



**关于浙江科恩实验设备股份有限公司
股票公开转让并挂牌申请文件的
第二轮审核问询函的回复**

主办券商



（地址：南京市江东中路 389 号）

二零二四年八月

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

根据贵公司《关于浙江科恩实验设备股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的第二轮审核问询函》（以下简称“审核问询函”）的内容要求，浙江科恩实验设备股份有限公司会同南京证券股份有限公司、国浩律师（杭州）事务所、立信会计师事务所（特殊普通合伙）对审核问询函进行了认真讨论与核查，并逐项落实后进行了书面说明。涉及需要相关中介机构核查及发表意见的部分，已由各中介机构分别出具了核查意见/问询回复。涉及对《浙江科恩实验设备股份有限公司公开转让说明书》（以下简称“公开转让说明书”）进行修改或补充披露的部分，已按照要求对公开转让说明书进行了修改和补充。

如无特别说明，本回复中所使用的简称与公开转让说明书具有相同含义。本回复中可能存在个别数据加总后与相关汇总数据存在尾差，均系数据计算时四舍五入造成。

本回复中的字体代表以下含义：

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

目 录

问题 1.关于销售情况.....	4
问题 2.关于公司收购子公司.....	37
其他说明事项.....	47

问题 1.关于销售情况

根据申报文件及前次问询回复，(1) 2022 年、2023 年公司营业收入分别为 9,327.53 万元、9,771.15 万元；毛利率分别为 57.47%、58.82%，高于所选同行业可比公司平均水平，主要产品毛利率亦高于所选同行业可比公司对应产品。(2) 报告期内，公司前五大销售客户占比分别为 10.87%、9.86%，客户较为分散。(3) 报告期内，公司销售费用分别为 659.88 万元、939.14 万元，占当期营业收入比例分别为 7.07%、9.61%。

请公司：(1) 说明可比公司选取的恰当性及合理性，并结合主要产品的成本构成、价格差异、核心技术等情况详细分析公司毛利率较高的原因和合理性；(2) 分产品说明境内外销售毛利率差异的原因及合理性；(3) 根据销售合同签订情况、报告期内收入实现情况和期后订单获取情况(按照 100 万元以上、100 万元以下)，说明公司下游客户的变动情况，经营业绩的稳定性和可持续性；(4) 结合销售客户地区分布、订单获取方式等，说明销售费用变动和收入实现的匹配性，销售费用率与同行业可比公司是否存在明显差异，如是，进一步分析合理性；销售费用的完整性，是否存在关联方为公司承担推广、宣传或者其他销售费用的情形。

请主办券商、会计师：(1) 核查上述事项并发表明确意见；(2) 说明营业收入的核查方式及程序，包括但不限于发函、回函、走访、替代性措施的金额和比例、核查结论，并对营业收入的真实性、准确性、完整性发表明确意见。

【回复】

一、说明可比公司选取的恰当性及合理性，并结合主要产品的成本构成、价格差异、核心技术等情况详细分析公司毛利率较高的原因和合理性。

(一) 说明可比公司选取的恰当性及合理性

1、公司不存在完全对标的可比公司

公司主要从事实验室专用配套部件的研发、生产及销售，产品可分为实验室专用水气部件及实验室专用排风部件两大类。在实验室环境中，公司产品主要用于实验室基础设施建设（如实验室台面、水槽、杯槽、滴水架）、实验过程精准

控制（如化验龙头、气体考克）、实验过程防护（如抽气罩、废液收集器）以及实验应急防护（如紧急冲淋、洗眼器），公司产品属于实验室中普遍使用的专用配套部件，可在多行业实验室中予以应用。

公司主要客户为实验室建设厂商，建设厂商根据实验室建设进度采购公司产品及其他用于实验室建设的材料，经过施工建设后向终端业主方整体交付实验室，相关的实验室涵盖多个行业，主要包括医疗、制药、石油石化、化工、教育、食品等行业。截至本回复出具之日，A股上市公司及新三板挂牌公司中尚不存在以实验室专用水气部件及实验室专用排风部件为主要产品的公司。

2、公司以“产品在实验室中应用”为标准寻找可比公司的恰当性及合理性

由于公司不存在完全对标的可比公司，且实验用品具有特殊性，与非实验用品相比，实验用品在产品质量、制造精度及适应特定实验环境能力（如高温、试剂强腐蚀、洁净要求高等）方面均需满足特定要求，公司作为实验室专用配套部件的供应商，与其他主要产品或部分产品为实验用品的公司具备一定可比性，故选择以“产品在实验室中应用”为标准筛选可比公司。

经筛选，公司选取了华科仪（873991）及同惠电子（833509）作为可比公司，公司与可比公司的比较情况如下：

公司名称	主营业务	主要产品	选取原因	毛利率	
				2023 年度	2022 年度
华科仪（873991）	在线和实验室分析仪器及相关成套产品的生产和销售	用于物质的化学成分及物理特性分析的分析仪器，包括水分析仪器、气体分析仪器及油分析仪器	产品主要用于实验室分析检测，为实验室专用检测设备	53.20%	45.55%
同惠电子（833509）	电子测量仪器及其配件研发、生产和销售	元件参数测试仪器、绕线元件测试仪器、电气安规测试仪器、电阻类测试仪器、电力电子测试仪器、台式数字多用表等电子测试与测量仪器	台式数字多用表、电力电子测试仪器等产品可作为实验室用检测设备	57.09%	55.98%
科恩股份	实验室配套部件研发、生产及销售	实验室专用水气部件及实验室专用排风部件，主要包括化验龙头、抽气罩、实验室台面、紧急冲淋等产品	-	58.82%	57.47%

华科仪及同惠电子的主要产品及部分产品均在实验室中有所应用，与公司产

品为实验室专用产品具有相似性及可比性，鉴于实验室用品对产品品质和性能的特殊性，能保证相关产品的制造商保持较高的毛利率，就综合毛利率而言，公司与所选可比公司均印证上述特性，故选取华科仪及同惠电子作为可比公司具备恰当性及合理性。

3、公司部分产品类型选取可比产品的原因、恰当性及合理性

就具体产品而言，公司产品主要为实验室用水气部件及排风部件，与华科仪、同惠电子在产品成本结构、制造工艺等方面有本质区别。考虑到与公司的主要产品如化验龙头、实验室台面相类似的产品（如五金洁具、龙头五金、陶瓷制品等）在除实验室场景外其他领域也有应用，为便于对比分析公司产品的毛利率合理性及产品特殊性，公司通过搜寻、筛选主要产品类型中其他应用领域的可比产品并进行比较分析。

经搜寻及筛选，公司产品类型中仅化验龙头及实验室台面存在其他应用领域的可比产品，其比较情况如下：

公司产品类型	可比产品类型	可比产品生产商	主营业务	主要产品	选取原因
化验龙头	五金洁具	惠达卫浴（603385）	卫浴产品的设计、研发、生产和销售	卫生陶瓷、五金洁具、浴缸浴房、浴室柜和陶瓷砖	产品均为龙头五金，成本结构类似，可比产品应用领域以家居为主，便于对比分析实验室用化验龙头的特殊性
	龙头五金	箭牌家居（001322）	为消费者提供一站式智慧家居解决方案	卫生陶瓷（含智能坐便器）、龙头五金、浴室家具、浴缸浴房、瓷砖、定制橱柜衣柜等全系列家居产品	
实验室台面	瓷质有釉砖、陶瓷薄板	蒙娜丽莎（002918）	高品质建筑陶瓷产品的研发、生产和销售	建筑陶瓷制品，包括陶瓷砖、陶瓷板（岩板）、薄型陶瓷砖	产品均为陶瓷板加工制品，具有类似性，可比产品应用领域以通用建筑为主，便于对比分析实验室用台面的特殊性
	陶瓷砖、陶瓷板材	新明珠（已申报 IPO）	建筑陶瓷的设计、研发、生产及销售	陶瓷砖和陶瓷板材	

(二) 结合主要产品的成本构成、价格差异、核心技术等情况详细分析公司毛利率较高的原因和合理性

报告期内，公司营业收入分别为 9,327.53 万元、9,771.15 万元，其中主营业务收入分别为 9,119.32 万元、9,511.43 万元，公司产品类型的收入及毛利率情况如下：

产品大类	产品类型	2023 年度			2022 年度		
		营业收入 (万元)	毛利率	营业收入 占比	营业收入 (万元)	毛利率	营业收入 占比
实验室专用水 气部件	化验龙头	2,071.55	40.50%	21.78%	2,007.07	37.46%	22.01%
	紧急冲淋	986.01	60.09%	10.37%	984.35	59.72%	10.79%
	实验室台面	1,202.38	38.10%	12.64%	854.20	27.25%	9.37%
	洗眼器	756.54	67.76%	7.95%	720.64	63.87%	7.90%
	水槽杯槽	716.66	68.22%	7.53%	675.10	68.97%	7.40%
	滴水架	499.94	80.20%	5.26%	414.72	78.78%	4.55%
	气体考克	382.36	66.06%	4.02%	390.80	64.23%	4.29%
	废液收集器	202.65	78.15%	2.13%	224.44	79.09%	2.46%
实验室专用排 风部件	抽气罩	2,670.70	71.58%	28.08%	2,846.10	69.98%	31.21%
	通风柜	22.63	49.72%	0.24%	1.90	73.13%	0.02%
合计		9,511.43	-	100.00%	9,119.32	-	100.00%

由上表可知，公司 2023 年度营业收入占比超过 10%的产品为化验龙头、紧急冲淋、实验室台面、抽气罩四项，合计收入占比为 72.87%；2022 年度上述四项产品营业收入合计占比为 73.38%，系公司的主要产品。

化验龙头、紧急冲淋、实验室台面和抽气罩以其是否存在其他应用领域的可比产品可分为两类：化验龙头和实验室台面存在其他应用领域的可比产品，分别为应用于家居卫浴领域的龙头五金产品，以及应用于建筑装修领域的陶瓷板材产品；紧急冲淋和抽气罩并不存在其他应用领域的可比产品，该类产品仅针对实验室应用的需求进行研发和生产。根据以上划分方法，公司对主要产品进行分析如下：

1、化验龙头和实验室台面（存在其他应用领域的可比产品）

(1) 化验龙头

公司选取了主营家居卫浴产品设计、研发、生产和销售的惠达卫浴(603385)、箭牌家居(001322)，并将其五金洁具产品系列、龙头五金产品系列与公司化验龙头产品进行对比分析，公司化验龙头产品与所选可比产品的毛利率对比情况如下表所示：

公司名称	产品系列	毛利率	
		2023 年度	2022 年度
惠达卫浴	五金洁具	36.30%	33.26%
箭牌家居	龙头五金	26.58%	30.50%
平均值		31.44%	31.88%
公司	化验龙头	40.50%	37.46%

① 化验龙头的成本构成对比情况

报告期内，公司化验龙头产品的成本结构如下：

单位：万元

项目	2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比
直接材料	804.07	65.24%	820.31	65.35%
直接人工	130.53	10.59%	135.25	10.78%
制造费用	213.24	17.30%	219.99	17.53%
运输费用	84.64	6.87%	79.66	6.35%
合计	1,232.48	100.00%	1,255.20	100.00%

报告期内，箭牌家居未在其年度报告中披露其龙头五金产品的成本结构，惠达卫浴五金洁具产品（包括水龙头、淋浴器、水槽、恒温花洒和普通花洒等）的成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比
原材料	12,660.69	39.80%	13,167.03	37.48%
人工	1,088.18	3.42%	985.68	2.81%
燃料动力	423.47	1.33%	531.77	1.51%
制造费用	1,387.58	4.36%	1,888.91	5.38%
外部采购成本	14,885.67	46.79%	16,815.06	47.86%
运输费	1,365.00	4.29%	1,744.12	4.96%
合计	31,810.59	100.00%	35,132.56	100.00%

如上表所示，惠达卫浴的五金洁具产品的成本构成中包含较大的外部采购成本，为增加数据的可比性，将其依据料工费的比例进行拆分，模拟的成本构成如下：

单位：万元

项目	2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比
直接材料	24,772.76	77.88%	26,526.05	75.50%
直接人工	2,129.20	6.69%	1,985.74	5.65%
制造费用	3,543.63	11.14%	4,876.65	13.88%
运输费用	1,365.00	4.29%	1,744.12	4.96%
合计	31,810.59	100.00%	35,132.56	100.00%

公司化验龙头产品成本构成中，最主要的组成部分为直接材料，包括主材铜材，辅材塑料、橡胶等，占比超过 65%，其后依次为制造费用，直接人工以及运输费用，与惠达卫浴的五金洁具产品的成本结构具有相似性。惠达卫浴的五金洁具产品成本结构中直接材料占比超过 75%，高于公司化验龙头的水平，而制造费用和直接人工的占比较低，主要系惠达卫浴产销量较大，规模效应显著。公司化验龙头成本构成与可比公司不存在重大差异。

②化验龙头的价格及核心技术对比情况

公司化验龙头产品（不含化验龙头配件）在 2022 年和 2023 年的平均单价分别为 145.48 元/件和 145.13 元/件，变动较小；平均单位成本分别为 91.30 元/件和 86.86 元/件，平均单位成本下降的原因主要系 2023 年铜材采购价格有所下降，导致直接材料耗用金额下降，同时其他各类产品产量上升幅度高于化验龙头产量，降低了分摊的制造费用和直接人工；故 2023 年度化验龙头产品毛利率有所上升。

箭牌家居和惠达卫浴在报告期内均未公布其龙头类产品的平均单价，根据箭牌家居招股说明书所披露内容，其 2019 年、2020 年及 2021 年水龙头的平均销售单价分别为 134.70 元/件、129.86 元/件及 135.43 元/件，平均单位成本分别为 90.26 元/件、90.32 元/件及 98.73 元/件。相比箭牌家居的水龙头产品，公司平均单价较高，平均单位成本相近，毛利率相对较高。

公司的化验龙头销售单价高于可比产品售价，主要系家居卫浴领域主要考察龙头密封性、耐用性、变温恒温效果、外观设计新颖性等性能特性，相比之下，公司化验龙头系用于精准控制实验室用各类液体的部件，具有较强的实验室行业属性，实验室建设行业对化验龙头在漆膜附着力、耐污染性能、抗细菌性能、重金属污染物析出控制等方面均具有较特殊且严格的要求，因此相较于家居卫浴领域龙头五金产品，公司化验龙头产品的售价较高。实验用化验龙头的标准要求及公司产品检测情况具体如下：

产品类型	参照国家标准/行业标准/团体标准	主要检测指标	相关标准要求情况	科恩股份产品检测结果
实验室用化验龙头	GB/T9286-2021	漆膜附着力	漆膜附着力：1级、（0级优于1级）；	漆膜附着力0级
	GB/T25501-2019	用水效率	1、2、3级能效，1级最好	2级能效
	GB/T17657	耐污染性能	0-5级，5级最优	与硫酸，硝酸，盐酸，氢氧化钠等试剂接触48h后，均无明显变化，达到5级要求
	JC/T897-2014	抗菌性能	-	不少于12种细菌的检测，抗菌率≥99.98%
	GB18145-2014	重金属污染物析出	铅析出统计量 $Q \leq 5$ ，镉析出量 ≤ 0.6 ，铜析出量 ≤ 130 ，镍析出量 ≤ 20 ，砷、钡、铍、硼、镉、铬、六价铬、汞、硒、铊、铋、锰、钼等均要求不高于相关析出量上限	铅析出统计量 $Q \leq 4.214$ ，镉析出量 ≤ 0.184 ，铜析出量 ≤ 52.071 ，镍析出量 ≤ 0.366 ，砷、钡、铍、硼、镉、铬、六价铬、汞、硒、铊、铋、锰、钼等均未检出

综上所述，公司化验龙头产品的成本构成与其他应用领域的可比产品不存在重大差异，但由于实验室专用产品的技术要求与可比产品显著不同，导致平均售价更高，公司化验龙头产品毛利率较高具备合理性。

（2）实验室台面

公司选取了主要产品为建筑板材的蒙娜丽莎（002918）、新明珠（已申报IPO），并分别将其瓷质有釉砖、陶瓷薄板产品系列，陶瓷砖、陶瓷板材产品系列与公司实验室台面产品进行对比分析，公司实验室台面产品与所选可比产品的毛利率对比情况如下表所示：

公司名称	产品系列	毛利率	
		2023 年度	2022 年度
蒙娜丽莎	瓷质有釉砖、陶瓷薄板	30.69%	24.57%
新明珠	陶瓷砖、陶瓷板材	25.62%*	22.87%
平均值		28.16%	23.72%
公司	实验室台面	38.10%	27.25%

*注：由于新明珠未披露 2023 年度财务数据，故新明珠 2023 年度可比毛利率以其陶瓷砖、陶瓷板材产品 2023 年 1-6 月综合毛利率作为可比毛利率进行比较

2022 年度公司实验室台面产品毛利率略高于所选可比产品毛利率。2023 年度公司实验室台面产品毛利率上涨较大，主要系公司 2023 年度板材采购价格下

降，以及公司 2022 年度实验室台面产品产能未完全利用导致产品分摊的人工制造费用较高，2023 年度实验室台面销售收入上升带动产量上升，规模效益使得实验室台面产品的单位成本有所降低。公司实验室台面成本构成及销售价格分析如下：

①实验室台面的成本构成对比情况

公司实验室台面产品的成本结构如下：

单位：万元

项目	2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比
直接材料	420.99	56.57%	342.64	55.14%
直接人工	102.48	13.77%	92.26	14.85%
制造费用	169.64	22.79%	147.10	23.67%
运输费用	51.11	6.87%	39.44	6.35%
合计	744.23	100.00%	621.44	100.00%

报告期内，蒙娜丽莎和新明珠均未公开披露其相关产品的成本结构，并且新明珠未披露 2023 年度财务数据。以下根据可比产品对应公司全产品口径的成本结构进行统计分析。

蒙娜丽莎的营业成本构成如下：

单位：万元

项目	2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比
直接材料	126,319.12	30.27%	156,818.03	32.97%
直接人工	18,547.52	4.44%	20,378.12	4.28%
燃料动力	140,673.33	33.71%	136,166.60	28.63%
制造费用	74,119.90	17.76%	76,706.53	16.13%
外购商品	39,489.58	9.46%	50,547.72	10.63%
运费、加工费	15,594.48	3.74%	31,551.40	6.63%
其他成本	2,600.20	0.62%	3,414.80	0.72%
合计	417,344.13	100.00%	475,583.18	100.00%

新明珠的营业成本构成如下：

单位：万元

项目	2022 年	
	金额	占比
直接材料	169,887.81	35.10%
直接人工	43,892.96	9.07%
制造费用	58,478.30	12.08%
能源成本	211,744.34	43.75%
合计	484,003.41	100.00%

根据上表蒙娜丽莎和新明珠的数据所示，其产品成本结构中存在较大的燃料动力(能源成本)费用。蒙娜丽莎 2023 年度的成本结构中，燃料动力占比 33.71%，系其最主要的成本支出，其次为直接材料，占比 30.27%；新明珠 2022 年度的成本结构中，能源成本占比 43.75%，亦为其最主要的成本支出，其次为直接材料，占比 35.10%。形成上述情况的主要原因系蒙娜丽莎、新明珠均为陶瓷板材的生产商，陶瓷板材的生产需要开窑烧制，并且由于窑炉烧制工艺的特殊性，开窑后一般不容易停窑，故燃料成本占比较高。

公司实验室台面的成本结构与上述公司的差异较大，由于公司采购的原材料就是上述公司烧制生产完成的产品，故实验室台面的成本结构中最主要的部分为直接材料，占比超过 50%，其次为制造费用。公司向陶瓷板材生产商采购定制的陶瓷原板后，依据客户的需求进一步切割、打孔、打磨，最后进行对外销售，即板材的烧制过程由陶瓷板材的生产商负责，故公司实验室台面成本结构中不含燃料动力（能源成本）费用；除陶瓷板材的采购成本外，其他成本主要为场地、器械、人工等耗用所产生的费用，故公司陶瓷台面的成本结构具有合理性。

②实验室台面的价格及核心技术对比情况

报告期内，公司实验室台面产品的平均单价如下：

项目	2023 年度			2022 年度		
	收入 (万元)	数量	单价	收入 (万元)	数量	单价
陶瓷板	1,067.50	23,837.83	447.82 (元/平方米)	669.60	14,726.38	454.69 (元/平方米)
纤维板	81.48	2,917.80	279.27 (元/件)	150.47	5,895.15	255.25 (元/件)
合计	1,148.98	-	-	820.07	-	-
占比	95.56%	-	-	96.00%	-	-

注：陶瓷板的数量单位为平方米，单价单位为元/平方米；纤维板的数量单位为件，单价单位为元/件

根据上表所示，公司实验室台面中陶瓷板的平均单价略有下降，变动幅度较小；纤维板的平均单价有所上升，纤维板系实验室建设工程中的辅助材料，销售额较小，2022 年客户对纤维板的采购量较大，公司给予了相对优惠的销售价格。公司这两类产品收入合计占实验室台面销售收入的比例超过 95%，实验室台面的销售价格总体变化不大。

报告期内，蒙娜丽莎未公开其产品的单价信息；根据新明珠招股说明书，其陶瓷板材产品在 2020 年、2021 年及 2022 年的单价分别为 109.65 元/平方米、71.50 元/平方米及 63.04 元/平方米，对应的单位成本分别为 63.61 元/平方米、44.25 元/平方米及 44.55 元/平方米，2022 年度毛利率为 29.33%，毛利率与公司不存在重大差异。

2022 年和 2023 年，公司实验室台面中陶瓷板的单价分别为 454.69 元/平方米和 447.82 元/平方米，变动较小；平均单位成本分别为 323.77 元/平方米和 275.94 元/平方米，成本降低主要系板材采购价格下降，以及产能释放导致的效益。

2023 年度，根据不同的供应商，公司采购板材的价格在 140 元/平方米至 170 元/平方米左右，远高于新明珠陶瓷板材产品的平均销售价格，主要系公司实验室台面所用原板均为陶瓷板材生产商的高端产品，故销售价格也远高于可比产品。

具体分析实验室台面产品与所选可比产品销售价格的差异如下：

A.公司与陶瓷板材生产商合作开发定制的板材具有实验室特性，各项指标要求与其他应用领域的可比产品存在差异。通用建筑领域主要考察板材平整度、光泽度、花色丰富程度等性能特性，相比之下，公司实验室台面系针对实验室建设应用场景开发生产的定制化产品，具有较强的实验室行业属性，产品需满足抗冲击、耐污染、抗细菌等特殊要求，以保证实验过程的稳定及实验结果的准确性，具体性能指标如下：

产品类型	参照国家标准/行业标准/团体标准	主要检测指标	相关标准要求情况	科恩股份产品检测结果
实验室台面	GB/T3810.5-2016	抗冲击恢复系数	≥0.65	0.90
	GB/T17657-2022	耐污染性能	0-5 级，5 级最优	与硫酸，硝酸，盐酸，氢氧化钠等试剂接触 48h 后，均无明显变化，达到 5 级要求
	JISZ2801: 2012	抗细菌性能	活性值 ≥2.0	大肠杆菌：5.9 金黄色葡萄球菌：5.2；肺炎克雷伯氏菌：6.1；粘质沙雷伯氏菌：5.7；铜绿假单胞菌：5.6；鼠伤寒沙门氏菌：5.8；枯草芽孢杆菌：2.9。

B.定制产品需要单独研发和生产，供应商的固定成本较高。由于实验室台面系专为实验室建设行业设计生产的定制化产品，板材在尺寸、表面处理工艺、胚体选材等方面均与通用装修板材存在较大差异，公司无法通过公开市场采购符合

标准要求的板材，需委托板材供应商按公司提交的产品设计及要求单独开发板材。在模具试制、样品试制、样品检验等环节公司与供应商紧密对接，供应商前期投入较高，并且生产时需要根据产品特性进行单独烧制，大幅提高了定制陶瓷板材的采购成本。

C.公司根据实验室业主方的需求对板材进行定制加工，获取了该环节的商业附加值。新明珠系陶瓷板材的生产厂商，其主要产品为标准品，其产品售价中不包含最终定制加工部分的利润。

D.统计口径有所差异。上述新明珠陶瓷板材产品系高中低各种级别产品综合统计的平均售价，由于中低级别产品在通用市场中销量占比较高，故会大幅拉低平均售价；公司采购的陶瓷板材均系高端产品，故售价显著较高。

综上所述，由于陶瓷板材在性能参数、规模效益、价值环节、统计口径方面的差异，导致公司陶瓷板材产品的平均售价高于可比产品，具有合理性。

通过上述对成本及售价的分析，报告期内公司实验室台面的售价比较稳定，毛利率上升主要系成本端采购价格下降以及规模效应所致。毛利率较高的原因主要系公司产品具有较强的实验室属性，性能参数要求较高；并且相比可比产品，公司实验室台面产品的生产涉及到附加值更高的加工定制环节，故毛利率较高具有合理性。

2、紧急冲淋和抽气罩（实验专用产品，不存在其他应用领域可比产品）

①紧急冲淋和抽气罩的成本构成对比情况

除前述化验龙头、实验室台面外，公司其他主要产品包括紧急冲淋和抽气罩。2022 年度和 2023 年度，紧急冲淋的销售收入占营业收入的比例分别为 10.79% 和 10.37%；抽气罩的销售收入占营业收入的比例分别为 31.21%和 28.08%。以上产品在 A 股上市公司及新三板挂牌公司中暂无对应的产品可进行对比。

报告期内，紧急冲淋和抽气罩的毛利率分别为 60%左右和 70%左右，高于化验龙头和实验室台面毛利率，主要系上述产品为公司自主研发的实验室专用产品，公司通过自主研发不断优化主要产品的关键性能，提升相关产品的市场议价能力。

紧急冲淋产品的成本构成如下：

单位：万元

项目	2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比
直接材料	262.84	66.79%	266.43	67.19%
直接人工	38.24	9.72%	38.79	9.78%
制造费用	65.44	16.63%	66.13	16.68%
运输费用	27.03	6.87%	25.16	6.35%
合计	393.55	100.00%	396.51	100.00%

抽气罩产品的成本构成如下：

单位：万元

项目	2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比
直接材料	456.73	60.18%	517.26	60.54%
直接人工	104.97	13.83%	118.61	13.88%
制造费用	145.14	19.12%	164.29	19.23%
运输费用	52.12	6.87%	54.22	6.35%
合计	758.96	100.00%	854.38	100.00%

根据上表所示，报告期内，紧急冲淋和抽气罩的成本结构变化较小，并且两者的成本构成比较相似，主要系紧急冲淋、抽气罩以及前述化验龙头等产品的主要工序均为金属部件加工及产品装配，具体工序较为相似，包括机加工、焊接、打磨、装配等，根据每种产品使用的原材料数量、原材料价格、人工工序等不同，成本结构存在少量不同，总体上相似度较高，以原材料为主，其后依次为制造费用、直接人工和运输费用。成本构成具有合理性。

②紧急冲淋和抽气罩的价格变动情况

紧急冲淋和抽气罩的相关销售数据如下表所示：

产品类型	2023 年度			2022 年度		
	营业收入 (万元)	毛利率	单价 (元/套)	营业收入 (万元)	毛利率	单价 (元/套)
紧急冲淋	986.01	60.09%	1,935.21	984.35	59.72%	1,974.89
抽气罩	2,670.70	71.58%	649.12	2,846.10	69.98%	704.33
合计	3,656.71	-	-	3,830.45	-	-

2022 年度和 2023 年度，公司紧急冲淋毛利率分别为 59.72%和 60.09%；紧急冲淋（不含紧急冲淋配件）的平均单价为 1,974.89 元/套和 1,935.21 元/套，售价变动较小。

2022 年度和 2023 年度，公司抽气罩毛利率分别为 69.98%和 71.58%，有小

幅上升；抽气罩（不含抽气罩配件）的平均单价为 704.33 元/套和 649.12 元/套，售价有所下降。

造成上述差异的主要原因如下：公司的抽气罩产品按照品牌可以分为“科恩 TOF”品牌以及“御家”品牌，其中科恩 TOF 品牌定位较为高端，售价较高，御家品牌的产品则售价较低。并且抽气罩产品不同型号之间的差价较大，科恩 TOF 产品中：160 系列的产品售价在 1,300.00 元/套至 1,600.00 元/套之间，110 系列的产品售价在 1,300.00 元/套至 1,500.00 元/套之间，75 系列产品售价在 600.00 元/套至 700.00 元/套之间，75 系列产品是最主流的产品型号；御家系列产品的售价较低，整体分布在 200.00 元/套至 800.00 元/套之间。

公司 2023 年度高价格产品的销售量有所下降，160 系列和 110 系列合计销量下降 15.84%，而报告期内主流型号 75 系列的销量基本持平，则导致销售单价有所下降，同时 2023 年度 160 系列和 110 系列产品的毛利率为 64.92%，低于平均毛利率，故其销量降低，提高了毛利率水平。

公司 2023 年度御家品牌的产品销量同比下降 6.95%，由于御家品牌销售额占全部抽气罩（不含抽气罩配件）的比例较小，报告期内分别为 5.62%和 7.54%，对平均售价影响轻微，不过御家品牌抽气罩的毛利率主要分布在 45%至 66%左右，显著低于科恩 TOF 品牌抽气罩平均毛利率，故其销量降低，亦提高了毛利率水平。

综上所述，报告期内抽气罩平均售价有所下降，毛利率有小幅上升，主要系各期销售的产品型号构成之间差异所致，具有合理性。

③紧急冲淋和抽气罩的核心技术情况

公司自设立以来始终高度重视技术创新工作，通过自主研发不断积累技术成果，优化主要产品的关键性能，就紧急冲淋和抽气罩产品而言，公司的核心技术及专利如下：

技术名称	技术先进性及其特征	对应专利或软件著作权
抽气罩低风阻技术	公司改良了抽气罩连接部位结构，新型罩口使得排风压力比现有技术减少 50%以上且排风覆盖面积增加，有效降低了实验室排风能耗。	专利名称：一种风阻小的集气罩 专利号：ZL202120742755.4

技术名称	技术先进性及其特征	对应专利或软件著作权
抽气罩气体净化除尘技术	传统实验室抽气罩无法对实验废气进行处理，直接排放将损害人体安全及实验环境。公司在抽气罩末端采用气体净化技术及除尘技术，将排放气体进行净化除尘处理，达到排放标准。	专利名称：一种带有除尘功能的新型实验室用抽气罩 专利号：ZL202021026198.8
紧急冲淋喷水冲击力提升技术	传统紧急喷淋装置在冲洗时易发生喷水直径不足，喷水冲击力较小，无法快速有效对实验人员进行冲洗，造成实验人员受伤。公司通过对喷嘴及喷头进行改进使得喷出的水流产生高速旋转效果，使得喷水冲击力更强、直径更大，大幅提升清洁效率。	专利名称：一种实验室应急冲淋装置 专利号：ZL202010518894.9 专利名称：一种快速启动的应急冲淋装置 专利号：ZL202021049990.5 专利名称：一种用于紧急冲淋的喷头 专利号：ZL201822199596.9 专利名称：一种便于安装的紧急冲淋喷头 专利号：ZL202021039212.8

经过长期的行业积累及研发储备，公司紧急冲淋和抽气罩产品的具体技术参数均满足或优于行业要求，具体对比情况如下：

产品类型	参照国家标准/行业标准/团体标准	主要检测指标	相关标准要求情况	科恩股份产品检测结果
紧急冲淋	GB/T4806.9-2016 GB/T20878-2007	304 不锈钢化学成分含量	镉 ≤ 0.02 ，铅 ≤ 0.05	均未检出
	GB/T241-2007	极限耐压	-	冲淋部位最大耐压值 $\geq 20\text{Mpa}$,
万向抽气罩	GB/T10125-2021 GB/T6461-2002	中性盐雾	48h，保护 Pp:10 级	168h，保护 Rp:10 级
	GB/T2408-2021	垂直燃烧	V-0、V-1、V-2 级，其中 V-0 级最优	V-0 级

综上所述，公司专注于实验室领域部件的研发、生产及销售，公司产品中紧急冲淋及抽气罩形成了一定的技术壁垒，毛利率较高具有合理性。

3、公司其余产品毛利率分析（实验专用产品，不存在其他应用领域可比产品）

除化验龙头、实验室台面、紧急冲淋及抽气罩外，报告期内公司其余产品主要包括洗眼器、水槽杯槽、滴水架、气体考克、废液收集器、通风柜等，收入合计占比分别为 26.62%、27.13%，产品类型多且单一类型收入占比较小，故对其毛利率进行统一分析。

与紧急冲淋及抽气罩类似，公司上述其余产品毛利率较高，主要系上述产品为公司自主研发的实验室专用产品，公司通过自主研发不断优化主要产品的关键性能，形成了围绕多项产品的核心技术及专利：

技术名称	技术先进性及其特征	对应专利或软件著作权
滴水架试管快速干燥技术	针对实验室中试管干燥慢，影响实验进度的问题本公司自主研发了新型滴水架，将热风烘干，水蒸气引流的技术相结合，形成适用于试管新型干燥技术，可将不同大小的试管快速干燥。	专利名称：一种快干式滴水架 专利号：ZL202010505335.4 专利名称：一种动态控制蒸发量的试管架 专利号：ZL202010635267.3 专利名称：一种实验室滴水架机构 专利号：ZL202320105744.4 专利名称：一种新型快干式滴水架 专利号：ZL202021024516.7
洗眼器防飞溅技术	传统洗眼器防尘盖需手动开启，开启后易发生重新闭合的情况，喷出的水与防尘盖接触后，直接影响了对实验人员眼部的清洁效率。公司对洗眼器防尘盖开启方式进行改良，使其喷水时可自动打开并保持，杜绝了反弹散开的情况。	专利名称：一种防液体飞溅的洗眼器喷头 专利号：ZL202021039213.2 专利名称：一种实验室用紧急眼部清洗装置 专利号：ZL202021285538.9
智能多通道废液液位声光报警技术	实验室废液收集装置在连续性实验中存在集满泄漏的风险。公司设计研发的智能多通道废液液位声光报警装置，在废液桶中的废液超过预警值时，会发出声光报警，并将废液自动切换至其他废液桶中，在确保安全实验的基础上保障实验的持续进行。	专利名称：一种智能多通道废液液位声光报警装置 专利号：ZL201921889495.2 专利名称：一种瓶盖状液位信息收集装置 专利号：ZL201921889956.6

经过长期的行业积累及研发储备，公司其余主要产品具体技术参数均满足或优于行业要求，具体对比情况如下：

产品类型	参照国家标准/行业标准/团体标准	主要检测指标	相关标准要求情况	科恩股份产品检测结果
水槽、杯槽	GB/T11547-2008	耐化学腐蚀浸泡实验	无明显变化为最优	16 种试剂，浸泡 24h，无明显变化
	GB/T2408-2021	燃烧性能	V-0、V-1、V-2 级，其中 V-0 级最优	V-0 级
滴水架	GB/T16422.2-2022	氙灯老化 120h	最优无明显变化	无明显变化
	GB/T9341-2008	弯曲强度	-	≥30MPa
废液收集器	GB/T17657	耐化学试剂 35 种	0-5 级，5 级最优	与硫酸，硝酸，盐酸，氢氧化钠等试剂接触 24h 后，均无明显变化，达到 5 级要求
	GB/T12496.10-1999	活性炭（亚甲基蓝吸附值）	-	≤0.6(mL/0.1g)

综上所述，公司专注于实验室领域部件的研发、生产及销售，公司相关产品在产品质量、制造精度及适应特定实验环境能力（如耐腐蚀、耐老化、吸附值低

等)方面均需满足特定要求,公司在实验专用配套部件形成了一定的技术壁垒,毛利率较高具有合理性。

二、分产品说明境内外销售毛利率差异的原因及合理性。

报告期内,公司境内外各主营业务产品销售毛利率情况如下:

单位:万元

年度	产品大类	产品	内销		外销	
			收入	毛利率	收入	毛利率
2023 年	实验室专用水气部件	化验龙头	1,898.33	38.92%	173.22	57.92%
		实验室台面	1,183.58	37.54%	18.8	73.69%
		紧急冲淋	897.47	59.39%	88.54	67.19%
		洗眼器	697.60	67.41%	58.94	71.91%
		水槽、杯槽	609.90	67.10%	106.76	74.61%
		滴水架	469.23	79.87%	30.72	85.30%
		气体考克	326.04	65.17%	56.32	71.20%
		废液收集器	202.23	78.21%	0.42	51.02%
		合计	6,284.37	53.16%	533.72	67.87%
	实验室专用排风部件	抽气罩	2,553.42	71.26%	117.28	78.58%
		通风柜	17.29	56.60%	5.34	27.44%
		合计	2,570.71	71.16%	122.62	76.35%
2022 年	实验室专用水气部件	化验龙头	1,857.14	36.55%	149.93	48.72%
		实验室台面	842.53	27.23%	11.67	28.92%
		紧急冲淋	921.09	59.33%	63.26	65.39%
		洗眼器	620.73	64.26%	99.91	61.46%
		水槽、杯槽	546.47	68.37%	128.63	71.52%
		滴水架	386.79	78.41%	27.94	84.00%
		气体考克	345.94	64.83%	44.85	59.65%
		废液收集器	222.89	79.06%	1.55	84.06%
		合计	5,743.58	51.03%	527.74	61.15%
	实验室专用排风部件	抽气罩	2,716.18	69.59%	129.93	78.17%
		通风柜	1.90	73.13%	-	-
		合计	2,718.08	69.59%	129.93	78.17%

根据上表数据,报告期内公司实验室排风系列及实验室水气配件的外销毛利率均高于内销毛利率,从细分产品来看,除个别产品外,报告期内公司各产品境外销售毛利率均高于境内销售毛利率,具体原因如下:

1、公司外销议价空间较大,外销价格较内销价格更高

报告期内,公司外销产品售价较高。相较于内销,公司外销产品价格通常上浮 15%-30%,报告期内公司主要产品境内外平均单价对比如下所示:

年度	产品类型	主营业务收入 (万元)	收入占比	外销平均单价 (元/件)	内销平均单价 (元/件)	外销价格上浮 比例
----	------	----------------	------	-----------------	-----------------	--------------

2023 年	化验龙头	2,071.55	21.78%	149.98	144.24	3.98%
	抽气罩	2,670.70	28.08%	841.14	644.53	30.50%
	紧急冲淋	986.01	10.37%	2,356.16	1,899.08	24.07%
	水槽	716.66	7.53%	57.35	40.74	40.76%
	气体考克	382.36	4.02%	150.63	98.23	53.35%
2022 年	化验龙头	2,007.07	22.01%	144.54	143.40	0.79%
	抽气罩	2,846.10	31.21%	971.72	622.33	56.14%
	紧急冲淋	984.35	10.79%	1,977.04	1,874.47	5.47%
	水槽	675.10	7.40%	54.00	36.97	46.06%
	气体考克	390.80	4.29%	139.86	91.59	52.70%

注：上述计算产品单价时剔除了相关配件

公司外销产品价格较高主要系公司产品对标 Speakman、WatetSaver 及 BROEN-LAB 等境外实验室部件厂商的同类产品进行生产、宣传及销售，境外厂商产品售价较高导致境外实验室相关部件产品售价普遍较高，公司外销议价空间较大，公司境外主要竞争对手 Speakman、WatetSaver 及 BROEN-LAB 的简介如下所示：

公司名称	公司简介
Speakman	美国舒波曼公司(Speakman Company)成立于 1869 年，总部位于美国特拉华州威名顿。创立之初是一家卫浴产品经销商，1939 年将应急冲淋产品使用到工业劳动保护环境中，包括台式、桌式、入墙式、落地式安全洗眼器，适用于医疗行业、实验室、家庭装修应用、化学生物生产加工企业等；安全淋浴设备系列产品适用于矿山、炼油厂、造船厂、锅炉厂、天然气设备厂、危险操作行业的应用项目现场等所有需要安全淋浴设备的各领域。Speakman 在安全洗眼器领域具有一定的知名度和市场份额，在全球便携式洗眼器市场中也占据一定地位。
WatetSaver	WATERSAVER 公司创立于美国芝加哥，以实验室专用水龙头为主要产品，整合淋浴洗眼器等设备，为客户提供一站式高质量实验室专用龙头、空气考克的供应，迄今已有六十余年历史。
BROEN-LAB	BROEN-LAB 是一家丹麦公司，公司最早成立于 1948 年，早期主要从事阀门、水龙头等相关配件的设计生产，后续公司开始涉足实验室配件和紧急淋浴系统。BROEN-LAB 主要产品有实验室水龙头、阀门、空气考克、洗眼器、紧急冲淋系统等。

上述三家境外公司均为实验室专业配件领域龙头公司，为公司产品在境外市场的主要竞品。境外厂商产品定价普遍较高，其同类产品售价均高出公司产品售价的 2-3 倍，公司产品相较于境外厂商产品具有一定价格优势，部分型号类似产品报价对比如下所示：

产品类型	科恩股份	境外厂商报价
化验龙头	46 美元/件	64 美元/件
紧急冲淋	465 美元/件	934 美元/件
壁式双口洗眼器	80 美元/件	301 美元/件

注：境外厂商报价从亚马逊购物网站获取

2、公司产品可替代境外竞品，且性价比更高

公司产品通过了法国 ACS 认证、美国 FCC 认证、欧盟 EX 认证等诸多国外认证，产品参数符合下游客户需求，与国外产品性能类似，因此与国外建设厂商产品相比，公司产品性价比较高，具有一定可替代性。

综上，与境外实验室部件厂商的同类产品相比，公司在保证产品质量、有效替代境外竞品基础上，报价更低，产品性价比更高，同时由于境外实验室相关部件产品售价普遍较高，公司外销议价空间较大，公司外销产品价格较内销产品价格较高，公司境外产品销售毛利率较高具有一定合理性。

三、根据销售合同签订情况、报告期内收入实现情况和期后订单获取情况（按照 100 万元以上、100 万元以下），说明公司下游客户的变动情况，经营业绩的稳定性和可持续性。

（一）销售合同签订情况及报告期内收入实现情况

报告期内，公司销售合同签订及收入实现情况如下所示：

年度	订单金额（A）	订单数	订单数量占比	订单金额合计（万元）	订单金额占比	当期末订单完成比例
2023 年度	A≥100 万元	1	0.01%	126.66	1.16%	100.00%
	100 万元>A≥50 万元	1	0.01%	58.48	0.54%	100.00%
	50 万元>A≥10 万元	134	1.06%	2,297.11	21.11%	94.68%
	A<10 万元	12,501	98.92%	8,398.15	77.19%	97.35%
	合计	12,637	100.00%	10,880.40	100.00%	96.83%
2022 年度	A≥100 万元	0	0.00%	0	0	-
	100 万元>A≥50 万元	3	0.03%	192.4	1.85%	99.49%
	50 万元>A≥10 万元	152	1.38%	2,603.89	25.02%	92.99%
	A<10 万元	10,881	98.60%	7,612.77	73.14%	95.55%
	合计	11,036	100.00%	10,409.06	100.00%	94.98%

由上表可知，报告期内公司获取的销售合同数量较多，但单个订单金额较小，金额主要集中在 50 万元以下，其中合同金额小于 10 万元的订单数量占到订单总数的 98%左右，订单金额占到总金额的 70%以上。公司订单金额小，数量多为其行业特性，主要系相关产品价格在实验室建设投入中占比较小，产品单价较低。同时下游客户对相关部件产品的交货速度要求较高，因此公司订单完成速度较快，交货周期总体较短，报告期各期签订的销售合同大多于各期内实现收入，期末订单完成比例均为 95%左右。

（二）期后订单获取情况

2024 年 1-7 月，公司共承接订单 6,145 笔，订单金额合计约 4,487.68 万元，订单金额均低于 100 万元，订单金额分布如下所示：

订单金额（A）	订单数	订单数量占比	订单金额合计（万元）	订单金额占比
A≥100 万元	0	0.00%	0	0
100 万元>A≥50 万元	1	0.02%	90.00	2.01%
50 万元>A≥10 万元	52	0.85%	758.55	16.90%
A<10 万元	6,092	99.14%	3,639.13	81.09%
合计	6,145	100.00%	4,487.68	100.00%

公司 2024 年 1-7 月订单主要集中于 10 万元以下，金额小于 10 万元的订单数量占到订单总数的 99.14%左右，订单金额占比为 81.09%，在手订单约 215 万元，期后订单签订情况与报告期内公司销售合同获取情况类似。

（三）下游客户变动情况

报告期内，公司客户变动情况如下所示：

项目	2023 年度	2022 年度
客户家数	2,010	1,815
客户复购家数	1,153	1,086
客户复购率	57.36%	59.83%
客户复购金额（万元）	8,371.11	7,335.41
客户销售额（万元）	9,771.15	9,327.53
复购金额占比	85.67%	78.64%
前五十大客户复购家数	49	41
前五十大客户复购率	98.00%	82.00%

注：2023 年复购率为 2022 和 2023 年连续两年与公司存在交易客户的 2023 年营业收入占 2023 年营业收入的比例；2022 年复购率为 2021 和 2022 年连续两年与公司存在交易客户的 2022 年营业收入占 2022 年营业收入的比例

报告期内，公司客户数量分别为 1,815 家和 2,010 家，复购家数分别为 1,086 家和 1,153 家，客户复购率分别为 59.83%和 57.36%，主要系公司客户数量多且大部分客户的订单金额较小，报告期内公司收入金额在 10 万元以下客户数量占总客户数量的比例分别为 88.87%、88.96%，分别为 1613 家、1788 家，小客户因为企业规模有限、同时运行多个建设项目能力不足，企业项目中标数较低，部分客户处于合作初期等原因，可能影响次年复购情况，故从客户数量角度统计客

户复购率不高；公司与收入金额较大的客户均保持了长期稳定的合作关系，报告期内，前五十大客户复购家数分别为 41 家和 49 家，客户复购率分别为 82%和 98%，复购比率较高。从各期客户数量情况来看，报告期内公司客户总数量持续增长，主要客户均与科恩股份保持了长期稳定的合作。从复购金额角度整体分析，公司复购金额分别为 7,335.41 万元和 8,371.11 万元，占营业收入的 78.64%和 85.67%，复购金额占比较高。

综上，公司下游客户具有客户数量多，单笔销售合同金额小，合同量多，发货周期短的特点，公司各期签订的销售合同大多于各期内实现收入，期末订单完成比例较高。虽然公司下游客户较多，但整体复购金额占比及主要客户复购率均较高，主要客户粘性较强，均与公司保持了长期稳定的合作，此外报告期内公司新增客户数量持续增长，公司业绩具备较强的稳定性及可持续性。

四、结合销售客户地区分布、订单获取方式等，说明销售费用变动和收入实现的匹配性，销售费用率与同行业可比公司是否存在明显差异，如是，进一步分析合理性；销售费用的完整性，是否存在关联方为公司承担推广、宣传或者其他销售费用的情形。

（一）结合销售客户地区分布、订单获取方式，说明销售费用变动和收入实现的匹配性，说明销售费用变动和收入实现的匹配性，

报告期内，公司销售费用分别为 659.88 万元、939.14 万元，占当期营业收入比例分别为 7.07%、9.61%，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2023 年度			2022 年度		
	金额	占销售费用的比例	占营业收入的比例	金额	占销售费用的比例	占营业收入的比例
宣传推广费	359.48	38.28%	3.68%	144.98	21.97%	1.55%
职工薪酬	273.60	29.13%	2.80%	271.34	41.12%	2.91%
业务招待费	121.56	12.94%	1.24%	126.65	19.19%	1.36%
差旅费	78.28	8.34%	0.80%	35.96	5.45%	0.39%
售后服务费	37.29	3.97%	0.38%	26.67	4.04%	0.29%
使用权资产折旧	32.35	3.44%	0.33%	5.39	0.82%	0.06%
办公费	17.15	1.83%	0.18%	10.12	1.53%	0.11%
租赁费	15.9	1.69%	0.16%	20.12	3.05%	0.22%
其他	3.53	0.38%	0.04%	18.65	2.83%	0.20%
合计	939.14	100.00%	9.61%	659.88	100.00%	7.07%

营业收入	9,771.15	-	-	9,327.53	-	-
------	----------	---	---	----------	---	---

根据上表所示，报告期内公司销售费用中最主要的部分包括宣传推广费、职工薪酬、业务招待费和差旅费，2022 年度合计金额 578.93 万元，占销售费用的比例为 87.73%，2023 年度上述部分合计金额 832.92 万元，占销售费用的比例为 88.69%。其他的费用项目包括售后服务费、销售人员异地办公生活的房屋租金、办公用品开支等零星费用，合计占收入的比重较小。

公司的销售活动主要包括日常客户的开拓与维护、品牌建设相关活动，具体分析如下：

1、日常客户的开拓与维护

市场销售部下设国内营销、国外营销和客户管理，分别负责国内外市场的对外开拓及销售内勤管理。销售外勤人员的日常工作为积极开拓目标市场和目标客户，负责向客户介绍产品、投标、与客户洽谈和签署合同，确保合同的及时履行和货款回款。销售内勤人员的日常工作为客户档案及相关资料的管理，以及销售支持性工作等。

在日常销售活动中，销售人员获取订单的方式包括通过线上线下的广告方式进行宣传、根据已有合作客户了解同行业公司的业务机会、主动拜访客户推荐产品以开拓业务合作机会等，该部分对应产生的销售费用包括职工薪酬、业务招待费、差旅费。报告期内职工薪酬及业务招待费总体发生额较稳定且占收入比例变动不大，差旅费有所增加主要系随着全球公共卫生事件的国内防控政策放开，异地拜访和营销活动有序恢复。

日常销售活动产生的销售费用中占比最大的为职工薪酬，结合销售人员所负责的销售区域，将销售人员薪酬与营业收入按地区划分对比如下：

地区	2023 年度		2022 年度	
	公司销售人员薪酬结构	公司营业收入结构	公司销售人员薪酬结构	公司营业收入结构
华北	11.41%	7.69%	10.61%	6.84%
华东	39.91%	56.26%	53.42%	60.22%
华南	16.73%	13.09%	13.30%	9.45%
华中	2.49%	6.37%	1.67%	8.77%
西南	5.21%	4.23%	5.96%	2.96%
境外	8.84%	6.85%	6.21%	7.07%
其他	15.40%	5.50%	8.83%	4.69%

合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
----	---------	---------	---------	---------

如上表所示，境内销售区域主要为华东、华南、华北区域，主要系上述区域的经济较发达，对实验室建设的需求较大。公司利用自身位于浙江的地理优势，在华东市场具有明显的销量优势，市场占有率较高，故 2023 年度公司将部分华东地区销售资源分配至其他地区，从涉入较浅的市场区域中寻求突破。报告期内，公司销售费用中的职工薪酬分客户地区的占比结构与销售收入分地区的占比结构相匹配。

2、品牌建设相关活动

公司的主要客户为实验室建设厂商，实验室建设厂商采购公司的产品，并为需求方提供实验室工程建设服务。由于实验室需求方并非公司直接客户，然而其在招投标过程中可以对使用的实验室部件进行指定，故产品的品牌建设是公司销售活动中的重要环节。公司积极参加和冠名赞助各类展会，不断提高科恩和“TOF”品牌在实验室需求方和实验室建设厂商中的知名度，进一步巩固在行业中的竞争优势。从销售费用中则体现为宣传推广费的占比较高。

2023 年度相比 2022 年度宣传推广费较高，占营业收入的比例从 1.55% 上升至 3.68%，主要系公司增加了冠名和参与展会的投入，其中 2023 年 7 月公司参加慕尼黑上海分析生化展，并首次举办“上海慕尼黑·科恩之夜”活动，发生相关费用 123.69 万元。

根据自身市场区域的分布，公司冠名和参与展会包括上海、广东、山东等地，并辐射周边地区乃至全国，在提高知名度的同时，公司不断增加与产业链上下游、同行业公司交流，寻找新的商业机会。由于展会活动参与方众多，相关的宣传推广费并不与某一特定销售区域直接挂钩，而且市场推广的效果相较于费用投入具有滞后性，无法与当期营业收入的增长相匹配。2023 年度宣传推广费占营业收入的比例较同期有所上升，具有合理性。

综上所述，公司主要通过线上线下的广告、销售人员日常拜访、参加和冠名赞助各类展会进行宣传等途径获取客户，销售客户地区及订单获取方式与公司销售费用的结构相匹配。

(二) 销售费用率与同行业可比公司是否存在明显差异，如是，进一步分析合理性

报告期内，公司与同行业可比公司销售费用率对比如下：

销售费用率	2023 年度	2022 年度
华科仪	18.43%	14.07%
同惠电子	8.43%	6.66%
公司	9.61%	7.07%

如上表所示，公司销售费用率与同行业可比公司存在一定差异。公司 2023 年度销售费用率为 9.61%，而华科仪销售费用率为 18.43%，显著高于公司；同惠电子的销售费用率为 8.43%，与公司水平相接近。

报告期内，公司与同行业可比公司销售费用构成对比如下：

单位：万元

年度	项目	华科仪		同惠电子		科恩股份	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
2023 年度	宣传推广费	85.96	3.06%	173.22	12.14%	359.48	38.28%
	职工薪酬	1,867.94	66.53%	1,020.53	71.52%	273.60	29.13%
	业务招待费	132.31	4.71%	28.30	1.98%	121.56	12.94%
	差旅费	550.68	19.61%	151.75	10.63%	78.28	8.34%
	其他	170.66	6.08%	53.12	3.72%	106.22	11.31%
	合计	2,807.54	100.00%	1,426.92	100.00%	939.14	100.00%
2022 年度	宣传推广费	50.69	1.89%	147.42	11.63%	144.98	21.97%
	职工薪酬	1,956.49	72.95%	915.62	72.20%	271.34	41.12%
	业务招待费	81.28	3.03%	26.41	2.08%	126.65	19.19%
	差旅费	416.98	15.55%	107.60	8.48%	35.96	5.45%
	其他	302.11	6.59%	229.87	5.61%	80.95	12.27%
	合计	2,807.54	100.00%	1,426.92	100.00%	659.88	100.00%

如上表所示，华科仪和同惠电子的销售费用结构中以职工薪酬为主，2023 年度，其职工薪酬占销售费用的比例为 66.53%和 71.52%；其次为差旅费用和宣传推广费。2023 年度，公司的销售人员职工薪酬占销售费用的比例为 29.13%，而宣传推广费较高为 38.28%，系第一大组成部分。

造成上述与可比公司差异的原因系：

华科仪的主要客户为实验仪器的终端用户，以直销为主，故其所需的宣传推广费较低。由于实验室业主方为终端客户，且较为分散，其销售环节的成本较高，具体体现为销售人员人数较多，2023 年度华科仪实现销售收入 15,231.89 万元，2023 年末其销售人员数量为 81 人，平均每销售人员创造收入 188.05 万元（同惠电子为 313.57 万元/人，公司为 336.94 万元/人），故华科仪的销售费用率显著高于同惠电子和公司。

同惠电子的销售模式以经销为主，由于不与终端用户直接开展销售活动，故其需要进行一定程度的宣传推广，以提高知名度。同时经销商承担了部分的销售工作，则不需要大量的销售人员，2023 年度同惠电子实现销售收入 16,933.02 万元，2023 年末其销售人员数量为 54 人。

公司的销售模式为直销，客户为实验室建设厂商，由建设厂商为实验室需求方提供建设服务。由于实验室需求方在招投标过程中可以对使用的实验室部件进行指定，故公司亦在宣传推广方面投入较大，2023 年度公司举办的行业活动、冠名的展会较多，使得宣传推广费超过了职工薪酬成为最主要的组成部分。

公司的销售模式虽然与同惠电子不同，但由于在终端用户之前均存在第三方（公司的第三方为实验室建设方、同惠电子的第三方为经销商），故均需要一定程度的宣传推广支出；此外经销商能为同惠电子承担更多营销职能，而实验室建设方主要工作以工程总包为主，营销工作更多地需要公司自身完成，故相较同惠电子，公司的宣传推广费占比更高。

综上所述，华科仪和同惠电子的销售模式均与公司存在差异，但由于同惠电子以经销为主，在销售费用的角度与公司存在一定可比性。报告期内，公司销售费用率与同惠电子的差异较小，具有合理性。

（三）销售费用完整，不存在关联方为公司承担推广、宣传或者其他销售费用的情形

1、公司销售费用的明细分类完整，销售费用率合理，可支持公司销售活动的正常开展

（1）公司销售费用的明细分类完整

公司销售费用的明细分类如下：

单位：万元

项目	2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比
宣传推广费	359.48	38.28%	144.98	21.97%
职工薪酬	273.60	29.13%	271.34	41.12%
业务招待费	121.56	12.94%	126.65	19.19%
差旅费	78.28	8.34%	35.96	5.45%
售后服务费	37.29	3.97%	26.67	4.04%
使用权资产折旧	32.35	3.44%	5.39	0.82%
办公费	17.15	1.83%	10.12	1.53%
租赁费	15.9	1.69%	20.12	3.05%
其他	3.53	0.38%	18.65	2.83%
合计	939.14	100.00%	659.88	100.00%

从时间阶段的角度，公司的销售活动可以依次分为宣传推广、新客户开拓、老客户维护、日常下单收款及售后服务等。其中：宣传推广活动对应费用为宣传推广费；新客户开拓和老客户维护对应费用为外勤员工的职工薪酬、业务招待费、差旅费等；日常下单收款对应费用为职工薪酬、办公费等；售后服务对应费用为售后服务费。

从地区分布的角度，公司的销售活动以华东、华南、华北为主，覆盖全国，延伸至海外。异地开展业务所对应的费用为差旅费、房屋租赁产生的使用权资产折旧和租赁费。

综上，公司销售费用中的明细科目涵盖了公司销售活动全部所需支出，销售费用明细分类完整。

（2）销售费用明细发生额、销售费用率合理

公司销售费用中最主要的部分为宣传推广费和职工薪酬。

宣传推广费主要系冠名及参与行业展会产生的费用，行业展会相关信息均为公开信息，可通过网络进行查阅验证，公司已全部按期计入销售费用；

职工薪酬系销售人员的工资，2022 年和 2023 年销售人员的平均人数为 27 人和 29 人，平均薪酬为 10.05 万元和 9.43 万元，符合公司当地劳动力价格水平，平均薪酬略有下降系公司报告期内进行了销售团队调整，新进销售人员工资较低。

由于公司和同惠电子均不直接面向终端用户进行销售，公司销售费用率具备一定的可比性，2022 年度和 2023 年度，同惠电子的销售费用率为 6.66%和 8.43%，

公司的销售费用率为 7.07%和 9.61%，不存在重大差异，具有合理性。

2、公司建立健全了完善的内部控制制度，不存在由于遗漏、延迟等导致的完整性问题

公司在费用核算方面建立了完善的内部控制制度和审批流程，人员岗位职能管理规则及相关薪酬、考核、考勤制度，不同部门、岗位的员工根据各自岗位职责从事相应工作，公司计入成本、费用的人员薪酬依据员工所处的部门及岗位进行划分。报告期内，公司严格执行费用核算内部控制制度。

对于差旅费、业务招待费等成本、费用的报销及审批，主要涉及业务部门、财务部门和公司管理层。根据《浙江科恩实验设备有限公司财务管理制度》员工需在费用发生后，或者出差结束后 7 日内发起费用报销申请，当年度产生的费用必须在当年年底前填单报销完毕或足额计提。报销申请发起时需明确报销的项目，业务部门及时对其所属项目的准确性、费用事项及票据的真实性、必要性、合理性予以审核确认，财务部及时审核费用单据及所填报信息是否准确、完整、合规，审核通过后将费用归集到对应的项目中，以保证费用核算的完整性及准确性。

对于职工薪酬的核算，为保证职工薪酬发生额的完整性，所有涉及职工薪酬的核算内容，均按月计提。对于销售人员职工薪酬，结合具体人员所属部门、职能、出勤等情况核算工资薪酬数据，相关薪酬数据经审核后核算人工成本。

对于营销推广活动费用的控制，公司遵循《浙江科恩实验设备有限公司采购管理制度》，需求部门提交的“采购申请单”，采购预算在 3 万（含）以上的，由采购部负责人和财务负责人共同审核后报请总经理审批。为保证宣传推广费发生额的完整性，财务部门及时审核费用单据及所填报信息是否准确、完整，根据活动执行情况，计入对应会计期间。

综上，公司各项费用的发生，由不同部门、岗位的员工根据各自岗位职责相互制衡与监督，相关管理制度的制定和执行有效，可以保证费用核算的准确性、完整性，不存在关联方为公司承担推广、宣传或者其他销售费用的情形。

3、不存在关联方为公司承担推广、宣传或者其他销售费用的情形

（1）控股股东实控人不存在可能承担费用的其他法人主体

公司的控股股东、实际控制人的情况如下所示：

关联方姓名	与公司关系	直接持股比例	间接持股比例
袁利军	控股股东之一、实际控制人之一、董事长、总经理	49.93%	-
李利	控股股东之一、实际控制人之一、董事	16.64%	-
袁辰辰	控股股东之一、实际控制人之一、销售经理	4.59%	4.82%

袁利军、李利、袁辰辰所控制的法人关联方除本公司及纳入合并范围的子公司外，不存在其他法人主体，故控股股东实控人不存在可能承担费用的其他法人主体。

（2）公司聘请的主办券商已对相关关联方流水进行核查

公司聘请的主办券商已独立获取公司董事、监事、高级管理人员在报告期内的银行流水，并进行分析核查是否存在与公司及其实际控制人的资金往来，不存在关联方为公司承担推广、宣传或者其他销售费用的情形。

（3）公司关联方作出了相关承诺且履行情况良好

公司控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员也已就解决资金占用问题等相关事项作出了承诺，保证“保证科恩股份及其控股子公司财务独立”，“科恩股份及其控股子公司财务独立，确保不利用关联交易、资产重组、垫付款项、对外投资、担保、利润分配和其他方式直接或者间接侵占公司及其控股子公司资金、资产，损害公司及其控股子公司以及其他股东的利益。包括公司与本人或本人控制的其他企业（如有）互相代为承担成本和其他支出等。”截至本回复出具之日，上述承诺履行情况良好。

综上所述，公司销售费用的明细分类完整，费用率合理，可支持公司销售活动的正常开展；公司已建立健全了完善的内部控制制度，不存在遗漏、延迟等导致的完整性问题，公司销售费用归集完整。除本公司及合并范围内的子公司外，公司控股股东、实际控制人不存在控制的其他关联法人；此外公司聘请的主办券商已对相关流水进行核查，未发现异常，故不存在关联方为公司承担推广、宣传或者其他销售费用的情形。

五、请主办券商、会计师核查上述事项并发表明确意见

【主办券商及会计师回复】

（一）核查程序

1、查阅华科仪（873991）的《公开转让说明书》及年度报告等资料，查阅同惠电子（833509）的《公开转让说明书》《向不特定合格投资者公开发行股票说明书》及年度报告等资料。

2、查阅箭牌家居（001322）招股说明书及年度报告、惠达卫浴（603385）年度报告、蒙娜丽莎（002918）年度报告、新明珠招股说明书等资料，收集相关产品的成本结构、销售单价、销售成本、毛利率等信息。

3、获取公司主要产品的成本构成明细表，计算主要产品的平均单价、平均单位成本等数据，并与可比产品进行比较，分析差异的情况和形成差异的原因。

4、了解公司产品技术水平特点、查阅公司主要产品检测报告、产品参数文件、相关国家标准/行业标准/团体标准等资料，对比整理分析公司主要产品参数情况。

5、通过与可比产品进行对比，结合公司产品的成本构成情况、平均单价、平均单位成本、技术水平特点等，分析公司毛利率较高的原因。

6、访谈公司销售负责人并获取公司内外销报价单，对比分析公司境内外产品售价，了解境外销售与境内销售毛利率差异原因。

7、通过公开信息查询境外竞争对手信息及其产品信息，对比分析公司境外销售产品毛利较高原因。

8、获取公司报告期内及期后订单执行统计表，了解公司订单完成情况，对公司订单金额占比进行分析，了解公司持续经营能力。

9、获取公司营业收入按客户地区分布构成明细、销售费用职工薪酬按客户地区分布构成明细，并对两者占比构成比例进行匹配性分析。

10、获取公司销售费用的明细分类，访谈公司管理层、销售部门，分析销售活动与销售费用的匹配性。

11、获取公司销售费用中宣传推广费的具体明细清单，以及大额支出的支撑材料，包括合同、发票、审批单据、相关事项照片或报道等，分析其合理性。

12、访谈公司管理层、销售部门，了解报告期内公司订单的主要获取方式、客户开拓渠道；查阅销售记录，了解公司销售地区范围；分析公司订单获取方式与销售区域与销售费用发生情况的合理性。

13、查询同行业可比公司报告期内公开披露信息，计算可比公司销售费用率，并与公司进行对比分析。

14、访谈公司管理层、销售部门及财务部门相关人员，查阅公司各项业务制度、规定等，了解与费用核算、报销及审批相关的内部控制制度，测试内部控制制度的有效性。

15、获取公司董事、监事、高级管理人员、主要销售人员、主要财务人员在报告期内的银行流水，并进行分析核查是否存在与公司及其实际控制人的资金往来，同时了解金额较大的交易记录的交易背景。

（二）核查意见

经核查，主办券商及会计师认为：

1、公司主要产品为实验室专用水气部件及实验室专用排风部件，主要客户为实验室建设厂商，公司不存在完全对标的可比公司。华科仪及同惠电子的主要产品及部分产品均在实验室中有所应用，与公司产品为实验室专用产品具有相似性及可比性，鉴于实验室用品对产品品质和性能的特殊性，能保证相关产品的制造商保持较高的毛利率，就综合毛利率而言，公司与所选可比公司均印证上述特性，故选取华科仪及同惠电子作为可比公司具备恰当性及合理性。

报告期内，公司化验龙头、实验室台面存在其他领域可比产品，经比较成本构成不存在重大差异，单价及毛利率较高主要系实验室专用产品的技术要求较高，其余产品的成本构成与生产工艺相匹配，单价及毛利率较高的原因主要系产品性能优于行业水平，形成了一定的技术壁垒。公司主要产品的成本构成及价格差异具有合理性，核心技术为毛利率水平提供了支持，毛利率较高具有合理性。

2、与境外实验室部件厂商的同类产品相比，公司在保证产品质量、有效替

代境外竞品基础上，报价更低，产品性价比更高，同时由于境外实验室相关部件产品售价普遍较高，公司外销议价空间较大，公司外销产品价格较内销产品价格较高，公司境外产品销售毛利率较高具有一定合理性。

3、公司下游客户具有客户数量多，单笔销售合同金额小，合同量多，发货周期短的特点，公司各期签订的销售合同大多于各期内实现收入，期末订单完成比例较高。虽然公司下游客户较多，但整体复购金额占比及主要客户复购率均较高，主要客户粘性较强，均与公司保持了长期稳定的合作，此外报告期内公司新增客户数量持续增长，公司业绩具备较强的稳定性及可持续性。

4、公司销售收入的地区分布、订单获取方式与相关销售费用的发生相匹配；销售费用率与可比公司存在一定差异，主要系销售模式不同所致，具有合理性；报告期内，公司销售费用完整，不存在关联方为公司承担推广、宣传或者其他销售费用的情形。

六、请主办券商、会计师说明营业收入的核查方式及程序，包括但不限于发函、回函、走访、替代性措施的金额和比例、核查结论，并对营业收入的真实性、准确性、完整性发表明确意见。

（一）核查程序

针对公司报告期内营业收入的核查，主办券商及会计师履行了如下核查程序：

1、访谈公司管理层、销售部门及财务部门相关人员，查阅公司各项业务制度、规定等，了解与收入确认及收款相关的内部控制制度，测试销售与收款循环内部控制制度的有效性；了解公司收入确认政策、各项产品采用的收入确认具体方法，分析其合理性，了解公司经营模式及其对公司收入确认、成本核算的影响。

2、获取公司营业收入的产品构成、地域构成分类明细表，分析公司收入增减变化情况及原因、收入构成及变化情况是否符合行业和市场周期的变化情况。

3、检查收入相关文件，检查公司与主要客户的合同、出库单、物流凭证、签收单、发票、记账凭证等业务和财务凭证，对公司销售回款情况与销售合同签订情况进行匹配性分析，核查公司收入的真实性。

4、公司客户分散程度高，主办券商及会计师根据公司客户收入金额情况，

通过函证、走访、替代性措施、分层细节测试等方式对公司营业收入进行了核查，具体为：

公司产品单价较低，且均采用直销的销售模式，销售区域覆盖全国，报告期内公司年均客户量约为两千家，客户分散程度高，公司客户按营业收入分层情况为：

收入规模	2023 年度				2022 年度			
	收入金额（万元）	占比情况	家数（家）	占比情况	收入金额（万元）	占比情况	家数（家）	占比情况
100 万以上	1,676.98	17.16%	11	0.55%	1,350.52	14.48%	8	0.44%
50-100 万	1,396.37	14.29%	20	1.00%	1,799.11	19.29%	25	1.38%
10-50 万	3,831.61	39.21%	191	9.50%	3,533.51	37.88%	169	9.31%
10 万以下	2,866.18	29.33%	1788	88.96%	2,644.38	28.35%	1613	88.87%
合计	9,771.15	100.00%	2,010	100.00%	9,327.53	100.00%	1,815	100.00%

由上表可知，公司客户较为分散，且收入金额及家数呈现较明显的分化情况，收入金额主要集中在 10 万以上区间，但家数主要集中在 10 万以下区间，中介机构根据公司客户情况对营业收入进行了如下核查：

（1）选取报告期内境内外前十大客户进行现场走访、视频访谈，对其销售真实性、准确性及完整性进行核查确认，并对行业发展状况、销售合同的执行情况、双方合作历程及模式、未来合作意向等进行了解。具体访谈的比例情况如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度
营业收入 A	9,771.15	9,327.53
访谈对象销售收入金额 B	1,996.94	1,988.64
访谈比例 C=B/A	20.44%	21.94%

（2）截至本回复出具之日，中介机构累计对报告期内营业收入 57.93%、60.58% 对应的客户进行了函证程序，由于公司客户分散且主要系实验室建设厂商，且部分客户货款已结清，公司客户对于函证的配合程度较低，函证的回收存在较大困难，针对未回函客户执行了替代测试程序，中介机构通过替代测试进一步将核查比例提升至 57.51%、60.52%。

此外，对收入金额高于 10 万元的客户（报告期内分别为 202 家、222 家），主办券商及会计师进行了细节测试，收入核查比例分别为 71.65%、70.67%；对收入金额低于 10 万元的客户，主办券商及会计师对回款进行了统计分析（报告期内分别为 1613 家、1788 家），各报告期相关客户当期的回款比例分别 95.70%、87.96%，回款良好，整体风险较低。为进一步验证小额收入客户的收入真实性，中介机构对各报告期当期全部回款的客户进行分析（报告期内分别为 1203 家、1385 家，收入金额在低于 10 万元客户收入中占比分别为 59.68%、61.80%），核查其销售回款情况，并采取等距抽样法，合计抽取了 67 个客户，通过细节测试核查其销售真实性，并调查相应客户的成立时间、注册资本、经营范围等公开信息。经核查，无异常发现，相关销售具有合理性。

经过上述核查，中介机构对于公司 2022 年度、2023 年度营业收入的核查比例合计分别为 88.57%、88.80%，具体核查程序、金额及比例情况如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度
营业收入 A	9,771.15	9,327.53
发函金额 B	5,919.77	5,403.27
发函金额占营业收入的比例 $C=B/A$	60.58%	57.93%
回函相符及调节后相符金额 D	4,202.72	3,697.06
回函相符及调节后相符金额占营业收入的比例 $E=D/A$	43.01%	39.64%
执行替代测试金额 F	1,710.41	1,667.14
回函及执行替代测试合计占营业收入的比例 $G=(D+F)/A$	60.52%	57.51%
对收入金额高于 10 万元的客户进行细节测试金额 H	6,904.96	6,683.14
对收入金额低于 10 万元的客户进行回款情况及抽样测试金额 I	1,771.42	1,578.16
收入核查比例合计占营业收入的比例 $(H+I)/A$	88.80%	88.57%

（3）境外销售核查情况

项目组获取了公司境外销售合同、出库单、报关单、发票及银行对账单，以核实境外销售真实性；获取公司出口货物免、抵、退税申报明细表，以核实出口退税与境外销售收入匹配性。报告期内，公司出口销售与海关出口数据及出口免抵退税申报金额对比情况具体如下：

项目	2023 年度	2022 年度
----	---------	---------

境外销售收入（A）(万元)	669.67	659.78
海关出口数据(万元)	143.12	113.54
海关出口数据(万欧元)	-	0.87
海关出口数据(万美元)	73.67	81.09
海关出口数据折算人民币合计（B）(万元)	666.28	614.93
差异（C）=(B)-(A)(万元)	-3.39	-44.85
应退税额（D）(万元)	10.54	3.68
免抵税额（E）(万元)	81.31	89.61
出口免抵退税合计(F)=(D)+(E)(万元)	91.85	93.29
出口免抵退税金额占免抵退收入金额的比例(G)=(F)/(A)(万元)	13.72%	14.14%
当年度所涉退税率	13.00%	13.00%

报告期各期，公司外销收入与海关报关数据差异较小，分别为 44.85 万元和 3.39 万元，差异金额主要系收入确认时点与海关出口统计数据存在时间性差异。

中介机构对报告期内主要境外客户进行函证，以核实双方交易情况，针对未回函客户执行了替代测试程序，核查的金额和比例如下：

单位：万元

核查程序类型	2023 年度	2022 年度
已访谈客户收入	99.38	165.67
已回函相符客户收入	232.22	235.84
细节测试（含替代测试）	659.12	659.78
核查金额合计	659.12	659.78
境外收入	669.67	659.78
核查比例合计	98.42%	100.00%

5、对资产负债表日前后记录的收入实施截止性测试，抽取资产负债表日前后收入确认原始凭证，核查收入相关的合同等材料，检查收入是否计入恰当的会计期间。

6、了解并获取公司期后在手订单以及期后经营情况，复核并分析期后经营数据的具体变动情况。

（二）核查意见

经核查，主办券商、会计师认为：

报告期内，公司营业收入真实、准确、完整。

问题 2.关于公司收购子公司

根据申报文件及前次问询回复，公司于 2021 年 12 月完成对同一控制下的标的公司科恩新材、浙江御家、托弗智能的收购。

请公司：说明上述收购的交易背景、原因及合理性；被收购主体的基本情况，收购前少数股东的基本情况、与公司、公司控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员是否存在关联关系；上述收购内部审议程序履行情况；收购价格定价依据及公允性，收购后业务、资产、研发、财务等方面的整合情况。

请主办券商、律师补充核查并发表明确意见。

【回复】

一、本次收购的交易背景、原因及合理性

（一）本次收购的交易概况

为解决潜在的同业竞争和提升业务完整性，公司于 2021 年 12 月完成了对科恩新材、浙江御家和托弗智能的收购。本次收购中，基于交易的便捷性之考量，公司采取了支付现金购买相关主体所持有的标的公司股权的交易方式，相关情况具体如下：

单位：万元

买方	卖方	交易标的	交易类型	协议签订日	交易作价	定价依据	支付方式
科恩股份	陈林璋、黄璐、梁冠骅、王嘉川、王婷、李莲、杨杰、杨正喜、袁丽珍、章鑫	科恩新材 49.50% 股权	购买少数股东权益	2021 年 12 月 1 日	890.00	实缴部分按 1 元/实收资本转让，未实缴部分无偿转让。	现金
	袁利军、李利夫妇	浙江御家 100.00% 股权	购买控制权	2021 年 12 月 1 日	5.00		
		托弗智能 100.00% 股权	购买控制权	2021 年 12 月 1 日	102.10		

（二）本次收购的交易背景、原因及合理性

本次收购的标的公司分别为科恩新材、浙江御家及托弗智能，其各自交易背景概况如下：

本次收购前，科恩新材系科恩股份控股的一家专业从事实验室台面的生产及销售的公司，与公司存在少量客户重叠的情况，其股东包含除公司外的其他 10 名自然人股东。本次收购后，公司可全资控股科恩新材，一方面增强公司对科恩新材的控制力以更高效地作出经营决策，另一方面可提升公司与科恩新材在客户开拓和销售渠道等方面开展业务的协同能力。

本次收购前，浙江御家系公司实际控制人中袁利军和李利夫妇全资控股的同一控制下公司，主要从事中低端实验室配件的生产及销售，与公司存在少量客户重叠的情况。本次收购后，一方面可以消除公司潜在的同业竞争风险，提升业务完整性，另一方面可促进公司与浙江御家在实验室配件领域形成产品矩阵和品牌定位的高低搭配，并基于双方客户资源充分发挥业务协同效应。

本次收购前，托弗智能系公司实际控制人中袁利军、李利夫妇全资控股的同一控制下公司，未实际经营业务，其控股子公司专业从事通风柜的研发，该等在研产品与公司在产产品虽然分属实验室部件行业的不同细分领域，但在研发方向、技术工艺及应用领域等方面具有相关性，亦属于公司计划重点攻关的产品领域。本次收购后，一方面可以消除公司潜在的同业竞争风险，提升业务完整性，另一方面对公司现有业务形成了有效补充，为公司未来发展构建新的动能。

综上所述，科恩新材、浙江御家和托弗智能均围绕公司所属的实验室专用水气及排风部件领域或关联领域开展业务，与公司具有较高的业务协同性，公司通过收购前述标的公司的股权可消除潜在的同业竞争并提升业务完整性，进一步增强自身的可持续发展能力和核心竞争力，因此本次收购具备合理性和必要性。

二、被收购主体及少数股东的基本情况，收购前少数股东与公司、公司控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员不存在关联关系

（一）被收购主体的基本情况

科恩新材、浙江御家及托弗智能在收购前的基本情况如下：

1、科恩新材的基本情况

公司名称	浙江科恩新材料科技有限公司
成立日期	2017 年 12 月 1 日
统一社会信用代码	91330624MA2BD26Y35
注册资本	4,000 万元（现已减资至 2,200 万元）

住所	浙江省绍兴市新昌县七星街道金星村 158 号（住所申报）					
主营业务	实验室台面的生产及销售					
股权结构（截止 2021 年 10 月 31 日）	序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	持股比例（%）	出资方式
	1	科恩股份	2,020.00	693.21	50.50	货币
	2	王嘉川	600.00	270.00	15.00	货币
	3	王婷	320.00	90.00	8.00	货币
	4	黄璐	200.00	100.00	5.00	货币
	5	陈林璋	200.00	100.00	5.00	货币
	6	杨正喜	200.00	100.00	5.00	货币
	7	杨杰	160.00	80.00	4.00	货币
	8	袁丽珍	120.00	60.00	3.00	货币
	9	梁冠骅	100.00	50.00	2.50	货币
	10	李莲	60.00	30.00	1.50	货币
	11	章鑫	20.00	10.00	0.50	货币
合计			4,000.00	1,583.21	100.00	-
实际控制人	袁利军和李利夫妇					
主要财务数据	2021 年 10 月 31 日/2021 年 1-10 月					
总资产（万元）	1,479.65					
净资产（万元）	1,333.66					
实收资本（万元）	1,583.21					
营业收入（万元）	268.00					
净利润（万元）	-49.58					

注：上述财务数据业经宁波科信会计师事务所有限公司审计。

2、浙江御家的基本情况

公司名称	浙江御家实验室配套设备有限公司 （现已更名为“浙江绍兴御家实验室设备有限公司”）					
成立日期	2019 年 5 月 17 日					
统一社会信用代码	91330624MA2BHWHF1Q					
注册资本	1,000 万元（现已减资至 300 万元）					
住所	浙江省新昌县七星街道金星村 8888 号（住所申报）					
主营业务	实验室部件的销售					
股权结构（截止 2021 年 10 月 31 日）	序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	持股比例（%）	出资方式
	1	袁利军	500.00	5.00	50.00	货币
	2	李利	500.00	-	50.00	货币
	合计		1,000.00	5.00	100.00	-
实际控制人	袁利军和李利夫妇					
主要财务数据	2021 年 10 月 31 日/2021 年 1-10 月					
总资产（万元）	10.84					
净资产（万元）	-7.85					
实收资本（万元）	5.00					
营业收入（万元）	115.08					
净利润（万元）	-4.92					

注：上述财务数据业经宁波科信会计师事务所有限公司审计。

3、托弗智能的基本情况

公司名称	浙江托弗智能控制有限公司
------	--------------

	(现已更名为“浙江绍兴托弗智能控制有限公司”)					
成立日期	2019 年 4 月 1 日					
统一社会信用代码	91330624MA2BHDN80E					
注册资本	1,000 万元 (现已减资至 300 万元)					
住所	浙江省新昌县七星街道金星村 8888 号 (住所申报)					
主营业务	无实际经营业务,系持股托弗通风技术(绍兴)有限公司的控股平台,前述控股子公司从事通风柜的研发					
股权结构 (截止 2021 年 10 月 31 日)	序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	持股比例 (%)	出资方式
	1	袁利军	618.00	63.90	61.80	货币
	2	李利	382.00	38.20	38.20	货币
	合计		1,000.00	102.1000	100.00	-
实际控制人	袁利军和李利夫妇					
主要财务数据	2021 年 10 月 31 日/2021 年 1-10 月					
总资产 (万元)	96.53					
净资产 (万元)	89.50					
实收资本 (万元)	102.10					
营业收入 (万元)	5.21					
净利润 (万元)	-9.09					

注:上述财务数据业经宁波科信会计师事务所有限公司审计。

(二) 收购前少数股东的基本情况、与公司、公司控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员是否存在关联关系

1、收购科恩新材 49.50%股权事项

本次收购前,科恩新材的少数股东为王嘉川、王婷、黄璐、陈林璋、杨正喜、杨杰、袁丽珍、梁冠骅、李莲、章鑫共 10 人,前述少数股东均系看好科恩新材的发展前景,经各方协商一致后共同于 2018 年 3 月通过货币增资的方式取得科恩新材的股权,其基本情况如下:

少数股东姓名	基本情况	存在的关系情况
王嘉川	男,1989 年 5 月生人,中国国籍,无境外居留权;曾任砚石(厦门)文化传媒有限公司制作总监,现任厦门洪川文化传媒有限公司制片人、导演。	无
王婷	女,1977 年 8 月生人,中国国籍,无境外居留权;曾系台州鹰牌陶瓷经营者,现为台州市日兴新材经营者。	无
黄璐	女,1983 年 10 月生人,中国国籍,无境外居留权;2006 年 1 月至 2021 年 11 月,曾任公司销售经理;2021 年 12 月至今,担任上海乐试实验设备有限公司销售职务。	曾于 2006 年 1 月至 2021 年 11 月任公司销售经理,后于 2021 年 12 月从公司离职。
陈林璋	男,1970 年 12 月生人,中国国籍,无境	无

少数股东姓名	基本情况	存在的关系情况	
	外居留权；曾系新昌县城关林璋花岗岩经营部经营者，现担任浙江康源石业有限公司总经理。		
杨正喜	男，1968年5月生人，中国国籍，无境外居留权；自由职业。	无	
杨杰	女，1982年4月生人，中国国籍，无境外居留权；曾任浙江十里潜溪旅游开发有限公司财务，现任白云环境建设有限公司财务。	无	
梁冠骅	男，1990年10月生人，中国国籍，无境外居留权；历任南都物业服务集团有限公司人事专员、万丰奥特控股集团人事专员，2019年8月至今担任公司销售经理，2023年12月至今兼任公司监事。	自2019年8月加入公司以来一直担任销售经理，2023年12月至今兼任公司监事。	
袁丽珍	女，1970年8月生人，中国国籍，无境外居留权；2009年2月至今历任公司仓管、生产负责人。	自加入公司以来一直为公司普通员工，或在子公司兼职，与公司共同实际控制人袁利军、李利和袁辰辰签署了《一致行动协议》。	公司实际控制人之一袁利军之姐。
李莲	女，1990年5月生人，中国国籍，无境外居留权；2012年2月至今历任公司出纳、销售经理，自2017年12月至今兼任科恩新材经理。		公司实际控制人之一李利之妹。
章鑫	男，1982年3月生人，中国国籍，无境外居留权；2009年2月至2019年2月，曾任公司司机；2019年3月至2020年2月，自由职业；2020年3月至今，担任新昌县英聚机械有限公司现场管理职务。	曾于2009年2月至2019年2月担任公司司机，后于2019年3月从公司离职。	

根据科恩新材的工商登记档案、一致行动协议、会议文件资料及公司董事、监事及高级管理人员填写的调查表及股东的访谈笔录，除科恩新材部分少数股东存在上表所载明的关系外，科恩新材其他少数股东与公司、公司控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员之间均不存在关联关系。

2、收购浙江御家 100.00%股权及托弗智能 100.00%股权事项

（1）收购前少数股东的基本情况

本次收购前，浙江御家及托弗智能均由公司实际控制人袁利军与李利全资持股，不存在少数股东的情形。

（2）少数股东与公司、公司控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员的关联关系

本次收购前，浙江御家及托弗智能均为袁利军和李利全资控股的企业，均不存在少数股东，故均不存在少数股东与公司、公司控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员存在关联关系的情形。但袁利军和李利当时分别系公司的执行董事兼经理和监事，且两人为公司当时的共同控股股东、实际控制人，因此两人为公司的关联方。

三、本次收购的内部审议程序履行情况

本次收购中，相关主体履行的内部审议程序情况如下：

1、收购科恩新材 49.50%股权事项履行的内部审议程序

2021 年 12 月 1 日，科恩新材的 10 位自然人股东陈林璋、黄璐、梁冠骅、王嘉川、王婷、李莲、杨杰、杨正喜、袁丽珍和章鑫分别与公司签署了股权转让协议，约定：前述自然人股东将其持有的科恩新材的全部出资额转让给公司，股权转让价格为“每 1 元实缴注册资本作价 1.00 元、未实缴注册资本作价 0 元”；由于王嘉川、王婷、黄璐、陈林璋、杨正喜、杨杰、袁丽珍、梁冠骅、李莲和章鑫的实缴出资分别为 270.00 万元、90.00 万元、100.00 万元、100.00 万元、100.00 万元、80.00 万元、60.00 万元、50.00 万元、30.00 万元和 10.00 万元，故其股权转让作价分别为 270.00 万元、90.00 万元、100.00 万元、100.00 万元、100.00 万元、80.00 万元、60.00 万元、50.00 万元、30.00 万元和 10.00 万元，整体股权转让作价为 890.00 万元。

2021 年 12 月 11 日，公司召开了股东会并做出决议，同意：公司购买上述 10 位自然人合计持有的科恩新材 49.50%股权。

2021 年 12 月 13 日，科恩新材召开了股东会并做出决议，同意：上述 10 位自然人向公司转让其合计持有的科恩新材 49.50%股权。

2、收购浙江御家 100.00%股权事项履行的内部审议程序

2021 年 12 月 1 日，浙江御家召开股东会，同意袁利军将其持有的 500.00 万元出资额（实缴出资额 5.00 万元）作价 5.00 万元转让给科恩股份；同意李利将其持有的 500.00 万元出资额（实缴出资额 0 万元）作价 0 元转让给科恩股份。同日，袁利军和李利与科恩股份就上述股权转让事项签订了股权转让协议。

2021 年 12 月 11 日，科恩股份召开了股东会并做出决议，同意公司购买袁利军和李利夫妇合计持有的浙江御家 100.00%股权。

3、收购托弗智能 100.00%股权事项履行的内部审议程序

2021 年 12 月 1 日，托弗智能召开股东会，同意袁利军将其持有的 618.00 万元出资额（实缴出资额 63.90 万元）作价 63.90 万元转让给科恩股份；同意李利将其持有的 382.00 万元出资额（实缴出资额 38.20 万元）作价 38.20 万元转让给科恩股份。同日，袁利军和李利与科恩股份就上述股权转让事项签订了股权转让协议。

2021 年 12 月 11 日，科恩股份召开了股东会并做出决议，同意公司购买袁利军和李利夫妇合计持有的托弗智能 100.00%股权。

四、本次收购的价格定价依据及公允性

本次收购中，公司聘请了宁波科信会计师事务所有限公司、宁波银信众凯资产评估有限公司对科恩新材、浙江御家和托弗智能开展了相应的审计、评估工作。本次交易以2021年10月31日为定价基准日，科恩新材、浙江御家和托弗智能设备截至定价基准日的审计与评估等数据如下：

序号	收购标的名称	经审计的账面净资产（万元）	经评估的账面净资产（万元）	实收资本（万元）	每股净资产（元/每1元实收资本）	交易定价	定价是否公允
1	科恩新材	1,333.66	1,380.51	1,583.21	0.84	以科恩新材每一元实收资本对应的净资产为依据，各方协商确定：科恩新材每一元实收资本作价 1.00 元，未实缴部分无偿转让。	是
2	浙江御家	-7.85	-7.85	5.00	-1.57	以浙江御家每一元实收资本对应的净资产为依据，各方协商确定：浙江御家每一元实收资本作价 1.00 元，未实缴部分无偿转让。	是
3	托弗智能	80.36	80.97	102.10	0.79	以托弗智能每一元实收资本对应的净资产为依据，各方协商确定：托弗智能每一元实收资本作价 1.00 元，未实缴部分无偿转让。	是

如上表所述，公司在收购科恩新材、浙江御家和托弗智能的过程中履行了审计、评估程序，交易定价参考了前述被收购标的经审计的账面净资产和实收资本情况，同时兼顾相关股权转让方的原始出资情况，并考虑到收购后带来的业务协同和价值增长等赋能效应，经参与交易的各方协商一致后确定为“每一元实收资本作价1.00元，未实缴部分无偿转让”，因此本次收购中的交易定价公允、具备合理性。

五、收购后业务、资产、研发、财务等方面的整合情况

本次收购完成后，公司在业务、资产、财务和人员等方面进行了有效整合，对收购标的进行统筹管理，进一步完善了公司的发展格局，不同主体之间的业务协同度显著提高，公司的综合竞争力得到进一步提升，具体表现如下：

（一）业务整合

科恩新材、浙江御家和托弗智能均围绕公司所属的实验室专用水气及排风部件领域或关联领域开展业务，与收购前公司的业务发展方向一致，且其潜在客户与公司既有客户高度重合。

收购完成后，公司根据各家公司的优势统筹战略规划，合理制定各子公司的职能定位及发展方向，并在实务中将3家公司的业务统筹纳入公司业务条线进行一体化管理，统一生产、采购、销售、研发等各项制度和执行细则，优化内部审批流程及提升运营效率。经过业务整合后，公司与科恩新材、浙江御家和托弗智能形成了相互补充、相互支撑和共生共促的业务协同格局，公司的整体竞争力得到进一步提升。

（二）资产整合

为提升资产的综合使用效率，公司在收购完成后梳理并编制了各公司的固定资产、无形资产等明细清单和台账，对资产实施统一管理，并根据业务需求和发展情况，动态调整一体化管理及资源优化配置的策略，较好地提高了整体的资产管理精细化水平及管理效率，取得了良好的成效。

（三）研发整合

公司在实验室专用水气及排风部件领域具有较强的研发实力和技术沉淀，与

标的公司在研发方面具有较好的协同性。在收购完成后，公司强化了体系内的统一的技术开发和研发管理的业务流程，加强技术研发资源的共享和协同利用，促进技术在具体应用上的整合与落地。公司整合体系内公司的研发成果，参与了多项行业标准以及团体标准的制定，对产品进行优化升级并获得了客户及业主方的广泛认可。

（四）财务整合

公司在收购完成后，为规范运作和防范财务风险，结合标的公司的客观情况，逐步建立健全了统一的财务管理体系，并严格执行公司统一的财务会计核算制度和内部控制制度，较好地实现了对标的公司的即时管理。报告期内，公司财务结构稳健，内控制度执行情况良好，各项业务活动有序开展，取得了较好的经营成果，整体的财务风险较小。

经过上述全面整合，公司明确了科恩新材、浙江御家、托弗智能的业务定位，即科恩新材专注于实验室台面以丰富公司的产品种类，浙江御家专注于与公司形成实验室配件的高低搭配，托弗智能专注于持续推进其控制的子公司托弗通风的实验室通风柜业务的研发，并结合公司及上述子公司的客观情况，通过采取切实有效的整合措施以提升了管理效率，进而在收购后推动了上述子公司实现了有序发展。其中科恩新材自 2021 年至 2023 年，净资产由 1,489.68 万元增长 2,414.67 万元，营业收入由 546.85 万元增长至 1,104.19 万元，净资产复合增长率和营业收入复合增长率分别为 27.32%和 42.10%，实现了较好的发展；浙江御家自收购完成后的下一个会计年度（即 2022 年度）就实现了扭亏为盈，净利润和净资产均由负转正，营业收入由 2021 年度的 178.55 万元增长至 2023 年度的 346.84 万元，营业收入复合增长率为 39.37%，整体经营向好，经营性现金流持续改善；托弗智能在收购前后一直作为控股平台，自身无经营性业务，收购后有助于公司整体规划研发工作，积极推动了托弗智能子公司实验室通风柜产品的研发工作。

综上，本次收购完成后，公司结合自身和标的公司的业务布局、研发方向和发展战略，在业务融合、技术研发、资产管理和财务规范等方面进行了全面地有效整合，进一步完善了公司的业务体系，提高了公司管理和业务运转的效率，从而提升了公司的综合竞争力，为公司业务发展带来新的机遇。

六、请主办券商、律师补充核查并发表明确意见

【主办券商回复】

（一）核查程序

主办券商就有关事项履行了如下核查程序：

1、查阅了公司提供的与收购科恩新材、浙江御家、托弗智能股权相关的股东会决议、股权转让款支付凭证等资料，科恩新材、托弗智能、浙江御家的全套工商档案，及公司收购前述3家公司相关股权时的相关评估报告、审计报告，了解公司收购前述3家公司的具体过程、履行的决策程序、收购作价的依据及其合理性。

2、就公司收购科恩新材、浙江御家、托弗智能股权事项访谈了袁利军和李利夫妇并取得了访谈笔录，了解出资情况、入股背景、入股价格依据、是否存在持股限制、是否存在利益输送问题、是否存在委托持股及是否存在纠纷或潜在纠纷等情况。

3、取得本次收购中的股权转让方的身份证，并就其工作履历及取得股权转让款后参与投资公司的情况进行了访谈并取得了访谈笔录及声明函，了解出资情况、入股背景、入股价格依据、是否存在持股限制、是否存在利益输送问题、是否存在委托持股及是否存在纠纷或潜在纠纷等情况。

4、通过中国执行信息公开网、人民法院公告网等网站查询本次收购所涉及的相关交易主体是否与公司存在纠纷或潜在纠纷。

5、取得并查阅了公司提供的关于各子公司历经全面整合后的经营管理和业务开展等情况的资料。

（二）核查意见

经核查，主办券商认为：

1、为解决潜在的同业竞争和提升业务完整性，公司于2021年12月与科恩新材、浙江御家和托弗智能实施了同一控制下的股权收购，该等收购具有必要性和合理性。

2、本次收购前，浙江御家和托弗智能的实际控制人为袁利军和李利，不存

在少数股东的情形，除公司在本回复中已说明的关系外，科恩新材的其他少数股东与公司、公司控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员之间不存在关联关系。

3、本次收购中，公司、科恩新材、浙江御家和托弗智能均履行了必要的内部审议程序，符合参与交易的各主体的公司章程及相关法律法规的要求。

4、本次收购的定价参考了审计、评估机构对标的公司进行审计、评估的结果，同时兼顾标的公司的原始出资情况及收购后可能带来的赋能效应，经参与交易的各方协商一致所确定，相关交易定价公允、合理。

5、本次收购完成后，公司在业务、资产、研发、财务等方面对被收购公司进行了有效整合和管控，形成了良好的协同效应，增强了公司的综合竞争力。

【律师回复】

律师回复详见《国浩律师（杭州）事务所关于浙江科恩实验设备股份有限公司申请股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让之补充法律意见书（二）》之“一、《二轮问询函》2. 关于公司收购子公司”之相关内容。

其他说明事项

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。

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】

一、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。

主办券商、律师及会计师已对照《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》等规定进行审慎核查。

经核查，主办券商、律师及会计师认为，公司不存在未披露或需要补充说明的涉及公开转让条件、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。

公司本次财务报告审计截止日为2023年12月31日，至本次公开转让说明书签署日已超过7个月，公司已在《公开转让说明书》“第五节 公司财务”之“十、重要事项”之“（一）提请投资者关注的资产负债表日后事项”和《推荐报告》“十二、公司财务报告审计截止日后经营状况及财务信息”中补充披露。

二、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。

截至本回复出具之日，公司尚未申报北交所辅导，中介机构暂无需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。

三、请你们在 10 个交易日内对上述问询意见逐项落实，并通过审核系统上传问询意见回复材料全套电子版（含签字盖章扫描页），涉及更新申请文件的，应将更新后的申请文件上传至对应的文件条目内。若涉及对《公开转让说明书》的修改，请以楷体加粗说明。如不能按期回复的，请及时通过审核系统提交延期回复的申请。如公开转让说明书所引用的财务报表超过 6 个月有效期，请公司在问询回复时提交财务报表有效期延期的申请，最多不超过 3 个月。

经签字或签章的电子版材料与书面材料具有同等法律效力，在提交电子版材料之前请审慎、严肃地检查报送材料，避免全套材料的错误、疏漏、不实。

均已知悉，且已按照要求执行。

（以下无正文）

(本页无正文，为浙江科恩实验设备股份有限公司《关于浙江科恩实验设备股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的第二轮审核问询函的回复》之签章页)

法定代表人（签字）： 袁利军
袁利军

浙江科恩实验设备股份有限公司
2014年8月22日



(本页无正文，为南京证券股份有限公司《关于浙江科恩实验设备股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的第二轮审核问询函的回复》之签章页)

项目负责人：

封燕

封 燕

项目小组成员：

付佳

付 佳

钱智通

钱智通

陆之彰

陆之彰

胡俊杰

胡俊杰

崔传杨

崔传杨

