

关于江苏鸿舜工业科技股份有限公司
股票公开转让并挂牌申请文件的第二轮审
核问询函的回复



国融证券股份有限公司
GUORONG SECURITIES CO., LTD.

二〇二四年四月

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

根据贵公司《关于江苏鸿舜工业科技股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的第二轮审核问询函》(以下简称“《问询函》”)的要求，江苏鸿舜工业科技股份有限公司(以下简称“公司”、“鸿舜科技”)、国融证券股份有限公司(以下简称“主办券商”、“国融证券”)会同北京中名国成会计师事务所(特殊普通合伙)(以下简称“申报会计师”、“会计师”)、江苏泰和律师事务所(以下简称“律师”)就贵公司提出的问题进行了认真讨论、核查，对《问询函》中所有提到的问题逐项予以落实并进行了书面说明，形成了《关于江苏鸿舜工业科技股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的第二轮审核问询函》(以下简称“问询函的回复”)并对鸿舜科技申请文件有关内容进行了必要的修改、补充说明或解释。

关于回复内容释义、格式及补充更新披露等事项的说明：

1、如无特别说明，相关用语释义与《江苏鸿舜工业科技股份有限公司公开转让说明书(申报稿)》一致。涉及对申请文件修改的内容已用体加粗方式列。

2、本问询函的回复中若出现总计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况，均为四舍五入所致。

本回复报告中的字体代表以下含义：

| | |
|----------------|---------------|
| 问询函所列问题 | 黑体（加粗） |
| 对问询函所列问题的回复 | 宋体 |
| 对公开转让说明书的修改、补充 | 楷体（加粗） |

目 录

| | |
|--------------------|----|
| 问题 1.关于毛利率 | 1 |
| 问题 2. 关于销售费用 | 20 |
| 问题 3. 关于其他 | 25 |

问题 1.关于毛利率

根据申报文件及前次问询回复，报告期内，公司综合毛利率分别为 33.68%、44.42%和 40.23%，高于同行业可比公司平均水平，且内销业务毛利率高于外销业务毛利率。请公司：（1）补充说明主要产品内外销定价模式、结算模式，分析说明内销毛利率高于外销毛利率的具体原因，与同行业可比公司是否一致，公司综合毛利率高于同行业可比公司平均水平的具体原因及合理性；（2）分别说明报告期公司主要客户同类产品销售毛利率情况，是否存在显著差异及原因；（3）分析说明主要产品在报告期内各月的销售价格与产品市场价格、原料市场价格变动趋势是否一致；（4）结合主要产品的原材料及价格具体变动情况、产销量、人员薪酬、固定成本等因素，分析主要产品单位成本明细具体变动原因；结合公司成本核算方法、原材料构成情况，分析主要产品成本结构与同行业公司是否可比，各月主要原材料结转成本的平均价格，与采购价格、市场价格是否存在重大差异；（5）结合同行业可比公司业务模式、产业链布局、产品结构及产销规模、产品技术性能、内外销客户结构、议价能力、成本结构、运输费用核算方法等因素，量化分析主要产品单位售价、单位成本与同行业可比公司同类产品差异原因。

请主办券商、会计师核查上述事项，并发表明确意见。。

【回复】

一、公司补充披露及说明

（一）补充说明主要产品内外销定价模式、结算模式，分析说明内销毛利率高于外销毛利率的具体原因，与同行业可比公司是否一致，公司综合毛利率高于同行业可比公司平均水平的具体原因及合理性；

1、补充说明主要产品内外销定价模式、结算模式，分析说明内销毛利率高于外销毛利率的具体原因，与同行业可比公司是否一致。

(1) 补充说明主要产品内外销定价模式、结算模式

报告期内公司境内、外销定价模式、结算模式情况如下：

| 项目 | 境内客户（贸易商客户） | 境外客户（自营客户） |
|--------|---|--|
| 销售业务模式 | 客户通常为中间商，在接到品牌商订单后，向公司采购产品研发设计、生产制造服务。公司将定制产品销售给客户，由客户销售给国外品牌商 | 客户通常拥有自主品牌，公司根据客户需求自主开发、设计产品，并在生产完成后直接发运给客户，由客户的销售渠道实现终端销售 |
| 定价原则 | 公司根据各产品的制造成本，结合客户的市场情况、年订货量、特殊表面处理要求、特殊性能要求、包装需求，出运要求等，保证一定的利润空间，核定各订单产品的销售价格 | |
| 结算方式 | 开票后收款，以人民币结算 | 取得货运提单后开票收款，以美元结算，采取电汇方式 |
| 信用政策 | 信用额度根据客户的销售规模和信用情况单独约定，通常在开票后 60-90 天不等 | 信用额度根据客户的销售规模和信用情况单独约定，通常在取得货运提单后 30-120 天不等 |

由上可知，报告期内公司境内、外客户定价模式一致，均为按照订单产品的制造成本，结合客户的市场情况、年订货量和定制化需求等，在保证一定的利润空间的情况下，核定各订单产品的销售价格。

结算方式也基本一致，不存在明显差异。境内客户以开票后收款，信用期一般为开票后 60-90 天。境外客户以取得货运提单后开票收款，信用期一般为在取得货运提单后 30-120 天不等。

(2) 分析说明内销毛利率高于外销毛利率的具体原因

公司报告期内贸易商模式和自营客户销售毛利率情况如下：

| 项目 | 2023年1月—7月 | 2022年度 | 2021年度 |
|-------|------------|--------|--------|
| 贸易商客户 | 42.05% | 47.58% | 40.09% |
| 自营客户 | 38.38% | 41.91% | 25.82% |

由上可知，公司贸易商客户毛利率大于自营客户毛利率，贸易商客户基本为境内客户，自营客户基本为境外客户，公司销售给境内客户和境外客户的产品结构相同，公司贸易商客户业务毛利率高于自营客户业务毛利率，主要是因为单笔订单销售规模差异和出口退税影响。

公司自营客户的主要客户均为国际知名五金工具制造销售商，此类客户对商品的价格更加敏感，同时批次采购数量较大，发挥了集中采购的优势，公司大规模生产的模式下，生产效率更高，故自营客户的销售单价相对于境内客户销售价格较低。贸易商客户销售的产品一般为综合类手工具套装，贸易商客户一般在境内采购起子、锤子等其他手工具与公司的扳手组成成套综合类手工具套装销售给其下游客户，扳手并非综合类手工具套装的主要产品，所以批次采购量小，同时贸易商客户也会根据综合类手工具套装的组合需要提出定制化需求，故境内客户由于批次采购量小、定制化等需求，公司小批量生产的模式下，生产效率相对较低，故境内销售的销售价格会相对更高。

报告期内公司境内外销售订单数量、销售数量和平均单笔订单销售数量情况如下：

单位：把

| 项目 | 2021年 | | |
|------|-----------|---------------|-----------|
| | 订单数量 | 销售数量 | 平均销售数量 |
| 境内销售 | 857.00 | 11,767,721.00 | 13,731.30 |
| 境外销售 | 262.00 | 10,075,807.00 | 38,457.28 |
| 项目 | 2022年 | | |
| | 订单数量 | 销售数量 | 平均销售数量（把） |
| 境内销售 | 681.00 | 6,222,920.00 | 9,137.91 |
| 境外销售 | 240.00 | 6,488,628.00 | 27,035.95 |
| 项目 | 2023年1-7月 | | |
| | 订单数量 | 销售数量 | 平均销售数量（把） |
| 境内销售 | 428.00 | 2,626,570.00 | 6,136.85 |
| 境外销售 | 135.00 | 2,742,776.00 | 20,316.86 |

报告期内境内外销售前五大客户的平均单笔订单销售数量情况如下：

单位：把

| 项目 | 2021年 | 2022年 | 2023年1-7月 |
|------------|-----------|-----------|-----------|
| 贸易商客户前五大客户 | 14,440.01 | 8,465.31 | 5,993.87 |
| 自营客户前五大客户 | 43,680.80 | 37,133.98 | 26,055.49 |

报告期内境内客户订单数量分别为 857.00、681.00 和 428.00，平均单笔销售数量分别为 13,731.30 把、9,137.91 把和 6,136.85 把。报告期内境外客户订单数量分别为 262.00、240.00 和 135.00，平均销售数量分别为 38,457.28 把、27,035.95 把和 20,316.86 把。境内前五大客户报告期内平均每笔订单销售数量分别是 14,440.01 把、8,465.31 把和 5,993.87 把，境外前五大客户报告期内平均

每笔订单销售数量分别是 43,680.80 把、37,133.98 把和 26,055.49 把。报告期内境内销售呈现订单多，平均订单销售量小，而境外客户销售呈现订单少，平均订单销售量高的特点。

境外客户批次采购数量较大，境内客户批次采购量小，境外客户发挥了集中采购的优势，与外销客户的销售单价相对于境内客户销售价格较低的情况相符。

同时公司境外销售，作为制造型企业，公司享受增值税免抵退的优惠政策，根据财政部、国家税务总局《关于出口货物劳务增值税和消费税政策的通知》（财税〔2012〕39 号）的规定，报告期内公司出口业务享受增值税“免、抵、退”和“免、退”优惠政策。其中子公司盛江贸易自身不具有生产能力，适用“免、退”政策，具体处理方法为购进出口货物的进货金额乘以适用退税率。报告期内，公司出口产品适用的出口退税率为 13%。母公司具有生产能力，适用“免、抵、退”政策，根据出口货物离岸价、出口货物退税率计算免抵退税金额，报告期各期母公司海关出口数据、出口退税金额如下：

单位：元

| 项目 | 2023 年 1-7 月 | 2022 年度 | 2021 年度 |
|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 境外销售收入 | 20,423,426.38 | 54,041,414.01 | 50,632,773.80 |
| 实际出口退税金额 | 2,659,506.22 | 7,011,798.93 | 6,568,765.76 |
| 退税金额占境外销售收入比重 | 13.02% | 12.97% | 12.97% |

由上可知，出口销售退税金额占每年境外销售营业收入比重的 13.00%左右，故公司与境外客户协商销售价格的时候，会考虑退税影响因素，也需要给予一定价格优惠，进一步拉低境外客户的销售价格。

公司贸易商客户的下游客户与公司直营客户情况一致，也属于国际知名手工工具制造销售商，公司贸易商客户从公司采购商品后一般会和其他手工工具组成套装，再销售给境外客户。贸易商客户的下游客户与公司之间不存在关联关系，不存在通过贸易商下游客户进行循环交易，虚构利润的情况。报告期内公司前十大贸易商客户下游客户情况如下：

| 贸易商客户名称 | 收入(万元) | | | 占贸易商收入比重 | | | 是否存在 关联关系 | 核查资料 | 贸易商下游客户情况说明 | 扳手是否 有 LOGO | 是否实现 终端销售 |
|--------------------|---------------|--------|----------|---------------|--------|--------|--------------|--------|--|-------------------|--------------|
| | 2023年 1-7月 | 2022年 | 2021年 | 2023年 1-7月 | 2022年 | 2021年 | | | | | |
| 江苏舜天国际集团苏迈克斯工具有限公司 | 537.45 | 924.83 | 1,045.77 | 25.84% | 21.22% | 15.53% | 否 | 报关单 | 将采购的扳手或与其他手工具组套进行销售, 扳手品牌为 MAGNUSSON, MAGNUSSON 是英国著名手工具销售品牌。江苏舜天国际集团机械进出口有限公司及其所属企业商品主要出口到法国、波兰、英国等。 | 是 | 是 |
| 上海泰瑞机械设备有限公司 | 172.58 | 169.46 | 259.49 | 8.30% | 3.89% | 3.85% | 否 | 报关单 | 将扳手与其他手工具组套进行销售, 扳手品牌为 KENDO, 是西美工具旗下品牌, 西美工具成立于 1979 年, 为全球市场知名手工具制造销售商。上海泰瑞机械设备有限公司商品主要出口到德国、荷兰等。 | 是 | 是 |
| 上海冠富实业有限公司 | 146.08 | 352.39 | 451.89 | 7.02% | 8.09% | 6.71% | 否 | 报关单 | 将采购的扳手以扳手或与其他手工具组套进行销售, 扳手品牌有 DEXTER 和 KENSTON, DEXTER, 是乐华梅兰自主品牌, 乐华梅兰源于欧洲, 创立于 1923 年, 是欧洲家居改善行业领先者; KENSTON 是德国著名工具品牌。上海冠富实业有限公司商品主要出口到法国、比利时、俄罗斯等。 | 是 | 是 |
| 上海对外经济贸易实业浦东有限公司 | 135.67 | 126.54 | 33.84 | 6.52% | 2.90% | 0.50% | 否 | 报关单 | 上海对外经济贸易实业浦东有限公司商品主要出口到德国等。 | 否 | 是 |
| 江苏杰杰工具有限公司 | 123.09 | 156.68 | 375.58 | 5.92% | 3.59% | 5.58% | 否 | 报关单 | 将扳手或扳手与其他手工具组套进行销售, 扳手品牌为 FIXMAN。宁波市杰杰工具有限公司及其所属企业商品主要出口至荷兰等 | 是 | 是 |
| 张家港市锐达新材料科技有限公司 | 71.94 | 18.15 | 6.10 | 3.46% | 0.42% | 0.09% | 否 | 报关单、发票 | 扳手销售品牌为 GEDORERED, 主要出口到巴西。 | 是 | 是 |
| 宁波卓恩进出口有限公司 | 49.29 | 77.81 | 29.83 | 2.37% | 1.79% | 0.44% | 否 | 报关单 | 扳手品牌为 BREMEN, 主要出口到阿根廷。 | 是 | 是 |
| 上海元创国际贸易有限公司 | 46.69 | 70.03 | 61.61 | 2.24% | 1.61% | 0.92% | 否 | 报关单 | 主要出口到日本。 | 否 | 是 |
| 上海娄星工具有限公司 | 22.92 | 193.46 | 1,256.69 | 1.10% | 4.44% | 18.67% | 否 | 合同 | 将扳手以手动工具出售, 扳手品牌为 Makita, Makita 为 Makita(Kunshan)Co.,Ltd.(牧田(昆山)有限公司)品牌。 | 是 | 是 |
| 深圳市百思泰科技有限公司 | 10.54 | 131.37 | 195.09 | 0.51% | 3.01% | 2.90% | 否 | 合同 | 将扳手或扳手与其他手工具组套进行销售, 扳手品牌为 BESITA。 | 是 | 是 |
| 上海太古工具有限公司 | 6.33 | 46.17 | 200.73 | 0.30% | 1.06% | 2.98% | 否 | 报关单 | 将扳手以手动工具出售, 扳手品牌是 DEXTER, 主要出口到比利时和俄罗斯。 | 是 | 是 |
| 上海力健实业有限公司 | 5.42 | 158.45 | 282.01 | 0.26% | 3.64% | 4.19% | 否 | 报关单 | 将扳手与其他手工具组套进行销售, 扳手品牌为 TACTIX, 上海美瑞实业有限公司及其所属企业商品主要用于出口。 | 是 | 是 |
| 江苏阳光东升进出口有限公司 | 2.92 | 100.15 | 49.56 | 0.14% | 2.30% | 0.74% | 否 | 报关单 | 对方已将扳手出售, 扳手品牌为 OPSIAL, 主要出口到法国。 | 是 | 是 |
| 特力(中国)商贸有限公司 | 15.38 | 34.29 | 116.04 | 0.74% | 0.79% | 1.72% | 否 | 报关单 | 对方已将扳手出售, 扳手品牌为 POWERTORQUE, 主要出口到美国。 | 是 | 是 |
| 南京杰斯恩工贸实业有限公司 | 9.31 | 12.77 | 100.19 | 0.45% | 0.29% | 1.49% | 否 | 报关单 | 对方已将扳手销售, 扳手主要出口到美国 | 否 | 是 |

| | | | | | | | | | | | |
|------------|----------|----------|----------|--------|--------|--------|---|-----|---------------------------------|---|---|
| 江苏威盛贸易有限公司 | 16.16 | 39.22 | 64.65 | 0.78% | 0.90% | 0.96% | 否 | 报关单 | 对方已将扳手出售，扳手品牌为 FISCHER，主要出口到法国。 | 是 | 是 |
| 合计 | 1,371.77 | 2,611.80 | 4,529.07 | 65.95% | 59.94% | 67.27% | | | | | |

公司贸易商客户采购的扳手基本均为定制化扳手，在扳手握把处打上品牌 LOGO 钢印，属于唯一标识产品，除销售给对应客户之外，无法再销售给其他客户。像公司第一大贸易商客户江苏舜天国际集团苏迈克斯工具有限公司采购的扳手品牌为 MAGNUSSON，主要出口到法国、波兰、英国地区。上海泰瑞机械设备有限公司采购的扳手品牌为 KENDO，主要出口到德国与荷兰。上海冠富实业有限公司采购的扳手品牌为 DEXTER 和 KENSTON，主要出口到法国、比利时、俄罗斯。张家港市锐达新材料科技有限公司采购的扳手品牌为 GEDORERED，主要出口到巴西等等。

公司贸易商客户采购公司产品后也基本销售至境外，其下游客户也均属于国际手工具制造销售公司。报告期内前十大贸易商客户的定制化品牌扳手，均属于国际手工具制造销售公司名下品牌，如：MAGNUSSON 是英国著名手工具销售品牌；KENDO 是西美工具旗下品牌，西美工具成立于 1979 年，致力于为全球市场提供高质量的工具。DEXTER，是乐华梅兰自主品牌，乐华梅兰（LEROYMERLIN）源于欧洲，创立于 1923 年，是欧洲家居改善行业领先者；KENSTON 是德国著名工具品牌；GEDORERED 是霍夫曼集团品牌，是源自德国工具系统伙伴，为全球 50 多个国家超过 135,000 家客户提供产品与服务。OPSIAL 为法国著名手工具品牌；POWERTORQUE 为美国著名手工具品牌史丹利旗下品牌，拥有 170 年的品牌史，在世界工具领域不可动摇的领导地位。

公司贸易商客户的下游客户与公司直营客户情况基本一致，也属于国际知名手工具制造销售商，但由于贸易商客户单笔订单销售规模差异和出口退税影响，公司与贸易商客户的销售价格高于直营客户销售价格，公司贸易商客户的毛利高于直营客户毛利率。

同时截止至 2023 年 7 月末，公司对贸易商客户的应收账款规模较小，截止至反馈回复日基本回款完毕，贸易商客户销售真实性，不存在通过贸易商下游客户循环交易，虚增利润的情况。

综上所述，使得贸易商客户毛利率大于自营客户毛利率具有商业合理性。

(3) 与同行业可比公司是否一致

公司生产的扳手为中高端产品，公司报告期内扳手销售业务均为 ODM 模

式，公司拥有自主设计能力和技术，并根据委托方的要求设计、采购和生产客户品牌产品，再对产品进行检测和包装后销售给客户。

报告期内公司主要客户的贴牌情况及对应贴牌客户基本情况如下：

单位：万元

| 类型 | 客户名称 | 具体生产品牌 | 客户背景情况 | 开始合作时间 | 各年销售情况 | | |
|-------|---|---------------------------|--|--------|-----------|----------|----------|
| | | | | | 2023年1-7月 | 2022年 | 2021年 |
| 自营客户 | SAINZY INTERNATIONAL INVESTMENT CO.,LIMITED | KOBALT、SUNEX | SAINZY INTERNATIONAL INVESTMENT CO.,LIMITED 其下游主要为客户为 Harbor Freight Tools, Harbor Freight Tools 成立于 1977 年, 拥有 1400+家门店, 超过 7500 万客户。 | 2016 年 | - | 289.45 | 2,312.14 |
| 自营客户 | MING SHIN TOOLS CO.,LTD | MASTERFORCE、KOBALT、明欣国际 | MING SHIN TOOLS CO.,LTD 是台湾专业手动工具和电动工具配件的领先公司之一。 | 2018 年 | 145.96 | 1,541.09 | 2,109.37 |
| 自营客户 | JS Products,Inc. | STEELMAN | JS PRODUCTS, Inc. 成立于 1986 年, 其具体目标是为专业汽车和工业市场开发、制造、营销和分销专业工具和设备。从一开始, 该公司从专业照明设备开始, 已经发展成为一家销售 8,000 多种产品的跨国公司。JS PRODUCTS, Inc. 是行业领导者, 在 5 个业务领域为客户提供创新产品: 专业汽车、后台、工业、OEM 和零售。 | 2023 年 | 80.80 | - | - |
| 自营客户 | GRIP-ON TOOLS | GRIP、EXTREME TORQUE | 成立于 1980 年, 在美国密歇根州拥有 20 万平方英尺的先进工厂, GRIP-ON 已发展成为美国中西部著名工具和日用百货地区供应商, 也是美国、加拿大和其他西方国家的热门供应商。 | 2015 年 | 78.11 | 504.28 | 213.64 |
| 自营客户 | THE HOME DEPOT | HUSKY | 家得宝是全球最大的家居装饰零售商, 在美国、加拿大和墨西哥拥有约 475,000 名员工和 2,300 多家门店。2023 年实现营业收入 1,527 亿美元。 | 2010 年 | 176.16 | 39.20 | 585.73 |
| 自营客户 | Harbor Freight Tools | PITTSBURGH | Harbor Freight Tools 成立于 1977 年, 经过 40+年的发展, 拥有 1400+家门店, 超过 7500 万客户。 | 2022 年 | 1,124.54 | 1,686.46 | - |
| 自营客户 | Techtronic Industries Co.,Ltd. | HART、MILWAUKEE | TTI 成立于 1985 年, 并于 1990 年在香港联合交易所 (“联交所”) 上市, 并作为其成份股之一被纳入恒生指数。拥有强大的品牌组合、全球制造和产品开发足迹以及健康的财务状况, 2023 年实现营业收入 137.31 亿美元。 | 2018 年 | 182.10 | 329.69 | - |
| 自营客户 | Beta Utensili S.P.A. | Beta EASY、BETA、BetaWORKER | Beta 集团拥有 1,000 多名员工, 分布在 Beta Utensili、3D Beta、VGF、BM Group、Abra Beta 和 Helvi 六家公司的 10 家生产工厂, 以及在国外的 11 家商业分支机构。Beta Utensili 具备广泛的物流和销售网络, 拥有在法国、英国、荷兰、西班牙、波兰、比利时、匈牙利和中国的 8 家海外分公司以及遍布 200 多个国家和地区的销售网点。 | 2022 年 | 111.74 | 526.60 | 25.03 |
| 贸易商客户 | 江苏舜天国际集团苏迈克斯工具有限公司 | MAGNUSSON | MAGNUSSON 是英国著名家居装修和园艺零售商 B&Q 的自有手工工具品牌, B&Q 成立于 1969 年, 拥有 25,000 名员工, 在英国及爱尔兰拥有 300 多家门店 | 2002 年 | 537.45 | 924.83 | 1,045.77 |
| 贸易商客户 | 上海泰瑞机械设备有限公司 | KENDO | KENDO 是西美工具旗下品牌, 西美工具成立于 1979 年, 致力于为全球市场提供高质量的工具 | 2007 年 | 172.58 | 169.46 | 259.49 |
| 贸易商客户 | 上海冠富实业有限公司 | DEXTER 和 KENSTON | DEXTER, 是乐华梅兰自主品牌, 乐华梅兰 (LEROYMERLIN) 源于欧洲, | 2010 年 | 146.08 | 352.39 | 451.89 |

| | | | | | | | |
|-------|------------------|-------------|---|--------|----------|----------|-----------|
| | | | 创立于 1923 年，是欧洲家居改善行业领先者；KENSTON 是德国著名工具品牌；GEDORERED 是霍夫曼集团品牌，是源自德国工具系统伙伴，为全球 50 多个国家超过 135,000 家客户提供产品与服务 | | | | |
| 贸易商客户 | 上海对外经济贸易实业浦东有限公司 | 定制化扳手 | 上海对外经济贸易实业浦东有限公司商品主要出口到德国等。 | 2012 年 | 135.67 | 126.54 | 33.84 |
| 贸易商客户 | 江苏杰杰工具有限公司 | FIXMAN | FIXMAN 是著名跨国五金工具制造商，专注于五金工具制造超过 25 年，拥有 160 项国际专利，在全球 60 多个国家拥有 690 多个销售网点，在中国拥有 16 万平方米的工厂 | 2010 年 | 123.09 | 156.68 | 375.58 |
| 贸易商客户 | 张家港市锐达新材料科技有限公司 | GEDORERED | GEDORERED 是霍夫曼集团品牌，是源自德国工具系统伙伴，为全球 50 多个国家超过 135,000 家客户提供产品与服务 | 2019 年 | 71.94 | 18.15 | 6.10 |
| 贸易商客户 | 宁波卓恩进出口有限公司 | BREMEN | BREMEN 是阿根廷知名工具制造商，拥有 30 余年的高效高质量工具生产经营 | 2019 年 | 49.29 | 77.81 | 29.83 |
| 贸易商客户 | 上海元创国际贸易有限公司 | 定制化扳手 | 客户将产品主要出口到日本。 | 2019 年 | 46.69 | 70.03 | 61.61 |
| 贸易商客户 | 上海娄星工具有限公司 | Makita | 牧田株式会社 是世界上最大的专门生产专业电动工具的制造商之一，总部位于日本国爱知县安城市，创业于 1915 年，先后在日本东京、名古屋、美国 NASDAQ 证券市场上市，注册资金达 242 亿日元，整个集团员工超过 9000 人。 | 2019 年 | 22.92 | 193.46 | 1,256.69 |
| 贸易商客户 | 深圳市百思泰科技有限公司 | BESITA | BESITA 创立于 2010 年，总部位于深圳，专业致力于全新汽修工具解决方案的开发与应用 | 2012 年 | 10.54 | 131.37 | 195.09 |
| 贸易商客户 | 上海太古工具有限公司 | DEXTER | DEXTER，是乐华梅兰自主品牌，乐华梅兰（LEROYMERLIN）源于欧洲，创立于 1923 年，是欧洲家居改善行业领先者 | 2011 年 | 6.33 | 46.17 | 200.73 |
| 贸易商客户 | 上海力健实业有限公司 | TACTIX | TACTIX Tools 是 Meridian International 旗下品牌，拥有五座先进制造工厂 | 2003 年 | 5.42 | 158.45 | 282.01 |
| 贸易商客户 | 江苏阳光东升进出口有限公司 | OPSIAL | OPSIAL 为法国著名手工具品牌 | 2002 年 | 2.92 | 100.15 | 49.56 |
| 贸易商客户 | 特力(中国)商贸有限公司 | POWERTORQUE | POWERTORQUE 为美国著名手工具品牌史丹利旗下品牌，拥有 170 年的品牌史，在世界工具领域不可动摇的领导地位 | 2005 年 | 15.38 | 34.29 | 116.04 |
| 贸易商客户 | 南京杰斯恩工贸实业有限公司 | 定制化扳手 | 扳手主要出口到美国 | 2010 年 | 9.31 | 12.77 | 100.19 |
| 贸易商客户 | 江苏威盛贸易有限公司 | FISCHER | 扳手品牌为 FISCHER，主要出口到法国 | 2011 年 | 16.16 | 39.22 | 64.65 |
| | | | 合计 | | 3,271.18 | 7,528.54 | 9,774.98 |
| | | | 扳手产品收入 | | 3,874.20 | 9,349.06 | 11,201.40 |
| | | | 占比 | | 84.43% | 80.53% | 87.27% |

由上可知，报告期内公司贴牌品牌众多，且对应的品牌客户基本均为国际知名手工具制造销售商，此类客户对产品质量要求极高。依托公司多年的生产经验和研发能力，公司产品的质量、实用和外观设计均符合客户高标准要求。基于公司产品质量的优势下，公司产品单价高于其他同行业的普通扳手，故公司产品毛利率较高。

1) 公司手工具毛利率与同行业可比公司对比情况

手工具行业在全球范围内主要的生产基地为东亚、北美和西欧。欧美发达国家的手工具企业主要以生产外形美观时尚、设计轻巧别致、方便耐用的中高端产品为主，此类产品主要供应欧美市场，出口较少。东亚的手工具生产基地主要位于我国和日本，日本生产的手工具主要定位于中高端市场，我国部分企业生产的手工具产品仍以中低端为主，公司生产的扳手已经实现了高端产品的技术突破，成为国际知名品牌的合格供应商。

手工具品类繁多，如各种规格的扳手、钳、剪刀、管子钳及锤体等。公司产品主要为手工具扳手，报告期内产品毛利率分别为 40.23%、44.42% 和 33.68%，产品毛利率较高，主要系公司生产的扳手为外形美观时尚、设计轻巧别致、方便耐用的中高端产品，主要销往欧美市场，故产品毛利率较高。根据巨星科技《招股说明书》披露，2007 年-2009 年巨星科技主营业务收入以手工具产品为主，巨星科技 2007 年-2009 年手工具占主营业务收入占比分别为 93.45%、92.51%和 93.53%，手动工具中主要包括螺丝批、扳手、手工锯、钳子等中高端手动工具，与发行人产品类型相同，均为手工具。巨星科技 2007 年-2009 年自制产品毛利率分别为 17.72%、24.35%和 30.66%。根据巨星科技 2021 年年报披露，巨星科技手工具毛利率为 27.89%，同行业可比公司中高端手工具毛利率也相对较高，公司手工具毛利率较高的特点与同行业可比公司情况一致，具有可比性。

2) 内外销毛利率与同行业可比公司对比情况

报告期内公司与同行业客户内外销收占比情况如下：

| 项目 | 主营产品 | 类型 | 境外销售占比 | |
|------|-------------|------|--------|--------|
| | | | 2022年度 | 2021年度 |
| 申请挂牌 | 棘轮、梅花、两用、双开 | 境内销售 | 44.30% | 55.11% |

| | | | | |
|------|-------------------------------|--|---------|---------|
| 公司 | 口、油管扳手 | 境外销售 | 55.70% | 44.89% |
| | | 合并 | 100.00% | 100.00% |
| 巨星科技 | 手工具及存储箱柜、动力工具、激光测量仪器及储能工具 | 境内销售 | 4.70% | 3.83% |
| | | 境外销售 | 95.30% | 96.17% |
| 创科实业 | 电动工具、配件、手动工具、户外园艺工具及地板护理及清洁产品 | 创科实业属于港股公司，并未披露境内销售规模，根据2022年创科实业年报披露，2022年北美洲、欧洲收入占比分别为91.75%，创科实业主要营业收入来源于境外销售 | | |

由上可知，同行业可比公司营业收入主要均来源于境外，并未披露境内外销售毛利率情况，故无法直接分析同行业可比公司境内外销毛利率差异情况，是否与公司情况一致。

3) 公司综合毛利率高于同行业可比公司平均水平的原因及合理性

报告期内公司与同行业可比公司综合毛利率情况如下：

| 项目 | 主营产品 | 整体毛利率 | | |
|----------|-------------------------------|-----------|--------|--------|
| | | 2023年1-7月 | 2022年度 | 2021年度 |
| 申请挂牌公司 | 棘轮、梅花、两用、双开口、油管扳手等 | 40.23% | 44.42% | 33.68% |
| 项目 | 主营产品 | 整体毛利率 | | |
| | | 2023年1-6月 | 2022年度 | 2021年度 |
| 巨星科技 | 手工具及存储箱柜、动力工具、激光测量仪器及储能工具 | 30.16% | 26.51% | 25.12% |
| 创科实业 | 电动工具、配件、手动工具、户外园艺工具及地板护理及清洁产品 | 39.27% | 39.33% | 38.79% |
| 同行业平均毛利率 | | 34.72% | 32.92% | 31.96% |

整体来看报告期内公司毛利率与同行业可比公司之间存在一定差异，主要系细分产品结构不同和生产模式不同导致，具体情况如下：

报告期内，巨星科技主营产品为手工具及存储箱柜、动力工具、激光测量仪器及储能工具，巨星科技手动工具中主要包括螺丝批、扳手、手工锯、钳子等手动工具，与发行人产品类型相同，均为手工具。公司主营产品及毛利率与巨星科技手工具类型产品毛利率对比情况如下：

| 公司简称 | 主营产品 | 具体类型 | 2023年1-6月 | 2022年 | 2021年 |
|------|---------------------------|------|-----------|--------|--------|
| 巨星科技 | 手工具及存储箱柜、动力工具、激光测量仪器及储能工具 | 手工具 | 31.06% | 26.71% | 27.89% |
| | | 存储箱柜 | | | 17.36% |
| 公司简称 | 主营产品 | 具体类型 | 2023年1-7月 | 2022年 | 2021年 |
| 鸿舜科技 | 棘轮、梅花、两用、双开口、油管 | 手工具 | 37.18% | 42.56% | 31.55% |

| | | | | | |
|--|-----|--|--|--|--|
| | 扳手等 | | | | |
|--|-----|--|--|--|--|

资料来源：上市公司年报

注：2021 年巨星科技年报披露手工具及存储箱柜-手工具毛利率为 27.89%，手工具及存储箱柜-存储箱柜毛利率为 17.36%，2022 年年报和 2023 年 1-6 月半年报未单独披露手工具及存储箱柜毛利率，合并披露手工具及存储箱柜毛利率。

由上可知，2021 年可比公司巨星科技手工具毛利率为 27.89%，公司 2021 年手工具毛利率为 31.55%。2022 年可比公司巨星科技手工具毛利率为 26.71%，公司 2022 年手工具毛利率为 42.56%。2023 年 1-6 月巨星科技手工具及存储箱柜毛利率为 31.06%，公司 2023 年 1-7 月手工具毛利率为 37.18%。公司手工具毛利率高于巨星科技手工具毛利率。巨星科技手动工具中主要包括螺丝批、扳手、手工锯、钳子等手动工具，与发行人产品类型相同，均为手工具。报告期内公司手工具毛利率高于巨星科技手工具毛利率，主要系生产模式不同。根据巨星科技年报，巨星科技产能以外协生产为主。根据巨星科技《招股说明书》披露，巨星科技外购产成品由外协厂商进行生产，巨星科技完成最后的组装、包装流程，外协产品由外协厂商生产，其所获取的利润仅包含了销售环节的利润，故以外协方式生产的产品毛利率低于自制产品。2022 年公司毛利率远高于巨星科技手工具及存储箱柜毛利率，主要系公司基于 2021 年钢材价格较高的基础上提高了产品的销售价格，但是调整价格具有一定滞后性，2021 年提高的销售价格在 2022 年实现销售的订单中才体现出来，使得 2022 年销售单价较 2021 年提高较多，2022 年度公司手工具毛利率较巨星科技 2022 年度毛利率差异较大。

综上所述，主要因为生产模式不同，使得公司毛利率高于巨星科技毛利率，具有合理性。

创科实业主营产品为电动工具及地板护理及清洁产品。公司主营产品为手工具-扳手，公司细分产品结构与同行业公司存在一定差异。创科实业报告期内未披露细分产品毛利率，无法直接比较手工具毛利情况。创科实业为发行人主要客户，创科实业亦存在采购本公司等 ODM 厂商生产的产成品进行组装、包装后直接出售的情形，使用该种模式所获取的利润仅包含了销售环节的利润。但由于创科实业产品以电动工具及地板护理及清洁产品为主，产品结构与公司之间存在较大差异，故毛利率差异较大。

综上所述，公司毛利率高于同行业可比公司，主要是因为（1）巨星科技和创科实业存在国内采购成品，然后再包装组成套装或单个对外销售的情况。而公司属于 ODM 厂商，自主设计生产并销售，故毛利率较高。其中创科实业为公司 2023 年 1-7 月前五大客户，公司自 2022 年开始为其生产扳手等手工具，并出口其国外所属公司。（2）同行业公司产品类型较多，产品结构与公司存在一定差异，故毛利率存在一定差异。受到同行业公司生产模式和细分产品结构不同的影响，公司毛利率与同行业可比公司之间存在一定差异，但与巨星科技手工具毛利率具有一定可比性。

（二）分别说明报告期公司主要客户同类产品销售毛利率情况，是否存在显著差异及原因；

2021 年前五大客户同类产品毛利率情况如下：

单位：元

| 类型 | 主要客户 | 收入 | 成本 | 毛利率 |
|----|---|---------------|--------------|--------|
| 呆头 | MING SHIN TOOLS CO.,LTD | 338,696.09 | 145,664.50 | 56.99% |
| | SAINZY INTERNATIONAL INVESTMENT CO.,LIMITED | 57,673.45 | 26,075.48 | 54.79% |
| | 江苏舜天国际集团机械进出口有限公司及其所属企业 | 2,666,430.39 | 1,518,606.02 | 43.05% |
| 棘轮 | MING SHIN TOOLS CO.,LTD | 9,706,875.60 | 6,572,466.50 | 32.29% |
| | SAINZY INTERNATIONAL INVESTMENT CO.,LIMITED | 10,032,447.55 | 6,588,505.81 | 34.33% |
| | 江苏舜天国际集团机械进出口有限公司及其所属企业 | 666,269.48 | 374,669.73 | 43.77% |
| 两用 | MING SHIN TOOLS CO.,LTD | 10,480,991.49 | 6,688,073.24 | 36.19% |
| | SAINZY INTERNATIONAL INVESTMENT CO.,LIMITED | 7,253,607.74 | 4,817,964.67 | 33.58% |
| | THE HOME DEPOT | 5,857,328.49 | 3,968,380.38 | 32.25% |
| | 江苏舜天国际集团机械进出口有限公司及其所属企业 | 8,082,313.25 | 4,501,665.58 | 44.30% |
| | 上海娄星工具有限公司 | 12,566,906.22 | 8,705,018.62 | 30.73% |
| 油管 | MING SHIN TOOLS CO.,LTD | 272,887.31 | 152,967.42 | 43.94% |
| | SAINZY INTERNATIONAL INVESTMENT CO.,LIMITED | 1,578,836.45 | 922,320.72 | 41.58% |
| | 江苏舜天国际集团机械进出口有限公司及其所属企业 | 23,837.00 | 10,861.95 | 54.43% |

2022 年前五大客户同类产品毛利率情况如下：

单位：元

| 类型 | 主要客户 | 收入 | 成本 | 毛利率 |
|-----|----------------------------|------------|------------|--------|
| 扳手头 | GRIP-ON TOOLS | 604,199.19 | 379,612.41 | 37.17% |
| | MING SHIN TOOLS CO.,LTD | 86,951.60 | 59,642.64 | 31.41% |
| | 江苏舜天国际集团机械进出口有限公司及其所属企业 | 254,206.89 | 145,969.86 | 42.58% |
| 呆头 | Beta Utensili S.P.A.及其所属企业 | 456,154.31 | 208,156.90 | 54.37% |

| | | | | |
|----|----------------------------|---------------|--------------|--------|
| | GRIP-ON TOOLS | 614,063.88 | 308,543.19 | 49.75% |
| | MING SHIN TOOLS CO.,LTD | 124,188.49 | 45,103.19 | 63.68% |
| | 江苏舜天国际集团机械进出口有限公司及其所属企业 | 1,729,391.00 | 863,166.43 | 50.09% |
| 棘轮 | Beta Utensili S.P.A.及其所属企业 | 1,563,263.76 | 757,991.51 | 51.51% |
| | Harbor Freight Tools | 4,655,779.71 | 2,777,689.29 | 40.34% |
| | MING SHIN TOOLS CO.,LTD | 13,107,355.57 | 7,522,828.46 | 42.61% |
| | 江苏舜天国际集团机械进出口有限公司及其所属企业 | 1,285,149.25 | 686,382.43 | 46.59% |
| 两用 | Beta Utensili S.P.A.及其所属企业 | 2,664,936.30 | 1,218,973.81 | 54.26% |
| | GRIP-ON TOOLS | 3,824,549.58 | 1,967,354.19 | 48.56% |
| | Harbor Freight Tools | 11,060,067.52 | 7,035,083.57 | 36.39% |
| | MING SHIN TOOLS CO.,LTD | 2,058,060.34 | 1,333,342.97 | 35.21% |
| | 江苏舜天国际集团机械进出口有限公司及其所属企业 | 6,711,747.20 | 3,331,975.98 | 50.36% |
| 梅花 | Beta Utensili S.P.A.及其所属企业 | 581,577.80 | 303,708.23 | 47.78% |
| | 江苏舜天国际集团机械进出口有限公司及其所属企业 | 236,159.79 | 125,985.74 | 46.65% |
| 油管 | Harbor Freight Tools | 1,148,744.28 | 776,777.42 | 32.38% |
| | MING SHIN TOOLS CO.,LTD | 34,356.30 | 22,150.20 | 35.53% |
| | 江苏舜天国际集团机械进出口有限公司及其所属企业 | 100,367.74 | 45,185.36 | 54.98% |

2023年1-7月前五大客户同类产品毛利率情况如下：

单位：元

| 类型 | 主要客户 | 收入 | 成本 | 毛利率 |
|----|------------------------------------|--------------|--------------|--------|
| 呆头 | 江苏舜天国际集团机械进出口有限公司及其所属企业 | 1,063,103.76 | 593,768.86 | 44.15% |
| | 上海泰瑞机械设备有限公司 | 75,678.68 | 54,445.99 | 28.06% |
| 棘轮 | Harbor Freight Tools | 6,123,164.27 | 3,992,942.88 | 34.79% |
| | 江苏舜天国际集团机械进出口有限公司及其所属企业 | 1,021,804.86 | 559,757.76 | 45.22% |
| | 上海泰瑞机械设备有限公司 | 1,022,868.90 | 677,127.28 | 33.80% |
| 两用 | Harbor Freight Tools | 4,774,611.18 | 3,186,021.55 | 33.27% |
| | HE HOME DEPOT | 1,761,614.31 | 907,164.63 | 48.50% |
| | 江苏舜天国际集团机械进出口有限公司及其所属企业 | 2,998,109.11 | 1,679,261.94 | 43.99% |
| | 上海泰瑞机械设备有限公司 | 601,542.80 | 381,126.75 | 36.64% |
| 梅花 | 江苏舜天国际集团机械进出口有限公司及其所属企业 | 343,269.84 | 183,603.67 | 46.51% |
| | 上海泰瑞机械设备有限公司 | 25,662.11 | 18,627.99 | 27.41% |
| 油管 | Harbor Freight Tools | 347,587.99 | 285,006.39 | 18.00% |
| | Techtronic Industries Co.,Ltd.所属企业 | 1,820,932.37 | 1,011,771.81 | 44.44% |
| | 江苏舜天国际集团机械进出口有限公司及其所属企业 | 27,424.78 | 12,881.16 | 53.03% |

由上可知，报告期各期前五大客户同类型产品的毛利率存在一定差异，主要系：

(1) 受产品结构影响所致

公司扳手产品品种繁多、规格齐全，产品主要大类有“梅花、两用、双呆头、棘轮扳手，根据用途又可细分为常规、长支、短支两用扳手和双呆头扳手，直角双呆头扳手，长颈梅花、矮颈梅花扳手，S型、U型梅花扳手，单向、双

向棘轮扳手，两用、双头棘轮扳手，活头棘轮扳手，S型、U型棘轮扳手，万向棘轮扳手，多规格棘轮扳手等；产品外形上，有亮镍、亚光、黑镍、喷砂等表面处理形式；产品规格上，含有开口尺寸 $\leq 50\text{MM}$ 、 ≤ 2 英寸”以下的所有规格。故同一类型下不同产品结构扳手的生产成本不同，故同一类型产品下不同产品销售价格也会差异较大。前五大客户之间采购产品的规格型号不相同，使得不同客户相同产品的毛利率存在一定差异。

（2）定制化需求和客户议价能力

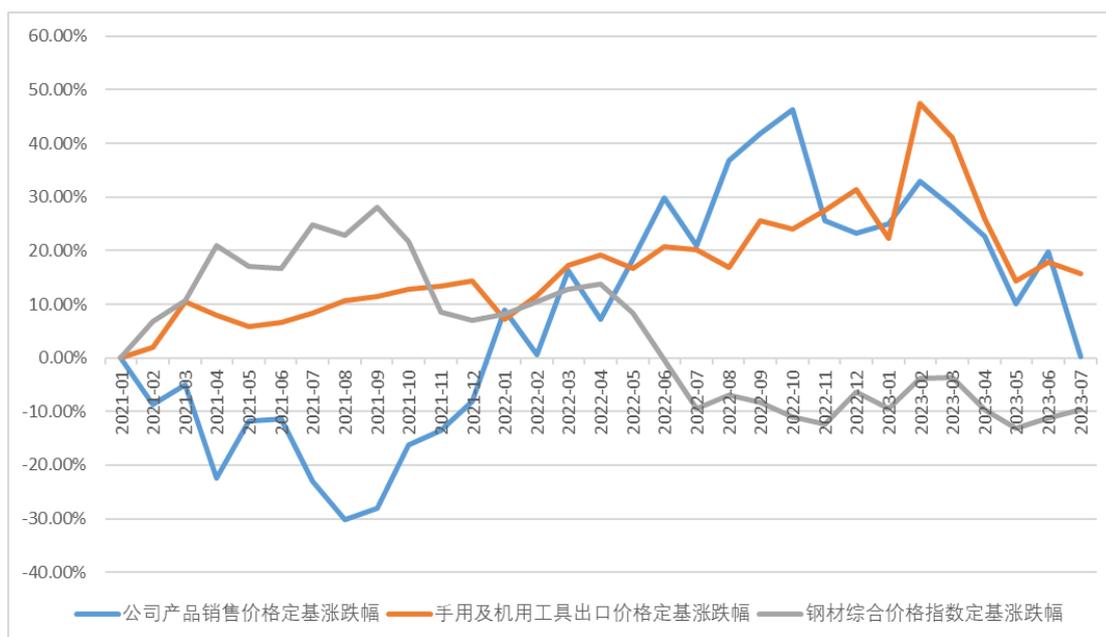
公司根据不同客户的需求进行定制化生产，所以对应的销售价格和产品生产成本也不相同。同时受到客户议价能力影响，公司境外客户一般为国际知名五金工具制造销售商，此类客户对商品的价格更加敏感，同时批次采购数量较大，发挥了集中采购的优势，公司大规模生产的模式下，生产效率更高，故境外客户的销售单价相对于境内客户销售价格较低。境内客户由于批次采购量小、特殊的定制化等需求，公司小批量生产的模式下，生产效率相对较低，故境内销售的销售价格会相对更高。如江苏舜天国际集团机械进出口有限公司及其所属企业，该客户的产品为高度定制化产品，对手工具材质以及手工具的握把处logo的清晰度要求极高，对生产的模具精度要求极高。故销售价格相对较高，使得公司向其销售产品的毛利普遍高于其他同类型客户。

综上，公司前五大客户销售同类产品毛利率具有一定差异，主要系产品结构、定制化需求和客户议价能力影响导致，符合其企业实际情况，公司主要客户手工具毛利率均较高，与公司生产中高端扳手的定位一致。

（三）分析说明主要产品在报告期内各月的销售价格与产品市场价格、原料市场价格变动趋势是否一致；

1、公司主要产品销售价格与产品市场价格、原料价格变动情况分析

公司报告期内各月扳手产品价格、我国手用及机用工具出口价格与钢材综合价格指数变动趋势如下图所示：



资料来源：海关总署、Wind

注：定基涨跌幅=（当月价格-期初价格）/期初价格

报告期内，公司产品价格出现先下降后增长的趋势，产品市场价格处于上涨趋势，原材料市场价格处于先上升后下降的趋势。导致该差异的原因为公司根据原材料市场价格调整价格具有一定的滞后性。随着 2021 年钢材价格上涨，公司基于 2021 年钢材价格较高的基础上提高了产品的销售价格，因调价滞后性，2021 年提高的销售价格在 2022 年实现销售的订单中体现出来，使得 2022 年销售单价较 2021 年提高较多。随着 2022 年原材料价格的回落，公司销售单价也逐步降低，使公司 2023 年产品销售单价下降，与我国手用及机用工具出口价格变动趋势相符。

2021 年公司产品销售单价呈下降趋势，主要系 2021 年公司销售扳手规格较小，单位成本低，销售价格较低，使得公司产品销售价格定基涨跌幅呈现下降趋势。

2、公司主要产品的销售价格与同类产品市场零售销售价格对比分析

报告期内公司代表产品的销售价格与同规格产品在市场零售价格对比情况如下：

| 产品名称 | 产品定位 | 出口类型 | 终端销售价格 | 鸿舜销售价格 |
|-----------------------|------|------|---------------|--------------|
| TTI-Milwaukee 牌油管扳手 6 | 高端品牌 | 自营出口 | 69.97USD (人民) | 11.88USD (人) |

| | | | | |
|-----------------------------------|-------|-------|-------------------------|------------------------|
| 件套 | | | 币 507.2825) | 民币 86.13) |
| Beta-BateWorker 牌两用扳手 26 件套 | 中高端品牌 | 自营出口 | 195.80USD (人民币 1419.55) | 43.30USD (人民币 313.925) |
| Beta-BateWorker 牌双开口扳手 12 件套 | 中高端品牌 | 自营出口 | 77.50USD (人民币 561.875) | 20.26USD (人民币 146.885) |
| Beta-BateWorker 牌双梅花扳手 12 件套 | 中高端品牌 | 自营出口 | 121.50USD (人民币 880.875) | 27.00USD (人民币 195.75) |
| Beta-BateWorker 牌双向棘轮扳手 9 件套 | 中高端品牌 | 自营出口 | 93.60USD (人民币 678.6) | 19.60USD (人民币 142.1) |
| Beta-BateWorker 牌 4 合 1 棘轮扳手 2 件套 | 中高端品牌 | 自营出口 | 40.80USD (人民币 295.8) | 8.50USD (人民币 61.625) |
| 博世-BOSCH 牌单向棘轮扳手 8 件套 | 高端品牌 | 外贸商出口 | 135.50USD (人民币 982.375) | 94.10RMB |
| 翠峰-MAGNUSSON 牌角度两用扳手 8 件套 | 中高端品牌 | 外贸商出口 | 36.50USD (人民币 264.625) | 46.54RMB |
| 翠峰-MAGNUSSON 牌角度双开口扳手 8 件套 | 中高端品牌 | 外贸商出口 | 36.50USD (人民币 264.625) | 47.78RMB |
| DOGHER 牌水银雾凹筋双向棘轮 19mm | 高端品牌 | 外贸商出口 | 40.54USD (人民币 293.915) | 18.06RMB |

公司产品出口销售分为自营出口和外贸商出口。自营出口是指公司直接和境外客户交易，直接出口销售；外贸商出口是指公司销售给贸易商，贸易商和境外客户交易，由贸易商直接出口销售。公司产品主要为中高端品牌扳手，终端销售价格较高，高端品牌扳手的零售价一般为 FOB 出厂价的 6-10 倍，中高端品牌扳手的零售价一般为 FOB 出厂价的 3-5 倍。

综上所述，因为公司生产的产品定位较高，所以公司产品的销售出厂价格较高，公司产品毛利较高，符合行业实际情况。

3、公司产品质量参数指标与同行业公司产品对比情况

将公司主要产品质量参数与其他同行业产品进行对比，具体情况如下：

| 项目 | 可比公司产品 | 鸿舜产品 | 结论 |
|--------|------------------------|------------------------|------------------------------------|
| 产品名称 1 | 实耐宝-Snap-on 油管扳手 | TTI-Milwaukee 牌油管扳手 | Snap-on 为世界顶级工具品牌，与鸿舜产品的性能数据相当。 |
| —扭矩 | 扭矩：>ASME×150% | 扭矩：>ASME×150% | |
| —循环 | 循环：ASME/5000 次完好 | 循环：ASME/5000 次完好 | |
| —外形 | 普通外形 | I-BEAM 柄部设计，款式新颖 | |
| 产品名称 2 | 史丹利-Stanley 牌梅花扳手 | TTI-Milwaukee 牌梅花扳手 | 循环次数大于同行业公司产品，鸿舜产品使用性能超出同行业公司产品。 |
| —扭矩 | 扭矩：DIN*150% | 扭矩：DIN*150% | |
| —循环 | 循环：DIN*70%/7500 次梅花孔变形 | 循环：DIN*70%/10000 次完好 | |
| —外形 | 普通外形 | I-BEAM 柄部设计，款式新颖 | |
| 产品名称 3 | 台湾英发-BETA 棘轮扳手 | BETA 棘轮扳手 | 破坏值及循环次数大于同行业公司产品，鸿舜产品质量优于同行业公司产品。 |
| —破坏扭矩 | 破坏扭矩：>DIN*250% 断裂 | 破坏扭矩：>DIN*250% 变形 | |
| —循环 | 循环：DIN*50%/8000 次棘轮卡死 | 循环：DIN*50%/10000 次棘轮正常 | |
| 产品名称 4 | 绿林、宝联-棘轮扳手 | BOSCH 棘轮扳手 | 扭矩及循环次数大于 |

| | | | |
|--------|---------------------------|--|--|
| —扭矩 | 扭矩：>DIN×120% | 扭矩：>DIN×120% | 同行业公司产品，鸿舜产品的使用性能超出同行业产品。同时鸿舜产品的外形符合人体工学设计，使用更舒适，外形也更便于规格的辨认，彰显品牌个性设计。 |
| —循环 | 循环：ASME×80%/4500次棘轮卡死 | 循环：ASME×80%/7500次棘轮正常 | |
| —外形 | 普通外形 | 外形渐变部分符合人体工学设计，扳手每种规格移印不同颜色色条，棘轮圈客户定制绿色纳米无水镀 | 扭矩及循环次数大于同行业公司产品，鸿舜产品的使用性能超出同行业产品。鸿舜产品的外形设计新颖，区别于市面上普通扳手。 |
| 产品名称 5 | 台湾英发-BETA 棘轮扳手 | Klein Tools 四合一棘轮扳手 | |
| —破坏扭矩 | 破坏扭矩：>ASME*150% | 扭矩：>ASME*150% | |
| —循环 | 循环：ASME*100%/单边 7500次棘轮卡死 | 循环：ASME*100%/单边 10000次棘轮正常 | |
| —外形 | 普通外形 | 表面处理，外形设计款式新颖 | |

经测试，公司产品的扭矩、循环与世界顶级工具品牌 Snap-on 的产品数据相当，优于其他同行业公司产品参数，公司产品质量符合中高端扳手的市场定位。

（四）结合主要产品的原材料及价格具体变动情况、产销量、人员薪酬、固定成本等因素，分析主要产品单位成本明细具体变动原因；结合公司成本核算方法、原材料构成情况，分析主要产品成本结构与同行业公司是否可比，各月主要原材料结转成本的平均价格，与采购价格、市场价格是否存在重大差异；

1、结合主要产品的原材料及价格具体变动情况、产销量、人员薪酬、固定成本等因素，分析主要产品单位成本明细具体变动原因

报告期内，公司扳手以两用扳手、棘轮扳手销售为主，报告期两用扳手、棘轮扳手营业收入合计占报告期各期营业收入比重分别为 77.41%、79.97%和 76.81%。两用扳手销售额占报告期各期营业收入比重分别为 53.02%、47.72%、41.78%；棘轮扳手占报告期各期营业收入比重分别为 24.39%、32.25%、35.03%。

两用扳手、棘轮扳手是公司主要的毛利来源，报告期两用扳手、棘轮扳手毛利合计占比分别为 72.15%、76.66%和 70.12%。其中，两用扳手毛利占比分别为 49.46%、45.72%和 40.51%；棘轮扳手占比分别为 22.69%、30.94%和 29.60%，公司两用扳手、棘轮扳手为主要产品。

公司主要产品单位成本及成本结构如下表所示：

| 产品类型 | 项目 | 2023年 1-7月 | 2022年度 | 同比变动 | 2021年度 |
|------|-------------|------------|--------|--------|--------|
| 两用扳手 | 单位销售成本（元/件） | 3.49 | 3.54 | 18.79% | 2.98 |

| | | | | | |
|------|-------------|------|------|--------|------|
| | 单位直接材料（元/件） | 1.8 | 1.83 | 1.67% | 1.8 |
| | 单位直接人工（元/件） | 0.95 | 1.02 | 78.95% | 0.57 |
| | 单位制造费用（元/件） | 0.65 | 0.61 | 10.91% | 0.55 |
| | 单位运输费用（元/件） | 0.08 | 0.08 | 14.29% | 0.07 |
| 棘轮扳手 | 单位销售成本（元/件） | 6.42 | 6.02 | 8.86% | 5.53 |
| | 单位直接材料（元/件） | 4.1 | 3.73 | -5.09% | 3.93 |
| | 单位直接人工（元/件） | 1.51 | 1.45 | 85.90% | 0.78 |
| | 单位制造费用（元/件） | 0.73 | 0.75 | -1.32% | 0.76 |
| | 单位运输费用（元/件） | 0.08 | 0.08 | 14.29% | 0.07 |

由上可知，两用扳手 2022 年度两用扳手的单位生产成本较上期增加 0.56 元，增长 18.79%，2022 年棘轮扳手的单位生产成本较上期增加 0.49 元，增长 8.86%，增幅较大，均主要系直接人工成本增加导致，其中两用扳手 2022 年度单位成本中直接人工成本较上期增加 0.45 元，增幅 78.95%；棘轮扳手 2022 年度单位成本中直接人工成本较上期增加 0.67 元，增幅 85.90%。单位直接人工成本的增加主要系：（1）2022 年公司提高了职工薪酬，使得单位直接人工成本有所提高；（2）生产量变动导致，2021 年贸易商客户的订单较多，使得当年生产数量较多，摊薄了直接人工成本，随着 2022 年贸易商客户订单减少，生产数量减少，使得平均每把扳手直接人工成本提高较多。报告期内公司生产加工扳手数量如下：

| 项目 | 2023 年 1-7 月 | 2022 年度 | 同比变动 | 2021 年度 |
|------------|--------------|----------|---------|----------|
| 生产加工数量（万只） | 1,124.21 | 2,512.79 | -34.53% | 3,838.37 |

由上可知，2022 年度公司生产加工扳手数量为 2,512.79 万只，较 2021 年减少 34.53%，生产数量的降低使得单位人工成本增加较多。

2、结合公司成本核算方法、原材料构成情况，分析主要产品成本结构与同行业公司是否可比

公司产品的成本按照原材料、直接人工和制造费用进行归集。直接材料按产品直接领用的材料进行归集，直接人工按车间生产工人的工资和福利归集，制造费用按车间生产过程中发生的人工、水电、机物料损耗、固定资产折旧、采购运费等间接成本归集。由于公司的生产工序较多，需要经过钢材切割、压型、金加工、粗抛光、电镀等工艺流程，故公司采用各产品计划成本的权重对直接材料、人工、制造费用进行分摊。每月按照收入确认时点结转相应产品的销售成本。

公司营业成本构成情况如下：

单位：元

| 项目 | 2023年1月—7月 | | 2022年度 | | 2021年度 | |
|------|---------------|---------|---------------|---------|---------------|---------|
| | 金额 | 占比 | 金额 | 占比 | 金额 | 占比 |
| 直接材料 | 13,292,555.63 | 53.95% | 29,694,376.02 | 54.29% | 51,742,380.32 | 63.87% |
| 直接人工 | 6,754,626.29 | 27.42% | 14,987,076.94 | 27.40% | 13,900,083.94 | 17.16% |
| 制造费用 | 3,855,078.07 | 15.65% | 8,463,421.79 | 15.47% | 13,207,164.12 | 16.30% |
| 运输费用 | 434,107.60 | 1.76% | 1,040,050.98 | 1.90% | 1,465,300.30 | 1.81% |
| 房屋折旧 | 300,786.67 | 1.22% | 515,634.29 | 0.94% | 691,266.29 | 0.85% |
| 合计 | 24,637,154.26 | 100.00% | 54,700,560.02 | 100.00% | 81,006,194.97 | 100.00% |

公司的成本主要由直接材料、直接人工、制造费用和运输费用构成。其中，直接材料主要由各种规格的钢材等构成；直接人工为生产人员薪酬；制造费用主要为折旧费、辅助材料等；运输费系公司运输产品产生的成本；房屋折旧为出租房屋折旧成本。

2022年度公司营业成本较2021年度减少2,630.56万元，主要系直接材料和制造费用减少导致，其中直接材料2022年度较2021年度减少2,204.80万元，制造费用2022年度较2021年度减少474.37万元，

直接材料2022年度较2021年度减少2,204.80万元，制造费用2022年度较2021年度减少474.37万元，主要系2022年营业收入降低导致，2022年公司营业收入较2021年减少2,374.08万元，随着营业收入的减少，公司营业成本减少。

同时受到钢材价格逐年降低，公司营业成本-直接材料占比逐年降低，报告期内采购钢材价格情况如下：

单位：万元，吨，元/吨

| 年份 | 种类 | 采购数量 | 采购金额 | 采购单价 | 变动幅度 |
|-----------|-----|----------|----------|----------|---------|
| 2023年1-7月 | 碳钢 | 603.45 | 240.87 | 3,991.49 | -2.11% |
| | 铬钒钢 | 775.51 | 342.23 | 4,412.98 | -8.48% |
| | 合计 | 1,378.96 | 583.1 | 4,228.54 | -9.23% |
| 2022年度 | 碳钢 | 677.72 | 276.33 | 4,077.42 | -15.05% |
| | 铬钒钢 | 2,409.63 | 1,161.86 | 4,821.76 | -5.86% |
| | 合计 | 3,087.35 | 1,438.19 | 4,658.36 | -8.04% |
| 2021年度 | 碳钢 | 698.49 | 335.26 | 4,799.83 | |
| | 铬钒钢 | 3,328.07 | 1,704.55 | 5,121.73 | |
| | 合计 | 4,026.56 | 2,039.81 | 5,065.88 | |

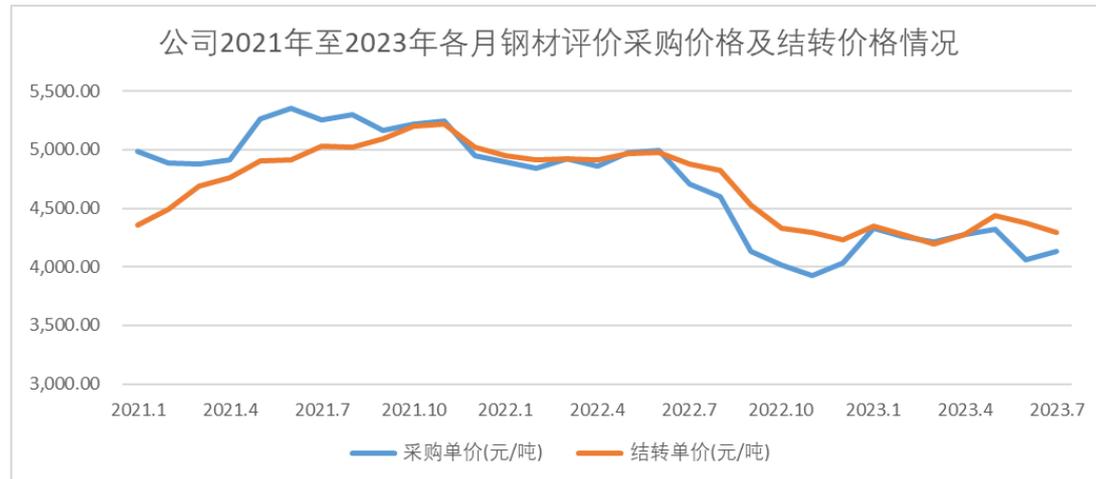
2021年度至2023年1-7月公司钢材平均采购单价分别为5,065.88元/吨、4,658.36元/吨和4,228.54元/吨，2021年公司钢材采购价格最高，使得2021年公司材料成本最高。

2022年度公司直接人工成本较2021年增加108.70万元，主要系2022年公司提高职工薪酬，使得2022年直接人工成本增加。

同行业公司巨星科技、创科实业均未披露其主要产品成本结构，因此无法进行比较。

3、各月主要原材料结转成本的平均价格，与采购价格、市场价格是否存在重大差异；

公司主要产品为扳手，主要原材料为钢材，2021年至2023年7月各月钢材平均采购价格、结转价格情况如下图所示：



由上可知，公司各月钢材结转成本的平均价格与采购价格之间金额变动趋势一致且金额基本一致，不存在采购价格与结转成本价格存在重大差异的情况。

2021年至2023年中国综合钢材价格指数情况如下图所示：



资料来源：Wind

由上可知，公司 2021 年至 2023 年 7 月钢材采购价格、结转价格趋势波动与中国综合钢材价格指数情况基本一致。钢材 2021 年 4 月属于最高位置，然后波动下降，整个 2021 年年度，钢材价格均属于高位。2022 年、2023 年度钢材价格波动下降，较 2021 年度下降较多。2021 年度至 2023 年 1-7 月公司钢材平均采购单价分别为 5,065.88 元/吨、4,658.36 元/吨和 4,228.54 元/吨，2021 年公司钢材采购价格最高，与公司主要材料采购价格与市场价格不存在重大差异。

（五）结合同行业可比公司业务模式、产业链布局、产品结构及产销规模、产品技术性能、内外销客户结构、议价能力、成本结构、运输费用核算方法等因素，量化分析主要产品单位售价、单位成本与同行业可比公司同类产品差异原因；

公司与同行业公司在业务模式、产业链布局、产品结构及产销规模、产品技术性能、内外销客户结构、议价能力、成本结构、运输费用核算方法等因素的差异情况如下：

| 公司简称 | 业务模式及产业链布局 | 产品结构及产销规模 | 产品技术性能 | 内外销客户结构 | 议价能力 | 成本结构 | 运输费用核算方法 |
|------|--|---|------------------------|---|--|--|-------------------------------------|
| 巨星科技 | 以 ODM 业务模式为主，OBM 业务模式为辅。产业布局在中国大陆、美国、德国、奥地利、澳大利亚、瑞士、法国、西班牙、意大利、英国等 | 产品包括手工具及存储箱柜、动力工具、激光测量仪器及储能工具，2022 年营业收入 126.10 亿元，五金工具产量 523,831,646 件 | 主要生产中高端产品 | 2021 年、2022 年外销收入占比为 96.17%、94.28%，主要销往北美、欧洲 | 因经营规模较大，对上下游均有一定的议价能力 | 产能以外协为主，未披露成本构成 | 订单交付方式以 FOB 为主，此模式下产品运往海外的运费由公司客户承担 |
| 创科实业 | 以 OBM 业务模式为主，产业布局在中国大陆、越南、欧洲、北美、中国香港、拉丁美洲等 | 主营产品为电动工具及地板护理及清洁产品，2022 年营业收入为 132.54 亿美元 | 主要生产消费（DIY）级、专业级和工业级产品 | 主要销往北美、欧洲，报告期内未披露内外销占比 | 因经营规模较大，对上下游均有一定的议价能力 | 未披露成本结构 | 未披露运输费用承担模式 |
| 鸿舜科技 | ODM 业务模式，目前产能全部布局在中国大陆 | 产品主要为扳手，2022 年营业收入 9,841.20 万元，产量为 1,147.19 万支 | 主要生产中高端产品 | 报告期内外销占比为 44.89%、55.70% 和 49.76%，境内客户采购商品也主要出口至国外销售，主要销往北美、欧洲 | 公司根据各产品的制造成本，结合客户的市场情况、年订货量、特殊表面处理要求、特殊性能要求、包装需求，出运要求等，保证一定的利润空间，核定各订单产品的销售价格，该定价模式取得客户的广泛认可 | 产能以自主生产为主，2022 年度成本构成为直接材料 53.95%、27.42%、制造费用 15.65%、运输费用 1.76%、房屋折旧 1.22% | 外销执行 FOB 模式，由客户承担运费；内销之星承担运费 |

资料来源：同行业公司公开披露信息

由上表可知，公司与同行业公司在业务模式、产业链布局、产品结构、产销规模及成本结构等方面均存在一定差异。

创科实业报告期内未披露其产销量信息，公司与巨星科技主要产品单位售价、单位成本差异比较如下：

单位：元、元/PCS、元/把

| 公司简称-主要产品 | 2022 年度 | | 2021 年度 | |
|-----------|---------|-------------------|---------|-------------------|
| | 销量单位 | PCS | 销量单位 | PCS |
| 巨星科技-五金工具 | 销售量 | 513,462,176.00 | 销售量 | 444,440,557.00 |
| | 销售收入 | 12,545,286,576.78 | 销售收入 | 10,849,925,564.41 |
| | 销售单价 | 24.43 | 销售单价 | 24.41 |
| | 销售成本 | 9,244,404,166.19 | 销售成本 | 8,147,389,910.45 |
| | 单位成本 | 18.00 | 单位成本 | 18.33 |
| | 销量单位 | 把 | 销量单位 | 把 |
| 鸿舜科技-扳手 | 销售量 | 12,712,908.00 | 销售量 | 21,845,428.00 |
| | 销售收入 | 93,490,614.52 | 销售收入 | 112,013,955.92 |
| | 销售单价 | 7.35 | 销售单价 | 5.13 |
| | 销售成本 | 53,703,721.44 | 销售成本 | 76,676,613.59 |
| | 单位成本 | 4.22 | 单位成本 | 3.51 |
| | 销量单位 | 把 | 销量单位 | 把 |

资料来源：巨星科技年报

公司产品销售单价与单位成本均低于巨星科技，因公司主要采用自主生产模式，巨星科技主要采购外协产能，存在外购成品经组装、包装对外销售的模式且公司与巨星科技在产业链布局、产品结构、产销规模及成本结构等方面均存在一定差异，公司产品类型为各种规格型号的扳手，巨星科技类型手工具及存储箱柜、动力工具、激光测量仪器及储能工具，由于产品类型不同，使得主要产品单位售价、单位成本存在一定差异，差异原因具有合理性。

二、核查意见

（一）主办券商、会计师的核查程序

1、访谈公司销售负责人，了解公司主要产品内外销定价模式、结算模式，主板券商和会计师取得了报告期内前十大贸易商客户向其下游销售的资料，如：报关单、销售合同等，核查公司前十大贸易商客户的下游客户具体情况，与公司之间是否存在关联关系，不存在通过贸易商下游客户进行循环交易，虚构利

润的情况。分析内销毛利率高于外销毛利率的具体原因。

统计报告期内公司主要客户的贴牌情况，调查其被贴牌客户的基本情况，从产品下游客户的构成分析公司产品高毛利的的原因。

检索同行业上市可比公司公开信息，分析公司综合毛利率高于同行业可比公司平均水平的具体原因及合理性；

2、查阅公司报告期内主要产品各月销售价格，查询海关总署、Wind 获取报告期内我国手用及机用工具各月出口价格、钢材变化趋势。

3、取得公司主要产品销售价格情况，与产品市场价格、原料市场价格变动趋势进行比较，分析变动差异。

取得报告期内公司主要产品的销售价格与同规格产品在市场零售价格情况，分析报告期内公司主要产品的销售价格与同规格产品在市场零售价格差异情况，是否与公司产品中高端产品的定位相符，是否与公司产品毛利较高的情况相符。

将公司主要产品质量参数与其他同行业产品进行对比，分析公司产品的质量优势，是否与公司产品中高端产品的定位相符。

4、取得公司报告期内产品收入成本明细表，复核与披露的收入成本金额是否一致。结合主要产品的原材料及价格具体变动情况、产销量、人员薪酬、固定成本等因素，分析主要产品单位成本明细具体变动原因。

结合公司成本核算方法，分析报告期内公司营业成本变动的的原因。查询同行业公司毛利率变动主要驱动因素，分析主要产品成本结构与同行业公司是否存在重大差异。

将各月主要原材料结转成本的平均价格与采购价格、市场价格进行比较，分析是否存在重大差异。

5、查阅同行业公司公开披露信息，获取公司与同行业可比公司在业务模式、产业链布局、产品结构及产销规模、产品技术性能、内外销客户结构、议价能力、成本结构、运输费用核算方法、单位成本及销售单价等方面存在的差异。

(二) 主办券商、会计师的核查意见

1、公司前十大贸易商客户的下游客户均属于国际知名手工具制造销售商，

与公司之间不存在关联关系，不存在通过贸易商下游客户进行循环交易，虚构利润的情况。

公司境内客户业务毛利率高于境外客户业务毛利率，主要是因为单笔订单销售规模差异和出口退税影响。

公司毛利率高于同行业可比公司，主要是因为（1）巨星科技和创科实业存在国内采购成品，然后再包装组成套装或单个对外销售的情况。而公司属于ODM厂商，自主设计生产并销售，故毛利率较高。其中创科实业为公司2023年1-7月前五大客户，公司自2022年开始为其生产扳手等手工具，并出口其国外所属公司。（2）同行业公司产品类型较多，产品结构与公司存在一定差异，故毛利率存在一定差异。受到同行业公司生产模式和细分产品结构不同的影响，公司毛利率与同行业可比公司之间存在一定差异，但与巨星科技手工具毛利率具有一定可比性。

报告期内公司贴牌品牌众多，且对应的品牌客户基本均为国际知名手工具制造销售商，此类客户对产品质量要求极高。依托公司多年的生产经验和研发能力，公司产品的质量、实用和外观设计均符合客户高标准要求。基于公司产品质量的优势下，公司产品单价高于其他同行业的普通扳手，故公司产品毛利率较高。

2、报告期内，公司产品价格与市场价格、原材料市场价格存在一定差异。导致该差异的原因为公司根据原材料市场价格调整价格具有一定的滞后性，2021年钢材价格上涨，公司基于2021年钢材价格较高的基础上提高了产品的销售价格，因调价滞后性，2021年提高的销售价格在2022年实现销售的订单中体现出来，使得2022年销售单价较2021年提高较多。随着2022年原材料价格的回落，公司销售单价也逐步降低，使公司2023年产品销售单价下降。

3、报告期内，公司产品价格出现先下降后增长的趋势，产品市场价格处于上涨趋势，原材料市场价格处于先上升后下降的趋势。导致该差异的原因为公司根据原材料市场价格调整价格具有一定的滞后性，2021年钢材价格上涨，公司基于2021年钢材价格较高的基础上提高了产品的销售价格，因调价滞后性，2021年提高的销售价格在2022年实现销售的订单中体现出来，使得2022年销

售单价较 2021 年提高较多。随着 2022 年原材料价格的回落，公司销售单价也逐步降低，使公司 2023 年产品销售单价下降，与我国手用及机用工具出口价格变动趋势相符。

公司产品出口销售分为自营出口和外贸商出口。自营出口是指公司直接和境外客户交易，直接出口销售；外贸商出口是指公司销售给贸易商，贸易商和境外客户交易，由贸易商直接出口销售。公司产品主要为中高端品牌扳手，终端销售价格较高，高端品牌扳手的零售价一般为 FOB 出厂价的 6-10 倍，中高端品牌扳手的零售价一般为 FOB 出厂价的 3-5 倍。公司生产的产品定位较高，所以公司销售出厂价格较高，公司产品毛利较高，符合行业实际情况。

公司产品的扭矩、循环与世界顶级工具品牌 Snap-on 的产品数据相当，优于其他同行业公司产品参数，公司产品质量符合中高端扳手的市场定位。

4、公司已补充结合主要产品的原材料及价格具体变动情况、产销量、人员薪酬、固定成本等因素，补充说明主要产品单位成本明细具体变动原因，原因解释合理。

公司已结合公司成本核算方法、原材料构成情况，分析主要产品成本结构情况。但由于同行业公司并未公开披露主要产品成本结构故无法直接比较。

经核查，公司各月主要原材料结转成本的平均价格，与采购价格、市场价格不存在重大差异。

5、公司产品销售单价与单位成本均低于巨星科技，因公司主要采用自主生产模式，巨星科技主要采购外协产能，存在外购成品经组装、包装对外销售的模式，且公司与巨星科技在产业链布局、产品结构、产销规模及成本结构等方面均存在一定差异，故主要产品单位售价、单位成本存在差异具有合理性。

。

问题 2. 关于销售费用

根据申报文件及前次问询回复，报告期各期，公司销售费用分别为 60.41 万元、57.75 万元和 37.69 万元，销售费用率显著低于同行业公司。请公司：结合具体业务结构及规模、费用明细构成等因素，分析说明销售费用规模较小，

销售费用率大幅低于同行业的原因，公司销售费用归集是否准确、完整，是否存在第三方代垫成本费用情形。

请主办券商、会计师对上述事项进行核查并发表明确意见，说明对销售费用真实性与完整性的核查过程及结论，是否存在关联方或其他利益相关方等为公司承担费用的情况。

【回复】

一、公司补充披露及说明

1、公司业务结构与规模、费用明细构成与同行业公司差异情况

报告期内公司销售费用率与同行业可比公司存在一定的差异，具体差异情况如下：

| 公司简称 | 2023年1-7月 | 2022年度 | 2021年度 |
|------|-----------|--------|--------|
| 巨星科技 | - | 6.00% | 5.43% |
| 创科实业 | - | 16.53% | 16.40% |
| 鸿舜科技 | 0.91% | 0.59% | 0.49% |

资料来源：上市公司年报

公司主要采用 ODM 经营模式，生产的均为非自有品牌，由客户实现终端销售。而创科实业主要经营自有品牌，巨星科技 2021/2022 年 ODM 业务收入占比为 64.22%、59.14%，自有品牌业务收入占比为 35.14%、40.35%。公司业务规模相对较小，销售业务团队成员较少，公司客户获取主要模式为客户或客户国内办事处主动联系公司，或公司通过展会接洽、同行介绍等方式主动开发客户，开发客户和维护客户的销售人员较少。公司销售人员大多数为销售内勤，负责统计客户订单，联系发货等文案工作，不承担开拓市场等任务，办公地点主要在江苏省扬州市。而同行业公司均为行业内业务规模较大的跨国公司，其中巨星科技同行业公司巨星科技总部地址位于杭州，境外子公司主要经营地包括美国、德国、奥地利、澳大利亚、瑞士、法国、西班牙、意大利、英国等国，创科实业主要经营地点包括欧洲、北美、中国香港、拉丁美洲等，其销售部门架构与公司存在一定差异。

公司与巨星科技销售费用明细构成差异如下：

| 项目 | 2023年1-7月 | | 2022年度 | | 2021年度 | |
|-------|-----------|------|--------|--------|--------|--------|
| | 公司 | 巨星科技 | 公司 | 巨星科技 | 公司 | 巨星科技 |
| 工资 | 58.09% | - | 73.34% | 52.65% | 63.79% | 55.61% |
| 广告宣传费 | 23.87% | - | 3.23% | 31.01% | 25.17% | 29.27% |
| 差旅费 | 5.91% | - | 3.48% | 0.86% | 0.93% | 0.92% |
| 快递费 | 6.69% | - | 2.47% | 0% | 4.20% | 0% |
| 办公费 | 0% | - | 0% | 7.04% | 0% | 3.86% |
| 其他项目 | 5.44% | - | 17.48% | 8.44% | 5.91% | 10.34% |

资料来源：巨星科技年报，创科实业并未披露销售费用明细构成

由上可知，公司销售费用构成与巨星科技销售费用明细构成基本一致，均以工资和广告宣传费为主。

2、公司销售费用规模较小，销售费用率大幅低于同行业的原因

(1) 公司主要依靠商务洽谈和展会拓展的形式建立合作关系，与主要客户业务关系稳定，维护成本较低。

公司主要客户的扩展方式如下：

| 客户名称 | 开始合作时间 | 客户扩展方式 |
|--|--------|--------|
| Harbor Freight Tools（注1） | 2022年 | 展会拓展 |
| 江苏舜天国际集团机械进出口有限公司及其所属企业 | 2002年 | 商务洽谈 |
| Techtronic Industries Co.,Ltd.（创科实业有限公司）所属企业 | 2018年 | 商务洽谈 |
| THE HOME DEPOT 所属企业 | 2010年 | 商务洽谈 |
| 上海泰瑞机械设备有限公司 | 2007年 | 商务洽谈 |
| Beta Utensili S.P.A. 及其所属企业（注2） | 2022年 | 商务洽谈 |
| GRIP-ON TOOLS | 2015年 | 商务洽谈 |
| SAINZY INTERNATIONAL INVESTMENT CO.,LIMITED | 2016年 | 商务洽谈 |
| MING SHIN TOOLS CO.,LTD | 2018年 | 商务洽谈 |
| 上海娄星工具有限公司 | 2019年 | 展会拓展 |

注 1：Harbor Freight Tools，公司自 2022 年开始合作。该客户以前为 SAINZY INTERNATIONAL INVESTMENT CO.,LIMITED 的下游客户，SAINZY INTERNATIONAL INVESTMENT CO.,LIMITED 自 2022 年初开始由于自身发展规划的变化，开始收缩扳手等手工具贸易规模，故公司与其交易规模自 2022 年开始逐年减少，报告期内公司与 SAINZY INTERNATIONAL INVESTMENT CO.,LIMITED 交易金额分别为 2,312.14 万元、289.45 万元和 0 万元。但因为公司手工具产品质量和稳定的供货能力受到其下游客户 Harbor Freight Tools 的认可，自 2022 年开始 Harbor Freight Tools 成为公司的自营客户，公司直接与其进行交易，实际合作时间自 2016 年开始。

注 2：2021 年及以前年度公司与 Beta Utensili S.P.A.所控制的企业百塔工业品贸易（上海）有限公司进行贸易交易，经过多年良好合作，公司自 2022 年开始直接与 Beta Utensili S.P.A.进行交易。实际合作自 2001 年开始。

由上表可知，公司与主要客户一般通过商务洽谈和展会拓展的形式建立合

作关系，公司与主要客户的开始合作时间大多数均较长，主要依靠公司在扳手细分领域新品研发实力较强、产品质量稳定维系客户关系。公司主要产品属于中高端手工具，终端客户群体主要为欧美市场。受到公司产品类型限制，公司产品最终均主要销售至境外，境内销售规模较小。公司客户类型分为贸易商客户和自营客户，公司自营客户和主要客户贸易商客户的下游客户均为国际知名五金工具制造销售商，境外客户对产品的质量稳定性要求较高，故公司与其建立合作关系后，合作关系稳固，客户黏性较强，客户维护成本较低，市场推广费用较低。

公司与客户建立合作关系后，客户根据自身订单情况直接向公司下采购订单，除非公司生产新产品主动向客户推销新产品之外，公司一般不需要向客户推销产品以获取订单，报告期内主要客户合作时间较长，且报告期内并未新增较多的新客户，故公司市场推广费用较低。

(2) 公司主要采取 ODM 模式，广告促销开支较低

公司主要采用 ODM 经营模式，生产的均为非自有品牌，由客户实现终端销售。而创科实业主要经营自有品牌，巨星科技采用 ODM 为主、OBM 为主的业务模式。根据巨星科技年报，巨星科技销售费用中广告宣传开支占比高于公司。创科实业报告期内未披露销售费用构成明细，根据创科实业年报，创科实业报告期内经营费用增涨主要系对新产品的策略性投资以及促销活动，以维持销售增长动力、利润率改善及高服务水平。

由于经营模式差异，公司销售费用中广告、促销等费用占比低于同行业公司，故销售费用率较低具有合理性。

(3) 销售业务团队成员较少，且平均薪酬低于同行业公司

报告期内，创科实业未披露其销售人员薪酬，公司与巨星科技销售人员平均薪酬差异如下：

单位：元/人

| 公司简称 | 2023年1-7月 | 2022年度 | 2021年度 |
|------|-----------|------------|------------|
| 巨星科技 | - | 378,237.90 | 328,636.18 |
| 鸿舜科技 | 62,544.82 | 65,151.87 | 59,290.04 |

资料来源：上市公司公告

公司规模相对较小，故销售业务团队成员较少，公司客户获取主要模式为客户或客户国内办事处主动联系公司，或公司通过展会接洽、同行介绍等方式主动开发客户，开发客户和维护客户的销售人员较少。公司销售人员大多数为销售内勤，负责统计客户订单，联系发货等文案工作，不承担开拓市场等任务，办公地点主要在江苏省扬州市。

而同行业公司均为行业内规模较大的跨国公司，其中巨星科技同行业公司巨星科技总部地址位于杭州，境外子公司主要经营地包括美国、德国、奥地利、澳大利亚、瑞士、法国、西班牙、意大利、英国等国，创科实业主要经营地点包括欧洲、北美、中国香港、拉丁美洲等，其销售部门架构与公司存在一定差异。因此，公司销售人员薪酬开支低于同行业公司具有合理性。

综上，因公司业务规模、产业布局、销售费用明细构成均与同行业公司存在一定差异，销售费用率低于同行业具有合理性，公司销售费用归集准确、完整，不存在第三方代垫成本费用的情形。

二、核查意见

（一）主办券商、会计师履行的核查程序

1、同行业公司年报，获取同行业公司与公司在业务结构及规模、费用明细构成等方面存在的差异。

2、访谈公司销售业务负责人，抽查公司会计凭证，核查公司销售费用真实性与完整性，走访公司客户、供应商，了解是否存在关联方或其他利益相关方等为公司承担费用的情况。

（二）主办券商、会计师的核查意见

1、公司主要采用 ODM 经营模式，生产的均为非自有品牌，由客户实现终端销售。而创科实业主要经营自有品牌，巨星科技采用 ODM 为主、OBM 为主的业务模式。由于经营模式差异，公司销售费用中广告、促销等费用占比低于同行业公司，故销售费用率较低具有合理性；

2、公司业务规模较小，故销售业务团队成员较少，公司销售人员大多数为销售内勤，负责统计客户订单，联系发货等文案工作，不承担开拓市场等任务，办公地点主要在江苏省扬州市；而同行业公司业务规模较大，主要业务经营地遍及全球多个国家及地区，销售部门架构及业务较公司更为复杂，销售人员数量、平均薪酬均高于公司。因此，公司销售费用率较低具有合理性。

3、公司销售费用归集准确、完整，不存在第三方代垫成本费用的情形。

问题 3. 关于其他

(1) 根据申报文件及前次问询回复，报告期内，公司境外销售占比分别为 44.89%、55.70%和 49.76%，主要以 ODM 模式为主。请公司：分别说明境内、境外销售 ODM 模式下销售收入及占比情况，ODM 模式下毛利率与自主品牌毛利率差异情况及原因。

(2) 根据申报文件及前次问询回复，2020 年 12 月 5 日，公司与实际控制人翁恒建签订债权转让协议，将对远方基金及相关方的股权转让款债权按照账面价值转让给翁恒建。请公司：说明上述债权转让定价公允性，目前公司与远方基金等关于股权转让款相关诉讼进展，预期收回金额，是否涉及向实际控制人输送利益等情形。

请主办券商和会计师对上述事项进行核查并发表明确意见，并说明对境外销售实地走访的具体比例及客户情况。请律师对事项（2）进行核查并发表明确意见。

【回复】

一、公司补充披露及说明

(一) 根据申报文件及前次问询回复，报告期内，公司境外销售占比分别为 44.89%、55.70%和 49.76%，主要以 ODM 模式为主。请公司：分别说明境

内、境外销售 ODM 模式下销售收入及占比情况，ODM 模式下毛利率与自主品牌毛利率差异情况及原因；

1、分别说明境内、境外销售 ODM 模式下销售收入及占比情况

报告期内，公司境外销售包括扳手产品（ODM 模式）与口罩（贸易业务），主要以扳手产品（ODM 模式）为主。境内销售包括扳手产品（ODM 模式）与其他（房租、废钢、模具等少量业务），主要以扳手产品（ODM 模式）为主。

报告期内公司扳手产品均为 ODM 销售模式（公司为客户提供产品设计及生产，产成品以客户的品牌出售）。报告期内公司 ODM 销售模式的产品均为扳手产品。

报告期内 ODM 模式下营业收入按境内、境外销售收入及占比情况如下：

单位：万元

| 项目 | 2023 年 1-7 月 | | 2022 年度 | | 2021 年度 | |
|----|--------------|---------|----------|---------|-----------|---------|
| | 收入金额 | 占营业收入比重 | 收入金额 | 占营业收入比重 | 收入金额 | 占营业收入比重 |
| 内销 | 1,822.76 | 44.22% | 3,946.22 | 40.10% | 6,138.23 | 50.25% |
| 外销 | 2,051.45 | 49.76% | 5,402.84 | 54.90% | 5,063.17 | 41.45% |
| 合计 | 3,874.21 | 93.98% | 9,349.06 | 95.00% | 11,201.40 | 91.70% |

由上可知，ODM 模式下公司内销收入占比分别为 44.22%、40.10% 和 50.25%，ODM 模式下公司外销收入占比分别为 49.76%、54.90% 和 41.45%。公司 ODM 模式下营业收入占比分别为 93.98%、95.00% 和 91.70%，占营业收入的比重较高。

2、ODM 模式下毛利率与自主品牌毛利率差异情况及原因

公司生产的扳手为中高端产品，公司自主品牌知名度较低，公司报告期内并未销售自主品牌扳手，公司报告期内扳手销售业务均为 ODM 模式。

（二）根据申报文件及前次问询回复，2020 年 12 月 5 日，公司与实际控制人翁恒建签订债权转让协议，将对远方基金及相关方的股权转让款债权按照账面价值转让给翁恒建。请公司：说明上述债权转让定价公允性，目前公司与远方基金等关于股权转让款相关诉讼进展，预期收回金额，是否涉及向实际控

制人输送利益等情形；

1、说明上述债权转让定价公允性

根据江都经济技术开发区管委会、远方基金以及清龙工贸股权出让方三方代表的最终确认，股权交割款定价依据为 2019 年 12 月 15 日南越铬铁机械设备、原材料、资金与账务等资产进行交割并形成的《交接清单明细》，各方一致确认收购资产价值为 9,658.05 万元。根据约定上述股权交割款亦定为 9,658.05 万元，其中威力科创集团有限公司享有 50%；江苏精成通盛实业有限公司享有 25%；舜天工具享有 25%。通过计算公司转让清龙工贸股权时确认的转让对价为 $9,658.05 \times 25\% = 2,414.51$ 万元。

根据公开信息查询，远方基金系扬州市江都区区属国有资本运作平台作为主导出资方的私募股权基金。2019 年 4 月《股权转让协议》签订后，清龙工贸成为远方基金全资子公司。由于远方基金及清龙工贸等债务方迟迟未能支付相关资产交割款，舜天工具根据与债务人沟通交涉过程，并结合其作为江都区本地企业从其他当地渠道获取的信息，综合判断认为债务人有偿债能力恶化的迹象。故公司于 2019 年底向公司法律顾问就诉讼的胜诉可能性及受偿可能性进行了咨询，律师认为公司如作为原告起诉，胜诉可能性较大，但实际受偿可能性很小。根据律师给出的咨询意见，公司对该项债权计提了减值。

虽然根据律师的咨询意见，公司对于远方基金所持有债权实际受偿可能性很小，但并未将受偿可能性完全排除至零。由于在计提减值时点债务人虽然偿债能力不佳，但未发生清算、注销、被强制解散或破产等情形，理论上仍有收回部分债权的可能性，公司对于该类应收款项坏账计提比例通常在 45%-75%之间，并综合考虑该笔应收款项的可收回性后对该笔应收款项计提 64.17%的坏账，此项应收款的账面原值为 24,145,125 元，计提减值后账面净值为 865 万元。

根据 2022 年 12 月 20 日扬州日报刊登《中共扬州市江都区委关于省委巡视反馈意见集中整改进展情况的通报》（http://www.yznews.com.cn/yzrb2/pc/content/202212/20/content_168085.html），江苏省委第七巡视组于 2022 年 4 月 11 日至 6 月 30 日对江都区开展了巡视，并于 8 月 9 日进行了反馈。扬州市江都区针对集中整改进展情况予以公布，其中

第 43 条为关于“远方基金失管失控”问题的整改。具体整改情况为：“全面暂停远方基金投资业务，对 50 家在投企业逐一梳理。综合资产出售、租赁盘活、司法诉讼等手段，对 6 家触发回购的企业分门别类予以处置。开发区增派人员作为远方基金投委会成员。区审计局将远方基金列入每年必审项目”，说明远方基金处于失管失控状态，公司基于谨慎性原则计提减值符合相关规定。

2020 年 12 月 5 日，公司与实际控制人翁恒建签订债权转让协议，公司将对方基金及相关方的股权转让款债权按照账面价值 865 万元转让给翁恒建，并将公司与翁恒建之间的往来款相互抵消。

综上所述，远方基金自设立以来由于投资决策失当，经营情况持续恶化，公司基于对远方基金实际情况的了解和评估，将对其享有的债权进行减值计提，具有客观依据。2022 年 12 月远方基金更是被其上级主管部门决定全面暂停业务，并对已投资单位进行清理，进入综合资产出售、租赁盘活、司法诉讼程序，事实上已失去持续经营能力，进一步印证了公司基于减值计提时点的判断。公司以基于债权转让时点所获取最近可利用的信息和资料为基础，将相关债权进行减值计提，并将其减值后的账面价值作为定价依据，具有客观依据，债权转让定价具有公允性。

2、目前公司与远方基金等关于股权转让款相关诉讼进展，预期收回金额，是否涉及向实际控制人输送利益等情形。

对于公司与远方基金等关于股权转让款相关诉讼，2023 年 5 月 18 日，江苏省扬州市江都区人民法院作出（2022）苏 1012 民初 3420 号《民事判决书》，支持公司等原告方部分诉讼请求。本案一审判决后，原、被各方均不服一审判决，向扬州市中级人民法院提起上诉。在本案二审期间，扬州市中级人民法院认为本案应适用一审涉外程序进行审理，扬州市江都区人民法院对案件没有管辖权，并于 2023 年 11 月 10 日作出（2023）苏 10 民终 2865 号《民事裁定书》，撤销扬州市江都区人民法院（2022）苏 1012 民初 3420 号民事判决并将本案移送扬州市中级人民法院审理。

截至本问询回复出具之日，扬州市中级人民法院尚未对本案进行正式开庭审理，公司结合本案客观事实、原被告主张以及被告方实际现状，综合判断预

期收回金额与该金融资产转让时点未发生重大变化。

由于本案诉讼程序尚在进行过程中，且即便法院最终判定被告按原告主张偿付，其实际偿付能力受其经营及财务状况恶化影响具有重大不确定性。为在最大程度上保证公司利益不受损害，公司控股股东、实际控制人翁恒建于 2024 年 4 月 22 日出具《声明函》，主要内容如下：

“2020 年 12 月 5 日，本人与鸿舜科技前身江苏舜天国际集团江都工具有限公司（以下简称“舜天工具”）签订《债权转让协议》，约定舜天工具将其因江苏清龙工贸有限公司股权转让事宜而持有对第三方扬州远方产业扶持基金合伙企业（有限合伙）（以下简称“远方基金”）及其他相关方债务人的应收款项债权人民币 24,145,125.00 元按照舜天工具账面价值 865 万元转让给本人，与本人与舜天工具之间的往来款相互抵消。现就上述债权转让事项声明如下：

一、上述债权转让协议是双方真实意思表示，本人未利用控股股东和实际控制人的地位损害公司及债权人利益。

二、因本次股权转让相关的诉讼经扬州市江都区人民法院（2022）苏 1012 民初 3420 号《民事判决书》，支持舜天工具及相关方的诉讼请求；在案件二审期间，扬州市中级人民法院认为本案应适用一审涉外程序进行审理，扬州市江都区人民法院对案件没有管辖权，作出（2023）苏 10 民终 2865 号民事裁定书，撤销扬州市江都区人民法院（2022）苏 1012 民初 3420 号民事判决并将本案移送扬州市中级人民法院审理。目前案件正在审理中。

三、鉴于扬州市江都区人民法院一审判决支持了舜天工具及相关方的诉讼请求，为保障鸿舜科技的利益，本人特声明如下：如未来鸿舜科技的诉求得到法院支持，且最终实际受偿金额超过 865 万元，对于超过部分的实际受偿金额无条件归鸿舜科技所有，视为本人对鸿舜科技的捐赠，鸿舜科技无需将相关款项归还本人；若未来鸿舜科技的诉求得到法院支持，但最终实际受偿金额不足 865 万元，对于不足部分，本人亦不向鸿舜科技主张”。

公司向翁恒建转让该项金融资产所确定的价格系在转让时点公司以最近可利用的信息和资料为基础所作出的判断，并据以作出的会计估计，其定价公允。此外，翁恒建已出具书面声明，承诺如未来鸿舜科技的诉求得到法院支持，且

最终受偿金额超过 865 万元，对于超过部分的受偿金额作为对公司的捐赠无条件归鸿舜科技所有，若未来鸿舜科技最终受偿金额不足 865 万元，对于不足部分，翁恒建亦不向鸿舜科技主张。

综上所述，此次债权转让不涉及公司向实际控制人进行利益输送的情形。

二、核查意见

（一）中介机构履行的核查程序

1、取得销售明细表，统计境内、境外销售 ODM 模式下销售收入及占比情况。分析 ODM 模式下毛利率与自主品牌毛利率差异情况及原因。

2、对境外客户执行实地走访程序，具体情况如下：

| 序号 | 披露客户名称 | 具体客户主体 | 客户背景资料 | 企业合作时间 | 与公司是否存在关联关系 | 报告期收入金额（万元） | | | 走访形式 |
|----------|--------------------------------|---|--|--------|-------------|-------------|----------|----------|-----------|
| | | | | | | 2023年1-7月 | 2022年 | 2021年 | |
| 1 | MING SHIN TOOLS CO.,LTD | MING SHIN TOOLS CO.,LTD | MING SHIN TOOLS CO.,LTD 是台湾专业手动工具和电动工具配件的领先公司之一。 | 2018年 | 否 | 145.96 | 1,541.09 | 2,109.37 | 实地走访+访谈问卷 |
| 2 | JS Products,Inc. | JS Products,Inc. | JS PRODUCTS, Inc. 成立于 1986 年，其具体目标是为专业汽车和工业市场开发、制造、营销和分销专业工具和设备。从一开始，该公司从专业照明设备开始，已经发展成为一家销售 8,000 多种产品的跨国公司。JS PRODUCTS, Inc. 是行业领导者，在 5 个业务领域为客户提供创新产品：专业汽车、后台、工业、OEM 和零售。 | 2023年 | 否 | 80.8 | | | 实地走访+访谈问卷 |
| 3 | GRIP-ON TOOLS | GRIP-ON TOOLS | 成立于 1980 年，自成立以来的四十一年中，GRIP 已发展成为中西部地区十大工具和日用百货供应商，并成为美国、加拿大和其他西方国家的热门供应商。 | 2015年 | 否 | 78.11 | 504.28 | 213.64 | 实地走访+访谈问卷 |
| 4 | THE HOME DEPOT | HOME DEPOT OF CANADA INC | 家得宝是全球最大的家居装饰零售商，在美国、加拿大和墨西哥拥有约 475,000 名橙血员工和 2,300 多家门店。 | 2010年 | 否 | 40.06 | | | 实地走访+访谈问卷 |
| | | HOME DEPOT USA INC | | | 否 | 136.1 | 39.2 | 585.73 | |
| 5 | Harbor Freight Tools | Harbor Freight Tools | Harbor Freight Tools 成立于 1977 年，经过 40+年的发展，拥有 1400+家门店，超过 7500 万客户。 | 2022年 | 否 | 1,124.54 | 1,686.46 | - | 实地走访+访谈问卷 |
| 6 | Techtronic Industries Co.,Ltd. | MILWAUKEE ELECTRIC TOOL | TTI 成立于 1985 年，并于 1990 年在香港联合交易所（“联交所”）上市，并作为其成份股之一被纳入恒生指数。截至 2023 年上半年，公司拥有强大的品牌组合、全球制造和产品开发足迹以及健康的财务状况，2022 年全球年销售额达到创纪录的 133 亿美元，员工人数超过 44,000 人。 | 2018年 | 否 | 130.65 | | | 实地走访+访谈问卷 |
| | | Techtronic Industries ELC GmbH | | | 否 | 36.77 | | | |
| | | TECHTRONIC INDUSTRIES NZ LIMITED | | | 否 | 1.32 | | | |
| | | TECHTRONIC INDUSTRIES AUSTRALIA PTY LTD | | | 否 | 13.36 | | | |
| 7 | Beta Utensili S.P.A. | Beta Utensili S.P.A. | Beta 集团拥有 1,000 多名员工，分布在 Beta Utensili、3D Beta、VGF、BM Group、Abra Beta 和 Helvi 六家公司的 10 家生产工厂，以及在国外的 11 家商业分支机构。 | 2022年 | 否 | 106.85 | 507.16 | | 实地走访+访谈问卷 |
| | | 百塔工业品贸易（上海）有限公司 | | | 否 | 4.89 | 19.44 | 25.03 | |
| 合计 | | | | | | 1899.41 | 4627.32 | 2,933.77 | |
| 境外客户收入总计 | | | | | | 2,051.45 | 5,481.50 | 5,483.05 | |
| 核查占比 | | | | | | 92.59% | 84.42% | 53.51% | |

注：2021 年实地走访比例较低，主要系 SAINZY INTERNATIONAL INVESTMENT CO.,LIMITED 使用线上走访导致。自 2022 年初开始该公司由于自身发展规划的变化，开始收缩扳手等手工工具贸易规模，故公司与其交易规模自 2022 年开始逐年减少，报告期内公司与 SAINZY INTERNATIONAL INVESTMENT CO.,LIMITED 交易金额分别为 2,312.14 万元、289.45 万元和 0 万元。该公司目前无实际办公地址，且注册地址位于香港，故直接机构进行线上访谈，并未进行实地走访，故未纳入实地走访统计中，故 2021 年实地走访比例相较于 2022 年、2023 年相比较低。

中介机构实地访谈的核查程序包括核实客户被访谈人员身份、填写访谈记录、被访谈人员签字确认，获取的证据包括客户访谈记录、被访谈人名片或身份证复印件、访谈照片等。

2021 年至 2023 年 1-7 月，中介机构实地走访境外客户收入金额分别为 2,933.77 万元、4,627.32 万元和 1,899.41 万元，占境外收入比重分别为 53.51%、84.42%和 92.59%。

主办券商、会计师核查境外客户的情况如下：

单位：万元

| 序号 | 披露客户名称 | 具体客户主体 | 客户背景资料 | 企业合作时间 | 与公司是否存在关联关系 | 是否函证 | 函证是否相符 | 截止至7月末应收账款 | 期后回款情况 | 报告期收入金额（万元） | | | 走访形式 | 下游客户网站 | |
|----|---|---|---|--------|-------------|------|--------|------------|--------|-------------|----------|----------|---|---|---|
| | | | | | | | | | | 2023年1-7月 | 2022年 | 2021年 | | | |
| 1 | SAINZY INTERNATIONAL INVESTMENT CO.,LIMITED | SAINZY INTERNATIONAL INVESTMENT CO.,LIMITED | SAINZY INTERNATIONAL INVESTMENT CO.,LIMITED 其下游主要为客户为 Harbor Freight Tools, Harbor Freight Tools 成立于 1977 年, 拥有 1400+家门店, 超过 7500 万客户。 | 2016 年 | 否 | 是 | 是 | - | - | 289.45 | 2,312.14 | 视频访谈 | https://www.harborfreight.com/ | | |
| 2 | MING SHIN TOOLS CO.,LTD | MING SHIN TOOLS CO.,LTD | MING SHIN TOOLS CO.,LTD 是台湾专业手动工具和电动工具配件的领先公司之一。 | 2018 年 | 否 | 是 | 是 | 37.87 | 37.87 | 145.96 | 1,541.09 | 2,109.37 | 实地走访+访谈问卷 | https://www.mingshin.com/ | |
| 3 | JS Products,Inc. | JS Products,Inc. | JS PRODUCTS, Inc. 成立于 1986 年, 其具体目标是为专业汽车和工业市场开发、制造、营销和分销专业工具和设备。从一开始, 该公司从专业照明设备开始, 已经发展成为一家销售 8,000 多种产品的跨国公司。JS PRODUCTS, Inc. 是行业领导者, 在 5 个业务领域为客户提供创新产品: 专业汽车、后台、工业、OEM 和零售。 | 2023 年 | 否 | 是 | 是 | - | - | 80.80 | | | 实地走访+访谈问卷 | https://jsproducts.com/gallery | |
| 4 | GRIP-ON TOOLS | GRIP-ON TOOLS | GRIP 为美国中西部地区十大工具和日用百货供应商, 同时为美国、加拿大和其他西方国家的热门供应商。 | 2015 年 | 否 | 是 | 是 | 26.18 | 26.18 | 78.11 | 504.28 | 213.64 | 实地走访+访谈问卷 | https://gripontools.com/ | |
| 5 | THE HOME DEPOT | HOME DEPOT OF CANADA INC HOME DEPOT USA INC | 家得宝是全球最大的家居装饰零售商, 在美国、加拿大和墨西哥拥有约 475,000 名员工和 2,300 多家门店。 | 2010 年 | 否 | 是 | 是 | 156.28 | 156.28 | 40.06 | 136.10 | 39.20 | 585.73 | 实地走访+访谈问卷 | https://corporate.homedepot.com/ |
| 6 | Harbor Freight Tools | Harbor Freight Tools | Harbor Freight Tools 成立于 1977 年, 经过 40+年的发展, 拥有 1400+家门店, 超过 7500 万客户。 | 2022 年 | 否 | 是 | 是 | - | - | 1,124.54 | 1,686.46 | - | 实地走访+访谈问卷 | https://www.harborfreight.com/ | |
| 7 | Techtronic Industries Co.,Ltd. | MILWAUKEE ELECTRIC TOOL Techtronic Industries ELC GmbH | TTI 成立于 1985 年, 并于 1990 年在香港联合交易所 (“联交所”) 上市, 并作为其成份股之一被纳入恒生指数。截至 2023 年上半年, 公司拥有强大的品牌组合、全球制造和产品开发足迹以及健康的财务状况, 2022 年全球年销售额达到创纪录的 133 亿美元, 员工人数超过 44,000 人。 | 2018 年 | 否 | 是 | 是 | - | - | 130.65 | 36.77 | | 实地走访+访谈问卷 | https://www.ttigroup.com/ | |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|----------|----------------------|---|--|--------|---|---|---|--------|--------|----------|----------|----------|-----------|---|
| | | TECHTRONIC INDUSTRIES NZ LIMITED | | | 否 | 是 | 是 | | | 1.32 | | | | |
| | | TECHTRONIC INDUSTRIES AUSTRALIA PTY LTD | | | 否 | 是 | 是 | | | 13.36 | | | | |
| | | HART CONSUMER PRODUCTS,INC | | | 否 | 是 | 是 | | | | 329.69 | | | |
| 8 | Beta Utensili S.P.A. | Beta Utensili S.P.A. | Beta 集团拥有 1,000 多名员工，分布在 Beta Utensili、3D Beta、VGF、BM Group、Abra Beta 和 Helvi 六家公司的 10 家生产工厂，以及在国内外的 11 家商业分支机构。 | 2022 年 | 否 | 是 | 是 | - | - | 106.85 | 507.16 | | 实地走访+访谈问卷 | https://www.beta-tools.com/ |
| | | 百塔工业品贸易（上海）有限公司 | | | 否 | 是 | 是 | | | 4.89 | 19.44 | 25.03 | | |
| 合计 | | | | | | | | 220.33 | 220.33 | 1,899.41 | 4,916.77 | 5,245.91 | | |
| 境外客户收入总计 | | | | | | | | | | 2,051.45 | 5,481.50 | 5,483.05 | | |
| 核查占比 | | | | | | | | | | 92.59% | 89.70% | 95.67% | | |

注：期后回款金额统计至 2024 年 2 月末

主办券商、会计师对主要境外客户的信息进行网络检索，了解境外客户的背景情况。核查客户收入占境外收入的比重分别为 92.59%、89.70%和 95.67%，公司境外客户较为集中。

由上可知，公司外销的主要客户或其下游客户均为国际知名手工具生产、销售商，与公司之间不存在关联关系。同时公司主要境外客户基本为国际知名五金工具制造销售商，合作时间较长，客户经营规模较大，客户的经营规模与公司销售规模具有匹配性；

3、获取并查阅公司签署的《股份转让协议》、公司与其他原告方签署的《三方协议》、与本案诉讼相关的《民事起诉状》《答辩状》《民事判决书》《民事裁定书》等诉讼材料，了解本案的基本情况，并登录扬州市中级人民法院、法律裁判文书网等网站查询本案最新相关诉讼进展信息；

4、查阅公司法律顾问出具的情况说明，搜索与远方基金相关的网络公开信息，了解公司相关会计估计的合理性；

5、获取并查阅《债权转让协议》以及《声明函》，获取公司出具的情况说明并对翁恒建进行访谈，了解双方对于或有受偿款项的具体相关约定。

（二）中介机构的核查意见

1、报告期内公司扳手销售业务均为 ODM 销售模式，即公司为客户提供产品设计及生产，产成品以客户的品牌出售。公司 ODM 模式下营业收入占比分别为 93.98%、95.00%和 91.70%，占营业收入的比重较高。

公司生产的扳手为中高端产品，公司自主品牌知名度较低，故报告期内公司报告期内并未销售自主品牌扳手，公司报告期内扳手销售业务均为 ODM 模式。

2、2021 年至 2023 年 1-7 月，中介机构实地走访境外客户收入金额分别为 2,933.77 万元、4,627.32 万元和 1,899.41 万元，占境外收入比重分别为 53.51%、84.42%和 92.59%。

主办券商、会计师对主要境外客户的信息进行网络检索，了解境外客户的背景情况。核查客户收入占境外收入的比重分别为 92.59%、89.70%和 95.67%，公司境外客户较为集中。

公司外销的主要客户或其下游客户均为国际知名手工具生产、销售商，与公司之间不存在关联关系。同时公司主要境外客户基本为国际知名五金工具制造销售商，合作时间较长，客户经营规模较大，客户的经营规模与公司销售规模具有匹配性。

3、公司基于债权转让时点所获取最近可利用的信息和资料为基础，将相关债权进行减值计提，并将其减值后的账面价值作为定价依据，具有客观依据，债权转让定价具有公允性；

4、截至本问询回复出具之日，扬州市中级人民法院尚未对本案进行正式开庭审理，公司结合本案客观事实、原被告主张以及被告方实际现状，综合判断预期收回金额与相关金融资产转让时点未发生重大变化；

5、公司向翁恒建进行债权转让定价公允，本次债权转让不涉及公司向实际控制人进行利益输送的情形。

4、其他事项

公开转让书“第四节 公司财务”之“十、重要事项”之“(一) 提请投资者关注的资产负债表日后事项”和《关于江苏鸿舜工业科技股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的审核问询函的回复》之“除上述问题外，请公司、主办券商、律师、会计师对照《非上市公众公司监督管理办法》《非上市公众公司信息披露内容与格式准则第 1 号——公开转让说明书》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》等规定，如存在涉及公开转让条件、挂牌条件、信息披露以及影响投资者判断决策的其他重要事项，请予以补充说明；如财务报告审计截止日至公开转让说明书签署日超过 7 个月，请按要求补充披露、核查，并更新推荐报告。”公司 2023 年 8-12 月和 2024 年 1 月未经会计师事务所审计和审阅数据财务数据计算有误，进行如下更正：

更正前：

(2) 公司 2023 年 8-12 月和 2024 年 1 月未经会计师事务所审计和审阅数据财务数据如下：

| 项目 | 2023 年 8-12 月 | 2023 年 1-12 月 | 2024 年 1 月 31 日 |
|------------------|---------------|---------------|-----------------|
| 营业收入（元） | 42,618,722.73 | 83,841,804.64 | 9,233,598.62 |
| 净利润（元） | 7,624,748.04 | 24,650,303.15 | 1,589,718.50 |
| 扣除非经常性损益后的净利润（元） | 4,280,266.29 | 18,427,696.57 | 1,265,588.39 |
| 经营活动产生的现金流量净额（元） | 31,614,075.69 | 19,993,630.71 | 13,978,344.60 |
| 研发投入金额（元） | 2,316,390.89 | 6,886,169.60 | 229,777.35 |
| 研发投入占营业收入比例 | 5.44% | 8.21% | 2.49% |

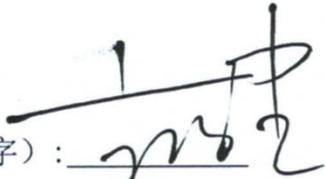
更正后：

(2) 公司 2023 年 8-12 月和 2024 年 1 月未经会计师事务所审计和审阅数据财务数据如下：

| 项目 | 2023 年 8-12 月 | 2023 年 1-12 月 | 2024 年 1 月 31 日 |
|------------------|----------------------|---------------|-----------------|
| 营业收入（元） | 42,618,722.73 | 83,841,804.64 | 9,233,598.62 |
| 净利润（元） | 17,019,687.87 | 24,650,303.15 | 1,589,718.50 |
| 扣除非经常性损益后的净利润（元） | 13,675,206.12 | 18,427,696.57 | 1,265,588.39 |
| 经营活动产生的现金流量净额（元） | 21,614,075.69 | 19,993,630.71 | 13,978,344.60 |
| 研发投入金额（元） | 3,391,153.50 | 6,886,169.60 | 229,777.35 |

| | | | |
|-------------|--------------|-------|-------|
| 研发投入占营业收入比例 | 7.96% | 8.21% | 2.49% |
|-------------|--------------|-------|-------|

本页无正文，为江苏鸿舜工业科技股份有限公司《关于江苏鸿舜工业科技股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的第二轮审核问询函的回复》的签章页

法定代表人（签字）：
翁恒建

江苏鸿舜工业科技股份有限公司



2024年4月29日

