



关于智先生电器（江苏）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

主办券商



二零二四年七月

目 录

问题 1.关于业务合规性.....	4
问题 2.关于历史沿革.....	18
问题 3.关于公司业绩.....	27
问题 4.关于销售与采购.....	41
问题 5.关于存货.....	102
问题 6.其他事项.....	122

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

贵司于 2024 年 7 月 2 日出具的《关于智先生电器（江苏）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》（以下简称“问询函”）已收悉，（以下智先生电器（江苏）股份有限公司简称“智先生”、“挂牌公司”、“公司”）、东吴证券股份有限公司（以下简称“主办券商”或“东吴证券”）、天衡会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“会计师”）、江苏法德东恒（徐州）律师事务所（以下简称“律师”）等相关方对问询函认真研究、逐项落实，回复如下，请予审核。

如无特别说明，本回复中使用的简称或名词释义与《智先生电器（江苏）股份有限公司公开转让说明书》（以下简称“公开转让说明书”）具有相同含义。本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注释如下：

问询问题	黑体（加粗）
对问询问题的回复	宋体（不加粗）
对公开转让说明书等申报文件的修改或补充披露	楷体（加粗）

问题 1.关于业务合规性

根据申请材料，（1）报告期内，公司存在劳务派遣用工比例超过 10%的情形。（2）邳州润港与公司签订了《厂房租赁合同》，合同截至 2022 年 7 月 31 日，截至目前，公司仍在租用该厂房，双方尚未签署新的租赁协议，公司已制定搬迁计划，邳州润港已同意公司在搬迁新厂并实现正常经营前继续租用该厂房进行生产经营。（3）公司部分专利通过继受取得。

请公司说明：（1）①劳务派遣涉及的业务环节及具体人数、在公司整个业务中所占地位，公司在业务中自行完成的环节和工作，劳务派遣工作与公司自行提供的工作内容是否同质化，公司对其是否存在依赖；②当前公司劳务派遣的用工比例是否仍超过 10%，公司采取的规范措施，公司劳务派遣是否符合《劳务派遣暂行规定》；③报告期内是否存在劳动用工及社会保障相关违法违规情形，可能涉及的金额及对公司的不利影响（如有），已采取的整改或补救措施，是否构成重大违法行为；公司是否存在劳动纠纷或潜在纠纷。（2）公司搬迁新厂具体安排，结合房产的面积占公司全部房产面积的比例，房产的具体用途，使用上述房产产生的收入、毛利、利润情况，说明其对公司的重要性及搬迁对公司经营产生的影响，是否会对公司的财务和生产经营产生重大不利影响，是否影响公司的持续经营能力，并就上述搬迁事项作重大事项提示。（3）①继受取得专利的具体情况，包括但不限于协议签署时间、过户时间、转让价格，出让方与公司是否存在关联关系等。②前述专利与公司业务的关系，对公司收入和利润的贡献度，公司继受专利的原因及合理性，定价依据及公允性，是否存在利益输送或特殊利益安排；公司技术及研发是否独立，是否对第三方存在依赖。③结合前述专利的形成过程、继受程序说明前述交易涉及的专利是否属于转让人员的职务发明、是否存在权属瑕疵。请主办券商和律师补充核查并发表明确意见。（4）申请挂牌期间在江苏股权交易中心有限责任公司“专精特新”专板是否需办理停牌。

请主办券商和律师对上述事项进行补充核查，并结合《劳务派遣暂行规定》等现行法律法规、公司目前的劳务派遣规范情况以及主管部门的明确意见等，对

公司是否存在被行政处罚的风险、是否可能构成重大违法违规、以及公司规范措施的有效性、及合规性发表明确意见。

【回复】

一、公司说明

（一）①劳务派遣涉及的业务环节及具体人数、在公司整个业务中所占地位，公司在业务中自行完成的环节和工作，劳务派遣工作与公司自行提供的工作内容是否同质化，公司对其是否存在依赖；

报告期内，公司根据生产经营的需要，针对临时性、辅助性或替代性的部分工作岗位采用劳务派遣用工，包括产品装配、包装服务等工作，均属于操作相对简单、替代性及重复性较强的标准化工作。采取劳务派遣的用工岗位的工作内容相对简单、重复性强，但人员流动性较大、招聘成本较高，而在实际生产经营活动中，存在业务订单数量突增的情况，在订单业务量比较大的时候，需要临时额外增加人员补充相关岗位空缺，公司通过采用劳务派遣可以满足此类弹性用工需求。2022 年 12 月 31 日，公司及子公司共有员工 174 人，劳务派遣人员 62 人，劳务派遣用工比例为 26.27%；2023 年 12 月 31 日，公司及子公司共有员工 135 人，劳务派遣人员 31 人，劳务派遣用工比例为 18.67%。劳务派遣工作与公司自行提供的工作内容存在一定同质化，但该类临时性、辅助性或替代性的工作较为简单，系替代性及重复性较强的标准化工作，故公司对其并不存在依赖，已采取相关措施进行规范。

②当前公司劳务派遣的用工比例是否仍超过 10%，公司采取的规范措施，公司劳务派遣是否符合《劳务派遣暂行规定》；

公司的劳务派遣服务供应商均拥有《劳务派遣经营许可证》具备必要的专业资质，具体劳务派遣单位如下：

派遣单位名称	劳务派遣经营许可证	合作期间
徐州市隆益杰人力资源管理有限公司	320382202101190002	2022 年 8 月至 2023 年 1 月
厦门邦芒服务外包有限公司	361009FJ20190048	2022 年 7 月至 2023 年 1 月
徐州特勤人力资源有限公司	320300201901080001	2021 年 7 月至今

公司存在劳务派遣用工情况，公司进行劳务派遣用工涉及的岗位主要为辅助

性或可替代性岗位，符合《劳务派遣暂行规定》第三条“用工单位只能在临时性、辅助性或者替代性的工作岗位上使用被派遣劳动者。”的有关规定。报告期内，公司存在劳务派遣用工比例超过 10%的情形，主要原因系公司产品订单具有季节性导致公司短期用工紧张。为降低劳务派遣用工比例，公司采取增加相关岗位劳动用工招聘比例，从源头降低派遣人数以及科学、合理设置员工岗位，减少不必要的临时用工等整改措施。截至 2024 年 6 月末，公司劳务派遣人员已降至 8 人，劳务派遣人数占比为 5.37%，符合《劳务派遣暂行规定》第四条“用工单位应当严格控制劳务派遣用工数量，使用的被派遣劳动者数量不得超过其用工总量的 10%”的有关规定。

③报告期内是否存在劳动用工及社会保障相关违法违规情形，可能涉及的金额及对公司的不利影响（如有），已采取的整改或补救措施，是否构成重大违法行为；公司是否存在劳动纠纷或潜在纠纷。

2022 年 12 月 31 日，公司及子公司共有员工 174 人，劳务派遣人员 62 人，劳务派遣用工比例为 26.27%；2023 年 12 月 31 日，公司及子公司共有员工 135 人，劳务派遣人员 31 人，劳务派遣用工比例为 18.67%。

用工单位	报告期是否存在劳务派遣	劳务派遣单位是否有资质	劳务派遣占期末人数比重	
			2023 年度	2022 年度
智先生	是	是	18.67%	26.27%
勾藤电子	否	不适用	不适用	不适用
哈高新	否	不适用	不适用	不适用

在 2022 年度和 2023 年度，公司存在劳务派遣用工比例超过 10%的情形，主要原因系公司主营业务为智能取暖设备及配件的研发、生产和销售，产品订单具有季节性，导致公司短期用工紧张。为降低劳务派遣用工比例，公司主要采取了以下整改措施：（1）增加相关岗位劳动用工招聘比例，从源头降低派遣人数；（2）科学、合理设置员工岗位，减少不必要的临时用工。此外公司已采取逐步与符合公司用工标准的劳务派遣人员签订正式《劳动合同》，并在存在用工需求时与新招聘员工直接签订《劳动合同》等方式予以规范。截至 2024 年 5 月末，公司劳务派遣人员已降至 7 人，劳务派遣人数占比为 4.86%。

根据《劳务派遣暂行规定》第四条“用工单位应当严格控制劳务派遣用工数量，使用的被派遣劳动者数量不得超过其用工总量的 10%”。其第二十条规定，“劳务派遣单位、用工单位违反劳动合同法和劳动合同法实施条例有关劳务派遣规定的，按照劳动合同法第九十二条规定执行”。根据《中华人民共和国劳动合同法》第九十二条规定，“劳务派遣单位、用工单位违反本法有关劳务派遣规定的，由劳动行政部门责令限期改正；逾期不改正的，以每人五千元以上一万元以下的标准处以罚款，对劳务派遣单位，吊销其劳务派遣业务经营许可证。用工单位给被派遣劳动者造成损害的，劳务派遣单位与用工单位承担连带赔偿责任”。

2024 年 2 月 26 日，邳州市人力资源和社会保障局出具《证明》，智先生电器自 2022 年 1 月 1 日至证明出具之日，不存在因违反劳动管理、社会保障和劳务派遣方面的法律、法规、规章、规范性文件而受到行政处罚的情形。

公司与具有劳务派遣资质的公司均签订了《劳务派遣协议》且协议正常履行，报告期内虽存在劳务派遣用工比例超过 10%的情形，但公司劳务派遣人员管理工作正常，各期劳务派遣费用已按约定结算，截至 2024 年 5 月 31 日，公司劳务派遣用工比例已降至 10%以下，公司不存在因劳务派遣而引发争议或纠纷及潜在纠纷，亦未因劳务派遣而受到主管部门的行政处罚。

（二）公司搬迁新厂具体安排，结合房产的面积占公司全部房产面积的比例，房产的具体用途，使用上述房产产生的收入、毛利、利润情况，说明其对公司的的重要性及搬迁对公司经营产生的影响，是否会对公司的财务和生产经营产生重大不利影响，是否影响公司的持续经营能力，并就上述搬迁事项作重大事项提示。

1、公司搬迁新厂具体安排

（1）新厂的基本情况 & 建设进度

公司新建厂房位于邳州市赵墩镇临港产业园兴业路 8 号，距离现有厂房距离大概 2 公里。公司新建厂房对应项目为智先生电器(江苏)股份有限公司石墨发热材料及应用品项目，于 2023 年 6 月 13 日取得的江苏省投资项目备案证（备案证号：邳行审投备〔2023〕365 号）；于 2023 年 9 月 25 日取得《建设用地规划许可证》（地字第 320382202300022 号）；于 2023 年 9 月 25 日取得《建设工程规

划许可证》（建字第 320382202300050 号）；于 2023 年 09 月 26 日取得签发的《建筑工程施工许可证》（建设项目编码 3203822305240101；施工许可编号 320382202309260101），工程名称为智先生电器(江苏)股份有限公司石墨烯发热材料及应用品项目（办公楼、生产车间），建设规模为 19,539.74m²。公司 2023 年 6 月 16 日与徐州市城乡建筑设计研究院有限责任公司签署《建设工程设计合同》，于 2023 年 9 月 19 日与徐州安顺建设有限公司签署《建设工程施工合同》。

目前厂房主体及附属工程已基本建设完毕。

（2）搬迁计划及生产安排

公司已制定搬迁计划，预计 7 月底完成整体搬迁。本次搬迁的新厂房与原厂房所在地均属于邳州市赵墩镇，距离较近，整体搬迁较为便利。

公司资产主要为各类加工设备、办公设备及成品等可移动资产，在搬迁过程中，公司计划将各类可移动资产进行完整搬迁，搬迁计划为按照产线分区依次搬迁，先进行喷涂区设备搬迁；其次进行发热芯区进行设备搬迁；再次是三条组装流水线，每拆除一条并在新厂安装完毕后，再拆除另一条流水线，依次完成；最后，进行仓库等区域的搬迁。在厂房搬迁完毕后，原有位于邳州市赵墩镇明珠工业园区 666 号的厂房将退租。

目前喷涂区及发热芯区已将 6 月及 7 月初排产的工单完成，完成后进行设备拆除。在上述设备搬迁后，三条组装流水线将按顺序拆除，每拆除一条并安装完毕后再拆除另一条流水线。期间，所有组装人员在老厂房正常组装，待新厂房一条组装流水线安装调试完毕后，新厂也可进行正常组装工序，其他辅助岗位在保证组装不断料的前提下提前备料，做好搬迁准备。公司将在搬迁过程中继续保持生产，不会出现在搬迁过程中完全停工的情况，不会影响产品的正常交付。

综上，公司将通过适度分批搬迁、合理排产、提前备货，确保订单生产的连续性，搬迁事项不会对公司的生产经营造成重大影响。

（3）搬迁费用及资产变化

公司搬迁费用约为 32.5 万元，相关搬迁费用主要为设备拆装及人工费用，具体情况如下：

搬迁区域	项目明细	搬迁费用（万元）
喷涂区	设备拆装及人工费	11
发热芯区	锅炉搬迁费、人工费、机械费、办证费用	12
组装流水线	人工费、机械费用	1
其他区域	人工费、机械费用	8.5
合计		32.5

因设备老旧，公司预计淘汰 5 台钻床、2 台输送机、一条高温烘道线、2 个水处理桶，上述设备总金额约 5 万，金额较小。新增采购计划将根据搬迁后设备安装情况按需制定。

（4）搬迁后的人员变化

本次搬迁后原有人员不变，将新招聘员工 20 人以适配新开组装流水线的产品生产。

2、相关土地及房产的面积占公司全部土地及房产面积的比例，土地及房产的具体用途，使用上述土地及房产产生的收入、毛利、利润情况

截至本回复出具之日，公司及子公司无已登记房产。根据公司现持有的不动产权证书、邳州市不动产登记交易服务中心于2024年3月14日出具的查询证明，截至2024年3月14日，公司拥有的国有土地使用权情况如下：

产权证号	权利人	坐落	用途	取得方式	使用权面积（m ² ）	终止日期	他项权利
苏（2023）邳州市不动产权第0026197号	智先生	邳州市赵墩镇邳贾公路南、兴业路东	工业用地	出让	25,340.27	2073年9月24日	无

公司租赁的主要财产具体如下：

承租方	出租方	地理位置	建筑面积（平方米）	租赁期限	租赁用途
智先生	邳州市润港经发建设有限公司	邳州市赵墩镇明珠工业园区 666 号西面厂房	8,214.69	自 2017 年 8 月 1 日起至 2022 年 7 月 31 日止	生产办公

承租方	出租方	地理位置	建筑面积（平方米）	租赁期限	租赁用途
智先生	邳州市润港经发建设有限公司	邳州市赵墩镇明珠工业园区 666 号东面厂房	1,094.91	自 2022 年 3 月 10 日起至 2027 年 3 月 9 日止	生产
智先生	杨静	徐州市云龙区茂悦广场 3 号楼 5 层“506-520 室”	667	自 2021 年 8 月 1 日起至 2025 年 7 月 31 日止	办公
南京分公司	谭成	南京市雨花台区民智路 10 号 912 室	88.23	未约定	办公
合计			10,064.83	-	-

向邳州市润港经发建设有限公司租赁的厂房相关土地及房产的面积占公司目前租赁使用及自有全部土地及房产面积的26.29%，但公司自有厂房正在建设中，故向邳州市润港经发建设有限公司租赁的厂房是公司现阶段主要生产所在地，租赁房产产生了公司全部的收入和利润。

3、上述房产对公司的重要性及若拆除或搬迁可能对公司经营产生的影响，是否会对公司的财务和生产经营产生重大不利影响，是否影响公司的持续经营能力。

虽然上述房产目前为公司主要生产厂房，但是公司即将搬迁新厂，若面临拆除风险，可将该部分生产整体搬迁至自有厂房。

经公司测算，全部搬迁完毕预计需要时间一个月左右，且生产线可以按照规划顺序先后搬迁，到达新场地重新组装、调试后即可投产，能够及时满足公司业务发展需求。因此公司搬迁难度较小，搬迁所需时间较短，并且对于因搬迁产生的停工，也可采取分批搬迁、合理排产、适当提前备货等方式降低对生产经营的影响，不会对公司的生产经营造成重大影响。

经公司测算，公司厂房搬迁的预计搬迁费用（包含设备拆除、安装、调试费和装卸运输费等）在32.5万元左右，占公司2023年度净利润的比例为2.26%，占比较小，不会对公司的财务状况造成重大不利影响。

此外，针对上述情况，公司控股股东、实际控制人于刃非、于结冰作出承诺：“若因公司及子公司租赁房产存在的瑕疵导致智先生电器或其下属机构遭受处罚、无法继续经营使用或遭受损失，本人将对智先生电器或下属子公司由此所导

致的一切直接和间接损失（包括但不限于剩余装修装饰工程、固定资产报废损失、搬迁损失、被有关当事人追索而支付的赔偿、因诉讼或仲裁、停产或停业、寻找替代场所或因被处罚所造成的损失等）承担不可撤销的连带赔偿责任，且不会向智先生电器或其下属机构进行追偿。”

综上，公司租赁使用的房产存在的瑕疵不会对公司的财务和生产经营产生重大不利影响，不会影响公司的持续经营能力。

4、重大事项提示

针对上述事项，公司在公开转让说明书中重大事项提示部分补充披露情况如下：

重要风险或事项名称	重要风险或事项简要描述
生产厂房搬迁风险	公司目前主要生产厂房邳州市赵墩镇明珠工业园区 666 号西面厂房、东面厂房通过租赁取得。公司已购置了位置位于邳州市赵墩镇邳贾公路南、兴业路东的工业用地使用权，土地面积 25,340.27 平方米，并正在该地块上建设自有厂房，厂房目前已主体完工，后续将承接发行人现有产能。虽公司已制定了合理搬迁计划，生产线可以按照规划顺序先后搬迁，到达新场地重新组装、调试后即可投产，但考虑搬迁过程中涉及生产设备拆卸运输安装费用、产能衔接等事项，搬迁事宜可能给发行人的生产经营、财务状况造成一定的不利影响。

（三）①继受取得专利的具体情况，包括但不限于协议签署时间、过户时间、转让价格，出让方与公司是否存在关联关系等。

公司继受取得的专利的原专利申请权人均系董事长、总经理于刃非。具体如下：

序号	专利名称	专利号	转让协议签署时间	过户时间	转让价格	原专利权人	与公司是否存在关联关系
1	便于收纳存放的加热板	ZL201520612882.7	2018.1.17	2018.1.31	无偿转让	于刃非	是
2	无框取暖画	ZL201720021593.9	2018.1.19	2018.2.11	无偿转让	于刃非	是
3	镜面取暖器	ZL201720381867.5	2018.1.19	2018.2.8	无偿转让	于刃非	是
4	远红外发热板	ZL201821128323.9	2021.9.7	2021.9.18	无偿转让	于刃非	是

②前述专利与公司业务的关系，对公司收入和利润的贡献度，公司继受专利的原因及合理性，定价依据及公允性，是否存在利益输送或特殊利益安排；公司技术及研发是否独立，是否对第三方存在依赖。

(1) 前述专利与公司业务的关系，对公司收入和利润的贡献度，公司继受专利的原因及合理性，定价依据及公允性，是否存在利益输送或特殊利益安排

序号	专利号	专利名称	与公司业务的关系	2023 年		2022 年	
				应用产品 销售额 (万元)	占总销 售额比 例 (%)	应用产 品销售 额(万 元)	占总销 售额比 例 (%)
1	ZL201520612882.7	便于收纳存放的加热板	应用于加热板产品，解决了原加热板的储存、运输及安装问题	88.79	1.32	125.19	1.60
2	ZL201720021593.9	无框取暖画	应用于各种需要无框画面的墙暖产品，节省了生产过程中粘合剂的使用和生产时间，进而减少了胶水涂层带来的污染，提高了热传导效率，增加了产品寿命	407.74	6.05	325.11	4.17
3	ZL201720381867.5	镜面取暖器	应用于镜面取暖产品，解决了原镜面取暖器因镀银层导致的漏电问题	407.74	6.05	325.11	4.17
4	ZL201821128323.9	远红外发热板	应用于远红外发热板系列产品，解决了原发热板表面长期高温发热极易变黄的问题，热效率更高	4,580.89	68.00	4,584.25	58.74

注：应用产品销售额统计以公司相关产品中应用有任一上述专利技术为口径的结果，可能存在同一产品应用多项技术的情况，此处合并计算

前述专利系从公司实际控制人之一、董事长兼总经理于刃非处取得。因该项发明专利系于刃非在公司的职务发明，且一直应用于公司生产，故于刃非无偿将该专利转让至公司名下，不存在利益输送或特殊利益安排。

由上表可以看出，专利远红外发热板 2022 年、2023 年应用产品的销售额分别 4,584.25 万元、4,580.89 万元，占当期营业收入的比例分别为 58.74%、68.00%，

对公司收入和利润的贡献度较高。

(2) 公司技术及研发是否独立，是否对第三方存在依赖。

1) 公司拥有独立、稳定的研发团队

公司为国家级高新技术企业、江苏省“专精特新”企业和江苏省科技型中小企业，拥有各类有效专利共 40 项，专职研发人员 13 人。公司成立了研发中心，具备完整的研发项目实施、管理组织架构。公司研发人员具有独立开展各项研发工作的能力，参与对流式石墨烯涂层加热管电取暖器的研发、石墨烯加热雾化片的研发、多功能浴室用石墨烯取暖器的研发项目；产生了公司多项核心技术，例如镜面取暖器、板式石墨烯取暖器、一种对流式石墨烯涂层加热管电取暖器等。

为了满足公司技术迭代及研发人员梯队建设需求，公司通过外部招聘及内部培养等方式不断提升自身研发实力，一方面，公司招聘优秀应届毕业生，通过各种形式的培训，选拔和培养公司的技术骨干，夯实公司的人才储备；另一方面，公司通过提供良好的职业发展平台和激励措施，吸引拥有较强科研能力和丰富行业经验的科研人员加盟企业，未来公司将对研发骨干赋予公司股份。

2) 公司业务领域能够支持其独立研发

公司的研发活动，涉及物理、化学、材料学、工程技术、工艺管理、设备制造、质量管理等多个领域。公司多年来深耕健康节能电热这个细分领域，在技术创新、产品研发以及技术成果商业化等方面具有一定的积累和优势，积累了大量的相关专业人才和专业技术，建立了不同知识结构、不同年龄梯度的技术储备队伍，目前公司研发活动的开展更多依赖过往项目累积的经验性技术和各个部门及人员间技术上的协调配合，核心技术的研发不存在对个别技术人员研发能力的依赖。

3) 公司不依赖合作研发或委托研发

公司已获得专利中不存在合作研发或委托研发的情形，均为公司自由员工利用自有场地、设备进行的研发工作，研发成果权属不存在纠纷或潜在纠纷。公司研发费用独立结算，不存在由其他主体为公司垫付研发费用的情形。

③结合前述专利的形成过程、继受程序说明前述交易涉及的专利是否属于转让人员的职务发明、是否存在权属瑕疵。请主办券商和律师补充核查并发表明确意见。

（1）前述专利的形成过程、继受程序

前述四项专利的形成皆因在销售合同执行过程中，公司针对客户定制化需求进行的技术改造。

研发完成后，前述专利均由于刃非先行申请专利，后公司委托知识产权代理公司自原专利申请权人于刃非处继受取得该四项专利。双方就继受取得专利签署了《专利代理委托书》，该委托书系双方真实意思表示，权利义务对等，符合相关法律法规的规定，且就上述专利申请权的转让均已与于刃非签订《专利转让协议》，并在国家知识产权局完成专利权转让的备案登记，取得了知识产权局的批准通知、获得了相关专利的专利证书。

（2）前述专利是否属于转让人员的职务发明

根据《中华人民共和国专利法》第六条，“执行本单位的任务或者主要是利用本单位的物质技术条件所完成的发明创造为职务发明创造。职务发明创造申请专利的权利属于该单位；申请被批准后，该单位为专利权人”。根据《中华人民共和国专利法实施细则》第十二条，“专利法第六条所称执行本单位的任务所完成的职务发明创造，是指：（一）在本职工作中作出的发明创造；（二）履行本单位交付的本职工作之外的任务所作出的发明创造；（三）退休、调离原单位后或者劳动、人事关系终止后1年内作出的，与其在原单位承担的本职工作或者原单位分配的任务有关的发明创造。专利法第六条所称本单位，包括临时工作单位；专利法第六条所称本单位的物质技术条件，是指本单位的资金、设备、零部件、原材料或者不对外公开的技术资料等。”

根据上述规定，结合前述专利的形成过程、继受过程，前述专利为公司核心技术人员于刃非在任职期间为执行公司的任务、利用公司物质技术条件所完成的职务发明，相关专利权或专利申请权归属于公司所有，已全部转入公司。

（3）前述交易涉及的专利是否存在权属瑕疵

前述交易涉及的专利均系公司委托知识产权代理公司自原专利申请权人于刃非处继受取得，双方已签署《专利代理委托书》，该委托书系双方真实意思表示，权利义务对等，符合相关法律法规的规定，且就上述专利申请权的转让均已与于刃非签订《专利转让协议》，并在国家知识产权局完成专利权转让的备案登记，取得了知识产权局的批准通知、获得了相关专利的专利证书，转让手续合法合规，不存在权属瑕疵。

经检索中国裁判文书网（<http://wenshu.court.gov.cn>）、中国审判流程信息公开网（<https://splcgk.court.gov.cn/gzfwwww>）、中国执行信息公开网（<http://zxgk.court.gov.cn>）的公开披露信息，截至本回复出具之日，公司与于刃非之间未出现争议或纠纷的情形。

（四）申请挂牌期间在江苏股权交易中心有限责任公司“专精特新”专板是否需办理停牌。

根据《全国中小企业股份转让系统股票公开转让并挂牌审核指引——区域性股权市场创新型企业申报与审核（试行）》（以下简称《挂牌审核指引——区域性股权市场》）第三条规定，全国股转公司与区域性股权市场运营机构签署监管合作协议，建立监管协作机制，创新审核机制，便捷企业挂牌。区域性股权市场按照中国证监会相关要求建设“专精特新”专板（以下简称专板），自建地方业务链，制定与全国股转系统股票公开转让并挂牌、挂牌公司分层、股权激励和员工持股计划等制度衔接的业务规则，并探索与全国股转公司开展信息披露与自律监管互认、技术系统直联等对接机制。

根据《挂牌审核指引——区域性股权市场》第五条第二款规定，主办券商、区域性股权市场运营机构应当协助申请人，在取得全国股转公司同意的审核决定后至申请人在全国股转系统挂牌前，完成在区域性股权市场的退出手续并披露相关公告。故公司最迟在全国股转系统挂牌前完成在江苏股权交易中心有限责任公司“专精特新”专板办理停牌即可。

二、中介机构核查程序及核查意见

（一）关于劳务派遣

1、核查程序

（1）取得公司员工名册以及劳务派遣合同、人员明细表，获取并查阅劳务派遣公司的营业执照、资质证书；

（2）获取公司出具的《劳务派遣的相关情况说明》，了解劳务派遣规范措施，用工必要性、规范性；

（3）获得邳州市人力资源和社会保障局出具的《证明》。

2、核查意见

经核查，主办券商、律师认为：

（1）报告期内，公司根据生产经营的需要，针对临时性、辅助性或替代性的部分工作岗位采用劳务派遣用工，包括产品装配、包装服务等工作，人数存在超过 10%的情况。劳务派遣工作与公司自行提供的工作内容存在一定同质化，但公司对其不存在重大依赖；

（2）当前公司劳务派遣的用工比例低于 10%，公司采取增加相关岗位劳动用工招聘比例、科学设置员工岗位、逐步与符合公司用工标准的劳务派遣人员签订正式《劳动合同》等方式进行整改，当前的劳务派遣比例符合《劳务派遣暂行规定》；

（3）报告期内劳务派遣的用工比例存在超过 10%的情况，但目前已采取整改措施将用工比例压降至 10%以下，根据邳州市人力资源和社会保障局出具的《证明》公司不存在因违反劳动管理、社会保障和劳务派遣方面的法律、法规、规章、规范性文件而受到行政处罚的情形，上述对公司不存在不利影响，不构成重大违法行为，公司不存在劳动纠纷或潜在纠纷。

（二）关于搬迁新厂

1、核查程序

（1）实地考察新厂房；

(2) 审阅公司与出租方签订的《厂房租赁合同》，了解全部租赁厂房的面积；

(3) 获取新厂房土地出让合同、不动产权证书、江苏省投资项目备案证、施工许可证、建设工程规划许可证、建设用地规划许可证、建设工程设计合同、建设工程施工合同等，了解新厂房建设情况。

(4) 审阅天衡会计师事务所(特殊普通合伙)出具的《智先生电器(江苏)股份有限公司 2022 年度、2023 年度财务报表审计报告【天衡审字(2024)00167 号】》；

(5) 访谈厂区相关负责人，了解公司搬迁新厂具体安排；

(6) 获取并审阅公司做出的《智先生电器(江苏)股份有限公司关于土地房产情况说明》；

2、核查意见

经核查，主办券商、律师认为：

公司新建自有厂房已基本完工，公司制定了具体的搬迁计划，通过分批搬迁、合理排产，确保订单生产的连续性；公司新建自有厂房投入使用将全面替代现有租赁厂区的生产，预计搬迁费用金额较小，不会对公司的财务和生产经营产生重大不利影响，不影响公司的持续经营能力；公司已就该事项做出重大风险提示。

(三) 关于继受专利

1、核查程序

(1) 查阅公司的发明专利权属证书，查询国家知识产权局中国及多国专利审查信息查询网站；

(2) 获取继受取得专利的转让协议、委托代理机构协议及相关手续合格通知书，核查继受取得专利程序完备性；

(3) 获取《员工花名册》《研发人员名单》及公司研发中心的项目资料；

(4) 查阅合作研发项目的合作协议等相关文件，了解合作研发项目的具体情况；

(5) 网络核查公司是否存在专利相关争议或纠纷。

2、核查意见

经核查，主办券商、律师认为：

(1) 公司继受取得的专利的原专利申请权人均系董事长、总经理于刃非。

(2) 因该项发明专利系于刃非在公司的职务发明，且一直应用于公司生产，故于刃非无偿将该专利转让至公司名下，相关专利对公司收入和利润的贡献度较高，本次转让不存在利益输送或特殊利益安排；公司技术及研发独立，对第三方不存在依赖。

(四) 关于股交中心挂牌

1、核查程序

查阅全国股转系统及江苏股权交易中心有限责任公司相关业务规则。

2、核查意见

经核查，主办券商、律师认为：

公司在申请挂牌期间无需在江苏股权交易中心有限责任公司“专精特新”专板办理停牌。

问题 2.关于历史沿革

请公司补充披露历史沿革中是否存在股权代持情形，如存在，并请披露股权代持的形成、演变、解除过程。请公司补充说明以下事项：(1) 公司股权代持行为是否在申报前解除还原，是否取得全部代持人与被代持人的确认情况；(2) 公司是否存在影响股权明晰的问题，相关股东是否存在异常入股事项，是否涉及规避持股限制等法律法规规定的情形；(3) 公司股东人数是否存在超过 200 人的情形。

请主办券商、律师核查上述事项，就公司是否符合“股权明晰”的挂牌条件发表明确意见，并说明以下核查事项：(1) 结合入股协议、决议文件、支付凭证、完税凭证、流水核查情况等客观证据，说明对公司控股股东、实际控制人，

持有公司股份的董事、监事、高级管理人员、员工持股平台合伙人以及持股 5% 以上的自然人股东等主体出资前后的资金流水核查情况，并说明股权代持核查程序是否充分有效；（2）结合公司股东入股价格是否存在明显异常以及入股背景、入股价格、资金来源等情况，说明入股行为是否存在股权代持未披露的情形，是否存在不正当利益输送问题；（3）公司是否存在未解除、未披露的股权代持事项，是否存在股权纠纷或潜在争议。

【回复】

一、公司说明

（一）公司历史沿革中不存在股权代持情形

公司自设立以来历次股权变动的情况如下表：

时间	变更事项	具体变动情况	原因和背景	定价依据
2015 年 10 月	设立出资	公司设立，注册资本 208 万	股东于结冰出资设立徐州百可得冷暖设备有限公司（智先生电器前身）	1 元/注册资本
2017 年 9 月	第一次股权转让	原股东于结冰将其所持公司股权 110.24 万元分别转让给新股东于刃非（占公司注册资本的 31.5%）、刘国栋（占公司注册资本的 21.5%）	公司成立后主要从事取暖设备的研发、生产及销售。为稳定公司业务，加强企业管理，于结冰邀请于刃非共同进行公司的经营管理及智能取暖产品的研发设计。为专心从事智先生管理、研发工作，于刃非于 2017 年 9 月从勾藤电子退出，全职加入智先生，并于当月从于结冰处受让 65.52 万元智先生股权。刘国栋为于刃非哈尔滨工业大学市场营销专业本科同学，在湘潭大学就读企业管理专业硕士，毕业后有多段实践工作经历，受于刃非邀请一同加入公司，主要负责智先生的市场运营业务，同时从于结冰处受让 44.72 万元的股权。	本次转让定价系以公司 2017 年 6 月 30 日净资产（2,012,623.97 元）为基础，考虑公司未来经营发展，经各方友好协商，按照每股 1.05 元的价格进行转让，故将 44.72 万元的股权以人民币 46.96 万元转让给刘国栋，65.52 万元的股权以人民币 68.8 万元的价格转让给于刃非。
2019 年 1 月	第一次增资	公司注册资本由 208 万元增加到 1,000 万元，新增注册资本	满足公司生产经营发展的需要，补充公司运营资金	1 元/注册资本

时间	变更事项	具体变动情况	原因和背景	定价依据
		792 万元由原股东按出资比例认缴，由原股东于结冰、于刃非、刘国栋分别以货币方式增加出资 372.24 万元、249.48 万元、170.28 万元		
2022 年 9 月	第二次股权转让	于结冰将其持有公司的 300 万元的股权转让给于刃非	鉴于于刃非的专业背景和研发能力更能助力公司未来发展，为提高公司日后经营管理，于结冰将 300 万元的股权转让给于刃非。	本次转让价格为 1 元/股。 该转让价格低于最近一期公司每股净资产账面价值，但本次股权转让是于结冰和于刃非兄弟二人之间的交易，适用《股权转让所得个人所得税管理办法（试行）》关于低价转让正当理由的情形。
2022 年 10 月	第二次增资	公司注册资本由 1,000 万元增加到 1,150 万元，新增注册资本 150 万元由股东于结冰、于刃非、刘国栋、侯凯分别以货币方式增加出资 6 万元、2.5 万元、3.5 万元、138 万元	满足公司生产经营发展的需要，补充公司运营资金；实施股权激励	本次增资价格为 1 元/股，低于近期股份评估价格公允价值 2.35 元/股，公司已确认股份支付。

截至本回复出具之日，公司历史沿革中不存在股份代持的情况。公司各股东所持有的公司股份均为其自身所持有，出资来源均出自自筹资金，具体出资来源详见本回复“反馈问题 2/ 三 /（二）”，相关款项均已缴付，不存在股权代持的情形。

（二）公司不存在影响股权明晰的问题，相关股东不存在异常入股事项，不涉及规避持股限制等法律法规规定的情形

公司自设立以来历次股东入股的原因和背景、入股价格及定价依据等具体情况详见本回复“反馈问题 2/ 一 /（一）”。

公司历史沿革中共进行过 2 次股权转让。其中第一次股权转让是股东于结冰同一时间向于刃非、刘国栋两名新股东转让，本次转让交易定价是以公司 2017

年6月30日净资产值(2,012,623.97元)为基础,考虑公司未来经营发展,经各方友好协商共同按照每股1.05元的价格进行转让;第二次股权转让是于结冰和于刃非兄弟二人之间的交易,本次交易定价仅由转让双方协商确定直接按照每股1元的价格进行转让,该股权转让价格明显低于最近一期公司每股净资产账面价值。根据国家税务总局公告2014年第67号《股权转让所得个人所得税管理办法(试行)》(以下简称“67号文”)第十一条规定,符合下列情形之一的,主管税务机关可以核定股权转让收入:(一)申报的股权转让收入明显偏低且无正当理由的,即如果申报的个人股权转让收入明显偏低且没有正当理由,税务机关可以核定其应纳税所得。第十三条规定,符合下列条件之一的股权转让收入明显偏低,视为有正当理由:(二)继承或将股权转让给其能提供具有法律效力身份关系证明的配偶、父母、子女、祖父母、外祖父母、孙子女、外孙子女、兄弟姐妹和对转让人承担直接抚养或者赡养义务的抚养人或者赡养人。于结冰与于刃非为兄弟关系,属于上述规定的可以低价转让的正当理由。故两次股权转让的价格均具有合理性,不属于交易明显异常情形。

除前述股权转让以外,公司历史沿革中共进行过2次增资。第一次增资,公司注册资本由208万元增加到1,000万元,新增注册资本792万元按照1元/股由原股东按出资比例认缴,由原股东于结冰、于刃非、刘国栋分别以货币方式增加出资372.24万元、249.48万元、170.28万元。第二次增资,公司注册资本由1,000万元增加到1,150万元,新增加的150万元由股东于结冰、于刃非、刘国栋、侯凯分别以货币方式增加出资6万元、2.5万元、3.5万元、138万元。本次增资价格为1元/股,低于近期股份评估价格公允价值2.35元/股,确认为股份支付。其中,对于结冰、于刃非、刘国栋的此次增资未列入股权激励计划,对应的股份支付在当期一次性确认;侯凯此次增资列入股权激励计划,属于以权益结算的股份支付,以近期评估价格作为相关权益工具授予日的每股公允价值,按照每股公允价值与激励对象入股价格的差额乘以股份数量确认股份支付费用。公司依据收益对象原则将各期股份支付费用计入销售费用、管理费用同时确认资本公积。

综上,公司不存在影响股权明晰的问题,相关股东不存在异常入股事项,不涉及规避持股限制等法律法规规定的情形。

（三）公司股东人数是否存在超过 200 人的情形

截至本回复出具之日，公司共有 4 名股东，皆为自然人股东，公司股东人数不存在超过 200 人的情形。

综上，截至本回复出具之日，公司历史沿革中不存在股权代持情形，不存在影响股权明晰的问题，相关股东不存在异常入股事项，不涉及规避持股限制等法律法规规定的情形；公司股东人数不存在超过 200 人的情形。

二、请主办券商、律师核查上述事项，就公司是否符合“股权明晰”的挂牌条件发表明确意见

（一）核查程序

主办券商及律师履行了如下核查程序：

- 1、访谈公司股东并获取声明，了解股东历次入股的背景原因、入股价格、定价依据，分析定价公允性；
- 2、查阅公司的工商登记资料、公司章程、股东名册、公司历次股权变动涉及的内部决策文件；以及公司设立及历次增资的相关协议、验资报告或出资凭证，公司历次股权转让的相关协议、支付凭证及完税证明；
- 3、查阅公司各股东及董事、监事、高级管理人员签署的情况调查表、持股真实性承诺函等资料，确认其在转让时不存在委托持股、利益输送或其他特殊利益安排；
- 4、查阅各股东历次出资凭证、相关出资银行卡流水记录、核查公司全体股东历次实缴出资时点前六个月后三个月的相关银行账户流水情况；对涉及第三方借款的，进一步通过访谈核查相关借款及偿还情况，以核实相应出资的来源；
- 5、访谈公司全体股东、确认公司设立及历次增资的和股权转让的交易背景、定价依据，查阅公司各股东签署的调查表及出具的承诺，了解公司自设立以来历次股东入股及股权变动的情况，确认公司历史沿革中不存在股权代持情形、不存在影响股权明晰的问题、相关股东不存在异常入股事项、涉及规避持股限制等法律法规规定的情形；

6、查阅公司工商登记资料、公司章程、股东名册等资料，确认公司股东人数不存在超过 200 人的情形。

（二）核查意见

经核查，主办券商及律师认为：

1、为稳定公司业务，加强企业管理，于刃非、刘国栋受邀一同加入公司共同经营管理，从于结冰处受让股权定价系以公司近期净资产价值为基础，经各方友好协商确认，转让价格具备公允性；为补充公司营运资金、优化股权结构、实施股权激励，公司历史沿革中两次增资价格均为1元/注册资本具有合理性；

2、各股东均具备股东资格，历次出资意思真实自愿，不存在影响股权明晰的问题，相关股东不存在异常入股事项，不存在委托持股、利益输送或其他特殊利益安排，不涉及规避持股限制等法律法规规定的情形；

3、截至本回复出具日，公司注册资本已足额缴纳，各股东的出资资产、出资方式、出资程序等符合相关法律法规的规定，各股东不存在依法不得投资公司的行为；公司历史沿革中不存在股权代持情形，不存在影响股权明晰的问题，符合“股权明晰”的挂牌条件；相关股东不存在异常入股事项，不涉及规避持股限制等法律法规规定的情形；公司股东人数不存在超过 200 人的情形。

三、说明以下核查事项：（1）结合入股协议、决议文件、支付凭证、完税凭证、流水核查情况等客观证据，说明对公司控股股东、实际控制人，持有公司股份的董事、监事、高级管理人员、员工持股平台合伙人以及持股 5%以上的自然人股东等主体出资前后的资金流水核查情况，并说明股权代持核查程序是否充分有效；（2）结合公司股东入股价格是否存在明显异常以及入股背景、入股价格、资金来源等情况，说明入股行为是否存在股权代持未披露的情形，是否存在不正当利益输送问题；（3）公司是否存在未解除、未披露的股权代持事项，是否存在股权纠纷或潜在争议。

（一）结合入股协议、决议文件、支付凭证、完税凭证、流水核查情况等客观证据，说明对公司控股股东、实际控制人，持有公司股份的董事、监事、

高级管理人员、员工持股平台合伙人以及持股 5%以上的自然人股东等主体出资前后的资金流水核查情况，并说明股权代持核查程序是否充分有效；

1、核查程序

主办券商及律师针对公司是否存在股权代持履行了如下核查程序：

（1）查阅公司的工商登记资料、公司章程、股东名册、公司历次股权变动涉及的内部决策文件；以及公司设立及历次增资的相关协议、验资报告或出资凭证，公司历次股权转让的相关协议、支付凭证、债权债务抵消协议及相关完税证明；查询企业公示系统，以核实公司历史沿革中的股本变动情况；

（2）查阅公司全体股东的身份证明文件、个人简历，核实公司股东的相关身份信息；

（3）核查公司全体股东历次实缴出资时点前六个月及后三个月的相关银行账户流水情况；对涉及第三方借款的，访谈公司股东及相关第三方，进一步核查相关借款、还款等情况，取得公司全体股东签署的关于历次出资及持股情况的书面说明；

（4）查询中国执行信息公开网、中国裁判文书网的公开披露信息及百度搜索引擎，核实公司历史沿革中是否存在因股权代持事项而产生的争议纠纷；

（5）取得并查阅公司全体股东出具的无代持承诺函。

2、核查意见

经核查，主办券商及律师认为：

公司不存在股权代持的情况，针对公司是否存在股权代持的核查程序充分有效。

（二）结合公司股东入股价格是否存在明显异常以及入股背景、入股价格、资金来源等情况，说明入股行为是否存在股权代持未披露的情形，是否存在不正当利益输送问题；

1、核查程序

主办券商及律师履行了如下核查程序：

（1）查阅公司的企业登记资料、《股东名册》，公司设立及历次增资的相关协议、验资报告、评估报告及出资凭证；查阅公司历次股权转让的相关协议、支付凭证及完税凭证；查阅公司历次股权变动涉及的内部决策文件，以核实公司历次股东入股的入股形式、支付方式、入股价格等；

（2）访谈公司全体股东，以核实公司历次股东入股的背景和原因、资金来源、定价依据及其公允性等；

（3）结合公司历次股权转让及增资协议、对相关股东出资时点前后的流水核查并对相关股东及第三方的进行访谈确认以及出具书面说明，以对公司股东历次出资来源进行核查，具体如下：

认缴时间	股权变动情况	股东姓名	认缴出资/股权转让（万元）	实缴出资及资金来源
2015 年 10 月	设立出资，注册资本 208 万	于结冰	208	2016 年 4 月至 2016 年 11 月期间于结冰累计实缴出资 190 万元，均来源于向于刃非借款。
2017 年 9 月	第一次股权转让	于刃非	65.52	此次股权转让的股权为于结冰已实缴出资的部分，于刃非、刘国栋没有在转让时向于结冰支付转让价款。后 2019 年 1 月公司增资扩股，于结冰、于刃非、刘国栋均新增了对公司的认缴出资，至 2022 年 9 月 30 日于结冰对公司的认缴出资未实缴完毕，故约定由于刃非、刘国栋于 2022 年 12 月 31 日前代于结冰向公司支付人民币 110.24 万元（其中于刃非支付 65.52 万元，刘国栋支付 44.72 万元），公司收到上述款项后，于结冰对于刃非、刘国栋的上述 110.24 万元应收股权转让款等额抵销于结冰对公司的出资义务。于结冰、于刃非、刘国栋、公司于 2022 年 10 月签署了债权债务抵消协议。抵销后，于刃非对于结冰的应付股权转让款余额 3.28 万元、刘国栋对于结冰的应付股权转让款余额 2.24 万元已于 2024 年 4 月 22 日向于结冰支付。
		刘国栋	44.72	
2019 年 1 月	第一次增资，增资至 1000 万元	于结冰	372.24	2019 年 1 月-2019 年 10 月期间：于结冰累计出资 105 万元，均来源于向耿庆喜的借款；于刃非累计出资 107 万元，其中 15 万元来源于向黄立伟的借款，92 万元来源于耿庆喜的借款；刘国栋累计出资 75 万元，来源于耿庆喜借款。
		于刃非	249.48	2022 年 10 月期间：

认缴时间	股权变动情况	股东姓名	认缴出资/股权转让(万元)	实缴出资及资金来源
		刘国栋	170.28	于刃非累计出资 208 万元，其中 110 万元来源于家庭财产（配偶），88 万元来源于自有资金，10 万元来源于公司还款； 于结冰累计出资 175 万元，来源于公司还款； 刘国栋累计出资 140 万元，来源于公司还款。
2022 年 9 月	第二次股权转让	于刃非	300	于结冰将 300 万的股权（其中已实缴 184.76 万元，115.24 万元尚未实缴部分仍由于结冰缴纳）作价 300 万元转让给于刃非。因于结冰尚欠付于刃非借款 302 万元，故于结冰 2022 年 10 月完成 115.24 万实缴后，于刃非应付于结冰的 300 万元股权转让款与于结冰欠付于刃非的 300 万元债务等额抵销。
2022 年 10 月	第二次增资，增资至 1150 万元	于结冰	2.5	于刃非出资 6 万元，来源于自有资金； 于结冰出资 2.5 万元，来源于自有资金； 刘国栋累计出资 3.5 万元，来源于自有资金； 侯凯累计出资 138 万元，来源于自有资金及家庭财产（配偶）。
		于刃非	6	
		刘国栋	3.5	
		侯凯	138	
2023 年 5 月	整体变更为股份有限公司	于刃非	621	全体股东同意按照智先生有限 2022 年 10 月 31 日经审计的账面净资产值整体折股形成股份公司的注册资本为 1,150 万元，剩余净资产额全部计入公司的资本公积，不涉及现金增资。
		刘国栋	218.5	
		于结冰	172.5	
		侯凯	138	

2、核查意见

经核查，主办券商及律师认为：

公司股东入股价格具有合理性，不存在明显异常；公司股东对公司的历次出资的资金主要来源于家庭财产积累、自有资金、借款/还款等；股东入股行为不存在股权代持未披露的情形，不存在不正当利益输送的情况。

（三）公司是否存在未解除、未披露的股权代持事项，是否存在股权纠纷或潜在争议。

1、核查程序

主办券商及律师履行了如下核查程序：

(1) 查阅公司的工商登记资料、会议决议、验资报告、公司股东的身份证明文件、股东出具的书面说明等，确认公司注册资本已足额缴纳，各股东的出资资产、出资方式、出资程序等符合相关法律法规的规定；

(2) 检索中国裁判文书网 (<http://wenshu.court.gov.cn>)、中国审判流程信息公开网 (<https://splcgk.court.gov.cn/gzfwwww>)、中国执行信息公开网 (<http://zxgk.court.gov.cn>) 的公开披露信息，核实公司是否存在有关出资或股权纠纷的相关诉讼案件。

2、核查意见

经核查，主办券商及律师认为：

公司历次增资和股权转让为股东真实意思表示，不存在未解除、未披露的股权代持事项，不存在股权纠纷或潜在争议。

问题 3.关于公司业绩

根据申请材料，(1)报告期内，公司营业收入分别为 7,804.01 万元及 6,737.07 万元，净利润分别为 1,776.04 万元、1,436.92 万元，有所下滑；经营活动产生的现金流量净额分别为 817.64 万元和 2,315.84 万元，大幅增长；(2) 宁波世贸通国际贸易有限公司等前五大客户 2023 年销售收入大幅下滑。

请公司：(1) 结合订单数量、订单规模、完成周期等，说明收入及净利润下降的原因，公司是否具备市场拓展能力，业务量是否存在持续下滑的风险，应对措施及有效性；说明公司报告期内收入波动与下游客户行业景气度是否一致、与可比公司经营业绩是否存在显著差异。(2) 补充披露公司毛利率增长的原因及合理性，量化分析相关影响因素。(3) 结合实际业务、经营性应收、应付、存货等增减变动定性定量进一步补充披露经营活动产生的现金流量净额与净利润差异的原因，经营活动产生的现金流量净额大幅增长的原因及合理性。(4) 说明是否存在外部采购成品的情况，如有请说明外部采购成品的原因及合理性；按照产品类别列示报告期内外部采购成品的金额、占采购总额的比例、销售金额、毛利率情况；主要成品供应商及合作年限、合作背景、采购金额与供应商经营状况的匹配性；公司销售相关商品采用总额法还是净额法确认收入及相关依据，是否符合《企业会计准则》的要求。(5) 结合公司所处行业竞争格局、业

务拓展能力、期末在手订单、期后签订合同、期后业绩（收入、净利润、毛利率、经营活动现金流量）及与往年对比的情况，说明公司的业绩是否具有稳定性。

请主办券商、会计师核查上述问题并发表明确意见。

【回复】

一、公司说明

（一）结合订单数量、订单规模、完成周期等，说明收入及净利润下降的原因，公司是否具备市场拓展能力，业务量是否存在持续下滑的风险，应对措施及有效性；说明公司报告期内收入波动与下游客户行业景气度是否一致、与可比公司经营业绩是否存在显著差异。

项目	2022 年度	2023 年度	变动率	2024 年 1-5 月
订单总量	9,423	14,152	50.19%	5,083
订单总金额（万元）	7,804.01	6,737.07	-13.67%	2,138.48
线下订单总量	185	188	1.62%	81
线下订单总金额（万元）	6,682.17	4,913.94	-26.46%	1,351.30
线上订单总量	9,238	13,964	51.16%	5,002
线上订单总金额（万元）	1,121.85	1,823.14	62.51%	787.18
境内订单总量	1,394	955	-31.49%	206
境内订单总金额（万元）	2,578.07	731.58	-71.62%	183.12
境外订单总量	8,029	13,197	64.37%	4,877
境外订单总金额（万元）	5,225.94	6,005.49	14.92%	1,955.35

注：上表按当期履约完成确认收入的订单统计

公司订单总量 2023 年较 2022 年有一定的提升，2023 年度较 2022 年度提升了 50.19%，提升的主要原因为线上订单总量提升较大，2023 年度线上订单总量较 2022 年度提升了 51.16%。在销售区域方面，2023 年度境外订单总量较 2022 年度提升了 64.37%，境外订单总金额 2023 年度较 2022 年度提升了 14.92%。对于线下销售，生产周期约为 20-30 天，但需根据客户要求的发货时间进行发货。对于线上销售，需根据线上平台销售情况提前生产备货，生产周期约为 20-30 天。

报告期公司销售收入下降的主要原因为境内订单总金额从 2022 年的 2,578.07 万元下降至 2023 年度的 731.58 万元，下降了 71.62%。公司境外订单总

金额虽然有所增加，但增加幅度无法弥补境内订单的下降幅度，受销售收入下降影响，公司净利润下降。由于境外市场回款现金流较好，发生应收账款坏账的风险较小，且销售毛利率相对较高，故公司采取以境外市场为主的销售策略，研发的产品更适用于境外消费者的偏好，报告期内，公司境外销售订单及境外销售收入均有所增加，且从 2024 年 1-5 月的订单来看，公司后续销售比较稳定，未发现订单有大幅度下降的情形，按 1-5 月订单金额进行年化计算的订单总金额较上年度有所降低，主要原因系取暖设备的销售具有一定程度的季节性，2-5 月为取暖设备的销售淡季。

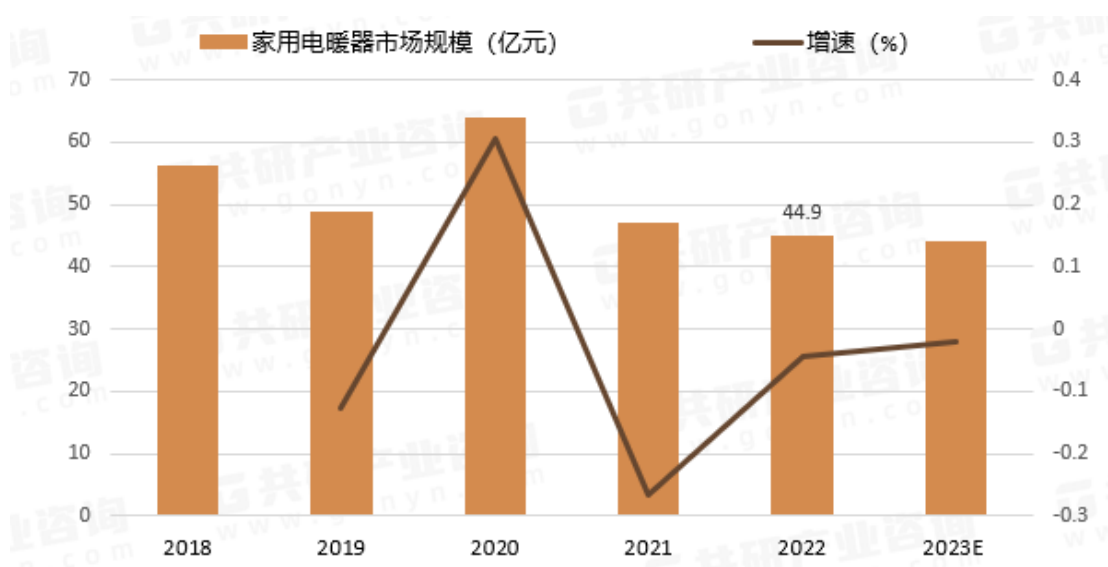
公司通过明确业务定位与目标市场，持续学习与创新、关注细分行业发展动态、强化销售与市场营销能力，积极参加行业会议、展览等活动，关注用户体验与反馈，灵活应对市场变化等手段开拓和维护市场，应对措施积极有效，预计公司未来订单将保持稳定增长。

下游客户行业景气度情况：

公司主营业务为智能取暖设备的研发、生产及销售，公司销售模式分为线下销售和线上销售，其中，线上销售占比较低，客户主要为电商平台的终端消费者；线下销售占比较高，线下销售主要为 ODM 模式，公司按照自主设计开发产品，贴客户品牌并销售给客户，客户主要为从事取暖器等电加热设备销售的家用电器行业企业。

根据共研产业咨询《2023 年中国家用电暖器市场发展趋势分析》，中国家用电暖器行业发展经历萌芽期、启动期、高速发展期和成熟期。成熟期时，该时期电暖器行业的生产技术日益成熟，国产品牌美的、格力等已成为家电龙头企业。大会上确定了家电行业的发展路线，电暖器行业向智能化转型。中国家用电暖器行业的市场规模由 2018 年的 56.2 亿元下降到 2022 年的 44.9 亿元，年复合增长率为-5.4%。未来中国家用电暖器行业的市场规模整体将呈现下降趋势，但会有小幅度的回升。

图：2018 年-2023 年中国家用电暖器市场规模预测及增速



资料来源：共研产业咨询（共研网）

综上，报告期内公司订单从 2022 年的 7,804.01 万元降低至 2023 年的 6,737.07 万元，符合下游客户行业景气度情况。

与可比公司经营业绩对比情况：

单位：万元

公司名称	股份代码	2023 年度				2022 年度			
		收入	变动率	净利润	变动率	收入	变动率	净利润	变动率
安泽电工	831945.NQ	12,582.97	5.55%	-2,225.99	-23.87%	11,920.81	-38.09%	-1,796.98	-237.12%
火焰山股	871289.NQ	9,012.62	12.00%	1,410.11	25.84%	8,047.17	14.66%	1,120.56	734.34%
瑞能智慧	874003.NQ	31,808.13	22.01%	3,272.00	24.10%	26,070.07	16.70%	2,636.50	178.79%
平均值		17,801.24	13.19%	818.71	8.69%	15,346.02	-2.24%	653.36	225.34%
智先生		6,737.07	-13.67%	1,436.92	-19.09%	7,804.01	112.16%	1,776.04	379.49%

从上表可以看出，行业公司内部存在一定的业绩波动，可比公司平均 2023 年收入和净利润均较 2022 年有所增加。火焰山股的取暖产品主要是电暖炉，安泽电工的主要产品是白色家电配套的电加热产品。与公司产品和销售模式较为接近的是瑞能智慧。瑞能智慧无论是收入和净利润均大幅度的增加。瑞能智慧与公司的业务模式较为接近，均以外销为主。

瑞能智慧最近两年收入构成情况分析表

单位：万元

序号	项目	2023 年度	2022 年度	变动率
1	营业总收入	31,808.13	26,070.07	22.01%
1.1	产品：	31,808.13	26,070.07	22.01%
1.1.1	取暖器	23,805.64	20,981.10	13.46%
1.1.2	风扇	6,637.54	3,637.24	82.49%
1.1.3	控制器	1,133.04	1,021.29	10.94%
1.1.4	小家电	161.13	402.39	-59.96%
1.1.5	其他业务	70.78	28.06	152.25%
1.2	地区：	31,808.13	26,070.07	22.01%
1.2.1	国外	27,872.06	22,138.28	25.90%
1.2.2	中国大陆	3,936.08	3,903.74	0.83%
1.2.3	其他业务(地区)		28.06	-100.00%

瑞能智慧取暖器类产品 2023 年较 2022 年增加了 13.46%，外销产品增提增加了 25.90%，境内业务增加幅度较低仅为 0.83%。

公司虽总收入 2023 年较 2022 年有所降低，但境外销售 2023 年度较 2022 年度增加了 14.92%，与瑞能智慧取暖器类产品增加趋势基本一致。

总之，报告期内公司收入虽然有所降低，主要原因系公司将销售策略调整为以境外市场为主，公司境外销售的增长率、变动趋势、经营业绩与可比公司不存在显著差异。

（二）补充披露公司毛利率增长的原因及合理性，量化分析相关影响因素。

公司已在《公开转让说明书》“第四节 公司财务”之“六、经营成果分析”之“（四）毛利率分析”之“1、按产品（服务）类别分类”中补充披露如下：

“公司 2023 年毛利率较 2022 年上升 3.29 个百分点，毛利率增长受原材料价格波动、销售地区、销售方式、以及汇率变化等因素的综合影响。

1、原材料的价格波动对毛利率的影响如下：

报告期内，公司直接材料成本占营业成本的比重分别为 68.58%和 60.60%，直接材料成本为公司营业成本的主要构成，故原材料的价格波动将对公司毛利率产生一定影响。

公司主要原材料包括树脂布、铝型材、铝卷/铝板、钢材、电子元器件等，树脂布、铝型材、铝卷/铝板及钢材的市场价格较为透明，公司按照市场价格进行采购。报告期内，公司主要原材料的采购单价变动情况如下：

种类	单位	2023 年度			2022 年度		
		采购单价 (元)	采购金额 (万元)	占比	采购单价 (元)	采购金额 (万元)	占比
铝型材	米	6.08	281.35	14.08%	6.01	492.64	11.34%
树脂布	张	6.89	112.78	5.64%	8.4	331.09	7.62%
铝板/铝卷	kg	21.82	54.61	2.73%	23.25	225.36	5.19%
钢材	kg	6.11	93.32	4.67%	6.19	201.35	4.64%
树脂布	kg	53.5	155.22	7.77%	63.44	140.00	3.22%
合计		94.4	697.28	34.89%	107.29	1,390.44	32.01%

由上表可见，报告期内公司主要原材料树脂布、铝板/铝卷、钢材的采购价格呈下降趋势，铝型材价格受铝价及加工费的共同影响，采购价格略有上升，综合导致产成品的材料成本有所下降。主要原材料价格波动对营业成本的影响如下：

2023 年度	铝型材 (米)	树脂布 (张)	铝板/铝 卷 (kg)	钢材 (kg)	树脂布 (kg)
材料价格波动①	1.16%	-17.98%	-6.15%	-1.29%	-15.67%
材料用量占比②②	9.71%	6.62%	1.68%	3.52%	6.76%
原材料占成本比重③	60.60%				
对营业成本的影响④=-①*②*③	-0.07%	0.72%	0.06%	0.03%	0.64%
影响合计	1.39%				

由于公司报告期内未因为原材料的价格波动大规模调整商品售价，故原材料的价格波动对毛利率的影响与对营业成本的影响基本一致。

2、销售地区变化对毛利率的影响情况如下：

报告期各期，按销售地区分类的毛利率和收入占比情况如下：

销售地区	2023 年度			2022 年度		
	毛利率	收入占比	毛利率贡献率	毛利率	收入占比	毛利率贡献率
境外销售	46.38%	89.14%	41.34%	44.50%	66.96%	29.80%

销售地区	2023 年度			2022 年度		
	毛利率	收入占比	毛利率贡献率	毛利率	收入占比	毛利率贡献率
境内销售	30.54%	10.86%	3.32%	35.03%	33.04%	11.57%
合计	44.66%	100.00%	44.66%	41.37%	100.00%	41.37%

注：毛利率贡献率=主营业务收入占比*毛利率

报告期内，由于境外销售涉及到的环节更多且交易周期和流程较境内销售长，同时欧洲、英国等境外市场对公司取暖设备的需求较境内市场相比更为强烈，公司境外销售定价普遍高于境内销售定价，境外销售毛利率高于境内销售毛利率。报告期内，境外销售毛利率贡献率分别为 29.80%和 41.34%，境外销售收入占比增加导致毛利率上升。

销售地区变化对毛利率的影响测算如下：

销售地区	2023 年度					2022 年度	
	毛利率 (a)	收入占比 (b)	毛利率贡献度 (c=a*b)	按照 2022 年度收入占比测算的毛利率贡献度 (d=a*g)	销售地区变化对毛利率的影响 (e=c-d)	毛利率 (f)	收入占比 (g)
境外销售	46.38%	89.14%	41.34%	31.06%	10.29%	44.50%	66.96%
境内销售	30.54%	10.86%	3.32%	10.09%	-6.77%	35.03%	33.04%
合计	44.66%	100.00%	44.66%	41.15%	3.51%	41.37%	100.00%

3、销售方式变化对毛利率的影响情况如下：

报告期各期，按销售方式分类的毛利率和收入占比情况如下：

销售方式	2023 年度			2022 年度		
	毛利率	收入占比	毛利率贡献率	毛利率	收入占比	毛利率贡献率
线下销售	42.44%	72.94%	30.96%	39.76%	85.62%	34.04%
线上销售	50.63%	27.06%	13.70%	51.00%	14.38%	7.33%
合计	44.66%	100.00%	44.66%	41.37%	100.00%	41.37%

注：毛利率贡献率=主营业务收入占比*毛利率

报告期内，由于线上销售对象为终端个人消费者，且公司需承担平台费、推广费等平台费用，公司在线上平台的销售定价高于线下销售定价，线上销售毛利率高于线下销售毛利率。报告期内，线上销售毛利率贡献率分别为 7.33%和 13.70%，线上销售收入占比增加导致毛利率上升。

销售方式变化对毛利率的影响测算如下：

销售方式	2023 年度					2022 年度	
	毛利率 (a)	收入占比 (b)	毛利率贡献度 (c=a*b)	按照 2022 年度收入占比测算的毛利率贡献度 (d=a*g)	销售地区变化对毛利率的影响 (e=c-d)	毛利率 (f)	收入占比 (g)
线下销售	42.44%	72.94%	30.96%	36.34%	-5.38%	39.76%	85.62%
线上销售	50.63%	27.06%	13.70%	7.28%	6.42%	51.00%	14.38%
合计	44.66%	100.00%	44.66%	43.62%	1.04%	41.37%	100.00%

4、汇率变化对毛利率的影响情况如下：

报告期各期公司外币收入与按照交易发生日的即期汇率折算人民币收入金额如下：

单位：万元

币种	2023 年度		2022 年度	
	外币收入	折算人民币收入	外币收入	折算人民币收入
美元	636.22	4,449.40	643.35	4,428.05
欧元	185.06	1,410.28	101.69	732.48
英镑	15.47	136.87	7.06	58.64
加元	1.55	8.06	1.29	6.77
墨西哥比索	2.21	0.88		
合计	840.51	6,005.49	753.39	5,225.94

汇率变动对收入增加的贡献如下：

单位：万元

币种	2023 年度				2022 年度		
	外币收入 (a)	折算人民币收入 (b)	按照 2022 年度平均折算汇率折算人民币收入 (c=a*g)	因汇率变化影响的收入 (d=b-c)	外币收入 (e)	折算人民币收入 (f)	平均折算汇率 (g=f/e)
美元	636.22	4,449.40	4,378.99	70.41	643.35	4,428.05	6.8828
欧元	185.06	1,410.28	1,333.00	77.28	101.69	732.48	7.2031
英镑	15.47	136.87	128.49	8.38	7.06	58.64	8.3059
加元	1.55	8.06	8.13	-0.07	1.29	6.77	5.2481
墨西哥比索	2.21	0.88					
合计	840.51	6,005.49	5,848.61	156.00	753.39	5,225.94	6.9366

由上表可见，2023 年度因汇率变化影响的收入金额为 156 万元，因公司材料采购结算币种均为人民币，故汇率变化对成本金额影响很小，因此汇率变化对毛利率的影响情况如下：

项目	毛利率
2023 年度毛利率	44.66%
剔除汇率变化影响后的毛利率	43.34%
因汇率变化对毛利率的影响	1.31%

注：剔除汇率变化影响后的毛利率=（2023 年度营业收入-因汇率变化影响的收入-2023 年度营业成本）/（2023 年度营业收入-因汇率变化影响的收入）

5、不同类别产品的毛利率波动分析如下：……”

（三）结合实际业务、经营性应收、应付、存货等增减变动定性定量进一步补充披露经营活动产生的现金流量净额与净利润差异的原因，经营活动产生的现金流量净额大幅增长的原因及合理性。

公司已在《公开转让说明书》“第四节 公司财务”之“八、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（四）现金流量分析”之“2、现金流量分析”中补充披露如下：

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 817.64 万元和 2,315.84 万元，净利润分别为 1,776.04 万元和 1,436.92 万元。

公司经营活动产生的现金流量净额与净利润差异具体如下：

单位：元

项目	2023 年度	2022 年度
一、将净利润调节为经营活动的现金流量：		
净利润	14,369,181.63	17,760,368.67
加：信用减值损失	-118,568.18	213,100.06
资产减值损失	6,991.16	354,555.90
固定资产折旧	662,786.53	479,332.00
无形资产摊销	52,382.68	
使用权资产折旧	290,074.42	535,090.33
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	1,359.22	
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	48,375.77	
财务费用（收益以“-”号填列）	399,136.68	393,099.47
投资损失（收益以“-”号填列）	52,411.97	315,694.31
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-80,007.12	-235,603.07
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	-45,008.44	-26,314.61
存货的减少（增加以“-”号填列）	5,872,616.70	-11,776,732.45
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	3,614,624.51	-4,622,924.18
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	-2,135,722.59	5,221,023.98
其他	167,741.96	-434,312.91
经营活动产生的现金流量净额	23,158,376.90	8,176,377.50

由上表可知，报告期内公司经营活动产生的现金流量净额与净利润之间差异受存货、经营性应收、应付项目的增减变动影响较大，具体如下：

2022 年度公司存货增加的主要原因包括：①受欧洲能源危机等因素影响，公司销售规模增长较快，在手订单较多，公司综合考虑在手订单金额、产能情况及商品交期等因素，适当增加了原材料备货数量，2022 年末原材料余额较 2021 年末增加 212.05 万元；②公司收购勾藤电子及宜欧客后，境外线上销售业务得到拓展，为了满足境外线上电商平台对发货时效的要求，公司提前将库存商品运输至境外仓库进行备货，同时由于线下销售的在手订单数量较多，2022 年末在产品 & 已完工入库待发货的库存商品数量较多，2022 年末在产品 & 库存商品余额较 2021 年末增加 838.17 万元。

2022 年度公司经营性应收、应付项目均增加主要原因系公司销售规模增加，采购规模相应增加，期末应收账款及应付账款金额均相应增加。

2023 年度公司存货减少的主要原因为公司与客户的供需关系逐渐趋于稳定，2023 年末在手订单金额较上年末有所减少，在产品及已完工入库待发货的库存商品数量均减少，2023 年末在产品及库存商品余额较 2022 年末减少 499.60 万元。

2023 年度公司经营性应收项目减少主要受应收账款金额减少所致，2023 年度公司对境内销售第一大客户宁波世贸通国际贸易有限公司的销售收入金额相比于 2022 年度减少 82.55%，公司对其信用期为 60 天，销售收入减少导致应收账款金额相应出现大幅下降。

2023 年度公司经营性应付项目减少主要受应付账款金额减少所致，2023 年度公司销售规模有所下降，且公司在陆续消化库存原材料，故 2023 年公司采购金额较 2022 年减少 2,344.66 万元，期末应付账款金额相应减少。

公司 2023 年度经营活动产生的现金流量较 2022 年度增加 1,498.20 万元，经营活动产生的现金流量净额大幅增长主要是受经营活动现金流出金额减少的影响。受欧洲能源危机等因素影响，公司 2022 年度销售规模增长较快，在手订单较多，且公司产品型号繁多，公司综合考虑在手订单金额、产能情况及商品交期等因素，适当增加了原材料备货数量，对不同型号的产品所需原材料进行了一定数量的储备，因此，2022 年度公司采购金额较高，2023 年度公司销售规模有所下降，且公司在陆续消化库存原材料，故 2023 年公司采购金额较 2022 年减少 2,344.66 万元，购买商品、接受劳务支付的现金减少 2,400.14 万元。虽然 2023 年度公司销售规模下降，导致销售商品、提供劳务收到的现金减少 688.57 万元，但经营活动现金流入减少的金额远小于经营活动现金流出减少的金额，由此导致经营活动产生的现金流量净额大幅增长，具有合理性。

（四）说明是否存在外部采购成品的情况，如有请说明外部采购成品的原因及合理性；按照产品类别列示报告期内外部采购成品的金额、占采购总额的比例、销售金额、毛利率情况；主要成品供应商及合作年限、合作背景、采购金额与供

应商经营状况的匹配性；公司销售相关商品采用总额法还是净额法确认收入及相关依据，是否符合《企业会计准则》的要求。

报告期内，公司存在外部采购成品的情况，外部采购的成品为同类型或相似类型取暖器，用于公司研发活动中进行拆解分析，具有合理性。

公司将采购成品的金额计入研发费用，具体情况如下：

产品类别	2023 年度		2022 年度	
	金额（元）	占采购总额的比例	金额（元）	占采购总额的比例
取暖器	5,628.32	0.03%	-	-

报告期内，公司不存在外部采购成品用于销售的情况，外部采购成品用于研发活动，金额计入研发费用，符合《企业会计准则》的要求。

（五）结合公司所处行业竞争格局、业务拓展能力、期末在手订单、期后签订合同、期后业绩（收入、净利润、毛利率、经营活动现金流量）及与往年对比的情况，说明公司的业绩是否具有稳定性。

取暖器行业的竞争格局呈现出日益激烈的趋势。随着市场规模的不断扩大和技术的不断进步，越来越多的企业进入取暖器市场，导致市场竞争日益加剧。

目前，取暖器市场主要被一些知名品牌和大型企业所占据，这些企业拥有较强的技术实力和市场影响力，通过横向拓展，涉足取暖器及其他小家电产业，并不断推出创新产品和优化服务，巩固了市场地位。

知名品牌如美的、格力、海尔、欧普、艾美特、先锋等均在取暖器产品有所涉猎，这些企业在产品研发、市场推广以及渠道建设方面都有显著投入，力图在竞争激烈的市场中保持领先地位。

目前公司产品定位并不仅仅是以上品牌所售的移动电暖器，而是偏向于固定式安装的节能电采暖系统，可以在一定程度上取代欧美市场现有的以油气为能源的传统采暖产品。公司通过技术创新和差异化竞争，专注单一细分产品赛道，走专而精的产品路线，同时依托核心的低中高温电热材料和元器件技术，产品线正在朝相关的其他电热领域拓展，例如工农业节能电热应用场景，以及侧重绿色节

能的厨房电热产品，从而在激烈的市场竞争中突破重围，并逐渐在市场中崭露头角。

公司的业务拓展能力表现在：①明确业务定位与目标市场，通过直接的终端市场分析数据，深入了解目标市场和目标客户的需求、偏好以及竞争态势等。清晰定义产品的独特卖点；②持续学习与创新，关注细分行业发展动态，学习最新技术革新和成功营销经验，不断优化产品及业务模式，以满足市场变化和客户需求。③强化销售与市场营销能力，布局拓展例如国外 Tiktok 等新媒体的宣传渠道，运用多种营销手段扩大品牌知名度和影响力。提升销售团队的专业技能和沟通能力，制定细分有效的销售策略。建立完善的客户关系管理系统，维护老客户，开发新客户。④积极参加行业会议、展览等活动，构建与客户及供应商的合作关系，充分利用第三方平台或渠道拓展业务。⑤关注用户体验与反馈，将用户体验放在首位，不断优化产品以满足客户需求。主动收集客户反馈，及时响应并解决问题，提升客户满意度和忠诚度。⑥灵活应对市场变化，保持敏锐的市场洞察力，及时捕捉市场变化和机遇，制定灵活的业务调整策略，以应对市场波动和竞争压力。

通过上述手段，公司保持了良好的发展势头，保持了公司业绩的稳定性。

2023 年末公司线下销售中已签订尚未履行完成的在手订单金额为 676.28 万元，2024 年 1-6 月期间，公司线下销售中签订合同金额为 1,925.51 万元，截至 2024 年 6 月 30 日，公司已签订尚未履行完成的在手订单金额为 1,209.70 万元。

公司期后业绩与往年同期对比情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-5 月 (未经审计)	2023 年 1-5 月	2022 年 1-5 月
收入	2,138.48	2,649.47	1,189.89
净利润	489.63	669.45	79.22
毛利率	46.86%	45.44%	24.20%
经营活动现金流量净额	128.93	1,344.85	26.72

由上表可见，公司 2023 年 1-5 月经营业绩较 2022 年 1-5 月上漲较大，主要原因系 2022 年受欧洲能源危机影响及俄乌战争影响，欧洲天然气供应紧张，使

用天然气取暖价格较高，因此国内耗能低、能效比高的节能电热取暖设备在欧洲地区较为畅销，2022年下半年公司订单量大幅增加，合计约1,662.08万元销售订单于2023年销售出库，并收取尾款，因此2023年1-5月销售收入及经营活动现金流量金额较2022年1-5月均增加较多。

公司2024年1-5月经营业绩较2023年有所下降，主要原因系欧洲能源危机趋于稳定后，公司与主要客户的供需关系亦趋于稳定，销售收入、净利润及销售商品、提供劳务收到的现金较上年同期高峰期有所回落。2024年1-5月，公司毛利率较2023年略有上升，盈利能力稳定。

整体而言，受欧洲能源危机影响及俄乌战争影响，2022年下半年公司业绩增长较大，2023年期间，该影响逐渐减小，公司与主要客户的供需关系趋于稳定，2024年1-6月期间，公司经营稳定，在手订单较为充足，盈利能力稳定，业绩具有稳定性。

二、中介机构核查程序及核查意见

1、核查程序

（1）搜集与公司所处行业有关的行业研究或报道，对公司管理层进行访谈，比较同行业公司公开数据，搜集行业主管部门制定的发展规划、行业管理方面的法律法规及规范性文件等方法，审慎、客观分析公司所处细分行业的基本情况和特有风险。

（2）获取公司收入成本明细表及采购大表，分析公司毛利率增长的原因及其合理性；

（3）获取现金流量表补充资料，分析经营活动产生的现金流量净额与净利润差异原因的合理性及经营活动产生的现金流量净额大幅增长的合理性；

（4）获取公司采购大表、存货进销存明细表及外部采购成品明细表，了解外部采购成品的成品品类及金额，向公司财务负责人了解外部采购成品的原因、用途及会计处理，核查是否符合《企业会计准则》的要求；

(5) 获取公司期后在手订单明细表、合同台账及期后 1-5 月财务报表，与往年同期情况进行对比，判断公司业绩的稳定性。

2、核查意见

(1) 公司报告期的收入波动主要是公司销售区域重心调整所致，公司具备一定的市场拓展能力，报告期内收入波动与同行业可比公司不存在显著差异。

(2) 公司毛利率增长受原材料价格波动、销售地区、销售方式、以及汇率变化的等综合影响，具有合理性；

(3) 公司经营活动产生的现金流量净额与净利润之间差异受存货、经营性应收、应付项目的增减变动影响较大，经营活动产生的现金流量净额大幅增长主要是受采购金额减少导致经营活动现金流出金额大幅减少的影响，具有合理性；

(4) 公司外部采购成品用于研发活动，相关会计处理符合《企业会计准则》的要求；

(5) 期后公司经营稳定，在手订单较为充足，盈利能力稳定，业绩具有稳定性。

问题 4.关于销售与采购

根据申请材料，(1)报告期内，公司境外销售占营业收入比例分别为 66.96%和 89.14%，线上销售占营业收入比例分别为 14.38%和 27.06%。(2)报告期末，公司预计负债分别为 23.85 万元、23.79 万元，主要系预期的线上销售退回。

(3) 经公开信息查询，前五大供应商江苏格帆铝材有限公司实缴资本为 0 且参保人数为 2，山东博丰金属材料有限公司实缴资本为 0 且参保人数为 3，且供应商中较多贸易商。

请公司：(1) 关于境外销售。①分别按照境内外说明线上、线下销售的情况，包括主要客户、销售金额及占比、毛利率情况。②说明主要境外客户情况，包括但不限于所属国家或地区、成立时间、实际控制人、经营规模、销售区域、销售产品类别、与公司合作时间、信用政策。③以表格的形式说明境外应收账款

及其占境外销售金额的比例，各期境外应收账款的回款、账龄情况，说明是否存在较大的回款风险。

(2) 关于线上销售。①按照电商平台列示店铺数量、销售金额及占比、主要销售产品情况，说明公司店铺数量是否存在较大变化，与销售收入是否匹配；说明线上销售收入与平台服务费是否具有匹配性。②说明报告期内公司及其关联方是否存在通过自身或委托第三方对线上销售平台进行刷单、刷好评等行为，若存在，详细说明相关情况、各期刷单金额及资金来源、账务处理方法等，是否规范，是否存在欺诈消费者、违反电商规定的情形。③说明线上销售的收入数据如何获取，如何保证收入数据的真实准确，线上平台销售业务流程说明内部控制的关键环节及执行情况，相关内控是否健全有效。④说明公司与第三方支付平台的结算周期；是否存在公司账户或个人账户直接收款的情况，如何保障公司资金流转与收入相匹配。⑤说明线上销售是否充分考虑无理由退换货条件、退换货期、电商销售平台与公司之间的结算安排；按照销售渠道说明报告期内退换货的金额及占销售金额的比例，对比同行业可比公司退换货比例，说明公司退换货是否存在异常及其原因；说明报告期内预提退货比例及确认依据，与实际发生金额是否存在较大差异，是否存在收入的跨期调整，公司对退换货具体的会计处理方式，是否符合《企业会计准则》的要求。

(3) 关于客户与供应商。①补充披露公司前五大客户变化较为频繁的原因及合理性，主要客户向公司采购产品或服务后，后续采购需求程度，是否存在订单大幅下降的情况；列表说明报告期前五名客户的获取方式、合作背景、合作模式、合作期限、定价政策、未来合作计划、合同签订周期及续签约定等关键条款设置、持续履约情况，主要客户从公司采购的金额占其采购总额的比重，公司的平均订单规模、复购率，销售是否具有稳定性。②结合公司的销售模式、与主要客户的结算方式，说明报告期内公司合同负债、应收账款、规模的合理性，与销售订单或销售收入是否匹配。③说明上述客户、供应商实缴资本或社保缴纳人数较少的原因及合理性；列示公司向贸易商及生产厂家采购的金额及比例，说明向贸易商采购的合理性及稳定性。④说明公司选择供应商的标准和具体方式、货源情况，公司与主要供应商的合作期限、采购合同签订方式，是否签订框架协

议，价格是否稳定，从采购端如何锁定或控制原材料价格波动风险，是否约定调价机制，如存在较大原材料价格波动风险并于重大事项提示充分披露相关风险。

请主办券商、会计师核查上述事项并发表明确意见；（1）补充说明对客户（分别按照境内外客户）、供应商、第三方回款（如有）的走访比例、发函比例、回函比例、替代程序、期后回款比例、收入截止性测试比例等，是否存在提前或延后确认收入的情形。（2）如有刷单情形，说明针对刷单收入的核查方法及核查过程，如何区分刷单收入与非刷单收入，如何确认收入及客户的真实性；说明相关内部控制缺陷整改措施是否有效，公司期后是否仍存在刷单情形。（3）说明是否进行 IT 审计，报告期内公司线上销售是否实现终端销售，是否存在提前确认收入的情形，核查线上收入的真实性、准确性、完整性，说明核查程序、核查金额占报告期各期收入比例。（4）说明公司平台销售数据与财务数据的对应关系，如收货地址、下单时间、支付账号等是否存在异常。（5）结合客户名称、送货地址、购买数量、消费次数、消费金额及付款、退换货等实际情况、款项收取情况，以及其他数据、指标、证明资料等，公司线上销售收入确认是否符合《企业会计准则》规定、销售收入是否真实。

请主办券商、会计师及律师按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》的规定补充核查并发表明确意见。

【回复】

一、公司说明

（一）关于境外销售。①分别按照境内外说明线上、线下销售的情况，包括主要客户、销售金额及占比、毛利率情况。②说明主要境外客户情况，包括但不限于所属国家或地区、成立时间、实际控制人、经营规模、销售区域、销售产品类别、与公司合作时间、信用政策。③以表格的形式说明境外应收账款及其占境外销售金额的比例，各期境外应收账款的回款、账龄情况，说明是否存在较大的回款风险。

1、分别按照境内外说明线上、线下销售的情况，包括主要客户、销售金额及占比、毛利率情况。

报告期内，公司通过在第三方电商平台开设直营店铺进行线上销售，线上销售面向终端消费者，受平台隐私保护政策，由第三方电商平台导出的销售结算清单无法获取终端消费者的真实姓名等信息，故线上销售情况按店铺列示。

报告期各期，境内线上销售情况如下：

单位：万元

平台名称	店铺名称	2023 年销售收入	占境内收入比重	毛利率	2022 年销售收入	占境内收入比重	毛利率
天猫	智先生旗舰店	73.94	10.11%	49.11%	120.45	4.67%	57.49%
天猫	哈高专卖店	5.54	0.76%	60.11%			
京东	智先生官方旗舰店	9.31	1.27%	61.59%	3.50	0.14%	70.27%
合计		88.79	12.14%	51.11%	123.95	4.81%	57.85%

受境内终端市场需求变化、小家电行业竞争日益激烈等因素影响，2023 年度公司境内线上销售收入下降 28.37%。公司最主要的境内线上平台为天猫平台，2022 年度公司在天猫平台的推广力度较大，推广费较高，为了保证利润空间，销售定价较高，因此毛利率较高。2023 年度，公司调整销售策略，通过降低天猫平台商品售价方式进行销售，导致毛利率有所降低。

报告期各期，境内线下销售前五大客户情况如下：

2023 年度

单位：万元

客户名称	2023 年销售收入	占境内收入比重	毛利率
宁波世贸通国际贸易有限公司	303.44	41.48%	25.03%
湖州卓欣环保科技有限公司	124.45	17.01%	39.45%
浙江恒源洁具股份有限公司	31.33	4.28%	36.51%
新奥石墨烯技术有限公司	26.16	3.58%	13.83%
宁波百耐电器有限公司	24.81	3.39%	48.99%
合计	510.19	69.74%	29.84%

2022 年度

单位：万元

客户名称	2022 年销售收入	占境内收入比重	毛利率
宁波世贸通国际贸易有限公司	1,739.32	67.47%	40.31%

客户名称	2022 年销售收入	占境内收入比重	毛利率
徐州勾藤电子科技有限公司	457.50	17.75%	20.61%
中熵科技（徐州）有限公司	82.42	3.20%	28.57%
厦门达伯威尔科技有限公司	39.27	1.52%	48.78%
浙江恒源洁具股份有限公司	34.27	1.33%	8.16%
合计	2,352.78	91.27%	35.74%

境内线下销售中，公司对不同客户的销售毛利率波动较大，主要原因系客户购买的数量及型号、要求交货期限等因素影响公司销售定价，商品生产月份、材料耗用情况等影响商品成本，除宁波世贸通国际贸易有限公司和勾藤电子外，其它境内客户采购的规模较小，采购批次较少，销售毛利率波动较为明显。

2023 年度公司对新奥石墨烯技术有限公司的销售毛利率较低主要原因系向其销售的该批商品为库龄 2 年以上的商品，售价较低。对宁波百耐电器有限公司的销售毛利率较高主要原因系向其销售的主要商品所用的边框等材料成本相对较低，商品成本相对较低。

2022 年度公司对厦门达伯威尔科技有限公司的销售毛利率较高主要原因系向其销售的商品为按照其要求设计的内置 WIFI 温控器商品，定制化程度高，商品售价相对较高。对勾藤电子的销售毛利率较低主要原因系上表中销售毛利率系勾藤电子于 2022 年 8 月纳入合并报表范围前，智先生向其销售商品的毛利率，由于 2-6 月为公司生产销售淡季，完工入库的商品数量较少，产能利用率较低，完工入库的库存商品分摊的人工及制造费用较高，销售毛利率较低。

宁波世贸通国际贸易有限公司（以下简称“世贸通”）为公司境内线下销售第一大客户，2023 年度公司对其销售收入下降主要原因系世贸通主要从事外贸业务，2022 年受欧洲能源危机及俄乌战争影响，国内取暖设备在欧洲较为畅销，世贸通向公司的订货量大幅增加，2023 年受世贸通国外终端客户采购量减少影响，世贸通向公司的订货量下降。

公司对世贸通的销售毛利率下降主要原因系①2022 年期间国内取暖设备在欧洲较为畅销，世贸通作为从事外贸的客户，采购需求量较大且要求的商品交货期较短，公司的议价能力较强，产品定价相对较高。2023 年期间其采购需求量减

少，公司对其产品定价有所降低，毛利率下降。②2023 年期间，公司与世贸通的 9.61 万元销售订单属于公司自有品牌的新品推广促销，该批产品定价较低，导致毛利率有所下降。

公司对浙江恒源洁具股份有限公司（以下简称“恒源洁具”）的销售毛利率上升主要原因系 2022 年度公司对其销售集中于 2-5 月期间，该段期间属于公司生产销售淡季，完工入库的库存商品数量较少，占全年完工入库的库存商品数量比例为 11.11%，产能利用率较低，故完工入库的库存商品分摊的人工及制造费用较高，销售毛利率较低，2023 年度公司向其销售的月份分布较为均衡，故销售毛利率有所上升。

报告期各期，境外线上销售情况如下：

单位：万元

平台名称	店铺名称	2023 年销售收入	占境外收入比重	毛利率	2022 年销售收入	占境外收入比重	毛利率
亚马逊	byecold	1,594.67	26.55%	50.44%	791.56	15.15%	46.80%
亚马逊	evokor	43.83	0.73%	63.89%	178.90	3.42%	67.71%
ebay	byecold	45.95	0.77%	47.68%	24.44	0.47%	32.92%
ebay	evokor	0.65	0.01%	61.41%	2.99	0.06%	29.38%
ebay	byecold uk	18.13	0.30%	25.89%			
独立站	byecold	31.11	0.52%	58.66%			
合计		1,734.34	28.88%	50.60%	997.89	19.10%	50.15%

报告期内，公司境外线上销售毛利率整体较为稳定。2022 年度公司于 ebay 平台开设的 byecold 店铺和 evokor 店铺销售毛利率较低主要原因系为了增加店铺流量，促进商品销售，2022 年期间公司在 ebay 平台的销售定价相对较低。2023 年期间店铺运营情况稳定，销售定价有所上涨，毛利率上升。2023 年期间公司于 ebay 平台新设 byecold uk 店铺，为了促进新店销售，产品定价相对较低，毛利率较低。

报告期各期，境外线下销售前五大客户情况如下：

2023 年度

单位：万元

客户名称	2023 年销售收入	占境外收入比重	毛利率
QUALITY HEATING BV	833.07	13.87%	43.38%
MIRRORSTONE HEATING LTD	424.33	7.07%	46.84%
WARM4LESS LTD	365.94	6.09%	45.72%
JOMAR HANDELSONDE RNEMING BV	297.55	4.95%	50.53%
TROTEC GMBH	289.82	4.83%	39.81%
合计	2,210.71	36.81%	44.93%

2022 年度

单位：万元

客户名称	2022 年销售收入	占境外收入比重	毛利率
TROTEC GMBH	1,126.14	21.55%	34.82%
QUALITY HEATING BV	945.54	18.09%	42.51%
MIWEB A GMBH	358.30	6.86%	43.85%
BYECOLD.EU S.R.O.	330.81	6.33%	47.10%
BIG 5 KRZYSZTOF CZURCZAK	318.67	6.10%	49.60%
合计	3,079.46	58.93%	41.08%

公司对 TROTEC GMBH 的销售收入下降主要原因系 TROTEC GMBH 2023 年期间与 Dantherm Group 洽谈收购事项，业务开展情况受到影响，向公司的采购量大幅下降，2023 年期间公司对其销售收入相比于 2022 年下降 74.26%，2024 年年初收购完成后，TROTEC GMBH 恢复对公司的正常采购，2024 年 1-5 月期间，公司对其销售收入为 137.45 万元。

公司对 TROTEC GMBH 的销售毛利率相对较低主要原因系 TROTEC GMBH 购买的商品型号较少且型号较为固定，单次采购商品数量较多，因此公司对其销售定价相对较低。公司与其结算货币为美元，受汇率波动影响，2023 年度公司对其销售毛利率较 2022 年度有所上升。

2023 年度公司对 JOMAR HANDELSONDE RNEMING BV 的销售毛利率较高主要原因系公司向其销售的商品主要为按照其要求定制的含有吊顶安装系统的取暖器，定制化程度高，因此售价相对较高。

2022 年度公司对 BIG 5 KRZYSZTOF CZURCZAK 的销售毛利率较高主要原因系公司向其销售商品的收入确认时间均为 2022 年 9-12 月期间，结算货币为美元，该期间美元对人民币汇率区间为 6.9621-7.1628，高于全年平均汇率 6.7261，因此折算人民币收入金额较高。

2、说明主要境外客户情况，包括但不限于所属国家或地区、成立时间、实际控制人、经营规模、销售区域、销售产品类别、与公司合作时间、信用政策。

报告期各期，公司境外销售前五大客户情况如下：

客户名称	所属国家	成立时间	实际控制人/ 控股股东	经营规模	销售区域	主营业务	销售产品类型	与公司合作时间	信用政策
QUALITY HEATING BV	荷兰	2014/08/07	Mark Gons Beheer B.V.	净资产 339.05 万欧元	欧洲地区	邮购或通过互联网进行零售	不同类型的电加热产品	2021 年	订单签订后支付 30%定金，货物装船后支付剩余 70%款项。
TROTEC GMBH	德国	2005/12/19	Trotec Group GmbH	净资产 4,304.58 万欧元	欧洲地区	其他设备及配件批发	不同类型的家用电器	2021 年	订单签订后支付 15%定金，货物运输前或收到提单副本后支付 85%尾款。
MIWEBBA GMBH	德国	2005/12/27	Weichert Michael Weichert Manfred	净资产 828.44 万欧元	欧洲地区	家具批发	不同类型家具产品	2021 年	订单签订后支付 15%定金，发货前支付 15%款项，船舶抵达港口前一周内支付剩余 70%款项。
BIG5 KRZYSZTOF CZURCZAK	波兰	2011/06/01	Czurczak Krzysztof	公司拥有 16 名员工，三家分支机构	欧洲地区	家用电器的销售	不同品类的电子消费品	2020 起与勾藤电子进行合作，2022 年智先生收购勾藤后与智先生进行合作	订单签订后支付 30%定金，货物运输前或收到提单副本后支付 70%尾款。
JOMAR HANDELSONDE RNEMING BV	荷兰	2011/02/07	M.T Kropman B.V.	公司拥有 6 名员工	欧洲地区	家用电器的批发和零售	取暖器及其恒温控制器	2016 年起与勾藤电子进行合作，2022 年智先生收购勾藤后与智先生进行合作	订单签订后支付 20%定金，收到提单副本后 5 天内支付 80%尾款。

客户名称	所属国家	成立时间	实际控制人/ 控股股东	经营规模	销售区域	主营业务	销售产品类型	与公司合作时间	信用政策
MIRRORSTONE HEATING LTD	英国	2016/04/06	Amit Soni Charmi Soni Nisha Soni Prashant Soni	净资产 106.11 万英镑	英国	家具、照明设备及其他家庭用品（乐器除外）的零售	不同类型的电加热产品及照明设备	2021 年	订单签订后支付 30%定金，收到提单副本后 7 天内支付 70%尾款。
WARM4LESS LTD	英国	2014/12/29	Emma Comah George Comah	净资产 11.96 万英镑	英国	邮购或通过互联网进行零售	不同类型的电加热产品	2015 年起与勾藤电子进行合作，智先生收购勾藤后与智先生进行合作	订单签订后支付定金，收到货物前支付全部剩余款项。
BYECOLD.EU S.R.O.	捷克	2020/07/27	Jiri Sasin	净资产 15.97 万欧元	欧洲中部地区	批发和零售业务	不同类型的电加热产品及智能浴室镜	2020 年起与勾藤电子进行合作，智先生收购勾藤后与智先生进行合作	订单签订后支付 30%定金，货物到达港口前，支付 70%尾款。

3、以表格的形式说明境外应收账款及其占境外销售金额的比例，各期境外应收账款的回款、账龄情况，说明是否存在较大的回款风险。

报告期各期，境外应收账款情况如下：

单位：万元

期间	当期境外 销售收入 (a)	期末境外应 收账款余额 (b)	占比 (c=b/a)	境外应收 账款账龄	回款 期间	回款 金额	回款比例
2022 年	5,225.94	477.85	9.14%	一年以内	2023 年	477.85	100%
2023 年	6,005.49	293.62	4.89%	一年以内	2024 年 1-5 月	246.45	83.94%

注：期后回款统计至 2024 年 5 月 31 日

由上表可见，报告期各期末公司境外应收账款账龄均为一年以内，且期后回款比例较高，回款情况良好，不存在较大的回款风险。

（二）关于线上销售。①按照电商平台列示店铺数量、销售金额及占比、主要销售产品情况，说明公司店铺数量是否存在较大变化，与销售收入是否匹配；说明线上销售收入与平台服务费是否具有匹配性。②说明报告期内公司及其关联方是否存在通过自身或委托第三方对线上销售平台进行刷单、刷好评等行为，若存在，详细说明相关情况、各期刷单金额及资金来源、账务处理方法等，是否规范，是否存在欺诈消费者、违反电商规定的情形。③说明线上销售的收入数据如何获取，如何保证收入数据的真实准确，线上平台销售业务流程说明内部控制的关键环节及执行情况，相关内控是否健全有效。④说明公司与第三方支付平台的结算周期；是否存在公司账户或个人账户直接收款的情况，如何保障公司资金流转与收入相匹配。⑤说明线上销售是否充分考虑无理由退换货条件、退换货期、电商销售平台与公司之间的结算安排；按照销售渠道说明报告期内退换货的金额及占销售金额的比例，对比同行业可比公司退换货比例，说明公司退换货是否存在异常及其原因；说明报告期内预提退货比例及确认依据，与实际发生金额是否存在较大差异，是否存在收入的跨期调整，公司对退换货具体的会计处理方式，是否符合《企业会计准则》的要求。

1、按照电商平台列示店铺数量、销售金额及占比、主要销售产品情况，说明公司店铺数量是否存在较大变化，与销售收入是否匹配；说明线上销售收入与

平台服务费是否具有匹配性。

(1) 按照电商平台列示店铺数量、销售金额及占比、主要销售产品情况，说明公司店铺数量是否存在较大变化，与销售收入是否匹配

报告期各期，各电商平台销售情况如下：

2023 年度

平台名称	店铺数量 (个)	销售收入 (万元)	占线上收入比重	主要销售产品品类
亚马逊	2	1638.51	89.87%	取暖器、智能浴室镜
天猫	2	79.48	4.36%	电热毛巾架、取暖器、智能浴室镜
ebay	3	64.73	3.55%	取暖器、智能浴室镜
独立站	1	31.11	1.71%	取暖器、智能浴室镜
京东	1	9.31	0.51%	电热毛巾架、取暖器
合计	9	1,823.14	100.00%	-

2022 年度

平台名称	店铺数量 (个)	销售收入 (万元)	占线上收入比重	主要销售产品品类
亚马逊	2	970.47	86.51%	取暖器、智能浴室镜、电热毛巾架
天猫	2	120.45	10.74%	取暖器、智能浴室镜、电热毛巾架
ebay	2	27.43	2.45%	取暖器
京东	1	3.5	0.31%	电热毛巾架
合计	7	1,121.85	100.00%	-

报告期内，公司于 2022 年期间新设 1 个 ebay 店铺、1 个天猫店铺和 1 个京东店铺，于 2023 年期间新设 1 个独立站店铺和 1 个 ebay 店铺，店铺数量未发生较大变化。

报告期内，公司线上销售收入的主要增长点为公司于亚马逊平台开设的 byecold 店铺销售收入的增长，该店铺销售收入增长的主要原因包括①该店铺运营情况良好，在亚马逊中拥有一定的自然流量；②不断根据消费者需求推出新品；③该店铺注册主体为勾藤电子，店铺开设时间较早，公司于 2022 年 8 月收购勾

藤电子后产生线上销售收入，因此 2022 年度公司线上销售收入为自收购日至 2022 年末的销售收入，低于 2023 年。

报告期内，公司店铺数量与线上销售收入均呈上升趋势，较为匹配。

（2）说明线上销售收入与平台服务费是否具有匹配性

报告期内，公司线上销售收入与平台服务费情况如下：

单位：万元

平台名称	2023 年度 销售收入 (a)	2023 年度 平台服务费 (b)	2023 年度 平台服务费 占比 (c=b/a)	2022 年度 销售收入 (d)	2022 年度平台 服务费 (e)	2022 年度 平台服务费 占比 (f=e/d)
亚马逊	1638.51	261.18	15.94%	970.47	158.12	16.29%
天猫	79.48	7.07	8.90%	120.45	10.30	8.55%
ebay	64.73	2.27	3.51%	27.43	0.96	3.50%
Shopify 独 立站	31.11	1.43	4.60%	-	-	
京东	9.31	1.68	18.05%	3.5	1.22	34.86%
阿里巴巴	-	6.25		-	6.25	
合计	1,823.14	279.88	15.35%	1,121.85	176.85	15.76%

注：公司通过阿里巴巴外贸平台进行推广，与客户建立联系后可以根据客户需要选择在平台上签订销售订单或线下直接签订。该平台收取固定费用 6.25 万元/年。

由上表可见，报告期内公司主要线上销售平台的平台服务费占线上销售收入的比重较为稳定，京东平台服务费占线上销售收入波动较大系存在固定年费 0.9 万元。公司线上销售收入与平台服务费具有匹配性。

2、说明报告期内公司及其关联方是否存在通过自身或委托第三方对线上销售平台进行刷单、刷好评等行为，若存在，详细说明相关情况、各期刷单金额及资金来源、账务处理方法等，是否规范，是否存在欺诈消费者、违反电商规定的情形。

报告期内，公司及关联方不存在通过自身或委托第三方对线上销售平台进行刷单、刷好评等行为。

3、说明线上销售的收入数据如何获取，如何保证收入数据的真实准确，线上平台销售业务流程说明内部控制的关键环节及执行情况，相关内控是否健全有效。

（1）说明线上销售的收入数据如何获取，如何保证收入数据的真实准确

报告期内，公司线上销售通过亚马逊、ebay、Shopify 独立站、天猫、京东平台实现。公司在第三方电商平台的销售数据均由上述平台提供，上述平台均为国内外知名电商平台，对于销售数据拥有严格的管控措施，数据具有真实性及准确性。公司业务人员每月导出上述平台提供的销售结算清单后提供给财务人员，财务人员将销售结算清单与收款记录及存货管理系统中发货记录进行核对，验证收入数据的真实性及完整性。

（2）线上平台销售业务流程说明内部控制的关键环节及执行情况，相关内控是否健全有效

公司线上平台销售业务流程及内部控制的关键环节及执行情况如下：

主要流程	内部控制关键环节	关键支持性证据
1、订单下达：消费者根据自身实际需求，直接在公司第三方电商平台上开设的直营店铺下达订单并同时向电商平台支付货款。	消费者下单	销售订单
2、订单发货：公司业务人员通过第三方电商平台卖家后台系统获取订单相关信息后，提交发货需求，审批通过后由仓库人员委托物流公司将商品配送至消费者或由第三方电商平台负责将商品配送至消费者。	库存商品出库及发货	发货单/发货记录
3、消费者收货：消费者收到货物后根据第三方电商平台规则进行确认收货，确认收货后电商平台将消费者支付的货款实时划转至公司的资金账户。对于亚马逊平台，根据平台规则，消费者无需进行确认收货，商品发货后公司按照销售区域的平均收货天数预估商品妥投时点。	消费者收货	商品确认收货记录
4、款项结算：对于天猫平台、京东平台，消费者确认收货后款项实时结算至公司资金账户；对于 Shopify 独立站，消费者下达订单并支付货款后，款项实时结算至公司资金账户；对于亚马逊平台、ebay 平台，款项结算周期为 14 天，商品发货 14 天后平台根据规则暂扣部分预留金额后将款项结算至公司资金账户。	款项结算	收款记录
5、业务人员每月导出平台提供的销售结算清单后提供给财务人员，财务人员将销售结算清单与收款记录及存货管理系统中发货记录进行核对，验证收入数据的真实性及完整性。	收入确认	销售结算清单

报告期内，公司线上平台销售业务流程的内部控制执行情况良好，内部控制健全有效。

4、说明公司与第三方支付平台的结算周期；是否存在公司账户或个人账户直接收款的情况，如何保障公司资金流转与收入相匹配。

（1）说明公司与第三方支付平台的结算周期

报告期内，电商平台将货款结算至公司于万里汇、Payoneer、支付宝等第三方支付平台开设的资金账户后，公司根据实际资金需求，不定期将存放于第三方支付平台的款项提款至公司银行账户。

（2）是否存在公司账户或个人账户直接收款的情况

公司于电商平台开设直营店铺所收取的货款均由电商平台直接将款项结算至公司于万里汇、Payoneer、支付宝等第三方支付平台开设的资金账户中，公司不定期将款项提款至公司银行账户。不存在电商平台直接将款项结算至公司银行账户或个人账户的情况。

（3）如何保障公司资金流转与收入相匹配

报告期内，公司于电商平台销售商品的款项结算情况如下：

平台名称	结算周期	结算方式
亚马逊	商品发货后 14 天	平台直接将款项结算至公司于第三方支付平台万里汇和 Payoneer 开立的资金账户中
ebay	商品发货后 14 天	平台直接将款项结算至公司于第三方支付平台 Payoneer 开立的资金账户中
Shopify 独立站	消费者下达订单并支付货款后，款项实时结算	平台直接将款项结算至公司于第三方支付平台 Paypal 开立的资金账户中
天猫	消费者确认收货后，款项实时结算	平台直接将款项结算至公司于第三方支付平台支付宝开立的资金账户中
京东	消费者确认收货后，款项实时结算	平台直接将款项结算至公司于第三方支付平台京东钱包开立的资金账户中

公司财务人员每月导出第三方支付平台中的资金流水记录，业务人员每月导出电商平台提供的销售结算清单后提供给财务人员，其中，销售结算清单中包含各个结算周期的订单情况及平台结算至第三方支付平台中的款项金额。财务人员将销售结算清单与第三方支付平台资金流水记录进行核对，以保障公司资金流转与收入相匹配。

5、说明线上销售是否充分考虑无理由退换货条件、退换货期、电商销售平台与公司之间的结算安排；按照销售渠道说明报告期内退换货的金额及占销售金额的比例，对比同行业可比公司退换货比例，说明公司退换货是否存在异常及其原因；说明报告期内预提退货比例及确认依据，与实际发生金额是否存在较大差异，是否存在收入的跨期调整，公司对退换货具体的会计处理方式，是否符合《企业会计准则》的要求。

(1) 说明线上销售是否充分考虑无理由退换货条件、退换货期、电商销售平台与公司之间的结算安排

报告期内，公司线上销售充分考虑了无理由退换货条件、退换货期、电商销售平台与公司之间的结算安排，具体如下：

平台名称	无理由退换货条件	退换货期	结算安排
亚马逊	所有在亚马逊购买的商品均享有 30 天内无条件退货的权利。退货商品必须保持原包装完好无损，附带所有配件和说明书，且无人为损坏的情况。	30 天	商品发货后 14 天平台结算货款。退货期限内实际发生商品退货时，平台在结算货款时将该退货款项扣除。
ebay	无理由退货期限为 30 天，退货商品必须处于与购买时相同的状态，未经使用或损坏，并带有原始包装和标签。	30 天	商品发货后 14 天平台结算货款。退货期限内实际发生商品退货时，平台在结算货款时将该退货款项扣除。
Shopify 独立站	无理由退货期限为 30 天，退货商品未经使用、完好无损、附带所有配件和原始包装。	30 天	消费者下达订单并支付货款后，款项实时结算至公司 Paypal 平台资金账户。消费者在无理由退货期限内申请退货时，平台于公司 Paypal 平台资金账户中扣款并结算给买家。
天猫	选择无理由退货的消费者应当自收到商品之日起七天内向天猫卖家发出退货通知。七天期间自物流显示签收商品的次日零时开始起算，满 168 小时为 7 天。消费者退回的商品应当符合商品完好标准。	7 天	消费者在无理由退货期限内申请退货时，若未确认收货，卖家同意退货后，货款由平台直接结算给买家，若买家已确认收货，货款已于确认收货时实时汇入卖家支付宝账户，平台于卖家支付宝账户中扣款并结算给买家。

平台名称	无理由退换货条件	退换货期	结算安排
京东	消费者保证商品/附件/防伪层完好、外观无损坏（部分品类要求商品一次性外包装未破损、防伪签及密封条未损毁、未激活、未使用、未安装），签收次日起7天内可提交退货申请。	7天	消费者在无理由退货期限内申请退货时，若未确认收货，卖家同意退货后，货款由平台直接结算给买家，若买家已确认收货，货款已于确认收货时实时汇入卖家京东钱包账户，平台于卖家京东钱包账户中扣款并结算给买家。

（2）按照销售渠道说明报告期内退换货的金额及占销售金额的比例，对比同行业可比公司退换货比例，说明公司退换货是否存在异常及其原因

报告期内，公司线上销售退换货情况如下：

单位：万元

平台名称	2023年退换货金额(a)	2023年销售收入(b)	占比(c=a/b)	2022年退换货金额(d)	2022年销售收入(e)	占比(f=d/e)
亚马逊	142.63	1,638.51	8.70%	85.26	970.47	8.79%
ebay	3.89	64.73	6.01%	-	27.43	-
Shopify 独立站	-	31.11	-	-	-	-
天猫	1.78	79.48	2.24%	-	120.45	-
京东	-	9.31	-	-	3.5	-
合计	148.30	1,823.14	8.13%	85.26	1,121.85	7.60%

报告期内，公司线下销售发生的售后服务均为商品补发货，补发货金额共计3.3万元，占线下销售收入的比重为0.03%。

同行业可比公司售后服务情况如下：

单位：万元

公司名称	2023年售后服务费(a)	2023年销售收入(b)	占比(c=a/b)	2022年售后服务费(d)	2022年销售收入(e)	占比(f=d/e)
瑞能智慧	13.59	31,808.13	0.04%	10.24	26,070.07	0.04%
火焰山股	10.08	9,012.62	0.11%	8.25	8,047.17	0.10%
安泽电工	未披露	12,582.97	-	未披露	11,920.81	-

报告期内，同行业可比公司未披露退换货政策，未计提预计负债。同行业可比公司以线下销售为主，报告期内同行业可比公司售后服务费占销售收入的比重与公司线下销售相比不存在明显异常。同行业可比公司安泽电工不存在线上销售

情况，火焰山股及瑞能智慧未具体披露线上销售相关情况，无法与公司线上销售退换货情况进行对比。

（3）说明报告期内预提退货比例及确认依据，与实际发生金额是否存在较大差异，是否存在收入的跨期调整，公司对退换货具体的会计处理方式，是否符合《企业会计准则》的要求

报告期内，由于线下销售发生的售后费用金额较小，故未计提预计负债。

线上销售中亚马逊平台的销售退回情况较多，其他平台较少。因此，公司对亚马逊平台销售计提预计负债，具体情况如下：

单位：万元

平台名称	2023 年末计提 预计负债金额	计提比例	2022 年末计提 预计负债金额	计提比例
亚马逊	23.79	12.84%	23.85	11.81%
合计	23.79	12.84%	23.85	11.81%

由于亚马逊平台的无理由退货期为 30 天，每一资产负债表日，公司根据当年 9 月、10 月和 11 月的平均退货率确定预计负债计提比例，并在出具财务报表时根据期后 30 天的实际退货情况调整预计负债金额，因此公司财务报表中预计负债金额为期后 30 天实际发生的退货金额，不存在收入的跨期调整。

公司对退换货具体的会计处理方式如下：

①线下销售：报告期内，公司线下销售中商品补发货的会计处理如下：

借：主营业务成本

贷：库存商品

②线上销售：

亚马逊平台：公司按照亚马逊平台销售清单及预估商品妥投时点确认收入实现，由于亚马逊平台的无理由退货期为 30 天，每一资产负债表日，公司根据当年 9 月、10 月和 11 月的平均退货率确定预计负债计提比例，并在出具财务报表时根据期后 30 天的实际退款情况调整预计负债金额，按照该金额确认“预计负债”，并冲减销售收入，同时，按照预期将退回商品转让时的账面价值，扣除收

回该商品预计发生的成本后的余额，确认“应收退货成本”，按照所转让商品转让时的账面价值，扣除上述“应收退货成本”的净额结转成本。期后，实际退货发生时，再冲减相关“预计负债”及“应收退货成本”。

其他平台：报告期内，由于其他平台发生的退货金额较小，故未计提预计负债，于退货实际发生时，冲减当期销售收入及成本。

综上所述，公司上述会计处理方式符合《企业会计准则》的要求。

（三）关于客户与供应商。①补充披露公司前五大客户变化较为频繁的原因及合理性，主要客户向公司采购产品或服务后，后续采购需求程度，是否存在订单大幅下降的情况；列表说明报告期前五名客户的获取方式、合作背景、合作模式、合作期限、定价政策、未来合作计划、合同签订周期及续签约定等关键条款设置、持续履约情况，主要客户从公司采购的金额占其采购总额的比重，公司的平均订单规模、复购率，销售是否具有稳定性。②结合公司的销售模式、与主要客户的结算方式，说明报告期内公司合同负债、应收账款、规模的合理性，与销售订单或销售收入是否匹配。③说明上述客户、供应商实缴资本或社保缴纳人数较少的原因及合理性；列示公司向贸易商及生产厂家采购的金额及比例，说明向贸易商采购的合理性及稳定性。④说明公司选择供应商的标准和具体方式、货源情况，公司与主要供应商的合作期限、采购合同签订方式，是否签订框架协议，价格是否稳定，从采购端如何锁定或控制原材料价格波动风险，是否约定调价机制，如存在较大原材料价格波动风险并于重大事项提示充分披露相关风险。

1、补充披露公司前五大客户变化较为频繁的原因及合理性，主要客户向公司采购产品或服务后，后续采购需求程度，是否存在订单大幅下降的情况；列表说明报告期前五名客户的获取方式、合作背景、合作模式、合作期限、定价政策、未来合作计划、合同签订周期及续签约定等关键条款设置、持续履约情况，主要客户从公司采购的金额占其采购总额的比重，公司的平均订单规模、复购率，销售是否具有稳定性

（1）公司前五大客户变化较为频繁的原因及合理性，主要客户从公司采购的金额占其采购总额的比重

公司报告期内前五名客户情况如下：

2023 年度前五名销售客户采购金额及比例情况：

单位：万元

业务类别		产品销售			
序号	客户名称	是否关联方	销售内容	金额	占营业收入比例
1	QUALITY HEATING BV	否	取暖器、智能浴室镜、配件	833.07	12.37%
2	MIRRORSTONE HEATING LTD	否	取暖器、电热毛巾架、配件	424.33	6.30%
3	WARM4LESS LTD	否	取暖器、智能浴室镜、电热毛巾架、配件	365.94	5.43%
4	宁波世贸通国际贸易有限公司	否	取暖器、智能浴室镜、配件	303.44	4.50%
5	JOMAR HANDELSONDE RNEMING BV	否	取暖器、配件	297.55	4.42%
合计		-	-	2,224.33	33.02%

2022 年度前五名销售客户采购金额及比例情况：

单位：万元

业务类别		产品销售			
序号	客户名称	是否关联方	销售内容	金额	占营业收入比例
1	宁波世贸通国际贸易有限公司	否	取暖器、智能浴室镜、电热毛巾架、配件	1,739.32	22.29%
2	TROTEC GMBH	否	取暖器、配件	1,126.14	14.43%
3	QUALITY HEATING BV	否	取暖器、智能浴室镜、配件	945.54	12.12%
4	徐州勾藤电子科技有限公司	是	取暖器、智能浴室镜、电热毛巾架、配件	457.50	5.86%
5	MIWEBBA GMBH	否	智能浴室镜、取暖器、配件	358.30	4.59%
合计		-	-	4,626.80	59.29%

从上表可以看出，报告期公司前五大客户的重合度不高，同时在两年出现的客户仅有两家，分别为 QUALITY HEATING BV 和宁波世贸通国际贸易有限公司。

针对前五大客户变化较为频繁的原因及合理性，公司在公转书“第二节 公

司业务”之“四、公司主营业务相关的情况”之“（二）产品或服务的主要消费群体”补充披露如下：

“公司所处的细分领域为小家电行业的取暖器领域，本行业的特点有产品类型丰富、销售渠道多样化、市场竞争激烈等特点，上述行业特点造成公司客户销售较为分散且变动频繁。具体而言，1）在产品多样化方面，在一个多元化的市场中，客户的类型和需求各不相同，不同的客户可能对产品或服务有不同的期望和偏好，因此他们可能在不同的市场细分中存在不断的变化。2）地理分布广泛：公司的业务范围覆盖多个地区、国家。不同地区的客户需求、文化背景和购买力都可能存在差异，导致客户分布广泛且变化频繁。3）偶发的定制化服务需求：公司提供的产品存在针对客户的特定需求进行定制化，特殊的大额定制化需求可能导致公司的客户出现变动4）多渠道销售策略：公司通过多个销售渠道（如线上商店、合作伙伴等）来接触和吸引客户。这些渠道可能覆盖不同的客户群体，导致客户出现变动。5）市场竞争格局：在竞争激烈的市场中，公司可能需要采取更广泛的客户获取策略，以吸引不同类型和需求的客户，这可能导致客户群体的变动。”

（2）主要客户向公司采购产品或服务后，后续采购需求程度，是否存在订单大幅下降的情况，公司的平均订单规模、复购率，销售是否具有稳定性

单位：个、万元

客户名称	客户性质	项目	2022 年度	2023 年度	2024 年 1-5 月
QUALITY HEATING BV	2024 年 1-5 月、2023、2022 年前五大客户	订单总量	13	13	7
		订单总金额	945.54	833.07	534.17
		平均订单规模	72.73	64.08	76.31
MIRRORSTONE HEATING LTD	2024 年 1-5 月、2023 年前五大客户	订单总量	2	8	3
		订单总金额	105.06	424.33	108.70
		平均订单规模	52.53	53.04	36.23
WARM4LESS LTD	2024 年 1-5 月、2023 年前五大客户	订单总量	2	8	6
		订单总金额	127.54	365.94	190.68
		平均订单规模	63.77	45.74	31.78
宁波世贸通国际贸易有限公司	2023、2022 年前五大客	订单总量	37	17	2
		订单总金额	1739.32	303.44	32.59

客户名称	客户性质	项目	2022 年度	2023 年度	2024 年 1-5 月
司	户	平均订单规模	47.01	17.85	16.30
JOMAR HANDELSON DE RNEMING BV	2023 年前五 大客户	订单总量	5	7	1
		订单总金额	256.53	297.55	32.15
		平均订单规模	51.31	42.51	32.15
TROTEC GMBH	2024 年 1-5 月、2022 年 前五大客户	订单总量	21	5	4
		订单总金额	1126.14	289.82	137.45
		平均订单规模	53.63	57.96	34.36
徐州勾藤电子 科技有限公司 (注)	2022 年前五 大客户	订单总量	24	-	-
		订单总金额	457.5	-	-
		平均订单规模	19.06	-	-
MIWEBA GMBH	2022 年前五 大客户	订单总量	4	4	-
		订单总金额	358.3	271.33	-
		平均订单规模	89.58	67.83	-
厦门达伯威尔 科技有限公司	2024 年 1-5 月前五大客 户	订单总量	3	4	3
		订单总金额	39.27	11.56	45.35
		平均订单规模	13.09	2.89	15.12

注：徐州勾藤电子科技有限公司自 2022 年 8 月起纳入公司合并报表范围

从上表可以看出，公司上述期间前五大客户平均订单规模从 2.89 万元-89.58 万元不等，主要集中在 30-60 万区间，公司上述重要客户在报告期内均实现了复购，后续采购需求比较稳定。由于公司的订单有一定程度的季节性（订单在每年 7 月至次年 1 月较为集中），除世贸通（2023 年度公司对其销售收入下降主要原因系世贸通主要从事外贸业务，2022 年受欧洲能源危机及俄乌战争影响，国内取暖设备在欧洲较为畅销，世贸通向公司的订货量大幅增加，2023 年受世贸通国外终端客户采购量减少影响，世贸通向公司的订货量下降）、TROTEC（公司对 TROTEC GMBH 的销售收入下降主要原因系 TROTEC GMBH 2023 年期间与 Dantherm Group 洽谈收购事项，业务开展情况受到影响，向公司的采购量大幅下降）外，未发现订单有大幅度下降的情形。

公司的主要客户在消费市场需要建立完善的供应链体系和稳定的品牌维护能力，在选择供应商时会进行严格的资质认证和产品的性能认证，只有具备完备的研发体系、质量管理体系、制造体系和环保体系的企业才能通过认证。在进入

其供应商体系后，客户倾向于与供应商保持长期稳定的合作关系，以保证其供应链安全和效率，避免因更换供应商而带来的高额转换成本与配合的不确定性。因此，一方面，客户在与供应商合作稳定的背景下，不会随意更换供应商，另一方面，对新进入者而言，客户的认证是一个壁垒，短期内较难取代合作稳定的供应商。

公司的客户在所处行业地位均不属于头部企业，市场地位和透明度不高，客户的收入主要受家电行业的市场波动、消费者偏好等因素的影响，境外客户受商业秘密和竞争保护的影响，不愿意透露其采购智先生产品占其采购总额的比重。

（3）公司的主要客户获取方式、合作背景、合作模式、合作期限、定价政策、未来合作计划、合同签订周期及续签约定等情况如下：

主要客户名称	客户性质	合作模式	订单获取方式	合作历史（合作开始时间）	定价政策	未来合作计划	合同签订周期及续签约定	持续履约情况
QUALITY HEATING BV	2024 年 1-5 月、2023、2022 年前五大客户	ODM	客户主动询盘；客户对公司考察通过并送样检测合格后建立合作关系，逐步形成批量订单	2021 年	双方协商	继续合作，未来合作产品仍为智能取暖器等设备	无长期合作协议及续签约定	持续履约中，履约情况良好
MIRRORSTONE HEATING LTD	2024 年 1-5 月、2023 年前五大客户	ODM	通过邮件自主开发建立联系；提供公司营业执照、公司介绍、业绩说明、资质证书等资料。客户对公司考察通过并送样检测合格后建立合作关系	2021 年	双方协商	继续合作，未来合作产品仍为智能取暖器等设备	无长期合作协议及续签约定	持续履约中，履约情况良好
WARM4LESS LTD	2024 年 1-5 月、2023 年前五大客户	ODM	通过邮件自主开发建立联系；客户对公司考察通过并送样检测合格后建立合作关系，逐步形成批量订单	2015 年起与勾藤电子进行合作，智先生收购勾藤后与智先生进行合作	双方协商	继续合作，未来合作产品仍为智能取暖器等设备	无长期合作协议及续签约定	持续履约中，履约情况良好
宁波世贸通国际贸易有限公司	2023、2022 年前五大客户	ODM	资料评审通过，符合客户要求的管理体系；客户审厂通过；送样检测合格	2016 年	双方协商	继续合作，未来合作产品仍为智能取暖器等设备	无长期合作协议及续签约定	持续履约中，履约情况良好
JOMAR HANDELSONDE RNEMING BV	2023 年前五大客户	ODM	客户主动联系，填写并提供供应商评审表；资料评审通过，符合客户要求的管理体系	2016 年起与勾藤电子进行合作，2022 年智先生收购勾藤后与智先生进行合作	双方协商	继续合作，未来合作产品仍为智能取暖器等设备	特定型号存在长期协议，计划持续合作	持续履约中，履约情况良好

主要客户名称	客户性质	合作模式	订单获取方式	合作历史（合作开始时间）	定价政策	未来合作计划	合同签订周期及续签约定	持续履约情况
TROTEC GMBH	2024 年 1-5 月、2022 年前五大客户	ODM	客户主动询盘；客户对公司考察通过并送样检测合格后建立合作关系，逐步形成批量订单	2021 年	双方协商	继续合作，未来合作产品仍为智能取暖器等设备	无长期合作协议及续签约定	持续履约中，履约情况良好
徐州勾藤电子科技有限公司	2022 年前五大客户	OBM	勾藤电子与公司合作历史详见本回复“问题 6.其他事项（1）关于子公司（二）1、收购子公司股权的背景、原因及必要性”	2015 年	双方协商	已纳入合并报表，作为公司销售主体	无长期合作协议及续签约定	持续履约中，履约情况良好
MIWEBBA GMBH	2022 年前五大客户	ODM	通过邮件自主开发建立联系；提供公司营业执照、公司介绍、业绩说明、资质证书等资料	2021 年	双方协商	继续合作，未来合作产品仍为智能取暖器等设备	无长期合作协议及续签约定	持续履约中，履约情况良好

2、结合公司的销售模式、与主要客户的结算方式，说明报告期内公司合同负债、应收账款规模的合理性，与销售订单或销售收入是否匹配

公司销售模式、与主要客户的结算方式及合同负债、应收账款、销售收入具体如下：

单位：万元

销售模式	主要结算方式	2023 年度/2023 年 12 月 31 日			2022 年度/2022 年 12 月 31 日		
		合同负债余额	应收账款余额	销售收入	合同负债余额	应收账款余额	销售收入
境内线上销售	消费者确认收货后，款项实时结算	-	-	88.79	-	-	123.95
境内线下销售	订单签订时客户支付一定比例定金，发货后与客户对账结算，客户于信用期内支付剩余款项。	65.22	11.38	642.79	118.93	190.60	2,454.12
境外线上销售	亚马逊及 ebay：商品发货后 14 天结算；Shopify 独立站：消费者确认收货后，款项实时结算	-	79.75	1,734.35	-	85.72	997.89
境外线下销售	订单签订时客户支付一定比例定金，货物运输前/客户收到提单副本后数日内/客户收货前支付剩余尾款	265.53	213.87	4,271.15	398.77	392.13	4,228.04

由上表可见，公司合同负债、应收账款规模与不同销售模式下的主要结算方式相符合，具有合理性。

境内线上销售中，消费者确认收货后，公司确认销售收入，同时款项实时结算至公司账户，因此期末均无应收账款及合同负债余额。

境内线下销售中，2023 年度销售收入、合同负债、应收账款均呈下降趋势，较为匹配。

境外线上销售中，各期末境外线上销售应收账款的余额取决于公司于亚马逊及 ebay 平台在期末前一结算周期内的销售收入金额，与各期销售收入总额无直接关系。

境外线下销售中，2023 年度销售收入略有增加，应收账款、合同负债余额减

少，变动趋势不一致主要原因系①公司对境外客户 MIWEBA GMBH 的应收账款余额分别为 175.09 万元和 26.07 万元，下降幅度较大。根据与该客户销售合同约定，货物运抵至境外港口、公司将提单交付给客户前，客户应支付尾款，2022 年末，客户因自身原因未能及时支付尾款进行提货，故应收账款余额较大，2023 年，该客户均按照合同约定及时付款提货，应收账款余额出现大幅下降。②各期末境外线下销售在手订单金额分别为 1,549.03 万元和 526.02 万元，在手订单金额减少导致客户支付的订单定金相应减少。

综上所述，报告期内公司合同负债、应收账款规模与不同销售模式下的主要结算方式相符合，具有合理性，与销售订单或销售收入较为匹配。

3、说明上述客户、供应商实缴资本或社保缴纳人数较少的原因及合理性；列示公司向贸易商及生产厂家采购的金额及比例，说明向贸易商采购的合理性及稳定性。

客户实缴资本及社保缴纳人数情况如下：

客户名称	成立时间	实缴资本	净资产规模	社保缴纳人数/员工人数
QUALITY HEATING BV	2014/08/07	100 欧	净资产 339.05 万欧	9
MIRRORSTONE HEATING LTD	2016/04/06	100 英镑	净资产 106.11 万英镑	7
WARM4LESS LTD	2014/12/29	1000 英镑	净资产 11.96 万英镑	8
宁波世贸通国际贸易有限公司	2011/07/29	1,000 万元人民币	净资产 3,631.90 万元人民币	108
JOMAR HANDELSONDERNEMING BV	2011/02/07	1.8 万欧元	未披露净资产规模	6
TROTEC GMBH	2005/12/19	2.6 万欧元	净资产 4,304.58 万欧	290
徐州勾藤电子科技有限公司	2010/10/19	100 万元人民币	净资产 588.48 万元人民币	2
MIWEBA GMBH	2005/12/27	2.5 万欧元	净资产 828.44 万欧	124

注：境外客户以中信保报告中员工人数为准

由上表可见，境外客户实缴资本较低，但净资产规模较高，且境外客户一般不从事具体生产，故员工人数一般不多。境内客户宁波世贸通国际贸易有限公司实缴资本及社保缴纳人数均较高，徐州勾藤电子科技有限公司实缴资本较高，公司已于 2022 年 8 月将其收购，收购前勾藤电子员工人数为 4 人，与其经营规模相符合。

供应商实缴资本及社保缴纳人数情况如下：

主要供应商名称	成立时间	控股股东	注册资本/实缴资本（万元）	供应商性质	社保缴纳人数	采购金额（万元）和比例	
						2022 年度	2023 年度
许绝电工股份有限公司	2012/12/21	袁小平	5000/5000	生产商	81 人	146.59/ 3.38%	123.68/ 6.19%
山东博丰金属材料有限公司	2021/05/06	李伶俐	580/0	生产商	3 人	201.35/ 4.64%	93.32/ 4.67%
江苏财发铝业股份有限公司	1996/07/17	毕祥玉	10,000.7552/ 8,777.7452	生产商	134 人	254.11/ 5.85%	30.19/ 1.51%
深圳市光科照明有限公司	2010/01/26	袁武登	1000/800	生产商	0 人	130.56/ 3.01%	84.95/ 4.25%
上海远沙电子科技有限公司	2017/04/19	胡建浩	5000/1202	生产商	9 人	290.00/ 6.68%	84.92/ 4.25%
江苏格帆铝材有限公司	2017/11/29	张怀启	1000/0	生产商	2 人	229.46/ 5.28%	162.41/ 8.13%
张家港可睿思工业技术有限公司	2016/07/21	赵亮	100/0	生产商	1 人	259.81/ 5.98%	183.48/ 9.18%

经公司确认，上述主要供应商均为生产商，主要供应商不存在贸易商的情况。根据公开信息查询，上述客户中山东博丰金属材料有限公司、江苏格帆铝材有限公司、张家港可睿思工业技术有限公司实缴资本金额均为 0，山东博丰金属材料有限公司、深圳市光科照明有限公司（根据深圳市光科照明有限公司声明函及员工名册，该公司实际员工人数 75 人，已缴纳社保员工 56 人，具备相关业务开展所必要的人力资源条件）、江苏格帆铝材有限公司、张家港可睿思工业技术有限公司社保缴纳人数较少，主要原因如下：

①加工工艺简单、人员需求量少

报告期内，公司实缴资本较低或参保人数较少的供应商均系加工工艺简单的钢材、铝型材、照明器件等材料供应商，其业务开展主要依赖长期积累的行业从业经验及客户资源，上述产品对资金、人员的需求量较少。部分企业因成本控制、

员工流动性较大、缴纳社保意愿较低等因素，存在为员工缴纳社保比例较低的情形。

②旧《公司法》及对注册资本的实缴没有明确限制

根据旧《公司法》及相关规定，“注册资本”的登记管理为“认缴登记制”，对公司注册资本的实缴没有期限承诺限制，也没有认缴最低限制。部分供应商经营资金倾向于通过股东日常投入、股东借款或利润留存方式提供，经营规模与其实缴资本关联度较小，故尚未完成注册资本实缴。随着新《公司法》及《国务院关于实施〈中华人民共和国公司法〉注册资本登记管理制度的规定》等法律法规实施，相关供应商将按照相关要求进行注册资本的实缴。

③供应商成立时间及服务于发行人时间均较长

除山东博丰金属材料有限公司，上述供应商成立时间均已超过6年，拥有长期的行业从业经验，对公司采购的产品生产加工已积累了丰富经验，可快速响应公司产品需求。

④择中小供应商有助于及时响应并满足公司订单需求

公司的产品具有“多品种、小批量、产品要求交付时效快”的产品特点，在此情况下，公司采购的原材料种类繁多且分散，单品类采购量小、定制件多。加之发行人产销规模相对有限，规模较大的供应商往往难以在响应速度、产品定价等方面满足发行人的需求。为了确保产品的快速生产，保障下游客户产品的及时交付，发行人将供应商响应速度作为重点关注因素，中小供应商客户数量及订单金额相对较少，其在特定期间接受发行人项目订单后，可集中资源优先满足发行人要求。张家港可睿思工业技术有限公司是从事铝制品加工企业，属于一人有限公司，铝型材中成本构成主要由材料成本为主，公司在选择供应商时更多的考虑价格和质量的稳定性。

⑤部分供应商并非其实际控制人控制的唯一企业

部分供应商如江苏格帆铝材有限公司并非其控人控制的唯一企业，江苏格帆铝材有限公司的控股股东张怀启还控制徐州康道物流有限公司，从其实控人合并角度来看公司具有一定的资金实力。

综上，供应商实缴资本或社保缴纳人数较少具有一定原因及合理性。

4、说明公司选择供应商的标准和具体方式、货源情况，公司与主要供应商的合作期限、采购合同签订方式，是否签订框架协议，价格是否稳定，从采购端如何锁定或控制原材料价格波动风险，是否约定调价机制，如存在较大原材料价格波动风险并于重大事项提示充分披露相关风险。

公司生产所需要的主要原材料为玻璃纤维树脂布、铝板、铝型材、钢材、玻璃、工程塑料、石墨烯粉体、耐高温树脂、电源线及各种电子元器件、无机纤维毯等保温材料，辅料主要为小五金配件、印刷品、胶类材料、包材等。上述材料均为一般工业品，市场供应充足。

公司建立了供应商名录，采购部选择多家供应商进行询价，并要求其提供相关资料和样品。并通过订阅相关信息资讯平台、每日询价等方式获取产品价格行情信息，并与供应商谈判确定最终价格，上述基本原料公开的市场报价信息比较充足，供应商较多，原材料各厂家之间具有较高的替代性。公司根据待执行的销售合同、原材料安全库存、预期价格波动等因素下达采购订单，锁定订单价格，来规避价格波动的风险。对于具体细分材料和辅助材料，采购部根据生产制造中心提出的采购需求实施采购，辅材类通常按订单批次签署合同。

报告期主要供应商情况如下：

主要供应商名称	合作历史 (合作开始时间)	合作方式	是否签署 长期合作 协议(框架协议)	合作的可 持续性	供应商货 源情况
许绝电工股份有限公司	2020 年	(1) 按市场价格定价； (2) 货到开始计算信用期，信用期为 1 个月； (3) 送货上门，运费由供应商承担	是	已连续合作三年以上，未来仍将继续合作	供应商是生产商
山东博丰金属材料有限公司	2021 年	(1) 按市场价格定价； (2) 预收款结算； (3) 送货上门，运费由智先生承担	是	已连续合作两年以上，未来仍将继续合作	供应商是生产商
江苏财发铝业股份有限公司	2015 年	(1) 按市场价格定价； (2) 预收款 30% 发货，货到付余款； (3) 送货上门，运费由智先生承担	是	已连续合作八年以上，未来仍将继续合作	供应商是生产商

主要供应商名称	合作历史 (合作开始时间)	合作方式	是否签署 长期合作 协议(框架协议)	合作的可 持续性	供应商货 源情况
深圳市光科照明有限公司	2020 年	(1) 按市场价格定价; (2) 货到开始计算信用期, 信用期为 1 个月; (3) 送货上门, 运费由供应商承担;	无	已连续合作三年以上, 未来仍将继续合作	供应商是生产商
上海远沙电子科技有限公司	2021 年	(1) 按市场价格定价; (2) 货到开始计算信用期, 信用期为 1 个月; (3) 送货上门, 运费由供应商承担;	无	连续合作两年以上, 未来仍将继续合作	供应商是生产商
江苏格帆铝材有限公司	2021 年	(1) 按市场价格定价; (2) 货到开始计算信用期, 信用期为 1 个月; (3) 送货上门, 运费由供应商承担;	是	连续合作两年以上, 未来仍将继续合作	供应商是生产商
张家港可睿思工业技术有限公司	2016 年	(1) 按市场价格定价; (2) 货到开始计算信用期, 信用期为 1 个月; (3) 送货上门, 运费由供应商承担;	是	连续合作七年以上, 未来仍将继续合作	供应商是生产商

公司的主要原料为一般工业品, 市场供应充足, 供应商对公司的供货速度较快, 而公司采取订单式的生产, 不需要大规模的备货, 所以公司与供应商在协议中一般无需约定调价机制。报告期, 公司供应商对公司供应的原材料价格基本稳定, 未出现超过 30%以上的重大价格变动, 且公司在产品定价中已充分考虑了原材料价格波动对售价产生的影响, 所以价格变动对公司利润的影响不明显。

二、请主办券商、会计师核查上述事项并发表明确意见

1、核查程序

(1) 获取收入明细表, 了解境内外线上、线下销售情况;

(2) 对主要境内外客户进行执行函证、视频访谈或实地走访, 获取报告期各期境外前五大客户中信保报告, 并独立向境外客户发送邮件, 确认主要境外客户的相关情况; 获取主要境外客户的销售订单及往来明细账, 核查主要境外客户与公司合作时间及信用政策;

（3）获取应收账款明细表及期后回款明细表，核查境外应收账款及其占境外销售金额的比例、各期境外应收账款的回款情况及账龄情况，判断是否存在较大的回款风险；

（4）向公司电商业务负责人访谈，了解公司电商业务开展情况、店铺网址、业务流程、销售产品类型、定价机制等情况；

（5）获取线上销售收入明细及平台服务费明细，判断线上销售收入与平台服务费的匹配性；

（6）通过电商平台卖家后台系统查询公司店铺合规情况，查看是否因“刷单情形、刷好评”而受到平台处罚；获取公司出具的报告期内不存在刷单情况的说明文件；查询公司序时账，搜索“刷单、刷好评”字样，查阅是否存在异常记录；天猫平台及亚马逊平台为公司线上销售占比最大的境内销售平台和境外销售平台，主办券商及会计师选取上述平台销售订单情况进行分析，根据订单数量、订单金额区间分层、下单时间区间分布等情况，判断是否存在消费行为异常的订单、是否存在刷单、刷好评等行为；

（7）独立导出报告期内公司在第三方电商平台开设的直营店的销售结算清单，根据销售结算清单核查财务账面记录的销售收入的真实性、准确性、完整性；获取线上平台销售业务相关的内部控制制度及线上平台销售业务流程的相关文件，评价内部控制制度的健全性、设计的合理性，并执行穿行测试，验证相关内部控制的运行有效性；

（8）获取公司于电商平台开设店铺的开店协议，查询电商平台公布的平台规则，了解电商平台无理由退换货条件、退换货期、款项结算规则；

（9）获取报告期内退换货明细及期后退换货明细，将公司报告期内退换货比例与同行业可比公司进行对比，判断公司退换货是否存在异常；结合报告期内退换货情况、期后退换货情况，判断预提退货比例及确认依据的合理性，核查预提退货金额与期后实际发生金额是否存在较大差异，是否存在收入的跨期调整；

(10) 查阅商业合同，走访公司主要供应商，获取供应商相关工商信息和公开信息。对主要境内客户进行实地走访，对主要境外客户进行视频访谈和邮件询问。

(11) 访谈公司财务负责人，了解公司与第三方支付平台的结算周期、结算账户等情况，获取电商平台提供的销售结算单，选取亚马逊平台及天猫平台核查资金流转与收入的匹配性；了解公司对退换货的具体会计处理方式，判断是否符合《企业会计准则》的要求；了解公司的销售模式、与主要客户的结算方式，获取合同负债、应收账款、销售订单明细表，判断合同负债、应收账款规模的合理性及与销售订单或销售收入的匹配性。

2、核查意见

(1) 报告期各期末公司境外应收账款账龄均为一年以内，且期后回款比例较高，回款情况良好，不存在较大的回款风险；

(2) 报告期内公司于电商平台新开设少量店铺，店铺数量未发生较大变化，店铺数量与线上销售收入均呈上升趋势，较为匹配；公司线上销售收入与平台服务费的变动比率基本一致，具有匹配性；

(3) 报告期内，公司及关联方不存在通过自身或委托第三方对线上销售平台进行刷单、刷好评等行为；

(4) 公司线上销售收入数据真实准确，公司与线上平台销售业务相关的内部控制制度健全有效；

(5) 报告期内，不存在电商平台直接将款项结算至公司银行账户或个人账户的情况，公司资金流转与收入相匹配；

(6) 报告期内，公司退换货情况不存在异常，预提退货比例及确认依据合理，预提退货金额与期后实际发生金额不存在较大差异，不存在收入的跨期调整；公司对退换货的会计处理方式符合《企业会计准则》的要求；

(7) 公司的前五大客户变化较为频繁属于行业特有的原因，具有一定的合理性，主要客户具有复购行为，结合期后订单分析公司产品销售具有一定的稳定性。

(8) 报告期内公司合同负债、应收账款规模与不同销售模式下的主要结算方式相符合，具有合理性，与销售订单或销售收入较为匹配。

(9) 经主办券商访谈等方式确认，公司主要供应商均为生产商，尽管个别供应商实缴资本或社保缴纳人数较少，但其具有一定的合理原因，公司报告期不存在较大原材料价格波动风险。

三、请主办券商、会计师(1)补充说明对客户(分别按照境内外客户)、供应商、第三方回款(如有)的走访比例、发函比例、回函比例、替代程序、期后回款比例、收入截止性测试比例等,是否存在提前或延后确认收入的情形。(2)如有刷单情形,说明针对刷单收入的核查方法及核查过程,如何区分刷单收入与非刷单收入,如何确认收入及客户的真实性;说明相关内部控制缺陷整改措施是否有效,公司期后是否仍存在刷单情形。(3)结合 IT 审计等技术手段、方法、数据、指标、证明资料等,核查报告期内公司线上销售是否实现终端销售,是否存在提前确认收入的情形,核查线上收入的真实性、准确性、完整性,说明核查程序、核查金额占报告期各期收入比例,说明 B2C 模式下对是否存在消费行为异常的订单的具体核查程序。(4)公司平台销售数据与财务数据的对应关系,如收货地址、下单时间、支付账号等是否存在异常。(5)结合客户名称、送货地址、购买数量、消费次数、消费金额及付款、退换货等实际情况、款项收取情况,以及其他数据、指标、证明资料等,公司线上销售收入确认是否符合《企业会计准则》规定、销售收入是否真实。

(一)补充说明对客户(分别按照境内外客户)、供应商、第三方回款(如有)的走访比例、发函比例、回函比例、替代程序、期后回款比例、收入截止性测试比例等,是否存在提前或延后确认收入的情形。

1、对主要线下境内外客户实施函证程序,对未回函函证及回函不符函证实实施替代测试程序。针对未回函样本,通过检查销售合同或订单、报关单/客户签收

单、收款水单等原始单据，验证收入的真实性和准确性。针对回函差异情况，就差异事项进行逐项核实，同时编制回函差异调节表进行复核。

具体情况如下：

境内客户

单位：万元

项目	序号	2023 年度	2022 年度
线下境内销售收入	a	642.79	2,454.12
发函金额	b	576.27	1,922.13
发函比例	c=b/a	89.65%	78.32%
回函确认金额	d	544.94	1,887.86
回函确认比例	e=d/b	94.56%	98.22%
回函差异金额	f	0.00	0.00
回函差异比例	g=f/b	0.00%	0.00%
执行替代测试金额	h	19.88	27.28
回函及替代测试确认比例	i=(d+h)/b	98.01%	99.64%

注：回函确认金额=回函相符的销售收入；回函确认比例=回函相符的销售收入/发函金额；回函差异金额=回函不符的销售收入；回函差异比例=回函不符的销售收入/发函金额，下同

境外客户

单位：万元

项目	序号	2023 年度	2022 年度
线下境外销售收入	a	4,271.15	4,228.04
发函金额	b	3,791.49	4,008.89
发函比例	c=b/a	88.77%	94.82%
回函确认金额	d	3,427.75	2,612.21
回函确认比例	e=d/b	90.41%	65.16%
回函差异金额	f	23.79	48.00
回函差异比例	g=f/b	0.63%	1.20%
执行替代测试金额	h	363.74	1,396.69
回函及替代测试确认比例	i=(d+h)/b	100.00%	100.00%

2、对主要线下境内客户进行实地走访，对主要线下境外客户进行视频访谈，具体情况如下：

境内客户

单位：万元

项目	序号	2023 年度	2022 年度
线下境内销售收入	a	642.79	2,454.12
走访客户数量		3	2
走访确认金额	b	447.74	1,821.73
走访确认金额比例	c=b/a	69.66%	74.23%

境外客户

单位：万元

项目	序号	2023 年度	2022 年度
线下境外销售收入	a	4,271.15	4,228.04
视频访谈客户数量		11	9
视频访谈确认金额	b	3,049.72	2,505.71
视频访谈确认金额比例	c=b/a	71.40%	59.26%

3、对主要供应商实施函证程序并进行实地走访，对未回函函证及回函不符函证实施替代测试程序。针对未回函样本，通过获取相关采购明细，检查采购合同或订单、入库单、发票、付款水单等原始单据，验证采购的真实性和准确性。针对回函差异情况，就差异事项进行逐项核实，同时编制回函差异调节表进行复核。

具体情况如下：

函证情况

单位：万元

项目	序号	2023 年度	2022 年度
采购金额	a	2,675.62	4,574.63
发函金额	b	2,268.65	3,442.72
发函比例	c=b/a	84.79%	75.26%
回函确认金额	d	2,211.55	3,435.97
回函确认比例	e=d/b	97.48%	99.80%
回函差异金额	f	57.10	6.75
回函差异比例	g=f/b	2.52%	0.20%
执行替代测试	h	57.10	6.75

项目	序号	2023 年度	2022 年度
回函及替代测试确认比例	$i=(d+h)/b$	100.00%	100.00%

注：采购金额为当年度供应商向公司开具增值税发票的含税金额，回函确认金额=回函相符的采购金额；回函确认比例=回函相符的采购金额/发函金额；回函差异金额=回函不符的采购金额；回函差异比例=回函不符的采购金额/发函金额

现场走访情况

单位：万元

项目	序号	2023 年度	2022 年度
采购金额	a	2,675.62	4,574.63
走访客户数量		12	12
走访确认金额	b	1,433.83	2,171.54
走访确认金额比例	$c=b/a$	53.59%	47.47%

4、对存在第三方回款情况的客户实施函证程序并进行视频访谈，对未回函函证及回函不符函证实施替代测试程序，具体情况如下：

函证情况

单位：万元

项目	序号	2023 年度	2022 年度
第三方回款形成收入金额	a	528.32	242.13
发函金额	b	519.84	224.03
发函比例	$c=b/a$	98.39%	92.53%
回函确认金额	d	502.82	217.09
回函确认比例	$e=d/b$	96.73%	96.90%
回函差异金额	f	17.02	6.94
回函差异比例	$g=f/b$	3.27%	3.10%
执行替代测试金额	h	17.02	6.94
回函及替代测试确认比例	$i=(d+h)/b$	100.00%	100.00%

视频访谈情况

单位：万元

项目	序号	2023 年度	2022 年度
第三方回款形成收入金额	a	528.32	242.13
视频访谈客户数量		2	2
视频访谈确认金额	b	386.74	172.09

项目	序号	2023 年度	2022 年度
视频访谈确认金额比例	c=b/a	73.20%	71.08%

5、期后回款比例

境内客户

单位：万元

期间	期末境内客户 应收账款余额	应收账款 账龄	回款期间	回款金额	回款比例
2022 年	190.60	一年以内	2023 年	190.60	100%
2023 年	11.38	一年以内	2024 年 1-5 月	11.38	100%

注：期后回款统计至 2024 年 5 月 31 日

境外客户

单位：万元

期间	期末外客户应 收账款余额	应收账款 账龄	回款期间	回款金额	回款比例
2022 年	477.85	一年以内	2023 年	477.85	100%
2023 年	293.62	一年以内	2024 年 1-5 月	246.45	83.94%

注：期后回款统计至 2024 年 5 月 31 日

6、收入截止性测试比例

主办券商及会计师抽取公司报告期各期末前后 15 天的大额销售收入进行截止性测试，检查其出库单、报关单等支持性文件，确认相关销售业务是否真实发生、销售收入是否记录在恰当的会计期间。对公司收入截止性测试的具体测试比例如下：

序号	测试期间	测试比例
1	2024 年 1 月 1 日-2024 年 1 月 15 日	69.18%
2	2023 年 12 月 16 日-2023 年 12 月 31 日	59.93%
3	2023 年 1 月 1 日-2023 年 1 月 15 日	64.64%
4	2022 年 12 月 16 日-2022 年 12 月 31 日	54.67%
5	2022 年 1 月 1 日-2022 年 1 月 15 日	61.39%

经上述收入截止性测试，报告期内公司不存在提前或延后确认收入的情形。

（二）如有刷单情形，说明针对刷单收入的核查方法及核查过程，如何区分刷单收入与非刷单收入，如何确认收入及客户的真实性；说明相关内部控制缺陷整改措施是否有效，公司期后是否仍存在刷单情形。

报告期内，公司及关联方不存在通过自身或委托第三方在线上销售平台进行刷单的情形。

（三）结合 IT 审计等技术手段、方法、数据、指标、证明资料等，核查报告期内公司线上销售是否实现终端销售，是否存在提前确认收入的情形，核查线上收入的真实性、准确性、完整性，说明核查程序、核查金额占报告期各期收入比例，说明 B2C 模式下对是否存在消费行为异常的订单的具体核查程序。

（1）结合 IT 审计等技术手段、方法、数据、指标、证明资料等，核查报告期内公司线上销售是否实现终端销售，是否存在提前确认收入的情形，核查线上收入的真实性、准确性、完整性，说明核查程序、核查金额占报告期各期收入比例

公司均通过在独立的第三方电商平台（如亚马逊、天猫等）开设直营店铺开展线上销售业务，并非通过公司自有网络销售平台开展线上销售业务，亚马逊、天猫等第三方电商平台均为国内外知名电商平台，对入驻商家的规范经营要求较高，独立性较强，对销售数据的管控较为严格，公司在第三方电商平台的销售数据均由上述平台提供，主办券商及会计师通过由上述平台直接导出的销售结算清单验证公司线上销售的真实性、准确性，故未对公司线上销售进行 IT 审计。

针对公司线上销售收入，主办券商及会计师履行了如下核查程序：

1、查阅公司有关收入会计政策，了解公司在线上平台的销售模式及销售收入确认原则，进行收入穿行测试，获取从客户下单付款、货物出库、商品收货、款项结算等一系列业务流程单据，了解相关内部控制的执行情况；

2、向公司电商业务负责人访谈，了解公司电商业务开展情况、店铺网址、业务流程、销售产品类型、定价机制等情况；

3、对收入进行截止性测试，以抽样形式选取资产负债表日前后的销售收入，核对至相关支持性文件，评价收入是否被记录于恰当的会计期间，是否存在提前

确认收入的情形；

4、独立导出报告期内公司在第三方电商平台开设的直营店铺的销售结算清单，根据销售结算清单核查财务账面记录的销售收入的真实性、准确性、完整性。

核查情况如下：

2023 年度

单位：万元

平台名称	核查收入金额	核查金额占当期线上销售收入比例
亚马逊	1,594.67	87.47%
天猫	73.94	4.06%
ebay	64.08	3.51%
独立站	31.11	1.71%
合计	1,763.80	96.75%

2022 年度

单位：万元

平台名称	核查收入金额	核查金额占当期线上销售收入比例
亚马逊	791.56	70.56%
天猫	120.45	10.74%
ebay	24.44	2.18%
合计	936.45	83.48%

经上述核查，公司线上销售收入真实、准确、完整，不存在提前确认收入的情形。

（2）说明 B2C 模式下对是否存在消费行为异常的订单的具体核查程序

1、公司最主要的境内线上销售平台为天猫平台，主办券商及会计师对报告期内天猫平台的销售订单根据订单数量、订单金额区间分层、下单时间区间分布等情况，并结合天猫平台的客户名称对客户的购买数量、消费金额、消费次数、收货地址等进行多维度分析，判断是否存在消费行为异常的订单。

对天猫平台销售订单的分析结果如下：

①报告期内，公司于天猫平台销售的订单数量、订单金额、单均消费金额情况如下：

平台名称	期间	订单数（个）	订单金额（万元）	单均消费金额（元）
天猫	2023 年度	781	89.81	1,149.94
	2022 年度	1250	136.1	1,088.80

注：上表中的订单金额为当期完成交易的订单含税金额

报告期内，公司在天猫平台销售的单均消费金额约为 1000-1200 元，与店铺中商品售价情况较为相符。

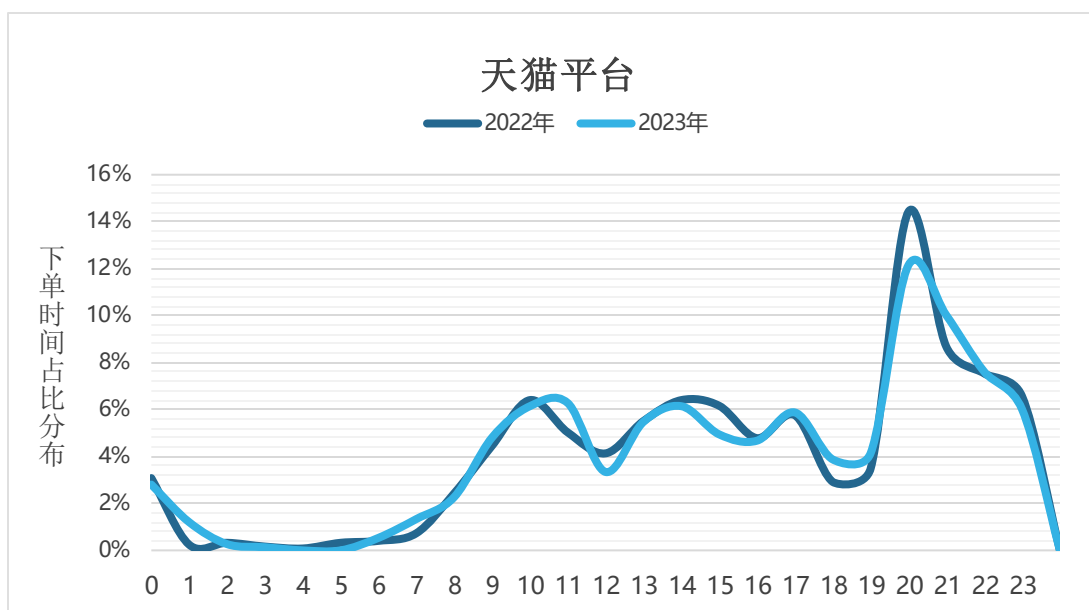
②报告期内，公司在天猫平台销售的订单金额区间分布的订单数量、金额、单均消费金额及其占比情况如下：

单笔订单金额 （元）	2023 年度				
	订单数(个)	占比	金额(万元)	占比	单均消费金 额(元)
[0,1000]	403	51.60%	33.61	37.43%	834.00
(1000,2000]	346	44.30%	46.93	52.25%	1,356.36
(2000,3000]	23	2.94%	5.41	6.02%	2,352.17
(3000, +∞]	9	1.15%	3.86	4.30%	4,288.89
合计	781	100.00%	89.81	100.00%	1,149.94
单笔订单金额 （元）	2022 年度				
	订单数(个)	占比	金额(万元)	占比	单均消费金 额(元)
[0,1000]	748	59.84%	53.7	39.46%	717.91
(1000,2000]	439	35.12%	61	44.82%	1,389.52
(2000,3000]	41	3.28%	9.8	7.20%	2,390.24
(3000, +∞]	22	1.76%	11.6	8.52%	5,272.73
合计	1,250	100.00%	136.10	100.00%	1,088.80

注：上表中的订单金额为当期完成交易的订单含税金额

由上表可见，报告期各期，公司在天猫平台的订单消费金额的主要区间为 0-1000 元及 1000-2000 元，与天猫平台店铺中商品售价情况相符，单笔订单金额超过 3000 元的订单数量占比分别为 1.15%和 1.76%，占比较小，单笔订单金额超过 3000 元的主要为一次购买数件商品用于商铺、机场等处，未发现异常的大额集中订单，订单金额区间分布具备合理性，未识别出消费行为异常的订单。

③报告期内，公司于天猫平台销售的消费者下单时间区间分布情况如下：



由上表可见，天猫平台下单高峰期集中在上午 10 点至晚上 10 点，基本符合消费者日常作息规律，0-1 点订单量相对较大主要原因系平台促销活动（如“双十一”）通常 0 点开始，未识别出消费行为异常的订单。

④因天猫平台隐私保护政策，自 2023 年 10 月天猫平台销售订单无法获取消费者的用户 ID、姓名、具体收货地址等相关信息，因此对于 2022 年 1 月至 2023 年 9 月天猫平台的销售订单结合客户名称对客户的购买数量、消费金额、消费次数、收货地址等进行分层分析，判断是否存在消费行为异常的订单。

对 2022 年 1 月至 2023 年 9 月的天猫平台销售订单的分析结果如下：

平台名称	期间	客户数量（人）	订单数（个）	人均消费次数（次/人）	购买数量（个）	人均购买数量（个/人）	人均消费金额（元/人）
天猫	2023 年 1-9 月	453	526	1.16	627	1.38	1,312.36
	2022 年度	1,005	1,250	1.24	1,710	1.70	1,354.23

由上表可见，公司在天猫平台开设的直营店铺的人均消费次数及人均消费金额较为稳定，不存在明显异常情况。

⑤单个客户购买的商品数量情况如下：

购买数量分层	2023 年 1-9 月				
	客户数量（人）	占比	金额(万元)	占比	人均消费金额(元)
[1,2]	424	93.60%	50.76	85.67%	1,197.17
(2,5]	29	6.40%	8.49	14.33%	2,927.59

(5, +∞]	-	-	-	-	-
合计	453	100.00%	59.25	100.00%	1,312.36
购买数量分层	2022 年度				
	客户数量 (人)	占比	金额(万元)	占比	人均消费金 额(元)
[1,2]	904	89.95%	104.01	76.42%	1,150.56
(2,5]	86	8.56%	22.07	16.22%	2,566.63
(5, 10]	13	1.29%	6.02	4.42%	4,629.33
(10, +∞]	2	0.20%	4.00	2.94%	19,991.04
合计	1,005	100.00%	136.10	100.00%	1,354.23

注：上表中的订单金额为当期完成交易的订单含税金额

由上表可见，天猫平台单个客户购买公司商品的数量集中于 1-2 个，单个客户购买数量较多的商品主要用于机场、公司等处，未识别出消费行为异常的订单。

⑥报告期内，公司在天猫平台销售按收货地址分类的订单数量、订单金额、单均消费金额及其占比情况如下：

2023 年 1-9 月

收货省份 或城市	2023 年 1-9 月				
	订单数 (个)	订单数占比	金额（万 元）	金额占比	单均消费金额 (元)
广东省	81	15.40%	8.41	14.14%	1,038.04
浙江省	72	13.69%	8.44	14.19%	1,171.67
上海市	66	12.55%	6.73	11.31%	1,018.95
江苏省	56	10.65%	6.14	10.33%	1,096.86
四川省	34	6.46%	3.65	6.14%	1,073.77
北京市	34	6.46%	3.92	6.59%	1,151.72
重庆市	23	4.37%	2.60	4.37%	1,130.57
福建省	19	3.61%	2.08	3.50%	1,093.75
湖南省	17	3.23%	2.18	3.67%	1,282.41
辽宁省	17	3.23%	2.10	3.53%	1,234.97
安徽省	16	3.04%	1.59	2.67%	991.36
山东省	15	2.85%	1.52	2.55%	1,011.57
广西壮族 自治区	12	2.28%	1.60	2.69%	1,334.20

收货省份 或城市	2023 年 1-9 月				
	订单数 (个)	订单数占比	金额（万 元）	金额占比	单均消费金额 (元)
天津市	12	2.28%	1.35	2.27%	1,126.68
湖北省	11	2.09%	1.16	1.95%	1,054.36
江西省	7	1.33%	0.61	1.02%	864.75
云南省	6	1.14%	1.16	1.96%	1,941.37
贵州省	6	1.14%	1.39	2.35%	2,324.66
黑龙江省	4	0.76%	0.35	0.59%	881.00
河北省	3	0.57%	0.31	0.52%	1,038.00
吉林省	3	0.57%	0.29	0.49%	971.48
山西省	3	0.57%	0.35	0.59%	1,161.00
陕西省	2	0.38%	0.18	0.31%	908.62
内蒙古自治区	2	0.38%	0.65	1.10%	3,272.00
新疆维吾尔 尔自治区	2	0.38%	0.33	0.55%	1,645.00
青海省	1	0.19%	0.13	0.23%	1,338.00
河南省	1	0.19%	0.13	0.22%	1,328.20
甘肃省	1	0.19%	0.10	0.16%	968.00
合计	526	100.00%	59.45	100.00%	1,130.22

注：上表中的订单金额为当期完成交易的订单含税金额

2022 年度

收货省份 或城市	2022 年度				
	订单数 (个)	订单数占比	金额（万元）	金额占比	单均消费金额 (元)
广东省	186	14.88%	19.50	14.33%	1,048.65
上海市	152	12.16%	16.51	12.13%	1,086.45
浙江省	140	11.20%	14.89	10.94%	1,063.66
江苏省	126	10.08%	13.15	9.66%	1,043.79
北京市	76	6.08%	8.35	6.13%	1,098.31
四川省	70	5.60%	6.55	4.82%	936.38
重庆市	42	3.36%	3.90	2.87%	929.31
山东省	41	3.28%	4.10	3.02%	1,001.13
湖南省	38	3.04%	3.50	2.57%	921.07

收货省份 或城市	2022 年度				
	订单数 (个)	订单数占比	金额（万元）	金额占比	单均消费金额 (元)
湖北省	36	2.88%	3.90	2.87%	1,084.20
福建省	35	2.80%	3.73	2.74%	1,066.69
河北省	30	2.40%	5.93	4.36%	1,976.31
安徽省	28	2.24%	3.43	2.52%	1,223.51
辽宁省	28	2.24%	3.93	2.89%	1,405.33
河南省	27	2.16%	2.67	1.96%	989.92
天津市	24	1.92%	2.68	1.97%	1,118.08
陕西省	22	1.76%	2.59	1.90%	1,176.33
山西省	20	1.60%	2.40	1.76%	1,198.51
广西壮族 自治区	17	1.36%	1.61	1.18%	948.33
贵州省	17	1.36%	2.15	1.58%	1,266.52
江西省	16	1.28%	1.26	0.93%	788.84
云南省	15	1.20%	1.65	1.22%	1,103.05
新疆维吾 尔自治区	14	1.12%	1.97	1.45%	1,409.12
吉林省	14	1.12%	1.20	0.88%	856.08
内蒙古自 治区	13	1.04%	1.54	1.13%	1,183.01
黑龙江省	13	1.04%	1.83	1.35%	1,411.45
海南省	6	0.48%	0.59	0.44%	989.92
甘肃省	2	0.16%	0.27	0.19%	1,325.79
青海省	1	0.08%	0.12	0.09%	1,166.69
宁夏回族 自治区	1	0.08%	0.16	0.12%	1,590.94
合计	1,250	100.00%	136.10	100.00%	1,088.80

注：上表中的订单金额为当期完成交易的订单含税金额

由上表可见，报告期内，公司天猫平台销售订单的收货城市或地区相对集中于广东省、浙江省、上海市和江苏省，这些地区气候相对潮湿且基本未覆盖集中供暖，主要购买的产品品类为电热毛巾架和取暖器，具有合理性。各省份或城市单均消费金额大多为 1000 元左右，符合消费者一次性采购量的金额区间。综上所述，按收货地址分类的订单情况具备合理性，未识别出消费行为异常的订单。

⑦同一收货地址对应多个客户情况如下：

同一收货地址 对应客户数	2023 年 1-9 月			
	地址数量（个）	占比	金额(万元)	占比
=1	460	100.00%	59.45	100.00%
>=2	-	-	-	-
合计	460	100.00%	59.45	100.00%
同一收货地址 对应客户数	2022 年度			
	地址数量（个）	占比	金额(万元)	占比
=1	1,152	99.91%	135.89	99.85%
=2	1	0.09%	0.21	0.15%
>=3	-	-	-	-
合计	1,153	100.00%	136.10	100.00%

注：上表中的订单金额为当期完成交易的订单含税金额

由上表可见，天猫平台一个收货地址基本只对应一个客户，未识别出消费行为异常的订单。

2、公司最主要的境外线上销售平台为亚马逊平台，因亚马逊平台的隐私保护政策，无法获取消费者的用户 ID、姓名、具体收货地址等相关信息，仅能获取销售订单对应的订单号、订单金额、收货城市或地区、下单时间等信息，故主办券商及会计师对亚马逊平台的订单情况根据订单数量、订单金额区间分层、地区分布、下单时间区间分布等情况进行多维度分析，检查有无异常的大额集中订单及有无地区集中销售等情况，判断是否存在消费行为异常的订单。

对亚马逊平台销售订单的分析结果如下：

①报告期内，公司于亚马逊平台销售的订单数量、订单金额、单均消费金额情况如下：

平台名称	期间	订单数（个）	订单金额（万元）	单均消费金额（元）
亚马逊	2023 年度	12,242	1,638.51	1,338.43
	2022 年度	7,629	970.46	1,272.07

注：公司在亚马逊平台不同国家站点的销售金额已换算为人民币

报告期内，公司在亚马逊平台销售的订单数量和订单金额均呈上升趋势，单均消费金额约为 1000-2000 元，与店铺中商品售价情况相符。

②报告期内，公司在亚马逊平台销售的订单金额区间公司于亚马逊平台订单金额区间分布的订单数量、金额、单均消费金额及其占比情况如下：

单笔订单金额 (元)	2023 年度				
	订单数(个)	占比	金额(万元)	占比	单均消费金 额(元)
[0,1000]	4,295	35.08%	257.15	15.69%	598.72
(1000,2000]	4,956	40.48%	626.43	38.23%	1,263.98
(2000,3000]	2,495	20.38%	528.86	32.28%	2,119.68
(3000,4000]	162	1.32%	50.71	3.10%	3,130.25
(4000,+∞)	334	2.73%	175.35	10.70%	5,250.00
合计	12,242	100.00%	1638.51	100.00%	1,338.43
单笔订单金额 (元)	2022 年度				
	订单数(个)	占比	金额(万元)	占比	单均消费金 额(元)
[0,1000]	3,295	43.19%	194.50	20.04%	590.29
(1000,2000]	2,766	36.26%	360.54	37.15%	1,303.47
(2000,3000]	1,274	16.70%	280.18	28.87%	2,199.22
(3000,4000]	103	1.35%	32.23	3.32%	3,129.13
(4000,+∞)	191	2.50%	103.01	10.61%	5,393.19
合计	7,629	100.00%	970.46	100.00%	1,272.07

由上表可见，报告期各期，公司在亚马逊平台的订单消费金额的主要区间为1000-2000元，与亚马逊平台店铺中商品售价情况相符，单笔订单金额超过4000元的订单数量占比分别为2.5%和2.73%，占比较小，单笔订单金额超过4000元的主要为一次购买不同品类的商品，未发现异常的大额集中订单，订单金额区间分布具备合理性，未识别出消费行为异常的订单。

③报告期内，公司在亚马逊平台销售按收货城市分类的订单数量、订单金额、单均消费金额及其占比情况如下：

2023 年度

收货城市或地区	2023 年度				
	订单数 (个)	订单数占比	金额(万元)	金额占比	单均消费金额(元)
维也纳 (Wien)	216	1.76%	32.20	1.97%	1,490.66
柏林 (Berlin)	154	1.26%	19.10	1.17%	1,240.03
汉堡 (Hamburg)	57	0.47%	6.70	0.41%	1,175.11
伦敦 (London)	57	0.47%	7.90	0.48%	1,386.55
慕尼黑 (Munich)	48	0.39%	5.53	0.34%	1,151.58
格拉茨 (Graz)	43	0.35%	7.42	0.45%	1,725.23
莱比锡 (Leipzig)	43	0.35%	6.36	0.39%	1,480.07
科隆市 (Cologne)	35	0.29%	4.80	0.29%	1,372.75
斯图加特 (Stuttgart)	34	0.28%	4.87	0.30%	1,431.42
德累斯顿 (Dresden)	32	0.26%	4.49	0.27%	1,402.67
多特蒙德 (Dortmund)	32	0.26%	3.03	0.18%	946.01
不来梅 (Bremen)	25	0.20%	2.71	0.17%	1,082.60
乌帕塔尔 (Wuppertal)	25	0.20%	3.40	0.21%	1,361.35
马格德堡 (Magdeburg)	24	0.20%	3.18	0.19%	1,326.03
杜伊斯堡 (Duisburg)	23	0.19%	3.75	0.23%	1,631.74
埃森 (Essen)	23	0.19%	2.49	0.15%	1,083.35
法兰克福 (Frankfurt)	23	0.19%	2.90	0.18%	1,259.35
波鸿 (Bochum)	18	0.15%	2.70	0.16%	1,502.47
纽伦堡市 (Nuremberg)	18	0.15%	1.89	0.12%	1,049.80
波恩 (Bonn)	17	0.14%	2.23	0.14%	1,308.96
杜塞尔多夫 (Dusseldorf)	17	0.14%	2.29	0.14%	1,349.58
格拉斯哥郡 (Glasgow)	17	0.14%	2.61	0.16%	1,534.39
哈姆 (Hamm)	17	0.14%	3.17	0.19%	1,864.01

收货城市或地区	2023 年度				
	订单数 (个)	订单数占比	金额(万元)	金额占比	单均消费金额(元)
米尔海姆 (Mulheim)	17	0.14%	2.21	0.13%	1,299.63
阿姆斯特丹 (Amsterdam)	16	0.13%	1.68	0.10%	1,048.51
哈根(Hagen)	16	0.13%	3.65	0.22%	2,283.82
萨尔布吕肯 (Saarbrücken)	16	0.13%	2.34	0.14%	1,460.18
汉诺威 (Hannover)	15	0.12%	2.28	0.14%	1,522.77
克雷费尔德 (Krefeld)	15	0.12%	2.02	0.12%	1,343.54
莱斯特 (Leicester)	15	0.12%	2.41	0.15%	1,603.73
其他城市或地区	11,134	90.95%	1,486.20	90.70%	1,334.83
合计	12,242	100.00%	1,638.51	100.00%	1,338.43

注：表中列示了按订单数排列前 30 大收货城市或地区，其他城市或地区因数量多、单个地区金额较小，因而合并列示为“其他城市或地区”。表中“其他城市或地区”共涉及 6,337 个城市或地区。

2022 年度

收货城市或地区	2022 年度				
	订单数 (个)	订单数占比	金额(万元)	金额占比	单均消费金额(元)
维也纳(Wien)	150	1.97%	21.21	2.19%	1,414.22
柏林(Berlin)	111	1.45%	13.10	1.35%	1,180.05
汉堡(Hamburg)	25	0.33%	3.16	0.33%	1,264.24
慕尼黑(Munich)	25	0.33%	3.80	0.39%	1,518.44
莱比锡(Leipzig)	19	0.25%	3.04	0.31%	1,598.23
格拉茨(Graz)	18	0.24%	4.01	0.41%	2,228.21
多特蒙德 (Dortmund)	17	0.22%	2.11	0.22%	1,241.08
科隆市(Cologne)	16	0.21%	1.65	0.17%	1,031.48
伦敦(London)	16	0.21%	2.43	0.25%	1,517.92
德累斯顿(Dresden)	15	0.20%	2.06	0.21%	1,370.47
汉诺威(Hannover)	15	0.20%	1.75	0.18%	1,164.53

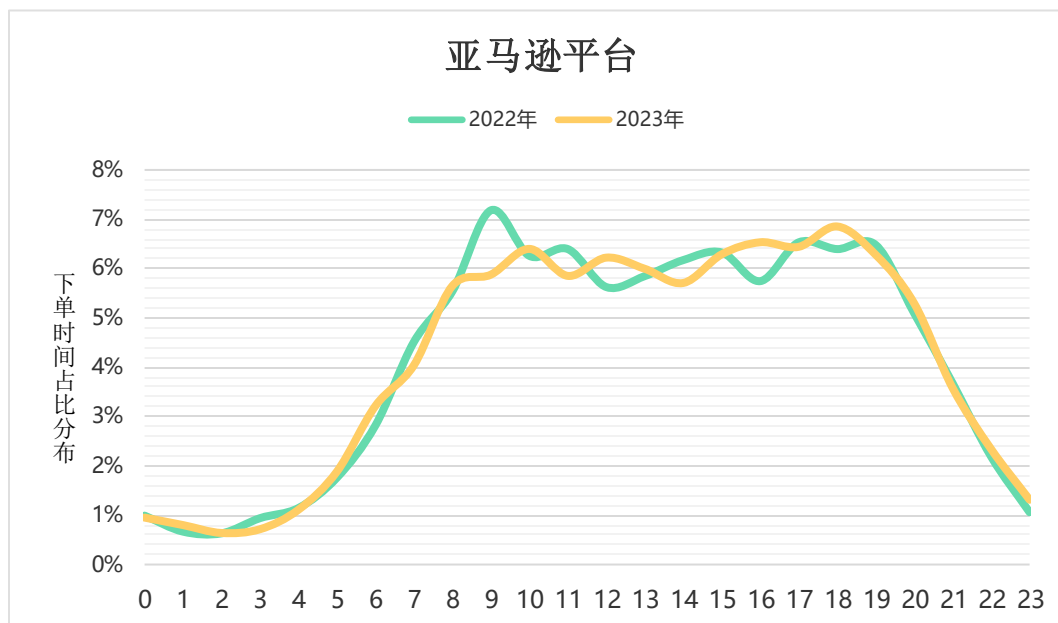
收货城市或地区	2022 年度				
	订单数 (个)	订单数占比	金额 (万 元)	金额占比	单均消费金 额(元)
布鲁克林区 (Brooklyn)	15	0.20%	2.41	0.25%	1,604.43
林茨 (Linz)	14	0.18%	2.14	0.22%	1,528.37
斯图加特 (Stuttgart)	14	0.18%	1.54	0.16%	1,097.72
阿姆斯特丹 (Amsterdam)	13	0.17%	1.26	0.13%	968.13
法兰克福 (Frankfurt)	13	0.17%	1.63	0.17%	1,252.04
鹿特丹 (Rotterdam)	12	0.16%	1.12	0.12%	933.26
马格德堡 (Magdeburg)	12	0.16%	1.83	0.19%	1,521.51
门兴格拉德巴赫 (Monchengladbach)	12	0.16%	2.10	0.22%	1,749.14
萨勒河畔哈雷 (Halle(Saale))	11	0.14%	2.03	0.21%	1,842.83
阿纳姆 (Arnhem)	10	0.13%	2.69	0.28%	2,692.52
杜塞尔多夫 (Dusseldorf)	10	0.13%	1.17	0.12%	1,170.26
格拉斯哥郡 (Glasgow)	10	0.13%	1.39	0.14%	1,392.77
海牙 (Den Haag)	10	0.13%	0.99	0.10%	989.49
迈阿密 (Miami)	10	0.13%	2.46	0.25%	2,457.13
兹沃勒 (Zwolle)	10	0.13%	1.22	0.13%	1,221.76
芝加哥 (Chicago)	10	0.13%	1.37	0.14%	1,368.99
旧金山 (San Francisco)	10	0.13%	1.35	0.14%	1,345.89
埃森 (Essen)	9	0.12%	1.12	0.12%	1,241.77
不来梅 (Bremen)	9	0.12%	0.86	0.09%	950.10
其他城市或地区	6,988	91.60%	881.46	90.83%	1,261.45
合计	7,629	100.00%	970.46	100.00%	1,272.07

注：表中列示了按订单数排列前 30 大收货城市或地区，其他城市或地区因数量多、单个地区金额较小，因而合并列示为“其他城市或地区”。表中“其他城市或地区”共涉及 3,595 个城市或地区。

由上表可见，报告期内，公司亚马逊平台销售订单的收货城市或地区较为分散，不存在城市或地区集中销售的情况，且各城市或地区单均消费金额大多处于 1000-2000 元区间内，符合消费者一次性采购量的金额区间，按收货城市分类或地区的订单情况具备合理性，未识别出消费行为异常的订单。

④报告期内，公司于亚马逊平台销售的消费者下单时间区间分布情况如下：

由上表可见，亚马逊平台下单高峰期集中在上午 10 点至晚上 8 点（境外当地时间），基本符合消费者日常作息规律，未识别出消费行为异常的订单。



经上述核查，B2C 模式下未识别出消费行为异常的订单，公司线上销售对象均为电商平台终端消费者，结合销售订单情况分析，公司线上销售已实现终端销售。

（四）公司平台销售数据与财务数据的对应关系，如收货地址、下单时间、支付账号等是否存在异常。

主办券商及会计师独立导出报告期内公司在第三方电商平台开设的直营店铺的销售结算清单，根据销售结算清单对财务账面记录的销售收入进行核查。经核查，公司平台销售数据与财务数据相互对应。

对收货地址、下单时间的核查分析具体详见本回复（三）（2）“说明 B2C 模式下对是否存在消费行为异常的订单的具体核查程序”，经核查，平台消费者的收货地址、下单时间不存在异常。

由于电商平台对用户信息保密要求，无法获取平台消费者支付账号的相关信息，因此无法结合支付账号判断是否存在异常。

（五）结合客户名称、送货地址、购买数量、消费次数、消费金额及付款、退换货等实际情况、款项收取情况，以及其他数据、指标、证明资料等，公司线上销售收入确认是否符合《企业会计准则》规定、销售收入是否真实。

对线上销售中客户名称、送货地址、购买数量、消费次数、消费金额、下单付款时间等情况的核查分析具体详见本回复（三）（2）“说明 B2C 模式下对是否存在消费行为异常的订单的具体核查程序”。

报告期内线上销售的退换货情况具体详见本问题一、公司说明（二）关于线上销售 5、“按照销售渠道说明报告期内退换货的金额及占销售金额的比例，对比同行业可比公司退换货比例，说明公司退换货是否存在异常及其原因。”

公司线上销售的款项收取情况具体详见本问题一、公司说明（二）关于线上销售 4、“说明公司与第三方支付平台的结算周期；是否存在公司账户或个人账户直接收款的情况，如何保障公司资金流转与收入相匹配。”

经核查，公司线上销售收入符合《企业会计准则》规定，销售收入真实。

四、请主办券商、会计师按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》的规定补充核查并发表明确意见。

《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》规定“主办券商及申报会计师应当重点关注境外销售收入的真实性、准确性、完整性，收入确认是否符合《企业会计准则》规定；报告期内境外销售收入与海关报关数据是否存在较大差异，与出口退税、运费及保险费是否匹配，出现差异的原因及真实合理性；境外销售业务发展趋势是否对公司持续经营能力构成重大不利影响。

（一）核查程序

主办券商及会计师针对境外销售收入的核查程序如下：

1、访谈程序

对报告期各期重要的境外线下客户，主办券商及会计师履行视频访谈程序，了解公司的客户基本情况、客户购买的商品类型、购买流程、购买规模及销售退回情况、交易双方协议签订情况、回款政策、是否存在关联关系等。报告期共涉

及 11 家客户，占境外线下销售收入的比例分别为 59.26%和 71.40%。

2、函证程序

主办券商及会计师选取样本，对报告期各期主要的境外线下客户进行发函，具体情况如下：

单位：万元

项目	序号	2023 年度	2022 年度
线下境外销售收入	a	4,271.15	4,228.04
发函金额	b	3,791.49	4,008.89
发函比例	c=b/a	88.77%	94.82%
回函确认金额	d	3,427.75	2,612.21
回函确认比例	e=d/b	90.41%	65.16%
回函差异金额	f	23.79	48.00
回函差异比例	g=f/b	0.63%	1.20%
执行替代测试金额	h	363.74	1,396.69
回函及替代测试确认比例	i=(d+h)/b	100.00%	100.00%

主办券商及会计师对未回函函证及回函不符函证实施替代测试程序。针对未回函样本，通过检查销售合同或订单、报关单、收款水单等原始单据，验证收入的真实性和准确性。针对回函差异情况，就差异事项进行逐项核实，同时编制回函差异调节表进行复核，上述函证回函不符的主要原因为相关客户按照与公司签订销售订单的时间回复函证，与公司商品报关出口确认销售收入的时间存在差异，相关差异可确认，不构成公司调整事项。

3、核查主要海外客户的中国出口信用保险公司资信报告

针对报告期各期境外线下前五大客户，主办券商及会计师获取境外客户的中国出口信用保险公司资信报告，对客户注册地址、注册资本、经营范围、股权结构和设立时间等信息进行了核查，核查其与公司之间是否存在关联关系，核实客户存在的真实性及其从事业务的相关性。核查客户占报告期内境外线下销售收入的比例分别为 72.83%和 51.76%。

4、亚马逊平台销售专项核查程序

对于境外线上销售部分，报告期各期，境外线上销售主要为亚马逊平台销售，亚马逊平台销售金额占境外线上销售收入的比例分别为 97.25%和 94.47%。由于亚马逊平台的销售清单中不包含买家的详细信息，如姓名、联系电话、具体的收货地址等，因此无法执行客户访谈及函证程序。主办券商及会计师对亚马逊平台销售收入履行的核查程序包括：

（1）查阅公司有关收入会计政策，了解公司在亚马逊平台上销售模式及销售收入确认原则，进行收入穿行测试；

（2）向公司电商业务负责人访谈，了解公司电商业务开展情况、业务流程、平台销售产品、定价机制等情况；

（3）独立导出报告期内公司在亚马逊平台开设的直营店铺的销售结算清单，根据销售结算清单核查财务账面记录的销售收入的真实性、准确性、完整性；

（4）对亚马逊平台的订单情况根据订单数量、订单金额区间分层、地区分布、下单时间区间分布等情况进行多维度分析，检查有无异常的大额集中订单及有无地区集中销售等情况，判断是否存在消费行为异常的订单。

5、执行收入细节测试程序，针对境外线下销售，检查销售订单、海关报关单、海运提单、收款水单、记账凭证等原始单据，针对境外线上销售，独立导出报告期内公司在境外电商平台开设的直营店铺的销售结算清单，根据销售结算清单核查财务账面记录的销售收入的真实性、准确性、完整性；执行收入的截止性测试程序，验证收入的准确性、完整性。

6、了解公司境外销售收入确认方法，获取收入明细表，判断收入确认是否符合《企业会计准则》规定；

7、核查报告期内境外销售收入与海关报关数据、出口退税数据是否存在较大差异，具体如下：

主办券商及会计师督导公司导出海关电子口岸报关数据，并与公司自身数据记录进行匹配核对；督导公司导出报告期出口退税汇总申报表，与公司出口退税明细账进行匹配核对，核查公司销售收入与出口退税数据的匹配性。

海关数据核对情况如下：

单位：元

项目	计算过程	2023 年度	2022 年度
海关报关数据（美元）	A	6,289,717.11	6,330,407.43
海关报关数据（欧元）	B	820,493.20	630,006.00
海关报关数据按照出口当日汇率折算合计人民币金额	G	50,395,967.65	48,424,015.88
公司境外销售收入	C	60,054,947.00	52,259,374.94
减：由公司海外仓库销售出库商品收入	D	19,800,597.51	9,978,934.69
加：公司将商品备货至海外仓库的报关金额	E	10,082,098.59	6,107,233.81
调整后公司境外销售收入	F=C-D+E	50,336,448.08	48,387,674.06
差异率	H=(G-F)/F	0.12%	0.08%

母公司智先生海关报关数据按照出口当日汇率折算人民币金额与智先生单体境外销售收入的核对情况如下：

单位：元

项目	计算过程	2023 年度	2022 年度
母公司海关报关数据按照出口当日汇率折算合计人民币金额	A	42,107,664.74	43,219,049.47
母公司单体境外销售收入	B	42,262,459.26	43,048,260.64
减：由海外仓库出库商品销售收入	C	2,008,109.77	931,818.78
加：公司将商品备货至海外仓库的报关金额	D	1,793,795.68	1,066,265.79
调整后公司境外销售收入	E=B-C+D	42,048,145.16	43,182,707.65
差异金额	F=A-E	59,519.58	36,341.82
差异率	G=F/A	0.14%	0.08%

子公司勾藤电子海关报关数据按照出口当日汇率折算人民币金额与勾藤电子单体境外销售收入的核对情况如下：

单位：元

项目	计算过程	2023 年度	2022 年度
勾藤电子海关报关数据按照出口当日汇率折算合计人民币金额	A	8,288,302.91	5,204,966.41
勾藤电子单体境外销售收入	B	17,692,505.60	8,403,878.14

项目	计算过程	2023 年度	2022 年度
减：由海外仓库出库商品销售收入	C	17,692,505.60	8,239,879.76
加：公司将商品备货至海外仓库的报关金额	D	8,288,302.91	5,040,968.02
调整后公司境外销售收入	E=B-C+D	8,288,302.91	5,204,966.40
差异金额	F=A-E	-	0.01
差异率	G=F/A	-	-

如上表所示，海关出口数据与调整后的境外销售收入差异较小，差异原因主要为汇率折算差异。

出口退税数据核对情况如下：

报告期内，母公司智先生作为生产企业，出口产品享受“免、抵、退”优惠。

单位：元

项目	计算过程	2023 年度	2022 年度
母公司海关报关数据按照出口当日汇率折算合计人民币金额	A	42,107,664.74	43,219,049.47
母公司报关的运保费金额	B	465,708.60	213,450.79
计算免抵退税额	C=(A-B)*13%	5,413,454.30	5,590,727.83
免抵退申报表中免抵退税额	D	6,279,618.62	4,070,933.30
加：下期申报本期免抵退税额	E	972,947.76	1,839,112.10
减：本期申报上期免抵退税额	F	1,839,112.10	319,317.62
差异金额	=C-(D+E-F)	0.02	0.05

报告期内，子公司勾藤电子为外贸企业，出口产品享受“免、退”优惠，出口退税额为购进货物的进项税，核对情况如下：

单位：元

项目	计算过程	2023 年度	2022 年度
购进货物金额	A	6,712,604.41	4,303,869.03
计算退税额	B=A*13%	872,638.57	559,502.97
申报表中退税额	C	895,990.12	573,881.12
加：下期申报本期退税额	D	198,661.86	222,013.42
减：本期申报上期退税额	E	222,013.42	236,391.58
差异金额	=B-(C+D-E)	0.01	0.01

如上表列示，出口退税数据核对差异较小。

8、核查境外销售收入与运费及保险费的匹配情况

报告期内，公司境外销售产生的运费及保险费主要包括：①公司将商品运输至海外仓库进行备货产生的运输费及海外仓库仓储费中分摊至报告期各期销售商品成本的金额，以及报告期各期在境外电商平台销售商品产生的商品配送服务费；②FOB、CF 及 CFR 模式下公司承担的货运至境内港口的相关运杂费用；③CIF 及 CFR 模式下公司将货物由境内港口运输至境外港口产生的相关运保费。报告期各期，公司境外销售发生的运费、仓储费及保险费成本分别为 435.59 万元及 552.11 万元，呈上升趋势，与境外销售收入的波动趋势相一致。

9、结合公司境外销售业务的业绩情况，判断境外销售业务发展趋势是否对公司持续经营能力构成重大不利影响

报告期内，公司境外销售收入分别为 5,225.94 万元和 6,005.49 万元，占销售收入的比重分别为 66.96%和 89.14%，境外销售毛利率分别为 44.50%和 46.38%，境外销售规模增加，毛利率上涨。公司与 QUALITY HEATING BV、TROTEC GMBH 等主要境外客户建立了稳定的合作关系，且公司自有品牌在境外第三方销售平台的运营情况良好，报告期内境外第三方销售平台销售收入上涨 73.80%。因此，境外销售业务发展趋势未对公司持续经营能力构成重大不利影响。

（二）核查意见

经核查，主办券商、会计师认为：

- 1、公司境外销售收入真实、准确、完整；
- 2、收入确认符合《企业会计准则》规定；
- 3、报告期内公司境外销售收入与海关报关数据不存在较大差异，与出口退税、运费及保险费相匹配；
- 4、境外销售业务发展趋势未对公司持续经营能力构成重大不利影响。

五、请主办券商及律师按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》的规定补充核查并发表明确意见。

《挂牌审核业务规则适用指引第1号》的规定“公司在销售所涉国家和地区是否依法取得从事相关业务所必需的资质、许可，报告期内是否存在被相关国家和地区处罚或者立案调查的情形；相关业务模式下的结算方式、跨境资金流动、结换汇等是否符合国家外汇及税务等法律法规的规定”。

（一）核查程序

1、获取公司《对外贸易经营者备案登记表》（04123002）、《中华人民共和国海关报关单位注册登记证》（海关注册编码 3203960BLJ），子公司勾藤电子持有《对外贸易经营者备案登记表》（04194039）、《中华人民共和国海关报关单位注册登记证》（海关注册编码 3203961265）；

2、取得公司主要产品认证；

3、查询国家外汇管理局网站（<http://www.safe.gov.cn>）以及中国人民银行网站（<http://www.pbc.gov.cn>）；

4、获取公司住所地的主管税务机关出具的完税证明、《企业信用报告（无违规证明版）》，对公司管理层访谈，查询公司及子公司主管税务机关官网、信用中国等网站信息。

（二）核查意见

经核查，主办券商、律师认为：

公司已办理贸易外汇收支企业名录登记，分类结果为 A 类。根据《货物贸易外汇管理指引》《货物贸易外汇管理指引实施细则》的规定，A 类企业为核查期内企业遵守外汇管理相关规定，且贸易外汇收支经外汇局非现场或现场核查情况正常的企业，A 类企业可依法办理贸易外汇收支业务。经查询国家外汇管理局网站（<http://www.safe.gov.cn>）以及中国人民银行网站（<http://www.pbc.gov.cn>），报告期内，公司不存在外汇违规行政处罚的记录。

报告期内，公司的外销收入主要来源于英国、荷兰、德国等欧洲国家和地区及美国市场。

1、根据《货物贸易外汇管理指引》《货物贸易外汇管理指引实施细则》的规定，A 类企业为核查期内企业遵守外汇管理相关规定，且贸易外汇收支经外汇

局非现场或现场核查情况正常的企业，A 类企业可依法办理贸易外汇收支业务。

公司现持有《对外贸易经营者备案登记表》（04123002）、《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》（海关注册编码 3203960BLJ），子公司勾藤电子持有《对外贸易经营者备案登记表》（04194039）、《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》（海关注册编码 3203961265），具备开展进出口贸易的资格；

2、公司报告期内境外销售产品主要为取暖器、智能浴室镜、发热毛巾架等，公司的主要产品取得的认证情况如下：

序号	认证范围	国家/区域	监管部门/发证机构	证书编号	证书注册日期	证书有效期
1	infraredpanelheater-A、F、G、HL、HH 系列 SAA 证书	澳大利亚	Global-MarkPty. Ltd	107734-001	2021.6.11	2026.6.11
2	infraredpanelheater-HH、FH、G 系列 SAA 证书	澳大利亚	Global-MarkPty. Ltd	107734-002	2023.3.08	2028.3.08
3	HL 系列 IP54 证书	国际电工委员会	BST 检测（深圳）有限公司	BSTXD190611756501SC	2019.7.03	只要标准不变一直有效
4	电热毛巾架-ROHS	欧盟	倍测检测	BCTC2112099669C	2022.1.20	只要标准不变一直有效
5	电热毛巾架-CE-EMC	欧盟	倍测检测	BCTC2111497212C	2022.5.10	只要标准不变一直有效
6	电热毛巾架-CE-LVD	欧盟	倍测检测	BCTC2204967811C	2022.5.10	只要标准不变一直有效
7	ElectricPanelHeater-ROHS 证书	欧盟	倍测检测	BCTC2110498470C	2021.10.27	只要标准不变一直有效
8	2.4GWiFi 温控插座 CE-RED	欧盟	倍测检测	BCTC2111846584C	2021.12.31	只要标准不变一直有效
9	2.4GWiFi 温控插座-UKCA-RED	英国	倍测检测	BCTC2111929577C	2021.12.31	只要标准不变一直有效
10	433 插座 CE-RED	欧盟	倍测检测	BCTC2111422773C	2021.12.31	只要标准不变一直有效
11	433 插座 UKCA-RED	英国	倍测检测	BCTC2111387902C	2021.12.31	只要标准不变一直有效
12	温控器 ROHS 证书	欧盟	倍测检测	BCTC2111518319C	2021.12.30	只要标准不变一直有效
13	infaredheatingpanelCE-LVD 证书	欧盟	倍测检测	BCTC2210605976C	2022.11.14	只要标准不变一直有效

序号	认证范围	国家/区域	监管部门/发证机构	证书编号	证书注册日期	证书有效期
14	infraredheatingpanelROHS 证书	欧盟	倍测检测	BCTC2210236106-1C	2022.11.14	只要标准不变一直有效
15	infraredheatingpanel-UKCA-CE 证书	英国	倍测检测	BCTC2210135117C	2022.11.14	只要标准不变一直有效
16	infraredheatingpanel-UKCA-ROHS 证书	欧盟	倍测检测	BCTC2210236106-2C	2022.11.14	只要标准不变一直有效
17	HL 系列意大利 CE 证书	意大利	ISET 公司	ISETC.000320210128	2021.01.28	2026.01.27
18	HL 系列取暖器 CE-EMC 证书	欧盟	BST 检测(深圳)有限公司	BSTXD22072254001EC	2022.7.04	只要标准不变一直有效
19	HL 系列取暖器 CE-LVD 证书	欧盟	BST 检测(深圳)有限公司	BST22072254001SC	2022.7.04	只要标准不变一直有效
20	ElectricpanelheaterwithwifithermostatROHS 证书	欧盟	倍测检测	BCTC2308138350C	2023.8.25	只要标准不变一直有效
21	infraredpanelheater-433LED 家电-CE-EMC 证书	欧盟	倍测检测	BCTC2209205857CN1	2022.12.07	只要标准不变一直有效
22	infraredpanelheater-433LED 灯具-CE-EMC 证书	欧盟	倍测检测	BCTC2209490931CN1	2022.12.07	只要标准不变一直有效
23	infraredpanelheater--433LED-CE-RED 证书	欧盟	倍测检测	BCTC2210858389CN1	2022.12.07	只要标准不变一直有效
24	LEDPanelHeater-ROHS 证书	欧盟	倍测检测	BCTC2210287380C	2022.10.27	只要标准不变一直有效
25	infraredpanelheater-433LED-UKCA-EMC-灯具-证书	英国	倍测检测	BCTC2210562455CN1	2022.12.07	只要标准不变一直有效
26	infraredpanelheater-433LED-UKCA-EMC-家电-证书	英国	倍测检测	BCTC2210928734CN1	2022.12.07	只要标准不变一直有效
27	infraredpanelheater-433LED-UKCA-RED 证书	英国	倍测检测	BCTC2210459135CN1	2022.12.07	只要标准不变一直有效
29	Electricpanelheater-钢化加热镜 RoHS 证书	欧盟	倍测检测	BCTC2206176946C	2022.6.23	只要标准不变一直有效

序号	认证范围	国家/区域	监管部门/发证机构	证书编号	证书注册日期	证书有效期
30	Electricpanelheater-钢化加热镜 CE-EMC 证书	欧盟	倍测检测	BCTC2205037352C	2022.6.17	只要标准不变一直有效
31	Electricpanelheater_钢化加热镜_CE-LVD 证书	欧盟	倍测检测	BCTC2204334123C	2022.6.17	只要标准不变一直有效
32	SmartLEDPanelHeater LED 灯暖板 CE 证书	欧盟	倍测检测	BCTC2010001043C	2020.12.15	只要标准不变一直有效

子公司勾藤取得的认证情况如下：

序号	认证范围	国家/区域	监管部门/发证机构	证书编号	证书注册日期	证书有效期
1	ElectricPanel Heater-A 系列低压证书	欧盟	TUV 莱茵检测认证服务（中国）有限公司	AN505866110001	2023.5.31	只要标准不变一直有效
2	ElectricPanel Heater-A 系列 GS 证书	德国	TUV 莱茵检测认证服务（中国）有限公司	S505197090004	2023.5.31	2026.11.15
3	ElectricPanel Heater-A 系列 AE-EMC 证书	欧盟	TUV 莱茵检测认证服务（中国）有限公司	AE505360130001	2022.3.10	只要标准不变一直有效
4	ElectricPanel Heater-GS 证书-A 系列	德国	TUV 莱茵检测认证服务（中国）有限公司	S505446830001	2022.2.24	2027.5.23
5	ElectricPanel Heater-GS 证书-F 系列	德国	TUV 莱茵检测认证服务（中国）有限公司	S505415330001	2022.5.07	2027.5.06

公司的主要产品已经取得欧盟 CE 认证、英国 UKCA 认证、德国 GS 认证、澳大利亚 SAA 证书等与之相对应的产品认证证书，符合销售所涉国家或地区的相关要求；

3、目前，公司尚未在境外设立子公司进行产品销售。根据公司住所地税务、应急管理局、住建局、自规局、人社局等部门出具的相关说明，主办券商及律师对法院信息综合查询、裁判文书网、信用中国等网站查询及公司访谈，报告期内，公司及境内子公司不存在被相关国家和地区处罚或者立案调查的情形。

4、就线下直销模式而言，公司与境外客户的结算方式为电汇，结换汇以美元为主，公司收到外汇后根据外币汇率和资金需求向银行提出结汇申请。

就线上网络平台销售模式而言，公司主要通过亚马逊等电商平台进行线上销售，消费者在电商平台下单付款后，电商平台按月出具对账并定期与公司结算，将相关款项汇至公司绑定的支付工具平台账户，公司定期将收款账户资金提款至绑定的银行账户，并根据外币汇率和资金需求向银行提出结汇申请。报告期内，公司跨境资金流入主要为出口产品销售收到的货款。

根据公司住所地的主管税务机关出具的完税证明、《企业信用报告（无违规证明版）》及公司访谈，并经查询公司及子公司主管税务机关官网、信用中国等网站信息，报告期内，公司及境内子公司无重大税收违法失信行为。

综上，公司及子公司报告期内的境外销售业务的结算方式、跨境资金流动、结换汇等符合国家外汇及税务等法律法规的规定。

问题 5.关于存货

根据申请材料，各报告期末，公司存货分别为 2,345.98 万元、1,758.72 万元，主要以原材料及库存商品为主，其中存放在境外的库存商品占全部库存商品的 30.09%、45.71%；合同履约成本以备货产生的运输费为主。

请公司补充说明：（1）结合合同签订、备货和发货周期、订单完成周期等说明存货余额是否与公司的订单、业务规模相匹配，存货规模与同行业可比公司相比是否存在较大差异，说明期后存货结转情况。（2）存货账龄结构、存货可变现净值的确定依据、存货跌价准备具体计提方法及跌价准备计提充分性，与可比公司是否存在明显差异。（3）各类存货具体形态、分布地点及相应占比，存货盘点方案及合理性；说明各期末各类存货盘点情况、是否存在账实不符的情形，存货（单独说明对境外仓库存货）内控管理制度的建立及执行情况。（4）以备货产生的运输费计入合同履约成本的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定，公司合同履约成本的核算方式，与同行业可比公司的处理是否一致。

请主办券商及会计师：（1）核查上述问题并发表明确意见。（2）说明期末存货的监盘比例及监盘结论，单独说明境外仓库存货的核查手段、比例及结论，并对存货期末余额是否真实存在、计价是否准确、成本费用的结转金额及时点是否准确，各存货项目跌价准备计提是否合理、充分，相关内控制度是否完善并有

效执行，并发表明确意见。（3）核查报告期各期存货变动与收入成本的匹配性，是否存在利用存货科目跨期调节收入、利润的情形，并发表明确意见。

【回复】

一、公司说明

（一）结合合同签订、备货和发货周期、订单完成周期等说明存货余额是否与公司的订单、业务规模相匹配，存货规模与同行业可比公司相比是否存在较大差异，说明期后存货结转情况。

1、结合合同签订、备货和发货周期、订单完成周期等说明存货余额是否与公司的订单、业务规模相匹配

报告期内，公司的主要产品为取暖器、智能浴室镜、电热毛巾架等智能取暖设备，公司主要采取“以销定产”的生产模式，线下销售中根据销售订单安排生产，线上销售中根据商品在电商平台的销售情况及库存情况安排生产。公司定期与供应商签订框架合同，根据销售情况、生产需求及原材料库存情况向各供应商下达采购订单。

报告期内，公司主要产品线下销售的备货周期、发货周期和订单完成周期具体如下：

主要产品	备货周期	发货周期	订单完成周期
取暖器	20-30 天	5-15 天	25-45 天
智能浴室镜	25-30 天	5-15 天	30-45 天
电热毛巾架	25-30 天	5-15 天	30-45 天

线上销售的备货周期、发货周期和订单完成周期具体如下：

境内线上销售

主要产品	备货周期	发货周期	确认收货周期	订单完成周期
取暖器	20-30 天	1-2 天	1-10 天	22-42 天
智能浴室镜	25-30 天	1-2 天	1-10 天	27-42 天
电热毛巾架	25-30 天	1-2 天	1-10 天	27-42 天

注：境内线上销售模式一般为根据商品销售情况提前生产备货，消费者于电商平台下单后 48 小时内，公司将商品发货，发货后 10 天内消费者确认收货。

境外线上销售

主要产品	备货周期	由境内仓库发往 境外仓库周期	消费者下单后 发货周期	商品妥投 周期	订单完成 周期
取暖器	20-30 天	35-90 天	1-2 天	5 天	61-127 天
智能浴室镜	25-30 天	35-90 天	1-2 天	5 天	66-127 天
电热毛巾架	25-30 天	35-90 天	1-2 天	5 天	66-127 天

注：境外线上销售模式一般为根据商品销售情况提前生产并备货至境外仓库，消费者于电商平台下单后 48 小时内，商品自境外仓库发货出库，商品预计妥投天数为 5 天。

报告期各期末，存货余额与公司订单、业务规模情况如下：

单位：万元

项目	2023 年度/ 2023 年 12 月 31 日	2022 年度/ 2022 年 12 月 31 日
存货余额	1,779.24	2,385.51
其中：原材料余额	1,136.89	1,210.56
库存商品、在产品、发出 商品余额	620.67	1,103.56
营业收入	6,737.07	7,804.01
存货余额/营业收入	26.41%	30.57%
在手订单金额	676.28	1,721.64
存货余额/在手订单金额	263.09%	138.56%
其中：原材料余额/在手订单金额	168.11%	70.31%
库存商品、在产品、发出 商品余额/在手订单金额	91.78%	64.10%

由上表可见，报告期各期末公司存货余额占营业收入的比重分别为 30.57% 和 26.41%，较为稳定，公司存货规模与业务规模匹配。

公司原材料占在手订单金额的比重分别为 70.31%和 168.11%，原材料余额波动较小，占比增加主要受在手订单金额减少影响。综合考虑产能及商品交期等因素，公司原材料的安全库存约为 1,100 万元，虽然 2022 年末在手订单较多，公司适当增加了原材料备货数量，但考虑产能限制，并未对原材料进行大规模备货，2023 年末在手订单减少，但考虑商品交期，原材料仍需维持安全库存。

库存商品、在产品及发出商品余额占在手订单金额的比重分别为 64.10%和 91.78%。2022 年末库存商品、在产品及发出商品余额占在手订单金额的比重较低，主要原因系 2022 年度销售规模增长较快，期末在手订单较多，部分订单尚未投入生产。2023 年期间，公司与客户的供需关系逐渐趋于稳定，2023 年末在

手订单金额较上年末减少，库存商品、在产品及发出商品余额占在手订单金额的比重增加。

总体而言，公司原材料余额基本维持在安全库存左右，波动相对较小，库存商品、在产品及发出商品余额与公司订单规模较为匹配。

2、存货规模与同行业可比公司相比是否存在较大差异

报告期各期末，公司存货规模与同行业可比公司对比情况如下：

单位：万元

公司名称	2023 年 12 月 31 日			2022 年 12 月 31 日		
	存货余额	营业成本	存货周转率（次）	存货余额	营业成本	存货周转率（次）
火焰山股	4,865.68	6,290.16	1.27	5,026.49	5,547.62	1.03
安泽电工	6,774.12	9,515.84	1.52	5,783.25	8,758.01	1.46
瑞能智慧	4,518.08	23,146.05	5.67	3,640.14	19,538.46	6.44
平均值	5,385.96	12,984.02	2.82	4,816.63	11,281.36	2.97
智先生	1,779.24	3,728.52	1.79	2,385.51	4,575.16	2.57

总体而言，公司规模小于同行业可比公司，存货余额与营业成本规模均小于同行业可比公司，存货周转率与同行业可比公司平均值无较大差异。

3、说明期后存货结转情况

报告期各期末，期后存货结转情况如下：

2023 年末

单位：万元

存货类别	账面余额	期后结转金额	期后结转比例（%）
原材料	1,136.88	525.66	46.24
库存商品	448.23	197.86	44.14
在产品	92.87	92.87	100.00
发出商品	79.57	79.57	100.00
周转材料	0.12	0.12	100.00
合同履约成本	21.57	21.57	100.00
合计	1,779.24	917.65	51.58

注：期后结转比例统计至 2024 年 5 月 31 日

2022 年末

单位：万元

存货类别	账面余额	期后结转金额	期后结转比例（%）
原材料	1,210.56	955.29	78.91
库存商品	777.09	758.48	97.60
在产品	263.60	263.60	100.00
发出商品	62.86	62.86	100.00
周转材料	36.82	36.82	100.00
合同履约成本	34.58	34.58	100.00
合计	2,385.51	2,111.63	88.52

注：期后结转比例统计至 2024 年 5 月 31 日

由上表可见，截至 2024 年 5 月 31 日，2022 年末及 2023 年末存货期后结转比例分别为 88.52%和 51.58%，其中库存商品的期后结转比例分别为 97.60%和 44.14%，2022 年末库存商品的期后结转情况良好，2023 年末库存商品的期后结转比例偏低。公司线下销售的订单完成周期约为 25-45 天，境内线上销售的订单完成周期约为 22-42 天，境外线上销售的订单完成周期约为 61-127 天，报告期内，公司境外线上销售占比增加，境外线上销售的订单完成周期相对较长，且 2-5 月为取暖设备销售淡季，导致 2023 年末库存商品的期后结转比例偏低。

（二）存货账龄结构、存货可变现净值的确定依据、存货跌价准备具体计提方法及跌价准备计提充分性，与可比公司是否存在明显差异。

1、存货账龄结构

2023 年末

单位：万元

存货类别	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	期末余额
原材料	849.80	265.70	2.10	19.28	1,136.88
库存商品	415.26	32.97			448.23
在产品	92.87				92.87
发出商品	79.57				79.57
周转材料	0.12				0.12
合同履约成本	21.57				21.57

存货类别	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	期末余额
合计	1,459.19	298.67	2.10	19.28	1,779.24

2022 年末

单位：万元

存货类别	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	期末余额
原材料	1,154.68	16.35	1.53	38.00	1,210.56
库存商品	755.08	22.01			777.09
在产品	263.60				263.60
发出商品	62.86				62.86
周转材料	36.82				36.82
合同履约成本	34.58				34.58
合计	2,307.62	38.36	1.53	38.00	2,385.51

报告期内，库龄在一年以内的存货占比分别为 96.73%和 82.01%，库龄一年以上的存货包括原材料及库存商品。

经查询同行业可比公司定期报告，同行业可比公司未对存货账龄结构进行披露。

2、存货可变现净值的确定依据

存货类别	可变现净值的确定依据
原材料	对于单价较高的主要原材料，公司按单个项目计提存货跌价准备，存货可变现净值按产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额确定。 对于数量繁多、单价较低的原材料，按类别计提存货跌价准备，存货组合的确定依据为显著影响可变现净值的库龄期间。公司原材料无保质期限制且产品毛利率较高，原材料跌价风险较小，但考虑到存货的价值存在随时间推移有所下降的风险，公司参考历史呆滞风险及未来市场需求并出于谨慎性考虑，综合评估库龄超过三年的原材料可变现净值为 0。
在产品	以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值。
库存商品	以单项存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。
周转材料	因周转材料金额较小且周转速度较快，跌价风险较小，但考虑到存货的价值存在随时间推移有所下降的风险，公司参考历史呆滞风险及未来市场需求并出于谨慎性考虑，综合评估库龄超过一年的周转材料可变现净值为 0。
发出商品	以单项存货的订单售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值。

3、存货跌价准备具体计提方法及跌价准备计提充分性，与可比公司是否存在明显差异

公司对不同类型存货的存货跌价准备具体计提方法如下：

存货类别	存货跌价准备具体计提方法
原材料	对于单价较高的主要原材料，公司按单个项目计提存货跌价准备，存货可变现净值按产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额确定。对于数量繁多、单价较低的原材料，按类别计提存货跌价准备，存货组合的确定依据为显著影响可变现净值的库龄期间。公司原材料无保质期限制且产品毛利率较高，原材料跌价风险较小，但考虑到存货的价值存在随时间推移有所下降的风险，公司参考历史呆滞风险及未来市场需求并出于谨慎性考虑，综合评估库龄超过三年的原材料可变现净值为0。公司期末对存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰低计提或调整存货跌价准备。
在产品	以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值。公司期末对存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰低计提或调整存货跌价准备。
库存商品	以单项存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。公司期末对存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰低计提或调整存货跌价准备。
周转材料	因周转材料金额较小且周转速度较快，跌价风险较小，但考虑到存货的价值存在随时间推移有所下降的风险，公司参考历史呆滞风险及未来市场需求并出于谨慎性考虑，综合评估库龄超过一年的周转材料可变现净值为0。公司期末对存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰低计提或调整存货跌价准备。
发出商品	以单项存货的订单售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值。公司按存货的成本与可变现净值孰低计提或调整存货跌价准备。

同行业可比公司存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备计提方法如下：

公司名称	存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备计提方法
安泽电工	①产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，以合同价格作为其可变现净值的计量基础；如果持有存货的数量多于销售合同订购数量，超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为计量基础。用于出售的材料等，以市场价格作为其可变现净值的计量基础。②需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。如果用其生产的产成品的可变现净值高于成本，则该材料按成本计量；如果材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本，则该材料按可变现净值计量，按其差额计提存货跌价准备。③存货跌价准备一般按单个存货项目计提；对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提。④资产负债表日如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，则减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备的金额内转回，转回的金额计入当期损益。

公司名称	存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备计提方法
火焰山股	资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量，并按单个存货项目计提存货跌价准备，但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备。存货可变现净值的确定依据：①产成品可变现净值为估计售价减去估计的销售费用和相关税费后金额；②为生产而持有的材料等，当用其生产的产成品的可变现净值高于成本时按照成本计量；当材料价格下降表明产成品的可变现净值低于成本时，可变现净值为估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额确定。③持有待售的材料等，可变现净值为市场售价。
瑞能智慧	资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量。存货可变现净值是按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响，除有明确证据表明资产负债表日市场价格异常外，本期期末存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定，其中：（1）产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；（2）需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或者类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，转回的金额计入当期损益。

由上表可见，公司存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备计提方法与同行业可比公司无显著差异。

报告期内，公司与同行业可比公司存货跌价准备计提比例如下：

公司名称	2023 年度	2022 年度
安泽电工	11.39%	15.47%
火焰山股	1.86%	6.87%
瑞能智慧	2.33%	1.69%
平均值	5.19%	8.01%
智先生	1.15%	1.66%

公司的存货跌价准备计提比例低于同行业可比公司平均值，与以境外销售业务为主的瑞能智慧差异较小。

公司的存货以原材料为主，主要原材料铝板、铝型材、树脂布、钢材、玻璃

等通用性强且使用期限较长，跌价风险较低。同时由于公司在产品类型、业务模式、客户结构、区域市场与同行业可比公司有所不同，公司的产品销售毛利率高于同行业可比公司，报告期内基本未出现以存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额低于存货成本的情况。因此，公司存货跌价风险较低。

由于公司存在各类电子元器件、五金配件、电源线等数量繁多、单价较低的原材料，公司在对单个项目存货采用可变现净值与成本孰低法计算存货跌价准备的基础上，对数量繁多、单价较低的原材料、周转材料等按类别计提存货跌价准备，以显著影响存货可变现净值的库龄期间确定存货组合类别，对库龄超过三年的存货，公司参考历史呆滞风险及未来市场需求并出于谨慎性考虑，综合评估其可变现净值为0，对其全额计提存货跌价准备。报告期内，公司存货跌价准备的计提充分。

综上所述，公司存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备计提方法与同行业可比公司无显著差异，报告期内，公司存货跌价准备的计提充分，公司存货跌价准备计提比例低于同行业可比公司具有合理性。

（三）各类存货具体形态、分布地点及相应占比，存货盘点方案及合理性；说明各期末各类存货盘点情况、是否存在账实不符的情形，存货（单独说明对境外仓库存货）内控管理制度的建立及执行情况。

报告期各期末，公司存货类型、分布地点、占比及存货盘点方案如下：

2023 年 12 月 31 日

单位：万元

存货类型	分布地点	存货余额	占比	存货盘点方案
原材料	境内公司厂区	1,119.67	62.93%	实地盘点
原材料	境内第三方仓库（菁柯仓库、庆亚仓库、远沙仓库、坤载仓库）	17.22	0.97%	与对方进行对账确认
在产品	境内公司厂区	92.87	5.22%	实地盘点
周转材料	境内公司厂区	0.12	0.01%	实地盘点
库存商品	境内公司厂区	243.34	13.68%	实地盘点

存货类型	分布地点	存货余额	占比	存货盘点方案
库存商品	捷克仓库（捷克） （注 1）	101.13	5.68%	1、视频盘点 2、与对方进行对账确认
库存商品	英国仓库（英国） （注 2）	0.86	0.05%	与对方进行对账确认
库存商品	橙联仓库（英国） （注 3）	11.80	0.66%	实时导出橙联平台库存报告
库存商品	橙联仓库（美国） （注 3）	0.14	0.01%	实时导出橙联平台库存报告
库存商品	亚马逊仓库（英国） （注 4）	2.93	0.16%	实时导出亚马逊平台库存报告
库存商品	亚马逊仓库（美国） （注 4）	12.53	0.70%	实时导出亚马逊平台库存报告
库存商品	亚马逊仓库（欧洲） （注 4）	2.47	0.14%	实时导出亚马逊平台库存报告
库存商品	由境内仓库发往境外仓库途中	73.02	4.10%	-
发出商品	发往客户途中	79.57	4.47%	-
合同履约成本	-	21.57	1.21%	-
合计	-	1,779.24	100.00%	-

注 1：捷克仓库为 BYECOLDEUS.R.O 所有的海外仓库，公司将商品发送至该仓库，由 BYECOLDEUS.R.O 负责商品入库收货、商品销售发货及商品仓储管理，公司向其支付运费及仓储服务费。

注 2：英国仓库为 Infrared Heating Panels Ltd 所有的海外仓库，公司将商品发送至该仓库，由 Infrared Heating Panels Ltd 负责商品入库收货、商品销售发货及商品仓储管理，公司向其支付运费及仓储服务费。

注 3：橙联（中国）有限公司为国际化供应链服务及仓配物流提供商，公司将商品发送至橙联仓库，由其负责商品入库收货、商品销售发货及商品仓储管理，公司向其支付运费及仓储服务费。

注 4：亚马逊平台提供亚马逊物流服务（FBA, Fulfillment By Amazon），对于使用该服务的商品，公司将商品发送至亚马逊仓库，由其负责商品入库收货、商品销售发货及商品仓储管理，公司向其支付运费及仓储服务费。

2022 年 12 月 31 日

单位：万元

存货类型	分布地点	存货余额	占比	存货盘点方案
原材料	境内公司厂区	1,201.69	50.37%	实地盘点
原材料	境内第三方仓库（菁柯仓库、庆亚仓库）	8.87	0.37%	与对方进行对账确认
在产品	境内公司厂区	263.60	11.05%	实地盘点
周转材料	境内公司厂区	36.82	1.54%	实地盘点

存货类型	分布地点	存货余额	占比	存货盘点方案
库存商品	境内公司厂区	543.27	22.77%	实地盘点
库存商品	捷克仓库（捷克） （注 1）	147.67	6.19%	与对方进行对账确认
库存商品	橙联仓库（英国） （注 2）	4.13	0.17%	-
库存商品	亚马逊仓库（美国） （注 3）	10.31	0.43%	-
库存商品	由境内仓库发往境外仓库途中	71.71	3.01%	-
发出商品	发往客户途中	62.86	2.64%	-
合同履约成本	-	34.58	1.45%	-
合计		2,385.51	100.00%	-

注 1：捷克仓库为 BYECOLDEUS.R.O 所有的海外仓库，公司将商品发送至该仓库，由 BYECOLDEU S.R.O 负责商品入库收货、商品销售发货及商品仓储管理，公司向其支付运费及仓储服务费。

注 2：橙联（中国）有限公司为国际化供应链服务及仓配物流提供商，公司将商品发送至橙联仓库，由其负责商品入库收货、商品销售发货及商品仓储管理，公司向其支付运费及仓储服务费。

注 3：亚马逊平台提供亚马逊物流服务（FBA, Fulfillment By Amazon），对于使用该服务的商品，公司将商品发送至亚马逊仓库，由其负责商品入库收货、商品销售发货及商品仓储管理，公司向其支付运费及仓储服务费。

上述存货中，存放于境内公司厂区的存货占比分别为 85.73%和 81.84%，对于此类存货，公司进行实地盘点。存放在境内第三方仓库的存货占比分别为 0.37%和 0.97%，金额较小，对于此类存货，出于盘点成本考虑，公司通过与对方对账方式对存货库存情况进行确认。存放于境外第三方仓库的存货占比分别为 6.79%和 7.40%，其中存放于捷克仓库的存货占比为 6.19%和 5.68%，捷克仓库为公司境外商品最主要的存放仓库，受实地盘点条件限制影响，对存放于捷克仓库的存货，公司通过视频盘点结合与对方进行对账方式对存货库存情况进行确认。存放在英国仓库的存货金额较小，公司通过与对方对账方式对存货库存情况进行确认。对于存放在橙联仓库及亚马逊仓库中的存货，橙联平台及亚马逊平台实时提供存货库存信息，公司通过导出平台库存报告对存货库存情况进行确认。综上所述，公司根据实地盘点条件及存货余额重要性制定存货盘点方案，具有合理性。

报告期各期末，公司各类存货盘点情况如下：

2023 年 12 月 31 日

存货类型	分布地点	存货盘点方案	存货余额	盘点金额	盘点比例
原材料、在产品、周转材料、库存商品	境内公司厂区	实地盘点	1,456.00	1,455.88	99.99%
原材料	境内第三方仓库（菁柯仓库、庆亚仓库、远沙仓库、坤载仓库）	与对方进行对账确认	17.22	17.22	100.00%
库存商品	捷克仓库（捷克）	1、视频盘点 2、与对方进行对账确认	101.13	视频盘点金额为 55.25 万元，对账确认金额为 101.13 万元	视频盘点比例为 54.63%，对账确认比例为 100.00%
库存商品	英国仓库（英国）	与对方进行对账确认	0.86	0.86	100.00%
库存商品	橙联仓库（英国）	实时导出橙联平台库存报告	11.80	11.80	100.00%
库存商品	橙联仓库（美国）	实时导出橙联平台库存报告	0.14	0.14	100.00%
库存商品	亚马逊仓库（英国）	实时导出亚马逊平台库存报告	2.93	2.93	100.00%
库存商品	亚马逊仓库（美国）	实时导出亚马逊平台库存报告	12.53	12.53	100.00%
库存商品	亚马逊仓库（欧洲）	实时导出亚马逊平台库存报告	2.47	2.47	100.00%

2022 年 12 月 31 日

存货类型	分布地点	存货盘点方案	存货余额	盘点金额	盘点比例
原材料、在产品、周转材料、库存商品	境内公司厂区	实地盘点	2,045.38	2,008.55	98.20%
原材料	境内第三方仓库（菁柯仓库、庆亚仓库）	与对方进行对账确认	8.87	8.87	100.00%
库存商品	捷克仓库（捷克）	与对方进行对账确认	147.67	147.67	100.00%

在公司存货盘点过程中，少部分存货存在账实不符的情况，原因系存货实物出入库及账面记录之间存在时间差异，剔除时间线差异后，不存在账实不符的情况。

公司已建立完善有效的存货内部控制制度，覆盖了从采购验收入库、付款、日常仓库管理、盘点、领用、明细账登记以及销售处置等实物流转和保管的各个环节。存货相关内部控制制度关键控制点如下：

1、公司建立存货业务的岗位责任制，明确相关部门和岗位的职责权限，确保办理存货业务的不相容岗位相互分离、制约和监督；

2、公司明确了存货的取得、验收与入库、仓储与保管、领用、处置、销售等环节的控制要求，并做好相应的会计记录，如实记载各环节业务的开展情况，确保存货业务全过程得到有效控制；

3、公司财务部门按照国家统一的会计制度的规定，根据公司采购部提供的采购发票，入库单等单据，对验收合格后入库的存货及时办理入账手续，正确勾稽入库存货的数量与金额；

4、公司建立健全存货清查盘点制度，对各类存货进行实地定期清查和盘点，及时发现并掌握存货的灭失、损坏、变质和长期积压等情况。存货发生盘盈、盘亏的，应查明原因，分清责任，并及时报告有关部门，及时进行处理；

5、公司建立存货核算体制。财务部门设置总账和明细分类账、存货收发存明细账，按照存货编码反映存货收发存情况。

针对境外仓库存货，公司为了减少仓库的建设成本和管理成本，公司将境外存货存放在第三方仓库保管。公司的境外仓库主要是为了对接亚马逊平台、ebay平台和 Shopify 独立站的销售，针对存放在不同境外仓库的存货，公司设立了不同的存货管理制度，具体如下：

1、存放在捷克仓库及英国仓库的存货

公司通过共享文档形式实时获取捷克仓库及英国仓库存货明细。

公司将境内仓库库存商品发往捷克仓库及英国仓库进行备货，公司跨境电商部业务员根据商品物流信息，通知境外仓库人员进行商品收货，收货后由境外仓库人员更新库存明细。

公司客户下单后，公司跨境电商部业务员填写发货申请，经部门经理审批后，由公司跨境电商部业务员将收件人信息、发货型号、发货数量等信息告知境外仓库人员，由其进行发货，并在发货完成后将发货单号告知公司跨境电商部业务员，由业务员将发货单号上传至电商平台，完成商品发货流程。

每日终结，境外仓库人员于共享文档中更新仓库存货明细，由公司跨境电商部业务员进行核对确认。

每月终结，公司跨境电商部业务员核对存货库存数量，并与对方进行确认，确认后提交财务部门，财务部门人员根据销售记录以及存货收发存记录进行核对，核对无误后，于公司存货管理系统中进行登记。

每年终结，公司选取部分存货进行视频盘点，验证存货的真实性、准确性。

2、存放在橙联仓库的存货

公司将境内仓库库存商品发往橙联仓库进行备货。公司于橙联平台提交发货需求，由橙联平台将货物运输至橙联仓库，并实时更新库存报告。

公司客户下单后，公司跨境电商部业务员填写发货申请，经部门经理审批后，由公司跨境电商部业务员将收件人信息、发货型号、发货数量等信息上传至橙联平台，由橙联平台进行发货，发货后生成发货单号，由公司跨境电商部业务员将发货单号上传至电商平台，完成商品发货流程。

每月终结，公司跨境电商部业务员由橙联平台导出实时库存报告，确认后提交财务部门，财务部门人员根据销售记录以及存货收发存记录进行核对，核对无误后，于公司存货管理系统中进行登记。

3、存放在亚马逊仓库的存货

对于使用亚马逊物流服务（FBA, Fulfillment By Amazon）的商品，公司将境内仓库库存商品发往亚马逊仓库进行备货，商品发货前公司跨境电商部业务员于

亚马逊平台上传发货计划，并于商品上贴明标签。商品运抵亚马逊仓库后，亚马逊仓库根据标签进行商品收货入库，并实时更新库存报告。

公司客户下单后，亚马逊仓库自行进行商品发货，并实时更新库存报告。

每月终结，公司跨境电商部业务员由亚马逊平台导出实时库存报告，确认后提交财务部门，财务部门人员根据销售记录以及存货收发存记录进行核对，核对无误后，于公司存货管理系统中进行登记。

综上所述，公司已建立与存货相关的内控管理制度，并于报告期内按照上述内控管理制度进行执行，内控执行有效。

（四）以备货产生的运输费计入合同履约成本的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定，公司合同履约成本的核算方式，与同行业可比公司的处理是否一致。

根据企业会计准则规定，“合同履约成本”核算企业为履行当前或预期取得的合同所发生的、不属于其他企业会计准则规范范围且按照本准则应当确认为一项资产的成本。“合同履约成本”应同时满足下列条件：①该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关；②该成本增加了企业未来用于履行（包括持续履行）履约义务的资源；该成本预期能够收回。

公司将商品运输至海外仓库进行备货而产生的运输费及仓储费系履行当前境外销售合同或预期取得境外销售合同所发生的必要支出，与当前或预期取得的合同直接相关，该成本使得公司能够快速响应境外销售合同，满足境外电商平台发货时效要求，增加了企业未来用于履行履约义务的资源，且该成本预期能够收回。因此将其计入合同履约成本符合《企业会计准则》的规定。

公司合同履约成本的核算方式如下：

公司于支出上述费用时通过“合同履约成本”科目进行核算，于商品自海外仓库销售出库，客户取得商品控制权时，确认收入实现，同时将分摊至该商品的“合同履约成本”结转计入“主营业务成本”，“合同履约成本”的期末余额为海外仓库中库存商品所需承担的相关运输费及仓储费。

同行业可比公司中瑞能智慧 2022 年年末合同履约成本余额为 0，2023 年年末合同履约成本余额为 168.10 万元，年报中未披露合同履约成本的具体核算情况。火焰山股及安泽电工 2022 年年末及 2023 年年末合同履约成本余额均为 0。同行业可比公司与公司的合同履约成本余额不具有可比性主要原因系同行业可比公司与公司的业务模式不同，根据其披露的定期报告，同行业可比公司未披露将商品备货至海外仓库的相关事项。

二、中介机构核查程序及核查意见

请主办券商及会计师：（1）核查上述问题并发表明确意见。（2）说明期末存货的监盘比例及监盘结论，单独说明境外仓库存货的核查手段、比例及结论，并对存货期末余额是否真实存在、计价是否准确、成本费用的结转金额及时点是否准确，各存货项目跌价准备计提是否合理、充分，相关内控制度是否完善并有效执行，并发表明确意见。（3）核查报告期各期存货变动与收入成本的匹配性，是否存在利用存货科目跨期调节收入、利润的情形，并发表明确意见。

（一）核查上述问题并发表明确意见

（1）核查程序

- 1、获取公司销售合同台账，向公司财务负责人了解存货备货、发货周期和一般情况下订单完成周期，核查存货余额与订单、业务规模的匹配性；
- 2、通过查阅同行业可比公司公开披露的定期报告，对比公司存货规模与同行业可比公司是否存在较大差异；
- 3、获取期后存货结转明细，复核期后结转金额及结转比例；
- 4、获取存货明细表，计算存货账龄结构，了解公司存货可变现净值的确定依据与存货跌价准备具体计提方法，并与同行业可比公司进行对比，评估公司存货跌价计提方法的合理性；获取公司存货跌价准备计提明细表，复核存货跌价准备计提金额的准确性，对比同行业可比公司存货跌价计提比例，评估公司存货跌价计提的充分性、与同行业可比公司存货跌价计提比例存在差异的合理性；
- 5、通过存货明细表，了解各类存货具体形态、分布地点及相应占比，获取存货盘点表，复核其盘点结果，对存货执行监盘程序，监盘过程中观察存货状态，检查是否存在长库龄滞销或损坏的存货；

6、查阅存货相关的内控管理制度，了解公司针对境外仓库存货的内控管理制度，评价内部控制制度设计的合理性，并对执行有效性进行测试；

7、了解公司对合同履约成本的会计处理方法，判断是否符合《企业会计准则》的规定，并与同行业可比公司进行对比。

(2) 核查结论

1、公司存货余额与业务规模相匹配；公司原材料余额基本维持在安全库存左右，波动相对较小，库存商品、在产品及发出商品余额与公司订单规模较为匹配；受公司规模影响，存货规模小于同行业可比公司，截至 2024 年 5 月 31 日，2022 年末及 2023 年末存货结转比例分别为 84.77%和 51.58%；

2、公司存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备计提方法与同行业可比公司无显著差异，报告期内，公司存货跌价准备的计提充分，公司存货跌价准备计提比例低于同行业可比公司具有合理性；

3、公司针对不同形态及不同分布地点的存货，制定了不同的盘点方案，具有合理性。在期末存货盘点过程中，少部分存货存在账实不符的情况，原因系存货实物出入库及账面记录之间存在时间差异，剔除时间差异后，不存在账实不符的情况。存货状态正常，不存在长库龄滞销或损坏的存货；

4、公司已建立存货相关的内控管理制度，单独针对境外仓库存货建立了不同的内控管理制度，内部控制设计合理、执行有效；

5、以备货产生的运输费计入合同履约成本的会计处理符合《企业会计准则》的相关规定。

(二) 说明期末存货的监盘比例及监盘结论，单独说明境外仓库存货的核查手段、比例及结论，并对存货期末余额是否真实存在、计价是否准确、成本费用的结转金额及时点是否准确，各存货项目跌价准备计提是否合理、充分，相关内控制度是否完善并有效执行，并发表明确意见。

报告期各期末，主办券商及会计师对公司存货的监盘情况如下：

2023 年 12 月 31 日

存货类型	分布地点	存货盘点方案	存货监盘方案	存货余额	监盘金额	监盘比例	监盘结论
原材料、在产品、周转材料、库存商品	境内公司厂区	实地盘点	实地监盘	1,456.00	1,455.88	99.99%	账实相符
库存商品	捷克仓库（捷克）	视频盘点	视频监盘	101.13	55.25	54.63%	不符金额为 0.29 万元，原因系销售退货商品尚未于账面登记入库，剔除时间差异后，不存在账实不符的情况。

2022 年 12 月 31 日

存货类型	分布地点	存货盘点方案	存货监盘方案	存货余额	监盘金额	监盘比例	监盘结论
原材料、在产品、周转材料、库存商品	境内公司厂区	实地盘点	实地监盘	2,045.38	2,008.55	98.20%	账实相符

经监盘，除少部分存货因实物出入库时间与账面登记时间存在差异导致账实不符外，存货账实相符，存货状况正常，不存在长库龄滞销或损坏的存货。

对于存放于境内第三方仓库的存货，因存货余额较小，主办券商及会计师未进行实地监盘，通过核查境内第三方仓库提供的存货对账单并选取样本实施存货函证验证存货的真实性、完整性，具体情况如下：

单位：万元

项目	2023 年末	2022 年末
存放于境内第三方仓库的存货余额①	17.22	8.87
核查存货对账单可确认金额②	17.22	8.87
核查存货对账单可确认比例③	100.00%	100.00%
函证程序可确认金额④	17.07	8.87
函证可确认比例⑤=④/①	99.13%	100.00%

对于发出商品，由于无法进行实地监盘，主办券商及会计师抽取部分发出商品核查出库单及客户签收单或报关单，验证存货的真实性、完整性，具体情况如

下:

单位: 万元

项目	2023 年末	2022 年末
发出存货余额①	79.57	62.86
通过出库单及客户签收单或报关单可确认金额②	62.09	56.59
通过出库单及客户签收单或报关单可确认比例③=②/①	78.03%	90.03%

针对境外存货, 主办券商及会计师的核查情况如下:

1、对于存放于捷克仓库、英国仓库的存货, 通过核查捷克仓库、英国仓库提供的存货对账单、选取样本实施存货函证及视频监盘方式验证存货的真实性、完整性, 具体情况如下:

单位: 万元

项目	2023 年末	2022 年末
存放于捷克仓库、英国仓库的存货余额①	101.99	147.67
核查存货对账单可确认金额②	101.99	147.67
核查存货对账单可确认比例③=②/①	100.00%	100.00%
函证程序可确认金额④	101.13	137.31
函证可确认比例⑤=④/①	99.16%	92.99%
视频监盘可确认金额⑥	55.25	-
视频监盘可确认比例⑦=⑥/①	54.17%	-

2、对于存放在亚马逊仓库、橙联仓库的存货, 由于平台不接受函证, 主办券商及会计师督导公司于存货盘点日实时导出平台的存货库存报告, 验证存货的真实性、完整性, 具体情况如下:

单位: 万元

项目	2023 年末	2022 年末
存放于亚马逊仓库、橙联仓库存货余额①	29.87	14.44
存货库存报告可确认金额②	29.87	-
存货库存报告可确认比例③=②/①	100.00%	-

由于平台的存货库存报告只能导出实时情况, 无法导出历史库存情况, 因此主办券商及会计师通过亚马逊仓库、橙联仓库的进销存情况验证 2022 年末的存货库存情况, 通过进销存情况验证的存货余额为 14.44 万元。

3、对于公司由境内仓库发往境外仓库途中的存货，该类存货于各期报告期末尚未抵达境外仓库，主办券商及会计师通过境内仓库出库单及境外仓库入库单，并抽取部分存货的清关文件验证存货的真实性、完整性，具体情况如下：

单位：万元

项目	2023 年末	2022 年末
自境内仓库运输至境外仓库的在途存货①	73.02	71.71
通过出入库单可确认金额②	52.04	65.44
通过出入库单可确认比例③=②/①	71.27%	91.26%

综上所述，主办券商及会计师通过存货实地监盘、视频监盘、存货函证、核查第三方仓库提供的存货对账单、核查存货库存报告、核查出库单、报关单等确认的存货余额分别为 2,287.12 万元和 1,719.09 万元，占报告期各期末存货余额的比重分别为 95.88%和 96.62%。

经核查，主办券商及会计师认为存货期末余额真实存在。

除上述核查程序外，主办券商及会计师执行了如下核查程序以验证存货计价准确性、成本费用结转金额及时点的准确性：

1、获取报告期内采购大表，检查采购合同、验收入库单、发票等支持性文件，并与账面记录对比；走访报告期内主要供应商，选取样本对报告期各期末的应付账款/预付账款余额以及报告期内的采购金额实施函证程序，核查存货采购的真实性、准确性、完整性；

2、获取报告期内存货收发存明细表，抽取样本进行存货计价测试，复核存货成本计量的准确性；根据存货发出计价方法重新测算存货发出计价在报告期内是否一致，并分析存货发出结转成本是否准确和完整；编制成本倒轧表，并与原材料、人工成本和制造费用的发生额进行勾稽，检查成本结转是否完整。

经核查，主办券商及会计师认为存货计价准确、成本费用的结转金额及时点准确。

对存货跌价准备计提是否合理、充分性，相关内控制度是否完善并有效执行的核查程序及核查意见详见本问题之“（一）核查上述问题并发表明确意见”。

（三）核查报告期各期存货变动与收入成本的匹配性，是否存在利用存货科目跨期调节收入、利润的情形，并发表明确意见。

单位：万元

项目	2023 年度/2023 年 12 月 31 日		2022 年度/2022 年 12 月 31 日
	金额	增长率（%）	金额
收入	6,737.07	-13.67%	7,804.01
成本	3,728.52	-18.51%	4,575.16
存货	1,779.24	-25.41%	2,385.51
其中：原材料	1,136.88	-6.09%	1,210.56

公司整体存货变动与收入成本趋势一致，其中原材料余额下降幅度小于收入成本下降幅度，主要原因系期末为取暖设备销售旺季且公司产品型号繁多，为了保障产品交期，公司需维持不同类别、不同型号原材料的安全库存。

主办券商及会计师执行了以下核查程序：

- 1、获取收入成本明细表，检查销售数量与结转成本数量是否匹配；
- 2、通过查验出库单、报关单或签收记录、期后结转销售情况对期末发出商品的真实性、准确性进行核查；
- 3、执行销售截止测试，检查是否存在跨期确认收入的情况；
- 4、对期末存货执行监盘程序，检查期末存货账实是否相符。

综上所述，公司报告期各期存货变动与收入成本具备可匹配性，公司不存在利用存货科目跨期调节收入、利润的情形。

问题 6.其他事项

（1）关于子公司

根据申报文件，勾藤电子为公司重要子公司，勾藤电子、宜欧客系非同一控制下企业合并取得，其中宜欧客收购价格为 0.2 万元。请公司：①说明现有组织架构下对母公司、子公司的业务定位合作模式及未来规划，子公司实际主营业务情况、业务相关度、与公司业务的协同关系、资产、负债、技术、人员分布、公司子公司对公司收入、利润的贡献等情况，分别按母公司、子公司补充说明主要产品的分布信息，是否主要依靠子公司拓展业务；②说明收购子公司股权的背景、原因、必要性、定价依据及公允性、实际主营业务情况，收购后对公司业务

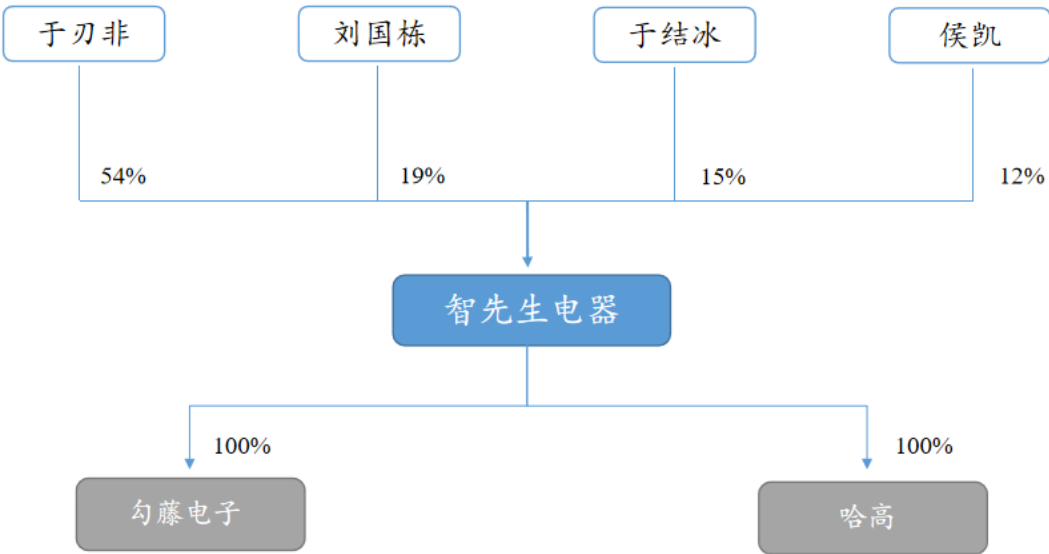
发挥的作用、对公司经营的具体影响，在合并报表内的入账价值及依据；③核对公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业、参股企业的基本情况，说明相关信息披露是否准确、完整。请主办券商和律师补充核查并发表明确意见。

一、公司说明

（一）说明现有组织架构下对母公司、子公司的业务定位合作模式及未来规划，子公司实际主营业务情况、业务相关度、与公司业务的协同关系、资产、负债、技术、人员分布、公司子公司对公司收入、利润的贡献等情况，分别按母公司、子公司补充说明主要产品的分布信息，是否主要依靠子公司拓展业务；

1、现有组织架构下对母公司、子公司的业务定位合作模式及未来规划

截至本回复出具之日，公司组织架构如下：



故目前公司有两个全资子公司徐州勾藤电子科技有限公司及哈高新材料研发（邳州）有限公司，两个子公司相关情况如下：

（1）徐州勾藤电子科技有限公司

公司名称	徐州勾藤电子科技有限公司		
成立日期	2010-10-19		
注册资本	100 万元	实收资本	100 万元
注册地	徐州市云龙区世茂广场商业外街 6、SOHO3、SOHO4 号楼 2-513		
主要生产经营地	江苏省徐州市		
股东构成	挂牌公司持股 100%		
经营范围	许可项目：货物进出口；技术进出口；进出口代理（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）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；电子产品销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；家用电器销售；金属制品销售；照明器具销售；家用电器零配件销售；智能家庭消费设备销售；智能仪器仪表销售；办公设备销售；制冷、空调设备销售；可穿戴智能设备销售；物联网设备销售；物联网应用服务；物联网技术服务；家居用品销售；日用百货销售；金属工具销售；家具销售；厨具卫具及日用杂品批发；厨具卫具及日用杂品零售；五金产品批发；五金产品零售；软件开发；建筑装饰材料销售（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）限分支机构经营：家用电器制造		
母公司、子公司的业务定位合作模式	取暖设备的销售，为智先生电器进行销售拓展，主要在亚马逊等境外第三方平台上进行取暖设备的销售。		
未来规划	进一步在亚马逊等境外第三方平台上进行取暖设备的销售		

(2) 哈高新材料研发（邳州）有限公司

公司名称	哈高新材料研发（邳州）有限公司		
成立日期	2022-03-17		
注册资本	20 万元	实收资本	20 万元
注册地	江苏省徐州市邳州市赵墩镇明珠工业园 666 号		
主要生产经营地	江苏省徐州市		
股东构成	挂牌公司持股 100%		
经营范围	一般项目：新材料技术研发；石墨烯材料销售；家用电器研发；家用电器制造；家用电器销售；家用电器零配件销售；日用家电零售；电子元器件制造；电子元器件批发；厨具卫具及日用杂品批发；互联网销售（除销售需要许可的商品）；货物进出口；技术进出口（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）		
母公司、子公司的业务定位合作模式	报告期内主要在天猫平台上对母公司的取暖设备进行销售		
未来规划	未来计划作为智先生的电热材料和电热元器件研发中心		

此外，在报告期内曾作为公司合并报表范围内的子公司徐州市宜欧客电子商务有限公司基本情况如下：

公司名称	徐州市宜欧客电子商务有限公司		
成立日期	2020-07-23		
注册资本	50 万元	实收资本	截至转出日未实缴出资
注册地	徐州市泉山区卧牛山路 10 号（卧牛山路 8 号）泉盛美家 9#商业幢 1 单元 104 号		
股东构成	挂牌公司原持股 100%，已于 2023 年 2 月 1 日将全部股权转出		
经营范围	一般项目：互联网销售（除销售需要许可的商品）；货物进出口；技术进出口；进出口代理；物联网设备销售；物联网应用服务；物联网技术服务；家居用品销售；日用百货销售；金属工具销售；厨具卫具及日用杂品批发；厨具卫具及日用杂品零售；家具销售；五金产品零售；五金产品批发；软件开发；可穿戴智能设备销售；建筑装饰材料销售；网络与信息安全软件开发；电子产品销售；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；家用电器销售；金属制品销售；办公设备销售；制冷、空调设备销售；照明器具销售；家用电器零配件销售；智能仪器仪表销售；智能家庭消费设备销售（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）		
母公司、子公司的业务定位合作模式	转出前，主要业务及定位与勾藤类似，从事取暖设备的销售，在亚马逊等境外第三方平台上进行取暖设备的销售，为挂牌公司进行销售拓展		
目前状态	业务定位与勾藤电子重合，智先生已将其股权转出		

2、子公司实际主营业务情况、业务相关度、与公司业务的协同关系、资产、负债、技术、人员分布、公司子公司对公司收入、利润的贡献等情况

子公司实际主营业务情况、业务相关度、与公司业务的协同关系、资产、负债、技术、人员情况如下表：

公司名称	智先生 （截至 2023 年 12 月 31 日/2023 年度）	勾藤电子 （截至 2023 年 12 月 31 日/2023 年度）	占公司合并口径相关指标比例	哈高新材料 （截至 2023 年 12 月 31 日/2023 年度）	占公司合并口径相关指标比例
公司性质	母公司	子公司	-	子公司	-
实际主营业务情况	智能取暖电热设备及电热材料的研发、生产和销售	境外线上取暖设备的销售	-	报告期内在境内线上（主要系天猫平台）对母公司的取暖设备进行销售	-

公司名称	智先生 (截至 2023 年 12 月 31 日/2023 年度)	勾藤电子 (截至 2023 年 12 月 31 日/2023 年度)	占公司合并口径相关指标比例	哈高新材料 (截至 2023 年 12 月 31 日/2023 年度)	占公司合并口径相关指标比例
业务相关度、与公司业务的协同关系	-	勾藤电子通过亚马逊等境外第三方平台上进行取暖设备的销售，系智先生下游，可为智先生进行销售拓展，与公司业务具有较强关联性	-	未来主要作为智先生的研发中心，与公司未来业务具有相关性	-
总资产	6,358.00 万元	915.88 万元	14.41%	19.07 万元	0.30%
净资产	5,054.48 万元	588.48 万元	11.64%	6.48 万元	0.13%
收入	6,737.07 万元	1,769.25 万元	26.26%	5.58 万元	0.08%
净利润	1,436.92 万元	257.02 万元	17.89%	-8.06 万元	-0.56%
专利情况	40 个	0	0	0	0
技术	中高温石墨烯电热浆料、远红外涂料技术等	无	-	无	-
人员	135 人	2 人	1.48%	1 人	0.74%

综上，勾藤电子作为公司的境外线上销售主体，为智先生进行销售拓展，与公司业务具有较强关联性，2023年度收入、净利润分别为1,769.25万元、257.02万元，占合并口径的比例分别为26.26%、17.89%，对公司收入、利润具有一定贡献；哈高新材料曾主要作为公司在天猫平台上的销售主体对母公司的取暖设备进行销售，未来主要作为智先生的研发中心，对公司收入、利润贡献较小。

3、分别按母公司、子公司补充说明主要产品的分布信息，是否主要依靠子公司拓展业务；

类别	公司简称	主要产品的分布情况
母公司	智先生电器	取暖器、智能浴室镜、电热毛巾架和配件
子公司	勾藤电子	未进行具体产品生产，主要通过亚马逊等境外第三方平台上进行母公司取暖设备的销售拓展
子公司	哈高新材料	未进行具体产品生产，报告期内曾在天猫平台上对母公司的取暖设备进行销售，未来计划作为智先生的电热材料和电热元器件研发中心

报告期内，公司以境外市场为主，境外销售占营业收入比例分别为 66.96% 及 89.14%，主要集中于欧洲发达国家和地区。境外客户的开拓业务，特别是境外线下客户的开发方式主要为公司通过邮件自主开发建立联系、获取订单。线上

销售订单的获取方式为终端消费者直接在自营店铺下单。

自成立以来，公司凭借自身的资质优势、技术开发和转化经验、成本优势以及协同效应，积极拓展业务，已具备一定规模优势和品牌知名度。目前勾藤电子主要作为公司亚马逊等境外线上平台的取暖设备销售主体，哈高新材料报告期内曾在天猫平台上对母公司的取暖设备进行销售，未来计划作为公司研发中心。故公司具备独立拓展业务的能力，不依赖于子公司拓展业务。

（二）说明收购子公司股权的背景、原因、必要性、定价依据及公允性、实际主营业务情况，收购后对公司业务发挥的作用、对公司经营的具体影响，在合并报表内的入账价值及依据；

1、收购子公司股权的背景、原因及必要性

（1）收购勾藤电子的背景、原因及必要性

徐州勾藤电子科技有限公司最初于 2010 年 10 月设立，当时名称为徐州环城数码科技有限公司，股东为刘明志、刘奇。于刃非于 2012 年 4 月将该公司收购，收购后更名为徐州勾藤电子科技有限公司，专门从事电器贸易。2015 年，于结冰成立徐州百可得电器有限公司（智先生电器前身），从事取暖设备的研发、生产及销售，邀请其弟弟于刃非共同进行公司的经营管理及智能取暖产品的研发设计。为专心从事智先生管理、研发工作，于刃非与侯凯及胥愿协商，于 2017 年 9 月将勾藤电子股权转让给侯凯及胥愿，全职加入智先生，并于当月从于结冰处受让 65.52 万元智先生股权，后经公司业务不断发展、规模不断扩大，经各位创始股东协商，基于于刃非的经营管理能力及研发能力，于刃非逐步成为智先生第一大股东。与此同时，由于勾藤的外贸业务开拓较为顺利，为进一步掌握销售渠道、延伸产业链，2022 年 8 月智先生将勾藤电子收购，作为全资子公司并表，故上述收购具有一定必要性。

（2）收购宜欧客的背景、原因及必要性

徐州市宜欧客电子商务有限公司成立于 2020 年 7 月，股东陶素芹系勾藤电子自然人股东及监事胥愿的母亲，其股权系替胥愿代持。2022 年 8 月智先生将勾藤电子收购，作为全资子公司并表，考虑宜欧客与勾藤电子的关联关系，此次收购将两个公司一并全资收购，同时作为公司的对外贸易公司，上述收购具有一定必要性。

2、收购的定价依据及其公允性、公司实际主营业务情况

（1）收购勾藤电子

本次收购定价依据为参考净资产评估值。根据徐州公正资产评估事务所于2022年7月25日出具的《徐州勾藤电子科技有限公司资产评估报告徐公评字(2022)第101号》评估报告，本次评估系为徐州勾藤电子科技有限公司股权转让核实净资产提供价值参考依据。经评估，截至2022年6月30日，勾藤电子净资产价值为130.77万元。

2022年8月，侯凯、胥愿分别与智先生有限签署《股权转让协议》，其中侯凯将勾藤电子95%的股权以人民币124.8732万元转让给受让方，胥愿将勾藤电子5%的股权以人民币6.5723万元转让给受让方，股权价格合计131.4455万元，本次转让定价系依据基准日2022年6月30日的净资产评估值作为基础，具备公允性。

勾藤电子公司的实际主营业务情况如下：

主要财务数据	截至2022年6月30日（评估基准日），勾藤电子净资产130.77万元；2022年1-6月，勾藤电子营业收入371.35万元，净利润-18.86万元。
人员情况	截至2022年6月30日，勾藤电子总员工人数为4人。
相关资质	对外贸易经营权
主营业务及其与挂牌公司业务关联性	勾藤的主要业务为取暖设备的销售，定位为通过亚马逊等境外第三方平台上进行取暖设备的销售，系智先生下游，可为智先生进行销售拓展，与公司业务具有较强关联性。

（2）收购宜欧客

收购宜欧客定价依据为参考净资产评估值。根据徐州公正资产评估事务所于2022年7月15日出具的《徐州市宜欧客电子商务有限公司资产评估报告徐公评字(2022)第211号》评估报告，本次评估系为徐州市宜欧客电子商务有限公司股权转让核实净资产提供价值参考依据。经评估，截至2022年6月30日，宜欧客净资产价值为2,000.00元。

2022年7月，陶素芹与智先生有限签署《股权转让协议》，陶素芹将持有的宜欧客100%的股权作价2,000.00元转让给智先生有限。本次转让定价系依据基准日2022年6月30日的净资产评估值作为基础，具备公允性。

宜欧客的主营业务和经营情况如下：

主要财务数据	截至 2022 年 6 月 30 日（评估基准日），宜欧客账面总资产 43,124.87 元，净资产 2,000.00 元；2022 年 1-6 月，宜欧客营业收入 0 元，净利润 0 元。
人员情况	截至 2022 年 6 月 30 日，宜欧客总员工人数为 1 人。
相关资质	《对外贸易经营者备案登记表》《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》
主营业务及其与挂牌公司业务关联性	转出前，宜欧客主要业务与勾藤类似，从事取暖设备的销售，在亚马逊等境外第三方平台上进行取暖设备的销售，系智先生下游，为智先生进行销售拓展，与公司业务具有较强关联性。

3、收购后对公司业务发挥的作用、对公司经营的具体影响，在合并报表内的入账价值及依据；

收购勾藤电子及宜欧客的相关股权，进一步扩大了公司的销售渠道，提高了公司的销售服务能力。经收购后半年业务磨合，智先生电器无法同时兼顾两家公司的贸易业务开拓，其中考虑勾藤电子深耕电器销售日久，根基深厚，故经智先生电器各股东协商一致，决定做出战略调整，智先生将宜欧客股权转让转出，专心经营勾藤电子贸易业务。目前勾藤电子的境外线上业务开展对公司的持续经营及未来发展具有积极作用。

如前问所述，收购勾藤电子及宜欧客在合并报表内的入账价值分别为 1,314,455.00 元及 2,000.00 元，主要依据为勾藤电子及宜欧客净资产评估值，并以评估基准日的评估价值为基础持续计算得出购买日可辨认净资产的公允价值。

（三）核对公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业、参股企业的基本情况，说明相关信息披露是否准确、完整。

经核对，目前公司控股子公司或纳入合并报表的企业基本情况如下：

公司名称	成立日期	注册资本	实收资本	股权结构	主营业务、产品或服务	最近一年主要财务数据
勾藤电子	2010.10.19	100 万	100 万	公司全资子公司	智能取暖设备的外贸销售	经天衡会计师事务所审计，截至 2023 年 12 月 31 日，勾藤电子总资产为 915.88 万元，净资产为 588.48 万元，2023 年度实现净利润 257.02 万元。

公司名称	成立日期	注册资本	实收资本	股权结构	主营业务、产品或服务	最近一年主要财务数据
哈高新材	2022.3.17	20 万	20 万	公司全资子公司	电热材料的研发	经天衡会计师事务所审计，截至 2023 年 12 月 31 日，哈高新材总资产为 19.07 万元，净资产为 6.48 万元，2023 年度实现净利润-8.06 万元。

公司持有的宜欧客股权已于 2023 年 1 月将对外转让，目前已不纳入合并范围内。公司不存在控股子公司或纳入合并报表的其他企业、参股企业的，目前纳入公司合并报表的企业相关信息披露准确、完整。

二、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查程序

- 1、对公司股东于刃非、于结冰、侯凯、刘国栋进行访谈；
- 2、获取于刃非、于结冰、侯凯、刘国栋、胥愿出具的关于徐州勾藤电子科技有限公司股权转让问题的《情况说明》；
- 3、获取侯凯、胥愿《关于徐州勾藤电子科技有限公司股份无代持等事项的承诺函》；
- 4、获取胥愿、陶素芹、王庆磊、宜欧客及公司出具的关于徐州市宜欧客电子商务有限公司股权转让问题的《情况说明》。
- 5、获取王庆磊《关于宜欧客股份无代持等事项的承诺函》；
- 6、审阅天衡会计师事务所(特殊普通合伙)出具的《智先生电器(江苏)股份有限公司 2022 年度、2023 年度财务报表审计报告【天衡审字(2024)00167 号】》。

（二）核查意见

1.公司现有组织架构下对母公司、子公司具有清晰的业务定位合作模式及未来规划，勾藤电子作为公司的境外线上销售主体，为智先生进行销售拓展，与公司业务具有较强关联性，对公司收入、利润具有一定贡献；哈高新材料曾主要作为公司在天猫平台上的销售主体对母公司的取暖设备进行销售，未来主要作为智先生的研发中心，目前对公司收入、利润贡献较小；公司不依靠子公司

拓展业务；

2. 公司收购子公司具有合理性和必要性，定价公允，被收购子公司系智先生下游，业务部分与公司主营业务有较强关联性，收购后为智先生进行销售拓展，本次收购进一步扩大了公司的销售渠道，提高了公司的销售服务能力，对公司的持续经营及未来发展具有积极作用；

3. 公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业、参股企业的基本情况已准确、完整披露。

（2）关于股权激励

根据申请文件，公司于 2022 年 9 月 30 日实施激励计划，授予公司全资子公司徐州勾藤电子科技有限公司执行董事、总经理兼任外贸部经理侯凯限制性股权。2022 年 10 月，公司股东刘国栋以货币方式按每股 1 元的价格增资入股 3.5 万股，于结冰以货币方式按每股 1 元的价格增资入股 2.5 万股。请公司：①请于“股权激励情况或员工持股计划”补充披露公司所有的股权激励事项。②补充说明就股权激励实施程序、股票来源、管理模式及合规性，参与人员的适格性、资金来源，是否存在与其他投资者不同的特殊权益安排，权益流转及退出机制、员工发生不适合参加股权激励情况时所持相关权益的处置办法等。③逐次补充说明计算股份支付费用时公允价值的确定依据及合理性，结合股权激励安排等说明股份支付的会计处理是否符合会计准则等相关规定，股份支付计入管理费用或销售费用的依据及准确性，对报告期股份支付费用在经常性损益或非经常性损益列示的合理性，是否符合相关规定股份支付对当期及未来公司经营业绩的影响。请主办券商、律师、会计师核查上述事项并发表明确意见。

（一）公司说明

1、请于“股权激励情况或员工持股计划”补充披露公司所有的股权激励事项。

2022 年 10 月 8 日，公司作出股东会决议，同意将智先生有限注册资本由 1,000 万元增加到 1,150 万元，新增加的 150 万元由股东于结冰、于刃非、刘国栋、侯凯分别以货币方式增加出资 2.5 万元、6 万元、3.5 万元、138 万元。本次

增资价格为 1 元/股，低于近期股份评估价格公允价值 2.35 元/股，为股份支付。

于刃非、于结冰、刘国栋、侯凯的身份如下：

序号	姓名	职务	持股数量（万股）	持股比例
1	于刃非	董事长、总经理、实际控制人	621.00	54.00%
2	于结冰	董事、实际控制人	172.50	15.00%
3	刘国栋	董事	218.50	19.00%
4	侯凯	董事	138.00	12.00%

其中，对于结冰、于刃非、刘国栋的此次增资未列入股权激励计划，不属于股权激励，对应的股份支付在当期一次性确认；对于侯凯此次增资列入股权激励计划，公司与侯凯签署了《江苏智先生电器有限公司限制性股权授予协议书》，约定了限售期及业绩考核要求，属于以权益结算的股份支付，以近期评估价格作为相关权益工具授予日的每股公允价值，按照每股公允价值与激励对象入股价格的差额乘以股份数量确认股份支付费用。公司依据收益对象原则将各期股份支付费用计入销售费用、管理费用同时确认资本公积。

2、补充说明就股权激励实施程序、股票来源、管理模式及合规性，参与人员的适格性、资金来源，是否存在与其他投资者不同的特殊权益安排，权益流转及退出机制、员工发生不适合参加股权激励情况时所持相关权益的处置办法等。

（1）股权激励履行的审议程序

2022 年 9 月 10 日，智先生有限执行董事拟定了江苏智先生电器有限公司 2022 年限制性股权激励计划（草案）。

2022 年 9 月 30 日，智先生有限召开股东会，审议通过了江苏智先生电器有限公司 2022 年限制性股权激励计划，并授权执行董事办理限制性股票具体方案及实施授权。智先生有限、侯凯签署了《江苏智先生电器有限公司限制性股权授予协议书》。

2022 年 10 月 17 日，智先生有限完成工商变更登记，登记备案编号为 (pzsp9812)登字[2022]第 10170202 号。

（2）股票来源

本次股权激励股票来源为公司新增股票。2022 年 9 月 30 日，智先生有限、

侯凯签署了《江苏智先生电器有限公司限制性股权授予协议书》，约定侯凯认购的限制性股权激励额度为 138 万元人民币，占公司增资后总股本的 12%，本次限制性股权的价格为人民币 138 万元。侯凯已于 2022 年 10 月 25 日将认购股权资金共计人民币 138 万元支付至公司。

(3) 管理模式

1) 激励计划的实施

A. 执行董事拟定本激励计划。

B. 本激励计划经公司股东会审议通过后，公司执行董事根据股东会授权，自股东会审议通过本激励计划之日起 90 日内（有获授权益条件的，从条件成就后起算）授出权益并完成登记等相关程序。执行董事根据股东会的授权办理具体的限制性股权解除限售、回购等事宜。

2) 限制性股权的授予

A. 自公司股东会审议通过本激励计划之日起 90 日内，执行董事对激励对象进行授予。

B. 公司与激励对象签订《限制性股权授予协议书》，约定双方的权利与义务。

C. 公司于授予日向激励对象发出限制性股权授予通知。

D. 在公司规定期限内，激励对象将认购限制性股权的资金按照公司要求缴付于公司指定账户，逾期未缴付资金视为激励对象放弃认购获授的限制性股权。

E. 公司根据激励对象签署协议及认购情况制作限制性股权计划管理名册，记载激励对象姓名、授予额度、授予日、缴款金额、《限制性股权授予协议书》编号等内容。

3) 限制性股权的解除限售

A. 在解除限售前，公司应确认激励对象是否满足解除限售条件。执行董事应当就本激励计划设定的解除限售条件是否成就进行审查。对于满足解除限售条件的激励对象，公司于 30 日内以《限制性股权解除限售通知书》告知其解除限售。对于未满足解除限售条件的激励对象，由于并非回购其持有的该次解除限售对应的限制性股权，回购价格为授予价格。

B. 激励对象可对已解除限售的限制性股权进行转让，但公司董事和高级管理人员所持股权的转让应符合有关法律、行政法规和规范性文件的规定。

4)本激励计划的变更、终止

公司对已通过股东会审议的本激励计划进行变更的,变更方案应提交股东会审议。

公司在股东会审议通过本激励计划之后终止实施本激励计划的,应提交股东会审议。终止实施本激励计划的,于刃非应在履行相应审议程序后及时办理已授予限制性股权回购手续。

(4) 参与人员的适格性及资金来源

激励计划涉及的激励对象为侯凯,侯凯当时系公司全资子公司徐州勾藤电子科技有限公司执行董事、总经理、核心销售业务人员,股份公司成立后,侯凯担任公司外贸部经理及董事,具备股权激励适格性。侯凯本次出资资金为自有资金,出资已经全额缴足。

(5) 权益流转及退出机制

本此激励计划限制性股权的限售期为限制性股权授予登记完成之日起 36 个月,此外,本激励计划的限制性股权在解除限售后 1 年内禁售。

解除限售期内同时满足下列条件时,激励对象获授的限制性股权方可解除限售:

①公司层面的业绩考核要求

2022 年、2023 年及 2024 年,公司营业收入合计不低于 1.8 亿元。上述营业收入指标以经会计师事务所审计的合并报表的营业收入数值。

在解除限售日,若公司满足上述业绩考核目标,则激励对象限制性股权可解除限售;若限制性股权因公司未满足上述业绩考核目标而未能解除限售,则于刃非将按照授予价格回购限制性股权并注销。

②激励对象个人层面的绩效考核要求

激励对象应当自限制性股权授予登记完成之日起为公司服务满 36 个月。此外,公司人力资源部等相关业务部门将负责对激励对象每个考核年度的综合考评进行打分,在解除限售日,若激励对象每年考核结果均为良好以上,则激励对象限制性股权可解除限售,若限制性股权因激励对象未满足考核要求而未能解除限售,则于刃非按照授予价格回购限制性股权并注销。

考虑本次限制性股权授予登记日为 2022 年 10 月 17 日，至 2025 年 10 月 16 日为限售期，预计待挂牌后，在满足业绩条件时可行权。

除此以外，本次股权激励不存在与其他投资者不同的特殊权益安排。

（6）员工发生不适合参加股权激励情况时所持相关权益的处置办法

1）激励对象发生职务变更

当激励对象发生职务变更，但仍在公司或在公司下属分公司、控股子公司内任职的，其获授的限制性股权完全按照职务变更前本计划规定的程序进行，但是，激励对象因不能胜任岗位工作、触犯法律、违反执业道德、泄露公司机密、失职或渎职等行为损害公司利益或声誉而导致的职务变更，或因前列原因导致公司解除与激励对象劳动关系的，激励对象已获授全部股权（包括尚未解除限售的限制性股权及已经解除销售的股权）由于并非回购，回购价格为授予价格。

2）激励对象被裁员

激励对象若因公司裁员而离职，自情况发生之日，其已获授但尚未解除限售的限制性股权不得解除限售，由于并非回购，回购价格为授予价格。

3）激励对象丧失劳动能力

A.激励对象因工受伤丧失劳动能力而离职的，其获授的限制性股权将完全按照丧失劳动能力前本激励计划规定的程序进行，公司可以决定其个人考核结果不再纳入解除限售条件。

B.激励对象非因工受伤丧失劳动能力而离职的，其已获授但尚未解除限售的限制性股权不得解除限售，由于并非回购，回购价格为授予价格。

4）激励对象身故

A.激励对象若因执行职务而身故的，其获授的限制性股权将由其指定的财产继承人或法定继承人代为持有，已获授但尚未解除限售的限制性股权按照身故前本激励计划规定的程序进行，其个人考核结果不再纳入解除限售条件。

B.激励对象若因其他原因而身故的，其已获授但尚未解除限售的限制性股权不得解除限售，由于刃非回购，回购价格为授予价格。

3、逐次补充说明计算股份支付费用时公允价值的确定依据及合理性，结合股权激励安排等说明股份支付的会计处理是否符合会计准则等相关规定，股份支付计入管理费用或销售费用的依据及准确性，对报告期股份支付费用在经常性损益或非经常性损益列示的合理性，是否符合相关规定，股份支付对当期及未来公司经营业绩的影响。

（1）逐次补充说明计算股份支付费用时公允价值的确定依据及合理性

公司共一次增资确认了股份支付费用，具体情况如下：

2022 年 10 月 8 日，公司作出股东会决议，同意将智先生有限注册资本由 1,000 万元增加到 1,150 万元，新增加的 150 万元由股东于结冰、于刃非、刘国栋、侯凯分别以货币方式增加出资 2.5 万元、6 万元、3.5 万元、138 万元。本次增资价格为 1 元/股，低于最近一次净资产评估价值 2.35 元/股，确认股份支付费用。

本次计算股份支付费用时，以最近一次净资产评估价值（以 2022 年 10 月 31 日作为评估基准日的每股净资产评估价值 2.35 元）作为股份公允价值。由于评估基准日与股东会决议日间隔时间较短，期间公司经营状况、市场环境等未发生较大变化，因此以评估基准日的每股净资产评估价值作为计算股份支付费用时的公允价值具有合理性。

（2）结合股权激励安排等说明股份支付的会计处理是否符合会计准则等相关规定，股份支付计入管理费用或销售费用的依据及准确性，对报告期股份支付费用在经常性损益或非经常性损益列示的合理性，是否符合相关规定

老股东于结冰、于刃非、刘国栋的此次增资未列入股权激励计划，因增资价格为 1 元/股，低于股份公允价值 2.35 元/股，因此于增资当期一次性确认股份支付费用。具体如下：

姓名	职务	增资股数（万股） ①	增资价格（元/股） ②	股份公允价值（元/股） ③	股份支付费用（万元） （④=（③-②）*①）	计入费用科目	计入经常性损益/非经常性损益
于结冰	董事、实际控制人	2.5	1	2.35	3.38	管理费用	非经常性损益
于刃非	董事长、总经理、实际控制人	6	1	2.35	8.1	管理费用	非经常性损益
刘国栋	董事、跨境电商部经理	3.5	1	2.35	4.73	销售费用	非经常性损益

于结冰与于刃非为公司管理人员，为公司提供管理服务，故将股份支付费用计入管理费用，刘国栋为公司董事，任跨境电商部经理，负责公司线上销售业务，为公司提供销售服务，故将股份支付费用计入销售费用。由于于结冰、于刃非和刘国栋的此次增资所取得的股份无等待期，均于当期办理完成股份登记，因此将股份支付费用一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益。

侯凯作为公司的全资子公司勾藤执行董事、总经理、核心销售业务人员，公司于 2022 年 9 月 30 日召开股东大会审议对其股权激励计划，同日，公司与侯凯签订限制性股票授予协议书，授予侯凯限制性股票 138 万股，授予价格每股 1 元。2022 年 10 月 17 日，限制性股权授予登记完成。

股权激励计划的授予日、授予股份公允价值及公司股份支付费用的计算过程如下：

项目	内容
授予日判断依据	限制性股票授予协议书签订日（2022 年 9 月 30 日）
授予日授予股份的公允价值	公司最近一次净资产评估价值（以 2022 年 10 月 31 日作为评估基准日的经评估后每股净资产 2.35 元）
可行权日的确认	根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》第六条规定：可行权日，是指可行权条件得到满足、职工和其他方具有从企业取得权益工具或现金的权利的日期。公司与侯凯签订的限制性股票授予协议书规定如下：限制性股权采取到期一次性解除限售的办法，在满足限制性股权解除限售条件的情况下，自限制性股权授予登记完成后的第 36 个月后开始进入解除限售期。因此，将限制性股权授予登记完成后的第 36 个月之日作为可行权日。

项目	内容
等待期的确认	根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》第六条规定：对于可行权条件为规定服务期间的股份支付，等待期为授予日至可行权日的期间；对于可行权条件为规定业绩的股份支付，应当在授予日根据最可能的业绩结果预计等待期的长度。公司与侯凯签订的限制性股票授予协议书规定如下：①业绩考核：2022 年、2023 年及 2024 年，公司营业收入合计不低于 1.8 亿元；②服务期考核：侯凯应当自限制性股权授予登记完成之日起为公司服务满 36 个月，且公司人力资源部对侯凯的每年考核结果均为良好以上。因此，等待期确认为 36 个月。

报告期内，股份支付费用具体计算过程如下：

授予人	授予股份数量① (万股)	授予价格② (元/股)	公允价值③ (元/股)	股份支付总金额④= (③-②)*①(万元)
侯凯	138	1	2.35	186.3

在等待期内的每个资产负债表日，公司根据各期营业收入金额、对未来营业收入的预测以及公司人力资源部对侯凯的考核结果，合理估计限制性股票的解锁条件能够得到满足。公司将股份支付总金额在等待期内进行摊销，摊销金额计入相关费用与资本公积。公司按照侯凯的任职职务及主要工作职责作为费用的分摊依据，具体分摊情况如下：

单位：万元

期间	侯凯任职情况	应分摊 金额	计入管理 费用金额	计入销售 费用金额	计入经常性损益/ 非经常性损益
2022.10- 2022.12	担任勾藤电子执行董事、总经理、外贸部经理	15.52	7.76	7.76	经常性损益
2023.01- 2023.05	担任勾藤电子执行董事、总经理、外贸部经理	25.88	12.94	12.94	经常性损益
2023.06- 2023.12	担任智先生外贸部经理、董事	36.22		36.22	经常性损益
合计		77.62	20.70	56.92	-

由于该股权激励计划设定等待期，公司将股份支付费用在等待期内进行分摊，并计入经常性损益。

综上所述，公司股份支付的会计处理符合会计准则的相关规定。公司根据人员的任职职务及主要工作职责确定股份支付费用应计入的费用科目，会计处理准确。公司对报告期股份支付费用在经常性损益或非经常性损益的列示准确合理。

(3) 股份支付对当期及未来公司经营业绩的影响

股份支付费用对当期及未来公司经营业绩的影响如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
股份支付费用	46.58	62.10	62.10	31.73
净利润金额	-	-	1,436.92	1,776.04
占净利润比重	-	-	4.32%	1.79%

由上表可见，股份支付费用当期公司经营业绩影响较小，若未来公司能够维持当前盈利规模，股份支付费用对未来公司经营业绩亦不会产生较大影响。

（二）中介机构核查程序及核查意见

1、核查程序

（1）查阅公司制定的《江苏智先生电器有限公司 2022 年限制性股票激励计划》；

（2）查阅公司与侯凯签署的《限制性股权授予协议书》；

（3）查阅公司股东会决议、工商档案、股东出资凭证等资料；

（4）了解计算股份支付费用时公允价值的确定依据，查阅以 2022 年 10 月 31 日作为评估基准日的净资产评估报告，核查公允价值确定的合理性；

（5）了解股份支付的会计处理过程，核查是否符合《企业会计准则》相关规定；

（6）获取员工花名册，了解相关人员的职务及主要工作职责，核查股份支付计入管理费用或销售费用的准确性；

（7）获取非经常性损益明细表，结合股份支付事项的具体情况，核查股份支付费用在经常性损益或非经常性损益列示的合理性；

（8）根据当期及未来期间应确认的股份支付费用，分析对公司经营业绩的影响情况。

2、核查意见

经核查，主办券商、律师认为：

(1) 已在“股权激励情况或员工持股计划”补充披露公司所有的股权激励事项。

(2) 公司股权激励计划实施履行了相应的程序，股票来源为公司新增股票，管理模式合规，参与人员具备适格性，资金来源为自有资金，不存在与其他投资者不同的特殊权益安排，股权激励计划设置了较为合理的限售期及业绩考核标准，制定了权益流转及退出机制、员工发生不适合参加股权激励情况时所持相关权益的处置办法。

经核查，主办券商、会计师认为：

(1) 公司计算股份支付费用时，以最近一次净资产评估价值（以 2022 年 10 月 31 日作为评估基准日的每股净资产评估价值 2.35 元）作为股份公允价值，具有合理性；

(2) 公司股份支付的会计处理符合《企业会计准则》的相关规定；

(3) 公司根据相关人员的任职职务及主要工作职责确定股份支付费用应计入的费用科目，会计处理准确；

(4) 公司对报告期股份支付费用在经常性损益或非经常性损益的列示准确合理，符合相关规定；

(5) 股份支付费用当期公司经营业绩影响较小，若未来公司能够维持当前盈利规模，股份支付费用对未来公司经营业绩亦不会产生较大影响。

(3) 关于在建工程与固定资产

根据申请材料，2023 年公司新增在建工程 739 万元；报告期内，公司固定资产分别为 398.17 万元、416.59 万元，新增固定资产以机器设备为主。请公司说明：①各产品各期产能、产能利用率、产量情况，生产流程中的核心环节、机器设备的使用情况及具体用途，机器设备的价值变动与产能的变化趋势是否一致，大量购置机器设备的原因及合理性。②公司固定资产使用寿命、残值率、折旧方法等与同行业公司的对比情况，是否存在显著差异，如是，披露原因及对公司净利润的累计影响。③公司报告期内固定资产是否存在闲置、废弃、损毁和

减值，结合对固定资产减值测试情况说明报告期末对固定资产计提减值准备是否谨慎合理。④公司各期末各地固定资产的盘点情况和盘点结论，是否存在账实不符的情形，针对固定资产的内部控制设计是否健全、内控是否得到有效执行。请主办券商、会计师核查上述事项并发表明确意见。

（一）公司说明

1、各产品各期产能、产能利用率、产量情况，生产流程中的核心环节、机器设备的使用情况及具体用途，机器设备的价值变动与产能的变化趋势是否一致，大量购置机器设备的原因及合理性。

（1）报告期公司各期产能、产量、产能利用率情况

报告期公司实际产量资料：

产品类别	2022 年度（台/个）	2023 年度（台/个）	变动率
电热毛巾架	2,058	3,400	65.21%
取暖器	152,841	83,942	-45.08%
智能浴室镜	12,153	6,514	-46.40%
配件	50,688	38,615	-23.82%
合计	217,740	132,471	-39.16%
合计（不含配件）	167,052	93,856	

公司现阶段设计产能情况：

公司主要的生产工艺流程的核心环节为原料切割、发热芯印刷、过程加工、内部线路组装、产品测试、成品组装、成品包装。

目前公司具有三条生产线，每条线最高日产为加工总装各类别产品 500 台套/天（简单工艺）、300 台套/天（复杂工艺）。目前，公司为提高产品的质量与竞争力，产品均属于复杂工艺。

年按 251 个工作日计算，年设计最大理论产能为简单工艺 $251 \times 500 \times 3 = 376,500$ （台/个），复杂工艺 $251 \times 300 \times 3 = 225,900$ （台/个）。

按复杂工艺计算的产能利用率为（不含配件）：

2022 年度 $= 167,052 / 225,900 = 73.95\%$ ；2023 年度 $= 93,856 / 225,900 = 41.55\%$

（2）机器设备的使用情况及具体用途

公司 2022 年末机器设备原值为 4,357,831.36 元，2023 年原值增加 453,968.40 元，此外一台 2017 年购入的原值为 2.72 万元的叉车于 2023 年 5 月发生损毁作报废处理，机器设备原值当期减少 27,184.47 元，2023 年末机器设备的原值为 4,784,615.29 元。其中为产品研发而购入的温度、电压测试类设备 201,814.41 元属于专用研发的机器设备，2023 年度为生产而购置的设备仅为 252,153.99 元；2023 年末机器设备的净值为 3,299,595.96 元，机器设备整体成新率为 68.96%。

公司主要的生产设备（不含研发设备）具体用途分类如下：

设备名称	数量	资产原值 (元)	累计折旧 (元)	资产净值 (元)	成新率	是否 闲置
场内搬运设备	6	123,300.66	30,723.31	92,577.35	75.08%	否
动力设备	11	250,476.33	113,523.11	136,953.22	54.68%	否
过程加工设备	53	2,213,725.38	769,869.39	1,443,855.99	65.22%	否
环保安全设备	21	267,171.57	104,817.72	162,353.85	60.77%	否
切割剪板设备	30	542,583.22	162,382.09	380,201.13	70.07%	否
总装\包装设备	78	1,185,543.72	295,952.72	889,591.00	75.04%	否
合计	-	4,582,800.88	1,477,268.34	3,105,532.54	67.76%	-

同行业公司最近一期固定资产周转率（平均销售收入/固定资产净额）

公司名称	股份代码	2023 年度收入	2022 年度收入	平均收入	2023 年末固 定资产净额	固定资产周 转率
安泽电工	831945.NQ	12,582.97	11,920.81	12,251.89	6,256.76	1.96
火焰山股	871289.NQ	9,012.62	8,047.17	8,529.90	1,630.93	5.23
瑞能智慧	874003.NQ	31,808.13	26,070.07	28,939.10	751.54	38.51
平均值		17,801.24	15,346.02	16,573.63	2,879.74	15.23
智先生		6,737.07	7,804.01	7,270.54	416.69	17.45

从上表可以看出，公司的固定资产周转率好于行业平均水平。

综上，2023 年度公司理论产能利用率较 2022 年下降较多，但公司为进一步提升产品的品质，公司 2023 年度购置了等离子清洗机等设备，用于生产的新增固定资产原值总额仅为 252,153.99 元。公司机器设备的净值 2023 年末较 2022 年末由 3,280,980.82 元增加至 3,299,595.96 元，仅增加了 18,615.14 元。公司现存的机器设备是维持目前生产的最基本要求，相关机器设备的价值变动与产能均未发

生重大变化，机器设备的价值变动与产能的变化趋势保持一致，公司不存在盲目扩产的情况，公司的固定资产变动情况合理。

公司固定资产使用寿命、残值率、折旧方法与同行业公司的对比情况如下：

（1）固定资产使用寿命

公司名称	机器设备	运输设备	办公及其他设备
安泽电工	5-10 年	5-10 年	5 年
火焰山股	10 年	8 年	5 年
瑞能智慧	5-10 年	2-4 年	3-5 年
同行业可比公司折旧年限范围	5-10 年	2-10 年	3-5 年
智先生	5-10 年	4 年	5 年

注：同行业可比公司数据来源于其定期报告

（2）固定资产残值率

公司名称	机器设备	运输设备	办公及其他设备
安泽电工	5%	5%	5%
火焰山股	5%	5%	5%
瑞能智慧	5%	5%	5%
同行业可比公司残值率	5%	5%	5%
智先生	5%	5%	5%

注：同行业可比公司数据来源于其定期报告

（3）固定资产折旧方法

公司名称	折旧方法
安泽电工	年限平均法
火焰山股	年限平均法
瑞能智慧	年限平均法
同行业可比公司折旧方法	年限平均法
智先生	年限平均法

注：同行业可比公司数据来源于其定期报告

由以上表格可知，公司与同行业可比公司均采用年限平均法计提折旧，固定资产使用寿命及残值率与同行业可比公司不存在显著差异。

3、公司报告期内固定资产是否存在闲置、废弃、损毁和减值，结合对固定资产减值测试情况说明报告期末对固定资产计提减值准备是否谨慎合理

报告期各期末，公司固定资产明细情况如下：

单位：万元

类别	2023 年末		2022 年末	
	账面净值	占比	账面净值	占比
机器设备	329.96	79.20%	328.10	82.40%
运输设备	69.03	16.57%	49.22	12.36%
办公及其他设备	17.60	4.22%	20.85	5.24%
合计	416.59	100.00%	398.17	100.00%

报告期内，公司固定资产主要为机器设备和运输设备，占比超过 90.00%，其中，机器设备主要用于生产加工组装取暖器、智能浴室镜等产品，运输设备为公司生产管理经营过程中需要使用的乘用车等。报告期内，除一台 2017 年购入的原值为 2.72 万元的叉车于 2023 年 5 月发生损毁作报废处理外，公司各类固定资产均正常使用，不存在长期闲置不用、废弃、损毁的固定资产及其他已经不能再给公司带来经济利益的固定资产。

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》的相关规定，公司于报告期各期末对公司固定资产是否存在减值迹象进行判断，具体如下：

（1）公司于资产负债表日判断固定资产是否存在可能发生减值的迹象，存在减值迹象的，公司将估计其可回收金额，进行减值测试；

（2）可回收金额根据固定资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。公司以单项资产为基础估计其可回收金额；难以对单项资产的可回收金额进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。资产组的认定，以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或资产组的现金流入为依据；

（3）当固定资产或资产组的可收回金额低于其账面价值时，公司将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备；

（4）固定资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

报告期各期末，公司对固定资产减值迹象的判断过程如下：

企业会计准则的规定	公司具体情况	是否存在减值迹象
资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌	报告期各期末，公司固定资产均处于正常使用状态，其资产的市价当期无大幅度下跌情况	否
企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响	报告期各期末，公司所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期无重大变化	否
市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低	报告期内，市场利率或者其他市场投资报酬率未发生明显波动	否
有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏	报告期内各期末，公司均对固定资产进行了盘点，盘点过程中未发现固定资产陈旧过时或者实体损坏等情况	否
资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置	报告期内，公司主营业务无变化，对主要固定资产的需求一致，无闲置、终止使用或计划提前处置的固定资产	否
企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期，如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润（或者亏损）远远低于（或者高于）预计金额等	公司经营业绩较为稳定，不存在证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期的情况	否
其他表明资产可能已经发生减值的迹象	报告期内，公司不存在其他表明资产可能已经发生减值的迹象	否

综上所述，对于损毁的固定资产公司已进行报废处理，除此之外，报告期内，公司固定资产不存在闲置、废弃、损毁情况。根据固定资产减值测试情况，报告期各期末，公司固定资产未出现减值迹象，因此公司未对固定资产计提减值准备符合《企业会计准则》规定，具有合理性。

4、公司各期末各地固定资产的盘点情况和盘点结论，是否存在账实不符的情形，针对固定资产的内部控制设计是否健全、内控是否得到有效执行。

（1）公司各期末各地固定资产的盘点情况和盘点结论，是否存在账实不符的情形

公司建立了完善的固定资产管理制度，每年年末对固定资产进行现场实地盘点，核对资产规格型号、存放地点，核查资产数量、质量情况等。

报告期各期末，固定资产盘点情况如下：

资产负债表日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
盘点计划	由财务部制定盘点计划	
盘点范围	包括机器设备、运输设备、办公及其他设备等全部固定资产	
盘点方法及程序	从账到实物、实物到账盘点	
盘点地点	位于江苏省徐州市邳州市的生产车间及位于江苏省徐州市云龙区的办公场所	
盘点时间	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
盘点人员	财务部、固定资产管理员	
盘点比例	100.00%	100.00%
盘点结果	未发现盘点差异，固定资产状况良好，未发现闲置、废弃、损毁及有明显减值迹象的固定资产。	

经盘点，未发现盘点差异，报告期各期末公司固定资产不存在账实不符的情形。

（2）针对固定资产的内部控制设计是否健全、内控是否得到有效执行

公司制定了《固定资产管理制度》《采购与付款管理制度》等内部控制制度，明确了各部门的职责分工与授权审批，对固定资产的采购与验收、款项支付与财务核算、使用与维护等方面进行规范管理，具体如下：

①采购审批

各部门根据需求发起申购流程，由部门主管及总经理审批，批准后交由采购部门进行采购。采购部门每月汇总各部门需求计划进行集中采购，通过询价、比价等方式确定采购方案及供应商，并发起合同审批流程，经采购部、财务部、总经理审批后与供应商签订采购合同、执行采购。

②验收入库

固定资产到货后由采购员应会同品保部、使用部门以及相关专业技术人员进行现场验收，并详细记录固定资产名称、规格型号、数量、金额、存放位置、供货厂商等信息，出具检验合格报告并签字确认，与购货发票一起交给采购部，采购部核对验收单与申购单、购货发票、合同等是否一致，核对无误后交付财务部进行账务处理，填写固定资产卡片，更新固定资产台账。在建工程新增时，需求部门提交合同以及完工阶段验收情况，经部门主管、财务部门、总经理审批通过复核无误后，财务部门进行入账。在建工程竣工时，由相关部门联合进行验收，

填写竣工验收报告，注明工程名称、地点、内容、完成情况，竣工日期及验收日期等，财务部根据验收单在财务系统中将在建工程结转至固定资产等科目。

③款项支付

采购人员核对验收单、采购合同、检验合格报告、送货单、发票等材料后填写付款申请单，经部门主管、财务部、总经理审批后交由出纳付款。若采购需预付一定比例货款，由采购人员核对合同等填写付款申请单，经部门主管、财务部、总经理审批后交由出纳付款。

④使用和维护

固定资产使用部门对固定资产的完整、安全负责，若财产损坏，需及时报告主管部门进行维修、保养。各部门负责人为所在部门财产管理的第一责任人，负责本部门的财产登记、变更、报废和盘点等管理工作。固定资产定期盘点，盘亏的固定资产在查明原因后由责任人承担相关责任。

综上所述，报告期内公司针对固定资产的内部控制设计健全，并于报告期内按照上述内部控制制度进行执行，内控执行有效。

（二）中介机构核查程序及核查意见

1、核查程序

（1）通过实地考察和对管理层访谈，了解公司的生产流程；对生产设备进行统计分析了解其功能和用途，对进销存报表进行统计分析，获取产量资料；

（2）获取公司报告期内固定资产明细表，了解各类固定资产使用寿命、残值率、折旧方法，与同行业可比公司进行对比，判断是否显著差异；

（3）获取公司固定资产盘点表，复核其盘点结果，对固定资产执行监盘程序，监盘过程中观察固定资产的使用状态，核实固定资产真实性和可使用性；

（4）结合固定资产监盘情况及减值测试情况，判断固定资产是否存在减值迹象，判断公司未对固定资产计提减值准备是否谨慎合理；

(5) 获取公司与固定资产相关的内部控制制度，评价内部控制制度设计的健全性，并对执行有效性进行测试。

2、核查意见

经核查，主办券商、会计师认为：

(1) 公司报告期固定资产和在建工程的变动金额具有合理性，机器设备的价值变动与产能的变化趋势一致。

(2) 公司固定资产使用寿命、残值率、折旧方法等与同行业公司不存在显著差异；

(3) 对于损毁的固定资产公司已进行报废处理，除此之外，报告期内，公司固定资产不存在闲置、废弃、损毁、减值情况，无需计提减值准备，公司相关会计处理符合《企业会计准则》规定，具有合理性；

(4) 报告期各期末固定资产不存在盘点差异，不存在账实不符的情形。

(5) 公司针对固定资产的内部控制设计健全，报告期内，内部控制执行有效。

(4) 关于关联交易。

根据申请文件，2022 年 7 月和 8 月公司分别收购了宜欧客及勾藤电子，2023 年 1 月公司将宜欧客股权转让给非关联人王庆磊，由王庆磊继续经营宜欧客于亚马逊平台开设的店铺。请公司说明：①公司收购宜欧客、勾藤电子的支付对价、公允价格及确认依据，是否形成商誉，公司是否完成对价的支付及对应的资金来源，交易是否真实，是否存在侵犯公司及公司股东利益的情况。②公司收购宜欧客、勾藤电子前后在业务、资产、人员等方面的整合情况，收购对公司业务开展及经营业绩的影响；公司出售宜欧客的情况，交易价格是否公允，与前次收购是否存在较大差异，是否存在损害公司利益的情况，是否为规避关联交易的股权代持。③结合市场价格、第三方采购价格等，逐项量化说明公司关联交易的必要性、公允性，是否存在主要为公司服务的情况。请主办券商、会计师核查上述问题并发表明确意见。

（一）公司说明

1、公司收购宜欧客、勾藤电子的支付对价、公允价格及确认依据，是否形成商誉，公司是否完成对价的支付及对应的资金来源，交易是否真实，是否存在侵犯公司及公司股东利益的情况。

（1）收购宜欧客

收购宜欧客定价依据为净资产评估值。根据徐州公正资产评估事务所于2022年7月15日出具的《徐州市宜欧客电子商务有限公司资产评估报告徐公评字(2022)第211号》评估报告，本次评估为系为徐州市宜欧客电子商务有限公司股权转让核实净资产提供价值参考依据，评估基准日为2022年6月30日。评估结果为：经评估，委评净资产2,000.00元。

根据《企业会计准则第20号—企业合并》：购买方对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，应当确认为商誉。2022年7月，陶素芹与智先生有限签署《股权转让协议》，陶素芹将持有的宜欧客100%的股权转让给智先生有限。本次收购对价为2,000.00元，被购买方勾藤在购买日可辨认净资产公允价值（以评估基准日为基础持续计算）为2,000.00元，收购对价等于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值，未形成商誉。

上述款项已于2022年8月3日完成支付，资金来源为公司自有资金。上述收购不存在侵犯公司及公司股东利益的情况。

（2）收购勾藤

收购勾藤定价依据为净资产评估值。根据徐州公正资产评估事务所于2022年7月25日出具的《徐州勾藤电子科技有限公司资产评估报告徐公评字(2022)第101号》评估报告，本次评估为系为徐州勾藤电子科技有限公司股权转让核实净资产提供价值参考依据，评估基准日为2022年6月30日。评估结果为：委评净资产为1,307,657.78元。

根据《企业会计准则第20号—企业合并》：购买方对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，应当确认为商誉。2022年8月，侯凯、胥愿分别与智先生有限签署《股权转让协议》，转让定价依据净资产

评估值,其中侯凯将勾藤电子 95%的股权以人民币 124.8732 万元转让给受让方,胥愿将勾藤电子 5%的股权以人民币 6.5723 万元转让给受让方,股权价格合计 131.4455 万元。本次收购对价为 131.4455 万元,被购买方勾藤在购买日可辨认净资产公允价值(以评估基准日为基础持续计算)为 131.4455 万元,收购对价等于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值,未形成商誉。

上述款项已于 2022 年 8 月 26 日完成支付,资金来源为公司自有资金,交易真实,上述收购不存在侵犯公司及公司股东利益的情况。

2、公司收购宜欧客、勾藤电子前后在业务、资产、人员等方面的整合情况,收购对公司业务开展及经营业绩的影响;公司出售宜欧客的情况,交易价格是否公允,与前次收购是否存在较大差异,是否存在损害公司利益的情况,是否为规避关联交易的股权代持。

(1) 收购宜欧客、勾藤电子时两公司的情况如下:

宜欧客:

主要财务数据	截至 2022 年 6 月 30 日(评估基准日),宜欧客账面总资产 43,124.87 元,净资产 2,000.00 元。
人员情况	截至 2022 年 6 月 30 日,宜欧客总员工人数为 1 人。
相关资质	《对外贸易经营者备案登记表》、《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》
主营业务及其与挂牌公司业务关联性	宜欧客主要业务与勾藤类似,从事取暖设备的销售,在亚马逊等境外第三方平台上进行取暖设备的销售,系智先生下游,为智先生进行销售拓展,与公司业务具有较强关联性。

勾藤电子:

主要财务数据	截至 2022 年 6 月 30 日(评估基准日),勾藤电子账面总资产 475.08 万元,净资产 130.77 万元。
人员情况	截至 2022 年 6 月 30 日,勾藤电子总员工人数为 5 人。
相关资质	对外贸易经营权
主营业务及其与挂牌公司业务关联性	勾藤的主要业务为取暖设备的销售,定位为通过亚马逊等境外第三方平台上进行取暖设备的销售,系智先生下游,可为智先生进行销售拓展,与公司业务具有较强关联性。

收购前后宜欧客、勾藤电子主要业务均为取暖设备的销售,系公司下游,与公司业务具有较强关联性,收购前后宜欧客、勾藤电子的业务未发生变化;此外宜欧客、勾藤电子资产规模较小,主要资产系货币资金、存货等,人员亦较少,其业务、资产、人员收购后相应由公司承接,已完成有效整合。

（2）收购对公司业务开展及经营业绩的影响

①业务开展方面：

勾藤电子的主营业务为外贸销售，包括拓展境外客户进行取暖设备的销售及亚马逊等境外第三方电商平台上进行取暖设备的线上销售，收购时其业务以境外线上销售为主，宜欧客的主营业务为在亚马逊等境外第三方电商平台上进行取暖设备的线上销售，勾藤电子及宜欧客均系公司下游客户，收购后勾藤电子和宜欧客仍从事境外第三方电商平台销售业务，通过电商平台面向终端消费者销售公司自有品牌商品，收购勾藤电子和宜欧客拓宽了公司的销售渠道，有利于提升公司自有品牌商品的影响力、培养和维护公司自有品牌用户。

②经营业绩方面

公司收购勾藤电子和宜欧客后，勾藤电子和宜欧客的经营业绩情况如下：

单位：万元

项目	勾藤电子	宜欧客
2023 年度销售收入	1,769.25	44.48
占公司合并报表销售收入比例	26.26%	0.66%
2023 年度净利润	257.02	10.73
占公司合并报表净利润比例	17.89%	0.75%
2022 年度销售收入（自购买日至期末）	840.39	181.90
占公司合并报表销售收入比例	10.77%	2.33%
2022 年度净利润（自购买日至期末）	158.61	39.64
占公司合并报表净利润比例	8.93%	2.23%

由上表可见，收购勾藤电子及宜欧客对公司的销售收入及净利润对公司的经营业绩产生了一定积极影响。

（3）公司出售宜欧客的情况，交易价格是否公允，与前次收购是否存在较大差异，是否存在损害公司利益的情况，是否为规避关联交易的股权代持

徐州市宜欧客电子商务有限公司成立于 2020 年 7 月，股东陶素芹系勾藤电子自然人股东及监事胥愿的母亲，其持有宜欧客的股权系替胥愿代持。2022 年 8 月，智先生将勾藤电子收购，作为全资子公司并表，考虑宜欧客与勾藤电子的关联关系，此次收购将两个公司一并全资收购，同时作为公司的对外贸易公司。收

购宜欧客定价依据为净资产评估值 2,000.00 元，收购价格公允。

经半年业务磨合，智先生电器无法同时兼顾两家公司的贸易业务开拓，其中，勾藤电子深耕电器销售日久，根基深厚，故经智先生电器各股东（于刃非、于结冰、刘国栋、侯凯）协商一致，决定做出战略调整，智先生电器专心经营勾藤电子贸易业务，将宜欧客股权转让给非关联人王庆磊。智先生出让宜欧客股权时，由于工商协议中未约定股权转让价格，各方后续签署补充协议，经各方协商约定本次股权转让价格依据为 2023 年 1 月 31 日公司净资产账面价值 39,639.83 元，出让宜欧客股权价格公允。本次出售价格较前次收购价格具有一定差异，主要系收购期间宜欧客业务开展产生相关利润留存，不存在损害公司利益的情况。

陶素芹曾代胥愿持有宜欧客电子股权，后智先生将宜欧客收购，股权变更至智先生名下。2023 年 1 月智先生将其持有的宜欧客股权转让给王庆磊，此次转让为实际转让。本次转让前，宜欧客为公司全资子公司，为公司的关联方，母子公司之间的交易相互抵消；转让后双方之间发生的交易价格公允，并经过公司股东大会审议，公司已将双方之间交易在公转书中披露，不涉及关联方非关联化，不存在为规避关联交易的股权代持行为。

3、结合市场价格、第三方采购价格等，逐项量化说明公司关联交易的必要性、公允性，是否存在仅为公司服务的情况

报告期内，公司关联交易主要为向勾藤电子及宜欧客销售商品，具体如下：

单位：万元

项目	关联方	2023 年度		2022 年度	
		金额	占同类交易金额比例	2022 年度	占同类交易金额比例
销售商品收入	勾藤电子			457.50	5.91%
销售商品收入	宜欧客	245.71	3.67%		
合计		245.71	3.67%	457.50	5.91%

对关联交易的必要性、公允性分析如下：

公司向勾藤电子销售商品主要原因系勾藤电子为从事取暖设备销售的贸易公司，其主要通过在亚马逊等境外第三方电商平台开设店铺面向终端消费者进行销

售，智先生向勾藤电子销售商品系基于日常经营的真实业务需要，关联交易具有必要性。

公司向宜欧客销售商品主要原因系宜欧客为从事取暖设备销售的贸易公司，其主要通过在亚马逊等境外第三方电商平台开设店铺面向终端消费者进行销售，公司做出战略调整，将宜欧客股权转让给非关联人王庆磊后，目前阶段王庆磊继续经营宜欧客于电商平台开设的店铺，因此目前阶段宜欧客仍从公司采购商品进行销售，关联交易具有必要性。

公司向关联方销售产品遵循客观公正、平等自愿、互惠互利的原则，交易价格遵循公平、合理、公允的定价原则，以市场价格作为基础，在此基础上进行协商定价。

市场上的取暖设备类型较多，缺乏公开统一的市场价格，且公司向关联方销售的取暖设备属于为境外销售定制的商品，故无法就主要产品的销售价格与市场价格进行对比分析。

公司向勾藤电子及宜欧客销售商品的售价与公司向非关联客户销售同型号商品的同期售价对比情况如下：

1、勾藤电子

单位：元

商品型号	商品品类	公司向勾藤电子的销售单价 (a)	公司向非关联客户的销售单价(b)	差异率 (c=(a-b)/b)
P-0030203-002	取暖器	303.72	388.63	-21.85%
P-0030205-002	取暖器	394.26	522.95	-24.61%
P-0030303-001	取暖器	263.54	351.06	-24.93%
P-0030309-001	取暖器	440.79	563.03	-21.71%
P-0030311-001	取暖器	475.55	631.70	-24.72%
P-0030312-001	取暖器	527.71	726.97	-27.41%
P-0030503-001	取暖器	231.80	312.13	-25.74%
P-0030611-001	取暖器	378.68	509.47	-25.67%
P-0050103-002	取暖器	252.27	352.92	-28.52%
P-0050108-002	取暖器	287.40	348.25	-17.47%

商品型号	商品品类	公司向勾藤电子的销售单价 (a)	公司向非关联客户的销售单价(b)	差异率 (c=(a-b)/b)
P-0050110-001	取暖器	278.21	360.52	-22.83%
P-0050111-003	取暖器	317.35	416.66	-23.83%
P-0050403-002	取暖器	342.54	455.70	-24.83%
P-0050404-003	取暖器	371.49	520.38	-28.61%
P-0050409-003	取暖器	464.75	633.77	-26.67%
P-0050409-004	取暖器	373.74	522.04	-28.41%
P-0050411-003	取暖器	524.79	687.01	-23.61%
P-0050411-005	取暖器	524.79	599.43	-12.45%
P-0050412-003	取暖器	612.70	777.31	-21.18%
P-0050414-002	取暖器	697.99	911.40	-23.42%
P-0050414-004	取暖器	606.99	834.36	-27.25%
P-0060509-001	取暖器	469.00	363.64	28.97%
P-0560108-001	取暖器	317.64	407.59	-22.07%
P-0560112-001	取暖器	433.53	575.09	-24.62%
P-0560114-001	取暖器	507.21	671.41	-24.46%
P-0560205-001	取暖器	451.68	601.62	-24.92%
P-0560211-001	取暖器	488.50	644.89	-24.25%
P-0561241-001	取暖器	409.51	519.96	-21.24%
P-9020108-003	取暖器	245.94	287.61	-14.49%
P-0050203-001	智能浴室镜	302.41	545.18	-44.53%
P-9980001-002	配件	15.58	19.30	-19.27%
P-9980001-004	配件	25.01	38.03	-34.24%
P-9980001-005	配件	25.11	29.02	-13.47%
T-0001-002	配件	96.11	106.40	-9.67%
T-0400-001	配件	67.69	81.01	-16.44%
Z-000402-001	配件	25.01	31.28	-20.04%

从对比情况来看，公司向勾藤电子销售商品的单价低于公司同期向非关联客户销售同型号商品的单价，原因分析如下：

公司对勾藤电子的销售为内销，由于勾藤电子从事外贸业务，公司向勾藤电子销售的商品系适用于境外市场的商品，而向公司购买同型号商品的非关联客户

基本为境外客户，根据公司的商品定价规则，外销商品定价普遍高于内销，因此公司向勾藤电子销售商品的单价低于公司同期向非关联客户销售同型号商品的单价。

公司同期线下销售中内外销的整体销售价格对比如下：

单位：元

公司内销单价 (a)	公司外销单价(b)	差异率 (c=(a-b)/b)
275.51	387.85	-28.97%

其中，公司同期向非关联客户销售的主要同型号商品的单价如下：

商品型号	商品品类	公司向非关联内销客户的销售单价 (a)	公司向非关联外销客户的销售单价 (b)	差异率 (c=(a-b)/b)
P-0040111-003	取暖器	418.53	502.91	-16.78%
P-0040115-003	取暖器	583.24	693.03	-15.84%
P-0040263-001	取暖器	420	588.29	-28.61%
P-0060511-001	取暖器	287.87	442.76	-34.98%
P-0041241-001	电热毛巾架	351.05	439.97	-20.21%

由上表可见，公司线下销售中内销定价整体低于外销定价，向非关联内外销客户销售同型号商品时，内销定价低于外销定价。

综上所述，公司向勾藤电子销售商品的单价低于公司同期向非关联客户销售的同型号商品单价具有合理性和公允性。

2、宜欧客

单位：元

商品型号	商品品类	公司向宜欧客的销售单价 (a)	公司向非关联客户的销售单价(b)	差异率 (c=(a-b)/b)
P-9911240-001	电热毛巾架	581.13	530.97	9.45%
Z-000402-005	配件	75.67	60.65	24.77%

公司向宜欧客和非关联客户销售同型号商品情况较少，从对比情况来看，公司向宜欧客销售商品的单价高于公司同期向非关联客户销售同型号商品的单价，

主要原因系公司销售给宜欧客的商品为公司于境外仓库备货的库存商品，考虑公司备货运费及仓储费成本，销售定价较高。

综上所述，公司向宜欧客销售商品的单价高于公司同期向非关联客户销售的同型号商品单价具有合理性和公允性。

目前阶段，宜欧客的销售模式为从公司采购商品通过在亚马逊等境外第三方电商平台开设店铺面向终端消费者进行销售，存在仅为公司服务的情况。

（二）中介机构核查程序及核查意见

1、核查程序

（1）对公司股东于刃非、于结冰、侯凯、刘国栋进行访谈；

（2）获取胥愿、陶素芹、王庆磊、宜欧客及公司出具的关于徐州市宜欧客电子商务有限公司股权转让问题的《情况说明》；

（3）获取《徐州市宜欧客电子商务有限公司资产评估报告徐公评字(2022)第 211 号》《徐州勾藤电子科技有限公司资产评估报告徐公评字(2022)第 101 号》；

（4）获取陶素芹与智先生有限签署《股权转让协议》及侯凯、胥愿与智先生有限签署的《股权转让协议》，获取公司股权支付凭证；

（5）获取王庆磊《关于宜欧客股份无代持等事项的承诺函》；

（6）了解勾藤电子及宜欧客的主营业务，获取勾藤电子及宜欧客的财务报表，核查收购对公司业务开展及经营业绩的影响情况。

（7）了解关联交易相关背景，分析关联交易的合理性、必要性，获取关联交易明细表、相关合同、签收单，对比关联交易价格与非关联交易价格的差异，分析差异合理性，判断关联交易的公允性。

2、核查意见

经核查，主办券商、会计师认为：

（1）公司收购宜欧客、勾藤电子的支付对价系依据评估价格，价格公允，收购对价等于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值，不确认商誉。公司

已完成对价的支付及对应的资金来源，交易真实，不存在侵犯公司及公司股东利益的情况。

(2) 公司收购宜欧客、勾藤电子前后在业务、资产、人员等方面已完成有效整合，收购宜欧客和勾藤电子拓宽了公司的销售渠道且对公司的经营业绩产生了一定的积极影响；公司出售宜欧客价格系依据账面净资产价格，价格公允，与前次收购不存在较大差异，不存在损害公司利益的情况，不存在为规避关联交易的股权代持。

(3) 公司关联交易具有必要性，关联交易价格与公司同期向非关联客户销售的同型号商品价格存在差异，差异具有商业合理性，关联交易价格公允。目前阶段存在关联方仅为公司服务的情况。

(5) 关于财务规范性。

根据申请文件，2022 年公司存在个人账户付款，涉及金额 22.31 万元，报告期内公司存在第三方回款。请公司说明：①个人账户收付款行为是否已清理规范，所涉个人银行账户是否已注销，公司规范个人账户使用的具体措施和执行情况及相关内控制度，期后是否发生个人账户代收代付款的结算行为。②多个客户通过第三方支付机构 AKCENTA CZAS 付款是否具有商业合理性，付款方式是否为合同约定，可比公司是否存在类似模式。③于重大事项提示补充披露财务规范性的相关情况。请主办券商、会计师核查上述问题并发表明确意见，说明针对第三方回款的核查手段及对第三方回款收入真实性的确认比例。

(一) 公司说明

1、个人账户收付款行为是否已清理规范，所涉个人银行账户是否已注销，公司规范个人账户使用的具体措施和执行情况及相关内控制度，期后是否发生个人账户代收代付款的结算行为。

基于便捷考虑，报告期内公司存在使用实际控制人于刃非淘宝账户采购零星物资的情况，公司转账至于刃非个人账户，在淘宝下单时直接使用于刃非个人账户付款。公司会计处理为：①公司转账至于刃非个人账户，借记“其他应收款”、贷记“银行存款”；②淘宝采购付款时，借记“制造费用、管理费用等”、贷记

“其他应收款”；③于刃非个人账户结余款项退回公司时，借记“银行存款”、贷记“其他应收款”。2022年度个人账户付款金额合计23.31万元，自2022年9月起，公司已清理规范个人账户收付款行为，不再通过个人账户进行收付款。所涉个人银行账户已于2023年12月注销。

公司规范个人账户使用的具体措施和和执行情况及相关内控制度如下：

1、停止使用个人账户收付款行为，自2022年9月起，公司不再通过个人账户进行收付款，并于2023年12月将个人账户进行注销；

2、建立《资金管理制度》，并严格按照《资金管理制度》进行执行，公司实行资金的集中管理，严禁用个人名义开立银行账户。

期后公司未发生个人账户代收代付的结算行为。

2、多个客户通过第三方支付机构 AKCENTA CZ A S 付款是否具有商业合理性，付款方式是否为合同约定，可比公司是否存在类似模式。

第三方支付机构 AKCENTA CZ A S 是于 1997 年在捷克共和国成立的外汇支付机构，其主要为公司和机构客户提供货币兑换、国际支付、对冲交易以及衍生品交易服务。据其官网公开信息显示，AKCENTA CZ A S 受捷克国家银行(CNB)授予支付机构活动许可和衍生品交易许可，使用 AKCENTA CZ A S 进行付款结算时间较短、费用较低，客户通过 AKCENTA CZ A S 付款具有商业合理性。

公司与客户签订的销售合同或销售订单未对付款方式进行约定。

经查询同行业可比公司公开披露的定期报告，同行业可比公司未披露客户通过第三方支付机构进行付款的相关事项。

3、于重大事项提示补充披露财务规范性的相关情况

公司已于公开转让说明书中重大事项提示部分进行如下披露：

重要风险或事项名称	重要风险或事项简要描述
财务规范情况	1、报告期内，公司存在使用实际控制人于刃非淘宝账户采购零星物资的情况，公司转账至于刃非个人卡，在淘宝下单时直接使用于刃非个人卡付款。自 2022 年 9 月起，公司已规范个人卡付款情形，不再通过个人卡付款。（具体详见本公开转让说明书“第二节公司业务”之“四公司主营业务相关的情况（五）收付款方式”，页码：P54）2、报告期内，公司存在回款方与签订合同方不一致的第三方回款情形，由于跨境结算过程中可能存在交易不便利、时间较长及资金周转等问题，因此公司个别客户综合考虑自身资金管理安排，由其关联方或通过第三方支付机构代为支付货款，进而提高结算的便利性。（具体详见本公开转让说明书“第四节公司财务”之“七资产质量分析（一）流动资产结构及变化情况 5、应收账款（7）其他事项”，页码：P149-P150）

（二）请主办券商、会计师核查上述问题并发表明确意见，说明针对第三方回款的核查手段及对第三方回款收入真实性的确认比例。

1、核查上述问题并发表明确意见

（1）核查程序

①向公司财务负责人了解公司报告期内存在的财务不规范情况，包括个人账户收付款及第三方回款事项的具体情况及其发生原因；判断相关事项发生的合理性及必要性；了解公司报告期内财务不规范行为的具体规范措施；

②获取公司个人账户注销前的银行流水，筛选并统计报告期内公司使用个人账户收付款的情况；获取《资金管理制度》，核查公司关于《资金管理制度》的执行情况，核实公司对个人账户收付款行为的清理规范情况；

③登录 AKCENTA CZ A S 官方网站，了解 AKCENTA CZ A S 的相关信息及主要业务，获取通过第三方支付机构 AKCENTA CZ A S 付款的相关客户的代付款协议及客户对代付款方关系的说明，核实和确认代付行为的真实性、必要性和商业合理性。

④获取通过第三方支付机构 AKCENTA CZ A S 付款的相关客户与公司签订的销售合同或销售订单，核查销售合同或销售订单中是否对付款方式进行约定；查询同行业可比公司公开披露的定期报告，核查可比公司是否存在类似模式。

（2）核查意见

经核查，主办券商、会计师认为：

①公司个人账户收付款行为已清理规范，所涉个人银行账户已注销，公司已建立《资金管理制度》，关于规范个人账户使用的相关措施得到有效执行，期后未发生个人账户代收代付款的结算行为；

②由于 AKCENTA CZ A S 具有结算时间较短、费用较低等优势，客户通过 AKCENTA CZ A S 进行付款具体商业合理性，客户与公司签订的销售合同及销售订单中未对付款方式进行约定，同行业可比公司未披露客户通过第三方支付机构进行付款的相关事项。

③公司已于公开转让说明书中重大事项提示部分披露财务规范性的相关情况。

2、说明针对第三方回款的核查手段及对第三方回款收入真实性的确认比例

主办券商及会计师针对第三方回款的核查手段如下：

①获取第三方回款明细表，复核计算第三方回款形成收入占营业收入的比例；

②对第三方回款明细进行抽样，选取样本追查至相关业务合同、报关单及资金流水凭证，核实和确认第三方回款金额的准确性以及所对应的营业收入的真实性；

③获取相关客户的代付款协议及客户对代付款方关系的说明，核实和确认代付行为的真实性、必要性和商业合理性；

④获取公司、实际控制人、董事、监事、高级管理人员关于与第三方回款支付方均不存在关联关系或其他利益安排的说明；

⑤通过查询国家企业信用信息公示系统、裁判文书网等网站，核查报告期内是否存在公司与第三方回款相关的诉讼；获取并检查报告期内公司诉讼的相关资料，核查报告期内是否存在因第三方回款导致的货款归属纠纷情况；

主办券商及会计师通过对第三方回款明细进行抽样，选取样本追查至相关业务合同、业务执行记录及资金流水凭证，对第三方回款收入真实性的确认比例如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度
第三方回款收入	5,283,157.62	2,421,264.84
核查收入	4,283,314.75	1,817,651.85
占比	81.07%	75.07%

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。

【回复】

公司、主办券商、律师、申报会计师已对照《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，公司不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。

公司财务报告审计截止日为2023年12月31日，至公开转让说明书签署日未超过7个月。

为落实中国证监会《监管规则适用指引——北京证券交易所类第1号：全国股转系统挂牌公司申请在北京证券交易所发行上市辅导监管指引》的工作要求，中介机构应就北交所辅导备案进展情况、申请文件与辅导备案文件一致性出具专项核查报告并与问询回复文件一同上传。

【回复】

公司尚未向江苏证监局申请北交所辅导备案，故不适用《监管规则适用指引——北京证券交易所类第1号：全国股转系统挂牌公司申请在北京证券交易所发行上市辅导监管指引》的相关工作要求。

（以下无正文）

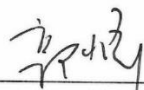
（本页无正文，为智先生电器（江苏）股份有限公司《关于智先生电器（江苏）股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的审核问询函的回复》之签章页）

法定代表人： 于刃非
于刃非

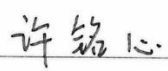
智先生电器（江苏）股份有限公司

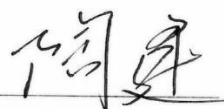


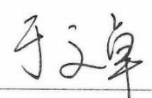
（本页无正文，为东吴证券股份有限公司《关于智先生电器（江苏）股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的审核问询函的回复》之签章页）

项目负责人： 
郭 峰

项目小组成员： 
姜佳男


许铭心


陶 建


于文卓

