价格	定价依据	转让背景
1	杯子（50）	ZL201230432424.7	外观设计	2018 年 12 月	希诺集团	希诺股份	0 元	双方协商一致定价	发行人与希诺集团进行资产业务整合，详见本招股说明书之“第四节 发行人基本情况”之“三、发行人成立以来重要事件”之“（二）发行人向希诺集团购买其全部与主营业务相关的资产和业务”部分
2	杯子（51）	ZL201230432437.4	外观设计		希诺集团	希诺股份			
3	杯子（56）	ZL201330071717.1	外观设计		希诺集团	希诺股份			
4	杯子（57）	ZL201330229102.7	外观设计		希诺集团	希诺股份			
5	杯子（61）	ZL201330584441.7	外观设计		希诺集团	希诺股份			
6	杯子（63）	ZL201430152254.6	外观设计		希诺集团	希诺股份			
7	杯子（65）	ZL201430152255.0	外观设计		希诺集团	希诺股份			
8	杯子（67）	ZL201430152263.5	外观设计		希诺集团	希诺股份			

序号	专利名称	专利号	类别	转让时间	转让方	受让方	转让价格	定价依据	转让背景
9	杯子（66）	ZL201430152268.8	外观设计		希诺集团	希诺股份			
10	杯子（64）	ZL201430152277.7	外观设计		希诺集团	希诺股份			
11	杯子（68）	ZL201430408198.8	外观设计		希诺集团	希诺股份			