北京金史密斯科技股份有限公司

Beijing Kingsmith Technology Co., Ltd.

（北京市丰台区南四环西路 188 号十八区 25 号楼 1 至 15 层 101 内 4 层 410 号）

关于北京金史密斯科技股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的审核问询函回复

主办券商

东方证券股份有限公司

（上海市黄浦区中山南路 119 号东方证券大厦）

二〇二五年一月

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

贵公司于 2024 年 12 月 27 日对北京金史密斯科技股份有限公司申请文件出具的《关于北京金史密斯科技股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的审核问询函》（以下简称“问询函”）已经收悉，北京金史密斯科技股份有限公司（以下简称“金史密斯”或“公司”）、东方证券股份有限公司（以下简称“东方证券”或“主办券商”）、北京市中伦律师事务所（以下简称“中伦律师”或“律师”）、容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“容诚会计师”或“会计师”）等相关方对问询函所列问题进行了逐项落实、核查，现回复如下，请予以审核。

如无特别说明，本回复使用的简称与《北京金史密斯科技股份有限公司公开转让说明书》（以下简称“公开转让说明书”）中的释义相同。

本文中的字体代表如下含义：

问询函所列问题	**黑体（加粗）**
对问询函所列问题的回复	宋体（不加粗）
对公开转让说明书内容的引用	楷体（不加粗）
对公开转让说明书的修改、补充	**楷体（加粗）**

在本问询函回复中，若合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

目　录

1、关于关联方 4

2、关于历史沿革 24

3、关于线上销售 80

4、关于销售收入 106

5、关于采购与存货 172

6、关于期间费用 194

7、其他事项 215

（1）关于子公司 215

（2）关于业务合规性 233

（3）关于特殊投资条款 242

（4）关于董监高 253

（5）其他 284

1、关于关联方

根据申请文件，天津金米、苏州顺为系公司股东，公司与小米集团就米家走步机、米家跑步机等产品开展合作研发并销售相关产品，相关知识产权归公司和小米集团共同所有。报告期内，公司向小米集团关联销售的金额分别为7,112.69 万元、3,903.27 万元和 512.35 万元，占同类交易的比例分别为 21.32%、6.36%和 1.19%，公司与小米之间合作采取利润分成模式，同时公司向小米集团存在少量采购。

请公司：（1）结合天津金米和苏州顺为入股时间，小米集团及其关联方成为公司供应商及客户的时间、方式、与公司开展业务合作的具体情况，说明天津金米和苏州顺为入股背景、原因及合理性，价格、定价依据及公允性，与 2017 年两次增资及股权转让的价格是否存在较大差异及合理性，是否存在利益输送或其他利益安排。（2）结合报告期内及期后公司向小米集团及其关联方销售的具体情况，说明天津金米、苏州顺为入股时是否与公司存在相关业务合作协议，是否存在对销售价格、数量、范围的约定或限制及其他排除竞争的约束性条款，与其他同类业务客户在销售模式、销售定价、信用政策、毛利率等方面是否存在明显差异。（3）说明公司与小米合作研发具体情况，包括不限于项目背景、研发内容、合作各方的权利义务及完成的主要工作、研发进展、是否已形成知识产权成果及对公司主要技术的贡献情况、收入成本费用分摊的约定及实际执行情况，研究成果归属是否存在纠纷或潜在纠纷，公司是否对合作方存在研发依赖，是否具有独立研发能力。（4）结合公司与小米集团及其关联方关联交易的具体内容、最终客户、各期金额及占比，进一步细化说明关联交易的必要性和商业合理性；结合市场价格、第三方销售价格等进一步量化说明关联交易的公允性，是否存在利益输送或其他利益安排。（5）结合合同约定，说明公司与小米集团及其关联方具体合作模式及盈利方式、交易的持续性及后续安排，结合关联销售方的财务状况和经营情况、关联销售产生的营业收入占比、利润总额合理性，说明关联销售是否影响公司独立性；说明小米扣减成本及费用的具体计算方法及比例，结合企业会计准则具体规定，说明公司对向小米销售米家跑步机、米家走步机等产品的具体会计核算方法及对应依据，是否符合行业惯例。

请主办券商、律师核查事项（1）（3）并发表明确意见。请主办券商、会计师核查事项（2）（4）（5）并发表明确意见。

【公司回复】

一、结合天津金米和苏州顺为入股时间，小米集团及其关联方成为公司供应商及客户的时间、方式、与公司开展业务合作的具体情况，说明天津金米和苏州顺为入股背景、原因及合理性，价格、定价依据及公允性，与2017年两次增资及股权转让的价格是否存在较大差异及合理性，是否存在利益输送或其他利益安排

（一）结合天津金米和苏州顺为入股时间，小米集团及其关联方成为公司供应商及客户的时间、方式、与公司开展业务合作的具体情况，说明天津金米和苏州顺为入股背景、原因及合理性，价格、定价依据及公允性

1、天津金米和苏州顺为入股公司的时间、背景、原因及合理性，价格、定价依据及公允性

公司实际控制人景志峰长期深耕家庭健身器材领域，其在经营过程中基于对传统产品及现代家庭健身理念的思考，于 2015 年开始考虑打造一款颠覆传统、符合现代家庭需求的轻量化跑步机产品，与此同时小米当时正在搭建米家生态链，推动“新国货”理念。景志峰参加了 2015 年创业黑马（300688.SZ）组织的黑马营十一期路演，并获得了小米系顺为资本的投资邀约函。在经过多轮沟通和协商后，小米及顺为资本认可景志峰的轻量化设计及创新产品理念，决定对公司进行投资。2016 年 1 月，天津金米、苏州顺为与金史密斯有限及原股东等各方签署了《北京金史密斯科技有限公司之增资协议》，天津金米、苏州顺为各以 600 万元认购新增注册资本 21.4286 万元，对应公司投后估值为 4,000 万元。

鉴于天津金米、苏州顺为投资公司时公司尚未开展业务且没有可供参考的外部投资者入股价格，因此公司实际控制人景志峰与天津金米、苏州顺为根据公司当时的发展阶段，经协商确定了入股公司的价格，具有公允性。

2、小米集团及其关联方成为公司供应商及客户的时间、方式、与公司开展业务合作的具体情况

2016 年 1 月，小米集团投资入股时点，公司仅进行了产品初步的概念探索，并无产品生产及销售。小米集团投资入股后，公司持续进行创新形态健身器材产品探索、设计、研发、试产及量产，公司经过 2 年多的自主研发于 2018 年推出首款折叠智能走步机产品。

上述产品推出后，2018 年公司与小米签署了《业务合作协议》，小米与公司基于各自竞争优势，形成了独立发展、互利互惠的合作关系，公司负责米家品牌跑步机、走步机产品的整体开发、物料采购、生产、供货并销售予小米，小米则负责米家系列产品的销售，公司辅助推广和市场运作。同时，公司会向小米采购电源线、小米双模模块、MI WIFI 模块等原材料用于米家系列产品的生产。在米家系列产品的研发和设计过程中，由公司主导相关工作，小米在产品定义、市场反馈等方面给予了一定协助。根据公司与小米签署的《业务合作协议》，公司仅能向小米或在小米平台销售小米 ODM 定制款产品。除与小米品牌相关产品外，小米对公司设计、生产和销售其他产品未做任何限制和干涉，小米也未向公司提供任何销售资源或服务。

根据对小米访谈确认，公司与小米合作期间双方合作关系良好稳定，未发生中断合作的情形。公司与小米的相关业务合作协议通常约定合作有效期为一年，协议期限届满后，双方均未提出书面异议的，合同以相同条件自动续展一年，以后以此类推。除前述协议外，双方不存在其他长期合作协议。

公司与小米的合作系双方基于历史合作情况及自身商业需要而形成，在公司维持自身产品竞争优势的情况下，公司被替代、下架或其他原因而终止合作的风险很小。当产品发售时间较长、进入生命周期尾声时，双方将根据市场情况探讨下架相关产品，下架产品主要是双方根据市场情况，共同协商结果。

（二）与 2017 年两次增资及股权转让的价格是否存在较大差异及合理性，是否存在利益输送或其他利益安排

2016 年 4 月天津金米和苏州顺为入股价格较金史密斯有限 2017 年两次增资及股权转让价格存在一定差异，具体分析如下：

序号	时间	事项	具体情况	价格（元/注册资本）	定价依据及价格合理性分析

序号	时间	事项	具体情况	价格（元/注册资本）	定价依据及价格合理性分析
1	2017 年 1 月	有限公司第三次增资	孙昊、靳国强、林志强、王宁扬、柯于奎五位自然人及合肥聚和以其合计持有的扁豆科技 71.15%股权认缴新增注册资本 15.8731 万元。公司注册资本增至 158.7303 万元。	参见“2、关于历史沿革”之“二、结合公司和扁豆科技原股东换股的基本情况、扁豆科技入股以来与公司业务往来情况，说明上述股权转让的背景、原因及其合理性、必要性，换股过程中各方合计支付的股权对价及其公允性、款项流转过程及其合理性，结合上述情形说明公司是否曾存在非货币出资，公司股权是否明晰”	
2		有限公司第二次股权转让	康体亿佰将所持有的 0.4845 万元出资额转让给蒋妍，将 2.3669 万元出资额转让给郭凤翔，将 2.4049 万元出资额转让给李翔，将 3.7569 万元出资额转让给张晓勤，将 4.2746 万元出资额转让给景志光，将 5.6191 万元出资额转让给王延峰，将 58.2360 万元出资额转让给景志峰，将 8.5714 万元出资额转让给李培敏	（1）53.24（张晓勤）； （2）无偿（其他）	（1）张晓勤为外部投资人，其股权转让的定价依据为双方协商确定； （2）除张晓勤外，其他交易系间接持股转为直接持股、无偿授予股权激励等
3	2017 年 6 月	有限公司第四次增资	青岛华芯以 2,000 万元认缴新增注册资本 18.7847 万元，奥都百升以 600 万元认缴新增注册资本 5.6354 万元，上海开物以 500 万元认缴新增注册资本 4.6962 万元。公司注册资本增至 187.8466 万元	106.47	在前轮投资基础上投资方与公司协商确定，公司已初步打样折叠走步机样机，估值增长较大
4		有限公司第三次股权转让	景志峰、李翔、孙昊和张晓勤分别将其持有的 9.3263 万元、1.2025 万元、3.2503 万元和 3.7569 万元出资额转让至北京金史密斯合伙	（1）53.24（张晓勤）； （2）无偿（其他）	（1）张晓勤：股权转让系按照原价退出； （2）景志峰：以北京金史密斯合伙为持股平台开展股权激励； （3）李翔：李翔因个人原因离职，与景志峰协商，将持有股权的50%无偿转让给北京金史密斯合伙； （4）孙昊：离职，将未兑现的股权转让给北京金史密斯合伙。

注：天津金米和苏州顺为入股价格为 28 元/注册资本。

如上表所示，2017 年金史密斯有限两次增资及股权转让价格的定价依据主要系通过协商确定。在 2017 年青岛华芯等外部投资方与公司协商增资事宜时，公司已初步打样折叠走步机样机，未来产品试产、量产及上线销售确定性增强，相较于 2016 年 4 月天津金米和苏州顺为入股时的公司发展阶段已经发生变化，因此2017年6月公司融资估值在天津金米和苏州顺为投资基础上有进一步提高，具有合理性。

根据天津金米和苏州顺为出具的机构股东情况核查表以及对其进行访谈，天津金米和苏州顺为入股不存在不正当利益输送及其他利益安排。

综上所述，天津金米和苏州顺为入股价格较金史密斯有限 2017 年两次增资及股权转让价格存在一定差异，主要是金史密斯有限已进入新的发展阶段，价格差异具有合理性，天津金米和苏州顺为入股不存在不正当利益输送及其他利益安排。

二、结合报告期内及期后公司向小米集团及其关联方销售的具体情况，说明天津金米、苏州顺为入股时是否与公司存在相关业务合作协议，是否存在对销售价格、数量、范围的约定或限制及其他排除竞争的约束性条款，与其他同类业务客户在销售模式、销售定价、信用政策、毛利率等方面是否存在明显差异

（一）结合报告期内及期后公司向小米集团及其关联方销售的具体情况

报告期内及期后，公司向小米主要销售米家跑步机、米家走步机等产品。报告期各期，公司向小米实现销售收入 7,112.69 万元、3,903.27 万元和 512.35 万元，金额不断下降且最近一期金额已降至较低水平，具体销售情况详见本小问回复之“四”之“（一）”相关内容。

（二）说明天津金米、苏州顺为入股时是否与公司存在相关业务合作协议，是否存在对销售价格、数量、范围的约定或限制及其他排除竞争的约束性条款

天津金米、苏州顺为入股公司时与公司及原股东等各方签署的《北京金史密斯科技有限公司之增资协议》《北京金史密斯科技有限公司之股东协议》，上述协议中未包含与业务合作相关的条款。

根据小米访谈确认，小米与公司的合作系其根据公司研发创新能力、产品质量、供货及时性、小米集团供应商管理制度等情况决定，不以小米集团及其关联方对金史密斯持股作为前提条件，相关持股情况的变动不会影响双方的合作。

综上所述，天津金米、苏州顺为入股时与公司不存在相关业务合作协议，不存在对销售价格、数量、范围的约定或限制及其他排除竞争的约束性条款。

（三）与其他同类业务客户在销售模式、销售定价、信用政策、毛利率等方面是否存在明显差异

公司通过 ODM 方式为小米生产米家走步机、米家跑步机系列产品。小米与其他同类业务客户在销售模式、销售定价、信用政策、毛利率等方面差异分析情况如下：

1、销售模式、销售定价

公司与小米的合作模式为利润分成模式，在利润分成模式下按照公司与小米业务合作协议及其附属协议的约定，公司交付至小米指定仓库时，小米按照成本价格与公司结算货款，产品在小米的各种渠道最终实现对外销售，小米通讯技术有限公司（以下简称“小米通讯”）再将其产生的净利润按照双方约定比例分成。

利润分成模式下，公司向小米通讯销售产品时的成本价格主要包含原材料成本、代工费、模具摊销费等。经由小米通讯渠道销售的米家系列产品，扣除产品全部成本及费用后的毛利，公司与小米通讯按照每月情况进行利润分成，分成公式为：公司分成=小米通讯销售数量*单个产品毛利*公司分成比例，其中单个产品毛利=销售价-公司成本-小米通讯成本。公司成本即公司向小米通讯销售产品时的成本价格，小米通讯成本即小米通讯在其销售渠道销售米家产品产生的成本费用。

经查询公开资料，公司与小米的合作模式、交易定价原则和利益分配机制与同样存在小米生态链的石头科技（688169.SH）、九号公司（689009.SH）、德尔玛（301332.SZ）、易来智能、素士科技不存在重大差异，符合商业惯例。详细对比情况详见本小问回复之“四”之“（二）”。截至本问询回复出具日，公司与其他 ODM 业务客户之间不存在小米生态链同类的合作模式。

2、信用政策

公司与小米合作的信用政策为：成本货款按收到发票 30 个工作日；分成款项按收到发票之后 10 个工作日付款。

公司结合客户历史合作情况、客户资信规模、未来合作前景等因素给予客户信用期，不同客户信用期均为商业谈判的结果。公司向小米销售的信用政策与公

司其他同类业务客户存在一定差异，具有合理性。

3、毛利率

报告期内，小米与公司与其他同类业务客户的毛利率情况如下：

客户	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度
小米	6.89%	5.86%	12.07%
其他同类业务客户	26.86%	29.19%	21.15%

报告期内，小米毛利率低于其他同类业务客户毛利率，主要系小米生态链 ODM 产品的利润分成模式使得该类产品毛利率低于其他 ODM 客户直销模式且米家定制产品市场价格相较同品类相似产品市场价格定价较低，因此公司向小米销售毛利率低于公司其他同类业务客户，具有合理性。

综上，公司向小米销售与其他同类业务客户在销售模式、销售定价、信用政策、毛利率等方面存在一定差异，形成差异的原因具有合理性。

三、说明公司与小米合作研发具体情况，包括不限于项目背景、研发内容、合作各方的权利义务及完成的主要工作、研发进展、是否已形成知识产权成果及对公司主要技术的贡献情况、收入成本费用分摊的约定及实际执行情况，研究成果归属是否存在纠纷或潜在纠纷，公司是否对合作方存在研发依赖，是否具有独立研发能力

（一）说明公司与小米合作研发具体情况，包括不限于项目背景、研发内容、合作各方的权利义务及完成的主要工作、研发进展、是否已形成知识产权成果及对公司主要技术的贡献情况、收入成本费用分摊的约定及实际执行情况，研究成果归属是否存在纠纷或潜在纠纷

报告期内，公司存在与小米合作研发的情形，双方合作研发项目的基本情况如下：

项目名称	米家跑步机 M2
合作方	小米通讯
项目背景	全国经常参加体育锻炼的人数占比较高，中国健身房健身人群渗透率远低于美国、英国、日本和韩国，仍处于早期发展阶段，居家健身发展潜

	力巨大。因此，做一款具有超大运动表面，免安装，并且具有生态互联特性，能方便的折叠收纳的跑步机是具有非常好的市场前景和意义
研发内容	研发一款主打现代化跑步机主流市场的米家跑步机 M2，最高速度为 14km/h，该产品采用无刷电机和旋钮折叠方案，并能够连接小米 APP
双方权利义务/完成的主要工作	小米提出市场目标、指派人员进行项目跟进并根据市场目标提出参考意见，公司进行市场分析及产品定义，提供产品研发所必需的场地、物质和研发团队人员并对产品参数配置等进行预研立项、正式立项，提供样机及符合小米要求的验证方案等资料
研发进展	该项目已经于 2023 年 12 月结项，各项验收指标合格、验收通过。
是否已形成知识产权成果	双方就此项目研究成果共同申请并取得了 2 项实用新型专利
对公司主要技术的贡献情况	未形成公司主要技术
收入成本费用分摊约定及实际执行情况	公司负责项目全部开支；收入成本分摊依据双方签署的《业务合作协议》执行，具体内容参见本小问之“五”之“（一）”相关内容
研究成果归属是否存在纠纷或潜在纠纷	不存在

（二）公司是否对合作方存在研发依赖，是否具有独立研发能力

公司自成立以来专注于创新形态折叠智能健身器材的设计与研发，组建了专业素质高、研发与实践经验丰富、创新能力强的研发团队，核心技术人员长期从事创新型健身器材研发工作。公司核心专利及主要非专利技术均为公司核心技术人员带领下的研发团队自主研发所得。

公司为高新技术企业、北京市“专精特新”小巨人企业，经北京市经济和信息化局认定为企业技术中心。凭借出众的产品设计能力和技术研发能力，公司产品取得了北京市 2021 年度新技术新产品（服务）荣誉，2021 年度中国轻工业联合会科技进步奖三等奖，还获得德国红点设计奖（WalkingPad 走步机、X21 跑步机）、汉诺威工业（iF）设计奖（WalkingPad 走步机、X21 跑步机）、日本优良设计奖（Good Design Award，WalkingPad R1）等工业设计奖项。截至 2024 年 6 月 30 日，公司拥有境内专利 215 项专利，其中发明专利 22 项、实用新型 157 项、外观设计专利 36 项；公司拥有境外专利 65 项，其中发明专利 26 项，外观设计专利 39 项。

根据小米访谈确认，公司与小米合作过程中，小米提出市场目标、指派人员

进行项目跟进并根据市场目标提出参考意见，公司进行市场分析及产品定义，提供产品研发所必需的场地、物质和研发团队人员并对产品参数配置等进行预研立项、正式立项，提供样机及符合小米要求的验证方案等资料。共有专利发明人以公司员工为主，包括部分小米员工主要是为了工作对接，上述人员实际并未参与产品的设计与研发以及共有专利的形成、申请过程，共有知识产权的形成不依赖小米、相关知识产权的技术升级改造也不主要依赖或受制于小米，公司自有品牌生产对小米不存在技术依赖。

综上所述，公司对合作方不存在研发依赖，具有独立研发能力。

四、结合公司与小米集团及其关联方关联交易的具体内容、最终客户、各期金额及占比，进一步细化说明关联交易的必要性和商业合理性；结合市场价格、第三方销售价格等进一步量化说明关联交易的公允性，是否存在利益输送或其他利益安排

（一）结合公司与小米集团及其关联方关联交易的具体内容、最终客户、各期金额及占比，进一步细化说明关联交易的必要性和商业合理性

1、公司与小米及其关联方关联销售的具体内容、最终客户、各期金额及占比，关联交易的必要性和商业合理性

公司向小米主要销售米家跑步机、米家走步机等产品，最终客户主要为个人消费者。报告期各期，公司向小米实现销售收入 7,112.69 万元、3,903.27 万元和 512.35 万元，占营业收入比例分别为 16.41%、6.50%和 1.58%，金额及占比已降至较低水平，具体情况如下：

单位：万元

交易内容	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
米家跑步机	302.50	0.93%	3,022.50	5.03%	4,391.51	10.13%
米家走步机	194.62	0.60%	876.36	1.46%	2,681.90	6.19%
其他配件	15.23	0.05%	4.40	0.01%	39.29	0.09%
合计	**512.35**	**1.58%**	**3,903.27**	**6.50%**	**7,112.69**	**16.41%**

小米集团是一家以手机、智能硬件和物联网（IoT）平台为核心的互联网公司。生态链业务模式是小米集团业务模式的重要组成部分，与生态链企业合作生产 IoT 和生活消费产品有助于丰富小米集团提供给用户的产品组合，加强小米集团的生态系统。公司成立早期系小米生态链企业中专注健身器材的企业，公司与小米合作为发挥各自的竞争优势、独立发展、互利互惠的合作关系，公司负责米家跑步机、走步机产品的整体开发、物料采购、生产、供货并销售予小米，小米则负责米家系列产品的销售，公司辅助推广和市场动作，与小米的合作能够充分利用小米品牌和线上线下渠道优势更有效地满足更多客户需求。

综上，公司向小米销售产品具有必要性和商业合理性。

2、公司与小米及其关联方关联采购的具体内容、最终客户、各期金额及占比，关联交易的必要性和商业合理性

公司向小米采购商品主要为采购电源线、小米双模模块、MI WIFI 模块等原材料，用于米家系列产品的生产。公司向小米支付平台费用，主要为在小米有品、天猫和京东平台销售发生的市场推广费和平台服务费。此外，公司因使用小米生态云向小米支付服务费。报告期各期，公司向小米采购商品和服务金额分别为 213.17 万元、86.75 万元和 21.69 万元，金额及占比较小且呈下降趋势。具体情况如下：

单位：万元

交易内容	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	6.02	27.76%	29.76	34.31%	94.47	44.32%
平台费用	10.85	50.01%	49.46	57.02%	111.78	52.44%
服务费	4.82	22.23%	7.53	8.68%	6.92	3.25%
合计	**21.69**	**100.00%**	**86.75**	**100.00%**	**213.17**	**100.00%**

原材料采购方面，小米与公司合作过程中，小米要求公司采购指定的米家定制物联网模组，用以米家产品物联网连接，相关原材料均用于小米 ODM 走步机、跑步机产品，最终客户为零售客户。报告期内，公司向小米采购原材料金额与公司向小米销售米家系列产品的金额变动趋势一致。

平台费用方面，小米有品为开放的精品生活电商平台，公司主要产品均在有品平台销售并基于销售情况向小米有品平台公允支付平台服务费。同时，为在京东、天猫平台推广及促销公司生产的米家系列产品，提升产品曝光度，公司委托小米通过“小米京东自营旗舰店”和“小米官方旗舰店”参加京东、天猫站内付费营销推广活动，并向小米公允支付市场推广费。平台费用最终客户均为本公司。

此外，公司早期与小米建立起良好的合作关系，由于公司在研发过程中需要对大规模数据进行计算及存储，小米提供的云服务器和云数据库可提供高性能、高可用、高可靠性、扩展灵活的弹性存储资源和计算资源，经综合考虑，公司向小米采购小米生态云服务。服务费最终客户为本公司。

综上，公司向小米进行采购具有必要性和商业合理性。

（二）结合市场价格、第三方销售价格等进一步量化说明关联交易的公允性，是否存在利益输送或其他利益安排

报告期内，公司向小米销售米家系列产品同时向小米采购原材料、支付平台费用和服务费，其中主要关联交易为销售产品及支付平台费用，上述主要关联交易的价格公允性情况如下：

1、销售米家系列产品

公司向小米主要销售米家跑步机、米家走步机等产品。报告期各期，公司向小米实现销售收入 7,112.69 万元、3,903.27 万元和 512.35 万元。

公司与小米的合作模式为利润分成模式，在利润分成模式下，按照公司与小米业务合作协议及其附属协议的约定，公司交付至小米指定仓库时，小米按照成本价格与公司结算货款，产品在小米的各种渠道最终实现对外销售，小米通讯再将其产生的净利润按照双方约定比例分成，不同型号对应的利润分成比例会存在一定差异。报告期内，公司获取的利润分成比例从 29%到 40%不等。

经查询公开资料，公司与小米的合作模式、交易定价原则和利益分配机制与同样存在米家 ODM 业务的石头科技、九号公司、德尔玛、易来智能、素士科技不存在重大差异，符合商业惯例，对比情况具体如下：

公司名称	披露时间	利润分成模式
石头科技	2019 年 6 月	石头科技按照成本价格将米家智能扫地机器人销售给小米通讯，产品在小米通讯的各种渠道最终实现对外销售，小米通讯再将其产生的净利润按照双方约定比例分成。与小米的分成比例为 50%：50%
九号公司	2020 年 9 月	九号公司按照成本价格将小米定制产品销售给小米通讯，产品在小米通讯的各种渠道最终实现对外销售，小米通讯再将其产生的净利润按照双方约定比例分成。与小米的分成比例主要为 50%：50%
易来智能	2021 年 4 月	分成模式下，公司按照成本价格将小米定制产品销售给小米通讯，产品在小米通讯的各种渠道最终实现对外销售，小米通讯再将其产生的净利润按照双方约定比例分成。与小米的分成比例基本为 50%：50%
素士科技	2021 年 11 月	分成模式下，素士科技与小米通讯的结算价格为基础采购价加上分成金额，分成比例通常为最终销售利润的 30%-50%，不同产品存在差异
德尔玛	2022 年 4 月	德尔玛以成本价格将米家 ODM 产品销售给小米集团，产品在小米集团的各种渠道最终实现对外销售后，小米集团再将其产生的净利润按照双方约定比例分成。2019 年度，公司和小米集团的分成比例为 50%：50%，2020 年起部分产品型号的分成比例包括 30%：70%、35%：65%、40%：60%和 45%：55%

综上，公司向小米销售米家系列产品的价格具有公允性。

2、支付平台费用

报告期内，公司向小米支付的平台费用主要为公司在天猫、京东平台销售发生的市场推广费和在小米有品平台销售发生的平台服务费，具体情况如下：

（1）市场推广费

为宣传及推广公司的米家系列产品，公司向小米公允采购宣传推广服务并支付市场推广费，参加天猫、京东以及有品站内付费营销推广活动。

报告期内，公司向小米支付的市场推广费明细及对应电商平台情况如下：

单位：万元

电商平台	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度
天猫	0.99	25.43	63.77

京东	-	4.56	14.63
有品	-	-	0.04
合计	**0.99**	**29.99**	**78.44**

公司向小米支付的相关市场推广费系根据天猫、京东、有品平台营销推广活动规则进行定价，定价由电商平台确定，与其他商家在上述平台参与对应的营销推广活动不存在显著差异，相关费用收取定价公允。

（2）平台服务费

公司通过入驻开设自营店铺的形式与小米有品开展合作（B2C 平台模式），根据双方签订的平台服务协议，公司适用小米有品商城销售产品，应当按照约定向小米支付平台服务费。对于非众筹产品：平台服务费为净流水乘以服务费率，其中净流水=商品销售总额-用户退款金额。对于众筹产品：平台服务费为众筹项目结束后成交订单总额的 10%。

报告期内，公司向小米支付的非众筹产品平台服务费费率情况如下：

时间	小米有品平台服务费率
2022 年度	1-3 月：12%； 4-12 月：12.5%
2023 年度	12.5%
2024 年 1-6 月	12.5%

报告期内，公司向小米支付的平台服务费及公司在小米有品平台销售收入情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度
平台服务费	9.86	19.47	32.70
小米有品平台销售收入	68.01	135.78	230.56
占比	**14.50%**	**14.34%**	**14.18%**

如上表所示，公司向小米支付的平台服务费占小米有品平台销售收入的比例与协议约定的平台服务费率不存在明显差异。

公司其他平台服务费率情况参见“6、关于期间费用”之“一”之“（一）”。

公司于各电商平台运营的平台服务费率存在一定差异，主要与各电商平台确定的收费政策相关，不具有可比性。

经查询公开资料，九号公司、石头科技、趣睡科技、易来智能、素士科技的小米有品平台服务费率如下：

公司名称	小米有品平台服务费率
九号公司（689009.SH）	公司与小米有品网关于平台佣金方面的约定为：销售净额的 10%作为平台佣金，2019 年 1 月起费率为 11%或 11.5%
石头科技（688169.SH）	根据公司披露的营业收入及对应的平台服务费可推出 2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月小米有品平台费率约为 8.38%、9.34%和 10.95%
趣睡科技（301336.SZ）	根据双方签订的平台服务协议，公司需定期按照平台销售额的一定比例向小米集团支付平台服务费。2018 年度：公司平台净流水的 2%-10%（非众筹产品）及成交订单总额的 10%（众筹产品），2018 年 11-12 月为 6%；2019 年度：公司平台净流水的 8.5%（非众筹产品）及成交订单总额的 10%（众筹产品）；2020 年 1-6 月：公司平台净流水的 8%（非众筹产品）及成交订单总额的 10%（众筹产品）
易来智能	公司与小米科技关于平台服务费的约定为：2018 年度，销售净额的 10%作为平台服务费；2019 年度，销售净额的 11%作为平台服务费；2020 年度，销售净额的 11.5%作为平台服务费
素士科技	公司入驻小米有品平台销售商品（线上直销模式），根据双方签订的平台服务协议，公司需定期按照平台销售额的一定比例向小米集团支付平台服务费，具体约定如下：2019 年度：非众筹产品：公司平台净流水的 11%众筹产品：成交订单总额的 10%；2020 年度：非众筹产品：公司平台净流水的 11.5%众筹产品：成交订单总额的 10%；2021 年度：非众筹产品：公司平台净流水的 11.50%或 12.00%，不同类目服务费率标准不同众筹产品：成交订单总额的 10%

如上表所示，报告期内公司向小米支付平台服务费的费率与上述公司适用的小米有品平台服务费率基本一致，公司向小米支付的平台服务费价格公允。

综上所述，公司与小米的主要关联交易均符合市场化原则，价格具有公允性，不存在利益输送或其他利益安排。

五、结合合同约定，说明公司与小米集团及其关联方具体合作模式及盈利方式、交易的持续性及后续安排，结合关联销售方的财务状况和经营情况、关联销售产生的营业收入占比、利润总额合理性，说明关联销售是否影响公司独立性；说明小米扣减成本及费用的具体计算方法及比例，结合企业会计准则具

体规定，说明公司对向小米销售米家跑步机、米家走步机等产品的具体会计核算方法及对应依据，是否符合行业惯例

（一）结合合同约定，说明公司与小米集团及其关联方具体合作模式及盈利方式、交易的持续性及后续安排

1、公司与小米集团及其关联方具体合作模式及盈利方式

公司与小米的合作模式为利润分成模式，在利润分成模式下，按照公司与小米业务合作协议及其附属协议的约定，公司交付至小米指定仓库时，小米按照成本价格与公司结算货款，产品在小米的各种渠道最终实现对外销售，小米再将其产生的净利润按照双方约定比例分成。该合作模式下，公司盈利方式主要为米家产品对外销售后小米与公司进行利润分成实现盈利。

2、交易的持续性及后续安排

公司坚持自主品牌战略，与小米进行 ODM 合作的同时，公司独立通过线上平台和线下经销商/贸易商拓展自主品牌市场，自主品牌的影响力不断提升。由于小米定制产品的利润分成模式使得该类产品的毛利率显著低于自主品牌，因此公司对米家系列产品的开发和经营力度逐渐减少，重心仍放在自主品牌。保证双方共同发展的前提下，公司未来将继续与小米进行合作，但预计与小米关联交易的金额及比例仍将保持较低水平。

公司已制定了相关的关联交易决策制度，对关联交易的决策程序、审批权限进行了约定。公司及各关联方将严格遵守相关规范，进一步规范和减少关联交易。

（二）结合关联销售方的财务状况和经营情况、关联销售产生的营业收入占比、利润总额合理性，说明关联销售是否影响公司独立性

公司主要客户小米集团为港交所上市公司，在行业内处于领先地位，具有较高的透明度。根据小米集团披露的年度报告，2023 年，小米集团执行规模与利润并重的经营策略，在保持全球行业领先地位的同时，聚焦于能力提升，通过全面优化运营效率实现盈利面大幅改善。2023 年，小米集团经调整后净利润同比增长 126.3%至 193 亿元，总收入为 2,710 亿元。公司主要客户小米集团经营稳健，财务状况良好，不存在重大不确定性风险。

报告期各期，公司向小米实现销售收入 7,112.69 万元、3,903.27 万元和 512.35 万元，占营业收入比例分别为 16.41%、6.50%和 1.58%，公司向小米销售实现毛利润 858.69 万元、228.83 万元、35.31 万元，占主营业务毛利润比例分别为 6.43%、0.95%和 0.25%，金额及比例持续下降。公司不存在向小米的销售或采购比例超过销售或采购总额的 50%或严重依赖于小米的情形。

除上述情况外，公司拥有独立、完整的业务体系，公司在资产、人员、财务、机构、业务方面均具有独立性，公司具有独立面向市场获取业务的能力。公司向小米销售商品，或在其平台上售卖商品，双方分工明确、合作顺利。对于公司的非米家系列产品，公司拥有完全独立于关联方的研发、采购、生产、销售体系。随着公司逐步开拓自主品牌渠道，持续打造自主品牌产品矩阵，公司对小米不存在重大依赖。

综上，公司对小米的关联销售不影响公司独立性。

（三）说明小米扣减成本及费用的具体计算方法及比例，结合企业会计准则具体规定，说明公司对向小米销售米家跑步机、米家走步机等产品的具体会计核算方法及对应依据，是否符合行业惯例

1、小米扣减成本及费用的具体计算方法及比例

利润分成模式下，公司向小米通讯销售产品时的成本价格主要包含原材料成本、代工费、模具摊销费等。经由小米通讯渠道销售的米家系列产品，扣除产品全部成本及费用后的毛利，公司与小米通讯按照每月对账情况进行利润分成，分成公式为：公司分成=小米通讯销售数量*单个产品毛利*公司分成比例，其中单个产品毛利=销售价-公司成本-小米通讯成本。公司成本即公司向小米通讯销售产品时的成本价格，小米通讯成本即小米通讯在其销售渠道销售米家产品产生的成本费用。

小米将其产生的净利润按照双方约定比例分成，不同型号对应的利润分成比例会存在一定差异。报告期内，公司获取的利润分成比例从 29%到 40%不等。

2、结合企业会计准则具体规定，说明公司对向小米销售米家跑步机、米家走步机等产品的具体会计核算方法及对应依据，是否符合行业惯例

公司将商品运送至小米指定仓库，小米按照双方约定的成本价格与公司结算货款，产品最终实现对外销售，小米再将其产生的净利润按照双方约定比例分成，会计核算分包括基础货款和分成款的核算，具体处理如下：

（1）基础货款

《企业会计准则第 14 号——收入（2017）》第九条规定：合同开始日，企业应当对合同进行评估，识别该合同所包含的各单项履约义务，并确定各单项履约义务是在某一时段内履行，还是在某一时点履行，然后，在履行了各单项履约义务时分别确认收入。

小米定制产品模式下，公司的履约义务为根据客户订单组织生产，并将货物交付至小米集团，相关收入应于实际完成履约义务，即商品已经发出并经小米集团签收后确认，公司以小米系统的入库记录及双方结算单作为收入确认的依据。

（2）分成款

《企业会计准则第 14 号——收入（2017）》第十五条规定：企业应当根据合同条款，并结合其以往的习惯做法确定交易价格。在确定交易价格时，企业应当考虑可变对价、合同中存在的重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等因素的影响。

第十六条规定：合同中存在可变对价的，企业应当按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，应当不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。企业在评估累计已确认收入是否极可能不会发生重大转回时，应当同时考虑收入转回的可能性及其比重。

利润分成模式下，分成款收入在小米集团将产品销售给最终用户后才能最终确定，因此于公司交付小米集团货物时并不能确定分成收入的具体金额，这部分金额属于可变对价，公司根据合理的预估方法对分成款收入进行预估（未分成的成品数量*预估的分成单价），预估的分成单价根据历史实际分成情况计算得出。公司根据合理预估方法对分成款收入进行预估，根据最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，并按照最佳估计金额于履约义务完成时确认收入同时，公司各

年末预估分成款收入与期后实际确认的分成款收入之间的差异较小，不存在累计已确认收入发生重大转回的情况。

经查询公开资料，公司的会计核算方法与同样存在米家 ODM 业务的石头科技、九号公司、德尔玛、龙旗科技不存在重大差异，符合行业惯例，对比情况具体如下：

公司名称	新收入准则下的相关会计处理
石头科技（688169.SH）	公司按照小米的订单需求组织代工厂商进行生产，并委托第三方物流公司送至小米指定仓库，完成产品交付，完成产品交付后以双方约定的成本价格进行结算，双方实际结算的成本价格根据定期确认的结算单进行确认。公司按照成本价格将产品销售给小米，小米销售产品的收入扣减小米成本及费用后的净利润按照约定比例在双方间分成，公司获得的分成收入为：公司分成收入=小米销售数量*单个产品毛利*公司分成比例。销售合同中存在可变对价(如定制产品独家分销渠道合同中按照销售给最终用户的售价计算的分成款等)，本集团按照期望值确定可变对价的最佳估计数。
九号公司（689009.SH）	新收入准则下收入金额的具体确定方法是，对于小米集团定制产品，于小米集团验收合格入库后，公司收入确认金额以小米集团的基础采购价，加上公司按照小米集团销售毛利以及事先约定的分成比例预估利润分成的收入合计确定。
德尔玛（301332.SZ）	小米定制产品模式下，公司根据客户订单组织生产，商品已经发出并经对方签收后公司确认相关产品的货款及分成款。公司依据对方签收的货物及货款报价确认货款收入，同时根据历史销售金额以及当前市场环境对分成款进行预估，并确认分成款收入。
龙旗科技（603341.SH）	小米定制产品模式下，整机/散料/半成品销售已交付客户并取得签收单据或交付至客户指定的承运商并取得其签收单据为收入确认依据。利润分成属于新收入准则所规定的可变对价，于小米签收时按照预计可以收取对价的最佳估计数确认收入。

综上，公司向小米销售米家跑步机、米家走步机等产品的会计核算方法符合会计准则的相关规定，符合行业惯例。

【中介机构回复】

一、请主办券商、律师核查事项（1）（3）并发表明确意见

（一）核查程序

主办券商、律师执行了以下核查程序：

1、查阅天津金米、苏州顺为、2017 年两次增资及股权转让各方在入股时签署的相关协议，对公司股东进行访谈，了解入股背景、交易价格及定价依据，并

分析价格公允性；

2、访谈公司实际控制人，了解小米集团及其关联方成为公司供应商及客户的时间、方式、与公司开展业务合作的具体情况；

3、查阅公司与小米合作研发的研发立项报告、测试及评审报告、研发项目验收报告、形成的专利证书等资料；

4、访谈小米通讯、公司研发部门负责人，了解公司与小米合作研发相关事项。

（二）核查意见

1、天津金米和苏州顺为入股系看好公司实际控制人景志峰的轻量化设计及创新产品理念，入股具有合理性；天津金米和苏州顺为根据公司当时的发展阶段，经协商确定了入股公司的价格，具有公允性；天津金米和苏州顺为入股价格较金史密斯有限 2017 年两次增资及股权转让价格存在一定差异，主要是金史密斯有限已进入新的发展阶段，前后股权变动时公司的基本情况、发展前景具有较大差异，价格存在一定差异具有合理性，天津金米和苏州顺为入股不存在不正当利益输送及其他利益安排；

2、报告期内，公司和小米的合作研发为米家跑步机 M2 项目，目前该项目已结项，双方就此项目研究成果共同申请并取得了 2 项专利，全部为实用新型专利，未形成公司主要技术，研究成果归属不存在纠纷或潜在纠纷，公司对合作方不存在研发依赖，公司具有独立研发能力。

二、请主办券商、会计师核查事项（2）（4）（5）并发表明确意见

（一）核查程序

主办券商、会计师执行了以下核查程序：

1、查阅小米与公司签署的业务合作协议、订单等，了解公司与小米之间关联交易的具体内容、具体合作模式及盈利方式；

2、访谈小米通讯，了解公司与小米开展业务合作的具体情况；

3、查阅石头科技、九号公司、华来科技、易来智能、素士科技等其他小米生态链企业公开披露文件，了解其与小米的合作模式、交易定价原则和利益分配机制；

4、访谈公司实际控制人，了解公司与小米发生关联交易的原因；

5、查阅公司与小米和其他同类业务主要客户签署的合同或订单，了解小米和其他同类业务客户的结算周期/信用期，分析毛利率差异及原因；

6、获取公司向第三方采购与小米相似原材料的价格，并与小米采购价格进行比对分析；

7、了解小米、天猫、京东等平台服务费的定价政策；

8、核查小米扣减成本及费用的具体计算方法及比例，分析相关会计核算方法是否符合《企业会计准则》的规定。

（二）核查意见

1、天津金米、苏州顺为入股时与公司不存在相关业务合作协议，不存在对销售价格、数量、范围的约定或限制及其他排除竞争的约束性条款；公司向小米销售与其他同类业务客户在销售模式、销售定价、信用政策、毛利率等方面存在一定差异，形成差异的原因具有合理性，不存在利益输送；

2、公司与小米的关联交易具有必要性和商业合理性，具有公允性，不存在利益输送或其他利益安排；

3、公司与小米合作模式及盈利方式主要为利润分成模式；公司坚持自主品牌战略公司，未来将继续与小米进行合作，但预计与小米关联交易的金额及比例仍将保持较低水平；关联销售不影响公司独立性；公司对向小米销售具体会计核算方法符合企业会计准则规定，符合行业惯例。

2、关于历史沿革

根据申请文件，（1）康体亿佰系金史密斯有限成立时的全资股东，2017 年 1 月，实际控制人景志峰调整持股方式，康体亿佰退出公司，已于 2021 年 3 月注销，公司董事长景志峰、副董事长郭凤翔均在康体亿佰有较长时间任职经历；（2）2017 年 1 月，公司收购扁豆科技股权，扁豆科技原股东增资入股公司；（3）报告期内及期后，公司发生了在十二次股权转让和一次增资，其中新股东三柏硕系公司 2024 年 1-6 月第二大供应商；（4）公司通过厦门金史密斯合伙进行股权激励；（5）中泰创投系国资股东。

请公司：（1）结合康体亿佰设立情况、简要历史沿革、主营业务、经营情况、资产、人员、技术等情况，说明其与公司是否存在业务承继关系，注销原因及合理性，注销前是否存在潜在债务纠纷或重大违法违规情形，如有请说明是否会对实际控制人及董监高任职资格造成重大不利影响。（2）结合公司和扁豆科技原股东换股的基本情况、扁豆科技入股以来与公司业务往来情况，说明上述股权转让的背景、原因及其合理性、必要性，换股过程中各方合计支付的股权对价及其公允性、款项流转过程及其合理性，结合上述情形说明公司是否曾存在非货币出资，公司股权是否明晰。（3）①以列表形式披露报告期内及期后历次股权转让的时间、转让原因及其合理性、转让方、受让方、转让股数、每股价格；说明报告期内多次增资及转让、报告期后纳爱斯等公司入股的背景、原因及合理性，增资或转让价格的定价依据及公允性，是否涉及委托持股或其他利益安排；②说明三柏硕成为公司供应商的时间、方式、与公司开展业务合作的具体情况，公司其他股东是否与公司客户或供应商存在关联关系，相关股东入股背景及公允性，是否存在利益输送或其他利益安排。（4）补充披露：①股权激励流转及退出机制、锁定期限、服务期限、激励份额及激励计划实施调整情况，公司股权激励实施过程中是否存在纠纷，目前是否已实施完毕，是否存在预留份额及其授予计划；②激励对象的选定标准和履行的程序，实际参加人员是否符合前述标准、是否均为公司员工、出资来源，所持份额是否存在代持或其他利益安排；③对照《企业会计准则》，分析股权激励的会计处理是否恰当，对当期及未来公司业绩的影响情况；股权激励行权价格的确定原则，以及和最近一年经审计的净资产或评估值的差异情况。（5）说明纳爱斯浙江投资

有限公司（以下简称纳爱斯）等公司机构投资者是否涉及国资，中泰创投等国资股东出资及股权变动是否需要并履行批复、评估、备案等国资管理程序，审批机构是否具备相应权限，是否存在国有资产流失的情形。（6）说明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；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；结合代持还原后股东人数及安睿联荷股东穿透情况，说明公司股东人数是否存在超过 200 人的情形。

请会计师核查上述事项（4）并发表明确意见。

请主办券商、律师：（1）核查上述事项并发表明确意见；（2）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；（3）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；（4）说明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，就公司是否符合“股权明晰”的挂牌条件发表明确意见。

【回复】

一、结合康体亿佰设立情况、简要历史沿革、主营业务、经营情况、资产、人员、技术等情况，说明其与公司是否存在业务承继关系，注销原因及合理性，注销前是否存在潜在债务纠纷或重大违法违规情形，如有请说明是否会对实际控制人及董监高任职资格造成重大不利影响

（一）康体亿佰设立情况、简要历史沿革、主营业务、经营情况、资产、人员、技术等情况

1、康体亿佰设立及简要历史沿革情况

（1）2002 年 5 月，康体亿佰设立

2002 年 5 月 18 日，黄玉芝、齐殿林、何俊虎、李翠林、刘瑞平、黄钢签署《公司章程》，成立北京纳思科教技术有限公司（康体亿佰的曾用名）。

康体亿佰设立时的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴注册资本（万元）	出资比例（%）
1	黄玉芝	11.00	22.00
2	齐殿林	10.50	21.00
3	何俊虎	10.00	20.00
4	李翠林	8.00	16.00
5	刘瑞平	8.00	16.00
6	黄钢	2.50	5.00
合计		**50.00**	**100.00**

（2）2004 年 4 月，康体亿佰第一次股权转让

2004 年 4 月，李翠林将其持有的康体亿佰 5.00 万元认缴注册资本转让给景志峰，将其持有的康体亿佰 3.00 万元认缴注册资本转让给陈晓伟；刘瑞平将其持有的康体亿佰 5.00 万元认缴注册资本转让给景志峰，将其持有的康体亿佰 3.00 万元认缴注册资本转让给陈晓伟；何俊虎将其持有的康体亿佰 6.00 万元认缴注册资本转让给陈晓伟，将其持有的康体亿佰 2.10 万元的认缴注册资本转让给闫四海，将其持有的 1.90 万元认缴注册资本转让给景志峰；齐殿林将其持有的康体亿佰 4.00 万元认缴注册资本转让给陈晓伟，将其持有的康体亿佰 6.50 万元认缴注册资本转让给闫四海；黄玉芝将其持有的康体亿佰 6.40 万元认缴注册资本转让给闫四海，将其持有的康体亿佰 4.60 万元认缴注册资本转让给景志峰；黄钢将其持有的康体亿佰 1.50 万元认缴注册资本转让给闫四海，将其持有的 1.00 万元认缴注册资本转让给陈晓伟。

本次股权转让完成后，康体亿佰的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴注册资本（万元）	出资比例（%）
1	景志峰	16.50	33.00
2	闫四海	16.50	33.00

序号	股东姓名	认缴注册资本（万元）	出资比例（%）
3	陈晓伟	17.00	34.00
合计		**50.00**	**100.00**

（3）2006 年 9 月，康体亿佰第二次股权转让

2006 年 9 月，闫四海将其持有的康体亿佰 8.125 万元认缴注册资本转让给景志峰，闫四海将其持有的康体亿佰 8.375 万元认缴注册资本转让给陈晓伟。

本次股权转让完成后，康体亿佰的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴注册资本（万元）	出资比例（%）
1	景志峰	24.625	49.25
2	陈晓伟	25.375	50.75
合计		**50.00**	**100.00**

（4）2010 年 5 月，康体亿佰第三次股权转让

2010 年 5 月，陈晓伟将其持有的康体亿佰 5.00 万元认缴注册资本转让给徐淑春，将其持有的康体亿佰 20.375 万元认缴注册资本转让给景志峰。

本次股权转让完成后，康体亿佰的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴注册资本（万元）	出资比例（%）
1	景志峰	45.00	90.00
2	徐淑春	5.00	10.00
合计		**50.00**	**100.00**

（5）2012 年 6 月，康体亿佰第一次增资

2012 年 4 月，康体亿佰召开股东会，同意公司注册资本增加至 200.00 万元，其中景志峰认缴注册资本 135.00 万元，徐淑春认缴注册资本 15.00 万元。

本次增资完成后，康体亿佰的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴注册资本（万元）	出资比例（%）
1	景志峰	180.00	90.00

序号	股东姓名	认缴注册资本（万元）	出资比例（%）
2	徐淑春	20.00	10.00
合计		**200.00**	**100.00**

（6）2014 年 5 月，康体亿佰第二次增资

2014 年 5 月，康体亿佰召开股东会，同意公司注册资本增加至 500.00 万元，其中，景志峰认缴注册资本增加 270.00 万元，徐淑春认缴注册资本增加 30.00 万元。

本次增资完成后，康体亿佰的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴注册资本（万元）	出资比例（%）
1	景志峰	450.00	90.00
2	徐淑春	50.00	10.00
合计		**500.00**	**100.00**

（7）2016 年 4 月，康体亿佰第四次股权转让

2016 年 4 月，景志峰将其持有的康体亿佰 139.25 万元的认缴注册资本转让给北京康体亿佰投资管理中心（有限合伙）（以下简称“康体亿佰合伙”），景志峰将其持有的康体亿佰 50.00 万元认缴注册资本转让给李培敏，徐淑春将其持有的康体亿佰 25.00 万元认缴注册资本转让给景志光。

本次股权转让完成后，康体亿佰的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	认缴注册资本（万元）	出资比例（%）
1	景志峰	260.75	52.15
2	康体亿佰合伙	139.25	27.85
3	李培敏	50.00	10.00
4	徐淑春	25.00	5.00
5	景志光	25.00	5.00
合计		**500.00**	**100.00**

（8）2017 年 8 月，康体亿佰第五次股权转让

2017 年 8 月，李培敏将其持有的康体亿佰 50.00 万元认缴注册资本转让给景志峰。

本次股权转让完成后，康体亿佰的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	认缴注册资本（万元）	出资比例（%）
1	景志峰	310.75	62.15
2	康体亿佰合伙	139.25	27.85
3	徐淑春	25.00	5.00
4	景志光	25.00	5.00
合计		**500.00**	**100.00**

（9）2018 年 8 月，康体亿佰第六次股权转让

2018 年 8 月，景志峰将其持有的康体亿佰 0.05 万元认缴注册资本转让给蒋妍，景志峰将其持有的康体亿佰 310.70 万元认缴注册资本转让给康体亿佰合伙；景志光将其持有的康体亿佰 25.00 万元认缴注册资本转让给康体亿佰合伙；徐淑春将其持有的康体亿佰 25.00 万元认缴注册资本转让给康体亿佰合伙。

本次股权转让完成后，康体亿佰的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	认缴注册资本（万元）	出资比例（%）
1	康体亿佰合伙	499.95	99.99
2	蒋妍	0.05	0.01
合计		**500.00**	**100.00**

（10）2020 年 12 月，康体亿佰注销

2020 年 12 月 9 日，康体亿佰全体股东召开股东会并作出决议，同意注销康体亿佰。同日，北京市海淀区市场监督管理局出具《注销核准通知书》，准予注销。

2、康体亿佰主营业务、经营情况、资产、人员、技术等情况

在金史密斯有限成立之前，康体亿佰的主营业务为线下实体店代理销售及线上网络销售跑步机，不涉及跑步机的研发，主要资产为存货、办公设备等，主要人员除高级管理人员及职能人员外主要为零售相关人员。

至 2015 年，国内传统跑步机等健身器材市场竞争愈发激烈，康体亿佰作为需要承担运营和维护线下实体门店的各项成本和费用支出，同时各大健身器材品牌商在淘宝、京东等电商平台纷纷开设专卖店，进一步抢占了康体亿佰的盈利空间。

（二）康体亿佰与公司是否存在业务承继关系，注销原因及合理性，注销前是否存在潜在债务纠纷或重大违法违规情形

1、康体亿佰与公司是否存在业务承继关系

基于上述康体亿佰的经营情况，景志峰决定放弃原传统跑步机零售业务，将工作重心集中在发展自主品牌并专注研发一款颠覆传统、符合现代家庭需求的轻量化跑步机产品上，改变原有的业务模式。

为此，康体亿佰设立金史密斯有限，金史密斯有限成立后，康体亿佰与金史密斯有限就业务、商标、员工进行了划分，具体如下：

（1）业务划分

康体亿佰继续运营传统跑步机零售业务直至注销；金史密斯运营自主研发的自主品牌产品及米家等 ODM 产品。

（2）商标转让

由于金史密斯有限设立后主要运营和发展“金史密斯”自有品牌，因此康体亿佰将涉及“金史密斯”相关商标转让至金史密斯有限。

（3）员工转移

康体亿佰注销前仍开展跑步机零售业务，导购等人员留在康体亿佰。景志峰、郭凤翔等核心管理人员及部分职能人员的劳动关系从康体亿佰转移至金史密斯有限。

综合上述，金史密斯有限系景志峰为开创新业务而设立的新主体，金史密斯成立后主要从事创新形态运动健身器材的研发、生产和销售，而康体亿佰主要从事传统跑步机零售业务；金史密斯有限成立后，康体亿佰继续维持原有的零售跑步机业务直至注销，二者不存在业务承继关系。

2、康体亿佰注销原因及合理性，注销前是否存在潜在债务纠纷或重大违法违规情形

康体亿佰退出金史密斯有限后，仍维持原有的零售跑步机业务，但传统跑步机市场竞争逐步加剧。2020 年 12 月 9 日，康体亿佰全体股东召开股东会并作出决议，一致同意注销康体亿佰，注销具有合理性。

2020 年 5 月 8 日康体亿佰在国家企业信用信息公示系统上发布注销公告，2020 年 9 月 1 日，国家税务总局北京市海淀区税务局出具《清税证明》（京海一税税企清（2020）21681 号），明确对康体亿佰所有税务事项均已结清。2020 年 12 月 9 日康体亿佰时任股东康体亿佰合伙、蒋妍出具了《清算报告》。

根据公司的说明及景志峰的确认并经查询中国裁判文书网、中国执行信息公开网、信用中国、企查查网站等公开查询系统，康体亿佰注销前不存在潜在债务纠纷、重大违法违规情形。

二、结合公司和扁豆科技原股东换股的基本情况、扁豆科技入股以来与公司业务往来情况，说明上述股权转让的背景、原因及其合理性、必要性，换股过程中各方合计支付的股权对价及其公允性、款项流转过程及其合理性，结合上述情形说明公司是否曾存在非货币出资，公司股权是否明晰

（一）结合公司和扁豆科技原股东换股的基本情况、扁豆科技入股以来与公司业务往来情况，说明上述股权转让的背景、原因及其合理性、必要性

扁豆科技被收购前处于初创期，主要从事创新健身器材的研发工作，其提出走步机跑面折叠概念、体感控制概念，可以改善传统跑步机设备的使用便利性和交互性，用户可以通过体感交互来自由操控走步机设备，但产品处于概念阶段，未能实际产出使用，尚未产生收入。

2015 年后，景志峰希望做轻量化跑步机产品，并得到了苏州顺为、天津金米的认可。2016 年 1 月，苏州顺为和天津金米投资入股金史密斯有限，并向金史密斯有限引荐了扁豆科技创始人靳国强、王宁扬、林志强等人。

与扁豆科技及其创始人接触后，金史密斯有限、景志峰认可扁豆科技研发团队及其研究实力，而扁豆科技研发团队也希望通过与金史密斯有限的合作逐步将概念落地，打开产品市场。为此，经协商一致，金史密斯有限决定收购扁豆科技100%股权，同时扁豆科技股东孙昊、靳国强、林志强、王宁扬、柯于奎及合肥聚和则以现金增资方式获得金史密斯有限股权（具体的收购及增资过程详见下述“（二）”之“1”），孙昊、靳国强、林志强、王宁扬、柯于奎加入金史密斯有限，扁豆科技于收购时点将已在申请的发明专利（一种跑步机智能体感控制方法及设备（专利号为 ZL201510274192.X））及相关技术均转让至金史密斯有限。其中，孙昊、靳国强、林志强、王宁扬、柯于奎增资获得的股权中，70%为对其的股权激励，前述人员需在金史密斯有限持续工作 35 个月后方可完全兑现（每个月兑现 2%），否则尚未兑现的部分将被无偿收回。

扁豆科技被公司收购后，作为公司全资子公司，未与公司发生过业务往来。扁豆科技原研发团队成员靳国强、林志强、王宁扬等全职加入金史密斯有限，以公司为主体开展走步机、跑步机的研发业务，研发出了全平台可折叠技术、新型折叠柔性材料技术、智能控速算法技术等一系列核心技术，为公司走步机、跑步机的研发提供了技术支持。截至本问询回复出具之日，靳国强、林志强、王宁扬为公司高级管理人员，其中，靳国强、王宁扬担任公司核心技术人员。

综合上述，金史密斯有限通过收购扁豆科技股权，取得了扁豆科技原正在申请中的专利和相关技术，同时扁豆科技原经营团队靳国强、林志强、王宁扬等的全职加入金史密斯有限，是公司研发力量的重要组成部分，为公司后续产品研发及技术创新提供了方向性指引，上述收购具有合理性和必要性。

（二）换股过程中各方合计支付的股权对价及其公允性、款项流转过程及其合理性

1、本次收购及增资过程、款项流转过程及其合理性

2016 年 7 月 20 日，孙昊、靳国强、林志强、王宁扬、柯于奎（以下合称“五名自然人”）与景志峰、苏州顺为、天津金米、康体亿佰与合肥聚和、安徽省信息产业投资控股有限公司（现名称为安徽省人工智能产业投资发展有限公司，以下简称“安徽信投”）签订了《关于北京金史密斯科技有限公司收购合肥扁豆智能科技有限公司 100%股权之总体协议》（以下简称“《总体协议》”）。2016 年 9 月 2 日，上述各方签订了《<关于北京金史密斯科技有限公司收购合肥扁豆智能科技有限公司 100%股权之总体协议>之补充协议》（以下简称“《补充协议》”）。

交易情况具体如下：

（1）股权转让交易

2016 年 9 月 7 日，五名自然人、合肥聚和与金史密斯有限签署《股权转让合同》，以 1 元/每元注册资本的价格将其合计持有的扁豆科技 71.15%的股权（对应 57.9218 万元的注册资本）转让给金史密斯有限。具体如下：

转让方	转让的扁豆科技注册资本数（万元）	股权转让价款（万元）
孙昊	21.9710	21.9710
靳国强	15.1303	15.1303
林志强	6.1444	6.1444
柯于奎	2.8903	2.8903
王宁扬	2.8903	2.8903
合肥聚和	8.8955	8.8955
合计	**57.9218**	**57.9218**

注：上述注册资本金额及转让价格四舍五入为小数点后四位。

公司已于 2017 年 10 月 31 日向上述五名自然人、合肥聚和支付股权转让款。

此外，金史密斯有限以 40.00 万元收购合肥聚和持有的扁豆科技 3.85%的股权（对应 3.1308 万元注册资本），以 260.00 万元收购安徽信投持有的扁豆科技 25%的股权（对应 20.3509 万元注册资本），金史密斯有限已向合肥聚和、安徽信投支付前述股权转让款。

股权转让交易完成后，金史密斯取得扁豆科技 100%股权。

（2）增资交易

2016 年 12 月，金史密斯有限召开股东会并作出决议，其中，同意增加股东孙昊、靳国强、林志强、王宁扬、柯于奎及合肥聚和，孙昊认缴注册资本 6.0190 万元，靳国强认缴注册资本 4.1429 万元，林志强认缴注册资本 1.6841 万元，柯于奎认缴注册资本 0.7937 万元，王宁扬认缴注册资本 0.7937 万元，合肥聚和认缴注册资本 2.4397 万元。

孙昊、靳国强、林志强、王宁扬、柯于奎及合肥聚和分别以等额于上述股权转让价款的金额向公司增资，具体如下：

增资方	认缴金史密斯有限注册资本数（万元）	支付的增资价款（万元）
孙昊	6.0190	21.9710
靳国强	4.1429	15.1303
林志强	1.6841	6.1444
柯于奎	0.7937	2.8903
王宁扬	0.7937	2.8903
合肥聚和	2.4397	8.8955
合计	**15.8731**	**57.9218**

根据公司提供的银行回单及公司的说明，公司已于 2017 年 10 月 31 日收到上述增资款，上述股东支付的增资款高于其认缴注册资本部分已计入资本公积。

其中，根据上述协议约定，五名自然人通过上述增资交易持有的金史密斯有限的股权中的 70%为对其的股权激励，前述人员需在金史密斯有限持续工作 35 个月后方可完全兑现（每个月兑现 2%），否则尚未兑现的部分将无偿收回。具体如下：

单位：万元

序号	股东名称/姓名	取得金史密斯有限注册资本	对应金史密斯有限股权比例	其中：一次性取得份额		其中：股权激励份额	
				一次性取得认缴注册资本	一次性取得股权比例	股权激励对应的认缴注册资本	股权激励股权比例
1	孙昊	6.0190	3.79%	1.8057	1.14%	4.2133	2.65%

序号	股东名称/姓名	取得金史密斯有限注册资本	对应金史密斯有限股权比例	其中：一次性取得份额		其中：股权激励份额	
				一次性取得认缴注册资本	一次性取得股权比例	股权激励对应的认缴注册资本	股权激励股权比例
2	靳国强	4.1429	2.61%	1.2429	0.78%	2.9000	1.83%
3	林志强	1.6841	1.06%	0.5052	0.32%	1.1789	0.74%
4	王宁扬	0.7937	0.50%	0.2381	0.15%	0.5556	0.35%
5	柯于奎	0.7937	0.50%	0.2381	0.15%	0.5556	0.35%
6	合肥聚和	2.4397	1.54%	2.4397	1.54%	-	-
合计		**15.8731**	**10.00%**	**6.4697**	**4.08%**	**9.4034**	**5.92%**

结合上述收购及增资过程，股权转让款项及增资款项的流转符合交易的实际过程，具有合理性。

2、各方合计支付的股权对价及其公允性

金史密斯有限及扁豆科技的相关股权价值参考情况如下：

（1）金史密斯有限在本次收购和增资前后的融资估值

金史密斯有限在收购扁豆科技前后轮融资估值情况如下：

增资协议签署时点	增资方	取得金史密斯有限认缴注册资本（万元）	对应融资时点取得股权比例	融资金额（万元）	整体估值（万元）	备注
2016 年 1 月	苏州顺为、天津金米	42.8572	30.00%	1,200	4,000	投后估值
2017 年 1 月	青岛华芯、奥都百升、上海开物	29.1163	15.50%	3,100	16,900	投前估值

（2）扁豆科技股权评估价值

2016 年 5 月 27 日，北京天坤联合资产评估有限责任公司（现已更名为北京大信中和资产评估有限责任公司）对扁豆科技在 2016 年 4 月 30 日的可辨认净资产进行了评估，出具了《北京金史密斯科技有限公司拟收购合肥扁豆智能科技有限公司项目资产评估书》（天坤评报字[2016]第 016 号）。根据前述评估报告，扁豆科技于 2016 年 4 月 30 日的可辨认净资产评估价值为 636.05 万元。

（3）各方合计支付的股权对价的公允性分析

2016 年 9 月，金史密斯有限收购扁豆科技相关协议完成签署，协议签署时间处于金史密斯有限两轮融资的间隔期。

根据北京天坤联合资产评估有限责任公司于 2016 年 5 月 27 日出具的《北京金史密斯科技有限公司拟收购合肥扁豆智能科技有限公司项目资产评估书》（天坤评报字[2016]第 016 号），扁豆科技截至 2016 年 4 月 30 日的评估价值为 636.05 万元，孙昊、靳国强、林志强、王宁扬、柯于奎、合肥聚和以 1 元/每元注册资本的价格将其合计持有的扁豆科技 71.15%的股权（对应 57.9218 万元的注册资本）转让给金史密斯有限，并取得现金对价。该部分扁豆科技股权对应评估值为 452.57 万元（=636.05 万元×71.15%）。

同时孙昊、靳国强、林志强、王宁扬、柯于奎、合肥聚和以等额现金对价一次性取得金史密斯有限出资额为 6.4697 万元，对应金史密斯有限股权比例为 4.08%。该交易中金史密斯有限交易估值为 11,103.64 万元（=452.57 万元÷4.08%），该交易协议签署时点为 2016 年 9 月，交易估值位于金史密斯有限前次（2016 年 1 月）增资协议签署时点投后估值及后次（2017 年 1 月）增资协议签署时点投前估值之间，扁豆科技股权转让及金史密斯增资对价具有合理性。

此外，金史密斯有限以 300 万元取得合肥聚和及安徽信投所持扁豆科技 23.4817 万元出资额（对应扁豆科技 28.85%股权），现金交易定价部分扁豆科技整体定价约为 1,040 万元（=300 万元÷28.85%），根据 2016 年 5 月 27 日北京天坤联合资产评估有限责任公司出具的《北京金史密斯科技有限公司拟收购合肥扁豆智能科技有限公司项目资产评估书》（天坤评报字[2016]第 016 号），扁豆科技于 2016 年 4 月 30 日的可辨认净资产评估价值为 636.05 万元，现金交易定价部分的估值高于评估价值。考虑到扁豆科技现金交易部分股份的出让行为不附有进一步取得金史密斯有限股权的权利，出让方无法分享后续产品研发、量产、销售带来的长期经营收益，现金交易定价部分的价格高于评估价格，且交易价格为交易各方协商结果，因此，现金交易定价具有合理性。

（三）结合上述情形说明公司是否曾存在非货币出资，公司股权是否明晰

如前所述，公司不存在非货币出资，公司股权清晰。

三、以列表形式披露报告期内及期后历次股权转让的时间、转让原因及其合理性、转让方、受让方、转让股数、每股价格；说明报告期内多次增资及转让、报告期后纳爱斯等公司入股的背景、原因及合理性，增资或转让价格的定价依据及公允性，是否涉及委托持股或其他利益安排；说明三柏硕成为公司供应商的时间、方式、与公司开展业务合作的具体情况，公司其他股东是否与公司客户或供应商存在关联关系，相关股东入股背景及公允性，是否存在利益输送或其他利益安排

（一）以列表形式披露报告期内及期后历次股权转让的时间、转让原因及其合理性、转让方、受让方、转让股数、每股价格；说明报告期内多次增资及转让、报告期后纳爱斯等公司入股的背景、原因及合理性，增资或转让价格的定价依据及公允性，是否涉及委托持股或其他利益安排

截至本问询回复出具之日，报告期内及期后历次股权转让及增资情况如下：

时间	变动形式	转让方	受让方/增资方	转让/增资股数（万股）	每股价格（元）	入股背景、原因及其合理性/转让原因及其合理性	定价依据及其公允性	定价合理性
2023 年 7 月	股份公司第一次股份转让	华芯斯远	三柏硕	132.7662	22.60	华芯斯远有限合伙人青岛城投创业投资有限公司（持有 99.74%的合伙份额）出于内部经营考虑，拟尽快收回对华芯斯远的出资，而三柏硕看好公司业务和未来发展，经与三柏硕协商，最终三柏硕以华芯斯远投资成本价受让公司股份	华芯斯远为尽快退出，经与三柏硕协商按照华芯斯远投资成本退出	华芯斯远为尽快退出，综合考虑交易周期，短时间内仅三柏硕有意愿按照华芯斯远的投资成本价受让公司股份
2023 年 9 月	股份公司第二次股份转让	盈科佳泰	鑫禾辉聚	145.1761	13.00	盈科佳泰、锦盛优越、盈科中泰拟转让公司股份退出公司，而鑫禾辉聚看好公司发展前景，经协商，鑫禾辉聚自前述三个主体受让公司股份。	盈科佳泰、锦盛优越、盈科中泰与鑫禾辉聚协商确定	一方面，本次股份转让自 2023 年上半年开始谈判，2022 年公司盈利水平相对较低；另一方面，盈科佳泰、锦盛优越、盈科中泰投资周期较长、投资成本较低，拟尽快实现退出，考虑投资回报情况，该转让价格符合盈科佳泰、锦盛优越、盈科中泰的退出标准
		锦盛优越		89.3497	13.00			
		盈科中泰		76.8941	13.00			
2024 年 5 月	股份公司第三次股份转让	鑫禾辉聚	纳爱斯	227.2727	22.00	鑫禾辉聚拟出售部分所持股份，获取投资回报，而纳爱斯看好公司发展前景，经协商，纳爱斯自鑫禾辉聚受让前述股份。	参考纳爱斯与公司协商确定的同期增资价格，鑫禾辉聚与纳爱斯协商确定	参考增资价格，转让价格低于增资价格符合市场惯例情况

时间	变动形式	转让方	受让方/增资方	转让/增资股数（万股）	每股价格（元）	入股背景、原因及其合理性/转让原因及其合理性	定价依据及其公允性	定价合理性
	股份公司第一次增资	/	纳爱斯	100.0000	30.00	公司 2023 年整体业绩增长，看好公司发展前景	参考金史密斯的基本情况及上一轮估值情况，纳爱斯与公司协商确定	/
2024 年 8 月	股份公司第四次股份转让	西岭财富	中君翔丰	47.0700	19.76	西岭财富为退出投资、取得投资收益，决定转让公司股份，而中君翔丰看好公司未来发展前景，经协商，中君翔丰自西岭财富受让公司股份	参考纳爱斯 2024 年 5 月增资的价格，西岭财富综合考虑转让股份数量、投资成本等因素，与中君翔丰协商确定	转让价格相较于投资价格已有提高，符合西岭财富的投资收益要求
2024 年 9 月	股份公司第五次股份转让	厦门文广	厚天三号	44.2561	32.48	厦门文广为收回投资成本、取得投资收益，决定转让公司股份，而厚天三号看好公司未来发展，且得知公司有明确的上市计划，在了解到厦门文广有转让股份意向后，通过参加厦门产权交易中心公开挂牌竞价转让方式受让公司股份	在参考评估价格基础上，通过厦门产权交易中心公开挂牌竞价转让	通过厦门产权交易中心公开挂牌竞价转让
2024 年 9 月	股份公司第六次股份转让	金创创投	启汇润金	88.5102	31.29	金创创投为退出投资，拟转让公司股份，而启汇润金看好公司未来发展前景，且公司符合启汇润金投资方向、投资范围和投资原则，经协商启汇润金自金创创投受让公司股份	综合考虑金创创投的投资成本、转让数量等因素，金创创投与启汇润金协商确定。	金创投投资入股价格本身比较高，因此转让的价格高于同期其他股东的转让价格

时间	变动形式	转让方	受让方/增资方	转让/增资股数（万股）	每股价格（元）	入股背景、原因及其合理性/转让原因及其合理性	定价依据及其公允性	定价合理性
		青岛华芯	启汇润金	29.0700	19.61	青岛华芯投资时间较早，为实现一定投资收益，决定转让部分公司股份；而启汇润金看好公司未来发展前景，且公司符合启汇润金投资方向、投资范围和投资原则，经协商启汇润金自青岛华芯受让公司股份	综合考虑青岛华芯投资成本等因素，青岛华芯与启汇润金协商确定	青岛华芯是公司相对早期投资人，投资成本低，该转让价格符合青岛华芯投资收益要求
		苏州顺为	启汇润金	29.0700	19.61	苏州顺为投资时间较早，为实现一定投资收益，决定转让部分公司股份；而启汇润金看好公司未来发展前景，公司符合启汇润金投资方向、投资范围和投资原则，经协商启汇润金自苏州顺为受让公司股份	综合考虑苏州顺为投资成本等因素，苏州顺为与启汇润金协商确定	苏州顺为是公司早期投资人，投资成本低，该转让价格符合苏州顺为投资收益要求
		天津金米	启汇润金	29.0700	19.61	天津金米投资时间较早，为实现一定投资收益，决定转让部分公司股份；而启汇润金则看好公司未来发展前景，且公司符合启汇润金投资方向、投资范围和投资原则，经协商启汇润金自天津金米受让公司股份。	综合考虑天津金米投资成本等因素，天津金米与启汇润金协商确定	天津金米是公司早期投资人，投资成本低，该转让价格符合天津金米投资收益要求
		盈科圣辉	启汇润金	13.5178	23.68	盈科圣辉为退出投资、取得投资收益，拟转让公司股份，而启汇润金看好公司未来发展前景，且	参考纳爱斯 2024 年 5 月增资的价格，盈科圣辉综合考虑投资成本	转让价格相较于投资价格已有提高，符合盈科圣辉投资收益要求

时间	变动形式	转让方	受让方/增资方	转让/增资股数（万股）	每股价格（元）	入股背景、原因及其合理性/转让原因及其合理性	定价依据及其公允性	定价合理性
						公司符合启汇润金投资方向、投资范围和投资原则，经协商启汇润金自盈科圣辉受让公司股份	等因素，与启汇润金协商确定	
2024 年 9 月	股份公司第七次股份转让	盈科圣辉	厚天三号	45.1709	23.68	盈科圣辉为退出投资、取得投资收益，拟转让公司股份，而厚天三号看好公司未来发展，且得知公司有明确的上市计划，在了解到盈科圣辉有转让股份意向后，经协商，厚天三号自盈科圣辉受让公司股份。	参考纳爱斯 2024 年 5 月增资的价格，盈科圣辉综合考虑投资成本等因素，与厚天三号协商确定	转让价格相较于投资价格已有提高，符合盈科圣辉投资收益要求
2024 年 11 月	股份公司第八次股份转让	宝盛智能	东营厚天	14.6465	27.31	宝盛智能退出期即将到期，拟转让公司股份取得投资收益，而东营厚天看好公司未来发展，且得知公司有明确的上市计划，在了解到宝盛智能有转让股份意向后，经协商，东营厚天自宝盛智能受让公司股份。	参考纳爱斯 2024 年 5 月增资的价格，宝盛智能与东营厚天协商确定	转让价格相较于投资价格已有提高，转让价格已满足宝盛智能投资收益要求
		宝盛智能	星宸厚天	36.6162	27.31	宝盛智能退出期即将到期，拟转让公司股份取得投资收益，而星宸厚天看好公司未来发展，且得知公司有明确的上市计划，在了解到宝盛智能有转让股份意向后，经协商，星宸厚天自宝盛智能受让公司股份。	参考纳爱斯 2024 年 5 月增资的价格，宝盛智能与星宸厚天协商确定	

时间	变动形式	转让方	受让方/增资方	转让/增资股数（万股）	每股价格（元）	入股背景、原因及其合理性/转让原因及其合理性	定价依据及其公允性	定价合理性
2024 年 11 月	股份公司第九次股份转让	鑫禾辉聚	纳爱斯	84.1472	26.47	鑫禾辉聚拟转让公司股份取得投资收益，而纳爱斯看好公司未来发展，希望继续追加投资，经协商纳爱斯自鑫禾辉聚受让公司股份	参考纳爱斯 2024 年 5 月增资的价格，鑫禾辉聚与纳爱斯协商确定	转让价格相较于投资价格已有提高，转让价格符合鑫禾辉聚投资收益要求
		西岭财富	纳爱斯	10.2972	26.47	西岭财富为退出投资、取得投资收益，决定转让公司股份，而纳爱斯看好公司未来发展，希望继续追加投资，经协商纳爱斯自西岭财富受让公司股份	参考纳爱斯 2024 年 5 月增资的价格，西岭财富综合考虑转让股份数量、投资成本等因素，与纳爱斯协商确定	转让价格相较于投资价格已有提高，符合西岭财富的投资收益要求
2024 年 11 月	股份公司第十次股份转让	盈科圣辉	星宸厚天	3.5953	23.68	盈科圣辉为退出投资、取得投资收益，拟转让公司股份，而星宸厚天看好公司未来发展，且得知公司有明确的上市计划，在了解到盈科圣辉有转让股份意向后，经协商，星宸厚天自盈科圣辉受让公司股份。	参考纳爱斯 2024 年 5 月增资的价格，盈科圣辉综合考虑投资成本等因素，最终协商确定	转让价格相较于投资价格已有提高，符合盈科圣辉投资收益要求
2024 年 11 月	股份公司第十一次股份转让	盈科吉运	东营厚天	14.5834	27.43	盈科吉运为退出投资、取得投资收益，拟转让公司股份，而东营厚天看好公司未来发展，且得知公司有明确的上市计划，在了解到盈科吉运有转让股份意向后，经协商，东营厚天自盈科吉运受让公司股份。	参考纳爱斯 2024 年 5 月增资的价格，盈科吉运综合考虑投资成本等因素，与东营厚天协商确定	转让价格相较于投资价格已有提高，符合盈科吉运投资收益要求

时间	变动形式	转让方	受让方/增资方	转让/增资股数（万股）	每股价格（元）	入股背景、原因及其合理性/转让原因及其合理性	定价依据及其公允性	定价合理性
		盈科吉运	星宸厚天	139.2028	27.43	盈科吉运为退出投资、取得投资收益，拟转让公司股份，而星宸厚天看好公司未来发展，且得知公司有明确的上市计划，在了解到盈科吉运有转让股份意向后，经协商，星宸厚天自盈科吉运受让公司股份。	参考纳爱斯 2024 年 5 月增资的价格，盈科吉运综合考虑投资成本等因素，与星宸厚天协商确定	转让价格相较于投资价格已有提高，符合盈科吉运投资收益要求
2024 年 11 月	股份公司第十二次股份转让	西岭财富	星宸厚天	10.8293	26.47	西岭财富为退出投资、取得投资收益，拟转让公司股份，而星宸厚天看好公司未来发展，且得知公司有明确的上市计划，在了解到西岭财富有转让股份意向后，经协商，星宸厚天自西岭财富受让公司股份。	参考纳爱斯 2024 年 5 月增资的价格，西岭财富综合考虑转让股份数量、投资成本等因素，与星宸厚天协商确定	转让价格相较于投资价格已有提高，符合西岭财富的投资收益要求

综合上述，报告期内及期后历次股权转让、增资的背景和原因具有合理性；厦门文广通过厦门产权交易中心公开挂牌竞价转让公司股份，其他增资及转让价格为相关当事方协商确定，具有合理性，不存在委托持股及其他利益安排。

（二）说明三柏硕成为公司供应商的时间、方式、与公司开展业务合作的具体情况，公司其他股东是否与公司客户或供应商存在关联关系，相关股东入股背景及公允性，是否存在利益输送或其他利益安排

1、说明三柏硕成为公司供应商的时间、方式、与公司开展业务合作的具体情况

2023 年以来，随着业务规模扩张，公司自产产能相对饱和，而三柏硕为国内 A 股上市公司，拥有跑步机供应链资源、生产制造经验及相关设备且其自身有拓宽业务的需求。2023 年下半年，经与三柏硕商务谈判，公司将部分机型的跑步机委托给三柏硕进行代工生产，三柏硕成为公司供应商。

2、公司其他股东是否与公司客户或供应商存在关联关系

经核查，与公司客户、供应商存在关联关系的其他主要股东情况如下：

股东名称/姓名	持股比例	与客户、供应商存在的关联关系
李培敏	4.5322%	其配偶韩道虎控制的企业上海贝氪若宝健康科技有限公司为公司供应商。报告期内，2024 年 1-6 月，公司向上海贝氪若宝健康科技有限公司采购智能办公椅产品，合计发生采购商品金额为 13.10 万元。
景志峰	20.4585%	景志峰控制的北京易起跑企业管理中心（有限合伙）持有北京易启跑科技有限公司 11.54%的股权，且景志峰担任该公司董事。北京易启跑科技有限公司为公司供应商。报告期内，2024 年 1-6 月，公司向北京易启跑科技有限公司采购平台服务，合计发生的软件费用为 0.55 万元。
郭凤翔	0.4279%	郭凤翔担任上述北京易起跑企业管理中心（有限合伙）有限合伙人，并持有 3.3333%的合伙份额。北京易启跑科技有限公司为公司供应商。报告期内，2024 年 1-6 月，公司向北京易启跑科技有限公司采购平台服务，合计发生的软件费用为 0.55 万元。
苏州顺为	7.7888%	苏州顺为和天津金米为雷军实际控制的企业，而雷军控制的小米集团（1810.HK）及控制的其他企业存在向公司销售商品、提供服务及采购商品的情况。报告期内，公司向小米采购商品主要为采购电源线、小米双模模块、MI WIFI 模块等原材料；平台费用主要为公司在小米有品、天猫和京东平台销售发生的广告及市场推广费和平台服务费及佣金；服务费为公司使用小米生态云发生的交易；公司向小米主要销售米家跑步机、米家走步机等产品。具体发生金额参见《公开转让说明书》之“九、关联方、关联关系及关联交易”。
天津金米	6.8245%	
青岛华芯	7.9044%	青岛华芯的执行事务合伙人青岛华芯博原创业投资管理中心（有限合伙）的执行事务合伙人华芯原创（青岛）投资管理有限公司 2022 年曾向公司购买少量走步机、跑步机，金额为 1.45 万元。

3、相关股东入股背景及公允性，是否存在利益输送或其他利益安排

三柏硕的入股背景及定价依据详见上述“（一）”之 2023 年 7 月“股份公司第一次股份转让”部分，定价由转让双方协商确定，不存在利益输送及其他利益安排。

李培敏当时入股公司的背景是看好康体亿佰发展，以 1,500 万元自景志峰受让康体亿佰 10%的股权，交易价格系李培敏与景志峰协商确定。随着景志峰将工作重心集中到金史密斯，经协商，李培敏自康体亿佰及景志峰处合计受让取得金史密斯有限 11.6187 万元出资额，受让价格经折算与金史密斯有限 2019 年 1 月增资价格相一致，价格公允，具有合理性，具体参见《公开转让说明书》之“第一节 基本情况”之“四、公司股本形成概况”之“（六）其他情况”之“1、公司历史上代持的形成及解除过程”。李培敏入股公司不存在利益输送及其他利益安排。

苏州顺为、天津金米的入股背景系看好景志峰的轻量化设计及创新产品理念，由于公司当时尚无实际的成型产品且没有可供参考的外部投资者入股价格，苏州顺为、天津金米的交易价格系根据公司当时发展阶段协商确定，定价公允，不存在利益输送及其他利益安排。

景志峰系公司创始人及实际控制人，而郭凤翔系公司创始团队成员之一，郭凤翔因其长期工作贡献，取得公司股份为无偿取得，不存在利益输送及其他利益安排。

四、补充披露：①股权激励流转及退出机制、锁定期限、服务期限、激励份额及激励计划实施调整情况，公司股权激励实施过程中是否存在纠纷，目前是否已实施完毕，是否存在预留份额及其授予计划；②激励对象的选定标准和履行的程序，实际参加人员是否符合前述标准、是否均为公司员工、出资来源，所持份额是否存在代持或其他利益安排；③对照《企业会计准则》，分析股权激励的会计处理是否恰当，对当期及未来公司业绩的影响情况；股权激励行权价格的确定原则，以及和最近一年经审计的净资产或评估值的差异情况

公司已于《公开转让说明书》之“第一节 基本情况 ”之“四、公司股本形成概况”之“（五）股权激励情况或员工持股计划”补充披露如下：

“1、股权激励流转及退出机制、锁定期限、服务期限、激励份额及激励计划实施调整情况，公司股权激励实施过程中是否存在纠纷，目前是否已实施完毕，是否存在预留份额及其授予计划

（1）股权激励流转及退出机制、锁定期限、服务期限、激励份额

公司自成立以来，通过持股平台实施了两次股权激励，分别为 2017 年股票期权激励计划及 2021 年限制性股权激励计划。其中：

2017 年，公司以北京金史密斯合伙为平台实施股权激励。

2021 年 1 月，出于税务筹划考虑，北京金史密斯合伙将所持有的公司全部 17.7424 万元注册资本转让给厦门金史密斯合伙，公司的股权激励平台由北京金史密斯合伙变更为厦门金史密斯合伙。

2021 年，公司以厦门金史密斯合伙为平台实施股权激励。

上述两次股权激励相应的股权激励流转及退出机制、锁定期限、服务期限及激励份额如下：

类型	2017年的股票期权激励计划	2021年限制性股权激励计划
激励份额	合计授予北京金史密斯合伙1.1085万元认缴出资额，占北京金史密斯合伙总认缴出资额的11.085%，对应公司1.9439万元注册资本。	合计授予厦门金史密斯合伙5.0028万元认缴出资额，占厦门金史密斯合伙总认缴出资额的50.028%，对应公司8.8763万元注册资本。
股权激励流转及退出机制	1.激励股权的处置 1.1退出事项前发生激励股权的处置： （1）退出事项是指：①公司合格的公开发行；②公司股东出售公司全部或绝大部分股权并导致公司控制权发生实质性变更；③有管辖权的法院发出生效的法律文书，要求公司解散或清算。 （2）在退出事项发生前，对于激励对象获授的期权（不论其是否行权，以及是否与公司或其关联公司终止劳动/顾问服务合作关系），在事先未经公司或公司管理部书面同意情况下，激励对象不得向任何第三方出售、转让、赠予、抵押、设定质押、担保或以任何其他形式进行处置，但激励计划、本授予协议另有约定或公司另行规定的除外。 1.2退出事项发生后股权激励的处置 （1）公司合格的公开发行后激励对象所持激励股权的处置 激励对象因激励计划和/或期权授予协议获得的股权，于公司在合格的公开发行后的一年内为禁售期，在该期限内，激励对象应遵循下述①的规定。禁售期过后的解锁期，激励对象可以根据公开市场交易规则出售其持有的已行权的激励股权（公司可根据实际情况对激励股权的持有方式以及对应的激励股权数量根据上市安排做相应调整）。据此，激励对象应： ①若相关中国法律法规有规定、公司上市或挂牌的证券市场有要求或被授予自愿承诺锁定期的，在相应锁定期内，激励对象不得	1.标的股权的购买 1.1因被授予人过错导致的购买 被授予人（无论是否离职）出现下述任何过错行为之一的，除非公司管理机构另行决定，执行人或公司指定人员有权随时以原购股价格或届时公司净资产对应价格孰低值购买被授予人的全部标的股权（包括持股机构的出资及其对应的公司股权，无论是否成熟）。 若因被授予人的过错行为给公司造成损失的，被授予人应赔偿公司遭受的全部损失。为此，执行人或公司指定人员有权在向被授予人支付购买价款时，预先扣除公司的损失部分。如购买价款不足以补偿公司损失的，则被授予人应另行向公司支付赔偿金。 本协议所述的“过错行为”指被授予人因故意或重大过错做出的以下任一行为：（1）违反公司已公布的规章制度，或违反劳动合同的约定，严重损害公司利益或声誉,或给公司造成50万以上的直接或间接重大经济损失的；（2）违反约定的全职工作、保密、竞业禁止或禁止劝诱的相关规定的；（3）因故意犯罪被依法追究刑事责任,并给公司造成重大损失或重大不利影响的；或（4）因其他故意或重大过错导致公司重大损失或重大不利影响的行为。 1.2终止或解除劳动关系导致的购买 退出事件发生之前，如果由于被授予人过错行为以外的其他原因导致公司与被授予人终止或解除劳动关系的，包括但不限于劳动合同期满不再续约、主动离职、公司与被授予人协商终止或解除劳动关系或被授予人因自身原因（包括伤残、死亡等）不能履行职务等，则自劳动关系终止或解除之日

	对其所持有的激励股权进行转让、质押、设定担保、委托持股或其他形式的处置，法律法规或规范性文件另有规定的除外； ②签署任何公司或公司上市的牵头承销商或保荐人在公司合格的公开发行期间要求其签署的反映本条上述第①项规定要求的协议或文件。 （2）公司出售全部或绝大部分股权并导致公司控制权发生实质性变更时激励对象所持激励股权的处置 此时，若经收购方同意，激励对象可以其持有的已行权的激励股权间接参与该等并购交易。激励对象持有的尚在等待期的期权，除被公司管理部批准提前行权外，应立即作废。 （3）公司解散或清算时激励对象所持激励股权的处置 此时，除非公司管理部另行作出决议，否则激励对象持有的尚未行权的期权终止行权。激励对象可以其持有的已行权的激励股权参与公司清算财产的分配。 2.激励对象发生过错及离职时激励股权的处理 2.1激励对象发生过错或因此被辞退时激励股权的处理 激励对象发生如下事项（以下简称“过错事项”）或此被辞退时，未行权的期权终止行权，对于激励对象持有的已行权的激励股权，无论公司是否完成合格的公开发行，公司或公司管理部有权要求激励对象按照行权时的同等价格将其全部转让给公司或公司管理部指定的主体。已转让或出售激励股权获益的，激励对象应向公司或公司管理部指定的主体返还所得现金或其他收益。激励对象发生过错事项时，应同时承担因此而给公司或其关联方造成的任何损失、赔偿及费用。公司管理部可对此作出另行规定或决定。激励对象有义务积极配合完成相应法律文件的签署工作。	起，除非公司管理机构另行决定： （1）对于尚未成熟的标的股权，执行人或公司指定方有权利、但无义务全部或部分购买，执行人或公司指定方决定购买的未成熟标的股权（下称“拟购买未成熟股权”），购买价格按拟购买未成熟股权对应的届时经公司统一核算口径后的管理报表所确定的净资产价格计算； （2）对于已经成熟的标的股权，执行人或公司指定方有权利、但无义务全部或部分购买，执行人或公司指定方决定购买的已成熟标的股权（下称“拟购买股权”），购买价格按以下价格之孰高值计算：①被授予人就拟购买股权实际支付的购股价款原价；②拟购买股权对应的届时经公司统一核算口径后的管理报表所确定的净资产价格； ③ 拟购买股权对应的届时公司最近一轮已完成融资估值的3折价格。 若因被授予人发生本条第1.1款规定的过错行为而导致劳动关系终止或解除的，则标的股权的购买适用本条第1.1款的规定。 1.3其他原因导致的购买 退出事件发生前，被授予人因个人原因（包括但不限于离婚、偿还债务等）致使标的股权拟被分割或以其他方式处分的，执行人或公司指定人员有权以原购股价格或届时经公司统一核算口径后的管理报表所确定的净资产价格的孰高值购买全部或部分拟被分割或处分标的股权。 若非因执行人或公司指定人员原因导致不能按本款的约定购买，致使最终实际购买价格高于本款约定的价格，购买价格超出部分由被授予人支付或向执行人或公司指定人员作补偿。 1.4退出事件发生前，除本条规定的事由以外，若被授予人因我国《合伙企业法》或持股机构《合伙协议》规定事由而退伙/除名的，执行人或公司指定人员有权根据本条第1.2款的规定购买全部标的股权（包括被授予人在持股机构持有的出资及对应的公司股权）。 1.5标的股权根据本条规定被购买的，被授予人持有的标的股权（包括持股

	过错事项具体包括以下各项： （1）激励对象因故意或重大过失行为，严重违反公司或其关联公司的规章制度、劳动合同/顾问服务协议或有其他严重不当行为，使公司或其关联公司遭受重大损失或者损害的； （2）激励对象因针对公司或关联公司的不当行为而构成刑事犯罪的； （3）激励对象违反本协议第7.2条保密义务及泄露公司或其关联公司商业秘密的； （4）激励对象违反公司或其关联公司关于反腐败及反商业贿赂的内部制度的； （5）激励对象违反公司或其关联公司的竞业禁止、禁止劝诱义务的； （6）激励对象在其任职/提供顾问服务期问或者离职/终止顾问服务后具有对公司或其关联公司的不正当竞争行为或在公共场合或通过其他公共渠道故意诋毁公司声誉、散布不利于公司的言论或有其他污蔑、诽谤公司的行为。 （7）激励对象违反《公司法》、《公司章程》的相关规定，严重损害公司利益的其 他情形。 2.2劳动/顾问服务合作关系终止时激励股权的处理 （1）激励对象在退出事项发生前，或在公司上市但按相关法律或证券交易所的制度未到股票解限期之前，与公司或其关联公司解除劳动/顾问服务合作关系的（除本协议第2.1条所述情形之外），在等待期的期权终止授予，由公司收回；对于已过等待期，但尚未行权的期权，激励对象应于劳动/顾问服务合作关系终止之日后在公司管理部指定的期限内选择是否行权，如激励对象逾	机 构出资及其对应的公司股权）应相应减少。 1.6被授予人于此同意本条关于标的股权购买的规定，并确认本条规定的标的股权购买价款为执行人或公司指定人员购买其标的股权的全部对价，除购买价款外，公司、持股机构、执行人或公司指定方无需另行支付任何款项（包括但不限于任何分红）。如购买行为发生时，被授予人已登记为持股机构的有限合伙人，则被授予人承诺配合持股机构办理出资转让/退伙的工商变更登记手续。自工商变更登记手续办理完毕之日起，被授予人即对已购买标的股权不再享有任何权利。 2.标的股权处分 2.1处分限制 自授予日起6年内（“有效期”），或在退出事件发生之前（以孰晚为准），除非限制性股权协议另有规定，或公司管理机构另行决定，被授予人（无论其是否离职）不得将其被授予的任何标的股权质押、转让、设置任何权利负担或以其他任何方式进行处分。 2.2优先购买权 在满足限制性股权协议约定的处分限制的前提下，如果被授予人向第三方转让其持有的标的股权，被授予人应至少提前10个工作日通知公司和执行人。在同等条件下，执行人或公司指定人员有权以与第三方的同等条件优先购买全部或部分拟转让的标的股权。 2.3标的股权的变现 （1）退出事件发生前，公司引入战略投资者时，被授予人就已成熟标的股权在获得战略投资者和执行人同意后，可以优先以各方同意的价格向战略投资者转让部分标的股权。 （2）公司成功上市（首次公开发行股票并上市或并购重组）的，被授予人可在符合上市安排和股票交易规则的前提下，通过二级市场转让退出。

	期未行权，则该等期权应即时作废。公司或公司管理部有权要求该激励对象将其所持有的激励股权转让给公司实际控制人或公司管理部指定的主体，转让价款为激励对象获授此部分股权时支付的价款与此部分价款对应的每年10%的利息之和。 （2）如因任何法律规定致使本条款之约定在一定时期内不能执行的，则双方应在该时期终止后或法律允许转让的情况发生时一个月内按本条所约定之方式执行。 2.3继承 激励对象在退出事项发生前，或在公司上市但按相关法律或证券交易所的制度未到股票解限期之前(除本协议第2.1条所述情形之外)，若激励对象死亡或被宣告死亡的，则激励对象持有的仍在等待期的期权终止授予，由公司收回；除非公司管理部另行作出决议，激励对象持有的已过等待期，但尚未行权的期权终止行权；对于激励对象及/或其继承人持有的已行权的激励股权，公司管理部有权按本协议第2.2条的规定予以转让处理。	（3）有效期届满且预计公司在短期内无法实现IPO或引入战略投资者，除非管理机构另行决定，在有效期届满之日起一年内，执行人或公司指定人员有权以届时经公司统一核算口径后的管理报表所确定的净资产价格购买被授予人全部或部分标的股权。 （4）公司首次公开发行股票并上市或新三板挂牌完成后，标的股权的转让还应适用上市公司或新三板挂牌公司股票转让的相关规定。若本条的规定与上市公司或新三板挂牌公司股票转让的规定冲突的，则适用上市公司及新三板挂牌公司股票转让的规定。 退出事件是指：（1）公司境内外证券市场首次公开发行股票并上市；（2）公司控制权变更（指公司与第三方发生并购或其他交易（包括但不限于重组、增资、股权转让等）后导致交易前公司全体股东的投票权之和低于交易完成后公司股东投票权总和50%的情形）；（3）公司实质上出售其全部或大部分核心资产；或（4）公司被依法解散。
锁定期限	至合格的公开发行后的一年	自授予日起6年或在退出事件发生之前（以孰晚为准）
服务期限	未明确服务期限，存在隐含服务期，公司根据上市安排以及IPO审核进度合理预计本次授予所对应的服务期至2026年12月末	未明确服务期限，存在隐含服务期，公司根据上市安排以及IPO审核进度合理预计本次授予所对应的服务期至2026年12月末

（2）激励计划实施调整情况

①2017 年股票期权激励计划

2017 年，公司实施股票期权激励计划，并分别与 14 名激励对象签署期权授予协议。实际操作中，工商登记的激励对象持有的北京金史密斯合伙的合伙份额与按照激励对象签署的授予协议约定计算的合伙份额存在差异，为此，公司于 2024 年 11 月 15 日召开公司第二届董事会第二次会议及 2024 年第五次临时股东大会，审议通过了《关于确认公司股权激励计划相关事项的议案》，确认激励对象最终取得的北京金史密斯合伙份额以实际取得并在工商部门/市场监督管理部门登记的为准。此外，公司第二届董事会第二次会议及 2024 年第五次临时股东大会还确认如下调整：

A、2018 年 9 月 11 日，有限公司董事会审议通过《北京金史密斯科技有限公司股权激励计划（第二期）》。根据《北京金史密斯科技有限公司股权激励计划（第二期）》规定，激励计划的有效期为 10 年。自董事会审议前述激励计划以来,公司一直未实施《北京金史密斯科技有限公司股权激励计划(第二期)》,现终止实施《北京金史密斯科技有限公司股权激励计划（第二期）》。

B、公司未实施且拟终止实施期权激励计划项下剩余尚未授予的第三次期权计划。

②2021 年限制性股权激励计划

2021 年，公司实施限制性股权激励计划，公司、景志峰、厦门金史密斯合伙与激励对象签署限制性股权协议。实际操作中，工商登记的激励对象持有的厦门金史密斯合伙的合伙份额与按照协议约定计算的厦门金史密斯合伙份额存在差异。为此，公司于 2024 年 11 月 15 日召开公司第二届董事会第二次会议及 2024 年第五次临时股东大会，审议通过了《关于确认公司股权激励计划相关事项的议案》，确认激励对象最终取得的厦门金史密斯合伙份额以实际取得并在工商部门/市场监督管理部门登记的为准。此外，公司第二届董事会第二次会议及 2024 年第五次临时股东大会还确认如下调整：

A、结合激励对象的实际的付款能力及其对公司的贡献，并经公司、厦门金史密斯、景志峰与其协商一致，对于安鑫、靳国强、林志强、彭星伟、王宁扬、郝建平、李春霞、孟李霞、赵慧宇的限制性股权转让价款及取得的限制性股权予以调整。

B、根据公司、景志峰、厦门金史密斯合伙与各激励对象签署的限制性激励股权相关协议约定，激励对象所获得的激励股权分期成熟，公司确认，对于现仍为厦门金史密斯合伙的合伙人的激励对象通过厦门金史密斯合伙持有的公司股权均自授予日起立即成熟，不再对激励对象进行考核。

（3）公司股权激励实施过程中是否存在纠纷，目前是否已实施完毕，是否存在预留份额及其授予计划

截至本公开转让说明书签署日，公司股权激励实施过程中不存在纠纷，均已实施完毕，不存在预留份额及其授予计划。

2、激励对象的选定标准和履行的程序，实际参加人员是否符合前述标准、是否均为公司员工、出资来源，所持份额是否存在代持或其他利益安排；

（1）激励对象的选定标准和履行的程序

①2017 年股票期权激励计划

根据公司 2017 年 7 月召开的股东会审议通过的《北京金史密斯科技有限公司期权激励计划》，期权激励计划的激励对象的确定依据为，根据公司战略，激励对实现公司战略目标起关键作用的管理岗位和业务岗位，对处在该等岗位上的人员进行激励；激励对象包括公司的高级管理人员、业务与技术骨干等。

该激励对象经过公司 2017 年 7 月召开的董事会和股东会审议通过。此外，公司于 2024 年 11 月 15 日召开公司第二届董事会第二次会议及 2024 年第五次临时股东大会，审议通过了《关于确认公司股权激励计划相关事项的议案》，对 2017 年的股票期权激励计划项下的激励对象予以了确认。

②2021 年限制性股权激励计划

2021 年限制性股权激励计划的激励对象选取的标准为：①对公司发展作出突出贡献的在职高级管理人员及核心技术人员；②公司未来持续发展所必须的具有发展潜力的在职人员。

公司于 2024 年 11 月 15 日召开公司第二届董事会第二次会议及 2024 年第五次临时股东大会，审议通过了《关于确认公司股权激励计划相关事项的议案》，对 2021 年限制性股权激励计划项下的激励对象予以了确认。

（2）实际参加人员是否符合前述标准、是否均为公司员工、出资来源，所持份额是否存在代持或其他利益安排

截至本公开转让说明书签署日，厦门金史密斯合伙的合伙人（实际参加股权激励人员）符合上述标准，均为公司员工，出资来源为自有或自筹资金，所持份额不存在代持及其他利益安排。

3、对照《企业会计准则》，分析股权激励的会计处理是否恰当，对当期及未来公司业绩的影响情况；股权激励行权价格的确定原则，以及和最近一年经审计的净资产或评估值的差异情况

（1）对照《企业会计准则》，分析股权激励的会计处理是否恰当

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》第二条的规定，股份支付是指企业为获取职工和其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》第四条的规定，以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，应当以授予职工权益工具的公允价值计量。权益工具的公允价值，应当按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》确定。

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》第六条的规定，完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，应当以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。

根据上述规定，公司按照股权激励持股平台股东行权价格/增资授予价格与公允价格的差异计算股份支付总费用，对股权激励协议约定服务期的，将服务期作为等待期，在等待期内的每个资产负债表日，分摊确认股份支付金额；对股权激励协议未约定服务期的，在授予时一次性确认股份支付金额。公司依据股权激励授予对象的工作岗位和职能，计入相应费用或成本和资本公积。综上，公司股份支付的会计处理符合《企业会计准则》的相关规定。

（2）对当期及未来公司业绩的影响情况

经测算，公司股权激励对报告期及未来公司业绩的影响情况如下：

单位：万元

股权激励计划	股份支付费用会计处理	2022 年	2023 年	2024 年 1-6 月	2024 年	2025 年	2026 年
2017 年股票期权激励计划	服务期内分摊	-13.86	7.47	3.74	7.47	7.47	7.47
2021 年限制性股权激励计划	服务期内分摊	196.10	239.37	446.07	513.34	134.53	134.53
股份支付费用小计		182.24	246.84	449.81	520.81	142.00	142.00

公司股权激励所产生股份支付费用对公司报告期及未来公司业绩不存在重大不利影响。

（3）股权激励行权价格的确定原则，以及和最近一年经审计的净资产或评估值的差异情况

公司 2017 年股票期权激励计划行权价格为 0 元/出资额，最近一年末经审计每股净资产价格为 4.37 元/股，公司未就本次股权激励计划进行评估。股权激励行权价格与每股净资产价格存在一定差异，主要系公司成立不久、尚处于前期起步阶段，公司综合考虑发挥激励作用、增强公司凝聚力、维护公司长期稳定发展等因素确定了行权价格，具有合理性。

2021 年 1 月实施的 2021 年限制性股权激励计划限制性股票授予价格为 143.24 元/出资额，最近一年末经审计每股净资产价格为 84.45 元/股，公司未就本次股权激励计划进行评估，公司综合发挥激励作用、增强公司凝聚力、维

护公司长期稳定发展等因素确定了授予价格，股权激励授予价格高于每股净资产价格低于外部投资人增资价格，具有合理性。

综上所述，公司综合发挥激励作用、增强公司凝聚力、维护公司长期稳定发展等因素确定了授予价格，与最近一年末每股净资产价格存在一定差异，具有合理性。”

五、说明纳爱斯浙江投资有限公司等公司机构投资者是否涉及国资，中泰创投等国资股东出资及股权变动是否需要并履行批复、评估、备案等国资管理程序，审批机构是否具备相应权限，是否存在国有资产流失的情形

（一）说明纳爱斯等公司机构投资者是否涉及国资

截至本问询回复出具之日，公司目前的机构投资者中，涉及国资的股东为中泰创投，其实际控制人为山东省人民政府国有资产监督管理委员会，纳爱斯等其他公司机构投资者不属于国资股东。

（二）中泰创投等国资股东出资及股权变动是否需要并履行批复、评估、备案等国资管理程序，审批机构是否具备相应权限，是否存在国有资产流失的情形

1、中泰创投投资公司及后续股权变动的评估、备案程序

根据中泰创投出具的《关于中泰创投投资北京金史密斯科技股份有限公司之确认函》及机构股东核查情况表：

中泰创投为中泰证券股份有限公司全资子公司，属于国有金融企业，适用《财政部关于进一步明确国有金融企业直接股权投资有关资产管理问题的通知》（财金[2014]31 号，以下简称“31 号文”）规定；

根据 31 号文规定，国有金融企业可以按照成本效益和效率原则，自主确定是否聘请专业机构对拟投资企业进行资产评估，资产评估结果由企业履行内部备案程序；

中泰创投于 2020 年 7 月及 2020 年 10 月向公司增资的行为属于 31 号文下的国有金融企业开展直接股权投资业务。根据 31 号文规定，中泰创投当时就前述

增资行为无需履行资产评估和备案程序，就公司形式由有限责任公司变更为股份有限公司（以下简称“股改”）、后续增资及股东之间发生的股权转让等股权变动，中泰创投亦无需履行资产评估和备案程序。

2、中泰创投投资公司的内部决策流程

根据《中泰创业投资（深圳）有限公司另类投资业务管理办法》（中泰创业投资（深圳）有限公司为中泰创投曾用名）第九条规定，公司建立立项委员会-风控委员会-投资决策委员会-董事会投资决策流程，对于单笔投资金额超过 3,000 万元的或者占投资后企业比例超过 5%的，在投资前应报送中泰证券风险管理部进行风险评估，并抄送中泰证券董事会办公室和计划财务总部，按中泰证券相关流程履行审批程序。根据《中泰创业投资（深圳）有限公司另类投资业务管理办法》第十五条规定，通过投决会后，项目组应将包括但不限于投决会、风控会提交的材料等提交公司董事会进行审议（对于单笔投资金额超过 3000 万元的或者占投资后企业比例超过 5%的，参照第九条执行）。

中泰创投已按照公司内部制度履行相应投资决策程序，其中：2020 年 6 月，中泰创投召开第一届董事会第二十次会议，审议通过了《关于审议对北京金史密斯科技有限公司进行投资议案》，同意以增资的方式不超过 1,000 万元对其进行投资；2020 年 9 月，中泰创投召开第一届董事会第二十八次会议，审议通过了《关于反稀释跟投北京金史密斯科技有限公司 E 轮融资的议案》，同意跟投 129 万元。

3、相关国有股权确认及国有股东标识

2024 年 9 月 27 日，中泰创投控股股东中泰证券股份有限公司出具了《企业产权登记表》，确认中泰创投持有公司 56.9723 万股股份。

2024 年 10 月 29 日，山东省人民政府国有资产监督管理委员会出具《山东省国资委关于中泰创业投资（上海）有限公司持有北京金史密斯科技股份有限公司股权的意见》（鲁国资收益字〔2024〕25 号），确认中泰创投持有公司 56.9273 万股股份，并明确若公司在境内发行股票并上市，中泰创投在中国证券登记结算有限责任公司开立的证券账户上应加注“SS”标识。

综上所述，并根据中泰创投出具的《关于中泰创投投资北京金史密斯科技股份有限公司之确认函》，中泰创投就 2020 年 7 月及 2020 年 10 月对公司增资事项、公司股改、后续增资及股东之间发生的股权转让等股权变动无需履行资产评估和备案程序，中泰创投已履行必要的决策、批准等国资管理程序，审批机构具备相应权限，不存在国有资产流失的情形。

六、说明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；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；结合代持还原后股东人数及安睿联荷股东穿透情况，说明公司股东人数是否存在超过200人的情形

（一）说明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

公司股权代持情况参见《公开转让说明书》“第一节 基本情况”之“四、公司股本形成概况”之“（六）其他情况”。

关于“李培敏股权代持及解除过程”事项，主办券商及律师对韩道虎、李培敏及景志峰进行访谈并取得确认，同时取得景志峰、李培敏填写的自然人股东调查问卷，并经核查，李培敏与景志峰的股权代持关系已于申报前解除，景志峰与韩道虎、李培敏就上述股权代持事项不存在纠纷、争议及潜在纠纷、争议。

关于“赵伟等人股权代持及解除过程”事项，主办券商及律师对全部代持人与被代持人进行了访谈并取得了全部代持人与被代持人对《扁豆科技历史沿革说明》确认，上述股权代持已于申报前全部清理完毕、解除，且不存在任何争议及纠纷。

（二）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

公司不存在影响股权明晰的问题，上述因股权代持行为入股的股东不存在异常入股的情况，不存在规避持股限制等法律法规规定的情形。

（三）结合代持还原后股东人数及安睿联荷股东穿透情况，说明公司股东人数是否存在超过 200 人的情形

由于安睿联荷为未备案为私募基金的合伙企业，将其穿透计算股东的人数为 5 名，结合上述股权代持还原情况，公司股东人数不存在超过 200 人的情形。

【中介机构回复】

一、请会计师核查上述事项（4）并发表明确意见

（一）核查过程

申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、查阅北京金史密斯合伙、厦门金史密斯合伙工商档案及对应的合伙协议；股权激励涉及的董事会、股东会/股东大会决议、授予协议、限制性股权协议及其补充协议、终止协议、价款支付凭证、激励对象劳动合同、社保缴纳文件、入股时的价款支付凭证、实缴出资凭证；查阅相关激励对象的访谈问卷；

2、查阅《企业会计准则第 11 号——股份支付》等相关会计准则；

3、查阅公司历次股权变动的工商档案、董事会决议、股东会决议/股东大会决议、投资协议、股权转让协议/股份转让协议等入股协议，价款支付凭证、验资报告，了解股权激励相关时点审计或评估情况、外部投资人入股估值情况。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、公司股权激励实施过程中不存在纠纷，目前已实施完毕，不存在预留份额；

2、激励对象符合公司股权激励计划标准，均为公司员工，出资来源为自有或自筹资金，所持份额不存在代持或其他利益安排；

3、公司股权激励相关会计处理恰当，对当期及未来公司业绩不存在重大不利影响；公司综合发挥激励作用、增强公司凝聚力、维护公司长期稳定发展等因素确定了授予价格，与最近一年末每股净资产价格存在一定差异，具有合理性。

二、请主办券商、律师核查上述事项并发表明确意见

（一）核查过程

就该问题，主办券商、律师履行了包括但不限于以下核查程序：

1、获取并查阅康体亿佰工商档案；

2、获取并查阅康体亿佰注销时在册股东的说明文件，查询中国裁判文书网、中国执行信息公开网、信用中国、企查查网站等公开查询系统，核查康体亿佰是否存在债务纠纷、重大违法违规行为；

3、获取并查阅金史密斯有限收购扁豆科技相关的公司工商档案、扁豆科技工商档案、收购扁豆科技相关的评估报告、总体协议及其补充协议、价款支付凭证；

4、获取并查阅公司收购扁豆科技前后公司融资协议、价款支付凭证；

5、取得并查阅扁豆科技经营团队人员出具的说明文件；

6、取得并查阅公司历次股权变动的工商档案、董事会决议、股东会决议/股东大会决议、投资协议、股权转让协议/股份转让协议等入股协议，价款支付凭证、验资报告；

7、查阅公司审计报告；

8、获取并查阅相关股东的调查问卷/股东情况核查表及董事、监事及高级管理人员调查表；

9、查阅北京金史密斯合伙、厦门金史密斯合伙工商档案及对应的合伙协议；股权激励涉及的董事会、股东会/股东大会决议、授予协议、限制性股权协议及其补充协议、终止协议、价款支付凭证、激励对象劳动合同、社保缴纳文件、入股时的价款支付凭证、实缴出资凭证；查阅《企业会计准则第 11 号——股份支付》等相关会计准则；

10、对申报会计师事务所签字会计师和公司财务总监进行访谈；

11、获取并查阅公司控股股东、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三个月的资金流水；

12、对相关股东、激励对象、代持对象进行访谈；

13、查阅《财政部关于进一步明确国有金融企业直接股权投资有关资产管理问题的通知》相关规定；

14、获取并查阅中泰创投投资金史密斯的内部决策文件，山东省人民政府国有资产监督管理委员会出具《山东省国资委关于中泰创业投资（上海）有限公司持有北京金史密斯科技股份有限公司股权的意见》以及中泰创投《企业产权登记表》、中泰创投出具的确认函；

（二）核查结论

经核查，主办券商、律师认为：

1、金史密斯有限系景志峰为开创新业务而设立的新主体，金史密斯成立后主要从事创新形态运动健身器材的研发、生产和销售，而康体亿佰主要从事传统跑步机零售业务；金史密斯有限成立后，康体亿佰继续维持原有的零售跑步机业务直至注销，二者不存在业务承继关系；因传统跑步机市场竞争逐步加剧，康体亿佰全体股东同意注销康体亿佰，注销具有合理性；康体亿佰注销前不存在潜在债务纠纷、重大违法违规情形；

2、金史密斯有限通过收购扁豆科技股权，取得了扁豆科技原正在申请中的专利和相关技术，同时扁豆科技原经营团队靳国强、林志强、王宁扬等的全职加入金史密斯有限，是公司研发力量的重要组成部分，为公司后续产品研发及技术创新提供了方向性指引，上述收购具有合理性和必要性；各方支付的对价具有公允性、款项流转具有合理性；公司不存在非货币出资，公司股权清晰；

3、报告期内及期后历次股权转让、增资的背景和原因具有合理性；厦门文广通过厦门产权交易中心公开挂牌竞价转让公司股份，其他增资及转让价格为相关当事方协商确定，具有合理性，不存在委托持股及其他利益安排；

2023年下半年，经与三柏硕商务谈判，公司将部分机型的跑步机委托给三柏硕进行代工生产，三柏硕成为公司供应商；与公司客户、供应商存在关联关系的其他股东主要为天津金米、苏州顺为、李培敏、景志峰、郭凤翔。前述股东入股公司背景具有合理性，景志峰及郭凤翔为公司创始团队成员，除此二人外，相关入股定价由相关当事方协商确定，不存在利益输送及其他利益安排；

4、截至本问询回复出具之日，公司股权激励有明确的激励流转及退出机制、锁定期限、服务期限；股权激励过程中公司对激励计划进行了适当调整；股权激励实施过程中不存在纠纷，目前已实施完毕，不存在预留份额及授予计划；

公司股权激励拥有明确的选定标准，并就股权激励履行了相应的审议程序；截至本问询回复出具之日，厦门金史密斯合伙为公司股权激励平台，厦门金史密斯合伙的合伙人（实际参加股权激励人员）符合上述标准，均为公司员工，出资来源为自有或自筹资金，所持份额不存在代持及其他利益安排；

公司股权激励相关会计处理恰当，对当期及未来公司业绩不存在重大不利影响；公司综合发挥激励作用、增强公司凝聚力、维护公司长期稳定发展等因素确定了授予价格，与最近一年末每股净资产价格存在一定差异，具有合理性；

5、截至本问询回复出具之日，公司目前的机构投资者中，涉及国资的股东为中泰创投，其实际控制人为山东省人民政府国有资产监督管理委员会；根据中泰创投出具的《关于中泰创投投资北京金史密斯科技股份有限公司之确认函》，中泰创投就2020年7月及2020年10月对公司增资事项、公司股改、后续增资及股东之间发生的股权转让等股权变动无需履行资产评估和备案程序，中泰创投已履行必要的决策、批准等国资管理程序，审批机构具备相应权限，不存在国有资产流失的情形；

6、公司股权代持行为已在申报前解除还原，并已取得全部代持人与被代持人的确认；截至本问询回复出具之日，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；截至本问询回复出具之日，公司股东人数未超过 200 人；

三、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

为核查公司控股股东、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是否存在股权代持情况，履行了包括但不限于以下程序：

1、获取并查阅公司历次股权变动工商档案、北京金史密斯合伙工商档案、厦门金史密斯合伙工商档案、入股相关股东会决议/股东大会决议，投资协议、股权转让协议等入股协议，出资人及受让人的出资凭证、银行回单，验资报告，相关完税证明或纳税凭证，核查股权变动及其出资的真实性、有效性；

2、获取并查阅公司自然人股东调查问卷、机构股东核查情况表，董事、监事及高级管理人员调查表，核查其持有公司股权及代持情况；

3、对相关股东进行访谈，核查股东入股背景、入股真实性及是否存在代持等情况，并针对代持事项取得相关当事方对股权代持形成及解除的确认；

4、获取并查阅公司控股股东、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三个月的资金流水，核查是否存在资金异常流转情况。

综合上述，截至本问询回复出具之日，公司历史上存在的股权代持已经解除，股权代持的核查程序充分有效。

四、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

经核查，截至本问询回复出具之日，公司股东入股价格不存在明显异常，入股背景、入股价格、资金来源等情况如下表所示：

时间	股权变动形式	转让方	受让方/增资方	转让/新增注册资本（万元）/股数（万股）	入股价格（元/每元注册资本，元/股）	入股背景	资金来源	入股价格是否存在明显异常
2015年11月	公司设立	/	/	50.0000	1.00	康体亿佰设立金史密斯有限	自有/自筹资金	不存在
2015年12月	有限公司第一次增资	/	康体亿佰	50.0000	1.00	增加金史密斯有限资金实力	自有/自筹资金	不存在
2016 年 4 月	有限公司第二次增资	/	苏州顺为	21.4286	28.00	看好景志峰的轻量化设计及创新产品理念	自有/自筹资金	不存在
		/	天津金米	21.4286	28.00	看好景志峰的轻量化设计及创新产品理念	自有/自筹资金	不存在
	有限公司第一次股权转让	康体亿佰	景志峰	14.2857	0.00	景志峰持股方式调整，即由间接持股调整为直接持股	不涉及	不存在
2017 年 1 月	有限公司第三次增资	/	孙昊	6.0190	参见本问询回复“2、关于历史沿革”之“二”	认可扁豆科技的研发团队及其研究成果，而扁豆科技研发团队也希望通过与金史密斯有限的合作打开产品市场	自有/自筹资金	不存在
		/	靳国强	4.1429			自有/自筹资金	不存在
		/	林志强	1.6841			自有/自筹资金	不存在
		/	王宁扬	0.7937			自有/自筹资金	不存在
		/	柯于奎	0.7937			自有/自筹资金	不存在

时间	股权变动形式	转让方	受让方/增资方	转让/新增注册资本（万元）/股数（万股）	入股价格（元/每元注册资本，元/股）	入股背景	资金来源	入股价格是否存在明显异常
		/	合肥聚和	2.4397			自有/自筹资金	不存在
	有限公司第二次股权转让	康体亿佰	蒋妍	0.4845	0.00	对蒋妍在康体亿佰的长期工作及对其的贡献进行感谢和奖励	不涉及	不存在
		康体亿佰	郭凤翔	2.3669	0.00	郭凤翔属于金史密斯的创始团队成员之一，基于其长期工作贡献，康体亿佰向其转让股权	不涉及	不存在
		康体亿佰	李翔	2.4049	0.00	对其进行激励	不涉及	不存在
		康体亿佰	张晓勤	3.7569	53.24	看好金史密斯的业务和未来的发展	自有/自筹资金	不存在
		康体亿佰	景志光	4.2746	0.00	景志光持股方式调整，由通过康体亿佰间接持股转为直接持股	不涉及	不存在
		康体亿佰	王延峰	5.6191	0.00	王延峰主要负责北京确动健身器材有限公司(康体亿佰曾持股 100%，以下简称“北京确动”)经营，担任北京确动执行董事、经理。随着景志峰与康体亿佰经营重心逐步放在	不涉及	不存在

时间	股权变动形式	转让方	受让方/增资方	转让/新增注册资本（万元）/股数（万股）	入股价格（元/每元注册资本，元/股）	入股背景	资金来源	入股价格是否存在明显异常
						金史密斯有限，为补偿王延峰为康体亿佰、北京确动经营上的付出，经与康体亿佰协商，康体亿佰同意向王延峰转让金史密斯有限股权。		
		康体亿佰	景志峰	58.236	0.00	持股方式调整，由通过康体亿佰间接持股转为直接持股	不涉及	不存在
		康体亿佰	李培敏	8.5714	0.00	持股方式调整，由通过康体亿佰间接持股转为直接持股	不涉及	不存在
2017 年 6 月	有限公司第四次增资	/	青岛华芯	18.7847	106.47	看好公司发展	自有/自筹资金	不存在
		/	奥都百升	5.6354	106.47	看好公司发展	自有/自筹资金	不存在
		/	上海开物	4.6962	106.47	看好公司发展	自有/自筹资金	不存在
	有限公司第三次股权转让	景志峰	北京金史密斯合伙	9.3263	0.00	拟以北京金史密斯合伙为持股平台开展股权激励	不涉及	不存在
		李翔	北京金史密斯合伙	1.2025	0.00	因个人原因不能全职在公司工作，与景志峰协	不涉及	不存在

时间	股权变动形式	转让方	受让方/增资方	转让/新增注册资本（万元）/股数（万股）	入股价格（元/每元注册资本，元/股）	入股背景	资金来源	入股价格是否存在明显异常
						商，将持有股权的50%无偿转让给北京金史密斯合伙		
		孙昊	北京金史密斯合伙	3.2503	0.00	离职，将未兑现的股权转让给北京金史密斯合伙	不涉及	不存在
		张晓勤	北京金史密斯合伙	3.7569	53.24	临时变更投资计划，决定不再投资金史密斯有限，经与景志峰协商，将其持有的金史密斯有限的股权按照投资价格转让给北京金史密斯合伙	张晓勤入股时将200万元直接支付给景志峰，其退出时，由景志峰将200万元退还给张晓勤	不存在
2019年1月	有限公司第五次增资	/	锦盛优越	4.4913	129.36	认为公司具有投资价值	自有/自筹资金	不存在
		/	盈科汇金	3.1308	129.36	看好公司团队及公司业务未来发展	自有/自筹资金	不存在
		/	盈科中泰	3.8652	129.36	认为公司具有投资价值	自有/自筹资金	不存在
		/	盈科佳泰	7.2975	129.36	认为公司具有投资价值	自有/自筹资金	不存在
		/	青岛华芯	2.0872	129.36	看好公司前景	自有/自筹资金	不存在

时间	股权变动形式	转让方	受让方/增资方	转让/新增注册资本（万元）/股数（万股）	入股价格（元/每元注册资本，元/股）	入股背景	资金来源	入股价格是否存在明显异常
	有限公司第四次股权转转让	柯于奎	北京金史密斯合伙	0.2064	0.00	提前离职，将未兑现的股权以零对价转让给北京金史密斯合伙	不涉及	不存在
2020 年 9 月	有限公司第五次股权转让	盈科汇金	盈科圣辉	3.1308	388.08	福建三木集团股份有限公司取得盈科汇金控制权后，拟转让盈科汇金持有的金史密斯有限股权以取得相关收益，而盈科创新资产管理有限公司（以下简称“盈科资本”）持续看好金史密斯有限，因此协商通过其管理的备案私募基金盈科圣辉受让盈科汇金拟转让的股权	自有/自筹资金	不存在
	有限公司第六次增资	/	盈科吉运	7.7303	388.08	盈科资本管理的其他基金已投过公司，对公司比较了解，看好公司业务、团队及未来发展	自有/自筹资金	不存在
		/	青岛华芯	0.8529	388.08	看好公司前景，进行增持	自有/自筹资金	不存在
	有限公司第七次增	/	中泰创投	2.5768	388.08	公司的业务发展方向、规模等符合中泰创投对投	自有/自筹资金	不存在

时间	股权变动形式	转让方	受让方/增资方	转让/新增注册资本（万元）/股数（万股）	入股价格（元/每元注册资本，元/股）	入股背景	资金来源	入股价格是否存在明显异常
	资					资标的要求，而且中泰创投也认可公司、景志峰及公司研发团队		
		/	宝盛智能	2.5768	388.08	看好公司的业务和发展	自有/自筹资金	不存在
2020年11月	有限公司第六次股权转让	靳国强	曲阜泰康	1.0455	224.77	靳国强、孙昊、王宁扬、柯于奎有转让股权意向，实现部分持股收益，而曲阜泰康看好公司未来发展	自有/自筹资金	不存在
		孙昊	曲阜泰康	1.1790	224.77		自有/自筹资金	不存在
		王宁扬	曲阜泰康	0.2225	224.72		自有/自筹资金	不存在
		柯于奎	曲阜泰康	0.2225	224.72		自有/自筹资金	不存在
	有限公司第七次股权转让	景志峰	李培敏	3.0473	0.00	股权代持还原	不涉及	不存在
	有限公司第八次股权转让	王延峰	西岭财富	2.2256	224.66	王延峰、李翔转让股权取得现金收益，而西岭财富看好公司发展而投资公司	自有/自筹资金	不存在
		李翔	西岭财富	1.2024	224.55		自有/自筹资金	不存在
	有限公司第九次股	景志峰	衡水鲲穹	5.4763	0.00	本次转让系持股方式调整，三人由直接持有该等	不涉及	不存在
		景志光	衡水鲲穹	2.0466	0.00		不涉及	不存在

时间	股权变动形式	转让方	受让方/增资方	转让/新增注册资本（万元）/股数（万股）	入股价格（元/每元注册资本，元/股）	入股背景	资金来源	入股价格是否存在明显异常
	权转让	郭凤翔	衡水鲲穹	0.4700	0.00	股权调整为通过衡水鲲穹间接持有	不涉及	不存在
2020年12月	有限公司第八次增资	/	中金文化消费基金	13.3473	449.53	产品在国内有差异化，具有市场竞争力，看好公司未来发展前景	自有/自筹资金	不存在
		/	金创创投	4.4491	449.53	看好公司未来发展	自有/自筹资金	不存在
		/	华芯斯远	6.6737	449.53	看好公司未来发展	自有/自筹资金	不存在
		/	中泰创投	0.2870	449.48	主动跟投	自有/自筹资金	不存在
	有限公司第九次增资	/	中以英飞	2.0601	485.41	公司所在行业符合基金投资方向，看好公司成长性、团队及未来发展前景	自有/自筹资金	不存在
		/	广西华清	2.0601	485.41	看好公司未来发展	自有/自筹资金	不存在
	有限公司第十次股权转让	景志峰	中金文化消费基金	2.2246	449.52	看好公司发展前景，且景志峰有转让股权意向	自有/自筹资金	不存在
	有限公司第十一次股权转让	衡水鲲穹	中以英飞	2.0601	485.41	公司所在行业符合基金投资方向，看好公司成长性、团队及未来发展前景，而衡水鲲穹有转让公	自有/自筹资金	不存在

时间	股权变动形式	转让方	受让方/增资方	转让/新增注册资本（万元）/股数（万股）	入股价格（元/每元注册资本，元/股）	入股背景	资金来源	入股价格是否存在明显异常
						司股权意向		
		衡水鲲穹	广西华清	2.0601	485.41	看好公司未来发展，而衡水鲲穹有转让公司股权意向	自有/自筹资金	不存在
	有限公司第十二次股权转让	衡水鲲穹	厦门文广	2.2246	449.52	厦门文广为中金文化消费基金的有限合伙人，经中金文化消费基金了解到公司，并看好公司的发展，而衡水鲲穹有转让公司股权意向	自有/自筹资金	不存在
	有限公司第十三次股权转让	天津金米	安睿联荷	2.4721	404.51	看好公司未来的发展	自有/自筹资金	不存在
		衡水鲲穹	安睿联荷	1.6481	606.76		自有/自筹资金	不存在
2021 年 1 月	有限公司第十四次股权转让	郭凤翔	木棉花开	0.8000	0.00	持股方式调整，由个人直接持股转为通过木棉花开间接持股	不涉及	不存在
		景志光	木棉花开	2.2280	0.00		不涉及	不存在
		蒋妍	木棉花开	0.4845	0.00		不涉及	不存在
	有限公司第十五次股权转让	北京金史密斯合伙	厦门金史密斯合伙	17.7424	0.00	员工持股平台调整，由北京金史密斯合伙调整至厦门金史密斯合伙	不涉及	不存在

时间	股权变动形式	转让方	受让方/增资方	转让/新增注册资本（万元）/股数（万股）	入股价格（元/每元注册资本，元/股）	入股背景	资金来源	入股价格是否存在明显异常
	有限公司第十六次股权转让	靳国强	南阳扁豆	3.0974	0.00	持股方式调整，由个人直接持有公司股份转为通过南阳扁豆间接持有公司股份	不涉及	不存在
		林志强	南阳扁豆	1.6841	0.00		不涉及	不存在
		孙昊	南阳扁豆	1.5897	0.00		不涉及	不存在
		王宁扬	南阳扁豆	0.5712	0.00		不涉及	不存在
		柯于奎	南阳扁豆	0.3648	0.00		不涉及	不存在
2021 年 3 月	有限公司第十七次股权转让	奥都百升	道盈熠盛	5.6354	477.41	看好公司的未来发展，而奥都百升拟转让公司股权实现退出	自有/自筹资金	不存在
2023 年 7 月	股份公司第一次股份转让	华芯斯远	三柏硕	132.7662	22.60	华芯斯远有限合伙人青岛城投创业投资有限公司（持有99.74%的合伙份额）出于内部经营考虑，拟尽快收回对华芯斯远的出资，而三柏硕看好公司业务和未来发展，经与华芯斯远协商最终以华芯斯远投资成本价受让公司股份	自有/自筹资金	不存在
2023 年 9 月	股份公司第二次股	盈科佳泰	鑫禾辉聚	145.1761	13.00	盈科佳泰、锦盛优越、盈科中泰预计短期内无法	自有/自筹资金	不存在

时间	股权变动形式	转让方	受让方/增资方	转让/新增注册资本（万元）/股数（万股）	入股价格（元/每元注册资本，元/股）	入股背景	资金来源	入股价格是否存在明显异常
	份转让	锦盛优越		89.3497	13.00	通过公司上市退出，拟转让公司股份退出公司，而鑫禾辉聚看好公司发展前景，经协商，鑫禾辉聚自前述三个主体受让公司股份。转让价格系转让双方协商确定。一方面，本次股份转让自2023年上半年开始谈判，2022年公司盈利水平较低；另一方面，盈科佳泰、锦盛优越、盈科中泰综合考虑退出周期、投资成本、投资回报比例，该转让价格符合盈科佳泰、锦盛优越、盈科中泰的退出标准。		
		盈科中泰		76.8941	13.00			
2023年12月	股份公司第三次股份转让	鑫禾辉聚	纳爱斯	227.2727	22.00	鑫禾辉聚拟出售部分所持股份，获取投资回报，而纳爱斯看好公司发展前景，经协商，纳爱斯自鑫禾辉聚受让前述股份。	自有/自筹资金	不存在
2024年5月	股份公司第一次增	/	纳爱斯	100.0000	30.00	看好公司发展前景	自有/自筹资金	不存在

时间	股权变动形式	转让方	受让方/增资方	转让/新增注册资本（万元）/股数（万股）	入股价格（元/每元注册资本，元/股）	入股背景	资金来源	入股价格是否存在明显异常
	资							
2024 年 8 月	股份公司第四次股份转让	西岭财富	中君翔丰	47.0700	19.76	西岭财富为退出投资、取得投资收益，拟转让公司股份，而中君翔丰看好公司未来发展前景，价格相对合适，经协商，中君翔丰自西岭财富受让公司股份	自有/自筹资金	不存在
2024 年 9 月	股份公司第五次股份转让	厦门文广	厚天三号	44.2561	32.48	厦门文广为收回投资成本、取得投资收益，决定转让公司股份，而厚天三号看好公司未来发展，且得知公司有明确的上市计划，在了解到厦门文广有转让股份意向后，通过参加厦门产权交易中心公开挂牌竞价转让方式受让公司股份	自有/自筹资金	不存在
2024 年 9 月	股份公司第六次股份转让	金创创投	启汇润金	88.5102	31.29	金创创投为退出投资，拟转让公司股份，而启汇润金看好公司未来发展前景，且公司符合启汇润金	自有/自筹资金	不存在

时间	股权变动形式	转让方	受让方/增资方	转让/新增注册资本（万元）/股数（万股）	入股价格（元/每元注册资本，元/股）	入股背景	资金来源	入股价格是否存在明显异常
						投资方向、投资范围和投资原则，经协商启汇润金自金创创投受让公司股份		
		青岛华芯	启汇润金	29.0700	19.61	青岛华芯转让部分股份取得投资收益，而启汇润金看好公司未来发展前景，且公司符合启汇润金投资方向、投资范围和投资原则，经协商启汇润金自青岛华芯受让公司股份	自有/自筹资金	不存在
		苏州顺为	启汇润金	29.0700	19.61	苏州顺为投资时间较早，为满足投资收益要求，决定转让部分公司股份；而启汇润金看好公司未来发展前景，公司符合启汇润金投资方向、投资范围和投资原则，经协商启汇润金自苏州顺为受让公司股份	自有/自筹资金	不存在
		天津金米	启汇润金	29.0700	19.61	估值相对合理，天津金米通过转让部分股份取得	自有/自筹资金	不存在

时间	股权变动形式	转让方	受让方/增资方	转让/新增注册资本（万元）/股数（万股）	入股价格（元/每元注册资本，元/股）	入股背景	资金来源	入股价格是否存在明显异常
						投资收益，同时支持公司同期老股转让方案，支持公司发展，而启汇润金则看好公司未来发展前景，且公司符合启汇润金投资方向、投资范围和投资原则，经协商启汇润金自天津金米受让公司股份		
		盈科圣辉	启汇润金	13.5178	23.68	盈科圣辉为退出投资、取得投资收益，拟转让公司股份，而启汇润金看好公司未来发展前景，且公司符合启汇润金投资方向、投资范围和投资原则，经协商启汇润金自盈科圣辉受让公司股份	自有/自筹资金	不存在
2024年9月	股份公司第七次股份转让	盈科圣辉	厚天三号	45.1709	23.68	盈科圣辉为退出投资、取得投资收益，拟转让公司股份，而厚天三号看好公司未来发展，且得知公司有明确的上市计划，在了解到盈科圣辉有转让股份意向后，经协商，厚天	自有/自筹资金	不存在

时间	股权变动形式	转让方	受让方/增资方	转让/新增注册资本（万元）/股数（万股）	入股价格（元/每元注册资本，元/股）	入股背景	资金来源	入股价格是否存在明显异常
						三号自盈科圣辉受让公司股份。		
2024年11月	股份公司第八次股份转让	宝盛智能	东营厚天	14.6465	27.31	宝盛智能退出期即将到期，拟转让公司股份取得投资收益，而东营厚天看好公司未来发展，且得知公司有明确的上市计划，在了解到宝盛智能有转让股份意向后，经协商，东营厚天自宝盛智能受让公司股份。	自有/自筹资金	不存在
		宝盛智能	星宸厚天	36.6162	27.31	宝盛智能退出期即将到期，拟转让公司股份取得投资收益，而星宸厚天看好公司未来发展，且得知公司有明确的上市计划，在了解到宝盛智能有转让股份意向后，经协商，星宸厚天自宝盛智能受让公司股份。	自有/自筹资金	不存在
2024年11月	股份公司第九次股份转让	鑫禾辉聚	纳爱斯	84.1472	26.47	鑫禾辉聚拟转让公司股份取得投资收益，而纳爱斯看好公司未来发展，希	自有/自筹资金	不存在

时间	股权变动形式	转让方	受让方/增资方	转让/新增注册资本（万元）/股数（万股）	入股价格（元/每元注册资本，元/股）	入股背景	资金来源	入股价格是否存在明显异常
						望继续追加投资，经协商纳爱斯自鑫禾辉聚受让公司股份		
		西岭财富	纳爱斯	10.2972	26.47	西岭财富为退出投资、取得投资收益，决定转让公司股份，而纳爱斯看好公司未来发展，希望继续追加投资，经协商纳爱斯自西岭财富受让公司股份	自有/自筹资金	不存在
2024年11月	股份公司第十次股份转让	盈科圣辉	星宸厚天	3.5953	23.68	盈科圣辉为退出投资、取得投资收益，拟转让公司股份，而星宸厚天看好公司未来发展，且得知公司有明确的上市计划，在了解到盈科圣辉有转让股份意向后，经协商，星宸厚天自盈科圣辉受让公司股份。	自有/自筹资金	不存在
2024年11月	股份公司第十一次股份转让	盈科吉运	东营厚天	14.5834	27.43	盈科吉运为退出投资、取得投资收益，拟转让公司股份，而东营厚天看好公司未来发展，且得知公司有明确的上市计划，在了	自有/自筹资金	不存在

时间	股权变动形式	转让方	受让方/增资方	转让/新增注册资本（万元）/股数（万股）	入股价格（元/每元注册资本，元/股）	入股背景	资金来源	入股价格是否存在明显异常
						解到盈科吉运有转让股份意向后，经协商，东营厚天自盈科吉运受让公司股份。		
		盈科吉运	星宸厚天	139.2028	27.43	盈科吉运为退出投资、取得投资收益，拟转让公司股份，而星宸厚天看好公司未来发展，且得知公司有明确的上市计划，在了解到盈科吉运有转让股份意向后，经协商，星宸厚天自盈科吉运受让公司股份。	自有/自筹资金	不存在
2024年11月	股份公司第十二次股份转让	西岭财富	星宸厚天	10.8293	26.47	西岭财富为退出投资、取得投资收益，决定转让公司股份，而星宸厚天看好公司未来发展，且得知公司有明确的上市计划，在了解到西岭财富有转让股份意向后，经协商，星宸厚天自西岭财富受让公司股份。	自有/自筹资金	不存在

综上所述，截至本问询回复出具之日，公司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问题。

五、说明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，就公司是否符合“股权明晰”的挂牌条件发表明确意见

经核查，截至本问询回复出具之日，公司不存在未解除、未披露的股权代持事项，不存在股权纠纷、潜在争议，公司符合“股权明晰”的挂牌条件。

3、关于线上销售

根据申请文件，报告期内，公司主要从事折叠智能健身器材的设计、研发、生产与销售，各期线上销售占比分别为 37.45%、48.20%和 43.90%。

请公司：（1）区分境内、境外、线上、线下销售类型，说明公司销售收入的确认方法及时点的合理性，所取得的凭证、依据是否充分、可靠，线上销售中公司预计商品妥投时间的具体方法及依据，是否符合《企业会计准则》的相关规定。（2）结合线上平台销售业务流程说明公司内部控制的关键环节、执行情况及有效性，说明线上销售收入数据如何获取，与公司内部业务、财务系统衔接的及时性及准确性，保证收入数据的真实、准确、完整的措施及有效性。（3）说明公司是否开展 IT 审计；报告期内公司及其关联方通过自身或委托第三方对线上销售平台进行刷单、刷好评的具体情况，包括但不限于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、违反电商平台规定的情形；量化说明线上平台统计的销量与财务口径下统计的销量是否存在差异，如是，进一步分析原因及合理性。（4）说明报告期内，是否存在同一买家在多个电商平台多次购买公司产品的情况，是否存在单个买家大额采购的情形，如是，进一步说明原因及合理性。（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，公司对退换货具体的会计处理是否符合《企业会计准则》的相关规定。

请主办券商、会计师：（1）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、退换货情况及其他数据、指标、证明资料等，对公司线上销售的收入确认是否符合《企业会计准则》等相关规定发表明确意见；（2）结合公司的业务运营特点、信息系统支撑业务开展程度、用户数量及交易量级、IT 审计情况（如有）等，说明对开展相关业务的信息系统可靠性，业务运营和财务数据的一致性和合理性的核查程序、金额及比例，并发表明确意见；（3）对收入真实性、准确性、完整性执行的具体核查程序、金额、比例，并发表明确意见。

【公司回复】

一、区分境内、境外、线上、线下销售类型，说明公司销售收入的确认方法及时点的合理性，所取得的凭证、依据是否充分、可靠，线上销售中公司预计商品妥投时间的具体方法及依据，是否符合《企业会计准则》的相关规定

（一）区分境内、境外、线上、线下销售类型，说明公司销售收入的确认方法及时点的合理性，所取得的凭证、依据是否充分、可靠

公司采取自主品牌与 ODM 业务、线上与线下相结合的销售模式。公司大力实施自主品牌战略，在线上销售方面，公司在天猫、京东、有品等境内线上平台及亚马逊等境外线上平台设立店铺并在全球主要发达国家自主建设独立站，直接面向消费者销售公司产品；线下销售方面，自主品牌业务主要与境内外健身器材经销商/贸易商合作，销售渠道在全球范围内不断拓展与延伸，ODM 业务方面，公司与小米、京东京造等境内外知名品牌合作，通过 ODM 方式为其供应健身器材产品。

公司主要的销售模式、收入确认时点和依据具体如下：

销售渠道	销售模式	收入确认时点	取得的凭证
线上销售（境内/外）	电商平台与独立站	客户通过线上销售平台下单，销售平台负责将货物配送给客户或者公司委托物流公司配送交货给客户，公司取得平台结算证明文件、商品妥投或预计妥投时确认收入	平台结算证明文件、发货记录、物流记录
境内线下销售	自主品牌经销商/贸易商或 ODM 客户	根据与客户签订的合同，客户直接向本公司下订单，公司以合同约定的交货方式判定风险报酬转移时点，于商品控制权转移时确认收入	客户签收对账单、入库记录、月度结算单
境外线下销售	自主品牌经销商/贸易商或 ODM 客户	根据与客户签订的合同，客户直接向本公司下订单，公司以合同约定的交货方式和国际贸易规则（如 FOB）判定风险报酬转移时点，于商品控制权转移时确认收入	报关单、月度结算单

由上表可知，报告期内，公司不同销售模式下的收入确认时点符合《企业会计准则》的相关规定，所取得的收入确认依据充分、可靠。

（二）线上销售中公司预计商品妥投时间的具体方法及依据，是否符合《企业会计准则》的相关规定

对于预计商品妥投时间，公司根据历史销售订单统计快递时效，计算同一发货地仓库到同一收货地国家/州的平均物流周期，通过发货时间和平均物流周期对妥投时点进行推算。

《企业会计准则第 14 号——收入（2017）》第四条规定：企业应当在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。

综上，公司线上销售中公司预计商品妥投时间的具体方法及依据符合《企业会计准则》的相关规定。

二、结合线上平台销售业务流程说明公司内部控制的关键环节、执行情况及有效性，说明线上销售收入数据如何获取，与公司内部业务、财务系统衔接的及时性及准确性，保证收入数据的真实、准确、完整的措施及有效性

（一）线上平台销售业务流程说明公司内部控制的关键环节、执行情况及有效性

公司线上销售主要来源于亚马逊、独立站、京东、天猫等平台，报告期各期，上述渠道收入金额占主营业务收入中线上收入的 91.83%、94.53%和 90.95%，为公司线上销售模式下主要电商平台。

公司线上销售模式下各主要电商平台的销售业务流程、内部控制关键环节、执行情况及有效性如下表：

渠道	平台	销售业务流程	关键控制环节	执行情况及有效性
境外线上	亚马逊	FBA 模式：公司将产品经报关出口后运至境外亚马逊 FBA 仓库，由亚马逊平台提供产品的储存、配送、退换货等综合仓储物流服务，公司每月与亚马逊根据亚马逊平台提供的对账单进行结算。 自发货模式：公司将产品运至境外第三方仓，消费者下单后由第三方仓发货，公司每月与亚马逊根据亚马逊平台提供的对账单进行结	消费者在亚马逊平台下单，公司电商系统会自动抓取订单，亚马逊平台或公司负责发货，公司财务每月从亚马逊平台导出的交易报告，并根据妥投/预计妥投时点确认收入	相关关键控制环节得到有效执行

渠道	平台	销售业务流程	关键控制环节	执行情况及有效性
		算。		
	独立站	公司将产品运至境外第三方仓，消费者下单后由第三方仓发货，消费者支付款项进入公司支付平台账户。	消费者下单后，公司电商系统会自动抓取订单，并生成发货单，第三方仓库人员根据发货单进行发货，公司财务每月根据独立站平台导出的资金账单，并根据妥投/预计妥投时点确认收入	相关关键控制环节得到有效执行
境内线上	天猫	消费者在天猫平台下单后，电商系统抓取电商平台的下单数据，由仓库进行发货至消费者；消费者确认收货后，相关货款由天猫平台支付至公司支付宝账户。	消费者下单后，公司电商系统会自动抓取订单，并生成发货单，仓库人员根据发货单进行发货，消费者确认收货后，平台将货款转入公司支付宝账户，财务根据支付宝账户收款确认收入。	相关关键控制环节得到有效执行
	京东	消费者在京东平台下单后，电商系统抓取电商平台的下单数据，由仓库进行发货至终端消费者；终端消费者确认收货后，相关货款由京东平台支付至公司京东钱包账户。	消费者下单后，公司电商系统会自动抓取订单，并生成发货单，仓库人员根据发货单进行发货，消费者确认收货后，平台将货款转入公司京东钱包账户，财务根据京东钱包账户收款确认收入。	相关关键控制环节得到有效执行
	京东 B2B	线上 B2B 模式下，平台为公司的客户，消费者在京东自营店铺下单，产品由公司自有仓库或京东仓库发出至消费者，公司定期与电商平台结算并确认收入	消费者下单后，如为公司自有仓库发货，公司电商系统会自动抓取订单，并生成发货单。公司定期与京东自营平台结算并确认收入。	相关关键控制环节得到有效执行

（二）说明线上销售收入数据如何获取，与公司内部业务、财务系统衔接的及时性及准确性，保证收入数据的真实、准确、完整的措施及有效性

1、境外线上销售

针对境外线上销售，公司电商系统易仓 ERP 通过数据接口与境外电商平台直接相连，电商平台的数据通过接口实时准确完整地传输至电商系统，以便公司进行订单及库存管理。同时，公司取得电商平台出具的销售明细或结算文件并结合订单状态确认收入，将销售明细或结算文件与公司业务系统、财务系统进行核对，保证数据真实、准确、完整。因此，境外线上销售收入数据与公司内部业务、

财务系统衔接及时、准确。

2、境内线上销售

针对境内线上销售，公司电商系统管易 ERP 通过数据接口与境内电商平台直接相连，电商平台的数据通过接口实时准确完整地传输至电商系统，以便公司进行订单及库存管理，公司取得电商平台出具的销售明细或结算文件确认收入，境内线上销售收入数据与公司内部业务、财务系统衔接及时、准确。

为保证收入数据的真实、准确、完整，公司已采取以下措施：

（1）公司已制定店铺开设管理等相关制度，并明确了境内外店铺的开设流程。其中：

境内店铺开设流程为：运营人员在管易 ERP 中创建好店铺信息。管易会自动对接第三方系统，订单会自动同步管易；IT 配置管易店铺、仓库和金蝶客户、仓库的基础对应关系；

境外店铺开设流程为：运营部门根据实际需求在各平台中创建销售店铺，平台店铺创建完成后在易仓系统中创建对应的平台店铺信息并完成平台和易仓店铺的对接（配置销售平台与易仓的 API 接口、店铺及国家等信息），并同步在钉钉提交新客户/店铺建档申请，审核通过后由 IT 在金蝶创建客户/店铺档案，完成与第三方与平台的 Token 及商家 ID 配置。通过各系统间的接口对接，确保订单等关键信息的一致性，为公司跨系统的运营管理提供保障。

（2）公司按月从财务管理 ERP 中导出应收单，与原始平台账单进行核对，确保收入完整性与准确性。

综上所述，报告期内，公司线上销售收入数据与公司内部业务、财务系统衔接及时、准确性，公司具有保证线上销售收入数据的真实、准确、完整的措施，相关措施有效。

三、说明公司是否开展IT审计；报告期内公司及其关联方通过自身或委托第三方对线上销售平台进行刷单、刷好评的具体情况，包括但不限于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

商平台规定的情形；量化说明线上平台统计的销量与财务口径下统计的销量是否存在差异，如是，进一步分析原因及合理性

（一）说明公司是否开展IT审计

公司已聘请容诚会计师事务所（特殊普通合伙）IT 审计团队开展 IT 审计。

根据容诚会计师 IT 审计团队出具的《信息系统核查报告》并对信息数据与财务数据进行核对，经核查，公司信息科技治理层面控制有效；公司信息安全管理及数据访问管理、信息系统开发、测试和维护和信息科技运维管理层面控制有效；公司信息科技应用层控制未发现异常，公司的采购、线上销售、成本核算流程的控制有效，公司建立了有效的内部控制来确保关键财务及业务数据的完整性和准确性并有效执行。

IT 审计团队针对公司线上销售业务在报告期内的主要指标数据进行核查验证，对其生产环境中的数据按照指标计算规则进行处理和重新计算；同时对主要业务的生命周期和关键业务环节，即获客推广、访问浏览、各线上销售渠道内用户购买、用户评价等关键指标的变化趋势或匹配关系进行分析，以验证公司所披露的指标数据是否存在异常。经核查，IT 审计团队未发现重大数据异常导致 IT 审计团队认为公司存在虚假业务数据或虚假交易的情况，可以合理确信相关业务数据和财务数据的真实性、有效性及完整性。

（二）报告期内公司及其关联方通过自身或委托第三方对线上销售平台进行刷单、刷好评的具体情况，包括但不限于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、违反电商平台规定的情形

1、刷单情形

报告期内，公司天猫和京东商城等平台存在少量刷单行为，境外线上及境内线下渠道不存在刷单情形。公司刷单相关业务未确认收入，刷单支付的佣金和平台费用均已作为销售费用入账，不存在通过刷单虚增收入和利润的情形。2022 和 2023 年度，公司刷单金额分别为 12.34 万元、479.83 万元，占经审计营业收入的比例分别为 0.03%、0.80%，占比均很低。公司刷单资金来自于自有资金，相关资金通过第三方下单后返回到公司账户。账务处理方面，公司因刷单产生的

平台服务费等费用计入销售费用，公司按月确认平台收入时，刷单订单产生的收入不确认收入。公司已于 2023 年 10 月停止刷单行为并积极整改，制定了禁止刷单相关制度、明确了相关责任，2023 年 10 月之后公司已不存在刷单行为。

报告期内，公司刷单金额较低，仅为一种非日常持续发生的互联网营销行为，公司产品设计及质量良好，没有以刷单误导欺骗消费者达成以次充好的销售目的，不存在欺诈消费者的主观故意，客观上亦没有造成损害消费者权益的危害后果。公司刷单行为违反了相关电商平台的规定，经核查，报告期内，公司不存在因重大不良记录（包括刷单、刷好评、侵犯他人知识产权、虚假宣传或损害其他消费者权益、被起诉）而被京东、天猫平台采取关店、长期限制经营、罚款等情形；通过登录公司在天猫、京东平台店铺的后台系统并查阅系统消息，报告期内公司不存在因违反平台规则而被采取封号、店铺屏蔽、店铺清退、经营权限管控或处罚的情形。

2、刷好评情形

公司电商平台店铺主要为亚马逊、天猫、京东等平台店铺，公司无法对上述平台店铺实现自行删除或修改评价的操作。在亚马逊平台下，平台不会向卖家提供终端客户的真实联系方式，卖家能获取的联系信息仅限于平台加密的邮箱和地址。在天猫、京东等平台下，虽然平台会提供终端客户的地址、电话供卖家发货使用，但相关信息属于终端客户个人隐私信息，除发货之外，平台不允许卖家使用相关隐私信息进行私下联系。

根据亚马逊、天猫、京东等平台规定，刷好评属于违规操作，公司目前自主品牌产品主要通过上述电商平台销售，若进行刷好评等违规行为导致被处罚，对自主品牌业务的拓展影响较大。报告期内，公司不存在利用其他公司或组织进行刷好评行为，公司也不存在因刷好评被线上电商销售平台实施措施或处罚的情形。

综上所述，报告期内公司存在刷单情况，公司刷单金额较低，仅为一种非日常持续发生的互联网营销行为，公司产品设计及质量良好，没有以刷单误导欺骗消费者达成以次充好的销售目的，不存在欺诈消费者的主观故意，客观上亦没有造成损害消费者权益的危害后果。公司不存在利用其他公司或组织进行刷好评行为。公司不存在因违反平台规则而被采取封号、店铺屏蔽、店铺清退、经营权限

管控或处罚的情形。

（三）量化说明线上平台统计的销量与财务口径下统计的销量是否存在差异，如是，进一步分析原因及合理性

公司线上销售主要来源于亚马逊、独立站、京东、天猫等平台，报告期各期，上述渠道收入金额占主营业务收入中线上收入的 91.83%、94.53%和 90.95%，为公司线上销售模式下主要电商平台。IT 审计团队获取、汇总并整理报告期内上述主要平台的订单数据作为外部业务数据，与企业内部财务数据进行核对，核查业务与财务数据差异及其原因、合理性。经核查，线上平台统计的销售情况与财务口径下统计的销售情况具有一致性、差异极小，具体情况如下：

1、亚马逊平台

亚马逊平台核查程序如下：

（1）独立从亚马逊店铺后台导出报告期间内所有交易明细数据，针对亚马逊交易明细数据与易仓系统发货数据一致性进行核对；

（2）获取了核查期内金蝶收入明细数据，对亚马逊交易明细数据与财务收入金额业财一致性进行核对。

经核查，以亚马逊交易明细为主表，报告期各期亚马逊与易仓发货单量差异率分别为 0.04%、0.02%和 0.15%，报告期内合计单量差异率 0.05%。

经核查，以亚马逊交易明细为主表，报告期各期亚马逊交易明细与财务口径记账金额差异率为-0.78%、0.03%和-0.23%，报告期内合计金额差异-90.82 万元，差异率-0.25%。

上述核查差异率小，平台统计口径与财务口径具有一致性。

2、独立站

独立站核查程序为核对收入金额与资金账单的一致性，以确认独立站财务口径的收入金额是否与实际到款一致，是否存在通过虚增应收金额的方式虚增收入的情况。

报告期各期合计量化差异情况如下：

币种	差异金额（按列示币种，万元）	差异率
丹麦克朗	-	-
美元	1.24	0.07%
欧元	-0.03	-0.01%
日本日圆	9.86	1.88%
瑞典克朗	-	-
英镑	0.32	0.13%

上述核查差异率小，平台统计口径与财务口径具有一致性。

3、天猫平台

天猫平台核查程序如下：

（1）通过天猫平台导出核查期间账务明细数据，与管易系统的发货数据进行一致性核对；

（2）通过金蝶系统导出核查期间收入明细数据，对管易发货数据与财务收入数据执行业财一致性核对。

经核查，以天猫平台导出明细为主表，报告期各期天猫账务明细与管易发货金额差异率 0.52%、0.86%、0.40%，报告期各期合计差异为 18.35 万元，差异率为 0.60%。

以管易为主表，报告期各期管易发货金额与财务口径金额差异率为 0.23%、0.64%和 0.11%，报告期合计金额差异 10.72 万元，合计差异率 0.34%。

上述核查差异率小，平台统计口径与财务口径具有一致性。

4、京东平台

京东平台核查程序如下：

（1）通过京东平台导出核查期间商城销售明细数据，与管易发货数据进行一致性核对；

（2）通过金蝶系统导出核查期间收入明细数据，管易发货数据与财务收入金额执行业财一致性核对。

经核查，以京东平台导出明细为主表，报告期各期京东账务明细与管易发货金额差异率-0.57%、-0.25%、0.06%，报告期各期合计差异为-7.62 万元，差异率为-0.36%。

以管易为主表，报告期各期管易发货金额与财务口径金额差异率为 0.39%、0.10%和 0.42%，报告期合计金额差异 6.04 万元，合计差异率 0.29%。

上述核查差异率小，平台统计口径与财务口径具有一致性。

综上所述，公司线上平台统计的销售情况与财务口径下统计的销售情况相一致，差异极小，具有合理性。

四、说明报告期内，是否存在同一买家在多个电商平台多次购买公司产品的情况，是否存在单个买家大额采购的情形，如是，进一步说明原因及合理性

各第三方电商平台为保障消费者个人信息权益，其陆续对消费者订单中涉及到的个人信息进行加密或脱敏处理，故无法从各平台导出账单中确认不同平台客户是否是同一买家。

公司单个买家大额采购情况如下：

1、亚马逊各期下单前十大买家情况

2022 年数据列示如下：

序号	买家名称	下单金额（万元）
1	ki***en	3.41
2	sc***tt	1.86
3	ub***es	1.57
4	31***om	1.54
5	mi***pe	1.49
6	mi***lla	1.46
7	da***is	1.44
8	8y***om	1.42
9	x5***jp	1.37

10	ma***st	1.37

2023 年数据列示如下：

序号	买家名称	下单金额（万元）
1	8w***sa	3.62
2	3c***om	3.57
3	bn***om	3.09
4	yl***jp	2.68
5	27***om	2.29
6	6h***om	2.25
7	kw***om	2.20
8	bs***om	2.16
9	s6***om	2.15
10	li***er	2.02

2024 年 1-6 月数据列示如下：

序号	买家名称	下单金额（万元）
1	wr***om	5.52
2	bg***uk	5.13
3	wq***om	4.20
4	7j***om	3.55
5	zb***uk	3.09
6	m7***om	3.08
7	kj***uk	2.60
8	b1***om	2.56
9	8w***om	2.29
10	9y***om	2.21

2、独立站各期下单前十大买家情况

2022 年数据列示如下：

序号	买家名称	下单金额（万元）
1	sa***ov	6.94
2	pr***om	4.63
3	ch***om	2.31
4	be***om	2.23
5	al***om	1.87
6	ma***om	1.67
7	Mi***om	1.59
8	re***om	1.49
9	th***om	1.42
10	sh***om	1.41

2023 年数据列示如下：

序号	买家名称	下单金额（万元）
1	sa***ov	6.89
2	pg***ov	3.45
3	of***de	2.91
4	gd***om	2.79
5	kj***uk	2.37
6	as***ov	2.37
7	ca***ov	2.30
8	ka***om	1.94
9	ei***om	1.82
10	wo***om	1.81

2024 年 1-6 月数据列示如下：

序号	买家名称	下单金额（万元）
1	Ka***om	6.05
2	jw***om	3.00
3	mo***om	2.75

4	bn***om	2.72
5	of***al	2.52
6	an***om	2.44
7	tr***om	2.33
8	pe***om	2.21
9	mc***om	2.17
10	lo***om	2.16

3、天猫平台各期下单前十大买家情况

2022 年数据列示如下：

序号	买家名称	下单金额（万元）
1	AA***wQ	3.69
2	卡布***19	2.77
3	mo***om	2.53
4	AA***x3	2.40
5	18***om	2.38
6	js***18	1.60
7	ma***om	1.58
8	AA***9B	1.40
9	37***om	1.35
10	19***6 佳	1.22

2023 年数据列示如下：

序号	买家名称	下单金额（万元）
1	AA***x3	13.02
2	39***om	6.65
3	AA***6C	2.60
4	63***om	2.50
5	20***om	2.48
6	AA***Rk	1.72
7	AA***OR	1.71
8	AA***Rm	1.54
9	AA***nH	1.41
10	AA***sG	1.25

2024 年 1-6 月数据列示如下：

序号	买家名称	下单金额（万元）
1	AA***x3	5.78
2	AA***OU	1.89
3	AA***tw	1.71
4	AA***df	1.59
5	AA***A7	1.03
6	AA***j2	1.03
7	AA***On	0.98
8	AA***JN	0.98
9	AA***Ej	0.85
10	AA***1X	0.77

4、京东平台各期前十大买家情况

2022 年数据列示如下：

序号	买家名称	下单金额（万元）
1	ca***c7	1.63
2	64***51	1.56
3	0e***71	1.47
4	ff***33	1.30
5	1c***2a	1.08
6	a5***4c	1.01
7	75***41	1.00
8	ae***65	1.00
9	df***96	0.99
10	cc***8f	0.99

2023 年数据列示如下：

序号	买家名称	下单金额（万元）
1	ef***a1	2.61
2	bd***1d	1.19
3	cd***25	1.00
4	6f***5c	1.00
5	f8***bb	0.99
6	16***c8	0.96
7	13***03	0.95
8	86***4c	0.84
9	0d***9a	0.83
10	25***88	0.80

2024 年 1-6 月数据列示如下：

序号	买家名称	下单金额（万元）
1	38***0a	0.98
2	31***eb	0.81
3	4a***47	0.80

4	5c***de	0.72
5	1e***a2	0.68
6	36***5f	0.62
7	d1***47	0.59
8	76***0d	0.56
9	e9***2f	0.56
10	d7***0e	0.55

综上所述，各大平台的前十大客户金额及占比很小，未发现明显异常。

五、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，公司对退换货具体的会计处理是否符合《企业会计准则》的相关规定

（一）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，公司主要线上销售平台相关无理由退换货条件、退换货期、电商销售平台与公司之间的结算安排情况如下：

线上销售平台	退换货条件及退换货期	结算安排	退换货相关会计处理
亚马逊	商品无损坏且不影响二次销售的情况下，买家可以在收到货后的30天内请求退回商品。亚马逊可能根据具体情况确定例外，接受收货 30 天后的退货请求。	公司每14天与亚马逊结算货款，亚马逊扣除各项协议规定的费用及预留资金后放款至公司第三方收款平台账户，公司收款后提现至公司银行账户。	①当期销售、当期退回的销售订单记录在当月的月结算单中，平台与公司按照当月结算单中扣除退货的净额结算，因此相当于冲减退货当月的销售收入。②当期销售未在当期退回，但资产负债表日仍处于退货期内的主要产品，公司采用预计退货率乘以处于退货期内的销售金额计提预计负债，实际发生退货时再冲减预计负债。
独立站	商品无损坏且不影响二次销售的情况下，买家可以在收到货后的30天内请求	消费者在平台下达订单并支付至公司第三方平台资金账户，公司收款后提现至公司银行账户。	①当期销售、当期退回的销售订单，公司直接冲减当期收入成本。②当期销售未在当期退

	退回商品。		回，但资产负债表日仍处于退货期内的主要产品，公司采用预计退货率乘以处于退货期内的销售金额计提预计负债，实际发生退货时再冲减预计负债。
天猫	商品无损坏且不影响二次销售的情况下，7 天无理由退换货。	终端消费者在天猫平台确认签收后，货款扣除相关费用后实时结转到公司支付宝账户。	①当期销售、当期退回的销售订单，公司直接冲减当期收入成本。②当期销售未在当期退回，但资产负债表日仍处于退货期内的主要产品，公司采用预计退货率乘以处于退货期内的销售金额计提预计负债，实际发生退货时再冲减预计负债。
京东	商品无损坏且不影响二次销售的情况下，7 天无理由退换货。	终端消费者确认签收后，货款扣除协议约定的费用后每个自然日转到公司京东账户。	①当期销售、当期退回的销售订单，公司直接冲减当期收入成本。②当期销售未在当期退回，但资产负债表日仍处于退货期内的主要产品，公司采用预计退货率乘以处于退货期内的销售金额计提预计负债，实际发生退货时再冲减预计负债。

综上，报告期内，公司线上销售已充分考虑无理由退换货条件、退换货期、线上销售平台与公司之间的结算安排，线上销售已通过期末计提预计负债的形式对无理由退换货条件、退换货期进行了充分考虑。

（二）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

1、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

报告期内，公司线上销售渠道的退换货金额及比例情况如下：

单位：万元

销售渠道	2024 年 1-6 月			2023 年度			2022 年度		
	退换货金额	营业收入	占比	退换货金额	营业收入	占比	退换货金额	营业收入	占比
外销线上	1,170.31	13,039.96	8.97%	1,834.93	26,739.46	6.86%	666.00	12,573.53	5.30%

内销线上	86.72	1,199.37	7.23%	244.78	2,201.74	11.12%	455.88	3,639.79	12.52%
合计	**1,257.03**	**14,239.33**	**8.83%**	**2,079.71**	**28,941.20**	**7.19%**	**1,121.88**	**16,213.32**	**6.92%**

报告期内，公司 2022 年、2023 年、2024 年 1-6 月线上退换货率分别为 6.92%、7.19%、8.83%，线上销售平台的整体退换货比率有所上升，主要是亚马逊等外销线上渠道退货政策相对宽松，随着境外线上收入增长、境外线上退货金额增长，整体线上渠道退货率有所上升。

2、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

经查询同行业可比公司披露的招股说明书、定期报告等文件，除康力源外，舒华体育和英派斯均未披露具体的退换货比例情况。

康力源披露的 2022 年 1-6 月跨境电商销售的实际退货率为 5.63%，与公司 2022 年度境外退货率 5.30%基本一致。

综上所述，公司线上渠道退货率与同行业可比公司不存在重大差异，公司退换货情况不存在异常。

（三）公司对退换货具体的会计处理是否符合《企业会计准则》的相关规定

根据新收入准则的规定，对于附有销售退回条款的销售，企业应当在客户取得相关商品控制权时，按照因向客户转让商品而预期有权收取的对价金额（即不包含预期因销售退回将退还的金额）确认收入，按照预期因销售退回将退还的金额确认负债；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（包括退回商品的价值减损）后的余额，确认为一项资产，按照所转让商品转让时的账面价值，扣除上述资产成本的净额结转成本。

公司境内外线上各销售平台发生本期销售本期退换货时，在收到退货的当期冲销营业收入，同时冲回相应的营业成本。境内外线上销售平台当期销售未在当期退回但仍处于无理由退货期的产品，公司根据报告期各期当年销售的产品在期后实际退换货的历史数据预估平均跨期退货率，再结合实际跨期退货率预计当年销售的产品在以后期间可能发生的退货金额确认负债（预计负债），同时按照预期将退回商品的成本确认为一项资产（应收退货成本）。

综上，公司对退换货具体的会计处理符合《企业会计准则》的相关规定。

【中介机构回复】

一、请主办券商、会计师结合客户名称、送货地址、购买数量、消费次数、消费金额及付款、退换货情况及其他数据、指标、证明资料等，对公司线上销售的收入确认是否符合《企业会计准则》等相关规定发表明确意见

公司线上销售收入确认原则为：客户通过线上销售平台下单，销售平台负责将货物配送给客户或者公司委托物流公司配送交货给客户，公司取得平台结算证明文件、商品妥投或预计妥投时确认收入。

IT 审计团队结合客户名称、送货地址、购买数量、消费次数、消费金额及付款、退换货情况及其他数据、指标、证明资料，开展了平台获客分析、平台经营性数据分析、物流发货分析、订单真实性分析、顾客行为真实性分析并于《信息系统核查报告》列示分析结果。

经核查，未发现重大数据异常导致公司可能存在虚假业务数据或虚假交易的情况，可以合理确信相关业务数据和财务数据的真实性、有效性及完整性。

因此，公司线上销售的收入确认符合《企业会计准则》等相关规定。

二、结合公司的业务运营特点、信息系统支撑业务开展程度、用户数量及交易量级、IT审计情况（如有）等，说明对开展相关业务的信息系统可靠性，业务运营和财务数据的一致性和合理性的核查程序、金额及比例，并发表明确意见

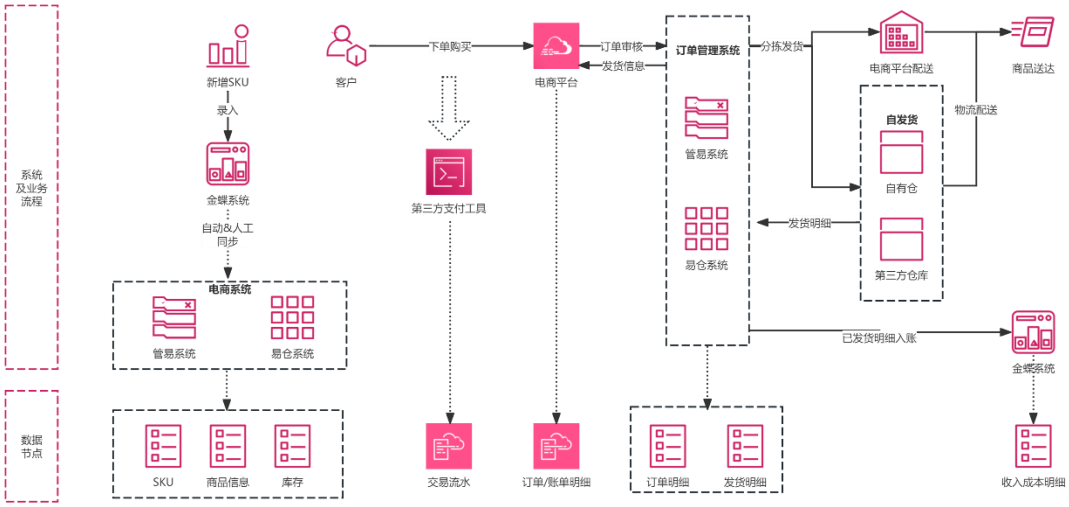
（一）公司的业务运营特点

公司线上业务的运营特点参见“3、关于线上销售”之“二、结合线上平台销售业务流程说明公司内部控制的关键环节、执行情况及有效性，说明线上销售收入数据如何获取，与公司内部业务、财务系统衔接的及时性及准确性，保证收入数据的真实、准确、完整的措施及有效性”。

（二）信息系统支撑业务开展程度

为了支持其线上电商业务，公司启用了管易系统、易仓系统、HR 系统与售后平台等信息系统，用于支持电商销售、仓储、发货的流程管理和业务操作，同时公司使用金蝶财务系统用于财务处理和报表编制。

公司线上业务流程图如下：



公司通过在电商平台开设店铺进行销售商品，在线上 B2C 模式下直接面对终端消费者。新增产品主要包括新品定价、审核、上线三个步骤，新产品到货后，公司业务人员分别在电商后台及管易/易仓系统中维护新产品的产品信息及库存信息，新产品上架销售前需经过公司上架审批流程，审批通过后由业务人员在电商平台后台系统中执行新产品上架操作。电商上架产品信息存储于电商平台数据库及公司管易/易仓系统中。

产品上架销售后，消费者可通过各个电商平台渠道进入公司线上店铺，浏览商品并进行下单付款，公司店铺的订单信息、交易账单信息存储于各个电商平台系统，交易流水则存储于第三方支付系统。公司电商业务系统通过数据接口对接电商交易成功的订单信息，通过调取订单产品编码信息自动关联仓储库存信息进行分拣出库，业务人员根据电商平台物流政策选择平台物流或第三方物流进行发货。

物流商对接订单信息并进行物流投递，定期向公司提供物流对账单明细；消费者接收到物流包裹后确认物流签收，电商平台确认交易成功。

综上所述，公司信息系统能够支撑公司线上业务开展，与公司线上业务运营相匹配。

（三）用户数量及交易量级

报告期各期，公司主要平台用户数量和交易量级情况如下：

平台	期间	订单数（万个）	下单用户（万个）
亚马逊	2024 年 1-6 月	2.67	2.58
	2023 年	6.18	6.01
	2022 年	2.65	2.59
独立站	2024 年 1-6 月	1.60	1.57
	2023 年	2.80	2.74
	2022 年	0.81	0.80
天猫	2024 年 1-6 月	0.29	0.27
	2023 年	0.81	0.77
	2022 年	1.98	1.88
京东	2024 年 1-6 月	0.13	0.12
	2023 年	0.34	0.33
	2022 年	0.52	0.49

注：亚马逊配送货件报告仅可下载过去 18 个月数据，故以上数据仅包含 22 年 7 月后亚马逊配送部分数据与申报期内全量自发货部分数据。

（四）IT审计情况

公司已聘请容诚会计师事务所（特殊普通合伙）IT 审计团队开展 IT 审计。

（五）说明对开展相关业务的信息系统可靠性，业务运营和财务数据的一致性和合理性的核查程序、金额及比例，并发表明确意见

1、开展相关业务的信息系统可靠性

根据容诚会计师 IT 审计团队出具的《信息系统核查报告》，针对信息系统一般性控制测试，IT 审计团队执行了如下程序：

①与公司管理层、信息部门、关键业务人员进行访谈，了解信息科技相关检查领域的管理流程、风险及控制现状；②审阅公司信息科技管理相关的制度、流程、管理策略等文档，验证相关检查领域控制的设计有效性；③检查信息科技管理机制下相关领域和管理流程的审批记录、审阅记录、测试记录、配置信息等，确认相关控制的执行有效性；④现场查看并抽取系统账号、权限、参数、日志等，确认相关控制的执行有效性。

针对信息系统应用控制，IT 审计团队执行了如下程序：①与公司管理层、信息部门、关键业务人员进行访谈；②现场观察及记录系统使用情况和业务操作记录；③获取书面文档、系统截屏等支持性文件进行核查；④对信息系统应用控制进行穿行测试，并选取一定样本量进行控制有效性测试。

其中穿行测试方面，使用的方法包括：①与公司管理层、信息部分、关键业务人员进行访谈；②现场观察系统使用情况和业务操作记录；③设计穿行测试，并与测试人员共同在生产环境中进行测试操作。完成后查看系统后台的数据记录与测试人员的测试记录是否一致。

经核查，公司信息科技治理层面控制有效；公司信息安全管理及数据访问管理、信息系统开发、测试和维护和信息科技运维管理层面控制有效；公司信息科技应用层控制未发现异常，公司的采购、线上销售、成本核算流程的控制有效，公司建立了有效的内部控制来确保关键财务及业务数据的完整性和准确性并有效执行。

2、业务运营和财务数据的一致性和合理性

针对业务与财务数据的一致性和合理性，IT 审计团队执行了如下程序：

针对公司线上销售业务在报告期内的主要指标数据进行核查验证，对其生产环境中的数据按照指标计算规则进行处理和重新计算；同时对主要业务的生命周期和关键业务环节，即获客推广、访问浏览、各线上销售渠道内用户购买、用户评价等关键指标的变化趋势或匹配关系进行分析，以验证公司所披露的指标数据是否存在异常。

IT 审计团队针对公司亚马逊、独立站、京东、天猫渠道线上收入开展核查，报告期各期，上述渠道收入金额合计为 14,888.16 万元、27,357.03 万元和 12,951.22 万元，占主营业务收入中线上收入的 91.83%、94.53%和 90.95%，核查比例较高。

经核查，IT 审计团队未发现重大数据异常导致 IT 审计团队认为公司存在虚假业务数据或虚假交易的情况，可以合理确信相关业务数据和财务数据的真实性、有效性及完整性。

综上所述，公司开展线上销售业务的信息系统具备可靠性，业务运营和财务数据具有一致性。

三、对收入真实性、准确性、完整性执行的具体核查程序、金额、比例，并发表明确意见

（一）对收入真实性、准确性、完整性执行的具体核查程序、金额、比例

针对收入真实性、准确性、完整性，主办券商和会计师执行了如下程序：

1、对公司报告期内的主要客户进行走访，了解客户的具体情况、与公司的合作历史、合作背景、交易情况、是否存在关联关系等事项，报告期各期走访金额、占比情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度
收入金额（注）	18,368.46	31,459.01	27,834.17
走访金额	14,685.96	24,646.11	21,093.92
其中：实地走访金额	12,416.32	20,553.29	18,374.58
其中：视频走访金额	2,269.64	4,092.82	2,719.34
走访比例	79.95%	78.34%	75.78%

注：此处收入金额为线下收入金额及线上京东 B2B 收入金额。

2、对公司客户执行函证程序，核查收入金额及应收账款余额的真实性、准确性和完整性，报告期各期函证金额、占比情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度

主营业务收入	32,425.72	60,021.63	43,290.36
收入金额（注）	18,368.46	31,459.01	27,834.17
发函金额	16,483.70	27,435.14	23,496.17
发函比例	90.64%	88.27%	86.78%
回函金额	16,483.70	27,435.14	22,372.40
回函占发函比例	100.00%	100.00%	95.22%
未回函替代测试金额	-	-	1,123.77
经差异调节、替代测试后相符金额	16,483.70	27,435.14	23,496.17
经差异调节、替代测试后相符比例	100.00%	100.00%	100.00%

注：此处收入金额为线下收入金额及线上京东 B2B 收入金额。

3、取得公司出口报关单、由海关导出覆盖公司报告期所有报关信息的报关记录，核实公司外销报关收入的真实性、准确性和完整性；

4、抽取部分订单执行穿行测试，取得合同、订单、出库单、报关单、回款单等材料，核查收入确认的内部控制的有效性；

5、抽取部分订单进行截止性测试，核查收入确认时点的准确性；

6、针对线上收入，对亚马逊、独立站、天猫、京东等主要线上销售渠道执行 IT 审计，确认信息系统的可靠性，核查业务数据和财务数据的真实性、有效性及完整性。报告期各期，上述渠道收入金额合计为 14,888.16 万元、27,357.03 万元和 12,951.22 万元，占主营业务收入中线上收入的 91.83%、94.53%和 90.95%。

（二）核查意见

经核查，公司营业收入具有真实性、准确性、完整性。

四、主办券商、会计师核查意见

（一）核查过程

主办券商、会计师主要执行了以下核查程序：

1、对公司主要管理人员进行访谈，了解公司线上平台销售业务流程，公司内部控制的关键环节、执行情况，了解线上销售收入数据获取情况，相关数据与

公司内部业务、财务系统衔接情况；针对不同平台，了解收入确认具体时点及方法。

2、与 IT 审计团队开展沟通，审阅并复核了 IT 审计报告的审计内容、审计范围、审计方法和审计结论，利用 IT 审计专家的工作，对公司交易信息系统进行核查，包括信息系统的一般控制和应用控制，同时对与财务报告相关的业务数据进行测试与分析；

3、取得公司刷单明细，了解公司是否被主要电商平台采取关店、店铺屏蔽、店铺清退、长期限制经营、处罚等情形；

4、取得线上业务平台关于退换货条件、退换货期、电商销售平台与公司之间的结算安排的约定，复核计算退换货的金额及占销售金额的比例，核查退换货是否存在异常情况；

5、对收入真实性开展核查，针对与收入相关的内部控制有效性，根据业务类别，执行穿行测试程序；对资产负债表日前后记录的收入交易进行截止性测试，评价收入是否被记录于恰当的会计期间；执行走访、函证等程序。相关收入真实性核查程序核查情况参见本题“三、对收入真实性、准确性、完整性执行的具体核查程序、金额、比例，并发表明确意见”相关内容。

（二）核查结论

经核查，主办券商、会计师认为：

1、报告期内，公司不同销售模式下的收入确认时点符合《企业会计准则》的相关规定，所取得的收入确认依据充分、可靠；线上销售中公司预计商品妥投时间的具体方法及依据符合《企业会计准则》的相关规定；

2、报告期内，公司线上销售收入数据与公司内部业务、财务系统衔接及时、准确性，公司具有保证线上销售收入数据的真实、准确、完整的措施，相关措施有效；

3、公司已开展 IT 审计；报告期内公司存在刷单情况，公司刷单金额较低，仅为一种非日常持续发生的互联网营销行为，公司产品设计及质量良好，没有以

刷单误导欺骗消费者达成以次充好的销售目的，不存在欺诈消费者的主观故意，客观上亦没有造成损害消费者权益的危害后果。公司不存在利用其他公司或组织进行刷好评行为。公司不存在因违反平台规则而被采取封号、店铺屏蔽、店铺清退、经营权限管控或处罚的情形；线上平台统计的销量与财务口径下统计的销量差异极小，具有合理性；

4、公司无法直观从各平台导出账单中确认不同平台客户是否是同一买家，公司报告期各期各电商平台前十大下单客户金额均较小，具有合理性。

5、公司线上销售已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；公司线上渠道退货率与同行业可比公司不存在重大差异，公司退换货情况不存在异常；公司对退换货具体的会计处理符合《企业会计准则》的相关规定；

6、公司线上销售的收入确认符合《企业会计准则》等相关规定；

7、公司开展线上销售业务的信息系统具备可靠性，业务运营和财务数据具有一致性；

8、公司营业收入具有真实性、准确性、完整性。

4、关于销售收入

根据申请文件，报告期内，公司 2023 年营业收入和净利润大幅上涨，毛利率呈上升趋势；公司前五大客户收入占比分别为 27.99%、19.58%、24.03%，其中 2022 年、2023 年公司第一大客户均为小米。公司以境外销售为主，各期境外销售占比分别为 61.77%、75.55%和 80.95%；以自有品牌为主，ODM 为辅。

请公司：（1）结合公司所属行业发展情况、公司核心竞争优势、产品市场占有率、主要产品及原材料价格变动情况、价格传导机制、下游需求变动情况、美元汇率变动等因素，按照细分产品量化分析 2023 年营业收入和净利润大幅上涨的原因及合理性，说明变动趋势与同行业可比公司是否存在显著差异及原因；补充披露公司营业收入中“其他”的具体内容。（2）按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》补充披露境外销售有关事项；说明境内外毛利率差异原因及合理性，境外销售收入与报关收入、出口退税、运保费的匹配性；说明公司 ODM 销售收入占比与同行业公司是否存在显著差异及原因。（3）说明报告期内公司各产品毛利率上升的原因及合理性，公司毛利率高于同行业可比公司的原因及合理性；对比可比公司细分产品，量化分析公司毛利率与同行业可比公司毛利率存在差异的原因及合理性。（4）说明公司主要客户中是否存在注册资本较少、未缴足，参保人数较少的公司及具体情况，相关公司的实际控制人、主要股东、经营规模、员工情况、经营资质等，说明公司与其开展合作的商业合理性，是否对公司持续稳定经营产生潜在不利影响。（5）说明公司客户较分散的原因和合理性，与同行业可比公司相比是否存在明显差异，是否符合行业特征；按照客户销售收入分层情况，说明报告期内客户的数量和收入变动情况、客户复购情况，是否存在异常增减客户变动情况，进一步论证公司客户的稳定性。（6）结合公司在手订单、主要产品的市场份额、竞争力和期后经营情况（营业收入、净利润、毛利率、经营活动现金流量等指标）、2024 年 1-6 月公司向小米客户的销售情况说明公司业绩的稳定性及可持续性；说明未来国际贸易政策、关税、汇率变化等对公司业绩的影响及公司具体应对措施。（7）说明报告期内公司是否存在经销商或贸易商客户，如是，按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》补充披露经销商的有关情况或说明贸易商销售金额及占比，是否符合行业惯例，

与同行业可比公司是否存在显著差异，终端销售情况，是否存在通过经销商或贸易商销售调节收入的情形。

请主办券商、会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见；（2）说明对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；（3）按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》中关于境外销售的相关要求进行核查，包括但不限于走访、视频、电话、函证方式、金额和比例、未回函的原因及合理性，说明核查方式及程序，并对境外销售真实性发表明确意见。

请律师按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》中关于境外销售的要求，核查境外销售有关情况。

【公司回复】

一、结合公司所属行业发展情况、公司核心竞争优势、产品市场占有率、主要产品及原材料价格变动情况、价格传导机制、下游需求变动情况、美元汇率变动等因素，按照细分产品量化分析2023年营业收入和净利润大幅上涨的原因及合理性，说明变动趋势与同行业可比公司是否存在显著差异及原因；补充披露公司营业收入中“其他”的具体内容

（一）公司所属行业发展情况

全球范围内来看，全球健身器材市场多由欧美品牌商企业主导，我国健身器材生产企业主要以 ODM 或 OEM 方式向欧美市场出口为主，整体呈现企业数量众多、规模化企业较少的竞争格局，自主品牌在国外市场的占有率不高。

从供应端看，中国是健身器材制造大国，但本土健身器材企业的品牌效应较弱，目前仍主要通过 ODM/OEM 等生产制造的方式参与市场竞争，部分优秀企业正逐步通过打造自有品牌的方式进入全球市场。目前，我国在健身器材产业链形成了一批技术领先且产品品质可靠的生产企业，行业内优势企业通过加强研发投入、提升生产管理水平等方式不断提升中国企业在产业链中的影响力。

（二）公司核心竞争优势、产品市场占有率

1、公司核心竞争优势

（1）研发与技术优势

公司具有较强的自主研发能力，截至 2024 年 6 月 30 日，公司拥有境内专利 215 项专利，其中发明专利 22 项、实用新型 157 项、外观设计专利 36 项；公司拥有境外专利 65 项，其中发明专利 26 项，外观设计专利 39 项。

在产品便携性方面，公司自主研发的全平台可折叠技术，在走步机上创造性实现跑面对折，折叠后占地面积小于 0.5 ㎡，处于行业工业设计前沿地位。为实现跑面折叠设计，公司创造性地开发了“全平台可折叠技术”、“新型折叠柔性材料技术”、“二级传动技术”、“有限空间平衡散热风道技术”等核心技术，融合创新铰链机构设计、柔性材料研究、电机组件配置、精密风道结构设计等方案，实现空间体积小、设备噪音低、用户脚感舒适自然等特点，产品设计具有显著的创新性特征。

在用户体验方面，公司自主研发的智能控速算法技术提出并实现了“主动运动”概念，即机器速度能自动适应用户运动的速度。主动运动方式使用户可以如户外散步般自由控制运动节奏，大幅改善用户的运动体验，同时避免因失速或设定运动强度过大而产生的安全隐患；智能交互技术通过自动机器学习的方式，智能判断和记录机器的运行状态，实现折叠及时停止的方案，进一步保证了安全性。

在产品智能性方面，公司顺应健身器材行业的智能化趋势，建立了智能家居一体化健康管理平台，通过自研 IoT 系统与自主开发的智能 App 相结合，利用智能模块将数据传输到云端，并在云端进行融合计算，通过智能 App 与云端相结合来呈现数据，可配合智能家居的其他健身设备并实现设备间的互联互通互动。公司所研发的健身器械，无论是走步机、跑步机还是划船机等，都具备前沿的智慧物联模块，用户通过智能手机客户端 App，能够与设备进行连接，查看设备状态以及实现对设备进行个性化设置、数据记录、课程学习等操作，给用户带来额外的价值提升。

（2）渠道建设及客户资源优势

公司致力于打造自主品牌的经营战略，强化品牌运营与渠道建设，在境内外

建立了成熟的销售体系，开发了多个重要的区域经销商，自主品牌产品在全球重要国家和地区市场均实现了覆盖，拥有丰富的销售渠道和客户资源。

自主品牌线上平台销售方面，公司在天猫、京东、有品等境内电商平台及亚马逊等境外电商平台设立店铺，同时公司于全球主要发达国家自主搭建独立站，设立海外仓，直接面向终端消费者销售公司产品；经销商/贸易商方面，公司与境内外运动器械经销商/贸易商合作，为其供应公司主营产品，销售渠道在全球范围内不断拓展与延伸。

与此同时，公司自成立之初即与小米建立了合作关系，通过 ODM 方式为小米贴牌米家走步机、米家跑步机系列产品，借助小米充足的零售客户资源及品牌影响力，具备便携折叠、智能控制等公司创新性特征的运动健身器材得到更广泛的认可，带动公司业务的长期发展。随着公司产品出海，海外部分拥有较强品牌知名度客户也与公司开展了贴牌业务合作，丰富了公司下游品牌客户渠道资源。

（3）生产管理与产品供应优势

公司销售渠道在全球分布广泛，终端用户以零售客户为主，对公司综合管理能力、产品质量、生产能力、仓储物流网络建设等各环节提出较高的要求。公司具备柔性化制造与精细化管理能力，产品生产以业务订单和需求预测为基础，结合库存情况，制定物料需求计划，要求供应商依据公司的排产、物料需求计划进行交付。生产流程管控方面，公司对生产流程进行严格管控和精细化规范操控，建立了“生产计划与物控计划管理办法”、“生产车间管理规定”、“生产效率管理规定”等一系列生产管理制度，建立了标准化的作业规范，形成了标准化与快速交付的生产管理优势。

产品供应方面，公司在美国、德国、英国、日本等地积极搭建海外仓网络，大幅提升订单配送时效，有利于提升买家购物体验，降低平均物流成本，对零售客户形成重要产品供应优势。

2、产品市场占有率

根据 Fortune Business Insights 统计，2023 年全球跑步机（Treadmill）市场规模约为 54.7 亿美元（折合人民币约 400 亿元），据此计算，公司 2023 年度跑

步机与走步机收入合计 5.80 亿元，全球市场份额约为 1.45%。

（三）主要产品及原材料价格变动情况、价格传导机制、下游需求变动情况

1、公司主要产品价格变动情况

报告期内，公司主要产品为跑步机、走步机和划船机产品，上述产品占公司主营业务收入比例合计为 98.88%、99.18%和 97.48%，占比较高。公司主要产品单价情况如下：

单位：元/台

项目	2024 年 1-6 月	2023 年	2022 年
跑步机	2,257.20	2,171.75	2,062.50
走步机	2,057.27	2,164.74	1,832.62
划船机	1,998.71	1,871.90	2,041.69

报告期内，公司主营业务线上收入占营业收入之比分别为 37.40%、48.17%和 43.89%，外销收入占比分别为 61.77%、75.55%和 80.95%，整体而言，公司线上销售面向终端消费者，中间环节参与商品流转的代理商较少，销售单价较高；公司外销区域主要为北美、欧洲等发达国家和地区，终端消费者消费能力相对较强，价格敏感性相对较低，因此外销单价整体高于内销单价。

跑步机方面，随着公司逐步完善销售渠道建设，2023 年度公司线上收入占比、外销收入占比较 2022 年度提升较大，公司跑步机产品单价也相应有所提升，2024 年上半年度，跑步机外销占比持续提升，带动单价持续增长。

走步机方面，随着公司逐步完善销售渠道建设，2023 年度公司线上收入占比、外销收入占比较 2022 年度提升较大，公司走步机产品单价也相应有所提升，2024 年上半年度，受产品线上收入占比下降、线下收入占比提升影响，产品单价较 2023 年度略有下降。

划船机方面，公司 2023 年度划船机单价有所下降，主要是 2022 年为公司创新式三折叠划船机产品推出初期，定价相对较高，2023 年随着公司广泛推广相关产品，划船机定价有所下降，2024 年度公司划船机境外线上渠道销售收入占

比有所提升，划船机单价较 2023 年度有所增加。

2、公司原材料价格变动情况

公司主要原材料的采购数量、采购价格及采购金额情况如下：

项目	2024 年 1-6 月			2023 年度			2022 年度		
	采购金额（万元）	采购数量（万 PCS）	采购单价（元/件）	采购金额（万元）	采购数量（万 PCS）	采购单价（元/件）	采购金额（万元）	采购数量（万 PCS）	采购单价（元/件）
结构件	7,069.87	1,336.62	5.29	15,520.82	3,099.89	5.01	11,891.63	2,042.56	5.82
电子电机件	4,130.04	324.09	12.74	9,058.69	690.23	13.12	6,394.89	465.60	13.73
包材件	748.99	717.52	1.04	1,643.55	1,375.84	1.19	1,256.11	969.55	1.30
成品件	2,925.78	4.92	595.25	1,015.22	5.71	177.91	261.91	8.57	30.56
其他	538.43	2,328.66	0.23	1,458.00	5,474.37	0.27	1,092.10	3,644.41	0.30
合计	**15,413.12**	**4,711.81**	**3.27**	**28,696.28**	**10,646.03**	**2.70**	**20,896.65**	**7,130.70**	**2.93**

公司与主要供应商建立了长期合作关系，随着合作持续深入、合作规模持续扩大，公司结构件、电子电机件、包材件等原材料价格均相对稳定。报告期内，公司成品件采购单价分别为 30.56 元、177.91 元和 595.25 元，主要是 2022 年公司成品采购主要为升降桌、跑步机垫等，成品单价较低；2023 年公司开始进行跑步机整机采购，三柏硕采购金额约 272.93 万元，2024 年全面与三柏硕合作，向三柏硕采购跑步机等成品金额为 1,889.04 万元，带动成品采购单价持续提升。

3、价格传导机制

公司采取自主品牌与 ODM 业务、线上与线下方式相结合的销售模式。公司大力实施自主品牌战略，在线上销售方面，公司在天猫、京东、有品等境内线上平台及亚马逊等境外线上平台设立店铺并在全球主要发达国家自主建设独立站，直接面向消费者销售公司产品；线下销售方面，公司与境内外健身器材经销商/贸易商合作，销售渠道在全球范围内不断拓展与延伸。

公司采购的原材料为产品成本的重要组成部分，公司原材料于境内进行采购，并以人民币进行结算，原材料主要为定制化生产的零部件产品，由上表可见，报告期内，主要材料价格波动较小，原材料价格波动对公司产品定价影响较小。

公司综合考虑产品生产成本、销售渠道、销售区域及竞品情况进行产品定价，产品价格主要受生产成本、境内外区域市场经济发展水平差异、销售渠道差异、市场竞争情况等因素综合影响。

4、下游需求变动情况

随着健康意识的提高，消费者对参与健身等运动的需求不断上升，全球范围内健身器材行业的规模持续扩大。体育用品市场作为体育产业重要的组成部分，其规模近十年内整体保持增长。根据 2023 年 3 月发布的《2023 年普华永道体育行业调查报告》，全球体育行业在过去 3-5 年的年增长率为 5.5%，预计未来 3-5 年的年增长率将维持在 6.6%；北美地区的体育产业在未来 3-5 年的市场规模有望继续保持较强的增长趋势，年增长率达到 9.5%。

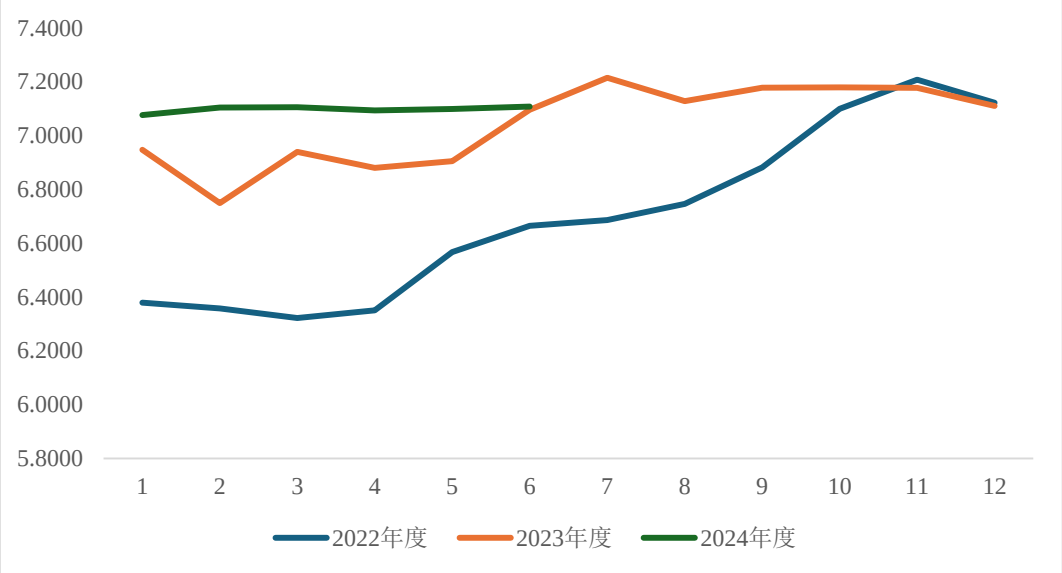
根据联合国贸易数据库的统计，2012-2022 年美国和加拿大健身器材进口总额从 21.2 亿美元增长到 37.6 亿美元，年复合增长率为 5.92%；其中，从中国进口健身器材的贸易额从 2012 年的 15.0 亿美元增长到 2022 年的 24.9 亿美元。2012-2022 年欧洲健身器材进口总额从 14.0 亿美元增长至 19.6 亿美元；中国是欧洲健身器材市场最大的贸易伙伴，欧洲从中国进口健身器材的贸易额从 2012 年的 9.7 亿美元增长到 2022 年的 15.5 亿美元，在欧洲健身器材进口总额中的占比从 69.61%上升至 79.16%。

从体育产业占 GDP 的比重来看，美国、欧洲、日本等发达国家体育产业占 GDP 的比重已达到 3%-4%，根据国家统计局与国家体育总局发布数据，截至 2022 年，我国体育产业总产值占同期 GDP 的比例仅为 2.7%，体育产业增加值未来具有较大的增长空间，增速预计将高于 GDP 增长。

公司主要从事折叠智能健身器材的设计、研发、生产与销售，产品包括折叠智能走步机、折叠智能跑步机、折叠智能划船机及其他健康功能产品与配件等，产品具有显著的创新性特征，符合行业的发展趋势和消费者的体验需求且有较高的技术壁垒，下游市场广阔，产品具备持续发展的空间。

（四）美元汇率变动情况

报告期内，公司外销线下收入以美元结算为主。从各月汇率看，报告期各期美元兑人民币呈现升值趋势，公司外销线下收入主要以美元结算，报告期内美元兑人民币汇率变动有利于公司营业收入的提升。报告期各期各月汇率对比情况如下：



（五）按照细分产品量化分析 2023 年营业收入和净利润大幅上涨的原因及合理性

1、按照细分产品量化分析 2023 年营业收入上涨原因及合理性

剔除其他类产品后，2022 年度、2023 年度公司跑步机、走步机及划船机产品实现主营业务收入 42,804.10 万元、59,529.18 万元，占主营业务收入金额的比例分别为 98.88%、99.18%，占比较高。2022 年度、2023 年度，公司按细分产品主营业务收入变化情况如下：

单位：万元

业务划分	2023 年度			2022 年度
	主营业务收入	变动金额	变动比例	主营业务收入
跑步机	32,655.70	5,579.36	20.61%	27,076.33
走步机	25,388.32	10,201.39	67.17%	15,186.92
划船机	1,485.16	944.32	174.60%	540.84
合计	**59,529.18**	**16,725.08**	**39.07%**	**42,804.10**

公司 2023 年度主要产品实现主营业务收入 59,529.18 万元，较 2022 年度增

加 16,725.08 万元，增长 39.07%。相较于 2022 年度，公司 2023 年度主要产品收入金额增长，主要是销售体系逐步完善及产品迭代推出所致，具体分析如下：

①销售体系逐步完善

公司主要产品销售渠道分布情况如下：

单位：万元

销售区域	渠道划分	2023 年度			2022 年度
		收入金额	变动金额	变动比例	收入金额
外销	线上	26,551.56	14,011.54	111.73%	12,540.02
	线下	18,490.65	4,432.31	31.53%	14,058.34
	小计	**45,042.21**	**18,443.85**	**69.34%**	**26,598.36**
内销	线上	2,133.75	-1,364.31	-39.00%	3,498.07
	线下	12,353.21	-354.46	-2.79%	12,707.67
	小计	**14,486.97**	**-1,718.77**	**-10.61%**	**16,205.74**
合计		**59,529.18**	**16,725.08**	**39.07%**	**42,804.10**

注：上表中数据不包括其他类产品。

公司产品具备显著的创新性特征，满足了广大境内外用户对具备优良产品工业设计、智能安全控制算法、居家及办公场景收纳等特点健身器材需求，随着销售体系逐步完善、公司推动品牌出海、大力拓展海外市场并完善境外销售渠道，外销收入增长较快。2023 年度，收入增长主要来源于外销线上渠道和外销线下渠道收入的增长。

外销线上渠道方面，亚马逊和独立站为公司外销线上主要渠道，2022 年度和 2023 年度，亚马逊和独立站收入占公司外销线上收入的比例合计分别为 98.27%、96.55%。公司自 2021 年起逐步搭建和完善亚马逊、独立站等线上渠道，直接面向终端消费者进行销售并持续进行产品推广，销量呈现持续增长趋势。2023 年度，公司亚马逊、独立站销量合计增长 4.37 万台，实现收入增加 13,311.31 万元，为公司外销线上渠道销量增长的主要因素。

外销线下渠道方面，公司持续在全球主要发达地区开拓区域渠道资源，2023 年度，公司向北美和欧洲区域实现收入增幅较大。北美区域方面，公司自 2021

年完成美国独立站搭建，线下渠道也在持续突破，公司自 2022 年起与北美地区经销商 SCS 开展合作，SCS 拥有较为丰富的电商客户和商超渠道客户资源，线下销售实现快速增长。欧洲区域方面，公司已分别于 2021 年、2022 年完成德国亚马逊、独立站布局，公司积极参与展会并同步于欧洲多个国家开拓渠道客户，随着产品知名度逐步提升、公司产品逐步取得下游消费者的认可，公司线下渠道开拓取得较好成果，带动欧洲区域线下销售收入持续增长。

②产品迭代推出

产品迭代方面，公司持续进行折叠智能品类运动健身器材的设计与研发，新品类、新型号产品的推出将为公司收入增长带来新动能。新品类方面，公司自 2022 年下半年推出划船机品类产品，2022 年度划船机产品实现收入 540.84 万元，2023 年度实现收入 1,485.16 万元，增幅较大；新型号方面，公司持续跑步机类产品新型号研发，满足消费者对差异化扶手设计、多元功能配置、不同性能强度等多方面的需求，2023 年度，当期新型号跑步机、走步机实现收入 7,852.15 万元，产品更新迭代将持续推动公司收入增长。

综上所述，公司营业收入增长较快，主要是销售体系逐步完善及产品迭代推出所致，具有合理性。

2、公司净利润上涨的原因及合理性

2022 年、2023 年，公司利润表变动情况如下表所示：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度	变动金额	变动情况
一、营业收入	**60,075.47**	**43,348.14**	**16,727.33**	**38.59%**
减:营业成本	35,962.14	30,000.84	5,961.29	19.87%
减:税金及附加	94.23	73.93	20.30	27.46%
减:销售费用	12,652.88	7,625.01	5,027.86	65.94%
减:管理费用	3,889.67	3,791.56	98.11	2.59%
减:研发费用	2,447.15	1,998.62	448.53	22.44%
减:财务费用	53.77	-247.88	301.65	-121.69%
加:其他收益	449.70	296.96	152.74	51.44%

项目	2023 年度	2022 年度	变动金额	变动情况
加:投资收益（损失以“-”号填列）	91.07	-289.34	380.41	-131.47%
加:公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	26.88	-	26.88	-
减:信用减值损失	-72.77	27.19	-99.96	-367.59%
减:资产减值损失	-232.85	13.28	-246.13	-1853.26%
加:资产处置收益（损失以“-”号填列）	-1.15	3.17	-4.32	-136.22%
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	**5,236.53**	**157.31**	**5,079.21**	**3228.71%**
加:营业外收入	94.07	14.80	79.28	535.77%
减:营业外支出	106.97	23.93	83.04	346.97%
三、利润总额（亏损以“-”号填列）	**5,223.63**	**148.18**	**5,075.45**	**3425.21%**
减:所得税费用	585.53	-89.43	674.95	-754.75%
四、净利润（亏损以“-”号填列）	**4,638.11**	**237.61**	**4,400.50**	**1852.01%**
五、归属于母公司股东的净利润	**4,638.11**	**237.61**	**4,400.50**	**1852.01%**

公司主要科目变动情况分析如下所示：

（1）营业收入与营业成本

2023 年度，公司营业收入较上一年度增长 38.59%，主要系公司逐步完善全球销售渠道建设，大力拓展海外市场、外销收入增长较快所致。2023 年度，公司营业成本较上期增长 19.87%，增速低于营业收入，2023 年度实现毛利 24,113.33 万元，较上一年度增加 10,766.04 万元、增长 80.66%，主要是公司毛利率有所增长。毛利率增长因素主要包括：一方面，随着销售体系建设逐步完善，总体销量有所上升且下游渠道结构优化，收入增长主要来源于外销线上渠道和外销线下渠道，外销毛利率总体高于内销毛利率，线上毛利率总体高于线下毛利率，因此随着公司外销占比提升且外销线上占比提高，公司主要产品毛利率均呈上升趋势；另一方面，公司外销收入以美元结算为主，2023 年度美元兑人民币汇率整体较 2022 年度升值较多，导致公司产品单价有所提升，带动各类产品毛利率快速提升。

（2）销售费用

2023 年度，公司销售费用为 12,652.88 万元，较上一年度增加 5,027.86 万元，增长 65.94%，主要是公司外销线上收入持续增长，广告及平台推广费、平台服务费及佣金等费用增长较快所致。2023 年度，主营业务中外销线上收入为 26,739.46 万元，较 2022 年度增加 14,165.93 万元、增长 112.66%，销售费用增长与外销线上收入增长趋势相匹配，具有合理性。

综上所述，公司 2023 年度净利润增幅较大，主要是毛利增长较大、期间费用规模化效应显现，公司净利润变化具有合理性。

（六）说明变动趋势与同行业可比公司是否存在显著差异及原因

公司营业收入变动情况与同行业可比公司对比如下：

单位：万元

公司名称	2023 年度	2022 年度	变动金额	变动情况
康力源	60,920.75	60,662.08	258.67	0.43%
英派斯	89,531.96	82,469.67	7,062.29	8.56%
舒华体育	142,227.04	135,160.56	7,066.48	5.23%
公司	**60,075.47**	**43,348.14**	**16,727.33**	**38.59%**

公司净利润变动情况与同行业可比公司对比如下：

单位：万元

公司名称	2023 年度	2022 年度	变动金额	变动情况
康力源	9,692.29	8,427.18	1,265.10	15.01%
英派斯	8,816.41	6,566.46	2,249.95	34.26%
舒华体育	12,897.02	10,955.50	1,941.52	17.72%
公司	**4,638.11**	**237.61**	**4,400.50**	**1,852.01%**

由上述表格可知，同行业可比公司营业收入、净利润均处于上升趋势，公司营业收入、净利润变动趋势与同行业可比公司相一致。公司营业收入增速较快，主要是销售体系逐步完善及产品迭代推出所致；公司净利润增速较快，主要是渠道布局优化带动毛利率增长、毛利金额增加较大，同时期间费用规模化效应显现、具有合理性。

综上所述，公司营业收入、净利润变动趋势与同行业可比公司相一致，不存在显著差异。

（七）补充披露公司营业收入中“其他”的具体内容

公司主营业务中的其他主要为健身凳、走步机/跑步机垫、升降桌（桌板/桌架或成品）等产品及零配件产品，公司其他业务收入主要为维修收入及废品收入。公司于《公开转让说明书》“第四节 公司财务”之“六、经营成果分析”之“（二）营业收入分析”之“4、其他事项”中补充披露如下：

“一、营业收入中“其他”的具体内容

除跑步机、走步机、划船机外，公司持续进行创新产品研发、生产与销售，主营业务中的其他产品主要为健身凳、走步机/跑步机垫、升降桌（桌板/桌架或成品）等产品及零配件产品，具体如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
健身凳	297.97	36.49%	33.62	6.83%	-	-
走步机/跑步机垫	178.63	21.87%	176.63	35.87%	152.18	31.30%
升降桌（桌板/桌架或成品）	121.16	14.84%	115.36	23.42%	20.04	4.12%
扶手组件	50.00	6.12%	43.69	8.87%	96.95	19.94%
其他运动健康产品及零配件	168.87	20.68%	123.16	25.01%	217.08	44.64%
其他产品合计	816.63	100.00%	492.45	100.00%	486.26	100.00%

”

二、按照《挂牌审核业务规则适用指引第1号》补充披露境外销售有关事项；说明境内外毛利率差异原因及合理性，境外销售收入与报关收入、出口退税、运保费的匹配性；说明公司ODM销售收入占比与同行业公司是否存在显著差异及原因

（一）按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》补充披露境外销售有关

事项

1、境外销售事项的披露

公司于《公开转让说明书》“第四节 公司财务”之“六、经营成果分析”之“（二）营业收入分析”之“2、营业收入的主要构成”之“（2）收入按地区分类”中补充披露如下：

“（一）境外销售业务的开展情况，包括但不限于主要进口国和地区情况、主要客户情况、与公司是否签订框架协议及相关协议的主要条款内容、境外销售模式、订单获取方式、定价原则、结算方式、信用政策、境外销售毛利率与内销毛利率的差异、汇率波动对公司业绩的影响等

报告期内，公司境外收入主要进口区域情况如下：

单位：万元

区域	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
北美洲	9,620.86	36.63%	19,256.90	42.43%	10,185.39	38.04%
欧洲	11,270.38	42.91%	17,197.83	37.89%	9,433.32	35.23%
亚洲	4,908.70	18.69%	8,162.92	17.99%	6,674.64	24.93%
其他	464.41	1.77%	767.19	1.69%	480.93	1.80%
合计	26,264.35	100.00%	45,384.84	100.00%	26,774.28	100.00%

公司外销主要客户（报告期内合计收入前五大外销客户）情况如下：

单位：万元

客户名称	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度
SUPPLY CHAIN SOURCES LLC	3,309.27	2,953.65	68.06
MyStuff Norge AS	1,370.09	2,618.82	2,260.70
BATNA Sp. z o.o.	1,041.77	772.95	271.52
LASER WORLDWIDE TELECOM LTD	636.87	993.17	377.18
TOKUYO BIOTECH CO., LTD.	301.63	734.10	795.18
合计	6,659.62	8,072.68	3,772.64

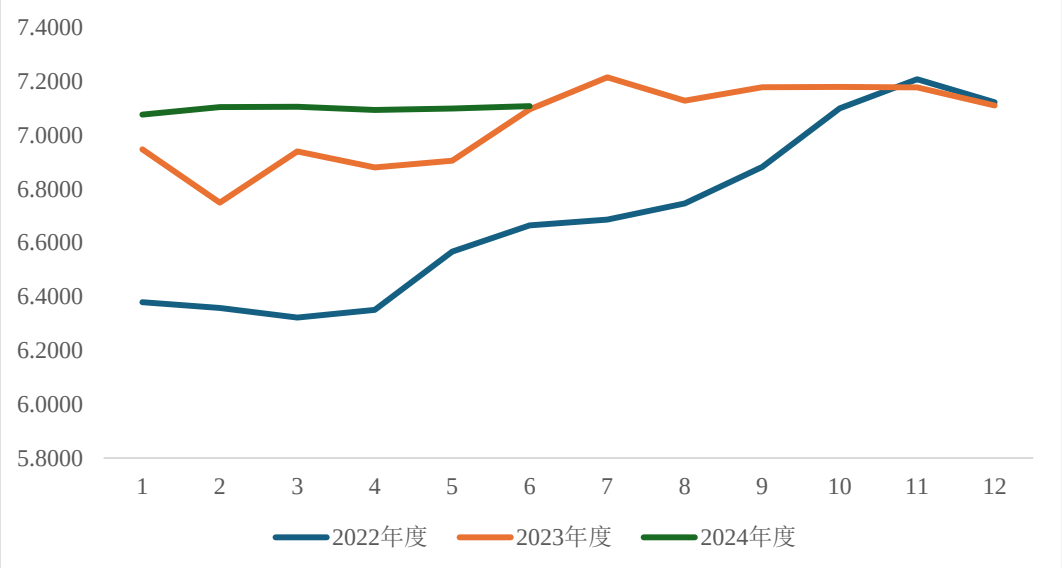
公司境外销售模式、订单获取方式、定价原则、结算方式、信用政策情况如下：

项目	内容
境外销售模式	境外销售模式包括自主品牌模式及 ODM 业务模式
订单获取方式	客户根据需求下单
定价原则	公司综合考虑产品生产成本、当地市场经济发展情况、居民消费水平、同类产品价格等与客户协商确认产品最终价格
结算方式	以银行转账方式结算
信用政策	公司与客户信用政策为根据客户合作历史、合作规模协商约定，按订单执行进度付款

公司境外销售毛利率与内销毛利率的差异情况如下：

区域	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度
外销	46.42%	46.24%	37.80%
内销	31.01%	21.38%	19.61%

汇率波动方面，报告期内，公司外销收入以美元结算为主。从各月汇率看，报告期各期人民币兑美元汇率呈现贬值趋势而产品成本主要以人民币结算，报告期内美元兑人民币汇率变动有利于公司毛利率的提升、经营业绩提升。报告期各期各月汇率对比情况如下：



（二）出口退税等税收优惠的具体情况，进口国和地区的进口、外汇等政策变化以及国际经贸关系对公司持续经营能力的影响

1、出口退税等税收优惠的具体情况

根据财政部、国家税务总局的财税[2012]39 号《关于出口货物劳务增值税和消费税政策的通知》的规定，公司适用增值税退（免）税政策的出口货物劳务，实行增值税免退税办法。报告期内，公司出口产品享受增值税出口退税政策，根据出口商品类别适用 13%的出口退税率。

2、进口国和地区的进口、外汇等政策变化以及国际经贸关系对公司持续经营能力的影响

报告期内，公司境外销售主要来自于北美、欧洲、中东、日韩等国家与地区，除美国外，公司主要产品销售区域国际经贸关系以及对中国有关产品的进口政策、外汇环境总体上保持稳定，并无对公司持续经营能力可能产生重大不利影响的贸易限制性政策。

报告期内，国际贸易政策层面，公司产品境外销售主要受美国关税政策影响。出于保护本国相关产业的目的，美国采取对进口中国的产品加征关税等措施，对中美双边贸易均造成了一定的阻碍。公司出口美国产品属于 2019 年加征关税范围。

目前中国已经是国际产业分工格局中的重要力量，国际产业分工格局目前是以亚洲为主要制造地，因此尽管美国客户的关税税率有所提高，但由于国内体育器材相关产品的供应链较为成熟和完善，我国供应商对美国客户等国际客户具有较强的吸引力。未来国际贸易政策、关税变化对公司不存在重大不利影响，具体分析如下：

其一，根据联合国贸易数据库的统计，2012-2022 年美国和加拿大健身器材进口总额从 21.2 亿美元增长到 37.6 亿美元，年复合增长率为 5.92%；其中，从中国进口健身器材的贸易额从 2012 年的 15.0 亿美元增长到 2022 年的 24.9 亿美元，从中国进口的健身器材金额占北美地区健身器材进口总额比例较高，北美地区健身器材消费对产自中国健身器材生产制造具有较强的依赖关系。

其二，公司主要从事折叠智能健身器材的设计、研发、生产与销售，产品包括折叠智能走步机、折叠智能跑步机、折叠智能划船机及其他健康功能产品等，产品具有较强的创新性特征，拥有较高的技术壁垒，满足用户对具备优良产品工业设计、智能安全控制算法、居家及办公场景收纳等特点健身器材需求，符合行业的发展趋势和消费者的体验需求，与同行业可比公司健身器材相比具有较强竞争优势，能够在复杂贸易政策变化中脱颖而出。

其三，公司主要美国客户与公司逐步加强合作深度，建立了长期稳定的合作关系，美国下游大型渠道客户如 Costco、BestBuy、Dick’s Sporting Goods、Abt Electronics 等对于供应商准入的程序规定相对严格，公司凭借创新的产品设计、优良的产品品质、快速交付能力和综合服务能力赢得主要美国渠道客户的信任，美国客户与公司的合作粘性较高。

此外，公司境外销售较为分散，不存在依赖单一出口国的情况。

综上所述，除美国外，公司主要产品销售区域国际经贸关系以及对中国有关产品的进口政策、外汇环境总体上保持稳定，并无对公司持续经营能力可能产生重大不利影响的贸易限制性政策；北美地区健身器材消费对中国健身器材生产制造具有较强的依赖关系，公司产品具有较强竞争优势，与下游渠道客户建立了良好的合作关系，合作粘性较高。因此，未来美国及其他进口国和地区的进口、外汇等政策变化以及国际经贸关系对公司持续经营能力不会造成重大不利影响。

（三）主要境外客户与公司及其关联方是否存在关联方关系及资金往来

主办券商及会计师履行了如下核查程序：

1、获取公司及主要关联方资金流水，核查公司与主要境外客户是否存在异常资金往来；

2、取得公司关联方清单，获取董监高调查表及股东调查表，通过企查查等网络查询复核公司关联方列表；

3、对主要境外客户进行访谈，确认其与公司及公司关联方不存在关联关系，除正常业务交易产生的资金往来外，主要境外客户及境外客户实际控制人不存

在与公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其配偶、公司员工之间存在资金往来情形。

经核查，公司主要境外客户与公司及公司关联方不存在关联方关系，除正常业务交易产生的资金往来外，不存在资金往来情形。”

2、境外销售事项的核查

（1）主办券商及律师应当重点关注境外销售业务的合规经营情况，包括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

①主办券商及律师应当重点关注境外销售业务的合规经营情况，包括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，公司及其控股子公司从事境外销售所取得的境内销售资质、许可具体如下：

序号	持有人	证书名称	证书编号	核发机关	核发日期	有效期
1	金史密斯	进出口货物收发货人	1106962971	丰台海关	2017.03.20	2099.12.31
2	山东金史密斯	进出口货物收发货人	3703960A52	淄博海关	2020.08.11	2099.12.31
3	厦门金史密斯	进出口货物收发货人	3502960AY1	集同海关	2023.09.18	2099.12.31
4	富琴惠金	进出口货物收发货人	4404860A3Q	横琴海关	2024.09.27	2099.12.31
5		报关企业	4404880A13	横琴海关	2024.09.27	2099.12.31
6	富博惠金	进出口货物收发货人	3703960DR8	淄博海关	2024.11.07	2099.12.31

根据香港廖国辉律师事务所于 2024 年 12 月 4 日出具的法律意见书（以下简称“香港境外法律意见书”），按照香港一般法律，该公司从事上述运动用品贸易业务、投资控股及进行其它一般商业活动，除了须要申领商业登记证外，并不须要向香港政府或其他有关机构申请牌照、同意或许可证。

根据美国 SAC ATTORNEYS LLP 于 2024 年 11 月 22 日出具的法律意见书（以下简称“美国境外法律意见书”），公司已取得进出口贸易所需的相关资质，并且具备开展进出口贸易的条件。

根据韩国法务法人（有限）韩星于 2024 年 9 月 4 日出具的法律意见书（以下简称“韩国境外法律意见书”），韩国金史密斯在销售所涉国家和地区已依法取得从事相关业务所必须的资质、许可。

根据德国 Löwenberg-Huang 律师事务所于 2024 年 11 月 26 日出具的法律意见书（以下简称“德国境外法律意见书”），德国金史密斯正式登记的经营活动无需进行任何官方审批或认证流程便可开展，因此德国金史密斯拥有适合其经营活动的营业资质。

经核查，公司在销售所涉国家和地区已取得从事相关业务所必需的资质、许可。

②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

根据香港境外法律意见书，截至该法律意见书出具日，确认在香港法院没有任何针对香港金史密斯的诉讼或者其它形式的法律行动，香港金史密斯不存在任何因外汇、海关、税务、数据等方面的违法违规行为而被香港相关政府/行政部门处罚或采取其他形式的法律行动。

根据税务咨询机构 RSM US LLP（以下简称“RSM”）出具的确认函及美国境外法律意见书，香港金史密斯曾通过在线市场如亚马逊或其公司网站向美国消费者销售产品，存在部分州销售税少缴的情形，香港金史密斯已通过 RSM 就美国主要州销售税进行 VDA 申报及补缴，已支付补缴销售税及支付滞纳金，已经完成销售税合规整改，所处罚金（即前述滞纳金）金额较小，不属于重大违法违规处罚；除此之外，美国金史密斯目前并无任何未决的诉讼或仲裁，亦不存在美国联邦根据相关法规施加的任何行政处罚，美国金史密斯不存在面临被立案调查的情形。

根据韩国境外法律意见书，韩国金史密斯遵守了韩国海关的法律与法规，不存在实际上或被指控违反任何韩国海关规定的行为。

根据德国境外法律意见书，截至 2024 年 6 月 30 日，德意志联邦共和国内未有针对德国金史密斯提起的公诉或行政违法诉讼，在公诉或税法项下，未有针对德国金史密斯的未决犯罪调查或法庭程序；未有针对德国金史密斯做出的最终犯罪判决，或行政机关虽已就重大行政违法行为对德国金史密斯发出处罚令但尚未作出最终、无可争议或可立即执行的决定。

根据相关政府部门出具的信用报告（有无违法违规信息版）、境外法律意见书以及公司的说明，并经查询中国裁判文书网、中国执行信息公开网、人民法院公告网等公开网站，除前述香港金史密斯存在的销售税补缴滞纳金外，报告期内公司不存在其他被相关国家和地区处罚或者立案调查的情形。

综上所述，公司境外销售业务已依法取得从事相关业务所必需的资质、许可，除前述香港金史密斯存在的销售税欠缴处罚外，报告期内公司不存在其他被相关国家和地区处罚或者立案调查的情形；香港金史密斯销售税补缴所产生滞纳金不属于重大违法违规处罚，香港金史密斯已支付补缴销售税及支付滞纳金并完成整改工作。

③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

报告期内，公司与境外销售客户、线上平台主要采取电汇的方式进行结算，跨境资金流动为正常的经营往来，结换汇主要为结算货款等而发生，均在依法开立的银行账户、具有资质的跨境支付机构的收款账户进行；公司具备相关进出口业务资质，公司开展境外销售业务的过程中，已在具有经营外汇资质的银行、具有资质的跨境支付机构开立相应的外币账户，并结合生产经营需求、资金安排计划等依法办理相关的收付汇、结换汇等跨境资金流动相关事项。

根据相关政府部门出具的信用报告（有无违法违规信息版），并经查询国家税务总局、国家外汇管理局、中华人民共和国海关总署、中国裁判文书网、中国执行信息公开网等公开网站，公司不存在关于相关业务模式下的结算方式、跨境资金流动、结换汇的行政处罚记录。

综上，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。

3、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

（1）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

针对境外销售收入的真实性、准确性和完整性，主办券商及申报会计师履行了如下核查程序：

①获取公司收入明细表，了解境外销售主要区域、主要客户情况；

②对公司报告期内的主要外销客户进行走访，了解客户的具体情况、与公司的合作历史、合作背景、交易情况、是否存在关联关系等事项；

③对公司客户执行函证程序，核查收入金额及应收账款余额的真实性、准确性和完整性；

④取得公司出口报关单、由海关导出的公司报关记录，核实公司外销收入的真实性、准确性和完整性；

⑤抽取部分订单执行穿行测试，取得合同、订单、出库单、报关单、回款单等材料，核查收入确认的内部控制的有效性；

⑥进行截止性测试，核查收入确认时点的准确性；

⑦针对境外线上收入，对亚马逊、独立站等主要线上销售渠道执行 IT 审计，确认信息系统的可靠性，核查业务数据和财务数据的真实性、有效性及完整性。

经核查，主办券商及申报会计师认为，公司境外销售收入具有真实性、准确性、完整性，收入确认符合《企业会计准则》规定。

（2）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

报告期内，公司外销线下收入与海关报关数据、出口退税数据金额对比如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年	2022 年
外销线下收入 A	13,224.39	18,645.38	14,200.75
海外仓发货外销线下收入 B	2,340.13	2,025.94	886.78
扣除海外仓发货的外销线下收入 C	10,884.27	16,619.45	13,313.98
海关总报关金额 D	20,025.23	32,598.87	22,645.40
向合并主体海外仓报关金额 E	8,954.07	15,739.19	9,305.92
扣除向合并主体海外仓报关后海关报关金额 F	11,071.16	16,859.67	13,339.48
外销收入与海关报关金额差异 G=C-F	-186.90	-240.23	-25.50
外销收入与海关报关金额差异率 H=G/C	-1.72%	-1.45%	-0.19%
增值税及附加税费申报表免税货物销售额 I	20,151.05	32,454.96	22,436.08
海关报关金额与免税货物销售金额差异 J=D-I	-125.82	143.91	209.31
海关报关金额与免税货物销售金额差异率 K=J/D	-0.63%	0.44%	0.92%

报告期内，公司境外销售收入金额与海关出口数据、出口退税数据差异较小。公司外销海关出口数据、出口退税数据与境外线下销售收入相互匹配。

公司主要通过 FOB 模式开展外销线下业务，无需承担运保费，运保费金额与外销线下业务收入不具有匹配关系。

（3）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

公司致力于打造自主品牌的经营战略，强化产品研发、渠道建设与品牌运营，公司产品持续创新迭代、推陈出新，同时公司在境内外搭建成熟的销售体系，实现自主品牌产品在全球重要国家和地区市场的覆盖。报告期内，公司境外业务规模持续增长，公司境外销售业务发展趋势不会对公司持续经营能力构成重大不利影响。

（二）说明境内外毛利率差异原因及合理性

报告期各期，公司主营业务中境内、境外业务毛利率情况如下：

项目	2024 年 1 月-6 月	2023 年度	2022 年度
外销	46.42%	46.24%	37.80%
内销	31.01%	21.38%	19.61%

报告期各期，公司外销毛利率均高于内销毛利率，主要是公司境外业务收入主要来源于欧洲、北美等发达国家和地区，境外发达国家和地区的消费者消费能力相对较强、价格敏感性相对较低、产品定价相对较高，相应导致外销收入毛利率水平较高，具有合理性。

（三）境外销售收入与报关收入、出口退税、运保费的匹配性

境外销售收入与报关收入、出口退税、运保费的匹配性参见本题“二、按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》补充披露境外销售有关事项；说明境内外毛利率差异原因及合理性，境外销售收入与报关收入、出口退税、运保费的匹配性；说明公司 ODM 销售收入占比与同行业公司是否存在显著差异及原因。”之“（一）按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》补充披露境外销售有关事项”之“二、境外销售事项的核查”之“（二）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。”之“2、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”。

（四）说明公司 ODM 销售收入占比与同行业公司是否存在显著差异及原因

报告期各期，公司及同行业可比公司 ODM/OEM 业务收入占比情况如下：

公司名称	2024 年 1 月-6 月	2023 年度	2022 年度
康力源	未披露	41.38%	66.49%
英派斯	43.69%	41.18%	46.84%

舒华体育	未披露	未披露	未披露
公司	4.15%	9.62%	23.34%

注：康力源 2024 年半年度报告未披露 ODM/OEM 业务收入情况；英派斯 ODM/OEM 业务收入取自其披露 ODM/OEM 出口业务实现收入金额，英派斯内销业务主要为自主品牌业务；舒华体育未披露 ODM/OEM 收入，其主要以自主品牌经营。

报告期各期，公司 ODM 业务收入占比低于同行业可比公司，主要是发展历程存在差异所致。

康力源、英派斯 ODM/OEM 业务占比较高，主要是其所产跑步机等健身器材为传统跑步机等产品，而全球范围内来看，全球健身器材市场多由欧美品牌商企业主导，我国健身器材生产企业主要以 ODM 或 OEM 方式向欧美市场出口为主，整体呈现企业数量众多、规模化企业较少的竞争格局，自主品牌在国外市场的占有率不高。康力源、英派斯通过 ODM/OEM 方式参与全球产业链分工，并逐步以自有品牌产品向海外市场推广，海外市场自主品牌业务占比逐步提升，是传统健身器材产品生产制造企业参与全球竞争的主要发展方式。

舒华体育长期专注于国内市场，2022 年度和 2023 年度，舒华体育外销占比仅为 8.46%和 13.32%，其以自主品牌专注于国内市场导致业务模式与同行业可比公司存在差异，具有合理性。

公司自成立以来即专注于创新型健身器材的设计、研发、生产与销售，因取得小米集团投资，且为实现创新产品快速推广，公司通过ODM方式与小米合作，陆续推出米家走步机、米家跑步机等产品，借助小米集团庞大的用户群体，公司创新形态产品快速推向市场。公司还与海外具有较强品牌竞争力、渠道拓展能力的品牌商开展合作，以 ODM 方式将公司产品推向海外市场。随着公司创新形态健身器材产品逐步为消费者所知，公司坚持自主品牌战略，以自主品牌进行覆盖线上、线下的全球销售渠道建设，随着销售渠道逐步完善，公司自主品牌收入占比持续提升，ODM 业务占比逐步下降，公司发展历程与同行业可比公司存在一定差异。

综上所述，因发展历程与同行业可比公司存在差异，公司与同行业可比公司 ODM/OEM 业务收入占比存在差异，具有合理性。

三、说明报告期内公司各产品毛利率上升的原因及合理性，公司毛利率高于同行业可比公司的原因及合理性；对比可比公司细分产品，量化分析公司毛利率与同行业可比公司毛利率存在差异的原因及合理性

（一）说明报告期内公司各产品毛利率上升的原因及合理性

公司主营业务产品构成及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月			2023 年度			2022 年度		
	主营业务收入	主营业务收入占比	毛利率	主营业务收入	主营业务收入占比	毛利率	主营业务收入	主营业务收入占比	毛利率
跑步机	19,076.92	58.83%	42.14%	32,655.70	54.41%	36.56%	27,076.33	62.55%	29.96%
走步机	12,121.63	37.38%	46.29%	25,388.32	42.30%	45.21%	15,186.92	35.08%	33.10%
划船机	410.53	1.27%	45.41%	1,485.16	2.47%	40.81%	540.84	1.25%	27.77%
其他	816.63	2.52%	32.59%	492.45	0.82%	18.36%	486.26	1.12%	14.25%
总计	**32,425.72**	**100.00%**	**43.49%**	**60,021.63**	**100.00%**	**40.18%**	**43,290.36**	**100.00%**	**30.86%**

从产品结构看，公司主要产品为跑步机、走步机产品，报告期内公司主营业务中跑步机、走步机收入占比为 97.63%、96.71%和 96.22%，占比较高。产品收入占比变动对公司毛利率变动的影响计算如下：

项目	2024 年上半年度相较 2023 年度			2023 年度相较 2022 年度		
	产品收入占比变动影响	毛利率因素影响	毛利率贡献率变化	产品收入占比变动影响	毛利率因素影响	毛利率贡献率变化
跑步机	1.62%	3.28%	4.90%	-2.44%	3.59%	1.15%
走步机	-2.22%	0.40%	-1.82%	2.39%	5.12%	7.51%
划船机	-0.49%	0.06%	-0.43%	0.34%	0.32%	0.66%
其他	0.31%	0.36%	0.67%	-0.04%	0.03%	-0.01%
总计	**-0.79%**	**4.10%**	**3.31%**	**0.25%**	**9.07%**	**9.32%**

注：毛利率因素影响=（本年毛利率-上年毛利率）×本年业务收入占比；收入占比变动影响=（本年业务收入占比-上年业务收入占比）×上年毛利率；下同。

如上表所示，产品收入占比变动影响对毛利率的影响相对较小，2024 年上半年度相较 2023 年度产品结构占比变动对毛利率贡献率变化的影响合计为-0.79

个百分点，2023 年度相较 2022 年度产品结构占比变动对毛利率贡献率变化的影响合计为 0.25 个百分点，产品结构变动对毛利率变化影响相对较小。

公司毛利率增长主要是各类产品毛利率均有所提升对公司整体毛利率影响较大，各类产品毛利率提升主要是销售区域及销售方式变化的结果，具体分析如下：

公司销售区域目前分为境内和境外同时公司又通过线上、线下进行销售，公司报告期内主营业务按销售区域与销售方式进行划分的收入、毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月			2023 年度			2022 年度		
	主营业务收入	主营业务收入占比	毛利率	主营业务收入	主营业务收入占比	毛利率	主营业务收入	主营业务收入占比	毛利率
外销线上	13,039.96	40.21%	53.79%	26,739.46	44.55%	53.60%	12,573.53	29.04%	48.65%
外销线下	13,224.39	40.78%	39.15%	18,645.38	31.06%	35.68%	14,200.75	32.80%	28.19%
内销线上	1,199.37	3.70%	38.03%	2,201.74	3.67%	30.18%	3,639.79	8.41%	33.18%
内销线下	4,962.00	15.30%	29.32%	12,435.05	20.72%	19.83%	12,876.29	29.74%	15.77%
总计	**32,425.72**	**100.00%**	**43.49%**	**60,021.63**	**100.00%**	**40.18%**	**43,290.36**	**100.00%**	**30.86%**

销售区域及销售方式占比变化对毛利率变动的影响如下：

项目	2024 年上半年度相较 2023 年度			2023 年度相较 2022 年度		
	销售渠道占比变动影响	毛利率因素影响	毛利率贡献率变化	销售渠道占比变动影响	毛利率因素影响	毛利率贡献率变化
外销线上	-2.32%	0.08%	-2.25%	7.54%	2.21%	9.75%
外销线下	3.47%	1.41%	4.88%	-0.49%	2.33%	1.84%
内销线上	0.01%	0.29%	0.30%	-1.57%	-0.11%	-1.68%
内销线下	-1.07%	1.45%	0.38%	-1.42%	0.84%	-0.58%
总计	**0.08%**	**3.23%**	**3.31%**	**4.06%**	**5.26%**	**9.32%**

注：毛利率因素影响=（本年毛利率-上年毛利率）×本年业务收入占比；销售区域及销售方式占比变动影响=（本年业务收入占比-上年业务收入占比）×上年毛利率；下同。

如上表所示，外销对毛利率变化的贡献率最大。2023 年度相较 2022 年度，外销线上收入金额占比上升带动毛利率贡献上升 7.54 个百分点，为当期毛利率

上升的主要影响因素；2024 年 1-6 月相较 2023 年度，外销线下收入金额占比上升带动毛利率贡献上升 3.47 个百分点，为当期毛利率上升的主要影响因素。

具体分析如下：

1、外销线上方面，外销线上渠道毛利率较高，随着外销线上收入占比提升，2023 年度毛利率相较 2022 年度毛利率增长较大

外销线上销售客户主要为终端消费者且外销线上销售区域主要为北美、欧洲等发达国家和地区，消费者消费能力相对较强、价格敏感性相对较低、销售单价较高，因此外销线上销售毛利率较高。

公司外销线上收入占比提升，主要是外销线上收入增速快于公司其他业务增速，外销线上销售区域集中在欧洲、北美等发达国家和地区，是全球最重要的健身器材消费市场，市场容量大、规模广阔。随着公司逐步完善全球线上销售渠道，外销线上收入稳步增长。

亚马逊和独立站为公司主要外销线上渠道，2022 年、2023 年，亚马逊和独立站实现收入占公司主营业务外销线上收入的比例合计分别为 98.26%、96.53%。公司自 2021 年起逐步搭建和完善亚马逊、独立站等线上渠道，直接面向消费者进行销售，在北美、德国、英国等地持续进行产品推广。2023 年，公司通过亚马逊、独立站实现的收入增加 13,457.55 万元，为公司外销线上渠道收入增长的主要因素。2023 年较 2022 年，公司外销线上收入构成明细如下表所示：

单位：万元

平台	区域站点	2023 年度				2022 年度	
		主营业务收入金额	占比	变动金额	变动比例	主营业务收入金额	占比
亚马逊	亚马逊-美国	7,855.78	29.38%	2,625.30	50.19%	5,230.48	41.60%
	亚马逊-德国	3,534.80	13.22%	2,171.29	159.24%	1,363.51	10.84%
	亚马逊-英国	2,554.15	9.55%	1,318.06	106.63%	1,236.09	9.83%
	其他	2,766.29	10.35%	820.81	42.19%	1,945.48	15.47%
	小计	16,711.02	62.50%	6,935.46	70.95%	9,775.57	77.75%
独立	独立站-美国	7,368.97	27.56%	4,789.84	185.72%	2,579.13	20.51%

站	独立站-英国	766.66	2.87%	766.66	-	-	-
	独立站-德国	706.24	2.64%	706.24	-	-	-
	其他	259.35	0.97%	259.35	-	-	-
	小计	9,101.22	34.04%	6,522.09	252.88%	2,579.13	20.51%
其他	其他线上渠道（如日本乐天、韩国 COUPANG 等）	927.21	3.47%	708.38	323.72%	218.83	1.74%
合计		**26,739.46**	**100.00%**	**14,165.93**	**112.66%**	**12,573.53**	**100.00%**

从销售区域看：亚马逊方面美国、德国、英国地区收入金额增加较大，合计增加 6,114.65 万元，独立站方面美国地区金额增加较大、增加 4,789.84 万元。公司亚马逊、独立站收入增长，主要是公司逐步完善全球销售渠道建设，开拓海外网络、持续提升订单配送时效、提高买家购物体验，公司创新型健身器材产品在全球主要国家和地区市场健身器材领域树立起了良好的口碑，线上销售渠道稳步增长。

2、外销线下方面，受自主品牌业务占比提升、重点区域客户关系持续深化、人民币汇率波动等因素综合影响，外销线下毛利率持续提升

（1）公司坚持自主品牌战略，外销 ODM 业务逐步下降，自主品牌毛利率高于 ODM 业务毛利率

报告期各期，公司外销线下收入中自主品牌业务及 ODM 业务收入占比情况如下：

单位：万元

外销线下	**2024 年 1-6 月**		**2023 年度**		**2022 年度**	
	收入	**收入占比**	**收入**	**收入占比**	**收入**	**收入占比**
自主品牌业务	12,689.77	95.96%	17,038.01	91.38%	11,412.39	80.36%
ODM 业务	534.63	4.04%	1,607.38	8.62%	2,788.37	19.64%
总计	**13,224.39**	**100.00%**	**18,645.38**	**100.00%**	**14,200.75**	**100.00%**

公司为将创新型健身器材产品进行广泛推广，与部分具有良好区域品牌效应的客户通过 ODM 方式合作，将折叠与智能理念产品推广至相关国家和地区，利用品牌客户实现业绩增长的同时加快公司创新理念的在相关市场渗透。

公司致力于打造自主品牌的经营战略，强化品牌运营与渠道建设，在境内外搭建成熟的销售体系，实现自主品牌产品在全球重要国家和地区市场的覆盖。随着公司自有品牌知名度的提升，公司逐步转以自有品牌开拓相关市场，外销线下 ODM 业务占比持续下降。

报告期各期，ODM 业务毛利率相对较低，公司外销线下自主品牌业务毛利率均高于 ODM 业务毛利率，随着自有品牌产品收入占比进一步提升，公司毛利率持续提升。

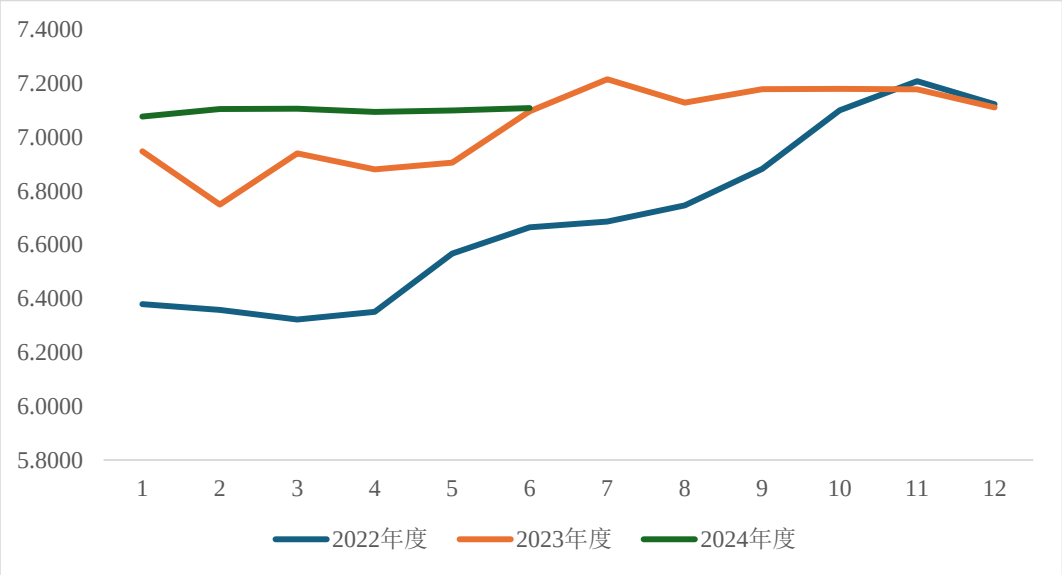
（2）公司深耕重点区域市场，与重点市场客户建立良好经销关系，提高客户定价水平

欧洲、北美、中东等发达国家和地区居民消费水平较高，价格敏感性相对较低，无论对公司自营独立站、亚马逊平台还是公司客户下游零售站点，公司产品在相关区域市场零售端往往能够进行更高的零售定价。随着公司客户区域分布逐步向欧美发达国家与地区集中，与相关市场具备较强渠道实力的经销商建立良好的经销关系，公司产品定价将逐步提升。

公司深耕欧洲、北美、中东等重点区域市场，与当地具备较强渠道实力的经销商建立良好经销关系，由于当地居民消费水平较高，经销商对下游拥有更高的定价权，则公司出厂价定价更高，毛利率更高。

（3）报告期各期人民币相较美元呈贬值趋势，汇率变动有利于公司毛利率提升

报告期内，公司外销收入以美元结算为主。从各月汇率看，报告期各期人民币兑美元汇率呈现贬值趋势而产品成本主要以人民币结算，报告期内美元兑人民币汇率变动有利于公司毛利率的提升。报告期各期各月汇率对比情况如下：



综上所述，从销售区域及销售方式看，公司外销收入金额占比上升为公司整体毛利率增长的主要贡献因素，公司整体毛利率整体不断上升具有合理性。

（二）对比可比公司细分产品，量化分析公司毛利率与同行业可比公司毛利率存在差异的原因及合理性

公司及可比公司综合毛利率情况如下：

项目	2024 年 1 月-6 月	2023 年度	2022 年度
康力源	32.19%	32.59%	25.63%
舒华体育	32.28%	29.61%	29.83%
英派斯	30.36%	31.85%	26.21%
平均综合毛利率	**31.61%**	**31.35%**	**27.22%**
申请挂牌公司综合毛利率	**43.42%**	**40.14%**	**30.79%**

公司与可比公司毛利率存在差异，主要是产品品类、销售渠道与经营模式存在一定差异所致。

公司主要从事折叠智能健身器材的设计、研发、生产与销售，致力于将折叠理念融入产品工业设计，在结构设计、控制系统、材料选型、智能交互等层面进行深入研究，结合理论建模与生产实践，创新打造一系列具备折叠结构与智能控制算法的智能运动健身器材。公司持续进行研发投入，主营产品具有较为显著的创新特征，目前公司同类销售渠道如亚马逊、京东、天猫等尚无可实现跑面折叠

的跑步机、走步机等竞争产品，产品较强的创新属性为公司带来了一定的创新溢价、品牌溢价，毛利率相对较高。

同时，公司经营模式、销售渠道与同行业可比公司存在一定差异：

一方面，公司主要采取自主品牌拓展业务，报告期内主营业务自主品牌收入金额占营业收入之比分别为 76.53%、90.29%、95.79%，占比较高且不断上升。一般而言自主品牌业务具有一定的品牌溢价且投入较大，其毛利率高于 ODM/OEM 业务毛利率。

另一方面，公司采取线上、线下相结合的业务模式且线上收入金额占比较高，报告期内公司线上业务收入金额占营业收入之比分别为 37.40%、48.17%、43.89%，占比相对较高。一般而言线上业务直接面对消费者、不存在中间销售渠道，其毛利率高于线下业务毛利率。

另外，公司境内、境外销售渠道相结合，境外收入占比较高且不断提升，报告期内公司境外业务收入金额占营业收入之比分别为 61.77%、75.55%、80.95%，占比较高且不断提升。一般而言，境外发达国家和地区的消费者消费能力相对较强、价格敏感性相对较低、销售单价较高，相应导致外销收入毛利率水平较高。

同行业公司具体分析如下：

1、康力源

康力源是一家专注于健身器材研发、制造与销售的高新技术企业。经过多年的发展，康力源形成了以综合训练器和自由力量训练器为主导、无氧与有氧结合、室内与室外结合、家用与商用结合的综合性健身器材业务体系，具体产品覆盖无氧健身器材（如综合训练器、自由力量训练器等）、有氧健身器材（如跑步机、椭圆机等）、室外全民健身器材（如太空漫步机、三联单杠、笼式足球场等）和其他小类器材等多系列产品。

根据康力源招股说明书披露，其细分产品如下：

项目	2022 年度	
	收入占比（%）	毛利率（%）

项目		2022 年度	
		收入占比（%）	毛利率（%）
室内健身器材	**无氧器械**	**80.06**	**25.60**
	其中：综合训练器	44.21	28.16
	自由力量训练器	34.36	22.16
	有氧器械	**11.45**	**26.54**
	其中：跑步机	6.89	29.63
	健身车	2.75	16.93
	小计	**91.51**	**25.71**
室外全民健身器材		7.54	23.32
其他		0.96	8.69
合计		**100.00**	**25.37**

注：康力源定期报告未披露产品明细毛利率情况。

康力源主要经营无氧器械产品，2022 年度其无氧器械产品收入占比为 80.06%，主营产品与公司存在一定差异。康力源 2022 年度跑步机产品毛利率为 29.63%，与公司 2022 年度跑步机 29.96%产品毛利率相当。

康力源报告期各期与公司毛利率存在差异，除产品品类差异外，主要是销售渠道与经营模式差异，具体分析如下：

（1）销售渠道方面

①康力源销售渠道分布与公司存在一定差异，公司毛利率高于康力源毛利率具有合理性

根据康力源招股说明书披露，康力源主要销售渠道收入及占比情况如下：

单位：万元

康力源销售渠道	2022 年		2021 年		2020 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
境外线上	6,966.98	11.52%	6,318.23	9.04%	7,086.50	10.53%
境外线下	39,991.60	66.15%	50,688.49	72.56%	46,878.66	69.63%
境外小计	**46,958.58**	**77.68%**	**57,006.72**	**81.60%**	**53,965.16**	**80.16%**

境内线上	2,833.63	4.69%	2,324.03	3.33%	2,722.41	4.04%
境内线下	10,662.20	17.64%	10,530.75	15.07%	10,633.28	15.79%
境内小计	**13,495.83**	**22.32%**	**12,854.78**	**18.40%**	**13,355.69**	**19.84%**
合计	**60,454.41**	**100.00%**	**69,861.50**	**100.00%**	**67,320.85**	**100.00%**

2022 年度公司境外线上实现收入占主营业务的 29.04%，境内线上实现收入占主营业务的 8.41%，康力源主要销售渠道为境外线下渠道，其 2022 年度境外线上渠道占比 11.52%、境内线上渠道收入占比 4.69%，均相对较低，与公司存在较大差异。线上业务直接面对消费者、不存在中间销售渠道，其毛利率高于线下业务毛利率，境外发达国家和地区的消费者消费能力相对较强、价格敏感性相对较低、销售单价较高，相应导致外销收入毛利率水平较高，公司境外线上、境内线上收入占比相对较高，毛利率整体高于康力源毛利率水平，具有合理性。

②康力源外销线上渠道毛利率相对较高（扣除运费前），与公司外销线上毛利率水平（扣除运费前）相一致，进一步表明公司境外线上渠道毛利率较高的合理性

康力源外销线上业务呈现高毛利率（扣除运费前）特征、与公司相一致，进一步表明公司外销线上业务毛利率较高的合理性。根据康力源披露，康力源境外线上主要为亚马逊渠道，其新旧收入准则下亚马逊渠道毛利率情况如下：

康力源亚马逊渠道毛利率	2022 年度	2021 年度	2020 年度
未考虑运费成本	66.50%	74.24%	75.16%
考虑运费成本	15.89%	37.84%	63.50%

2022 年度公司未考虑运费成本情况下外销线上渠道毛利率水平与康力源基本一致，对比分析如下：

外销线上渠道毛利率	康力源	公司
未考虑运费成本	66.50%	65.64%
考虑运费成本	15.89%	48.65%

未考虑运费成本情况下，康力源外销线上渠道毛利率为 66.50%，公司外销线上毛利率为 65.64%，毛利率水平保持一致，进一步表明公司外销线上业务毛利率较高的合理性，与同行业可比公司相一致。

考虑运费成本后，康力源境外线上业务毛利率低，与公司存在差异，主要是其产品品类为传统无氧健身器械，单价较低、体积较大、重量较大，毛利率受运费影响较大，2022 年海运费价格较高导致其考虑运费后毛利率较低。根据其披露，境外线上销售产品品类、单价及占比情况如下：

单位：元/台、%

产品名称	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	单价	收入占比	单价	收入占比	单价	收入占比	单价	收入占比
自由力量训练器	**566.04**	**90.99**	**629.16**	**87.58**	**570.91**	**95.82**	**440.09**	**99.72**
其中：哑铃凳	532.55	21.37	681.37	33.36	660.44	48.48	518.86	60.47
深蹲架	784.26	21.85	862.11	14.78	837.10	0.58	-	-
举重床	718.23	15.71	696.49	11.74	671.88	9.72	507.78	3.68
门框训练器	310.64	9.10	379.47	11.15	394.25	16.65	294.04	21.20
小提腿训练器	735.66	5.98	915.65	8.32	923.29	8.93	789.28	4.12
平凳	395.49	2.10	468.87	3.07	375.83	3.12	308.13	1.83
腹肌训练器	504.82	3.06	586.79	3.44	548.69	3.54	470.70	3.42
其他	534.13	11.80	320.85	1.72	381.36	4.81	407.33	5.00
健身车	**1,050.06**	**5.36**	**1,119.93**	**9.18**	**956.00**	**2.69**	**852.17**	**0.28**
其他	**545.52**	**3.65**	**450.31**	**3.23**	**232.93**	**1.49**	**-**	**-**
合计	**579.56**	**100.00**	**646.96**	**100.00**	**564.82**	**100.00**	**440.69**	**100.00**

康力源境外线上主要销售哑铃凳、深蹲架、举重床等传统无氧健身器械，康力源官方网站产品图例如下：

产品名称	官方网站图例

产品名称	官方网站图例
哑铃凳	
深蹲架	
举重床	

康力源境外线上主要销售哑铃凳、深蹲架、举重床等传统无氧健身器械，产品单价较低、体积较大、重量较大，毛利率受运费成本影响大。公司外销线上销售主要为自主品牌创新形态折叠智能走步机、折叠智能跑步机产品，上述走步机、跑步机产品在报告期内境外线上收入占比分别为 99.73%、98.58%和 97.06%，上述二类产品境外线上销售平均单价为 3,060.11 元/台、3,022.42 元/台、2,959.29 元/台，公司产品折叠规整、运输体积较小、产品单价较高，毛利率受运费成本影响较小。

根据康力源公开信息披露：“公司跨境电商销售额 2022 年达 7,000 万元，2023 年突破 2 亿元。2024 年上半年，在境外一般贸易有所下滑的情况下，公司跨境电商销售额继续增长了 81.68%”。康力源 2023 年度、2024 年上半年外销线上渠道收入快速增长，销售渠道持续优化，但其毛利率并未显著提升，与前述产品品类特征有关，具有合理性。

综上所述，2022 年度康力源境外线上、境内线上收入占比较低，其销售渠道与公司存在一定差异，公司毛利率相较康力源较高，具有合理性；康力源外销线上渠道毛利率相对较高（扣除运费前），与公司外销线上毛利率水平（扣除运费前）相一致，进一步表明公司境外线上渠道毛利率较高的合理性。康力源 2023 年度、2024 年上半年外销线上渠道收入快速增长，销售渠道持续优化，但其毛利率并未显著提升，与其外销线上产品品类特征有关，具有合理性。

（2）经营模式方面

根据康力源招股说明书，其针对国内市场，公司采取直销和经销商模式以自有品牌开展销售业务。针对境外市场，公司主要采取 ODM/OEM 和自主品牌方式向客户销售产品。因此，康力源 ODM/OEM 收入主要来源于境外线下渠道。

根据康力源招股说明书，2020 年度至 2022 年度，康力源境外线下收入占比分别为 69.63%、72.56%和 66.15%，而康力源 ODM/OEM 收入占主营业务收入为 69.01%、71.19%、64.61%，即康力源境外线下收入主要为 ODM/OEM 收入。

根据康力源招股说明书，其自主品牌毛利率、ODM/OEM 业务毛利率情况如下：

年度	自主品牌	ODM/OEM
2022 年度	48.36%	29.10%
2021 年度	51.26%	28.14%
2020 年度	53.37%	33.75%

由上表可知，康力源自主品牌业务毛利率相对较高，与公司自主品牌毛利率较高相一致，由于康力源境外线下收入主要为 ODM/OEM 收入而非自主品牌业

务收入，与公司存在较大差异，因此经营模式层面康力源综合毛利率低于公司毛利率水平，具有合理性。

综上所述，康力源境内线上、境外线上毛利率水平均相对较高，与公司情况相一致；康力源自主品牌业务毛利率高于 ODM/OEM 业务毛利率，与公司情况相一致，因康力源 ODM/OEM 业务占比较大且线下销售占比较高，其销售渠道、经营模式与公司存在较大差异，因此康力源毛利率低于公司毛利率水平，具有合理性。

2、英派斯

英派斯是一家专注于全品类、多系列健身器材开发制造及销售、品牌化运营的健身器材品牌厂商，英派斯已成功将 IMPULSE 自主品牌打入欧洲、亚太等多个国际市场。英派斯亦通过 OEM/ODM 模式为 PRECOR 等国际知名健身器材品牌代工生产健身器材。英派斯主要产品毛利率如下：

产品类别	2022 年度（%）
跑步机	31.66
椭圆机	43.01
仰卧板	18.9
动感单车	23.54
健身车	40.66
重训器	38.48
龙门机	28.01
史密斯机	18.08
自由训练器	25.53

注：数据来源于《青岛英派斯健康科技股份有限公司 2022 年度向特定对象发行股票募集说明书（注册稿更新）》，该说明书未披露明细产品收入构成情况；英派斯定期报告未披露明细产品收入构成及毛利率情况。

英派斯2022年度跑步机产品毛利率为31.66%，与公司2022年度跑步机29.96%产品毛利率相当，英派斯报告期各期与公司毛利率存在差异，除产品品类差异外，主要是销售渠道与经营模式差异，具体分析如下：

（1）销售渠道方面

根据英派斯定期报告披露，英派斯 2022 年度、2023 年度和 2024 年 1-6 月销售渠道构成情况如下：

单位：万元

英派斯销售渠道	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
内销	12,402.05	21.69%	24,069.58	26.88%	21,120.68	25.61%
外销	44,780.88	78.31%	65,462.38	73.12%	61,348.99	74.39%
合计	**57,182.93**	**100.00%**	**89,531.96**	**100.00%**	**82,469.67**	**100.00%**

英派斯外销规模较大，与公司外销占比较高情况相一致。英派斯未披露线上收入规模，根据英派斯 2024 年 2 月披露《青岛英派斯健康科技股份有限公司 2022 年度向特定对象发行股票募集说明书（注册稿更新）》，其外销收入中线上收入较小，与公司存在较大差异。具体如下：

英派斯内销销售方面，在国内的销售模式可分为线上销售和线下销售，目前市场“线上线下结合的模式”已经较为成熟；外销方面，在国际市场上有 OEM/ODM 产品业务和自主品牌产品业务两大业务板块，于国外 OEM/ODM 业务而言，英派斯为 PRECOR 等众多国外品牌在国内主要代工生产厂商，于自主品牌业务而言，英派斯主要采取买断式的经销模式在国外部分地区开展自主品牌业务。“公司还将转变营销策略，全面提升线上营销能力，以亚马逊和独立站作为跨境电商启动平台，配合多元化的互联网社媒，让海外客户更加全面直观地了解公司的产品，助推线上销售”。

因此，英派斯外销收入主要为线下的 OEM/ODM 收入及经销收入，外销线上收入处于起步阶段、销售渠道与公司存在较大差异，英派斯毛利率水平低于公司毛利率水平具有合理性。

（2）经营模式方面

根据英派斯定期报告披露，英派斯 2022 年度、2023 年度和 2024 年 1-6 月外销业务构成情况如下：

单位：万元

外销收入	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度

	收入	占比	收入	占比	收入	占比
自主品牌	19,795.15	44.20%	28,590.74	43.68%	22,717.40	37.03%
ODM/OEM	24,985.73	55.80%	36,871.64	56.32%	38,631.59	62.97%
外销收入合计	**44,780.88**	**100.00%**	**65,462.38**	**100.00%**	**61,348.99**	**100.00%**

如上表所示，2022 年度、2023 年度和 2024 年 1-6 月英派斯外销业务中自主品牌收入占比分别为 37.03%、43.68%、44.20%，外销收入中自主品牌业务仍相对较低，报告期内公司外销收入中自主品牌收入占比为 89.59%、96.46%和 97.96%，英派斯外销业务经营模式与公司存在较大差异。

根据英派斯招股说明书披露，其外销自主品牌毛利率与 ODM 业务毛利率对比情况如下：

客户类型	2017 年 1-3 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
外销 OEM/ODM 客户	30.92%	34.80%	27.19%	26.73%
外销自主品牌客户	38.08%	36.19%	31.28%	33.26%

如上表所示，英派斯外销自主品牌毛利率高于外销 ODM 业务毛利率，与公司情况相一致，因外销自主品牌收入占比相对较低导致其外销毛利率相对较低，具有合理性。

综上所述，英派斯外销规模较大，与公司外销占比较高情况相一致，但其外销线上收入处于起步阶段，外销以线下的 OEM/ODM 业务为主，外销销售渠道与经营模式与公司存在较大差异，英派斯毛利率水平低于公司毛利率水平，具有合理性。

3、舒华体育

舒华体育主营业务为健身器材和展示架产品的研发、生产和销售，其中健身器材包括室内健身器材（跑步机、力量健身器械）、室外路径产品。舒华体育披露产品情况如下：

分产品	2023 年度		2022 年度	
	收入占比（%）	毛利率（%）	收入占比（%）	毛利率（%）
展示用品	18.97	32.45	22.48	29.71

室内健身器材	62.63	29.18	60.55	29.61
室外健身器材	15.43	27.50	14.94	28.86
其他	2.98	31.59	2.04	44.97
合计	**100.00**	**29.61**	**100.00**	**29.83**

舒华体育未披露明细产品分类情况，其综合毛利率相较公司较低，除产品品类差异外，销售渠道与经营模式也与公司存在差异，具体分析如下：

根据舒华体育定期报告披露，舒华体育 2022 年度、2023 年度销售渠道构成情况如下：

单位：万元

舒华体育销售渠道	**2024 年 1-6 月**		**2023 年度**		**2022 年度**	
	收入	**占比**	**收入**	**占比**	**收入**	**占比**
内销	-	-	123,288.56	86.68%	123,725.91	91.54%
外销	-	-	18,938.48	13.32%	11,434.66	8.46%
合计	**-**	**-**	**142,227.04**	**100.00%**	**135,160.56**	**100.00%**

注：舒华体育 2024 年半年度报告未披露内外销数据。

有上表可知，舒华体育以内销业务为主，内销业务占比较高、与公司存在较大差异。

舒华体育内外销毛利率情况如下：

舒华体育销售渠道毛利率	**2023 年度**	**2022 年度**
内销毛利率	30.14%	30.35%
外销毛利率	26.18%	24.24%
综合毛利率	**29.61%**	**29.83%**

由上表可见，舒华体育内销毛利率高于外销毛利率，与公司情况存在差异，根据舒华体育《招股说明书》（2020 年 12 月）披露，舒华体育境外销售收入主要系其通过 OEM 或 ODM 的方式向境外客户提供产品，而舒华体育内销主要是自主品牌业务收入，因此存在内销毛利率高于外销毛利率情形。

综上所述，由于舒华体育以内销业务为主、与公司存在较大差异，舒华体育毛利率水平低于公司毛利率水平具有合理性。

四、说明公司主要客户中是否存在注册资本较少、未缴足，参保人数较少的公司及具体情况，相关公司的实际控制人、主要股东、经营规模、员工情况、经营资质等，说明公司与其开展合作的商业合理性，是否对公司持续稳定经营产生潜在不利影响

公司主要客户（报告期合计前五大客户）情况如下：

客户名称	注册资本	实缴资本	参保人数	成立时间	实际控制人	主要股东	经营规模	员工情况	经营资质	与其开展合作的商业合理性
SUPPLY CHAIN SOURCES LLC（简称“SCS”）	-	-	-	2016-10	Tim Hu、Hong Xu	Tim Hu, Hong Xu	2023 年约 4,000 万美元	约 20 人	经营健身器材产品无特殊资质要求	SCS 于北美地区代理销售家电产品多年，在北美地区积累了丰富下游渠道资源，公司与 SCS 经展会认识，逐步开展北美地区经销合作。
MyStuff Norge AS（简称“MyStuff”）	3 万挪威克朗	-	-	2017-11	Markus Klepp Kraiem	Markus Klepp Kraiem, Mo Massfih	2023 年约 8,000 万元挪威克朗	约 10 人	经营健身器材产品无特殊资质要求	MyStuff 在北欧地区拥有健身器材自营独立站，报告期前期 Mystuff 自公司经销商采购公司产品并于自营电商网站销售公司产品。随着 Mystuff 在北欧地区的推广，公司产品销量持续提升，Mystuff 直接与公司建立了合作关系，成为公司在北欧地区的主要经销商。
Batna Sp. z o.o.（简称“Batna”）	4 万波兰兹罗提	-	-	2001 年	Lukaz Mucha, Magda Mucha	Lukaz Mucha, Magda, Mucha	2023 年约 1.10 亿美元	约 105 人	经营健身器材产品无特殊资质要求	BATNA 是欧洲电子产品贸易重要参与者，其销售产品包括 TP-Link、Cisco、小米等品牌，其了解到公司产品后逐步与公司建立合作。
LASER WORLDWIDE TELECOM LTD（简称“LASER”）	10 万元港币	-	-	2016-04	Roshan Kirpalani	Roshan Kirpalani	2023 年约 4,500 万美元	约 10-20 人	经营健身器材产品无特殊资质要求	Laser 业务遍及全球，为美国、欧洲、中东、亚洲和南美洲的客户等购买和销售信息设备产品，该公司与苹果、三星、LG、华为、小米等建立良好联系，目前在香港、中国和伊斯坦布尔设有办事处，贸易业务

										遍及全球。2020 年 1 月起成为公司客户，销售公司自有品牌 WalkingPad 系列产品，该客户系通过上海体育博览会接洽公司。
厦门市阳瑾科技有限公司（简称“厦门阳瑾”）	200 万元人民币	-	3 人	2016-10	赖秀明	赖秀明	2023 年约 5,800 万元	约 6 人	经营健身器材产品无特殊资质要求	2019 年下半年起成为公司客户，销售公司自有品牌产品，其长期代理经销小米生态链产品，自了解公司产品后与公司开展合作。

上述部分客户存在员工相对较少情形，主要系经销商/贸易商客户通常为轻资产运营公司，自身无需投入大量资金购入设备、土地组织生产，其利用自身的渠道优势、区域优势和客户资源优势作为中间商赚取利润，考虑到员工人数本身较少、员工流动性较大、员工社保缴纳意愿低等因素的影响，部分贸易商客户参保人数低、注册资本及实缴资本规模较小具备合理性。厦门阳瑾未实缴资本以及参保人数较少未对公司持续稳定经营产生潜在不利影响。

公司与上述客户开展合作具有商业合理性，不会对公司持续稳定经营产生潜在不利影响。

五、说明公司客户较分散的原因和合理性，与同行业可比公司相比是否存在明显差异，是否符合行业特征；按照客户销售收入分层情况，说明报告期内客户的数量和收入变动情况、客户复购情况，是否存在异常增减客户变动情况，进一步论证公司客户的稳定性

（一）说明公司客户较分散的原因和合理性，与同行业可比公司相比是否存在明显差异，是否符合行业特征

1、公司客户集中度情况

报告期各期，公司前五大客户收入占公司营业收入之比分别为 27.99%、19.58%和 24.03%，客户集中度相对较低，主要原因是公司从事折叠智能健身器材的设计、研发、生产与销售，健身器材行业市场广阔，下游销售渠道多元且较为分散，公司客户集中度相对较低具有合理性。

2、同行业可比公司情况

根据公司同行业可比上市公司定期报告，2022 年度、2023 年度前五大客户占比情况如下：

公司	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度
康力源	-	35.39%	57.02%
舒华体育		23.13%	26.10%
英派斯	-	37.63%	42.77%
平均值	**-**	**32.05%**	**41.96%**

公司	**24.03%**	**19.58%**	**27.99%**

注：同行业可比公司半年度报告未披露前五大客户集中度情况。

健身器材生产制造企业下游客户主要包括终端零售消费者、经销商/贸易商、品牌客户等，行业下游并无明显的集中度较高情况。公司同行业可比公司 2022 年度、2023 年度前五大客户占比平均值为 41.96%、32.05%，同行业可比公司客户集中度整体相对较低，报告期各期公司前五大客户占比分别为 27.99%、19.58%和 24.03%，客户集中度也相对较低，符合行业特征。

公司客户集中情况相较同行业可比公司平均水平较低，主要是公司线上收入占比较高所致。报告期内，公司线上收入占营业收入之比分别为 37.40%、48.17%和 43.89%，公司线上客户主要为终端零售消费者，线下客户主要为健身器材经销商/贸易商、ODM 品牌客户等，2023 年度公司境外线上渠道搭建情况良好，亚马逊、独立站等线上销售渠道逐步完善，线上业务收入占比较 2022 年度提升幅度较大，客户集中度有所下降。

公司同行业可比公司中，康力源披露了线上收入占比情况，其 2022 年度、2023 年度线上业务收入占比为 15.82%、38.65%，2023 年度线上业务占比提升幅度较大，其客户集中度情况也呈现下降趋势，相关变化趋势与公司相一致。

综上所述，公司客户集中度相对较低符合行业特征，公司客户集中情况相较同行业可比公司平均水平较低具有合理性。

（二）按照客户销售收入分层情况，说明报告期内客户的数量和收入变动情况、客户复购情况，是否存在异常增减客户变动情况，进一步论证公司客户的稳定性

1、按照客户销售收入分层情况，说明报告期内客户的数量和收入变动情况

报告期各期，公司线下客户主要为经销商/贸易商客户及 ODM 业务客户，收入分层情况如下：

期间	分层标准	客户数量	销售金额	收入占比
2024 年 1-6 月	1,000 万（含）以上	4	6,989.48	38.43%
	200 万（含）-1,000 万	18	7,342.46	40.37%

	200 万以下	142	3,854.44	21.19%
	合 计	**164**	**18,186.39**	**100.00%**
2023 年度	1,000 万（含）以上	4	10,770.09	34.65%
	200 万（含）-1,000 万	31	14,324.38	46.09%
	200 万以下	210	5,985.96	19.26%
	合 计	**245**	**31,080.43**	**100.00%**
2022 年度	1,000 万（含）以上	3	10,497.17	38.77%
	200 万（含）-1,000 万	27	11,135.57	41.13%
	200 万以下	248	5,444.31	20.11%
	合 计	**278**	**27,077.05**	**100.00%**

报告期各期，公司 1,000 万元以上分层客户收入占比分别为 38.77%、34.65%和 38.43%，200 万（含）-1,000 万分层客户收入占比分别为 41.13%、46.09%和 40.37%，200 万以下分层客户占比分别为 20.11%、19.26%和 21.19%，公司各分层客户收入占比相对稳定。随着公司与具备较强渠道分销能力的客户合作关系深入，公司客户数量逐步精简优化、客户数量呈下降趋势。

2、客户复购情况

公司线下客户复购情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年	2022 年
客户复购金额	17,613.11	27,687.33	-
线下业务收入	18,186.39	31,080.43	-
客户复购金额占线下业务收入比例	96.85%	89.08%	-

注：复购金额指在前一个会计期间已实现销售收入的客户的当期收入总额

2023 年度及 2024 年 1-6 月，公司线下客户复购金额分别为 27,687.33 万元和 17,613.11 万元，客户复购金额占线下业务收入比例为 89.08%、96.85%，公司线下业务客户稳定性较高，复购情况良好。

3、是否存在异常增减客户变动情况

报告期各期，公司考量区域市场发展、下游开拓等情况同时结合客户实际销售规模、客户渠道资源等因素重新评估原有客户合作关系、拓展新客户合作关系，公司客户变动主要出于公司自身业务发展考虑，不存在异常增减客户变动情况。

4、进一步论证公司客户的稳定性

报告期内，公司逐步完善销售渠道建设，公司考量区域市场发展情况，持续开拓具备较强渠道资源客户，与欧洲、北美等发达国家和地区主要客户建立了良好的合作关系，报告期内公司客户合作稳定，客户复购占比较高，公司不存在异常增减客户变动情况，公司客户具有较强的稳定性。

六、结合公司在手订单、主要产品的市场份额、竞争力和期后经营情况（营业收入、净利润、毛利率、经营活动现金流量等指标）、2024年1-6月公司向小米客户的销售情况说明公司业绩的稳定性及可持续性；说明未来国际贸易政策、关税、汇率变化等对公司业绩的影响及公司具体应对措施

（一）结合公司在手订单、主要产品的市场份额、竞争力和期后经营情况（营业收入、净利润、毛利率、经营活动现金流量等指标）、2024 年 1-6 月公司向小米客户的销售情况说明公司业绩的稳定性及可持续性

截至 2024 年 6 月 30 日，公司在手订单情况良好、期后经营情况稳定，2024 年 7 月至 11 月，公司实现收入 33,626.63 万元、净利润 2,371.40 万元，毛利率 40.53%、经营活动现金流量净额-427 万元（上述期后财务数据均未经审计），公司期后经营情况稳定，收入与利润情况良好，毛利率未出现明显不利变化情形。

根据 Fortune Business Insights 统计，2023 年全球跑步机（Treadmill）市场规模约为 54.7 亿美元（折合人民币约 400 亿元），据此计算，公司 2023 年度跑步机与走步机收入合计 5.80 亿元，全球市场份额约为 1.45%。

在专业化分工的大趋势中，健身器材行业呈现制造与品牌运营分离的状况，欧美地区作为家用健身器材的主要消费地区，其厂商多为品牌运营商，全球健身器材销售市场由欧美企业主导，我国健身器材生产企业主要以 ODM 或 OEM 方式向欧美市场出口为主，企业数量众多、规模化企业较少，自主品牌在国外市场的占有率不高。

从健身器材供应端看，中国是健身器材制造大国，在全球市场占据主要份额。我国本土健身器材企业的品牌效应较弱，目前仍主要通过生产制造的方式参与国际市场竞争，通过与健身器材品牌企业合作的方式开展业务，同时部分企业正逐步通过打造自有品牌的方式进入消费市场。目前，我国在健身器材产业链形成了一批技术领先且产品品质可靠的生产企业，行业内优势企业通过加强研发投入、提升生产管理水平等方式不断提升中国企业在产业链中的影响力。

公司主营产品具有较强的创新性特征，跑步机与走步机产品可实现跑面折叠，截至目前，境内电商平台如天猫、京东及境外电商平台如亚马逊等尚无可实现跑面折叠的竞品。公司已逐步完善境内外专利布局，构筑了深厚的技术壁垒，产品具有较强的核心竞争力。

公司在跑步机全球市场中份额相对较小，但公司产品创新性特征及技术壁垒为公司持续的市场开拓提供了重要基础，随着品牌认可度的持续提升，全球主要国家和地区市场产品渗透率将逐步提高，带动公司业务长期稳健发展。

2024 年 1-6 月，公司对小米实现收入 512.35 万元，占公司主营业务收入的比例为 1.58%，占比已经很小，公司对小米集团不构成依赖。公司将继续坚持以客户需求为导向不断提升产品研发设计能力，持续推出符合客户需求的产品。

公司线上销售平台已覆盖天猫、京东、亚马逊、速卖通等国内外主流线上平台并在美国、德国、英国、日本等国家建设自主品牌独立站，同时公司持续拓展线下销售渠道，与主要发达国家和地区客户建立了良好的合作关系，产品已经成功进入 Costco、BestBuy、DICK'S Sporting Goods、Abt Electronics 等大型商超渠道。未来公司将在创新产品推陈出新、加速迭代的基础上，进一步优化产品销售渠道、不断提高线上与线下客户群体覆盖面，实现可持续增长。

综上所述，公司经营业绩具有稳定性及可持续性。

（二）说明未来国际贸易政策、关税、汇率变化等对公司业绩的影响及公司具体应对措施

1、说明未来国际贸易政策、关税变化对公司业绩的影响及公司具体应对措施

报告期内，公司境外销售主要来自于北美、欧洲、中东、日韩等国家与地区，除美国外，公司主要产品销售区域的贸易环境以及对中国有关产品的贸易政策、关税政策总体上保持稳定，并无对公司经营业绩可能产生重大不利影响的进口限制性政策。

报告期内，国际贸易政策层面，公司产品境外销售主要受美国关税政策影响。出于保护本国相关产业的目的，美国采取对进口中国的产品加征关税等措施，对中美双边贸易均造成了一定的阻碍。公司出口美国产品属于 2019 年加征关税范围。

目前中国已经是国际产业分工格局中的重要力量，国际产业分工格局目前是以亚洲为主要制造地，因此尽管美国客户的关税税率有所提高，但由于国内体育器材相关产品的供应链较为成熟和完善，我国供应商对美国客户等国际客户具有较强的吸引力。未来国际贸易政策、关税变化对公司不存在重大不利影响，具体分析如下：

其一，根据联合国贸易数据库的统计，2012-2022 年美国和加拿大健身器材进口总额从 21.2 亿美元增长到 37.6 亿美元，年复合增长率为 5.92%；其中，从中国进口健身器材的贸易额从 2012 年的 15.0 亿美元增长到 2022 年的 24.9 亿美元，从中国进口的健身器材金额占北美地区健身器材进口总额比例较高，北美地区健身器材消费对产自中国健身器材生产制造具有较强的依赖关系。

其二，公司主要从事折叠智能健身器材的设计、研发、生产与销售，产品包括折叠智能走步机、折叠智能跑步机、折叠智能划船机及其他健康功能产品等，产品具有较强的创新性特征，拥有较高的技术壁垒，满足用户对具备优良产品工业设计、智能安全控制算法、居家及办公场景收纳等特点健身器材需求，符合行业的发展趋势和消费者的体验需求，与同行业可比公司健身器材相比具有较强竞争优势，能够在复杂贸易政策变化中脱颖而出。

其三，公司主要美国客户与公司逐步加强合作深度，建立了长期稳定的合作关系，且美国下游大型渠道客户如 Costco、BestBuy、Dick’s Sporting Goods、Abt Electronics 等对于供应商准入的程序规定相对严格，公司凭借创新的产品设计、优良的产品品质、快速交付能力和综合服务能力赢得主要美国渠道客户的信任，

美国客户与公司的合作粘性较高。

进一步的，公司境外销售较为分散，不存在依赖单一出口国的情况。

综上所述，除美国外，公司主要产品销售区域的贸易环境以及对中国有关产品的贸易政策总体上保持稳定，并无具有重大不利影响的进口限制性政策；北美地区健身器材消费对中国健身器材生产制造具有较强的依赖关系，公司产品具有较强竞争优势，与下游渠道客户建立了良好的合作关系，合作粘性较高，未来国际贸易政策、关税变化预计对公司持续经营能力不会造成重大不利影响。

应对措施方面，公司核心竞争优势包括研发与技术优势、渠道建设与客户资源优势等，公司生产环节主要为机加工、总装装配环节，在完成产品定义、样品研发、模具投入及试产后，劳动力需求较大、研发设计投入较小的生产环节可以根据需要进行区域转移。公司自主品牌已在全球主要国家和地区市场健身器材领域树立起了良好的口碑，为公司未来业务的持续发展奠定了重要保障，若未来美国或其他区域关税政策逐步倾向保守，公司可将生产环节进行区域转移，生产环节转移不会对公司业务经营产生重大不利影响。

2、说明汇率变化等对公司业绩的影响及公司具体应对措施

报告期内公司主营业务中外销收入金额占比分别为 61.85%、75.61%、81.00%，公司境外销售业务主要以美元作为结算币种，若未来人民币对美元等主要结算货币的汇率发生大幅波动而公司未能采取有效措施应对汇率风险，公司将面临汇率波动带来的经营业绩波动的风险，美元兑人民币贬值可能导致毛利率水平下降。

公司积极追踪汇率变动情况，及时做好风险评估，根据汇率波动适时调整商品价格并进行外汇套期保值业务，以尽量降低汇率波动对公司经营业绩的影响，具体措施如下：

①根据预测汇率调整产品报价

公司在持续加大研发投入、不断提升技术水平以及产品竞争力。公司将在提升销售议价能力的同时，基于对汇率的走势分析形成对未来一段时间内的汇率预测并根据汇率预测调整对客户的报价，从而降低产品定价后汇率大幅波动的不利影响。

②开展远期结售汇交易

报告期内，为提高公司应对外汇波动风险的能力，更好地防范公司所面临的外汇汇率波动风险，公司结合资金管理要求和各子公司日常业务需要，与银行开展远期结售汇交易等业务。公司以锁定成本、规避和防范汇率、利率等风险为目的，不影响公司主营业务的发展。

③公司财务部监控外币交易和外币资产规模

公司财务部门实时跟踪外汇波动情况并适时进行结汇，以最大程度降低汇率波动风险；此外，为避免汇率大幅波动风险，公司持续加强对汇率的研究分析，实时关注国际市场环境变化、预测汇率波动趋势，适时调整经营策略并快速制定应对措施以最大限度避免汇兑损失。公司财务部门的汇率跟踪制度较为完善，采取的应对措施有效，汇率波动风险可以被控制在合理的范围内。

综上所述，公司具备一定措施应对国际贸易政策、关税、汇率变化，未来国际贸易政策、关税、汇率变化等不会对公司业绩产生重大不利影响。

七、说明报告期内公司是否存在经销商或贸易商客户，如是，按照《挂牌审核业务规则适用指引第1号》补充披露经销商的有关情况或说明贸易商销售金额及占比，是否符合行业惯例，与同行业可比公司是否存在显著差异，终端销售情况，是否存在通过经销商或贸易商销售调节收入的情形

（一）说明报告期内公司是否存在经销商或贸易商客户，如是，按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》补充披露经销商的有关情况或说明贸易商销售金额及占比

1、经销商模式的披露

报告期内，公司线下收入存在经销商客户及贸易商客户，公司与经销商客户签署了经销协议，对于未签订经销协议客户，公司通常通过订单进行交易，该部分客户均认定为贸易商客户。报告期各期，公司线下销售中经销商及贸易商销售金额及占比情况如下：

单位：万元

经营模	客户类别	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度

式		收入	占比	收入	占比	收入	占比
自主品牌	经销商	11,333.46	34.95%	16,258.82	27.09%	9,648.87	22.29%
	贸易商	5,505.40	16.98%	9,045.08	15.07%	7,310.90	16.89%
	小计	**16,838.86**	**51.93%**	**25,303.90**	**42.16%**	**16,959.77**	**39.18%**
ODM 业务	ODM 品牌客户	1,347.53	4.16%	5,776.53	9.62%	10,117.27	23.37%
线下收入小计		**18,186.39**	**56.09%**	**31,080.43**	**51.78%**	**27,077.05**	**62.55%**
主营业务收入		**32,425.72**	**100.00%**	**60,021.63**	**100.00%**	**43,290.36**	**100.00%**

注：公司存在少量客户采购产品用于自用而非转售，统一归入贸易商范围。

公司线上业务均为自主品牌业务，主要为通过电商平台店铺及自营独立站直接面向消费者进行销售。公司线下自主品牌业务中，报告期各期，经销商贡献收入金额分别为 9,648.87 万元、16,258.82 万元和 11,333.46 万元，占主营业务收入金额的比例分别为 22.29%、27.09%和 34.95%；贸易商贡献收入金额分别为 7,310.90 万元、9,045.08 万元和 5,505.40 万元，占主营业务收入金额的比例分别为 16.89%、15.07%和 16.98%。

公司于《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”之“（二）产品或服务的主要消费群体”之“3、其他情况”中补充披露如下：

“（二）经销商模式的披露

1、报告期各期经销实现的销售收入金额及占比情况，该模式下的毛利率与其他模式下毛利率的比较分析

报告期各期，公司向经销商销售实现的主营业务收入金额及占比情况如下：

单位：万元

经营模式	客户类别	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
自主品牌	经销商	**11,333.46**	**34.95%**	**16,258.82**	**27.09%**	**9,648.87**	**22.29%**
主营业务收入		**32,425.72**	**100.00%**	**60,021.63**	**100.00%**	**43,290.36**	**100.00%**

公司各类业务模式毛利率情况如下：

销售渠道	经营模式	客户类别	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度
线上	自主品牌	平台线上客户	52.46%	51.82%	45.18%
线下	自主品牌	经销商	39.36%	34.58%	29.37%
		贸易商	34.71%	30.08%	23.35%
	ODM	ODM 客户	19.27%	13.43%	14.77%

由上表可知，公司线上业务毛利率整体高于线下业务毛利率，主要是线上业务直接面对消费者、不存在中间销售渠道，其毛利率高于线下业务毛利率；公司自主品牌毛利率整体高于 ODM 业务毛利率，主要是自主品牌业务具有一定的品牌溢价且投入较大、毛利率相对较高；公司向经销商销售毛利率相对较高，主要是公司经销商中外销业务占比较高，报告期各期经销商外销占比分别为 79.72%、79.88%和 90.54%，贸易商中外销占比相对较低，报告期各期贸易商外销占比分别为 50.89%、44.78%和 44.10%，由于境外发达国家和地区的消费者消费能力相对较强、价格敏感性相对较低、销售单价较高，因此经销商整体毛利率高于贸易商。

2、采取经销商模式的必要性，经销商销售模式、占比等情况与同行业可比公众公司是否存在显著差异及原因

报告期内，公司产品面向全球多个国家地区进行销售，难以自行建立覆盖全球的销售团队。为进一步拓展市场，公司通过与各地具备广泛渠道资源的经销商签订经销协议，借助其渠道资源和渠道拓展能力拓展公司市场覆盖范围，推动公司自有品牌产品在全球主要发达国家和地区实现覆盖，公司采取经销商模式具备必要性和商业合理性。

公司同行业可比公司经销情况如下：

公司名称	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度
康力源	-	-	7.42%
英派斯	-	37.93%	38.12%
舒华体育	-	29.25%	30.83%
公司	34.95%	27.09%	22.29%

注：同行业可比公司英派斯、舒华体育 2024 年半年度报告未披露经销收入情况，康力源未于定期报告中披露经销收入情况，其 2022 年度经销收入占比来源于招股说明书。

由上表可知，同行业可比公司英派斯、舒华体育经销收入占比情况与公司不存在较大差异。康力源贸易商模式占比相对较高、经销模式占比相对较小，经销收入占比与公司存在一定差异，具有合理性。

3、公司与经销商的合作模式（是否为买断式、经销商是否仅销售公司产品）、定价机制（包括营销、运输费用承担，补贴或返利等）、收入确认原则、交易结算方式、物流（是否直接发货给终端客户）、信用政策、相关退换货政策等

公司与经销商的主要合作模式情况如下：

项目	内容
合作模式	买断式销售/非买断式销售，部分经销商存在主要销售公司产品情形，随着公司自主品牌知名度逐步提高，公司主要经销商客户中部分经销商主要销售公司产品。
定价机制	公司综合考虑当地市场经济发展情况、居民消费水平、同类产品价格等与经销商协商确认产品最终价格，运输费用以具体销售合同约定为准。 公司不存在为经销商承担营销费用的情形，公司存在通过营销补贴方式为少数经销商提供返利情形。报告期内，公司与少数经销商约定返利条款，公司每年根据市场反馈情况制定经销商销售任务，对于完成规定销售任务的经销商，公司按照合同约定给予一定年度返利或营销补贴（会计层面均按返利处理）。公司的销售返利政策按年制定，经销商之间由于所代理的区域、型号存在差异，返利政策也存在差异，受各年市场情况和经营计划变化影响，报告期各期的销售返利政策存在一定的变动。
收入确认原则	公司根据与客户签订的合同，客户直接向本公司下订单，公司以合同约定的交货方式和国际贸易规则判定风险报酬转移时点，于商品控制权转移时确认收入
交易结算方式	报告期内，公司与经销商通过银行转账结算
物流	公司按照客户的要求将货物运送至客户指定的地点
信用政策	公司与经销商信用政策为根据经销商合作历史、合作规模约定，按订单执行进度付款
退换货政策	除产品质量问题外，不得退换货。个别经销商合同中约定了对终端消费者的质保条款，公司接受该类经销商对外销售后终端消费者根据质保条款退货，未对外销售的产品除产品质量问题外不得退货。

4、报告期内经销商家数及增减变动情况、地域分布情况、主要经销商名称、公司各期对其销售内容及金额、是否与公司存在实质和潜在关联方关系

（1）报告期内经销商家数及增减变动情况

报告期各期，公司考量区域市场发展、下游开拓情况等同时也会结合经销商实际销售规模等因素重新评估与原有经销商的合作关系，各期期初、新增、退出和期末经销商的数量如下：

单位：家

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度
本期新增家数	4	17	-
新增经销商当期收入金额占当期经销比例	1.83%	8.89%	
本期退出家数	26	15	-
退出经销商上期收入金额占上期经销比例	12.14%	10.14%	-
当期合作家数	36	58	56

报告期内，公司与主要经销商合作关系稳定，因市场发展、下游开拓情况等原因公司扩大与具备较强下游渠道资源经销商合作并停止部分经销商，新增经销商、退出经销商收入占比均较小，具有合理性。

（2）报告期内经销商地域分布情况

报告期各期，公司向经销商销售地域分布情况如下：

单位：万元

区域		2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
外销	欧洲	4,524.84	39.92%	5,938.81	36.53%	4,597.46	47.65%
	北美洲	3,313.46	29.24%	3,273.24	20.13%	149.55	1.55%
	亚洲	2,023.55	17.85%	3,374.01	20.75%	2,944.81	30.52%
	其他	399.97	3.53%	401.16	2.47%	-	-
内销	中国境内	1,071.64	9.46%	3,271.59	20.12%	1,957.05	20.28%
合计		11,333.46	100.00%	16,258.82	100.00%	9,648.87	100.00%

（3）主要经销商名称、公司各期对其销售内容及金额、是否与公司存在实质和潜在关联方关系

公司主要经销商情况、公司对其销售内容及金额如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售内容	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		关联关系
			收入金额	经销占比	收入金额	经销占比	收入金额	经销占比	
1	SUPPLY CHAIN SOURCES LLC	健身器材	3,309.27	29.20%	2,953.65	18.17%	68.06	0.71%	无
2	MyStuff Norge AS	健身器材	1,370.09	12.09%	2,618.82	16.11%	2,260.70	23.43%	无
3	厦门市阳瑾科技有限公司	健身器材	805.35	7.11%	1,294.36	7.96%	786.68	8.15%	无
4	BATNA Sp. z o.o.	健身器材	1,041.77	9.19%	772.95	4.75%	271.52	2.81%	无
5	LASER WORLDWIDE TELECOM LTD	健身器材	636.87	5.62%	993.17	6.11%	377.18	3.91%	无
合计			7,163.33	63.21%	8,632.94	53.10%	3,764.14	39.01%	

5、经销商的管理制度，包括但不限于选取标准、日常管理与维护、是否具有统一的进销存信息系统等

（1）选取标准

公司根据区域拓展业务需要，结合客户经营历史、渠道资源、经营区域分布、合作意愿等因素选择经销商。

（2）日常管理与维护

报告期内，公司经销商与公司签订经销协议或取得公司经销授权，公司下设各战区业务部，负责对各区域客户进行日常管理、维护等工作。

（3）是否具有统一的进销存信息系统

报告期内，经销商存货情况由经销商自行管理，公司与经销商未使用统一的进销存信息系统。

2、经销商模式的核查

针对经销收入，主办券商及申报会计师进行了如下核查程序：

①获取公司收入明细表，取得主要经销商经销协议，了解主要经销商框架协议条款及内容情况；

②对公司报告期内的主要经销商进行走访，了解主要经销商的具体情况、与公司的合作历史、合作背景、交易情况、是否存在关联关系、下游销售渠道情况、退换货事项约定等；

③对公司经销商执行函证程序，核查收入金额及应收账款余额的真实性、准确性和完整性；

④取得公司出口报关单、由海关导出的公司报关记录，核实公司外销经销商收入的真实性、准确性和完整性；

⑤抽取部分订单执行穿行测试，取得合同、订单、出库单、报关单、回款单等材料，核查经销收入收入确认内部控制的有效性；

⑥进行截止性测试，核查经销收入确认时点的准确性；

⑦取得经主要经销商确认的报告期各期末库存情况确认函，核查主要经销商报告期各期末自公司采购的相关产品库存数量；

⑧查阅同行业可比公司招股说明书、定期报告的公开披露文件，了解同行业可比公司经销模式，核查同行业可比公司经销商情况与公司的差异；

⑨获取公司及主要关联方资金流水，核查公司与主要境外客户是否存在异常资金往来；

⑩取得公司关联方清单，获取董监高调查表及股东调查表，通过企查查等网络查询复核公司关联方列表。

主办券商及会计师重点核查以下事项：

（1）经销商模式下收入确认原则是否符合《企业会计准则》的规定，销售产品是否实现终端客户销售，经销商回款是否存在大量现金和第三方回款

①经销商模式下收入确认原则是否符合《企业会计准则》的规定

公司经销商为线下销售，对于线下销售，公司根据与客户签订的合同，客户直接向公司下订单，公司以合同约定的交货方式和国际贸易规则判定风险报酬转移时点，于商品控制权转移时确认收入。

公司经销商模式下收入确认原则符合《企业会计准则》的规定。

②销售产品是否实现终端客户销售

公司对经销商/贸易商下游的不同情况进行下游穿透核查，履行了一系列的核查程序，主要包括：取得经销商/贸易商线上平台订单、访谈经销商/贸易商下游客户、走访经销商/贸易商或其下游客户门店/商超、取得贸易商出口报关相关单据等，核查方式与下游特征相匹配，核查比例情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度
收入金额	16,838.86	25,303.90	16,959.77
核查金额	12,686.18	18,266.83	11,134.66
核查比例	**75.34%**	**72.19%**	**65.65%**

注：上表中收入金额为主营业务线下自主品牌。

项目组针对经销商/贸易商下游业务特征开展不同形式核查，核查覆盖比例较高、核查程序充分，公司经销商/贸易商向下游客户销售情况良好。

③经销商回款是否存在大量现金和第三方回款

公司经销商回款不存在现金回款情形。

公司经销商销售中存在零星第三方回款，均为同一控制下主体回款，回款金额占营业收入的比例分别为 0、1.35%、0.18%，占比很小，回款情况不存在异常。

（2）主要经销商的主体资格及资信能力，与公司是否存在实质和潜在关联方关系，对经销商的信用政策是否合理，对经销商是否存在依赖等；经销商是否存在大量个人等非法人实体；经销商为公司员工或前员工的，重点关注是否具有商业合理性；报告期内经销商是否存在较多新增与退出情况

①主要经销商的主体资格及资信能力，与公司是否存在实质和潜在关联方关系，对经销商的信用政策是否合理，对经销商是否存在依赖等

报告期内，挂牌公司主要经销商（各期收入合计前五大）成立时间及合作关系如下：

客户	成立时间	合作背景
SUPPLY CHAIN SOURCES LLC	2016-10	SCS 于北美地区代理销售家电产品多年，在北美地区积累了丰富下游渠道资源，公司与 SCS 经展会认识，逐步开展北美地区经销合作。
MyStuff Norge AS	2017-11	Mystuff 在北欧地区拥有健身器材自营独立站，报告期前期Mystuff自公司经销商采购公司产品并于自营电商网站销售公司产品。随着 Mystuff 在北欧地区的推广，公司产品销量持续提升，Mystuff 直接与公司建立了合作关系，成为公司在北欧地区的主要经销商。
BATNA Sp. z o.o.	2001 年	BATNA 是欧洲电子产品贸易重要参与者，其销售产品包括 TP-Link、Cisco、小米等品牌，其了解到公司产品后逐步与公司建立合作。
LASER WORLDWIDE TELECOM LTD	2016-04	Laser 业务遍及全球，为美国、欧洲、中东、亚洲和南美洲的客户等购买和销售信息设备产品，该公司与苹果、三星、LG、华为、小米等建立良好联系，目前在香港、中国和伊斯坦布尔设有办事处，贸易业务遍及全球。2020 年 1 月起成为公司客户，销售公司自有品牌 WalkingPad 系列产品，该客户系通过上海体育博览会接洽公司。
厦门市阳瑾科技有限公司	2016-10	厦门市阳瑾科技有限公司 2019 年下半年起成为公司客户，销售公司自有品牌产品，其长期代理经销小米生态链产品，自了解公司产品后与公司开展合作。

经核查，挂牌公司主要经销商具备主体资格及资信能力，与公司之间不存在实质和潜在关联方关系。公司与经销商信用政策为根据经销商合作历史、合作规模约定，按订单执行进度付款。公司对经销商不存在重大依赖情形。

②经销商是否存在大量个人等非法人实体

报告期内，公司经销商不存在个人等非法人实体。

③经销商为公司员工或前员工的，重点关注是否具有商业合理性

经访谈主要经销商，了解其股权情况、管理层情况；通过国家企业信用信息公示系统、企查查等网站核查境内经销商基本情况，取得公司控股股东、实际控制人及董监高调查问卷，取得公司报告期内员工花名册及离职员工名单，公司主要经销商与公司不存在关联关系，也不存在公司员工及前员工参与设立的情形。

④报告期内经销商是否存在较多新增与退出情况

报告期内经销商新增及退出情况参加前述“4、报告期内经销商家数及增减变动情况、地域分布情况、主要经销商名称、公司各期对其销售内容及金额、是否与公司存在实质和潜在关联方关系”相关内容。

（3）公司对经销商的内控制度是否健全并有效执行

经核查，公司对经销商的内控制度健全并有效执行。

（二）是否符合行业惯例，与同行业可比公司是否存在显著差异，终端销售情况，是否存在通过经销商或贸易商销售调节收入的情形

1、是否符合行业惯例，与同行业可比公司是否存在显著差异

公司经销模式符合行业惯例，与同行业可比公司不存在显著差异，具体参见“（一）说明报告期内公司是否存在经销商或贸易商客户，如是，按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》补充披露经销商的有关情况或说明贸易商销售金额及占比”之“2、采取经销商模式的必要性，经销商销售模式、占比等情况与同行业可比公众公司是否存在显著差异及原因”。

2、终端销售情况，是否存在通过经销商或贸易商销售调节收入的情形

经销商下游销售情况参见本题“（一）说明报告期内公司是否存在经销商或贸易商客户，如是，按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》补充披露经销商的有关情况或说明贸易商销售金额及占比”之“7、经销商模式下收入确认原则是否符合《企业会计准则》的规定，销售产品是否实现终端客户销售，经销商回款是否存在大量现金和第三方回款”之“（2）销售产品是否实现终端客户销售”。

经核查，公司经销商或贸易商根据其自身下游渠道及消费者需求向公司进行采购，公司不存在通过经销商或贸易商销售调节收入的情形。

【中介机构回复】

一、请主办券商、会计师核查上述事项并发表明确意见

（一）核查过程

1、访谈公司主要管理人员，了解公司所属行业发展情况、公司核心竞争优势、产品市场占有率、主要产品及原材料价格变动情况、价格传导机制、下游需求变动情况、美元汇率变动等情况；

2、访谈公司主要管理人员，了解公司境外销售业务的开展情况，包括境外销售模式、订单获取方式、定价原则、结算方式、客户信用政策等；了解公司出口退税情况；了解进口国和地区的进口、外汇等政策变化以及国际经贸关系对公司持续经营能力的影响；

3、取得公司与主要客户框架协议，核查主要条款内容；

4、查阅公司收入明细表，核查境内外收入毛利率差异情况，分析差异原因；核查公司毛利率变动情况，分析毛利率变动原因；

5、查阅公司报关明细、增值税纳税申报表，核查公司境外销售收入与海关报关数据是否存在较大差异，与出口退税等是否匹配；

6、取得同行业可比公司招股说明书、定期报告，了解同行业可比公司 ODM 业务情况、经销业务情况、毛利率情况，分析差异原因；

7、通过企查查及走访取得的访谈提纲，了解公司主要客户中注册资本较少、未缴足情况，相关公司的实际控制人、主要股东、经营规模、员工情况、经营资质等；访谈公司管理层，确认相关客户与公司开展业务的商业合理性；

8、访谈公司管理层，结合公司在手订单、主要产品的市场份额、竞争力和期后经营情况、2024 年 1-6 月公司向小米客户的销售情况等，了解公司业绩的稳定性及可持续性；了解未来国际贸易政策、关税、汇率变化等对公司业绩的影响及公司可能的应对措施。

9、查阅公司收入明细表，核查线下收入中经销商、贸易商及 ODM 客户相关收入金额及占比情况、不同客户类型毛利率情况；

10、取得经销商相关的销售管理制度；取得公司与主要经销商客户签署的经销协议，了解经销商的合作模式、定价机制、收入确认原则、交易结算方式、物流、信用政策、相关退换货政策等；

11、根据收入明细表，核查报告期内经销商家数及增减变动情；

12、通过企查查、走访确认的访谈提纲查询，取得董事、监事、高级管理人员调查问卷及股东调查问卷，取得公司关联方清单，取得公司员工名册、离职员工明细表，了解主要经销商的主体资格及资信能力，核查与公司是否存在实质和潜在关联方关系，主要经销商是否存在公司员工持股或担任董监高情况；

13、对经销商/贸易商下游销售情况进行穿透核查，结合访谈所了解经销商/贸易商下游特征，采取不同的核查方式，主要包括：取得平台订单、访谈下游客户、走访下游客户门店/商超、取得相关出口报关单据等，核查方式与经销商/贸易商下游特征相匹配；

14、对收入真实性开展核查，针对与收入相关的内部控制有效性，根据业务类别，执行穿行测试程序；对资产负债表日前后记录的收入交易进行截止性测试，评价收入是否被记录于恰当的会计期间；执行走访、函证等程序。相关收入真实性核查程序核查情况参见“3、关于线上销售”之“三、对收入真实性、准确性、完整性执行的具体核查程序、金额、比例，并发表明确意见”相关内容。

（二）核查结论

1、公司 2023 年营业收入大幅上涨，主要是销售体系逐步完善及产品迭代推出所致，具有合理性；公司净利润情况变化较大，主要是毛利增长较大、期间费用规模化效应，公司净利润变化具有合理性；公司营业收入和净利润变动与同行业可比公司存在一定差异，具有合理性；

2、公司境内外毛利率存在差异，主要是公司外销业务覆盖区域主要为北美、欧洲等发达国家和地区，消费者消费能力相对较强、价格敏感性相对较低、销售单价较高，相应导致毛利率水平较高、具有合理性；公司境外销售收入与报关收入、出口退税等相匹配；公司 ODM 类业务与同行业相比存在一定差异，主要是经营策略差异所致，公司坚持自主品牌战略、自主品牌业务收入占比持续提升，具有合理性；

3、公司产品毛利率高于同行业可比公司平均水平，主要是产品品类、销售渠道与经营模式差异所致，具有合理性；

4、公司部分客户存在注册资本相对较小、未缴足、员工相对较少等情形，主要系经销商/贸易商客户通常为轻资产运营公司，自身无需投入大量资金购入设备、土地组织生产，其利用自身的渠道优势、区域优势和客户资源优势赚取中间利润，具有合理性，不会对公司持续稳定经营产生潜在不利影响；

5、公司客户集中度较低，主要是健身器材行业下游销售渠道多元且较为分散，公司不存在下游行业集中而自身客户较为分散的情形，公司客户集中度相对较低具有合理性，符合健身器材行业特征，公司客户集中情况相较同行业可比公司平均水平较低具有合理性。公司客户不存在异常增减客户变动情况，公司客户稳定性情况良好；

6、公司在手订单情况良好、产品竞争力较强，期后经营情况稳定，业绩具有稳定性及可持续性；未来国际贸易政策、关税、汇率变化等不会对公司业绩产生重大不利影响；

7、报告期内公司存在经销商、贸易商客户，相关情形符合行业惯例，与同行业可比公司不存在显著差异，公司经销商、贸易商下游销售情况良好，不存在通过经销商或贸易商销售调节收入的情形；

8、公司营业收入具有真实性、准确性、完整性；

9、公司境外销售具有真实性。

二、说明对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）核查过程

参加本问询回复“3、关于线上销售”之“三、对收入真实性、准确性、完整性执行的具体核查程序、金额、比例，并发表明确意见”。

（二）核查结论

经核查，公司营业收入具有真实性、准确性、完整性。

三、按照《挂牌审核业务规则适用指引第1号》中关于境外销售的相关要求进行核查，包括但不限于走访、视频、电话、函证方式、金额和比例、未回函的原因及合理性，说明核查方式及程序，并对境外销售真实性发表明确意见

（一）核查过程

1、对公司报告期内的主要客户进行走访，了解客户的具体情况、与公司的合作历史、合作背景、交易情况、是否存在关联关系等事项，报告期各期走访金额、占比情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度
外销线下收入金额	13,224.39	18,645.38	14,200.75
走访金额	10,091.46	14,285.16	9,183.75
其中：实地走访金额	7,821.83	10,192.34	6,464.41
其中：视频走访金额	2,269.64	4,092.82	2,719.34
走访比例	76.31%	76.61%	64.67%

2、对公司外销客户执行函证程序，核查收入金额及应收账款余额的真实性、准确性和完整性，报告期各期函证金额、占比情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度
外销线下收入金额	13,224.39	18,645.38	14,200.75
发函金额	12,004.51	16,225.69	10,813.57
发函比例	90.78%	87.02%	76.15%
回函金额	12,004.51	16,225.69	9,689.80
回函占发函比例	100.00%	100.00%	89.61%
未回函替代测试金额	-	-	1,123.77
经差异调节、替代测试后相符金额	12,004.51	16,225.69	10,813.57
经差异调节、替代测试后相符比例	100.00%	100.00%	100.00%

3、取得公司出口报关单、由海关导出覆盖公司报告期所有报关信息的报关记录，核实公司外销报关收入的真实性、准确性和完整性；

4、抽取部分外销订单执行穿行测试，取得合同、订单、出库单、报关单、回款单等材料，核查收入确认的内部控制的有效性；

5、抽取部分外销订单进行截止性测试，核查收入确认时点的准确性；

6、针对外销线上收入，对亚马逊、独立站等主要线上销售渠道执行 IT 审计，确认信息系统的可靠性，核查业务数据和财务数据的真实性、有效性及完整性。

（二）核查结论

经核查，公司境外销售收入真实、准确、完整。

四、请律师按照《挂牌审核业务规则适用指引第1号》中关于境外销售的要求，核查境外销售有关情况

（一）核查过程

律师履行了包括但不限于以下核查程序：

1、查阅了公司出具的说明，了解公司主要境外销售国家或区域、从事境外销售业务所需的资质、许可情况等；

2、查阅了《审计报告》《公开转让说明书》；

3、查阅了公司营业收入明细；

4、查阅了公司报关单位备案证明；

5、查阅了报告期内主要境外客户的访谈记录；

6、查阅了境外律师出具的境外法律意见书；

7、查阅了公司取得的相关政府部门出具的信用报告（有无违法违规信息版）；

8、通过外汇、税务、海关等相关主管部门网站、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、信用中国等网站，查询了公司境外销售活动的处罚、立案调查及合规性相关信息；

9、查阅了公司外币账户信息，抽查了公司银行收款、结汇流水相关信息。

（二）核查结论

经核查：

1、公司境外销售业务已依法取得从事相关业务所必需的资质、许可，除前述香港金史密斯存在的销售税补缴所产生滞纳金外，报告期内公司不存在其他被相关国家和地区处罚或者立案调查的情形；上述情形不属于重大违法违规处罚并已完成整改工作；

2、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。

5、关于采购与存货

根据申请文件及公开信息，（1）2022 年末、2023 年末和 2024 年 6 月末公司存货账面价值分别为 12,557.84 万元、12,319.14 万元和 13,894.47 万元，主要由库存商品、原材料、发出商品等构成；（2）公司主要供应商厦门华达欣金属制品有限公司、广东万瑞机电科技有限公司、厦门力元工贸有限公司、东莞市美康仕电子科技有限公司、广州允赞电子有限公司存在实缴资本较少、参保人数较少等情形；（3）2024 年 1-6 月中，供应商三柏硕系深圳证券交易所主板上市公司，持有公司 2.60%股份，非公司关联方。双方于 2023 年下半年开始建立业务合作关系，三柏硕主要以 OEM 代工方式向公司提供跑步机整机产品。

请公司：（1）结合合同签订情况、备货、发货和验收周期、订单完成周期等，说明存货余额是否与公司订单、业务规模相匹配，与同行业可比公司相比是否存在较大差异。（2）按照存货明细，说明存货构成及变动情况是否与同行业可比公司存在明显差异，如是，进一步分析形成差异的原因及合理性。（3）说明存货库龄结构、计提存货跌价准备的情况、存货可变现净值的确定依据、存货跌价准备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，如是，分析形成差异的原因及合理性并模拟测算对经营业绩的影响。（4）说明报告期内各期末对各存货项目进行盘点的情况（单独说明对发出商品的盘点情况）及期后结转情况，包括但不限于盘点范围、地点、品种、金额、比例等，是否存在账实差异及处理结果。（5）列表梳理公司主要供应商的具体情况，包括但不限于成立时间、注册资本、实缴资本、实际控制人、与公司合作历史、主营业务、业务规模、市场地位等，尤其是涉及注册资本较少、未缴足，参保人数较少的公司的具体情况，相关公司的实际控制人、主要股东、经营规模、员工情况、经营资质等，说明公司与其开展合作的商业合理性，是否对公司持续稳定经营产生潜在不利影响。（6）说明公司与股东三柏硕合作的背景、原因及合理性，交易定价依据及公允性；公司购买跑步机整机产品对外销售时的收入按照总额法或者净额法确认的依据和合理性，是否符合《企业会计准则》的相关规定。

请主办券商、会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见；（2）说明期末存货的监盘情况（单独说明对发出物品的监盘情况），包括但不限于监盘金额、监盘比例、监盘结论，并对期末存货的真实性、计价的准确性，存货跌价准备计提的合理性及充分性发表明确意见。

【公司回复】

一、结合合同签订情况、备货、发货和验收周期、订单完成周期等，说明存货余额是否与公司订单、业务规模相匹配，与同行业可比公司相比是否存在较大差异

（一）合同签订情况、备货、发货和验收周期、订单完成周期

公司采取自主品牌与 ODM 业务、线上与线下方式相结合的销售模式。公司与主要线下客户签订了框架合同，并通过具体订单开展合作；公司与线上电商平台签订了平台协议。

公司备货周期自向供应商下达原材料采购订单起计至产成品入库，周期约为 35-42 天。发货周期方面，不同类别业务发货周期不同。境内线下/境内线上业务发货周期约 3-5 天；境外线下销售公司出库运至港口完成报关出口周期约 3-10 天。境外线上收入发货周期方面，产品由境内仓库发送至境外第三方仓库，根据不同运抵区域，周期约 30-60 天，境外第三方仓库备货产品根据线上订单进行发货，发货至完成订单周期约为 3-10 天。

公司产品无需额外的安装、试验与验收，物流交付/产品装船/妥投即实现所有权与风险转移，无验收周期。

进一步考虑备货产成品入库至取得订单时间后，总体而言，境内线上/线下及境外线下销售订单周期约为 3 个月；境外线上销售时间约为 4 个月左右。

（二）说明存货余额是否与公司订单、业务规模相匹配

1、存货余额与公司订单的匹配情况

报告期各期末，存货账面余额与期后订单收入对比情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月/2024 年 6 月 30 日	2023 年度/2023 年 12 月 31 日	2022 年度/2022 年 12 月 31 日
产成品与发出商品账面余额	12,591.33	10,198.40	9,615.93
期后 4 个月结转的营业成本金额	14,226.52	12,767.75	11,856.35
结转比例	**112.99%**	**125.19%**	**123.30%**

如上表所示，公司存货期后周转情况良好，与公司订单规模相匹配。

2、公司存货余额与业务规模的匹配情况

公司报告期内各期末，公司存货余额与当期营业收入的对比情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月/2024 年 6 月 30 日	2023 年度/2023 年 12 月 31 日	2022 年度/2022 年 12 月 31 日
存货余额	14,248.77	12,687.05	12,713.83
营业收入	32,443.34	60,075.47	43,348.14
存货余额占营业收入比例	21.96%	21.12%	29.33%

注：2024 年 1-6 月数据已经年化处理

如上表所示，公司报告期各期末存货余额占营业收入的比例分别为 29.33%、21.12%、21.96%，2023 年度、2024 年 1-6 月占比较为稳定，2022 年偏高主要系公司境外销售规模持续扩大、四季度加大库存备货所致，公司存货余额与业务规模相匹配。

综上所述，公司存货余额与公司订单、业务规模相匹配。

（三）存货余额与同行业可比公司相比是否存在较大差异

报告期内，公司与同行业可比公司存货余额占营业收入比例情况如下：

单位：万元

公司名称	项目	2024 年 1-6 月/2024 年 6 月 30 日	2023 年度/2023 年 12 月 31 日	2022 年度/2022 年 12 月 31 日
康力源	期末存货余额	13,799.25	10,267.85	10,423.19
	当期营业收入	30,912.45	60,920.75	60,662.08
	占营业收入的比例	22.32%	16.85%	17.18%

英派斯	期末存货余额	22,267.28	21,600.72	17,919.51
	当期营业收入	57,182.93	89,531.96	82,469.67
	占营业收入的比例	19.47%	24.13%	21.73%
舒华体育	期末存货余额	25,073.08	20,750.90	28,840.09
	当期营业收入	57,141.42	142,227.04	135,160.56
	占营业收入的比例	21.94%	14.59%	21.34%
可比公司平均值	**占营业收入的比例**	**21.24%**	**18.52%**	**20.08%**
金史密斯	**期末存货余额**	**14,248.77**	**12,687.05**	**12,713.83**
	当期营业收入	**32,443.34**	**60,075.47**	**43,348.14**
	占营业收入的比例	**21.96%**	**21.12%**	**29.33%**

如上表所示，2023 年度及 2024 年 1-6 月，公司期末存货余额占当期营业收入的比例与同行业基本一致，2022 年度公司存货规模较大系公司为应对线上业务扩张进行了一定规模的备货，2022 年收入规模相对较小、期末备货相对较大导致存货余额占比较高。

综上所述，公司存货规模与同行业可比公司相比不存在较大差异。

二、按照存货明细，说明存货构成及变动情况是否与同行业可比公司存在明显差异，如是，进一步分析形成差异的原因及合理性

（一）存货构成及变动情况

报告期各期，公司存货构成及变动情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 6 月 30 日			2023 年 12 月 31 日			2022 年 12 月 31 日	
	账面余额	占比	变动比例	账面余额	占比	变动比例	账面余额	占比
原材料	1,561.46	10.96%	-29.14%	2,203.65	17.37%	-17.12%	2,658.80	20.91%
在产品	37.55	0.26%	-80.56%	193.17	1.52%	-36.89%	306.10	2.41%
库存商品	12,182.05	85.50%	29.72%	9,390.97	74.02%	4.50%	8,986.62	70.68%
发出商品	409.28	2.87%	-49.31%	807.42	6.36%	28.30%	629.31	4.95%
委托加工物资	58.44	0.41%	-36.37%	91.84	0.72%	-30.95%	133.00	1.05%

合计	**14,248.77**	**100.00%**	**12.31%**	**12,687.05**	**100.00%**	**-0.21**	**12,713.83**	**100.00%**

报告期各期末，在产品、发出商品、委托加工物资占存货余额占比均较小，其金额主要受各期末的生产安排和发货影响。原材料、库存商品的的变动分析情况如下：

报告期各期末，公司库存商品账面余额分别为 8,986.62 万元、9,390.97 万元和 12,182.05 万元。2024 年 6 月末库存商品账面余额较上期末增长较大，主要原因是全球亚马逊 PrimeDay、感恩节、“黑五”、“圣诞”等促销季集中在下半年，公司根据市场销售预测进行备货。

报告期各期末，公司原材料账面余额 2,658.80 万元、2,203.65 万元和 1,561.46 万元，金额持续下降主要原因是公司持续优化供应链和存货管理，在保证正常经营的情况下提高原材料周转效率及减少资金占用。

（二）存货构成及变动情况与同行业可比公司对比

报告期内，公司存货构成与可比公司对比情况如下：

2024 年 6 月 30 日							
可比公司	**原材料**	**在产品**	**库存商品**	**发出商品**	**合同履约成本**	**委托加工物资**	**低值易耗品**
康力源	14.79%	3.74%	75.05%	6.42%	-	-	-
英派斯	21.66%	1.08%	77.26%	-	-	-	-
舒华体育	18.39%	2.78%	67.10%	10.22%	0.92%	-	0.59%
平均值	**18.28%**	**2.53%**	**73.14%**	**8.32%**	**0.92%**	**-**	**0.59%**
公司	**10.96%**	**0.26%**	**85.50%**	**2.87%**	**-**	**0.41%**	**-**
2023 年 12 月 31 日							
可比公司	**原材料**	**在产品**	**库存商品**	**发出商品**	**合同履约成本**	**委托加工物资**	**低值易耗品**
康力源	19.44%	4.73%	66.25%	9.58%	-	-	-
英派斯	21.54%	3.47%	73.15%	-	1.84%	-	-
舒华体育	18.82%	4.82%	59.68%	13.66%	2.46%	-	0.56%
平均值	**19.94%**	**4.34%**	**66.36%**	**11.62%**	**2.15%**	**-**	**0.56%**
公司	**17.37%**	**1.52%**	**74.02%**	**6.36%**	**-**	**0.72%**	**-**

2022 年 12 月 31 日							
可比公司	原材料	在产品	库存商品	发出商品	合同履约成本	委托加工物资	低值易耗品
康力源	20.35%	6.52%	64.58%	7.70%	0.84%	-	-
英派斯	27.01%	3.08%	69.42%	-	0.49%	-	-
舒华体育	14.66%	2.45%	59.29%	21.48%	1.65%	-	0.48%
平均值	**20.67%**	**4.02%**	**64.43%**	**14.59%**	**0.99%**	**-**	**0.48%**
公司	**20.91%**	**2.41%**	**70.68%**	**4.95%**	**-**	**1.05%**	**-**

报告期各期末，公司原材料、库存商品占存货比例合计分别为 91.60%、91.39%和 96.45%，原材料、库存商品为公司存货的主要构成部分，与同行业可比公司基本一致。

公司原材料占比逐年下降，主要系优化了供应链和存货管理方式，提高了原材料周转效率；公司库存商品占比比较稳定，2024 年 6 月末占比上升主要是主要全球亚马逊 Prime Day、感恩节、“黑五”、“圣诞”等促销季集中在下半年，公司根据市场销售预测进行备货。

报告期各期末，公司发出商品的占比分别为 4.95%、6.36%和 2.87%，整体金额占比较低。与可比公司对比，公司发出商品占比略低于康力源，舒华体育的发出商品占比较高，主要原因系其展示架产品和政府采购的验收周期相对较长，相对发出商品期末结存较多。

综上，公司存货构成合理，与公司备货及订单周期具有匹配关系，公司存货构成与同行业可比公司不存在较大差异。

三、说明存货库龄结构、计提存货跌价准备的情况、存货可变现净值的确定依据、存货跌价准备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，如是，分析形成差异的原因及合理性并模拟测算对经营业绩的影响

（一）存货库龄结构、计提存货跌价准备的情况

报告期各期末，存货的库龄结构和计提存货跌价准备的情况如下表所示：

单位：万元

期间	类别	账面余额	库龄	跌价金	计提

			1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	额	比例（%）
2024/6/30	原材料	1,561.46	1,230.70	139.55	177.27	13.95	230.72	14.78
	在产品	37.55	37.55					
	库存商品	12,182.05	11,697.29	471.63	10.58	2.55	123.59	1.01
	发出商品	409.28	409.28					
	委托加工物资	58.44	58.44					
	合计	**14,248.77**	**13,433.25**	**611.18**	**187.85**	**16.50**	**354.30**	**2.49**
2023/12/31	原材料	2,203.65	1,845.17	175.87	182.60		233.57	10.60
	在产品	193.17	193.17					
	库存商品	9,390.97	9,307.67	79.68	1.82	1.81	134.34	1.43
	发出商品	807.42	807.42					
	委托加工物资	91.84	91.84					
	合计	**12,687.05**	**12,245.27**	**255.55**	**184.42**	**1.81**	**367.91**	**2.90**
2022/12/31	原材料	2,658.80	2,142.98	515.82			46.93	1.77
	在产品	306.10	306.10					
	库存商品	8,986.62	8,584.36	396.79	5.00	0.47	109.05	1.21
	发出商品	629.31	629.31					
	委托加工物资	133.00	133.00					
	合计	**12,713.83**	**11,795.75**	**912.61**	**5.00**	**0.47**	**155.99**	**1.23**

报告期各期末，公司库龄一年以内的存货金额占存货整体金额的比例分别为92.78%、96.52%、94.28%，占比很高，公司库龄情况良好。

（二）存货可变现净值的确定依据、存货跌价准备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、存货可变现净值的确定依据、存货跌价准备计提方法

公司与可比公司存货跌价准备计提方法对比如下：

可比公司	计提方法

舒华体育	资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。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；需要经过加工的存货，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。
英派斯	期末存货按照成本与可变现净值孰低计量。存货跌价准备按单个存货项目的成本与可变现净值计量，但如果某些存货与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量，可以合并计量成本与可变现净值；对于数量繁多、单价较低的存货，可以按照存货类别计量成本与可变现净值。产成品、商品和用于出售的材料等可直接用于出售的存货，其可变现净值按该等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；用于生产而持有的材料等存货，其可变现净值按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；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算；企业持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为基础计算。对于存货因遭受毁损、全部或部分陈旧过时或销售价格低于成本等原因，预计其成本不可收回的部分，提取存货跌价准备。
康力源	资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照存货类别成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。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；需要经过加工的存货，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。具体执行方法：原材料以库龄为作为估计可变现净值的估计标准，因为公司原材料种类较多，存在部分专用型号的材料，故可能存放 1 年以上，公司考虑原材料主要以金属件为主，受时间影响较小，故 2 年以内的原材料基本系订单备料，使用价值基本无损，故不计提减值准备。2 年以上的原材料，公司对其全额存货跌价准备。库存商品根据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可变现净值。同时结合公司库存商品的库龄情况，对于 1 年以内的库存商品，公司结合最近的销售价格和具体订单的订单价做为估计售价；对 1-2 年的库存商品，用最新的市场价的 80 作为估计售价；2-3 年的库存商品，用最新的市场价的 50 作为估计售价。3 年以上的库存商品，公司考虑其相关质量等因素后按全额计提跌价准备。
公司	资产负债表日按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。在确定存货的可变现净值时，以取得的可靠证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。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。

如上表所示，公司存货跌价准备计提方法与同行业可比公司不存在明显差异。

2、跌价准备计提充分性，与可比公司是否存在明显差异

公司存货跌价计提比例与同行业对比情况如下表所示：

公司名称	2024 年 6 月 30 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
康力源	8.49%	9.97%	4.47%
英派斯	12.02%	10.28%	10.11%
舒华体育	4.01%	4.52%	3.61%
平均值	**8.17%**	**8.26%**	**6.07%**
公司	**2.49%**	**2.90%**	**1.23%**

报告期内，公司存货跌价计提比例低于同行业可比公司，主要原因系公司存货库龄结构、销售毛利率与同行业存在差异，具有合理性。

报告期内，公司库龄一年以内存货金额占比分别为 92.78%、96.52%、94.28%；截至 2022 年 9 月 30 日，英派斯披露其一年以内存货金额占比为 81.22%；截至 2022 年 12 月 31 日，康力源披露其一年以内存货（原材料和库存商品）金额占比为 76.09%。公司存货长库龄存货金额占比较少，存货跌价风险较小，存货跌价计提较少。

公司销售毛利率高于同行业可比公司，毛利率对比具体情况如下：

公司名称	2024 年 6 月 30 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
康力源	32.19%	32.59%	25.63%
舒华体育	32.28%	29.61%	29.83%
英派斯	30.36%	31.85%	26.21%
平均值	**31.61%**	**31.35%**	**27.22%**
公司	**43.42%**	**40.14%**	**30.79%**

报告期内，公司销售毛利率高于同行业可比公司，存货成本低于可变现净值风险低，存货跌价风险较小。

综上所述，公司存货跌价准备计提充分，公司总体跌价计提比例比同行业平均水平低，主要是公司长库龄库存商品金额小且公司整体毛利率较高、按成本与可变现净值孰低计量存在跌价的库存商品较少，具有合理性。

四、说明报告期内各期末对各存货项目进行盘点的情况（单独说明对发出商品的盘点情况）及期后结转情况，包括但不限于盘点范围、地点、品种、金额、比例等，是否存在账实差异及处理结果

（一）报告期各期末对各存货项目进行盘点的情况

1、国内存货的盘点情况

单位：万元

项目	2024 年 6 月 30 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
盘点范围	原材料、在产品、库存商品、委托加工物资		
盘点地点	国内仓库		
盘点部门及人员	财经部人员、供应链部人员、生产管理部人员、销售部门人员、质量部人员		
存货余额（万元）	7,234.58	7,551.19	7,973.88
盘点金额（万元）	6,893.17	7,071.68	6,413.73
盘点比例	95.28%	93.65%	80.43%
盘点账实差异情况及处理结果	微小差异、已调整处理	微小差异、已调整处理	微小差异、已调整处理

2、境外第三方仓库库存商品

对于第三方仓存货，第三方仓库管理人员对存货执行盘点程序，公司人员获取第三方仓盘点表或仓储系统库存清单并与 ERP 系统在库数量进行核对，分析差异数量以及具体原因并进行相应调整。

3、平台仓库存商品

公司使用亚马逊 FBA 服务，由其负责存货的仓储、移库和配送。根据服务协议，亚马逊承担卖家货物的保管责任，若存货管理不善造成毁损灭失，则平台

需要对毁损灭失的存货进行赔偿。卖家位于亚马逊平台仓的库存商品受到平台仓储服务条款的保护，平台对其后台导出的库存商品明细余额承担相应法律和经济责任。因亚马逊不接受卖家现场盘点，针对期末存放亚马逊 FBA 仓库的公司存货，公司通过登陆亚马逊平台后台系统下载库存报告核实存货情况。

4、在途商品

公司在途商品为公司合并范围内主体之间运输过程中的存货，主要系从国内仓库发往亚马逊 FBA 仓及其他境外第三方仓途中的存货。由于该类存货由货代公司组织运输并处于运输过程中，无法实施盘点程序。公司监测该部分存货期后的入库情况并于入库后及时于账面调整至所在库位，确定在途商品的真实、准确、完整。

5、发出商品

公司期末发出商品为已向客户发出但尚未交付/产品装船/妥投产品，报告期各期发出商品占存货账面余额的比例为 4.95%、6.36%、2.87%，公司产品无需额外的安装、试验与验收，物流交付/产品装船/妥投即实现所有权与风险转移，无验收周期，因此公司发出商品占比很低。

针对内销线下的发出商品，产品在运输途中无法实施盘点程序，公司期后取得客户对账单进行核对；针对外销线下的发出商品，由于产品尚未完成出口，产品位于港口或运往港口途中，公司无法进行盘点，公司于次月初取得上月报关出口产品的报关单及出口日期记录，与发出商品明细核对，核实账面发出商品的准确性；对于线上销售的发出商品，公司核查物流记录、预估妥投时点，并于期后取得平台结算清单，复核发出商品结转时点。

综上所述，报告期内，公司按照存货管理制度对各仓库的存货出入库进行动态跟踪管理，同时定期及不定期对存货进行对账、盘点等，日常经营中随时通过存货管理系统对存货情况进行监测，公司存货管理制度得到较好的执行。

（二）期后结转情况

单位：万元

2024 年 6 月 30 日

存货类别	期末余额	期后结转金额	期后结转比例
原材料	1,561.46	1,179.16	75.52%
在产品	37.55	37.55	100.00%
库存商品	12,182.05	9,157.07	75.17%
发出商品	409.28	376.99	92.11%
委托加工物资	58.44	48.72	83.38%
合计	**14,248.77**	**10,799.49**	**75.79%**
2023 年 12 月 31 日			
存货类别	**期末余额**	**期后结转金额**	**期后结转比例**
原材料	2,203.65	1,518.94	68.93%
在产品	193.17	193.17	100.00%
库存商品	9,390.97	6,898.73	73.46%
发出商品	807.42	793.16	98.23%
委托加工物资	91.84	89.47	97.42%
合计	**12,687.05**	**9,493.46**	**74.83%**
2022 年 12 月 31 日			
存货类别	**期末余额**	**期后结转金额**	**期后结转比例**
原材料	2,658.80	2,047.01	76.99%
在产品	306.10	304.47	99.47%
库存商品	8,986.62	7,558.18	84.10%
发出商品	629.31	621.41	98.75%
委托加工物资	133.00	125.71	94.52%
合计	**12,713.83**	**10,656.78**	**83.82%**

注：期后存货结转金额按期后 4 个月计算。

由上表可见，公司报告期各期末的存货期后结转情况良好。

五、列表梳理公司主要供应商的具体情况，包括但不限于成立时间、注册资本、实缴资本、实际控制人、与公司合作历史、主营业务、业务规模、市场地位等，尤其是涉及注册资本较少、未缴足，参保人数较少的公司的具体情况，

相关公司的实际控制人、主要股东、经营规模、员工情况、经营资质等，说明公司与其开展合作的商业合理性，是否对公司持续稳定经营产生潜在不利影响

（一）列表梳理公司主要供应商的具体情况，包括但不限于成立时间、注册资本、实缴资本、实际控制人、与公司合作历史、主营业务、业务规模、市场地位等

报告期内，公司各期前五大主要供应商的基本情况如下：

序号	供应商名称	成立时间	注册资本	实缴资本	实际控制人	与公司合作历史	主营业务	业务规模	市场地位
1	漳州鹭达欣金属制品有限公司	2020-11-03	200 万元	200 万元	郑清河	2019 年开始（与鹭达欣同一控制下的其他企业最早开始合作时间）	金属结构与模具的销售与制造	2023 年营业收入超过 7000 万元	深耕金属结构件、模具设计与生产多年，口碑较好，为多家大型企业供货，通过公开检索，其同一控制下公司系新三板企业金利股份（832081）2020 年前五大客户
2	三柏硕	2004-06-18	24377.5914 万元	24377.5914 万元	朱希龙	2023 年开始	休闲运动和健身器材产品的研发、设计、生产和销售	2023 年营业收入超过 3 亿元	深主板上市公司，股票代码：001300.SZ，休闲运动和健身器材生产的高新技术企业，山东省瞪羚企业和“专精特新”中小企业
3	广东万瑞机电科技有限公司	2007-04-28	1000 万元	50 万元	郑胜巨	2019 年开始	电机、电机控制系统等产品的生产和销售	2023 年营业收入超过 1.5 亿元	电机、驱动器、变频器、机电控制系统生产的高新技术企业，广东省“专精特新”中小企业，广东省 2022 年创新型中小企业
4	厦门力元工贸有限公司	2004-09-21	500 万元	500 万元	黄向荣	2018 年开始	金属制品的制造与销售等	2023 年营业收入超过 4000 万元	专业生产运动器材配件等金属制品余 20 年，服务于多家运动器材行业内企业

序号	供应商名称	成立时间	注册资本	实缴资本	实际控制人	与公司合作历史	主营业务	业务规模	市场地位
5	东莞市美康仕电子科技有限公司	2008-10-13	833.3333 万元	333.3333 万元	黄建章	2019 年开始	电子控制器、电子元器件等的生产和销售	2023 年营业收入超过 1 亿元	电子控制器、电子元器件等的生产和销售的高新技术企业，广东省“专精特新”中小企业，广东省创新型中小企业，广东省科技型中小企业
6	广州允赞电子有限公司	2014-01-08	50 万元	50 万元	傅弘莹	2020 年开始	电子表、电控设备等的制造和销售	2023 年营业收入超过 1 亿元	专业生产电子表、电控设备，在当地享有较好的市场声誉
7	厦门华盛弘精密模具有限公司	2004-10-15	2000 万元	2000 万元	郑佳勇	2019 年开始	模具的制造与销售等	2023 年营业收入超过 1 亿元	高新技术企业，国家级专精特新“小巨人”企业，福建省“专精特新”中小企业，福建省科技小巨人企业

注 1：上述与公司合作历史情况包含其报告期内与公司开展业务的同一控制下的其他公司与公司最早开展合作的时间。

注 2：上述公司 2023 年营业收入包含其报告期内与公司开展业务的同一控制下的其他公司的总营业收入。

注 3：漳州鹭达欣金属制品有限公司原同一控制下企业厦门华达欣金属制品有限公司的股权已由原股东于报告期后 2024 年 11 月转让给第三方胡秋英，该主要供应商的披露名称在本回复中由“厦门华达欣金属制品有限公司”更新为“漳州鹭达欣金属制品有限公司”。上表报告期内相关信息仍统计在内。

（二）尤其是涉及注册资本较少、未缴足，参保人数较少的公司的具体情况，相关公司的实际控制人、主要股东、经营规模、员工情况、经营资质等，说明公司与其开展合作的商业合理性，是否对公司持续稳定经营产生潜在不利影响

1、涉及注册资本较少、未缴足，参保人数较少的公司的具体情况，相关公司的实际控制人、主要股东、经营规模、员工情况、经营资质等

根据上述供应商基本情况显示，公司部分主要供应商存在注册资本较少、未缴足、员工及参保人数较少的情形，上述公司关于实际控制人、主要股东、经营规 模、员工情况、经营资质等情况具体如下：

供应商名称	实际控制人	股权结构	经营规模	员工人数	经营资质
漳州鹭达欣金属制品有限公司	郑清河	郑清河持股 52%，黄华笔持股 48%	2023 年营业收入超过 7000 万元	超 150 人，参保人数 39 人	涉及公司采购业务无需特殊经营资质
广东万瑞机电科技有限公司	郑胜巨	郑胜巨持股 90%，樊慧持股 10%	2023 年营业收入超过 1.5 亿元	200-250 人，参保人数 103 人	涉及公司采购业务无需特殊经营资质
厦门力元工贸有限公司	黄向荣	黄向荣持股 55%，罗小红持股 45%	2023 年营业收入超过 4000 万元	超 130 人，参保人数 26 人	涉及公司采购业务无需特殊经营资质
东莞市美康仕电子科技有限公司	黄建章	黄建章持股 60%，东莞市登顺实业投资有限公司持股 40%	2023 年营业收入超过 1 亿元	150 人左右，参保人数 69 人	涉及公司采购业务无需特殊经营资质
广州允赞电子有限公司	傅弘莹	傅弘莹持股 60%，傅红铜持股 20%，张瑀芯持股 20%	2023 年营业收入超过 1 亿元	200 人左右，参保人数未披露	涉及公司采购业务无需特殊经营资质

注 1：公司主要供应商均为合并口径，包含列示的供应商及其报告期内与公司开展业务的同一控制下的其他企业。

注 2：上述员工人数及参保人数包含其报告期内与公司开展业务的同一控制下的其他公司，参保人数为 2023 年参保人数。

注 3：漳州鹭达欣金属制品有限公司原同一控制下企业厦门华达欣金属制品有限公司 100%的股权已由原股东于报告期后 2024 年 11 月转让给第三方胡秋英，该主要供应商的披露名称在本回复中由“厦门华达欣金属制品有限公司”更新为“漳州鹭达欣金属制品有限公司”。上表报告期内相关信息仍统计在内。

2、说明公司与其开展合作的商业合理性，是否对公司持续稳定经营产生潜在不利影响

上述存在注册资本较少、未缴足情形的供应商均为民营非上市企业，其自身经营注册资本规模、实缴注册资本等无严格要求，且其设立时适用的《中华人民共和国公司法》（2023 年 12 月修订前）等相关法律法规未强制要求股东出资期限，注册资本较少、未缴足情况亦不影响供应商生产经营活动的正常开展。

根据《中华人民共和国公司法》（2023 年修正）《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》相关规定，针对 2024 年 6 月 30 日前登记设立的公司，有限责任公司剩余认缴出资期限自 2027 年 7 月 1

日起超过 5 年的，应当在 2027 年 6 月 30 日前将其剩余认缴出资期限调整至 5 年内并记载于公司章程，股东应当在调整后的认缴出资期限内足额缴纳认缴的出资额，即前述供应商调整后的注册资本缴纳期限最迟为 2032 年 6 月 30 日之前。因此，上述未实缴注册资本供应商目前不存在因未缴足注册资本而对公司持续稳定经营产生不利影响。

上述参保人数较少的供应商主要从事金属制品、金属结构件、模具或电子元器件、电控设备的生产与加工业务，公司主要向其采购金属结构件或电子器件等，该类企业对劳动者的专业技术要求较低，人员可替代性高，多基于经济性原则，根据订单量安排人力投入，长期、稳定的员工人数相对较少。此外因部分员工已参加新农合新农保自愿不缴纳社保、或于第三方劳务公司参保等因素导致员工参保人数较低。

上述供应商产品质量和设备性能满足公司需求，且与公司配合度高、响应速度快、能满足公司中小规模、多批次的采购需求，持续稳定的向公司提供符合质量标准的产品。因此公司与相关供应商合作具有合理性。此外，公司采购的金属结构件或电子器件市场竞争充分、供应充足，同类供应商较多；产品加工技术含量较低、工序相对简单，不涉及公司关键工序或关键技术，因此相关供应商不会对公司持续稳定经营产生潜在不利影响。公司亦建立了严格的供应商准入和考评体系，对供应商产品质量、稳定供货能力、经营风险、市场信誉等对供应商进行综合评价，保证采购供应的质量要求和稳定性。

综上，公司与上述涉及注册资本较少、未缴足，参保人数较少的公司开展业务具备合理性，不会对公司持续稳定经营产生潜在不利影响。

六、说明公司与股东三柏硕合作的背景、原因及合理性，交易定价依据及公允性；公司购买跑步机整机产品对外销售时的收入按照总额法或者净额法确认的依据和合理性，是否符合《企业会计准则》的相关规定

（一）说明公司与股东三柏硕合作的背景、原因及合理性，交易定价依据及公允性

三柏硕成立于 2004 年，为深交所主板上市公司（股票代码 001300.SZ）。三柏硕是一家专注于休闲运动和健身器材系列产品研发、设计、生产和销售的高新技术企业，主要产品有蹦床、篮球架、足球门、跑步机、椭圆机、健身车、综合训练机、杠铃架等。三柏硕被山东省工业和信息化厅等部门认定为山东省瞪羚企业和“专精特新”中小企业；被中国文教体育用品协会授予“中国健身及休闲运动器材行业研发中心”称号。

报告期内，随着公司经营规模的快速增长，自有产能紧张，扩充产能的需求较为迫切，为满足市场和客户的订单需求，公司决定将部分型号的跑步机采取整机外购的方式满足产能。三柏硕作为知名已上市运动和健身器材生产厂商，生产质量、产能规模、生产效率及供应能力能满足公司产品的生产需求，且有较好的市场声誉。同时，三柏硕深耕运动和健身器材行业多年，具备成熟的材料等供应商采购体系和专业熟练的生产人员，规模化的材料采购和生产能有效降低生产成本，具备经济性。因此，公司对三柏硕经过考察准入后从 2023 年下半年开始整机采购部分跑步机产品以满足快速增长的产能和客户需求。公司与三柏硕的合作具备商业合理性。公司与三柏硕的采购定价采取成本加成的定价原则，交易价格公允。

（二）公司购买跑步机整机产品对外销售时的收入按照总额法或者净额法确认的依据和合理性，是否符合《企业会计准则》的相关规定

公司从三柏硕购买跑步机整机产品对外销售时采取总额法确认收入。根据《企业会计准则第 14 号——收入》规定：企业应当根据其在向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权，来判断其从事交易时的身份是主要责任人还是代理人。企业在向客户转让商品前能够控制该商品的，该企业为主要责任人，应当按照已收或应收对价总额确认收入；否则，该企业为代理人，应当按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入，该金额应当按照已收或应收对价总额扣除应支付给其他相关方的价款后的净额，或者按照既定的佣金金额或比例等确定。

企业向客户转让商品前能够控制该商品的情形包括：

①企业自第三方取得商品或其他资产控制权后，再转让给客户；

②企业能够主导第三方代表本企业向客户提供服务；

③企业自第三方取得商品控制权后，通过提供重大的服务将该商品与其他商品整合成某组合产出转让给客户。

公司在采购跑步机整机后再向客户销售，分别与客户和供应商签订销售和采购合同，销售和采购价格、信用政策均由公司分别与客户和供应商协商确定，购销业务独立。公司有权自主决定所交易商品的价格，承担向客户转让商品前的主要责任，拥有对该商品的控制权。

综上，公司购买跑步机整机产品对外销售时的收入按照总额法确认，符合《企业会计准则》的相关规定。

【中介机构回复】

一、请主办券商、会计师核查上述事项并发表明确意见

（一）核查程序

针对上述事项，主办券商及会计师进行了如下核查：

1、获取了公司的存货管理内控制度，并对相关内控制度的执行进行了核查，了解公司采购与付款循环、生产与仓储循环的内控制度，实施穿行测试和控制测试，以测试内部控制运行的有效性；

2、访谈公司管理层，了解公司的采购模式、生产模式和销售模式，了解公司存货的备货、发货及订单完成周期等情况，分析公司存货结构与经营特点的匹配性，以及存货结构变动的合理性；

3、获取报告期各期末存货库龄明细表，重点关注库龄较长的存货，监盘过程中判断较长库龄的存货是否存在跌价的风险；

4、获取公司存货收发存明细表，核查、分析和复核各期末存货期后结转情况；

5、对公司 2023 年末、2024 年 6 月末存货实施监盘程序，重点关注了库龄较长的存货，监盘过程中判断较长库龄的存货是否存在跌价的风险；

6、获取公司编制的存货盘点计划，检查盘点计划是否存在明显缺陷，并编制存货盘点计划问卷，了解公司存货盘点工作的具体安排事项；

7、获取公司存货收发存明细，分析报告期各期末存货构成情况及其对应的期后出库结转情况，分析各类存货金额变动的合理性；

8、了解并评价公司存货跌价计提的会计政策，查阅同行业可比公司公开资料，分析存货跌价计提政策是否符合行业惯例，核查公司整体存货跌价计提比例低于同行业均值的原因及合理性；

9、获取公司各期存货跌价测试记录，并核查公司存货跌价准备金额计提的准确性；

10、查阅行业的政策，访谈公司财务管理人员，了解公司存货变动的原因。

11、查阅公司报告期内采购明细及主要供应商清单，通过企查查等方式查询主要供应商成立时间、注册资本、实际控制人、股权结构等情况；

12、对主要供应商进行走访，了解其工商基本信息、实际控制人、与公司合作历史、主营业务、业务规模、市场地位、经营规模、员工人数、参保人数、经营资质等；

13、对三柏硕进行走访并访谈公司采购负责人，了解公司与股东三柏硕合作的背景、原因及合理性，交易定价依据及公允性；

14、对公司业务人员进行访谈或询问，了解购买跑步机整机产品对外销售相关交易的背景与实质，并查阅相关合同和交易记录；

（二）核查结论

针对上述事项，主办券商及会计师核查意见如下：

1、公司存货余额与公司订单、业务规模相匹配，公司存货规模与同行业可比公司相比不存在较大差异；

2、公司存货构成合理，与公司备货及订单周期具有匹配关系，公司存货构成与同行业可比公司不存在较大差异；

3、公司存货跌价准备计提充分，公司总体跌价计提比例比同行业平均水平低，主要是公司长库龄库存商品金额小且公司整体毛利率较高、按成本与可变现净值孰低计量存在跌价的库存商品较少，具有合理性；

4、报告期内，公司按照存货管理制度对各仓库的存货出入库进行动态跟踪管理，同时定期及不定期对存货进行对账、盘点等，日常经营中随时通过存货管理系统对存货情况进行监测，公司存货管理制度得到较好的执行；公司报告期各期末的存货期后结转情况良好；

5、公司报告期主要供应商中存在注册资本较少、未缴足，参保人数较少等情况，公司与其往来均具备商业合理性，不会对公司持续稳定经营产生潜在不利影响；

6、公司与三柏硕合作具备商业合理性，交易价格定价公允；公司购买跑步机整机产品对外销售时的收入按照总额法确认，符合《企业会计准则》的相关规定。

二、说明期末存货的监盘情况（单独说明对发出物品的监盘情况），包括但不限于监盘金额、监盘比例、监盘结论，并对期末存货的真实性、计价的准确性，存货跌价准备计提的合理性及充分性发表明确意见

（一）期末存货监盘情况

报告期各期末，根据存货分布情况分别执行监盘、函证、替代检查等程序，存货的监盘和核查情况如下：

1、国内仓库

单位：万元

项目	2024 年 6 月 30 日	2023 年 12 月 31 日
监盘范围	原材料、在产品、库存商品、委托加工物资	
账面余额	7,234.58	7,551.19
检查程序	实地监盘	
监盘金额	6,156.09	5,375.08
监盘比例	85.09%	71.18%

监盘结论	监盘结果不存在重大差异	监盘结果不存在重大差异

主办券商与申报会计师于 2023 年 10 月正式进场开展挂牌核查工作，未参与 2022 年末的存货监盘工作，主要通过获取公司各报告期存货收发存明细表，抽样检查报告期公司存货出入库单据，以及检查公司 2022 年末盘点报告了解 2022 年度公司存货盘点情况。

2、在途商品

公司在途商品为公司合并范围内主体之间运输过程中的存货，主要系从国内仓库发往亚马逊 FBA 仓及其他境外第三方仓途中的存货。由于该类存货处于运输过程中，无法实施监盘程序。会计师通过复核出库单、报关单、期后入库记录等单据，确认相关数据的真实、准确，具体如下：

单位：万元

项目	2024 年 6 月 30 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
在途商品余额	1,171.75	1,933.98	2,362.96
核查程序	主要通过检查出库、报关、期后入库等方式核查期末数量		
核查金额	1,152.79	1,850.59	2,170.88
核查比例	98.38%	95.69%	91.87%
核查结论	不存在重大差异		

3、境外租赁仓

单位：万元

项目	2024 年 6 月 30 日	2023 年 12 月 31 日
监盘范围	原材料、在产品、库存商品、委托加工物资	
核查程序	实地监盘、对第三方公司函证验证	
账面余额	5,059.63	2,146.89
监盘金额	3,272.74	1,327.09
监盘比例	64.68%	61.81%
函证金额	804.41	446.08
函证比例	15.90%	25.16%
监盘结论	监盘、函证结果不存在重大差异	监盘、函证监盘结果不存在重大差异

4、平台仓商品

因亚马逊不接受实地监盘，主办券商和会计师主要通过登陆亚马逊平台后台系统下载库存报告，与公司存货管理系统以及财务账面记录中的存货数量进行核对。

报告期各期末，中介机构对公司期末平台仓存货的核查情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 6 月 30 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
平台仓存货余额	373.54	247.56	307.85
核查程序	主要通过亚马逊平台后台系统下载库存报告核实存货情况		
核查金额	373.54	247.56	307.85
核查比例	100.00%	100.00%	100.00%
核查结论	不存在重大差异		

5、发出商品

公司期末发出商品为已向客户发出但尚未实现交付/产品装船/妥投产品，无法对发出商品进行监盘。主办券商和会计师主要是通过核对存货收发存明细、查验期后结转情况，确认发出商品的真实准确完整，具体如下：

项目	2024 年 6 月 30 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
发出商品余额	409.28	807.42	629.31
核查程序	主要通过检查出库记录，以及期后结转情况		
核查金额	402.12	794.55	590.74
核查比例	98.25%	98.41%	93.87%
核查结论	不存在重大差异		

（二）核查结论

经核查，公司期末存货真实、计价准确，存货跌价准备计提合理、充分。

6、关于期间费用

根据申请文件，报告期内公司期间费用分别为 13,167.31 万元、19,043.46 万元和 11,280.61 万元，分别占营业收入的 30.38%、31.70%和 34.77%。其中，销售费用分别为 7,625.01 万元、12,652.88 万元和 6,977.81 万元，占当期营业收入的比重分别为 17.59%、21.06%和 21.51%。

请公司：（1）分析说明报告期内各项期间费用率与可比公司是否存在明显差异及合理性；说明公司 2023 年销售费用中广告及市场推广费大幅上涨的具体原因，涉及的具体推广方式及活动，主要服务提供商情况等，对比同行业公司，说明广告及市场推广费规模的合理性。（2）说明第三方电商平台各项费用的收费标准，按照平台销售佣金、平台订阅费或年费等项目，说明公司合作的各电商平台收取的平台服务费的具体模式，报告期内各平台服务费与对应收入规模是否匹配；对比同行业可比公司，说明平台佣金及服务费规模的合理性，是否存在显著差异；结合公司各线上销售平台的服务群体、流量来源、平台服务费等分析各渠道获客成本差异及原因，并说明推广效果及销售数据变动、客户数据波动是否存在异常情形。（3）列表分析销售、管理、研发人员数量及报告期薪酬波动情况，员工薪酬与同行业可比公司是否存在重大差异及合理性。（4）说明研发人员的构成、划分依据，研发费用归集是否合理；公司研发费用对应具体研发项目及各期进展情况，研发费用投入是否与研发项目、技术创新、产品储备、人员学历构成等相匹配，形成的研发成果及对营业收入的贡献情况。

请主办券商、会计师核查上述事项并发表明确意见。

【公司回复】

一、分析说明报告期内各项期间费用率与可比公司是否存在明显差异及合理性；说明公司2023年销售费用中广告及市场推广费大幅上涨的具体原因，涉及的具体推广方式及活动，主要服务提供商情况等，对比同行业公司，说明广告及市场推广费规模的合理性

（一）报告期内各项期间费用率与可比公司是否存在明显差异及合理性

1、销售费用率与可比公司是否存在明显差异及合理性

报告期内，公司与同行业可比公司销售费用率如下：

公司名称	2024 年 1-6 月	2023 年	2022 年
康力源	16.82%	14.10%	7.37%
舒华体育	12.57%	9.94%	8.52%
英派斯	6.08%	7.56%	7.04%
平均值	**11.82%**	**10.53%**	**7.64%**
公司	**21.51%**	**21.06%**	**17.59%**

公司销售费用主要为广告及市场推广费、平台服务费及佣金、职工薪酬、运输及仓储费，其中广告及市场推广费主要内容为电商平台（如亚马逊、天猫、京东等）站内推广费用、站外（如谷歌等）推广费用、线下展会费及广告制作费等费用，平台服务费及佣金主要为电商平台的订单佣金及服务费，运输及仓储费主要系境外仓的仓储费、仓库间的调拨费等。

公司销售费用率高于同行业可比公司，主要是公司线上销售占比较高，报告期各期公司线上销售收入占营业收入之比为 37.40%、48.17%和 43.89%，且线上销售均为自主品牌销售，为提高境内外品牌知名度及持续吸引获客，公司线上平台相关推广费用及佣金费用较高，导致公司销售费用较大且与同行业存在一定差异。

同行业可比公司中，根据康力源公开信息披露，其 2022 年度、2023 年度线上收入占比分别为 15.82%、38.65%，2024 年上半年度线上收入占比未披露，康力源线上收入占比相较公司较低，其销售费用率高于行业平均值但低于公司销售费用率水平，具有合理性。

英派斯在国内的销售模式可分为线上销售和线下销售，目前市场“线上线下结合的模式”已经较为成熟；外销方面英派斯以线下的 OEM/ODM 产品业务为主，外销线上收入处于起步阶段，销售渠道与公司存在较大差异。

舒华体育以内销业务为主、内销业务占比较高，销售渠道与公司存在较大差异，其外销推广支出少，销售费用率相对较低。

综上所述，公司销售费用率与可比公司存在差异，主要是公司线上收入占比较高，线上平台相关推广费用及佣金费用较高所致，公司销售渠道与同行业存在差异，公司销售费用率较高具有合理性。

2、管理费用率与可比公司是否存在明显差异及合理性

报告期内，公司与同行业可比公司管理费用率如下：

公司名称	2024 年 1-6 月	2023 年	2022 年
康力源	3.80%	3.92%	3.38%
舒华体育	9.02%	6.61%	7.20%
英派斯	6.21%	7.49%	6.81%
平均值	**6.34%**	**6.01%**	**5.80%**
公司	**8.48%**	**6.47%**	**8.75%**

公司管理费用主要为管理人员的职工薪酬支出，2023 年度管理费用率下降主要系随着公司业务规模增长，管理规模效应显现，2024 年 1-6 月管理费用率上涨系公司新三板挂牌申报，相应的咨询及中介机构费用支出增加所致。

公司管理费用率略高于同行业可比公司，主要原因系管理人员薪酬水平较高，具体分析如下：

项目	公司名称	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度
管理费用职工薪酬占营业收入之比	康力源	1.99%	2.05%	2.07%
	舒华体育	4.19%	3.17%	3.20%
	英派斯	2.73%	3.42%	3.19%
	公司	**5.07%**	**4.53%**	**5.98%**
人均薪酬（万元）	康力源	24.16	18.07	13.09
	舒华体育	16.94	16.25	14.85
	英派斯	15.54	15.70	13.77
	公司	**30.43**	**25.70**	**23.99**

由于公司人均薪酬较高，导致公司管理职工薪酬占比整体高于同行业、公司管理费用率较高，具有合理性。人均薪酬高于同行业可比公司分析详见本题之“三、列表分析销售、管理、研发人员数量及报告期薪酬波动情况，员工薪酬与

同行业可比公司是否存在重大差异及合理性。”之“（二）员工薪酬与同行业可比公司是否存在重大差异及合理性”

3、研发费用率与可比公司是否存在明显差异及合理性

报告期内，公司与同行业可比公司研发费用率如下：

公司名称	2024 年 1-6 月	2023 年	2022 年
康力源	3.12%	3.25%	3.06%
舒华体育	3.31%	1.96%	2.29%
英派斯	3.95%	4.59%	4.84%
平均值	**3.46%**	**3.26%**	**3.40%**
公司	**5.26%**	**4.07%**	**4.61%**

公司研发费用主要为研发人员的职工薪酬支出，2023 年度研发费用率下降主要系公司经营规模快速增长所致；公司持续进行研发投入，2024 年上半年度研发费用保持较高水平。

公司研发费用率略高于同行业可比公司，主要原因系研发人员薪酬水平较高，具体分析如下：

项目	公司名称	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度
研发费用职工薪酬占营业收入之比	康力源	1.79%	1.67%	1.42%
	舒华体育	2.32%	1.49%	1.79%
	英派斯	3.09%	3.20%	3.11%
	公司	**3.66%**	**3.02%**	**3.50%**
人均薪酬（万元）	康力源	12.71	11.59	9.34
	舒华体育	21.07	16.51	16.57
	英派斯	20.31	16.98	15.29
	公司	**31.71**	**31.23**	**27.57**

公司长期专注于创新形态折叠智能健身器材的设计与研发，组建了专业素质高、研发与实践经验丰富、创新能力强的研发团队。报告期内，公司研发人员人均薪酬较高，公司研发职工薪酬占比整体高于同行业，研发费用率与可比公司存在差异具有合理性。

人均薪酬高于同行业可比公司分析详见本题之“三、列表分析销售、管理、研发人员数量及报告期薪酬波动情况，员工薪酬与同行业可比公司是否存在重大差异及合理性。”之“（二）员工薪酬与同行业可比公司是否存在重大差异及合理性”

4、财务费用率与可比公司是否存在明显差异及合理性

报告期内，公司与同行业可比公司财务费用率如下：

公司名称	2024 年 1-6 月	2023 年	2022 年
康力源	-4.76%	-3.96%	-4.30%
舒华体育	0.16%	0.12%	0.23%
英派斯	0.24%	-1.63%	-1.96%
平均值	**-1.45%**	**-1.82%**	**-2.01%**
公司	**-0.47%**	**0.09%**	**-0.57%**

如上表所示，报告期内公司财务费用率分别为-0.57%、0.09%和-0.47%，报告期内，公司财务费用率占收入比重较低，与同行业可比公司不存在明显差异。

综上所述，由于公司销售渠道、人均薪酬等因素与同行业可比公司存在差异，公司期间费用率与同行业相比存在一定差异，具有合理性。

（二）说明公司 2023 年销售费用中广告及市场推广费大幅上涨的具体原因，涉及的具体推广方式及活动，主要服务提供商情况等，对比同行业公司，说明广告及市场推广费规模的合理性。

1、公司 2023 年销售费用中广告及市场推广费大幅上涨的具体原因，涉及的具体推广方式及活动，主要服务提供商情况

报告期内，公司广告及市场推广费构成情况如下：

单位：万元

类型	平台	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度	
		金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
线上站内推广	亚马逊	503.21	16.83	1,377.55	26.10	607.61	24.29
	天猫	41.62	1.39	107.02	2.03	276.10	11.04

	京东	64.57	2.16	218.90	4.15	380.57	15.21
	其他	119.53	4.00	106.49	2.02	99.24	3.97
线上站外推广	/	1,669.19	55.83	2,648.59	50.18	716.20	28.63
线下推广	/	591.55	19.79	819.95	15.52	422.11	16.86
合计		**2,989.67**	**100.00**	**5,278.50**	**100.00**	**2,501.83**	**100.00**

由上表可知，公司 2023 年销售费用中广告及市场推广费大幅上涨主要系公司持续建设完善外销线上销售渠道，线上推广增加所致。亚马逊和独立站为公司外销线上主要渠道，2022 年度和 2023 年度亚马逊和独立站收入占公司外销线上收入的比例合计分别为 98.27%、96.55%。公司通过加大对亚马逊、独立站等电商平台的线上宣传推广，持续建设完善外销线上销售渠道，线上销售收入持续增长，广告及市场推广费的增长具有合理性。

具体推广方式及活动、主要服务提供商情况如下：

类型	主要服务提供商	推广方式及活动
亚马逊站内推广	亚马逊	（1）CPC 广告：是在亚马逊平台通过付费获得流量的第一手段，分为自动投放和手动投放，以点击量付费。通过搜索和展示机制向目标人群投放广告让 listing（产品页面）得到更多的曝光量和浏览量，在 listing 符合买家需求、描述清楚到位、图片足够吸引的前提下，有助于爆款的打造和形成；（2）DSP 广告：通过第三方与亚马逊官网联盟合作，获取产品及品牌在亚马逊联盟网站上的品牌及产品展示位置和曝光，按照展示次数和曝光量付费。
京东站内推广	京东	（1）京东快车：一种按点击付费（CPC）的推广方式，基于京东站内丰富的广告位，通过推荐广告定向及搜索人群定向，实现全类型广告精准投放； （2）京东海投：基于京东大数据分析，基于用户历史行为进行精准定向和智能投放。
天猫站内推广	天猫	（1）CPC 广告：通过搜索页向搜索产品的目标人群投放广告以获得更多的曝光和点击量，从而获得更多的成交机会，按点击量付费，推广工具包括直通车、超级推荐、万相台 AI 智能投放； （2）CPM 广告：按照千次展现进行扣费，每 1000 次展现即进行扣费（不管有无点击行为），通过品牌海报、品牌宣传信息进行投放广告资源位，在品牌拉新上具有更强的流量获取能力，从而达到品牌宣传的效果，推广工具包括钻石展、品销宝。

线上站外推广	Google 等	线上站外推广方面，公司主要通过在 Google、Facebook 等以关键词搜索、购物广告、视频、图片展示等广告形式增加展示曝光、提升品牌知名度及吸引买家，按目标广告支出回报率出价策略，系统根据设定的目标广告支出回报率，自动设置出价以尽可能提高转化价值
线下推广	-	广告制作费、展会费等

2、对比同行业公司，说明广告及市场推广费规模的合理性

公司采取自主品牌与 ODM 业务、线上与线下方式相结合的销售模式，自主品牌收入占比较高、线上收入占比较高、境外销售收入占比较高，广告及市场推广费规模较大。同行业中，舒华体育、英派斯销售渠道、经营模式与公司差异较大，广告及市场推广费规模与公司存在一定差异；康力源线上收入规模逐步提升，其推广费用及平台费用合计项与公司逐步持平，公司广告及市场推广费规模具有合理性，具体分析如下：

报告期各期，舒华体育、英派斯广告费用/宣传费用规模情况如下：

单位：万元

公司名称	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度	
	广告费用/宣传费用	占营业收入之比(%)	广告费用/宣传费用	占营业收入之比(%)	广告费用/宣传费用	占营业收入之比(%)
舒华体育	1,079.14	1.89	3,255.87	2.29	3,770.72	2.79
英派斯	622.86	1.09	948.68	1.06	759.80	0.92
公司	**2,989.67**	**9.22**	**5,278.50**	**8.79**	**2,501.83**	**5.77**

舒华体育、英派斯销售费用中广告费用/宣传费用金额较小、占营业收入比值较低，主要是销售渠道与经营模式与公司差异较大，舒华体育以内销业务为主，与公司存在较大差异；英派斯外销规模较大，与公司外销占比较高情况相一致，但其外销线上收入处于起步阶段，外销以线下的 OEM/ODM 业务为主，外销销售渠道与经营模式与公司存在较大差异，与舒华体育、英派斯相比，公司广告及市场推广费较高，具有合理性。

报告期各期，康力源采取外销与内销、线下与线上、ODM 与自主品牌方式相结合的销售模式，其销售费用中将部分广告及市场推广费归为电商平台费用，其推广费用及平台佣金费用合计情况与公司对比如下：

单位：万元

公司名称	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度	
	推广费用及平台佣金费用	占营业收入之比(%)	推广费用及平台佣金费用	占营业收入之比(%)	推广费用及平台佣金费用	占营业收入之比(%)
康力源	4,051.92	13.11%	6,317.12	10.37%	2,694.33	4.44%
公司	**4,561.37**	**14.06%**	**8,714.96**	**14.51%**	**4,548.52**	**10.49%**

根据康力源公开信息披露，其 2022 年度、2023 年度线上收入占比分别为 15.82%、38.65%，2024 年上半年度其国内电商销售额及境外电商销售额仍持续增长，随着康力源线上收入占比逐步提升，其推广费用及平台费用逐步提高，2024 年上半年度其推广费用及平台佣金费用规模、占营业收入之比与公司接近，具有合理性。

综上所述，公司 2023 年销售费用中广告及市场推广费大幅上涨主要系公司持续建设完善外销线上销售渠道，线上站外推广及亚马逊站内推广的增加所致；对比同行业可比公司，公司广告及市场推广费规模具有合理性。

二、说明第三方电商平台各项费用的收费标准，按照平台销售佣金、平台订阅费或年费等项目，说明公司合作的各电商平台收取的平台服务费的具体模式，报告期内各平台服务费与对应收入规模是否匹配；对比同行业可比公司，说明平台佣金及服务费规模的合理性，是否存在显著差异；结合公司各线上销售平台的服务群体、流量来源、平台服务费等分析各渠道获客成本差异及原因，并说明推广效果及销售数据变动、客户数据波动是否存在异常情形

（一）说明第三方电商平台各项费用的收费标准，按照平台销售佣金、平台订阅费或年费等项目，说明公司合作的各电商平台收取的平台服务费的具体模式，报告期内各平台服务费与对应收入规模是否匹配

1、第三方电商平台各项费用的收费标准、各电商平台收取的平台服务费的具体模式

报告期内，公司平台服务费及佣金具体平台构成如下：

单位：万元

平台	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度

亚马逊	1,118.78	2,729.09	1,677.99
独立站	293.42	439.34	131.73
京东	24.85	65.78	63.97
天猫	9.66	72.18	107.64
其他平台	124.99	130.07	65.36
合计	**1,571.70**	**3,436.46**	**2,046.69**

根据上表可知，公司平台服务费及佣金主要平台为亚马逊、独立站、京东及天猫，报告期内合计占比分别为 96.81%、96.21%、92.05%。

公司上述平台的主要收费标准及模式如下：

平台	收费标准	收费模式
亚马逊	（1）佣金：根据不同销售站点及产品所属类别，每笔订单销售额收取固定比例佣金，报告期内公司主要站点佣金费率为 15%； （2）服务费：①根据商品所占空间的日均体积收取的月度库存仓储服务费；②根据不同的销售站点每月收取固定服务费；	从销售额中扣除佣金、服务费等费用后将剩余款项支付给公司
独立站	（1）收款手续费：信用卡付款方式按含税订单金额的 2.25%+固定费用收取；信用卡分期付款方式按含税订单金额的 5%+固定费用收取；paypal 付款方式按含税订单金额的 4.5%-5%收取； （2）订单手续费：含税订单金额的 0.6%，不同站点每月收取固定金额的订阅费；启用 PLUS 会员后，美国主站点支付固定金额的订阅费，所有独立站总销售额额超过一定金额的部分收 0.35%服务费；其他独立站每月 0.2%服务费；	从销售额中扣除收款手续费、订单手续费等费用后将剩余款项支付给公司
天猫	（1）佣金：按含税订单金额的 5%收取； （2）代扣返点积分：按含税订单金额的 0.5%收取； （3）花呗分期服务费：不同情况收取不同； （4）花呗/信用卡支付服务费：按订单含税金额的 0.6%收取；	从平台绑定的钱包中扣除
京东	（1）佣金：按含税订单金额的 8%收取； （2）交易服务费：按含税订单金额的 1%收取； （3）白条技术服务费：采取京东白条付款的客户订单，京东平台在与公司结算费用时，根据不同的分期相应收取不同比例的京东白条技术服务费； （4）运费险：按照退款率；	从平台绑定的钱包中扣除

2、报告期内各平台服务费与对应收入规模是否匹配

单位：万元

平台	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度

	收入	平台服务费	占比（%）	收入	平台服务费	占比（%）	收入	平台服务费	占比（%）
亚马逊	6,781.79	1,118.78	16.50	16,711.02	2,729.09	16.33	9,775.57	1,677.99	17.17
独立站	5,407.94	293.42	5.43	9,101.22	439.34	4.83	2,579.13	131.73	5.11
天猫	529.21	9.66	1.83	932.26	72.18	7.74	1,692.22	107.64	6.36
京东	232.43	24.85	10.69	612.52	65.78	10.74	841.24	63.97	7.60

亚马逊、独立站平台费率整体较为稳定，由于不同站点及各年具体扣费项有所差异，导致各年出现小浮波动。

天猫平台 2024 年上半年度服务费与佣金费率较低，主要是公司三个天猫店铺上半年收到前一年度下半年支付的技术服务费返还，合计 18.00 万元，扣除该影响后费率为 5.23%，天猫各期平台服务费较为平稳。

京东平台 2022 年度费率较低，主要是当期京东平台提供一定费率优惠，受费率优惠影响，当期服务费及佣金费率较低。

综上所述，报告期内公司各平台服务费与对应收入规模相匹配。

（二）对比同行业可比公司，说明平台佣金及服务费规模的合理性，是否存在显著差异

公司采取自主品牌与 ODM 业务、线上与线下方式相结合的销售模式，自主品牌收入占比较高、线上收入占比较高、境外销售收入占比较高，平台佣金及服务费规模较大，同行业中，舒华体育、英派斯销售渠道、经营模式与公司差异较大，其未披露平台佣金及服务费。康力源线上收入规模逐步提升，其推广费用及平台佣金费用合计项与公司逐步持平，公司平台佣金及服务费规模具有合理性。

康力源推广费用及平台佣金费用合计项具体分析详见本题“一、分析说明报告期内各项期间费用率与可比公司是否存在明显差异及合理性；说明公司 2023 年销售费用中广告及市场推广费大幅上涨的具体原因，涉及的具体推广方式及活动，主要服务提供商情况等，对比同行业公司，说明广告及市场推广费规模的合理性。”之“（二）说明公司 2023 年销售费用中广告及市场推广费大幅上涨的具体原因，涉及的具体推广方式及活动，主要服务提供商情况等，对比同行业公

司，说明广告及市场推广费规模的合理性。”之“2、对比同行业公司，说明广告及市场推广费规模的合理性”。

综上所述，因销售渠道、经营模式等因素差异，舒华体育、英派斯等同行业可比公司未披露平台佣金及服务费，康力源线上收入规模逐步提升，推广费用及平台佣金费用合计项与公司逐步持平，无显著差异，对比同行业可比公司，公司平台佣金及服务费规模具有合理性。

（三）结合公司各线上销售平台的服务群体、流量来源、平台服务费等分析各渠道获客成本差异及原因，并说明推广效果及销售数据变动、客户数据波动是否存在异常情形

1、结合公司各线上销售平台的服务群体、流量来源、平台服务费等分析各渠道获客成本差异及原因

报告期内，公司主要线上销售平台的服务群体、流量来源情况如下：

平台	主要服务群体	主要流量来源
亚马逊	境外零售用户	站内推广引流、平台自然流量
独立站	境外零售用户	站外推广引流
天猫	境内零售用户	站内推广引流、平台自然流量
京东	境内零售用户	站内推广引流、平台自然流量

报告期内，公司广告及市场推广费构成情况如下：

单位：万元

类型	平台	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度	
		金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
线上站内推广	亚马逊	503.21	16.83	1,377.55	26.10	607.61	24.29
	天猫	41.62	1.39	107.02	2.03	276.10	11.04
	京东	64.57	2.16	218.90	4.15	380.57	15.21
	其他	119.53	4.00	106.49	2.02	99.24	3.97
线上站外推广	/	1,669.19	55.83	2,648.59	50.18	716.20	28.63
线下推广	/	591.55	19.79	819.95	15.52	422.11	16.86

合计	**2,989.67**	**100.00**	**5,278.50**	**100.00**	**2,501.83**	**100.00**

各渠道获客成本差异详见下文“2、推广效果及销售数据变动、客户数据波动是否存在异常情形”。

2、推广效果及销售数据变动、客户数据波动是否存在异常情形

报告期内，公司推广费用集中于独立站线上站外推广及亚马逊、天猫、京东等平台线上站内推广，具体推广情况如下：

（1）站外推广

公司线上站外推广形式主要为关键词搜索、购物广告、视频、图片展示等，通过上述形式增加展示曝光、提升品牌知名度及吸引买家。报告期内，公司主要于 Google 开展推广，公司 Google 推广数据情况如下：

推广渠道	项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度
Google 推广	转化价值（万元）	3,529.67	6,212.56	1,951.46
	推广费（万元）	1,015.24	1,739.77	444.16
	获客成本占比（推广费/转化价值）	0.29	0.28	0.23

报告期内，公司 Google 推广获客成本有所增加，主要系实时竞价成本提升。跑步机/走步机品类是居家运动健身器材重要品类，竞争程度较高，具有高客单价特征，在目标广告支出回报率策略下公司需投入更高的竞价成本，持续促使潜在用户认知品牌、了解产品，进而带动独立站等渠道销售增长，具有合理性。

（2）站内推广

站内推广主要系向平台站内的目标人群投放广告以获得更多的成交额，公司站内平台推广主要集中在亚马逊、天猫及京东，具体情况如下：

单位：万元

电商平台	2024 年 1-6 月			2023 年度			2022 年度		
	收入金额	推广费金额	占比（%）	收入金额	推广费金额	占比（%）	收入金额	推广费金额	占比（%）
亚马逊	6,781.79	503.21	7.42	16,711.02	1,377.55	8.24	9,775.57	607.61	6.22
天猫	529.21	41.62	7.90	932.26	107.02	11.48	1,692.22	276.10	16.32

京东（含京东B2B）	414.50	64.57	15.58	991.10	218.90	22.09	1,598.36	380.57	23.81

由上表可知，天猫、京东收入规模较小且报告期内收入有所下滑，因此公司报告期内对天猫、京东的站内推广投放逐年减少，推广费用率逐年降低，公司报告期内主要在亚马逊进行站内推广投放。

报告期内，亚马逊推广费用率较为稳定，2022 年度推广费用率较低系公司创新产品推出早期收入水平较低且对顾客吸引度高，公司通过加大对亚马逊线上的推广投入，推动了亚马逊收入的增长，推广投入的增长与亚马逊销售收入增长趋势基本保持一致。

综上，公司主要线上销售平台的推广效果及销售数据变动、客户数据波动不存在异常情形。

三、列表分析销售、管理、研发人员数量及报告期薪酬波动情况，员工薪酬与同行业可比公司是否存在重大差异及合理性

（一）销售、管理、研发人员数量及报告期薪酬波动情况

销售、管理、研发数量及报告期薪酬波动情况如下：

人员类型	项目	2024 年 1-6 月	2023 年	2022 年
销售人员	职工薪酬（万元）	1,476.88	2,383.85	2,371.95
	平均人数（人）	98.00	79.00	77.00
	人数变动比例	24.05%	2.60%	-
	人均薪酬（万元）	30.14	30.18	30.80
	人均薪酬变动比例	-0.13%	-2.01%	-
管理人员	职工薪酬（万元）	1,643.32	2,723.70	2,590.89
	平均人数（人）	108.00	106.00	108.00
	人数变动比例	1.89%	-1.85%	-
	人均薪酬（万元）	30.43	25.70	23.99
	人均薪酬变动比例	18.40%	7.13%	-
研发人员	职工薪酬（万元）	1,189.03	1,811.37	1,516.12

	平均人数（人）	75.00	58.00	55.00
	人数变动比例	29.31%	5.45%	-
	人均薪酬（万元）	31.71	31.23	27.57
	人均薪酬变动比例	1.54%	13.28%	-

注 1：平均人数为当年月度平均人数；

注 2：2024 年人均薪酬已做年化处理。

报告期内，公司销售人员人数 2023 年与 2022 年基本持平，2024 年 1-6 月较 2023 年度有所上升，主要系海外业务扩张，海外销售人员增加所致；报告期内销售人员平均薪酬较为稳定。

报告期内，公司管理人员人数较为稳定，人均工资逐步提升，主要系随着公司经营业绩改善，管理人员薪酬有所提升。

报告期内，公司研发人员人数 2023 年与 2022 年基本持平，2024 年 1-6 月较 2023 年度有所上升，主要原因系公司加大研发投入新增研发人员所致；人均工资 2023 年与 2022 年有所上涨，主要系研发奖金增加及部分研发人员调薪所致，2024 年 1-6 月与 2023 年基本持平。

（二）员工薪酬与同行业可比公司是否存在重大差异及合理性

报告期内，公司与同行业可比公司人员人均薪酬情况如下：

单位：万元

人员类型	可比公司	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度
销售人员	康力源（江苏徐州市）	12.96	12.06	12.00
	舒华体育（福建泉州市）	13.16	15.29	13.41
	英派斯（山东青岛市）	17.46	18.80	17.05
	行业平均	**14.53**	**15.38**	**14.15**
	公司（北京市）	**30.14**	**30.18**	**30.80**
管理人员	康力源（江苏徐州市）	24.16	18.07	13.09
	舒华体育（福建泉州市）	16.94	16.25	14.85
	英派斯（山东青岛市）	15.54	15.70	13.77
	行业平均	**18.88**	**16.67**	**13.90**

	公司（北京市）	**30.43**	**25.70**	**23.99**
研发人员	康力源（江苏徐州市）	12.71	11.59	9.34
	舒华体育（福建泉州市）	21.07	16.51	16.57
	英派斯（山东青岛市）	20.31	16.98	15.29
	行业平均	**18.03**	**15.03**	**13.73**
	公司（北京市）	**31.71**	**31.23**	**27.57**

注 1：同行业可比公司人均薪酬系根据其年报或招股说明书披露截至期初期末的平均人员数量及相关费用中的薪酬情况计算得出；

注 2：同行业可比公司未披露 2024 年 6 月末的人员数量，以 2023 年期末人员数量作为 2024 年 1-6 月人均薪酬计算的平均人数；

注 3：2024 年 1-6 月数据已做年化处理；

1、总部区域因素

报告期各期公司员工薪酬高于同行业可比公司，一方面系公司同行业可比公司处于江苏徐州市、福建泉州市、山东青岛市等城市，人均薪酬水平整体低于北京市，公司总部位于北京市，人均工资水平相对较高，具有合理性。根据国家统计局数据统计，上述省份城镇私营单位就业人员工资平均水平情况如下：

单位：万元

省份	**2023 年度**	**2022 年度**
江苏省	7.51	7.18
福建省	6.77	6.54
山东省	6.10	5.72
北京市	10.59	10.45

2、学历结构因素

公司专注于创新形态折叠智能健身器材的设计与研发，组建了专业素质高、研发与实践经验丰富、创新能力强的研发团队，此外，公司采取自主品牌与 ODM 业务、线上与线下方式相结合的销售模式，自主品牌占比相对较高、境外销售占比相对较高且线上销售占比相对较高，公司人员学历结构与公司研发创新能力、及经营模式相匹配，员工整体学历结构较高，因此人均薪酬相对较高。

2023 年末公司及同行业可比公司员工学历结构对比情况如下：

学历	**康力源**	**舒华体育**	**英派斯**	**平均**	**公司**

硕士研究生及以上	0.23%	0.64%	2.12%	**1.00%**	**5.32%**
大学（含大专）	27.49%	36.92%	40.82%	**35.08%**	**48.78%**
大专以下学历	72.28%	62.44%	57.06%	**63.92%**	**45.90%**

2023年末，公司大专及以上人数占比为54.10%，同行业平均水平为36.08%，公司员工学历结构高于同行业可比公司，人均工资较高具有合理性。

综上所述，一方面公司及可比公司总部区域位置存在差异，公司总部所在地区人均工资水平较高；另一方面，公司员工学历结构相对较高，公司人均薪酬高于同行业可比公司，具有合理性。

四、说明研发人员的构成、划分依据，研发费用归集是否合理；公司研发费用对应具体研发项目及各期进展情况，研发费用投入是否与研发项目、技术创新、产品储备、人员学历构成等相匹配，形成的研发成果及对营业收入的贡献情况

（一）研发人员的构成、划分依据，研发费用归集是否合理

1、研发人员的构成

截至 2024 年 6 月末，公司研发人员数量及学历构成情况如下：

学历	**2024 年 6 月末**	
	人数	**占比**
博士	1	1.30%
硕士	8	10.39%
本科	56	72.73%
专科及以下	12	15.58%
合计	**77**	**100.00%**

2、研发人员划分依据

公司研发人员是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和直接服务人员，公司根据员工所属部门、具体工作职责及实际工作岗位对人员类别进行划分，将从事产品研发、技术研发和相关技术创新活动，以及从事前述研发活动管理人员认定为研发人员。

3、研发费用归集

报告期内，公司研发费用主要为职工薪酬、研发材料费及股份支付费用，公司将研发人员的工资、奖金、社会保险费、住房公积金等各项人工性质的费用记入职工薪酬，将分摊至研发人员承担的股份支付费用记入股份支付费用，将研发过程投入的物料消耗记入研发材料费，按项目实际耗用情况直接归集至各研发项目，其他费用项按照费用性质及实际发生额进行确认和归集，具体研发费用归集及分配情况如下：

职工薪酬主要归集研发人员的工资、奖金、社会保险费、住房公积金等各项人工性质的费用。研发部每月根据各研发项目人员名单统计研发项目工时，经研发部负责人审批，并由人资行政部核对每月员工考勤情况后，将员工工时考勤表提交财经部，财经部根据经审批后的工时表将归集的研发人员职工薪酬分摊至各研发项目。

股份支付费用主要归集分摊至研发人员承担的股份支付费用，公司根据测算的股份支付金额及股份支付研发人员名单，将分摊至研发人员承担股份支付费用计入当年度的研发费用。

研发材料费主要归集研发过程投入的物料消耗，研发人员日常根据实际研发需求在系统提出申请流程，申请流程中需注明该项材料投入所属的研发项目，公司根据实际投入的的材料费用金额和研发项目费用归属进行归集。

除上述费用外，与研发活动相关的其他费用，如研发场所的租金水电及物业管理费，研发人员的办公及差旅费，研发活动的设计开发及检测费用、商标专利及知识产权费等，根据研发部的实际发生额列支，财务部根据费用发生的部门、费用性质和内容审核归集，对能直接归集到具体研发项目的费用按照各项目实际发生额归集计入研发费用及对应研发项目，部分不能直接归集至项目的费用根据研发项目人力投入情况分配至各研发项目。

综上，公司研发人员的构成、划分依据及研发费用归集具有合理性。

（二）研发费用投入与研发项目、技术创新、产品储备、人员学历构成等匹配性，形成的研发成果及对营业收入的贡献情况

1、研发费用投入与研发项目、技术创新、产品储备、人员学历构成等匹配性

报告期内，公司各研发项目投入、研发进展、技术创新及产品储备情况如下：

单位：万元

研发项目	2024 年 1 月—6 月	2023 年度	2022 年度	研发进展	技术创新	对应产品储备
IoT 系统开发	649.53	960.17	533.98	在研	蓝牙/Wifi 双模利用，百万级设备/用户后台交互，通用定制化设备固件零配置智能交互能力	所有跑步机/走步机/划船机产品
探索跑步机项目	148.37	16.48		在研	全自动折叠	暂无
R3（WP440）折叠系列	115.85	22.70		在研	交互灯带、横扶手&侧扶手兼容结构、脚感控速	R3 Just Walk R3 Hybrid R3 Hybrid+
X18（WP510）折叠系列	82.09	13.64		在研	立式折叠、交互灯带、折叠感应	X218 Elite Pro
X16（WP510）折叠系列	65.57	15.48		已结项	立式折叠、灯带交互、NFC、蓝牙连接	MX16+
X15（WP480）折叠系列	48.90	17.10		在研	立式折叠、侧扶手承重	X214
G15 跑步机（非折叠系列）	42.75	9.97		在研	橡胶减震块、心率监测、扬升马达、灯带交互、蓝牙连接、iPad 支架	G15
G15（WP480）折叠系列	38.92	12.32		已结项	不适用	不适用
G18（WP510）折叠系列	4.31	12.96		已结项	不适用	不适用
G12（WP460）折叠系列	0.98	2.81		已结项	不适用	不适用
WP PRO 跑步机		25.49		已结项	USB 充电	WPPRO
G1 Pro 系列		39.54		已结项	NFC、心率监测	G1 Pro
R1H 系列			36.40	已结项	创新扶手收纳	R1H
G1（含 G1 PLUS）系列		153.89	113.96	已结项	新型折叠框架	G1，G1Plus
MC11 系列		72.37	59.67	已结项	旋钮折叠、跑台折叠	MC11
MX16（含 X25/X21PLUS）系列		219.44	61.31	已结项	立式折叠	MX16、MX16+

Z3（WP400）折叠系列	131.48	24.12		已结项	全面屏 LED 显示	Z3、Z3 Hybrid、Z3 Hybrid+
Z1H 走步机	60.41	43.55		已结项	不适用	不适用
P2（WP420）折叠系列	53.59	2.97		已结项	不适用	不适用
Z1 走步机	50.39	139.97		已结项	轻薄设计	Z1F
Walking Pad A2 走步机			72.24	已结项	不适用	不适用
立式水阻三折叠划船机 WR2	22.04	34.52		已结项	不适用	不适用
三折叠水磁双阻平桶划船机	16.06			已结项	三折叠结构创新/磁控可调阻力/蓝牙连接 APP	WM10
三折叠水阻划船机系列	15.08			已结项	不适用	不适用
三折叠水阻立桶划船机	4.62			在研	三折叠结构创新/立式水桶结构/蓝牙连接 APP/大阻力	WR20
折叠划船机		0.73	241.50	已结项	不适用	不适用
磁阻划船机		34.21	97.60	已结项	不适用	不适用
新品探索项目	156.13	326.43	331.29	在研	多功能集成结构创新	力量类器材
ODM 采购项目	113.64	79.71	1.27	在研	高度集成的成本优势	Z1 非折叠跑步机，K20S 跑步机
米家跑步机 M2		166.59	333.85	已结项	全面跑步平台，小米 IoT 集成，NFC 用户安全认证	米家跑步机 M2
合计	1,705.16	2,447.15	1,998.62	/	/	/

2024 年 6 月末，公司研发人员的数量及学历构成参见“（一）研发人员的构成、划分依据，研发费用归集是否合理”之“1、研发人员的构成”。

报告期内，公司研发费用金额分别为 1,998.62 万元、2,447.15 万元、1,705.16 万元，研发项目年度投入金额超过 30 万元的研发项目数量分别为 10 个、12 个、20 个，研发平均人数分别为 55 人、58 人、75 人，研发费用投入的增加与研发项目及研发人数相互匹配；公司研发人员主要为本科及以上学历人员，2024 年 6 月末公司研发人员中本科及以上学历人员占比 84.42%，占比较高，公司已组建专业素质高、研发与实践经验丰富、创新能力强的研发团队。

2、形成的研发成果及对营业收入的贡献情况

报告期内，公司研发成果已形成全平台可折叠技术、新型折叠柔性材料技术、二级传动技术、智能控速算法技术、智能交互技术、智能 IoT 系统技术、轻量化技术、智能家居一体化健康管理平台、一体化扶手折叠技术、有限空间平衡散热风道技术等核心技术，相关成果已广泛应用于公司折叠智能跑步机、折叠智能走步机、折叠智能划船机等主要产品，对公司营业收入具有重要贡献。

综上所述，公司研发费用投入与研发项目、技术创新、产品储备、人员学历构相匹配，公司研发成果对营业收入具有重要贡献。

【中介机构回复】

请主办券商、会计师核查上述事项并发表明确意见

（一）核查过程

主办券商、会计师主要执行了以下核查程序：

1、取得公司期间费用明细，与同行业可比公司进行对比分析；

2、取得市场推广费用明细，访谈公司财务负责人，了解市场推广费上涨原因、主要推广服务商情况，并与同行业可比公司进行对比分析；

3、访谈公司财务负责人，获取第三方电商平台各项费用的收费标准相关材料，了解电商平台收取的平台服务费的具体模式，与同行业可比公司进行对比分析；

4、分析公司各线上渠道获客成本差异，核查是否存在数据波动异常情形；

5、取得员工花名册，核查员工平均薪酬波动情况，并与同行业可比公司进行对比分析；

6、取得研发人员名单、研发费用项目明细，核查研发费用归集是否合理，研发费用投入是否与研发项目、技术创新、产品储备、人员学历构成等相匹配。

（二）核查结论

经核查，主办券商、会计师认为：

1、由于公司销售渠道、人均薪酬等因素与同行业可比公司存在差异，公司

期间费用率与同行业相比存在一定差异，具有合理性；公司 2023 年销售费用中广告及市场推广费大幅上涨主要系公司持续建设完善外销线上销售渠道，线上站外推广及亚马逊站内推广的增加所致；对比同行业可比公司，公司广告及市场推广费规模具有合理性；

2、报告期内公司各平台服务费与对应收入规模相匹配，因销售渠道、经营模式等因素差异，舒华体育、英派斯等同行业可比公司未披露平台佣金及服务费，康力源线上收入规模逐步提升，推广费用及平台佣金费用合计项与公司逐步持平，无显著差异，对比同行业可比公司，公司平台佣金及服务费规模具有合理性；公司主要线上销售平台的推广效果及销售数据变动、客户数据波动不存在异常情形；

3、一方面公司及可比公司总部区域位置存在差异，公司总部所在地区人均工资水平较高；另一方面，公司员工学历结构相对较高，公司人均薪酬高于同行业可比公司，具有合理性；

4、公司研发人员的构成、划分依据及研发费用归集具有合理性；公司研发费用投入与研发项目、技术创新、产品储备、人员学历构相匹配，公司研发成果对营业收入具有重要贡献。

7、其他事项

（1）关于子公司

根据申请文件，①北京金康房地产开发有限公司、三亚金康科技有限公司、山东富博惠金国际贸易有限公司于报告期内成立并注销，厦门金史密斯目前已停止生产；②厦门金史密斯搭建供应链平台并承担公司销售职能，香港金史密斯承担公司境外线上平台销售职能；③香港金史密斯、美国金史密斯、韩国金史密斯、德国金史密斯系公司全资境外子公司。

请公司：①结合子公司市场定位、经营范围、主营业务及实际开展情况、财务情况等，说明北京金康房地产开发有限公司等子公司于报告期内成立且短期内注销的背景、原因及合理性，注销时主要资产、负债、业务、人员的处置安置情况，是否存在潜在债务纠纷或重大违法违规情形，如是，进一步说明解决情况；说明厦门金史密斯“目前已停止生产”含义及其具体业务规划。②补充披露公司线上销售平台中的“其他平台”具体指代，结合官方网站、APP、微信小程序的运营主体和运营模式，说明公司是否涉及互联网平台的搭建与运营，是否存在通过网站、APP、微信小程序等为第三方提供经营场所、交易撮合、信息交互服务的情形，是否属于国家市场监管总局《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》中界定的互联网平台；结合厦门金史密斯搭建供应链平台的具体情况，说明公司是否涉及供应链金融等类金融业务。③说明境外投资的原因及必要性，境外子公司业务与公司业务是否具有协同关系，投资金额是否与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，境外子公司分红是否存在政策或外汇管理障碍；结合境外投资相关法律法规，补充说明公司投资设立及增资境外企业是否履行发改部门、商务部门、外汇管理部门、境外主管机构等主管机关的备案、审批等监管程序；是否符合《关于进一步指导和规范境外投资方向的指导意见》规定；说明公司是否取得境外子公司所在国家或地区律师关于前述公司设立、股权变动、业务合规性、关联交易、同业竞争等问题的明确意见，前述事项是否合法合规。

请主办券商、律师核查上述事项并发表明确意见。

【公司回复】

一、结合子公司市场定位、经营范围、主营业务及实际开展情况、财务情况等，说明北京金康房地产开发有限公司等子公司于报告期内成立且短期内注销的背景、原因及合理性，注销时主要资产、负债、业务、人员的处置安置情况，是否存在潜在债务纠纷或重大违法违规情形，如是，进一步说明解决情况；说明厦门金史密斯“目前已停止生产”含义及其具体业务规划

（一）结合子公司市场定位、经营范围、主营业务及实际开展情况、财务情况等，说明北京金康房地产开发有限公司等子公司于报告期内成立且短期内注销的背景、原因及合理性

报告期内，公司共注销了 3 家子公司，分别为山东富博惠金国际贸易有限公司（以下简称“山东富博惠金”）、三亚金康科技有限公司（以下简称“三亚金康”）和北京金康房地产开发有限公司（以下简称“北京金康”）。注销子公司的市场定位、经营范围、主营业务及实际开展情况、财务情况、注销的背景、原因及合理性如下：

1、山东富博惠金

市场定位		拟承担公司出口销售职能		
经营范围		一般项目：货物进出口；进出口代理；体育用品及器材批发；软件开发；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；体育用品及器材零售；技术进出口；家具销售。（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）		
业务开展情况		未实际开展业务		
报告期内的财务情况	科目	2024 年 6 月 30 日/2024 年 1-6 月	2023 年 12 月 31 日/2023 年度	2022 年 12 月 31 日/2022 年度
	总资产	-	-	-
	净资产	-	-	-
	营业收入	-	-	-
	净利润	-	-	-

山东富博惠金设立时拟承担公司出口销售的职能。公司法定代表人景志峰曾担任负责人的北京康体亿佰健身器材有限公司郑州分公司在2015年3月注销时，未进行税务注销，因此景志峰亦作为法定代表人的山东富博惠金无法登记办理退税备案业务。基于上述原因，经公司评估决定注销山东富博惠金，并于 2024 年

6 月 25 日完成注销。

截至本问询回复出具日，北京康体亿佰健身器材有限公司郑州分公司已办理完成税务注销，在解决上述问题后，公司于 2024 年 11 月 6 日新设立淄博富博汇金，代替山东富博惠金承担公司出口销售的职能。

2、三亚金康

市场定位		拟用于开发建设公司研发中心		
经营范围		一般项目：计算机软硬件及外围设备制造；软件开发；体育用品及器材批发；体育用品及器材零售；家具销售；以自有资金从事投资活动（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）		
业务开展情况		未实际开展业务		
报告期内的财务情况	**科目**	2024 年 6 月 30 日/2024 年 1-6 月	2023 年 12 月 31 日/2023 年度	2022 年 12 月 31 日/2022 年度
	总资产	-	-	-
	净资产	-	-	-
	营业收入	-	-	-
	净利润	-	-	-

2022 年上半年，公司为进一步扩大研发部门规模、提升研发实力，着手筹备建设新产品研发中心。公司子公司厦门金史密斯新设立三亚金康，并由三亚金康再新设立北京金康共两家孙公司，以更好地推进项目进展。

在项目推进及后续的深入评估过程中，公司综合考虑了当期的现金流状况、经营业绩情况以及现有团队的规模，尤其是考虑到公司在 2021 年已经出现了亏损，且预计 2022 年的业绩也不会有显著改善，最终决定放弃新增建设研发中心。因此，公司分别于 2023 年 8 月 31 日和 2023 年 8 月 3 日注销了三亚金康和北京金康。

3、北京金康

市场定位	拟用于开发建设公司研发中心
经营范围	许可项目：房地产开发经营。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：非居住房地产租赁；会议及展览服

		务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；停车场服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；体育保障组织；体育健康服务；健身休闲活动；体育竞赛组织；物业管理；体育场地设施经营（不含高危险性体育运动）。（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）（不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）		
业务开展情况		未实际开展业务		
报告期内的财务情况	**科目**	2024 年 6 月 30 日/2024 年 1-6 月	2023 年 12 月 31 日/2023 年度	2022 年 12 月 31 日/2022 年度
	总资产	-	-	-
	净资产	-	-	-
	营业收入	-	-	-
	净利润	-	-	-

北京金康注销的背景及原因详见本小问回复之“2、三亚金康”。

（二）注销时主要资产、负债、业务、人员的处置安置情况，是否存在潜在债务纠纷或重大违法违规情形，如是，进一步说明解决情况

山东富博惠金、三亚金康和北京金康仅办理了工商登记手续，未在银行开立账户、人员规模及参保人数均为零，也未实际开展业务、未发生债权债务。其中北京金康未办理税务登记手续。

经查阅山东富博惠金、三亚金康和北京金康的工商登记资料、清税证明、注销证明，并查询国家企业信用信息公示系统、信用中国、中国执行信息公开网等网站，公司报告期内注销子公司履行的注销程序合法有效，未被列入严重违法失信名单（黑名单），不存在行政处罚，不存在潜在债务纠纷或重大违法违规情形。

综上，公司报告期内注销子公司系基于实际生产经营需要，具有商业合理性。注销子公司不涉及资产、负债、业务、人员的处置安置情况，不存在潜在债务纠纷或重大违法违规情形。

（三）说明厦门金史密斯“目前已停止生产”含义及其具体业务规划

2021 年，为了应对日益增长的市场需求，厦门金史密斯购入了跑步机及走步机组装生产线并开始投入生产。2023 年 2 月，出于业务发展和未来规划需要，公司对厦门金史密斯业务进行重新规划和调整，厦门金史密斯将上述组装生产线

关闭并停止生产，业务模式转为专注于 OEM 生产的产品采购与销售，公司仅保留山东淄博生产基地。截至报告期末，厦门金史密斯已停止生产。

二、补充披露公司线上销售平台中的“其他平台”具体指代，结合官方网站、APP、微信小程序的运营主体和运营模式，说明公司是否涉及互联网平台的搭建与运营，是否存在通过网站、APP、微信小程序等为第三方提供经营场所、交易撮合、信息交互服务的情形，是否属于国家市场监管总局《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》中界定的互联网平台；结合厦门金史密斯搭建供应链平台的具体情况，说明公司是否涉及供应链金融等类金融业务

（一）补充披露公司线上销售平台中的“其他平台”具体指代，结合官方网站、APP、微信小程序的运营主体和运营模式，说明公司是否涉及互联网平台的搭建与运营，是否存在通过网站、APP、微信小程序等为第三方提供经营场所、交易撮合、信息交互服务的情形，是否属于国家市场监管总局《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》中界定的互联网平台

公司已于《公开转让说明书》之“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”之“3、其他情况”补充披露：**“公司线上销售平台中的“其他平台”为韩国 Coupang、日本乐天等其他境内外电商平台”**。

根据《互联网平台落实主体责任指南（征求意见稿）》的定义，“平台，本指南所称平台为互联网平台，是指通过网络信息技术，使相互依赖的双边或者多边主体在特定载体提供的规则下交互，以此共同创造价值的商业组织形态。”

公司通过亚马逊、京东、天猫、日本乐天、韩国 Coupang 等电商平台设立店铺或搭建自营独立站，面向消费者销售跑步机、走步机等健身器材产品。公司不存在促使互相依赖的双边或多边主体在特定载体规则下交互情形，不涉及互联网平台的搭建与运营，不存在通过网站、APP、微信小程序等为第三方提供经营场所、交易撮合、信息交互服务的情形。

因此，公司不属于国家市场监管总局《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》《互联网平台落实主体责任指南（征求意见稿）》中界定的互联网平台。

（二）结合厦门金史密斯搭建供应链平台的具体情况，说明公司是否涉及供应链金融等类金融业务

根据《关于规范发展供应链金融 支持供应链产业链稳定循环和优化升级的意见》（银发〔2020〕226 号）等相关法律法规，供应链金融是指从供应链产业链整体出发，运用金融科技手段，整合物流、资金流、信息流等信息，在真实交易背景下，构建供应链中占主导地位的核心企业与上下游企业一体化的金融供给体系和风险评估体系，提供系统性的金融解决方案，以快速响应产业链上企业的结算、融资、财务管理等综合需求，降低企业成本，提升产业链各方价值。

公司主要从事折叠智能健身器材的设计、研发、生产与销售。截至报告期末，厦门金史密斯的主要业务为 OEM 产品的采购与销售。报告期内，厦门金史密斯搭建供应链平台不涉及金融服务。

综上，公司不涉及供应链金融等类金融业务。

三、说明境外投资的原因及必要性，境外子公司业务与公司业务是否具有协同关系，投资金额是否与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，境外子公司分红是否存在政策或外汇管理障碍；结合境外投资相关法律法规，补充说明公司投资设立及增资境外企业是否履行发改部门、商务部门、外汇管理部门、境外主管机构等主管机关的备案、审批等监管程序；是否符合《关于进一步指导和规范境外投资方向的指导意见》规定；说明公司是否取得境外子公司所在国家或地区律师关于前述公司设立、股权变动、业务合规性、关联交易、同业竞争等问题的明确意见，前述事项是否合法合规

（一）说明境外投资的原因及必要性，境外子公司业务与公司业务是否具有协同关系，投资金额是否与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，境外子公司分红是否存在政策或外汇管理障碍

1、公司境外投资的原因及必要性，境外子公司业务与公司业务是否具有协同关系

为进一步拓展海外地区的市场及外销渠道，扩大公司的经营规模，实现公司的长期可持续发展、完善全球销售与服务网络、增强公司产品供应能力、加快服

务响应和优化售后支持以及提高公司产品在国际市场上的品牌形象和市场影响力，公司决定在中国香港、美国、韩国和德国设立子公司补充和扩展公司现有的销售业务。

公司境外投资与公司长期战略规划和发展方向保持一致，有助于公司实现更广泛的业务覆盖，与公司业务具有协同关系，具有必要性。

2、投资金额与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应

截至本回复出具之日，公司对境外子公司的投资情况如下

境外子公司	投资金额	投资用途
香港金史密斯	1 万港元	维持日常生产经营
美国金史密斯	1,000 美元	维持日常生产经营
韩国金史密斯	1 亿韩元	维持日常生产经营
德国金史密斯	5 万欧元	维持日常生产经营

生产规模方面，报告期内，公司营业收入分别为 43,348.14 万元、60,075.47 万元和 32,443.34 万元，公司对境外子公司的投资金额占公司整体营收规模的比例较小，不会对公司生产经营造成不利影响。公司境外投资具有必要性，境外子公司的设立提高了公司运营、管理效率，提升了海外业务的竞争力，具有商业合理性。

财务状况方面，报告期各期末，公司的归属于母公司股东的净资产分别为 20,247.33 万元、25,132.27 万元和 31,166.65 万元。公司财务状况良好，境外子公司的投资金额占公司整体资产规模的比例较小，该等对外投资事宜不会给公司造成较大的财务压力。

技术水平方面，公司坚持以市场需求为导向，以技术创新为核心驱动，形成了多项核心技术，具备较强的研发能力，公司现有的技术水平能为境外子公司的发展提供有力的支持。

管理能力方面，公司依据《公司法》等法律法规的要求、结合公司实际情况制定了《公司章程》，设立了股东会、董事会、监事会，并制定了完善的议事规

则及包括《对外投资管理办法》在内的一整套内部管理制度，对境外子公司的投资管理等重要方面形成了完善的管理体系，能够实现对境外子公司的有效管理和控制。

综上，公司对境外子公司的投资金额与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应。

3、境外子公司分红不存在政策或外汇管理障碍

（1）公司章程的规定

经核查，香港金史密斯、美国金史密斯、韩国金史密斯和德国金史密斯的公司章程不存在禁止或者限制其分红的规定。

（2）境内法律法规的规定

根据国家外汇管理局于 2009 年 7 月 13 日发布的《关于发布境内机构境外直接投资外汇管理规定的通知》（汇发〔2009〕30 号）第十七条的规定：“境内机构将其所得的境外直接投资利润汇回境内的，可以保存在其经常项目外汇账户或办理结汇。外汇指定银行在审核境内机构的境外直接投资外汇登记证、境外企业的相关财务报表及其利润处置决定、上年度年检报告书等相关材料无误后，为境内机构办理境外直接投资利润入账或结汇手续。”

根据国家外汇管理局于 2015 年 2 月 13 日发布的《国家外汇管理局关于进一步简化和改进直接投资外汇管理政策的通知》（汇发〔2015〕13 号）之《附件 1：直接投资外汇业务操作指引》第 2.13 部分“境外直接投资企业利润汇回”的规定，境内投资主体办理境外直接投资企业利润汇回业务的审核材料为业务登记凭证及境内投资主体获得境外企业利润的真实性证明材料，银行在办理境外投资企业利润汇回时，主要审核境外直接投资存量权益登记情况。

因此，公司向银行提交业务登记凭证及获得境外子公司利润真实性的相关证明材料后，可办理境外直接投资利润入账、结汇的汇回手续，境外子公司分红不存在境内外汇管理领域法律法规规定的障碍。

（3）境外法律法规的规定

境外法规政策方面，根据商务部对外投资和经济合作司、国际贸易经济合作研究院和驻外使领馆经商机构等编写的《对外投资合作国别（地区）指南》，境外子公司所在国家或地区的外汇管理情况如下：

国家或地区	外汇管理
中国香港	根据《对外投资合作国别（地区）指南—中国香港（2023 年版）》第 4.2.2 条说明：“中国香港没有外汇管理机构，对货币买卖和国际资金流动，包括外来投资者将股息或资金调回本国（地区）均无限制，资金可随时进入或撤出香港。”
美国	根据《对外投资合作国别（地区）指南—美国（2023 年版）》第 4.2.2 条说明：“美国财政部负责制定资本和外汇的相关规定。美国对非公民的利润、红利、利息、版税和费用的汇出没有限制。对部分列入名单的国家实施贸易制裁和禁运，限制包括贸易支付、汇款和其他类型合同和贸易交易。”
韩国	根据《对外投资合作国别（地区）指南—韩国（2024 年版）》第 4.2.2 条说明：“外资企业可在韩国外汇业务银行开设外汇账户，按规定缴纳各种应缴税赋后，其利润兑换成外币后可自由汇出，不针对利润汇出设立特定税种。”
德国	根据《对外投资合作国别（地区）指南—德国（2023 年版）》第 4.2.2 条说明：“自 1958 年起，德国实行货币自由兑换制，因而不存在任何形式的外汇管制，企业和个人可以自由持有和买卖外汇。德国大部分银行提供外汇账户服务，通常需在该银行开立经常账户后再开立外汇账户。政府对企业或个人的外汇汇出也没有限制，企业或个人可通过银行将存款汇出德国，但单次汇款如果超过 1.25 万欧元，汇款者需要履行向德国联邦银行报告的义务，报告表格可从联邦银行网站下载（网址：www.bundesb ank.de），一般办理汇款的银行会提供报告程序方面的指导。”

由上表可以看出，美国不存在外汇管制，但对部分列入名单的国家实施贸易制裁，我国不属于美国实施全面制裁的国家，公司及子公司亦不在美国任何制裁实体清单内，不受贸易制裁限制；其余国家或地区均不存在外汇管制。因此，境外子公司所在国家或地区均不存在外汇管制，境外子公司分红款汇出当地不存在障碍。

综上，公司境外子公司分红不存在政策或外汇管理方面的障碍。

（二）结合境外投资相关法律法规，补充说明公司投资设立及增资境外企业是否履行发改部门、商务部门、外汇管理部门、境外主管机构等主管机关的备案、审批等监管程序；是否符合《关于进一步指导和规范境外投资方向的指导意见》规定

1、公司设立及增资境外子公司已履行发改部门、商务部门、外汇管理部门、境外主管机构等主管机关所需的备案、审批等监管程序

（1）境外投资相关法律法规

境外投资相关法律法规情况如下：

领域	法律法规	相关规定
发改管理	《企业境外投资管理办法》	第四条 投资主体开展境外投资，应当履行境外投资项目（以下称“项目”）核准、备案等手续，报告有关信息，配合监督检查。第十四条 实行备案管理的范围是投资主体直接开展的非敏感类项目，也即涉及投资主体直接投入资产、权益或提供融资、担保的非敏感类项目。实行备案管理的项目中，投资主体是中央管理企业（含中央管理金融企业、国务院或国务院所属机构直接管理的企业，下同）的，备案机关是国家发展改革委；投资主体是地方企业，且中方投资额3亿美元及以上的，备案机关是国家发展改革委；投资主体是地方企业，且中方投资额3亿美元以下的，备案机关是投资主体注册地的省级政府发展改革部门。本办法所称非敏感类项目，是指不涉及敏感国家和地区且不涉及敏感行业的项目。本办法所称中方投资额，是指投资主体直接以及通过其控制的境外企业为项目投入的货币、证券、实物、技术、知识产权、股权、债权等资产、权益以及提供融资、担保的总额。本办法所称省级政府发展改革部门，包括各省、自治区、直辖市及计划单列市人民政府发展改革部门和新疆生产建设兵团发展改革部门。
商务管理	《境外投资管理办法》	第八条 商务部和省级商务主管部门应当依法办理备案和核准，提高办事效率，提供优质服务。商务部和省级商务主管部门通过“境外投资管理系统”（以下简称“管理系统”）对企业境外投资进行管理，并向获得备案或核准的企业颁发《企业境外投资证书》（以下简称《证书》，样式见附件1）。《证书》由商务部和省级商务主管部门分别印制并盖章，实行统一编码管理。《证书》是企业境外投资获得备案或核准的凭证，按照境外投资最终目的地颁发。
外汇管理	《国家外汇管理局关于进一步简化和改进直接投资外汇管理政策的通知》	一、取消境内直接投资项下外汇登记核准和境外直接投资项下外汇登记核准两项行政审批事项，改由银行按照本通知及所附《直接投资外汇业务操作指引》（见附件）直接审核办理境内直接投资项下外汇登记和境外直接投资项下外汇登记（以下合称直接投资外汇登记），国家外汇管理局及其分支机构（以下简称外汇局）通过银行对直接投资外汇登记实施间接监管。

（2）公司投资设立及增资境外企业履行的发改部门、商务部门、外汇管理

部门、境外主管机构等主管机关的备案、审批等监管程序

截至本审核问询函回复出具之日，公司投资设立境外企业履行发改部门、商务部门、外汇管理部门、境外主管机构等主管机关的备案、审批等监管程序的情况如下：

企业名称	发改部门	商务部门	外汇部门	境外主管机构备案、审批手续
香港金史密斯	取得北京市发展和改革委员会出具的《项目备案通知书》（京发改（备）〔2024〕52号）	取得北京市商务局核发的《企业境外投资证书》（境外投资证第N1100202300088号）	取得外汇业务之《业务登记凭证》（业务编号为35110000202406077306）	根据香港境外法律意见书，香港金史密斯于2019年11月22日在香港依据公司条例注册成为有限公司，并取得香港公司注册处签发的公司注册证明书；香港金史密斯的设立为有效及符合香港法律。
美国金史密斯	境外企业境外再投资，无需进行备案	已履行境外中资企业再投资报告程序	无资金出境，无需登记	根据美国境外法律意见书，美国金史密斯于2022年8月25日在德克萨斯州成立，登记编号为804703117；美国金史密斯的设立、公司的股份及董事变更（如有）均符合德克萨斯州法律及其公司章程，并已完成所有必要的批准、许可、注册和填报。
韩国金史密斯	境外企业境外再投资，无需进行备案	已履行境外中资企业再投资报告程序	无资金出境，无需登记	根据韩国境外法律意见书，韩国金史密斯（登记编号035707，登录编号124411-0357071）于2023年03月14日设立；依据韩国外商投资法，韩国金史密斯的股东从香港汇入了注册资金，并依照韩国商法进行了法院登记和税务署登记。韩国金史密斯正式成立日期为2023年03月14日，取得了韩国法院颁发的记事项全部证明书；韩国金史

企业名称	发改部门	商务部门	外汇部门	境外主管机构备案、审批手续
				密斯于 2023 年 03 月 24 日取得了 HANA 银行依照外商投资法颁发的外商投资企业录证明。
德国金史密斯	境外企业境外再投资，无需进行备案	已履行境外中资企业再投资报告程序	无资金出境，无需登记	根据德国境外法律意见书，德国金史密斯于 2023 年 4 月 21 日根据其组织章程成立；德国金史密斯于 2023 年 6 月 7 日在杜塞尔多夫地方法院登记注册；德国金史密斯已根据德国法律制度的要求正确成立。

综上所述，公司投资设立境外子公司已履行境外主管机构的备案、审批等监管程序。香港金史密斯已履行发改部门、商务部门、外汇管理部门等主管机关的备案、审批等监管程序。美国金史密斯、韩国金史密斯、德国金史密斯均为香港金史密斯在境外设立的全资子公司，属于境外企业境外再投资且无资金出境，已履行境外中资企业再投资报告程序，无需履行发改部门备案及外汇部门登记程序。

2、公司境外投资事宜符合《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》的规定

《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》（国办发〔2017〕74 号）对企业境外投资进行了规范和引导，将企业境外投资分为“鼓励开展的境外投资”“限制开展的境外投资”以及“禁止开展的境外投资”三大类。经比对，公司设立境外子公司不属于《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》（国办发〔2017〕74 号）中限制或禁止类对外投资项目，具体分析如下：

项目	具体情形	公司境外投资是否属于该类情形
限制开展的境外投资	赴与我国未建交、发生战乱或者我国缔结的双多边条约或协议规定需要限制的敏感国家和地区开展境外投资	境外子公司设立于中国香港、美国、韩国和德国，不属于与我国未建交、发生战乱或者我国缔结的双多边条约或协议规定需要限制的敏感国家和地区； 境外子公司主要业务为折叠智能健身器材的销售，不属于房地产、酒店、影城、娱乐业、
	房地产、酒店、影城、娱乐业、体育俱乐部等境外投资	

	在境外设立无具体实业项目的股权投资基金或投资平台	体育俱乐部等境外投资，不属于在境外设立无具体实业项目的股权投资基金或投资平台，未使用不符合中国香港、美国、韩国和德国技术标准要求的落后生产设备； 境外子公司的生产经营不违反中国香港、美国、韩国和德国环保、能耗、安全相关法律法规
	使用不符合投资目的国技术标准要求的落后生产设备开展境外投资	
	不符合投资目的国环保、能耗、安全标准的境外投资	
禁止开展的境外投资	涉及未经国家批准的军事工业核心技术和产品输出的境外投资	境外子公司主要业务为折叠智能健身器材的销售，不涉及未经国家批准的军事工业核心技术和产品输出的境外投资，不属于运用我国禁止出口的技术、工艺、产品的境外投资，不涉及赌博业、色情业等
	运用我国禁止出口的技术、工艺、产品的境外投资	
	赌博业、色情业等境外投资	
	我国缔结或参加的国际条约规定禁止的境外投资	
	其他危害或可能危害国家利益和国家安全的境外投资	

（三）说明公司是否取得境外子公司所在国家或地区律师关于前述公司设立、股权变动、业务合规性、关联交易、同业竞争等问题的明确意见，前述事项是否合法合规

1、香港金史密斯

根据香港境外法律意见书，已对香港金史密斯就公司设立、股权变动、业务合规性等事项发表明确意见，具体如下：

（1）公司设立

香港金史密斯于 2019 年 11 月 22 日在香港依据公司条例注册成为有限公司，并取得香港公司注册处签发的公司注册证明书；香港金史密斯的设立为有效及符合香港法律。

（2）股权变动

香港金史密斯注册成立时以 10,000.00 港元的价格向其发起人金史密斯发行了 10,000 股普通股；金史密斯自香港金史密斯成立起一直为香港金史密斯的唯一股东，自上述的股份分配后持有该公司 10,000 股普通股。

（3）业务合规性

香港金史密斯从事运动用品贸易以及投资控股业务并不违反其章程及香港现时有效的法律、法规及规则的规定；并且，除了须要申领商业登记证外，并不须要向香港政府或其他有关机构申请牌照、同意或许可证；截至 2024 年 12 月 4 日，确认在香港法院没有任何针对香港金史密斯的诉讼或者其它形式的法律行动；香港金史密斯并没有与任何第三者参与仲裁，也不存在任何因外汇、海关、税务、数据等方面的违法违规行为而被香港相关政府/行政部门处罚或采取其他形式的法律行动。

2、美国金史密斯

根据美国境外法律意见书，已对美国金史密斯就公司设立、股权变动、业务合规性等事项发表明确意见，具体如下：

（1）公司设立

美国金史密斯于 2022 年 8 月 25 日在德克萨斯州成立，登记编号为 804703117；美国金史密斯的设立、公司的股份及董事变更（如有）均符合德克萨斯州法律及其公司章程，并已完成所有必要的批准、许可、注册和填报。

（2）股权变动

根据 2022 年 8 月 25 日出具股份证书证明，美国金史密斯以每股 1 美元的价格发行了 1,000 股普通股，注册资本为 1,000 美元。自美国金史密斯成立以来，香港金史密斯直是美国金史密斯的唯一股东。

（3）业务合规性

自成立以来，美国金史密斯严格遵守适用法律法规，根据适用法律有效、可持续、独立地开展业务。自成立以来，不存在任何重大的违法行为和政府行政处罚，不存在被立案调查情形。

3、韩国金史密斯

根据韩国境外法律意见书，已对韩国金史密斯就公司设立、股权变动、业务合规性等事项发表明确意见，具体如下：

（1）公司设立

韩国金史密斯（登记编号 035707，登录编号 124411-0357071）于 2023 年 03 月 14 日设立；依据韩国外商投资法，韩国金史密斯的股东从香港汇入了注册资金，并依照韩国商法进行了法院登记和税务署登记。韩国金史密斯正式成立日期为 2023 年 03 月 14 日，取得了韩国法院颁发的记事项全部证明书；韩国金史密斯于 2023 年 03 月 24 日取得了 HANA 银行依照外商投资法颁发的外商投资企业录证明。

（2）股权变动

韩国金史密斯于 2023 年 03 月 14 日设立后，没有股东及股权的变化，亦没有包括股权质押在内的股票担保提供内容。

（3）业务合规性

韩国金史密斯业务不属于当地禁止或限制外国企业投资或经营的行业；韩国金史密斯目前的运营状态不存在违反当地法律的情况；关于网络销售，韩国金史密斯在销售所涉国家和地区已依法取得从事相关业务所需资质及许可；韩国金史密斯遵守了韩国海关的法律与法规，不存在实际上或被指控违反任何韩国海关规定的行为；韩国金史密斯截至 2024 年 6 月 30 日为止，没有发生过诉讼、仲裁及其他包括但不限于合同行方面的纠纷。

4、德国金史密斯

根据德国境外法律意见书，已对德国金史密斯就公司设立、股权变动、业务合规性等事项发表明确意见，具体如下：

（1）公司设立

德国金史密斯于 2023 年 4 月 21 日根据其组织章程成立；德国金史密斯于 2023 年 6 月 7 日在杜塞尔多夫地方法院登记注册；德国金史密斯已根据德国法律制度的要求正确成立。

（2）股权变动

德国金史密斯的股本金额为 50,000 欧元。香港金史密斯认购了德国金史密斯股本中编号 1-50,000 的股份，股份面值为 1.00 欧元；目前，香港金史密斯拥

有德国金史密斯的 100%股份。

（3）业务合规性

德国金史密斯拥有适合其经营活动的营业资质；德国金史密斯目前未卷入任何法律纠纷、仲裁程序或行政违法诉讼；未发现德国金史密斯在数据保护方面有任何相关法律违规行为；目前无任何迹象表明德国金史密斯有违反德意志联邦共和国环境保护规定和消费者保护规定的相关行为。

报告期内，香港金史密斯、美国金史密斯、韩国金史密斯、德国金史密斯未与公司合并范围外的关联方发生关联交易。香港金史密斯为公司一级子公司，美国金史密斯、韩国金史密斯、德国金史密斯为公司二级子公司，与公司不存在同业竞争问题。

综上，公司已取得境外子公司所在国家或地区律师关于前述公司设立、股权变动、业务合规性的明确意见，该等事项合法合规；报告期内，境外子公司未与公司合并范围外的关联方发生关联交易；境外子公司不存在同业竞争问题。

【中介机构回复】

请主办券商及律师核查上述事项并发表明确意见

（一）核查程序

主办券商、律师执行了以下核查程序：

1、访谈公司实际控制人，了解山东富博惠金、三亚金康和北京金康市场定位、经营范围、主营业务及实际开展情况、财务情况，了解山东富博惠金、三亚金康和北京金康注销原因，了解注销时主要资产、负债、业务、人员的处置安置情况，了解是否存在潜在债务纠纷或重大违法违规情形；查阅报告期内山东富博惠金、三亚金康和北京金康工商登记资料、清税证明、注销证明，并查询国家企业信用信息公示系统、信用中国、中国执行信息公开网等网站；

2、查阅了《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》《互联网平台落实主体责任指南（征求意见稿）》的相关规定；

3、访谈公司实际控制人，了解公司设立境外子公司的背景及原因；

4、查阅《对外投资合作国别（地区）指南》，了解境外子公司所在地关于外汇管制的情况；

5、公司境外子公司的境外投资项目备案通知书、企业境外投资证书、外汇业务登记凭证、境外中资企业再投资报告表，了解公司境外投资是否已履行备案、审批等监管程序；

6、查阅了《企业境外投资管理办法》《境外投资管理办法》《关于进一步简化和改进直接投资外汇管理政策的通知》《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》等境外投资相关法律法规；

7、查阅了香港廖国辉律师事务所、美国 SAC ATTORNEYS LLP、韩国法务法人（有限）韩星、德国 Löwenberg-Huang 律师事务所分别针对香港金史密斯、美国金史密斯、韩国金史密斯和德国金史密斯出具的法律意见书，了解境外律师关于针对前述境外子公司发表的法律意见情况；

8、查阅了容诚会计师出具的《审计报告》（容诚审字[2024]518Z0706 号）以及公司针对境外子公司是否存在关联交易、同业竞争出具的说明。

（二）核查结论

1、山东富博惠金、三亚金康和北京金康注销系基于实际生产经营需要，具有商业合理性；山东富博惠金、三亚金康和北京金康履行的注销程序合法有效，未被列入严重违法失信名单（黑名单），不存在行政处罚，不存在潜在债务纠纷或重大违法违规情形，不涉及资产、负债、业务、人员的处置安置情况，不存在潜在债务纠纷或重大违法违规情形；

2、公司线上销售平台中的“其他平台”为韩国 Coupang、日本乐天等其他境内外电商平台；公司不存在促使互相依赖的双边或多边主体在特定载体规则下交互情形，不涉及互联网平台的搭建与运营，不存在通过网站、APP、微信小程序等为第三方提供经营场所、交易撮合、信息交互服务的情形；不属于国家市场监管总局《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》中界定的互联网平台；报告期内，厦门金史密斯搭建供应链平台不涉及金融服务，公司不涉及供应链金融等类金融业务；

3、公司境外子公司业务与公司业务具有协同关系，具有必要性；公司对境外子公司的投资金额与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应；公司境外子公司分红不存在政策或外汇管理方面的障碍；

4、公司投资设立境外子公司已履行境外主管机构的备案、审批等监管程序。香港金史密斯已履行发改部门、商务部门、外汇管理部门等主管机关的备案、审批等监管程序。美国金史密斯、韩国金史密斯、德国金史密斯均为香港金史密斯在境外设立的全资子公司，属于境外企业境外再投资且无资金出境，已履行境外中资企业再投资报告程序，无需履行发改部门备案及外汇部门登记程序；公司境外投资活动符合《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》规定；

5、公司已取得境外子公司所在国家或地区律师关于前述公司设立、股权变动、业务合规性的明确意见，该等事项合法合规；报告期内，境外子公司未与公司合并范围外的关联方发生关联交易；境外子公司不存在同业竞争问题。

（2）关于业务合规性

根据申请文件，2023 年 8 月，公司生产的 TRG1F Pro 跑步机和 TRK15F 跑步机（定制款）被质量监督抽查结果为不合格；2023 年 6 月，山东金史密斯因未在有较大危险因素的生产经营场所设置明显的安全警示标志等事项被淄博市应急管理局罚款 2 万元，因仓库一处室内消火栓被遮挡被淄博市博山区消防救援大队罚款 1 万元。

请公司：①补充披露质量抽检的相关情况，包括但不限于产品类别、批次、数量、金额、客户等，整改措施及有效性。②说明公司在产品质量方面是否存在诉讼、投诉纠纷、负面媒体报道，是否对公司生产经营构成重大不利影响。③结合具体法律法规说明报告期内行政处罚是否构成重大违法违规。④说明公司是否存在应办理消防安全检查、消防验收或备案而未办理的情形，是否纳入消防监管，是否存在消防安全隐患，公司采取的消防安全措施及有效性。⑤补充披露公司报告期内是否曾发生过生产安全事故，公司日常业务环节安全生产、安全施工防护、风险防控、劳动保障等措施及其有效性。

请主办券商、律师核查上述事项并发表明确意见。

【公司回复】

一、补充披露质量抽检的相关情况，包括但不限于产品类别、批次、数量、金额、客户等，整改措施及有效性

公司已于《公开转让说明书》之“第二节 公司业务”之“五、经营合规情况”之“（三）质量管理情况”补充披露如下：

“2023 年 8 月 18 日，公司收到上海市市场监督管理局出具的《产品质量监督抽查结果通知书》，公司生产的 TRG1F Pro 跑步机和 TRK15F 跑步机（定制款）被质量监督抽查结果为不合格，根据中认尚动（上海）检测技术有限公司（以下简称“中认尚动”）出具的检验报告，检测结果为不符合《固定式健身器材第 6 部分：跑步机附加的特殊安全要求和试验方法》（GB 17498.6-2008）标准下电气安全项目的要求，具体为抽检样品接地不可靠且无接地符号，面板显示内容未使用国际单位制所规定的物理量的单位。

本次抽查批次所涉跑步机为 2023 年 4 月生产的 10 台 TRG1F Pro 跑步机、10 台 TRK15F 跑步机。本次抽查系上海市市场监督管理局自京东网店购买，抽查时 TRG1F Pro 产品单价约为人民币 2500 元、TRK15F 跑步机产品单价约为人民币 1900 元。

本次抽查批次所涉跑步机问题为接地线配件问题，并非无法纠正的技术问题。公司已对该型号跑步机的接地线配件问题予以整改。2023 年 9 月 11 日，中认尚动对公司生产的 TRG1F Pro 跑步机和 TRK15F 跑步机（定制款）重新进行了检测，检验结论为检验合格。

2024 年 3 月 1 日，北京市丰台区市场监督管理局给公司出具了《不予行政处罚决定书》，鉴于当事人违法行为轻微及时改正且为初次违法，未造成危害后果，依据《中华人民共和国行政处罚法》第三十三条第一款的规定，对当事人不予行政处罚。

综上，截至本公开转让说明书签署日，公司生产及销售涉及抽检不合格的产品批次规模较小，且未造成显著的社会负面影响，公司未受到主管部门的行政处罚。除上述情形外，公司不存在其他抽查或检测不合格的情形。公司的相关整改措施具有有效性。

根据公司取得的相关政府部门出具的信用报告（有无违法违规信息版），并经检索公司及其子公司所在地市场监督主管部门网站，报告期内，公司不存在因违反产品质量、技术监督管理方面的法律、法规而受到行政处罚的情形，亦不存在因产品质量问题导致的重大事故、重大诉讼或行政处罚等事件。”

二、说明公司在产品质量方面是否存在诉讼、投诉纠纷、负面媒体报道，是否对公司生产经营构成重大不利影响

报告期内，公司在产品纠纷方面存在 2 起诉讼，具体情况为：

原告	被告	案由	案号	基本情况	案件进展
杨非易	金史密斯	产品责任纠纷	（2023）京 0491 民初 19127 号、	2022 年 6 月 20 日，原告购买了被告的产品小型电动折叠迷你跑步机（TRX21F）一台。2023 年 5 月 31 日，原告受伤，原告	2024 年 8 月 29 日，北京互联网法院作出一审判决，驳回原告的全部诉讼请求。

			（2024）京 04 民终 1517 号	诉请判令被告赔偿其医药等费用合计 28,935.25 元，要求退货退款，并承担本案诉讼费以及勘验费、检测费。	原告上诉至北京市第四中级人民法院，2025 年 1 月 14 日，北京市第四中级人民法院作出二审判决，驳回上诉，维持原判。
史景程	金史密斯	产品生产者责任纠纷	（2021）京 0106 民初 38393 号	2019 年 10 月 23 日，原告父亲购买了被告生产的“小金 K12 走跑一体机”一台。2019 年 11 月 8 日，原告受伤，原告诉请判令被告赔偿其医药等费用合计 10,000.00 元，并承担本案诉讼费用。	2022 年 10 月 29 日，北京市丰台区人民法院作出一审判决，驳回原告的诉讼请求。原告未提起上诉。

截至本问询回复出具之日，杨非易与金史密斯产品责任纠纷一案已作出二审判决，判决驳回原告上诉，维持一审判决驳回原告的全部诉讼请求，该诉讼不会对公司日常业务经营产生重大不利影响。

经查询 12315 消费投诉信息公示平台、消费者投诉网、公司及其子公司所在地市场监督主管部门网站、中国裁判文书网及相关公开检索网站，公司不存在因产品质量事项而被消费者投诉至市场监督管理部门或因产品质量事项而被消费者提起诉讼的情形，公司不存在负面媒体报道或新闻舆情情形。

综上，截至本问询回复出具之日，公司在产品质量方面不存在重大诉讼、投诉纠纷、负面媒体报道，不会对公司生产经营构成重大不利影响。

三、结合具体法律法规说明报告期内行政处罚是否构成重大违法违规

报告期内，公司存在两项行政处罚，具体情况为：

（一）消防处罚

2023 年 1 月 3 日，淄博市博山区消防救援大队出具《行政处罚决定书》（博消行罚决字〔2023〕第 0001 号），山东金史密斯仓库一层东南侧一处室内消火栓被遮挡，违反了《中华人民共和国消防法》第二十八条之规定，根据《中华人民共和国消防法》第六十条第一款第四项之规定，决定给予山东金史密斯罚款人民币 1 万元整的处罚。山东金史密斯已于 2023 年 1 月 3 日缴纳上述罚款 1 万元并积极完成整改。

2024 年 4 月 1 日，淄博市博山区消防救援大队向山东金史密斯出具《专项证明》，“我单位系依据《中华人民共和国消防法》第六十条对山东金史密斯处以较低金额的罚款，且山东金史密斯已在规定期限内足额缴纳了前述罚款并积极完成整改，其违法行为并未造成严重的社会危害。我单位认为，山东金史密斯上述被处罚行为不构成重大违法违规行为。经审查，除上述情形外，山东金史密斯自 2022 年 1 月 1 日至今，能自觉遵守国家和地方消防安全方面的法律、法规和其他规范性文件的有关规定，不存在因违反消防方面的法律、法规以及其他规范性文件的规定而受到行政处罚、行政处理或行政调查的其他情形”。

根据《中华人民共和国消防法》第六十条的规定，“单位违反该法规定，有下列行为之一的，责令改正，处五千元以上五万元以下罚款：……（四）埋压、圈占、遮挡消火栓或者占用防火间距的”。山东金史密斯上述违法行为被处以 1 万元罚款，其处罚结果为法定罚款幅度的较低区间，且未发生逾期不改正、逾期整顿不合格的情形，未造成重大危害结果，不构成重大违法违规。

（二）安全生产处罚

2023 年 6 月 9 日，淄博市应急管理局出具《安全生产行政执法文书》（（鲁淄）应急罚〔2023〕72 号），山东金史密斯未按规定对从业人员等进行安全生产教育和培训，未在有较大危险因素的生产经营场所设置明显的安全警示标志等，以上事实违反了《中华人民共和国安全生产法》相关规定，结合《山东省安全生产行政处罚自由裁量基准》（裁量细则），给予山东金史密斯罚款人民币 2 万元整的行政处罚。山东金史密斯已于 2023 年 6 月 15 日缴纳上述罚款 2 万元并积极完成整改。

2024 年 4 月 1 日，淄博市应急管理局向山东金史密斯出具《专项证明》，“我单位系依据《山东省安全生产行政处罚自由裁量基准》对山东金史密斯作出‘从轻’处罚，且山东金史密斯已在规定期限内足额缴纳了前述罚款并积极完成整改，其违法行为并未造成严重的社会危害。我单位认为，山东金史密斯上述被处罚行为不构成重大违法违规行为。经审查，除上述情形外，山东金史密斯自 2021 年 1 月 1 日至今，能自觉遵守国家和地方安全生产方面的法律、法规和其他

规范性文件的有关规定，不存在因违反安全生产方面的法律、法规以及其他规范性文件的规定而受到行政处罚、行政处理或行政调查的其他情形”。

根据《中华人民共和国安全生产法》第九十七条的规定，“生产经营单位有下列行为之一的，责令限期改正，处十万元以下的罚款……（三）未按照规定对从业人员、被派遣劳动者、实习学生进行安全生产教育和培训，或者未按照规定如实告知有关的安全生产事项的”；根据该法第九十九条的规定，“生产经营单位有下列行为之一的，责令限期改正，处五万元以下的罚款……（一）未在有较大危险因素的生产经营场所和有关设施、设备上设置明显的安全警示标志的”。山东金史密斯上述两项违法行为分别被处罚机关结合《山东省安全生产行政处罚自由裁量基准》（裁量细则）第 88 号第 1 档、第 23 号第 1 档的规定分别处以 1 万元罚款，其处罚档次均为第一档，处罚结果均属于法定罚款幅度的较低区间，且未发生逾期不改正、逾期整顿不合格的情形，未造成重大危害结果，不构成重大违法违规。

根据相关主管部门出具的证明及相关政府部门出具的信用报告（有无违法违规信息版），并经检索中国裁判文书网、信用中国网及相关主管部门网站，报告期初至本问询回复出具之日，除本问询回复已披露的上述事项外，公司不存在其他或行政处罚案件。

综上，就上述报告期内行政处罚，公司不存在拒不改正或者造成严重社会危害等后果的情形，淄博市博山区消防救援大队仅对公司处以较低金额的罚款，淄博市应急管理局仅对公司作出“从轻”处罚。公司在收到处罚通知后已及时缴纳罚款并完成整改。上述行政处罚不构成重大违法违规，不构成本次挂牌的实质性障碍。

四、说明公司是否存在应办理消防安全检查、消防验收或备案而未办理的情形，是否纳入消防监管，是否存在消防安全隐患，公司采取的消防安全措施及有效性

根据《中华人民共和国消防法》第十五条的规定，“公众聚集场所投入使用、营业前消防安全检查实行告知承诺管理。公众聚集场所在投入使用、营业前，建设单位或者使用单位应当向场所所在地的县级以上地方人民政府消防救援机构

申请消防安全检查，作出场所符合消防技术标准和管理规定的承诺，提交规定的材料，并对其承诺和材料的真实性负责。 ……公众聚集场所未经消防救援机构许可的，不得投入使用、营业。消防安全检查的具体办法，由国务院应急管理部门制定”；根据该法第七十三条第（三）项的规定，“公众聚集场所，是指宾馆、饭店、商场、集贸市场、客运车站候车室、客运码头候船厅、民用机场航站楼、体育场馆、会堂以及公共娱乐场所等”。

根据《公共娱乐场所消防安全管理规定》第二条的规定，“本规定所称公共娱乐场所，是指向公众开放的下列室内场所：（一）影剧院、录像厅、礼堂等演出放映场所；（二）舞厅、卡拉 OK 厅等歌舞娱乐场所；（三）具有娱乐功能的夜总会、音乐茶座和餐饮场所；（四）游艺、游乐场所；（五）保龄球馆、旱冰场、桑拿浴室等营业性健身、休闲场所”。

经核查，截至本问询回复出具之日，公司拥有的房产及日常生产经营场所不属于公众聚集场所，无需办理消防安全检查。

根据《中华人民共和国消防法》第十三条的规定，“国务院住房和城乡建设主管部门规定应当申请消防验收的建设工程竣工，建设单位应当向住房和城乡建设主管部门申请消防验收。前款规定以外的其他建设工程，建设单位在验收后应当报住房和城乡建设主管部门备案，住房和城乡建设主管部门应当进行抽查。依法应当进行消防验收的建设工程，未经消防验收或者消防验收不合格的，禁止投入使用；其他建设工程经依法抽查不合格的，应当停止使用”。

根据公司提供的资料，截至本问询回复出具之日，公司作为建设单位的山东泵阀机电产业城 3#小微电机厂房工程、山东泵阀机电产业城 4#小微电机厂房工程均已完成建设工程工验收消防备案手续并取得博山区住房和城乡建设局的确认。

根据公司提供的资料，公司已制定《消防安全管理制度》，建立消防设施管理、逐级防火责任制、安全防火教育和培训、灭火和应急疏散预案演习、隐患管理及责任处理等消防管理制度并相应执行，且公司已明确设置消防安全管理人员及部门。

公司现有生产厂区已配备了消防设施及配套物资，消防设施处于正常使用状态。公司已聘请有资质的专业机构对其生产区域内的消防灭火器等消防设施进行定期检测、维保、更换，并出具《消防设施维护保养报告书》。公司在日常经营中积极配合消防监管部门检查，积极落实消防安全管理措施，包括进行消防安全知识相关培训、组织火灾事故应急救援演练等。

根据公司的说明、公司及其子公司所在地消防主管部门出具的合规证明，并经检索公司及其子公司所在地消防主管部门网站，报告期内，公司未发生火灾等消防安全负面事项，除本题之“三、结合具体法律法规说明报告期内行政处罚是否构成重大违法违规”已披露的消防处罚情形外，公司及其子公司不存在其他涉嫌违反消防安全检查相关法律法规而被立案调查或行政处罚的情况。

综上，截至本问询回复出具之日，公司不存在应办理消防安全检查、消防验收或备案而未办理的情形，已纳入消防监管，不存在消防安全隐患，公司已采取相应消防安全措施，该等消防安全措施有效。

五、补充披露公司报告期内是否曾发生过生产安全事故，公司日常业务环节安全生产、安全施工防护、风险防控、劳动保障等措施及其有效性

公司已于《公开转让说明书》之“第二节 公司业务”之“五、经营合规情况”之“（二）安全生产情况”补充披露如下：

“3、公司报告期内是否曾发生过生产安全事故，公司日常业务环节安全生产、安全施工防护、风险防控、劳动保障等措施及其有效性

根据公司及其子公司所在地安全生产主管部门出具的合规证明，并经检索公司及其子公司所在地安全生产主管部门网站，报告期内，公司未发生过安全事故，除已披露的安全生产处罚情形外，报告期内公司及其子公司不存在其他涉嫌违反安全生产相关法律法规而被立案调查或行政处罚的情况。

公司已制定详实的安全生产管理制度，建立安全生产目标、安全生产责任制、安全培训教育、安全设备设施管理、劳动防护用品和保健品、安全生产检查及隐患治理、事故应急救援、职业卫生、安全防护等管理制度并相应执行。前述制度内容涵盖安全生产、安全施工防护、风险防控、劳动保障等内容。

公司在日常经营中积极落实安全生产管理措施。公司构建安全生产管理机构，设置安全生产领导小组、主要安全负责人和安全员，负责组织牵头公司各项安全生产工作，承担相关安全生产责任。公司与相关管理人员及员工签署《安全目标管理责任书》，并对相关人员进行安全生产责任制考核，对员工开展安全生产知识相关培训。公司定期进行安全生产隐患排查，并建立《安全生产隐患排查治理台账》。公司制定《生产安全事故应急预案》，组织事故应急救援预案演练。

综上，公司报告期内未发生过安全事故，公司日常业务环节已建立安全生产、安全施工防护、风险防控、劳动保障等相关措施，该等安全措施有效。”

【中介机构回复】

请主办券商、律师核查上述事项并发表明确意见

（一）核查程序

就该问题，履行了包括但不限于以下核查程序：

1、查阅公司关于产品质量抽检的抽查结果通知书、检测报告等相关文件；

2、查阅公司关于产品质量、消防、安全生产的相关诉讼或处罚文件；

3、查阅公司关于消防、安全生产建立的相关制度及相关落实执行文件；

4、查阅公司取得的相关政府部门出具的信用报告（有无违法违规信息版）；

5、通过相关主管部门网站、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、信用中国、百度、搜狐等网站，查询公司业务合规性相关信息。

（二）核查意见

1、公司生产及销售涉及抽检不合格的产品批次规模较小，且未造成显著的社会负面影响，公司未受到主管部门的行政处罚；除本问询回复已披露情形外，公司不存在其他抽查或检测不合格的情形；公司的相关整改措施具有有效性；

2、截至本问询回复出具之日，公司在产品质量方面不存在重大诉讼、投诉纠纷、负面媒体报道，不会对公司生产经营构成重大不利影响；

3、公司报告期内行政处罚不构成重大违法违规，不构成本次挂牌的实质性障碍；

4、截至本问询回复出具之日，公司不存在应办理消防安全检查、消防验收或备案而未办理的情形，已纳入消防监管，不存在消防安全隐患，公司已采取相应消防安全措施，该等消防安全措施有效；

5、公司报告期内未发生过安全事故，公司日常业务环节已建立安全生产、安全施工防护、风险防控、劳动保障等相关措施，该等安全措施有效。

（3）关于特殊投资条款

根据申请文件，公司对赌条款或其他特殊权利条款均已解除，以实际控制人为义务承担主体的股权回购权现存有效。

请公司：①以列表形式梳理披露现行有效的全部特殊投资条款，包括但不限于权利主体、义务主体、触发条件等具体内容，是否符合《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》规定，是否应当予以清理。②说明回购方所承担的具体义务，结合回购金额、回购方各类资产情况、回购条款触发情况或触发风险等，说明触发回购条款时回购方是否具备充分履约能力，回购条款触发对公司控制权稳定性、相关义务主体任职资格以及其他公司治理、经营事项产生的影响。③补充披露各项已解除的特殊投资条款的签订、变更和终止过程，说明上述变更或终止特殊投资条款协议是否真实有效。④说明特殊投资条款权利方对相关特殊投资条款触发情况的确认意见，是否存在纠纷或潜在争议；已履行完毕或终止的特殊投资条款的履行或终止情况，履行或终止过程中是否存在纠纷、是否存在损害公司及其他股东利益的情形、是否对公司经营产生不利影响。⑤说明公司是否存在附条件恢复的条款，恢复后是否符合《挂牌审核规则适用指引第 1 号》规定。

请主办券商、律师按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》规定核查上述事项、发表明确意见，并说明具体核查程序、依据及其充分性。

【公司回复】

一、以列表形式梳理披露现行有效的全部特殊投资条款，包括但不限于权利主体、义务主体、触发条件等具体内容，是否符合《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》规定，是否应当予以清理

根据公司与投资人签署的相关协议、相关说明文件、公司股东签署的调查问卷、公司和公司全体股东的确认，目前现行有效的全部特殊投资条款涉及的权利主体、义务主体、触发条件等情况如下：

特殊权利	特殊投资条款主要内容	权利主体	义务主体	触发条件
回购权	如公司出现	纳爱斯、青岛华芯、苏	景志峰	（1）公司未能在 2024 年

	触发条件情形，则公司实际控制人有义务回购权利主体所持公司股份	州顺为、天津金米、中金文化消费基金、星宸厚天、启汇润金、三柏硕、道盈熠盛、上海开物、厚天三号、安睿联荷、中以英飞、广西华清、中泰创投、东营厚天		12 月 31 日前提交新三板挂牌申请材料或者提交申请材料后未通过审核或公司撤回挂牌申请； （2）公司未能在 2025 年 12 月 31 日前提交北交所上市申请材料或者提交申请材料后未通过审核或公司撤回北交所上市申请

根据《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》“1-8 对赌等特殊投资条款”的规定，“投资方在投资申请挂牌公司时约定的对赌等特殊投资条款存在以下情形的，公司应当清理：（一）公司为特殊投资条款的义务或责任承担主体；（二）限制公司未来股票发行融资的价格或发行对象；（三）强制要求公司进行权益分派，或者不能进行权益分派；（四）公司未来再融资时，如果新投资方与公司约定了优于本次投资的特殊投资条款，则相关条款自动适用于本次投资方；（五）相关投资方有权不经公司内部决策程序直接向公司派驻董事,或者派驻的董事对公司经营决策享有一票否决权；（六）不符合相关法律法规规定的优先清算权、查阅权、知情权等条款；（七）触发条件与公司市值挂钩；（八）其他严重影响公司持续经营能力、损害公司及其他股东合法权益、违反公司章程及全国股转系统关于公司治理相关规定的情形”。

公司上述现行有效的特殊投资条款的主要内容为在公司出现触发条件的情形下，权利主体有权要求公司实际控制人回购其所持公司股份，该等特殊投资条款的义务主体为实际控制人，触发条件未与公司市值挂钩，不属于《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》“1-8 对赌等特殊投资条款”规定的必须清理的情形。

二、说明回购方所承担的具体义务，结合回购金额、回购方各类资产情况、回购条款触发情况或触发风险等，说明触发回购条款时回购方是否具备充分履约能力，回购条款触发对公司控制权稳定性、相关义务主体任职资格以及其他公司治理、经营事项产生的影响

（一）回购方所承担的具体义务

如本题之“以列表形式梳理披露现行有效的全部特殊投资条款，包括但不限于权利主体、义务主体、触发条件等具体内容，是否符合《挂牌审核业务规则适

用指引第 1 号》规定，是否应当予以清理”所述，根据公司与投资人签署的相关协议及相关说明文件、实际控制人出具的承诺函，回购义务人即公司实际控制人景志峰的回购义务为：如公司未能在 2024 年 12 月 31 日前提交新三板挂牌申请材料或者提交申请材料后未通过审核或公司撤回挂牌申请，或者公司未能在 2025 年 12 月 31 日前提交北交所上市申请材料或者提交申请材料后未通过审核或公司撤回北交所上市申请，则回购义务人有义务回购相关权利主体所持公司股份，回购价格按照以下两种计算方式中的较高者计算：（i）权利主体拟出售的公司股份对应的投资成本×（1+10%）^投资期间+权利主体在其投资期间享有的应付但未付股利；或（ii）权利主体和公司共同认可的独立第三方评估机构评估的权利主体拟出售的公司股份的公允市场价值。

（二）结合回购金额、回购方各类资产情况、回购条款触发情况或触发风险等，说明触发回购条款时回购方是否具备充分履约能力

1、回购情况的触发风险较小

截至本问询回复出具之日，公司已在 2024 年 12 月 31 日前提交新三板挂牌申请并正在积极推进本次挂牌申请事宜。如本次挂牌顺利完成且公司业绩情况符合预期，公司预计将在 2025 年 12 月 31 日前提交上市申请，鉴于公司目前经营状况良好，短期内市场及经济环境发生变化或其他不可预见因素导致公司经营、财务状况发生重大不利变化进而影响公司上市的可能性较低，预计触发回购条款的风险较小。

2、若触发回购，实际控制人需承担回购金额测算

根据上述股份回购价款的本息计算方式，假设回购触发时间为 2025 年 12 月 31 日，回购权人要求回购所持有的公司全部股份，所测算实际控制人回购股份所需资金约为 6.75 亿元。

3、若触发回购，实际控制人的具体履约方式

截至本问询回复出具之日，公司实际控制人景志峰直接持有公司 20.46%的股份，并通过厦门金史密斯合伙间接持有公司 4.60%股份，合计持有公司 25.06%股份。目前，公司实际控制人个人资产主要为房产及现金存款；除个人资产外，

截至 2024 年 6 月 30 日，公司合并资产负债表未分配利润为 5,387.96 万元，实际控制人按持股比例（直接+间接）享有未分配利润 1,350.17 万元。

如未来触发回购条款，公司实际控制人景志峰将主要通过分批出售股权的方式来履行回购义务。假设回购触发时间为 2025 年 12 月 31 日，根据上述股份回购价款的本息计算方式，回购金额及回购股数对应的公司平均估值为 11.40 亿元。根据 2024 年 5 月公司 F 轮融资的 15.30 亿元投后估值及其九折和八折的估值测算，回购完成后实际控制人直接和间接持有公司股份情况如下：

估值依据	估值	回购所需价款	分批回购完成后实际控制人直接和间接持有公司股份比例
2024 年 5 月公司 F 轮估值	15.30 亿元	6.75 亿元	40.16%
2024 年 5 月公司 F 轮估值九折	13.77 亿元	6.75 亿元	35.26%
2024 年 5 月公司 F 轮估值八折	12.24 亿元	6.75 亿元	29.14%

此外，公司实际控制人景志峰可以通过向银行或第三方借款等方式筹集一定资金。

（三）回购条款触发对公司控制权稳定性、相关义务主体任职资格以及其他公司治理、经营事项产生的影响

经测算，若触发回购，公司实际控制人景志峰通过分三次等比例出售股权的方式来履行回购义务，回购后仍对公司具有实际控制权。

同时，投资人纳爱斯、青岛华芯、天津金米、中金文化消费基金、星宸厚天、厚天三号、东营厚天已出具《关于不谋求北京金史密斯科技股份有限公司控制权的声明与承诺》，主要内容如下：

“1、本企业确认本企业系以财务投资者身份入股公司，自参股公司后至本声明与承诺签署日，没有与其余股东签署一致行动协议或类似安排。

2、本企业认可并尊重创始人景志峰对公司的控制权。创始人景志峰自公司设立之日起始终对公司的生产经营和重大决策具有决定性影响,对公司拥有控制权。

3、为进一步维持并巩固创始人景志峰对公司的控制权，本企业承诺：自本声明与承诺出具之日起至公司在北京证券交易所上市之日起 36 个月内：（1）不以任何形式谋求成为公司的控股股东或实际控制人；（2）不以谋求公司控制权为目的直接或间接增持公司股份；（3）不与公司除景志峰先生之外的其他股东签订与谋求公司控制权有关的任何协议，亦不会联合、协助任何其他第三方谋求公司控制权。”

公司实际控制人担任公司董事长、总经理，履行回购义务不会导致回购义务人出现《公司法》规定不得担任公司董事、监事、高级管理人员的情形或中国证监会和股转公司规定的其他情形，不会对义务主体的任职资格产生重大不利影响。

无论是否发生触发回购情形，公司实际控制人均将按照相关法律法规及《公司章程》的规定履行其作为公司董事和高级管理人员的职责，参与公司日常经营活动，公司不作为回购条款义务承担主体，回购义务的履行不会导致公司实际控制人发生变更或董事、监事、高级管理人员发生重大变化，对公司治理、经营事项不会产生重大不利影响。同时，由于公司不作为回购义务方，触发回购不会影响公司财务状况。

综上所述，回购条款触发不会对公司控制权的稳定性、相关义务主体任职资格以及其他公司治理、经营事项产生重大不利影响。

三、补充披露各项已解除的特殊投资条款的签订、变更和终止过程，说明上述变更或终止特殊投资条款协议是否真实有效

公司已于《公开转让说明书》之“第一节 基本情况 ”之“三、公司股权结构”之“（五）其他情况”之“2、特殊投资条款情况”补充披露如下：

“一、特殊投资条款的签订

公司股东通过增资或股权转让等方式入股。部分股东签署的股东协议、投资协议、股权转让协议等入股协议中，约定了特殊投资条款，上述特殊投资条款的具体情况如下：

1、公司 A 轮融资以来，天津金米等部分股东通过增资或股权转让方式取得公司股权，其签署的股东协议、投资协议、股权转让协议等文件中约定了股份回售、优先购买权、反稀释权等特殊投资条款。

2、2020 年 11 月，金史密斯、衡水鲲穹、安睿联荷、景志峰签署了《关于北京金史密斯科技股份有限公司之股权转让协议》(“安睿联荷股权转让协议 1”)。同月，金史密斯、天津金米、安睿联荷、景志峰签署了《关于北京金史密斯科技有限公司之股权转让协议》（“安睿联荷股权转让协议 2”，与“安睿联荷股权转让协议 1”合称“《安睿联荷股权转让协议》”）《安睿联荷股权转让协议》约定了安睿联荷享有回购、最优惠、知情权的特殊权利。

2024年4月，金史密斯当时全部股东（景志峰、纳爱斯、中金文化消费基金、青岛华芯、苏州顺为、天津金米、厦门金史密斯、李培敏、盈科吉运、南阳扁豆、王延峰、鑫禾辉聚、郭凤翔、三柏硕、道盈熠盛、上海开物、金创创投、安睿联荷、中以英飞、广西华清、木棉花开、西岭财富、盈科圣辉、中泰创投、合肥聚和、宝盛智能、曲阜泰康、厦门文广）及金史密斯签署了《关于北京金史密斯科技股份有限公司之股东协议》（以下简称“《F轮股东协议》”）。《F轮股东协议》中约定了投资人享有股权转让限制、优先购买权、跟售权、强制出售权、反稀释权、优先认购权、股份回售、在股东大会及董事会的权利、知情权、检查权、利润与分红权、优先清算权、最优待遇、竞业禁止、损失赔偿的一系列优于其他股东的特殊权利（以下简称“特殊权利”）。同时，根据《F轮股东协议》：“交易文件（包括交易文件各自的附表和附件）构成关于本次交易以及各方对于股东权利及其他其权利义务约定的完整协议，并取代各方之间与此相关的所有以前的协商、洽谈、协议和备忘录”。

3、2024年9月，公司、景志峰、新进股东启汇润金签署《关于北京金史密斯科技股份有限公司之股东协议加入协议》(以下简称“《股东协议加入协议》”)，对《F轮股东协议》涉及启汇润金的部分相关条款进行了修订，形成了《F轮股东协议（修订版）》。

4、2024 年 9 月至 11 月，公司股东金创创投、盈科圣辉、盈科吉运、宝盛智能将各自所持公司股权全部转让退出，天津金米、苏州顺为、青岛华芯退出

部分公司股权。同时，启汇润金、厚天三号、星宸厚天、东营厚天通过受让股份取得了前述退出股东所享有的特殊权利，厚天三号、星宸厚天、东营厚天及纳爱斯通过实际控制人出具的《承诺函》取得了公司不能完成新三板挂牌或北交所上市时实际控制人承担回购义务的回购权。

二、特殊权利的终止

2024 年 10 月，公司、公司实际控制人和除厦门文广、金创创投、盈科圣辉、盈科吉运、宝盛智能外其他签署《F 轮股东协议》的股东签署了《北京金史密斯科技股份有限公司特殊投资条款终止协议》（以下简称“《特殊投资条款终止协议》”），约定《F 轮股东协议》项下特殊投资条款均终止执行；各方进一步确认，自《特殊投资条款终止协议》签署之日起，任何基于各方达成的各轮次交易文件触发、违反股东特殊投资条款或违反各轮次交易文件约定的相关交割后义务而导致公司及公司方股东承担的义务及责任（如有），享有权利方均予以豁免，且不再追究相关义务人及责任人的责任；公司不再作为任一股东享有的特殊权利的义务/责任承担主体且不再为实际控制人或公司方股东承担《F 轮股东协议》、前轮投资文件及《安睿联荷股权转让协议》项下的连带责任，该等约定条款内容彻底终止且自始无效，且不论何种情形下均不再恢复法律效力。同时，公司实际控制人承诺若公司不能完成新三板挂牌或北交所上市，则公司实际控制人有义务回购《F 轮股东协议》项下投资人股东及安睿联荷所持公司股份。

2024 年 10 月，公司、公司实际控制人景志峰、启汇润金签署《北京金史密斯科技股份有限公司特殊投资条款终止协议（二）》（以下简称“《特殊投资条款终止协议（二）》”），约定《F 轮股东协议（修订版）》项下特殊投资条款均终止执行；各方进一步确认，自《特殊投资条款终止协议（二）》签署之日起，任何基于各方达成的各轮次交易文件触发、违反股东特殊投资条款或违反各轮次交易文件约定的相关交割后义务而导致公司及公司方股东承担的义务及责任（如有），启汇润金均予以豁免，且不再追究相关义务人及责任人的责任；公司不再作为启汇润金享有的特殊权利的义务/责任承担主体且不再为实际控制人或公司方股东承担《F 轮股东协议（修订版）》、前轮投资文件及《安睿联荷股权转让协议》项下的连带责任，该等约定条款内容彻底终止且自始无效，

且不论何种情形下均不再恢复法律效力。同时，公司实际控制人承诺若公司不能完成新三板挂牌或北交所上市，则公司实际控制人有义务回购启汇润金所持公司股份。

2024 年 10 月至 11 月，厚天三号、星辰厚天、东营厚天出具说明文件：确认除《承诺函》项下公司实际控制人承诺将在公司不能完成新三板挂牌或北交所上市时承担回购义务的安排之外，本企业本次入股取得的公司股份不享有股权转让限制、优先购买权、跟售权、强制出售权、反稀释权、优先认购权、股份回售、在股东大会及董事会的权利、知情权、检查权、利润与分红权、优先清算权、最优待遇、竞业禁止、损失赔偿等优于其他股东的特殊权利。

2024 年 11 月 15 日，公司召开 2024 年第五次临时股东大会，全体现有股东一致审议通过了《关于确认公司股东特殊权利相关事项的议案》，对特殊权利的形成、特殊权利的解除等内容进行了确认：除公司实际控制人承诺将在一定情况下公司不能完成新三板挂牌及北交所上市时对特定股东承担回购义务的安排之外，全体股东取得的公司股份不享有其他特殊权利。

综上，根据上述协议、相关说明文件、公司股东签署的调查问卷、公司和公司全体股东的确认，上述终止特殊投资条款的协议真实有效，各方不存在纠纷或潜在纠纷。”

四、说明特殊投资条款权利方对相关特殊投资条款触发情况的确认意见，是否存在纠纷或潜在争议；已履行完毕或终止的特殊投资条款的履行或终止情况，履行或终止过程中是否存在纠纷、是否存在损害公司及其他股东利益的情形、是否对公司经营产生不利影响

（一）说明特殊投资条款权利方对相关特殊投资条款触发情况的确认意见，是否存在纠纷或潜在争议

根据《特殊投资条款终止协议》，各方一致同意，自该协议签署之日起，《F 轮股东协议》项下特殊投资条款终止执行，各方均不再履行且互不承担违约责任；各方进一步确认，自该协议签署之日起，任何基于各方达成的各轮次交易文件触发、违反股东特殊投资条款或违反各轮次交易文件约定的相关交割后义务而导致公司及公司方股东承担的义务及责任（如有），享有权利方均予以豁免，且不再

追究相关义务人及责任人的责任；公司不再作为任一股东享有的特殊权利的义务/责任承担主体且不再为实际控制人或公司方股东承担《F 轮股东协议》、前轮投资文件及《安睿联荷股权转让协议》项下的连带责任，该等约定条款内容彻底终止且自始无效，且不论何种情形下均不再恢复法律效力。

根据《特殊投资条款终止协议（二）》，《F 轮股东协议（修订版）》项下特殊投资条款终止执行，各方均不再履行且互不承担违约责任；各方进一步确认，自该协议签署之日起，任何基于各方达成的各轮次交易文件触发、违反股东特殊投资条款或违反各轮次交易文件约定的相关交割后义务而导致公司及公司方股东承担的义务及责任（如有），启汇润金均予以豁免，且不再追究相关义务人及责任人的责任；公司不再作为启汇润金享有的特殊权利的义务/责任承担主体且不再为实际控制人或公司方股东承担《F 轮股东协议（修订版）》、前轮投资文件及《安睿联荷股权转让协议》项下的连带责任，该等约定条款内容彻底终止且白始无效，且不论何种情形下均不再恢复法律效力。

2024 年 11 月 15 日，公司召开 2024 年第五次临时股东大会，全体现有股东一致审议通过了《关于确认公司股东特殊权利相关事项的议案》，未签署《特殊投资条款终止协议》的股东厚天三号、星宸厚天、东营厚天确认：《F 轮股东协议》项下特殊投资条款终止执行，各方均不再履行且互不承担违约责任；任何基于各方达成的各轮次交易文件触发、违反股东特殊权利条款或违反各轮次交易文件约定的相关交割后义务而导致公司及公司方股东承担的义务及责任（如有），享有权利方均予以豁免，且不再追究相关义务人及责任人的责任；公司不再作为任一股东享有的特殊权利的义务/责任承担主体，且不再为实际控制人或公司方股东承担《F 轮股东协议》、前轮投资文件及股权转让文件项下的连带责任，该等约定条款内容彻底终止且自始无效，且不论何种情形下均不再恢复法律效力。

根据上述协议、公司股东签署的调查问卷、公司和公司全体股东的确认，特殊投资条款权利方已确认豁免任何基于各方达成的各轮次交易文件触发、违反股东特殊投资条款或违反各轮次交易文件约定的相关交割后义务而导致公司及公司方股东承担的义务及责任（如有），各方不存在纠纷或潜在争议。

（二）已履行完毕或终止的特殊投资条款的履行或终止情况，履行或终止过程中是否存在纠纷、是否存在损害公司及其他股东利益的情形、是否对公司经营产生不利影响

如上所述，根据相关协议、公司股东签署的调查问卷、公司和公司全体股东的确认并经核查，截至本问询回复出具之日，公司不存在已履行完毕的特殊投资条款的情况，除公司实际控制人与部分股东之间的回购权外，公司及实际控制人与股东之间的特殊投资条款均已终止且自始无效，特殊投资条款的终止过程中不存在纠纷，不存在损害公司及其他股东利益的情形，未对公司经营产生不利影响。

五、说明公司是否存在附条件恢复的条款，恢复后是否符合《挂牌审核规则适用指引第 1 号》规定

如上所述，根据相关协议、公司股东签署的调查问卷、公司和公司全体股东的确认并经核查，截至本问询回复出具之日，公司不存在附条件恢复的特殊权利条款。

【中介机构回复】

请主办券商、律师按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》规定核查上述事项、发表明确意见，并说明具体核查程序、依据及其充分性

（一）核查过程

就该问题，履行了包括但不限于以下核查程序：

1、查阅公司与各投资人签署的投资协议、股东协议，查阅各方就终止特殊投资条款签署的相关协议、说明文件、承诺函及股东大会决议；

2、查阅公司股东签署的股东调查问卷；

3、查阅公司实际控制人的银行流水、房产等资产证明文件及个人信用报告；

4、通过中国裁判文书网、中国执行信息公开网等网站，查询公司、实际控制人相关的诉讼、纠纷情况。

（二）核查结论

1、公司现行有效的特殊投资条款不属于《挂牌审核业务规则适用指引第1号》规定的必须清理的情形，符合《挂牌审核业务规则适用指引第1号》的规定；

2、回购方所承担的具体义务为在出现触发条件的情形下回购权利主体所持公司股份，触发回购条款时回购方具备一定的资信实力及履约能力，回购条款触发不会对公司控制权的稳定性、相关义务主体任职资格以及其他公司治理、经营事项产生重大不利影响；

3、相关终止特殊投资条款的协议真实有效，各方不存在纠纷或潜在争议；

4、特殊投资条款权利方已确认豁免相关特殊投资条款触发等情形而导致公司及公司方股东承担的义务及责任（如有），各方不存在纠纷或潜在争议；公司与股东之间的特殊投资条款已彻底终止且自始无效，特殊投资条款的终止过程中不存在纠纷，不存在损害公司及其他股东利益的情形，未对公司经营产生不利影响；

5、公司不存在附条件恢复的特殊权利条款。

（4）关于董监高

根据申请文件，核心技术人员靳国强和王宁扬存在较多同业任职经历，李璐报告期内曾担任公司财务总监、已离职，蒋文和何一波等董监高存在较多在外兼职情形。

请公司：①说明核心技术人员与原任职单位关于保密、竞业限制的约定和履约情况；结合公司现有核心技术的来源，补充说明公司核心技术和相关专利是否涉及上述人员职务发明，公司及上述人员是否存在侵犯他人知识产权、商业秘密的纠纷或潜在纠纷。②说明报告期内原财务总监等董监高离职原因及合理性，是否对任职期间公司的财务规范性、真实性等存在异议。③结合蒋文和何一波等董监高兼职较多情形说明其是否能够勤勉尽责，是否存在为自己或他人谋取属于公司的商业机会或经营同类业务的情形，是否违反《公司法》竞业禁止的规定。

请主办券商、律师核查上述事项并发表明确意见。

【公司回复】

一、说明核心技术人员与原任职单位关于保密、竞业限制的约定和履约情况；结合公司现有核心技术的来源，补充说明公司核心技术和相关专利是否涉及上述人员职务发明，公司及上述人员是否存在侵犯他人知识产权、商业秘密的纠纷或潜在纠纷

（一）说明核心技术人员与原任职单位关于保密、竞业限制的约定和履约情况

公司核心技术人员为靳国强和王宁扬。

根据公司核心技术人员签署的调查表并经核查，靳国强 2012 年 6 月至 2014 年 6 月，任中国科学技术大学博士后研究员；2014 年 6 月至 2016 年 6 月，任扁豆科技研发负责人；2016 年 6 月至 2020 年 12 月，任金史密斯有限副总经理；2020 年 12 月至 2021 年 8 月，任金史密斯有限董事、副总经理；2021 年 8 月至今，任公司董事、副总经理。

2016 年，金史密斯有限收购扁豆科技，靳国强作为扁豆科技经营团队人员加入公司；2016 年 11 月，扁豆科技成为金史密斯有限全资子公司。靳国强与原任职单位不存在保密、竞业限制的约定，不存在竞业禁止纠纷、技术纠纷及其他潜在纠纷。

王宁扬 2016 年 6 月至 2021 年 8 月，历任金史密斯有限电子工程师、产品总监；2021 年 8 月至今，任公司副总经理。2016 年 6 月毕业之后，王宁扬的任职经历均在公司，不存在任职于其他单位的情况，不涉及与原任职单位关于保密、竞业限制的约定和履约情况。

（二）结合公司现有核心技术的来源，补充说明公司核心技术和相关专利是否涉及上述人员职务发明，公司及上述人员是否存在侵犯他人知识产权、商业秘密的纠纷或潜在纠纷

根据公司的说明并经核查，公司现有核心技术、来源情况及其对应形成的专利、软件著作权等知识产权情况如下：

序号	核心技术	技术来源	技术应用方向	对应形成的专利、软件著作权等知识产权情况	备注
1	全平台可折叠技术	原始取得	折叠智能走步机、折叠智能跑步机	跑板组件及跑步机（ZL201711203566.4）等专利	靳国强作为发明人之一
2	新型折叠柔性材料技术	原始取得	折叠智能走步机、折叠智能跑步机	跑板、跑板组件和跑步机（ZL201821833045.7）等专利	王宁扬作为发明人之一
3	二级传动技术	原始取得	折叠智能走步机	跑步机及其传动系统（ZL201720915833.X）等专利	-
4	智能控速算法技术	原始取得	折叠智能走步机、折叠智能跑步机	跑带速度控制方法、装置、跑步机及存储介质（ZL201710642906.7）等专利	靳国强作为发明人之一
5	智能交互技术	原始取得	折叠智能走步机、折叠智能跑步机	跑步设备控制机构及跑步设备（ZL201721730307.2）等专利	靳国强作为发明人之一
6	智能 IoT 系统技术	原始取得	走步机系列，跑步机系列	配网方法、装置、存储介质及电子设备（ZL202011409303.0）等专利	靳国强作为发明人之一
				金史密斯双模模组固件 V1.0（2020SR0732536）	-
7	轻量化技术	原始	可折叠走步机	跑台及应用其的跑步机、走步	靳国强作为

序号	核心技术	技术来源	技术应用方向	对应形成的专利、软件著作权等知识产权情况	备注
		取得		机（ZL201822274132.X）等专利	发明人之一
8	智能家居一体化健康管理平台	原始取得	智能走步机，智能跑步机产品	KS Fit APP V1.0（2020SR0732477）等软著	-
9	一体化扶手折叠技术	原始取得	智能跑步机	跑步机（ZL201821961572.6）等专利	靳国强作为发明人之一
10	有限空间平衡散热风道技术	原始取得	智能走步机	风道结构件、跑步机散热系统及跑步机（ZL201920694514.X）等专利	王宁扬作为发明人之一

根据《中华人民共和国专利法》第六条的规定，“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”。

根据《中华人民共和国专利法实施细则》第十三条的规定，“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”。

如上表所述，公司核心技术均来源于公司自主研发。公司核心技术人员靳国强于 2016 年 6 月加入公司，以自原任职单位离职后 1 年计算，在上表所述核心技术中，靳国强作为发明人之一的专利均于 2017 年 6 月以后申请，不属于在其与原单位劳动关系终止后 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职务发明。且 2016 年 11 月之后，靳国强原任职单位扁豆科技已成为公司全资子公司。公司核心技术人员王宁扬自 2016 年 6 月毕业之后的任职经历均在公司，不涉及于原任职单位工作的情况。

经检索中国裁判文书网、中国执行信息公开网等网站，公司及核心技术人员与相关人员的原任职单位之间未发生关于知识产权归属、商业秘密等相关的诉讼事宜。

综上，公司上述现有核心技术均为公司原始取得，公司核心技术和相关专利系不涉及核心技术人员之前在其他单位任职时的职务发明，公司及核心技术人员不存在侵犯他人知识产权、商业秘密的纠纷或潜在纠纷。

二、说明报告期内原财务总监等董监高离职原因及合理性，是否对任职期间公司的财务规范性、真实性等存在异议

根据公司提供的资料，报告期内，公司原财务总监等董事、监事、高级管理人员离职情形具体如下：

姓名	变动前职务	变动类型	变动后职务	变动原因
李文飚	董事	离任	-	投资机构决策
陈盛巍	董事	离任	-	投资机构变更委派董事
施展	董事	离任	-	投资机构决策
刘蓓蓓	独立董事	离任	-	完善公司治理
郝建平	监事	离任		完善公司治理
李璐	财务总监	离任	-	个人原因离职

上表所述离职董监高中，李文飚、陈盛巍、施展离任系基于投资机构决策或投资机构变更委派董事；刘蓓蓓、郝建平离任系为适应公司经营管理及完善公司治理结构，独立董事刘蓓蓓系外部聘任且任职时间较短，郝建平离任职工代表监事后仍在公司担任北美战区业务部总监职务；李璐系因个人发展原因自公司离职。上述变动不构成重大不利影响，不会导致公司的生产经营稳定存在不确定性。

2022 年 4 月，公司原财务总监李璐因个人原因自公司离职，根据公司的确认，其对任职期间公司的财务规范性、真实性等未提出异议。

三、结合蒋文和何一波等董监高兼职较多情形说明其是否能够勤勉尽责，是否存在为自己或他人谋取属于公司的商业机会或经营同类业务的情形，是否违反《公司法》竞业禁止的规定

根据公司董事、监事、高级管理人员签署的调查表，并经本所律师检索国家企业公示系统、企查查等公开信息，截至本问询回复出具之日，公司董事、监事、高级管理人员的兼职情况具体如下：

姓名	职务	兼职公司	兼任职务	主营业务
景志峰	董事长、总经理	北京易起跑企业管理中心（有限合伙）	执行事务合伙人	持有北京京易启跑科技有限公司股权的持股平台

		北京易启跑科技有限公司	董事	跑团 APP 等体育服务
		厦门金史密斯合伙	执行事务合伙人	持有公司股份的员工持股平台
郭凤翔	副董事长、副总经理、董事会秘书	北京易启跑科技有限公司	监事	跑团 APP 等体育服务
		木棉花开	执行事务合伙人	持有公司股份的持股平台
靳国强	董事、副总经理	南阳扁豆	执行事务合伙人	持有公司股份的持股平台
何一波	董事	纳爱斯浙江科技有限公司	董事、总经理	日用化工产品及原料的技术开发和销售
		启晟（天津）宠物医院管理有限公司	董事	宠物医院
		纳爱斯生态产业发展有限公司	董事	原料种植、旅游开发、保健品的生产和销售、日用化工产品及原料的技术开发和服务
		浙江斯之美生态发展有限公司	董事	生态园区管理、日化产品的制造和销售
		浙江未名拾光生物技术有限公司	董事	生物原料、医美产品、化妆品
		上海鸟语花香宠物有限公司	董事	宠物用品
		上海毗邻星宠物用品有限公司	董事	宠物食品
		杭州景泓控股有限公司	董事	控股公司服务、企业管理及咨询服务
		纳谷（杭州）生活科技有限公司	董事长	软件开发、互联网销售、日化产品制造和销售
		斯迈丽电商科技（杭州）有限公司	董事、经理	软件开发、系统运维服务、互联网销售、日化产品和宠物食品及用品的销售
		花意生活（北京）电子商务有限公司	董事	鲜花销售
		优知生态科技（杭州）有限公司	董事	日用品、化妆品等销售
		北京至乐界生物科技有限公司	董事	化妆品销售
		丽馨生物科技（杭州）有限公司	董事	化妆品原料
		中国洗涤用品工业协会	宠物清洁护理分会副会长	-

		中国日用化工协会	家居护理专业常务委员	-
		浙江省绿色清洁技术及洗涤用品重点实验室	副主任兼学术委员副主任	-
		浙江省工商业联合会	第十二届企业家执委	-
		丽水市工商联	第六届执行委员会委员、常委委员	-
		丽水市总商会	第六届副会长	-
		丽水市莲都区	第十七届人大代表	-
赵雪波	独立董事	秦汉新城赵雪碧藕百货店	经营者	无实际经营业务
		南京雷人文化传播有限责任公司	执行董事兼总经理	无（已被吊销）
刘宇	独立董事	浙江聚力文化发展股份有限公司	独立董事	中高端建筑装饰贴面材料业务
程占军	独立董事	北京市洗之喜洗衣服务中心	经营者	无（已被吊销）

截至本问询回复出具之日，董事何一波存在较多兼职，其他董事、监事、高级管理人员兼职较少。此外，2024 年 11 月原董事蒋文因投资机构决策离任，其于公司任职期间亦存在较多兼职。根据蒋文签署的调查表，并经检索国家企业公示系统、企查查等公开信息，截至 2024 年 11 月，其兼职情况具体如下：

序号	兼职公司	兼任职务	经营范围
1	深圳绿米联创科技有限公司	董事	一般经营项目是：环保技术、计算机软硬件技术、建筑智能化系统技术的开发和产品销售；建筑智能化系统的设计、安装（仅限上门安装）、技术咨询；无线射频装置、无线通讯模块、无线电及外部设备、多媒体产品的系统集成、无线数据产品、无线接入设备的销售；通讯设备技术开发与销售；无线数据终端的技术开发；集成电路的技术开发、设计、销售、技术服务；其它国内贸易；经营进出口业务（以上均不含法律、行政法规、国务院决定禁止及规定需前置审批项目）。智能家庭消费设备制造；智能家庭网关制造；数字家庭产品制造；智能控制系统集成；照明器具制造；电子元器件制造；机械零件、零部件加工；通信交换设备专业修理；日用电器修理。电池制造；电池零配件生产；电池销售；电池零配件销售；环境监测专用仪器仪表制造；环境监测专用仪器仪表

			销售；专用仪器制造；配电开关控制设备制造；配电开关控制设备销售；配电开关控制设备研发；智能输配电及控制设备销售；物联网设备制造；物联网设备销售；物联网应用服务；电子专用设备制造；电子专用设备销售；电力电子元器件制造；电子元器件批发；通信设备制造；移动通信设备制造；通信设备销售；移动通信设备销售；光通信设备销售；生态环境监测及检测仪器仪表制造；生态环境监测及检测仪器仪表销售；仪器仪表制造；智能家庭网关制造；智能家庭消费设备制造；智能家庭消费设备销售；数字家庭产品制造；电机制造；发电机及发电机组制造；发电机及发电机组销售；五金产品制造；五金产品批发；五金产品研发；商用密码产品生产；商用密码产品销售；门窗销售；门窗制造加工；室内木门窗安装服务；照明器具制造；照明器具销售；照明器具生产专用设备制造；照明器具生产专用设备销售；安全系统监控服务；数字视频监控系统制造；数字视频监控系统销售；软件开发；工业自动控制系统装置制造；工业自动控制系统装置销售；移动终端设备制造；移动终端设备销售；日用玻璃制品销售；日用玻璃制品制造；物联网技术服务；物联网技术研发；先进电力电子装置销售；电力电子元器件销售；电力设施器材制造；互联网销售（除销售需要许可的商品）；数据处理和存储支持服务；大数据服务；数据处理服务；云计算设备制造；云计算设备销售；软件销售；软件外包服务；数字文化创意软件开发；人工智能基础软件开发。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动），许可经营项目是：商用密码进出口。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）
2	上海商米科技集团股份有限公司	董事	许可项目：第二类增值电信业务。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）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；信息技术咨询服务；信息系统集成服务；物联网技术研发；物联网技术服务；数据处理服务；云计算装备技术服务；通讯设备销售；计算机软硬件及辅助设备批发；计算机软硬件及辅助设备零售；计算机及通讯设备租赁；日用百货销售；货物进出口；技术进出口；电子产品销售；软件开发；软件销售；网络设备销售；信息系统运行维护服务；货币专用设备制造；印刷专用设备制造；计算机软硬件及外围设备制造；移动通信设备制造；物联网设备制造；移动终端设备制造；衡器制造；货币专用设备销售；企业管理；企业管理咨询；广告设计、代理；广告制作；广告发布；图文设计制作；专业设计服务；会议及展览服务；项目策划与公关服务；市场营销策划。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

3	上海创米数联智能科技发展股份有限公司	董事	一般项目：软件开发；信息系统集成服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；物联网技术研发；物联网技术服务；人工智能应用软件开发；网络与信息安全软件开发；互联网销售（除销售需要许可的商品）；网络设备销售；人工智能硬件销售；物联网设备销售；可穿戴智能设备销售；智能家庭消费设备销售；数据处理和存储支持服务；五金产品零售；电子专用设备销售；照明器具销售；安防设备销售；消防器材销售；信息系统运行维护服务；工业互联网数据服务；智能控制系统集成；日用电器修理；住宅水电安装维护服务；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）
4	杭州量子泛娱影视文化传媒股份有限公司	董事	一般项目：企业管理咨询；专业设计服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；互联网销售（除销售需要许可的商品）；文艺创作；电影摄制服务；会议及展览服务；非居住房地产租赁（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）。许可项目：电视剧制作；电视剧发行；广播电视节目制作经营（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）。
5	北京一数科技有限公司	董事	技术开发、技术服务；货物进出口、技术进出口、代理进出口；零售通讯设备、电子产品；销售家用电器、计算机、软件及辅助设备、医疗器械（限 I、II 类）；光学仪器制造、汽车零部件及配件制造、幻灯及投影设备制造（不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动；市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）
6	利宏科技（上海）有限公司	董事	一般项目：数据处理和存储支持服务，技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广，大数据服务，互联网数据服务，信息系统集成服务，信息系统运行维护服务，计算机软硬件及辅助设备销售，信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务），会议及展览服务，广告设计、代理，广告制作。（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）许可项目：技术进出口；基础电信业务。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）
7	峰米（重庆）创新科技有限公司	董事	许可项目：建设工程设计；建筑智能化系统设计；电气安装服务。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准） 一般项目：软件开发；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；幻灯及投影设备制造；幻灯及投影设备销售；计算器设备制造；计算器设备销售；集成电路制造；集成电路销售；集成电路设

			计；显示器件制造；显示器件销售；软件销售；住房租赁；计算机及通讯设备租赁；信息系统集成服务；通信设备制造；通信设备销售；电子专用设备制造；电子专用设备销售；办公设备销售；电子产品销售；电子专用材料制造；电子专用材料销售；货物进出口；技术进出口；家用电器安装服务；人工智能行业应用系统集成服务；日用电器修理；专业设计服务；家用电器销售。（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）
8	纯米科技（上海）股份有限公司	董事	许可项目：食品销售；第二类增值电信业务。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）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；数据处理服务；货物进出口；技术进出口；电子产品销售；气体、液体分离及纯净设备销售；环境保护专用设备销售；家用电器销售；非电力家用器具销售；日用百货销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；厨具卫具及日用杂品批发；机械设备研发；卫生洁具研发；家用电器研发。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
9	青岛易来智能科技股份有限公司	董事	计算机软件、硬件、通讯设备及配件、家居用品、装饰用品、照明用品、电气设备、电工电料、电器、五金产品、电光源、照明器具、电器开关、家用电器、厨房卫浴洁具、家具家纺、智能家居产品的研发、技术转让、生产、加工、销售及安装服务；智能照明技术领域内的技术研发、技术咨询、技术服务、技术转让；照明系统的研发、设计、销售及咨询服务；货物与技术进出口业务
10	造梦者（浙江）科技有限公司	董事	一般项目：家用电器研发；机械设备研发；软件开发；家用电器制造；家用电器销售；制冷、空调设备制造；制冷、空调设备销售；机械电气设备制造；机械电气设备销售；家用电器安装服务；通用设备修理；光伏发电设备租赁；水资源专用机械设备制造；机械设备销售；光伏设备及元器件制造；光伏设备及元器件销售；太阳能发电技术服务；普通机械设备安装服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；货物进出口；技术进出口；进出口代理；电机及其控制系统研发；电机制造；发电机及发电机组销售（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）。（分支机构经营场所设在：浙江省金华市永康市东城街道黄棠村白水堰自然村 66 号 5 幢 3 楼西区）
11	峰米（北京）科技有限公司	董事	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；软件开发；机械设备销售；电子产品销售；货物进出口；技术进出口；专业设计服务；企业管理；企业管理咨询。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）（不得从事国家和本市产

			业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
12	东莞市净诺环境科技股份有限公司	董事	一般项目：环境保护专用设备制造；环境保护专用设备销售；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；家用电器安装服务；机械电气设备制造；机械电气设备销售；工业设计服务；专业设计服务；塑料制品制造；塑料制品销售；模具制造；模具销售；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）许可项目：消毒器械生产；消毒器械销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）
13	深圳中驱电机股份有限公司	董事	一般经营项目是：电机、齿轮箱、驱动控制器硬件及软件的研发与销售；电机零配件、机器人、智能机器设备、模具、五金产品的销售；国内贸易，货物及技术进出口。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；机械设备研发；电子产品销售；软件开发；软件销售；平面设计；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；日用百货销售；家居用品销售。风机、风扇制造；风机、风扇销售；电动机制造；风动和电动工具制造；风动和电动工具销售。（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），许可经营项目是：电机、齿轮箱、驱动控制器硬件及软件、电机零配件、机器人、智能机器设备、模具、五金产品的生产。
14	福建野小兽健康科技有限公司	董事	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；物联网技术研发；物联网技术服务；网络技术服务；技术推广服务；信息技术咨询服务；人工智能基础资源与技术平台；信息系统集成服务；软件开发；软件销售；人工智能应用软件开发；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；数字内容制作服务（不含出版发行）；互联网数据服务；虚拟现实设备制造；金属制品研发；体育用品制造；体育消费用智能设备制造；体育用品及器材批发；体育用品及器材零售；非公路休闲车及零配件销售；自行车及零配件零售；机械零件、零部件销售；体育用品设备出租；体育健康服务；租赁服务（不含出版物出租）；体育赛事策划；户外用品销售；纺织、服装及家庭用品批发；服装服饰零售；日用品销售；鞋帽批发；鞋帽零售；日用品批发；日用杂品销售；日用百货销售；显示器件销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；健身休闲活动；广播电视设备制造（不含广播电视传输设备）；计算机软硬件及辅助设备批发；计算机软硬件及辅助设备零售；摄影扩印服务；电子元器件制造；集成电路制造；电子元器件批发；电子元器件零售；服饰研发；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）许可项目：互联网信息服务；第二类增值电信业务；体育场地设施经营（不含高危险性体育运动）；食品互联网销售；食品互联网销售（销售预包装食品）；食品经营（销售散装食品）（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）
15	甄十信息科技（上海）有限公司	董事	许可项目：建设工程施工（核电站、管道安装工程、排供水管网除外）；货物进出口；技术进出口；基础电信业务；第一类增值电信业务；第二类增值电信业务。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：从事信息科技、计算机科技、自动化科技、通讯科
16	青岛尚美数智科技集团有限公司	董事	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；工程和技术研究和试验发展；酒店管理；物业管理；服务消费机器人销售；票据信息咨询服务；社会经济咨询服务；人工智能基础资源与技术平台；物联网技术研发；信息技术咨询服务；人工智能通用应用系统；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；软件开发；会议及展览服务；日用百货销售；卫生陶瓷制品销售；停车场服务；摄影扩印服务；采购代理服务。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：第二类增值电信业务。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）
17	深圳闪回科技有限公司	董事	一般经营项目是：信息技术推广、技术服务；网络产品、通讯产品、电子产品、数码产品及配件的研发与销售；经营电子商务；国内贸易（不含专营、专卖、专控商品）；经营进出口业务；通讯设备、智能硬件终端产品的租赁；市场营销策划。（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）；再生资源加工。（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），许可经营项目是：数码电子产品维修；拍卖业务（不含文物）。再生资源回收（除生产性废旧金属）；再生资源销售；废弃电器电子产品处理。第二类增值电信业务；在线数据处理与交易处理业务（经营类电子商务）。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）
18	深圳市亲邻科技有限公司	董事	一般经营项目是：计算机软硬件的技术研发与销售；计算机网络产品及周边设备、电子产品的销售；网络信息技术开发；电脑及周边产品的销售；不间断电源、稳压电源、防雷产品、安防类电子产品的销售；智能信息系统的技术开发与销售；门禁设备、安防产品的销售及安装；机电控制设备的维修及组装；投资咨询、信息咨询、礼仪策划、

			文化活动策划、市场营销策划、品牌策划、企业管理咨询（以上均不含限制项目）；从事广告业务（法律法规、国务院规定需另行办理广告经营审批的，需取得许可后方可经营）；展览展示策划；展台、展柜、橱窗的设计；电子商务（或者网上从事商品零售贸易（不含限制项目））、五金制品、家电、电子产品及元器件、家居用品、体育用品、汽车用品、日用百货、钟表、珠宝、工艺品、化妆品的零售；服装服饰、鞋帽、饰品、箱包的销售；电脑图文设计；家政服务；票务代理、旅游信息的咨询服务、健康咨询（不得从事诊疗活动）、教育咨询服务、互联网技术推广服务；国内贸易（不含专营、专卖、专控商品）。（以上各项涉及法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营），许可经营项目是：室内外装饰设计；装修装饰工程；预包装食品、酒类零售、保健食品销售；医疗器械及医疗设备销售；经营电信业务、增值电信业务。
19	厦门大白科技有限公司	董事	一般项目：软件开发；信息系统集成服务；专业设计服务；平面设计；工业设计服务；信息技术咨询服务；数据处理和存储支持服务；五金产品批发；五金产品零售；日用家电零售；家用电器销售；家用电器零配件销售；卫生洁具销售；卫生陶瓷制品销售；建筑装饰材料销售；建筑用金属配件销售；建筑材料销售；建筑陶瓷制品销售；家具销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；汽车零配件零售；汽车零配件批发；灯具销售；照明器具销售；技术进出口；货物进出口；国内集装箱货物运输代理；国内货物运输代理；陆路国际货物运输代理；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；通用设备修理；住宅水电安装维护服务；家用电器安装服务；普通机械设备安装服务；家具安装和维修服务；机械设备租赁；租赁服务（不含许可类租赁服务）；供应链管理服务；企业管理咨询；企业管理；非居住房地产租赁；住房租赁；物业管理；气体、液体分离及纯净设备销售。（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）许可项目：第一类增值电信业务；第二类增值电信业务；城市配送运输服务（不含危险货物）。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）
20	上海纽酷信息科技有限公司	董事	许可项目：第二类增值电信业务。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：从事计算机信息科技、电子科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，信息系统集成服务，电气安装，计算机维修，电子产品、通讯设备（除卫星电视广播地面接收设施）、数码产品、电子元器件、计算机软硬件及辅助设备

			（音像制品、电子出版物除外）、机械设备、工业自动控制系统装置的销售。集成电路制造；智能控制系统集成。（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）
21	宁波美高厨具有限公司	董事	许可项目：燃气燃烧器具安装、维修（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：厨具卫具及日用杂品研发；家具制造；家居用品制造；卫生洁具制造；卫生洁具销售；卫生洁具研发；金属制品销售；家具零配件生产；家具零配件销售；金属制品研发；五金产品零售；五金产品批发；家用电器制造；家用电器销售；家用电器零配件销售；家用电器研发；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；会议及展览服务；进出口代理；销售代理；货物进出口；非电力家用器具制造；非电力家用器具销售；燃气器具生产；五金产品制造；厨具卫具及日用杂品批发（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。
22	深圳前海帕拓逊网络技术有限公司	董事	一般经营项目是：电子产品、电子元器件、通信产品、数码产品、计算机应用软件的技术开发与销售；国内贸易（不含专营、专卖、专控商品）；经营进出口业务（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）。
23	石家庄市深度动画科技有限公司	董事	动漫形象设计；平面设计；多媒体动画设计、咨询，计算机软件开发销售，电视剧、电视综艺节目、电视专题节目、动画故事节目、专栏节目、广播剧的制作、电影制作（电影制片除外）。（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）
24	杭州面朝信息科技有限公司	董事	服务：计算机软件、网络技术的技术开发、技术服务，电子商务技术的技术开发，商务信息咨询（除证券、期货），国内广告的设计、制作、代理、发布（除新闻媒体及网络广告）；企业管理咨询，市场营销策划；批发、零售：计算机软硬件、电子产品、数码产品，日用百货，办公用品，教育信息咨询（除出国留学及留学中介）。（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）
25	佛山市芯耀环保科技有限公司	董事	一般项目：机械设备研发；厨具卫具及日用杂品研发；家用电器研发；新材料技术研发；家居用品制造；家用电器制造；日用陶瓷制品制造；生态环境材料制造；气体、液体分离及纯净设备制造；石墨及碳素制品制造；电子元器件制造；家用电器销售；家用电器零配件销售；家居用品销售；茶具销售；气体、液体分离及纯净设备销售；生态环境材料销售；石墨及碳素制品销售；电子元器件批发；电子元器件零售；国内贸易代理；销售代理；货物进出口；技术进出口；进出口代理；专业设计服务；家用电器安装服务；普通机械设备安装服务。（以上项目不涉及烟草，不涉及外商投资准入特别管理措施）（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）
26	佛山市星曼信息科技有限公司	董事	一般项目：家用电器研发；家用电器制造；家用电器销售；第一类医疗器械销售；第一类医疗器械生产；第二类医疗器械销售；智能机器人的研发；健康咨询服务（不含诊疗服务）；工业设计服务；家用电器零配件销售；家居用品销售；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；工程和技术研究和试验发展；信息技术咨询服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；咨询策划服务；市场营销策划；互联网销售（除销售需要许可的商品）；国内贸易代理；技术进出口；货物进出口。（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）许可项目：第二类医疗器械生产。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）
27	上海摩象网络科技有限公司	董事	一般项目：网络科技、软件科技、农业科技领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务，电子产品、通讯设备、仪器仪表、电子计算机软硬件及配件的销售，货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）。（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）
28	小白智能应用（深圳）有限公司	董事	一般经营项目是：计算机软硬件、网络技术、电子产品的技术研发、技术咨询、技术服务、技术转让与相关产品销售；计算机系统技术服务；基础软件技术服务；应用软件技术服务；软件的技术开发、产品设计、技术转让、技术咨询、技术服务；自行车、电动自行车、助力车及配件、五金制品、电子产品、塑胶制品的研发与销售；国内贸易、货物及技术进出口。（法律、行政法规或者国务院决定禁止和规定在登记前须经批准的项目除外），许可经营项目是：无
29	上海汉图科技有限公司	董事	一般项目：从事计算机科技、网络科技、智能科技、通信科技领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务；网络工程；计算机软硬件及配件的开发、销售；电子商务（不得从事金融业务）；商务信息咨询；自有设备租赁；电子产品、家用电器、音响器材、照相器材、办公设备的销售；从事货物及技术的进出口业务。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：第二类增值电信业务。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）
30	宁波心想科技有限公司	董事	家用电器研究、开发、制造、加工；物联网智能产品、软件技术、物联网技术研究、开发；家用电器、物联网智能产品、电源插头、纸制品、塑料制品、塑料原料批发、零售及网上销售；食品经营：食品销售；日用品批发、零售；计算机信息技术服务；自营和代理货物和技术的进出口，

			但国家限定经营或禁止进出口的货物和技术除外。（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）
31	深圳魔耳智能声学科技有限公司	董事	一般经营项目是：音响及音响配件的研发与销售；喇叭的研发与销售；智能家居用品的设计、研发、销售；家具、软装用品的设计与销售；多摄像头、摄像机外壳、安防电子产品的技术研发与销售；互联网家居系统的技术服务；依托第三方平台开展音响及音响配件、喇叭、智能家居用品、软装用品、多摄像头、摄像机外壳、安防电子产品的销售（不涉及外商投资准入特别管理措施）；进出口相关配套业务（涉及国营贸易、配额、许可证及专项管理规定的商品，按国家有关规定办理申请后经营）。家用视听设备销售；文化用品设备出租；休闲娱乐用品设备出租。（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），许可经营项目是：技术进出口；货物进出口。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）
32	杭州铜木主义家具股份有限公司	董事	一般项目：家具制造；家具销售；家具安装和维修服务；家具零配件销售；家居用品制造；互联网销售（除销售需要许可的商品）（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）。许可项目：货物进出口（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）。
33	上海文采实业有限公司	董事	从事模具、智能科技、计算机科技、信息科技、网络科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，企业管理咨询，电子产品、文具、办公用品、包装材料、家居用品、日用百货、箱包、服装鞋帽、玩具、工艺礼品、电脑配件及软件、针纺织品、体育用品、钟表、眼镜（不含隐形眼镜）、小家电的销售，商务信息咨询，市场营销策划，企业形象策划，文化艺术交流与策划，会务服务，展览展示服务，礼仪服务，电子商务（不得从事增值电信、金融业务），图文设计，广告设计、制作、代理、发布，从事货物及技术的进出口业务。【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】
34	北京蔚领时代科技有限公司	董事	互联网信息服务；技术开发、技术推广、技术服务、技术转让、技术咨询；计算机系统集成；基础软件服务；应用软件服务；设计、制作、代理、发布广告；货物进出口、技术进出口、代理进出口；计算机系统服务；软件开发。（该企业 2022 年 4 月 22 日前为内资企业，于 2022 年 4 月 22 日变更为外商投资企业；市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；互联网信息服务以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本区产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
35	速珂智能科技（上海）有限公	董事	一般项目：智能、电动车科技领域内的技术开发、技术服务、技术咨询、技术转让，摩托车及零配件批发，摩托车

	司		及零配件零售，销售电动自行车（电动自行车按本市产品目录经营），销售家用电器、日用百货、服装鞋帽、箱包、电子产品、橡胶制品、塑料制品、仪器仪表、通讯设备。（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）许可项目：货物进出口；技术进出口；第二类增值电信业务。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）
36	上海七十迈数字科技有限公司	公司原董事蒋文、公司原董事李文飚担任董事	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；货物进出口；技术进出口；信息技术咨询服务；软件开发；软件销售；智能车载设备制造；智能车载设备销售；汽车零部件及配件制造；汽车零配件批发；汽车零配件零售；汽车装饰用品制造；汽车装饰用品销售；可穿戴智能设备制造；可穿戴智能设备销售；助动车制造；电动自行车销售；助动自行车、代步车及零配件销售；安防设备制造；安防设备销售；智能家庭消费设备制造；智能家庭消费设备销售；物联网设备制造；物联网设备销售；物联网应用服务；智能家庭网关制造；数字家庭产品制造；数字视频监控系统制造；数字视频监控系统销售；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；电器辅件销售；智能机器人的研发；智能机器人销售；照明器具制造；照明器具销售；电池制造；电池销售；电池零配件生产；电池零配件销售；电子元器件制造；电子元器件批发；电子元器件零售；其他电子器件制造；储能技术服务；宠物食品及用品批发；宠物食品及用品零售；日用杂品制造；日用杂品销售；日用品批发；玩具制造；玩具、动漫及游艺用品销售；五金产品制造；五金产品批发；互联网销售（除销售需要许可的商品）；互联网数据服务；数据处理和存储支持服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；计算机软硬件及外围设备制造；计算机软硬件及辅助设备零售；广告设计、代理；广告制作；广告发布；电子产品销售；通讯设备销售；仪器仪表销售；电力电子元器件销售；日用品销售；体育用品及器材批发；体育用品及器材零售；办公用品销售。（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）
37	昆明埃舍尔科技有限公司	董事	一般项目：软件开发；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；智能农业管理；信息系统集成服务；数字技术服务；互联网数据服务；互联网安全服务；人工智能基础软件开发；人工智能应用软件开发；网络与信息安全软件开发；人工智能理论与算法软件开发；数字文化创意软件开发；数字内容制作服务（不含出版发行）；数字创意产品展览展示服务；电影摄制服务；文化用品设备出租；休闲娱乐用品设备出租；计算机及通讯设

			备租赁；广告设计、代理；广告发布；广告制作；专业设计服务；会议及展览服务；园区管理服务；国内贸易代理（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）。许可项目：第二类增值电信业务；互联网信息服务（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）。
38	上海莱枫生活用品有限公司	董事	一般项目：日用百货销售；橡胶制品销售；纸制品销售；个人卫生用品销售；日用玻璃制品销售；日用木制品销售；家居用品销售；塑料制品销售；家用电器销售；日用家电零售；金属制品销售；智能家庭消费设备销售；家用电器研发；家用电器制造【分支机构经营】；日用玻璃制品制造【分支机构经营】；橡胶制品制造【分支机构经营】；日用杂品制造【分支机构经营】；塑料制品制造【分支机构经营】；金属制日用品制造【分支机构经营】；日用木制品制造【分支机构经营】；智能家庭消费设备制造【分支机构经营】。（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）
39	上海有摩有样健康科技有限公司	董事	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；货物进出口；技术进出口；家用电器研发；家用电器销售；智能家庭消费设备销售；人工智能硬件销售；服务消费机器人销售；电子产品销售；仪器仪表销售；家居用品销售；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；办公用品销售；日用化学产品销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；软件开发；健康咨询服务（不含诊疗服务）。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
40	上海攸悟文化传播有限公司	董事	一般项目：组织文化艺术交流活动；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；专业设计服务；企业形象策划；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；市场营销策划；文具用品批发；办公用品销售；工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外）；电子产品销售；日用百货销售；体育用品及器材批发；计算机软硬件及辅助设备批发；通讯设备销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；软件开发；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）
41	深圳可思美科技有限公司	董事	医学研究及试验发展；医疗器械领域内的技术开发；从事检测技术、生物科技、计算机科技、数据科技专业领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让；健康管理咨询（不含医疗行为）；软件的研发、销售；国内贸易，货物及技术的进出口。^一类医疗器械、保健器材、护肤品、美容用品、化妆品、美容仪器、生物制品的技术开发、设

			计、生产、销售（以上不含需取得许可的医疗器械）；第二类医疗器械的销售；药品的销售。
42	乐渊网络科技（上海）有限公司	董事	网络科技（不得从事科技中介），从事计算机技术领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务，设计、制作、代理各类广告，利用自有媒体发布广告，动漫设计，产品设计，计算机、软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品）的销售，网络工程，从事货物及技术的进出口业务。【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】
43	南京遍宇未来居科技有限公司	董事	智能家居产品的研发、设计、销售、安装、维修；室内装饰工程设计；计算机系统集成服务；数据处理；软件开发；计算机软硬件、电子产品、家用电器、仪器仪表、机械设备、五金交电、通讯设备、日用百货销售；工程技术咨询。（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）
44	爱磁科技（宁波）有限公司	董事	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；工程和技术研究和试验发展；智能机器人的研发；工业设计服务；工业机器人制造；通用设备制造（不含特种设备制造）；服务消费机器人制造；五金产品制造；微特电机及组件制造；液力动力机械及元件制造；机床功能部件及附件制造；试验机制造；电机制造；轴承、齿轮和传动部件制造；通用零部件制造；齿轮及齿轮减、变速箱制造；轴承制造；汽车零部件及配件制造；汽车零部件研发；机械设备研发；金属制品研发；人工智能硬件销售；机械零件、零部件销售；机械设备销售；高速精密齿轮传动装置销售；智能机器人销售；齿轮及齿轮减、变速箱销售；轴承、齿轮和传动部件销售；工业自动控制系统装置销售；工业机器人销售；计算机软硬件及辅助设备零售；软件开发；信息系统集成服务；国内贸易代理；互联网销售（除销售需要许可的商品）；进出口代理；技术进出口；货物进出口（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）。
45	无锡青禾小贝科技有限公司	董事	牙齿清洗护理技术的技术开发；计算机软硬件、网络技术的技术开发、技术服务、技术咨询、技术转让；化工产品及原料（不含危险品）、塑料制品、通用设备及配件、专用设备及配件、仪器仪表、医疗用品及器材、家庭用品、电子产品、通讯及广播电视设备（不含卫星电视广播地面接收设施及发射装置）、玩具的销售；医疗仪器设备及器械的生产；化妆品的研发；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）。（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）
46	上海织识智能科技有限公司	董事	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；货物进出口；技术进出口；信息系

			统集成服务；人工智能应用软件开发；软件开发；汽车零部件研发；企业管理；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；企业管理咨询；计算机软硬件及辅助设备零售；云计算设备销售；电子产品销售；人工智能硬件销售；计算器设备销售；电子测量仪器销售；智能仪器仪表销售；软件销售；可穿戴智能设备销售；汽车零配件批发；汽车零部件及配件制造。（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）
47	北京爱其科技有限公司	董事	玩具、智能机器人的技术开发、技术咨询、技术转让；软件开发；销售电子产品、玩具、自行开发的产品；货物进出口、技术进出口、代理进出口；委托加工电子产品；产品设计。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
48	星河视效科技（北京）有限公司	董事	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；数字技术服务；数字内容制作服务（不含出版发行）；广告设计、代理；广告发布；软件开发；人工智能应用软件开发；基于云平台的业务外包服务；互联网销售（除销售需要许可的商品）；市场营销策划。（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）许可项目：第二类增值电信业务；在线数据处理与交易处理业务（经营类电子商务）；演出经纪。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）（不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
49	西安蜂语信息科技有限公司	董事	一般项目：日用化学产品制造；电力电子元器件制造；家用电器制造；照明器具制造；通信设备制造；移动通信设备制造；卫星移动通信终端制造；集成电路制造；仪器仪表制造；光学仪器制造；日用杂品制造；仪器仪表修理；通信传输设备专业修理；家用电器销售；照相器材及望远镜批发；计算机软硬件及辅助设备批发；通讯设备销售；仪器仪表销售；电子元器件批发；化妆品批发；日用品批发；化妆品零售；日用品销售；户外用品销售；照相器材及望远镜零售；计算机软硬件及辅助设备零售；通信设备销售；电子元器件零售；光学仪器销售；集成电路销售；移动通信设备销售；卫星移动通信终端销售；卫星通信服务；网络技术服务；软件开发；集成电路设计；信息系统集成服务；卫星技术综合应用系统集成；信息系统运行维护服务；信息技术咨询服务；计算机系统服务；计算机及通讯设备租赁；工业设计服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；家用电器研发；计算机及办公设备维修；通讯设备修理；日用电器修理；

			日用产品修理；货物进出口；贸易经纪；技术进出口；进出口商品检验鉴定；进出口代理。（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）
50	河北爱其科技有限公司	董事	智能机器人及物联网软件的研发、生产、销售；打印机及耗材的研发、生产、销售；教学教具的研发、销售；计算机系统集成；计算机软、硬件的开发和技术咨询服务；展览展示服务；动漫设计；文化产品、玩具、电子产品、机械设备、通讯设备、计算机软件及辅助设备的批发、零售；塑胶制品（医用塑胶除外）、电子出版物销售（凭许可证经营）、电子元器件的代理销售。（以上经营范围涉及许可经营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营）
51	东阳奇树有鱼文化传媒有限公司	董事	一般项目：电影摄制服务；电影制片；文艺创作；文化娱乐经纪人服务；组织文化艺术交流活动；租借道具活动；广告制作；版权代理；摄像及视频制作服务；广告设计、代理；广告发布；专业设计服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；项目策划与公关服务；服装服饰出租；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。许可项目：广播电视节目制作经营；电视剧制作；电视剧发行；电影发行；第二类增值电信业务；网络文化经营（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）。
52	小卫（上海）生物科技有限公司	董事	许可项目：货物进出口、技术进出口。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：从事生物科技（人体干细胞、基因诊断与治疗技术开发和应用除外）、网络科技领域内的技术开发、技术转让、技术服务、技术咨询；化工原料及产品（除危险化学品、监控化学品、民用爆炸物品、易制毒化学品）、家用电器、洗涤用品、家居用品、日用百货、消毒产品（除危险品）、化妆品的销售（含网上销售）；从事家用电器的生产制造。（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）
53	北京米和花影业有限公司	董事	广播电视节目制作；电影摄制；技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；销售文具用品、服装、计算机、软件及辅助设备、工艺品、针纺织品、鞋帽；设计、制作、代理、发布广告、承办展览展示活动；会议服务；组织文化艺术交流活动（不含演出）；公共关系服务；服装设计；产品设计；文艺创作；摄影、扩印服务；版权贸易；租赁影视器材、服装。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；广播电视节目制作以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

54	北京青禾谷仓科技集团有限公司	董事	许可项目：出版物零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）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；企业管理；财务咨询；市场调查（不含涉外调查）；企业管理咨询；教育咨询服务（不含涉许可审批的教育培训活动）；广告设计、代理；广告发布；广告制作；会议及展览服务；包装服务；工程和技术研究和试验发展；专业设计服务；数据处理服务；计算机及办公设备维修；软件开发；服装服饰零售；日用杂品销售；鞋帽零售；箱包销售；咨询策划服务。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）（不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
55	尊湃通讯科技（南京）有限公司	董事	（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）一般项目：专业设计服务；集成电路销售；计算机软硬件及辅助设备零售；通信设备销售；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；集成电路设计；半导体器件专用设备制造；半导体器件专用设备销售；集成电路芯片及产品销售；集成电路芯片及产品制造；通讯设备销售；通讯设备修理；移动通信设备销售；移动终端设备销售（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）
56	珠海云麦科技有限公司	董事	一般项目：人工智能应用软件开发；软件开发；人工智能硬件销售；软件销售；工业互联网数据服务；专业设计服务；体育用品及器材制造；体育消费用智能设备制造。（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）许可项目：互联网信息服务。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）
57	南京酷科电子科技有限公司	董事	一般项目：电子产品销售；电池销售；电池零配件销售；光伏设备及元器件销售；光伏设备及元器件制造；储能技术服务；配电开关控制设备研发；机械电气设备制造；机械电气设备销售；新能源汽车换电设施销售；配电开关控制设备销售；配电开关控制设备制造；汽车零部件及配件制造；新能源汽车电附件销售；其他电子器件制造；充电桩销售；输配电及控制设备制造；智能输配电及控制设备销售；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；软件开发；软件销售；货物进出口；技术进出口；电子专用材料销售；智能家庭消费设备制造；智能家庭消费设备销售；非电力家用器具制造；非电力家用器具销售（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）
58	南京小沐电子科技有限公司	董事	许可项目：技术进出口；货物进出口（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：五金产品零售；厨具卫具及日用杂品批发；厨具卫具零售；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；智能家庭消费设备制造；电子元器件批发；通信设备零售；移动通信设备制造；消毒剂销售；日用品零售；五金产品批发；日用化学产品销售（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）
59	深圳市蜘蛛人智能科技有限公司	董事	一般经营项目是：技术开发、技术推广；产品设计；机械设备、电子产品、家用电器、日用品的销售；一类、二类医疗器械的销售；国内外贸易；货物及技术进出口。许可经营项目是：无
60	杭州多普商贸有限公司	董事	销售及进出口：服装、鞋帽、针纺织品、皮革制品、箱包、日用百货、饰品；服务：企业管理咨询、商务信息咨询。（涉及国家规定实施准入特别管理措施的除外）（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）
61	深圳市宗匠科技有限公司	董事	一般经营项目是：从事信息技术、净水设备、空气净化器及提供相关技术的技术开发；电子产品的销售；经营电子商务；网络商务服务、数据库服务、数据库管理；研发、销售机械设备、五金产品、电子产品、文化用品、体育用品、服装、纺织品、针织品、首饰、工艺品、日用百货、化妆品、家具、钟表、眼镜、箱、包、卫生用品类、厨房、卫生间用具、灯具、家用电器、装饰物品、计生用品、床上用品、家居用品、美容仪器及设备、电动牙刷、按摩器材、日用礼品、图智能家电及配件、智能机器人、凝胶、凝胶贴；国内贸易（不含专营、专卖、专控商品）；经营进出口业务；食品、医疗用品研发；会议展览、企业形象策划；文化活动策划；礼仪服务、会务服务；市场营销策划；展览展示策划；从事广告业务；信息咨询（不含限制项目）；经济信息咨询（不含限制项目）；企业管理咨询（不含限制项目）；商务信息咨询；商业信息咨询；冶金工程技术研究；能源科学技术研究；计算机科学技术研究；土木工程研究；水利工程研究；交通运输工程研究；食品科学技术研究；工业设计、工业产品设计、平面设计、结构设计、时装设计、包装装潢设计、多媒体设计、动漫及衍生产品设计、动漫产品设计、饰物装饰设计、展台设计、规划模型设计、沙盘模型设计；科技信息咨询、生物医疗技术研究、材料科学研发、软医学研发。第二类医疗器械零售。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动），许可经营项目是：加工、生产、制造机械设备、五金产品、电子产品、文化用品、体育用品、服装、纺织品、针织品、首饰、工艺品、日用百货、化妆品、家具、钟表、眼镜、箱、包、卫生用品类（护肤用品、头发护理用品、香水、妇女卫生用品、卫生纸、纸巾、洗漱用品等）、厨房、卫生间用具、灯具、家用电器、装饰物

			品、食品、医疗用品、计生用品、床上用品、家居用品、美容仪器及设备、电动牙刷、按摩器材、日用礼品、图智能家电及配件、智能机器人、凝胶、凝胶贴；食品、医疗用品加工、生产、制造、销售。第二类医疗器械生产；第二类医疗器械销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）；第三类医疗器械生产；第三类医疗器械经营。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）
62	宁波轻美电器科技有限公司	董事	一般项目：家用电器研发；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；家用电器安装服务；家用电器零配件销售；会议及展览服务；日用家电零售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；市场营销策划；市场调查（不含涉外调查）；广告制作；卫生洁具研发；卫生洁具销售；国内货物运输代理；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；气体、液体分离及纯净设备销售；技术进出口；货物进出口；进出口代理（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）。以下限分支机构经营：一般项目：家用电器制造；卫生洁具制造（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）
63	北京米糖文化创意有限公司	董事	组织文化艺术交流活动（不含演出、棋牌室）；产品设计；模型设计；包装设计；工艺美术设计；服装设计；电脑图文设计、制作；室内外装饰设计；玩具设计；技术推广服务；投资管理；市场调查；企业形象设计；市场营销策划；承办展览展示活动；文艺创作；三维动画设计；设计、制作、代理、发布广告；销售家用电器、家具、电子产品、办公用品、日用品、玩具、文具用品、服装鞋帽、箱包、针纺织品、通讯设备及配件、文化用品、纸制品、工艺品（不含文物、象牙及其制品）、珠宝首饰（不含进口黄金）、化妆品、食用农产品；货物进出口；代理进出口；技术进出口；票务代理；餐饮服务；出版物零售；销售食品。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；餐饮服务；出版物零售；销售食品以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
64	秒秒测科技（北京）有限公司	董事	技术开发、技术咨询、技术服务、技术推广、技术转让；企业管理；投资管理；资产管理；经济贸易咨询；企业策划、设计；组织文化艺术交流；健康管理、健康咨询（须经审批的诊疗活动除外）；医学研究与试验发展；委托加工；货物进出口；技术进出口；代理进出口；销售文化用品、体育用品、工艺品、玩具、日用品、计算机、软件及辅助设备、电子产品、医疗器械（限Ⅰ、Ⅱ类）、机械设

			备、电气设备、通讯设备；销售食品；出版物零售。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”；企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；出版物零售、销售食品以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
65	北京格物世纪科技有限公司	董事	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；通信设备销售；大数据服务；计算机软硬件及辅助设备批发；计算机软硬件及辅助设备零售；智能控制系统集成；通信交换设备专业修理；日用电器修理；仪器仪表修理；计算机及办公设备维修；软件开发；人工智能应用软件开发；网络与信息安全软件开发；物联网应用服务；物联网设备销售；物联网技术研发；物联网技术服务；网络技术服务；信息系统集成服务；数据处理和存储支持服务；工程管理服务；互联网销售（除销售需要许可的商品）；网络设备销售；电子产品销售；可穿戴智能设备销售；智能机器人的研发；人工智能硬件销售；智能家庭消费设备销售；智能基础制造装备销售；五金产品零售；货物进出口；技术进出口；进出口代理。（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）许可项目：建筑智能化系统设计；互联网信息服务。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）（不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
66	北京深纳普思人工智能技术有限公司	董事	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；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；化工产品生产（不含许可类化工产品）；化工产品销售（不含许可类化工产品）；生物化工产品技术研发；智能仪器仪表销售；健康咨询服务（不含诊疗服务）；技术进出口；货物进出口。（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）许可项目：第三类医疗器械生产；第三类医疗器械经营。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）（不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
67	上海柚家科技有限公司	董事	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；网络技术服务；物联网技术服务；科技中介服务；纸制品销售；个人卫生用品销售；产业用纺织制成品销售；母婴用品销售；化妆品零售；日用百货销售；智能家庭消费设备销售；食品用洗涤剂销售；日用

			化学产品销售；体育用品及器材零售；办公用品销售；家用电器销售；消毒剂销售（不含危险化学品）；汽车零配件零售；气体、液体分离及纯净设备销售；汽车装饰用品销售；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）
68	北京疯景科技有限公司	董事	技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务、技术推广；影视策划；组织文化艺术交流活动（不含演出）；教育咨询；文化咨询；体育咨询；销售计算机、软件及辅助设备、电子产品、电子元器件、照相器材、工艺品、礼品、家用电器、通讯设备、安全防范技术产品、汽车配件、玩具、小饰品、家具、照明设备、日用品、塑料制品、汽车用品、消防器材、陶瓷制品、卫生间用品、橡胶制品、纸制品、文化体育用品、健身器材；软件开发；代理进出口、技术进出口、货物进出口；委托加工电子产品、照相器材；维修电子产品；出版物零售。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；出版物零售以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
69	上海墨案智能科技有限公司	董事	许可项目：各类工程建设活动；第二类增值电信业务；互联网信息服务。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：从事智能科技、计算机科技、软件科技、通讯科技、电子科技、信息科技、网络科技、自动化科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，动漫设计，软件开发，计算机系统集成，通讯设备、电子产品、家用电器、灯具、办公文具、机电设备的销售，电子商务（不得从事金融业务）。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
70	深圳市智听科技有限公司	董事	一般经营项目是：电子产品的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；集成电路芯片设计、开发及销售。，许可经营项目是：计算机、软件及辅助设备的生产与销售；第二类医疗器械（助听器）的技术开发、生产、批发、零售；货物进出口。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）
71	上海梦之巡礼文化有限公司	董事	一般项目：组织文化艺术交流活动；会议及展览服务；机械设备租赁；非居住房地产租赁；包装服务；企业管理咨询；市场营销策划；企业形象策划；项目策划与公关服务；专业设计服务；国内货物运输代理；软件开发；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；票务代理服务；工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外）；礼品花卉销售；文具用品零售；文具用品批发；计算机软硬件及辅助设备批发；计算机软硬件及辅助设备零售；服装服饰批发；服装服饰零售；建筑装饰材料销售；

			鞋帽批发；鞋帽零售；箱包销售；日用品销售；电子产品销售；照相机及器材销售；眼镜销售（不含隐形眼镜）；钟表销售；美发饰品销售；化妆品零售；化妆品批发；玩具、动漫及游艺用品销售；货物进出口；技术进出口；食品销售（仅销售预包装食品）。（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）
72	青岛鳍源创新科技有限公司	董事	一般项目：智能机器人的研发；智能机器人销售；工业机器人制造；工业机器人销售；工业机器人安装、维修；特殊作业机器人制造；服务消费机器人制造；服务消费机器人销售；人工智能硬件销售；工业设计服务；环境应急检测仪器仪表销售；导航、测绘、气象及海洋专用仪器销售；环境保护专用设备制造；环境保护专用设备销售；海洋水质与生态环境监测仪器设备销售；海水养殖和海洋生物资源利用装备销售；水质污染物监测及检测仪器仪表销售；电子元器件与机电组件设备制造；电子元器件零售；市政设施管理；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；业务培训（不含教育培训、职业技能培训等需取得许可的培训）。（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）许可项目：货物进出口；技术进出口。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）
73	南京机器岛智能科技有限公司	董事	许可项目：第二类增值电信业务；互联网信息服务；出版物互联网销售；出版物零售；电子出版物制作；出版物批发；第二类医疗器械生产；货物进出口（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：广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位）；广告设计、代理；文具用品零售；文具用品批发；第二类医疗器械销售；软件开发；软件销售；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；玩具制造；玩具销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；图文设计制作；文艺创作；广告制作；劳动保护用品生产；劳动保护用品销售；家具制造；家具销售；眼镜制造；眼镜销售（不含隐形眼镜）（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）
74	苏州坦途智能科技有限公司	董事	许可项目：技术进出口；进出口代理；货物进出口（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）
75	义乌市完型科技有限公司	董事	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；品牌管理；市场营销策划；专业设计服务；咨询策划服务；互联网销售（除销售需要许可的商品）；企业管理咨询；软件开发；社会经济咨询服务；企业形象策划；会议及展览服务；礼仪服务；娱乐性展览；

			服装服饰批发；服装辅料销售；箱包销售；针纺织品销售；针纺织品及原料销售；日用百货销售；鞋帽批发；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；珠宝首饰批发；化妆品批发；五金产品批发；图文设计制作（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）。
76	深圳市不要音乐文化有限公司	董事	一般经营项目是：文化艺术交流活动策划；文化艺术咨询服务；教育网络平台开发；教育信息咨询；票务代理；机械设备租赁；从事广告业务；版权代理；经营电子商务;；服饰、箱包、智能设备、手机配件、生活用品、工艺礼品的销售；网络技术开发、技术咨询及技术服务；计算机技术开发、技术咨询及技术服务；，许可经营项目是：文艺创作与表演；广播、电视、电影和录音制作与发行；网络音频、视频服务；音像的制作与发行；商场演艺服务；互联网信息服务；从事文化经纪业务；文化娱乐经纪代理；演出经纪；艺人经纪服务。
77	成都钕娲创造科技有限公司	董事	从事玩具、智能机器人及相关领域的技术研发、技术咨询；玩具、智能机器人产品的批发、生产（仅限分支机构在工业园区内经营）；玩具、智能机器人、计算机软件、集成电路、人工智能、智能设备领域内的技术开发、技术咨询、技术服务和技术转让；信息系统集成服务；市场信息咨询；通讯产品（不含卫星地面接收设备和无线电发射设备）、智能设备、计算机软件、教学设备、电子产品、计算机软件的批发、佣金代理（不含拍卖）、进出口业务及其它相关配套业务。（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）
78	福州市鼓楼区速型互动网络科技有限公司	董事	计算机网络技术的技术开发、技术服务、技术咨询、技术转让；文化艺术交流活动的组织策划；体育赛事活动组织策划；电子产品、办公用品、日用品、文具用品、教学设备、服装、鞋帽、箱包、针纺织品、化妆品、工艺品（象牙及其制品除外）、体育用品的网上经营、批发、代购代销；市场营销策划。（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）
79	深圳黑桃黑科技有限公司	董事	一般经营项目是：软件开发，技术咨询、设计；计算机软件、通讯设备、电子产品、玩具、手机电脑周边配件、办公用品的设计，技术开发与销售。游戏软件、动漫的设计。
80	飞彗智能照明（上海）有限公司	董事	智能家居照明和控制设备的研发、设计，销售自产产品；配套软件的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让；上述产品同类商品的批发、零售、进出口，佣金代理（拍卖除外），并提供相关配套服务（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理申请）。【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】
81	福建省佑旅优品科技有限公	董事	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；针纺织品销售；针纺织品及原料销

	司		售；服装辅料销售；羽毛（绒）及制品销售；箱包销售；服装服饰批发；家用电器销售；家用电器零配件销售；家用电器研发；电子产品销售；厨具卫具及日用杂品批发；日用品销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；家用电器制造；汽车装饰用品销售；汽车装饰用品制造；化妆品批发；日用杂品销售；母婴用品销售；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；服装服饰零售；汽车零配件批发；汽车拖车、求援、清障服务；喷枪及类似器具销售；智能输配电及控制设备销售；品牌管理；皮革制品销售；新能源汽车整车销售；电动汽车充电基础设施运营；表面功能材料销售；电池销售；汽车旧车销售；新能源汽车换电设施销售；汽车零配件零售；洗车服务；电气信号设备装置销售；汽车新车销售；轮胎销售；玻璃纤维及制品销售；机动车修理和维护；智能车载设备销售；导航终端销售（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）。
82	广州数说故事信息科技有限公司	董事	计算机软硬件及辅助设备批发；计算机软硬件及辅助设备零售；软件销售；大数据服务；软件开发；信息系统集成服务；数据处理和存储支持服务；信息技术咨询服务；市场营销策划；广告设计、代理；广告制作；品牌管理；广告发布第二类增值电信业务
83	米火（上海）智能科技有限公司	董事	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；信息技术咨询服务；信息系统集成服务；日用百货销售；五金产品零售；机械设备销售；第一类医疗器械销售；电子产品销售；化妆品零售；玩具销售；摩托车及零配件零售；汽车零配件零售；办公用品销售；服装服饰零售；家用电器销售；通讯设备销售；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；日用电器修理；气体、液体分离及纯净设备销售；会议及展览服务。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：食品销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）
84	SATP Holding Inc.	董事	-
85	iHealth Inc.	董事	-
86	FEIZHI Lighting Technology Co. Limited	董事	-
87	Aqara International Ltd	董事	-
88	Lumi United	董事	-

	Service Limited		
89	CELL ROBOTICS INC.	董事	-
90	FENXIANG FAMILY INC	董事	-
91	NUWA Robotics Corp.	董事	-
92	Milian Technology Inc.	董事	-
93	King Cinema Holdings Limited	董事	-

蒋文、何一波均为投资机构委派董事，主要通过董事会履行职责，其在其他公司兼职未影响其在公司履行勤勉尽责义务。

报告期内，公司的相关董事、监事均依法出席了公司所召开的历次董事会会议、监事会会议并行使了表决权，不存在缺席董事会会议、监事会会议的情形，勤勉尽责地履行了董事、监事的职责；蒋文、何一波等委派董事、监事的对外兼职事项未影响其对公司履行勤勉尽责义务。报告期内，公司高级管理人员无兼职或兼职数量较少，能够确保其将时间和精力集中于公司的经营管理，勤勉尽责地履行高级管理人员的职责。

根据《公司法》第一百八十三条的规定，“董事、监事、高级管理人员，不得利用职务便利为自己或者他人谋取属于公司的商业机会。”第一百八十四条的规定，“董事、监事、高级管理人员未向董事会或者股东会报告，并按照公司章程的规定经董事会或者股东会决议通过，不得自营或者为他人经营与其任职公司同类的业务”。

原董事蒋文、董事何一波及其他公司董事、监事、高级管理人员出具了确认函或承诺函，确认或承诺在任职期间不存在为自己或他人谋取属于公司的商业机会或经营同类业务的情况，不存在违反《公司法》关于竞业禁止相关规定的情形。

综上，截至本问询回复出具之日，公司部分董事、监事、高级管理人员存在兼职较多情形，但未影响其在公司履行勤勉尽责义务，不存在为自己或他人谋取

属于公司的商业机会或经营同类业务的情形，不存在违反《公司法》关于竞业禁止相关规定的情形。

【中介机构回复】

请主办券商、律师核查上述事项并发表明确意见

（一）核查过程

就该问题，履行了包括但不限于以下核查程序：

1、查阅公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员签署的调查表；

2、查阅公司关于现有核心技术及来源的说明；

3、通过公开渠道查询公司核心技术人员在原任职单位是否作为发明人参与专利研发；

4、通过中国裁判文书网、中国执行信息公开网等网站，查询公司及核心技术人员是否涉及竞业禁止、知识产权、商业秘密等纠纷；

5、查阅报告期内公司董事、监事、高级管理人员变动相关三会文件；

6、通过国家企业信用信息公示系统、企查查等网站，查询公司董事、监事、高级管理人员相关兼职企业的经营范围；

7、取得公司相关董事、监事、高级管理人员出具的确认函或承诺函。

（二）核查结论

1、公司核心技术人员靳国强与原任职单位不存在保密、竞业限制的约定，不存在竞业禁止纠纷、技术纠纷及其他潜在纠纷；公司核心技术人员王宁扬不存在任职于其他单位的情况。公司现有核心技术均来源于公司自主研发，公司核心技术和相关专利不涉及核心技术人员之前在其他单位任职时的职务发明，公司及核心技术人员不存在侵犯他人知识产权、商业秘密的纠纷或潜在纠纷；

2、报告期内原财务总监等董监高离职具有合理性，原财务总监对任职期间公司的财务规范性、真实性等不存在异议；

3、截至本问询回复出具之日，公司部分董事、监事、高级管理人员存在兼职较多情形，但未影响其在公司履行勤勉尽责义务，不存在为自己或他人谋取属于公司的商业机会或经营同类业务的情形，不存在违反《公司法》关于竞业禁止相关规定的情形。

（5）其他

请公司：①结合北京易起跑企业管理中心（有限合伙）、北京易启跑科技有限公司实际从事的业务说明其与公司产品或服务是否存在替代性、竞争性，是否与公司存在利益冲突。②结合具体法律法规说明劳务派遣比例超过 10%是否存在被处罚风险，是否构成重大违法违规，规范整改情况，期后是否再次发生。③说明继受取得专利和商标权的具体情况，包括但不限于背景、价格、定价依据及公允性，是否属于转让人员的职务发明、是否已按规定办理转让手续、是否存在权属纠纷争议。④结合业务开展情况，对公开转让书说明书“报告期内的主要财务指标分析”段落涉及的盈利（营业收入、毛利率）、偿债、营运、现金流量分析进行补充分析，定量说明业务变动对财务数据影响。⑤说明报告期内交易性金融资产变动的具体原因，理财产品的具体内容，包括但不限于产品类型、名称、金额、年化收益率、报告期内收益情况及入账方式、资金来源、投资方向、风险评级、投资决策程序履行情况、风险监控管理措施及有效性；说明前述投资资金的具体流向，是否涉及关联方资金占用；结合报告期内交易性金融资产的特征，说明其分类和计量是否符合《企业会计准则》的相关规定。⑥补充披露“与财务会计信息相关的重大事项判断标准”。⑦说明报告期内，公司与北京易来博科技有限公司形成其他应收款的原因、背景、交易内容，财务报表列示是否符合《企业会计准则》的相关规定。

请主办券商、律师核查上述事项①至③并发表明确意见。请主办券商、会计师核查上述事项④至⑦并发表明确意见。

【公司回复】

一、结合北京易起跑企业管理中心（有限合伙）、北京易启跑科技有限公司实际从事的业务说明其与公司产品或服务是否存在替代性、竞争性，是否与公司存在利益冲突

北京易起跑企业管理中心（有限合伙）（以下简称“易起跑合伙企业”）系公司实际控制人景志峰持有 81.67%份额并担任执行事务合伙人的合伙企业，北京易启跑科技有限公司（以下简称“易启跑公司”）系公司实际控制人景志峰担

任董事的公司，易起跑合伙企业、易启跑公司实际从事的业务均与公司产品及服务存在较大差异，具体分析如下：

金史密斯主要从事折叠智能健身器材的设计、研发、生产与销售，产品包括折叠智能走步机、折叠智能跑步机、折叠智能划船机及其他健康功能产品与配件等。公司致力于将折叠理念融入产品工业设计，在结构设计控制系统、材料选型、智能交互等层面进行深入研究，结合理论建模与生产实践，创新打造一系列具备折叠结构与智能控制算法的智能运动健身器材，同时自主搭建 IoT 系统与智能 App 并持续进行产品与技术迭代，不断提高客户体验。

根据易起跑合伙企业、易启跑公司的说明，并经检索国家企业信息公示系统及易启跑公司官网，易起跑合伙企业无实际经营业务，系持有易启跑公司股权的持股平台；易启跑公司的主营业务为提供线上跑团社交平台服务，通过旗下 EPK 跑步 APP 提供企业运动健康管理方案，包括成立企业跑团、跑团成员 PK、个人运动打卡、户外赛事组织与挑战等；金史密斯旗下 APP 用于使用金史密斯产品时运动数据的归集及展示，易启跑公司旗下 EPK 跑步 APP 与金史密斯旗下 App 业务定位及功能不同，具有较大差异。

综上，易起跑合伙企业、易启跑公司未经营与公司相同或相似的产品或服务，与公司产品或服务不具有替代性、竞争性，与公司不存在利益冲突。

二、结合具体法律法规说明劳务派遣比例超过 10%是否存在被处罚风险，是否构成重大违法违规，规范整改情况，期后是否再次发生

根据《中华人民共和国劳动合同法》第六十六条的规定，“用工单位应当严格控制劳务派遣用工数量，不得超过其用工总量的一定比例，具体比例由国务院劳动行政部门规定”，第九十二条的规定，“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”。

根据《劳务派遣暂行规定》第四条的规定，“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%”，第二十八

条的规定，“用工单位未将本规定施行前使用的被派遣劳动者数量降至符合规定比例之前，不得新用被派遣劳动者”。

根据公司提供的资料及说明，报告期内，山东金史密斯、厦门金史密斯存在使用的被派遣劳动者数量超过其用工总量的 10%的情形，不符合《中华人民共和国劳动合同法》《劳务派遣暂行规定》的相关规定。公司自 2024 年 1 月起对劳务派遣用工形式进行了整改。截至 2024 年 6 月末，公司已不存在劳务派遣用工数量超过 10%的情况，且报告期后未发生劳务派遣用工数量超过 10%的情形。

2024 年 7 月 26 日，淄博市博山区人力资源和社会保障局出具《证明》，“自 2022 年 1 月 1 日至本专项证明出具之日，山东金史密斯曾存在将部分劳务派遣用工以劳务外包形式用工、超比例使用劳务派遣用工以及与不具备劳务派遣资质的公司合作的等用工不规范的情形，但已完成全面整改，前述山东金史密斯的劳务派遣用工事项不构成重大违法违规行为，我局作为主管部门不予行政处罚。除前述事项之外，截止专项证明出具之日，山东金史密斯目前的劳动用工符合劳动保障等领域相关法律、法规和规范性文件的规定，不存在因违反劳动保障相关法律、法规或规范性文件而被调查或受到处罚的情形”。

2024 年 7 月 25 日，厦门市人力资源和社会保障局出具的《厦门市劳动保障信用报告》，“自 2022 年 1 月 1 日至本报告出具之日，厦门金史密斯未因违反劳动保障法律法规受到市人力资源和社会保障行政部门的行政处罚和行政处理”。

公司控股股东、实际控制人景志峰出具了《关于劳务派遣用工事项的承诺函》，承诺：“如果公司由于违反《中华人民共和国劳动合同法》《劳务派遣暂行规定》等关于劳务派遣的相关规定而承担任何罚款或损失，本人将全额承担，并赔偿因此给公司造成的损失。”

综上，公司曾存在的劳务派遣比例超过 10%的情形不符合《中华人民共和国劳动合同法》《劳务派遣暂行规定》的相关规定，但公司已对劳务派遣用工完成规范整改，报告期后未再次发生，且公司报告期内未因上述情形受到行政处罚，该事项不构成重大违法违规，不构成本次挂牌的实质性障碍。

三、说明继受取得专利和商标权的具体情况，包括但不限于背景、价格、定价依据及公允性，是否属于转让人员的职务发明、是否已按规定办理转让手续、是否存在权属纠纷争议

（一）继受取得专利的具体情况

根据公司提供的资料及说明，截至本问询回复出具之日，金史密斯继受取得的专利情况如下：

序号	专利权人	专利名称	专利号	专利类型	授权公告日	取得方式	是否签署协议	是否支付价款
1	金史密斯	通过脉冲信号控制跑步机速度的控制方法	ZL201810536802.2	发明	2021.04.06	继受取得，2020.04.17受让自轻奔智能科技（上海）有限公司（以下简称“轻奔智能”）	是	是
2	金史密斯	跑步机	ZL201830262587.2	外观设计	2019.03.19	继受取得，2020.04.17受让自轻奔智能	是	是
3	金史密斯	结合音乐BPM的跑步设备	ZL201721610269.7	实用新型	2018.09.04	继受取得，2020.04.21受让自轻奔智能	是	是
4	金史密斯	跑步机的激光投射结构	ZL201721609032.7	实用新型	2018.07.31	继受取得，2020.04.21受让自轻奔智能	是	是
5	金史密斯	与跑步步频同步的跑步机灯光结构	ZL201721635808.2	实用新型	2018.06.05	继受取得，2020.04.28受让自轻奔智能	是	是
6	金史密斯	一种跑步机智能体感控制方法及设备	ZL201510274192.X	发明	2017.07.04	继受取得，2017.06.27受让自扁豆科技	否	否

就上表第1-5项受让自轻奔智能的专利：2018年11月，金史密斯有限因业务发展需要决定引入堵南雄（轻奔智能实际控制人、执行董事兼总经理）进入公司工作，同时经协商约定轻奔智能将其拥有的5项已授权（即上表第1-5项专利）及3项申请中专利转让至金史密斯有限，转让价格为人民币200,000元。金史密斯有限已支付前述专利转让款。上表第1-5项专利的相关转让手续已完成，拟转让的3项申请中专利后续被驳回专利申请。

就上表第 6 项受让自扁豆科技的专利，2017 年 6 月 27 日，金史密斯有限自当时的子公司扁豆科技继受取得专利号为 ZL201510274192.X 的发明专利，相关转让手续已完成，不存在权属纠纷争议。

（二）继受取得商标的具体情况

根据公司提供的资料及说明，截至本问询回复出具之日，金史密斯继受取得的商标情况如下：

序号	权利人	商标注册号	商标	核定类别	有效期	取得方式	是否签署协议	是否支付价款
1	金史密斯	28390844	HiTGo	第 28 类	2018.11.28-2028.11.27	继受取得，2020.06.06 受让自轻奔智能	是	是
2	金史密斯	26990678	beatplay 必跑	第 28 类	2018.10.21-2028.10.20	继受取得，2020.06.06 受让自轻奔智能	是	是
3	金史密斯	26902605	STEPLAY	第 28 类	2018.10.07-2028.10.06	继受取得，2020.06.06 受让自轻奔智能	是	是
4	金史密斯	18297095	TRAX	第 28 类	2016.12.24-2026.12.23	继受取得，2017.09.06 受让自北京确动健身器材有限公司	是	否
5	金史密斯	16981515	TRAX	第 28 类	2016.07.21-2026.07.20	继受取得，2017.09.06 受让自北京确动健身器材有限公司	是	否
6	金史密斯	16971025	WalkingPa	第 28 类	2016.07.21-2026.07.20	继受取得，2018.01.13 受让自扁豆科技	否	否
7	金史密斯	16971026	WalkingPa	第 9 类	2016.07.21-2026.07.20	继受取得，2018.01.13 受让自扁豆科技	否	否
8	金史密斯	11278794	KINGSMITH	第 10 类	2013.12.28-2023.12.27	继受取得，2016.07.06 受让自北京金史密斯健身器材有限公司	否	否
9	金史密斯	9142970	KINGSMITH	第 28 类	2012.02.28-2032.02.27	继受取得，2016.07.06，受让自北京金史密斯健身器材有限公司	否	否
10	金史密斯	5449927	KINGSMITH 金史密斯	第 28 类	2019.11.28-2029.11.27	继受取得，2016.07.06，受让自北京金史密斯健身器材有限公司	否	否
11	金史密斯	330832（阿联酋）	KINGSMITH WalkingPad	第 28 类	2020.06.11-2030.06.11	继受取得，2021.01.04 受让自 VIP WIRELESS LLC	是	否

就上表第 1-3 项受让自轻奔智能的商标：2018 年 11 月，金史密斯有限因业务发展需要决定引入堵南雄（轻奔智能实际控制人、执行董事兼总经理）进入公司工作，同时经协商约定轻奔智能将其拥有的 3 项已注册商标（即商标第 1-3 项商标）及 4 项申请中商标转让至金史密斯有限，转让价格为人民币 90,000 元。金史密斯有限已支付前述商标转让款。上表第 1-3 项商标的相关转让手续已完成，其他拟转让的 4 项申请中商标后续被驳回商标注册申请。

就上表第 4-5 项受让自北京确动健身器材有限公司的商标，2017 年 1 月 12 日，金史密斯有限与北京确动健身器材有限公司签署《商标转让协议书》，约定将北京确动健身器材有限公司所有的六项商标转让至金史密斯有限，转让价格为 0 元。该等商标转让时金史密斯有限与北京确动健身器材有限公司系同一实际控制人控制的公司，因生产经营需要进行无偿转让，不存在权属纠纷争议。截至本问询回复出具之日，上表第 4-5 项商标的相关转让手续已完成，《商标转让协议书》约定拟转让的其余 4 项商标为失效状态。

就上表第 6-7 项受让自扁豆科技的商标，2018 年 1 月 13 日，金史密斯有限自当时的子公司扁豆科技继受取得注册号为 16971025、16971026 的商标。公司与扁豆科技未签署协议，系母子公司之间因生产经营需要进行的无偿转让，相关转让手续已完成，不存在权属纠纷争议。

就上表第 8-10 项受让自北京金史密斯健身器材有限公司的商标，公司与北京金史密斯健身器材有限公司未签署协议，系同一实际控制人控制的公司之间因生产经营需要进行的无偿转让，相关转让手续已完成，不存在权属纠纷争议。

就上表第 11 项受让自 VIP WIRELESS LLC 的商标：VIP WIRELESS LLC 于 2020 年注册该带有金史密斯商号和标志的商标，因生产经营需要，经沟通，双方于 2020 年 10 月 20 日签署转让协议，约定由 VIP WIRELESS LLC 将该商标无偿转让至公司，相关转让手续已完成，不存在权属纠纷争议。

截至本问询回复出具之日，公司继受取得的上述知识产权已经变更登记至公司名下，不存在权属纠纷争议。此外，公司不存在从自然人处继受取得知识产权的情况，不涉及转让人员的职务发明。

四、结合业务开展情况，对公开转让书说明书“报告期内的主要财务指标分析”段落涉及的盈利（营业收入、毛利率）、偿债、营运、现金流量分析进行补充分析，定量说明业务变动对财务数据影响

（一）盈利补充分析

1、营业收入分析

公司于公开转让说明书“第四节 公司财务”之“六、经营成果分析”之“（二）营业收入分析”之“4、其他事项”补充披露如下：

“二、公司营业收入变动分析

报告期各期，公司实现营业收入 43,348.14 万元、60,075.47 万元和 32,443.34 万元，2023 年度公司营业收入较 2022 年度增加 16,727.33 万元，增长 38.59%，主要是公司销售体系逐步完善及产品迭代推出所致。具体分析如下：

公司主营业务主要产品为跑步机、走步机、划船机产品，报告期各期跑步机、走步机、划船机占公司主营业务收入的比例为 98.88%、99.18%和 97.48%，占比较高，公司按细分产品 2022 年度、2023 年度主营业务收入变化情况如下：

单位：万元

业务划分	2023 年度			2022 年度
	主营业务收入	变动金额	变动比例	主营业务收入
跑步机	32,655.70	5,579.36	20.61%	27,076.33
走步机	25,388.32	10,201.39	67.17%	15,186.92
划船机	1,485.16	944.32	174.60%	540.84
合计	59,529.18	16,725.08	39.07%	42,804.10

（一）销售体系逐步完善分析

剔除其他类产品后，公司主要产品销售渠道分布情况如下：

单位：万元

销售区域	渠道划分	2023 年度			2022 年度
		收入金额	变动金额	变动比例	收入金额
外销	线上	26,551.56	14,011.54	111.73%	12,540.02

	线下	18,490.65	4,432.31	31.53%	14,058.34
	小计	45,042.21	18,443.85	69.34%	26,598.36
内销	线上	2,133.75	-1,364.31	-39.00%	3,498.07
	线下	12,353.21	-354.46	-2.79%	12,707.67
	小计	14,486.97	-1,718.77	-10.61%	16,205.74
合计		59,529.18	16,725.08	39.07%	42,804.10

公司产品具备较强的创新性特征，满足了用户对具备优良产品工业设计、智能安全控制算法、居家及办公场景收纳等特点健身器材需求，随着销售体系逐步完善，公司总体销量有所上升，且公司产品下游渠道结构优化，推动公司收入稳步增长，收入增长主要来源于外销线上渠道和外销线下渠道。

外销线上渠道方面，亚马逊和独立站为公司外销线上主要渠道，2022 年度和 2023 年度，亚马逊和独立站收入占公司外销线上收入的比例合计分别为 98.27%、96.55%。公司自 2021 年起逐步搭建和完善亚马逊、独立站等线上渠道，直接面向终端消费者进行销售，通过谷歌等渠道于北美、德国、英国等地持续进行产品推广，销量呈现持续增长趋势。2023 年度，公司亚马逊、独立站销量合计增长 4.37 万台，收入增加 13,311.31 万元，为公司外销线上渠道销量增长的主要因素。

外销线下渠道方面，公司持续在全球主要发达地区开拓区域渠道资源，2023 年度，公司向北美和欧洲区域实现收入增幅较大。北美区域方面，公司自 2021 年完成美国独立站搭建，线下渠道也在持续突破，公司自 2022 年起与北美地区经销商 SCS 开展合作，SCS 拥有丰富的电商客户和商超渠道客户资源，线下销售实现快速增长；欧洲区域方面，公司已分别于 2021 年、2022 年完成德国亚马逊、独立站布局，产品知名度逐步提升，公司积极参与展会，并同步于欧洲多个国家开拓渠道客户，随着公司产品逐步取得下游消费者的认可，公司线下渠道开拓取得较好成果，带动欧洲区域线下销售收入持续增长。

（二）产品迭代推出分析

产品迭代方面，公司持续进行折叠智能品类运动健身器材的设计与研发，新品类、新型号产品的推出将为公司收入增长带来新动能。新品类方面，公司

自 2022 年下半年推出划船机品类产品，2022 年度划船机产品实现收入 540.84 万元，2023 年度实现收入 1,485.16 万元，增幅较大；新型号方面，公司持续跑步机类产品新型号研发，满足消费者对差异化扶手设计、多元功能配置、不同性能强度等多方面的需求，2023 年度，当期新型号跑步机、走步机实现收入 7,852.15 万元，产品更新迭代将持续推动公司收入增长。

综上所述，公司营业收入增长较快，主要是销售体系逐步完善及产品迭代推出所致，具有合理性。”

2、毛利率分析

公司于公开转让说明书“第四节 公司财务”之“六、经营成果分析”之“（四）毛利率分析”之“4、其他事项”补充披露如下：

“一、公司毛利率变动情况

公司主营业务产品构成及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月			2023 年度			2022 年度		
	主营业务收入	主营业务收入占比	毛利率	主营业务收入	主营业务收入占比	毛利率	主营业务收入	主营业务收入占比	毛利率
跑步机	19,076.92	58.83%	42.14%	32,655.70	54.41%	36.56%	27,076.33	62.55%	29.96%
走步机	12,121.63	37.38%	46.29%	25,388.32	42.30%	45.21%	15,186.92	35.08%	33.10%
划船机	410.53	1.27%	45.41%	1,485.16	2.47%	40.81%	540.84	1.25%	27.77%
其他	816.63	2.52%	32.59%	492.45	0.82%	18.36%	486.26	1.12%	14.25%
总计	32,425.72	100.00%	43.49%	60,021.63	100.00%	40.18%	43,290.36	100.00%	30.86%

从产品结构看，公司主要产品为跑步机、走步机产品，报告期内公司主营业务中跑步机、走步机收入占比为 97.63%、96.71%和 96.22%，占比较高。产品收入占比变动对公司毛利率变动的影响计算如下：

项目	2024 年上半年度相较 2023 年度			2023 年度相较 2022 年度		
	产品收入占比变动	毛利率因素影响	毛利率贡献率变化	产品收入占比变动	毛利率因素影响	毛利率贡献率变化

	影响			影响		
跑步机	1.62%	3.28%	4.90%	-2.44%	3.59%	1.15%
走步机	-2.22%	0.40%	-1.82%	2.39%	5.12%	7.51%
划船机	-0.49%	0.06%	-0.43%	0.34%	0.32%	0.66%
其他	0.31%	0.36%	0.67%	-0.04%	0.03%	-0.01%
总计	-0.79%	4.10%	3.31%	0.25%	9.07%	9.32%

注：毛利率因素影响=（本年毛利率-上年毛利率）×本年业务收入占比；收入占比变动影响=（本年业务收入占比-上年业务收入占比）×上年毛利率；下同。

如上表所示，产品收入占比变动影响对毛利率的影响相对较小，2024 年上半年度相较 2023 年度产品结构占比变动对毛利率贡献率变化的影响合计为-0.79 个百分点，2023 年度相较 2022 年度产品结构占比变动对毛利率贡献率变化的影响合计为 0.25 个百分点，产品结构变动对毛利率变化影响相对较小。

公司毛利率增长主要是各类产品毛利率均有所提升对公司整体毛利率影响较大，各类产品毛利率提升主要是销售区域及销售方式变化的结果，具体分析如下：

公司销售区域目前分为境内和境外，同时公司又通过线上、线下进行销售，公司报告期内主营业务按销售区域与销售方式进行划分的收入、毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月			2023 年度			2022 年度		
	主营业务收入	主营业务收入占比	毛利率	主营业务收入	主营业务收入占比	毛利率	主营业务收入	主营业务收入占比	毛利率
外销线上	13,039.96	40.21%	53.79%	26,739.46	44.55%	53.60%	12,573.53	29.04%	48.65%
外销线下	13,224.39	40.78%	39.15%	18,645.38	31.06%	35.68%	14,200.75	32.80%	28.19%
内销线上	1,199.37	3.70%	38.03%	2,201.74	3.67%	30.18%	3,639.79	8.41%	33.18%
内销线下	4,962.00	15.30%	29.32%	12,435.05	20.72%	19.83%	12,876.29	29.74%	15.77%
总计	32,425.72	100.00%	43.49%	60,021.63	100.00%	40.18%	43,290.36	100.00%	30.86%

销售区域及销售方式占比变化对毛利率变动的影响如下：

项目	2024 年上半年度相较 2023 年度	2023 年度相较 2022 年度

	销售渠道占比变动影响	毛利率因素影响	毛利率贡献率变化	销售渠道占比变动影响	毛利率因素影响	毛利率贡献率变化
外销线上	-2.32%	0.08%	-2.25%	7.54%	2.21%	9.75%
外销线下	3.47%	1.41%	4.88%	-0.49%	2.33%	1.84%
内销线上	0.01%	0.29%	0.30%	-1.57%	-0.11%	-1.68%
内销线下	-1.07%	1.45%	0.38%	-1.42%	0.84%	-0.58%
总计	0.08%	3.23%	3.31%	4.06%	5.26%	9.32%

注：毛利率因素影响=（本年毛利率-上年毛利率）×本年业务收入占比；销售区域及销售方式占比变动影响=（本年业务收入占比-上年业务收入占比）×上年毛利率；下同。

如上表所示，外销对毛利率变化的贡献率最大。2023 年度相较 2022 年度，外销线上收入金额占比上升带动毛利率贡献上升 7.54 个百分点，为当期毛利率上升的主要影响因素；2024 年 1-6 月相较 2023 年度，外销线下收入金额占比上升带动毛利率贡献上升 3.47 个百分点，为当期毛利率上升的主要影响因素。

具体分析如下：

1、外销线上方面，外销线上渠道毛利率较高，随着外销线上收入占比提升，2023 年度毛利率相较 2022 年度毛利率增长较大

外销线上销售直接面向消费者，中间环节无经销商/贸易商参与且外销线上销售区域主要为北美、欧洲等发达国家和地区，消费者消费能力相对较强、价格敏感性相对较低、销售单价较高，因此外销线上销售毛利率较高。

公司外销线上收入占比提升，主要是外销线上收入增速快于公司其他业务增速，外销线上销售区域集中在欧洲、北美等发达国家和地区，是全球最重要的健身器材消费市场，市场容量大、规模广阔，随着公司逐步完善全球线上销售渠道，外销线上收入稳步增长。

亚马逊和独立站为公司主要外销线上渠道，2022 年、2023 年，亚马逊和独立站实现收入占公司主营业务外销线上收入的比例合计分别为 98.26%、96.53%。公司自 2021 年起逐步搭建和完善亚马逊、独立站等线上渠道，直接面向消费者进行销售，在北美、德国、英国等地持续进行产品推广。2023 年，公司通过亚马逊、独立站实现的收入增加 13,457.55 万元，为公司外销线上渠道收入增长的

主要因素。2023 年较 2022 年，公司外销线上收入构成明细如下表所示：

单位：万元

平台	区域站点	2023 年度				2022 年度	
		主营业务收入金额	占比	变动金额	变动比例	主营业务收入金额	占比
亚马逊	亚马逊-美国	7,855.78	29.38%	2,625.30	50.19%	5,230.48	41.60%
	亚马逊-德国	3,534.80	13.22%	2,171.29	159.24%	1,363.51	10.84%
	亚马逊-英国	2,554.15	9.55%	1,318.06	106.63%	1,236.09	9.83%
	其他	2,766.29	10.35%	820.81	42.19%	1,945.48	15.47%
	小计	16,711.02	62.50%	6,935.46	70.95%	9,775.57	77.75%
独立站	独立站-美国	7,368.97	27.56%	4,789.84	185.72%	2,579.13	20.51%
	独立站-英国	766.66	2.87%	766.66	-	-	-
	独立站-德国	706.24	2.64%	706.24	-	-	-
	其他	259.35	0.97%	259.35	-	-	-
	小计	9,101.22	34.04%	6,522.09	252.88%	2,579.13	20.51%
其他	其他线上渠道（如日本乐天、韩国 COUPANG 等）	927.21	3.47%	708.38	323.72%	218.83	1.74%
合计		26,739.46	100.00%	14,165.93	112.66%	12,573.53	100.00%

从销售区域看：亚马逊方面美国、德国、英国地区收入金额增加较大，合计增加 6,114.65 万元，独立站方面美国地区金额增加较大、增加 4,789.84 万元。公司亚马逊、独立站收入增长，主要是公司逐步完善全球销售渠道建设，开拓海外网络、持续提升订单配送时效、提高买家购物体验，公司创新型健身器材产品在全球主要国家和地区市场健身器材领域树立起了良好的口碑，线上销售渠道稳步增长。

2、外销线下方面，受自主品牌业务占比提升、重点区域客户关系持续深化、人民币汇率波动等因素综合影响，外销线下毛利率持续提升

（1）公司坚持自主品牌战略，外销 ODM 业务逐步下降，自主品牌毛利率高于 ODM 业务毛利率

报告期各期，公司外销线下收入中自主品牌业务及 ODM 业务收入占比情况如下：

单位：万元

外销线下	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度	
	收入	收入占比	收入	收入占比	收入	收入占比
自主品牌业务	12,689.77	95.96%	17,038.01	91.38%	11,412.39	80.36%
ODM 业务	534.63	4.04%	1,607.38	8.62%	2,788.37	19.64%
总计	13,224.39	100.00%	18,645.38	100.00%	14,200.75	100.00%

公司为将创新型健身器材产品进行广泛推广，与部分具有良好区域品牌效应的客户通过 ODM 方式合作，将折叠与智能理念产品推广至相关国家和地区，利用品牌客户实现业绩增长的同时加快公司创新理念的在相关市场渗透。

公司致力于打造自主品牌的经营战略，强化品牌运营与渠道建设，在境内外搭建成熟的销售体系，实现自主品牌产品在全球重要国家和地区市场的覆盖。随着公司自有品牌知名度的提升，公司逐步转以自有品牌开拓相关市场，外销线下 ODM 业务占比持续下降。

报告期各期，ODM 业务毛利率相对较低，公司外销线下自主品牌业务毛利率均高于 ODM 业务毛利率，随着自有品牌产品收入占比进一步提升，公司毛利率持续提升。

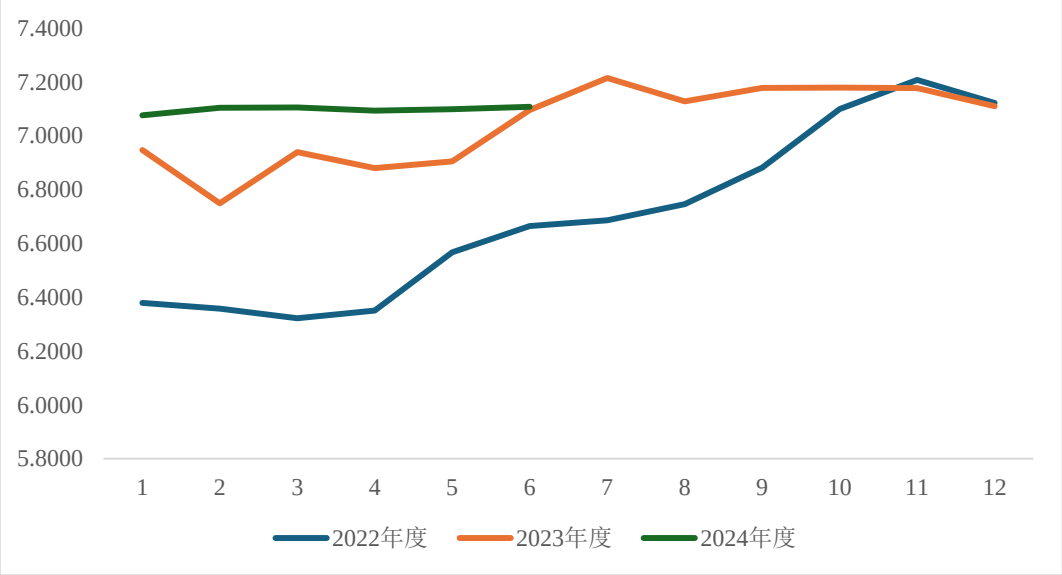
（2）公司深耕重点区域市场，与重点市场客户建立良好经销关系，提高客户定价水平

欧洲、北美、中东等发达国家和地区居民消费水平较高，价格敏感性相对较低，无论对公司自营独立站、亚马逊平台还是公司客户下游零售站点，公司产品在相关区域市场零售端往往能够进行更高的零售定价。随着公司客户区域分布逐步向欧美发达国家与地区集中，与相关市场具备较强渠道实力的经销商建立良好的经销关系，公司产品定价将逐步提升。

公司深耕欧洲、北美、中东等重点区域市场，与当地具备较强渠道实力的经销商建立良好经销关系，由于当地居民消费水平较高，经销商对下游拥有更高的定价权，则公司出厂价定价更高，毛利率更高。

（3）报告期各期人民币相较美元呈贬值趋势，汇率变动有利于公司毛利率提升

报告期内，公司外销收入以美元结算为主。从各月汇率看，报告期各期人民币兑美元汇率呈现贬值趋势而产品成本主要以人民币结算，报告期内美元兑人民币汇率变动有利于公司毛利率的提升。报告期各期各月汇率对比情况如下：



综上所述，从销售区域及销售方式看，公司外销收入金额占比上升为公司整体毛利率增长的主要贡献因素，公司整体毛利率整体不断上升具有合理性。”

（二）偿债能力补充分析

公司于公开转让说明书“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“（三）偿债能力与流动性分析”之“2、波动原因分析”披露如下：

“偿债能力方面，报告期各期末，公司资产负债率分别为 46.28%、42.71%和 32.78%，报告期各期，公司利息支出分别 83.99 万元、42.92 万元和 8.93 万元，金额较小；公司利息保障倍数分别为 2.76 倍、122.70 倍和 325.15 倍，总体保持较高水平，公司偿债能力较强。

公司偿债能力提高，主要是公司债务水平下降、盈利能力持续改善所致。债务水平下降方面，2019 年末，公司曾取得淄博市博山区域城镇人民政府全资持股的淄博博益创业投资有限公司 2,000 万元借款，相关款项用于山东金史密斯

厂房建设及设备购买，山东工厂自 2021 年投入运营，帮助公司实现产能提升。该项借款于 2023 年 9 月清偿，公司 2022 年度、2023 年度利息支出相对较高，随着该项借款清偿，公司利息支出大幅下降，带动公司资产负债率下降、偿债能力提升。

盈利能力改善方面，报告期各期，公司实现归属母公司股东净利润 237.61 万元、4,638.11 万元和 2,584.57 万元，随着公司持续完善销售体系建设，创新产品迭代推出，公司营业收入及毛利率均有所提升，公司 2023 年度及 2024 年 1-6 月盈利能力较 2022 年度有所改善，盈利能力不断增加，偿债能力提升。

流动性方面，公司流动比率分别为 1.84 倍、1.96 倍和 2.54 倍，速动比率分别为 1.07 倍、1.28 倍和 1.60 倍。随着公司业务规模增长、盈利能力加强，流动比率、速动比率均有所上升。”

（三）营运能力补充分析

公司于公开转让说明书“第四节 公司财务”之“七、资产质量分析”之“（三）资产周转能力分析”之“2、波动原因分析”披露如下：

“（1）应收账款周转率

报告期内，公司应收账款周转率分别为 9.63 次/年、12.51 次/年和 5.96 次/年（年化后 11.93 次/年），2023 年应收账款周转率有所上升，主要是由于公司业务规模增长、线上收入金额及占比不断提升所致。报告期各期，公司实现营业收入 43,348.14 万元、60,075.47 万元和 32,443.34 万元，收入规模呈现增长趋势；公司线上业务收入占营业收入之比 37.40%、48.17%和 43.89%，2023 年度线上收入占比提升幅度较大。由于公司收入规模增长、线上收入占比提升且线上收入平台账期短，2023 年度公司应收账款周转率较 2022 年度有所提高，具有合理性。

（2）存货周转率

报告期内，公司存货周转率分别为 2.09 次/年、2.83 次/年和 1.36 次/年（年化后 2.73 次/年），2023 年存货周转率有所上升，主要是由于公司业务规模的增长同时公司加强对存货的管理，合理控制原材料和库存商品备货库存，存货管

理水平有所提升。报告期各期，公司主营业务中线上收入金额分别为 16,213.31 万元、28,941.20 万元和 14,239.33 万元，2022 年末公司为应对线上业务扩张进行了一定规模的备货，由于 2022 年收入规模相对较小、期末备货相对较大，导致存货周转率相对较低；2023 年公司线上业务增长较快，同时公司结合线上业务发展情况加强存货管理、合理控制备货库存，2023 年存货周转率有所提升，具有合理性。

（3）总资产周转率

报告期内，公司总资产周转率分别为 1.12 次/年、1.47 次/年和 0.72 次/年（年化后 1.44 次/年），2023 年总资产周转率有所上升，主要是由于公司业务规模增长、收入规模扩大所致。报告期各期，公司实现营业收入 43,348.14 万元、60,075.47 万元和 32,443.34 万元，收入规模呈现增长趋势，带动总资产周转率提升。”

（四）现金流量补充分析

公司于公开转让说明书“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”披露如下：

“（1）经营活动现金流量

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 5,534.38 万元、7,080.62 万元和-1,742.71 万元。2022 年度和 2023 年度，公司经营活动现金流量情况良好，报告期各期，公司实现营业收入 43,348.14 万元、60,075.47 万元和 32,443.34 万元，公司经营活动现金流量中，销售商品、提供劳务收到的现金为 45,904.61 万元、61,166.39 万元和 33,698.98 万元，公司营业收入回款情况良好，与公司营业收入规模相匹配；报告期各期公司实现净利润 237.61 万元、4,638.11 万元和 2,584.57 万元，随着公司盈利能力增长，经营活动现金流量净额有所增长，与公司净利润增长趋势相匹配。2024 年 1-6 月，公司采购金额相对较大且上半年期末应收账款金额较大，故经营活动产生的现金流量净额为负。

（2）投资活动现金流量

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-1,025.07 万元、

-5,264.83 万元和-3,239.56 万元。公司投资活动现金流出主要是购买短期理财产品的现金流出。

（3）筹资活动现金流量

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-1,480.60 万元、-702.53 万元和 2,279.46 万元。2022 年度和 2023 年度，公司筹资活动现金流出主要是偿还债务现金流出，公司偿债能力较好、债务水平较低。2024 年 1-6 月，公司吸收投资收到 3,000.00 万元，故筹资活动产生的现金流量净额为正且金额较大。

综上所述，公司现金流量情况与公司业务开展情况相匹配。”

五、说明报告期内交易性金融资产变动的具体原因，理财产品的具体内容，包括但不限于产品类型、名称、金额、年化收益率、报告期内收益情况及入账方式、资金来源、投资方向、风险评级、投资决策程序履行情况、风险监控管理措施及有效性；说明前述投资资金的具体流向，是否涉及关联方资金占用；结合报告期内交易性金融资产的特征，说明其分类和计量是否符合《企业会计准则》的相关规定

（一）报告期内交易性金融资产变动的具体原因

报告期各期末，公司交易性金融资产的具体情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 6 月 30 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
国寿资产-源流 2161 保险资产管理产品		772.68	
广发银行“物华添宝”结构性存款		2,005.22	
广发银行“广银创富”结构性存款	1,504.52		
广发银行“名利双收”	400.11		
兴银理财稳添利日盈日开固收类理财产品	2,964.83		
合计	4,869.46	2,777.90	

报告期内交易性金融资产余额变动系各期未赎回的理财产品变动所致。

（二）理财产品的具体内容，包括但不限于产品类型、名称、金额、年化收益率、报告期内收益情况及入账方式、资金来源、投资方向、风险评级

报告期内，公司购买的理财产品产品名称、产品类型、资金来源、投资方向、风险评级情况如下：

产品名称	产品类型	资金来源	投资方向	风险评级
国寿资产-源流 2161 保险资产管理产品	固定收益类资产管理产品、非保本浮动收益型	自有闲置资金	本产品 100%投资于债权类资产：固定收益类品种，国内依法公开发行上市的国债、央行票据、金融债、地方政府债、企业债、公司债、中期票据、短期融资券、超短期融资券、同业存单、银行存款、债券质押式及买断式回购、开放式固定收益类组合类保险资产管理产品以及法律法规或监管机构允许的其他债权类金融工具。经产品份额持有人同意，产品管理人可投资于其他固定收益类资产。 流动性品种，包括现金、货币市场基金、银行活期存款、银行通知存款和剩余期限不超过 1 年的政府债券、准政府债券等	中低
广发银行“薪加薪”结构性存款	保本浮动收益型	自有闲置资金	本结构性存款本金部分纳入广发银行资金统一运作管理，收益部分投资于金融衍生产品，投资者的结构性存款收益取决于美元兑日元在观察期内的表现	PR1
广发银行“物华添宝”结构性存款	保本浮动收益型	自有闲置资金	本结构性存款本金部分纳入广发银行资金统一运作管理，收益部分投资于金融衍生产品，投资者的结构性存款收益取决于黄金现货在观察期内的表现	PR1
广发银行“广银创富”结构性存款	保本浮动收益型	自有闲置资金	本结构性存款本金部分纳入广发银行资金统一运作管理，收益部分投资于金融衍生产品，投资者的结构性存款收益取决于中证 500 指数在观察期内的表现	PR1
光大理财“阳光金天天盈”	固定收益类、非保本浮动收益型	自有闲置资金	本产品投资范围为投资于境内外市场的固定收益类资产，包括： （一）同业存单、银行存款； （二）债券回购、中央银行票据、大额存单等； （三）银行间债券市场和证券交易所发行的债券和资产支持证券； （四）以上述资产为投资标的的公募证券投资基金及其他资产管理产品，以及国务院银行业监督管理机构、中国人民银行认可的其他资产。	较低
广发银行“名利双收”	保本浮动收益型	自有闲置资金	本结构性存款本金部分纳入广发银行资金统一运作管理，广发银行提供本金保障；衍生品部分投资于利率互换，挂钩七天回购定盘利率（FR007）的表现	PR1
兴银理财稳添	固定收益类、	自有闲	本产品主要投资范围包括但不限于（实际投资范围可	PR1

利日盈日开固收类理财产品	非保本浮动收益	置资金	根据法律法规及监管规定进行调整）： 银行存款、债券逆回购、货币基金等货币市场工具及其它银行间和交易所资金融通工具。 国债、金融债、地方政府债、央行票据、同业存单、短期融资券、超短期融资券、中期票据、企业债、公司债、非公开定向债务融资工具、项目收益债、项目收益票据、资产支持证券、次级债等银行间和交易所市场债券及债务融资工具，以及其他固定收益类投资工具等。 投资于上述资产的符合监管要求的公募基金、基金公司或子公司资产管理计划、证券公司资产管理计划、保险资产管理计划及信托计划等。 （4）本产品不投资于非标准化债权类资产、不投资于权益类资产、不投资于商品和金融衍生品类资产。	
首创证券类现金产品	固定收益类集合资产管理计划、非保本浮动收益型	自有闲置资金	本集合计划主要投资于固定收益类、现金类等标准化债权类投资品种。本集合计划可参与债券回购业务。 (1)固定收益类资产:包括国债、地方政府债、央行票据、金融债(含政策性银行债、金融机构次级债)、同业存单、企业债、公司债(含非公开发行的公司债，下同)、优先级资产支持证券(含证监会和银保监会主管及在交易商协会注册的资产支持证券，且底层资产不为产品或其收益权/受益权)、短期融资券、超短期融资券、中期票据、非公开定向债务融资工具等投资品种、超过 7 天的债券逆回购。 (2)现金类资产:包括货币市场基金、银行存款、现金、到期日在 1 年内(含 1 年)的国债、到期日在 1 年内(含 1 年)的央行票据、到期日在 1 年内(含 1 年)的政府债券、不超过 7 天(含 7 天)的债券逆回购。 投资于公司债、企业债、中期票据等信用债的信用等级满足债券主体评级或债项评级至少有一项在 AA 及以上级别(若无主体评级则取债项评级，若无债项评级则取主体评级)。短期融资券、超短期融资券发行人主体评级不得低于 AA，短期融资券、超短期融资券如有债项评级则不低于 A-1。资产支持证券债项评级不得低于 AA。 (3)金融产品类资产(不包括货币市场基金):包括人民币形式的银行非保本理财产品，公募证券投资基金(包含股票型基金、混合型基金、债券型基金等)，信托计划，证券公司、证券公司子公司、基金管理公司、基金管理子公司、商业银行理财子公司、期货公司、期货公司子公司、保险公司及保险资管公司发行的资管产品，于基金业协会官方网站公示已登记的私募基金管理人发行的私募证券投资基金; 本集合计划投资的金融产品，其投资标的中不应包含	中低

			除公募基金之外的其他资产管理产品。 (4)期货和衍生品类资产:期货保证金。 (5)本集合计划不得直接投资商业银行信贷资产。	
宁银理财宁欣天天鎏金现金管理类理财产品	固定收益类、非保本浮动收益型	自有闲置资金	现金； 期限在 1 年以内（含 1 年）的银行存款、债券回购、中央银行票据、同业存单； 剩余期限在 397 天以内（含 397 天）的债券、在银行间市场和证券交易所市场发行的资产支持证券； 4、国家金融监督管理总局、中国人民银行认可的其他具有良好流动性的货币市场工具。	PR1

报告期内，公司购买的理财产品金额、年化收益率、报告期内收益情况如下：

年度	产品名称	购买金额	赎回金额	期末未赎回金额	收益情况		年化收益率
					赎回收益	期末计提收益	
2022 年度	广发银行“薪加薪”结构性存款	40,000,000.00	40,000,000.00	0.00	114,109.58	0.00	2.93%
2023 年度	宁银理财宁欣天天鎏金现金管理类理财产品	7,500,000.00	7,500,000.00	0.00	6,333.49	0.00	2.76%
2023 年度	广发银行“广银创富”结构性存款	25,000,000.00	25,000,000.00	0.00	107,972.60	0.00	2.73%
2023 年度	广发银行“物华添宝”结构性存款	28,000,000.00	8,000,000.00	20,000,000.00	21,479.45	52,164.38	2.82%
2023 年度	广发银行“薪加薪”结构性存款	94,000,000.00	94,000,000.00	0.00	307,952.06	0.00	2.88%
2023 年度	国寿资产-源流 2161 保险资产管理产品	52,000,000.00	44,335,220.71	7,664,779.29	155,104.50	62,067.93	2.31%
2023 年度	光大理财“阳光金天天盈”	8,000,000.00	8,000,000.00	0.00	23,688.99	0.00	2.22%
2024 年度	国寿资产-源流 2161 保险资产管理产品	0.00	7,664,779.29	0.00	21,805.21	0.00	2.47%
2024 年度	广发银行“物华添宝”结构性存款	10,000,000.00	30,000,000.00	0.00	111,767.14	0.00	2.67%
2024 年度	广发银行“名利双收”	14,000,000.00	10,000,000.00	4,000,000.00	54.79	1,131.75	0.45%
2024 年度	兴银理财稳添利日盈日开固收类理财产品	50,000,000.00	20,388,000.00	29,612,000.00	8,000.00	34,862.19	2.47%
2024 年度	首创证券类现金产品	30,000,000.00	30,000,000.00	0.00	157,205.24	0.00	2.90%
2024 年度	广发银行“广银创富”结构性存款	15,000,000.00	0.00	15,000,000.00	0.00	45,205.48	0.99%

报告期内，公司对理财产品的入账方式为以购买结构性理财产品的成本作为初始确认的入账价值，并计入“交易性金融资产”科目；当收到结构性理财产品的收益时，将其计入投资收益；在资产负债表日，根据结构性理财产品的公允价值变动情况，调整其账面价值，并将公允价值变动计入公允价值变动损益；如果结构性理财产品赎回，按照实际收到的金额与账面价值的差额，计入投资收益。

（三）理财产品的投资决策程序履行情况、风险监控管理措施及有效性

报告期内，公司购买前述金融资产的行为履行了内部审批程序。公司购买理财产品由财务部作出购买中低风险理财产品的方案，经财务负责人审核，总裁办公会确认后执行。

公司在不影响日常生产经营对资金需求的情况下，对自有闲置资金进行现金管理。公司根据自有资金的实际情况设置一定的购买额度，在该资金购买额度内，资金可用于购买中低风险的银行理财产品及结构性存款，公司在报告期内购买的金融资产符合公司对金融资产风控管理等相关措施，金融资产的风控管理等相关内部控制有效执行。

（四）说明前述投资资金的具体流向，是否涉及关联方资金占用

报告期内，公司购买的理财产品均为大型股份制商业银行、资管机构及证券机构公开发售的产品，投资方向系根据理财产品协议中约定进行投资，资金流向属于银行、资管机构及证券机构自行投资行为，上述理财产品不存在投资资金流向关联方的情况，不涉及关联方资金占用。

（五）结合报告期内交易性金融资产的特征，说明其分类和计量是否符合《企业会计准则》的相关规定

企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量（2017）第十六条规定：企业应当根据其管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，将金融资产划分为以下三类：

（一）以摊余成本计量的金融资产。

（二）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。

（三）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

报告期内，公司购买的银行理财产品均为浮动收益型理财产品，公司管理此类金融资产的业务模式主要系短期持有以获取收益，其合同现金流量不符合本金加利息的合同现金流量特征，因此公司将其分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，并列报为交易性金融资产，公司对于交易性金融资产的分类和计量符合《企业会计准则》的相关规定。

六、补充披露“与财务会计信息相关的重大事项判断标准”

公司已在《公开转让说明书》之“第四节、公司财务”之“三、与财务会计信息相关的重大事项判断标准”披露，披露如下：

项　目	重要性标准
重要的单项计提坏账准备的应收款项	单项计提金额占各类应收款项坏账准备总额的 5%以上且金额大于 100 万元
账龄超过 1 年以上的重要预付款项	单项账龄超过 1 年的预付款项占预付款项总额的 5%以上且金额大于 100 万元
重要的在建工程	超过资产总额 0.5%的在建工程项目
重要的应付账款、其他应付款	单项账龄超过 1 年的应付账款/其他应付款占应付账款/其他应付款总额的 5%以上且金额大于 100 万元
重要的账龄超过 1 年的合同负债	单项账龄超过 1 年的合同负债占合同负债总额的 5%以上且金额大于 100 万元
重要的子公司	资产总额/利润总额超过集团总资产/利润总额的 15%的子公司确定为重要子公司。

七、说明报告期内，公司与北京易来博科技有限公司形成其他应收款的原因、背景、交易内容，财务报表列示是否符《企业会计准则》的相关规定

2024 年 2 月，公司与北京易来博科技有限公司签订了企业电商运营委托服务合同，由北京易来博科技有限公司为公司品牌产品在抖音、快手平台提供企业电商营销及推广服务，具体委托内容为北京易来博科技有限公司利用自身的电商运营经验、明星资源和完善的直播优势，帮助公司进行品牌包装、电商平台运营、直播带货等工作。合同总价款包括固定服务费(电商带货服务费和品牌推广费)和商品销售佣金，其中固定服务费为 1,000,000 元。2024 年 3 月，公司支付了 50%的固定服务费（500,0000 元），不含税金额为 495,049.50 元。

后续双方实际在合作过程中未能达成承诺的明星资源以及推广效果，前期支付的款项需协商退回，因此期末将已支付的款项列示为其他应收款；由于对方公司经营情况不良，且被列为被执行人及限制高消费，公司根据其还款能力予以单项计提坏账准备。

综上，公司与北京易来博科技有限公司形成其他应收款财务报表列示符合《企业会计准则》的相关规定。

【中介机构回复】

请主办券商、律师核查上述事项①至③并发表明确意见。请主办券商、会计师核查上述事项④至⑦并发表明确意见。

一、请主办券商、律师核查上述事项①至③并发表明确意见

（一）核查过程

就该问题，履行了包括但不限于以下核查程序：

1、通过国家企业信用信息公示系统、相关公司官网、百度等网站，查询易起跑合伙企业、易启跑公司的主营业务信息；

2、查阅易起跑合伙企业、易启跑公司出具的书面说明；

3、查阅公司与劳务公司签署的《业务外包服务合同》；

4、查阅公司与劳务公司的结算单及费用支付凭证；

5、查阅公司取得的劳动人事相关主管部门开具的证明；

6、通过劳动人事相关主管部门网站、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、信用中国等网站，查询公司是否涉及相关处罚；

7、查阅公司拥有的专利和商标证书；

8、取得国家知识产权局出具的专利和商标查询证明；

9、查阅继受取得专利和商标的变更登记证明；

10、查阅公司继受取得知识产权的相关协议及价款支付凭证；

11、查阅公司出具的关于继受取得知识产权的书面说明；

12、通过中国裁判文书网、中国执行信息公开网等网站，查询知识产权诉讼或纠纷情况。

（二）核查结论

1、易起跑合伙企业、易启跑公司未经营与公司相同或相似的产品或服务，与公司产品或服务不具有替代性、竞争性，与公司不存在利益冲突；

2、公司曾存在的劳务派遣比例超过10%的情形不符合《中华人民共和国劳动合同法》《劳务派遣暂行规定》的相关规定，但公司已对劳务派遣用工完成规范整改，报告期后未再次发生，且公司报告期内未因上述情形受到行政处罚，该事项不构成重大违法违规，不构成本次挂牌的实质性障碍；

3、部分公司继受取得专利和商标权系同一实际控制人控制的公司之间及公司与其子公司之间的无偿转让；除前述外，公司继受取得专利和商标权系公司与转让方协商取得，定价公允；公司继受取得专利和商标权不属于转让人员的职务发明，已按规定办理转让手续，不存在权属纠纷争议。

二、请主办券商、会计师核查上述事项④至⑦并发表明确意见

（一）核查过程

1、访谈公司财务负责人，了解业务发展对各项财务数据的具体影响情况，定量分析主要财务指标变动；

2、访谈公司财务负责人，了解公司交易性金融资产变动原因；取得公司理财相关合同，了解理财产品标的情况，核查是否涉及关联方资金占用，核查交易性金融资产的特征及其分类和计量是否符合《企业会计准则》的相关规定；

3、核查与财务会计信息相关的重大事项判断标准；

4、访谈公司财务负责人，了解公司与北京易来博科技有限公司形成其他应收款的原因、背景，取得相关交易凭证；

（二）核查结论

1、公司营业收入增长较快，主要是销售体系逐步完善及产品迭代推出所致，具有合理性；从销售区域及销售方式看，公司外销收入金额占比上升为公司整体毛利率增长的主要贡献因素，公司整体毛利率整体不断上升具有合理性；公司偿债能力提高，主要是公司债务水平下降、盈利能力持续改善所致；由于公司收入规模增长、线上收入占比提升且线上收入平台账期短，2023 年度公司应收账款周转率较 2022 年度有所提高，具有合理性；由于公司业务规模的增长同时公司加强对存货的管理，合理控制原材料和库存商品备货库存，存货管理水平有所提升；公司收入规模呈现增长趋势，带动总资产周转率提升；公司现金流量情况与公司业务开展情况相匹配；

2、报告期内交易性金融资产变动主要是理财产品投资余额变动所致；公司所投资理财产品不涉及关联方资金占用，其分类和计量符合《企业会计准则》的相关规定；

3、公司已于《公开转让说明书》之“第四节、公司财务”之“三、与财务会计信息相关的重大事项判断标准”对与财务会计信息相关的重大事项判断标准进行披露；

4、北京易来博科技有限公司拟为公司于抖音、快手平台提供企业电商营销及推广服务，因未达推广效果协商退款，因其被列为被执行人及限制高消费，公司根据其还款能力予以单项计提坏账准备，财务报表列示符合《企业会计准则》的相关规定。

除上述问题外，请公司、主办券商、律师、会计师对照《非上市公众公司监督管理办法》《非上市公众公司信息披露内容与格式准则第1号——公开转让说明书》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审核业务规则适用指引第1号》等规定，如存在涉及公开转让条件、挂牌条件、信息披露以及影响投资者判断决策的其他重要事项，请予以补充说明；如财务报告审计截止日至公开转让说明书签署日超过7个月，请按要求补充披露、核查，并更新推荐报告。

【公司回复】

公司、主办券商、律师、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，公司不存在需补充披露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。

公司财务报告审计截止日为 2024 年 6 月 30 日，至本次公开转让说明书签署日未超过 7 个月，无需补充披露、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。

【公司回复】

截至本问询回复出具之日，公司未向当地证监局申请北京证券交易所辅导备案，故不存在需要按照《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》的相关要求出具专项核查报告的情形。

（本页无正文，为北京金史密斯科技股份有限公司《关于北京金史密斯科技股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的审核问询函回复》之签章页）

法定代表人：

景志峰

北京金史密斯科技股份有限公司

2025 年 1 月 27 日

（本页无正文，为东方证券股份有限公司《关于北京金史密斯科技股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的审核问询函回复》之签章页）

项目负责人：

刘俊清

项目小组成员：

刘　涛　　韩天奕

王子豪　　李雨晴

东方证券股份有限公司

2025年 1月 27日