

宁波瑞能智慧科技股份有限公司

关于 2023 年年报问询函之回复

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

根据贵公司于 2024 年 8 月 21 日下发的《关于对宁波瑞能智慧科技股份有限公司的年报问询函》（公司一部年报问询函【2024】第 469 号），宁波瑞能智慧科技股份有限公司（以下简称“瑞能智慧”或“公司”）对前述问询函所涉及的问题进行了核查和分析，现就有关问题回复如下：

1、关于与主要客户的合作稳定性

你公司主要从事取暖器为主的小家电生产与销售，业务模式以 ODM 为主、OBM 为辅。2021 年至 2023 年公司实现的营业收入分别为 22,340.09 万元、26,070.07 万元、31,808.13 万元，实现的归母净利润分别为 945.69 万元、2,636.50 万元、3,263.10 万元。你公司的五成收入来自于沃尔玛、劳氏两家商超客户。公司自 2020 年与沃尔玛建立直接合作，近三年对沃尔玛的收入分别为 7,071.67 万元、10,122.88 万元、9,439.61 万元；公司自 2021 年与劳氏建立合作，近三年对劳氏的收入分别为 2,955.22 万元、3,796.74 万元、6,724.65 万元。

请你公司：

（1）按照 ODM、OBM 等销售方式列示 2021 年至 2023 年的销售收入、毛利率及主要客户情况，并分析近三年营业收入及净利润持续增长的原因及合理性；

（2）说明你公司与沃尔玛、劳氏建立合作的背景、进入两家商超供应商体系的过程，建立合作的当期即获得大额订单的原因，公司与两家客户的合作模式、销售的产品及是否为自有品牌，公司产品在客户同类产品中的供货占比情况；

（3）说明公司是否与主要商超客户签订框架合作协议，是否需要每年参与投标或者类似程序以获取订单，结合在手订单、合同执行周期、客户下单频率等，说明与主要商超客户的合作是否具有稳定性以及可持续性，对沃尔玛的销售收入是否存在继续下滑的风险。

回复：

一、按照 ODM、OBM 等销售方式列示 2021 年至 2023 年的销售收入、毛利率及主要客户情况，并分析近三年营业收入及净利润持续增长的原因及合理性；

（一）2021 年至 2023 年公司按照 ODM、OBM 等销售方式的销售收入及毛利率情况如下：

单位：万元

销售方式	2023 年度			2022 年度			2021 年度		
	销售收入	销售占比	毛利率	销售收入	销售占比	毛利率	销售收入	销售占比	毛利率
ODM	26,329.37	82.78%	27.93%	20,564.69	78.88%	25.46%	17,781.16	79.59%	20.77%
OBM	4,274.95	13.44%	25.74%	4,456.06	17.09%	27.06%	2,416.02	10.81%	21.42%
控制器	1,133.03	3.56%	13.05%	1,021.27	3.92%	7.05%	2,129.91	9.53%	16.90%
其他业务收入	70.78	0.22%	83.19%	28.06	0.11%	66.27%	13.01	0.06%	69.74%
合计	31,808.13		27.23%	26,070.08		25.05%	22,340.10		20.50%

如上表所述，公司产品的销售方式主要分为 ODM 和 OBM 两种。大型零售商近年来倾向于打造零售商自有品牌，故公司产品以 ODM 居多。毛利率方面，报告期内公司综合毛利率呈现上涨趋势，各销售方式下毛利率与整体趋势基本一致。

(二) 主要销售方式主要客户情况列示如下:

单位: 万元

客户名称	销售方式	2023 年销售收入	占对应营业收入比例	2022 年销售收入	占对应营业收入比例	2021 年销售收入	占对应营业收入比例	成立时间	规模	合作历史	是否存在关联关系或其他利益往来
WAL-MARTSTORES, INC	ODM	9,470.42	35.97%	8,836.09	42.97%	6,343.13	35.67%	1962 年	沃尔玛在全球开设了超过 7,800 家商场, 员工总数 200 多万人	2020 年开始建立直接合作	无
Lowe's Companies, Inc	ODM	6,879.22	26.13%	3,642.17	17.71%	2,955.22	16.62%	1945 年	是世界上第二大的家装产品及用具连锁零售商, 在美国、加拿大以及墨西哥共开设超过 1,750 家分店, 拥有 234,000 多位员工	2021 年开始建立合作	无
STARWELL INTERNATIONAL GROUP LTD.	ODM	3,695.69	14.04%	803.76	3.91%	-	0.00%	2010 年	从事汽配, 工具, 小家电等产品的国际贸易。	2022 年开始建立合作	无
Supply Chain Sources LLC.	ODM	3,387.30	12.87%	3,556.95	17.30%	4,504.54	25.33%	2016 年	注册资本 50 万美元, 2021 年总销售额为 4000 万美元, 美国大型商超的供应商	2018 年开始建立合作	无
PREMIER INDUSTRIAL INC	ODM	998.48	3.79%	1,063.92	5.17%	1,251.19	7.04%	2016 年	美国大型商超的供应商	2018 年开始建立合作	无

DUUXB. V.	ODM	0.02	0.00%	915.56	4.45%	294.93	1.66%	2008 年	欧洲环境电器品牌商，总部在荷兰。	2021 年开始建立合作	无
WorldandMain(Cranbury),LLC	ODM	-	0.00%	83.55	0.41%	642.96	3.62%	1971 年	美国国内领先的销售公司，产品范围覆盖家居环境、安全、建筑五金与采暖产品等领域	2018 年开始建立合作	无
ODM 小计		24,431.12	92.79%	18,901.99	91.91%	15,991.96	89.94%				
WAL-MARTSTORES, INC	OBM	-	0.00%	35.79	0.80%	-	0.00%	1962 年	沃尔玛在全球开设了超过 7,800 家商场,员工总数 200 多万人	2020 年开始建立直接合作	无
Lowe's Companies, Inc	OBM	-154.57	-3.62%	154.57	3.47%	-	0.00%	1945 年	是世界上第二大的家装产品及用具连锁零售商,在美国、加拿大以及墨西哥共开设超过 1,750 家分店,拥有 234,000 多位员工	2021 年开始建立合作	无
HomeDepotProduct Authority, LLC.	OBM	1,823.05	42.65%	1,665.33	37.37%	1,682.61	69.64%	1978 年	全球最大的家居装饰专业零售商之一,全职雇员 371,000 人,连锁商店数量达 2234 家	2021 年开始建立合作	无

宁波柠大檬电子商务有限公司	OBM	880.18	20.59%	719.49	16.15%	-	0.00%	2020 年	注册资本 100 万元，专注淘宝、天猫、拼多多等电商平台销售。	2022 年开始建立合作	无
康成投资(中国)有限公司	OBM	364.30	8.52%	-	0.00%	-	0.00%	2005 年	旗下超市为大润发超市，会员制大型连锁综合超市。	2023 年开始建立合作	无
春茧科技(宁波)有限公司	OBM	284.10	6.65%	17.92	0.40%	-	0.00%	2019 年	注册资本 100 万元，专注京东、淘宝、天猫、拼多多等电商平台销售。	2022 年开始建立合作	无
沃尔玛(中国)投资有限公司	OBM	-30.81	-0.72%	1,251.05	28.08%	728.55	30.15%	2003 年	沃尔玛于 1996 年进入中国，在深圳开设了第一家沃尔玛购物广场和山姆会员商店，已经经营 28 年。山姆会员商店是世界 500 强企业沃尔玛旗下的高端会员制商店，目前全国有 49 家门店。	2020 年开始建立合作，2023 年停止合作	无
北京京东世纪贸易有限公司	OBM	65.98	1.54%	-	0.00%	-	0.00%	2007 年	京东世纪贸易-京东海外跨境平台，超低门槛入驻，可靠大流量扶持，为	2023 年开始建立合作	

									中国品牌出口提供优质渠道。京东全球售是京东商城的海外平台，在这个国际平台上，京东海外的商家可以把产品销往全球 200 多个国家和地区。		
苏州花慕轩网络科技有限公司	OBM	94.68	2.21%	316.66	7.11%	-	0.00%	2014 年	注册资本 50 万元，专注淘宝、拼多多等电商平台销售。	2022 年开始建立合作	无
OBM 小计		3,326.92	77.82%	4,160.81	93.37%	2,411.15	99.80%				
金华市新安电气有限公司	控制器	1,133.03	100.00%	1,021.27	100.00%	2,112.14	99.17%	2002 年	注册资本 100 万元，从事取暖器，电壁炉，烤炉等电器产品制造。	2010 年开始建立合作	无
控制器小计		1,133.03	100.00%	1,021.27	100.00%	2,112.14	99.17%				

如上表所示，报告期内公司的主要客户为国际知名的大型零售商或其供应商如沃尔玛、劳氏、家得宝等，公司与上述客户的合作稳定，随着公司销售渠道的拓展，与国内大型商超如大润发以及头部互联网电商的合作也进一步加深，部分客户因其自身业务萎缩或者业务调整，公司不再与其合作。

（三）近三年营业收入及净利润持续增长的原因及合理性

2021年至2023年公司实现的营业收入分别为22,340.09万元、26,070.07万元、31,808.13万元，同比涨幅分别为16.70%和22.01%。主要系：一方面得益于前期的积累，公司与美国各大商超等渠道采购方的合作更趋稳健，同时近几年公司加大了研发投入，通过优化现有产品性能、积极研发新产品使得进驻大型商超的产品更加多样化，例如公司对沃尔玛、劳氏和家得宝的销售收入从2021年的11,709.50万元增加至2023年的17,987.32万元，另一方面公司积极拓宽销售渠道，包括亚马逊跨境电商渠道、京东天猫等国内线上渠道、山姆和大润发等国内线下商超渠道，实现的销售收入从2021年的969.11万元增加至2023年的2,429.68万元。

2021年至2023年公司实现的归母净利润分别为945.69万元、2,636.50万元、3,263.10万元，同比上涨了179.52%和23.78%。主要系：营业收入及毛利率上涨带来的毛利额增加高于销售规模扩大带来的期间费用的增加，2021年至2023年公司实现的毛利额分别为4,579.48万元、6,531.62万元和8,662.08万元，期间费用分别为3,007.37万元、2,579.46万元和4,268.98万元。综上2022年因毛利额大幅上涨使得净利润上涨，2023年虽然毛利额上涨但受到期间费用大幅上涨的影响使得净利润涨幅略低。

二、说明你公司与沃尔玛、劳氏建立合作的背景、进入两家商超供应商体系的过程，建立合作的当期即获得大额订单的原因，公司与两家客户的合作模式、销售的产品及是否为自有品牌，公司产品在客户同类产品中的供货占比情况；

公司在发展早期，受自身规模实力的限制，主要以为知名品牌商贴牌生产的方式开展业务，并通过美国中间商与沃尔玛、劳氏建立了间接的合作关系。随着公司多年来在北美市场的持续深耕，公司产品优势得到了沃尔玛等为主的大型商超的青睐。近年来，各大商超为完善自身产品体系、降低向品牌商的采购成本，其打造自主小家电品牌的需求日益增长，公司在2020年成功进入沃尔玛集团取暖器的供应商系统。得益于沃尔玛的品牌效应以及公司产品具有质量稳定、创新性强、生产周期短等优势的影响，公司在与沃尔玛合作的当期即获得大额订单；基于前述原因以及与沃尔玛的良好合作，公司在2021年增加了与劳氏的直接合

作。据此公司与沃尔玛、劳氏在合作当期即取得了大额订单。

为了更好的理解和响应沃尔玛、劳氏的需求，公司在业务部门全程参与的情况下，同时引入了专业的第三方销售服务商为公司在与上述商超的直供合作中提供了协助商务谈判、订单达成、履行过程全程的销售居间服务。

公司向沃尔玛销售的产品为取暖器和风扇，以沃尔玛品牌贴牌生产为主，少量自由品牌，向劳氏销售的产品为取暖器，包括劳氏品牌和公司自有品牌。

公司产品在客户同类产品中的供货占比情况：由于每款产品的采购数量和价格属于客户保密信息，公司无法从金额上准确判断供货占比，但可以从款数上侧面大致统计。针对沃尔玛，目前取暖器线下 1 款，线上 1 款，超市同类线下产品 14 款，线下占 7.14%；风扇总计出口 8 款，5 款线下+3 款线上，超市同类线下产品 40 款，线下占 12.5%（沃尔玛超市主要为线下销售，仅统计了线下数据）；劳氏取暖器 8 款，超市同类线下产品 22 款，公司款式占 36.36%（数据来源：超市现场上架产品和超市官网信息综合统计分析）。

三、说明公司是否与主要商超客户签订框架合作协议，是否需要每年参与投标或者类似程序以获取订单，结合在手订单、合同执行周期、客户下单频率等，说明与主要商超客户的合作是否具有稳定性以及可持续性，对沃尔玛的销售收入是否存在继续下滑的风险。

公司与主要的商超客户签订了框架合作协议，产品需要每年参与投标或主动送样，老品优先选择原供应商，如果是新品或升级产品，会在供应商名录中根据各供应商的年度设计、类型擅长、履约情况择优选择。

公司与主要商超客户合同履行情况列示如下：

商超客户	是否签订 框架协议	合同获 取方式	合同执行 周期	客户下单 频率	截至本问询回复日 的 2024 年在手订 单
WAL-MART STORES, INC	是	投标	3-6 月	一年两次	1,212.80 万美元
Lowe • s Companies, Inc	是	投标	3-6 月	一年一次	682.85 万美元
Home Depot Product Authority, LLC.	是	投标	3-6 月	一年两次	467.51 万美元

得益于公司多年来在北美市场的深耕，公司与沃尔玛、劳氏和家得宝等大型

商超建立了稳定的合作关系，同时近几年来公司不断优化现有产品性能、研发新产品，在产品的质量、售罄率、退货率等终端销售指标以及交货及时性持续满足上述商超的要求，如上表所示，截至本问询回复日，公司已在上述商超中获取了较多的在手订单，因此未来的交易具有持续性。

2021 年至 2023 年，公司对沃尔玛的销售收入分别为 7,071.67 万元、10,122.88 万元和 9,439.61 万元，2023 年有小幅回落，主要系部分单品受终端市场影响略有波动。根据已履行合同以及在手订单，公司在沃尔玛中标的型号始终稳定，因此公司对沃尔玛的销售不存在持续大幅下滑的风险。

2、关于销售佣金与销售返利

你公司近三年销售费用中的佣金分别为 494.78 万元、411.08 万元、525.35 万元，根据《公开转让说明书》，公司的佣金主要由两部分组成，一部分系前期通过中间商进驻大型商超的业务介绍佣金，一部分系专业第三方协助公司与大型商超后续的维护与接洽的业务维持佣金，2020 年及 2021 年的佣金主要支付给 Supply Chain Sources LLC.（以下简称 Supply Chain）、慈溪市新方信息咨询服务部（以下简称新方咨询）两家服务商。Supply Chain 同时为你公司的销售中间商与客户，你公司近三年对其实现的销售收入分别为 4,504.54 万元、3,556.95 万元、3,387.30 万元。新方咨询成立于 2020 年 12 月 21 日，企业类型为个体工商户，你公司 2020 年向其支付佣金 60.81 万元。2023 年末，你公司合同负债中的销售返利金额为 4,124,885.49 元，较期初增长 44.27%。

请你公司：

（1）说明 Supply Chain 为你公司提供的销售服务、对应客户、计费标准以及结算频率，结合 Supply Chain 与你公司的合作模式，说明其同时为你公司客户与销售服务商的原因及商业合理性，相关的收入确认与费用支付是否存在抵销情形，核算是否准确；

（2）说明新方信息为你公司提供的服务内容及对应客户，结合新方信息的办公地址、服务模式、企业类型、是否只为你公司提供销售服务、主要人员是否与你公司存在利益相关关系、是否为你公司前员工等，说明新方信息是否具备充足的履约能力，你公司在新方信息成立当月即向其支付销售佣金的合理性；

(3) 列示 2021 年至 2023 年的业务介绍佣金、业务维持佣金的金额、支付对象、提供的具体服务及对应客户，支付销售佣金对你公司获取订单、维持客户的影响；说明业务介绍佣金的支付标准、是否一次性支付、未计入合同取得成本的原因，说明业务维持佣金的计费标准及实际结算的人工、服务时长等具体依据，实际支付的佣金与业务维持规模、工作内容的匹配性；

(4) 说明你公司对销售服务商的筛选标准及实际执行情况，结合你公司自身营销人员及销售服务商的分工、销售服务商是否与你公司终端客户存在关联关系或者利益相关关系等，说明你公司对销售服务商的依赖情况，是否具备独立获取并维持客户订单尤其是境外主要客户订单的能力；

(5) 说明销售返利的具体内容以及与销售佣金的差异，预提销售返利的会计处理、计入合同负债的合理性，并说明销售返利的计费模式及返利金额的计算依据，列示销售返利的支付对象、对应的销售收入，期末销售返利大幅增加的原因及合理性；

(6) 说明你公司支付销售佣金、销售返利时，是否存在利用虚假票据、虚构业务事项套取资金体外使用的情形，你公司及服务商是否存在商业贿赂或其他利益输送的情形。

回复：

一、说明 Supply Chain 为你公司提供的销售服务、对应客户、计费标准以及结算频率，结合 Supply Chain 与你公司的合作模式，说明其同时为你公司客户与销售服务商的原因及商业合理性，相关的收入确认与费用支付是否存在抵销情形，核算是否准确；

(一) 说明 Supply Chain 为你公司提供的销售服务、对应客户、计费标准以及结算频率

Supply Chain 为公司提供的销售服务对应客户主要为劳氏、沃尔玛和家得宝，其提供的销售服务主要为在公司与上述客户的合作中，提供协助商务谈判、订单达成、客户沟通、客户关系维护、跟进客户回款等履行过程全程的销售居间服务。其佣金标准系根据商业惯例及服务实际双方协商确定（具体为相关商超该销售季履约完成、回款到位的总额、具体客户），每个销售季完成订单后双方据

实核对订单实际完成金额及服务情况，按照约定比例结算佣金，结算频率为一年一次。

（二）结合 Supply Chain 与你公司的合作模式，说明其同时为你公司客户与销售服务商的原因及商业合理性，相关的收入确认与费用支付是否存在抵销情形，核算是否准确

Supply Chain 是美国相关商超的供应商，了解各产品在商超的销售价格，其根据自身的盈利需求，根据不同定位的产品选择自行供货给相应商超或者由其提供居间服务，由本公司销售给相应商超，因此该公司成为公司客户的同时又是公司的销售服务商。

公司销售给 Supply Chain 的产品与其提供居间服务的产品不一致，故对应的收入和费用无法抵消，也未作抵消。公司对其销售收入按照外销收入确认原则即产品出库办理完出口手续，出口货物越过船舷并取得收款权利时确认收入，公司对其销售佣金根据佣金合同约定完成订单金额和服务后，按照约定比例确认佣金费用，上述核算准确。

二、说明新方信息为你公司提供的服务内容及对应客户，结合新方信息的办公地址、服务模式、企业类型、是否只为你公司提供销售服务、主要人员是否与你公司存在利益相关关系、是否为你公司前员工等，说明新方信息是否具备充足的履约能力，你公司在新方信息成立当月即向其支付销售佣金的合理性；

新方信息为公司提供的销售服务对应客户主要为劳氏和沃尔玛，其提供的销售服务主要为在公司与上述客户的合作中，提供协助商务谈判、订单达成、客户沟通、客户关系维护、跟进客户回款等履行过程全程的销售居间服务。

新方信息成立于 2020 年 12 月，办公地址为宁波慈溪，服务模式为提供信息咨询、业务沟通交流、采购代理服务，企业类型为个体工商户，新方信息的经营者吴方长期从事美国大超市外贸工作，在美国大超市商务谈判、超市准入流程、产品供应流程、产品售后服务流程等事务处理中具有丰富的专业经验，因此公司与其约定由其专职且仅为本公司提供在相关商超的销售居间服务，吴方非本公司员工，其本人及其经营的公司与公司无关联关系。

公司前期主要与新方信息经营者吴方个人展开合作，双方根据商业惯例口头约定合作内容、佣金标准，约定订单确定、回款到位后据实结算支付佣金，在此

期间内双方合作良好，吴方具备相应的履约能力。故在其提出成立个体工商户与本公司继续合作时，本公司与其继续深入合作，并在其个体工商户新方信息成立当月即向其支付销售佣金。

三、列示 2021 年至 2023 年的业务介绍佣金、业务维持佣金的金额、支付对象、提供的具体服务及对应客户，支付销售佣金对你公司获取订单、维持客户的影响；说明业务介绍佣金的支付标准、是否一次性支付、未计入合同取得成本的原因，说明业务维持佣金的计费标准及实际结算的人工、服务时长等具体依据，实际支付的佣金与业务维持规模、工作内容的匹配性；

公司的销售服务商为公司与客户的合作中，提供协助商务谈判、订单达成、客户沟通、客户关系维护、跟进客户回款等履行过程全程的销售居间服务。

2021 年至 2023 年佣金支付情况列示如下：

单位：万元

销售服务商	服务客户	2023 年	2022 年	2021 年
SupplyChain	Lowe's Companies, Inc	34.10	27.89	164.12
	WAL-MART STORES, INC	33.53	100.05	123.41
	Home Depot Product Authority, LLC.	9.05	-	-
	Big Lots Stores	38.72	-	-
新方信息（亦方信息）	WAL-MART STORES, INC	274.66	178.00	135.48
	Lowe's Companies, Inc	96.00	72.97	15.01
	GIG	-	-	1.57
其他小额	-	39.30	32.18	55.18
合计		525.35	411.08	494.78

公司的销售服务商为大型商超的供应商或者长期从事商超业务处理，熟悉大型商超的业务处理流程，公司向其支付佣金有助于提高公司订单的完成率和客户的满意度。

公司在销售订单完成相应款项到位后，按照约定的佣金比例向其支付佣金。佣金支付标准需结合促成业务的规模、难度、商超的履约情况和货款到位情况，由双方根据商业惯例协商，一般比例为 0.5%-6%，结算周期为一年一次。

根据《企业会计准则第 14 号——收入》第二十八条规定：“企业为取得合同发生的增量成本预期能够收回的，应当作为合同取得成本确认为一项资产；但是，该资产摊销期限不超过一年的，可以在发生时计入当期损益。增量成本，是指企业不取得合同就不会发生的成本（如销售佣金等）”。本公司的销售佣金为合同取得成本在确认后一年内完成支付，故计入当期销售费用符合企业会计准则的规定。

四、说明你公司对销售服务商的筛选标准及实际执行情况，结合你公司自身营销人员及销售服务商的分工、销售服务商是否与你公司终端客户存在关联关系或者利益相关关系等，说明你公司对销售服务商的依赖情况，是否具备独立获取并维持客户订单尤其是境外主要客户订单的能力；

公司对销售服务商的筛选标准了解行业及产品、熟悉客户对象的订单规则，能提供公司所需的商务谈判、订单达成等有效服务及无不良记录，公司据此筛选的销售服务商均能有效履约，与公司合作情况良好。

为了更好的响应沃尔玛、劳氏等大型商超的需求，公司引入了专业的第三方销售服务商，同时公司销售业务部门全程参与。销售业务部门负责国内外市场的调研、分析、预测，制订年度、季度、月度销售计划及销售进度表，完成公司下达的各项经济指标；负责与生产管理部及时沟通销售计划，协调产品供需情况，根据销售合同，进行制单，做好与生产车间、仓库发运的；负责与客户的谈判、报价、合同签订、产品发运、跟踪、货款回笼、售后服务、客户投诉接洽等；负责产品的报关、发运；负责客户的接待、市场拓展、维护、满意度调查及办理、审批、申报涉及外贸出口的各种证件等。销售服务商为大型商超的供应商或者长期从事商超业务处理，与终端客户不存在关联关系，其主要负责协助开展商务谈判、客户沟通及维护、订单履约及回款事宜，公司自有营销人员和销售服务商各司其职，协同并进，相辅相成。

近年来，公司凭借良好的产品品质及服务相继进入了沃尔玛、劳氏、家得宝等大型商超的供应商直供系统，2023 年公司成为美国最大的清仓货零售商 BigLotsStores, Inc. 的直供供应商，可见公司具备独立获取并维持境外客户订单的能力，而销售服务商的居间服务有助于提高公司订单的完成率和客户的满意度，公司对销售服务商不存在依赖性。

五、说明销售返利的具体内容以及与销售佣金的差异，预提销售返利的会计处理、计入合同负债的合理性，并说明销售返利的计费模式及返利金额的计算依据，列示销售返利的支付对象、对应的销售收入，期末销售返利大幅增加的原因及合理性；

（一）说明销售返利的具体内容以及与销售佣金的差异

公司的销售返利系根据公司与客户（主要是劳氏和家得宝）的约定，每年末按照当年已完成销售订单的比例（其中劳氏 4.75%-5.6%，家得宝是 3.75%）计提销售返利，并在次年以货款抵扣；销售佣金为公司按照销售居间服务的完成情况按照约定比例支付给销售服务商的居间服务费，支付方式为现金支付或者货款抵扣。两者的支付原因、结算方式及支付对象不一致。

（二）预提销售返利的会计处理、计入合同负债的合理性

销售返利的会计处理：公司根据应预提的返利金额调整收入，借“主营业务收入”，贷“合同负债”，兑现返利时，借“合同负债”贷“应收账款”。

根据企业会计准则的规定，公司向客户计提并支付的现金返利应作为“可变对价”进行会计处理，该现金返利并非直接支付给客户而是在次年货款中抵扣，公司应将其计入负债科目，故计入合同负债合理。

（三）说明销售返利的计费模式及返利金额的计算依据，列示销售返利的支付对象、对应的销售收入，期末销售返利大幅增加的原因及合理性

根据公司与客户（主要是劳氏和家得宝）的约定，每年末按照当年已完成销售订单的比例（其中劳氏 4.75%-5.6%，家得宝是 3.75%）计提销售返利，并在次年以货款抵扣。

2021 年至 2023 年，公司计提返利的销售订单收入和销售返利情况列示如下：

单位：万美元

支付对象	2023 年			2022 年			2021 年		
	返利金额	销售金额	计提比例	返利金额	销售金额	计提比例	返利金额	销售金额	计提比例
Lowe's Companies, Inc	58.24	1,035.62	5.62%	33.19	632.24	5.25%	22.83	480.74	4.75%
Home Depot Product	-	-	-	7.86	209.63	3.75%	10.23	272.92	3.75%

支付对象	2023 年			2022 年			2021 年		
Authority , LLC.									
合计	58.24	1,035.62	5.62%	41.05	841.87	4.88%	33.07	753.66	4.39%

如上表所示,2021 年至 2023 年返利的计提比例分别为 4.39%、4.88%和 5.62%,2023 年偏高主要系 2023 年劳氏的销售收入大幅增加,其返利计提比例较高使得整体销售返利金额增加较多。

六、说明你公司支付销售佣金、销售返利时,是否存在利用虚假票据、虚构业务事项套取资金体外使用的情形,你公司及服务商是否存在商业贿赂或其他利益输送的情形。

公司支付销售佣金或销售返利时,均由业务部门提供完整的佣金结算合同或劳氏出具的返利通知单、费用发票同时需填写费用审批单并经过审批,由财务部门复核后支付销售佣金或销售返利,公司不存在利用虚假票据、虚构业务事项套取资金体外使用的情形,不存在商业贿赂或其他利益输送的情形。

3、关于存货

你公司 2023 年末的存货账面金额为 4,518.08 万元。其中,发出商品账面价值为 932.92 万元,同比增加 232.47%;库存商品账面价值为 2431.83 万元,计提存货跌价准备 39.69 万元,计提比例为 1.63%。

请你公司:

(1) 结合产品发货及验收流程、所需运输时间、平均收货期等,说明本期末发出商品大幅增加的原因,为并列示对应的客户、产品种类、金额、发货时间以及期后确认收货的情况;

(2) 列示 2021 年至 2023 年的退换货情况,当前库存商品的品类、库龄,库存商品较多的原因,是否涉及以前年度退换货产品、是否涉及与市场主流产品差异较大的情况,并列示存货跌价准备的计提过程,存货跌价准备是否计提充分。

回复:

一、结合产品发货及验收流程、所需运输时间、平均收货期等，说明本期末发出商品大幅增加的原因，为并列示对应的客户、产品种类、金额、发货时间以及期后确认收货的情况

（一）公司产品发货及验收流程、所需运输时间、平均收货期

1、在外销模式下，外销客户在产品发货前一般需要对产品进行查验，公司需要根据客户安排配合查验，并在查验合格后，等待客户的船期安排进行发货。公司会根据合同约定将产品交物流运送至客户指定港口，运输及最终报关出口离港时间一般在 2 周以内，平均收货期根据海运时间一般在 15-30 天。

2、在内销模式下，公司成品入库前会提前完成质检流程，产品在存在库存现货或者生产完成后，公司通知客户并根据客户要求发货，将产品运送至客户处或者交由客户指定物流，运输时间受客户距离公司远近而定，平均在 1-5 天。境内 ODM、线上经销（经销商发货）模式下，平均收货期较短，产品运抵客户要求处完成签收后即完成收货流程；线上直销、线上经销（代发货）模式下一般需要根据电商平台终端消费者点击确认收货时间或者在满足无理由退货期限后公司确认收入，平均收货期在 1-3 天；商超、电商平台模式下公司需按照合同约定账期与商超、电商平台进行对账结算，平均收货期在 1-5 天。

（二）说明本期末发出商品大幅增加的原因，为并列示对应的客户、产品种类、金额、发货时间以及期后确认收货的情况

本期末发出商品对应的客户、产品种类、金额、发货时间以及期后确认收货的情况列示如下：

单位：万元

发出商品对应客户名称	产品种类	发货时间	账面余额	占比	期后确认收入金额	期后确认收入比例
沃尔玛集团	风扇	2023 年 12 月	346.73	37.14%	491.69	100.00%
Lowe's Companies, Inc	取暖器	2023 年 8 月	214.49	22.97%	17.63	1.70%
境内京东自营平台	取暖器	2023 年 11-12 月	187.67	20.10%	356.91	100.00%
境外亚马逊平台	取暖器	2023 年 6 月、9 月、11 月	142.44	15.26%	414.91	95.66%
	风扇	2023 年 4 月	0.86	0.09%	0.74	86.05%
上海永辉杨浦超市有限公司	取暖器	2023 年 11 月	23.89	2.56%	31.57	100.00%

福建云通供应链有限公司	取暖器	2023 年 11 月	7.96	0.85%	10.52	100.00%
境内线上直销	取暖器	2023 年 12 月	1.48	0.16%	2.67	100.00%
境内其他客户	取暖器	2023 年 6 月、9 月-12 月	7.64	0.82%	6.78	71.86%
	风扇	2023 年上半年	0.51	0.05%	-	-
合计			933.68	100.00%	1,333.42	

注：期后确认收入金额截止日期为 2024 年 8 月 31 日。

如上表所示，2023 年末公司发出商品账面余额为 933.68 万元，较 2022 年末增加 652.29 万元，主要系主要客户订单和其他新增销售渠道的库存增加所致。主要客户订单为沃尔玛集团风扇订单和劳氏取暖器备货库存。其中沃尔玛集团风扇订单系根据客户安排船期，于 2023 年年末运抵港口后，次年 1 月完成装船离港并取得提单，该批订单已于期后实现销售；劳氏取暖器备货库存系根据客户要求安排海外备货仓，以便快速响应客户供货需求。由于公司首次操作劳氏备货产品，海外仓备货和劳氏供应链系统对接还不熟悉，对接完成时已过销售旺季，为提高库存周转在经过劳氏同意后海外仓备货部分库存通过亚马逊平台进行了销售。

其他新增销售渠道为 2023 年度公司积极拓展销售渠道，建立多种销售模式，新增渠道包括境内京东自营平台、境外亚马逊平台、境内商超等。以上新增销售渠道在 2023 年度期末扩大了公司取暖器产品的销售，但存在一定的结算周期，故导致期末发出商品金额较往年有所增加。期末发出商品除劳氏海外仓备货外在 2024 年第 1-2 季度基本已实现销售。

二、列示 2021 年至 2023 年的退换货情况，当前库存商品的品类、库龄，库存商品较多的原因，是否涉及以前年度退换货产品、是否涉及与市场主流产品差异较大的情况，并列示存货跌价准备的计提过程，存货跌价准备是否计提充分。

（一）列示 2021 年至 2023 年的退换货情况

2021 年至 2023 年公司的退换货情况如下：

单位：万元

期间	2023 年度	2022 年度	2021 年度
----	---------	---------	---------

退货金额	221.40	94.66	-
换货金额	190.42	38.59	25.57
退换货金额小计	411.82	133.24	25.57
营业收入	31,808.13	26,070.07	22,340.09
退换货比例	1.29%	0.51%	0.11%

由上表可见，2021年至2023年公司退换货金额分别为25.57万元、133.24万元和411.82万元，其中2022年退货金额较高主要系DUUXB.V.客户退货94万，2023年换货金额较高主要系金华市新安电气有限公司产品返修从而发生换货90.66万元，2023年退货金额较高主要系劳氏因产品销售问题原因发生退货金额为154.57万元，该部分退货产品已通过公司亚马逊平台实现销售。除上述情况外，报告期内公司未发生大额退换货。报告期内，公司发生退换货的主要原因系因产品质量、外观、运输受损等问题进行退换货处理的，退换货金额占营业收入比例分别为0.11%、0.51%及1.29%，整体维持在较低水平。

（二）当前库存商品的品类、库龄，库存商品较多的原因，是否涉及以前年度退换货产品、是否涉及与市场主流产品差异较大的情况

2021年至2023年各期末库存商品余额分别为1,397.79万元、2,437.09万元和2,471.52万元，占期末存货余额比例分别为56.28%、65.82%和53.43%，占比较高主要原因系一二季度为公司风扇业务的销售旺季，年底公司会根据客户订单需求进行备货。

截至2023年12月31日公司库存商品的品类和库龄结构列示如下：

单位：万元

品类	账面余额	库龄			其中：以前年度退换货产品
		1年以内	1-2年	2年以上	
风扇	2,234.36	2,233.39	0.91	0.07	0.00
取暖器	159.75	138.91	1.33	19.52	0.00
控制器	64.52	51.33	1.18	12.01	0.00
其他产品	5.17	0.68	4.37	0.11	0.00
外购成品	7.72	0.05	-	7.66	0.00
合计	2,471.52	2,424.36	7.79	39.37	0.00

如上表所示，公司的库存商品主要为风扇和取暖器，是公司根据客户需求备货，与市场主流产品不存在较大差异。公司库存商品库龄主要集中在一年以内，占比为 98.09%。

（三）列示存货跌价准备的计提过程，存货跌价准备是否计提充分。

公司期末对各类存货进行跌价测试，并根据测试结果计提存货跌价准备，存货跌价准备的计提过程如下：

存货项目	具体计提方法和过程
库存商品、发出商品、合同履约成本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。 公司期末库存系根据“以销定产”生产以及少部分基于安全库存原则而额外备货的产成品。基于谨慎性原则，如果库龄 2 年以上且无对应客户订单的库存商品全额计提存货跌价准备；如果本期有正常销售，则以最近期销售价格为基础来确认可变现净值。
原材料、委托加工物资、在产品等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。 公司原材料和在产品主要为自制产品和研发所需的电机、电子件、钣金、塑胶件等，报告期公司各类产品均维持正常毛利率水平，材料的跌价风险较低；此外对于库龄较久、预计无法投入生产的不良品和呆滞材料，公司相关部门会定期进行排查，并计提存货跌价准备。
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。	

公司采取“以销定产+安全库存备货”的生产模式，可以控制减少原材料价格波动风险，从而降低存货跌价风险。综上，报告期内，公司存货跌价准备计提充分、合理。

4、关于汇兑损益

你公司外销收入占比超八成，2021年至2023年的外销收入分别为18,851.35万元、22,138.28万元、27,872.06万元，计入财务费用的汇兑损益金额分别为69.63万元、-908.44万元、-134.64万元。

请你公司：

说明汇兑损益的计算过程，说明报告期内结算货币对人民币的汇率变动趋势、你公司外销收入、结算周期之间的匹配性，并说明你公司应对汇率波动风险的具体措施及有效性。

回复：

一、说明汇兑损益的计算过程

报告期内，公司汇兑损益的计算过程如下：

1、外币交易在初始确认发生时，采用交易日当月月初汇率折算为记账本位币金额，不产生汇兑损益，不做会计处理；

2、月末或资产负债表日，采用月末汇率或资产负债表日即期汇率对外币货币性项目进行折算，因汇率不同而产生的汇兑差额，计入汇兑损益；

3、实际结汇时，按照结汇当日即期汇率折算，因结汇时即期汇率与初始确认时或前一资产负债表日即期汇率不同而产生的汇兑差额，计入汇兑损益。报告期内公司关于汇兑损益的计算过程及会计处理符合《企业会计准则第19号——外币折算》的相关要求，金额计量准确、完整。

二、说明报告期内结算货币对人民币的汇率变动趋势、你公司外销收入、结算周期之间的匹配性

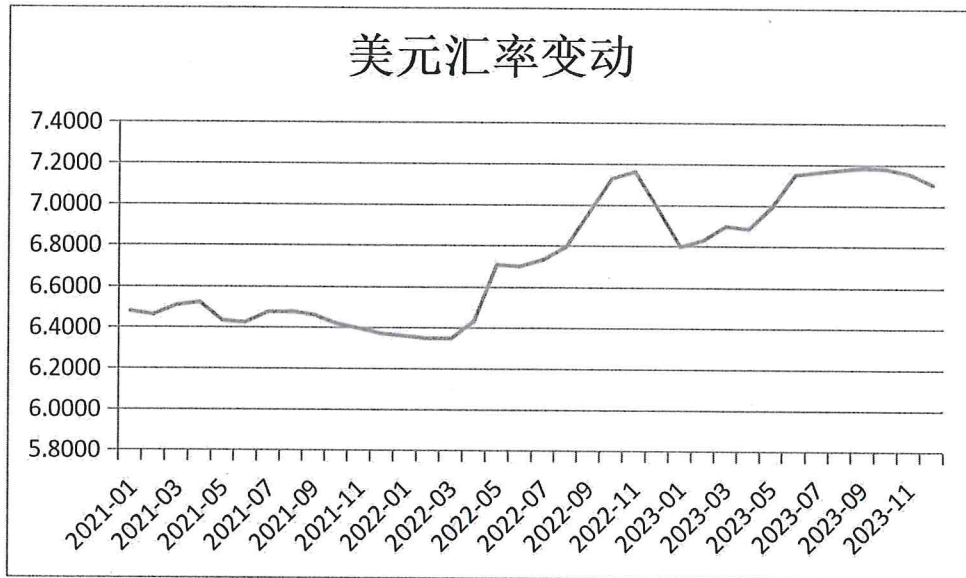
报告期内，公司收入以境外销售为主，主要采用美元外币结算，外币货币性项目有货币资金、应收账款等，具体构成如下：

单位：万元

项目	2023年12月 31日/2023年度	2022年12月 31日/2022年度	2021年12月 31日/2021年度
货币资金-美元	149.59	157.06	664.27
货币资金-外币折算人民币小计	1,059.50	1,093.83	4,235.17
应收账款-美元	769.62	533.93	623.22

应收账款-外币折算人民币小计	5,450.99	3,718.60	3,973.47
应付账款-美元	0.97	-	-
应付账款-外币折算人民币小计	6.87	-	-
外销收入-外币折算人民币小计	27,872.06	22,138.28	18,851.35
汇兑损益合计	-134.64	-908.44	69.63
汇兑损益/外销收入-折算人民币小计	-0.48%	-4.10%	0.37%

报告期内，美元对人民币汇率波动情况如下：



数据来源：中国外汇交易中心（人民币汇率月平均汇率）

根据上表人民币汇率中间价变动情况所示，2021 年美元对人民币汇率波动下行，整体处于低位，2021 年末较年初美元对人民币的汇率的跌幅为 2.29%，当期形成汇兑损失 69.63 万元；2022 年一季度汇率变动较平稳，二季度开始美元兑人民币汇率大幅上涨，2022 年末较年初美元兑人民币的汇率的增幅约为 9.24%，当期形成汇兑收益金额 908.44 万元。2023 年度第一季度汇率小幅下降，二季度开始美元对人民币兑人民币汇率有所增长，2023 年末较年初美元兑人民币的汇率的增幅为 1.70%，当期形成汇兑收益金额 134.64 万元。公司主要销售产品具有明显的季节性，主要产品取暖器的销售旺季集中在每年 6 月-10 月，风扇的销售旺季集中在每年 1 月-3 月，给予主要客户的信用期一般在 1 至 4 个月。公司汇兑损益与汇率波动趋势、结算周期整体相匹配。

三、说明你公司应对汇率波动风险的具体措施及有效性。

为减少汇率波动对公司财务状况带来的不利影响，公司采取了如下积极应对措施：

1、结合人民币资金的需求和汇率走势，灵活实时结汇，公司密切关注结算汇率的实时变动，由相关财务人员收集汇率波动相关的实时资讯和相关资料；

2、公司向境外销售产品的价格系根据产品成本及市场情况、经双方谈判协商确定，在与主要客户确定及调整产品价格时考虑汇率波动的影响；

3、针对外汇应收款项，公司及时催促客户在信用期内及时付款，从而减少汇率波动的风险；

4、针对外币结算的汇兑风险，公司综合考虑业务规模以及宏观经济形势、汇率走势等因素，通过远期结售汇等方式降低汇率波动风险。

综上所述，汇兑损益对公司利润存在一定影响，但公司针对汇率波动风险已采取了积极有效的管控措施，减少汇率波动对公司经营业绩的影响。

5、关于研发费用

你公司 2021 年至 2023 年的研发费用分别为 696.99 万元、875.20 万元、1,086.85 万元，占营业收入的比例分别为 3.12%、3.36%、3.41%，其中，2023 年研发费用中的人员人工费用、直接投入费用、研究设计费、产品调试检测费分别为 467.81 万元、375.16 万元、114.65 万元、80.31 万元。你公司 2023 年末的原材料账面价值为 671.70 万元。

请你公司：

（1）说明你公司的研发模式，各期研发费用中是否包含废品处置价值，若包含请还原研发费用中的原始发生金额，说明直接投入费用的具体构成，研发领料与你公司原材料的储备规模是否匹配；

（2）说明研究设计费、产品调试检测费的核算内容及产生原因，是否涉及委外研发，委外研发涉及的机构、具体合作形式、开展方式、合同签订及支付情况，与研发项目的关系、具体研究成果、相关费用定价依据，相关支出金额是否真实、公允；

（3）说明近三年的研发费用、申报高新技术企业的研发费用、申请所得税加计扣除的研发费用之间是否存在差异，结合你公司对研发人员认定、研发工时的计量等内控措施及执行情况等，说明你公司研发费用归集准确性，是否存在因研发费用归集问题无法取得高新技术企业认定续期的风险。

回复：

一、说明你公司的研发模式，各期研发费用中是否包含废品处置价值，若包含请还原研发费用中的原始发生金额，说明直接投入费用的具体构成，研发领料与你公司原材料的储备规模是否匹配；

公司坚持以市场需求为导向，兼顾产品的前瞻性开发，以自主研发开发新产品的模式开展研发工作，公司研发致力于为消费者提供造型新颖、功能先进的小家电产品。

公司在研发过程中，直接投入主要包括试验用手板、研发设计模具及研发试验用材料。这些投入均直接服务于产品的设计、功能试验及老化阶段，是确保产品性能稳定、安全可靠的关键环节。

试验用手板：手板是产品设计的物理原型，用于验证设计的可行性和功能的完善性。在试验过程中，手板会经历多次修改和迭代，直至达到设计要求。由于手板具有特定性和一次性使用的特点，其废品处理价值相对较小。

研发模具：研发模具是对研发设计形成产品所需要塑胶和内部钣金造型和结构的重要工具，一个项目产品的类配件较多，其设计和制造过程需要投入大量研发资源。在产品研发阶段，模具的修改和调整是常态，模具在完成其研发使命后，也可能面临无法再利用的情况。

研发试验用材料：为满足产品在不同设计阶段的需求，公司需采购各类试验用材料（主要为塑胶外壳、钣金结构胶、发热体、电机、电子元器件等）。这些材料在经过设计、功能试验及老化测试后，往往已无法满足销售条件，因此，其废品处理价值相对较小。

公司各期研发费用中不包含废品处置价值。

为确保研发活动的顺利进行，公司会根据研发项目的实际需求，合理规划研发用料的采购。研发领料会经过严格的审批流程，确保领用的材料符合研发项目的实际需求，避免浪费。同时，公司采购政策遵循“以销定产，以产定采”的采购模式，会定期评估原材料库存情况，及时调整采购计划，以保证研发领料与生产原材料储备规模之间的合理匹配。此外，公司还会采用自身的库存管理系统，对原材料进行精细化管理，提高库存周转率，降低库存成本。

二、说明研究设计费、产品调试检测费的核算内容及产生原因，是否涉及委外研发，委外研发涉及的机构、具体合作形式、开展方式、合同签订及支付情况，与研发项目的关系、具体研究成果、相关费用定价依据，相关支出金额是否真实、公允；

公司研发设计费主要核算的内容是公司新产品的外观设计，借助外部前沿的设计思路与独特理念，激发创意火花，进而孕育出更多形态各异、风格独特的小家电产品。为高效响应市场变化，公司选择了与外部专业设计团队合作，而非仅依赖内部培养的设计力量。

公司研发设计合同履行情况列示如下：

单位：万元

机构名称	合同签订情况	成果	支付情况	不含税金额		
				2023 年	2022 年	2021 年
宁波红狐工业设计有限公司	已签订	产品设计图	35.00	-	15.00	20.00
杭州从零到壹营销咨询有限公司	已签订	产品设计图	120.00	58.25	58.25	-
浙大宁波理工学院	已签订	产品设计图	130.00	53.40	48.54	-
董兆凯	已签订	产品设计图	3.00	3.00	-	-
合计			288.00	114.65	121.80	20.00

公司产品调试检测费核算内容主要研发产品和研发零件的性能、功能、安规、产品稳定等方面测试和认证费用，主要借助外部检测机构对公司研发产品的成果进行检测和验证。

公司产品调试检测费的核算内容全面覆盖了研发产品及研发零件在性能、功能、安全规范（安规）以及产品稳定性等多个关键维度的测试与认证环节。这一过程不仅是对公司研发成果质量的一次严苛审视，更是确保产品符合行业标准与市场需求的重要保障。

产品调试检测费合作机构明细表：

单位：万元

机构名称	合同签订	服务内容	不含税金额
------	------	------	-------

	情况		2023 年	2022 年	2021 年
莱茵技术-商检（宁波）有限公司	已签订	产品调试检测费	32.30	34.51	21.76
天祥检验服务（上海）有限公司	已签订	产品调试检测费	13.45	-	-
上海天祥质量技术服务有限公司	已签订	产品调试检测费	12.58	10.76	19.18
宁波卓泰检测技术服务有限公司	已签订	产品调试检测费	7.33	0.64	0.92
中家院（慈溪）电器检测服务有限公司	已签订	产品调试检测费	3.86	-	-
必维申美商品检测（上海）有限公司	已签订	产品调试检测费	3.73	1.68	1.10
宁波立讯标准技术服务有限公司	已签订	产品调试检测费	2.26	3.81	0.38
浙江天祥质量技术服务有限公司	已签订	产品调试检测费	2.01	0.19	0.26
其他		产品调试检测费	2.78	8.28	3.82
合计			80.31	59.87	47.42

公司研究设计费、产品调试检测费主要是对公司产外观设计及研发产品和研发零件的性能、功能、安规、产品稳定等方面测试和认证费用，是研发产品的部分工作，不涉及委外研发。

在引入外部设计机构时，公司秉持公平、公正的原则，严格遵循市场定价机制，相关支出均为非关联方，并且各项费用选择都有多个服务商，支付金额真实、公允。

三、说明近三年的研发费用、申报高新技术企业的研发费用、申请所得税加计扣除的研发费用之间是否存在差异，结合你公司对研发人员认定、研发工时的计量等内控措施及执行情况等，说明你公司研发费用归集准确性，是否存在因研发费用归集问题无法取得高新技术企业认定续期的风险。

（一）说明近三年的研发费用、申报高新技术企业的研发费用、申请所得税加计扣除的研发费用之间是否存在差异

1、财务报表研发费用与申报高新技术企业的研发费用对比

高新技术企业的申报周期为三年，报告期内，公司采用 2019 年-2021 年期间的研发费用数据申报高新技术企业资格复审并于 2022 年通过复审，因此下表仅

列示公司 2021 年度财务数据：

单位：万元

项目	2021 年
财务报表研发费用	696.99
申报高新的研发费用	656.37
差异	40.62
其中：根据《高新技术企业认定管理工作指引》扣除的费用（注 1）	17.03
其他小额差异	23.59

财务报表研发费用与申报高新技术企业的研发费用存在差异的原因如下：

（1）根据科技部、财政部、国家税务总局颁布《高新技术企业认定管理工作指引》对于高新技术企业科技人员的认定标准，企业科技人员是指直接从事研发和相关技术创新活动，以及专门从事上述活动的管理和提供直接技术服务的，累计实际工作时间在 183 天（183 天即为一年天数的 50%）以上的人员，包括在职、兼职和临时聘用人员。申报高新的研发费用中剔除了工作时长不满 183 天员工的薪酬共计 17.03 万元；

（2）其他小额差异系公司基于谨慎性原则，剔除了与研究开发相关的员工福利费、折旧费用等。

2、财务报表研发费用与申请所得税加计扣除的研发费用对比

2021 年-2023 年财务报表研发费用与申请所得税加计扣除的研发费用情况列示如下：

单位：万元

项目	2023 年	2022 年	2021 年
财务报表研发费用	1,086.85	875.20	696.99
申请所得税加计扣除的研发费用	1,047.38	862.51	663.78
差异	39.48	12.68	33.20
其中：房租	9.61	9.61	9.61
股份支付	15.64	-	-
未申请加计扣除的子公司研发费用	9.37	-	-
其他小额费用	4.85	3.07	23.53

财务报表研发费用与申请所得税加计扣除的研发费用存在差异的原因如下：

（1）根据《财政部 国家税务总局 科技部关于完善研究开发费用税前加计

扣除政策的通知》（财税[2015]119号）规定直接投入费用包括用于研发活动的仪器、设备的运行维护、调整、检验、维修等费用，以及通过经营租赁方式租入的用于研发活动的仪器、设备租赁费，故研发部门的房屋租赁费用不得享受研发加计扣除优惠政策。

（2）根据《关于研发费用税前加计扣除归集范围有关问题的公告》（国家税务总局公告 2017 年第 40 号）第一条第二款的规定，可以加计扣除的工资薪金包括按规定可以在税前扣除的对研发人员股权激励的支出，因授予的股票期权尚未行权故相应的股份支付不得享受研发加计扣除优惠政策。

（3）其他小额费用系公司基于谨慎性原则，剔除了与研究开发相关的动力、办公检测费用等。

综上，公司财务报表研发费用、用于申报高新技术企业的研发费用和申请所得税加计扣除的研发费用存在一定差异，相关差异具有合理性。

（二）结合你公司对研发人员认定、研发工时的计量等内控措施及执行情况等，说明你公司研发费用归集准确性，是否存在因研发费用归集问题无法取得高新技术企业认定续期的风险

1、研发人员的认定

公司对研发人员的认定依据系根据员工所属部门及具体工作职责来进行认定，将直接从事研发活动的人员以及与研发活动密切相关的管理人员认定为研发人员。公司设有专门的研发部门，研发部门人员专门从事新产品、新技术、新工艺研发。公司的研发人员按照项目归集，在研发项目立项时确定研发项目组成员名单，项目组成员参与此研发项目的立项、研讨、开发和测试等工作。研发人员为专职人员，不得参与其他非研发活动，研发人员划分明确标准。

2、研发工时的计算

公司一般根据项目的需求分配相应研发人员，研发人员根据项目负责人分派的工作任务每日申报工时，填写研发工时表报项目负责人审核；项目负责人须对工时表进行初审，审核后提交部门经理进行复核。每月月末，经研发部总监审批后，研发部门将当月的研发工时表提交给行政人事部汇总，行政人事部根据研发人员的系统出勤情况、研发工时表，经审核后，形成研发人员工时汇总表。人力资源部门将工时汇总表及工资表发送给财务部门，财务部门按工时比例进行人工

成本的分摊与归集。

3、研发内控制度及有效性

公司建立有《研究开发组织管理制度》等高新研发管理制度，对公司研发立项、审批、研发领料管理和费用核算等内容进行了规范，确保研发费用核算的准确性和完整性。公司研发活动的主要控制措施如下：

（1）职责分离：公司明确了研发部门、销售部门、生产部门等各部门的岗位职责、权限，确保研发业务流程的不相容岗位相互分离、制约和监督。

（2）研发立项管理：销售部门、生产部门、研发部门或者公司管理层提出研发需求后，由研发部门组建研发团队，成立研发小组，研讨项目可行性，形成研发立项报告。

（3）研发进度管理：项目立项后，项目负责人根据研发进度节点进行项目开发任务分解形成项目计划书及人员安排，组织开展研发工作，定期开展研发例会，总结项目进展等，项目完成验收后形成验收报告。

（4）研发费用核算：财务部按项目建立成本数据库，收集项目来源、项目组成员构成、投入工作时间、启动时间、投入工时、工作计划、阶段划分、阶段验收标志、项目成果、项目成本预算、设计目标成本、与项目有关的各种合同、协议、合作对象及其执行、结算、付款等信息，统计项目在各阶段实际发生的所有成本、费用及资本性资金支出情况，并按会计准则规定归集研发费用。

公司已制定了研发相关的内控制度并得到有效执行，研发费用归集准确，不存在因研发费用归集问题无法取得高新技术企业认定续期。

宁波瑞能智慧科技股份有限公司

2024年9月4日

